

กลวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูน ภายใต้แนวคิดเบบี สคีม่า บนเฟซบุ๊ก*

THE NARRATIVE STRATEGY AND INSPIRATION FROM CHARACTER CONTENT UNDER THE CONCEPT OF BABY SCHEMA ON FACEBOOK

ชยานิส แก้วประเสริฐ*, ภานนท์ คุ่มสุภา, ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว

Chayanis Kaewprasert, Bhanond Kumsupha, Saranthorn Sasithanakornkaew

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Humanities, Kasetsart University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: chayanis.ka@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มุ่งศึกษาวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี สคีม่า บนเฟซบุ๊ก เป็นวิจัยเชิงคุณภาพผ่านคอนเทนต์จากเพจคิ้วต๋าและเพจซิบิล เพจละ 15 คอนเทนต์ ตั้งแต่กรกฎาคม ถึงธันวาคม พ.ศ. 2566 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การศึกษาค้นคว้าเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนำมาวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อศึกษาวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี สคีม่า บนเฟซบุ๊ก ผลการศึกษาพบว่า 1) กลวิธีการเล่าเรื่องผ่านเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี สคีม่า บนเฟซบุ๊ก มีการเล่าเรื่องผ่านภาพและคำบรรยาย รวมถึงสัญลักษณ์จากตัวละคร ฉาก ประกอบ โดยเล่าผ่านมุมมองตัวละครหลักที่เป็นทั้งตัวละครมิติเดียว คือ มีความน่ารัก นำไปสู่ความคิดเชิงบวก และทำให้รู้สึกมีเป้าหมายในชีวิต และตัวละครหลายมิติ คือ ดูน่ารัก แต่มีการเรียนรู้ความขัดแย้งในชีวิตและสามารถก้าวผ่านไปได้อย่าง การปล่อยวาง การระบายแต่ไม่ได้รับการแก้ไขจริง แต่ก็สามารถนำไปสู่ความสบายใจของผู้รับสารได้ 2) แรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี สคีม่า บนเฟซบุ๊ก ต่อผู้รับสาร มีการนำเสนอเรื่องราวที่ผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมหรือเหตุการณ์ในชีวิตที่พบเจอ ผ่านแก่นความคิด สัญลักษณ์จากภาพ มุมมองการเล่าเรื่องของตัวละครในประเด็นที่ทำให้ผู้รับสารเกิดความขัดแย้งในใจ นำไปสู่การเชื่อมโยงความคิดเกิดเป็นแรงบันดาลใจจากหลายปัจจัย ทำให้เกิดเป้าหมายในชีวิต เกิดแรงบันดาลใจในตนเอง และได้รับแรงบันดาลใจจากผู้อื่นผ่านเนื้อหาภาพตัวการ์ตูน

คำสำคัญ: กลวิธีการเล่าเรื่อง, การเล่าเรื่อง, แรงบันดาลใจ, เนื้อหาภาพ, เบบี สคีม่า

Abstract

This research aims to study storytelling strategies and cartoon content under the concept of baby schema on Facebook. It is qualitative research using content from kiwtum pages and sibyl pages, 15 content per page. For July - December 2023, data were collected by researching documents related to related concepts and theories. and analyzed the content To study storytelling strategies and inspiration from cartoon character content under the baby schema concept on Facebook. The results of the study show that 1) Storytelling strategies through cartoon content under the concept

* Received March 11, 2024; Revised March 23, 2024; Accepted March 28, 2024



of baby schema tells a story through images and captions. Including symbols of characters, scenes, illustrations, told through the perspective of the main character who is both a flat character. is cute Leads to the core of positive thinking and make you feel you have a purpose in life and a round character. It has a cute look. But you learn about conflict in life and how to overcome it by letting go. Venting, but no real solution. But it can lead to peace of mind for the recipient. 2) Inspired by the content of cartoon characters under the concept of baby schema on Facebook to the recipient. Stories that the recipient has experienced or events are presented. Through the core ideas, symbols from the images, and the narrative perspectives of the characters. on topics that cause conflict in the recipient's heart, leads to a connection between ideas and inspiration from many factors. create goals in life Be inspired by yourself and receive inspiration from others through the content of cartoon characters.

Keyword: Storytelling Strategies, The Narrative, Inspiration, Visual Content, Baby Schema

บทนำ

ปัจจุบันการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวจิตใจของสื่อเป็นสิ่งสำคัญ เพียงแต่ว่าการให้ข้อมูลเฉย ๆ ไม่เพียงพอต่อ “การสร้างอารมณ์ร่วม” เพื่อให้เกิดความคล้อยตาม ดังนั้น การสร้างแรงบันดาลใจโดยการใช้ “เรื่องเล่า (Storytelling)” จึงนับเป็นวิธีการที่ดี เหมาะสมในยุคปัจจุบัน วิธีหนึ่งที่น่าสนใจและเข้าถึงผู้รับสารได้มากขึ้น คือ การสร้างคอนเทนต์โดยใช้ตัวการ์ตูน ซึ่งนิยมมากในปัจจุบัน (ธีรพรทศ ประพฤติชอบ, 2558) และในงานวิจัยของ กาญจนา แก้วเทพ และคณะ ได้กล่าวไว้เช่นกันว่า “การ์ตูน” เป็นสื่อประเภท Entertainment Content ที่ผสมผสานเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่ประกอบไปด้วยรูปวาด คำบรรยาย คำพูด มีเรื่องราวต่อเนื่องกันอย่างมีความหมาย เป็นสื่อที่มีเอกลักษณ์ เข้าใจได้ง่าย และมีแรงดึงดูดที่น่าสนใจ นอกจากนี้ ยังเป็นสื่อที่ให้ความบันเทิง ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายลดความตึงเครียด เกิดความคิดสร้างสรรค์ จิตนาการ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2555) จึงเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ทำให้มี “แรงบันดาลใจ” โน้มน้าวให้ผู้รับสารได้ รวมถึงช่วยให้สื่อสารกับผู้บริโภคได้อย่างดี สร้างความไว้วางใจ การเปลี่ยนแปลง และในขณะเดียวกันกลุ่มเป้าหมายก็จะคาดหวังในคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ และตอบโต้ต่อความต้องการ

โดยประเภทเนื้อหาภาพการ์ตูนที่เป็นที่แพร่หลาย และน่าจับตามองในโลกโซเชียล คือ เนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี้ สคีม่า มาออกแบบตัวการ์ตูน โดย Konrad Lorenz นักสัตววิทยาชาวออสเตรียได้อธิบายแนวคิดนี้ไว้ว่าเป็นการใช้หลัก “ความน่ารัก” ที่มีลักษณะคล้ายทารก จะมีส่วนให้สิ่งนั้นดูน่ารัก เกิดความรู้สึกที่ดีได้มอง มีแรงดึงดูดให้อยากดูแลปกป้อง (Chonato, S., 2018) มีตัวอย่างลักษณะของเนื้อหาภาพตัวการ์ตูน ภายใต้แนวคิดเบบี้ สคีม่า (Baby Schema) บนเฟซบุ๊ก ที่มีผู้ติดตามและให้ความนิยมจำนวนมาก ซึ่งเพจเฟซบุ๊กที่มีการเล่าเรื่องโดยใช้เนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี้ สคีม่า นี้มีเอกลักษณ์ทั้งตัวการ์ตูนที่ลายเส้นสบายตา น่ารัก พร้อมมีวลีสั้น ๆ ที่ให้พลังบวกและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้รับสาร ทำให้มีการแสดงความคิดเห็นเชิงบวก ได้รับแรงบันดาลใจและกำลังใจที่ดี (สุรพัศตร์ ภัทรานนท์อุทัย, 2561) ซึ่งบทความเรื่อง การสื่อสารเพื่อสร้างพลังแห่งแรงบันดาลใจของผู้นำ โดย ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ กล่าวไว้ว่า การสื่อสารแรงบันดาลใจมีผลกับผู้คนมากมายหลายเหตุการณ์ แรงบันดาลใจเป็นสิ่งสำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จมากขึ้น นำมาพัฒนา ปรับปรุง แก้ไขปัญหา หรือเป็นแรงขับเคลื่อน เป็นการผ่อนคลาย ความบันเทิง การยอมรับจากสังคม ก่อให้เกิดการยึดเหนี่ยว ความผูกพัน ความรับผิดชอบ พลังแห่งการลุกขึ้นมาต่อสู้ การมุ่งสู่จุดหมายในด้านต่าง ๆ ขึ้นอยู่กับแต่ละช่วงเวลานั้นจะได้รับแรงบันดาลใจจากอะไร หรือต้องการสื่อสารอะไรออกไป กล่าวได้ว่าเป็นการสื่อสารที่ทำให้มองเห็นพลังบวกมากกว่าด้านลบ ดังนั้น แรงบันดาลใจจึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสำเร็จด้านการสื่อสาร (จิรศักดิ์ จงศรีรัตนกุล, 2560)



ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญและความน่าสนใจของสื่อเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า ซึ่งมีการใช้การ์ตูนที่มีอิทธิพลในแง่มุมต่าง ๆ ตามผลวิจัยของนักวิจัยท่านอื่น ๆ เช่น การ์ตูนกับคุณธรรม (เอนก รัตนจิตบรรจง, 2548) การ์ตูนกับการเรียนรู้วัฒนธรรม (ชวรินทร์ ศิลปสุวรรณ, 2558) การ์ตูนผลในการเยียวยาบาดแผลจิตใจในอดีต และความสำคัญของแรงบันดาลใจในการชมภาพยนตร์ (ดุขฎิ โยเหลาและคณะ, 2556) โดยในการศึกษารุ่นนี้จะสามารถค้นพบกลวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจต่อผู้รับสารได้อย่างมีคุณภาพอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลวิธีการเล่าเรื่องของเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า (Baby Schema) บนเฟซบุ๊ก
2. เพื่อศึกษาแรงบันดาลใจของเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า (Baby Schema) บนเฟซบุ๊กที่มีต่อผู้รับสาร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า บนเฟซบุ๊ก โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์กลวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า ต่อผู้รับสาร โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยในแต่ละขั้นตอนไว้ ดังนี้

ขอบเขตการศึกษา ด้านเนื้อหา เป็นการศึกษากลวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจต่อผู้รับสารผ่านคอนเทนต์เพจคิ้วต๋่าและชิบบิล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คอนเทนต์เพจคิ้วต๋่าและชิบบิล รวมจำนวน 30 คอนเทนต์ ตั้งแต่เดือนกรกฎาคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566

การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ โดยใช้การศึกษา ค้นคว้าเอกสารแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง และนำมาวิเคราะห์

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์เนื้อหา โดยวิเคราะห์องค์ประกอบการเล่าเรื่อง แรงบันดาลใจ และตีความความหมายคอนเทนต์

ผลการวิจัย

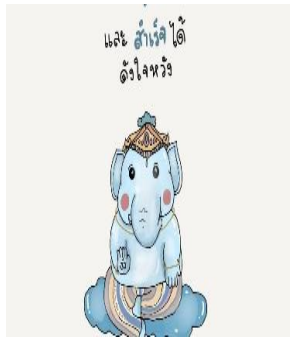
ในการศึกษาวิจัยเรื่อง กลวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า บนเฟซบุ๊ก มีผลการวิเคราะห์เนื้อหาได้ ดังนี้



ภาพที่ 1 แก่นความคิด



ภาพที่ 2 ตัวละครหลักและเสริม



ภาพที่ 3 ตัวละครเฉพาะเรื่อง



ภาพที่ 2 ตัวละครหลักและเสริม



ภาพที่ 5 ความขัดแย้งภายในจิตใจและความขัดแย้งภายนอก

กลวิธีการเล่าเรื่องผ่านเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบปี สคีม่า บนเฟซบุ๊ก

1. แก่นความคิด (Theme) เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่นำไปสู่ความคิดเชิงบวก และมีเป้าหมายในชีวิต โดยแบ่งประเด็นได้ ดังนี้

1.1 การพัฒนาตนเอง คือ การนำเสนอเรื่องราวที่ทำให้เกิดความอยากพัฒนาตนเอง ให้ได้สิ่งที่ดีกว่า เช่น เลือกรับคำเตือนจากคนที่หวังดีเพื่อมาเป็นพลังบวกและพัฒนาตนเองให้ชีวิตดีขึ้น

1.2 การรักตนเอง คือ การนำเสนอเรื่องราวที่ทำให้เห็นความสำคัญและข้อดีในตนเอง เช่น การเลือกรับฟังคำแนะนำจากคนที่หวังดีกับเรา และนำมาปรับปรุงตัว เป็นคนที่ดีขึ้น แสดงถึงการรักและแคร์ความรู้สึกตนเอง

1.3 การมีความสุขในชีวิต คือ การนำเสนอเรื่องราวที่ทำให้เห็นหนทางสู่ความสุข เช่น การเลือกรับสิ่งที่ดีต่อความรู้สึกและชีวิตตนเอง ทำให้เรามีความสุขและสบายใจ

1.4 การมีกำลังใจในการใช้ชีวิต คือ การนำเสนอเรื่องราวที่ทำให้มีพลังบวกในการดำเนินชีวิต เช่น ยังมีคนที่ให้คำแนะนำอย่างจริงใจ เพื่อให้เรามีกำลังใจนำมาพัฒนาตนเอง

2. ตัวละคร (Character) และมุมมองการเล่าเรื่อง (Point of view) เนื้อหามักจะเป็นมุมมองการเล่าเรื่องของตัวละครหลัก ซึ่งสามารถนำเสนอผ่านตัวละคร 2 แบบ ดังนี้

2.1 ตัวละครมิติเดียว คือ ตัวละครที่มีนิสัยคาดเดาง่าย พบว่า มี 3 ประเภท ได้แก่

- ตัวละครหลัก คือ ตัวแทนแอดมินหรือเจ้าของเพจโดยตรง มีคาแรคเตอร์ชัดเจน ไม่เปลี่ยนแปลง เช่น ผู้หญิงผมสั้นมีหน้าม้า สีนํ้าตาลอ่อน สวมเสื้อยืดคอกกลมสีฟ้า แก้มชมพู คือ ตัวละครหลักและเป็นตัวแทนเจ้าของเพจซิบิล

- ตัวละครเสริม คือ ตัวละครที่สนับสนุนตัวละครหลัก เพื่อสื่อสารประเด็นสร้างกำลังใจเป็นหลัก เช่น ตัวละครกระต่ายสีขาว เป็นที่ให้กำลังใจตัวละครหลักในเพจซิบิล

- ตัวละครเฉพาะเรื่อง คือ ตัวละครมีลักษณะเฉพาะเจาะจง ผู้รับสารเข้าใจได้ตรงกันเมื่อเห็น เช่น ตัวละครพระพิฆเนศ มีตัวเป็นคน หัวเป็นช้าง ใส่ชุดทางฮินดู มีเครื่องประดับ มีสัญลักษณ์โอมบนฝ่ามือ

2.2 ตัวละครหลายมิติ คือ ตัวละครที่มีลักษณะหลากหลาย นิสัยคาดเดาได้ยาก เปลี่ยนได้ตามเหตุการณ์ สร้างความประหลาดใจได้ เช่น ตัวละครภายใต้แนวคิดเบปี สคีมา ดูนารัก เนื้อหาต้องการให้ปล่อยวาง สบายใจ แต่สื่อสารผ่านความเปื้อน่ายของตัวละคร ซึ่งไม่ใช่มุมมองเชิงบวก

3. ความขัดแย้ง (Conflict) เนื้อหานำเสนอความขัดแย้งจากตัวละคร 2 ประเภท ดังนี้

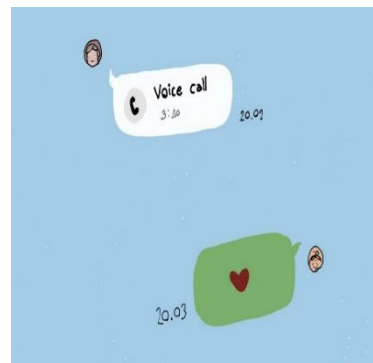
3.1 ความขัดแย้งภายในจิตใจ คือ ประเด็นความขัดแย้งภายในจิตใจของตัวละคร ซึ่งสะท้อนความขัดแย้งภายในใจของผู้รับสาร เช่น จิตใจที่รู้สึกไม่มีความสุข จากการพยายามเป็นเหมือนคนอื่นในสังคม

3.2 ความขัดแย้งภายนอก คือ ประเด็นความแย้งของสภาพแวดล้อมภายนอกมีผลต่อความรู้สึกขัดแย้งภายในใจตัวละคร สะท้อนความรู้สึกของผู้รับสาร เช่น ค่านิยมของผู้คนรอบข้าง ทำให้รู้สึกไม่เป็นตัวเอง ไม่มีความสุข

4. ฉาก (Scene) สามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้



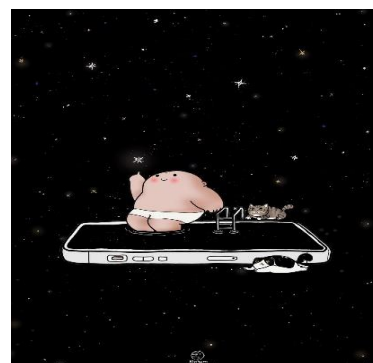
ภาพที่ 6 ฉากที่เป็นธรรมชาติ



ภาพที่ 7 ฉากที่เป็นสิ่งประดิษฐ์



ภาพที่ 8 ฉากที่เป็นช่วงเวลาหรือยุค



ภาพที่ 9 ฉากที่เป็นการดำเนินชีวิตและฉากที่เป็นสภาพแวดล้อมเชิงนามธรรม

4.1 ฉากที่เป็นธรรมชาติ คือ ส่วนที่เป็นพื้นหลังเนื้อหาที่จะทำใหู้สึกเครียดน้อยลงและเพิ่มพลังบวก เช่น การใช้ท้องฟ้าตอนเช้า แทนความสดใส

4.2 ฉากที่เป็นสิ่งประดิษฐ์ คือ การใช้ภาพสิ่งของหรือสถานที่ที่เป็นพื้นหลัง บอกเรื่องราวบางอย่างได้ เช่น ฉากหน้าห้องแชทไลน์ สื่อสารถึงบทสนทนาของคนที่อยู่ไกลกัน เห็นถึงความรักของแม่ส่งให้ลูก เกิดเป็นกำลังใจให้ผู้รับสาร

4.3 ฉากที่เป็นช่วงเวลาหรือยุคสมัย คือ ช่วงเวลาที่เฉพาะเจาะจงที่ผู้รับสารเข้าใจได้ตรงกัน เช่น ฉากแม่น้ำ มีดอกบัว ดอกไม้ สีสันวันลอยกระทง

4.4 ฉากที่เป็นการดำเนินชีวิตของตัวละคร คือ ฉากการนำเสนอสถานการณ์การใช้ชีวิตในชีวิตประจำวัน เช่น ช่วงชีวิตที่มีการเดินตามความฝัน

4.5 ฉากที่เป็นสภาพแวดล้อมเชิงนามธรรม คือ ฉากที่มีความหมายแฝง เช่น ท้องฟ้าตอนกลางคืน มีหมู่ดาว คือ ความฝัน ความหวัง และเป้าหมาย

5. ประเภทสัญวิทยา (Semiology) สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

5.1 ความหมายโดยอรรถ (Denotative Meaning) คือ ความหมายแบบตรงตัวเช่น การพูดถึงกำลังใจจากการกอด โดยใช้ภาพการกอดแบบตรงตัว



ภาพที่ 10 ความหมายโดยอรรถ และความหมายโดยนัย



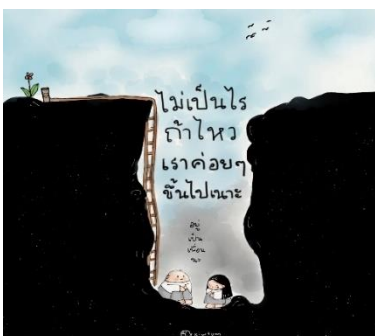
ภาพที่ 11 เชื่อมโยงความคิดไปสู่ การเกิดแรงบันดาลใจ



ภาพที่ 12 แรงบันดาลใจจากเป้าหมาย



ภาพที่ 13 แรงบันดาลใจจากต้นฉบับ



ภาพที่ 14 แรงบันดาลใจจากแรงกระตุ้น และการขับเคลื่อน



ภาพที่ 15 แรงส่งไปสู่เป้าหมาย แรงในแรงรับจากผู้อื่น



1. หลักการเชื่อมโยงความคิดไปสู่การเกิดแรงบันดาลใจ แบ่งได้ 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1.1 กฎแห่งความเหมือน/คล้ายคลึงกัน คือ การสื่อสารให้ผู้รับสารเข้าใจตรงกันผ่านประเด็นเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันหรือเหตุการณ์ที่มีประสบการณ์ร่วม ทำให้เกิดเป้าหมายในชีวิต พลังบวก และใช้สัญลักษณ์เพื่อเกิดการเข้าใจร่วมกัน เช่น พุดถึงปีใหม่และปีเก่าผ่านตัวละครกระต่ายกับมังกรตัวแทนปีนักษัตร ผู้รับสารเข้าใจว่าคือ ส่งท้ายปีเก่าเข้าสู่ปีใหม่

1.2 กฎแห่งความต่อเนื่องกันในเรื่องเวลาหรือสถานที่ คือ การสื่อสารผ่านเหตุการณ์ช่วงเวลาที่ยังจำกัน เหมือนกัน อาจนำเสนอผ่านสัญลักษณ์ ตัวละครเฉพาะเรื่องหรือฉากที่เป็นช่วงเวลา เช่น ใช้ตัวละครกระต่ายแทนปีเถาะ 2566 ส่งมงกุฎให้มังกรตัวปีมะโรง 2567 ผู้รับสารเข้าใจว่าเป็นช่วงปีใหม่

1.3 กฎแห่งเหตุและผล แบบความสัมพันธ์ของความคิด คือ การสื่อสารให้ผู้รับสารเข้าใจผ่านการเชื่อมโยงจากภาพไปสู่เรื่องราวเชิงบวก ผ่านสัญลักษณ์ ฉากที่เป็นสภาพแวดล้อมเชิงนามธรรม เช่น การนำเสนอผ่านตัวละครปีนเถาะและมะโรง มอบมงกุฎแสดงถึงการมอบช่วงต่อไปสู่ปีใหม่แบบเต็มตัว

1.4 กฎแห่งเหตุและผล แบบสาระข้อเท็จจริง คือ การสื่อสารให้ผู้รับสารเข้าใจตามข้อเท็จจริง ผ่านความขัดแย้งในจิตใจของตัวละครไปสู่แก่นความคิดที่มีมุมมองเชิงบวกและเป้าหมายในชีวิต เช่น ผู้รับสารเข้าใจว่าถึงเวลาของการขอบคุณปีเก่าและเริ่มต้นใหม่ในช่วงปีใหม่

2. ปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงบันดาลใจ สามารถจำแนกได้ 4 ประเภท ดังนี้

2.1 แรงบันดาลใจจากเป้าหมาย คือ ทำให้ผู้รับสารมีกำลังใจและเป้าหมายในชีวิต โดยนำเสนอเรื่องราวชีวิตที่มีประสบการณ์ร่วม เช่น การให้กำลังใจเริ่มต้นวันใหม่ไปด้วยกัน ทำให้รู้สึกมีเป้าหมายเพื่อจะได้พบเจอสิ่งดี

2.2 แรงบันดาลใจจากต้นฉบับ คือ ผู้รับสารมีกำลังใจและ เกิดความคิดเชิงบวก จากการเห็นตัวอย่างความสุข ความสำเร็จในชีวิต เช่น ภาพการถูกรางวัลที่ 1 ทำให้ผู้รับสารมีความหวังที่จะเป็นแบบในภาพ

2.3 แรงบันดาลใจจากแรงกระตุ้น คือ ผู้รับสารมีความรู้สึกมุ่งมั่นทำบางสิ่งเพื่อไปสู่เป้าหมาย นำเสนอผ่านเรื่องราวที่มีประสบการณ์ร่วมและมีผลต่อความขัดแย้งภายในจิตใจ เช่น มีแรงกระตุ้นให้อยากใช้ชีวิตให้ดีขึ้น เพื่อเป็นของขวัญแก่ตนเองและผู้อื่น

2.4 แรงบันดาลใจจากการขับเคลื่อน คือ ผู้รับสารเกิดความหวัง กำลังใจ และรับอิทธิพลจากเหตุการณ์ในช่วงเวลาสั้น ๆ ผ่านตัวละครเฉพาะเรื่อง ฉากที่เป็นช่วงเวลา เช่น ผู้รับสารเกิดพลังบวกในการใช้ชีวิตเพื่อเป็นของขวัญแก่ตนเองและผู้อื่น โดยใช้ภาพสื่อถึงซานต้าและเทศกาลคริสต์มาส

3. ส่วนประกอบหลักของแรงบันดาลใจ สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท ดังนี้

3.1 แรงส่งไปสู่เป้าหมาย คือ ความรู้สึกของผู้รับสารที่ถูกกระตุ้นเพื่อไปสู่เป้าหมาย โดยนำเสนอผ่านแก่นความคิดที่เป็นการเชื่อมโยงความคิดบวกและมีแรงบันดาลใจจากเป้าหมาย สู่การมีเป้าหมายในชีวิต เช่น มีเป้าหมายที่จะผ่านเรื่องเลวร้ายให้ได้ เพื่อพบเจอความสุขที่รออยู่

3.2 แรงในตนเอง คือ ข้อสรุปที่เกิดภายในจิตใจ มาจากการนำเสนอเนื้อหาที่มีแก่นความคิดนำไปสู่การเกิดการเชื่อมโยงความคิดเชิงบวกและมีเป้าหมายในชีวิต เช่น รักตนเอง มีกำลังใจ และมีพลังสู้กับปัญหาชีวิต

3.3 แรงรับจากผู้อื่น คือ ได้รับแรงบันดาลใจจากการเห็นตัวอย่างที่ดี จนเกิดความคิดเชิงบวก เช่น ผู้รับสารรู้สึกกว่าตนเองเหมือนตัวละครที่มีปัญหาชีวิต แต่ได้รับกำลังใจจากคนรอบข้าง ทำให้เกิดพลังบวกในการใช้ชีวิต



อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า กลวิธีการเล่าเรื่องของเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า บนเฟซบุ๊ก มีการใช้ลักษณะตัวละครให้ความรู้สึกน่ารัก ดังที่ปรากฏในบทความ Baby Face Bias น่ารักศาสตร์: อย่ายกหลุมพรางให้ความน่ารัก (Chonato, S., 2018); (ขจิตขวัญ กิจวิสาละ, 2564) ตัวการ์ตูน มีความกลมมน ตาโต หัวกลม จมูกเล็ก หน้าผากสูง คางเล็ก ผิวและผมอ่อนบาง รู้สึกถึงความน่ารัก และมีการเล่าเรื่องผ่านตัวละครหลายมิติ คือ ใช้ตัวการ์ตูนน่ารัก มีความขัดแย้งในชีวิตและก้าวผ่านไปได้ โดยมีทั้งได้รับการแก้ปัญหาและไม่ได้รับการแก้ปัญหา แต่สามารถเกิดแรงบันดาลใจได้ นำไปสู่มุมมองเชิงบวกทั้งในด้านการพัฒนาตนเอง ด้านการรักตนเอง ด้านการมีความสุขในชีวิต และด้านการมีกำลังใจในชีวิต ซึ่งนำมาเป็นแก่นความคิดเสนอผ่านกลวิธีการเล่าเรื่อง ที่นำเสนอในมุมมองของตัวละครหลักมิติเดียว ซึ่งผู้รับสารสามารถตีความได้ผ่านตัวละคร ฉาก และภาพสัญลักษณ์ ทั้งที่มีความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัย ตามที่ เอนก รัตนจิตบรรจง ที่กล่าวว่า การ์ตูนมีสัญลักษณ์ซ่อนอยู่ในตัวรูปภาพ คำพูด ตัวละคร ตัวบท มีทั้งที่เราสามารถรับรู้และเข้าใจในทันทีที่เห็น หรือจะต้องทำการเรียนรู้เข้าใจ (เอนก รัตนจิตบรรจง, 2548) วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า แรงบันดาลใจของเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า บนเฟซบุ๊ก ทำให้ผู้รับสารเกิดพลังบวก มีกำลังใจ และความสุขมากขึ้น เป็นไปตามแนวคิดจากงานวิจัยเรื่อง สื่อที่ใช่ ของใครที่ชอบ : การ์ตูน โทรท์คนที่ต้องถีน แพนคลับ (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2555) ที่ว่า “การ์ตูน” เป็นสื่อที่ใช้การสื่อสารประเภท Entertainment Content ที่ผสมผสานเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) ที่ประกอบไปด้วยรูปภาพ คำบรรยาย และคำพูด มีเรื่องราวต่อเนื่องกันอย่างมีความหมาย และมีแรงดึงดูดที่น่าสนใจ ช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายลดความเครียดได้ ผู้รับสารเกิดแรงบันดาลใจได้จากการนำเสนอเรื่องราวที่มีประสบการณ์ร่วม ผ่านภาพและคำบรรยาย ซึ่งมีปัจจัยทำให้เกิดแรงบันดาลใจ ทั้งการเกิดความรู้สึกมีเป้าหมายในชีวิต แรงบันดาลใจสู่ความสุขตามแบบอย่าง การเกิดแรงกระตุ้นเพื่อสิ่งที่ดีขึ้น และการได้รับอิทธิพลจากเหตุการณ์บางอย่างทำให้มีกำลังใจมากขึ้น ตามที่ ดุษฎี โยเหลา และคณะ กล่าวไว้ว่า แรงบันดาลใจเกิดขึ้นได้ภายใต้สถานการณ์หลากหลายขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่รายล้อมตัวเราและสังคมในแต่ละช่วงเวลา (ดุษฎี โยเหลาและคณะ, 2556); (ชาลิสสา สุชีภาค และศิริรัตน์ โภคการิกา, 2563)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่า กลวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า บนเฟซบุ๊ก ประกอบด้วย 1) กลวิธีการเล่าเรื่องผ่านเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า บนเฟซบุ๊ก ผ่านภาพและคำบรรยาย โดยเล่าผ่านมุมมองตัวละครหลักที่มีทั้งตัวละครมิติเดียว คือ มีความน่ารัก นำไปสู่แก่นความคิดคิดเชิงบวก และทำให้รู้สึกมีเป้าหมายในชีวิต และตัวละครหลายมิติ คือ มีความน่ารัก แต่มีขัดแย้งในชีวิตและก้าวผ่านไปได้ด้วยวิธีที่อาจไม่ได้รับการแก้ไขที่แท้จริง แต่สร้างความสบายใจของผู้รับสารได้ 2) กลวิธีการเล่าเรื่องผ่านเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า บนเฟซบุ๊ก ผ่านแก่นความคิดที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้รับสาร นำไปสู่ความคิดเชิงบวก ทั้งการพัฒนาตนเอง การรักตนเอง การมีความสุขในชีวิต และการมีกำลังใจในการใช้ชีวิต 3) แรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า บนเฟซบุ๊ก ต่อผู้รับสาร ผ่านการนำเสนอเรื่องราวที่ผู้รับสารมีประสบการณ์ร่วมผ่านแก่นความคิด สัญลักษณ์ มุมมองการเล่าเรื่องของตัวละคร เพื่อสะท้อนความขัดแย้งในใจ ไปสู่การเชื่อมโยงความคิดเกิดเป็นแรงบันดาลใจจากหลายปัจจัย ทำให้เกิดเป้าหมายในชีวิต เกิดแรงบันดาลใจในตนเอง และจากผู้อื่น จากผลการวิจัยนี้ ขอเสนอว่า กลวิธีการเล่าเรื่องและแรงบันดาลใจจากเนื้อหาภาพตัวการ์ตูนภายใต้แนวคิดเบบี๋ สคีม่า บนเฟซบุ๊กนั้น ควรใช้กลวิธีการเล่าเรื่องผ่านเรื่องราวที่ผู้รับสารจะสามารถเข้าถึงและเข้าใจได้หรือมีประสบการณ์ร่วม นำเสนอมุมมองเชิงบวก การมีเป้าหมายในชีวิต นำไปสู่การมีแรงบันดาลใจในการพัฒนาตนเอง การรักตนเอง การมีความสุขในชีวิต และการมีกำลังใจในชีวิต อาจใช้ตัวการ์ตูนตามแนวคิดเบบี๋ สคีม่า ดูน่ารัก



สามารถใช้ตัวละครหลายมิติที่น่าสนใจผ่านความขัดแย้งหรือเหตุการณ์ลำบากต่าง ๆ นำไปสู่การก้าวผ่านปัญหาให้ได้ ทำให้ผู้รับสารเข้าใจและเกิดความสบายใจ

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. (2555). สื่อที่ใช่ ของใครที่ชอบ : การ์ตูน โทรทัศน์ห้องถิ่นแฟนคลับ. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬา.
- ขจิตขวัญ กิจวิสาละ. (2564). ศาสตร์การเล่าเรื่องในสื่อสารศึกษา. วารสารศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 14(3), 9-18.
- จิรศักดิ์ จงศรีรัตนกุล. (2560). การเลือกใช้ตัวการ์ตูนเพื่อการสื่อสารแบรนด์ในธุรกิจบริการ. เรียกใช้เมื่อ 10 ธันวาคม 2566 จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3190/3/jirasak_jong.pdf
- ชวรินทร์ ศิลปสุวรรณ. (2558). การเรียนรู้ของเยาวชนไทยเกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านสื่อการ์ตูนญี่ปุ่น. เรียกใช้เมื่อ 10 ธันวาคม 2566 จาก <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/1876>
- ชาลีสา สุชีภาค และศิริรัตน์ โทศการิกา. (2563). กลยุทธ์การสร้างแบรนด์คาแรคเตอร์ที่ส่งผลต่อความผูกพันของผู้บริโภคร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์, 16(1), 1-28.
- ศุภฎิ โยเหลาและคณะ. (2556). การประเมินผลจากการชมภาพยนตร์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เจียรทศ ประพตติชอบ. (2558). “การ์ตูน” สื่อที่น่าจับตา มาพร้อมมูลค่าที่น่าจับใจ. วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า, 1(1), 1-13.
- สุรพัสตร์ ภัทรานนท์อุทัย. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างเรื่องเล่าของ Let's & Go และกลุ่มคนไทยที่เล่นรถ Tamiya Mini 4WD. เรียกใช้เมื่อ 10 ธันวาคม 2566 จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_623110072_8111_9895.Pdf.
- เอนก รัตนจิตบรรจง. (2548). บทบาทของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทกีฬากับการเสริมคุณธรรมแก่เด็กและเยาวชน. เรียกใช้เมื่อ 6 ธันวาคม 2566 จาก http://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_Doi=10.14457/CU.the.2005.690
- Chonato, S. (2018). Baby Face Bias. Retrieved December 6, 2024, from <http://thematter.co/thinkers/baby-face-bias/49221>