

การออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมการบริโภคอาหารริมทาง
ในกลุ่มวัยรุ่นไทย

Designing an Animated Short Film to Depict the Street Food Consumption
Culture among Thai Teenagers

เริงฤทธิ์ เอกวงค์อนันต์^{1*}, พรวิติ จิตตะไพศาลผล¹, พรสวรรค์ อิงอมรรัตน์¹ และ ลลิตภัทร ชัยพรเฉลิม¹
Roengrit Ekwonganan^{1*}, Pornwadee Titipaisarnpon¹, Pornsawan Ingamornrat¹ and
Laliphat Chaipornchaler¹

¹ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย 10150

¹ School of Architecture and Design, King Mongkut's University of Technology Thonburi, Bangkok, Thailand, 10150

*Corresponding Author: roengrit.ekw@kmutt.ac.th

Received 14 ตุลาคม 2567; Revised 13 ธันวาคม 2567; Accepted 22 ธันวาคม 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาความนิยมของอาหารริมทางในกลุ่มวัยรุ่น 2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตกับการบริโภคอาหารริมทาง และ 3) เพื่อออกแบบและประเมินผลภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นที่สะท้อนวัฒนธรรมการบริโภคอาหารริมทางของวัยรุ่นไทย ระเบียบวิธีวิจัยประกอบด้วยการเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน และแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมายช่วงอายุ 15-19 ปี โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) จากคะแนนเต็ม 5 คะแนนและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ผลการศึกษวิจัยพบว่า อาหารริมทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่มวัยรุ่น ได้แก่ หมูปั่น ลูกชิ้นทอด ผัดไทย และผัดกะเพรา ทั้งนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตกับการบริโภคอาหารริมทางสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเด็นหลัก คือ 1) บริบทของที่อยู่อาศัยและการประกอบอาชีพในพื้นที่ และ 2) ความสะดวกรวดเร็วในกระบวนการเตรียมอาหาร ซึ่งมักเป็นอาหารที่มีขั้นตอนการปรุงไม่ซับซ้อน ในส่วนของการประเมินความพึงพอใจในผลงานภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นจากกลุ่มเป้าหมาย พบว่าในภาพรวมของผลงานพึงพอใจในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.70$, S.D.=0.52) การรับรู้ถึงความสำคัญของอาหารริมทาง ($\bar{X} = 4.2$, S.D.=0.76) อยู่ในระดับดี และการถ่ายทอดความเป็นอาหารริมทาง ($\bar{X} = 4.4$, S.D.=0.65) อยู่ในระดับดี งานวิจัยนี้นำเสนอมุมมองที่น่าสนใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมการบริโภคอาหารริมทางกับวิถีชีวิตของวัยรุ่นไทย และแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการนำเสนอประเด็นทางวัฒนธรรมผ่านสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันให้กลุ่มวัยรุ่นหันมาสนใจในการรักษาวัฒนธรรมอาหารริมทางของไทยต่อไป

คำหลัก: อาหารริมทาง; วัยรุ่นไทย; การออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน

Abstract

This research employs a mixed-method approach combining qualitative and quantitative research methods with three main objectives: 1) to study the popularity of street food among teenagers, 2) to analyze the relationship between lifestyle and street food consumption, and 3) to design and evaluate an animated short film reflecting Thai teenagers' street food consumption culture. The research methodology involved

collecting data through interviews with three experts and questionnaires targeting individuals aged 15-19 years. Descriptive statistics were used for data analysis, including arithmetic mean ($\bar{x}$) from a maximum score of 5 and standard deviation (S.D.). The research findings revealed that the most popular street foods among teenagers are grilled pork, fried meatballs, Pad Thai, and stir-fried holy basil with meat. The relationship between lifestyle and street food consumption can be categorized into two main aspects: 1) the context of residential areas and occupations in the area, and 2) the convenience and speed of food preparation, which typically involves uncomplicated cooking processes. Regarding the target audience's satisfaction evaluation of the animated short film, the overall satisfaction was at a very good level ($\bar{x}$ = 4.70, S.D. = 0.52), the awareness of street food importance ($\bar{x}$ = 4.2, S.D. = 0.76) was at a good level, and the portrayal of street food culture ($\bar{x}$ = 4.4, S.D. = 0.65) was also at a good level. This research presents interesting perspectives on the relationship between street food consumption culture and Thai teenagers' lifestyles. It also demonstrates the potential of using animated films to present cultural issues to encourage teenagers to maintain Thai street food culture in the future.

Keywords: Street Food; Thai teenagers; Animation Design

1. บทนำ

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก ก่อให้เกิดภาวะถดถอยที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ มาตรการควบคุมการแพร่ระบาดที่เข้มงวดได้ส่งผลต่อรูปแบบการดำรงชีวิตและพฤติกรรมกรรมการบริโภคของประชาชนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเพิ่มขึ้นของความสำเร็จในบริการจัดส่งอาหารและร้านสะดวกซื้อ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของสังคมและเศรษฐกิจต่อภาวะวิกฤต รวมถึงการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้เพื่อรักษาความต่อเนื่องของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการดำรงชีวิต ธุรกิจระดับครัวเรือน อาทิ ร้านอาหารข้างทาง ร้านรับจ้างทั่วไป และร้านโชห่วย ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของวิถีชีวิตคนไทยมาอย่างยาวนาน กำลังเผชิญความท้าทายจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำและการแข่งขันกับร้านค้ารายใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านสะดวกซื้อที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ นโยบายการจัดระเบียบทางเท้ายังส่งผลกระทบต่อร้านค้าริมทาง ทั้งที่ร้านเหล่านี้มีความสำคัญทั้งในมิติเศรษฐกิจและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารริมทางซึ่งไม่เพียงเป็นแหล่งอาหารสำคัญ แต่ยังสะท้อนวิถีชีวิต ศิลปะ และวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นๆ การเปลี่ยนแปลงนี้จึงไม่เพียงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจระดับครัวเรือน แต่ยังมีนัยสำคัญต่อการรักษาเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นของ

ไทยอีกด้วย ในปัจจุบัน การนำเสนอศิลปวัฒนธรรมผ่านสื่อสร้างสรรค์ เช่น ภาพประกอบ กราฟิกดีไซน์ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพยนตร์แอนิเมชัน ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากสามารถถ่ายทอดความงาม แบบแผน และวิถีชีวิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังเช่นกรณีศึกษาของภาพยนตร์แอนิเมชัน "Over The Moon" ที่นำเสนอวัฒนธรรมจีนได้อย่างน่าสนใจและเข้าถึงได้ง่าย สอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศธร [1] การใช้แอนิเมชันในการนำเสนอเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณี โดยการให้ความรู้ควบคู่ไปกับความบันเทิงเป็นการชักจูงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกการนำเสนอเรื่องราวของอาหารริมทางไทยผ่านแอนิเมชันจึงเป็นวิธีการที่มีศักยภาพในการสร้างความประทับใจ ความเข้าใจ และกระตุ้นให้ผู้ชมตระหนักถึงความสำคัญของอาหารริมทางซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทยที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

การใช้สื่อแอนิเมชันในการนำเสนอวัฒนธรรมอาหารริมทางของไทยจึงเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมด้านอาหารของไทยให้เป็นที่รู้จักและเข้าใจในวงกว้าง อีกทั้งยังเป็นการสร้างความตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมอาหารริมทางในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของเอกลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย



รูปที่ 1 ภาพยนตร์แอนิเมชัน Over The Moon [2]

อาหารริมทางของไทยในบทบาทหนึ่งใน Soft power เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Economy) ที่ได้รับการยอมรับจากคนทั่วโลก กรุงเทพมหานคร (2023) [3] ได้อ้างถึง Global Soft power Index 2022 จัดทำโดย Brand Finance ได้จัดอันดับให้ไทยอยู่ในอันดับที่ 35 ของโลก โดยรัฐบาลไทยได้เริ่มขับเคลื่อน Soft power ผ่านอัตลักษณ์ท้องถิ่นด้วย 5F ประกอบไปด้วย 1.อาหาร (Food) 2. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) 3.การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) 4.ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fighting) และ 5.เทศกาลประเพณีไทย (Festival) เห็นได้ว่า อาหาร และ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ เป็น 2 ใน 5 ของนโยบายภาครัฐที่ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญในการถ่ายทอดอาหารริมทางไทยผ่านภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นเพื่อถ่ายทอดให้เห็นถึงเสน่ห์ของศิลปะวัฒนธรรมของไทยผ่านการเล่าเรื่องและภาพที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ความเป็นอาหารริมทางไทยไปในงานสร้างสรรค์ได้อย่างงดงาม

การเลือกกลุ่มวัยรุ่นเป็นกลุ่มเป้าหมายมีเหตุผลสำคัญหลายประการ กลุ่มวัยรุ่นถือเป็นผู้บริโภคหลักของอาหารริมทางและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมร่วมสมัย พวกเขามีความไวต่อกระแสสังคมและเทคโนโลยี จากการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ต ของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.) หรือ ETDA กระทรวงดิจิทัล 2564 พบว่าวัยรุ่นหรือช่วง Gen Z ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลและการเข้าถึงสิ่งบันเทิงมากที่สุด [4] ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของสื่อแอนิเมชัน นอกจากนี้ วัยรุ่นยังมีพฤติกรรมบริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีอิทธิพลต่อ

ตลาดอาหารริมทางของไทย การใช้แอนิเมชันในการนำเสนอแง่มุมทางวัฒนธรรมอาหารริมทางของไทย กับกลุ่มวัยรุ่นไทย จะช่วยถ่ายทอดเนื้อหาที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรมที่อยู่รอบตัวของพวกเขา ให้ตระหนักถึงความสำคัญและความภาคภูมิใจในวิถีทางวัฒนธรรมอาหารริมทาง อีกทั้งแอนิเมชันยังสามารถให้มุมมองที่แปลกใหม่ ร่วมสมัย และน่าสนใจกว่าการถ่ายทอดด้วยวิธีแบบดั้งเดิม ด้วยการขึ้นชอปปางานแอนิเมชันในทุนเดิมของกลุ่มวัยรุ่น แอนิเมชันจึงเป็นแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างสรรค์ผลงานที่สะท้อนวัฒนธรรมการกินอาหารริมทางของกลุ่มวัยรุ่นไทยได้อย่างร่วมสมัยและมีประสิทธิภาพ

1.1 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1) เพื่อศึกษาอาหารริมทางที่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่น 2) เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงของวิถีชีวิตกับอาหารอาหารริมทาง และ 3) เพื่อออกแบบและประเมินคุณภาพของภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นจากวัฒนธรรมการกินอาหารริมทาง

1.2 ขอบเขตงานวิจัย

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยแบ่งด้านการเก็บข้อมูลเป็น 2 ส่วน คือ 1.ข้อมูลที่ชัดเจน (Tangible data) คือ ประเภทของอาหาร สีของอาหาร และสถาปัตยกรรม 2. ข้อมูลในส่วนที่ไม่ชัดเจน (Intangible data) คือ วิถีชีวิตความรู้สึก และวัฒนธรรม ด้านประชากรศาสตร์ โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพกับผู้เชี่ยวชาญด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยวิธีการสุ่มเลือกแบบ Snowball Sampling และ เก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นไทย ด้วยวิธีแบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มเป้าหมายที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ ภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นมีความยาวไม่เกิน 6 นาที เพื่อให้สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างกระชับและมีประสิทธิภาพ

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1) ถ่ายทอดวัฒนธรรมการบริโภคอาหารริมทางของไทยผ่านสื่อภาพยนตร์แอนิเมชัน เพื่อส่งเสริมและอนุรักษ์อาหารริมทางของไทย 2) สร้างความเข้าใจและประทับใจในความงดงามของวัฒนธรรมการบริโภคอาหารริมทางของไทย 3) เพิ่มความตระหนักรู้ถึงความสำคัญของอาหารริมทางของ

ไทยในฐานะ Soft Power และศักยภาพของวัฒนธรรมไทย
ในระดับสากล

1.4 การทบทวนวรรณกรรม

1.4.1 ความสัมพันธ์ของอาหารริมทางและการสังคมไทย

นิยามของของคำว่า อาหารริมทาง หรืออาหารริมทาง (Street Food) หมายถึง อาหารและเครื่องดื่มที่พร้อมรับประทาน จำหน่ายตามริมถนนหรือที่สาธารณะ โดยอาหารริมทางนั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น ชุ้มขายอาหาร รถเข็นอาหาร รถบรรทุกอาหาร โดยมีราคาต่ำกว่าอาหารภายในห้างสรรพสินค้า นิยมรับประทานโดยคนท้องถิ่น อาหารริมทาง หรือ Street Food เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นทั่วโลก โดยกรุงเทพมหานครได้รับการยกย่องจาก CNN TRAVEL ในปี 2561 [5] ให้เป็นเมืองที่มีอาหารริมทางที่ดีที่สุด สะท้อนถึงคุณภาพและความนิยมของอาหารไทย นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งอาหารราคาถูกที่เข้าถึงได้ง่าย อาหารริมทางยังเป็นประตูสู่การสัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์อันลึกซึ้งระหว่างอาหาร วัฒนธรรม และชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม

1.4.2 อาหารริมทางในอดีต

ในยุครัตนโกสินทร์ของไทย อาหารริมทาง หรืออาหารข้างทาง ไม่ใช่สิ่งที่ผู้ดี ชื่นชอบเท่าไร ดังสำนวนที่กล่าวไว้ในตำราเศษพระจอมเกล้า (เป็นตำราโหราไทยที่พระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงคิดขึ้นเพื่อใช้ในการพยากรณ์) “เศษเก๋ากินข้าวกลางตลาด เสมอชาติสุกษา” เห็นว่าการรับประทานอาหารในที่สาธารณะ การตลาดนั้นไม่ได้เป็นที่นิยม ในสมัยนั้น อีกทั้งยังเปรียบเสมือนสุนัข จึงเข้าใจว่าอาหารริมทางในสมัยนั้นยังไม่เป็นที่ยอมรับในวงกว้าง เหมือนในยุคปัจจุบัน จนมาถึงในสมัยรัชกาลที่ 5 ชาวตะวันตกเข้ามามีบทบาททำให้สังคมไทยในยุคนั้น มีการรับประทานอาหารบนโต๊ะในบ้าน มีห้องครัวแยก มีสูตรอาหารประจำบ้าน และเนื่องจากการเลิกทาสในยุคนั้น ชนชั้นแรงงานจึงมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การขายอาหารข้างทางจึงเป็นเสมือนกับอาชีพใหม่ ที่แพร่ไปทั่วท้องถิ่น อันเป็นจุดกำเนิดของ อาหารริมทาง หรือ อาหารริมทาง ในสังคมไทย

1.4.3 การเลือกซื้ออาหารริมทางของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

การเลือกซื้ออาหารริมทางของผู้บริโภคมักพิจารณาจากราคา ความสะดวกในการหาซื้อ และลักษณะของอาหารเป็นหลัก โดยมีความหลากหลายทั้งประเภทและรูปแบบ เช่น อาหารจานเดียว กับข้าว อาหารว่าง เครื่องดื่ม ผลไม้ และอาหารนานาชาติ ปัจจัยด้านอายุ การศึกษา วิถีชีวิต และรายได้ มีผลต่อการเลือกซื้อ โดยช่วงเวลาที่นิยมซื้อมากที่สุดคือช่วงเย็น รองลงมาคือกลางวันและระหว่างมื้อ ประเภทอาหารที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือผลไม้ กับข้าว และเครื่องดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับวิถีชีวิตเร่งรีบในเมืองหลวง ที่ต้องการอาหารที่สะดวกและรวดเร็วในการบริโภค ผู้ประกอบการอาหารริมทางในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ใช้รถเข็นเป็นหลักในการดำเนินธุรกิจ [6] ด้วยคุณสมบัติสำคัญสองประการ คือ ความยืดหยุ่นในการเคลื่อนย้ายตามพื้นที่ และช่วงเวลาที่เหมาะสม และประสิทธิภาพในการประกอบอาหารอย่างรวดเร็ว รูปแบบนี้ตอบสนองต่อวิถีชีวิตเร่งรีบของผู้บริโภคในเมืองหลวง และแสดงถึงการปรับตัวของธุรกิจให้สอดคล้องกับบริบทเมืองและพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4.4 อาหารริมทางที่เป็นที่นิยม

อาหารริมทางในกรุงเทพมหานครสะท้อนถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันยาวนาน โดยมีเมนูยอดนิยมหลากหลาย ได้แก่ หมูปิ้งที่ราคาถูกและสะดวกสบาย ผัดกะเพราที่มีรากฐานจากอาหารจีนและพัฒนาขึ้นในช่วงปี 2500 ก๋วยเตี๋ยวที่มีประวัติย้อนไปถึงสมัยอยุธยาและมีหลายรูปแบบ ลูกชิ้นทอดที่มีมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 1 [7] ผัดไทยที่เกิดขึ้นในยุคจอมพล ป. พิบูลสงคราม และกวยช่ายที่ผสมผสานวัฒนธรรมไทย-จีน อาหารเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นที่นิยมในหมู่คนไทย แต่ยังแสดงให้เห็นถึงการผสมผสานทางวัฒนธรรมและการพัฒนาของอาหารริมทางไทยตลอดช่วงเวลาที่ผ่านมา

1.4.5 ทฤษฎีที่เกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภคอาหาร

สมีส่วนในการช่วยกระตุ้นให้ผู้มองเกิดความอยากอาหารและสืบลดความอยากอาหาร [8] โดย สที่กระตุ้นความอยากอาหารได้แก่ สีแดงและสีเหลือง กระตุ้นให้เกิดความรู้สึกตื่นเต้น รุ่มร้อน ดึงดูดความสนใจของมนุษย์ วัตถุดิบในอาหารไทยได้แก่ มะเขือเทศ ดอกเข็ม กระเจี๊ยบ ถั่วแดง พักทอง ขมิ้น ไข่แดง เป็นต้น สีเขียว ให้ความรู้สึกที่เป็นมิตร สุขภาพดี สดชื่นแทนวัตถุดิบในอาหารไทยได้แก่ ใบ

ย่านาง ใบเตย ผักใบเขียว มะเขือ มะนาว เป็นต้น สีขาว ให้เกิดความรู้สึกสะอาดอ่อนโยนและไม่เป็นพิษ บริสุทธิ์ เรียบง่าย แพนวัตถุดิบในอาหารไทย ได้แก่ กะทิ มะพร้าวอ่อน ข้าว แป้ง เป็นต้น สีที่ลดความอยากอาหาร สีน้ำเงินและม่วงให้ความรู้สึกไม่เหมือนจริง แพนวัตถุดิบอาหารไทย ได้แก่ ดอกอัญชัน ลูกหว่าข้าวเหนียวดำ เป็นต้น สีดำ ให้ความรู้สึกน่ากลัวไม่ปลอดภัย ทำให้นักถึงอาหารหรือผลไม้ที่เน่าเสียแล้ว แพนวัตถุดิบในอาหารไทยเช่น กาบมะพร้าวเผา ถ่าน ถั่วดำ ใบจาก

1.4.6 แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์แอนิเมชันสั้น

วิธีฐ จันมา (2558) แอนิเมชัน (Animation) หมายถึง ภาพนิ่งที่ต่างกันหลายภาพเรียงต่อกัน และฉายต่อเนื่องกันด้วยความเร็วสูงต่อวินาทีจนเกิดเป็นภาพเคลื่อนไหว ความเร็วในการนับเรียกว่าเฟรมเรท (Frame rate) [9] โดยปกติของภาพยนตร์แอนิเมชันอยู่ที่ 24 เฟรมต่อวินาที หรือน้อยกว่านั้น ขึ้นอยู่กับรูปแบบและกระบวนการการผลิตของผู้ผลิต ซึ่งในกระบวนการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนการผลิต คือ ขั้นตอนการเตรียมการผลิต (Pre-Production) ขั้นตอนการผลิต (Production) และ ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-production)

1.4.7 ทฤษฎีสี่ในการเล่าเรื่อง

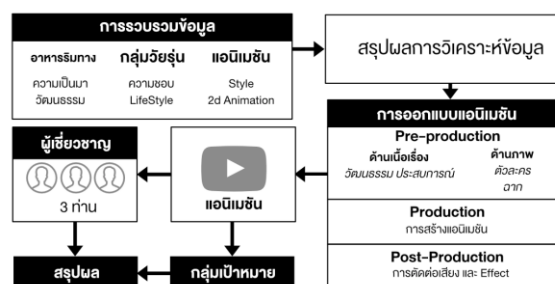
การใช้สี่ในภาพยนตร์เป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีบทบาทในการสื่อสารอารมณ์ ความรู้สึก และเนื้อหาไปยังผู้ชม อิทธิพลของสี่ต่อการรับรู้ของผู้ชมมีความแตกต่างกันตามปัจจัยทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ สภาพแวดล้อม และช่วงอายุ ตัวอย่างเช่น ในกรณีของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก การใช้สี่ที่โหดเหี้ยมหลากหลายหรือสี่สดในการออกแบบตัวละครมีประสิทธิภาพในการดึงดูดความสนใจและส่งเสริมการจดจำ

การเลือกสี่ในการเล่าเรื่องจำเป็นต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายของผลงาน [10] โดยกระบวนการออกแบบฉากในภาพยนตร์จัดอยู่ในขั้นตอนการเตรียมการผลิต หรือ Pre-Production นักออกแบบจำเป็นต้องวิเคราะห์และทำความเข้าใจบทบาทของสี่อย่างลึกซึ้งเพื่อสร้างสรรค์การออกแบบแสงและสีที่สอดคล้องกับเนื้อหาและบริบทของเรื่องการศึกษาและประยุกต์ใช้ทฤษฎีสี่ในบริบทของการผลิตภาพยนตร์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างสรรค์ผลงานที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารและสร้างผลกระทบทางอารมณ์ต่อผู้ชม ทั้งนี้ ความเข้าใจในมิติทางวัฒนธรรมและ

จิตวิทยาของสี่จะช่วยให้ผู้สร้างสรรค์สามารถออกแบบภาพที่มีความลึกซึ้งและสื่อความหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. วิธีดำเนินงานวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน 1.ขั้นตอนการเก็บข้อมูล โดยเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับอาหารริมทาง กลุ่มวัยรุ่น และการออกแบบแอนิเมชัน จากข้อมูลทฤษฎีงานวิจัย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และแบบสอบถามเพื่อหาความนิยมของอาหารริมทางในกลุ่มวัยรุ่น จำนวน 100 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบอิสระ (Random sampling) โดยใช้โครงสร้างแบบสอบถามแบบ Open-ended Questions 2.ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล 3.ขั้นตอนการออกแบบ ซึ่งอยู่ในกระบวนการการออกแบบ เนื้อเรื่อง ตัวละครและฉาก โดยใช้ผลวิจัยในส่วนของวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 เป็นสำคัญ 4.ขั้นตอนการผลิตแอนิเมชัน 5. ขั้นตอนการประเมินผลและสรุปการวิจัย โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 3 ท่านเป็นผู้ประเมินผล ด้วยวิธีการเลือกการสุ่มแบบ Snowballs และการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 141 คน ด้วยวิธีการสุ่มแบบอิสระ (Random sampling) โดยใช้โครงสร้างแบบสอบถามแบบ Likert Scale เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3



รูปที่ 2 รูปแผนผังขั้นตอนการทำงาน

3. ผลและการอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อศึกษาอาหารริมทางที่เป็นที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่น พบว่าอาหารที่ได้รับความนิยมของกลุ่มเป้าหมาย อันดับ 1 คือหมูปั่น คิดเป็นร้อยละ 79.43 อันดับ 2 คือ ผัดไทยคิดเป็นร้อยละ 69.50 และอันดับ 3 ลูกชิ้นทอดคิดเป็นร้อยละ 53.19 โดยจัดอันดับจากเกณฑ์เฉพาะเกินร้อยละ 50 กลุ่มผู้วิจัยได้เลือกผัดไทยเป็นอาหารหลักดังปรากฏภาพยนตร์เนื่องจากสามารถแสดงถึงรายละเอียดของการประกอบอาหารในงาน รวมไปถึงเป็น

อาหารที่เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญว่าควรมีการแสดงให้เห็นถึงการประกอบอาหารเพื่อให้ผู้ชมได้รับรู้ถึงกลิ่นอายของอาหารอันเป็นอัตลักษณ์ของการประกอบอาหารริมทางของไทย วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงของวิถีชีวิตกับอาหารอาหารริมทาง พบว่า มีประเด็นความเชื่อมโยง คือการใช้ชีวิตที่กลมกลืนหรือเคยชินไปกับพื้นที่ที่อาศัยอยู่จนเป็นกิจวัตร ในมุมมองร้านค้าเกิดจากการสืบทอดการค้าขายอาหารริมทางในอดีตของบรรพบุรุษในพื้นที่ ผสมผสานกับความเป็นอยู่และอาหารในปัจจุบัน ผู้บริโภคในพื้นที่มักบริโภคอาหารริมทางใกล้ที่อยู่อาศัยของตน ข้อที่ 3 เพื่อออกแบบและประเมินผลภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นจากวัฒนธรรมการกินอาหารริมทาง ในการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นจากวัฒนธรรมการกินอาหารริมทาง เรื่อง “On The Street” ความยาว 6 นาทีจากการประเมินผลงานด้วยเครื่องมือแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่ 1 การประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญ และส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ส่วนที่ 1 การประเมินผลงานจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 ท่าน ด้วยวิธีการสุ่มแบบ Snowball Sampling ในส่วนของงานออกแบบผลงานฉบับสมบูรณ์ ในรูปแบบตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบประเมินผลงานจากผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ 3 ท่าน

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ภาพรวม			
ความสวยงาม	5	0	ดีมาก
แอนิเมชัน	5	0	ดีมาก
ด้านตัวละคร			
เอกลักษณ์	5	0	ดีมาก
เหมาะสมกับเนื้อเรื่อง	4.3	0.43	ดี
ชุดของตัวละคร	4	0.43	ดี
ด้านภาพประกอบ			
บรรยากาศโดยรวม	4.6	0.43	ดีมาก
สีของบรรยากาศ	4.3	0.43	ดี
สีเหมาะสมกับสถานที่	4.6	0.43	ดีมาก
มุมมอง	4.6	0.43	ดีมาก

ตารางที่ 1 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบประเมินผลงานจากผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ 3 ท่าน

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านเสียง			
เสียงบรรเลงประกอบ	4	0.43	ดี
เสียงพากย์	4.3	0.43	ดี
คุณภาพโดยรวม	4	0.43	ดี
ด้านเนื้อหา			
ความน่าสนใจ	4.3	0.43	ดี
ลำดับภาพ	4.6	0.43	ดีมาก
ความเป็นเหตุเป็นผล	4.3	0.43	ดี
การถ่ายทอดเนื้อหา	4	0.43	ดี

การประเมินผลงานด้านภาพรวมของผลงานมีความสวยงามอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ($\bar{X} = 5$, S.D.=0) การประเมินผลงานแอนิเมชันอยู่ในเกณฑ์ ดีมาก ($\bar{X} = 5$, S.D.=0)

การประเมินผลงานด้านตัวละคร มีความเป็นเอกลักษณ์อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก ($\bar{X} = 5$, S.D.=0) ออกแบบได้มีความเหมาะสมกับเรื่องอยู่ในเกณฑ์ ดี ($\bar{X} = 4.3$, S.D.=0.43) ชุดของตัวละคร อยู่ในเกณฑ์ ดี ($\bar{X} = 4.3$, S.D.=0.43)

การประเมินผลงานด้านภาพประกอบ บรรยากาศโดยรวมมีความเป็นอาหารริมทางไทย อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก ($\bar{X} = 4.6$, S.D.=0.43) สีของบรรยากาศ อยู่ในเกณฑ์ ดี ($\bar{X} = 4.3$, S.D.=0.43) การใช้สีเหมาะสมกับสถานที่อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก ($\bar{X} = 4.6$, S.D.=0.43) ฉากเหมาะสมกับสถานที่อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก ($\bar{X} = 4.6$, S.D.=0.43) การใช้มุมมองมีความเหมาะสมกับซีน อยู่ในเกณฑ์ ดีมาก ($\bar{X} = 4.6$, S.D.=0.43)

การประเมินผลงานด้านเสียง เสียงเพลงมีความเข้ากับบรรยากาศของเรื่อง อยู่ในเกณฑ์ ดี ($\bar{X} = 4$, S.D.=0.43) เสียงพากย์เข้ากับบุคลิกของตัวละคร อยู่ในเกณฑ์ ดี ($\bar{X} = 4.3$, S.D.=0.43) คุณภาพเสียงโดยรวม อยู่ในเกณฑ์ ดี ($\bar{X} = 4$, S.D.=0.43)

การประเมินผลงานด้านเนื้อหา ความน่าสนใจ อยู่ในเกณฑ์ ดี ($\bar{X} = 4.3$, S.D.=0.43) ลำดับภาพอยู่ในเกณฑ์ ดีมาก ($\bar{X} = 4.6$, S.D.=0.43) เนื้อเรื่องมีความเป็นเหตุเป็นผลอยู่ในเกณฑ์ ดี ($\bar{X} = 4.3$, S.D.=0.43) เนื้อหาสามารถ

ถ่ายทอดถึงความสำคัญของอาหารริมทาง อยู่ในเกณฑ์ ดี ($\bar{X} = 4$, S.D.=0.43) สรุปภาพรวมทุกด้าน ตามผลการ ประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 4.43$, S.D.=0.43) ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นสอดคล้องกันและให้ ประเมินในระดับดี

ส่วนที่ 2 การประเมินความพึงพอใจผลงานจาก กลุ่มเป้าหมายจำนวน 141 คน ภาพรวมผลงานอยู่ในระดับ ดีมาก ($\bar{X} = 4.7$, S.D.=0.52) รู้สึกถึงความเป็นอาหารริมทาง อยู่ในเกณฑ์ระดับ ดี ($\bar{X} = 4.2$, S.D.=0.76) สามารถถ่ายทอด

ความเป็นอาหารริมทางอยู่ในเกณฑ์ระดับ ดี ($\bar{X} = 4.4$, S.D.=0.65) จากตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ แบบประเมินผลงานจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 141 คน

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ภาพรวมผลงาน	4.7	0.52	ดีมาก
รู้สึกถึงความเป็นอาหารริมทาง	4.2	0.72	ดี
การถ่ายทอดความเป็นอาหารริมทาง	4.4	0.65	ดี



รูปที่ 3 รูปตัวอย่างผลงาน “On The Street” [11]

สรุปผลได้ว่าภาพยนตร์แอนิเมชันจากการศึกษา วัฒนธรรมการกินอาหารริมทาง ในกลุ่มวัยรุ่นไทย สามารถ ถ่ายทอดถึงความงามของอาหารริมทางไทย ผ่านเรื่องราว การใช้ชีวิตของตัวละคร บรรยากาศฉาก แสง สีและเสียงที่ สะท้อนถึงความเป็นอยู่และชีวิตประจำวันในวัยรุ่น ใน สถานที่ในความทรงจำ สร้างความรู้สึกลึกซึ้งถึงช่วงเวลา อันมีค่าในช่วงก่อนโควิด-19 ผ่านอาหารอาหารริมทาง ใน อนาคตในโลกที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี อาหาร ริมทางก็ยังคงเป็นศูนย์รวมของความสุขที่ชวนให้นึก ถึง ในเรื่อง “On The Street”

4. สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการทดลองการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน จากการศึกษาวรรณกรรมกินอาหารริมทาง เรื่อง “On The Street” ดังรูปที่ 3 จากผู้เชี่ยวชาญได้รับข้อเสนอแนะ ในโครงการดังนี้

ข้อเสนอแนะด้านภาพประกอบ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนตัวละครและส่วนแอนิเมชัน ส่วนตัวละครควรมี บุคลิกภาพที่แตกต่างอย่างชัดเจนกับสิ่งแวดล้อมเพื่อสะท้อน ให้เห็นถึงผลกระทบของสภาพแวดล้อมกับตัวละคร และ สร้างความเป็นเหตุเป็นผลของตัวละครมากขึ้น ส่วน

แอนิเมชัน บางช่วงตอนของแอนิเมชันควรสั้นไหลมากกว่านี้ และมีบางช่วงเวลายังเร็วไป และควรใส่บรรยากาศของแสงให้กับตัวละครและฉากให้มีมิติของภาพให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะด้านเสียง พบว่าเสียงพากย์ของตัวละคร บางตัวอาจจะยังไม่เข้ากับตัวละครในเรื่องมากนัก และยังมีบางช่วงตอนที่เสียงอาจจะมีความดัง-เบาไม่เท่ากัน

ข้อเสนอแนะด้านเนื้อหา

พบว่าผู้ชมบางส่วนให้ข้อเสนอแนะว่า ในตัวเรื่อง โดยรวมมีฉากอาหารริมทางน้อยเกินไป สามารถแก้ไขได้โดยการเพิ่มฉาก Close Up อาหารอาหารริมทางมากขึ้นได้

ส่วนในมุมมองของกลุ่มเป้าหมาย พบว่าผลงานการออกแบบแอนิเมชันสั้นนั้น สามารถสร้างความพึงพอใจและสร้างความสนใจให้กับกลุ่มเป้าหมายวัยรุ่นไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ ด้วยวิธีการนำเสนอเรื่องราวที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต และเหตุการณ์ให้สอดคล้องกับอารมณ์ ความรู้สึก ประสบการณ์การใช้ชีวิต และการบริโภคอาหารริมทางที่เป็นที่รู้จักของวัยรุ่นไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันสั้นเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมการบริโภคอาหารริมทางในกลุ่มวัยรุ่นไทยสำเร็จลงได้ด้วยความร่วมมือกันระหว่างอาจารย์และทีมนักศึกษามีเดียอาตส์ เอกแอนิเมชัน คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในโครงการงานวิจัยนี้ หากมีสิ่งใดบกพร่องในงานผู้วิจัยและทีมงานขออภัยไว้และขออภัย ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- [1] พงศธร ศรีธรรณนท์, “การออกแบบแอนิเมชันเพื่อส่งเสริมและสืบทอดประเพณีท้องถิ่น ดานก้วยสลาก,” วิทยานิพนธ์ ศป.ม. (คอมพิวเตอร์อาร์ต), มหาวิทยาลัยรังสิต, กรุงเทพฯ, 2556.
- [2] IMDb, “Over the Moon,” [Online]. <https://www.imdb.com/title/tt7488208/>. (Accessed: Oct. 10, 2024).
- [3] กรุงเทพฯธุรกิจ, “Soft Power ชูความเป็นไทยผ่านสินค้าและบริการวัฒนธรรม ทางเลือกนักธุรกิจ,”

- [ออนไลน์]. <https://www.bangkokbiznews.com/social/1008>. (เข้าถึงเมื่อ: 15 ธันวาคม 2565).
- [4] สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.), “ETDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ Gen Z ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ชนะ Gen Y แชมป์ 6 สมัย,” [ออนไลน์]. <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>. (เข้าถึงเมื่อ: 15 ธันวาคม 2564).
- [5] อรรถภูมิ อองกุลนะ, “เมื่อสตรีทฟู้ดไม่ใช่แค่เรื่องอาหารวิถีข้างทางจึงขอจัดกฎระเบียบด้วย,” [ออนไลน์]. <http://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/753846>. (เข้าถึงเมื่อ: 15 ธันวาคม 2564).
- [6] โอปอล์ สุวรรณเมฆ, “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคอาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร,” วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ, ปีที่ 10, ฉบับที่ 2, หน้า 16-30, กรกฎาคม - ธันวาคม 2562.
- [7] กรมศิลปากร, “ว่าด้วยตลาดในพระนครศรีอยุธยา,” [ออนไลน์]. <https://vajirayana.org/คำให้การขุนหลวงวีประคู้ทรงธรรม-เอกสารจากหอหลวงว่าด้วยตลาดในพระนครศรีอยุธยาหนบุรี>. (เข้าถึงเมื่อ: 15 ธันวาคม 2565).
- [8] ธนกฤต ก้องเวหา, “อาหาร “สิ้นน้ำเงิน” อาหารที่ไม่น่ารับประทาน?,” [ออนไลน์]. https://www.silpa-mag.com/culture/article_104002.
- [9] วิสิฐ จันมา, ประวัติศาสตร์และพื้นฐานการออกแบบภาพเคลื่อนไหว, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558.
- [10] หทัยภัทร อินมัทธทรัพย์, “Loneliness in Film: เรื่องของ “ลี” กับการเล่าเรื่อง “ความเหงา” บนแผ่นฟิล์ม,” [ออนไลน์]. https://www.creativethailand.org/article-read?article_id=33888. (เข้าถึงเมื่อ: วันที่เข้าถึง 2566).
- [11] PENLOM, “On The Street บนถนนเมื่อวันวาน / Animated Short Film 2022,” [ออนไลน์]. <https://www.youtube.com/watch?v=vdNclzipAyc&t=25s>. (เข้าถึงเมื่อ: 10 ตุลาคม 2567).