

กลวิธีการตั้งชื่อคลิปการสปอยล์ภาพยนตร์ในแพลตฟอร์มยูทูบ*

NAMING TECHNIQUES MOVIE SPOILER CLIPS ON THE YOUTUBE PLATFORM

* ณัฐกมล กองคำ, นิตยา วรณกิตร์

Nattakamon Kongkum, Nittaya Wannakit

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, ประเทศไทย

Maharakham University, Maharakham, Thailand

*Corresponding Author, E-mail: icekamol39@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการตั้งชื่อคลิปการสปอยล์ภาพยนตร์ในยูทูบ รวบรวมข้อมูลจาก 10 ช่องสปอยล์ภาพยนตร์ยอดนิยมของประเทศไทย รวมคลิปทั้งสิ้น 500 รายการ จากนั้นจึงวิเคราะห์ข้อมูลโดยประยุกต์กลวิธีการตั้งชื่อนวนิยายและเรื่องสั้นของเถิง พันธุ์เถิงอมร ขึ้นใหม่ 11 กลวิธี แล้วนำเสนอผลการวิจัยด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ในลำดับต่อไป

ผลการวิจัยพบว่า การใช้กลวิธีการตั้งชื่อคลิปโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ 1) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้คำว่า “สปอย” หรือ “สปอยล์” ร้อยละ 24.53 2) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเหตุการณ์สำคัญของเรื่อง ร้อยละ 21.01 3) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้ชื่อของภาพยนตร์ ร้อยละ 18.29 4) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้สถานที่สำคัญของเรื่อง ร้อยละ 8.54 5) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้อาชีพการทำงานของตัวละครสำคัญในเรื่อง ร้อยละ 8.11 6) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้ลักษณะนิสัยของตัวละครสำคัญในเรื่อง ร้อยละ 5.99 7) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้ชื่อหรือฉายาของตัวละครสำคัญในเรื่อง ร้อยละ 5.14 8) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้พืช วัตถุ หรือสิ่งของสำคัญในเรื่อง ร้อยละ 2.90 9) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้ลักษณะร่างกายของตัวละครสำคัญในเรื่อง ร้อยละ 2.72 10) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้คำถาม ร้อยละ 1.57 และ 11) การตั้งชื่อคลิปโดยใช้คำบอกเวลา ร้อยละ 1.15 จึงกล่าวได้ว่า กลวิธีการตั้งชื่อคลิปมีความสำคัญต่อการสร้างเอกลักษณ์ของผู้ผลิตเพื่อดึงดูดความสนใจกลุ่มเป้าหมาย อันเป็นรากฐานของการสร้างคอนเทนต์สปอยล์ภาพยนตร์ให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: กลวิธีการตั้งชื่อ, คลิปการสปอยล์ภาพยนตร์, แพลตฟอร์มยูทูบ



Abstract

This study aims to examine the linguistic strategies employed in titling movie spoiler videos on YouTube, a growing form of media content that blends storytelling, critique, and entertainment. The research collected data from 10 of the most popular Thai movie spoiler channels, totaling 500 videos. The analysis was conducted by adapting 11 naming strategies originally proposed by Theking Phanthuekingamorn for titling novels and short stories, revised to suit the nature of digital media and online video culture. The research adopts a descriptive-analytical approach grounded in principles of Thai language studies and media discourse analysis.

The findings reveal that creators use a variety of titling techniques to capture attention and convey the essence of the video. These strategies, ranked from most to least frequently used, include: (1) employing the word “spoiler” or “spoil” in the title 24.53% (2) referring to the plot, theme, or key events of the film 21.01% (3) using the official name of the movie 18.29% (4) referencing major locations within the story 8.54% (5) including the profession or occupational role of a key character 8.11% (6) describing the personality traits of a central character 5.99% (7) using the name or nickname of an important character 5.14% (8) mentioning significant objects, items, or symbols in the narrative 2.90% (9) highlighting the physical appearance of a character 2.72% (10) presenting the title in the form of a question 1.57% and (11) incorporating time-related expressions 1.15%. The study concludes that titling strategies function as persuasive linguistic tools that help establish a distinct creator identity, engage viewers, and differentiate content in a competitive digital space. These strategies play a crucial role in content visibility and audience reach, thereby contributing significantly to the sustainable success and longevity of movie spoiler videos as a genre of contemporary online storytelling.

Keywords: Naming Techniques, Movie Spoiler Video Clips, YouTube Platform



บทนำ

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2563 (สำนักยุทธศาสตร์สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.), 2565) ระบุว่า ยูทูบ (YouTube) เป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในหมู่ผู้ใช้งานชาวไทย โดยเฉพาะกิจกรรมดูโทรทัศน์ คลิปภาพยนตร์ และฟังเพลงออนไลน์ เนื่องจากเปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถแบ่งปันสื่อได้อย่างเสรีและหลากหลาย สอดคล้องกับ ประณาสี เหมเวช ที่ชี้ว่า ความนิยมของยูทูบเกิดจากเนื้อหาที่หลากหลายนำเสนอได้อย่างน่าสนใจ เข้าถึงง่าย และรับชมได้ตามเวลาที่ต้องการ ซึ่งต่างจากสื่อโทรทัศน์ที่มีข้อจำกัดด้านเวลา (ประณาสี เหมเวช, 2560) นอกจากนี้ ยูทูบยังเปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปผลิตและเผยแพร่วิดีโอผ่านช่องของตนเอง เกิดกลุ่มผู้ผลิตเนื้อหารุ่นใหม่ หรือ “ยูทูบเบอร์ (YouTuber)” ซึ่งหมายถึงบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่สร้างสรรค์เนื้อหา ถ่ายทอดประสบการณ์ หรืออธิบายข้อมูลในด้านที่สนใจ โดยยอดผู้ชม (Viewer) เป็นตัวชี้วัดความนิยมของแต่ละช่องได้อย่างชัดเจน

ความนิยมของช่องยูทูบขึ้นอยู่กับการสร้างคอนเทนต์ (Content) ซึ่งสะท้อนลักษณะของเนื้อหาและวิธีนำเสนอของผู้ผลิต ปัจจุบันมีคอนเทนต์หลากหลาย เช่น Vlog & Lifestyle, Gaming, Variety, Podcast, Interview และ Food & Cooking หนึ่งในประเภทที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องคือ “การสปอยล์ภาพยนตร์” ซึ่งสอ เสถบุตร ให้ความหมายว่า “การทำลายหรือทำให้สิ่งใดเสื่อมคุณค่า” ในวงการภาพยนตร์หมายถึงการเปิดเผยเนื้อหาสำคัญ เช่น โครงเรื่อง แก่นเรื่อง จุด climax และตอนจบ แม้การสปอยล์อาจลดอรรถรสทางการรับรู้ (Aesthetic Reception) ของผู้ชมจากการเปิดเผยข้อมูลล่วงหน้าโดยขาดบริบทการวิจารณ์เชิงจริยธรรม และอาจถูกมองว่าเป็นการละเมิดพื้นที่รับรู้ของผู้ชม (สอ เสถบุตร, 2558) แต่ก็สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสองประการ คือ 1) ลดเวลาในการรับชมภาพยนตร์เต็มเรื่อง และ 2) ช่วยประกอบการตัดสินใจเลือกรับชม โดยเฉพาะในกรณีที่ผู้ชมยังไม่แน่ใจ การรู้เนื้อหาเบื้องต้นช่วยลดความลังเลและเพิ่มความมั่นใจในการเลือกรับชม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การผลิตคอนเทนต์ “สปอยล์ภาพยนตร์” ยังคงมีอย่างต่อเนื่อง

การเติบโตของคลิปและช่องสปอยล์ภาพยนตร์ส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูง ผู้ผลิตจึงต้องพัฒนากลยุทธ์สร้างสรรค์เนื้อหาให้โดดเด่นและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายให้เลือกรับชม สอดคล้องกับรณดา พลเยี่ยม และลักขณา คล้ายแก้ว ที่ระบุว่า “ช็อคคลิป” เป็นปัจจัยสำคัญต่อความนิยมของไวรัลวิดีโอบนสื่อสังคมออนไลน์ เพราะต้องมีความน่าสนใจและจดจำง่าย ช็อคคลิปจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้ยูทูบ ทั้งนี้ การนำเสนอเนื้อหาบนแพลตฟอร์มยูทูบประกอบด้วยสองส่วนหลักคือ



ภาพหน้าปก (Thumbnail) และชื่อคลิปวิดีโอ (Video Title) แม้ทั้งสองส่วนช่วยดึงดูดผู้ชมได้ แต่ชื่อคลิปสามารถสื่อสารเนื้อหาของวิดีโอได้ชัดเจนกว่า โดยเฉพาะคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ (รัญดา พลเยี่ยม และลักษณา คล้ายแก้ว, 2563) ซึ่งต้องสะท้อนรายละเอียดของภาพยนตร์อย่างครบถ้วนทุกมิติต่างตัวอย่างต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1

“เมื่อหนุ่มมาดเซอร์แอบชอบสาวตาบอด จะจีบติดไหม ? (สปอยหนัง)”

(คอเป็นหนัง, 15 ส.ค. 2563)

ตัวอย่างที่ 2

“(สปอยหนังเกาหลี) นักเรียนมัธยม รักกันจนมีเบบี๋ เธอจากไป และฟ้าส่งเธอกลับมา: Be With You 2018”

(August Channel, 5 พ.ย. 2563)

ตัวอย่างข้างต้นสะท้อนกลวิธีการตั้งชื่อคลิปสปอยล์ภาพยนตร์ได้ดังนี้ 1) ตั้งชื่อตามโครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเหตุการณ์สำคัญ เช่น “เมื่อหนุ่มมาดเซอร์แอบชอบสาวตาบอด จะจีบติดไหม?” และ “นักเรียนมัธยมรักกันจนมีเบบี๋ เธอจากไป และฟ้าส่งเธอกลับมา” 2) ใช้ลักษณะร่างกายของตัวละคร เช่น “สาวตาบอด” 3) ใช้นิสัยของตัวละคร เช่น “หนุ่มมาดเซอร์” 4) ใช้อาชีพของตัวละคร เช่น “นักเรียน” 5) ใช้ชื่อภาพยนตร์ เช่น “Be With You” 6) ใช้คำว่า “สปอย” หรือ “สปอยล์” เพื่อบ่งชี้ขอบเขตของเนื้อเรื่อง จะเห็นได้ว่า การตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ที่มีประสิทธิภาพ จำเป็นต้องประยุกต์ใช้กลวิธีเหล่านี้ร่วมกัน เพื่อสร้างความโดดเด่น ดึงดูดความสนใจ และโน้มน้าวให้ผู้ชมเลือกคลิกของตอนบนแพลตฟอร์มยูทูป

จากการสืบค้นงานวิจัยเกี่ยวกับการตั้งชื่อ พบว่า กลวิธีการตั้งชื่อสามารถศึกษาจากข้อมูลได้หลายลักษณะ เช่น การวิเคราะห์โครงสร้างภาษาและกลวิธีการตั้งชื่อภาพยนตร์ไทยระหว่างปี พ.ศ. 2526–2545 (ชุดิมา บุญอยู่, 2549) การศึกษากลวิธีการตั้งชื่อสารคดีชีวประวัติในคอลัมน์ เรื่องจากปกของนิตยสาร ค.คน Magazin (วชิราภรณ์ ช่างหัวหน้า, สุภาพร คงศิริรัตน์ และวนิดา บำรุงไทย, 2560) และการศึกษากลวิธีการตั้งชื่อนวนิยายออนไลน์บนเว็บไซต์ Thai Boys Love (กิตยา แพทย์ศรีวงษ์, กุลยา ไชยหงษา, นวรัตน์ ทวีผล, และกนกวรรณ วารีเขตต์, 2564) นอกจากนี้ ยังมีการใช้ข้อมูลชื่อบุคคล สัตว์ พืช อาหาร สิ่งของ และสถานที่เป็นฐานการศึกษา อย่างไรก็ตาม ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาวิธีการตั้ง



ชื่อในแพลตฟอร์มยูทูปน้อย โดยเฉพาะ “ชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์” ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ในยูทูป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงพรรณนาวิเคราะห์อันมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ขั้นรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1.1 ทบทวนวรรณกรรมโดยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลวิธีการตั้งชื่อ การสปอยล์ภาพยนตร์ แพลตฟอร์มยูทูป โดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร วารสาร หนังสือ และตำรา ทั้งในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์เพื่อนำมาใช้ในการศึกษา

1.2 รวบรวมข้อมูลจากช่อง (Channel) ที่มีการสร้างคอนเทนต์เกี่ยวกับการสปอยล์ภาพยนตร์ในแพลตฟอร์มยูทูปตามขั้นตอนต่อไปนี้

1.2.1 คัดเลือกช่องสปอยล์ภาพยนตร์ ได้แก่ 1) ผู้วิจัยเลือกใช้คำว่า “สปอยหนัง” เป็นคำค้นหลัก เนื่องจากเป็นคำที่นิยมใช้ในการค้นหาคลิปของกลุ่มผู้เข้าใช้งานยูทูป ที่มีความสนใจเนื้อหาเกี่ยวกับการสปอยล์ภาพยนตร์ 2) ป้อนคำสำคัญ “สปอยหนัง” ลงในแถบค้นหาของแพลตฟอร์มยูทูป เพื่อเริ่มต้นกระบวนการรวบรวมข้อมูล 3) ตั้งค่าตัวกรอง (Filter) เพื่อแสดงผลเฉพาะประเภท “ช่อง (Channel)” เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงกับผู้ผลิตคอนเทนต์การสปอยล์ภาพยนตร์เท่านั้น 4) จัดเรียงผลการค้นหาโดยใช้ตัวเลือก “ที่เกี่ยวข้อง (Relevance)” เพื่อให้ผลการค้นหามีความใกล้เคียงกับคำสำคัญมากที่สุด

จากการสืบค้นข้อมูลเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 พบช่องสปอยล์ภาพยนตร์ทั้งหมด 504 ช่อง ซึ่งมีช่องที่มียอดผู้ติดตามสูงสุด 10 อันดับแรกของประเทศไทย ได้แก่ 1) ช่อง “August Channel” 2) ช่อง “MalagorMan” 3) ช่อง “Gaming Follow” 4) ช่อง “ดูวนไป” 5) ช่อง “GU Channel” 6) ช่อง “ชีวิตติดหนัง” 7) ช่อง “FB Movies” 8) ช่อง “mheeMovie” 9) ช่อง “Caracat” และ 10) ช่อง “Cookie Movie”



1.2.2 คัดเลือกคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ ได้แก่ 1) ผู้วิจัยเข้าไปยังคลังวิดีโอของแต่ละช่องเพื่อเข้าถึงคลิปที่เผยแพร่ไว้ทั้งหมด 2) ตั้งค่าการจัดเรียงคลิปโดยใช้ตัวเลือก “ยอดนิยม (Most popular)” ในการจัดเรียงวิดีโอ เพื่อให้ระบบแสดงผลเรียงลำดับตามจำนวนการเข้าชมจากมากไปหาน้อย 3) คัดเลือกเฉพาะคลิปที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสปอยล์ภาพยนตร์ 4) รวบรวมรายชื่อคลิปจาก 50 คลิปที่มียอดเข้าชมสูงสุดในแต่ละช่อง รวมทั้งสิ้น 500 คลิป เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาในระดับถัดไป

2. ชั้นวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ในแพลตฟอร์มยูทูบ ใช้กรอบแนวคิดกลวิธีการตั้งชื่อเรื่องนวนิยายและเรื่องสั้นของเถกิง พันธุ์เถกิงอมร จำนวน 18 กลวิธี มาประยุกต์ให้เหมาะสมกับข้อมูลของการศึกษา เหลือ 11 กลวิธี ได้แก่ 1) ใช้ชื่อหรือฉายาของตัวละครสำคัญ 2) ใช้ลักษณะร่างกายของตัวละคร 3) ใช้นิสัยของตัวละคร 4) ใช้อาชีพของตัวละคร 5) ใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเหตุการณ์สำคัญ 6) ใช้สถานที่สำคัญของเรื่อง 7) ใช้พืช วัตถุ หรือสิ่งของสำคัญ 8) ใช้ชื่อของภาพยนตร์ 9) ใช้คำว่า “สปอย” หรือ “สปอยล์” 10) ใช้คำบอกเวลา และ 11) ใช้คำถาม การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการด้วยตารางรหัสข้อมูล (Coding Sheet) (เถกิง พันธุ์เถกิงอมร, 2541)

3. ชั้นนำเสนอข้อมูล นำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบของการพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ในแพลตฟอร์มยูทูบ 500 คลิป พบกลวิธีการตั้งชื่อตามกรอบแนวคิดของการวิจัยทั้งสิ้น 11 กลวิธี ดังต่อไปนี้

1. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้ชื่อหรือฉายาของตัวละครสำคัญในเรื่อง คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปด้วยการนำชื่อจริงหรือฉายาของตัวละครสำคัญในเรื่องมาใช้เป็นส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด ทั้งนี้ “ชื่อจริง” หมายถึงชื่อเฉพาะของตัวละคร และ “ฉายา” ซึ่งอาจมีได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) ฉายาจากในเรื่อง 2) ฉายาที่ผู้ผลิตตั้งขึ้นมาใหม่ เพื่อใช้สำหรับเรียกตัวละครนั้น ๆ แทนการกล่าวชื่อเฉพาะโดยตรง พบจำนวน 85 คลิป คิดเป็นร้อยละ 5.14 ตัวอย่างเช่น “#สรุป (ชีบาโร) ทุกคนที่ได้ยินเสียงของนางเงือกจะต้องตาย EP. นี่ต้องการจะสื่อถึงอะไร? ดูจบเข้าใจเลย” (MalagorMan, 7 มิ.ย. 2565) พบการใช้ชื่อของตัวละคร คือ “ชีบาโร”



2. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้ลักษณะร่างกายของตัวละครสำคัญในเรื่อง คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปด้วยการนำลักษณะทางร่างกายของตัวละครสำคัญในเรื่อง มาใช้เป็นส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด พบจำนวน 45 คลิป คิดเป็นร้อยละ 2.72 ตัวอย่างเช่น “สุดยอดนินจาที่โหดที่สุดในปฐพี | สปอยหนัง | – ตั๊กนุ้ย นินจาฮาหลิง” จาก (Gaming Follow, 29 พ.ย. 2563) พบการใช้ลักษณะร่างกายของตัวละครคือ “ตั๊กนุ้ย” ซึ่งแสดงให้เห็นถึงรูปร่างของตัวละครที่มีลักษณะอวบอ้วน

3. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้ลักษณะนิสัยของตัวละครสำคัญในเรื่อง คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปด้วยการนำลักษณะนิสัยของตัวละครสำคัญในเรื่องมาใช้เป็นส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด พบจำนวน 99 คลิป คิดเป็นร้อยละ 5.99 ตัวอย่างเช่น “#สปอยหนัง: ล้างแค้นแบบผู้ชายใจเย็นโคตรโหด (Rotten Tomato 100%)” (คววนไป, 9 ก.พ. 2564) พบการใช้ลักษณะนิสัยของตัวละครคือ “ใจเย็น” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวละครมีลักษณะนิสัยที่นิ่ง สงบ ไม่เร่งรีบและวู่วาม

4. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้อาชีพการงานของตัวละครสำคัญในเรื่อง คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปด้วยการนำคำระบืออาชีพและคำอธิบายลักษณะการทำงาน of ตัวละครสำคัญในเรื่องมาใช้เป็นส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด พบจำนวน 134 คลิป คิดเป็นร้อยละ 8.11 ตัวอย่างเช่น “#สปอยหนัง: เมื่อนักธุรกิจอัจฉริยะแห่งวงการเทคโนโลยีอยากกลับไปทำนา EP1” (คววนไป, 13 พ.ค. 2564) พบการใช้อาชีพการงานของตัวละครคือ “นักธุรกิจ” สื่อถึงอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกิจ การลงทุน และการสร้างผลกำไรในทางการค้า

5. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเหตุการณ์สำคัญของเรื่อง คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ด้วยการนำโครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเหตุการณ์สำคัญของเรื่อง มาใช้เป็นหนึ่งในส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด พบจำนวน 347 คลิป คิดเป็นร้อยละ 21.01 ตัวอย่างเช่น “(สปอยหนังญี่ปุ่น) สรุปเนื้อเรื่อง คุณลุงยากูซ่าปลอมตัวเป็นครูสอนนักเรียน: คลิปเดียวจบ 10 EP.” (August Channel, 12 มิ.ย. 2564) พบการใช้โครงเรื่องของภาพยนตร์คือ “คุณลุงยากูซ่าปลอมตัวเป็นครูสอนนักเรียน”

6. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้ด้วยสถานที่สำคัญของเรื่อง คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ด้วยการนำสถานที่หรือชื่อของสถานที่สำคัญในเรื่อง ซึ่งเป็นบริบทด้านภูมิประเทศที่มีความสัมพันธ์กับเหตุการณ์ในภาพยนตร์ มาใช้เป็นหนึ่งในส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด พบจำนวน 141 คลิป คิดเป็นร้อยละ 93.37 ตัวอย่างเช่น “#สปอยหนัง: ทหารหญิงสุดโหดลาออกมาเป็นครูในโรงเรียนที่ละเหะมาก ๆ” (คววนไป, 29 ก.ค. 2566) พบการใช้สถานที่สำคัญในเรื่องคือ “โรงเรียน”



7. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้พีช วัตถุ หรือสิ่งของสำคัญของเรื่อง คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปรอยล์ภาพยนตร์ด้วยการนำชื่อของพีช วัตถุ หรือสิ่งของที่มีบทบาทสำคัญต่อเนื้อเรื่องภาพยนตร์ มาใช้เป็นหนึ่งในส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด พบจำนวน 48 คลิป คิดเป็นร้อยละ 2.90 ตัวอย่างเช่น “เหตุเกิดเพราะไม่รู้จักใส่หน้ากากอนามัย l สปรอยหนัง l ท่าล้างโลก” (Gaming Follow, 13 ก.ค. 2563) พบการใช้สิ่งของสำคัญในเรื่อง คือ “หน้ากากอนามัย”

8. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้ชื่อของภาพยนตร์ คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปรอยล์ภาพยนตร์ด้วยการนำชื่อของภาพยนตร์ ทั้งที่เป็นภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ มาใช้เป็นหนึ่งในส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด พบจำนวน 302 คลิป คิดเป็นร้อยละ 18.29 ตัวอย่างเช่น “เกมเทวดาฆ่าไม่เลี้ยง | สปรอยหนัง As the Gods Will” (FB Movies, 17 ม.ค. 2564) พบการใช้ชื่อภาพยนตร์ภาษาไทย คือ “เกมเทวดาฆ่าไม่เลี้ยง” และชื่อภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ คือ “As the Gods Will”

9. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้คำว่า “สปรอย” หรือ “สปรอยล์” คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปรอยล์ภาพยนตร์โดยการนำคำว่า “สปรอย” มาใช้เป็นหนึ่งในส่วนประกอบของคลิปทั้งหมด ซึ่งคำว่า “สปรอย” นั้น เป็นคำที่มีความหมายเดียวกันกับคำว่า “สปรอยล์” ที่หมายถึง การเปิดเผยเนื้อหาสำคัญของภาพยนตร์ ละคร หรือซีรีส์ ทั้งนี้ การที่ผู้ผลิตนิยมใช้คำว่า “สปรอย” นั้น เนื่องมาจากความต้องการให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้ใช้งานยูทูบ ที่มักใช้คำหรือข้อความสั้น ๆ ในการค้นหาคลิปที่ตนสนใจ กับทั้งยังเป็นการเน้นย้ำต่อกลุ่มเป้าหมายอีกว่าคลิปนี้มีเนื้อหาเกี่ยวกับการสปรอยล์ภาพยนตร์โดยตรง พบจำนวน 405 คลิป คิดเป็นร้อยละ 24.53 ตัวอย่างเช่น “#สปรอยหนัง: เด็กอัจฉริยะแต่อ่านหนังสือไม่ออกเหมือนกับไอน์สไตน์” (ดูวนไป, 14 ก.ค. 2564)

10. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้คำบอกเวลา คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปรอยล์ภาพยนตร์โดยใช้คำบอกเวลาอันประกอบไปด้วย ระยะเวลา ช่วงวัน การนับเวลาตามปฏิทิน และยุคสมัยมาใช้เป็นหนึ่งในส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด พบจำนวน 19 คลิป คิดเป็นร้อยละ 1.15 ตัวอย่างเช่น “(สปรอยหนัง เกาหลี) สายลับโคตรหล่อต้องทำภารกิจเป็นคนบ้านานกว่า 2 ปี: Secretly Greatly” (August Channel, 8 มิ.ย. 2563) พบการใช้คำบอกเวลา คือ “2 ปี”

11. การตั้งชื่อคลิปโดยใช้คำถาม คือ กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปรอยล์ภาพยนตร์โดยใช้คำถามมาเป็นหนึ่งในส่วนประกอบของชื่อคลิปทั้งหมด ซึ่งคำถามที่ผู้ผลิตใช้นั้นมักเป็นคำถามที่ไม่ได้ต้องการคำตอบจากผู้ใช้งานยูทูบโดยตรง หากแต่มีเป้าหมายเพื่อการกระตุ้นความสนใจใคร่รู้เกี่ยวกับเนื้อหา เหตุการณ์สำคัญ หรือบทสรุปของภาพยนตร์ที่นำมาสปรอยล์ พบจำนวน 26 คลิป คิดเป็นร้อยละ



1.57 ตัวอย่างเช่น “เมื่อปากกับไอนั้นสลับที่อยู่กัน เธอจะใช้ชีวิตอย่างไร? | สบอยหนัง” (MalagorMan, 7 ต.ค. 2563) พบการใช้คำถาม คือ “เธอจะใช้ชีวิตอย่างไร” ซึ่งเป็นคำถามที่มุ่งเน้นให้อ่านได้จินตนาการถึงการดำเนินชีวิตของตัวละครที่ต้องเผชิญกับปัญหาจากสถานการณ์ดังกล่าว

ตารางที่ 2 กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสبอยล์ภาพยนตร์ในแพลตฟอร์มยูทูป

ลำดับที่	กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสบอยล์ภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
1	การใช้คำว่า “สบอย” หรือ “สบอยล์”	405	24.53
2	การใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเหตุการณ์สำคัญของเรื่อง	347	21.01
3	การใช้ชื่อของภาพยนตร์	302	18.29
4	การใช้สถานที่สำคัญของเรื่อง	141	8.54
5	การใช้อาชีพการงานของตัวละครสำคัญในเรื่อง	134	8.11
6	การใช้ลักษณะนิสัยของตัวละครสำคัญในเรื่อง	99	5.99
7	การใช้ชื่อหรือฉายาของตัวละครสำคัญในเรื่อง	85	5.14
8	การใช้พืช วัตถุ หรือสิ่งของสำคัญในเรื่อง	48	2.90
9	การใช้ลักษณะร่างกายของตัวละครสำคัญในเรื่อง	45	2.72
10	การใช้คำถาม	26	1.57
11	การใช้คำบอกเวลา	19	1.15
รวม		1,651	100.00

นอกจากกลวิธีการตั้งชื่อที่อยู่ในกรอบแนวคิดของการวิจัยแล้ว ยังพบกลวิธีเพิ่มเติมอีก 33 กลวิธี ได้แก่ 1) การระบุเพศของตัวละคร 2) การระบุปัญหาของตัวละคร 3) การระบุภาค ฤดูกาล หรือตอน ของภาพยนตร์ 4) การระบุอายุหรือช่วงวัยของตัวละคร 5) การระบุเผ่าพันธุ์ของตัวละคร 6) การใช้คำว่า “สรุป” 7) การระบุเป้าหมายของตัวละคร 8) การระบุลักษณะพิเศษของคลิป 9) การระบุสัญชาติของภาพยนตร์ 10) การระบุทักษะ ความสามารถ หรือพลังพิเศษของตัวละคร 11) การใช้คำว่า “เล่า” 12) การระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวละคร 13) การระบุปีที่ภาพยนตร์ออกฉาย 14) การระบุฐานะของตัวละคร 15) การระบุจำนวนของตัวละคร 16) การระบุตอนของคลิป 17) การระบุตำแหน่งของตัวละคร 18) การกล่าวถึงประสบการณ์ที่ผู้ชมจะได้รับ 19) การระบุภูมิหลังของตัวละคร 20) การระบุเชื้อชาติของตัวละคร 21) การเปรียบผู้ชมเสมือนเป็นตัวละครสำคัญ 22) การปิดบังข้อมูลบางส่วน



23) การระบุเงื่อนไขของเรื่อง 24) การระบุชื่อของผู้ผลิต 25) การระบุความยาวของคลิป 26) การระบุ
 ขนชั้นของตัวละคร 27) การระบุประเภทของภาพยนตร์ 28) การระบุที่มาของภาพยนตร์ 29) การใช้คำ
 ว่า “ตะกุก” 30) การระบุความรู้สึกของผู้ผลิต 31) การระบุข้อคิดเห็นของผู้ผลิต 32) การกล่าวถึง
 ปฏิกริยาของผู้ชมหลังชมภาพยนตร์ 33) การระบุบทบาทของตัวละคร

จากผลการศึกษาพบว่า กลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ทั้งหมดมี 44 กลวิธี
 แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลวิธีตามกรอบแนวคิดการวิจัยจำนวน 11 กลวิธี และ 2) กลวิธีที่ค้นพบ
 เพิ่มเติมจำนวน 33 กลวิธี ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายและความสร้างสรรค์ในการตั้ง
 ชื่อคลิป โดยเฉพาะในคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ที่มุ่งนำเสนอสาระสำคัญของภาพยนตร์และ
 ประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน แตกต่างจากคอนเทนต์ประเภทอื่นที่มักนำเสนอเพียงข้อมูลเบื้องต้น
 ทั้งนี้ เพื่อจำแนกและอธิบายลักษณะการตั้งชื่อได้อย่างชัดเจน จึงจัดกลุ่มกลวิธีการตั้งชื่อคลิปรายการส
 ปอยล์ภาพยนตร์ใหม่เป็น 7 กลวิธีหลักดังต่อไปนี้

1. การตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ โดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์ คือ การให้
 รายละเอียดเกี่ยวกับเนื้อหาและบริบทของภาพยนตร์
2. การตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ โดยใช้คำที่มีความหมายเดียวกันกับคำว่า
 “สปอยล์” ได้แก่ คำว่า “สปอย”, “เล่า”, “สรุป” และ “ตะกุก”
3. การตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ โดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ผลิต ได้แก่ การระบุ
 ความรู้สึก ความคิดเห็น และชื่อของผู้ผลิต
4. การตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ โดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับคลิป ได้แก่ การระบุ
 ความยาว ตอน และลักษณะพิเศษของคลิป
5. การตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ โดยใช้ข้อความเพื่อสร้างความรู้สึกให้ผู้ชมมีส่วน
 ร่วม ได้แก่ การใช้คำถาม การเปรียบผู้ชมเสมือนเป็นตัวละครสำคัญในเรื่อง และการใช้คำเหมือนการ
 สนทนากับผู้ชมโดยตรง
6. การตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ โดยกล่าวถึงผลกระทบจากการชมภาพยนตร์ คือ
 การกล่าวถึงประสบการณ์ที่ผู้ชมจะได้รับ และการกล่าวถึงปฏิกริยาของผู้ชมหลังชมภาพยนตร์จบ
7. การตั้งชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ โดยปิดบังข้อมูลบางส่วน



อภิปรายผล

จากการศึกษาชื่อคลิปรายการสปอยล์ภาพยนตร์ในแพลตฟอร์มยูทูปจำนวน 500 คลิป พบว่า กลวิธีการตั้งชื่อคลิปที่ได้รับความนิยมสูงสุดเป็นอันดับที่ 1 คือ การใช้คำว่า “สปอย” หรือ “สปอยล์” พบทั้งสิ้น 405 คลิป คิดเป็นร้อยละ 24.53 สะท้อนให้เห็นถึงการเลือกใช้คำเพื่อสื่อถึงเนื้อหาอย่าง เฉพาะเจาะจง อันเป็นการแสดงเจตนาของผู้ผลิตที่ต้องการเปิดเผยสาระสำคัญของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ อันดับที่ 2 รองลงมา คือ การใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเหตุการณ์สำคัญของเรื่อง พบทั้งสิ้น 347 คลิป คิดเป็นร้อยละ 21.01 กลวิธีนี้แสดงให้เห็นความต้องการของผู้ผลิตในการนำเสนอโครงสร้างหลักของ ภาพยนตร์เพื่อชี้นำเนื้อเรื่องให้กับผู้ชม จากการใช้คำในจำนวนน้อยที่ให้ข้อมูลได้มากภายใต้ข้อจำกัด ด้านความยาวชื่อคลิป อันดับที่ 3 คือ การใช้ชื่อของภาพยนตร์ พบทั้งสิ้น 302 คลิป คิดเป็นร้อยละ 18.29 การเลือกใช้ชื่อเฉพาะของภาพยนตร์นี้มีลักษณะคล้ายกับการนำเสนอเครื่องหมายการค้า ซึ่งเป็นการดึงอัตลักษณ์ของเรื่องราวมาใช้ในการสื่อสารและการตลาดพร้อมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ ภาพยนตร์นั้นเป็นที่รู้จักในวงกว้างหรืออยู่ในกระแสนิยม กลวิธีที่พบได้น้อยที่สุด คือ การใช้คำบอกเวลา พบเพียง 19 คลิป คิดเป็นร้อยละ 1.15 กลวิธีนี้เป็นการเสริมบริบทด้านระยะเวลาให้กับเรื่องราว ซึ่งอาจ ให้แรงจูงใจทางความรู้สึก ที่ไม่เพียงมากพอต่อพฤติกรรมการรับชมคลิปเทียบเท่ากลวิธีอื่น ผลการศึกษา ดังกล่าวนี้นสอดคล้องกับงานวิจัยของกิตยา แพทย์ศรีวงษ์และคณะ ที่ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมการตั้งชื่อเรื่อง นวนิยายออนไลน์บนเว็บไซต์ Thai Boys Love พ.ศ. 2562 ได้แก่ 1) การตั้งชื่อเรื่องตามแก่นเรื่องหรือ แนวคิดสำคัญของเรื่อง 2) การตั้งชื่อเรื่องตามแก่นเรื่องหรือแนวคิดสำคัญของเรื่องโดยใช้คำเปรียบเทียบกับชีวิตของตัวละครสำคัญ 3) การตั้งชื่อเรื่องโดยใช้คำบอกกาลเวลา การตั้งชื่อเรื่องด้วยการใช้ สัญลักษณ์ และ 4) การตั้งชื่อเรื่องโดยการใช้คำภาษาอังกฤษร่วมกับคำภาษาไทย (กิตยา แพทย์ศรีวงษ์, กุลยา ไชยหงษา, นวรัตน์ ทวีผล, และกนกวรรณ วารีเขตต์, 2564)

สรุปผลวิจัยและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลวิจัย

ผลจากการศึกษาพบกลวิธีการตั้งชื่อคลิปตามกรอบแนวคิดของการวิจัย ทั้งสิ้น 11 กลวิธี เรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ 1) การใช้คำว่า “สปอย” หรือ “สปอยล์” พบร้อยละ 24.53 2) การใช้โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือเหตุการณ์สำคัญของเรื่อง พบร้อยละ 21.01 3) การใช้ชื่อของ ภาพยนตร์ พบร้อยละ 18.29 4) การใช้สถานที่สำคัญของเรื่อง พบร้อยละ 9.37 5) การใช้อาชีพการ



งานของตัวละครสำคัญในเรื่อง พบร้อยละ 8.11 6) การใช้ลักษณะนิสัยของตัวละครสำคัญในเรื่อง พบร้อยละ 5.99 7) การใช้ชื่อหรือฉายาของตัวละครสำคัญในเรื่อง พบร้อยละ 5.14 8) การใช้พืช วัตถุ หรือสิ่งของสำคัญในเรื่อง พบร้อยละ 2.90 9) การใช้ลักษณะร่างกายของตัวละครสำคัญในเรื่อง พบร้อยละ 2.72 10) การใช้คำถาม พบร้อยละ 1.57 และ 11) การใช้คำบอกเวลา พบร้อยละ 1.15 ทั้งยังพบกลวิธีการตั้งชื่อคิปลักษณะอื่นอีก 33 กลวิธี

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1) การตั้งชื่อคิปลโดยใช้คำว่า “สปอย” หรือ “สปอยล์” พบมากที่สุด (ร้อยละ 24.53) จึงควรใช้คำดังกล่าวเป็นหลัก เพื่อให้ผู้ชมรับรู้ประเภทของเนื้อหาได้ทันที

2) การใช้คำบอกเวลาในชื่อคิปลพบน้อยที่สุด (ร้อยละ 1.15) จึงควรหลีกเลี่ยง เนื่องจากไม่สามารถสื่อสารสาระสำคัญของเนื้อหาได้ชัดเจนเท่ากลวิธีอื่น

3) ควรนำกรอบแนวคิดกลวิธีการตั้งชื่อคิปลรายการสปอยล์ภาพยนตร์บนยูทูปที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ไว้ 7 กลวิธีไปใช้ในการศึกษารั้งต่อไป ได้แก่ 1) การให้รายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์ 2) การใช้คำที่มีความหมายเดียวกับ “สปอยล์” 3) การให้รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ผลิต 4) การให้รายละเอียดเกี่ยวกับคิปล 5) การใช้ข้อความกระตุ้นให้ผู้ชมมีส่วนร่วม 6) การกล่าวถึงผลกระทบจากการชมภาพยนตร์ และ 7) การปิดบังข้อมูลบางส่วน

2.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.2.1. การศึกษาโครงสร้างทางภาษาของชื่อคิปลรายการสปอยล์ภาพยนตร์ในแพลตฟอร์มยูทูป

2.2.2 ศึกษาชื่อคิปลรายการสปอยล์ภาพยนตร์ในแพลตฟอร์มยูทูปในแต่ละปี เพื่อเปรียบเทียบพัฒนาการของกลวิธีการตั้งชื่อคิปลที่เกิดขึ้น

2.2.3 การศึกษากลวิธีการตั้งชื่อคิปลอื่น ๆ ในแพลตฟอร์มยูทูป เช่น ชื่อคิปลรายการท่องเที่ยว, ชื่อคิปลรายการเล่าเรื่องผี, ชื่อคิปลรายการข่าว และชื่อคิปลรายการตลก เป็นต้น



เอกสารอ้างอิง

- กิตยา แพทย์ศรีวงษ์, กุลยา ไชยหงษา, นวรัตน์ ทวีผล, และกนกวรรณ วารีเขตต์. (2564). กลวิธีการตั้งชื่อเรื่องนวนิยายออนไลน์บนเว็บไซต์ Thai Boys Love พ.ศ. 2562. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ราไพพรรณี*, 2(1), 44-53.
- คอปเป็นหนัง. (15 ส.ค. 2563). *เมื่อหนุ่มมาดเซอร์แอบชอบสาวตาบอด จะจีบติดไหม ? (สปอยหนัง)*. [วิดีโอ]. ยูทูป: <https://www.youtube.com/watch?v=wMTPkiOZpv4>.
- ชุติมา บุญอยู่. (2549). วิเคราะห์โครงสร้างภาษาและกลวิธีการตั้งชื่อภาพยนตร์ไทยในช่วง 2 ทศวรรษ (พ.ศ. 2526 - พ.ศ. 2545). ใน *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย, มหาวิทยาลัยทักษิณ*.
- ควนไป. (13 พ.ค. 2564). “#สปอยหนัง: เมื่อนักธุรกิจอัจฉริยะแห่งวงการเทคโนโลยียากกลับไปทำนา EP1”. [วิดีโอ]. ยูทูป: <https://www.youtube.com/watch?v=K5wT72xPs2g&t=1s>.
- ควนไป. (14 ก.ค. 2564). “#สปอยหนัง: เด็กอัจฉริยะแต่อ่านหนังสือไม่ออกเหมือนกับไอน์สไตน์”. [วิดีโอ]. ยูทูป: <https://www.youtube.com/watch?v=sdG2wpkV0yw>.
- ควนไป. (29 ก.ค. 2566). “#สปอยหนัง: ทหารหญิงสุดโหดลาออกมาเป็นครูในโรงเรียนที่เลอะเทอะมาก ๆ”. [วิดีโอ]. ยูทูป: <https://www.youtube.com/watch?v=t1iCmQHO2bl>.
- ควนไป. (9 ก.พ. 2564). “#สปอยหนัง: ล้างแค้นแบบผู้ชายใจเย็นโคตรโหด (Rotten Tomato 100%)”. [วิดีโอ]. ยูทูป: <https://www.youtube.com/watch?v=p0kFhmSGff0&t=156s>.
- เถกิง พันธุ์เถกิงอมร. (2541). *นวนิยายและเรื่องสั้น การศึกษาเชิงวิเคราะห์และวิจารณ์*. สงขลา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏสงขลา.
- ประณาลี เหมเวช. (2560). อิทธิพลของรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจมีส่วนร่วมของผู้ใช้โซเชียลมีเดียยูทูป ในช่องทางตัวของยูทูปเบอร์. ใน *การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ*. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- รัฐดา พลเยี่ยม และ ลักษณะ คล้ายแก้ว. (2563). ปัจจัยที่ทำให้ไวรัลวิดีโอเพื่อการโฆษณาได้รับความนิยมบนสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร*, 5(2), 59-66.



- วชิราภรณ์ ช้างหัวหน้า, สุภาพร คงศิริรัตน์ และวนิดา บำรุงไทย. (2560). การศึกษาพฤติกรรมการตั้งชื่อเรื่องสารคดีชีวประวัติในคอลัมน์เรื่องจากปกของนิตยสาร ค.คน Magazin. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 23(3), 166-174.
- สอ เสถบุตร. (2558). *พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย สอ เสถบุตร*. กรุงเทพมหานคร: ไทยซอฟต์แวร์เอ็นเตอร์ไพรส์.
- สำนักยุทธศาสตร์ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (สพธอ.). (2563). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2563 – *Thailand Internet User Behavior 2020*. เรียกใช้เมื่อ 8 ธันวาคม 2565 จาก <https://shorturl.asia/Db5mK>.
- August Channel. (12 มิ.ย. 2564). (สปอยหนังญี่ปุ่น) สรุปเนื้อเรื่อง คุณลุงยาสูบฆ่าปลอมตัวเป็นครูสอนนักเรียน: คลิปเดียวจบ 10 EP. [วิดีโอ]. ยูทูบ: <https://shorturl.asia/VoN2L>.
- August Channel. (5 พ.ย. 2563). (สปอยหนังเกาหลี) นักเรียนมัธยม รักกันจนมีเบบี๋ เธอจากไป และฟาสต์เธอกลับมา: *Be With You 2018*. [วิดีโอ]. ยูทูบ: <https://shorturl.asia/RE6SW>.
- August Channel. (8 มิ.ย. 2563). (สปอยหนังเกาหลี) สายลับโคตรหล่อต้องทำภารกิจเป็นคนบ้านานกว่า 2 ปี: *Secretly Greatly*. [วิดีโอ]. ยูทูบ: <https://shorturl.asia/2Yhs9>.
- FB Movies. (17 ม.ค. 2564). เกมเทวดาฆ่าไม่เลี้ยว / สปอยหนัง *As the Gods Will (2014)*. [วิดีโอ]. ยูทูบ: <https://www.youtube.com/watch?v=kEBsPzaKzuo&t=3s>.
- Gaming Follow. (13 ก.ค. 2563). เหตุเกิดเพราะไม่รู้จักใส่หน้ากากอนามัย l สปอยหนัง l – หัวล้านโลก. [วิดีโอ]. ยูทูบ: <https://www.youtube.com/watch?v=DK78xx3z2t4>.
- Gaming Follow. (29 พ.ย. 2563). สูดยอดนินจาที่โหดที่สุดในญี่ปุ่น l สปอยหนัง l – ตั๊กนุ้ยนินจาฮากลิ่ง. [วิดีโอ]. ยูทูบ: https://www.youtube.com/watch?v=_d8dgdwFdCA.
- MalagorMan. (7 ต.ค. 2563). เมื่อปากกับไอนั้นสลับที่อยู่กัน เธอจะใช้ชีวิตอย่างไร? l สปอยหนัง. [วิดีโอ]. ยูทูบ: <https://www.youtube.com/watch?v=qztytDF5D-g>.
- MalagorMan. (7 มิ.ย. 2565). #สรุป (สปีชาโร) ทุกคนที่ได้ยินเสียงของนางเงือกจะต้องตาย EP. นี้ต้องการจะสื่อถึงอะไร? ดูจบเข้าใจเลย. [วิดีโอ]. ยูทูบ: <https://shorturl.asia/ZhEHg>.