



สรุปองค์ความรู้กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

เรื่อง Transmedia Storytelling



บรรยายโดย อาจารย์ใจบุญ แยมยิ้ม

เตรียมความพร้อม

- Mindsets พร้อมเรียนรู้ ทำงาน ใช้ข้อมูล ตามการเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบัน
- Skillsets ใช้ทักษะเดิมมาผสานกับทักษะใหม่
- Toolsets ฝึกใช้เครื่องมือการใช้งาน platform ต่างๆ

แนวคิดของการเล่าเรื่องข้ามสื่อ

ผู้รับสารในปัจจุบัน ต้องการมากกว่าการรับชมเนื้อหาสาระ นั่นคือ ประสบการณ์ เรื่องเล่าที่ดีต้องทำให้ผู้ชม “ลุกขึ้นมาเพื่อทำอะไรบางอย่างหลังจากชมผ่านจอมือถือ” ไม่ใช่การนั่งดูอยู่บนโซฟาอย่างสบายใจ นั่นคือการเชื่อมโลกสมมุติหรือโลกออนไลน์ สู่วิถีจริง ไม่ได้เป็นแค่การสื่อสารทางเดียวอีกต่อไป

การเล่าเรื่องคือหัวใจสำคัญของคนทำงานสื่อ ไม่ว่าจะเป็นนักโฆษณา นักทำหนัง นักทำละคร นักข่าว หรือนักการตลาด หากสามารถเล่าเรื่องได้ดีนั้นเป็นจุดเริ่มต้น แต่การเล่าเรื่องในยุคหลอมรวมสื่อวันนี้ “การเล่าเรื่องข้ามสื่อ” (Transmedia Storytelling) นั้นสำคัญกว่ามาก

นิยาม

transmedia หมายถึง การข้ามสื่อ หรือ การก้าวข้ามพื่นสื่อ ส่วน story telling ก็คือ การเล่าเรื่อง เมื่อนำ 2 คำนี้มารวมกัน จึงได้ความหมายว่าเป็น การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (positioningmag.com)

Transmedia หมายถึง สื่อที่มีวิธีการผลิตที่หลากหลาย วิธีการเผยแพร่ที่หลากหลาย และวิธีที่ผู้รับสารสามารถโต้ตอบได้อย่างหลากหลาย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ใหม่ ๆ (www.enablerspace.com)

วิธีการออกแบบการเล่าเรื่อง ด้วยการร้อยเนื้อหาหลายเรื่องราวเข้าหากัน ใช้สื่อหลากหลายรูปแบบ หลายช่องทาง และใช้เทคโนโลยีให้คนมีส่วนร่วมกับเรื่องราวนั้นได้ (www.thaimooc.org)



สรุปองค์ความรู้กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

เรื่อง Transmedia Storytelling



เรื่องเล่าย่อยในแต่ละสื่อเป็นตัวชี้ทางซึ่งกันและกัน ซึ่งสุดท้ายมันจะเป็นเข็มทิศที่นำไปสู่เรื่องทั้งหมด (Beddows (2012))

การใช้ทรานส์มีเดียให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เมื่อต้องผลิตคอนเทนต์เพื่อการโฆษณาและการตลาดช่องทางที่ต่างกันก็มีช่วงการดึงดูดความสนใจที่ต่างกัน การทำความเข้าใจกับวิธีการทำงานของแต่ละแพลตฟอร์มจะช่วยให้เราสื่อสารได้บรรลุตามเป้าหมายที่เราวางไว้

- สร้างคอนเทนต์ที่ใช่
- ในรูปแบบที่ใช่
- ให้กับคนที่ใช่
- ในเวลาที่ใช่
- ในช่องทางที่ใช่

ช่วงแลกเปลี่ยนเรียนรู้

อาจารย์พิรชา ทองอุไร

ยกตัวอย่าง Transmedia Storytelling

IP หนึ่ง Star Wars ที่นอกจากมีหนังเนื้อเรื่องหลัก ยังมีส่วนขยายในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนัง spin-off แอนิเมชัน เกม DVD หนังสือ ของเล่น และมี community ที่ชื่นชอบสร้างสื่อตาม social media อีกมากมาย IP หนึ่งค่าย MCU ที่สร้างหนังชุด ของตัวละครต่างๆ ฟูฟุ้งแล้วมารวมกันเป็น The Avengers

bilibili platform สำหรับดูหนัง เน้นที่หนังอนิเมะ ผู้ใช้สามารถนำเนื้อหาต่างๆ ใน platform มาสร้างสรรค์ทำใหม่ลงใน platform ได้ เช่น ภาคเสียง สำเนียงตามภาคต่างๆ อีสาน เหนือ ได้



สรุปองค์ความรู้กิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เรื่อง Transmedia Storytelling



ผู้ขายงาน NFT ใช้หลายช่องทางในการประชาสัมพันธ์งาน เช่น IG Twitter ฯลฯ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนันท์ ศิริเจริญ

มีคำถามเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของการใช้ Transmedia Storytelling และการใช้ UX/UI ที่เกี่ยวข้อง

อาจารย์ไจบุญ แยมยิ้ม ได้ตอบอธิบายว่า Platform แต่ละอันมี character เป็นของตัวเองซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายที่นิยมใช้แตกต่างกันไป

รศ.จรรยาศ อรัณยษนาศ ได้ตอบอธิบาย UX/UI ให้คณาจารย์ และยกตัวอย่าง series เกาหลี Squid Game

และได้ถามเพิ่มเติมว่า จะปรับ Transmedia Storytelling เอาไปใช้งานอย่างไร

อาจารย์ไจบุญ แยมยิ้ม ได้ตอบอธิบายว่าแต่ละคนจะมี objective ต่างๆ กัน จะมีวิธีที่ต่างๆ กัน ค่อยๆ ทดลองทำ เรียนรู้ แก้ปัญหาแตกต่างกันไป

สรุป

อาจารย์พิรชา ทองอุไร

ได้สรุป Transmedia Storytelling ไว้ว่า เราเล่าเรื่องเอกเรื่องหลักหนึ่งเรื่อง ด้วยเรื่องย่อยหลายๆ เรื่อง ผ่านหลายช่องทาง ด้วยเทคนิคต่างๆ ตามแต่ละ platform เพื่อเข้าถึงกลุ่มผู้ชม และให้ผู้ชมได้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเล่าเรื่อง



ภาพประกอบการจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

เรื่อง Transmedia Storytelling

ในวันศุกร์ที่ 22 ตุลาคม 2564 10.00-12.00 น.ผ่านทาง MS Team



การเล่าเรื่องข้ามสื่อ (Transmedia Storytelling)

ใจบุญ แยมยิ้ม

สื่อการสอนนี้เผยแพร่ภายใต้สัญญาอนุญาตสิทธิ์แบบ Creative Commons ด้วยเงื่อนไข CC BY NC SA

Credit: พัฒนาเนื้อหามาจากโครงการพัฒนาทักษะการทำสื่อสร้างสรรค์ ด้วยการสนับสนุนจากกองทุนสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์

TRANSMEDIA STORYTELLING CANVAS

คอนเทนต์หลัก
EX. HCU NEW GEN
แบบ 4 D.

สิ่งที่เราอยากบอก • สิ่งที่เราอยากฟัง
มูลค่า • คุณค่า
วัตถุประสงค์ : EX. สร้างภาพลักษณ์และการรับสมัคร นศ.

1. คอนเทนต์ย่อย	ช่อง 1 1.1, 1.2, 4 EX. สืบค้นหา นศ. จางานี่ จนเจอ.	ช่อง 2 2.1, 2.2, 4 EX. ลงภาพ สถานที่ 500 จุดเช็คอิน	ช่อง 3 3.1, 3.2, 4 EX. การเขียน การตอบ 500	ช่อง 4 4.1, 4.2, 4 EX. สอนระบบ ฮอตกรีน	ช่อง 5 5.1, 5.2, 4 EX. กิจกรรม บัตรกรีน นศ.ใหม่	คอนเทนต์ย่อย จบ
2. คำขวัญเรื่อง (สั้นๆปัง)	คำใหม่	ต้องเดิน	ดังถึง	ขยาย ประเด็น	เน้นซ้ำ	ตบเดิน
3. รูปแบบคอนเทนต์	เสียง ดนตรี	ข้อความ	รูปภาพ	วิดีโอ กราฟิก	ไลฟ์สด	ถ่ายทอดสด จบ
4. ช่องทาง จาก 1 -> 2	f, i, w, t, y, u, n, t, s, p, e, m, a					
5. กลุ่มเป้าหมาย กับทิมและเวลา	[Icons of people and a clock]					
6. เริ่มฝึกจนจบ สู่ความสำเร็จ	ฝึก -> คิด -> ลงมือทำ (สิ่งที่เกิดประสบการณ์ร่วม ระหว่างโลกเนื้อหาและโลกชีวิตจริง เพื่อสร้างความผูกพัน ex. challenge / fan meeting / gameshow)					
7. สื่อ	[Icons for Like, Comment, Share, Click, Reach, Impression]					

Key concept : ทุกเนื้อหาเชื่อมโยงเป็นส่วนเสริมกันจากเนื้อหาหลัก เพื่อโดนและถูกใจ เข้าถึงช่องทางที่หลากหลาย ได้ทุกที่
ทุกเวลา ทำให้เราอยากดู อยากมีประสบการณ์ทั้งชีวิตเหมือนจิงจิว จึงไม่รับเนื้อหาเพิ่มจากแพลตฟอร์มอื่น โดยการเชื่อมโยง
ของเรายังอาศัยความหมาย (พยายามเข้าใจคอนเทนต์เดียวในทุกสื่อ เพราะคนเสพสื่อต่างกันในแต่ละช่องทาง)



ภาพประกอบการจัดกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

เรื่อง Transmedia Storytelling

ในวันศุกร์ที่ 22 ตุลาคม 2564 10.00-12.00 น.ผ่านทาง MS Team

