

การวิเคราะห์เนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสารเกี่ยวกับ
Digital Disruption ประเทศไทย ที่ปรากฏในสื่อ YouTube
Content analysis and communication strategies based
on Digital Disruption Thailand
that appears on YouTube

พนมสิทธิ์ สอนประจักษ์ (Pnomsit Sonprajuk)¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์เนื้อหา และกลยุทธ์การสื่อสารที่มาจากคำค้น “Digital Disruption ประเทศไทย” โดยจัดอันดับจากการปรากฏให้เห็นรายชื่อข้อความเชื่อม Link 10 อันดับแรก ที่ปรากฏในหน้าเว็บเพจ YouTube กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ คลิปวิดีโอที่สามารค้นหาได้ด้วยคำค้น “Digital Disruption ประเทศไทย” ซึ่งปรากฏใน YouTube ระหว่างวันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ถึง 1 มกราคม พ.ศ. 2563 10 อันดับผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาประเด็นสำคัญ ๆ ที่นำเสนออยู่ใน YouTube ได้แก่ 1) ความสำคัญของ

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร E-mail: pnomsits@nu.ac.th

¹Asist. Prof. Faculty of Business Economics and Communication Naresuan University E-mail: pnomsit@nu.ac.th

(Received : March 13, 2020; Revised : June 8, 2020; Accepted : June 25, 2020)

การเกิด Digital Disruption 2) ผลกระทบที่มีต่อสังคม 3) เทคโนโลยีดิจิทัลที่ถูกกล่าวถึงและมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโลก ถึงขั้นทำให้การทำงานแบบเดิม ๆ หยุดชะงักหรือล้มเลิกไป โดยมีจำนวนครั้งในการกล่าวขำมากที่สุด เรียงลำดับ ดังนี้ ได้แก่

1) Blockchain 2) Big Data 3) AI 4) FinTech และ 5) IoT

ในด้านการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร พบ 3 ประเด็น ได้แก่

1. การวางกลยุทธ์ในการเล่าเรื่อง ผ่านชุดนำเสนอ (Presentation) ที่ประกอบไปด้วย 1) คำ ข้อความ ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่เล่า 2) ภาพนิ่ง ที่แสดงกราฟ ภาพเทคโนโลยี ภาพบุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเล่าขณะนั้น 3) ภาพเคลื่อนไหวที่แสดงภาพผู้คน เข้าร่วมงานที่มีความหลากหลาย เช่น เพศ อายุ บรรยากาศงาน และ 4) คลิปวิดีโอ

2. กลยุทธ์การสื่อสารด้านผู้ส่งสาร อาศัยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารตามองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ 2) ความเชี่ยวชาญ 3) ความน่าไว้วางใจ

3. กลยุทธ์การสื่อสารด้านการนำเสนอสารในสื่อ มี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) แก่นความคิด มีโครงสร้างการเล่าเรื่องที่แน่นอน เป็นลักษณะคู่ตรงกันข้าม (Binary Opposition) 2) การแสดงออกตรรกะทางภาษาในตัวอย่างประกอบการเล่าเรื่อง

คำสำคัญ : ดิจิทัลดิสรักชัน, การวิเคราะห์เนื้อหา, กลยุทธ์การสื่อสาร

Abstract

The purpose of this research was to content analysis and the communication strategies based on the search keyword "Digital Disruption Thailand" and appeared from the top 10 links that appeared in the YouTube video clip. The sample in this research was the video clip that can be searched with the search keyword "Digital Disruption Thailand" which appeared on YouTube between December 28, 2019 to

January 1, 2020. The top 10 clips used content analysis method as data analysis. The results of the research showed that The content of important issues presented on YouTube are 1) The importance of digital disruption 2) The impact on the digital technology 3) society discussed and affecting the global change Accumulate or accumulate with the highest number of rearrangements (1) Blockchain (2) Big Data (3) AI (4) FinTech and (5) IoT

In the analysis of the communication strategies, there were 3 issues which are

1. Strategies for stories telling through the presentation set was consisting of 1) words, text, statistics related to the stories 2) still images show graphs, pictures which showed technology, people related to the stories 3) animation that shows variety people participate of events such as gender, age, work atmosphere, and 4) video clips.

2. Sender communication strategies relying on the credibility of the sender according to 3 factors which were 1) attractiveness 2) expertise 3) trustworthiness

3. The communication strategies for presenting information in the media had 2 components which were 1) the core idea, the structure of the story telling, certain was the opposite. (Binary Opposition) 2) The logical expression in the example to tell the story.

Keywords : Digital Disruption, Content Analysis,
Communication Strategies

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สังคมโลกเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญมาแล้ว 4 ครั้ง การเปลี่ยนแปลงครั้งแรกเป็นการปฏิวัติอุตสาหกรรม เกิดขึ้นช่วงปี ค.ศ. 1760 สำคัญ คือ การประดิษฐ์เครื่องจักรเพื่อทดแทนแรงงานของมนุษย์ การเปลี่ยนแปลงครั้งที่สองเกิดขึ้นช่วงปี ค.ศ. 1870 เป็นการเปลี่ยนแปลงจากพลังงานถ่านหินมาสู่การใช้พลังงานไฟฟ้า ก๊าซและน้ำมัน และนำมาใช้ในขบวนการผลิต ส่งผลให้เกิดการผลิตจำนวนมาก ทำให้ประสิทธิภาพในการผลิตเพิ่มสูงขึ้นและต้นทุนการผลิตลดลง จึงเกิดเป็นยุคที่มีสินค้าเหมือนกันจำนวนมาก หรือที่เรียกกันว่า Mass Production การเปลี่ยนแปลงครั้งที่สามเกิดขึ้นช่วงปี ค.ศ. 1946 เมื่อคอมพิวเตอร์เครื่องแรกของโลกเกิดขึ้น และถูกนำมาใช้ประโยชน์ในภาคอุตสาหกรรม เมื่อปี ค.ศ. 1970 ทำให้เกิดการผลิตแบบอัตโนมัติขึ้น ทำงานบนเทคโนโลยีดิจิทัล ส่งผลให้ขบวนการผลิตมีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้นกว่าเดิม และปัจจุบันเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งที่สี่ เป็นการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลทำงานผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และเป็นศูนย์กลางการทำงาน (Internet Centric) ในทุก ๆ ด้าน การทำงานจะไม่ใช้การลดต้นทุนอีกต่อไป แต่เป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมเทคโนโลยีใหม่จากเทคโนโลยีเดิม เพื่อเปลี่ยนแปลงและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานบน Platform ดิจิทัล (Digital Transformation) รวมไปถึงหยุดหรือล้มเลิกการทำงานแบบเดิมหรือกิจการแบบเดิมหยุดประกอบการ เพราะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Disruption) (สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2562, ออนไลน์; Schwab, 2016, pp. 17-19; Schwab, 2018, pp. 29-30)

ประเทศไทย เป็นประเทศที่ได้รับผลกระทบจากกระแส Digital Disruption เช่นเดียวกับประเทศอื่นในโลก ยกตัวอย่างเช่น ภาคธุรกิจ เกิดการพัฒนานวัตกรรมธุรกิจใหม่ ๆ เช่น การซื้อขายสินค้าออนไลน์ การเกิดร้านค้าออนไลน์ระดับชาติ เช่น Lazada, Shopee, weloveshopping ฯลฯ การเกิดร้านค้าออนไลน์ ทำให้ห้างสรรพสินค้า ร้านค้าที่มีหน้าร้านต้องปรับตัว เพิ่มแพลตฟอร์มการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ด้วย ภาคการศึกษา การศึกษานอกระบบโรงเรียนมีความสำคัญมากขึ้น การศึกษาที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องระยะทางและเวลา จัดการเรียนการสอนผ่านสื่อสังคม

ออนไลน์ เช่น YouTube ซึ่งสนองตอบความต้องการของผู้เรียนอย่างแท้จริง ผู้เรียนได้เลือกเรียนตามใจที่ต้องการ ทำให้สถาบันการศึกษาไทยต้องมีการปรับตัว โดยการนำเอาสื่อสังคมออนไลน์เข้ามามีส่วนในการจัดการเรียนการสอน หรือแม้แต่ภาคอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน การเกิดขึ้นและการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น YouTube ทำให้วงการสื่อสารมวลชนบางส่วนเกิดการหยุดชะงัก เช่น ธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ บางส่วนต้องหยุดกิจการไป โทรทัศน์ดิจิทัลบางช่องต้องปิดช่องรายการ (ศิริพร เกษะสุต, 2562, ออนไลน์; สุชัยวีร์ สุวรรณสวัสดิ์, 2562, ออนไลน์; อภิเกียรติ เตชะจารุพันธ์, 2560, ออนไลน์)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น พบว่า YouTube เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยทั้งในแง่เป็นสื่อกลางในการให้ความรู้ความเข้าใจกับการเกิดปรากฏการณ์ Digital Disruption รวมทั้งสภาพของสื่อ YouTube เองก็เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิด Digital Disruption ตามแนวคิดของมาร์แชล แมคลูแฮน (Marshall McLuhan) ในเรื่อง medium is the message (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553, น. 143) ถ้าเรามอง Digital Disruption เป็น message ประเภทหนึ่ง นอกจากนี้ YouTube เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีคนไทยใช้จำนวนมาก เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ในรูปคลิปวิดีโอที่ใคร ๆ ก็สามารถแบ่งปันได้ (Share) และในทางกลับกัน ใคร ๆ ก็สามารถเปิดรับได้ ถ้าใช้อินเทอร์เน็ต ในส่วนของผู้วิจัย จึงเกิดคำถามการวิจัยว่าข้อมูลข่าวสารในเรื่อง Digital Disruption ประเทศไทย ที่เผยแพร่ผ่าน YouTube 10 อันดับแรก นำเสนอประเด็นใด มีการใช้กลยุทธ์การสื่อสารอย่างไรในการเล่าเรื่องผ่านคลิปวิดีโอ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. วิเคราะห์เนื้อหาสาร เกี่ยวกับ “Digital Disruption ประเทศไทย” ที่ปรากฏในคลิปวิดีโอทัศน์ YouTube
2. ศึกษากลยุทธ์การสื่อสาร เกี่ยวกับ “Digital Disruption ประเทศไทย” ที่ปรากฏในคลิปวิดีโอทัศน์ YouTube

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาจากคลิปวิดีโอ 10 อันดับแรก ผ่านการใช้คำค้น “Digital Disruption ประเทศไทย” ที่ปรากฏในคลิปวิดีโอ YouTube ซึ่งเผยแพร่ตั้งแต่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ถึง 1 มกราคม พ.ศ. 2563 โดยวัดจากการจัดอันดับการปรากฏให้เห็นรายชื่อข้อความเชื่อมโยง Link 10 อันดับแรก ที่ปรากฏในหน้าเว็บเพจ YouTube ได้แก่

1. ก้าวต่อไปของยุคดิจิทัลดิสรักชัน : ตั้งวงคุยกับสุทธิชัย (12 ธันวาคม 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 132,376 views

<https://www.youtube.com/watch?v=ThR75SssaWE&t=7s>

2. [HD] Suthichai Yoon AI - นักข่าว AI คนแรกของประเทศไทย (11 กันยายน 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 36,467 views

<https://www.youtube.com/watch?v=OvC3PxOGTBs&t=99s>

3. ก้าวต่อไปของ Digital Disruption ประเทศไทย ตอน1 Suthichai Live (9 ธันวาคม 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 120,146 views

<https://www.youtube.com/watch?v=hjglgV5BS0k&t=812s>

4. ก้าวต่อไปของ Digital Disruption ประเทศไทย ตอน2 Suthichai Live (9 ธันวาคม 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 98,603 views

https://www.youtube.com/watch?v=6uezzj_UZVGM&t=7s

5. ก้าวต่อไปของ Digital Disruption ประเทศไทย ตอน3 Suthichai Live (10 ธันวาคม 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 70,182 views

<https://www.youtube.com/watch?v=V5lwh26Y3O0&t=65s>

6. ก้าวต่อไปของ Digital Disruption ประเทศไทย ตอน4 Suthichai Live (10 ธันวาคม 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 67,044 views

<https://www.youtube.com/watch?v=NaD9BjX5oTc&t=2s>

7. บรรยายพิเศษหัวข้อ “รับมืออย่างไรในยุค Technology Disruption” (13 พฤศจิกายน 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 388 views

<https://www.youtube.com/watch?v=FJs2KR8LTtw>

8. Internet of Things (IoT) กับ Thailand 4.0 | DGTH (23 สิงหาคม 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 6,849 views

<https://www.youtube.com/watch?v=VsZNWA2pSFo>

9. CBM DAY 2019: ทำอย่างไร ถ้าอยากอยู่รอดในโลก Disruption โดย ศ.ดร.สุชัยวีร์ สุวรรณสวัสดิ์ (4 ธันวาคม 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 3,676 views

<https://www.youtube.com/watch?v=a9RfWSUnxF0>

10. นวัตกรรม..เปลี่ยนโลกไปอย่างไร? : นวัตกรรมเปลี่ยนโลก (17 พฤศจิกายน 2562) มีจำนวนผู้เข้าชม 46,416 views

<https://www.youtube.com/watch?v=umxCG5Vhtqg&t=30s>

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร ในรูปแบบ ภาพ เสียง ตัวอักษร คำ ข้อความ สัญลักษณ์ และสัญลักษณ์ใด ๆ ที่ปรากฏในคลิป เพื่อค้นหาเนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสาร

เมื่อผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเสร็จแล้ว ได้ส่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลให้ผู้เชี่ยวชาญ ด้านสื่อ Digital จำนวน 3 ท่าน ที่มาจากสาขาวิชาแตกต่างกัน ได้แก่ นิเทศศาสตร์ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ และวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ความคิดรวบยอด จากคลิปวิดีโอ 10 อันดับแรก จากการใช้คำค้น “Digital Disruption ประเทศไทย” พบว่า Digital Disruption คือ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลยุคปัจจุบันที่พัฒนาบนอินเทอร์เน็ตเป็นศูนย์กลาง (Internet Centric) และผู้ใช้มีการปรับเปลี่ยนวิธีคิด (Mindset) นำมาสร้างมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และส่งผลกระทบอย่างรุนแรง (Disrupt) ต่อการทำงาน ต่อการตลาดของผลิตภัณฑ์เดิม รวมทั้งอาจจะทำให้หน่วยงานที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิม ๆ และไม่มีการปรับตัว จะได้รับผลกระทบจนต้องล้มหรือปิดกิจการไป ซึ่งจะแตกต่างจากนวัตกรรมทั่วไป ที่ถูกนำมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ หรือเพิ่มคุณภาพการทำงาน ผลิตภัณฑ์

หรือการบริการ หรือเป็นแค่เพียงการลดต้นทุนกระบวนการผลิต การให้บริการแบบเดิม ๆ เท่านั้น

การวิเคราะห์เนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหา โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่นำเสนอในคลิปวิดีโอ เนื้อหาที่นำเสนอเป็นประเด็นสำคัญ ๆ ดังนี้

1. ความสำคัญของการเกิด Digital Disruption ทำให้ผู้คนในหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน สถานประกอบการ เกิดความตระหนักและวางแผนที่จะปรับตัวการทำงาน

2. ผลกระทบของ Digital Disruption ที่มีต่อสังคม โน้มน้าวให้ผู้รับสารเกิดความตระหนักและเตรียมพร้อมกับการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง

3. เทคโนโลยีเกี่ยวกับ Digital Disruption

เทคโนโลยีดิจิทัลที่ถูกกล่าวถึงและมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโลกถึงขั้นทำให้การทำงานแบบเดิม ๆ หยุคชะงักหรือล้มเลิกไป โดยมีจำนวนครั้งในการกล่าวซ้ำมากที่สุด เรียงลำดับ ดังนี้ ได้แก่ 1) Blockchain 2) Big Data 3) AI 4) FinTech และ 5) IoT โดยเทคโนโลยีแต่ละตัวมีความคิดรวบยอด ดังนี้

1. Blockchain คือ ระบบโครงข่ายในการเก็บและถ่ายโอน “มูลค่า”ทางการเงินและสินทรัพย์อื่น ๆ โดยไม่มี “ตัวกลาง” ในการเก็บและถ่ายโอนมูลค่า ดังกล่าว ผู้โอนมูลค่า สามารถโอนมูลค่าไปยังผู้รับโอนมูลค่าได้โดยตรงและแทบจะไม่มีค่าใช้จ่าย มีการกล่าวถึง 5 คลิป

2. Big Data คือ ข้อมูลทุกอย่างที่หน่วยงานของเราจัดเก็บและมีอยู่ ทั้งที่อยู่ในรูปดิจิทัลหรือไม่ใช่ดิจิทัลก็ตาม โดยข้อมูลจะมีขนาดใหญ่มีความหลากหลายเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาและต้องการชุดคำสั่ง (Software) รองรับการจัดการหรือการวิเคราะห์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อการประมวลผลและนำไปใช้ประโยชน์ได้แบบทันทีทันใด (Real Time) มีการกล่าวถึง 5 คลิป

3. AI คือ โปรแกรมที่ถูกเขียนและพัฒนาให้มีความฉลาด มีความสามารถคิด วิเคราะห์ วางแผน และตัดสินใจได้ จากการประมวลผลของฐานข้อมูลขนาดใหญ่ และยังสามารถดัดแปลงการประมวลผล ประยุกต์ ให้เป็นไปตามสถานการณ์ต่าง ๆ

คำว่า AI ย่อมาจาก Artificial Intelligence หรือภาษาไทยใช้คำว่า ปัญญาประดิษฐ์ มีการกล่าวถึง 5 คลิป

4. FinTech คือ เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการเงินและเป็นการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาประยุกต์ใช้งานในธุรกิจการเงิน FinTech มาจากการผสมคำว่า Finance และ Technology เป็นการเปลี่ยน Supply Equation ให้มันดีขึ้น ตัวอย่าง FinTech ในยุคอนาคตอันใกล้ คือ การเกิด Social Banking ที่จะมาแทนที่ Mobile Banking ในอนาคต มีการกล่าวถึง 4 คลิป

5. IoT คือ การที่อุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ถูกเชื่อมโยงการทำงานด้วยอุปกรณ์ Sensor ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้มนุษย์สามารถสั่งการควบคุมการใช้งานอุปกรณ์ต่าง ๆ ผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น การเปิด-ปิด อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้า (การสั่งการเปิดไฟฟ้าภายในบ้านด้วยการเชื่อมต่ออุปกรณ์ควบคุม ได้แก่ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน) มีการกล่าวถึง 4 คลิป

การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) พบว่า

1. การวางกลยุทธ์ในการเล่าเรื่อง ผู้วิจัย พบว่า คลิปวิดีโอทุกคลิปมีการวางกลยุทธ์สื่อโดยใช้ 1) ชูนำเสนอ (Presentation) เพื่อแสดงคำ ข้อความ ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่เล่า 2) ภาพนิ่ง ที่แสดง กราฟ ภาพเทคโนโลยี บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเล่าขณะนั้น 3) ภาพเคลื่อนไหว ที่แสดงภาพผู้คนเข้าร่วมงานที่มีความหลากหลาย เช่น เพศ อายุ บรรยายกาศงาน และ 4) คลิปวิดีโอ ที่แสดงเนื้อหาเกี่ยวข้องกับเรื่องที่นำเสนอ นอกจากนี้การเล่าเรื่องมีการเขียนบท (Script) ที่ลำดับเนื้อหาเป็นขั้นตอนผ่านกระบวนการ Post Production ด้วยการตัดต่อวิดีโอ (Video Editing) มีการวางวาระสาร (Agenda Setting)ว่าจะเริ่มต้นเรื่องอย่างไร นำเสนออะไร ดำเนินเรื่องอย่างไร และจบเรื่องที่น่าเสนออย่างไร

2. กลยุทธ์การสื่อสารด้านผู้ส่งสาร ผู้วิจัยใช้แบบจำลองการสื่อสารความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวสารของ โอฮานีเยน ในปี 1991 (The Ohanian Model of Source Credibility, 1991 as cited in Sertoglu, Catli, & Korkmaz, 2014, pp.

68-69) พบว่า บุคคลที่ปรากฏในคลิปวิดีโอมีความน่าเชื่อถือตามองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่

2.1 ความน่าดึงดูด (Attractiveness) ได้แก่ การแต่งกายด้วยชุดสุทศสากล การเชิญบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลที่มีบุคลิกภาพดีมาเป็นพิธีกรในการดำเนินรายการ เพื่อสร้างความคุ้นเคย (Familiarity) กับผู้ชม การตกแต่งสถานที่ในการจัดงานที่ดูเป็นทางการ สวยงาม ภาพแสดงให้เห็นว่ามีหน่วยงานหลาย ๆ หน่วยงานเข้าร่วมงาน

2.2 ความเชี่ยวชาญ (Expertise) ได้แก่ การแนะนำวุฒิการศึกษา ประสบการณ์การทำงานทั้งในอดีตและปัจจุบัน ที่มีความเกี่ยวข้องกับการเกิด Digital Disruption ในประเทศไทยหรือต่างประเทศ เพื่อแสดงให้เห็นความเป็นผู้เชี่ยวชาญ (Expert) ที่จะมานำเสนอข้อมูล อีกทั้งยังแสดงให้เห็นภาพของการจัดงาน เช่น ที่อยู่ในงานเสวนาทางวิชาการ

2.3 ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) ได้แก่ ตำแหน่งหน้าที่การงาน ทั้งในอดีตและปัจจุบันที่แสดงให้เห็นว่าเป็นบุคคลที่สังคมยอมรับ หน่วยงานที่จัดงาน เป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเป็นสื่อมวลชนหรือเคยทำหน้าที่เป็นสื่อมวลชนที่มีชื่อเสียงทางสังคม การนำรายการเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชนที่ออกอากาศรายการซ้ำ ได้แก่ ช่อง Thai PBS ช่อง 3

3. กลยุทธ์การสื่อสารด้านการนำเสนอสารในสื่อ การสื่อสารผ่านสื่อที่นำเสนอออกไป มีการนำเสนออย่างมีกลยุทธ์ โดยวิเคราะห์องค์ประกอบการนำเสนอ กลยุทธ์ได้ 2 องค์ประกอบ ได้แก่

3.1 แก่นความคิด ผู้วิจัยพบจุดยืนฐานความคิดว่าด้วยการเล่าเรื่องแบบมีโครงสร้าง (Structuralism) ที่แน่นอน เพื่อนำเสนอข้อมูลข่าวสาร ผู้วิจัยพบวิธีการเล่าเรื่องอยู่ 2 ชุดความคิดที่เป็นลักษณะคู่ตรงกันข้าม (Binary Opposition) ดังนี้

3.1.1 ความคิดเรื่อง Digital Disruption สร้างวาทกรรมผ่านคำว่า “ทำลายล้าง” และ “การหยุดชะงัก

3.1.2 ความคิดเรื่อง Digital Transformation สร้างวาทกรรมผ่านคำว่า “รับมือ” และ “การปรับตัว”

3.2 การแสดงออกตระกะทางภาษาในตัวอย่างประกอบการเล่าเรื่อง ผู้วิจัยพบการแสดงออกทางภาษาเป็นตัวอย่างประกอบการเล่าเรื่องจำแนกตามเทคโนโลยีที่กล่าวถึงมากที่สุด ดังนี้

3.2.1 ตระกะทางภาษา ในตัวอย่างประกอบการเล่าเรื่อง Blockchain พบตระกะ ดังนี้

3.2.1.1 ตระกะว่าด้วยเรื่อง “การแทนที่” กล่าวคือ Blockchain จะเข้ามา “แทนที่” การทำธุรกรรมของสถาบันทางการเงิน โดยตัดตัวกลางที่เป็น “สถาบันทางการเงิน” ออก

3.2.1.2 ตระกะว่าด้วยเรื่อง “การเป็นส่วนหนึ่งของ” กล่าวคือ Blockchain จะเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในการโอน “มูลค่า” จากผู้ส่งไปยังผู้รับ

3.2.1.3 ตระกะว่าด้วยเรื่อง “การเป็นสาเหตุของ” กล่าวคือ Blockchain จะเป็นสาเหตุของการโอนเงินระหว่างประเทศผ่านตัวกลางที่เป็นธนาคาร จะหายไป แต่จะโอนผ่านเทคโนโลยีเงินดิจิทัลที่เรียกว่า Bitcoin

3.2.2 ตระกะทางภาษา ในตัวอย่างประกอบการเล่าเรื่อง Big Data พบตระกะ ดังนี้

3.2.2.1 ตระกะว่าด้วยเรื่อง “การเป็นส่วนหนึ่งของ” กล่าวคือ Big Data จะเป็นส่วนหนึ่งของการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจในทุก ๆ เรื่อง (Data Analytic)

3.2.2.2 ตระกะว่าด้วยเรื่อง “มีความเกี่ยวข้องกับ” กล่าวคือ Big Data จะมีความเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีอื่น ๆ เช่น AI, FinTech, IoT

3.2.3 ตระกะทางภาษา ในตัวอย่างประกอบการเล่าเรื่อง AI พบตระกะ ดังนี้

3.2.3.1 ตระกะว่าด้วยเรื่อง “การเป็นส่วนหนึ่งของ” กล่าวคือ AI จะเป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน และการใช้ชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะกิจกรรมที่ต้องการตัดสินใจภายใต้ข้อมูลที่มีจำนวนมากมหาศาล

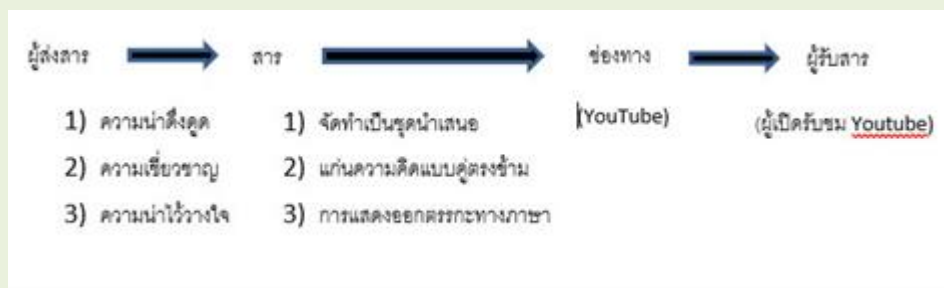
3.2.3.2 ตรวจจับด้วยเรื่อง “แทนที่” กล่าวคือ AI จะมาทำงานแทนที่มนุษย์ในลักษณะที่เป็นหุ่นยนต์ (Robotics) โดยเฉพาะกิจกรรมที่ต้องทำซ้ำ ๆ มีความเสี่ยงภัยและไม่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์อะไรใหม่

3.2.4 ตรวจจับทางภาษา ในตัวอย่างประกอบการเล่าเรื่อง FinTech พบตรวจจับ ดังนี้

ตรวจจับด้วยเรื่อง “แทนที่” กล่าวคือ เทคโนโลยีย่อย ๆ ที่เป็น FinTech เช่น Social Banking จะเข้ามาแทนที่ Mobile Banking เพราะเป็นเทคโนโลยีที่แทบไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย ให้ผลตอบแทนที่สูงกว่า หรือ การใช้โปรแกรม Streaming ในการซื้อขายหุ้น แทนการซื้อขายในห้องค้าตลาดหลักทรัพย์

3.2.5 ตรวจจับทางภาษา ในตัวอย่างประกอบการเล่าเรื่อง IoT พบตรวจจับ ดังนี้

ตรวจจับด้วยเรื่อง “การเป็นส่วนหนึ่งของ” กล่าวคือ IoT จะเป็นส่วนหนึ่งของการทำงาน และการใช้ชีวิตประจำวัน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จะต่อเชื่อมกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และมีอุปกรณ์ Sensor เพื่อรับส่งข้อมูลในการสั่งงานทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า SMART เช่น SMART CITY, SMART FARMING



ภาพแบบจำลองสรุปกลยุทธ์การสื่อสารเรื่อง Digital Disruption ผ่านสื่อ YouTube

บทสรุป

การวิจัยเรื่อง “การวิเคราะห์เนื้อหาและกลยุทธ์การสื่อสารเกี่ยวกับ Digital Disruption ประเทศไทย ที่ปรากฏในสื่อ YouTube” มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการ

วิเคราะห์เนื้อหาและศึกษากลยุทธ์การสื่อสารที่มาจากคำค้น “Digital Disruption ประเทศไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า

เนื้อหาประเด็นสำคัญ ๆ ที่นำเสนออยู่ใน YouTube

1. ความสำคัญของการเกิด Digital Disruption
2. ผลกระทบที่มีต่อสังคม
3. เทคโนโลยีดิจิทัลที่ถูกกล่าวถึงและมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงโลกถึงขั้นทำให้การทำงานแบบเดิม ๆ หยุดชะงัก หรือล้มเลิกไป โดยมีจำนวนครั้งในการกล่าวซ้ำมากที่สุด เรียงลำดับ ดังนี้ ได้แก่ 1) Blockchain 2) Big Data 3) AI 4) FinTech และ 5) IoT

การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร พบ 3 ประเด็น ได้แก่

1. การวางกลยุทธ์ในการเล่าเรื่องผ่านชุดนำเสนอ (Presentation) ที่ประกอบไปด้วย 1) คำ ข้อความ ค่าสถิติที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่เล่า 2) ภาพนิ่ง ที่แสดง กราฟ ภาพเทคโนโลยี บุคคลที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเล่าขณะนั้น 3) ภาพเคลื่อนไหว ที่แสดงภาพผู้คนเข้าร่วมงานที่มีความหลากหลาย เช่น เพศ อายุ บรรยากาศงาน และ 4) คลิปวิดีโอ
2. กลยุทธ์การสื่อสารด้านผู้ส่งสาร อาศัยความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารตามองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือ 2) ความเชี่ยวชาญ 3) ความน่าไว้วางใจ
3. กลยุทธ์การสื่อสารด้านการนำเสนอสารในสื่อ มี 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) แก่นความคิด มีโครงสร้างการเล่าเรื่องที่แน่นอน เป็นลักษณะคู่ตรงกันข้าม (Binary Opposition) 2) การแสดงออกตรรกะทางภาษาในตัวอย่างประกอบการเล่าเรื่อง

อภิปรายผล

1. จากการวิเคราะห์เนื้อหาสาระ ที่มาจากคำค้น “Digital Disruption ประเทศไทย” และปรากฏให้เห็นจากการเชื่อม Link 10 อันดับแรก ที่ปรากฏในคลิปวิดีโอ YouTube พบว่า

1.1 Bohyun Kim ได้กล่าวว่า เทคโนโลยีที่ทำให้โลกเกิด Digital Disruption คือ Blockchain, AI, Big Data, IOT, และ Synthetic Biology (Kim,

2020, pp. 5-22) ซึ่งจะเหมือนกับการสืบค้นจาก YouTube อยู่ 4 เทคโนโลยี และแตกต่างกัน 1 เทคโนโลยี ส่วนที่เหมือนกัน คือ เทคโนโลยี Blockchain, AI, Big Data, IOT ส่วนที่แตกต่างกัน ก็คือ ตามแนวความคิดเห็นของบอห์ยู คิน (Bohyun Kim) คือ Synthetic Biology แต่จากการสืบค้นจาก YouTube เป็นเทคโนโลยี FinTech เมื่อวิเคราะห์จากตัวเทคโนโลยีแล้ว ถึงแม้จะเป็นเทคโนโลยีคนละชนิดกัน แต่มีมุมที่เหมือนกันอย่างหนึ่งคือ เป็นเทคโนโลยีเฉพาะด้าน กล่าวคือ Synthetic Biology เป็นเทคโนโลยีวิทยาศาสตร์ชีวภาพ ส่วน FinTech เป็นเทคโนโลยีทางการเงิน

1.2 มีเนื้อหาสาระว่าด้วยความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้เกิด Disruption และผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทำให้เกิด Disruption ทั้งนี้ตาม ทฤษฎีเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด (Technology Determinism) ของแมคลูฮัน (McLuhan) ที่เชื่อว่า เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม (กาญจนา แก้วเทพ, 2556, น. 106) ดังนั้น คลิปวิดีโอผ่าน Youtube ที่จะแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจึงต้องกล่าวถึงความสำคัญและผลกระทบของเทคโนโลยี ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จีวรธรณ กมลรัตนโยธิน (2536, น. 59) ที่ศึกษา วิเคราะห์เนื้อหาการรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ปี พ.ศ. 2532-2534 โดยศึกษา จากรายการสารคดีสิ่งแวดล้อม จำนวน 6 รายการ ที่พบว่า การมุ่งใจให้ผู้ชมตระหนักถึง ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมผ่านรายการโทรทัศน์ ต้องนำเสนอสารที่แสดงให้เห็นความสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อม และผลกระทบของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีมนุษยและสังคมมนุษย์

2. จากการศึกษากลยุทธ์การสื่อสารที่มาจากคำค้น “Digital Disruption ประเทศไทย” และปรากฏให้เห็นจากการเชื่อม Link 10 อันดับแรก ที่ปรากฏในคลิป วิดีทัศน์ YouTube พบว่า

2.1 มีการวางกลยุทธ์ในการเล่าเรื่อง

2.2 มีการวางกลยุทธ์การสื่อสารด้านผู้ส่งสาร

2.3 มีการวางกลยุทธ์การสื่อสารด้านการนำเสนอสารในสื่อ ในส่วน การวางกลยุทธ์ในการเล่าเรื่อง มีการใช้ 1) ชูนำเสนอ 2) ภาพนิ่ง 3) ภาพเคลื่อนไหว 4) คลิปวิดีโอ การเล่าเรื่องมีการเขียนบท มีการตัดต่อวิดีโอ เป็นการติดต่อความจริง และการวางวาระสาร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Karyotakis, Kiourexidou,

Antonopoulos (2019, p. 695-696) ที่ศึกษาเรื่อง Media and youtube appeal in social movement mobilization : The case of anti-tourism incident ที่มีการวางกลยุทธ์ในการเล่าเรื่องเช่นกัน ส่วนการวางกลยุทธ์การสื่อสารด้านผู้ส่งสารที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ดำเนินรายการในวิดีโอคลิป YouTube ต้องมีภาพลักษณ์ในด้านความน่าดึงดูดความเชี่ยวชาญและความน่าไว้วางใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ พรณพิลาศ กุลดิลก (2557, น. 88) ที่ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารในสื่อออฟไลน์และสื่อออนไลน์ ขึ้นกับความน่าดึงดูด ความเชี่ยวชาญ และความน่าไว้วางใจเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ผลการวิจัย พบว่า การนำเสนอเนื้อหาผ่าน YouTube แม้จะมีประเด็นการนำเสนอไปในทิศทางเดียวกันในแต่ละประเด็น แต่มุมมองที่นำเสนอก็มีความแตกต่างกันอยู่บ้างของแต่ละวิดีโอคลิป ดังนั้นภาคการศึกษาควรประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเปิดรับชมวิดีโอคลิปใน YouTube จากหลาย ๆ แหล่ง รวมทั้งศึกษาเนื้อหาจากสื่ออื่น ๆ ด้วย เพื่อให้เกิดความรู้ที่ถูกต้องและรอบด้าน

2. ผลการวิจัย พบว่า วิดีโอคลิป ในหัวข้อ “Digital Disruption ประเทศไทย” ที่เผยแพร่ผ่าน YouTube ผู้ผลิตมีการประกอบสร้างความจริง โดยเตรียมการตัวบทล่วงหน้าและการตัดต่อความจริง มีการวางกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อให้ผู้ชมเกิดความสนใจและตระหนักเป็นไปในทิศทางที่ผู้ผลิตต้องการ ดังนั้น ภาคการศึกษาควรให้ความรู้กับประชาชนในเรื่องของการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Literacy) โดยเฉพาะการใช้ “สติ” เปิดรับข่าวสาร และ “ปัญญา” ในการไตร่ตรองข่าวสาร

3. ภาครัฐ โดยเฉพาะกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ควรเตรียมการการเกิด Digital Disruption ในประเทศไทย โดยออกมาเป็นนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการ เพื่อการขับเคลื่อนประเทศไทย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาผู้รับสาร (Receiver) ถึงปัจจัยที่ส่งอิทธิพลในการรับชมคลิปวิดีโอผ่าน YouTube ในหัวข้อ “Digital Disruption ประเทศไทย” เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ครอบคลุมกระบวนการสื่อสารทั้งหมด
2. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวบท (Text) ที่ปรากฏในคลิปวิดีโอผ่าน YouTube กับบริบทแวดล้อม (Context)
3. ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาวิดีโอคลิปผ่าน YouTube ที่เป็นภาษาอังกฤษ 10 อันดับแรก เพื่อดูว่านำเสนอเนื้อหาประเด็นเดียวกันหรือไม่

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ, และสมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐกิจศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อินทนิล.
- จิรวรรณ กมลรัตนโยธิน. (2536). *การวิเคราะห์เนื้อหาและความหมายของรายการสารคดีสิ่งแวดล้อมทางโทรทัศน์ (2532-2534)* (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณพิลาศ กุลติก. (2557). *ความน่าเชื่อถือของแหล่งสารในสื่อออนไลน์และสื่อออนไลน์ของวัยรุ่นไทย. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา. 22(38), น. 73-92*
- ศิริพร เกกะสุด. (2562). *Digital Disruption จุดเริ่มและจุดเปลี่ยน*. สืบค้น 9 มิถุนายน 2563, จาก <https://www.posttoday.com/economy/columnist/602086>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, สำนักวิชาการ. (2562). *Disruptive Technology การดำเนินชีวิตจะเปลี่ยนไป*. สืบค้น 6 มกราคม 2563, จาก <http://www.parliament.go.th/library>

- สุชัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์. (2562). ถอดรหัส ‘ดิจิทัลดิสรักชั่น’ ภาครัฐ แฉ ‘ปรับตัว’ ก่อน
ธุรกิจสูญพันธุ์. สืบค้น 9 มิถุนายน 2563, จาก [https://www.bangkok
biznews.com/news/detail/856081](https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/856081)
- อภิเกียรติ เตชะจารุพันธ์. (2560). *DIGITAL DISRUPTION คืออะไร เกี่ยวข้องอย่างไร
กับการทำธุรกิจ*. สืบค้น 9 มิถุนายน 2563, จาก [https://blog. Ourgreen
fish.com/th/digital-disruption-คืออะไร- business](https://blog.Ourgreenfish.com/th/digital-disruption-คืออะไร-business)
- Karyotakis, Minos-Athanasios, Kiourexidou, Matina, & Antonopoulos, Nikos.
(2019). Media and youtube appeal in social movement
mobilization : The case of anti-tourism. *Media Watch*, 10(3),
686-701.
- Kim, Bohyun. (2020). Moving forward with digital disruption. *Library
Technology Reports*, 56(2), 5-22.
- Schwab, Klaus. (2016). The fourth industrial revolution. New York:
Crown Publishing.
- _____. (2018). Shaping the fourth industrial revolution. Geneva:
World Economic Forum.
- Setoglu, Aysegul, Ermec, Catli, Ozlem, & Korkmaz, Sezer. (2014).
Examining the effect of endorser credibility on the consumers’
buying intentions: An empirical study in Turkey. *International
Review of Management and Marketing*, 4(1), 66-77.