

**พฤติกรรมสื่อสารของคนไทยที่ไม่เหมาะสมในสังคมออนไลน์ (กรณีศึกษา Youtube.com):
กราฟิกเคลื่อนไหวที่ใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์**

**Improper Communication Behavior of Thai People in Online Societies (Youtube.com): Motion
Graphics for Communication of Semiology**

ชญานก สุจิรัฐ^{1*} วลัยภรณ์ นาคพันธุ์² และ ชัยพร พานิชรุติวงศ์²

Thunyakanok Sujaritrat^{1*} Walaiporn Nakapan² and Chaiporn Panichrutiwong²

¹นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์อาร์ต คณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต
ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

²อาจารย์ประจำ หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์อาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง
จังหวัดปทุมธานี 12000

*Corresponding author, E-mail: cpa_221@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการถ่ายทอดปัญหาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในสังคมออนไลน์ (Youtube) ของคนไทยโดยใช้สื่อกราฟิกเคลื่อนไหวเชิงสัญลักษณ์ที่มีการสอดแทรกสัญลักษณ์เข้าไปในการออกแบบ เพื่อให้เข้าใจความหมายและมีการสอดแทรกข้อคิดที่ชัดเจนมากขึ้น เมื่อได้นำสื่อไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่ใช้เวลาส่วนใหญ่อยู่กับ Youtube จำนวน 40 คน และใช้แบบสอบถามความคิดเห็นกับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง อายุระหว่าง 15-30 ปี จำนวน 22 คน และจำนวน 18 คน ตามลำดับ กลุ่มเป้าหมายคิดว่าคนไทยส่วนใหญ่ให้ความสนใจและเข้าชมคลิปวิดีโอใน Youtube ประเภทคลิปวิดีโอที่ไม่เหมาะสม เช่น คลิปวิดีโอสื่ออนาจาร และความรุนแรง ร้อยละ 47.5 คลิปวิดีโอทั่วไป เช่น คลิปวิดีโอเพลง มิวสิควิดีโอ ร้อยละ 37.5 และคลิปวิดีโอ ความรู้ ร้อยละ 15 หลังจากที่ได้รับชมคลิปวิดีโอสื่ออนาจารที่ผู้วิจัยให้กลุ่มเป้าหมายรับชมคลิปวิดีโอสื่อโมชันกราฟิกที่ใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรม กลุ่มเป้าหมายรับรู้ว่าการสื่อถึงความต้องการสื่อถึงพฤติกรรมด้านลบ เช่น การทำสิ่งไม่ดี ร้อยละ 82.5 คน และสื่อถึงพฤติกรรมในด้านบวก ร้อยละ 17.5 เมื่อถามถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการดูคลิปวิดีโอ กลุ่มเป้าหมายร้อยละ 60 ตอบว่า ไม่ได้ประโยชน์ ร้อยละ 40 ตอบว่าได้ข้อคิดและความบันเทิง เมื่อถามถึงอารมณ์ความรู้สึกจากการดูคลิปวิดีโอ พบว่า ร้อยละ 90 รู้สึกเฉยๆ และร้อยละ 10 รู้สึกชอบและสนุก ผลการศึกษาสรุปได้ว่า สื่อกราฟิกเคลื่อนไหวที่ใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์นั้นสามารถทำให้ผู้ชมเข้าใจในสิ่งที่ต้องการจะถ่ายทอดในส่วนของเนื้อเรื่อง พฤติกรรมของตัวละครแต่ในทางสัญลักษณ์ที่ต้องการสื่อสารนั้นไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายรับชมแล้วไม่เข้าใจถึงสัญลักษณ์ที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสารและถ่ายทอดให้ผู้ชมได้รับรู้ การแฝงความหมายในเชิงสัญลักษณ์มีความซับซ้อนมากเกินไป จึงส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายไม่ได้สนใจในการคิดหาความหมายของสัญลักษณ์ต่างๆ และไม่ได้รับข้อคิดที่สอดแทรกในการดำเนินเรื่อง

คำสำคัญ: ยูทูป โมชันกราฟิก สัญลักษณ์

Abstract

The objective of this paper is to make communicate of improper behaviour in online social media of Thai people, In conclusion came out is overall. Youtube is a troublesome mode of communication, but it is also widely used among social media users. Therefore, we choose to advertise our campaign on Youtube By inserting symbols into the design in order. in a form of motion graphics, which is pleasant and enjoyable to watch, in which morality can be inserted. We use the Communication of Semiology in our motion graphics pass inserting symbols into the design in order to understand the meaning and clear. The Research found by targeted audience and the questionnaire, 40 of which are male and female, aged between 15-30 years, the number 22 and number 18, respectively, in the audience, most of the time with Youtube and thought the most attention and watch video clips on Youtube type video is inappropriate, such as video clips, pornography. Violence and 47.5 percent clip, for example. Music video clip of 37.5 percent, 15 percent and Video Clips knowledge after researching the target audience viewing video media, Motion Graphics for Communication of Semiology in relation to the behavior of the target group. Think that media like video clips such negative behavior . For example, 82.5 percent of people do bad things, and the media to behave in a positive 17.5 percent when asked about the benefits of watching video clips. Suggested that the target of 60 percent, 40 percent, said that the ideas and entertainment. When asked about the emotions of watching video clips showed that 90 percent and 10 percent felt just feel like the theme. Therefore, it is concluded that Media Motion Graphics for Communication of Semiology can make the audience understand what you want to convey the story. Behavior of the characters , but in the mediatic communication needs unfulfilled . Because the target audience does not understand the signifiers that investigators want to communicate and broadcast to get to know . The latent meaning of the signifiers are complex too. Therefore, the target audience is not interested in the meaning of signifiers and arguments are not inserted in the story.

Keywords: youtube, motion graphics, semiology

1. บทนำ

Youtube เป็นเว็บไซต์ ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย จากการให้บริการวิดีโอแบบไม่มีค่าใช้จ่าย (free video sharing) และเปิดบริการเว็บไซต์ที่ผู้ใช้สามารถเข้าไปอัปโหลด (upload) เพื่อให้เห็นภาพและแลกเปลี่ยนภาพและเสียงผ่านคลิปวิดีโอ Youtube มีการบริการที่กว้างขวางและหลากหลาย ไม่เพียงแต่เผยแพร่ในประเทศเท่านั้น

คนทั่วโลกสามารถเข้าชมสิ่งที่เผยแพร่ออกไปนั้นได้ คลิปวิดีโอของคนไทยที่กำลังเป็นจุดสนใจไปทั่วโลก ในตอนนี้ มีทั้งการหมิ่นราชวงศ์ การเมือง เรื่องเพศ การว่ากล่าวกันผ่านคลิปวิดีโอ เช่น คลิปวิดีโอของ เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ที่มีการว่ากล่าว แอล โอเอส คลิปวิดีโอนี้เป็นคลิปที่มีชื่อเสียงมากในเดือน ธันวาคมปี 2012 ซึ่งคนไทยหลากหลายกลุ่มได้มีเสียงวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างมาก คลิปวิดีโอที่ทั้งสองคนว่ากล่าวทำทนายได้ตอบ

กันนั้นมีตัวเลขผู้รับชมสูงมากถึง 3 ล้านกว่า และคนไทยหลายคนได้มีการทำคลิปวิดีโอออกเลียนแบบออกมามากอย่างสนุกสนาน ทำให้กลายเป็นความนิยมสูงสุดในกลุ่มวัยรุ่นไทย เป็นต้นรวมไปถึง คนไทยบางกลุ่มใช้วาจาไม่เหมาะสมและแสดงความคิดเห็นเป็นภาษาไทยในคลิปวิดีโอของต่างประเทศในบางรายมีการว่ากล่าวโต้ตอบกับชาวต่างชาติเป็นภาษาไทย จนเกิดปัญหาใหญ่ในช่วงหนึ่งในบางประเทศ ทาง Youtube ซึ่งได้ทำการระงับการเข้าชมของคนไทยมาแล้วหลายครั้ง โดยส่วนใหญ่คนจะชื่นชอบสื่อที่มีหัวข้อไปในทางเสื่อมหรือสิ่งไม่ดี ซึ่งมักจะมีตัวเลขในการรับชมค่อนข้างสูง จึงทำให้หลายคนทำการอัปโหลด เผยแพร่สิ่งที่ไม่ดีออกมาเพราะอยากได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง (นภคณ ชัยยศกุล, 2554; Mt. tintin, 2012; konAurdPheeChannel, 2012)

Umberto Eco ซึ่งเป็นนักวิชาการชาวอิตาลี ได้พูดถึงขอบเขตการศึกษาว่าสัญลักษณ์ (Semiology) เกี่ยวข้องกับทุกสิ่งที่สามารถใช้เป็นเครื่องหมายได้ทุก ๆ อย่างที่สามารถใช้เป็นตัวแทนที่มีความหมายถึงอีกสิ่งหนึ่งได้นักภาษาศาสตร์ชาวสวิส (1857-1913) ผู้วางรากฐานวิชาสัญลักษณ์ได้ให้คำนิยามสั้นๆของวิชาสัญลักษณ์ไว้ว่า “สัญลักษณ์เป็นศาสตร์ที่ศึกษาถึงในเรื่องเครื่องหมายในสังคมที่รับรู้ได้” (Hawkes, 1977)

เนื่องจากในสื่อ Youtube ใช้สัญลักษณ์ในการออกแบบเครื่องมือการใช้งานจนเป็นที่คุ้นเคย เช่น ปุ่ม Play ปุ่มชอบ ปุ่มไม่ชอบ เป็นต้น ส่วนแต่ใช้สัญลักษณ์เพื่อให้คนไทยได้มองเห็นปัญหาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในสังคมออนไลน์ของคนไทยมากกว่านี้ ผู้วิจัยเห็นว่าสื่อ Youtube จะเป็นสื่อกลางที่จะถ่ายทอดและเผยแพร่ผลงานสามารถเข้าถึงกลุ่มคนในสังคมออนไลน์ได้มากที่สุด โดยใช้สื่อโมชันกราฟิกเชิงสัญลักษณ์

วิทยาซึ่งมีการออกแบบโดยนำสัญลักษณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสื่อออนไลน์เข้ามาใช้เพื่อให้ชัดเจนมากขึ้นและเป็นการสอดแทรกความหมายต่างๆเข้าไปในการออกแบบ เพื่อไม่ให้สิ่งที่ผู้วิจัยต้องการสื่อสารกับผู้ชมนั้นเป็นเรื่องเครียดมากเกินไป จึงไม่นำหลักวิชาการมากนัก โดยจะสร้างสรรค์ผลงานให้ดูแล้วเพลิดเพลินแต่สอดแทรกข้อคิด

2. วัตถุประสงค์

เพื่อออกแบบกราฟิกเคลื่อนไหวที่ใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ถ่ายทอดพฤติกรรมการสื่อสารที่ไม่เหมาะสมของคนไทยใน Youtube และสอดแทรกข้อคิดเพื่อให้มองเห็นปัญหาพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในการใช้ Youtube ของคนไทย

3. อุปกรณ์และวิธีการ

- รวบรวมข้อมูล

เอ็ดเวิร์ด ชาร์พีร์ (อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, 2541) กล่าวว่า “การสื่อสาร คือการตีความหมายโดยสัญลักษณ์ต่อท่าทางที่แสดงเป็นสัญลักษณ์โดยไม่รับรู้ต่อความคิด และต่อพฤติกรรมของบุคคล”

ชาร์ลส์ อี ออสกูด (อ้างถึงใน กิตติมา สุรสนธิ, 2541) ให้ความหมายการสื่อสารว่า “ในความหมายโดยทั่วไปแล้ว การสื่อสารเกิดขึ้นเมื่อฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้ส่งสาร มีอิทธิพลต่ออีกฝ่ายหนึ่ง คือ ผู้รับสารโดยใช้สัญลักษณ์ต่างๆ ซึ่งถูกส่งผ่านสื่อที่เชื่อมระหว่างทั้งสองฝ่าย”

- ศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ Youtube

- กลุ่มเป้าหมายนักเรียน นักศึกษา/วัยทำงาน อายุระหว่าง 15-30 ปี

- ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสัญลักษณ์

มีผู้ให้ความหมายของคำว่าสัญลักษณ์ไว้หลายแบบ และมีการจำแนกประเภทของสัญลักษณ์ไว้

มากมายหลายประเภท ภาพยนตร์ ภาพนิ่ง (2543) ได้กำหนดขอบเขตและคุณสมบัติของสิ่งที่เป็นสัญญาณเอาไว้ดังนี้

1. สัญญาณจะต้องมีลักษณะทางกายภาพ ต้องมีรูปธรรม ซึ่งอาจจะเป็นภาพ เสียง อักษรวัตถุ หรืออื่น ๆ สามารถจับต้องรับรู้ได้ด้วยอวัยวะรับสัมผัส เช่น ตัวอักษร ภาพวาด รับรู้ได้ด้วยตา เสียงเพลงรับรู้ได้ด้วยหู เป็นต้น

2. ผู้ใช้มีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสารอะไรบางอย่าง ซึ่งคุณสมบัติประการที่สองนี้ Guiraud (1975) ได้ยกตัวอย่างว่า ในความเข้าใจทั่วไปเราอาจพูดว่า “เมมคำเป็นสัญญาณว่าฝนจะตก ควันเป็นสัญญาณว่ามีไฟ” แต่ในสัญญาณวิทยุไม่ถือว่าเมมและควันเป็นสัญญาณเนื่องจากทั้งสองสิ่งไม่ได้มีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสารอะไรในทางตรงกันข้ามหากการพยากรณ์อากาศในโทรทัศน์ได้ถ่ายรูปเมมครีมนั้นเพื่อที่จะบอกว่าวันนี้มีฝนตกเมมในกรณีนี้จึงจะถือว่าเป็นสัญญาณตามความหมายของสัญญาณ เนื่องจากผู้ใช้มีความตั้งใจที่จะส่งข่าวสารบางอย่าง

3. ต้องมีความหมายมากไปกว่าตัวมันเอง และผู้ใช้สัญญาณต้องตระหนักว่ารูปธรรมดังกล่าว นั้นเป็นสัญญาณ เมื่อภาพ เสียง หรือวัตถุ (ลักษณะทางกายภาพ) ถูกผู้ใช้สัญญาณนำมาใช้อย่างตั้งใจนั้น ความหมายของภาพ เสียง หรือวัตถุนั้น จะต้องมีความหมายมากกว่าไปกว่าตัวมันเอง ดังนั้นหากก่อนเมมจึงไม่ได้มีความหมายเพียงแค่ “มีเมม” เฉยๆ เท่านั้น หากทว่าภาพดังกล่าวได้หมายความว่า “วันนี้จะมีฝนตก” (ภาพยนตร์ ภาพนิ่ง, 2543)

- รวบรวมรูปสัญลักษณ์ต่างๆ ในสังคมออนไลน์และ Youtube (ดังแสดงในรูปที่ 1)

- คัดเลือกสัญลักษณ์ คิด วิเคราะห์ ความหมายของสัญลักษณ์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับการดำเนินเรื่อง (ดังแสดงในรูปที่ 1)

- ศึกษาข้อมูลด้านสื่อโมชันกราฟิก

- ศึกษาข้อมูลทางเอกสารเกี่ยวกับศิลปะ โดยเน้นการศึกษาทฤษฎีหลักการจัดวางองค์ประกอบภาพ

- ศึกษาค้นคว้าทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับกระบวนการออกแบบโมชันกราฟิก



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3.1 เขียนเอกสารรายละเอียดของโครงการ (project proposal) ได้แก่ เนื้อหารายละเอียดโครงการ วิธีการดำเนินโครงการ ระยะเวลากลุ่มเป้าหมาย แนวทางการดำเนินงานวิจัยและรายละเอียดต่างๆ เพื่อให้เกิดการเข้าใจและสามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง

3.2 แนวคิดในการออกแบบ เพื่อเป็นการถ่ายทอดงานออกแบบเชิงสัญญาณ

3.3 การวางแผนเนื้อเรื่อง (story planning)

เนื้อหาของสาร (message content) หมายถึงเรื่องราวสิ่งต่างๆ ที่ผู้ส่งต้องการจะถ่ายทอดหรือส่งไปยังผู้รับสาร ซึ่งเนื้อหาของสารนั้นอาจแบ่งออกได้เป็นหลายประเภทหลายลักษณะตามเนื้อหาของสารในรูปแบบต่างๆ เช่น เนื้อหาโดยทั่วไป และเนื้อหาโดยเฉพาะ เนื้อหาเชิงวิชาการต่างๆ และเนื้อหาที่ไม่ใช่เนื้อหาเชิงวิชาการ หรืออาจเป็นเนื้อหาประเภทนอกเล่ากับเนื้อหาประเภทความคิดเห็น เนื้อหาประเภทข่าว

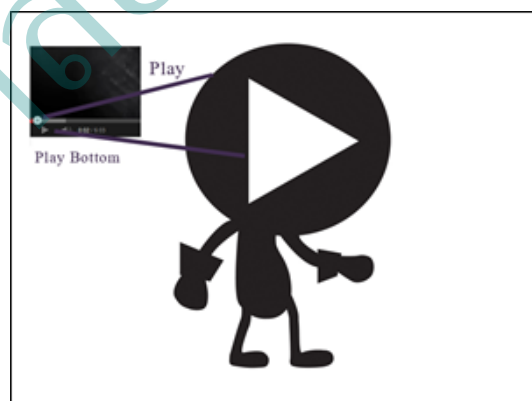
3.3.1 เนื้อเรื่อง

เนื้อเรื่องจะแสดงเหมือนเป็นคลิปวิดีโอ 1 เรื่อง จะมีการดำเนินเรื่องโดยใช้ตัวละครหลัก โดยให้ตัวละครเดินหน้าไปเรื่อยๆ เพื่อสื่อถึงการเล่นของคลิปวิดีโอ ที่เดินหน้าไปเรื่อยๆตามระยะเวลาของคลิปวิดีโอ และให้ฆ่าเหล่าสัตว์ร้าย โดยมีตัวโน้ตดนตรีเป็นตัวที่คอยบอกวิธีการต่างๆในเกม ซึ่งในการฆ่าสัตว์ร้ายแต่ละครั้ง ตัวละครหลักจะได้ค่าประสบการณ์ (EXP) เพิ่มขึ้น จำนวน 100 EXP ซึ่งตัวละครหลักคิดว่าเข้าไปสำหรับการฝ่าฟันเพื่อไปพบกับหัวหน้าศัตรูตัวใหญ่ที่รออยู่ในด่านท้ายสุด ตัวละครหลักจึงคิดฆ่าสัตว์ป่า และเพื่อนมนุษย์ โดยไม่ปราณี เพราะได้ค่าประสบการณ์มากมายมหาศาล ซึ่งตัวโน้ตได้ออกมาเตือนถึงการกระทำผิดของตัวละครหลัก แต่ตัวละครหลักไม่เชื่อฟัง และฆ่าตัวโน้ตนั้นทิ้ง ตัวละครหลักฆ่าคนไปเรื่อยๆ ทั้งๆที่รู้ว่ามันคือความผิดและเป็นสิ่งไม่ดี แต่เพื่อแลกกับ EXP ตัวละครหลักยอมที่จะทำและมีความสุขกับสิ่งที่ได้รับ ระหว่างนั้นตัวละครหลักได้เก็บ อุปกรณ์ช่วยในการทำให้ตัวละครหลักเดินเร็วและฆ่าเร็วขึ้น เมื่อเดินทางไปถึงหัวหน้าศัตรูที่ปลายทาง ตัวละครหลักได้ฆ่าหัวหน้าศัตรู และตัวละครหลักก็ได้กลายเป็นหัวหน้าศัตรูตัวนั้นแทน แล้วก็มีตัวละครตัวอื่นเดินมาจะฆ่าตัวละครหลักที่กลายเป็นหัวหน้าศัตรู

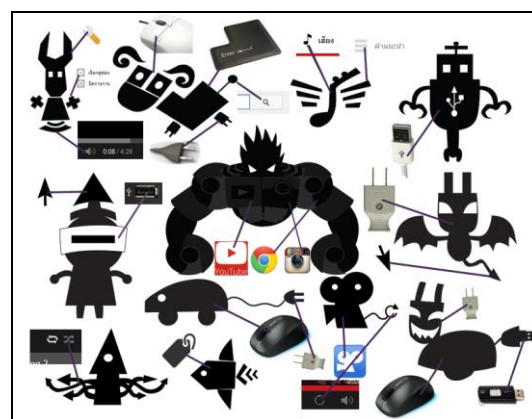
ใช้แทนจำนวนความนิยม ขึ้นขอบ ตัวเลขในการรับชมคลิปวิดีโอใน Youtube ในเนื้อเรื่องจะสื่อถึงคนที่เผยแพร่คลิปวิดีโอที่ไม่ได้แต่กลับได้รับความนิยมสูง เขาก็ชื่นชอบ และเห็นเป็นเรื่องที่ดี จึงทำให้มีการเผยแพร่คลิปวิดีโอในทางที่เสื่อม ไม่ได้กินมากขึ้นเพราะต้องการความมีชื่อเสียงและได้รับความนิยม

ใช้แทนการเผยแพร่คลิปวิดีโอใน Youtube
 ในเนื้อเรื่องจะสื่อถึงยังได้รับความนิยมมาก คนยัง
 ช่วยกันเผยแพร่มากยิ่งขึ้นและยังทำให้เป็นที่ได้รับ
 ความนิยมนำไปกว้างขวางอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้นและยัง
 ทำให้เป็นที่ได้รับความนิยมนำไปกว้างขวางอย่าง
 รวดเร็ว

การออกแบบตัวละครหลักใช้คน เป็นตัว
เดินเรื่อง ชื่อ SoRot (มาจากคำว่า Society, Rot แปลว่า
สังคมที่เสื่อมถอย) (ดังแสดงในรูปที่2) และตัวละคร
ประกอบอื่น (ดังแสดงในรูปที่ 3)



รูปที่ 2 ภาพออกแบบตัวละครหลัก (SoRot ย่อมาจากมาจากคำว่า Society, Rot แปลว่า สังคมที่เสื่อมถอย)



รูปที่ 3 ภาพ ตัวละครประกอบอื่นๆ

3.4.1 ตัวละครหลัก

ออกแบบมาเพื่อให้แทนความหมายของการเล่นวิดีโอ (play) โดยมีการเดินหน้าไปเรื่อยๆ

3.4.2 ตัวละครอื่นๆ

ออกแบบโดยการนำเอาสัญลักษณ์ต่างๆ ใน Social Network มาใช้ออกแบบ

3.5 การทำภาพยนตร์ให้เป็นกระดานภาพนิ่ง (storyboard)

เพื่อบอกเล่ารายละเอียดต่าง ๆ ในเรื่อง เช่น อารมณ์ สถานที่ ขนาดภาพ มุมกล้อง การเคลื่อนไหวของกล้อง การลำดับภาพ และนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการเขียนบท และการลำดับภาพ

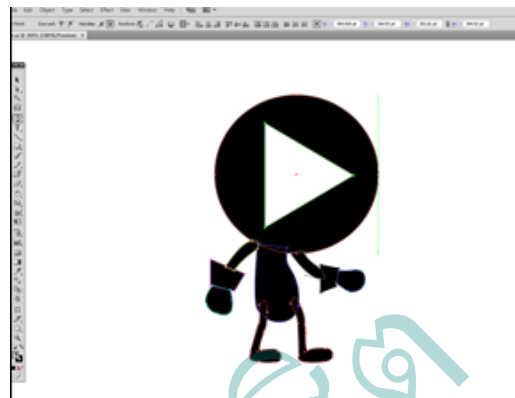
3.6 นำกระดานภาพนิ่งและเสียงมาจัดเรียงกัน (storyboard animatic) ในโปรแกรมตัดต่อ เพื่อให้เห็นภาพรวมของแอนิเมชันทั้งหมด เช่น ภาพ เสียง ระยะเวลา และเทคนิคพิเศษต่างๆ และนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสม

3.7 นำภาพเคลื่อนไหว (storyboard animatic) มาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำภาพเคลื่อนไหวที่แก้ไขแล้วนั้น เป็นต้นแบบในการสร้างแอนิเมชัน

การทำภาพเคลื่อนไหว นับว่าเป็นขั้นตอนสุดท้าย ในขั้นตอนการเตรียมงาน (pre-production) และเข้าสู่ขั้นตอนการผลิต (production) เป็นขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนการผลิต

1. การสร้างตัวละคร โดยการใช้เส้น (path) ลากตามรูปทรงที่ออกแบบไว้ และทำการดึงจุดของเส้น path ให้ได้รูปทรงตามต้องการโดยผู้วิจัยใช้โปรแกรม Illustrator CS4 (ดังแสดงในรูปที่ 4)



รูปที่ 4 ภาพตัวละครหลัก (SoRot ย่อมาจากมาจากคำว่า Society, Rot แปลว่า สังคมที่เสื่อมถอย)

2. สร้างฉาก อุปกรณ์ประกอบฉากทั้งหมดที่ปรากฏในเรื่อง โดยผู้วิจัยใช้โปรแกรม Illustrator CS4 (ดังแสดงในรูปที่ 5)



รูปที่ 5 ภาพต้นไม้ที่ใช้ประกอบฉาก/ภาพฉากแรก

4. ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

พฤติกรรมการสื่อสารของคนไทยที่ไม่เหมาะสมในสังคมออนไลน์ (กรณีศึกษา Youtube.com): กราฟิกเคลื่อนไหวที่ใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ เน้นการออกแบบเชิงสัญลักษณ์เอาสัญลักษณ์มาใช้ในการออกแบบเพื่อทดลองสื่อสารเนื้อเรื่องที่ควรจะสื่อสารโดยตรง ออกมาเป็นเนื้อเรื่องที่สอดแทรกสัญลักษณ์และมีการตีความหมายในเนื้อเรื่อง ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าอาจทำให้เกิดสิ่งแปลกใหม่เกิดขึ้น และหลีกเลี่ยงการเล่าเรื่องแบบเดิมเช่น การเล่าเรื่องผ่านหนังสือ 3D animation 2D animation เป็นต้น

ผู้วิจัยจึงได้มีการทำแบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นข้อสรุปว่าสื่อกราฟิกเคลื่อนไหว

เชิงสัญลักษณ์นั้นสามารถใช้ในการถ่ายทอดเรื่องราวและทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถเข้าใจในสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อสารและได้รับข้อคิดจากสื่อนี้หรือไม่ โดยมีผลสรุปดังต่อไปนี้

เมื่อได้นำสื่อไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายและใช้แบบสอบถามความคิดเห็น จำนวน 40 คน ซึ่งเป็นเพศชายและเพศหญิง อายุระหว่าง 15-30 ปี จำนวน 22 คน และจำนวน 18 คน ตามลำดับ ซึ่งในกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาอยู่กับ Youtube และคิดว่าคนไทยส่วนใหญ่ให้ความสนใจและเข้ารับชมคลิปวิดีโอใน Youtube ประเภทคลิปวิดีโอที่ไม่เหมาะสม เช่น คลิปวิดีโอสื่ออนาจาร และความรุนแรง ร้อยละ 47.5 คลิปวิดีโอทั่วไปเช่น คลิปวิดีโอเพลง มิวสิควิดีโอ ร้อยละ 37.5 และคลิปวิดีโอ ความรู้ ร้อยละ 15 หลังจากที่ผู้วิจัยให้กลุ่มเป้าหมายรับชมคลิปวิดีโอสื่อไม่ชั้นกรฟีกที่ใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย คิดว่าคลิปวิดีโอดังกล่าวต้องการสื่อถึงพฤติกรรมด้านลบ เช่นการทำให้สิ่งไม่ดี ร้อยละ 82.5 คน และสื่อถึงพฤติกรรมในด้านบวก ร้อยละ 17.5 เมื่อถามถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการดูคลิปวิดีโอ กลุ่มเป้าหมายร้อยละ 60 บอกว่าไม่ได้ประโยชน์ ร้อยละ 40 บอกว่าได้ข้อคิดและความบันเทิง เมื่อถามถึงอารมณ์ความรู้สึกจากการดูคลิปวิดีโอ พบว่าร้อยละ 90 รู้สึกเฉยๆ และร้อยละ 10 รู้สึกชอบและสนุก

ผลการวิจัยนี้สามารถพิสูจน์ได้ว่าการเล่าเรื่องผ่านสัญลักษณ์จะทำให้ผู้ชมไม่เข้าใจในสิ่งที่ต้องการจะถ่ายทอดเรื่องราวและไม่ได้สนใจในการแปลความหมายของสัญลักษณ์ต่างๆในการดำเนินเรื่อง ผู้ชมส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสำคัญกับการแปลความหมายต่างๆในเรื่อง โดยทั่วไปผู้ชมจะสนใจที่เรื่องราวความสนุกในเรื่องมากกว่าการคิดหาความหมายหรือข้อคิดที่สอดแทรกอยู่ในเรื่อง

5. การอภิปรายผล

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า หากต้องการถ่ายทอดเรื่องราว ควรจะถ่ายทอดโดยตรง ไม่ต้องมีการซ่อนความหมายให้ซับซ้อนจะทำให้เข้าใจง่ายกว่า ยกตัวอย่างเช่น การถ่ายทอดเรื่องราวโดยสรุปออกมาเป็นสื่อ Infographic ถือการนำเอาข้อมูลมาสังเคราะห์และสรุปออกมาโดยตรง และใช้รูปภาพที่เข้าใจง่าย มีตัวอักษรและจำนวนบอกอย่างชัดเจน ทำให้ผู้ชมได้รับข้อมูลที่ตรงไปตรงมา แต่อาจมีข้อเสียบางอย่าง หากข้อมูลนั้นมากเกินไป สื่อนี้จะไม่สามารถเล่าเรื่องราวได้เนื่องจากจะทำให้หน้าเบื่อเหมือนกับการอ่านหนังสือที่มีภาพประกอบ ดังนั้น ภาพยนตร์แอนิเมชันหรือภาพยนตร์เรื่องสั้น อาจจะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจเพราะสามารถเล่าเรื่องราวแบบตรงไปตรงมา โดยมีเนื้อเรื่องเป็นตัวกำหนด ทำให้ผู้ชมรู้สึกตื่นเต้นและสนุกในการรับชมมากกว่า

6. บทสรุป

คนไทยส่วนใหญ่มีการเข้าใช้งานเว็บไซต์ Youtube บ่อยมาก โดยทั่วไปมักจะเข้าไปชมมิวสิควิดีโอเพลงต่างๆ เพื่อความบันเทิง และอีกส่วนหนึ่งมักจะชื่นชอบสื่อใน Youtube ที่มีหัวข้อไปในทางเสียดสีหรือสิ่งไม่ดี เช่น คลิปวิดีโออนาจารต่างๆ หรือคลิปที่ไม่สุภาพมีความรุนแรง เป็นต้น คลิปเหล่านี้มักจะมีตัวเลขในการรับชมค่อนข้างสูง จึงทำให้หลายคนทำการเผยแพร่สิ่งที่ไม่ดี ออกมาเพราะอยากได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง เนื่องจากในโลกออนไลน์ส่วนใหญ่เปรียบเสมือนร่างอวดตาร นิยมใช้นามแฝง และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลใด ๆ จึงทำให้ไม่เกิดการเกรงกลัวในการเผยแพร่สื่อต่างๆที่เป็นด้านลบ ถึงแม้ในทางด้านกฎหมายจะมีบทลงโทษก็ตาม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงคิดค้นการนำเสนอเรื่องราวปัญหาเหล่านี้มาเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ โดย

ทำการศึกษาค้นคว้าทฤษฎีทางศิลปะ ทางด้านการออกแบบ การสังเกตข้อมูลพฤติกรรมทางจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้สื่อที่ผลิตออกมานั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและมีความน่าสนใจ เพื่อที่จะบรรลุถึงวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตลอดจนติดตามผลการดำเนินงาน และผลที่ได้รับของโครงการ ทั้งนี้การสร้างสรรคผลงานศิลปะ จะต้องมีการศึกษาค้นคว้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

พฤติกรรมการสื่อสารของคนไทยที่ไม่เหมาะสมในสังคมออนไลน์ (กรณีศึกษา Youtube.com): กราฟิกเคลื่อนไหวที่ใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ เน้นการออกแบบเชิงสัญลักษณ์เอาสัญลักษณ์มาใช้ในการออกแบบเพื่อทดลองสื่อสารเนื้อเรื่องที่ควรจะสื่อสารโดยตรง ออกมาเป็นเนื้อเรื่องที่สอดแทรกสัญลักษณ์และมีการตีความหมายในเนื้อเรื่อง ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าอาจทำให้เกิดสิ่งแปลกใหม่เกิดขึ้น และหลีกเลี่ยงการเล่าเรื่องแบบเดิมเช่น การเล่าเรื่องผ่านหนังสือ 3D animation 2D animation เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สามารถพิสูจน์ได้ว่าการเล่าเรื่องผ่านสัญลักษณ์จะทำให้ผู้ชมไม่เข้าใจและไม่ได้รับข้อคิดใดๆจากสื่อกราฟิกเคลื่อนไหว ส่วนใหญ่เข้ามาชมคลิปวิดีโอเพื่อความบันเทิงเท่านั้น ความรู้สึกส่วนใหญ่ของผู้ชมสื่อกราฟิกเคลื่อนไหวนี้ค่อนข้างไม่มีความรู้สึกใดๆเลย เนื่องจากสื่อนี้อาจมีความซับซ้อนมากเกินไป หรือการเล่าเรื่องนั้นยังไม่ชัดเจน จึงทำให้ผู้ชมไม่เข้าใจสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการจะสื่อเนื่องจากการออกแบบเชิงสัญลักษณ์นั้นต้องผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์และตัดทอนลักษณะรูปภาพ จึงทำให้สิ่งที่แสดงออกมานั้นเกิดความซับซ้อน และการสอดแทรกสัญลักษณ์เข้าไปในเนื้อเรื่องนั้นยังทำให้เกิดความเข้าใจยาก

ดังนั้นขั้นตอนการออกแบบตัวละคร จากนั้นกระทั้งรวมไปถึงเนื้อเรื่องนั้นต้องใช้เวลาใน

กระบวนการคิดค่อนข้างนาน และผ่านการคัดกรองหลายรอบกว่าจะได้เนื้อเรื่องที่ซับซ้อนแต่เข้าใจง่าย ซึ่งผู้วิจัยนั้นมีระยะเวลาที่จำกัด จึงไม่สามารถคัดกรองเนื้อเรื่องได้ดีเท่าที่ควร อาจส่งผลทำให้งานวิจัยชิ้นนี้ไม่เป็นผลสำเร็จกับกลุ่มเป้าหมาย ไม่สามารถทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและได้รับข้อคิดจากสื่อกราฟิกเคลื่อนไหวนี้ได้

แต่หากมีการนำไปปรับปรุงและพัฒนาผลงานวิจัยชิ้นนี้ในอนาคต อาจจะเป็นผลงานชิ้นใหม่ที่ดียิ่งและประสบความสำเร็จได้

7. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ ผศ.ดร.วลัยภรณ์ นาคพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลักและอาจารย์ชัยพร พานิชรุทติวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ทุกคน ที่ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือในเรื่องการทำโครงการวิทยานิพนธ์นี้ ทั้งขั้นตอนกระบวนการทำงานต่างๆ และคำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างมากในการทำงาน วิทยานิพนธ์นี้

ขอขอบพระคุณ กำลังใจจากครอบครัวที่เคียงข้างตลอดการทำงานวิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ เพื่อนร่วมหลักสูตรทุกท่าน สำหรับคำแนะนำมากมายและคำปรึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาวิทยานิพนธ์ และให้ความช่วยเหลือ

8. เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). ความเรียงว่าด้วย “สัญลักษณ์” กับสื่อสารมวลชน ใน “มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่”. กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรส โปรดักส์.
- กิตติมา สุรสนธิ. (2541). ความรู้ทางการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นภดล ยิ่งขงสกุล. (2554). ศึกษาวิเคราะห์งานวิชาการ
พิเศษกลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาสื่อ
เทคโนโลยี. (ออนไลน์) สืบค้นจาก
<http://sornordon.wordpress.com> .
(16 ธันวาคม 2554).

Mt tintin. (2012). แอล โอรสฝากถึงเน วัดดาว สืบค้น
จาก:http://www.youtube.com/watch?v=F_UaRYHJ56M)

KonAurdPheeChannel. (2012). จเด็จ FEDFE ฝาก
ถึง แอ๊ะ Around Me. สืบค้นจาก
<http://www.youtube.com/watch?v=OhIVEyHSgPg>)

Hawkes, T. (1977). Structuralism & semiotics.
Berkeley: University of California Press.

P. Guiraud. Semiology (trans. G. Gross; London:
Routledge & Kegan Paul, 1975), p. 1.