

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความรู้ภาษาอังกฤษเป็นองค์ความรู้ที่มีความสำคัญมากสำหรับการดำเนินชีวิตในยุคปัจจุบัน ทั้งนี้เพราะภาษาอังกฤษเป็นภาษาสากล ซึ่งหลายประเทศใช้เป็นภาษาราชการ และมีประชากรในโลกมากกว่า 1,000 ล้านคนที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร การรู้ภาษาอังกฤษจึงช่วยเพิ่มโอกาสให้แก่ชีวิตของแต่ละบุคคล และช่วยสร้างความมั่นคงให้แก่ประเทศชาติ ทั้งในบริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจการค้า การจัดการ และการศึกษา แม้ความรู้ภาษาอังกฤษจะมีความสำคัญ แต่จากการศึกษางานวิจัยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันพบว่า คนไทยมีความสามารถด้านภาษาอังกฤษค่อนข้างต่ำ (บุษบา กนกศิลป์ธรรม, 2559, หน้า 7-9) ซึ่งสอดคล้องกับดัชนีการสำรวจความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษ (English Proficiency index) ประจำปี 2560 ที่จัดทำโดยสถาบันสอนภาษา EF (Education First) ซึ่งระบุว่า ระดับความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทยอยู่ในระดับต่ำ (Low) โดยมีคะแนนเฉลี่ย 49.78 จาก 100 คะแนน อยู่ในอันดับที่ 15 จาก 20 ประเทศในทวีปเอเชีย และอยู่ในอันดับที่ 53 จาก 80 ประเทศที่เข้าร่วมการสำรวจ (Dierking & Weaver, 2018, Online)

นอกจากนี้ ผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินิยมพื้นฐาน (Ordinary National Education Test) หรือ O-NET ประจำปีการศึกษา 2560 ยังระบุว่า นักเรียนชั้นประถม 6 ทั่วประเทศ ทำคะแนนเฉลี่ยวิชาภาษาอังกฤษได้เพียง 36.34 คะแนนจาก 100 คะแนน ส่วนนักเรียนชั้นมัธยม 3 ทั่วประเทศ ทำคะแนนเฉลี่ยวิชาภาษาอังกฤษได้ 30.45 คะแนน จาก 100 คะแนน และนักเรียนชั้นมัธยม 6 ทั่วประเทศ ทำคะแนนเฉลี่ยวิชาภาษาอังกฤษได้เพียง 28.31 คะแนนจาก 100 คะแนน (Thai PBS, 2561, ออนไลน์) เมื่อพิจารณาผลการทดสอบความรู้ภาษาอังกฤษโดยภาพรวมพบว่า นักเรียนจากโรงเรียนที่มีขนาดใหญ่ทำคะแนนเฉลี่ยได้สูงกว่านักเรียนจากโรงเรียนอื่น ๆ ในขณะที่นักเรียนจากโรงเรียนในเมืองทำคะแนนเฉลี่ยได้สูงกว่านักเรียนจากโรงเรียนที่ตั้งอยู่นอกเมือง และนักเรียนที่มาจากโรงเรียนในกรุงเทพมหานครทำคะแนนเฉลี่ยได้สูงที่สุด (ไทยรัฐ, 2561, ออนไลน์)

ข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นปัญหาในเรื่อง ระดับความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษของคนไทย รวมถึงประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาด้านภาษาอังกฤษของประเทศไทยอย่างเด่นชัด ซึ่งสาเหตุที่ทำให้การเรียนการสอนภาษาอังกฤษไม่ประสบความสำเร็จ สืบเนื่องมาจากบริบท

ทางสังคมที่คนไทยไม่คุ้นชินกับการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน การที่ครูผู้สอนมีทักษะและความเชี่ยวชาญไม่พอเพียง การที่ผู้เรียนมีทัศนคติเชิงลบต่อการเรียนภาษาอังกฤษ และปัญหาด้านความไม่มีประสิทธิภาพของสื่อการสอน นวัตกรรมการสอน และเทคโนโลยีที่ใช้สนับสนุนการจัดการเรียนการสอน (บุษบา กนกศิลป์ประธรรม, 2559, หน้า 1-3)

นอกจากนี้ ภาพรวมของผลการทดสอบ O-NET ที่นักเรียนจากโรงเรียนขนาดใหญ่พิเศษ โรงเรียนในเมือง และโรงเรียนจากกรุงเทพมหานคร ทำคะแนนได้สูงกว่าโรงเรียนอื่น ๆ สะท้อนให้เห็นถึงความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของธนาคารโลกที่ระบุว่า คนไทยมีความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาที่สูงมาก โดยมีสาเหตุมาจากคุณภาพในการจัดการศึกษาของแต่ละพื้นที่ที่ไม่เท่าเทียมกัน รวมทั้งปัจจัยเรื่องความแตกต่างทางชนชั้นและทางเศรษฐกิจของแต่ละครอบครัว (ปริวรรต วงษ์สำราญ, 2561, ออนไลน์)

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่เรียกว่า เทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งมีประสิทธิภาพในการบีบอัดข้อมูล จัดเก็บข้อมูล และส่งต่อข้อมูลจำนวนมากได้ในเวลาอันรวดเร็ว ส่งผลให้โลกเปลี่ยนผ่านจากยุคอนาล็อก เข้าสู่ยุคดิจิทัล เปิดโอกาสให้การลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษามีความเป็นไปได้มากขึ้น ซึ่งหากประเทศไทยสามารถนำคุณสมบัติของความเป็นดิจิทัลมาใช้เพื่อสร้างความเท่าเทียมและทั่วถึงทางการศึกษาให้ผู้เรียนในพื้นที่ห่างไกลได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพในระดับเดียวกับผู้เรียนที่อยู่ในเขตเมืองได้สำเร็จ ประเทศไทยก็จะเป็นไปได้ในการพัฒนาผู้เรียนให้มีศักยภาพเพียงพอต่อการนำพาประเทศไปสู่การเป็นประเทศชั้นนำของโลก (เศรษฐพงศ์ มะลิสุวรรณ, 2561, ออนไลน์)

การพัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้เกิดนวัตกรรมประเภทเครื่องมือและอุปกรณ์เพื่อใช้รองรับ เช่น การเกิดขึ้นของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน (Smart phone) ที่สามารถรับส่งข่าวสารข้อมูลได้อย่างสะดวกสบาย และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างเด่นชัด ทั้งในด้านรูปแบบการดำเนินชีวิต การเปิดรับสื่อ ทัศนคติ พฤติกรรม การประกอบอาชีพ ค่านิยมและวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คน รวมถึง การศึกษาและการแสวงหาความรู้ (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2560, ออนไลน์) ซึ่งการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการเรียนการสอนภาษาอังกฤษในยุคปัจจุบันมีหลายวิธี แต่วิธีการหนึ่งที่ผู้สอนภาษาอังกฤษในประเทศต่าง ๆ เลือกใช้ คือการนำเว็บไซต์แบ่งปันวิดีโอที่มีชื่อเสียงอย่างยูทูป (YouTube) มาเป็นสื่อในการสอนภาษาอังกฤษ ทั้งนี้เพราะยูทูปได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งข้อมูลในรูปแบบวิดีโอออนไลน์ที่มีฐานข้อมูลขนาดใหญ่ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ภาษาผ่านวิดีโอต่าง ๆ ในบริบทการใช้ภาษาที่เป็นจริง ทั้งในแง่สำเนียง จังหวะการพูด และได้เรียนรู้สังคมและวัฒนธรรมไปพร้อม ๆ กัน

ซึ่งประสบการณ์ด้านภาษาที่มีความสมจริงนี้ เป็นสิ่งสำคัญต่อการเรียนภาษาอังกฤษอย่างมีความหมาย สำหรับผู้ที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง ซึ่งปกติแล้ว มักอยู่ในสังคมที่ไม่คุ้นชินกับการใช้ภาษาอังกฤษในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ คุณสมบัติของยูทูปที่ใช้งานได้ง่าย ไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย และเป็นเครือข่ายสังคมที่สามารถแสดงความคิดเห็นโต้ตอบกันได้ ทำให้ผู้สอนภาษาอังกฤษสามารถใช้ประโยชน์จากคุณลักษณะต่าง ๆ ของยูทูปในการวางแผนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Morat & Abidin, 2011, pp. 94-104)

ไม่เพียงเท่านั้น การที่ผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาที่สอง มีการเปิดรับและมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาที่สร้างโดยเจ้าของภาษาหรือผู้ใช้ภาษาอังกฤษคนอื่น ๆ ผ่านทางยูทูปมากขึ้นและบ่อยขึ้น ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ภาษาอังกฤษโดยมิได้ตั้งใจ ในรูปแบบของการเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์อย่างไม่เป็นทางการ (OILE) ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นนอกหลักสูตรหรือนอกห้องเรียน โดยความรู้ภาษาอังกฤษที่ได้รับถือเป็นผลพลอยได้ (by-product) จากการใช้งานสื่อออนไลน์ (Arndt, 2014, p. 4)

เมื่อพิจารณาในบริบทของประเทศไทย ยูทูปเป็นเว็บไซต์ที่ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตชาวไทยมากกว่า 90% เคยใช้งาน โดยใช้ยูทูปเพื่อฟังเพลง 70% รองลงมาที่ 55% ใช้ยูทูปเพื่อชมรายการโทรทัศน์ย้อนหลัง และ 33% ใช้ยูทูปเพื่อหาความรู้ (Rainmaker, 2561, ออนไลน์)

นอกจากนี้ ยูทูปยังเป็นช่องทางทางการเรียนรู้ที่สำคัญ ซึ่งสามารถใช้สนับสนุนการสอนของครูทั้งในและนอกห้องเรียน ทั้งยังเป็นช่องทางสำหรับผู้เรียนทุกวัยในการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งปัจจุบัน มีหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ได้เปิดช่องยูทูปเพื่อการศึกษาสำหรับการให้ความรู้แก่ผู้สนใจในด้านต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง Digital for Education ของบริษัทกูเกิล (Google) ที่เชื่อว่า การทำคลิปวิดีโอเพื่ออัปโหลดเข้าสู่เว็บไซต์ยูทูป เป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อการศึกษายุคใหม่ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาเพราะไม่ว่าผู้เรียนจะอยู่ที่ใดก็สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่สนใจได้อย่างเท่าเทียมกัน (MarketingOops!, 2561, ออนไลน์)

สำหรับการสำรวจวิถีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปที่สร้างขึ้นในประเทศไทยพบว่า มีช่องยูทูปที่สร้างขึ้นเพื่อให้ความรู้ภาษาอังกฤษอย่างน้อย 30 ช่อง และมีวิดีโอภาษาอังกฤษที่มุ่งให้ความรู้ตั้งแต่ขั้นพื้นฐาน ทั้งในด้านไวยากรณ์ การอ่าน การเขียน การสื่อสาร การเตรียมสอบ รวมทั้งความรู้ภาษาอังกฤษในระดับสูง ที่ผู้สนใจสามารถเลือกชมได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย (Tos (นามแฝง), 2561, ออนไลน์) นอกจากนี้ ยังมีวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษจำนวนหนึ่งที่มียอดการรับชมมากกว่า 1,000,000 ครั้ง (views) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ความสนใจของผู้ชมที่มีต่อวิดีโอ

ความรู้ภาษาอังกฤษในยูทูป และความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษในยูทูปให้กลายเป็นสื่อในการเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับผู้สนใจ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปที่ประสบความสำเร็จ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชม และความต้องการของผู้ชม จึงเกิดขึ้น โดยมุ่งวิเคราะห์คุณลักษณะของวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษที่ประสบความสำเร็จในด้านยอดการรับชม และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปของผู้ชมในฐานะ Active audience ที่ไม่ใช่ผู้คอยรับสารข่าวสารจากสื่อเพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นผู้เลือกสรรข่าวสารด้วยตัวเอง (Information seekers) (พีระ จิรโสภณ, 2558, หน้า 250-251) ซึ่งสอดคล้องกับ ลักษณะเด่นประการหนึ่งที่เกิดขึ้นในยุคดิจิทัล คือ “การตัดตัวกลาง” ทั้งในทางบทบาทและหน้าที่ ซึ่งทำให้ผู้คนใช้สื่อสังคมออนไลน์ (Social media) เช่น ยูทูป สามารถมุ่งตรงไปยังข้อมูลข่าวสารที่ตนเองสนใจได้ตลอด 24 ชั่วโมง โดยไม่ต้องรอให้สื่อแบบดั้งเดิมเป็นผู้คัดเลือกข้อมูลข่าวสารหรือกำหนดวาระข่าวสารให้ (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2560, ออนไลน์) ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ น่าจะทำให้ผู้ผลิตวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปมีความเข้าใจในความต้องการและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเลือกรับชมวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปของผู้ชมเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ผลิตวิดีโอวางแผนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น และน่าจะช่วยยกระดับความรู้ภาษาอังกฤษของคนไทยให้สูงขึ้นได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะของวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปที่ประสบความสำเร็จ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป
3. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้ชมในการเลือกรับชมวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป

ปัญหานำวิจัย

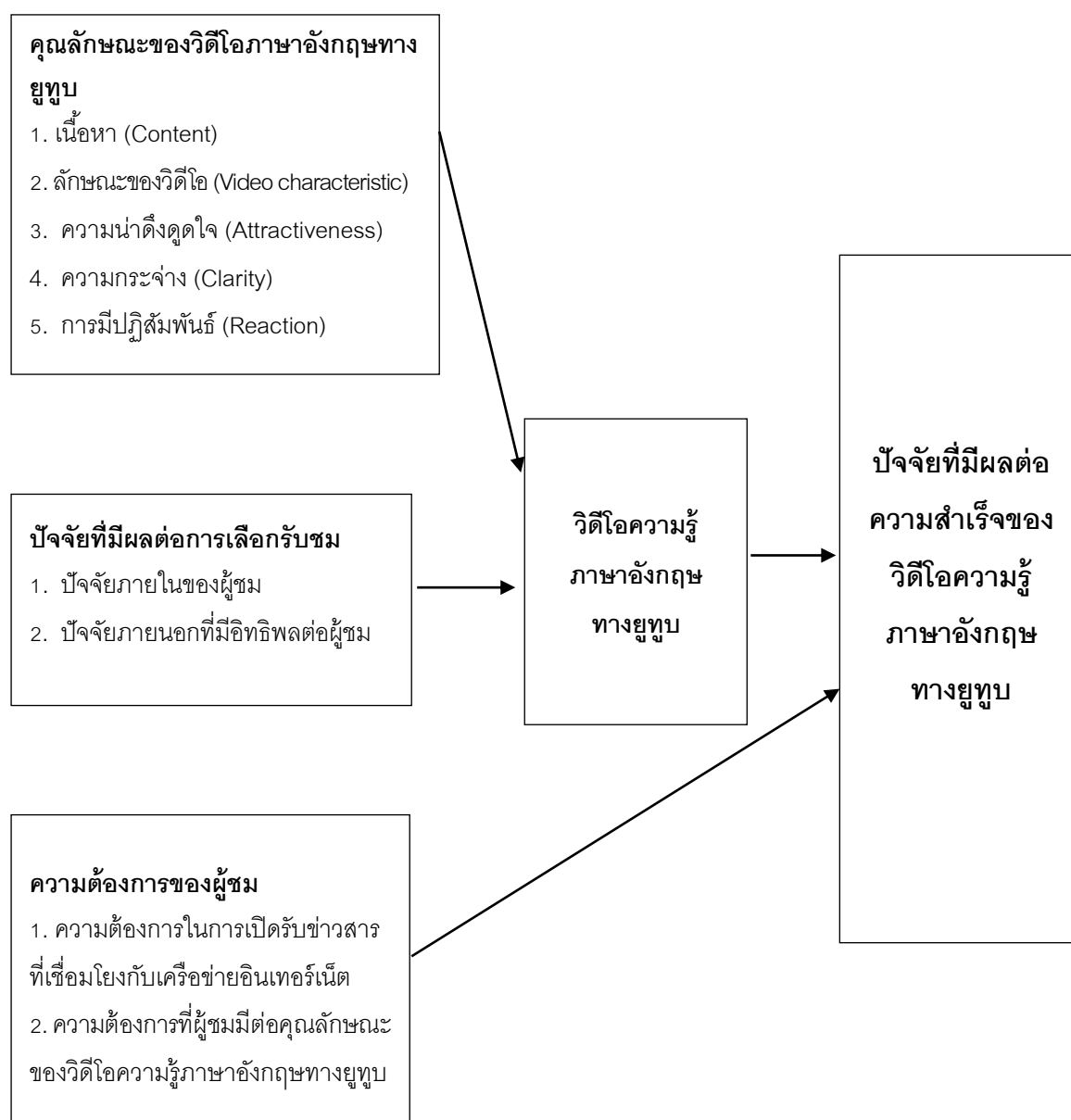
1. วิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปที่ประสบความสำเร็จมีคุณลักษณะอย่างไร
2. ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปมีอะไรบ้าง
3. ความต้องการของผู้ชมที่มีต่อวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปมีอะไรบ้าง

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสนใจศึกษาวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปที่ประสบความสำเร็จ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชม และความต้องการของผู้ชม ด้วยการทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) วิดีโอความรู้

ภาษาอังกฤษทางยูทูปที่มียอดการรับชมเกิน 1,000,000 view จำนวน 5 วิดีโอ และการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก วิดีโอละ 5 คน รวม 25 คน โดยใช้วิธีเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบง่าย ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักต้องเคยรับชมวิดีโอที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษานี้ และยินดีให้สัมภาษณ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพประกอบที่ 1.1 กรอบแนวคิดด้านการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงคุณลักษณะของวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปที่ประสบความสำเร็จ
2. ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป
3. ได้ทราบถึงความต้องการของผู้ชมที่มีต่อวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป
4. ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป
5. ได้นำองค์ความรู้ไปใช้ผลิตวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปเพื่อประโยชน์แก่สังคมต่อไป

นิยามศัพท์เฉพาะ

ยูทูป (YouTube) หมายถึง เว็บไซต์แบ่งปันวิดีโอ (Video-sharing website) ที่อนุญาตให้ผู้ใช้ รับชม (view) ประเมิน (rate) แบ่งปัน (share) เพิ่มในรายการโปรด (add to favorite) รายงาน (report) แสดงความคิดเห็น (comment) ติดตามผู้ใช้รายอื่น (subscribe) และอัปโหลด (upload) วิดีโอได้ โดยมี URL คือ www.youtube.com

วิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษ หมายถึง วิดีโอที่มีผู้ผลิตและอัปโหลดเข้าสู่ช่องยูทูปในหมวด Education เพื่อสื่อสารความรู้ในด้านภาษาอังกฤษให้แก่ผู้ชม โดยมีการใช้ภาษาไทยในการสื่อสาร

วิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปที่ประสบความสำเร็จ หมายถึง วิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษในยูทูปที่มียอดการรับชมมากกว่า 1,000,000 ครั้ง

การเรียนรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป หมายถึง การเรียนภาษาอังกฤษออนไลน์อย่างไม่เป็นทางการ (the Online Informal Learning of English หรือ OILE) ที่ผู้ชมสามารถเลือกรับชมยูทูปได้อย่างอิสระ

คุณลักษณะของวิดีโอ หมายถึง ลักษณะที่ปรากฏในวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป ซึ่งสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกรับชมของผู้ชม โดยคุณลักษณะของวิดีโอแบ่งได้เป็น 5 หมวด ได้แก่ เนื้อหา (Content) ลักษณะของวิดีโอ (Video characteristic) ความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) ความกระจ่าง (Clarity) และ ปฏิสัมพันธ์ (Reaction)

ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชม หมายถึง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป แบ่งเป็น ปัจจัยภายในของผู้ชมและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้ชม

ปัจจัยภายในของผู้ชม หมายถึง ความต้องการ (Need) ทศคติและค่านิยม (Attitude and Values) เป้าหมาย (Goal) ความสามารถ (Capability) การใช้ประโยชน์ (Utility) ลีลาในการสื่อสาร (Communication Style) สภาพวะ (Context) ประสบการณ์และนิสัย (Experience and Habit) ของผู้ชม

ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้ชม หมายถึง ลักษณะทางสังคมของผู้รับสาร เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา ภูมิลำเนา ตามทฤษฎีกลุ่มสังคม (Social Categories Theory) และ ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม ทั้งความสัมพันธ์กับกลุ่มปฐมภูมิ เช่น ครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือเพื่อนสนิท และกลุ่มทุติยภูมิ ตามทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relations Theory)

การเลือกรับชม หมายถึง แนวโน้มที่ผู้ชมจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งหนึ่งแหล่งใด ที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง โดยการเลือกรับชมมีความสัมพันธ์กับ ปัจจัยภายในของผู้ชม และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อผู้ชม

ความต้องการ หมายถึง สิ่งที่ผู้ชมปรารถนาจะได้รับจากการใช้งานวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป และ ความปรารถนาของผู้ชมที่มีต่อคุณลักษณะของวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป โดยความต้องการจากการใช้งานวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป จำแนกได้เป็น ความต้องการในการเรียนรู้ ความต้องการความบันเทิง ความต้องการการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ความต้องการฆ่าเวลา และการใช้โดยไม่มีเป้าหมายที่เป็นแก่นสารหรือไม่มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน ส่วนความต้องการที่มีต่อคุณลักษณะของวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป จำแนกได้เป็น 5 หมวด คือ เนื้อหา (Content) ลักษณะของวิดีโอ (Video characteristic) ความน่าดึงดูดใจ (Attractiveness) ความกระจ่าง (Clarity) และ ปฏิสัมพันธ์ (Reaction)

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป หมายถึง องค์ความรู้จากการสังเคราะห์ข้อมูลเรื่องคุณลักษณะของวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูปที่ประสบความสำเร็จ และปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรับชมวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป อันได้แก่ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกของผู้ชม รวมทั้งความต้องการของผู้ชมที่มีต่อวิดีโอความรู้ภาษาอังกฤษทางยูทูป