

บทที่ 2

บททวนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จากการที่ผู้จัดทำได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อรายงาน บทบาทหน้าที่ผู้กำกับของบริษัท บริษัท ทินนามู มิวสิคสกอว์: กรณีศึกษาการผลิตมิวสิควิดีโอ โปรมอท ศิลปินวง On bed together สามารถสรุปแนวคิดที่เกี่ยวข้องได้ดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ของผู้กำกับ

2.1.1 แนวคิดการเตรียมการกำกับภาพยนตร์

2.1.2 แนวคิดหน้าที่ในการกำกับ

2.1.3 แนวคิดกระบวนการกำกับ

2.1.4 แนวคิดการผลิตมิวสิควิดีโอ

2.1.1 แนวคิดการเตรียมการกำกับภาพยนตร์

แนวคิดเกี่ยวกับการเตรียมการกำกับภาพยนตร์ที่จะกล่าวดังต่อไปนี้ เป็นเพียงแนวคิดในฐานะของผู้กำกับภาพยนตร์ ที่จะเป็นเทคนิคการกำกับภาพยนตร์ให้ออกมาได้ตามขั้นตอน เพราะการกำกับภาพยนตร์นั้นก็มีขั้นตอนในการทำงานต่างๆมากมาย ดังต่อไปนี้

1. ความหมายและความสำคัญของการเตรียมกำกับภาพยนตร์

การเตรียมกำกับภาพยนตร์ หมายถึง การที่ผู้กำกับภาพยนตร์วางแผน และกำหนดการถ่ายทอบทภาพยนตร์เป็นการแสดงจริงเพื่อการถ่ายทำ หรือ เรียกว่าการกำหนด “บล็อกกิง” (Blocking)* โดยอาศัยผลจากการศึกษาวิเคราะห์และตีความบทภาพยนตร์อย่างละเอียดลออ และพิถีพิถันการเตรียมกำกับภาพยนตร์นี้เป็นงานที่ต้องทำล่วงหน้าก่อนการถ่ายทำ และถือได้ว่าเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะทำให้การปฏิบัติงานของผู้กำกับภาพยนตร์ในขั้นตอนการถ่ายทำมีความคล่องตัว และทำให้สามารถสร้างสรรค์ภาพยนตร์ที่สื่อความหมายของเรื่องราวไปสู่ผู้ดู ได้ตรงตามความต้องการของบทภาพยนตร์

ภาพยนตร์ที่ปรากฏแก่สายตาผู้ดูนั้น มีความสำคัญอย่างมากในการถ่ายทอดความหมายในเนื้อหาของบทภาพยนตร์ การถ่ายทอดบทภาพยนตร์ออกมาเป็นการแสดงหรือเป็นภาพที่มีความสำคัญมาก เพราะสิ่งนี้จะมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการตัดสินคุณภาพของผู้กำกับภาพยนตร์ ในการกำกับภาพยนตร์การเตรียมงานด้านนี้จึงต้องทำด้วยความระมัดระวังและทำให้เสร็จล่วงหน้าก่อนลงมือถ่ายทำภาพยนตร์จริง อยู่ในงานชิ้นนี้อย่างไรก็เป็นเสมือนแบบร่าง เพราะในขั้นตอนการถ่ายทำอาจจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอีกตามลักษณะของสถานที่การถ่ายทำจริงหรือตามความรู้สึของผู้แสดง หรือตามเหตุการณ์เฉพาะหน้าอื่นๆ แต่การเตรียมการให้เสร็จเรียบร้อยก่อนการถ่ายทำเป็นสิ่งจำเป็น

ช่วงเวลาในการลงมือถ่ายทำภาพยนตร์ ไม่ใช่เวลาจะมาคิดตีความหรือค้นหาความหมายความต้องการของบทภาพยนตร์ และคงไม่มีผู้กำกับคนไหนมีเวลา เงิน บุคลากร หรืออุปกรณ์เพียงพอที่จะทำเช่นนี้ได้ เพราะฉะนั้น ผู้กำกับภาพยนตร์จึงต้องเตรียมการกำกับภาพยนตร์ให้แล้วเสร็จล่วงหน้า และจดบันทึกรายละเอียดไว้ เพราะด้วยการทำเช่นนี้ความคิดทั้งหมดจะไม่สูญหายหรือเขวไปกับความประหมัดใจ หรือความบังคาลใจชั่ววูบที่เกิดขึ้นในขณะที่ถ่ายทำ อันจะทำให้จุดประสงค์ของบทภาพยนตร์ไขว้เขวไปจากเดิมได้

2. เทคนิคการกำหนดการแสดงเพื่อการถ่ายทำภาพยนตร์

ความเป็นธรรมชาติ คือ สิ่งที่จะทำให้ “การแสดง” ของผู้แสดงเป็นที่ยอมรับของผู้ดู เสมือนภาพการแสดงนั้นเป็นเหตุการณ์ในชีวิตจริง เพราะความเป็นธรรมชาติในการแสดงจะทำให้เกิดความสมจริงและดึงความรู้สึกของผู้ดูให้คล้อยตามเรื่องของภาพยนตร์ได้ เทคนิคการกำหนดการแสดงออกของตัวละครมีปัจจัยสำคัญ ต่อ การถ่ายทอดความคิดหรืออารมณ์ของตัวละคร การกำหนดการเคลื่อนไหว และการกำหนดตำแหน่งของตัวละคร

2.1 การถ่ายทอดความคิดหรืออารมณ์ของตัวละคร

ภาพยนตร์ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดของตัวละครให้ผู้ดูรู้ได้ 3 ทาง คือ ให้ตัวละครแสดงออกชัดเจนโดยทางคำพูด และ การกระทำหรือเอ็กชันของตัวละครเองและหากตัวละครไม่แสดงออกอย่างชัดเจน คือเก็บความคิดหรืออารมณ์ไว้ภายใน ภาพยนตร์สามารถแสดงให้ผู้ดูรู้ได้ด้วยการใช้สัญลักษณ์ในแง่ศิลปะการแสดงภาพยนตร์ให้ความสำคัญแก่เอ็กชันมากกว่าคำพูด เอ็กชันมีน้ำหนักมากกว่าคำพูด เพราะสามารถดึงอารมณ์ร่วมจากผู้ดูได้ดีกว่าเอ็กชันทุกชนิดไม่ว่าจะเล็กน้อยเพียงใดก็ตามที่

ปรากฏในภาพยนตร์ จะต้องเป็นแอ็คชั่นที่ผู้กำกับภาพยนตร์เลือกสรร และกลั่นกรองให้เข้ากับบุคลิกของตัวละครและเหตุการณ์ที่กำลังดำเนินไปในจีน

การใช้สัญลักษณ์ นอกจากจะใช้กับตัวละครแล้วยังใช้กับสถานที่ ฤดูกาล และอารมณ์ของเหตุการณ์ในจีนได้อีกด้วย เช่น เครื่องหมาย กากบาทสีเขียวใช้กับโรงพยาบาล หรือเครื่องหมาย Px ใช้กับร้านขายยา เป็นต้น

2.2. การกำหนดการเคลื่อนไหว

การเคลื่อนไหวเป็นหัวใจในการเสนอเรื่องราวของภาพยนตร์ ซึ่งประกอบด้วย การเคลื่อนไหวของผู้แสดง การเคลื่อนไหวกล้องภาพยนตร์ และการเคลื่อนไหวในที่เกิดจากการตัดต่อลำดับภาพ ในที่นี้จะแบ่งพิจารณาการเคลื่อนไหวออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.2.1 การเคลื่อนไหวที่มีสาเหตุมาจากแรงกระตุ้นภายในตัวละคร

เป็นการเคลื่อนไหวเฉพาะของตัวละครที่เกิดจากอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดของตัวละครและแรงกระตุ้นนี้จะทำให้เกิดการเคลื่อนไหวของตัวละครแบบใดแบบหนึ่งใน 3 แบบ

2.2.1.1 การเคลื่อนไหวที่แสดงการเข้าร่วมด้วย จะเป็นการเคลื่อนไหวที่ตัวละครมีทิศทาง การเคลื่อนไหวตัวละครอื่นหรือจับเจ็คอื่น อารมณ์หรือความรู้สึกนึกคิดของตัวละคร ที่ผลักดันให้ตัวละครเข้าหาผู้อื่นหรือสิ่งของอื่นนี้ เป็นทั้งอารมณ์กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจหรือความรัก หรือทั้งความเกลียดชัง

2.2.1.2 การเคลื่อนไหวที่แสดงการหลบหลีกเลียงหรือปฏิเสธ โดยทั่วไปแล้วมักจะเป็นการเคลื่อนไหวที่ตัวละครพาตัวเองออกห่างจากตัวละครอื่น อันแสดงให้เห็นถึงการปฏิเสธ หรือต้องการหลบหนี ซึ่งมีสาเหตุมาจากความกลัว ความละอายแค้นใจ ความเบื่อหน่าย

2.2.1.3 การเคลื่อนไหวที่แสดงความพลุ่งพล่านสับสน จะเป็นการเคลื่อนไหวที่ปราศจากทิศทาง คือ ไม่มุ่งไปหาหรือมุ่งหนีใครหรืออะไร การเคลื่อนไหวเช่นนี้ เกิดจากความพลุ่งพล่าน ปั่นป่วน และความสับสนทางอารมณ์ความรู้สึก ซึ่งเป็นได้ทั้งอารมณ์ความรู้สึกทางด้านลบ เช่น ความโกรธ ความไม่มั่นใจ หรืออารมณ์ทางด้านบวก เช่น ตื่นเต้น ความอยากรู้อยากเห็น ร่าเริง เบิกบาน เป็นต้น

2.2.2 การเคลื่อนไหวที่มีสาเหตุจากภายนอกตัวละคร

2.2.2.1 การเคลื่อนไหวที่เกิดจากการกำหนดของบทภาพยนตร์ ได้แก่ การเคลื่อนไหวพื้นฐานทุกชนิดของตัวละคร หรือ อื่นๆตามบทภาพยนตร์กำหนดไว้ เช่น เมื่อมีเสียงกคกริ่งหน้าบ้าน คนใช้ก็จะไปดูว่ามีใครมา เป็นต้น

2.2.2.2 การเคลื่อนไหวที่เกิดเพราะความต้องการเน้นจุดเด่นของเหตุการณ์ การเคลื่อนไหวนี้จะเป็นการเคลื่อนไหวที่เกิดจากการทำงานของกล้องภาพยนตร์และการเคลื่อนไหวจากการตัดต่อลำดับภาพเป็นส่วนใหญ่การที่ต้องมีการเน้นในภาพยนตร์ก็เพื่อที่จะขมวดอารมณ์ให้แก่เหตุการณ์เพื่อเร้าความสนใจของผู้ดู

2.2.3 การกำหนดตำแหน่งตัวละครในซีน

การกำหนดตำแหน่งตัวละครในซีนนี้เป็นการกำหนดเพื่อผลทางศิลปะการแสดงโดยตรง โดยจะกำหนดจุดที่ตัวละครแต่ละตัวจะปรากฏในซีนไม่ว่าจะ นั่ง นอน เดิน ให้สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน เพื่อที่จะบอกนัยแห่งความสัมพันธ์และอารมณ์ของตัวละครเหล่านั้นตามเนื้อเรื่องของภาพยนตร์เช่น ชายหนุ่มคนหนึ่งจับผู้หญิง 2 คน ในเวลาเดียวกัน จนวันหนึ่งผู้หญิง 2 คนนี้เจอกันรู้ความจริง ทะเลาะกันด้วยความหึงหวง จุดแรกที่จะเปิดเห็นภาพชายหนุ่มเข้ามาในเหตุการณ์ อาจจะเป็นภาพที่ชายหนุ่มยืนอยู่ตรงกลางระหว่างผู้หญิงสองคนนั้นเป็นเหมือนสัญลักษณ์บอกว่าชายหนุ่มคนนี้นั้นมีสัมพันธ์กับผู้หญิงสองคน เป็นต้น

ผู้กำกับภาพยนตร์จะต้องกำหนดตำแหน่งต่างๆ โดยยึดถืออยู่เสมอว่า ต้องให้อารมณ์ความรู้สึกและความสัมพันธ์ของตัวละคร ตามเนื้อเรื่องภาพยนตร์เป็นตัวกำหนดจินตนาการของผู้กำกับภาพยนตร์ ส่วนหนึ่งของผลงานที่จะรับรองฝีมือ หรือคุณภาพของผู้กำกับภาพยนตร์ได้นั้น อยู่ที่การสร้างภาพที่สามารถสื่อความหมายในตัวเองได้ชัดเจน โดยที่ไม่ต้องอาศัยคำพูดใดๆ มาอธิบาย

3. การวางแผนถ่ายภาพยนตร์แสดง

เมื่อผู้กำกับภาพยนตร์กำหนดการแสดง ของตัวละคร และกำหนดการถ่ายทอดการแสดงออกมาเป็นภาพยนตร์แล้ว จะต้องวางแผนในการถ่ายภาพยนตร์แสดงทั้งหมดด้วยโดยคำนึงถึงการกำหนดตำแหน่งกล้องและ การวางแผนตัดต่อลำดับภาพเป็นหลัก ที่ต้องวางแผนล่วงหน้าก็เพื่อผลในการควบคุมจังหวะในการเดินเรื่องของภาพยนตร์

3.1 การกำหนดตำแหน่งกล้อง ทำได้ 2 วิธี ได้แก่

3.1.1 การกำหนดตำแหน่งกล้องภาพยนตร์โดยยึดความสำคัญของตัวละครเป็นหลัก หมายถึง การปฏิบัติงานถ่ายทำภาพยนตร์ที่เริ่มด้วยการจัดบล็อกกิงของตัวละครก่อน แล้วจึงจัดกล้องให้รับกับบล็อกกิงของตัวละครผู้กำกับภาพยนตร์โดยทั่วไปมักจะให้ความสำคัญกับวิธีนี้มากกว่าที่จะคิดมุมกล้องก่อนแล้วค่อยคิดบล็อกกิงของตัวละคร

3.1.2 การกำหนดตำแหน่งกล้องภาพยนตร์โดยยึดความสัมพันธ์ของภาพเป็นหลัก แม้ภาพยนตร์จะให้ความสำคัญกับบล็อกกิงของตัวละครแต่ก็จะมีหลายช่วงหลายตอนของภาพยนตร์บางประเภท ที่ต้องคิดสร้างภาพโดยให้ความสำคัญแก่มุมกล้องก่อนอื่นใดอันได้แก่

- ช่วงเปิดซีนใหม่ในเหตุการณ์แต่ละตอนที่ต้องแสดงให้เห็นว่าเหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นเมื่อไหร่ที่ไหน เป็นต้น

- ในกรณีแสดงเงื่อนงำหรือสัญลักษณ์ของตัวละคร เช่น เปิดซีนด้วยภาพหมวกใบโปรดของพ่อที่ใช้เป็นประจำหล่นอยู่ เป็นต้น

- ในกรณีที่ต้องการแสดงอารมณ์และบรรยากาศของเหตุการณ์ในเรื่อง เช่น จับภาพบานหน้าต่าง บ้านกระทก ส่วนบริเวณรอบบ้านมีสิ่งของที่ปลิว เป็นต้น

3.2 การวางแผนการตัดต่อ

ในการถ่ายทำภาพยนตร์ผู้กำกับภาพยนตร์จะต้องคิดวางแผนในการถ่ายภาพ โดยคำนึงถึงการตัดต่อลำดับภาพด้วย เพราะงานตัดต่อลำดับภาพจะเป็นการรวมลำดับเหตุการณ์ต่างๆของภาพยนตร์ ที่ถูกชอยออกเป็นข้อๆ เพื่องานการถ่ายทำให้กลับมารวมใหม่อีกครั้ง โดยยังดำรงไว้ซึ่งความต่อเนื่องของเนื้อ อารมณ์ โครงสร้าง และความหมายของเรื่องราว

2.1.2 แนวคิดหน้าที่ในการกำกับ

ผู้กำกับ คือผู้ที่มีหน้าที่กำกับในขั้นตอนการสร้างผลงาน โดยผู้กำกับมีหน้าที่สร้างจินตนาการ จากบท แล้วถ่ายทอดความคิดทางด้านศิลปะออกมาตามแบบที่ตนเองต้องการ และเป็นคนสั่งฝ่ายอื่น ๆ ในกองถ่าย อย่างเช่น ฝ่ายผู้กำกับภาพ ผู้กำกับการแสดง ฝ่ายเทคนิค นักแสดง ออกมาอยู่ในองค์ประกอบ ทางศิลปะที่ตนเองต้องการบนแผ่นฟิล์มหรือในระบบดิจิทัล

ผู้กำกับอาจจะควบคุมทุกอย่างตามที่ตนคิดไว้ไม่ได้เสมอไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป็น ภาพยนตร์ที่ฉายในโรง เพราะผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ จะเป็นคนกำหนดงบประมาณที่จะให้ผู้กำกับ ใช้จ่ายได้ หรือสั่งตัดต่อในขั้นตอนสุดท้ายก่อนเข้าโรงฉายหากหนังมีความยาวเกินไป หรือเพื่อต้องการ จัดเรทหนังให้ต่ำลงมา หรือบางฉากอาจจะมีการเพิ่ม โฆษณาเข้าไป ดังนั้นเป็นเรื่องที่ไม่แปลกหากผู้ กำกับจะมีปัญหาให้คุยกับผู้อำนวยการสร้างเสมอ

2.1.3 แนวคิดกระบวนการกำกับ

ผู้กำกับมีหน้าที่ควบคุมงานเกือบทุกอย่างในกองถ่าย ที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียง การดำเนิน เรื่อง มุมกล้อง บทสนทนา สเปเชียลเอฟเฟกต์ ที่จะสื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ในทุกๆแง่มุมที่เขาต้องการจะ เผยแพร่ออกมา ผู้กำกับบางคนมีอำนาจในการจ้างคนที่จะต้องร่วมงานด้วยบ่อย ๆ อย่างเช่น ฝ่ายกำกับ ภาพ ชาวเอ็นเจเนียร์ ฝ่ายจัดแสง ฝ่ายจัดหาโลเคชั่น ฝ่ายคอสตูม ฝ่ายสเปเชียลเอฟเฟกต์ โดยผู้อำนวยการ สร้างจะไม่ลงมายุ่งในเรื่องพวกนี้ด้วยมากนัก หากผู้กำกับยังใช้ทุนสร้างอยู่ในเกณฑ์ที่น่าพอใจ วิธีการ กำกับของผู้กำกับแต่ละคนอาจจะไม่เหมือนกันเลย ซึ่งตรงจุดนี้เป็นเสน่ห์ของชิ้นงานของแต่ละคน เพราะผลงานที่ได้จะมีความหลากหลาย เนื่องจากศิลปะการกำกับหนัง ไม่มีทฤษฎีที่ตายตัว แบ่งประเภท ออกได้คร่าวๆดังนี้

- 1.ควบคุมทุกสิ่งทุกอย่าง โดยงานในกองถ่ายจะต้องเป็นไปตามที่ผู้กำกับสั่งทุกระเบียดนิ้ว หรือ เรียกในภาษาอังกฤษว่า auteurs
- 2.พูดให้แนวทางคร่าวๆกับนักแสดงว่าฉากนี้ต้องการจะออกมาให้อยู่ในอารมณ์แบบไหน และ ให้นักแสดง ไปฝึกซ้อมบทพูดกันเอง
- 3.แทบไม่สั่งอะไรกับนักแสดงเลย อาจจะบอกเพียงคำว่า ให้เดินออกมาจากบ้าน แต่ไม่ยอม บอกว่า ให้เดินออกมาจากบ้านทำไม
- 4.มีพลอตหนังคร่าวๆ และชอบด้นบทสนทนาของตัวเองละครในกองถ่ายสดๆ
- 5.ชอบเขียนบทเองและกำกับเอง โดยอาจจะนำนวนิยายมาดัดแปลงเป็นบทภาพยนตร์ หรือ เขียนบทจากจินตนาการของตนเอง

6.ร่วมงานกับนักเขียนบทคนใดคนหนึ่งตลอด โดยจะเปลี่ยนนักเขียนบทน้อยมาก

7.ชอบทั้งกำกับเองและแสดงเป็นตัวละครเอกเองด้วย

2.1.4 แนวคิดการผลิตมิวสิกวิดีโอ

1.ความหมายของ มิวสิกวิดีโอ

มิวสิกวิดีโอ(Music Video)หมายถึงภาพประกอบเพลงหรือภาพที่สื่อความหมายจากเนื้อหาของเพลงเพื่อสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายและความเพลิดเพลินจากการได้รับชมมิวสิกวิดีโอ นอกจากนี้มิวสิกวิดีโอยังสอดแทรกสิ่งที่เป็นประโยชน์และสิ่งที่ดีมีสาระไว้แต่จุดมุ่งหมายที่สำคัญที่ทำให้มีงานชนิดนี้ขึ้นมาคือเพื่อส่งเสริมเพลงของศิลปินในทุกๆด้าน ไม่ว่าจะเป็นในด้านการตลาดยอดขายเทปเพลงหรือการโปรโมทให้ประชาชนได้คุ้นเคยกับเพลงของศิลปินจากอัลบั้มชุดนั้น

มิวสิกวิดีโอ(Music Video)คือภาพประกอบเพลงที่ถ่ายทอดความคิดเกี่ยวกับเพลงเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ผลิตและคนฟังที่ตีความหมายและสร้างจินตนาการให้แบบสำเร็จรูปตั้งแต่มิวสิกวิดีโอกำเนิดขึ้นสามารถพิจารณามิวสิกวิดีโอในฐานะที่เป็นเครื่องมือทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์นิยมของมิวสิกวิดีโอในยุคแรกๆจึงเป็นการผลิตภาพประกอบเพลง หรือมีเพลงเป็นหลักภาพเป็นรองแต่ปัจจุบันพบว่ามิวสิกวิดีโอเพลงไม่ได้ยึดถือเพลงเป็นหลัก

2.ลักษณะสำคัญของสื่อมิวสิกวิดีโอ

Roe&Lofgrenอธิบายว่า มิวสิกวิดีโอเป็น“วิทยุภาพ”(visual radio)เนื่องจากเขาสังเกตเห็นว่าผู้รับสารส่วนใหญ่ที่เปิดหาช่องทีวีเพื่อดูมิวสิกวิดีโอด้วยเหตุผลเดียวกับการหมุนหาคลื่นวิทยุเพื่อฟังเพลงและได้ภาพมาเป็นของแถมส่วนประกอบสำคัญที่เห็นได้อย่างชัดเจนของมิวสิกวิดีโอคือเพลงและภาพ

มิวสิกวิดีโอพัฒนามาจากรายการเพลงซึ่งเดิมเป็นการถ่ายทำการแสดงของนักร้องหรือวงดนตรีในห้องส่งของสถานีโทรทัศน์ภาพที่ปรากฏจึงเป็นภาพการแสดงของนักร้องและนักดนตรีแต่ปัจจุบันมิวสิกวิดีโอมีการเปลี่ยนแปลงไปโดยสร้างเป็นเรื่องราวเนื้อหาต่างๆเพื่อให้ผู้ชมเกิดความสนใจมีการใช้เทคนิคในการถ่ายทำ มีการลงทุนสูงเป้าหมายของการผลิตมิวสิกวิดีโอ ก็เพื่อสร้างสิ่งที่ศิลปินนำมาเสนอในเพลงให้กลายเป็นภาพ เพื่อให้ผู้ชมติดตามฟังเพลง โดยให้ภาพนั้นสื่อความหมายของเพลงหรือเนื้อหาสาระที่ต้องการจะถ่ายทอดการสร้างมิวสิกวิดีโอเป็นการสร้างเพื่อขยายเนื้อคําบางคําที่ไม่ชัดเจนออกมาให้ผู้ชมเข้าถึงการสื่อความหมายของเพลงนั้น

การผลิตมิวสิกวิดีโอจะยึดหลักในการสร้างภาพจากเพลงเพื่อให้ผู้ชมติดตามเพลงนั้น ๆ ดังนั้นภาพที่ออกมาจึงจะต้องเป็นภาพที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้ชมได้ เพื่อที่จะสามารถย้ำเตือนให้ผู้ฟังนึกถึงเพลงนั้น

ปัจจุบันการสร้างสรรค์มิวสิกวิดีโอได้กลายเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของค่ายเพลงที่ผลิตงานเพลงออกมา เพื่อให้มีชิ้นงานสำหรับการออกอากาศทางสื่อโทรทัศน์โดยเฉพาะ ซึ่งเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่สุดในปัจจุบัน สามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารได้มิวสิกวิดีโอมีลักษณะพื้นฐานของการเป็นโฆษณาอย่างหนึ่ง ลักษณะดังกล่าวได้แก่

-การผลิตเป็นรูปแบบของธุรกิจหรือเป็นผลผลิตทางอุตสาหกรรม

-การแพร่กระจายเป็นระบบเครือข่ายทางโทรทัศน์ เคเบิล และวิดีโอ

-ลักษณะผู้รับสารเป็นกลุ่มคนวัยรุ่นและวัยรุ่นหนุ่มสาวขนาดใหญ่ที่สุดซึ่งมีประสบการณ์แตกต่างจากคนดูรายการโทรทัศน์กลุ่มอื่นๆ โดยกลุ่มคนดูมิวสิกวิดีโอมีลักษณะเป็นผู้ที่ active มากกว่าผู้ดูกลุ่มอื่นและมีเหตุผลในการดูเหมือนกับเป็นกลุ่มเพื่อนที่มาร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ นิโบล โควา พิทักษ์เทศ(2535)กล่าวว่ามิวสิกวิดีโอเป็นแรงผลักดันที่สำคัญยิ่งในการขายเพลงสำคัญมากกว่าเสียงร้องและตัวบทเพลงเองมิวสิกวิดีโอสามารถเสนอภาพพจน์ของนักร้องและลีลาการแสดงออกที่โดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ซื้อหาเทปเพลงชุดนั้นมาฟัง

จากที่กล่าวมาแล้วจะพบว่ามิวสิกวิดีโอเป็นงานที่เกิดขึ้นล่าสุดจากระบบอุตสาหกรรมการผลิตเพลงโดยมิวสิกวิดีโอเป็นกลยุทธ์สำคัญมีหน้าที่ในการส่งเสริมการจำหน่ายเพลงประเภทกระแสหลัก (Main Stream) การผลิตมิวสิกวิดีโอจึงต้องมีขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้ความละเอียดพิถีพิถันอย่างมากเพื่อที่จะสร้างความประทับใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้ซื้อสินค้าเพลงชุดนั้นๆซึ่งหมายถึงยอดจำหน่ายที่สูงขึ้นบริษัทเทปเพลงแต่ละแห่งจึงแข่งขันกันอย่างมากในการผลิตมิวสิกวิดีโอของศิลปินในสังกัดโดยการพยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ทั้งในด้านของ เทคนิค แนวคิด หรือการสื่อความหมาย แต่ทั้งนี้กรอบจำกัดของมิวสิกวิดีโอในฐานะที่เป็นเครื่องมือส่งเสริมการจำหน่ายนี้บางครั้งก็เปลี่ยนแปลงมุมบางเรื่อง บางสิ่ง บางอย่างที่เป็นสัจธรรมของชีวิตมนุษย์ไปความสำคัญของมิวสิกวิดีโอในอีกแง่มุมหนึ่งนั้นเป็นไปตามที่ มาโนช พุฒตาล กล่าวไว้ใน“จินตกวีแห่งยุคสมัยศิลปะการเล่าเรื่องอารมณ์ความรู้สึกในมิวสิกวิดีโอ”ว่ามิวสิกวิดีโอเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งที่มนุษย์ใช้เพื่อหาความสุขความสนุกความตื่นให้กับชีวิตลำพังการฟังเพลงอย่างเดียวเราก็ได้อารมณ์แบบใดแบบหนึ่งอาจจะเป็นความซาบซึ้งเคลิบเคลิ้ม ตื่นเต้นหรือเกิดการชำระจิตใจถ้าคิดว่าเพลงนั้นดีพอ แต่เมื่อเริ่มมีมิวสิกวิดีโอมาประกอบภาพในมิวสิกวิดีโอจะกระตุ้นให้การเสพดนตรีของเราตื่นเต้นมากขึ้นเปิดมิติใหม่ให้กับความรู้สึกของเรา

3. บทบาทและความสำคัญของมิวสิกวิดีโอ

-มิวสิกวิดีโอเป็นสุนทรียศาสตร์ทางการสื่อสารที่เป็นสัญลักษณ์ของศิลปิน นักร้อง และเป็นชนวนให้เกิดการใช้เวลาและเงินสำหรับการซื้อหาของกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่น ซึ่งมีบทบาทและความสำคัญดังนี้

-มิวสิกวิดีโอมีบทบาทในการเสนอสิ่งแวดล้อม ประสบการณ์ อารมณ์และวัฒนธรรมวัยรุ่น

(Youth Culture)

-มิวสิกวิดีโอเป็นพื้นฐานทางการตลาดของเพลงสมัยนิยม(Popular song)

-มิวสิกวิดีโอมีรูปแบบเฉพาะที่ใช้เป็นสื่อเพื่อการโฆษณาของบริษัทเพลง

-มิวสิกวิดีโอมีอิทธิพลในการสร้างฝัน จินตนาการ และวัฒนธรรมวัยรุ่น

4. รูปแบบของมิวสิกวิดีโอ

รูปแบบของมิวสิกวิดีโอจะประกอบด้วยองค์ประกอบหลักทางประสบการณ์ของผู้ฟัง คือทางกายภาพ(Physical)ทางอารมณ์ (Emotional)และทางระดับการจดจำ(Cognitive Levels) โดยรูปแบบมิวสิกวิดีโอที่เห็นได้จากการที่บริษัทเพลงผลิตออกมามี 3 รูปแบบ คือ

4.1 มิวสิกวิดีโอที่มีการแสดงเป็นหลัก (Performance) เป็นมิวสิกวิดีโอที่มีโครงสร้าง

ความสัมพันธ์ง่าย ๆ ไม่ซับซ้อน มักเป็นการนำเสนอภาพวงดนตรีแสดงดนตรี หรือนักร้องร้องเพลงอยู่บนเวที

4.2 มิวสิกวิดีโอที่มีเรื่องราวสื่อความหมายเป็นหลัก(Narrative) เป็นมิวสิกวิดีโอที่มีโครงสร้าง

ความสัมพันธ์เป็นเรื่องราว แต่ไม่เหมือนกับนิยายหรือภาพยนตร์ เนื่องจากเรื่องราวนั้นจะขึ้นอยู่กับความหมายของเพลง

4.3 มิวสิกวิดีโอที่มีแนวความคิดบางอย่างที่ไม่เป็นเรื่องราว(Conceptual) เป็นรูปแบบที่อธิบาย

ถึงสิ่งที่เรียกว่าดนตรีภาพ(Visual Music)หรือทำนองที่เป็นจังหวะ รูปแบบนี้ใช้เทคนิคการพัฒนาแนวความคิดเรื่องความสัมพันธ์ต่างๆ ของดนตรี การลำดับเรื่องราว (editing) และ ภาพลักษณ์ (images)

5. ลักษณะเฉพาะของมิวสิกวิดีโอ

มิวสิกวิดีโอ เป็นผลผลิตเชิงอุตสาหกรรมซึ่งมีรูปแบบผสมกัน 2 ส่วน ระหว่างส่วนที่เป็นอุตสาหกรรมเพลงและอุตสาหกรรมโทรทัศน์ประกอบกับการพิจารณาถึงนิยามของมิวสิกวิดีโอร่วมด้วยจะพบว่า ลักษณะหลักของมิวสิกวิดีโอคือ เครื่องมือในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เทปเพลงที่มีลักษณะเฉพาะซึ่งแตกต่างไปจากโฆษณาอื่นหลายประการ โดยสามารถอธิบายถึงลักษณะเฉพาะของมิวสิกวิดีโอ ได้ดังต่อไปนี้

5.1 ภาพยนตร์สั้นๆจบใน 3 นาที มิวสิกวิดีโอเป็นภาพยนตร์สั้นๆที่ไม่มีบทพูดแต่เป็น การร้อยเรียงภาพแต่ละภาพประกอบบทเพลง เนื้อหาของเพลงเป็นเสมือนบทพูด

5.2 เนื้อหานั้นเรื่องความรักความผิดหวัง เมื่อพิจารณามิวสิกวิดีโอพบว่า เพลงที่ถูกเลือกมาผลิตเป็นมิวสิกวิดีโอในอัลบั้มชุดหนึ่งมักเลือกเพลงที่มีท่วงทำนองและเนื้อหาที่เด่นสะดุดหู ประมาณ 3 – 4 เพลง โดยส่วนใหญ่มักเป็นเพลงช้ามากกว่าเพลงเร็ว เนื้อหาของเพลงไทยสมัยนิยมมัก เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรักและมักเป็นความรักที่ผิดหวังซึ่งอาจเป็นเพราะอารมณ์ผิดหวังรุนแรงน่าสนใจกว่าอารมณ์สมหวัง

5.3 ยึดภาพลักษณะนักร้องเป็นหลัก มิวสิกวิดีโอช่วยสร้างเอกลักษณ์ที่เป็นส่วนรวมหรือ สาธารณะของนักร้องและเป็นพาหนะในการถ่ายทอดภาพลักษณ์ของนักร้องสู่สาธารณะ ก่อให้เกิด ความคุ้นเคยและยอมรับในบุคลิกภาพของเขา

5.4 ระยะเวลาในการโฆษณาสั้นกว่าโฆษณาสินค้าอื่น มิวสิกวิดีโอที่ใช้ในการโฆษณาเทปเพลง มักมีระยะเวลาในการโฆษณาสั้น ๆ เพราะเทปเพลงเป็นสินค้าที่มีอายุสั้นประมาณ 3 เดือนและขายความ เป็นสมัยนิยม มิวสิกวิดีโอเพลงเชียร์จะออกอากาศไม่นานซึ่งต่างจากสินค้าอื่น ๆ ที่ใช้โฆษณาในระยะ ยาว

5.5 เป็นโฆษณาที่ไม่เหมือนโฆษณามิวสิกวิดีโอเป็นโฆษณาสินค้าเทปเพลงที่ทำให้ผู้ชมซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นโฆษณาเพราะเหมือนเป็นชีวิตจริงของวัยรุ่น นอกจากนี้มิวสิกวิดีโอยังต่าง จากสินค้าประเภทอื่นตรงที่ให้ผู้บริโภคได้ทดลองสินค้าก่อนซื้อ สินค้าประเภทอื่นๆ ใช้โฆษณาเป็น เครื่องมือโน้มน้าวใจให้เกิดความต้องการอยากใช้สินค้านั้นก่อน ในขณะที่มิวสิกวิดีโอเป็นโฆษณาที่ให้ ทดลองใช้สินค้านั้นจนพอใจแล้วค่อยไปซื้อสินค้า กล่าวคือได้ดูมิวสิกวิดีโอและได้ฟังเพลงจนพอใจจึง จ่ายเงินซื้อเทปเพลง

5.6 กลุ่มผู้รับสารเป็นวัยรุ่น โดยเฉพาะวัยรุ่นปัจจุบันเติบโตขึ้นมาท่ามกลางโลกแห่งสัญลักษณ์ มีการนำเสนอด้วยภาพเป็นหลักมิวสิกวิดีโอมักนำเสนอเรื่องราวในวัยและชีวิตของกลุ่มวัยรุ่น วัยรุ่นจึง เข้าใจได้ดีกว่าผู้ใหญ่

5.7 ครอบงำอุดมการณ์แบบไม่รู้ตัว เนื้อหาต่างๆ ที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ มักจะเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงที่สัมผัสได้ด้วยจิตใจ ทำให้ผู้ชมรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต รู้สึกคล้ายกับการดูละครหรือภาพยนตร์มากกว่าดูโฆษณา มิวสิกวิดีโอจึงมีคุณสมบัติพิเศษคือ การครอบงำอุดมการณ์แบบไม่รู้ตัว อุดมการณ์ต่างๆ ที่ถูกผลิตผ่านมิวสิกวิดีโอ จึงสื่อเข้าถึงวัยรุ่นได้เป็นอย่างดี

-มิวสิกวิดีโอที่สะท้อนภาพสอดคล้องกับเนื้อหาของเพลงที่เกี่ยวกับแง่คิด มุมมองหรือทัศนคติของคนปรัชญาในการดำเนินชีวิตและให้กำลังใจ โดยเนื้อหาสามารถแยกได้ดังนี้

-มิวสิกวิดีโอเพลงสะท้อนปัญหาสังคม ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการสะท้อนปัญหาสังคมและกระตุ้นจิตสำนึกให้ผู้ฟังเพลงนึกถึงปัญหาบางปัญหาในสังคมที่ถูกหยิบยกมา ร้อยเรียงเป็นเพลงนำเสนอภาพหรืออารมณ์ความรู้สึกของแต่ละปัญหาให้ผู้บริโภคมองเห็น

-มิวสิกวิดีโอเพลงให้กำลังใจในการดำเนินชีวิต ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับการให้กำลังใจในการดำเนินชีวิตหรือการแสดงความรักความเป็นห่วง โดยตัวศิลปินเป็นผู้ถ่ายทอดสู่ผู้ฟังเพลงไปตามเนื้อหาที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อใช้ถ่ายทอดความรู้สึกดังกล่าว มายังผู้บริโภค

-มิวสิกวิดีโอเพลงให้แง่คิดเกี่ยวกับความรัก ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความรักที่มุ่งเน้นการให้แง่คิดหรือมุมมองต่างๆ ของความรักที่มีได้เจาะจงเพียงความรักระหว่างชายหนุ่มหญิงสาวเหมือนเพลงรักที่ปรากฏอยู่ทั่วไป หากแต่มุ่งที่จะนำเสนอความหมายหรือลักษณะของความรักในแบบต่างๆ ทั้งด้านดีและไม่ดี เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าใจความหมายของความรัก

-มิวสิกวิดีโอเพลงที่ให้แง่คิดเกี่ยวกับสาระและปรัชญาในการดำเนินชีวิต ได้แก่ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับปรัชญาในการดำเนินชีวิตและแง่คิดที่เป็นสาระ

6. การใช้ภาษาทางสื่อมิวสิกวิดีโอ

ปัจจุบันมิวสิกวิดีโอได้มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมาก ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้แก่

6.1 ปัจจัยทางด้านสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับอิทธิพลจากตะวันตกมากขึ้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากเนื้อหาที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอ อาจมีการเลียนแบบมิวสิกวิดีโอตะวันตก ซึ่งบางครั้งไม่เหมาะสมต่อสังคมไทย

6.2 ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี ซึ่งมีบทบาทต่อการผลิตมิวสิกวิดีโอด้วยเช่นกัน ช่วยพัฒนารูปแบบและเนื้อหาให้ดึงดูดความสนใจจากผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น เช่น การใช้คอมพิวเตอร์ กราฟฟิกในการสร้างภาพต่าง ๆ

6.3 ปัจจัยทางด้านการตลาดเป็นการแข่งขันกันของค่ายเพลงต่าง ๆ เพื่อสร้างความสนใจแก่กลุ่มเป้าหมายจึงมีการแข่งขันกันเพื่อพัฒนามิวสิกวิดีโอให้มีความน่าสนใจมากกว่าในอดีต

7. การใช้ภาษาทางมิวสิกวิดีโอ

มักจะขึ้นอยู่กับกลุ่มเป้าหมายของศิลปินนักร้องเป็นหลัก โดยจะพบว่าปัจจุบันมีมิวสิกวิดีโอเพลงประเภทที่แพร่ภาพออกอากาศแก่ผู้ชม ได้แก่ เพลงไทย สากล เพลงสากล เพลงลูกทุ่งหมอลำ ซึ่งการศึกษาถึงการใช้อย่างภาษาทางมิวสิกวิดีอนี้จะคำนึงถึง ทั้งรูปแบบและเนื้อหาที่สื่อสารออกมาโดยสามารถสรุปได้ดังนี้

7.1 เนื้อหาทางมิวสิกวิดีโอไม่ควรชี้นำความคิด ค่านิยม หรือสิ่งต่าง ๆ ที่ไม่เหมาะสมแก่ผู้ชม โดยอาจก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบได้ เช่น การแต่งกายของวัยรุ่น ความฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือยการนำเสนอ ค่านิยมที่ผิด เช่นการปฏิบัติตัวระหว่างชายหญิงที่เป็นคู่รักกัน

7.2 ควรระวังการนำเสนอเนื้อหาในเรื่องของความรุนแรงต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความ รุนแรงในการใช้อารมณ์ การแสดงออกของวัยรุ่นเกี่ยวกับความเสียใจ การแสดงออกในเรื่อง ของความรัก

7.3 พยายามสอดแทรกเนื้อหาสาระไปพร้อมกับความบันเทิงเพื่อให้เกิดการพัฒนาความรู้ แก่ผู้ชม

7.4 ระวังการเผยแพร่มิวสิกวิดีโอจากต่างประเทศ ซึ่งมีความแตกต่างจากสังคมไทยในเรื่องของวัฒนธรรม อาจจะนำเสนอภาพที่ไม่เหมาะสม ภาพล่อแหลม ภาพยั่วอารมณ์ทางเพศ

7.5 ควรส่งเสริมเนื้อหาเพื่อการแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรม สังคมที่ดีงามของไทย

7.6 ไม่ควรนำเสนอคำพูดที่หยาบคาย สองแง่สองง่าม ภาษาสแลง ผิดความหมายไม่ถูกต้อง คำฟุ่มเฟือยภาษากำกวม

มิวสิกวิดีโอเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่ทำหน้าที่ในการสะท้อนอุดมการณ์ความคิด ค่านิยม และความเป็นไปทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม ให้คนในสังคมได้รับรู้ถึงปัญหาและเรียนรู้เป็นบทเรียน ดังนั้นผู้ผลิตควรคำนึงถึงการสร้างสรรค์เนื้อหาที่อาจก่อให้เกิดผลกระทบที่ตามมาด้วย

8. มิวสิกวิดีโอเพลงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรัก

มิวสิกวิดีโอที่ผลิตขึ้นเพื่อทำให้เพลงที่มีตัวบทเกี่ยวข้องกับความรักในลักษณะต่างๆเป็นภาพขึ้นมาได้ซึ่งนอกเหนือจากการนำเสนอภาพแล้วยังสามารถนำเสนออารมณ์ผ่านทางสัญลักษณ์ต่างๆที่ปรากฏได้อีกด้วยเนื้อหาที่ปรากฏในมิวสิกวิดีโอเพลงรักสามารถจำแนกได้หลากหลาย

8.1 มิวสิควิดีโอเพลงรักเศร้าสะเทือนใจ

การนำเสนอเนื้อหาของความไม่สมหวังของความรักและความ โศกเศร้าต่างๆที่ต้องพลัดพรากจากคนรักในแบบที่ต่างๆกันไป ซึ่งจะกระตุ้นเร้าให้ผู้บริโภคเกิดอารมณ์ร่วมในลักษณะต่างๆ เช่น เหงา เศร้า โดดเดี่ยว

8.2 มิวสิควิดีโอเพลงรักให้อารมณ์รุนแรง

ได้แก่ การนำเสนอความรักในอีกแง่มุมหนึ่งถึงแม้ความรักนั้นจะผิดหวังหรือนำเศร้าที่ต้องแยกทางกับคนรักแต่อารมณ์ของเพลง ได้ถูกถ่ายทอดด้วยทำนองที่รุนแรงเร้าใจทำให้ผู้บริโภคไม่เกิดอารมณ์ที่เศร้าสร้อยตามเนื้อเพลงแต่กลับรู้สึกสะเทือนใจและได้อารมณ์

8.3 มิวสิควิดีโอเพลงรักสนุกสนานได้แก่

การนำเสนอเนื้อหาของความรักที่บอกกล่าวเรื่องราวได้อย่างสนุกสนานประกอบกับ ทำนองทำนองและจังหวะเพลงทำให้ผู้บริโภคเกิดความบันเทิงได้ พัลพงศ์ สุวรรณวาทีน (2536:38-40)