



สุนทรียะการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้ง

Esthetic of Composition in Vertical Video

ณัฐวุฒิ สิงห์หนองสง
Nutthawut Singnongsuang

Article History

Receive: July 2, 2024

Revised: August 30, 2024

Accepted: September 3, 2024

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายลักษณะการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานวิดีโอแนวตั้ง และเป็นแนวทางการใช้ประโยชน์ในการสื่อสารผ่านวิดีโอแนวตั้งที่กำลังได้รับความนิยมตอบสนองพฤติกรรมการรับชมสื่อแนวตั้งของผู้ใช้งานในปัจจุบัน การสื่อสารผ่านโทรศัพท์มือถือในรูปแบบสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต ซึ่งเปรียบเสมือนช่องทางการสื่อสาร (Channel) ได้เปลี่ยนลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวอนมาเป็นแนวตั้ง ดังนั้นภาพที่ใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อจึงได้เปลี่ยนรูปลักษณะตามลักษณะของช่องทางการสื่อสาร โดยที่ องค์ประกอบของสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้งที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ เช่น กฎของที่ว่าง กฎสามส่วน ฉากหน้า ความสมดุล มุมภาพ และขนาดของภาพ ซึ่งการวางบุคคลหรือวัตถุให้อยู่ตรงกลางของภาพเพื่อให้ผลงานภาพเคลื่อนไหวในแนวตั้งมีความสวยงามด้านศิลปะและนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการสื่อสารต่อไป ข้อควรระวังในการถ่ายวิดีโอแนวตั้งคือการรักษาสมดุลของภาพ คือการเหลือพื้นที่ว่างของภาพ โดยเฉพาะด้านบนหรือด้านล่างของภาพไม่ควรเหลือพื้นที่ว่างมากเกินไป พื้นที่ของวิดีโอแนวตั้งจะมีพื้นที่ให้วางอักษรหรือกราฟิกประกอบน้อย ดังนั้นในกรณีต้องใช้อักษรหรือกราฟิกประกอบควรเหลือพื้นที่ในการวางโดยสามารถวางทับตัวบุคคลหรือวัตถุในภาพได้ซึ่งขนาดภาพที่เหมาะสมจะเป็นภาพระยะปานกลาง และภาพระยะไกล จุดเด่นขององค์ประกอบภาพวิดีโอแนวตั้งคือความลึกหรือทัศนมิติ (Perspective) ของภาพ

คำสำคัญ : วิดีโอแนวตั้ง ; การจัดองค์ประกอบภาพ ; สุนทรียะ ; ขนาดภาพ ; สมาร์ทโฟน

ABSTRACT

This academic article aims to describe the appropriate composition techniques for vertical video applications and to provide applicative guidelines for communication through vertical videos, which are popular in response to the current vertical viewing behavior of users. As communication through mobile devices such as smartphones and tablets has shifted from horizontal to vertical orientation, the visual content has also changed. The elements of vertical video creation that can be applied include the rule of negative space, the rule of thirds, foreground, balance, camera angle, and image size. Positioning subjects or objects in the center of the frame can enhance the artistic value of vertical motion graphics and improve communication effectiveness. In vertical video shooting, it is crucial to be careful of the balance by ensuring the empty space, especially at the top or bottom of the frame, should not be too excessive. Due to the limited space in vertical videos, placing text or graphics may require overlapping with subjects or objects in the frame. Medium and long shots are generally considered suitable for vertical videos. The distinguishing feature of vertical video composition is the depth or perspective of the image.

Keywords : Vertical Video ; Visual Composition ; Aesthetics ; Image Size ; Smartphones

บทนำ

ยุคการสื่อสารไร้พรมแดนในปัจจุบันเทคโนโลยีด้านการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทคโนโลยีของโทรศัพท์มือถือหรือสมาร์ตโฟนที่ถูกพัฒนาต่อเนื่องอย่างไร้ขีดจำกัด ทำให้ผู้ส่งสาร (Sender) สามารถทำกิจกรรมทุกอย่างผ่านสมาร์ตโฟนอาทิเช่น การทำธุรกรรมทางการเงิน ดูหนัง ฟังเพลง ทำงาน รับข้อมูลข่าวสาร ซื้อขายสินค้า ถ่ายภาพ บันทึกวิดีโอ ตัดต่อภาพเคลื่อนไหว เป็นต้น คุณลักษณะเด่นของสมาร์ตโฟนถูกออกแบบมาให้ใช้งานในแนวตั้ง ทำให้ผู้ใช้งานต่างคุ้นเคยกับการใช้งานในแนวตั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการถ่ายภาพเคลื่อนไหวก็บันทึกภาพในแนวตั้ง โดยที่สื่อสังคม (Social Media) หลายแพลตฟอร์มต่างออกแบบการใช้งานเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่รองรับใช้ภาพเคลื่อนไหวในแนวตั้งได้โดยไม่ต้องพลิกมือถือเป็นแนวนอน ซึ่งวิดีโอแนวตั้งกำลังได้รับความนิยมด้วยเนื้อหา ผู้ชมที่เข้าชมสื่อมักจะรับชมผ่านทางโทรศัพท์มือถือโดยใช้การรับชมในลักษณะแนวตั้งเป็นปกติ โดยที่ผู้ชมคิดว่าการตะแคงมือถือในแนวนอนเพื่อชมวิดีโอ นั้นติดขัดและยุ่งยาก พฤติกรรมการใช้เครื่องมือการสื่อสารในปัจจุบันได้ถูกเปลี่ยนไปตามเครื่องมือที่ใช้ ซึ่งเมื่อผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนยอมรับการบันทึกภาพวิดีโอและรับชมภาพเคลื่อนไหวในรูปแบบแนวตั้งบนสมาร์ตโฟนในชีวิตประจำวันแล้วทำให้ผู้ผลิตและสร้างสรรค์สื่อต่างปรับตัวตามพฤติกรรมการรับชมภาพเคลื่อนไหวของผู้บริโภคหรือผู้รับสารที่เปลี่ยนไป เช่น การปรับตัวของเฟซบุ๊กในการให้ผู้ใช้งานสามารถลงวิดีโอในอัตราส่วนภาพที่ลากหลายขึ้น นักวางแผนการตลาดใช้กลยุทธ์การโฆษณาแนวตั้งเพื่อให้ผู้ใช้งานสมาร์ตโฟนเห็นเต็มหน้าจอและออกแบบการจัดวางภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการทำวิดีโอรายงานข่าวเป็นแนวตั้งของสำนักข่าวออนไลน์ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมการรับชมสื่อแนวตั้งของผู้ใช้งานโดยที่ผู้ใช้งานเองไม่จำเป็นต้องเสียเวลาพลิกหน้าจอสมาร์ตโฟนเป็นแนวนอนอีกต่อไป การปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอของผู้สร้างสรรค์สื่อเหล่านี้เองล้วนสร้างความเคยชินให้กับผู้ใช้งานในการรับชมวิดีโอแนวตั้ง โดยที่พวกเขาเองอาจจะไม่ได้ตระหนักมาก่อนว่าการถ่ายทำและการรับชมวิดีโอแนวตั้งนี้เองได้แทรกซึมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันเป็นที่เรียบร้อยแล้ว (Chaowanich & Taiphapoon, 2024)

การสื่อสารผ่านสมาร์ตโฟนในปัจจุบันขนาดภาพได้ถูกเปลี่ยนไปตามเทคโนโลยีการสื่อสารจากวิดีโอแนวนอนเป็นวิดีโอแนวตั้งมากขึ้น ซึ่งการเป็นผู้สร้างสรรค์งานด้านการสื่อสารจำเป็นต้องทำความเข้าใจที่ต้องทำความเข้าใจของภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งควรตระหนักถึงประเด็นสำคัญของงาน “ภาพ” อันเป็นพื้นฐานแรกของการเล่าเรื่องก่อนจะนำเสนอความตื่นตาตื่นใจของเทคโนโลยี นวัตกรรม อันทันสมัยที่กำลังจะผสมผสานเข้าไปในงาน (Waitayasin, 2016) ภาพเคลื่อนไหวที่ปรากฏบนจอสี่เหลี่ยมผ่านสมาร์ตโฟนที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารนั้น เป็นสิ่งที่ถูกจัดวางเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการดำเนินเรื่องหรือการเล่าเรื่องราวที่ต้องการสื่อสารผ่าน “การจัดองค์ประกอบของภาพ (Composition)” ดังนั้นการให้ความสำคัญในการจัดองค์ประกอบของภาพ จึงเกี่ยวข้องกับการสื่อสารความหมาย การจัดวางวัตถุในภาพให้โดดเด่น โดยที่ในยุคก่อนลักษณะของการใช้ขนาดภาพเคลื่อนไหวในการสื่อสารผ่านสื่อจะเป็นขนาด 4:3 หรือ 16:9 ซึ่งจะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวนอน

แต่ในปัจจุบันอุปกรณ์การสื่อสารโดยเฉพาะโทรศัพท์มือถือในรูปแบบสมาร์ทโฟน และแท็บเล็ต ซึ่งเปรียบเสมือนช่องทางการสื่อสาร (Channel) ได้เปลี่ยนลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าแนวนอนมาเป็นแนวตั้ง ดังนั้นภาพที่ใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อจึงได้เปลี่ยนรูปลักษณะตามลักษณะของช่องทางการสื่อสาร โดยที่เราเรียกว่า ภาพวิดีโอแนวตั้ง

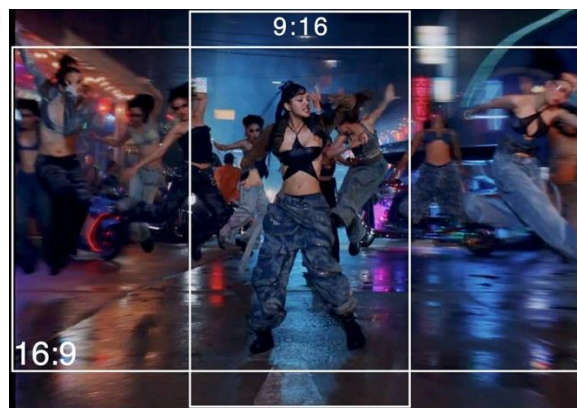
ช่องทางการสื่อสารได้เปลี่ยนไปจากในอดีตในวันที่โทรศัพท์ไม่ได้ถูกใช้เพียงเพื่อโทรหาใครสักคน งานวิจัยหลายชิ้นบ่งชี้ว่าคนเราเริ่มหันมาดูหนัง ฟังเพลง ดูละคร ดูซีรีส์ ทวีต ผ่านทางโทรศัพท์เกินกว่าร้อยละห้าสิบ เป็นการบ่งชี้ว่าพฤติกรรมบริโภคสื่อนั้นเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งส่งผลให้รูปแบบของเนื้อหาที่นำเสนอต้องมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย สิ่งหนึ่งที่เห็นได้ชัดคือการทดลองเล่าเรื่องผ่านภาพในแนวตั้ง (Vertical) ซึ่งเข้ากันได้ดีกับรูปทรงของโทรศัพท์มือถือที่มีด้านยาวยาวกว่าด้านกว้าง ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้การดูผ่านโทรศัพท์มือถือมีความสะดวกมากขึ้นเท่านั้น หากแต่ยังช่วยขยายขอบเขตของบริบทในการเล่าให้มีความสอดคล้อง เกี่ยวข้องกับโลกในยุคปัจจุบัน ทั้งการแชท วิดีโอคอล การไลฟ์ การโพสต์สตอรี่ เป็นต้น อีกทั้งยังช่วยสร้างความแปลกตา และอารมณ์ที่แปลกออกไปจากการดูอะไรแบบเดิมด้วย (Serisamran, 2023)

ความสำคัญของการเลือกอัตราส่วนกรอบภาพ (Aspect Ratio) ในงานวิดีโอ นั้นส่งผลต่อชิ้นงาน และตามเทคโนโลยีของสื่อซึ่งจะส่งผลต่อการรับสารของผู้รับสาร ดังจะเห็นได้จากมิวสิกวิดีโอของลิซ่าตัวใหม่ที่ชื่อ ร็อคสตาร์ ที่รับชมผ่านยูทูปจะมีขอบสีดำที่ด้านข้างของจอ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ตัวอย่างขนาดภาพที่ใช้ในงานมิวสิกวิดีโอของลิซ่า ขนาดภาพ 1.43:1
ที่มา : LLOUD Official (2024)

ในผลงานมิวสิกวิดีโอดังกล่าวอัตราส่วนกรอบภาพที่ใช้คือ 1.43:1 สัดส่วนที่เราเห็นในมิวสิกวิดีโอของลิซ่าตัวใหม่ที่ชื่อ ร็อคสตาร์ เป็นสัดส่วนเดียวกับหนังที่ฉายในระบบ IMAX คือ 1.43:1 ไม่ใช่สัดส่วน 16:9 ที่เราคุ้นเคยกันเวลาเปิดในยูทูป เวลาโพสจะเป็น FullHD หรือ 4K ซึ่งเป็นสัดส่วนเต็มจอเมื่อดูบน TV ในปัจจุบัน (16:9) ดังนั้นเวลาเราเปิดดูบน Youtube ที่กำหนดสัดส่วนแบบ 16:9 หรือ FullHD (4K) ทำให้เห็นขอบดำน่าจะนำเอาสัดส่วน 1.43:1 อันนี้ไปทำเป็นวิดีโอแนวตั้งเพื่อลงในช่องทางอื่นต่อไปได้ง่าย ดังภาพที่ 2 (Pigusso, 2024)



ภาพที่ 2 ตัวอย่างแสดงขนาดภาพที่ใช้ในงานมิวสิกวิดีโอของลิซ่า
ที่มา : Pigusso (2024)

จากภาพที่ 2 จะพบว่าการสร้างสรรค์ผลงานดังกล่าวใช้การถ่ายทำครั้งเดียวเพื่อใช้งานได้ทั้งวิดีโอแนวตั้งและวิดีโอแนวนอน โดยจะวางองค์ประกอบบุคคลสำคัญหรือตัวเอกของเรื่องไว้บริเวณตรงกลางของภาพ ในส่วนผลงานที่เป็นอัตราส่วนกรอบภาพที่เป็นวิดีโอแนวตั้ง 9:16 จะเห็นตัวนักแสดงตัวเอกเป็นหลัก และอัตราส่วนกรอบภาพที่เป็นวิดีโอแนวตั้ง 9:16 จะเห็นทั้งตัวเอกและนักแสดงประกอบด้านข้างด้วย

ในการนี้ การสร้างสรรค์ผลงานในปัจจุบันต้องคำนึงถึงการเลือกใช้อัตราส่วนกรอบภาพที่เหมาะสมกับสื่อหรือเครื่องมือของผู้รับสาร และภาพวิดีโอแนวตั้งที่ใช้ในการสื่อสารผ่านเครื่องมือสื่อสารในปัจจุบันจึงได้เปลี่ยนไปจากในอดีต ซึ่งสิ่งที่น่าสนใจที่ช่างภาพหรือนักการสื่อสารต้องทำความเข้าใจคือการจัดองค์ประกอบภาพ ในการจัดวางวัตถุที่เปลี่ยนไป โดยที่แนวทางในการจัดองค์ประกอบภาพในรูปแบบเดิมอาจจะไม่เหมาะสมกับการจัดองค์ประกอบภาพในรูปแบบวิดีโอแนวตั้ง ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายลักษณะการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการใช้งานวิดีโอแนวตั้ง

แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการทัศนวิดิโอแนวตั้ง

การสื่อสารในยุคปัจจุบันคนส่วนใหญ่ใช้สมาร์ทโฟนทั้งในการทำงาน เพื่อความบันเทิงส่วนตัว และรับข้อมูลข่าวสารในทุกช่วงเวลาของชีวิต ดังนั้นการสร้างงานด้านการสื่อสารในปัจจุบันผู้สร้างสรรค์ต้องทำความเข้าใจอัตราส่วนในการแสดงผลผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งแต่ละประเภทก็มีการแสดงผลที่แตกต่างกัน โดยที่แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียส่วนใหญ่ เช่น อินสตาแกรม ยูทูบ และ ดิกด็อก ต่างต้องใช้อัตราส่วนกรอบภาพที่ต่างกันสำหรับโพสต์แบบวิดีโอ แต่แทนที่จะสร้างวิดีโอใหม่สำหรับแต่ละแพลตฟอร์ม การปรับขนาดวิดีโอเดียวกันจะช่วยให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานประหยัดเวลาและเงินได้อย่างมาก รวมถึงสามารถเพิ่มการเข้าถึงเนื้อหาในผลงานของเราได้เช่นกัน (Needle, 2021) อัตราส่วนกรอบภาพคือขนาดระหว่างความกว้างและความสูงของวิดีโอในหน่วยพิกเซล ซึ่งโดยพื้นฐานแล้วจะอธิบายรูปแบบของวิดีโอของคุณ เช่น วิดีโอยูทูบจะเป็นแบบจอกว้าง และเนื้อหาในสตอรี่บนอินสตาแกรมจะเป็นแบบแนวตั้ง อัตราส่วนกรอบภาพจะแสดงในรูปแบบของ "ความกว้าง: ความสูง" ตัวอย่างเช่น อัตราส่วนจอกว้างที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ 16:9 ซึ่งเหมาะสำหรับวิดีโอ ยูทูบ, วีมีโอ (Vimeo) และภาพหน้าปกของเฟซบุ๊ก (Passaris, 2023) โดยที่อัตราส่วนกรอบภาพ (Aspect Ratio) หมายถึง สัดส่วนความแตกต่างกันของด้านกว้าง และด้านยาวของงานวิดีโอโดยอัตราส่วนภาพที่ใช้กันเป็นระบบสากล มีดังต่อไปนี้

1. อัตราส่วนภาพแบบ 4:3 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพสำหรับโทรทัศน์อนาล็อก วิดีโอเกมในยุคก่อนๆ ระบบกล้องวิดีโอรุ่นเก่า

2. อัตราส่วนภาพแบบ 3:2 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพที่ใช้สำหรับระบบการเก็บภาพนิ่งของกล้องถ่ายรูป SLR ทั้งแบบฟิล์มและดิจิทัล

3. อัตราส่วนภาพแบบ 16:9 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพสำหรับการแสดงผลที่เป็นมาตรฐานของโทรทัศน์ความละเอียดสูง (Full HD) คือเครื่องรับโทรทัศน์ในปัจจุบัน กล้องวิดีโอ กล้องบันทึกภาพนิ่ง DSLR และจอแสดงผลแบบ Widescreenของคอมพิวเตอร์ มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีพื้นที่ของภาพที่มากกว่าในแนวนอนได้รับความนิยมในการผลิตสื่อในปัจจุบัน

4. US Widescreen Cinema Standard 1.85:1 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพที่ใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา

5. Widescreen Cinema Standard 2.39:1 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพที่ใช้ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์สากลทั่วโลกในปัจจุบัน

6. อัตราส่วนภาพแบบ 1.43:1 เป็นอัตราส่วนกรอบภาพของภาพยนตร์ที่ฉายในระบบ IMAX คือ 1.43:1

การสื่อสารผ่านวิดีโอแนวตั้งได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมของผู้รับสารจากเครื่องมือการสื่อสารที่ใช้ในปัจจุบัน งานวิดีโอแนวตั้งนั้นเป็นวิวัฒนาการอีกขั้นหนึ่งของการถ่ายทอดเนื้อหา ยุคสมัยก่อนผู้คนดูหนังในโรงหนังเคยชินกับการดูหน้าจอแนวนอน แต่วันนี้เกี่ยวกับการดูหน้าจอแนวตั้งมากขึ้น โลกเปลี่ยนตามเทคโนโลยีเนื้อหาที่เปลี่ยนตามจึงไม่ได้มองว่าวิดีโอแนวตั้งจะเข้ามาทำลายสุนทรีย์ของการถ่ายวิดีโอแนวนอน เพราะมันทำลายไม่ได้ มันเป็นประสบการณ์การรับชมที่แตกต่างกัน วิดีโอแนวตั้งเปรียบเสมือนผู้เล่าเรื่องราวใหม่ที่ช่วยทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และสุนทรีย์เฉพาะตัว เพื่อให้ผู้สร้างสรรค์ได้ค้นหาความงามของมันต่อไปรวมถึงช่วยเติมเต็มสุนทรีย์ศาสตร์แห่งภาพเคลื่อนไหวเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่นับวันจะใช้เวลาอยู่กับหน้าจอมือถือมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต (Chaowanich, 2024) ซึ่งสัดส่วนของการแสดงผลส่งผลต่อการรับชม ผ่านหน้าจอสมาร์ทโฟน ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ตัวอย่างการรับชมสื่อวิดีโอแอนวนอนผ่านสมาร์ทโฟน
ที่มา : TIGERNOY TV (2022)

การรับข้อมูลข่าวสารในรูปแบบภาพเคลื่อนไหวผ่านสมาร์ทโฟน ผู้รับสารจะได้รับชมภาพไม่เต็มจอเนื่องจากภาพเคลื่อนไหวอยู่ในรูปแบบของวิดีโอแอนวนอนคือขนาด 16:9 แต่หน้าจอการแสดงผลของสมาร์ทโฟนเป็น 9:16 ซึ่งผู้สร้างสรรค์ผลงานจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนการทำงานตามพฤติกรรมของผู้รับสาร ซึ่งการแสดงผลในรูปแบบ 9:16 วัตถุในหรือภาพในหน้าจอแสดงผลจะแตกต่างจากวิดีโอแอนวนอน ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ตัวอย่างการรับชมสื่อวิดีโอแนวตั้งผ่านสมาร์ทโฟน
ที่มา : เจ้าของภาพ

สุนทรียะของวิดีโอแนวตั้ง

การรับชมสื่อวิดีโอแนวตั้งผ่านหน้าจอการแสดงผลของสมาร์ทโฟนอัตราส่วนของภาพ 9:16 จึงมีความเหมาะสมกับผู้รับสารผ่านสมาร์ทโฟนในปัจจุบันเพราะไม่ต้องพลิกหน้าจอเมื่อถือสามารถรับชมได้ทันที ดังนั้นผู้สร้างสรรค์ผลงานต้องทำความเข้าใจในเรื่องการจัดองค์ประกอบของภาพเพื่อให้สอดคล้องกับภาพที่จะนำไปใช้ในการสื่อสารต่อไป ควรคำนึงถึงปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลให้ภาพวิดีโอออกมาสมบูรณ์และสามารถสื่อสารกับผู้รับสารได้ ซึ่งถ้าช่างภาพไม่เข้าใจเรื่องการจัดองค์ประกอบของภาพแล้ว ผลงานที่ได้อาจจะไม่สามารถนำมาใช้สื่อสารกับผู้รับสารได้ดี หรือภาพขาดความสวยงามด้านศิลปะซึ่งการจัดองค์ประกอบภาพที่นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้ง ซึ่งภาพเคลื่อนไหวจะสามารถสื่อสารได้ดี

ทักษะสำคัญอย่างหนึ่งของการถ่ายวิดีโอคือการจัดองค์ประกอบภาพ ลักษณะขององค์ประกอบภาพมีผลอย่างมากต่อการรับรู้ถึงสิ่งที่ช่างภาพต้องการสื่อสารถึงผู้ชมหรือผู้รับสาร ภาพแบบเต็มเฟรมจะตอบสนองด้านอารมณ์ส่วนภาพที่เล่นกับมุมมองกล้องในการเล่าเรื่องจะดึงดูดให้ผู้ชมเหมือนเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ Harrington (As cited in Srifa et al., 2020) การใช้ภาษาภาพในการสื่อความหมายของผู้กำกับ เนื่องจากพื้นที่แนวตั้งมีข้อจำกัดที่แตกต่างจากพื้นที่แนวนอน ดังนั้นการจัดวางบุคคลและวัตถุรวมถึงขนาดและระยะของภาพเป็นสิ่งที่ผู้สร้างสรรค์ต้องคำนึงถึงในการออกแบบงานภาพเพื่อการสื่อความหมายและการนำเสนอความงามเชิงสุนทรียะบนพื้นที่แนวตั้ง ทั้งการจัดวางบุคคล หรือวัตถุให้อยู่ตรงกลางของภาพและการเลือกใช้ภาพระยะปานกลางและระยะใกล้เป็นหลักเพื่อเน้นไปที่ตัวบุคคลหรือวัตถุมากกว่าการนำเสนอฉากหลังหรือเน้นความงามของสถานที่ด้วยภาพระยะไกลมากหรือระยะไกล (Chaowanich, 2024) ในการสื่อสารด้วยภาพ การเลือกใช้มุมภาพขึ้นอยู่กับความต้องการนำภาพไปใช้ประกอบการสื่อสาร (Thavaroj et al., 2023) ซึ่งการสร้างสรรค์สื่อในรูปแบบแนวตั้งการจัดวางองค์ประกอบภาพได้เปลี่ยนไปจากการบันทึกภาพวิดีโอในแนวนอน

แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้ง

ผู้สร้างสรรค์จะต้องมีการจัดวางองค์ประกอบของภาพให้สอดคล้องกับองค์ประกอบศิลป์ กฎของที่ว่า เป็นกฎเกี่ยวกับความรู้สึกของพื้นที่ทางกายภาพในภาพถ่าย ดังนี้ 1) พื้นที่ว่างด้านหน้า (Nose Room) ระบุว่าวัตถุหลักควรมีพื้นที่ “Active” สำหรับเคลื่อนที่ไปยังทิศทางที่หันหน้า แต่สามารถเลือกไม่ทำตามกฎนี้เพื่อสร้างความรู้สึกของวัตถุถูกคุมขังหรือความคับแคบได้ (Richard, 2015) การสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอในแนวตั้งนั้น ตัวช่วยที่จะทำให้ผู้สร้างสรรค์ทำงานได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้นคือการเปิดตาราง (Grid) บนอุปกรณ์บันทึกภาพไม่ว่าจะเป็นโทรศัพท์ กล้องถ่ายภาพทุกประเภท โดยตารางนี้จะแบ่งออกเป็น 9 ช่อง เท่าๆ กัน ดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ตัวอย่างตาราง (Grid) บนอุปกรณ์บันทึกภาพ
ที่มา : เจ้าของภาพ

2) กฎสามส่วน (Rule of Thirds) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายโดยที่การจัดองค์ประกอบภาพกฎสามส่วนถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่ช่างภาพควรนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน จอห์น โทมัส สมิธ จิตรกร, ช่างแกะสลักและนักโบราณวัตถุ เขียน “กฎ” มาตรฐานที่ใช้กันมาช้านานนี้ในปี ค.ศ.1979 กฎมีอยู่ว่ากรอบรูปจะถูกแบ่งเป็นสามส่วนทั้งแนวนอนและแนวตั้ง จุดสนใจจะถูกวางไว้บนเส้นของการแบ่งส่วน หรือบนจุดใดจุดหนึ่ง (Richard, 2015) องค์ประกอบพื้นฐานนี้เปรียบเสมือนไม้ตายของการจัดองค์ประกอบตำแหน่งที่เหมาะสมสำหรับจุดสนใจของภาพมีหลักเกณฑ์ที่นิยม โดยทั่วไปคือ “หลักของกฎสามส่วน (Rule of Thirds) กฎสามส่วนจะเป็นการแบ่งภาพโดยใช้เส้นแนวนอนสองเส้นและแนวตั้งสองเส้นตามภาพด้านล่าง (Bangthamai & Chiarawatcharamongkol, 2013) ดังนั้นเวลาที่เราจะวางองค์ประกอบสำคัญในฉากก็ให้วางไว้ตรงจุดตัดของเส้น จากแนวคิดดังกล่าวนำมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานวิดีโอแนวตั้ง ในตัวอย่างตารางที่ 1 แสดงการวางองค์ประกอบภาพในกรณีตัวแบบเป็นบุคคล ดังภาพที่ 6

ตารางที่ 1 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้ง

วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 6 ตัวอย่างการใช้ตารางในการจัดองค์ประกอบ ที่มา : Arts Dive Rector / Gle (2021)	จากภาพที่ 6 เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ตารางเป็นตัวช่วยในการวางตัวแบบ โดยให้บุคคลอยู่ในสองส่วนของเส้นแนวตั้ง และพื้นที่ว่างสีดำด้านหลังอยู่หนึ่งส่วนของภาพ การวางองค์ประกอบลักษณะนี้จากแนวคิดของกฎสามส่วน และการเหลือพื้นที่ว่างด้านหน้าของตัวแบบก็จากแนวคิดเรื่องกฎของที่ว่าง คือวัตถุหลักควรมีพื้นที่ “Active” สำหรับเคลื่อนไหวไปยังทิศทางที่หันหน้า

จากตารางที่ 1 พบว่าการถ่ายวิดีโอแนวตั้งที่ตัวแบบที่เป็นบุคคลในกรณีงานสัมภาษณ์ควรเหลือพื้นที่ว่างของภาพเท่ากับหนึ่งส่วน และเห็นตัวบุคคลสองส่วนของภาพ โดยใช้ตารางเก้าช่องเข้ามาส่วนเป็นเกณฑ์จะเห็นได้จากหน้าบุคคลอยู่ในส่วนเส้นแบ่งสีขาวแนวตั้งสองส่วน และพื้นที่ว่างด้านหลังสีดำอยู่ในเส้นแบ่งสีขาวแนวตั้งหนึ่งส่วน ซึ่งความแตกต่างจากการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวนอนคือพื้นที่ด้านข้างน้อยลงผู้สร้างสรรค์ต้องใช้เส้นแนวตั้งในการแบ่งสัดส่วนของภาพ

3) การใช้ฉากหน้า (Foreground) การใช้ฉากหน้าสามารถนำมาปรับมาใช้ในการถ่ายวิดีโอเพื่อให้ภาพดูมีมิติมากขึ้น และดึงดูดความน่าสนใจของตัวแบบ ฉากหน้าหมายถึง สิ่งที่อยู่ใกล้มุมมองมากที่สุดโดยมากแล้วมักจะอยู่ที่พื้น มันอาจจะเป็นโซฟา โต๊ะ ทีวีลายของชายหาด ใบไม้ดอกไม้ หรือแม้กระทั่งเงาที่ทอดยาวลงสู่พื้น (Kaelong, 2019) และข้อควรระวังอย่างมากคือไม่ให้ฉากหน้าเด่นกว่าฉากหลังที่เรา กำลังเล่าเรื่องราวของงานจริงๆ ฉากหน้าคือหัวใจสำคัญของการถ่ายภาพด้วยเลนส์มุมกว้าง มันเป็นพระเอกในการช่วยสร้างมิติให้กับภาพและช่วยให้ภาพดูไม่แบน สิ่งที่ช่วยในการสร้างฉากหน้าของภาพถ่ายอาทิเช่น พุ่มหญ้า ดอกไม้ หรือการใช้วัตถุจากธรรมชาติ ใบไม้ กิ่งไม้ เข้ามาเป็นฉากหน้าดังผลงานในตารางที่ 2 มีการใช้ดอกไม้เข้ามาเป็นฉากหน้า ดังภาพที่ 7

ตารางที่ 2 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้งโดยใช้ฉากหน้า

วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 7 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบโดยใช้ฉากหน้า ที่มา : Rooftop official (2023)	จากภาพที่ 7 เทคนิคการจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ฉากหน้า ช่วยสร้างมิติแสดงระยะของผลงาน ทำให้ผลงานมีความน่าสนใจ รวมถึงช่วยสร้างเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอ

จากตารางที่ 2 พบว่า การใช้ฉากหน้าส่งผลต่อการสร้างมิติแสดงระยะของภาพ ทำให้ภาพมีความน่าสนใจ รวมถึงช่วยสร้างเรื่องราวของภาพ แต่ต้องระวังไม่ให้ฉากหน้าปิดบังผลงานหลักในการสื่อสาร

4) ความสมดุลของภาพ (Balance) การใช้แนวคิดเรื่องความสมดุลในการถ่ายวิดีโอเพื่อให้ผลงานมีความน่าสนใจ สมดุลแบบสมมาตร (Symmetrical Balance) หมายถึง การจัดองค์ประกอบภาพโดยการใช้หน้าหรือส่วนประกอบของภาพ มีความเท่าเทียมหรือใกล้เคียงกันทั้งสัดส่วน ขนาด น้ำหนัก ฯลฯ ทั้งด้านซ้ายและขวา การจัดภาพแนวสมมาตร คือการจัด ตัวแบบไว้ตรงกลางภาพแล้วให้ทั้งสองข้างของภาพมีความเท่ากันเหมือนกันทั้งสองฝั่ง โดยทั่วไปการจัดภาพอาจจะจัดในลักษณะ ของแนวนอน ซึ่งภาพในแนวตั้งอาจจะจัดภาพได้ยากกว่าเล็กน้อย และในบางภาพอาจจะไม่สมมาตรกันทีเดียว แต่องค์ประกอบของทั้งสองด้านที่ได้มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันจนให้ความรู้สึกของเท่ากัน (Samarom, 2019) ดังนั้นการถ่าย วิดีโอในแนวตั้งผู้สร้างสรรค์ควรคำนึงถึงความสมดุลของภาพ กล่าวคือไม่เว้นที่ว่างมากเกินไปให้น้ำหนักซ้ายขวาของภาพเท่ากัน ดังเช่นตัวอย่างผลงานการสร้างสรรคในตารางที่ 3 และใช้บุคคลนั่งสองฝั่งของภาพส่งผลให้เกิดความสมดุลเท่า ดังภาพที่ 8

ตารางที่ 3 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบภาพในงานวิดีโอแนวตั้งโดยใช้ความสมดุล

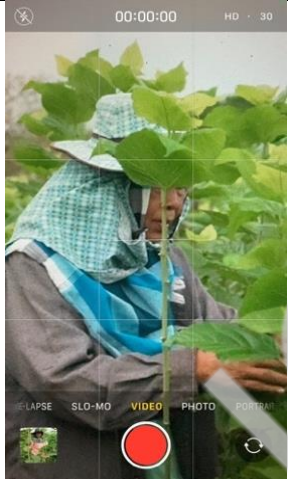
วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 8 ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบโดยใช้ความสมดุล ที่มา : Rooftop_official (2023)	จากภาพที่ 8 ใช้การจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ ความสมดุลเท่า น้ำหนักซ้ายขวาของภาพเท่ากันส่งผล ทำให้รวมสายตาของผู้รับสารอยู่ตรงกลางของภาพ การจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ ความสมดุล มีสองรูปแบบคือสมดุลเท่าดังตัวอย่างภาพที่ 8 และสมดุล ไม่เท่า ซึ่งสามารถใช้ทั้งน้ำหนักของภาพ น้ำหนักของวัตถุ สี ขนาด เป็นต้น

จากตารางที่ 3 พบว่าการจัดองค์ประกอบภาพโดยใช้ความสมดุลมาประกอบสร้างในการสร้างสรรค์ผลงานสามารถใช้ ความสมดุลได้ทั้งวัตถุ ขนาดภาพ น้ำหนักภาพ ความสมดุลจะส่งผลต่อผลงานให้ความรู้สึกถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย และแปลกตา

องค์ประกอบของภาพในงานวิดีโอ 5) มุมกล้อง การจัดวางมุมกล้องที่ดีจะทำให้ได้ผลงานที่สวยงามดึงดูดความสนใจ ของผู้รับสารที่ได้เห็นภาพเหล่านั้น ซึ่งมุมกล้องที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานส่งผลต่อภาพที่ได้ ซึ่งมุมกล้อง หมายถึง ระดับองศา ที่เล็งกล้องไปที่ตัวแบบ การเล็งกล้องในระดับแนวนอนไปทางตัวแบบเรียกว่า มุมระดับสายตาการเล็งกล้องโดยหันหน้ากล้องลง เรียกว่า มุมสูง และการเล็งกล้องโดยหันหน้ากล้องขึ้นเรียกว่า มุมต่ำ การเลือกมุมกล้องส่งผลต่อผลงานที่ได้ และภาพที่ได้จาก มุมภาพที่แตกต่างส่งผลต่อความสวยของภาพ

มุมมองของภาพเป็นปัจจัยหนึ่งในการตัดสินใจว่าภาพนั้น ๆ สวย หรือไม่ การหามุมมองที่น่าสนใจหรือสามารถสื่อสาร กับผู้รับชมได้ดีนั้น ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของช่างภาพ ในการเลือกใช้มุมภาพขึ้นอยู่กับภาพที่ต้องการใช้ในการสื่อสาร และจินตนาการของช่างภาพที่อยากได้ภาพในมุมมองแบบใด (Bangthamai & Chiarawatcharamongkol, 2013) ในการ สื่อสารผ่านวิดีโอแนวตั้งผู้สร้างสรรค์สามารถนำแนวคิดมุมภาพทั้งสามรูปแบบมาประกอบสร้างผลงานให้มีความงามเพื่อดึงดูด ผู้รับสาร ดังตัวอย่างการใช้มุมกล้องในตารางที่ 4 และตัวอย่างการใช้ภาพมุมสูง มุมระดับสายตา และมุมต่ำ ดังภาพที่ 9-11

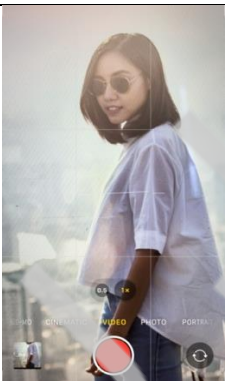
ตารางที่ 4 ตัวอย่างมุมมองในงานวิดีโอแนวตั้ง

วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 9 ตัวอย่างภาพมุมสูง ที่มา : Rooftop_official (2023)	จากภาพที่ 9 ภาพมุมสูงกล้องจะอยู่กว่าวัตถุและถ่ายกตกลงมาจะทำให้ได้ภาพมุมสูง ซึ่งการถ่ายภาพไกลจากมุมสูงทำให้เห็นภาพได้กว้างไกล และเห็นรายละเอียดด้านหลังของผลงาน ความหมายแฝงของภาพมุมสูงคือให้ความรู้สึกกดดัน หรือตกต่ำของวัตถุที่เรากำลังถ่ายภาพหรือตัวละคร
 ภาพที่ 10 ตัวอย่างภาพระดับสายตา ที่มา : เจ้าของภาพ	จากภาพที่ 10 มุมกล้องจะอยู่ในแนวระนาบเดียวกับวัตถุ ในการสื่อความหมายภาพปรากฏจะเป็นภาพให้ความรู้สึกธรรมดา ซึ่งเราสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับภาพโดยการเลือกแอคชั่นที่เกิดในภาพได้
 ภาพที่ 11 ตัวอย่างภาพระดับสายตา ที่มา : เจ้าของภาพ	จากภาพที่ 11 มุมกล้องจะอยู่ต่ำกว่าวัตถุเป็นภาพที่แหงนดู สื่อความหมายหรือให้เกิดความรู้สึกว่าคนหรือวัตถุที่ถูกถ่ายมีความสำคัญมากกว่าปกติ น่าเคารพ นับถือ ยิ่งใหญ่ มีพลัง อำนาจ

จากตารางที่ 4 พบว่าการใช้มุกกล้องสำหรับถ่ายภาพเคลื่อนไหวส่งผลต่อการมองเห็นวัตถุในภาพขนาดของวัตถุในภาพเปลี่ยนแปลงไปจากการมองเห็นในระดับสายตาทำให้การสื่อความหมายในการสื่อสารทำได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่นใช้ภาพมุมสูงส่งผลให้เห็นฉากหลังของพื้นที่มากยิ่งขึ้น

การสื่อสารด้วยภาพผ่านงานวิดีโอ 6) ขนาดภาพ (Shot Size) การเลือกใช้ขนาดภาพมีความสำคัญมากเพราะเป็น การใช้ภาพโน้มน้าวใจความสนใจของผู้ชมหรือผู้รับสารและเพื่อให้เกิดความหมายที่ต้องการสื่อสารกับผู้ชม ซึ่งต้องพิจารณา ใช้อุปกรณ์ประกอบหลายอย่างในการกำหนดขนาดภาพ โดยที่เป็นส่วนหนึ่งของการจัดองค์ประกอบภาพ ดังตัวอย่างในตารางที่ 5 และตัวอย่างผลงานการใช้ภาพกว้าง ภาพระยะปานกลาง ภาพระยะใกล้ ดังภาพที่ 12-14

ตารางที่ 5 ตัวอย่างขนาดภาพในการสื่อสารในงานวิดีโอแนวตั้ง

วิดีโอแนวตั้ง	การจัดองค์ประกอบภาพ
 ภาพที่ 12 ตัวอย่างภาพกว้าง Long Shot (LS) ที่มา : เจ้าของภาพ	จากภาพที่ 12 ภาพขนาดกว้าง การเลือกใช้ภาพขนาดกว้าง อาจใช้เพื่อแนะนำสถานที่ เปิดเรื่อง เน้นที่การเคลื่อนไหวของบุคคลในภาพ และบริบทโดยรวมของสถานที่
 ภาพที่ 13 ตัวอย่างภาพระยะปานกลาง Medium Shot (MS) ที่มา : เจ้าของภาพ	จากภาพที่ 13 ภาพระยะปานกลาง ถ้าถ่ายบุคคลนิยมถ่ายตั้งแต่ศีรษะถึงเอว ภาพจะเห็นสีหน้าหรือการแสดงของบุคคลในภาพมากขึ้น เป็นขนาดภาพที่ใช้มากที่สุดงานวิดีโอแนวตั้ง
 ภาพที่ 14 ตัวอย่างภาพระยะใกล้ Close Up (CU) ที่มา : เจ้าของภาพ	ภาพที่ 14 ภาพระยะใกล้ เป็นระยะภาพที่เน้นการแสดงอารมณ์ของบุคคลในงาน เช่น สีหน้า แววตา มือกำลังเขียนหนังสือ เป็นต้น ส่วนใหญ่เป็นภาพที่ใช้สื่อด้วยภาษากายมากกว่าการสื่อสารด้วยการพูด



จากตารางที่ 5 พบว่าขนาดของภาพที่แตกต่างกันส่งผลต่อวัตถุที่อยู่ในภาพ การใช้ขนาดภาพที่หลากหลายช่วยสื่อสารถึงอารมณ์หรือความหมายของผลงาน เช่น ต้องการสื่อสารให้เห็นความเสียใจควรใช้ภาพขนาดใหญ่เพื่อให้เห็นสีหน้าแวตาของนักแสดงเป็นต้น

บทสรุป

การสร้างสรรคผลงานในงานวิดีโอแนวตั้งมีสุนทรียะเฉพาะตัวด้วยพื้นที่ความยาวของภาพเป็น 9:16 โดยที่การจัดองค์ประกอบภาพเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ผลงานภาพวิดีโอออกมาสมบูรณ์และสามารถสื่อสารกับผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพของสร้างสรรคผลงานวิดีโอแนวตั้งที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ อาทิเช่น กฎสามส่วน ฉากหน้า ความสมดุล รวมถึงมุมภาพและขนาดของภาพ เพื่อให้ผลงานภาพเคลื่อนไหวในแนวตั้งมีความสวยงามและนำไปใช้ประโยชน์ในด้านการสื่อสาร ซึ่งพื้นที่ในงานวิดีโอแนวตั้งมีข้อจำกัดที่แตกต่างจากพื้นที่แนวนอนในเรื่องของพื้นที่ด้านข้างที่น้อย ดังนั้นการจัดวางบุคคลและวัตถุ รวมถึงขนาดและระยะของภาพเป็นสิ่งที่ผู้สร้างสรรคต้องคำนึงถึงในการออกแบบงานภาพเพื่อการสื่อความหมายและการนำเสนอความงามเชิงสุนทรียะบนพื้นที่แนวตั้ง การจัดวางบุคคลหรือวัตถุให้อยู่ตรงกลางของภาพและการเลือกใช้ภาพระยะปานกลางและระยะใกล้เป็นหลักเพื่อนำไปใช้กับบุคคลหรือวัตถุมากกว่าการนำเสนอฉากหลังหรือนำความงามของสถานที่ด้วยภาพระยะไกลมากเกินไป

การใช้ตารางเก้าช่องในเครื่องมือการถ่ายภาพวิดีโอแนวตั้งจะช่วยให้ผู้สร้างสรรคสามารถจัดองค์ประกอบในการสื่อสารของภาพได้ง่ายขึ้นและสามารถรักษาความงามผ่านศิลปะการจัดองค์ประกอบภาพได้ ซึ่งการจัดวางมุมกล้องที่จะทำให้เกิดภาพที่สวยงามดึงดูดความสนใจของผู้รับสารที่ได้เห็นภาพเหล่านั้น ซึ่งมุมกล้องที่ใช้ในการถ่ายภาพส่งผลต่อผลงานภาพที่ได้ แต่ก็มีข้อควรระวังในการถ่ายภาพวิดีโอแนวตั้งคือการรักษามุมของภาพ คือการเหลือพื้นที่ว่างของภาพโดยเฉพาะด้านบนหรือด้านล่างของงานไม่ควรเหลือพื้นที่ว่างมากเกินไป การวางอักษรบนงานวิดีโอแนวตั้ง ด้วยพื้นที่ขนาดด้านกว้างมีจำกัดกรณีใช้อักษรหรือกราฟฟิกประกอบสามารถวางทับตัวบุคคลหรือวัตถุในงานได้ซึ่งขนาดภาพที่เหมาะสมจะเป็นภาพระยะปานกลางและภาพระยะใกล้ ซึ่งถ้าเป็นการสัมภาษณ์บุคคลโดยควรมีการเหลือพื้นที่ในการวางอักษรแนะนำชื่อ ตำแหน่ง โดยวางแผนตั้งแต่ก่อนการถ่ายทำ

แนวทางในการใช้ประโยชน์การถ่ายภาพวิดีโอแนวตั้งพื้นที่ด้านบนและด้านล่างจะมีพื้นที่เพิ่มขึ้นผู้สร้างสรรคสามารถใช้พื้นที่ดังกล่าวโดยนำวัตถุหรือสภาพแวดล้อมมาช่วยในการสร้างมิติด้านความลึกหรือทัศนมิติ (Perspective) ของภาพได้และ การสร้างสรรคผลงานวิดีโอแนวตั้งควรคำนึงถึงการสื่อความหมายของภาพ เช่น ภาพมุมสูง ให้ความรู้สึกกดดัน หรือตกต่ำของวัตถุที่เรา กำลังถ่ายหรือตัวละครจะทำให้ดูต่ำต้อยเป็นการโดนกดทับลงจากมุมภาพ ภาพมุมระดับสายตา ภาพที่ปรากฏจะเป็นภาพให้ความรู้สึกธรรมดาหรือธรรมดาจากความคุ้นเคยในการมองที่พบเห็นบ่อย ภาพมุมต่ำ ให้ความรู้สึกรู้สึกว่าคนหรือวัตถุที่ถูกถ่ายมีความสำคัญมากกว่าปกติ น่าเคารพ น่าถือน่าเกรงขาม มีพลังอำนาจ นำมาประกอบสร้างมีพลังหรือความหมายแฝงในการสื่อสารด้วยภาษาภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับการเคลื่อนกล้องที่ใช้ในการสื่อสารผ่านวิดีโอแนวตั้งควรมีลักษณะอย่างไรที่จะเหมาะสมและมีประสิทธิภาพในการสื่อสารผ่านเทคโนโลยีในปัจจุบัน
2. ควรทำการศึกษาการสร้างสรรคผลงานวิดีโอที่ถ่ายครั้งเดียวแล้วนำมาครอบทำคลิปแนวตั้ง หรือแนวนอนได้ โดยยังคงต้ององค์ประกอบในการสื่อสารผลงานที่ดีทั้งสองแบบ

References

- Arts Dive Rector/Gle. (2021). *Documentary about the Phetchaburi Bremen sinking ship (full version, 26 minutes long)*. Retrieved July 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=zDrXXibjorM&t=37s>
- Bangthamai, E. & Chiarawatcharamongkol, W. (2013). *Composition (Photography)*. Nonthaburi : IDC
- Chaowanich, T. & Taiphapoon, T. (2024). The Forms and Narrative Techniques of Vertical Music Videos. *Siam Communication Review*, 23(1),84-102.
- Kaelong, P. (2019). *Photography 101*. Bangkok : SE-ED provision.



- LLOUD. (2024). *LISA - ROCKSTAR (Official Music Video)*. Retrieved July 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=hbcGx4MGUMg>
- Needle, F. (2021). *20 Creative Ways To Repurpose Content*. Retrieved July 2024, from <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/27256/5-creative-ways-to-recycle-content.aspx#why-repurpose>
- Rooftop_official. (2023). *Rooftop-Ur My Favorite Notification (Official Mv)*. Retrieved July 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=8sUN-XhA3gY>
- Passaris, C. (2023). *How to change the weather in video time*. Retrieved July 2024, from <https://clipchamp.com/th/blog/change-aspect-ratio-video/>
- Pigusso, (2024). *A new trend that creators need to know about... Why? Lisa's new song MV When taken, there are black edges*. Retrieved July 2024, from <https://www.facebook.com/100045082839818/posts/1019580769554675/?rddid=ubUEIoU1AuEEuCQS>
- Richard, G. (2015). *Mastering Composition: The Definitive Guide for Photographers*. UK : Ammonite Press.
- Samarom, Y. (2019). *7 ways to compose a photo to have balance and a point that catches the eye*. Retrieved May 2024, from <https://www.photoschoolthailand.com/7-How to organize the composition of a picture/>
- Serisamran, T. (2019). *Let's look at good ideas from various MVs that tell stories vertically (Vertical Music Video)*. Retrieved May 2024, from <https://www.beartai.com/lifestyle/345571>
- Srifa, K., Srifa, D., Singnongsuang, N., & Kirdsuk, J. (2020). Virtual Reality Documentary Film Creation to Promote Undersea Tourism in Thailand, Case Study: Petchburi Bremen. *Siam Communication Review*, 19(2),192-203.
- Thavaroj, W., Singnongsuang, N., & Srifa, K. (2023). The Beauty of Photography for Communicating the Raw Banana Flour Product and the Light Weight Plant Pot Project: Mobilizing for Economics and Foundational Social After Covid by BCG Economics (U2T for BCG) Daen Sa-Nguan, Ranot District, Songkhla. *Siam Communication Review*, 22(1),242-256.
- TIGERNOY TV. (2022). *Converging art documentary Chatri Muang Phet drama episode 0 : Prelude to Chatri*. Retrieved May 2024, from <https://www.youtube.com/watch?v=g2H0TgGfxYo&t=1s>
- Waitayasin, P. (2016). Motion: The Heart of Creation, Communication and Narration for Films *The Journal of Social Communication Innovation*, 4(2),28-33.