

## การสร้างโมเดลต้นแบบเพื่อพัฒนาทักษะการคิดและรู้เท่าทันสื่อหลากหลายแพลตฟอร์มของผู้ผลิตสื่อ ด้วยกระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อและการคิดเชิงออกแบบ

### CREATING A PROTOTYPE MODEL FOR DEVELOPING THINKING SKILLS AND TRANSMEDIA LITERACY OF MEDIA PRODUCERS WITH TRANSMEDIA STORYTELLING AND DESIGN THINKING PROCESS

สกุลศรี ศรีสารคาม

Sakulsri Srisaracam

คณะนิเทศศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

Faculty of Communication Arts, Panyapiwat Institute of Management

Received: October 8, 2021 / Revised: December 13, 2021 / Accepted: December, 16 2021

#### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโมเดลต้นแบบในการพัฒนาผู้ผลิตด้วยกระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) และการผสมผสานกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ในการพัฒนาทักษะการคิดและทักษะการเล่าเรื่องข้ามสื่อเพื่อผลิตสื่อสร้างสรรค์ โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการ การสังเกตพฤติกรรม การสนทนากลุ่ม กับกลุ่มเป้าหมายสองกลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มคนอายุ 18-24 ปี นักศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 111 คน และ 2) กลุ่มผู้ผลิตสื่อที่มีอาชีพด้านข่าวและรายการโทรทัศน์ นักขับเคลื่อนสังคมและนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 92 คน และวิเคราะห์ข้อมูลพัฒนาเป็นต้นแบบกระบวนการในการพัฒนาทักษะการคิดและการเล่าเรื่องข้ามสื่อของผู้ผลิตสื่อ ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการทำให้มีการพัฒนาการคิดสร้างสรรค์และคิดเชิงนวัตกรรมสูงที่สุดในสองกลุ่ม ผลวิจัยเสนอกระบวนการต้นแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อและการคิดเชิงออกแบบที่พัฒนาช่วยจัดระบบกระบวนการออกแบบสื่อ 3 ส่วนคือ การออกแบบเรื่องเล่า การออกแบบปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ และการออกแบบการเผยแพร่สื่อ ทำให้สามารถพัฒนา 1) กระบวนการคิดผลิตสื่อ 2) การคิดเพื่อใช้สื่อหลากหลายช่องทางให้เกิดประสิทธิภาพ 3) การคิดสื่อเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับสารและคนในสังคม และ 4) การคิดสื่อเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดพฤติกรรมตามเป้าหมายได้

**คำสำคัญ:** การเล่าเรื่องข้ามสื่อ การคิดเชิงออกแบบ ทักษะการคิด สื่อสร้างสรรค์

#### Abstract

The purposes of this research were to create a prototype model for developing producers with transmedia storytelling and integrating with the design thinking process to develop thinking skills and transmedia storytelling skills for creative media production. This study used the qualitative research process including workshop training, behavior

observation and focus group with two target groups: (1) a group of 111 communication arts students aged 18-24 years, and (2) a group of 92 professional media producers (journalists and broadcasters), activists, and academics. Data were analyzed to develop a prototype model for the process of developing thinking skills and transmedia storytelling of media producers. The research found that the integration of transmedia storytelling and design thinking process developed creativity and innovative thinking skills at the highest level in both groups. Therefore, this research proposes a prototype model of transmedia and design thinking as a development process and tools to help media producers systematize thinking skills in media design procedures in three elements: narrative design, engagement and experience design, and media channels and distribution design. Consequently, the research shows that the proposed model serves as an effective development of (1) the media production thinking process, (2) the thinking for usage of multiple media platforms effectively, (3) the thinking for production of media to serve the needs of people in society, and (4) the thinking for production of media to create participatory and achieve targeted behaviors.

**Keywords:** Transmedia, Storytelling, Design Thinking Process, Thinking Skills, Creative Media

## บทนำ

การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) เป็นกลยุทธ์การสร้างสรรค์เนื้อหาที่สำคัญในการผลิตสื่อยุคดิจิทัลและสื่อคอนเวอร์เจนซ์ ที่ทุกการสื่อสารมาจากหลายช่องทาง ด้วยวิธีการเล่าเรื่องที่หลากหลาย และสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมในการรับรู้ เพื่อเจาะกลุ่มคนที่หลากหลายแตกต่างกัน (Jenkins, 2010a) พลั่งสำคัญของการเล่าเรื่องข้ามสื่อคือ การสร้างประสบการณ์ร่วมเหมือนว่าเรื่องราวของโลกการเล่าเรื่องนั้นเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของผู้รับสารจริง ๆ นำไปสู่การสร้างการปฏิสัมพันธ์อย่างผูกพันต่อเนื้อหา และผลักดันพฤติกรรมบางอย่างให้เกิดขึ้นได้ การเล่าเรื่องข้ามสื่อตามแนวคิด Transmedia จำเป็นต่อการคิดสื่อเชิงสร้างสรรค์และเปิดโอกาสในการให้ผู้ผลิตคิดพัฒนานวัตกรรมสื่อต่าง ๆ ที่นำไปสู่การผลักดันพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ (Murray et al., 2010)

การศึกษา Youth Media Production ของ DeGennaro และ Brown (2014) พบว่า สื่อสังคมออนไลน์

เปิดพื้นที่ในการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ สามารถเป็นพื้นที่ในการออกแบบการเรียนรู้ในลักษณะของการสร้างองค์ความรู้ร่วม (co-creation knowledge) ทำให้เกิดการรู้เท่าทันทั้งสื่อและสถานการณ์ในสังคมร่วมกันได้

โครงการศึกษาทักษะการรู้เท่าทันการข้ามสื่อ (Transmedia Literacy) ที่ทำการศึกษาใน 8 ประเทศ เพื่อหาทักษะการเข้าใจสื่อแบบหลากหลายแพลตฟอร์มและการพัฒนาทักษะสู่การเรียนรู้ของวัยรุ่น Scolari (2018) ระบุว่า ทักษะการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia) เป็นชุดของความสามารถที่เกี่ยวข้องเพื่อผลิตสื่อดิจิทัลที่คนสามารถปฏิสัมพันธ์ ได้ตอบ แบ่งปันเนื้อหาสื่อร่วมกันได้ ทักษะของการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ประกอบด้วย กระบวนการแก้ปัญหา การผลิตเนื้อหา และการแบ่งปันในบริบทของแพลตฟอร์มเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ ทักษะนี้เชื่อมโยงกับกระบวนการคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์สื่อ และนำไปสู่การผลิตสื่อแบบหลายช่องทาง

ในขณะที่มีนักวิจัยด้านการศึกษา นำเอากระบวนการคิดและผลิตสื่อไปใช้ในการสร้างการ

เรียนรู้ เพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์และทักษะการคิดอย่างมีวิจารณญาณด้วยสื่อดิจิทัล มีการพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้สำหรับนักศึกษาใหม่ใน Midwestern University ของสหรัฐอเมริกา โดยใช้การเล่าเรื่องแบบดิจิทัล ใช้ภาพเสียง และวิดีโอเพื่อบอกเล่าเรื่องราว การวิจัยแสดงให้เห็นว่า การเล่าเรื่องแบบดิจิทัลช่วยปรับปรุงการมีส่วนร่วมการคิดเชิงวิเคราะห์และความคิดสร้างสรรค์ (Akyeampong, 2018) การศึกษาความคิดสร้างสรรค์ของนักเขียนด้วยกรอบคิดของกระบวนการ Transmedia Storytelling พบว่า กระบวนการคิดแบบข้ามสื่อกระตุ้นให้นักเขียนเห็นคุณค่าในการพัฒนางานในพื้นที่การสื่อสารที่หลากหลายรูปแบบ และนำไปสู่การพัฒนาความคิดเชิงนวัตกรรมของการเขียนและเล่าเรื่องราว (Lynch, 2016) ในวงการศึกษาก็มีความสำคัญกับการประยุกต์ใช้ประสบการณ์ข้ามสื่อ (Transmedia Experience) ไปสร้างกระบวนการเรียนรู้ ผลการทดลองพบว่า การคิดเนื้อหาเล่าเรื่องข้ามสื่อ กระตุ้นให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมพัฒนาทักษะการคิดสร้างสรรค์ ทักษะการแก้ปัญหาด้วยการปฏิสัมพันธ์กับสื่อหลากหลายช่องทาง (Transmedia Play) ใช้กระบวนการเล่นกับสื่อที่อยู่รอบตัวเพื่อออกแบบการเรียนรู้ให้กับเด็กได้ (Alper & Herr-Stephenson, 2013)

งานวิจัยนี้มีเป้าหมายในการศึกษาการพัฒนากระบวนการคิดของผู้ผลิตสื่อด้วยการใช้กระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling) และ การใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาสร้างเป็นกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาการคิดสร้างสรรค์ที่เป็นระบบ สามารถวิเคราะห์และออกแบบ การใช้ประโยชน์จากสื่อและการสื่อสารแต่ละรูปแบบและหลากหลายช่องทางในการสื่อสารเพื่อผลิตสื่อที่สร้างสรรค์ และสามารถสื่อสารประเด็นทางสังคมได้ โดยงานวิจัยเสนอโมเดลการเรียนรู้ในการพัฒนาทักษะการคิดและรู้เท่าทันสื่อหลากหลายแพลตฟอร์มเพื่อพัฒนาผู้ผลิตสื่อ

## วัตถุประสงค์

สร้างโมเดลต้นแบบในการพัฒนาผู้ผลิตด้วยกระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อและการผสมผสานกระบวนการคิดเชิงออกแบบ ในการพัฒนาทักษะการคิดและทักษะการเล่าเรื่องข้ามสื่อเพื่อผลิตสื่อสร้างสรรค์ และพัฒนาเป็นคู่มือในการพัฒนาผู้ผลิต

## ทบทวนวรรณกรรม

### แนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling)

การสื่อสารข้ามสื่อ มี 2 รูปแบบคือ 1) การข้ามสื่อ (Cross-media) ที่เป็นการผลิตสื่อหนึ่งเรื่องแล้วขยายการนำเสนอไปในหลายช่องทาง (One Story in Many Platforms) ที่มีการดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ทำให้รับสารได้หลากหลายมากขึ้น เข้าถึงกลุ่มคนที่แตกต่างกัน แต่จะมีจุดโฟกัสของเรื่องในประเด็นเดียวกัน และ 2) การสร้างโลกของการเล่าเรื่อง (Transmedia) เป็นการผลิตสื่อหลายเรื่องแล้วก็ขยายการนำเสนอไปในหลายช่องทาง Moloney (2018) และ Srisaracam (2018) อธิบายกลยุทธ์การผลิตเนื้อหาข้ามสื่อที่ครอบคลุมทั้งการออกแบบกระบวนการทำงาน การผลิตเนื้อหาสำหรับแต่ละแพลตฟอร์ม ลำดับ และวิธีในการเผยแพร่เนื้อหา และการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสารบนทุกช่องทาง ด้วยวิธีการ 1) เนื้อหาประเภทดัดแปลงเรื่องและนำมาเล่าใหม่เพื่อดึงความสนใจเฉพาะของเรื่องและดึงประสบการณ์ร่วมของคน 2) เนื้อหาประเภทสร้างใหม่เฉพาะแต่ละแพลตฟอร์ม ที่การขยายต่อการเล่าเรื่องมานำเสนอเรื่องที่เข้าถึงกลุ่มคนที่แตกต่าง แต่สามารถนำมาเชื่อมโยงเสริมกัน ให้การเล่าเรื่องขยายเพิ่มได้จำนวนมากและเนื้อหาที่สามารถดึงดูดคนให้แชร์และสามารถการเข้ามาดูย้อนหลังได้ 3) เนื้อหาประเภทโปรโมทข้ามสื่อที่เชิญชวนให้เกิดการเข้าไปดู และ (4) เนื้อหาประเภทสร้างความผูกพัน สร้างบทสนทนาและสร้างประสบการณ์ร่วม

Jenkins (2010a) นิยามการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia) ว่าเป็น การเล่าเรื่องบนหลายแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างประสบการณ์ที่รวมเป็นหนึ่งเดียวสู่หัวใจของเรื่อง มีกรอบแนวคิดเกี่ยวกับทรานส์มีเดียไว้ 7 หลักสำคัญ คือ

1. ความสามารถในการกระจายกว้าง (Spreadability) และ ความสามารถในการเจาะลึก (Drillability) คือ การกระจายเนื้อหาให้เข้าถึงคนได้ในวงกว้าง ในขณะที่เดียวกันมีลักษณะของการต่อยอดเนื้อหาให้เจาะลึกเพิ่มได้ตามความสนใจ

2. การสร้างความต่อเนื่องของเรื่องราว (Continuity) และการสร้างเรื่องราวที่หลากหลาย (Multiplicity) ทำเนื้อหาให้ต่อเนื่อง เชื่อมโยง และหลากหลาย โดยที่การสร้างต่อเนื่องของเรื่องราว คือ “การทำให้เรื่องต่อเนื่องไม่รู้จบ” เนื้อหาที่แตกออกเป็นหลายเรื่องทุกส่วนโยงมาหากันด้วยการสร้างสื่อที่มีปฏิสัมพันธ์ ส่วนการสร้างเรื่องราวที่หลากหลาย หมายถึง ความหลากหลายทั้งประเด็น การเล่าเรื่อง การนำเสนอ แพลตฟอร์ม ประสบการณ์ของผู้รับ

3. ประสบการณ์ร่วมกับเนื้อหา (Immersion) และความสามารถในการเชื่อมโยงไปใช้ในชีวิตจริง (Extractability) การสร้างประสบการณ์ในการรับเนื้อหารูปแบบต่าง ๆ โดยการสร้างประสบการณ์ร่วมกับเนื้อหาทำให้คนมีปฏิสัมพันธ์ ผูกพัน อยากมีส่วนร่วม กับเนื้อหา อยากเข้ามารับรู้เรื่องราว ส่วนความสามารถในการเชื่อมโยงไปใช้ในชีวิตจริงคือ การทำให้คนหยิบเอาสิ่งบางอย่างจากโลกเนื้อหาออกไปสู่ชีวิตจริง อาจจะเป็นสิ่งของ ของที่ระลึก หรือแม้แต่เรื่องราวที่เขา กลับไปใช้ในชีวิตจริงได้

4. การสร้างโลกเนื้อหา (Worldbuilding) คือ การสร้างโลกของเรื่องราว เนื้อหา ตัวละคร หลายเรื่อง หลายตัวละคร หลายมุมมองให้โลกทับซ้อนกลายเป็นเรื่องเดียวกัน แล้วสื่อสารเนื้อหาภายในโลกเนื้อหาออกมาได้หลายรูปแบบ และผ่านหลายช่องทาง โดยมี “จุดเปิด” (Entry Points) ตอบสนองความต้องการและ

ความสนใจให้เขามาสู่เนื้อหาในช่องทางที่แตกต่างกัน

5. ความสามารถในการต่อยอดเรื่องราวต่อเนื่องกัน (Seriality) คือ การสร้างเรื่องเล่าที่ไม่รู้จบสามารถขยายเรื่องราวไปที่หลายแพลตฟอร์ม เพื่อสร้างความผูกพันกับผู้รับสารที่แตกต่าง และทำให้เรื่องดำเนินไปในระยะยาว

6. สร้างเรื่องราวจากหลากหลายมุมมอง (Subjectivity) คือ มองเรื่องได้จากหลายมุม การสร้างเรื่องราวของตัวละคร เบื้องหลังของเรื่องราว การมองเรื่องมาจากมุมที่แตกต่าง สร้างแพลตฟอร์มให้ตัวละครแสดงออก

7. ผู้รับสารเป็นผู้เล่าเรื่องราว (Performance) หรือบางครั้งเรียกว่า เนื้อหาโดยแฟน (Fan Content) การทำให้คนมารวมตัวกันกลายเป็นชุมชนของกลุ่มคนที่สนใจในเรื่องเดียวกัน มีการปฏิสัมพันธ์ สร้างเนื้อหาเพื่อต่อยอดเรื่องราวของผู้ผลิตในมุมมองของผู้รับสาร

Pratten (2015) อธิบาย กระบวนการสร้าง Transmedia Project ว่าประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ 1) เรื่องราว (Story) คือ ประเด็นที่ต้องการสื่อสาร รูปแบบในการสื่อสาร ผู้สร้างพัฒนาเรื่องราวที่ต่อยอดออกจากเรื่องหลัก โดยตัวละคร สถานที่ มุมมองของเรื่องราว และการให้รายละเอียดเพิ่มเติม และเชื่อมทุกเรื่องราวเข้าหากัน 2) ประสบการณ์ (Experience) การออกแบบประสบการณ์ให้คนมีส่วนร่วมกับการเรื่องราวท้าทายให้มีการแสดงออก ปฏิสัมพันธ์ ร่วมสร้างเนื้อหา 3) ผู้รับสาร (Audience) การวิเคราะห์ผู้รับสารและออกแบบเนื้อหาสำหรับผู้รับสารแต่ละกลุ่มที่ต่างกัน และมีกระบวนการมีส่วนร่วม 4) ช่องทางการสื่อสาร (Platforms) การเลือกใช้แพลตฟอร์มในการสื่อสารให้สามารถสร้างประสบการณ์ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่ต่างกัน และมีการออกแบบการเดินทางข้ามสื่อในการรับรู้เนื้อหาจากหลากช่องทาง 5) รูปแบบธุรกิจการหารายได้ (Business model) รูปแบบอะไรในการหาทุน และหารายได้ และ 6) การดำเนินการ (Execution) ในการสร้างเนื้อหา วางกลยุทธ์ในการเผยแพร่ และเผยแพร่เนื้อหาให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย มีส่วนร่วม และเชื่อมโยงเนื้อหาจากทุกส่วนเข้าหากันของเรื่องร่วมกัน

### แนวคิดเกี่ยวกับทักษะการคิด

แนวคิดของการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่นำมาใช้ในการคิดค้นนวัตกรรมทางสังคม Cairns (2017) ด้วยการคิดถึงการตอบโจทย์ผู้ใช้ปลายทางเป็นสำคัญ กระบวนการคิดโดยการใช้องค์ความรู้จากปัญหาจาก โจทย์ของกลุ่มเป้าหมาย เป็นการให้ความสำคัญกับ มนุษย์เป็นศูนย์กลางของการคิด การคิดเชิงออกแบบ มีประกอบด้วย 5 ขั้นตอนสำคัญ (Plattner, 2010) ได้แก่ การทำความเข้าใจปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย เชิงลึก (empathize) ตีความปัญหา (define) การ ระดมจินตนาการแบบไร้ขีดจำกัด (ideate) สร้าง ต้นแบบ (prototype) และการทดสอบต้นแบบ (test) โดยให้ความสำคัญกับการคิดที่หลากหลาย โดยไม่ จำกัดความคิดเพื่อสร้างต้นแบบ และนำไปทดลอง ประเมินผลเพื่อให้ได้ผลตอบรับ (Feedback) ที่นำมา พัฒนานวัตกรรมที่จะตรงใจผู้ใช้มากที่สุด การทำความเข้าใจ ปัญหาของกลุ่มเป้าหมายเชิงลึก

กระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เน้นให้ผู้คิดวิเคราะห์ผู้ใช้อย่างละเอียดและเป็นระบบ เพื่อค้นหาทางออก (Solution) หรือ การแก้ปัญหา (Problem-solving) เพื่อให้เห็นมิติของปัญหาที่กว้างขึ้น หลากมิติขึ้นไปสู่การทำต้นแบบ และการทดลอง เป็นการทำให้ผู้คิดท้าทายความคิดใหม่ ๆ (Meinel & Leifer, 2012; Razzouk & Shute, 2012; Gürsoy, 2020) กระบวนการคิดเชิงออกแบบเมื่อใช้กับการ ออกแบบสื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการระดมความรู้ การ เรียนรู้ระหว่างคนที่คิดด้วยกัน ทำให้เกิดการลงมือทำ ร่วมกัน (Collective Action) และกระบวนการร่วมมือ ในการผลิตสื่อซึ่งทำให้การสร้างเนื้อหาข้ามสื่อแบบมี ความเป็นไปได้มากขึ้น อีกประเด็นที่สำคัญคือ การคิด เชิงออกแบบเป็นกระบวนการที่ทำให้คิดโดยมีคนเป็น ศูนย์กลาง ดังนั้นการคิดเพื่อสร้างการมีส่วนร่วม และ ตอบโจทย์ผู้รับสารในการผลิตสื่อจึงสามารถออกแบบ โลกของเนื้อหาที่คนเป็นส่วนหนึ่งของเรื่องราวได้

นอกจากนั้นการคิดเชิงออกแบบยังเป็นเครื่องมือ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง วิวัฒนาการและนวัตกรรม สู่รูปแบบใหม่ ๆ ของการใช้ชีวิตและการจัดการธุรกิจ รูปแบบใหม่ กระบวนการคิดเชิงออกแบบนี้เป็น เครื่องมือในการคิดแบบหาทางแก้ไขปัญหาในเชิงธุรกิจ บริการ และกระบวนการทำงานรูปแบบต่าง ๆ ได้ โดยเป็นกระบวนการที่เชื่อมกระบวนการคิดที่ทำให้ เกิดกระบวนการคิดนวัตกรรมและสร้างสรรค์ ในกระบวนการเชิงธุรกิจที่ออกจากกรอบเดิมของ ธุรกิจเดิม ด้วยการวางแผนและการแก้ปัญหาอย่าง มีเหตุผล (Tschimmel, 2012) ดังนั้นเมื่อนำมาใช้ กับกระบวนการคิดของผู้ผลิตสื่อ นอกจากจะเกิด ประโยชน์ในการคิดเนื้อหาแล้ว ยังทำให้ผู้ผลิตได้คิด แก้ไขโจทย์ในเชิงธุรกิจ ได้แก่ ที่มาของต้นทุนและรายได้ ในการผลิตสื่อด้วย

### แนวคิดเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันการข้ามสื่อ (Transmedia Literacy)

โครงการศึกษาทักษะการรู้เท่าทันการข้ามสื่อ ทำการศึกษาใน 8 ประเทศเพื่อหาทักษะการเข้าใจ สื่อแบบหลากหลายแพลตฟอร์มและการพัฒนาทักษะสู่การ เรียนรู้ของวัยรุ่น (Scolari, 2018) ที่ระบุว่า ทักษะการ เล่าเรื่องข้ามสื่อเป็นชุดของความสามารถที่เกี่ยวข้อง เพื่อผลิตสื่อแบบหลายช่องทาง ประกอบด้วย

1. ทักษะในการผลิต ทั้งการวางแผน การผลิต สื่อหลากหลายช่องทาง การคิดสร้างสรรค์ และคิดวิเคราะห์ เพื่อสร้างสื่อที่มีความเชื่อมโยงหลายแพลตฟอร์ม และการบริหารจัดการเนื้อหา
2. ทักษะในการจัดการสังคม คือ ความสามารถในการสื่อสาร การมีส่วนร่วมโดยเฉพาะบนสื่อสังคม ออนไลน์ รู้ว่าจะปฏิสัมพันธ์กับสื่อ เนื้อหา และกลุ่มคน
3. ทักษะในการแสดงออก ความสามารถในการแสดงออกทางกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อ สื่อสารและมีส่วนร่วมในสิ่งที่ต้องการ
4. ทักษะในการเข้าใจสื่อและเทคโนโลยี ความสามารถในการใช้ทักษะต่าง ๆ พัฒนาให้เกิดความรู้



และสามารถเกิดพฤติกรรมที่มาจากความรู้ที่พัฒนาได้นั้น โดยต้องมีความสามารถในการวิเคราะห์ บรรยาย เปรียบเทียบ ประเมิน และเลือกปฏิบัติในการประยุกต์ใช้ความรู้ได้

5. ทักษะในการเล่าเรื่อง การตีความเรื่องราว โครงสร้าง และรูปแบบการเล่าเรื่อง ความสามารถในการสร้างสื่อและรูปแบบการเล่าเรื่องจากกระบวนการวิเคราะห์และประเมินข้อมูล

6. ทักษะการอุดมการณ์และจริยธรรม ทักษะในการแยกแยะและวิเคราะห์การนำเสนอตัวแทนแบบเหมารวม และประเด็นทางจริยธรรม

7. ทักษะการป้องกันความเสี่ยง ความสามารถในการวิเคราะห์ และประเมินความเสี่ยงของสิทธิส่วนบุคคลและความปลอดภัย

## วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative methodology) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. แหล่งข้อมูลในการวิจัย ได้แก่ 1) กลุ่มคนอายุ 18-24 ปี ทั้งในบริบทของการเป็นผู้รับสาร และเป็นผู้ผลิตสื่อหน้าใหม่ จำนวน 111 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการและผลิตสื่อการเล่าเรื่องข้ามสื่อ และ 2) กลุ่มผู้ผลิตสื่อที่มีอาชีพด้านข่าวและรายการโทรทัศน์ นักขับเคลื่อนสังคมและนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ เป็นกลุ่มทดลองชุดการเรียนรู้ จำนวน 92 คน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้เข้าร่วมการอบรมเชิงปฏิบัติการ

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ การอบรมเชิงปฏิบัติการการเล่าเรื่องข้ามสื่อและการคิดเชิงออกแบบ (Transmedia & Design Thinking) โดยออกแบบกระบวนการด้วยการใช้กระบวนการของการคิดเชิงออกแบบ และใช้เครื่องมือกระตุ้นความคิด เช่น การคิดกับตัวเอง (Silent Brainstorm) การระดมสมองกลุ่ม (Group Brainstorm) ผสมผสานกระบวนการออกแบบเนื้อหาข้ามสื่อ ประกอบด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสาร

การคิดประเด็นเนื้อหาหลากหลายรูปแบบ หลากประเด็น การคิดประสบการณ์และปฏิสัมพันธ์ และการวางแผนสื่อหลากหลายช่องทาง นอกจากนั้นมีการใช้แบบสังเกตพฤติกรรมจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ แบบสังเกตจากกระบวนการผลิตสื่อและการเล่าเรื่องข้ามสื่อของกลุ่มตัวอย่าง แบบสำรวจตัวเองหลังการอบรมและการผลิตสื่อ และการสนทนากลุ่มถอดบทเรียนกระบวนการออกแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อกับการพัฒนาทักษะความคิดของผู้ผลิต

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

3.1 การอบรมเชิงปฏิบัติ โดยกระบวนการทดลองการใช้การคิดเชิงออกแบบ และการคิดเนื้อหาแบบข้ามสื่อผสมผสานกัน เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์โจทย์และประเด็นสังคม วิเคราะห์ผู้รับสาร เพื่อให้การทำสื่ออยู่บนพื้นฐานข้อมูล ผู้รับสารที่ตอบโจทย์การรับรู้ได้จริงอย่างมีเหตุผล มีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสำรวจตัวเองหลังการอบรมว่า กระบวนการมีการพัฒนาทักษะการคิดในรูปแบบใด โดยสร้างแบบประเมินเป็นคำถามตามลักษณะของการคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) การคิดเชิงวิเคราะห์ (Analytical thinking) การคิดเชิงวิพากษ์ (Critical thinking) และการคิดเชิงนวัตกรรม (Innovative thinking)

3.2 เก็บข้อมูลจากผู้ร่วมพัฒนานวัตกรรมสื่อ จากข้อมูลในการประเมินตนเอง จากการอบรมเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยนำมาจำแนกให้มีความละเอียดในแต่ละประเด็น เพื่อพัฒนาเป็นแบบสังเกตการณ์ และแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ผลิตที่เข้าร่วมโครงการพัฒนานวัตกรรมการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (3 โครงการย่อยจากโครงการพัฒนานวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์) เกี่ยวกับทักษะการคิดรูปแบบต่าง ๆ เกิดขึ้นผ่านกระบวนการในการพัฒนานวัตกรรมการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

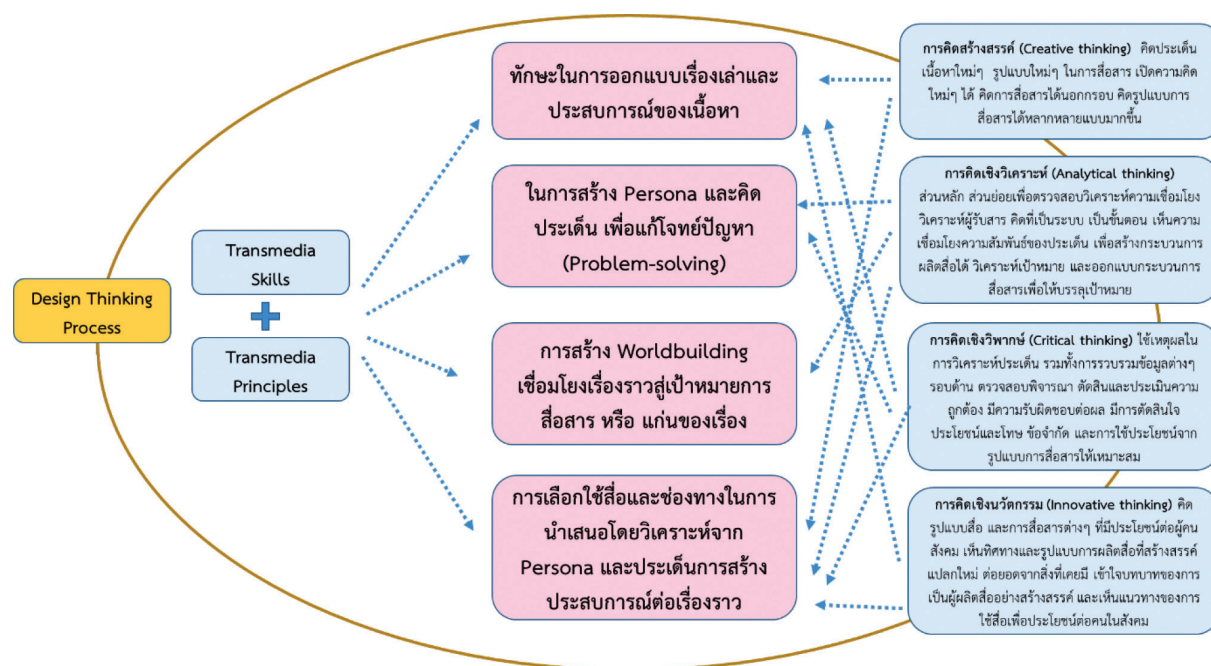
3.3 พัฒนาชุดการเรียนรู้และทดลองเครื่องมือพัฒนาผู้ผลิตสื่อ นำข้อมูลจากข้อ 3.1-3.2

พัฒนาเป็นโมเดลการพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ เป็นโมเดลต้นแบบใหม่ที่ผสมผสานสองการคิดระหว่างการคิดออกแบบและการคิดเล่าเรื่องข้ามสื่อเข้าด้วยกัน นำไปทดสอบการอบรมกับกลุ่มผู้ผลิตสื่อ เพื่อประเมินพัฒนาทักษะการเล่าเรื่องข้ามสื่อให้กับผู้ผลิตสื่อ และเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่มและการสังเกตจากกระบวนการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลจากทักษะและการพัฒนาการคิด การออกแบบ และการผลิตสื่อ พัฒนาเป็นต้นแบบ (โมเดล) การพัฒนาทักษะผู้ผลิตสื่อด้วยกระบวนการการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

### ผลการวิจัย

ผลจากการพัฒนากระบวนการบ่มเพาะทักษะการคิดผ่านการเล่าเรื่องข้ามสื่อกับกลุ่มนักศึกษาอายุ 18-24 ปี



ภาพที่ 1 ภาพองค์ประกอบเนื้อหาทักษะการพัฒนาการคิดผ่านการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

การพัฒนากระบวนการพัฒนาทักษะการคิดผ่านกระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อและการคิดเชิงออกแบบ เนื่องจากแนวคิดกลยุทธ์เนื้อหาข้ามสื่อ มีความซับซ้อนและต้องใช้การคิดวิเคราะห์ วิพากษ์สร้างสรรค์ และการคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อสร้างโลกเนื้อหา (Worldbuilding) ที่เน้นประสบการณ์ของผู้รับสาร และการสร้างเรื่องเล่าจำนวนมากที่ผู้รับสารสามารถเดินทางไปยังสื่อต่าง ๆ เพื่อต่อร้อยประสบการณ์เหมือนจิ๊กซอว์ที่ได้ภาพประสบการณ์ที่ครบถ้วน ในการพัฒนากระบวนการพัฒนาทักษะจึงพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในกิจกรรม Design Thinking and Transmedia Storytelling สำหรับกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยมีกรอบของทักษะที่ต้องการพัฒนาผ่านกระบวนการ ดังภาพที่ 1

ผู้เข้าร่วมกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมของ ทั้ง 3 โครงการ โครงการที่ 1 สถาบันการจัดการ ปัญญาภิวัฒน์ โครงการที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏ เชียงราย และโครงการที่ 3 และมหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ พบว่า ผลประเมินตนเองของผู้เข้าอบรม เจริญปฏิบัติการ ได้ต่อไป

1. ค่าเฉลี่ยทั้ง 3 โครงการอยู่ในระดับมาก โดย การคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 การคิดเชิงนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ย 4.25 การคิดเชิงวิพากษ์ มีค่าเฉลี่ย 4.23 และการคิดเชิงวิเคราะห์ มีค่าเฉลี่ย 4.22 ตามลำดับ

2. การคิดสร้างสรรค์ ปัจจัยที่มีระดับการพัฒนา ได้แก่ 1) มีจินตนาการในการคิดประเด็น และรูปแบบ ที่จะสื่อสาร (4.33 อยู่ในระดับมาก) 2) เกิดการคิด ประเด็นเนื้อหาใหม่ ๆ เห็นมุมมองของเรื่องที่จะสื่อสาร ได้แตกต่าง (4.32 อยู่ในระดับมาก) 3) การคิดในรูปแบบ ใหม่ ๆ ในการสื่อสาร 4.30 อยู่ในระดับมาก 4) ไม่ยึดติด กับความคิดเดิมของตัวเอง เปิดความคิดใหม่ ๆ ได้ (4.29 อยู่ในระดับมาก) 5) คิดการสื่อสารได้นอก กรอบ มองเห็นสิ่งใหม่ กระบวนการใหม่ในการสื่อสาร ประเด็น (4.24 อยู่ในระดับมาก) และ 6) คิดรูปแบบ การสื่อสารได้หลากหลายแบบมากขึ้น (4.24 อยู่ใน ระดับมาก) ตามลำดับ

3. การคิดเชิงนวัตกรรม ปัจจัยที่มีระดับการ พัฒนาแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) เข้าใจ บทบาทของการเป็นผู้ผลิตสื่ออย่างสร้างสรรค์ และ เห็นแนวทางของการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ต่อคนใน สังคม (4.34) 2) คิดรูปแบบสื่อ และการสื่อสารต่างๆ ที่มีประโยชน์ต่อผู้คน สังคม ที่เป็นรูปธรรมและนำไป พัฒนาใช้ได้จริง (4.24) และ 3) เห็นทิศทางและรูปแบบ การผลิตสื่อที่สร้างสรรค์ แปลกใหม่ ต่อยอดจากสิ่งเดิม เพื่อการขับเคลื่อน ประเด็นด้วยการสื่อสารได้ (4.24) ตามลำดับ

4. การคิดเชิงวิพากษ์ ปัจจัยที่มีระดับการ พัฒนาแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) มี การคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารเพื่อให้ได้ เป้าหมายอย่างมีความรับผิดชอบต่อผลที่เกิดขึ้น

(4.31) 2) มีการตัดสินใจประโยชน์และโทษ ข้อ จำกัด และการใช้ประโยชน์จากรูปแบบการสื่อสารให้ เหมาะสม (4.24) 3) ใช้เหตุผลในการวิเคราะห์ประเด็น รวมทั้งการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ รอบด้าน (4.20) และ 4) มีการสำรวจองค์ประกอบอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อ ข้อสรุป เพื่อตรวจสอบพิจารณา ตัดสิน และประเมิน ความถูกต้อง (4.17) ตามลำดับ

5. การคิดเชิงวิเคราะห์ ปัจจัยที่มีระดับการ พัฒนาแต่ละประเด็นอยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) มี กระบวนการคิดที่เป็นระบบ เป็นขั้นตอน วิเคราะห์ เหตุ และเป้าหมายที่ต้องการได้ (4.29) 2) วิเคราะห์ เป้าหมาย และออกแบบกระบวนการสื่อสารเพื่อให้ บรรลุเป้าหมายการสื่อสารได้ชัดเจนขึ้น (4.27) 3) วิเคราะห์ประเด็น เห็นความเชื่อมโยงความสัมพันธ์ ของประเด็น เพื่อสร้างกระบวนการผลิตสื่อได้ (4.22) 4) แยกแยะส่วนต่าง ๆ ออกเป็นส่วนหลัก ส่วนย่อยเพื่อ ตรวจสอบวิเคราะห์ความเชื่อมโยง หรือความสัมพันธ์ ของเนื้อหาต่าง ๆ ได้ (4.21) และ 5) วิเคราะห์ผู้รับสาร และเข้าใจความเชื่อมโยงต่อการสื่อสาร และสร้างการ มีส่วนร่วมต่อประเด็นได้ (4.12) ตามลำดับ

การเก็บข้อมูลจากการสังเกตพบว่า ระหว่าง กระบวนการผู้ผลิตมีการแลกเปลี่ยน แสดงความเห็น ได้หลากหลาย การใช้การคิดกับตัวเอง (Silent Brainstorm) ก่อนระดมสมองแบบกลุ่ม (Group Brainstorm) เป็นเครื่องมือที่ทำให้ทุกคนได้พูดคุยกัน กล้าแลกเปลี่ยน การเขียนลง Post-it ลดกำแพงของ การไม่กล้าพูดแสดงความเห็น และเมื่อคิดกับตัวเอง แล้วกลับเข้ากลุ่ม บรรยายภาศจึงมีส่วนร่วมมากขึ้น ในการคิด

กระบวนการทดสอบต้นแบบกับตัวแทนผู้รับสาร กลุ่มเป้าหมาย การที่คนไม่ซื้อไอเดียเกิดจากยังไม่ สามารถทำให้รู้สึกอยากมีส่วนร่วม ผู้วิจัยวิเคราะห์ พบว่า ในกระบวนการแม้เรามีการวางเนื้อหาและ ประสพการณ์ แต่ยังขาดการวางพฤติกรรมลงมือ ทำ (Action) ของผู้รับสาร ทำให้เกิดข้อจำกัดในการ คิดวิเคราะห์เพื่อเลือกใช้สื่อที่จะทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์



กับผู้รับสาร ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการทำให้เกิดประสบการณ์ และนำไปสู่พฤติกรรมตามเป้าหมายการสื่อสาร

การสนทนากลุ่มกับผู้ผลิตต้นแบบ 18-24 ปี หลังจากนำไปพัฒนางานนวัตกรรมการเล่าเรื่องข้ามสื่อจริงพบว่า กระบวนการคิดเชิงออกแบบช่วยในการตีโจทย์ วิเคราะห์ปัญหา ทำให้คิดเป็นระบบในการออกแบบสื่อ การเล่าเรื่องข้ามสื่อที่ซับซ้อนสามารถออกแบบได้เป็นกระบวนการขั้นตอน และคำนึงถึงผู้รับสารมากขึ้น โดยได้วิธีคิดคือ “ต้องเล่าเรื่องให้ตรงกับผู้รับสาร เล่าง่าย เชื่อมโยงเรื่องราวได้ ใกล้ชิด และให้นำไปใช้ประโยชน์ต่อได้” และพบว่า การเชื่อมโยงเนื้อหาหลากหลายช่องทางที่สร้างการมีส่วนร่วมทำให้เกิดพลังในการกระตุ้นการคิดและพฤติกรรมของคนได้

#### ผลจากการทดสอบต้นแบบ (โมเดล) กระบวนการ Transmedia and Design Thinking

เมื่อทดสอบกระบวนการที่ผสมผสานกระบวนการ Transmedia and Design Thinking นักวิจัยพบว่า มีกระบวนการและเครื่องมือหลายตัวที่สามารถนำมาใช้เพื่อกระตุ้นการคิด ทำงานกลุ่ม และไปสู่การวางกลยุทธ์เนื้อหาได้ แต่ต้องยึดโครงหลักของการคิดแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling Principles) ของ Jenkins (2010a) มาเป็นกรอบผสมผสานเครื่องมือของการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) กลายเป็นกระบวนการพัฒนาทักษะการคิดและวางแผนการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ประกอบด้วยการออกแบบ 3 ส่วนคือ การออกแบบเรื่องเล่า (Narrative Design) การออกแบบปฏิสัมพันธ์

และประสบการณ์ (Engagement & Experience Design) และการออกแบบการใช้สื่อ (Media & Distribution Design)

กระบวนการในการพัฒนาการคิด จะมี 3 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนแรกคือ การคิดถึงเรื่องเล่า (Stories) เพื่อแตกเนื้อหาจำนวนมาก หาแก่นเรื่อง เป้าหมายหลักของการสื่อสาร เลือกเรื่องหลัก เรื่องรองที่ขยายต่อและเล่าเรื่องได้หลายมุมมอง คือ “การสร้างเรื่องเล่าจำนวนมาก” (Multiple Stories) โดยต้องวิเคราะห์จากผู้รับสารหลายกลุ่ม

ขั้นตอนที่สองคือ เลือกใช้สื่อและเทคโนโลยีที่จะนำเสนอเรื่องราว สร้างประสบการณ์ และทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ หรือพฤติกรรมบางอย่างที่สอดคล้องกับเป้าหมายการสื่อสาร

ขั้นตอนที่สามคือ การออกแบบเรื่องราว และช่องทางการสื่อสาร โดยนำเรื่องที่จะเล่ามาวางแผนเผยแพร่เนื้อหา กำหนดสื่อและช่องทางการเผยแพร่เนื้อหา เริ่มจากเนื้อหาที่เป็น entry point และวางความเชื่อมโยงของแต่ละเนื้อหาให้เกิดเป็นการเดินทางของผู้รับสาร (Audience Journey) ในการร้อยประเด็นเรื่องราวเข้าหากันผ่านหลายสื่อหลายช่องทาง

นักวิจัยได้ทดลองกระบวนการกับกลุ่มผู้ผลิตสื่อ ผู้สื่อข่าว นักขับเคลื่อนสังคม นักวิชาการ สื่อท้องถิ่น นักศึกษา รวมจำนวน 92 คน ผลจากการประเมินการพัฒนาทักษะการคิดพบว่า ร้อยละ 90 ของผู้ผ่านกระบวนการอบรมมีการพัฒนาความคิดเชิงสร้างสรรค์ และความคิดเชิงนวัตกรรมมากที่สุด



ภาพที่ 2 ต้นแบบ (โมเดล) องค์ประกอบในการออกแบบเนื้อหาการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

การถอดบทเรียนจากการสังเกตและสนทนากลุ่มพบว่า การพัฒนากระบวนการที่ผสมแนวคิดการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ในส่วนของการตั้งกระบวนการคิดที่ใช้ผู้รับสารเป็นศูนย์กลางมาออกแบบการเล่าเรื่อง ผสมกับการคิดตามหลักของการเล่าเรื่องข้ามสื่อ จึงได้กระบวนการที่มีความเฉพาะที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนา 1) กระบวนการคิดผลิตสื่อ 2) การคิดเพื่อใช้สื่อหลากหลายช่องทางให้เกิดประสิทธิภาพ 3) การคิดสื่อเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้รับสารและคนในสังคม 4) การคิดสื่อเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและเกิดพฤติกรรมตามเป้าหมายได้จริงในชีวิตจริง

### อภิปรายผล

จากผลการศึกษาของงานวิจัยนี้ การออกแบบ 3 ส่วนคือ การออกแบบเรื่องเล่า (Narrative Design) การออกแบบปฏิสัมพันธ์และประสบการณ์ (Engagement & Experience Design) และการออกแบบการใช้สื่อ (Media & Distribution Design) สอดคล้องกับ Moloney (2018) ศึกษาการใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบกับการพัฒนาเนื้อหาข่าว โดยใน

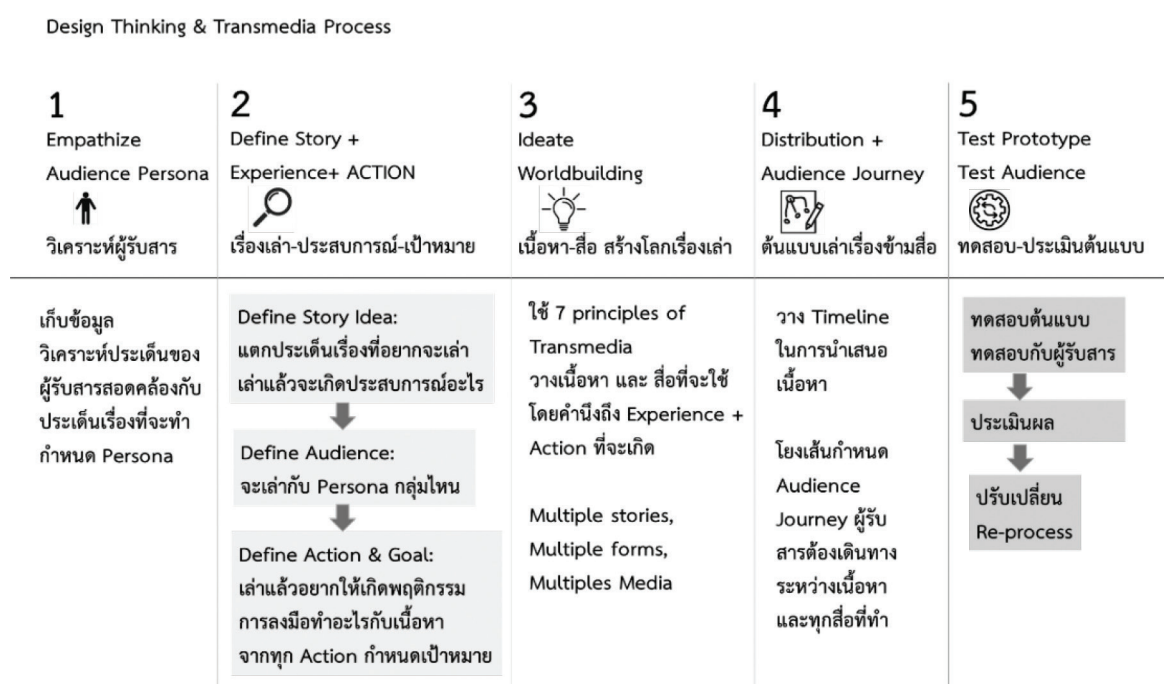
กระบวนการประกอบด้วย การสร้างโลกเนื้อหา การสร้างจุดเปิดเข้าเรื่องและจุดเชื่อมเนื้อหาจำนวนมาก การขยายประเด็นเรื่อง กระบวนการขั้นตอนในการนำเสนอเนื้อหา ช่องทางสื่อที่ใช้รูปแบบการเล่าเรื่อง และการทำให้คนมีส่วนร่วมและสนทนากับประเด็นต่าง ๆ นั้น และรายได้ที่จะได้จากการทำการเล่าเรื่องข้ามสื่อ ซึ่งเขาพบว่า การประยุกต์ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบคือ กระบวนการที่ช่วยให้สร้างโลกเนื้อหา วางเนื้อหา และองค์ประกอบในการสื่อสาร และจัดการกระบวนการเผยแพร่สู่ผู้รับสารในวงกว้างได้ โดยใช้เครื่องมือที่ทำความเข้าใจความต้องการของคน และใช้ประโยชน์เทคโนโลยี ในกระบวนการคิดออกแบบเชิงสร้างสรรค์ทำให้ทีมข่าวสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงลึกกับผู้รับสารได้ และรักษาความสนใจและการมีส่วนร่วมต่อประเด็นได้ในระยะยาวมากขึ้น และการออกแบบที่เหมาะสมกับผู้รับสารทำให้เนื้อหาไปถึงผู้รับสารซึ่งทำให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลนั้นได้

กระบวนการคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อเป็นการออกแบบกลยุทธ์เนื้อหาที่มีความซับซ้อน ต้องการวางแผนเรื่องและการเชื่อมโยงเนื้อหาเข้าหากัน และจำเป็นที่ต้องมีความร่วมมือในการทำงานกับคน

หลายกลุ่ม เพื่อสามารถสร้างโลกเนื้อหาที่ซับซ้อนได้ กระบวนการคิดและทำความเข้าใจจึงเป็นปัญหาสำคัญนักเล่าเรื่อง นักผลิตสื่อบางส่วน การคิดค้นกระบวนการอธิบายและพัฒนาการเล่าเรื่องข้ามสื่ออย่างเป็นระบบจะช่วยให้ผู้ผลิตสื่อ พัฒนาทักษะและออกแบบเนื้อหาได้ตามเป้าหมายมากขึ้น เช่นเดียวกับงานวิจัยพัฒนา Transmedia Journalism Toolkit (Gürsoy, 2020) ที่ใช้กระบวนการคิดเชิงออกแบบ พัฒนาเครื่องมือการคิดงานข่าวโดยมีองค์ประกอบ 4 ส่วนคือ 1) การเลือกประเด็นหลัก 2) การเลือกช่องทางสื่อสาร รูปแบบการเล่าเรื่อง และการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงลึก (Engagement) กับผู้รับสาร 3) การพิจารณากรอบจริยธรรมในการทำข่าว และ 4) การกำหนดโครงสร้างเรื่องและการเผยแพร่

เนื้อหา ซึ่งจากการทดลองใช้เครื่องมือในการอบรมพัฒนาพบว่า กระบวนการคิดที่ซับซ้อนทำให้เข้าใจอย่างมีประสิทธิภาพ คนข่าวมองเห็นการทำงานร่วมกับทีมอื่นในกองบรรณาธิการทำให้เกิดความร่วมมือกัน คนข่าวปรับตัวกระบวนการทำงาน และทำให้เกิดการทำเนื้อหาข้ามสื่อที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารได้

งานวิจัยนี้พัฒนากระบวนการที่ต่อยอดจากองค์ความรู้การพัฒนาที่มีการศึกษามาก่อนหน้านี้ โดยออกแบบกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ผสมผสานกับหัวใจในเรื่องการออกแบบเรื่องเล่า ออกแบบประสบการณ์ และออกแบบสื่อที่ใช้สื่อสาร ให้ความสำคัญเชื่อมโยงข้ามสื่อตามหลักคิดของการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia) ได้กระบวนการในการพัฒนาผู้ผลิต และพัฒนาสื่อ ดังนี้



ภาพที่ 3 โมเดลการพัฒนาเนื้อหาการเล่าเรื่องข้ามสื่อด้วยการคิดเชิงออกแบบ

โมเดลการพัฒนาเนื้อหาการเล่าเรื่องข้ามสื่อด้วยการคิดเชิงออกแบบ ประกอบด้วยกระบวนการดังนี้

กระบวนการที่ 1 ขั้นตอน empathize เป็นขั้นตอนในการวิเคราะห์หาข้อมูลของผู้รับสารเชิงลึก

การวิเคราะห์ประเด็นของผู้รับสารที่สอดคล้องกับเรื่องที่เราต้องการจะสื่อสารแล้วกำหนดออกมาเป็น Persona หรือตุ๊กตาต้นแบบ

กระบวนการที่ 2 คือ การออกแบบ เนื้อหา-ประสบการณ์-การลงมือทำ ของผู้รับสารที่แบ่ง

กลุ่มความแตกต่างในรายละเอียดที่ชัดเจนเป็น segmented audience แตกประเด็นเรื่องที่ยากจะเล่าให้มีจำนวนมากและหลากหลายมอง กำหนดประสบการณ์จากการเล่าเรื่องนั้น ประสบการณ์หมายถึง “ผู้รับสารรู้สึก คิด และลงมือทำอะไร” ระบุผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นกับผู้รับสาร ให้ผู้รับสารลงมือทำอะไรต่อเนื้อหา ต่อเรื่องราว ต่อประเด็นที่เราสื่อสาร จากทุก ๆ action ของผู้รับสารนั้นจะนำไปสู่เป้าหมายปลายทางซึ่งสามารถวัดผลในเชิงพฤติกรรมที่เกิดขึ้นได้

กระบวนการที่ 3 คือ กระบวนการ Ideate Story World เป็นการวางแผนเรื่องเล่าและสื่อที่จะใช้เล่าเรื่อง ใช้สื่อที่หลากหลาย สร้างประสบการณ์ตามข้อ 2 ได้ และสามารถเชื่อมโยงร้อยกันกลับมาสู่แก่นของเนื้อหาที่สำคัญได้ ให้เกิด “โลกเนื้อหา” (Story-world)

กระบวนการที่ 4 คือ ขั้นตอนการ Prototype ต้นแบบสื่อ เป็นขั้นตอนการทดลองวางแผนในการนำเสนอเนื้อหาหรือที่เราเรียกว่า Distribution จะมี Timeline ในการวางแผนเผยแพร่เนื้อหา และการกำหนดการเดินทางของผู้รับสาร (Audience Journey) ข้ามสื่อ เพื่อให้เกิดผลได้ดีที่สุดที่นำไปสู่พฤติกรรม (Action) และเป้าหมายปลายทาง

กระบวนการที่ 5 กระบวนการทดสอบกับผู้รับสาร เป็นการทดสอบ ประเมินผล พัฒนาเนื้อหาให้สมบูรณ์

จากโมเดลที่นักวิจัยพัฒนาและผลของการทดสอบกระบวนการกับกลุ่มเป้าหมาย ตอบสนองแนวคิดสำคัญการพัฒนาเนื้อหาการเล่าเรื่องข้ามสื่อในการสร้างเนื้อหาหลากหลายช่องทางเพื่อใช้ประโยชน์จากพลังของแต่ละสื่อ (Jenkins, 2010b) การออกแบบเนื้อหาเพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ และนำไปสู่การขับเคลื่อนพฤติกรรม การมีส่วนร่วม และการลงมือทำในชีวิตจริง (Pratten, 2015; Rutledge, 2015) การสื่อสารที่เน้นการปฏิสัมพันธ์ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหา ทำให้เกิดการขับเคลื่อน เสริม

พลังให้คน และมีผลต่อการสร้างความเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้ (Selvadurai & Rosenstand, 2017)

## สรุปผล

จากการพัฒนากระบวนการคิดและออกแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Design Thinking & Transmedia) ที่ผสมผสานการคิดแบบเป็นระบบ การคิดที่มีผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง การคิดเพื่อนำเสนอเรื่องราวจำนวนมากที่หลากหลายให้เหมาะกับผู้รับสารที่แตกต่าง แต่สามารถเชื่อมโยงเข้าใจเรื่องราวมุมมองต่าง ๆ ได้ สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาคนสื่อระดับปัจเจก พัฒนาความร่วมมือประสานงานกันภายในองค์กรสื่อเพื่อทำงานแบบข้ามสื่อได้ รวมถึงปรับกระบวนการในการคิดของทีมผลิตสื่อจะทำให้เห็นโอกาสการพัฒนาสื่อ และรูปแบบในการหารายได้

จากโมเดลกระบวนการคิดและออกแบบการเล่าเรื่องข้ามสื่อพบว่า ในการพัฒนาผู้ผลิตสื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงภายในตัวผู้ผลิตสื่อ มีการพัฒนาทักษะการเข้าใจในบทบาทของการเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ผลิตสื่อในเวลาเดียวกัน โดยสิ่งที่เข้าใจผ่านกระบวนการคิดการเล่าเรื่องข้ามสื่อ กระบวนการอบรมเป็นเพียงการให้ต้นแบบกระบวนการคิด แต่ในกระบวนการผลิตจริง เมื่อนำการคิดเชิงออกแบบไปทำซ้ำกระบวนการจนสามารถผลิตสื่อได้ตามเป้าหมาย จะเกิดผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์จริงกับองค์กร หรือผู้ผลิตสื่อ

ดังนั้นประเด็นสำคัญในการใช้กระบวนการนี้ไปพัฒนาคนผลิตสื่อคือ 1) ใช้เพื่อขยายกำแพงความเคยชินกับสื่อรูปแบบเดิม ๆ ที่ทำอยู่ทุกวัน กระตุ้นการคิดรูปแบบใหม่ ๆ ในการสื่อสาร 2) ใช้เพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวประเด็นให้มีมิติมุมมองมากขึ้น 3) ใช้เพื่อบริหารจัดการการใช้สื่อ ช่องทาง และเทคโนโลยีที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งสื่อเก่าและทำแค่สื่อใหม่เท่านั้น แต่ต้องคิดผสมผสานดึงประโยชน์ของทุกสื่อมาใช้ได้เต็มที่ และ 4) ใช้เพื่อมองหาโอกาสของการเพิ่มคุณค่าของสื่อที่ผลิต ทั้ง

ประโยชน์ต่อผู้รับสาร ประโยชน์ต่อสังคม และมูลค่าในเชิงการหารายได้ด้วย

การนำกระบวนการเล่าเรื่องข้ามสื่อและการคิดเชิงออกแบบไปพัฒนาผู้ผลิตและพัฒนาเนื้อหาสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ใน 2 มิติคือ มิติแรก การเล่าเรื่องข้ามสื่อกับการผลิตสื่อเพื่อขับเคลื่อนสังคม มีประโยชน์ในการให้ข้อมูลกับสังคมในประเด็นทางสังคม ช่วยให้ประเด็นที่ใช้ในการรณรงค์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย การเล่าเรื่องข้ามสื่อ เหมาะกับการสร้างการมีส่วนร่วมลดปัญหา เรื่องธรรมาภิบาล การเล่าเรื่องแบบ Transmedia ใช้เป็นข้อมูลที่หลากหลายให้ทุกคนทราบทำให้เข้าใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น สามารถนำแนวคิดเรื่องการเล่าเรื่องข้ามสื่อไปปรับใช้ในการออกแบบการสื่อสารให้น่าสนใจ และสร้างการมีส่วนร่วมไปสู่การปฏิบัติได้ เล่าเรื่องได้หลายรูปแบบจากเรื่องเล่าเดียวกัน นอกจากนี้กระบวนการนี้ยังสามารถนำไปใช้บูรณาการออกแบบโครงการเพื่อสังคม

ได้ใช้พัฒนาสื่อเพื่อพัฒนาสังคม มิติที่สอง การเล่าเรื่องข้ามสื่อกับโอกาสเชิงธุรกิจของสื่อ มีประโยชน์ในการใช้เป็นกระบวนการในการผลิตสื่อ ผู้ประกอบการสื่อสารสามารถนำเสนอเนื้อหาได้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของตนเอง ไม่จำกัดช่องทางการสื่อสารและนำเสนอในเรื่องเดียวกัน ใช้ประยุกต์ใช้ในการสร้างอาชีพหรือธุรกิจ เป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับภูมิทัศน์สื่อปัจจุบัน กระบวนการนี้ช่วยให้ผู้ผลิตสื่อได้เรียนรู้ถึงกระบวนการและนำไปประยุกต์ใช้ สามารถวางแผนการทำงานได้อย่างเป็นระบบ ซึ่งจะสร้างเป็นแคมเปญใหญ่เพื่อหาทุนสนับสนุนและหารายได้

### กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ดำเนินงานภายใต้โครงการพัฒนานวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อผลิตสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ “Thai Media Lab” ได้รับเงินทุนสนับสนุนการวิจัยจาก กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

### References

- Akyeampong, A. S. (2018). Promoting creativity and critical thinking through digital storytelling: Perceptions of undergraduate students. In B. Hokanson, G. Clinton, & K. Kaminski (Eds.), *Educational Technology and Narrative* (pp. 271-282). Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-319-69914-1\\_22](https://doi.org/10.1007/978-3-319-69914-1_22)
- Alper, M., & Herr-Stephenson, R. (2013). Transmedia Play: Literacy across media. *Journal of Media Literacy Education*, 5(2), 366-369. <https://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol5/iss2/2>
- Cairns, G. (2017). Can design inform effective social innovation? *The Design Journal*, 20, 725-734. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1370658>
- DeGennaro, D., & Brown, T. L. (2015). Youth media productions: Deconstructing “difference” or reifying norms? In K. Tobin, C. Milne, & D. DeGennaro (Eds.), *Sociocultural studies and implications for science education: The Experiential and the Virtual* (pp. 257-276). Springer.
- Gürsoy, D. (2020). Tailoring a method: Adaptation of design thinking to transmedia journalism. *Interactions: Studies in Communication & Culture*, 11(1), 25-36. [https://doi.org/10.1386/issc\\_00003\\_1](https://doi.org/10.1386/issc_00003_1)



- Jenkins, H. (2006) *Convergence culture*. New York University Press.
- Jenkins, H. (2010a). Transmedia storytelling and entertainment: An annotated syllabus. *Continuum*, 24(6), 943-958. <https://doi.org/10.1080/10304312.2010.510599>
- Jenkins, H. (2010b, June 21). *Transmedia education: the 7 principles revisited*. Henry Jenkins. [http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia\\_education\\_the\\_7\\_pri.html?rq=transmedia%20principle](http://henryjenkins.org/blog/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html?rq=transmedia%20principle)
- Lynch, D. (2016). Between the network and the narrative: Transmedia storytelling as a philosophical lens for creative writers. *New Writing*, 13(2), 161-172. <https://doi.org/10.1080/14790726.2016.1170858>
- Meinel, C., & Leifer, L. (2012). Design thinking research. In H. Plattner, C. Meinel, & L. Leifer (Eds.), *Design thinking: Understand–Improve–Apply* (pp. 13-21). Springer.
- Moloney, K. (2018). Designing transmedia journalism projects. In M. Freeman (Ed.), *Exploring transmedia journalism in the digital age* (pp. 83-103). IGI Global.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. NESTA. <http://www.nesta.org.uk/publications/open-book-socialinnovation>
- Nos-Aldás, E. (2015). Activism, transmedia storytelling and empowerment. In B. Baybars-Hawks (Ed.), *New media politics: Rethinking activism and national security in cyberspace* (pp.78-94). Cambridge Scholars Publishing.
- Plattner, H. (2010). *An introduction to design thinking process guide*. Stanford. <https://dschoolold.stanford.edu/sandbox/groups/designresources/wiki/36873/attachments/74b3d/ModeGuideBOOTCAMP2010L.pdf>
- Pratten, R. (2015). *Getting started in transmedia storytelling: A practical guide for beginners* (2nd ed.). CreateSpace Independent Publishing Platform.
- Razzouk, R., & Shute, V. (2012). What is design thinking and why is it important? *Review of Educational Research*, 82, 330-348. <https://doi.org/10.3102/0034654312457429>
- Rutledge, P. (2015). *The transmedia trip: The psychology of creating multi-platform narrative engagement for transmedia migration*. Research Gate. [https://www.researchgate.net/publication/312500425\\_The\\_Transmedia\\_Trip\\_The\\_Psychology\\_of\\_Creating\\_Multi-Platform\\_Narrative\\_Engagement\\_for\\_Transmedia\\_Migration](https://www.researchgate.net/publication/312500425_The_Transmedia_Trip_The_Psychology_of_Creating_Multi-Platform_Narrative_Engagement_for_Transmedia_Migration)
- Scolari, C. A. (2018). *Teens, media and collaborative culture. Exploiting teens' transmedia skills in the classroom*. Universitat Pompeu Fabra.
- Selvadurai, V., & Rosenstand, C. (2017). A heuristic for improving transmedia exhibition experience. *The Design Journal*, 20, S3669-S3682. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352873>
- Srisaracam, S. (2018). Crafting news narratives on social media. *Journalism Practice*, 12(8), 1081-1090. <https://doi.org/10.1080/17512786.2018.1507683>

Tschimmel, K. (2012). Design thinking as an effective toolkit for innovation. In K. R. E. Huizingh, S. Conn, M. Torkkeli, & I. Bitran (Eds.), *The XXIII ISPIM Conference. Action for Innovation: Innovating from Experience* (pp.1-20). ISPIM.



**Name and Surname:** Sakulsri Srisaracam

**Highest Education:** Ph.D. in Journalism, Cardiff University

**Affiliation:** Panyapiwat Institute of Management

**Field of Expertise:** Convergent Journalism, Digital Media, and Transmedia Storytelling