



การออกแบบสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง Love(Hate)able
ความคาดหวังที่เกินเหตุต่อบุคคลที่มีชื่อเสียง
LOVE(HATE)ABLE MOTION GRAPHIC
ABOUT THE EXPECTATION OF CELEBRITIES

นางสาวญาณิฐา วิรพิชญ์
YANITHA WIRAPIT

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2565

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อวิทยานิพนธ์ การออกแบบสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง Love(Hate)able
ความคาดหวังที่เกินเหตุต่อบุคคลที่มีชื่อเสียง
LOVE(HATE)ABLE MOTION GRAPHIC
ABOUT THE EXPECTATION OF CELEBRITIES

ชื่อ นางสาวญาณิฐา วิรพิชญ์
สาขาวิชา นิเทศศิลป์
ภาควิชา นิเทศศิลป์
คณะ สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2565
อาจารย์ที่ปรึกษา อาจารย์พรณศรี ชูอารยะประทีป

(อาจารย์พรณศรี ชูอารยะประทีป)

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ 21 เดือน มิถุนายน ปี 2566

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบสื่อโมชั่นกราฟิก เรื่อง Love(Hate)able ความคาดหวังที่เกินเหตุต่อบุคคลที่มีชื่อเสียง LOVE(HATE)ABLE MOTION GRAPHIC ABOUT THE EXPECTATION OF CELEBRITIES
นักศึกษา	นางสาวญาณิฐา วิรพิชญ์
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
ภาควิชา	นิเทศศิลป์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์พรณศรี ชูอารยะประทีป

บทคัดย่อ

ตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน ปฏิเสธไม่ได้ว่าเรามักจะได้เห็นเรื่องราวเกี่ยวกับเหล่าคนดังตามสื่อต่าง ๆ ยิ่งในยุคนี้ที่สามารถเข้าถึงง่ายได้มากขึ้น ซึ่งก็มีทั้งกระแสแสบและแสบลบ แต่ประเด็นหรือพฤติกรรมที่ทำให้เกิดกระแสลบบางอย่างก็ทำให้เกิดการตั้งคำถามว่าพฤติกรรมดังกล่าวร้ายแรงอย่างไร เช่น การมีแฟน การแก๊ง การลงแข่งแล้วแพ้ การไม่ไหวหน้าลูก เป็นต้น ซึ่งกระแสสังคมบางส่วนก็มีการเกินเลย เช่น การใช้ Hate speech ในการโจมตี จนถึงรูล้ำพินที่ส่วนตัว

ศิลปนิพนธ์นี้ได้ศึกษาและวิเคราะห์ถึงสาเหตุของความคาดหวังที่เกินเหตุดังกล่าว จากข้อมูลในงานวิจัย บทความ และเว็บไซต์ทางด้านจิตวิทยาโดยเฉพาะ และ รวบรวมข่าวที่เกิดการโจมตีพฤติกรรมปกติของคนดัง เป็นหลักฐานถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงในสังคมปัจจุบัน และ จัดทำเป็นสื่อ Motion Graphic

การออกแบบครั้งนี้ จะเป็นการสร้างความตระหนักให้กับสังคมเกี่ยวกับการคาดหวังที่มากเกินไปจนเกิดผลเสีย และ ค่านิยมที่ผิดเพี้ยน โดยการเล่าเรื่องผ่านตัวละคร และ นำเสนอข่าวที่เกิดขึ้นจริง รวมถึงนำเสนอแนวทางในการปล่อยวางจากความคาดหวังที่เกินเหตุนั้นให้กับคนในสังคม และ บุคคลที่มีความชื่นชอบในตัวคนดัง ในประเด็นเกี่ยวกับเทคนิคนั้นมีการใช้สีคู่ตรงข้ามเพื่อสะท้อนถึงอารมณ์รักและเกลียดที่ต่างขั้วอย่างชัดเจนเพื่อให้เนื้อหาได้สื่อสารต่อผู้ดูอย่างเห็นภาพมากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

ศิลปินพจน์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้จัดทำโครงการขอขอบคุณ อ.พรณศรี ชูอารยะ ประทีป ที่ให้ความอนุเคราะห์รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้คำปรึกษา แนะนำ และให้การช่วยเหลือในการทำศิลปินพจน์ รวมถึงสอนวิธีการทำงานที่ดีทำให้ผู้จัดทำโครงการรู้จักพัฒนาตนเองในด้านการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

ขอขอบคุณคณะกรรมการการสอบศิลปินพจน์ที่ให้คำแนะนำและแนวทางในการปรับปรุงศิลปินพจน์ให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น ขอขอบคุณคณะอาจารย์ คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบังทุกท่าน ที่สั่งสอนวิชาความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ต่าง ๆ และนำความรู้เหล่านั้นมาใช้ในการทำศิลปินพจน์นี้

ญาณิฐา วิรพิชญ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ข
สารบัญ.....	ค
สารบัญรูปภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ	1
1.3 ขอบเขตของโครงการ.....	1
1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย.....	2
1.5 กลุ่มเป้าหมาย.....	2
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
บทที่ 2 ความคาดหวังที่มีต่อบุคคลสาธารณะ.....	4
2.1 บุคคลสาธารณะ.....	4
2.2 การชื่นชอบในเหล่าคนดัง.....	4
2.3 Celebrity Worship Syndrome.....	6
2.3.1 Celebrity Worship Syndrome คืออะไร และ สาเหตุ.....	6
2.3.2 อาการ.....	6
2.3.3 บุคคลที่มีความเสี่ยงสูง	7
2.3.4 ตัวอย่างของบุคคลที่เข้าข่ายอาการ Celebrity Worship Syndrome.....	7
2.3.5 การรักษา	8
2.4 สภาวะ Halo Effect.....	9
2.4.1 Halo Effect คืออะไร	9
2.4.2 สาเหตุ.....	9
2.4.3 การจัดความคิดแบบ Halo Effect.....	10

2.5 ความคาดหวังที่มีต่อบุคคลสาธารณะ	10
บทที่ 3 Motion Graphic	13
3.1 Motion Graphic คืออะไร	13
3.2 Motion Graphic ทางจิตวิทยา	13
บทที่ 4 การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น	19
4.1 โครงเรื่อง	19
4.2 แนวคิด	20
4.2.1 made by society	20
4.2.2 Love(hate)ble	22
บทที่ 5 การออกแบบ	25
5.1 แนวทางการออกแบบคาแรกเตอร์	25
5.1.1 แนวทางการออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 1	25
5.1.2 แนวทางการออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 2	29
5.2 แนวทางการออกแบบสตอรี่บอร์ด	36
5.3 แบบร่างคาแรกเตอร์กับฉาก	42
5.4 แนวทางในการออกแบบสื่ออื่น ๆ	47
5.4.1 Moving Poster	47
5.4.2 สื่อประชาสัมพันธ์	49
บทที่ 6 ผลงานสำเร็จ	50
6.1 สคริปต์	50
6.2 คาแรกเตอร์	51
6.3 ฉากโดยรวม	53
6.4 Moving Poster	55
6.5 สื่อประชาสัมพันธ์	57
บทที่ 7 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	60
7.1 บทสรุป	60

7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา.....	60
7.3 ข้อเสนอแนะและประโยชน์ที่ได้รับ.....	61
บรรณานุกรม.....	62
ประวัติผู้เขียน.....	64



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 2.1 เทย์เลอร์ สวิฟต์ และแฟนคลับในคอนเสิร์ต	5
ภาพที่ 2.2 ฮาย-เซน Paper Planes และแฟนคลับเด็ก ๆ ในซาฟารี	5
ภาพที่ 2.3 หยางลี่จวน กับ นักแสดงหลิวเต๋อหัว	8
ภาพที่ 2.4 โอลี ลอนดอน และ จีมีน วง BTS	8
ภาพที่ 2.5 ภาพประกอบภาวะ Halo Effect.....	9
ภาพที่ 2.6 ครอบครัวของ ปุ่มปุ้ย – กวินท์	11
ภาพที่ 2.7 นักฟุตบอล “เมสัน เมาท์”	11
ภาพที่ 2.8 ศิลปินสาว “ซอลลี”	12
ภาพที่ 3.1 ตัวอย่าง Motion Graphic	13
ภาพที่ 3.2 การเปรียบเทียบอาการ PD ประเภทเก็บตัวกับคาแรกเตอร์ เซเวอรัส สแนป	14
ภาพที่ 3.3 การใช้เปรียบเทียบให้เห็นมุมมองของคนที่มีอาการNarcissism	15
ภาพที่ 3.4 ผู้เชี่ยวชาญมาอธิบายถึงอาการวิตกกังวล	16
ภาพที่ 3.5 การใช้ Infographic อธิบายกลไกร่างกายเมื่อเกิดการวิตกกังวล	16
ภาพที่ 3.6 การใช้ Infographic อธิบายกลไกร่างกายเมื่อเกิดการวิตกกังวล	17
ภาพที่ 3.7 การใช้ตัวละครเล่าถึงมุมมองและอาการโดยตรง	18
ภาพที่ 4.1 ภาพประกอบแนว Surrealistic.....	20
ภาพที่ 4.2 ภาพประกอบแนวการ์ตูน.....	23
ภาพที่ 5.1 Reference คาแรกเตอร์ชั้นชายนี้ในแนวทางการออกแบบครั้งที่ 1	25

ภาพที่ 5.4 คาแรกเตอร์คู่จิ้นชั้นชายน์ และ ชั้นชายน์ ในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 1	26
ภาพที่ 5.5 คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชายน์ในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 1	27
ภาพที่ 5.6 คาแรกเตอร์แฟนชั้นชายน์ และผู้เชี่ยวชาญ ในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 1.....	27
ภาพที่ 5.7 คาแรกเตอร์คู่จิ้นชั้นชายน์ และ ชั้นชายน์ ในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 2	28
ภาพที่ 5.9 คาแรกเตอร์แฟนชั้นชายน์ และผู้เชี่ยวชาญ ในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 2.....	29
ภาพที่ 5.10 คาแรกเตอร์ของคู่จิ้นชั้นชายน์ ในการออกแบบครั้งที่ 2 แบบร่าง 1	30
ภาพที่ 5.11 คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชายน์ ในการออกแบบครั้งที่ 2 แบบร่าง 1.....	30
ภาพที่ 5.12 คาแรกเตอร์ของคู่จิ้น แฟนชั้นชายน์ ผู้เชี่ยวชาญ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 1	31
ภาพที่ 5.13 Reference คาแรกเตอร์ชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2.....	31
ภาพที่ 5.14 คาแรกเตอร์ของชั้นชายน์ และ แฟนชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2.....	32
ภาพที่ 5.15 Reference คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2.....	32
ภาพที่ 5.16 คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2.....	32
ภาพที่ 5.17 คาแรกเตอร์ของคู่จิ้นชั้นชายน์(ชาย) ผู้เชี่ยวชาญ(ขวา) ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2.....	33
ภาพที่ 5.18 Reference คาแรกเตอร์ชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3.....	33
ภาพที่ 5.19 คาแรกเตอร์ของชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3.....	34
ภาพที่ 5.20 Reference คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3.....	34
ภาพที่ 5.21 คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3.....	35
ภาพที่ 5.22 คาแรกเตอร์ของคู่จิ้นชั้นชายน์ แฟนชั้นชายน์ ผู้เชี่ยวชาญ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3	35
ภาพที่ 5.23 Reference ห้องนอนของแฟนคลับชั้นชายน์.....	42
ภาพที่ 5.24 แบบร่างห้องนอนของแฟนคลับชั้นชายน์ ก่อนขึ้นขอบ.....	42
ภาพที่ 5.25 แบบร่างห้องนอนของแฟนคลับชั้นชายน์ หลังขึ้นขอบ	43

ภาพที่ 5.26 ห้องนอนของแฟนคลับชั้นชายน์ ก่อนขึ้นชอบ.....	43
ภาพที่ 5.27 ห้องนอนของแฟนคลับชั้นชายน์ หลังขึ้นชอบ	44
ภาพที่ 5.28 Reference มุมมองของแฟนคลับ กับ มุมมองของชั้นชายน์.....	45
ภาพที่ 5.29 แบบร่างมุมมองของแฟนคลับที่ตามติดชั้นชายน์.....	45
ภาพที่ 5.30 มุมมองของแฟนคลับที่ตามติดชั้นชายน์.....	46
ภาพที่ 5.31 แบบร่างโปสเตอร์ 1.....	47
ภาพที่ 5.32 แบบร่างโปสเตอร์ 2.....	47
ภาพที่ 5.33 แบบร่างโปสเตอร์ 3.....	48
ภาพที่ 5.34 แบบร่างโปสเตอร์ 4.....	48
ภาพที่ 5.35 แบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ 1	49
ภาพที่ 5.36 แบบร่างสื่อประชาสัมพันธ์ ครั้งที่ 2	49
ภาพที่ 6.1 คาแรกเตอร์ชั้นชายน์.....	51
ภาพที่ 6.2 คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชายน์.....	51
ภาพที่ 6.3 คาแรกเตอร์ผู้เชี่ยวชาญ.....	52
ภาพที่ 6.4 คาแรกเตอร์แฟนชั้นชายน์.....	52
ภาพที่ 6.5 คาแรกเตอร์คู่จิ้นชั้นชายน์.....	52
ภาพที่ 6.6 ฉากโดยรวม.....	55
ภาพที่ 6.7 ภาพรวม Moving Poster	56
ภาพที่ 6.8 ภาพรวมสื่อประชาสัมพันธ์ วิธีเลิกหมกหมุ่น	57
ภาพที่ 6.9 ภาพรวมสื่อประชาสัมพันธ์ อาการเข้าข่าย Celebrity Worship Syndrome	58
ภาพที่ 6.10 Mock up สื่อประชาสัมพันธ์ วิธีเลิกหมกหมุ่น.....	59

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

ตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน ปฏิเสธไม่ได้ว่าเรามักจะได้เห็นเรื่องราวเกี่ยวกับเหล่าคนดังตามสื่อต่าง ๆ ยิ่งในยุคนี้ที่สามารถเข้าถึงง่ายได้มากขึ้น ซึ่งก็มีทั้งกระแสแสบงกและแสบงล แต่ประเด็นหรือพฤติกรรมที่ทำให้เกิดกระแสแสบงลบางอย่างก็ทำให้เกิดการตั้งคำถามว่าพฤติกรรมดังกล่าวร้ายแรงอย่างไร เช่น การมีแฟน การแก่ซึ้น การลงแข่งแล้วแพ้ การไม่โชว์หน้าลูก เป็นต้น ซึ่งกระแสสังคมบางส่วนก็มีการเกินเลย เช่น การใช้ Hate speech ในการโจมตี จนถึงรูกำลังพื้นที่ส่วนตัว และเมื่อเกิดขึ้นหลายครั้งก็ส่งผลทำให้เกิดค่านิยมที่ผิดเพี้ยนและจะถูกนำไปตัดสินกับผู้อื่นต่อ จนสร้างความเกลียดชังให้กับหลายฝ่าย จึงต้องการที่จะวิเคราะห์และนำเสนอถึงสาเหตุที่ทำให้คนในสังคม และ บุคคลที่มีความชื่นชอบในตัวคนดังเกิดความคาดหวังที่มากเกินไปทั้ง รวมถึงเสนอแนวทางในการปล่อยวางจากความคาดหวัง

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1.2.1 เพื่อเล่าถึงปัญหาสังคม และ สาเหตุของการคาดหวังที่มากเกินไปต่อบุคคลสาธารณะ
- 1.2.2 สร้างความตระหนัก และ ปรับเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลที่มีความคาดหวังที่มากเกินไป
- 1.2.3 เพื่อศึกษาการเขียน Story telling ให้ได้เนื้อหาที่ครอบคลุมและชัดเจน
- 1.2.4 เพื่อศึกษาการทำ Motion graphic และ ภาพประกอบที่เหมาะสมกับเนื้อหา

1.3 ขอบเขตของโครงการ

- 1.3.1 สื่อ Motion Graphic เวลา 4 นาที
- 1.3.2 สื่อประชาสัมพันธ์
 - 1.3.2.1 Moving Poster จำนวน 4 ชิ้น
 - 1.3.2.2 Social Media Contents โพสต์สำหรับ Facebook จำนวน 2 อัลบั้ม

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1.4.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

1.4.1.1 ศึกษาที่มาและพฤติกรรม Celebrity Worship Syndrome จากงานวิจัย และ เว็บไซต์จิตวิทยา

1.4.1.2 ศึกษาสภาวะ Halo Effect จากงานวิจัย และ เว็บไซต์จิตวิทยา

1.4.1.3 รวบรวมข่าวสารของคนสาธารณะที่เกี่ยวข้องกับประเด็นงานโครงการ

1.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปข้อมูลเบื้องต้น

1.4.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวม

1.4.2.2 สรุปขอบเขตงาน

1.4.2.3 วางโครงเรื่อง และ แนวทางการออกแบบ

1.4.3 เขียนสคริปต์เรื่อง และ Storyboard

1.4.4 ออกแบบคาแรกเตอร์ ปรับปรุง

1.4.5 อัดเสียงพากย์ และเรียบเรียง Animatic ด้วยโปรแกรม Adobe After Effect

1.4.6 ใช้โปรแกรม Procreate และ Adobe Photoshop ในการวาดภาพประกอบสื่อ และ ใช้โปรแกรม Adobe After Effect ในการสร้างภาพเคลื่อนไหว และ ใส่เสียงประกอบ

1.4.7 นำเสนองาน

1.4.8 ออกแบบสิ่งพิมพ์

1.5 กลุ่มเป้าหมาย

1.5.1 บุคคลช่วงอายุ 16 – 30 ปี

1.5.2 บุคคลที่มีความชื่นชอบในการติดตามบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักร้อง อินฟลูเอนเซอร์ นักกีฬา เป็นต้น

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.6.1 ได้ทักษะในการใช้โปรแกรม Adobe After Effect และการออกแบบ Motion Graphic และการคิด Story Telling
- 1.6.2 ปรับเปลี่ยนทัศนคติของคนในสังคมให้ลดความคาดหวังที่เกินเหตุต่อบุคคลสาธารณะที่อาจจะสร้างความเกลียดชังและค่านิยมที่ผิดเพี้ยนต่อไป



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

ความคาดหวังที่มีต่อบุคคลสาธารณะ

2.1 บุคคลสาธารณะ

เหล่าบุคคลสาธารณะ หรือ คนดัง คือบุคคลที่มีชื่อเสียง มีผู้คนรู้จักมากมายจากผลงาน หน้าตา ความสามารถ เรื่องราว หรืออื่น ๆ เป็นต้น ตัวอย่างของคนดัง เช่น ดารา นักร้อง นักกีฬา นักการเมือง เป็นต้น ซึ่งก็เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้คนชอบ หรือ อยากเป็น และมาติดตามในช่องทางSocial Media หรือ สนับสนุนพวกเขาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ชื่อของที่เกี่ยวข้องกับเขา เป็นต้น พวกเขามักจะปรากฏบ่อย ๆ ตามสื่อสาธารณะ และ เมื่อมีเรื่องอะไรเกี่ยวกับพวกเขาก็มักจะกลายเป็นประเด็นให้พูดถึงได้ง่าย

2.2 การชื่นชมในเหล่าคนดัง

การชื่นชมในเหล่าคนดังเป็นเรื่องปกติ มักจะเกิดขึ้นในเหล่าเด็กหรือวัยรุ่นที่กำลังค้นหาตัวตน ซึ่งก็มีบุคคลสาธารณะ หรือ คนดัง เป็นต้นแบบ ไม่ว่าจะในด้านรูปร่างหน้าตา สไตล์การแต่งตัว ความสามารถ และอื่น ๆ เราสามารถบอกได้ว่าคนดังนั้นมีอิทธิพลกับตัวตนของผู้คนได้อย่างมาก และ เมื่อเราเติบโตขึ้นก็มีความสนใจในเหล่าดั่งน้อยลง

ตัวอย่างของอิทธิพลคนดังที่มีต่อประชาชน

1. เทย์เลอร์ สวิฟต์ นักร้องชื่อดังที่มีอิทธิพลและสร้างแรงบันดาลใจในเพลงของเธอที่เกี่ยวกับความรักและการอกหัก ซึ่งวัยรุ่นส่วนมากมีความรู้สึกร่วมไปกับเนื้อเพลงของเธอ นอกจากนั้นตัวเธอและเพลงของเธอยังพูดถึงสิทธิของผู้หญิง รวมถึงออกมาปกป้องเรียกร้องสิทธิของผู้หญิงในวงการเพลง ซึ่งทำให้เธอมีอิทธิพลและสร้างแรงบันดาลใจให้กับเหล่าแฟน ๆ ผู้หญิงอย่างมาก ยิ่งสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่ง และ แฟนคลับที่เหนียวแน่น



ภาพที่ 2.1 เทย์เลอร์ สวิฟต์ และแฟนคลับในคอนเสิร์ต

ที่มา : <https://www.byarcadia.org/post/celebrity-worship-through-the-psychosociological-lens>

2. ฮาย-เซน Paper Planes นักร้องขวัญใจวัยรุ่นรุ่นพี่น่านม อัดคลิปวิดีโอล้างจมูกอย่างถูกวิธี จนกลายเป็นกระแสทำเด็ก ๆ ทำตามกัน ผู้ปกครองบางคนบอกให้พี่ฮาย พี่เซน กินผักโชว์หน่อย เพื่อหวังลูก ๆ หลาน ๆ จะทำตาม แต่ล่าสุดมีคลิปวิดีโอของเด็กหญิงคนหนึ่งหน้าตาน่ารักไม่ยอมกินผัก โดยผู้ใช้ TikTok ชื่อ @babyzompор ได้โพสต์คลิปลูกสาวรับประทานอาหาร พ่อคุณแม่ถามกินผักไหม ลูกสาวตอบทันควัน ไม่กิน แต่พ่อคุณแม่เอ่ยชื่อพี่ฮายดูอยู่ยอมกินผักทันที



ภาพที่ 2.2 ฮาย-เซน Paper Planes และแฟนคลับเด็ก ๆ ในซาฟารี

ที่มา : <https://thestandard.co/interview-paper-planes/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3 Celebrity Worship Syndrome

2.3.1 Celebrity Worship Syndrome คืออะไร และ สาเหตุ

Celebrity Worship Syndrome คือ Parasocial (ความสัมพันธ์ด้านเดียว) ประเภทหนึ่ง เป็นความรู้สึกที่รุนแรงต่อคนดังที่ชื่นชอบจนมีผลกระทบต่อตัวเองหรือเข้าไปคุกคามในชีวิตของคนดังคนนั้น อาการนี้ถูกนำเสนอโดย Donald Horton และ R.Richard Wohl ในปี 1956 โดยอาการนี้มีแนวโน้มจะสูงขึ้นเรื่อย ๆ ในแต่ละปีตามการพัฒนาของ Social Media เพราะ ผู้คนจะรับรู้ข้อมูล หรือ ชีวิตในด้านต่าง ๆ ของคนดังได้ง่ายขึ้น อีกทั้งก็ยังสามารถตอบโต้ได้โดยตรง

2.3.2 อาการ

อาการของ Celebrity Worship Syndrome สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับตามความรุนแรง ดังนี้

2.3.2.1 ระดับเพิลิตเพิลิน

เป็นระดับที่มีอาการต่ำที่สุด บุคคลในระดับนี้จะมีความสุขในการเสพข่าวเกี่ยวกับคนดัง และ การเข้าไปเกี่ยวข้องในสังคมของคนดังที่ชื่นชอบคนดังคนนั้นๆ เช่น เข้าไปอยู่ในกลุ่มแฟนคลับ

2.3.2.2 ระดับหมกหมุ่น

บุคคลในระดับนี้จะมีความหมกหมุ่นที่ต้องคอยติดตาม หยุดอยากรู้เรื่องของคนดังไม่ได้ มีอารมณ์ร่วมที่รุนแรงในเรื่องของคนดังที่ชื่นชอบ ซึ่งอาจจะพัฒนาเป็นโรคซึมเศร้า โรควิตกกังวลได้

2.3.2.3 ระดับผิดปกติทางบุคลิกภาพ

เป็นระดับที่มีอาการร้ายแรงที่สุด บุคคลในระดับนี้จะไม่สามารถควบคุมพฤติกรรมของตัวเองได้ หลงผิดจนไม่สามารถแยกความเป็นจริงกับจินตนาการเกี่ยวกับคนดังที่ชอบได้ เป็นต้นเหตุของพฤติกรรมที่เกินเลย เช่น บุคทำร้าย สตอล์กเกอร์ เป็นต้น

ซึ่งก็จะมีอาการ Erotomania ร่วมด้วย คือ อาการที่หลงผิดไปเองว่าคนดังคนนั้นรักตัวเองจริง ๆ

โดยบุคคลที่จะมาถึงระดับผิดปกติทางบุคลิกภาพได้ก็ผ่านระดับเพลิตเพลิน และ ระดับหมกหมุ่นมาก่อน จึงสามารถสรุปได้ว่าผู้ที่อยู่ในระดับเพลิตเพลินก็ยังมีความเสี่ยงจะพัฒนามาเป็นระดับผิดปกติทางบุคลิกภาพได้ และนอกจากนั้นอาการ Celebrity Worship Syndrome ก็สามารถทำให้เกิดพฤติกรรมการกินที่ผิดปกติ เสพติดการศัลยกรรม หรือ หมกหมุ่นในการซื้อของได้

2.3.3 บุคคลที่มีความเสี่ยงสูง

2.3.3.1 บุคคลที่มีพฤติกรรมหมกหมุ่นอยู่แล้ว

2.3.3.2 บุคคลที่มีปัญหา Avoidant Personality Disorder หรือ อาการไม่กล้าออกสังคม รู้สึกว่าตนบกพร่อง

2.3.3.3 บุคคลที่มีความสัมพันธ์กับคนรอบตัวไม่ดี

2.3.3.4 บุคคลที่มีอาการวิตกกังวล และ ซึมเศร้า

ซึ่ง Celebrity Worship Syndrome จะทำให้มีอาการแย่ง

2.3.3.5 บุคคลที่มีความต้องการที่ต้องเปลี่ยนแปลงรูปร่างหน้าตาตามคนดัง

ซึ่งอาจนำไปสู่ Body Dysmorphia Disorder หรือ ความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจในรูปร่าง และหน้าตาของตนเองเกินปกติ

2.3.4 ตัวอย่างของบุคคลที่เข้าข่ายอาการ Celebrity Worship Syndrome

2.3.4.1 แฟนคลับของนักแสดงหลิวเต๋อหัว ‘หยางลี่จวน’

หยางลี่จวน ขึ้นชื่อนักแสดงหลิวเต๋อหัวอย่างมากกับบทบาทที่เขาได้แสดงในภาพยนตร์เรื่องต่าง ๆ ซึ่งก็เกิดอาการหลงผิดและหมกหมุ่นในการติดตาม ถึงขนาดลาออกจากโรงเรียน ขายบ้าน ย้ายเมือง ดักรอหลิวเต๋อหัว จนสุดท้ายทำให้เกิดกระแสกดดันและโจมตีต่อตัวหลิวเต๋อหัวว่าเป็นคนใจร้าย ไม่เห็นใจแฟนคลับ และท้ายที่สุดเกิดพ่อของหยางลี่จวนก็ทำการฆ่าตัวตายเพื่อให้ลูกได้เจอกับนักแสดงคนโปรด ซึ่งหยางลี่จวนก็เสียใจกับการจากไปของพ่อ ทำให้เธอกลับใจ หุตุที่จะตามหลิวเต๋อหัวต่อไป



ภาพที่ 2.3 หยางลี่จวน กับ นักแสดงหลิวเต๋อหัว

ที่มา : <https://www.straitstimes.com/lifestyle/entertainment/andy-lau-fan-regrets-obsession-with-actor-that-led-to-suicide-of-her-father>

2.3.4.2 แฟนคลับวง BTS โอลี่ ลอนดอน

โอลี่ ลอนดอน ผู้ที่บอกว่าตัวเองนั้นเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS ได้ทุ่มเงินกว่า \$100,000 เพื่อศัลยกรรมให้หน้าตาเหมือน จีมิน สมาชิกวง เป็นเวลาถึง 5 ปี ซึ่งก็ได้ออกมาพูดว่าแม้แต่จะอยากหน้าตาเหมือนกันแล้ว ยังจะอยากมีเสียงที่เหมือนกันอีกด้วย รวมถึงได้ฝึกพูดภาษาเกาหลี เรียนรู้วัฒนธรรมเพื่อให้ตัวเองได้กลายเป็นคนเกาหลีจริง ๆ



ภาพที่ 2.4 โอลี่ ลอนดอน และ จีมิน วง BTS

ที่มา : <https://www.elitereaders.com/bts-fan-plastic-surgery-to-look-like-jimin/>

2.3.5 การรักษา

การรักษาอาการ Celebrity Worship Syndrome ควรปรึกษานักจิตวิทยาหรือจิตแพทย์โดยตรง เพราะคนส่วนมากมักจะไม่รู้ตัวว่าตัวเองมีอาการ หากรู้ตัวว่าตัวเองเริ่มเข้าข่ายนอกจากปรึกษาผู้เชี่ยวชาญแล้ว ลองออกมาจากติดตามคนดังคนนั้น งดเข้า Social media

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

พูดคุยกับคนรอบตัว แลกเปลี่ยนความคิดกับสังคมอื่น ๆ แก้ไขปัญหาภาวะในชีวิต หางาน
อดิเรกที่สามารถสร้างความสุขหรือความสำเร็จเล็ก ๆ

2.4 สภาวะ Halo Effect

2.4.1 Halo Effect คืออะไร

คำว่า Halo หากแปลตรงตัวจะหมายถึงรัศมีวงกลมที่อยู่บนหัวของเทวดานางฟ้า ซึ่ง halo effect จะใช้เรียกภาวะการรับรู้ที่เรามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งและประเมินสิ่งนั้นดีเกินจริง
ราวกับเราเห็นรัศมีนางฟ้าอยู่บนสิ่งนั้นๆ



ภาพที่ 2.5 ภาพประกอบภาวะ Halo Effect

ที่มา : <https://missiontothemoon.co/psychology-the-halo-effect/>

2.4.2 สาเหตุ

โดยปกติแล้วในวินาทีหนึ่ง สมอของเรามีเรื่องที่น่าสนใจจำนวนมาก สมอจึงมีวิธี
หาทางลัดในการตัดสินใจ โดยอิงจากประสบการณ์หรือความรู้สึกของเราเอง เพื่อให้การ
ตัดสินใจง่ายและรวดเร็วขึ้น แต่การตัดสินใจตามประสบการณ์และความรู้สึกนี้อาจมีอคติ
ลำเอียง และด่วนสรุปโดยไม่อยู่บนตรรกะและเหตุผลที่ถูกต้อง หรือที่เรียกว่าการ Stereotype

แนวคิดนี้เริ่มมีการศึกษาตั้งแต่ปี 1920 โดย Thorndike นักจิตวิทยาชาวอเมริกัน ที่ได้
ทำการทดลองและพบว่าการรับรู้ลักษณะเด่นมีผลต่อการประเมินและการตัดสินใจ โดยลักษณะเด่น
จะทำหน้าที่เป็นเหมือนภาพลวงตาให้เราประเมินสิ่งอื่นๆ ดีไปด้วย เช่น การที่เรามักพบว่าคน
หน้าตาดีมักได้รับการประเมินที่ดีกว่าคนหน้าตาไม่ดี ไม่ว่าจะป็นด้านนิสัยหรือความสามารถ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4.3 การขจัดความคิดแบบ Halo Effect

Halo effect มักจะเกิดขึ้นโดยที่เราไม่รู้ตัว ดังนั้นควรหมั่นตรวจสอบตัวเองอยู่เสมอว่ามีความลำเอียงหรือไม่ หรือ สร้างเกณฑ์ขึ้นมาเพื่อนำมาประเมินอย่างมีมาตรฐาน ลดความผิดพลาดหรือ ความเกลียดชังอย่างไม่มีสาเหตุ

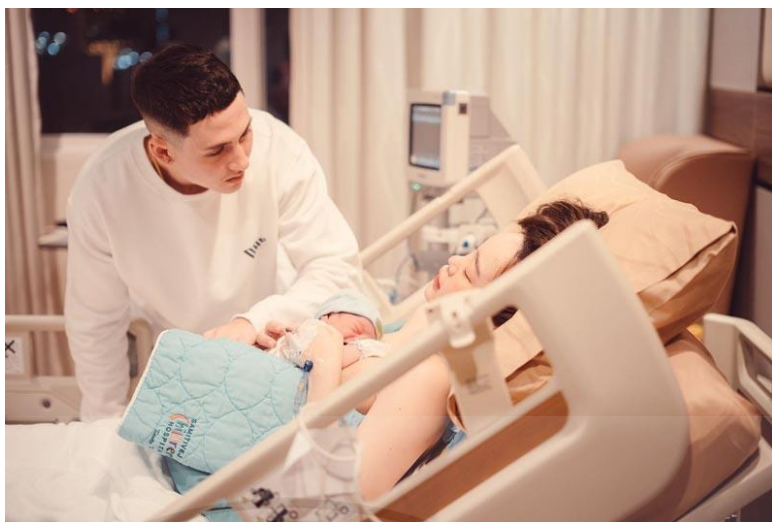
2.5 ความคาดหวังที่มีต่อบุคคลสาธารณะ

ด้วยความชื่นชอบจากแฟนคลับ โดยเฉพาะบุคคลที่เข้าข่ายอาการ Celebrity Worship Syndrome และคนในสังคมที่มีสภาวะ Halo Effect จึงทำให้คนดังถูกประเมินว่าจะต้องเหมือนภาพลักษณ์ที่คิดไว้ไม่ว่าจะในด้านไหน ๆ แม้จะไม่เกี่ยวกับผลงานของเขา หรือ ต้องสมบูรณ์แบบให้สมกับชื่อเสียงและความรักที่ได้รับ ซึ่งเกณฑ์การตัดสินใจนี้ก็ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นแต่ละคน ถ้าไม่ใช่เรื่องผิดศีลธรรมจึงบอกได้ยากอะไรถูกหรือผิด แต่เมื่อถูกทำให้ผิดหวัง ก็เกิดอารมณ์ที่รุนแรง บางส่วนเกิดพฤติกรรมเกินเลย เช่น ใช้ Hate Speech รุกล้ำพื้นที่ส่วนตัว คุกคาม เป็นต้น

ตัวอย่างของบุคคลสาธารณะที่ได้รับผลกระทบจากความคาดหวังจากสังคม

1. ครอบครัวของ ปุ่มปุ้ย – กวินท์ โดนแซะไม่ยอมเปิดเผยหน้าของลูกลงโซเชียล

ภายหลังที่ทางครอบครัวของนางแบบ ปุ่มปุ้ย และนักร้อง กวินท์ ตัดสินใจไม่เปิดเผยหน้าของลูกลง Social Media ก็มีทั้งคนชื่นชมว่าเป็นการเคารพสิทธิของลูก แต่ก็มีกระแสโจมตีเข้ามา เช่น แซะว่าเลียนแบบดาราดะวันตก ดิหน้าตาของเด็ก และอีกมากมาย ซึ่งทางครอบครัวก็ได้ประกาศว่าจะทำการฟ้องคนที่โจมตี

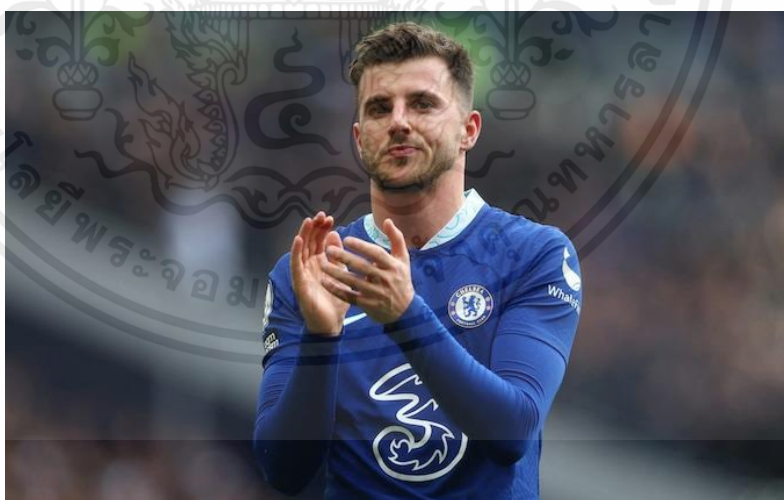


ภาพที่ 2.6 ครอบครัวของ ปุ่มปุ้ย – กวินท์

ที่มา : <https://women.kapook.com/view251385.html>

2. แฟนบอลไม่พอใจนักฟุตบอลฟอร์มตก โจนต์ ไล่ออกจากทีม

นักฟุตบอลทีมเชลซี เมสัน เมาท์ โดนแฟนบอลคอยโจมตีในโซเชียลเรื่องผลงานการแข่งขันที่แย่ง แม้กระทั่งโพสต์อวยพรวันเกิดก็ยังมีแฟนบอลคอมเมนต์ไล่ออกจากทีม ซึ่งเมื่อโดนเป็นเวลาต่อเนื่องก็เสียความมั่นใจมากขึ้น



ภาพที่ 2.7 นักฟุตบอล “เมสัน เมาท์”

ที่มา : <https://www.telegraph.co.uk/football/2023/03/14/losing-mason-mount-would-disaster-chelsea/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. “กฎหมายซอลลี” ต่อด้านการ “บูลลี่” บนโลกออนไลน์

สมาชิกรัฐสภาของเกาหลีใต้ จำนวน 9 คน ร่วมกันเสนอร่างกฎหมายฉบับใหม่ เพื่อต่อต้านการกระทำความรุนแรงทางไซเบอร์ (Cyberbullying) หลังจากศิลปินสาว “ซอลลี” อดีตสมาชิกวง f(x) เสียชีวิตด้วยภาวะซึมเศร้าจากคำวิจารณ์ที่รุนแรงบนโลกออนไลน์ที่เธอได้รับมาอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 2.8 ศิลปินสาว “ซอลลี”

ที่มา : <https://www.elfolivree.com.br/2023/06/persona-sulli-netflix.html>

บทที่ 3

Motion Graphic

3.1 Motion Graphic คืออะไร

Motion Graphic คือ รูปแบบงานกราฟิกที่มีระบบการทำงานในรูปแบบ Animation หรือสร้าง Digital footage ที่สร้างภาพเคลื่อนไหวลงตาให้ปรากฏบนจอภาพ ประกอบกับเสียง และสื่อผสมต่าง ๆ ถือว่าเป็นแนวทางการสื่อสารโดยเพิ่มมิติให้กับเรื่องราวให้น่าสนใจ มักจะใช้กับโฆษณา Title sequence ในภาพยนตร์ วิดีโอสำหรับการอธิบาย เผยแพร่ข้อมูล เป็นต้น



ภาพที่ 3.1 ตัวอย่าง Motion Graphic

ที่มา : <https://cleverclipstudios.com/en-ch/blog/what-is-motion-design-graphic-design-explained/>

3.2 Motion Graphic ทางจิตวิทยา

Motion Graphic ทางจิตวิทยา คือ สื่อที่จัดทำขึ้นเพื่ออธิบายถึงอาการทางจิตวิทยาในรูปแบบ Animation โดยมักจะสร้างความเข้าใจถึงอาการ ความรู้สึก มุมมองของผู้มีอาการ ซึ่งมีทั้งการเล่าเรื่องสมมติ หรืออิงตามเคสที่เคยเกิดขึ้น ผ่านการใช้สี ตัวละคร เสียงประกอบ เป็นต้น และมีการ

อธิบายสาเหตุของอาการโดยใช้ Infographic มาช่วยอธิบาย หรือออกแบบคาแรกเตอร์ให้เกิดความเข้าใจที่ชัดเจน

ตัวอย่างของ Motion Graphic ทางจิตวิทยา

1. DMH Animation | PD (Personality Disorder) ความผิดปกติทางบุคลิกภาพ เผยแพร่โดย กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

สื่อ Motion Graphic ที่นำเสนอปัญหาด้านสุขภาพจิต เรื่อง PD (Personality Disorder) ความผิดปกติทางบุคลิกภาพ โดยจะอธิบายอาการที่พบได้บ่อย ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหา การดูแลรักษาเบื้องต้น และการป้องกันปัญหาในระยะยาว ด้วยการเปรียบเทียบคาแรกเตอร์จากภาพยนตร์/นวนิยาย Harry Potter ซึ่งเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และทำให้เห็นภาพของอาการได้ชัด



ภาพที่ 3.2 การเปรียบเทียบอาการ PD ประเภทเก็บตัวกับคาแรกเตอร์ เซเวอรัส สเนป

ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=deas2vrpT-A>

2. The psychology of narcissism - W. Keith Campbell เผยแพร่โดย TED-Ed

สื่อ Motion Graphic ที่นำเสนอปัญหาด้านสุขภาพจิต เรื่องอาการหลงตัวเอง (Narcissim) โดยจะอธิบายอาการที่พบได้บ่อย ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหา การดูแลรักษาเบื้องต้น และการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ป้องกันปัญหาในระยะยาว ซึ่งจะมีการใช้ภาพเปรียบเทียบ และ ออกแบบคาแรกเตอร์เป็นราชาที่ทำให้เข้าใจความรู้สึกของผู้ป่วยว่าเขา มองโลกออกมาเป็นยังไง และ เข้าใจถึงอาการได้ดี



ภาพที่ 3.3 การใช้เปรียบเทียบให้เห็นมุมมองของคนที่มีอาการ Narcissism
ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=arJLy3hX1E8>

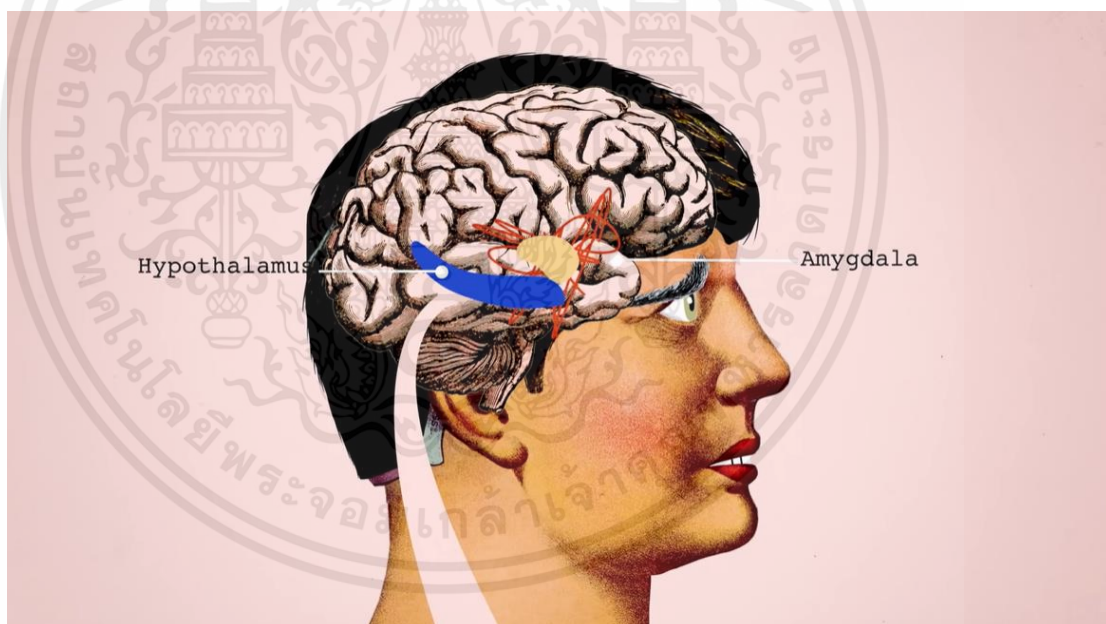
3. What's normal anxiety -- and what's an anxiety disorder? | Body Stuff with Dr. Jen Gunter เผยแพร่โดย TED-Ed

สื่อ Motion Graphic ที่นำเสนออาการวิตกกังวลว่าคืออะไร แนวโน้มที่จะการเป็นโรควิตกกังวล วิธีการรักษา โดยเทคนิคในสื่อจะใช้เป็นผู้เชี่ยวชาญ ดร.เจน กันเตอร์ มาพูดอธิบาย ควบคู่กับการใช้ภาพ Infographic มาอธิบายให้เข้าใจกลไกในร่างกายที่สัมพันธ์กับโรควิตกกังวล รวมถึงใช้ภาพประกอบเทคนิค Mix Media มาใช้ให้เกิดการเห็นภาพของอาการวิตกกังวล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.4 ผู้เชี่ยวชาญมาอธิบายถึงอาการวิตกกังวล
ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=xsEJ6GeAGb0>



ภาพที่ 3.5 การใช้ Infographic อธิบายกลไกร่างกายเมื่อเกิดการวิตกกังวล
ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=xsEJ6GeAGb0>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.6 การใช้ Infographic อธิบายกลไกร่างกายเมื่อเกิดการวิตกกังวล
ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=xsEJ6GeAGb0>

4. " คนบ้า " บ้าจริงหรือ ? เบื้องหลังชีวิต ผู้ป่วยจิตเภท เผยแพร่โดย นवल

สื่อ Motion Graphic ที่นำเสนอโรคจิตเภท หรือ Schizophrenia โดยนำเสนอวิธีการเล่าด้วยการสมมติตัวละคร ชื่อ ยัง ให้มีอาการของโรคนี้ออกเล่าความรู้สึกที่ตัวเองเผชิญ หลังจากนั้นก็อธิบายถึงอาการ สาเหตุ ความกังวลที่เกิดจากสังคม วิธีการรักษา



ภาพที่ 3.7 การใช้ตัวละครเล่าถึงมุมมองและอาการโดยตรง

ที่มา : <https://www.youtube.com/watch?v=0wN02HoWfHo>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูลเบื้องต้น

4.1 โครงเรื่อง

จากการศึกษาเกี่ยวกับสาเหตุและผลกระทบของความคาดหวังที่มากเกินไปต่อบุคคลสาธารณะ ทำให้สามารถเรียบเรียงโครงเรื่องได้ดังนี้

4.1.1 ทำไมเราถึงปลื้มคนดัง

พูดถึงจุดเริ่มต้นในการสนใจคนดัง พฤติกรรมหลังชื่นชอบคนดังคน การได้รับอิทธิพลจากคนดังในเรื่องต่าง ๆ

4.1.2 คนดังถูกปลื้มแล้วเป็นยังไง

พูดถึงพฤติกรรมของคนดังเมื่อตนเองมีกระแส เช่น พยายามรักษากระแสต่อไปด้วยวิธีการต่าง ๆ หรือ หลีกหนี

4.1.3 สาเหตุของความคาดหวังที่เกินเหตุ และ ผลกระทบ

พูดถึงอาการ Celebrity Worship Syndrome ซึ่งเป็นความคาดหวังที่เกิดจากแฟนคลับที่มีความชื่นชอบรุนแรงจนหลงผิด และ สภาวะ Halo Effect ที่สร้างความคาดหวังต่อบุคคลสาธารณะในกลุ่มประชาชน รวมถึงนำเสนอผลกระทบที่เกิดขึ้นจริงตามเหตุการณ์ที่เป็นข่าว ทั้งข่าวที่บุคคลสาธารณะถูกโจมตี และ กลับมาฟื่อง

4.1.4 วิธีหยุดความคาดหวัง

พูดถึงแนวทางการรักษาอาการ Celebrity Worship Syndrome และการหมกหมุ่นกับ Social Media นำเสนอแนวทางการชื่นชอบและการติดตามคนดังในด้านที่ดี

4.2 แนวคิด

เมื่อพิจารณาจากโครงเรื่อง จึงได้แนวคิดในการเล่าเรื่องได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

4.2.1 made by society

4.2.1.1 วิธีการเล่า

อธิบายโดยออกแบบคาแรกเตอร์ของบุคคลสาธารณะให้กลายเป็นสัตว์ประหลาดที่ดูดีเกินจริง น่าเกลียดเกินจริง มีส่วนประกอบที่แปลกประหลาดที่ประชาชนและแฟนคลับเลือกให้มี เพื่อเปรียบเทียบถึงความคาดหวังจากสังคมที่มีต่อคนดังที่มากเกินไป พร้อมทั้งนำเสนอข่าวของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงลงในสื่อ Motion graphic

4.2.1.2 แนวทางการออกแบบ

ออกแบบภาพประกอบสไตล์ Surrealistic เล่นกับ Shape & Form ให้เข้ากับแนวคิดสัตว์ประหลาด ใช้สีสดใสให้ดูน่าสนใจ ดึงดูด



ภาพที่ 4.1 ภาพประกอบแนว Surrealistic

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.1.3 สคริปต์

เคยคิดกันบ้างมั๊ย ว่าทำไมเราต้องตื่นตื่นอยากรู้ว่าลูกของดาราน้ำตาเป็นยังไง? หรือทำไมแค่ภาพนักร้อง E หลุดไปแทบจะออกจากพรรค นี่ยังไม่ับรวมแค่นักกีฬา F ยิ่งลูกโทษไม่เข้า แทบจะต้องตั้งโต๊ะแถลงข่าวชี้แจง ต้องอดหลับอดนอนแปลงร่างเป็นนักสืบเพราะแค่อยากรู้เรื่องพวกนี้ ซึ่งถ้าเป็นเรื่องของคนธรรมดา หรือคนรอบตัว เราคงไม่วางไปยุ่งกับเรื่องของเขาขนาดนั้นหรอก ว่ามะ แต่พวกเขาเป็นคนของประชาชน เป็นคนที่เรารัก เพราะงั้นเราก็มีสิทธิ์ที่จะรู้หนิ....(เหอ!)

ช่วงหนึ่งในชีวิตแต่ละคนคงจะเคยมีโมเมนต์ปลื้มคนดังซั๊กคน ไม่ว่าจะจากรูปร่างหน้าตา ผลงานที่โดดเด่น เรื่องราวที่กินใจน่านับถือ หรือแม้จะชอบตามเพื่อนๆ เพราะใคร ๆ ก็กรี๊ดเขา จากนั้นเราก็ไปติดตาม ซัพพอร์ต ยอมจ่ายเงินเพื่อซื้อของเขา จนถึงได้แรงบันดาลใจมาใช้ชีวิต ยิ่งหลายคนชอบเขา เขาก็ยิ่งดัง โอกาสก็จะวิ่งเข้าหาเขา อิทธิพลของเขาก็ก็น่าติดตาม รวมถึงความคาดหวัง...

คนดังเอง แน่แน่นอนว่ายินดีกับสิ่งที่ได้รับมา แต่เขาก็รู้ว่ากระแสมีดับ มียุคนี้ก็ยิ่งเร็ว เพราะงั้นเพื่อคงกระแสตลอดไป จึงพยายามรักษาภาพลักษณ์ที่ผู้คนชื่นชอบแต่ละ สำหรับคนดังบางกลุ่มก็รู้สึกว่าได้เป็นปัญหาชีวิตของเขา แต่ก็มีอีกไม่น้อยที่ต้องฝืน ทั้งตัวตนและร่างกาย แล้วก็ไม่ใช่ทุกคนที่อยากจะพยายามรักษาภาพลักษณ์นั้นไว้ บางส่วนก็เลือกหนีออกไป เพราะยังอยู่ก็ยังมีคนมาคาดหวังกับสิ่งนั้น และเรื่องอื่นมากขึ้นเรื่อย ๆ หนักเข้าถึงขั้นที่ระเบิดลง เลือกเดินไปในทางที่ผิดๆ หรือแม้แต่ระเบิดความรู้สึกลงโซเชียล และออกจากวงการไปในที่สุด

ดูแล้วก็เป็นเรื่องที่น่ากลัวนะ ว่าจากตอนแรกที่เราและสังคมต่างให้ความรักต่อเขา สุดท้ายถึงกลายเป็นความกดดันขนาดนี้ได้ไง? เป็นเรื่องปกติของมนุษย์ก็จริงที่มักจะคาดหวังกับสิ่งรอบตัว ยิ่งมองไปยังคนสาธารณะที่คอยตามใจสังคม ไม่แปลกใจเลยที่ความหวังพวกนั้นก็ไปลงกับเขา พ่วงกับ Halo Effect อคติความคิดที่เมื่อเราเห็นเรื่องดี ๆ ของใครซั๊กคน สมองก็ตัดสินทันทีว่าด้านอื่นก็ต้องดีด้วย ก็หวังขึ้นมาอีก! แต่เกณฑ์ความดีและไม่ดีของแต่ละคนก็ต่างกัน ถ้าให้ทำทั้งหมดจะมีใครทำได้? ยังไม่พอต้องไปซุดคู้ย ตามด่าเรื่องอื่น บังคับ ตัดสินเขา พอมีคนเห็นด้วยก็ได้รับความสุขจากตรงนั้นแทน

ยิ่งในยุคที่ social media อยู่ในชีวิตประจำวัน เราเข้าถึงกับเขาได้มากขึ้น ก็ยิ่งเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ รู้จักเขาไปดีซะหมด โดยในกลุ่มแฟนคลับ ถ้าหนัก ๆ ขึ้น ก็ จะเกิดอาการหลงผิดที่เรียกว่า worship syndrome เพราะเราทุ่มเทให้เขา เราเลยต้อง มีส่วนร่วมในทุกอย่าง เพราะเราพิเศษกับเขาหนี ซึ่งอาการนี้จากสถิติก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เรื่อยๆ พอเกิดขึ้นซ้ำๆ มันก็กลายเป็นเรื่องปกติ สร้างค่านิยมที่ผิดเพี้ยนและนำไปตัดสิน กับคนอื่นต่อ แม้กับคนทั่วไป

แน่นอนว่าเรื่องของคนดั่งมันสนุก จนลืมไปว่าตัวเองกำลังหลีกเลี่ยงความเป็น จริ่งอยู่รึป่าว จนลืมนึกว่าคนตรงนั้นเป็นคนจริง ๆ ที่ชีวิตมีด้านแบบคนธรรมดา มีความ ผิดพลาด มีการเปลี่ยนแปลง ไม่มีใครสามารถรับความคาดหวังที่หนักขนาดนี้แล้วจะไม่ เป็นอะไร ถึงแม้จะอยากได้รับความนิยมนั่นไหน หรือแสดงออกว่าโนสนโนแคร์กับความ เกลียดชังแต่ก็มีไม่น้อยที่ต้องหันไปฟ้องคนที่เคยเป็นแฟนคลับ หรือแม้กระทั่งจบชีวิต ตัวเอง

เพื่อจบวังวนนั้นจึงต้องพยายามทำความเข้าใจ ให้คนอื่นช่วยดึงออกมา มอง ว่าเรายังมีครอบครัวที่สามารถระบาย งานอดิเรกอย่างอื่นที่สามารถสร้างความสุข ความสำเร็จเล็กๆ ให้เราได้สุดท้ายแล้วก็ไม่มีใครทำให้คุณมีความสุขได้เท่าตัวเอง หมกหมุ่นในการคาดหวังและส่งต่อความเกลียดชังไปให้คนอื่น ก็มีแต่ทำให้คุณรู้สึกดีแค่ แปปเดียว ตามมาด้วยความลำบากและเสียเวลา ถ้าคุณชื่นชอบเขา ให้นึกถึงสิ่งที่เขาทำ ให้คุณมีความสุข ให้เป็นความรักที่ช่วยขับเคลื่อนชีวิตคุณไปในทางที่ดี

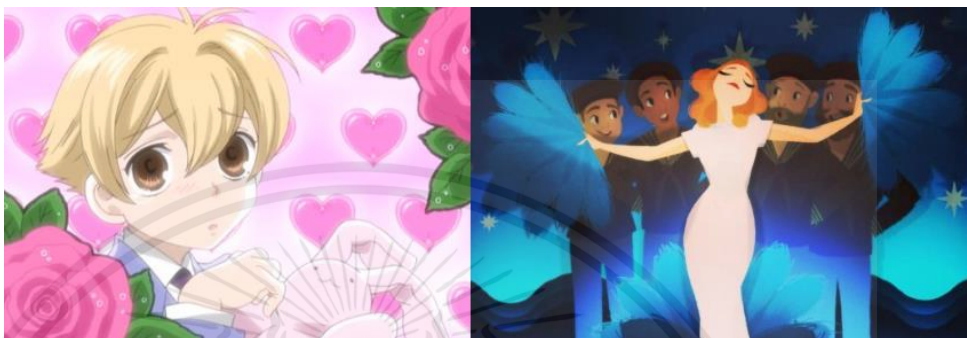
4.2.2 Love(hate)ble

4.2.2.1 วิธีการเล่า

เล่าเรื่องผ่านมุมมองของตัวละครแฟนคลับที่มีความชื่นชอบในนักแสดง “ซันชายน” ที่สดใส เปล่งประกายเหมือนแสงอาทิตย์ จนมีอาการของ Celebrity Worship syndrome และอธิบายสาเหตุของอาการและความคาดหวังจากสังคมที่มีต่อ บุคคลสาธารณะ นำเสนอข่าวของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง วิธีการรักษาและปล่อยวาง จากการคาดหวัง ด้วยตัวละครผู้เชี่ยวชาญ

4.2.2.2 แนวทางการออกแบบ

เล่าด้วยภาพประกอบสไตล์การ์ตูนที่มีสีสันสดใสให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย ใส่ฟิลเตอร์ที่สดใส สีชมพู เพื่อสื่อถึงมุมมองของแฟนคลับที่มองคนดังที่ชื่นชอบด้วยความรัก และใช้สปอร์ตไลท์กับตัวคนดังเพื่อสื่อถึงความโดดเด่นและถูกจับตามอง



ภาพที่ 4.2 ภาพประกอบแนวการ์ตูน

4.2.2.3 สคริปต์

ไม่อยากจะเชื่อ ฉันโดนฟ้อง! จากคนที่บอกว่าจะทำเพื่อแฟนคลับอย่างฉัน
อย่างนี้ แต่สุดท้ายทำแบบนี้หรือ? ทั้งที่ฉันนะ...

ในวันที่น่าเบื่อ ไม่มีอะไรได้ตั้งใจฉันเลย แต่มีอยู่อย่างหนึ่งที่ทำให้วันนี้มันพิเศษ
ขึ้นมา นั่นคือ ชันชายน นักแสดงชื่อดัง ยิ่งตามก็ยิ่งชอบเขา เขาทำอะไรก็ดีไปหมด
โดยเฉพาะตอนอยู่กับคู่จิ้น รู้ตัวอีกทีโลกของฉันก็มีแต่เขาซะแล้ว ชันเองก็คอยขอบคุณ
บอกว่ายินดีมากกับความรักรที่ฉันให้ ฉันยิ่งอยากห่มให้เขามากขึ้น อยากรู้เรื่องราวของ
เขาทุกเรื่อง ต้องตามไปทุกที่ไม่มีพลาต คอยแนะนำว่าทำแบบนี้สิแบบนี้สิ เห็นมั๊ยว่า
ฉันใส่ใจเขาสุด ๆ

แต่แล้ววันนึง ชันก็ประกาศว่ามีแฟน... เฮ้อ ในยุคนี้ดาราก็มีแฟนก็ปกติแหละ
แต่ผู้หญิงอะนะ? เขากับคู่จิ้นดูเรียลมากกว่าอีก รู้สึกไม่ถูกต้องเลย ฉันคงต้องเตือนให้ชัน
ชายนรู้ตัวซะแล้ว แต่สุดท้ายฉันกลับโดนเขาฟ้อง นี่หรือผลตอบแทนที่ฉันหวังดี ห่มเท
ให้เขายิ่งกว่าใคร ฉันผิดตรงไหน? ใครๆก็ทำปะ!

(เปลี่ยนตัวละครเป็นผู้เชี่ยวชาญ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผิดจำ ผิดมากด้วย อาการของน้องเนี่ยเข้าข่าย celebrity worship syndrome ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเกิดในผู้คนมากขึ้นทุก ๆ ปี ด้วย social media ที่เข้าถึงง่ายขึ้น และการหลงผิดแบบนี้ก็ไม่ได้เกิดขึ้นแค่กับแฟนคลับเท่านั้นนะ ให้อธิบายด้วยหลักจิตวิทยา นั่นก็คือ Halo effect ที่ทุกคนคงเคยเป็นกัน ว่าเมื่อเห็นเรื่องดี ๆ ของใคร สมองก็จะด่วนตัดสินว่าด้านอื่นของเขาก็ต้องเพอร์เฟค! ยิ่งคนดังที่เราเห็นว่าเขามีแต่เรื่องดี เรียกกันว่าบุคคลสาธารณะ ก็ไม่แปลกที่สังคมจะคาดหวัง ถ้ามีเรื่องไม่ดี ก็จะถูกมองว่าแย่งจนยอมรับไม่ได้เลย! เมื่อมีหลายคนเห็นด้วยมากขึ้น ก็จะกลายเป็นเรื่องปกติ ยิ่งสร้างค่านิยมที่ผิดเพี้ยน และนำไปตัดสินคนอื่นที่เรารู้จักเพียงด้านเดียว

แน่นอนว่าเรื่องของคนดังนั้นเป็นอีกโลกที่น่าสนใจ แต่คุณอาจจะคาดหวังเกินไป จนหลงลืมว่าเขาเป็นคนจริง ๆ มีความคิด มีความรู้สึก มีการเปลี่ยนแปลง ถึงแม้จะอยากได้รับความนิยม หรือบอกว่าไม่สนใจความเกลียดชัง แต่ก็ยังมีคนไม่น้อยที่ได้รับผลกระทบจนต้องกลับมาฟุ้งเหมือน ชันชายน์ หรือเลวร้ายกว่านั้น ถ้าไม่อยากเป็นแบบน้องแฟนคลับคนนี้ หรือชาวเน็ตคนอื่น ๆ ลองพักจาก social media พูดคุยกับคนรอบตัว หางานอดิเรกที่สร้างความสุข สร้างความสำเร็จเล็ก ๆ เพราะการคาดหวังและส่งต่อความเกลียดชังให้คนอื่น อาจจะทำให้รู้สึกดีได้แค่แป๊บเดียว ตามมาด้วยความเครียด เสียเวลากับการหมกมุ่น เผลอ ๆ โดนฟุ้งเหมือนกันอีก

สุดท้ายแล้ว ถ้าคุณชื่นชอบใครซักคน ก็อย่าลืมที่จะเคารพพื้นที่และตัวตนของเขา เอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงสิ่งที่เขาทำให้คุณมีความสุข เป็นความรักและแรงผลักดันที่จะช่วยพาคุณไปในทางที่ดีขึ้น นั่นย่อมจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุด

บทที่ 5

การออกแบบ

5.1 แนวทางการออกแบบคาแรกเตอร์

5.1.1 แนวทางการออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 1

ในการออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 1 มีแบบร่างด้วยกัน 2 แบบ ทั้ง 2 แบบมุ่งเน้นให้ตัวละครชายเป็นนักแสดงที่มีความสดใส สว่างเจิดจ้า เหมือนชื่อ ดุ้ยรุ่นทันสมัย และออกแบบตัวละครคู่จิ้นของชายให้มีความคล้ายกัน เข้ากัน



ภาพที่ 5.1 Reference คาแรกเตอร์ชายในแนวทางการออกแบบครั้งที่ 1

ส่วนคาแรกเตอร์ของแฟนคลับตั้งใจให้เป็นเด็กวัยรุ่นหญิงที่มีปัญหาในชีวิตประจำวัน



ภาพที่ 5.2 Reference คาแรกเตอร์แฟนคลับชายในแนวทางการออกแบบครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คาแรกเตอร์ของผู้เชี่ยวชาญมีความน่าเชื่อถือ มีหลักการ



ภาพที่ 5.3 Reference คาแรกเตอร์ผู้เชี่ยวชาญในแนวทางการออกแบบครั้งที่ 1

และ คาแรกเตอร์ของแฟนชั้นชายน์จะเป็นผู้หญิงธรรมดาที่ไม่มีความเข้ากันกับชั้นชายน์

แบบร่าง 1

มีแนวคิดในการออกแบบโดยให้ชั้นชายน์และคู่จิ้นที่เป็นนักแสดงมีความสดใส ใช้สีชมพู ส้ม โทนสว่างให้รู้สึกถึงพลังงานบวก ชุดและผมมีโทนสีไปในทางเดียวกันให้ดูเหมาะสมกันตามมุมมองของแฟนคลับ



ภาพที่ 5.4 คาแรกเตอร์คู่จิ้นชั้นชายน์ (ผมชมพู)

และ ชั้นชายน์ (ผมเหลือง) ในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีแนวคิดในการออกแบบแฟนคลับชั้นชาชนให้เดิมทีใส่เสื้อยืดสีน้ำตาลให้ดูน่าเบื่อ และเมื่อได้ติดตามชั้นชาชนก็ใส่เสื้อสีส้มเดียวกับชั้นชาชน มีผมยุ่งเหยิงสื่อถึงการไม่ค่อยดูแลตัวเอง



ภาพที่ 5.5 คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชาชนในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 1

มีแนวคิดในการออกแบบแฟนของชั้นชาชนให้ใช้สีเขียวที่ตรงกันข้ามกับสีโทนมชมพูส้ม ให้รู้สึกถึงความไม่เข้ากันเหมือนมุมมองของแฟนคลับ และ ผู้เชี่ยวชาญใส่ชุดสีน้ำเงินสดใสที่มีความน่าเชื่อถือและสมัยใหม่



ภาพที่ 5.6 คาแรกเตอร์แฟนชั้นชาชน (ผมเขียว) และผู้เชี่ยวชาญ (ผมน้ำเงิน)
ในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 1

แบบร่าง 2

มีแนวคิดเดียวกับสเก็ทที่ 1 แต่ออกแบบให้มีความเป็นการ์ตูนกว่า ให้
ความรู้สึกน่ารัก



ภาพที่ 5.7 คาแรกเตอร์คู่จิ้นชันชายน (ผมชมพู)
และ ชันชายน (ผมเหลือง) ในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 2



ภาพที่ 5.8 คาแรกเตอร์แฟนคลับชันชายนในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.9 คาแรกเตอร์แฟนชั่นชายน์ (ผมเขียว) และผู้เชี่ยวชาญ (ผมน้ำเงิน)
ในการออกแบบครั้งที่ 1 แบบร่าง 2

5.1.2 แนวทางการออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 2

ได้คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ทุกท่านในสาขานิเทศศิลป์ให้ออกแบบคาแรกเตอร์ให้มีสไตล์ต่างกันมากขึ้น จึงได้ออกมาดังนี้

แบบร่าง 1

มีแนวคิดเดียวกับแนวทางการออกแบบคาแรกเตอร์ครั้งที่ 1 แต่ปรับปรุงให้มีรายละเอียดมากขึ้น เพิ่ม Element ของดาวในตัวชั่นชายน์ให้ดูโดดเด่นและสื่อถึงมุมมองที่แฟนคลับมีต่อชั่นชายน์



ภาพที่ 5.10 คาแรกเตอร์ของคู่จิ้นชายชาย ในการออกแบบครั้งที่ 2 แบบร่าง 1



ภาพที่ 5.11 คาแรกเตอร์แฟนคลับชายชาย ในการออกแบบครั้งที่ 2 แบบร่าง 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปรับปรุงคาแรกเตอร์ของคู่จิ้นชายน์มีคาแรกเตอร์ต่างจากชั้นชายน์โดยใช้
โทนสีต่างกันและมีทรงผม ชุด ที่ต่างกัน และ ปรับปรุงคาแรกเตอร์ของแฟนชั้นชายน์ให้
ดูเหมือนคนธรรมดาที่ไม่เข้ากับชั้นชายน์ด้วยการลบแวตาออก



ภาพที่ 5.12 คาแรกเตอร์ของคู่จิ้นชั้นชายน์(ผมฟ้า) แฟนชั้นชายน์(ผมเขียว)
ผู้เชี่ยวชาญ(ผมน้ำเงิน) ครั้งที่ 2 แบบร่าง 1

แบบร่าง 2

มีแนวคิดปรับปรุงคาแรกเตอร์โดยรวมให้มีสไตล์ที่โตขึ้นด้วยการใช้สีดำ
ออกแบบคาแรกเตอร์ชั้นชายน์ให้มีความเท่มากขึ้น และ คาแรกเตอร์ของแฟนชั้นชายน์
ให้เป็นคนสวย



ภาพที่ 5.13 Reference คาแรกเตอร์ชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.14 คาแรกเตอร์ของชันชายน์ และ แฟนชันชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2

มีแนวคิดของคาแรกเตอร์แฟนคลับให้ใส่แว่นหนาเตอะเหมือนคนติดโทรศัพท์
มดดมเปียเพื่อให้มีความเป็นเด็ก มีความเพ้อฝัน



ภาพที่ 5.15 Reference คาแรกเตอร์แฟนคลับชันชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2



ภาพที่ 5.16 คาแรกเตอร์แฟนคลับชันชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.17 คาแรกเตอร์ของคู่จิ้นซันชายน(ชาย) ผู้เชี่ยวชาญ(ขวา) ครั้งที่ 2 แบบร่าง 2

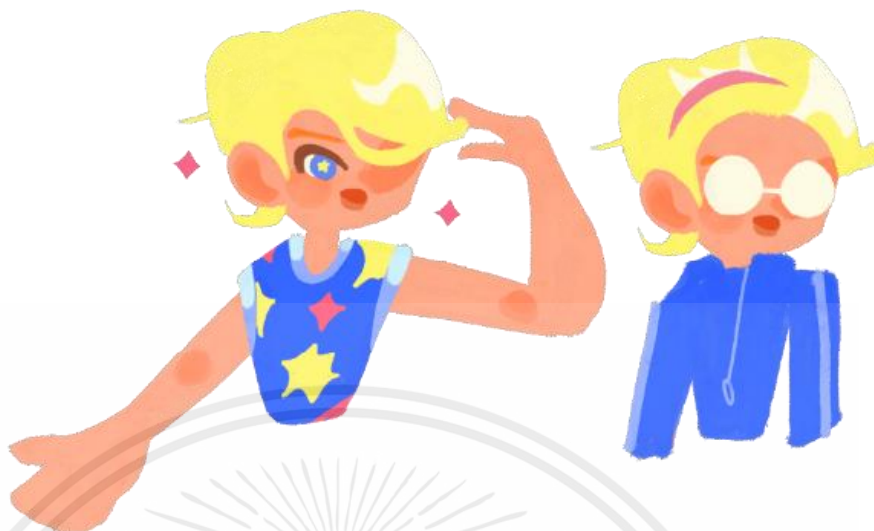
แบบร่าง 3

มีแนวคิดปรับปรุงคาแรกเตอร์โดยรวมให้ความสดใส ฉูดฉาด ดึงดูดความน่าสนใจ โดยคาแรกเตอร์ซันชายนจะมีความฉูดฉาดที่สุด มีตาและเส้นที่ประกอบด้วยดาวให้ดูโดดเด่น



ภาพที่ 5.18 Reference คาแรกเตอร์ซันชายน ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.19 คาแรกเตอร์ของชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3

ตัวแฟนคลับจะออกแบบให้มีสีที่ดูคล้ายกันเพื่อแสดงถึงความชื่นชอบ
ความสดใส ทันสมัย รวมถึงชั้นชายน์ที่มีคาแรกเตอร์ดังกล่าว จะเป็นเด็กวัยรุ่นที่เสพติด
สื่อโซเชียล



ภาพที่ 5.20 Reference คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.21 คาแรกเตอร์แฟนคลับชั้นชายน์ ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3

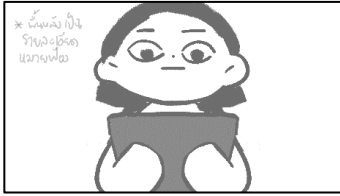
ตัวละครคู่จิ้นชั้นชายน์จะมีความฉลาดและเข้ากับชั้นชายน์ ดูทันสมัย ส่วนคาแรกเตอร์ของแฟนชั้นชายน์จะเป็นผู้หญิงที่มีความหวาน ดูเซ็กซี่ให้ตรงกันข้ามกับชั้นชายน์ และคาแรกเตอร์ของผู้เชี่ยวชาญจะมีความอบอุ่นด้วยสีโทนร้อน เข้าถึงง่าย



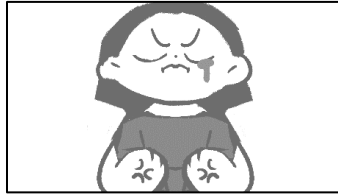
ภาพที่ 5.22 คาแรกเตอร์ของคู่จิ้นชั้นชายน์ (ผมน้ำเงิน) แฟนชั้นชายน์ (ผมชมพู) ผู้เชี่ยวชาญ (ผมน้ำตาล) ครั้งที่ 2 แบบร่าง 3

ซึ่งหลังจากปรึกษากับอาจารย์ที่ปรึกษาจึงได้ข้อสรุปว่า แบบร่างที่ 2 เป็นคาแรกเตอร์ที่เหมาะสมที่สุด แต่ควรปรับสีให้สดใสขึ้น

5.2 แนวทางการออกแบบสตอรี่บอร์ด



ไม่อยากจะเชื่อ ฉันโดนฟ้อง!



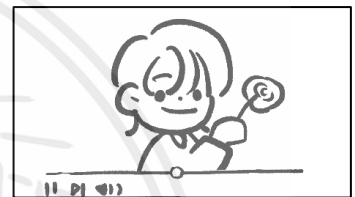
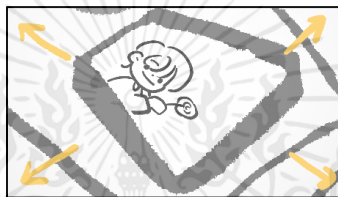
จากคนที่บอกว่าจะทำเพื่อแฟนคลับอย่างนี้ แต่สุดท้ายทำแบบนี้หรือ? ทั้งที่ฉันนะ...



ในวันที่น่าเบื่อ ไม่มีอะไรได้ดึงใจฉันเลย



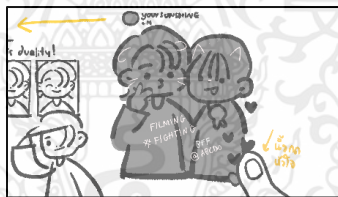
แต่มีอยู่อย่างหนึ่งที่ทำให้วันนี้มันพิเศษขึ้นมา



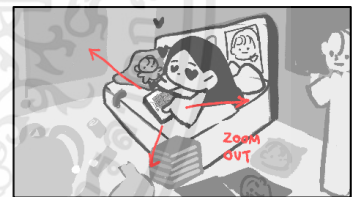
นั่นคือ ชันชานน์ นักแสดงชื่อดัง



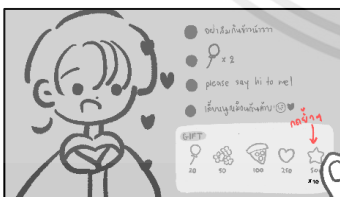
ยิ่งตามก็ยิ่งชอบเขา เขาทำอะไรก็ดีไปหมด



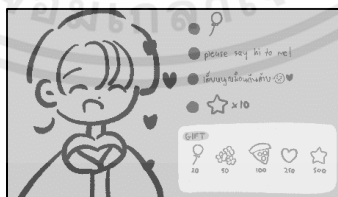
โดยเฉพาะตอนอยู่กับคุณจิ้น



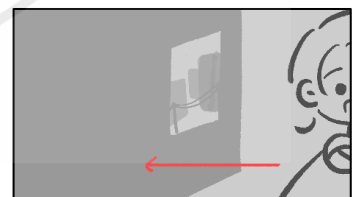
รู้ตัวอีกทีโลกของฉันก็มีแต่เขาซะแล้ว



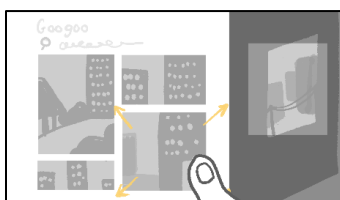
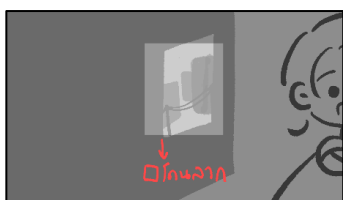
ฉันเองก็คอยชอบคุณ บอกว่ายินดีมากกับความรักที่ฉันให้



ฉันยิ่งอยากทุ่มให้เขามากขึ้น

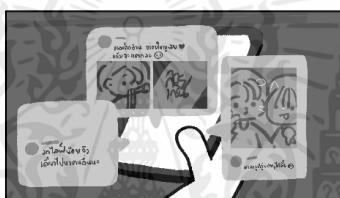
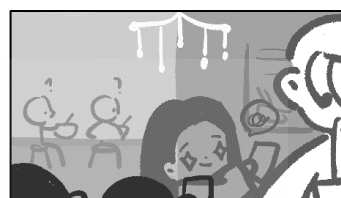
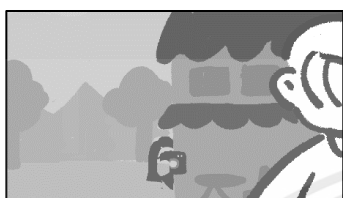


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



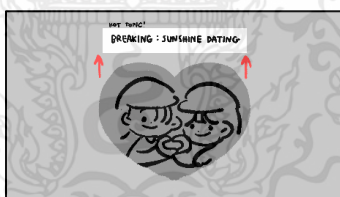
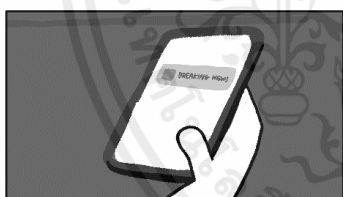
อยากรู้เรื่องราวของเขาทุกเรื่อง

ต้องตามไปทุกที่ไม่มีพลาด



คอยแนะนำว่าทำแบบนี้สิแบบนี้สิ

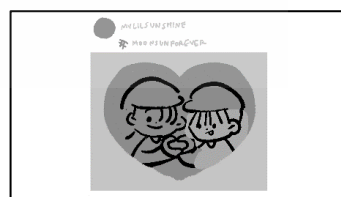
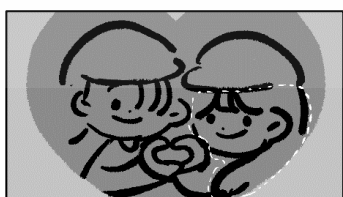
เห็นมัยว่าฉันใส่ใจเขาสุด ๆ



แต่แล้ววันหนึ่ง

ซันก็ประกาศว่ามีแฟน...

เฮ้อ ในยุคนี้ดาราก็มีแฟนก็ปกติแหละ

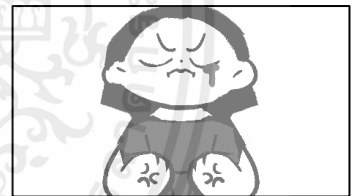
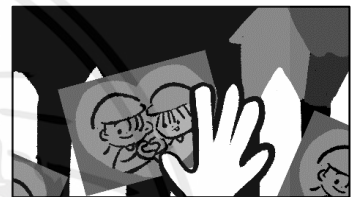
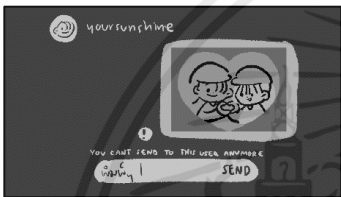
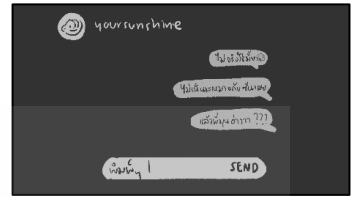
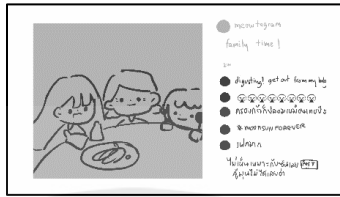
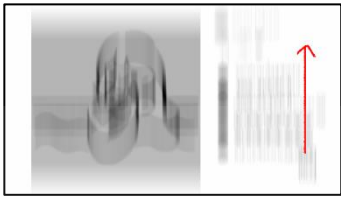
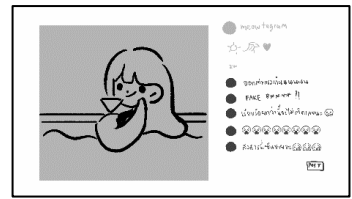


แต่ผู้หญิงอะนะ?

เขากับคู่จิ้นดูเรียสมากกว่าอีก

รู้สึกไม่ถูกต้องเลย ฉันคงต้องเตือนให้ซันชายน์รู้ตัวซะแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แต่สุดท้ายฉันกลับโดนเขาฟ้อง

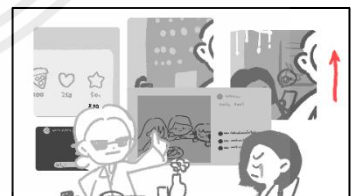
นี่หรือผลตอบแทนที่ฉันหวังดี
ทุ่มเทให้เขา ยิ่งกว่าใคร



ฉันผิดตรงไหน? ใครๆก็ทำปะ!



ผิดจำ ผิดมากด้วย

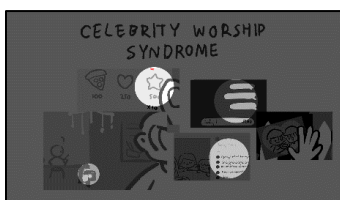


อาการของน้องเนี่ย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เข้าข่าย celebrity worship syndrome



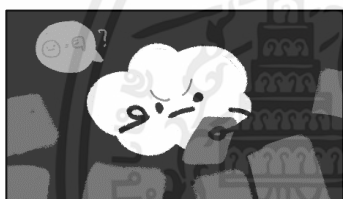
ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเกิดในผู้คนที่มากขึ้นทุก ๆ ปี ด้วย social media ที่เข้าถึงง่ายขึ้น



และการหลงผิดแบบนี้ก็ไม่ได้เกิดขึ้นแค่กับแฟนคลับเท่านั้นนะ



ให้อธิบายด้วยหลักจิตวิทยาที่เรียกว่า Halo effect



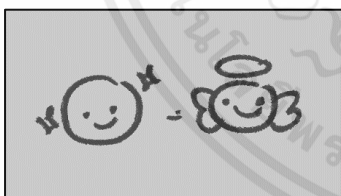
ที่ทุกคนคงเคยเป็นกัน



ว่าเมื่อเห็นเรื่องดี ๆ ของใคร



สมองก็จะด่วนตัดสินว่าด้านอื่นของเขาก็ต้องเพอร์เฟค!



ยิ่งคนดังที่เราเห็นว่าเขามีแต่เรื่องดี



เรียกกันว่าบุคคลสาธารณะก็ไม่แปลกที่สังคมจะคาดหวัง

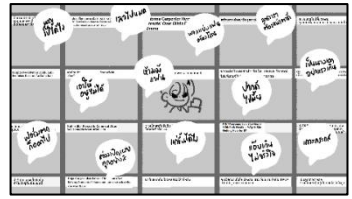
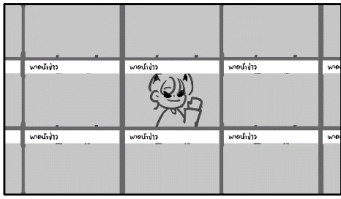


ถ้ามีเรื่องไม่ดี ก็จะถูกมองว่าแย่จนยอมรับไม่ได้เลย!



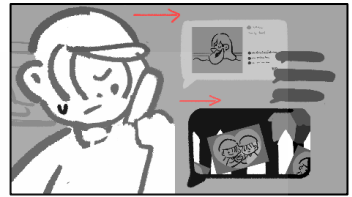
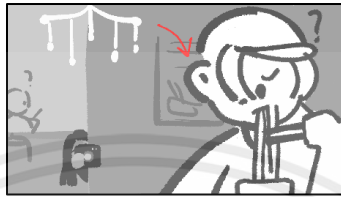
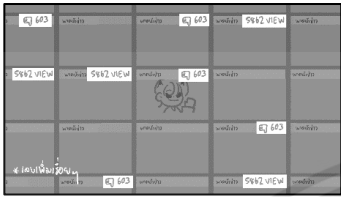
เมื่อมีหลายคนเห็นด้วยมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ก็จะกลายเป็นเรื่องปกติ
ยิ่งสร้างค่านิยมที่ผิดเพี้ยน

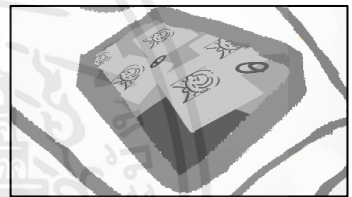
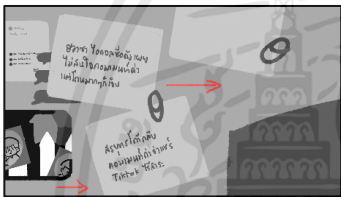
และนำไปตัดสินคนอื่นที่เรารู้จัก
เพียงด้านเดียว



แน่นอนว่าเรื่องของคนดังนั้น
เป็นอีกโลกที่น่าสนใจ

แต่คุณอาจจะคาดหวังเกินไป
จนหลงลืมว่าเขาเป็นคนจริง ๆ

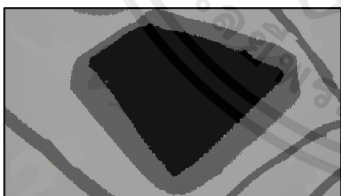
มีความคิด มีความรู้สึก มีการ
เปลี่ยนแปลง



ถึงแม้จะอยากได้รับความนิยม
หรือบอกว่าไม่สนใจความ
เกลียดชัง

แต่ก็ยังมีคนไม่น้อยที่ได้รับ
ผลกระทบจนต้องกลับมาพ้อ
เหมือน ชันชายน์ หรือเลวร้าย
กว่านั้น

ถ้าไม่อยากเป็นแบบน้องแพน
คลับคนนี้



ลองพักจาก social media

พูดคุยกับคนรอบตัว

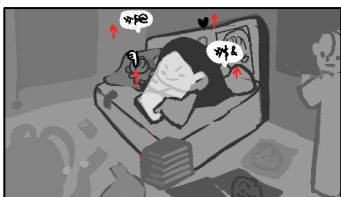


หางานอดิเรกที่สร้างความสุข

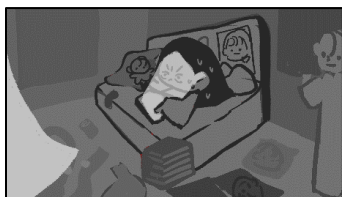
สร้างความสำเร็จเล็ก ๆ

เพราะการคาดหวังและส่งต่อ
ความเกลียดชังให้คนอื่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



อาจจะทำให้รู้สึกดี
ได้แค่แปบเดียว



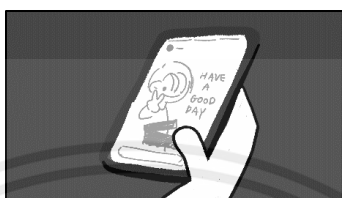
ตามมาด้วยความเครียด
เสียเวลากับการหมกมุ่น



เปลว ๆ โดนฟ้องเหมือนกันอีก



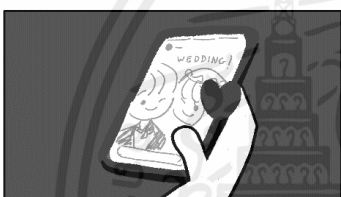
สุดท้ายแล้ว
ถ้าคุณชื่นชอบใครซักคน



ก็อย่าลืมที่จะเคารพพื้นที่และ
ตัวตนของเขา



เอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงสิ่งที่
เขาทำให้คุณมีความสุข



เป็นความรักและแรงผลักดันที่
จะช่วยพาคุณไปในทางที่ดีขึ้น



นั่นย่อมจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุด



5.3 แบบร่างคาแรกเตอร์กับฉาก

ฉากห้องนอนของแฟนคลับชั้นชายน์ก่อนติดตามชั้นชายน์ จะใช้โทนสีน้ำตาลไปในทางโทนเดียวกัน ให้ความรู้สึกอบอุ่น ไร้สีสัน จืดชืด เหมือนอารมณ์ของแฟนคลับที่กำลังเบื่อ ภายในห้องมีความรก แต่มีไอแพดที่หน้าจอสีชมพูเด่นขึ้นมาซึ่งในหน้าจอบนชั้นชายน์ และ เมื่อได้ติดตามชั้นชายน์ภายในห้องก็เปลี่ยนไปเป็นสีชมพู เต็มไปด้วยสิ่งของที่มิชั้นชายน์ประกอบ



ภาพที่ 5.23 Reference ห้องนอนของแฟนคลับชั้นชายน์



ภาพที่ 5.24 แบบร่างห้องนอนของแฟนคลับชั้นชายน์ ก่อนขึ้นขอบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



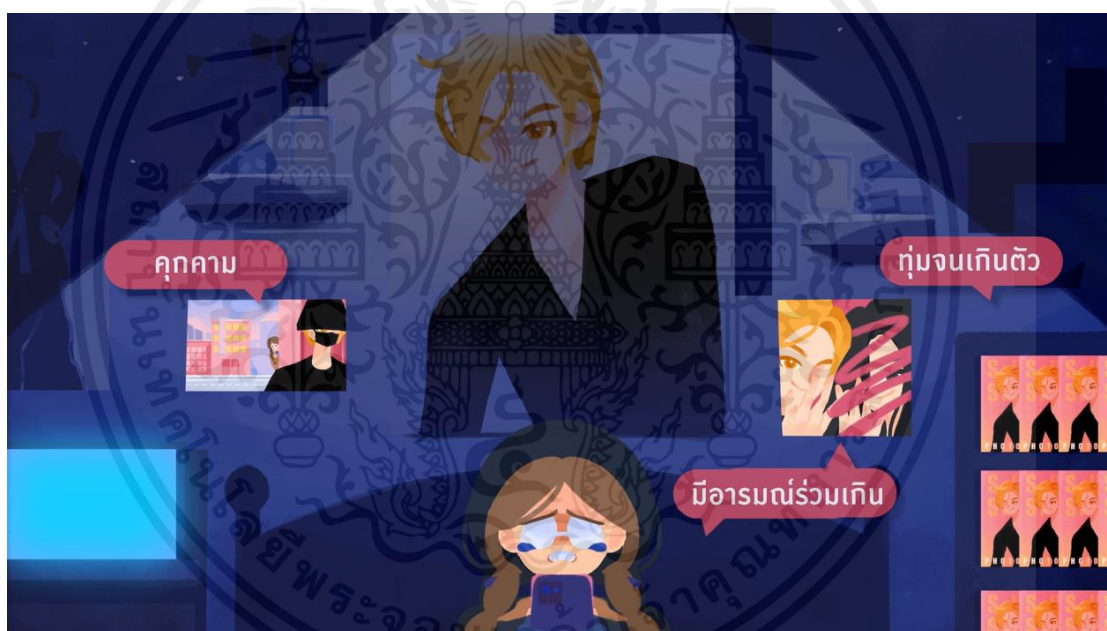
ภาพที่ 5.25 แบบร่างห้องนอนของแฟนคลับชั้นชาयीน หลังจากขึ้นชอบ

ภายหลังได้พัฒนาจนออกมาเป็นรูปแบบนี้



ภาพที่ 5.26 ห้องนอนของแฟนคลับชั้นชาयीน ก่อนขึ้นชอบ

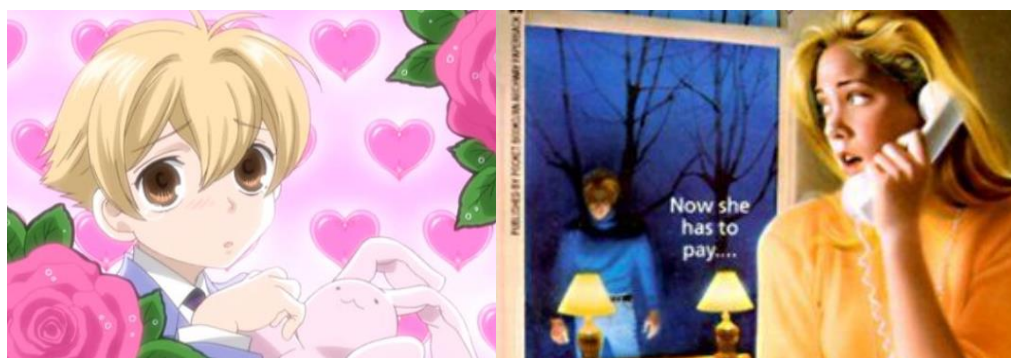
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



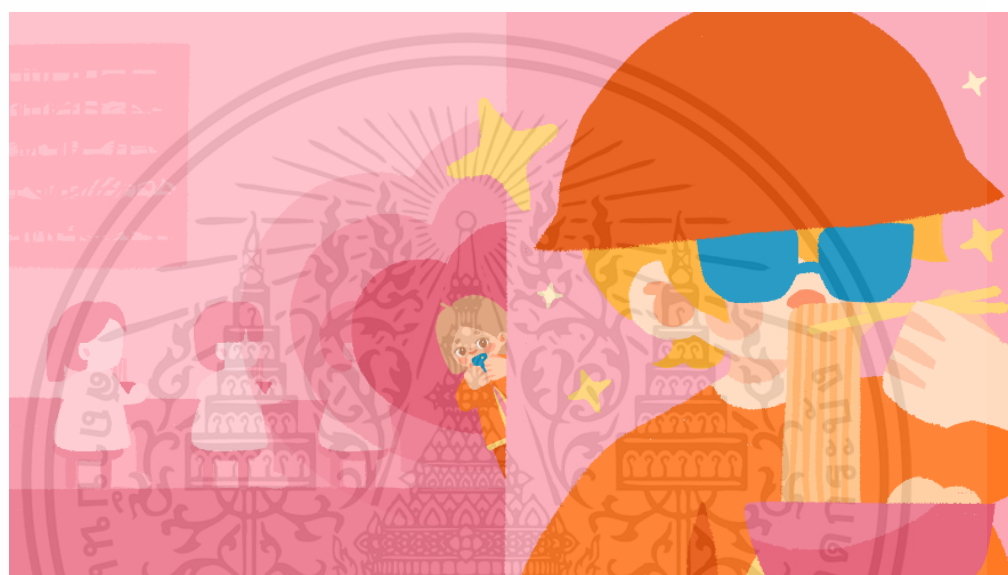
ภาพที่ 5.27 ห้องนอนของแฟนคลับชายหลังชื่นชอบ

ฉากแฟนคลับตามติดชายชายน ออกแบบให้มีบรรยากาศสีชมพู มีความโรแมนติก เพื่อฝันสวยงาม แต่ในมุมมองของชายชายนจะมีความกดดัน กังวล ด้วยสื่อโซเชียลมีเดีย และ แฟนคลับมีความน่ากลัว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



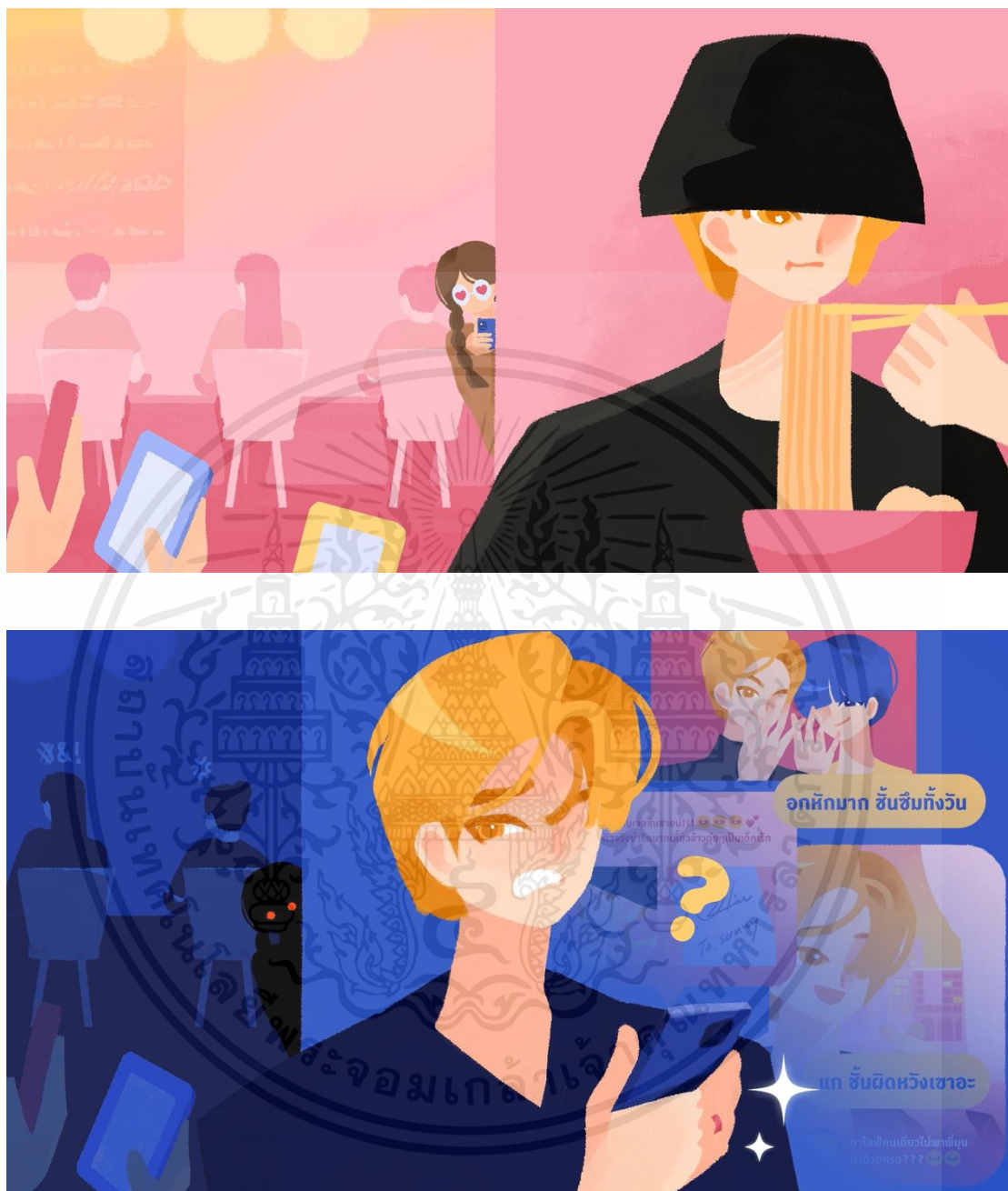
ภาพที่ 5.28 Reference มุมมองของแฟนคลับ กับ มุมมองของชินชายน์



ภาพที่ 5.29 แบบร่างมุมมองของแฟนคลับที่ตามติดชินชายน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภายหลังได้พัฒนาจนออกมาเป็นรูปแบบนี้



ภาพที่ 5.30 มุมมองของแฟนคลับที่ติดตามติตชันชายน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.4 แนวทางในการออกแบบสื่ออื่น ๆ

5.4.1 Moving Poster

ได้ทำร่างออกมาเป็น 3 รูปแบบ โดยรูปแบบที่ 1 มีแนวคิดคือแฟนคลับที่หลงใหลอยู่กับเงาของคนดังที่ชื่นชอบจนผลักดันคนนั้นร่วงลงเหวเพราะขวางทาง



1

2

ภาพที่ 5.31 แบบร่างโปสเตอร์ 1

รูปแบบที่ 2 มีแนวคิดคือเป็นห้องนอนของแฟนคลับที่แบ่งครึ่งรูปด้วยอารมณ์ตรงกันข้าม ครึ่งซ้ายจะเป็นสีชมพู มีโปสเตอร์ สิ่งของของชั้นชายน์และมีไอโมติคอนหัวใจ อีกด้านบรรยาย เป็นสีน้ำเงินดำ โปสเตอร์ถูกฉีกทำลาย มีไอโมติคอนโกรธ ร้องไห้ ไม่พอใจ



1

2

ภาพที่ 5.32 แบบร่างโปสเตอร์ 2

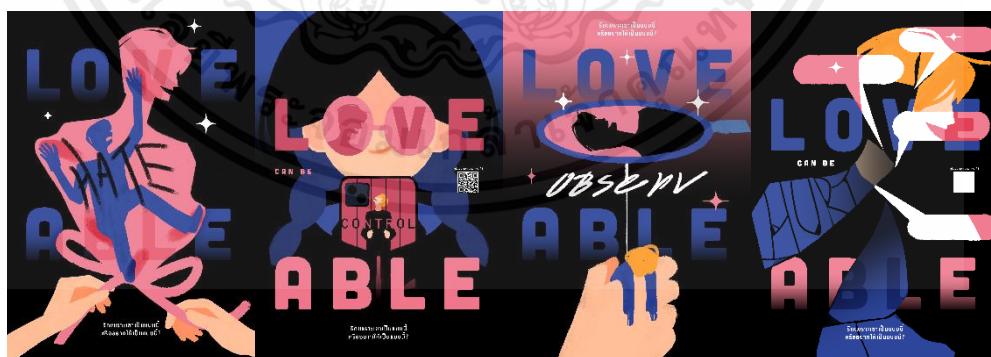
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบที่ 3 มีแนวคิดเป็นกลุ่มคนถือโทรศัพท์ส่องไปที่ชายในโทรศัพท์มือถือ มีรูปชายที่สวยงาม บรรยากาศสีชมพู แต่ด้านหลังมีชายในโทรศัพท์มือถือโดนปิดหน้า มีป้ายคำพูดไม่ดีทับกับบรรยากาศสีน้ำเงินดำให้รู้สึกกดดัน



ภาพที่ 5.33 แบบร่างโปสเตอร์ 3

ได้คำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ทุกท่านในสาขาวิชาศิลปศึกษาให้ออกแบบโปสเตอร์ที่ลดการเล่าเรื่องตรง ๆ ปรับปรุงโทโปกราฟิก ลองใช้คีย์เวิร์ดอื่นนอกจาก Hate ทำเป็นเซต จึงออกมาเป็นโปสเตอร์ 4 รูปแบบดังนี้



ภาพที่ 5.34 แบบร่างโปสเตอร์ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 6

ผลงานสำเร็จ

6.1 สคริปต์

ไม่อยากจะเชื่อ ฉันโดนฟ้อง! จากคนที่บอกว่าจะทำเพื่อแฟนคลับอย่างนี้แบบนี้ แต่สุดท้ายทำแบบนี้หรือ? ทั้งที่ฉันนะ...

ในวันที่น่าเบื่อ ไม่มีอะไรได้ตั้งใจฉันเลย แต่มีอยู่อย่างหนึ่งที่ทำให้วันนี้มันพิเศษขึ้นมา นั่นคือ ชันชายน นักแสดงชื่อดัง ยิ่งตามก็ยิ่งชอบเขา เขาทำอะไรก็ดีไปหมด โดยเฉพาะตอนอยู่กับคู่จิ้น รู้ตัวอีกทีโลกของฉันก็มีแต่เขาซะแล้ว ฉันเองก็คอยขอบคุณ บอกว่ายินดีมากกับความรักรที่ฉันให้ ฉันยิ่งอยากทุ่มให้เขามากขึ้น อยากรู้เรื่องราวของเขาทุกเรื่อง ต้องตามไปทุกที่ที่ไม่มีพลาด คอยแนะนำว่าทำแบบนี้สิแบบนี้สิ เห็นมั้ยว่าฉันใส่ใจเขาสุด ๆ

แต่แล้ววันนึง ชันก็ประกาศว่ามีแฟน... เฮ้อ ในยุคนี้ดาราก็มีแฟนก็ปกติแหละ แต่ผู้หญิงอะนะ? เขากับคู่จิ้นดูเรียลมากกว่าอีก รู้สึกไม่ถูกต้องเลย ฉันคงต้องเตือนให้ชันชายนรู้ตัวซะแล้ว แต่สุดท้ายฉันกลับโดนเขาฟ้อง นี่หะรอดตอบแทนที่ฉันหวังดี ทุ่มเทให้เขาดีกว่าใคร ฉันผิดตรงไหน? ใครๆก็ทำปะ!

(เปลี่ยนตัวละครเป็นผู้เชี่ยวชาญ)

ผิดจ้า ผิดมากด้วย อาการของน้องเนี่ยเข้าข่าย celebrity worship syndrome ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเกิดในผู้คนมากขึ้นทุก ๆ ปี ด้วย social media ที่เข้าถึงง่ายขึ้น และการหลงผิดแบบนี้ก็ไม่ได้เกิดขึ้นแค่กับแฟนคลับเท่านั้นนะ ให้อธิบายด้วยหลักจิตวิทยา นั่นก็คือ Halo effect ที่ทุกคนคงเคยเป็นกัน ว่าเมื่อเห็นเรื่องดี ๆ ของใคร สมอาก็จะด่วนตัดสินว่าด้านอื่นของเขาก็ต้องเพอร์เฟค! ยิ่งคนดังที่เราเห็นว่าเขามีแต่เรื่องดี เรียกกันว่าบุคลิกสาธารณะ ก็ไม่แปลกที่สังคมจะคาดหวัง ถ้ามีเรื่องไม่ดีก็จะถูกมองว่าแย่งจนยอมรับไม่ได้เลย! เมื่อมีหลายคนเห็นด้วยมากขึ้น ก็จะกลายเป็นเรื่องปกติ ยิ่งสร้างค่านิยมที่ผิดเพี้ยน และนำไปตัดสินคนอื่นที่เรารู้จักเพียงด้านเดียว

แน่นอนว่าเรื่องของคนดังนั้นเป็นอีกโลกที่น่าสนใจ แต่คุณอาจจะคาดหวังเกินไป จนหลงลืมว่าเขาเป็นคนจริง ๆ มีความคิด มีความรู้สึก มีการเปลี่ยนแปลง ถึงแม้จะอยากได้รับความนิยมนหรือบอกว่าจะไม่สนใจความเกลียดชัง แต่ก็ยังมีคนไม่น้อยที่ได้รับผลกระทบจนต้องกลับมาฟ้องเหมือน ชันชายน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมีให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

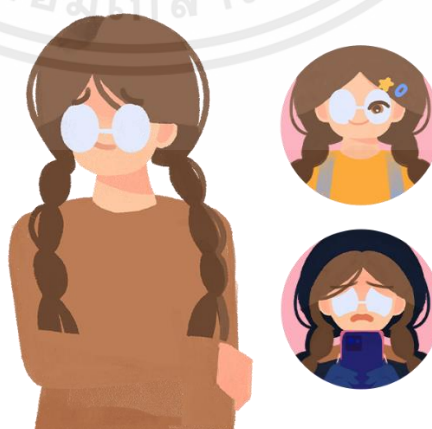
หรือเลวร้ายกว่านั้น ถ้าไม่อยากเป็นแบบน้องแฟนคลับคนนี้ หรือชาวเน็ตคนอื่น ๆ ลองพักจาก social media พุดคุยกับคนรอบตัว หางานอดิเรกที่สร้างความสุข สร้างความสำเร็จเล็ก ๆ เพราะการคาดหวังและส่งต่อความเกลียดชังให้คนอื่น อาจจะทำให้รู้สึกดีได้แค่แปบเดียว ตามมาด้วยความเครียด เสียเวลากับการหมกมุ่น เผลอ ๆ โดนฟ้องเหมือนกันอีก

สุดท้ายแล้ว ถ้าคุณชื่นชอบใครสักคน ก็อย่าลืมที่จะเคารพพื้นที่และตัวตนของเขา เอาใจเขามาใส่ใจเรา นึกถึงสิ่งที่เขาทำให้คุณมีความสุข เป็นความรักและแรงผลักดันที่จะช่วยพาคุณไปในทางที่ดีขึ้น นั่นย่อมจะเป็นสิ่งที่ดีที่สุด

6.2 คาแรกเตอร์



ภาพที่ 6.1 คาแรกเตอร์ชันชายน์



ภาพที่ 6.2 คาแรกเตอร์แฟนคลับชันชายน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.3 คาแรกเตอร์ผู้เชี่ยวชาญ



ภาพที่ 6.4 คาแรกเตอร์แฟนชั่นชายน์



ภาพที่ 6.5 คาแรกเตอร์คู่จิ้นชั่นชายน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.6 ฉากโดยรวม
สามารถดูเพิ่มเติมได้ที่ <https://youtu.be/dGCIeLjAdiA>

6.4 Moving Poster

Moving Poster ออกแบบมาทั้งหมด 4 คลิป เป็นเซตเดียวกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.7 ภาพรวม Moving Poster

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

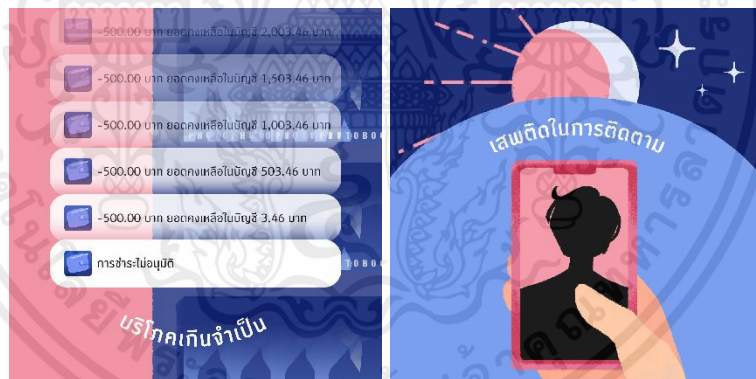
6.5 สื่อประชาสัมพันธ์

จัดทำเป็นโพสต์ Facebook 2 อัลบั้ม เกี่ยวกับเรื่องอาการของ Celebrity Worship syndrome และ วิธีการรักษา



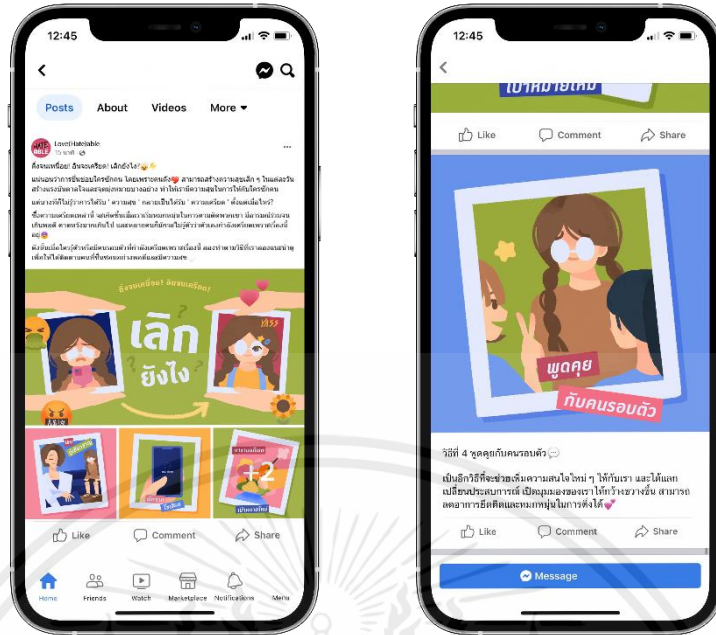
ภาพที่ 6.8 ภาพรวมสื่อประชาสัมพันธ์ วิธีเลิกหมกหมุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

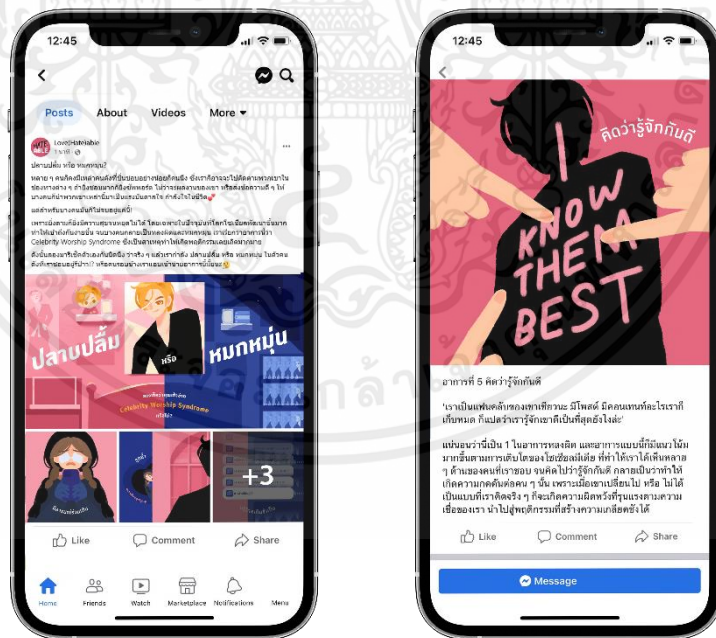


ภาพที่ 6.9 ภาพรวมสื่อประชาสัมพันธ์ อาการเข้าข่าย Celebrity Worship Syndrome

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.10 Mock up สื่อประชาสัมพันธ์ วิธีเลิกหมกหมุ่น



ภาพที่ 6.11 Mock up สื่อประชาสัมพันธ์ อาการเข้าข่าย Celebrity Worship Syndrome

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 7

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

7.1 บทสรุป

การออกแบบสื่อ Motion Graphic เรื่อง Love(hate)able ความคาดหวังที่เกินเหตุต่อบุคคลที่มีชื่อเสียง ได้บรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้ คือ สื่อ Motion Graphic 4 นาที สื่อประชาสัมพันธ์ 2 อัลบั้ม Moving Poster 4 ชิ้น และสื่อสารได้ตรงประเด็นที่ต้องการสื่อ

7.2 ปัญหาและข้อจำกัดในการศึกษา

7.2.1 การเขียนสคริปต์

สคริปต์แรกมีเนื้อหาที่ยาวเกินไปและใช้ภาษาที่ไม่มีความน่าสนใจเท่าที่ควร

7.2.2 การพากย์เสียง

เนื่องจากการให้บุคคลอื่นพากย์เสียงให้จึงประสบปัญหาเรื่องการจัดเวลาและการสื่อสาร รวมถึงอุปกรณ์พากย์เสียงยังไม่ดีเท่าที่ควร แต่ภาพรวมออกมาเสียงชัดเจน ดัง และแตกต่างกันตามตัวละครได้

7.2.3 คาแรกเตอร์

ในแบบร่างแรกออกแบบมาได้ไม่ต่างกันเท่าไร และดูเด็กเกินไปสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

7.2.4 ภาพประกอบ

มีการใช้ภาพซ้ำเยอะเกินไปสำหรับคาแรกเตอร์ชั้นชาชน ควรวาดเพิ่มลงในสื่อ Motion Graphic มากกว่านี้

7.2.5 โปสเตอร์ และ ตัวหนังสือ

โปสเตอร์ในช่วงแรกมีการออกแบบที่เล่าเรื่องเกินไปและมีรายละเอียดที่มาก ตัวหนังสือค่อนข้างอ่านยาก

7.3 ข้อเสนอแนะและประโยชน์ที่ได้รับ

- 7.3.1 ได้ทักษะในการใช้โปรแกรม Adobe After Effect จนเชี่ยวชาญมากขึ้น
- 7.3.2 ได้รู้วิธีการเขียนสคริปต์ให้กระชับและชัดเจนมากขึ้น
- 7.3.3 ได้สื่อสาร สร้างความตระหนัก และ ปรับเปลี่ยนทัศนคติของบุคคลที่มีความคาดหวังที่มากเกินไป

บรรณานุกรม

Shubhangi Shah (17 ส.ค. 2021) **Fan Or Obsessed? What Is Celebrity Worship Disorder, Signs, Causes, Cure** เข้าถึงได้จาก : <https://www.onlymyhealth.com/what-is-celebrity-worship-disorder-signs-causes-and-cure-1629183951>

Psychcentral (9 มี.ค. 2022) **Fan or Obsession? All About Celebrity Worship Syndrome** เข้าถึงได้จาก : <https://psychcentral.com/blog/the-psychology-of-celebrity-worship>

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ นายแพทย์จำลอง ดิษยวณิช (ต.ค 2021) **การวางสูตรจิตพลศาสตร์ (Psychodynamic Formulation)**

ผศ. พญ.ดาวชมพูนาคะวิโร (12 ก.ย. 2018) **แบบไหนที่เรียกว่า “โรคไม่ชอบรูปร่างหน้าตาตัวเอง”** เข้าถึงได้จาก : <https://www.rama.mahidol.ac.th/ramachannel/article/>

Psychcentral (9 มี.ค. 2022) **What are Parasocial Relationships?** เข้าถึงได้จาก : <https://psychcentral.com/health/parasocial-relationships>

Athaaya Handoko (16 ม.ค. 2023) **Celebrity Worship Through the Psychosociological Lens** เข้าถึงได้จาก : <https://www.byarcadia.org/post/celebrity-worship-through-the-psychosociological-lens>

ข่าวออนไลน์ 7HD (21 มี.ค. 2023) **หนูน้อยบอกคุณแม่ไม่ชอบกินผัก แต่ยอมกินเพราะ พี่ฮาย Paper Planes** เข้าถึงได้จาก : <https://news.ch7.com/detail/632007>

บรรณานุกรม

adecco (17 ก.ย. 2020) รู้จัก Halo Effect กับटकของการสรรหาที่ผิดพลาด เข้าถึงได้จาก :

<https://adecco.co.th/th/knowledge-center/detail/halo-effec>

sanook.com (17 ต.ค. 2022) เกาหลีใต้เล็งออก “กฎหมายซอลลี”ต่อต้านการ “บูลลี่” บนโลก

ออนไลน์ เข้าถึงได้จาก : <https://www.sanook.com/news/7925978/>

Biteable (17 ก.ย. 2017) What is motion graphics? - Biteable เข้าถึงได้จาก :

<https://biteable.com/blog/what-is-motion-graphics/>

Felippe Silveira (2023) What is Motion Graphics? | MOWE Studio เข้าถึงได้จาก :

<https://mowe.studio/what-is-motion-graphics/>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	ญาณิฐา วีรพิชญ์
วัน เดือน ปีเกิด	10 สิงหาคม 2544
ที่อยู่	ถ.เลียบบคลองสอง แขวงสามวาตะวันตก เขตคลองสามวา กรุงเทพมหานคร 10510
การติดต่อ	yanitha.yw@gmail.com โทร. 093 326 4249
ประวัติการศึกษา	
2557	โรงเรียนสตรีวิทยา 2
2560	โรงเรียนจุฬาราชวิทยาลัย ปทุมธานี
2565	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้