

การออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมให้เด็กเห็นถึงคุณค่าของเงิน

Animation Design for Encouraging Children to Realize The Value of Money

วีระพันธุ์ สุภานันต์

Weerapan Subhanant

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาคอมพิวเตอร์อาร์ต คณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต

ถนนพหลโยธิน ตำบลหลักหก อำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี 12000

Corresponding author, E-mail: weerapan_sub@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ ที่มีเนื้อหาส่งเสริมให้เด็กอายุระหว่าง 9 - 12 ปี เข้าใจคุณค่าของเงิน ทฤษฎีที่ใช้ศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยและการส่งเสริมให้เด็กเห็นคุณค่าของเงิน จิตวิทยาความต้องการของเด็ก วิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอของสื่อภาพยนตร์และโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการเงินและการณรงค์ด้านต่างๆ ตลอดจนทฤษฎีการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน 3 มิติ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ชมสามารถตระหนักถึงคุณค่าของเงินได้ จากสื่อแอนิเมชันที่นำเสนอภาพการทำงานหนักของผู้ปกครอง ทำให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจถึงความยากลำบากในการทำงานแลกกับเงิน จนนำไปสู่การเห็นค่าและรู้จักคิดก่อนใช้จ่ายเงินได้

คำสำคัญ: แอนิเมชัน ค่าของเงิน

Abstract

The purpose of this research is to create an animation film to help children aged between 9-12 years old to learn about the value of money. The research based on primarily factors encouraging awareness of the value of money, psychological needs of children aged between 9-12 years old, an analysis of diverse media formats, media campaigns to promote financial literacy, and 3D animation film design theory. It was found that an animated film that showed the father's hard working raised children awareness of money. The children understood that money was not something freely given, but it was earned from hard working. These help them learning the value of money and they can make a good spending decision in the future.

Keywords: animation, value of money

1. บทนำ

ปัจจุบันเงินเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะในสังคมที่สภาวะแวดล้อมและเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาทำให้หลายคนต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนในการดำรงชีวิต รวมไปถึงกระแสลัทธิบริโภคนิยมในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ การใช้จ่ายผ่านบัตรเครดิตโดยปราศจากวินัยทางการเงิน หรือการแห่ซื้อสินค้าต่างๆตามกระแสแฟชั่น เช่นการซื้อรถยนต์รุ่นใหม่หรือโทรศัพท์มือถือรุ่นล่าสุด เพียงเพื่อให้ได้ชื่อว่าเป็นคนทันสมัย จนก่อให้เกิดปัญหาทางการเงินในด้านต่างๆ อาทิ การมีรายจ่ายมากกว่ารายรับ ปัญหาหนี้สิน ฯลฯ ซึ่งสาเหตุหลักก็มาจากการไม่ได้รับโอกาสให้เรียนรู้เรื่องการเงินอย่างเหมาะสมตั้งแต่เด็ก จนเติบโตขึ้นมาเป็นผู้ใหญ่ที่ไม่รู้จักการบริหารการเงิน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมองเห็นความสำคัญของการส่งเสริมให้เด็กเห็นถึงคุณค่าของเงิน เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับมือกับความไม่แน่นอนที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เสมือนมีเกราะป้องกันปัญหาทางการเงินนั่นเอง

จากการประมวลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมให้เด็กเห็นถึงคุณค่าของเงิน ผู้วิจัยได้พบเห็นถึงสภาพปัญหาในปัจจุบันที่ผู้ปกครองและโรงเรียนส่วนใหญ่มักปลูกฝังค่านิยมการออมให้เด็กเพียงอย่างเดียว โดยไม่ได้ให้ความสำคัญถึงการสร้างทัศนคติที่ถูกต้องเกี่ยวกับการใช้จ่ายอย่างชาญฉลาด และตระหนักว่าเงินทองเป็นของมีค่าที่ต้องหามาด้วยความวิริยะ ซึ่งเป็นสิ่งแรกที่เรควรปลูกฝังให้แก่เด็ก เพราะเมื่อใดก็ตามที่เด็กๆสามารถตระหนักถึงคุณค่าของเงินได้เช่นนี้แล้วพวกเขาจะรู้จักการเก็บออมและมีวินัยทางการเงินไปโดยปริยาย

นอกจากนี้การจะส่งเสริมให้เด็กสามารถเห็นถึงคุณค่าของเงินได้นั้นยังต้องอาศัยสื่อที่ดีในการถ่ายทอด ซึ่งผู้วิจัยได้เลือกสื่อการ์ตูนแอนิเมชัน 3 มิติ

มาใช้ในการส่งเสริม เพราะสามารถเข้าถึงการรับรู้ของเด็กและเยาวชนได้เป็นอย่างดี (สรชัย ชวรางกูร, 2550) อ้างถึงในชิงชัย ศิริธร, 2554) โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์สื่อหลากหลายชนิด ทั้งภาพยนตร์ แอนิเมชัน งานโฆษณา และทฤษฎีการออกแบบด้านต่างๆ อย่างครบถ้วน เพื่อสร้างเนื้อเรื่องที่น่าติดตาม ส่งเสริมให้เด็กเห็นถึงคุณค่าของเงิน และตรงกับสภาพปัญหามากที่สุด

2. วัตถุประสงค์

เพื่อออกแบบสื่อแอนิเมชัน 3 มิติ ที่มีเนื้อหาส่งเสริมให้เด็กอายุระหว่าง 9 - 12 ปี เข้าใจคุณค่าของเงิน

3. อุปกรณ์และวิธีการ

ในปัจจุบันวิธีการสอนหรือส่งเสริมให้เด็กเห็นค่าของเงินนั้น มีสองวิธีหลักๆ คือการออม ซึ่งเป็นการส่งเสริมจากภายนอก และการสอนให้เด็กรู้จักคิดก่อนใช้จ่าย ซึ่งเป็นการส่งเสริมจากภายใน (บาร์บารา, 2547)

มณฑานี ดันดีสุข (2554) กล่าวว่า เราทุกคนมักถูกสอนแต่เรื่องการประหยัดและอดออมมาตั้งแต่เด็ก โดยไม่ได้รับการสอนให้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการใช้จ่ายอย่างรู้คุณค่าเลย ปัญหาคือเมื่อเด็กโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ ชีวิตของพวกเขาไม่ได้ขึ้นอยู่กับการหยอดกระปุกออมสินเพียงอย่างเดียว แต่ต้องทุ่มเทพลังไปกับการทำงานหาเงิน วางแผนการใช้จ่าย ดังนั้นคนในสังคมไทยปัจจุบันจึงมักมีปัญหาด้านการเงิน

เด็กควรรู้ว่าการหาเงินแต่ละบาทนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย หากเป็นลูกจ้าง การที่นายจ้างจะจ่ายค่าจ้างให้นั้นลูกจ้างต้องทำงานให้คุ้มค่ากับการจ้าง นอกจากนี้การทำงานยังทำให้ร่างกายเสื่อมโทรมยิ่งขึ้นด้วย เงินที่หามาได้จึงต้องแลกกับความเสื่อมโทรมของร่างกาย

เมื่อเป็นเช่นนี้ เด็กจึงควรใช้จ่ายเงินทุกบาทอย่างรอบคอบ และได้รับประโยชน์คุ้มค่ากับแรงงานที่ผู้ปกครองต้องเสียไป (วารสาร สาม โลก, 2549)

แม้เด็กจะมาจากครอบครัวฐานะดี แต่ถ้าบรรยากาศในบ้านมีความอบอุ่น เด็กก็จะรู้สึกถูกเติมเต็ม ไม่ต้องอาศัยเงินมาช่วย แต่ในทางกลับกัน หากเด็กถูกเลี้ยงมาด้วยเงิน ขาดความรักจากครอบครัว พวกเขา ก็จะโตมาอย่างพร่อง และต้องอาศัยเงินเพื่อซื้อสิ่งของมาเติมเต็มให้กับตนเอง (อรสม สุทธิสาคร, 2544)

นอกจากนี้ผู้ปกครองควรส่งเสริมให้เด็กรู้จักประคองสิ่งของขึ้นมาใช้ในชีวิตประจำวันของตนเอง เพราะนอกจากความภาคภูมิใจแล้ว ความสำเร็จจะเร่งเร้าให้เด็กพยายามทำสิ่งที่ยากขึ้นไปอีก จนเกิดเป็นการเรียนรู้ แก้ไขปัญหาต่างๆ ได้ด้วยตัวเอง

สำหรับการวิเคราะห์สื่อทั้งภาพยนตร์และแอนิเมชันที่เกี่ยวข้องกับการเห็นคุณค่าของเงินในปัจจุบัน พบว่าส่วนใหญ่มีแก่นเน้นไปที่การสอนให้เด็กรู้จักประหยัดและอดออม มากกว่าการส่งเสริมให้เด็กรู้จักใช้จ่ายและตระหนักว่าเงินนั้นไม่ได้หามาได้ง่ายๆ ดังนั้นผู้วิจัยจึงลองเปลี่ยนไปวิเคราะห์สื่อโฆษณาที่เน้นการส่งเสริมและรณรงค์แทน

ตัวอย่างโฆษณา ให้เหล้าเท่ากับแข่ง ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่เล่าภาพงานเลี้ยงในวันปีใหม่แห่งหนึ่งที่มีแขกนำเอาสุรามามอบให้แก่เจ้าภาพ โดยก่อนที่จะมอบแขกทุกคนจะพูดถึงโทษของสุราแล้วจึงมอบให้กับเจ้าภาพ จากโฆษณาจะเห็นว่าผู้สร้างต้องการชี้ให้ผู้ชมเห็นโทษของสุรา เพื่อให้คนในสังคมหันมาให้ความสนใจ

แม้ว่าโฆษณา ให้เหล้าเท่ากับแข่ง จะสามารถสร้างความสนใจและทำให้คนในสังคมเห็นโทษของสุราได้ก็ตาม แต่ก็สร้างความสนใจเพียงชั่วคราวเท่านั้น เพราะไม่นานคนก็จะเลิกสนใจและกลับไปให้สุราตาม

ความเคยชินของตนเองเช่นเคย ซึ่งทาง สสส. ก็ตระหนักถึงปัญหาข้อนี้เป็นอย่างดี จึงได้ออกโฆษณา ให้เหล้าเท่ากับแข่งระยะสอง เล่าภาพของการไปสัมภาษณ์คนทั่วไปว่าปีใหม่นี้จะซื้ออะไรเป็นของขวัญ โดยแต่ละคนก็จะแนะนำของหลาย ๆ อย่างยกเว้นสุรา ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้สร้างต้องการช่วยคนดูในการหาทางออกว่าถ้าไม่ให้สุราแล้วจะให้อะไรได้บ้าง และส่งผลให้คนดูไม่จำเป็นต้องกลับไปซื้อสุราเป็นของขวัญอีกต่อไป

โดยสรุปแล้วจะเห็นได้ว่าวิธีการโฆษณาของ สสส. สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการผลิตสื่อสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ได้ดีที่สุดใน เพราะมีการชี้ประเด็นปัญหาให้ผู้ชมเกิดความตระหนักจากนั้นจึงเสนอทางออกให้แก่คนดูอีกที ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำรูปแบบของสื่อที่ได้วิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ในการแต่งบทแอนิเมชัน เพื่อส่งเสริมให้เด็กตระหนักถึงคุณค่าของเงินได้

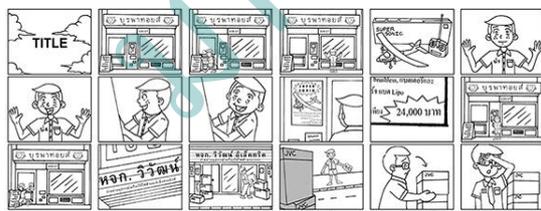
ด้านการออกแบบตัวละคร ผู้วิจัยได้นำรูปแบบวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายมาออกแบบ เพราะจะช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงตัวละครได้ง่ายมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ชีวัน วิสาสะ (อ้างถึงใน อติชัย อัมมมิตร์, 2543) ที่ได้แสดงความเห็นว่า เด็กจะชอบตัวการ์ตูนที่มีความใกล้เคียงกับตัวเด็กมาก โดยเฉพาะกิจกรรมหรือพฤติกรรมที่เด็กในวัยนั้นเองก็มี ซึ่งจะช่วยให้เด็กเกิดความรู้สึกร่วมกับเหตุการณ์และรู้สึกตัวละครนั้นก็คือตัวเขานั่นเอง

รวมถึงรูปทรงที่ต้องดูง่ายและตรึงใจ โดยเฉพาะหากคนดูสามารถคาดเดาตัวละครได้เพียงแค่เห็นเงาคาก็ถือว่าตัวการ์ตูนตัวนั้นมีการออกแบบที่ดี ซึ่งโปเกมอน โดเรมอน หรือแม้แต่เม็กก็เมาส์ ต่างก็ใช้วิธีนี้ทดสอบกันทั้งสิ้น เพราะเด็กมักจะจดจำเฉพาะจุดเด่นของตัวละคร โดยจุดที่สำคัญในการออกแบบ คือดวงตา เพราะเมื่อตัวละครพูดไม่ได้ การแสดงออกจะมาจากทางสีหน้าและดวงตามากกว่า อีกส่วนคือหัวซึ่งเป็นสิ่งที่ใช้แสดงอารมณ์ความรู้สึกได้ดี

นอกจากนี้ ทศนา สลัดขะนันท์ (2526) ยังได้วิเคราะห์ โนบิตะ ตัวละครจากเรื่องโดเรมอนไว้ว่ามีลักษณะต่างจากตัวเอกโดยทั่วไปที่มักจะเป็นคนเก่ง แต่โนบิตะมีลักษณะตรงข้ามกับภาพลักษณ์ของความ เป็นฮีโร่ทุกประการ (anti hero) ทั้งเรียนไม่เก่ง ขี้เกียจ เอาแต่นอน ขี้ขลาด อ่อนแอ ลักษณะของความไม่ดี ความไม่เก่งต่างๆ ทำให้เด็กรู้สึกว่ามีเด็กคนอื่น ๆ ที่ เหมือนกับเขา จึงเกิดความผูกพันและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับตัวละคร

หลังจากที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลและทฤษฎี ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ขั้นตอนถัดไปคือการนำ ความรู้ที่ได้รับมาทดลองสร้างภาพยนตร์แอนิเมชัน แบบสามมิติ ความยาวไม่เกิน 4 นาที โดยเป็นเรื่องราว เกี่ยวกับ ต้น เด็กชายอายุ 9 ขวบ ที่อยากได้เครื่องบิน บังคับ แต่เขากลับพบว่าพ่อต้องทำงานอย่างหนักเพื่อหา เงินมาให้ตนเองใช้ สุดท้ายแม้ต้นจะตัดสินใจไม่เอาของ เล่นแล้ว แต่พ่อที่รับรู้เรื่องราวทุกอย่างก็พาต้นไปทำ เครื่องร่อนจากของเหลือใช้ สร้างความประทับใจให้กับ ต้นและพ่อเป็นอย่างมาก

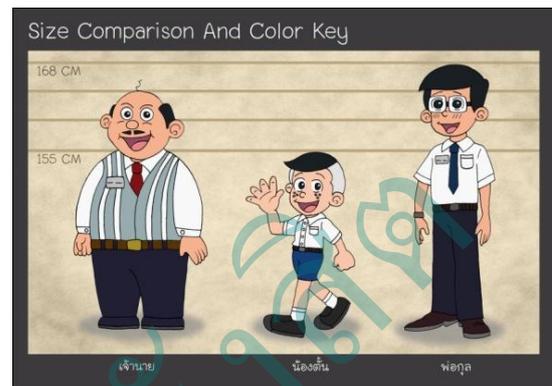
หลังจากได้ร่างสุดท้ายของบทภาพยนตร์แล้ว ขั้นตอนถัดไปคือการแปลเขียนตัวหนังสือในบทให้ออกมาเป็นภาษาภาพนิ่ง ดังแสดงในรูปที่ 1



รูปที่ 1 บทภาพ (Storyboard)

ถัดมาคือการนำตัวละครที่ได้ออกแบบมาทำ เป็นพิมพ์เขียว (model sheet) ดังแสดงในรูปที่ 2 คือ แผ่นแสดงภาพรายละเอียดของตัวละคร ได้แก่ มุมมอง

ด้านหน้า ด้านข้าง และมุม 45 องศา สำหรับใช้เป็นแบบ ในการปั้นตัวละคร 3 มิติ (3D model)

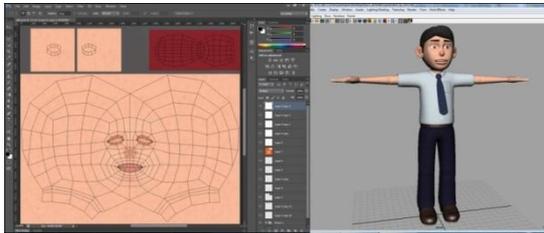


รูปที่ 2 การออกแบบตัวละคร

ในส่วนของ การผลิตผลงานแอนิเมชัน ผู้วิจัย ได้เลือกใช้โปรแกรม Autodesk Maya สำหรับการสร้าง งาน 3 มิติ โปรแกรม Adobe Photoshop สำหรับการ สร้างลวดลายให้กับโมเดลตัวละคร และโปรแกรม Adobe After Effect สำหรับการตัดต่อและซ้อนภาพ จน ได้ชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์

การสร้างตัวละคร 3 มิติ จะเริ่มจากการนำ ภาพวาดด้านหน้าและด้านข้างของพิมพ์เขียวที่ได้ ออกแบบไว้มาใส่ในโปรแกรม Autodesk Maya เพื่อ อ้างอิงตำแหน่งในการปั้น โดยเริ่มจากรูปทรงพื้นฐานที่ โปรแกรมได้เตรียมไว้ให้ (polygon) ก่อนจะใช้ เครื่องมือปรับแต่งรูปทรง จนได้ตัวละครที่เสร็จ สมบูรณ์

ต่อมาเป็นการสร้างลวดลายบนพื้นผิว 3 มิติ โดยอาศัยการสร้างภาพ 2 มิติ (UV) เพื่อโยงแกนเข้าหา ข้อมูล 3 มิติ (XYZ) ตามระบบพิกัดคาร์ทีเซียน เรียกว่า UV Mapping ดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 การสร้างลวดลายให้ตัวละคร 3 มิติ

และเพื่อให้ตัวละครสามารถขยับส่วนต่างๆ ของร่างกายได้ จึงต้องใส่กระดูก (joint) เพื่อใช้เป็นแกนหลักในการเคลื่อนที่ โดยในปัจจุบันระบบข้อต่อของกระดูกมีด้วยกัน 2 ชนิด คือ Inverse Kinematics (IK) เป็นการขยับข้อต่อหลักแล้วส่งผลต่อตำแหน่งของข้อต่อรอง คล้ายการขยับของหนังตะลุง และ Forward Kinematics (FK) คือการขยับกระดูกแบบแยกทีละข้อต่อ ลักษณะคล้ายการขยับของหุ่นโมเดลของเล่น

สำหรับการสร้างภาพเคลื่อนไหวจะเริ่มจากการวิเคราะห์ความรู้สึกนึกคิดของตัวละครในฉากนั้นๆ ว่ามีความต้องการอะไร เพื่อให้ให้นักสร้างภาพเคลื่อนไหว (animator) สามารถออกแบบท่าทางการแสดงได้อย่างถูกต้อง จากนั้นจึงเริ่มหาข้อมูลเพิ่มเติมจากสื่อต่างๆ รวมถึงการถ่ายวิดีโอการแสดงของตนเองเก็บเอาไว้ ดังแสดงในรูปที่ 4 แล้วลองจับเอาท่าหลักๆ (key pose) ที่น่าสนใจมาทำการเคลื่อนไหวตัวละคร



รูปที่ 4 การสร้างภาพเคลื่อนไหว

หลังจากสร้างภาพเคลื่อนไหวเสร็จเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้จัดแสง โดยใช้ภาพที่เก็บค่าของแสงในช่วงของความมืดและความสว่างได้กว้างกว่า

ปกติ (High Dynamic Range Image; HDRI) สำหรับคำนวณค่าของสีและแสงจากวัตถุภายในฉากออกมาเป็นความสว่าง ก่อนจะประมวลผลภาพออกเป็นส่วนๆ เพื่อความสะดวกในการแก้ไขตัดต่อผลงาน ได้แก่ งานที่เกิดตามซอกของวัตถุ งานที่เกิดจากแสงหลักส่องลงมาโดนวัตถุ การสะท้อนแสงของวัตถุ ฉากกันสำหรับปรับแต่งภาพ ระยะใกล้ไกลของวัตถุภายในฉาก และความเบลอเมื่อวัตถุมีการเคลื่อนที่ ดังแสดงในรูปที่ 5



รูปที่ 5 การประมวลผลภาพแบบแยกส่วน

สุดท้ายคือการตัดต่อ โดยนำภาพที่ได้ประมวลผลแบบแยกส่วน มารวมเข้าด้วยกันผ่านโปรแกรม After Effects แล้วปรับสีของภาพให้ออกโทนสีเล็กน้อย เพื่อสื่อถึงช่วงเวลาเย็นและสื่อถึงความรักความอบอุ่นที่ตัวละครพอมิตต่อลูก

4. ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลที่ได้รับจากการผลิตงานแอนิเมชัน ความยาว 4 นาที ดังแสดงในรูปที่ 6 โดยอาศัยทฤษฎีการโฆษณาของ สสส. คือ ชี้ประเด็นปัญหาให้ผู้ชมเกิดความสนใจและหยุดคิดถึงสิ่งที่สื่อต้องการนำเสนอ พร้อมทั้งเสนอแนะทางออกของปัญหา ร่วมกับการใช้ภาษาภาพยนตร์เพื่อสื่อความหมายทางด้านภาพ เช่น มุมกล้อง แสง สี และดนตรีประกอบ โดยปราศจากบทพูด เพื่อให้ผู้ชมสามารถตระหนักถึงคุณค่าของเงินได้ โดยไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการชี้แนะที่มากเกินไป มีดังต่อไปนี้



รูปที่ 6 ผลงานการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน 1



รูปที่ 7 ผลงานการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน 2

การส่งเสริมให้เด็กเห็นถึงคุณค่าของเงิน โดยนำเสนอผ่านสื่อแอนิเมชัน จะช่วยทำให้กลุ่มเป้าหมาย (เด็กอายุระหว่าง 9-12 ปี) สามารถรับรู้ข้อมูลและเข้าใจถึงประเด็นทางการเงินที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอได้ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่นๆ เช่น เว็บไซต์ หรือแผ่นพับ เป็นต้น

โดยผู้ชมจะตระหนักว่าเงินเป็นสิ่งมีค่าที่ต้องหามาด้วยความยากลำบาก ผ่านฉากที่ถูกเห็นตัวละครพ่อต้องทำงานอย่างหนักจนมีอาการหน้ามืดและเกือบจะเป็นลม ดังแสดงในรูปที่ 7 และ 8

นอกจากนี้ ความเจ็บป่วยของผู้ปกครองยังเป็นความกลัวที่แฝงมาพร้อมกับความวิตกกังวลของเด็ก ซึ่งมีส่วนช่วยให้กลุ่มเป้าหมายเกิดพฤติกรรมการเห็นค่าและรู้จักคิดก่อนใช้จ่ายเงินได้

ในส่วนของการออกแบบตัวละครให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมและวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายได้แก่ อาชีพ การแต่งกาย ความชอบหรือสิ่งที่สนใจ จะช่วยให้ผู้ชมสามารถเข้าใจเรื่องราวที่นำเสนอได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เพราะผู้ชมจะรู้สึกตัวละครมีลักษณะที่เหมือนกับตนเอง เมื่อดูแล้วก็จะย้อนกลับมาคิดถึงตัวเอง และสามารถเห็นค่าของเงินได้ในแบบที่ตัวละครรู้สึก



รูปที่ 8 ผลงานการออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชัน 3

ด้านการผลิตผลงานแอนิเมชันแบบ 3 มิติ ผู้วิจัยได้ค้นพบรูปแบบและวิธีการที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

การกำหนดลักษณะผิวหนังของตัวละคร โดยปกติจะใช้คุณสมบัติพื้นผิวของวัตถุ (material) แบบพิเศษที่ชื่อ `misss_fast_skin_maya` ซึ่งต้องใช้เวลาประมวลผลที่ยาวนาน และอาจทำให้งานวิจัยไม่เสร็จตามช่วงเวลาที่กำหนด ดังนั้นผู้วิจัยจึงเปลี่ยนไปใช้ material พื้นฐานของโปรแกรมแทน โดยใส่ภาพผิวหนังที่ค่าสี (color) แล้วปรับสีให้ออกแดงเล็กน้อยเพื่อเลียนแบบผิวหนังชั้นนอก ส่วนผิวหนังชั้นในให้ใส่ภาพผิวหนังที่สีโดยรวม (ambient color) และปรับสีให้เข้มมากยิ่งขึ้น

ด้านการผสมลวดลายบนกระจก แม้โปรแกรมจะมี คุณสมบัติพื้นผิวของวัตถุแบบซ้อนทับกัน (layer shader) ซึ่งผู้วิจัยต้องการนำมาใช้กับฉากที่กระจกมีสติ๊กเกอร์ติดอยู่ แต่เมื่อลองประมวลผลดูกลับพบว่าในบางช่วงลายของสติ๊กเกอร์ได้หายไป ทำให้ผู้วิจัยต้องเปลี่ยนไปใช้ คุณสมบัติพื้นผิวของวัตถุแบบพิเศษ ที่ชื่อ mix8layer ซึ่งสามารถผสมลวดลายได้มากถึง 8 ชั้น และไม่มีปัญหาภาพหายเมื่อทำการประมวลผล

สำหรับการเปลี่ยนระบบกระดูก เพื่อหลีกเลี่ยงอาการกระตุกเมื่อทำการสลับ FK กับ IK ในลักษณะภาพต่อภาพให้ตั้งค่าตามนี้

เปลี่ยนระบบ FK เป็น IK โดยย้ายตัวควบคุมศอก (IK pole vector) ไปที่ กระดูกข้อศอก FK และย้ายตัวควบคุมมือ FK ไปหา ตัวควบคุมมือ IK ด้วยคำสั่งเชื่อมวัตถุด้วยตำแหน่ง (constrain parent) แบบไม่จำกัดเดิม (maintain offset)

เปลี่ยนระบบ IK เป็น FK โดยย้ายตัวควบคุม FK ไปหา กระดูก IK ด้วยคำสั่ง เชื่อมวัตถุด้วยการหมุน (constrain orient) แบบไม่จำกัดเดิม

ตามที่ ซอลค์ (2521) ได้กล่าวไว้ว่า เด็กมักจะกลัวความเจ็บป่วยของผู้ปกครอง จนนำไปสู่ความวิตกกังวลว่าจะสูญเสียพ่อแม่ไป โดยผู้วิจัยได้นำหลักการที่ว่านี้มานำเสนอเป็นภาพการทำงานหนักของผู้ปกครอง จนมีอาการเจ็บป่วย ซึ่งสามารถช่วยให้นักกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นเด็กอายุระหว่าง 9-12 ปี ตระหนักถึงคุณค่าของเงินและรู้จักคิดก่อนใช้จ่ายได้

แต่เนื้อหาทางการเงินยังมีอีกหลายส่วนที่ตัวแอนิเมชันไม่ได้กล่าวถึง โดยอาจเปลี่ยนไปสร้างแอนิเมชันที่มีลักษณะเป็นตอนๆ แทน เพื่อความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอ ร่วมกับการพัฒนาสื่อประเภทอื่นๆ เช่น สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-learning) ในลักษณะเทคโนโลยีเชิงโต้ตอบ

(interactive technology) หรือ เกมคอมพิวเตอร์ เพื่อสร้างความหลากหลาย มีประสิทธิภาพและไม่ทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเบื่อหน่ายต่อการเรียนรู้

รวมถึงการเพิ่มความซับซ้อนทางด้านเนื้อหา บทภาพยนตร์และการออกแบบตัวละคร เช่น การเพิ่มประเด็นทางสัญชาตญาณ เพื่อให้เหมาะสมและต่อเนื่องกับการเรียนรู้ของกลุ่มเป้าหมายในระดับที่สูงขึ้น

5. บทสรุป

การออกแบบภาพยนตร์แอนิเมชันเพื่อส่งเสริมให้เด็กเห็นถึงคุณค่าของเงิน ได้นำเสนอเรื่องราวของเด็กชายที่ต้องตัดสินใจว่าจะนำเงินที่ผู้ปกครองหามาด้วยความยากลำบาก ไปซื้อของเล่นที่ตนเองอยากได้หรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดจากโฆษณาเพื่อการส่งเสริมและการณรงค์ ของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยมีลักษณะชี้ประเด็นปัญหาให้ผู้ชมได้หยุดคิด จากนั้นจึงค่อยๆ เสนอทางออกให้กับคนดู

เมื่อกลับมาพิจารณาเรื่องราวในแอนิเมชันจะพบว่าผู้วิจัยได้ชี้ให้ผู้ชมเห็นภาพการทำงานหนักจนล้มป่วยของผู้ปกครอง ซึ่งเป็นความกลัวที่แฝงมาพร้อมกับความวิตกกังวล จนนำไปสู่การตัดสินใจไม่ซื้อของเล่นในช่วงกลางเรื่อง

แม้ตัวละครจะปฏิเสธไม่เอาของเล่นไปแล้ว แต่ความอยากได้ภายในใจยังคงมีอยู่ จึงอาจทำให้เด็กกลับไปขอเงินมาซื้อของเล่นได้เมื่อตนเองลืมอาการเจ็บป่วยของพ่อแม่ที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น จึงมีเหตุการณ์ให้ตัวละครได้สร้างของเล่นจากเศษวัสดุขึ้นมาเอง เพื่อสื่อว่าการซื้อไม่ใช่ทางออกเพียงทางเดียว แต่เราสามารถนำของเหลือใช้มาประดิษฐ์เป็น เสื้อตัวใหม่ รองเท้าแสนสวย หรือของของขวัญสุดพิเศษได้ โดยไม่สิ้นเปลืองเงินทอง อีกทั้งยังสร้างความภาคภูมิใจให้กับตนเองด้วย

สิ่งสุดท้ายที่แอนิเมชันเน้นย้ำให้ผู้ชมรู้สึกคือความรักและการดูแลเอาใจใส่ของคนในครอบครัว แม้ตัวละครอาจจะไม่ได้แสดงออกให้เห็นเป็นรูปธรรมมากนัก แต่เขากลับเข้าใจถึงความคิดและสิ่งที่ลูกต้องการเป็นอย่างดี ส่งผลให้ตัวละครลูกได้รับการเติมเต็มทางด้านจิตใจและพร้อมที่จะตระหนักถึงคุณค่าของเงินได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

6. กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ รศ.พรรณเพ็ญ ฉายปริษา และ อ.ชัยพร พานิชรุทวิวงศ์ ผู้ให้คำปรึกษา ตลอดจนคำแนะนำต่อการศึกษานี้เป็นอย่างดี คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากงานวิจัยฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบพระคุณบิดา มารดา ตลอดจนผู้มีส่วนในการช่วยเหลือทุกท่าน และขออ้อมนุชาท่านบูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ด้วยความรักและเมตตา

7. เอกสารอ้างอิง

- ชิงชัย ศิริธร. (2554). “การออกแบบแอนิเมชัน 3 มิติ เพื่อส่งเสริมจิตสาธารณะแก่เยาวชน.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต, สาขาวิชาคอมพิวเตอร์อาร์ต คณะดิจิทัลอาร์ต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ซอลค์, ลี. (2521). คู่กับนักจิตวิทยาเรื่องลูก. แปลโดย รักษ์นิษา (นามแฝง). กรุงเทพฯ: บริษัทสร้างสรรค์วิษา.
- ทัศนาศลัตยะนันท์. (2556). โดราเอมอน เหตุใดแมวญี่ปุ่นจึงครองใจเด็กไทย. วารสารโลกหนังสือ. 6 เมษายน: 39-44.
- บาร์บารา, สแตนนิช. (2547). อัยการเจ้าชายมีม้าขาว วิธีบริหารการเงินอย่างฉลาดด้วยตัวเอง. แปลโดย วาริน นิลศิริสุข. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

- มณฑานี ดันติสุข. (2554). เงิน เรื่องใหญ่ที่โรงเรียนไม่เคยสอน. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: มณฑานี.
- วารากรณ์ สามโกเศศ. (2549). รู้จักใช้ เข้าใจเงิน. กรุงเทพฯ: ธนาคารไทยพาณิชย์.
- อดิษฐ์ อัจฉมนมิตร. (2543). “แม่จ๋า รู้ไหม ทำไมหนูชอบการ์ตูน.” บันทึกคุณแม่. 7 (กันยายน 2543): 96-98.
- อรสม สุทธิสาคร. (2544). เด็กพันธุ์ใหม่ วัย X Click ชีวิตวัยรุ่นไทยยุคปี 2000. กรุงเทพฯ: สารคดี.