การสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด

Creation of 2D Animation to Present the Tradition of Phi Ta Khon to Members of Generation Z

ศุภัชฌา ใช้สติ[1] และ เสาวลักษณ์ พันธบุตร[2]
Suputcha Chaisati and Saowaluck Phanthabutr
Corresponding author, E-mail: suputcha.b@gmail.com

Received : *July 9, 2021*
Revised : *August 13, 2021*
Accepted : *August 20, 2021*

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซดผ่านสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ มีความมุ่งหมายให้กลุ่มเจเนอเรชันแซดเกิดทัศนคติที่ดี มีความต้องการท่องเที่ยวในประเพณี และตัดสินใจเดินทางไปเยี่ยมชมประเพณีผีตาโขนในลำดับต่อไป โดยได้สำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของเจเนอเรชันแซดที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 15-22 ปี ที่มีต่อประเพณีผีตาโขนด้วยแบบสอบถามออนไลน์และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ ในประเด็นสิ่งแวดล้อมเพื่อให้สามารถเชื่อมโยงและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี โดยผลงานสำเร็จมีความยาว 3 นาที 23 วินาที และให้ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเจเนอเรชันแซดประเมินประสิทธิภาพสื่อ ผลการวิจัยพบว่า ก่อนการรับชมสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ กลุ่มเจเนอเรชันแซดรู้จักประเพณีผีตาโขน ร้อยละ 93 ไม่ทราบความเป็นมาของประเพณี ร้อยละ 55 ไม่เคยมีประสบการณ์ร่วมในประเพณี ร้อยละ 92 มีทัศนคติเป็นบวกต่อประเพณี ร้อยละ 51 และสนใจเยี่ยมชมประเพณี ร้อยละ 76 หลังการรับชมสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ พบว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซดพึงพอใจกับการนำเสนอวัฒนธรรมด้วยสื่อแอนิเมชันที่มีเนื้อหาระยะสั้นกระชับ เข้าใจง่าย ตรงประเด็นและไม่ซับซ้อน การเล่าเนื้อเรื่องด้วยการเปรียบเทียบเป็นโลกคู่ขนาน และดนตรีร่วมสมัยที่ผสมผสานระหว่างดนตรีสมัยนิยมกับเครื่องดนตรีภายในวัฒนธรรม

คำสำคัญ: แอนิเมชัน 2 มิติ, ประเพณีผีตาโขน, เจเนอเรชันแซด

Abstract

The objective of this study was to present the Phi Ta Khon tradition to Generation Z through 2D animation media. The purpose is to create positive attitudes among Generation Z to the tradition, creating the desire for tourism related to tradition and decisions to visit and take part in the Phi Ta Khon tradition. The study examined the opinions and attitudes of members of Generation Z living in Bangkok, aged between 15-22, and their attitudes towards the Phi Ta Khon tradition with online questionnaires and surveys using convenient sampling method. After that, the data is used to create 2D animation on environment issue

[1] นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Master of Arts Program in Design for Business College of Social Communication Innovation Srinakharinwirot University
[2] ดร. สาขาวิชานวัตกรรมสื่อสารสังคม วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Dr. of Master of Arts Program in Design for Business College of Social Communication Innovation Srinakharinwirot University

content to reach Generation Z easily with 3 minutes 23 seconds long, and then the prototype animation was given to experts in Generation Z to evaluate their performance. The research showed that before watching 2D animation, 93% of Generation Z knew about the Phi Ta Khon tradition, 55% of Generation Z didn't know the history of the tradition, 92% of Generation Z had no experience with the tradition, 51% of Generation Z had positive attitudes towards the tradition and 76% of Generation Z were interested in experiencing the traditions. After watching 2D animation, Generation Z was satisfied the presentation of the tradition in a short, concise, easy-to-understand way, which is to the point and had uncomplicated content. They also enjoyed watching animation with the parallel-world storytelling method and listening to contemporary music that blends modern music with cultural instruments and includes the use of subtitles for animation.

Keywords: 2D Animation, Phi Ta Khon tradition, Generation Z

บทนำ

ประเพณีผีตาโขน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย เป็นหนึ่งในประเพณีอันมีอัตลักษณ์เด่นชัด ทั้งในด้านเนื้อหา ความหมาย ลำดับพิธีการ รูปแบบและสีสัน สะท้อนถึงความศรัทธาในพระพุทธศาสนา ศาสนาพราหมณ์และวิญญาณบรรพบุรุษ และแสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติอย่างแท้จริง โดยนับตั้งแต่ ปี พ.ศ.2531 หน่วยงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สนับสนุนประเพณีผีตาโขนให้มีแบบแผนสำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและส่งเสริมเศรษฐกิจ ทำให้การประดิษฐ์หน้ากาก เครื่องแต่งกาย การประกอบดนตรีและการประกอบพิธีกรรมมีรูปแบบเพื่อสร้างรายได้มากยิ่งขึ้น จนวัฒนธรรมกลายเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน (พงศทร พินิจวัฒน์, 2548)

ถึงกระนั้น ผู้วิจัยได้สอบถามผู้ที่เกี่ยวข้องกับประเพณีผีตาโขน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นกลุ่มครอบครัวหรือวัยทำงาน แต่กลับมีกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาน้อย ผู้วิจัยจึงได้เก็บแบบสอบถามเพื่อศึกษาทัศนคติของกลุ่มเจเนอเรชันแซดที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครที่มีต่อผีตาโขน จำนวน 100 ฉบับ จากการเก็บข้อมูลพบว่า มีกลุ่มเจเนอเรชันแซดไม่รู้จักประเพณีผีตาโขน 7% มีทัศนคติเป็นลบ 10% นอกจากนี้ ยังพบผู้ที่ไม่ให้ความสนใจหรือเข้าใจบิดเบือนเกี่ยวกับประเพณีผีตาโขน โดยบางส่วนที่ไม่ให้ความสนใจให้เหตุผลว่า เคยรับรู้ถึงผีตาโขนผ่านตำราเรียนเท่านั้น เป็นเรื่องไกลตัว เข้าถึงยาก ไม่เข้าใจถึงความเป็นมาและคิดว่าชุมชนไม่มีการประชาสัมพันธ์เท่าที่ควร ส่วนกลุ่มที่เข้าใจบิดเบือนเข้าใจว่า ผีตาโขนมีชื่อเรียกตามรูปแบบที่เฉพาะเจาะจง มีความสัมพันธ์กับโขน หรือมีความอาถรรพ์และพบความเห็นบางส่วนที่ไม่ชอบผีตาโขน เพราะรูปลักษณ์ภายนอกที่ดูน่ากลัว ไม่เป็นมิตร ไม่น่าเข้าใกล้ เป็นต้น

ทั้งนี้ กลุ่มเจเนอเรชันแซดเป็นประชากรรุ่นใหม่ที่มีอายุน้อย แต่มีอำนาจการซื้อสูงและมีรายจ่ายต่อคนสูงกว่ากลุ่มเจเนอเรชันอื่นๆ โดยในปัจจุบัน กลุ่มเจเนอเรชันแซดที่เกิดในปี พ.ศ.2538-2540 ได้ก้าวเข้าสู่วัยทำงาน ทำให้มีรายได้และมีอำนาจการซื้อที่สูงขึ้น จึงเป็นที่จับตามองของผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ ดังนั้น กลุ่มเจเนอเรชันแซดจึงมีผลต่อการขยายตลาดในธุรกิจหลายด้าน อันรวมถึงด้านวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน

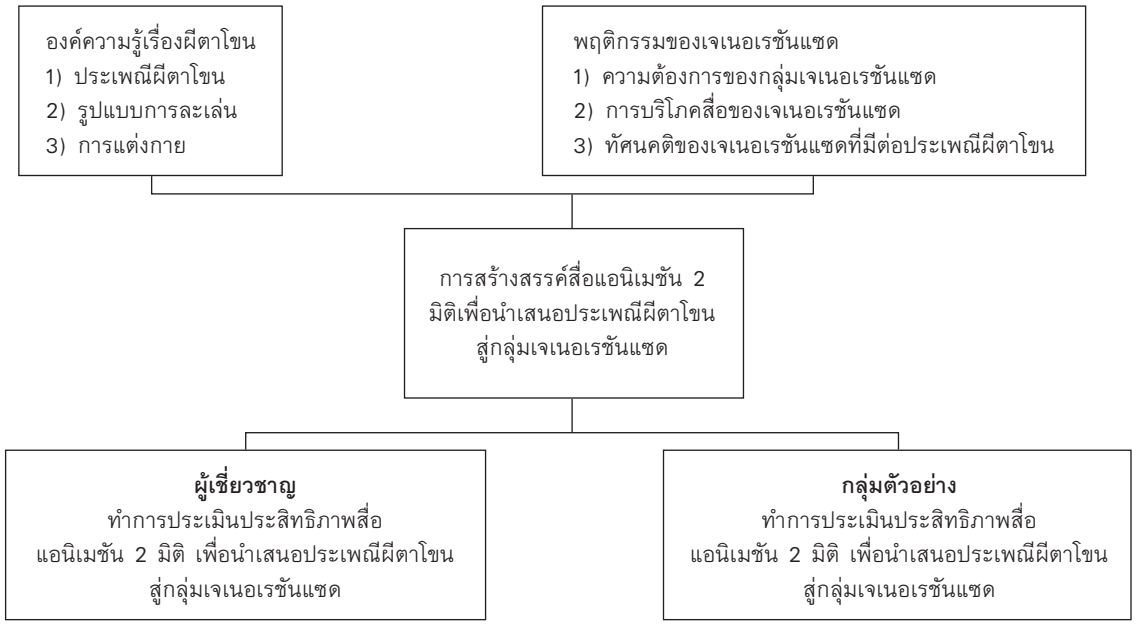
ตามที่ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (2562) ได้รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562 ว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มเจเนอเรชันแซดมากที่สุด ได้แก่ YouTube คิดเป็นร้อยละ 99.8 ผู้วิจัยจึงคำนึงเห็นว่า สื่อประเภทวิดีโอเป็นหนึ่งในประเภทของสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี โดยนำเสนอวัฒนธรรมผ่านแนวคิดที่ว่าวัฒนธรรมไม่ใช่เรื่องของการสืบสานขนบธรรมเนียมตามเทศกาลเพียงเท่านั้น แต่เป็นการประยุกต์และสืบสานให้เหมาะสมกับยุคสมัย โดยหลักการของแอนิเมชันนั้นสามารถใช้อธิบายเรื่องที่ซับซ้อนและเข้าใจยากให้ง่ายขึ้นและถูกผลิตออกมาในรูปแบบไฟล์วิดีโอซึ่งเป็นไฟล์ดิจิทัลสามารถนำไปเปิดได้โดยทั่วไป

จากข้อมูลข้างต้นที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ อันบอกเล่าถึงประเพณีไทยที่โดดเด่นอย่างประเพณีผีตาโขนและผสมผสานการออกแบบตามกาลสมัย ซึ่งอาจนำไปสู่ต้นแบบหรือแม่พิมพ์ทางวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ เพื่อเป็นแนวทางในการสืบสานวัฒนธรรมไทยสืบต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซดผ่านสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ

กรอบแนวคิดวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย
ที่มา: โดยผู้วิจัย ศุภัชฌา ใช้สติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่อประเพณีผีตาโขนของเจเนอเรชันแซดที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 15-22 ปี แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด โดยผู้เชี่ยวชาญ และแบบประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด โดยกลุ่มตัวอย่าง โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเพณีผีตาโขนทางด้านวัฒนธรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาประเพณีผีตาโขนในประเด็นต่างๆ อันได้แก่ บริบทด้านพื้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ประวัติความเป็นมาของประเพณีผีตาโขน การจัดประเพณีงานบุญหลวง ประเภทของผีตาโขน การละเล่นผีตาโขน เครื่องดนตรีประกอบผีตาโขน ผีตาโขนและการอยู่ร่วมกับธรรมชาติผ่านหนังสือ บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 สำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของเจเนอเรชันแซดที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 15-22 ปี ที่มีต่อประเพณีผีตาโขน

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามความคิดเห็นและทัศนคติที่มีต่อประเพณีผีตาโขนของเจเนอเรชันแซดที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 15-22 ปี กับกลุ่มเจเนอเรชันแซด จำนวน 100 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Random Sampling)

ขั้นตอนที่ 3 สร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด

ในขั้นตอนการสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด แบ่งขั้นตอนออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

1. Pre-Production ประกอบด้วย การกำหนดแนวคิด การกำหนดเนื้อเรื่อง การกำหนดทิศทางการออกแบบต้นแบบอย่างเป็นทางการ การลำดับบทภาพ และแอนิเมติก
2. Production ประกอบด้วย แอนิเมชัน การตัดต่อและการบันทึกผลงาน
3. Post-Production ประกอบด้วย การตรวจสอบและการเผยแพร่

ขั้นตอนที่ 4 ผู้เชี่ยวชาญประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด

ผู้วิจัยได้ใช้แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด โดยผู้เชี่ยวชาญ กับผู้เชี่ยวชาญ ทั้งหมด 6 ท่าน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีความสามารถเฉพาะทางและมีคุณสมบัติที่เหมาะสม อันประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสาร 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรม 2 ท่าน

โดยแบบประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ ประกอบด้วย ชุดคำถามปลายเปิด (Open Ended Question) เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญสามารถแนะนำแนวทางการแก้ไขผลงานได้ตรงกับสภาพความเป็นจริง และแบบประเมินเปรียบเทียบแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญให้คะแนนผลงานในหมวดต่างๆ และกำหนดให้ค่าระดับคะแนน 5 ระดับ คะแนน 1 หมายถึง มีคุณภาพน้อยที่สุด และคะแนน 5 หมายถึง มีคุณภาพมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 5 กลุ่มตัวอย่างประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด

ผู้วิจัยได้ใช้แบบประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด โดยกลุ่มตัวอย่าง กับกลุ่มเจเนอเรชันแซด จำนวน 51 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบประเมินออนไลน์ผ่าน Google Form และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Random Sampling)

โดยแบบประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ ประกอบด้วย ชุดคำถามปลายปิด (Close Ended Question) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเลือกคำตอบที่ตรงหรือใกล้เคียงกับตัวเองมากที่สุด และแบบประเมินเปรียบเทียบแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยให้กลุ่มตัวอย่างให้คะแนนผลงานในหมวดต่างๆ และกำหนดให้ค่าระดับคะแนน 5 ระดับ คะแนน 1 หมายถึง มีคุณภาพน้อยที่สุด และคะแนน 5 หมายถึง มีคุณภาพมากที่สุด

ผลการวิจัย

ในบทความนี้ ผู้วิจัยสรุปการดำเนินการวิจัย ภายใต้ประเด็นหลัก 5 ประเด็น ได้แก่

1. ประเพณีผีตาโขน

จากการศึกษาประเพณีผีตาโขนในประเด็นต่างๆ พบว่า ประเพณีผีตาโขน จัดขึ้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย เป็นการละเล่นประกอบประเพณี “งานบุญหลวง” ซึ่งรวมงานบุญระหว่างงาน “บุญพระเวช” และ “งานบุญบั้งไฟ” เข้าด้วยกัน และจัดขึ้นเป็นระยะเวลา 3 วัน ในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคมของทุกปี ประกอบด้วยกิจกรรมงานบุญ การตั้งขบวนแห่จำลองเหตุการณ์จากเวสสันดรชาดก การจุดบุญบั้งไฟเพื่อแสดงความเคารพและขอฝนจากพญาแถน กิจกรรมการแสดงของผีตาโขน และการเทศน์มหาชาติทั้ง 13 กัณฑ์

คนในชุมชนอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย มีความสัมพันธ์กับธรรมชาติทั้งความเชื่อและการดำรงชีวิต กล่าวคือ จากความเชื่อในวิญญาณบรรพบุรุษ จะพบว่าการบูชาบวงสรวงวิญญาณศักดิ์สิทธิ์มีความสัมพันธ์กับสภาพอากาศ หากการบูชาเป็นที่น่าพอใจ วิญญาณบรรพบุรุษจะบันดาลให้บ้านเมืองมีความอุดมสมบูรณ์ ฝนตกต้องตามฤดูกาล ผลผลิตทางการเกษตรเจริญงอกงาม โดยหากสังเคราะห์แล้วจะพบว่าคนในชุมชนมีวิถีชีวิตเป็นสังคมเกษตรกรรม ผลผลิตทางการเกษตรมีส่วนในการสร้างรายได้และหล่อเลี้ยงชีวิต ส่วนด้านการออกแบบชุดผีตาโขนนั้นก็ได้รับอิทธิพลจากธรรมชาติเช่นเดียวกัน ทั้งจากการเลือกใช้วัสดุจากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นมาประกอบเป็นหน้ากาก และการออกแบบลวดลายของหน้ากากอันได้รับอิทธิพลจากธรรมชาติ เช่น ผีเสื้อ ลูกอ๊อด ปลา เถาวัลย์ เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า คนในพื้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย มีวิถีชีวิตอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างกลมกลืน

2. ความคิดเห็นและทัศนคติของเจเนอเรชันแซดที่มีต่อประเพณีผีตาโขน

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซดรู้จักประเพณีผีตาโขน ร้อยละ 93 ไม่ทราบความเป็นมาของประเพณี ร้อยละ 55 ไม่เคยมีประสบการณ์ร่วมในประเพณี ร้อยละ 92 มีทัศนคติเป็นบวกต่อประเพณี ร้อยละ 51 และสนใจเยี่ยมชมประเพณี ร้อยละ 76

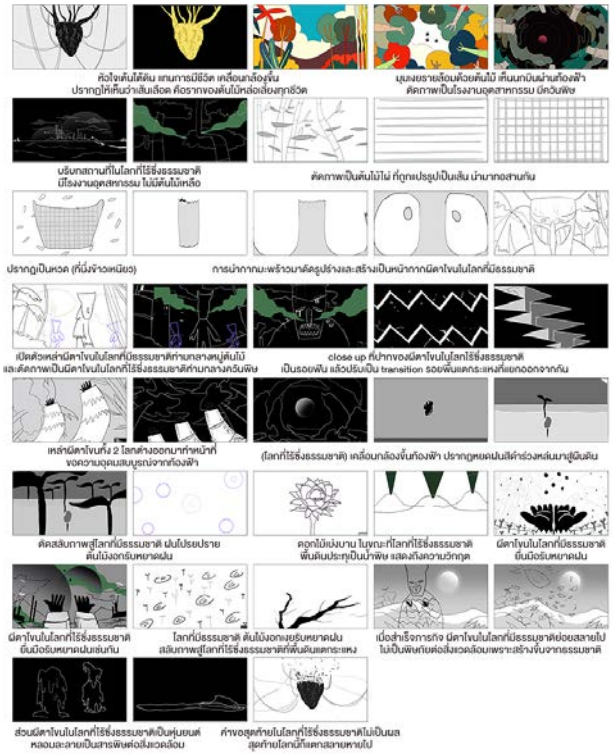
3. ผลการพัฒนาสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด

เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความตระหนักในสิ่งแวดล้อมและต้องการเปลี่ยนแปลงให้สภาพสิ่งแวดล้อมในโลกดีขึ้น (นิตยสารโพซิชั่นนิ่ง, 2563) ผู้วิจัยจึงคาดว่าการนำเสนอเนื้อหาประเพณีผีตาโขนในประเด็นสิ่งแวดล้อม

น่าจะสามารถเชื่อมโยงและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี อันสอดคล้องกับบริบทในพื้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ซึ่งคนในพื้นที่มีความสัมพันธ์กับธรรมชาติ ทั้งความเชื่อและการดำรงชีวิต กล่าวคือ ประเพณีผีตาโขนถูกจัดขึ้นในฤดูฝนของทุกปี เพื่อบูชาบวงสรวงวิญญาณศักดิ์สิทธิ์อันมีความสัมพันธ์กับสภาพอากาศ ซึ่งคนในชุมชนมีวิถีชีวิตเป็นสังคมเกษตรกรรม ผลผลิตทางการเกษตรมีส่วนในการสร้างรายได้และหล่อเลี้ยงชีวิต ดังนั้น คนในชุมชนจึงให้ความสำคัญต่อสภาพอากาศ ส่วนด้านการออกแบบผีตาโขน การสร้างสรรค์หน้ากากก็ได้รับอิทธิพลจากธรรมชาติเช่นเดียวกัน โดยคนในชุมชนได้เลือกใช้วัสดุจากทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น สร้างชิ้นหน้ากากจากกากมะพร้าว หวด (ที่นึ่งข้าวเหนียว) ส่วนสวมศีรษะที่เย็บติดกับหน้ากาก สานขึ้นจากไม้ไผ่ ส่วนของจมูกและเขาแกะสลักจากไม้เนื้ออ่อน การเจาะช่องมองหน้ากากให้พอดีกับลูกตาคนสวม นิยมเจาะเป็นรูปตัวฮวก (ลูกอ๊อด) ในส่วนของการสร้างสรรค์ลวดลาย ลวดลายที่ได้รับความนิยมส่วนมากจะได้รับอิทธิพลจากธรรมชาติ เช่น ผีเสื้อ ตัวฮวก (ลูกอ๊อด) ปลา เถาวัลย์ เป็นต้น ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่า คนในพื้นที่อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย มีวิถีชีวิตอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างกลมกลืน จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยจึงกำหนดความคิดรวบยอดของเรื่อง คือ “การบอกเล่าความสำคัญของการอยู่ร่วมกับธรรมชาติผ่านประเพณีผีตาโขน”

โสพิส เกษมสหสิน (2560) ได้อธิบายว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความสนใจระยะเวลาประมาณ 8 วินาที ดังนั้น ข้อมูลที่ได้รับควรสร้างแรงดึงดูดและสามารถเข้าใจง่ายตั้งแต่แรกเห็น ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าการนำเสนอเรื่องราวด้วยโลกคู่ขนานสามารถเล่าเปรียบเทียบภาพในแอนิเมชันได้ชัดเจน สามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจบริบทได้อย่างรวดเร็ว ผู้วิจัยจึงต้องการเล่าถึงโลกคู่ขนานอันเกิดจากผลของการรักษาสิ่งแวดล้อมที่ต่างกัน ได้แก่ โลกที่มีธรรมชาติ หมายถึงโลกที่ให้ความสำคัญและรักษาธรรมชาติ และโลกที่ไร้ซึ่งธรรมชาติ หมายถึงโลกที่ไม่ได้ให้ความสำคัญและไม่รักษาธรรมชาติ โดยทั้ง 2 โลกจะดำเนินไปพร้อมกันและเล่าถึงการขอความอุดมสมบูรณ์ในประเพณีผีตาโขนของแต่ละโลกแต่ได้รับผลลัพธ์ที่แตกต่างกัน

โดยเนื้อเรื่องบอกเล่าถึง การกำเนิดของผีตาโขนของแต่ละโลกที่ต่างออกมาทำหน้าที่ขอความอุดมสมบูรณ์หลังจากที่ผีตาโขนจากทั้ง 2 โลกได้ขอฝนจากท้องฟ้า ผลคือโลกที่มีธรรมชาติจะได้รับฝน ต้นไม้เจริญงอกงามและโลกยังคงดำรงต่อไป ในขณะที่โลกที่ไร้ซึ่งธรรมชาติจะถูกปกคลุมด้วยมลพิษ หยาดฝนที่ได้รับกลับมาเป็นฝนพิษหลอมละลายทุกสิ่งและสุดท้ายโลกใบนี้ก็แตกสลายหายไป ซึ่งหยาดฝนในเนื้อเรื่องมีความหมายโดยนัยว่า เป็นผลลัพธ์และสิ่งที่สะท้อนกลับมาจากสิ่งที่เราเลือกกระทำลงไป คือ หากเรารักษาสิ่งแวดล้อมและอยู่ร่วมกับธรรมชาติอย่างกลมกลืน เราจะยังมีธรรมชาติที่สวยงามหมุนเวียนเป็นวัฏจักรไม่สิ้นสุด แต่หากเราไม่รักษาธรรมชาติ ต่อให้ขอความอุดมสมบูรณ์จากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในภายหลัง เราก็จะไม่ได้รับความอุดมสมบูรณ์กลับคืนมา และท้ายที่สุด ผู้วิจัยได้ตั้งชื่อผลงานแอนิเมชันเรื่องนี้ว่า “The Last Wish” หรือ “ความหวังครั้งสุดท้าย” สื่อถึงการขอความอุดมสมบูรณ์ครั้งสุดท้ายของเหล่าผีตาโขนในโลกที่ไร้ซึ่งธรรมชาติ ก่อนจะไม่มีโอกาสได้ขออีกต่อไป



ที่มา: ภาพประกอบโดยผู้วิจัย ศุภัชฌา ใช้สติ

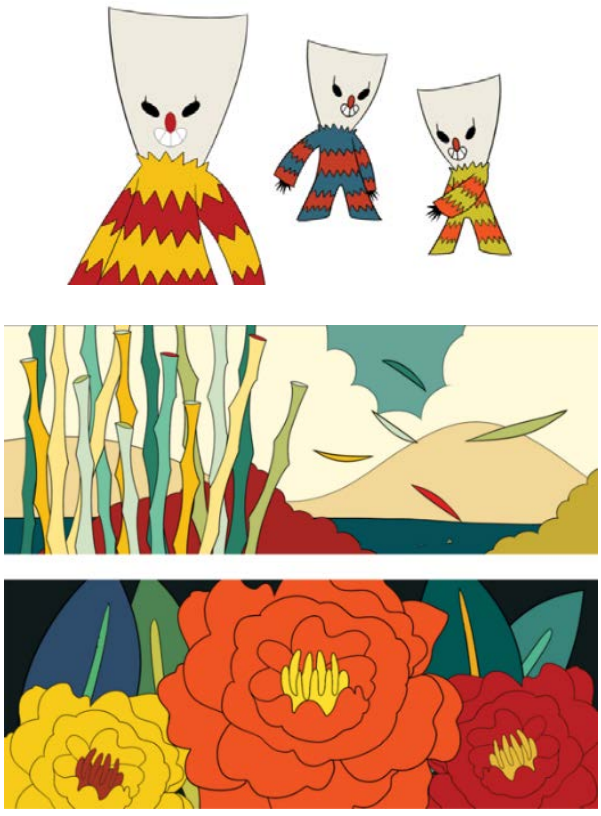
โดยผู้วิจัยได้สร้างสรรค์ภาพประกอบแอนิเมชันที่ไม่สมจริง มีการปรับกายวิภาคของตัวละครและลดทอนทำให้เป็นการ์ตูน มีความน่ารัก เป็นมิตรและเข้าถึงกลุ่มผู้ชมได้ทุกเพศ ผลงานมีรูปแบบทันสมัย ไม่ซับซ้อน มีลายเส้นเรียบง่าย สบายตา และใช้เทคนิคแอนิเมชันประเภทลดทอนรายละเอียด (Limited Animation) คือ การสร้างแอนิเมชันอย่างง่าย โดยสร้างวัตถุที่ต้องการเคลื่อนไหวแยก Layers เป็นชิ้น แล้วนำมาออกแบบการเคลื่อนไหวคล้ายกับการทำ

โมชันกราฟิก ส่วนดนตรีประกอบ ผู้วิจัยได้สร้างสรรค์เป็นดนตรีประเภทฟิวชัน (Fusion) ผสมผสานระหว่างดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ อันเกิดจากการสังเคราะห์และสร้างขึ้นโดยระบบไฟฟ้าผ่านคอมพิวเตอร์ เพื่อเป็นตัวแทนของโลกที่ไร้ซึ่งธรรมชาติ และเครื่องดนตรีไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อันได้แก่ พิณและแคน เพื่อเป็นตัวแทนของประเพณีผีตาโขน เพื่อให้สามารถสื่อสารถึงวัฒนธรรมได้ชัดเจนและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่ายมากขึ้น

โดยส่วนการออกแบบส่วนประกอบฉาก แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ โลกที่มีธรรมชาติ และโลกที่ไร้ซึ่งธรรมชาติ ดังนี้

3.1 โลกที่มีธรรมชาติ

ตัวละครผีตาโขนในโลกที่มีธรรมชาติมีใบหน้าเป็นผีที่เป็นมิตร โครงหน้ามีพื้นฐานรูปทรงมาจากสามเหลี่ยมคว่ำ สอดคล้องกับหน้ากากของผีตาโขนจริง มีปากยิ้มเพื่อให้ตัวละครเป็นมิตร ไม่มีพิษภัย ส่วนฉากจำลองจากพื้นที่ในอำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย ประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมและสิ่งมีชีวิตที่พบได้ในพื้นที่ ได้แก่ ภูเขา ต้นไม้ ต้นไผ่ ต้นมะพร้าว ใบตอง นก เป็นต้น



ภาพที่ 2 ภาพประกอบฉากในโลกที่มีธรรมชาติในสื่อแอนิเมชัน
ที่มา: ภาพประกอบโดยผู้วิจัย ศุภัชฌา ใช้สติ

กลุ่มสีที่ใช้ คัดเลือกจากสีที่ปรากฏในเครื่องแต่งกายและหน้ากากผีตาโขน อิงกลุ่มสีตามที่ ทัตพร สกุลรักอรุโณทัย (2558) ได้สรุปไว้ว่า ประกอบด้วยสีโทนร้อน (Warm Tone) ได้แก่ สีแดง สีส้มแดง สีส้ม สีเหลืองส้ม และสีม่วงแดง ผสมผสานกับสีโทนเย็น (Cool Tone) ได้แก่ สีเขียวเหลือง สีเขียวฟ้า สีเขียวและสีม่วงน้ำเงิน และสี 2 วรรณะ ได้แก่ สีเหลืองและสีม่วง โดยนิยมจับคู่ระหว่างสีโทนร้อนและสีโทนเย็น โดยใช้สีโทนร้อน 60% และสีโทนเย็น 30% และใช้สีขาวและสีดำเพียง 5%



ภาพที่ 3 ภาพกลุ่มสีที่ปรากฏในผีตาโขนในปัจจุบัน
ที่มา: ทัตพร สกุลรักอรุโณทัย. (2558). พิธีกรรมจากประเพณีผีตาโขนสู่เครื่องประดับร่วมสมัย ภาควิชาการออกแบบเครื่องประดับ. (ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.

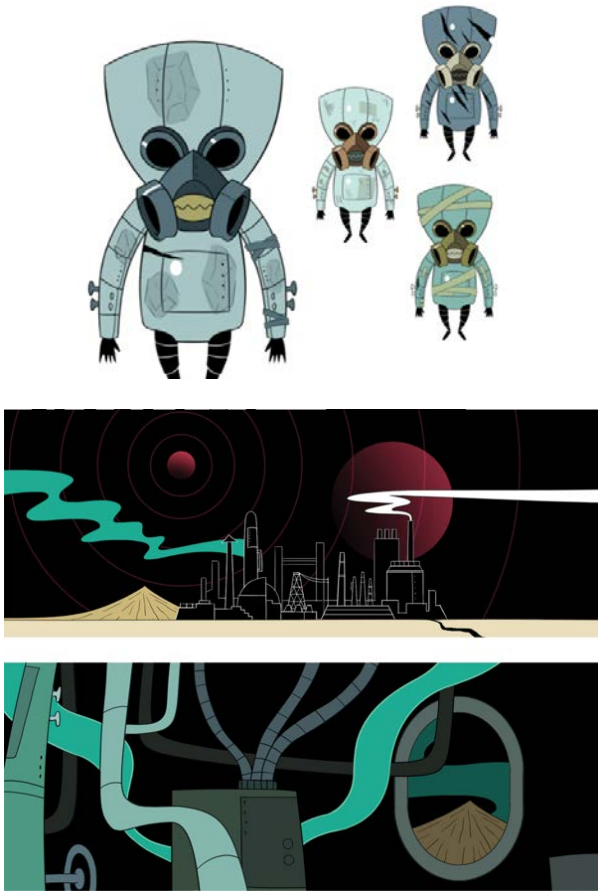
โดยผู้วิจัยได้ดัดแปลงกลุ่มสีที่ใช้ ให้มีสีสันหลากหลาย แต่มีความอิ่มตัวของสีน้อย ทำให้ภาพนุ่มนวลสบายตา รู้สึกปลอดโปร่งและปลอดภัย และจับคู่การใช้งานด้วยสีคู่ตรงข้ามเพื่อให้ความรู้สึกสดใส มีชีวิตชีวา สร้างความตื่นตัว ในขณะเดียวกันก็ให้ความรู้สึกสบายตา และเรียบง่าย



ภาพที่ 4 ภาพกลุ่มสีที่ใช้ในโลกที่มีธรรมชาติในสื่อแอนิเมชัน
ที่มา: ภาพประกอบโดยผู้วิจัย ศุภัชฌา ใช้สติ

3.2 โลกที่ไร้ซึ่งธรรมชาติ

ตัวละครผีตาโขนในโลกที่ไร้ซึ่งธรรมชาติมีลักษณะเป็นหุ่นยนต์ สร้างด้วยวัสดุโลหะ สวมหน้ากากกันแก๊สพิษปกปิดดวงตาและสีหน้า ส่วนฉากประกอบด้วยโรงงานอุตสาหกรรม ควันและมลพิษ น้ำเสีย พื้นดินแห้งแล้งแตกระแหงและจำลองเป็นโลกที่ไม่มีชั้นบรรยากาศ ทำให้มองเห็นดาวเคราะห์ดวงอื่นอย่างชัดเจน



ภาพที่ 5 ภาพประกอบฉากในโลกที่ไร้ซึ่งธรรมชาติในสื่อแอนิเมชัน
ที่มา: ภาพประกอบโดยผู้วิจัย ศุภัชฌา ใช้สติ

กลุ่มสีที่ใช้ เป็นสีที่แทบไม่ปรากฏในบนหน้ากากและเครื่องแต่งกายชุดผีตาโขน กล่าวคือ เป็นสีที่ตรงกันข้ามกับที่ทัตพร สกุลรักอรุโณทัย (2558) ได้สรุปไว้ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้คัดเลือกกลุ่มสีที่ถูกปรับให้เป็นสีตรงกันข้ามจากภาพสีปกติ (Invert) เพื่อให้ได้สีที่แปลกใหม่ ไม่คุ้นตา และทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจบริบทความแตกต่างระหว่าง 2 โลกได้อย่างรวดเร็ว โดยใช้สีไม่หลากหลาย ไม่สดใส มีความอิ่มตัวน้อยและมืดทึม ทำให้ภาพรวมรู้สึกกดดันและวิปริต



ภาพที่ 6 ภาพกลุ่มสีที่ใช้ในโลกที่ไร้ซึ่งธรรมชาติในสื่อแอนิเมชัน
ที่มา: ภาพประกอบโดยผู้วิจัย ศุภัชฌา ใช้สติ

เมื่อดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานแอนิเมชันจนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงใช้คำสั่งประมวลผลผลงานด้วยสกุลไฟล์ประเภทวิดีโอ .mp4 Format h264 ขนาด 1920 x 1080 Pixels เป็นผลงานแอนิเมชัน The Last Wish-MV Animation.mp4 (ศุภัชฌา ใช้สติ, 2563) ดังนี้ https://drive.google.com/file/d/1mRnJ6133ArfVsUAleyKM4GbkJkE8o0Xi/view?usp=sharing

4. ผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน โดยผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่า การนำเสนอด้วยสื่อแอนิเมชันมีความเหมาะสม เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้มากกว่าวิดีโอประเภทสารคดี การนำเสนอเนื้อเรื่องด้วยโลกคู่ขนานเป็นวิธีการที่น่าสนใจ เพราะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจบริบทของเนื้อเรื่องได้มากขึ้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังจัดองค์ประกอบฉากบอกเล่าได้ดี มีจังหวะการตัดสลับฉากที่เหมาะสม ตัวละครน่ารักและเข้าถึงง่าย เช่นเดียวกับการใช้ดนตรีที่มีความทันสมัยเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

ทั้งนี้ มีข้อเสนอแนะว่า ผู้วิจัยควรออกแบบเนื้อหาให้เข้าใจง่าย ตรงประเด็น ไม่ซับซ้อน และไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารคิดเอง เพราะอาจเกิดความเข้าใจผิดพลาดได้ ควรบอกเล่าให้เห็นถึงมิติทางวัฒนธรรม ปรากฏบรรยากาศ สภาพแวดล้อมและสถาปัตยกรรมที่สำคัญในประเพณีผีตาโขนมากยิ่งขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สร้างความเข้าใจใหม่และเพื่อให้กลุ่มให้กับเจเนอเรชันแซดเกิดความสนใจต้องการจะมาท่องเที่ยวในชุมชน นอกจากนี้ ควรเพิ่มส่วนที่เป็นข้อความที่อธิบายถึงภาพต่างๆ หรือใช้เสียงประกอบจากตัวละคร เพื่อให้สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและให้ผู้ชมเข้าใจได้รวดเร็วขึ้น และควรคำนึงถึงความเหมาะสมของระยะเวลาของสื่อให้ดี เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความสนใจในระยะเวลาที่สั้น

5. ผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อแอนิเมชัน โดยกลุ่มตัวอย่าง

พบว่า การที่ผู้วิจัยคัดเลือกประเด็นสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติมานำเสนอ นับว่ามีความน่าใจ กลุ่มเจเนอเรชันแซดพึงพอใจกับตัวละครและฉากเพราะมีความสวยงามดึงดูดสายตา จังหวะการตัดต่อเป็นไปอย่างต่อเนื่อง ดนตรีมีความน่าสนใจ มีสัดส่วนดนตรีในปริมาณที่เหมาะสม สอดคล้องกับภาพประกอบแอนิเมชันที่มีความทันสมัย ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างความเพลิดเพลินในการชมแอนิเมชัน

ทั้งนี้ กลุ่มเจเนอเรชันแซดยังไม่เข้าใจเนื้อหาเท่าที่ควร โดยมีความเห็นว่าเนื้อหายังมีช่องว่างที่ไม่สามารถตอบได้ว่าประเพณีผีตาโขนเกี่ยวข้องกับธรรมชาติอย่างไร นอกจากนี้ควรเพิ่มคำบรรยายสั้นๆ ประกอบแอนิเมชัน เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจมากยิ่งขึ้น และควรกระชับความยาวของเนื้อเรื่องโดยปรับระยะเวลาแอนิเมชันให้เหลือ 1-2 นาที เพื่อให้ตัวอย่างตัดสินใจเข้ามารับชมมากยิ่งขึ้น

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด มีข้อค้นพบในการวิจัย ดังนี้

1. ทัศนคติของกลุ่มเจเนอเรชันแซดที่มีต่อประเพณีผีตาโขน

ผลการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของกลุ่มเจเนอเรชันแซดที่มีต่อประเพณีผีตาโขนก่อนการรับชมสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เก็บข้อมูลจากกลุ่มเจเนอเรชันแซดที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 15-22 ปี จำนวน 100 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักประเพณีผีตาโขน ร้อยละ 93 ไม่ทราบความเป็นมาของประเพณี ร้อยละ 55 ไม่เคยมีประสบการณ์ร่วมในประเพณี ร้อยละ 92 มีทัศนคติเป็นบวกต่อประเพณี ร้อยละ 51 และสนใจเยี่ยมชมประเพณี ร้อยละ 76

ทั้งนี้ พบกลุ่มตัวอย่างที่ตอบว่า “ทราบความเป็นมาของประเพณีผีตาโขน” ซ้ำกับผู้ที่ตอบว่า “เคยมีประสบการณ์ร่วมในประเพณีผีตาโขน” “สนใจเยี่ยมชมประเพณีผีตาโขน” และมีทัศคติเป็นบวกต่อประเพณีผีตาโขน จำนวน 1 คน

2. การสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอถึงประเพณี

2.1 ด้านการออกแบบสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอถึงประเพณี

2.1.1 ด้านการใช้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก

พบว่า การเลือกใช้ความหนาของเส้นเดินขอบภาพสามารถบอกระยะของมิติได้ กล่าวคือ เส้นหนาบ่งบอกว่าวัตถุนั้นอยู่ใกล้ ส่วนเส้นบางบ่งบอกว่าวัตถุนั้นอยู่ไกล ในด้านการใช้สี การคัดเลือกกลุ่มสีจากประเพณีที่ต้องการบอกเล่าสามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของประเพณีนั้นได้ ทำให้ผู้รับสารสามารถอิงประสบการณ์และเข้าใจบริบทได้อย่างรวดเร็ว

2.1.2 ด้านการออกแบบเนื้อหา

พบว่า การสร้างการรับรู้ต้องมีเนื้อหาเข้าใจง่าย ตรงประเด็น ไม่ซับซ้อนและไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารคิดเอง เพราะผู้รับสารอาจเข้าใจสารผิดพลาดได้ ดังนั้น การสื่อสารเชิงนัยยะจึงควรมีขอบเขตที่เหมาะสม ในแง่มุมของการสื่อสารวัฒนธรรม ควรออกแบบเนื้อหาให้เห็นมิติทางวัฒนธรรม ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอความสนุกสนานและความสามัคคีในชุมชน ความเชื่อและศาสนาที่ปรากฏในชุมชน การนำเสนอเรื่องราวประวัติของประเพณี เป็นต้น นอกจากนี้ การสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชันสำหรับกลุ่มเจเนอเรชันแซดควรมีข้อความอธิบายประกอบภาพต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจได้รวดเร็วขึ้น เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความสนใจในช่วงสั้นๆ แต่ถึงกระนั้น วิธีการเล่าเนื้อเรื่องด้วยการเปรียบเทียบเป็นโลกคู่ขนาน นับว่าเป็นหนึ่งวิธีที่น่าสนใจเพราะสามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจบริบทของเนื้อเรื่องได้รวดเร็วมากขึ้น

2.1.3 ด้านการออกแบบสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ

พบว่า การเลือกรูปแบบการนำเสนอวัฒนธรรมด้วยสื่อแอนิเมชันมีความเหมาะสมกับกลุ่มเจเนอเรชันแซด เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มดังกล่าวได้มากกว่าวิดีโอประเภทสารคดี ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของระยะเวลาของสื่อให้ดี เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชันแซดให้ความสนใจในระยะเวลาที่สั้น หากสื่อมีระยะเวลานานเกินไปอาจทำให้กลุ่มดังกล่าวเลิกรับชมสื่อต่อจนจบ โดยกลุ่มเจเนอเรชันแซดนิยมบริโภคสื่อที่เข้าใจง่าย กระชับ ตรงประเด็น ไม่ซับซ้อนและไม่ต้องใช้เวลามากในการทำความเข้าใจ ในการออกแบบเนื้อเรื่อง ควรกำหนดแก่นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยคำนึงถึงความถูกต้องของเนื้อหาทางวัฒนธรรมเป็นหลักและควรประเมินความรู้ของผู้รับสารให้ดีว่ามีความเข้าใจเรื่องนั้นๆ มากน้อยเพียงใด เพื่อให้สามารถคัดเลือกประเด็นและปริมาณของสารที่ต้องการสื่อได้อย่างเหมาะสม ส่วนการลำดับบทภาพควรออกแบบให้เข้าใจง่าย มีการตัดสลับฉากอย่างสม่ำเสมอ ไม่นำเสนอฉากใดฉากหนึ่งนานเกินไป ควรมีการเชื่อมโยงภาพที่ดี มีการเคลื่อนไหวไหลลื่นและมีรายละเอียดไม่มากเกินไป ในการนำเสนอเนื้อหา

เกี่ยวกับวัฒนธรรม การออกแบบตัวละครหลักที่เป็นตัวแทนวัฒนธรรมโดยตรงสามารถทำให้ผู้รับสารเกิดการรับรู้โดยตรง สอดคล้องกับการออกแบบฉากและภาพประกอบที่ควรให้เห็นมิติทางวัฒนธรรม ในส่วนของดนตรีประกอบกลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความพึงพอใจกับการใช้ดนตรีร่วมสมัยที่ผสมผสานระหว่างดนตรีสมัยนิยมกับเครื่องดนตรีภายในวัฒนธรรม เพราะสามารถทำให้เข้าถึงวัฒนธรรมได้ง่ายขึ้นและสร้างความเพลิดเพลินในการชมแอนิเมชัน นอกจากนี้ ในแอนิเมชันที่มีตัวละครเป็นผู้ดำเนินเรื่อง ควรใช้เสียงประกอบจากตัวละคร เพื่อให้สามารถสื่อสารเรื่องราวและถ่ายทอดอารมณ์ของตัวละครได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอประเพณีผีตาโขนสู่กลุ่มเจเนอเรชันแซด มีความสอดคล้องกับข้อมูลในแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถนำไปสู่การอภิปรายได้ ดังนี้

1. การสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอถึงประเพณี

1.1 ด้านการใช้องค์ประกอบการออกแบบกราฟิก

การเลือกใช้ความหนาของเส้นเดินขอบภาพสามารถบอกระยะของมิติได้ กล่าวคือ เส้นหนาบ่งบอกว่าวัตถุนั้นอยู่ใกล้ ส่วนเส้นบางบ่งบอกว่าวัตถุนั้นอยู่ไกล สอดคล้องกับที่ Taylor (2003) ได้กล่าวไว้ว่า ความหนาของเส้นเดินขอบภาพสามารถบอกระยะห่างระหว่างผู้รับชมกับวัตถุในภาพประกอบได้ เช่นเดียวกับที่ Miraculous Mosquito (2013) ได้อธิบายว่า ความหนาของเส้นที่แตกต่างกันสามารถสร้างภาพลวงตาของระยะทางได้ โดยใช้ปากกาหัวใหญ่ เส้นหนาสำหรับวาดวัตถุที่ต้องการให้อยู่ใกล้ และใช้ปากกาหัวเล็กเส้นบาง สำหรับวาดวัตถุที่อยู่ไกล นอกจากนี้ การใช้เส้นประหรือจุดเดินขอบวัตถุก็สามารถเพิ่มระยะห่างให้วัตถุอยู่ไกลได้มากยิ่งขึ้น

ในด้านการใช้สี พบว่า การคัดเลือกกลุ่มสีจากประเพณีสามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของประเพณีนั้นได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ สุจิรา ถนอมพร และคณะ (2560) ที่พบว่า การออกแบบเลขนศิลป์สิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชนควรมีความเป็นเอกภาพ เข้าใจง่าย สื่อความหมายชัดเจน สามารถสะท้อนอัตลักษณ์และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ กลุ่มสีจากประเพณียังมีส่วนทำให้ผู้รับสารสามารถอิงประสบการณ์และเข้าใจบริบทได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับบทความของ รีเสิร์ชเซอร์ ไทยแลนด์ (2563) ที่กล่าวว่า สีสันมีความเชื่อมโยงกับการรับรู้อารมณ์ ความรู้สึก รวมถึงความจำของมนุษย์ได้เป็นอย่างดี มีผลกระตุ้นความทรงจำและช่วยทำให้จดจำข้อมูลได้รวดเร็วและแม่นยำขึ้น เช่นเดียวกับที่ ออฟฟิศเมท (2561) กล่าวว่า ความจำรู้สึกสัมผัสทางตา (Iconic memory) ทำให้เราจดจำภาพได้ในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งสีสันมีบทบาทเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการจำในระยะเวลาที่นานและชัดเจนขึ้น ทั้งนี้ สีสันมีอิทธิพลต่อการจดจำและการเรียนรู้ โดยผู้คนสร้างการจดจำใหม่ด้วยการเชื่อมโยงกับประสบการณ์และภาพในความทรงจำเดิม อันเป็นความจำระยะยาว เช่น หากต้องการสื่อสารถึงน้ำผู้คนจะเลือกใช้สีน้ำเงิน เป็นต้น

1.2 ด้านการออกแบบเนื้อหา

ในการสร้างการรับรู้ต้องสื่อสารเนื้อหาให้เข้าใจง่าย ตรงประเด็น ไม่ซับซ้อนและไม่เปิดโอกาสให้ผู้รับสารคิดเอง เพราะผู้รับสารอาจเข้าใจสารผิดพลาด ไม่เข้าใจเนื้อหาหรืออาจเข้าใจเนื้อหาไม่ครบถ้วน ทำให้การสื่อสารคลาดเคลื่อนและไม่มีประสิทธิผลเท่าที่ควร ทั้งนี้ ผู้ส่งสารต้องให้ความสำคัญกับการสื่อสารวัฒนธรรมมากเป็นพิเศษ เพราะมีความละเอียดอ่อน ควรศึกษามิติของวัฒนธรรมอย่างครอบคลุม คำนึงถึงความถูกต้องของเนื้อหาทางวัฒนธรรมเป็นหลักและออกแบบเนื้อหาให้เห็นมิติทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับบทความของ จ๊อบส์ ดีบี (2559) ที่กล่าวถึงทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพว่า ผู้ส่งสารต้องจับประเด็นสำคัญของสารให้กระชับและเหมาะสมกับบริบทของเนื้องานมากที่สุด และถ่ายทอดให้ผู้รับสารเข้าใจอย่างง่าย ตรงประเด็น ไม่อ้อมค้อมและไม่ต้องถอดรหัสสารต่อ

ทั้งนี้ ในการสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชันสำหรับกลุ่มเจเนอเรชันแซดนั้น ควรมีข้อความอธิบายประกอบภาพต่างๆ เนื่องจากกลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความสนใจในช่วงสั้นๆ สอดคล้องกับบทความของ เอสเอ็มอี ไทยแลนด์ (2561) ที่กล่าวถึงความสำคัญของคำบรรยายในวิดีโอ (Subtitle) ว่า มีบทบาทช่วยเพิ่มความเข้าใจของสารประเภทวิดีโอได้ เช่นเดียวกับบทความของ ณัฐนนท์ (2562) ที่กล่าวว่า คำบรรยายในวิดีโอ (Subtitle) สามารถดึงดูดให้ผู้ชมดูวิดีโอนั้นอย่างตั้งใจ จดจ่อและรับชมได้นานมากยิ่งขึ้น ซึ่งยิ่งหากผู้รับสารรับชมวิดีโอจนจบคลิป ก็ยิ่งมีโอกาสที่การสื่อสารจะบรรลุตามความมุ่งหมายมากยิ่งขึ้น

อีกหนึ่งประเด็นที่ผู้วิจัยค้นพบ คือ การเล่าเนื้อเรื่องด้วยการเปรียบเทียบเป็นโลกคู่ขนาน นับว่าเป็นหนึ่งวิธีการสื่อสารกับกลุ่มเจเนอเรชันแซดที่น่าสนใจเพราะสามารถทำให้ผู้รับสารเข้าใจบริบทของเนื้อเรื่องได้รวดเร็วมากขึ้น สอดคล้องกับที่ โสพิส เกษมสหสิน (2560) ได้อธิบายว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความสนใจระยะเวลาประมาณ

8 วินาที ดังนั้น ข้อมูลที่ได้รับควรสร้างแรงดึงดูดและสามารถเข้าใจง่ายตั้งแต่แรกเห็น

1.3 ด้านการออกแบบสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ เพื่อนำเสนอถึงประเพณี

การเลือกรูปแบบการนำเสนอวัฒนธรรมด้วยสื่อแอนิเมชันมีความเหมาะสมกับกลุ่มเจเนอเรชันแซดมากกว่าวิดีโอประเภทสารคดี สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ (2563, มกราคม-มิถุนายน) ที่พบว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซดชอบความทันสมัย สะดวกรวดเร็วและนิยมรับชมคลิปวิดีโอสั้น ดังนั้น รูปแบบการสื่อสารต้องสามารถดึงดูดสายตาได้เป็นอย่างดี รวมถึงต้องใช้คำพูดที่เข้าใจง่าย สั้นกระชับ แต่มีความหมาย

ในการสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน ผู้วิจัยคาดว่าหากนำเสนอเนื้อหาประเพณีผีตาโขนในประเด็นสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ น่าจะสามารถเชื่อมโยงและเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้เป็นอย่างดี จากผลการประเมินสื่อแอนิเมชัน พบว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความเห็นว่า การนำเสนอด้วยประเด็นสิ่งแวดล้อมและธรรมชาตินั้นน่าสนใจ จึงสอดคล้องกับที่นิตยสารโพซิชั่นนิ่ง (2563) กล่าวว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความตระหนักในสิ่งแวดล้อม โดยร้อยละ 43 ของกลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความกังวลเกี่ยวกับมลพิษและสิ่งแวดล้อม ร้อยละ 38 กังวลเกี่ยวกับภัยธรรมชาติ และร้อยละ 33 กังวลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ

ในส่วนของดนตรีประกอบ กลุ่มเจเนอเรชันแซดมีความพึงพอใจกับการใช้ดนตรีร่วมสมัยที่ผสมผสานระหว่างดนตรีสมัยนิยมกับเครื่องดนตรีภายในวัฒนธรรม สอดคล้องกับบทความของ Jurado (2020) ที่กล่าวว่า กลุ่มเจเนเรชันแซดเปิดรับดนตรีที่แตกต่างและหลากหลาย และเพลิดเพลินกับการฟังเพลงที่นำดนตรีที่แตกต่างมาผสมผสานกัน เช่นเดียวกับที่ Evershed (2019) กล่าวว่า กลุ่มเจเนอเรชันแซดเชื่อว่าดนตรีมีความลื่นไหล (Fluid) สามารถแปรผันไปมาได้ ไม่มีขอบเขตและไม่มีประเภทระบุที่แน่นอน นอกจากนี้ ยังเปิดรับการผสมผสานเสียงดนตรีที่แตกต่างกันได้อย่างสะดวกใจ

ข้อเสนอแนะ

1. สำหรับผู้ทำวิจัยถัดไป

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเจเนอเรชันแซดที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร มีอายุระหว่าง 15-22 ปี เท่านั้น ไม่ครอบคลุมถึงกลุ่มเจเนอเรชันแซดทั้งหมด ดังนั้น ควรมีการศึกษาจากประชากรเจเนอเรชันแซดที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและเกิดในช่วงปี พ.ศ. 2538-2553 (วฤตดา วรอาคม, 2557) เพื่อให้สามารถออกแบบสื่อได้อย่างเหมาะสมและครอบคลุมถึงกลุ่มเจเนอเรชันแซดทุกพื้นที่มากยิ่งขึ้น

ในด้านการสร้างสรรค์สื่อเพื่อนำเสนอถึงวัฒนธรรม ควรศึกษาถึงบริบทของวัฒนธรรมอย่างละเอียดและครอบคลุม เพื่อให้เข้าใจถึงแก่นและอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมนั้นอย่างลึกซึ้ง และสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ ควรหาประเด็นเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมกับความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น

2. สำหรับหน่วยงานการท่องเที่ยว

หน่วยงานการท่องเที่ยวควรศึกษาเพิ่มเติมถึงกระบวนการรับรู้ถึงสถานที่ท่องเที่ยว อันได้แก่ 1. การทราบความเป็นมาของประเพณี 2. การเคยมีประสบการณ์ร่วมในประเพณี 3. การมีทัศคติเป็นบวกต่อประเพณี 4. ความสนใจเยี่ยมชมประเพณี ว่ามีการเรียงลำดับขั้นตอนการรับรู้ก่อนหลังอย่างไร เพื่อให้สามารถกำหนดกลยุทธ์สื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีนโยบายสื่อสารการตลาดกับกลุ่มเจเนอเรชันแซดผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น Facebook, Instagram, Twitter หรือ Line เป็นต้น เนื่องจากเป็นช่องทางที่กลุ่มเจเนอเรชันแซดใช้งานเป็นประจำ เข้าถึงได้ง่าย เกิดการรับรู้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว สามารถส่งต่อข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้สะดวก นอกจากนี้ สื่อโฆษณาและสื่อประชาสัมพันธ์แบบออนไลน์ยังมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของประชากรกลุ่มเจเนอเรชันแซดมากที่สุด (พรรษกฤช ศุทธิเวทิน, 2559)

เอกสารอ้างอิง

จ๊อบส์ ดีบี. (2559). **6 เคล็ดลับฝึกทักษะการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก https://th.jobsdb.com/th-th/articles/ฝึกทักษะด้านการสื่อสาร

ณัฐนนท์ ดวงสูงเนิน. (2562). **Subtitle จำเป็นแค่ไหน**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก https://www.rainmaker.in.th/do-we-need-subtitle

ทัตพร สกุลรักอรุโณทัย. (2558). **พิธีกรรมจากประเพณีผีตาโขนสู่เครื่องประดับร่วมสมัย ภาควิชาการออกแบบเครื่องประดับ**. ปริญญาศิลปบัณฑิต (ออกแบบเครื่องประดับ). กรุงเทพฯ: คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นิตยสารโพซิชั่นนิ่ง. (2563). **7 แนวทาง' ซื้อใจ 'GEN Z' วัยที่ใช้ Passion ขับเคลื่อน 'โลก' และ 'แบรนด์'**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก https://positioningmag.com/1267838

พงศทร พินิจวัฒน์. (2548). **ศิลปกรรมท้องถิ่น : กรณีศึกษาหน้ากากผีตาโขน อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย**. ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต (ศิลปศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

พรรษกฤช ศุทธิเวทิน. (2559). **กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อประชากรรุ่นแซด ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

รีเสิร์ชเซอร์ ไทยแลนด์. (2563). **ความเชื่อมโยงของสีสันกับอารมณ์**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก https://www.facebook.com/ResearcherThailand/posts/2678458882420069

วฤตดา วรอาคม. (2557). **5 อินไซต์เจเนอเรชั่นซี**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/591770

ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์. (2563). รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มเจเนอเรชั่นแซท. **วารสารบริหารธุรกิจ ศรีนครินทรวิโรฒ**, 11(1), 23-43.

ศุภัชฌา ใช้สติ. (2563). **The Last Wish - MV Animation**. mp4. สืบค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2564, จาก https://drive.google.com/file/d/1mRnJ6133ArfVsUAleyKM4GbkJkE8o0Xi/view?usp=sharing

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562**. สืบค้นเมื่อ 24 มกราคม 2563, จาก https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-behavior-2019.html

สุจิรา ถนอมพร และคณะ. (2560). การออกแบบเลขนศิลป์สิ่งแวดล้อมเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์ชุมชนหลังวัดปากบ่อ เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร. ใน **เอกสารการประชุมทางวิชาการ นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13: วิจัยและนวัตกรรม ขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม**. หน้า 1784-1806. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

เอกสารอ้างอิง

โสพิส เกษมสหสิน. (2560). **กลยุทธ์ด้านการตลาดจับทางผู้บริโภค Gen Z**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก https://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/640449

ออฟฟิศเมท. (2561). **เพิ่มสีสัน สร้างเทคนิคการจำให้สมอง**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก https://www.officemate.co.th/blog/สีสัน-เทคนิคการจำ/

เอสเอ็มอี ไทยแลนด์. (2561). **7 เหตุผล ทำไมวิดีโอต้องมี Subtitle**. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2564, จาก https://www.smethailandclub.com/marketing-3337-id.html

Evershed, Megan. (2019). **The musical genre is dead, Gen z killed it**. Retrieved May 1, 2021, from https://i-d.vice.com/en_uk/article/597z88/gen-z-music-genre-lil-nas-x-billie-eilish-sofia-reyes?utmcampaign=sharebutton&fbclid=IwAR1JZcSOV5TiWTqGmod4emGHZFNX6CmQXMMLctdMzmHf7mIb6b4TDYKuKwU

Jurado, Jose. (2020). **Gen Z music: the songs and artists that shape us**. Retrieved May 1, 2021, from https://www.carbonmagazine.co.uk/inspire-me/5-songs-that-define-gen-z/

Miraculous Mosquito. (2013). **How To Use Line Thickness to Create the Illusion of Distance**. Retrieved May 1, 2021, from http://miraculousmosquito.blogspot.com/2013/07/how-to-use-line-thickness-to-create.html

Taylor, Conrad. (2003). **Line thickness, a means of expression**. Retrieved May 1, 2021, from https://www.conradiator.com/resources/pdf/Linethicknesses.pdf