

กลวิธีการพัฒนาโครงการสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์



นาย ธนันต์ นาคะเกษ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2548

ISBN 974-53-1446-3

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DEVELOPMENT TECHNIQUES FROM CREATIVE BRIEF TO SHOOTING SCRIPT
IN TELEVISION COMMERCIAL

Mr. Thanan Nagakes

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts Program in Advertising

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2005

ISBN 974-53-1446-3

481714

หัวข้อวิทยานิพนธ์

กลวิธีการพัฒนาโครงการสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์สำหรับการถ่าย

ทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์

โดย

นาย ธนันต์ นาคะเกษ

สาขาวิชา

การโฆษณา

อาจารย์ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. พีระ จิร โสภณ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวิไลนา วงษ์กระพันธ์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ)

ธนันต์ นาคะเกศ : กลวิธีการพัฒนาโครงงานสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์. (DEVELOPMENT TECHNIQUES FROM CREATIVE BRIEF TO SHOOTING SCRIPT IN TELEVISION COMMERCIAL) อ. ที่ปรึกษา: รศ. ดร. พนา ทองมีอาคม 130 หน้า. ISBN 974-53-1446-3.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องกลวิธีการพัฒนาโครงงานสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์ ด้วยการเทียบเคียงกับผลงานวิจัยของ อาร์เธอร์ เอ โคเวอ์ ที่ว่าด้วยการค้นพบถึงทฤษฎีแฝงในการสื่อสารของนักเขียนบทโฆษณา

ระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้ในการศึกษาคือ การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการนำแนววิธีการศึกษาของ โคเวอ์ มาใช้เป็นกรอบในการศึกษา ผลจากการวิจัยพบว่า กลวิธีการพัฒนาโครงงานสร้างสรรค์สู่บทภาพยนตร์ สำหรับถ่ายทำงานโฆษณาทางโทรทัศน์ เป็นรูปแบบการสื่อสารภายในตัวเอง ที่ฟ้องตามผลงานวิจัยของโคเวอ์ที่ว่าด้วยทฤษฎีแฝงในการสื่อสารของนักเขียนบทโฆษณา ถึงแม้ผู้สร้างสรรค์บทภาพยนตร์โฆษณาไทย และนักเขียนบทโฆษณาชาวนิวยอร์กจะมีลักษณะทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่แตกต่างกัน แต่ก็มีลักษณะร่วมในกระบวนการเขียนบทโฆษณาที่คล้ายคลึงกัน รวมทั้งวิธีการเข้าถึงผู้ชมของผู้สร้างสรรค์บทภาพยนตร์โฆษณาไทยจะเป็นแบบนำเสนอเชิงเร้ามากกว่าแบบนำเสนอความแปลกใหม่ เหมือนที่นักเขียนบทโฆษณาชาวนิวยอร์กนิยมกัน

แต่ยังพบข้อแตกต่างที่เกิดขึ้นคือ ถึงจะมีกระบวนการสื่อสารภายในตัวเอง ตามผลงานวิจัยของ โคเวอ์ แต่วิธีการสื่อสารกับผู้ชมในความคิดของผู้สร้างสรรค์บทภาพยนตร์โฆษณาไทย เป็นทั้งแบบเจาะจงบุคคลใดบุคคลหนึ่งและแบบการมองกลุ่มเป้าหมายเป็นภาพรวม ส่วนนักเขียนบทโฆษณาชาวนิวยอร์กจะใช้วิธีการสื่อสารแบบเจาะจงบุคคลใดบุคคลหนึ่งเท่านั้น

ภาควิชา การประชาสัมพันธ์.....ลายมือชื่อนิติศ.....ธนันต์ นาคะเกศ.....
สาขาวิชา การโฆษณา.....ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
ปีการศึกษา 2548.....

458 50872 28 : MAJOR ADVERTISING

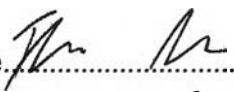
KEY WORD: SHOOTING SCRIPT / CREATIVITY / TELEVISION COMMERCIAL

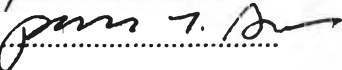
THANAN NAGAKES : DEVELOPMENT TECHNIQUES FROM CREATIVE BRIEF TO SHOOTING SCRIPT FOR TELEVISION COMMERCIAL. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. PANA THONGMEEARKOM, Ph.D : 130 pp. ISBN 974-53-1446-3.

The objective of this research is to study the development techniques from creative brief to shooting script for television commercial by replicating a study of copywriter's implicit theories of communication by Arthur J. Kover.

The study is conducted by using qualitative research method. The research uses Arthur J. Kover' research result as theoretical framework. The findings are concluded as the shooting script development process of Thai production crews also possess an internal dialogue similar to Kover' findings in his research on copywriter's implicit theories of communications. Whose culture and environment are much different, have similar scripting process. To break through to the viewer, Thai production crews use forcing way more than subverting as New York copywriters do.

However, there are some differences in the way Thai production crews approach to communication. They communicate with ideal viewer, either as a specific or as a group, while New York copywriters only communicate with specific ideal viewer.

Department.Public relations.....Student's signature. 

Field of study.Advertising.....Advisor's signature 

Academic year 2005.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้คำแนะนำ รวมถึงข้อคิดดีๆ ที่ฟังจะนำไปปฏิบัติในชีวิต อีกทั้งขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ สุวัฒนา วงษ์กะพันธ์ ประธานกรรมการ และ รองศาสตราจารย์ ดร. ชุบล เบ็ญจรงค์กิจ กรรมการ ที่ได้สละเวลามาดำเนินการสอบวิทยานิพนธ์และให้ข้อคิดเห็นต่างๆ ในการแก้ไขปรับปรุงวิทยานิพนธ์ รวมถึงคณาจารย์และบุคลากรทุกท่านในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ได้ให้ความกรุณา

งานวิจัยนี้ไม่อาจเกิดขึ้น ได้เลยถ้าขาดผู้สร้างสรรค์งานโฆษณาที่ได้สละเวลาอันมีค่าให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา รวมถึงเพื่อนๆ และครอบครัวสำหรับความช่วยเหลือรวมถึงแรงผลักดัน ชีวิตจะไม่มีหวังถ้ายังไม่ก้าวเดินออกไป

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญภาพ	ฅ

บทที่

1 บทนำ	1
- ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
- ปัญหานำการวิจัย	9
- วัตถุประสงค์ของการวิจัย	10
- ขอบเขตของการวิจัย	10
- ข้อจำกัดของการวิจัย	10
- คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	10
- ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
- แนวคิดรูปแบบและเนื้อหาโครงการสร้างสรรค์ทางโฆษณา	13
- แนวคิดการผลิตภาพยนตร์	21
- แนวคิดด้านข้าง	45
- แนวคิดกลวิธีการสร้างความคิดสร้างสรรค์	53
- ทฤษฎีแฝงในการสื่อสารของนักเขียนบทโฆษณา	55
3 วิธีดำเนินการวิจัย	61
- แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	62
- รายชื่อผู้ให้ข้อมูล	62
- ข้อเสนอพื้นฐานงานวิจัย	63
- เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	64

บทที่	หน้า
- การทดสอบเครื่องมือ.....	64
- การเก็บรวบรวมข้อมูล	65
- การวิเคราะห์ข้อมูล	65
- การนำเสนอข้อมูล	66
 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	 67
- ผลการวิเคราะห์	67
 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	 89
- สรุปผลการวิจัย	89
- อภิปรายผลการวิจัย	91
- ข้อจำกัด	96
- ข้อเสนอแนะ	96
 รายการอ้างอิง	 98
ภาคผนวก	102
- แนวคำถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	103
- ข้อมูลผลงานอ้างอิงของผู้ให้ข้อมูล	114
- ตัวอย่างโครงการสร้างสรรค์และบทภาพยนตร์สำหรับการถ่ายทำ	121
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	136

สารบัญญภาพ

รูปที่	หน้า
1. เนื้อหาโดยทั่วไปของโครงการสร้างสรรค์	19
2. แบบจำลองแนวคิดด้านข้าง	52