

กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

พริ้นธร แสนสุข^{1,*}, สุกัญญา สมไพบูลย์²

^{1,2} หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวาณิชยศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Received: 22 April 2024

Revised: 21 June 2024

Accepted: 7 October 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) อินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบผลสำเร็จ (2) ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม และ (3) นักวิชาการด้านวาณิชยศาสตร์ โดยทำการวิเคราะห์จากข้อมูล Pre-test, Post-test, Reflection Note และ Focus group ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ประกอบด้วย 1) Identity (เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน) 2) Consistency (ความสม่ำเสมอ) 3) Creativity (ความคิดสร้างสรรค์) 4) Content (เนื้อหา) 5) Sincere (ความจริงใจ) ซึ่งทั้ง 5 คุณลักษณะต้องมี Ethos (ความน่าเชื่อถือ) Pathos (สร้างอารมณ์ร่วมให้ผู้ติดตาม) Invention (การคิดค้นเนื้อหาที่น่าสนใจ) Memory (การพูดหรือแสดงเพื่อสร้างการจดจำ) ยังคงเป็นประเด็นสำคัญเช่นเดียวกับ Verbal (การสื่อสารเชิงวาทะภาษา) และ Non-Verbal (อวัจนภาษา) ในขณะที่ Logos (ความเป็นเหตุเป็นผล) Arrangement (การจัดเรียง) Style การออกแบบ (เพื่อความสวยงาม) Delivery (การนำเสนออย่างเป็นระบบ) มีความสำคัญลงเล็กน้อย นอกจากนี้ ยังพบว่า การออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ คุณลักษณะสำคัญในการฝึกอบรมทุกกิจกรรมได้แก่ Identity รองลงมาได้แก่ Creativity, Content และ Sincere ส่วน Consistency พบน้อยลง มีเฉพาะบางกิจกรรม ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ รวมถึงความสำคัญและการคงอยู่ของทฤษฎี ที่ทำให้ผู้สนใจสายงานอินฟลูเอนเซอร์มองภาพได้ชัดเจน และนำไปประยุกต์ใช้บนฐานทฤษฎีทางวาทศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ: อินฟลูเอนเซอร์ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ กระบวนการฝึกอบรม

* ผู้ประสานงานหลัก; อีเมล: 6480038528@student.Chula.ac.th

Training Process to Develop Desirable Characteristics of Influencers on Youtube Platform

Peeranthon Saensook^{1,*}, Sukanya Sompiboon²

^{1,2} Student of the Master of Communication Arts Program,
Major in Speech Communication, Faculty of Communication Arts,
Chulalongkorn University

Received: 22 April 2024

Revised: 21 June 2024

Accepted: 7 October 2024

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) To analyze the desirable characteristics of influencers on YouTube platform, 2) To design and pilot a training process to develop the desirable characteristics of influencers on YouTube platform. It is qualitative research. Through 3 groups consist of 5 influencers, 3 Training specialists and 2 academics in the field of rhetoric by the research methodology, which Focus group and In-depth interviews in order to design the training program with 13 participants. The research results found that Desirable characteristics of influencers on the YouTube platform include 1) Identity 2) Consistency 3) Creativity 4) Content 5) Sincerity. All 5 characteristics must include Ethos (trustworthiness) and Pathos (creating emotions for followers), Invention (Creating interesting content), Memory (speaking or showing to create recognition) are still important issues, as verbal and Non-Verbal communication, while Logos (rationality), Arrangement, Style, design, Delivery (systematic presentation) are slightly important. In addition, the training process was designed and piloted to develop the desirable characteristics of influencers on YouTube platform. An important feature in every training activity is Identity, followed by Creativity, Content, and Sincere. Consistency is found less often, only in some activities. The research results reflect the phenomenon changing. Including the importance and permanence of the theory that allows those interested in the influencer field to clearly apply it more effectively on the basis of rhetorical theory.

Keywords: Influencer, Desirable Characteristics, Training process

* Corresponding Author; E-mail: 6480038528@student.chula.ac.th

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนผ่านจากสื่อออฟไลน์หรือสื่อเก่า สื่อโทรทัศน์ วิทยุ ผ่านเข้าสู่โลกออนไลน์ ถือเป็นปัจจัยในการดำเนินชีวิตที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิต หาคำความรู้ สร้างความบันเทิง การเปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ได้สร้างความเจริญเติบโตในการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อวิดีโออย่างแอปพลิเคชันยูทูบ (Youtube) ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

ยูทูบ (Youtube) เป็นแอปพลิเคชันที่ก่อตั้งขึ้นในปี 2548 เพื่อนำเสนอสื่อวิดีโอ หรือภาพ เคลื่อนไหว สำหรับการนำเสนอเรื่องราว ประสบการณ์ แลกเปลี่ยนความรู้ การให้ความบันเทิง และนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (Westenberg, 2016) ยูทูบเป็นสื่อที่สามารถทำให้ผู้ติดตามเกิดความคล้อยตาม โนมน้าวใจให้ซื้อสินค้า หรือปฏิบัติตามได้ ด้วยการนำเสนอผ่านภาพเคลื่อนไหว เสียง สี เอฟเฟกต์ต่าง ๆ ที่สามารถแสดงถึงอารมณ์ได้ดีกว่าสื่อภาพนิ่ง การสร้างความรู้สึกร่วมของสื่อวิดีโอบนแอปพลิเคชันยูทูบจึงนำไปสู่แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์เนื้อหา และความเชื่อมั่นที่เพิ่มมากขึ้นของผู้ติดตาม ให้กลายเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาได้ในเวลาเดียวกัน เป็นแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยม และสร้างอิทธิพลต่อผู้ติดตาม โดยเฉพาะกลุ่มช่วงวัยระหว่าง 18-25 ปี (Global, 2016) ยูทูบเป็นช่องทางที่สร้างผู้นำทางความคิด หรือผู้ทรงอิทธิพลหรืออินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทของยูทูเบอร์ เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้สร้างสรรค์เนื้อหาและผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่จะเป็นการโนมน้าวใจ การสร้างความน่าเชื่อถือ และการสร้างความบันเทิงก็ตาม ซึ่งในปัจจุบัน อินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทของยูทูเบอร์ได้นำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย อาทิ การแต่งหน้า การรับประทานอาหาร การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในลักษณะโฆษณาออนไลน์ การรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว และการนำเสนอกลวิธีในการเล่นเกมส์ เป็นต้น ซึ่งเนื้อหาที่ได้รับความนิยมทั้งความรู้ และความบันเทิงพร้อมกัน เป็นเนื้อหาที่สดใหม่ มีความน่าสนใจ และน่าติดตาม นอกจากนี้ อินฟลูเอนเซอร์ยังถือเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่น่าสนใจ และสามารถสร้างรายได้ให้เป็นอย่างดี การสร้างรายได้จึงเป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจที่ทำให้ผู้ติดตามมีความสนใจในอาชีพยูทูเบอร์

การพัฒนาเนื้อหาในกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์ จำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ใหม่ และน่าสนใจอย่างต่อเนื่อง แต่ในบางครั้งการสร้างสรรคเนื้อหาใหม่อาจไม่สามารถทำได้โดยทันที และยังพบว่า การสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบโจทย์ต่อกลุ่มผู้ชม ก็คืออีกหนึ่งปัญหาที่มักพบบ่อยในยุคปัจจุบัน จนส่งผลให้การนำเสนอเนื้อหานั้นต้องหยุดลง ประกอบกับจำนวนผู้สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความแข็งแกร่งในการแข่งขัน และการทำงานที่ซับซ้อนของผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Zheng, 2020) เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสรรคในการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์ นั้นหมายความว่าหากการสร้างสรรคเนื้อหาไม่ตอบโจทย์ต่อผู้ชม สิ่งที่เกิดขึ้นคือปัญหาในการสร้างการจดจำ และจำนวนผู้ติดตามนั่นเอง นอกจากนี้ยังพบว่า เนื้อหาของการนำเสนอที่ถูกเผยแพร่ในช่องทางยูทูบ บางครั้งกลับสร้างผลกระทบในเชิงลบ ไม่ว่าจะเป็นคำหยาบ การใช้คำที่ไม่เหมาะสม และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มคนดู (Henry, 2009) รวมถึงการกระทำที่รุนแรง อาจส่งผลกระทบในเชิงลบต่อผู้รับสาร ซึ่งสามารถนำไปสู่เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ได้ในอนาคต ส่งผลกระทบต่อผู้ชมและสังคม รวมทั้งส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือของตัวอินฟลูเอนเซอร์ได้

การสร้างสรรคเนื้อหาในรูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันยูทูบ สามารถสร้างรายได้ และชื่อเสียงให้กับตัวบุคคลได้ แต่โดยส่วนใหญ่ผลงานวิจัยที่ผ่านมาพบการศึกษาปัจจัยในการสร้างรายได้ หรือการสร้างชื่อเสียงของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ แต่พบงานวิจัยที่ศึกษาอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบจำนวนน้อยที่ประยุกต์เข้ากับหลักทางวาทนิเทศ ผู้วิจัยจึงสนใจการโนมน้าวใจ การสร้างความน่าเชื่อถือของอินฟลูเอนเซอร์ รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อนำผลการศึกษามาถอดบทเรียนในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์

และในการออกแบบการฝึกอบรมหลังจากได้ผลลัพธ์จากบุคคลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจะนำผลลัพธ์ที่ได้มาประกอบในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมอย่างสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือผู้ทรงอิทธิพล หมายถึง ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่สามารถชี้นำหรือแนะนำสินค้าหรือบริการให้ได้รับความนิยมได้ในวงกว้าง และสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือนในสินค้าหรือบริการนั้นมากยิ่งขึ้น (Sukvoraphirum, 2022; Sukprasit & Kammadhi, 2020) ซึ่งความน่าเชื่อถือของอินฟลูเอนเซอร์เปรียบเสมือนประตูบานแรกที่สร้างความเชื่อใจ ความมั่นใจ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งที่มาของข่าวสารหรือคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งในยุคของสื่อสังคมออนไลน์ อินฟลูเอนเซอร์ มีบทบาทอย่างยิ่งในการโน้มน้าวใจผู้คนให้เกิดการปฏิบัติตาม เกิดความคล้อยตามทางความคิดได้เป็นอย่างดี ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและความรู้สึกในเชิงบวกต่อผู้ติดตาม

แนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีวาทนิเทศ เป็นการศึกษาพฤติกรรม การสื่อสารระหว่างบุคคลของมนุษย์ จนถึงการพูดในที่ชุมชน ด้วยการพูดทั้งในลักษณะที่ใช้ถ้อยคำและไม่ใช้ถ้อยคำ เพื่อช่วยส่งเสริมให้การพูดเป็นไปได้อย่างดี มีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลสมความมุ่งหมาย

ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ Aristotle's Persuasive Appeals ครอบคลุม 3 สิ่งได้แก่ ผู้ส่งสาร สาร และผู้รับสาร เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์วิจารณ์เนื้อหาระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Berger, 2015; Singler, 2017) มี 3 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) Ethos (การสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับผู้ฟัง 2) Pathos (การสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชม เพื่อกระตุ้นโน้มน้าวใจให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาไปในทิศทางเดียวกัน) และ 3) Logos (หลักฐานและเหตุผล)

หลักวาทศาสตร์องค์ห้าของซีเซโร (Cicero's Five Canons) ที่ใช้กับการสื่อสารหลายรูปแบบ เช่น การสื่อสารในการนำเสนอผลงาน การประชุม รวมถึงการสื่อสารออนไลน์ (Kennedy, 2007) ประกอบด้วย 1) Invention (การคิดค้นเนื้อหาที่น่าสนใจ) 2) Arrangement (การจัดเรียง) 3) Style (การออกแบบภาษาสละสลวยครบถ้วน) 4) Memory (การพูดหรือการแสดงเพื่อสร้างการจดจำให้กับผู้ชม) 5. Delivery (การนำเสนออย่างเป็นระบบ)

การสื่อสารเชิงวัจนภาษา (Verbal Communication) คือการใช้คำพูด น้ำเสียง วาจา รวมถึงการเขียนที่เหมาะสมกับสถานที่ สถานการณ์ และบริบท ออกเสียงถูกต้องชัดเจน ซึ่งในปัจจุบันอินฟลูเอนเซอร์มักจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย ไม่เป็นทางการและมีความเป็นกันเองมากขึ้น บางครั้งอาจนำเสนอด้วยคำที่ไม่สุภาพ หรือเป็นภาษาที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา (Nonverbal Communication) คือการแสดงออกทางกาย ทางอารมณ์ โดยไม่ใช้คำพูด แต่สามารถเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของคู่สนทนาได้ชัดเจนและเป็นธรรมชาติ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความเข้าใจมากกว่าร้อยละ 65 (Sriatsadaporn, 2015) ได้แก่ 1) การแสดงท่าทาง (posture) 2) การแสดงอากัปกิริยา (Gesture) 3) การแสดงออกทางสีหน้า (facial expression) 4) การใช้สายตา (Eye contact) 5) การเคลื่อนไหวของร่างกาย (Body movement)

แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบการฝึกอบรม คือกระบวนการที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรม ความคิดและทัศนคติ โดยใช้กระบวนการของการฝึกหัด และเพิ่มทักษะให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งกระบวนการฝึกอบรมสรุปได้ 6 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผนการฝึกอบรม 2) การออกแบบหลักสูตร 3) การสร้างเนื้อหาการเรียนรู้ 4) การนำเสนอเนื้อหาการเรียนรู้ 5) การฝึกทักษะปฏิบัติจริงในการอบรม 6) การประเมินผลก่อนและหลังการฝึกอบรม

วิธีดำเนินการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อนำไปสู่การกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

ตัวอย่าง

ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้มาจากการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ใช้แบบสัมภาษณ์ ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 10 ราย แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย (1) อินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบผลสำเร็จในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ โดยมีผู้ติดตามขั้นต่ำ 100,000 คน และมีคุณสมบัติในการขายสินค้า หรือรีวิวสินค้า หรือรีวิวสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 5 ราย (2) ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม ซึ่งจะต้องเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการออกแบบการฝึกอบรมจำนวน 3 ราย (3) นักวิชาการด้านวาณิชศาสตร์ ซึ่งจะต้องมีความเชี่ยวชาญทางนิเทศศาสตร์ และมีประสบการณ์ในการฝึกอบรม จำนวน 2 ราย

เครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจดบันทึกคำสัมภาษณ์ พร้อมกับการบันทึกเสียง ทั้งนี้ผู้วิจัยทำการพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยจะนำเสนอข้อมูลเชิงวิชาการในภาพรวมเท่านั้น จากนั้นทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตรวจสอบข้อมูล แบบสามเส้า (Triangulation) (Chantavanich, 2016) โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ควบคู่ไปกับการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการทำ Pre-test, Post-test, Reflection Note และ Focus group มาวิเคราะห์ข้อมูลภายใต้วัตถุประสงค์การวิจัยดังต่อไปนี้ (1) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งประกอบด้วย 1) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ 2) การนำเสนอตนเองของอินฟลูเอนเซอร์ และ 3) การคัดสรรเนื้อหาเพื่อการนำเสนอในโลกออนไลน์ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบการฝึกอบรม (2) นำข้อมูลที่ได้จากผู้ร่วมการฝึกอบรมจำนวน 13 ราย มาวิเคราะห์ผลลัพธ์ก่อนหลัง และแนวทางในการดำเนินการฝึกอบรมในครั้งต่อไป และ (3) ได้แนวทางในการนำเสนอกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบด้วยแนวคิดวาณิชศาสตร์ สอดคล้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์จากอินฟลูเอนเซอร์ตัวจริง และความเป็นไปได้ในการสร้างอินฟลูเอนเซอร์ผ่านการฝึกอบรมด้วยแนวคิดวาณิชศาสตร์

ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

อินฟลูเอนเซอร์ คือผู้นำทางความคิดที่มีตัวตนและความโดดเด่นที่ชัดเจน มีความถนัดในรูปแบบของตนเอง มีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับคนดู และสามารถโน้มน้าวใจหรือทำให้ผู้อื่นทำตามในสิ่งที่ตนเองนำเสนอได้ จึงสรุปได้ว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ มีคุณลักษณะ 5 ประการได้แก่

Dentity เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน หรือความเป็นตัวตน อินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบันจะมีความชัดเจนในการนำเสนอ เช่น อินฟลูเอนเซอร์สายกิน จะมีลักษณะการกินที่แตกต่างจากบุคคลอื่น คือ กินแล้วดูอร่อย มีผู้ชมหรือคนดูอยากกินตาม ซึ่งการค้นหาตัวตนนั้น ได้แก่ 1) การค้นหาตนเองผ่านการสะท้อนความคิดด้วยตนเอง คือต้องรู้ประเภทของอินฟลูเอนเซอร์ที่อยากเป็น และความถนัดของตนเอง 2) การค้นหาตนเองผ่านการสะท้อนทางความคิดจากบุคคลอื่น

Consistency ความสม่ำเสมอ คือการนำเสนอเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้ผู้ติดตามรู้จัก และมองเห็นความเคลื่อนไหวของอินฟลูเอนเซอร์ได้มากยิ่งขึ้น จากการสัมภาษณ์ สรุปเป็นคำแนะนำในการนำเสนอเนื้อหา คือ 1) ควรวางแผนการลงคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาในทิศทางเดียวกัน ต่อเนื่องอย่างน้อยเป็นเวลา 3 เดือน เพื่อสร้างภาพจำให้กับผู้ชม 2) การทำวิดีโอล่วงหน้า เพื่อให้สามารถลงวิดีโอได้อย่างต่อเนื่อง 3) นำเสนอเรื่องใกล้ตัวหรือสิ่งรอบตัวที่ทำได้ง่าย ไม่มีต้นทุน นำเสนอเนื้อหาได้บ่อยและสม่ำเสมอ 4) ทำความเข้าใจในแพลตฟอร์มออนไลน์ เพราะต้องการให้ผู้ชมเข้าใช้งานในแพลตฟอร์มนั้นเป็นหลัก

Creativity ความคิดสร้างสรรค์ ทำให้เนื้อหามีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น โดยอินฟลูเอนเซอร์จะใช้ความสนใจและความสามารถเฉพาะสร้างความคิดสร้างสรรค์ขึ้น ซึ่งในปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มออนไลน์มีความหลากหลาย บางเนื้อหาสร้างความบันเทิง บางเนื้อหาเสนอความรู้ในการส่งต่อความคิดถึงผู้ชม

Content เนื้อหา ที่สามารถนำเสนอได้อย่างต่อเนื่อง คือเนื้อหาที่ทำได้ง่าย และเป็นสิ่งที่ตนถนัด มีความเป็นจริง เนื้อหาส่วนใหญ่ที่อินฟลูเอนเซอร์นำเสนอจะเริ่มต้นจากความชอบหรือความสนใจเฉพาะ รวมถึงความสามารถเฉพาะตัวที่เกิดจากการค้นหาตนเอง การสะท้อนความคิดเห็นจากผู้อื่น และการนำสิ่งรอบตัวมานำเสนอ รวมถึงความเหมาะสมของเนื้อหา การออกแบบเนื้อหา และการเรียบเรียง

Sincere ความจริงใจ ในยุคปัจจุบันการเข้าถึงสื่อออนไลน์ทำได้ง่ายมากขึ้น ความจริงใจในการนำเสนอสื่อออนไลน์จึงเป็นเรื่องสำคัญ ความจริงใจในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ แบ่งได้ 2 รูปแบบ คือ 1) ความจริงใจในเนื้อหาที่สร้างความน่าเชื่อถือ และ 2) ความจริงใจของบุคคลในการนำเสนอ

หากพิจารณาจากแนวคิดของ Aristotle's Persuasive Appeals ประกอบด้วย Ethos, Pathos และ Logos ผลการวิจัยสรุปได้ว่าอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ควรจะประกอบไปด้วย (1) Ethos การสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้กับผู้ฟัง การมีเจตนาที่ดี มีความตั้งใจในการสื่อสารที่ผู้ชมสัมผัสได้ถึงตัวตนที่น่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่นำไปสู่การสร้างสร้างความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดการติดตามด้วยความชอบส่วนบุคคล และความชอบในเนื้อหาที่นำเสนอ รวมถึงความจริงใจในการนำเสนอ โดยเฉพาะการรีวิวสินค้าต่าง ๆ (2) Pathos การสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมมีความสำคัญมาก ซึ่งครอบคลุมทั้ง 5 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ ได้แก่ 1) เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน (Identity) 2) ความสม่ำเสมอ (Consistency) 3) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และ 4) เนื้อหา (Content) 5) ความจริงใจ (Sincere) และ (3) Logos หลักฐานและเหตุผล ความสำคัญของ Logos ลดลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจาก เนื้อหาและ

การนำเสนอกลายเป็นเพื่อความบันเทิง แต่ Logos อาจมีความสำคัญเฉพาะบางเนื้อหาที่สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้ด้วยตนเอง หากพิจารณาตามแนวคิด The Five Canons หลักวาทศาสตร์องค์ 5 พบว่าความสำคัญของหลักวาทศาสตร์นั้นยังคงอยู่ แต่มีความรวบรัดและไม่ซับซ้อน ซึ่งเปรียบเทียบกับแนวคิด Verbal และ Non-Verbal การใช้ภาษาในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ภาษาที่ใช้ยังคงมีความชัดเจน แต่รูปแบบการนำเสนอเปลี่ยนแปลงไป การใช้คำพูดและภาษากายเป็นธรรมชาติมากขึ้น ดังนั้นความสำคัญและการคงอยู่ของทฤษฎี ทำให้ผู้สนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์มองเห็นภาพได้ชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้บนฐานทฤษฎีทางวาทศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2. การออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์โดยนำคุณลักษณะที่พึงประสงค์ 5 ประการ มาเป็นหลักในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม โดยเน้นที่ตัวบุคคล กิจกรรม และรูปแบบการฝึกอบรม ซึ่งได้จัดการฝึกอบรมจำนวน 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 เป็นการทดลอง (Pilot) และครั้งที่ 2 คือการฝึกอบรมจริง มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การฝึกอบรมครั้งที่ 1 การทดลองการฝึกอบรม (Pilot) โดยจัดกิจกรรมในการฝึกอบรม จำนวน 4 กิจกรรม ได้แก่

กิจกรรมที่ 1 “ไปบอกตัวตน” เลือกโพสต์ที่ชอบตนเอง และแนะนำตัวให้น่าสนใจ (สะท้อนคุณลักษณะ Identity) ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมเลือกส้อมหีบไปใบที่ชอบมากที่สุด พร้อมทั้งอธิบายเรื่องราวและเหตุผลที่เลือก โดยมีการสะท้อนความคิดจากผู้จัดฝึกอบรม สิ่งที่พบคือผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางคนยังอธิบายตนเองได้เท่าที่ควรและยังไม่กล้าเล่าเรื่องตนเองให้ผู้ฟัง จากข้อสังเกตนี้จึงนำไปพัฒนากิจกรรมนี้อีกครั้ง ในการจัดการฝึกอบรมครั้งต่อไป

กิจกรรมที่ 2 “1 นาทีอธิบายตัวตนด้วยปลายปากกา” เล่าเรื่องและสิ่งที่อยากเป็น (สะท้อนคุณลักษณะ Identity) ผู้เข้าร่วมเขียนอธิบายและเล่าเรื่องตนเองภายในเวลา 1 นาที เพื่อนำเรื่องราวที่เล่ามาต่อยอด และสร้างเป็นเนื้อหาที่ตนถนัด กิจกรรมนี้พบว่า ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมสามารถเขียนความรู้สึกหรือความต้องการของตนได้ทุกคน แต่การออกมาเล่าเรื่องของตนเองให้ผู้ฟังเพื่อสร้างความสนใจอาจไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับทุกคน

กิจกรรมที่ 3 “VDO in 1 Minute” สร้างสรรค์วิดีโอผ่านสื่อ 4 (สะท้อนคุณลักษณะ Identity, Creativity, Content และ Sincere) กิจกรรมการนำเสนอตนเองผ่านสื่อวิดีโอ ทุกคนสามารถทำได้มีเนื้อหาที่น่าสนใจและหลากหลาย ข้อสังเกตที่พบคือ 1) ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางคนไม่ถนัดในการนำเสนอตนเอง จึงเลือกใช้วิธีนำเสนอบุคคลอื่นแทน โดยการใช้ภาพและเสียงในการดำเนินเรื่อง ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งรูปแบบในการนำเสนอ 2) ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมบางคนจะต้องมีการพัฒนาและต่อยอดในเรื่องขององค์ประกอบภาพ วิดีโอ และมีการพัฒนาเรื่องของบุคลิกภาพให้มากขึ้น 3) กิจกรรมนี้สามารถสะท้อนให้ผู้ร่วมฝึกอบรมมองเห็นตนเองได้ดีที่สุด รวมถึงการสะท้อนความคิดเห็นจากบุคคลอื่นได้ดีเช่นกัน

กิจกรรมที่ 4 “แลกเปลี่ยนเรียนรู้” เพิ่มพูนความรู้ รับ ปรับ สะท้อน (สะท้อนคุณลักษณะ Identity, Consistency, Creativity Content และ Sincere) กิจกรรมนี้เป็นการสะท้อนความคิดเห็นจากผู้ฝึกอบรมและผู้ร่วมฝึกอบรม ทำให้ผู้ฝึกอบรมได้เห็นมุมมองที่หลากหลาย ข้อดี ข้อเสีย และข้อที่พึงปฏิบัติต่อไปในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น

2.2 การฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง

จากการทดลองการฝึกอบรมในครั้งที่ 1 พบข้อสังเกตที่น่าสนใจ และนำมาพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการฝึกอบรมจริง ในครั้งที่ 2 โดยปรับเปลี่ยน และเพิ่มเติมกิจกรรมในบางส่วน เน้นการสร้างสื่อบุคคล รวมถึงองค์ประกอบในการนำเสนอตนเองผ่านสื่อ ซึ่งการจัดการฝึกอบรมครั้งนี้ ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรมได้

เพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นจากการฝึกอบรมในครั้งที่ 1 ซึ่งสามารถสรุปอุปสรรคจากการทดลองการฝึกอบรม ที่เป็นประเด็นน่าสนใจนำไปสู่การพัฒนาต่อยอด ดังนี้

ตารางที่ 1 การทดลองการฝึกอบรมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์

การทดลองการฝึกอบรมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์	
อุปสรรค	การพัฒนาต่อยอด
1. ความกลัว หรือ ความไม่กล้าแสดงออก รวมถึงการแสดงความคิดเห็นของผู้เข้าร่วม การฝึกอบรม ซึ่งเกิดขึ้นในกิจกรรมที่ 1 และกิจกรรมที่ 2	1. แจ้งล่วงหน้าถึงวัตถุประสงค์ในการจัดการฝึกอบรม 2. เพิ่มกิจกรรม Pre-Reflection Note ก่อนการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมทำความเข้าใจ และเรียนรู้ตนเองมากยิ่งขึ้น ก่อนเริ่มกิจกรรมการฝึกอบรม 3. นำกิจกรรม “ไฟบอกตัวตน” มาปรับเปลี่ยนเป็นกิจกรรม “ตัวอักษรเล่าเรื่อง” ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับกิจกรรมก่อนหน้านี้ แต่เพิ่มเรื่องความคิดสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น 4. จัดลำดับของกิจกรรมให้มีความสอดคล้องมากขึ้น เพื่อลดความกลัว และเพิ่มความกล้าแสดงออก
2. ขาดกิจกรรมที่เป็นจุดเริ่มต้นของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ที่พึงมี	1. เพิ่มกิจกรรม เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น รวมถึงการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ และแนวทางการสร้างเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ ผ่านจินตนาการ และการถกเถียง
3. การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้ฝึกอบรม ซึ่งบางคนไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ทั้งหมด จึงทำให้ผลการทดลองนั้นไม่สามารถอธิบายได้ดีเท่าที่ควร	1. ชี้แจงล่วงหน้าในการเข้าร่วมกิจกรรม และสร้างกฎ กติการ่วมกันในการฝึกอบรม
4. รูปแบบในการทดลองครั้งนี้เป็นรูปแบบของ Lecture base จึงทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมไม่ได้ฝึกปฏิบัติจริงเท่าที่ควร เป็นเพียงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนั่งฟังเป็นหลัก	1. เพิ่มกิจกรรมที่เน้นการปฏิบัติให้มากขึ้น 2. เปลี่ยนรูปแบบการนั่ง และสถานที่ โดยเลือกใช้สตูดิโอ เพื่อให้บรรยากาศเป็นส่วนสนับสนุนให้การฝึกอบรมนั้นสอดคล้องกับเนื้อหามากยิ่งขึ้น

เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์แนวทางได้แล้ว จึงได้ทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ จำนวน 2 ครั้ง จึงสรุปผลได้ดังนี้

การจัดฝึกอบรมโดยกำหนดกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมได้ปฏิบัติทั้ง 2 ครั้ง สรุปผลได้คือการออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ สามารถอธิบายโดยการเปรียบเทียบการออกแบบกระบวนการได้ดังนี้

1. การฝึกอบรมทั้ง 2 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เหมือนกัน คือการนำคุณลักษณะทั้ง 5 ได้แก่ Identity, Consistency, Creativity, Content และ Sincere ที่ได้จากการศึกษา และการสัมภาษณ์อินฟลูเอนเซอร์และนักวิชาการมาร่วมกันออกแบบการฝึกอบรมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม

2. การฝึกอบรมในครั้งที่ 1 จะเน้นไปที่การค้นหาตัวตน ซึ่งทำให้ความเข้มข้นของส่วนอื่นๆ นั้นลดน้อยลง เช่น Creativity และ Content ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มโอกาสการเป็นอินฟลูเอนเซอร์

3. VDO in 1 Minute เป็นกิจกรรมที่ครอบคลุมคุณลักษณะต่างๆ ได้อย่างดี และผู้ร่วมฝึกอบรมสามารถปฏิบัติจริง มีความสอดคล้องกับการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้อย่างดี ซึ่งในการฝึกอบรมครั้งที่ 2 จะมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการปูพื้นฐานและแนวทางของการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรมตัวอักษรเล่าเรื่อง ไฟเล่าเรื่อง กิจกรรม Feedback จากเพื่อน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้

4. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นกิจกรรมที่ตอบโจทย์คุณลักษณะได้อย่างครบถ้วน และนำมาพัฒนาต่อยอดในการฝึกอบรมครั้งที่ 2 โดยเพิ่มกิจกรรม Feedback จากเพื่อน เพื่อให้เห็นมุมมองของบุคคลอื่น เพื่อการถกเถียงต่อยอดจินตนาการ แลกเปลี่ยนและยอมรับ

5. Pre-Reflection Note และ Post-Reflection Note ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้ทบทวนตนเองก่อนเข้าฝึกอบรม มองเห็นความสามารถ ข้อดีข้อด้อย ซึ่งทำให้เห็นความเปลี่ยนแปลงความคิด พฤติกรรม แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

6. Content และ Creativity ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรมได้เพิ่มเพิ่มความเข้มข้นของกิจกรรมและเพิ่มแนวทางการคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ร่วมฝึกอบรมได้เรียนรู้เพื่อตอบโจทย์คุณลักษณะทั้ง 2 ข้อมากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับก่อนการฝึกอบรมครั้งก่อน

7. พื้นที่ปลอดภัยทางความคิดเกิดขึ้นจากการเตรียมความพร้อมผ่าน Pre-Reflection Note ทำให้บรรยากาศของการฝึกอบรมนั้นเอื้อต่อการฝึกอบรม และผลลัพธ์ที่ดีมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมและทดลองใช้ในงานวิจัยนี้ จึงทำให้เห็นผลลัพธ์ว่า การออกแบบ Pre-Reflection Note และ Post-Reflection Note สามารถทำให้ผู้จัดฝึกอบรมได้เห็นความต้องการของผู้ร่วมฝึกอบรม เห็นความเปลี่ยนแปลงทางความคิด พฤติกรรมในขณะเข้าร่วมฝึกอบรม รวมถึงแนวทางที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น สามารถสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางความคิดให้กับผู้ร่วมฝึกอบรมได้ ซึ่งทำให้ผู้ร่วมฝึกอบรมมองเห็นมุมมองที่หลากหลาย รวมถึงมองเห็นตนเองมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การเตรียมความพร้อมของผู้ร่วมฝึกอบรมจึงเป็นเรื่องที่สำคัญเพื่อประสิทธิภาพในการฝึกอบรมและประสิทธิผลของผู้ร่วมฝึกอบรมที่เกิดความเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น ดังนิยามที่กล่าวว่า “การฝึกอบรม ผู้ร่วมฝึกอบรมจะต้องเกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง”

อภิปรายผล

1. คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบมีความแตกต่างจากการศึกษาคุณลักษณะในอดีตที่พบว่า ในอดีตนั้นจะเน้นที่ตัวบุคคลว่าต้องเป็นบุคคลธรรมดาที่สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจได้ มีความสนใจหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะ เนื้อหาที่น่าสนใจนั้นต้องเป็นไปในทิศทางบวก ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้พบว่า มีปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนแปลงคือ ตัวบุคคลต้องมีคุณลักษณะที่ต่อยอดจากบุคคลธรรมดาทั่วไป คือ บุคคลนั้นจะต้องมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (Identity) มีความเป็นธรรมชาติ มีความจริงใจ (Sincere) ในการนำเสนอเนื้อหาและการนำเสนอตนเอง ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเท่านั้นที่สามารถเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ แต่บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มีความโดดเด่นทางความคิดและทางกายภาพ ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคลจะนำมาสู่การติดตาม

ส่วนในเรื่องของเนื้อหา (Content) ที่นำเสนอบางครั้งอาจไม่ได้เน้นเนื้อหาในเชิงบวกเพียงอย่างเดียว แต่บริบทปัจจุบันคือเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหาที่สร้างความบันเทิง ความรู้ รวมถึงเนื้อหาที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งมีขอบเขตของเนื้อหาที่กว้างและหลากหลายมากขึ้น รวมถึงความแตกต่างและความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) สามารถนำมาสู่การติดตามได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ด้านเทคนิคในการนำเสนอตัวตนและเนื้อหาในปัจจุบันจะเป็นแนวทางในการค้นหาตัวตนเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ มีความสม่ำเสมอในการนำเสนอ (Consistency) ซึ่งรายละเอียดคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ที่มีการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มเติมขึ้นนั้น เนื่องมาจากปัจจัยแวดล้อม ขอบเขตของการนำเสนอ ความเข้าใจในความต่างของบุคคลที่เพิ่มขึ้น และรูปแบบของการสื่อสารที่มีสื่อกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง รวมถึงอิทธิพลของเทคโนโลยี ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในคุณลักษณะใหม่ที่เกิดขึ้น เพื่อสนับสนุนโอกาสของผู้ที่สนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Chau, 2010 ที่พบว่า ผู้นำเสนอคือส่วนหนึ่งในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับผู้ชมและผู้ติดตาม การใช้ฟังก์ชันต่าง ๆ ของแอปพลิเคชันมีเนื้อหาที่หลากหลาย มีขอบเขตหรือข้อจำกัดน้อยกว่าสื่อเก่า เน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ซึ่งสามารถแสดงความคิดเห็นและแบ่งปันเนื้อหาของตนเอง และมีการสนทนากับผู้ใช้อื่นได้ การสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบใหม่ๆ มีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้ชม เช่นเดียวกับ Henry Jenkins (2006) ที่พบความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในยุคสื่อสังคมออนไลน์ การติดต่อสื่อสารอย่างไร้พรหมแดน ทำให้เกิดการรวมตัวและสร้างสรรค์เนื้อหาสาระที่น่าสนใจ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชม เมื่อมีการโน้มน้าวใจผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2. ทฤษฎี Aristotle's Persuasive Appeals สามารถอธิบายผลได้ดังนี้

Ethos การสร้างความน่าเชื่อถือในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ เป็นสิ่งจำเป็นแต่อาจจะไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นมากที่สุดในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากการสื่อสารในลักษณะ Face to Face Communication ในอดีตมาสู่การสื่อสารผ่านสื่อ ซึ่งเนื้อหาที่มีความหลากหลายทำให้ความน่าเชื่อถือของบุคคลไม่ได้มีความสำคัญในลำดับต้น แต่ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่นำเสนอ ความน่าเชื่อถือจึงไม่ใช่สิ่งเดียวที่กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ต้องการ อินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่มต้องการสร้างความบันเทิงให้ผู้ชม หรือบางกลุ่มต้องการเพียงแค่สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักในโลกสังคมออนไลน์เท่านั้น ดังนั้น ความสำคัญของ Ethos จึงขึ้นอยู่กับบริบทของเนื้อหาที่นำเสนอ และจุดประสงค์ของผู้ส่งสารเป็นสำคัญ

Pathos การสร้างอารมณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร พบว่า การสร้างอารมณ์ร่วมกับเนื้อหายังคงอยู่อย่างชัดเจนในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบของข้อมูล ความรู้ สารคดี สถานการณ์ หรือความบันเทิง เนื่องจากการสร้างอารมณ์ร่วม อาจไม่ได้มีจุดประสงค์ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นสำคัญ แต่เป็นการเพิ่มโอกาสในการติดตาม อารมณ์ร่วมเกิดขึ้นได้จากเนื้อหาที่นำเสนอที่มีความสอดคล้องกับประสบการณ์ร่วม ความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้น Pathos ยังคงมีผลต่อกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และผู้ชมหรือผู้ติดตาม ซึ่งความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมาจากปัจจัยแวดล้อม บริบทของสังคม รูปแบบของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เพิ่มขึ้น

Logos หลักการและเหตุผล เป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างความเชื่อถือ และการโน้มน้าวใจได้ แต่ในยุคปัจจุบันที่มีเนื้อหาหลากหลาย หลักการและเหตุผลอาจไม่จำเป็นสำหรับกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่ม เนื่องจากเนื้อหาที่มีความหลากหลาย เช่น การสร้างความบันเทิงผ่านความคิดสร้างสรรค์, การสร้างความบันเทิงที่เกินความเป็นจริง ฯลฯ ซึ่งชัดเจนอยู่แล้วว่าไม่มีหลักเหตุผล และความเป็นจริง ดังนั้นในกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่ม ในการนำเสนอเนื้อหาบางเนื้อหา อาจไม่จำเป็นต้องใช้หลัก Logos ดังในอดีต

ดังนั้น ทฤษฎี Aristotle's Persuasive Appeals ยังสามารถใช้ประกอบร่วมกับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ที่เกิดขึ้นในโลกยุคปัจจุบัน แต่มีการเปลี่ยนแปลงไป และมีการลดความสำคัญลงตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Berger (2015) ที่อธิบายความสำคัญของ Ethos, Pathos, และ Logos ในการโต้ตอบและการสื่อสารในวงการสื่อสารมวลชน โดย Ethos เป็น การสร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือในผู้พูดหรือแหล่งข้อมูล ส่วน Pathos เป็นการเน้นความรู้สึกหรือผลกระทบของ ข้อความต่อผู้ชม ในขณะที่ Logos เป็นการเน้นความเหมาะสมตามหลักการตรรกะหรือการเชื่อมโยงกับข้อมูลหรือ หลักฐาน เช่นเดียวกับ Ahmed (2019) พบว่า Ethos ถูกนำมาใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นใน ผลิตภัณฑ์หรือบริการที่โฆษณา ซึ่งอาจมาจากความน่าเชื่อถือของผู้สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น Pathos ถูกนำมาใช้ ในการสร้างความรู้สึกหรืออารมณ์ในผู้ชม เพื่อสร้างการจดจำของผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วน Logos ถูกใช้ในการสร้าง เหตุผลหรือข้อมูลที่เป็นหลักในการสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์และบริการ

3. The Five Canons หลักทฤษฎีการสื่อสาร 5

Invention การคิดค้นเนื้อหา ยังคงเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์สำคัญที่ช่วยสนับสนุน และเพิ่มโอกาสให้ อินฟลูเอนเซอร์ เนื่องจากแนวทางของความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น เช่น ความแปลกที่ไม่สามารถลอกเลียนได้ ถึงแม้ จะบิดเบือนไปจากความจริง แต่สร้างความบันเทิงได้เป็นอย่างดี ถือเป็นการคิดค้นเนื้อหาในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์ บนแพลตฟอร์มออนไลน์ แต่ในขณะเดียวกัน รูปแบบการคิดค้นเนื้อหาในปัจจุบันก็มีเนื้อหาที่อาจจะความรู้ หรืออาจ ส่งผลเสียต่อสังคม แต่เนื้อหาเหล่านี้กลับสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่มได้เช่นเดียวกัน

Arrangement การจัดเรียงเนื้อหา พบเห็นอยู่ในกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ที่ต้องการถ่ายทอดองค์ความรู้ ข้อมูลที่ เป็นประโยชน์ มีการเรียบเรียงประเด็นให้น่าสนใจ น่าติดตาม แต่ในบางกลุ่มพบว่า การจัดเรียงเนื้อหาถูกลด ความสำคัญลง ทั้งนี้เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ชมที่เน้นความเร็ว สั้น กระชับ ทำให้เนื้อหาหรือประเด็นสำคัญนั้นลด น้อยลง ซึ่งการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์ในปัจจุบัน จะกล่าวถึงประเด็นสำคัญหรือกิจกรรมหลักที่ต้องการนำเสนอ เพื่อเรียกผู้ชมให้เข้ามาติดตามมากยิ่งขึ้น โดยไม่มีที่ไปที่ไป ซึ่ง การจัดเรียงเนื้อหาเป็นสิ่งสำคัญสำหรับเนื้อหาบางกลุ่ม และมีความสำคัญลดน้อยลงกับเนื้อหาบางประเภท

Style การออกแบบเพื่อความสวยงามมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เมื่อเทียบกับบริบทของสื่อโทรทัศน์ มีการออกแบบองค์ประกอบศิลป์ ความใส่ใจในรายละเอียดของภาพ เสียง และสีลดน้อยลง เนื่องจากบริบทของสังคม ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับความเป็นธรรมชาติ ใกล้เคียงความเป็นจริงมากขึ้น ยิ่งจริง ยิ่ง Real คนยิ่งสนใจ ซึ่งทำให้ องค์ประกอบนี้ถูกลดความสำคัญลงในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ แต่ในขณะเดียวกัน ความสวยงาม ของตัวอินฟลูเอนเซอร์ ความสวยงามในลักษณะของกายภาพยังคงเป็นที่ต้องการของผู้ชม รวมถึงความแปลกและ ความไม่สมบูรณ์ ซึ่งกลายเป็นอีกหนึ่งส่วนที่ทำให้เกิดการติดตาม และเพิ่มโอกาสให้กับอินฟลูเอนเซอร์ได้เช่นเดียวกัน

Memory สร้างการจดจำ เป็นองค์ประกอบที่ยังคงอยู่ และมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการที่จะก้าวสู่ การเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ การสร้างการจดจำเป็นสิ่งสำคัญ ทั้งการจดจำผ่านเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ การจดจำผ่านตัวบุคคล ทั้งรูปร่างหน้าตาและความแปลกใหม่ และความเป็นปัจเจกของตัวบุคคล

Delivery การนำเสนออย่างเป็นระบบ ในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์พบว่า การนำเสนอมีความซับซ้อน น้อยลง ผู้ส่งสารจะต้องมีความเข้าใจในแพลตฟอร์ม เนื่องจากในปัจจุบันการสื่อสารจะมีแพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามา เป็นสื่อกลาง การนำเสนอเนื้อหาและการคิดค้นเนื้อหาต้องมีความสอดคล้องกับแพลตฟอร์ม ผู้ส่งสารจึงต้องเข้าใจใน

แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึง การนำเสนออย่างเป็นระบบมีความใกล้เคียงความเป็นจริงมากขึ้น เพื่อส่งสารไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ในแต่ละองค์ประกอบยังมีความสำคัญและจำเป็น แต่อาจมีรายละเอียดที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อนำคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์มาประยุกต์กับหลักวิทยาศาสตร์ทั้ง 5 องค์ประกอบจะมีการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างชัดเจน ทำให้แนวคิดทฤษฎีนี้ในบางส่วน ไม่สามารถใช้ได้โดยตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลให้อาจต้องมีการปรับให้มีความครอบคลุม และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งได้แก่ Arrangement, Style และ Delivery ที่รายละเอียดภายในเมื่อประยุกต์กับสถานการณ์ปัจจุบันได้เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน

4. การสื่อสารเชิงวัจนะภาษา และอวัจนะภาษา (Verbal and Non-Verbal)

พบว่า มีการถกเถียงกันถึงความเหมาะสมของการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในยุคปัจจุบัน หลายประเด็น เช่น มีการใช้คำหยาบในการนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น การใช้น้ำเสียงที่เหมาะสมเพราะ มีระดับสูงต่ำของเสียงและการแสดงออกทางร่างกายหรือภาษาท่า (Body Language) มีความสำคัญลดน้อยลงบนโลกออนไลน์เนื่องจากบริบทการนำเสนอที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากในยุคปัจจุบัน อินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่มให้ความสำคัญต่อความเป็นจริงและความเป็นธรรมชาติของมนุษย์มากขึ้น จึงมองเห็นว่าการสื่อสารของบุคคลบนโลกออนไลน์ด้วยการพูดคำหยาบโดยผ่านเจตนาดีเพื่อสร้างความบันเทิง หรือสร้างอารมณ์ร่วมในบางบริบทจะสามารถสร้างการจดจำได้ ถึงแม้จะขัดต่อหลักของวัจนะภาษาที่คำนึงถึงคุณภาพ หลีกเลี่ยงคำหยาบ โดยเฉพาะการนำเสนอผ่านสื่อซึ่งถือว่าคำหยาบไม่เหมาะสมกับการสื่อสารผ่านสื่อ หรือการใช้น้ำเสียงที่ยุคปัจจุบันให้ความสำคัญต่อการใช้เสียงจริง หรือเสียงสังเคราะห์จากระบบ AI เพื่อสร้างการติดตามและเพิ่มโอกาสในเส้นทางของอินฟลูเอนเซอร์มากขึ้น การใช้เสียงที่เหมาะสม เพราะ มีระดับสูงต่ำขึ้นอยู่กับเนื้อหาบางประเภทที่ต้องการความเป็นทางการ เช่น ข่าว การเล่าเรื่อง แต่อาจจะไม่เหมาะสมกับเนื้อหาที่เน้นความบันเทิงหรือเนื้อหาที่ต้องการสร้างความนิยม ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้จะเน้นความแปลกเพื่อสร้างการจดจำมากกว่าการใช้ความถูกต้อง ซึ่งในประเด็นนี้ควรต้องศึกษาเพิ่มเติมเพื่อหาความพอดี และความเหมาะสมของสื่อบุคคลบนโลกออนไลน์ที่สร้างการจดจำได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 การวิจัยนี้เน้นในแพลตฟอร์มของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบเป็นหลัก ซึ่งในยุคปัจจุบันมีแพลตฟอร์มใหม่ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก ดังนั้นผู้ที่มีความสนใจในด้านการพัฒนาคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์สามารถนำคุณลักษณะทั้ง 5 ดังกล่าวข้างต้นไปพัฒนาในแพลตฟอร์มอื่นโดยยึดแก่นเดียวกัน และทำความเข้าใจกับแพลตฟอร์มต่างๆ ให้มากขึ้น จะทำให้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปต่อยอดกับแพลตฟอร์มออนไลน์อื่นได้เช่นเดียวกัน

1.2 การวิจัยนี้ พบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ที่สามารถนำมาปรับใช้ได้จริง ดังนั้นสำหรับผู้สนใจในสายอาชีพอินฟลูเอนเซอร์ สามารถนำแนวทางนี้ไปปฏิบัติเพื่อเพิ่มโอกาส และศักยภาพในสายอาชีพนี้ได้ดียิ่งขึ้น

1.3 การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมในงานวิจัยนี้เป็นการออกแบบสำหรับบุคคลที่สนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งสามารถปรับใช้กับสายงานอื่นได้เช่นกัน

1.4 รูปแบบในการจัดฝึกอบรมครั้งนี้เป็นในลักษณะของการค้นหาตัวตนด้วยสื่อบุคคลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ดังนั้นรูปแบบการฝึกอบรม จึงอาจมีการเพิ่มเติมขึ้นหรือหลากหลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจัยทางสังคมเทคนิคในการนำเสนอที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

1.5 การทดลองก่อนการฝึกอบรม ในงานวิจัยนี้พบว่า เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยอุดรอยรั่ว หรือช่องโหว่ในการฝึกอบรมจริงได้ ทำให้มองเห็นข้อผิดพลาดที่สามารถนำมาพัฒนาในการฝึกอบรมจริงได้ ซึ่งผลที่ได้คือความร่วมมือของผู้ฝึกอบรม กิจกรรมที่จัดขึ้น และผลตอบรับเป็นไปทิศทางที่ดีขึ้น

1.6 การสร้างบรรยากาศในการฝึกอบรม เป็นสิ่งจำเป็นในการแลกเปลี่ยน และถ่ายทอดความรู้ สามารถอธิบายได้จากการสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางความคิด พื้นที่ที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างปลอดภัย เป็นพื้นที่ที่สามารถรับการสะท้อนกลับทางความคิดเพื่อพัฒนาตนเอง สิ่งตามมาคือประสิทธิภาพในการฝึกอบรม

1.7 การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพต้องสามารถนำไปใช้ได้จริง และเกิดประโยชน์ต่อผู้ร่วมฝึกอบรม ซึ่งมักจะเห็นการฝึกอบรมในหลายครั้งที่มีการฝึกอบรมเพียงเพื่อคะแนนการมีส่วนร่วม หรือเพื่อการประเมิน แต่ขาดความต้องการพัฒนาตนเองจากตัวบุคคล ซึ่งสิ่งนี้เป็นอุปสรรคสำหรับการนำไปใช้ปฏิบัติจริง และการมีส่วนร่วมในการฝึกอบรม ดังนั้น สิ่งที่สามารถสนับสนุนให้การฝึกอบรมนั้นไปสู่เป้าหมายที่แท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะพัฒนาความคิด ทักษะ การต่อยอดในทางวิชาชีพได้ คือความเข้าใจในจุดประสงค์อย่างแท้จริงของผู้อบรม และความเข้าใจในความต้องการของผู้ร่วมฝึกอบรม ก็จะส่งผลให้การฝึกอบรมนั้นสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยนี้ ได้นำหลัก Aristotle's Persuasive Appeals มาใช้เป็นทฤษฎีหลัก ประกอบกับ Five's Canon และ Verbal- Non-Verbal ซึ่งมีข้อสังเกตที่น่าสนใจหลายประการ เช่น การหาจุดร่วมหรือความเหมาะสมในการใช้ภาษาในการสื่อสาร ไม่ว่าจะจะเป็นภาษาที่สุภาพ หรือการใช้คำหยาบ ดังนั้นควรศึกษาเพิ่มเติมในอนาคตเพื่อหาจุดเหมาะสม และความพอดีต่อไป

2.2 การวิจัยนี้เน้นด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแบรนด์ หรือการสร้าง Personal Branding ดังนั้นผู้ที่สนใจสามารถนำไปวิจัยเกี่ยวกับบริหารธุรกิจ การตลาด และการประชาสัมพันธ์ ให้ได้แนวทางในการศึกษาการเพิ่มยอดขาย การสร้างอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความสามารถในการขายสินค้าในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Ahmed, N. (2019). A study of ethos, pathos and logos in YouTube advertisements. *International Journal of Advertising*.
- Berger, A. A. (2015). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. SAGE Publications.
- Boonnuch, R. (2012). *The Development and Training Affecting Employee Efficiency: A Case Study of the Provincial Electricity Authority, Region 1 (Central), Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Thesis of the Degree of Master Program in Business Administration*. Bangkok: Rajamangala University of Technology Thanyaburi. (in Thai)

- Chau, C. (2010). YouTube as a participatory culture. *New Directions for Youth Development*, 2010(128), 65–74. <https://doi.org/10.1002/yd.376>
- Chantavanich, S. (2016). *Data Analysis in Qualitative Research*. 12th Edition. Bangkok: Chulalongkorn University Press. (in Thai)
- Coassemble. (2021). *Classroom training vs eLearning: The pros and cons*. [Online]. Retrieved from <https://www.coassemble.com/blog/classroom-training-vs-elearning-the-pros-and-con/>
- Global, L. (2016, February 23). *10 YouTube creators to watch in 2016*. [Online]. Retrieved from <https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/23/10-youtube-creators-to-watch-in-2016>
- Henry, J. S. (2009). *Information and communication technology law*. New Jersey: Monicclair University.
- Henry Jenkins (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: New York University Press.
- Kennedy, G. A. (2007). *Aristotle on rhetoric: A theory of civic discourse*. Oxford University Press.
- Khansong, T. & Chaiwong, P. (2021). Rhetorical Strategies of Effective Product Presenters through Live Streaming on E-commerce Applications in Thailand. *Journal of Communication Arts, Chulalongkorn University*, 39(2), 45-65. (in Thai)
- Nantasuthiwaree, W. (2015). *Communication Strategies for Cosmetic Products through Social Media Net Idols and Purchasing Decisions of Thai Female Teenagers* Bangkok: Bangkok University. (in Thai)
- Porter, L. V. (2019). *The Five Canons of Rhetoric as a Tool for Content Analysis of YouTube Videos*. In *The Handbook of Research on Digital Content, Mobile Learning, and Technology Integration Models in Teacher Education* (pp. 264-282). IGI Global. doi:10.4018/978-1-5225-7823-3.ch015
- Ruangsi, K. (2017). *Creativity and Message Design in TEDxBangkok*. Thesis of the Degree of Master Program. Bangkok: Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Rittveeradech, K. (2017). *Strategies of Micro Influencers Affecting the Purchase Decisions of Organic Cosmetics through Online Media Among Women in Bangkok*. Independent Study of the Degree of Master Program. Bangkok University, Bangkok. (in Thai)
- Singler, B. (2017). *Ethos, Pathos, Logos: The Three Pillars of Persuasion*. Oxford Research Encyclopedia of Communication. doi: 10.1093/acrefore/9780190228613.013.281
- Sriatsadaporn, R. (2015). *Personality and Communication Competence: From Childhood to Working Age*. Bangkok: Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. (in Thai)
- Sukprasit, N. & Kammadhi, P. (2020). *Marketing Ethics of Online Influencers. Thesis of the Degree of Doctoral Program in Business Administration*. Pathum Thani: Valaya Alongkorn Rajabhat University. (in Thai)

- Suriwan, K. (2016). *The Relationship between Key Opinion Leaders and Brand Consumers*. Thesis of the Degree of Master Program. Bangkok: National Institute of Development Administration. (in Thai)
- Sukvoraphirum, D. (2022). *The Influence of Social Media Influencers on Youtube, Facebook, and Instagram on Cosmetic Product Purchase Decisions of People Aged 20-55 Living in Bangkok and Surrounding Areas*. Independent Study of the Degree of Master Program. Bangkok: College of Management, Mahidol University. (in Thai)
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43. doi: 10.1177/ 009365096023001001
- Westenberg, W. (2016). *The influence of YouTubers on teenagers*. Thesis of the Degree of Master Program. Netherlands: University of Twente.
- Zheng, D. (2020). *The Challenges of Being a YouTuber*. GigsDoneRight. [Online]. Retrieved from <https://gigsdoneright.com/blog/the-challenges-of-being-a-youtuber/>.