

วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์ ปีที่ 25 ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม - สิงหาคม 2564)

[ กลิรัฐ, ลักษณะ หน้า 173 - 182 ]



## แนวทางในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ตามแนวทาง เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

Process of Television Program Creation with Creative Economy Concept

กลิรัฐ พลมณี. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ลักษณะ คล้ายแก้ว. วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

Kasirat Polmanee. College of Communication Arts. Rangsit University

Lucksana Gaiglaw. College of Communication Arts. Rangsit University

Email : gaiglaw@gmail.com

Received: 9 April 2021 ; Revised: 9 April 2021 ; Accepted: 27 April 2021

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเล่าเรื่องของรายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ 2) ศึกษาการสอดแทรกแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในรายการโทรทัศน์และ 3) ศึกษาการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เนื้อหารายการโทรทัศน์จากต่างประเทศที่สอดแทรกแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ 3 รายการได้แก่ละครชุดเรื่อง ซามูไรกูร์เม สารคดีชุด อะโบทอพอไซนา และ รายการเกมสโว์เดอสะกินส์วอร์ ผลการวิจัยพบว่า รายการโทรทัศน์ทั้ง 3 รายการ นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในการสร้างสรรค์รายการในส่วนเนื้อหา และรูปแบบการนำเสนอ มีการเล่าเรื่อง 3 แบบคือเรื่องแต่งเรื่องจริง และกึ่งเรื่องแต่ง การผลิตรายการนั้น มีที่มาสำคัญจากองค์ความรู้ด้านเนื้อหาผนวกกับแนวคิดการสร้างสรรครายการโทรทัศน์แต่ละประเภท ความคิดที่เชื่อมโยงกับองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญา วัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่น ทักษะด้านศิลปะ ได้นำมาสร้างสรรค์เป็นรายการเพื่อออกอากาศและจัดจำหน่าย สามารถสร้างทั้งรายได้เชิงธุรกิจและก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้านภาพลักษณ์ประเทศ การเผยแพร่ทางวัฒนธรรม และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

**คำสำคัญ :** การเล่าเรื่อง เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โทรทัศน์

### Abstract

The research aimed to study ;1) the storytelling of television programs with the concept of creative economy, 2) the integration of creative economy concept in television programs, 3) the creation of television programs following to the concept of creative economy. The study was applied qualitative research methods which were the in-depth interview of three professionals in Thai television industry and textual analysis of international television programs following to concept of

creative economy. These were television drama “Samurai Gourmet”, documentary “A Bite of China” and game show “The Skin Wars”. The results were found that these television programs were integrated creative economy concept with the content into the program presentation. They used three types of narrative storytelling which were fiction, non-fiction and semi fiction. The sources of television show were basically driven from local or national knowledge and creative ideas of television show. The idea of program contents was related to local wisdom, culture, identity and skills of arts. They were integrated to television program creation for local broadcasting and international sales. Those brought about commercial incomes and create higher value added to country images as well as cultural and tourism promotion.

**Keywords :** Storytelling, Creative Economy

### ความนำ

“สื่อ” เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการตีแผ่และส่งต่อ แนวความคิด ความเชื่อ และค่านิยมทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน เริ่มตั้งแต่การวาดจิตรกรรมผนังถ้ำ เมื่อ 30,000 ปีก่อนคริสตศักราช การใช้สัญลักษณ์แทนคำของชาวอียิปต์ การเริ่มส่งไปรษณีย์ในยุคเปอร์เซีย การเริ่มสร้างภาพยนตร์ในปี พ.ศ. 2438 จนถึงการแพร่ภาพโทรทัศน์เป็นครั้งแรก ในปี พ.ศ. 2470 (สมเจตน์ เมฆพ่ายพ, 2552) จนถึงระบบเชื่อมโยงข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตที่ถูกใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน อุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทยนั้นมีมานานกว่า 50 ปี และมีการเติบโตมาโดยตลอด จนถึงช่วงเปลี่ยนผ่านจากระบบอนาล็อกที่เดิมมีเพียง 6 ช่อง กลายเป็นระบบดิจิทัลที่มีถึง 24 ช่อง รวมถึงรายการที่ออกอากาศ นวัตกรรมรูปแบบใหม่ในอินเทอร์เน็ตที่ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้ง่าย และขั้นตอนการผลิตรายการโทรทัศน์รวมถึงสื่อทางอินเทอร์เน็ตยังมีขั้นตอนที่ง่ายขึ้น และผลิตได้โดยใช้ต้นทุนที่ไม่มากดังเช่นเมื่อก่อน ผู้รับชมสื่อในปัจจุบันจึงมีตัวเลือกหลากหลาย และผู้ผลิตได้เร่งผลิตรายการโทรทัศน์เกิดขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญไปกว่านั้นรูปแบบการรับสื่อของผู้ชมในปัจจุบันนั้นได้เปลี่ยนไป นั่นคือผู้ชมสามารถเลือกรับชมเฉพาะรายการที่ตนชื่นชอบได้เท่านั้น ไม่จำเป็นต้องรอรับชมผ่าน วัน และเวลาที่ทางสถานีกำหนด จึงทำให้ปัจจุบัน สื่อในยุคปัจจุบันจึงอยู่ในภาวะที่มีการแข่งขันสูง ผู้ผลิตสื่อจึงต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก เพื่อหาการนำเสนอในรูปแบบใหม่ในการสื่อสารกับผู้ชม สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผู้ผลิต และยกระดับผลงานในเผยแพร่ได้ในระดับประเทศ และในระดับสากลในอนาคต

เพื่อให้เกิดประโยชน์การสร้างสรรค์สูงสุดต่อรายการเชิงวัฒนธรรม การนำเอาองค์ความรู้ด้าน “Creative Economy” หรือเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ มาประยุกต์ใช้ จึงเป็นสิ่งที่เหมาะสมอย่างยิ่งต่อวงการสื่อ รวมถึงวงการโทรทัศน์ในปัจจุบัน เพราะเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ คือหนึ่งแนวคิดที่ทำให้เกิดรูปแบบการพัฒนาภาคผลิต ธุรกิจการให้บริการรวมถึงการพัฒนางานอุตสาหกรรมบันเทิง เป็นการรวมเอา เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมารวมไว้ด้วยกัน ให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานชิ้นใหม่ จนกลายเป็นเป็น อุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ หรือ Creative Industry และ Culture Industry หรืออุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ที่ตอบสนองกับผู้รับ มีความร่วมสมัย และสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศได้อย่างมหาศาล (ธนพล ก่อฐานะ, 2552)

ในฐานะที่ผู้วิจัยทำงานในวงการโทรทัศน์มากกว่า 10 ปี และเคยมีประสบการณ์ทำงานเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ในหลายประเภท หลายองค์กร จึงเห็นคุณค่าของการศึกษาเรื่อง แนวทางในการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ตามแนวทาง “เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์” เพราะเห็นว่าแนวทางนี้สามารถต่อยอดให้กับอุตสาหกรรมสื่อในไทย และเป็นการสร้างมาตรฐานให้กับวงการอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในประเทศไทยให้ขึ้นสู่ระดับสากลได้ ดังเช่นในหลายประเทศที่ยึดเอาหลักการเหล่านี้มาใช้จนประสบผลสำเร็จ นอกจากนี้ การเอาแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้กับการสร้างสรรค์รายการ ยังเป็นการสร้างโอกาสให้กับคนรุ่นใหม่ ที่สนใจในการคิดเชิงสร้างสรรค์ ให้มีส่วนร่วมในการพัฒนางานรายการโทรทัศน์โดยไม่จำกัดเฉพาะผู้ที่จบมาจากสาขาวิชานิเทศศาสตร์เท่านั้น กล่าวคือ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์นั้นได้รวมเอาผู้ที่มีความสามารถหลากหลายมารวมอยู่ด้วยกัน จนทำให้เกิดการสร้างสรรคงานในรูปแบบใหม่ที่หลุดไปจากแนวคิดเดิมๆ โดยผ่านองค์ความรู้และประสบการณ์จากผู้คนในหลากหลายอาชีพได้ เพื่อให้นักวิจัย และนักวิชาชีพ ได้นำงานวิจัยชิ้นนี้ไปต่อยอดเพื่อให้เกิดแนวทางการสร้างสรรค์รายการทางวัฒนธรรม ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

### ปัญหานาวิวิจัย

- 1.แนวทางการการเล่าเรื่องของรายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นอย่างไร?
- 2.การสอดแทรกแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในรายการโทรทัศน์นั้นเป็นอย่างไร?
- 3.แนวทางการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์นั้นเป็นอย่างไร?

### วัตถุประสงค์งานวิจัย

- 1.เพื่อศึกษาแนวทางการเล่าเรื่องของรายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์
- 2.เพื่อศึกษาการสอดแทรกแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในรายการโทรทัศน์
- 3.เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 1.แนวคิดการสร้างสรรครายการโทรทัศน์
- 2.ทฤษฎีและแนวคิดการเล่าเรื่อง
- 3.แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวិทยานิพนธ์เรื่อง แนวทางการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมุ่งศึกษาและเปรียบเทียบการสร้างสรรครายการทางวัฒนธรรม ตามแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยแนวทางการศึกษา คือ 1.รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ข้อมูลรายการโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับ การสร้างสรรค์รายการทางวัฒนธรรม ตามแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ โดยมาจากรายการจากสถานีโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ในระดับสากล 2. ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญทางวิชาชีพ 3 ท่านร่วมวิเคราะห์เนื้อหารายการ ว่ารายการเหล่านี้มีแนวทางการสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในรูปแบบไหนบ้าง ผู้เชี่ยวชาญต่างมีความเห็นพ้องกันว่าขอเลือกเฉพาะรายการที่ตนเชี่ยวชาญตามสายงานที่ประกอบเพียงท่านละ 1 รายการ จึงทำให้ได้รายการทั้งหมด 3 รายการ คือ รายการประเภทละคร 1. เรื่อง ชื่อ Samurai Gourmet ออกอากาศทาง TV Tokyo ประเทศญี่ปุ่น ความยาว 12 ตอน

2.รายการประเภทสารคดี 1 รายการ ชื่อรายการ A Bite of China ออกอากาศทาง CCTV ประเทศจีน ความยาว 7 ตอน 3.รายการประเภทเกมส์โชว์ 1 รายการ ชื่อรายการ The Skin Wars ออกอากาศทาง Game Show Network ประเทศสหรัฐอเมริกา ความยาว 9 ตอน เมื่อได้รายการที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 3 รายการแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำรายการทั้ง 3 มาวิเคราะห์ ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ การศึกษาเอกสาร ผลการวิเคราะห์ตัวบท เกี่ยวกับการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยสามารถแบ่งการสรุปและอภิปรายผลวิจัยเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การเล่าเรื่องของรายการโทรทัศน์ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ การสอดแทรกแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในการ์ตูน และการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

#### 1) แนวทางการเล่าเรื่องของรายการโทรทัศน์ตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

การเล่าแบบเรื่องแต่ง รูปแบบการเล่าเป็นรูปแบบที่ใช้ในละครชุดสามมูวี่ไรท์ ซึ่งมีการเล่าเรื่องที่สร้างขึ้นโดยมีพื้นฐานมาจากเรื่องแต่งของการ์ตูน ซึ่งเชื่อมโยงกับพื้นฐานแนวคิดจากชีวิตประจำวัน โดยใช้แนวคิดเรื่องสภาพสังคมญี่ปุ่นในมุมมองของชายวัยเกษียณ ผสมผสานกับวิถีคิดและการตัดสินใจของชาวมูวี่ไรท์ ซึ่งเป็นตัวละครหลักของเรื่อง เป็นตัวแทนของความสุขในการใช้ชีวิตอย่างอิสระเสรี ซึ่งขัดแย้งการค่านิยมของสังคมญี่ปุ่น ที่ใช้ชีวิตอย่างมีแบบแผน การวางแผนเรื่องทั้งหมด เป็นเรื่องที่ใกล้เคียงกับชีวิตประจำวันของคนในสังคมทั่วไปเพื่อให้เข้าใจง่าย แล้วนำมาผสมผสานกับแก่นของเรื่องที่ได้รับมอบหมายมา สอดคล้องกับที่ ธนชัย ศรีศรีวิชัย (2550) กล่าวว่าไว้ในที่มาของสร้างสรรค์ว่า ผลงานสร้างสรรค์หลายชิ้นนั้นได้มาจากการหยิบเอาเรื่องราวในชีวิตประจำวันของคนทั่วไปเข้ามาเป็นที่ตั้ง เพราะเป็นเรื่องราวที่ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ง่ายที่สุด โดยมีแนวคิดว่าเป็น “อัจฉริยภาพในท้องถิ่น” ใช้ในผลงาน ส่วนการลำดับเรื่อง จากการศึกษาที่ผู้วิจัยพบว่าการลำดับเรื่องในการเล่าเรื่องละครชุดนี้ มีการลำดับเรื่องที่คล้ายกับละครทั่วไป นั่นคือ มีการเริ่มเรื่อง การพัฒนาเรื่อง ภาวะวิกฤติ ภาวะคลี่คลาย และบทสรุปที่จบในตอน และใช้เวลาเล่าเหตุการณ์ทั้งหมด 20-30 นาที แก่นของเรื่องนั้น แก่นของเรื่องส่วนใหญ่ในแต่ละตอนจะมีประเด็นเดียวในการนำเสนอและทั้งหมดล้วนเป็นเรื่องใกล้ตัว

ตัวละคร ตัวละครหลัก ตัวละครรอง ตัวละครรับเชิญ สอดคล้องกับที่ สมเจตน์ พายัพ (2552) กล่าวว่า การเล่าเรื่องจากบุคคลที่หนึ่ง (The First Person Narrator) คือการที่ตัวละครตัวเอง ของเรื่องเป็นผู้เล่าเรื่อง ข้อสังเกตคือ ตัวละครมักเอ่ยคำว่า “ผม” หรือ “ฉัน” อยู่เสมอ มีข้อดีคือ ตัวละคร หลักเป็นผู้เล่าเอง ทำให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับเหตุการณ์ ส่วนบทสนทนา มักมีบทสนทนาและบทบรรยายที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมและค่านิยมของแต่ละวัฒนธรรม และใช้ภาษาที่เรียบง่าย แต่ให้ความหมายในเชิงจินตนาการ อีกทั้งยังให้ข้อคิดต่างๆ ในแต่ละตอน จากที่กำหนดขึ้นมานั้น ส่วนทั้งหมดล้วนเป็นฉากที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในสังคมญี่ปุ่น โดยถ่ายทำจากสถานที่จริง แต่มีการแต่งเติมเพื่อให้บรรยากาศชัดเจน

การเล่าเรื่องจริง โดยใช้บุคคลจริงเป็นตัวเดินเรื่อง รูปแบบการเล่านี้เป็นรูปแบบที่ใช้ในงานสารคดีชุดอะไบท์ออฟไชน่า ซึ่งมีการเล่าเรื่องจากสิ่งที่เกิดขึ้นจริง และได้ข้อมูลจากการเก็บข้อมูลในช่วงลงพื้นที่ และใช้แนวคิดการเล่าเรื่องผ่านปรากฏการณ์ และวิถีชีวิตที่เกิดขึ้นจริงในช่วงเวลานั้นๆ แนวทางการสร้างสรรค์ในลักษณะนี้มีการกำหนดโครงเรื่องไว้เป็นทิศทางหลัก หลังจากนั้นจึงนำประเด็นย่อยที่ได้จากการลงพื้นที่มาจัดรวมให้อยู่ในหมวดเดียวกัน

ซึ่งโครงเรื่องของสารคดีชุดนี้ กล่าวถึงปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจริงในวิถีชีวิตประจำวัน หรือประเพณีเทศกาลต่างๆ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น ความผูกพันระหว่างชาวจีนและอาหาร ประเพณีการแต่งงานของชาวดัตช์ที่มีชาวเป็นหนึ่งในองค์ประกอบสำคัญ ทักษะการถนอมอาหาร หรือการคัดสรรวัตถุดิบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะในจีน การลำดับเรื่อง มีบทพูดเป็นบทสนทนาที่เกิดขึ้นจริงในเหตุการณ์นั้นสอดคล้องกับธีรภาพ โลหิตกุล (2552) กล่าวว่า การเล่าเรื่องในงานสารคดีนั้น ต้องหาความพอดีระหว่างข้อเท็จจริงกับการสร้างสรรค์งานศิลปะ การนำเสนอที่มีเรื่องของอารมณ์สอดแทรกอยู่ด้วย โดยสามารถหยิบเอากลวิธีแบบละคร มาใช้ในงานสารคดี ในส่วนของแก่นเรื่อง ล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงหลักที่ผู้ผลิตได้วางไว้ และใช้บทสารคดีเป็นตัวเชื่อมในแต่ละประเด็นด้วยการเล่าในลักษณะพรรณนาโวหาร เพื่อให้ผู้ชมได้เกิดจินตนาการตาม ซึ่งแก่นนำเสนอในแต่ละตอนนั้น ล้วนสะท้อนถึงเอกลักษณ์ และความหลากหลายของผู้คน และแหล่งอาหารที่อยู่ในประเทศจีน

ตัวละคร ในทางสารคดีจะใช้ในลักษณะของคนเดินเรื่องที่ผู้ผลิตได้กำหนดโดยใช้แหล่งข้อมูลจริงที่ได้จากการลงพื้นที่ ให้ทำสิ่งต่างๆ ตามโครงสร้างของเรื่อง ส่วนบทสนทนาที่ปรากฏเป็นบทสนทนาที่พบได้จริงในชีวิตประจำวัน และถูกนำเสนอในช่วงสั้นๆ สลับกับบทบรรยาย การนำกลวิธีแบบเรื่องสั้น มาเล่าในบทสารคดี นั้นคือหยิบยกเอาเหตุการณ์ที่คนเดินเรื่องนั้นเจอ มาเป็นฉากในงานสารคดี และสลับเนื้อหาสอดแทรกเข้าไปให้กับผู้ชมได้รับส่วนที่เป็นสาระอย่างไม่รู้ตัว แต่สนุกสนานเหมือนได้อ่านเรื่องสั้นหรือนวนิยาย เป็นสาระที่นำเสนออย่างมีศิลปะ ไม่ใช้การยัดเยียด และทิ้งแง่คิดไว้ให้ผู้อ่านได้ตระหนัก ไม่ใช้การถูกสั่งสอนอบรม นอกจากนี้ฉาก สถานที่ที่ถ่ายทำล้วนเป็นสถานที่ที่เกิดขึ้นจริง และบางส่วนก็บันทึกจากเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ในช่วงเวลาที่ตรงกับปรากฏการณ์นั้น เช่น ในงานประเพณีต่างๆ โดยมีการจัดเตรียมเนื้อหาไว้ล่วงหน้า เพื่อให้การเล่าเรื่องกับผู้ชมถูกสื่อสารอย่างชัดเจน การเล่าแบบกึ่งจริง รูปแบบการเล่านี้เป็นรูปแบบที่ใช้ในรายการเกมส์โชว์ เรียลลิตี้ชุด เดอะ สกิน วอร์ ซึ่งมีการเล่าเรื่องจากการจำลองเหตุการณ์สมมติในสถานที่ที่เกิดขึ้นจริง โดยใช้โจทย์และกติกาของเกมส์เป็นตัวกำหนดเรื่อง และควบคุมทิศทางของรายการว่าต้องการให้เนื้อหาเป็นลักษณะใด โครงเรื่องของงานประเภทนี้จะถูกกำหนดด้วยกติกาของเกมส์ ซึ่งสามารถสรุปให้จบได้ทันทีในแต่ละตอน สำหรับ เดอะ สกิน วอร์ โครงเรื่องนั้นเกี่ยวกับการแข่งขันเพื่อแย่งชิงตำแหน่งนักบอดี้เฟ้นท์ที่เก่งที่สุด โดยต้องพิชิตโจทย์ต่างๆ ที่มีการลำดับเรื่องลักษณะคล้ายการเล่าเรื่องแต่ง นั่นคือในแต่ละตอนจะมีการลำดับโดยวางการเริ่มเรื่อง การพัฒนาเหตุการณ์ ภาวะวิกฤติ ภาวะคลี่คลาย และบทสรุป เช่นกันกับในละคร สอดคล้องกับที่ สมเจตน์ พายัพ (2552) กล่าวว่า โครงเรื่องหรือลำดับเหตุการณ์ เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ต้องนำมาวิเคราะห์การเล่าเรื่องเสมอ การลำดับเหตุการณ์ในการเล่าเรื่องประกอบด้วย 5 ขั้นตอน เพียงแต่รูปแบบนั้นถูกนำเสนอในลักษณะของการแข่งขันแทน แต่แนวคิดในการนำเสนอไม่นับซับซ้อน เป็นแนวคิดที่มีการสื่อสารอย่างตรงไปตรงมาคล้ายกับงานสารคดี นั่นคือมีการบอกวัตถุประสงค์ของโจทย์อย่างชัดเจน ไม่มีการนำเสนอเชิงวิพากษ์ มีแก่นของเรื่องที่มีกล่าวถึงการค้นหาผู้เชี่ยวชาญที่สุดในด้านต่างๆ

ด้านของตัวละครนั้น ผู้ผลิตได้มีการวางตัวละครในรูปแบบผู้เข้าแข่งขัน ที่ต้องเล่นตามโจทย์ที่รายการได้กำหนดมา ซึ่งในรายการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาชิ้นพบว่า ในส่วนของลักษณะตัวละครไม่ได้เน้นที่ผู้ใดชัดเจน แต่จะให้น้ำหนักกับทุกตัวละครหรือผู้เข้าแข่งขันเท่าๆ กัน มีบทสนทนา ที่ไม่มีการเตรียมบทพูดแบบในบทละคร แต่ทางผู้ผลิตได้ใช้วิธีการถามนำเพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการ และส่วนของการแข่งขันทางผู้ผลิตได้มีการวิเคราะห์ล่วงหน้าแล้วว่าในแต่ละโจทย์ ผู้แข่งขันคนใดจะได้เปรียบหรือเสียเปรียบ และทิศทางของเกมก็จะออกมาในลักษณะใด ซึ่งรูปแบบนี้เป็นรูปแบบที่พบได้บ่อยในเกมสโว์ประเภทเรียลลิตี้ สอดคล้องกับ ธาร ชัยสถาปนาศิริ (2558) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ยุคใหม่ไว้ว่า รายการโทรทัศน์ที่สนุกต้องมีความท้าทาย คือสิ่งที่ง่ายที่สุดในการสร้างรายการ ผู้คนมักชอบการแข่งขันอยู่เสมอ เกมกลายเป็นตัวดำเนินเรื่องหลัก สามารถพาผู้ชมเข้ามาดูรายการ นั่งดู ติดตามรายการตั้งแต่ต้นจนจบ ความท้าทายของรายการส่วนมาก ถูกสร้างขึ้นมาจาก “4ก” คือ ก-เกมการแข่งขันที่น่าตื่นเต้น, ก-กฎการแข่งขันที่ยาก เคียวขัน ก-กติการะหว่างผู้เล่นที่ซับซ้อน บีบเค้นอารมณ์ ก-การดำเนินเรื่องที่เข้าใจคาดเดาไม่ได้ ส่วนของฉาก นั้นเน้นการถ่ายทำที่อยู่ในสตูดิโอ เพื่อให้ง่ายต่อการเล่นเกมส์และถ่ายทำ ซึ่งต้องใช้ความต่อเนื่องของเรื่องเป็นหลัก สอดคล้องกับที่ สมเจตน์ พายัพ (2552) กล่าวว่า การถ่ายทำในสถานที่ (Studio) มีข้อได้เปรียบคือสามารถควบคุมแสง เสียง และไม่ต้องกังวลกับเรื่องของปัญหาสภาพอากาศ เช่น ลมพายุ ฝน สภาพอากาศที่ร้อนหรือหนาว ทำงานได้รวดเร็ว เพราะมีกล้องถ่ายทำมากกว่าหนึ่งกล้อง ทำให้ภาพที่ออกมามีหลายมุมมอง จัด และตกแต่งฉากตามที่ออกแบบไว้ จัดแสงให้ได้ตามบทและสภาพของฉาก ไม่มีการกำหนดมุมกล้องที่ชัดเจน แต่เน้นภาพที่เล่าเรื่องได้ตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตรงหน้า

## 2) แนวทางการสอดแทรกแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์

จากการเก็บข้อมูลด้วยการชมรายการทั้ง 3 พบว่ามีความสอดคล้องกับแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งรายการทั้ง 3 นั้นมีการสอดแทรกแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ลงในเนื้อหาของรายการโทรทัศน์ไว้อย่างชัดเจน ทั้ง 3 รายการ โดยละครชุดเรื่อง ซามูไร กุริเมต นั้น ได้มีการนำองค์ความรู้ด้านด้านอาหาร และเรื่องราวของวิถีชีวิตวัฒนธรรมญี่ปุ่น โดยในเนื้อหาแต่ละตอนของละคร เกือบทุกตอนจะสอดแทรกเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีคิดแบบญี่ปุ่นไว้ ทั้งทางตรง และทางอ้อม เช่น การบอกเล่าเรื่องราวของซามูไร ที่แม้จะเป็นการเล่าผ่านภาพยนตร์จินตนาการในความคิดของตัวเอกที่ดูเหมือนเป็นเหตุการณ์สมมติ แต่แฝงความหมายเรื่องวัฒนธรรม ความคิดและรากเหง้าความเป็นนักสู้ของชาวญี่ปุ่นไว้ ส่วนรายการอะโอบิฮ็อฟโซน่า ได้สอดแทรกองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับประเพณีและอัตลักษณ์ท้องถิ่น รวมถึงแนวคิดแบบพหุสังคม โดยยกให้เป็นประเด็นหลักที่ผู้ผลิตนั้นต้องการจะสื่อกับผู้ชม เป็นองค์ความรู้ด้านอาหารที่สั่งสมกันมานานกว่าพันปี เริ่มจากการคัดสรรวัตถุดิบ การนำความโดดเด่นของธรรมชาติเข้ามาใช้ประโยชน์บนจานอาหาร การนำวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นเข้ามาในวัฒนธรรมอาหาร ประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

สุดท้ายคือการสอดแทรกที่ปรากฏในรายการเกมสโว์ชุด เดอะสกินเนอร์ ที่มีการสอดแทรกเอาองค์ความรู้ด้านศิลปะ การออกแบบ ความรู้ด้านเครื่องแต่งกาย และแนวคิดแบบสมัยนิยม เช่นวัฒนธรรมแบบฮอลลีวูด การนำกีฬา หรือละครเข้ามาประยุกต์ หรือเรื่องราวเกี่ยวกับซูเปอร์ฮีโร่ ผ่านความหลากหลายของโจทย์ เช่น การจับของบางสิ่งที่ไม่คู่กันมาด้วยกัน เช่น ให้เพนท์เฉพาะส่วนหัว หรือเพนท์สิ่งที่ตนเองหวาดกลัว หรือหยิบเรื่องใกล้ตัวมาสร้างให้เกิดเป็นเรื่องราว ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดในการสร้างสรรค์ นอกจากนี้ในแต่ละโจทย์

ยังถูกทำให้ดูเข้าใจง่าย และไม่มีการตีความที่ซับซ้อน ทำให้ศิลปะดูเป็นเรื่องใกล้ตัวมากขึ้น ซึ่งในส่วนขององค์ความรู้ทั้งหมดนี้ สามารถนำมาต่อยอดตามกระบวนการและแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ดังที่ John Hawkins (อ้างถึงใน คงพล มนวิตรกุล, 2559) ได้ อธิบาย นั่นคือการนำ องค์ความรู้ แนวคิด (Ideas) มาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product/Service) โดยผ่านการผลิตด้วยกระบวนการผลิตที่พอ ขยายได้ (Commercialized) มีการนำมาเผยแพร่ผ่านการออกอากาศทั้งในระบบโทรทัศน์ และระบบสตรีมมิ่ง จนสร้างมูลค่าเพิ่ม (Create Higher Value Added) โดยอธิบาย ภาพประกอบของทั้ง 3 รายการ ดังตามตารางต่อไปนี้

| การสร้างมูลค่าตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ |                                                                                        |                              |                                         |                                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ชื่อรายการ                                    | Ideas<br>แนวคิด                                                                        | New Product<br>ผลิตภัณฑ์ใหม่ | Commercialized<br>การจัดจำหน่าย         | Create Higher Value<br>Added<br>การสร้างมูลค่าเพิ่ม                                                                                        |
| ชาบูไร กูร์เมต์                               | - อาหารญี่ปุ่น<br>- วัฒนธรรมญี่ปุ่น<br>- แนวคิดด้านคำนิยม<br>การใช้ชีวิตในสังคมญี่ปุ่น | ละครชุด                      | ออกอากาศทางโทรทัศน์<br>และระบบสตรีมมิ่ง | - สร้างภาพลักษณ์ด้านบริการ<br>ให้กับประเทศ<br>- เผยแพร่วัฒนธรรมอาหาร<br>- เผยแพร่แนวคิดแบบญี่ปุ่น<br>ในเรื่องความใส่ใจในศิลปะ<br>ด้านอาหาร |
| อะไบต์ออฟไชน่า                                | - ภูมิปัญญา<br>- เอกลักษณะท้องถิ่น<br>- ประเพณีความเชื่อที่สอดคล้อง<br>กับอาหาร        | สารคดีชุด                    | ออกอากาศทางโทรทัศน์<br>และระบบสตรีมมิ่ง | - สร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศ<br>- เผยแพร่วัฒนธรรมอาหาร<br>- ประชาสัมพันธ์การ<br>ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม                                        |
| เดอะ สกินวอร์                                 | - ทัศนคติด้านศิลปะการทำ<br>บอดี้เพนต์<br>- ความนิยมในสื่อบันเทิง<br>ของตะวันตก         | - การแข่งขัน<br>- เกมโชว์    | ออกอากาศทางโทรทัศน์<br>และระบบสตรีมมิ่ง | - การถ่ายทอดเรื่องราวการ<br>ศิลปะ(บอดี้เพนต์)<br>- เผยแพร่แนวคิดสมัยนิยม<br>- สร้างศิลปินหน้าใหม่                                          |

รูปแบบการสร้างมูลค่าตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในรายการโทรทัศน์ กรณีตัวอย่าง ละครทีวีชุด Samurai Gourmet, A bite of China ,The skin wars

### 3) การสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่ารายการทั้ง 3 ประเภท คือ ละครชุด เกมโชว์เรียลิตี และสารคดี มีการนำเสนอเนื้อหาในรายการที่เชื่อมโยงกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีทั้งหมด 3 รูปแบบ คือ สร้างสรรค์เรื่องแต่ง ซึ่งพบในละครชุด ชาบูไร กูร์เมต์ ที่นำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมอาหาร วิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่น ผ่านบทละครและเรื่องราวของตัวละครในเชิงวิพากษ์ มีการสร้างสรรค์เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอ ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ทั้งการใช้คำในบท การบรรยายภาพ รวมถึง ภาษาต่างๆ ที่สื่อสารผ่านภาพในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย และมีลักษณะของเรื่องที่ใกล้เคียงกับชีวิตประจำวันของคนญี่ปุ่น จึงทำให้ผู้ชมนั้นรู้สึกเข้าถึงเนื้อหา และตัวละครได้ง่าย มีความยาวในแต่ละตอนที่ไม่ยาวจนเกินไป มีการเกริ่นโครงเรื่องทุกครั้งก่อนนำเสนอ มีเนื้อหาที่จบในตอน ซึ่งทำให้ผู้รับชมนั้นเข้าถึงได้ง่ายสอดคล้องกับที่ ประภาส ชลศรานนท์ (2551) กล่าวถึงแนวทางการสร้างสรรค์ในลักษณะนี้ไว้ว่า เป็นการสร้างสรรค์ที่เกิดจาก เรื่องเล็กรอบตัว เป็นการใส่ใจในรายละเอียดเรื่องต่างๆ โดยปราศจากอคติ และรวบรวมเอาเรื่องราวต่างๆ ที่ตัวเองได้พบเจอมาประยุกต์ใช้กับงาน

สร้างสรรค์เรื่องจริง ในรายการสารคดี อย่าง อะไบท์ออฟไชน่า ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับพหุสังคม และวัฒนธรรมอาหารในประเทศจีน นำเสนอด้วยวิธีสร้างสรรค์ด้วยวิธีนำเสนอแบบสารคดีทั่วไป คือมีภาพและบทบรรยายและบทสัมภาษณ์ของตัวละครคล้ายกับสารคดีเรื่องอื่นๆ โดยเป็นการนำเสนอที่ไม่ได้เน้นในเรื่องของอารมณ์ แต่เน้นนำเสนอเรื่องของเนื้อหาเป็นหลัก โดยมีการทำข้อมูลแบบเจาะลึก มีการสัมภาษณ์ และหาตัวละครที่มีลักษณะเด่น หรือมีบุคลิกที่ชัดเจนล่วงหน้า และให้ความสำคัญกับสุนทรียะเรื่องภาพ มีการกำหนดช่วงจังหวะถ่ายทำให้ตรงกับเทศกาลหรือฤดูกาลที่จะเกิด และใช้เทคนิคการนำเสนอด้วยภาพที่สวยงาม มีการเฝ้ารอเพื่อให้เกิดภาพตรงกับที่สารคดีต้องการ และมีการวางแผนงานและขั้นตอนการถ่ายทำที่ชัดเจน สอดคล้องกับที่ ธีรภาพ โลหิตกุล (2552) ได้กล่าวถึงกลวิธีสร้างสรรค์งานสารคดีไว้ 2 ส่วน นั้นคือการหยิบข้อเท็จจริงมาเสนอเป็นละคร คือการใช้วิธีสื่อสารด้วยภาพเป็นตัวบอกเรื่องราว ด้วยวิธีการผลิตเชิงละครเป็นการนำเสนออย่างมีนาฏลักษณ์ โดยสามารถแทรกความรู้ระหว่างเนื้อเรื่อง หรือใส่เกร็ดข้อมูลต่างๆลงไปได้ และกลวิธีใช้การทำซ้ำ เหมือนเดิมในสถานที่เดิม คือการใช้คนต้นเรื่องทำในสิ่งที่ทำอยู่แล้วในชีวิตประจำวัน โดยสิ่งที่กระทำ หรือสิ่งที่ กำลังพูดนั้น เป็นข้อมูลสาระที่นำเสนอในงาน โดยถูกนำมาแทรกแทนบทบรรยาย ซึ่งส่วนนี้ถือเป็นวิธีการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ เพราะทำให้เนื้อหาที่น่าสนใจไม่น่าเบื่อ และสามารถเพิ่มเติมลูกเล่นในการนำเสนอได้อีก เช่นเทคนิคการนำเสนอภาพ เช่นการใช้เคอร์ ดอลล์ หรือเทคนิคอื่นๆ ประกอบได้ด้วย

สร้างสรรค์แบบกึ่งเรื่องแต่ง ในรายการ เดอะ สกิน วอร์ ซึ่งเป็นรายการเกมโชว์เรียลิตี้ ใช้รูปแบบการนำเสนอผ่านการสร้างสรรค์งานศิลปะบนผิวหนัง เป็นการต่อยอดแนวคิดจากการสร้างสรรค์งานศิลปะอย่างตรงไปตรงมา แต่ในขณะเดียวกันก็มีการนำลักษณะการลำดับเรื่องแบบละครเอาไว้ในเนื้อหารายการ มีการแบ่งวิธีเล่าเรื่องเป็น 2 ส่วน นั่นคือส่วนของเกมโชว์ที่มีการแข่งขัน และอีกส่วนนั้นคือประเด็นของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมแข่งขันด้วยกันเอง โดยมีสัดส่วนอยู่ที่ 70 : 30 และมีการกำหนดลักษณะตัวละครให้มีความหลากหลายทั้งเรื่องบุคลิก อุปนิสัย รูปลักษณ์ภายนอก สอดคล้องกับที่ ธานี เชื้อสถาปนาศิริ (2558) กล่าวถึงการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ยุคใหม่ ไว้ใน 12 Rule of Content is The King ว่า รายการโทรทัศน์ในปัจจุบันเน้นสร้างจากบุคลิกจริงของคนจริง โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการเกมโชว์ ซึ่งอาศัยบุคลิกและอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนของผู้ร่วมรายการ และรายการนั้นควรเล่นกับอารมณ์ของคนดู กำกับอารมณ์ให้บิดแปรผันตลอดเวลา เหมือนกราฟขึ้นลงเมื่อนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาวิเคราะห์แล้วนั้น ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ สามารถทำได้โดยนำเอา องค์ประกอบโครงสร้าง ที่ได้มาร่วมวิเคราะห์จนเกิดแนวทางดังภาพประกอบดังต่อไปนี้



ภาพแสดงรูปแบบการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า แนวทางการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ตามแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ยังมีรูปแบบการสร้างสรรคที่เฉพาะ กล่าวคือการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ในลักษณะนี้ ล้วนมีที่มาของแนวคิดที่เกิดจากองค์ความรู้ที่ได้มาจากการค้นคว้าในด้านต่างๆ ของผู้ผลิตโดยตรง ซึ่งแตกต่างจากรูปแบบรายการโทรทัศน์ทั่วไปที่มีแนวคิดเกิดจากการสำรวจความต้องการของผู้ชม แล้วจึงผลิตเป็นรายการโทรทัศน์ขึ้น แต่เมื่อวิเคราะห์ดูจากรายการที่นำมาศึกษา จะเห็นได้ชัดว่า การสร้างสรรครายการโทรทัศน์ตามแนวทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ นั้นมีคุณค่าในผลงานที่แตกต่างออกไป กล่าวคือทำให้เกิดการสร้างสรรคงานในรูปแบบใหม่ ที่ต่างไปจากแนวคิดเดิมๆ โดยผ่านองค์ความรู้และประสบการณ์จากผู้คนในหลากหลายอาชีพได้ และสามารถต่อยอดเพื่อให้เกิดแนวทางการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ ที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศได้ในภาพรวม สามารถขยายแนวคิดต่างๆ รวมถึงต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และสำคัญที่สุดคือทั้งหมดนี้จะส่งผลต่อการยกระดับวงการอุตสาหกรรมบันเทิงให้ในประเทศ ให้ทัดเทียมนานาชาติได้อีกด้วย

### ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

1. ควรศึกษาแนวทางการมีส่วนร่วมของผู้ชมกับรายการที่ผู้ผลิตได้สร้างสรรค์ขึ้น งานในรูปแบบนี้มีการนำเสนอที่ให้ความบันเทิงและยังสามารถต่อยอดแนวคิดให้เป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้หลากหลาย และสามารถเพิ่มความรู้และสร้างรายได้ให้กับผู้เกี่ยวข้อง

2. ควรศึกษาการสร้างสรรครายการโทรทัศน์ที่ต่อยอดเนื้อหาตามแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่มากกว่าเรื่องศิลปวัฒนธรรม เช่น เรื่องธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ สมุนไพร หรือเรื่องที่เป็นวิทยาศาสตร์ อย่างภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการแพทย์

3. ควรศึกษาปัจจัยของผู้ผลิตในประเทศไทยที่เกี่ยวข้อง กับการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ขณะเดียวกันยังสามารถเพิ่มแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาให้หลากหลายมากขึ้น ทั้งในลักษณะของรูปแบบรายการที่อาจขยายเป็นรายการที่เผยแพร่บนสื่อออนไลน์ ช่องทาง (Platform) ต่างๆ ซึ่งเป็นไปตามภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนไปตามพฤติกรรมของผู้บริโภคและผู้ชมในยุคปัจจุบัน

### บรรณานุกรม

คงพล มนวิรินทร์กุล (2559) *เศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับศตวรรษที่ 21 ความเชื่อมโยงกับทุนทางปัญญา*.

สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2559 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/612944>

ธนัญชัย ศรศรีวิชัย (2554) *Creative Space Workshop โฆษณา...โคตรสนุก* โดย: Phenomena.

สืบค้นสืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2554 จาก <http://www.tcdc.or.th/articles/design-creativity/16536/#Creative-Space-Workshop-โฆษณา...โคตรสนุก-โดย-Phenomena>

ธนัญชัย รูปสม. (2556). *เกาหลีใต้: ผู้นำวัฒนธรรมสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. สืบค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2556 จาก <http://news.asia.tu.ac.th/?p=183>

ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2558). *7Cs ความท้าทายคนโทรทัศน์ในยุคดิจิทัล!*. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2558 จาก <https://positioningmag.com/57597>

ธีรภาพ โลหิตกุล (2552) *กว่าจะเป็นสารคดี*. กรุงเทพฯ: อ่านเอาเรื่อง.

ประภาส ชลศรานนท์. (2551). *เจ็ดวิธีดีหีน "คิด" แบบประภาส ชลศรานนท์*. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2551 จาก [http://www.tcdc.or.th/articles/design\\_creativity/5458/#เจ็ดวิธีดีหีน-คิด-แบบ](http://www.tcdc.or.th/articles/design_creativity/5458/#เจ็ดวิธีดีหีน-คิด-แบบ)

ประภาส-ชลศรานนท์

สมเจตน์ เมฆพ่ายพ. (2552). *การผลิตรายการโทรทัศน์ = TV. Production*. กรุงเทพฯ : ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ.