

การออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ศิลปินเกาหลีเพื่อสะท้อน
อิทธิพลศิลปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15-25 ปี



ศิลปนิพนธ์เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม
พฤษภาคม 2560
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

THE 2D ANIMATION PROJECT IS THE ROAD TO GO BE KOREAN ARTISTS
TO REFLECT KOREAN ARTISTS INFLUENCE THAT THEY HAVE
INFLUENCE FOR THAIS YOUTH BETWEEN 15-25 YEARS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Bachelor of Fine and Applied Arts in Innovative Media Design

May 2017

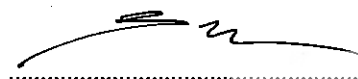
Copyright 2017 by Naresuan University

ศิลปนิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ศิลปินเกาหลี
เพื่อสะท้อนอิทธิพลศิลปป็นเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15-25 ปี”

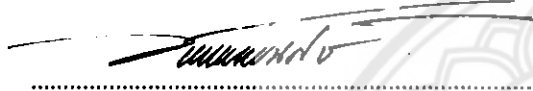
ของนางสาวฐิตินันท์ ศิริไกรวัฒนาวงศ์

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบสื่ออนวัตกรรม

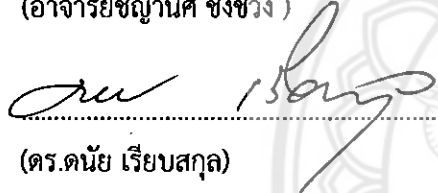
คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(อาจารย์ลินดา อินทรลักษณ์)



.....ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(อาจารย์ชญาณิศ ชิงช่วง)



.....กรรมการ

(ดร.दनัย เรียบสกุล)



.....กรรมการ

(อาจารย์ชวลิต ดวงอุทา)

อนุมัติ



(ผศ. สุรชาติ เกษประสิทธิ์)

หัวหน้าภาควิชาศิลปะและการออกแบบ

ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของอาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ที่ได้
อุทิศสละเวลาอันมีค่ามาเป็นทีปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำต่างๆตลอดระยะเวลาในการทำ
ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการศิลปนิพนธ์ กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้
กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของศิลปนิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้ศิลปนิพนธ์
ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่างสมบูรณ์และทรงคุณค่า

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ ชญานิศ ชิงช่วง ที่คอยชี้แนะและอธิบายการทำแบบร่าง
รวมถึงช่วยดูเนื้อหาและขั้นตอนการทำแบบร่างศิลปนิพนธ์ฉบับนี้

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ของผู้วิจัยที่ให้ความสำคัญและให้
การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากศิลปนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มี
พระคุณทุกๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ศิลปนิพนธ์นี้จะเป็นประโยชน์ต่อเยาวชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง
ไม่มากนักก็พอสมควร

จิตินันท์ ศิริไกรวัฒนาวงศ์



ชื่อเรื่อง	การออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ศิลปิน เกาหลีเพื่อสะท้อนอิทธิพลศิลปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15- 25 ปี
ผู้วิจัย	ธิดีนันท์ ศิริไกรวัฒนาวงศ์
ประธานที่ปรึกษา	อาจารย์ลินดา อินทรลักษณ์
กรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ชญานิศ ชิงช่วง
ประเภทสารนิพนธ์	ศิลปนิพนธ์ ศป.บ สาขาวิชาการออกแบบสื่อวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2560
คำสำคัญ	กระแสเกาหลี ศิลปินเกาหลี อิทธิพลของกระแสเกาหลี แอนิเมชัน ภาพเคลื่อนไหว 2 มิติ

บทคัดย่อ

กระแสเกาหลีเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมอย่างมากในแถบทวีปเอเชียซึ่งเป็นกระแสแรงขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมที่เกินความคาดหมายอันเนื่องมาจากเอกลักษณ์ความเป็นเกาหลีที่โดดเด่นหนึ่งในความนิยมเหล่านั้นก็คืออุตสาหกรรมด้านวงการบันเทิงที่ได้รับความนิยมอย่างจากเยาวชนที่เป็นวัยรุ่นส่วนใหญ่โดยตัวศิลปินเป็นผู้เผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีเหล่านั้นผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆจนเกิดเป็นความนิยม และได้เผยแพร่ส่งมาถึงในต่างประเทศหนึ่งในนั้นก็คือประเทศไทยผู้วิจัยจึงมีความคิดที่จะนำเสนอจากการศึกษาของหัวข้อนี้ขึ้นมาเพื่อสะท้อนอิทธิพลของศิลปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยในด้านที่ดั่งงามและเชิงสร้างสรรค์โดยการนำเสนอในรูปแบบแอนิเมชัน 2 มิติ

สื่อในรูปแบบแอนิเมชัน 2 มิติเป็นสื่อชนิดหนึ่งที่สามารถพบเห็นได้ตามทั่วไปสามารถนำไปใช้เป็นสื่อโฆษณา ภาพยนตร์ การ์ตูนและการประชาสัมพันธ์ต่างๆโดยการนำเสนอในรูปแบบการเคลื่อนไหวลักษณะ 2 มิติที่มีฉากลายเส้นมีเนื้อเรื่องดำเนินมีสีสันที่สวยงามและไม่ดูสมจริงจนเกินไปจึงสามารถเข้าใจความหมายที่สื่อต่อกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับ

จากการศึกษาพบว่าอิทธิพลของศิลปินเกาหลีจะส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมในวัยรุ่นในด้านพฤติกรรมที่เกิดจากการเลียนแบบเพราะเป็นวัยที่อยากรู้อยากเห็นอ่อนไหวง่ายและใกล้ชิดกับสื่อมากที่สุดดังนั้นแอนิเมชันสร้างสรรค์ขึ้นนี้จะจะเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงสภาพวัยรุ่นที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปินเกาหลีโดยจะนำเสนอในรูปแบบการ์ตูนลายเส้นที่มีคาแรคเตอร์คล้ายคลึงกับชีวิตจริงในเยาวชนที่กำลังค้นหาตัวเองมีสีสันที่สดใสแต่ที่ไม่ดูฉูดฉาดจนเกินไปทั้งนี้ผู้จัดได้นำเอาความเป็นไทยใส่ประกอบลงไปในฉากต่างๆเป็นระยะๆเพื่อดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้นเช่น ลักษณะสีผิวแทน การไหว้ และการเคารพบูชา เป็นต้น ทั้งนี้ผู้จัดได้นำเสนอให้เห็นด้านดีและสร้างสรรค์ของกระแสศิลปินเกาหลีที่ส่งผลต่อเยาวชนนั้นๆ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
1.3 ขอบเขตของงานวิจัย.....	2
1.4 วิธีการศึกษาและขั้นตอนการดำเนินงาน.....	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	5
2.1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลี.....	5
2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม.....	12
2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม.....	24
2.1.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร.....	27
2.1.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ.....	31
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	36
2.2.1 การวางแผนเนื้อเรื่อง (Story Planning).....	36
2.2.2 การออกแบบตัวละคร (Character Design).....	36
2.2.3 กระดานภาพนิ่ง (Storyboard).....	37
2.2.4 การบันทึกเสียง (Vocal Track).....	38
2.2.5 ทำภาพเคลื่อนไหว (Animate).....	39
2.2.6 แสงและเงา (Light and Shadow).....	39
2.2.7 คุณสมบัติของแสง (Attributes of Lights).....	39
2.2.8 เงา (Shadow).....	40
2.2.9 Animation Method.....	40

	๗
2.3 ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมาย.....	41
2.3.1 แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น.....	41
2.3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ	42
2.3.3 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม.....	43
2.3.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลียนแบบ.....	44
2.4 กรณีศึกษา.....	45
2.4.1 โฆษณาทางการศึกษาของประเทศญี่ปุ่นชื่อเรื่อง Cross road.....	45
2.4.2 การออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติหายใจคล้ายเครื่องเทคนิคStop Motion.....	46
2.4.3 การออกแบบแอนิเมชัน 2 แอนิเมชันญี่ปุ่นเรื่อง Tsukiuta.....	47
2.4.4 แอนิเมชันญี่ปุ่นเรื่อง Uta no price sama.....	48
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	49
3.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย.....	49
3.1.1 กระแสเกาหลี(Korean Wave).....	49
3.1.2 สิ่งที่ได้รับคานิยม.....	50
3.1.3 ปัจจัยที่ทำให้กระแสเกาหลีเป็นที่แพร่หลายในสังคมไทย.....	51
3.1.4 ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เยาวชนไทยชื่นชอบกระแสศิลปินเกาหลี.....	51
3.1.5 พฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินเกาหลีในวัยรุ่นไทย.....	51
3.1.6 เหตุผลของพฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินเกาหลีในวัยรุ่น.....	52
3.1.7 ผลกระทบของกระแสเกาหลี.....	52
3.2 วิเคราะห์ทฤษฎีการออกแบบ.....	53
3.2.1 ขั้นตอนการออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ.....	53
3.2.2 ข้อดีของ 2D.....	54
3.2.3 ข้อเสียของ 2D.....	54
3.3 วิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย.....	54
3.3.1 การวิเคราะห์ทางกายภาพของวัยรุ่น.....	54
3.3.2 การวิเคราะห์จิตภาพของวัยรุ่น.....	54
3.4 สรุปแนวความคิดในการออกแบบ.....	55
3.4.1 แนวทางการออกแบบ.....	55

	ค
3.4.2 โทนสี.....	56
3.4.3 ฉากและตัวอย่างงาน.....	56
3.4.4 เทคนิคและการตัดต่อ.....	57
3.4.5 เสียง.....	57
4 ผลการวิจัย.....	58
4.1 ผลงานระยะแรก.....	58
4.2 ผลงานในระยะก่อนศิลปะนิพนธ์.....	58
4.3 การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะนิพนธ์.....	58
4.4 การออกแบบคาแรคเตอร์.....	59
4.5 การออกแบบฉาก.....	64
4.6 สตอรี่บอร์ด.....	66
5 บทสรุป.....	73
สรุปผลการวิจัย.....	73
อภิปรายผลการวิจัย.....	73
ข้อเสนอแนะ.....	74
บรรณานุกรม.....	75
ประวัติผู้วิจัย.....	76

บทที่ 1

บทนำ

1.ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วัฒนธรรมเกาหลีไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์เกาหลี ละครเกาหลี เพลงเกาหลี ศิลปินเกาหลี เสื้อผ้าแฟชั่นหรือการใช้สิ่งของต่างๆ ที่ผลิตจากประเทศเกาหลี ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่คนไทยให้ความสนใจเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบันนี้ ในทุกเพศ ทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มของ "วัยรุ่น" การที่วัฒนธรรมเกาหลีเข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยหรือที่เรียกกันว่ากระแสเกาหลี(Korean Wave)หรืออีกชื่อก็คือ Hallyu ซึ่งคำนิยมเหล่านี้มีที่มาจากโฆษณา ละคร ภาพยนตร์ เพลง สินค้า ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และสังคมทางออนไลน์ เช่น facebook twitter instagram ซึ่งที่มาของการเผยแพร่กระแสนิยมเกาหลีที่กลายเป็นคำนิยมของไทยซึ่งปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่ากระแสนิยมยังคงเป็นที่นิยมและไม่ได้ลดลงไปจากสังคมไทย โดยเฉพาะในหมู่วัยรุ่น จากการประชาสัมพันธ์ของเหล่าศิลปินที่มีมากอย่างไม่ขาดสายจนทำให้มีจำนวนกลุ่มแฟนคลับเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วไม่ใช่เฉพาะเพียงแคในหมู่วัยรุ่นเท่านั้น ซึ่งคำนิยมเหล่านี้มีบทบาทและอิทธิพลต่อวัยรุ่นไทยในด้านพฤติกรรมต่างๆสังเกตได้จากการเลียนแบบศิลปินที่ตนชื่นชอบเช่น การแต่งตัว ทรงผม การแต่งหน้า กิจกรรมต่างๆ แต่การคลั่งไคล้ในตัวศิลปินเกาหลียังคงถูกมองในเชิงลบอยู่ไม่น้อยในสายตาคนอื่นทั้งที่ความเป็นจริงแล้วศิลปินจากประเทศเกาหลีได้สร้างแรงบันดาลใจให้กับแฟนคลับชาวไทยอย่างมากมาย ทั้งยังมีด้านที่ดีงามด้านที่สร้างสรรค์ของเหล่าศิลปินอยู่มาก ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีคนไทยที่ประสบความสำเร็จในฐานะศิลปินดารานักร้องที่ประเทศเกาหลีได้ออกอัลบั้มร่วมกับสมาชิกคนเกาหลีและคนต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆซึ่งคนเหล่านี้ล้วนแล้วแต่มีความมุ่งมั่น พากเพียรพยายามและมีความอดทนซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ได้รับแรงบันดาลใจและอิทธิพลจากศิลปินเกาหลีที่ต้นแบบอย่างและคนเหล่านี้ก็ล้วนแล้วแต่มีคุณภาพทักษะสามารถไม่แพ้กับชาติอื่นที่สำคัญที่สุดแม้บุคคลเหล่านี้แม้จะมีต้นแบบและแรงบันดาลใจจากคำนิยมของเกาหลีแต่ก็ได้ลิ้มรสชาติกำเนิดความเป็นไทยของตนเองและเอกลักษณ์คุณงามความดีของประเทศไทยหรือทำลายวัฒนธรรมอันทรงคุณค่าของไทยนั้นหายไปเลยตรงกันข้ามกลับทำชื่อเสียงให้กับประเทศไทยมากมายและเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้ชาติอื่นได้รับรู้โดยมีบุคคลเหล่านี้เป็นตัวแทนทูตทางวัฒนธรรมแลกเปลี่ยนซึ่งกันระหว่างประเทศ

ซึ่งการออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ศิลปินเกาหลีเพื่อสะท้อนอิทธิพลศิลปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15-25 ปีที่จัดทำขึ้นมานี้มีวัตถุประสงค์สื่อให้เห็นถึงอิทธิพลของศิลปินเกาหลีที่มีบทบาทต่อวัยรุ่นไทยอย่างไร โดยมุ่งเน้นคุณค่าด้านเชิงบวกของศิลปินดารานักร้องเกาหลีแสดงให้เห็นถึงด้านที่ดีงาม ด้านความสามารถ ด้านความบันเทิงที่สร้างสรรค์ของ

ศิลปินนักร้องเกาหลีโดยจะสื่อจากแฟนคลับไทยที่เริ่มติดตามศิลปินจะเริ่มชอบจากรูปลักษณ์ภายนอก และพัฒนาไปสู่การติดตามชีวิตของศิลปินเช่น ชีวิตประจำวันการทำงาน ภูมิหลังหรือเส้นทางเข้าสู่ วงการบันเทิงซึ่งจะแสดงให้เห็นถึงความพยายามความอดทนและมุมานะของศิลปินแต่ละคน จากการ ติดตามชีวิตของเหล่าศิลปินนั้นทำให้แฟนคลับได้รับอิทธิพลและแรงบันดาลใจหลายด้านซึ่งสามารถมา ปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำให้อายุรุ่นเกิดแรงบันดาลใจมุ่งมั่นทำความฝันที่ อยากรจะเป็นศิลปินที่เกาหลีเช่นเดียวกับศิลปินที่ตนชื่นชอบจากจุดเริ่มต้นนี้นำไปสู่การเรียนรู้ซัดเกลา และพัฒนาทักษะความสามารถหลายๆ ด้านเช่น ได้เพื่อนใหม่และประสบการณ์ใหม่ๆ เช่น ทางด้าน ภาษา ด้านทักษะทางวงการบินทั้งการเต้นการร้องเพลง ด้านวัฒนธรรม การใช้เวลาว่างให้เกิด ประโยชน์และความอดทนมุ่งมั่นทำตามความฝันให้สำเร็จตามที่หวังไว้ ซึ่งจะสื่อออกมาในรูปแบบ แอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติที่มีคาแรคเตอร์เป็นตัวแทนของแฟนคลับไทยที่ได้รับอิทธิพลเหล่านั้น มาแล้วเกิดแรงบันดาลใจขึ้นมาดำเนินเรื่องหลักเนื้อหาน่าสนใจ มีสีสันสวยงาม ภาษาที่เข้าใจในหมู่ วัยรุ่นและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายหลัก

ดังนั้นการออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ศิลปินเกาหลีเพื่อ สหกรณ์อิทธิพลศิลปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15-25 ปีในครั้งนี้ได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของ การสื่อให้เห็นอิทธิพลศิลปินเกาหลีได้ที่มีต่อวัยรุ่นไทยในด้านเชิงบวกด้านที่ตึงด้านความสร้างสรรค์ โดยจะสอดแทรกความเป็นไทยผ่านตัวละครที่เป็นเอกลักษณ์เข้าไปด้วยเช่น วัฒนธรรมไทยจารีตแบบ แขน บุคลิกความนอบน้อมและ การดำเนินชีวิต ทั้งนี้เพื่อเป็นการสร้างแรงบันดาลใจให้กับวัยรุ่นไทยที่ มีความฝันอยากทำงานด้านวงการบินในฐานะศิลปินที่เกาหลีให้ประสบความสำเร็จหรือนำข้อคิด ติที่ได้จากแอนิเมชันไปปรับใช้และพัฒนาด้านต่างๆในชีวิตประจำวันได้ในภาคหน้า

2.วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาและออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติให้เหมาะสมกับกลุ่มนักศึกษาวัย 15-25 ปี
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลจากศิลปินเกาหลีได้ที่ส่งผลต่อเยาวชนไทยในเชิงสร้างสรรค์
3. เพื่อศึกษากระแสวัฒนธรรมเกาหลีที่มีผลต่อสังคมไทยในปัจจุบัน

3.ขอบเขตของงานวิจัย

3.1 ขอบเขตของประชากรกลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มเป้าหมายหลักคือวัยรุ่นไทยทุกเพศตั้งแต่อายุ 15-25 ปี
2. กลุ่มเป้าหมายรองคือวัยรุ่นไทยหรือบุคคลที่อยู่นอกเหนือจากเกณฑ์ที่กำหนดไว้

3.2 ขอบเขตของผลงานออกแบบสร้างสรรค์

1. ออกแบบแอนิเมชัน 2d ความยาว 5 นาที

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

1. อิทธิพล หมายถึง กำลังที่ยังผลให้สำเร็จอำนาจซึ่งแฝงอยู่ในบุคคลหรือรัฐ ซึ่งสามารถบันดาลให้เป็นไปตามความประสงค์ อำนาจที่สามารถบันดาลให้ผู้อื่นต้องคล้อยตามหรือทำตาม อำนาจที่สามารถบันดาลให้เป็นไปได้ต่าง ๆ เช่น อิทธิพลของดวงดาวอำนาจนอกเหนือหน้าที่ เช่น ใช้อิทธิพลบังคับให้ยอม

2. กระแสเกาหลี (Hallyu) หมายถึง กระแสความนิยมเกาหลีที่ค่อยๆ คืบคลานมายังภูมิภาคเอเชียตะวันออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กระแสเกาหลีฟีเวอร์เป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความนิยมชมชอบทางวัฒนธรรมร่วมสมัย ไม่ว่าจะเป็น ละครเกาหลี ดารายอดนิยมเกาหลี นักร้องเกาหลี การแต่งตัวสไตล์เกาหลี การใช้สิ่งของต่างๆ ที่ผลิตจากประเทศเกาหลี ฯลฯ

3. แอนิเมชัน (Animation) หมายถึง กระบวนการที่เฟรมแต่ละเฟรมของภาพยนตร์ ถูกผลิตขึ้นต่างหากจาก กันทีละเฟรม แล้วนำมาร้อยเรียงเข้าด้วยกัน โดยการฉายต่อเนื่องกัน ไม่ว่าจะจากวิธีการ ใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก ถ่ายภาพรูปรูวาด หรือ หรือรูปถ่ายแต่ละขณะของหุ่นจำลองที่ค่อย ๆ ขยับเมื่อนำภาพดังกล่าวมาฉาย ด้วยความเร็ว ตั้งแต่ 16 เฟรมต่อวินาที ขึ้นไป เราจะเห็นเหมือนว่าภาพดังกล่าวเคลื่อนไหวได้ต่อเนื่องกัน ทั้งนี้เนื่องจาก การเห็นภาพติดตาในทาง คอมพิวเตอร์ การจัดเก็บภาพแบบอนิเมชันที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในอินเทอร์เน็ต ได้แก่เก็บในรูปแบบ GIF MNG SVG และ FLASH

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. การเผยแพร่และการรับเอาด้านอันดีงามจากศิลปินไปปรับใช้กับบุคลิกภาพพฤติกรรม และการพัฒนาศักยภาพด้านคุณภาพชีวิต
2. ได้รับความรู้จากกระบวนการในการออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติแก่ผู้ที่สนใจอยากศึกษา

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง โครงการการออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ ศิลปินเกาหลี เพื่อสะท้อนอิทธิพลศิลปปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15-25 ปี ได้ศึกษาแบ่งข้อมูล เป็นส่วนต่างๆดังนี้

ข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย
2. ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ
3. ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย
4. กรณีศึกษา

1. ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาของงานวิจัย

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมเกาหลี

1.1.1 ความเป็นมาของวัฒนธรรมเกาหลี

ประเทศเกาหลีมีที่ตั้งอยู่บนคาบสมุทรเกาหลีด้านตะวันออกเฉียงเหนือของทวีปเอเชียมีอาณาเขตติดกับประเทศจีนและรัสเซีย โดยมีพื้นที่โดยรวมในประเทศทั้งหมดประมาณ 222,154 ตารางกิโลเมตร ซึ่งในร้อยละของพื้นที่ทั้งหมด 45 เปอร์เซ็นต์เป็นเป็นเขตพื้นที่ของด้านเกษตรกรรมโดยลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาจะส่วนใหญ่ ชาวเกาหลีเป็นชนชาติที่มีชาติพันธุ์และภาษาเดียวกัน เชื่อกันว่าชาวเกาหลีนั้นได้สืบเชื้อสายมาจากพวกชาวมองโกลเสียที่อพยพเข้ามาจากตอนกลางของทวีปเอเชียซึ่งมีการใช้ภาษาในการสื่อสารแบบเดียวกันเช่นเดียวกับชาวเกาหลีซึ่งภาษาที่ใช้กันอยู่ในกลุ่มอัลตาอิก (Altaic) ผู้ที่ประดิษฐ์อักษรเกาหลี “ฮันกึล” คนแรกนั้นคือ พระเจ้าเซจงมหาราชจากการบูรณาการของระบบเสียงระบบการเขียน และสร้างตัวอักษรขึ้นมา 24 ตัว ซึ่งแบ่งเป็นพยัญชนะ 14 ตัว และสระ 10 ตัวประสมจนเกิดเป็นคำมากมาย ในประวัติศาสตร์ของชาติเกาหลีมีนั้น มีระยะเวลามาแต่ยาวนานตั้งแต่ 2000ปีก่อนคริสตกาล โดยเมื่อสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้นปัจจุบันนี้ประเทศเกาหลีได้แบ่งออกเป็น 2 ฟาก ได้แก่ เกาหลีเหนือ (สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนเกาหลี) และเกาหลีใต้ (สาธารณรัฐเกาหลี)

ซึ่งในปัจจุบันเกาหลีใต้ (สาธารณรัฐเกาหลี) ปกครองอยู่ในระบบประชาธิปไตย โดยมีประธานาธิบดี และคณะรัฐมนตรีเป็นที่ปรึกษาช่วยกันบริหารควบคุมและดูแลบริหารประเทศ

โดยเน้นการกระจายอำนาจลงสู่ท้องถิ่น ทั้งนี้เกาหลีได้มีการแบ่งเขตการปกครองเป็น 9 จังหวัด และ 6 เขตการปกครอง (โซล ปูซาน อินชอน แทกู ควังจู แดซอน) (ชญาณ ลำเภา, 2556, หน้า5-6)

1) พัฒนาการของเศรษฐกิจเกาหลี

ในอดีตนั้นประเทศเกาหลีเคยเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจยากจนมาก่อนแต่ก็สามารถสร้างความเติบโตทางด้านเศรษฐกิจให้กับประเทศจนประสบความสำเร็จเพียงระยะเวลาที่ไม่ยาวนาน ซึ่งการสร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องเรื่อยมาจากระดับรายได้ประชาชาติของประเทศเมื่อปี 1990 อยู่ที่ 252 พันล้านดอลลาร์สหรัฐเพิ่มขึ้นเท่าตัวในช่วงระยะเวลาไม่ถึงทศวรรษขึ้นไปอยู่ที่ 518 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 1996 แต่ก็ต้องประสบกับวิกฤตทางเศรษฐกิจซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งทวีปตลาดเอเชียในช่วงปลายปีของ 1997 แต่ประเทศเกาหลีก็สามารถเร่งพัฒนาสร้างความเติบโตให้ประเทศและกลับมาเป็นหนึ่งในประเทศชั้นนำทางเศรษฐกิจได้อีกครั้งโดยนโยบายของรัฐบาลเกาหลีได้มีการสร้างแนวทางพัฒนาทางเศรษฐกิจของประเทศ 3 ด้าน คือ

1) การขยายศักยภาพทางเศรษฐกิจเติบโตให้กว้างขวางขึ้น โดยการพัฒนา
ด้านอุตสาหกรรมให้ก้าวไกล

2) การยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากร

3) การส่งเสริมแนวทางการก้าวไปสู่สากลมีอยู่ 3 ประการ ดังนี้

1) การส่งเสริมการริเริ่มของภาคเอกชนโดยให้อิสระในการประกอบ
ธุรกิจ
และลดการแทรกแซงจากรัฐบาล ซึ่งภาครัฐจะมีหน้าที่แค่คอยดูแลและให้ความเป็นธรรมกับสังคม
เท่านั้น

2) การปฏิรูปองค์กรเศรษฐกิจโดยใช้กลยุทธ์การกระจายอำนาจการ
ตัดสินใจของภาครัฐไปสู่ภาคเอกชน จากส่วนกลางสู่ภูมิภาคท้องถิ่นและส่งเสริมสถาบันทางเศรษฐกิจ
ให้เกิดความโปร่งใส โดยปฏิบัติตามแบบมาตรฐานสากล

3) การปฏิรูปสำนึกในชาติกำเนิดโดยปรับเปลี่ยนทัศนคติของประชาชน
ในประเทศเกาหลีและการปฏิรูปทางด้านเศรษฐกิจให้เห็นถึงคุณค่าเหตุผลของความเชี่ยวชาญในระดับ
มืออาชีพและความเป็นธรรมควบคู่ไปด้วยกันซึ่งทั้งสองสิ่งนี้จะนำไปสู่ความเจริญก้าวหน้าทางสังคม
และเป็นความธรรมที่มีประสิทธิภาพ โดยที่เน้นการใช้นโยบายลอยตัวของอัตราการแลกเปลี่ยนเสรีด้าน
การลงทุนของภาคอุตสาหกรรมให้พัฒนาศักยภาพมากขึ้น และนั่นก็เป็นเหตุผลที่ว่าทำไมประเทศ
เกาหลีถึงเติบโตประสบความสำเร็จทางด้านเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและสามารถส่งออกไปสู่สากลใน
ต่างประเทศ ซึ่งการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมได้ถูกพัฒนาไปในหลากหลายประเภท เช่น
อุตสาหกรรมเครื่องจักร อุตสาหกรรมไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ เครื่องนุ่งห่มอาหาร ซึ่งในภายหลังรัฐบาล
เกาหลีได้มีนโยบายที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมทางด้านศิลปวัฒนธรรมและวัฒนธรรมอันมีความเป็น

เอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นมากมาย จนได้รับการยอมรับจัดบันทึกผลงานทางด้านวัฒนธรรมเกาหลีให้ขึ้นเป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก (ชญาณ ลำภา, 2556, หน้า6-7)

2) กระแสวัฒนธรรมเกาหลี

กระแสของวัฒนธรรมเกาหลีในปัจจุบันนั้นได้เกิดจากที่นโยบายของรัฐบาลเกาหลีได้ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมด้านวัฒนธรรมเป็นหลักในการส่งออกนอกประเทศ โดยมีการวางแผนส่งเสริมด้านวัฒนธรรมเกาหลี 5 ปี เพื่อที่จะพัฒนาให้เกาหลีพัฒนาไปสู่ความเป็นรัฐสวัสดิการทางวัฒนธรรม (Cultural Welfare State) วัฒนธรรมและสภารัตถะเกาหลี (Korea Culture and Content Agency: KOCCA) ที่อยู่ภายใต้การปกครองของกระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเกาหลี ซึ่งแผนการส่งเสริมด้านวัฒนธรรมเป็นหลักเกณฑ์ ดังนี้

- 1) สนับสนุนทางการศึกษาเพื่อผลิตเยาวชนที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปวัฒนธรรม
- 2) สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ที่สร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับเศรษฐกิจ
- 3) อนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิม
- 4) ส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม
- 5) พัฒนาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการรวมชาติ
- 6) สร้างความแข็งแกร่งให้กับการทูตเชิงวัฒนธรรม

KOCCA ได้ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมและสนับสนุนโดยนำเนื้อหาสาระความเป็นเกาหลีสอดแทรกลงไปยังสื่อบันเทิงต่างๆ เช่น โฆษณา ละคร ภาพยนตร์ รวมทั้งการพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งสาระสำคัญของความเป็นเกาหลีไม่ได้มุ่งเน้นเพียงเพื่อการส่งออกสู่ตลาดนอกเพียงอย่างเดียว แต่ยังเน้นการทดแทนด้านการผลิตทางวัฒนธรรมที่มาจากต่างชาติด้วย ทำให้คนเกาหลีหันมาสนใจด้านภาพยนตร์และละครเกาหลีมากขึ้นและได้ทำไปใช้เป็นกลยุทธ์ทางการสื่อสารทางการตลาดใหม่ที่เกิดจากการบริโภควัฒนธรรม ทำให้กระแส“เกาหลีฟีเวอร์” เข้ามาพบกับกระแสตะวันตกได้ภายในระยะเวลาไม่กี่ปีและส่งผลให้วัฒนธรรมอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงต่างๆ เช่น นักร้อง นักแสดงและศิลปินชาวเกาหลีเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้นโดยเฉพาะกับวัยรุ่นในแถบเอเชียที่หลงใหลในวัฒนธรรมเกาหลีและส่งผลการเปลี่ยนแปลงทางด้านพฤติกรรม จนวัยรุ่นบางคนถึงขั้นเรียนภาษาเกาหลีเพื่อต้องการสื่อสารกับดารานักร้องศิลปินที่ตนชื่นชอบสถานีโทรทัศน์เกือบทุกช่องต้องมีรายการ วาไรตี้ เกมโชว์ ละครซีรีส์ ภาพยนตร์เกาหลีออกอากาศโดยมีการเชิญศิลปินเกาหลีชื่อดังมาเปิดคอนเสิร์ตในต่างประเทศและที่ประเทศไทยด้วยการซื้อบัตรเข้าชมที่ราคาสูง (ชญาณ ลำภา, 2556, หน้า7-8)

กระแสเกาหลี (Korean Wave) หรือที่รู้จักกันอีกนามหนึ่งว่า “Hallyu” เป็นศัพท์ที่

ตั้งขึ้นจากสำนักพิมพ์ของจีนแห่งหนึ่งปลายค.ศ.1990 ซึ่งมีความหมายถึงกระแสความความนิยมของเกาหลีที่ถูกรับเข้ามาและครอบคลุมไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นับเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมข้ามชาติที่ก้าวพ้นเขตอิทธิพลเศรษฐกิจและการเมือง ซึ่งทำให้นักวิชาการและสื่อมวลชนต่างแปลกใจที่กระแสเหนือความคาดหมายท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ในโลกยุคดิจิทัล ซึ่งกระแสนี้ได้ก่อตัวมากกว่าสิบปีและไม่มีแนวโน้มจะลดลงกระแสเกาหลีเป็นเรื่องเกี่ยวกับความนิยมชมชอบทางวัฒนธรรมร่วมสมัยของเกาหลี (Korean Pop Culture) ที่มาจากสื่อโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ซีรีส์ เพลงป๊อป และ นักแสดง นักร้องเกาหลี ภาพยนตร์เกาหลีเรื่องแรกที่ประสบความสำเร็จได้แก่ เรื่อง Shiri ซึ่งฉายในปีค.ศ.1999 เป็นภาพยนตร์แนวแอ็คชั่นเกี่ยวกับสายลับชาวเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้ ซึ่งนับว่าประสบความสำเร็จในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น จีน ไต้หวันและทำรายได้มหาศาลได้เหนือกว่าภาพยนตร์ Titanic ครั้งเมื่อฉายในเกาหลีและนับได้ว่าเป็นก้าวแรกที่เกาหลีเริ่มมีอิทธิพลในวงการบันเทิงฝั่งเอเชียและเกิดกระแสเกาหลีซึ่งนับจากนั้นเกาหลีได้สร้างภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จออกมาหลายเรื่องไม่แพ้กัน (http://www.etatjournal.com/upload/239/3_Korean_Wave.pdf)

สรุปได้ว่ากระแสเกาหลี คือ กระแสนิยมของเกาหลีที่เข้ามาเผยแพร่วัฒนธรรมร่วมสมัยจากประเทศเกาหลีใต้หรือที่รู้จักในชื่อ “Hallyu” ซึ่งรากศัพท์นี้ได้มาจากสำนักพิมพ์จากปักกิ่งซึ่งนักหนังสือพิมพ์ประหลาดใจกับความนิยมที่เติบโตแพร่หลายอย่างรวดเร็วในแถบฝั่งเอเชีย ซึ่งกระแสเหล่านี้สร้างรายได้ให้กับประเทศเกาหลีอย่างมาก ซึ่งเกิดขึ้นจากโลกในยุคโลกาภิวัตน์ที่การสื่อสารไร้พรมแดน โดยผ่านสินค้าทางวัฒนธรรมเคป๊อป ซึ่งได้แก่ เพลง ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เกมส์ และเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายและมีอิทธิพลในหมู่วัยรุ่นซึ่งกระแสนี้ยังมีอยู่ในปัจจุบันและคงไม่ลดระดับความนิยมลง

3) เอกลักษณ์วัฒนธรรมเกาหลี

คือความเป็นวัฒนธรรมเกาหลีที่สามารถสัมผัสหรือพบเห็นได้ผ่านทางสื่อภาพยนตร์ โฆษณา เพลง สถานที่ ท่องเที่ยวต่างๆ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น อาหาร ภาษา สัญลักษณ์ต่างๆ รวมทั้งพฤติกรรมกรดำเนินชีวิตของคนเกาหลี

1) แฟชั่นเกาหลี

1) แฟชั่นการแต่งกาย

การแต่งกายสไตล์เกาหลีของผู้หญิงจะเป็นการแต่งกายที่เน้นความน่ารัก สบายๆ เรียบง่าย (Minimal) โดดเด่นแหวกแนวไม่ซ้ำใคร ประกอบด้วยเสื้อผ้าตัวใหญ่ (over size) ยาวๆ หรือเสื้อที่ใส่ 2 ชั้น กีบกางเกงยีนส์หรือกางเกงขาสั้นหรือเปลี่ยนไปใส่กระโปรงเพื่อเพิ่มความหวานส่วนแฟชั่นของผู้ชายเน้นสไตล์ที่ดูดี เท่ มักจะเป็นการใส่เสื้อ 2 ชั้น ซึ่งชั้นนอกจะเป็นเสื้อแจ็กเก็ตหรือเสื้อสูททรงเข้ารูปบางคนอาจสวมแว่นตากกรอบสีเหลี่ยมเพิ่มเติมรวมกับรองเท้าผ้าใบหรือหุ้มส้น

2) แฟชั่นทรงผม

ทรงผมสไตล์สาวเกาหลีจะมีการซอย สไลด์ มีหน้าม้าด้านหน้า และมีการตัดผมให้ดูเป็นลูกคลื่นใหญ่ๆแบบธรรมชาติ ผู้หญิงเน้นสไตล์หวานน่ารักสีผมจะเป็นโทนเข้มน้ำตาลแดงหรือน้ำตาลทองไม่นิยมทำสีโทนสว่างส่วนทรงผมผู้ชายจะเน้นให้ด้านหน้ายาวปิดหน้าผากแล้วเช็ดเฉียงไปด้านให้ด้านหนึ่งบางคนจะมีการตัดผมให้หยิกเป็นลูกคลื่นเล็กน้อยเช็ดให้อยู่ทรงแบบธรรมชาติดูดี

3) แฟชั่นการแต่งหน้า

การแต่งหน้าแบบเกาหลีจะเป็นการแต่งหน้าแบบธรรมชาติ (Natural Make up) เน้นดวงตาที่กลมโตแบบสโมกก็้อายส์การแต่งหน้าจะแต่งแล้วดูสวยใสแบบไม่ได้แต่งหน้า (No makeup look) แต่สามารถปกปิดจุดด้อยบนใบหน้าและเสริมจุดเด่นได้ไม่เน้นสีสันทึบที่จัดจ้านบนใบหน้าซึ่งอยู่ในโทนสีชมพูพีชไม่ว่าจะเป็นการปิดแก้มหรือปากที่จะใช้เพียงแคลิปกลอสแทนลิปสติกสีสด

2) อาหารเกาหลี

ปัจจุบันอาหารสไตล์เกาหลีเป็นที่นิยมอย่างมากเนื่องจากเป็นอาหารที่มีความหลากหลายมีรสชาติที่โดดเด่นซับซ้อน อาทิเช่น

1) กิมจิเป็นอาหารประจำชาติเกาหลีที่มีความโดดเด่นเกิดมาจากเทคนิคการถนอมอาหารเฉพาะตัวของชาวเกาหลีทำมาจากผักกาดขาว หัวไชเท้า นำมาดองเค็มผสมกับพริกป่น เพื่อรักษาวิตามินในอาหาร ใช้รับประทานเป็นเครื่องเคียงหรือเป็นส่วนประกอบในการปรุงอาหารอื่น

2) บิบิมบับหรือที่เรียกกันว่าข้าวยำเกาหลีซึ่งประกอบไปด้วย ไข่ แดงสด ไข่ขาวทอดหั่นฝอย ผักนานาชนิดทั้งแบบสดและต้ม เนื้อหมูสับ ข้าวสวย น้ำมันงา น้ำผึ้ง และน้ำพริกของเกาหลีจัดเรียงในชามเวลาจะรับประทานจะต้องคลุกเคล้าส่วนประสมทั้งหมดก่อนรับประทาน

3) ต็อกบกกี คือ อาหารที่ทำมาจากข้าวที่ลักษณะเป็นแป้งแห้งๆหรือก้อนแล้วนำมาปรุงรสรวมน้ำพริกเกาหลีเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมแพร่หลายในเกาหลีพบเห็นได้ในฉากซีรีส์เกาหลี ภาพยนตร์ทั่วไป

4) คาลบิ หรือ ซีโรงหมย่างซึ่งอาหารปิ้งย่างของเกาหลีที่เป็นที่รู้จักกันดีของคนไทยเน้นเคลือบกับการหมักหมูที่ติดกระดูกย่างร้อนๆ ปิ้งย่างบนเตาถ่านรับประทานกับผักและข้าว

3) การท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศเกาหลีที่โด่งดังและเป็นที่รู้จักกันในต่างประเทศส่วนหนึ่งจะมาจากการเป็นสถานที่ใช้ในถ่ายทำประกอบฉากภาพยนตร์และละครซีรีส์เกาหลี จึงทำให้ผู้คนที่รับชมสนใจเดินทางไปสัมผัสบรรยากาศเช่นเดียวกับในละคร ภาพยนตร์ ไม่ว่าจะเป็นพระราชวังเคียงบกึงกุง หมู่บ้านนัมซานฮันอก หรือสวนสนุกเอเวอร์แลนด์ ซึ่งสถานที่เหล่านั้นยังมีการ

จัดบรรยากาศให้สอดคล้องกับละครภาพยนตร์ชื่อดังเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึงก็สามารถถ่ายรูปราวกับเป็นตัวละครหนึ่งในละครซีรีส์นั้นๆ นอกจากนั้นยังมีแหล่งช้อปปิ้งที่ต่างๆได้รับความนิยม อาทิ ตลาดอินทวอน ตลาดโทงแดมม ที่ได้รับความนิยมอย่างมากเนื่องจากเป็นศูนย์รวมสินค้าแฟชั่นชั้นนำของประเทศเกาหลี

4) เครื่องสำอาง

เครื่องสำอางเกาหลีเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายจากการนำเสนอความด้านที่สดใสน่ารักผ่านดารานักแสดงชาวเกาหลีที่เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับแบรนด์จึงทำให้สินค้าเครื่องสำอางเกาหลีได้ออกมาตีตลาดในต่างประเทศจนประสบความสำเร็จและเป็นที่รู้จักเป็นวงกว้างแบรนด์ดังของเกาหลีอาทิเช่น Etude, Laneige, Missha, Skin food และ The Face Shop เป็นแบรนด์เครื่องสำอางดังที่พบเห็นได้ทั่วไปในห้างสรรพสินค้าและในอินเทอร์เน็ตต่างๆ ได้รับความนิยมถูกบอกกันปากต่อปากเรื่องคุณภาพของแบรนด์

5) ศัลยกรรมความงาม

เป็นที่รู้กันดีว่าการทำศัลยกรรมความงามของชาวเกาหลีเป็นที่นิยมกันอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่นเกาหลีโดยเฉพาะได้มีการเปิดเผยว่านักร้องและนักแสดงทั้งชายและหญิงของเกาหลีได้ผ่านการทำศัลยกรรมจนถือว่าเป็นเรื่องธรรมดาของวงการบันเทิงเกาหลีและได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นประชาชนในประเทศมากมายจนเกิดเป็นเทรนด์การทำศัลยกรรมเพื่อให้มีรูปร่างหน้าตาที่หล่อสวยแบบศิลปินเข้ามาในประเทศไทยทำให้การทำศัลยกรรมเริ่มเป็นที่ยอมรับมากขึ้นในประเทศไทยและต่างประเทศซึ่งการทำศัลยกรรมเกาหลีจะเน้นความเป็นธรรมชาติ มองด้วยตาเปล่าจะไม่รู้ว่าการทำศัลยกรรม (ชญาณ ลำภา, 2556, หน้า8-14)

6) ศิลปินเกาหลี

หากถ้ามองถึงกระแสเกาหลีสิ่งนี้นับว่าเป็นอันดับต้นๆของความคิดของใครๆหลายนั่นก็คือ ศิลปินเกาหลีหรือที่คนเกาหลีเรียกกันว่า ไอดอล (k-pop idol) ศิลปินเกาหลีนั้นเป็นที่สนใจและนิยมในหมู่วัยรุ่นทวีปเอเชียจะเห็นได้จากการพฤติกรรมต่างๆที่แสดงออกมาในชีวิตประจำวัน ซึ่งการชื่นชอบศิลปินนั้นอาจเกิดขึ้นจากการชื่นชอบในรูปร่างหน้าตาภายนอกก่อนหรือเริ่มจากการฟังเพลงที่ร้องหรือความสามารถทักษะทางวงการบันเทิงและเริ่มติดตามประวัติของละบุคคลก่อนและหลังจะมาเป็นศิลปินไปถึงการทำกิจกรรมต่างในชีวิตประจำวันเช่น การออกรายการวาไรตี้ การแสดงคอนเสิร์ต เป็นต้น ซึ่งก่อนจะมาเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับของแฟนคลับไม่เรื่องง่ายตามที่เราเห็นอยู่เบื้องหน้าซึ่งเบื้องหลังแห่งความสำเร็จนั้นเต็มไปด้วยอุปสรรคยากลำบากและอดทนพอกๆกับอาชีพอื่น ซึ่งก่อนที่จะเปิดตัว (Debut) ในฐานะศิลปินได้จะต้องผ่านขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) การคัดตัว (Audition)

ทางบริษัทค่ายเพลงจะเริ่มเสาะหาศิลปินหน้าใหม่ที่มีความสามารถและพร้อมที่จะเข้าสู่วงการบันเทิงจากการรับสมัครหรือชวนคนที่มีแว้วเข้ามาในบริษัทเพื่อฝึกซ้อมขัดเกลาความสามารถของศิลปินฝึกหัดให้พัฒนาขึ้น ซึ่งศิลปินฝึกหัดที่เข้ามาส่วนใหญ่จะเป็นเยาวชนที่มีอายุตั้งแต่ 12 ปี แต่ไม่เกิน 20 ปี

2) ลบข้อด้อยทางความสามารถ

ก่อนที่ศิลปินฝึกหัดจะสามารถทำอัลบั้มได้จะถูกขัดเกลาความสามารถให้อยู่ในระดับที่ค่ายตั้งไว้หรือหากเป็นศิลปินกลุ่มก็ต้องทำให้อยู่ในระดับค่าเฉลี่ยเทียบเท่ากันโดยจะมีการสอบในแต่ละครั้งเพื่อดูพัฒนาการเพราะศิลปินแต่ละคนมีความสามารถที่แตกต่างกันทั้งนี้ศิลปินฝึกหัดจะต้องเข้ากระบวนการหลักสูตรที่ค่ายเตรียมให้และปฏิบัติตามกฎข้อห้ามต่างๆที่ค่ายตั้งไว้อย่างเคร่งครัดเช่น การเข้าเรียนตามตาราง ห้ามหนีเที่ยว ห้ามดื่มแอลกอฮอล์ ห้ามมีแฟน เป็นต้น

3) ลบข้อด้อยทางกายภาพ

ศิลปินฝึกหัดบางคนอาจจะมาสามารถทางด้านการร้องและเต้นแต่อาจจะมิรูปลักษณ์ที่ด้อยซึ่งทางค่ายจะแนะนำให้ปรึกษากับแพทย์โดยการลบจุดด้อยเหล่านั้นออกโดยการศัลยกรรมบนใบหน้าเช่น ทำตาสองชั้น เสริมจมูก ดูแลรูปร่างสัดส่วนกับเทรนเนอร์ออกกำลังกายซึ่งทางค่ายจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายให้ก่อนและจะเรียกเก็บในภายหลัง

4) ซ้อมเพลงโชว์

โดยจะค่ายจะเริ่มทำเพลงและการแสดงขึ้นและให้ศิลปินทำการแสดงซึ่งจะถึงการแสดงต้องฝึกซ้อมเป็นเดือนปีเพื่อให้ชินกับเพลงการเต้นอย่างพร้อมเพียงซึ่งศิลปินต่างบอกว่านี่เป็นกระบวนการที่ทรมาณมากเพราะจะต้องซ้อมเพลงเดิมซ้ำ ๆ อยู่เรื่อย ๆ เพื่อให้การแสดงออกมาสมบูรณ์แบบมากที่สุดจนเป็นที่พอใจตามมาตรฐานของทางค่ายแล้ว จึงจะทำออกมาเป็น Music Video สู่สายตาผู้คนนั่นเอง

5) เปิดตัว (Debut)

หลังจาก Music Video เพลงออกมาศิลปินจะขึ้นแสดงเปิดตัวในฐานะศิลปินอย่างเป็นทางการตามคอนเสิร์ตของรายการต่างๆโดยแบ่งหน้าที่ของแต่ละบุคคลไว้ว่ามีหน้าที่อะไรเพื่อดูแนวทางของศิลปินหรือกลุ่มว่ามาถูกทางและสามารถขายอัลบั้มออกสู่ตลาดเพลงได้หรือไม่หากเป็นที่พอใจของตลาดทางค่ายก็ปล่อยศิลปินเข้าสู่วงการบันเทิงโดยการโปรโมทตามสื่อต่างๆเช่น รายการเพลง วาไรตี้ วิทยุเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นและแก้ไขแนวทางข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นเพื่อจัดทำอัลบั้มต่อไป

6) ออกอัลบั้ม

เมื่อกระแสตอบรับดีเป็นที่พอใจทางค่ายจะเริ่มทำซิงเกิ้ล(single)ออกมา

เรื่อยๆอีกเพื่อให้ศิลปินทำการแสดงโชว์จนมีจำนวนเพลงมากพอที่จะจัดทำเป็นอัลบั้มออกสู่ตลาดให้กับแฟนคลับได้ซื้อเก็บสะสมไว้และในเวลาเดียวกันนั้นศิลปินก็จะทำการโปรโมทตามรายการต่างๆเพื่อให้กับตัวเองและค่ายเรื่อยๆไม่ให้ตกกระแสนั่นเอง

7) สร้างกลุ่มศิลปินใหม่ทดแทน

เมื่อวันเวลาผ่านกระแสและความนิยมย่อมลดลงไปตามกาลเวลากลุ่มศิลปินย่อมมีอายุมากความเหนื่อยล้าก็มากขึ้นตามหรือกระแสตอบรับไปถึงจุดที่ตั้งเป้าหมายย่อมมีจุดอิ่มตัวแล้ว “ มีเกิดก็ต้องมีดับ ” เช่นกันย่อมมีวันที่ต้องยุบวงและต่างคนต่างก็อยากแยกกันไปตามแนวทางของตนจึงเป็นเหตุให้ต้องหาศิลปินกลุ่มใหม่เข้าแทนที่ ทั้งกลุ่มศิลปินเก่าอาจผันตัวหรือรับมอบหมายให้มาช่วยจัดกิจกรรมร่วมกับศิลปินกลุ่มใหม่ด้วยเพื่อคงกระแสของตนและบริษัทต่อไป

(<https://musicstation.kapook.com/view16977.html>.)

1.2 แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม

1.2.1 ทูทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

ทูทางวัฒนธรรม “ปีแอร์ บูดิเยอร์” หมายถึง ผลผลิตทางวัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ซึ่งทูทางวัฒนธรรมที่จับได้ เช่น มรดกทางวัฒนธรรม ผลงานศิลปะแขนงต่างๆ เช่น ภาพวาด ทัศนกรรม ดนตรี ประติมากรรม วรรณกรรม โบราณสถาน เป็นต้น ส่วนทูทางวัฒนธรรมที่ จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความเชื่อ จารีต ประเพณี วิถีชีวิต เป็นต้น

ทู หมายถึง สิ่งที่เกิดจากกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมที่บุคคลได้รับมาอันกลายเป็นคุณสมบัติติดตัวที่ซึ่งบุคคลที่ได้รับสามารถนำไปเพิ่มพูนมูลค่าของตนเองได้ เช่น รสนิยม จารีต ภูมิปัญญาความรู้ รวมถึงทรัพย์สินที่มีมูลค่าต่างๆที่อาจจะไม่ใช่คุณค่าเชิงเศรษฐกิจโดยตรง เช่น งานศิลปะ หนังสือ วรรณกรรม ทัศนกรรม เอกสารรับรองทางวิชาการ

(<http://e-journal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=dNn3%2Fsd4sww%3D&tabid=70>)

สรุปทูทางวัฒนธรรม คือ แนวคิดที่ได้รับการปลูกฝังทางวัฒนธรรมที่ติดตัวมาอยู่กับบุคคลซึ่งเกิดจากการหล่อหลอมจากสังคมและถูกส่งต่อกันมามีทั้งที่จับต้องได้และไม่ได้เช่น มรดกทางวัฒนธรรม ศิลปะ จารีต ประเพณีหรือ วิธีการดำเนินชีวิตซึ่งบุคคลที่ได้รับมาสามารถต่อยอดเป็นผลผลิตที่มีมูลค่าในอนาคต ซึ่งสามารถต่อยอดเป็นผลผลิตเชิงเศรษฐกิจได้โดยการแอบแฝงทางวัฒนธรรมลงไปจนกลายเป็นกลไกทางสินค้าและบริการของประเทศนั่นเอง

ซึ่งกระบวนการก่อเกิดและสร้างการเติบโตทูทางวัฒนธรรมนั้นมีปัจจัย 4 ปัจจัยนั้นก็คือ

1) กระบวนการแปรรูปวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า (Commoditization of Culture) คือปัจจัยอันดับแรกที่สำคัญในการแปรรูปวัฒนธรรมแปรเปลี่ยนกลายเป็นสินค้าและการบริการจึงจำเป็นต้องมีอุตสาหกรรมและหน่วยของทูทางวัฒนธรรมและเริ่มค่อยๆพัฒนามาเป็น

ผลผลิตทางเศรษฐกิจที่มีการตั้งมูลค่าราคาขึ้นทั้งนี้เพื่อสนองความต้องการซื้อมากขึ้น และระบบการผลิตที่ทำให้เกิดอุตสาหกรรมรวมทั้งเมื่อการค้าเริ่มมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจนเป็นเรื่องปกติไป จึงทำให้เกิดการเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม จนเกิดเป็นอุปสงค์การซื้อสินค้าวัฒนธรรมขึ้นภายในและนอกประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดกระบวนการสากลานวัตกรรมทางวัฒนธรรมชาติมหาอำนาจที่มีมาแต่ยาวนานอันเกิดเป็นกระแสโลกาภิวัตน์และกระบวนการโทรทัศน์นานาชาติซึ่งการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลไกที่สร้างอุปสงค์ที่มีต่อสินค้าและวัฒนธรรมและเกิดการยอมรับในต่างประเทศ

2) กระบวนการพาณิชย์ยานวัตกรรมของวัฒนธรรม (Commercialization of Culture) เป็นปัจจัยที่สองคือการนำสินค้าออกสู่ตลาดที่ใหญ่ขึ้นมีระบบการผลิตทางการค้าจึงมีผลต่อระบบอุปสงค์และมีขยายตัวของตลาดไปยังประเทศต่างๆและผ่านการกล่อมเกลาให้มีการยอมรับสินค้าทางวัฒนธรรมกันมากขึ้น ซึ่งกระบวนการพาณิชย์ยานวัตกรรมของวัฒนธรรมนี้เป็นเงื่อนไขที่สำคัญอย่างมากในการขยายอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรมและต้องมีส่วนสนับสนุนทางการขายสินค้าด้วยเช่น การทำโฆษณาโปรโมท การสร้างยี่ห้อหรือแบรนด์สินค้า การสร้างความชื่นชอบและภักดีต่อยี่ห้อแบรนด์ ตลอดจนทำให้เกิดความแตกต่างของยี่ห้อแบรนด์

3) กระบวนการเทคโนโลยียานวัตกรรม (Technologization of Culture) เป็นปัจจัยที่สามที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่การผลิตใหม่ๆซึ่งการปรับตัวของเทคโนโลยีมีผลต่อวัฒนธรรมอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบทางวัฒนธรรมมี 3 อย่างดังนี้

1) เทคโนโลยีสารสนเทศ

เทคโนโลยีที่ช่วยในการติดต่อสื่อสารที่ส่งผลกับการเปลี่ยนแปลงระบบแบบแผนการสื่อสารของมนุษย์ รวมทั้งความก้าวหน้าของบทบาทและอิทธิพลของเหล่าสื่อมวลชน เทคโนโลยีสารสนเทศที่ส่งผลกับกระบวนการคิด แบบแผนการใช้ชีวิต เป็นต้น

2) เทคโนโลยีวัสดุสมัยใหม่

เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นมาใหม่ถือว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเปลี่ยนแปลงระบบผลิตและแบบแผนการใช้ชีวิต เช่น การเกิดซีเมนต์(โลหะผสมแก้ว) ไยแก้ว และพลาสติก เป็นต้น

3) เทคโนโลยีชีวภาพ

เทคโนโลยีที่คิดค้นขึ้นมาพัฒนาด้านสิ่งมีชีวิตหรือพันธุวิศวกรรมที่ได้มาส่วนเปลี่ยนแปลงกับชีวิตของมนุษย์เช่น ผลิตภัณฑ์ GMOs ที่ถูกดัดแปลงทางพันธุกรรม เช่น พืชเนื้อสัตว์ ซึ่งส่งผลต่อการบริโภคของมนุษย์

4) กระบวนการโทรทัศน์ยานวัตกรรมของวัฒนธรรม (Televisionalization of Culture) การพัฒนาด้านการสื่อสารทางโทรทัศน์ได้พัฒนาแบบก้าวกระโดดตั้งแต่การรับข้อมูลข่าวสารต่างๆแบบธรรมดา ซึ่งปัจจุบันนี้พัฒนาไปสู่ระบบการรับข่าวสารผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ตและระบบ

ผ่านดาวเทียมซึ่งเป็นระบบที่สะดวกและรวดเร็วสามารถเผยแพร่ภาพสู่การสร้างเครือข่ายทั่วโลก (Global Network) ซึ่งการพัฒนาแบบก้าวกระโดดนี้ใช้เวลาเพียงไม่นานและการสร้างเครือข่ายโทรทัศน์ระหว่างประเทศมีความสำคัญเพราะเป็นปัจจัยที่ช่วยเร่งในของกระบวนการขัดเกลาทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดยอมรับวัฒนธรรมระหว่างกัน เช่น การถ่ายทอดการดำรงชีวิต การแต่งกาย จารีต และความศรัทธา (ชญาน ล้ำภา, 2556 หน้า 15-17)

1.2.2 การบริโภคเชิงวัฒนธรรม

1) เริ่มจากที่อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมไปสู่การบริโภคการผลิตสินค้าเชิงพาณิชย์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคซึ่งนำไปสู่วัฒนธรรมกระแสนิยมซึ่งถูกครอบคลุมโดยผู้ผลิตรายใหญ่ และนั่นได้ส่งผลทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นถูกแทนที่ด้วยวัฒนธรรมการค้าซึ่งเรียกว่า “สภาวะหลังสมัยใหม่” ซึ่งเป็นสภาวะที่ไม่มีความชัดเจนทางเศรษฐกิจ การเมือง ความคิด วัฒนธรรม และความรู้สึก ซึ่งก็มีนักวัฒนธรรมของสำนักต่างๆ ได้ให้ความคิดมากมาย เช่น นักวัฒนธรรมของสำนักแฟรงก์เฟิร์ตได้ให้ความเห็นว่าวัฒนธรรมยุคใหม่ในปัจจุบันเป็นเพียงแค่ภาพมายาที่ถูกจำลองจากยุคดั้งเดิมที่ถูกคัดลอกจำลองออกมาแต่ไม่เหลือคุณสมบัติแบบเดิมแล้ว เช่น ภาพวาดของโมนาลิซ่าของลีโอนาโด ดา เวนชี ซึ่งภาพวาดปัจจุบันสามารถหาซื้อได้ทั่วไปไม่จำเป็นต้องไปดูที่ปารีสเท่านั้นเป็นต้น วัฒนธรรมที่ถูกแฝงมากับสื่อโฆษณาที่บ่งบอกถึงรูปแบบวิถีการดำรงชีวิต

เรย์มอนด์ วิล มีความเชื่อว่าภายในสังคมหนึ่งจะมีระบบคุณค่าบางอย่างที่ใช้ร่วมกัน ซึ่งจะเป็นไปตามที่สังคมเลือกปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมและประเพณีแค่บางอย่างจะส่งผ่านในกระบวนการปรับให้เข้ากับสมัยปัจจุบันของคนในสังคม ซึ่งขนบธรรมเนียมและประเพณีบางอย่างมิได้ถูกหยิบมาใช้ทั้งหมดเพียงแต่ถูกหยิบมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมและเข้ากับสังคมที่อยู่ในวัฒนธรรมร่วมสมัย

2) อิทธิพลของสัญวิทยา (Semiology)

การบริโภควัฒนธรรมนั้นจะแอบแฝงไปด้วยรูปแบบสัญวิทยาทางสังคม และสัญวิทยา หมายถึง ศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องระบบสัญวิทยา ที่เป็นการให้ความหมายหรือตีความออกมาอยู่ในรูปของสัญวิทยา เช่น ภาพ วัตถุ รูปลักษณ์ เสียง กลิ่น สี รส หรือการกระทำ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะไม่มีค่าเลยแต่มันจะกลายเป็นสัญวิทยาเมื่อเราได้ให้ความหมายหับมันซึ่งผู้ที่ให้คำนิยามของศาสตร์นี้คือนักภาษาศาสตร์ “เฟอ์ดินองด์ เดอ โซซู”

เฟอ์ดินองด์ เดอ โซซู (Saussure, 2006) ได้อธิบายถึงสัญวิทยาว่าเราสามารถจะแยกองค์ประกอบทางโครงสร้างของภาษาศาสตร์ได้เป็น 2 ส่วนคือ ตัวภาษา (Langue) ซึ่งเป็นระบบที่มีความสมบูรณ์ในของมันตัวเองเป็นอิสระจากระบบอื่น และภาษาที่เราเปล่งออกมา (Parole) ซึ่งภาษาที่เปล่งออกมาจะแฝงไปด้วยผลจากการขัดเกลาทางสังคม โครงสร้างทั้งสองส่วนนี้จะทำให้เกิดความแตกต่างของแต่ละภาษา เช่น ภาษาทางการทหาร ภาษาใบ้ ภาษาท้องถิ่น ซึ่งแนวคิดของ เฟอ์ดินองด์

เดอ โซซู มีอิทธิพลต่อการศึกษาวัฒนธรรมการบริโภคอย่างมากเพราะได้อธิบายถึงความสัมพันธ์และระบบเหตุผลที่เป็นลักษณะคู่ตรงข้าม (Binary Opposition) และการจัดวางของ ความหมายในแต่ละช่วงชั้น นั้นทำให้มีการนำระบบสัญลักษณ์วิทยาออกมาวิเคราะห์ความหมายให้กับสิ่งต่างๆ ที่แม้ว่าจะมีกรณี ที่สัญลักษณ์บางอย่างอาจมีความหมายได้หลายความหมาย เช่น หยกน้ำ อาจจะมี ความหมายถึง ผน ตก น้ำไหล ความเศร้าเสียใจ เป็นต้น เมื่อได้นำมาอ้างอิงในการอธิบายรูปลักษณะของเนื้อหาที่ปรากฏจะ อยู่ในรูปของ “วาทกรรม” จึงได้มีการสัญลักษณ์วิทยา มาประยุกต์แปรสภาพในความหมายเชิงประโยชน์ใช้สอยและเชิงคุณค่า

โรล็องด์ บาร์ตส์ (Barthes, 1967) ผู้เป็นนักวิพากษ์วรรณกรรม นักทฤษฎีวรรณกรรมและทฤษฎีสังคม นักปรัชญา และนักสัญลักษณ์วิทยาได้อธิบายถึง “การบริโภคเชิงวาทกรรมผ่านทางวรรณกรรมไว้ว่าผู้ที่ให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์นั้นคือผู้บริโภคในฐานะผู้รับที่ผ่านกับนักเขียนที่ให้ ความหมายนั้นแล้ว ซึ่งแนวความคิดนี้ได้สะท้อนถึงการบริโภคในยุคใหม่ที่บริโภคผ่านสื่อโทรทัศน์ ภาพถ่าย โฆษณา หรือหนังสือพิมพ์ ที่สื่อสารในฐานะรหัสทางความหมายไปยังผู้บริโภค โรล็องด์ บาร์ตส์ (Barthes, 1967) เขียนงานชื่อ Mythologies ซึ่งเป็นการวิเคราะห์รูปแบบการดำรงชีวิตที่ สลับซับซ้อนในเชิงสัญลักษณ์ บาร์ตส์ได้อธิบายถึงการให้ความหมายเชิงคุณค่าที่แอบแฝงอยู่ในการ ดำรงชีวิตเช่น การเล่นเกมบาทสมมุติของเด็กที่จำลองโลกของผู้ใหญ่ ซึ่งให้นิยามจำกัดความสิ่งเหล่านี้ ว่า “มายาคติ” คำว่ามายาคติมิได้แอบแฝงสิ่งใดหรือทำอะไรหายไปเลย เพียงแต่เป็นการบิดเบือน ความหมายเท่านั้น และการบิดเบือนนี้เป็นการบิดเบือนความหมายเดิม ทำให้เรารู้และเข้าใจ ความหมาย ความหมายที่อยู่ในอีกระนาบหนึ่ง ซึ่งเขาได้อธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับมายาคติที่เกิดทำให้เกิดนัยทางวัฒนธรรมว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงซ้อน การจัดวางระนาบของระเบียบ ของสัญลักษณ์มีใน 2 ระดับ คือ ความสัมพันธ์แนวตั้งหรือกระบวนทัศน์ (Paradigmatic Relation) และ ความสัมพันธ์แนวระนาบ หรือวากยสัมพันธ์ (Syntagmatic Relation) ซึ่งระดับของภาษา จะมี องค์ประกอบ 3 ส่วน คือ

- 1) รูปสัญลักษณ์ ทางสัญลักษณ์
- 2) ความหมายของสัญลักษณ์
- 3) สัญลักษณ์

แนวความคิดเรื่องโครงสร้างมายาคติที่บาร์ตส์ได้อธิบายไว้ได้ส่งผลต่อการ วิเคราะห์สิ่งที่เราบริโภคและการรับรู้คุณค่าการใช้สอยว่าเป็นสิ่งที่ตอบสนองมากกว่าวัตถุที่บริโภค ซึ่ง บาร์ตส์ (Barthes, 1967) ได้สื่อว่าสรรพสิ่งต่างๆที่เราบริโภคก็มีความหมายเชิงคุณค่าแฝงอยู่ด้วย เสมอซึ่งทำให้เกิดความแตกต่างทางด้านการบริโภคของแต่ละบุคคลนั่นเอง

ฌอง โบดริยาร์ (Baudrillard, 1998) ได้ให้แนวคิดการวิพากษ์ของเศรษฐศาสตร์ การเมืองในเชิงสัญลักษณ์ขึ้นเพื่ออธิบายถึงมูลค่าการแลกเปลี่ยนที่เกิดจากเกมที่ให้ ความหมายในสินค้าที่

จะเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะการบริโภคสินค้าของผู้บริโภค โดยที่โบดริยาร์นั้นสอดแทรกระบบสัญลักษณ์ เพื่อวิเคราะห์ถึงการบริโภคที่ให้ความหมายทางสังคมที่ปรากฏอยู่ในสินค้านั้นเป็นปัจจัยหลักที่ควบคุม การแลกเปลี่ยนสินค้า ซึ่งจำแนกระนาบความสัมพันธ์ออกมาเป็น 2 ชุด คือ

1) ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนและคุณค่าทางการใช้ สอย

2) ความสัมพันธ์ระหว่างรูปลักษณ์ทางสัญลักษณ์และความหมายของสัญลักษณ์ การจำแนกทั้ง 2 ความสัมพันธ์นี้จะพิจารณาจากหน้าที่เชิงช่วงชั้นรูปแบบที่ สอดแทรกอยู่ที่อ้างอิงทำให้ทั้งคุณค่าการแลกเปลี่ยนและรูปแบบทางสัญลักษณ์เป็นสิ่งเดียวกัน โบดริยาร์ จึงให้ความสำคัญกับรูปแบบและรูปลักษณ์ทางสัญลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงความหมายของการบริโภค หรืออีกนัยก็คือ สินค้าหนึ่งๆจะมีคุณค่าและคุณประโยชน์ก็ต่อเมื่อสินค้านั้นถูกกำกับด้วยความหมายทาง สังคมที่แฝงอยู่

สรุปคือโบดริยาร์ (Baudrillard, 1998) ต้องการสื่อให้เห็นถึงการบริโภคสินค้า มีความหมายมากกว่าการใช้สอยเพื่อการดำรงชีวิต ซึ่งการบริโภคเป็นปฏิบัติการเชิงสัญลักษณ์ที่เป็น ตัวกำหนดวิถีการดำเนินชีวิตของเราจากแนวคิดข้างต้นที่กล่าวไปมีเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต (ชญาณ ลำภา, 2556, หน้า 17-21)

1.2.3 วัฒนธรรมกระแสนิยม (Popular Culture)

วัฒนธรรมกระแสนิยม หมายถึง วัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมในแต่ละยุคแต่ละสมัย ของผู้คน ซึ่งไม่ตายตัวจะเปลี่ยนไปเรื่อยๆตามยุคสมัยและเวลา ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรม กระแสนิยมเริ่มจากการที่บุคคลได้คิดค้นกระทำการสิ่งแปลกใหม่ ไม่เหมือนใครและเริ่มมีคนสนใจทำตาม จนเกิดเป็นกระแสและกลายเป็นความนิยมของบุคคลที่มีความชอบคล้ายคลึงกันในสังคม ซึ่งวัฒนธรรม กระแสนิยมนั้นจะเกิดไม่ได้หากสิ่งที่บุคคลชื่นชอบไม่ได้อยู่ในวัฒนธรรมนิยมที่เป็นกระแสหลัก ซึ่งจะ เป็นตัวกำหนดว่าอะไรจะเป็นที่นิยมสังคม

จันทรา มุเกอร์จี (Chandra Mukeji) และไมเคิล ชูดสัน (Michael Shudson) คิดว่า “วัฒนธรรมกระแสนิยม” หมายถึงความศรัทธา การปฏิบัติ และสิ่งของต่างๆ ที่ได้รับการยอมรับ จากคนในสังคม

โจฮันน์ กอตต์พรายด์ เฮอร์เตอร์ (Johann Gottfried Herder) ให้ความเห็นว่า “วัฒนธรรมกระแสนิยม” มีการแบ่งแยกชนชั้นเกิดขึ้นคือ คนชั้นสูงและคนชั้นล่าง

1) คนชั้นสูง คือ ผู้ดี ผู้ได้รับการศึกษาจากวัฒนธรรมกระแสนิยมเหล่านั้น จึงดูมีเหตุและผลดูน่าเชื่อถือ

2) คนชั้นล่าง คือคนที่ไร้การศึกษาจากวัฒนธรรมกระแสนิยมของคน เหล่านั้นและมักถูกมองว่าดูไร้เหตุผล

ซึ่งมีความเชื่อกันว่าจุดเริ่มต้นของวัฒนธรรมกระแสนิยมนั้นมาจากการตั้งโรงพิมพ์ของ “คุณหมอบรัดเลย์” แห่งแรกในประเทศไทย

ซึ่งอย่างที่ได้อธิบายไว้ข้างต้นว่าวัฒนธรรมกระแสนิยมนั้นไม่ตายตัวแต่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ แล้วแต่บุคคลที่มีทัศนคติคล้ายคลึงกันจะจะทำตาม ในปัจจุบันวัฒนธรรมกระแสนิยมนั้นขึ้นเกิด Social Network จากการ กดไลค์ กดแชร์ โพรสต่อกันมาวัฒนธรรมกระแสนิยมจึงเกิดขึ้นจากการแพร่หลายในโลกออนไลน์ เช่นการเล่นเกมส์onlineที่ชื่อ Scream go ซึ่งวัตถุประสงค์ของเกมส์คือการเปล่งเสียงหรือร้องเพลงใส่ไมค์แล้วให้ตัว avator ในเกมส์กระโดดข้ามไปยังอีกที่ซึ่งห้ามโดนสิ่งกรีดขวางใดๆเลยหากโดนจะถือว่าหยุดแล้ว game over ทันที ซึ่งยิ่งไปได้ไกลก็จะได้คะแนนสูงมากขึ้นทั้งนี้การที่ avator จะไปได้ไกลหรือได้คะแนนเพิ่มขึ้นอยู่กับการควบคุมเสียงที่เปล่งออกมาเมื่อมีผู้เล่นจบเกมส์ก็จะทำให้ผู้เล่นคนอื่นๆต่อไปแบบนี้เรื่อยๆ เมื่อคนได้รับชมผ่านทางคลิปวิดีโอก็จะรู้สึกสนุกหัวเราะตามปฏิกิริยาของผู้เล่นที่พยายามเปล่งเสียงจนเพี้ยนทำให้คนที่รับชมอยากลองเล่นต่อเกิดเป็นอุปาทานหมู่ขึ้นนั่นเอง(<https://arai.kordaimail.wordpress.com/2013/11/26/>)

1.2.4 วัฒนธรรมวัยรุ่น

คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมาจากอาทิเช่น การประดิษฐ์วัตถุ เครื่องมือ ของใช้ หรือ การกำหนดพฤติกรรม ความคิด รวมทั้งระบบการทำงาน ดังนั้นวัฒนธรรมก็คือระบบของสังคมที่มนุษย์สร้างขึ้นไม่สามารถเกิดเองโดยธรรมชาติตามได้ วัฒนธรรมเกิดขึ้นจากการที่กลุ่มผู้คนเดียวกันหรืออยู่ในบริเวณใกล้เคียงกันจะทำข้อตกลงกันว่าจะยึดระบบ ความพฤติกรรมแบบไหนดีที่ควรหรือมีจะควรปฏิบัติและมีความหมายอย่างไร แนวความคิดแบบไหนที่เหมาะสม ซึ่งการตั้งข้อตกลงเหล่านี้จะกำหนดความหมายให้กับสรรพสิ่งในสังคมเพื่อให้คนในสังคมจะได้เข้าใจตรงกันและยึดระบบเดียวกัน ซึ่งเราอาจจะเรียกระบบนี้ว่า “ระบบสัญลักษณ์”

สรุปวัฒนธรรม คือ ระบบที่เป็นสัญลักษณ์ที่ถูกมนุษย์สร้างขึ้นภายในสังคม ซึ่งจะเป็นระบบที่ยอมรับกันในสังคมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรม ความคิด การปฏิบัติว่าแบบไหนควรหรือไม่ควรทำ เมื่อกำหนดขึ้นมาผู้คนก็จะสอนให้คนรุ่นหลังได้เรียนรู้หรือนำไปปฏิบัติ วัฒนธรรมจึงต้องมีการเรียนรู้และถ่ายทอดไปสู่รุ่นอื่นต่อไป

ดังนั้นความสัมพันธ์ของวัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้คนในสังคมจึงเป็นความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดกันมากในวัฒนธรรมหนึ่งซึ่งเราสามารถแบ่งได้เป็นวัฒนธรรมย่อยต่างๆ (Subculture) ได้อีกเช่น วัฒนธรรมท้องถิ่น เชื้อชาติ แม้แต่วัฒนธรรมย่อยตามวัย ได้แก่ วัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ วัยชรา ซึ่งแต่ละวัฒนธรรมย่อยจะมีแนวคิดพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

“วัฒนธรรมวัยรุ่น” เป็นวัฒนธรรมย่อยในสังคม คือ รูปแบบ (Style) วัฒนธรรมย่อยทั่วไปกล่าวคือ กลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นจะเป็นกลุ่มที่มีการใช้รูปแบบใบเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งรูปแบบจะทำให้เกิดตัวบ่งชี้ (Indicator) สำคัญหลายประการซึ่งรูปแบบ

จะแสดงให้เห็นถึงระดับการยึดถือในวัฒนธรรมย่อย และยังชี้ให้เห็นถึงการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมย่อยนั้นๆ ซึ่งรูปแบบวัฒนธรรมย่อยมีองค์ประกอบหลัก 3 ส่วน

1) รูปลักษณ์ สิ่งภายนอกกายของมนุษย์ เช่น เสื้อผ้า ของใช้ อุปกรณ์ที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นมา

2) การประพฤติปฏิบัติตัว เช่น กิริยา ทาทาง สิ่งที่แสดงออก

3) ภาษาของกลุ่มที่ใช้ เช่น คำศัพท์เฉพาะกลุ่ม วิธีการพูด

ฟิลลิปป์ ไรซ์ กล่าวถึงลักษณะวัฒนธรรมวัยรุ่นไว้ว่า “สังคมวัยรุ่นไม่ได้เป็นแค่โครงสร้างที่รวมหนุ่มสาวทั้งหมดไว้แค่สังคมเดียวแต่ยังมีสังคมวัยรุ่นอื่นที่มีหลากหลายกันไปตามแต่ละอายุ ตั้งแต่ระดับเศรษฐกิจ ภูมิหลัง ชนชั้น และยิ่งไปกว่านั้นสังคมวัยรุ่นนั้นมีโครงสร้างสังคมที่ไม่เป็นทางการ ไม่มีอะไรบัญญัติไว้เป็นลายลักษณ์อักษรและไม่มีรูปแบบตามแบบแผนใดๆ สมาชิกแต่ละคนได้เข้ามาและออกไปจากแต่ละระบบสังคมนี้ในเวลาเพียงไม่กี่ ทำให้สังคมวัยรุ่นไม่เป็นปึกแผ่นทางด้านโครงสร้างมากนัก เป็นเพียงหลักความเชื่อ ค่านิยม และการปฏิบัติที่วัยรุ่นทั่วทั้งประเทศยอมรับและเนื่องวัฒนธรรมระดับชาติของผู้ใหญ่มีความแตกต่างกันไปตามประเทศชาติพันธุ์และชนชั้น ทำให้การแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมวัยรุ่นมีความหลากหลายแตกต่างกันไปตาม ผู้ใหญ่บางคนมองว่าวัยรุ่นมีวัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นของตัวเอง และบางคนก็เห็นว่าวัฒนธรรมวัยรุ่นเป็นเงาสะท้อนวัฒนธรรมผู้ใหญ่ ซึ่งชี้ว่าวัยรุ่นนั้นจะยึด พ่อแม่ หรือเพื่อนบ้านเป็นหลักในการศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมวัยรุ่นในฐานะที่เป็นวัฒนธรรมย่อยอื่นๆ ซึ่งจะต้องศึกษารูปแบบที่เป็นองค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมย่อยจะประมวลสัญลักษณ์ที่เป็นการแสดงออกซึ่งรูปแบบต่างๆ 4 รูปแบบดังนี้

1) รูปแบบที่เป็นรูปลักษณ์ เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงออก เช่น การแต่งกาย เครื่องประดับ ทรงผมและดนตรี ซาร่าห์ ทอร์นตัน ได้อธิบายไว้ว่าวัฒนธรรมย่อยในวัยรุ่นมีแนวโน้มจะเป็นวัฒนธรรมย่อยทางดนตรี (Music Subculture) เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่มีอารมณ์อ่อนไหว รักสนุก ชอบเสียงดนตรีมักซื้ออัลบั้ม แผ่นเสียง และฟังเพลงที่บันทึกเสียงมากกว่าวัยอื่นๆ เป็นเหมือนอัตลักษณ์ ดูได้จากรายการของวัยรุ่นจะเป็นรายการที่เกี่ยวกับเพลงดนตรีแม้แต่กิจกรรมชมรม และเวลาว่างของวัยรุ่นก็มักจะเกี่ยวข้องกับดนตรีเกือบทั้งหมด

2) รูปแบบการประพฤติปฏิบัติตัว ได้แก่ การแสดงออก การประพฤติ ปฏิบัติตัวทั้งแบบกิจกรรมส่วนตัว และต่อสังคมที่เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถสื่อความหมายการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมวัยรุ่นได้

3) รูปแบบภาษากลุ่ม เป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของรูปแบบประเภทนี้คือ ภาษาที่สื่อสารกันและเข้าใจกันเฉพาะกลุ่มวัฒนธรรมวัยรุ่นนั้นๆ อย่างภาษาที่บัญญัติขึ้นมาเองหรือเรียกว่าภาษาแสลง ภาษาประเภทนี้ช่วยให้ประหยัดคำพูด คำอธิบายที่ยืดยาวทำให้สามารถถ่ายทอดสิ่งที่ต้องการจะสื่อให้รู้ได้อย่างกระชับและรวดเร็ว

4) รูปแบบการดำเนินชีวิต รูปแบบการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นนั้นประกอบไปด้วยการเรียน เป็นหน้าที่หลักของวัยรุ่นส่วนใหญ่และอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญกับการเรียนก็คือกิจกรรมที่ทำในเวลาว่างมีลีลาที่ได้จัดประเภทกิจกรรมที่กระทำในเวลาว่างของวัยรุ่นได้เช่น ทำงานบ้าน การบ้าน อ่านหนังสือ ฟังเพลง เล่นเกมส์ เล่นคอมพิวเตอร์ เล่นกีฬา อยู่กับเพื่อน เข้าชมรม เป็นต้น

จากลักษณะวัฒนธรรมโดยทั่วไปและวัฒนธรรมย่อยที่กล่าวมาแล้วนั้น ยังมีองค์ประกอบอีกส่วนหนึ่งที่เรียกได้ว่าเป็นเบื้องหลังการแสดงออก ซึ่งรูปแบบเหล่านั้นก็คือองค์ประกอบที่เป็นแนวคิดของวัฒนธรรมวัยรุ่นได้แก่ ค่านิยมในวัยรุ่นหรือความต้องการของวัยรุ่นที่เป็นความต้องการของตัวเองร่วมกับความต้องการของสังคมคือกลุ่มที่วัยรุ่นต้องการเข้าร่วมด้วย วัฒนธรรมวัยรุ่นที่สามารถพิจารณาในลักษณะที่เป็นวัฒนธรรมย่อยที่ประกอบด้วยแบบแผนแนวคิดและพฤติกรรมที่เดิมมีรากฐานมาจากคนในกลุ่มสังคมวัยรุ่น

ซึ่งสื่อมวลชนจะมีหน้าที่สื่อสารวัฒนธรรมโดยสะท้อนความหมายจากความเป็นจริงที่พบเห็นได้ในสังคมและยังสามารถช่วยพิจารณาวัฒนธรรมวัยรุ่นในระดับโลกซึ่งได้มีการถ่ายทอดแบบแผนของแนวคิดและพฤติกรรมด้วยระบบสัญลักษณ์และเป็นที่เข้าใจในระดับนานาชาติที่ครอบคลุมไปทั่วโลก โดยมีระบบวัฒนธรรมที่ค่อนข้างแน่นอนช่วงวัยรุ่นยุคปัจจุบันกินเวลาค่อนข้างนานเพราะวิวัฒนาการที่เปลี่ยนไปทำให้การเรียนรู้เตรียมตัวเพื่อรับมือกับเมื่อเติบโตผู้ใหญ่แท้จริง กินเวลานานขึ้น

หนังสือก่อ สวัสดิ์ พาณิชย์ ได้อธิบายไว้ว่าเด็กวัยรุ่นในปัจจุบันจะออกไปคบหาเพื่อนที่มากกว่าและเลียนแบบพฤติกรรมแบบเดียวกันหลายเรื่องเช่น การแต่งตัว ทรงผม รสนิยมเพลง นักร้อง ภาษาพูด และแบบพฤติกรรมต่างๆ สิ่งที่เกิดกระทำร่วมกันเหล่านี้ทำให้เด็กวัยรุ่นมีลักษณะที่แตกต่างกับวัยอื่นๆ สมัยนี้วัฒนธรรมวัยรุ่นจะแสดงออกด้วยค่านิยมที่ไม่เหมาะสมในบางเรื่องซึ่งผู้ใหญ่ในสังคมไม่เห็นด้วยเช่น ทรงผม การแต่งตัว กริยาอาการที่รื้อนแรงรวมทั้งภาษาที่วัยรุ่นใช้ก็เป็นภาษาที่คิดขึ้นมาใหม่และแปลกซึ่งบางกลุ่มจะใช้ภาษาที่เป็นถ้อยคำที่รุนแรง และมีการโจมตีสังคมอยู่ด้วย ส่วนพฤติกรรมโดยทั่วไป ก็ได้แก่ความแสวงหาความสนุกอย่างไม่มีขอบเขตเช่น การส่งเสียงดัง แสดงกริยาที่หยาบคาย

สรุปแล้วลักษณะของวัฒนธรรมวัยรุ่นไม่เป็นไปตามวัฒนธรรมใหญ่ของสังคม บางอย่างก็ขัดแย้งกับวัฒนธรรมใหญ่เป็นอันมาก ผู้ใหญ่ในสังคมหลายท่านอาจจะไม่เห็นด้วยกับวัฒนธรรมวัยรุ่นวัยรุ่นเป็นวัยที่เด็กคบค้าสมาคมระหว่างเพื่อนรุ่นเดียวกันอยู่เพราะวัยรุ่นยังเป็นวัยที่อ่อนไหวติดเพื่อน และเป็นวัยที่กำลังต้องการเรียนรู้อยากรู้อยากทดลองที่เกี่ยวข้องกับตน เด็กวัยรุ่นจะไม่เรียนเฉพาะที่โรงเรียน หรือที่บ้านเท่านั้น แต่เด็กจะเรียนรู้จากสื่อมวลชน กิจกรรมต่างๆ ที่สังคมจัดขึ้นและที่สำคัญที่สุดคือวัยรุ่นจะเรียนรู้หลายสิ่งหลายอย่างจากวัยพวกเดียวกัน และมีการประพฤติ

ปฏิบัติอย่างเดียวกัน หรือยึดถือวัฒนธรรมชนิดเดียวกัน ซึ่งจะเห็นถึงลักษณะของคนวัยนี้แตกต่างกับคนวัยอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัดเจน ซึ่งในแง่วัฒนธรรมของวัยรุ่นจะไม่ระบบ องค์กร คัดค้านจากคนในกลุ่มกันเองถ้าเป็นที่ถูกใจยอมรับในกลุ่มจะเอาอย่างกันจนแพร่ไปยังทุกตอนของประเทศ ซึ่งบางอย่างก็แพร่หลายไปยังทั่วโลก สื่อมวลชนที่มีส่วนช่วยในวัฒนธรรมของวัยรุ่นเผยแพร่อย่างรวดเร็วและทั่วโลกมากขึ้น เนื่องจากวัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเรียนรู้มากที่สุด จะมีเรียนรู้ค่านิยม วัฒนธรรม รวมทั้งเรียนรู้สิ่งต่างๆ จากสังคม เช่น บุคคลในครอบครัว องค์กร และสถาบันสังคมหลายอย่างเหล่านี้มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้ของวัยรุ่น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

1) ครอบครัว เป็นสถาบันแรกและอันที่สำคัญที่สุดอันเนื่องจากครอบครัวเป็นหน่วยพื้นฐานแรกที่อบรมสั่งสอนพฤติกรรมสังคมให้แก่คนตั้งแต่เกิดจนโตและได้รับการอบรมจากครอบครัวเป็นประจำ การสั่งสอนอบรมจากครอบครัวนั้นย่อมมีผลต่ออิทธิพลต่อการเสริมสร้างค่านิยมและการปฏิบัติตนให้กับวัยรุ่นอย่างมาก

2) วัฒนธรรมของสังคมทั่วไปไม่ว่าจะมีระเบียบแบบแผนหรือมีมาตรฐานแตกต่างกันอย่างไร ทุกอย่างมีอิทธิพลต่อค่านิยมและพฤติกรรมของคนในสังคมไม่น้อย ทั้งมีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพของคนในสังคมด้วย เช่น ในช่วงๆหนึ่งที่วัฒนธรรมการแต่งกายแบบเกาหลีเข้ามา มีอิทธิพลย่อมมีผลให้คนในสังคมมีพฤติกรรมการแต่งกายที่แสดงออกมาในแนวเกาหลีเช่นกัน

3) สังคมวัยรุ่นและกลุ่มเพื่อน เช่น เพื่อนสนิท เพื่อนร่วมชั้นเรียนหรือร่วมกันทำกิจกรรมอื่นๆในสังคมวัยรุ่น จะมีผลต่อการเรียนรู้และการยอมรับค่านิยมซึ่งกันและกัน และพฤติกรรมต่างๆ จากกิจกรรมที่ได้ร่วมกันทำซึ่งมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมของเด็กอย่างไร ขึ้นอยู่กับความแตกต่างระหว่างบุคคลของกลุ่มเพื่อนสนิทและองค์กรต่างๆ มักมีอิทธิพลจะเปลี่ยนแปลงความคิดบางอย่างให้แก่วัยรุ่นได้มากพอ

4) สื่อมวลชน ในสมัยปัจจุบันนี้วัยรุ่นในสังคมจะรับความรู้ และความคิด ข่าวสารจากสื่อมวลชนขนาดใหญ่และบางกรณีเด็กได้รับเอาความรู้และความคิดเหล่านั้นไปยึดถือเป็นค่านิยมบางประการของตน เช่นโฆษณาสินค้าสิ่งของก็มีส่วนทำให้เกิดค่านิยมบางอย่างแก่เด็กวัยรุ่น เห็นได้ชัดที่สุด ได้แก่ ค่านิยมการแต่งกายแฟชั่นของเด็กวัยรุ่น การไว้ทรงผม และการเสริมความงาม เช่น เทรนด์การใส่เสื้อไซส์ใหญ่กว่าตัวสื่อมวลชนทางธุรกิจก็จะมีโปรโมทสินค้าที่เป็นเสื้อไซส์ใหญ่ให้กับกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่นนั่นเองที่สนใจอยากได้มาลองหรือครอบครองแม้ว่าเทรนด์นั้นๆอาจจะไม่เหมาะกับตนก็ตาม จึงเห็นได้ว่าสื่อมวลชนนั้นมาผลต่อวัฒนธรรมในหมู่วัยรุ่นเป็นอย่างมาก (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551, หน้า 64-69)

1.2.5 แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น

การทำความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมย่อย (subculture) ที่ใช้เรียกลักษณะของกลุ่มแต่ละสังคมที่มีการยึดถือ บรรทัดฐาน และการกำหนดคุณค่าของสิ่งรูปธรรม และสิ่งนามธรรม

แตกต่างกัน เช่นการพูดคุยในคนกลุ่มหนึ่งจะพูดคุยเรื่องเดียวกัน หรือที่เรียกว่าภาษาเดียวกัน วัฒนธรรมย่อยแบ่งออกมาจากวัฒนธรรมอีกที่มีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา เพศ ความรู้ มุมมองต่างๆ ของแต่ละสังคม ซึ่งคำว่าวัฒนธรรมย่อยถูกกำหนดความแตกต่างกันไปตามแนวคิดที่นักทฤษฎีได้ให้ไว้ ลักษณะที่เห็นได้ชัดของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเห็นได้จาก ความเชื่อ แนวคิด จะแตกต่างกันตามกลุ่ม และจะเห็นได้ว่ากลุ่มวัยรุ่นมีการแต่งตัว รสนิยมการเลือกฟังเพลงต่างจากกลุ่มผู้ใหญ่ เพราะความเชื่อและการยึดถือแตกต่างกัน ในมุมมองของวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมหลักและวัฒนธรรมย่อยมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและปะทะกันในบางครั้ง เนื่องจากพฤติกรรมทางสังคมนั้นเปลี่ยนแปลงจึงไม่แบบแผนที่ตายตัว ทั้งนี้ แม้ว่าจะมีความแตกต่างกัน แต่ก็เชื่อว่าวัฒนธรรมทั้งสองจะไม่เกี่ยวข้องกันเลย ตรงกันข้ามวัฒนธรรมทั้งสองนั้นต่างมีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อกันอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องทั้งจากวัฒนธรรมหลัก ส่วนวัฒนธรรมย่อยและจากวัฒนธรรมย่อยสู่วัฒนธรรมหลัก (<http://www.wikiwand.com/th/วัฒนธรรมย่อย>)

1) แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น (Youth Subculture)

วัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น คือ วิถีการดำเนินชีวิตรูปแบบของวัยรุ่นอันแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของตนเองโดยการแสดงถึงลักษณะทางด้านพฤติกรรมและความสนใจซึ่งสิ่งที่แสดงออกมานั้นจะสะท้อนออกให้เห็นถึงความเป็นตัวตนของตนเอง เช่น สไตล์ของทรงผม การแต่งหน้า การแต่งตัว แฟชั่น ภาษา รสนิยมเพลงคาราหรือ รสนิยมงานอดิเรกและการเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งวัฒนธรรมวัยรุ่นจะแสดงให้เห็นการมีส่วนร่วมของความเป็นตัวเอง หรือความเป็นอัตลักษณ์ของตัวตนในกลุ่มย่อย นอกจากนั้นสถาบันทางสังคม เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน และสถาบันการศึกษา ยังเป็นส่วนที่แสดงออกถึงความเป็นตัวเองด้วย

Stan Cohen (1964) ได้อธิบายไว้ว่า “วัฒนธรรมของวัยรุ่น” ไม่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดกลุ่มทางสังคมซึ่งเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากสื่อมวลชนที่เผยแพร่ต่างหาก ซึ่งการศึกษาวัฒนธรรมย่อยในวัฒนธรรมหนึ่งๆนั้นจะต้องศึกษารูปแบบขององค์ประกอบหลักของวัฒนธรรมย่อยและ F.Phillip Rice ได้วิเคราะห์สัญลักษณ์ที่เป็นการแสดงออกถึงรูปแบบต่างๆ 4 แบบ ดังนี้

1) รูปแบบที่เป็นรูปลักษณ์(สิ่งที่อยู่ภายนอก) ได้แก่

- 1) การแต่งกาย
- 2) เครื่องมือเครื่องใช้ หรือ ประดิษฐ์กรรม
- 3) ดนตรี

2) รูปแบบประพฤติกรรม ได้แก่

การแสดงออกของประพฤติกรรมส่วนตัวและต่อสังคมที่สามารถสื่อ

ความหมายการเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมวัยรุ่น

- 3) รูปแบบภาษา ได้แก่ ภาษาเฉพาะกลุ่ม คำแสลง คำที่เข้าใจเฉพาะในกลุ่ม
- 4) รูปแบบการดำเนินชีวิต แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้
 - 1) รูปแบบชีวิตการเรียน เช่น สิ่งที่น่าสนใจอยากศึกษา วิชาที่ชื่นชอบ
 - 2) รูปแบบการประกอบอาชีพ เช่น ต้องการเป็นนักร้องต้องศึกษาดนตรี

ฝักร่องฝักเต็น บุคลิกภาพ

- 3) รูปแบบกิจกรรมยามว่าง เช่น การเข้าชมรม สโมสรต่างๆ

Hebdige ค้นพบว่าสื่อมวลชนต่างๆได้ทำการนำเสนอวัยรุ่นแบบลักษณะของภาพตัวแทน (Representative) ซึ่งจะเป็นการลดทอนให้เหลือเพียงบางคุณสมบัติ โดยภาพตัวแทนหลักๆ ของวัยรุ่นที่สื่อมวลชนนำเสนอมี 2 ประเภท ดังนี้

- 1) ภาพของวัยรุ่นที่ชอบสร้างความเดือดร้อน (Trouble Makers) ช่วงยุค 60 เกิดกระแสการปฏิวัติของเหล่าวัยรุ่นนักศึกษาทั่วโลก เช่น การก่อกบฏของขบวนการฮิปปี้ในสหรัฐอเมริกา การยึดมหาวิทยาลัยของนักศึกษาในยุโรป ซึ่งรูปแบบการปฏิบัติที่วัยรุ่นสนใจและนิยมมากในยุคนั้นคือการแสดงดนตรี สื่อมวลชนได้วิเคราะห์นำเสนอและสร้างภาพลักษณ์ของวัยรุ่นเหล่านี้เป็นภาพของวัยรุ่นที่สร้างความเดือดร้อนให้สังคม แต่งตัวประหลาดๆ เล่นดนตรีมีเรื่องกัน มั่วสุมข้างถนนเสพยา ทำร้ายผู้อื่น เป็นต้น

- 2) ภาพวัยรุ่นผู้รักความสนุกสนาน (Fun Lover) ต่อมาไม่นานสื่อมวลชนได้นำเสนอภาพของวัยรุ่นที่รักความสนุกสนานโดยเสนอในลักษณะของภาพยนตร์เพลง หรือ โฆษณาในโทรทัศน์โดยภาพที่ถูกนำเสนอเป็นภาพของวัยรุ่นที่ไม่สนใจในเรื่องการเมืองสังคม

Hebdige ยังพบว่าภาพแทนตัววัยรุ่นจะเปลี่ยนไปไม่ตายตัวตามยุคสมัยและการแสดงออกของวัยรุ่น ซึ่ง Hebdige เห็นว่าในช่วงปี ค.ศ. 1960 วัยรุ่นให้ความสนใจเรื่องการเมืองสังคมการปฏิวัติ ส่วนในช่วง ปี ค.ศ. 1980 วัยรุ่นได้หันไปให้ความสนใจในการแสวงหาความสนุกสนานบันเทิงวัยรุ่นในช่วงนี้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการแต่งตัวและมีความเป็นตัวของตัวเองสูง

Willis ได้อธิบายไว้ว่าวัยรุ่นคือผู้ควบคุมและถูกกำหนดซึ่งอยู่ในตอนกระบวนทางวัฒนธรรมได้แก่ การผลิต การบริโภคและกระจายซึ่งวัยรุ่นสามารถมีอิสระเลือกและแปรเปลี่ยนส่วนของการบริโภควัฒนธรรม เวลาว่างวัยรุ่นจะใช้เวลาคิดสร้างสรรค์วัฒนธรรมของตัวเองจากการบริโภควัฒนธรรม Willis ได้ศึกษาและทำการสำรวจรูปแบบของการบริโภคผลิตกรรมทางวัฒนธรรมในวัยรุ่น ซึ่ง Willis สรุปว่าวัยรุ่นเป็นกลุ่มคนที่มีความกระตือรือร้น ฉลาดและซับซ้อนในการใช้สื่อมากกว่าทุกกลุ่มในสังคมเห็นได้จากรูปแบบวัฒนธรรมสื่อมวลชนเช่น

- 1) สื่อโทรทัศน์ สื่อนี้วัยรุ่นใช้มากที่สุดรวมทั้งสื่อที่เกี่ยวข้องเพราะสื่อทางโทรทัศน์และอ่านความหมายจากโทรทัศน์เป็นความเข้าใจของตัวเอง
- 2) เพลงและวิทยุ อีกหนึ่งสื่อที่สำคัญเพราะวัฒนธรรมของวัยรุ่นเพราะ

แตกต่างกันในเรื่องรสนิยมการฟังเพลงของกลุ่มวัยรุ่นทั้งหมด ซึ่งวัยรุ่นสนใจและรู้สึกดีเมื่อได้ฟังเพลงที่ชอบ

3) เสื้อผ้า ซึ่งมีคนคิดค้นรูปแบบทั้งนี้เสื้อผ้าแสดงในความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนมากกว่าสื่อประเภทอื่น เพราะสร้างความโดดเด่นเฉพาะของแต่ละคนเป็นอัตลักษณ์ เช่น การแต่งกายในชีวิตประจำวัน การแต่งกายไปเรียน การแต่งกายไปงาน เป็นต้น

สรุป Willis มีความเห็นว่าวัยรุ่นที่อยู่ทั่วไปตามที่แตกต่างกัน มีการตอบโต้การปกครองระบบผู้ใหญ่ซึ่งวิธีการตอบโต้กลับคือการสร้างสรรค์วัฒนธรรมเฉพาะขึ้นมาใหม่ โดยเอาการบริโภคจากวัฒนธรรมหลัก วัฒนธรรมการค้า หรืออุตสาหกรรมมาสรรค์สร้างวัฒนธรรมของวัยรุ่นขึ้นมา มีความเป็นอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมย่อยวัยรุ่นกลุ่มตนเอง วัยรุ่นจึงเป็นกลุ่มที่มีความรู้เฉื่อยฉลาดสามารถแยกแยะและสามารถดัดแปลงตอบโต้วัฒนธรรมหลักเพื่อการดำรงอยู่และการสืบทอดวัฒนธรรมของตนเอง

Svetlana Kilnova กล่าวถึงปัจจัยที่มีกระทบต่อวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นนั้นคือระดับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งคือเมื่อเวลาผ่านไปสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ คนรุ่นใหม่จะค่อยๆ มาแทนที่รุ่นก่อนซึ่งสิ่งนี้เป็นจุดแข็งที่เป็นหนึ่งเดียวกันกับวัฒนธรรมระหว่างรุ่นต่อรุ่น ถ้าแต่หากมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในสังคมวัฒนธรรมที่ส่งต่อรุ่นต่อรุ่นก็เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วจนบางครั้งสังคมไม่สามารถปรับตัวได้ทันอาจจะเกิดความแตกต่างกันอย่างรุนแรงระหว่างรุ่นเก่าและรุ่นใหม่ได้ ซึ่งรูปแบบอัตลักษณ์ของรุ่นพ่อแม่รุ่นก่อนๆ นั้นไม่เหมาะกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไปอีกทั้งวัยรุ่นจะเริ่มมีแนวคิดเป็นของตนเองและคิดว่าพวกเขาไม่สามารถนำเอาประสบการณ์เดิมของรุ่นพ่อแม่มาเรียนรู้ได้อีกต่อไป พวกเขาจึงพยายามที่จะหาแนวทางใหม่ที่มีความสอดคล้องกับบริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปด้วยการเปลี่ยนแปลงสังคมนั่นเองที่ส่งผลกระทบต่อวัยรุ่นและวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่น

สรุปจากความเห็น Svetlana Kilnova ได้ว่าการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางสังคมจะส่งผลกระทบต่อการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นนอกจากนั้นยังพบว่าวัยรุ่นจะพยายามแสวงหาแนวทางอัตลักษณ์ใหม่ๆ ที่สอดคล้องมากกว่าแบบเดิมมาใช้ให้เกิดวัฒนธรรมค่านิยมของตนเอง

สิ่งที่สิ่งที่กล่าวมาข้างต้นจะทำให้เข้าใจถึงความเป็นวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นและสามารถมองเห็นในภาพรวมได้ชัดเจนมากขึ้นยิ่งขึ้น เพราะหากเมื่อสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อวัยรุ่นนั้นก็คือ “ระบบทุนนิยม” ในปัจจุบันที่อยู่ภายใต้ยุคโลกาภิวัตน์ ผลกระทบเหล่านั้นจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างต่อระบบและต่อคนในสังคมและส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังวัฒนธรรมหลักอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ระบบทุนนิยมที่ทันสมัยที่เน้นการบริโภคหลักจะมีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนและส่งผลต่อรูปแบบของวัฒนธรรม จากการศึกษาและภาพรวมของวัยรุ่นที่สามารถสามารถพบเห็นได้ปัจจุบันทั้งวัยรุ่นรวมถึงคนในสังคมจะให้

ความสำคัญกับการบริโภคและความทันสมัยด้านเทคโนโลยีมากเป็นพิเศษ ซึ่งผลจากการศึกษา วัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นเดิมที่พิจารณาพบว่าสื่อมวลชนที่วัยรุ่นให้ความสนใจนั้นก็ต้องเปลี่ยนแปลงไป พิจารณาถึงเทคโนโลยีทันสมัยที่วัยรุ่นให้ความสนใจด้วยเช่นกัน คือ “สื่อ อินเทอร์เน็ตและอุปกรณ์ทาง เทคโนโลยี” เมื่อสื่อได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อวัยรุ่นท่ามกลางบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเช่น อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์เช่น facebook instagram twitter youtube และด้วยปัจจัย ดังกล่าวนั้นมีส่วนทำให้รูปแบบของพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงและส่งผลกระทบต่อรูปแบบของวัฒนธรรม ย่อย จากเดิมที่เป็นเพียงกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นเช่น กลุ่มนักเรียนนักศึกษา ซึ่งเกิดจากการทำกิจ กรรมทางสังคมจริงแต่ในปัจจุบันกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอาจเป็นกลุ่มเพื่อนที่สนใจในเรื่องเดียวกันจากโลก โซเชียลออนไลน์เกิดเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่เกิดจากกิจกรรมทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มเข้ามา และสิ่ง เหล่านี้ได้เพิ่มจำนวนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551,หน้า64-79)

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม

ก่อ สวัสดิ์พานิช (2518) ได้ให้นิยาม “ค่านิยม” หมายถึง ความคิด ความสนใจ พฤติกรรม และสิ่งที่คนในสังคมหนึ่งเห็นว่า มีคุณค่า จึงยอมรับมาปฏิบัติทำตามซึ่งในระยะหนึ่ง ค่านิยมก็จะ เปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัยและความคิดเห็นของคนในสังคม (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551,หน้า52)

ค่านิยม มาจากคำในภาษาอังกฤษว่า “Value” ส่วนคำในภาษาไทยมาจาก 2 คำคือ “ค่า” กับ “นิยม”เมื่อรวมกันกลายเป็นคำแปลว่า การกำหนดคุณค่าซึ่งเป็นคุณค่าที่เราต้องการทำให้ เกิดคุณค่า ซึ่งมีทั้งคุณค่าแท้และคุณค่าเทียม

- 1) คุณค่าแท้ คือ คุณค่าที่สนองตรงกับความต้องการในการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน
- 2) คุณค่าเทียม คือ คุณค่าที่สนองความต้องการอยากเสพสิ่งปรนเปรและเป็นเพียงความต้องการชั่วคู่ชั่วยาม

ค่านิยม คือ สิ่งที่บุคคลคนหนึ่งพอใจหรือเห็นว่ามีคุณค่าและเป็นที่ยอมรับและเป็น ความเชื่อหรือความรู้สึกนึกคิดของตนเอง ซึ่งจะอยู่ภายในแต่ละบุคคลในรูปแบบของความเชื่อ(belief) ตลอดไปจนกว่าจะพบค่านิยมใหม่ที่พึงพอใจมากกว่า ซึ่งค่านิยมจะมีความสำคัญเมื่อบุคคลตกอยู่ใน สภาวะ หรือสถานการณ์ที่จะต้องตัดสินใจอย่างใดอย่างหนึ่งเข้าซึ่งจะใช้ค่านิยมมาช่วยประกอบการ ตัดสินใจทุกครั้งไป ค่านิยมจึงเป็นเสมือนพื้นฐานแห่งการประพฤติปฏิบัติของบุคคลโดยตรง (ผู้ช่วย ศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551,หน้า53)

สรุปคือ ค่านิยม หมายถึง มุมมองของแต่ละบุคคลหรือทัศนคติของสังคมที่มีต่อสรรพสิ่ง อาจจะเป็น สิ่งของ เครื่องมือเครื่องใช้ การปฏิบัติ ความคิด รวมถึงเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความ

ต้องการคุณค่าและความถูกต้องในสังคม เช่น ค่านิยมของคนไทยที่มีการเคารพเชื่อฟังผู้อาวุโส เช่น บิดามารดาและการกตัญญูรู้คุณ การไหว้ที่ใช้สำหรับกล่าวทักทายยามเมื่อพบเจอกัน เป็นต้นซึ่งประเภทค่านิยมมี 2 ประเภท คือ ค่านิยมส่วนบุคคล และค่านิยมของสังคม

1) ค่านิยมส่วนบุคคล หมายถึง ค่านิยมที่ตนเองสนใจหรือปรารถนาอยากจะได้ ปรารถนาจะเห็นรวมทั้งอาจจะเป็นสิ่งที่คนถือว่าเป็นสิ่งบังคับต้องปฏิบัติหรือเป็นสิ่งคนต้องบูชายกย่อง และตนเองมีความสุขจะได้เห็น ได้ฟัง ได้เป็นเจ้าของ

2) ค่านิยมของสังคม หมายถึง ค่านิยมที่เป็นที่ยอมรับว่าดีงามของคนส่วนใหญ่ในสังคมหรือควรแก่การปฏิบัติหรือสถานการณ์นั้น ก็จะกลายเป็นค่านิยมของสังคมนั้นๆ

ซึ่งค่านิยมเป็นสิ่งที่กำหนดและเป็นตัวตัดสินหลายๆอย่างรวมทั้งยังแสดงให้เห็นถึงตัวตนของแต่ละบุคคลหรือในสังคมถือว่ามีความสำคัญเป็นอย่างมาก

1.3.1 ความสำคัญของค่านิยม

1) ช่วยเสริมสร้างหลักศีลธรรม ซึ่งบุคคลใช้ช่วยในการพิจารณา การกระทำของตนอย่างมีเหตุผล

2) ช่วยให้บุคคลตัดสินใจว่าสิ่งใดผิด สิ่งใดถูก ดีหรือไม่ดี มีคุณค่าหรือไม่มีคุณค่าควรทำหรือไม่ควรทำ

3) ช่วยให้บุคคลคัดเลือกพิจารณาในการเลือกคบหาสมาคมกับบุคคลอื่น และเลือกกิจกรรมทางสังคม ซึ่งตนจะต้องเข้าไปร่วมด้วย

4) ช่วยให้บุคคลกำหนดความคิดและแนวทางปฏิบัติ

5) ช่วยสร้างมาตรฐานและแบบฉบับจากการประพฤติปฏิบัติของบุคคล

6) ช่วยเสริมสร้างหลักศีลธรรม ซึ่งบุคคลจะใช้ในการพิจารณา การกระทำของตนอย่างมีเหตุผล

1.3.2 ลักษณะของค่านิยมแท้จริงแล้วนั้นจะมีลักษณะดังต่อไปนี้

1) ค่านิยมเป็นสิ่งที่บุคคลเลือกหรือยอมรับ โดยไม่ได้ถูกบังคับบุคคลมีอิสระในการตัดสินใจเลือกหรือยอมรับค่านิยมใดก็ได้ที่เห็นว่าเหมาะสมนำไปปฏิบัติ

2) ค่านิยมเป็นสิ่งที่บุคคลมีโอกาสเลือกจากตัวเลือกหลายๆ ตัว ไม่ใช่เป็นเพราะมีตัวเลือกจำกัดเพียงสิ่งเดียว

3) ค่านิยมเป็นสิ่งที่ถูกกลั่นกรองแบบถี่ถ้วนหรือพิจารณาตลอดจนมีการวิเคราะห์ข้อดีข้อเสียของตัวเลือกหลายๆ ตัว ซึ่งตัวเลือกใดดีที่สุดเหมาะสมที่สุดหรือมีเหตุผลในการสร้างความพอใจได้มากที่สุดก็จะเลือกตัวเลือกนั้น

4) ค่านิยมเป็นสิ่งที่บุคคลยกย่อง เคารพและภูมิใจ

5) ค่านิยมเป็นสิ่งที่แต่ละบุคคลสามารถยอมรับอย่างเปิดเผยและพร้อมที่จะสนับสนุนค่านิยมที่ตนยอมรับ

6) ค่านิยมเป็นสิ่งที่บุคคลยึดถือปฏิบัติจริงไม่ใช่เพียงคำพูดเท่านั้น

7) ค่านิยมเป็นสิ่งที่บุคคลปฏิบัติอยู่เสมอๆ ไม่ใช่ปฏิบัติเป็นครั้งคราวจาก

(<https://www.im2market.com/2015/12/05/2122>)

จากค่านิยมต่างๆ สรุปได้ว่าค่านิยมก็คือ เป็นความคิดหรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลพิจารณาแล้วว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องและมีคุณค่าและจะเปลี่ยนแปลงไปตามยุคทุกสมัยซึ่งค่านิยมจะเป็นตัวกำหนดการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมบุคคลที่มีความนิยมคล้ายคลึงจะรวมตัวอยู่เป็นกลุ่มๆ ซึ่งแต่ละบุคคลจะนำเอาค่านิยมเหล่านี้มาช่วยในการตัดสินใจในแต่ละสถานการณ์ต่างๆว่าสิ่งใดควรทำสิ่งใดไม่ควรทำ

1.3.3 อิทธิพลของค่านิยมต่อตัวบุคคล

1) ช่วยให้ผู้บุคคลพิจารณาและตัดสินใจว่าสิ่งใดผิดถูก ดีหรือไม่ดีมีคุณค่าหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม คุณค่าควรทำหรือไม่ควรทำ

2) เป็นตัวช่วยในการกำหนดท่าทีของตนต่อเหตุการณ์ที่ตนต้องเผชิญ

3) สร้างมาตรฐาน และแบบฉบับจากการประพฤติปฏิบัติของบุคคล

4) มีอิทธิพลเหนือบุคคลช่วยเลือกคบหาสมาคมกับบุคคลอื่น และเลือกกิจกรรมทางสังคมซึ่งตนจะต้องเข้าไปร่วมด้วย

5) ช่วยให้ผู้บุคคลกำหนดความคิดและแนวทางปฏิบัติ

6) เสริมสร้างหลักศีลธรรม ซึ่งใช้ในการพิจารณาการกระทำของตนเองอย่างมีเหตุผล (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551, หน้า56)

1.3.4 แง่คิดเกี่ยวกับค่านิยม

1) บุคคลส่วนใหญ่มักจะมีค่านิยมคล้ายคลึงกันหรือสิ่งเดียวกันแต่อาจจะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความรู้ประสบการณ์ที่สั่งสม ซึ่งค่านิยมตรงกันบางเรื่องจะเรียกว่า “ค่านิยมร่วม” (shared values) เช่น การนับถือศาสนาเดียวกัน การแต่งตัวแฟชั่นรูปแบบเดียวกัน

2) ผู้คนมักจะชอบคบหาสมาคมกับบุคคลที่ยึดถือค่านิยมอย่างเดียวกัน

3) ในบางค่านิยมบางเป็นที่ยอมรับทั่วสังคมหนึ่งและกลายมาเป็นกฎหมาย เช่น ค่านิยมในเรื่องเสรีภาพก่อให้เกิดกฎหมายเกี่ยวกับเสรีภาพส่วนบุคคล

4) ค่านิยมเป็นสิ่งที่ไม่ตายตัวเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาตามยุคสมัยนั้น แปลว่าค่านิยมไม่ใช่สิ่งที่ยั่งยืนเมื่อค่านิยมเก่าเริ่มลดลงเรื่อยๆจนหายไปก็จะมีค่านิยมใหม่เกิดขึ้นมาแทน เช่น ค่านิยมการแต่งกายเสื้อนีสต์ไซด์เสื้อกีตาร์รูปหัวใจสีแดงส่วนแต่ในปัจจุบันนิยมใส่ไซด์ใหญ่ตัวโคร่งใส่สบาย

5) ค่านิยมของแต่ละบุคคลและค่านิยมของสังคมมีบทบาทช่วยกำหนดการเลือกหรือตัดสินใจในการเลือกของแต่ละบุคคล

6) ค่านิยมยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลด้วยกันแต่บางค่านิยมเป็นสิ่งทางตรงกันข้ามที่นั่นเพราะเป็นสิ่งที่มียุทธวิธีต่อความประพฤติของบุคคลหลากหลาย ซึ่งเราควรจะยอมรับค่านิยมที่ผู้อื่นสนใจเพราะบุคคลแต่ละคนมีความคิดที่ไม่เหมือนกัน

7) ค่านิยมของสังคม ไม่ได้มีอยู่ในตัวของบุคคลในสังคมทุกคน แต่อาจจะมีอยู่ในสมาชิกของสังคมส่วนใหญ่ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551, หน้า56-57)

1.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร

1.4.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมจำเป็นต้องได้รับรู้ข่าวสารอยู่ตลอดเวลาเพื่อตามเหตุการณ์ปัจจุบันให้ทัน โดยอาศัยการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งข้อมูลข่าวสารต่างๆเป็นปัจจัยสำคัญที่มนุษย์ใช้ในการพิจารณาและตัดสินใจสิ่งต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมนุษย์เกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มากเท่าใด ความต้องการข่าวสารก็จะยิ่งเร็วมากขึ้น

วิลเบอร์ ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1978) อธิบายไว้ว่าโดยปกติแล้วมนุษย์เลือกที่จะรับสื่อที่ใช้งานสะดวกสบายรวดเร็วในการรับรู้มากที่สุดและมีผลประโยชน์ตอบแทนมากที่สุดในการเลือกรับรู้ข่าวสาร ซึ่งผู้รับสารมีวิธีการเลือกรับข่าวสารที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งกระบวนการเลือกสรรนี้เปรียบได้กับตัวกรองข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์มี 3 ขั้นตอน

1) การเลือกรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลมีอิสระจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารตามต้องการตรงกับความสนใจหรือตรงกับทัศนคติของตนเอง ขณะเดียวกันก็พยายามที่จะหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับทัศนคติ ความเชื่อและทัศนคติที่ตนไม่ยอมรับรู้เพื่อความสบายใจในการรับข่าวสาร ซึ่งการรับข้อมูลข่าวสารจะช่วยแก้ปัญหาและเป็นข้อมูลเพื่อสนองความต้องการของตนเอง

2) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) เมื่อบุคคลเลือกรับข่าวสารแล้วผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความสารที่ได้ตามความเข้าใจของตนเอง ซึ่งขึ้นอยู่กับทัศนคติ ความเชื่อ มุมมองและประสบการณ์ของตนเอง

3) การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง เมื่อบุคคลเลือกที่จะรับเลือกที่จะให้ความสนใจ เลือกที่จะรับรู้ และตีความข่าวสารที่ตนเองสนใจหรือตรงกับทัศนคติและเมื่อนั้นบุคคลจะเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำไว้เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสตามสถานการณ์ต่อไป ในขณะที่ข่าวสารที่ตนเองไม่ให้ความสนใจหรือไม่เห็นด้วยก็มักจะถูกลืมไปเอง (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551, หน้า22-23)

ปรมะ สตะเวทิน กล่าวว่า “คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต” นั้นมีบทบาทมากที่สุดกับ

มนุษย์เพราะมีความทันสมัยและมีข้อมูลข่าวสารมีความหลากหลายมากที่สุดในทุกสื่อ เช่น ข่าวสาร ข้อมูลทั้งในประเทศและนอกประเทศ การโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์ โดยใช้สื่อต่างๆ เป็นช่องทาง (Channel) ซึ่งสื่อทุกชนิดต้องมีเรื่องของจิตวิทยา (Psychology) และสังคมวิทยา (Sociology) แอบแฝงอยู่ในสารด้วย ซึ่งแยกสื่อแต่ละชนิดมีความหมายเป็นประเภทต่างๆ ไว้ดังนี้

1) สื่อบุคคล เป็นสื่อที่สามารถตอบโต้กันได้ทั้งสองช่องทางสื่อแบบนี้มักจะเป็น การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Media) มี 2 ลักษณะ ดังนี้

1) มนุษย์ทุกคนย่อมมีบุคคลที่รักและสำคัญกับชีวิตของตนเองเช่น พ่อแม่ ญาติพี่น้อง ครูบาอาจารย์ รวมทั้งบุคคลต่างๆที่มีความสำคัญต่อชีวิตซึ่งเป็นเรื่องของสังคมวิทยา (Sociology) ซึ่งการสื่อสารระหว่างบุคคลนี้เป็นการสื่อสารสำคัญที่สุดลำดับแรกของการสื่อสารทั้งหมด ก็ว่าได้

2) มนุษย์เราให้คุณให้โทษ (Sanction) หมายความว่าถ้าเขาหรือเธอ เหล่านั้นไม่เชื่อเรา เราสามารถโกรธเขาหรือเธอได้แต่สื่อโกรธเราไม่ได้ เช่น แฟนบอกเลิกเราผ่านเรา สามารถโกรธเสียใจกับแฟนได้ แต่ถ้าผ่านทางสื่อวิทยุ โทรศัพท์ ที่แฟนใช้เป็นตัวผ่านสารเหล่านั้นไม่สามารถโกรธหรือทำอะไรได้ซึ่งส่วนนี้เป็นความสามารถของทางสังคม ได้แก่ โทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

2) สื่อมวลชนได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

1) สื่อโทรทัศน์ คือ เป็นสื่อที่เคลื่อนที่ไม่ได้ไม่สะดวกในการพกพาเนื่องจากมี ขนาดที่ใหญ่เกินกว่าจะขนย้ายไปไหนได้ และเป็นสื่อที่เหมาะสมสำหรับครอบครัวมากกว่าเพราะเวลา รับชมโทรทัศน์ส่วนใหญ่เราจะไม่รับชมเพียงคนเดียวแต่จะรับชมเป็นครอบครัวหรือสมาชิกคนในบ้าน

2) สื่อวิทยุ คือเป็นสื่อแตกต่างจากสื่อโทรทัศน์เพราะว่าสามารถรับสื่อเพียง คนเดียวได้และสามารถพกพาสะดวกเคลื่อนย้ายไปไหนมาได้เพราะมีขนาดเล็กกะทัดรัด

3) สื่อหนังสือพิมพ์ คือ สื่อที่เสนอเรื่องราวได้ฉับไว กว่าสื่ออื่นๆ มีลักษณะ เป็นสื่อที่ต้องใช้การอ่านการคิดวิเคราะห์พิจารณาข้อมูลว่าจริงเท็จน่าเชื่อถือมากน้อยแค่ไหนและ รวดเร็ว ในปัจจุบันสื่ออื่นรวดเร็วกว่าและทันสมัยกว่าซึ่งในแต่วันข่าวสารจะไม่เหมือนกันเพราะเป็นสื่อ แบบวันต่อวัน จึงเปรียบเสมือนกับตารางของวันเวลาของมนุษย์ก่อนจะเริ่มต้นทำกิจกรรมในแต่ละวัน

4) นิตยสาร คือ สื่อที่ต้องใช้การอ่านมาวิเคราะห์ให้คิดเหมือนกับ หนังสือพิมพ์สามารถอ่านได้ตามสะดวกในห้องนอนหรือพื้นที่ส่วนตัว และเป็นสื่อที่สามารถอ่าน ซ้ำๆได้แม้เวลาจะผ่านไปนานก็ตามมีคุณค่าน่าเก็บสะสม

3) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Internet E-mail มีข้อมูลที่หลากหลายมากมาย ทันสมัยมีภาพ 3 มิติ มีภาพเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง แต่อาจจะมีมูลค่าราคาสูงและจำนวนผู้อ่านอยู่ในวงแคบ

Wilbur Schramm ได้ให้แนวความคิดการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสารมีองค์ประกอบดังนี้

- 1) การประเมินประโยชน์ของข่าวสาร ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์บางอย่างของตน การประเมินสารประโยชน์จะช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารมีประโยชน์ที่แตกต่างกันอย่างไร และทำให้เกิดการพัฒนา ปรับปรุงการรับข่าวสารเพิ่มมากขึ้น
- 2) ประสบการณ์ เป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน เพราะผู้รับนั้นย่อมมีประสบการณ์
- 3) ภูมิหลังของแต่ละคน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
- 4) ความสามารถในการรับสาร ได้แก่ สภาพของร่างกาย และจิตใจของแต่ละคนจึงมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล
- 5) บุคลิกภาพ เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ การสนใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
- 6) ความสามารถในการรับสาร ซึ่งของคนจะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคลที่แตกต่างกันไป
- 7) อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข้อมูล ข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมาย
- 8) ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่กำหนดการรับเอาข่าวสารนั้นมาและมีการตอบสนองข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ ซึ่งทัศนคติของผู้รับสารสามารถเปลี่ยนแปลงได้และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนไป การรับข่าวสารและการตอบสนองต่อข่าวสารก็จะแตกต่างกันไปด้วย (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551, หน้า24-26)

การสื่อสาร คือ ปัจจัยที่มีความจำเป็นอย่างมากของมนุษย์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะมนุษย์จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน ซึ่งข่าวสารจะเป็นตัวแปรที่จะกำหนดการตัดสินใจของมนุษย์ยามเมื่อเกิดปัญหาและเกิดความไม่แน่ใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Alkin (1973) กล่าวว่าไว้ว่าบุคคลที่เปิดรับเอาข่าวสารมาจำนวนมากมักจะมีความคิดสติปัญญาหรือหุดากว้างไกล มีความรู้ ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่ทันสมัย ทันท่องเหตุการณ์กว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อยซึ่งองค์ประกอบที่ใช้ในการเปิดรับข่าวสารก็มีลักษณะแบบเดียวกับของ Wilbur Schramm ที่ได้กล่าวมาข้างต้น

1) องค์ประกอบในการเลือกเปิดรับข่าวสารของผู้รับสาร มีดังนี้

1) ประสบการณ์ที่ผู้รับสารจะทำให้ผู้รับสารแสวงหาแหล่งข่าวสารแตกต่างกันไปตามที่บุคคลจะหาได้

2) การประเมินถึงประโยชน์ของข่าวสารจะทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนองจุดประสงค์ของคนอย่างใดอย่างหนึ่งที่แตกต่างกัน

3) ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในข่าวสารที่ต่างต่าง

4) การศึกษาและสภาพแวดล้อม เป็นส่วนที่ทำให้ผู้รับสารมีพฤติกรรมการเลือกรับสื่อและเนื้อหาของข่าวสารที่ต่างต่าง

5) ความสามารถในการรับสารทั้งสภาพร่างกายและจิตใจประสาทสัมผัสทุกอย่างสามารถทำงานและรับรู้ได้ตามปกติ

6) บุคลิกภาพ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ การโน้มน้าวใจ และพฤติกรรมการรับสารของผู้รับสาร

7) อารมณ์ สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารมีผลต่อการเข้าใจความหมาย การพิจารณาการรับข่าวสาร

8) ทัศนคติ เป็นตัวกำหนดท่าทีของการรับและการตอบสนองต่อข่าวสารซึ่งมีผลต่อประสิทธิภาพต่อการสื่อสาร (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551, หน้า 26-27)

2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารมี 2 ส่วน

1) ปัจจัยที่บุคคลใช้วิเคราะห์ตามทฤษฎีการสื่อสารวิเคราะห์ถึงปัจจัยของการสื่อสารของผู้รับสารในแบบจำลองกระบวนการสื่อสาร ดังนี้

1) ทักษะในการสื่อสาร (Communication Skills)

2) ทัศนคติ (Attitude) เช่นการถอดรหัส การแปลความหมายข่าวสาร

3) ระดับความรู้ (Knowledge Level)

4) ระบบสังคม (Social System) สถานภาพของแต่ละคนมีผลทำให้การเปิดรับและการตีความข่าวสารแตกต่างกัน

5) วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง ระบบที่เป็นบรรทัดฐานของแต่ละสังคมเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการ

2) ปัจจัยที่บุคคลใช้วิเคราะห์ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ซึ่งจะมีความแตกต่างในเรื่อง เพศ อายุ การศึกษาฐานะทางสังคม

3) ปัจจัยด้านบุคลิกภาพและจิตวิทยาของส่วนบุคคล ซึ่งจะมีโครงสร้างทางจิตวิทยาส่วนบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะของบุคคลซึ่งมีปัจจัยมาจากสภาพการเลี้ยงดู อบรม เรียนรู้

4) ปัจจัยด้านสภาพความสัมพันธ์ทางสังคม ปกติคนทั่วไปจะยึดติดอยู่กับกลุ่มสังคมที่ตนสังกัดอยู่ในการอ้างอิงในการตัดสินใจ เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551, หน้า27-28)

สรุปได้ว่า การเปิดรับสารของแต่ละผู้รับสารจะขึ้นอยู่กับความน่าสนใจและการตอบสนองสอดคล้องกับจุดประสงค์ของผู้รับสารมากน้อยเพียงใด การผลิตสื่อจึงจะต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้รับสารเป็นสิ่งสำคัญเพื่อเป็นที่จดจำของผู้รับสารนั่นเอง

1.4.2 ช่องทางการเปิดรับข่าวสาร ประกอบด้วย 3 ช่องทางได้แก่

1) สื่อสารมวลชน (Mass Media) คือ สื่อผู้ส่งสารรับมาและกระจายสารไปสู่ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก ภายในระยะเวลาที่ใกล้เคียงกันได้อย่างรวดเร็วซึ่งผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Media) คือ วิทยุ โทรทัศน์ภาพยนตร์ และสิ่งพิมพ์ คือ หนังสือพิมพ์

2) สื่อบุคคล (Personal Media) คือ สื่อที่การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล 2 คนขึ้นไปอาจจะเป็นระหว่างคน 2คนหรือเป็นกลุ่มย่อยโดยจะมีบุคคลหนึ่งที่จะนำสารไปยังอีกบุคคลหนึ่ง การสื่อแบบนี้สามารถเห็นหน้าตาและแลกเปลี่ยนได้โดยตรงซึ่งสามารถซักถามทำความเข้าใจและมีการสื่อสารปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้อย่างทันทีทันใด

3) สื่อเฉพาะกิจ (Identity Media) คือ สื่อที่ได้จัดทำเฉพาะขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งในรูปแบบความรู้เรื่องราวเฉพาะ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รับสารที่แน่นอน ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ป้ายโฆษณา ป้ายประกาศแผ่นพับ โปสเตอร์ เป็นต้น (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551, หน้า40-41)

1.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการเปิดรับสื่อ

1.5.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

คือพฤติกรรมกรรมการบริโภคสินค้าและบริการ เกิดมาจากปัจจัยที่มีส่วนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่

1) พื้นหลังทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural Background) นับเป็นองค์ประกอบเบื้องต้นที่จะส่งอิทธิพลต่อปัจจัยทางจิตวิทยาอิทธิพลทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมย่อยของผู้บริโภคและชนชั้นทางสังคม

2) ปัจจัยทางจิตวิทยา (Consumer Psychology) ส่งอิทธิพลภายในที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจ ได้แก่

- 1) แรงจูงใจ (Motivation)
- 2) การรับรู้ (Reception)
- 3) ทักษะคติ (Attitude)
- 4) บุคลิกภาพ (Personality)

5) การตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Decision-Making)

(ชญาณ ลำภา, 2556, หน้า 25-26)

วัชรวิวรรณ ธารีรัตน์(2552) ให้แนวคิดไว้ว่า พฤติกรรมของวัยรุ่นไทยในปัจจุบันที่มีความชื่นชอบต่อศิลปินมากมายหนึ่งในนั้นคือ “ศิลปินเกาหลี” ซึ่งวัยรุ่นไทย ณ ปัจจุบันนี้มีความชื่นชอบและความสนใจต่อศิลปินต่างประเทศมากกว่าศิลปินในประเทศซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นศิลปินแถบทวีปเอเชียในที่นี่รวมทั้งนักร้อง นักแสดงด้วย เช่น Dong Bang Shin Gi (TVXQ), Super Junior, Rain, Park Shin Hae ,Lee Jung Suk ซึ่งศิลปินจากประเทศเกาหลีได้เข้ามามีบทบาทอิทธิพลและดึงดูดความสนใจวัยรุ่นไทยและส่งผลกระทบต่อของนักร้องเกาหลีโด่งดังมากขึ้นดูได้จากในงาน Pattaya Music Festival 2006 วง Super Junior ได้เข้าแสดงคอนเสิร์ตในประเทศไทยนั้นทำให้วัยรุ่นไทยได้เห็นความสามารถด้านการร้องเพลง การเต้น และความสามารถเฉพาะของแต่ละคนของศิลปินซึ่งศิลปินเกาหลีดังกล่าวข้างต้น ซึ่งศิลปินเกาหลีนั้นไม่ได้มีดีโดดเด่นแค่หน้าตาอย่างเดียวแต่ยังมีความสามารถที่โดดเด่นเป็นของตัวเองอีกด้วย ซึ่งในส่วนตรงนี้จะเห็นได้ว่าไม่ใช่เพียงแค่แฟนคลับแต่ศิลปินในประเทศไทยหลายคนเองก็ได้อิทธิพลเหล่านั้นมาด้วยเช่นกันตัวอย่างเช่น กลุ่มศิลปินค่ายกามาเซ่ที่มีการใช้ชื่อเพลงเป็นภาษาเกาหลี เนื้อเพลงท่อนแร็ปที่มีท่อนภาษาเกาหลีอยู่ด้วยนั้น เพื่อจะตามกระแสในบ้านเรา ละครซีรีย่ทางโทรทัศน์ ภาพยนตร์เกาหลีเป็นสิ่งที่วัยรุ่นไทยให้ความสนใจไม่แพ้กันซึ่งเรียกว่าเป็นสาเหตุของการชื่นชอบดารเกาหลีหรือเป็นจุดเริ่มต้นของการเป็นแฟนคลับเลยก็ว่าได้ เช่น ละครเรื่องเจ้าหญิงรูนวายกับเจ้าตันชายเย็นชา full house สะดุดรักที่หักใจ you're beautiful หล่อน่ารักกับซูเปอร์สตาร์นำเลิฟ ละครซีรีย่ทางโทรทัศน์เหล่านี้เป็นสิ่งที่การันตีได้ว่ากระแสละครเกาหลีเป็นที่ได้รับความสนใจในประเทศไทยและจากกระแสที่เกิดขึ้นนี้เกิดกิจกรรมยามว่างของเหล่าวัยรุ่นที่ชื่นชอบ k-pop ขึ้นมาที่เรียกกันว่าเต้น cover นั่นเอง การเต้น cover คือกิจกรรมที่เป็นนิยมในหมู่วัยรุ่นคือการเต้น และแต่งตัว เลียนแบบศิลปินหรือวงศิลปินที่มีความชื่นชอบ ซึ่งเหตุผลของการเต้น cover นั้นคือ พฤติกรรมอย่างหนึ่งที่ได้รับมาจากศิลปินที่ชื่นชอบอยากจะเป็นแบบศิลปินนักร้องของประเทศเกาหลีได้แสดงความเป็นตัวของตัวเอง และได้เพื่อนใหม่ๆ เห็นจากหลังเลิกเรียนหรือในวันหยุดยามว่างก็จะมีกิจกรรมร่วมกันเพื่อซ้อมเต้น และยังมีการให้แสดง cover เพื่อประกวด และแสดงความสามารถด้านการเต้นว่าแสดงได้เหมือนขนาดไหน โดยจะตัดสินเป็นคะแนนโหวตจากคนดูในการจัดงานแต่ละครั้งซึ่งก็ได้ผลตอบรับจากผู้ชมอย่างมากมาย กิจกรรมแบบนี้ถือเป็นการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ได้ฝึกทักษะความสามารถอีกด้านหนึ่งได้ออกกำลังกาย ซึ่งทักษะและความสามารถตรงนี้แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นไทยประทับใจและชื่นชอบศิลปินเกาหลีจากความสามารถที่แท้จริงนั่นเอง

1.5.2 ทฤษฎีแรงจูงใจ

1) ความหมายของแรงจูงใจ

“แรงจูงใจ” ช่วยในการอธิบายว่าทำไมอินทรีย์ถึงมีการกระทำอย่างนั้นและทำให้เกิดแล้วอะไรขึ้นมาบ้าง ซึ่งในทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioral View of Motivation) คำว่า “แรงจูงใจ” มาจากภาษาละตินว่า “Movere” ความหมายตรงกับภาษาอังกฤษคำว่า “to move” ซึ่งความหมายว่า “เป็นสิ่งที่โน้มน้าวหรือชักนำบุคคลเกิดการกระทำหรือปฏิบัติการ (To move a person to a course of action) ดังนั้นแรงจูงใจจึงได้รับความสนใจมากในทุกๆวงการ

โลเวลล์ (Lovell, 1980) ได้นิยามความหมายของแรงจูงใจว่า “เป็นกระบวนการที่ชักนำโน้มน้าวให้บุคคลเกิดความพยายามเพื่อที่จะสนองตอบความต้องการบางประการให้บรรลุผลสำเร็จ”

ไมเคิล คอมนแจน (Domjan 1996) อธิบายไว้ว่าแรงจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรมการกระทำกิจกรรมของบุคคลโดยบุคคลจงใจกระทำพฤติกรรมนั้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ (<http://motivation-srisupan.blogspot.com/2012/07/theories-of-motivation.html>)

สรุปได้ว่าแรงจูงใจคือกระบวนการที่ถูกกระตุ้นบุคคลจากสิ่งเร้าอย่างจงใจให้กระทำหรือตื่นรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างซึ่งเราสามารถจะเห็นพฤติกรรมที่เกิดจากแรงจูงใจเป็นการกระทำของพฤติกรรมที่ไม่ใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา เช่น การตอบสนองต่อสิ่งเร้าปกติคือ การถูกเรียกแล้วขานรับตอบ แต่การตอบสนองสิ่งเร้าที่เกิดจากแรงจูงใจนั้นจะแตกต่างออกไปจากการตอบสนองแบบเดิม เช่น การตั้งใจซ้อมเดินเพื่อหวังชนะการประกวด การท่องจำคำศัพท์อย่างจริงจังเพื่อหวังจะมีทักษะทางภาษาแบบเจ้าของภาษา เป็นต้น

(<http://motivation-srisupan.blogspot.com/2012/07/theories-of-motivation.html>)

2) ทฤษฎีแรงจูงใจแบ่งออกได้เป็นทฤษฎีใหญ่ๆได้ 4 ทฤษฎีดังนี้

1) ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioral View of Motivation)

เป็นทฤษฎีที่เกิดจากประสบการณ์จากอดีต (Past Experience) ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจของบุคคล หากลองวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมของมนุษย์ดูแล้วจะเห็นว่ามนุษย์ได้รับอิทธิพลที่เป็นแรงจูงใจที่มาจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ในอดีตจากสะสม ซึ่งประสบการณ์จะกลายเป็นแรงจูงใจและส่งผลกระทบต่อความต้องการของมนุษย์ ทฤษฎีนี้เน้นความสำคัญของสิ่งเร้าภายนอก (Extrinsic Motivation)

2) ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning View of Motivation)

ทฤษฎีนี้แรงจูงใจจะเกิดขึ้นได้จากการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะการสร้างเอกลักษณ์และการเลียนแบบ (Identification and Imitation) จากบุคคลที่ตนเองชื่นชม หรือเหล่าคนที่มีอิทธิพลมีชื่อเสียงต่อสังคมจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

3) ทฤษฎีพุทธินิยม (Cognitive View of Motivation)

ทฤษฎีนี้เกิดจากแรงจูงใจจากการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับ การรับรู้(Perceive) สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเกิดจากการอาศัยความสามารถทางสติปัญญาของแต่ละบุคคล มนุษย์จะได้รับแรงผลักดันจากการแสดงพฤติกรรมหลายแบบซึ่งไม่เหมือนกัน ในสภาพนั้นมนุษย์จะเกิดสภาพความไม่สมดุล (Disequilibrium) ขึ้นเมื่อเกิดสภาพดังที่ว่าจะต้องอาศัยขบวนการซึมซับ (Assimilation) และการปรับตัว (Accommodation) จากประสบการณ์ใหม่ที่รับรู้ให้เข้ากับ ประสบการณ์เดิมของตนซึ่งจะต้องอาศัยการใช้สติปัญญาที่เป็นพื้นฐานสำคัญของทฤษฎีนี้จะเน้นแรงจูงใจจากภายใน (intrinsic Motivation) ซึ่งทฤษฎีนี้จะให้ความสำคัญเรื่องการวางแผน เป้าหมายของจุดประสงค์ และเน้นความสำคัญกับระดับของความคาดหวัง (Level of Aspiration)

3) ทฤษฎีมนุษยนิยม (Humanistic View of Motivation) ซึ่งทฤษฎีนี้ “มาสโลว์” ได้ให้คำนิยาม ลำดับความต้องการของมนุษย์ไว้ว่าความต้องการที่เป็นตัวกระตุ้นขั้นดีที่จะนำพามนุษย์ไปสู่ความต้องการนั้น หากเข้าใจความต้องการของมนุษย์จะสามารถอธิบายถึงเรื่องแรงจูงใจของมนุษย์ได้เช่นเดียวกัน (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น และคณะ, 2551, หน้า48-49)

1.5.3 ลักษณะของแรงจูงใจ

แรงจูงใจมี 2 ลักษณะดังนี้

1) แรงจูงใจภายใน (intrinsic motives)

คือ สิ่งผลักดันจากภายในตัวบุคคลซึ่งเช่น เจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความต้องการสิ่งต่างๆ ดังกล่าวนี้อธิพลต่อพฤติกรรมค่อนข้างถาวรเช่น คนงานที่เห็นองค์การคือสถานที่ให้ชีวิตแก่เขาและครอบครัวเขาก็จะจงรักภักดีต่อองค์การ

2) แรงจูงใจภายนอก (extrinsic motives)

คือ สิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมเช่น การได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง การยกย่อง ซึ่งแรงจูงใจภายนอกจะไม่คงทนถาวรและไม่ตายตัวบุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้น (<http://motivation-srisupan.blogspot.com/2012/07/theories-of-motivation.html>)

1.5.4 ที่มาของแรงจูงใจ

แรงจูงใจสามารถเกิดจากหลายสาเหตุด้วยกันซึ่งอาจจะเนื่องมาจากความต้องการ การกระตุ้นจากสิ่งเร้าหรืออาจจะมาจากการคาดหวังหรือจากการเก็บกดซึ่งบางคนก็ไมรู้ตัวจะเห็นได้ว่าการจูงใจจะทำให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่มีกฎเกณฑ์แน่นอนเพราะพฤติกรรมมนุษย์มีความซับซ้อน ซึ่งอาจจะทำให้เกิดพฤติกรรมที่แตกต่างหรือเหมือนกันจากแรงจูงใจอย่างเดียวกันก็เป็นได้ กล่าวถึงที่มาของแรงจูงใจที่สำคัญพอสังเขปดังนี้

1) ความต้องการ (Need)

เป็นบุคคลที่อยู่ในสภาพที่ขาดสมดุลทำให้เกิดแรงผลักดันให้แสดงพฤติกรรม เพื่อสร้างสมดุลให้ตัวเอง เช่น เมื่อรู้สึกเหนื่อยล้าก็จะพักผ่อน เมื่อรู้สึกร้อนจึงดื่มน้ำ ความต้องการของบุคคลนั้นมีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายซึ่งเราสามารถแบ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ได้เป็น 2 ประเภททำให้เกิดแรงจูงใจ

1) แรงจูงใจทางด้านร่างกาย (physical motivation)

เป็นความต้องการเกี่ยวกับปัจจัยพื้นฐาน 4 ความต้องการอาหาร น้ำ การพักผ่อน การได้รับความคุ้มครอง ความปลอดภัย การได้รับความเพลิดเพลิน การลดความเคร่งเครียด แรงจูงใจนี้จะมีสูงมากในวัยเด็กตอนต้นและวัยผู้ใหญ่ตอนปลาย

2) แรงจูงใจทางด้านสังคม (social motivation)

แรงจูงใจนี้มีความสลับซับซ้อนมากซึ่งมีผลมาจากด้านชีววิทยาของมนุษย์ในความต้องการอยู่ร่วมกันกับครอบครัว เพื่อนในโรงเรียน เพื่อนร่วมงาน เป็นความต้องการส่วนบุคคลที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

สรุปได้ว่าความแตกต่างระหว่าง 2 แรงจูงใจที่กล่าวมานั้น คือแรงจูงใจด้านสังคมเกิดจากพฤติกรรมที่เขาแสดงออกด้วยความต้องการของตนเองมากกว่า ผลตอบแทนจากวัตถุและสิ่งของ

2) สิ่งล่อใจ (incentives)

เป็นแรงผลักดันแบบนี้เกิดจากความต้องการทางกายและสิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ความต้องการและแรงขับมักเกิดควบคู่กัน ซึ่งเมื่อเกิดความต้องการแล้วความต้องการนั้นไปผลักดันให้เกิดพฤติกรรมที่เรียกว่าเป็นแรงขับ เช่นในการประชุมหนึ่งผู้เข้าประชุมทั้งหัว ทั้งเหนื่อย แทนที่การประชุมจะราบรื่นก็อาจจะเกิดการขัดแย้งหรือเพราะว่าทุกคนหัวก็รีบสรุปการประชุมซึ่งอาจจะทำให้ขาดการไตร่ตรองที่ตักได้

3) การตื่นตัว (arousal)

เป็นภาวะที่บุคคลอยู่ในสภาพที่พร้อมจะแสดงพฤติกรรม สมองพร้อมที่จะคิด กล้ามเนื้อพร้อมจะเคลื่อนไหว เช่น นักกีฬาที่อุ่นเครื่องเสร็จพร้อมที่จะแข่งขันหรือเล่นกีฬา นักเรียนนักศึกษาเตรียมพร้อมสอบซึ่งโดยธรรมชาติพฤติกรรมของมนุษย์มีความตื่นตัว 3 ระดับคือ

1) การตื่นตัวระดับสูงจะตื่นตัวมากไปจนกลายเป็นตื่นตกใจหรือตื่นเต้น

เกินไปจนขาดสติ

2) การตื่นตัวระดับกลางคือระดับตื่นตัวที่ดีที่สุด

3) การตื่นตัวระดับต่ำมักจะทำให้ทำงานเฉื่อยชา งานเสร็จช้า

สรุปได้ว่าปัจจัยที่ทำให้บุคคลตื่นตัวมีทั้งสิ่งเร้าภายนอกและภายในขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนตัวของบุคคลแต่ละคน เช่น บุคลิกภาพ นิสัยและระบบสรีระที่แตกต่างของบุคคลผู้นั้น

4) การคาดหวัง (expectancy)

เป็นการตั้งความปรารถนาที่จะเกิดขึ้นของบุคคลในสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ศิลปินฝึกหัด (Trainee) คาดหวังที่จะได้เปิดตัวและทำอัลบั้มในฐานะศิลปินเต็มตัว (Idolstar) ซึ่งการคาดหวังทำให้ตัวของศิลปินฝึกหัดมีกำลังใจและมีชีวิตชีวามากขึ้นซึ่งบางอาจจะสมหวังและบางคนอาจจะผิดหวังก็ได้เพราะสิ่งที่เกิดขึ้นกับสิ่งที่คาดหวังมักไม่เป็นตามที่ต้องการเสมอไป ถ้าสิ่งที่เกิดขึ้นห่างกับสิ่งที่คาดหวังมากก็อาจจะทำให้ศิลปินฝึกหัดหือห่้กับการทำงาน แต่การคาดหวังก่อให้เกิดแรงผลักดันหรือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญต่อพฤติกรรมและช่วยให้เข้าใกล้เป้าหมายที่ตั้งไว้มากยิ่งขึ้น

5) การตั้งเป้าหมาย (goal setting)

คือ การกำหนดทิศทางและจุดมุ่งหมายปลายทางของการกระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งของบุคคลซึ่งจัดเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากภายในของบุคคลผู้นั้น เช่น การตั้งเป้าหมายที่จะเป็นนักร้อง ดารา ศิลปิน ส่งผลทำให้บุคคลพัฒนาศักยภาพความสามารถได้สำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งเอาไว้เพราะการตั้งเป้าที่ชัดเจนและแน่นอนทำให้บุคคลนั้นประสบความสำเร็จ (<http://motivation-srisupan.blogspot.com/2012/07/theories-of-motivation.html>)

2. ข้อมูลเกี่ยวกับทฤษฎีการออกแบบ

2.1 การวางแผนเนื้อเรื่อง (Story Planning)

การแต่งเนื้อเรื่อง แม้จะเป็นเพียงจุดเริ่มต้นแต่ก็เป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญเพราะจะเป็นตัวกำหนดความน่าสนใจของแอนิเมชันทั้งโปรเจ็คโดยทั่วไปผู้ผลิตแอนิเมชันมักจะนำเนื้อเรื่องมาจากวรรณกรรมที่มีชื่อเสียงหรือหนังสือที่แต่งโดยนักเขียนมืออาชีพอาจเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นมาใหม่ก็ได้ เนื้อเรื่องจะถูกเขียนขึ้นในรูปแบบของต้นฉบับ (Script) คล้ายกับการผลิตภาพยนตร์เนื้อเรื่องที่ควรจะมี

1) ให้ความบันเทิง (Entertaining) เรื่องควรจะสนุกและชวนให้คิด จึงจะสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ชมไว้ได้

2) เข้าใจได้ง่าย (Accessible) เนื้อเรื่องที่น่าเสนอควรจะสามารถสัมผัสได้และน่าเชื่อถือโดยขึ้นอยู่กับว่าใครเป็นผู้ชมด้วย ผู้ทำแอนิเมชันจึงต้องคำนึงถึงผู้ชมเสมอ

3) ความเป็นเอกลักษณ์ (Unique) การนำเสนอเนื้อเรื่องที่แปลก แหวกแนว จะทำให้ผลงานนั้นเป็นที่น่าจดจำ (Memorable) เมื่อสามารถสรุปเนื้อเรื่องได้แล้วก็จะสามารถจำแนกได้ว่ามีตัวละครที่ตัวและลักษณะเป็นอย่างไร (ธรรมปพนลีอำนวนัยโชค, 2550, หน้า 31-32)

2.2 ออกแบบตัวละคร (Character Design)

เมื่อเรารู้ลักษณะของตัวละครแล้วเราสามารถจะเริ่มออกแบบตัวละครได้โดยเริ่มจากการเขียนรายละเอียดต่างๆ ของตัวละครเช่น ชื่ออะไร อายุเท่าไร เพศอะไร ชอบอะไร เป็นต้น เนื่องจากสิ่งเหล่านี้จะบอกถึงอุปนิสัย (Personality) ของตัวละครซึ่งจะส่งผลกระทบบุคลิกภาพตัว

ละครด้วย ขั้นตอนมาคือการวาดภาพตัวละครเหล่านั้นโดย Artist เพื่อถ่ายทอดจินตนาการเหล่านั้นออกมาเป็นรูปธรรมให้ทุกคนเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ถ้าแอนิเมชันเป็นชนิด 3 มิติ (3D Animation) เมื่อสิ้นสุดขั้นตอนนี้ ผู้ออกแบบอาร์มณบุคลิกหุ่น (Character) ก็จะส่งงานต่อให้ผู้ทำหุ่นจำลอง (Modelers) ซึ่งจะเป็นผู้ขึ้นรูปหุ่นโมเดล 3 มิติตามที่ได้ออกแบบไว้ การลงสีโมเดล (Texturing) รวมถึงการตั้งค่าการควบคุมตัวละคร (Character Rigging) เพื่อให้โมเดลพร้อมต่อการเคลื่อนไหวที่จะถูกทำโดยแอนิเมเตอร์ กระบวนการนี้อาจทำได้ในโปรแกรมเช่น Maya, 3D Studio Max และ Lightwave 3D เป็นต้น (ธรรมปพนลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 32)

2.3 กระดานภาพนิ่ง (Storyboard)

หลังจากได้สรุปการออกแบบตัวละครแล้วเราสามารถเริ่มการทำ Storyboard ได้ Storyboard ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญมากในวงการภาพยนตร์และวงการแอนิเมชันโดยเฉพาะสตอรี่บอร์ดจะเป็นตัวกำหนดให้ทุกคนทุกแผนกเข้าใจเนื้อเรื่องในทิศทางเดียวกันยังสตอรี่บอร์ดมีความมีความชัดเจนมากเท่าไร ก็จะทำให้ง่ายต่อการผลิตมากเท่านั้นสตอรี่บอร์ดที่ดีไม่จำเป็นต้องมีความสวยงามเหมือนผลงานจิตรกรรมแต่ควรจะสามารถบอกวัตถุประสงค์หลักในการทำสตอรี่บอร์ดได้คือ

1) เนื้อเรื่อง (Story)

ควรจะบอกได้อย่างชัดเจนว่าเกิดอะไรขึ้น ใครทำอะไร ที่ไหน อย่างไร กับใคร รวมไปถึงอารมณ์ของตัวละครว่า ตีใจ เสียใจ โกรธ เป็นต้น โฉนส่วนใหญ่แล้วภาพที่ปรากฏในสตอรี่บอร์ดนั้นก็คือ Key ของแอนิเมชันนั่นเอง

2) มุมกล้อง (Camera Angle)

มุมกล้องที่แตกต่างจะทำให้ความรู้สึกและอารมณ์ที่ต่างกัน ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่สตอรี่บอร์ดจะแสดงให้เห็นถึงมุมกล้องว่าฉายจากทิศทางใด หรือเคลื่อนที่อย่างไร แล้วมองเห็นสิ่งใดที่ปรากฏอยู่ในฉากบ้าง ไม่มีใครสามารถกำหนดได้อย่างตายตัวได้ว่าสตอรี่บอร์ดจะต้องวาดในรูปแบบใด แต่สามารถเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมกับงานได้ (ธรรมปพนลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 33-34)

1) ภาพไกลมาก หรือ Extreme Long Shot (EXS)

เป็นขนาดภาพที่กว้างไกลมาก ขนาดภาพนี้มักใช้ในฉากเปิดเครื่องหรือเริ่มต้นเพื่อบอกสถานที่ว่าเหตุการณ์เกิดขึ้นที่ไหน ปกติฉากที่เปิดโดยใช้ภาพขนาดนี้มักมีขนาดกว้างใหญ่ เช่น มหานครซึ่งเต็มไปด้วยหมอกสูงเสียดฟ้า, ท้องทะเลกว้างสุดลูกหูลูกตา, ขุนเขาสูงตระหง่าน, ฉากการประจันหน้ากันในสงคราม, ฉากการแสดงมหรรรรมคอนเสิร์ต ฯลฯ จุดเด่นของภาพ Extreme Long Shot อยู่ตรงความยิ่งใหญ่ของภาพซึ่งสามารถของภาพดึงดูดคนดูไว้ได้เสมอ

2) ภาพไกล หรือ Long Shot (LS)

เป็นขนาดภาพที่ย่อมลงมาจากภาพ Extreme Long Shot คือ กว้างไกล

พอที่จะเห็นเหตุการณ์โดยรวมทั้งหมดได้เมื่อดูแล้วรู้ได้ทันทีว่าในฉากนี้ ใครทำอะไรอยู่ที่ไหนกันบ้าง เพื่อให้คนดูไม่เกิดความสับสนเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวละครในฉากนั้นๆ ถือเป็นขนาดภาพที่เหมาะสมกับการเปิดฉากหรือเปิดตัวละครเพื่อให้เห็นภาพรวมก่อนที่จะนำคนดูเข้าไปใกล้ตัวละครมากขึ้นในช็อต (Shot) ต่อไปแต่ในขณะที่เหตุการณ์ดำเนินไป เราก็คงสามารถใช้ภาพ Long Shot ตัดสลับกับภาพขนาดอื่นๆได้เช่นกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ในเรื่อง ถ้าเป็นช่วงที่ต้องการแสดงให้เห็นท่าทางของตัวละครมากกว่าอารมณ์สีหน้าก็ควรใช้ภาพขนาดนี้

3) ภาพปานกลาง หรือ Medium Shot (MS)

เป็นภาพที่คนดูจะไม่ได้เห็นตัวละครตลอดทั้งร่างเหมือนภาพ Long Shot แต่จะเห็นประมาณครึ่งตัวเป็นขนาดภาพที่ทำให้รายละเอียดของตัวละครมากยิ่งขึ้นเหมือนพาคนดูก้าวไปใกล้ตัวละครให้มากขึ้นภาพขนาดนี้ถูกใช้บ่อยมากกว่าภาพขนาดอื่นๆ เพราะสามารถให้รายละเอียดได้มากไม่น้อยเกินไปคือคนดูจะเห็นทั้งท่าทางของตัวละคร และอารมณ์ที่ฉายบนสีหน้าไปพร้อมๆ กัน

4) ภาพใกล้หรือ Close up (CU)

เป็นขนาดภาพที่เน้นใบหน้าตัวละครโดยเฉพาะ เพื่อแสดงอารมณ์ของตัวละครในขณะนั้นว่ารู้สึกอย่างไรต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นภาพขนาดนี้มักมีการเคลื่อนไหวน้อย เพื่อให้คนดูเก็บรายละเอียดได้ครบถ้วน

5) ภาพใกล้หรือ Extreme Close up (CU)

เป็นขนาดภาพที่ตรงกันข้ามชนิดสุดขีดกับภาพ Extreme Long Shot คือจะพาคนดูเข้าไปใกล้ตัวละครมากๆ เช่น แคตา ปาก จมูก เล็บ รวมไปถึงการถ่ายสิ่งของอื่น ๆ อย่างชัดเจนเพื่อให้เห็นรายละเอียดกันอย่างแจ่มแจ้ง เช่น ก้อนน้ำแข็งในแก้ว, หัวแหวน, โกวิน เป็นต้น เป็นต้น (<http://www.kanlayanee.ac.th/animation/web/eyepicture.htm>)

2.4 การบันทึกเสียง (Vocal Track)

เป็นขั้นตอนการบันทึกเสียงไม่ว่าจะเป็นเสียงเอฟเฟกต์ต่างๆหรือเสียงพูดของตัวละครบนคอมพิวเตอร์เป็น Digital file (.wav, .aiff) จากนั้นไฟล์เสียงก็จะผ่านกระบวนการตัดแต่ง (Sound Editing) เช่น การตัดแต่งให้เสียงคมชัดขึ้น ปรับแต่งความเร็วและโทนเสียงเพื่อให้เหมาะสมกับตัวละคร เสียงทั้งหมดควรจะถูกกำหนดไว้อย่างสมบูรณ์ก่อนจึงจะเริ่มทำภาพ เสียงควรมาพร้อมกับภาพเสมอ (ธรรมปพนลีอำนาจโชค, 2550, หน้า 36)

2.4.1 ทำ Digital Storyboard (Story Reel)

เมื่อเรามีสตอรี่บอร์ดและเสียง (Voice) ที่ถูกบันทึกเรียบร้อยแล้วเราจะนำสตอรี่บอร์ดมา Scan เพื่อให้ได้ไฟล์บนคอมพิวเตอร์เพื่อทำ Story Reel ขั้นตอนนี้ถือเป็นจุดสิ้นสุดของกระบวนการ Pre-Production โดย Story Reel จะโชว์เนื้อเรื่องพร้อมด้วยเสียงพูด เสียงเอฟเฟกต์

(Sound Effect) เสียงดนตรี (Soundtrack) โดยจะถูกตัดต่อด้วยระยะเวลา (Timing) ที่ถูกต้องเป็นแบบให้แอนิเมเตอร์นำไปแอนิเมต่อไป (ธรรมปพนลีอำนาจโชค,2550,หน้า37)

2.5 ทำภาพเคลื่อนไหว (Animating)

เมื่อเราเตรียมทุกอย่างในขั้นตอนของ Pre-Production ครบถ้วนแล้ว ก็สามารถเข้าสาขั้นตอนของการผลิตได้ แอนิเมเตอร์จะนำโมเดลตัวละคร 3 มิติมาเพื่อทำให้เคลื่อนไหวตาม Story Reel โดยมักจะเริ่มจากการกำหนดตำแหน่งหลัก (Key) แล้วจึงค่อยนำส่วนย่อยลงไปเรื่อยๆ (In-Between) โดยแอนิเมเตอร์ (Assistant) วาดตำแหน่งระหว่างกลางที่เหลือเมื่อแอนิเมเตอร์ทำการเคลื่อนไหวของตัวละครแล้วก็ต้องเก็บรายละเอียดต่างๆเช่น การปรับแต่งเวลา (Timing Editing) ให้เหมาะสม การแสดงอารมณ์ทางใบหน้าของตัวละคร (Facial Expression) การแสดงอารมณ์ทางใบหน้าของตัวละคร (Facial Expression) การขยับปากของตัวละครให้ตรงตามที่พูด (Lip Synching) ในขณะที่แอนิเมเตอร์กำลังแอนิเมตัวละครหลักอยู่ก็อาจจะมีแอนิเมเตอร์ทีมหนึ่งแอนิเมส่วนประกอบต่างๆที่เคลื่อนไหวในซีนนั้นๆ (Secondary Object) และอาจจะมีอีกหนึ่งที่หรืออาจจะเป็นทีมเดียวกันแอนิเมการเคลื่อนไหวของกล้อง (Camera) อยู่ด้วย (ธรรมปพนลีอำนาจโชค,2550, หน้า38-39)

2.6 แสงและเงา (Light and Shadow)

มาถึงขั้นตอนของการตกแต่งแสงและเงาของแอนิเมชัน แสงและเงาจะสร้างมิติและอารมณ์ให้กับแอนิเมชันก่อนที่จะตัดสินใจจัดวางแสงอย่างไร ที่ตำแหน่งใด เราควรจำคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้เสียก่อน

- 1) อารมณ์ (Mood) แสงต่างชนิดจะให้อารมณ์ที่ต่างกันในซีนแอนิเมชัน เช่น แสงสว่างหรือมืด จะให้อารมณ์สนุกสนานหรือเศร้า หรือโทนสีของแสงก็สามารถบอกอารมณ์ว่ารู้สึกอุ่นสบาย ทนาว เป็นต้น
- 2) มิติ (Depth) แสงและเงาสามารถสื่อถึงความเป็น 3 มิติบนจอ 2 มิติโดยการสร้างภาพลวงตาของความลึก (Depth) ที่เกิดจากแสงเงาที่ตกกระทบนั่นเอง
- 3) เวลา (Time) โทนของแสงยังเป็นตัวบ่งบอกช่วงเวลาที่เกิดเหตุการณ์เกิดขึ้นว่าเป็นเวลาเช้า บ่ายเย็น หรือกลางคืน และยังบอกเป็นฤดูกาลอะไรได้อีกด้วย
- 4) ตำแหน่งของไฟ (Position) ทิศทางของแสงจะมีผลต่อความชัดเจนของรายละเอียดต่างๆในซีน

2.7 คุณสมบัติของแสง (Attributes of Light)

โปรแกรม 3 มิติในยุคนี้เปิดโอกาสให้ผู้ใช้สามารถปรับแสงได้ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่เราจะเข้าใจการทำงานของคุณสมบัติของแสงเพื่อช่วยให้ภาพมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น คุณสมบัติของแสงประกอบด้วย

1) ความสว่างของแสง (Intensity)

2) การลดปริมาณของแสง (Fall off)

เมื่อแสงเดินทางผ่านระยะไกลขึ้น ความสว่างก็จะลดลงน้อยลง ขึ้นอยู่กับชนิดของ
 ดันทางแสง เช่น ถ้าเป็นแสงไฟจากเทียนก็จะมีพลังน้อยเมื่อเทียบกับพลังของแสงอาทิตย์ที่ดูเหมือนจะ
 ไม่มีการลดลง

3) สีของแสง (Colour)

แสงไม่จำเป็นต้องเป็นสีเหลืองเสมอไป ตัวอย่างเช่น ในฉากบรรยากาศที่หนาวเย็น
 ของขั้วโลกเหนือ แสงอาจจะเป็นสีฟ้าเข้มก็ได้

4) เอฟเฟกต์ของแสง (Light Effects)

โปรแกรมสมัยใหม่ยังเปิดโอกาสให้เราปรับแต่งเอฟเฟกต์ของแสง เช่น การเรือง
 แสง (Light Glow) แนวแสงที่ตัดผ่านหมอก (Light Fog) หรือ Lens Flare เป็นต้น (ธรรมปพนสิทธิ์
 อำนวยโชค, 2550, หน้า 42)

2.8 เงา (Shadow)

จะเป็นการแบ่งช่วงแสดงถึงมิติของซีน โดยปกติเงาจะเกิดจากแสงหลักของซีน (Key
 Light) อย่างไรก็ตามเงาอาจเกิดจากแสงมากกว่าหนึ่งแสงก็ได้ (ธรรมปพนสิทธิ์ อำนวยโชค, 2550, หน้า 43)

2.9 Animation Method

1) Frame

ชื่อเรียกภาพแต่ละภาพที่ฉายต่อเนื่องกัน ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์หรือแอนิเมชันเฟรม
 จะถูกกำหนดที่เป็นหมายเลข

2) Key

คือภาพวาดที่สำคัญที่ถ่ายทอดเรื่องราวหลักของเนื้อเรื่องว่าเกิดอะไรขึ้น โดย
 ปกติแล้ว Key คือภาพที่ถูกวาดในบอร์ดภาพนิ่ง (Storyboard) นั่นเอง Key จะเป็นรูปแรกที่เราจะวาด
 ในขั้นตอนแอนิเมชัน ตัวอย่างเช่น การเดินไปหยิบปากกาเพื่อเขียนบนกระดาน

3) Extreme Position

เกิดขึ้นเนื่องจากในปี ค.ศ. 1920 แอนิเมเตอร์ไม่ได้ทำงานคนเดียวอีกต่อไป จึงมี
 การคิดค้น Extreme ขึ้นเพื่อกำหนดเป็นตำแหน่งหลัก ส่วนใหญ่เป็นตำแหน่งแรกและตำแหน่งสุดท้าย
 ของการเคลื่อนไหวในแต่ละช่วง เช่น การเดิน ตำแหน่ง Extreme อาจจะเป็นตำแหน่งที่เท้าสัมผัสพื้น
 ในแต่ละก้าว โดยแอนิเมเตอร์จะวาดตำแหน่ง Extreme และให้ผู้ช่วยวาดตำแหน่งระหว่างกลางหรือ
 In-Between ที่เหลือ

4) Breakdown/Passing Position

คือตำแหน่งกึ่งกลางระหว่างตำแหน่ง Extreme ทั้งสองตำแหน่งมีความสำคัญมาก เพราะเป็นตัวกำหนดการเคลื่อนไหวจาก Extreme หนึ่งไปยังอีก Extreme หนึ่ง

5) In-Between

หรือ Middle คือทุกตำแหน่งที่อยู่ระหว่างตำแหน่ง Extreme เราเรียกว่า In-Between ตำแหน่งเหล่านี้มักจะถูกส่งให้ผู้ช่วยแอนิเมเตอร์เป็นผู้วาด แต่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะการจัดวางตำแหน่ง In-Between จะส่งผลต่อความน่าสนใจของการเคลื่อนไหวของแอนิเมชัน (ธรรมปพนลี อำนวยโชค, 2550, หน้า 51-53)

3. ข้อมูลพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

3.1 แนวคิดเกี่ยวกับวัยรุ่น

คำว่า วัยรุ่น (Adolescence) มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน คือ ADOLESCERE ซึ่งมีความหมายว่า “การเจริญเติบโตไปสู่วุฒิภาวะ” วัยรุ่น (Adolescence) หมายถึงช่วงระยะเวลาของการเจริญเติบโตจากการเป็นเด็กไปสู่การเป็นผู้ใหญ่ ในมุมมองด้านวัฒนธรรมวัยรุ่นคือระยะเวลาของการเปลี่ยนแปลงจากการพึ่งพาคนอื่นซึ่งเป็นลักษณะของวัยเด็ก ไปสู่อิสระภาพในการปกครองตนเองที่เป็นลักษณะของวัยผู้ใหญ่

ศรีเรือน แก้วกังวาน ได้กล่าวไว้ว่าอดีตนั้นการกำหนดช่วงอายุของวัยรุ่นจะอยู่ที่ช่วงอายุ 12-21 ปี แต่ในปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่าช่วงความเป็นวัยรุ่นได้ขยายออกไปเป็นช่วงอายุ 12-25 ปี เนื่องจากเด็กในยุคปัจจุบันต้องเรียนอยู่ในสถาบันการศึกษานานขึ้น การก้าวเข้าสู่ความเป็นผู้ใหญ่ที่สามารถหาเลี้ยงตัวเองได้จึงต้องยืดเวลาออกไปอีกทั้งรูปแบบชีวิตสมัยใหม่ที่พ่อแม่ไม่ค่อยมีเวลาให้กับลูกเพราะต้องออกไปทำงานนอกบ้าน พ่อแม่จึงพยายามให้ในทุกสิ่งที่ลูกต้องการเพื่อเป็นการทดแทนทำให้เด็กในปัจจุบันมีความเป็นผู้ใหญ่ (Maturity) ซ้ำกว่าเด็กในยุคอดีต ดังนั้นจึงแบ่งช่วงอายุของวัยรุ่นออกเป็น 3 ระยะ คือ

1) ช่วงอายุ 12-15 ปี เป็นช่วงวัยรุ่นตอนต้น

เป็นช่วงที่เด็กเพิ่งเริ่มเปลี่ยนแปลงเข้าสู่วัยรุ่นจึงทำให้ยังมีพฤติกรรมค่อนข้างไปทางเป็นเด็กร่างกายจะมีการเจริญเติบโตทางเพศอย่างสมบูรณ์ ทั้งเพศชายและหญิง

2) ช่วงอายุ 16-18 ปี เป็นระยะวัยรุ่นตอนกลาง

พัฒนาการทางด้านร่างกาย จิตใจ และความรู้สึกนึกคิดจะมีลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป จัดเป็นช่วงอายุของวัยรุ่นที่แท้จริง

3) ช่วงอายุ 19-25 ปี เป็นระยะวัยรุ่นตอนปลาย

ในระยะนี้ การพัฒนาการของวัยรุ่น เริ่มเข้าสู่สภาวะสมบูรณ์แบบทั้งทางร่างกาย อารมณ์ และสังคม เป็นช่วงวัยที่มีพฤติกรรมค่อนข้างไปทางเป็นผู้ใหญ่ (ปภัทกร ปรีดาชัชวาลและคณะ, 2556, หน้า 22-23)

3.2 แนวคิดเกี่ยวกับการยอมรับ

ปนัดดา อินทรารุช ได้กล่าวว่า การยอมรับคือ กระบวนการที่บุคคลพิจารณาตัดสินใจเกี่ยวกับสิ่งที่ได้รับรู้ เรียนรู้ หรือได้รับการแนะนำมา และในที่สุดก็รับเอาสิ่งนั้นๆ มาใช้หรือปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ โดยระยะเวลาของกระบวนการนี้จะช้าหรือเร็วก็ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลและคุณลักษณะของสิ่งนั้น

3.2.1 กระบวนการยอมรับ

เป็นกระบวนการใช้ทางความคิดของแต่ละบุคคล เป็นการตัดสินใจรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นขั้นเป็นตอน เริ่มตั้งแต่ได้รับความรู้ว่ามีวิทยาการแผนใหม่ผ่านขั้นต่างๆ จนถึงการยอมรับ และกระบวนการยอมรับเป็นเรื่องของแต่ละบุคคล ซึ่งแบ่งกระบวนการยอมรับออกเป็น 5 ขั้น ได้แก่

1) ขั้นรู้หรือขั้นรับรู้ (Awareness Stage)

ขั้นนี้เป็นขั้นแรกที่ได้รู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่ๆ เป็นขั้นเริ่มแรกที่จะนำไปสู่การยอมรับ หรือปฏิเสธสิ่งใหม่ๆ และเรียนรู้วิธีการใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพหรือกิจกรรมของตนเอง แต่ยังไม่ครบถ้วนการรับรู้แบบนี้มักเป็นการรู้โดยบังเอิญ ซึ่งอาจจะทำให้เกิดการอยากรู้ต่อไปอันเนื่องมาจากมีความต้องการวิทยาการใหม่ๆ นั้น ในการแก้ปัญหาที่ตนเองมีอยู่

2) ขั้นสนใจ (Interest Stage)

เป็นขั้นที่เริ่มมีความสนใจและแสวงหาข้อมูลสิ่งที่สนใจรายละเอียดเกี่ยวกับวิทยาการใหม่ๆ เพิ่มเติมพฤติกรรมนี้เป็นไปในลักษณะที่ตั้งใจแน่วแน่และใช้กระบวนการคิดมากกว่าขั้นแรก ซึ่งในขั้นนี้จะทำให้ได้รับความรู้เกี่ยวกับสิ่งใหม่หรือวิธีการใหม่มากขึ้นทั้งในด้านบุคลิกภาพและค่านิยมตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคมหรือประสบการณ์เก่าๆ จะมีผลต่อบุคคลนั้นและซึ่งจะมีผลต่อการรับข้อมูล หรือรายละเอียดของสิ่งใหม่ หรือวิทยาการใหม่นั้นด้วย

3) ขั้นประเมินค่า (Evaluation Stage)

เป็นขั้นที่จะไตร่ตรองว่าใช้วิธีการ หรือวิทยาการใหม่ๆ นั้นหรือไม่ ด้วยการชั่งน้ำหนักระหว่างข้อดีและข้อเสียว่าหากนำมาใช้แล้วจะเป็นประโยชน์ต่อกิจกรรมของตนหรือไม่ หากรู้สึกได้ว่ามีข้อดีมากกว่าจะตัดสินใจใช้ซึ่งขั้นนี้จะแตกต่างจากขั้นอื่นๆ ตรงที่เกิดการตัดสินใจที่จะลองความคิดใหม่ๆ โดยบุคคลมักคิดว่าการใช้วิทยาการใหม่ๆ นั้นเป็นการเสี่ยงไม่แน่ใจผลที่จะได้รับจะดีหรือไม่ ดังนั้นในขั้นนี้จึงต้องการแรงเสริม (Reinforcement) เพื่อให้เกิดความแน่ใจยิ่งขึ้นว่าสิ่งที่ตัดสินใจแล้วนั้นถูกต้องหรือไม่ โดยให้คำแนะนำ หรือให้ข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจ

4) ขั้นทดลอง (Trial Stage)

เป็นขั้นนี้เป็นขั้นที่บุคคลจะต้องทดลองใช้วิทยาการใหม่ๆ นั้นกับสถานการณ์ของตน ซึ่งเป็นการทดลองดูกับส่วนน้อยก่อน เพื่อจะได้ดูว่าได้ผลหรือไม่และประโยชน์ที่ได้รับนั้นมากพอที่จะยอมรับปฏิบัติอย่างเต็มที่หรือไม่ เป็นการทดสอบ ในขั้นนี้บุคคลจะแสวงหา

ข่าวสารที่เฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับวิทยาการใหม่นั้นซึ่งผลการทดลองจะมีความสำคัญยิ่งต่อการตัดสินใจที่จะปฏิเสธหรือยอมรับในขั้นต่อไป

5) ขั้นการยอมรับ (Adoption Stage)

เป็นขั้นที่บุคคลยอมรับวิทยาการใหม่ๆ นั้นไปใช้ในการปฏิบัติกิจกรรมของตนอย่างเต็มที่ หลังจากที่ยอมรับปฏิบัติดูแลและเห็นประโยชน์แล้วปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ยอมรับแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านลักษณะส่วนตัวปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ฐานะทางเศรษฐกิจซึ่งรวมไปถึงรายได้และความรู้

ความสามารถเฉพาะอย่าง

- 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมสื่อสารของแต่ละบุคคล

เป็นปัจจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมติดตามข่าวสาร ซึ่งมีทั้งข่าวสารที่มาจากแหล่งข่าวที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ แหล่งข่าวสารภายนอกและความใกล้ชิดแหล่งข่าว ซึ่งพฤติกรรมการสื่อสารของแต่ละคนจะประกอบด้วยผู้สื่อสารหรือแหล่งกำเนิดข่าวสาร ช่องทางการสื่อสารและผู้รับข่าวสาร ซึ่งช่องทางการสื่อสารมีความสำคัญเป็นอย่างมากเป็นตัวกำหนดว่าข่าวสารประเภทใดที่ผู้ส่งข่าวสารจะใช้เพื่อก่อให้เกิดผลสำเร็จในการส่งเสริมความรู้ ทศนคติและพฤติกรรมใหม่ๆ แก่ผู้รับข่าวสารในทิศทางที่ผู้ส่งข่าวสารต้องการได้ ซึ่งแบ่ง 2 ประเภท

- 1) ช่องทางการสื่อสารมวลชน

เป็นการถ่ายทอดข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชนทั้งหมด เช่น หนังสือพิมพ์วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

- 2) ช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล

เป็นการติดต่อระหว่างบุคคลที่มีจำนวนไม่มากนัก และยังรวมถึงการติดต่อกับผู้นำท้องถิ่น ญาติ เพื่อนฝูง หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ เป็นต้น (ปัทมกร ปรีดาซิวาลและคณะ ,2556,หน้า20-21)

3.3 ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม

พฤติกรรมของบุคคลนอกเหนือจากปฏิกิริยาสะท้อนเบื้องต้น (Elementary Reflex) แล้ว บุคคลไม่ได้เตรียมให้เกิดพฤติกรรมอื่นๆ ได้เอง แต่จะต้องมีการเรียนรู้พฤติกรรมเหล่านั้นทั้งสิ้น โดยพฤติกรรมของบุคคลได้มาจากตัวแทนทางสัญลักษณ์ (Symbolic Representation) ที่สามารถให้ข้อมูลข่าวสารอันเป็นพื้นฐานแก่พฤติกรรมที่เกิดขึ้นภายหลัง ดังนั้นรูปแบบพฤติกรรมอันใหม่ของบุคคลสามารถเกิดขึ้นได้จากการสังเกตคนอื่นหรือแม่แบบทางสื่อมวลชนซึ่งการเลียนแบบของบุคคลไม่ต้องการแรงเสริม รางวัลหรือผลตอบแทนในการแสดงออกพฤติกรรม แต่การให้รางวัลหรือผลตอบแทน

จะทำให้เกิดการเลียนแบบได้ง่ายขึ้น โดยการเรียนรู้ทางสังคมของมนุษย์นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1) การเรียนรู้จากผลของการกระทำ (Learning by Response Consequences)

เป็นแบบพื้นฐานการเรียนรู้รากฐานมาจากประสบการณ์โดยตรงของพฤติกรรมที่เป็นผลสำเร็จจะถูกเลือกมาใช้ต่อไปพฤติกรรมที่พิจารณาว่าไม่มีประสิทธิภาพก็จะถูกละทิ้งหรือเลิกไป

2) การเรียนรู้จากการสังเกต (Observation Learning)

เนื่องจากข้อจำกัดในการเรียนรู้โดยประสบการณ์ตรง เพราะสิ่งที่ต้องเรียนรู้มีมากเกินไปเกินกว่าเวลาและโอกาสของผู้เรียนไม่เอื้ออำนวย หรือผลของการกระทำบางอย่างอาจเป็นอันตรายถ้าต้องเรียนรู้ด้วยตนเองทั้งรูปและผลอันเกิดจากการกระทำที่บุคคลที่เป็นแบบนั้นได้รับ(ปัทมกร ปรีดา ชัชวาลและคณะ,2556,หน้า21)

3.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเลียนแบบ

การเลียนแบบเป็นอีกองค์ประกอบของการเรียนรู้ทางสังคม ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้รูปแบบพฤติกรรม และการกระทำจากการสังเกตของบุคคลอื่นโดยแสดงพฤติกรรมเลียนแบบการกระทำพฤติกรรมการแสดงออกทางสีหน้า แววตา การเคลื่อนไหว การออกเสียง และอื่นๆ พฤติกรรม การเลียนแบบที่เกิดมีวัตถุประสงค์เป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ร่วมกับสิ่งที่เลียนแบบ โดยสังเกตจากรูปแบบการแต่งกาย การพูด บุคลิกท่าทางและการยึดถือธรรมเนียมปฏิบัติตามตัวแบบหรือกลุ่มเพื่อนทำให้บุคคลมีพฤติกรรมใหม่ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือมีแนวโน้มในการคงพฤติกรรมแบบเดิม และรับรู้ถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการเลียนแบบนั้น

3.4.1 กลไกของการเลียนแบบ

การเลียนแบบประกอบด้วยกลไก 3 ประการ คือ

1) พฤติกรรมที่เหมือนกัน (Same Behavior)

เป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าของบุคคลสองคนด้วยวิธีการเหมือนกัน อันเป็นพฤติกรรมที่เหมาะสมสำหรับทั้งสองซึ่งอาจเป็นการเลียนแบบหรือไม่ก็ได้

2) พฤติกรรมการเลือกอย่างอิสระ (Method Dependent Behavior)

รูปแบบพฤติกรรมนี้เป็นการที่บุคคลหนึ่งกระทำพฤติกรรมตามแบบ (Matched) โดยจะเลียนแบบพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งของตัวแบบเพื่อเป็นตัวบ่งบอกให้กระทำพฤติกรรมตามตัวแบบนั้นได้อย่างอิสระ (Dependent)

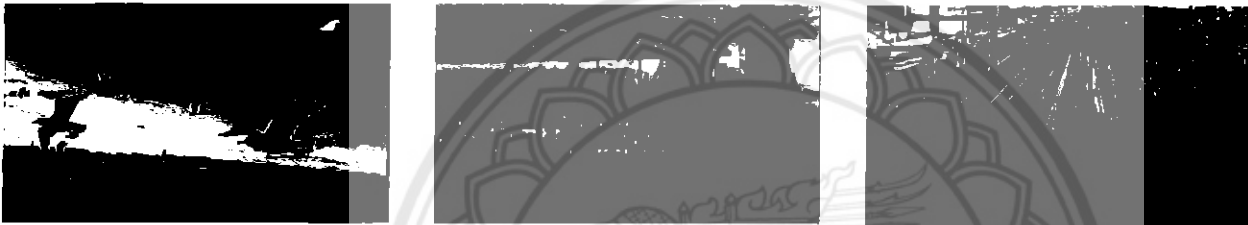
3) การลอกแบบ (Copying)

เป็นการเลียนแบบที่ซับซ้อนยิ่งขึ้น เพราะการลอกแบบนั้น เป็นรูปแบบ พฤติกรรมการตอบสนองของบุคคลต่อเรื่องซึ่งบอกของความเหมือน (Sameness) และความแตกต่าง (Difference) จะเกิดจากการกระทำของตนเองกับของตัวต้นแบบผู้สังเกตจะประมวลผลพฤติกรรมของตัว

ต้นแบบ รวมทั้งพฤติกรรมของตัวเองที่กระทำผ่านมาแล้วและที่เป็นอยู่เพื่อประเมินความคล้ายคลึงระหว่างพฤติกรรมของตนและของตัวต้นแบบจนสามารถเลือกพฤติกรรมที่คล้ายคลึงกับตัวแบบมากที่สุดและใช้สิ่งนั้นเป็นเครื่องชี้บอกสำหรับการเลือกตอบสนองในคราวต่อไปซึ่งการลอกแบบเป็นพฤติกรรมทางสังคมแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นจากแรงขับเคลื่อนไหว ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากความต้องการที่เป็นยอมรับในกลุ่มคนสังคม หรือความต้องการรางวัลอันเกิดจากการได้รับประสบการณ์ หรือทักษะใหม่ๆ จากผู้อื่น (ปภังกร ปรีดาชัชวาลและคณะ, 2556, หน้า 21-224)

4. กรณีศึกษา

4.1 โฆษณาทางการศึกษาของประเทศญี่ปุ่นชื่อเรื่อง Cross road



มาโคโตะ ชินโค(2557). <https://www.youtube.com/watch?v=sEaeUERhunQ>

ชื่อผลงาน: Cross road

ประเภท: 2d animation

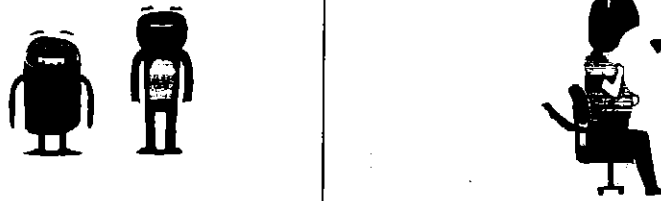
เทคนิค: frame by frame ความยาว 1:59 น.

เป็นผลงานโฆษณาการศึกษา ของ มาโคโตะ ชินโคเนื้อเรื่อง เป็นโฆษณาเกี่ยวกับการศึกษาของเด็กมัธยมที่สอบเข้ามหาวิทยาลัยของประเทศญี่ปุ่นโดยมีตัวละครผู้หญิงและผู้ชายที่อยู่ในวัยนั้นดำเนิน โดยจะแสดงลักษณะการสอบเข้า การสมัคร และการดำเนินชีวิตของเด็กเตรียมสอบ

วิเคราะห์: เป็นแอนิเมชันชนิด 2d ที่ใช้เทคนิคการวาดแบบภาพต่อภาพใช้การดิจิตอลเพนท์ตัวละครและฉากใช้สีที่ดูทันสมัยเน้นจุดแสงเป็นเอกลักษณ์ของผู้จัดทำเนื้อเรื่องกระชับเข้าใจง่ายสามารถทำให้รู้เรื่องภายในเวลาน้อยนิดได้ไว ฉากอลังการและการเคลื่อนไหวเป็นธรรมชาติมากคุณภาพงานดีมาก

การตีความ: ผลงานชิ้นนี้เป็นงานโฆษณาแอนิเมชันที่ส่งเสริมการศึกษาโดยมีเข้าไปชมจำนวนมากและฉายทางโทรทัศน์ที่ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งทำออกมาได้น่าสนใจและเข้าใจง่ายเนื่องจากนักเรียนเตรียมสอบเป็นหมู่วัยรุ่นที่ชื่นชอบและนิยมการ์ตูนและมังงะการทำโฆษณาออกมาในรูปแบบแอนิเมชันจึงเป็นที่เข้าใจง่ายของเป้าหมายหลัก

4.2 การออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ หายใจคลายเครียดเทคนิคสตอปโมชัน โดยกรมสุขภาพจิต



กรมสุขภาพจิต.(25567). <https://www.youtube.com/watch?v=VgVmX86qsLk>

ชื่อผลงาน: หายใจคลายเครียด

ประเภท: 2d animation

เทคนิค: สตอปโมชันแอนิเมชัน ความยาว 4.46น.

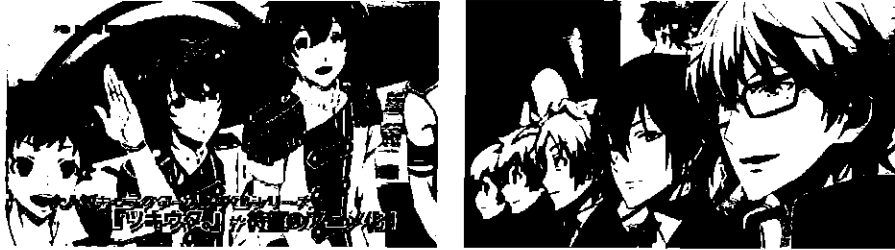
เป็นผลงานกรมสุขภาพจิตสร้างในปีพ.ศ.2557แอนิเมชันรูปแบบเทคนิคสตอปโมชัน

จัดทำโดยกรมสุขภาพจิตเป็นผลงานที่แนะนำวิธีการคลายเครียดด้วยการหายใจเข้าออกซึ่งเป็นวิธีที่ง่ายและสามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลาโดยในแอนิเมชันจะเล่าเรื่องราวของวิธีการหายใจที่ถูกต้องและแก้อาการเครียดลงได้ผ่านตัวละครสไตล์น่ารักมีสีสันทันอ่อน สบายตา เนื้อหาเป็นประโยชน์ต่อบุคคลที่ตกอยู่ในภาวะเครียดและไม่เครียดผ่านคลายโดยการหายใจเข้าลึกและหายใจออกช้าๆสามารถนำไปใช้ได้จริงเชื่อถือได้

วิเคราะห์: ผลงานชิ้นนี้เนื้อหาลงใจง่ายไม่ซับซ้อนและจริงจังตัวละครคาแรคเตอร์ง่ายแต่น่าสนใจเนื้อหาครบถ้วนแนะนำและอธิบายได้ดีสามารถดูได้ทุกเพศทุกวัยเนื่องจากเป็นเทคนิคที่ไม่ซับซ้อน ใช้สีสันทันสบายตาไม่จริงจัง ผ่านคลายเข้ากับธีมเนื้อเรื่องตัวละครน่าสนใจและแปลกตา สะดุดตาการเคลื่อนไหวทำออกมาได้ดีและไม่กระตุกจนเกินไป

ตีความ: แอนิเมชันเรื่องนี้เป็นประเภท2มิติใช้เทคนิคพินและสตอปโมชันเป็นการดำเนินเรื่อง แอนิเมชันเรื่องนี้มีประโยชน์มากเพราะบอกเล่าเรื่องราวของสุขภาพและแนะนำการรักษาที่สามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตจริงและได้ผลจริงเป็นแอนิเมชันที่ตอบโจทย์ทางสาธารณสุขเป็นอย่างดีตัวละครในเรื่องถูกออกแบบมาแปลกสะดุดตาจึงทำให้เด็กที่ยังเล็กสนใจดู

4.3 การออกแบบแอนิเมชัน 2 แอนิเมชันญี่ปุ่นเรื่อง Tsukiuta



Studio Pierrot.(2559).<https://www.youtube.com/watch?v=adDB09Rz3KQ>

ชื่อผลงาน: Tsukiuta

ประเภท: 2d animation

เทคนิค: frame by frame ความยาวตอนละ 30 นาที

เป็นผลงานการ์ตูนทีวีซีรีส์จากประเทศญี่ปุ่นเนื้อเรื่อง ผลงานต่อยอดจากคาแรคเตอร์

ตัวละครที่เป็นไอดอลศิลปินนักร้อง 12 เดือนและแต่งเป็นเพลงจนได้รับความนิยมได้แอนิเมชันเนื้อเรื่องกล่าวถึงเรื่องราวการใช้ชีวิตของเหล่าสมาชิกในวงและการแนะนำถึงลักษณะนิสัยของตัวละครแต่ละตัวซึ่งมีทั้ง 12 คนซึ่งนิสัยก็จะแตกต่างกันไปในแต่ละเดือนเกิดทั้ง 12 เดือนมีเพลงประกอบตลอดทั้งเรื่อง

การวิเคราะห์: เป็นแอนิเมชันชนิด2dที่ใช้เทคนิคการวาดแบบภาพต่อภาพใช้แรง

บันทาลใจจากเดือนทั้ง 12 เดือนมาใช้ในการออกแบบคาแรคเตอร์ เป็นสายเส้นมังงะ เน้นตัวละครมากกว่าเนื้อเรื่อง ตัวละครแต่ละตัวมีความน่าสนใจเพราะใช้การออกแบบจากลักษณะนิสัยของแต่ละเดือน เน้นเพลงเป็นหลักในการดำเนินเรื่อง

การตีความ: ผลงานจากประเทศญี่ปุ่นเป็นผลงานที่อยู่ในระดับดีแต่ยังไม่ตอนจบ

ออกมาเนื้อเรื่องค่อนข้างเน้นลักษณะของตัวละครมากกว่าเนื้อเรื่อง จึงทำให้ดูการดำเนินเรื่องดูเนือๆ เอื้อๆแต่ก็ไม่ได้น่าเบื่อจนเกินไปเนื่องจากมีตัวละครหลายตัว มีสีสันสวยงามการเคลื่อนไหวอยู่ในระดับดีแต่ไม่สมบูรณ์มีกระตุกบ้างเล็กน้อย โดยรวมแล้วถือว่าน่าติดตาม แต่เนื้อเรื่องควรจะปรับให้น่าสนใจกว่านี้เพื่อดึงดูดกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

4.4 การออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติแอนิเมชันญี่ปุ่นเรื่อง Uta no price sama



A-1 Pictures.(2556).https://www.youtube.com/watch?v=aL_tP94gozg

ชื่อผลงาน: uta no prince sama

ประเภท: 2d animation

เทคนิค: frame by frame ความยาวตอนละ 30 นาที

เป็นผลงานการ์ตูนทีวีซีรีส์จากประเทศญี่ปุ่น

เนื้อเรื่อง ผลงานต่อยอดจากคาแรคเตอร์ตัวละครที่เป็นไอคอลลิสป็น ที่พัฒนาต่อ

ยอดมาจากเกมส์จับพุ่มเรื่องราวของสาวน้อยนามว่า นานามิ ฮารุกะ ผู้มีความฝันที่อยากเป็นนักร้องเพลงมือหนึ่ง ปัจจุบันเธอเรียนอยู่ในโรงเรียนสอนเฉพาะทางด้านวงการบันเทิง Saotome Joshi(ซาโอโตเมะ โจชิ) แต่ก่อนที่จะจบการศึกษา เธอต้องจับคู่กับนักเรียนชายเพื่อแสดงผลงาน ในขณะที่ฮารุกะ กำลังจะเลือกคนที่จะมาแสดงด้วยนั้น ก็มีชายหนุ่มรูปงามมาสมัครเป็นไอคอลล แสดงคู่กับเธอถึง 6 คน แถมแต่ละคนยังมีความสามารถที่แตกต่างกันออกไป แล้วเธอต้องเลือกคนใดคนหนึ่งภายใน 6 คนนี้

การวิเคราะห์: เป็นแอนิเมชันที่มีสีสันสวยงามการเคลื่อนไหวเป็นธรรมชาติมาก เนื้อเรื่องและตัวละครลงตัวทั้ง 2 อย่าง น่าติดตามมีดนตรีประกอบไพเราะสนุกสนาน คาแรคเตอร์น่าสนใจ และมีเสน่ห์ทุกตัว จึงทำให้เนื้อเรื่องไม่น่าเบื่อ สนุก เหมาะสำหรับทุกเพศผู้หญิงผู้ชายสามารถดูได้

การตีความ: ผลงานจากประเทศญี่ปุ่นเป็นผลงานที่อยู่ในระดับดีแต่ยังไม่ตอนจบ ออกมาเนื้อเรื่องค่อนข้างเน้นลักษณะของตัวละครมากกว่าเนื้อเรื่อง จึงทำให้ดูการดำเนินเรื่องดูเนือๆ เอื้อๆแต่ก็ไม่ได้น่าเบื่อจนเกินไปเนื่องจากมีตัวละครหลายตัว มีสีสันสวยงามการเคลื่อนไหวอยู่ในระดับดีแต่ไม่สมบูรณ์มีกระตุกบ้างเล็กน้อย โดยรวมแล้วถือว่าน่าติดตาม

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การสร้างสรรคผลงานศิลปนิพนธ์ของข้าพเจ้านั้น ได้รับแรงบันดาลใจจากประสบการณ์ในเรื่องราวของอิทธิพลศิลปเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยในปัจจุบันที่เป็นเหตุผลหลักมาใช้ในการสร้างสรรคผลงานตามทัศนคติของข้าพเจ้าขึ้นมาใหม่ในรูปแบบภาพยนตร์การ์ตูนสั้น 2 มิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ปัญหาของงานวิจัย

1.1 กระแสเกาหลี(Korean Wave)

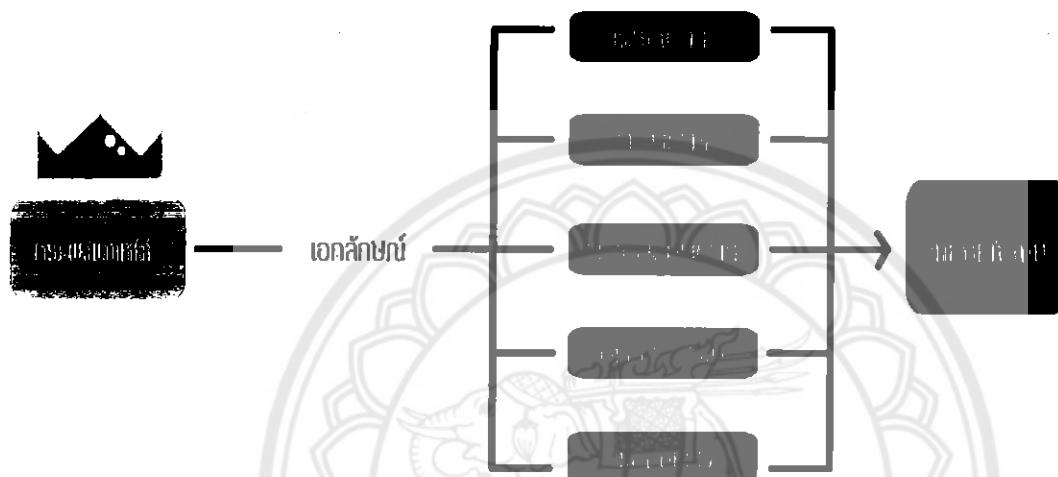
กระแสเกาหลีฟีเวอร์ หรือที่รู้จักกันในชื่อเรียก Hallyu หมายถึง กระแสที่ได้รับ ความนิยมของเกาหลีที่เข้ามาเผยแพร่วัฒนธรรมและควมคลุมยงภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออกและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งนับได้ว่าเป็นปรากฏการณ์ที่เหนือความคาดหมายของคนในสังคมเนื่องมาจาก กระแสเหล่านี้เป็นกระแสทางวัฒนธรรมข้ามชาติโดยก้าวข้ามพ้นทางเศรษฐกิจและ การเมืองมาได้ ซึ่ง กระแสนี้ได้ก่อตัวขึ้นมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้วและไม่มีที่ท่าจะรับความนิยมลดลงเลยโดยเฉพาะใน เรื่องทางด้านอุตสาหกรรมวงการบันเทิงของประเทศเกาหลีอาทิเช่น ละคร ภาพยนตร์ เพลง รวมทั้งคน ในวงการบันเทิง เช่น ศิลปิน นักร้อง นักแสดง นายแบบ นางแบบและจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมวงการ บันเทิงเกาหลีได้ผลตอบรับจากแฟนคลับชาวไทยอย่างล้นหลามและเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นวัยเรียนเสีย ส่วนมากอันเนื่องมาจากปัจจัยทางความชอบในสไตล์เสื้อผ้าหน้าผมเทรนต่างๆของเกาหลีที่มีผู้เผยแพร่ เป็นศิลปินต่างๆผ่านช่องทางสื่อเทคโนโลยี โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต เช่น การร้องเพลง การเต้น การ แต่งตัว การดำเนินชีวิตประจำวัน เมื่อวัยรุ่นได้เห็นสื่อเหล่านั้นจึงรู้สึกศรัทธาชื่นชอบในตัวศิลปินและยก เอาเป็นแบบอย่างอยากที่จะเป็นเหมือนกับศิลปินที่ตนชื่นชอบจนเกิดเป็นพฤติกรรมเลียนแบบสไตล์ เหล่านั้นจนเกิดเป็นกระแสนิยมในหมู่วัยรุ่นอย่างรวดเร็วซึ่งมีปัจจัยหลายด้านที่ทำให้วัยรุ่นเยาวชนไทย หันมาสนใจในความเป็นเกาหลีและส่งผลในด้านดีแก่พวกเขาเหล่านั้นด้วย เราจะเห็นได้ว่าวัฒนธรรม เกาหลีนั้นมีความเป็นเอกลักษณ์สูงมากและโดดเด่นไม่เหมือนใคร ใครๆสามารถรับรู้ได้ทันทีซึ่งมี ความสำคัญต่อกระแสเกาหลีอย่างมากเราสามารถแบ่งความสำคัญเหล่านั้นดังนี้

1.1.1 เอกลักษณ์วัฒนธรรมเกาหลี

- 1) แฟชั่นเกาหลี
- 2) อาหารเกาหลี
- 3) การท่องเที่ยวประเทศเกาหลี

- 4) เครื่องสำอาง
- 5) ศัลยกรรมความงาม

ซึ่งเอกลักษณ์แบ่งออกเป็นส่วนๆนี้ล้วนแต่เป็นความโดดเด่นที่เป็นสัญลักษณ์ประจำชาติไปแล้วนี้เป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดอิทธิพลทำให้คนไทยหันมาสนใจกระแสเกาหลีกันอย่างแพร่หลายนั่นเองดังแผนผังนี้



1.2 สิ่งได้รับความนิยม

- 1) ศิลปินในที่นี้รวมถึงนักแสดง, นักร้องเดี่ยวหรือวงนักร้อง เช่น Got7, Bts, S.J, SNSD , Monsta X, Sistar เป็นต้น
- 2) ละครซีรีส์ ละครโทรทัศน์เรื่องยาวคล้ายละครในบ้านเราที่ดังๆก็มี เช่น coffee prince รักุ่นวายของเจ้าชายกาแฟ, F4 รักฉบับใหม่หัวใจสีดวง, Descendant of the sun ชีวิตเพื่อชาติ รักนี้เพื่อเธอ เป็นต้น
- 3) ภาพยนตร์หนังฟอร์มยักษ์ใหญ่ดังไม่แพ้หนังต่างประเทศ เช่น My sassy girl, Blood, 200 Pounds Beauty, Miracle in Cell No.7
- 4) เกมส์ สำหรับในประเทศไทยเกมส์ที่เข้าส่วนใหญ่มักจะมาจากเกาหลีเสียมากถ้ามถึงคุณภาพกราฟิก ระบบ ตัวคาแรคเตอร์ ไม่เป็นที่สองรองใครแน่นอนเช่น LoL, Seven Knight
- 5) นิยาย นิยายของประเทศเกาหลีเองเป็นนิยมในไทยไม่น้อยเพราะมีการพล็อตเรื่องมาได้ น่าสนใจเจาะกลุ่มตลาดได้ถูกต้องเนื้อหาคล้ายนิยายไทยซึ่งนิยายเหล่านี้ต่อยอดไปทำละครภาพยนตร์นั่นเอง
- 6) เพลง เพลงของประเทศเกาหลีส่วนใหญ่จะเน้นเพลงที่เป็นวงดนตรีเสียมากกว่าที่เป็นเพลงเดี่ยวเน้นเพลงที่เร็วที่มีคำซ้ำๆทำให้คนฟังจำติดหูซึ่งเป็นผลทำให้ชื่นชอบในศิลปินตามไปด้วย

7) ภาษา ภาษาเกาหลีมีความเป็นเอกลักษณ์อยู่ในตัวโดดเด่นไม่เหมือนใครสำเนียง การพูดประโยคต่าง ๆ นั้นเราจะเห็นภาษาคำพูดเหล่านี้ได้จากละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์หรือเพลงซึ่งเมื่อ ฟังซ้ำๆ ไปมานั้นจะติดหูและจดจำไปได้เอง

1.3 ปัจจัยที่ทำให้กระแสเกาหลีเป็นที่แพร่หลายในสังคมไทย

- 1) กระแสนิยม
- 2) เพื่อนหรือคนรอบข้าง
- 3) สื่อ Social Media
- 4) ละคร ภาพยนตร์ โฆษณา
- 5) วิทยุ โทรทัศน์

1.4 ปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เยาวชนไทยชื่นชอบกระแสศิลปินเกาหลี

ในปัจจุบันเราจะเห็นได้ว่ากระแสความเป็นเกาหลีนั้นเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นเยาวชน ไทยเป็นส่วนมากด้วยสไตล์ที่โดนใจวัยรุ่นหลายๆคนกระแสศิลปินเกาหลีจึงนิยมคงอยู่ในสังคมและไม่มี ที่ท่าจะลดลงไป เหตุผลที่กระแสเกาหลียังเป็นที่นิยมอยู่นั้นและเป็นที่รู้จักกันนั้นสาเหตุหลักนั้นคือการ เผยแพร่ทางวัฒนธรรมที่มีทูตเผยแพร่เป็นศิลปินที่ใช้เพลงในการสื่อสารทางวัฒนธรรมนั้นตัวศิลปิน จึงเป็นเหตุผลสำคัญหลักของกระแสในบ้านเรา ปัจจัยเหล่านั้นมีหลายแบบโดยส่วนใหญ่จะมาจาก ความเป็นตัวเองของศิลปินเช่น

- 1) หน้าตา รูปร่าง ภายนอกของตัวศิลปิน
- 2) นิสัยส่วนตัวของศิลปิน
- 3) ทักษะความสามารถด้านการแสดง
- 4) ทักษะด้านการร้องเพลง
- 5) ทักษะด้านการเต้น
- 6) ความสามารถในการเอนเตอร์เทน
- 7) สไตล์การแต่งตัว
- 8) การใช้ชีวิตความเป็นอยู่ (Life style)

1.5 พฤติกรรมการเลียนแบบศิลปินเกาหลีในวัยรุ่นไทย

- 1) การแต่งหน้า
- 2) การแต่งกาย
- 3) ทรงผม
- 4) ทักษะความสามารถและวิถีชีวิต
- 5) การใช้สินค้าแบรนด์ ยี่ห้อต่างๆ
- 6) การศัลยกรรม

7) การเรียนภาษา

1.6 เหตุผลของพฤติกรรมเปลี่ยนแบบศิลปินเกาหลีในวัยรุ่น

- 1) ชื่นชอบในตัวศิลปินเกาหลีจากภาพพจน์หน้าตารูปลักษณ์ภายนอก
- 2) ตามกระแสความนิยมในปัจจุบัน
- 3) ต้องเป็นที่ยอมรับของกลุ่มในสังคม
- 4) อยากรู้อยากเห็นเหมือนศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ
- 5) เป็นแรงบันดาลใจแบบอย่างที่ดี
- 6) อยากรู้อยากเห็น

1.7 ผลกระทบของกระแสเกาหลี

1.7.1 ข้อดี

1) สร้างอาชีพเพราะในปัจจุบันมีร้านขายของสินค้าแบรนด์ของทางค่ายศิลปินอยู่มากมายทั้งในโลกจริงและโลกออนไลน์ รวมถึงผู้ที่ขายแผ่น CD เพลงและรายการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลี เป็นทางเลือกหนึ่งของอาชีพในปัจจุบันเนื่องจากมีผู้ต้องการบริโภคมากและมีรายได้ดี ยังรวมไปถึง โรงเรียนสอนร้องเพลงและสอนเต้น, สถาบันสอนภาษาเกาหลี, ร้านอาหารเกาหลี หรือ ร้านคาราโอเกะเกาหลี

2) เป็นการเรียนรู้ภาษาใหม่เพิ่มขึ้นและได้ทักษะภาษาเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองโดยที่บ้านจากการดูรายการ เพลง คลิปทาง youtube หรือซื้อหนังสือมาอ่านเองก็ย่อมได้โดยไม่ต้องไปลงคอร์สเรียนภาษาเพิ่มเลย

3) ทำให้เวลาว่างของวัยรุ่นไทยให้เกิดประโยชน์มากขึ้นจากการฝึกซ้อมเต้น ร้องเพลงซึ่งเป็นขัดเกลาความสามารถในตนเองและหารายได้เสริมด้วยตนเองให้ห่างไกลจากยาเสพติดและอบายมุข

4) สร้างฝันให้เด็กไทยที่มีความสามารถอยากที่จะเป็นศิลปินเกาหลีซึ่งเราจะเห็นได้ว่าในค่ายเพลงยักษ์ใหญ่จากประเทศเกาหลี ทอยอยเข้ามาเปิดเวทีให้เด็กไทยได้โชว์ความสามารถหรือที่เรียกกันจนติดปากว่า "Audition" ซึ่งนิชคุณ นักร้องชื่อดังจากเมืองไทย ก็ได้ผ่านเวทีคล้ายๆกันแบบนี้มาเหมือนกัน จนเป็นที่โด่งดังไปทั่วเหมือนในปัจจุบัน ทำให้เด็กไทยที่มีฝันมีแรงบันดาลใจ

5) ได้เพื่อนใหม่จากการทำกิจกรรมกับคนกลุ่มเดียวกันทำให้มีความสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ๆเพิ่มมากขึ้น

6) เป็นความสุขทางจิตใจยามเมื่อมีความทุกข์หรือเครียดเพลงเป็นการบำบัดความเครียดได้เป็นอย่างดีและทำให้มองโลกในแง่ดีขึ้นด้วย

7) ทำให้วัยรุ่นเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นทั้งทางด้าน บุคลิกภาพ อารมณ์

ร่างกาย

8) เข้าใจในวัฒนธรรมของต่างชาติ

1.7.2 ข้อเสีย

- 1) คนไทยส่วนใหญ่ขาดการบูรณาการในการรับวัฒนธรรมต่างๆมาใช้ในชีวิตประจำวันซึ่งควรที่จะนำสิ่งที่เป็นประโยชน์ข้อดีกับตัวเองที่รับรู้มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์
- 2) เด็กบางคนอาจต่อต้านการวิเคราะห์ รับเอาทุกอย่างโดยไม่นึกถึงผลที่จะตามมาซึ่งต้องใช้สติและวิจารณญาณในรับสิ่งเหล่านั้นมาวิเคราะห์พิจารณาว่าเหมาะสมมากน้อยแค่ไหน
- 3) เกิดการหลงลืมวัฒนธรรมไทยและนำวัฒนธรรมเกาหลีเข้ามาแทนที่
- 4) อาจจะมีผลกระทบกับการเรียนหากแบ่งเวลาไม่เป็นจึงควรที่จะแบ่งสรรเวลาให้ถูกและเหมาะสมหรือจัดตารางเวลาชีวิตให้กับตัวเองเพื่อที่จะได้ไม่เกิดปัญหากระทบกับการเรียนและกิจกรรมอื่นๆ

2. วิเคราะห์ทฤษฎีการออกแบบ

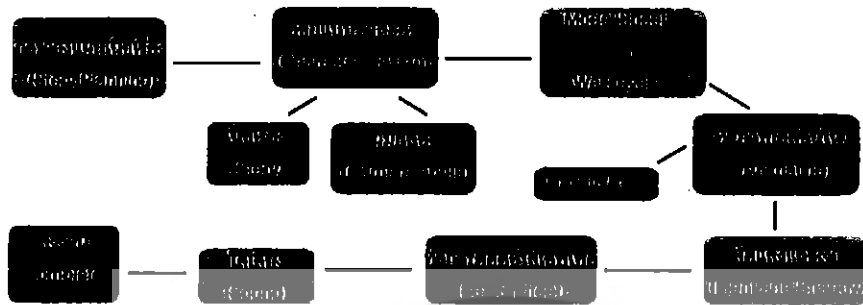
2.1 ขั้นตอนการออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ

ขั้นตอนการทำแอนิเมชัน 2 มิติที่มีความซับซ้อนและต้องใช้เวลาวางแผนในการทำงานที่ดีและถูกต้องตามขั้นตอนเพื่อให้มีการผิดพลาดน้อยที่สุดประหยัดเวลาทำงานโดยใช้เทคนิคต่างเข้าช่วยอันเนื่องจากการทำแอนิเมชัน 2 มิติที่ค่อนข้างที่จะใช้เวลามากพอสมควรกว่าจะสำเร็จสมบูรณ์ออกมาเป็นการดูเคลื่อนไหวได้ซึ่งขั้นเหล่านั้นสามารถสรุปเป็นข้อและแผนผังได้ดังนี้

- 2.1.1 การวางแผนเนื้อเรื่อง (Story Planning)
- 2.1.2 การออกแบบตัวละคร (Character Design) ประกอบไปด้วย 2 ประการ
 - 1) เนื้อเรื่อง (Story)
 - 2) มุมกล้อง (Camera Angle)
- 2.1.3 บริบทท่าทางและการเดิน (Model Sheet and Walk Cycle)
- 2.1.4 การทำภาพเคลื่อนไหว (Animating)
 - 1) การวาดภาพต่อภาพ (Frame by Frame)
- 2.1.5 การจัดแสงและเงา (Light and Shadow)
- 2.1.6 การทำการตัดต่อและใส่เอฟเฟค (Edit and Effect)
- 2.1.7 การใส่เสียง (Sound)
- 2.1.8 ส่งงาน (Complete)

ทฤษฎีการออกแบบ

การวิเคราะห์ขั้นตอนการออกแบบ



2.2 ข้อดีของ 2D

- 1) สามารถแก้ไขเองได้ตามที่ต้องการ
- 2) ความเป็นศิลปะ สวยงาม น่าชม
- 3) ค่าแรคเตอร์การ์ตูนน่าสนใจ
- 4) มีลักษณะงานมีเสน่ห์ คือ ไม่เหมือนจริงจนเกินไป
- 5) สามารถสร้างได้อย่างเต็มที่เพราะใช้การวาด

2.3 ข้อเสียของ 2D

- 1) ต้องใช้เวลาในการผลิตมากเนื่องจากต้องวาดออกมาเรียงกันเป็น
- 2) พันๆภาพต่อเฟรม
- 3) อาจผลิตงานไม่ทันตามกำหนด
- 4) มีการผิดพลาดต้องแก้ไขในแต่ฉากเยอะ
- 5) ใช้วาดที่ค่อนข้างเยอะและลงสีเยอะ

3. วิเคราะห์พฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายของงานวิจัย

3.1 การวิเคราะห์ทางกายภาพของวัยรุ่น

- 1) การเปลี่ยนแปลงทางกาย รูปร่างและสัดส่วน ที่เปลี่ยนไป
- 2) การเปลี่ยนแปลงทางพัฒนาการทางเพศสนใจเพศตรงข้าม
- 3) มีสัมพันธ์ทางด้านสังคมเช่นเพื่อน แฟน ครอบครัว พี่น้อง
- 4) มีลักษณะการแต่งกายที่เปลี่ยนไป

3.2 การวิเคราะห์จิตภาพของวัยรุ่น

- 1) มีพัฒนาการทางสติปัญญา
- 2) เอกลักษณ์ วัยรุ่นจะเริ่มแสดงออกกับสิ่งที่ชอบ

- 3) มีอารมณ์ที่แปรปรวนไม่แน่นอน
- 4) มีความคิดเป็นของตนเองต้องการเป็นที่ยอมรับ

4 การสรุปแนวความคิดในการออกแบบ

“Be Star” แนวคิดนี้ได้มาจากแรงบันดาลใจของคนที่เป็นดั่งเกาหลีมี่ความฝันใฝ่อยากเป็นศิลปินที่เกาหลี(k pop idol)โดยมาจากอิทธิพลของกระแสศิลปินเกาหลีที่เป็นสื่อกลางเผยแพร่วัฒนธรรมทำให้เกิดกระแสนิยมขึ้นมาสังเกตจากการเลียนแบบศิลปินที่ชื่นชอบเช่น การแต่งตัว ทรงผมพฤติกรรม อาชีพ ปัจจุบันมีคนไทยหลายคนที่ได้ไปมีเสียงในฐานะศิลปินที่เกาหลีเพิ่มมากขึ้นและทำชื่อเสียงให้กับประเทศไทยเช่น นิชคุณ(2pm) นัททิวaf แบนแบม(Got7) เตนล(NCT) ลิซ่า(Black Pink) สร(clc)ซึ่งทำให้กระแสดังขึ้นเรื่อยๆ

4.1 แนวทางการออกแบบ

ผลงานเป็นรูปแอนิเมชัน 2 มิติที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเส้นทางการเข้าสู่การเป็นศิลปินเกาหลีในฐานะนักร้องเพื่อสะท้อนสภาพสังคมของวัยรุ่นในปัจจุบันซึ่งในแอนิเมชัน 2 มิตินี้จะนำเสนอในด้านที่ดีด้านที่สร้างสรรค์และสิ่งที่เป็นแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนในไทยที่ได้ถือเป็นแบบอย่างรวมทั้งภายในแอนิเมชันนี้จะสอดแทรกในเรื่องของความพยายามที่จะฝันที่ตนเองอยากเป็นให้เป็นจริงจากแรงขับเคลื่อนแฝงภายในตัวเองรวมทั้งสอดแทรกความไทยและเกาหลีผ่านตัวละครที่ดำเนินเนื้อเรื่องเช่น สีมิว ทรงผม กิริยา บอกเล่าเรื่องราวของตัวละครที่เป็นตัวแทนของเด็กไทยที่เป็นเด็กธรรมดาไม่เป่าหมายในชีวิตจนกระทั่งได้เป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีคนหนึ่งเกิดความหลงใหลกับความสามารถของศิลปินคนนั้นหลังจากนั้นชีวิตของเขาก็เปลี่ยนไป

1) การออกแบบตัวละคร



(http://tsukiuta.wikia.com/wiki/Category:Six_Gravity)

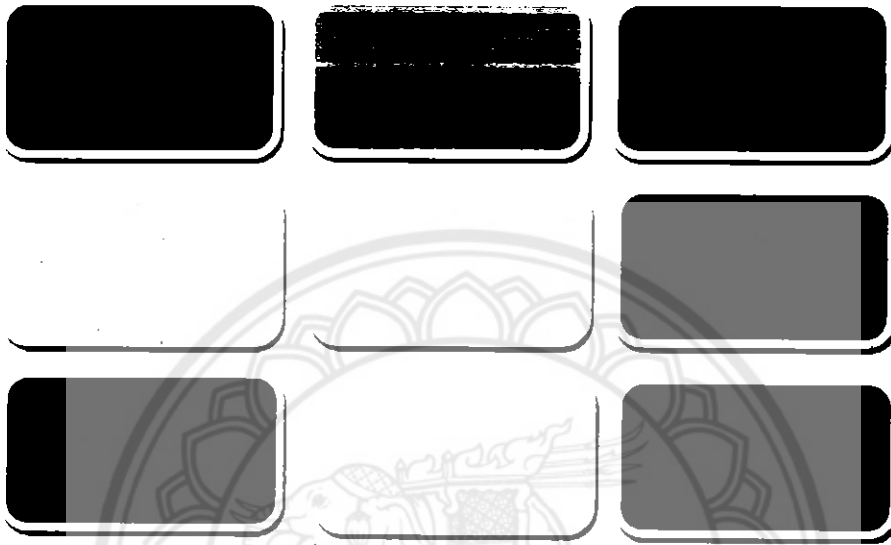
(ตัวอย่างตัวละคร)

ตัวละครที่ออกแบบจะออกแบบให้มีลักษณะเป็นวัยรุ่นที่อยู่ในช่วงกำลังค้นหาตัวเองซึ่งเป็นช่วงวัยที่มีความรู้สึกอ่อนไหวง่าย เกรี้ยวกราด สบสน และมีเสน่ห์ที่สุด ซึ่งจะเอาเอกลักษณ์บางส่วนที่เด่นๆของ

แบบคนไทยและคนเกาหลีมาใช้ เช่น คนไทยมีผิวสีแทนกว่าตากลมโตคมเข้ม คนเกาหลีผิวขาวดีและเล็กเรียกว่า

4.2 โทนสี

จะใช้โทนสีที่สดใสให้เข้าวงการบันเทิงเน้นโทนสีฟ้าและสีชมพูเป็นหลักในงาน

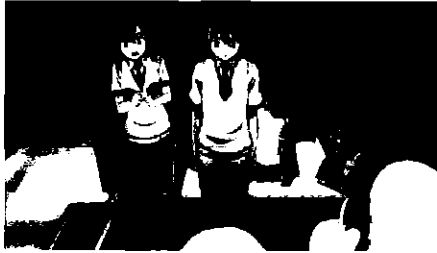


4.3 ฉากและตัวอย่างงาน

ฉากที่ใช้จะเป็นฉากที่มีความเกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงเช่น ฉากค่ายเพลง ฉากห้องซ้อมเต้น รวมทั้งฉากในประเทศไทยและประเทศเกาหลีด้วย



(<https://www.youtube.com/watch?v=zaAlr8Esars>)



(<http://www.snipertopanime.net/forum.php?mod=viewthread&tid=375>)

4.4 เทคนิคและการตัดต่อ

เทคนิคการตัดต่อจะใช้เทคนิคเฟรมบายเฟรมโดยการนำภาพมาเรียงต่อกันโดยใช้เทคนิคดิจิตอลเพนท์และโปรแกรมอื่นดังต่อไปนี้

- 1) โปรแกรม sai ใช้สำหรับการเพนท์ตัวละคร ฉากเป็นหลัก
- 2) โปรแกรม photoshop ใช้ในการเพนท์ตัวละคร ฉากเสริมและตกแต่งแสงโทนสีภาพ
- 3) โปรแกรม after effect ใช้ในการตัดต่อภาพยนตร์แอนิเมชัน
- 4) ใช้เทคนิคโมชันคอมมิก และพิน(pin)ในโปรแกรมafter effect เข้ามาช่วยในการทำงาน

4.5 เสียง

- 1) ใช้เสียงคนพากย์กับตัวละครมี 2 ภาษาคือ ภาษาไทยและภาษาเกาหลี
- 2) ใช้เสียงดนตรีประกอบฉากเช่น เสียงน้ำ เสียงโทรศัพท์ เสียงคอมพิวเตอร์

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การสร้างสรรคศิลป์นิพนธ์ชุดนี้ ข้าพเจ้าได้แรงบันดาลใจจากอิทธิพลศิลป์ปิงเกาหลี่ที่มีต่อเยาวชนไทยอายุตั้งแต่ 15-25 ปีโดยที่ได้นำเอาความมุ่งมั่นและแรงบันดาลใจที่อยากจะทำความฝันของตนเองให้เป็นจริงแบบศิลปินต้นแบบโดยดึงเอาความเป็นลักษณะของไทยและเกาหลีที่โดดเด่นนำมาใช้ในการออกแบบ ซึ่งพบทั้งความสำเร็จและปัญหาต่างๆ โดยข้าพเจ้าขอแบ่งช่วงเวลาการสร้างสรรคผลงานเป็น 3 ระยะดังนี้

ผลงานระยะแรก

ผลงานในช่วงนี้เสมือนเป็นการค้นคว้าข้อมูลพื้นฐานพฤติกรรมของกลุ่มคนและวัยรุ่นทางกายภาพและจินตภาพ ข้อมูลงานวิจัยเรื่องเกี่ยวกับอิทธิพลศิลป์ปิงเกาหลี่ปัจจัยที่ชื่นชอบซึ่งส่วนใหญ่ที่เกิดขึ้นในวัยรุ่นเป็นฐานข้อมูลและแรงจูงใจในการสร้างสรรคผลงานโดยแรกเริ่มพยายามนำลักษณะพฤติกรรมและปัจจัยมาใช้ในการออกแบบตัวคาแรคเตอร์ เนื้อเรื่อง สีและบรรยากาศของภาพ

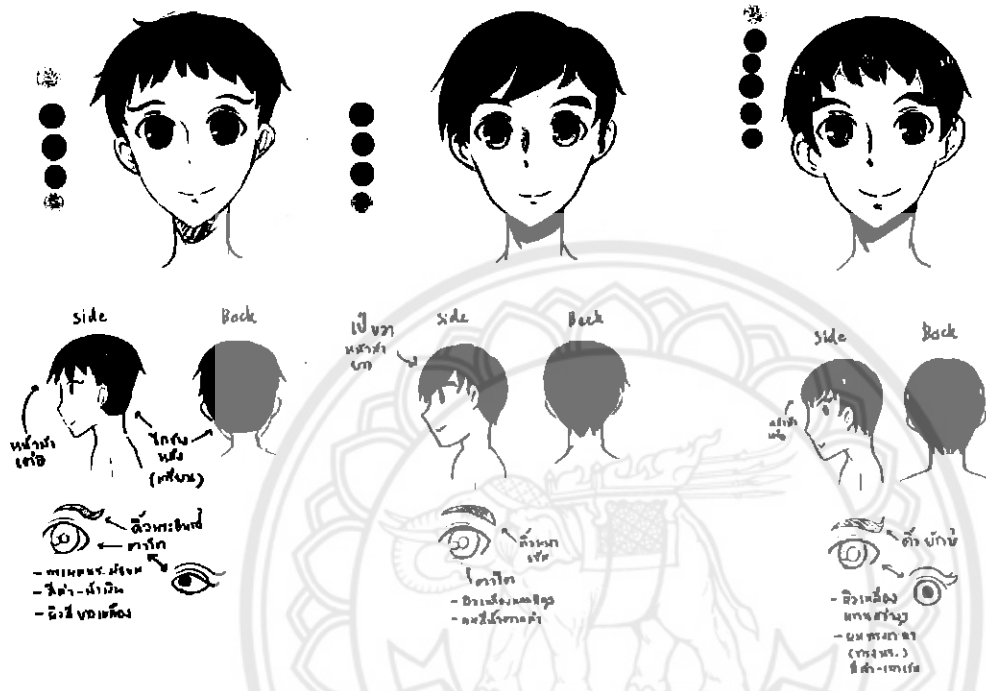
ผลงานในระยะก่อนศิลปินนิพนธ์

จากการค้นคว้าข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และการออกแบบซึ่งเป็นการหาประสบการณ์ของข้าพเจ้าในการทำงาน และผลงานในช่วงนี้เริ่มเห็นความชัดเจนและความเป็นไปได้ โดยการนำเสนอผ่านลายเส้นการ์ตูนแอนิเมชัน 2 มิติ โทนสี เงาม เทคนิคเฟรมบายเฟรมในคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการเล่าเรื่องราวผ่านการชม

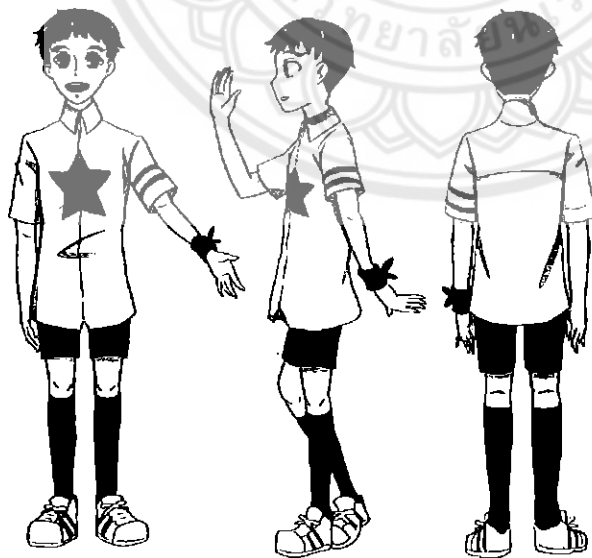
การสร้างสรรคผลงานศิลปินนิพนธ์

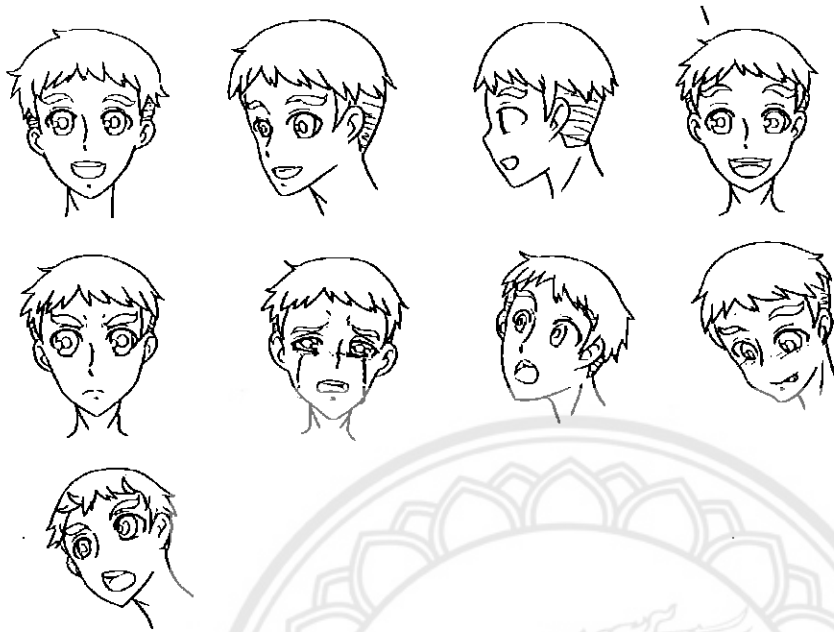
จากการมองย้อนกลับไปยังข้อมูลพื้นฐานการศึกษาเรื่องการออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ศิลปินเกาหลี่เพื่อสะท้อนอิทธิพลศิลป์ปิงเกาหลี่ที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15-25 ปีโดยจุดมุ่งหมายหลักคือ การแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของศิลปินเกาหลี่ที่มีต่อคนไทยให้กับกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นเยาวชนวัยรุ่นและกลุ่มเป้าหมายรองที่เป็นคนทั่วไป ซึ่งจากการค้นคว้าแนวทางเพื่อนำมาถ่ายทอดแสดงออกในระยะเวลาหนึ่ง รวมไปถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะการลงมือสร้างสรรค ผสมผสานกับเทคนิควิธีการที่ได้จากการต่อยอดกระบวนการความคิดในการออกแบบใช้ลายเส้นการ์ตูน การลงสี แสงและเงาในงานขึ้นให้เกิดความสมบูรณ์ เป็นศิลปะนิพนธ์ประเภทภาพยนตร์การ์ตูนสั้น 2 มิติ เรื่อง “Be star เส้นทางสู่ศิลปินเกาหลี่”

การออกแบบคาแรคเตอร์
แบบร่างคาแรคเตอร์ครึ่ง 1

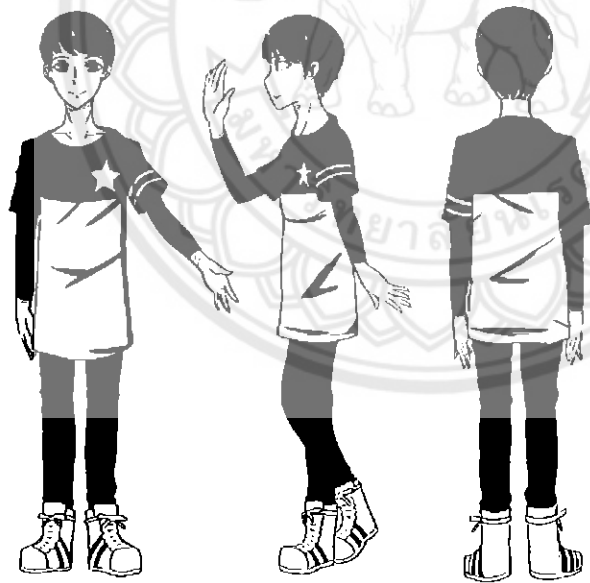


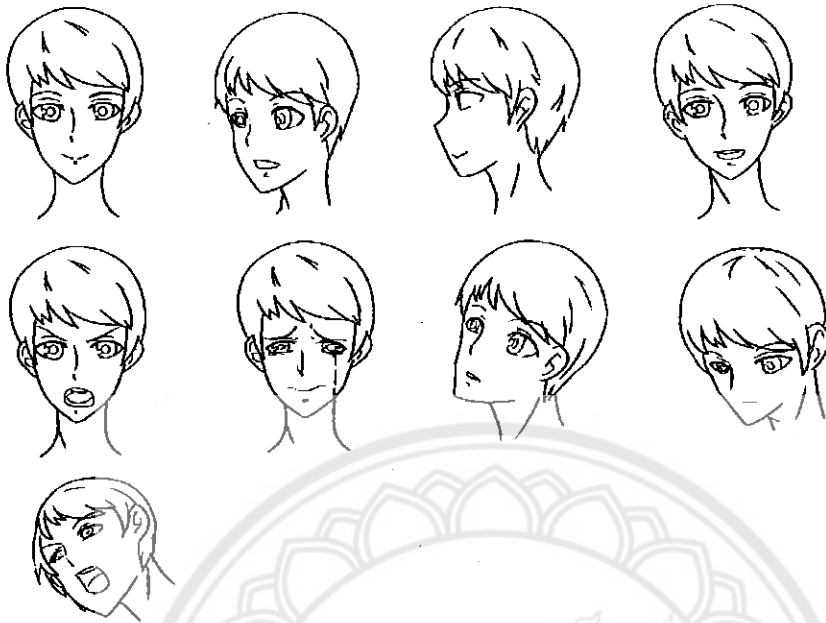
มิว(แบบร่างครึ่งแรก)





คิมยูซอง(แบบร่างครั้งแรก)





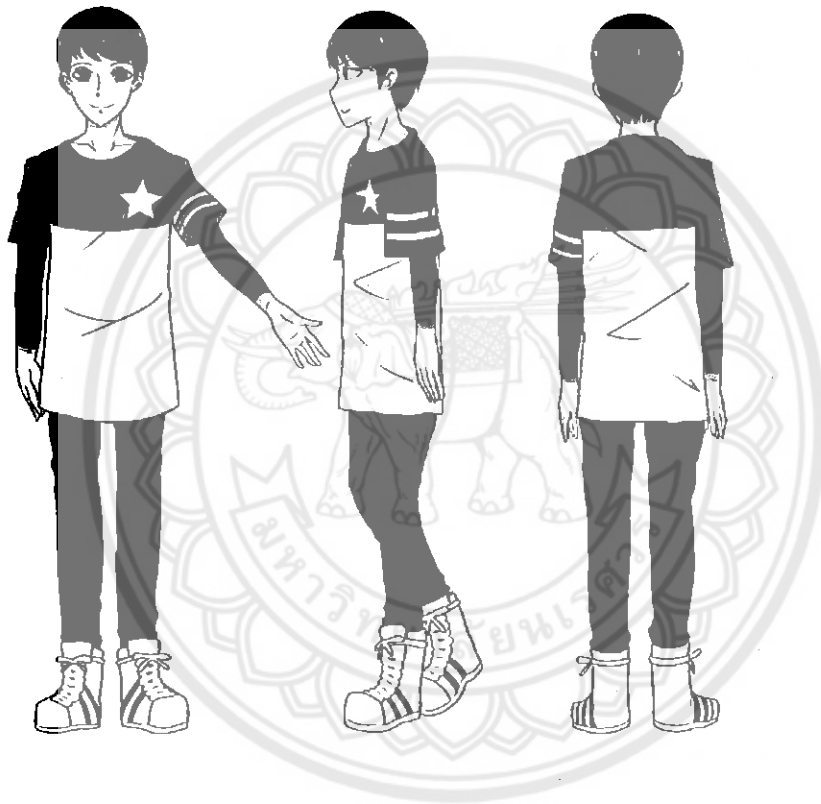
โดยตอนแรกได้นำคิดจะเอาความเป็นไทยใส่ในตัวคาแรคเตอร์ในส่วนของคิ้วตามสมกับลายเส้นที่ตนเองถนัดสีผิวของตัวละครยังเป็นผิวสีขาวม่อนเพราะอย่างให้รสนิยมของเกาหลีที่ชื่นชอบความขาวของสีผิวมากกว่าสีเข้มผอมและตัวเล็กกว่าแบบปัจจุบันเพื่อแสดงถึงความน่ารักและไร้เดียงสาซึ่งในภายหลังได้รับการแนะนำจากคณะกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาให้ปรับรูปแบบตัวละครให้ดูเป็นผู้ใหญ่ดูแข็งแรงและดูพึ่งพาได้ทั้งนี้ได้ตัดลายเส้นไทยออกไปแล้วใส่ความเป็นไทยลงในสีนัยของตัวละครแทนรวมทั้งตัวละครที่เป็นคนไทยเปลี่ยนเป็นสีแทนเพื่อให้เหมือนลักษณะของคนไทยมากขึ้น

แบบร่างครั้งที่ 2 (แบบสมบูรณ์)

มิว



มิว ตัวละครเด็กไทยอายุ 16 ปี มีวสีแทน สูง 172 ซม. น้ำหนัก 57 กก. นิสัยเคยเป็นคนเจี๊ยบๆไม่ เป้าหมายในชีวิตจนกระทั่งได้เป็นแฟนคลับของศิลปินเกาหลี a-star จากชีวิตของเขาก็เปลี่ยนไปมีความฝันอยากที่จะเป็นศิลปินนักร้องที่ประเทศเกาหลี ส่วนที่เปลี่ยนจากแบบครั้งแรกคือสีผิวที่เปลี่ยนเป็นสีแทนและตัวสูงขึ้น

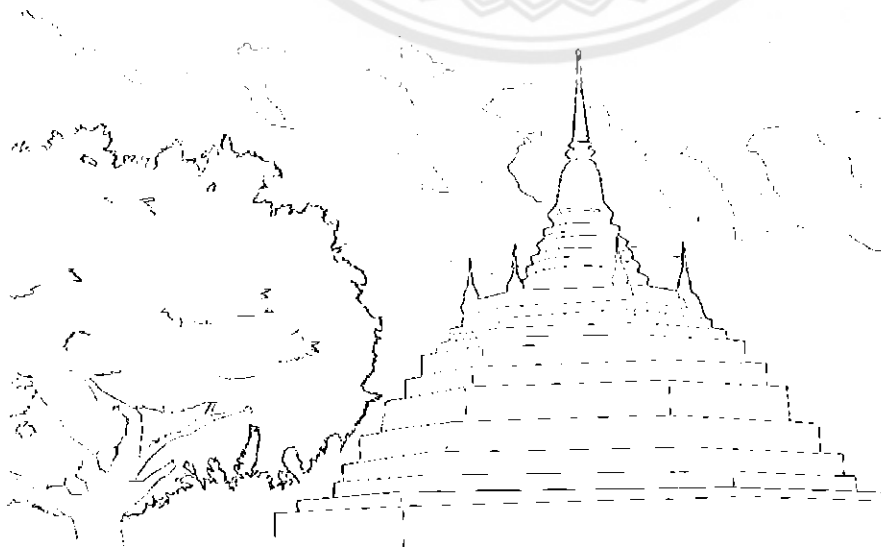


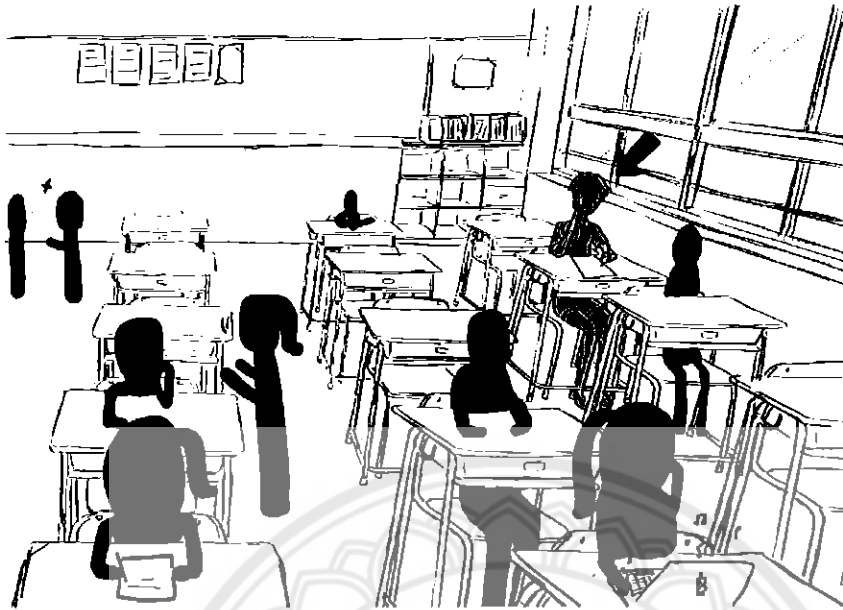


คิม ยู ของ ตัวละครเด็กเกาหลีอายุ 16 ปีเท่ากับมิวเป็นเพื่อนเกาหลีคนแรกตอนที่เป็นเด็กหัดในค่าย สูง 175 ซม. น้ำหนัก 59 กก.เป็นเด็กที่มีความสามารถด้านการร้องเพลงและเต้น มีนิสัยที่สุภาพ อ่อนโยน คอยช่วยเหลือและให้คำปรึกษาในทุกๆเรื่องให้กับมิว ส่วนที่ปรับโนแบบครั้งแรกคือส่วนสูงและสีผม เปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลทองแทนเพื่อให้ดูมีลักษณะละมุนสุภาพใจดีมากซึ้น

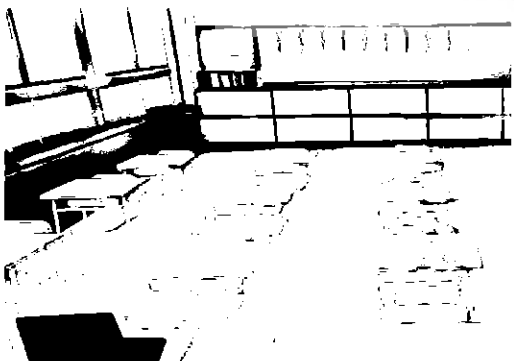
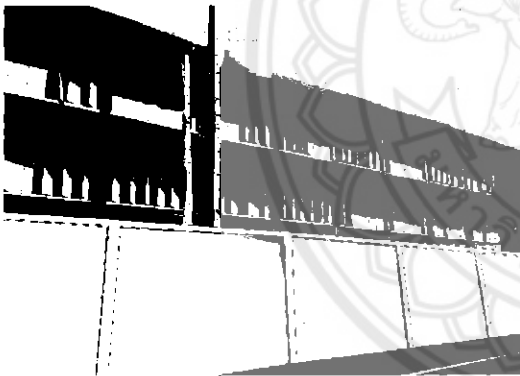
การออกแบบฉาก

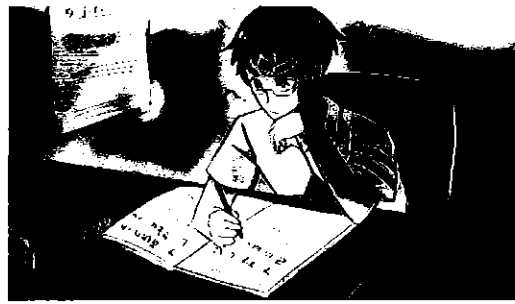
ประเทศไทย - เกาหลี





(แบบร่างฉากบางส่วน)





สตอรี่บอร์ด

Storyboard 1

Frame	Action Sketch	Event	Time	Pan
1		- คิดจนหัวเข่าชน - คิดจนปวดเข่าจนต้องรีเฟรช	1 sec	
2		- ตาปริ่งปริ่ง	1 sec	
3		- หัวเข่าไปชน โตงเตงซี่โครง - ขยับเข่าไปรีเฟรช-คิด	1 sec	
4			1 sec	
5		- จมกรับมือหนัก - คิดไม่ออก	2 sec	
6				

Storyboard 2

Frame	Action Sketch	Event	Time	Pan
7		- โรงเรียนประถม	1 sec	
8		- โรงเรียนประถม - บ้านนักเรียน	4 sec	
9				
10		- โรงเรียนประถม - บ้านนักเรียน	1 sec	
11		- นักเรียนคนหนึ่ง	1 sec	
12		- นักเรียนคนหนึ่ง	1 sec	

เปิดฉากมาที่ฉากของเด็กผู้ชายสองคนกำลังจับมือและรู้สึกกังวลตื่นเต้นกับการเปิดตัวในฐานะนักเรียนหน้าของประเทศไทยที่เกาหลีตามฉากจับมือและเปลี่ยนฉากไปที่ประเทศไทยในช่วงของมิวเด็กไทยที่ยังไม่ได้สนใจวงการบันเทิงเกาหลี และยังอยู่ที่ประเทศไทย ณ ที่โรงเรียนแห่งหนึ่งในประเทศไทยมีเด็กผู้ชายอายุ 15 กำลังจะขึ้นม.ปลายในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้าเด็กผู้ชายคนนี้ชื่อมิวในช่วงนี้มิวจะมีนิสัยเก็บตัวไม่ค่อยสนใจกับชีวิตไม่มีการวางแผนในอนาคตว่าอยากทำอะไรเลยทำให้รู้สึกเบื่อหน่ายกับชีวิตในวัยเรียน

Storyboard 1

Frame	Action Sketch	Event	Time	Pan
6	เปิดสารเขียนชื่อ [ภาพวาด]	- ดึงเส้นสายในจอ	1 sec	
7	[ภาพวาด]	- ปรากฏภาพ H-pop - เสียงดัง	5 sec	
8	[ภาพวาด]	- เสียงดังดังดัง	3 sec	
9	[ภาพวาด]	- ปรากฏหน้าคนร้องเพลง - เสียงดังดังดัง	3 sec	
10	[ภาพวาด]	- ปรากฏหน้าคนร้องเพลง - เสียงดังดังดัง	3 sec	
11	[ภาพวาด]	- ปรากฏหน้าคนร้องเพลง - เสียงดังดังดัง	3 sec	
12	[ภาพวาด]	- ปรากฏหน้าคนร้องเพลง - เสียงดังดังดัง	3 sec	

Storyboard 2


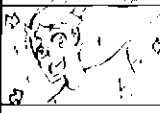


Frame	Action Sketch	Event	Time	Pan
6	[ภาพวาด]	- ปรากฏหน้าคนร้องเพลง - เสียงดังดังดัง	6 sec	
7	[ภาพวาด]	- เสียงดัง - เสียงดังดังดัง	6 sec	
8	[ภาพวาด]			
9	[ภาพวาด]	- ปรากฏหน้าคนร้องเพลง - เสียงดังดังดัง	6 sec	
10	[ภาพวาด]	- เสียงดังดัง - เสียงดังดังดัง	6 sec	
11	[ภาพวาด]	- ปรากฏหน้าคนร้องเพลง - เสียงดังดังดัง	3 sec	






ฉากต่อมาเป็นฉากที่มีกำลังเลือกสายการเรียนในอนาคตและลังเลว่าจะเรียนอะไรดี ในระหว่างนั้นมิวได้ยินเสียงเพลงที่ไม่เคยได้ยินมาก่อนละสนใจขึ้นมาเลยเดินไปหาดันตอเสียงนั้นเสียงเพลงนั้นเป็นเพลงภาษาเกาหลีที่เพื่อนผู้หญิงร่วมห้องของเขากำลังฟังอยู่ จึงเดินเข้าไปใกล้เพื่อดูโฉมหน้าของนักร้องคนนั้น ปรากฏว่านักร้องคนนั้นเป็นนักร้องเกาหลีเพศชายที่อยู่ท่ามกลางเสียงกรี๊ดร้องของแฟนคลับในคอนเสิร์ตหนึ่ง เมื่อได้เห็นหน้าและฟังเพลงก็รู้สึกประใจเป็นอย่างมากแบบไม่เคยรู้สึกแบบนี้มาก่อนเลยถามเพื่อนผู้หญิงคนนั้นที่กำลังฟังเพลง เธอตอบมิวเล็กน้อยว่าทำไมไม่รู้จักและแนะนำให้เขาไปเปิดหาในอินเทอร์เน็ตแทน หลังจากนั้นเขาก็กลับบ้านมาเปิดอินเทอร์เน็ต และได้ทราบชื่อเขาคือ ปาร์ค ฮวาง เอ นักร้องศิลปินเกาหลีชื่อดังในประเทศเกาหลีและเป็นที่ยืนชอบของแฟนคลับทั้งหญิงชายมากมาย

Frame	Action Sketch	Event	Time	Pen
75			↓ 2 sec	↓
76		- ค้นหาข้อมูล - ค้นหาข้อมูลไป บน / บน / บน	↓ 3 sec	↓
77			↓ 2 sec	↓
78		- ค้นหาข้อมูล บน	↓ 2 sec	↓
79		- ค้นหาข้อมูล	↓ 2 sec	↓
80		- ค้นหาข้อมูล	↓ 2 sec	↓

Frame	Action Sketch	Event	Time	Pen
31		- ค้นหา	↓	↓
32		- ค้นหาข้อมูล - ค้นหาข้อมูล	↓ 2 sec	↓
33		- ค้นหาข้อมูล	↓ 2 sec	↓
34		- ค้นหา computer - ค้นหาข้อมูล	↓ 2 sec	↓
35		- ค้นหาข้อมูล - ค้นหาข้อมูล	↓ 2 sec	↓
36		- ค้นหาข้อมูล - ค้นหาข้อมูล	↓ 2 sec	↓





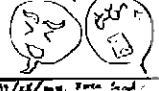

หลังจากนั้นมิวกก็เริ่มเปิดหาข้อมูลของปาร์ค ฮวาง เอ ไปเรื่อยๆเช่น เพลง คลิปกิจกรรมต่างๆ ชีวิตประจำวัน รายการต่างๆและคอนเสิร์ตอีกมากมาย ยิ่งดูก็ยิ่งเหมือนหลงใหลมากยิ่งขึ้นจนเปลี่ยนเป็นความชื่นชอบและในที่สุดเขาก็ได้แรงบันดาลใจและตัดสินใจที่จะเป็นนักร้องเกาหลีสแบบเดียวกับปาร์ค ฮวาง เอ เมื่อตัดสินใจแล้วชีวิตของเขาก็เปลี่ยนไปเขาเริ่มซ้อมเต้น ฝึกซ้อมร้องเพลง เรียนภาษาเกาหลีและเลือกสายเรียนด้านภาษา ทำหายกับตัวเองโดยการไปแข่งขันตามเวทีต่างๆจนได้รับรางวัลมากมาย

Frame	Action Sketch	Event	Time	Pan
37		- รู้สึกดีใจ	1 sec	
38		- รู้สึกดีใจ รู้สึก - ดีใจ	1 sec	
39				
40		- รู้สึกดีใจ รู้สึก - รู้สึกดีใจ รู้สึก	1 sec	
41	M.S. T. ... * Avolution from MTS - June	- ได้ รับ Avolution ที่งานประชุม MTS Entertainment - Tissue B - Stars	1 sec	
42		- ได้ รับ Avolution ที่งาน /	1 sec	

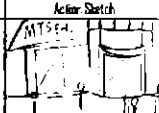





Frame	Action Sketch	Event	Time	Pan
43		- รู้สึกดีใจ รู้สึก - รู้สึกดีใจ	1 sec	
44		- รู้สึกดีใจ รู้สึก	1 sec	
45		- รู้สึกดีใจ รู้สึก	1 sec	
46		- รู้สึกดีใจ รู้สึก	1 sec	
47		- รู้สึกดีใจ รู้สึก - รู้สึกดีใจ	1 sec	
48		- รู้สึกดีใจ		

ในตอนนี้มีวีเริ่มมีความมั่นใจมากขึ้นและวันหนึ่งเขาได้เห็นประกาศจากทางอินเทอร์เน็ตประกาศรับสมัครหน้ากรังหน้าใหม่จากบริษัทค่ายเพลงในเกาหลีซึ่งเป็นค่ายเดียวกับศิลปินที่เขาชื่นชอบเขาจึงตัดสินใจสมัครและทำตามความฝันที่ตนรอคอยมานาน จนถึงวันที่ต้องออดิชันเขาตื่นกับการออดิชันครั้งแรกนี้มากแต่ก็พยายามทำเต็มที่ที่สุด

Storyboard

Frame	Action Sketch	Event	Time	Part
49		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	2 x 6	
50		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	1 x 6	
51		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	2 x 6	
52		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	2 x 6	
53		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	2 x 6	
54		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	1 x 6	

Storyboard

Frame	Action Sketch	Event	Time	Part
55		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	1 x 6	
56		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	2 x 6	
57		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	1 x 6	
58		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	2 x 6	
59		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	2 x 6	
60		- คนพูดกับคนบน - คนพูดกับคนบน	2 x 6	

ตัดมาที่ฉากของหลังจาก 2 อาทิตย์ผ่านไปมีกำลังรอการตอบกลับจากบริษัทว่าจะผ่านหรือไม่อย่างไร
 ใจจ่อและกังวลจนถึงขั้นไปขอชมกับรูปเคารพศักดิ์สิทธิ์ที่บ้านจนแม่เข้ามาบ่นให้ไปซักผ้าแต่จู่ๆ
 โทรศัพท์ก็ดังขึ้นมีดวงใจและกดรับโทรศัพท์อย่างรวดเร็วและคุยกับปลายสายที่กำลังสนทนากับเขานั้น
 คือคนของทางบริษัทค่ายเพลงเกาหลีติดต่อเขากลับมาว่าเขาผ่านการอดิชั่นและได้รับเลือกให้ไปเป็น
 เทรนเนอร์หรือเด็กฝึกหัดของค่ายนั้นเองมีดีใจมากจนกระโดดกอดแม่ และตัดไปที่ฉากตอนที่มิวมาประเทศ
 เกาหลีและไม่ค่อยรู้เรื่องขณะนั้นเขาไปพบกับ คิม ยู ของ ซึ่งเป็นเด็กฝึกหัดของค่ายเพลงเดียวกันทั้ง
 สองได้ทำความรู้จักกันและเดินเข้าไปในบริษัทและได้รู้ว่าหลังจากนั้นคือเมมเบอร์โนที่มิวเขาที่ต้อง
 ฝึกด้วยกันนั่นเองยิ่งไปกว่านั้นครูฝึกที่มาสอนเขาและยูของนั้นคือรุ่นพี่ศิลปินที่เขาชื่นชอบ บาร์ค ฮวาง
 เอ นั่นเอง

Storyboard 1

Frame	Action Sketch	Event	Time	Pan
61		- พูดคุย เกี่ยวกับงาน	3 sec	
62		- คิดอะไร ก็ไม่เจอ เรื่อง	3 sec	
63		- อธิบาย สั้นๆ/ถาม ของพวกมัน - Teacher อธิบาย	5 sec	
64				
65				
66		มัน มัน มันไป	3 sec	

Storyboard 2

Frame	Action Sketch	Event	Time	Pan
67		- คิดอะไร ก็ไม่เจอ เรื่อง	3 sec	
68		- คิดอะไร ก็ไม่ได้	3 sec	
69		- อธิบาย สั้นๆ/ถาม ของพวกมัน	5 sec	
70		- อธิบาย สั้นๆ/ถาม ของพวกมัน	5 sec	
71		- พอ อธิบาย สั้นๆ - คิดอะไร ก็ไม่ได้	3 sec	
72		- คิดอะไร ก็ไม่เจอ เรื่อง	3 sec	

มิวและยูซงทำความรู้จักและเป็นเพื่อนกันในสุดการฝึกเริ่มขึ้นซึ่งมันไม่ได้ง่ายอย่างที่มิวคิดเลยแม้แต่น้อยมันกับยากลำบากและต้องอดทนเป็นอย่างมากเวลาได้ผ่านไปเรื่อยๆจนหลายเดือนเข้ามิวเริ่มรู้จักข้อดีกับการฝึกที่ได้ไม่พัฒนาขึ้นมากไปจากเดิมเลยจนเขาอยากจะทำและกลับบ้านแต่ในขณะที่เขารายอยู่คนเดียว ยูซงก็ได้เข้าปละบใจและให้กำลังใจกันทั้งสองพูดคุยและปรับทัศนคติกันจนมิวมีกำลังใจกลับมาอีกครั้งเขาจึงเริ่มกลับไปฝึกใหม่อย่างจริงจังกว่าเดิมและคราวนี้เขาสัญญาว่าจะไม่กลับท้ออีก

Frame	Caption	Text	Time	Page
1		- ... - ... - ...	1:30	
2		- ... - ...	1:35	
3		- ...	1:40	
4		- ...	1:45	
5		- ... - ... - ...	1:50	
6		- ...	1:55	
7		- ... - ... - ...	2:00	
8		- ... - ...	2:05	

Frame	Caption	Text	Time	Page
1		- ... - ... - ...	2:10	
2		- ...	2:15	
3		- ... - ... - ...	2:20	
4		- ...	2:25	
5		- ...	2:30	
6		- ... - ...	2:35	
7		- ... - ... - ...	2:40	

Frame	Caption	Text	Time	Page
1		- ...	2:45	
2		- ... - ... - ...	2:50	
3		- ...	2:55	
4		- ... - ... - ...	3:00	
5		- ...	3:05	
6		- ... - ...	3:10	
7		- ... - ... - ...	3:15	

มิวและยูของได้กลับมาฝึกกันอย่างจริงจังและพยายามจนทางบริษัทเห็นถึงความสามารถของเขาจนในที่สุดทางบริษัทก็ได้มีการลงความเห็นให้ว่าพวกเขาควรที่จะเดบิวท์ในฐานะไอดอลได้แล้ว เมื่อทั้งสองได้รับรู้ถึงข่าวดีนี้พวกเขาต่างพากันดีใจมากและตื่นเต้น มาถึงฉากที่ตอนข้างต้นได้กล่าวไปเป็นฉากที่ทั้งคู่อยู่หลังเวทีกลับ ฮวางเอ ผู้เป็นคนฝึกสอนให้ทั้งสองกังวลมากแต่ก็ได้รื้อนพ้อย่าง ฮวางเอให้กำลังใจและถ่ายรูปเป็นที่ระลึกกันนั้นทำให้ทั้งสองลดความกังวลลงเป็นอย่างมากทั้งสองจับมือกันแน่นและเดินไปยังเวทีที่เป็นเวทีแรกและเวทีที่จะทำให้ชีวิตพวกเขาเปลี่ยนไปตลอดกาลด้วยความตื่นเต้นดีใจกลับการฝึกซ้อมอดทนที่แสนยาวนาน

บทที่ 5

บทสรุป

ผลงานศิลปนิพนธ์ในหัวข้อ “การออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ศิลปินเกาหลีเพื่อสะท้อนอิทธิพลศิลปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15-25 ปี” นี้ได้จัดทำขึ้นมาเพื่อถ่ายทอดให้เห็นถึงอิทธิพลของศิลปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยในทางด้านตีมว่า มีผลกับพฤติกรรมมากน้อยเพียงใดและเยาวชนเหล่านั้นสามารถนำไปปรับใช้ประโยชน์ในการพัฒนาตนเองได้ขนาดไหน ทั้งนี้เป็นการถ่ายให้เห็นถึงวัฒนธรรมทั้งสองประเทศด้วย

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ศิลปินเกาหลีเพื่อสะท้อนอิทธิพลศิลปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15-25 ปี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจนครบถ้วนแล้วนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อออกแบบตัวละครฉากและเนื้อเรื่องโดยมี อาจารย์ที่ปรึกษาที่ปรึกษาด้านแอนิเมชัน และคณะกรรมการสอบ สรุปได้ว่าศิลปินเกาหลีนั้นมีอิทธิพลกับกลุ่มเยาวชนจริงในด้านพฤติกรรมต่างๆ ซึ่งมีสื่อทางโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตและสื่อมวลชนต่างๆ เผยแพร่อิทธิพลกระแสไปยังผู้รับสื่อ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้สื่อแอนิเมชัน 2 มิติที่เยาวชนชื่นชอบและเข้าถึงได้ง่ายทั้งนี้ในระหว่างการทำงานได้ทราบถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นระหว่างขั้นตอนการดำเนินงาน และในขณะเดียวกันก็ได้เรียนรู้เทคนิค และประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าจนงานสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

อภิปรายผล

ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปนิพนธ์ “การออกแบบแอนิเมชันภาพเคลื่อนไหว 2 มิติเรื่องเส้นทางสู่ศิลปินเกาหลีเพื่อสะท้อนอิทธิพลศิลปินเกาหลีที่มีต่อเยาวชนไทยอายุ 15-25 ปี” เทคนิคเฟรมบายเฟรมดิจิทัลเพนท์แบบการ์ตูนญี่ปุ่น ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างสรรค์ผลงาน โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล และอ้างอิงจากหนังสืองานวิจัยที่เกี่ยวกับศิลปินและวัฒนธรรมประเทศเกาหลีและรูปแบบการใช้ชีวิตของกลุ่มเป้าหมายหลักโดยผู้วิจัยได้ดำเนินการภายใต้ข้อจำกัดดังนี้

ด้านข้อมูล

1. ศึกษาจากงานวิจัยทั้งหลายเล่มที่เกี่ยวข้องและเว็บไซต์ที่เชื่อถือได้เรื่องของอิทธิพลศิลปินเกาหลีวัฒนธรรมและการใช้ชีวิตเยาวชนวัยรุ่นรวมทั้งรูปแบบแอนิเมชันที่วัยรุ่นชอบ

2. รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ที่ออกมาเป็นแผนผังภาพโดยผ่านการตรวจจากคณะกรรมการ

ด้านการออกแบบ

1. จากการศึกษารูปแบบแอนิเมชันที่วัยรุ่นชอบได้ผลสรุปว่าวัยรุ่นชอบการ์ตูนแอนิเมชันที่มีข้อคิดไม่ไร้สาระและตัวละครคาแรคเตอร์ที่มีลักษณะเด่นของคนไทยและคนเกาหลี
2. การลงสีฉากและตัวละครต้องให้เข้ากับแนวทางและอารมณ์ของภาพจึงใช้สีโทนที่สีสีสันสดใสเพื่อเข้ากับวงการบันเทิงและมีการใช้สีฟ้าเป็นหลักในบางฉาก
3. ออกแบบคาแรคเตอร์ที่ดูมีสีหน้าและแววตาแบบวัยรุ่นที่กำลังค้นหาตัวเอง รัวเรียงเต็มเปี่ยมไปด้วยพลังความฝัน
4. ใช้ฉากที่เป็นสถานที่ในประเทศไทยและประเทศเกาหลี

ข้อเสนอแนะ

สำหรับผู้ที่มีสนใจศึกษาเกี่ยวกับการทำแอนิเมชันขนาดสั้น ควรศึกษาดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเทคนิคการทำแอนิเมชันแบบเฟรมบายเฟรมผสมกับเทคนิคอื่นๆรวมถึงการระบายสีแบบดิจิทัลเพนท์
2. ศึกษาเรื่องทฤษฎีสี และหาตัวอย่างชุดสีที่เหมาะสมกับงานเก็บไว้เป็นข้อมูล การมีตัวอย่างสีไว้หลายๆ ทำให้เวลาลงมือทำงานจริงสามารถทำได้รวดเร็ว ช่วยย่นระยะเวลาในการทำงานและคุมโทนสีงาน ออกมาได้ดี
3. วางแผนระยะเวลาในการทำงาน และปฏิบัติตามเวลาอย่างเคร่งครัด เพื่อให้งานเสร็จตาม เวลาที่กำหนด
4. คำนึงถึงรายละเอียดในงาน และความเหมาะสมของขนาดงานเวลานำไปดำเนินการจริงให้มี ความสัมพันธ์กัน
5. นำผลงานที่ได้ไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และนำคำติชมกลับมาพัฒนาปรับปรุงผลงาน ทุกครั้ง
6. ทำงานขั้นสุดท้ายให้เสร็จก่อนระยะเวลาอย่างน้อย 1 – 2 อาทิตย์ เพื่อให้มีเวลาตรวจทาน แก้ไขข้อผิดพลาด
7. การปรับลายเส้นตัวคาแรคเตอร์ให้เหมาะสม สัดส่วนการใช้สีเส้นที่เข้าแนวทงงาน
8. การใส่เสียง 2 ภาษาคือ ภาษาไทยและภาษาเกาหลี โดยมีซับไทยให้อ่านเพื่อความสมจริงของเนื้อเรื่องซึ่งมีฉากที่อยู่ประเทศไทยและเกาหลี

บรรณานุกรม

ชญาน ลำภาและคณะ. (2556). การศึกษาทัศนคติ การรับรู้ และพฤติกรรมการบริโภค ตามกระแสเกาหลีนิยม. วิทยานิพนธ์ วท.ม. , สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2559, จาก <http://libdcms.nida.ac.th/thesis6/2556/b180711.pdf>.

ปัทมกร ปรีดาซิวาลและคณะ. (2556). การยอมรับและพฤติกรรมการเลียนแบบทางวัฒนธรรมจากสื่อบันเทิงเกาหลีของวัยรุ่นไทย. วิทยานิพนธ์ ศศ.บ. , มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2559, จาก http://journal.pim.ac.th/uploads/content/2014/06/o_18qkad9q51lab42v3upd6a2nla.pdf.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่นและคณะ. (2551). สื่อบันเทิงเกาหลีกับค่านิยมในวัฒนธรรมเกาหลีของวัยรุ่นไทย. วิทยานิพนธ์, มหาวิทยาลัยเกริก, กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 12 กันยายน 2556, จาก http://research.krirk.ac.th/images/researchs/2013_07/35/usfile_945867_190705.pdf.

ธรรมปพน ลีอำนาจโชค. (2550). Intro to Animation. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ThanBooks.

ธนศ หาญใจ. (2552). มุมมองของภาพ. การ์ตูนแอนิเมชัน สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2559, จาก <http://www.kanlayanee.ac.th/animation/web/eyepicture.htm>.

ดร. วไลลักษณ์ น้อยพยัคฆ์. กระแสเกาหลี. จุลสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2560, จาก http://www.etajournal.com/upload/239/3_Korean_Wave.pdf.

ทีมงานเว็บKapook. (16 กันยายน 2553). เจ็ดขั้นตอนสู่ดวงดาวของชาวเกาหลี. สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2556, จาก <https://musicstation.kapook.com/view16977.html>.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (พฤศจิกายน - ธันวาคม 2559). ทุณวัฒนธรรมสร้างนวัตกรรม.
อุตสาหกรรมสาร สืบค้นเมื่อ 30 เมษายน 2560, จาก
<http://ejournal.dip.go.th/LinkClick.aspx?fileticket=dNn3%2Fsd4sww%3D&tabid=70>.

Worakarnpipe . (November 26 2013). จุดเริ่มต้นของ วัฒนธรรมกระแสนิยม ในปัจจุบัน.
Retrieved April 4, 2017, from <https://araijordaimail.wordpress.com/2013/11/26/>

ไอเอ็มทู. (5 ธันวาคม 258). คำนิยม หมายถึง สืบค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560, จาก
<https://www.im2market.com/2015/12/05/2122>.

สริสุพันธ์. (15 กรกฎาคม 2556). ความหมายของแรงจูงใจ.ทฤษฎีของการจูงใจ (theories of
motivation) สืบค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2560, จาก
<http://motivationsrisupan.blogspot.com/2012/07/theories-of-motivation.html>.

