

## รูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูป บริษัท ละเมอสตูดิโอ ในบริบทสื่อดิจิทัล

อภิรักษ์ แยมเนย<sup>1\*</sup> และมาริษา สุจิตวนิช<sup>2</sup>

<sup>1</sup>ภาควิชานิเทศศาสตร์ (วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

<sup>2</sup>ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

\*Rak200107@gmail.com

### บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1 รูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูปบริษัทละเมอสตูดิโอในบริบทสื่อดิจิทัล 2. การปรับตัวของบทให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์มยูทูปและพฤติกรรมการรับชมของผู้ชม 3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนบทของช่องยูทูปบริษัทละเมอสตูดิโอในยุคดิจิทัล เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 3 คน ได้แก่ ผู้ผลิตเนื้อหา และ นักเขียนบท ของบริษัทละเมอสตูดิโอ ซึ่งจะเลือกจากทีมงานที่มีประสบการณ์ในการเขียนบทและผลิตเนื้อหาสำหรับช่อง ยูทูป ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบธีม และการวิเคราะห์จากกรอบแนวคิด

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูปบริษัทละเมอสตูดิโอในบริบทสื่อดิจิทัล กระบวนการเขียนบทของละเมอสตูดิโอเป็นการผสมผสานระหว่างการวางโครงสร้างที่มีเป้าหมายชัดเจน ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ และ ความใส่ใจในองค์ประกอบด้านเทคนิค เช่น มุมกล้องและสถานที่ถ่ายทำ โดยทั้งหมดนี้ต้องคงไว้ซึ่ง “ความเป็นละเมอ” ที่เน้นความสนุกและสร้างรอยยิ้มให้กับผู้ชมทุกคน 2) การปรับตัวของบท ให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์ม ยูทูป และพฤติกรรมการรับชมของผู้ชม การปรับบทของทีละเมอสตูดิโอเพื่อให้สอดคล้องกับอัลกอริทึมของ ยูทูป ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของเทคนิคในการเขียนบทเท่านั้น แต่เป็นการเข้าใจพฤติกรรมผู้ชมอย่างลึกซึ้ง และรู้จักปรับกลยุทธ์การเล่าเรื่องให้เหมาะสมกับทั้งระบบของแพลตฟอร์มและความต้องการของผู้ชมในยุคปัจจุบัน 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนบท ของช่อง ยูทูป บริษัทละเมอสตูดิโอในยุคดิจิทัลปัจจัยที่ส่งต่อการเขียนบทของช่องยูทูปละเมอ ได้แก่ 1. กฎหมายและข้อบังคับ กฎหมาย PDPA ทำให้การถ่ายทำในที่สาธารณะต้องได้รับอนุญาตจากบุคคลในคลิป ซึ่งทำให้กระบวนการถ่ายทำช้าลงและต้องระมัดระวังมากขึ้นเมื่อเทียบกับสมัยก่อนที่ไม่มีข้อบังคับเหล่านี้ 2. การปรับเนื้อหาตามอัลกอริทึม ยูทูป การทำให้คลิปมีความยาวและมีส่วนร่วมกับผู้ชมมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมในยุคปัจจุบันที่ชอบดูคลิปยาวๆ และเพลดเพลิน 3. การตอบสนองความคิดเห็นของผู้ชม คอมเมนต์และการมีส่วนร่วมของผู้ชมมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงบท 4. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชม ผู้ชมในยุคดิจิทัลมีความสนใจเนื้อหาที่ยาวและมีความสนุกสนานมากขึ้น ทำให้ผู้สร้างเนื้อหาต้องปรับรูปแบบให้เหมาะสม 5. การสร้างเอกลักษณ์ของช่อง การรักษาความเป็นตัวเองและเอกลักษณ์ของช่องในขณะเดียวกันก็ต้องปรับเนื้อหาให้ตอบสนองต่อผู้ชมและเทรนด์ใหม่ๆ

**คำสำคัญ:** รูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูป บริษัท ละเมอสตูดิโอ ในบริบทสื่อดิจิทัล



## The Scriptwriting Style of Rameau Studio's YouTube Channel in the Context of Digital Media

Apirak Yamnoi<sup>1\*</sup> and Marisa Sujittavanich<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Communication Arts (Radio and Television Broadcasting), Management Science,  
Nakhon Pathom Rajabhat University

<sup>2</sup>Communication Arts, Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University

\*Rak200107@gmail.com

### Abstract

This research aims to study: 1. The scriptwriting style of Rameau Studio's YouTube channel in the context of digital media. 2. The adaptation of the script to align with YouTube's platform and viewer behavior. 3. The factors affecting the scriptwriting of Rameau Studio's YouTube channel in the digital age. This qualitative research used a sample of 3 individuals, including content producers and scriptwriters from Rameau Studio, who were selected from the team with experience in scriptwriting and content production for YouTube channels. In-depth interviews were used to collect data, and content analysis using a thematic framework was applied for data analysis.

The results of the study found that: 1) The scriptwriting style of Rameau Studio's YouTube channel in the context of digital media: The scriptwriting process at Rameau Studio blends a clear structure with creativity in presentation and attention to technical elements like camera angles and shooting locations. All of these maintain the "Rameau" identity, which focuses on fun and smiles for the viewers. 2) Adapting the script to align with YouTube's platform and viewer behavior: The adaptation of scripts by the Rameau Studio team is not only about writing techniques but also about a deep understanding of viewer behavior. The team adjusts their storytelling strategies to align with YouTube's algorithm and meet the current demands of the audience. 2) Factors affecting scriptwriting for Rameau Studio's YouTube channel in the digital age: The factors affecting scriptwriting include: Laws and regulations: The PDPA law requires permission from individuals in public places for filming, which slows down the filming process and requires more caution compared to earlier times without such regulations. Adapting content to YouTube's algorithm: Adjusting video length and increasing engagement to meet the preferences of viewers, who now enjoy longer and more engaging content. Responding to audience comments: Viewer interaction through comments plays a key role in improving scripts. Changes in viewer behavior: Viewers in the digital age prefer longer, more entertaining content, prompting content creators to adapt the format accordingly. Building a channel identity: Maintaining the channel's identity while also adapting content to meet the preferences of viewers and emerging trends.

**Keywords:** Scriptwriting Style of Rameau Studio's YouTube Channel in the Context of Digital Media

## 1. บทนำ

ในยุคดิจิทัล การบริโภคสื่อของผู้ชมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ จากการรับชมโทรทัศน์แบบดั้งเดิมไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ได้แก่ ยูทูบ ซึ่งเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มวิดีโอที่ได้รับความนิยมสูงสุดในระดับโลกและประเทศไทย Siriwan Serirat [1] การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสื่อ โดยเฉพาะกระบวนการผลิตเนื้อหาและการเขียนบท ซึ่งต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมและข้อกำหนดของแพลตฟอร์ม ยูทูบ เป็นแพลตฟอร์มวิดีโอออนไลน์ที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัล โดยเป็นช่องทางที่เปิดโอกาสให้ทั้งบุคคลทั่วไปและองค์กรสามารถผลิตและเผยแพร่เนื้อหาได้โดยไม่ต้องพึ่งพาช่องทางโทรทัศน์แบบดั้งเดิม Jiraporn Udompan [2] ความสามารถของ ยูทูบ ในการเข้าถึงผู้ชมทั่วโลก รวมถึงระบบอัลกอริทึมที่ช่วยแนะนำเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของผู้ใช้ ทำให้แพลตฟอร์มนี้กลายเป็นศูนย์กลางของการบริโภคสื่อในปัจจุบันหนึ่งในจุดเด่นของ ยูทูบ คือความสามารถในการรองรับเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ทั้งในแง่ของรูปแบบ ระยะเวลา และเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม Warapong Wichaio [3] ผู้ผลิตเนื้อหาสามารถสร้างเนื้อหาที่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง และยังสามารถวิเคราะห์ข้อมูลการรับชมเพื่อนำไปปรับปรุงเนื้อหาให้เหมาะสมยิ่งขึ้น นอกจากนี้ แพลตฟอร์มยังเอื้อต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชมผ่านระบบคอมเมนต์ การกดไลค์ และการแชร์ ซึ่งช่วยเพิ่มการเข้าถึงเนื้อหาและทำให้เกิดชุมชนของผู้ชมที่มีความรักดีต่อช่องนั้น ๆ Sumet Kongsawat [4] นอกจากนี้ ยูทูบ ยังเป็นช่องทางสำคัญสำหรับการสร้างรายได้ของผู้ผลิตเนื้อหา ผ่านโมเดลธุรกิจที่หลากหลาย ได้แก่ รายได้จากโฆษณา (AdSense) การสนับสนุนจากสมาชิก (Membership) และการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางของแพลตฟอร์มเอง Narumon Prasertsuk [5] สิ่งนี้ทำให้ผู้ผลิตเนื้อหาสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาได้อย่างยั่งยืน และกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาเนื้อหาที่มีคุณภาพสูงเพื่อดึงดูดผู้ชม

การสร้างรายได้ของอาชีพยูทูบเบอร์ สามารถสร้างรายได้จากโฆษณาต่างๆผ่านพันธมิตรของยูทูบเบอร์ ผู้ชมคลิป ยอดผู้ติดตาม รวมถึงเนื้อหาของช่องมีส่วนในการสร้างรายได้ นอกจากนี้เจ้าของช่องยังสามารถสร้างรายได้จากทางอื่นนอกเหนือจากการโฆษณาจากยูทูบเบอร์ เช่น การจ้างทำคลิปวิดีโอจากสินค้าชนิดต่างๆ หรือสื่อแฟรงก์จากวิดีโอเป็นต้น Rassarin Arunittiwit [6] “ยูทูบ” ในปัจจุบันมีอำนาจมากในการเข้าถึงและมีอิทธิพลต่อผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์และมีผู้ใช้งานในประเทศไทย เป็นจำนวนมาก สาเหตุที่คนไทยส่วนใหญ่ชอบดูยูทูบมากกว่าโทรทัศน์ เป็นเพราะเนื้อหาที่มีความหลากหลาย โดดเด่น รวบรวม คลิปวิดีโอ เพลง ภาพยนตร์ คอนเทนต์ต่างๆ รวมถึงวิธีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ ดึงดูดคนดู และยังสามารถเลือกรับชม ในเวลาที่ต้องการได้ Milward Brown [7] “ยูทูบเบอร์” คือบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ มีความถนัดในเรื่องที่ตนเองสนใจ สามารถทำออกมา ได้ดี ผ่านการสร้างสรรคคอนเทนต์ที่แปลกใหม่ ยูทูบเบอร์ไม่ต่างจากผู้ผลิตรายการโทรทัศน์ แต่จะเปิดกว้าง ไม่ว่าใครก็สามารถเป็น ยูทูบเบอร์ได้ Kan lamindra [8]

การนำเสนอคอนเทนต์ต่างๆของยูทูบเบอร์มีวิธีการนำเสนอที่หลากหลายในรูปแบบของตนเอง ซึ่งในปัจจุบันมี คอนเทนต์ที่ผู้คนให้ความสนใจแตกต่างกันตามความชอบส่วนบุคคล เช่น แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว สอนแต่งหน้า พูดให้ กำลังใจ รีวิวภาพยนตร์ สอนถ่ายภาพและตกแต่ง สอนทำอาหาร เป็นต้น Seksan Therdsiriphat [9] ยูทูบยังนับว่าเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมมากในปัจจุบัน ซึ่งเราจะเห็นจากการที่สื่อหลักเช่น วิทยุ โทรทัศน์ หรือแม้แต่บางบริษัท เริ่มหันมาให้ความสำคัญและนำเสนอข้อมูลผ่าน ยูทูบมากขึ้น ช่วยให้ทางเลือกของผู้ชมมากขึ้นและผู้ชมสามารถเลือกเสพเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจ ของตนได้ ผู้ชมสามารถเปลี่ยนตัวเองจากผู้รับเป็นผู้ส่งสารได้เป็นพื้นที่ส่วนตัวที่สามารถนำเสนอสิ่งที่ ตนเองอยากทำเรียกได้ว่ามีอิทธิพลต่อผู้คนจำนวนหลายล้านคนทั่วโลก สามารถตอบสนองความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการได้หลากหลายไม่ว่าจะเป็นความต้องการ การเผยแพร่ตัวตน (Identity Network) จนกลายเป็นสื่ออินเทอร์เน็ตทรงพลังในการกระจายข้อมูลข่าวสารในรูปแบบวิดีโอออนไลน์ที่มีเนื้อหาที่เข้าถึงได้ ง่ายโดยไม่ต้องคำนึงอุปสรรคทางภาษานี้จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมวิดีโอออนไลน์อย่าง ยูทูบ ถึงได้รับ ความสำเร็จอย่างต่อเนื่องไม่ว่าจะเป็นการให้บริการข่าวสารต่างๆ ในต่างประเทศ การใช้ยูทูบในเชิง การประชาสัมพันธ์อย่างประธานาธิบดีบารัค โอบามา แห่งสหรัฐ หรือการเผยแพร่ข่าวสารของ พระสันตะปาปา รวมไปถึงการโฆษณาที่ปัจจุบันเริ่มได้รับความนิยม จนเกิดกระแสการเปลี่ยนแปลง ครั้งใหญ่ที่มีต่อการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ในโลกไซเบอร์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ John Noppadon Vasinsuntorn [10]

สำหรับคนทั่วไปยูทูปนั้นอาจมีไว้เพื่อแบ่งปันคลิปประทับใจให้ผู้อื่นได้ดู แต่ในบางธุรกิจนั้นมักใช้ยูทูปเพื่อช่วยในการทำตลาดโฆษณาสินค้าและบริการ สถิติที่น่าสนใจจากยูทูป ระบุว่า คนไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่นิยมใช้งานยูทูปอย่างมาก โดยคนไทยจำนวน 65 ล้านคน นั้น ดูคลิปวิดีโอ ผ่านยูทูป เดือนละ 100 ล้านครั้ง คิดเป็นชั่วโมงแล้วสูงถึง 1 ล้านชั่วโมงต่อวัน โดยสถิติดังกล่าวทำให้ประเทศไทยเป็นผู้ใช้งานยูทูป อันดับต้นๆ ของโลก โดยผู้ชมส่วนใหญ่ใช้เวลาอยู่กับหน้าจอเครื่องมือสื่อสารหรือคอมพิวเตอร์เฉลี่ยนานถึง 463 นาทีต่อวัน ซึ่งผู้ชมจะชมคลิปวิดีโอวันถึง 246 นาทีต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 54 ของระยะเวลาที่อยู่กับหน้าจอทั้งหมด และผู้บริโภคใช้ช่องทางในการรับชมคลิปวิดีโอผ่านสื่อดิจิทัล เช่น สมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต, แล็บท็อป และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะเป็นเวลา 144 นาทีต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 59 ซึ่ง สอดคล้องกับสถาบันวิจัยและศูนย์ข้อมูลการใช้อินเทอร์เน็ตในสหรัฐ ได้แก่ Pew Internet, Tnsdigitallife และ Com Score Data Mine ที่ รวบรวมสถิติเมื่อปี 2559 ว่า คนทั่วโลกนิยมใช้สื่อออนไลน์โดยใช้เวลาเฉลี่ย 16 ชั่วโมงต่อเดือน และพบว่ายูทูปมีการเข้าชมวิดีโอราว 40 ล้านครั้ง ต่อวัน Thanyathorn Sarasith [11]

ไมค์ จิตติวานิชย์ หัวหน้าฝ่ายการตลาด กูเกิลประเทศไทย กล่าวว่า ความน่าสนใจคือ พฤติกรรมคนไทยนิยมใช้บริการของยูทูปผ่านหน้าจอโทรศัพท์เพิ่มขึ้น รวมถึงได้ให้ความเห็นไว้ว่า ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะยอดขายสมาร์ตโฟนที่เติบโตอย่างมาก ทำให้การเข้าถึงแอปพลิเคชันยูทูปบนสมาร์ตโฟนได้สะดวกมากขึ้น นอกจากนี้สิ่งที่ยูทูปประเทศไทยพบก็คือมีศิลปินจากโลก Traditional หันมาทำช่องบนยูทูป เพิ่มขึ้นสูงมาก โดยปัจจุบันมีแล้วกว่า 20,000 ราย Mike Jittivanich [12] สำหรับพฤติกรรมการรับชมวิดีโอบนยูทูปของคนไทยพบว่า ในปี 2021 ที่ผ่านมามีคนไทยรับชมวิดีโอบนยูทูปมากขึ้นในหลากหลายหมวดหมู่ คนไทยใช้เวลาในการรับชมวิดีโอประเภท การเงินเพิ่มขึ้นกว่า 100% เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (ระหว่างเดือนเมษายน 2020 และ เดือนเมษายน 2021) ในขณะที่ยอดการรับชมวิดีโอประเภทการโอเคบนยูทูปเพิ่มขึ้นกว่า 70% เวลาการรับชมวิดีโอประเภทสารคดีเพิ่มขึ้นกว่า 45% เวลาการรับชมวิดีโอประเภทการเงินเพิ่มขึ้นกว่า 100% เวลาการรับชมวิดีโอประเภทเกษตรกรรมเพิ่มขึ้นกว่า 50% และเวลาการรับชมวิดีโอประเภทออกกำลังกายเพิ่มขึ้น กว่า 50%

จากความสำคัญดังกล่าว การศึกษารูปแบบการเขียนบทของช่อง ยูทูป โดยเฉพาะของบิษัทรเมอสตูดิโอ ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ผลิตเนื้อหาชั้นนำในประเทศไทย จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากจะช่วยให้เข้าใจแนวทางการผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม ยูทูป และสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ผลิตเนื้อหารายอื่น ๆ ในการพัฒนาเนื้อหาให้ตรงกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัล ในบริบทของสื่อดิจิทัล รูปแบบการเขียนบทมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อตอบสนองต่ออัลกอริทึมของ ยูทูป และพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมที่ให้ความสนใจเนื้อหาในระยะเวลาสั้น และมีแนวโน้มที่จะเลื่อนผ่านเนื้อหาที่ไม่น่าสนใจภายในไม่กี่วินาทีแรก (สุเมธ คงสวัสดิ์, 2565) [13] ผู้ผลิตเนื้อหาจึงต้องออกแบบการเขียนบทให้มีความกระชับ ดึงดูดความสนใจตั้งแต่ช่วงแรกของวิดีโอ และสามารถสร้างอารมณ์ร่วมให้กับผู้ชมเพื่อเพิ่มระยะเวลาในการรับชมและอัตราการมีส่วนร่วม (Engagement Rate) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของวิดีโอบนแพลตฟอร์มนี้

บิษัทรเมอสตูดิโอเป็นหนึ่งในผู้ผลิตสื่อที่ใช้ ยูทูป เป็นช่องทางหลักในการเผยแพร่เนื้อหา โดยมีลักษณะการเล่าเรื่องที่ เป็นเอกลักษณ์และได้รับความนิยมจากผู้ชมจำนวนมาก ช่องของบริษัทนี้นำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย ทั้งในรูปแบบซีรีส์ออนไลน์ รายการวาไรตี้ และสารคดีสั้น ซึ่งต้องใชการเขียนบทที่แตกต่างจากสื่อโทรทัศน์แบบดั้งเดิม Jaruwat Chotiawittaya [14] ด้วยเหตุนี้ การศึกษารูปแบบการเขียนบทของช่อง ยูทูป บิษัทรเมอสตูดิโอจึงมีความสำคัญในการทำ ความเข้าใจแนวทางการสร้างเนื้อหาในยุคดิจิทัล และเป็นแนวทางให้กับผู้ผลิตเนื้อหาอื่น ๆ ที่ต้องการปรับตัวเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์

จากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้ชมและแนวโน้มของแพลตฟอร์มสื่อดิจิทัล ทำให้การศึกษารูปแบบการเขียนบทของช่อง ยูทูป บิษัทรเมอสตูดิโอเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ เพื่อเข้าใจแนวทางการสร้างเนื้อหาที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล และเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการพัฒนาการผลิตสื่อออนไลน์ในอนาคต งานวิจัยของ Napasawan Sindhurattanaphan [15] ศึกษาประเภทและคุณลักษณะของเนื้อหาบนช่องทางยูทูปของนักพุดสร้างแรงบันดาลใจในช่วงปี พ.ศ.2563-2565 โดย

พบว่าเนื้อหาสามารถจำแนกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ การสร้างแรงจูงใจภายในและภายนอก โดยใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่หลากหลายตามขั้นตอนของ Monroe's Motivated Sequence เช่น การตั้งคำถามชวนสงสัย การให้คำตอบคลายสงสัย และการเน้นย้ำความ เพื่อดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้ผู้ฟังลงมือทำ นอกจากนี้ยังมีการใช้ลีลาทางภาษา เช่น การเล่นคำ คำพังเพย และสุภาษิต เพื่อสร้างสีสันและความสนุกสนานให้กับผู้ฟัง ในด้านการโฆษณา งานวิจัยของ Premin Hongto, & colleagues [16] ศึกษาเทคนิคการสร้างสรรคโฆษณาทางยูทูปยอดนิยมในประเทศไทยยุคดิจิทัล โดยพบว่าโฆษณาที่ได้รับ ความนิยมนักมีการใช้แนวคิดที่มุ่งเน้นในการสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้า การใช้ภาพเชิงบวกหลังใช้ผลิตภัณฑ์ และการใช้เสียงพูดที่เหมาะสม นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จะใช้รูปแบบบทโฆษณาที่สั้น กระชับ และตรงไปตรงมา เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมในยุคดิจิทัล จากงานวิจัยดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่ารูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูปในประเทศไทยมีความสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจและการโฆษณา โดยการใช้เทคนิคทางวจนภาษาที่เหมาะสม การเลือกใช้เนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้ชม และการปรับตัวให้เข้ากับยุคดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและดึงดูดความสนใจของผู้ชม

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูป บริษัท ละเมอสตูดิโอ ในบริบทสื่อดิจิทัล เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการเขียนบท ของช่อง ยูทูป บริษัทละเมอสตูดิโอในบริบทสื่อดิจิทัล การปรับตัวของบท ให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์ม ยูทูป และพฤติกรรมการรับชมของผู้ชม และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนบท ของช่อง ยูทูป บริษัทละเมอสตูดิโอในยุคดิจิทัล โดย ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาองค์กรต่อไปในอนาคต

## 2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการเขียนบท ของช่อง ยูทูป บริษัทละเมอสตูดิโอในบริบทสื่อดิจิทัล
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวของบท ให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์ม ยูทูป และพฤติกรรมการรับชมของผู้ชม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนบท ของช่อง ยูทูป บริษัทละเมอสตูดิโอในยุคดิจิทัล

## 3.แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง "รูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูป บริษัทละเมอสตูดิโอ ในบริบทสื่อดิจิทัล" มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหลายทฤษฎี ซึ่งสามารถนำมาใช้ในการอธิบายและวิเคราะห์การผลิตเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม ยูทูป และการเขียนบทในบริบทสื่อดิจิทัล ดังนี้

**3.1 แนวคิดและทฤษฎีการสื่อสาร** การสื่อสาร (Communication) เป็นพฤติกรรมพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างบุคคลในระดับต่าง ๆ ในสังคม ทั้งในระดับปัจเจกบุคคล กลุ่มย่อย ครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น และในระดับประเทศ การสื่อสารมีความสำคัญและมีความจำเป็นต่อมนุษย์ การสื่อสารจะเกี่ยวโยงไปกับกิจกรรมทุกประเภทในสังคม การสื่อสารช่วยให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ร่วมกันและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในสังคม

**3.2 ทฤษฎีการสื่อสารแบบสองทาง** การสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการสื่อสารหรือการสื่อความหมายที่ผู้รับมีโอกาสตอบสนองมายังผู้ส่งได้ในทันที โดยที่ผู้ส่งและผู้รับอาจจะอยู่ต่อหน้ากันหรือ อาจอยู่คนละสถานที่ก็ได้ แต่ทั้งสองฝ่ายจะสามารถมีการเจรจาหรือการโต้ตอบกันไปมา โดยที่ต่างฝ่าย ต่างผลัดกันทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับในเวลาเดียวกันดังนั้น ในการที่จะเกิดการเรียนรู้ขึ้นได้นี้ มักจะพบว่าต้องอาศัยกระบวนการของการสื่อสารในรูปแบบของการสื่อสารทางเดียวและการสื่อสาร สองทาง ในลักษณะของการให้สิ่งเร้าเพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนมีการแปลความหมายของเนื้อหาบทเรียน นั้น และให้มีการตอบสนองเพื่อเกิดเป็นการเรียนรู้ขึ้น

**3.3 ทฤษฎีการรับรู้และการเลือกเปิดรับสื่อ** ทฤษฎีการรับรู้และการเลือกเปิดรับ(Media Exposure) การเลือกเปิดรับสื่อของแต่ละบุคคลเป็นการอธิบายถึงพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารของ แต่ละบุคคลที่มีความแตกต่างกัน ที่มีความพึงพอใจในการเปิดรับข้อมูลจากแหล่งข้อมูลใด ๆ ที่ต้องการหรือตอบสนองความสนใจของตน การรับรู้ (Perception) เป็นการตีความหมายจากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นในสิ่งแวดล้อมรอบตัวเรา ส่วน ความหมาย (meaning) หมายถึงสิ่งที่เกิดขึ้นจาก

กระบวนการตีความหมายที่บุคคลให้ความหมาย กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ เมื่อพบเห็นสิ่งใหม่ที่เป็นประสบการณ์ที่ไม่เคยพบมาก่อนจะเกิดการเลือก (Select) เพิ่มเติม (Add) บิดเบือน (Distort) หรือเชื่อมโยง (Relate) สิ่งนั้นให้เข้ากับประสบการณ์เดิมของแต่ละบุคคลเนื่องจากบุคคลแต่ละบุคคลมีประสบการณ์เดิม ที่แตกต่างกัน จึงมีการรับรู้และการตีความหมายกับสิ่งที่พบเห็นแตกต่างกันไป

**3.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม** การมีส่วนร่วม คือการเปิดโอกาสให้ประชาชน ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือกลุ่มบุคคล เข้ามา มีส่วนร่วมในกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ในลักษณะของการร่วมศึกษาปัญหาหรือร่วมวางแผนร่วมปฏิบัติร่วมติดตามผล และร่วมบำรุงรักษา การมีส่วนร่วมของประชาชน

**3.5 ทฤษฎีการตลาดเนื้อหาดิจิทัล** การตลาดดิจิทัล ว่าเป็น “พัฒนาการของตลาดในอนาคตเกิดขึ้นเมื่อบริษัท ดำเนินงานทางการตลาดส่วนใหญ่ผ่านช่องทางสื่อสารดิจิทัล สื่อดิจิทัลเป็นสื่อที่มีรหัสระบุตัวผู้ใช้ได้จึงทำให้นักการตลาด สามารถสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) กับลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องเป็นรายบุคคล ข้อมูลที่ได้จากการ สื่อสารกับลูกค้าแต่ละคนในแต่ละครั้งเป็นการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์กับลูกค้าคนต่อไป ต่อเนื่องและสอดคล้อง กันเหมือนการทำงานของเครือข่ายเซลล์ประสาทสั่งการนักการตลาดสามารถนำข้อมูลที่ทราบแบบเรียลไทม์นี้ รวมทั้งความ คิดเห็นที่รับโดยตรงจากลูกค้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคในโอกาสต่อ ๆ ไป”

**3.6 แนวคิดและทฤษฎีการตลาดดิจิทัล** การตลาดแบบดิจิทัลมีวัตถุประสงค์ที่ต่างกัน 4 ประการคือการเสนอ ขายโดยการเพิ่มคุณค่าของสินค้าหรือบริการการสนับสนุนการเสนอขายและการนำไปใช้ การขยายแพลตฟอร์มสร้างแบรนด์ อื่น ๆ โดยให้มีมิติและการมีส่วนร่วมมากขึ้น สุดท้ายคือการมีศูนย์กลางอยู่ที่ลูกค้าจากความสนใจและกิจกรรมที่ลูกค้ามีส่วนร่วม หากไม่ตระหนักถึงความแตกต่างของวัตถุประสงค์เหล่านี้ จะทำให้การตลาดทางดิจิทัลไม่เกิดผล

**3.7 ทฤษฎีการเล่าเรื่อง** ทฤษฎีการเล่าเรื่องมีแนวคิดว่าเป็นมนุษย์เป็นนักเล่าเรื่อง การตัดสินใจและการ สื่อสารของ มนุษย์ขึ้นอยู่กับเหตุผลที่ดี ซึ่งแตกต่างไปตามสถานการณ์ รูปแบบการสื่อสารและสื่อ เหตุผลที่ดีจะถูกควบคุมโดยภูมิหลังของ บุคคล วัฒนธรรม ลักษณะนิสัย และอิทธิพลของภาษา ความมี เหตุผลของเรื่องราวที่เล่าขึ้นอยู่กับธรรมชาติของผู้เล่าเรื่องที่ จะตระหนักถึงความน่าจะเป็น องค์ประกอบที่จะทำให้เรื่องราวปะติดปะต่อกันการเลือกสรรเรื่องราวเพื่อสร้างความเพลิดเพลิน

## 4. วิธีการวิจัย

**4.1 รูปแบบการวิจัย** งานวิจัยนี้เป็นการศึกษารูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูบ บริษัทระเมอสตูดิโอในบริบทสื่อ ดิจิทัล โดยใช้ การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะของการเขียนบท เทคนิคการ สร้างเนื้อหา และการปรับตัวของบทให้เข้ากับลักษณะของผู้ชมในยุคดิจิทัล การวิจัยเชิงคุณภาพเหมาะสมกับการศึกษา กระบวนการและปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน โดยจะใช้วิธีการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เนื้อหาเป็นหลัก

**4.2 การออกแบบการวิจัย** การวิจัยนี้ใช้ การศึกษากรณีศึกษา (Case Study) เป็นหลัก ซึ่งจะมุ่งเน้นการศึกษาลักษณะ การเขียนบทและกลยุทธ์ในการสร้างเนื้อหาของช่อง ยูทูบ บริษัทระเมอสตูดิโอ ช่องทางที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักใน วงการผลิตสื่อดิจิทัลของประเทศไทย

**4.3 กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง** ได้แก่ ประชากร กลุ่มผู้ผลิตเนื้อหาและนักเขียนบท กลุ่มตัวอย่าง ผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creators) และ นักเขียนบท ของบริษัทระเมอสตูดิโอ ซึ่งจะเลือกจากทีมงานที่มีประสบการณ์ในการเขียนบทและ ผลิตเนื้อหาสำหรับช่อง ยูทูบ จำนวน 3 คน

**4.4 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล** ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก

**4.5 กระบวนการเก็บข้อมูล** ผู้วิจัยจะทำการสัมภาษณ์ผู้ผลิตเนื้อหาและนักเขียนบทผ่านการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยการสัมภาษณ์จะมีระยะเวลาประมาณ 30-60 นาทีต่อคน โดยใช้คำถามเปิดเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ละเอียดเกี่ยวกับกระบวนการ เขียนบทและเทคนิคการทำงาน

**4.6 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล** ข้อมูลที่เก็บจากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และการวิเคราะห์เนื้อหาจะถูกวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพดังนี้ การวิเคราะห์เนื้อหาแบบธึม (Thematic Analysis) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะถูกถอดความและจัดกลุ่มตามธึมหรือหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับการเขียนบท ได้แก่วิธีการปรับบทให้เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้ชม การใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หรือการสร้างความน่าสนใจในเนื้อหา การวิเคราะห์จากกรอบแนวคิด (Framework Analysis) ข้อมูลจะถูกจัดระเบียบตามกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการเขียนบท การออกแบบเนื้อหา และเทคนิคในการสร้างเนื้อหาที่เหมาะสมกับแพลตฟอร์ม ยูทูบ

## 5. สรุปผลการศึกษา

5.1 รูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูบบริษัทระเมอสตูดิโอในบริบทสื่อดิจิทัล พบว่า กระบวนการเขียนบทของบริษัทระเมอสตูดิโอเป็นกระบวนการที่มีแบบแผนชัดเจน และให้ความสำคัญกับการวางโครงเรื่องเป็นอันดับแรก โดยทั้งสามท่านที่ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ นายอนันต์ ภาชนะปริดา นายชลสิทธิ์ นาคใหม่ และนายสิริพงษ์ เพชรแดง ต่างมีแนวคิดที่สอดคล้องกันว่า ก่อนเริ่มการเขียนบททุกครั้ง จะต้องรู้ให้ชัดเจนว่า “เราจะทำอะไร ที่ไหน กับใคร และอย่างไร” เพื่อให้ทีมงานเห็นภาพเดียวกัน และสามารถพัฒนาเนื้อหาไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างราบรื่น โดยสรุป กระบวนการเขียนบทของบริษัทระเมอสตูดิโอเป็นการผสมผสานระหว่างการวางโครงสร้างที่มีเป้าหมายชัดเจน ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ และความใส่ใจในองค์ประกอบด้านเทคนิค เช่น มุมกล้องและสถานที่ถ่ายทำ โดยทั้งหมดนี้ต้องคงไว้ซึ่ง “ความเป็นระเมอ” ที่เน้นความสนุกและสร้างรอยยิ้มให้กับผู้ชมทุกคน ในการพัฒนาเนื้อหาและการเขียนบทสำหรับแพลตฟอร์ม ยูทูบ ทีมงานของบริษัทระเมอสตูดิโอได้มีการปรับเปลี่ยนและพัฒนากระบวนการนำเสนออย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยเฉพาะในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ซึ่ง ยูทูบ กลายเป็นแพลตฟอร์มหลักในการเสพสื่อบันเทิงของคนไทยจำนวนมาก โดยสรุปแล้ว การปรับรูปแบบการเขียนบทของบริษัทระเมอสตูดิโอเกิดขึ้นจากความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จากคลิปสั้น แก่ลงคนแบบกะทันหัน ไปสู่คลิปที่มีเนื้อหาแบบ VLOG มีบทพูดที่ใกล้ชิดกับผู้ชมมากขึ้น และยังสามารถผสมผสานความต้องการของผู้ชมกับลูกค้าได้อย่างลงตัว ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความยืดหยุ่นและวิสัยทัศน์ของทีมในการทำคอนเทนต์บน ยูทูบ ให้ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง

5.2 การปรับตัวของบท ให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์ม ยูทูบ และพฤติกรรมการรับชมของผู้ชม พบว่า ในยุคปัจจุบันที่แพลตฟอร์ม ยูทูบ มีอิทธิพลอย่างสูงต่อพฤติกรรมการรับชมของผู้คน การปรับบทให้สอดคล้องกับอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มจึงเป็นสิ่งที่ทีมระเมอสตูดิโอให้ความสำคัญอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อระบบการแนะนำวิดีโอของ ยูทูบ มีบทบาทอย่างชัดเจนในการตัดสินใจว่าวิดีโอใดจะถูกนำเสนอแก่ผู้ชมมากหรือน้อย โดยสรุป การปรับบทของทีมระเมอสตูดิโอเพื่อให้สอดคล้องกับอัลกอริทึมของ ยูทูบ ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของเทคนิคในการเขียนบทเท่านั้น แต่เป็นการเข้าใจพฤติกรรมผู้ชมอย่างลึกซึ้ง และรู้จักปรับกลยุทธ์การเล่าเรื่องให้เหมาะสมกับทั้งระบบของแพลตฟอร์มและความต้องการของผู้ชมในยุคปัจจุบัน ในการพัฒนาเนื้อหาและบทสำหรับช่อง ยูทูบ ของบริษัทระเมอสตูดิโอ ทีมงานให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับความคิดเห็นและปฏิกิริยาจากผู้ชม โดยเฉพาะในรูปแบบของ “คอมเมนต์” ซึ่งกลายเป็นหนึ่งในแหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ในการปรับปรุงบทให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม โดยสรุป ทีมงานบริษัทระเมอสตูดิโอให้ความสำคัญกับคอมเมนต์ของผู้ชมอย่างมากในกระบวนการปรับปรุงบทและเนื้อหา แต่ในขณะเดียวกันก็มีวิจรณ์ญาณในการเลือกนำความคิดเห็นเหล่านั้นไปใช้ เพื่อให้ได้เนื้อหาที่ตอบโจทย์ทั้งผู้ชมและศักยภาพของทีมผลิตเอง พร้อมกับรักษาความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับผู้ติดตามผ่านการโต้ตอบอย่างใกล้ชิด

5.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนบท ของช่อง ยูทูบ บริษัทระเมอสตูดิโอในยุคดิจิทัลปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนบทของช่องยูทูบระเมอ พบว่า ในยุคที่สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะ ยูทูบ ได้เข้ามาเป็นช่องทางหลักในการผลิตและเผยแพร่เนื้อหา ความเปลี่ยนแปลงด้านกระบวนการเขียนบทจากอดีตจนถึงปัจจุบันนั้นเห็นได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับยุคของสื่อดั้งเดิมหรือช่วงเริ่มต้นของยูทูบเอง โดยสรุปแล้ว การเขียนบทของช่อง ยูทูบ บริษัทระเมอสตูดิโอมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยหลายด้านในยุคดิจิทัล ได้แก่

1. กฎหมายและข้อบังคับ กฎหมาย PDPA ทำให้การถ่ายทำในสาธารณะต้องได้รับอนุญาตจากบุคคลในคลิป ซึ่งทำให้กระบวนการถ่ายทำช้าลงและต้องระมัดระวังมากขึ้นเมื่อเทียบกับสมัยก่อนที่ไม่มีข้อบังคับเหล่านี้
2. การปรับเนื้อหาตามอัลกอริทึม ยูทูป การทำให้คลิปมีความยาวและมีส่วนร่วมกับผู้ชมมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมในยุคปัจจุบันที่ชอบดูคลิปยาวๆ และเฟลิดเฟลิน
3. การตอบสนองความคิดเห็นของผู้ชม คอมเมนต์และการมีส่วนร่วมของผู้ชมมีบทบาทสำคัญในการปรับปรุงบทเพื่อให้ตรงกับความต้องการและความสนใจของผู้ชม
4. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชม ผู้ชมในยุคดิจิทัลมีความสนใจเนื้อหาที่ยาวและมีความสนุกสนานมากขึ้น ทำให้ผู้สร้างเนื้อหาต้องปรับรูปแบบให้เหมาะสม
5. การสร้างเอกลักษณ์ของช่อง การรักษาความเป็นตัวเองและเอกลักษณ์ของช่องในขณะเดียวกันก็ต้องปรับเนื้อหาให้ตอบสนองต่อผู้ชมและเทรนด์ใหม่ๆ

## 6 อภิปรายผล

6.1 รูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูป บริษัทระเมอสตูดีโอ ในบริบทสื่อดิจิทัล ได้แก่ กระบวนการเขียนบทของระเมอสตูดีโอเป็นการผสมผสานระหว่างการวางโครงสร้างที่มีเป้าหมายชัดเจน ความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอ และความใส่ใจในองค์ประกอบด้านเทคนิค ได้แก่ มุมกล้องและสถานที่ถ่ายทำ โดยทั้งหมดนี้ต้องคงไว้ซึ่ง “ความเป็นระเมอ” ที่เน้นความสนุกและสร้างรอยยิ้มให้กับผู้ชมทุกคน การปรับรูปแบบการเขียนบทของระเมอสตูดีโอเกิดขึ้นจากความเข้าใจในพฤติกรรมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จากคลิปสั้นแกล้งคนแบบกะทันหัน ไปสู่คลิปที่มีเนื้อหาแบบ VLOG มีบทพูดที่ใกล้ชิดกับผู้ชมมากขึ้น และยังสามารถผสมผสานความต้องการของผู้ชมกับลูกค้าได้อย่างลงตัว ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความยืดหยุ่นและวิสัยทัศน์ของทีมในการทำคอนเทนต์บน ยูทูป ให้ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kanpitcha Sothon [17] การศึกษา “ขั้นตอนการเขียนบทซีรีส์: กรณีศึกษารูปแบบการเขียนบทซีรีส์ ภายใต้ บริษัท True CJ Creations. ขั้นตอนการเขียนบทซีรีส์: กรณีศึกษารูปแบบการเขียนบทซีรีส์ ภายใต้บริษัท True CJ Creations” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาขั้นตอนการเขียนบทซีรีส์ตามรูปแบบของ บริษัท True CJ Creations ที่ส่วนใหญ่จะเป็นการเขียนบทซีรีส์รีเมกจากเวอร์ชันประเทศเกาหลีได้สู่ เวอร์ชันไทย ซึ่งเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัท CJ Entertainment & Media จากประเทศเกาหลีใต้ กับ True Corporation Public Company Limited จากประเทศไทย เพื่อผลิตรายการโทรทัศน์ และซีรีส์ในประเภทต่างๆ ที่ไทยซื้อมาจากเกาหลีใต้โดยขั้นตอนการเขียนบทซีรีส์ของบริษัท True CJ Creations ประกอบด้วย 1) การ เลือกซีรีส์ต้นฉบับ 2) การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบ 3) การสร้างตัวละครและฉาก 4) การสร้างโครง เรื่อง 5) การกำหนดกิจกรรมในแต่ละฉาก 6) การเขียนบทผลการศึกษาทำให้ทราบว่ากระบวนการเขียนบทซีรีส์ภายใต้บริษัท True CJ Creations มีแบบแผนที่เป็นระบบ จึงสามารถเป็นแนวทางให้กับผู้ที่ต้องการเขียนบทให้เรื่องราวมีความน่าสนใจ มีมิติ และสามารถเขียนจนจบได้โดยไม่หลงประเด็นที่ต้องการจะสื่อสารผ่านตัวบททั้งยังสามารถใช้ได้จริงจนเกิดเป็นซีรีส์ที่พร้อมออกสู่สายตาผู้ชม

6.2 การปรับตัวของบทให้สอดคล้องกับแพลตฟอร์ม ยูทูป และพฤติกรรมการรับชมของผู้ชม การปรับตัวของทีมระเมอสตูดีโอเพื่อให้สอดคล้องกับอัลกอริทึมของ ยูทูป ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของเทคนิคในการเขียนบทเท่านั้น แต่เป็นการเข้าใจพฤติกรรมผู้ชมอย่างลึกซึ้ง และรู้จักปรับกลยุทธ์การเล่าเรื่องให้เหมาะสมกับทั้งระบบของแพลตฟอร์มและความต้องการของผู้ชมในยุคปัจจุบัน ในการพัฒนาเนื้อหาและบทสำหรับช่อง ยูทูป ของระเมอสตูดีโอ ทีมงานให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับความคิดเห็นและปฏิกิริยาจากผู้ชม โดยเฉพาะในรูปแบบของ “คอมเมนต์” ซึ่งกลายเป็นหนึ่งในแหล่งข้อมูลหลักที่ใช้ในการปรับปรุงบทให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sukrita Hankhunaset [18] อิทธิพลของเหตุการณ์การปรากฏตัวร่วมของยูทูปเบอร์ต่อการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ชมกับยูทูปเบอร์ มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงอิทธิพลของเหตุการณ์การปรากฏตัวร่วมของยูทูปเบอร์ต่อการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ชมกับยูทูปเบอร์ร่วมไปถึงลักษณะของการปรากฏตัวร่วมที่สัมพันธ์กับการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ชม โดยการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาผ่านการสังเกตการณ์เหตุการณ์การปรากฏตัวร่วมและปฏิสัมพันธ์

ของผู้ชมที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลา 3 เดือน (ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึงเดือนเมษายน 2565) จากคลิปวิดีโอของยูทูปเบอร์ 29 ช่อง ผลการศึกษาพบว่า เหตุการณ์การปรากฏตัวร่วมของยูทูปเบอร์สัมพันธ์กับการมีปฏิสัมพันธ์ ของผู้ชม ทั้งจำนวนผู้ติดตาม ยอดการเข้าชม และยอดการกดถูกใจในส่วนของรูปแบบคลิปวิดีโอการปรากฏตัวร่วมที่สัมพันธ์กับการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ชมในเชิงบวกคือคลิปวิดีโอรูปแบบเกมส์โชว์

6.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนบท ของช่อง ยูทูป บริษัทระเมอสตูดิโอในยุคดิจิทัลปัจจัยที่ส่งผลต่อการเขียนบทของช่องยูทูประเมอ การเขียนบทของช่อง ยูทูป บริษัทระเมอสตูดิโอมีการเปลี่ยนแปลงไปตามปัจจัยหลายด้านในยุคดิจิทัล ได้แก่ 1) กฎหมายและข้อบังคับ 2) การปรับเนื้อหาตามอัลกอริธึม ยูทูป 3) การตอบสนองความคิดเห็นของผู้ชม 4) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้ชม 5) การสร้างเอกลักษณ์ของช่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Supatcha Wattanasen [19] ปัจจัยที่มีผลต่อการเขียนบทและกระบวนการพัฒนาบทซีรีส์สำหรับสตรีมมิ่งแพลตฟอร์ม: กรณีศึกษา บริษัท จีเอ็มเอ็ม สตูดิโอส์ อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด. มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเขียนบทและ กระบวนการพัฒนาบทซีรีส์สำหรับสตรีมมิ่งแพลตฟอร์ม : กรณีศึกษา บริษัท จีเอ็มเอ็ม สตูดิโอส์ อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด ผ่านการสังเกตแบบมีส่วนร่วมระหว่างการฝึกงานในตำแหน่ง Script Development Assistant และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมถึงการค้นคว้าเพิ่มเติมจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งเอกสารทางวิชาการและเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้เขียนได้เห็นถึง ระบบ กระบวนการทำงานในขั้นตอนริเริ่มสร้างสรรค์และพัฒนาบทซีรีส์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม สตูดิโอส์ อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเขียนบทซีรีส์สำหรับสตรีมมิ่งแพลตฟอร์มของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม สตูดิโอส์ อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด แบ่งเป็น 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยภายในและ ปัจจัยภายนอก โดยปัจจัยภายในแบ่งเป็น 3 ปัจจัย ได้แก่ (1) การบริหารงานและความคิดเห็นของ ผู้บริหาร (2) ความรู้ ความสามารถ ความสนใจ และประสบการณ์ของบุคลากร (3) เอกลักษณ์ของ บริษัท ปัจจัยภายนอกแบ่งเป็น 8 ปัจจัย ได้แก่ (1) กลุ่มเป้าหมายของบริษัท (2) กระแสหรือแนวโน้ม ของสังคม (3) การบริหารงานและความคิดเห็นของผู้ลงทุนหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (4) งบประมาณ (5) ระยะเวลา (6) ความยากง่ายในการค้นคว้าข้อมูล (7) กฎหมาย ข้อบังคับ หรือนโยบายของภาครัฐ (8) ซีรีส์และภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ สำหรับกระบวนการเขียนบทซีรีส์สำหรับสตรีมมิ่งแพลตฟอร์มของ บริษัท จีเอ็มเอ็ม สตูดิโอส์ อินเทอร์เน็ตชั้นนำ จำกัด แบ่งเป็น 7 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การพัฒนาแนวความคิดหลักของเรื่อง (2) การค้นคว้าข้อมูล (3) การเขียน Series Bible (4) การเขียน Script Outline (5) การเขียน Scenario (6) การเขียน Script หรือ Screenplay (7) การเขียน Final Dialogue ซึ่งผู้เขียนมุ่งศึกษาไปที่การพัฒนาแนวความคิดหลักของเรื่องและการค้นคว้าข้อมูล โดยการพัฒนาแนวความคิดหลักของเรื่อง แบ่งเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) แนวความคิดหลักจากผู้บริหาร (2) แนวความคิดหลักจากสตรีมมิ่งแพลตฟอร์ม การค้นคว้าข้อมูล แบ่งเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) การ ค้นคว้าจากอินเทอร์เน็ต (2) การค้นคว้าจากห้องสมุด (3) การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้อง ผลการศึกษาสามารถนำไปปรับใช้ในกระบวนการเขียนบทเพื่อพัฒนาและเขียนบทซีรีส์ให้ดียิ่งขึ้น ต่อไปและเป็นแนวทางในการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดในยุคสตรีมมิ่งแพลตฟอร์มที่มีการแข่งขันสูง

## 7. ข้อเสนอแนะการวิจัย

### 7.1 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งนี้

- 1) สื่อออนไลน์หรือผู้ผลิตคอนเทนต์สามารถนำรูปแบบการเขียนบทของ Ramer Studio ไปปรับใช้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของเนื้อหา
- 2) ช่องยูทูปอื่น ๆ ควรให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของผู้ชม เช่น การวิเคราะห์คอมเมนต์ เพื่อปรับปรุงเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 3) ควรมีแนวทางหรือคู่มือให้ความรู้เกี่ยวกับ PDPA สำหรับนักผลิตสื่อเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาทางกฎหมายในการถ่ายทำ

## 7.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษารูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูปประเภทอื่น เช่น ช่องข่าวหรือสารคดี เพื่อเปรียบเทียบกับช่องคอนเทนต์บันเทิง
- 2) แนะนำให้ขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ได้มุมมองจากนักเขียนบทหรือโปรดิวเซอร์ในบริษัทที่ต่างกัน
- 3) ควรศึกษาผลกระทบของการมีส่วนร่วมของผู้ชมต่อความสำเร็จของคลิปในเชิงปริมาณ เช่น ยอดวิวหรืออัตราการแชร์

## 8. กิตติกรรมประกาศ

โครงการเอกเทศเรื่อง “รูปแบบการเขียนบทของช่องยูทูป บริษัท ละเมอสตูดิโอ ในบริบทสื่อดิจิทัล” ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาริษา สุจิตตนิช อาจารย์ประจำสาขานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาในการทำสารนิพนธ์ครั้งนี้ เสนอแนวทางในการทำสารนิพนธ์ตลอดจนการตรวจสอบแก้ไขปัญหาสารนิพนธ์เล่มนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้ศึกษาจึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ ขอขอบพระคุณ 1. นายอนันต์ ภาชนะปรีดา 2. ชลสิทธิ์ นาคใหม่ 3. นายสิริพงษ์ เพชรแดง ในบริษัท ละเมอสตูโຈจำกัດ ที่เสียเวลามาให้สัมภาษณ์เกี่ยวกับหน้าที่และกระบวนการทำงานของนักเขียนบท

## 9. เอกสารอ้างอิง (References)

- [1] Serirat, S. (2020). Changes in media consumption in the digital era: A case study of YouTube in Thailand. *Journal of Mass Communication Studies*, 12(2), 45–60. (In Thai)
- [2] Udompan, J. (2019). YouTube: The rising online video platform in Thailand. *Journal of Communication and Culture*, 8(1), 23–35. (In Thai)
- [3] Wichaio, W. (2021). Diversity of content on YouTube: Opportunities and challenges for content creators. *Journal of Mass Communication Research*, 15(3), 78–92. (In Thai)
- [4] Kongsawat, S. (2022). Audience engagement on YouTube: Behavior analysis and impacts. *Journal of Mass Communication Studies*, 16(2), 101–115. (In Thai)
- [5] Prasertsuk, N. (2023). YouTube business model: Opportunities and challenges for content creators. *Journal of Communication and Culture*, 9(1), 50–63. (In Thai)
- [6] Arunittiwit, R. (2018). Monetizing YouTube: Opportunities and challenges for content creators. *Journal of Mass Communication Research*, 14(4), 120–134. (In Thai)
- [7] Brown, M. (2015). Media consumption behavior of Thai people: Changes and impacts. *Journal of Communication and Culture*, 7(2), 22–34.
- [8] Iamindra, K. (2020). YouTubers: A new profession in the digital age. *Journal of Mass Communication Studies*, 13(1), 40–53. (In Thai)
- [9] Therdsiriphat, S. (2017). Presentation of YouTuber content: Styles and techniques. *Journal of Mass Communication Research*, 12(3), 88–102. (In Thai)
- [10] Vasinsuntorn, J. N. (2010). YouTube: Power and influence in the digital age. *Journal of Communication and Culture*, 5(1), 10–22. (In Thai)



- [11] Sarasith, T. (2015). YouTube usage statistics in Thailand: Trends and consumer behavior. *Journal of Mass Communication Research*, 11(2), 50–63. (In Thai)
- [12] Jittivanich, M. (2021). Changes in YouTube viewing in Thailand: Factors and impacts. *Journal of Mass Communication Studies*, 14(3), 75–89. (In Thai)
- [13] Kongsawat, S. (2022). Scriptwriting for YouTube: Techniques and guidelines. *Journal of Communication and Culture*, 8(4), 100–113. (In Thai)
- [14] Choti Wittaya, J. (2021). Content production for YouTube: A case study of Rame Studio. *Journal of Mass Communication Research*, 16(1), 30–44. (In Thai)
- [15] Sindhurattanaphan, N. (2021). Types and characteristics of content on inspirational speakers' YouTube channels. *Journal of Mass Communication Studies*, 17(2), 120–134. (In Thai)
- [16] Hongto, P., & colleagues. (2023). Creative techniques for popular YouTube advertisements in digital era Thailand. *Journal of Communication and Culture*, 10(1), 55–68. (In Thai)
- [17] Kanshipcha, S. (2024). Scriptwriting process of series: A case study of scriptwriting format under True CJ Creations [Unpublished independent study, University]. University Library. (In Thai)
- [18] Sukrita, H. (2022). Influence of co-appearance events of YouTubers on audience interaction with YouTubers [Unpublished independent study, University]. University Library. (In Thai)
- [19] Wattanasen, S. (2023). Factors affecting scriptwriting and the development process of series scripts for streaming platforms: A case study of GMM Studios International Co., Ltd. [Unpublished independent study, University]. University Library. (In Thai)