

Different Touch: ภาพยนตร์แอนิเมชันคอนเทนต์สุขภาพ
การนวดแผนไทย แบบราชสำนัก*
DIFFERENT TOUCH: THE ROYAL THAI TRADITIONAL MASSAGE
HEALTH CONTENT SHORT ANIMATION

ชูดานันท์ สุดทองคง

Chudanat Sudthongkhong

วิเชียร ลัทธพิงศ์พันธ์

Wichian Lattipongpun

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

National Institute of Development Administration, Thailand

E-mail: medicalmedia01@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน และศึกษาความคิดเห็นชาวต่างชาติที่มีต่อการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักท่องเที่ยวต่างชาติ 3 สัญชาติ คือ จีน ญี่ปุ่น และอังกฤษ เลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามประเมินความคิดเห็น สถิติที่ใช้ในการวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า การออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน มีการออกแบบบุคลิกภาพของตัวละครนำที่ใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์รูปร่างและหน้าตา ความคิดเห็นที่มีต่อการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก ในภาพรวมอยู่ในระดับดี ส่วนด้านการออกแบบตัวละครมีความสร้างสรรค์เหมาะสมกับเรื่องราว ด้านอรรถรสความจริงของฉากออกแบบได้สมจริงและมีความสวยงาม สามารถถ่ายทอดและสื่อความหมาย ด้านเนื้อหาของภาพยนตร์มีความร่วมสมัยและเข้าใจได้แม้ไม่มีการบรรยาย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดี และภาพยนตร์แอนิเมชันดิจิทัลคอนเทนต์สุขภาพการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก ที่ออกแบบสามารถสื่อสารให้ผู้ชมได้เข้าใจตามจุดประสงค์ที่ได้วางเอาไว้ อยู่ในระดับดี โดยมีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.66 (S.D. = 0.06) นอกจากนั้นด้านการออกแบบตัวละครมีความสร้างสรรค์เหมาะสมกับเรื่องราว พบว่า มีระดับคะแนนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.76 อยู่ในระดับดี ในการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน พบว่า มีการจัดการความรู้สำหรับผลิต

* Received 17 October 2022; Revised 28 October 2022; Accepted 30 October 2022



ภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก ซึ่งมี 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ความรู้ที่จัดเก็บหรือที่สร้างสรรค์ 2) การประมวลความรู้ 3) การเผยแพร่ถ่ายทอดความรู้ 4) การใช้ความรู้ร่วมกัน และ 5) การนำเสนอความรู้

คำสำคัญ: การออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน, คอนเทนต์สุขภาพ, การนวดแผนไทยแบบราชสำนัก, นักท่องเที่ยวต่างชาติ, ผลต่อการรับชมภาพยนตร์

Abstract

The objectives of this research article were to study animation film design and the opinions of foreigners after viewing the royal Thai traditional massage short animation. It uses a mixed research method. The target group is foreign tourists from 3 nationalities: China, Japan, and England. The sample is selected by a single random sampling method of 400 people. The research tool is an opinion assessment questionnaire. The statistics used in the research and analysis of the data were mean and standard deviation. The results reveal that the film designs the personality of the lead characters and communicates signs visually through their appearance. Overall, opinions after viewing the royal Thai traditional massage short animation are at a good level. As for the character design, it is creative and suitable for the story. In terms of the scene's design, it is realistic, beautiful, and conveys meaning. The film's content is contemporary and understandable, even without narration, with a good average score. The design of the animated film health content about royal Thai traditional massage can communicate to the audience according to the intended purpose at a good level, with a total average score of 3.66 (S.D. = 0.06). In addition, the character design is creative and suitable for the story, and the average score of 3.76 is a good level. Knowledge management in the royal Thai massage animated film production was found and consisted of 5 steps: 1) stored or created knowledge, 2) knowledge processing, 3) dissemination, 4) knowledge sharing, and 5) knowledge presentation.

Keywords: Animation Design, Health Content, Royal Thai Traditional Massage, Foreign Tourists, Effects on Viewing



บทนำ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ได้กล่าวว่า ในปี 2559 แอนิเมชันมีมูลค่าตลาด 3,966 ล้านบาท และปี 2561 มีมูลค่าตลาด 4,441 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สามารถแบ่งประเภทของผลงานแอนิเมชัน ได้ดังนี้ 1) ภาพยนตร์แอนิเมชัน (Animated Feature Film) 2) การ์ตูนแอนิเมชันที่ฉายทางโทรทัศน์ (Animated TV Series) 3) แอนิเมชันบนวีซีดี/ดีวีดี (Animation on VCD/DVD) 4) แอนิเมชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ (Animation Mobile Content) 5) VFX สำหรับหนังโฆษณา (VFX for TVC) 6) VFX สำหรับภาพยนตร์ (VFX & Post Production) ครอบคลุมถึง Visual Effects, Post Production, Motion Graphics จึงกล่าวได้ว่า ภาพยนตร์แอนิเมชันเป็นสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Product) ที่สามารถนำมาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการนำ “วัฒนธรรม” ซึ่งเป็นสิ่งต่าง ๆ ที่สะท้อนวิถีการดำเนินชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ มาสร้างเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ที่สอดคล้องกับ กระแสความต้องการของโลก ตลาด และผู้บริโภค เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นอำนาจอ่อนอันทรงพลัง (Soft Power) หรืออำนาจละมุน ที่สามารถแทรกซึมผ่านผู้คนได้อย่างแนบเนียนและได้ผล (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล, 2561); (Nye, J., 2004); (กองบรรณาธิการเครือทีฟไทยแลนด์, 2565) จารุวรรณ เจตเกษกิจ กล่าวไว้ว่า การทำให้แอนิเมชันเป็นสินค้าวัฒนธรรมนั้นไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่แต่อย่างใด ต่างชาติสามารถทำได้และประสบความสำเร็จมาอย่างยาวนานเป็นอันดับหนึ่ง เช่น Walt Disney สตูดิโอ ที่เป็นผู้นำด้านภาพยนตร์แอนิเมชันระดับโลกที่สามารถขายวัฒนธรรมตะวันตกผ่านแอนิเมชันที่สร้างรายได้อย่างงดงาม แอนิเมชันเหล่านี้ได้นำเสนอภาพลักษณ์ วิถีชีวิตของชาวตะวันตกออกมาได้อย่างแนบเนียน หรือแม้กระทั่งการ์ตูนซูเปอร์ฮีโร่ของอเมริกา Marvel Studio หรือ DC Comics ที่ผลิตการ์ตูนซูเปอร์ฮีโร่ที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของอเมริกา (จารุวรรณ เจตเกษกิจ, 2555) และตัวอย่างทางด้านเอเชียประเทศที่สามารถสร้างแอนิเมชันเป็นสินค้าวัฒนธรรมได้แข็งแกร่งที่สุด คือ ประเทศญี่ปุ่น ผู้รับสาร (ผู้ชม) สามารถรับรู้และเข้าถึงวัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านแอนิเมชัน เช่น การรับชมแอนิเมชันเรื่อง โดราเอมอน ก็สามารถรับรู้ถึงสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ นิยายใจคอ วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนญี่ปุ่นได้ทันที (กองบรรณาธิการเครือทีฟไทยแลนด์, 2565) นิพนธ์ คุณารักษ์ กล่าวไว้ว่า ภาพยนตร์แอนิเมชัน นอกจากจะเป็นอุตสาหกรรมสื่อเพื่อความบันเทิงแล้ว ภาพยนตร์แอนิเมชันยังได้รับการยอมรับว่า เป็นงานสร้างสรรค์ทางศิลปะและการออกแบบสื่อสาร (Communication Arts and Design) ประเภทสื่อสมัยใหม่ (New Media) เป็นสื่อสำคัญในการสื่อสารมวลชนทางสังคมและเป็นสื่อวัฒนธรรม เป็นวัฒนธรรมประชานิยม (Pop Culture) ที่ได้รับความสนใจและมีอิทธิพลต่อทุกช่วงวัย และถ่ายทอดความหมายกับผู้รับชมทั่วโลก (นิพนธ์ คุณารักษ์, 2556); (ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2564)

การวางแผนไทยแบบราชสำนักนั้นสามารถช่วยบำบัดรักษาสุขภาพได้ เพราะการนวดการบีบ และกด ซึ่งเป็นการสัมผัสที่มีผลต่อระบบลิมบิก ทำหน้าที่ในการตอบสนองส่วนอารมณ์



ถูกกระตุ้นน้อยลง ทำให้ร่างกายมีการผ่อนคลาย ได้พักผ่อนได้ในระดับลึก สามารถรับรู้ถึงความสงบและเป็นสุขได้ จิรภรณ์ แนวบุตร และบุรณี กาญจนถวัลย์ ได้กล่าวไว้ว่า ประโยชน์ของการนวดในการลดเกร็งของกล้ามเนื้อ และยังส่งผล ให้การไหลเวียนของเลือดดีขึ้น ทำให้อาการปวดลดลง (จิรภรณ์ แนวบุตร และบุรณี กาญจนถวัลย์, 2557) นอกจากนี้ ถุดถณ กุลเวิน และคณะ กล่าวว่า การรักษาผู้ป่วยปวดคอหรือหลังส่วนบนจาก Myofascial pain syndrome เมื่อใช้การนวดไทยร่วมกับการประคบสมุนไพร 2 ครั้งต่อสัปดาห์ใช้ระยะเวลา 2 สัปดาห์ อาการปวดลดน้อยลง (ถุดถณ กุลเวิน และคณะ, 2556) การนวดแผนไทยยังช่วยในการรักษาอาการปวดได้ดี การนวดแผนไทยถือว่าเป็นการนวดที่ถูกอนุรักษ์มายาวนานจากรุ่นสู่รุ่น โดยการสอนจากบุคคลภายในหรือคนรู้จัก ซึ่งในปัจจุบันที่มีประชาชนมีแนวโน้มเป็นออฟฟิศซินโดรมมากขึ้น และมีผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นจากสัดส่วนของประชากรศาสตร์ การนวดไทยมีวิธีการนวดแตกต่างกันไป 2 วิธี คือ การนวดแบบราชสำนัก และการนวดแบบเชลยศักดิ์ การนวดแบบราชสำนักแต่เดิมเป็นการนวดเพื่อถวายพระมหากษัตริย์และเจ้านายชั้นสูงในราชสำนัก มีขั้นตอนและมารยาทในการนวดแตกต่างของการนวดแบบทั่วไป (เชลยศักดิ์) ซึ่งการนวดแบบเชลยศักดิ์เป็นการนวดโดยวิธีของสามัญชนในสมัยโบราณ มาจนถึงปัจจุบันที่ได้รับการออกแบบทำนวดและฟื้นฟูให้เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป โดยเริ่มนวดที่ฝ่าเท้าขึ้นไปหาลำตัว มีการให้ผู้ป่วยนอนคว่ำด้วยและนอนหงายด้วย เป็นการนวดที่เน้นการกดเป็นส่วนใหญ่ และการนวดคลึงเป็นครั้งคราว หากความรู้ไม่ดีพอ อาจเกิดอันตรายได้ เช่น การหลุดของข้อต่อกระดูก การเขี้ยวเข้าของกล้ามเนื้อหรือเส้นเลือดฝอยแตกได้ ซึ่งแตกต่างจากการนวดแบบราชสำนักที่เป็นการนวดเพื่อถวายกษัตริย์และเจ้านายชั้นสูงในราชสำนัก ผู้นวดเริ่มนวดตั้งแต่ใต้เข่าลงมาหาข้อเท้า ใช้เฉพาะมือ นิ้วหัวแม่มือและปลายนิ้วในการนวดเท่านั้น และไม่ใช้การนวดคลึงผู้ป่วยห้ามอยู่ในท่านอนคว่ำ ไม่ใช้การดัดหรือการงอข้อหลังหรือส่วนใดของร่างกายด้วยกำลังแรง และไม่มีการนวดโดยใช้เข่า ข้อศอก ผู้นวดต้องมีความรู้ทางกายวิภาคศาสตร์ และต้องมีความเชี่ยวชาญในการนวดสูง (นพพร ชายหอมรส, 2564)

สัญญาะวิทยามีเอกลักษณ์ตรงที่จะสนใจเรื่องการสร้างสรรค์และการแปรเปลี่ยนความหมายที่ดำรงอยู่ในสัญญาะต่าง ๆ ดังเช่น ในกรณีของสื่อโมชันภาพเคลื่อนไหว ภาพยนตร์สั้น หรือแอนิเมชัน เราสามารถประยุกต์เอาแนวคิดด้านสัญญาะวิทยามาตั้งคำถามนำการศึกษาได้ว่า ในภาพยนตร์แอนิเมชัน มีสัญญาะอะไรประกอบอยู่บ้าง เช่น ภาพ ฉาก ตัวละคร อุปกรณ์ประกอบฉาก สี การแต่งกายของนักแสดง ฯลฯ และสัญญาะเหล่านั้นทำงานและสร้างความหมายอย่างไร (กาญจนา แก้วเทพ, 2542) สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ คือ กระบวนการในการจัดสร้างระบบความรู้ โดยจัดระเบียบของข้อมูลให้เป็นระบบความรู้ สารสนเทศ ความคิด การกระทำ ตลอดจนประสบการณ์ของบุคคลเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในการสร้างสรรค์นวัตกรรม และจัดเก็บให้บุคคลอื่นสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้ ช่วยให้ประหยัดเวลา และพัฒนาทีมงานและองค์กรให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการออกแบบการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก เพื่อให้ผู้ชมเกิดการรับทราบข้อมูลโดยใช้สัญญาณในการสื่อสารนวดแผนไทยแบบราชสำนักเพื่อเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ประเทศไทยตระหนักถึงความเป็นไปได้ในการพัฒนาอุตสาหกรรมแอนิเมชันที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน และศึกษาความคิดเห็นชาวต่างชาติที่มีต่อการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามขั้นตอน ดังนี้

1. รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method) ที่ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

แหล่งข้อมูลที่ 1 ประเภทเอกสาร ได้แก่ หนังสือการนวดแผนไทย หนังสือตำราเรียนนวดไทย หนังสือหัตถเวชกรรมแผนไทย (นวดแบบราชสำนัก)

แหล่งข้อมูลที่ 2 ประเภทบุคคล ได้แก่ ทีมงานผู้ผลิตแอนิเมชัน ครูสอนนวดแผนไทย ผู้กำกับโฆษณาและครีเอทีฟ นักเรียนนวดแผนไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ

แหล่งข้อมูลที่ 3 แอนิเมชันเรื่อง Different Touch ความยาว 3.39 นาที เป็นสื่อแบบมีดนตรีประกอบแต่ไม่มีคำบรรยาย

แหล่งข้อมูลที่ 4 นักท่องเที่ยวต่างชาติ 3 สัญชาติ คือ จีน ญี่ปุ่น และอังกฤษ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Single Random Sampling) จำนวน 400 คน

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง/ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติจาก 3 สัญชาติ คือ ญี่ปุ่น จีน และอังกฤษ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจต่อแอนิเมชันเพื่อการสื่อสารการนวดแผนไทยแบบราชสำนักเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้ง 3 สัญชาติ คือ ญี่ปุ่น จีน และ อังกฤษ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มอย่างง่าย (Single Random Sampling) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) นักวิชาการนวดแผนไทย จำนวน 3 ท่าน (ไม่เปิดเผยชื่อ) 2) ผู้กำกับโฆษณาและครีเอทีฟ จำนวน 3 ท่าน (ไม่เปิดเผยชื่อ) 3) นักเรียนนวดแผนไทย จำนวน 5 ท่าน (ไม่เปิดเผยชื่อ) 4) นักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 5 ท่าน (ไม่เปิดเผยชื่อ)



3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (ศึกษาค้นคว้า) ประกอบด้วย

3.1 ภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก เรื่อง Different Touch ความยาว 3.39 นาที เป็นสื่อแบบมีดนตรีประกอบ แต่ไม่มีคำบรรยาย

3.2 แบบสอบถามความคิดเห็นและทัศนคติต่อการรับชม ภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก โดยมีคำถาม 12 ข้อ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้เก็บรวบรวมตามขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก

การผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันใช้หลักการ 3P ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนการผลิต 2) ขั้นตอนการผลิ 3) ขั้นตอนหลังการผลิต และทุกขั้นตอนจะมีการแสวงหาความรู้จากทั้งตัวบุคคลและจากแหล่งความรู้อื่น ๆ มาทำการกลั่นกรองและเรียบเรียงอย่างเป็นระบบ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Ma, B., 2018); (นิพนธ์ कुमारักษ์, 2554); (สันติภาพ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง, 2559)



ภาพที่ 1 ขั้นตอนก่อนการผลิตแอนิเมชัน

4.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-production) เป็นขั้นตอนของการวางแผนและเตรียมการ ซึ่งขั้นตอนนี้ต้องใช้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่เป็นเอกสาร และแหล่งข้อมูลที่ได้รับ การถ่ายทอด (Share) จากผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์แผนไทย และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต ภาพยนตร์แอนิเมชัน เช่น การออกแบบคอนเซ็ปต์ (Concepts Design) การออกแบบและวาดฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก เป็นต้น เมื่อได้ข้อมูลแล้วจึงนำข้อมูลจากทั้งผู้เชี่ยวชาญและการ นวดแผนไทยแบบราชสำนักมาออกแบบและวางแผนแนวคิด โครงเรื่อง การนำเสนอเนื้อหาที่ มุ่งเน้นความถูกต้องของเนื้อหาประกอบการออกแบบทางศิลปะ สคริปต์และสตอรี่บอร์ด ออกแบบแคร็กเตอร์ ทำทาง ออกแบบฉากและอุปกรณ์ประกอบฉาก โดยมีการประชุมกลุ่มย่อย เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น กล้าแสดงความคิดเห็นเพื่อถกเถียงให้ได้ข้อสรุปและแนวทาง ร่วมกัน



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการผลิตแอนิเมชัน

4.2 ขั้นตอนการผลิต (Production) ขั้นตอนการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน ต้องใช้การเผยแพร่ความรู้ และประสบการณ์ทำงานร่วมกันในการนำทักษะความสามารถเฉพาะตัวบุคคลมาถ่ายทอด และแลกเปลี่ยนโดยคำนึงถึงองค์ประกอบของการผลิตที่สอดคล้องกับสาขาวิชาที่ใช้สื่อสารความหมาย โดยมีการแบ่งฝ่ายผลิตตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย โดยยึดหลักตามความถนัด และทักษะความสามารถเฉพาะบุคคล การบริหารจัดการทีมจะใช้ร่วมกับการคิดและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น นอกจากนั้น จะมีการถ่ายทอดเทคนิคการทำงานที่สำเร็จและรวดเร็วให้แก่สมาชิกในทีม โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสาร ผู้วิจัยพบว่า หากมีการแบ่งงานและติดตามงานเป็นระยะและให้เพื่อนสอนเพื่อน จะช่วยให้บรรยากาศการทำงานเป็นการให้ความร่วมมือที่ดี มีการติดตามงานกันเองเนื่องจากต้องส่งต่อไปให้ฝ่ายอื่นทำต่อ เช่น ฝ่ายประกอบ (Composite) และสนุกสนานระหว่างการทำงานอีกทั้งการให้ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของงานจะทำให้มีความกระตือรือร้นให้งานสำเร็จตามเป้าหมาย ขั้นตอนนี้จะมีการคำนึง คือ ปลายทางที่ต้องมีความสม่ำเสมอตลอดทั้งเรื่อง



ภาพที่ 3 ขั้นตอนหลังการผลิตแอนิเมชัน

4.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post Production) ขั้นตอนนี้เป็นการนำภาพวาดต่าง ๆ จากขั้นตอนการผลิต (Production) มาทำการเรียบเรียงการนำเสนอ ผสานการให้กับ



เทคนิคทางภาพและเทคนิคพิเศษ (Transition and Visual Effect) เช่น ในขณะที่ตัวละครนำ (พระเอก) สวมใส่เสื้อผ้าที่จะเปลี่ยนตามการเล่าเรื่องของสตอรี่บอร์ดที่ว่าถ้าสุขภาพดี สีเสื้อจะมีสีสดใส และถ้ามีสุขภาพไม่ดีสีเสื้อจะมีสีหม่นหมอง และหากเมื่อรักษาหายปวดเมื่อยกล้ามเนื้อแล้วจะให้สีเหลืองแสดงถึงความสุข สงบ สบายกาย ซึ่งขั้นตอนนี้จะให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นทั้งในมุมมองของความเข้าใจการเล่าเรื่อง การนำเสนอความหมายด้วยภาพ การเปลี่ยนฉากเพื่อกระชับเวลาดำเนินเรื่อง หรือแม้กระทั่งจังหวะของดนตรีและจังหวะของภาพประกอบฉาก (Prop.) โดยจะมีการแก้ไขงานและนำไปทดลองให้กลุ่มเป้าหมายภาคสนามได้แสดงความคิดเห็นโดยมีการปรับแก้ไขงานก่อนที่เผยแพร่

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์การวิจัย ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย จากนั้นหาค่าเฉลี่ยจากคำตอบของแบบสอบถามทางด้านทัศนคติที่มีต่อการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชันจากกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเฉลี่ย

ระดับคะแนน	4.21 - 5.00	ดีมาก
ระดับคะแนน	3.50 - 4.20	ดี
ระดับคะแนน	2.50 - 3.49	ปานกลาง
ระดับคะแนน	1.50 - 2.49	พอใช้
ระดับคะแนน	1.00 - 1.49	ควรปรับปรุง

วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล 2 แบบ คือ แบบสาเหตุและผล (Cause and Effect Analysis) เป็นการวิเคราะห์ให้เห็นว่าผลมาจากเหตุ วิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้นย้อนกลับมาให้เห็นว่าเกิดจากปัจจัยใดบ้าง หรือวิเคราะห์เหตุไปหาผล คือ วิเคราะห์ให้เห็นว่าเมื่อเหตุนี้เกิดขึ้น ได้นำไปสู่ผลที่เกิดขึ้นอะไรบ้าง และวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลอีกวิธี คือ การวิเคราะห์ส่วนประกอบ(Componential Analysis) เป็นการนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ออกให้เห็นเป็นส่วน ๆ

ผลการวิจัย

การออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน และศึกษาความคิดเห็นชาวต่างชาติที่มีต่อการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก นำเสนอเป็น 3 มิติ ดังนี้



มิติที่ 1 ด้านการผลิตและการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน



ภาพที่ 4 การออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันใช้หลักการ 3P

ภาพยนตร์แอนิเมชัน 2 มิติ เรื่อง Different Touch การนวดแผนไทยแบบราชสำนัก พบว่า ในการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันใช้หลักการ 3P ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนก่อนการผลิต 2) ขั้นตอนการผลิต 3) ขั้นตอนหลังการผลิต ดังภาพที่ 4

ในด้านการผลิตและการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันนี้ มีการออกแบบบุคลิกภาพของตัวละครนำที่ใช้ในการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ผ่านรูปร่างและหน้าตา ได้รับอิทธิพลทางบุคลิกภาพ 2 ชนิด คือ ชนิดที่ 1 ตะวันตก เช่น อเมริกา พวกซูเปอร์ฮีโร่ก็จะมีรูปลักษณ์และลักษณะคล้ายคนจริง มักจะมีความสามารถพิเศษติดตามตัว ชนิดที่ 2 ตะวันออก เช่น ญี่ปุ่น จีน จะมีลักษณะแนวเกินจริงและบางครั้งก็คล้ายคนจริง ที่มักสอดแทรกวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของคนญี่ปุ่นและจีน แสดงเนื้อหาเรื่องเล่าจากนิทานปรัมปรา และความเชื่อของเชื้อชาตินั้น ๆ



ภาพที่ 5 การออกแบบบุคลิกตัวละครนำ (พระเอก) โดยใช้อิทธิพลของทั้งตะวันตกและตะวันออกมาผสมผสานกัน เช่น จมูกโด่ง คางแหลมชัด ตาโต ทรงผมตั้งรอกทรง เป็นต้น และการออกแบบฉากเป็นสนามบิน มองเห็นรูปปั้นยักษ์ที่ลักษณะผิวสีเขียว ยืนอารักขาสถานที่ตามความเชื่อของการอารักขาสถานที่สำคัญคู่บ้านคู่เมือง



ภาพที่ 6 การออกแบบบุคลิกตัวละครนำ (แพทย์แผนไทย) เป็นผู้ที่มีความเมตตาจะช่วยรักษาและบรรเทาความเจ็บปวดจากการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อและการติดขัดของร่างกายที่ไม่สมดุลให้มาใช้งานได้ จะสังเกตที่สีเสื้อของผู้ป่วยจะมีสีหม่นหมอง ไม่สดใส ผู้วิจัยใช้สัญลักษณ์ในการสอดแทรกความหมายในสีของเครื่องแต่งกาย



ภาพที่ 7 การออกแบบบุคลิกตัวละครนำ (เม็ดเลือดแดงและรถยนต์) เป็นโลกจินตนาการตามความเชื่อของแพทย์แผนไทย ที่บอกว่าถ้าหากปวดเมื่อยนั้นแสดงว่า เลือดติดขัดลมไหลเวียนไม่สะดวก โดยใช้รถเป็นตัวแทนของลมในการพัดกระแสเลือดไปเลี้ยงซ่อมแซมร่างกาย ให้ระบบต่าง ๆ กลับทำงานเป็นปกติ



ภาพที่ 8 การออกแบบบุคลิกตัวละครนำ (หัวใจ) หัวใจ เป็นส่วนหนึ่งในการสับฉีกเลือด ถ้าหากมีการติดขัดและไม่ไหลเวียนตามปกติจะทำให้ดอกไม้ที่อยู่หัวใจเหี่ยวเฉาและตาย แต่ถ้าได้รับการรักษาหรือถูกจุดจากแพทย์แผนไทยแบบราชสำนักแล้วดอกไม้จะบานสดชื่น



ภาพที่ 9 การวาดภาพบุคลิกตัวละครนำ (พระเอก) โดยใช้เทคนิค Rotoscope คือ การวาดภาพจากภาพต้นแบบวิดีโอแบบเฟรมต่อเฟรม แล้วมาร้อยเรียงให้เกิดเป็นภาพเคลื่อนไหวที่เป็นธรรมชาติ



ภาพที่ 10 การออกแบบภาพประกอบที่สอดแทรกสัญลักษณ์ ที่สื่อความหมายทั้งในส่วนของอุปกรณ์ประกอบฉาก เช่น รูปปั้นชีวกโกมารภัจจ์ ซึ่งเป็นบรมครูด้านการแพทย์แผนไทย รวมทั้งเครื่องแต่งกายของตัวละครนำ ที่ปรับเปลี่ยนตามอารมณ์ และสุขภาพ

มิติที่ 2 ด้านความคิดเห็นของชาวต่างชาติที่มีต่อการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก ปรากฏผลการประเมินรายละเอียดตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการประเมินความคิดเห็นชาวต่างชาติที่มีต่อการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชันคอนเทนต์สุขภาพการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก

หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ระดับการประเมิน
มีการสื่อสารเรื่องราวของการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก	3.57	0.20	ดี
เพื่อการดูแลสุขภาพผ่านภาพยนตร์การ์ตูนแอนิเมชันได้ชัดเจน			
การนำเสนอภาพยนตร์แอนิเมชันเหมาะสมกับระยะเวลา	3.64	0.28	ดี
เอกภาพของงานเป็นในรูปแบบเดียวกัน	3.57	0.24	ดี
การออกแบบฉากและภาพประกอบบอกเล่าภาพลักษณ์	3.71	0.17	ดี
การท่องเที่ยวสถานที่สำคัญและบ่งบอกได้ตามเนื้อเรื่องที่ต้องการสื่อสาร			
การออกแบบตัวละครมีความสร้างสรรค์เหมาะสมกับเรื่องราว	3.76	0.37	ดี
การติดต่อภาพยนตร์แอนิเมชัน สนุก กระชับและชวนติดตาม	3.67	0.30	ดี
เนื้อหาของภาพยนตร์มีความร่วมสมัย และเข้าใจได้แม้ไม่มี	3.72	0.20	ดี
การบรรยาย			
อรรถรสความจริงของฉาก มีความสวยงาม	3.74	0.21	ดี
ฉากจินตนาการช่วยเสริมความเข้าใจการโครงเรื่องได้มากขึ้น	3.68	0.15	ดี
เสียงและดนตรีประกอบ เหมาะสมกับเนื้อเรื่อง	3.62	0.23	ดี



หัวข้อการประเมิน	ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.	ระดับการประเมิน
การสื่อสารด้วยท่าทางและการเคลื่อนไหวด้วยภาพมีความสอดคล้องกับเรื่องราว	3.65	0.19	ดี
สาระและความบันเทิงจากภาพยนตร์แอนิเมชันแนวไทยแบบราชสำนัก สร้างสาระและบันเทิงสำหรับผู้ชม	3.61	0.21	ดี
รวม	3.66	0.06	ดี

ผลการประเมินความคิดเห็นชาวต่างชาติที่มีต่อการรับชมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อภาพยนตร์แอนิเมชันดิจิทัลคอนเทนต์สุขภาพการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก ในภาพรวมพบว่า มีความพึงพอใจต่อแอนิเมชันเพื่อการสื่อสารการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 (S.D. = 0.06) อยู่ในระดับดี โดยมีด้านการออกแบบตัวละครมีความสร้างสรรค์เหมาะสมกับเรื่องราว นักท่องเที่ยวทั้ง 3 สัญชาติให้ระดับของการประเมินความพึงพอใจ พบว่ามีค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 3.76 อยู่ในระดับดี (S.D. = 0.37) อยู่ในระดับดี และรองลงมา คือ ด้านอรรถรสความจริงของฉาก ออกแบบได้สมจริงและมีความสวยงาม สามารถถ่ายทอดและสื่อความหมายพบว่า มีระดับคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.74 (S.D. = 0.06) อยู่ในระดับดี และด้านเนื้อหาของภาพยนตร์มีความร่วมสมัยและเข้าใจได้แม้ไม่มีการบรรยาย พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.72 (S.D. = 0.21) อยู่ในระดับดี สรุปได้ว่า จากงานวิจัยภาพยนตร์แอนิเมชันคอนเทนต์สุขภาพการนวดแผนไทยแบบราชสำนักที่ออกแบบขึ้นมานั้นสามารถสื่อสารให้ผู้ชมได้เข้าใจตามจุดประสงค์ที่ได้วางเอาไว้ และอยู่ในระดับดี และสามารถเผยแพร่ได้

มิติที่ 3 ด้านการทำงานของทีมผู้ผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันนั้น สามารถศึกษากระบวนการผลิตจากต้นแบบที่ประสบความสำเร็จเพื่อย่นวิธีการและขั้นตอน โดยมีกลวิธีคือให้ผู้ที่มีประสบการณ์ในการผลิตแอนิเมชันในฝ่ายต่าง ๆ เช่น ฝ่ายเขียนบทและคอนเซ็ปต์ ผ่านออกแบบตัวละคร ฝ่ายออกแบบฉาก ฝ่ายตัดต่อ มาถ่ายทอดความรู้และให้คำแนะนำตลอดจนสาธิตการทำงานเพื่อให้ทีมผู้ผลิตสามารถทำได้สำเร็จและรวดเร็ว

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปราย ได้ดังนี้

1. การออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันใช้หลักการ 3P ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนก่อนการผลิต เป็นขั้นตอนของการเตรียมการและวางแผนแนวคิดและไอดีโดยกำหนดคอนเซ็ปต์และกลวิธีของเรื่องเล่าที่ได้ออกแบบไว้ 2) ขั้นตอนการผลิต เป็นขั้นตอนของการนำเรื่องเล่าที่ออกแบบมาแยกเป็นฉากต่าง ๆ รวมทั้งการวาดตัวละครและกำหนดสัณฐานวิทยาที่ปรากฏภายในเนื้อหาเป็นการสอดแทรกประกอบความเข้าใจของผู้รับชม 3) ขั้นตอนหลังการผลิต เป็นขั้นตอนการเรียบเรียงเรื่องเล่าซึ่งใช้เทคนิคการเปลี่ยนภาพและใช้เทคนิคพิเศษ



ทางภาพ ซึ่งทั้ง 3 ขั้นตอนเป็นไปตามหลักการสื่อภาพยนตร์ผลิตแอนิเมชันของ นิพนธ์ คุณารักษ์ และ Ma, B. ซึ่งการพัฒนาภาพยนตร์แอนิเมชัน 2 มิติ เรื่อง Different Touch การวาดแผนไทยแบบราชสำนักที่ใช้ในการช่วยบำบัดรักษาสุขภาพนั้นสามารถรักษาสุขภาพได้ (นิพนธ์ คุณารักษ์, 2554); (Ma, B., 2018)

2. จากผลการประเมินความพึงพอใจต่อการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชัน ปรากฏว่า ผลประเมินค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับดี พบว่า ค่าระดับคะแนนค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 (S.D. = 0.06) โดยมีความสนใจและให้ระดับคะแนนในด้านการออกแบบตัวละครมีความเหมาะสมกับเรื่องราว โดยมีระดับคะแนนค่าเฉลี่ย อยู่ที่ 3.76 อยู่ในระดับดี และด้านเนื้อหาของภาพยนตร์ที่มีความร่วมสมัยและเข้าใจได้แม้ไม่มีการบรรยาย และด้านการออกแบบฉากและภาพประกอบ บอกเล่าภาพลักษณ์ การท่องเที่ยว สถานที่สำคัญ และบ่งบอกให้ตามเนื้อเรื่องที่ต้องการ โดยใช้แนวคิดของ De Saussure เรื่องของสัญลักษณ์ที่การสื่อสารจะต้องประกอบไปด้วยตัวหมาย (Signifier) และตัวหมายถึง (Signified) ในการสื่อสารต่าง ๆ และในการสื่อสารของภาพยนตร์แอนิเมชันที่ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นความเข้าใจของผู้รับสารจะเพิ่มมากขึ้นได้ จำเป็นต้องอาศัยสัญญาณทางวัฒนธรรมที่เป็นภาษาพูด ภาษาเขียนประกอบภาพยนตร์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2542)

3. การพัฒนาของทีมงานการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันนั้น สามารถศึกษากรณีวิธีการผลิตจากต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ เพื่อย่นวิธีการและขั้นตอนให้สำเร็จได้เร็วขึ้น ปัทมา สิงหรา ณ อยุธยา ได้กล่าวว่า ประเทศเกาหลีใต้ได้ศึกษาและพัฒนาแอนิเมชัน โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและเป็นการศึกษาเชิงลึก โดยเลียนแบบจากประเทศญี่ปุ่นในการนำเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมในการผลิตแอนิเมชัน โดยสามารถทำได้ดีและเป็นเอกลักษณ์ นำมาพัฒนาต่อยอดให้ดีกว่าต้นแบบของประเทศญี่ปุ่น โดยเรียกกลยุทธ์นี้ว่า Copy to Innovation (ปัทมา สิงหรา ณ อยุธยา, 2560) อีกทั้งสำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (สคช.) ได้ปรับปรุงการแพทย์แผนไทยเอาไว้ในกลุ่มของมรดกทางวัฒนธรรม และกลุ่มอุตสาหกรรมย่อยในลำดับที่ 14 และ ลำดับที่ 15 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งการท่องเที่ยวมักจะรวมการแพทย์แผนไทย อาหารไทย เข้าไปในโปรแกรมการท่องเที่ยว นอกจากนั้นการวาดแผนไทยมีลักษณะความเป็นเฉพาะ และต้องใช้ความถูกต้องและเข้าใจศาสตร์การแพทย์แผนไทยแบบดั้งเดิม การให้ข้อมูลและความเข้าใจในเนื้อหาก่อนที่จะผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน ผู้ผลิตต้องเรียนรู้และนำความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลของครูนวดแผนไทย มาถ่ายทอดและสาธิตให้กับทีมผู้ผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน การได้ทดลองและเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงที่ได้รับประสบการณ์จากผู้เชี่ยวชาญในหลาย ๆ ด้าน นอกจากนั้นผู้เชี่ยวชาญการออกแบบและแนวคิด (Concept) ผู้เชี่ยวชาญการวาดฉาก ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบตัวละครและการตัดต่อก็ช่วยกันแนะนำ ถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ให้กับผู้ผลิตและ



บุคลากรเพื่อออกแบบและสร้างสรรค์ได้ตามจุดประสงค์ที่วางไว้ (ณัฐพร จาตุศรีพิทักษ์ และรานี อีฐรัตน์, 2565)

องค์ความรู้ใหม่

การจัดการความรู้สำหรับผลิตภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ

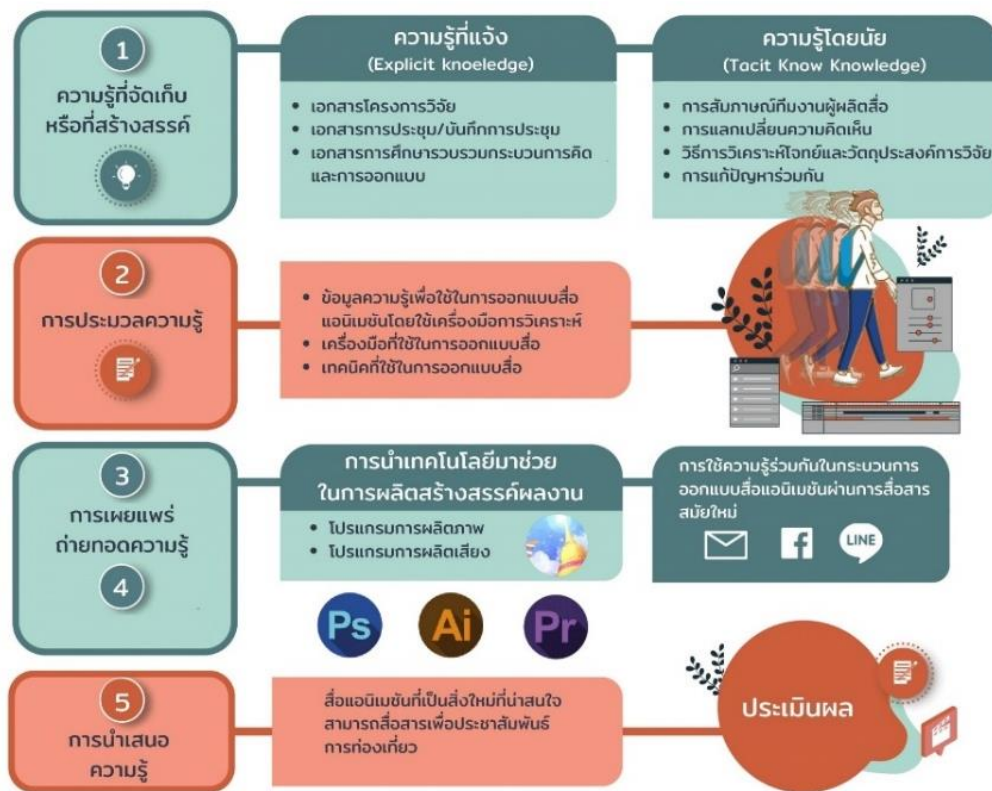
1. ความรู้ที่จัดเก็บหรือที่สร้างสรรค์ คือ การนำความรู้ที่มีอยู่ในที่ต่าง ๆ ทั้งจัดเก็บที่อยู่ในตัวบุคคลหรือปัจเจกบุคคล การจัดเก็บจากแหล่งข้อมูล

2. การประมวลความรู้ คือ การสร้างสรรค์ความรู้ที่สร้างขึ้นใหม่ เช่น การเข้าถึงความรู้ผ่านเทคโนโลยีใหม่ในการออกแบบและแสดงโปรแกรมวาดภาพ โปรแกรมการตกแต่งภาพ โปรแกรมบันทึกเสียงและโปรแกรมตัดต่อภาพเคลื่อนไหว เพื่อให้ประมวลความรู้ที่จัดเก็บสามารถเลือกนำมาทำงานได้รวดเร็วขึ้น

3. การเผยแพร่ถ่ายทอดความรู้ คือ การส่งผ่านความรู้ การถ่ายทอดความรู้ที่มีอยู่แล้วทั้งจากตัวบุคคลและในองค์กรเป็นทั้งทางการสื่อสารระดับบุคคล การสื่อสารผ่านสารสนเทศ และการจัดเก็บแบบอิเล็กทรอนิกส์ เช่น การแชร์ไฟล์ผลงาน การแชร์รูปภาพหรือวิดีโอ ซึ่งตัวอย่างและประสบการณ์การทำงาน และวิธีการแก้ไขปัญหาที่เจอและค้นพบ มาบอกเล่าต่อกัน ด้วยการสื่อสารระหว่างบุคคล การสนทนากลุ่มหรือจัดประชุมกลุ่มย่อย เพื่อให้รับรู้ประสบการณ์ดังกล่าว เพื่อให้งานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จได้ตามจุดประสงค์

4. การใช้ความรู้ร่วมกัน คือ การถ่ายโอนความรู้และนำความรู้มาใช้ประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งมีได้หลายวิธี เช่น การบันทึก การออกแบบและสเก็ต การประชุมกลุ่มย่อย การสื่อสารภายในทีมงานมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Line Group และ Facebook Messenger นอกจากนั้นยังมีแชร์ข้อมูลไว้ใน Google drive เพื่อให้สามารถนำข้อมูลของสมาชิกภายในทีมมาใช้ได้อย่างง่าย

5. การนำเสนอความรู้ คือ นำความรู้ของแต่ละบุคคลโดยสังเขปจากการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ทำงาน และใช้ความรู้ร่วมกันมาเป็นฐานในการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานใหม่



ภาพที่ 11 รูปแบบการจัดการความรู้ และการใช้ความรู้ร่วมกันสำหรับผลิตภาพยนตร์
แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนักด้วยเทคนิค Rotoscope

สรุป/ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปได้ว่า ความคิดเห็นชาวต่างชาติที่มีต่อการรับชมภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนัก มีการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์ของภาพยนตร์แอนิเมชันช่วยให้การเข้าใจความหมายได้ง่ายขึ้นภายใต้กรอบของเวลาที่จำกัด และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไปนั้นควรมีบทสนทนาประกอบ เพื่อให้การสื่อสารมีความชัดเจนมากขึ้น อีกทั้งยังสามารถเพิ่มอรรถรสในการรับชมอีกด้วย และควรมีการศึกษาขยายผลจากข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัยครั้งนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน สำหรับการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลากรทางด้านนี้ให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น



กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดัชนีพนธ์เรื่อง “การจัดการความรู้ในการผลิตสื่อภาพยนตร์แอนิเมชันการนวดแผนไทยแบบราชสำนักในบริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ขอขอบคุณผู้ให้ข้อมูลและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน

เอกสารอ้างอิง

- กฤตฤณ กุลเวิน และคณะ. (2556). ผลการรักษาผู้ป่วยปวดคอหรือหลังส่วนบนจาก Myofascial pain syndrome ด้วยการนวดไทยร่วมกับการประคบสมุนไพร. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, 6(2), 86-89.
- กองบรรณาธิการศรีเอทีพีไทยแลนด์. (2565). จัปส์ญาณการฟื้นฟูของ “แอนิเมชันไทย” สร้างโอกาสเติบโตอย่างยั่งยืน. เรียกใช้เมื่อ 22 สิงหาคม 2565 จาก https://www.creativethailand.org/view/article-read?article_id=33625&lang=th
- กาญจนา แก้วเทพ. (2542). การวิเคราะห์สื่อแก่นความคิดและเทคนิค. (พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เอ็ดสัน เพรส โปรดักส์.
- จารุวรรณ เจตเกษกิจ. (2555). การใส่วัฒนธรรมเข้าไปในตัวสินค้า. วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 54(6), 18-19.
- จิรภรณ์ แนวบุตร และบุรณี กาญจนถวัลย์. (2557). ผลการนวดไทยต่อระดับความวิตกกังวล ความซึมเศร้า และอาการปวดของผู้ป่วยกลุ่มอาการปวดกล้ามเนื้อและเยื่อพังผืดที่มาใช้บริการนวดแผนไทย ณ คลินิกแพทย์แผนไทยประยุกต์ คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. วารสารเวชศาสตร์ร่วมสมัย, 60(3), 313-327.
- ณัฐพร จาตุศรีพิทักษ์ และรานี อีฐรัตน์. (2565). เศรษฐกิจสร้างสรรค์: จากความคิดสร้างสรรค์สู่มูลค่าเศรษฐกิจ. เรียกใช้เมื่อ 12 มกราคม 2565 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/123808>
- นพพร ชายหอมรส. (2564). การศึกษาประสิทธิผลการนวดแผนไทยแบบทั่วไปกับการนวดไทยแบบราชสำนักในการลดอาการปวดบ่า ต้นคอ และศีรษะ โรงพยาบาลนครปฐม. วารสารหมอยาไทยวิจัย, 7(1), 67-84.
- นิพนธ์ คุณารักษ์. (2554). ระบบและกระบวนการผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน 2 มิติร่วมสมัย. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 3(2), 59-68.
- _____. (2556). การออกแบบบุคลิกลักษณะเพื่อผลิตภาพยนตร์แอนิเมชัน ประเภทนิยายวิทยาศาสตร์ด้วยทฤษฎีสัญศาสตร์. ใน ดุษฎีนิพนธ์ศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.



- ปัทมา สิงหรา ณ อยุธยา. (2560). การพัฒนาธุรกิจแอนิเมชันของประเทศไทยให้มีความสามารถแข่งขันในตลาดโลก. ใน รายงานการวิจัย. สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงต่างประเทศ.
- ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2564). รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาซอฟต์แวร์ (เกมส์และแอนิเมชัน). เรียกใช้เมื่อ 15 พฤษภาคม 2565 จาก https://article.tcdc.or.th/uploads/media/2022/6/22/media_8-CEA-Game-and-Animation-Final-Report.pdf
- สันติภาพ วงศ์แก้วโพธิ์ทอง. (2559). การพัฒนาการ์ตูนแอนิเมชัน 2 มิติ เรื่อง สายเกิน. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. (2561). สรุปผลการสำรวจข้อมูลอุตสาหกรรมแอนิเมชัน เกม และคาแรคเตอร์. เรียกใช้เมื่อ 12 สิงหาคม 2565 จาก <https://www.depaa.or.th/storage/app/media/file/digital-content.pdf>
- Ma, B. (2018). Animation Production Teaching Model based on Design-Oriented Learning. *International Journal of Emerging Technologies in Learning (IJET)*, 13(08), 172-184.
- Nye, J. (2004). *Soft power: the means to success in world politics*. New York: Public Affairs.