



บทบาทนักพากย์เรือในการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาการแข่งขันเรือยาว ประเพณีจังหวัดสงขลา

Received: 5 March 2026

Revised: 7 April 2026

Accepted: 2 June 2026

วนกรณ์ สุวรรณโน*

สุพัฒน์ สุวรรณโน**

ประเพณีแข่งขันเรือยาวเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น โดยนักพากย์เรือมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดความหมายทางวัฒนธรรมและสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาบทบาทของนักพากย์เรือในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (2) วิเคราะห์กลยุทธการสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดผู้ชมและ (3) ประเมินผลของการพากย์เรือต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก 21 คน ประกอบด้วยนักพากย์เรือที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 3 ปี จำนวน 6 คน และผู้ชมที่เคยรับชมไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง จำนวน 15 คน จาก 3 สนามการแข่งขันในจังหวัดสงขลา ระหว่างเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2568 ผลการศึกษาพบว่านักพากย์เรือมีบทบาทสำคัญ 3 ประการ คือ (1) ผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม (2) ผู้เชื่อมโยงชุมชนและ (3) ผู้สร้างความบันเทิง กลยุทธการสื่อสารประกอบด้วย 4 ด้าน คือ (1) การพากย์ (2) ภาษา (3) เนื้อหา และ (4) การสร้างการมีส่วนร่วม ซึ่งการพากย์เรือมีผลเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชมทุกช่วงเวลา โดยผู้ชมทุกคนยืนยันว่าหากไม่มีการพากย์เรือ บรรยากาศจะเจียบเหวและไม่น่าสนใจ ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงคุณค่าในการนำองค์ความรู้ไปใช้เพื่ออนุรักษ์และสืบสานประเพณีเรือยาว ควบคู่กับการยกระดับมาตรฐานนักพากย์เรือรุ่นใหม่อย่างเป็นระบบ โดยองค์ความรู้ด้านการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมที่ได้จากการศึกษานี้สามารถประยุกต์ใช้ในการออกแบบหลักสูตรและพัฒนาระบบฝึกอบรม กำหนดแนวทางมาตรฐานวิชาชีพ ตลอดจนเชื่อมโยงกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นำไปสู่การสร้างที่ยั่งยืนให้กับประเพณีท้องถิ่นในระยะยาว

บทความวิจัย

บทคัดย่อ

คำสำคัญ

นักพากย์เรือ;
อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม;
เรือยาวประเพณี;
การมีส่วนร่วมของชุมชน

* อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ติดต่อได้ที่: wanaporn.ja@skru.ac.th (ผู้ประพันธ์บรรณกิจ)

** นักวิชาการโสตทัศนศึกษาในงานสื่อสารองค์กร มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ติดต่อได้ที่: supat.su@skru.ac.th



The Role of Boat Race Commentators in Shaping Cultural Identity and Community Engagement: A Case Study of Traditional Long Boat Racing in Songkhla Province

Received: 5 March 2026

Revised: 7 April 2026

Accepted: 2 June 2026

Wanaporn Suwanno*

Supat Suwanno**

Traditional long boat racing is a cultural heritage that reflects the identity and way of life of local communities. Boat race commentators play a crucial role in transmitting cultural meanings and fostering community participation. This study aimed to (1) examine the roles of boat race commentators in conveying cultural identity, (2) analyze communication strategies used to enhance audience engagement and attract spectators, and (3) evaluate the impact of boat race commentary on audience engagement levels. This qualitative research employed in-depth interviews with 21 key informants, comprising six boat race commentators with at least three years of experience and 15 spectators who had attended at least two races. Data were collected from three racing venues in Songkhla Province, between October and December 2025. The findings revealed three key roles of boat race commentators: (1) cultural transmitters, (2) community connectors, and (3) entertainers. Communication strategies comprised four dimensions: (1) commentary, (2) language, (3) content, and (4) engagement. Boat race commentary had a positive impact on audience engagement throughout all phases, with all spectators confirming that without the commentary, the atmosphere would be quiet and uninteresting. The findings highlight the practical value of applying this body of knowledge to the preservation and continuation of traditional long boat racing, alongside the systematic enhancement of professional standards for emerging boat commentators. The insights into cultural communication derived from

Research Article

Abstract

Keywords

boat race commentators;
cultural identity;
traditional long boat racing;
community engagement

* Lecturer, Communication Arts Program, Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University, e-mail: wanaporn.ja@skru.ac.th (corresponding author)

** Audio-Visual Technical Officer in Section of Corporate Communication, Songkhla Rajabhat University, e-mail: supat.su@skru.ac.th

this study can be effectively utilized in curriculum design and the development of structured training programs, as well as in establishing professional guidelines and standards. Furthermore, these contributions can be integrated with the promotion of cultural tourism, thereby supporting the long-term sustainability of local traditions.

1. บทนำ

ประเพณีแข่งขันเรือยาวเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์และวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น ไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมกีฬาทางน้ำ หากยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางสังคมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม ความสามัคคีและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชน การแข่งขันมักจัดขึ้นในช่วงเดือน 10-12 ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของพิธีกรรมทางศาสนาและวิถีชีวิตที่ผูกพันกับสายน้ำ อันแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติและความเชื่อทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงนับเป็นหนึ่งในรูปแบบของ Soft Power ที่สามารถเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่ระดับสากล (ปณิตา สระวาสี, 2558; วิชา จิรภาไพศาล, 2567)

จังหวัดสงขลามีการสืบทอดประเพณีแข่งขันเรือยาวมาอย่างยาวนาน ด้วยบริบททางภูมิศาสตร์ที่ประกอบด้วยทะเลสาบ แม่น้ำและลำคลอง ส่งผลให้เรือยาวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น โดยมีการจัดการแข่งขันอย่างต่อเนื่องในหลายพื้นที่ของจังหวัด (ปวิศ ประวัติ, สัมภาษณ์, 2568)

ในบริบทของการแข่งขันเรือยาว นักพากย์เรือไม่ได้มีบทบาทเพียงผู้บรรยายผลการแข่งขัน หากยังทำหน้าที่เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวทางวัฒนธรรม ทั้งด้านประวัติศาสตร์ ตำนาน ความเชื่อและค่านิยมของชุมชนผ่านการสื่อสารที่เชื่อมโยงบริบทของสายน้ำ เรือและรูปแบบการแข่งขัน เพื่อสร้างบรรยากาศและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ชม นักพากย์เรือจึงทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบันและส่งเสริมการตระหนักรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน ด้วยเหตุนี้ นักพากย์เรือจำเป็นต้องมีองค์ความรู้รอบด้านเกี่ยวกับประวัติเรือ กฎกติกา เทคนิคการแข่งขันและลักษณะสายน้ำ ควบคู่กับทักษะด้านวาทยศิลป์และปฏิภาณไหวพริบ (การแข่งขันเรือยาว, 2558)

แม้จะมีงานวิจัยบางส่วนที่ศึกษาการสื่อสารทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ชุมชน แต่บทบาทของนักพากย์เรือยังขาดการศึกษาเชิงลึก ส่งผลให้เกิดช่องว่างทางวิชาการในมิติของการสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเฉพาะในบริบทการแข่งขันเรือยาวในจังหวัดสงขลาซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านวัฒนธรรม ดังนั้น การพากย์เรือจึงไม่ได้มีบทบาทเพียงด้านความบันเทิง หากยังเป็นกลไกสำคัญในการถ่ายทอด สืบสานและเสริมสร้างความเข้มแข็งของวัฒนธรรมท้องถิ่น

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาบทบาทของนักพากย์เรือในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (2) วิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดผู้ชมและ (3) ประเมินผลของการพากย์เรือต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชม โดยอาศัยกรอบแนวคิดจากทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคม ทฤษฎีหน้าที่นิยม ทฤษฎีการเล่าเรื่อง ทฤษฎีการสื่อสารเชิงการแสดง ทฤษฎีวาทวิทยา ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชนและทฤษฎีผู้นำทางความคิด

งานวิจัยนี้มีความสำคัญต่อการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม เนื่องจากศิลปะการพากย์เรือเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความเสี่ยงต่อการสูญหาย การศึกษาบทบาทและกลยุทธ์การพากย์เรือจึงเป็นแนวทางสำคัญในการสืบสานและประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับสังคมร่วมสมัย อีกทั้งยังมีส่วนในการเติมเต็มองค์ความรู้เชิงวิชาการด้านการสื่อสารในบริบทวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นฐานข้อมูลสำหรับการพัฒนาและต่อยอดกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาบทบาทของนักพากย์เรือในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- 2.2 เพื่อวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรือในการสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจของผู้ชม
- 2.3 เพื่อประเมินผลของการพากย์เรือต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชม

3. การทบทวนวรรณกรรม

3.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษามหาบทของนักพากย์เรือในการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนอาศัยกรอบแนวคิดสหวิทยาการที่เชื่อมโยงมิติทางสังคม วัฒนธรรมและการสื่อสาร โดยทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมอธิบายว่าการรับรู้ตนเองของบุคคลเกิดจากการเป็นสมาชิกของกลุ่ม ซึ่งนำไปสู่การก่อรูปของค่านิยมและความรู้สึกร่วม อันเป็นพื้นฐานของอัตลักษณ์ชุมชน (Luhtanen & Crocker, 1992) ขณะที่แนวคิดการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมมองว่าวัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตที่แสดงออกผ่านภาษาและการปฏิบัติในชีวิตประจำวัน ทำให้การพากย์เรือเป็นกระบวนการถ่ายทอดและธำรงรักษาความหมายทางวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้ กรอบแนวคิดการสื่อสารเชิงการแสดงช่วยอธิบายการพากย์เรือในฐานะการสื่อสารที่ผสมผสานเสียง ภาษา จังหวะและปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมเข้าด้วยกัน ซึ่งไม่เพียงถ่ายทอดข้อมูล แต่ยังสร้างความหมายและประสบการณ์ร่วม (Austin, 1962; Schechner, 2002; Turner, 1987) ขณะเดียวกัน แนวคิดเกี่ยวกับนักพากย์เสียงช่วยอธิบายมิติด้านทักษะ โดยนักพากย์ทำหน้าที่เสมือนผู้แสดงที่ใช้เสียงในการถ่ายทอดอารมณ์และความหมายอย่างมีประสิทธิภาพ (ทรูปลูกปัญญา, 2563)

ในมิติทางสังคม ทฤษฎีหน้าที่นิยมชี้ให้เห็นว่านักพากย์เรือมีบทบาทในการเชื่อมโยงผู้คนและเสริมสร้างเสถียรภาพของชุมชน ส่วนทฤษฎีการเล่าเรื่องและวาทวิทยาอธิบายการใช้เรื่องเล่า ภาษาและกลวิธีเชิงโน้มน้าวใจในการสร้างความหมายและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ชม ขณะที่แนวคิดผู้นำทางความคิดสามารถอธิบายนักพากย์เรือในฐานะผู้มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ชม เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและได้รับความเชื่อถือจากชุมชน ขณะที่ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชนอธิบายบทบาทของนักพากย์เรือในฐานะตัวกลางของการสื่อสารแบบ 2 ทาง (สุรพงษ์ โสชนะเสถียร, 2563)

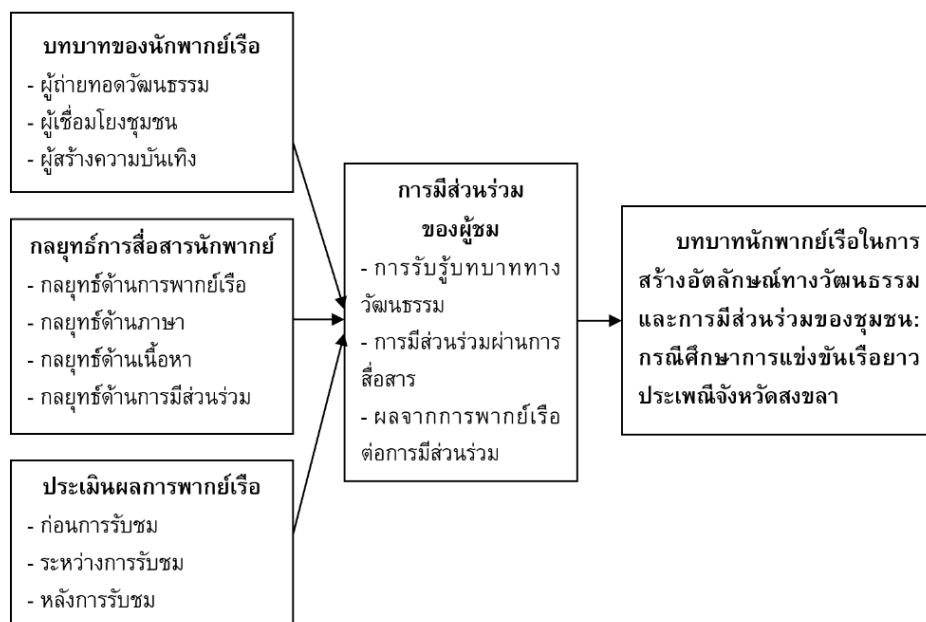
จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่างานวิจัยที่ผ่านมาแม้จะศึกษาการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมในบริบทต่างๆ แต่ยังขาดการอธิบายบทบาทของนักพากย์เรือในฐานะผู้ปฏิบัติการสื่อสารเชิงการแสดงที่เชื่อมโยงอัตลักษณ์วัฒนธรรมและการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะในภาคใต้ ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษามหาบทและกลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรือ เพื่ออธิบายการสร้าง ความหมายทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของผู้ชมอย่างเป็นระบบ

3.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเพณีแข่งขันเรือยาวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับมิติของการมีส่วนร่วมของชุมชนและการอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยชี้ให้เห็นว่าความร่วมมือระหว่างวัด ชุมชนและหน่วยงานภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของประเพณี ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การกำหนดนโยบายและการสืบสานคุณค่าทางวัฒนธรรม (พระครูพิจิตรวรเวท และคณะ, 2565; พระมหาสุเมธ สมานิตโต และคณะ, 2566) นอกจากนี้ ประเพณีแข่งขันเรือยาวยังมีบทบาทในการส่งเสริมความสามัคคี การพัฒนาคนและการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรและวัฒนธรรมท้องถิ่น อันนำไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนในระยะยาว (พงษ์ศักดิ์ ทองละมุล, 2565) ขณะเดียวกัน งานวิจัยด้านการสื่อสารร่วมสมัยสะท้อนให้เห็นบทบาทของ “ผู้สื่อสาร” ในฐานะตัวกลางสำคัญที่เชื่อมโยงผู้ส่งสารกับผู้รับสาร โดยเฉพาะการสร้างตัวตนและความน่าเชื่อถือ ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการดึงดูดและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ชม (สมิทธิ์ พรหมมินทร์ และขวัญฟ้า ศรีประพันธ์, 2564)

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการศึกษาประเพณีในมิติของโครงสร้างชุมชน การมีส่วนร่วมและการอนุรักษ์วัฒนธรรมเป็นหลัก ขณะที่บทบาทของ “นักพากย์เรือ” ยังไม่ได้รับการอธิบายเชิงลึกในฐานะผู้ปฏิบัติการสื่อสาร โดยเฉพาะในมิติของ “การสื่อสารเชิงการแสดง” ที่เชื่อมโยงการสร้างความหมายทางวัฒนธรรมกับการกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ชมอย่างเป็นพลวัต

4. กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1. กรอบแนวคิดการวิจัย

5. วิธีดำเนินการวิจัย

5.1 แบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก เนื่องจากมีข้อมูลเฉพาะเจาะจงเพื่อศึกษาบทบาทนักพากย์เรือ กลยุทธ์การสื่อสารและผลของการพากย์เรือ โดยอาศัยข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกอย่างครบถ้วน

5.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก

เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องโดยตรงในการพากย์เรือและรับชมการแข่งขันเรือยาวประเพณีจังหวัดสงขลา โดยเลือกแบบเจาะจง จำนวน 21 คน ประกอบด้วย (1) นักพากย์เรือ จำนวน 6 คน โดยเลือกแบบเจาะจงจากการมีประสบการณ์พากย์เรือมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี (2) ผู้เข้าร่วมชมการแข่งขัน จำนวน 15 คน โดยเลือกแบบเจาะจงจากผู้ชมที่เคยเข้าร่วมรับชมการแข่งขันเรือยาวประเพณีจังหวัดสงขลามาแล้วไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง

5.3 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง แบ่งเป็น 3 ส่วนตามวัตถุประสงค์ ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก ส่วนที่ 2 คำถามตามวัตถุประสงค์การวิจัย ครอบคลุมบทบาทของนักพากย์เรือ กลยุทธ์การสื่อสารและผลของการพากย์เรือต่อผู้ชม ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ การพัฒนาเครื่องมือเริ่มจากการกำหนดคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด จากนั้นตรวจสอบคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ นิเทศศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม เพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหา ภาษาและความสอดคล้องของคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย พร้อมปรับปรุงแก้ไขก่อนขอรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง

5.4 ขั้นตอนการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างจากนักพากย์เรือและผู้ชมการแข่งขันเรือยาวประเพณีจังหวัดสงขลาในช่วงเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2568 ครอบคลุม 3 สนามแข่งขันที่คัดเลือกแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากความต่อเนื่องของการจัดงาน การมีส่วนร่วมของชุมชนและประสบการณ์ของนักพากย์เรือ เพื่อสะท้อนบริบทการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมได้ชัดเจน ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วยนักพากย์เรือที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 3 ปี และผู้ชมที่เคยเข้าร่วมอย่างน้อย 2 ครั้ง โดยกำหนดจำนวนตามหลักอ้อมตัวของข้อมูลและข้อมูลที่ได้มีความซ้ำและเพียงพอต่อการอธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษา การสัมภาษณ์ใช้คำถามปลายเปิดเพื่อเปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ ขอความยินยอมและรับรองสิทธิของผู้ให้ข้อมูล ก่อนบันทึกข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์เชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา โดยสร้างข้อสรุปจากการสัมภาษณ์เชิงลึกตามประเด็นที่ศึกษา ได้แก่ บทบาทของนักพากย์เรือ กลยุทธ์การสื่อสารและการประเมินผลการพากย์เรือ

6. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาด้านบทบาทนักพากย์เรือในการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาการแข่งขันเรือยาวประเพณีจังหวัดสงขลา มีดังนี้

6.1 บทบาทของนักพากย์เรือในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

การศึกษาพบว่านักพากย์เรือมีบทบาทสำคัญ 3 ประการ ได้แก่

1. บทบาทในฐานะผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม นักพากย์เรือมีบทบาทเป็นผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม โดยเล่าเรื่อง สายน้ำ ประวัติ ลักษณะเรือ รูปแบบการแข่งขันและอัตลักษณ์เรือภาคใต้ พร้อมสอดแทรกแนวคิดการอนุรักษ์ ความผูกพันของชุมชน โดยอาศัยการเตรียมข้อมูลอย่างรอบด้านเพื่อให้ข้อมูลถูกต้องและน่าเชื่อถือ ดังที่นายเปลื้อง สุขสวัสดิ์ ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า

การสอดแทรกเรื่องราวท้องถิ่นเกี่ยวกับการแข่งเรือมีมานานแล้ว เป็นวิถีชีวิตของคนใต้ เช่น การเล่นพายเรือจากการหาปลา การแข่งพายเรือตอนน้ำท่วม ซึ่งเป็นวิถีชีวิตของคนใต้ที่ทำอยู่แล้ว จากนั้นมีการนำวิถีชีวิตมาเป็นการแข่งขันแบบมีกฎกติกาชัดเจน ก็ถือเป็น การอนุรักษ์สานต่อประเพณีวัฒนธรรมได้ ซึ่งนักพากย์เรือเป็นตัวเชื่อมที่นำเรื่องราวเหล่านี้ ถ่ายทอดและเล่าให้เยาวชนหรือผู้ชมที่มาชมเรือได้ฟัง

(เปลื้อง สุขสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 2568)

2. บทบาทในฐานะผู้เชื่อมโยงชุมชน นักพากย์เรือทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้จัด ผีพาย ผู้ชมและชุมชน ผ่านการใช้เสียงและการโต้ตอบเพื่อกระตุ้นการมีส่วนร่วม เช่น การเอ่ยถึงชุมชนและผู้เกี่ยวข้องในการแข่งขัน ทำให้ผู้ชมรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมและแสดงปฏิกิริยาโดยการลุกขึ้นเชียร์ ประบมือและโห่ร้อง ใช้ภาษากลางเป็นหลักเพื่อสร้างความเข้าใจที่ชัดเจน พร้อมทั้งสอดแทรกภาษาถิ่นได้เป็นระยะเพื่อสร้างสีสัน

ใช้ภาษากลางในการพากย์เป็นหลัก การพากย์คือการเชียร์ การปลุกเร้าทำให้เกิดความสนุกสนาน เมื่อเราใช้ภาษากลางจะช่วยสร้างความเข้าใจที่ตรงกันและชัดเจนได้มากกว่า

(มงคล เกิดโกสุม, สัมภาษณ์, 2568)

ใช้ภาษากลางเป็นหลัก เพราะคนนอกพื้นที่จะได้ฟังรู้เรื่องและเข้าใจไปในทิศทางเดียวกันด้วย ลดความขัดแย้ง แต่อาจสร้างลูกเล่น สร้างสีสันได้ด้วยภาษาใต้ แทรกเป็นครั้งๆ ไป

(เปลื้อง สุขสวัสดิ์, สัมภาษณ์, 2568)

3. บทบาทในฐานะผู้สร้างความบันเทิง นักพากย์เรือทำหน้าที่สร้างความบันเทิงตลอดการแข่งขันเพื่อสร้างบรรยากาศที่สนุกสนาน โดยอาศัยความคุ้นเคยและความสนิทสนมกับทีมเรือ ผู้จัดการทีม ผู้จัดการงานและคนในชุมชน จึงมีการแซวและหยอกล้ออย่างเหมาะสม พร้อมปรับพลังเสียงและจังหวะให้สอดคล้องกับช่วงการแข่งขัน โดยเฉพาะช่วงใกล้เข้าเส้นชัยเพื่อเร้าอารมณ์ผู้ชม

เราใช้ความคุ้นเคย ความสนิทสนม ใช้ข้อมูลที่ถูกต้อง เราจึงกล้าเล่นกล้าแซวกับฝีพาย
ผู้จัดการทีมเรือ

(สุริยา ขุนทิพย์, สัมภาษณ์, 2568)

การศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรวิทยาดำรงในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมสามารถสรุปสาระสำคัญของผลการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1

สรุปสาระสำคัญผลการวิจัยบทบาทนักพากย์เรือในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ประเด็นการศึกษา	บทบาทนักพากย์เรือ	สาระสำคัญของผลการวิจัย
1. บทบาทนักพากย์เรือในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม	1.1 ผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรม	ถ่ายทอดประวัติสายน้ำ ลักษณะ เอกลักษณ์เรือภาคใต้ อาศัยประสบการณ์และเตรียมข้อมูลอย่างรอบด้าน เพื่อให้ข้อมูลถูกต้องและน่าเชื่อถือ
	1.2 ผู้เชื่อมโยงชุมชน	ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้จัด ฝีพาย ผู้ชมและชุมชน ใช้เสียงพากย์สร้างปฏิสัมพันธ์ ทำให้ผู้ชมรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม
	1.3 ผู้สร้างความบันเทิง	สร้างบรรยากาศสนุกสนานด้วยการหยอกล้ออย่างเหมาะสม ใช้พลังเสียงและจังหวะการพากย์เรือ ให้สอดคล้องกับช่วงการแข่งขัน

ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นบทบาทนักพากย์เรือในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของการวิจัย

6.2 กลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรือในการสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจของผู้ชม

การศึกษพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรือมี 4 ด้านหลัก ได้แก่

1. กลยุทธ์ด้านการพากย์ นักพากย์เรือมีการวางแผนการพากย์เรืออย่างเป็นระบบ 3 ช่วง ประกอบด้วย (1) ช่วงเริ่มต้น เป็นขั้นตอนอารัมภบท ประกาศการแข่งขัน ให้กำลังใจและเรียกเรือเข้าสู่จุดเริ่มต้น (2) ช่วงการแข่งขัน มีการพากย์การแข่งขัน แบ่งหน้าที่การพากย์เป็นคู่และปรับจังหวะการพากย์เรือตามช่วงการแข่งขัน และ (3) ช่วงท้ายการแข่งขัน ประกอบด้วยการแนะนำเรือคู่ถัดไป ขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง พุดสร้างบรรยากาศ และสอดแทรกเรื่องราวทางวัฒนธรรม การพากย์เป็นคู่ช่วยให้การสื่อสารต่อเนื่องและมีพลัง โดยอาศัยความสนิท ความคุ้นเคยและความเข้าใจกัน

จากการสังเกตและถอดรูปแบบการพากย์เรือในลักษณะการพากย์เป็นคู่สามารถสรุปกระบวนการพากย์เรือ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2

สรุปกระบวนการพากย์เรือในการแข่งขันเรือยาวประเพณีจังหวัดสงขลา

กระบวนการพากย์เรือ	รายละเอียด
1. ช่วงเริ่มต้น	- เกริ่นนำ/อารัมภบท - ประกาศการแข่งขัน - อวยพรและให้กำลังใจ - เรียกเรือเข้าสู่จุดเริ่มต้น
2. ช่วงการแข่งขัน	- พูดถึงชื่อเรือแต่ละคู่การแข่งขัน - ประวัติเรือ ชื่อฝีพายและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง - เริ่มเชียร์เรือแต่ละทีม โดยใช้การเน้นคำและย้าคำ - การแบ่งหน้าที่การพากย์เป็นคู่ - ปรับจังหวะการพากย์ตามช่วงการแข่งขัน
3. ช่วงท้ายการแข่งขัน	- แนะนำเรือคู่ถัดไปพร้อมแจ้งตรวจสอบคุณสมบัติ - ขอบขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง - พูดสร้างบรรยากาศ - สอดแทรกเรื่องราวทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 3

ตัวอย่างรูปแบบการพากย์เรือในการแข่งขันเรือยาวประเพณีวิถีสู่แม่น้ำทะเลสาบสงขลา ณ คลองสำโรง ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา

ช่วงการพากย์	นักพากย์เรือ	เนื้อหาการพากย์เรือ	น้ำเสียง
ช่วงเริ่มต้น	นายมงคล เกิดโกสุม	- “ออก ออก มาแล้วจ้า”	- ลากเสียงยาว
ช่วงการแข่งขัน	นายสุริยา ขุนทิพย์	- “ออกมาแล้วในประเภท 9 ใบพาย เทียวกลับสายน้ำ หรือว่าพายกลับน้ำ 2 ครั้ง เทพกิตติสุนทร อยู่ใน ล่องน้ำแดง เจอกับทีมงานเพชรคงคา 2 เพชรคงคา เปิดใบพายมาเทียวนี้ เปิดใบพายมาเทียวนี้ (พูดย้าคำ) ดูท่าทางการพาย การพายของเพชรคงคา เพชรคงคา จะไม่ยอมแน่นอนครับ ไม่ยอมแน่นอน (พูดย้าคำ) จะให้มีน้ำ 3 หรือไม่ แต่ว่าหันไปมองเทพกิตติสุนทร เทพกิตติสุนทรบอกว่า ไม่ยอมครับ ไม่ยอมน้ำ 3แน่นอน เปิดใบพายขึ้นมาเต็มที่ เปิดใบพายขึ้นมาเต็มที่ (พูดย้าคำ) ในร่องน้ำแดง หัวพาย ท้ายเปิด หัวพาย ท้ายเปิด (พูดย้าคำ) ขึ้นมาแล้ว ไม่มีใครยอมใคร ตอนนี้ เทพกิตติสุนทร เริ่มแรง แรง แรง หันไปแล้วจ้า” (ลากเสียงยาว เพื่อเป็นการส่งสัญญาณให้นายมงคล รับช่วงต่อ)	- เน้นความเร็ว - กระชับ - เสียงดังฟังชัด - น้ำเสียงสูง - เน้นย้าคำ - พากย์ตามจังหวะเรือ

ช่วงการพากย์	นักพากย์เรือ	เนื้อหาการพากย์เรือ	น้ำเสียง
ช่วงท้าย การแข่งขัน	นายมงคล เกิดโกสุม	- “เอาละครับ เทพกิตติสุนทรนั้นน่าจะอยู่ประมาณ 1 ชวงน้ำ ครับ 1 ชวงน้ำ (ย่ำคำ) ไส่ตามอยู่ครับ จะเอา ไม่เอา ทีมงาน ทีมงานคงคาหันไปมอง แล้วบอกว่า เอ้ย มัน เกิดอะไรขึ้นละเนี่ย มันเกิดอะไรขึ้น ทั้งคู่ พายแบบ ธรรมดา ธรรมดา พายแบบธรรมดา ธรรมดา (ย่ำคำ) เหลือระยะทางประมาณ 100 เมตร 100 เมตรสุดท้าย (ย่ำคำ) จะเข้าเส้นชัย เหลือร่องน้ำแดง เหลือร่องน้ำแดง (ย่ำคำ) เริ่มตีหนิ เริ่มตีหนิ (ย่ำคำ) จะเข้าเส้นชัย แล้วก็ แล้วก็ เข้าเส้นชัย” (ลากเสียงยาว ประสานเสียงกับ นายสุริยา)	- เสียงดังขึ้น - เข้มขึ้นขึ้นเมื่อใกล้ เข้าเส้นชัย - ย่ำคำ เช่น “ไหวไม่ไหว ไหวไม่ไหว ไหวไม่ไหว” - เมื่อเข้าเส้นชัยจะลาก เสียงยาว เช่น “เข้าเส้นชัย” (ลากเสียง ยาว)
	นายสุริยา ขุนทิพย์	- “ประกาศผล กรรมการไม่รอช้า ให้ออกร่องน้ำแดง เทพกิตติสุนทรเป็นเรือชนะไปในทีวันนี้”	- เน้นน้ำหนักเสียง มีพลัง

สิ่งสำคัญ คือ นักพากย์เรือไม่มีอำนาจในการประกาศผลการแข่งขัน โดยต้องรอการตัดสินจากคณะกรรมการอย่างเป็นทางการเพื่อป้องกันความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้น ถือเป็นหลักกติกาสากลของการแข่งขันเรือ และนักพากย์เรือต้องพากย์ทั้ง 2 ลำ อย่างเท่าเทียมกันเพื่อความเป็นกลางและเกียรติทั้ง 2 ลำไปจนถึงเข้าเส้นชัย

องค์ประกอบสำคัญของการพากย์เรือ ได้แก่ ข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจน ความจริงใจ ความเป็นกลาง มารยาทของนักพากย์เรือ การควบคุมสถานการณ์และเวลาให้เป็นไปตามกำหนด

จากการวิเคราะห์รูปแบบการพากย์เรือพบว่า “ลีลาการพากย์” เป็นองค์ประกอบสำคัญของการสื่อสารเชิงการแข่ง โดยประกอบด้วย (1) การควบคุมจังหวะเสียง (2) การเน้นย่ำคำ (3) การปรับระดับน้ำเสียงและ (4) การใช้เสียงลากยาวเพื่อส่งสัญญาณ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวทำหน้าที่สร้างอารมณ์ร่วม ความตื่นเต้นและการมีส่วนร่วมของผู้ชมในแต่ละช่วงการแข่งขัน

2. กลยุทธ์ด้านภาษา นักพากย์เรือเลือกใช้ภาษากลางเป็นหลักเพื่อสร้างความเข้าใจที่ตรงกันทั้งคนในพื้นที่ นอกพื้นที่และลดความขัดแย้ง โดยแทรกภาษาใต้เพื่อสร้างสีสันเป็นระยะ พร้อมปรับโทนเสียงตามจังหวะการแข่งขัน ตั้งแต่การประกาศในช่วงเริ่มต้น เพิ่มพลังและความเร็วในช่วงกลางและใกล้เข้าเส้นชัย ไปจนถึงเสียงปกติในช่วงประกาศการแข่งขัน เน้นการใช้ถ้อยคำสุภาพ ไม่ใช้คำพวน มีอารมณ์ขัน เป็นกลาง ให้เกียรติทุกฝ่ายและมีสติตลอดการพากย์เรือ

3. กลยุทธ์ด้านเนื้อหา นักพากย์เรือคัดเลือกและจัดลำดับเนื้อหาอย่างเหมาะสม โดยนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เช่น การแข่งขัน ผู้จัดงาน ประวัติเรือ ฝีพาย ความรู้เกี่ยวกับประเพณีและหลักเสียงประเพณีอ่อนไหว เช่น กติกาการแข่งขัน ผลการแข่งขันที่ยังไม่ได้รับจากคณะกรรมการ เลือกร่องน้ำแดงให้เหมาะสมโดยไม่รบกวนการพากย์การแข่งขัน

4. กลยุทธ์ด้านการสร้างการมีส่วนร่วม นักพากย์เรืออาศัยความคุ้นเคยกับทีมเรือและชุมชน ใช้เทคนิคการพากย์ เช่น พากย์เป็นคู่ การเรียกชื่อ ชื่นชมทุกฝ่ายและชวนอย่างสร้างสรรค์เพื่อสร้างความสนุกและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ชม

สำหรับเนื้อหาที่ผู้ชมมีการตอบสนองและมีส่วนร่วมมากที่สุด คือ (1) การพูดชื่นชม/ขอบคุณคนในพื้นที่และผู้ให้การสนับสนุนที่ให้ความร่วมมือมาเชียร์การแข่งขันและมาร่วมกิจกรรม (2) การแซว/หยอกล้อผู้ชมอย่างเหมาะสมช่วยสร้างความเป็นกันเอง เกิดความรู้สึกใกล้ชิดระหว่างนักพากย์เรื่อกับผู้ชม แม้จะอยู่กันคนละฝั่งของสนามแข่งขัน

ผลตอบรับจากผู้ชมและผู้จัดงาน นักพากย์เรื่อกล่าวว่าหลายครั้งจะมีคำชื่นชมและผลตอบรับจากผู้จัดงานและผู้ชมมาเป็นระยะๆ โดยอยากให้อีกกลับมาพากย์เรื่อกอีกในปีถัดไป นอกจากนี้ยังมีผู้ชมบางคนบอกว่า อยากมาดูคนพากย์เรื่อกเพราะมัน ตื่นเต้นและสนุกสนาน แสดงให้เห็นว่าการพากย์เรื่อกมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดผู้ชมให้กลับมาชมกิจกรรมในปีต่อไป

จากการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรื่อกในการสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจของผู้ชมทั้ง 4 ด้าน ภายใต้กรอบแนวคิดการสื่อสารเชิงการแข่ง จะเห็นว่าการพากย์เรื่อกเป็นการสื่อสารเชิงการแข่งที่สร้างความหมาย อารมณ์และปฏิสัมพันธ์มากกว่าการถ่ายทอดข้อมูลการแข่งขัน โดยใช้กลยุทธ์ด้านการพากย์ภาษา เนื้อหาและการมีส่วนร่วมเพื่อกำกับประสบการณ์ผู้ชมและทำให้ผู้ชมรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขัน

การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรื่อกในการสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจของผู้ชมสามารถสรุปสาระสำคัญของผลการวิจัย ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4

สรุปสาระสำคัญผลการวิจัยกลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรื่อกในการสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจของผู้ชม

ประเด็นการศึกษา	บทบาทสำคัญนักพากย์เรื่อก	สาระสำคัญของผลการวิจัย
กลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรื่อก	1. กลยุทธ์ด้านการพากย์	วางแผนการพากย์เป็น 3 ช่วง (เริ่มต้น-แข่งขัน-ช่วงท้าย) พากย์เป็นคู่ แบ่งหน้าที่ชัดเจน ช่วยให้การสื่อสารต่อเนื่องและมีพลัง
	2. กลยุทธ์ด้านภาษา	ใช้ภาษากลางเป็นหลัก แทรกภาษาถิ่นได้เพื่อสีสัน ปรับโทนเสียงตามสถานการณ์ ใช้ถ้อยคำสุภาพ มีอารมณ์ขัน
	3. กลยุทธ์ด้านเนื้อหา	คัดเลือกเนื้อหาที่เหมาะสม แยกสิ่งที่ควรพูดและควรหลีกเลี่ยง จัดลำดับเนื้อหาให้สอดคล้องกับจังหวะการแข่งขัน
	4. กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วม	ใช้ความคุ้นเคยกับชุมชน การเรียกชื่อ การแซวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อกกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการพากย์เรื่อกไม่ได้เป็นเพียงการถ่ายทอดข้อมูล แต่เป็นการสื่อสารที่เกิดขึ้นแบบสดในบริบทของการแข่งขัน โดยนักพากย์เรื่อกทำหน้าที่เป็นผู้แสดงที่ใช้เสียง ภาษาและปฏิสัมพันธ์ในการร่วมสร้างความหมายกับผู้ชมในสถานการณ์จริง

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นกลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรื่อกในการสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจของผู้ชม ซึ่งตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของการวิจัยอย่างชัดเจน

6.3 ผลของการพากย์เรือต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชม

จากการศึกษาพบว่า การพากย์เรือมีผลกระทบเชิงบวกต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชมอย่างชัดเจนในทุกช่วงเวลา

1. ก่อนการรับชม ผู้ชมคาดหวังความสนุกและบรรยากาศคึกคักจากเสียงพากย์เรือ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจมาชมการแข่งขัน อีกทั้งนักพากย์เรือยังช่วยกระตุ้นความสนใจและสร้างความตื่นตัวโดยการพูดเชิญชวนตั้งแต่มก่อนเริ่มการแข่งขัน

2. ระหว่างการรับชม ผู้ชมมีส่วนร่วมอย่างชัดเจนผ่านการเชียร์และแสดงอารมณ์ร่วม เช่น การลุก-ชูมือขึ้นเชียร์ โห่ร้อง กระโดด ประบมือ โดยเฉพาะช่วงใกล้เส้นชัยที่นักพากย์เรือเพิ่มพลังและจังหวะเสียง ส่งผลให้บรรยากาศตื่นเต้นและคึกคักสูงสุด

3. หลังการรับชม นักพากย์เรือได้รับคำชื่นชมจากผู้ชม ผู้จัด ชุมชน ซึ่งมีความประทับใจและจดจำเสียงพากย์ที่เร็วแต่ยังได้ยินชัดเจน การพูดชื่อทีมเรือถูกต้องและสร้างพลังแรงใจให้ฝีพาย ส่งผลให้เชิญกลับมาพากย์ในปีถัดไป แสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจและการตระหนักถึงความสำคัญของการพากย์เรือต่อความสำเร็จของงาน โดยผู้ชมทุกคนตอบว่าการพากย์มีผลต่อความตั้งใจมาร่วมงานอีกในปีถัดไป โดยให้เหตุผลว่า “สนุก” “อยากมาอีกถ้าเขาจัด” “สนุกดี” “ครึกครื้นดี” “มันส์” “ถ้าจัดก็มาดู” “มาทุกปีอยู่แล้ว” แสดงให้เห็นว่าการพากย์เรือมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดให้ผู้ชมกลับมาชมกิจกรรมอย่างต่อเนื่องและทุกคนเห็นตรงกันว่าหากไม่มีการพากย์เรือ บรรยากาศงานจะเงียบเหงา ไม่สนุกและไม่ตื่นเต้น

ข้อมูลจากการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าผู้ชมตระหนักถึงบทบาทสำคัญของนักพากย์เรือในการสร้างความสนุกสนานและบรรยากาศที่ดีของงาน เมื่อพิจารณาผลการประเมินผ่านกรอบแนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้ชม จะเห็นว่าเสียงพากย์เรือมีผลต่อผู้ชมในหลายระดับ ตั้งแต่ระดับอารมณ์ (affective engagement) เช่น ความตื่นเต้น และความสนุกระดับพฤติกรรม (behavioral engagement) เช่น การลุกเชียร์และการปรบมือ และระดับเจตคติ (attitudinal engagement) คือความตั้งใจที่จะกลับมาชมกิจกรรมในอนาคต เสียงพากย์จึงเป็นปัจจัยเชิงประสบการณ์ที่ช่วยรักษฐานผู้ชมและความต่อเนื่องของประเพณีการแข่งขันเรือยาว

การศึกษาผลของการพากย์เรือต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชมสามารถสรุปสาระสำคัญของผลการวิจัยดังแสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 5

สรุปสาระสำคัญการวิจัยเกี่ยวกับผลของการพากย์เรือต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชม

ประเด็นการศึกษา	องค์ประกอบหลัก	สาระสำคัญของผลการวิจัย
ผลของการพากย์เรือต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชม	1. ก่อนการรับชม	เสียงพากย์สร้างความคาดหวัง กระตุ้นความสนใจและมีผลต่อการตัดสินใจมาร่วมชมการแข่งขัน
	2. ระหว่างการรับชม	ผู้ชมมีส่วนร่วมสูง โดยเฉพาะช่วงใกล้เส้นชัย แสดงพฤติกรรมเชียร์ ประบมือ ลุกขึ้นยืนและตื่นเต้นร่วมกัน
	3. หลังการรับชม	ผู้ชมมีความประทับใจ จดจำเสียงพากย์และมีความตั้งใจกลับมาชมงานอีก หากไม่มีการพากย์เรือจะทำให้งานขาดความสนุกและความคึกคัก

ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นผลของการพากย์เรือต่อระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชมในมิติต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของการวิจัย

จากผลการศึกษาบทบาทนักพากย์เรือในการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาการแข่งขันเรือยาวประเพณีจังหวัดสงขลา สามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 2. สรุปผลการศึกษาบทบาทนักพากย์เรือในการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาการแข่งขันเรือยาวประเพณีจังหวัดสงขลา (ที่มา: NotebookLM, 2026)

7. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

7.1 ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบประเด็นสำคัญ 3 ประการ

1. บทบาทนักพากย์เรือ ทำหน้าที่เป็น “ตัวแสดงทางวัฒนธรรม” ผ่าน 3 บทบาทหลัก ได้แก่ ผู้ถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ผู้เชื่อมโยงชุมชนและผู้สร้างความบันเทิง โดยเสียงพากย์ไม่ได้ทำให้การแข่งขันเรือยาวเป็นเพียงกิจกรรมกีฬา หากแต่เป็นพื้นที่ของการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดคุณค่า ความเชื่อและความสัมพันธ์ของชุมชนกับสายน้ำอย่างเป็นรูปธรรม

2. กลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรือ ใช้กลยุทธ์การสื่อสาร 4 ด้าน ได้แก่ การพากย์ ภาษา เนื้อหาและสร้างการมีส่วนร่วม ซึ่งทำงานร่วมกันในลักษณะของการสื่อสารเชิงการแสดงที่ผสมเสียง ภาษา จังหวะและปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์ เพื่อควบคุมอารมณ์และประสบการณ์การรับชมของผู้ชม

3. ผลต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชม การพากย์เรือส่งผลเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชมในทุกช่วงเวลา ทั้งช่วงเริ่มต้น ช่วงการแข่งขันและช่วงท้ายการแข่งขัน โดยเฉพาะช่วงใกล้เข้าเส้นชัยที่เสียงพากย์มีบทบาทสำคัญ

ในการรื้ออารมณ์และกระตุ้นพฤติกรรมมีส่วนร่วมอย่างชัดเจน ผู้ชมรับรู้ตรงกันว่าหากไม่มีนักพากย์เรื่อบรรยายกาของการแข่งขันจะขาดความสนุกและขาดความหมายทางวัฒนธรรม

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานของสมิษฐ์ พรหมมินทร์ และขวัญฟ้า ศรีประพันธ์ (2564) ที่ชี้ให้เห็นว่าผู้พากย์ในฐานะผู้สื่อสารมีบทบาทสำคัญในการสร้าง engagement ผ่านการโต้ตอบกับผู้ชม อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้พบความแตกต่างเชิงบริบท กล่าวคือนักพากย์เรื่อมุ่งเน้นการถ่ายทอดวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน ขณะที่นักพากย์เกมมุ่งสร้างแบรนด์บุคคลในบริบทออนไลน์เพื่อเป้าหมายทางการตลาด แสดงให้เห็นว่า “บทบาทของผู้พากย์” มีลักษณะเฉพาะตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรม

7.2 การอภิปรายผล

7.2.1 บทบาทนักพากย์เรื่อในการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

จากผลการวิจัยสามารถวิเคราะห์บทบาทนักพากย์เรื่อออกเป็น 2 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. นักพากย์เรื่อในฐานะตัวแสดงทางวัฒนธรรมและผู้สร้างอัตลักษณ์ทางสังคม

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักพากย์เรื่อทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตและถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชนผ่านการเล่าเรื่องเกี่ยวกับสายน้ำ เรือและวิถีชีวิต ซึ่งสนับสนุนทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคมที่อธิบายว่าบุคคลนิยามตนเองผ่านการเป็นสมาชิกของกลุ่ม (Luhtanen & Crocker, 1992) โดยเสียงพากย์ช่วยให้อัตลักษณ์ดังกล่าว “ถูกทำให้มองเห็นและรับรู้ร่วมกัน” ขณะเดียวกัน ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของวิลเลียมส์ (Williams, 1962, อ้างถึงในเสกสรร ทายะรังษี และคณะ, 2556) ที่มองว่าวัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิตที่ปรากฏผ่านการสื่อสารในชีวิตประจำวัน กล่าวคือการพากย์เรื่อทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นถูก “ปฏิบัติกร” และถ่ายทอดในสถานการณ์จริง ยิ่งไปกว่านั้น ผลการศึกษานี้ยังสนับสนุนกรอบการสื่อสารเชิงการแต่งที่มองว่าการสื่อสารเป็นการกระทำที่สร้างความหมายร่วมในบริบทเฉพาะหน้า โดยนักพากย์เรื่อไม่ได้เพียง “บอกเล่า” แต่เป็น “ผู้แสดง” ที่ร่วมสร้างอัตลักษณ์กับผู้ชมในขณะนั้น

2. นักพากย์เรื่อในฐานะกลไกการทำหน้าที่เชิงสังคมและการรักษาเสถียรภาพทางวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่านักพากย์เรื่อทำหน้าที่ทั้งด้านการถ่ายทอดวัฒนธรรม การเชื่อมโยงชุมชนและการสร้างความบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีหน้าที่นิยมที่มองว่าบทบาททางสังคมช่วยสร้างเสถียรภาพของระบบ โดยนักพากย์เรื่อทำหน้าที่ 3 มิติ คือ (1) หน้าที่ปรับตัว-สังสมปัญหา นักพากย์เรื่อทำหน้าที่ในการสืบสานองค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น ช่วยให้คนรุ่นใหม่เรียนรู้และทำให้วัฒนธรรมท้องถิ่นสามารถอยู่รอดในบริบทสังคมร่วมสมัย (2) หน้าที่ค่านิยม-แรงจูงใจ นักพากย์เรื่อสร้างค่านิยมร่วมเพื่อสื่อสารค่านิยมหลัก เช่น ความกตัญญูต่อวัด ความสามัคคีและการรวมกลุ่มอาสาสมัคร สร้างแรงจูงใจให้เยาวชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และสืบทอดประเพณี (3) หน้าที่บูรณาการ-กำกับระเบียบ นักพากย์เรื่อรักษาระเบียบและกติกาการแข่งขันโดยเน้นความเป็นกลางและการรอกกรรมการตัดสิน ช่วยรักษาความยุติธรรมและความสงบในชุมชน การศึกษาของชมาคอฟ (Shmakov, 2025) สนับสนุนข้อค้นพบนี้โดยชี้ว่าอัตลักษณ์วัฒนธรรมทำหน้าที่ทั้ง 3 มิติ ช่วยให้ชุมชนรักษามรดกทางสังคมและสร้างความต่อเนื่องจึงสามารถกล่าวได้ว่านักพากย์เรื่อเป็น “กลไกทางวัฒนธรรม” ที่ช่วยธำรงโครงสร้างทางสังคมและพิธีกรรมของชุมชนอย่างต่อเนื่อง

7.2.2 กลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรือในการสร้างการมีส่วนร่วมและดึงดูดความสนใจของผู้ชม

จากผลการวิจัย สามารถวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารของนักพากย์เรือออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. กลยุทธ์การสื่อสารในฐานะการแสดงทางวัฒนธรรม แสดงให้เห็นว่านักพากย์เรือมีกลยุทธ์การสื่อสารที่หลากหลายและซับซ้อน สามารถอธิบายผ่านกรอบแนวคิดการสื่อสารเชิงการแสดง มองการพากย์เรือเป็นการแสดงที่ผสมผสานเสียง ภาษา จังหวะและปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านการพากย์ มีโครงสร้าง 3 ช่วง (อาร์ัมภท-การแข่งขัน-สรุป) สะท้อนลักษณะการสื่อสารแบบพิธีกรรมที่ทำให้ผู้ชมรับรู้จังหวะและบทบาท การพากย์เป็นคู่แสดงความเป็นมืออาชีพผ่านการประสานงานที่อาศัยความสนิทและการส่งสัญญาณ กลยุทธ์ด้านภาษา ใช้ภาษากลางเป็นหลักร่วมกับการปรับโทนเสียงตามสถานการณ์ สอดคล้องกับแนวคิด Audience-Centered Communication หรือการสื่อสารที่เน้นให้ผู้รับสารเป็นศูนย์กลางและทฤษฎีวาทวิทยาที่เน้นการศึกษาผู้รับสารเพื่อให้สื่อสารตรงจุด การใช้ภาษากลางสร้างความเข้าใจร่วมกันและลดอุปสรรคในการสื่อสาร ขณะที่การสอดแทรกภาษาถิ่นได้ช่วยรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม การปรับโทนเสียงตั้งแต่เสียงประกาศจนถึงเสียงที่เพิ่มพลังใกล้เคียงช่วยแสดงความสามารถในการสร้างอารมณ์ กลยุทธ์ด้านเนื้อหา การคัดเลือกข้อมูลและหลีกเลี่ยงประเด็นอ่อนไหว สะท้อนบทบาทผู้ควบคุมความหมายในสนามการสื่อสาร นักพากย์เรือกลั่นกรองและจัดลำดับข้อมูลเพื่อรักษาความน่าเชื่อถือและความยุติธรรม การไม่พูดถึงกติกาและไม่ประกาศผลก่อนคณะกรรมการแสดงถึงความเคารพในบทบาทหน้าที่และรับผิดชอบต่อความยุติธรรม การหลีกเลี่ยงคำหยาบสะท้อนความเคารพในศักดิ์ศรีมนุษย์ กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วม การเอ่ยชื่อ การชื่นชมและการหยอกล้อสามารถอธิบายผ่านกรอบ Participatory Communication หรือการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมที่มองผู้ชมเป็นผู้มีบทบาทร่วมสร้างความหมาย เสียงพากย์เปิดพื้นที่ให้ผู้ชมรู้สึกมีคุณค่าและเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ การใช้ความคุ้นเคยในการช่วยเหลือสร้างความเป็นกันเองและลดระยะห่างทางสังคม การเรียกชื่อและชื่นชมตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ตามทฤษฎีมาสโลว์ (Maslow, 1943)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ากลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านทำงานร่วมกันในลักษณะของการสื่อสารเชิงการแสดงอย่างชัดเจน กล่าวคือการพากย์เรือเป็น “การแสดงสด” ที่นักพากย์เรือใช้เสียง จังหวะและลีลาในการควบคุมอารมณ์ผู้ชม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการสื่อสารเชิงการแสดง (Schechner, 2002) ที่มองว่าการแสดงเป็นกระบวนการสร้างความหมายผ่านการปฏิบัติ

2. การเล่าเรื่องและการสร้างความหมายทางสังคม แสดงให้เห็นว่าการเล่าเรื่องเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการมีส่วนร่วม สนับสนุนทฤษฎีการเล่าเรื่องของฟิชเชอร์ (Fisher, 1985) ที่ชี้ว่ามนุษย์ตอบสนองต่อเรื่องเล่ามากกว่าเหตุผล ซึ่งนักพากย์เรือใช้การเล่าเรื่องเกี่ยวกับตำนาน ประวัติชุมชนและชัยชนะในอดีตเพื่อจัดวางความหมาย “เรา-เขา” ช่วยกำหนดตำแหน่งและบทบาทของผู้ชมให้เข้ามามีส่วนร่วมผ่านการเชียร์และการแสดงอารมณ์ร่วม (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2563) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ขยายองค์ความรู้เดิม โดยชี้ให้เห็นว่า “เรื่องเล่า” ในบริบทเรือยาวไม่ได้เป็นเพียงการโน้มน้าว แต่ยัง “สร้างอัตลักษณ์ร่วมแบบทันที” (real-time identity construction) ผ่านการเชียร์และการมีส่วนร่วมของผู้ชม

3. นักพากย์เรือในฐานะผู้นำทางความคิด แสดงให้เห็นว่านักพากย์เรือมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้ชม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้นำทางความคิด (KOLs) โดยเป็นแหล่งข้อมูลหลัก ผู้ตีความพิธีกรรมและผู้ชี้นำอารมณ์ผู้ชม ซึ่งนักพากย์เรือมีประสบการณ์ยาวนานกว่า 20-40 ปี และได้รับการยอมรับในระดับประเทศ ส่งผลให้เกิดความเชี่ยวชาญ (authority) ควบคู่กับความน่าเชื่อถือ (credibility) ผ่านการโต้ตอบ (interactivity) กับผู้ชม

อย่างต่อเนื่อง เช่น การเอ่ยชื่อและการแซว ทำให้นักพากย์เรือมีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมผู้ชมอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยประเพณีแข่งเรือเปิดพื้นที่ให้เกิดการมีส่วนร่วมทั้งในระดับพฤติกรรมและเจตคติ ซึ่งสะท้อนความผูกพันระยะยาวของผู้ชมต่อประเพณีและชุมชน ทั้งนี้สอดคล้องกับการศึกษาของพงษ์ศักดิ์ ทองละมุล (2565) ที่ชี้ว่าประเพณีแข่งเรือช่วยเสริมสร้างความสามัคคีและการพัฒนามนุษย์เชิงสร้างสรรค์ในชุมชน ซึ่งผลดังกล่าวสนับสนุนทฤษฎี KOLs อย่างชัดเจน ขณะเดียวกันยังขยายทฤษฎีไปสู่บริบทวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ไม่ได้นับเชิงพาณิชย์

4. วาทวิทยาและการสร้างความน่าเชื่อถือ การศึกษาแสดงให้เห็นว่านักพากย์เรือใช้กลยุทธ์เชิงวาทกรรมที่สอดคล้องกับทฤษฎีวาทวิทยาของอริสโตเติล (Aristotle, 330-335 ปีก่อนคริสตกาล) ที่อธิบายว่าการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสาร (Ethos) การเร้าอารมณ์ของผู้รับสาร (Pathos) และการใช้เหตุผลหรือข้อมูลสนับสนุน (Logos) อย่างสมดุล เพื่อสร้างการยอมรับของผู้รับสาร (Rapp, 2022) ซึ่งนักพากย์เรือสร้างความน่าเชื่อถือผ่านความรู้เชิงลึก ประสบการณ์ยาวนาน การเตรียมข้อมูลอย่างรอบคอบและการรักษาความเป็นกลางตามบทบาทหน้าที่ ส่งผลให้เกิดความน่าเชื่อถือ การพากย์เรือในลักษณะการเร้าอารมณ์ซึ่งถูกใช้ผ่านพลังเสียง จังหวะการพากย์และการย้าคำ เช่น “ไหว ไม่ไหว” การเล่าเรื่องและการแซวสร้างอารมณ์ร่วม ความตื่นเต้นและความบันเทิงแก่ผู้ชม ขณะที่หลักเหตุและผลสะท้อนผ่านการใช้ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติเรือ รูปแบบการแข่งขันและการวิเคราะห์เชิงเหตุผล ซึ่งช่วยเพิ่มความเข้าใจและการเรียนรู้ การบูรณาการองค์ประกอบทั้งสามทำให้นักพากย์เรือสามารถโน้มน้าวใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีวาทวิทยาของอริสโตเติล (Aristotle) อย่างชัดเจนและแสดงให้เห็นว่าการพากย์เรือเป็น “วาทศิลป์เชิงปฏิบัติ” ที่เกิดขึ้นจริงในบริบทวัฒนธรรม

7.2.3 ผลของการพากย์ต่อการมีส่วนร่วมของผู้ชม

การศึกษาพบว่าการพากย์เรือส่งผลกระทบเชิงบวกต่อการมีส่วนร่วมในทุกช่วงเวลา

1. ก่อนการรับชม ผู้ชมมีความคาดหวังต่อเสียงพากย์ว่าจะได้รับความสนุกและบรรยากาศคึกคัก เสียงพากย์จึงเป็นปัจจัยในการตัดสินใจมาชม สะท้อนว่านักพากย์เรือสร้างแบรนด์ที่ติดจลายเป็นจุดดึงดูดของงาน นักพากย์เรือมีบทบาทสร้างบรรยากาศผ่านการเชิญชวน เป็นการ warm up ผู้ชม ซึ่งเป็นเทคนิคสำคัญในการเพิ่มคุณภาพประสบการณ์

2. ระหว่างการรับชม ผู้ชมแสดงพฤติกรรมและปฏิกริยาร่วมชัดเจน โดยเฉพาะช่วงใกล้เส้นชัยที่มีส่วนร่วมมากที่สุด การลุกเชียร์ ปรบมือ โห่ร้อง แสดงการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ (emotional engagement) สูง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการสื่อสาร การที่ผู้ชมตอบสนองแตกต่างกันระหว่างช่วงเข้มข้นกับผ่อนคลายแสดงว่านักพากย์เรือควบคุมทิศทางอารมณ์ให้เปลี่ยนไปตามลำดับเหตุการณ์ (emotional journey) ได้มีประสิทธิภาพและสร้างประสบการณ์แบบตื่นเต้นสูงสุด (peak experience) สลับกับการผ่อนคลายเป็นการจัดการพลังงานและความสนใจอย่างชาญฉลาด

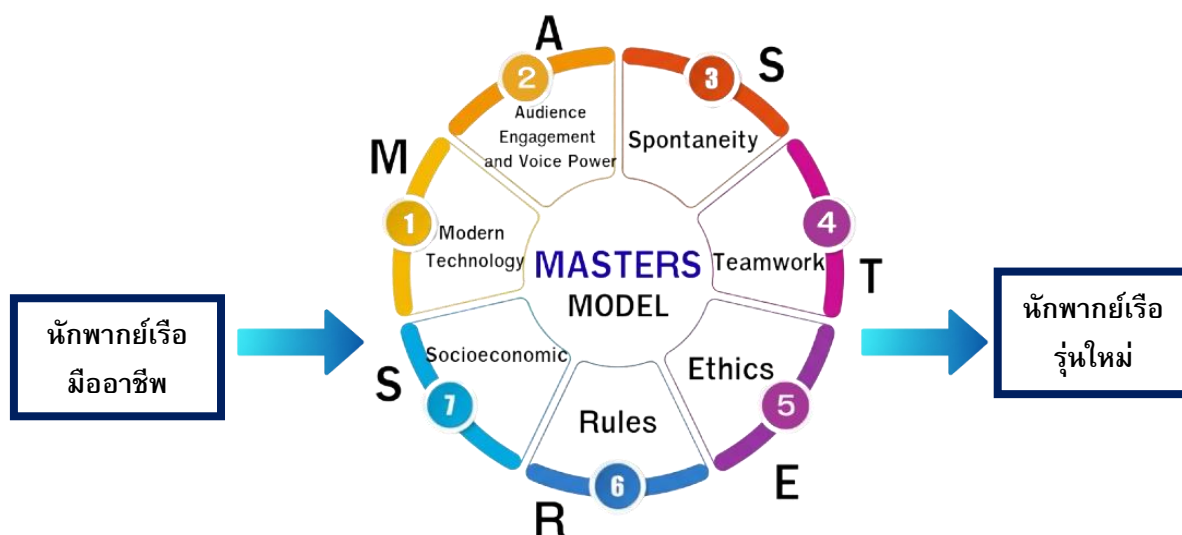
3. หลังการรับชม ผู้ชมมีความประทับใจและจดจำเสียงพากย์มีแนวโน้มกลับมาชมกิจกรรมในอนาคต เป็นตัวชี้วัดการมีส่วนร่วมระยะยาว (long-term engagement) ผู้ชมทุกคนตอบว่าการพากย์เรือมีผลต่อความตั้งใจมาร่วมงานปีถัดไป แสดงว่าเสียงพากย์ไม่เพียงสร้างความพึงพอใจระยะสั้น แต่สร้างความผูกพันระยะยาว ผู้ชมทุกคนเห็นตรงกันว่าหากไม่มีการพากย์เรือบรรยากาศจะเงียบเหงา แสดงว่าเสียงพากย์เรือกลายเป็นองค์ประกอบหลัก

ของประสบการณ์การรับชม ไม่ใช่ส่วนประกอบเสริม สะท้อนความสำเร็จของนักพากย์เรือในการสร้างคุณค่าและความจำเป็น ผลการวิจัยสามารถอธิบายผ่านกรอบแนวคิดการมีส่วนร่วมของผู้ชม (Audience Engagement) ในทางนิเทศศาสตร์ที่ให้ความสำคัญกับพฤติกรรม การตอบสนองทางอารมณ์และความตั้งใจในการกลับมามีส่วนร่วมซ้ำ

ผลดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบการมีส่วนร่วมของผู้ชม (Audience Engagement) ที่แบ่งเป็นด้านอารมณ์ (affective) ด้านพฤติกรรม (behavioral) และด้านเจตคติ (attitudinal) โดยเฉพาะช่วงใกล้เส้นชัยที่เกิดการมีส่วนร่วมสูงสุด แสดงให้เห็นว่านักพากย์เรือสามารถ “ควบคุมประสบการณ์ผู้ชม” ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสนับสนุนแนวคิดการสื่อสารเชิงการแสดงอีกครั้ง โดยชี้ว่าการมีส่วนร่วมไม่ได้เกิดจาก “เนื้อหา” เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจาก “การแสดงของการสื่อสาร” ที่ทำให้ผู้ชมรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์

8. องค์ความรู้ใหม่

รูปแบบ MASTERS MODEL สำหรับพัฒนานักพากย์เรือรุ่นใหม่อย่างมืออาชีพ



ภาพที่ 3. องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย
“MASTERS MODEL การพัฒนานักพากย์เรือรุ่นใหม่อย่างมืออาชีพ”
(ที่มา: ผู้วิจัย, 2569)

จากภาพที่ 3 แสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากงานวิจัย ซึ่งเป็นการสร้างองค์ความรู้เพื่ออธิบายบทบาทของนักพากย์เรือในฐานะกลไกสำคัญในการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงผู้คนและมีส่วนร่วมสืบสานประเพณีการแข่งขันเรือยาวของจังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยได้นำเสนอโมเดลสำหรับการพัฒนานักพากย์เรือรุ่นใหม่อย่างมืออาชีพในรูปแบบ **MASTERS Model** คือแนวทางเชิงกลยุทธ์ที่ออกแบบมาเพื่อยกระดับ นักพากย์เรือรุ่นใหม่ให้มีความเป็นมืออาชีพ ทันสมัยและมีความยั่งยืนทางวัฒนธรรม โดยเน้นการนำ **M = Modern Technology** เทคโนโลยีโซเชี่ยลมีเดีย เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ขยายการเข้าถึงผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้เกิดการรับรู้และดึงดูดความสนใจของผู้ชมในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งนำไปสู่ **A = Audience Engagement and Voice Power**

การดึงดูดผู้ชม ที่เพิ่มระดับการมีส่วนร่วมของผู้ชม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “พลังเสียง” ของนักพากย์เรือทำหน้าที่กระตุ้นอารมณ์และสร้างบรรยากาศให้กับการแข่งขัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเสียงพากย์ไม่ใช่แค่ส่วนประกอบเสริม แต่เป็นองค์ประกอบหลักที่ขาดไม่ได้ของประเพณีการแข่งขันเรือยาวในปัจจุบัน ขณะเดียวกัน **S = Spontaneity and Crisis Management** ให้ความสำคัญในการกระตุ้นการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ของผู้ชม เนื่องจากการพากย์เรือที่ตอบสนองต่อสถานการณ์แบบทันทีที่สามารถสร้างความตื่นเต้นและความต่อเนื่องของประสบการณ์การรับชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ **T = Teamwork Skills** ทักษะการทำงานเป็นทีม ยังช่วยเสริมให้กระบวนการสื่อสารมีความลื่นไหลและเป็นระบบ ผ่านการประสานงานและการส่งจังหวะระหว่างนักพากย์เรือ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพของการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของผู้ชม ในอีกด้านหนึ่ง **E = Ethics and Neutrality** จริยธรรมและความเป็นกลาง และ **R = Rules and Procedures Knowledge** ความรู้ด้านกติกาและกระบวนการ ทำหน้าที่เป็นฐานรากสำคัญในการสร้าง “ความน่าเชื่อถือ” ให้กับนักพากย์เรือ โดยความเป็นกลางและความถูกต้องแม่นยำของข้อมูลจะส่งผลให้ผู้ชมเกิดความไว้วางใจ ซึ่งจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ชมในระยะยาว เมื่อพิจารณาปัจจัยทั้งหมดใน **MASTERS Model** ทำงานร่วมกันในลักษณะของระบบเชิงบูรณาการ ส่งผลให้เกิด “ความเป็นมืออาชีพ” ของนักพากย์เรือ ซึ่งความเป็นมืออาชีพนี้ไม่เพียงแต่ยกระดับคุณภาพของการสื่อสาร แต่ยังนำไปสู่ผลลัพธ์ คือ **S = Socioeconomic Perspective** ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม กล่าวคือการแข่งขันเรือที่มีนักพากย์เรือมีคุณภาพสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชนและกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่ อันนำไปสู่ความยั่งยืนของประเพณีการแข่งขันเรือยาวในระยะยาวได้อีกด้วย

9. บทสรุป

การศึกษาวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่านักพากย์เรือมีบทบาทที่ซับซ้อนและสำคัญมากกว่าการเป็นเพียง “ผู้บรรยายกีฬา” โดยทำหน้าที่เป็นทั้งตัวแสดงทางวัฒนธรรม ผู้สร้างอัตลักษณ์ทางสังคม กลไกการทำหน้าที่เชิงสังคม ผู้เล่าเรื่องและสร้างความหมาย ผู้นำทางความคิดและผู้สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายและความสำคัญของบทบาทนักพากย์เรือในการสืบทอดและรักษาประเพณีการแข่งขันเรือยาว

การวิจัยนี้มีความสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ ในเชิงทฤษฎี การวิจัยได้เสริมสร้างความเข้าใจในทฤษฎีอัตลักษณ์ทางสังคม ทฤษฎีการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม ทฤษฎีการสื่อสารเชิงการแสดง ทฤษฎีหน้าที่นิยม ทฤษฎีการเล่าเรื่อง ทฤษฎีวาทวิทยา ทฤษฎีผู้นำทางความคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยนำเสนอกรณีศึกษาเฉพาะจากบริบทไทยที่สามารถขยายขอบเขตของทฤษฎีเหล่านี้และสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นสำหรับในเชิงปฏิบัติ การวิจัยให้ข้อมูลที่มีคุณค่าสำหรับหน่วยงานภาครัฐ ชุมชนท้องถิ่น สถาบันการศึกษาและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการพัฒนานโยบาย โครงการและแนวทางปฏิบัติที่มีประสิทธิภาพในการอนุรักษ์และส่งเสริมประเพณีการแข่งขันเรือยาว รวมถึงการพัฒนา นักพากย์เรือรุ่นใหม่ นอกจากนี้ การวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการ “สื่อสารเชิงวัฒนธรรม” ในการรักษาและสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งอาจนำไปประยุกต์ใช้กับประเพณีและกิจกรรมทางวัฒนธรรมอื่นๆ ได้

การวิจัยนี้ยืนยันว่าในยุคของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ภูมิปัญญาท้องถิ่น และตัวแสดงทางวัฒนธรรม เช่น นักพากย์เรือ ยังคงมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบัน เชื่อมโยงชุมชนกับผู้มาเยือนและเชื่อมโยงความหมายทางวัฒนธรรมกับประสบการณ์ชีวิตของผู้คน การสนับสนุนและพัฒนา นักพากย์เรือจึงไม่ใช่เพียงการอนุรักษ์อาชีพหนึ่ง แต่เป็นการลงทุนในอนาคตของมรดกทางวัฒนธรรม ความเข้มแข็งของชุมชนและคุณภาพชีวิตของสังคมไทย

ผู้วิจัยหวังว่าการวิจัยนี้จะจุดเริ่มต้นของการศึกษาและการพัฒนาที่ต่อเนื่องเกี่ยวกับนักพากย์เรือ และผู้ปฏิบัติงานด้านการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมในบริบทอื่นๆ เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่สมบูรณ์และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของสังคมและวัฒนธรรมไทย ในขณะเดียวกัน ผู้วิจัยหวังว่าการวิจัยนี้จะสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักวิจัยรุ่นใหม่ในการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกทางวัฒนธรรมอย่างจริงจัง เพราะเป็นรากฐานสำคัญของความเป็นไทย และความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และสืบทอดสู่คนรุ่นหลังต่อไป

10. ข้อเสนอแนะ

10.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การพัฒนานักพากย์เรือรุ่นใหม่ควรอาศัยความร่วมมือของหน่วยงานวัฒนธรรมและองค์กรท้องถิ่น ในการจัดหลักสูตรฝึกอบรมมาตรฐานและระบบรับรองวิชาชีพพร้อม เพื่อจูงใจคนรุ่นใหม่และเสริมความยั่งยืนของ วัฒนธรรมท้องถิ่น
2. การสร้างเครือข่าย ชุมชนท้องถิ่นควรจัดตั้งเครือข่ายหรือชมรมนักพากย์เรือในระดับตำบล อำเภอและ จังหวัดเพื่อเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนประสบการณ์และพัฒนาทักษะร่วมกัน
3. บุคลากรการศึกษาและการท่องเที่ยวให้สถาบันการศึกษาพัฒนาหลักสูตรการพากย์เรือและสื่อสาร วัฒนธรรมและภาครัฐควรเชื่อมโยงการแข่งขันเรือยาวและนักพากย์เรือเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชน

10.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเปรียบเทียบนักพากย์เรือในพื้นที่ต่างๆ ของไทยเพื่อเข้าใจความเหมือน-ต่างของบทบาทและ วิธีสื่อสาร แล้วนำมาพัฒนาแนวทางที่เหมาะสมกับแต่ละบริบทวัฒนธรรม
2. ควรมีการวิจัยแบบผสมผสานเพื่อวัดการมีส่วนร่วมของผู้ชม ความพึงพอใจและผลกระทบทางเศรษฐกิจ พร้อมศึกษาระยะยาวเพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงบทบาทนักพากย์เรือและความคงอยู่ของประเพณี
3. ศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีดิจิทัล (ถ่ายทอดสดออนไลน์ โซเชียลมีเดีย ระบบเสียงทันสมัย) ต่อบทบาทและวิธีสื่อสารของนักพากย์เรือ พร้อมวิจัยและพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่เป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และเหมาะสมกับสังคมไทยยุคปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

- การแข่งขันเรือยาว. (2558, 8 กุมภาพันธ์). *วัฒนธรรมแห่งสายน้ำ ประเพณีที่สืบสาน*.
<https://dangeasttern.wordpress.com>
- ทรูปลูกปัญญา. (2563). *นักพากย์*. <https://trueplookpanya.com/explorer/occupation-step3/55>
- ปณิศา สรวาสี. (2558, 10 กุมภาพันธ์). *ประเพณีท้องถิ่นในประเทศไทย*. <https://rituals.sac.or.th/detail.php?id=5>
- ปวีต ประวัติ. (2568, 9 สิงหาคม). นักวิชาการวัฒนธรรม กลุ่มอำนวยการพิธีการศพที่ได้รับพระราชทานที่ 15 สงขลา สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา กระทรวงวัฒนธรรม. [บทสัมภาษณ์].
- เปลื้อง สุขสวัสดิ์. (2568, 23 พฤศจิกายน). *ข้าราชการบำนาญ กระทรวงศึกษาธิการ*. [บทสัมภาษณ์].
- พงษ์ศักดิ์ ทองละมุล. (2565). *ประเพณีแข่งเรือยาว: สู่ชุมชนวิถีพุทธของดีเมืองสุพรรณ*.
วารสารพุทธนวัตกรรมการปริวรรต, 3(3), 102-111.
- พระครูพิจิตรวราเวท, พระอุดมสิทธินายก, พระปลัดระพีณ พุทธิสารโร, และพระมหาสุเมฆ สมาหิโต. (2565).
การมีส่วนร่วมของวัดและชุมชนในการอนุรักษ์ประเพณีการแข่งขันเรือยาวจังหวัดพิจิตร. *วารสารวิจัยวิชาการ*,
5(2), 1-14. <https://doi.org/10.14456/jra.2022.27>
- พระมหาสุเมฆ สมาหิโต, พระครูพิจิตรวราเวท, จันทนา กองกันภัย, และรินทร์ระพีร์ ไวยวัฒน์. (2566). *รูปแบบการอนุรักษ์ประเพณีแข่งขันเรือยาวจังหวัดพิจิตร*. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 6(1), 51-62. <https://doi.org/10.14456/jra.2023.5>
- มงคล เกิดโกสม. (2568, 5 ตุลาคม). *ข้าราชการเกษียณ กระทรวงมหาดไทย*. [บทสัมภาษณ์].
- วิภา จิรภาไพศาล. (2567, 29 ตุลาคม). *ประเพณีแข่งเรือ*. https://www.silpa-mag.com/history/article_142142
- สมิษฐ์ พรหมมินทร์, และขวัญฟ้า ศรีประพันธ์. (2564). *การสร้างแบรนด์บุคลิกของนักพากย์เกมบนเฟซบุ๊กเกมมิ่ง*.
วารสารการสื่อสารมวลชน คณะการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 9(2), 186-208.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2563). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุริยา ขุนทิพย์. (2568, 5 ตุลาคม). *พนักงานพินิจ กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. [บทสัมภาษณ์].
- เสกสรร ทายะรังษี, รักชนก สมศักดิ์, สุดจินดา ปานคำ, เจตน์ จารุพันธ์, และวิวัน สุขเจริญ. (2556, 28 กุมภาพันธ์).
แนวคิดทฤษฎีกลุ่มสื่อสารเชิงวัฒนธรรม (cultural communication).
<https://phdcommunication.wordpress.com/2013/02/28/แนวคิดทฤษฎีกลุ่มสื่อสาร>
- Austin, J. L. (1962). *How to do things with words*. Oxford University Press.
- Fisher, W. R. (1985). The narrative paradigm: An elaboration. *Communication Monographs*, 52(4), 347-367.
<https://doi.org/10.1080/03637758509376117>
- Luhtanen, R., & Crocker, J. (1992). A collective self-esteem scale: Self-evaluation of one's social identity. *Personality and social psychology bulletin*, 18(3), 302-318.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
<https://doi.org/10.1037/h0054346>
- NotebookLM. (2026). *สรุปผลการศึกษาค้นคว้าบทนักพากย์เรือในการสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชน: กรณีศึกษาการแข่งขันเรือยาวประเพณีจังหวัดสงขลา [ภาพที่สร้างจาก AI]*.
<https://notebooklm.google>
- Rapp, C. (2022). Aristotle's rhetoric. In E. N. Zalta (Ed.), *The Stanford Encyclopedia of Philosophy* (Spring 2022 Edition). <https://plato.stanford.edu/archives/spr2022/entries/aristotle-rhetoric>
- Schechner, R. (2002). *Performance studies: An introduction*. Routledge.

- Shmakov, V. S. (2025). The matrix of socio-cultural identity of local communities. *Respublica Literaria*, 6(2), 170-182. <https://doi.org/10.47850/RL.2025.6.2.170-182>
- Turner, V. (1987). *The anthropology of performance*. PAJ Publications.