

กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป



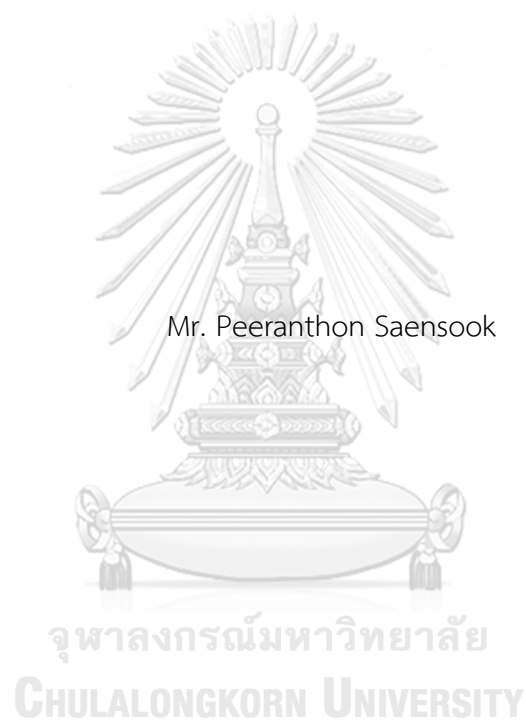
วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชานิติศาสตร์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2566

TRAINING PROCESS TO DEVELOP DESIRABLE CHARACTERISTICS OF INFLUENCERS ON  
YOUTUBE PLATFORM



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Arts (Communication Arts) in Communication Arts  
Faculty of Communication Arts  
Chulalongkorn University  
Academic Year 2023

หัวข้อวิทยานิพนธ์	กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป
โดย	นายพีรภัทร แสนสุข
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา สมไพบูลย์

---

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้หัวข้อวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์  
(รองศาสตราจารย์ ดร.ปรีดา อัครจันทโชติ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปอรัชฌ์ ยอดเนตร)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัญญา สมไพบูลย์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุติมา มณีวัฒนา)

CHULALONGKORN UNIVERSITY

พิรินธร แสนสุข : กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป. (TRAINING PROCESS TO DEVELOP DESIRABLE CHARACTERISTICS OF INFLUENCERS ON YOUTUBE PLATFORM) อ.ที่ปรึกษาหลัก : ผศ. ดร.สุกัญญา สมไพบูลย์

ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป 2) เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่นำองค์ความรู้จากการศึกษาบทความวิจัย ตำรา และเอกสารต่างๆ เพื่อสร้างกระบวนการฝึกอบรมผ่านกระบวนการแบบกลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากบุคคล 3 กลุ่ม ได้แก่ อินฟลูเอนเซอร์ จำนวน 5 ราย ผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม จำนวน 3 ราย และนักวิชาการด้านวาทนิเทศ จำนวน 2 ราย เพื่อนำไปสู่การออกแบบการฝึกอบรม โดยมีผู้เข้าร่วมฝึกอบรมจำนวน 13 ราย

ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ประกอบด้วย 5 คุณลักษณะ ได้แก่ 1) Identity เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน 2) Consistency ความสม่ำเสมอ 3) Creativity ความคิดสร้างสรรค์ 4) Content เนื้อหา และ 5) Sincere ความจริงใจ ซึ่งทั้ง 5 คุณลักษณะดังกล่าวต้องมีความน่าเชื่อถือ (Ethos) และสร้างอารมณ์ร่วม (Pathos) ให้กับผู้ติดตาม ในขณะที่ความเป็นเหตุเป็นผล (Logos) กลับลดความสำคัญลง เช่นเดียวกับ การจัดเรียง (Arrangement) การออกแบบเพื่อความสวยงาม (Style) การนำเสนออย่างเป็นระบบ (Delivery) ส่วนการคิดค้นเนื้อหาที่น่าสนใจ (Invention) การพูดหรือการแสดงเพื่อสร้างการจดจำ (Memor) ยังคงเป็นประเด็นที่สำคัญอยู่ เช่นเดียวกับการสื่อสารเชิงวจนะภาษา Verbal และ และอวจนะภาษา Non-Verbal นั้นเอง

นอกจากนี้ ยังพบว่า 2) การออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป นั้น คุณลักษณะที่มีสำคัญในการฝึกอบรมทุกกิจกรรมได้แก่ Identity เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน รองลงมาได้แก่ Creativity ความคิดสร้างสรรค์ Content เนื้อหา และ Sincere ความจริงใจ ซึ่งพบว่าบางกิจกรรมอาจไม่จำเป็นต้องมี ส่วนคุณลักษณะ Consistency ความสม่ำเสมอ นั้นพบน้อยและมีเฉพาะในบางกิจกรรมเท่านั้น ซึ่งผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ รวมถึงความสำคัญ และการคงอยู่ของทฤษฎี ที่ทำให้ผู้ที่มีความสนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์สามารถมองเห็นภาพได้ชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้บนฐานทฤษฎีทางวาทศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สาขาวิชา นิเทศศาสตร์  
ปีการศึกษา 2566

ลายมือชื่อนิสิต .....  
ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาหลัก .....

# # 6480038528 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORD: Influencer, Desirable Characteristic, Training Process, YouTube

The objectives of this research are 1) to analyze the desired characteristics of influencers on the YouTube platform 2) to design and trial a training process to develop the desired characteristics of influencers on the platform Youtube. It is qualitative research that brings knowledge from research articles, textbooks, and various documents to create a training process through a “focus group process” and “in-depth interviews” from 3 groups of people: 5 influencers, 3 training experts, and 2 academics in the field of discourse in order to lead the design of training where were a total of 13 participants in the training.

The results of the research found that there are 5 key components required for the desired characteristics influencer on YouTube platform; 1) Identity, a clear personal identity, 2) Consistency, 3) Creativity, 4) Content. and; 5) Sincerity.

All of these 5 characteristics must be trustworthy (Ethos) and create shared emotions (Pathos) for followers, whereas; logic (Logos), “Arrangement” and “Delivery” have been decreased its importance as has Arrangement (Arrangement), design for beauty (Style), systematic presentation (Delivery), and the creation of interesting content (Invention), the create memory (Memor) as well as verbal language and non-verbal communication are still remain their importances.

In addition, it was found that 2) designing and experimenting with training processes to develop the desired characteristics of influencers on the YouTube platform, the characteristics that are important in every training activity include Identity, a unique identity that clear Followed by Creativity, Content, and Sincere. It was found that some activities may not be necessary. As for the Consistency characteristic, it is less common and only exists in certain activities.

The research results reflect the change in the phenomenon including the importance and the persistence of the theory that allows those who are interested in the influencer field to be able to see the picture clearly and can be applied more effectively on the basis of rhetorical theory.

Field of Study: Communication Arts

Student's Signature .....

Academic Year: 2023

Advisor's Signature .....

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จล่วงด้วยดีได้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ คุณครูโอ้ (ผศ.ดร.สุกัญญา สมไพบูลย์) ท่านอาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยแนะนำและจุดประกายทางความคิดให้นิสิตคนนี้สามารถทำงานวิจัยเล่มนี้ได้อย่างสมบูรณ์แบบ และผ่านพ้นไปได้ด้วยดี การวิจัยครั้งนี้ทำให้นิสิตได้รู้ว่า ครูโอ้เป็นมากกว่าที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ เป็นมากกว่าอาจารย์ที่สอนที่คณะนิเทศศาสตร์ แต่ครูโอ้เปรียบเสมือนแม่คนหนึ่งของผมที่คอยทำความเข้าใจในตัวนิสิต ผลักดันในทุก ๆ เรื่อง เมตตา และให้กำลังใจกันและกันตลอดมา ขอขอบคุณคุณครูจริง ๆ ครับ ขอขอบคุณคุณครูมิ่ง (ผศ.ดร.ปอรัชฌิม ยอดเนตร) ประธานกรรมการสอบที่ช่วยเหลือนิสิต ให้คำแนะนำนิสิตได้อย่างชัดเจน ครอบคลุม ซึ่งถือเป็นคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อนิสิตเอง รวมถึงความเมตตาที่มีให้นิสิตคนนี้เสมอมา ขอขอบคุณคุณครูชู (ผศ.ดร.ชุติมา มณีวัฒนา) กรรมการสอบที่คอยให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ เมตตา อย่างเต็มกำลังความสามารถเพื่อช่วยผลักดันนิสิตคนนี้ให้ผ่านพ้น และสำเร็จไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 4 กลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ พี่กี้ น้องธรรมชาติ น้องบุญรอด คุณเคธี คุณหทัย ที่ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน เป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ขอขอบคุณนักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ท่าน ผศ.ชุลีพร เกษโกวิท (ป่าซุ) ดร.ภัทรพร พิมสาร (พีโอปอ) ที่สละเวลาและให้การช่วยเหลือ ให้ข้อมูล การทำวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี ขอขอบคุณ พี่กระต่ายน้อย พี่เป้ และคุณเตเต้ ที่ช่วยสร้างสรรค์กระบวนการฝึกอบรมได้อย่างสวยงาม น่าสนใจ และมีคุณค่า และสุดท้าย ขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่าง หรือผู้ร่วมการฝึกอบรมทั้ง 13 ท่าน ที่ทำให้การฝึกอบรมครั้งนี้ มีสีสัน สวยงาม และสมบูรณ์แบบ รวมถึงบุคคล หรือกัลยาณมิตรของนิสิตทุกท่านที่ช่วยสนับสนุนทั้งเบื้องหน้า และเบื้องหลัง จนสุดท้ายด้วยความร่วมมือของกลุ่มตัวอย่างทุกฝ่าย จึงได้เป็นวิทยานิพนธ์เรื่องนี้

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จึงกลายเป็นความภาคภูมิใจอย่างหนึ่งในชีวิตของผู้วิจัย ไม่ว่าจะเป็นตัวเนื้อหา สายวิชาที่นิสิตให้ความสนใจ สถาบันการศึกษาอันทรงเกียรติ รวมถึงประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ที่จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งทั้งสายงานวิชาการ และสายวิชาชีพ ต่อไปในอนาคต

พีรินทร์ แสนสุข

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญรูป.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	6
1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
1.7 กระบวนการวิจัย.....	8
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
1.8.1 ในเชิงวิชาชีพ .....	9
1.8.2 ในเชิงวิชาการ .....	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์.....	11
2.1.1 ความหมายของอินฟลูเอนเซอร์.....	11
2.1.2 การนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์.....	11

2.1.3 แนวคิดการสร้างสรรค์ผ่านสื่อ .....	12
2.1.4 คุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ .....	13
2.2 แนวคิดทฤษฎีทางวาณิชเทศ.....	14
2.2.1 ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ (Persuasive Appeals).....	14
2.2.2 หลักทฤษฎี Aristotle’s Persuasive Appeals กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บน แพลตฟอร์มยูทูป .....	16
2.2.2.1 Ethos กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป .....	17
2.2.2.2 Pathos กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป.....	17
2.2.2.3 Logos กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป .....	18
2.2.3 หลักทฤษฎีห้าข้อของซีเซโร (Cicero’s Five Canons).....	18
2.2.4 การสื่อสารเชิงวจนะภาษา (Verbal Communication).....	20
2.2.5 การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา (Nonverbal Communication).....	21
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบการฝึกอบรม .....	23
2.3.1 ความหมายการฝึกอบรม.....	23
2.3.2 การออกแบบการฝึกอบรม.....	23
2.3.3 วัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมสำหรับบุคคลทั่วไป ที่มีความสนใจในสายงาน อินฟลูเอน เซอร์.....	24
2.3.4 รูปแบบการฝึกอบรม.....	24
2.3.5 กระบวนการฝึกอบรม.....	25
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์ และอิทธิพลทางความคิด.....	26
2.4.2 แนวคิดทางวาณิชเทศที่นำมาประยุกต์กับสื่อสังคมออนไลน์ .....	27
2.4.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และความสัมพันธ์ในสังคมออนไลน์ .....	28
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	30



3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	30
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	31
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	31
3.4 กรอบการออกแบบการฝึกอบรม .....	32
3.4.1 ส่วนที่ 1 Ethos .....	33
3.4.2 ส่วนที่ 2 Pathos .....	34
3.4.3 ส่วนที่ 3 Logos.....	34
3.5 ขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัย.....	35
3.5.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทยูทูบเบอร์ ผ่าน การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง .....	35
3.5.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทยูทูบเบอร์ ผ่านการ สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview).....	36
3.5.3 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาประกอบกับเอกสารที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ การฝึกอบรม .....	39
3.5.4 จัดการฝึกอบรม สำหรับผู้ที่มีความสนใจในการประกอบอาชีพอินฟลูเอนเซอร์และการ จัดทำแบบทดสอบ Pre-test, Post-test, Reflection Note และ Focus Group....	40
3.5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล .....	41
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	43
4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์ม ยูทูบ .....	43
4.1.1 ส่วนที่ 1 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบหมายถึง อะไร มีลักษณะอย่างไร และมีสิ่งใดที่ควรทำหรือไม่ควรทำในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์	43
4.1.2 ส่วนที่ 2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	53
4.1.2.1 Aristotle’s Persuasive Appeals .....	53
4.1.2.2 The Five Canons.....	54

4.1.2.3 Verbal และ Non-Verbal .....	54
4.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป	54
4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนา คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป .....	56
4.2.1 การฝึกอบรมครั้งที่ 1 การทดลองการฝึกอบรม (Pilot) .....	59
4.2.2.1 กิจกรรมที่ 1 “โพบอกตัวตน” .....	60
4.2.2.2 กิจกรรมที่ 2 “1 นาทีอธิบายตัวตน ด้วยปลายปากกา” .....	61
4.2.2.3 กิจกรรมที่ 3 VDO in 1 Minute .....	62
4.2.2.4 กิจกรรมที่ 4 “แลกเปลี่ยนเรียนรู้” .....	62
4.2.2 การฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง .....	64
4.2.2.1 กิจกรรมที่ 1 Pre-Reflection Note .....	67
4.2.2.2 กิจกรรมที่ 2 ตัวอักษรเล่าเรื่อง .....	69
4.2.2.3 กิจกรรมที่ 3 “โพบเล่าเรื่อง” .....	71
4.2.2.4 กิจกรรมที่ 4 “VDO in 1 Minute” .....	73
4.2.2.5 กิจกรรมที่ 5 “Feedback จากเพื่อน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้” .....	76
4.2.2.6 กิจกรรมที่ 6 Post-Reflection Note .....	77
4.2.3 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการ ฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์ มยูทูป .....	79
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	82
5.1 สรุปผลการวิจัย .....	82
5.1.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บน แพลตฟอร์มยูทูป .....	82
5.1.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนา คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป .....	86

5.1.2.1 การทดลองครั้งที่ 1 หรือการทดลองก่อนนำไปปฏิบัติจริง (Pilot).....	87
5.1.2.2 การทดลองครั้งที่ 2 (การฝึกอบรมจริง ผ่านการพัฒนาจากการฝึกอบรมในครั้งที่ 1) .....	88
5.2 อภิปรายผลการวิจัย .....	91
5.2.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บน แพลตฟอร์มยูทูป.....	91
5.2.1.1 การอภิปรายผ่าน Aristotle’s Persuasive Appeals .....	96
5.2.1.2 การอภิปรายผ่าน หลักวาทะมีองค์ห้าของซีเซโร (Cicero’s Five Canons) ..	98
5.2.1.3 การอภิปรายผ่าน การสื่อสารเชิงวัจนะภาษา และอวัจนะภาษา (Verbal and Non-Verbal).....	101
5.2.1.4 การอภิปรายผ่านแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์.....	102
5.2.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนา คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป .....	104
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	111
5.3.1 ในเชิงวิชาการ .....	111
5.3.2 ในเชิงวิชาชีพ .....	111
บรรณานุกรม.....	113
ประวัติผู้เขียน .....	118

## สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 4.1	สรุปผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป...	55
ตารางที่ 4.2	การฝึกอบรมในครั้งที่ 1 การทดลองการฝึกอบรม (Pilot).....	59
ตารางที่ 4.3	กิจกรรมการฝึกอบรมในครั้งที่ 1 การทดลองการฝึกอบรม (Pilot) .....	60
ตารางที่ 4.4	การทดลองการฝึกอบรมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ .....	63
ตารางที่ 4.5	การฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง .....	64
ตารางที่ 4.6	กิจกรรมการฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง .....	66
ตารางที่ 4.7	สรุปผลการออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป.....	80
ตารางที่ 5.1	อภิปรายผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 .....	92
ตารางที่ 5.2	การอภิปรายผ่านแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ .....	102
ตารางที่ 5.3	สรุปผลการฝึกอบรม .....	104
ตารางที่ 5.4	การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม.....	105

## สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 1.1 กรอบการออกแบบการฝึกอบรมโดยยึดหลัก Aristotle’s Persuasive Appeals.....	5
รูปที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
รูปที่ 1.3 กระบวนการวิจัย.....	8
รูปที่ 3.1 กรอบการออกแบบการฝึกอบรมโดยยึดหลัก Aristotle’s Persuasive Appeals.....	33
รูปที่ 4.1 กิจกรรมที่ 1 “ไฟบอกตัวตน”.....	60
รูปที่ 4.2 กิจกรรมที่ 2 “1 นาทีอธิบายตัวตนด้วยปลายปากกา”.....	61
รูปที่ 4.3 กิจกรรมที่ 4 “แลกเปลี่ยนเรียนรู้”.....	62
รูปที่ 4.4 กิจกรรมที่ 2 “ตัวอักษรเล่าเรื่อง”.....	69
รูปที่ 4.5 กิจกรรมที่ 3 “ไฟเล่าเรื่อง”.....	71
รูปที่ 4.6 กิจกรรมที่ 4 “VDO in 1 Minute”.....	73
รูปที่ 4.7 กิจกรรมที่ 5 “Feedback จากเพื่อน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้”.....	76

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญ

การเปลี่ยนแปลงของโลกในสังคมยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนผ่านจากสื่อออฟไลน์ สื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อเก่า ผ่านเข้าสู่โลกออนไลน์ ซึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ไม่ว่าจะเป็นการอำนวยความสะดวกในการใช้ชีวิต ทักษะความรู้ สร้างความบันเทิง (Vaibhavi Nandagiri & Leena Philip, 2018) ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งในการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะการสื่อสารในรูปแบบใหม่ที่เพิ่มเติมขึ้นจากการสื่อสารในรูปแบบเดิม (Selve, 2015) ซึ่งการเปลี่ยนผ่านในครั้งนี้ได้สร้างความเจริญเติบโตในการนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อวิดีโออย่างแอปพลิเคชัน ยูทูบ (Youtube) ซึ่งเป็นหนึ่งแอปพลิเคชันที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย

ยูทูบ เป็นแอปพลิเคชันที่ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2548 เพื่อนำเสนอสื่อวิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหว ซึ่งเป็นอีกหนึ่งพื้นที่สำหรับการนำเสนอเรื่องราว ประสบการณ์ แลกเปลี่ยนความรู้ และนำเสนอผลิตภัณฑ์ (Stela Cristina Hott Corrêa, João Luiz Soares, Juliana Maria Magalhães Christino, Marlusa de Sevilha Gosling and Carlos Alberto Gonçalves, 2020) ซึ่งยูทูบ ถือได้ว่าเป็นแอปพลิเคชันหลักที่นำเสนอสื่อวิดีโอในรูปแบบที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็น การให้ความบันเทิง ความรู้ ข่าวสาร และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ จึงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง (Vaibhavi Nandagiri & Leena Philip, 2018) และในปี พ.ศ. 2558 จากการศึกษาสถิติผู้ใช้งานและการมีบัญชี ยูทูบ พบว่ามีจำนวนผู้เข้าร่วมกว่า 1 พันล้านบัญชีทั่วโลก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Westenberg, 2016) จากการศึกษาพบว่า บุคคลในกลุ่มช่วงวัยระหว่าง 18-21 ปี เป็นช่วงวัยที่สามารถจดจำการนำเสนอผ่านยูทูบได้ ยูทูบจึงเป็นอีกสื่อหนึ่งที่สามารถทำให้ผู้ติดตามเกิดความคล้อยตาม สามารถโน้มน้าวใจ ซื้อสินค้า หรือปฏิบัติตามได้ (Vaibhavi Nandagiri & Leena Philip, 2018) อาจด้วยการนำเสนอผ่านภาพเคลื่อนไหว เสียง สี เอฟเฟคต่าง ๆ ที่สามารถแสดงถึงอารมณ์ได้ดีกว่าสื่อภาพนิ่ง หรือการบรรยายด้วยการเขียน จากจุดเริ่มต้นของความบันเทิง การแลกเปลี่ยนความรู้ ข่าวสาร การสร้างความรู้สึกร่วมของสื่อวิดีโอบนแอปพลิเคชันยูทูบที่ผู้ชมได้รับ จึงนำไปสู่แรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์เนื้อหา และความเชื่อมั่นที่เพิ่มมากขึ้นของผู้ติดตาม ให้กลายเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาในเวลาเดียวกัน (Vaibhavi Nandagiri & Leena Philip, 2018)

จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2559 พบว่า ในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประเทศไทย คือประเทศหนึ่งที่มีจำนวนผู้เข้าใช้บริการ หรือมีบัญชีออนไลน์อยู่ในลำดับที่ 7 ของโลก (Pornwasin, 2016) ซึ่งมีสัดส่วนการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และอินเดีย อยู่ที่ประมาณ 3.7 ชั่วโมงต่อวัน (Pongwittayapanu, 2014) โดยประชากรส่วนใหญ่ใช้เวลาไปกับสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะสื่อวิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหว (Pornwasin, 2016) กว่าร้อยละ 62 ซึ่งถือเป็นสัดส่วนเกินครึ่งกว่าสื่อออนไลน์อื่น ๆ ซึ่งในปัจจุบันมีสื่อออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ อาทิ เฟสบุค (Facebook) ยูทูบ (Youtube) อินสตราแกรม (Instagram) ทวิตเตอร์ (Twister) ตีกต็อก (Tiktok) เป็นต้น ซึ่งตัวอย่างของแอปพลิเคชันที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนแต่มีสื่อวิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหว เป็นอีกหนึ่งฟังก์ชันในการนำเสนอเนื้อหาให้กับผู้ติดตาม โดยผลวิจัยในอดีตพบว่า สื่อออนไลน์ในรูปแบบของวิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหวยูทูบ คือหนึ่งแอปพลิเคชันที่ได้รับความนิยมระดับต้น ๆ โดยใช้เวลาร่วมกับแอปพลิเคชันนี้กว่า 11 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งอยู่ในช่วงวัยระหว่าง 18-35 ปี (Westenberg, 2016) และยังสามารถสร้างอิทธิพลต่อผู้ติดตาม โดยเฉพาะกลุ่มช่วงวัยระหว่าง 18-25 ปี (Global, 2016)

บทความ The growth of Youtube in Thailand เผยแพร่โดย Brand Buffet ในปี 2563 พบว่า จำนวนผู้ใช้งาน แอปพลิเคชันยูทูบมีจำนวนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อยู่ที่ประมาณ 50 ล้านบัญชี นับเป็น 2 ใน 3 ของจำนวนประชากรไทยทั้งประเทศ นอกเหนือจากการเข้าชมนยูทูบเพื่อความบันเทิง แลกเปลี่ยนความรู้แล้ว อีกหนึ่งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น คือยูทูบเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถสร้างผู้นำทางความคิด หรือผู้มีอิทธิพลหรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) นั่นเอง ในขณะเดียวกันบทความ The power of influencers of Marketing in Thailand เผยแพร่โดย The Bangkok Post ในปี 2563 พบว่า อินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทของยูทูเบอร์นั้น คือตัวกลางและจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้สร้างสรรค์เนื้อหาและผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการโน้มน้าวใจ การสร้างความน่าเชื่อถือ และการสร้างความบันเทิงก็ตาม

ความน่าสนใจของแอปพลิเคชันยูทูบ คือการอนุญาตให้ผู้ใช้ที่มีบัญชีสามารถนำเสนอผลงานสื่อวิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหวได้ซึ่งรู้จักกันในนามของยูทูเบอร์ (Youtuber) ซึ่งยูทูเบอร์คืออินฟลูเอนเซอร์ในการโน้มน้าวใจ เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมต่าง ๆ ซึ่งในปัจจุบันอินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทของยูทูเบอร์นั้น ได้นำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย อาทิ การแต่งหน้า การรับประทานอาหาร การนำเสนอผลิตภัณฑ์ในลักษณะโฆษณาออนไลน์ การรีวิวผลิตภัณฑ์ การรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว และการนำเสนอกลวิธีในการเล่นเกมส์ เป็นต้น (Stela Cristina Hott Corrêa, João Luiz Soares, Juliana Maria Magalhães Christino, Marlusa de Sevilha Gosling and Carlos Alberto Gonçalves, 2020) ซึ่งเนื้อหาที่ได้รับความนิยมทั้งความรู้ และความบันเทิงพร้อมกัน จึงได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้เนื้อหาที่สดใหม่ มีความน่าสนใจ น่าติดตาม อินฟลูเอนเซอร์

ยังถือเป็นอีกหนึ่งอาชีพที่น่าสนใจ และสามารถสร้างรายได้ ได้เป็นอย่างดี ซึ่ง Hub (2017) พบว่า ยูทูเบอร์สามารถสร้างรายได้ทั้งหมด 5 ช่องทาง ได้แก่

1) CPM (Cost per 1,000 impressions) vs CPC (Cost per click) คำนวณจากจำนวนผู้เข้าถึง

2) EGEP (Estimated Gross Earnings Per 1,000 Views) คำนวณจากจำนวนยอดผู้ชม

3) EEPS (Estimated Earnings Per Subscriber) คำนวณจากยอดผู้กดติดตาม

4) EVBE (Estimated Variance Based on Video Engagement) คำนวณจากปฏิสัมพันธ์ และการเพิ่มขึ้นของยอดผู้ชม ยอดความคิดเห็น และยอดผู้ติดตาม

5) Advertisement of product, and time in รายได้จากการโฆษณา และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ของผู้ว่าจ้าง

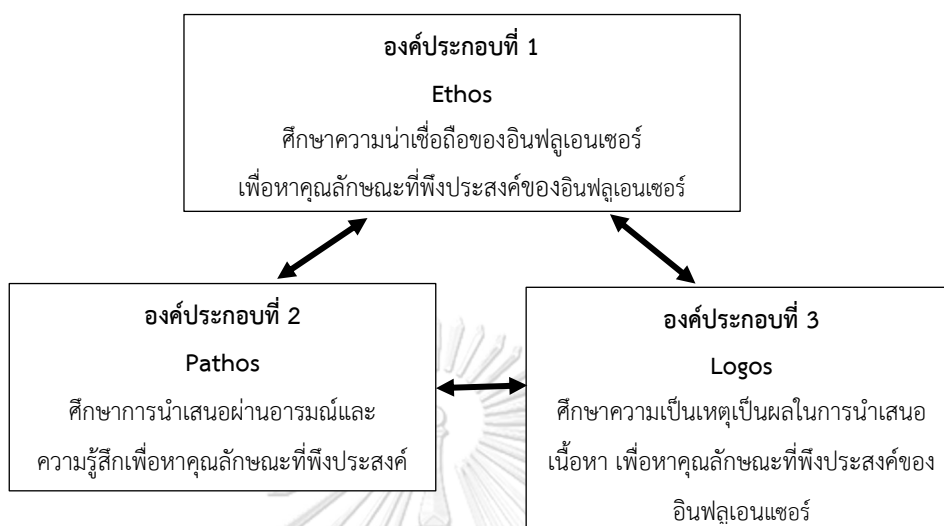
รายได้ทั้ง 5 ช่องทางเป็นการสร้างรายได้ที่หลากหลาย ซึ่งกรมพัฒนาธุรกิจการค้าประจำปี พ.ศ. 2565 ได้เปิดเผยข้อมูลรายได้ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบสูงถึง 40 ล้านบาท และมีผลกำไรกว่า 10 ล้านบาท ต่อปี ดังนั้น ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอที่ไม่มีกรอบ การสร้างตัวตน ชื่อเสียง และการสร้างรายได้ จึงเป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจที่ทำให้ผู้ติดตาม หรือผู้ที่มีบัญชีของแอปพลิเคชันมีความสนใจในอาชีพยูทูเบอร์ ประกอบกับอิทธิพลทางความคิดของกลุ่มยูทูเบอร์ ที่สามารถสร้างแรงจูงใจ โน้มน้าวใจให้กับผู้ชมได้เป็นอย่างดี ผ่านความเชื่อมั่นในความสามารถเฉพาะทาง การพูดคุย และการนำเสนอของยูทูเบอร์ (Moulard et al, 2015) ซึ่งจากการศึกษาในอดีต ที่มีความเกี่ยวข้องกับหลักทางวาณิชศาสตร์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ นอกเหนือจากข้อดี หรือความน่าสนใจที่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน ในด้านการสร้างชื่อเสียง การพัฒนาทักษะในการสื่อสาร และการสร้างเนื้อหา (Zheng, D., 2020) ซึ่งถือเป็นประโยชน์ทั้งผู้สร้างสรรค์เนื้อหา และผู้ชมแล้ว ผู้วิจัยยังพบปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดอุปสรรคในการนำเสนอเนื้อหา การสร้างความน่าเชื่อถือ และจำนวนผู้ติดตามได้จากบทความ The power of influencers of Marketing in Thailand เผยแพร่โดย The Bangkok Post ในปี 2563 ได้กล่าวถึงประเด็นของการพัฒนาเนื้อหา และการแข่งขันไว้ว่า การพัฒนาเนื้อหาในกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์นั้น จำเป็นต้องมีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ใหม่ และน่าสนใจ อย่างต่อเนื่อง แต่ในบางครั้งการสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่อาจไม่สามารถทำได้โดยทันที และยังพบว่า การสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบโจทย์ต่อกลุ่มผู้ชม ก็คืออีกหนึ่งปัญหาที่มักพบบ่อย ในยุคปัจจุบัน จนส่งผลให้การนำเสนอเนื้อหานั้นต้องหยุดลง ประกอบกับจำนวนผู้สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ความแข่งแกร่งในการแข่งขัน และการทำงานที่ซับซ้อนของผู้สร้างสรรค์เนื้อหา (Zheng, D., 2020) ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสรรคในการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์ นั้นหมายความว่าหากการสร้างสรรค์เนื้อหา ไม่ตอบโจทย์ต่อผู้ชม สิ่งที่เกิดขึ้นคือปัญหาในการสร้างการจดจำ และจำนวนผู้ติดตามนั่นเอง



นอกเหนือจากเนื้อหาที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นสื่อบัณฑิตออนไลน์ สื่อการสอนออนไลน์ สารคดี และรายการออนไลน์ต่าง ๆ ความแข็งแกร่งของอินฟลูเอนเซอร์ในแอปพลิเคชันยูทูป ผู้วิจัยพบอีกหนึ่งประเด็นสำคัญ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการสื่อสารโดยตรง นั่นคือเนื้อหาของการนำเสนอ ในบางรายการที่ถูกเผยแพร่ในช่องทางยูทูป บางครั้งกลับสร้างผลกระทบในเชิงลบ ไม่ว่าจะเป็นคำหยาบ การใช้คำที่ไม่เหมาะสม และเนื้อหาที่ไม่เหมาะสมกับกลุ่มคนดู (Henry, 2009) รวมถึงการกระทำที่รุนแรง (Jytte Klausen, Elian Tschaen Barbieri, Aaron Reichlin-Melnick, and Aaron Y. Zelin, 2012) การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม ซึ่งมีความเข้าใจเบื้องต้นว่า การใช้คำหยาบ หรือการ Bully จะสร้างเสียงหัวเราะ และสร้างการจดจำ (Pihlaja, S., Gleason, J and Laine, T., 2018) แต่ในทางกลับกัน การแสดงออกในลักษณะนี้ อาจส่งผลกระทบในเชิงลบต่อผู้รับสาร ซึ่งสามารถนำไปสู่เหตุการณ์ไม่พึงประสงค์ได้ในอนาคต เมื่อการแสดงออกหรือการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์ส่งผลกระทบต่อผู้ชมและสังคม และสามารถส่งผลกระทบต่อการโน้มน้าวใจ ความน่าเชื่อถือของตัวอินฟลูเอนเซอร์เอง

จากความสำคัญข้างต้น ที่มีความเกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันยูทูป ซึ่งสามารถสร้างรายได้ และสร้างชื่อเสียงให้กับตัวบุคคลได้ โดยส่วนใหญ่ผลงานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบการศึกษาปัจจัยในการสร้างรายได้ หรือการสร้างชื่อเสียงของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ แต่พบงานวิจัยที่ศึกษาอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปจำนวนน้อยที่ประยุกต์เข้ากับหลักทางวาณิชศาสตร์ ผู้วิจัยจึงสนใจ และให้ความสำคัญกับการโน้มน้าวใจ การสร้างความน่าเชื่อถือของอินฟลูเอนเซอร์ รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อนำผลการศึกษามาถอดบทเรียนในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ และผู้ที่มีความสนใจในสายอาชีพ สามารถเข้าใจคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ได้อย่างถูกต้องและครอบคลุม โดยผู้วิจัยได้ทำการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมบนฐานทฤษฎีวาณิชศาสตร์เพื่อค้นหาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป โดยใช้หลัก Aristotle's persuasive appeals อันได้แก่ ผู้พูด (Ethos) ผู้ฟังและการสื่อสารอารมณ์ (Pathos) และตรรกะเหตุผล (Logos) เป็นเสาหลักและกรอบในการออกแบบการฝึกอบรม รวมทั้งการสร้างสรรค์เนื้อหา การแสดงออกผ่านหลักแนวคิด The 5 Canons หลักแนวคิด วจนภาษาและอวจนภาษา มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์กระบวนการฝึกอบรม ผ่านกระบวนการออกแบบความคิด (Design Thinking) จะช่วยสนับสนุนให้ยูทูปเบอร์นำไปใช้กับการนำเสนอ หรือการแสดงออกได้อย่างเหมาะสม เพื่อช่วยในการสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างการจดจำ และช่วยให้เกิดการพัฒนาเนื้อหา และพัฒนาการนำเสนอ (กนกอร เรื่องศรี, 2560) โดยการออกแบบการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทของยูทูปเบอร์นั้น จะใช้กรอบแนวคิดตามหลัก Aristotle's persuasive appeals เป็นสำคัญ

และประกอบกับหลักทฤษฎีเทศมาประกอบ เพื่อพัฒนาและแก้ไขปัญหที่พบในปรากฏการณ์ปัจจุบัน  
ดังภาพ



รูปที่ 1.1 กรอบการออกแบบการฝึกอบรมโดยยึดหลัก Aristotle's Persuasive Appeals

โดยข้อมูลที่ได้จะนำมาจากการถอดบทเรียนของอินฟลูเอนเซอร์ผู้ที่ประสบความสำเร็จ ผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม นักวิชาการ และผู้ชม เพื่อให้ตอบโจทย์หลักทางทฤษฎีได้อย่างครอบคลุม และในการออกแบบการฝึกอบรมหลังจากได้ผลลัพธ์ผ่าน Key persons ดังที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจะนำผลลัพธ์ที่ได้มาประกอบกับการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม เพื่อสร้างกระบวนการฝึกอบรมอย่างสร้างสรรค์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

CHULALONGKORN UNIVERSITY

## 1.2 คำถามการวิจัย

1.2.1 อินฟลูเอนเซอร์ที่พึงประสงค์ควรมีคุณลักษณะอย่างไร

1.2.2 กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปควรมีลักษณะอย่างไร

### 1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1.3.1 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

1.3.2 เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

### 1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีการศึกษาข้อมูลในอดีต ทั้งบทความวิจัย ตำรา และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยมีการถอดองค์ความรู้ต่าง ๆ เพื่อสร้างกระบวนการการฝึกอบรมผ่านกระบวนการแบบกลุ่ม Focus Group และการสัมภาษณ์เชิงลึก In-depth Interview โดยแบ่งกลุ่มผู้ร่วมสัมภาษณ์ออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย อินฟลูเอนเซอร์จำนวน 5 ราย หรือ 5 ช่อง ผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรมจำนวน 3 ราย นักวิชาการด้านวาทนิเทศจำนวน 2 ราย ซึ่งในการสัมภาษณ์จะใช้หลัก Aristotle’s Persuasive Appeals เป็นสำคัญ เพื่อนำไปสู่การออกแบบการฝึกอบรม โดยมีผู้ร่วมฝึกอบรมจำนวน 13 ราย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความสนใจทางสายงานอินฟลูเอนเซอร์หรือผู้มีบัญชี หรือเป็นผู้ที่สร้างสรรค์เนื้อหาทางแอปพลิเคชันอยู่ก่อนแล้ว โดยการจัดฝึกอบรมขึ้นในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2566

### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย CHULALONGKORN UNIVERSITY

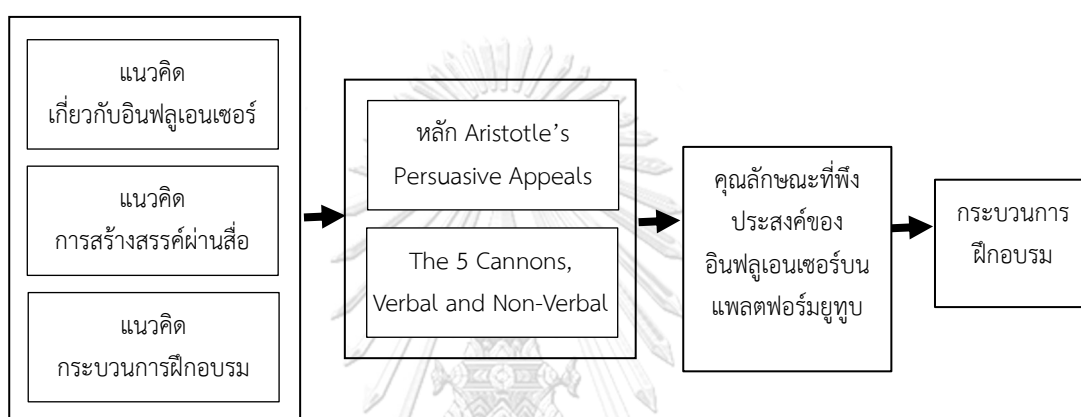
**อินฟลูเอนเซอร์** หมายถึง ผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่สามารถชี้แนะหรือแนะนำสินค้าหรือบริการให้ได้รับความนิยมได้ในวงกว้าง และสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อถือในสินค้าหรือบริการนั้นมากยิ่งขึ้น

**อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ** หมายถึง ผู้ทรงอิทธิพลในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความสามารถในการโน้มน้าวใจ สร้างแรงบันดาลใจ ไม่ว่าจะเป็นความบันเทิง ความรู้ ประสบการณ์ หรือการรีวิวสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งสินค้าหรือบริการที่นำเสนอตนเองในช่องทางสื่อออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันยูทูบ

**แนวคิดทางวาทนิเทศ** หมายถึง การนำทฤษฎีหลัก Aristotle’s Persuasive Appeals (Ethos, Pathos, Logos) มาบูรณาการร่วมกับแนวคิด The 5 Cannons แนวคิดวัจนะภาษา และอวัจนะภาษา

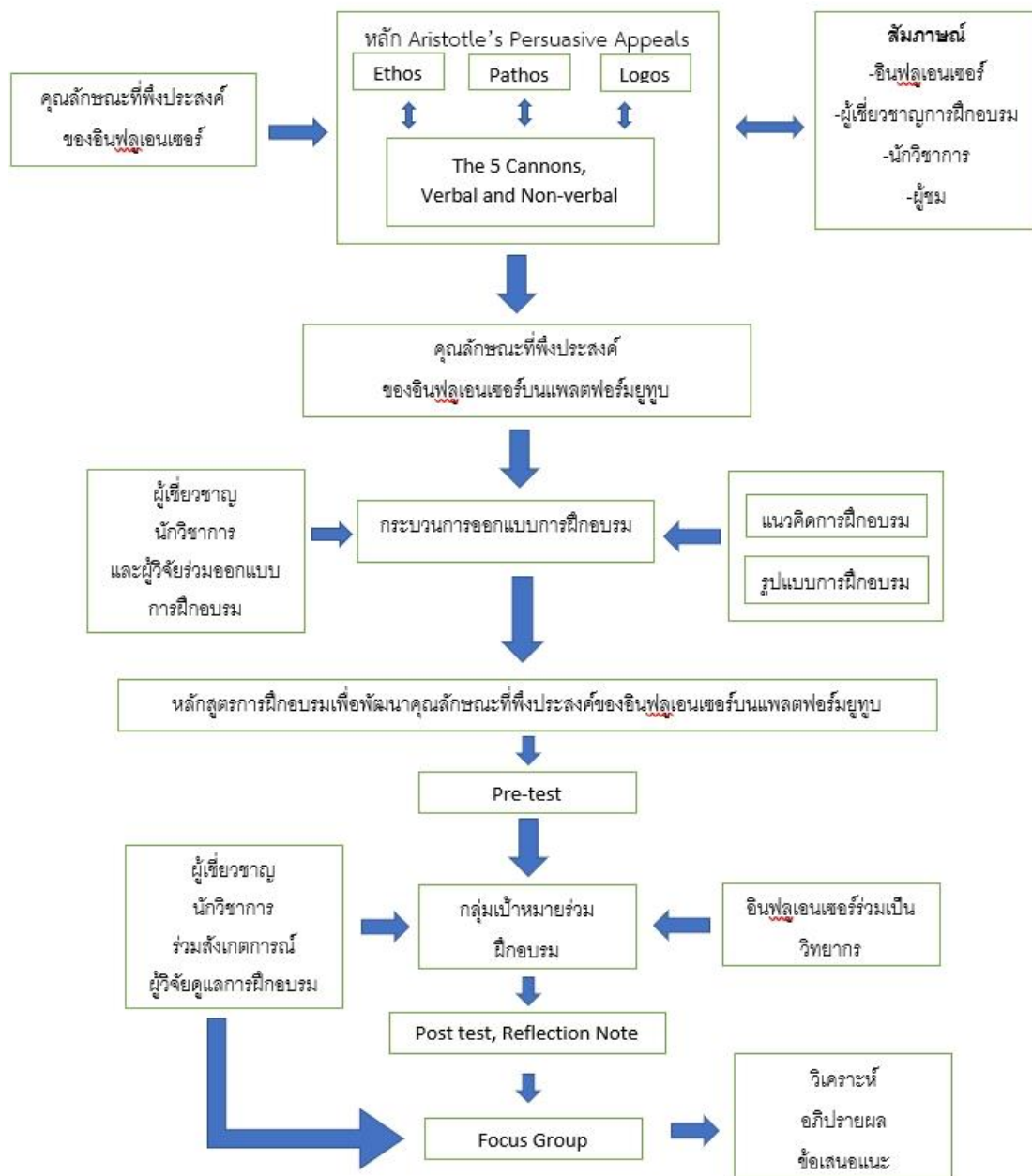
**กระบวนการฝึกอบรม** หมายถึง กระบวนการศึกษาผ่านเอกสารที่เกี่ยวข้องถึงรูปแบบการฝึกอบรม ขั้นตอนในการฝึกอบรม และนำแนวคิดทางวาทนิเทศมาประกอบ โดยเน้นหลัก Aristotle's Persuasive Appeals (Ethos, Pathos, Logos) The 5 Cannons, Verbal and Non-Verbal เป็นสำคัญ

## 1.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



รูปที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 1.7 กระบวนการวิจัย



รูปที่ 1.3 กระบวนการวิจัย

## 1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

### 1.8.1 ในเชิงวิชาชีพ

1.8.1.1 อินฟลูเอนเซอร์ที่ได้รับการพัฒนาบนแพลตฟอร์มยูทูปจะสามารถนำแนวคิดทาง วาทนิเทศ ไปนำเสนอ และสนับสนุนวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.8.1.2 ผลการศึกษาจะสามารถสร้างอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปได้ตรงตาม คุณลักษณะที่พึงประสงค์

1.8.1.3 เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สนใจศาสตร์วาทนิเทศ สามารถนำศาสตร์ทางวาทนิเทศ มาประยุกต์กับการออกแบบกระบวนการจัดฝึกอบรม เพื่อสร้างรายได้ และสามารถต่อยอดใน ฐานะอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

### 1.8.2 ในเชิงวิชาการ

1.8.2.1 ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการสร้างกระบวนการฝึกอบรมโดยการใช้ ศาสตร์ทางวาทนิเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุด

1.8.2.2 ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย และพัฒนาทฤษฎีที่มีความ เกี่ยวข้อง และสามารถนำทฤษฎีทางวาทนิเทศต่อยอด และแตกแขนงได้หลากหลายรูปแบบมากยิ่งขึ้น

1.8.2.3 เพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายปรากฏการณ์การฝึกอบรมโดยการใช้ศาสตร์ทาง วาทนิเทศว่าสามารถตอบโจทย์ เปลี่ยนแปลง หรือพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ บนแพลตฟอร์มยูทูปได้อย่างไร

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า ตำรา หนังสือ บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยให้ความสำคัญกับแนวคิดเกี่ยวข้องกับอินฟลูเอนเซอร์ แนวคิดทฤษฎีทางวาณิช และแนวคิดในการออกแบบการฝึกอบรม โดยมีแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์

2.1.1 ความหมายของอินฟลูเอนเซอร์

2.1.2 การนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์

2.1.3 แนวคิดการสร้างสรรค์ผ่านสื่อ

2.1.4 คุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์

#### 2.2 แนวคิดทฤษฎีทางวาณิช

2.2.1 ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ (Persuasive Appeals)

2.2.2 หลักทฤษฎี Aristotle’s Persuasive Appeals กับปรากฏการณ์ของอินฟลูเอนเซอร์

บนแพลตฟอร์มยูทูบ

2.2.3 หลักวาทศาสตร์องค์ห้าของซีเซโร (Cicero’s Five Canons)

2.2.4 การสื่อสารเชิงวัจนะภาษา (Verbal Communication)

2.2.5 การสื่อสารเชิงอวัจนะภาษา (Nonverbal Communication)

#### 2.3 แนวคิดการออกแบบการฝึกอบรม

2.3.1 ความหมายการฝึกอบรม

2.3.2 การออกแบบการฝึกอบรม

2.3.3 วัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมสำหรับบุคคลที่มีความสนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์

2.3.4 รูปแบบการฝึกอบรม

2.3.5 กระบวนการฝึกอบรม

## 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์

### 2.1.1 ความหมายของอินฟลูเอนเซอร์

อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือผู้ทรงอิทธิพล มีผู้ให้ความหมายไว้หลากหลาย เช่น พรพรรณภา ทับวัฒน์, 2557 (อ้างใน ดุษยา สุขวราภิรมย์ 2565) ได้ให้ความหมายของอินฟลูเอนเซอร์ คือผู้ที่สร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ซึ่งสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับผู้บริโภคได้ การเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค ส่วนหนึ่งมาจากความน่าเชื่อถือของอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งความน่าเชื่อถือของอินฟลูเอนเซอร์นั้น เปรียบเสมือนประตูบานแรกที่สร้างความเชื่อใจ ความมั่นใจ ไม่ว่าจะเป็แหล่งที่มาของข่าวสาร หรือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในขณะเดียวกัน อีกความหมายของอินฟลูเอนเซอร์ คือ ผู้มีอิทธิพลทางความคิด หรือผู้ชี้นำทางความคิด ซึ่งสามารถชี้นำ หรือแนะนำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ให้กลายเป็นที่นิยมได้ในวงกว้าง (นัฐพงษ์ สุขประเสริฐ และปรีชา คำมาตี, 2563) ซึ่งในยุคของสื่อสังคมออนไลน์ อินฟลูเอนเซอร์ ยังมีบทบาทอย่างยิ่งในการโน้มน้าวใจผู้คน ให้เกิดการปฏิบัติตาม เกิดความคล้อยตามทางความคิด ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของอินฟลูเอนเซอร์ว่า หมายถึงผู้มีอิทธิพลทางความคิดที่สามารถชี้นำหรือแนะนำสินค้าหรือบริการให้ได้รับความนิยมได้ในวงกว้าง และสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อใจในสินค้าหรือบริการนั้นมากยิ่งขึ้น

### 2.1.2 การนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์

การนำเสนอเนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์หรือผู้ทรงอิทธิพล เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและความรู้สึกในเชิงบวกต่อผู้ติดตามได้นั้น อินฟลูเอนเซอร์จะต้องนำเสนอเนื้อหา 1) เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ 2) เพื่อสร้างความคิด 3) เพื่อแนะนำแนวทางแก้ปัญหา 4) เพื่อแนะนำหรือสร้างความรู้ และ 5) เพื่อสร้างอารมณ์หรือมอบความบันเทิงให้กับผู้ติดตาม (Linnn, 2014) ซึ่งในยุคปัจจุบันจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าในประเทศไทยนั้น อินฟลูเอนเซอร์ในแต่ละบุคคล หรือแต่ละช่องนั้นมีแนวทางในการนำเสนอที่แตกต่างกันออกไปตามแต่บุคลิก และจุดประสงค์ในการนำเสนอเนื้อหาของตน (ดุษยา สุขวราภิรมย์ 2565) โดยกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน มีรูปแบบในการนำเสนอที่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่พบและเป็นจุดร่วมคือ อินฟลูเอนเซอร์นั้นจะมีทักษะและความสามารถในการเล่าเรื่อง เพื่อให้เกิดการจินตนาการและความคิดร่วมกันระหว่างอินฟลูเอนเซอร์และผู้ติดตาม (กานติมา ฤทธิ์วี ระเดช, 2560) โดยมีรูปแบบที่นำเสนอต่อไปนี้

1) การนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Social Media เป็นการนำเสนอผ่านช่องทางที่สามารถสื่อสารเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว และสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมได้ โดยมีการแลกเปลี่ยนทางความคิด และแสดงความรู้สึกได้โดยผ่านฟังก์ชันของแอปพลิเคชัน เช่น Facebook, Instagram, Youtube เป็นต้น



2) การนำเสนอผ่านบทความออนไลน์ เป็นการนำเสนอที่เน้นไปที่เนื้อหาสาระ กระตุ้นความรู้สึก บอกเล่าประสบการณ์ต่าง ๆ ซึ่งมักเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค สื่อสารผ่านบทความเพื่อให้เข้าใจเจตนาของอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการนำเสนอที่สามารถสร้างแรงจูงใจได้ โดยเฉพาะในกลุ่มของนักอ่าน หรือกลุ่มผู้ติดตามที่มีความสนใจเฉพาะ

3) การนำเสนอผ่านรูปภาพและอินโฟกราฟฟิก การนำเสนอในรูปแบบนี้ มักจะเป็น การรีวิว สถานที่ อาหาร เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการติดตาม ซึ่งเรามักจะเห็นการนำเสนอลักษณะนี้ในรูปแบบของ Marketing Content (นิฐพงษ์ สุขประเสริฐ และปรีชา คำมาตี, 2563) เพื่อเป็นสื่อกลาง ในการติดต่อระหว่างผลิตภัณฑ์และผู้บริโภค

4) การนำเสนอผ่านวิดีโอหรือภาพเคลื่อนไหว จากการศึกษาในอดีตพบว่า การนำเสนอ ในลักษณะของวิดีโอหรือภาพเคลื่อนไหว เป็นการสื่อสารที่เข้าใจง่าย สามารถอธิบายเป้าประสงค์ของผู้ส่งสารได้อย่างชัดเจน แต่ขณะเดียวกัน ก็ถือเป็นการสื่อสารผ่านสื่อที่มีความซับซ้อนที่สุด เพราะมี องค์ประกอบมากมาย เช่น แสง เสียง กราฟฟิก ภาพ และผู้ถ่ายทอดในสื่อวิดีโอ (วิภาภรณ์ นันทสุทธิ วารี, 2558) ซึ่งการนำเสนอที่กล่าวมาข้างต้น ล้วนแล้วแต่เป็นรูปแบบการสื่อสารบนโลกออนไลน์ที่ อินฟลูเอนเซอร์ในปัจจุบันเลือกใช้เพื่อนำเสนอสร้างตัวตนและเพิ่มการติดตาม

### 2.1.3 แนวคิดการสร้างสรรคผ่านสื่อ

แนวคิดที่เกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านสื่อ ซึ่งมีความแตกต่างอย่างชัดเจน เมื่อเทียบกับรูปแบบของ Face to Face ซึ่งเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่สำคัญในเรื่องของการโน้มน้าวใจในการสื่อสาร และการออกแบบการสื่อสารผ่านสื่อ (Walther, J.B., 1996) ซึ่งถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในศาสตร์ทางการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารระหว่างกลุ่ม และการสื่อสารภายในองค์กร (Sproull, L, and Kiesler, S, 1986) ไม่ว่าจะป็นข้อความที่ใช้ในการสื่อสารผ่านสื่อ ภาษา และคำพูด ลักษณะท่าทาง รวมถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้ส่งสารและรับสาร (Herring, S.C., 2001) โดยรูปแบบการวิเคราะห์สารผ่านสื่อแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1) การเลือกข้อมูล การเลือกข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์นั้น จะต้องมีวิธีการคัดสรรข้อมูลที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม หรือแอปพลิเคชันนั้น ๆ ตัวอย่างเช่น ในรูปแบบของแอปพลิเคชันยูทูป สื่อวิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหว คือการสื่อสารผ่านสื่อที่เหมาะสมที่สุด (Porter, L. V. (2019) เป็นต้น

2) การวิเคราะห์ข้อมูลผ่านเครื่องมือของแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งจะสามารถวิเคราะห์ถึง การแสดงออกที่เหมาะสม และการใช้ภาษาที่เหมาะสมได้มากยิ่งขึ้น เพื่อนำไปสู่การกระตุ้นอารมณ์ และความคิดคล้อยตาม (Pihlaja, S., Gleason, J. and Laine, T., 2018) เช่น การแสดงออกผ่านแอปพลิเคชันยูทูปจะต้องใช้ภาษาที่เรียบง่าย เข้าใจง่าย เป็นกันเอง เพื่อสร้างความสนุกสนาน (Kapidzic, S. and Herring, S.C., 2015) เป็นต้น

3) การตีความ คือการวิเคราะห์ข้อมูลผ่านฟังก์ชันต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน เพื่อตรวจสอบแนวโน้ม และพฤติกรรมของผู้ใช้งาน ซึ่งการตีความผ่านเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดออกไปนั้น อาจจะมีการตีความได้ในหลากหลายรูปแบบ เช่นเดียวกับในการนำเสนอสื่อวิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหวผ่านแอปพลิเคชันยูทูป ก็จะมีการตีความของผู้ชมที่หลากหลาย และแตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ หากต้องการการตีความที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารก็จำเป็นต้องเข้าใจในตัวสาร และผู้รับสารเป็นอย่างดี เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ หากมีการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างถูกต้อง จะเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนความสัมพันธ์ของบุคคลในโลกออนไลน์ และสามารถเพิ่มปริมาณสมาชิกในกลุ่มเครือข่ายได้มากยิ่งขึ้น (Danah Boyd, 2008) สามารถสร้างพื้นที่บนโลกเสมือนจริง และติดต่อกับบุคคลที่อยู่ต่างพื้นที่อย่างไร้ขีดจำกัดได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Baym, N.K., 2010) และเมื่อมีการสื่อสารผ่านสื่อที่มีประสิทธิภาพ ถือเป็น การเพิ่มโอกาสในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และความคิด หรืออาจจะรวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม และความเชื่อได้ เช่นเดียวกัน (Jenkins, H., 2006) ซึ่งมักจะเห็นพฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ในรูปแบบของความรักผ่านสื่อออนไลน์ การสร้างเครือข่ายหรือชุมชนผ่านสื่อออนไลน์ (Baym, N.K., 2010) รวมไปถึงพฤติกรรมการซื้อขายของผู้บริโภคบนโลกออนไลน์ (ธนพล คันทรง, ปภัสสรฯ ชัยวงศ์, 2564)

จากความสำคัญของแนวคิดการสร้างสรรคผ่านสื่อ ที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิดนี้มาประกอบ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์การสื่อสารผ่านสื่อ เพื่อให้ทราบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาผ่านโลกออนไลน์ โดยใช้เทคโนโลยีเป็นตัวกลาง และนำไปสู่การออกแบบการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ที่ต้องใช้การสื่อสารผ่านสื่อยูทูปให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

#### 2.1.4 คุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์

คุณลักษณะสำคัญของอินฟลูเอนเซอร์ สามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

1) อินฟลูเอนเซอร์ เป็นบุคคลธรรมดาทั่วไปที่กลายมาเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงบนโลกออนไลน์ และสามารถสร้างแรงบันดาลใจ ความเชื่อ และการโน้มน้าวใจได้เช่นเดียวกับบุคคลที่มีชื่อเสียง (Swant, 2016) สามารถสร้างพื้นที่ของตนได้บนโลกออนไลน์ และสามารถสร้างแรงบันดาลใจ รวมถึงโน้มน้าวใจต่อผู้ติดตามได้เป็นอย่างดี (Uzunouglu and Kip, 2014) ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์มีความแตกต่างจากนักแสดง ดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งมักจะเป็นที่รู้จักผ่านสื่อโทรทัศน์หรือสื่อเก่า แต่อินฟลูเอนเซอร์มักเป็นที่รู้จักได้โดยผ่านสื่อสังคมออนไลน์

2) อินฟลูเอนเซอร์ เป็นคนที่สามารถสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ และสามารถทำให้กลุ่มคนติดตามได้เป็นจำนวนมาก ประกอบกับการนำเสนอเนื้อหานั้นควรเป็นการสร้างสรรค์เนื้อหาในเชิงบวก เพื่อให้ผู้ติดตาม สามารถสร้างแรงบันดาลใจไปในเชิงบวกได้ (กานติมา ฤทธิ์วีระเดช, 2560) นอกจากนั้นคือการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีกลวิธีนำเสนอที่แปลกใหม่ (กิตติยา สุริวรรณ, 2559)

3) อินฟลูเอนเซอร์ เป็นบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีความสำเร็จในด้านใดด้านหนึ่ง และมีความสามารถในการนำเสนอ (อรัญญา เจริญกลางวานิชย์, 2562) ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว การขาย การกีฬา การแสดง ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นความสามารถเฉพาะ และความสามารถเฉพาะนี้นำมาสู่การติดตามของผู้พบเห็น (กิตติยา สุริวรรณ, 2559)

จากคุณลักษณะข้างต้น แสดงให้เห็นในเบื้องต้นว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์ คือ อินฟลูเอนเซอร์จะต้องมีความสามารถเฉพาะด้าน สามารถถ่ายทอด นำเสนอผลงานต่าง ๆ ได้อย่างน่าสนใจ และที่สำคัญคือความสามารถในการโน้มน้าวใจ (ดุชยา สุขวราภิรมย์ 2565) ซึ่งเมื่อนำไปประกอบกับหลักทฤษฎี Aristotle's Persuasive Appeals ตามทฤษฎีวาทนิเทศ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่อินฟลูเอนเซอร์พึงมี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และนำไปสู่การเพิ่มจำนวนผู้ติดตามได้มากยิ่งขึ้น

## 2.2 แนวคิดทฤษฎีทางวาทนิเทศ

วาทนิเทศ เป็นการศึกษาพฤติกรรม การสื่อสารระหว่างบุคคลของมนุษย์ จนถึงการพูดในที่ชุมชน ด้วยการพูดทั้งในลักษณะที่ใช้ถ้อยคำและไม่ใช้ถ้อยคำ เพื่อช่วยส่งเสริมให้การพูดเป็นไปได้อย่างดี มีประสิทธิภาพและสัมฤทธิ์ผลสมความมุ่งหมาย ซึ่งวาทนิเทศเกี่ยวข้องกับทฤษฎีต่าง ๆ ดังนี้

### 2.2.1 ทฤษฎีการโน้มน้าวใจ (Persuasive Appeals)

หลักในการโน้มน้าวใจของ Aristotle (Aristotle's Persuasive Appeals) ซึ่งถือเป็นหลักสำคัญในทฤษฎีทางวาทนิเทศ โดยครอบคลุม 3 สิ่งสำคัญเริ่มจากผู้ส่งสาร สาร และผู้รับสาร และยังเป็นเครื่องมือสื่อสารที่ใช้ในการวิเคราะห์ และวิจารณ์เนื้อหาของผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Berger, 2015) ซึ่งการสื่อสารนั้นจะประสบผลสำเร็จหรือไม่ ทั้ง 3 สิ่งนี้จะต้องมีความสอดคล้องและเหมาะสม โดยแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบหลัก ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) Ethos ในนิยามความหมาย และความสำคัญของ Ethos ได้อธิบายในหลากหลายมิติ แต่ประเด็นสำคัญที่น่าสนใจ และเป็นจุดรวมในนิยามของ Ethos คือการสร้างที่น่าเชื่อถือ ความมั่นใจ และความไว้วางใจ (Berger, 2015) การสร้างที่น่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร เพื่อสร้างความไว้วางใจ และสร้างความมั่นใจของแหล่งที่มาของสาร ความน่าเชื่อถือนับเป็นคุณสมบัติสำคัญของผู้ส่ง

สาร เพื่อสร้างความเชื่อมั่น คุณค่าให้กับผู้ฟัง โดยความรู้ความสามารถของผู้ส่งสาร เป็นปัจจัยสำคัญที่จะผลักดันให้สารที่ส่งต่อถึงผู้รับสารนั้น มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น (Jenne Fahnestock, Secor Singler, 2017) คุณลักษณะสำคัญของผู้ส่งสารมี 3 ประการ ประกอบด้วย

1.1) Goodwill หรือเจตนาดี คือความตั้งใจในการสื่อสาร หรือส่งสาร ที่มีเจตนาในเชิงบวก เช่น เพื่อการพัฒนา เพื่อการสร้างความรู้ และประเด็นต่าง ๆ ในเชิงบวก เป็นต้น

1.2) Good Sense หรือความรู้สึกที่ดี นอกเหนือจากเจตนาที่ดี ที่มีต่อเนื้อหา และผู้รับสารแล้ว ในการส่งสาร อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญคือ คุณธรรม และความรู้ความสามารถของผู้ส่งสาร เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้รับสารได้เป็นอย่างดี (Singler, B., 2017) ซึ่ง Good Sense คือ Integrity หรือความซื่อสัตย์ที่มีต่อผู้ฟัง (Berger, 2015) ซึ่งหมายถึงคุณธรรมและจริยธรรมในการส่งสาร

1.3) Good Character คือความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร ซึ่งอาจหมายรวมถึง จริยธรรม และความซื่อสัตย์ของผู้ส่งสาร มีความเป็นกลาง และสมเหตุสมผล (Berger, 2015) ซึ่งอาจเรียกว่า Competency หรือความเชื่อมั่น ความเชี่ยวชาญของผู้ส่งสาร

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของตัวผู้ส่งสารนั้น จะเน้นไปที่ความน่าเชื่อถือ คุณธรรม จริยธรรมของตัวบุคคล ซึ่งนำไปสู่ความน่าเชื่อถือในเนื้อหาของสาร แหล่งที่มาของสารที่จะกล่าวในส่วนถัดไป ซึ่งหากตัวผู้พูดนั้นสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ มีความรู้ความสามารถในประเด็นที่ต้องการสื่อสาร ก็จะทำให้การสื่อสารนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Berger, 2015)

2) Pathos คือหลักสำคัญในการสร้างอารมณ์และความรู้สึกให้กับผู้ฟัง โดยมีจุดประสงค์เพื่อสร้างความรู้สึกร่วม กระตุ้น โน้มน้าวใจ ในการสร้างความเข้าใจในเนื้อหาไปในทิศทางเดียวกัน ว่าจะจะเป็นเนื้อหาของสารที่สื่อออกมา คำพูด และน้ำเสียงที่ใช้ เป็นต้น (Jenne Fahnestock, Secor Singler, 2017) การใช้คำพูดจูงใจทางอารมณ์ (Emotion) ที่เหมาะสมในการสื่อสารเป็นหลัก โดยมีจุดร่วมคือ การกระตุ้นโน้มน้าวใจให้กับผู้ฟัง (Berger, 2015) การกระตุ้นอารมณ์ผู้รับสารนั้น สามารถเป็นได้ทั้งเนื้อหาที่มีความสนุกสนาน ความบันเทิง หรือความโศกเศร้าก็ได้ แต่สิ่งสำคัญคือการโน้มน้าวใจให้เกิดความรู้สึกร่วมหรือการปฏิบัติตาม ซึ่งถือเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งในการสื่อสารเนื้อหาพร้อมกับความรู้สึกหรืออารมณ์ร่วม (Jenne Fahnestock, Secor Singler, 2017)

ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ในการสื่อสารนั้น สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือการสร้างอารมณ์ร่วม ไม่ใช่เพียงแต่ความน่าเชื่อถือ ความรู้ความสามารถของผู้ส่งสารเพียงเท่านั้น อารมณ์ร่วมของเนื้อหาที่ถ่ายทอด ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่จะทำให้ผู้รับสารสามารถรับรู้ และเกิดความรู้สึกร่วมได้ ซึ่งถือเป็นอีกกลวิธีสำคัญที่ทำให้เกิดแรงโน้มน้าวใจ เพื่อสร้างแรงกระตุ้น และผลทางอารมณ์ของผู้รับสารได้ดียิ่งขึ้น

3) Logos ส่วนประกอบสุดท้าย ที่จะทำให้การสื่อสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารเกิด ประสิทธิภาพสูงสุด นอกเหนือจากความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร อารมณ์ร่วมสิ่งที่ไม่ได้คือ หลักฐาน และเหตุผลที่ทำให้เนื้อหาหรือประเด็นต่าง ๆ ที่ถูกนำมาถ่ายทอดนั้น เกิดภาพที่สามารถเห็นได้อย่าง ชัดเจน (Jenne Fahnestock, Secor Singler, 2017) ซึ่งในขณะเดียวกัน เนื้อหาที่สามารถพิสูจน์ได้ก็ สามารถเพิ่มความน่าเชื่อถือได้เช่นเดียวกัน (Berger, 2015) โดยในหนังสือ The Rhetoric of Argumentation ได้อธิบายถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถเสริมความน่าเชื่อถือ ไม่ว่าจะเป็นเหตุและ ผลที่สอดคล้องกัน ตารางเวลา หรือผลจากการพิสูจน์ต่าง ๆ โดยองค์ประกอบสุดท้ายนี้ นอกจากใน แง่มุมของการสื่อสาร ยังถูกใช้สร้างความน่าเชื่อถือในการสร้างตำรา หนังสือ งานวิจัยในพฤติกรรม มนุษย์ และการสื่อสารระหว่างมนุษย์อีกด้วย (Papacharissi, Z., 2010)

สรุปได้ว่า การสื่อสารที่ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องอาศัย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ Ethos Pathos และ Logos เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ อารมณ์ร่วม และ ความเป็นเหตุผลของเนื้อหา ซึ่งการศึกษาเกี่ยวกับ หลัก Aristotle's Persuasive Appeals นั้นได้มีการ ศึกษากันอย่างยาวนาน จวบจนปัจจุบัน และยังสามารถใช้ประยุกต์กับปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ เกิดขึ้นในแต่ละยุคสมัย ที่ยังต้องใช้การสื่อสารระหว่างมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของการสื่อสาร แบบเผชิญหน้า (Face to Face) หรือการสื่อสารโดยผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer Mediated Communication : CMC) หลักการสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างแรงกระตุ้นทางอารมณ์ และเหตุผลที่ สามารถพิสูจน์ได้ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง (Papacharissi, Z., 2010) ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นใน ความสำคัญของหลักการนี้ และนำหลักการนี้มาเป็นกรอบแนวคิด ทางการศึกษา ซึ่งจะอธิบายประกอบ กับปรากฏการณ์สื่อสังคมออนไลน์ในส่วนถัดไป

## 2.2.2 หลักทฤษฎี Aristotle's Persuasive Appeals กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บน

### แพลตฟอร์มยูทูบ

การนำหลักทฤษฎี Aristotle's Persuasive Appeals มาประยุกต์ใช้นั้น จากการศึกษา ในอดีตพบว่า หลักการสร้างแรงจูงใจนั้นได้สร้างการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมของมนุษย์ในยุค ปัจจุบันที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการดำรงชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมต่อหรือสร้างความสัมพันธ์ของ มนุษย์ผ่านการสื่อสารลักษณะออนไลน์ (Boyd, D. 2008) โดยอิงถึงความน่าเชื่อถือต่อคู่สนทนา และ ขยายเครือข่ายสู่บุคคลที่สาม เนื้อหาที่มีความน่าเชื่อถือในการซื้อขายและอารมณ์ร่วมของมนุษย์ในยุค สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นผลการวิจัยที่สามารถสนับสนุนหลักของ Aristotle's Persuasive Appeals ได้เป็นอย่างดี โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

### 2.2.2.1 Ethos กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

Ethos เป็นองค์ประกอบแรกที่น่าไปสู่ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารในสื่อสังคมออนไลน์ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางความเชื่อ ความคิด ทศนคติ และพฤติกรรมของผู้ติดตาม หรือผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในยุคปัจจุบัน การ Live Streaming ผ่านแอปพลิเคชัน คือหนึ่งช่องทาง ที่ผู้ส่งสารจะต้องมีความรู้ความสามารถ และที่สำคัญจะต้องสร้างความน่าเชื่อถือ เพื่อเพิ่มยอดผู้ติดตาม หรือยอดการขายผลิตภัณฑ์ ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ (ธนพล คันทรง, ปภัสสรฯ ชัยวงศ์, 2564) นอกจากนี้ ยังมีการแลกเปลี่ยนความรู้ หรือเรื่องเฉพาะทาง โดยนำความรู้ขึ้นมาประยุกต์ใช้จริงในชั้นต่อไป ซึ่งความรู้ที่นำมาใช้ผ่านช่องทางออนไลน์นั้น สิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้คือความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร หรือผู้ที่แลกเปลี่ยนความรู้ตัวเอง (Rheingold, H, 1993) ในขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น หรือการพบเจอ โดยมีสื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวกลาง ก็ทำให้ความสัมพันธ์นั้นเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วได้เช่นกัน จะเห็นได้ว่าปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านโลกออนไลน์ การซื้อขายสินค้า หรือการสนทนาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ล้วนแล้วแต่ต้องมีความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารเป็นส่วนประกอบหลัก เพื่อให้เกิดการสนทนาที่สมบูรณ์แบบในยุคปัจจุบัน ซึ่ง Ethos หรือความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารนั้น ถูกนำมาใช้กับอินฟลูเอนเซอร์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ชมและผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นการจำหน่ายสินค้า การรีวิวสินค้า โดยคุณสมบัติหนึ่งของอินฟลูเอนเซอร์นั้น จำเป็นจะต้องมีความรู้ความสามารถ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อให้เกิดแรงจูงใจ และกระตุ้นให้ผู้ติดตามนั้นสามารถเกิดการปฏิบัติตามได้ (Ahmed, 2019) หรือที่เรียกว่า call to action นอกจากนี้ การสื่อสารผ่านช่องทางยูทูปที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย จึงสนับสนุนให้ผู้ที่มีความสามารถเฉพาะทาง สามารถนำเสนอเนื้อหาผ่านความสามารถเฉพาะตนได้อย่างน่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งความน่าสนใจที่สนับสนุนให้อินฟลูเอนเซอร์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น (Burgess, Green, 2018)

### 2.2.2.2 Pathos กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

Pathos เป็นองค์ประกอบในส่วนของการสร้างแรงจูงใจ ด้วยการใช้อารมณ์ร่วมที่เหมาะสมในการสื่อสารพบว่า สิ่งที่เกิดขึ้นคือการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และการปฏิบัติตามของผู้ที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของเหล่าเยาวชน ที่เกิดจากการเสพสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปตามสื่อ นั้น ๆ (Boyd D., 2008) ไม่ว่าจะเป็นการสร้างแรงบันดาลใจ การถ่ายทอดประสบการณ์ต่าง ๆ ในชีวิต สร้างความบันเทิง แลกเปลี่ยนความรู้ เพื่อสร้างความรู้สึกร่วมในประเด็นต่าง ๆ (Rheingold, 1993) เกิดการรวมกลุ่มตามคำเชิญของผู้นำกลุ่ม ให้เกิดกลุ่มบนสื่อสังคมออนไลน์ (Jenkins, H., 2006) และในอีกมุมหนึ่งที่เราเห็นภาพได้อย่างชัดเจน คือการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ (ธนพล คันทรง,

ปัทสตรา ชัยวงศ์, 2564) ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงที่สามารถอธิบายหลักของ Aristotle's Persuasive Appeals ได้ในยุคปัจจุบัน

นอกจากความน่าเชื่อถือที่ถูกถ่ายทอดผ่านตัวอินฟลูเอนเซอร์บนแอปพลิเคชันดังกล่าว Pathos ได้ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างอารมณ์ร่วมในการถ่ายทอดเนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์ เช่น การสร้างเสียงหัวเราะ สร้างความตื่นเต้นให้กับผู้ติดตาม ซึ่งถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้ผู้ติดตามสามารถจดจำในการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์ได้ดียิ่งขึ้น (Ahmed, 2019) และการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมระหว่างอินฟลูเอนเซอร์ และผู้ติดตาม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งฟังก์ชันที่สามารถทำให้ผู้รับสารนั้นสามารถเกิดอารมณ์ร่วมกับเนื้อหานั้น ๆ ได้ (Burgess, Green, 2018)

### 2.2.2.3 Logos กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

Logos องค์ประกอบสุดท้าย คือการพิสูจน์ด้วยหลักของเหตุและผล ซึ่งสามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนในการนำเสนอของผู้ส่งสารในสื่อสังคมออนไลน์ ที่มักจะมีการนำเสนอผ่านภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว หรือคำอธิบายต่าง ๆ ผ่านอินโฟกราฟฟิก ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือผ่านเหตุและผลในโลกยุคปัจจุบัน (ธนพล คันทรง, ปัทสตรา ชัยวงศ์, 2564) ซึ่งองค์ประกอบนี้สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนผ่านการแสดงออกของอินฟลูเอนเซอร์ ไม่ว่าจะเป็นภาพเคลื่อนไหวหรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอต่อผู้ติดตาม ซึ่งถือเป็นภาพเชิงประจักษ์ที่ทำให้เห็นภาพอย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการรีวิวสถานที่ท่องเที่ยว การรีวิวสินค้า (Ahmed, 2019) หรือการขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งในการพิสูจน์ด้วยเหตุและผลในองค์ประกอบของ Ethos และ Pathos จะต้องมีความสมบูรณ์ มีความน่าเชื่อถือและสามารถสร้างอารมณ์ร่วมเพื่อให้เกิดการติดตามและการปฏิบัติตามได้ในอนาคต

หลัก Aristotle's Persuasive Appeals ที่สามารถนำมาอธิบายในการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดแรงโน้มน้าวใจ และการปฏิบัติตามได้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ตั้งแต่ปรากฏการณ์ในอดีตจนถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ในปัจจุบัน ดังแนวคิดข้างต้นที่นำหลัก Aristotle's Persuasive Appeals มาประกอบ และสามารถอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นได้ ดังนั้น ผู้วิจัย จึงจะนำหลักแนวคิด ทฤษฎีมาเป็นกรอบแนวคิด เพื่อศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ และนำไปสู่การออกแบบการฝึกอบรมเพื่อสร้างอินฟลูเอนเซอร์ที่มีคุณภาพต่อไปในอนาคต

### 2.2.3 หลักทฤษฎีศาสตร์องค์ห้าของซีเซโร (Cicero's Five Canons)

ทฤษฎีหลักทฤษฎีศาสตร์องค์ห้า คือส่วนสำคัญในการแสดงออกและการสื่อสาร ถือว่าเป็นเครื่องมือหนึ่งในการสื่อสาร ที่ได้รับความนิยมนับตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ จวบจนปัจจุบัน จากการศึกษาพบว่า เครื่องมือในการสื่อสาร หรือที่เรียกว่า หลักทฤษฎีศาสตร์องค์ห้านี้ได้ใช้กับการสื่อสารในหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในลักษณะการนำเสนอผลงาน การประชุม รวมถึงการสื่อสารใน

ลักษณะออนไลน์ (Kennedy, G.A, 2007) ซึ่งได้มีการนำทฤษฎีนี้มาใช้และศึกษาต่ออย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และยังถือเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่สร้างประสิทธิภาพในการสื่อสาร ซึ่งวาทศาสตร์องค์ห้า (The Five Canons) ประกอบด้วย 5 องค์ทางวาทศาสตร์ ดังนี้

1) Invention การคิดค้นเนื้อหาที่น่าสนใจ เพื่อดึงดูดความสนใจ หรือเป็นการค้นหาเนื้อหาที่มีความเหมาะสมกับบริบทและผู้รับสาร (Kennedy, G.A, 2007) และเมื่อนำองค์ประกอบแรกของวาทศาสตร์องค์ห้าในยุคสื่อออนไลน์ โดยเฉพาะในแอปพลิเคชันยูทูป พบว่า การสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation) ซึ่งผู้ที่รับบทบาทในการสร้างสรรค์เนื้อหานั้นจะต้องสร้างสรรค์ หรือคัดสรรเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ และเหมาะสมกับผู้ชมหรือผู้ติดตามผ่านแอปพลิเคชันยูทูป (Porter, L. V. (2019) เพื่อนำไปสู่การส่งต่อออกไปในวงกว้าง และบริบทปัจจุบันยังหมายรวมถึงการพัฒนาเนื้อหาเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ชมหรือผู้ติดตามอีกด้วย

2) Arrangement การจัดเรียง หรือการเรียบเรียงเนื้อหาให้เกิดความน่าสนใจ โดยมีส่วนประกอบย่อยคือ บทนำ เนื้อเรื่อง และสรุป (Jeffe, 2007 อ้างใน กนกอร เรืองศรี, 2560) นอกเหนือจากการจัดเรียงเนื้อหาที่เหมาะสม Arrangement นั้นหมายถึงการวางแผนในการนำเสนอ Content หรือเนื้อหาสาระต่าง ๆ ต่อผู้ชม (Lodato, V., & Di Pietro, L. , 2019) ซึ่งความสามารถในการจัดเรียงลำดับของเนื้อหาที่เหมาะสม ความสามารถในการสร้างอารมณ์ร่วม และความสามารถในการตรึงความรู้สึกของผู้ชมตั้งแต่ต้นจนจบ คืออีกหนึ่งคุณสมบัติสำคัญสำหรับอินฟลูเอนเซอร์ (Burgess, J., & Green, J, 2018)

3) Style การออกแบบเพื่อความสวยงาม ความสละสลวยของภาษา ครบถ้วน เข้าใจง่าย และการใช้ภาษาในการบรรยายที่เหมาะสมกับบรรยากาศ และเรื่องราวที่นำเสนอ (Kennedy, G.A, 2007) ในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์ นั่นคือการเลือกใช้ภาษาที่สละสลวย และวลีที่นำไปสู่การจดจำ ซึ่งจะมีความเชื่อมโยงกับ Memory ในส่วนของการจดจำได้ดียิ่งขึ้น และในขณะเดียวกัน Style ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวอินฟลูเอนเซอร์นั้น จะช่วยสนับสนุนให้การสื่อสารผ่านช่องทางยูทูปนั้น มีความสนุกสนานมากยิ่งขึ้น (Kapidzic, S. and Herring, S.C., 2015) ซึ่งความน่าสนใจในการใช้ภาษาผ่านยูทูป จะมีความแตกต่างจากสื่อหลัก หรือสื่อเก่าอย่างโทรทัศน์ กล่าวคือ ภาษาที่ใช้นั้นจะมีความเป็นทางการน้อยกว่า และมีการใช้ภาษาที่เป็นกันเอง ซึ่งในบางครั้งอาจจะมีคำไม่สุภาพ หรือคำที่ไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ ซึ่งสามารถเห็นได้ในปัจจุบัน (Pihlaja, S., Gleason, J and Laine, T., 2018)

4) Memory การพูดหรือการแสดง เพื่อสร้างการจดจำ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างฐานผู้ชม หรือผู้ติดตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีผู้สร้างสรรค์เนื้อหาเป็นจำนวนมาก (Kennedy, G.A, 2007) ซึ่งการสร้างการจดจำจึงเปรียบเสมือนกุญแจสำคัญในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ ที่ได้รับความนิยม จากการศึกษาพบว่า เนื้อหาที่มักสร้างการจดจำให้กับผู้ชมใน



ช่องทางยูทูปนั้น จะเป็นเนื้อหาแบบใหม่ น่าติดตาม บางเนื้อหาจะเน้นที่ความบันเทิง บางเนื้อหาจะเน้นที่เกร็ดความรู้ต่าง ๆ ซึ่งจะมีการเล่าเรื่องผ่านประสบการณ์ เพื่อสร้างประสบการณ์ร่วมให้กับผู้ติดตาม และยังมีการเพิ่มเติมด้วยเทคนิค ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง กราฟิกต่าง ๆ (Hartley, J., and McWilliam, K., 2009) และอีกหนึ่งความน่าสนใจที่สามารถสร้างการจดจำให้กับผู้ติดตามได้นั้นคือ ความเป็นจริง (Authenticity) ซึ่งการนำเสนอความจริงนี้ นอกจากจะสร้างตัวตนให้ผู้ติดตามทราบถึงลักษณะตัวตนที่แท้จริง ยังสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในบทบาทอินฟลูเอนเซอร์ ในฐานะบุคคลธรรมดา (Pihlaja, S., Gleason, J and Laine, T., 2018)

5) Delivery การนำเสนออย่างเป็นระบบ การนำเสนอที่น่าสนใจ (Kennedy, G.A, 2007) ประกอบกับการใช้ทักษะทางวจนภาษา และอวัจนภาษาในการนำเสนออย่างเป็นระบบในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์ ผ่านช่องทางยูทูป พบว่า ผู้สร้างสรรค์เนื้อหา มักใช้ความจริง ความเป็นกันเอง ไม่ว่าจะ เป็นภาษาที่เป็นกันเอง ลักษณะท่าทางที่เป็นกันเอง ซึ่งความเป็นจริงเหล่านี้จะนำมาสู่การติดตามของผู้ชม ที่มีความชื่นชอบในลักษณะเฉพาะของอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างบรรยากาศร่วม ระหว่างอินฟลูเอนเซอร์และผู้ติดตาม (Gillen, J, and Merchant, G., 2013)

นอกเหนือจากปัจจัยและทฤษฎีที่มีความสำคัญในการออกแบบ และสร้างสรรค์การสื่อสารภายใต้หลักทางวาณิช เพื่อกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติตามและมีส่วนร่วมไปกับสื่อที่นำเสนอ (กนกอร เรื่องศรี, 2560) ซึ่งเห็นได้อย่างชัดเจนว่า หลักแนวคิด 5 องค์ทางวิทยาศาสตร์ หรือ The 5 Cannons นี้ สามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์ของอินฟลูเอนเซอร์ในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี หรืออาจจะกล่าวถึงกระบวนการในการนำเสนอเนื้อหา ตั้งแต่ขั้นตอนการคิดค้น และคัดสรรเนื้อหา การจัดเรียงเนื้อหาที่น่าสนใจ การใช้การนำเสนอผ่านตัวตน เพื่อสร้างการจดจำ และการใช้เทคนิคการสื่อสารมาประกอบ เพื่อสร้างความสมบูรณ์แบบในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ (Burgess, J., & Green, J, 2018) และสิ่งที่มีส่วนสำคัญให้เกิดความราบรื่น ในการนำเสนอคือ ทักษะในการสื่อสารทั้งทางวจนภาษา และอวัจนภาษา (รุ่ง ศรีอัษฎาพร, 2558) ซึ่งจะส่งผลให้การสื่อสารผ่านการแสดงในการฝึกอบรมนั้นเกิดความเข้าใจ และบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะกล่าวในส่วนถัดไป

#### 2.2.4 การสื่อสารเชิงวจนะภาษา (Verbal Communication)

การสื่อสารเชิงวจนะภาษา (Verbal Communication) คือการใช้คำพูด น้ำเสียง วาจา รวมถึงการสื่อสารด้วยการเขียน ซึ่งการพูดหรือการใช้เสียงในการแปลงเพื่อการสื่อสาร คือส่วนสำคัญในการสื่อสาร ซึ่งความสำคัญในการใช้การสื่อสารเชิงวจนะภาษาอย่างมีประสิทธิภาพ คือการใช้ทรัพยากร หรือพลังงานในตัวบุคคลที่น้อย แต่เกิดผลสัมฤทธิ์ที่คุ้มค่า (รุ่ง ศรีอัษฎาพร, 2558) โดยมีการประเมินประสิทธิผลของการศึกษา ผ่านการสื่อสารได้ตรงตามเป้าประสงค์ กระชับ ถูกต้อง ชัดเจน

และตรงประเด็น และนอกเหนือจากนั้นคือการประเมินผ่านผู้รับสาร ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้รับสารต้องเกิดความเข้าใจในสารนั้น ๆ เกิดประโยชน์ในการฟัง น่าสนใจ และจุดประกายความคิด หรืออุทิศเพื่อการพัฒนาต่อยอดในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่ง ซึ่งประการสำคัญในส่วนของ การสื่อสารผ่านวัจนภาษา คือการใช้เสียง ซึ่งการใช้เสียงที่ดีและเหมาะสมนั้น จะต้องไม่ดัง ไม่เบาจนเกินไป แต่ต้องอยู่บนความพอดี เหมาะสมกับสถานที่ สถานการณ์ และบริบท ไม่ใช่เสียงแบบ Monotone หรือโทนเสียงเดี่ยว ออกเสียงถูกต้องตามอักขระชัดเจน การกล่าวเปรยก่อนเข้าประเด็นสำคัญ การใช้คำพูดที่เหมาะสมในการเชื่อมโยงเพื่อให้การสื่อสารในแต่ละครั้ง หรือเนื้อความที่ต้องการนำเสนอ นั้นราบรื่นไม่ติดขัด การเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นภาพอย่างชัดเจน และเกิดอารมณ์ร่วมระหว่างคู่สนทนา หรือระหว่างกลุ่มนั้น ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยสนับสนุนให้การสื่อสารผ่านรูปแบบของวัจนภาษานั้นสามารถถ่ายทอดได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อสังเกตหนึ่งที่น่าสนใจคือ การใช้ภาษาที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งปรากฏการณ์ในปัจจุบัน การใช้ภาษาของอินฟลูเอนเซอร์ มักจะใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายมีความเป็นกันเอง หรืออาจเรียกได้ว่าเป็นภาษาที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งในบางครั้งอาจจะนำเสนอด้วยคำหยาบ หรือคำไม่สุภาพ (Pihlaja, S., Gleason, J and Laine, T., 2018) และมักนำเสนอตัวตนผ่านภาษาของตนที่ใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อเสนอตัวตน หรือ Authenticity ของตน ดังนั้น ในบทบาทอินฟลูเอนเซอร์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจในเรื่องของวัจนภาษา เพื่อให้การสื่อสารนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ ราบรื่น และการสื่อสารด้วยวัจนภาษานั้นจำเป็นจะต้องสอดคล้องกับบริบทในปัจจุบัน เพื่อการถ่ายทอดความเข้าใจในการเลือกคำพูด ระดับภาษาอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ความเข้าใจในเรื่องวัจนภาษานั้น จะเป็นส่วนเสริมให้บุคลิกภาพภายนอกมีความเป็นมืออาชีพ และเสริมบุคลิกภาพภายในทักษะด้านสติปัญญา และความสามารถได้อีกด้วย (รุ่ง ศรีอักษรภาพ, 2558) รวมทั้งเพิ่มความน่าเชื่อถือเพื่อสร้างแรงจูงใจตามหลักของ Aristotle's Persuasive Appeals ที่ได้กล่าวไว้ในตอนต้น

### 2.2.5 การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา (Nonverbal Communication)

นอกจากการใช้น้ำเสียงหรือการใช้เทคนิคต่าง ๆ ผ่านคำพูดประโยคในการสื่อสาร รวมถึงตัวหนังสือในการถ่ายทอดแล้ว อีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญ และไม่สามารถขาดได้ก็คือ การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา คือการแสดงออกทางกาย การใช้ภาษากายในการสื่อสาร การแสดงออกทางอารมณ์ ซึ่งถือว่าการสื่อสารโดยไม่ใช้คำพูด การสื่อสารเชิงอวัจนภาษานี้มีอิทธิพลทางการสื่อสาร และความเข้าใจมากกว่าร้อยละ 65 (Birdwhistel, 1970: Meherabian, 1981: Wood 2004 อ้างใน รุ่ง ศรีอักษรภาพ, 2558) ในขณะเดียวกันตำราบางเล่มได้ให้ความสำคัญของอวัจนภาษาไว้ถึงร้อยละ 97 (รุ่ง ศรีอักษรภาพ, 2558) การสื่อสารเชิงอวัจนภาษาจึงทำให้อินฟลูเอนเซอร์สามารถเลือกที่จะ

แสดงออกได้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา มีความหมายตามคำนิยามดังนี้ (รุ่งศรีอำภุพร, 2558)

1) การแสดงท่าทาง (posture) การแสดงออกอย่างมั่นใจ ไม่แสดงออกถึงความกังวล ไม่หลุกหลิกหรือแสดงความไม่มั่นใจ เช่น การยืดอก ออกผายไหล่ผึ่ง เพื่อแสดงถึงความมั่นใจ

2) การแสดงอากัปกิริยา (Gesture) ใช้อวัยวะ หรือส่วนต่าง ๆ ของร่างกายแสดงออกถึงสัญลักษณ์ ที่ทำให้เกิดอารมณ์ร่วมไปกับกิจกรรม เช่น การโค้ง ทำความเคารพ ที่แสดงถึงความอ่อนน้อมถ่อมตน

3) การแสดงออกทางสีหน้า (facial expression) การตอบรับด้วยสัญลักษณ์ที่เป็นที่รับรู้ร่วมกัน การยิ้มแย้มต้อนรับ หรือการแสดงออกของสีหน้าที่แสดงถึงการรับทราบ รับฟังข้อมูล เช่น การพยักหน้า ซึ่งแสดงถึงการรับรู้ หรือเข้าใจในสารนั้น ๆ

4) การใช้สายตา (Eye contact) การสบตา หรือการสื่อสารผ่านทางสายตาเพื่อให้เข้าใจถึงอารมณ์และความรู้สึก การสื่อสารสายตາอย่างเป็นมิตร เพื่อความราบรื่น และอบอุ่น เช่น การสบตา และละสายตาจากคู่สนทนาเพื่อไม่ให้เกิดความอึดอัดในขณะที่สนทนา

5) การเคลื่อนไหวของร่างกาย (Body movement) ความกระตือรือร้น กระฉับกระเฉงอย่างเหมาะสม เพื่อแสดงออกถึงความเต็มใจอาชีวะ เช่นการเคลื่อนไหวบนเวที หรือใช้พื้นที่บนเวที เพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้ชม และเกิดอารมณ์ร่วมที่ดี ต่อกิจกรรมนั้น ๆ ได้

การสื่อสารเชิงอวัจนภาษา เป็นการสื่อสารที่ไร้คำพูด แต่สามารถสื่อสารให้เกิดความเข้าใจความรู้สึกนึกคิดของคู่สนทนา หรือกลุ่มได้อย่างชัดเจน อาทิ ในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ที่มีการแสดงออกผ่านการยิ้ม หรือการผายมือเพื่อการนำเสนอในเนื้อหาต่าง ๆ เช่น การรีวิวบ้าน รีวิวรถยนต์ นั่นคือสัญลักษณ์ของการเริ่มต้นนำเสนอ หรือการนำเสนอเรื่องราวที่จะนำเสนอถัดไป เป็นต้น ในขณะเดียวกัน จากการศึกษาในปัจจุบันพบว่า อินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทของยูทูเบอร์ อาจไม่ได้ใช้ทุกหลักการในลักษณะของความสมบูรณ์แบบ แต่มีการนำเสนอที่มีความเป็นจริง และมีความเป็นธรรมชาติมากยิ่งขึ้น (Pihlaja, S., Gleason, J and Laine, T., 2018) เมื่อนำมาเทียบกับหลักปฏิบัติตามกรอบแนวคิดเดิม เช่น การแสดงออกทางสีหน้าที่ไม่จำเป็นจะต้องแสดงออกด้วยรอยยิ้ม เพื่อแสดงถึงความสุข หรือความเข้าใจเพียงเท่านั้น แต่ในขณะเดียวกัน สามารถแสดงสีหน้าในทิศทางตรงกันข้าม แต่ยังคงแสดงถึงความสุขและสร้างความบันเทิงได้ในอีกรูปแบบหนึ่ง (Kapidzic, S. and Herring, S.C., 2015) เป็นต้น

การสื่อสารของอินฟลูเอนเซอร์ ในบทบาทของยูทูเบอร์ หรือเรียกว่า อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ หมายถึง ผู้ทรงอิทธิพลในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความสามารถในการโน้มน้าวใจ สร้างแรงบันดาลใจ ไม่ว่าจะเป็นความบันเทิง ความรู้ ประสบการณ์ หรือการรีวิวสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งสินค้าหรือบริการที่นำเสนอตนเองในช่องทางสื่อออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชัน

ยูทูปนั้น จึงอาจมีบางอย่างที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม แต่อย่างไรก็ตามทักษะทางวัจนภาษา และอวัจนภาษา ก็ยังถือเป็นสิ่งจำเป็น และเป็นอีกทักษะที่สามารถเพิ่มการติดตาม สร้างแรงจูงใจ สร้างการจดจำระหว่างอินฟลูเอนเซอร์และผู้ชม หรือผู้ติดตามได้ ดังนั้น การศึกษาความเหมาะสมในการสื่อสาร หรือการพัฒนาการสื่อสารให้เหมาะสมกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น จึงเป็นสิ่งที่ผู้วิจัย ให้ความสำคัญและศึกษา เพื่อนำผลการศึกษามาต่อยอดต่อไปในอนาคต

## 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบการฝึกอบรม

### 2.3.1 ความหมายการฝึกอบรม

การฝึกอบรม คือกระบวนการสร้างความรู้และทักษะเพื่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในเชิงบวก (สมชาย กิยรรยง และ อรรถจริย์ ณ ตะกั่วทุ่ง, 2550) เป็นกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อปรับปรุงตนเอง เพิ่มทักษะ เพิ่มความรู้ความสามารถเฉพาะทางของบุคคล เพื่อให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานในเนื้องานเพิ่มขึ้นตามบริบทเฉพาะในประเด็นที่ทำการฝึกอบรม (รัตนภรณ์ บุญนุช, 2555) ดังนั้นจากความหมายของการฝึกอบรม ที่ผู้วิจัยได้ศึกษา สามารถสรุปได้ว่า การฝึกอบรมคือกระบวนการหนึ่งที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรม ความคิดและทัศนคติ โดยใช้กระบวนการของการฝึกหัด และเพิ่มทักษะให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะทำการออกแบบกระบวนการการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาผู้สนใจในสายอาชีพอินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทของยูทูปเบอร์ เพื่อให้ได้คุณลักษณะที่พึงประสงค์และสอดคล้องกับปรากฏการณ์ในปัจจุบัน

### 2.3.2 การออกแบบการฝึกอบรม

“Designing Training Programs” เป็นหนังสือที่ถูกเขียนขึ้นโดย Bertero, Rogers, and King (1996) ได้กล่าวถึงกระบวนการออกแบบการฝึกอบรมว่า การฝึกอบรมนั้นมีหลากหลายมิติ และมีความซับซ้อน จึงต้องมีการคิดค้นและออกแบบอย่างรอบคอบ เพื่อผลลัพธ์สูงสุด โดยในการออกแบบการฝึกอบรมนั้นจำเป็นต้องมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับผู้ร่วมฝึกอบรม และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย ซึ่งการออกแบบการฝึกอบรมนั้น หากต้องการผลลัพธ์ที่ดีต่อผู้ร่วมฝึกอบรม จำเป็นต้องสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกัน ด้วยการสร้างปฏิสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ ตามแนวคิด Experimental Learning ของ Kolb (1984) ที่ระบุไว้ว่า จำเป็นต้องมีการสัมผัส (Concrete Experience) การสรุปสิ่งที่เกิดขึ้นในการฝึกอบรมว่ามีเหตุผลอะไร ทำไปเพื่ออะไร (Reflective Observation) หรือการตีความ (Abstract Conceptualization) และการแสดงความคิดเห็น (Active Experimentation) ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นส่วนประกอบให้การจัดฝึกอบรมได้ผลลัพธ์ที่ดี และเกิดผลประโยชน์สูงสุดตามแนวคิดของ Kolb นอกจากนั้นการออกแบบการฝึกอบรม และการจัดการ

ฝึกอบรมเพื่อจุดประสงค์ใดจุดประสงค์หนึ่งจำเป็นต้องวัดผล และสามารถประเมินผลการเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ได้ (Kirkpatrick, 1998) ไม่ว่าจะเป็น การทำ Pre-test, Post-test หรือการตอบแบบสอบถาม เป็นต้น

### 2.3.3 วัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมสำหรับบุคคลทั่วไป ที่มีความสนใจในสายงาน อินฟลูเอนเซอร์

การออกแบบการฝึกอบรมนั้น นอกจากกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในการฝึกอบรม ผู้จัดฝึกอบรมจำเป็นต้องเข้าใจในวัตถุประสงค์การฝึกอบรม เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (รัตนภรณ์ บุญสุข. 2555) จากการศึกษาพบว่า การออกแบบการฝึกอบรมโดยการเจาะจงไปที่บุคคลทั่วไป ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการวิจัยนี้ สามารถอธิบายวัตถุประสงค์ในการฝึกอบรมได้ดังนี้

- 1) เพื่อพัฒนาทักษะและความชำนาญในวิชาชีพ
- 2) เพื่อพัฒนาความคิด ทักษะคิด รวมถึงบุคลิกภาพที่เหมาะสม
- 3) เพื่อพัฒนาฝึกฝนความสามารถในการตัดสินใจ
- 4) เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในการใช้เครื่องมือที่เกี่ยวข้องในวิชาชีพ
- 5) เพื่อสร้างความพึงพอใจในวิชาชีพ
- 6) เพื่อการต่อยอด และพัฒนาในวิชาชีพ
- 7) เพื่อปรับปรุง ปัจจัยแวดล้อมให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น
- 8) เพื่อสร้างกำลังใจ และแรงบันดาลใจในการทำงาน
- 9) เพื่อเข้าใจเป้าหมายในวิชาชีพได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เมื่อนำวัตถุประสงค์ข้างต้น ประกอบกับหลักทฤษฎีทางวาทนิเทศที่กล่าวไว้ในตอนต้น จะทำให้เห็นว่า การออกแบบการฝึกอบรมในครั้งนี้ จะต้องออกแบบการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับ แอปพลิเคชันยูทูป เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ ไม่ว่าจะเป็นการคัดสรรเนื้อหา การพัฒนาตัวตนในรูปแบบของความเป็นจริง หรือ Authenticity (Pihlaja, S., Gleason, J and Laine, T., 2018) การวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์ผู้รับสาร เป็นต้น

### 2.3.4 รูปแบบการฝึกอบรม

รูปแบบในการฝึกอบรมนั้น สามารถจำแนกออกได้หลายประเภท ตามแต่ความเหมาะสมของวัตถุประสงค์การฝึกอบรม และบริบทที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษารูปแบบการฝึกอบรมที่มีความสอดคล้องกับยุคปัจจุบัน สามารถจำแนกรูปแบบการฝึกอบรมได้ 2 รูปแบบหลัก ประกอบด้วย Classroom Training และ E-Learning หรือ E-Training (Tec Edmonton, 2019) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) Classroom Training คือการจัดฝึกอบรมภายในห้องเรียน หรือเป็นการจัดฝึกอบรม ในสถานที่ที่ถูกจัดเตรียมไว้ โดยผู้ร่วมฝึกอบรมนั้นจะได้มาพบและร่วมกิจกรรม (Coassemble, 2021) โดยจะมีผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ในทักษะนั้น ๆ มาให้ความรู้ แนะนำเนื้อหา ประกอบกับ กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้น ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมจะได้ความรู้โดยตรงผ่านวิทยากร และได้แลกเปลี่ยน ความคิดกับผู้ร่วมฝึกอบรมท่านอื่นด้วยเช่นกัน (Tec Edmonton, 2019)

2) E-Learning หรือ E-Training คือการฝึกอบรมผ่านอุปกรณ์ หรือเครื่องมือทาง เทคโนโลยี และสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อวีดิโอ ภาพนิ่ง และอินโฟกราฟฟิกเป็นหลัก ซึ่งผู้ร่วมการ ฝึกอบรมสามารถเข้าฝึกอบรมได้ตลอดเวลาตามที่ตนสะดวก มีความยืดหยุ่นในการฝึกอบรม และมี ค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่า การฝึกอบรมแบบ Classroom Training (Tec Edmonton, 2019)

ดังนั้น การวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะเน้นและเลือกการฝึกอบรมในรูปแบบของ Classroom Training เพื่อให้สอดคล้องกับหัวข้อวิจัย เนื่องด้วยการฝึกอบรมในครั้งนี้ใช้หลักทางวาณิชเทศเป็นหลัก สำคัญในการฝึกอบรม โดยเน้นการฝึกอบรมด้วยการปฏิบัติจริง เกิดกระบวนการมีส่วนร่วม และ ปฏิบัติจริง (รัตนภรณ์ บุญชู. 2555) ซึ่งจะเน้นกิจกรรม และการแสดงออกเป็นสำคัญ และเพื่อให้ผู้ ร่วมการฝึกอบรมได้ความรู้ และแลกเปลี่ยนความคิด โดยตรงกับวิทยากร อินฟลูเอนเซอร์ และ ผู้เชี่ยวชาญ

### 2.3.5 กระบวนการฝึกอบรม

กระบวนการฝึกอบรมตามแนวคิดการฝึกอบรมของ Bertero, Rogers, และ King (1996) ในหนังสือ Designing Training Programs ได้กล่าวถึงกระบวนการฝึกอบรมในหลากหลาย มิติ ซึ่งทางผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์กับบริบทในปัจจุบัน โดยสรุปความหมายของกระบวนการฝึกอบรม ว่า หมายถึง กระบวนการศึกษาผ่านเอกสารที่เกี่ยวข้องถึงรูปแบบการฝึกอบรม ขั้นตอนในการ ฝึกอบรม และนำแนวคิดทางวาณิชเทศมาประกอบ โดยเน้นหลัก Aristotle's Persuasive Appeals (Ethos, Pathos, Logos) The 5 Cannons, Verbal and Non-Verbal เป็นสำคัญ พร้อมทั้งนำมา ประยุกต์กับงานวิจัยที่สรุปกระบวนการฝึกอบรมไว้ 6 ประการ (Kathiravelu, S. K., & Abdul Aziz, A. R. 2014) ซึ่งกระบวนการดังกล่าวจะมีการประยุกต์กับหลักทฤษฎีทางวาณิชเทศและบริบทใน ปัจจุบัน ดังนี้

1) การวางแผนการฝึกอบรม คือการนำหลักทางวาณิชเทศที่กล่าวมาข้างต้นมาเป็นเสา หลักในการสัมภาษณ์ โดยผ่านหลัก 3 ประการ คือ Ethos Pathos และ Logos เพื่อถอดบทเรียน ทางการสื่อสารจากอินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบผลสำเร็จ ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิชาการ

2) การออกแบบหลักสูตร คือการนำผลลัพธ์ที่ได้จากการสัมภาษณ์มาออกแบบกิจกรรม และเนื้อหาสำคัญที่จะนำมาถ่ายทอดสู่ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม

3) การสร้างเนื้อหาการเรียนรู้ คือการนำผลลัพธ์ที่ได้ การพูดคุยถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ ถึงประเด็นสำคัญต่าง ๆ และถ่ายทอดให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรม เข้าใจในการนำเสนอ เข้าใจตนเอง และอุปกรณ์ หรือเครื่องมือที่เกี่ยวข้อง

4) การนำเสนอเนื้อหาการเรียนรู้ คือขั้นตอนหนึ่งในการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมเข้าใจเนื้อหา และสามารถนำไปต่อยอดในสายงานอินฟลูเอนเซอร์ได้จริง

5) การฝึกทักษะ นอกเหนือจากหลักการตามหลักทฤษฎี และประสบการณ์จริงที่ถูกถ่ายทอดผ่านวิทยากรที่เป็นอินฟลูเอนเซอร์แล้ว การฝึกปฏิบัติจริงในการอบรม คืออีกส่วนสำคัญที่จะทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดียิ่งขึ้น

6) การประเมินผล ในการประเมินผลครั้งนี้จะมีการประเมินผลทั้งก่อนและหลังการฝึกอบรม เพื่อนำผลที่ได้มาเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลง และแนวทางในการดำเนินงานที่มีความเกี่ยวข้องกับอินฟลูเอนเซอร์ ต่อไป

จากกระบวนการที่กล่าวมาข้างต้น คือแนวทางการปฏิบัติในการจัดฝึกอบรมเพื่อค้นหาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทยูทูเบอร์ ซึ่งเป็นกระบวนการที่นำหลักทฤษฎีมาประกอบกับหลักสำคัญในการฝึกอบรม เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทศนคติไปในทิศทางหรือวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม ซึ่งในแต่ละขั้นตอนสามารถเพิ่มโอกาสในอาชีพ (รัตนภรณ์ บุญชู. 2555) และประสิทธิภาพในการทำงานที่สูงขึ้น (Kathiravelu, S. K., & Abdul Aziz, A. R. 2014)

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ” เป็นงานวิจัยที่ต้องศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบต่อไป ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

### 2.4.1 แนวคิดเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์ และอิทธิพลทางความคิด

Nandagiri และ Philip (2018) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับ Impact of influencers from Instagram and YouTube on their followers โดยอธิบายถึงผู้ติดตามของกลุ่มยูทูเบอร์ ที่มีการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยผลวิจัยพบว่า ผู้ติดตามมักจะตอบสนองต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่ยูทูเบอร์ที่ตนติดตามแนะนำ และสำหรับยูทูเบอร์ที่มีผลงานที่ดีและเป็นที่ยอมรับ มักมีผลกระทบที่ดีต่อผู้ติดตามในเรื่องของการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือไม่ซื้อสินค้าในอนาคต และผลการวิจัยนี้ พบว่า ยูทูเบอร์ คือ

หัวใจสำคัญในการตัดสินใจซื้อ เป็นจุดเชื่อมโยง หรือเป็นศูนย์กลาง ในการเข้าใจการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์และการใช้ผู้ทรงอิทธิพลเป็นเครื่องมือในการตลาดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ

Chau (2010) ได้ศึกษาเรื่อง YouTube as a participatory culture. New Directions for Youth Development ซึ่งเป็นการศึกษาการมีส่วนร่วมในแอปพลิเคชันยูทูป และพูดถึงหนึ่งฟังก์ชันที่น่าสนใจ กล่าวคือ ยูทูปเบอร์ หรือผู้สร้างสรรค์เนื้อหา โดยพบว่า ยูทูปกลายเป็นแพลตฟอร์มสำหรับผู้สร้างสรรค์เนื้อหา โดยสามารถนำเสนอเนื้อหาที่ตนสนใจผ่านสื่อวิดีโอในแพลตฟอร์มได้ และสามารถแบ่งปันวิดีโอให้กับผู้ชมหรือผู้ติดตามได้ ซึ่งจะสามารถสร้างการมีส่วนร่วมได้โดยฟังก์ชันต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน ซึ่งหลังจากการสำรวจพบว่า ยูทูป แอปพลิเคชันที่เกิดขึ้นนี้ได้ส่งผลกระทบต่อสื่อเดิม เพื่อมีเนื้อหาที่หลากหลาย มีขอบเขต หรือข้อจำกัดน้อยกว่าสื่อเก่าเมื่อนำมาเปรียบเทียบกัน และผู้นำเสนอหรือยูทูปเบอร์คือส่วนหนึ่งในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับผู้ชม และผู้ติดตาม การบริโภคและการผลิตสื่อ และการสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมที่เสริมสร้างพลังให้กับผู้ใช้ในการสร้างและร่วมแบ่งปันเนื้อหา โดยบทความเน้นให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ซึ่งสามารถแสดงความคิดเห็น สร้างและแบ่งปันเนื้อหาของตนเอง และมีการสนทนากับผู้ใช้คนอื่นได้นอกจากนี้ บทความยังสำรวจถึงวิธีที่ยูทูปสร้างผลกระทบต่อสื่อเก่า โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสร้างสรรคเนื้อหาในรูปแบบใหม่ ๆ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อผู้ชม และผู้วิจัยเชื่อว่ายูทูปจะกลายเป็นแพลตฟอร์มที่เข้าถึงการผลิตและการเผยแพร่สื่อให้เกิดเป็นสิ่งที่เป็นประโยชน์กับสังคม ผ่านการมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มออนไลน์

#### 2.4.2 แนวคิดทางวาณิชที่นำมาประยุกต์กับสื่อสังคมออนไลน์

Berger (2015) ศึกษาเรื่อง Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches. ได้อธิบายเกี่ยวกับ Ethos, Pathos, และ Logos ในการโต้ตอบและการสื่อสารในวงการสื่อสารมวลชน โดย Ethos เป็นการสร้างความเชื่อมั่น ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจในผู้พูดหรือแหล่งข้อมูล ส่วน Pathos เป็นการเน้นความรู้สึกหรือผลกระทบของข้อความต่อผู้รับฟังหรือผู้เข้าชม ในขณะที่ Logos เป็นการเน้นความเหมาะสมตามหลักการตรรกะหรือการเชื่อมโยงกับข้อมูลหรือหลักฐาน นอกจากนี้ยังพบว่า การวิจัยนี้ นำหลักทางวาณิชมาอธิบายปรากฏการณ์ของสื่อสังคมออนไลน์

Ahmed (2019) ศึกษาเรื่อง A study of ethos, pathos and logos in YouTube advertisements ในการศึกษาได้นำเสนอเกี่ยวกับ Ethos, Pathos และ Logos ในโฆษณาบนยูทูป โดยวิเคราะห์ว่าแต่ละเทคนิคนี้ ถูกนำมาใช้อย่างไรในการสร้างอารมณ์และเชื่อมโยงกับผู้ชมในโฆษณาบนยูทูป เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยผู้วิจัยได้สำรวจข้อมูลจากโฆษณาบนยูทูป และวิเคราะห์เทคนิคของ Ethos, Pathos และ Logos ที่ใช้ในโฆษณานั้น ๆ ผลการวิจัยพบว่า



Ethos ถูกนำมาใช้ในการสร้างความน่าเชื่อถือและความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์หรือบริการที่โฆษณาได้ประกาศ ซึ่งอาจมาจากความน่าเชื่อถือของผู้สร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น หรือความเชี่ยวชาญของบริษัทที่ผลิตผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น Pathos ถูกนำมาใช้ในการสร้างความรู้สึกหรืออารมณ์ในผู้ชม ซึ่งอาจเป็นอารมณ์ของความตื่นเต้น ความตกใจ ความสุข หรืออื่น ๆ ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความทรงจำและความน่าจดจำของผลิตภัณฑ์และบริการ ส่วน Logos ถูกนำมาใช้ในการสร้างเหตุผลหรือข้อมูลที่เป็นหลักในการสร้างความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์และบริการ

Papacharissi (2010) ศึกษาเรื่อง "A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites" โดยอธิบายเกี่ยวกับสังคมออนไลน์และแนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสื่อสังคมในสมัยปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า การใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมมีผลต่อการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและเป็นปรัชญาชีวิตส่วนตัวของผู้ใช้ ส่วนเรื่อง Ethos Pathos Logos ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ผลการสื่อสารในสังคมออนไลน์ โดย Ethos Pathos Logos ช่วยให้เข้าใจได้ว่าผู้ใช้เทคโนโลยีสื่อสังคมมีความคิดเห็นอย่างไร และแนวโน้มของการใช้งานเทคโนโลยีเหล่านี้ในอนาคตยังมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นต่อไป ซึ่งผลการวิจัยของเรื่อง Ethos Pathos Logos ได้ระบุว่า องค์ประกอบหลักทั้ง 3 องค์ประกอบ เป็นส่วนสำคัญในการพูดหรือเขียนเพื่อให้ผู้ฟังหรือผู้อ่านเชื่อหรือสนับสนุนความคิดเห็นหรือเป้าหมายของผู้พูดหรือผู้เขียน

#### 2.4.3 แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และความสัมพันธ์ในสังคมออนไลน์

Dabah Boyd (2008) ได้ศึกษาเรื่อง Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life ได้อธิบายเกี่ยวกับบทบาทความสัมพันธ์ของเยาวชน และสื่อสังคมออนไลน์ โดยกล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่อาศัย Social Network Sites (SNS) จะเป็นตัวเชื่อมโยงให้เยาวชน หรือผู้ใช้สื่อออนไลน์ สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ตลอดเวลา และในขณะเดียวกัน การสร้างความสัมพันธ์ในโลกออนไลน์จะช่วยเพิ่มปริมาณจำนวนผู้สื่อสาร รวมถึงการแลกเปลี่ยนความรู้บนโลกออนไลน์ได้อีกด้วย

Henry Jenkins (2006) ได้ศึกษาเรื่อง Convergence Culture: Where Old and New Media Collide และได้กล่าวถึงความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในยุคสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องด้วยการติดต่อสื่อสารอย่างไร้พรมแดน ซึ่งปรากฏการณ์นี้ทำให้เกิดการรวมตัว และสร้างสรรค์เนื้อหาสาระที่น่าสนใจ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน รวมถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชม เมื่อมีการโน้มน้าวใจผ่านสื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงพบว่ายูทูปคืออีกหนึ่งแอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยเฉพาะในสื่อวิดีโอ หรือภาพเคลื่อนไหว ซึ่งส่วนใหญ่แล้วการศึกษาที่พบจะเกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางการตลาด ซึ่งผู้วิจัยพบงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาเกี่ยวกับ

การนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ รวมถึงการถอดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ และนำสิ่งที่ได้มาออกแบบกระบวนการฝึกอบรม ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำประเด็นดังกล่าวมาศึกษาต่อไป



## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่นำองค์ความรู้จากการศึกษาบทความวิจัย ตำรา และเอกสารต่าง ๆ ผสานกับกระบวนการแบบกลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อนำไปสู่การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 ราย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มประกอบด้วย

1) อินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบผลสำเร็จในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ โดยจะต้องมีผู้ติดตามขั้นต่ำอยู่ที่ 100,000 คน และมีคุณสมบัติในการขายสินค้า หรือรีวิวสินค้า หรือรีวิวสถานที่ต่าง ๆ จำนวน 5 ราย หรือ 5 ช่อง ได้แก่

1.1) คุณธรรมชาติ จากช่อง Thammachad (อินฟลูเอนเซอร์ 1)

1.2) คุณก๊ี้ จากช่อง กินกั๊บกี้ (อินฟลูเอนเซอร์ 2)

1.3) คุณเคธี จากช่อง Kethy and George (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

1.4) คุณบุญรอด จากช่อง Poocho Channel (อินฟลูเอนเซอร์ 4)

1.5) คุณหมวย จากช่อง พากินพาแซบ MT Channel (อินฟลูเอนเซอร์ 5)

2) ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม ซึ่งจะต้องเป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์ในการออกแบบการฝึกอบรม จำนวน 3 ราย ได้แก่.

2.1) อาจารย์ มนัสศิริ นุตยกุล ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักบริหารกลยุทธ์และนวัตกรรม สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม 1)

2.2) คุณพรรณณัฐดา รักด่านกลาง เจ้าหน้าที่ฝึกอบรม และพัฒนา สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม 2)

2.3) คุณสิริภพ แก้วมาก ผู้ช่วยชาวยุทธด้านการสื่อสาร และการฝึกอบรม (ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม 3)

3) นักวิชาการด้านวาทนิเทศ ซึ่งจะต้องมีความเชี่ยวชาญทางนิเทศศาสตร์ และมีประสบการณ์ในการฝึกอบรม จำนวน 2 ราย ได้แก่

3.1) ผศ.ชวลีพร เกษโกวิท อดีตอาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (นักวิชาการ 1)

3.2) ดร.ภาคพร พิมสาร หัวหน้าแขนงวิชาศิลปะการละครและความเป็นผู้ประกอบการสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา (นักวิชาการ 2)

3.1.2 ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมรวมจำนวน 13 ราย ได้แก่ ผู้ที่มีความสนใจในการประกอบอาชีพ อินฟลูเอนเซอร์ ที่มีอายุระหว่าง 18-25 ปี หรือผู้ที่เป็นยูทูเบอร์มีผู้ติดตามระหว่าง 1,000-5,000 คน

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่มีแนวคำถาม (Interview Guidelines) เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากอินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบผลสำเร็จในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม และนักวิชาการด้านวาทนิเทศ โดยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างดังกล่าว ผู้วิจัยสร้างและทดสอบจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อพัฒนาแนวคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และกรอบการออกแบบการฝึกอบรมในหัวข้อลำดับต่อไป โดยข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างมีลักษณะเป็นคำถามเปิดกว้างและยืดหยุ่นต่อการตอบ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงประเด็นที่ต้องการศึกษา จากนั้นได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ด้วยการตรวจสอบความตรงเที่ยงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแนวคำถามสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษาในการพิจารณาข้อคำถามการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมเนื้อหาครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของข้อคำถาม ความถูกต้องของโครงสร้างและภาษาที่ใช้ รวมทั้งความเหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูล พร้อมทั้งปรับปรุงเครื่องมือตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

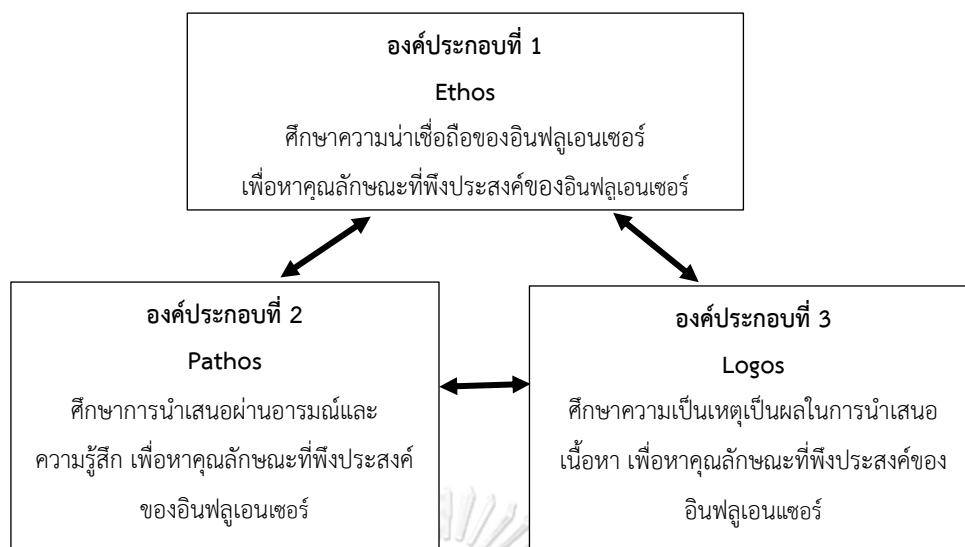
ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยขอหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากบัณฑิตวิทยาลัยส่งผู้ให้ข้อมูลหลักทุกท่าน เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์และขอความอนุเคราะห์ในการให้ สัมภาษณ์ โดยขออนุญาตจัดบันทึกคำสัมภาษณ์ พร้อมกับการบันทึกเสียง โดยผู้วิจัยเริ่มจากการแนะนำตนเอง อธิบายเรื่องและวัตถุประสงค์ของการศึกษา เกณฑ์การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลัก การนำข้อมูลไปใช้ และประโยชน์ที่จะได้รับ เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลทราบวัตถุประสงค์และให้ความร่วมมือ

ผู้วิจัยเริ่มสัมภาษณ์ตามแนวคำถามสัมภาษณ์ โดยการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นและเข้าสู่คำถามต่าง ๆ ตามแบบสัมภาษณ์ ระหว่างสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสร้างความสัมพันธ์เพื่อให้เกิดบรรยากาศของความไว้วางใจ และความเป็นกันเอง ผู้วิจัยทำการพิทักษ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยแจ้งให้ทราบว่า จะนำเสนอข้อมูลเชิงวิชาการในภาพรวมเท่านั้น จากนั้นทำการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Credibility) ของข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการตรวจสอบข้อมูล แบบสามเส้า (Triangulation) (Denzin & Lincoln, 2001; สุภางค์ จันทวานิช, 2559) เพื่อช่วยลดความ ผิดพลาดในการตีความโดยใช้มุมมองที่หลากหลายในการยืนยันความหมายที่ชัดเจนและถูกต้อง ประกอบด้วย การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล ดังนี้

- 1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบแหล่งของตัวบุคคลผู้ให้ข้อมูลที่ต่างกัน
- 2) การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยการใช้มุมมองของแนวคิดและทฤษฎีที่แตกต่างกัน
- 3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยใช้ วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายเพื่อรวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกควบคู่ไปกับการศึกษาวิเคราะห์เอกสาร เพื่อรวบรวมข้อมูลในเรื่องเดียวกัน

### 3.4 กรอบการออกแบบการฝึกอบรม

รูปแบบการวิจัย “กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป” จะมีความสอดคล้องตามหลักวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีกรอบในการศึกษาและออกแบบการฝึกอบรม ตามกรอบดังต่อไปนี้



รูปที่ 3.1 กรอบการออกแบบการฝึกอบรมโดยยึดหลัก Aristotle's Persuasive Appeals

องค์ประกอบข้างต้นคือองค์ประกอบหลักที่จะใช้ในการศึกษาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ซึ่งจะนำไปสู่กรอบในการฝึกอบรม โดยการออกแบบการฝึกอบรมในครั้งนี้ จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ซึ่งแต่ละส่วนจะมีความสำคัญที่แตกต่างกันออกไปดังนี้

### 3.4.1 ส่วนที่ 1 Ethos

เป็นการศึกษาตัวอินฟลูเอนเซอร์เกี่ยวกับความน่าเชื่อถือ เพื่อหาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ โดยในส่วนนี้จะถูกนำมาเป็นหลักสูตรในการฝึกอบรม ซึ่งจะต้องมีการถ่ายทอดและการแลกเปลี่ยนในประเด็นสำคัญคือ กลวิธีใดที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปได้บ้าง ภายใต้ 3 องค์ประกอบหลังของ Ethos ดังนี้

1) Good will การแสดงออกของเจตนาที่ดี หรือความหวังดีที่อินฟลูเอนเซอร์ได้นำเสนอนั้น สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ชม หรือผู้ติดตามได้จริงหรือไม่ อย่างไร และมีข้อควรปฏิบัติอย่างไร

2) Good sense การแสดงออกโดยเน้นหลักคุณธรรม จริยธรรมของอินฟลูเอนเซอร์นั้น สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้ชม หรือผู้ติดตาม ได้จริงหรือไม่ อย่างไร และมีข้อควรปฏิบัติอย่างไร

3) Good Character ความรู้ความสามารถที่ตัวอินฟลูเอนเซอร์ได้ถ่ายทอด หรือนำเสนอต่อผู้ชมหรือผู้ติดตามนั้น ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ชม หรือผู้ติดตามหรือไม่อย่างไร และมีข้อควรปฏิบัติอย่างไร

### 3.4.2 ส่วนที่ 2 Pathos

ศึกษาการนำเสนอผ่านอารมณ์ และความรู้สึก เพื่อหาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ อินฟลูเอนเซอร์ ในส่วนนี้จะถูกออกแบบเป็นอีก 1 หลักสูตรในการฝึกอบรม และหาแนวทางในการ นำเสนอเนื้อหาด้วยอารมณ์ และความรู้สึกว่าอินฟลูเอนเซอร์นั้น ควรแสดงออกอย่างไร ส่งผลต่อความ น่าเชื่อถือหรือไม่ สามารถสร้างแรงจูงใจ สร้างความน่าเชื่อถือ เพิ่มจำนวนผู้ติดตาม และสร้างการ จดจำต่อผู้ชม หรือผู้ติดตามได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างไร เช่น การใช้หลักของ The 5 Cannons ใน ส่วนของ Style ประกอบกับหลักแนวคิด การสื่อสารเชิงวัจนภาษา (Verbal Communication) และการสื่อสารเชิงอวัจนภาษา (Non Verbal Communication) เพื่อให้ได้กลวิธีในการสื่อสารที่ สอดคล้องกับการสื่อสารของอินฟลูเอนเซอร์ในยุคปัจจุบัน เป็นต้น

### 3.4.3 ส่วนที่ 3 Logos

ศึกษาความเป็นเหตุเป็นผลในการนำเสนอเนื้อหา เพื่อค้นหาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของอินฟลูเอนเซอร์ เพื่อให้เกิดความชัดเจนเชิงประจักษ์ในการนำเสนอเนื้อหา ในส่วนที่ 3 นี้ คืออีก 1 หลักสูตรในการฝึกอบรมในด้านของเนื้อหา ซึ่งหากมีการนำเสนอหลักฐาน หรือค่าสถิติที่สามารถ พิสูจน์ได้นั้น มีความจำเป็นหรือไม่ในการนำเสนอของอินฟลูเอนเซอร์ในยุคปัจจุบัน ความน่าเชื่อถือนี้ จะนำมาสู่จำนวนผู้ติดตามมากขึ้นหรือไม่ หรือผู้ติดตามต้องการรับสารที่มีความบันเทิง สร้างอารมณ์ และเสียงหัวเราะเท่านั้น เช่น ความเข้าใจในตัวผู้รับสารด้วยเครื่องมือการวิเคราะห์ของแอปพลิเคชันยู ทูป สามารถสร้างความน่าสนใจ หรือสร้างความน่าเชื่อถือได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด และสามารถ ปฏิบัติได้อย่างไรบ้าง เป็นต้น

จากส่วนประกอบหลักทั้ง 3 ส่วนนี้ นำมาสู่กระบวนการออกแบบการฝึกอบรม ที่ ครอบคลุมทั้ง 3 ส่วนสำคัญตามหลักทฤษฎีทางวาณิชศาสตร์ เพื่อให้การฝึกอบรมนี้สามารถสร้างอินฟลูเอนเซอร์ ที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ และสอดคล้องกับบริบทในยุคปัจจุบัน

การได้มาซึ่งแนวทางในการออกแบบการฝึกอบรม ผู้วิจัยเริ่มต้นศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง กับคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์และแนวคิดทฤษฎีทางวาณิชศาสตร์ ด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ อินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบผลสำเร็จในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ จำนวน 5 ราย ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม จำนวน 3 ราย และนักวิชาการด้านวาณิชศาสตร์ จำนวน 2 ราย โดยใช้กรอบ การออกแบบการฝึกอบรมโดยตามหลัก Aristotle's Persuasive Appeals เป็นกรอบหลักในการ สัมภาษณ์และเก็บข้อมูล ซึ่งข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจะทำให้ผู้วิจัยได้เห็นจุดร่วมภายใต้ 3 องค์ประกอบหลักทฤษฎีทางวาณิชศาสตร์ และการศึกษาข้อมูลเอกสารต่าง ๆ เมื่อนำมาประกอบกันจะได้จุด ร่วมจากแนวคิดทฤษฎีที่มีแนวโน้มและสามารถใช้จริงได้ในปัจจุบัน ซึ่งจะนำมาสู่การออกแบบ กระบวนการฝึกอบรม ต่อไป

กรอบการออกแบบการฝึกอบรมโดยยึดหลัก Aristotle's Persuasive Appeals ที่ได้ อธิบายในข้างต้น คือส่วนสำคัญสำหรับการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งในทุกองค์ประกอบจะสอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ในการวิจัยได้อย่างครอบคลุม ดังนี้

1) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ในการวิเคราะห์คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และใช้การสัมภาษณ์อินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบความสำเร็จ ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม และ นักวิชาการด้านนาวัตินเทศ เพื่อถอดบทเรียนเกี่ยวกับลักษณะที่พึงประสงค์ ภายใต้อัน 3 เสาหลัก เพื่อนำไปสู่การออกแบบการฝึกอบรมต่อไป

2) เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ในการพัฒนาและนำเสนอกระบวนการจัดฝึกอบรม เพื่อพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์นั้น ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากอินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบความสำเร็จ ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม และนักวิชาการด้านนาวัตินเทศ มาถอดบทเรียน และหาจุดร่วมที่สามารถนำมาต่อยอด และออกแบบการฝึกอบรมสำหรับผู้ที่มีความสนใจในสายงาน อินฟลูเอนเซอร์

### 3.5 ขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ แบ่งขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัย 5 ขั้นตอน โดยแต่ละขั้นตอนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 3.5.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทยูทูปเบอร์ ผ่าน การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ และเจาะลึกลงไป ที่ อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ผ่านการศึกษาเอกสาร ตำรา บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องตาม วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ในการวิเคราะห์คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ศึกษาเอกสารที่ใช้ในการวิจัย เป็นเอกสารที่มีความเกี่ยวข้องกับหัวข้อการวิจัยทั้ง ทางตรง และทางอ้อม อาทิ ทฤษฎีนาวัตินเทศ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ อิทธิพล ของอินฟลูเอนเซอร์ต่อผู้ชมหรือผู้ใช้งานในยุคดิจิทัล อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในโลกสังคมออนไลน์ อิทธิพลทางความคิด การออกแบบการฝึกอบรมเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลง การฝึกอบรมภายใน องค์กร เป็นต้น ซึ่งคำสำคัญที่ใช้ในการค้นหา จำเป็นต้องมีความสอดคล้องกับทฤษฎีที่ผู้วิจัยเลือกใช้



2) การวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการ วิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร ตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำข้อมูลที่ได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นทำการทดลอง เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้มาวิเคราะห์เชิงเนื้อหาสรุป และอภิปรายผล เพื่อนำข้อมูลจากเอกสารทั้งหมดที่ได้มาประกอบในการพิจารณาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ รวมถึงรูปแบบในการจัดฝึกอบรมบนฐานทฤษฎีวาทนิเทศ ซึ่งการวิเคราะห์เนื้อหาในครั้งนี้จะเป็นส่วนหนึ่ง เพื่อนำไปประกอบกับคำถามในการสัมภาษณ์ และคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์อินฟลูเอนเซอร์และการออกแบบการฝึกอบรม

### 3.5.2 การวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทยูทูบเบอร์ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ภายใต้กรอบการออกแบบการฝึกอบรมโดยยึดหลัก Aristotle's Persuasive Appeals ประกอบด้วย

3.5.2.1 กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบจำนวน 5 ราย หรือ 5 ช่อง โดยมีเนื้อหาการสัมภาษณ์ อาทิ วิธีการนำเสนอ เนื้อหาสาระ กระบวนการ กลยุทธ์ ช่องทางออนไลน์ในการนำเสนอ เอกลักษณ์เฉพาะสิ่งที่ควรคำนึง และสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง เป็นต้น ที่นำมาสู่ความสำเร็จของแต่ละบุคคลหรือแต่ละช่อง

ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

1) ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนตัว

1.1) ชื่อ นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์

1.2) อายุ

1.3) อาชีพปัจจุบัน

1.4) ประสบการณ์ในการทำงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการนำเสนอผ่านสื่อ

ออนไลน์

1.5) ภูมิลำเนา/ ที่อยู่ปัจจุบัน

1.6) ช่องทางการติดต่อที่สะดวก

1.7) ท่านประสงค์จะขอรับผลการวิจัยหรือไม่  ใช่  ไม่ใช่

2) ส่วนที่ 2: คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

2.1) อินฟลูเอนเซอร์ในความหมายของคุณคืออะไร

2.2) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบใน

ความหมายของคุณคืออะไร

2.3) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปเป็นอย่างไร

2.4) สิ่งใดที่อินฟลูเอนเซอร์ควรปฏิบัติ และไม่ควรถปฏิบัติ

3) ส่วนที่ 3: เทคนิคการนำเสนอบนแพลตฟอร์มยูทูป เพื่อสร้างการติดตาม โน้มน้าวใจ และความน่าเชื่อถือ

3.1) มีเทคนิคการนำเสนออย่างไรให้นำติดตาม

3.2) ทำอย่างไรให้มีคนติดตาม หรือ ทำให้ผู้ชมเกิดความประทับใจ

3.3) ปัจจัยที่สนับสนุนให้กลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปคืออะไร

3.4) อินฟลูเอนเซอร์สามารถโน้มน้าวใจผู้ชมได้เพราะอะไร

3.5) ปัจจัยที่ทำให้เกิดความน่าเชื่อถือระหว่างอินฟลูเอนเซอร์ และผู้ชม คืออะไร

4) ส่วนที่ 4: ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่มีความสนใจในการสร้างตัวตน อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปในอนาคต

4.1) ท่านคาดหวัง ว่าจะได้เห็นอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปเป็นอย่างไร

4.2) ท่านคิดว่าแนวโน้มของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปในอนาคตเป็นอย่างไร

3.5.2.2 กลุ่มอาชีพที่มีความเชี่ยวชาญการจัดฝึกอบรม จำนวน 3 ราย โดยมีเนื้อหาการสัมมนาอาชีพ กลยุทธ์ในการจัดฝึกอบรม อิทธิพลทางความคิด กระบวนการที่ใช้ในการฝึกอบรม โดยนำผลลัพธ์ที่ได้มาประกอบกับคำสัมภาษณ์ของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ เพื่อออกแบบกระบวนการฝึกอบรมต่อไป

ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม

1) ส่วนที่ 1: รูปแบบการฝึกอบรม

รูปแบบการฝึกอบรมที่เหมาะสมกับการพัฒนาลักษณะอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปควรเป็นอย่างไร

2) ส่วนที่ 2: การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม

2.1) กิจกรรมในการฝึกอบรมควรมีกิจกรรมใดบ้าง

2.2) ระยะเวลาในการจัดฝึกอบรมที่เหมาะสม และสอดคล้องกับเนื้อหาควรเป็นอย่างไร

2.3) ผู้ดำเนินการฝึกอบรมควรมีใครบ้าง

### 3) ส่วนที่ 3: การออกแบบ Reflection note และ Pre-test Post-test

ควรใช้ประเด็นใดที่สามารถออกแบบ Reflection note และ Pre-test Post-test เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด สำหรับผู้ร่วมฝึกอบรม

4) ส่วนที่ 4: คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม

4.1) อินฟลูเอนเซอร์ในความหมายของคุณคืออะไร

4.2) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปในความหมายของคุณคืออะไร

4.3) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปเป็นอย่างไร

4.4) สิ่งใดที่อินฟลูเอนเซอร์ควรปฏิบัติ และไม่ควรปฏิบัติ

3.5.2.3 นักวิชาการทางด้านวาทนิเทศ จำนวน 2 ราย สำหรับการให้ข้อมูลที่สอดคล้องกับหลักทฤษฎีทางวาทนิเทศ อาทิ หลัก Aristotle's Persuasive Appeals (Ethos, Pathos, Logos) หลักวาทศาสตร์องค์ห้าของซีเซโร เป็นต้น เพื่อให้การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม มีความสอดคล้องบนพื้นฐานแนวคิดวาทนิเทศ

ตัวอย่างคำถามในการสัมภาษณ์

1) ส่วนที่ 1: หลักแนวคิด Aristotle's persuasive appeals กับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

1.1) หลักแนวคิด Aristotle's persuasive appeals มีความสำคัญต่ออินฟลูเอนเซอร์อย่างไร

1.2) หลักแนวคิด Aristotle's persuasive appeals สามารถสนับสนุนอินฟลูเอนเซอร์ได้อย่างไรบ้าง

1.3) หลักแนวคิด Aristotle's persuasive appeals เมื่อนำมาประยุกต์ใช้กับแพลตฟอร์มยูทูปมีประเด็นใดบ้างที่มีความแตกต่างจากอดีต

1.4) หลักแนวคิด Aristotle's persuasive appeals สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ หรือ แพลตฟอร์มยูทูปได้อย่างไร

2) ส่วนที่ 2: หลักแนวคิด Five canons กับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

2.1) หลักแนวคิด Five canons มีความสำคัญต่ออินฟลูเอนเซอร์อย่างไร

2.2) หลักแนวคิด Five canons สามารถสนับสนุนอินฟลูเอนเซอร์ได้อย่างไรบ้าง

2.3) หลักแนวคิด Five canons สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ หรือ แพลตฟอร์มยูทูปได้อย่างไร

3) ส่วนที่ 3: หลักแนวคิด วัจนะภาษา อวัจนะภาษา กับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

3.1) หลักแนวคิด วัจนะภาษา อวัจนะภาษา มีความสำคัญต่ออินฟลูเอนเซอร์อย่างไร

3.2) หลักแนวคิด วัจนะภาษา อวัจนะภาษา สามารถสนับสนุนอินฟลูเอนเซอร์ได้อย่างไรบ้าง

3.3) หลักแนวคิด วัจนะภาษา อวัจนะภาษา สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ หรือ แพลตฟอร์มยูทูปได้อย่างไร

4) ส่วนที่ 4: การออกแบบ Reflection note และ Pre-test Post-test ควรใช้ประเด็นใดที่สามารถออกแบบ Reflection note เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด สำหรับผู้ร่วมฝึกอบรม

5) ส่วนที่ 5: คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในมุมมองของวิชาการ

5.1) อินฟลูเอนเซอร์ในความหมายของคุณคืออะไร

5.2) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปในความหมายของคุณคืออะไร

5.3) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปเป็นอย่างไร

5.4) สิ่งใดที่อินฟลูเอนเซอร์ควรปฏิบัติ และไม่ควรปฏิบัติ

จากองค์ประกอบหลักของผู้รับการสัมภาษณ์ (Key persons) ทั้ง 3 กลุ่ม ผู้วิจัยจะได้แนวทางในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมจากผู้ที่มีประสบการณ์จริง ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และกลุ่มอาชีพที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดฝึกอบรม ซึ่งการออกแบบการฝึกอบรมในครั้งนี้จะได้ทั้งแนวทางการปฏิบัติจริงบนพื้นฐานทฤษฎีทางวิชาการไปพร้อมกัน

### 3.5.3 นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกมาประกอบกับเอกสารที่เกี่ยวข้องในการออกแบบการฝึกอบรม

โดยมีอินฟลูเอนเซอร์เข้าร่วมเป็นหนึ่งในวิทยากรการฝึกอบรม และมีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการคอยสังเกตการณ์ในการฝึกอบรมตามหลักสูตรที่กำหนด โดยดำเนินการดังนี้

1) การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม โดยใช้หลักของ Aristotle's Persuasive Appeals (Ethos, Pathos, Logos) หลักวาทศาสตร์องค์ห้าของซีเซโร ประกอบกับคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งในขั้นตอนนี้จะสามารถนำมาตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2) เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

2) การนำคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของยูทูปเบอร์มาประกอบกับลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้ส่งสาร โดยนำคำสัมภาษณ์ของอินฟลูเอนเซอร์แต่ละรายมาหาจุดร่วมกัน และนำฐานทฤษฎีทางวาทนิเทศมาประกอบ เช่น “คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ควรเป็นอย่างไร” และ “อินฟลูเอนเซอร์จำเป็นหรือไม่ที่จะต้องมีความเจตนาที่ดี การสื่อสารที่ดี และมีคุณธรรมในการส่งสาร” เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับหลักทฤษฎี เป็นต้น

3) การออกแบบเนื้อหาในการฝึกอบรม โดยการฝึกอบรมนั้น ผู้วิจัยนำอินฟลูเอนเซอร์จำนวน 2 ราย ได้แก่ อินฟลูเอนเซอร์ 1 และอินฟลูเอนเซอร์ 2 มาร่วมเป็นวิทยากรในการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้เห็นและได้ฝึกในเชิงการปฏิบัติจริง

#### 3.5.4 จัดการฝึกอบรม สำหรับผู้ที่มีความสนใจในการประกอบอาชีพอินฟลูเอนเซอร์และการจัดทำแบบทดสอบ Pre-test, Post-test, Reflection Note และ Focus Group

การจัดฝึกอบรมสำหรับผู้ที่มีความสนใจในการประกอบอาชีพอินฟลูเอนเซอร์ จำนวน 13 ราย เพื่อเพิ่มโอกาส และเกิดความเข้าใจในคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ และการจัดทำแบบทดสอบ Pre- Reflection Note, Post -Reflection Note และ Focus Group เพื่อตอบคำถามการวิจัย และวัตถุประสงค์การวิจัย โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) ก่อนการฝึกอบรม ผู้ร่วมฝึกอบรมจะต้องร่วมทำแบบทดสอบ Pre-Test ในประเด็นของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป โดยคำถามในแบบทดสอบนั้น จะนำการถอดบทสัมภาษณ์ของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ มาเป็นคำถามหลัก เช่น “คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในความคิดของคุณคืออะไร” “การนำเสนอเนื้อหาผ่านช่องทางออนไลน์ ควรทำอย่างไร” “ข้อควรคำนึง หรือหลีกเลี่ยงในการนำเสนอในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ในความคิดของคุณเป็นอย่างไร” เป็นต้น

2) ผู้เข้าร่วมฝึกอบรม การฝึกอบรมโดยการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมนั้นจะอยู่บนพื้นฐานทฤษฎีวาทนิเทศ และคำสัมภาษณ์ของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และร่วมออกแบบการฝึกอบรม โดยนักวิชาการ และกลุ่มอาชีพที่มีความเชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม โดยแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

2.1) รูปแบบที่ 1 คือ การบรรยายโดยอินฟลูเอนเซอร์เพื่อให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมได้เห็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบความสำเร็จในบทบาทของยูทูเบอร์ ไม่ว่าจะเป็นมุมมอง การคัดสรรเนื้อหา กลวิธีการสร้างชื่อเสียง การโน้มน้าวใจ สร้างแรงบันดาลใจ รวมถึงคุณลักษณะสำคัญต่าง ๆ ในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ในบทบาทยูทูเบอร์

2.2) รูปแบบที่ 2 คือ การฝึกปฏิบัติจริงโดยนำทฤษฎีทางวาณิชศาสตร์ มาประกอบ เพื่อให้การนำเสนอตนเอง การคัดสรรเนื้อหาสามารถสร้างประสิทธิภาพได้ดียิ่งขึ้น

3) รูปแบบของการฝึกอบรมที่ถูกออกแบบเป็น 1 หลักสูตร คือ หลักสูตรพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

4) เมื่อผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมผ่านการฝึกอบรม ผู้ฝึกอบรมจำเป็นต้องร่วมทำแบบทดสอบ Pre- Reflection Note, Post -Reflection Note เพื่อเปรียบเทียบองค์ความรู้ ทักษะ ทักษะก่อนและหลังการฝึกอบรม เพื่อนำไปอภิปรายผลต่อไป

5) ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม จะร่วมการสนทนาแบบกลุ่ม (Focus Group) และร่วมสนทนากับกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ นักวิชาการ และผู้วิจัย ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

5.1) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

5.2) การนำเสนอตนเองของอินฟลูเอนเซอร์ในสังคมออนไลน์

5.3) การคัดสรรเนื้อหาในการนำเสนอ

5.4) กลวิธีในการสร้างชื่อเสียง

5.5) การสร้างรายได้จากอาชีพอินฟลูเอนเซอร์

5.6) ประสิทธิภาพในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อสร้างอินฟลูเอนเซอร์ว่ามีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด

5.7) คำแนะนำในการต่อยอด การฝึกอบรมในครั้งต่อไป

ขั้นตอนนี้จะนำผลที่ได้จากการทำ Pre- Reflection Note, Post -Reflection Note และ Focus group จากการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมไปวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอต่อไป

### 3.5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาเอกสารในประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งได้กล่าวไว้ข้างต้นและการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านผู้รับสารสัมพันธ์ (Key persons) นำสู่การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม และได้ทำการฝึกอบรมจริง หลังจากนั้นผู้วิจัยได้รับข้อมูลจากการทำ Pre- Reflection Note, Post - Reflection Note และ Focus group จึงสามารถวิเคราะห์ข้อมูลภายใต้วัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1) ผู้วิจัยได้ทราบถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป โดยมีจุดร่วมผ่านผู้ให้สัมภาษณ์ได้แก่ อินฟลูเอนเซอร์ที่ประสบความสำเร็จ ผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม และนักวิชาการด้านวาณิชเทศ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกตามประเด็นสำคัญภายใต้ 3 เสาหลักที่ได้กล่าวข้างต้น ดังต่อไปนี้

1.1) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปควรเป็นอย่างไร

1.2) การนำเสนอตนเองของอินฟลูเอนเซอร์ควรนำเสนอในลักษณะใด

1.3) การคัดสรรเนื้อหาเพื่อการนำเสนอในโลกออนไลน์ควรเป็นอย่างไร

จากประเด็นสำคัญที่กล่าวมาข้างต้นถูกนำมาวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบการฝึกอบรมที่ตอบโจทย์ และตรงกับความต้องการของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม

2) นำข้อมูลที่ได้จากผู้ร่วมการฝึกอบรมจำนวน 13 ราย จากการทำ Pre- Reflection Note, Post -Reflection Note และ Focus Group เพื่อวิเคราะห์ผลลัพธ์ก่อนหลัง และแนวทางในการดำเนินการฝึกอบรมในครั้งต่อไป

3) ผู้วิจัยได้ทราบถึงแนวทางในการนำเสนอกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปด้วยแนวคิดวาณิชเทศ ว่ารูปแบบในการฝึกอบรมแบบใดที่สอดคล้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์จากอินฟลูเอนเซอร์ตัวจริง และมีความเป็นไปได้ในการสร้างอินฟลูเอนเซอร์ผ่านการฝึกอบรม ด้วยแนวคิดวาณิชเทศได้มากน้อยเพียงใด

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป โดยนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งนี้

#### 4.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อ 1 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ซึ่งแนวคำถามที่ใช้ขึ้น จะมีความเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะอินฟลูเอนเซอร์ และแนวคิดทฤษฎี ใน 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปหมายถึงอะไร มีลักษณะอย่างไร และมีสิ่งใดที่ควรทำหรือไม่ควรทำในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ ส่วนที่ 2) แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย (1) Aristotle's persuasive appeals มีความสำคัญต่ออินฟลูเอนเซอร์อย่างไร สามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างไร (2) Five's Canons มีความสำคัญต่ออินฟลูเอนเซอร์อย่างไร ประยุกต์ใช้ได้อย่างไร (3) Verbal and Non-Verbal มีความสำคัญต่ออินฟลูเอนเซอร์อย่างไร ประยุกต์ใช้ได้อย่างไร เป็นต้น

หลังจากที่ผู้วิจัยได้นำแนวคำถามข้างต้น มาเป็นแนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก สามารถอธิบายผลการวิจัยเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ได้ดังนี้

4.1.1 ส่วนที่ 1 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปหมายถึงอะไร มีลักษณะอย่างไร และมีสิ่งใดที่ควรทำหรือไม่ควรทำในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์ ความหมายของอินฟลูเอนเซอร์ ในมุมมองของนักวิชาการจำนวน 2 ราย และอินฟลูเอนเซอร์จำนวน 5 ราย ได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

อินฟลูเอนเซอร์ คือผู้นำทางความคิดที่มีตัวตนและความโดดเด่นที่ชัดเจน มีความถนัดในรูปแบบของตนเอง มีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันเพื่อสร้างความบันเทิงให้กับคนดู และสามารถโน้มน้าวใจหรือทำให้ผู้อื่นทำตามในสิ่งที่ตนเองนำเสนอได้ โดยสรุปตามคำสัมภาษณ์ดังนี้



อินฟลูเอนเซอร์ คือผู้นำทางความคิด “คนเหล่านี้คือผู้นำทางความคิด” (นักวิชาการ 1) “มีผู้ติดตาม ไม่ว่าเนื้อหาจะเป็นลักษณะไหนก็ตาม” (นักวิชาการ 2) ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์แต่ละท่านก็จะมีความถนัดในรูปแบบของตนเอง มีตัวตนที่ชัดเจน “อย่างเรา เราเป็นนักจินตนาการ เราพูดไปเรื่อย ๆ เพื่อสร้างความบันเทิงให้กับคนดู” (อินฟลูเอนเซอร์ 3) “หนูเป็นคนกินอร่อย ชอบกิน” (อินฟลูเอนเซอร์ 5) “เราเป็นคนชอบกิน แต่ไม่รู้ว่าเราเป็นคนกินที่กินแล้วดูว่า กินอะไรก็อร่อย ต้องขอบคุณคนรอบข้างนะ ที่ทำให้เห็นตัวเอง” (อินฟลูเอนเซอร์ 2) มีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกัน มีความโดดเด่นที่ชัดเจน และสามารถโน้มน้าวใจ หรือสามารถทำให้ผู้อื่นนั้นสามารถทำตามตนเองได้ในสิ่งที่ตนเองนำเสนอ “จริง ๆ เริ่มจากชอบพากย์เสียง แล้วพอกพากย์เสียงคนชอบ มันตลก เลยกกลายเป็นจุดเด่นของเนื้อหา เราขายคอนเทนต์ และจินตนาการ” (อินฟลูเอนเซอร์ 3) “หนูเคยลองเอาไม้บรรทัดไปกรีดต้นไม้ อยากรู้ว่าถ้าต้นไม้ที่โตขึ้น ลอยจะยังอยู่ไหม แล้วแฟนคลับช่วงแรกเป็นเด็ก เลยมีครูโทรบอกว่า ช่วยลบคลิปได้ไหม ตอนนีต้นไม้ที่โรงเรียนหายไปหมดแล้ว” (อินฟลูเอนเซอร์ 1)

จากการให้คำนิยามของอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการข้างต้น ผู้วิจัยสรุปความหมายของอินฟลูเอนเซอร์เกี่ยวข้องกับประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ผู้นำทางความคิด ผู้ที่มีตัวตนชัดเจน และผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยสนับสนุน และเป็นผลของการวิจัยในส่วนหนึ่งที่ทำให้คุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ที่พึงประสงค์นั้นมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังนั้น คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ บนแพลตฟอร์มยูทูปในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการได้แก่ 1) Identity (เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน) 2) Consistency (ความสม่ำเสมอ) 3) Creativity (ความคิดสร้างสรรค์) 4) Content (เนื้อหา) 5) Sincere (ความจริงใจ) สามารถอธิบายโดยละเอียดได้ดังนี้

**Identity** เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน หรือความเป็นตัวตน สามารถสังเกตได้ชัดเจนว่า อินฟลูเอนเซอร์ที่มีชื่อเสียงอยู่ในปัจจุบันจะมีความชัดเจนในการนำเสนอ เช่น อินฟลูเอนเซอร์สายกิน หรือรีวิวยาหารก็จะมีลักษณะการกินที่แตกต่างจากบุคคลอื่น กล่าวคือ การกินแล้วดูอร่อยกว่าคนอื่น มีผู้ชมหรือคนดูอยากกินตาม

“บางทีเราไม่เคยกินเราก็อยากกิน เช่นก๋วยเตี๋ยว ตอนแรกก็กินแค่เออร่อย แต่พอคนดูคนอาจจะไม่ค่อยเคยกิน คนก็ไปหาซื้อมากิน คลิปนั้นก็ไวรัลเลย” (อินฟลูเอนเซอร์ 2) หรืออินฟลูเอนเซอร์ในกลุ่มความคิดสร้างสรรค์ มักจะมีเนื้อหาใหม่ ๆ ถ่ายทอดผ่านความเป็นตนเอง โดยเน้นที่จุดเด่นของตนเองเป็นหลัก แล้วเพิ่มความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้โดดเด่นขึ้น เช่น หากตนเองทราบว่าตนเองมีความสามารถในการพากย์เสียง ก็จะใช้การพากย์เสียงในการนำเสนอเนื้อหาผ่านประสบการณ์ร่วม

“ตอนนั้นกระจกหกด้านตั้ง ใคร ๆ ก็รู้จัก เราก็เลยเลียนเสียงป่าแก กลายเป็น ไวรัลคนชอบ” (อินฟลูเอนเซอร์ 3) หรือหากตนเองทราบว่าตนเป็นคนที่ชอบเสียงดัง เมื่อนำเสนอเนื้อหาที่จะ

ใช้เสียงที่ดังมากขึ้น หรือทำให้ตนเองเกิดความแตกต่างจากบุคคลอื่นมากขึ้นเท่านั้น ก็อาจจะเป็นการ  
สร้างจุดสนใจหรือจุดที่โดดเด่นได้

“หนูเป็นคนชอบทำเล็บ หนูก็ทำไปเลยคะ 30 เซน ซึ่งไม่มีใครทำ คนก็เลยมาติดตาม  
หนู” (อินฟลูเอนเซอร์ 1)

นอกจากนี้ ความน่าสนใจในการใช้ร่างกายหรือเพศสภาพของตนเป็นจุดขาย จะสามารถ  
สร้างการติดตามได้ จึงเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการสร้างความเท่าเทียมในเรื่องเพศหรือกายภาพของ  
ทางร่างกาย รวมถึงการสร้างแรงบันดาลใจผู้ชมไปพร้อม ๆ กัน

“หนูเป็นกระเทยด้วย และหนูก็พิการด้วย หนูไม่ได้สนใจนะใครจะว่าอย่างไร แต่เรารู้  
ว่าเราเป็นอีกหนึ่งกระบอกเสียงให้กับสังคม คือใครก็ทำได้ ไม่จำเป็นต้องหล่อต้องสวยอะ”  
(อินฟลูเอนเซอร์ 4)

“มีคนคิดนะ อ้วนด้วย ไม่สวยเลย อะไรเลย แต่หนูมัน คนก็ไม่เคยพูดเรื่องพวกนี้ในคอน  
เทนท์เรานะ เพราะคอนเทนท์เรา เรานำเสนอจินตนาการ มัน” (อินฟลูเอนเซอร์ 3) นอกจากนั้น การ  
นำเสนอตนเองในปัจจุบัน ซึ่งมีความชัดเจน ในเรื่องของการเป็นปัจเจกชนมากยิ่งขึ้น มีความเป็น  
รูปแบบที่น้อยลง

“อ้วนก็คืออ้วน กระเทยก็คือกระเทย เราก็เป็นเรานี้แหละ” (อินฟลูเอนเซอร์ 3 และ 4)  
ซึ่งถือเป็นการนำเสนอตนเองในอีกรูปแบบหนึ่ง

เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน หรือความเป็นตัวตน จึงกลายเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่กลุ่ม  
อินฟลูเอนเซอร์ให้ความสำคัญและลงความเห็นที่สอดคล้องกันว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็น ซึ่งแต่ละคน  
ก็จะมีชัดเจน และโดดเด่นที่ต่างกันไป ซึ่งการค้นหาตัวตนนั้นมีหลายวิธี สามารถสรุปและ  
อธิบายได้ดังนี้

1) การค้นหาตนเองผ่านการสะท้อนความคิดด้วยตนเอง การที่จะเป็นอินฟลูเอนเซอร์ใน  
ปัจจุบันได้ สิ่งสำคัญ คือการทราบประเภทของอินฟลูเอนเซอร์ที่อยากเป็น หรือบุคคลนั้นมีความถนัด  
ในเรื่องใด หากไม่ถนัดก็ไม่สามารถที่จะนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จนสุดท้ายก็  
ต้องหยุดนำเสนอในสิ่งนั้นไป

“ต้องวิเคราะห์ตนเอง ว่าตนเองมีความถนัดเรื่องอะไร และนำความถนัดนั้นมาสร้าง  
เป็น content และนำเสนอไปยังกลุ่มเป้าหมาย” (นักวิชาการ 1)

“เราต้องรู้ว่าถนัดอะไร เป็นสิ่งสำคัญมากนะ ถนัดอะไร แล้วอยากทำอะไร เพราะจะ  
ทำให้เราทำได้นาน” (อินฟลูเอนเซอร์ 2)

“ตัวตนเกิดจากความชอบของตัวเอง” (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

2) การค้นหาตนเองผ่านการสะท้อนทางความคิดจากบุคคลอื่น นอกจากการค้นหาตนเองผ่านกระบวนการสะท้อนความคิดด้วยตนเอง อีกหนึ่งวิธีที่กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์แนะนำ คือการสะท้อนทางความคิดจากบุคคลอื่น

“หลายคนไม่รู้ตัวนะ ว่าทำอะไรได้ดี ต้องอาศัยคนอื่นช่วยมองเข้ามา” (อินฟลูเอนเซอร์

2) จะเห็นได้ว่า การสะท้อนความคิดจากบุคคลอื่นจะเป็นแนวทางในการนำเสนอเนื้อหาต่อไป

“ตอนแรกเราพาร์กเสียง เริ่มจากเราชอบ แต่พอมีคนอื่นชอบเราเลยรู้สึกว่าเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่เรทำได้ดีเลย” (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

“หนูโยนกระป๋องโค้กลงน้ำแล้วแช่ไว้ 1 ปี คนติดตามหนูเต็มเลย หนูเลยรู้ว่าคนดูชอบอะไร อ้อชอบทดลอง” (อินฟลูเอนเซอร์ 1)

การสะท้อนทางความคิดจากบุคคลอื่น นอกจากจะสามารถเป็นแนวทางในการนำเสนอตนเองแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ได้คือแนวทางในการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอรายละเอียดต่อไปในหัวข้อ Creativity ตามคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์

ดังนั้น Identity เอกลักษณะเฉพาะที่ชัดเจน จึงเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่สำคัญและน่าสนใจ สามารถค้นหาได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งหากบุคคลที่มีความสนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตประจำวัน ผู้วิจัยจึงนำประเด็นนี้มาต่อยอดในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมต่อไป

**Consistency** ความสม่ำเสมอ สิ่งที่อินฟลูเอนเซอร์กล่าวถึง และมีความสอดคล้องกันมากที่สุดอีกประการหนึ่งคือ “ความสม่ำเสมอ” กล่าวคือ การลงคลิปอย่างต่อเนื่องในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ อย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้ติดตามสามารถรู้จักและเข้าถึงช่องทางนำเสนอต่าง ๆ ของอินฟลูเอนเซอร์ได้มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้ชมเห็นความเคลื่อนไหวเนื้อหาต่าง ๆ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เพิ่มโอกาสในการมองเห็น และเป็นที่ยูทูปเบอร์แพลตฟอร์มออนไลน์ได้เป็นอย่างดี ตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ไม่ใช่แค่พวกหนูที่คิดว่าต้องถี่ ต้องบ่อย ต้องสม่ำเสมอนะ เวลาเขาจัดอบรมการสร้างคอนเทนต์ หรือพวกดิจิทัลมาเก็ตติ้ง ทุนคนพูดเรื่องความสม่ำเสมอหมด” (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

“แต่ก่อนเวลาเราดูทีวีก็จะมีเวลาที่ชัดเจน เพราะมันต้องมาอย่างสม่ำเสมอ ถ้ารายการดีเราก็รอดนะ” (นักวิชาการ 1)

“การที่จะมีชื่อเสียงบนโลกออนไลน์ เราไม่สามารถเดาได้เลยว่า เราจะปังคลิปไหนดังวันไหน แต่การลงคลิปให้ถี่ ให้บ่อย และต่อเนื่องจะทำให้เรามีโอกาสเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น” (อินฟลูเอนเซอร์ 1)

“อะไรก็ได้ที่ง่าย อยู่รอบตัวทำได้หมด เพราะทำได้บ่อย” (อินฟลูเอนเซอร์ 2)

“หนูลงอะไรง่าย ๆ นะ เดินก็ได้ ไปเที่ยวที่ก็ถ่ายที่ ได้หมดเลย” (อินฟลูเอนเซอร์ 4)

“เรากินทุ้มื้ออยู่แล้ว แค่อั่งกล้องถ่ายก็ได้คอนเทนต์ที่ทำทุกวันแล้ว” (อินฟลูเอนเซอร์ 2 และ 5)

การสร้างเนื้อหาและนำเสนออย่างต่อเนื่องจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง เนื่องจากบางคนที่ต้องการเป็นอินฟลูเอนเซอร์แต่ไม่ประสบความสำเร็จเพราะขาดความต่อเนื่องในการนำเสนอเนื้อหา ดังนั้นความสม่ำเสมอของการนำเสนอเนื้อหาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยนำมาสรุปเป็นคำแนะนำที่น่าสนใจดังนี้

1) การวางแผนในการลงคลิปวิดีโอ ควรวางแผนการลงคลิปต่อเนื่องอย่างน้อยเป็นเวลา 3 เดือน โดยความต่อเนื่องนั้นควรเป็นคลิป หรือเนื้อหาที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อสร้างภาพจำให้กับผู้ชม หรือผู้ติดตาม รวมถึงการทดลองตลาด ว่าการนำเสนอในลักษณะนี้จะมีผลตอบแทนอย่างไร

2) การทำวิดีโอล่วงหน้า เพื่อให้สามารถลงวิดีโอได้ต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น ไม่ขาดตอน ซึ่งการทำวิดีโอไว้ล่วงหน้านั้นนอกจากจะทำให้ลงวิดีโอได้อย่างต่อเนื่อง มีความสม่ำเสมอแล้ว ยังช่วยในเรื่องของการหมัดกำลังใจในการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ โดยอินฟลูเอนเซอร์ท่านหนึ่งกล่าวว่า “พอเราทำบ่อย ๆ เราอาจจะท้อ เพราะว่าบางคลิปผลที่ออกมาก็ไม่ได้ตามที่คิดไว้ การทำคลิปเก็บไว้จะทำให้เรามีคลิปลง ในวันที่เราไม่มีอารมณ์” (อินฟลูเอนเซอร์ 2) เป็นการวางแผนเพื่อลดโอกาสในการล้มเลิกการนำเสนอสื่อวิดีโอ

3) เรื่องใกล้ตัวหรือสิ่งรอบตัว คือสิ่งที่ทำให้สามารถนำเสนอเนื้อหาได้บ่อยและสม่ำเสมอ ซึ่งสามารถทำได้ง่าย ไม่มีต้นทุนและทำได้ทุกวัน “Impossible is possible ต้องเอ๊ะนะ บางทีเราลืมเอ๊ะ เราเลยไม่รู้จะทำอะไร” (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

4) ความเข้าใจในแพลตฟอร์มออนไลน์ Consistency เป็นอีกหนึ่งความต้องการของแพลตฟอร์ม หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นความเข้าใจในตัวแพลตฟอร์มออนไลน์ เพราะแพลตฟอร์มออนไลน์มีความต้องการให้ผู้ชม หรือผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตนั้นเข้าใช้งานในแพลตฟอร์มนั้นเป็นหลัก ซึ่งยูทูปก็มีแนวคิดและกลยุทธ์เดียวกัน “ลงวันเว้นวันนี้น้อยนะ ทำให้ดีต้องลงได้ทุกวันยูทูปชอบ” (อินฟลูเอนเซอร์ 2)

ดังนั้น Consistency จึงเป็นคุณลักษณะที่ส่งผลโดยตรงต่อผู้ผลิตเนื้อหา และมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ลำดับถัดไปคือ Creativity (ความคิดสร้างสรรค์) และ Content (เนื้อหา) ซึ่งมีความสอดคล้องและสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นการสร้างโอกาสในการมองเห็นและการเข้าถึงของผู้ชม นำไปสู่โอกาสในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ที่ดีได้ในอนาคต

**Creativity** ความคิดสร้างสรรค์ ถือเป็นอีกคุณลักษณะที่กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์และนักวิชาการให้ความสำคัญ เป็นปัจจัยสนับสนุนให้ Content หรือเนื้อหานั้นมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น

“สำหรับหนูสำคัญมาก เพราะเราสร้างความบันเทิง ความคิดสร้างสรรค์จึงสำคัญมาก” (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

“ทุกวันนี้เป็นสื่อออนไลน์ จะให้มารำแล้วอวดวิดีโออย่างเดียวไม่ได้ มันต้องมีอะไรมากกว่ารำ” (นักวิชาการ 2) ซึ่งในปัจจุบันความคิดสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์มออนไลน์นั้น มีความหลากหลาย มีการนำเสนอที่แตกต่างกัน หรือในบางครั้งก็มีความคล้ายคลึงกัน ซึ่งบางเนื้อหาที่สร้างความบันเทิง บางเนื้อหาแนะนำเสนอความรู้ กล่าวคือ การส่งต่อความคิดถึงผู้ชมไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ซึ่งคำให้สัมภาษณ์ก็มีความหลากหลาย และสอดคล้องไปในเวลาเดียวกัน

“เล่าเรื่องโดยไม่มีพื้นฐานความเป็นจริง ถือว่าไม่สร้างสรรค์นะ เราอาจจะเป็นคนชอบความเป็นจริง ซึ่งความคิดสร้างสรรค์ควรจะทำให้จริงด้วย” (นักวิชาการ 1)

“ที่คิดว่าความคิดสร้างสรรค์ต้องได้ประโยชน์ คนดูได้อะไร สนุกกับอะไร เช่น พี่จะทำคลิปแบบเที่ยวไปเรื่อย ๆ ระหว่างนั้นก็ยกประเด็นบางประเด็นมาถกกัน ก็ได้ความรู้ไปอีกอย่าง ระหว่างนั้นก็แนะนำร้านอาหารไปเรื่อย ๆ ที่เที่ยวไปเรื่อย ๆ แต่สุดท้ายให้คนดูลุ้นเอาว่าร้านนั้นปิดไม่ปิด Plan is No Plan อาจจะถูกแล้วไม่ได้อะไร แต่คนดูได้ลุ้น ได้จอยกับประเด็นที่เอามาถกกัน ก็เป็นความบันเทิงอีกรูปแบบหนึ่ง” (นักวิชาการ 2)

“ความคิดสร้างสรรค์มันอยู่ใกล้ตัวแค่นี้ แต่บางทีเราลืมเอ๊ะ อย่างหนูก็จินตนาการเอาแบบภูเขาข้างหลังเป็นภูเขาธรรมชาติ แต่เราบอกเป็นเทือกเขา Everest เอาเสียงพากย์เรามาใส่แล้วเล่าเรื่องจากสิ่งใกล้ตัว ก็เป็นความคิดสร้างสรรค์แล้ว เพราะคนได้จินตนาการ ได้ความบันเทิง” (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

“กินก็ต้องกินให้อร่อย การเอาแก้วไวน์มาใส่น้ำจิ้ม ถึงจะมาจากความไม่ตั้งใจ แต่สุดท้ายก็รู้ว่า เออมันสร้างสรรค์ เพราะไม่เคยมีใครทำ” (อินฟลูเอนเซอร์ 2)

จากการอธิบายในคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าความคิดสร้างสรรค์ มีความแตกต่างและหลากหลาย ซึ่งมีที่มาและแนวทางที่ต่างกัน รวมถึงความสนใจที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจไม่สามารถกล่าวได้อย่างชัดเจนว่า ความคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นอย่างไร หรือสามารถสัมผัสเป็นรูปธรรมได้อย่างไร แต่สามารถสรุปได้ว่า การคิดค้นเนื้อหาของอินฟลูเอนเซอร์นั้นทุกทำนที่ได้ให้คำสัมภาษณ์ได้พูดถึงแนวคิดของตัวเอง และรูปแบบในการนำเสนอที่ทำให้เกิดความแตกต่าง มีความโดดเด่น โดยใช้ความสนใจเฉพาะ ความสามารถเฉพาะ สร้างความคิดสร้างสรรค์ขึ้น ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอแนวทางในการสร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบของ Creativity ในลำดับต่อไป

**Content** เนื้อหา หลังจากที่ได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า เนื้อหาเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ซึ่งเนื้อหาที่จะนำเสนอได้อย่างต่อเนื่อง คือเนื้อหาที่สามารถทำได้ง่าย ทำได้ทุกวัน เป็นสิ่งที่ตนเองถนัด ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาจะทำให้เนื้อหาที่นำเสนอมีความจริง หรือ Real เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการติดตามมากยิ่งขึ้น

“ทุกวันนี้ต้อง Real จริง ๆ นะไม่ปั้น” (นักวิชาการ 2)

โดยเนื้อหาส่วนใหญ่ที่กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์นำเสนอ จะเริ่มต้นจากความชอบหรือความสนใจเฉพาะ รวมถึงความสามารถเฉพาะตัวที่เกิดจากการค้นหาตนเอง การสะท้อนความคิดเห็นจาก

ผู้อื่น และการนำสิ่งรอบตัวมานำเสนอซึ่งมีข้อสังเกตในเรื่องของความเหมาะสมของเนื้อหาที่จะนำเสนอต่อไปในการอภิปรายผล เช่น ความสุภาพในการนำเสนอ การออกแบบเนื้อหา การเรียบเรียง เป็นต้น และยังมีประเด็นในการหลีกเลี่ยงประเด็นเปราะบางเพื่อให้การถกเถียงในเชิงลบอีกด้วย

จากประเด็น Content หรือ เนื้อหา ผู้วิจัยเห็นว่ามีความสอดคล้องและเกี่ยวเนื่องกับ Creativity หรือ ความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งถือว่าเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้คุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์เด่นชัดมากยิ่งขึ้น และหลังจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า มีแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานที่สามารถถ่ายทอด และผู้ที่สนใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ โดยผู้วิจัยอธิบายแนวทางในการสร้าง Content แบบ Creativity ได้ดังนี้

1) สร้างสรรค์เนื้อหาผ่านหลัก คุณ 10 เช่น หากเป็นคนเสียงดัง ให้ดังขึ้น 10 เท่า หากเป็นคนเสียงเบา ให้เบาลง 10 เท่า

*“ถ้าพี่เป็นคนเสียงดังนะ พี่แหกปากเลยเดี๋ยวคนเข้ามาดู ถ้าเสียงเบา ก็เบาไปเลย เหมือนคุยกับมด คนจะเข้ามาดูแล้วสงสัยว่า พูดไรนะ เหมือนเวลานินทาคนอะพี่ พูดเบา ๆ เดี่ยวคนก็เงียบ คนก็หยุดฟัง”* (อินฟลูเอนเซอร์ 1) สิ่งที่ตามมาคือ ความสงสัย ความสนใจ และการถกเถียง

*“แต่อย่าลืมนะถ้าไม่ใช่คนแบบนี้ ก็ทำไม่ได้ตลอดนะ ต้องเป็นแบบที่เป็นด้วย”* (อินฟลูเอนเซอร์ 2)

2) สร้างสรรค์เนื้อหาที่ทำตามได้ง่าย ไม่ว่าใครก็ทำได้ เช่น การทำข้าวไข่เจียว ซึ่งใครก็ทำได้ คนดูทำตามง่าย ทำตามได้ ไม่ซับซ้อน

*“ก็กินข้าวกินทุกวัน ทำอาหารทำทุกวันง่าย ไม่ต้องคิดอะไรเยอะ กินเมื่อไหร่ก็ตั้งกล้องถ่ายจบ คนดูชอบอีก”* (อินฟลูเอนเซอร์ 2) ซึ่งในส่วนนี้จะต้องใช้จุดเด่นของตัว Creator เข้ามาเป็นส่วนช่วยในการดึงดูด

3) สร้างสรรค์เนื้อหาที่ทำตามไม่ได้ (ไม่มีใครกล้าทำ หรือยากเกินที่จะทำ) เช่น เป็นผู้ชายถอดเสื้อเดินตั้งแต่บ้านมาห้างสรรพสินค้า ซึ่งไม่มีใครทำ หรือการทำเล็บที่ยาวเกินกว่าหรือเกินกว่าคนอื่นที่ทำ เมื่อใดก็ตามที่ทำในสิ่งที่คนไม่ทำ

*“หนูมันเป็นคนแปลก ชอบต่อเล็บนะ แต่ถ้าต่อสั้น ๆ ไม่มีใครสนใจ 30 เซนไปเลยคะ”* (อินฟลูเอนเซอร์ 1) คลิปที่นำเสนอมานั้น จะมีโอกาสกลายเป็น Viral หรือมีคนรู้จักมากยิ่งขึ้น

4) การใช้ความสามารถที่โดดเด่นของตนและความสนใจเฉพาะมาสร้างสรรค์เป็นงานวิดีโอ เช่น การพากย์เสียงของอินฟลูเอนเซอร์ให้เห็นภาพร่วมกัน หรือการเล่าเรื่องเกินจริง แต่ผู้ชมสามารถรับรู้ได้ว่า เป็นการกล่าวเกินจริงเพื่อความบันเทิง เช่น

*“ภูเขาด้านหลังเป็นภูเขาธรรมดาทั่วไป แต่ผู้นำเสนอสร้างจินตนาการว่า เป็นเทือกเขา Everest”* (อินฟลูเอนเซอร์ 3) หรือการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะทาง เช่น บ้าน รถ หรือ เทคโนโลยี ซึ่งมีผู้ชมเป็นกลุ่มเฉพาะ แต่ต้องอาศัยการถ่ายทอดที่มีความสนใจเป็นพื้นฐาน เป็นต้น

นอกจากนั้นอินฟลูเอนเซอร์บางคนยังใช้จุดเด่นทางกายภาพของตนเองนำเสนอผ่านเรื่องราวที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจ หรือสร้างความบันเทิงให้ผู้อื่นได้อีกด้วย

“หนูเป็นตุ๊ด หนูพิการ แต่หนูรักตัวเองมาก หนูเรียนจบโท หนูหาเงินได้” (อินฟลูเอนเซอร์

4)

5) การสร้างสรรค์เนื้อหาผ่านประสบการณ์ร่วม ที่สามารถทำให้ทุกคนสามารถเกิดจินตนาการได้ง่ายขึ้น เป็นอีกหนึ่งวิธีในการสร้างสรรค์เนื้อหา ให้ความสนุกสนานมากยิ่งขึ้น

“ได้ยุค 90 ทุกคนรู้จักกระจกหกด้าน สารคดี National Geographic หนูก็พากซ์ แล้วก็เล่าแบบเขา มันเข้าใจง่ายเพราะทุกคนรู้จัก” (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

“โค้ก ใครก็เคยกิน พอหนูโยนลงน้ำ แล้วทิ้งไว้ป็นิ่ง ใครก็อยากรู้ว่าโค้กที่กินทุกวันทิ้งไว้ในน้ำ 1 ปี จะเป็นอย่างไร” (อินฟลูเอนเซอร์ 1)

“อารมณ์ร่วมต้องเกิดนะ” (นักวิชาการ 2) การสร้างสรรค์เนื้อหาผ่านประสบการณ์ร่วมเป็นอีกหนึ่งวิธีที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย และมีโอกาสในการเพิ่มการเข้าถึงและการติดตามได้เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังพบว่า มีข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของเนื้อหาในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1) ความน่าเชื่อถือของบุคคลในการนำเสนอ ความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์พบว่า ความน่าเชื่อถือของผู้พูดหรือผู้ส่งสารนั้นมีความสอดคล้องกับบริบท หากเทียบกับอดีตแล้ว ความน่าเชื่อถือในปัจจุบัน ขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่นำเสนอ เช่น หากเป็นเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับข่าว หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง แต่หากเนื้อหาที่นำเสนอเป็นรูปแบบของความบันเทิง ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งที่จำเป็นแต่อาจไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นมากที่สุด

อินฟลูเอนเซอร์บางคนให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือเป็นอันดับรอง เมื่อเทียบกับคลิปที่เป็น Viral หรือเป็นคลิปที่สร้างชื่อเสียงให้กับตนเอง ซึ่งในการสร้างความน่าเชื่อถือในมุมมองของนักวิชาการนั้น ได้กล่าวว่า

“อย่างไรบุคลิกภาพและลักษณะในการนำเสนอ รวมถึงการแต่งกาย วัจนะภาษา และอวัจนะภาษา ก็ยังเป็นส่วนสำคัญ” (นักวิชาการ 1) ซึ่งมีส่วนที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวผู้ส่งสาร หากสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ และสามารถสร้างความคล้อยตามได้ตั้งแต่แรก ในครั้งต่อไปก็จะเพิ่มโอกาสในส่วนของความน่าเชื่อถือได้เช่นเดียวกัน ในขณะเดียวกันก็มีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า เมื่อเปรียบเทียบกับอดีต เรื่องของการแสดงออกหรือการนำเสนอ อาจจะมีรูปแบบที่ชัดเจน

“แต่ก่อนการยื่นควรเป็นแบบนี้ การนั่งควรทำแบบนี้ แต่ในปัจจุบัน หากมีรูปแบบที่ชัดเจน หรือรัดกุมเกินไปในบางครั้งกลับกลายเป็นความอึดอัดต่อคนดู” (นักวิชาการ 1) เพราะฉะนั้น สิ่งที่สำคัญคือความเป็นธรรมชาติ ก็สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้เช่นเดียวกัน

“เราเป็นเรา คนดูรู้ว่าเรคือใคร คนดูก็ติดตามเรานะ รู้ว่าเรามีจุดประสงค์คือสร้างความบันเทิง” (อินฟลูเอนเซอร์ 3 และ 4)

2) ความน่าเชื่อถือของเนื้อหาที่นำเสนอ เนื้อหาในการนำเสนอต้องมีความน่าเชื่อถือและเป็นประโยชน์ต่อผู้ชม ไม่ว่าจะเป็นประโยชน์ทางการศึกษา ประโยชน์เกี่ยวกับความรู้รอบตัว รวมถึงประโยชน์ด้านความบันเทิง เนื้อหามีส่วนสำคัญในการนำเสนอ ซึ่งบางครั้งเนื้อหาอาจมีความสำคัญมากกว่าตัวบุคคล หรือบุคลิกภาพลักษณะของผู้นำเสนออีกด้วย

“เนื้อหาที่นำเสนอเนี่ยยังมีความจำเป็นอยู่มากที่จะต้องมีความตรงไปตรงมาและเมื่อสื่อสารถึงผู้ฟังแล้ว ผู้ฟังต้องได้รับประโยชน์ ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง” (นักวิชาการ 1 และ 2)

“แหล่งอ้างอิงต่าง ๆ เพื่อให้เนื้อหาที่นำเสนอเนี่ยนอกจากได้รับประโยชน์แล้ว ยังสามารถอ้างอิงตรวจสอบได้ ซึ่งจะสนับสนุนในเรื่องของความน่าเชื่อถือของเนื้อหาได้อีกด้วย” (นักวิชาการ 2) นอกจากนี้ เนื้อหาต้องมีความกระชับได้ใจความซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ชมในยุคปัจจุบัน

“สั้นเร็ว กระชับได้ใจความไม่ย้วย สมัยนี้ ถ้าไม่ใช่เชิงรายการ จะมาสวัสดิ์ครับ ขอต้อนรับเข้าสู่รายการ มันไม่ได้แล้ว” (อินฟลูเอนเซอร์ 2) และ

“ความสมเหตุ สมผล เป็นสิ่งที่สำคัญ และจำเป็น เพราะหากไม่สมเหตุสมผล ก็ไม่น่าติดตาม” (นักวิชาการ 1) แต่ในขณะเดียวกัน อินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่มที่นำเสนอเกี่ยวกับจินตนาการ ที่ไม่ได้อยู่บนฐานความเป็นจริง ก็สามารถสร้างความสนุกสนาน ผ่านความน่าเชื่อถือที่ตัวบุคคลได้เช่นเดียวกัน

“หนูแปลกอะ แต่คนรู้แล้วว่าเรามีจุดประสงค์อะไร เวลารีวิวอะไรคนก็เชื่อนะ เชื่อในตัวหนู จนทำให้คอนเทนท์นั้นสนุกและน่าเชื่อถือไปด้วย” (อินฟลูเอนเซอร์ 1)

3) การทำความเข้าใจผู้ฟังหรือนิสัยของผู้ฟัง การที่จะสร้างเนื้อหาให้เป็นที่จดจำ สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ผู้ส่งสารจำเป็นต้องเข้าใจพฤติกรรมหรือความชอบของผู้รับสาร ว่ามีแนวโน้มหรือความชอบในทิศทางใด ซึ่งจะต้องมีการวิเคราะห์อายุ เพศ หรือ ข้อมูลพื้นฐาน จะช่วยให้เกิดการติดตามหรือความชอบได้ดียิ่งขึ้น

“หากการนำเสนอเนี่ยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ชมอายุ 20-30 ปี ก็อาจจะต้องเป็นเนื้อหาที่มีความบันเทิง อารมณ์ขัน ผสมกับเนื้อหาในการให้ความรู้บ้าง จะมาซีเรียสก็ไม่มีใครดู การใช้ภาษา ก็เหมือนกัน ถ้าระดับภาษาทางการกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็ก ก็ไม่มีใครดู คำหยาบมีได้บ้างเพื่อให้ดูเป็นปกติ แต่มากเกินไปก็ไม่ไหวนะ” (นักวิชาการ 1)



“มันคือการตลาดนะ ไม่เข้าใจคนดู ก็ไม่มีคนดู” (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

“ทุกวันนี้ไม่ใช่แค่ตัวเองอยากนำเสนออะไรนะ ต้องถามคนอื่นด้วยเขาอยากดูอะไรถึงจะมีคนดู” (อินฟลูเอนเซอร์ 2)

“เราต้องฟังคนดูนะ การคอมเมนต์ ฟีดแบคช่วยได้หมดในการพัฒนาเนื้อหาของเรา” (อินฟลูเอนเซอร์ 5)

ความเข้าใจผู้ฟัง หรือนิสัยของผู้ฟัง จึงเป็นอีกปัจจัยสนับสนุนหนึ่งที่ทำให้การสร้างสรรคเนื้อหาอันมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างความสนใจให้กับผู้ชม และเพิ่มโอกาสในการเปิดการมองเห็นได้มากยิ่งขึ้น

**Sincere** ความจริงใจ เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่อินฟลูเอนเซอร์ได้กล่าวถึง เพราะในยุคปัจจุบันการเข้าถึงสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ความจริงใจในการนำเสนอสื่อวิดีโอออนไลน์จึงเป็นเรื่องสำคัญ โดยสามารถแบ่งความจริงใจในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ได้เป็น 2 รูปแบบ ดังนี้

1) ความจริงใจในเนื้อหา ความจริงใจของเนื้อหาเป็นส่วนสำคัญ ที่จะสามารถสร้างความน่าเชื่อถือต่อตัวเนื้อหารวมถึงตัวบุคคล ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยของโลกออนไลน์ที่สามารถหาข้อมูลต่าง ๆ ได้ง่าย และหลายช่องทาง ความจริงใจในการนำเสนอเนื้อหาจึงกลายเป็นสิ่งสำคัญในปัจจุบัน

“จะบอกว่าอาหารอร่อย ทุกงานไม่ได้ มันต้องมีงานที่ไม่อร่อย แต่ถ้าไม่อร่อยจะพูดอย่างไร อันนี้น่าสนใจ อย่าไปด่าเขา แต่แนะนำได้ว่า เราชอบหวานนะ ถ้าคนชอบหวานร้านนี้อร่อยเลย แต่คนชอบเค็มร้านนี้อาจจะไม่ถูกปากมากนัก มันคือความจริง ต้องพูดเรื่องจริง ถ้าเป็นการรีวิวนะ” (อินฟลูเอนเซอร์ 2)

“อย่างที่บอก เรื่องเล่าของเราไม่จริงอยู่แล้ว แต่ถ้าเราขายของเราจริงนะ ไม่อยากให้ใครมาด่าตามหลัง” (อินฟลูเอนเซอร์ 3)

2) ความจริงใจของบุคคล ความจริงใจที่เกิดจากการนำเสนอ และกายภาพของอินฟลูเอนเซอร์คือส่วนสนับสนุนให้เกิดการติดตาม และการสร้างแรงบันดาลใจ จะเห็นได้ว่าความจริงที่เกิดขึ้นจากตัวบุคคล หรือตัวตนที่นำเสนออย่างเป็นธรรมชาติ นั้น คือส่วนสำคัญในการนำเสนอเนื้อหา และเป็นส่วนสนับสนุนให้เนื้อหานั้นมีความน่าเชื่อถือเพิ่มขึ้นอีกด้วย

“เราเป็นแบบนี้ การที่เราออกมาเรียกร้องสิทธิของ LGBT ไม่ใช่เราโดนจ้างแต่เราต้องการจริง ๆ ” (อินฟลูเอนเซอร์ 4)

“ถ้าไม่จริง ต้องเนียน ต้องธรรมชาติ ไม่งั้นมันโป๊ะ” (อินฟลูเอนเซอร์ 1 และ 2)  
 “อย่างที่บอกนะ สมัยนี้ ยุคนี้ มันต้องจริง Real จริง ๆ ” (นักวิชาการ 2) ซึ่งทั้ง 2 ส่วนนี้จะต้องประกอบร่วมกัน เนื้อหาที่นำเสนอจะต้องเป็นเนื้อหาที่มีความเป็นจริง ตรงไปตรงมา และบุคคลนั้นจำเป็นต้องมีเจตนาที่ดีในการนำเสนอด้วยเช่นกัน ซึ่งจะกล่าวโดยละเอียดในการอภิปรายผล

## 4.1.2 ส่วนที่ 2 แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 4.1.2.1 Aristotle's Persuasive Appeals

ทฤษฎีที่ให้ความสำคัญกับ 3 ส่วนหลัก ประกอบด้วย Ethos, Pathos และ Logos อธิบายผลการวิจัยได้ดังนี้

**Ethos** (ความน่าเชื่อถือ) ส่วนสำคัญที่อยู่ในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างตัวตนที่มีเจตนาดี ความตั้งใจในการสื่อสารที่ผู้ชมสามารถสัมผัสได้ถึงตัวตนที่น่าสนใจ โดดเด่น รวมถึงความสามารถในการนำเสนอเนื้อหาที่ตนมีความสนใจเฉพาะ หรือมีความเป็นตนเอง มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จึงเป็นส่วนหนึ่งที่น่าไปสู่การสร้างความน่าเชื่อถือ ซึ่งความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์นี้ อาจไม่ได้หมายถึงการปฏิบัติตามเพียงอย่างเดียว แต่ในยุคปัจจุบันคือการติดตามบุคคลนั้นด้วยความชอบส่วนบุคคล รวมถึงความชอบในเนื้อหาที่นำเสนอ ซึ่งการนำเสนออย่างสม่ำเสมอ และความคิดสร้างสรรค์แปลกใหม่ยังเป็นสิ่งที่เห็นได้บ่อยครั้งในปัจจุบัน รวมถึงความจริงจังในการนำเสนอ โดยเฉพาะการรีวิวสินค้าต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อการติดตาม และความน่าเชื่อถือเป็นอย่างยิ่ง

**Pathos** (การสร้างอารมณ์ร่วม) จะเห็นได้ว่า การสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมเป็นส่วนที่ครอบคลุมทั้ง 5 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ได้แก่ Identity (เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน) 2) Consistency (ความสม่ำเสมอ) 3) Creativity (ความคิดสร้างสรรค์) 4) Content (เนื้อหา) 5) Sincere (ความจริงใจ) ซึ่งถือว่ามีค่าสำคัญในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์เป็นอย่างมาก กล่าวคือ Identity (เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน) เป็นการสร้างตัวตนที่ต้องมีความโดดเด่นเป็นที่น่าจดจำ มีความเป็นตัวเอง มีความแนบเนียนเป็นธรรมชาติ ซึ่งสามารถเพิ่มอารมณ์ร่วมให้กับเนื้อหาและตัวบุคคลได้เป็นอย่างดี Consistency (ความสม่ำเสมอ) การสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ สามารถสนับสนุนให้ผู้ชมติดตามเนื้อหาต่าง ๆ ได้ถี่และบ่อยมากยิ่งขึ้น หากมีการนำเสนอเนื้อหาอย่างสม่ำเสมอก็สามารถสร้างอารมณ์ร่วมได้อย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่การติดตามเนื้อหาหรือตัวบุคคลต่อไปได้ในอนาคต ซึ่งถือว่าการเพิ่มโอกาสในสายอาชีพอินฟลูเอนเซอร์ Creativity (ความคิดสร้างสรรค์) และ Content (เนื้อหา) การสร้างเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งครอบคลุมในส่วนของ Content และ Creativity เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้ชมติดตาม หากเนื้อหามีความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างอารมณ์ร่วมได้ โดยการทำตามได้ สร้างประสบการณ์ร่วมได้ รวมถึงการติดตามเพราะความประหลาดใจหรือสร้างข้อถกเถียงได้ ก็ถือว่าการสร้างสรรค์ในอีกรูปแบบหนึ่ง และเพิ่มโอกาสในการติดตามได้เช่นกัน และสุดท้าย คือ Sincere (ความจริงใจ) เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ชมที่ชอบติดตามความจริง ไม่ปรุงแต่งมากนัก เนื้อหาที่นำเสนออย่างตรงไปตรงมา หรือหากมีการปรุงแต่งเพื่อความบันเทิง ซึ่งสามารถสัมผัสได้ถึงวัตถุประสงค์ในด้านความบันเทิงของเนื้อหาที่มีความจริงอยู่นั้นก็จะเพิ่มโอกาสในการติดตามได้เป็นอย่างดี

**Logos** (ความเป็นเหตุผลของเนื้อหา) จากตารางจะเห็นได้ว่าความสำคัญของ Logos ลดลงอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากเนื้อหาในยุคปัจจุบันนั้น การพิสูจน์ได้หรือหลักฐานมีความสำคัญลดน้อยลง แต่เนื้อหาและการนำเสนอกลับกลายเป็นเพื่อความบันเทิง หรือความบันเทิง ผสมกับความรู้ หรือความสนใจเฉพาะ ซึ่งสามารถเสกทั้งความบันเทิงและความรู้ได้ในขณะเดียวกัน ซึ่งในส่วน Logos นี้ อาจจะมีสำคัญเฉพาะบางเนื้อหา เช่น ข่าว หรือสถานการณ์บ้านเมืองที่ต้องอาศัยหลักฐาน ความเป็นมาที่สามารถตรวจสอบได้ และอีกหนึ่งข้อสังเกตคือ ความรวดเร็วของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าว เหตุการณ์ปัจจุบันที่มีความรวดเร็ว และผู้ใช้งานบนโลกออนไลน์สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้ด้วยตนเอง จนบางครั้งขาดหลักฐานที่สามารถตรวจสอบได้ Logos จึงมีความสำคัญลดลงในยุคปัจจุบัน

#### 4.1.2.2 The Five Canons

หลักวาทศาสตร์องค์ 5 สามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น กล่าวคือ ความสำคัญของหลักวาทศาสตร์นั้นยังคงอยู่ แต่มีความรวบรัดมากขึ้น ชับซ้อนน้อยลง เช่น การคิดค้นเนื้อหาเกิดขึ้นโดยผ่านความคิดสร้างสรรค์ ผ่านเรื่องราวรอบตัวที่ไม่ใช่เนื้อหาชับซ้อนหรือเรื่องราวไกลตัว แต่เป็นเรื่องที่ทุกคนสามารถสัมผัส จินตนาการได้ การจัดเรียงเนื้อหาที่มีรูปแบบที่กระชับขึ้น ไม่ชับซ้อน รูปแบบการนำเสนอของแต่ละบุคคลที่เปิดกว้างมากขึ้นภายใต้ความเป็นปัจเจกของแต่ละบุคคล ไม่ได้เป็นรูปแบบของความสวยงามอย่างในอดีต เป็นต้น ดังนั้น ในส่วนนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้บริบทของอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งมีปัจจัยแวดล้อมและเทรนด์ในปัจจุบันเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้น แต่รูปแบบที่ชัดเจนดังในทฤษฎีกลับลดน้อยลง

#### 4.1.2.3 Verbal และ Non-Verbal

ความเปลี่ยนแปลงของภาษา การใช้ภาษาในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ซึ่งภาษาที่ใช้ยังคงมีความชัดเจน แต่รูปแบบการนำเสนอเปลี่ยนแปลงไป รูปแบบความเป็นทางการในอดีตลดน้อยลง เช่น การใช้คำพูด ไม่ว่าจะเป็นความหมายของคำ คำสุภาพ ระดับภาษารวมถึงภาษากาย ที่มีความเป็นธรรมชาติมากยิ่งขึ้น

### 4.1.3 สรุปผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์และนักวิชาการที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 โดยผู้วิจัยสรุปเป็นตารางผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 สรุปผลการวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ทฤษฎี		คุณลักษณะที่พึงประสงค์				
		Identity	Consistency	Creativity	Content	Sincere
Aristotle's Persuasive Appeals	Ethos	√	√	√		√
	Pathos	√	√	√	√	√
	Logos					√
The Five Cannons	Invention	√		√	√	
	Arrangement				√	
	Style				√	
	Memory	√	√			
	Delivery	√				
Verbal		√		√	√	√
Non-Verbal		√		√	√	√

ตารางสรุปผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปนั้น สามารถสรุปได้ทั้งหมด 5 คุณลักษณะประกอบด้วย 1) Identity 2) Consistency 3) Creativity 4) Content และ 5) Sincere โดยสามารถอธิบายผลการวิจัยผ่านทฤษฎี 1) Aristotle's Persuasive Appeals ได้แก่ Ethos, Pathos, Logos 2) ทฤษฎี The Five Cannons ได้แก่ Invention, Arrangement, Style, Memory, Delivery และ 3) ทฤษฎี Verbal และ Non-Verbal ได้ โดยตารางการสรุปผลการวิจัยในส่วนที่ 1 สะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของปรากฏการณ์ รวมถึงความสำคัญ และการคงอยู่ของทฤษฎี ที่ทำให้ผู้ที่มีความสนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์สามารถมองเห็นภาพได้ชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้บนฐานทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

การสรุปผลที่ได้ ถือเป็นปัจจัยที่เพิ่มโอกาสในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น รวมทั้งเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพบนพื้นฐานของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้ออกแบบกระบวนการฝึกอบรมตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 คือ เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ต่อไป

## 4.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยในข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้นำมาต่อยอดในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ โดยนำคุณลักษณะที่พึงประสงค์ 5 ประการ ประกอบด้วย 1) Identity (เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน) 2) Consistency (ความสม่ำเสมอ) 3) Creativity (ความคิดสร้างสรรค์) 4) Content (เนื้อหา) และ 5) Sincere (ความจริงใจ) รวมถึงความจริงหรือสถานการณ์จริงที่ไม่ได้มีการปรุงแต่งมากนัก เหล่านี้มาเป็นตัวตั้งในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมร่วมกับ ผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม ดังนั้นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ และการศึกษาก่อนหน้าจึงมีส่วนสำคัญในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม เพื่อให้ตรงต่อจุดประสงค์ของการฝึกอบรม และตอบโจทย์แก่ผู้ร่วมการฝึกอบรม ตามบทสัมภาษณ์ดังนี้

“ในการสร้างหลักสูตร มีความจำเป็นที่หลักสูตรนั้น จะต้องนำไปใช้ ไปต่อยอดได้ หรือจะต้องทำให้เป็นวิชาชีพได้ จึงเกิดประโยชน์ต่อผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม” (ผู้เชี่ยวชาญ 1)

“ต้องยอมรับว่าปัจจุบันนี้ อินฟลูเอนเซอร์ในทุก ๆ แพลตฟอร์ม มีอิทธิพลต่อสังคม และขับเคลื่อนกลไกทางสังคม รวมถึงแวดวงการตลาดในทุกสาขาอาชีพ ไม่ใช่แค่นักขาย นักท่องเที่ยว นักร้อง ดารา ศิลปิน แต่จริง ๆ มันครอบคลุมทุกวงการเลย เช่น หมอ วิศวกร แม่ค้า รปภ. อาชีพอิสระ มันขึ้นอยู่กับว่าคน ๆ นั้น อยู่ในอาชีพอะไร และผลิตคอนเทนต์ หรือเนื้อหา ต้องกินใจ และตรงใจกลุ่มเป้าหมาย” (ผู้เชี่ยวชาญ 1)

กล่าวได้ว่า ความสนใจของผู้คนได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก สามารถสังเกตได้จากปัจจุบันมีการเรียน การสอน หรือมีหลักสูตรที่พัฒนาอินฟลูเอนเซอร์เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากทั้งหลักสูตรที่ได้รับการรับรอง และหลักสูตรที่ถูกจัดตั้งขึ้นโดยบุคคล กล่าวคือ ปัจจุบันมี 2 มหาลัยที่เปิดหลักสูตรเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์ และมีการเรียนการสอนด้านนี้โดยเฉพาะ คือ หลักสูตรสาขาวิชาธุรกิจดนตรีและบันเทิง คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร และหลักสูตรนิเทศศาสตร์ (มุ่งเน้นการสร้างแบรนด์อินฟลูเอนเซอร์) มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งแสดงถึงความต้องการที่เพิ่มขึ้นอย่างแพร่หลาย โดยในการสร้าง หรือออกแบบหลักสูตร หรือกระบวนการนั้น สิ่งที่ขาดไม่ได้คือ ความต้องการของผู้ร่วมฝึกอบรม

“ซึ่งการออกแบบหลักสูตร จำเป็นว่าต้องทราบถึงข้อมูลความต้องการของบุคคลก่อนว่า มีปัจจัย หรืออุปสรรคในการเรียนรู้อย่างไรบ้าง หรือมีความต้องการเป็นอินฟลูเอนเซอร์เกี่ยวกับอะไร ต้องการพัฒนาทักษะเรื่องอะไร ซึ่งหากเข้าใจความต้องการแล้วก็สามารถออกแบบกระบวนการฝึกอบรมได้ทั้งในรูปแบบของ Onsite Online hybrid หรือแบบ e-training ได้” (ผู้เชี่ยวชาญ 2)

ในส่วนของรูปแบบการฝึกอบรม “ที่เหมาะสม” กับการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของ อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ควรเป็นอย่างไร โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรมได้ยกตัวอย่าง เกี่ยวกับรูปแบบการฝึกอบรมในลักษณะขององค์กร

“ในรูปแบบขององค์กร ก่อนที่เราจะทำแผนการฝึกอบรม เราจะหา Training Need ก่อน โดยหา จาก Vision Mission ขององค์กร นโยบายของผู้บริหาร รวมถึงการวางแผนการฝึกอบรมเพื่อให้ตอบโจทย์ Competency ของคนในองค์กร แต่ทุกอย่าง มันเป็นการกำหนดจากองค์กรทั้งสิ้น แปลว่า ฝึกอบรม พัฒนาคน เพื่อตอบโจทย์องค์กร ซึ่งโจทย์องค์กรมันมีเยอะ เช่น ด้านธุรกิจ ด้านการทำงาน ด้านสวัสดิ ภาพพนักงาน อยากให้พนักงานมีความสุข สามัคคีกัน ประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น แต่ทุกอย่าง มันกำหนดจากองค์กรล้วน ๆ น้อยมากที่จะเดินไปถามพนักงานว่า อยากอบรมอะไร โดยที่ HR ไม่มี KPI ขององค์กรในเรื่องนั้น ๆ ยกตัวอย่างเช่น พนักงานฝ่ายการผลิต ยืนทำงานในไลน์การผลิต ตอบว่า อยากอบรมเรื่องการตัดต่อวิดีโอ ซึ่งไม่เกี่ยวกับงานเลยแม้แต่นิดเดียว ถามว่า องค์กรจะส่งพนักงาน ไปอบรม หรือเสริมทักษะเรื่องนี้ไหม แต่ถ้าทีม PR องค์กรบอกว่า อยากอบรมเรื่องการตัดต่อวิดีโอ หรือการสร้างคอนเทนต์ บางทีทีม PR ไม่ต้องเอ่ยปากด้วยซ้ำ องค์กรก็ส่งไปอบรมแล้ว เพราะมันเป็น ทักษะ หรือ Functional Competency ที่ตำแหน่งนี้ต้องมี” (ผู้เชี่ยวชาญ 1)

ในขณะเดียวกัน เมื่อเป็นการฝึกอบรมในกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์ ที่ต้องสร้างตัวตน ให้เกิด ความโดดเด่น แก่นในการพัฒนา หรือกระบวนการจึงมีความแตกต่างกัน เมื่อเทียบกับการฝึกอบรมใน รูปแบบขององค์กร

“ถ้าเป็นอินฟลูเอนเซอร์ ก็เหมือนกับการสร้าง Personal Branding เพราะฉะนั้นแต่ละคนต้อง มีจุดเด่นเป็นของตนเอง” (ผู้เชี่ยวชาญ 3)

“นอกจากนั้นการทำ Training need ของอินฟลูเอนเซอร์ นอกจากจำเป็นที่จะต้องทราบถึง กระบวนการที่นำไปสู่การเป็นอินฟลูเอนเซอร์แล้ว ก็ต้องขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เข้าร่วมฝึกอบรม เช่นกัน” (ผู้เชี่ยวชาญ 2)

ในการสร้างอินฟลูเอนเซอร์นั้นจะพบว่า มีความสอดคล้องอยู่ 2 ประการคือ 1) การพัฒนาจุด แข็ง ให้เป็นจุดขาย และ 2) การกลบจุดอ่อนที่จำเป็น

ดังนั้นเมื่อศึกษาเพิ่มเติมกับข้อมูลของมหาวิทยาลัยที่เปิดสอน จึงพบว่า มีวิชาที่น่าสนใจ มากมาย เช่น วิชาทางด้านธุรกิจ วิชาทางการสื่อสาร วิชาที่เกี่ยวกับการพัฒนาด้านทักษะเฉพาะ และด้านเทคโนโลยี รวมถึงวิชาที่มีความแปลกใหม่ เช่น วิชาการรับมือกับแฟนคลับ หรือทักษะทาง จิตวิทยาในการรับมือกับความล้มเหลวหรือความล้มเหลว และการถูกพูดถึงในที่สาธารณะในฐานะ ไอดอล

“หลักสูตรที่สร้างขึ้น ต้องน่าสนใจมาก และสามารถใช้ได้จริงบนโลกออนไลน์ เพราะในมุมมอง การเป็นอินฟลูเอนเซอร์นั้น ไม่ได้มีแต่เพียงความต้องการอยากจะเป็น แต่จำเป็นจะต้องมีมุมมอง

สะท้อนความคิดเห็น เพื่อสนับสนุนให้เกิดอินฟลูเอนเซอร์ที่เป็นที่ต้องการของตลาดได้ไปพร้อมกัน” (ผู้เชี่ยวชาญ 1) โดยรูปแบบการฝึกอบรมนั้น มีหลากหลายรูปแบบที่สามารถพัฒนาทักษะของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ไม่ว่าจะเป็น Coaching, Monitoring, Mirroring, Benchmarking รวมถึง Training ดังบทสัมภาษณ์

“การจะพัฒนาอินฟลูเอนเซอร์ จะเฉพาะเจาะจงในบางสิ่งบางอย่าง หรือรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง ก็อาจจะไม่ได้ผลเท่าที่ควร เพราะในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ มีหลายทักษะ ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร การโต้ตอบ การตั้งรับ เพราะฉะนั้นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และการทดลองทำจริงจึงเป็นส่วนสำคัญในการฝึกอบรม” (ผู้เชี่ยวชาญ 1)

การสร้าง Reflection note เป็นอีกประเด็นที่น่าสนใจ ซึ่งจะทำให้การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการตั้งคำถามปลายเปิด พร้อมให้เหตุผลประกอบ เช่น คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในมุมมองของคุณคืออะไร ถ้าคุณเป็นคนเสพเนื้อหาคุณอยากเห็นอินฟลูเอนเซอร์แบบใด เป็นต้น จากผลการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมจำเป็นจะต้องผสมผสานรูปแบบต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งในแต่ละรูปแบบก็จะมีกิจกรรมที่เหมาะสม เพื่อสนับสนุนกับคุณลักษณะทั้ง 5 ประการที่ได้กล่าวมาข้างต้น เช่น การ Workshop, Brain Storming, Discussion, Dialogue, activity Based เป็นต้น

ดังนั้นการจัดฝึกอบรม หรือการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง ที่นอกจากจะมีการพัฒนาเรื่องของบุคคล การค้นหาตนเอง การพัฒนาเนื้อหาแล้ว การเข้าใจในกลุ่มผู้บริโภค หรือการตั้งรับการสะท้อนกลับทางความคิด เพื่อเป็นเกราะป้องกันให้กับผู้ที่มีความสนใจในเรื่องของอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมในครั้งนี้ มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างการมีส่วนร่วม และการปฏิบัติจริง รวมถึงการสะท้อนความคิดเห็นเพื่อให้ผู้ที่เข้าร่วมการฝึกอบรมเห็นภาพ และสามารถนำไปต่อยอดได้ โดยจะต้องมีความสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ตามคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ที่มีประสบการณ์จริง รวมถึงการตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้ชมได้ ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่จะผลักดันให้ผู้สร้างสรรค์เนื้อหานั้นสามารถเพิ่มโอกาสในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ และในขณะเดียวกันเนื้อหาที่น่าเสนอนั้นควรที่จะเป็นเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ มีความคิดสร้างสรรค์ และสร้างการตระหนักรู้ได้ในขณะเดียวกัน

ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม จึงได้ออกแบบกระบวนการฝึกอบรมที่เน้นที่ตัวบุคคล เพื่อสร้างสื่อบุคคลให้สามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างสร้างสรรค์ โดยมีกิจกรรม และรูปแบบการฝึกอบรม ซึ่งได้จัดการฝึกอบรมขึ้นทั้งหมด 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 เป็นการทดลอง (Pilot) และครั้งที่ 2 คือการฝึกอบรมจริง มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

#### 4.2.1 การฝึกอบรมครั้งที่ 1 การทดลองการฝึกอบรม (Pilot)

ตารางที่ 4.2 การฝึกอบรมในครั้งที่ 1 การทดลองการฝึกอบรม (Pilot)

คุณลักษณะที่พึงประสงค์	ที่มาของการออกแบบ	กิจกรรม	เหตุผลในการเลือกกิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
Identity		ไปบอกตัวตน	ไฟมีความหลากหลาย สามารถอธิบายผ่านรูปภาพ และเล่าเรื่องได้	ผู้ร่วมฝึกอบรม ได้นึกถึงตนเอง เพื่อค้นหาจุดเด่น จุดด้อยและรู้จักตนเองมากยิ่งขึ้น
		1 นาทีอธิบายตัวตน ด้วยปลายปากกา	การเขียนอธิบายตนเอง สามารถเขียนได้หลากหลายมุม และเหมือนเป็นพื้นที่สงบในการเขียนและอธิบาย	
Consistency	สัมภาษณ์กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์	แลกเปลี่ยนเรียนรู้	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สามารถสร้างมุมมองใหม่ และเพิ่มเติมความคิด รวมถึงการต่อยอดความคิด	ผู้ร่วมฝึกอบรมได้มุมมองใหม่มากขึ้น
Content		นักวิชาการ และร่วมออกแบบกับ	แลกเปลี่ยนเรียนรู้ สามารถสร้างมุมมองใหม่ และเพิ่มเติมความคิด รวมถึงการต่อยอดความคิด	
Creativity		ผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม	VDO in 1 Minute	
	Sincere	แลกเปลี่ยนเรียนรู้	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สามารถสร้างมุมมองใหม่ และเพิ่มเติมความคิด รวมถึงการต่อยอดความคิด	ผู้ร่วมฝึกอบรมได้มุมมองใหม่มากขึ้น สามารถสะท้อน และยินดีรับความคิดเห็นจากบุคคลอื่นได้



## กิจกรรมในการฝึกอบรมในครั้งที่ 1 การทดลองการฝึกอบรม (Pilot)

### ตารางที่ 4.3 กิจกรรมการฝึกอบรมในครั้งที่ 1 การทดลองการฝึกอบรม (Pilot)

การทดลองฝึกอบรม พัฒนาคุณลักษณะอินฟลูเอนเซอร์ที่พึงประสงค์	
ลำดับ	กิจกรรม
1	“ไฟบอกตัวตน” เลือกไฟสะท้อนตนเอง และแนะนำตัวให้น่าสนใจ
2	“1 นาทีอธิบายตัวตน ด้วยปลายปากกา” เล่าเรื่องที่เล่าได้ และสิ่งที่อยากเป็น
3	“VDO in 1 Minute” สร้างสรรค์วิดีโอ ผ่านสื่อ
4	“แลกเปลี่ยนเรียนรู้” เพิ่มพูนความรู้ รับผิดชอบ สะท้อน

จากการศึกษาค้นคว้าเอกสารต่าง ๆ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาผนวกกับคำสัมภาษณ์ของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการ พร้อมทั้งจัดการฝึกอบรมร่วมกับผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม ในลักษณะการทดลอง พบว่ามี 2 ส่วนที่จำเป็นในการฝึกอบรม คือ 1) การค้นหาตัวตน และ 2) การนำเสนอตนเองผ่านสื่อวิดีโอ ซึ่งในทุกกิจกรรมจะมีการสะท้อนความคิดเห็น และความรู้สึจากจากผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมมองเห็นภาพตนเองได้มากยิ่งขึ้น ดังนี้

#### 4.2.2.1 กิจกรรมที่ 1 “ไฟบอกตัวตน”



รูปที่ 4.1 กิจกรรมที่ 1 “ไฟบอกตัวตน”

ไฟบอกตัวตน เป็นกิจกรรมแรกของการฝึกอบรม โดยให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมเลือกส้อมหยิบไฟที่ตนเองชอบมากที่สุด และสามารถสะท้อนตัวตนได้มากที่สุด พร้อมทั้งอธิบายให้ผู้ร่วมฝึกอบรมคนอื่นฟังถึงเรื่องราวและเหตุผลที่เลือกไฟใบนี้ ในขณะที่เดียวกันจะมีการสะท้อนความคิดเห็นจากผู้จัดฝึกอบรม เพื่อให้ผู้ร่วมฝึกอบรมได้มองเห็นตนเองมากยิ่งขึ้น

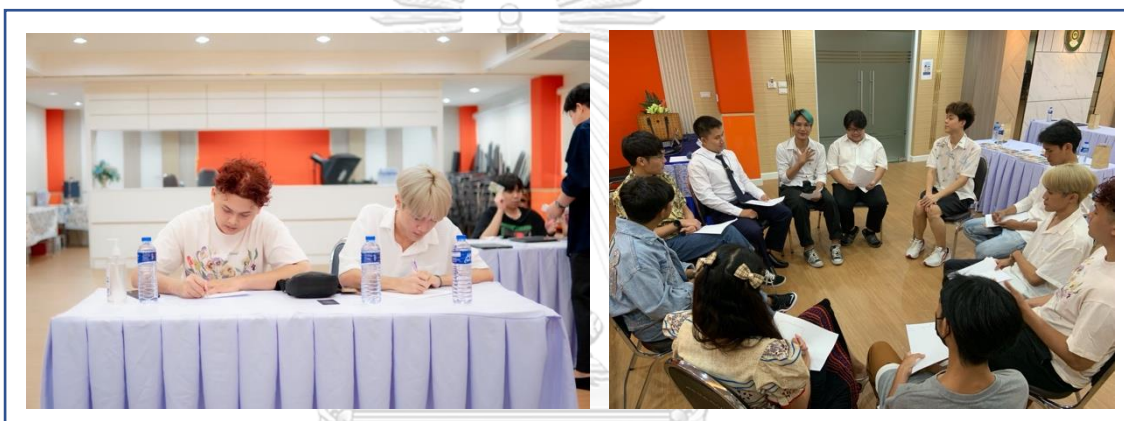
“แต่ละคนมีความชอบ ความถนัดไม่เหมือนกัน ใฝ่จะเป็นตัวบอกว่า เขาคนนั้นกำลังนึกคิดอะไร และชอบไม่ชอบอะไร” (ผู้เชี่ยวชาญ 3)

กิจกรรมที่ 1 นี้ มีข้อสังเกตที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ดังนี้

1) ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางท่าน ยังไม่สามารถเลือกไฟ หรืออธิบายตนเองได้เท่าที่ควร

2) ผู้เข้าร่วมกิจกรรมยังไม่กล้าที่จะเล่าเรื่องเกี่ยวกับตนเอง ในพื้นที่ที่มีบุคคลอื่น จากข้อสังเกตข้างต้น ทำให้กิจกรรมนี้ถูกพัฒนาขึ้นอีกครั้ง ในการจัดการฝึกอบรมครั้งต่อไป

#### 4.2.2.2 กิจกรรมที่ 2 “1 นาทีอธิบายตัวตน ด้วยปลายปากกา”



รูปที่ 4.2 กิจกรรมที่ 2 “1 นาทีอธิบายตัวตนด้วยปลายปากกา”

กิจกรรมที่ 2 ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมจะได้รับกระดาษและปากกา เพื่อที่จะเขียนอธิบายตนเอง และเล่าเรื่องราวของตนเองภายในเวลา 1 นาที ซึ่งเป็นความคิด “ปิ้งแว็บ” เพื่อนำเรื่องราวนั้นมาต่อยอด และสร้างเป็นเนื้อหาที่ตนเองถนัด

“เวลาเขียน เรามักจะสบายใจ ได้ทบทวนตัวเอง บางครั้งอาจได้อะไรใหม่ ๆ จากการเขียน” (ผู้เชี่ยวชาญ 3)

กิจกรรมที่ 2 มีข้อสังเกตที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ดังนี้

1) การเขียนความรู้สึก หรือความต้องการของตนเองนั้น ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมสามารถร่วมกิจกรรมได้ทุกคน

2) การออกมาเล่าเรื่องของตนเองให้กับผู้อื่นฟัง หรือการเล่าเรื่องราวเพื่อสร้างความสนใจอาจไม่ใช่เรื่องง่ายสำหรับทุกคน

#### 4.2.2.3 กิจกรรมที่ 3 VDO in 1 Minute

กิจกรรมที่ 3 ความน่าสนใจของกิจกรรมนี้ คือเมื่อมีการถ่ายวิดีโอ หรือการนำเสนอตนเองผ่านสื่อ ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมทุกท่านสามารถทำได้ดี มีเนื้อหาที่น่าสนใจ และมีความหลากหลาย ซึ่งกิจกรรมที่ 3 จึงถูกนำไปต่อยอดในการฝึกอบรมจริงในครั้งต่อไป

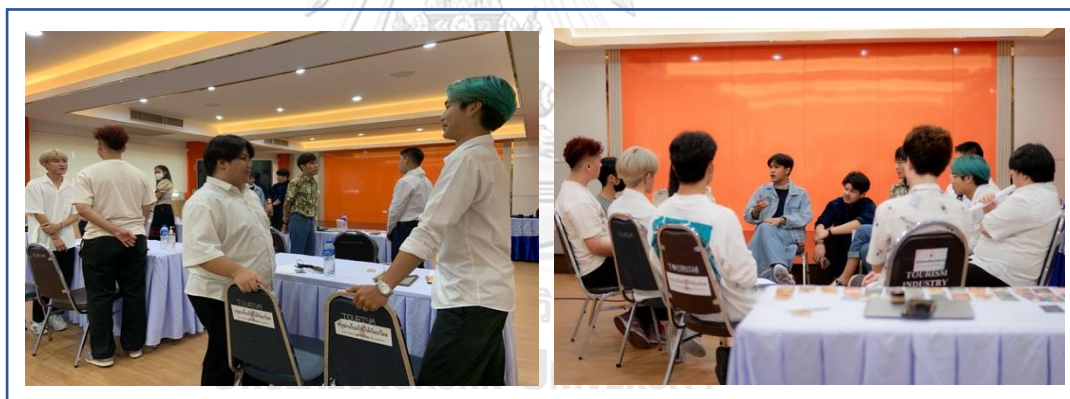
กิจกรรมที่ 3 มีข้อสังเกตที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้ดังนี้

1) ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางคนไม่ถนัดในการนำเสนอตนเอง จึงเลือกใช้วิธีนำเสนอบุคคลอื่นแทน โดยการใช้ภาพและเสียงในการดำเนินเรื่อง ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งรูปแบบในการนำเสนอ

2) ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมบางคน จะต้องมีการพัฒนาและต่อยอดในเรื่องขององค์ประกอบภาพ และวิดีโอ และมีการพัฒนาเรื่องของบุคลิกภาพให้มากขึ้น

3) กิจกรรม VDO in 1 Minute คือหนึ่งกิจกรรมที่สามารถสะท้อนให้ผู้ร่วมฝึกอบรมมองเห็นตนเองได้ดีที่สุดกิจกรรมหนึ่ง รวมถึงการสะท้อนความคิดเห็นจากบุคคลอื่น

#### 4.2.2.4 กิจกรรมที่ 4 “แลกเปลี่ยนเรียนรู้”



รูปที่ 4.3 กิจกรรมที่ 4 “แลกเปลี่ยนเรียนรู้”

กิจกรรมที่ 4 เป็นการสะท้อนความคิดเห็นจากผู้ฝึกอบรมและผู้ร่วมฝึกอบรม ซึ่งกิจกรรมนี้ทำให้ผู้ฝึกอบรมได้เห็นมุมมองที่หลากหลาย ข้อดี ข้อเสีย และข้อที่พึงปฏิบัติต่อไปในอนาคตได้มากยิ่งขึ้น

“คนเราบางครั้งมองไม่เห็นตนเอง จะต้องได้รับการสะท้อนจากบุคคลอื่น หลายครั้งที่หลายคนรู้ข้อดีของตัวเองจากคนอื่น” (ผู้เชี่ยวชาญ 3)

กิจกรรมนี้จึงเปรียบเสมือนคำแนะนำที่ผู้วิจัยได้นำมาปรับใช้ และพัฒนาในการจัดฝึกอบรมจริงในครั้งต่อไป โดยพบอุปสรรคและประเด็นที่น่าสนใจนำไปสู่การต่อยอด ดังนี้

ตารางที่ 4.4 การทดลองการฝึกอบรมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์

การทดลองการฝึกอบรมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์		
ลำดับ	อุปสรรค	การพัฒนาต่อยอด
1	ความกลัว หรือ ความไม่กล้าแสดงออก รวมถึงการแสดงความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมซึ่งเกิดขึ้นในกิจกรรมที่ 1 และกิจกรรมที่ 2	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้วิจัยได้มีการแจ้งล่วงหน้าถึงวัตถุประสงค์ในการจัดการฝึกอบรมครั้งนี้</li> <li>2. ผู้วิจัยได้เพิ่ม กิจกรรม Pre-Reflection Note ก่อนการฝึกอบรม เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมทำความเข้าใจและเรียนรู้ตนเองมากยิ่งขึ้นก่อนเริ่มกิจกรรมการฝึกอบรม</li> <li>3. ผู้วิจัยได้นำกิจกรรม “ไปบอกตัวตน” มาปรับเปลี่ยนเป็นกิจกรรม “ตัวอักษรเล่าเรื่อง” ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับกิจกรรมก่อนหน้า แต่เพิ่มเติมเรื่องความคิดสร้างสรรค์ มากยิ่งขึ้น</li> <li>4. ผู้ฝึกอบรมได้มีการไล่ระดับกิจกรรม และเรียงลำดับของกิจกรรมให้มีความสอดคล้องมากขึ้น เพื่อลดความกลัว และเพิ่มความกล้าแสดงออก</li> </ol>
2	ขาดกิจกรรมที่เป็นจุดเริ่มต้นของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ที่พึงมี	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้วิจัยได้มีการเพิ่มกิจกรรม เกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น รวมถึงการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ และแนวทางการสร้างเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ ผ่านจินตนาการ และการถกเถียง ซึ่งนำมาอธิบายในส่วนถัดไป</li> </ol>
3	การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้ฝึกอบรม ซึ่งบางท่านไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้ทั้งหมด จึงทำให้ผลการทดลองนั้นไม่สามารถอธิบายได้ดีเท่าที่ควร	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้วิจัยมีการชี้แจงล่วงหน้าในการเข้าร่วมกิจกรรม และสร้างกฎ กติการ่วมกันในการฝึกอบรม</li> </ol>
4	รูปแบบในการทดลองครั้งนี้เป็นรูปแบบของ Lecture base จึงทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมไม่ได้ฝึกปฏิบัติจริงเท่าที่ควร เป็นเพียงการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และนั่งฟังเป็นหลัก	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้วิจัยและผู้ฝึกอบรมได้เพิ่มเติมกิจกรรมที่เน้นการปฏิบัติมากขึ้น</li> <li>2. เปลี่ยนรูปแบบการนั่ง และสถานที่ โดยเลือกใช้สตูดิโอ เพื่อให้บรรยากาศเป็นส่วนสนับสนุนให้การฝึกอบรมนั้นสอดคล้องกับเนื้อหามากยิ่งขึ้น</li> </ol>

#### 4.2.2 การฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง

หลังจากจัดการฝึกอบรมในลักษณะ Pilot ผู้วิจัยได้พบข้อสังเกตที่น่าสนใจ และนำมาพัฒนาต่อยอด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการฝึกอบรม และการทดลอง โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.5 การฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง

คุณลักษณะที่พึงประสงค์	ที่มาของการออกแบบ	กิจกรรม	เหตุผลในการเลือกกิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
Identity Content และ Creativity	สัมภาษณ์ กลุ่มอินฟลู เอนเซอร์ นักวิชาการ และร่วม ออกแบบกับ ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการ	Pre-Post Reflection Note	ต่อยอดจากการฝึกอบรมครั้งที่ 1 เพื่อชี้แจงให้ทราบถึงวัตถุประสงค์ และให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมได้ทบทวนตนเอง รวมถึงประเมินตนเองทั้งก่อนและหลังการฝึกอบรม	ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมทราบถึงจุดประสงค์การอบรม มีการเตรียมความพร้อม สามารถประเมินความเปลี่ยนแปลงหลังการฝึกอบรม รวมถึงการทบทวนตนเองได้ด้วยตนเอง
	ฝึกอบรมและการพัฒนาต่อยอดจากการจัดฝึกอบรมในลักษณะของ Pilot	ตัวอักษรเล่าเรื่อง	ต่อยอดจากไปบอกตัวตน โดยเปลี่ยนเป็นตัวอักษร ทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมสามารถทบทวนตนเอง และเพิ่มเติมด้วยความคิดสร้างสรรค์ เนื่องจากไม่มีภาพเป็นสื่อ นำทางความคิด ทำให้ได้ฝึกการทบทวนตนเอง และความคิดสร้างสรรค์ไปพร้อมกัน	สามารถสร้างจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ ต่อยอดจากสิ่งเล็ก ๆ ได้
Consistency		แลกเปลี่ยนเรียนรู้	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้สามารถสร้างมุมมองใหม่ และเพิ่มเติมความคิด รวมถึงการต่อยอดความคิด	ผู้ร่วมฝึกอบรมได้มุมมองใหม่มากขึ้น สามารถสะท้อน และยินดีรับความคิดเห็นจากบุคคลอื่นได้

ตารางที่ 4.5 การฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง (ต่อ)

คุณลักษณะที่พึงประสงค์	ที่มาของการออกแบบ	กิจกรรม	เหตุผลในการเลือกกิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
Content และ Creativity	สัมภาษณ์ กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ นักวิชาการ และร่วมออกแบบกับผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรมและการ	ไฟเล่าเรื่อง	เป็นกิจกรรมต่อยอดหลังจากที่ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ร่วมในกิจกรรมที่ 1 แล้ว ก็จะเห็นแนวทางของความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น จึงนำไฟที่มีความหลากหลาย มีรูปภาพสามารถอธิบาย และนำมาเป็นประเด็นถกเถียงเพื่อต่อยอด	สามารถสร้างจินตนาการ มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถนำเรื่องราวที่เกิดขึ้น มาเป็นประเด็นถกเถียงเพื่อต่อยอด ความคิดในเชิงสร้างสรรค์ มองเห็นเรื่องราวใกล้ตัว
	พัฒนาต่อยอดจากการจัดฝึกอบรมในลักษณะของ Pilot	VDO in 1 Minute	ความคิดสร้างสรรค์ผ่านรูปภาพ การเล่าเรื่องและการนำเสนอได้ ได้ออกแบบสร้างสรรค์จินตนาการ และทดลองทำจริง และมีความสอดคล้องกับการเป็นอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นกิจกรรมที่ต่อยอดจากการฝึกอบรมในครั้งแรก เพิ่มเติมคือแนวทางในการสร้างสรรค์ ซึ่งถูกสอดแทรกในกิจกรรมก่อนหน้า	และสามารถนำมาเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจได้ ผู้ร่วมการฝึกอบรม สามารถสร้างสรรค์วิดีโอ และเนื้อหา พร้อมนำเสนอได้
Creativity		VDO in 1 Minute	การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สามารถสร้างมุมมองใหม่	ผู้ร่วมการฝึกอบรม สามารถสร้างสรรค์วิดีโอ
Sincere		แลกเปลี่ยนเรียนรู้	และเพิ่มเติมความคิด รวมถึงการต่อยอดความคิด	และเนื้อหา พร้อมนำเสนอได้

ตารางที่ 4.5 การฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง (ต่อ)

คุณลักษณะที่พึงประสงค์	ที่มาของการออกแบบ	กิจกรรม	เหตุผลในการเลือกกิจกรรม	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
				ผู้ร่วมฝึกอบรมได้มุมมองใหม่มากขึ้น สามารถสะท้อน และยินดีรับความคิดเห็นจากบุคคลอื่นได้
<b>Feedback จากเพื่อน</b>				
การสะท้อนความคิดจากบุคคลอื่น จะทำให้ตนเองได้เห็นมุมมองที่ต่างไป รวมถึงจุดเด่นที่น่าสนใจในมุมมองของบุคคลอื่น รวมถึงการสร้างเกราะป้องกัน การตั้งรับในความเห็นของผู้อื่น ซึ่งมีความสอดคล้องกับโลกออนไลน์ในยุคปัจจุบัน				
<b>แลกเปลี่ยนเรียนรู้</b>				
การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สามารถสร้างมุมมองใหม่ และเพิ่มเติมความคิด รวมถึงการต่อยอดความคิด				

กิจกรรม Feedback จากเพื่อน และกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เป็นกิจกรรมที่จะมีการสอดแทรก และปิดท้ายในทุกกิจกรรมของการฝึกอบรม เพื่อสะท้อนความคิด สร้างข้อถกเถียงจุดประกายความคิด เพื่อสร้างความคิดสร้างสรรค์ ค้นหาตัวตนได้ดียิ่งขึ้น

กิจกรรมการฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง

ตารางที่ 4.6 กิจกรรมการฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง

การอบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์	
ลำดับ	กิจกรรม
1	Pre-Reflection Note สะท้อนตนเอง ผ่านประสบการณ์ ความต้องการ และความคาดหวัง
2	ตัวอักษรเล่าเรื่อง เล่าเรื่องราวผ่านตัวอักษรภาษาอังกฤษ ค้นหาตัวตน สร้างไอเดีย และจินตนาการ
3	ไฟเล่าเรื่อง จุดเริ่มต้นแห่งความคิดสร้างสรรค์ ทุกคนสร้างได้ ผ่านการถกเถียง และต่อยอด
4	VDO in 1 Minute นำเสนอตนเองผ่านสื่อวิดีโอบนแพลตฟอร์มออนไลน์

ตารางที่ 4.6 กิจกรรมการฝึกอบรมครั้งที่ 2 การฝึกอบรมจริง (ต่อ)

การอบรม คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์	
ลำดับ	กิจกรรม
5	Feedback จากเพื่อน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสะท้อนตนเองเป็นอีกส่วนหนึ่งที่สำคัญ และการสะท้อนจากบุคคลรอบข้างจะทำให้เห็นภาพตนเองมากยิ่งขึ้น (เป็นกิจกรรมที่ถูกสอดแทรกไว้ในทุกกิจกรรม)
6	Post-Reflection Note สะท้อนตนเองกับสิ่งที่ได้รับ และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

การฝึกอบรมจริง ในครั้งที่ 2 ถูกพัฒนาขึ้นจากการฝึกอบรมในรูปแบบของการทดลอง ได้มีการปรับเปลี่ยน และเพิ่มเติมกิจกรรมในบางส่วน โดยมีการเน้นที่การสร้างสื่อบุคคลเป็นสำคัญ รวมถึงองค์ประกอบในการนำเสนอ เมื่อต้องมีการนำเสนอตนเองผ่านสื่อ ซึ่งในการจัดการฝึกอบรมครั้งนี้ผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรมได้เพิ่มเติมเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นจากการฝึกอบรมในครั้งที่ 1 โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

#### 4.2.2.1 กิจกรรมที่ 1 Pre-Reflection Note

กิจกรรมที่ 1 เป็นกิจกรรมแรก ที่ทำให้ผู้วิจัยและผู้ร่วมฝึกอบรม ได้ทราบถึงความต้องการของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม พื้นฐานความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ความคิดสร้างสรรค์ และความคาดหวัง ซึ่งผู้วิจัยได้มอบหมาย Pre-Reflection Note นี้ ให้กับผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมก่อนเริ่มการฝึกอบรม โดย Pre-Reflection Note นี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 จุดเริ่มต้น และแรงบันดาลใจ

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ส่วนที่ 3 ผลงานบนแพลตฟอร์มยูทูป

ส่วนที่ 4 การฝึกอบรม

ตัวอย่างเครื่องมือ Pre-Reflection Note

Pre-Reflection Note ก่อนการฝึกอบรมการพัฒนาคุณลักษณะอินฟลูเอนเซอร์ที่พึงประสงค์บนแพลตฟอร์มยูทูป

1) ส่วนที่ 1 จุดเริ่มต้น และแรงบันดาลใจ

1.1) แรงบันดาลใจในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป คืออะไร

1.2) แรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างไร



1.3) อินฟลูเอนเซอร์ที่คุณชื่นชอบคือใคร และบุคคลนั้นส่งอิทธิพลต่อการสร้างสรรค์ผลงานของคุณหรือไม่ อย่างไร

1.4) หากคุณต้องการสร้างตัวตนบนแพลตฟอร์มยูทูป คุณจะสร้างสรรค์เนื้อหาในลักษณะใด เพราะเหตุใด

2) ส่วนที่ 2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

2.1) คุณคิดว่าคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในความเข้าใจของคุณคืออะไร

2.2) คุณคิดว่าอินฟลูเอนเซอร์ที่คุณชื่นชอบมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์หรือไม่อย่างไร

2.3) คุณคาดหวังให้คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์อย่างไร

3) ส่วนที่ 3 ผลงานบนแพลตฟอร์มยูทูป

3.1) ผลงานชิ้นแรกบนแพลตฟอร์มยูทูปของคุณคืออะไร

3.2) รู้สึกอย่างไรเมื่อนำเสนอผลงานชิ้นแรกออกไป

3.3) ผลลัพธ์ของผลงานชิ้นแรกเป็นอย่างไร

3.4) มีวิธีการปรับปรุงผลงานชิ้นนั้นอย่างไร

3.5) คุณคิดว่าผลงานของคุณมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของการเป็นอินฟลูเอนเซอร์มากน้อยเพียงใด พร้อมอธิบาย

3.6) ผลงานชิ้นแรก เมื่อเทียบกับผลงานชิ้นล่าสุด มีความแตกต่างกันอย่างไร

3.7) การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ส่งผลต่อความรู้สึก หรือการสร้างสรรค์ผลงานอย่างไร

3.8) มีความคาดหวังต่อตนเองในอนาคตอย่างไร

3.9) มีกระบวนการพัฒนาตนเอง เพื่อให้ถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างไร

4) ส่วนที่ 4 การฝึกอบรม

4.1) ความคาดหวังในการฝึกอบรมของคุณเป็นอย่างไร

4.2) ความคาดหวังต่อวิทยากรเป็นอย่างไร

4.3) ความคาดหวังต่อผลลัพธ์ในการฝึกอบรมครั้งนี้ สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อตัวคุณได้อย่างไร

ผลลัพธ์ในการทำ Pre-Reflection Note ในภาพรวมสามารถอธิบายได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 จุดเริ่มต้น และแรงบันดาลใจ พบว่า จุดเริ่มต้นและแรงบันดาลใจของแต่ละบุคคลนั้นมีความแตกต่างกัน ซึ่งแรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากความสนใจส่วนตัว ซึ่งผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางคน มีแรงบันดาลใจจากกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความคล้ายคลึงกับตน เช่น มี

ความชอบในเรื่องเดียวกัน มีประสบการณ์ร่วมกันในเนื้อหา นั้น ๆ ซึ่งในความสนใจเฉพาะของตนเอง ในบางครั้งส่งผลในการปฏิบัติตาม บางคนมีความเชื่อว่า อินฟลูเอนเซอร์สามารถโน้มน้าวใจผู้ชมให้ ปฏิบัติตามได้จริง และบางคนติดตามอินฟลูเอนเซอร์ เพราะความชอบ และความบันเทิง เป็นต้น

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป พบว่า ในส่วนที่ 2 นี้มีแนวคิดที่ค่อนข้างหลากหลาย เช่น ความสดใสของอินฟลูเอนเซอร์ การใช้ภาษา ที่เหมาะสม คิดดี ทำดี พุดดี การรับฟังความคิดเห็นของผู้ชม ความจริงใจ เป็นต้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ ในมุมมองของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1) คุณภาพที่ตัวบุคคล ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างเป็นประโยชน์ มีความคิดสร้างสรรค์ มีความจริงใจ มีความเคารพ และให้เกียรติผู้ชม

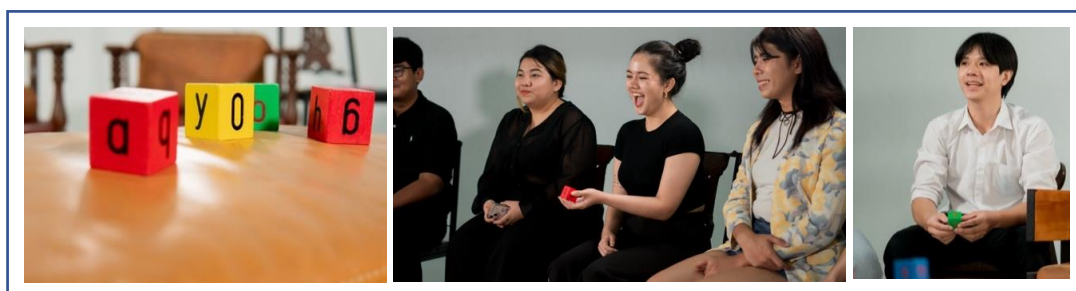
2) คุณภาพที่ตัวเนื้อหา มีเนื้อหาที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย มีการถ่ายทอด เนื้อหาในเชิงบวก และมีการนำเสนอเนื้อหาบนพื้นฐานของความเป็นจริง

3) ส่วนที่ 3 ผลงานบนแพลตฟอร์มยูทูป พบว่า มีความหลากหลายในการ นำเสนอผลงาน ไม่ว่าจะเป็นผลงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ชีวิตประจำวัน และความชอบส่วนตัว ซึ่งสิ่ง ที่พบในทิศทางเดียวกัน คือการผลิตผลงานที่ไม่ต่อเนื่อง และไม่รู้จักในการพัฒนารูปแบบการนำเสนอ อย่างไม่ให้น่าติดตาม ซึ่งการได้รับการสะท้อนความคิด การติดตาม การเข้าชมจากผู้ชมก็เป็นอีกหนึ่ง ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการนำเสนอผลงานผ่านแพลตฟอร์มยูทูปเช่นกัน

4) ส่วนที่ 4 การฝึกอบรม ในส่วนนี้แน่นอนว่า ผลที่ได้จากการเขียนบรรยายใน Pre-Reflection Note พบว่าผู้เข้าร่วมฝึกอบรมทุกคนมีความคาดหวังกับการฝึกอบรม ที่สามารถ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง และนำองค์ความรู้ที่ได้ไปพัฒนาต่อยอดในความสนใจเฉพาะของตนเอง

ดังนั้น การทำ Pre-Reflection Note นี้จะทำให้ผู้วิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบการฝึกอบรมเห็นภาพการฝึกอบรมมากยิ่งขึ้น รวมถึงเข้าใจถึงความต้องการของผู้ร่วมการ ฝึกอบรม เพื่อผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

#### 4.2.2.2 กิจกรรมที่ 2 ตัวอักษรเล่าเรื่อง



รูปที่ 4.4 กิจกรรมที่ 2 “ตัวอักษรเล่าเรื่อง”

กิจกรรมนี้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม จะเลือกหีบตัวอักษรที่วางรวมอยู่ด้านหน้าของตนเอง หลังจากเลือกตัวอักษรขึ้นมาแล้ว จะต้องอธิบาย หรือเล่าเรื่องตัวอักษรนั้น โดยมีโจทย์ว่าการเลือกตัวอักษรที่วางอยู่ด้านหน้าของตน จะต้องมามีเรื่องราวที่เกี่ยวกับตนเองเป็นหลัก ซึ่งกิจกรรมนี้จะเป็นการสะท้อนความคิดและภูมิหลังของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งทำให้ผู้ฝึกอบรมมองเห็นความคิดและภูมิหลังของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้มากยิ่งขึ้น

ผลลัพธ์ที่ได้จากกิจกรรมนี้ แบ่งออกเป็น 2 มุมมองหลัก

#### 1) มุมมองสะท้อนตนเอง

กิจกรรมนี้ ทำให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้เห็นมุมมองครั้งแรกของตนเอง ที่พร้อมจะนำเสนอต่อบุคคลอื่นซึ่งเป็นอีกเรื่องราวที่สะท้อนตนเองได้เร็วที่สุด โดยผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางคน จะใช้เวลาคิดกับกิจกรรมนี้เพียงแค่วันเดียว แต่บางคนใช้เวลาค่อนข้างมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการสำรวจตนเองของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมและความคิดสร้างสรรค์ได้ในเบื้องต้น

#### 2) มุมมองความเข้าใจในบุคคลอื่น

กิจกรรมนี้นอกจากจะเป็นกิจกรรมในการเล่าเรื่องของตน ประสบการณ์ที่ผ่านมา หรือความคิดสร้างสรรค์ผ่านจินตนาการแล้ว เนื่องจากกิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมการฟัง เพื่อให้ทราบความต้องการ และขอบเขตเบื้องต้นของผู้ร่วมฝึกอบรมรายอื่น ซึ่งหากเปรียบเทียบกับความเป็นอินฟลูเอนเซอร์แล้ว นอกจากต้องรู้จักตนเองแล้ว อีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญคือ ความเข้าใจในความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งสามารถเพิ่มโอกาสในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้เช่นเดียวกัน

ดังนั้นผู้ฝึกอบรม และผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมจะเห็นแนวคิด ความคิดสร้างสรรค์ และภูมิหลังของบุคคลอื่นได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงขอบเขต ความกลัว หรือความต้องการจากภายในของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งวิธี และเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการเลือกนำเสนอเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการที่ได้กล่าวมาข้างต้น ได้แก่

- 1) การเรียนรู้ผู้รับสาร
- 2) ความต้องการของผู้รับสาร
- 3) การนำเสนอเนื้อหา ผ่านความคิดสร้างสรรค์ และจินตนาการ เป็นต้น

#### 4.2.2.3 กิจกรรมที่ 3 “ไฟเล่าเรื่อง”



รูปที่ 4.5 กิจกรรมที่ 3 “ไฟเล่าเรื่อง”

กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมต่อเนื่องจากกิจกรรมที่ 2 ซึ่งจะเพิ่มเติมเรื่องของคุณคิดสร้างสรรค์ของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม รวมถึงวิธีการคิดผ่านกิจกรรม การอธิบายเพิ่มเติม การถกเถียงภายในกลุ่ม คำแนะนำจากผู้ฝึกอบรม และผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม โดยผู้ฝึกอบรมจะนำไฟรูปสัตว์ และภาพสถานการณ์ที่หลากหลาย พร้อมทั้งเลือกไฟ 1 ใบให้กับผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม และหลังจากนั้น จะให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตนเอง หรือสถานการณ์ต่าง ๆ รอบตัวก็ได้ ซึ่งผลที่ได้จากกิจกรรมนี้สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

##### 1) การเล่าเรื่องผ่านประสบการณ์ของตนเอง

สิ่งที่เห็นได้ชัดจากกิจกรรมนี้ คือการเล่าเรื่องผ่านประสบการณ์ของตนเอง มักเป็นเรื่องราวเฉพาะ หรือ อาจจะเป็นเรื่องราวที่ไม่ใช่ประสบการณ์ร่วมของผู้อื่น แต่ในขณะเดียวกัน เรื่องราวผ่านประสบการณ์ของตนเอง ก็สามารถสร้างความประหลาดใจ และเป็นที่สนใจของผู้ฟัง หรือผู้ร่วมการฝึกอบรมได้อีกด้วย ซึ่งผลที่ตามมาหลังจากการนำเสนอจะพบว่า หากเนื้อหาที่นำเสนอ นั้น เป็นเนื้อหาที่เฉพาะเจาะจงจนเกินไป หรือไม่มีประสบการณ์ร่วมของผู้ฟัง ก็จะลดความสนใจของผู้ฟังลง แต่หากเนื้อหานั้นมีความแปลก หรือมีความรู้ที่เฉพาะเจาะจงผ่านความสนใจเฉพาะ ถึงจะไม่ใช่ประสบการณ์ร่วม ก็สามารถสร้างความสนใจได้เช่นเดียวกัน

##### 2) การเล่าเรื่องผ่านประสบการณ์ร่วม

การเล่าเรื่องผ่านประสบการณ์ร่วม คืออีกสิ่งหนึ่งที่สามารถสร้างความสนใจ และสร้างจินตนาการของผู้ฟังได้เป็นอย่างดี เนื่องจากมีประสบการณ์ร่วมกัน เคยสัมผัสในสิ่งที่คล้ายกัน และนำไปสู่การถกเถียง ซึ่งถือเป็นการต่อยอดประเด็นและความคิดสร้างสรรค์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งในบางครั้งประเด็นที่ถูกถกเถียงหรือต่อยอด อาจกลายเป็นเนื้อหาใหม่ ที่สามารถนำมาเป็นอีกหนึ่งเรื่องราวบนสื่อออนไลน์ได้ เช่น การหยิบไฟ ที่มีรูปม้าลาย จากประเด็นสัตว์ป่า เข้าสู่ทางม้าลายในประเทศไทย สู่พฤติกรรมการขับขี่ หรือผู้ใช้รถใช้ถนน รวมถึงข่าวถนนถล่ม ซึ่งถือเป็นเรื่องโครงสร้างของประเทศไทย เป็นต้น

### 3) การจินตนาการ

การจินตนาการในกิจกรรมนี้สามารถสังเกตได้ โดยแบ่งเป็น 3 รูปแบบ

3.1) การจินตนาการในรูปแบบของการคิดเรื่องเล่า เมื่อเห็นภาพบนไฟ

3.2) การจินตนาการต่อยอดจากเรื่องที่ผู้ร่วมฝึกอบรมได้ถ่ายทอด

3.3) การจินตนาการตามจากเรื่องที่ผู้ร่วมฝึกอบรมได้ถ่ายทอด

ทั้ง 3 รูปแบบที่กล่าวข้างต้นนี้ เป็นอีกหนึ่งวิธีที่สะท้อนให้เห็นว่า การจินตนาการนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้เล่า หากผู้เล่ามีประสบการณ์หรือพบเห็นเรื่องราวต่าง ๆ ในหลากหลายรูปแบบ หลากหลายมิติ จะสามารถจินตนาการได้กว้างมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกัน หากประสบการณ์น้อยก็จะจินตนาการได้น้อย ต่อยอดได้น้อย และคิดภาพตามได้น้อยเช่นเดียวกัน

ดังนั้น กิจกรรมดังกล่าวนี้ นอกจากการเล่าเรื่องของผู้ร่วมฝึกอบรมแล้ว จะมีการถกเถียงถึงเรื่องราวที่ได้ถ่ายทอด และคำแนะนำต่าง ๆ จากผู้อบรม เช่น ความสนใจพิเศษของผู้ฝึกอบรม ลักษณะการเล่าเรื่อง การใช้เสียง เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการสะท้อน เพื่อให้ผู้ฝึกอบรมได้รู้เรื่อง การนำเสนอตนเอง และทราบถึงบุคลิกการเล่าเรื่องของตนเองได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงจุดเริ่มต้นของวิธีคิด คิดอย่างไรให้สร้างสรรค์ ทำอย่างไรให้มีคนสนใจได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของกลุ่ม อินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการที่ได้ให้ข้อมูลไว้ดังนี้

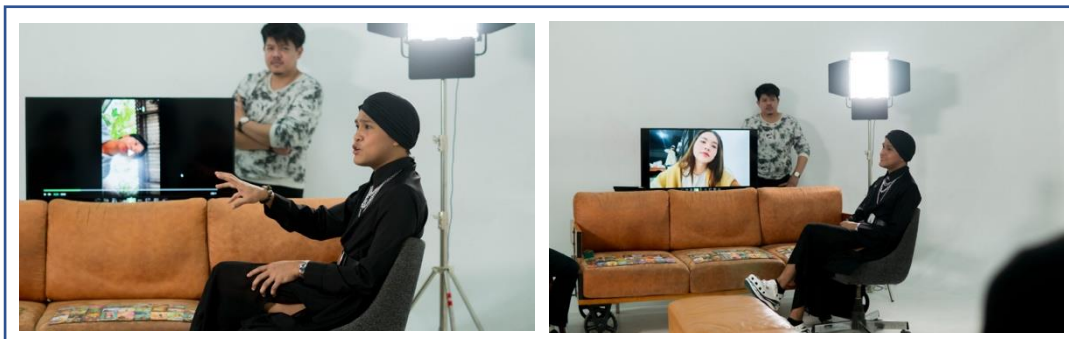
1) Content หรือเนื้อหาที่มีเรื่องเกี่ยวกับประสบการณ์ร่วม คือส่วนสำคัญในการนำเสนอ

2) Creativity หรือความคิดสร้างสรรค์ที่มีความแปลกใหม่ สามารถสร้างความสนใจได้

3) บุคลิกภาพและการใช้เสียง คือจุดสนใจที่สามารถสร้างภาพจำ และผู้ติดตามได้เป็นอย่างดี

4) Identity หรือตัวตน เป็นส่วนสำคัญในการนำเสนอในรูปแบบสื่อบุคคล หากเป็นตัวตนหรือความสนใจเฉพาะก็สามารถสร้างจุดสนใจได้เป็นอย่างดี

#### 4.2.2.4 กิจกรรมที่ 4 “VDO in 1 Minute”



รูปที่ 4.6 กิจกรรมที่ 4 “VDO in 1 Minute”

กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ทำให้ผู้ฝึกอบรมได้ลองปฏิบัติ โดยมีโจทย์คือ การนำเสนอสื่อบุคคลผ่านการเล่าเรื่อง โดยให้เล่าเรื่อง หรือนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ภายในเวลา 1 นาที และมีเวลาเตรียมตัวทั้งหมด 30 นาที ก่อนนำเสนอต่อผู้ฝึกอบรม และผู้ร่วมฝึกอบรมคนอื่น หลังจากนั้นจะมีการพูดคุย วิพากษ์วิจารณ์เพื่อสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน และนำไปพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต

ผลที่ได้จากการร่วมกิจกรรมดังกล่าว พบว่า ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมมีการนำเสนอเรื่องราวที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งแต่ละเนื้อหาจะมีความโดดเด่นและมีจุดที่ต้องปรับและพัฒนาที่แตกต่างกัน การวิพากษ์วิจารณ์หรือการพูดคุยกันในกลุ่มใหญ่เพื่อแลกเปลี่ยนพบว่า นอกจากการนำเสนอสื่อบุคคลผ่านสื่อออนไลน์ที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันแล้ว คลิปวิดีโอ 1 คลิป สามารถสะท้อนประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจ โดยมีการนำเสนอทั้งหมด 4 รูปแบบ ดังนี้

1) การนำเสนอผ่านสิ่งที่ตนเองถนัดหรือมีความสามารถเฉพาะ พบว่า ในการนำเสนอผ่านสิ่งที่ตนเองถนัดนั้น มีผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม จำนวน 2 ราย ที่ใช้วิธีการนำเสนอตามความสามารถของตนเอง คือ

รายที่ 1 ทราบว่าตนเองมีต้นทุนด้านหน้าตา และมีความสามารถในการแต่งหน้า จึงนำเสนอวิดีโอด้วยการรีวิวกการแต่งหน้า ซึ่งต้นทุนที่มีอยู่เบื้องต้นเป็นส่วนสนับสนุนให้เกิดความน่าเชื่อถือ แต่ในขณะเดียวกัน ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมรายนี้ก็ได้อธิบายเทคนิคในการจัดองค์ประกอบภาพเพื่อสร้างความสนใจ รวมถึงการใช้เสียงที่เหมาะสมกับเนื้อหาซึ่งถือเป็นการเพิ่มโอกาสในการพัฒนาคลิปวิดีโอต่อไป

รายที่ 2 ทราบว่าตนเองชอบในสารคดี หรือข้อมูลหนัก จึงเลือกการนำเสนอเป็นการเล่าเรื่อง โดยการนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับภาพยนตร์ซึ่งเป็นสิ่งที่ตนเองชื่นชอบ ทำให้สามารถลงประเด็นได้ลึกมากยิ่งขึ้น โดยการนำเสนอในครั้งนี้ผู้ร่วมฝึกอบรมรายนี้ได้พบว่า นอกจากความสนใจ

ของตนที่มีความสนใจในเรื่องสารคดี หรือข้อมูลหนักแล้ว ยังพบอีกหนึ่งสิ่งที่น่าสนใจ คือน้ำเสียง ผ่านการคอมเมนต์ของผู้ฝึกอบรม และผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม

2) การนำเสนอตนเองผ่านเทรนด์ในปัจจุบัน ในการนำเสนอผ่านเทรนด์ในปัจจุบัน หรือความนิยม ที่เป็น Viral จะเป็นส่วนช่วยให้คลิปที่ทำขึ้นนั้นมีโอกาสเป็นที่สนใจ และเพิ่มผู้ติดตามได้ ซึ่งมีจำนวน 2 รายที่นำเสนอด้วยวิธีดังกล่าว

รายที่ 1 นำเพลงที่เป็น Viral อยู่ในปัจจุบัน พร้อมกับความสามารถในการเต้นมานำเสนอ ซึ่งถือว่าเป็นคลิปวิดีโอที่สามารถเผยแพร่ และสร้างความบันเทิงบนช่องทางออนไลน์ได้

รายที่ 2 นำเสนอเกี่ยวกับการร้องเพลง และการสะกดคำภาษาไทย โดยร้องเพลงคู่กันสองคน และใช้การสะกดภาษาไทยที่ทำให้ผู้ชมสามารถติดตามได้อย่างง่ายดาย รวมถึงการเรียงลำดับเนื้อหาของคำ ก่อนที่จะไปจบที่คำสุดท้ายได้ค่อนข้างดี โดยมีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่า การร้องเพลงที่มากกว่า 1 คน สามารถโน้มน้าวใจให้ผู้อื่นร้องตาม ซึ่งหมายความว่าคลิปนี้มีโอกาสเป็น Viral ได้เช่นกัน และอีกประการหนึ่ง คือการใช้ความคุ้นชินกับภาษาไทย เป็นส่วนสนับสนุนให้คลิปนี้มีโอกาสมีผู้ติดตามมากขึ้น

3) การนำเสนอผ่านการเล่าเรื่องในรูปแบบที่มีผู้ดำเนินเรื่อง (Vlog) ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมจำนวน 3 ราย นำเสนอผ่านรูปแบบ Vlog หรือการเล่าเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นการพาชมสถานที่ กิจกรรม หรือแนะนำบุคคล รวมถึงการสัมภาษณ์บุคคล เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ ดังนี้

รายที่ 1 นำเสนอสถานที่เกี่ยวกับการฝึกอบรม ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้ คือ ต้องพัฒนาและปรับปรุงในเรื่องของเสียงผ่านสื่อและบุคลิก ซึ่งส่งผลต่อการนำเสนอ รวมถึงการเปิดเรื่องและปิดเรื่องที่ยังไม่สอดคล้องกัน

รายที่ 2 นำเสนอเกี่ยวกับการฝึกอบรมเช่นกัน แต่ผลลัพธ์ที่ได้ คือการค้นพบตนเองในอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งมีความน่าสนใจ คือความขัดแย้งกับเนื้อหาที่นำเสนอ ทำให้เกิดข้อถกเถียง และสร้างความน่าสนใจได้ เช่น การนำเสนอเรื่องราวที่ดูเป็นทางการ แต่ตนเองเป็นคนไม่เป็นทางการ จึงเกิดความขัดแย้งในการนำเสนอ แต่ในขณะเดียวกันได้สร้างจุดเด่นให้ตนเอง ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่น่าสนใจ

รายที่ 3 นำเสนอเกี่ยวกับการฝึกอบรมเช่นกัน แต่มีการชูประเด็นที่ชัดเจน เช่น การตั้งสถานที่และข้อตกลง รวมถึงการขยับประเด็น ซึ่งทำให้คลิปนั้นมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นในการนำเสนอด้วยรูปแบบ Vlog นั้นเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความน่าสนใจ หากมีการเรียงลำดับเรื่องได้ดี และมีความสอดคล้องตั้งแต่ต้นจนจบ มีการชูประเด็น ก็สามารถเพิ่มความน่าสนใจและมีโอกาสเพิ่มการติดตามได้ แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีปัจจัยอื่นที่สามารถ

ทำให้ Vlog นั้นน่าสนใจน้อยลง เช่น บุคลิกภาพ เทคนิคการตัดต่อ เทคนิคในการถ่ายทำ ซึ่งเป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น

4) การนำเสนอเรื่องราวผ่านประสบการณ์ร่วม ประสบการณ์ร่วมคือสิ่งสำคัญที่สามารถทำให้ผู้ชม สามารถจินตนาการได้ง่ายยิ่งขึ้น ซึ่งในรูปแบบนี้มีผู้ร่วมการฝึกอบรมจำนวน 2 ราย นำเสนอผ่านประสบการณ์ร่วม

รายที่ 1 นำเสนอผ่านเรื่องราวของมดกับน้ำตาล ซึ่งถือเป็นประสบการณ์ร่วมที่ทุกคนทราบกันดีอยู่แล้วว่า มดกับน้ำตาลคือของคู่กัน และสุดท้ายก็จบที่ผลิตภัณฑ์กำจัดแมลง ซึ่งในคลิปวิดีโอนี้ ผู้เล่าเรื่องได้รับคอมเมนต์ในเรื่องของการเล่าเรื่องที่ไม่กระชับเท่าที่ควร แต่มีการลำดับเรื่องที่ดีหากนำไปพัฒนาต่อก็สามารถต่อยอดสู่คลิปวิดีโอที่เป็นการโฆษณาได้ไปพร้อมกัน

รายที่ 2 นำเสนอผ่านเรื่องราวความรัก ซึ่งถือเป็นเรื่องพื้นฐานที่มนุษย์ทุกคนเคยสัมผัส ดังนั้นการเล่าเรื่องในลักษณะนี้ จึงสามารถดึงดูดความสนใจได้ แต่ในขณะเดียวกัน หากการเล่าเรื่องนั้นเป็นเรื่องของบุคคลธรรมดา หรือเป็นเรื่องที่ไม่แปลกใหม่ ก็อาจลดความสนใจได้เช่นเดียวกัน ซึ่งการนำเสนอของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมรายนี้ ได้นำเสนอเนื้อหาที่ค่อนข้างยาว และมีน้ำเสียงที่เบาเกินไป จึงได้รับคอมเมนต์ในเรื่องของเนื้อหา และการใช้น้ำเสียง รวมถึงมุกกล้อ

การสะท้อนความคิดผ่านการปฏิบัติจริง สนับสนุนให้กิจกรรมนี้สามารถช่วยหาคำตอบให้สำหรับบุคคลที่ต้องการนำเสนอตนเองผ่านสื่อออนไลน์ได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งการนำเสนอที่หลากหลาย ทำให้ได้เห็นถึงมุมมองความคิด ความคิดสร้างสรรค์ ทักษะของแต่ละบุคคล เพื่อค้นหาแนวทางของตนเองต่อไปได้ในอนาคต นอกจากนี้ กิจกรรมที่ผ่านการปฏิบัติจริงนี้เปรียบเสมือนเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้ตัวบุคคลได้เห็นตนเองชัดขึ้น โดยมีความสอดคล้องกับ คำสัมภาษณ์ของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้ อาทิ

1) การนำเสนอผ่านความสามารถพิเศษ ทักษะ และความชอบส่วนบุคคล ซึ่งทำให้ตนเองสามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง และลงเนื้อหาโดยมีอารมณ์ร่วมไปกับเนื้อหานั้นได้มากยิ่งขึ้น

2) การนำเสนอผ่านประสบการณ์ร่วม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่จะช่วยเน้นย้ำ และเป็นแนวทางว่าประสบการณ์ร่วมคือส่วนสนับสนุนในเรื่องของจินตนาการ และการเข้าถึงผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น

3) เทคนิคการนำเสนอเกี่ยวกับบุคลิกภาพ เป็นประเด็นหลักที่กลุ่มนักวิชาการให้ความสำคัญ และถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถสร้างภาพจำให้กับผู้ชม รวมถึงการดึงดูดผู้ชมได้เช่นเดียวกัน

4) องค์ประกอบต่าง ๆ ของวิดีโอ ซึ่งเป็นส่วนเพิ่มเติม เมื่อบุคคลต้องมีการสร้างสรรค์เรื่องราวผ่านสื่อ ไม่ว่าจะเป็นน้ำเสียง ท่าทาง การตัดต่อ รวมถึงการจัดองค์ประกอบภาพ เป็นต้น



#### 4.2.2.5 กิจกรรมที่ 5 “Feedback จากเพื่อน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้”



รูปที่ 4.7 กิจกรรมที่ 5 “Feedback จากเพื่อน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้”

การสะท้อนความคิดเห็น เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ทำให้บุคคลนั้นได้รู้จักตนเองมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการสะท้อนตนเองผ่าน Reflection Note การสะท้อนตนเองผ่านบุคคลรอบข้าง จะทำให้บุคคลนั้นรู้จักตนเอง และเห็นภาพในเรื่องของจุดเด่น และความสามารถของตนเองมากยิ่งขึ้น โดยกิจกรรม Feedback จากเพื่อนจะเป็นการสะท้อนความคิดเห็นในมุมมองของบุคคลภายนอก ซึ่งการสะท้อนความคิดเห็นจะเกิดขึ้นหลังจากจบกิจกรรมในแต่ละกิจกรรม ซึ่งในกิจกรรมที่ 5 นี้จะมีเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสะท้อนถึงผู้ฝึกอบรม ผู้ร่วมอบรม และกิจกรรมต่าง ๆ ในภาพรวม เพื่อให้เกิดการพัฒนาในครั้งต่อไป โดยมีประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

##### 1) รู้จักตนเอง

การรู้จักตนเองผ่านการฝึกปฏิบัติจริง ซึ่งการรู้จักตนเองนั้น เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยและผู้ฝึกอบรมได้เรียงลำดับ เนื้อหาในการฝึกอบรม โดยให้ความสำคัญกับการรู้จักตนเองเป็นหลัก เพื่อให้การนำเสนอผ่านสื่อบุคคลนั้นเกิดอัตลักษณ์ที่ชัดเจนและเฉพาะตัว ซึ่งผลที่ได้ คือวิธีการทบทวนตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการทำ Pre-reflection Note หรือการจัดกิจกรรมตัวอักษรเล่าเรื่อง เป็นต้น ซึ่งในกิจกรรมครั้งนี้ อาจเป็นเพียงแนวทางในการศึกษาตนเอง แต่หากทำต่อเนื่องผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมจะเห็นภาพตนเองมากยิ่งขึ้น

## 2) การถกเถียงสู่การต่อยอด

การเล่าเรื่องราวผ่านไพบนาไปสู่การถกเถียง คืออีกหนึ่งวิธีการที่นำไปสู่การสร้างเนื้อหาในรูปแบบที่สร้างสรรค์ ซึ่งกิจกรรมนี้ผลที่ได้คือ เกิดประเด็นต่าง ๆ มากมาย ทำให้ผู้ร่วมฝึกอบรมรู้ว่าเนื้อหา หรือ Content และ Creativity หรือความคิดสร้างสรรค์นั้น สามารถสร้างและฝึกฝนได้

## 3) ความชัดเจนในเส้นทางอินฟลูเอนเซอร์

จากการฝึกอบรมพบว่า ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางรายได้แนวทางและแรงบันดาลใจ และวิธีการที่มีความชัดเจนมากขึ้น เป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างสื่อบุคคลให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เดียวกันผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางรายมองเห็นตนเองมากยิ่งขึ้น และรู้ว่าตนจะต้องปรับและพัฒนาในด้านใดบ้าง และในทำนองเดียวกัน ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางรายอาจจะมีคามสนใจในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์น้อยลง แต่มีความสนใจในเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น โดยอาจจะไม่ได้นำเสนอตนเองผ่านสื่อ แต่เลือกที่จะนำเสนอเรื่องราวผ่านสื่อแทน ไม่ว่าจะเป็นการเขียนคอนเทนต์ การเล่าเรื่องผ่านเสียง เป็นต้น

### 4.2.2.6 กิจกรรมที่ 6 Post-Reflection Note

กิจกรรมสุดท้ายในการฝึกอบรมครั้งนี้ คือการทำ Post-Reflection Note เป็นการสะท้อนความคิด และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหลังจากทำการสะท้อนตนเอง ก่อนที่จะเข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งคำถามใน Post-Reflection Note นั้นจะมีความสอดคล้องกับ Pre-Reflection Note ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำรูปแบบการฝึกอบรมในครั้งนี้ ไปพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต ดังตัวอย่างต่อไปนี้

#### ตัวอย่าง Post-Reflection Note

Post-Reflection Note หลังเข้าร่วมการฝึกอบรมการพัฒนาคุณลักษณะอินฟลูเอนเซอร์ที่ฟังประสงค์บนแพลตฟอร์มยูทูป

#### ส่วนที่ 1 แรงบันดาลใจและการเปลี่ยนแปลง

1) การฝึกอบรมช่วยสร้างแรงบันดาลใจ เปลี่ยนแปลงความคิด และพฤติกรรมของคุณหรือไม่อย่างไร

2) หากคุณกลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์คุณคิดว่าคุณจะสร้างอิทธิพลต่อผู้ชมได้อย่างไร

#### ส่วนที่ 2 คุณลักษณะที่ฟังประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

1) หลังจากการเข้าร่วมฝึกอบรมคุณมีความเข้าใจในคุณลักษณะที่ฟังประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์อย่างไร

2) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ในความคิดของคุณจะมีการเปลี่ยนแปลงไปมากน้อย เพียงใด

ส่วนที่ 3 การต่อยอดผลงานบนแพลตฟอร์มยูทูป

1) หลังการเข้าร่วมฝึกอบรม คุณจะสร้างสรรค์ผลงานของคุณอย่างไร  
 2) การฝึกอบรม สามารถช่วยพัฒนาผลงานของคุณและตัวคุณเองได้อย่างไร  
 3) หลังการเข้าฝึกอบรมคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ สามารถเกิดขึ้นในผลงานของคุณได้หรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 4 การฝึกอบรม

1) หลังจากการเข้าร่วมฝึกอบรม สามารถตอบโจทย์ความคาดหวังที่ตั้งไว้ก่อนหน้าได้หรือไม่ อย่างไร  
 2) วิทยากรที่นำการฝึกอบรม สามารถตอบโจทย์ความต้องการที่ตั้งไว้ก่อนหน้าได้หรือไม่ อย่างไร  
 3) การฝึกอบรมในครั้งนี้สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงต่อตัวคุณ และผลักดันตัวคุณได้หรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ผลลัพธ์ในการทำ Post-Reflection Note ในภาพรวมพบว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงกับผู้ฝึกอบรมจริง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนั้นส่วนใหญ่จะเป็นการเปลี่ยนแปลงทางความคิด และการเพิ่มเติมทักษะในการนำเสนอตนเอง ผ่านแพลตฟอร์มยูทูป โดยสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 แรงบันดาลใจและการเปลี่ยนแปลง

แรงบันดาลใจและการเปลี่ยนแปลงพบว่า เมื่อเปรียบเทียบกับ Pre-Reflection Note แรงบันดาลใจก่อนหน้าจะเกิดจากการเสพสื่อบุคคล ที่ตนมีความชื่นชอบ บุคคลที่ตนมีประสบการณ์ร่วม แต่เมื่อได้เข้าร่วมการฝึกอบรมจึงพบว่า แรงบันดาลใจนั้นสามารถเกิดขึ้นได้รอบตัว เกิดขึ้นได้จากความชอบ หรือความสนใจเฉพาะ รวมถึงแรงบันดาลใจที่เกิดจากการถกเถียงในประเด็นต่าง ๆ ที่ถูกยกขึ้นมาเพื่อการแลกเปลี่ยน เพื่อต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ ในขณะเดียวกัน ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมก็สามารถเพิ่มทักษะในการคิดค้นเนื้อหา หรือสร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบโจทย์ต่อกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้ชมได้มากขึ้นอีกด้วย

ส่วนที่ 2 คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ในส่วนคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์นั้นพบว่า ก่อนการฝึกอบรมผู้เข้าร่วมฝึกอบรมจะมีแนวคิดที่ค่อนข้างหลากหลาย แต่เมื่อเข้าร่วมการฝึกอบรมแล้วผู้เข้าร่วมฝึกอบรมสามารถจับแก่น หรือแนวทางของคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ได้ดี

ยิ่งขึ้น โดยความเข้าใจที่เปลี่ยนแปลงไปนั้นผ่านกระบวนการ และกิจกรรมในการฝึกอบรม ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติจริง หรือการถกเถียงในประเด็นต่าง ๆ เพื่อหาข้อสรุป ซึ่งถือว่าเป็นหนึ่งวิธีการที่นำมาสู่ความเข้าใจร่วมกันไปในทิศทางเดียวกัน

### ส่วนที่ 3 การต่อยอดผลงานบนแพลตฟอร์มยูทูป

ในส่วนนี้จะเห็นความเปลี่ยนแปลงในเรื่องของแนวคิดการต่อยอด และแนวทางได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ผ่านกิจกรรม ไฟล์เล่าเรื่อง และ VDO in 1 Minute ซึ่งมีการสะท้อนความคิดจากผู้เข้าร่วมฝึกอบรม ผู้ฝึกอบรมซึ่งเปรียบเสมือนผู้ชม ทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานมีความเข้าใจ และสามารถทำใจตั้งรับกับการสะท้อนความคิด เพื่อเตรียมตัวสู่การเข้าสู่การนำเสนอเนื้อหาจริงบนโลกออนไลน์ และนอกจากนั้นการเปลี่ยนแปลงทางความคิดที่เกิดขึ้นในการต่อยอดผลงานบนแพลตฟอร์มยูทูป มีแนวทางที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของคุณภาพของบุคคล หรือคุณภาพเนื้อหา ซึ่งส่งผลต่อการสร้างสรรค์ผลงานต่อไป

### ส่วนที่ 4 การฝึกอบรม

การฝึกอบรมในครั้งนี้สามารถเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงาน และเพิ่มโอกาสในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ เนื่องจากเกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิด มีแนวทางในการค้นหาแรงบันดาลใจ ที่สามารถเกิดจากตนเอง บุคคลรอบข้าง และสถานการณ์รอบตัว ซึ่งสามารถพัฒนาต่อไปได้ในอนาคต

### ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะส่วนใหญ่ พบว่า จะมีเรื่องของเวลาในการฝึกอบรม ที่ผู้ร่วมฝึกอบรมต้องการให้มีเวลาในการฝึกอบรมมากยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นข้อเสนอแนะที่ผู้วิจัย หรือผู้ที่มีความสนใจในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม สามารถนำไปต่อยอดต่อไปได้

#### 4.2.3 สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

จากการจัดฝึกอบรมโดยกำหนดกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมได้ปฏิบัติทั้ง 2 ครั้ง ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการฝึกอบรมตามตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 4.7 สรุปผลการออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

การฝึกอบรม	กิจกรรม	คุณลักษณะที่พึงประสงค์				
		Identity	Consistency	Creativity	Content	Sincere
การฝึกอบรม ครั้งที่ 1 (Pilot)	โพ่บอกตัวตน	√				
	1 นาทีอธิบายตัวตน ด้วยปลายปากกา	√				
	VDO in 1 Minute	√		√	√	√
	แลกเปลี่ยนเรียนรู้	√	√	√	√	√
การฝึกอบรม ครั้งที่ 2 (ฝึกอบรม จริง)	Pre-Reflection Note	√			√	√
	ตัวอักษรเล่าเรื่อง	√		√	√	√
	โพ่เล่าเรื่อง	√		√	√	√
	VDO in 1 Minute	√		√	√	√
	Feedback จากเพื่อน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้	√	√	√	√	√
	Post-Reflection Note	√	√	√	√	√

ผู้วิจัยได้อธิบายรายละเอียดของแต่ละกิจกรรมไว้ข้างต้น ซึ่งเมื่อนำการออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป สามารถอธิบายโดยการเปรียบเทียบการออกแบบกระบวนการได้ดังนี้

1) การฝึกอบรมทั้ง 2 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เหมือนกัน คือการนำคุณลักษณะทั้ง 5 ที่ได้จากการศึกษา และการสัมภาษณ์อินฟลูเอนเซอร์และนักวิชาการมาร่วมกันออกแบบการฝึกอบรมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม

2) การฝึกอบรมในครั้งที่ 1 จะเน้นไปที่การค้นหาตัวตน ซึ่งทำให้ความเข้มข้นของส่วนอื่น ๆ นั้นลดน้อยลง เช่น Creativity และ Content ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มโอกาสการเป็นอินฟลูเอนเซอร์

3) VDO in 1 Minute เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ดีว่ามีความครอบคลุมคุณลักษณะต่าง ๆ ได้  
อย่างดี และเป็นกิจกรรมที่ผู้ร่วมฝึกอบรมสามารถปฏิบัติจริง ซึ่งมีความสอดคล้องกับการเป็น

อินฟลูเอนเซอร์ได้อย่างดี ซึ่งในการฝึกอบรมครั้งที่ 2 จะมีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้นเนื่องจากการปูพื้นฐาน และแนวทางของการสร้างสรรค์เนื้อหา อย่างสร้างสรรค์ผ่านกิจกรรม ตัวอักษรเล่าเรื่อง ไฟเล่าเรื่อง กิจกรรม Feedback จากเพื่อน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งเป็นหนึ่งกิจกรรมที่ถูกสอดแทรกในทุก กิจกรรม

4) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สามารถตอบโจทย์คุณลักษณะได้อย่าง ครบถ้วน ซึ่งหลังจากนั้นได้ถูกนำมาพัฒนาต่อยอดในการฝึกอบรมครั้งที่ 2 โดยการเพิ่มกิจกรรม Feedback จากเพื่อน เพื่อให้เห็นมุมมองของบุคคลอื่น เพื่อการถกเถียง ต่อยอดจินตนาการ แลกเปลี่ยนและยอมรับ

5) กิจกรรมที่ถูกเพิ่มเติม จากการปิดรอยรั่วจากการฝึกอบรมครั้งที่ 1 คือ Pre-Reflection Note และ Post-Reflection Note ซึ่งทำให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้ทบทวนตนเอง ก่อนเข้าร่วมการฝึกอบรม มองเห็นความสามารถ ข้อดีข้อด้อย ความต้องการที่แท้จริง นอกจากนี้ การทำ Post-Reflection Note ทำให้ผู้ร่วมกิจกรรมได้เห็นความเปลี่ยนแปลงของความคิด พฤติกรรม แนวทางการสร้างสรรค์ผลงานบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

6) Content และ Creativity เป็นคุณลักษณะสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยและผู้เชี่ยวชาญการ ฝึกอบรมได้เพิ่มกิจกรรมตัวอักษรเล่าเรื่อง และไฟเล่าเรื่อง โดยไต่ระดับความเข้มข้นของกิจกรรม และ เพิ่มเติมแนวทางของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ผู้ร่วมฝึกอบรมได้เรียนรู้เพื่อตอบโจทย์คุณลักษณะทั้ง 2 ข้อนี้มากขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับ การฝึกอบรมครั้งก่อน

7) พื้นที่ปลอดภัยทางความคิดเกิดขึ้นจากการเตรียมความพร้อมผ่าน Pre-Reflection Note ทำให้บรรยากาศของการฝึกอบรมนั้นเอื้อต่อการฝึกอบรม และผลลัพธ์ที่ดีมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม และทดลองใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จึงทำให้เห็น ผลลัพธ์ว่า การออกแบบ Pre-Reflection Note และ Post-Reflection Note นั้นสามารถทำให้ผู้จัด ฝึกอบรมได้เห็นความต้องการของผู้ร่วมฝึกอบรม เห็นความเปลี่ยนแปลงทางความคิด พฤติกรรม ในขณะที่เข้าร่วมฝึกอบรม รวมถึงแนวทางที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น สามารถสร้างพื้นที่ปลอดภัยทาง ความคิดให้กับผู้ร่วมฝึกอบรมได้ และอีกองค์ประกอบสำคัญคือการสะท้อนความคิดจากบุคคลอื่น ซึ่ง ทำให้ผู้ร่วมฝึกอบรมมองเห็นมุมมองต่าง ๆ ที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น รวมถึงมองเห็นตนเองมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การเตรียมการนอกจากการเตรียมการฝึกอบรม การเตรียมความพร้อมของผู้ร่วมฝึกอบรมใน มิติต่าง ๆ ตามวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม จึงเป็นเรื่องที่สำคัญ เพื่อประสิทธิภาพในการฝึกอบรม และประสิทธิผลของผู้ร่วมฝึกอบรมที่เกิดความเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น หลังจากเข้าร่วมการ ฝึกอบรม ดั่งนิยามที่ได้กล่าวไว้ว่า “การฝึกอบรมผู้ร่วมฝึกอบรมจะต้องเกิดการเปลี่ยนแปลงไปใน ทิศทางที่ดีขึ้น ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง”

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง กระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ และมีการทำการทดลองเพื่อออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ โดยมีวัตถุประสงค์วิจัย ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ
- 2) เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

##### 5.1.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ

การวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาข้อมูล และงานวิจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ซึ่งข้อมูลที่ได้ นำมาประกอบกับคำให้สัมภาษณ์ของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้พบคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์นั้นมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่นำเสนอ ช่องทางการนำเสนอ รวมถึงรูปแบบการนำเสนอ แต่พบข้อสรุปที่มีความคล้ายคลึงและสอดคล้องกัน ดังนี้

1) Identity หรือ ความเป็นตัวตนที่ชัดเจน ซึ่งการค้นหาตัวตน อาจจะได้ไม่มีแบบแผนที่ชัดเจน แต่สามารถสรุปในภาพรวมได้ว่า

1.1) การค้นหาตัวตนต้องเกิดจากความชอบของตนเองเป็นพื้นฐาน และการรู้ถึงความสามารถของตน ในเบื้องต้น สามารถอธิบายได้ง่ายว่า ทำสิ่งนั้นได้หลาย ๆ ครั้ง ซ้ำ ๆ และสามารถทำต่อเนื่องได้

1.2) การค้นหาตัวตน เกิดจากการสะท้อนของบุคคลรอบข้าง ซึ่งสะท้อนกลับมาว่า บุคคลนั้นสามารถทำอะไรได้ดี สามารถทำอะไรแล้วเป็นที่สนใจหรือน่าติดตาม ซึ่งในบางครั้งสิ่งที่สะท้อนตนเองกลับมาจากบุคคลภายนอกอาจจะไม่ใช่สิ่งที่ตนเองนั้นชอบ หรือรัก ในทุกมิติ แต่เป็นมิติที่สามารถเพิ่มโอกาสในการค้นหาตัวตน ในบริบทของการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้

2) Content หรือ เนื้อหา การนำเสนอเนื้อหาที่มีความน่าสนใจคืออีกหนึ่งคุณลักษณะที่พึงมี ซึ่งเนื้อหาที่น่าสนใจนั้นจะเป็นเนื้อหาที่น่าสนใจ หรือไม่ มีปัจจัยสนับสนุนมากมาย อาทิ เนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน เนื้อหาที่กำลังถูกพูดถึง หรือ Viral เป็นต้น ซึ่งมีข้อสังเกตที่น่าสนใจดังนี้

2.1) เนื้อหาที่กำลังถูกพูดถึง เมื่อผู้สร้างสรรค์เนื้อหา นำเสนอเนื้อหาที่ออกป็นสาธารณะ ผู้ติดตามคลิปวิดีโอเป็นจำนวนมาก เนื่องจากคลิปวิดีโอที่กำลังถูกพูดถึง ไม่ว่าจะป็นประเด็นทางสังคม การเมือง ครอบครัว หรือเรื่องใด ก็ตาม ประเด็นเหล่านี้จะเป็นประเด็นที่มีการถกเถียง ซึ่งการถกเถียง คืออีกหนึ่งปัจจัยสนับสนุนให้คลิปวิดีโอ กลายเป็น Viral แต่ไม่ได้หมายความว่าบุคคลที่นำเสนอเนื้อหาจะกลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์จากเนื้อหาดังกล่าว

2.2) การนำเสนอเนื้อหาตามสถานการณ์ปัจจุบัน เป็นเพียงองค์ประกอบที่ทำให้คลิปวิดีโอได้รับความสนใจ ซึ่งหากผู้สร้างสรรค์เนื้อหา ไม่ได้มีความสนใจในเนื้อหา หรือสถานการณ์ดังกล่าวจริง ๆ ก็ส่งผลให้ไม่สามารถคิดเนื้อหาต่อไปได้ และไม่ได้หมายความว่าเนื้อหานั้นจะนำมาสู่การเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้อีกเช่นกัน

2.3) การนำเสนอเนื้อหาที่สอดคล้องกับความเป็นตัวตน และความถนัดเฉพาะ ในประเด็นนี้จะสอดคล้องกับ Identity ในส่วนแรก ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า หากบุคคลนั้นมีความสนใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แล้วมีการศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม สามารถทำซ้ำ ๆ ได้ สิ่งนี้เป็นปัจจัยสนับสนุนให้บุคคลนั้นมีโอกาสนำเสนอเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่อง ต่อยอดในแต่ละประเด็นได้ ซึ่งจะมีความสอดคล้องกับคุณลักษณะในส่วนถัดไป นอกจากนั้นการนำเสนอเนื้อหาที่มีความสอดคล้องกับตัวตน จะสามารถสร้างภาพจำให้กับผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสนับสนุน และเพิ่มโอกาสในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์ แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่ได้หมายความว่าบุคคลที่สามารถปฏิบัติในส่วนนี้ได้จะเป็นอินฟลูเอนเซอร์ แต่สิ่งที่กล่าวมานี้คือหนึ่งในคุณสมบัติที่เพิ่มโอกาสในสายอาชีพอินฟลูเอนเซอร์

3) Consistency หรือความสม่ำเสมอ ความสม่ำเสมอคือส่วนสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้คลิปวิดีโอของบุคคลนั้นกลายเป็นที่รู้จักได้มากยิ่งขึ้น สามารถอธิบายได้ดังนี้

3.1) Consistency หรือความสม่ำเสมอที่เกิดขึ้น มักเกิดจากสิ่งรอบตัว ที่สามารถทำได้ง่าย ทำได้เร็ว ซึ่งตอบโจทย์กับยุคสมัยปัจจุบัน สามารถทำได้ต่อเนื่องไม่ซับซ้อนเมื่อเทียบกับอดีต

3.2) Consistency ที่เกิดขึ้น มักเกิดจากความสนใจเฉพาะ ที่บุคคลนั้นสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติม หรือแตกประเด็นไปได้มากมายหลายมิติ ซึ่งประเด็นนี้จะมีผลสอดคล้องกับเรื่องของตัวตน ซึ่งเป็นส่วนสนับสนุนซึ่งกันและกัน

3.3) Consistency หรือความสม่ำเสมอ นั้นมีความจำเป็นกับสื่อในยุคปัจจุบัน เพราะช่องทางการติดตาม และสร้างสรรค์เนื้อหานั้นมีอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้ผู้ชมสามารถเลือกชมสื่อต่าง ๆ จากบุคคลได้ง่าย การลงคลิปอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการมองเห็นมากยิ่งขึ้น



แต่ในขณะเดียวกัน การเพิ่มโอกาสในการมองเห็น หากเนื้อหาที่นำเสนอ นั้น ไม่ตรงต่อกลุ่มเป้าหมาย ก็อาจจะทำให้การมองเห็นนั้น ไม่เป็นที่จดจำ หรือถูกพุดถึง

3.4) Consistency คืออีกหนึ่งข้อปฏิบัติในแพลตฟอร์มออนไลน์ อธิบายได้ดังนี้ หนึ่ง กฎกติกาที่อินฟลูเอนเซอร์ทุกคนทราบดี คือทุกแพลตฟอร์มนั้นต้องการความ Royalty หรือความจงรักภักดีในแบรนด์ ซึ่งในส่วนนี้ หากผู้สร้างสรรค์เนื้อหาสามารถสร้างเนื้อหา แล้วลงได้ถี่ และบ่อย จะเป็นส่วนช่วยสนับสนุน และเพิ่มโอกาสให้ช่องนั้นมีผู้เข้าถึงได้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกัน เมื่อเข้าถึงแล้ว เนื้อหาดังกล่าวจะต้องอยู่ภายใต้นโยบายของแต่ละแพลตฟอร์ม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของลิขสิทธิ์ เพลง การไม่คัดลอกเนื้อหาโดยไม่ตัดแปลงใด เป็นต้น ก็จะสามารถเพิ่มโอกาส และเติมเต็มคุณสมบัติในส่วนนี้ได้เช่นเดียวกัน

4) Creativity หรือความคิดสร้างสรรค์ในประเด็นนี้ เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่มีความหลากหลายในแนวคิด ในการสร้างสรรค์เนื้อหา ซึ่งมีความน่าสนใจดังต่อไปนี้

4.1) ความคิดสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้จากสิ่งที่สามารถทำตามได้ง่าย รวมถึงการทดลองสิ่งต่าง ๆ รอบตัวในเรื่องง่าย ๆ ที่สามารถหาสิ่งของรอบตัวทำได้ทันที และการทำตามได้ง่าย จะส่งผลให้ผู้ชม กลายเป็นผู้ติดตามได้ เนื่องจากสามารถทำตามได้ โดยความคิดสร้างสรรค์อาจจะไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่ยับยั้ง หรือผ่านกระบวนการคิดหลายขั้นตอน แต่ความคิดสร้างสรรค์ในส่วนนี้คือ เกิดขึ้นง่าย ทำตามได้ และเร็วเท่าทันสถานการณ์ ซึ่งมีความสอดคล้องกับโลกออนไลน์ในยุคปัจจุบัน

4.2) ความคิดสร้างสรรค์สามารถเกิดขึ้นได้จาก สิ่งที่ทำตามได้ยาก หรือ มีความแปลกจนไม่สามารถทำตามได้ ซึ่งในประเด็นนี้จะมีความแปลกใหม่ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์หลายคนต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองที่อาจจะเป็นไปได้ในครั้งหนึ่งของชีวิต เช่น การติดตาม Life style ที่หรูหราของเหล่าเศรษฐี หรือ Celeb การติดตามกิจกรรมแปลกเช่นการต่อเล็บยาว 30 เซนติเมตร ซึ่งในความเป็นจริงไม่มีใครปกติทั่วไปทำกัน หรือ การชดน้ำจิ้มจากแก้วไวน์ ซึ่งไม่มีใครทำในชีวิตประจำวัน เป็นต้น ความคิดสร้างสรรค์ในลักษณะนี้จะมีส่วนช่วยให้เนื้อหานั้นมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่ใช่เครื่องการันตีว่า ผู้ที่นำเสนอจะสามารถเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้จากความแปลก เพราะสุดท้ายความแปลกจะต้องมีความเป็นตัวตนประกอบร่วมด้วย

4.3) ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจากบุคลิกเฉพาะตัว หรือลักษณะนิสัยส่วนตัว สามารถอธิบายได้ว่าความคิดสร้างสรรค์ประเภทนี้เกิดขึ้นจากที่บุคคลนั้นมีลักษณะเฉพาะ เช่น เป็นคนพูดเสียงดัง ในการนำเสนอ ก็จำเป็นต้องพูดเสียงดังกว่าปกติ หากเป็นคนพูดเสียงเบา ก็ให้พูดเสียงเบาว่าปกติ การร้องเพลงโดยการใส่ทำนองเพลงที่ต่างออกไปจากต้นฉบับจนเกิดเป็นความแปลกกว่าเพลงปกติที่เคยฟัง เป็นต้น นอกจากการสร้าง Character ของตน แต่เป็นการสร้างข้อถกเถียง เช่น “เขาจะเสียงดังขนาดนี้ทำไม” “พูดเสียงเบาขนาดนี้ใครจะได้ยิน” เราจึงมักจะได้เห็นพฤติกรรมในรูปแบบใหม่ที่เป็นข้อถกเถียงบนโลกออนไลน์ แต่ในขณะเดียวกัน ความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบนี้อาจ

ส่งผลให้เกิดการนำเสนอแบบเกิดพอดี และไม่สอดคล้องกับเนื้อหาที่ตนเองต้องการจะสื่อ ซึ่งการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอให้เกิดความพอดีมากยิ่งขึ้น จะเกิดขึ้นจากการสะท้อนความคิดจากผู้ชม และกลุ่มเป้าหมาย

4.4) ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากความสนใจเฉพาะ ความคิดสร้างสรรค์ประเภทนี้ มักจะเกิดขึ้นผ่านเนื้อหาที่มีการเล่าเรื่อง หรือการถ่ายทอดเนื้อหาเฉพาะทาง โดยมีผู้ชมที่มีความสนใจเฉพาะ เช่น สารคดี สถานการณ์บ้านเมือง ดูดวง หรือ อาหาร เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้ผู้คิดค้นเนื้อหา มีเรื่องราวมาถ่ายทอดได้อย่างต่อเนื่อง เห็นประเด็นต่าง ๆ ที่น่าสนใจ และไม่หลุดประเด็นจากแก่นของช่อง ซึ่งสามารถสร้างฐานผู้ชม ความน่าเชื่อถือให้กับผู้ชม ซึ่งในปัจจุบันเรามักจะเห็นผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น เช่น ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี ต้องเป็น อู๋ สปินไนท์ ผู้เชี่ยวชาญด้านอสังหาริมทรัพย์ หรือสิ่งของหรูหรา ต้องเป็น บুম ธิส เป็นต้น

4.5) ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจาก ความขัดแย้ง ของสิ่งที่ถ่ายทอด และสิ่งที่เห็นสามารถอธิบายได้ดังนี้

4.5.1) ความขัดแย้งเรื่องของบุคลิก เช่น เนื้อหาจริงจัง แต่ผู้พูดมีบุคลิกที่ไม่น่าเชื่อถือ

4.5.2) ความขัดแย้งกับความเป็นจริง และสร้างจินตนาการร่วม เช่น การเห็นภูเขาธรรมดาทั่วไป แต่ผู้พูดกล่าวว่า ภูเขาที่เห็น คือเทือกเขา Everest กรวดหินที่เห็นอยู่ คือ ธารน้ำแข็งที่ไหลมาจากเทือกเขา Everest เป็นต้น ซึ่งการนำเสนอในลักษณะนี้มักมีจุดประสงค์ที่ชัดเจน คือการสร้างความบันเทิง และสร้างจินตนาการให้กับผู้ชมไปพร้อมกัน

ในประเด็นนี้เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการสร้างเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งตัวบุคคลก็มีส่วนสำคัญในการนำเสนอ ซึ่งมีเรื่องปัจจัยการเล่าเรื่อง น้ำเสียง และการลำดับเหตุการณ์เข้ามาเกี่ยวข้อง

4.6) ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ร่วม ในประเด็นนี้เป็นอีกหนึ่งส่วนที่นิยมใช้กันมากตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพราะการเล่าเรื่องผ่านประสบการณ์ร่วมจะเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้ชม สามารถจินตนาการภาพตามได้ง่ายมากยิ่งขึ้น เห็นภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถสะท้อนกับประสบการณ์ของผู้ฟัง ซึ่งหากผู้ฟังพบเจอเหตุการณ์เดียวกัน กับผู้เล่า ก็จะมีโอกาสในการติดตามได้มากยิ่งขึ้น เป็นต้น แต่อีกหนึ่งข้อสังเกตคือการนำเสนอผ่านประสบการณ์ร่วม หากเป็นเรื่องราวที่ธรรมดา หรือทั่วไปจนไม่มีประเด็นให้น่าตื่นเต้น การสร้างสรรค์เนื้อหานั้นจะกลายเป็นเนื้อหาที่ไม่มีความคิดสร้างสรรค์ไปโดยปริยาย

5) Sincere หรือความจริงใจ ในประเด็นนี้เป็นอีกหนึ่งคุณลักษณะที่กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์พูดถึง ซึ่งสามารถแบ่งความจริงใจในบริบทปัจจุบัน ได้เป็น 2 แบบ ดังนี้

5.1) ความจริงใจผ่านเนื้อหา คือการถ่ายทอดเนื้อหานั้นจะต้องมีความจริงใจ และมีเจตนาในเชิงบวก ซึ่งการถ่ายทอดเนื้อหาอาจไม่จำเป็นต้องชื่นชมสิ่งนั้นเสมอไป แต่เป็นการถ่ายทอดความเป็นจริงให้กับผู้ชมได้รับสารนั้นโดยตรงไปตรงมา เช่น อาหารอร่อย ก็คืออาหารอร่อย โดยมีเจตนาที่ต้องการบอกผู้ชมว่า อาหารร้านนี้อร่อย สามารถมาทานได้ แต่ในขณะเดียวกัน ความจริงใจจะต้องมีการเลือกวิธีการนำเสนอ หรือการใช้คำพูดที่ไม่โจมตีหากสิ่งที่กำลังนำเสนอ นั้นอาจส่งผลเสียหรือผลกระทบได้ในภายหลัง เช่น อาหารร้านนี้ไม่อร่อยในความรู้สึกของผู้พูด สามารถเลี่ยงการบอก ว่า ร้านนี้ไม่อร่อย โดยการพูดว่า ร้านนี้ใช้ได้แต่รสชาติอาจจะติดไปทางหวาน สำหรับคนชอบหวานเราว่าอร่อยเลย เป็นต้น

5.2) ความจริงใจผ่านความเป็นธรรมชาติของตัวบุคคล การนำเสนอในปัจจุบันนอกจากความจริงใจในเนื้อหาที่นำเสนอแล้ว การนำเสนออย่างเป็นธรรมชาติเป็นอีกส่วนประกอบหนึ่งที่ทำให้เกิดการติดตามของผู้ชมได้มากขึ้น ซึ่งความเป็นธรรมชาติมักเกิดจากตัวตนของคุณคนนั้น ซึ่งอาจมีการปรับแต่งในเรื่องของบุคลิกภาพ หรือคำพูด หรือน้ำเสียงแล้ว แต่เมื่อได้ชม คือความพอดี และความแนบเนียน

จากคุณลักษณะข้างต้นที่ได้กล่าวมานั้น ล้วนแล้วแต่เป็นคุณลักษณะที่ถูกทอดจากบทสัมภาษณ์จากกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้องโดยพูดถึงประเด็นที่คล้ายคลึง และสอดคล้องกัน ในขณะเดียวกันยังมีประเด็นอยู่บางประเด็นที่มีการถกเถียงระหว่าง กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอในส่วนของอภิปรายผลต่อไป

ดังนั้น 5 คุณลักษณะข้างต้น จึงถือเป็นคุณลักษณะที่พึงประสงค์ในกรอบวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง และการสัมภาษณ์เชิงลึกในกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการ เพื่อตอบคำถามในวัตถุประสงค์การวิจัยในหัวข้อที่ 1 คือ เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มโอกาสในการเดินสู่เส้นทางอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งไม่สามารถสรุป หรือการันตีตายตัวได้ว่า การปฏิบัติตามคุณลักษณะดังกล่าวจะทำให้ทุกคนได้เป็นอินฟลูเอนเซอร์ แต่เป็นเพียงการเพิ่มโอกาส ผ่านผู้มีประสบการณ์จริง และข้อมูลสนับสนุนในเชิงวิชาการ

### 5.1.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เป็นการนำเนื้อหา และบทสัมภาษณ์จากผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มาเพื่อออกแบบกระบวนการฝึกอบรม และทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรม เพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ พบข้อสรุปที่น่าสนใจอยู่หลายประเด็น ดังนี้

ในการทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรม ผู้วิจัยได้จัดการฝึกอบรมขึ้นทั้งหมด 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 เป็นการทดลองก่อนนำไปปฏิบัติจริง (Pilot) และครั้งที่ 2 คือการทดลองใช้จริง เพื่อตอบคำถามการวิจัย

#### 5.1.2.1 การทดลองครั้งที่ 1 หรือการทดลองก่อนนำไปปฏิบัติจริง (Pilot)

สามารถอธิบายข้อสรุปการทดลองได้ดังนี้

1) การออกแบบการฝึกอบรม เปรียบเสมือนการถอดบทเรียน จากการใช้สัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการ ซึ่งประกอบด้วย การสร้างตัวตนของผู้ร่วมการฝึกอบรม โดยเริ่มจากการให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมได้ทราบถึงตัวตนภายในผ่านกิจกรรมไพบอกตัวตน ซึ่งผู้ฝึกอบรมสามารถสะท้อนความคิด ให้ผู้ร่วมฝึกอบรมได้ในรายบุคคล ซึ่งผลที่ได้คือ ผู้ร่วมฝึกอบรมนั้นได้เห็นมุมมองจากผู้อื่นมากขึ้น ซึ่งอาจนำไปสู่การค้นหาตนเองต่อไป รวมถึงจุดเด่นจุดด้อย ที่สามารถพัฒนาต่อไปในอนาคต ในขณะเดียวกันได้พบข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ การที่ผู้ร่วมฝึกอบรมจะนำเสนอตนเอง หรือรับการสะท้อนความคิด ไม่ว่าจะ เป็น จุดดี หรือจุดด้อยได้นั้น พื้นที่นั้นจะต้องเป็นพื้นที่ปลอดภัยในระดับหนึ่งเพื่อให้การถ่ายทอดและการนำเสนออยู่บนพื้นฐานแห่งความสบายใจ ซึ่งในการทดลองครั้งแรก กิจกรรมนี้ยังไม่ได้ผลที่ดีมากนักเนื่องจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมไม่ทราบถึงกิจกรรม และวัตถุประสงค์ของการจัดฝึกอบรมอย่างชัดเจน จึงสามารถสรุปได้เบื้องต้นว่า การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมที่มีความเกี่ยวข้องกับบุคคลจำเป็นต้องสร้างพื้นที่นั้นให้เป็นพื้นที่ปลอดภัยทางการปฏิบัติ และปลอดภัยทางความคิด ซึ่งถูกนำไปต่อยอด และพัฒนาในการจัดฝึกอบรมในครั้งที่ 2 ต่อไป

2) กิจกรรมในการฝึกอบรม กิจกรรมการฝึกอบรมในครั้งแรกทางนักวิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างตัวตนเป็นหลัก และใช้วิธีการนั่งฟัง หรือ Lecture Base เป็นหลัก ซึ่งทำให้ยังขาดในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ และการปฏิบัติ ซึ่งถือเป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่ช่วยสนับสนุนและเพิ่มโอกาสในการเป็นอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อกิจกรรมถัดไปในการฝึกอบรม คือการนำเสนอตนเองผ่านสื่อ หรือ วิดีโอ ซึ่งทำให้เนื้อหาที่นำเสนอขึ้นอาจจะยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจน หรือยังไม่มีคามแปลกใหม่ รวมถึงองค์ประกอบศิลป์ต่าง ๆ ในการนำเสนอ ในขณะเดียวกัน อาจเป็นอุปสรรคในการสะท้อนความคิดจากบุคคลอื่นในประเด็นของการสร้างตัวตน และการดึงศักยภาพที่ติดออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3) การเก็บข้อมูลของผู้ร่วมการฝึกอบรม ในการฝึกอบรมครั้งแรก ไม่ได้มีในส่วนของกิจกรรม Pre-Reflection Note และ Post-Reflection Note ซึ่งถือเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ฝึกอบรม ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องของความต้องการ ประสบการณ์ที่พบเจอ ภูมิหลัง และความคาดหวัง ซึ่งหากขาดข้อมูลส่วนนี้อาจส่งผลให้การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมนั้นไม่สามารถตอบโจทย์ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้เท่าที่ควร

4) การเข้าร่วมกิจกรรมของผู้ร่วมฝึกอบรม ในการจัดการฝึกอบรมครั้งแรก พบว่า ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมบางท่านไม่สามารถเข้าร่วมฝึกอบรมได้ตลอดระยะเวลาการฝึกอบรม ซึ่งแน่นอนว่าผลลัพธ์ที่ได้เมื่อมีการสะท้อนความคิดจะเกิดความคลาดเคลื่อน หรือไม่ครบถ้วน ซึ่งในประเด็นนี้ได้ถูกแก้ไขในการฝึกอบรมครั้งที่ 2 ผ่านการสร้างกติกา และการแจ้่งล่งหน้า รวมถึงการย้ำในกฎกติกา ซึ่งในครั้งที่ 2 ได้ผลที่ดี ถึง 100 เปอร์เซ็นต์ที่ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ร่วมทุกกิจกรรมตั้งแต่ต้นจนจบ

ประเด็นข้างต้นที่กล่าวมา ได้ถูกนำมาปรับ พัฒนาต่อและนำมาใช้ในการฝึกอบรมครั้งที่ 2 โดยมีการปรับ และลดกิจกรรมบางส่วน และเติมกิจกรรมบางส่วนขึ้นเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ตอบคำถามการวิจัยได้มากยิ่งขึ้น

#### 5.1.2.2 การทดลองครั้งที่ 2 (การฝึกอบรมจริง ผ่านการพัฒนาจากการฝึกอบรมในครั้งที่ 1)

สามารถสรุปผลการทดลองได้ดังนี้

1) การออกแบบการฝึกอบรมในครั้งที่ 2 ได้นำผลหรือช่องว่างจากครั้งที่ 1 มาปรับปรุง กล่าวคือการสร้างบรรยากาศ และเพิ่มพื้นที่ความสบายใจให้กับผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม โดยการแจ้่งล่งหน้า และการอธิบายวัตถุประสงค์ในการวิจัยให้ชัดเจน รวมถึงผลประโยชน์ที่ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมจะได้รับหลังจากที่เข้าร่วมการฝึกอบรม ทักษะในด้านต่าง ๆ ที่ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมสามารถพัฒนาได้จากการฝึกอบรมในครั้งนี้ โดยเน้นประเด็นที่สอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และนักวิชาการให้ครอบคลุมเนื้อหาในแต่ละประเด็นให้ได้มากที่สุด

2) กิจกรรมในการฝึกอบรมครั้งที่ 2 ทางผู้วิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม ได้เพิ่มเติมกิจกรรม และร้อยเรียงลำดับความเข้มข้นของกิจกรรมให้มีความสอดคล้องมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1) การเพิ่มกิจกรรม Reflection Note ทั้งก่อนและหลังการฝึกอบรม ซึ่งถือเป็นการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมใหม่อีกครั้งหลังจาก การออกแบบกระบวนการที่ผิดพลาดที่ครั้งที่ผ่านมา ซึ่งกิจกรรมที่เพิ่มเติมขึ้นมานี้ ได้ทำให้ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นยังสร้างพื้นที่ปลอดภัย และความเชื่อใจให้กับผู้ร่วมการฝึกอบรมได้ เนื่องจากรู้ถึงจุดประสงค์ที่ชัดเจนของการวิจัย และมีการเตรียมความพร้อมก่อนการร่วมการฝึกอบรม

2.2) การเพิ่มกิจกรรม ด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งกิจกรรมในการฝึกอบรมก่อนหน้า ยังขาดประเด็นการหาแนวทางในการสร้างความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งทำให้คำตอบในการตอบคำถามการวิจัยคลาดเคลื่อน ดังนั้น การเพิ่มกิจกรรม ด้านความคิดสร้างสรรค์ จะทำให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยสามารถพบแนวทาง ในการสร้างสรรค์ผลงานได้มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการต่อยอดสู่เส้นทางของอินฟลูเอนเซอร์ โดยการเพิ่มแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงาน ได้ส่งผลดีโดยตรงต่อ กิจกรรม VDO in 1 Minute ซึ่งเป็นกิจกรรมถัดไป

2.3) การสะท้อนความคิดผ่านกิจกรรม ในประเด็นนี้ได้มีการดำเนินการ ตั้งแต่การฝึกอบรมในครั้งแรก (Pilot) แต่ในครั้งที่สองเป็นการเพิ่มพื้นที่ความปลอดภัย โดยการสะท้อนจากผู้ฝึกอบรม และผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ซึ่งการสะท้อนความคิดในครั้งนี้พบว่า มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการแจ้งถึงวัตถุประสงค์ล่วงหน้า ได้เกิดการเตรียมตัวของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม การแนะนำตัววิทยากรเพื่อให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมทราบถึงประสบการณ์ และความสามารถเฉพาะของวิทยากร ในส่วนนี้สามารถสร้างพื้นที่ปลอดภัยในการแลกเปลี่ยน และรับฟังความคิดเห็น ลดกำแพงทางความคิด เพิ่มพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งหากมีการสะท้อนความคิดอย่างยอมรับ และปลอดภัย จะส่งผลดีต่อผู้ร่วมฝึกอบรม ในการพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต

2.4) การเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนและหลัง หรือ Pre-Reflection Note และ Post-Reflection Note จากที่ได้กล่าวในข้างต้นว่า ได้มีการเพิ่มกิจกรรมนี้ขึ้น หลังจากเกิดความผิดพลาดในขั้นตอนของการออกแบบกระบวนการ ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูล ความต้องการ ความคาดหวัง ประสบการณ์ และภูมิหลังของผู้ร่วมฝึกอบรม ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลทั้งก่อนและหลัง ได้เห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในการฝึกอบรม และสามารถนำมาต่อยอดการฝึกอบรมในรูปแบบที่ใกล้เคียงกัน หรือสามารถนำกิจกรรมนี้ให้กลายเป็นแก่นในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการฝึกอบรมในรูปแบบที่แตกต่างได้ต่อไปในอนาคต

จากการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมทั้ง 2 ครั้ง ได้ข้อสรุปเพื่อตอบคำถามการวิจัยในข้อที่ 2 คือ เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ดังต่อไปนี้

1) การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการทดลองทำก่อนการปฏิบัติจริง โดยนำผลจากการทดลองในครั้งแรก มาอุดรอยรั่ว หรือเพิ่มเติมเนื้อหาเพื่อให้ตอบสนอง และเกิดประโยชน์กับผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้มากที่สุด

2) การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมในแต่ละครั้ง การหาข้อมูล หรือการทำการสำรวจ หรือเก็บข้อมูล หรือการสัมภาษณ์ ในประเด็นที่เกี่ยวข้องจะทำให้การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมได้ดียิ่งขึ้น เช่น การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม พัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ ที่อิงจากหนังสือที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์เชิงลึกของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งทำให้แนวทางในการฝึกอบรมนั้นชัดเจนมากยิ่งขึ้น

3) การสร้างบรรยากาศ หรือการสร้างพื้นที่ปลอดภัยในการฝึกอบรม เป็นส่วนสนับสนุนให้การฝึกอบรมนั้นเกิดการแลกเปลี่ยน และสะท้อนความคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากการสะท้อนเรื่องของกิจกรรมต่าง ๆ การสะท้อนถึงจุดเด่นจุดด้อยของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมยังเป็นการนำข้อผิดพลาดที่พบไปพัฒนาต่อยอดในการจัดการฝึกอบรมในครั้งต่อไปได้ในอนาคต

4) การเข้าใจจุดประสงค์ของการฝึกอบรม ความเข้าใจในจุดประสงค์การฝึกอบรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

4.1) ความเข้าใจในจุดประสงค์ของผู้ฝึกอบรม ซึ่งหากผู้ฝึกอบรมมีความเข้าใจในเนื้อหาอย่างครบถ้วน จะทำให้การถ่ายทอดหรือแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ นั้นไม่หลุด และไม่หลงประเด็น แต่จะช่วยสนับสนุนให้เนื้อหานั้นตรงประเด็นได้ดียิ่งขึ้น

4.2) ความเข้าใจในจุดประสงค์ของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม คือประเด็นสำคัญที่ทำให้ผู้ฝึกอบรมนั้นทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับ รวมถึงการเตรียมความพร้อมก่อนการฝึกอบรม ซึ่งหากมีการเตรียมความพร้อมทั้งทางกาย และทางใจ จะช่วยให้การฝึกอบรมนั้นราบรื่นมากยิ่งขึ้น

5) ความเต็มใจ หรือความต้องการเข้าร่วมการฝึกอบรมของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม สิ่งที่เป็นสิ่งสำคัญมากประการหนึ่ง พร้อมการพัฒนาบุคคล จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องควบคู่กับความต้องการพัฒนาตนเองในสิ่งที่ขาดหาย เพราะหากผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม ไม่ได้รู้สึกเต็มใจ หรือมีความต้องการที่น้อย จะทำให้การร่วมกิจกรรมนั้นทำเพื่อให้ผ่านไป ไม่ใช่การทำเพราะความต้องการพัฒนาตนเองจากภายใน

6) การฝึกอบรมจำเป็นจะต้องมีเป้าหมายที่เป็นประโยชน์ไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง ในการออกแบบการฝึกอบรม จำเป็นจะต้องมีเป้าหมายที่ประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็ประโยชน์ทางด้านวิชาชีพ ทางด้านวิชาการ รวมถึงการประยุกต์ และการปฏิบัติได้จริง ซึ่งหากผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมทราบถึงประโยชน์ดังกล่าวแล้วจะทำให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมมองเห็นภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถสร้างอารมณ์ร่วมไปกับการฝึกอบรมในทุกกิจกรรม

7) การเข้าร่วมการฝึกอบรม การฝึกอบรมในแต่ละครั้ง หากมีเนื้อหาที่ต่อเนื่องกัน สิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่ง คือการเข้าร่วมกิจกรรมให้ครบถ้วน เพื่อให้เข้าใจแก่นของการฝึกอบรมได้ในทุกกระบวนการ ซึ่งหากไม่สามารถเข้าร่วมได้ทุกกระบวนการอาจส่งผลให้ผู้เข้าร่วมฝึกอบรมนั้นขาดประโยชน์ในส่วนนั้น และอาจส่งผลต่อการร่วมกิจกรรมต่อไป ซึ่งทำให้ผลในการพัฒนาบุคคลนั้นลดน้อยลง

8) การรักษาความลับ และการพิทักษ์สิทธิของผู้ร่วมการฝึกอบรม จากที่กล่าวมาข้างต้น พื้นที่ปลอดภัยทางความคิดเป็นส่วนสำคัญ ดังนั้นการฝึกอบรมในทุกครั้งควรมีการรักษาความลับของผู้ร่วมฝึกอบรม เพื่อให้ผู้ร่วมฝึกอบรม เกิดความสบายใจ และรู้สึกถึงความปลอดภัยในทุกกระบวนการ

9) การแนะนำวิทยากร เป็นสิ่งแรกที่มีการฝึกอบรมควรกล่าวถึงวิทยากร ถึงประสบการณ์และความสามารถเฉพาะ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และเพิ่มโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างไว้ซึ่งอคติ ซึ่งส่งผลต่อความไว้วางใจ และความเชื่อในความสามารถของผู้ร่วมฝึกอบรม หาก

ผู้ร่วมฝึกอบรมทราบถึงประสบการณ์ และความสามารถของวิทยากรจะทำให้ผู้ร่วมฝึกอบรมนั้นเปิดใจ และทำให้การฝึกอบรมนั้นราบรื่นมากยิ่งขึ้น

10) การฝึกอบรมในรูปแบบของการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ โดยเฉพาะในบริบทที่มีการแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกทางความคิดอย่างสร้างสรรค์ และมีการนำเสนอตนเอง ซึ่งการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์นั้น สามารถกล่าวได้ว่า การปฏิบัติที่มีส่วนร่วม ได้ผลที่ดีกว่า การฝึกอบรมในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนทางความคิด หรือการจดบันทึกเพียงอย่างเดียว

ข้อสรุปที่ตอบคำถามวิจัยทั้ง 2 ข้อ ได้แสดงให้เห็นว่าการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนแรกทำให้ทราบถึงคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ จากผู้ที่มีประสบการณ์จริง และเพิ่มความน่าเชื่อถือจากนักวิชาการ และนำผลลัพธ์ที่ได้นั้นมา เป็นส่วนตั้งต้นสำหรับการออกแบบการฝึกอบรม ซึ่งทำให้การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมนั้นง่าย ชัดเจน และตรงประเด็นมากยิ่งขึ้น ดังนั้นในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบใด หรือศาสตร์ใดก็ตาม ความเข้าใจในความต้องการ จุดประสงค์ และข้อมูลพื้นฐานเพื่อการออกแบบที่ราบรื่น ตรงประเด็น และส่งผลดีต่อผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมได้ดียิ่งขึ้น

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยจะอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

- 1) เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป
- 2) เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

### 5.2.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

การอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ในหัวข้อที่ 1 นี้ผู้วิจัยได้พบข้อมูลที่น่าสนใจ เมื่อนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง ในกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์ และกลุ่มของนักวิชาการ อภิปรายได้ดังนี้



ตารางที่ 5.1 อภิปรายผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

ทฤษฎี	ทฤษฎี	ความสำคัญของทฤษฎี	การเปลี่ยนแปลงของทฤษฎี	บทบาทของทฤษฎีเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป	คุณลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎี
Aristotle's Persuasive Appeals	Ethos	ยังคงมีความสำคัญในฐานะสื่อบุคคล	มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการสื่อสาร	ความน่าเชื่อถือของบุคคลยังมีส่วนสำคัญแต่ความสำคัญนั้นลดน้อยลงขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่น่าเสนอ	Identity Consistency Creativity Sincere
	Pathos	มีความสำคัญมาก	มีความหลากหลายมากขึ้น ข้อจำกัดของเนื้อหาลดลง เน้นความบันเทิง และ Edutainment	เนื้อหาเป็นส่วนสำคัญในการสร้างอารมณ์ร่วม ซึ่งการสร้างอารมณ์ร่วมที่มีประสิทธิภาพต้องประกอบร่วมกับสื่อบุคคล	Identity Consistency Creativity Content Sincere
	Logos	มีความสำคัญน้อยลง	หลักฐานของเนื้อหาเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือน้อยลง	มีความเปลี่ยนแปลงอย่างมาก เนื่องจากเนื้อหาที่มีความหลากหลาย เน้นความบันเทิง จินตนาการ เนื้อหาไม่ซับซ้อน แต่ในส่วนนี้ยังคงมีความสำคัญในการนำเสนอข่าวหรือ เนื้อหาหนัก	Sincere

ตารางที่ 5.1 อภิปรายผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 (ต่อ)

ทฤษฎี		ความสำคัญของทฤษฎี	การเปลี่ยนแปลงของทฤษฎี	บทบาทของทฤษฎีเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป	คุณลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎี
The Five Cannons	Invention	ยังคงมีความสำคัญในการคิดค้นเนื้อหา และการคัดสรรเนื้อหา	ความสร้างสรรค์ของเนื้อหามากขึ้น	การค้นหาเนื้อหา ยังมีความสำคัญ ซึ่งเนื้อหาที่เพิ่มขึ้นคือความแปลกใหม่ ความแตกต่าง แต่ในขณะเดียวกันบางเนื้อหาที่มีการเลียนแบบเนื้อหา แต่แตกต่างที่ตัวบุคคล และบิดเนื้อหา บางส่วน เพื่อสร้างความแตกต่าง	Identity Creativity Content
	Arrange ment	ความสำคัญลดน้อยลง	รูปแบบในการเรียบเรียงเนื้อหา เปลี่ยนไป	การเรียบเรียงเนื้อหา มีความเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก มีการเรียบเรียงที่กระชับขึ้น สั้นขึ้น ลดรูปแบบและความซับซ้อน เช่นการไม่ได้เกริ่นเรื่อง แต่เข้าตัวเนื้อหาทันที	Content

ตารางที่ 5.1 อภิปรายผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 (ต่อ)

ทฤษฎี		ความสำคัญของทฤษฎี	การเปลี่ยนแปลงของทฤษฎี	บทบาทของทฤษฎีเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป	คุณลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎี
The Five Cannons	Style	ความสำคัญตามรูปแบบทฤษฎีลดน้อยลง	มีความหลากหลายของการนำเสนอมากขึ้น	ความแตกต่างบนพื้นฐานของความเป็นปัจเจกมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น และมีความหลากหลายมากขึ้น รูปแบบของความสวยงาม มีลักษณะที่เปลี่ยนแปลงไป	Identity Creativity Content
	Memory	ยังมีความสำคัญ	ไม่ได้สร้างการจดจำที่ต่างไป	การสร้างความจดจำเป็นสิ่งที่จำเป็น ซึ่งการสร้างการจดจำจะเป็นในลักษณะของตัวบุคคลมากขึ้น ซึ่งถือเป็นการเพิ่มโอกาสในสายงานอินฟลูเอนเซอร์	Identity Consistency Content

ตารางที่ 5.1 อภิปรายผลวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 (ต่อ)

ทฤษฎี		ความสำคัญของทฤษฎี	การเปลี่ยนแปลงของทฤษฎี	บทบาทของทฤษฎีเกี่ยวกับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป	คุณลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎี
The Five Cannons	Delivery	ความสำคัญลดน้อยลง และมี ความเกี่ยวข้องค่อนข้างน้อย	รูปแบบเปลี่ยนแปลงไป	ช่องทางในการรับสาร และการนำเสนอที่เป็นระบบ มีการปรับเปลี่ยน และ เช่น การสื่อสารแบบ Face to Face ในอดีต ในปัจจุบัน คือ การสื่อสารผ่านสื่อ และ ฟังชั่นต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน และเน้นที่ตัวบุคคล	Identity
Verbal		มีความสำคัญ	มีการเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก	ระดับภาษาที่เปลี่ยนแปลงไป คำศัพท์ที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น คำศัพท์ใหม่ หรือคำหายาบบ ที่พบเห็นมากขึ้น	Identity Creativity Content Sincere
Non-Verbal		มีความสำคัญ	มีการเปลี่ยนแปลงไปค่อนข้างมาก	การแสดงออกที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น มีความเป็นธรรมชาติ สูงขึ้น กว่ารูปแบบของท่าทางดังในอดีต	Identity Creativity Content Sincere

### 5.2.1.1 การอภิปรายผ่าน Aristotle's Persuasive Appeals

#### 1) Ethos กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ในส่วนแรก คือ Ethos ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความเชื่อมั่นจากผู้ส่งสาร ซึ่งการที่จะสามารถสร้างการติดตาม หรือความสามารถในการโน้มน้าวใจได้นั้น ผู้รับสารจำเป็นต้องเกิดความเชื่อมั่น เชื่อถือในผู้รับสารเสียก่อน จึงจะสามารถสร้าง Call to action ได้ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ ตามผู้ผู้ส่งสาร การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม หรือการปฏิบัติตามผู้ส่งสาร

ซึ่งเมื่อผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่าง พบว่ามีข้อสังเกตที่เกิดขึ้นในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งเป็นข้อสังเกตที่น่าสนใจ ดังนี้

การสร้างที่น่าเชื่อถือในบทบาทของอินฟลูเอนเซอร์นั้น ยังเป็นสิ่งที่จำเป็น แต่อาจจะไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นมากที่สุดในยุคปัจจุบัน ซึ่งความสำคัญ และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น สืบเนื่องจากบริบทของการสื่อสารที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารในลักษณะของ Face to Face Communication ในอดีต และในปัจจุบันมีการสื่อสารผ่านสื่อมากยิ่งขึ้น ถือว่าเป็นเทรนด์ในปัจจุบัน เนื้อหาที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ทำให้ความน่าเชื่อถือของบุคคลนั้นไม่ได้มีความสำคัญ หรือความจำเป็นในลำดับต้น กลับขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่นำเสนอเป็นสำคัญ ทำให้ความน่าเชื่อถือไม่ใช่สิ่งเดียวที่กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ต้องการ แต่อินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่มต้องการสร้างความบันเทิงให้กับผู้ชม หรือผู้ติดตาม รวมถึงบางกลุ่มต้องการเพียงแค่สร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักในโลกสังคมออนไลน์เท่านั้น

สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

(1) กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ ที่ต้องการสร้างความน่าเชื่อถือ จะเป็นกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ที่อยู่ในบทบาท ของผู้เชี่ยวชาญ เล่าเรื่อง หรือกลุ่มที่ต้องการนำเสนอข้อมูลเฉพาะ เช่น บ้าน รถ อสังหาริมทรัพย์ ข้อมูลทางการเงิน และการสร้างแรงบันดาลใจ เป็นต้น

(2) กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ ที่ต้องการสร้างความบันเทิง จากข้อมูลที่กล่าวไว้ใน ส่วนของสรุปผลการวิจัย พบว่า กลุ่มผู้ที่ต้องการสร้างความบันเทิงนั้น มีเจตนาสร้างความบันเทิงเป็นหลัก มักนำเสนอข้อมูลที่เกินจริง หรือเป็นข้อมูลที่มีความขัดแย้งกับความเป็นจริง ซึ่งแน่นอนว่า ข้อมูลที่เกินจริง หรือความขัดแย้งกับความเป็นจริง ผู้รับสารสามารถรับรู้ได้อยู่แล้วว่า ข้อมูลเหล่านั้นเป็นข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถืออยู่แล้ว แต่การติดตามที่เกิดขึ้นเกิดขึ้นจากความบันเทิง ความแปลก และความคิดสร้างสรรค์

(3) กลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ ที่ต้องการสร้างชื่อเสียง หรือผู้ติดตาม ในกลุ่มนี้มักนำเสนอเนื้อหาที่เป็นที่ถูกกล่าวถึง หรือถกเถียง เป็นประเด็นร้อนในสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งมีจุดประสงค์ที่ชัดเจนคือการเปิดการมองเห็น เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงของผู้รับสาร ไม่ว่าจะเป็นการ

ต้นตามเพลง การพูดถึงประเด็นที่สังคมกำลังพูดถึง ซึ่งเห็นได้ชัดว่า จุดประสงค์แรกไม่ได้เกิดขึ้นเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ

ข้อสังเกตเพิ่มเติม ในขณะเดียวกัน ในกลุ่มที่ 1.2 และกลุ่มที่ 1.3 จะกลับมาสร้างความน่าเชื่อถือในเส้นทางอินฟลูเอนเซอร์อีกครั้ง เมื่อตนเองเริ่มเป็นที่รู้จัก และมีผู้สนับสนุน หรือนายจ้างเพื่อให้ตนเองนั้นขายผลิตภัณฑ์ การสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้รับสารจึงเริ่มมีความสำคัญกับอินฟลูเอนเซอร์ในกลุ่มนี้

ดังนั้น ความสำคัญของ Ethos หรือ ความน่าเชื่อถือในตัวผู้ส่งสาร ที่มีต่อผู้รับสาร ในแนวคิดทฤษฎีนี้ยังคงอยู่ในการนำเสนอของสื่อบุคคล แต่ลำดับความสำคัญที่เกิดขึ้นนั้นขึ้นอยู่กับบริบทของเนื้อหาที่นำเสนอ และจุดประสงค์ของผู้ส่งสาร เป็นสำคัญ ซึ่งอาจจะมีผลแตกต่างเมื่อเทียบกับผู้ที่มีชื่อเสียง หรือผู้นำทางความคิด หรือ อินฟลูเอนเซอร์ในอดีต

## 2) Pathos กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ในส่วนของ 2 คือ Pathos หรือการสร้างอารมณ์ร่วมระหว่างผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ถึงเนื้อหาในรูปแบบที่นำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ในประเด็นนี้ เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ไม่ว่าจะอินฟลูเอนเซอร์ในกลุ่มใดก็ตาม การสร้างอารมณ์ร่วมกับเนื้อหายังคงอยู่อย่างชัดเจนในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบของ ข้อมูล ความรู้ สารคดี สถานการณ์ หรือ ความบันเทิง การสร้างอารมณ์ร่วม ซึ่งมีความน่าสนใจบางประการ

(1) การสร้างอารมณ์ร่วมนั้น อาจไม่ได้มีจุดประสงค์ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเป็นสำคัญ แต่การสร้างอารมณ์ร่วมคือการเพิ่มโอกาสในการติดตาม

(2) การเกิดอารมณ์ร่วมกับเนื้อหา อาจไม่ได้เกิดจากปฏิสัมพันธ์ ของผู้ส่งสาร และผู้รับสาร บนแพลตฟอร์ม เพียงอย่างเดียว แต่การเกิดขึ้นของอารมณ์ร่วม สามารถเกิดขึ้นได้จากเนื้อหาที่นำเสนอ ที่มีความสอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ เช่น ประสบการณ์ร่วม ความคิดสร้างสรรค์ ความแปลกใหม่ เป็นต้น

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในส่วน Pathos เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ยังคงมีผลต่อกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ และผู้ชม หรือผู้ติดตาม ซึ่งความสำคัญ การเปลี่ยนแปลง และการคงอยู่ นั้น เป็นผลมาจากการสื่อสารมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเกิดอารมณ์ร่วม ผู้ส่งสาร และผู้รับสารต้องมีจุดร่วม ไม่ว่าจะเป็นประสบการณ์ร่วม ความสนใจเฉพาะ ความชอบที่คล้ายคลึงกัน เป็นต้น ซึ่งความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นมีเพียงแค่มียุคปัจจัยแวดล้อม บริบทของสังคม รูปแบบของแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เพิ่มเติมขึ้นมาเท่านั้น

### 3) Logos กับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

Logos องค์ประกอบสุดท้ายในหลัก Aristotle's Persuasive Appeals นั้นคือหลักการและเหตุผล เป็นส่วนสำคัญที่จะสร้างความเชื่อถือ และการโน้มน้าวใจได้ แต่ในยุคปัจจุบันที่มีเนื้อหาที่หลากหลายพบข้อสังเกตที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

(1) หลักการและเหตุผล อาจไม่จำเป็นสำหรับกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่ม เนื่องจากเนื้อหาที่มีความหลากหลาย เช่น การสร้างความบันเทิงผ่านความคิดสร้างสรรค์ การสร้างความบันเทิงที่เกินความเป็นจริง การสร้างความบันเทิงด้วยความขัดแย้งของบริบทรอบข้าง ซึ่งชัดเจนอยู่แล้วว่าไม่มีหลักเหตุผล และความเป็นจริง ดังนั้นในกลุ่มของอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่ม โดยเฉพาะในการนำเสนอเนื้อหาในบางเนื้อหา อาจไม่จำเป็นต้องใช้หลัก Logos ดังในอดีต

(2) หลักการและเหตุผล ยังมีความจำเป็นกับกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ที่อยู่ในกลุ่ม ของการเล่าข่าว หรือการเล่าเรื่อง หรือ สารคดี และสรุปประเด็นสำคัญในสังคม ซึ่งชัดเจนอยู่แล้วว่าในประเด็นนี้มีความจำเป็นในส่วนของ Logos เป็นอย่างยิ่ง

(3) หลักการและเหตุผล ยังมีความจำเป็นในกลุ่มเฉพาะ และการอ้างอิงถึงเนื้อหาที่ได้มาก็ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือของเนื้อหา และผู้ส่งสารได้เช่นเดิม จากการอภิปรายในประเด็นของแนวคิด ทฤษฎี Aristotle's Persuasive Appeals นั้น เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ทฤษฎีนี้ยังสามารถใช้ประกอบร่วมกับปรากฏการณ์อินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป ที่เกิดขึ้นในโลกยุคปัจจุบัน แต่มีการเปลี่ยนแปลงไป และมีการลดความสำคัญลงตามบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป

นอกจากนั้นจะพบว่า เมื่อนำคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จะพบว่า คุณลักษณะที่ได้มานั้น ถูกสนับสนุนโดยแนวคิด และทฤษฎี จึงทำให้คุณลักษณะที่ได้ นั้นมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น ส่งผลให้ผู้ที่มีความสนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์นั้นสามารถนำไปปรับใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ในทางกลับกัน ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบว่า ความสำคัญของแนวคิด และทฤษฎีนั้นยังคงอยู่ในยุคปัจจุบัน เพียงแต่บางส่วนนั้นมีความสำคัญที่ลดน้อยลง ในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

#### 5.2.1.2 การอภิปรายผ่าน หลักวาทะมืองค์ห้าของซีเซโร (Cicero's Five Canons)

จากหลักวาทศาสตร์ ทั้ง 5 ที่ประกอบด้วย

- Invention การคิดค้นเนื้อหา
- Arrangement การจัดเรียงเนื้อหา
- Style การออกแบบเพื่อความสวยงามในการนำเสนอ
- Memory การพูดและการแสดงออกเพื่อการจดจำ
- Delivery การนำเสนออย่างเป็นระบบ

สามารถนำมาอภิปรายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ดังนี้

### 1) Invention การคิดค้นเนื้อหา

การคิดค้นเนื้อหา ยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสนับสนุน และเพิ่มโอกาสให้กับอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งถือเป็นอีกคุณลักษณะหนึ่ง ที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ โดยมี การเพิ่มเติม คือแนวทางของความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น เช่น ความแปลกไม่สามารถลอกเลียนได้ ก็ ถือว่าเป็นการคิดค้นเนื้อหาในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ความแปลกที่ บิดเบือนไปจากความจริง แต่สร้างความบันเทิงได้เป็นอย่างดี เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกัน รูปแบบการ คิดค้นเนื้อหาในปัจจุบัน ก็มีเนื้อหาที่อาจจะไม่ได้ให้ข้อมูล หรือความรู้ หรือในบางครั้งอาจผลเสียต่อ สังคม แต่เนื้อหาเหล่านี้ กลับสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่ม ได้เช่นเดียวกัน ซึ่งใน ประเด็นนี้ยังมีการถกเถียงถึงความเหมาะสมของการสร้างสรรค์เนื้อหา ซึ่งสามารถทำการศึกษาเพื่อ สร้างความเหมาะสมของเนื้อหาต่อไปได้ในอนาคต

### 2) Arrangement การจัดเรียงเนื้อหา

ในการจัดเรียงเนื้อหานี้ยังมีให้เห็นอยู่บางในกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ ที่ต้องการ ถ่ายทอดองค์ความรู้ ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ มีการเรียบเรียงประเด็นที่น่าสนใจ น่าติดตาม แต่ในบาง กลุ่มพบว่า การจัดเรียงเนื้อหาถูกลดความสำคัญลง เนื่องจากพฤติกรรมของผู้ชม ที่เน้นความเร็ว สั้น กระชับ ทำให้เนื้อหาหรือการปูพื้นก่อนเข้าประเด็นสำคัญนั้นลดน้อยลง ซึ่งมักจะเห็นว่า การนำเสนอ ของอินฟลูเอนเซอร์ในปัจจุบัน จะกล่าวถึงประเด็นสำคัญ หรือกิจกรรมหลักที่ต้องการนำเสนอ เพื่อ เรียกผู้ชมให้เข้ามาชม มาติดตามมากยิ่งขึ้น โดยไม่มีการปูพื้นหรือที่มาที่ไป ซึ่งกล่าวได้ว่า การจัดเรียง เนื้อหาเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับเนื้อหาบางกลุ่ม และมีความสำคัญลดน้อยลงกับเนื้อหาบางประเภท

### 3) Style การออกแบบเพื่อความสวยงาม

การออกแบบเพื่อความสวยงาม ในส่วนนี้จะเห็นได้ชัดในเรื่องของการจัด องค์ประกอบศิลป์ หรือการจัดองค์ประกอบภาพของวิดีโอ ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เมื่อ เทียบกับบริบทของสื่อโทรทัศน์ โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

3.1) การออกแบบองค์ประกอบศิลป์ ลดน้อยลง มีความใส่ใจในรายละเอียด ของภาพ เสียง และสีที่ลดน้อยลง แต่ถูกปรับเปลี่ยนเป็นความจริง โดดเดี่ยวความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น ยิ่งจริง ยิ่ง Real คนยิ่งสนใจ ซึ่งทำให้องค์ประกอบนี้ถูกลดความสำคัญลงในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์ บนแพลตฟอร์มยูทูป

3.2) ความสวยงามของตัวอินฟลูเอนเซอร์ ความสวยงามในลักษณะของ กายภาพยังคงเป็นที่ต้องการของผู้ชม แต่ส่วนที่เพิ่มเติมขึ้นมา คือความแปลก และความไม่สมบูรณ์ ซึ่ง กลายเป็นอีกหนึ่งส่วนที่ทำให้เกิดการติดตาม และเพิ่มโอกาสให้กับอินฟลูเอนเซอร์ได้เช่นเดียวกัน



#### 4) Memory สร้างการจดจำ

ในองค์ประกอบนี้ เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ยังคงอยู่ และมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น เนื่องด้วยการที่จะก้าวสู่การเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ การสร้างการจดจำ เป็นสิ่งที่สำคัญ ไม่ว่าจะด้วยรูปแบบใดก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นการจดจำผ่านเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ การจดจำผ่านตัวบุคคล ทั้งรูปร่างหน้าตา และความแปลกใหม่ และความเป็นปัจเจกของตัวบุคคล เป็นต้น

#### 5) Delivery การนำเสนออย่างเป็นระบบ

ในองค์ประกอบนี้ การนำเสนออย่างเป็นระบบในบริบทของอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งหากกล่าวถึงขั้นตอนในการนำเสนอ ที่เป็นระบบจะพบว่า การนำเสนอที่มีความซับซ้อนที่น้อยลง ไม่ว่าจะเป็นการเรียบเรียง หรือการส่งสารไปยังผู้รับสาร

โดยมีข้อสังเกตที่น่าสนใจเพื่อทำให้เกิดความสอดคล้องกับแนวคิดนี้มากที่สุดคือ

1) ความเข้าใจในแพลตฟอร์ม ในปัจจุบันการนำเสนอที่เกิดขึ้น จะต้องนำเสนอเนื้อหา และการคิดค้นเนื้อหาให้สอดคล้องกับ แพลตฟอร์ม หรือความเข้าใจในแพลตฟอร์มออนไลน์มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึง เปิดการมองเห็น เช่น การนำเสนอผ่านยูทูบ จำเป็นต้องถ่ายวิดีโอในลักษณะของแนวนอน และมีความยาวตั้งแต่ 3 นาที (สำหรับแพลตฟอร์มหลัก) แต่หากเป็นการนำเสนอผ่าน Shot Cut Reel บนยูทูบต้องเป็นแนวตั้ง เป็นต้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า การนำเสนออย่างเป็นระบบ คือการเข้าใจในตัวแพลตฟอร์มออนไลน์ มีความใกล้เคียงความเป็นจริงมากยิ่งขึ้น เพื่อส่งสาร หรือเนื้อหาที่สร้างขึ้นให้ถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้ง่ายและเร็วขึ้น

2) รูปแบบของการสื่อสาร จาก Face to Face สู่การสื่อสารผ่านสื่อ และการมีส่วนร่วมผ่านฟังก์ชันต่าง ๆ ของแอปพลิเคชัน โดยเน้นที่ตัวบุคคล หรือ อินฟลูเอนเซอร์ และ ผู้ชม ซึ่งส่วนนี้จะพบว่า การสื่อสารจะมีแพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามาเป็นสื่อกลางในการเข้าถึงมากกว่าการสื่อสารในลักษณะของ Face to Face ในบริบทของแพลตฟอร์มออนไลน์

จากการอภิปรายวาทะศาสตร์ทั้ง 5 องค์ประกอบจะเห็นได้ว่า ในแต่ละองค์ประกอบนั้นยังมีความสำคัญ และจำเป็น แต่มีปัจจัยในเรื่องของบริบทบางประการที่ทำให้รายละเอียดมีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะเห็นได้ว่า เมื่อนำคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์มาประยุกต์ วาทะศาสตร์ทั้ง 5 องค์ประกอบจะมีความสำคัญ และการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างชัดเจน ทำให้การให้ความหมายของแนวคิดทฤษฎีนี้ในบางส่วน ไม่สามารถใช้ได้โดยตรงกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้อาจจะต้องมีการนิยามความหมาย ให้มีความครอบคลุม และสอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็นส่วนของ Arrangement Style และ Delivery ที่รายละเอียดภายในเมื่อประยุกต์กับสถานการณ์ปัจจุบัน ได้เปลี่ยนไปอย่างชัดเจน

### 5.2.1.3 การอภิปรายผ่าน การสื่อสารเชิงวัจนภาษา และอวัจนภาษา (Verbal and Non-Verbal)

ประเด็นนี้เป็นอีกประเด็นที่น่าสนใจ และมีการถกเถียงกันเป็นจำนวนมากว่าสิ่งใดคือความเหมาะสมกับการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในยุคปัจจุบัน ซึ่งมีความเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการสื่อสาร ในเชิงวัจนภาษา และอวัจนภาษา เป็นอย่างมาก โดยมีข้อสังเกตที่น่าสนใจดังนี้

1) คำหยาบคาย ที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหา หรือการนำเสนอบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่พบเห็นกันมากขึ้นในยุคปัจจุบัน ซึ่งอินฟลูเอนเซอร์บางกลุ่มที่มีส่วนร่วมในการสัมภาษณ์ ได้กล่าวว่า “ใช้ได้ เพราะมันคือความจริงของมนุษย์ เพราะเรารู้ว่ากลุ่มเป้าหมายเราคือใคร” “เรามักใช้เวลาเราอุทาน เพื่อเพิ่มอรรถรส” “เราใช้คำหยาบ แต่เราไม่ได้ตำใคร” ซึ่งความคิดเห็นเหล่านี้ล้วนขัดแย้งต่อหลักของ วัจนภาษา ที่คำนึงถึงคุณภาพของภาษา หลีกเลี่ยงคำหยาบคาย โดยเฉพาะการนำเสนอผ่านสื่อ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ถูกสนับสนุนเพิ่มเติมผ่านนักวิชาการที่ให้ความเห็นความคำหยาบคายนั้นไม่เหมาะสมกับการสื่อสารผ่านสื่อ เพราะสุดท้ายผู้รับสารจะได้รับในสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ต่อไป และถูกถ่ายทอดต่อไปเรื่อย ๆ จนกลายเป็นเรื่องปกติธรรมดา ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าในประเด็นนี้สามารถนำมาศึกษาต่อไป เพื่อหาความพอดี และความเหมาะสมในบริบทของสื่อบุคคลบนโลกออนไลน์ ที่สามารถสร้างการจดจำ การเข้าถึง ที่สามารถพูดคำหยาบได้โดยผ่านเจตนาดี เช่นเพื่อสร้างความบันเทิง หรือสร้างอารมณ์ร่วมในบางบริบท ดังนั้นประเด็นนี้ยังคงเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่สามารถศึกษาต่อไปได้ในอนาคต ว่าภาษาในระดับใด หรือการใช้คำหยาบคายนั้นสามารถใช้ได้มากน้อยเพียงใด บริบทใดที่เหมาะสม ซึ่งการค้นหาคำตอบในอนาคต จะช่วยสนับสนุนการให้คำสัมภาษณ์ว่า “คำหยาบใช้ได้ แต่ใช้มากเกินไป คนก็คงไม่อยากดูและสุดท้ายคนดูก็จะเลิกติดตามไปเอง”

2) การใช้เสียงที่เหมาะสม ไพเราะ มีระดับสูงต่ำของเสียง ประเด็นนี้เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่การสื่อสารผ่านสื่อของบุคคลมีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งการใช้เสียงที่เหมาะสม ไพเราะ หรือมีระดับสูงต่ำของเสียง ได้ถูกลดความสำคัญลง แต่มีส่วนที่เพิ่มเติมขึ้น คือการใช้เสียงจริง และเสียงสังเคราะห์จากระบบ AI ซึ่งเป็นอีกหนึ่งปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น และสามารถสร้างการติดตาม และเพิ่มโอกาสในเส้นทางของอินฟลูเอนเซอร์ได้เช่นเดียวกัน ดังนั้น การใช้เสียงที่เหมาะสม ไพเราะ มีระดับสูงต่ำ อาจขึ้นอยู่กับเนื้อหาบางประเภทที่ต้องการความเป็นทางการ เช่น ข่าว การเล่าเรื่อง และการแลกเปลี่ยนความรู้เฉพาะทาง แต่อาจจะไม่ได้เหมาะสมกับเนื้อหาที่เน้นความบันเทิง หรือ เนื้อหาที่ต้องการสร้างความนิยม ซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ จะเน้นไปที่ความแปลก ความประหลาด เพื่อสร้างการจดจำมากกว่า การใช้ความถูกต้องของการใช้เสียงเหมือนในอดีต ซึ่งประเด็นนี้ยังเป็นอีกหนึ่งประเด็นที่สามารถศึกษาต่อไปได้ในอนาคต

3) การแสดงออกทางร่างกาย หรือ ภาษาท่า (Body Language) เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน ในปัจจุบันจะเห็นว่า รูปแบบ หรือ Pattern นั้นมีให้เห็นน้อยลง ไม่ว่าจะเป็นการแสดงท่าทาง ยึดอก ออกผายไหล่ผึ่ง การแสดงอาการปฏิกิริยา ไม่ว่าจะเป็น การโค้ง การแสดงความเคารพ การแสดงออกทางสีหน้า การใช้สายตาอย่างเป็นมิตร กลัปกลายเป็นมีความสำคัญน้อยลงบนโลกออนไลน์ แต่ในขณะเดียวกันความเป็นจริง หรือความเป็นธรรมชาติของมนุษย์กลับเพิ่มมากขึ้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า รูปแบบของ วัจนะภาษาที่เกิดขึ้น อาจมีความสำคัญมากกับการนำเสนอระหว่างบุคคลกับบุคคล แต่อาจมีความสำคัญน้อยลงเมื่อเป็นการนำเสนอระหว่างบุคคล กับสื่อออนไลน์

จากการอภิปรายในประเด็นการสื่อสาร ในเชิงวัจนะภาษา และอวัจนะภาษา จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก และเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ทั้ง 5 ประการจะพบว่า วัจนะภาษา และอวัจนะภาษายังคงมีความสำคัญ แต่มีความเปลี่ยนแปลงไปในเรื่องของรายละเอียดและรูปแบบ ซึ่งรูปแบบนั้นไม่ได้มีผลต่อการสื่อสาร เมื่อเทียบกับความเป็นธรรมชาติ และความเป็นปัจเจกของบุคคล ซึ่งประเด็นนี้คงต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต เพื่อหาความเหมาะสมของการนำเสนอของสื่อบุคคลต่อไป

#### 5.2.1.4 การอภิปรายผ่านแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์

ตารางที่ 5.2 การอภิปรายผ่านแนวคิดเกี่ยวกับคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์

คุณลักษณะจากการศึกษาเอกสารในอดีต	คุณลักษณะที่ได้จากการวิจัย	ข้อสังเกตเมื่อเปรียบเทียบระหว่างการศึกษาในอดีตและการวิจัยครั้งนี้
<ul style="list-style-type: none"> <li>- บุคคลทั่วไป ที่สามารถโน้มน้าวใจคนได้</li> <li>- บุคคลที่สามารถสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ</li> <li>- บุคคลที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก</li> <li>- บุคคลที่นำเสนอเนื้อหาในเชิงบวก</li> <li>- บุคคลที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identity หรือ เอกลักษณ์เฉพาะตนที่ชัดเจน</li> <li>- Consistency หรือ ความสม่ำเสมอ</li> <li>- Creativity หรือ ความคิดสร้างสรรค์</li> <li>- Content หรือ เนื้อหา</li> <li>- Sincere หรือ ความจริงใจ รวมถึงความจริง หรือ สถานการณ์จริง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การวิจัยครั้งนี้มีการจัดกลุ่มคุณลักษณะที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น</li> <li>- การวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องในเรื่องของคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์</li> <li>- การวิจัยครั้งนี้พบข้อแตกต่างในบางประเด็น</li> <li>- การวิจัยครั้งนี้พบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ที่เพิ่มเติมจากการศึกษาในอดีต</li> </ul>

การวิจัยในครั้งนี้สามารถอภิปรายเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ หลังจากนำมาเปรียบเทียบกับคุณลักษณะจากการศึกษาในอดีต พบว่า การศึกษาในอดีตนั้นจะเน้นที่ตัวบุคคล โดยระบุคุณสมบัติของบุคคลว่า ต้องเป็นบุคคลธรรมดา เป็นบุคคลที่สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาที่น่าสนใจได้ มีความสนใจ หรือความเชี่ยวชาญเฉพาะ เนื้อหาที่น่าสนใจนั้นต้องเป็นไปในทิศทางบวก และสามารถสร้างการติดตามจากผู้ชมได้ ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ สามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และคุณลักษณะเพิ่มเติมได้ดังนี้ ได้ดังนี้

1) ด้านบุคคล ค้นพบคุณลักษณะที่ต่อยอดจากบุคคลธรรมดาทั่วไป คือบุคคลนั้นจะต้องมีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว มีความเป็นธรรมชาติ และมีความจริงใจในการนำเสนอเนื้อหา รวมถึงความจริงใจในการนำเสนอตนเอง ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเท่านั้นที่สามารถเป็นอินฟลูเอนเซอร์ได้ แต่บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความโดดเด่นทางความคิด ความโดดเด่นทางกายภาพ ก็สามารถถูกเรียกว่าอินฟลูเอนเซอร์ได้เช่นเดียวกัน ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ของบุคคล จะนำมาสู่การติดตามได้เช่นเดียวกัน

2) ด้านเนื้อหา เนื้อหาที่น่าสนใจนั้นในบางครั้งอาจไม่ได้เน้นเนื้อหาในเชิงบวกเพียงอย่างเดียว แต่เชิงบวกในบริบทปัจจุบัน คือเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง ไม่ว่าจะ เป็นเนื้อหาที่สร้างความบันเทิง มอบความรู้ รวมถึงเนื้อหาที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์ ซึ่งมีขอบเขตของเนื้อหาที่กว้างขึ้น และมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งความหลากหลายของเนื้อหา ความแตกต่าง และความคิดสร้างสรรค์ก็สามารถนำมาสู่การติดตามได้เช่นเดียวกัน

3) ด้านเทคนิคในการนำเสนอ ตัวตน และเนื้อหา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ได้ค้นพบแนวทางในการค้นหาตัวตน เพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในคุณลักษณะที่พึงประสงค์ นอกจากนั้นยังมีแนวทางในการคิดค้นเนื้อหาอย่างสร้างสรรค์ ความสม่ำเสมอ รวมถึงความเข้าใจในแพลตฟอร์ม ซึ่งส่วนนี้ ถือเป็นคุณลักษณะที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับการศึกษาในอดีต

ซึ่งความหมาย และรายละเอียดของคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ที่มีการเปลี่ยนแปลง และเพิ่มเติมขึ้นนั้น เนื่องด้วยปัจจัยแวดล้อม ขอบเขตของการนำเสนอ ความเข้าใจในความต่างของบุคคลที่เพิ่มขึ้น และรูปแบบของการสื่อสารที่มีสื่อกลางเข้ามาเกี่ยวข้อง รวมถึงอิทธิพลของเทคโนโลยี ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในคุณลักษณะบางส่วน และมีคุณลักษณะใหม่ที่เกิดขึ้น เพื่อสนับสนุนโอกาสของผู้ที่สนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์มากยิ่งขึ้น

ดังนั้นการอภิปรายผ่านแนวคิดทฤษฎีที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบว่แก่นของทฤษฎีทั้งหมดที่กล่าวไว้ในบทที่ 2 ยังคงอยู่ แต่มีการเปลี่ยนแปลงไป และลดความสำคัญในบางส่วนลง และมีบางส่วนที่เพิ่มขึ้นตามบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งผู้ที่มีความสนใจในด้านวิทยาศาสตร์ ยังสามารถนำทฤษฎีเหล่านี้ไปใช้เพื่อประกอบการวิจัยได้เป็นอย่างดี แต่ต้องคำนึงถึงบริบท และปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

### 5.2.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนา คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูป

ในการออกแบบและทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในครั้งนี้ทางผู้วิจัยได้ทำการจัด  
ฝึกอบรมขึ้นทั้งหมด 2 ครั้งเพื่อทดลอง และพัฒนาเพื่อให้การฝึกอบรมมีประสิทธิภาพสูงสุด

ตารางที่ 5.3 สรุปผลการฝึกอบรม

การ ฝึกอบรม	กิจกรรม	คุณลักษณะที่พึงประสงค์				
		Identity	Consistency	Creativity	Content	Sincere
การ ฝึกอบรม ครั้งที่ 1 (Pilot)	โพ่บอกตัวตน	√				
	1 นาทีอธิบาย ตัวตน ด้วย ปลายปากกา	√				
	VDO in 1 Minute	√		√	√	√
	แลกเปลี่ยน เรียนรู้	√	√	√	√	√
การ ฝึกอบรม ครั้งที่ 2 (ฝึกอบรม จริง)	Pre-Reflection Note	√			√	√
	ตัวอักษรเล่าเรื่อง	√		√	√	√
	โพ่เล่าเรื่อง	√		√	√	√
	VDO in 1 Minute	√		√	√	√
	Feedback จาก เพื่อน และ แลกเปลี่ยน เรียนรู้	√	√	√	√	√
	Post- Reflection Note	√	√	√	√	√

จากตารางสรุปผลการฝึกอบรมจะพบว่า การจัดฝึกอบรมทั้ง 2 ครั้งนั้นมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน ซึ่งครั้งที่ 2 จะครอบคลุมและตอบโจทย์ตามวัตถุประสงค์มากกว่าครั้งที่ 1 เนื่องจากมีการพัฒนาเนื้อหา และกระบวนการจากการทดลองครั้งที่ 1 ซึ่งผู้วิจัยสามารถอภิปรายเพิ่มเติมเกี่ยวกับการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมได้ดังนี้

#### ขั้นตอนการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม

โดยขั้นตอนในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมนั้น หลังจากที่มีการเก็บข้อมูลต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อม หรือขั้นตอนก่อนการฝึกอบรมจะทำให้การออกแบบกระบวนการการฝึกอบรมนั้นมีความชัดเจน และครอบคลุมมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลให้การฝึกอบรมจริงนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยในแต่ละขั้นตอนจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมเป็นสำคัญ เพื่อให้ได้กิจกรรมที่ตอบโจทย์ และตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และในขั้นตอนสุดท้ายคือ หลังการฝึกอบรม ข้อมูลทั้งหมดหลังการฝึกอบรม จะเป็นตัวช่วยในการพัฒนา และต่อยอดการฝึกอบรมต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 5.4 การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม

การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม			
ขั้นตอนการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	
ก่อนการฝึกอบรม	การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง	เพื่อให้ได้ข้อมูลทางแนวคิด และทฤษฎีมาสนับสนุนการออกแบบการฝึกอบรม ตามวัตถุประสงค์การฝึกอบรมที่ตั้งไว้	ผู้จัดการฝึกอบรมสามารถหาข้อมูลเพื่อสนับสนุนและตั้งคำถามในการสัมภาษณ์เพื่อหาข้อมูลเชิงลึกต่อไป
	การทำความเข้าใจถึงวัตถุประสงค์การฝึกอบรมของผู้จัดฝึกอบรม	เพื่อให้เข้าใจจุดประสงค์การฝึกอบรมในแต่ละครั้ง และสามารถออกแบบกิจกรรมได้	ผู้จัดฝึกอบรมเข้าใจในการวัตถุประสงค์การฝึกอบรม เพื่อให้สามารถออกแบบการฝึกอบรม และกิจกรรมต่าง ๆ ได้ อย่างครบถ้วน เหมาะสม

ตารางที่ 5.4 การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม (ต่อ)

การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม			
ขั้นตอนการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	
ก่อนการฝึกอบรม	การสัมภาษณ์เชิงลึก	เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเนื้อหา	ผู้จัดฝึกอบรมจะได้มาซึ่งข้อมูลที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง และเป็นประโยชน์ต่อผู้ร่วมฝึกอบรม
	การออกแบบร่วมกับผู้เชี่ยวชาญการฝึกอบรม	เพื่อให้ได้กระบวนการฝึกอบรมที่ครอบคลุมวัตถุประสงค์ ตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมาย	ผู้จัดฝึกอบรมจะได้กิจกรรมที่เข้มข้น มีการไต่ระดับความเข้มข้นของกิจกรรม และตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
	การทำ Pre-Reflection Note	เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อให้เข้าใจความต้องการที่แท้จริงของผู้ร่วมฝึกอบรม	ผู้จัดฝึกอบรมได้เข้าใจถึงพื้นฐานทางความคิด ประสบการณ์ของผู้ร่วมฝึกอบรม
การฝึกอบรม	การสร้างความเข้าใจก่อนการฝึกอบรม	เพื่อให้ผู้ร่วมการฝึกอบรมสามารถเตรียมความพร้อมก่อนการฝึกอบรม ทำความเข้าใจในการฝึกอบรม และวัตถุประสงค์ กติกาในการร่วมฝึกอบรม	ผู้จัดฝึกอบรม และผู้ร่วมฝึกอบรมได้เข้าใจภาพรวม วัตถุประสงค์ สิ่งที่จะได้รับ กฎกติกาของการฝึกอบรม ซึ่งจะส่งผลต่อผลลัพธ์ในการฝึกอบรม

ตารางที่ 5.4 การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม (ต่อ)

การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม		
ขั้นตอนการออกแบบกระบวนการ ฝึกอบรม	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ
การฝึกอบรม	การสร้างพื้นที่ ปลอดภัยทาง ความคิด	เพื่อให้ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม เกิดความสบายใจ ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม สามารถแสดงความคิด เห็น รับฟังความคิด เห็น ได้อย่างสบายใจ และรู้สึกปลอดภัยทาง ความคิด
	การไล่ระดับความ เข้มข้นของกิจกรรม	เพื่อให้ผู้ร่วมฝึกอบรมได้ค่อย ๆ เปิดรับ และเรียนรู้จน สุดท้ายเกิดความเข้าใจและ นำไปสู่การต่อยอดในอนาคต ผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม สามารถเปิดรับ เรียนรู้ ร่วมกิจกรรม และเกิด แนวความคิดต่อยอด ซึ่งจะ เป็นประโยชน์ในการ ประยุกต์ใช้ได้ในชีวิตจริง
	การสะท้อน ความคิดของผู้ร่วม ฝึกอบรมในทุก กิจกรรม	เพื่อให้ผู้ร่วมฝึกอบรม และผู้ จัดฝึกอบรมได้แลกเปลี่ยน และพัฒนาต่อยอดได้จริง ผู้ร่วมฝึกอบรม และผู้จัด ฝึกอบรมสามารถนำ ข้อมูลที่ได้ไปพัฒนา ตนเอง ตามกระบวนการ สะท้อนความคิด รวมถึง การพัฒนาการฝึกอบรม ในครั้งต่อไป



ตารางที่ 5.4 การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม (ต่อ)

การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม			
ขั้นตอนการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม	วัตถุประสงค์	ผลที่คาดว่าจะได้รับ	
หลังการฝึกอบรม	การทำ Post-Reflection Note	เพื่อให้ผู้ร่วมฝึกอบรมสามารถสะท้อนตนเอง ประเมินความเปลี่ยนแปลงทางความคิดและพฤติกรรมของตนได้	ผู้ร่วมฝึกอบรม และผู้จัดฝึกอบรม สามารถประเมินตนเอง ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงทางความคิด และพฤติกรรม รวมถึงการนำข้อเสนอแนะไปต่อยอดและพัฒนาในการฝึกอบรมครั้งต่อไป
	การประเมินผล	เพื่อให้ผู้จัดฝึกอบรมสามารถทราบถึงแนวทางการแก้ไข จุดเด่นจุดด้อย เพื่อพัฒนาต่อยอดในครั้งต่อไป	ผู้จัดฝึกอบรมได้ทราบแนวทาง จุดเด่น จุดด้อย ของกิจกรรมที่ออกแบบ ซึ่งส่งผลต่อการออกแบบกิจกรรมในครั้งต่อไป ซึ่งแน่นอนว่าจะมีประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

ในการออกแบบกระบวนการ และทดลองใช้กระบวนการฝึกอบรมในการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปนั้น สามารถอธิบายผ่านการทดลองฝึกอบรม โดยผ่านการออกแบบกระบวนการทั้งหมด 2 ครั้ง คือ การทดลองการฝึกอบรมในครั้งที่ 1 (Pilot) และการฝึกอบรมจริงในครั้งที่ 2 ซึ่งสามารถอธิบายแนวทางในการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการฝึกอบรมได้ดังนี้

## 1) การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม เพื่อประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น

### 1.1) การเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนการฝึกอบรม

ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ที่จะเข้าร่วมการฝึกอบรม เพื่อความเข้าใจในตัวบุคคล หรือกลุ่มที่เข้าร่วมการฝึกอบรม ไม่ว่าจะเป็นความต้องการของผู้ร่วมฝึกอบรม ทักษะ ความคิดพื้นฐาน และภูมิหลัง ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการออกแบบการฝึกอบรม และการตั้งต้นในการออกแบบกิจกรรมอื่น ๆ ต่อไป

### 1.2) การเก็บรวบรวมข้อมูลหลังการฝึกอบรม

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลหลังการฝึกอบรม เป็นอีกส่วนที่สำคัญ เพื่อที่จะให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของทัศนคติของผู้ร่วมอบรม เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และข้อมูลสำคัญบางประการ เพื่อพัฒนาต่อยอดในการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมในครั้งต่อไปได้ต่อไปได้ต่อไปและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ซึ่งอีกหนึ่งข้อสังเกต คือการเก็บรวบรวมข้อมูลในการฝึกอบรมนั้นไม่ใช่เพียงแค่เก็บข้อมูลสถิติ จำนวนผู้เข้าอบรม แต่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ข้อมูลที่ได้รับนั้นจะต้องเป็นข้อมูลที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมได้อย่างตรงจุดประสงค์ ซึ่งหากคลาดเคลื่อนต่อความต้องการของผู้เข้าร่วมฝึกอบรมแล้ว ก็จะทำให้ผลลัพธ์ในการฝึกอบรมคลาดเคลื่อนเช่นกัน

### 1.3) การร้อยเรียงเนื้อหาในการฝึกอบรม

การออกแบบกระบวนการฝึกอบรม ไม่เพียงแต่จะเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้องบทสัมภาษณ์จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญคือการร้อยเรียงเนื้อหา จากจุดเริ่มต้นสู่การ Call to Action และการ Feedback หรือการสะท้อนความคิดในพื้นที่ที่ปลอดภัย ซึ่งการฝึกอบรมในครั้งนี้ อาจจะไม่ได้ออกแบบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในระยะยาว แต่การเรียนรู้บุคคล นำไปสู่การออกแบบกิจกรรม และการสร้างการปฏิบัติจริงได้ แน่นอนว่า เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม และความคิด ไม่มากก็น้อย ซึ่งมีความสอดคล้องกับการให้คำนิยามของการฝึกอบรมที่ว่า “การฝึกอบรมคือการสร้างความเปลี่ยนแปลงทางความคิด และพฤติกรรม เพื่อให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น”

## 2) รูปแบบในการจัดฝึกอบรม

รูปแบบการจัดฝึกอบรมที่เป็นในลักษณะของการค้นหาตัวตนด้วยสื่อบุคคลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ตามที่ผู้วิจัยได้จัดขึ้น อาจไม่สามารถจำแนกประเภทได้อย่างชัดเจนว่า เป็นประเภท Classroom Training หรือ E-Training หรือเลือกอย่างใดอย่างหนึ่ง เพราะการฝึกอบรมที่มีปัจจัยเรื่องของสื่อ หรือเทคโนโลยี และมีการปฏิบัติเพื่อสะท้อนความสามารถ และทักษะ มักมีรายละเอียดที่มากกว่าการฝึกอบรมด้านความรู้ หรือแลกเปลี่ยนในเชิงเทคนิคเฉพาะ แต่การฝึกอบรม

ในรูปแบบนี้ต้องใช้การผสมผสาน Action Based, Learning by doing เพื่อสะท้อนให้ผู้ร่วมการฝึกอบรม และภาพและปฏิบัติได้จริง

ดังนั้นรูปแบบการฝึกอบรม จึงอาจมีการเพิ่มเติมขึ้น หรือหลากหลายมากยิ่งขึ้น เนื่องจากปัจจัยทางสังคม เทคนิคในการนำเสนอที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

### 2.1) การทดลองก่อนการฝึกอบรม

ในส่วนของ การทดลองก่อนการฝึกอบรมนั้นมักไม่ได้ถูกพูดถึงจากการศึกษาในอดีตมากนัก แต่เมื่อผู้วิจัยได้ทำการทดลองก่อนการจัดฝึกอบรมจริงแล้ว พบว่า การทดลองเป็นสิ่งที่สำคัญที่ช่วยอุดรอยรั่ว หรือช่องโหว่ ในการฝึกอบรมจริงได้ สามารถมองเห็นข้อผิดพลาด ที่สามารถนำข้อผิดพลาดนั้นมาต่อยอด เพื่อพัฒนาในการฝึกอบรมจริงได้ ซึ่งผลที่ได้คือ ความร่วมมือของผู้ฝึกอบรม กิจกรรมที่จัดขึ้น และผลตอบรับเป็นไปทิศทางที่ดีขึ้น ซึ่งในทางกลับกัน หากการฝึกอบรมครั้งนี้ ไม่ได้มีการทดลองก่อนหน้า อาจส่งผลให้การวิจัยในครั้งนี้ ไม่สามารถตอบคำถามวิจัยได้ในบางประเด็น

### 2.2) การสร้างบรรยากาศในการฝึกอบรม

การสร้างบรรยากาศในการฝึกอบรม เป็นอีกหนึ่งแนวทางที่จำเป็นในการแลกเปลี่ยน และถ่ายทอดความรู้ สามารถอธิบายได้จากการสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางความคิด พื้นที่ที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างปลอดภัย เป็นพื้นที่ที่สามารถรับการสะท้อนกลับทางความคิดเพื่อพัฒนาตนเองได้ ซึ่งนักวิจัยเห็นว่าประเด็นนี้เป็นประเด็นที่สำคัญ แต่ยังไม่ได้ถูกกล่าวถึงมากนัก ซึ่งสิ่งที่ถูกพูดถึงจะเป็นในเรื่องของกายภาพ เช่น สถานที่ หรือการจัดที่นั่งในการฝึกอบรม เท่านั้น แต่การสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางจิตใจคืออีกส่วนหนึ่งที่สำคัญ และไม่ควรละเลย ซึ่งหากเกิดพื้นที่ปลอดภัยแล้ว สิ่งตามมาคือประสิทธิภาพในการฝึกอบรม

### 3) การฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพต้องสามารถนำไปใช้ได้จริง

จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดการฝึกอบรม ประกอบกับการให้คำสัมภาษณ์ของนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการฝึกอบรม พบว่า สิ่งที่สุดคล้อง และตรงกันคือ การฝึกอบรมต้องสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเกิดประโยชน์ต่อผู้ร่วมฝึกอบรมจริง ซึ่งเรามักจะเห็นการฝึกอบรมในหลาย ครั้งที่มีการฝึกอบรมเพียงเพื่อคะแนนการมีส่วนร่วม หรือเพื่อการประเมิน แต่ขาดความต้องการพัฒนาตนเองจากตัวบุคคล ซึ่งสิ่งนี้เป็นอุปสรรคสำหรับการนำไปใช้ปฏิบัติจริง และการมีส่วนร่วมในการฝึกอบรม ดังนั้น สิ่งที่สามารถสนับสนุนให้การฝึกอบรมนั้นไปสู่เป้าหมายที่แท้จริง ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะ พัฒนาความคิด ทักษะคิด การต่อยอดในทางวิชาชีพได้ คือความเข้าใจในจุดประสงค์อย่างแท้จริงของผู้อบรม และความเข้าใจในความต้องการของผู้ร่วมฝึกอบรม ซึ่งได้กล่าวไว้ในตอนต้น ก็จะส่งผลให้การฝึกอบรมนั้นสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ดังนั้นการออกแบบกระบวนการฝึกอบรม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องรู้ความต้องการของผู้ร่วมฝึกอบรม ข้อมูลพื้นฐานจากการศึกษา การสำรวจ และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงการทดลองใช้ก่อนการปฏิบัติจริง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะทำให้การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมนั้นมีประสิทธิภาพ และสามารถต่อยอดได้ดียิ่งขึ้น

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบกระบวนการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบ ได้พบข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### 5.3.1 ในเชิงวิชาการ

1) ในเชิงวิชาการ การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ได้เน้นในแพลตฟอร์มของกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูบเป็นหลัก ซึ่งทราบกันดีว่าในยุคปัจจุบันมักมีแพลตฟอร์มใหม่ ๆ เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ดังนั้นผู้ที่มีความสนใจในด้านของการพัฒนาคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์ สามารถนำคุณลักษณะทั้ง 5 ที่ได้กล่าวไว้ในบทสรุป และอภิปรายผล นำไปต่อยอด ในแพลตฟอร์มอื่น ๆ ได้ ซึ่งสามารถนำข้อมูลที่ได้ ไปต่อยอดการวิจัยในอนาคตได้

2) การวิจัยเรื่องนี้ ได้นำหลักของ อริสโตเติล มาใช้เป็นทฤษฎีหลัก ประกอบกับ Five's Canon และ Verbal- Non-Verbal ซึ่งมีข้อสังเกตที่น่าสนใจอยู่หลายประการ ยกตัวอย่างเช่น การหาจุดร่วมหรือความเหมาะสมในการใช้ภาษาในการสื่อสาร ไม่ว่าจะ เป็นภาษาที่สุภาพ หรือการใช้คำหยาบ โดยศึกษาวิจัยเพื่อจุดเหมาะสม และความพอดีต่อไปได้ในอนาคต

3) การวิจัยเรื่องนี้จะเน้นทางด้านวิทยาศาสตร์ ซึ่งกลุ่มอินฟลูเอนเซอร์ มีความเกี่ยวข้องกับศาสตร์ทางด้านบริหารธุรกิจ การตลาด การประชาสัมพันธ์ ไม่ว่าจะ เป็นการสร้างแบรนด์ หรือการสร้าง Personal Branding ดังนั้นผู้ที่มีความสนใจสามารถนำงานวิจัยเรื่องนี้ ไปศึกษาวิจัยต่อยอด เกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ การตลาด และการประชาสัมพันธ์ ให้ได้แนวทางในการศึกษา เกี่ยวกับการเพิ่มยอดขาย รวมถึงแนวทางในการสร้างอินฟลูเอนเซอร์ที่มีความสามารถในการขายสินค้าได้ในอนาคต

#### 5.3.2 ในเชิงวิชาชีพ

1) การวิจัยครั้งนี้ ได้ค้นพบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของอินฟลูเอนเซอร์ ที่สามารถนำมาปรับใช้ ได้จริง และหากมีการศึกษาวิดีโอของอินฟลูเอนเซอร์ หลาย ๆ ท่านจะพบว่า ในแต่ละท่านจะต้องมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ดั่งนั้น สำหรับผู้ที่สนใจในสายอาชีพอินฟลูเอนเซอร์ สามารถนำแนวทางปฏิบัตินี้ไปปฏิบัติ เพื่อเพิ่มโอกาส และศักยภาพในสายอาชีพนี้ได้ดียิ่งขึ้น

2) การวิจัยครั้งนี้ ได้มีการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมสำหรับกลุ่มคนที่สนใจในสายงานอินฟลูเอนเซอร์ ซึ่งสำหรับการออกแบบกระบวนการฝึกอบรมนั้นนอกจากสายงานอินฟลูเอนเซอร์แล้วยังสามารถปรับใช้ได้ด้วยสายงานอื่น

3) การวิจัยครั้งนี้ นอกจากการสร้างแนวทาง และเพิ่มโอกาสความเป็นไปได้สำหรับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มยูทูปแล้ว การนำงานวิจัยนี้ไปต่อยอดสำหรับอินฟลูเอนเซอร์บนแพลตฟอร์มอื่น โดยยึดแก่นเดียวกัน และทำความเข้าใจกับแพลตฟอร์มต่าง ๆ ให้มากขึ้น ก็จะทำให้ผู้ที่สนใจสามารถนำไปต่อยอดกับแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ได้เช่นเดียวกัน

4) การวิจัยครั้งนี้ นอกจากเน้นเรื่องการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์แล้ว ยังมีเรื่องของกระบวนการฝึกอบรม ซึ่งเป็นอีกหนึ่งวิชาชีพ ที่สามารถนำไปต่อยอดการจัดฝึกอบรม โดยนำกระบวนการ และวิธีการในการวิจัยครั้งนี้ไปเป็นแนวทางได้ เช่น การเก็บรวบรวมข้อมูล การทดลอง การปฏิบัติจริง รวมถึงกิจกรรม ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถนำสิ่งเหล่านี้ไปสร้างรายได้ต่อไปได้ในอนาคต



## บรรณานุกรม

- Ahmed, N. (2019). *A study of ethos, pathos and logos in YouTube advertisements*. n.p.
- Baym, N. K. (2010). *Personal connections in the digital age*. John Wiley & Sons.
- Berger, A. A. (2015). *Media and communication research methods: An introduction to qualitative and quantitative approaches*. SAGE Publications.
- Berlo, D. K. (1960). *The process of communication: An introduction to theory and practice*. Holt, Rinehart and Winston.
- Boyd, D. (2008). Why youth (heart) social network sites: The role of networked publics in teenage social life. In *Youth, identity, and digital media* (pp. 119-142). MIT Press.
- Brand Buffet. (2018). *The growth of YouTube in Thailand*.  
<https://www.brandbuffet.in.th/youtube-in-thailand/>
- Burgess, J., & Green, J. (2018). *YouTube: Online video and participatory culture*. John Wiley & Sons.
- Chau, C. (2010). YouTube as a participatory culture. *New Directions for Youth Development*(128), 65-74. <https://doi.org/10.1002/yd.376>
- Coassemble. (2021). *Classroom Training vs eLearning: The Pros and Cons*.  
<https://www.coassemble.com/blog/classroom-training-vs-elearning-the-pros-and-con/>
- Corrêa, S. C. H., Soares, J. L., Christino, J. M. M., Gosling, M. S., & Gonçalves, C. A. (2020). *The impact of social media influencers on consumer behavior: A study of Brazilian Millennials*. n.p.
- Edmonton, E. C. (2019). *Classroom Training vs eLearning*.  
<https://www.tecedmonton.com/classroom-training-vs-elearning/>
- Fahnestock, J., & Singler, M. S. (2017). The rhetoric of argumentation. *Journal of Promotion Management*, 26(1), 70-88.  
<https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1631614>
- Gillen, J., & Merchant, G. (2013). Contact calls: Twitter as a dialogic social and linguistic practice. *Language Sciences*, 35, 47-58.

Global, L. (2016). 10 YouTube creators to watch in 2016.

<https://www.theguardian.com/technology/2016/feb/23/10-youtube-creators-to-watch-in-2016>

Hartley, J., & McWilliam, K. (2009). Studio practices in making television news.

*Journalism Studies*, 10(1), 82-98.

Henry, J. S. (2009). *Information and communication technology law*. Monicclair University.

Herring, S. C. (2001). Computer-mediated discourse analysis: An approach to researching online behavior. In *Designing for virtual communities in the service of learning* (pp. 338-376). Springer.

Jenkins, H. (2006). Convergence culture: Where old and new media collide. *Journal of Linguistics, Literature and Culture*, 5(2), 18-27.

Kennedy, G. A. (2007). *Aristotle on rhetoric: A theory of civic discourse*. Oxford University Press.

Klausen, J., Barbieri, E. T., Reichlin-Melnick, A., & Zelin, A. Y. (2012). The YouTube jihadists: A social network analysis of Al-Muhajiroun's propaganda campaign. *Perspectives on Terrorism*, 6(1), 3-22.

Lodato, V., & Di Pietro, L.-. (2019). "Inventio" and "dispositio": The power of audience analysis in content creation for YouTube. *TeMA-Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 12(3), 277-292. <https://doi.org/10.6092/1970-9870/6309>

Nandagiri, V., & Philip, L. (2018). Impact of influencers from Instagram and YouTube on their followers. *International Journal of Multidisciplinary Research and Modern Education* 4(1), 61-66.

Pihlaja, S., Gleason, J., & Laine, T. (2018). YouTubers and the authenticity paradox. *Journal of Pragmatics*, 137, 52-63.

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.

Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*. MIT Press.

- Singler, B. (2017). Ethos, Pathos, Logos: The Three Pillars of Persuasion. In *Oxford Research Encyclopedia of Communication*. Oxford: Oxford University Press.
- The Nation. (2019). *The rise of influencers in Thailand*. Retrieved - from <https://www.nationthailand.com/life/30377709>
- Walther, J. B. (1996). Computer-mediated communication: Impersonal, interpersonal, and hyperpersonal interaction. *Communication Research*, 23(1), 3-43. <https://doi.org/10.1177/009365096023001001>
- Westenberg, W. (2016). *The influence of YouTubers on teenagers*. University of Twente.
- Zheng, D. (2020). *The Challenges of Being a YouTuber*. *GigsDoneRight*. <https://gigsdoneright.com/blog/the-challenges-of-being-a-youtuber/>
- กนกอร เรืองศรี. (2560). การสร้างสรรค์และออกแบบสารใน TEDxBangkok [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. กรุงเทพฯ.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2549). ทฤษฎีการสร้างสาร: เอกสารการสอนวิชาการสร้างสรรค์ในงานนิเทศ ศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กานติมา ฤทธิวีระเดช. (2560). กลยุทธ์ผู้ทรงอิทธิพลไมโครอินฟลูเอนเซอร์ (Micro Influencers) ที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางอแกนิคผ่านสื่อออนไลน์ของเพศหญิงในกรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. ปทุมธานี.
- กิตติยา สุวีรรณ. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทรงอิทธิพลทางความคิดผู้บริโภคและตราสินค้า [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. กรุงเทพฯ.
- ดุขยา สุขวราภิรมย์. (2565). อิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในโซเชียลมีเดีย Youtube Facebook และ Instagram ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ในปัจจุบัน ของกลุ่มคน ที่ อายุ 20 - 55 ปี ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพและปริมณฑล [สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหิดล]. นครปฐม.
- ธนพล คันทรง. (2563). กลวิธีทางวาทศาสตร์ของผู้นำเสนอขายผลิตภัณฑ์ผ่านการถ่ายทอดสดที่มี ประสิทธิภาพบนแอปพลิเคชันไอคอนเมิร์ซในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- นริศรา บุญเที่ยง. (2561). ความพร้อมในการฝึกอบรม กระบวนการฝึกอบรม และความพึงพอใจในการ อบรม ที่มีผลต่อแรงจูงใจในการนำการฝึกอบรมไปพัฒนาในการทำงานของพนักงานธนาคาร พาณิชยในโซนถนนรัชดาภิเษก [การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. ปทุมธานี.
- นัฐพงษ์ สุขประเสริฐ, & ปรีชา คำมาดี. (2563). จริยธรรมทางการตลาดของผู้ทรงอิทธิพลในโลก



ออนไลน์. วารสารวิทยาการจัดการ, 22(2), 81-87.

รัตนารณณ์ บุญนุช. (2555). การพัฒนาและการฝึกอบรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพของพนักงาน :

กรณีศึกษาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคกลาง) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิร]. กรุงเทพฯ.

รุ่ง ศรีอัษฎาพร. (2558). บุคลิกภาพและความสามารถในการสื่อสารจากวัยเด็กสู่วัยทำงาน

(*Personality and Communication Competence: From Childhood to Working Age*). คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิภาภรณ์ นันทสุทธิวาริ. (2558). กลวิธีการสื่อสารสินค้าประเภทเครื่องสำอางผ่านเน็ตไอเดอลทางสื่อ

สังคมออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อของวัยรุ่นหญิงไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. ปทุมธานี.

สมชาย กียรระยง, & อรรถจริย์ ณ ตะกั่วทุ่ง. (2550). ความหมายการฝึกอบรม (2 ed.). สำนักพิมพ์สมาคม

ส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).

สุธาสิณี ณ นคร. (2564). อินฟลูเอนเซอร์ สายท่องเที่ยว: กลยุทธ์เชิงลึกและอิทธิพลที่มีต่อการตัดสินใจ

เดินทางท่องเที่ยวในประเทศของคนไทยกลุ่มมิลเลนเนียล [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์]. สงขลา.

อรัญญา เจริญกลางวาณิชย์. (2562). การศึกษาความสัมพันธ์ของคุณลักษณะของอินฟลูเอนเซอร์กับ

ทัศนคติและความไว้วางใจในตราสินค้าของโพรซูเมอร์ต่อการตัดสินใจซื้อแบรนด์เสื้อผ้า

ออนไลน์: กรณีศึกษาแบรนด์ POMELO [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล].

นครปฐม.



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
**CHULALONGKORN UNIVERSITY**

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พีรินทร์ แสนสุข
วัน เดือน ปี เกิด	19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2534
สถานที่เกิด	ร้อยเอ็ด
วุฒิการศึกษา	ปริญญาตรี สังคมสงเคราะห์ศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ปริญญาโท บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต London School of Commerce
ที่อยู่ปัจจุบัน	บ้านเลขที่ 99 ซอยสวนผัก 44 ถนนสวนผัก แขวงฉิมพลี เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
CHULALONGKORN UNIVERSITY