

การเขียนบทออริจินัลซีรีส์และการปรับตัวของผู้เขียนบทไทย ในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ

วรลักษณ์ กล้าสุนทร¹

บทคัดย่อ

บทความวิจัยชิ้นนี้มีจุดมุ่งหมายในการศึกษาขั้นตอนการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของไทย และการปรับตัวของผู้เขียนบทไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้เขียนบทไทยที่ต้องการทำงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ผู้เขียนบทชาวไทยที่ร่วมงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศจำนวน 9 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ขั้นตอนการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ มีความคล้ายคลึงกับการเขียนออริจินัลซีรีส์ในแพลตฟอร์มของไทย คือ เริ่มจากการพัฒนาแนวความคิดหลัก เรื่องย่อ และโครงเรื่องขยาย ก่อนจะเขียนบทซีรีส์ ส่วนเรื่องที่ผู้เขียนบทชาวไทยต้องปรับตัวในการทำงานมี 4 เรื่องหลักๆ คือ (1) การทำงานแบบสากล (2) การทำงานแบบผสมผสานวัฒนธรรม (3) การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (4) เวลา

คำสำคัญ: การเขียนบทออริจินัลซีรีส์ การปรับตัว ผู้เขียนบทไทย ออริจินัลซีรีส์ของไทย แพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ

* วันที่รับบทความ 4 กรกฎาคม 2565; วันที่แก้ไขบทความ 22 ตุลาคม 2565; วันที่ตอบรับบทความ 10 พฤศจิกายน 2565

¹ อาจารย์ประจำสาขาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

The Script Development Process and Adjustment Process of Thai Scriptwriters Working for Global SVOD Platforms

Voraluk Klasukon²

Abstract

This research aims to study the script development process of original Thai series on global SVOD platforms and the adjustment process of Thai scriptwriters who have worked for global SVOD platforms. Data was collected through qualitative research, consisting of document searches and in-depth interviews with Thai scriptwriters who have worked on original Thai series for global SVOD platforms. The key informants were selected by a purposive sampling method.

The findings show that the script development process for global SVOD platforms is similar to that for Thai platforms. The process begins with developing the story concept, synopsis, and outline and proceeds to writing the script. Throughout the process, the Thai scriptwriters have to work within the parameters of (1) international working standards, (2) multicultural teams, (3) intercultural communication, and (4) time.

Keywords: writing an original series, adjustment process, Thai scriptwriters, original Thai series, SVOD platforms

² Lecturer in the Department of Film and Digital Media, Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

บทนำ

การให้บริการแบบ OTT (over-the-top) หรือการให้บริการคอนเทนต์ที่เจ้าของคอนเทนต์สามารถติดต่อกับผู้ชมได้โดยตรงผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องผ่านตัวกลาง (Ganuza and Viece, 2014) ได้กลายมาแทนที่การชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิมและแบบ Pay-TV (Park, 2017) Digital TV Research ได้คาดการณ์ว่า ในปี 2024 OTT ทั่วโลกจะมีรายได้รวมสูงถึง 159 พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยประเทศที่มีรายได้จาก OTT สูงสุด 5 อันดับแรกได้แก่สหรัฐอเมริกา จีน อังกฤษ ญี่ปุ่น และเยอรมนี (Hodjat, 2020) ทั้งนี้ การให้บริการ OTT ในรูปแบบ SVOD (subscription video on demand) ซึ่งเป็นการให้บริการที่ผู้ให้บริการเรียกเก็บค่าสมาชิกแบบรายเดือนหรือรายปีจากสมาชิกผู้ให้บริการ โดยสมาชิกสามารถรับชมเนื้อหารายการบน OTT ได้อย่างไม่จำกัดตลอดระยะเวลาที่เป็นสมาชิก ได้เติบโตและขยายไปทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็วเนื่องจากราคาที่เข้าถึงได้มากขึ้น ความหลากหลายของเนื้อหา ไม่มีโฆษณาแทรก สามารถเข้าถึงคอนเทนต์ได้อย่างสะดวกแม้อยู่ระยะไกล สามารถสตรีมบนมือถือได้ทุกที่ทุกเวลา รวมไปถึงวิดีโอสตรีมมิ่งมีคุณภาพและความคมชัดยิ่งขึ้น (Park, 2017) ในปัจจุบันบริษัทที่ให้บริการแบบ SVOD ที่ขยายไปทั่วโลก และได้รับความนิยมในวงกว้าง ได้แก่ Netflix, Amazon Prime Video, HBO Max, Apple TV และ Disney+ เป็นต้น

สำหรับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก การเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องของจำนวนสมาชิกในภูมิภาคนี้ ได้ดึงดูดให้บริษัทผู้ให้บริการ OTT ระดับโลกเข้ามาลงทุนและแข่งขันในทวีปนี้อย่างดุเดือด โดยมีบริษัท Netflix ซึ่งเป็นบริษัทสัญชาติอเมริกันที่บุกเบิกการให้บริการประเภท OTT (Halton, 2021) ครองตำแหน่งผู้นำในตลาด online streaming ในภูมิภาคนี้ (Zhao, 2020; Lotz, 2020) ทั้งนี้ ในช่วงวิกฤติโควิด-19 ที่ผ่านมา มาตรการการควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อธุรกิจนี้เป็นอย่างมาก เห็นได้จากอัตราการเติบโตของธุรกิจประเภทนี้ที่เพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 (ETDA, 2564) สำหรับการเติบโตในประเทศไทย Ovum

ได้คาดการณ์ว่า รายได้ของผู้ประกอบการ SVOD ในภาพรวมจะมีมูลค่าถึง 181 ล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2567 ในขณะเดียวกันจำนวนผู้บอกรับสมาชิกก็มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น โดยแนวโน้มการเติบโตดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการเติบโตของจำนวนผู้ชมทั่วโลก (infoquest, 2564)

การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้บอกรับสมาชิกดังกล่าว ได้ส่งผลให้ผู้ให้บริการ SVOD แต่ละแพลตฟอร์มต้องแข่งขันกันอย่างสูง เพื่อดึงดูดสมาชิกไปพร้อมกับการรักษาสมาชิก กลยุทธ์หนึ่งที่ถูกนำมาใช้คือ การลงทุนผลิตเนื้อหาภายใต้รูปแบบลิขสิทธิ์ที่เรียกว่า “commissions” หรือที่รู้จักกันดีในชื่อ “originals” โดยกลยุทธ์นี้ทางแพลตฟอร์มจะร่วมมือด้านการผลิตกับผู้ผลิตในประเทศต่างๆ เพื่อสร้างคอนเทนต์ท้องถิ่นที่สามารถเอาชนะใจผู้ชมภายในประเทศ แต่ในขณะเดียวกันก็ดึงดูดผู้ชมทั่วโลกด้วย สอดคล้องการศึกษาของ Frater (2017) และ Zhao (2020) ที่พบว่า คอนเทนต์ท้องถิ่นเป็นกุญแจสำคัญต่อความสำเร็จของบริษัท Netflix และทำให้ Netflix นำหน้าคู่แข่งในเอเชีย โดยที่ผ่านมามีคอนเทนต์ท้องถิ่นที่เป็นตัวชูโรงและกระตุ้นให้เกิดผลกระทบในตลาด Netflix ทั่วเอเชีย ได้แก่ การ์ตูนของญี่ปุ่น และซีรีส์ของเกาหลีใต้ เช่น *Kingdom* (2019) และ *Squid Game* (2021) (ผู้จัดการออนไลน์, 2563)

นอกจากนี้ การให้บริการแบบ SVOD ยังสร้างชุมชนแบบใหม่ เป็นชุมชนแบบที่ผู้คนเชื่อมต่อกันข้ามโลกโดยรสนิยมหรือความสนใจ (Douglas, 2018) ด้วยเหตุนี้ หากมองแบบมหภาค ผู้ผลิตเนื้อหาจึงต้องปรับให้เข้ากับแนวทางธุรกิจของแพลตฟอร์ม แต่ในขณะเดียวกัน หากมองแบบจุลภาค ทางแพลตฟอร์มก็มีการปรับให้เข้ากับเงื่อนไขของท้องถิ่น เพื่อปรับให้เหมาะสมกับรสนิยมของผู้ชมและเงื่อนไขการทำงานตามวัฒนธรรมของแต่ละแหล่ง (วิโรจน์ สุทธิสีมา, 2021) ตำแหน่งหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ ในการปรับและกำหนดทิศทางของเนื้อหาในห่วงโซ่มูลค่าของการผลิตเนื้อหาภายใต้รูปแบบลิขสิทธิ์ให้กับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ คือ ผู้เขียนบท ซึ่งการเข้ามาของแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ ทั้งแพลตฟอร์มของสหรัฐอเมริกาและแพลตฟอร์มของเอเชีย เช่น จีน และเกาหลีใต้ ได้เปิดโอกาสใหม่ๆ ให้กับผู้เขียนบท

ชาวไทย อย่างไรก็ดี เนื่องจากการทำงานในช่วงเริ่มต้นหรือในระยะบุกเบิก (ปี พ.ศ. 2561-2565) ผู้ที่มีบทบาทดูแลและควบคุมด้านเนื้อหา (head of content) ของแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศเป็นชาวต่างชาติ ส่งผลให้ผู้เขียนบทชาวไทยต้องทำงานภายใต้รูปแบบโลกาเทศาภิวัตน์ (glocalization) กล่าวคือ เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างทีมเนื้อหาของแพลตฟอร์มที่เป็นชาวต่างชาติ เอเจนซีและสตูดิโอที่เป็นชาวต่างชาติ (หรือในบางโปรเจกต์อาจเป็นชาวไทย) และ ทีมงานเขียนบทและทีมผลิตที่เป็นชาวไทย ซึ่งเป็นรูปแบบการทำงานที่ต่างไปจากการทำงานกับสตูดิโอและโปรดิวเซอร์ชาวไทย ผู้เขียนบทจึงต้องปรับตัวในหลายๆ เรื่อง เช่น การคิดเนื้อหาที่ดึงดูดคนดูทั่วโลก การประชุมแบบสองภาษา การเขียนบทและการแปลบทจากไทย-อังกฤษ หรือจากอังกฤษ-ไทย เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของสื่อวิดีโอสตรีมมิ่งที่มีต่ออุตสาหกรรมไทยที่ผ่านมา ได้ศึกษาผลกระทบและการปรับตัวในภาพรวมของ กระบวนการของห่วงโซ่มูลค่า (วิโรจน์ สุทธิสีมา, 2021; Ramasoota and Kitikamdhorn, 2021; ภัทร รัตนกุสุมภ์, 2562) มากกว่าจะเจาะลึกไปที่ ฝ่ายผลิตเนื้อหา โดยเฉพาะผู้เขียนบท งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษา ขั้นตอนการพัฒนาบทออริจินัลซีรีส์ของไทยและการปรับตัวของผู้เขียนบทชาวไทย ในการทำงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ ทั้งแพลตฟอร์มของ สหรัฐอเมริกาและแพลตฟอร์มของเอเชีย เช่น จีน และเกาหลีใต้ ในยุคเริ่มต้น (ปี พ.ศ. 2561-2565) เพื่ออธิบายกระบวนการสร้างสรรค์คอนเทนต์ท้องถิ่น ภายใต้วัฒนธรรมแบบโลกาเทศาภิวัตน์ (glocalization) และต่อยอดองค์ความรู้ จากงานวิจัยก่อนหน้า

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาขั้นตอนการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของผู้เขียนบทชาวไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ

บททวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับสื่อวิดีโอสตรีมมิ่ง (SVOD) และออริจินัลซีรีส์ (Original Series)

วิดีโอสตรีมมิ่ง (SVOD / subscription video on demand) เป็นการให้บริการแบบหนึ่งของ OTT โดยการให้บริการในรูปแบบวิดีโอสตรีมมิ่ง ผู้ให้บริการจะเรียกเก็บค่าสมาชิกแบบรายเดือนหรือรายปีจากสมาชิกผู้ให้บริการ โดยสมาชิกสามารถรับชมเนื้อหารายการบน OTT ได้อย่างไม่จำกัดตลอดระยะเวลาที่เป็นสมาชิก

Netflix เป็นบริษัทสัญชาติอเมริกันผู้บุกเบิกการให้บริการประเภทวิดีโอสตรีมมิ่ง และครองตำแหน่งผู้นำในตลาดนี้ในสหรัฐอเมริกา ยุโรป และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (Zhao, 2020; Lotz, 2020; Halton, 2021) อย่างไรก็ตาม ตลาดของวิดีโอสตรีมมิ่งได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการสูงขึ้น และมีผู้ให้บริการหลากหลายสัญชาติมากขึ้น จากการสำรวจตลาดวิดีโอสตรีมมิ่งของไทยในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 โดย Media Partners Asia พบว่า บริษัทที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยรองจาก Netflix ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาด 24% ได้แก่ We TV 22% และ Viu 13% (Techfeedthai, 2022)

ในยุคแรก บริษัทวิดีโอสตรีมมิ่งซื้อลิขสิทธิ์ในการฉายคอนเทนต์จากสตูดิโอต่างๆ เพื่อดึงดูดสมาชิก แต่วิธีนี้มีข้อเสียคือ ใช้งบประมาณสูงและระยะเวลาของลิขสิทธิ์ในการฉายมีจำกัด ทำให้บริษัทวิดีโอสตรีมมิ่งหันมาลงทุนผลิตเนื้อหาภายใต้รูปแบบลิขสิทธิ์ที่เรียกว่า “commissions” หรือที่รู้จักกันดีในชื่อ “originals” โดยการผลิตรูปแบบนี้ ทางบริษัทเป็นผู้ลงทุนและถือลิขสิทธิ์ทั้งหมด และจัดฉายบนแพลตฟอร์มของบริษัทเท่านั้น นอกจากการลงทุนในรูปแบบ commissions บางบริษัทยังมีการลงทุนผลิตเนื้อหาภายใต้รูปแบบการร่วมทุน co-commissions กล่าวคือเป็นการลงทุนและแบ่งลิขสิทธิ์ร่วมกันระหว่างบริษัทและผู้ผลิตในประเทศนั้นๆ อีกด้วย (Hadida et al., 2020)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ (Original Series)

2.1 นิยามและความเป็นมา

Yvonne Grace (2014) ได้ให้นิยามของซีรีส์ (series) ไว้ว่า ซีรีส์คือละครที่มีตอนจบแบบปลายเปิด มีตัวละครหลักและฉากที่ปรากฏต่อเนื่องในตอนต่อไป โดยในแต่ละตอนอาจจะมีหลายเส้นเรื่องที่คลี่คลายหรือจบลง แต่เส้นเรื่องหลักของซีรีส์ที่ขับเคลื่อนโดยตัวละครหลักจะจบแบบปลายเปิดไว้ ไม่คลี่คลายหรือจบลง สอดคล้องกับคำนิยามของ Brembilla and De Pascalis (2018) ที่กล่าวว่า ซีรีส์คือเรื่องแต่งที่ประกอบไปด้วยเรื่องราวหลายตอน แต่ละตอนเป็นได้ทั้งพล็อตที่จบในตอน หรือจบเพียงบางส่วน โดยพล็อตเหล่านี้จะพัฒนาไปตามตัวละครและสถานที่กลุ่มเดิมที่เดินไปตามเรื่องราวที่เป็นภาพใหญ่ (macro-narrative)

จุดเปลี่ยนครั้งแรกของซีรีส์กับละครโทรทัศน์ (แบบ soap operas และ serials) เกิดขึ้นระหว่างยุค 1980-1990 เมื่อซีรีส์เริ่มมีคุณค่าด้านศิลปะ (Sepiwall, 2014) โดยในส่วนของโครงสร้างการเล่าเรื่อง ซีรีส์ยังใช้เทคนิคส่วนใหญ่ของละครโทรทัศน์ แต่ในส่วนของสไตล์ภาพ (visual style) ซีรีส์ได้ยืมเทคนิคส่วนใหญ่มาจากการเล่าเรื่องด้วยภาพแบบภาพยนตร์ฮอลลีวูด ด้วยเหตุนี้ ซีรีส์จึงเป็นรูปแบบการเล่าเรื่องที่ผสมผสานกันระหว่างโทรทัศน์และภาพยนตร์ (Zagalo and Barker, 2006)

2.2 ประเภทของซีรีส์

Linda Venis (2013) ได้แบ่งประเภทของซีรีส์ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

(1) *Procedural Shows (Procedural-Driven Shows)* คือ ซีรีส์ที่ขับเคลื่อนด้วยพล็อต (plot) ตัวละครหลักมักมีอาชีพที่พิเศษ หรือมีทักษะเฉพาะบางอย่าง เช่น ซีรีส์ทนาย แพทย์ ตำรวจ นักวิเคราะห์พฤติกรรมอาชญากร เป็นต้น และเน้นการเล่าเรื่องมากกว่าพัฒนาการของตัวละคร ด้วยเหตุนี้ในแต่ละตอน (episode) จะเป็นคดีใหม่หรือเคสใหม่ มีตัวละครหน้าใหม่ๆ และเรื่องราวทั้งหมดคลี่คลายและจบในตอน ตัวอย่างของซีรีส์ประเภทนี้ ได้แก่ *Suits, Sherlock Homes, CSI, Criminal Minds* เป็นต้น

(2) *Character Shows (Character-Driven Shows)* คือ ซีรีส์ที่

ขับเคลื่อนด้วยตัวละคร เนื้อหาในแต่ละตอนมักจะเริ่มต้นด้วยปัญหาหรืออุปสรรคใหม่ที่ตัวละครหลักต้องแก้ไขและเอาชนะ เพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ เน้นพัฒนาการของตัวละคร (character arc) ในซีรีส์ประเภทนี้ ตัวละครมักจะแก้ปัญหาประจำตอนนั้นๆ ได้สำเร็จในช่วงท้ายเรื่อง และจบด้วยฉากที่แนะนำปัญหาใหม่ที่ตัวละครจะต้องเผชิญในตอนต่อไป ตัวอย่างของซีรีส์ประเภทนี้ ได้แก่ *Prison Break*, *Breaking Bad*, *House of Cards*, *The Queen's Gambit* เป็นต้น

(3) *Hybrids* เป็นซีรีส์ที่ผสมผสานแบบที่ 1 และ 2 เข้าด้วยกัน กล่าวคือ มีตัวละครหลักและเน้นพัฒนาการของตัวละครในแต่ละตอน มีเส้นเรื่องหลักที่ดำเนินต่อเนื่องไปจนจบซีซั่น แต่ในขณะเดียวกันก็จะมีเส้นเรื่องรองที่เกิดขึ้นและจบในตอนผสมอยู่ ตัวอย่างของซีรีส์ประเภทนี้ ได้แก่ *How to Get Away with Murder*, *Daredevil* เป็นต้น

นอกจาก 3 ประเภทดังกล่าว ยังมีซีรีส์อีกประเภทหนึ่งที่มีความนิยมมาอย่างยาวนาน คือ

(4) *Anthology* เป็นซีรีส์ที่แต่ละตอนอยู่ภายใต้คอนเซ็ปต์เดียวกัน แต่ละตอนเป็นเรื่องราวที่จบในตอน (stand-alone story) และมีแนวเรื่อง (genre) ตัวละคร และฉากที่แตกต่างกันและแยกออกจากกันอย่างชัดเจน ตัวอย่างเช่น *The Twilight Zone*, *Black Mirror* และ *Love, Death & Robots* เป็นต้น

2.3 ขั้นตอนในการเขียนบทซีรีส์

ขั้นตอนการเขียนบทละครซีรีส์ของแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนหลักๆ ดังนี้

(1) *การเสนอขายโปรเจกต์ (Pitching)* เริ่มจากการเสนอขายแนวความคิดหลักและโครงเรื่อง โดยผู้ที่มีโปรเจกต์ไปเสนอขายในด้านแรกมักเป็นเอเจนซีหรือสตูดิโอ โดยเอเจนซี/สตูดิโอ จะต้องทำเอกสารที่มีความยาวตั้งแต่ 5-20 หน้า ที่เรียกว่า pitch document (pitch deck, pitch bible, series proposal) ไปเสนอกับฝ่ายพัฒนาเนื้อหาของทางแพลตฟอร์ม (Grace, 2014) ซึ่งผู้เขียนบทอาจทำงานกับเอเจนซี/สตูดิโอตั้งแต่ขั้นตอนการเสนอขายนี้ หากแพลตฟอร์มสนใจ ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนที่เรียกว่า “ขั้นพัฒนาบท” (development)

(2) *การพัฒนาซีรีส์ไอบีล (Series Bible)* เมื่อทางแพลตฟอร์มตกลงที่จะพัฒนาโปรเจกต์ร่วมกับเอเจนซี/สตูดิโอ ทางเอเจนซี/สตูดิโอจะติดต่อว่าจ้างผู้เขียนบทให้พัฒนาซีรีส์ไอบีลร่วมกับทางเอเจนซี/สตูดิโอ และแพลตฟอร์มโดยปกติซีรีส์ไอบีลจะประกอบไปด้วยข้อมูลสำคัญๆ ได้แก่ แนวเรื่อง (genre) แนวความคิดหลักของเรื่อง (concept) กลุ่มเป้าหมาย (target audience) ฉากหลัง (the world/ setting) ตัวละคร (characters) เรื่องย่อโดยรวม (overview) เรื่องย่อของแต่ละตอน (episodic breakdown) ภาพอ้างอิงตัวละคร และอารมณ์และบรรยากาศของเรื่อง (mood and tone) และความเป็นไปได้ในการสร้างภาคต่อ (franchise potential) เป็นต้น เมื่อได้ซีรีส์ไอบีลที่มีรายละเอียดทุกอย่างที่สมบูรณ์และตอบโจทย์ความต้องการของทุกฝ่าย ทางเอเจนซี/สตูดิโอก็จะส่งให้ทางแพลตฟอร์มพิจารณา หากแพลตฟอร์มสนใจ ก็จะให้ทีมพัฒนาบททำงานในขั้นตอนต่อไป

(3) *การเขียนโครงเรื่องขยาย (Outline/Treatment)* เป็นการเขียนโครงเรื่องขยายของแต่ละตอนไปจนจบทั้งซีซั่น โดยในแต่ละตอน (episode) ผู้เขียนต้องไล่ฉากและเขียนรายละเอียดของเหตุการณ์และการกระทำทุกอย่างที่อยู่ในฉากนั้น ตั้งแต่ฉากแรกจนถึงฉากสุดท้ายของตอนนั้นๆ เมื่อจบกระบวนการนี้ ผู้เขียนบทจะต้องส่งให้กับทางแพลตฟอร์มเพื่อพิจารณาและอนุมัติการทำงานในขั้นตอนต่อไป

(4) *การเขียนบทซีรีส์ตอนที่ 1 (Pilot)* ในขั้นตอนนี้ ผู้เขียนบทจะต้องนำโครงเรื่องขยายมาเขียนให้เป็นบทซีรีส์ โดยใช้บทบรรยายและบทสนทนาให้กลายเป็นบทที่สมบูรณ์ โดยใช้รูปแบบ (format) ของบทซีรีส์ ทั้งนี้ รูปแบบบทซีรีส์ของอเมริกาจะใช้รูปแบบเดียวกับบทภาพยนตร์ เมื่อขั้นตอนนี้เสร็จสมบูรณ์ บท pilot จะถูกส่งไปยังแพลตฟอร์ม เพื่ออนุมัติการทำงานในขั้นตอนต่อไป

(5) *การเขียนบทซีรีส์ทั้งซีซั่น และการแก้ไขบท* เมื่อทางแพลตฟอร์มอนุมัติบท pilot หรือที่เรียกว่า ไฟเขียว (greenlight) ผู้เขียนบทก็จะเข้าสู่กระบวนการเขียนบทอย่างเต็มรูปแบบ โดยระหว่างทางจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างทีมงานที่เกี่ยวข้อง และมีการแก้ไขบทจนกว่าจะได้บทร่างสุดท้าย

การผลิตซีรีส์แตกต่างจากภาพยนตร์ตรงที่ผู้มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดและบทบาทสำคัญที่สุดในการผลิตซีรีส์คือ showrunner ซึ่งมีหน้าที่ควบคุมภาพรวมและดูแลการผลิตซีรีส์ทั้งเรื่อง ตั้งแต่การผลิตบทซีรีส์ ไปจนถึงการบริหารจัดการงบประมาณถ่ายทำ การคัดเลือกทีมงาน นักแสดง ฯลฯ รวมไปถึงการควบคุมการตัดต่อ ซึ่งในระบบการผลิตซีรีส์ของอเมริกา ครีเอเตอร์ (creator) หรือเจ้าของเรื่อง จะทำหน้าที่เป็นทั้ง showrunner หัวหน้าทีมบท (head writer) และผู้เขียนบท pilot หรือบทซีรีส์ตอนแรก (Douglas, 2018; Landau, 2014) ในบางกรณี showrunner ก็ควบตำแหน่งผู้กำกับซีรีส์ด้วย เช่น *Stranger Things*, *Breaking Bad* เป็นต้น

สำหรับการเขียนบทซีรีส์สำหรับแพลตฟอร์มของไทยนั้น มีขั้นตอนที่คล้ายกัน นั่นคือ เริ่มจากการเสนอขายโปรเจกต์ให้กับช่องหรือแพลตฟอร์ม หากทางช่องหรือแพลตฟอร์มสนใจ ก็จะมีการพัฒนาบทร่วมกันต่อไป เพียงแต่ของไทยนั้นอาจมีการรวบขั้นตอน 1-2 หรือ 1-3 เป็นขั้นตอนเดียว

3. แนวคิดเกี่ยวกับโลกาเทศาภิวัตน์ (Glocalization)

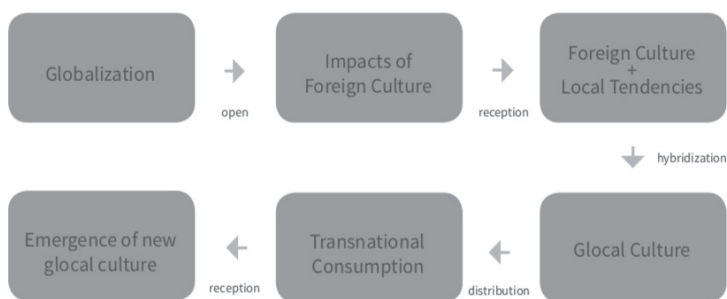
Ritzer (2004) ได้ให้ความหมายของคำว่า “โลกาเทศาภิวัตน์” ว่า เป็นการผสมผสานความเป็นโลกเข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่น ในปัจจุบันโลกาเทศาภิวัตน์ครอบคลุมไปถึงการผสมผสานความเป็นโลกเข้ากับวัตถุดิบและเนื้อหาท้องถิ่นด้วย (Jang and Song, 2017) ซึ่งการเข้ามาของเทคโนโลยีการสื่อสารและเครือข่ายสื่อได้ช่วยส่งเสริมให้การผสมผสานระหว่างความเป็นโลกและความเป็นท้องถิ่นเกิดขึ้นเร็วขึ้น กว้างขึ้น นอกจากนี้ รูปแบบการพึ่งพาซึ่งกันและกันของการแลกเปลี่ยน การท่องเที่ยว และการติดต่อในระดับโลก ก็เป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการนี้ (Ryoo, 2009)

ในด้านสื่อบันเทิง Oh and Jang (2020) ได้อธิบายว่า โลกาเทศาภิวัตน์คือการผลิตสินค้าท้องถิ่นวัฒนธรรมที่มีคุณภาพสูง เพื่อส่งออกกลับไปในประเทศต่างๆ เพื่อแก้ปัญหาตลาดภายในประเทศมีขนาดเล็ก ทั้งนี้ glocalization ถูกอ้างถึงในแนวคิดด้านกลยุทธ์ของ Netflix ที่บอกว่า “Think Local for Global” ซึ่ง

หมายถึงการสร้างสรรคคอนเทนต์ในรูปแบบที่สะท้อนถึงตัวตน วัฒนธรรม และความเป็นท้องถิ่นของแต่ละประเทศ ภายใต้บริบทที่เข้าใจได้ทั่วโลก ก่อนจะนำไปผสมผสานกับสิ่งที่เรียกว่า “universal resonance” คือความเป็นสากลที่ไม่ว่าคนชาติไหนก็มีความรู้สึกเช่นเดียวกัน เช่น ความรัก ความเหงา ความมุ่งมั่น ความฝัน (Marketingoops!, 2019)

Jang and Lee (2017) ได้แสดงกระบวนการพัฒนาวัฒนธรรมแบบโลกาเทศาภิวัตน์และการบริโภคแบบข้ามชาติไว้ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 กระบวนการพัฒนาวัฒนธรรมแบบโลกาเทศาภิวัตน์และการบริโภคแบบข้ามชาติ



ที่มา: ปรับปรุงใหม่โดย Wonho et al. (2017: 8)

วิธีการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยศึกษาจาก (1) การค้นคว้าเอกสาร แนวคิดและทฤษฎี บทความสัมภาษณ์ และ (2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้เขียนบทชาวไทยที่ทำงานให้กับแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งของต่างประเทศทั้งของสหรัฐอเมริกาและของเอเชีย จำนวน 9 คน โดยการคัดเลือกใช้การคัดเลือก

แบบเจาะจง ทั้งนี้ การเก็บข้อมูลจะเป็นการสัมภาษณ์เดี่ยวแบบไม่มีโครงสร้างและ
ไม่เป็นทางการผ่านวิดีโอคอล ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ เฉลี่ยคนละ 1.30-2 ชั่วโมง
และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล
งานวิจัยนี้ได้ใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูลคือ (1) การวิเคราะห์
เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (2) การรวบรวมข้อมูลจากการเข้าไปสังเกต
แบบมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลขณะที่ผู้วิจัยพัฒนาบทออริจินัลซีรีส์ร่วมกับ
แพลตฟอร์มต่างประเทศ และ (3) การสัมภาษณ์ผลการวิเคราะห์ข้อมูล
พบความสอดคล้องของข้อมูลเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อจำกัดในการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีข้อจำกัดสำคัญคือ ผู้ให้ข้อมูล (key informants) ทั้ง 9 คน
ได้เซ็นสัญญาการเก็บรักษาข้อมูลที่เป็นความลับ (non-disclosure agreement/
NDA) กับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศก่อนทำงาน ทำให้ไม่สามารถ
เปิดเผยรายละเอียดเรื่องการทำงานได้ทั้งหมด และไม่สามารถเปิดเผยชื่อ
ผู้ให้ข้อมูล ชื่อผลงาน และชื่อแพลตฟอร์มได้

ผลการศึกษา

1. ขั้นตอนการเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่ง ของต่างประเทศ

จากการศึกษาพบว่า ขั้นตอนการพัฒนาและเขียนบทออริจินัลซีรีส์ของ
ไทยในแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศมีดังนี้

1.1 การเสนอขายโปรเจกต์ ขั้นตอนนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการผลิตซีรีส์
โดยการเสนอขายโปรเจกต์มีหลายรูปแบบ รูปแบบที่พบมากที่สุดมีคล้ายคลึง
กับการทำงานของไทยคือ บริษัทที่เสนอขายเรื่องจะต้องทำเอกสารที่มีความยาว
ตั้งแต่ 5-20 หน้า ที่เรียกว่า pitch document (pitch deck, pitch bible,
series proposal) ส่งให้กับทางช่อง/แพลตฟอร์ม และนัดเสนอขายงาน (pitching)
อย่างไรก็ดี การทำงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศมีขั้นตอนที่

ซับซ้อนมากกว่าของไทย โดยมีรายละเอียดการทำงานดังนี้

การเสนอขายโปรเจกต์จะเริ่มจากตัวแทนจากบริษัทที่เป็นเจ้าของเรื่อง (ซึ่งเป็นได้ทั้งบริษัทเอเจนซี หรือสตูดิโอในประเทศไทย หรือสตูดิโอในต่างประเทศ) จะเป็นผู้เสนอขายแนวความคิดหลักและโครงเรื่องให้กับฝ่ายพัฒนาเนื้อหาของแพลตฟอร์ม โดยเอเจนซี/สตูดิโอจะจัดทำเอกสารที่มีความยาวตั้งแต่ 5-20 หน้า ที่เรียกว่า pitch document (pitch deck, pitch bible, series proposal) และส่งให้กับทางแพลตฟอร์ม หากทางแพลตฟอร์มสนใจจะมีการนัดเสนอขายงาน (pitching) ส่วนรูปแบบอื่นๆ ที่พบ ได้แก่ (1) ทางสตูดิโอพัฒนาซีรีส์ไบเบิล (series bible) ร่วมกับผู้เขียนบทจนได้ไบเบิลที่สมบูรณ์ จากนั้นจึงนำโปรเจกต์ไปเสนอขายกับทางแพลตฟอร์ม (2) ทางแพลตฟอร์มและสตูดิโอร่วมกันจัดโครงการประกวดบทซีรีส์เพื่อค้นหาเรื่องจากบุคคลทั่วไป

ในขั้นตอนนี้ หากแพลตฟอร์มมีสำนักงานตั้งอยู่ในประเทศไทย ทางเอเจนซี/สตูดิโอจะติดต่อและเสนอขายงานกับฝ่ายพัฒนาเนื้อหาในประเทศไทยโดยตรง แต่หากแพลตฟอร์มตั้งอยู่ในต่างประเทศ ทางเอเจนซี/สตูดิโอจะต้องติดต่อและเสนอขายโปรเจกต์ให้กับฝ่ายพัฒนาเนื้อหาในระดับภูมิภาค หรือสำนักงานใหญ่ โดยโปรเจกต์ที่ผ่านการพิจารณามักจะเป็นโปรเจกต์ที่มีแนวเรื่อง (genre) แนวความคิดหลัก (concept) โครงเรื่อง (plot) และกลุ่มเป้าหมาย (target audience) ที่ตรงกับเป้าหมาย แนวทาง และความต้องการของทางแพลตฟอร์ม ทั้งนี้ หัวหน้าฝ่ายพัฒนาเนื้อหาในประเทศไทยอาจมีสิทธิ์ขาดในการตัดสินใจอนุมัติหรือปฏิเสธโปรเจกต์ หรืออาจต้องนำโปรเจกต์ที่มีศักยภาพไปเสนอขายต่อหัวหน้าในระดับภูมิภาคและสำนักงานใหญ่อีกทอดหนึ่ง ขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัท

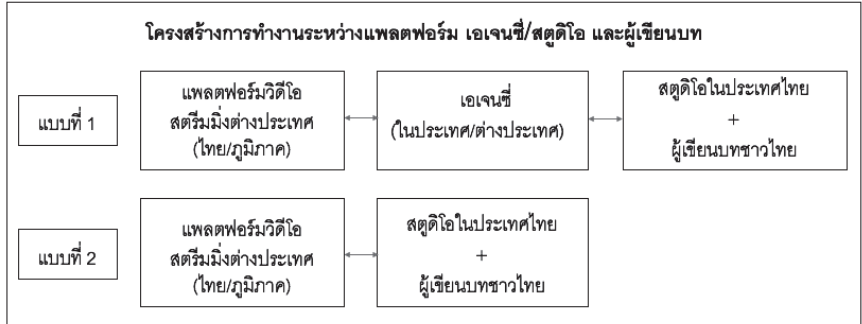
หลังการเสนอขายงาน หากแพลตฟอร์มสนใจและต้องการพัฒนาโปรเจกต์ดังกล่าว ทางแพลตฟอร์มจะทำสัญญากับเอเจนซี/สตูดิโอเพื่อให้ทุกอย่างเข้าสู่ “ขั้นพัฒนาบท” (development process) อย่างจริงจัง ในขั้นตอนนี้ หากทางเอเจนซีเป็นเจ้าของโปรเจกต์ เอเจนซีจะติดต่อสตูดิโอผู้ผลิตในประเทศไทยเพื่อหาผู้เขียนบทชาวไทยและจัดตั้งทีมพัฒนาบทต่อไป แต่หากสตูดิโอเป็นผู้เสนอ

ขายโปรเจกต์โดยตรง โดยไม่ผ่านเอเจนซี ทางสตูดิโอจะเป็นคนติดต่อผู้เขียนบทชาวไทยที่มีคุณสมบัติตรงกับที่ต้องการ

1.2 การคัดเลือกผู้เขียนบทซีรีส์ ในขั้นตอนนี้ หากผู้เขียนบทมีส่วนร่วมตั้งแต่ขั้นตอนการเสนอขายเรื่อง ผู้เขียนบทจะได้ตำแหน่งครีเอเตอร์และหัวหน้าทีมบทโดยอัตโนมัติ แต่ในบางกรณี ทางแพลตฟอร์มอาจซื้อลิขสิทธิ์เรื่อง และนำเรื่องไปให้ทีมบททีมอื่นพัฒนาต่อ ซึ่งขั้นตอนในการติดต่อและคัดเลือกผู้เขียนบท มี 2 แบบ แบบแรกเป็นการแนะนำผ่านคนรู้จัก แบบที่สองเป็นการเปิดรับสมัครหรือการคัดเลือกผ่านโครงการประกวด เมื่อได้ผู้เขียนบทที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการ ทางโปรดิวเซอร์จะนัดสัมภาษณ์ และเสนอชื่อผู้เขียนบทที่ผ่านการสัมภาษณ์ไปให้ทางแพลตฟอร์มพิจารณา เมื่อทางแพลตฟอร์มตอบตกลงก็จะเข้าสู่ขั้นตอนของการว่าจ้าง การเซ็นสัญญา และการทำงานในขั้นพัฒนาบท

ทั้งนี้ คุณสมบัติสำคัญของผู้เขียนบทที่ผ่านการคัดเลือกคือ (1) มีประสบการณ์การทำงาน และมีผลงานบทภาพยนตร์หรือบทซีรีส์ที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักในวงกว้าง สำหรับบางแพลตฟอร์ม หากผู้เขียนบทมีผลงานติดอันดับของแพลตฟอร์มนั้น ก็ยังมีโอกาสสูงที่จะได้งาน (2) มีผลงานที่ได้รับรางวัลในระดับประเทศและนอกประเทศ (3) มีทักษะด้านภาษาอังกฤษ ซึ่งจะทำให้ผู้เขียนบทได้เปรียบในการทำงาน โดยเฉพาะการทำงานกับแพลตฟอร์มของอเมริกา

ภาพที่ 2 โครงสร้างการทำงานระหว่างแพลตฟอร์ม สตูดิโอ และผู้เขียนบท



1.3 การพัฒนาซีรีส์ไบเบิล (Series Bible)

หลังจากที่โปรดิวเซอร์ได้หัวหน้าทีมเขียนบท (head writer) และทีมเขียนบทแล้ว ก็จะเข้าสู่ขั้นตอนการพัฒนาซีรีส์ไบเบิลในห้องประชุมทีมบท (writers' room) โดยในขั้นตอนนี้อาจมีตำแหน่งอื่นๆ ที่เข้าร่วมประชุมและพัฒนาบทด้วย ซึ่งแต่ละโปรเจกต์จะมีจำนวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการพัฒนาบทที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับนโยบายและสไตล์ในการทำงาน ตำแหน่งหลักๆ ที่แต่ละแพลตฟอร์มมีเหมือนกัน ได้แก่ หัวหน้าทีมเขียนบท (ซึ่งมักเป็นครีเอเตอร์เนื่องจากเป็นเจ้าของเรื่องหรือโอเดียตั้งแต่ต้น) ผู้เขียนบท และโปรดิวเซอร์ฝั่งสตูดิโอในประเทศไทย ตำแหน่งนอกเหนือจากนี้ ได้แก่ ที่ปรึกษาบท (script doctor/script consultant) ฝ่ายดูแลบทหรือโปรดิวเซอร์จากฝั่งแพลตฟอร์ม ล่ามผู้กำกับ (ในกรณีที่ผู้กำกับร่วมเขียนบทด้วย) เป็นต้น

โดยปกติการพัฒนาซีรีส์ไบเบิลจะเป็นการนำแนวความคิดหลักและโครงเรื่องที่เอเจนซี/สตูดิโอขายผ่านมายายรายละเอียด และปรับให้ตรงตามแนวทางและความต้องการของแพลตฟอร์มมากขึ้น รายละเอียดในไบเบิลประกอบไปด้วยแนวเรื่อง (genre) แนวความคิดหลักของเรื่อง (concept) แก่นเรื่อง (theme) กลุ่มเป้าหมาย (target) ฉากหลัง (the world) เรื่องย่อโดยรวม (overview) ตัวละคร (characters) เรื่องย่อของแต่ละตอน (episodic breakdown) ภาพอ้างอิงตัวละคร (character references) และอารมณ์และบรรยากาศของเรื่อง (mood and tone) และความเป็นไปได้ในการสร้างภาคต่อ (franchise potential) เป็นต้น การทำงานในขั้นตอนนี้จะมีการแปลไทย-อังกฤษ หรืออังกฤษ-ไทย และการแก้ไขไปมาระหว่างทีมพัฒนาบทและสตูดิโอ เมื่อได้ไบเบิลที่มีรายละเอียดทุกอย่างที่สมบูรณ์และตอบโจทย์ความต้องการของทุกฝ่าย ทางเอเจนซี/สตูดิโอก็จะส่งให้ทางแพลตฟอร์มพิจารณา หากแพลตฟอร์มสนใจ ก็จะทำให้ทีมพัฒนาบททำงานในขั้นตอนต่อไป ส่วนในกรณีที่เอเจนซี/สตูดิโอมีไบเบิลที่สมบูรณ์ตั้งแต่ขั้นตอนเสนอขายโปรเจกต์ ขั้นตอนก็จะเริ่มด้วยการปรับไบเบิลต้นฉบับให้ตรงตามความต้องการและทิศทางของแพลตฟอร์มมากขึ้น

ทั้งนี้ หากโอเดียเริ่มต้นมาจาก showrunner/ครีเอเตอร์ต่างชาติ

ในกระบวนการพัฒนาซีรีส์ไบเบิลก็จะมีการปรับรายละเอียดต่างๆ ให้มีความเป็นท้องถิ่นหรือเป็นไทยมากขึ้น แต่หากโอเดียเริ่มต้นมาจาก showrunner/ครีเอเตอร์ชาวไทย ก็จะมีการเพิ่มรายละเอียดบางอย่างให้เป็นสากลมากขึ้น ในขณะเดียวกันเอกสารทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาจะต้องถูกแปลเป็น 2 ภาษา คือ ไทย และอังกฤษ เพื่อให้ทีมงานทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้าใจตรงกัน

1.4 การพัฒนาโครงเรื่องขยาย (Outline)

ในขั้นตอนนี้ ทางทีมเขียนบทจะนำองค์ประกอบต่างๆ ที่อยู่ในซีรีส์ไบเบิล อาทิ ตัวละคร โลกของตัวละคร และเรื่องย่อ มาขยายให้เป็นฉากเหตุการณ์ต่างๆ ในแต่ละตอน โดยเรียงลำดับตั้งแต่ฉากแรกไปจนถึงฉากสุดท้าย และทำเช่นนี้ตั้งแต่ตอนแรกไปจนจบทั้งซีซั่น โดยจำนวนตอนในแต่ละซีซั่นขึ้นอยู่กับการตลาด สำหรับฝั่งอเมริกัน ก็จะนิยม 6-8 ตอน เนื่องจากเป็นจำนวนตอนที่เหมาะกับพฤติกรรมคนดูในปัจจุบันที่นิยมดูซีรีส์แบบรวดเร็วจบ แต่ทางฝั่งเอเชียก็จะนิยมจำนวนตอนที่มากกว่านั้น

จากการสัมภาษณ์พบว่า บางครั้งโครงเรื่องที่สตูดิโอขายผ่านเป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นที่ใดบนโลกก็ได้ ทำให้ทีมบทต้องปรับองค์ประกอบต่างๆ ในบทภาพยนตร์ เช่น ตัวละคร ฉากหลัง และสถานการณ์ต่างๆ ให้เข้ากับประเทศไทย และทำให้ทุกอย่างในเรื่องมีความสมจริง และสมเหตุสมผลกับโลกของเรื่องและบริบทที่เปลี่ยนไปมากที่สุด ทั้งนี้ ในการคิดการกระทำ-การโต้ตอบ-การตัดสินใจ (action-reaction-decision) และบทสนทนาของตัวละคร (dialogue) จะคิดจากแคแรกเตอร์ของตัวละครเป็นหลักว่า ตัวตนของตัวละครเป็นอย่างไร มีลักษณะนิสัยอย่างไร อะไรที่ตัวละครควรทำ ไม่ควรทำ ตัวละครควรพูดอย่างไร จึงจะเป็นธรรมชาติมากที่สุด ฯลฯ โดยไม่ได้เน้นการขายเรื่องภาพลักษณ์ หรือความเป็นไทย (ผู้เขียนบท 3, สัมภาษณ์ 20 มิถุนายน 2565)

สำหรับประเด็นหรือเนื้อหาที่ผู้เขียนบทพยายามหลีกเลี่ยง ไม่ใส่ลงไป ในบท ได้แก่ (1) ประเด็นที่ต้องใช้เวลาอธิบายกับคนดูมากไป เช่น เรื่องของบุคคลหรือเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ เรื่องที่เป็นวัฒนธรรมเฉพาะท้องถิ่นมากๆ ทุกอย่างที่อยู่ในบทต้องเป็นเรื่องที่คนดูทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสามารถเข้าใจได้

อย่างรวดเร็ว หรือเข้าใจได้ทันที (ผู้เขียนบท 5, สัมภาษณ์ 25 มิถุนายน 2565) ซึ่งการที่ทีมงานมีทั้งชาวไทยและต่างชาติ ก็ช่วยในการเช็คและยืนยันว่า สิ่งทีเลือกเล่าเป็นสิ่งที่คนต่างวัฒนธรรมเข้าใจได้ (2) ประเด็นที่อ่อนไหวและส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ก็เป็นอีกอย่างที่ผู้เขียนบทพยายามเลี่ยง

ในขั้นตอนการพัฒนาโครงเรื่องขยายนี้ ทีมพัฒนาบทจะมีไบเบิลเป็นกรอบบังคับการทำงาน แต่ในบางกรณี ทีมบทก็สามารถเสนอความคิดใหม่ที่ต่างไปจากไบเบิลได้ หากสิ่งที่เสนอนั้นดีกว่าเดิม ทางแพลตฟอร์มก็จะอนุมัติให้ปรับเปลี่ยนเรื่องไปจากไบเบิลได้ สำหรับระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนาโครงเรื่องขยาย แต่ละเรื่อง แต่ละทีมจะใช้เวลาต่างกัน บางเรื่องอาจมีเวลาเพียง 2-4 สัปดาห์ ในขณะที่บางเรื่องอาจมีเวลา 2-3 เดือน หรือมากกว่านั้น อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนนี้เป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ทำให้เห็นรายละเอียดของซีรีส์ทั้งเรื่อง แพลตฟอร์มหลายแห่งสามารถตัดสินใจที่จะยกเลิกโปรเจกต์หรือไฟเขียว (greenlight) อนุมัติการสร้างโปรเจกต์ได้ตั้งแต่ขั้นตอนนี้

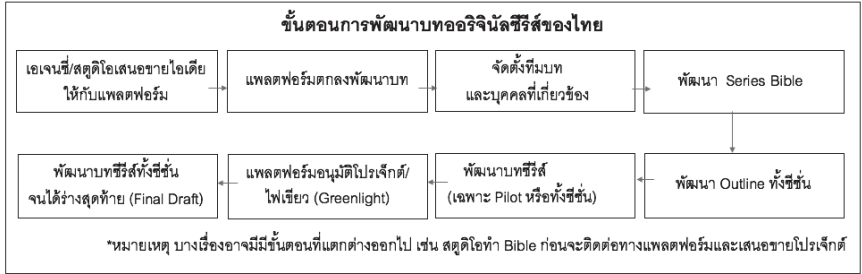
1.5 การเขียนบทซีรีส์ (Script)

ในขั้นตอนนี้ หากแพลตฟอร์มไฟเขียว (greenlight) ตั้งแต่ขั้นตอนโครงเรื่องขยาย (outline) ผู้เขียนบทจะลงมือพัฒนาบทไปจนจบทั้งซีซั่น แต่หากทางแพลตฟอร์มยังไม่ไฟเขียว ผู้เขียนบทก็ต้องเขียนบทและส่งให้ทางแพลตฟอร์มพิจารณาต่อ โดยจำนวนบทที่ต้องเขียนขึ้นอยู่กับสัญญาที่ทำไว้กับทางแพลตฟอร์ม บางแห่งอาจต้องการแคบทตอนที่ 1 (pilot) บางแห่งอาจต้องการบทตอนที่ 1-3 เป็นต้น

โดยส่วนใหญ่ทีมบทจะเขียนบทเป็นภาษาไทย แต่ใช้รูปแบบ (format) ที่เป็นมาตรฐานสากล บางทีมอาจเขียนแต่ละฉากไปพร้อมกัน ในขณะที่บางทีมอาจแบ่งหน้าที่ให้ผู้เขียนบทรับผิดชอบกันคนละตอน และแยกย้ายกันเขียน เมื่อบทร่างแรกเสร็จสมบูรณ์ จะมีการประชุมบท เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ดิชม และแก้ไขร่วมกันอีกครั้ง โดยในขั้นตอนนี้ คนที่มีอำนาจตัดสินใจสูงสุดคือ หัวหน้าทีมบท เมื่อทุกอย่างสมบูรณ์ ก็จะส่งบทให้กับผู้แปลบท เพื่อแปลเป็นภาษาอังกฤษ และส่งบทภาษาอังกฤษให้กับทางสตูดิโอ/เอเจนซี ที่เป็นตัวกลางในการติดต่อกับ

แพลตฟอร์มต่อไป หลังจากนั้น ทางทีมบทจะได้รับความเห็นจากทางสตูดิโอ/เอเจนซี และทางแพลตฟอร์ม เป็นแนวทางในการแก้ไขบท (rewriting) ร่างต่อไป ขั้นตอนของการแก้ไขบท ส่งบทร่างใหม่ และรับฟังความคิดเห็น จะดำเนินไปจนกว่าจะได้บทร่างสุดท้าย (final draft) ที่แพลตฟอร์มพอใจและอนุมัติให้นำไปใช้ในการถ่ายทำต่อไป

ภาพที่ 3 ขั้นตอนการพัฒนามทอริจินัลซีรีส์ของไทยระหว่างแพลตฟอร์มเอเจนซี/สตูดิโอ และผู้เขียนบท



2. การปรับตัวของผู้เขียนบทชาวไทยภายใต้การทำงานกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศ

จากการเก็บข้อมูลพบว่า ทีมพัฒนามทมีอิสระในการใช้ความคิดสร้างสรรค์และมีอิสระในการทำงานสูง อีกทั้งการทำงานภายในทีมก็เป็นไปอย่างประนีประนอม เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด เรื่องที่ผู้เขียนบทชาวไทยต้องปรับตัวในการทำงานสามารถสรุปได้เป็น 4 หัวข้อหลักๆ ดังนี้

2.1 การทำงานแบบสากล ในภาพรวมขั้นตอนการพัฒนามทและการทำงานในห้องประชุมบท (writers' room) ของต่างประเทศมีความคล้ายคลึงกับของไทย อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ผู้เขียนบทต้องปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานแบบสากลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1.1 มาตรฐานในการทำงาน เช่น การทำงานอย่างมืออาชีพ การส่งงานตรงตามเวลาและแผนการทำงานที่วางไว้ การทำตามข้อสัญญาและเงื่อนไขของแพลตฟอร์ม เช่น การรักษาความลับในการทำงาน การให้อำนาจในการทำงานและการตัดสินใจกับครีเอเตอร์ (เจ้าของไอเดียตั้งแต่ต้น) มากกว่าผู้กำกับ การปฏิบัติตามสิ่งที่สรุปหรือตกลงกันภายในห้องประชุมอย่างเคร่งครัด ห้ามเปลี่ยน หรือการถ่ายทำและตัดต่อต้องเป็นไปตามบทร่างสุดท้าย ห้ามแก้ไข เว้นแต่จะมีการอนุมัติจากทางแพลตฟอร์มให้แก้ไขได้ เป็นต้น

2.1.2 มาตรฐานของบท เช่น มีการใช้โปรแกรมเขียนบทที่ทางแพลตฟอร์มกำหนด มีการเล่าเรื่องตามทฤษฎีโครงสร้างที่แพลตฟอร์มต้องการ ให้ความสำคัญกับ character-driven story (มากกว่า plot-driven story ที่นิยมใช้ในละคร/ซีรีส์ไทย) การเขียนบทสนทนาแบบตะวันตกที่ไม่สื่อสารแบบตรงๆ (subtext) เป็นต้น ซึ่งทางแพลตฟอร์มอาจจัดเวิร์กชอปด้านการเขียนบทเพื่อให้ความรู้และเตรียมความพร้อมแก่ผู้เขียนบท หรืออาจจ้างที่ปรึกษาบทเข้าร่วมในทีมพัฒนาบท

2.2 การทำงานแบบผสมผสานวัฒนธรรม การศึกษาพบว่า ในการทำงานระหว่างแพลตฟอร์มเอเจนซี/สตูดิโอ และผู้เขียนบท ซึ่งเป็นการทำงานที่ผสมผสานคนทำงานจากหลายชาติ หลายวัฒนธรรม (โดยส่วนใหญ่จะเป็นการผสมผสานระหว่างเอเชีย-ตะวันตก) ทีมพัฒนาบทฝั่งไทยมีความคุ้นเคยกับวัฒนธรรมของเอเชียและตะวันตกอยู่แล้ว ทำให้ไม่ต้องปรับตัวมากนัก ต่างจากฝั่งตะวันตกที่ต้องปรับตัวและต้องเรียนรู้ ทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมไทยมากกว่า โดยทีมพัฒนาบทส่วนใหญ่มีการเปิดกว้างทางความคิด รับฟังความคิดเห็นทางวัฒนธรรมที่แตกต่าง และมีการประนีประนอมในการทำงานสูง เพื่อให้การทำงานเป็นไปอย่างราบรื่น รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ทั้งนี้ เนื่องจากเป้าหมายของการพัฒนาทอริจินัลซีรีส์คือ การบอกเล่าเรื่องราวของตัวละครที่เป็นคนไทยอย่างสมจริงและสมเหตุสมผลมากที่สุด ทำให้ทีมงานต่างชาติให้อิสระกับทีมงานไทยในการทำงาน และเสนอความคิดเห็น แต่ก็อาจมีบางประเด็นที่ประนีประนอมได้ยาก เช่น ด้านความเชื่อเรื่องผีและวิญญาณ

ที่อาจแตกต่างกันมาก และส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเส้นเรื่องและตัวละคร ความสมเหตุสมผล และความสมจริงของบท ซึ่งในกรณีแบบนี้ หากทีมพัฒนาบทสามารถประนีประนอมและหาจุดที่เห็นตรงกันได้ ก็จะสามารถพัฒนาบทไปในทิศทางที่เห็นตรงกัน และทำงานร่วมกันต่อไปได้ แม้ว่าคุณภาพงานอาจจะไม่ตรงตามความต้องการของทีมมากนัก แต่หากทีมพัฒนาบทไม่สามารถหาจุดร่วมที่เห็นตรงกันได้ ก็อาจมีการถอนตัว เปลี่ยนตัว หรืออาจถึงขั้นยกเลิกการพัฒนาบท ทั้งนี้ ผู้เขียนบทได้ให้ข้อสังเกตว่า ยิ่งวัฒนธรรมต่างกัน จะยิ่งใช้เวลาในการพูดคุย อธิบาย และทำความเข้าใจกันนาน ทีมพัฒนาบทที่เป็นคนเอเชียด้วยกันจึงใช้เวลาพูดคุยและเข้าใจตรงกันเร็วกว่าทีมพัฒนาบทที่เป็นชาวเอเชียและตะวันตก (ผู้เขียนบท 2, สัมภาษณ์ 17 มิถุนายน 2565)

2.3 การสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม การศึกษาพบว่า ทักษะด้านภาษาอังกฤษเป็นอุปสรรคสำคัญในการทำงาน ทั้งในการประชุมบท และการเขียนบทซีรีส์ โดยในการประชุมบท หากทีมพัฒนาบทต้องใช้ล่ามในการประชุม การประชุมก็จะมีผลล่าช้าและใช้เวลามากกว่าปกติ นอกจากนี้ ทีมพัฒนาบทยังพบปัญหาเรื่องการแปล เช่น ผู้ทำหน้าที่ล่ามเลือกใช้คำที่ความหมายไม่ตรงกับสิ่งที่ผู้เขียนบทต้องการสื่อสาร หรือการไม่เข้าใจศัพท์เฉพาะด้านการเขียนบท และการผลิตซีรีส์ ทำให้มีการสื่อสารที่ผิดพลาด เป็นต้น ซึ่งปัญหานี้พบในการแปลเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบทด้วย การปรับตัวในการทำงานจึงมีตั้งแต่การให้เวลากับการตรวจสอบบทภาษาอังกฤษหลังจากแปล และแก้ไขจุดที่แปลผิดพลาดอีกครั้งก่อนส่งให้กับแพลตฟอร์ม ไปจนถึงการจ้างผู้เขียนบทชาวไทยที่สามารถเขียนบทเป็นภาษาอังกฤษได้ เพื่อให้การทำงานในขั้นตอนนี้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

นอกจากเรื่องของทักษะด้านภาษาอังกฤษ การศึกษาในประเด็นของสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมยังพบว่า ทีมพัฒนาบทมีการสื่อสารกันอย่างมีอาชีพ ทั้งในการระดมสมอง การแลกเปลี่ยนความคิด การให้ความคิดเห็น (feedback) และการพูดคุยกันอย่างตรงไปตรงมาเมื่อมีปัญหาต่างๆ เพื่อหาทางแก้ปัญหาาร่วมกัน โดยยึดผลประโยชน์ของแพลตฟอร์มเป็นหลัก วิธีการสื่อสารมีทั้งการพูดตรงๆ

ชัดเจน ไม่อ้อมค้อม และการพูดอ้อมๆ ระมัดระวังการใช้คำพูดเพื่อรักษาน้ำใจ ซึ่งวิธีการสื่อสารทั้งสองแบบนี้ ขึ้นอยู่กับลักษณะนิสัยของผู้เขียนบทมากกว่า เชื้อชาติหรือวัฒนธรรม

2.4 เวลา ผู้เขียนบทต้องปรับตัวในเรื่องต่อไปนี้

2.4.1 เวลาในการทำงานที่จำกัด ซึ่งเกิดจาก (1) การที่ทีมงานต้องแปลบทจากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษก่อนส่งให้แพลตฟอร์ม การแปลแต่ละครั้งใช้ระยะเวลา ทำให้ทีมบทต้องแบ่งเวลาในการเขียนบทให้กับการแปลบท ทีมบทจึงมีเวลาในการเขียนบทน้อยลงและต้องทำงานให้ไวขึ้นเพื่อให้บทเสร็จทันกำหนด (2) การพัฒนาแต่ละโปรเจกต์มีเวลานาน แต่เวลาในการทำงานแต่ละชิ้นหรือแต่ละขั้นตอนมีน้อย เช่น ผู้เขียนบทต้องเขียนบทหนึ่งตอนให้จบภายในหนึ่งอาทิตย์ หรือเขียนโครงเรื่องขยายและบททั้งซีซั่นให้จบภายในสามเดือน เป็นต้น ทำให้ผู้เขียนบทต้องเผชิญกับความเครียดและความกดดันในการทำงาน

2.4.2 เขตเวลา (Time Zone) ที่แตกต่างกันของทีมงาน ทีมพัฒนาบทบางทีมอาจอยู่กันคนละประเทศ และคนละเขตเวลา ทำให้ผู้เขียนบทต้องประนีประนอมและยืดหยุ่นเมื่อมีการนัดเวลาประชุม เพราะต้องเลือกเวลาที่เหมาะสมกับทุกคนในทีม

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การพัฒนابทออริจินัลซีรีส์ของไทยในแพลตฟอร์มของต่างประเทศเป็นกระบวนการที่ต้องใช้ทั้งความคิดสร้างสรรค์และความร่วมมือกันอย่างเต็มที่ของทีมงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะทีมผู้เขียนบทและโปรดิวเซอร์ เพื่อพัฒนabt จากแนวความคิดหลักไปจนได้บทออริจินัลซีรีส์ที่สมบูรณ์ สามารถนำไปใช้ในขั้นเตรียมการผลิต (pre-production) และในขณะเดียวกันก็ดึงดูดทีมงาน นักแสดง และผู้ลงทุนรายอื่นๆ ให้เข้ามาร่วมในโปรเจกต์ ขั้นตอนที่ว่ามานี้สอดคล้องกับคำนิยามของการพัฒนabt (script development) ของ Pamela Douglas (2005), Lucy Scher (2011) และ Peter Bloore (2012)

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า บทออริจินัลซีรีส์ทั้งหมดเป็นบทดั้งเดิม

(original script) กล่าวคือ เป็นเรื่องราวที่เขียนขึ้นมาใหม่ทั้งหมด ไม่ได้ดัดแปลงจากนิยาย เรื่องสั้น ภาพยนตร์ หรือสื่ออื่นๆ ที่เคยมีมาก่อน ดังนั้น การพัฒนาบทจะเริ่มต้นขึ้นเมื่อทางแพลตฟอร์มต่างประเทศตัดสินใจเลือกโปรเจกต์ที่เอเจนซี/สตูดิโอเสนอขาย โดยดูจากแนวความคิดหลัก โครงเรื่อง กลุ่มเป้าหมาย และความเป็นไปได้ทางการตลาด ซีรีส์ที่มีเนื้อหาเฉพาะกลุ่มก็สามารถที่จะขายโปรเจกต์ผ่านและได้รับโอกาสในการพัฒนา หากทางแพลตฟอร์มเห็นว่าโปรเจกต์นั้นมีกลุ่มเป้าหมายและความเป็นไปได้ทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hadida et al. (2020) ที่พบว่า SVOD ได้ท้าทายการดำเนินการและตัดสินใจของสตูดิโอแบบดั้งเดิม โดยในยุคก่อน SVOD การดำเนินการและการตัดสินใจเลือกโปรเจกต์ของสตูดิโอขนาดใหญ่จะเป็นไปตาม commitment logic กล่าวคือ ตัดสินใจสร้างโดยพิจารณาจากบท ตัวแสดง งบประมาณ ทีมงานผลิต และการโปรโมตในสื่อ แต่ในยุค SVOD ซึ่งใช้รูปแบบการสร้างเพื่อฉายให้กับผู้ที่สมัครสมาชิกของผู้ให้บริการ SVOD การดำเนินการและการตัดสินใจจะเป็นไปตาม convenience logic กล่าวคือ ตัดสินใจสร้างโดยพิจารณาจากบทที่ถูกพัฒนาหรือถูกเขียนขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูล (data analytics-driven scripts) ตัวแสดงที่ถูกเลือกจากการวิเคราะห์ข้อมูล การแบ่งกลุ่มการตลาด (segmentation) และกลุ่มเป้าหมายขนาดเล็ก (micro-targeting)

เมื่อโปรเจกต์ขายผ่านและเข้าสู่ขั้นพัฒนาในห้องประชุมบท (writers' room) การทำงานร่วมกันระหว่างโปรดิวเซอร์ หัวหน้าทีมพัฒนาบท/ครีเอเตอร์ ผู้เขียนบท และทีมงานที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้กำกับ (ในกรณีที่ผู้กำกับเขียนบทด้วย) ที่ปรึกษาบท ฝ่ายคอนเทนต์จากทางแพลตฟอร์ม ก็จะเริ่มต้นขึ้น ทั้งนี้ ในการผลิตออริจินัลซีรีส์ของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งต่างประเทศ showrunner ซึ่งควบตำแหน่งครีเอเตอร์และหัวหน้าทีมเขียนบทจะมีบทบาทสูงสุด (Douglas, 2018; Landau, 2014) เนื่องจากเป็นคนที่สร้างสรรค์ซีรีส์ขึ้นมาเป็นคนแรก แตกต่างจากระบบช่องของไทยที่ให้อำนาจกับทางผู้จัด โปรดิวเซอร์ของสตูดิโอผู้ผลิต และผู้กำกับมากกว่า ผู้เขียนบทซีรีส์ที่ทำงานกับแพลตฟอร์มต่างประเทศจึงต้องมีความเป็นผู้นำ และมีความคิดสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับความสามารถด้านการบริหารจัดการ

อย่างไรก็ดี งานวิจัยชิ้นนี้พบว่า ออริจินัลซีรีส์ของไทยที่มีครีเอเตอร์หรือเจ้าของเรื่องเป็นชาวต่างชาติ ครีเอเตอร์จะมีบทบาทเป็น showrunner ควบคู่ไปด้วย แต่ออริจินัลซีรีส์ของไทยที่มีครีเอเตอร์เป็นชาวไทย ครีเอเตอร์จะรับหน้าที่เป็นหัวหน้าทีมบท และมอบหน้าที่ showrunner ให้กับโปรดิวเซอร์ที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการโดยตรงแทนที่จะทำหน้าที่นี้เอง

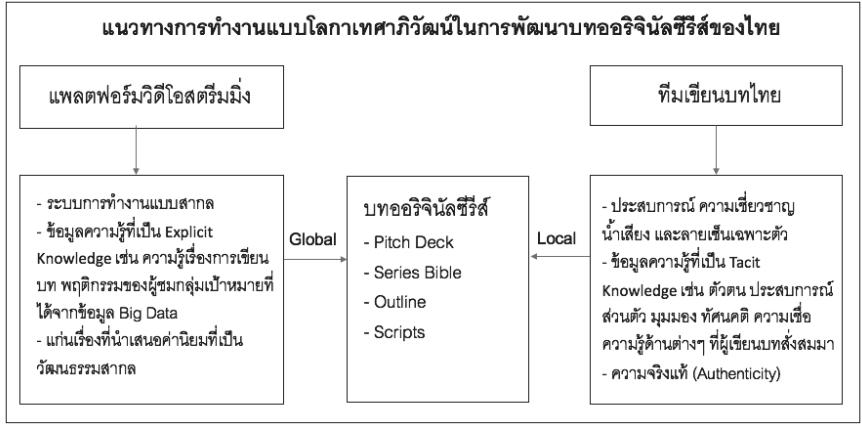
ทั้งนี้ สิ่งที่สำคัญสำหรับการผลิตออริจินัลซีรีส์คือ การสร้างสรรค์เนื้อหาที่สะท้อนตัวตน อัตลักษณ์ และความเป็นท้องถิ่นของประเทศผู้ผลิต มากกว่าการพยายามเป็นอีกเวอร์ชันของซีรีส์ฮอลลีวูด ในขณะเดียวกัน คอนเทนต์ท้องถิ่นที่ทำออกมาต้องดีกว่าคอนเทนต์ฉบับดั้งเดิมของตะวันตก และต้องสามารถส่งออกไปในระดับโลกได้ (Oh and Jang, 2020) ในการทำงานเพื่อให้ประสบผลสำเร็จดังกล่าว ทางแพลตฟอร์มจึงต้องให้ความรู้ที่เป็น (explicit knowledge) กับทีมพัฒนาบท เช่น ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ผู้ชมและพฤติกรรมของผู้ชม ความรู้ด้านการเล่าเรื่องแบบสากล (เช่น โครงสร้างที่นิยมใช้ในซีรีส์ตะวันตก การเขียนบทแบบ character-driven story โปรแกรมเขียนบท ฯลฯ) เพื่อให้ผลงานมีมาตรฐานในระดับสากล และตอบโจทย์ของผู้ชมในระดับสากล ในขณะที่ทางผู้เขียนบทไทยต้องให้ความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวตน (tacit knowledge) เช่น ประสบการณ์ส่วนตัว มุมมอง ทักษะคิด นวัตกรรม และความรู้ด้านต่างๆ ที่สั่งสมมาจากการเติบโตในประเทศไทย เช่น ประวัติศาสตร์ การเมือง วัฒนธรรม ความเชื่อ เป็นต้น ซึ่งความรู้ที่ฝังลึกอยู่ในตัวตนของผู้เขียนบท จะทำให้เรื่องราวและตัวละครมีความจริงแท้ (authenticity) อันเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้ออริจินัลซีรีส์เอาชนะใจผู้ชมทั้งในระดับประเทศและระดับโลก (Wayne and Sandoval, 2021; Oh and Jang, 2020)

ด้วยเหตุนี้ ยิ่งทางแพลตฟอร์มให้อิสระในการทำงาน และเปิดใจ รับฟัง และเคารพความคิดเห็นจากทีมเขียนบทมากเท่าไร บทออริจินัลซีรีส์ก็จะมีความจริงแท้และประสบความสำเร็จมากเท่านั้น ในทางกลับกัน หากทางแพลตฟอร์มพยายามปรับหรือเปลี่ยนวัฒนธรรม/ความเชื่อบางอย่างเพื่อให้เนื้อเรื่องเข้าถึงผู้ชมกลุ่มใหญ่มากเกินไป ก็อาจส่งผลกระทบต่อแก่นเรื่องและความสมเหตุสมผลได้

การหาความสมดุลระหว่างทิศทางที่ควรจะเป็นและกลุ่มผู้ชมเป้าหมาย จึงยังเป็นสิ่งที่แพลตฟอร์มและผู้เขียนบทต้องเรียนรู้และทดลองกันต่อไป

นอกจากองค์ประกอบข้างต้นที่กล่าวมาแล้ว ผลการศึกษาความสำเร็จของ Netflix Originals ยังพบว่า ออริจินัลซีรีส์ที่ประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติต้องมีการเสนอค่านิยมที่เป็นวัฒนธรรมสากล (universal or relatable content) ที่ผู้ชมทั่วโลกสามารถเข้าใจและเชื่อมโยงได้ (Oh and Jang, 2020; Ohmae, 1989) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปแนวทางโลกาภิวัตน์ของการผลิตบทออริจินัลซีรีส์ของไทยได้ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4 ขั้นตอนการพัฒนาบทออริจินัลซีรีส์ของไทยระหว่างแพลตฟอร์ม สตูดิโอ และผู้เขียนบท



การทำงานร่วมกับแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิ่งของต่างประเทศจึงเป็นโอกาสให้ผู้เขียนบทไทยได้ประสบการณ์ใหม่ๆ จากการเรียนรู้และการทำงานแบบผสมผสานวัฒนธรรม และพัฒนาตัวเองไปอีกขั้น โดยสิ่งที่ต้องปรับตัวมีทั้งปัจจัยด้านบวกและด้านลบ ปัจจัยด้านบวกคือ การทำงานภายใต้มาตรฐานแบบสากล ทำให้ผู้เขียนบทได้รับประสบการณ์การทำงานที่แตกต่างไปจาก

มาตรฐานแบบไทย เช่น การทำงานอย่างมีอาชีพและปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียม การเซ็นสัญญาก่อนทำงาน การจ่ายค่าจ้างอย่างเป็นธรรมและตรงเวลา การทำงานภายใต้กติกาและเงื่อนไขที่สมเหตุสมผล ส่วนปัจจัยด้านลบ คือ การทำงานภายใต้การผสมผสานทางวัฒนธรรม และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ทำให้เกิดความกีดกันในการสื่อสาร เนื่องจากไม่สามารถสื่อสารความคิดผ่านการพูดและการเขียนได้อย่างที่ต้องการ ผู้เขียนบทจึงต้องผลักดันและพัฒนาตัวเองเพื่อก้าวข้ามอุปสรรคด้านภาษาและการสื่อสาร สุดท้ายคือการมีเวลาที่จำกัดในการทำงานแต่ละชิ้น รวมถึงการทำงานร่วมกับทีมงานหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่อยู่คนละเขตเวลา ก็ทำให้ผู้เขียนบทต้องมีความยืดหยุ่นและประนีประนอมในการทำงานเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะ

(1) งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาขั้นตอนการเขียนบทโทรทัศน์ซีรีส์ของไทยในยุคเริ่มต้น (ปี 2561-2565) ซึ่งเป็นยุคที่ผู้อำนวยการฝ่ายคอนเทนต์ของแพลตฟอร์มวิดีโอสตรีมมิงของต่างประเทศเป็นชาวต่างชาติ ก่อนหน้าที่จะมีการตั้งสาขาในประเทศไทย และแต่งตั้งโปรดิวเซอร์และผู้กำกับที่มีประสบการณ์ของไทยเป็นผู้อำนวยการฝ่ายคอนเทนต์ในประเทศไทย ดังนั้น สิ่งที่เคยเป็นปัญหาในการประชุมบทที่เกิดจากการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ภาษา และเขตเวลาก็อาจจะหมดไป งานวิจัยชิ้นนี้จึงน่าจะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจทำงานกับแพลตฟอร์มที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ เช่น Prime Video เป็นต้น

(2) เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้ได้รวบรวมข้อมูลในช่วงที่แพลตฟอร์มหลายแห่งยังอยู่ในช่วงเริ่มต้น ซึ่งเป็นช่วงเวลาของการทดลองและค้นหาแนวทางในการผลิตโทรทัศน์ซีรีส์ร่วมกับผู้ผลิตชาวไทย ด้วยเหตุนี้จึงควรมีการศึกษาต่อยอดไปในยุคที่สอง ซึ่งเป็นยุคที่ผู้อำนวยการฝ่ายคอนเทนต์ของแต่ละแพลตฟอร์มเป็นชาวไทย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ภรภัทร รัตนกุสมภ์ (2562), *การสร้างสรรค์เนื้อหาและกระบวนการผลิตของผลงานภายใต้ Netflix Original ประเทศไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิโรจน์ สุทธิสีมา (2021), "ความเปลี่ยนแปลงของสื่อสตรีมมิ่งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย: มุมมองจากกลุ่มผู้สร้างและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง", *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 9(2): 104-120.

ภาษาอังกฤษ

- Bloore, P. (2012), *The Screenplay Business: Managing Creativity and Script Development in the Film Industry*, Abingdon: Routledge.
- Brembilla P. and De Pascalis, I. (2018), *Reading Contemporary Serial Television Universes: A Narrative Ecosystem Framework*, New York: Routledge.
- Douglas, P. (2018), *Writing the TV Drama Series: How to Succeed as a Professional Writer in TV*, Studio City: Michael Wiese Productions.
- Ganuza, J. and Vieceus, M. (2014), "Over-the-top (OTT) Content: Implications and Best Response Strategies of Traditional Telecom Operators", *Evidence from Latin America*, 16(5): 59-69.
- Grace, Y. (2014), *Writing for Television: Series, Serials, and Soaps*, Harpenden: Kamera Books.
- Jang, W. and Song, J. (2017), "Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Glocalization", *Kritika Kultura*, 168-187.
- Landau, N. (2014), *The TV Showrunner's Roadmap*, Burlington: Focal Press.
- Oh, I. and Jang, W. (2020), "From Globalization to Glocalization: Configuring Korean Pop Culture to Meet Glocal Demands", *Culture and Empathy*, 3(1-2): 23-42.
- Park, E. (2017) "Why the Networks Can't Beat Netflix: Speculations on the US OTT Services Market", *Digital Policy, Regulation and Governance*, 19(1): 21-39.
- Ritzer, G. (2004), *The Globalization of Nothing*, Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Ryoo, W. (2009), "Globalization, or the Logic of Cultural Hybridization: The Case of the Korean Wave", *Asian Journal of Communication*, 19(2): 137-151.
- Scher, L. (2011), *Reading Screenplays: How to Analyze and Evaluate Film Scripts*, Harpenden: Kamera Book.

Sepiwall A. (2014), *Telerivoluzione. Da Twin Peaks a Breaking Bad, Come Leserie TV Hanno Cambiato Per Sempre la Televisione*, Milan: BUR.

Venis, L. (2013), *Inside the Room: Writing Television with the Pros at UCLA Extension Writers' Program*, New York: The Penguin Group.

สื่อออนไลน์

ผู้จัดการออนไลน์ (2563), “เอเชียชอบดู! Netflix ไทยรายได้เพิ่ม 3 เท่าตัวใน 2 ปี”, สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2564 จาก <https://mgronline.com/cyberbiz/detail/9630000007067>

E-Commerce (2564), “ใช้บริการ VDO Streaming ยังไงให้ Secure”, สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564 จาก <https://www.etda.or.th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Articles/e-Commerce/VDO-Streaming.aspx>

Frater, P. (2017), “For Netflix, Local Content Is King in Asia”, *Variety*, 16 October, retrieved 10 January 2021 from <https://variety.com/2017/tv/markets-festivals/for-netflix-local-content-is-king-in-asia-1202588618/>

Hadida, A. et al. (2020), “Hollywood Studio Filmmaking in the Age of Netflix: A Tale of Two Institutional Logics”, *Journal of Cultural Economics*, retrieved 15 December 2020 from <https://doi.org/10.1007/s10824-020-09379-z>

Hadjat, A. (2020), “Streaming Giants: The Global Growth of OTT Subscription Video On-Demand Services”, retrieved 15 December 2020 from <https://www.intertrust.com/blog/streaming-giants-the-global-growth-of-ott-subscription-video-on-demand-services/>

Halton, C. (2021), Over the Top (OTT), retrieved 15 December 2020 from <https://www.investopedia.com/terms/o/over-top.asp>

Infoquest (2564), “ภูมิทัศน์สื่อไทย 2564 Over-the-Top TV (OTT TV) ‘กระแสเลือกดาวนั้ัน OTT TV เติบโตต่อเนื่อง’”, สืบค้นเมื่อ 31 มกราคม 2564 จาก <https://www.infoquest.co.th/thailand-media-landscape-2021>

Lotz, A. (2020), “Why is Competition the Wrong Frame for Understanding the Relationship between SVODs and Ad-Supported, Linear Television?”, retrieved 15 December 2020 from <http://www.amandalotz.com/netflix-30-qa/2020/6/29/q8-why-is-competition-the-wrong-frame-for-understanding-the-relationship-between-svods-and-ad-supported-linear-television>

Marketingoops! (2019), “‘Think Local for Global’ กลยุทธ์ ‘Netflix’ เพิ่มคอนเทนต์ท้องถิ่นจากทั่วโลก เร่งสปีดทั้งทางคู่แข่ง”. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564 จาก <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/netflix-think-local-for-global-strategy/?fbclid=IwAR2ypPDE4AhKOkRVbxbpAl8C1eCw95oosq8xSeSeElxy4ewebtWgBDy366jk>

- Ohmae, K. (1989), "Managing in a Borderless World", *Harvard Business Review*, May-June 1989, retrieved 20 February 2021 from <https://hbr.org/1989/05/managing-in-a-borderless-world?fbclid=IwAR0yjuNQkhkOcN3WipzKwvC63qjv9AL1VKi7pY7CW9gwRBCyJeTevjaH7Vk>
- Ramasoota, P. and Kitikamdhorn, A. (2021), "'The Netflix Effect' in Thailand: Industry and Regulatory Implications, Telecommunication Policy", retrieved 30 October 2021 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308596121000604?via%3Dihub>
- Techfeedthai (2022), "ผลสำรวจตลาดสตรีมมิ่งไทย: Netflix ครองเบอร์ 1 แต่ WeTV-Viu ตามติดด้วยคอนเทนต์เอเชีย", สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2564 จาก <https://techfeedthai.com>
- Wayne, M. and Uribe Sandoval, A. (2021), "Netflix Original Series, Global Audiences and Discourses of Streaming Success", retrieved 10 January 2021 from <https://doi.org/10.1177/17496020211037259>
- Zhao, S. (2020), "Netflix Plans to Double Spending on Original Content in Asia", retrieved 15 December 2020 from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-12-01/netflix-plans-to-double-spending-on-original-content-in-asia>
- Zagalo, N. and Barker, A. (2006), "Television Drama Series' Incorporation of Film Narrative Innovation", retrieved 1 June 2022 from https://www.researchgate.net/publication/327190224_Television_Drama_Series'_Incorporation_of_Film_Narrative_Innovation_24