

การสร้างสรรค์สื่อแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z

กัมปนาท คูศิริรัตน์^{1*}, จินดาภา สีนีวา²

¹สาขาวิชาแอนิเมชัน เกม และดิจิทัลมีเดีย คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา กรุงเทพมหานคร

²สาขาวิชาการพัฒนาศิลปะการละคร คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยบูรพา ชลบุรี

*Corresponding author email: ajdankampanat@gmail.com

รับบทความ: 22 ธันวาคม 2567, รับบทความแก้ไข: 2 กุมภาพันธ์ 2568, ยอมรับตีพิมพ์: 5 กุมภาพันธ์ 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อออกแบบและสร้างสรรค์ 2) ประเมินความเหมาะสม และ 3) การยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับกลุ่มนักศึกษา Gen Z กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวน 160 คน เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาแอนิเมชัน เกมและดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายด้วยการจับฉลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง แบบประเมินความเหมาะสม และแบบประเมินการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า แอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับกลุ่มนักศึกษา Gen Z ระยะเวลาการดำเนินเรื่อง 3.50 นาที ผลประเมินความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.55) ผลประเมินการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.59) จากผลงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าการสร้างสรรค์แอนิเมชัน 2 มิติ สามารถนำไปส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z ได้อย่างเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของนักศึกษา กลุ่ม Gen Z

คำสำคัญ: การสร้างสรรค์แอนิเมชัน 2 มิติ/ ส่งเสริมการละเล่นไทย/ นักศึกษากลุ่ม Gen Z

Creating 2D Animation Media to Promote Thai Traditional Games for Gen Z Students

Kampanat Kusirirat^{1*}, Jindapa Leeniwa²

¹Animation Game and Digital Media Program, Faculty of Science and Technology, Bansomdejchaopraya Rajabhat University, Bangkok

² Department of Human Resource Development, Faculty of Education, Burapha University, Chonburi

*Corresponding author email: ajdankampanat@gmail.com

Received: 22 December 2024, Revised: 2 February 2025, Accepted: 5 February 2025

Abstract

The objectives of this research were to: 1) design and create 2D animation promoting Thai traditional games for Generation Z students, 2) evaluate its appropriateness, and 3) assess its acceptance among the target audience. The sample group comprised 160 students from the Animation, Games, and Digital Media program at Bansomdejchaopraya Rajabhat University, selected through simple random sampling using a lottery method. The research instruments consisted of structured interviews, appropriateness evaluation forms, and acceptance evaluation forms for the 2D animation. Data were analyzed using mean and standard deviation.

The findings revealed that the developed 2D animation, with a duration of 3.50 minutes, received high levels of appropriateness ($\bar{x}$ = 4.17, S.D. = 0.55). The acceptance evaluation of the animation among Generation Z students also demonstrated high levels overall ($\bar{x}$ = 4.07, S.D. = 0.59). These results indicate that the created 2D animation effectively serves as an appropriate medium for promoting Thai traditional games and has garnered significant acceptance among Generation Z students.

Keywords: 2D Animation Creation/ Promoting Thai Traditional Plays/
Gen Z Students

บทนำ

การละเล่นพื้นบ้านของไทยเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงภูมิปัญญา วิถีชีวิต และความเป็นเอกลักษณ์ของคนไทย ซึ่งได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษ [1] การละเล่นเหล่านี้ไม่เพียงแต่สร้างความสนุกสนานเพลิดเพลิน แต่ยังช่วยส่งเสริมพัฒนาการทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคมให้แก่เด็กและเยาวชน[2] อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันพบว่า การละเล่นพื้นบ้านไทยกำลังถูกกลดบทบาทลงอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่ม GenZ หรือผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540-2555 ซึ่งเติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการสื่อสารดิจิทัล

จากการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในปี 2566 พบว่า กลุ่ม Gen Z ใช้เวลาเฉลี่ยกับสื่อดิจิทัลมากถึง 10 ชั่วโมงต่อวัน โดยร้อยละ 85 นิยมรับชมคอนเทนต์ประเภทแอนิเมชันและการ์ตูน[3] นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ วิภาดา พินลา[4] ยังพบว่า เยาวชนไทยร้อยละ 78 ไม่เคยมีประสบการณ์ในการเล่นการละเล่นพื้นบ้านไทย และร้อยละ 65 ไม่สามารถระบุชื่อการละเล่นพื้นบ้านได้มากกว่า 3 ชนิด

การนำเสนอการละเล่นไทยในรูปแบบแอนิเมชัน 2 มิติ จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมไทยให้เข้าถึงกลุ่มนักศึกษา Gen Z ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chen, L., Wang, H., & Zhang, Y. [6] ที่พบว่า การใช้สื่อแอนิเมชันในการนำเสนอวัฒนธรรมดั้งเดิมสามารถเพิ่มความสนใจและการจดจำของกลุ่มเยาวชนได้มากกว่าการสอนแบบดั้งเดิมถึง 3 เท่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อใช้รูปแบบการออกแบบตัวละครที่ทันสมัยและเข้าถึงง่าย

การประยุกต์ใช้ตารางเมตริกมังงะ (Manga Matrix) ในการออกแบบตัวละครแอนิเมชัน เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างตัวละครที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย[6] วิธีการนี้ช่วยให้สามารถผสมผสานองค์ประกอบของความเป็นไทยเข้ากับรูปแบบการออกแบบที่ทันสมัย ตอบสนองต่อรสนิยมของกลุ่ม Gen Z ที่คุ้นเคยกับสไตล์การ์ตูนญี่ปุ่น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะออกแบบและพัฒนาแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยกลุ่มนักศึกษา Gen Z โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อออกแบบ สร้างสรรค์ ประเมินความเหมาะสมและการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับกลุ่ม

นักศึกษา Gen Z เป็นการถ่ายทอดคุณค่าของการละเล่นไทยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมไทยให้คงอยู่ต่อไป

วัสดุและวิธีการ

ทฤษฎีที่นำมาใช้ในการออกแบบ

ศึกษาแนวคิดหลักการและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการเคลื่อนไหวของมนุษย์ คือ การเดิน การวิ่ง เพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการกำหนดการเคลื่อนไหวตัวละครให้สมจริง และหลักการเคลื่อนไหวแอนิเมชัน 12 ประการของ Walt Disney Studio ที่กล่าวถึงหลักการ Timing and Spacing, Squash and Stretch, Anticipation, Staging, Follow Through and Overlapping Action, Exaggeration, Slow in And Slow out, Solid Drawing, Straight Ahead and Pose to Pose และ Appeal สำหรับการผลิตผลงานแอนิเมชันต้องศึกษาขั้นตอนในการสร้างแอนิเมชันที่ประกอบด้วยขั้นตอน 3 ขั้นตอนหลัก ประกอบด้วย 1.) ขั้นตอนการเตรียมการ (Preproduction) เป็นขั้นตอนที่เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างเนื้อหา มีขั้นตอนย่อย คือ การเขียนบท การออกแบบภาพ การเขียนสตอรี่บอร์ด (Storyboard) การร่างช่วงภาพ (Animatic) 2.) ขั้นตอนการสร้าง (Production) เป็นขั้นตอนที่ทำให้แอนิเมชันมีความสมบูรณ์มากขึ้น มีขั้นตอนย่อย คือ การวางผัง การทำภาพเคลื่อนไหว การสร้างฉากหลัง 3.) ขั้นตอนหลังทำ (Postproduction) เป็นขั้นตอนสุดท้าย มีขั้นตอนย่อย คือ การประกอบภาพรวม การทำดนตรีและเสียงประกอบ การตัดต่อและใส่เทคนิคทางภาพ (Effect) และต้องศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อเรื่องในด้านเรื่องการละเล่นไทย โดยศึกษาหลักการ ประโยชน์ คุณค่า ลักษณะของการละเล่นไทย แล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อจัดทำเป็นบทดำเนินเรื่อง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านแอนิเมชันและสื่อดิจิทัล และนักศึกษาสาขาวิชาแอนิเมชัน เกมและดิจิทัลมีเดีย คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา จำนวน 263 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านแอนิเมชันและสื่อดิจิทัล ที่มีประสบการณ์ในการพัฒนาแอนิเมชันและสื่อดิจิทัลไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 5 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง และนักศึกษาสาขาวิชาแอนิเมชัน เกมและดิจิทัลมีเดีย คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ปีการศึกษา 1/2566 โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายด้วยการจับฉลาก คำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของยามาเน่ (Yamane,1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้จำนวน 160 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น คือ แอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z

ตัวแปรตาม คือ ความเหมาะสมของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับกลุ่มนักศึกษา Gen Z และผลการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับกลุ่มนักศึกษา Gen Z

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

1. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างตามหลักการของมังงะ (Manga Matric) (Tsukmoto, 2020)

2. แบบประเมินความเหมาะสมของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทย โดยผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาความเหมาะสม 7 ด้าน โดยผ่านการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) มีค่าระหว่าง 0.67-1.00

3. แบบประเมินการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทย เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ที่ผ่านการหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) มีค่าระหว่าง 0.67-1.00

การเก็บรวบรวมข้อมูล

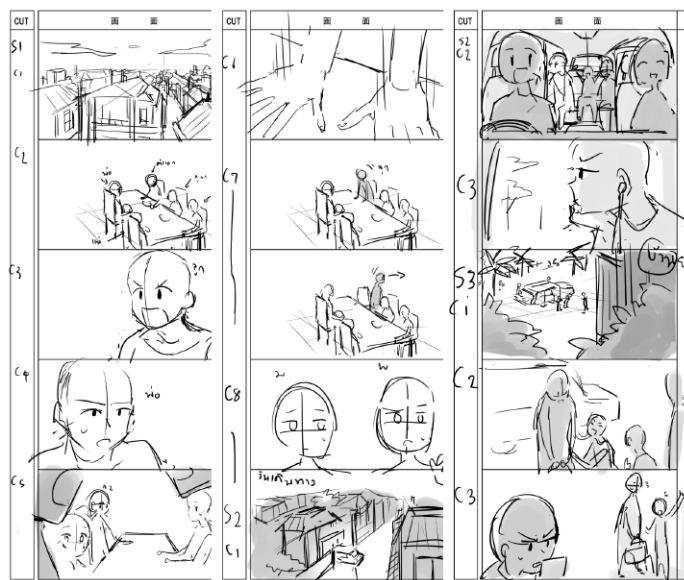
ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยกำหนดเนื้อเรื่องเกี่ยวกับการละเล่นไทย ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสรรค์แอนิเมชัน 2 มิติ สำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z และทำการวิเคราะห์เนื้อหา การออกแบบตัวละคร การออกแบบฉากหลังและเทคนิคการผลิตสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ ด้วยแบบประเมินลักษณะแอนิเมชันตามหลักการของมังงะ สรุปผลการวิเคราะห์และจัดทำเนื้อเรื่อง กำหนดผังการดำเนินงาน และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านแอนิเมชันและดิจิทัลมีเดีย จำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาความเหมาะสม

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการออกแบบแอนิเมชัน โดยทำการร่างตัวละครแบบโมเดล ออกแบบร่างฉากหลัง ออกแบบร่างองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้าน

แอนิเมชัน และดิจิทัลมีเดีย จำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของตัวละคร ฉาก และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งทำการเขียนบทดำเนินเรื่อง (Storyboard) จากนั้นจัดทำแอนิเมติก (Animatic) จากบทดำเนินเรื่อง



ภาพที่ 1 ออกแบบตัวละคร



ภาพที่ 2 ออกแบบบทดำเนินเรื่อง

ขั้นตอนที่ 3 สร้างแอนิเมชัน โดยดำเนินการจัดทำตัวละครและฉากหลัง และทำการลงสีให้สมบูรณ์ กำหนดการเคลื่อนไหวของตัวละครตามหลักแอนิเมชัน 12 ประการ วาดฉากหลังประกอบทั้งเรื่อง กำหนดแสงเงาให้เป็นธรรมชาติ ทำการบันทึกเสียงสนทนา เสียงประกอบ เสียงดนตรี นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านแอนิเมชันและดิจิทัลมีเดียจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาแนะนำข้อเสนอแนะและปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่ 4 หลังการสร้าง เป็นขั้นตอนที่นำแอนิเมชัน 2 มิติ สำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z ที่พัฒนาเสร็จแล้วนำมาตัดต่อด้วยโปรแกรม Adobe Premiere Pro เพื่อเรียงลำดับเรื่องตามบทดำเนินเรื่อง (Storyboard) และทำการพากษ์เสียง ปรับแต่งเสียง ใส่บทนำเรื่องและเครดิตของเรื่อง จากนั้นทำการจัดเก็บงานในรูปแบบไฟล์วิดีโอและนำไปใช้ และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์และดิจิทัลมีเดีย 3 คน เพื่อพิจารณาความเหมาะสม



ภาพที่ 3 ตัวอย่างแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z

ขั้นที่ 5 ทดสอบคุณภาพ ได้นำแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z ดำเนินการทดสอบเบื้องต้นกับกลุ่มทดลองจำนวน 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มรายบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 คน เพื่อทดสอบการเคลื่อนไหว ความถูกต้อง

ของข้อความ ความเหมาะสมของเนื้อหาและระยะเวลา จากนั้นทำการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ 2) กลุ่มทดลองกลุ่มเล็กที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างและไม่ใช่กลุ่มทดลองรายบุคคลจำนวน 15 คน เพื่อทดสอบความสมบูรณ์ในภาพรวมของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการเล่นไทยสำหรับนักศึกษาในกลุ่ม Gen Z มีข้อเสนอแนะในด้านระดับเสียงบรรยายและระดับเสียงเพลงในบางช่วงเวลาที่ระดับเสียงไม่เท่ากัน ความละเอียดของฉากหลังที่ต้องทำการปรับปรุง ผู้วิจัยจึงนำผลการทดสอบไปปรับปรุงแล้วนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

ระยะที่ 3 ขั้นประเมิน ผู้วิจัยดำเนินการประเมินความเหมาะสมโดยผู้เชี่ยวชาญด้านแอนิเมชันและดิจิทัลมีเดีย จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมและความสอดคล้องของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการเล่นไทยสำหรับนักศึกษาในกลุ่ม Gen Z ด้วยแบบประเมินความเหมาะสมของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการเล่นไทยสำหรับนักศึกษาในกลุ่ม Gen Z จากนั้นผู้วิจัยได้นำไปประเมินความการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการเล่นไทยสำหรับนักศึกษาในกลุ่ม Gen Z กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 160 คน และดำเนินการสรุปผลประเมินความเหมาะสมและสรุปผลการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการเล่นไทยสำหรับนักศึกษาในกลุ่ม Gen Z ด้วยหลักทางสถิติด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. ผลการศึกษาวเคราะห์เนื้อหา การออกแบบและการพัฒนาแอนิเมชัน 2 มิติสำหรับนักศึกษาในกลุ่ม Gen Z ด้วยตารางวิเคราะห์มังงะ

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาและการออกแบบตัวละครเบื้องต้น โดยตารางวิเคราะห์มังงะเมตริกซ์ (Manga Matrix)

ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
ด้านเนื้อหา	
วัตถุประสงค์ของการสื่อสาร	นำเสนอเนื้อหาในลักษณะให้ความรู้และลักษณะของการเล่นไทย
แนวของเรื่อง	เนื้อเรื่องเน้นความสนุก เน้นการใช้อารมณ์และกริยาท่าทางตัวละครเล่าเรื่อง ทำให้กลุ่ม Gen Z ติดตามจากอารมณ์และท่าทางของตัวละครด้วยกริยาท่าทาง

แก่นของเรื่อง	ประเด็นให้เห็นถึงการละเล่นไทยที่ใช้อุปกรณ์ท้องถิ่น
การเล่าเรื่อง	แนวคิด Visual Storytelling
ด้านการออกแบบตัวละคร	
ตัวละคร	เป็นตัวละคร พ่อ แม่ ลูกชาย ลูกสาว
เพศ	เป็นเพศชาย เพศหญิง
สัดส่วนร่างกาย	สัดส่วนตัวละครเป็นแบบสมจริง เพื่อสร้างความรู้สึกรจริงของตัวละคร
ประเด็นการวิเคราะห์	ผลการวิเคราะห์
เครื่องแต่งกาย	เครื่องแต่งกายแบบปัจจุบัน ลูกชาย ลูกสาวสไตล์วัยรุ่น
อุปนิสัย	ตัวละครลูกชายเก็บตัวชอบเล่นเกมส์ ตัวละครลูกสาวสดใสใจร่าเริง อยากรู้ อยากเห็น ตัวละครพ่อใจเย็น สุภาพอ่อนโยน นิยมความเป็นไทย ตัวละครแม่ใจร้อน ชอบธรรมชาติ ช่างจดจำ
ด้านการออกแบบฉากหลัง	
ลักษณะฉากหลัง	สีพื้นที่ตัดกับตัวละคร
อารมณ์ของฉาก	สบายตา สีพื้น
ยุคสมัยของฉาก	ยุคปัจจุบัน ธรรมชาติพื้นบ้าน
ด้านเทคนิคการผลิตสื่อแอนิเมชัน 2 มิติ	
ประเภทสื่อ	แบบแอนิเมชัน 2 มิติ
ขนาดของเส้น	เส้นปากกาขนาดเล็ก
การลงสีตัวละคร	เฉพาะสีพื้น
การลงสีฉาก	สีพื้น
การเคลื่อนไหว	ยึดหลักการเคลื่อนไหวแอนิเมชัน 12 ประการ

ผลการสร้างสรรค์แอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z เป็นไปตามการออกแบบที่มีเนื้อหาให้ความรู้และวิธีการละเล่นไทยที่เหมาะสมกับกลุ่มนักศึกษา Gen Z มีการเล่าเรื่องตามแนวคิด Visual Storytelling เนื้อเรื่องเน้นความ

สนุก เน้นการใช้อารมณ์และกริยาท่าทางตัวละครเล่าเรื่อง เพื่อให้กลุ่ม Gen Z ติดตามจากอารมณ์และท่าทางของตัวละครด้วยกริยาท่าทาง โดยมีความยาวของเรื่อง 3.50 นาที ขนาด 1920 x 1080 pixel เป็นเนื้อเรื่องขอพ่อ แม่ ลูกชาย ลูกสาว ที่ไปเที่ยวเยี่ยมคุณยาย โดยที่ลูกชายไม่ได้อยากไปเยี่ยมคุณยาย เมื่อไปถึงพบว่าไม่มีสัญญาณโทรศัพท์จึงมีความเบื่อหน่าย แต่เมื่อมองไปข้างบ้านเห็นเด็กข้างบ้านกำลังเล่นกันอยู่จึงเข้าไปถาม จึงร่วมเล่นการละเล่นไทยที่หาอุปกรณ์พื้นบ้านมาใช้เป็นอุปกรณ์ในการเล่น เช่น ม้าก้านกล้วย ปืนก้านกล้วย เติงกะลา มอญซ่อนผ้า อีกาฝึกไข่ และได้ชวนน้องสาวมาร่วมเล่น

2. ผลการประเมินความเหมาะสมของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 160 คน แสดงผลดังตารางที่ 1 และตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการประเมินเหมาะสมของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z โดยผู้เชี่ยวชาญ (n=5)

รายการ	$\bar{x}$	σ	แปลผล	ลำดับ
ด้านที่ 1 เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.17	0.65	มาก	3
ด้านที่ 2 ตัวละครแอนิเมชัน 2 มิติ	4.13	0.73	มาก	4
ด้านที่ 3 ฉากหลังแอนิเมชัน 2 มิติ	3.93	0.74	มาก	6
ด้านที่ 4 การเคลื่อนไหวแอนิเมชัน 2 มิติ	4.23	0.63	มาก	1
ด้านที่ 5 เสียงในแอนิเมชัน 2 มิติ	4.20	0.55	มาก	2
ด้านที่ 6 ข้อความตัวหนังสือถูกต้อง เหมาะสม	4.20	0.61	มาก	2
ด้านที่ 7 การนำไปใช้สำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z	4.07	0.58	มาก	5
ค่าเฉลี่ยความเหมาะสม	4.12	0.64	มาก	

ผลการประเมินความเหมาะสมของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 160 คน แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินเหมาะสมของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับ นักศึกษากลุ่ม Gen Z โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 160 คน (n=160)

รายการ	$\bar{X}$	σ	แปลผล	ลำดับ
ด้านที่ 1 เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์	4.13	0.54	มาก	6
ด้านที่ 2 ตัวละครแอนิเมชัน 2 มิติ	4.15	0.54	มาก	5
ด้านที่ 3 ฉากหลังแอนิเมชัน 2 มิติ	4.16	0.55	มาก	4
ด้านที่ 4 การเคลื่อนไหวแอนิเมชัน 2 มิติ	4.20	0.55	มาก	2
ด้านที่ 5 เสียงในแอนิเมชัน 2 มิติ	4.13	0.56	มาก	6
ด้านที่ 6 ข้อความตัวหนังสือถูกต้อง เหมาะสม	4.18	0.54	มาก	3
ด้านที่ 7 การนำไปใช้สำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z	4.21	0.55	มาก	1
ค่าเฉลี่ยความเหมาะสม	4.17	0.55	มาก	

จากตารางที่ 1 ผลประเมินความเหมาะสมแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทย สำหรับนักศึกษา Gen Z โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน พบว่า มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.12$, S.D. = 0.64) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการเคลื่อนไหวแอนิเมชัน 2 มิติ มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.63) ถัดมา คือ ด้านเสียงในแอนิเมชัน 2 มิติ มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.55) และด้านข้อความตัวหนังสือถูกต้องเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.55) ถัดมา คือ ด้านเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.65) ถัดมา คือ ด้านตัวละครแอนิเมชัน 2 มิติ มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.73) ถัดมา คือ ด้านการนำไปใช้สำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.58) และด้านฉากหลังแอนิเมชัน 2 มิติ มีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$, S.D. = 0.74) จากตารางที่ 2 ผลประเมินความเหมาะสมแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษา Gen Z โดยกลุ่มตัวอย่าง

จำนวน 160 คน พบว่า มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการนำไปใช้สำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z มีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.55) ถัดมา คือ ด้านการเคลื่อนไหวแอนิเมชัน 2 มิติ มีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.55) ถัดมา คือ ด้านข้อความตัวหนังสือถูกต้อง เหมาะสม มีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.54) ถัดมา คือ ด้านฉากหลังแอนิเมชัน 2 มิติ มีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D. = 0.55) ถัดมา คือ ด้านตัวละครแอนิเมชัน 2 มิติ มีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.54) ถัดมา คือ ด้านเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และด้านเสียงในแอนิเมชัน 2 มิติ มีค่าความเหมาะสมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.54), ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.56)

3. ผลการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการเล่นไทยสำหรับกลุ่มนักศึกษา Gen Z โดยศึกษาต่อกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 160 คน แสดงตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลประเมินการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z โดยกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 160 คน (n=160)

ประเด็นที่ทำการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการยอมรับ
ด้านการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use)			
1. ตรงประเด็นในเรื่องการเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z	4.15	0.66	มาก
2. เนื้อเรื่องมีความชัดเจนไม่กำกวม ซับซ้อน	4.00	0.58	มาก
3. การนำเสนอไม่น่าเบื่อหน่าย	4.03	0.50	มาก
4. แอนิเมชัน 2 มิติ ง่ายต่อการนำไปใช้ง่าย	4.14	0.59	มาก
ค่าเฉลี่ยด้านการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน	4.08	0.59	มาก
ด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness)			
5. สามารถรับรู้และส่งเสริมการเล่นไทยที่เหมาะสม	4.00	0.60	มาก

ประเด็นที่ทำการประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการยอมรับ
6. การดำเนินเรื่องสามารถเข้าใจเนื้อหาในเรื่องที่นำเสนอ	4.01	0.60	มาก
7. สามารถลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการเรียนรู้	4.11	0.53	มาก
ค่าเฉลี่ยด้านการรับรู้ประโยชน์	4.04	0.58	มาก
ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude to use)			
8. ทัศนคติเชิงบวกต่อการนำไปใช้	4.14	0.59	มาก
9. ทัศนคติในการนำไปใช้กับการรับรู้การละเล่นไทย	4.06	0.61	มาก
10. ทัศนคติในการนำไปใช้ส่งเสริมการละเล่นไทยในอนาคต	4.04	0.60	มาก
ค่าเฉลี่ยด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	4.08	0.60	มาก
ค่าเฉลี่ยรวมด้านการยอมรับสื่อดิจิทัล	4.07	0.59	มาก

จากตารางที่ 3 แสดงผลประเมินการยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาด้านการรับรู้ว่าเป็นระบบที่ง่ายต่อการใช้งาน (Perceived ease of Use) พบว่า อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.59) ส่วนการยอมรับด้านการรับรู้ประโยชน์ (Perceive Usefulness) พบว่า อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.58) และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude to use) พบว่า อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.60)

วิจารณ์

1. การศึกษาวิเคราะห์เนื้อหา การออกแบบและการพัฒนาแอนิเมชัน 2 มิติ สำหรับนักศึกษากลุ่ม Gen Z ด้วยตารางวิเคราะห์หิมังงะ พบว่า เนื้อเรื่องมีความกระชับ ใช้เทคนิค Visual Storytelling เป็นหลักได้รับการตอบรับที่ดี สอดคล้องกับแนวคิดของ Lee [7] ที่กล่าวว่ากลุ่ม Gen Z มีความชื่นชอบการเล่าเรื่องที่กระชับ ตรงประเด็น และใช้ภาพในการสื่อความหมายมากกว่าคำพูดด้านการออกแบบตัวละครได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่ม Gen Z สอดคล้องกับงานวิจัยของ Yamada [8] ที่พบว่าตัวละครที่สร้างความรู้สึกใกล้ชิด

และเป็นมิตรกับผู้ชม นอกจากนี้ การใช้เส้นที่มีความโค้งมนและนุ่มนวลยังช่วยสร้างความรู้สึกผ่อนคลาย ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการออกแบบของ McCloud [9] ที่กล่าวว่าเส้นโค้งจะช่วยสื่อถึงความเป็นมิตรและความสนุกสนาน ด้านการออกแบบฉากหลังเป็นการผสมผสานความดั้งเดิมกับความทันสมัยสร้างความสนใจให้กับกลุ่ม Gen Z ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัย Nakamura [10] ที่ชี้ให้เห็นว่าการนำเสนอวัฒนธรรมผ่านการออกแบบที่ร่วมสมัยช่วยดึงดูดความสนใจคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี อีกทั้งการใช้สีและแสงมีอิทธิพลต่อการรับรู้และอารมณ์ของนักศึกษาในกลุ่ม Gen Z สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim [11] ที่ระบุว่าการใช้สีเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างอารมณ์และบรรยากาศในงานแอนิเมชัน ด้านเทคนิคการเคลื่อนไหวใช้เทคนิคหลักการเคลื่อนไหวแอนิเมชัน 12 ประการ มีส่วนช่วยให้แอนิเมชันสมจริงสอดคล้องกับหลักการของ Williams [12] ที่กล่าวถึงความสำคัญของหลักการเคลื่อนไหวพื้นฐานในการสร้างแอนิเมชันที่มีคุณภาพ

2. ประเมินความเหมาะสมของแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษาในกลุ่ม Gen Z ด้านเนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์พบว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การอนุรักษ์การละเล่นไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Srisai [13] ที่เน้นความสำคัญของการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านสื่อดิจิทัล ด้านตัวละครมีการออกแบบตัวละครแบบที่มีเอกลักษณ์ไทย พบว่าดึงดูดความสนใจกลุ่ม Gen Z ได้ดี ตามแนวคิดของ Yamada [8] เกี่ยวกับการออกแบบตัวละครที่น่าสนใจ สำหรับด้านฉากหลังการผสมผสานระหว่างฉากหลังแบบดั้งเดิมและร่วมสมัย ได้รับการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim [11] ที่คำนึงถึงความสำคัญของการออกแบบฉากหลังที่มีความยืดหยุ่น ส่วนด้านการเคลื่อนไหวได้นำเทคนิคการเคลื่อนไหวแบบ Squash and Stretch ช่วยเพิ่มชีวิตชีวาให้ตัวละคร ตามหลักการของ Williams [12] โดยพบว่าเหมาะสมกับความคาดหวังของกลุ่ม Gen Z ส่วนด้านเสียงที่มีจังหวะและอารมณ์ร่วมสมัย สอดคล้องกับงานวิจัยของ Park [14] ที่กล่าวถึงการนำเสียงดนตรีประกอบแบบร่วมสมัยสามารถสร้างความสนใจต่อผู้ชมได้เป็นอย่างดี ส่วนด้านข้อความตัวหนังสือการใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย มีขนาดเหมาะสม และมีการจัดวางอย่างเป็นระเบียบ ตามแนวคิดของ Lee [15] เป็นการช่วยเพิ่มความเข้าใจกับกลุ่มผู้ชม และส่วนด้านการนำไปใช้กับกลุ่ม Gen Z มีการคำนึงถึงการออกแบบต่อพฤติกรรมการเรียนรู้และความสนใจของ Gen Z ทำให้ผู้ชมสามารถทำการถ่ายทอดเรื่องได้

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Tanaka [16] พบว่าการออกแบบที่คำนึงต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ มีผลต่อประสิทธิภาพในการถ่ายทอดความรู้

3. การยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z เป็นการการผสมผสานระหว่างความทันสมัยและคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rogers [17] เรื่องการแพร่กระจายนวัตกรรมที่ระบุว่านวัตกรรมที่สามารถผสมผสานกับค่านิยมเดิมได้จะได้รับการยอมรับได้ง่ายขึ้น เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าแต่ละด้านอยู่ในระดับ มาก สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการออกแบบแอนิเมชัน 2 มิติ ที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมรับรู้ของกลุ่ม Gen Z สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ปัญญาจันทร์ [18] และณภัสสร จงรักษ์ [19] ที่พบว่า การออกแบบที่คำนึงถึงลักษณะเฉพาะของกลุ่ม Gen Z โดยนำเสนอแบบภาพเคลื่อนไหวมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม เนื่องจากสามารถดึงดูดความสนใจและทำให้เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ระดับการยอมรับที่สูงยังสะท้อนถึงการออกแบบและพัฒนาแอนิเมชัน 2 มิติ ที่เหมาะสมกับผู้ใช้ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ของ Davis [20] และแนวคิดของ Venkatesh และ Davis [21] ที่ระบุว่า การรับรู้ความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร พุทธิภูมิพิทักษ์ [22] ที่พบว่า การออกแบบที่ส่งผลต่อการรับรู้ที่เรียบง่ายและเป็นมิตรกับผู้ใช้มีผลต่อการยอมรับในกลุ่ม Gen Z รวมถึงการแสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่ดีของกลุ่ม Gen Z ต่อการใช้แอนิเมชัน 2 มิติในการเรียนรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของอัญชลี สุขในใจ [23] ที่พบว่า การนำเสนอเนื้อหาวัฒนธรรมผ่านสื่อดิจิทัลที่ทันสมัยสามารถเปลี่ยนทัศนคติของเยาวชนที่มีต่อวัฒนธรรมไทยให้เป็นไปในทางบวกมากขึ้น

สรุป

แอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z เป็นแอนิเมชันที่นำเสนอเรื่องราวส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z มีระยะเวลาการดำเนินเรื่อง 3.50 นาที ผลการวิจัยพบว่า แอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z มีความเหมาะสม อยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.55) การยอมรับแอนิเมชัน 2 มิติ ส่งเสริมการละเล่นไทยสำหรับนักศึกษา กลุ่ม Gen Z มีการยอมรับอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.59) จากผลงานวิจัยแสดงให้เห็น

เห็นว่าการสร้างสรรค์แอนิเมชัน 2 มิติ สามารถนำไปส่งเสริมการเล่นไทยสำหรับนักศึกษา
กลุ่ม Gen Z ได้อย่างเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับของนักศึกษากลุ่ม Gen Z

เอกสารอ้างอิง

1. วิมลศรี อุปรมัย. การเล่นพื้นบ้านไทย: การศึกษาและการอนุรักษ์ กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย; 2553
2. สุรสิงห์ นิรชร. การเล่นพื้นบ้านกับการพัฒนาเด็ก. วารสารการศึกษาไทย 2561; 15(3):45-62.
3. สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2566. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม; 2566.
4. วิภาดา พินลา. การศึกษาการรับรู้และทัศนคติต่อการเล่นพื้นบ้านไทยของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 2565; 22(1):156-78.
5. Chen, L., Wang, H., & Zhang, Y. Animation as a Tool for Cultural Heritage Education: A Study on Youth Engagement. Journal of Cultural Heritage Education 2023;15(2):45-62.
6. Tsukamoto, H. The Manga Matrix: Create Unique Characters Using the Japanese Matrix System. Collins Design; 2020.
7. Lee CH. Visual storytelling techniques in modern animation. Animation: An Interdisciplinary Journal 2023;18(2):167-84.
8. Yamada K. Character design psychology. Tokyo: Animation Studies; 2023.
9. McCloud S. Understanding comics: The invisible art. New York: Harper Collins; 2020.
10. Nakamura T. Cultural representation in modern animation. Tokyo: Digital Media Press; 2022.
11. Kim J. Background design in modern animation. Seoul: Digital Design Journal; 2022.
12. Williams R. The animator's survival kit. London: Faber & Faber; 2021.

13. Srisai P. Digital media and cultural preservation. Bangkok: Cultural Media Press; 2022.
14. Park H. Sound design in digital animation. Media Technology Review. 2023;45(2):78-95.
15. Lee S. Typography in digital media. Design Quarterly. 2022;33(4):112-28.
16. Tanaka M. Generation Z learning behaviors. Youth Media Studies. 2023;28(1):45-62.
17. Rogers, E. M. Diffusion of innovations (5th ed.). Free Press; 2003.
18. ศิริพร ปัญญาจันทร์. พฤติกรรมการเรียนรู้ผ่านสื่อดิจิทัลของเยาวชนไทย. วารสารศึกษาศาสตร์ 2565;33(1):67-82.
19. นภัสสร จงรักษ์. การออกแบบสื่อดิจิทัลสำหรับกลุ่ม Generation Z. วารสารนิเทศศาสตร์ 2565;40(2):86-102.
20. Davis, F. D. Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. MIS Quarterly 1989;13(3): 319-40.
21. Venkatesh, V., & Davis, F. D. A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. Management Science 2000;46(2):186-204.
22. วรณพร พุทธภูมิพิทักษ์. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชันในกลุ่ม Generation Z. วารสารเทคโนโลยีสารสนเทศ 2566;17(1):45-60.
23. อัญชลี สุขในใจ. การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมไทยในกลุ่มเยาวชน. วารสารนวัตกรรมการศึกษา 2564;8(2):123-38.