

การสื่อสารอัตลักษณ์ของเจ้าภาพจัดการแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติ
ผ่านตราสัญลักษณ์การแข่งขัน

COMMUNICATING THE IDENTITY OF INTERNATIONAL BASKETBALL
TOURNAMENT HOSTS THROUGH COMPETITION LOGOS

ภานนท์ คุ่มสุภา¹ ทักษยา วัชรสารทรัพย์² และ ปิยะภัทร คงแสนคำ³

Bhanond Kumsubha, Taksaya Watcharasarnsap and Piyapatr Kongsanekhum

Article History

Received: 02-10-2023; Revised: 17-10-2023; Accepted: 17-10-2023

<https://doi.org/10.14456/issc.2023.71>

บทคัดย่อ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์การสื่อสารอัตลักษณ์ของเจ้าภาพจัดการแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติผ่านตราสัญลักษณ์การแข่งขัน ทั้งที่จัดในต่างประเทศและจัดในประเทศไทย โดยศึกษาตราสัญลักษณ์การแข่งขันทั้งระดับโลกและทวีปทั้งสิ้น 93 ชิ้น ประกอบด้วย การแข่งขันที่จัดในต่างประเทศ 82 ชิ้น และการแข่งขันที่จัดในประเทศไทย 11 ชิ้นมาวิเคราะห์องค์ประกอบตามแนวคิดของ วีรพล เจียมวิสุทธ์ (2560) โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมในฐานะผู้ออกแบบตราสัญลักษณ์การแข่งขันที่จัดขึ้นในประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า

ตราสัญลักษณ์ของการแข่งขันที่จัดขึ้นในต่างประเทศ ปรากฏการสื่อสาร 4 ลักษณะ คือ 1.การสื่อสารอัตลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ ด้วยการใช้ภาพแผนที่ ภูเขา ดอกไม้ 2.การสื่อสารอัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม ด้วยการใช้โบราณสถานหรือสถานที่สำคัญ สื่อสารตำนานและคติความเชื่อผ่านการใช้สีและสัญลักษณ์ที่ปรากฏบนธงชาติของประเทศเจ้าภาพ 3.การสื่อสารอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ด้วยการใช้ลวดลาย ตัวอักษร ที่เป็นอัตลักษณ์ของประเทศ 4.การสื่อสารที่ผสมผสานรูปเรขาคณิตกับสัญลักษณ์ของกีฬาบาสเกตบอล เป็นการใช้องค์ประกอบศิลป์ต่าง ๆ เช่น เส้น รูปร่าง มาผสมผสานกับสัญลักษณ์ของกีฬาบาสเกตบอล เช่น ลูกบาสเกตบอล ห่วงและแป้น ถ้วยรางวัล และนักกีฬา มีข้อสังเกตว่าการสื่อสารลักษณะนี้มีบทบาทในการแข่งขันที่จัดขึ้นในทวีปยุโรปซึ่งใช้การจัดในลักษณะเจ้าภาพร่วมหลายประเทศ นอกจากนี้ยังพบว่ามีมีการใช้สีของธงชาติที่สะท้อนคติความเชื่อผสมผสานอยู่ในการสื่อสารลักษณะต่าง ๆ ด้วย ในขณะที่การแข่งขันที่จัดขึ้นในประเทศไทยปรากฏการสื่อสารเพียง 3 ลักษณะ โดยไม่ปรากฏการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติและนำเสนออัตลักษณ์ของไทยภาคกลางมากกว่าอัตลักษณ์ใน

¹⁻³อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Instructor, Faculty of Humanities, Kasetsart University

Email: bhanond@gmail.com *Corresponding author

ท้องถิ่น เนื่องจากสถานที่จัดมักอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลจึงเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมกระแสหลัก ดังนั้นหากต้องการส่งเสริมการใช้ทุนทางวัฒนธรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอำนาจอ่อน จึงควรขยายการแข่งขันไปสู่พื้นที่อื่นๆ หรืออาจหยิบยกวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เป็นอัตลักษณ์ของชาติมาใช้สื่อสารผ่านตราสัญลักษณ์การแข่งขันให้มากขึ้น

คำสำคัญ: การสื่อสารอัตลักษณ์; บาสเกตบอล; เจ้าภาพจัดการแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติ; ตราสัญลักษณ์; การแข่งขัน

ABSTRACT

This study is qualitative research that aims to analyse the communication identity of the international basketball competition host through competition logos which are arranged in foreign countries and Thailand. This research examined a total of 93 logos from international and continental competitions, consists of 82 competitions held abroad and 11 competitions hosted in Thailand to consider based on Veeraphol Chiamwisut's conceptual framework (2017) by gathering information from related documents and participant observation, including researcher's experience as logo designers for competitions held in Thailand.

The results of the study:

revealed four types of communication through the emblems of competitions held abroad: 1. Communication of geographic identity and natural resources, achieved by incorporating images of maps, mountains, and flowers. 2. Communication of historical and architectural identities by featuring ancient sites or significant locations and communication of legends and beliefs by colours and symbols present on the host country's flag as well. 3. Communication of cultural identity and way of life through patterns and letters that represent the country's identity. Moreover, 4. Communication of some emblems combined geometric shapes with basketball symbols, employing various artistic elements such as lines and shapes along with basketball-related imagery such as basketballs, hoops, boards, trophies, and athletes. This type of communication was mostly found in competitions held in Europe especially in co-hosted competition events. In addition, colours of national flags are able to reflect integrated cultural beliefs in various type of communication.

On the other hand, competitions held in Thailand exhibited only three types of communication, with no communication of emphasis on geographic identity and natural resources. And also tended to emphasise the identity of Central Thailand due to the competition's place located in Bangkok and the boundary area. Therefore, logos were connected to mainstream culture to promote usability of cultural capital to drive the creative economy and enhance soft power. Furthermore, consideration could be given to expanding competitions to other regions in Thailand or incorporating elements of contemporary culture that represent the national identity for more effective communication through competition logos.

Keywords: Identity Communication; Basketball; International Basketball; Tournament Host city; Competition Logo

1. บทนำ

การจัดมหกรรมกีฬาระดับนานาชาติ เป็นสิ่งที่หลายประเทศให้ความสนใจเสนอตัวเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน เพราะเป็นการแสดงศักยภาพของประเทศในมิติที่หลากหลาย ทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรม และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Næss, 2023) ดังเช่นที่เกิดขึ้นกับการแข่งขันเอเชียนเกมส์ในปี ค.ศ.2018 ที่จัดขึ้นในกรุงจาการ์ตาและปาเล็มบัง ประเทศอินโดนีเซีย (Trotier, 2021) การเกิดภาพลักษณ์เชิงบวกจากการเป็นเจ้าภาพโอลิมปิกที่เมืองริโอเดจาเนโร ประเทศบราซิลในปี 2016 (Ferreira et al., 2022) ซึ่งไม่ใช่เพียงมหกรรมกีฬาที่มีการแข่งขันหลายชนิดกีฬาเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการจัดการแข่งขันเฉพาะชนิดกีฬา อย่างการเป็นเจ้าภาพจัดแข่งขันบาสเกตบอล ก็เป็นเป้าหมายหมายของไมร์เทิลบีช เซาท์แคโรไลนา (Myrtle Beach, South Carolina) ให้ความสนใจและพยายามผลักดันให้ได้เป็นเจ้าภาพในระยะยาว เพราะถึงแม้จะเป็นการแข่งขันในระยะเวลาไม่นาน แต่ก็ถือเป็นโอกาสดีของชุมชนที่เป็นเจ้าภาพ (Mitchell et al., 2021) สำหรับประเทศไทย มีโอกาสได้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติหลายครั้ง ทั้งในระดับทวีปอย่างเอเชียนเกมส์ หรือซีเกมส์ซึ่งเป็นการแข่งขันระดับภูมิภาค อย่างไรก็ตามผู้วิจัยพบว่าในช่วง 2 ทศวรรษ นับตั้งแต่ปี ค.ศ.2001 – 2023 ประเทศไทยมีโอกาสเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติ ภายใต้การกำกับดูแลของสหพันธ์บาสเกตบอลนานาชาติ (FIBA) ถึง 11 ครั้ง คิดเฉลี่ยเป็น 2 ปีต่อ 1 ครั้งโดยประมาณ แสดงให้เห็นถึงความไว้วางใจจากสหพันธ์ฯ ผู้วิจัยจึงเห็นเป็นโอกาสที่ดีในการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาบาสเกตบอลระดับนานาชาติเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งนี้เพราะบาสเกตบอลเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมกีฬามากเป็นลำดับที่ 3 จากทั่วโลก (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2565) นอกจากนี้การแข่งขันบาสเกตบอลยังเป็นแหล่งทรัพยากรสำคัญในการสร้างอำนาจอ่อน (Soft Power) ให้กับประเทศผู้จัดการแข่งขัน (Cingiene et al., 2014) อีกทั้งยังสอดคล้องกับนโยบายผลักดันและสนับสนุนการเป็นเจ้าภาพจัดการมหกรรมกีฬาเชิงท่องเที่ยวและมหกรรมการแข่งขันกีฬาระดับชาติและนานาชาติในประเทศไทยตามแผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ.2566-2570) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

ทั้งนี้ ในการเป็นจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ประเทศเจ้าภาพจะออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) ประจำการแข่งขันที่ประกอบขึ้นจากอัตลักษณ์ของประเทศ เช่น การใช้สถาปัตยกรรมที่โดดเด่นประกอบเป็นส่วนหนึ่งในตราสัญลักษณ์ ประจำการแข่งขัน เพื่อให้เกิดการรับรู้และจดจำอย่างกว้างขวาง (ADIR et al., 2019) และยังเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) ซึ่งเป็นแนวคิดทางการตลาดในบริบทการสร้างแบรนด์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสร้างรายได้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเมืองหรือประเทศต่าง ๆ (วีรพล เจียมวิสุทธิ์, 2560) วิจัยจึงสนใจศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ของเจ้าภาพจัดการแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติผ่านตราสัญลักษณ์การแข่งขัน ทั้งที่จัดในต่างประเทศและจัดในประเทศไทย เพื่อให้เป็นแนวทางในการพัฒนาการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่จะสร้างการรับรู้และจดจำ และต่อยอดไปสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในการจัดการแข่งขันกีฬาบาสเกตบอลระดับนานาชาติในประเทศไทยต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. วิเคราะห์การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ของประเทศและเมืองเจ้าภาพการแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติ
2. วิเคราะห์การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพการแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติ

3. การทบทวนวรรณกรรม

วีรพล เจียมวิสุทธิ์ (2560) ได้ทำการศึกษาสัญญะกับการสื่อสารอัตลักษณ์ในตราเครื่องหมายสัญลักษณ์การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก พบว่ามีการใช้การสื่อสารอัตลักษณ์ 5 รูปแบบคือ 1. อัตลักษณ์ซึ่งมีที่มาจากเอกลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์และธรรมชาติสภาพแวดล้อม 2. อัตลักษณ์ซึ่งมีที่มาจากเอกลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมที่สำคัญหรือตำนานและคติความเชื่อ 3. อัตลักษณ์ซึ่งมีที่มาจากเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตผู้คนท้องถิ่น 4. อัตลักษณ์ซึ่งมีที่มาจากเอกลักษณ์การผสมผสานรูปทรงเรขาคณิตกับสัญลักษณ์ด้านกีฬา และ 5. อัตลักษณ์ซึ่งมีที่มาจากเอกลักษณ์การผสมผสานรูปทรงเรขาคณิตกับสัญลักษณ์เชิงนามธรรม ซึ่งตราสัญลักษณ์เหล่านี้ล้วนพัฒนาจากทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่เชื่อมโยงจากลักษณะภูมิประเทศ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น โบราณสถาน ภูมิปัญญาและคติความเชื่อ สอดคล้องกับแนวทางการออกแบบตราสินค้า ที่ชั้นย่นต์ สมถวิลผ่องใส และคณะ (2565) นำมาใช้เพื่อออกแบบตราสินค้าให้กับชุมชนภูเขาทอง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อใช้ทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาเป็นสื่อเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ การนำทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ มาออกแบบเป็นตราสัญลักษณ์มีความสำคัญ “...เพราะความเชื่อของมนุษย์ที่มีต่อสัญลักษณ์ คือความเชื่อเชิงสร้างสรรค์ที่นำสิ่งใกล้ตัว ที่คุ้นเคยหรือสิ่งที่เป็นความเชื่ออยู่เดิมมาสร้างเป็นสิ่งแทนตัวตน สถาบัน องค์กร แม้จะเป็นการนำความเชื่อมาผลิตซ้ำ แต่สามารถสร้างการสื่อสารสู่สังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ผกาพันธ์ อินต๊ะแก้ว, 2562)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรสำคัญถูกนำมาใช้ออกแบบตราสัญลักษณ์เพื่อสื่อสารกับผู้คนในบริบทต่าง ๆ ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่าทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้ย่อมต้องใช้เวลาในการก่อร่างสร้างคุณค่าขึ้นมาจนกลายเป็นวัฒนธรรมที่ยอมรับของสังคม โดยหากแบ่งวัฒนธรรมตามลักษณะของการเกิดขึ้นและคงอยู่ในสังคมอาจแบ่งได้หลากหลายหลาย กล่าวคือมีทั้งวัฒนธรรมชั้นสูง (High Culture) วัฒนธรรมของชนชั้นกลางหรือชั้นล่าง (Low Culture) หรือวัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงวัฒนธรรมของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ไม่มีสูง ไม่มีต่ำ (ชนกภรณ์ นรากร, 2548) ซึ่งหากพิจารณาวัฒนธรรมในสังคมไทยอาจสะท้อนผ่านการใช้งานศิลปกรรมต่าง ๆ ดังที่สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร (2564) ระบุว่าลายไทย เช่น ลายกนกเป็น “ลวดลายของชาติไทย” ซึ่งส่วนใหญ่เป็นงานช่างที่ควบคู่กับศาสนาและสถาบันกษัตริย์ มีการสร้าง และบูรณปฏิสังขรณ์วัดที่เปลี่ยนไปตามความนิยมใหม่ๆ ทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ (มูลนิธิสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, ม.ป.ป.) ปรากฏการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมมีลักษณะเป็นพลวัตที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ และขณะเดียวกันก็มีความหลากหลาย ดังนั้นหากจะนำทุนทางวัฒนธรรมไปพัฒนาเป็นตราสัญลักษณ์ก็ควรมองวัฒนธรรมในมิติที่หลากหลาย เพื่อให้มีทรัพยากรในการสร้างสรรค์ที่ไม่จำกัดด้วย

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับตราสัญลักษณ์ การแข่งขันกีฬา การจัดการแข่งขันกีฬาสเกตบอลระดับนานาชาติ ทุนทางวัฒนธรรม

2. การคัดเลือกข้อมูลและเก็บข้อมูล สืบค้นตราสัญลักษณ์ที่ใช้ในการแข่งขันกีฬาสเกตบอลระดับนานาชาติ ที่จัดแข่งขันโดยสหพันธ์กีฬาสเกตบอลนานาชาติ ทั้งในระดับโลก ระดับทวีป ซึ่งประกอบด้วยทวีปแอฟริกา อเมริกา เอเชีย และยุโรปทั้งการแข่งขันประเภททีมชาติ และสโมสรตั้งแต่ปี 2001-2023 รวมทั้งสิ้น 93 ชิ้น โดยเป็นตราสัญลักษณ์ที่จัดแข่งขันในต่างประเทศ 82 ชิ้น และจัดแข่งขันในประเทศไทย 11 ชิ้น

3.วิเคราะห์การสื่อสารอัตลักษณ์ของเจ้าภาพจัดการแข่งขัน โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบของตราสัญลักษณ์ตามแนวคิดของ วีรพล เจียมวิสุทธ์ (2560) โดยศึกษาข้อมูลประกอบการตีความหมายของสัญลักษณ์จากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการแข่งขันในแต่ละครั้ง และสังเกตอย่างมีส่วนร่วมในฐานะผู้ออกแบบตราสัญลักษณ์การแข่งขันที่จัดขึ้นในประเทศไทย

4.วิเคราะห์สัญญาณด้านทุนทางวัฒนธรรม

5.สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5. ผลการศึกษา

1.การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ของเจ้าภาพจัดการแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติ

การสื่อสารอัตลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ มีการใช้ตราสัญลักษณ์ที่ประกอบด้วยภาพสัญลักษณ์ทางภูมิประเทศหรือทรัพยากรธรรมชาติของประเทศเจ้าภาพมาผสมผสานกับภาพสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาบาสเกตบอล รวมทั้งสิ้น 17 ชิ้น โดยการแข่งขันระดับทวีปมักมีการใช้แผนที่ของประเทศเจ้าภาพเป็นองค์ประกอบในตราสัญลักษณ์ เช่น การแข่งขัน FIBA European Championship 2001 (ภาพที่ 1) มีการใช้แผนที่ของทวีปแอฟริกาสีส้มและเน้นแผนที่ของไอวอรีโคสต์ (Ivory Coast) ซึ่งเป็นเจ้าภาพด้วยสีขาว มีการใช้ลักษณะของภูมิประเทศที่เป็นเนินเขา ในการแข่งขัน FIBA European Championship 2013 (ภาพที่ 2) ซึ่งจัดขึ้นที่ประเทศสโลวีเนีย (Slovenia) และการใช้ดอกไม้ที่เป็นอัตลักษณ์ของเจ้าภาพ คือ ดอกซากุระในการแข่งขัน FIBA Asia Championship for Women 2011 (ภาพที่ 3) ที่ประเทศญี่ปุ่น อย่างไรก็ตามไม่พบ

การสื่อสารอัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม หรือตำนานและคติความเชื่อ คือการนำภาพโบราณสถาน หรือภาพสัญลักษณ์ที่สะท้อนคติความเชื่อ และสัญลักษณ์ของชาติ เช่น สัญลักษณ์ที่ปรากฏในธงชาติ หรือสีของธงชาติมาประกอบเข้ากับภาพสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับกีฬาบาสเกตบอล พบการใช้ตราสัญลักษณ์รูปแบบนี้จำนวน 23 ชิ้น เช่นการแข่งขัน 2017 FIBA Women's Asia Cup (ภาพที่ 4) ที่จัดขึ้นที่ประเทศอินเดีย (India) มีการใช้ภาพประติมากรรมสิงโตบนยอดเสาโคกซึ่งเป็นทั้งโบราณสถานสำคัญและเป็นตราแผ่นดินของประเทศผสมผสานเข้ากับภาพลูกบาสเกตบอลโดยใช้สี 3 สีของธงชาติอินเดีย คือ ส้ม ขาว และเขียวเป็นสีของตราสัญลักษณ์ ในขณะที่การแข่งขัน FIBA Women's AfroBasket 2021 (ภาพที่ 5) ซึ่งจัดขึ้นที่ประเทศแคเมอรูน (Cameroon) ใช้ภาพสิงโตซึ่งเป็นสัตว์พื้นถิ่นและถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ของทีมนักกีฬาของแคเมอรูนผสมผสานเข้ากับรูปทรงกลมของลูกบาสเกตบอล โดยใช้สีเขียว แดง และเหลือง ซึ่งเป็นสีของธงชาติเป็นสีของตราสัญลักษณ์

การสื่อสารอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เป็นการนำลักษณะเด่นทางวัฒนธรรม เช่น ลักษณะของงานศิลปะที่เป็นอัตลักษณ์ของเจ้าภาพ ลักษณะของตัวอักษร หรือวิถีชีวิตของประชาชนในประเทศเจ้าภาพมาผสมผสานเข้ากับสัญลักษณ์ของกีฬาบาสเกตบอล พบตราสัญลักษณ์ในรูปแบบนี้ 15 ชิ้น เช่น การแข่งขัน FIBA Basketball World Cup China 2019 (ภาพที่ 6) ที่ประเทศจีน (China) มีการนำลักษณะการแต่งหน้าของอุปรากรจีนมาผสมผสานเข้ากับลักษณะวงกลมของลูกบาสเกตบอลและถ้วยรางวัลประจำการแข่งขัน เช่นเดียวกับการแข่งขัน FIBA AfroBasket Rwanda 2021 (ภาพที่ 7) ที่ประเทศรวันดา (Rwanda) ที่ใช้ลาย Imigongo สีขาวและสีดำ ลวดลายซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่ถูกใช้อย่างแพร่หลายในประเทศมาผสมเข้ากับภาพถ้วยรางวัลและลูกบาสเกตบอล

การสื่อสารที่ผสมผสานรูปร่างคนกับสัญลักษณ์ของกีฬาบาสเกตบอล เป็นการนำรูปลักษณ์คนแบบต่าง ๆ มาออกแบบให้กลมกลืนกับภาพสัญลักษณ์บางประการ เช่น ลักษณะการเคลื่อนไหวของนักกีฬาบาสเกตบอล ลักษณะของลูกบาสเกตบอล รวมถึงแป้นและห่วงบาสเกตบอลด้วย เช่นการแข่งขัน 2014 FIBA Basketball World Cup (ภาพที่ 8) ที่ประเทศสเปน (Spain) ใช้ภาพการเคลื่อนไหวของมือของนักกีฬาในขณะที่ยิงลูกมาเป็นตราสัญลักษณ์ ซึ่งประเทศเจ้าภาพได้นำแนวคิดนี้มา

สร้างสรรค์เป็นการแสดงบัลเลต์ชุดพิเศษที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการเคลื่อนไหวของนักกีฬาบาสเกตบอลมาใช้ในการแข่งขันครั้งนี้ด้วย นอกจากนี้ยังมักพบการใช้สีธงชาติมาใช้ในรูปเรขาคณิตที่เป็นสัญลักษณ์ของกีฬาบาสเกตบอล เช่นการแข่งขัน FIBA European Championship 2001 (ภาพที่ 9) ที่ประเทศตุรกี (Türkiye, Turkey) ที่ใช้เพียงสีของธงชาติคือ แดง และขาว มาเป็นส่วนประกอบในตราสัญลักษณ์ลายเส้นของลูกบาสเกตบอล เป็นที่สังเกตว่าพบการใช้สัญลักษณ์รูปแบบนี้ถึง 27 ชิ้น ซึ่งเป็นรูปแบบที่ถูกใช้มากที่สุด อย่างไรก็ตามมักถูกใช้ในการแข่งขันในระดับทวีป โดยเฉพาะในยุโรป ทั้งนี้เพราะการแข่งขันที่จัดขึ้นในทวีปยุโรปมักมีลักษณะของการเป็นเจ้าภาพร่วม กล่าวคือในการแข่งขันครั้งหนึ่งจะถูกจัดขึ้นในหลายประเทศ ตราสัญลักษณ์ในลักษณะนี้จึงไม่ได้สะท้อนเอกลักษณ์ของประเทศใดประเทศหนึ่งที่ชัดเจน แต่มักนำสีจากธงชาติของประเทศเจ้าภาพร่วมมาใช้ประกอบเข้ากับรูปเรขาคณิตที่แสดงลักษณะของกีฬาบาสเกตบอล

นอกจากนี้ยังพบว่ามักมีการใช้สีธงชาติร่วมไปกับการกับการสื่อสารอัตลักษณ์ด้านต่าง ๆ ทั้งด้านภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรม เช่นการแข่งขัน FIBA Africa Championship for Women 2015 (ภาพที่ 10) ที่จัดขึ้นที่ประเทศแคเมอรูน (Cameroon) เป็นการใช้สีธงชาติของเจ้าภาพ คือ เขียว แดง เหลือง เป็นสีของริบบิ้นที่ผู้ร้อยกันเป็นลักษณะของแผนที่ทวีปแอฟริกา

2.การสื่อสารอัตลักษณ์ผ่านตราสัญลักษณ์ของเจ้าภาพจัดการแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติ

การแข่งขันบาสเกตบอลระดับนานาชาติที่ถูกจัดขึ้นในประเทศไทย ภายใต้การกำกับของสหพันธ์บาสเกตบอลนานาชาติจำนวน 11 ครั้ง พบการใช้ตราสัญลักษณ์ใน 3 ลักษณะ คือ 1) การใช้ตราสัญลักษณ์ที่สื่อสารอัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม หรือตำนานและคติความเชื่อ 2) ตราสัญลักษณ์ที่สื่อสารอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต และ 3) ตราสัญลักษณ์ที่ผสมผสานรูปเรขาคณิตกับสัญลักษณ์ของกีฬาบาสเกตบอล ดังนี้

การสื่อสารอัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม หรือตำนานและคติความเชื่อ จำนวน 5 ชิ้น โดยเป็นการใช้ภาพสถานที่สำคัญ จำนวน 2 ชิ้น คือ การแข่งขัน 2001 ABC Championship for Women (ภาพที่ 11) ใช้ภาพพระปรางค์วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร ประกอบกับภาพนักกีฬาเป็นตราสัญลักษณ์ และการแข่งขัน 2010 FIBA Asia U-18 Championship for Women (ภาพที่ 12) ที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีใช้ภาพพระบรมธาตุไชยา ผสมกับธงชาติไทย ลูกและห่วงบาสเกตบอล นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาพช้างซึ่งถือเป็นสัตว์ประจำชาติเป็นสัญลักษณ์ถึง 3 ครั้ง คือ การแข่งขัน 2009 FIBA Under-19 Women's Basketball World Cup (ภาพที่ 13) การแข่งขัน FIBA Asia Champions Cup 2018 (ภาพที่ 14) และการแข่งขัน FIBA Asia Champions Cup 2019 (ภาพที่ 15)

การสื่อสารอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต พบเป็นลักษณะทางศิลปกรรมไทยมาผสมผสานกับสัญลักษณ์ของกีฬาบาสเกตบอล รวมทั้งสิ้น 5 ชิ้น ประกอบด้วยการดัดแปลงใช้ลายกนกเปลวจำนวน 2 ชิ้น ในการแข่งขัน 2013 FIBA Asia Championship for Women (ภาพที่ 16) และการแข่งขัน 2016 SEABA Stanković Cup (ภาพที่ 17) และลายบัวจำนวน 1 ชิ้นในการแข่งขัน Fiba U19 Womens World Cup 2019 (ภาพที่ 18) ซึ่งการแข่งขันทั้ง 3 รายการจัดขึ้นที่กรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังมีการประยุกต์ใช้เครื่องแต่งกายของตัวละครจากศิลปะการแสดง คือใช้หัวโขนของตัวละครหนุมานเป็นสัญลักษณ์ในการแข่งขัน FIBA U18 Asian Championship 2018 (ภาพที่ 19) ที่จังหวัดนนทบุรี และใช้ชุดเกล้าเปลวและกรรเจียกจรของตัวละครนางผมผสานเข้ากับลูกบาสเกตบอลในการแข่งขัน FIBA Women's Asia Cup, Division B 2023 (ภาพที่ 20) ที่กรุงเทพมหานคร

การสื่อสารที่ผสมผสานรูปเรขาคณิตกับสัญลักษณ์ของกีฬาบาสเกตบอล เป็นการนำสีของธงชาติไทยมาผสมผสานเข้ากับภาพลายเส้นลูกบาสเกตบอล ในการแข่งขัน FIBA Asia U18 Championship for Women 2016 (ภาพที่ 21) ที่กรุงเทพมหานคร

6. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การสื่อสารอัตลักษณ์เจ้าภาพกับสัญลักษณ์ของกีฬาบาสเกตบอล สอดคล้องกับการศึกษาการสื่อสารอัตลักษณ์ในตราเครื่องหมายสัญลักษณ์การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก ของวีรพล เจียมวิสุทธ์ (2560) กล่าวคือ มีการสื่อสารอัตลักษณ์ของเจ้าภาพ ทั้ง 1.ด้านภูมิศาสตร์และธรรมชาติสภาพแวดล้อม 2. ด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมที่สำคัญหรือตำนานและคติความเชื่อ 3. ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตผู้คนท้องถิ่น และ 4.การผสมผสานรูปทรงเรขาคณิตกับสัญลักษณ์ด้านกีฬา ทั้งนี้ไม่พบการสื่อสารอัตลักษณ์ที่ผสมผสานรูปทรงเรขาคณิตกับสัญลักษณ์เชิงนามธรรม เนื่องจากการแข่งขันกีฬาบาสเกตบอลจำเป็นต้องสื่อสารถึงชนิดของกีฬาที่ชัดเจน แตกต่างจากการจัดการแข่งขันโอลิมปิกที่มีชนิดกีฬาที่หลากหลาย ทำให้สามารถใช้ภาพเชิงนามธรรมได้กว้างขวาง

อย่างไรก็ตาม สำหรับการจัดการแข่งขันที่ประเทศไทยเป็นเจ้าภาพ ยังพบการสื่อสารอัตลักษณ์เพียง 3 ด้านคือ ด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรมที่สำคัญหรือตำนานและคติความเชื่อ ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตผู้คนท้องถิ่น และ การผสมผสานรูปทรงเรขาคณิตกับสัญลักษณ์ด้านกีฬา แสดงให้เห็นว่าผู้จัดการแข่งขันยังนำท่วงท่าวัฒนธรรมมาใช้อย่างจำกัด ทั้งนี้เพราะการจัดการแข่งขันยังถูกจำกัดในเชิงพื้นที่ คือกรุงเทพมหานครและปริมณฑลซึ่งเป็นพื้นที่ที่ยึดโยงกับวัฒนธรรมชั้นสูง เช่น ลายไทยแบบดั้งเดิม หรือศิลปะการแสดงชั้นสูง

7. องค์ความรู้ใหม่

แนวทางการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ของประเทศเจ้าภาพโดยผสมผสานสัญลักษณ์ทางการกีฬา ใน 4 ลักษณะ คือ อัตลักษณ์ด้านภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์ สถาปัตยกรรม หรือตำนานและคติความเชื่อ อัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต และการนำท่วงท่าวัฒนธรรมมาผสมผสานกับสัญลักษณ์ทางการกีฬา สำหรับการจัดการแข่งขันในประเทศไทย มีแนวทางในการพัฒนาการออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สื่อสารอัตลักษณ์ด้านต่าง ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น ด้านภูมิศาสตร์และทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงวัฒนธรรมประเพณีร่วมสมัย ทั้งนี้ควรกระจายเมืองเจ้าภาพจัดการแข่งขันไปยังภูมิภาคและจังหวัดอื่น ๆ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร เพื่อให้สามารถพบเจออัตลักษณ์ที่หลากหลายของท้องถิ่นได้กว้างขวางมากยิ่งขึ้น

8. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ตราสัญลักษณ์ด้วยแนวคิดการสื่อสารอัตลักษณ์ของเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาของวีรพล เจียมวิสุทธ์ (2560) เท่านั้น สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรวิเคราะห์กระบวนการสร้างสรรค์ตราสัญลักษณ์ด้วยแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ เช่น แนวคิดการจำแนกวิธีการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (Taxonomy of Creative Design) เป็นต้น



ภาพที่ 1



ภาพที่ 2



ภาพที่ 3



ภาพที่ 4



ภาพที่ 5



ภาพที่ 6



ภาพที่ 7



ภาพที่ 8



ภาพที่ 9



ภาพที่ 10



ภาพที่ 11



ภาพที่ 12



ภาพที่ 13



ภาพที่ 14



ภาพที่ 15



ภาพที่ 16



ภาพที่ 17



ภาพที่ 18



ภาพที่ 19



ภาพที่ 20



ภาพที่ 21

ภาพที่ 1 FIBA European Championship 2001

จาก https://en.wikipedia.org/wiki/EuroBasket_2001

ภาพที่ 2 FIBA European Championship 2013

จาก <http://www.zadrga.com/project/fiba-europe-eurobasket-2013-ci/>

ภาพที่ 3 FIBA Asia Championship for Women 2011

จาก <https://www.fiba.basketball/news/FIBA-Logo-unveiled-for-FIBA-Asia-Championship-for-Women>

ภาพที่ 4 2017 FIBA Women's Asia Cup

จาก https://en.wikipedia.org/wiki/2017_FIBA_Women's_Asia_Cup

ภาพที่ 5 FIBA Women's AfroBasket 2021

จาก <https://www.fiba.basketball/womensafrobasket/2021/news/fiba-women%E2%80%99s-afrobasket-2021-logo-unveiled>

ภาพที่ 6 FIBA Basketball World Cup China 2019

จาก <https://www.fiba.basketball/basketballworldcup/2019/news/fiba-basketball-world-cup-2019-logo-unveiled>

ภาพที่ 7 FIBA AfroBasket Rwanda 2021

จาก <https://www.fiba.basketball/afrobasket/2021/qualifiers/news/fiba-afrobasket-2021-logo-unveiled>

ภาพที่ 8 2014 FIBA Basketball World Cup

จาก <https://www.fiba.basketball/basketballworldcup/2014/news/PR-N-1-FIBA-Basketball-World-Cup-officially-launched>

ภาพที่ 9 FIBA European Championship 2001

จาก https://en.wikipedia.org/wiki/EuroBasket_2001

ภาพที่ 10 FIBA Africa Championship for Women 2015

จาก https://en.wikipedia.org/wiki/AfroBasket_Women_2015

ภาพที่ 11 2001 ABC Championship for Women

จาก https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2001_ABC_Championship_for_Women&oldid=1164864552

ภาพที่ 12 2010 FIBA Asia Under-18 Championship for Women

จาก https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2010_FIBA_Asia_Under-18_Championship_for_Women&oldid=1139197420

2009 FIBA Under-19 World Championship for Women

ภาพที่ 13 2009 FIBA Under-19 World Championship for Women

จาก https://en.wikipedia.org/wiki/2009_FIBA_Under-19_World_Championship_for_Women

ภาพที่ 14 2018 FIBA Asia Champions Cup

จาก https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2018_FIBA_Asia_Champions_Cup&oldid=1173244712

ภาพที่ 15 FIBA Asia Champions Cup 2019

จาก <https://www.fiba.basketball/asiachampionscup/2019/news/war-elephant-revealed-as-concept-for-fiba-asia-champions-cup-2019-design>

ภาพที่ 16 2013 FIBA Asia Championship for Women

จาก https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2013_FIBA_Asia_Championship_for_Women&oldid=1139239406

ภาพที่ 17 2016 SEABA Cup

จาก https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2016_SEABA_Cup&oldid=1139245108

ภาพที่ 18 FIBA U19 Women's Basketball World Cup

จาก <http://www.bsathai.org/?p=859>

ภาพที่ 19 FIBA U18 Asian Championship

จาก <https://www.fiba.basketball/news/fiba-under-18-asian-championship-logo-unveiled>

ภาพที่ 20 FIBA Women's Asia Cup Division B 2023

จาก <https://www.fiba.basketball/womensasiacup/2023/divisionb>

ภาพที่ 21 FIBA Asia U18 Championship for Women 2016

จาก <https://www.fiba.basketball/asia/u18women/2016>

รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566, 29 กรกฎาคม). แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2566-2570). 2566, จาก <https://www.sat.or.th/wp-content/uploads/2021/11>.
- ชนกภรณ์ นรากร. (2548). *วิวัฒนาการการลัทธิและวัฒนธรรมมวลชนกับการลัทธิรอยศิลปะบนเรือนร่าง* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. Dhurakij Pundit University Intellectual Repository. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/121333.pdf>
- ชัยนันต์ สมถวิลพ่องใส, จีรพรรณ จันทร์วิเชียร, วรณชนพล หิรัญบุรณะ, ภาดา วงศ์ไธ, ไชยอนันต์ ตรีไพบูลย์, & ทวีศักดิ์ แสงเงิน. (2565). การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลภูเขาทอง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 16(46), 465–476.
- ผกพันธ์ อินทะแก้ว. (2562). ความเชื่อผ่านการใช้สัญลักษณ์ในตราสัญลักษณ์มหาวิทยาลัยไทย : กรณีศึกษาเฉพาะสัญลักษณ์. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง*, 2(2), 35–47.
- มูลนิธิสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน. (ม.ป.ป., 29 กรกฎาคม). *พัฒนาการของลายไทย-ลายกระหนก โดยลำดับยุคสมัย ตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน*. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 38. <https://www.saranukromthai.or.th/sub/book/book.php?book=38&chap=1&page=t38-1-infodetail02.html>
- วีรพล เจียมวิสุทธิ์. (2560). สัญลักษณ์การสื่อสารอัตลักษณ์ในตราเครื่องหมายสัญลักษณ์การจัดการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 10(1), 2077–2092.
- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้. (2565). 5 อารูธทางวัฒนธรรมขยายอำนาจ SOFT POWER. *The Knowledge*, 22, 10–15. https://www.okmd.or.th/upload/pdf/2565/PDF/the_knowledge_vol22.pdf
- สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร. (2564, 29 กรกฎาคม). *องค์ความรู้จากครุช่างนายอมร ศรีพจนารถ : ลวดลายของชาติไทย*. https://www.finearts.go.th/storage/contents/2021/04/detail_file/MPchmInFQSuCt2938hOSFPHEmzjOjYO0DwT97vjL.pdf
- 2001 ABC Championship for Women. (2023, 11 July). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2001_ABC_Championship_for_Women&oldid=1164864552
- 2009 FIBA Under-19 World Championship for Women. Wikipedia. (n.d., 1 July). https://en.wikipedia.org/wiki/2009_FIBA_Under-19_World_Championship_for_Women
- 2010 FIBA Asia Under-18 Championship for Women. (2023, 1 July). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2010_FIBA_Asia_Under-18_Championship_for_Women&oldid=1139197420
- 2013 FIBA Asia Championship for Women. (2023, 1 July). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2013_FIBA_Asia_Championship_for_Women&oldid=1139239406
- 2016 SEABA Cup. (2023, 1 July). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2016_SEABA_Cup&oldid=1139245108
- 2017 FIBA Women's Asia Cup. (2023, 1 July). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2017_FIBA_Women's_Asia_Cup&oldid=1173741354
- 2018 FIBA Asia Champions Cup. (2023, 1 July). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=2018_FIBA_Asia_Champions_Cup&oldid=1173244712

- ADIR, V., PASCU, N. E., & ADIR, G. (2019). The Identity of Sport Events Using Logo Design. *Journal of Industrial Design & Engineering Graphics*, 14(1), 211–214.
- AfroBasket Women 2015. (2023, 1 July). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=AfroBasket_Women_2015&oldid=1173744527
- Cingiene, V., Damijonaitis, M., & Komskiene, D. (2014). Soft Power Index Extension: The Case of the Influence of Lithuanian Basketball. *Transformations in Business and Economics*, 13(2), 462–482.
- EuroBasket 2001. (2023, July 1). Wikipedia. https://en.wikipedia.org/w/index.php?title=EuroBasket_2001&oldid=1173692810
- EuroBasket 2013 Corporate Identity | Zadrga. (n.d., 1 July). <http://www.zadrga.com/project/fiba-europe-eurobasket-2013-ci/>
- Ferreira, L. B., Giralaldi, J. de M. E., Maheshwari, V., & Oliveira, J. H. C. de. (2022). Impacts of host city image in the country destination branding in sport mega-event context: exploring cognitive and affective image dimensions. *International Journal of Event and Festival Management*, 13(4), 486–505. <https://doi.org/10.1108/IJEFM-10-2021-0080>
- FIBA - Logo unveiled for FIBA Asia Championship for Women - FIBA.basketball. (n.d. 1 July). <https://www.fiba.basketball/news/FIBA-Logo-unveiled-for-FIBA-Asia-Championship-for-Women>
- FIBA Asia U18 Championship for Women 2016 - FIBA.basketball. (n.d. 1 July). <https://www.fiba.basketball/asia/u18women/2016>
- FIBA Basketball World Cup 2019 logo unveiled - FIBA Basketball World Cup 2019 - FIBA.basketball. (n.d., 1 July). <https://www.fiba.basketball/basketballworldcup/2019/news/fiba-basketball-world-cup-2019-logo-unveiled>
- FIBA U18 Asian Championship logo unveiled - FIBA.basketball. (n.d., 1 July). <https://www.fiba.basketball/news/fiba-under-18-asian-championship-logo-unveiled>
- FIBA Women's AfroBasket 2021 logo unveiled - FIBA Women's AfroBasket 2021 - FIBA.basketball. (n.d. 1 July). <https://www.fiba.basketball/womensafrobasket/2021/news/fiba-women%E2%80%99s-afrobasket-2021-logo-unveiled>
- FIBA Women's Asia Cup Division B 2023 - FIBA.basketball. (n.d., 1 July). <https://www.fiba.basketball/women/sasiacup/2023/divisionb>
- Mhanna, R., Blake, A., & Jones, I. (2019). Spreading tourists around host countries of mega sport events: A strategy to overcome overtourism in host cities. *Worldwide Hospitality & Tourism Themes*, 11(5), 611–626. <https://doi.org/10.1108/WHATT-06-2019-0040>
- Mitchell, M., Edwards, D., & Marcis, J. (2021). From Strategic Goal to Reality: The Development of the Myrtle Beach Invitational Basketball Tournament. *Coastal Business Journal*, 18(1), 39–58.
- Næss, H. E. (2023). A figurational approach to soft power and sport events. The case of the FIFA World Cup Qatar 2022TM. *Frontiers in Sports and Active Living*, 5. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fspor.2023.1142878>

- PR N°1 - FIBA Basketball World Cup officially launched in Madrid - FIBA Basketball World Cup 2014 - FIBA.basketball. (n.d., 1 July). <https://www.fiba.basketball/basketballworldcup/2014/news/PR-N-1-FIBA-Basketball-World-Cup-officially-launched>
- Trotier, F. (2021). Indonesia's Position in Asia: Increasing Soft Power and Connectivity through the 2018 Asian Games. *TRaNS: Trans-Regional & National Studies of Southeast Asia*, 9(1), 81–97. <https://doi.org/10.1017/trn.2020.12>
- “War Elephant” revealed as concept for FIBA Asia Champions Cup 2019 design - FIBA Asia Champions Cup 2019 - FIBA.basketball. (n.d., 1 July). <https://www.fiba.basketball/asiachampionscup/2019/news/war-elephant-revealed-as-concept-for-fiba-asia-champions-cup-2019-design>.