

การวิเคราะห์วาทศิลป์ดิจิทัลในการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊ก
ผ่านช่องทางยูทูปของอาจารย์มิทซ์ ญัฐกริช เปาอินทร์

The Analysis of Digital Rhetoric in The Romance of the
Three Kingdoms by Nuttakrit Powintara on YouTube

ภรณ์ยู ขำน้ำคู้
Paranyu Khamnamkhu

สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พิษณุโลก 65000
Department of Communication Arts, Faculty of Management Science, Pibulsongkram Rajabhat
University, Phitsanulok 65000 Thailand

*Corresponding Author E-mail: Traiparanyu07@gmail.com

(Received: May 21, 2025; Revised: August 5, 2025; Accepted: August 7, 2025)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการได้แก่ (1) เพื่อวิเคราะห์การใช้วาทศิลป์ดิจิทัลในการเล่าเรื่องวรรณกรรม "สามก๊ก" ผ่านช่องทางยูทูปของอาจารย์มิทซ์ ญัฐกริช เปาอินทร์ และ (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความชื่นชอบของผู้ชมที่มีต่อการเล่าเรื่องดังกล่าว เครื่องมือวิจัยคือ (1) การสัมภาษณ์เชิงลึกอาจารย์มิทซ์ ญัฐกริช เปาอินทร์ (2) การวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอสามก๊กที่ได้รับยอดเข้าชมสูงสุด และ (3) การสัมภาษณ์ผู้ชมจำนวน 10 คน โดยใช้กรอบแนวคิดวาทศิลป์ดิจิทัล เป็นฐานในการวิเคราะห์

*บทความวิจัยนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรม ประเภททุนนักวิจัยรุ่นใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ประจำปีงบประมาณ 2565 และผ่านการรับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม หมายเลข 2022/066

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2568

ผลการวิจัยด้านการใช้วาทศิลป์ดิจิทัลชี้ว่า การนำเสนอของอาจารย์ มิกซ์สอดคล้องกับกรอบทั้ง 5 ประการ ได้แก่ (1) การคิดค้นสาร (invention) เน้นการให้ความรู้และเป็นคลังข้อมูลสามก๊กออนไลน์ โดยไม่ได้ใช้เวลาเตรียม เนื้อหาสารมากนักเนื่องจากผู้เล่ามีความเข้าใจในเนื้อหาสารดีอยู่แล้ว (2) การเรียบเรียง (arrangement) เริ่มจากบอกสิ่งที่ผู้ชมจะได้ การเกริ่นนำ ที่น่าสนใจ เนื้อหาหลัก และจบประทับใจ (3) การจดจำ (memory) ใช้โน้ตสั้น (bulletnotes) เพื่อช่วยจำแม้ในขณะที่จริงไม่ได้อ่านสคริปต์เต็มรูปแบบ (4) ลีลา (style) ใช้สำนวนภาษาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วม (5) การนำเสนอเชิง ดิจิทัล (digital delivery) นำเสียงทุ้ม ฟังเพลิน ใช้ภาษากายประกอบการเล่า ได้เหมาะสมและเป็นธรรมชาติ ด้านเทคนิคการตัดต่อ ได้แก่ การขึ้นข้อความ ภาพประกอบ เสียงประกอบ การโคลสอัพ การซูมและเอฟเฟกต์พิเศษ บัจจัยที่ส่งผลต่อความชื่นชอบของผู้ชม พบว่า ชื่นชอบแก่นเรื่อง ถ้อยคำ และ น้ำเสียงมากที่สุดรองลงมาคือ เทคนิคการตัดต่อวิดีโอต่าง ๆ สะท้อน ให้เห็นว่าผู้ชมให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในตัวตนผู้เล่าเรื่อง (personal expression/authenticity) มากกว่าการเสริมเทคนิคการตัดต่อวิดีโอ

คำสำคัญ: วาทศิลป์ดิจิทัล, การเล่าเรื่อง, สามก๊ก, ยูทูบ

Abstract

This study employs a qualitative research approach with two main objectives: (1) to analyze the use of digital rhetoric in the storytelling of The Romance of the Three Kingdoms on the YouTube channel "Migs Powintara," and (2) to examine the factors influencing audience preferences toward such digital storytelling. The research tools consist of in-depth interviews with Nattakrit Powintara, content analysis of the most-viewed Three Kingdoms YouTube video clip, and interviews with 10 audience members. The conceptual framework is based on five canons of digital rhetoric.

Findings regarding the use of digital rhetoric indicate that the presenter's practice aligns with the five canons: (1) Invention - providing knowledge and contributing to The Romance of the

Three Kingdoms online library, with minimal preparation required as the content is internalized by the storyteller; (2) Arrangement beginning with what the audience will gain, followed by an engaging introduction, core content, and a memorable conclusion; (3) Memory - memorizing the spoken content using bullet notes, though these notes may not be referred to during recording; (4) Style - using artistic language; and (5) Digital Delivery employing a warm and pleasant voice for an enjoyable listening experience, appropriate body language, proper lighting, and editing techniques such as text overlays, visual illustrations, sound effects, close-ups and zoom-ins, and special effects. Regarding audience preferences, the results indicate that the most valued elements are the theme, language usage, and tone of voice, followed by various aspects of video editing techniques. This suggests that viewers prioritize the storyteller's personal expression and authenticity over technical production alone.

Keywords: Digital Rhetoric, Storytelling, The Romance of the Three Kingdoms, YouTube

บทนำ

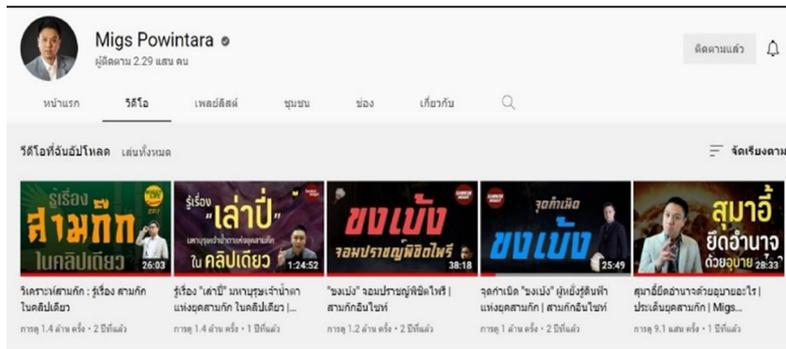
สามก๊ก เป็นวรรณกรรมจีนอิงประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงและมีอิทธิพลต่อสังคมในหลายด้านทั้งในเชิงการเมือง การบริหาร วัฒนธรรม การศึกษา และการสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้คน วรรณกรรมเรื่องนี้ ได้รับการเผยแพร่อย่างกว้างขวางทั่วโลกผ่านสื่อหลากหลายรูปแบบ เช่น การแปลเป็นภาษาต่างประเทศ ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ละครเวที การ์ตูนและเกม รวมถึงในยุคดิจิทัลที่เผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ตี๊กต็อกและยูทูป สำหรับประเทศไทย การเล่าเรื่องสามก๊กผ่านช่องทางยูทูป เป็นอีกหนึ่งในรูปแบบการนำเสนอที่ได้รับความนิยม ด้วยนักเล่าเรื่องแต่ละคนมีความรู้ความเข้าใจ วรรณกรรมสามก๊กและทักษะในการเล่าเรื่องที่ต่างกัน จึงทำให้ได้รับความนิยมที่แตกต่างกันไปด้วย ดังมีคำกล่าวที่ว่า สุนทรพจน์เดียวกันอาจแตกต่างกัน

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2568

โดยสิ้นเชิงหากได้ผู้นำเสนอต่างไป (มาร์คัส ตูลลิอุส ซีเซโร, 2565) จากความนี้เราเทียบได้ว่า ผู้ที่จะเล่าต่างมีความรู้เรื่องสามก๊กเหมือนกัน แต่แตกต่างกันที่ตัวผู้เล่าแต่ละคนว่าสามารถนำมาเสนอใหม่ได้นำติดตามหรือไม่ ซึ่งมีบุคคลหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมในระดับต้น ๆ ของประเทศ มีวาทศิลป์¹ (rhetoric) ในการเล่าเรื่องที่โดดเด่น รู้จักกันในนามว่า “อาจารย์มิกซ์”

อาจารย์มิกซ์² หรือ รศ.ร.ต.ดร.ณัฐกริช เปาอินทร์ อาจารย์ประจำคณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ได้หยิบบรรณกรรมสามก๊กมาเผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูป ชื่อช่องว่า Migs Powintara ปัจจุบันมีผู้กดติดตาม 258,000 คน และมียอดรับชมคลิปวิดีโอบางตอนเกินกว่า 1,000,000 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 1 เมษายน 2566)



ภาพที่ 1 ช่อง YouTube: Migs Powintara

¹อรรถพรณ ปิรันธน์โอวาท (2550) ได้แปลศัพท์ “rhetoric” ออกเป็นภาษาไทย 3 คำ โดยอธิบายว่า “วาทวิทยา” หรือ “วาทศาสตร์” ซึ่งสามารถใช้สลับกันไปมาได้ในความหมายว่า วิชาที่เกี่ยวข้องด้วยคำพูดและสุนทรพจน์ วาทวิทยาหรือวาทศาสตร์จะเน้นความรู้อันเป็นหลักวิชา อีกคำแปลหนึ่งคือ “วาทศิลป์” เมื่อใช้คำนี้จะหมายถึงศิลปะในการพูด เน้นแห่งความหมายนี้จะรวมศีลธรรมจรรยาของผู้พูดได้ด้วย เพราะศิลปะแห่งการพูดย่อมพลิกแพลงไปแล้วแต่อุปนิสัยของแต่ละคน บทความนี้ผู้วิจัยเลือกใช้คำว่า “วาทศิลป์” เพราะอารมณ์คำสื่อความหมายเชิงศิลปะในการพูดได้เข้าทำเข้าที่กว่า ประกอบกับพิจารณาความหมายจากพจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน ด้วยว่า “วาทศิลป์” หมายถึงศิลปะในการใช้ถ้อยคำสำนวนโวหารให้ประทับใจ

²ผู้วิจัยจะขอเอนามอย่างสั้นว่า “อาจารย์มิกซ์” ตลอดบทความวิจัยนี้

อาจารย์มิคซ์ เป็นสื่อบุคคล (personal media) ที่นำศึกษาในด้าน วาทศิลป์ หากเราได้ชมสามก๊กช่อง *Migs Powintara* สักหนึ่งตอนแล้ว เราจะสังเกตเห็นถึงความเข้าใจในการเลือกใช้คำศัพท์ประกอบกับสีหน้า สีลาท่าทาง ที่ชวนชม และน้ำเสียงที่ชวนฟัง มีการใช้เทคนิคตัดต่อวิดีโอในการขึ้นข้อความ ภาพ เสียง และเอฟเฟกต์ รวมถึงการเล่นมุขล้อ เป็นการเล่นกันระหว่างตัวผู้เล่ากับ เทคโนโลยีจากการพูดในที่ชุมชนแบบดั้งเดิมเปลี่ยนสู่การพูดผ่านสื่อดิจิทัลหรือ ที่บทความวิจัยนี้เรียกว่า “วาทศิลป์ดิจิทัล” (digital rhetoric)

จากความสำคัญข้างต้น นำมาสู่โครงการวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์ วาทศิลป์ดิจิทัลในการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊กผ่านช่องทางยูทูปของ อาจารย์มิคซ์ ณิชกริช เปาอินทร์” โดยได้รับทุนอุดหนุนจากการวิจัยและนวัตกรรม ประเภททุนนักวิจัยรุ่นใหม่ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม ประจำปีงบประมาณ 2565 เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการการขยายองค์ความรู้ ด้านวาทศิลป์ที่นักวิชาการ นักวิจัย ครูอาจารย์ นักศึกษาหรือนักวิชาชีพ เช่น พิธีกร ผู้ดำเนินรายการ ผู้จัดรายการ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในสายงานของตน สามารถเป็นแนวทางพัฒนาสื่อบุคคลให้กับบุคคลทั่วไปในการพูด หรือนำเสนองานในที่สาธารณะหรือผ่านสื่อมวลชน และเป็นแนวทางให้นักเล่าเรื่องทางสื่อออนไลน์ในการสร้างสรรค์วิธีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ตลอดจนขยายการรับรู้และความสนใจของคนไทยต่อวรรณกรรมสามก๊ก อันเป็นวรรณกรรมชั้นเลิศที่ควรศึกษาให้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์การใช้วาทศิลป์ดิจิทัลในการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊กผ่านช่องทางยูทูปของอาจารย์มิคซ์ ณิชกริช เปาอินทร์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความชื่นชอบของผู้ชมที่มีต่อการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊กผ่านช่องทางยูทูปของอาจารย์มิคซ์ ณิชกริช เปาอินทร์

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. วาทะดิจิทัล 5 ประการ (5 canons of digital rhetoric)

เมื่อราว 50 ปีก่อนคริสตกาล Cicero นักปรัชญาที่ยิ่งใหญ่ผู้เป็นนายควม นักการเมืองได้เขียนแนวคิดที่เป็นรากฐานของตำราวาทศิลป์ชื่อว่า “De Oratore” และ “De Republicas” ขึ้น โดยเน้นการต่อยอดจากทฤษฎีของอริสโตเติลมาใช้ในเชิงปฏิบัติมากขึ้น เขาเชื่อว่านักพูดที่ดีต้องสามารถพูดเรื่องอะไรก็ได้อย่างลุ่มลึกและฉะฉานด้วยท่าทีการพูดที่สงบและสง่างาม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการเรียนการสอนทางวาทศิลป์จนถึงปัจจุบัน นักพูดในที่สาธารณะที่ดีจะต้องมีความรู้อย่างกว้างขวางและมีความลุ่มลึกในการสร้างประเด็นเพื่อนำไปสู่การสร้างข้อโต้แย้ง และการถกเถียงในสังคมได้ โดยผ่านหลักการพูดในที่สาธารณะ คือ เกณฑ์ 5 ประการของวาทศาสตร์ (five canons of rhetoric) (สฤัญญา สมไพบูลย์, 2565)

ในยุคสังคมดิจิทัล ทั้งนักวิชาการและวิชาชีพด้านการพูด ได้พัฒนาทฤษฎีและนำมาประยุกต์ใช้กับบริบทการพูดที่เปลี่ยนแปลงไปตามการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสาร ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมวาทะดิจิทัล 5 ประการ (ปารีชาติ สถาปัตตานนท์, 2557; ภูติท ไชยลังกา, ม.ป.ป.; อรรวรรณ ปิรันธน์ โอวาท, 2550; Eyman, 2015; Herrick, 2017; Porter, 2009) สกัดออกมาได้ดังนี้

1) การคิดค้นสาร (invention) กระบวนการกลั่นกรองและประมวลความคิด (brainstorming ideas) ผู้พูดค้นคว้าหาข้อมูล หาประเด็น และกำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการพูด การวิเคราะห์ผู้ฟัง ระยะเวลาการพูดที่เหมาะสมกับเนื้อหา การเตรียมถ้อยคำ ความพร้อมด้านอุปกรณ์ถ่ายทำ ความรู้และทักษะด้านเทคนิคการติดต่อและสื่อดิจิทัล เช่น วางแผนการจัดวางและเชื่อมโยงภาพ เสียง ข้อความ

2) การเรียบเรียง (arrangement) โครงสร้างของสาร และขั้นตอนในการนำเสนอสารในด้านต่าง ๆ การเกริ่นนำ เนื้อเรื่อง การสรุป การเสริมข้อมูล การจัดลำดับสำคัญของประเด็น การเชื่อมโยงประเด็น ความสอดคล้องของการเรียงลำดับของถ้อยคำ ข้อความ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ เทคนิคการใช้กล้อง และเอฟเฟกต์เข้าด้วยกัน อีกประเด็นที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือ หลัก Kairos ในบริบทของวาทศิลป์จะหมายถึงการเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการนำเสนอข้อความหรือข้อโต้แย้ง โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น

ผู้ฟัง สถานการณ์ และบริบททางสังคม เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพสูงสุด หรือการเผยแพร่เนื้อหาตามระยะเวลาไพรม์ไทม์ (primetime) ของสื่ออื่น ๆ เช่น จะลงขายสินค้าสำหรับพนักงาน สำนักงานควรลงข้อมูลในช่วงก่อนพักเที่ยง

3) การจดจำ (memory) กระบวนการเรียนรู้ จดจำประเด็นและ ถ้อยคำที่ต้องการพูด รวมถึงการจดจำคำกล่าวของบุคคลที่มีชื่อเสียง การเก็บ ตุนวลีเด็ด การอ้างอิงแหล่งที่มา ข้อเท็จจริงอื่น ๆ และ/หรือ การใช้ตัวช่วย เช่น สคริปต์ (script) การเรียกใช้ความจดจำนั้นขึ้นอยู่กับประเภทของการพูด ได้แก่ การพูดโดยอ่านจากสคริปต์ การพูดจากความจำ การพูดโดยมีการเตรียมตัว ล่วงหน้า และการพูดโดยไม่ได้เตรียมตัว

4) สไตล์ (style) ความเหมาะสมของคำศัพท์ที่ใช้ ระดับของคำศัพท์ ที่เลือกใช้ และความชัดเจนของคำศัพท์ต่าง ๆ ในด้านการอธิบายข้อมูล ตลอดจนความสุนทรีย์ของคำศัพท์

5) การนำเสนอดิจิทัล (digital delivery) การผสมผสานเข้าด้วยกันของ ถ้อยคำ น้ำเสียง และภาษากาย ได้แก่ สีหน้า แววตา กิริยาท่าทางและจังหวะ ความเคลื่อนไหว ตลอดจนการขึ้นข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เสียง มุกมุก ล้อ เอเฟกต์และการเล่นมุกมุก ล้อ

2. การเล่าเรื่องผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (social media telling)

การเล่าเรื่องผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กลายเป็นช่องทางการสื่อสาร ที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถส่งต่อเรื่องเล่าแบบกระจายเป็น วงกว้างได้ดี และทุกแพลตฟอร์มสามารถวัดผลการรับรู้และการเข้าถึงได้ทันที ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์แต่ละแพลตฟอร์มมีคุณลักษณะและธรรมชาติของสื่อ ต่างกันเช่นเดียวกับสื่อกระจายเสียงและภาพ ทั้งในแง่ระบบการใช้งาน เผยแพร่ การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้งานหรือผู้รับสารอื่น ๆ รวมถึงมีกลุ่มผู้รับสารเป้าหมาย ที่ต่างกันไปด้วย ส่งผลให้ผู้เล่าต้องสร้างสรรค์และเผยแพร่เรื่องเล่าด้วยเทคนิค และวิธีการที่ต่างกันไปในแต่ละแพลตฟอร์ม (กนกพรพรรณ วิบูลยศริน, 2566) ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวถึงเฉพาะแพลตฟอร์มยูทูบ ดังนี้

ยูทูบ (YouTube) คือ เว็บไซต์แสดงผลวิดีโอที่มีเนื้อหาหลากหลาย เช่น รายการโทรทัศน์ ตัวอย่างภาพยนตร์ มิวสิกวิดีโอ วิดีโอทางบ้าน การถ่ายทอดสดเหมือนนั่งดูโทรทัศน์ที่บ้าน เพียงแต่ไม่มีตารางออกอากาศ ชัดเจน ผู้ใช้สามารถเลือกชมรายการด้วยการค้นหาโดยใช้คำค้น (keyword) ที่เกี่ยวข้อง และดูวิดีโอเวลาใดก็ได้ นอกจากนี้ยังสามารถนำวิดีโอไปใส่ไว้ในบล็อก เว็บไซต์ส่วนตัว หรือแชร์ให้เพื่อนดูได้ด้วย ความน่าสนใจของยูทูบ

วารสารการสื่อสารและสื่อบูรณาการ คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ปีที่ 13 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2568

เป็นหนึ่งในเว็บระดับโลกที่ผู้คนแวะเวียนเข้ามาเยี่ยมชม จุดเด่นอยู่ที่ “คลิพวิดีโอซึ่งให้รับชมฟรี” โดยคลิพวิดีโอส่วนใหญ่มาจากการอัปโหลดจากที่บ้าน และการโปรโมตความสามารถของผู้ใช้เอง ปัจจุบันได้รับความสนใจจากค่ายหนัง ค่ายเพลงที่นำคลิพวิดีโอของตนขึ้นแสดง รวมถึงโฆษณาผลิตภัณฑ์ของบริษัทต่าง ๆ มากมาย ยูทูปบุกตลาดประเทศไทยอย่างเต็มตัว ตั้งแต่ พ.ศ. 2557 โดยการเปิดตัว YouTube Thailand สามารถเข้าสู่หน้าโฮมเพจ www.youtube.co.th ซึ่งเป็นการดำเนินการทางธุรกิจที่เกี่ยวกับโฆษณาบนเว็บไซต์ยูทูปในประเทศไทย มีทีมงานส่วนใหญ่เป็นคนไทย ทำให้คนไทยได้ประโยชน์อย่างมากจากยูทูป (ปิยะ นากสงค์ และคณะ, 2562)

ปัจจุบัน ยูทูปเปิดตัวในไทยมาแล้วกว่า 10 ปี เป็นแพลตฟอร์มหนึ่งในดวงใจของคนไทยโดยเฉพาะ Gen Z และ Gen Y ยูทูปกำลังพัฒนาพีเจอาร์ใหม่ ๆ เพื่อตอบโจทยผู้ผลิตเนื้อหา (creator) และผู้ใช้มากขึ้นอีก โดยมีแผนในการพัฒนาพีเจอาร์ AI อย่าง DreamScreen และ DreamTrack ที่สามารถช่วยให้สร้างเพลงเสียงประกอบ หรือฉากหลังผ่านคำสั่งข้อความ ซึ่งยังคงอยู่ในระหว่างการพัฒนา YouTube Premium และ YouTube Music ในไทยถือว่าได้กระแสตอบรับเป็นอย่างดี ซึ่งเรียกได้ว่ายูทูปประสบความสำเร็จในไทยในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นวงการเพลง วิดีโอ ครีเอเตอร์ต่าง ๆ เข้ามาสร้างผลงานกันทั่วทั้งประเทศ ในยุคของครีเอเตอร์ที่มักมีปัญหาในการสร้างสรรค์คอนเทนต์หลากหลายรูปแบบ เชื่อว่าอนาคต ยูทูปจะพัฒนาแพลตฟอร์มให้ครีเอเตอร์ใช้งานง่ายขึ้น เทคโนโลยีใหม่ ๆ ช่วยให้มีอิสระในการทำคอนเทนต์มากกว่าเดิม ซึ่งจะทำให้การดูยูทูปสนุกสนานยิ่งขึ้นไปอีก (Spring, 2024)



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ที่มุ่งศึกษากระบวนการใช้วาทศิลป์ดิจิทัลในการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊ก และการรับรู้ของผู้ชมในบริบทของสื่อยูทูป การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2566 ถึง เดือน มกราคม พ.ศ. 2567 โดยใช้เครื่องมือหลัก 3 ประเภทได้แก่ 1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับ อาจารย์มิกซ์ ฌัฐกริช เปาอินทร์ เพื่อทำความเข้าใจแนวคิดและแนวทางการเล่าเรื่องเชิงวาทศิลป์ 2. การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ของคลิปสามก๊ก เพื่อศึกษากลวิธีการใช้ภาษาและเทคนิคการนำเสนอ 3. การสัมภาษณ์ผู้ชมจำนวน 10 คน ที่ติดตามช่อง *Migs Powintara* อย่างสม่ำเสมอเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้เนื้อหา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ผู้ส่งสาร อาจารย์มิกซ์ (รศ.ร.ต.ดร.ฌัฐกริช เปาอินทร์) เจ้าของช่อง ผู้ผลิตรายการและเป็นผู้เล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊กผ่านช่องยูทูป *Migs Powintara* ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) สำหรับงานวิจัยนี้

2) เนื้อหาคลิปวิดีโอสามก๊กจากช่องยูทูป *Migs Powintara* จำนวน 1 ตอน โดยเลือกตอนที่มียอดเข้าชม (views) สูงที่สุด เพื่อสะท้อนระดับความนิยมและความชื่นชอบของผู้ชมที่มีต่อเนื้อหานั้น โดยตอนที่มียอดเข้าชมสูงสุดดังกล่าว ถือเป็นตัวอย่างที่สามารถแสดงลักษณะเนื้อหาที่มีคุณลักษณะหรือองค์ประกอบพิเศษซึ่งส่งผลต่อการสร้างความสนใจและการเลือกชมซ้ำของผู้ชมรายละเอียดของตอนที่มียอดเข้าชมสูงสุดแสดงใน ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูลคลิปวิดีโอสามก๊กที่ได้รับความนิยมสูงสุด ข้อมูล ณ วันที่ 30 เมษายน 2566

ชื่อตอน	ลิงก์การเข้าถึง	ความยาว	วันที่เผยแพร่ ว/ด/พ.ศ.	จำนวนการ เข้าชม (View)
รู้เรื่อง "เล่าปี" มหา บุรุษเจ้าน้ำตา แห่ง ยุคสามก๊กในคลิป เดียว	https://www. youtube. com/ watch?v= BBlexzljDNA	1 ชั่วโมง 24 นาที 52 วินาที	5 มีนาคม 2563	1,816,309

3) ผู้รับสารจำนวน 10 คน โดยวิธีการเลือกเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) ผู้ชมที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไปเนื่องจากเป็นกลุ่มที่สามารถให้ความยินยอม (informed consent) ได้อย่างเต็มที่ตามหลักจริยธรรม การวิจัยในมนุษย์ มีความสามารถทางจิตใจในการตัดสินใจเกี่ยวกับการเข้าร่วมในงานวิจัยด้วยตัวเองและสามารถเข้าใจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมถึงความเสี่ยงและผลประโยชน์ที่อาจเกิดขึ้นได้ และมีประสบการณ์การรับชมการเล่าเรื่องราวรณรงค์สามก๊กทางช่องยูทูป *Migs Powintara* ไม่น้อยกว่า 10 คลิปวิดีโอ โดยผู้วิจัยประชาสัมพันธ์ไปยังบุคคลที่รู้จัก ทั้งการบอกกล่าวและการขออาสาสมัครผ่านการประชาสัมพันธ์จากเฟชบุ๊กของผู้วิจัยเองและใช้วิธีการแนะนำแบบลูกโซ่ (snowball sampling) โดยขอให้ผู้ให้ข้อมูลบางท่านแนะนำผู้ชมท่านอื่นที่ตรงกับคุณสมบัติที่กำหนดไว้ จากนั้นจึงเชิญเข้าร่วมสัมภาษณ์โดยสมัครใจ (volunteer selection)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและวิธีการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลประกอบด้วย

1) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview guides) ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ผลิตสื่อ คือ อาจารย์มิกซ์ ผ่านทาง Google Meet เป็นเวลา 1 ชั่วโมง โดยผู้วิจัยมีประเด็นคำถามเฉพาะไว้จำนวนหนึ่ง และเปิดโอกาสให้ อาจารย์มิกซ์ได้มีอิสระในการให้ข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและครอบคลุมที่สุด มีการกำหนดประเด็นคำถาม ได้แก่ มีเหตุผลหรือแรงบันดาลใจอะไรที่ทำให้อาจารย์มิกซ์สนใจเล่าเรื่องราวสามก๊กผ่านช่องยูทูปและกระบวนการเตรียมตัวก่อนที่จะถ่ายทำ มีการจัดระเบียบเนื้อหาอย่างไรที่ทำให้ผู้ชมสนใจและติดตาม ในด้านศิลปะการใช้ถ้อยคำมีวิธีการเลือกถ้อยคำ สำนวน คำศัพท์อย่างไรในการเล่าเรื่อง และถ้อยคำที่ใช้นั้นได้มาอย่างไร มีวิธีหรือเทคนิคในการจำเนื้อหาที่จะนำมาเล่าอย่างไรและใช้เทคนิคอะไรบ้างในการตัดต่อวิดีโอ รวมถึงเหตุผลที่เลือกใช้หรือไม่ใช้เทคนิคการตัดต่อดังกล่าว

2) แบบบันทึกการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis form) ซึ่งออกแบบตามองค์ประกอบของวาทศิลป์ดีจิตัล 5 ประการ ของ Eyman (2015) ถูกใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหาคลิปวิดีโอสามก๊กโดยผู้วิจัยเปิดชมคลิปวิดีโอสามก๊กตอน รู้เรื่อง "เล่าปี" มหาบุรุษเจ้าน้ำตาแห่งยุคสามก๊กในคลิปเดียว ตั้งแต่

เริ่มจนจบคลิปวิดีโอ ในระหว่างรับชม ผู้วิจัยจะสังเกต จำแนกและจดบันทึก ข้อมูลตามองค์ประกอบและรายละเอียดที่พบ

3) แบบสัมภาษณ์ไม่มีโครงสร้าง (unstructured interview guides) ใช้ในการสัมภาษณ์ ผู้รับสาร คือ ผู้ชมจำนวน 10 คน ทั้งทางออนไลน์และแบบเจอตัว ใช้เวลาทำนละประมาณ 10 นาที โดยมีประเด็นหลัก ในการสัมภาษณ์ คือ มีปัจจัยอะไรหรือองค์ประกอบอะไรบ้างที่ผู้ชมรู้สึกชื่นชอบต่อคลิปวิดีโอการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊กของ อาจารย์มิกซ์ ผู้วิจัย เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีอิสระในการให้ข้อมูลและจะคอยซักถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับรายละเอียดและพยายามไม่ให้หลุดออกจากแนวคิดทฤษฎีที่ได้ทบทวนวรรณกรรมไว้

การตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านวาทศิลป์ 3 ท่าน ตรวจสอบแบบสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับอาจารย์มิกซ์ แบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ชม และแบบวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นผู้วิจัยนำข้อเสนอแนะที่ได้รับไปปรับปรุงเครื่องมือให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ (reliability) มากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง รวมถึงการวิเคราะห์เนื้อหา ถูกนำมาถอดเทปและจัดหมวดหมู่ตามองค์ประกอบของวาทศิลป์ดิจิทัล 5 ประการ ได้แก่ 1) การคิดค้นสาร (invention) 2) การเรียบเรียง (arrangement) 3) การจดจำ (memory) 4) ลีลา (style) และ 5) การนำเสนอเชิงดิจิทัล (digital delivery) จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยอ้างอิงแนวทางของ Eyman (2015) เพื่อค้นหารูปแบบการใช้วาทศิลป์ดิจิทัลในคลิปวิดีโอและในการสื่อสารของผู้ผลิตสื่อเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 และวิเคราะห์ชุดข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ชม เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 2

การนำเสนอข้อมูล

ในการเขียนพรรณนาเชิงวิเคราะห์อาจจะมี การวิเคราะห์หลักกว่า ทะเชื่อมโยงถึงกันในบางกรณี เพราะวาทศิลป์ดิจิทัลทั้ง 5 ประการ มีความสัมพันธ์และเสริมระหว่างกัน เช่น ลีลากับการนำเสนอดิจิทัล ไม่ได้แยกออกจากกันอย่างสิ้นเชิง ตลอดจนการวิเคราะห์เชื่อมโยงระหว่างผู้ส่งสาร สารและ ผู้รับสารหากผลวิจัยสัมพันธ์กัน

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยพบว่า การเล่าเรื่อง "สามก๊ก" ของอาจารย์มิกซ์ แสดงให้เห็นลักษณะการใช้วาทศิลป์ดิจิทัล (digital rhetoric) ที่สอดคล้องกับองค์ประกอบ 5 ประการของ Eyman (2015) ได้แก่ การคิดค้นสาร การเรียบเรียงเนื้อหาการจดจำ ลีลาและการนำเสนอเชิงดิจิทัล ในที่นี้ผู้วิจัยแบ่งการนำเสนอผลการวิจัยเป็น 2 หัวข้อ ได้แก่ 1. การใช้วาทศิลป์ดิจิทัล และ 2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความชื่นชอบของผู้ชม มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การใช้วาทศิลป์ดิจิทัล แบ่งหัวข้อนำเสนอเป็น การคิดค้นสาร การเรียบเรียง การจดจำ ลีลาภาษา และการนำเสนอดิจิทัล

1.1 การคิดค้นสาร (invention)

การคิดค้นสารคือ กระบวนการสร้างและเลือกสาระสำคัญที่ผู้ผลิตต้องการจะสื่อโดยอาศัยความรู้ ประสบการณ์และการค้นคว้าข้อมูล เพื่อสื่อสารให้ตรงตามวัตถุประสงค์ในการผลิตสื่อบนยูทูป คลิปวิดีโออาจแบ่งออกได้เป็น 2 แนวทางหลัก คือคลิปข่าวและคลิปบันเทิงซึ่ง คลิปสามก๊ก มีเป้าหมายเพื่อให้ความรู้และเป็นห้องสมุดสามก๊กออนไลน์ ฌักทรี ตั้งสง่า (2559) อธิบายว่า “คลิปประเภทให้ความรู้ เป็นคลิปที่ว่าด้วยเรื่องของการทำงานที่มีผู้เชี่ยวชาญออกมาให้ความรู้หรือมาวิพากษ์วิจารณ์แฮร์ประสบการณ์ต่าง ๆ ของตัวเอง ดูเฝิน ๆ คลิปไม่น่าจะสู้กับสองประเภทข้างต้นได้ (ประเภทข่าวและประเภทบันเทิง) แต่จริง ๆ แล้ว คลิปประเภทนี้แหละที่เป็นพระเอกตัวจริง” ซึ่งใจความไปในทางเดียวกันกับ อาจารย์มิกซ์ กล่าวคือ การทำ YouTube มี 2 สายสายแรกคือสายกระแส เรื่องที่เป็นกระแสต้องนำมาทำซึ่งต้องทำตามกระแสตลอด และสายที่สองคือสายคลาสสิก ไม่หิวหว่า นั่นก็คือช่องประเภทให้ความรู้ที่อาจารย์มิกซ์ได้ทำการสื่อสาร ซึ่งสามารถทำให้ผู้ชมรู้สึกเชื่อมโยงและเกิดแรงจูงใจในการติดตามต่อเนื่อง

ทางด้านการเลือกแก่นเรื่อง เป็นไปตามความรู้สึก (feeling) ซึ่งความรู้สึกเกิดขึ้นจากการทำมาพอสมควร พยายามทำความเข้าใจปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น อ่านคอมเมนต์ วิเคราะห์ผู้ฟัง จากข้อมูลนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ต่อว่า คงจะไม่สามารถบอกเป็นสูตรตายตัวได้ แต่ต้องอาศัยหลักการ “test and learn” กล่าวคือทดลองเพื่อผิดพลาดและเรียนรู้เพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น กระทำสลับกันไปมาจนทราบว่าในจังหวะนี้ควรนำเสนอสามก๊กตอนอะไรดี

สำหรับตอนที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอย่าง "รู้เรื่อง เล่าปี มหาบุรุษเจ้าน้ำตา แห่งยุคสามก๊ก ในคลิปเดียว" ซึ่งมีความยาวตอนถึง 1 ชั่วโมง 26 นาที 57 วินาที วิดีทัศน์ได้มาซึ่งตอนนี้ เกิดจากประการแรก การเลือกตัวละครหลักที่คนรู้จัก เล่าปีเป็นตัวละครหลัก คนส่วนใหญ่จะรู้จักเล่าปีอยู่แล้ว ไม่ว่าจะชอบหรือไม่ชอบก็ตาม คนชอบก็จะดูอย่างมีความสุข คนไม่ชอบก็จะมาแบบวิจารณ์ ประการสอง คือ ความยาวของคลิป (duration) อาจารย์มิกซ์ ตั้งใจทำคลิปนี้ให้ยาว เป็นการสร้างสมดุลเนื้อหากับเวลาได้ดี กล่าวคือ เล่าปีเป็นตัวละครหลัก มีบทบาทสำคัญในสามก๊ก ดังนั้นจะทำคลิปสั้น ๆ ให้เหมือนกับตั้งโต๊ะหรือลิโม่ที่เสียชีวิตไปตั้งแต่ต้นเรื่องไม่ได้ ประการสามคือ เนื้อหาเรื่องสามก๊กทั้งเรื่องใช้ตัวเดินเรื่องคือเล่าปี ซึ่งทำให้ผู้ชมรู้เรื่องสามก๊กในคลิปเดียวไปด้วย แต่เป็นรู้ในมุมของเล่าปี และประการสุดท้าย คนที่ไม่เคยศึกษาเรื่องสามก๊กเลย อาจารย์มิกซ์ เชื่อว่าต้องเคยได้ยินชื่อ "เล่าปี" บ้าง เมื่อมีผู้ชมเข้ามาฟังเขาก็จะรู้เรื่องทั้งเรื่องโดยที่ฟังแบบไม่น่าเบื่อ ถ้าเล่าตัวละครอย่างเช่นรู้เรื่องแสบหัวหลิมหรือแสบหัวตัน คนที่ศึกษาสามก๊กมาแล้วย่อมเข้าใจว่า ตัวละครนี้มีความโหดและมีใจห้าวหาญ แต่คนทั่วไปไม่รู้จึงมีโอกาสนำไม่เปิดชมสูง

จากสี่ประการที่กล่าวมานั้น แสดงว่าชื่อตัวละครมีนัยยะสำคัญ ผู้วิจัยจึงนำข้อค้นพบนี้ไปสำรวจตอนอื่น ๆ ของช่อง Migs Powintara ปรากฏว่าชื่อตอนที่ได้รับความนิยมในลำดับ 2 คือตัวละครชื่อ "สุมาอี้" และลำดับที่ 4 5 และ 6 ติดกันคือ ตัวละครชื่อ "ขงเบ้ง" (ลำดับ 3 คือตอนรู้เรื่องสามก๊กในคลิปเดียว) ซึ่งสุมาอี้และขงเบ้งต่างมีบทบาทสำคัญในฐานะกุนซือ

การเตรียมเนื้อหา ใช้เวลาเตรียมตัวไม่นาน อยู่ในเนื้อหาของอาจารย์มิกซ์ อยู่แล้ว กล่าวคือเนื้อหาที่จะพูดเป็นความรู้ความเชี่ยวชาญของอาจารย์มิกซ์ ที่มีความสนใจสามก๊กมาตั้งแต่อายุ 10 ปี อ่านสามก๊กหลายรอบหลายเวอร์ชัน (version) และสนใจในหลายสื่อ จึงทำให้มีความรู้ในเรื่องนี้อยู่มาก พร้อมสำหรับการถ่ายทอดแก่ผู้รับสาร

อุปกรณ์ถ่ายทำ กล้องถ่ายทำคือกล้องมิลเลอร์เลสฟูลเฟรม (mirrorless full frame) ไมโครโฟนที่ใช้ในการบันทึกเสียงต้องมีคุณภาพสูง (ราคาประมาณ 3 - 4 หมื่นบาท) อย่างไรก็ตาม ตอนแรกสุดที่ อาจารย์มิกซ์ ทำคือ คลิปรู้เรื่องสามก๊กในคลิปเดียว ใช้กล้องหน้าไอโฟน 10 และไมโครโฟนประมาณ 600 บาท (ไมโครโฟนสายแล้วใช้ช้อน) บอกเป็นนัยอย่างหนึ่งได้ว่า อาจจะไม่สำคัญว่าอุปกรณ์แพงหรือถูก

1.2 การเรียบเรียง (arrangement)

การเรียบเรียง คือ การจัดลำดับเนื้อหา ตามโครงสร้างที่กำหนด เพื่อให้ผู้รับสารติดตามเรื่องราวได้อย่างต่อเนื่อง สำหรับการเรียงเรียงเนื้อหาในคลิปของอาจารย์มิกซ์ใช้คือ บอกสิ่งที่ผู้ชมจะได้รับไว้ต้นคลิป ต่อด้วยการเกริ่นนำสร้างความน่าสนใจให้กับแก่นเรื่อง หลังจากนั้นจะเข้าสู่เนื้อหาหลัก และตอนจบต้องจบสวย (finish strong) กล่าวคือ จบประทับใจในแง่ของอารมณ์ ความสุข ความซึ้ง หรือว่าจบสวยให้ผู้ชมรู้สึกอิม สรปอย่างกระชับได้ว่า สิ่งที่คุณชมจะได้ → การเกริ่นนำที่น่าสนใจ → เนื้อหาหลัก → จบประทับใจ ในความเป็นจริงอาจกล่าวได้ว่า การเรียบเรียงเนื้อหาของคลิปวิดีโอของอาจารย์มิกซ์ เริ่มตั้งแต่ภาพปกวิดีโอ (thumbnails) และชื่อวิดีโอ มีความสำคัญต่อการเลือกคลิกวิดีโอของผู้ชม ดังที่ ศุภณัฐ สุขโช (2564) อธิบายว่า ตัวภาพหน้าปกเป็นองค์ประกอบแรกที่คุณชมเห็น และทำการตัดสินใจว่าจะคลิกเข้าไปดูวิดีโอหรือไม่ บางครั้งภาพหน้าปกเพียง 1 ภาพก็อธิบายแทนวิดีโอทั้งหมดแล้วว่า วิดีโอนั้นมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องอะไร



ภาพที่ 3 ภาพปกวิดีโอและและชื่อวิดีโอ

จากภาพที่ 3 ชื่อตอนหรือคำโปรยตอนที่ปรากฏอยู่ในภาพปกวิดีอนั้น อาจารย์มิกซ์ มีการผูกถ้อยคำได้น่าสนใจ ผู้วิจัยวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ การใช้คำคุณศัพท์ (adjective) หน้าที่ของคำคุณศัพท์คืออธิบายคำนามในแง่มุมต่าง ๆ เพื่อให้เราเข้าใจความหมายของคำนามนั้น ๆ ได้ดีมากยิ่งขึ้น เช่น มหาบุรุษเจ้าน้ำตา สะท้อนคาแรคเตอร์ความเจ้าน้ำตาของเล่าปี ส่วนที่สองคือ การใช้สีเหลืองสว่าง

และเน้นขนาดของคำว่า “เล่าปี” และ “คลิปเดียว” เพื่อบอกผู้ชมถึงความคุ้มค่าที่จะติดตามชม สามารถรู้เรื่องเล่าปีอันเป็นตัวเอกตัวหนึ่งของสามก๊กภายในคลิปนี้คลิปเดียวได้



ภาพที่ 4 ภาพวิดีโอช่วงปิดท้าย call to action
(TC 01:24:41:00 – 01:24:50:00)³

ในช่วงท้ายของวิดีโอ ปิดท้ายด้วย call to action คือ ข้อความหรือคำพูดที่ทำหน้าที่กระตุ้นผู้ชมให้เกิด action อะไรบ้างอย่าง เช่น อย่าลืมกดปุ่ม subscribe อย่าลืมกด like ซึ่งจากการทดสอบของหลาย ๆ สำนักพบว่าการใช้ call to action สามารถที่จะช่วยเพิ่ม action ได้จริง ๆ (ศุภณัฐ สุขโข, 2564) ภาพที่ 4 เป็นภาพช่วงสุดท้ายของวิดีโอ มีบทพูดว่า “อย่าลืมกด like และ share คลิปนี้นะครับ และที่สำคัญอย่าลืม comment กันด้วยนะครับ และอย่าลืม subscribe กดกระดิ่งด้วยนะครับจะได้ติดตามคลิปดี ๆ แบบนี้ต่อไปครับ ขอขอบคุณครับ” พร้อมด้วยการฝากช่องทางการติดตามรวมถึงลิงก์แนะนำวิดีโอตอนอื่น ๆ ด้วย

³รหัสเวลาอ้างอิง (time code) คือ ตำแหน่งที่บ่งบอกให้ทราบภาพและเสียงนั้นอยู่ในตำแหน่งเวลาใดในวิดีโอ โดยแบ่งเป็นตัวเลข 4 คู่ คือ หน่วยชั่วโมง:หน่วยนาที:หน่วยวินาที:หน่วยเฟรม ดังนั้น TC 01:24:41:00 คือตำแหน่ง 1 ชั่วโมง 24 นาที 41 วินาที ในงานวิจัยนี้บันทึกถึงหน่วยชั่วโมงถึงวินาทีเท่านั้น

1.3 การจดจำ (memory)

การจดจำในบริบทดิจิทัล ไม่ได้หมายความว่าแค่การท่องจำบทหรือถ้อยคำสำหรับการบรรยายหรือบทสนทนาในการสร้างสารเท่านั้น แต่ยังคงครอบคลุมถึงการจัดระบบความรู้และเนื้อหาให้สามารถถ่ายทอดได้อย่างเป็นธรรมชาติ อาจารย์มักซ์ จัดทำบูลเล็ตพอยต์หรือหัวข้อย่อย (bullet point) เพื่อช่วยคุณสาระสำคัญ แต่เมื่อเริ่มถ่ายทำจริง ส่วนใหญ่มักจะไม่ได้อุ เหมือนทำเพื่อความสบายใจ⁴ อาจารย์มักซ์ จะอัดวิดีโอไปได้ถึงประมาณ 15 นาที และจะหยุดพักเพื่อดื่มน้ำ แล้วจึงหยิบบูลเล็ตพอยต์มาดู และอัดวิดีโอต่อ ในกรณีผิดพลาดจะถ่ายทำต่อได้เลย สามารถแก้ไขตัดต่อได้ภายหลัง ส่วนใหญ่จะพูดไหล (flow) ไปจนจบ หากผิดพลาดจุดไหนก็พูดซ้ำในจุดที่พลาด

1.4 ลีลา (style)

การใช้สำนวนและภาษา เป็นองค์ประกอบสำคัญของวาทศิลป์ เป็นสิ่งสะท้อนบุคลิกของผู้เล่าเรื่อง การใช้คำของอาจารย์มักซ์ในการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊ก ส่วนใหญ่ใช้ภาษาถิ่นทางการสลับไปกับภาษาพูด มีลักษณะเป็นคำคล้องจอง เช่น ขุนนางขุนนาง โชชัดโชเซ ตกอกตกใจ เจรจาพาที ฯลฯ และในบางคำคล้องจองก็เป็นสำนวนไทยด้วย เช่น รีดนาทาเร้น หน้าใหญ่ใจโต ตกน้ำไม่ไหลตกไฟไม่ไหม้ ซึ่งคำคล้องจอง (rhyme) จัดเป็นความนิยมและอัตลักษณ์การใช้ภาษาของคนไทย มีบทบาทต่ออารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ทุกเพศทุกวัย ทำให้เกิดความไพเราะและเพลิดเพลิน แม้แต่ในขณะที่สัมภาษณ์ อาจารย์มักซ์ ก็มักจะปล่อยคำคล้องจองให้ผู้วิจัยได้ยินอยู่เป็นเนือง ๆ นักศึกษาในห้องเรียนของอาจารย์มักซ์เอง เคยบอกว่า ทำไมอาจารย์ดูเป็นคนเจ้าลำดับสำนวน

⁴ผู้วิจัยเชื่อมโยงถึงนักศึกษาท่านหนึ่งที่มาสอบปฏิบัติการพูด เมื่อนักศึกษาพูดจบ ผู้วิจัยถามกลับว่า “ไม่ต้องถือสคริปต์ก็ได้นะ เพราะก็ไม่เห็นจะดูเลย” นักศึกษาตอบกลับว่า “ถือไว้ให้อุ่นใจครับ” ดังนั้น การมีอยู่ของสคริปต์หรือบูลเล็ตพอยต์อาจเป็นปัจจัยด้านจิตใจประการหนึ่ง (ผู้วิจัยเป็นผู้สอนรายวิชาเทคนิคการพูดต่อหน้าผู้ชมชนและต่อสื่อมวลชน เทอม 2 ปีการศึกษา 2566 สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม)

กาญจนาคพันธุ์ [นามแฝง] (2513, อ้างถึงใน ไชสิริ ปราโมช ณ อยุธยา, 2526) ได้อธิบายคำว่า สำนัดสำนวน ไว้ค่อนข้างครอบคลุมว่า คำพูดของมนุษย์เราไม่ว่าชาติใดภาษาใด แยกออกได้กว้าง ๆ เป็นสองอย่าง อย่างหนึ่งพูดตรงไปตรงมาตามธรรมดา พอพูดออกมาก็เข้าใจกันได้ทันที อีกอย่างหนึ่งพูดเป็นชั้นเชิง ไม่ตรงไปตรงมา แต่มีความหมายในคำพูดนั้น คนฟังอาจเข้าใจความหมายทันทีถ้าคำพูดนั้นใช้กันแพร่หลายทั่วไปจน อยู่ตัวแล้ว แต่ถ้าไม่แพร่หลายคนฟังก็ไม่อาจเข้าใจได้ทันที ต้องคิดจึงเข้าใจ หรือบางทีคิดแล้วเข้าใจไปอย่างอื่นก็ได้ หรือไม่เข้าใจเอาเลยก็ได้ คำพูดเป็นชั้นเชิงนี้เราเรียกกันว่า “สำนวน” คือคำพูดเป็นสำนวนอย่างชาวบ้านเขาเรียกกันว่า “พูดสำบัดสำนวน”

นอกจากนี้ยังพบลีลาถ้อยคำอื่น ๆ ด้วย ได้แก่ โวหารภาพพจน์ เช่น การอุปมาเปรียบเทียบหน้าเตียวหุยดั่งเสือดาว ใบหน้ากวนอูแดงดังพุทราสุก หรือการเลียนเสียงกระทบกันของอาวุธจากฉากสู้รบดัง โปะปะโป๊ะปะ สำนวนอังกฤษ เช่น silver spoon kid หรือที่เรียกว่า คาบซ้อนเงินซ้อนทอง มาเกิด ใช้เปรียบเทียบถึงขุนกวน คำศัพท์อังกฤษเชิงวิชาการอย่าง political leverage หมายถึง คานงัดทางการเมืองที่ใช้กล่าวถึงระหว่างเล่าปีกับโจโฉ มีการใช้คำศัพท์วัยรุ่นหรือสมัยใหม่ เช่น คริคริ ตุ๊กตักอะปาว ปักหมุด มีการใช้การซ้ำคำ เช่น “โจโฉจึงกรีธาทัพใหญ่จากแคว้นกุนจิวเพื่อไปทำการรบขี้อยู่แคว้นซีจิว” ซ้ำคำว่าขี้อยู่เพื่อเน้นอารมณ์การบู้ซ่า ๆ ให้เหลือล้น คำอุทาน เช่น แหมแหม ไอ้โฮ หุย การใช้เพลง จะใช้เพลง “มาจอยกัน” ของตึก ซีโร่ โดยมีการดัดแปลงเนื้อเพลงนำมาประยุกต์ใช้ประกอบการเล่าเรื่อง เช่น ตอนเตียวหุยเอ่ยปากชวนเล่าปี่ว่า “*มามะ มาคุยกันคุยกัน มาซิมา มาทานข้าว มาคุยกัน*” และถ้อยคำประดิษฐ์ ติดหูผู้ชมอย่าง “*ลาโลกไปแบบไม่สมัครใจ*” ซึ่งถ้อยคำนี้เกิดจากการที่อาจารย์มิกซ์ไม่ต้องการใช้คำว่าตายหรือฆ่าฟันเพื่อให้คำมันชอฟต์ขึ้น (เบา) การใช้ชั้นเชิงถ้อยคำที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นใช้เพื่อการเน้น (stress) อากัปกิริยาให้เข้าถึงอารมณ์ความรู้สึก สนุก เพลิดเพลินหรือสามารถกระตุ้นให้ผู้ฟังจินตนาการได้ดีกว่าการพูดแบบเรียบง่าย (plain)⁵

⁵plain style คือการใช้ภาษาในลีลาเรียบง่าย ตามแนวคิดของซิเซโรคือการใช้คำละตินบริสุทธิ์เข้าใจง่าย หากจะปรับให้เข้ากับภาษาไทยก็เป็นลีลาที่ใช้คำไทยแท้ แม้จะมีที่มาจากภาษาอื่นแต่ก็ใช้กันจนชินชาบแล้วในภาษาไทยคนทั่วไปแทบจะไม่รู้ว่าเป็นการยืมมาจากภาษาอื่น เช่น เดิน จมูก รส สนุก ทุกข์ สุข (อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท, 2550)

อนึ่ง การใช้ภาษาอังกฤษสอดแทรกหรือเรียกว่าการปนของภาษา (code mixing) เหตุผลด้วยคำไทยอาจไม่มีความหมายที่อธิบายได้ดีหรือยาวเกินไปหรือเป็นคำเฉพาะทาง จากการสำรวจงานวิจัยอื่น ๆ เช่น งานวิจัยของ Chairat (2014) ศึกษาทัศนคติของคนไทยต่อการใช้ภาษาอังกฤษในเพลงไทยและการศึกษาของ Songthada and Tipayasuparat (2021) ที่วิเคราะห์การใช้ภาษาอังกฤษในรายการ The Face Thailand Season 3 ถือว่ามีผลเชิงบวกต่อผู้ส่งสาร โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ซึ่งมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้ภาษาอังกฤษแต่ก็ควรระวังหากใช้มากเกินไปหรือใช้ไม่ถูกบริบทไม่ถูกกลุ่มเป้าหมาย พรพิมล เสนะวงศ์ (2546) อธิบายถึงการพูดไทยคำอังกฤษคำ ว่า สิ่งที่จะต้องพิจารณาคือ จะต้องใช้อย่างไรให้เหมาะสมกับองค์ประกอบการสื่อสาร เช่น ผู้ฟัง สถานการณ์ของการสื่อสาร ช่องทางการสื่อสาร และเนื้อหาที่สื่อสาร เพื่อให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ หากการใช้ภาษาเช่นนั้นเหมาะสมกับสถานการณ์ของการสื่อสาร และผู้ฟังเข้าใจก็ไม่แน่ว่าจะเป็นสิ่งที่ผิดหรือน่าตำหนิ และเมื่อพิจารณาไปถึงคำสัมภาษณ์ของผู้ชมในงานวิจัยนี้ทั้งหมดก็ไม่พบทัศนคติเชิงลบต่อการปนของภาษาเลย

1.5 การนำเสนอดิจิทัล (digital delivery)

การนำเสนอดิจิทัล เป็นหัวใจสำคัญของวาทศิลป์ดิจิทัล เป็นการผสมผสานเทคนิค ภาพ เสียงและการตัดต่อเข้าด้วยกัน

1.5.1 น้ำเสียง (voice) อาจารย์มิกซ์ พยายามใช้เสียงที่ทุ้มเพื่อให้ฟังแล้วสบาย ๆ และเมื่อวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลที่ได้รับจากผู้ชมก็ไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ ทุ้มกำลังดี ยกตัวอย่างผู้ชมท่านหนึ่งให้ข้อมูลว่า “น้ำเสียงไม่ได้แหลมเล็กหรือทุ้มหนักจนเกินไป ฟังแล้วเราอุ่นใจ ละมุน” มีการศึกษาเกี่ยวกับเสียงหลายชิ้นบอกตรงกันว่า เสียงทุ้มหรือโทนต่ำ (lower-pitched voice) สามารถก่อให้เกิดการโน้มน้ำหนักได้ในระดับสูง เกิดความยินยอมคล้อยตามได้ง่าย และแสดงถึงความเป็นมิตร

อย่างไรก็ตาม ในบางช่วงจะมีฉากสู้รบและฉากที่อาจารย์มิกซ์ มีการสวมบทบาทเป็นตัวละครนั้น การใช้เสียงตรงนี้มีอารมณ์ (emotion) เข้ามาด้วย ทำให้ผู้ชมเห็นภาพและสนุกไปกับเนื้อเรื่อง หากจะเทียบเคียงก็คล้ายกับการเล่านิทาน คือ ใช้เสียงแบบสนทนา มีความหนัก-เบา โทนสูง-ต่ำ แสดงถึงความมีชีวิตชีวา ซึ่งประเด็นนี้จะไปสอดคล้องกับบางลีลาถ้อยคำที่ต้องมีการเล่นน้ำเสียงด้วย

1.5.2 ภาษากาย (body language) ใช้ประกอบการเล่า ได้เหมาะสมและเป็นธรรมชาติ ใช้มือและแขน (gesture) ประกอบช่วยเพิ่ม น้ำหนักของถ้อยคำ เครื่องแต่งกายสุภาพให้เกียรติผู้ชม กล่าวโดยสรุป ทั้งถ้อยคำ มือไม้ และสีหน้า แสดงออกมาได้สอดคล้องกัน De Waele et al. (2017) อธิบายว่า ความจริงใจและการชักจูงใจจะมากขึ้นถ้าวัจนภาษา (verbal language) และ อวัจนภาษา (verbal language) มีความสอดคล้องกัน

ประเด็นที่น่าสนใจหนึ่งพบว่า ผู้ชมหลายท่านไม่ค่อยได้ดู ภาษากาย ด้วยกลุ่มผู้ชมนั้นมักจะเปิดฟังบรรยายจนหลับหรือเปิดฟังก่อนนอน ด้วย เหตุผลว่าเพียงแค่ฟังเสียงก็ผลิตเพลินแล้ว อย่างไรก็ตาม ถ้าเปิดดูจอบประกอบ (ภาษากายรวมกับเทคนิคการตัดต่อ) ก็จะเพิ่มความน่าสนใจมากขึ้น

1.5.3 ฉาก (scene) สถานที่ถ่ายทำเป็นบ้านของ อาจารย์มิกซ์ เองโดยใช้ห้อง simulator golf ในการถ่ายทำ มีผ้าม่านเป็นฉากหลัง ลักษณะภาพ เป็น mid-shot กล่าวคือ เห็นตั้งแต่ศีรษะเกือบถึงเอว เป็นการนั่งเล่าโดยมีโต๊ะอยู่ ด้านหน้าไว้สำหรับวางมือ ภาพลักษณะนี้ ส่วนใหญ่จะเห็นในรายการสนทนา หรือรายการข่าว เป็นระยะของภาพที่สบายในการมองภาพของบุคคลซึ่งพูด กับกล้องโดยตรงด้านองค์ประกอบอื่นนั้น ไม่ได้นำมาประกอบฉากมากมาย (ดูภาพที่ 5 และ 8) อาจารย์มิกซ์ จะให้ความสำคัญเรื่องของการจัดไฟที่ต้อง มีแสงสว่างเพียงพอ

1.5.4 เทคนิคการตัดต่อ (vdo editing)

1.5.4.1 ข้อความ (text) ในทางทฤษฎีการขึ้นข้อความ หรือตัวอักษรมีบทบาทต่อการรับรู้ เพื่อที่จะให้เกิดความชัดเจน การออกแบบ และการสร้างตัวอักษรจึงมีความสำคัญต่อเอกลักษณ์ของช่องและเนื้อหา ที่เราต้องการสื่อสาร โดยวิธีการเลือกข้อความขึ้น อาจารย์มิกซ์จะเล่าเรื่องไป จนนจบ พอตัดต่อให้ได้เนื้อเรื่องเสร็จ จึงมาใส่ข้อความภายหลังโดยดูว่าคำพูดไหน ที่ต้องการเน้น เช่น ชื่อตัวละคร ชื่อเมือง ความโดดเด่นเฉพาะของตัวละคร ฉากสู้รบ รวมไปถึงสำนวนไทยต่าง ๆ และคำศัพท์อังกฤษ



ภาพที่ 5 การขึ้นข้อความประกอบการเล่าเรื่องถึงบุคลิกภาพของเล่าปี

จากภาพที่ 5 มีการใช้ทั้งข้อความภาษาอังกฤษและไทย ฟอนต์ภาษาอังกฤษคำว่า “Unique” เป็นแบบไม่มีขีด (san serif) ซึ่งให้ความรู้สึกถึงความเรียบง่าย ทันสมัย ไม่เป็นทางการ ฟอนต์ภาษาไทยคำว่า “โดดเด่น” เป็นแบบไม่มีหัว ให้ความรู้สึกถึงความเป็นสากล ทันสมัย สนุกสนาน เป็นกันเอง และการขึ้นข้อความอังกฤษ-ไทยคู่กันแบบนี้ ผู้ชมก็สามารถเรียนรู้คำศัพท์ไปในตัวได้ด้วย

1.5.4.2 ภาพประกอบ (visual illustration) มีการใช้ภาพประกอบทั้งภาพเคลื่อนไหว ภาพวาด และภาพกราฟิก เป็นภาพที่ทั้งผลิตเองและซื้อมา (อย่างถูกลิขสิทธิ์) ภาพมีความสำคัญต่อการถ่ายทอดเรื่องราวและเพิ่มความน่าสนใจได้ ตัวอย่างเช่น



ภาพที่ 6 ภาพเคลื่อนไหวท้องทุ่งนาที่กำลังบรรยายถึงบ้านของเตียวหุย ผู้เป็นเจ้าของไร่ฟาร์มใหญ่โตในแถบอำเภอตุ้งกวน เป็นเจ้าสัวเปิดร้านสุกรและขายเครื่องดื่ม (TC 00:14:01:00)



ภาพที่ 7 ภาพวาดประกอบกับมีเสียงม้าร้อง เป็นช่วงที่ผู้เล่ากำลังฝึกฝนการต่อสู้ การป้องกันตัว และการใช้อาวุธต่าง ๆ กับอาจารย์โลติด (TC 00:06:59:00)



ภาพที่ 8 ภาพกราฟิกผู้เล่าซึ่งเป็นช่วงที่ผู้เล่าขอภัยเนื่องจากติดธุระและกลับมาถ่ายทำต่อ โดยมีชุดข้อความขึ้นเรียงลำดับดังนี้ 1. พอดมีธุระด้วย 2. เลยออกไปทำธุระ 3. กลับมาถ่ายอีกวัน 4. ครุคริ และ 5. เขินจิง@^^@ (TC 00:17:11:00 – 00:17:18:00)

1.5.4.3 เสียงดนตรี (music) และเสียงประกอบ (effect sound) การใช้เสียงส่วนนี้คือช่วยสร้างจินตนาการความรู้สึกให้สมจริงมากขึ้น ราวกับอยู่ในเหตุการณ์ในเรื่องเล่านั้นจริง ๆ เช่น การใช้เสียงดนตรีให้อารมณ์ซึ่งซึ้งเพื่อปูเข้าสู่เนื้อเรื่องและเสียงประกอบม้าร้องเพื่อให้อารมณ์ของการขี่ม้าฝึกวิชิตการต่อสู้

1.5.4.4 การโคลสอัพ (close up) หรือการซูม (zoom in) พบว่ามีการใช้ทั้งโคลสอัพและซูมสลับกันไปมา แต่ทั้งสองวิธีคือเป็นการเปลี่ยนอารมณ์ด้วยขนาดภาพด้วยการให้มีระยะใกล้ขึ้น เพื่อเน้นถึงสิ่งที่กำลังต้องการแสดง ส่งเอาอารมณ์ไปให้คนดูได้ “รู้สึก” มากขึ้น ดังตัวอย่างภาพที่ 9 และ 10



ภาพที่ 9 การโคลสอัฟในช่วงการเปิดตัวละครสามก๊กชื่อ กวนอู โดยที่กวนอูเอื้อมมือมาจับป่าเล่าปี่ (TC 00:11:19:00)



ภาพ 10 การซูมในช่วงการเล่าถึงช่วงที่ต๊กอิวจะมาเก็บส่วยจากเล่าปี่ซึ่งขณะนั้นเป็นเจ้าของฮ้ออันก้วน โดยปลัดเมืองฮ้ออันก้วนบอกกับต๊กอิวว่า เล่าปี่เป็นคนตงฉินไม่เคยทำให้ประชาชนจะต้องเดือดร้อน ไม่เคยที่จะไปล่วง แคะ แทะ เกร็ดไถส่วยจากประชาชน (TC 00:23:15:00)

1.5.4.5 เอฟเฟกต์พิเศษ (special effect) เป็นอีกหนึ่งในเครื่องมือที่สร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับผู้ชม พบมีการใช้เอฟเฟกต์สะกิดไฟ ดังตัวอย่างภาพที่ 11



ภาพที่ 11 เอฟเฟกต์สะกิดไฟเป็นช่วงเปิดเข้าสู่เนื้อเรื่องพร้อมกับมีเสียงดนตรีที่ซึ้งซึ้งประกอบ (TC 00:00:49:00)

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความชื่นชอบของผู้ชมต่อการเล่าเรื่อง วรรณกรรมสามก๊กของอาจารย์มิกซ์ ญัฐกริช เปาอินทร์

จากการสัมภาษณ์ผู้ชมจำนวน 10 คน พบว่า ความชื่นชอบของผู้ชมต่อคลิปวิดีโอของอาจารย์มิกซ์เกิดจากหลายปัจจัยที่สัมพันธ์กันดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความชื่นชอบของผู้ชมต่อการเล่าเรื่อง
วรรณกรรมสามก๊กของอาจารย์มิกซ์ ญัฐกริช เปาอินทร์ (ช่องที่มีเครื่องหมาย /
หมายถึง ส่งผลต่อความชื่นชอบ)

ผู้ชม (จำนวน 10 ท่าน โดยใช้ นามสมมติ เป็นพยัญชนะ ไทย)	แก่น เรื่อง	ถ้อย คำ	น้ำ เสียง	ภาษา กาย	ฉาก	เทคนิคการตัดต่อ				
						ข้อ ความ	ภาพ ประกอบ	เสียง ประกอบ	โคลส อัพหรือ ซูม	เอฟ เฟกต์ พิเศษ
ก	/	/	/	/	/			/	/	
ข	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
ค	/	/	/					/		
ง	/	/	/							
จ	/	/	/	/	/	/	/	/	/	
ฉ	/	/	/	/	/					
ช	/	/	/	/						
ญ	/	/	/							
ด	/	/	/	/		/				
ต	/	/	/	/		/		/		
ความถี่	10	10	10	7	4	4	2	5	3	1

จากตารางที่ 2 พบว่า แก่นเรื่อง ถ้อยคำ และน้ำเสียง ส่งผลต่อความ
ชื่นชอบมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ภาษากาย เสียงประกอบ ข้อความและฉาก
(ความถี่เท่ากัน) โคลสอัพหรือซูม ภาพประกอบ และเอฟเฟกต์พิเศษ ตามลำดับ

อภิปรายผลการศึกษา

1. อิทธิพลขององค์ประกอบวาทศิลป์ดิจิทัลต่อความชื่นชอบของผู้ชม (the influence of digital rhetorical elements on audience preference)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า “แก่นเรื่อง ถ้อยคำ และน้ำเสียง” เป็นองค์ประกอบที่ส่งผลต่อความชื่นชอบของผู้ชมมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ชมให้ความสำคัญกับ “องค์ประกอบในตัวผู้เล่าเรื่อง” อธิบายคือ แก่นเรื่อง อันได้มาจากกระบวนการคิดที่ดี (effective invention) ผูกถ้อยคำมีชั้นเชิง และใช้น้ำเสียงที่ฟังเพลิน จึงดึงดูดและรักษาความสนใจของผู้ชมไว้ได้ สำหรับ “ภาษากาย” อีกหนึ่งในองค์ประกอบในตัวผู้เล่าเรื่อง ซึ่งแม้จะมีความถ้อยน้อยกว่าแต่ก็มีความถี่สูงถึง 7 เป็นอันดับรองลงมา จึงจัดว่ามีอิทธิพลสูงอยู่ ภาษากายมีผลต่อการเสริมสร้างอารมณ์ร่วม ทั้งสายตา สีหน้า และท่าทาง ซึ่ง อ.มิกซ์ ได้ถ่ายทอดออกมาได้อย่างเป็นธรรมชาติ ไม่ฝืนหรือตั้งใจแสดงออกมากเกินไป อีกทั้งภาษากายยังสามารถสะท้อนถึงภาษาใจออกมาได้อีกด้วยว่า ผู้เล่าเรื่องเต็มที่และจริงใจกับการถ่ายทอดเนื้อหาในครั้งนี้หรือไม่ ดังที่ สุกัญญา สมไพรบูลย์ (2565) อธิบายไว้ว่า “การใช้ร่างกาย ผู้พูดต้องรู้สึกสบายเป็นธรรมชาติและเป็นธรรมชาติของตนเอง สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนประกอบในการเน้นย้ำเนื้อหาและเจตนาในการพูด ไม่ใช่ตัวนำการพูดจนผู้พูดสูญเสียความจริงใจต่อเนื้อหาที่จะพูดเพราะพะวงกับเทคนิค ไม่ควรแสดงท่าทางมากเกินไป และไม่ควรใช้ท่าทางแบบตายตัว”

ภาพประกอบและเอฟเฟกต์พิเศษมีความถ้อยถ้อยที่สุด สะท้อนให้เห็นว่า การรับรู้ผ่านผัสสะทางตานั้นส่งผลต่อความชื่นชอบของผู้ชมน้อยกว่าผ่านผัสสะทางหู หากเราพิจารณาเพิ่มเติมในปัจจุบันอื่น ๆ ในด้านเทคนิคการติดต่อหรือองค์ประกอบภายนอกในตัวผู้เล่า จะเห็นว่า ผลวิจัยสะท้อนย้ำไปในทางเดียวกัน กล่าวคือ ฉาก ข้อความและการโคลอส็อพหรือการซูม ต่างต้องใช้การรับรู้ผ่านการมองเห็น ซึ่งยังมีความถี่ไม่ถึงครึ่ง แต่เมื่อมาพิจารณาปัจจัยด้านเสียงประกอบนั้นมีความถี่สูงกว่า ผลวิจัยนี้จึงเน้นย้ำได้ว่าการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊กของอาจารย์มิกซ์ องค์ประกอบทางด้าน “เสียง” มีความสำคัญมาก

องค์ประกอบในตัวผู้เล่ามีอิทธิพลต่อความชื่นชอบของผู้ชมมากกว่า องค์ประกอบภายนอกตัวผู้เล่าหรือก็คือใช้เทคนิคเสริมในด้านต่าง ๆ ของคลิปลิขิตโอ มีงานวิจัยที่มีความสอดคล้องกันเรื่อง “กลยุทธ์การผลิตเนื้อหารายการออนไลน์ และความคิดเห็นของผู้ชมรายการผ่านช่อง NANAKE555 บนเว็บไซต์ยูทูป” ของ อลิสา เพ็ชรรูปประสิทธิ์ (2562) ผลวิจัยระบุว่า “การทำรายการบนยูทูป เป็นรูปแบบไม่จำเป็นต้องมีความดีเลิศทางด้านโปรดักชัน เนื้อหาต้องบันเทิง ต้องให้ความรู้ สนุก สั้น เรียบง่าย มีจุดสนใจ สื่อสารชัดเจน” จะเห็นว่าด้าน โปรดักชันหรือด้านเทคนิคการตัดต่อไม่จำเป็นต้องดีมากนัก แต่ถึงกระนั้นก็ไม่ สามารถจะตัดทิ้งไปเสีย

ผู้วิจัยจึงสรุปเป็นหลักการ 2 ประโยคสั้น ๆ ได้ว่า “Storyteller is King, VDO Editing is Queen” ขยายความคือ นักเล่าเรื่องคือราชา (storyteller is king) ที่ต้องสะท้อนให้เห็นถึงความรู้และทักษะการเล่าเรื่อง ในเนื้อตัวของตน เทคนิคการตัดต่อคือราชินี (VDO editing is queen) ที่เป็นเครื่องมือช่วยเสริมสีสันของการเล่าเรื่อง สำหรับการเป็นนักเล่าเรื่องในยุคสื่อดิจิทัลคงจะขาดใครไปไม่ได้ ผู้ที่จะสร้างคอนเทนต์ควรจะถ่ายทอดความ สำคัญให้ถูกจุด หากมุ่งเทคนิคทางวิดีโอมากจนเกินไป จนลืมคำนึงถึงแก่น ของความเป็นมนุษย์ (human touch) ก็อาจเหมือนกับอาหารที่จัดจานตกแต่ง มาอย่างสวยงามแต่รสชาตินั้นหาทานได้ไม่ แต่ถ้าหัวโบราณไม่อาศัยเทคโนโลยี มาช่วยเสียเลย ความน่าทานของอาหารจานนั้นก็คงลดลงมีใช้น้อย

2. “ของ” ในตัวผู้เล่าเรื่อง (the storyteller’s natural talent and acquired expertise)

การเล่าเรื่อง มีบทบาทสำคัญมาตลอดประวัติศาสตร์ของมนุษย์ ที่ช่วยถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ระหว่างกัน ในแต่ละยุคนักเล่าเรื่อง ต่างต้องปรับตัวและปรับเปลี่ยนกลวิธีการเล่าเรื่องตามเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่พัฒนาขึ้นและเปลี่ยนแปลงไป แต่ว่าเทคโนโลยีจะพัฒนาไปเพียงใด หัวใจ การเล่าเรื่องก็ยังคงอยู่ที่ “ตัวผู้เล่า” ซึ่งผลวิจัยในงานนี้เป็นอีกหนึ่งกรณีสะท้อน ตามเนื้อความที่กล่าวมา

ในตัวผู้เล่าเรื่องแต่ละคน จะมี “ของ” แตกต่างกันไปทั้งมีมาก มีน้อย มีคุณภาพหรือไม่มีคุณภาพ คำว่า “ของ” ในตัวผู้เล่าเรื่องนี้ หมายถึง องค์ประกอบเชิงลึกของความรู้ความสามารถเฉพาะตัวที่ผู้เล่าได้สะสม ผึกฝน และขัดเกลา มาเป็นระยะเวลาพอสมควรหรือจากประสบการณ์ชีวิต หากนำมา วิเคราะห์ผ่านงานวิจัยนี้ “ของ” ก็คือผลวิจัยที่เผยออกมาตามแนวคิดวาทะ

ดิจิตัล 5 ประการที่ผู้วิจัยได้ฉายผ่านมา อนึ่ง ที่ผู้วิจัยใช้คำว่า “ของ” ผู้วิจัยหยิบยืมมาจากแวดวงศิลปะการแสดง เช่น นักแสดงละคร นักแสดงตลก รวมถึงการแสดงดนตรี ได้แก่ นักร้อง นักเต้น (แดนเซอร์) นักดนตรี ที่เมื่อนักแสดงคนใดแสดงออกมาได้โดดเด่น มีเอกลักษณ์ และดึงดูดใจผู้ชม เรามักจะกล่าวกันว่า “คนนั้นมันมีของ”

จากผลวิจัยผู้วิจัยจะขอวิเคราะห์ถึง “ของ” ที่อาจารย์มิคซ์สะสมมาหลัก ๆ 3 ชั้น กล่าวคือ ของชั้นแรกที่เราเห็นได้ชัดเจน คือ ความรู้ความเข้าใจในวรรณกรรมสามก๊กและได้ซึมเข้าไปในตัวตนของผู้เล่าแล้วเพราะสนใจมาตั้งแต่วัยเด็ก ของชั้นที่สองคือ ทักษะการพูด จากข้อมูลพบว่า ได้ถูกสะสมมาตั้งแต่ อาจารย์มิคซ์เป็นนักเรียนมัธยมศึกษา เช่น เป็นนักโต้วาทีของโรงเรียน ต่อมาเข้าศึกษาโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า (จปร.) เป็นพิธีกรในงานต่าง ๆ และนักร้องนำของโรงเรียนนายร้อย ในช่วงนี้ก็ได้รับวัฒนธรรมการพูดแบบทหารมาด้วย และมาจนถึงช่วงที่ได้เป็นอาจารย์ ก็ต้องฝึกฝนว่าจะทำอย่างไรให้การบรรยายในชั้นเรียนน่าสนใจ จะเห็นได้ว่าตลอดเส้นทางชีวิตของอาจารย์มิคซ์ มีเวทีให้ได้พัฒนาฝีมืออยู่เสมอ จึงทำให้เกิดความเชี่ยวชาญในทักษะการพูด และของชั้นที่สามคือ คลังคำวาทศิลป์ (rhetorical lexicon) หากเราพิจารณาลีลาถ้อยคำ (style) ที่ผู้วิจัยยกตัวอย่างมา จะเห็นว่ามีการใช้ถ้อยคำของคนหลายยุคหรือจากต่างเจเนอเรชัน เช่น มีสำนวนไทยโบราณ มีทำนองเพลงที่มาจากยุค 90s (ช่วงเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2533 - 2542) ในขณะเดียวกันก็พบการใช้ถ้อยคำที่สมัยใหม่กว่า เช่น “คริคริ” “ตุกติกฮะป่าว” รวมไปถึงการใช้ สัญลักษณ์อารมณ์ (emoticon) เราอาจแบ่งได้เป็นสองกลุ่มหลัก ๆ คือกลุ่มผู้ใหญ่และกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่ง อาจารย์มิคซ์ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “ผมคิดว่าเป็นการผสมผสานกัน เป็นแนว contemporary (ร่วมสมัย) คือมีความเป็นนักพูดในรุ่นผู้ใหญ่และก็รุ่นใหม่ ผมอาจจะไม่ถึงขนาดนั้น ๆ ที่เพิ่งอายุ 20 เจนซี (generation Z) อะไรแบบนี้ ผมคงเป็นช่วงกลาง ๆ ผสานได้ระหว่างทั้งคนอายุมากและอายุน้อย” (ณัฐกริช เปาอินทร์, การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤศจิกายน 2566)

นอกจากของสะสมที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น ผู้วิจัยเห็นว่ายังมีของเด็ดอีกชิ้นหนึ่ง อาจไม่ใช่ของที่ต้องสะสมแต่ต้องเป็นสิ่งที่เรารักษาไว้ ซึ่งจะทำให้ช่องยุทูปประสบความสำเร็จคือ “ความรักที่จะทำ” (passion) ไม่ว่านักเล่าเรื่องสร้างผลงานขึ้นมาจะล้มเหลวหรือสำเร็จ ผู้ชมจะมากหรือน้อย ผู้ผลิตผลงานต้องไม่เลิกทำ ดังความช่วงหนึ่งอ.มิคซ์ได้ให้ข้อมูลไว้มีใจความว่า ช่วงแรก ๆ ก็มีความรู้สึกท้อเพราะมียอดเข้าชมเพียงแค่หลักร้อยเท่านั้น อาจารย์มิคซ์

พยายามศึกษาและทำความเข้าใจในปัจจัยที่เกี่ยวข้องทั้งการวิเคราะห์ผู้ฟังและข้อมูลที YouTube วิเคราะห์ (YouTube analytics) ให้ความตอบรับจากผู้ชมเป็นอย่างไร ประเด็นนี้เชื่อมโยงได้ถึงหลักการที่ Eves (2023) หนึ่งในผู้เชี่ยวชาญยูทูปชั้นนำของโลกกล่าวไว้ว่า “การหลุดพ้นจากสภาวะอัมพาตทางการวิเคราะห์ (analysis paralysis) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากที่บอกนักเล่าเรื่องราวอย่างกลัวผลวิเคราะห์ข้อมูล ครีเอเตอร์บางคนกลัวที่จะเห็นผลเชิงลบมาก จนไม่ยอมปล่อยคอนเทนต์ใหม่ออกมา เห็นได้ชัดว่าส่งผลเสียมากกว่าผลดีและเป็นอุปสรรคต่อความสร้างสรรค์อย่างแท้จริง” และเมื่อไม่กลัวและกล้าที่จะลงมือทำต่อจึงมีช่องยูทูปชื่อ *Migs Powintara* คลังรวมคลิปวิดีโอการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊กที่น่าสนใจและได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

1. การวิเคราะห์เนื้อหา ผู้วิจัยวิเคราะห์คลิปวิดีโอที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดเท่านั้น หากได้วิเคราะห์เนื้อหาการเล่าเรื่องวรรณกรรมสามก๊กตอนอื่น ๆ เพิ่ม น่าจะได้ข้อค้นพบทางลีลาและการนำเสนอดิจิทัลเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถนำถ้อยคำและเทคนิคต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้ในงานสื่อวิดีโอได้
2. การเล่าวรรณกรรมสามก๊กผ่านช่องทางยูทูปและแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ พบว่ามีอีกหลายช่อง หากได้ศึกษาเชิงเปรียบเทียบ จะทำให้เห็นความแตกต่างและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละช่อง

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกพรธณ วิบูลยศรีน. (2566). *การเล่าเรื่อง (Storytelling)*. สยามจุลละมณฑล.
- ไซสิริ ปราโมช ณ ออยุธยา. (2526). *การเปลี่ยนแปลงถ้อยคำและความหมายของสำนวนไทย : รายงานผลการวิจัยทุนวิจัยเพื่อเพิ่มพูนและพัฒนาประสิทธิภาพทางวิชาการ. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
<https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/7027>
- มาร์คัส ตูลลิอุส ซีเซโร. (2565). *ถกเถียงอย่างไรให้ชนะ How to win an argument*. ยิปซีกรู๊ป.

- ณภัทร ตั้งสง่า. (2559). *สร้างเงินล้านผ่าน Viral Clip*. สื่อดอกพุ่มออร์โรว์.
 ปารีชาต สถาปิตานนท์. (2557). *ระเบียบวิธีวิจัยการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 7).
 สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 ปิยะ นากสงศ์, อัมรินทร์ เพ็ชรกุล, มณีนุช สมานหมู่, มนต์สินี ลำสันเพ็ญ, และ
 กัมพล ชมภูทิพย์. (2562). *หาเงินและทำตลาดบน YouTube เส้น
 ทางการเป็นยูทูปเบอร์*. รีโวว่า.
 พรพิมล เสนะวงศ์. (2546). พุดไทยคำอังกฤษคำ. *วารสารดำรงวิชาการ*, 2(4),
 83–92. [https://so01.tci-thaijo.org/index.php/damrong/
 article/view/21363](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/damrong/article/view/21363)
 ภูดิท ไชยลังกา. (ม.ป.ป.). *วาทศาสตร์ดิจิทัล* [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. ภาควิชา
 วาทยุทธศาสตร์และการแสดง คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.
 ศุภณัฐ สุขโข. (2564). *YouTube and Video Marketing เพิ่มยอดวิวและ
 ยอด Subscribe ได้ทั้งแบรนด์ ได้ทั้งเงิน*. ไอดีซีชา.
 สุกัญญา สมไพบูลย์. (2565). *การพูดในที่สาธารณะ: เนื้อ ตัว หัวใจ*. สำนัก
 พิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
 อลิสา เพียรอุปประสิทธิ์. (2562). *กลยุทธ์การผลิตเนื้อหารายการออนไลน์
 และความคิดเห็นของผู้ชมรายการผ่านช่องNANAKE555
 บนเว็บไซต์ยูทูป* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัย
 กรุงเทพฯ.
 อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2550). *หลักและปรัชญาของวาทวิทยา* (พิมพ์ครั้งที่
 2). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Chairat, P. (2014). Attitudes of Thai audiences toward the use of English in Thai songs. *NIDA Journal of Language and Communication*, 19(22), 1–29. [https://so04.tci-thaijo.org/
 index.php/NJLC/article/view/46944](https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NJLC/article/view/46944)
 De Waele, A., Claeys, A. S., & Cauberghe, V. (2017). The organizational voice: The importance of voice pitch and speech rate in organizational crisis communication. *Communication Research*, 46(7), 1026–1049.

- Eves, D. (2023). *The YouTube formula สร้างช่องยูทูปเหนือธรรมดา ผ่านตำราลับฉบับเขียน*. Think Beyond.
- Eyman, D. (2015). *Digital rhetoric: Theory, method, practice*. University of Michigan Press.
- Herrick, J. A. (2017). *The history and theory of rhetoric: An introduction* (7th ed.). Routledge.
- Porter, J. E. (2009). Recovering delivery for digital rhetoric. *Computers and Composition*, 26(4), 207–224.
- Songthada, N., & Tipayasuparat, N. (2021). Code-switching and English usage in Thai reality TV shows: A case study of The Face Thailand Season 3. *Proceedings of the RSU International Research Conference 2021*, 1163–1171. https://rsucon.rsu.ac.th/files/proceedings/intersoc2021/2016_20210513181431.pdf
- Spring. (2024, May 30). *ส่องการเติบโตของ YouTube ในไทย ตลอด 10 ปี มีอะไรเกิดขึ้นบ้าง?*. https://www.springnews.co.th/news/infographic/850681?fbclid=IwY2xjawL5bhdleHRuA2FlbQIxMABicmlkETFVXNiV2xaZmc1RzdTRFizAR58axi_uq_VQHbR8iOm7xRWCLM3kGe7iTn_JbHrTtmud-tsGNlGqQ1ax_1DDA_aem_BsC6YSqPcWriDEaR2SFX2w