

การผลิตวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling)

เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

Digital Video Production Using Storytelling of The Death Railway

เกียรติภูมิ आयुวงศ์¹, ดนุรุต สาระบุญ², และ วิสิฐ ตั้งสถิตกุล^{3*}

Kiattiphoom Ayu Wong¹, Danurut Saraboon², and Wisit Tungsathikul^{3*}

1, 2, 3* หลักสูตรเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลและสื่อสารมวลชน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร

1, 2, 3* Digital Media and Mass Communication Technology Program, Rajamangala University of Technology Krungthep, Thailand

Received: May 16, 2023 Revised: June 28, 2023 Accepted: July 3, 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ วิธีการศึกษาเริ่มต้นจากการค้นคว้าหาข้อมูลจากหนังสือ บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแหล่งข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต จากนั้นได้ดำเนินการผลิตวิดีโอโดยใช้กระบวนการผลิตสื่อวิดีโอในรูปแบบ 3P คือ 1) ขั้นตอนก่อนการผลิต Pre – Production 2) ขั้นตอนการผลิต Production 3) ขั้นตอนหลังการผลิต Post – Production หลังจากนั้นนำสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ประเมินคุณภาพ พร้อมกับนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข และประเมินความพึงพอใจกับกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนทั่วประเทศ จำนวน 100 คน จากการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามตารางทาร์ยามาเน่ ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลการประเมินคุณภาพสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Story telling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ด้าน พบว่าในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 3.60, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. = 0.52 โดยผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าสื่อวิดีโอมีการรวบรวมข้อมูลมีความสอดคล้องกับเนื้อหาภาพ มีความคมชัด และมีการจัดวางตัวอักษรที่เหมาะสม 2) การประเมินความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน อยู่ในระดับมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) = 4.58, ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D.= 0.59 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเล่าเรื่องความที่สอดคล้องกับสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล เสียงบรรยายมีความชัดเจน และข้อมูลในสื่อวิดีโอมีประโยชน์

คำสำคัญ: วิดีโอในระบบดิจิทัล เทคนิคการเล่าเรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

*Corresponding author. Tel.: 085 342 7137

Email address: wisit.t@rmutk.ac.th

Abstract

This research aimed to produce digital video production by using storytelling of The Death Railway and to evaluate the satisfaction of the audiences towards the digital video using storytelling of The Death Railway. The research method was done by studying and collecting information from books, articles, and related resources on the Internet. Then 3P (Pre – Production, Production, Post - Production) process and storytelling were applied for video media production before handing to 3 experts for quality evaluation and revision. The samples of the research were 100 viewers selected by Yamane's calculation. The results showed that the quality evaluation towards the digital video using storytelling was on a high level, $(\bar{X}) = 3.60$ S.D. = 0.52 Expert opinions suggested that this video media be compiled in accordance with the visual content. Sharp and appropriate font placement, while the satisfactory evaluation was on the highest level, $(\bar{X}) = 4.58$ S.D.= 0.59. Subjects were satisfied with the narrative that was consistent with digital video media. Audio narration is clear, pleasant to listen to, and information in video media is useful.

Keywords: Digital Video, Storytelling, The Death Railway

บทนำ

จากแผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 - 2580 ในประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน โดยในบทนำได้ระบุไว้ว่า เพื่อการยกระดับการพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศที่มีรายได้สูงได้อย่างประสบความสำเร็จใน 20 ปี ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมีการขยายตัวและการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีขีดความสามารถทางการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในเวทีสากล ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันสำหรับประเทศไทยจึงได้มุ่งพัฒนาบนพื้นฐานแนวคิด 3 ประการ ได้แก่ 1) “ต่อยอดอดีต” โดยมองกลับไปที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย รวมทั้งความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศในด้านอื่น ๆ นำมาประยุกต์ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมโลกสมัยใหม่ 2) “ปรับปัจจุบัน” เพื่อปูทางสู่อนาคตผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศในมิติต่าง ๆ ทั้งโครงข่ายระบบคมนาคมและขนส่ง โครงสร้างพื้นฐานวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และดิจิทัล และการปรับสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการอนาคต และ 3) “สร้างคุณค่าใหม่ในอนาคต” ด้วยการเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการ พัฒนาคนรุ่นใหม่ รวมถึงปรับโมเดลธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด ผสมผสานกับยุทธศาสตร์ที่รองรับอนาคต บนพื้นฐานของการต่อยอดอดีตและปรับปัจจุบัน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561)

การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ทั่วไปโดยสามารถจำแนกได้ 3 ประการ ดังนี้ (1) การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความนิยมของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยว เพราะความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จได้ (2) การประชาสัมพันธ์เพื่อป้องกันและรักษาชื่อเสียงของชุมชนท้องถิ่น เพราะหากมีความเสียหายเกิดขึ้นในชุมชนท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะถูกทำลายด้วยเช่นกัน (3) การประชาสัมพันธ์เพื่อความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย นักท่องเที่ยวมักตีความการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวของตนเอง ดังนั้นการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันจึงถือว่าเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในปัจจุบัน นอกจากนี้ยังพบว่า การให้ข่าวสารทางการท่องเที่ยวด้วยการเผยแพร่อย่างมีประสิทธิภาพสามารถช่วยกระตุ้นและเร่งรัดให้

นักท่องเที่ยวก่อกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จึงเป็นหน้าที่ของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการช่วยกันให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย พร้อมทั้งชักจูงให้กลุ่มนักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ของไทยที่กระจายตัวอยู่ทุกภูมิภาคของไทย (Jittangwattana, 2005)

Storytelling เป็นรูปแบบการเล่าเรื่องแบบหนึ่ง ที่ใช้กระบวนการเล่าเหมือนนิทานหรือเรื่องราว นิยาย เรื่องเล่า ร้อยเรียงต่อกัน และสร้างอารมณ์ร่วมให้คนนั้นสนใจ ให้ความตั้งใจและจดจำเรื่องราวเหล่านั้นขึ้นมา ซึ่งจะมีทฤษฎีการเล่าเรื่องด้วยสูตร 5 Acts การตลาดผ่านการเล่าเรื่องนี้ไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่เป็นเรื่องที่ทำมานานมานับพัน ๆ ปี เช่น การเล่าเรื่องของกษัตริย์อียิปต์ในชัยชนะของสงคราม ผ่านภาพวาดบนกำแพง ซึ่งเป็นการโฆษณาชวนเชื่อด้วยเรื่องราวแบบหนึ่ง (Propaganda) หรือลำนาวีรบรูซสงครามในกรีซ หรือนิทานของโฮเมอร์ต่าง ๆ ก็เป็นการโฆษณาเรื่องคนผ่านการเล่าเรื่องแบบหนึ่ง การเล่าเรื่องแบบ Storytelling ทำให้ผู้บริโภคที่รู้สึกเหมือนได้เดินทางไปกับเรื่องเล่านั้น ทำให้คนนั้นจดจำเรื่องราวของเนื้อหานั้นได้มากกว่า และที่ส่งผลคือการทำให้คนที่บริโภคการเล่าเรื่องนั้นสามารถกลับมาดูหรือฟังใหม่ได้ ส่งต่อข้อความหรือเอาไปเล่าต่อได้ และสร้างความผูกพันเพิ่มเติม ด้วยเหตุนี้การทำ Storytelling จึงเป็นการทำ Content Marketing ที่แตกต่างจากการทำ Content อื่น ๆ การเล่าเรื่องนั้นเป็นเครื่องมือสำคัญในการตลาดในยุคนี้ การใช้ Storytelling นั้นคือการช่วยให้ผู้บริโภคที่เชื่อมต่อกับเรื่องราวที่จะบอกว่า แบนด์หรือสินค้าเราจะช่วยและให้ประโยชน์กับผู้บริโภคได้อย่างไร จากความเชื่อของแบนด์ที่เป็นเรื่องราวที่ตามมา การเล่าเรื่องที่ไม่ได้เชื่อมต่อกับคนนั้นสุดท้ายแล้วจะเป็นแค่เรื่องราวความบันเทิงแต่ไม่ได้สร้างมูลค่าต่าง ๆ ให้กับแบนด์หรือสินค้านั้นได้ เมื่อเริ่มต้นสร้างเรื่องราว การค้นหาหรือระบุว่าคุณลักษณะของเรานั้นจะช่วยผู้บริโภคได้อย่างไร คุณลักษณะที่เราจะมาช่วยแก้ปัญหาและทำให้ชีวิตผู้บริโภคดีขึ้นได้อย่างไรนั้นเป็นส่วนสำคัญ ประโยชน์ต่อผู้บริโภค ไม่ใช่คุณสมบัติ (Features) ของสินค้านั้น ๆ ทำให้เรานั้นเข้าถึงและสร้างความผูกพันว่าเราจะช่วยให้ผู้บริโภคดีขึ้น (กิติกร อนุเอียร, 2561)

ทางรถไฟสายมรณะ หรือ Burma Railway เป็นทางรถไฟสายประวัติศาสตร์ยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 แรงดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวไปนั่งรถไฟสายนี้ โดยเฉพาะช่วงข้ามสะพานแม่น้ำแคว จึงมีทั้งภาพเบื้องหน้าที่สวยงาม และข้างหลังภาพที่มีความสลดหดหู่ในความเป็นมนุษย์ร่วมโลกเมื่อครั้งมีสงคราม ทางรถไฟสายนี้ เริ่มต้นตั้งแต่บ้านหนองปลาตุก ซึ่งอยู่ในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผ่านจังหวัดกาญจนบุรี ก่อนเข้าสู่ประเทศพม่า ปลายทางที่เมืองตันปีอูชายัต แต่ปัจจุบันนี้ รถไฟไปสุดที่สถานีน้ำตกในไทยเท่านั้น (Go Out Thailand, 2564) ซึ่งวิกิพีเดีย (ม.ป.ป.) ได้ให้ข้อมูลว่าการท่องเที่ยวที่ทัศนียภาพที่สวยงาม โดยเฉพาะบริเวณถ้ำกระแซ ที่เส้นทางรถไฟจะลัดเลาะไปตามเชิงผาเลียไปกับลำน้ำแควน้อย ปัจจุบันทางรถไฟสายนี้สุดปลายทางที่บ้านท่าเสาหรือสถานีน้ำตก ระยะทางจากสถานีกาญจนบุรีถึงสถานีน้ำตกเป็นระยะทางประมาณ 77 กิโลเมตร การรถไฟแห่งประเทศไทยเปิดบริการเดินรถไฟขบวนปกติ ธนบุรี - น้ำตก ทุกวัน และจัดขบวนพิเศษสายกรุงเทพฯ - น้ำตก ไทรโยคน้อย ทุกวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการ

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาเรื่อง การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล เรื่อง การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ เนื่องจากเห็นว่าเป็นเทคนิคการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจรูปแบบหนึ่ง และยังสามารถกระตุ้นความน่าสนใจนักท่องเที่ยวทั้งในพื้นที่และนอกพื้นที่ ผ่านการรับชมทางสื่อสังคมออนไลน์

จุดประสงค์การวิจัย

1. เพื่อผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้รับชมสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

หลักการ แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาหลักการ แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การผลิตสื่อวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์

การผลิตสื่อวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์ หมายถึง การนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร เพื่อให้ผู้คนได้รับรู้ เข้าใจในเนื้อหาเรื่องราวของบุคคลคณะทำงาน หน่วยงาน องค์กรหรือสถาบันใด ๆ ก็ตาม ต่างมุ่งหวังให้ผู้คนได้รับรู้ เข้าใจตามเจตนารมณ์ที่วางไว้ การประชาสัมพันธ์ เป็นการนำเสนอสิ่งต่าง ๆ ตั้งแต่รูปแบบของการนำเสนอระยะเวลาโอกาส นอกจากจะเสนอเรื่องราวเป็นข้อมูลข่าวสารแล้ว ยังคาดหวังถึงความเข้าใจอันดีของปวงประชาหรือมวลชนที่เป็นผู้รับข่าวสารนั้น ๆ ด้วยสื่อสำหรับการประชาสัมพันธ์ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จากการบอกเล่าด้วยคำพูดหรือสื่อสารในลักษณะของเสียงตามสาย คลื่นเสียงจากวิทยุกระจายเสียงหรือในลักษณะของสิ่งพิมพ์ มาจนกระทั่งการใช้สื่อโทรทัศน์และภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการใช้กระบวนการทางสื่อสารมวลชนครบถ้วน ในแต่ละประเภทแต่ละชนิดของสื่อ ย่อมมีประสิทธิผลและประสิทธิภาพแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสภาพการใช้งาน ความเหมาะสมของเนื้อหาเรื่องราว และจุดมุ่งหมายของงานที่ผู้นำเสนอต้องการ สื่อที่ได้รวบรวมเอาคุณสมบัติเด่นของสื่อแต่ละอย่างมาไว้ด้วยกัน ทั้งการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราว ความมีสีสัน ความกระชับของเนื้อหา มีภาพเคลื่อนไหว มีเสียงประกอบที่สร้างบรรยากาศให้ดูตื่นตาตื่นใจในรูปลักษณะของสื่อประสม (Multimedia) จัดทำได้สะดวก ลดต้นทุน สามารถแต่งเติมสีสันให้เป็นภาพลักษณ์ที่ดีได้มากมาย สื่อที่นิยมใช้ในงานประชาสัมพันธ์มากกว่าสื่ออื่นใด ในปัจจุบันนี้ก็คือ สื่อวิดีโอ (ศรายุทธ กิตติเนตรชนก, 2560)

2. เส้นทางรถไฟสายมรณะ

ทางรถไฟสายมรณะ สร้างขึ้นในสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยรัฐบาลญี่ปุ่นขอยืมเงินจากรัฐบาลไทย จำนวน 4 ล้านบาท การก่อสร้างใช้เวลาในการสร้างเสร็จเพียง 1 ปี วัตถุประสงค์หลักของเส้นทางรถไฟมีไว้เพื่อใช้ลำเลียงปัจจัยสนับสนุนกองทัพญี่ปุ่นในพม่าที่จะเข้าโจมตีกองกำลังบริติชในอินเดีย ตัดเส้นทางลำเลียงทางบกและทางอากาศที่ฝ่ายสัมพันธมิตรใช้สนับสนุนประเทศจีน ณ ขณะนั้น ทางรถไฟถูกก่อสร้างในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2485 โดยจากฝั่งไทยเริ่มสร้างมาจากสถานีรถไฟชุมทางหนองปลาดุก อำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี ผ่าน จังหวัดกาญจนบุรี ข้ามแม่น้ำแควใหญ่ โดยสะพานข้ามแม่น้ำแคว ไปทางทิศตะวันตกจนถึงด่านเจดีย์สามองค์ ส่วนทางตะวันตกสร้างมาจากเมืองตันบูช้ายัต รัฐมอญ ประเทศพม่า และทำพิธีเชื่อมต่อกันสำเร็จเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2486 ที่สถานีรถไฟแก่งคอยท่า ปัจจุบันอยู่ในพื้นที่ ตำบลปรังเผล อำเภอสงขลาบุรี จังหวัดกาญจนบุรี ใต้ระดับน้ำของเขื่อนวชิราลงกรณ์ โดยเส้นทางรถไฟสายนี้ใช้เวลาสร้างทั้งสิ้นราวหนึ่งปี และเปิดใช้งานเดือนธันวาคม พ.ศ. 2486 โดยระยะทางจากสถานีชุมทางหนองปลาดุกถึงสถานีตันบูช้ายัตรวม 415 กิโลเมตร เป็นรางขนาดกว้าง 1 เมตร อยู่ในเขตประเทศไทยประมาณ 303.95 กิโลเมตร และอยู่ในเขตพม่า 111.05 กิโลเมตร มีสถานีจำนวน 37 สถานี การสร้างสะพานและทางรถไฟสายนี้เต็มไปด้วยความยากลำบาก มีการใช้แรงงานเชลยศึกสัมพันธมิตร 61,811 ราย และแรงงานเอเชียที่เกณฑ์มา รวมทั้งผู้ที่มาเพราะถูกโฆษณาว่าเป็นงานได้รับค่าตอบแทนที่ดี มีแรงงานทั้งที่เป็นชาวจีน เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย พม่า อินเดีย รวมทั้งแรงงานไทยด้วย บางช่วงมีแรงงานเอเชียทำงานมากกว่า 300,000 ราย โดยญี่ปุ่นเรียกแรงงานจากเอเชียรวม ๆ กันว่า "โรมุชะ" (Romusha) หรือ "แรงงาน" เมื่อแปลเป็นภาษาไทย ในช่วงการก่อสร้างมีการทารุณเชลย ความโหดร้ายของสงคราม โรคภัย และการขาดแคลนอาหาร ทำให้มีผู้เสียชีวิตจำนวนมาก ในจำนวนนี้เป็นเชลยศึกสัมพันธมิตร 12,621 คน และในบรรดาแรงงานเอเชียที่มาทำงานทั้งหมด 300,000 รายนั้น ยังมีข้อมูลบางแหล่งที่ประเมินว่าอาจมีแรงงานเอเชียเสียชีวิตในช่วงที่ก่อสร้างทางรถไฟสูงถึงร้อยละ 50 เมื่อสงครามสิ้นสุด การสูญเสียถูกจดจำและพูดถึงด้วยหลุมศพ พิพิธภัณฑสถานและพิพิธภัณฑ์ แต่นั่นเป็นความทรงจำที่ทหารฝ่ายสัมพันธมิตรได้รับ ในทางกลับกัน "โรมุชะ" กลับไม่ได้รับการรำลึกหรือจดจำในทางเดียวกัน สิ่งที่พอเป็นที่จดจำรำลึกก็มีสุสานของวัดถาวราราม ที่มีสถูปบรรจุกระดูกของแรงงานผู้เสียชีวิตในช่วงของการก่อสร้างทางรถไฟ โดยเป็นการรวบรวมซากกระดูกของผู้เสียชีวิตซึ่งเป็น

แรงงานเอเชีย เมื่อ พ.ศ. 2491 โดยรวบรวมได้กว่า 4,500 ราย โดยชุมชนรอบวัดถาวรารามมีการจัดทำบุญอุทิศส่วนกุศลเป็นประจำทุกปีในช่วงใกล้เคียงกับเทศกาลเซ็งเม้ง และอนุสรณ์สถานที่สร้างโดยญี่ปุ่นใกล้กับสะพานแม่น้ำแควเพื่อไว้อาลัยดวงวิญญาณทหารสัมพันธมิตรและผู้เกี่ยวข้อง สร้างโดยกองทัพญี่ปุ่นใกล้กับสะพานข้ามแม่น้ำแคว โดยในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2487 ระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 เพื่อไว้อาลัยให้ดวงวิญญาณทหารสัมพันธมิตรและผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้เสียชีวิตในการก่อสร้างทางรถไฟไทย-พม่า ในป้ายระบุด้วยว่าในเดือนมีนาคมของทุก ๆ ปี จะมีชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยมาร่วมชุมนุมกันเพื่อประกอบพิธีรำลึกถึงผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว (เยี่ยมยุทธ์ สุทธิฉายา, 2561)

3. เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling)

ความหมายของการเล่าเรื่อง (Storytelling) เป็นวิธีการหรือเครื่องมือประเภทหนึ่งของการจัดการความรู้ในการดึงเอาความรู้หรือประสบการณ์ที่อยู่ภายในตัวของผู้ออกมาเล่า หรือถ่ายทอดให้บุคคลอื่นฟัง โดยเป็นเรื่องที่ซาบซึ้ง ประทับใจ ผู้ฟังสามารถนำเอาความรู้ หรือประสบการณ์ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการทำงาน โดยไม่ต้องเสียเวลาเริ่มต้นในการศึกษาเรื่องนั้น ๆ ใหม่ (กิติกร อนุเชียร, 2561) ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้ทฤษฎีการเล่าเรื่องของ Dale Carnegie's Magic Dale Carnegie เจ้าของหนังสือขายดีตลอดกาลอย่าง “How to win friend and influence people” หรือชื่อในภาษาไทยว่า “วิธีชนะมิตรและจูงใจผู้คน” และผู้มีอิทธิพลในการสร้างสูตรการเล่าเรื่อง 3 ขั้นตอน เพื่อดึงดูดความสนใจ และสร้างความน่าเชื่อถือ ได้แก่ (ฟ้า ขวาลธวัช, 2560)

3.1 Incident (อุบัติเหตุการณ์) ประสบการณ์ส่วนบุคคล โดยการเล่าเรื่องเหตุการณ์ของคุณเพื่อช่วยให้ผู้ฟังรู้สึกร่วมกับคุณและแบ่งปันประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกัน

3.2 Action (ลงมือปฏิบัติ) แสดงให้ผู้ฟังเห็นถึงความจำเป็นที่ต้องดำเนินการเพื่อแก้ไขเหตุการณ์โดยพวกเขาสามารถลงมือทำ ด้วยการช่วยเหลือจากแบรนด์ ซึ่งคุณต้องเตรียมการเล่าที่จะต้องมีความชัดเจน เพราะไม่มีใครคิดว่าผู้อ่านจะเข้าใจได้ทันที และรู้ว่าจะต้องทำอะไรต่อ หลังจากที่ฟังเรื่องราวของคุณ

3.3 Benefit (ประโยชน์) แสดงให้เห็นว่าทำไมพวกเขาถึงต้องทำตามและพวกเขาจะได้ประโยชน์อะไร การวางโครงร่างให้ชัดเจนจะช่วยให้ผู้ฟังดำเนินการตามที่คุณต้องการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนดังนี้

1. ผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ โดยใช้กระบวนการผลิตสื่อวิดีโอที่ครบรูปแบบ 3P ดังนี้ 1) ขั้นตอนเตรียมการก่อนการผลิต (Pre-Production) ทำการศึกษาหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เกี่ยวกับเส้นทางรถไฟสายมรณะ และนำข้อมูลที่ได้อ่านมาเขียนบทของการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ ต่อมาได้ดำเนินการเขียน Shooting Script และจัดทำ Storyboard วางแผนสำหรับการถ่ายทำการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ จากนั้นได้เดินทางไปสำรวจสถานที่ถ่ายทำจริง และจัดเตรียมอุปกรณ์สำหรับการถ่ายทำการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ 2) ขั้นตอนการผลิต (Production) ดำเนินการถ่ายทำตามขั้นตอนการเตรียมการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ และตรวจสอบความสมบูรณ์ของวิดีโอ Footage หากเกิดกรณีเกิดความผิดพลาดให้ดำเนินการแก้ไขหรือถ่ายทำใหม่ จากนั้นดำเนินการอัดเสียงบรรยาย (Voice over) ตามบท (Script) และวิดีโอ Footage เพื่อถ่ายทอดเนื้อหา 3) กระบวนการหลังการผลิต (Post-Production) นำไฟล์วิดีโอ Footage และเสียงบรรยาย (Voice over) มาตัดต่อลำดับภาพและเสียง ประกอบกับเสียงดนตรี Background Music และคำบรรยายใต้ภาพ (Subtitle)

จากนั้นทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของสื่อวิดีโอ และนำแบบประเมินคุณภาพสื่อให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประเมินคุณภาพสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

2. นำสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ เผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook Fanpage ททท. สำนักงานกาญจนบุรี : TAT Kanchanaburi Office

3. นำแบบประเมินความพึงพอใจให้กลุ่มตัวอย่าง ประชาชนทั่วประเทศ จำนวน 100 คน ทำการประเมินความพึงพอใจสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร : ประชาชนทั่วประเทศ จำนวน 66,056,865 คน (กระทรวงมหาดไทย, 2566)

กลุ่มตัวอย่าง : จำนวน 100 คน จากตารางสำเร็จรูปของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane) ในระดับค่าความคลาดเคลื่อน ± 10 โดยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

1. สื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

2. แบบประเมินคุณภาพสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ โดยใช้มาตราส่วน 5 ระดับ (Rating Scale) ผ่านขั้นตอนตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)

3. แบบประเมินความพึงพอใจสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ผ่านขั้นตอนตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการศึกษา เรื่อง การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ มีขั้นตอนดังนี้

1. ดำเนินการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

2. นำแบบประเมินคุณภาพให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ประกอบไปด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 1 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคการเล่าเรื่อง 1 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล 1 ท่าน ประเมินคุณภาพสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Story telling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

3. นำสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Story telling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ เผยแพร่ผ่านช่องทาง Facebook Fanpage ททท. สำนักงานกาญจนบุรี : TAT Kanchanaburi Office

4. นำแบบประเมินความพึงพอใจให้กลุ่มตัวอย่างประชาชนทั่วประเทศ จำนวน 100 คน ทำการประเมินความพึงพอใจสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

5. นำผลการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจ มาสรุป วิเคราะห์ผลการศึกษา และอภิปรายผล

6. ดำเนินการนำเสนอผลการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพ หลังจากให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ทำการประเมินคุณภาพสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Average) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินค่าเฉลี่ยเลขคณิต ระดับความคิดเห็นมีเกณฑ์น้ำหนักคะแนนดังนี้ ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51 - 5.00 หมายถึง มีคุณภาพมากที่สุด 3.51 - 4.50 หมายถึง มีคุณภาพมาก 2.51 - 3.50 หมายถึง มีคุณภาพปานกลาง 1.51 - 2.50 หมายถึง มีคุณภาพน้อย และ 1.00 - 1.50 หมายถึง มีคุณภาพน้อยที่สุด

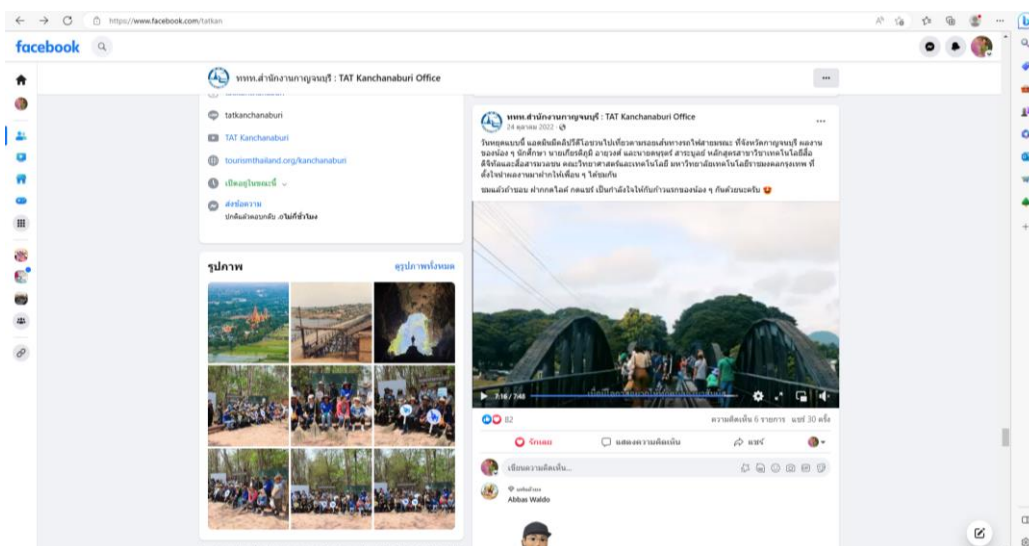
ส่วนที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจ หลังจากทีกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน ทำการประเมินความพึงพอใจสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลเป็นที่เรียบร้อยแล้ว นำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Average) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินค่าเฉลี่ยเลขคณิต ระดับความคิดเห็นมีเกณฑ์น้ำหนักคะแนนดังนี้ ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย และ 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ผลการวิจัยและการอภิปรายผล

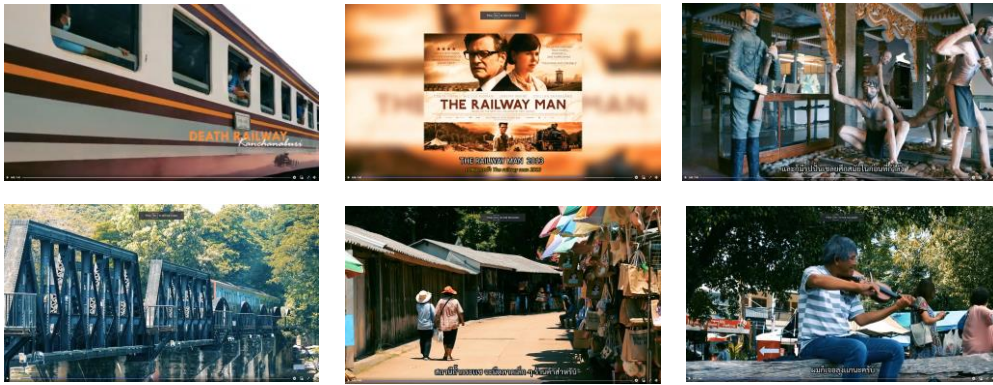
ผลการวิจัย ผลการวิจัยเรื่องการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ผลการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ จำนวน 1 คลิป มีความยาว (Duration) 7.48 นาที ซึ่งการดำเนินเรื่องได้ใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) แบบ Dale Carnegie's Magic ซึ่งมีสูตรการเล่าเรื่อง 3 ขั้นตอน คือ 1) Incident (อุบัติการณ์) โดยดำเนินเรื่องจากประสบการณ์ส่วนบุคคลที่ประทับใจ ผ่านการชมภาพยนตร์เรื่อง The Railway Man 2) Action (ลงมือปฏิบัติ) พาท่องเที่ยวในสถานที่จริง ไม่ว่าจะปีน เส้นทางรถไฟสายมรณะ สะพานข้ามแม่น้ำแคว สุสานเชลยศึก พิพิธภัณฑสถานสงครามโลกครั้งที่สอง และถ้ำกระแซ 3) Benefit (ประโยชน์) ได้กล่าวถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวในพื้นที่เส้นทางรถไฟสายมรณะ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวมาสัมผัสกับความรู้ทางประวัติศาสตร์ บรรยากาศธรรมชาติ และวิถีชีวิตของผู้คนในพื้นที่ ซึ่งสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ ได้มีการเผยแพร่ผ่าน ช่องทาง Facebook Fanpage ททท. สำนักงานกาญจนบุรี : TAT Kanchanaburi Office สามารถเข้าถึงได้ที่ <https://www.facebook.com/tatkan/videos/543712984229470>



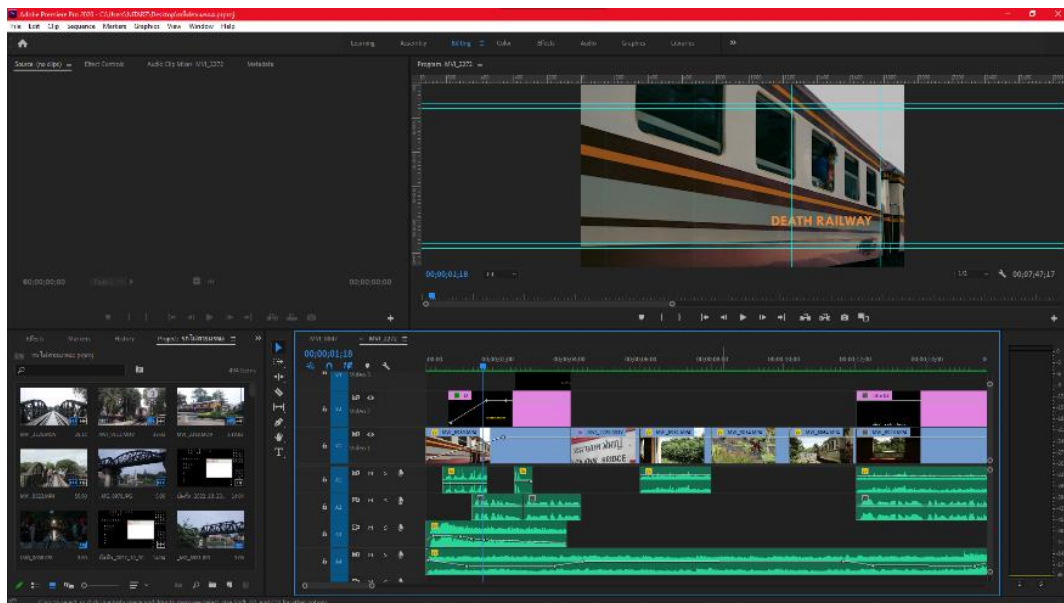
ภาพที่ 1 การเผยแพร่สื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ ผ่าน ช่องทาง Facebook Fanpage ททท. สำนักงานกาญจนบุรี : TAT Kanchanaburi Office



ภาพที่ 2 สื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ



ภาพที่ 3 เบื้องหลังการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ



ภาพที่ 4 ภาพการตัดต่อลำดับภาพและเสียงสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

2. ผลการประเมินคุณภาพสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ

จากแบบประเมินคุณภาพของการผลิตสื่อวิดีโอที่ค้นเรื่อง การผลิตวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ ของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ผู้วิจัยได้รวบรวมความคิดเห็นมาวิเคราะห์ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบประเมินคุณภาพ

(n=3)

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
1. ด้านเนื้อหาเส้นทางรถไฟสายมรณะ			
1.1 ข้อมูลมีความชัดเจน ถูกต้อง	3.67	0.58	มาก
1.2 ปริมาณเนื้อหาเหมาะสม	3.67	0.58	มาก
1.3 การรวบรวมข้อมูลมีความสอดคล้องกับเนื้อหาภาพของสื่อวิดีโอ	4.00	1.00	มาก
1.4 การเขียนบทมีความต่อเนื่องและเหมาะสม	3.67	0.58	มาก
1.5 การเรียงลำดับเนื้อหา มีความเหมาะสม	3.67	1.15	มาก
1.6 แหล่งที่มาของข้อมูลมีความชัดเจน	3.33	1.15	ปานกลาง
รวม	3.81	0.57	มาก
2. ด้านเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling)			
2.1 การเล่าเรื่องมีความรู้สึกร่วมด้วย	3.00	1.00	ปานกลาง
2.2 การเล่าเรื่องสามารถสร้างความสนใจได้	3.00	1.73	ปานกลาง
2.3 การเล่าเรื่องสามารถสร้างความน่าเชื่อถือของสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล	3.00	2.00	ปานกลาง
2.4 เทคนิคการเล่าเรื่อง มีความเหมาะสม	3.67	1.53	มาก
2.5 ข้อมูลในการเล่าเรื่อง มีความสอดคล้องกับวิดีโอในระบบดิจิทัล	4.00	1.00	มาก
รวม	3.33	0.45	ปานกลาง
3. ด้านการผลิตวิดีโอในระบบดิจิทัล			
3.1 การจัดวางตัวอักษร TEXT มีความเหมาะสม	4.67	0.58	มากที่สุด
3.2 การแทรกภาพนิ่งในสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล มีความเหมาะสม	3.67	1.53	มาก
3.3 เสียงบรรยายมีความดึงดูดหรือเสียงพิเศษสามารถกระตุ้นความดึงดูด	3.33	1.53	ปานกลาง
3.4 การลำดับเนื้อหาเรื่องมีความต่อเนื่องสัมพันธ์กัน	3.33	0.58	ปานกลาง
3.5 คุณภาพของวิดีโอในระบบดิจิทัลมีความชัด	5.00	0.00	มากที่สุด
3.6 สื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลมีความทันสมัย	3.33	1.15	ปานกลาง

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
3.7 Mood and Tone ภาพและเสียงมีความเหมาะสม	3.33	0.58	ปานกลาง
รวม	3.67	0.29	มาก
รวมทั้งหมด	3.60	0.52	มาก

จากตารางพบว่า จากการประเมินคุณภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.60 หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านเนื้อหาเส้นทางรถไฟสายมรณะ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.81 รองลงมาพบว่า ด้านการผลิตวิดีโอในระบบดิจิทัล มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.67 และด้านเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) พบว่า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.33 ตามลำดับ

อภิปรายผล จากผลการศึกษาพบว่า การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่องเส้นทางรถไฟสายมรณะ มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก หากพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านเนื้อหาเส้นทางรถไฟสายมรณะ มีคุณภาพในระดับมาก เป็นอันดับที่ 1 โดยมีการรวบรวมข้อมูลมีความสอดคล้องกับเนื้อหาภาพของสื่อวิดีโอ รองลงมาคือ ด้านการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล ซึ่งมีคุณภาพของสื่อวิดีโอมีความคมชัด และมีการจัดวางตัวอักษรที่เหมาะสม สอดคล้องกับ อณพสิษฐ์ ไชยเชษฐ์, รัชดา ภักดียิ่ง, และจรรยา ปันพวงกูร (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การผลิตสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดขอนแก่น ซึ่งผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยการนำเสนอเนื้อหาตรงตามวัตถุประสงค์ มีคุณค่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการเผยแพร่ได้ และการนำเสนอเนื้อหาครบถ้วน รองลงมาคือ การนำเสนอเนื้อหาที่มีความกระชับ เข้าใจง่าย ซึ่งผลการศึกษาของ เมธาวิณ สาระยาน (2564) พบว่า องค์ประกอบที่น่าสนใจนำไปประยุกต์ใช้ในสื่อวีดิทัศน์ที่ใช้ในการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในชุมชนบ้านในดง เนื้อหาต้องมีการนำเสนอที่หลากหลายน่าสนใจครอบคลุมในกิจกรรมต่าง ๆ ใช้การสื่อสารที่ง่ายต่อการสร้างความเข้าใจ และการจดจำซึ่งจะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ทุกกลุ่ม การนำเสนอมีการใช้เทคนิคการเล่าเรื่องของผู้ดำเนินรายการ การสัมภาษณ์สลับกับบทบรรยาย และใช้เสียงดนตรีประกอบ เพื่อสร้างความน่าสนใจ และสอดคล้องกับ ถาวรสายสืบ (2546) ที่ได้กล่าวถึงแนวคิดการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อวีดิทัศน์ ว่าเป็นสื่อที่มีความพร้อมในลักษณะของมัลติมีเดีย (Multimedia) ซึ่งได้รวบรวมเอาความโดดเด่นของรูปแบบ และแนวทางการนำเสนอที่สมบูรณ์ครบถ้วนไว้ทั้งภาพเคลื่อนไหว เสียงประกอบ คอมพิวเตอร์กราฟิก และเทคนิคพิเศษอีกมากมาย

3. ผลการประเมินความพึงพอใจสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่องเส้นทางรถไฟสายมรณะ

จากแบบประเมินความพึงพอใจสื่อวิดีโอที่ค้นเรื่อง การผลิตวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่อง เส้นทางรถไฟสายมรณะ จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ผู้วิจัยได้รวบรวมความคิดเห็นมาวิเคราะห์ในรูปแบบของตาราง ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบประเมินความพึงพอใจ

(n=100)

รายละเอียด	ค่าเฉลี่ย (\bar{x})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	ความหมาย
1. ด้านเนื้อหาเส้นทางรถไฟสายมรณะ			
1.1 การนำเสนอข้อมูลมีความสมบูรณ์ชัดเจน	4.59	0.57	มากที่สุด
1.2 การนำเสนอข้อมูลตรงตามปัจจุบัน ทันสมัย	4.56	0.59	มากที่สุด
1.3 ปริมาณการนำเสนอเนื้อหาภายในสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลมีความเหมาะสม	4.55	0.63	มากที่สุด
1.4 สื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลสามารถให้ข้อมูลได้เข้าใจง่าย	4.58	0.61	มากที่สุด
1.5 ข้อมูลเนื้อหาสมจริง	4.59	0.59	มากที่สุด
1.6 ข้อมูลสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลเป็นประโยชน์	4.63	0.56	มากที่สุด
รวม	4.58	0.59	มากที่สุด
2. ด้านเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling)			
2.1 เทคนิคการเล่าเรื่องมีความน่าสนใจเหมาะสม	4.53	0.66	มากที่สุด
2.2 การเล่าเรื่องมีอารมณ์ความรู้สึกร่วมด้วย	4.46	0.63	มากที่สุด
2.3 การวางเรื่องสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลมีความน่าดึงดูด	4.49	0.64	มากที่สุด
2.4 การเล่าเรื่องมีความสอดคล้องกับสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล	4.63	0.60	มากที่สุด
2.5 การเล่าเรื่องมีประโยชน์กับผู้รับชม	4.61	0.58	มากที่สุด
รวม	4.54	0.62	มากที่สุด
3. ด้านการผลิตวิดีโอในระบบดิจิทัล			
3.1 สื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลมีความชัดเจน	4.59	0.59	มากที่สุด
3.2 เสียงและเอฟเฟกต์มีความเหมาะสมพอดี	4.57	0.61	มากที่สุด
3.3 ตัวอักษรบรรยายมีความชัดเจนและเหมาะสม	4.60	0.57	มากที่สุด
3.4 เสียงบรรยายสื่อในระบบดิจิทัล มีความชัดเจน น่าฟัง	4.63	0.56	มากที่สุด
3.5 การดำเนินเรื่องมีความต่อเนื่องไม่ขาดตอน	4.58	0.59	มากที่สุด
3.6 โทนภาพและเสียงในสื่อวิดีโอมีความน่าสนใจ	4.60	0.55	มากที่สุด
รวม	4.60	0.58	มากที่สุด
รวมทั้งหมด	4.58	0.59	มากที่สุด

จากตารางพบว่า จากการประเมินความพึงพอใจ ในภาพรวมพบว่ามีความพึงพอใจระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด (\bar{X}) เท่ากับ 4.58 หากพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการผลิตวิดีโอในระบบดิจิทัล มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.60 อันดับที่ 1 ลำดับรองลงมาคือ ด้านข้อมูลเส้นทางรถไฟสายมรณะ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.58 และลำดับสุดท้าย ด้านเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.54

อภิปรายผล จากผลการศึกษาพบว่า การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่องเส้นทางรถไฟสายมรณะ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด หากพิจารณารายด้าน ด้านการผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล มีระดับความพึงพอใจมากที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านเนื้อหาเส้นทางรถไฟสายมรณะ และด้านเทคนิคการเล่าเรื่องแบบ Storytelling มีคุณภาพในระดับมากที่สุดตามลำดับ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อการเล่าเรื่องความที่สอดคล้องกับสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล เสียงบรรยายมีความชัดเจน น่าฟัง และข้อมูลในสื่อวิดีโอมีประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง แนวทางในการพัฒนาและสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ บนเส้นทางรถไฟสายมรณะ (อภิญญา บัศคา ลา และอรุณ นภาพร, 2552) ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้เกิดการพัฒนาและตีความแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในการพัฒนาโดยเชื่อว่าการท่องเที่ยวจะเป็นการสื่อความหมายมรดกวัฒนธรรมที่ดีวิธีหนึ่ง ส่วนจะมีการจัดการการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับว่าเราต้องการตีความและสื่อความหมายเรื่องใดพร้อมทั้งได้ทราบถึงแหล่งประวัติศาสตร์ที่สมควรได้รับการพัฒนามากที่สุด และเหตุผลสนับสนุนในด้านคุณค่าความสำคัญทางมรดกวัฒนธรรมและสิ่งที่ต้องการสื่อความหมาย และสอดคล้องกับ Dale Carnegie (Dale Carnegie Training, 2014) ได้กล่าวไว้ว่า จุดประสงค์ของการเล่าเรื่องคือการทำให้ผู้ชมเห็นสิ่งที่คุณเห็น ได้ยินในสิ่งที่คุณได้ยิน รู้สึกถึงรายละเอียดที่เป็นรูปธรรม มีภาษาที่มีสีสัน วิธีที่ดีที่สุด คือการสร้างเหตุการณ์ขึ้นใหม่ตามที่เกิดขึ้น และสร้างภาพให้ผู้ชมเห็น

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่องเส้นทางรถไฟสายมรณะ พบว่า ได้สื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่องเส้นทางรถไฟสายมรณะ จำนวน 1 คลิป มีความยาว (Duration) 7.48 นาที การดำเนินเรื่องได้ใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) แบบ Dale Carnegie's Magic เผยแพร่ผ่าน ช่องทาง Facebook Fanpage ททท สำนักงานกาญจนบุรี .: TAT Kanchanaburi Office จากการประเมินคุณภาพ โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า มีคุณภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 3.60 จะเห็นได้ว่า สื่อวิดีโอมีการรวบรวมข้อมูลมีความสอดคล้องกับเนื้อหาภาพ มีความคมชัด และมีการจัดวางตัวอักษรที่เหมาะสม และผลการประเมินความพึงพอใจ จากกลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนทั่วประเทศ จำนวน 100 คน พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.57 กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจในการเล่าเรื่องความที่สอดคล้องกับสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัล เสียงบรรยายมีความชัดเจน และข้อมูลในสื่อวิดีโอมีประโยชน์ จะเห็นได้ว่า การผลิตสื่อวิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) สามารถช่วยให้การถ่ายทอดเนื้อหา และการนำเสนอเนื้อหาภาพในสื่อวิดีโอ มีความน่าสนใจมากขึ้น ประกอบกับคุณภาพที่ดีของความคมชัดของรายละเอียดภาพ และความคมชัดของเสียงบรรยาย รวมถึงเนื้อหาที่เป็นประโยชน์ที่ส่งผลกับพัฒนา และสร้างคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกาญจนบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเผยแพร่สื่อ วิดีโอในระบบดิจิทัลโดยใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) เรื่องเส้นทางรถไฟสายมรณะ ผ่านช่องทาง Facebook Fanpage ททท. สำนักงานกาญจนบุรี : TAT Kanchanaburi Office และขอขอบพระคุณ หัวหน้าหลักสูตร คณาจารย์ และเจ้าหน้าที่

หลักสูตรเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลและสื่อสารมวลชน คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ที่ได้ให้การสนับสนุนในทุก ๆ ด้านสำหรับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

การอ้างอิง

- กระทรวงมหาดไทย. (2566). *สถิติประชากรในทะเบียนราษฎร*. <https://stat.bora.dopa.go.th>
- กิติกร อนุเจียร. (2561). *เทคนิคการสื่อสาร เล่าเรื่องแบรนด์ให้น่าสนใจผ่าน Storytelling*. <https://www.marketingoops.com/exclusive/insider-exclusive/storytelling/>
- ถาวร สายสืบ. (2546). *เอกสารประกอบคำสอนเรื่องการผลิตรายการโทรทัศน์*. พิษณุโลก: ภาควิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ฟ้า ขวาลวัช. (2560). *7 สูตรการเล่าเรื่อง Storytelling ให้แบรนด์ของคุณเป็นที่น่าจดจำ*. <https://stepstraining.co/content/7-formula-storytelling>
- เมธาวิน สาระยาน. (2564). *การสร้างสรรค์สื่อวีดิทัศน์เพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านในดง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี*. วารสารนิเทศศาสตร์ มธส. 11(1), 1-12. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JOCASTOU/article/view/250532>
- เยี่ยมยุทธ์ สุทธิฉายา. (2561). *75 ปีทางรถไฟสายมรณะ-ญาติแรงงานชาวเอเชียหวังให้ในบันทึกไม่ได้มีแค่ฝ่ายตะวันตก*. <https://prachatai.com/journal/2018/10/79172>
- วิกิพีเดีย.(ม.ป.ป.) *ทางรถไฟสายมรณะ*. <https://th.wikipedia.org/wiki/ทางรถไฟสายมรณะ>
- ศรายุทธ กิตติเนตรชนก. (2560). *การผลิตสื่อวีดิทัศน์ประชาสัมพันธ์สำหรับแนะแนว การศึกษาโรงเรียนกันตะบุตร*. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hssj/article/view/245955>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *แผนยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580*. สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- อนมลพิษชัย ไซเชษฐ์, รัชดา ภัคตียิ่ง, และจรียา ปันทังกูร. (2564). *การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดขอนแก่น*. Journal of Buddhist Education and Research: JBER. 7(1), 120-129. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jber/article/download/248569/168533/885292>
- อภิญา บัคคาลา และอรุณ นภาพร. (2552). *แนวทางในการพัฒนาและสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ บนเส้นทางรถไฟสายมรณะ*. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 31(2), 9-15. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/7133>
- Dale Carnegie Training. (2014). *The art of storytelling*. https://nsageorgia.org/images/downloads/First_Coffee_Meeting_Handouts/artstorytellingdalecarnegie.pdf
- Go Out Thailand. (2564). *ทางรถไฟสายมรณะ ถ้ำกระแซ หรือ Burma Railway*. <https://www.gooutthailand.com/burma-railway/#>
- Jittangwattana, B. (2005). *Tourism Industry Thailand's Never-Ending Business*. C.P. Book Standard