เครือข่ายนิเทศศาสตร์
COMMUNICATION CONSORTIUM

SIAM UNIVERSITY

รายงานสืบเนื่องจาก การประชุมวิชาการระดับชาติ งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ทางนิเทศศาสตร์

ครั้งที่ 10

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ อภิปรายงานวิจัย

- รศ. อวยพร พานิช
- รศ. ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์
- รศ. ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ
- รศ. ดร.กุลธิดา ธรรมวิภัชน์
- ผศ. ดร. กาญจนา มีศิลปวิกกัย
- ผศ. ดร.องอาจ สิงห์ลำพอง
- ผศ. รัตนา ทิมเมือง
- ผศ. ดร.กฤษณ์ คำนนท์
- ผศ. วรวุฒิ อ่อนน่วม

The Proceedings of the 10th Academic Conference on Communication Research and Creative Works

วันศุกร์ที่ 10 กรกฎาคม 2563

เวลา 08.30 น. - 16.30 น.

นำเสนอผลงานบนระบบออนไลน์

ผ่านแอปพลิเคชัน ZOOM

2020

สารบัญ

หน้า

- **รายชื่อสถาบันเครือข่ายนิเทศศาสตร์ที่ร่วมจัดการประชุมงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์" ครั้งที่ 10** 5
- **รายชื่อคณะกรรมการผู้จัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10** 6
- **รายชื่อสถาบันการศึกษาที่เข้าร่วมการประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10** 7
- **กำหนดการการจัดงานประชุมวิชาการงานวิจัยและงานสร้างสรรค์ทางด้านนิเทศศาสตร์ครั้งที่ 10** 9

กลุ่ม 1: ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

รศ.ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ และ ผศ.ดร.กาญจนา มีศิลปวิกกัย

การสื่อสารในภาวะวิกฤตของเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทย

- ปรเมศวร์ รัมยากูร 13

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนานโยบายการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุไปปฏิบัติของกรุงเทพมหานคร

- จักรีรัตน์ ณ ลำพูน, สุรินทร กปิตถา ณ อยุธยา และวัฒนา เจริญชัยนพกุลี 29

การสร้างกิจกรรมนาฏยศิลป์บำบัดเพื่อช่วยในการปรับตัวทางสังคมของเด็กดาวน์ซินโดรม กรณีศึกษา : นักศึกษาทดลองเรียน สาขาวิชาสื่อสารการแสดงร่วมสมัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

- ภัทราพร เจริญรัตน์ 38

การศึกษาช่องทางการขายความเชื่อเกี่ยวกับวัตถุมงคลผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก

- วโรชา สุทธิรักษ์ 48

นักแคสเกม : ผู้ทรงอิทธิพลแห่งโลกไซเบอร์

- พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์ 60

ความสัมพันธ์ระหว่างเพศวิถีกับการมีส่วนร่วมในการใช้แอปพลิเคชันจอยลดาของสาววายในเครือข่ายเฟซบุ๊กสาววาย

- ยุทธนา สุวรรณรัตน์ และอนรรฆอร บุรมัธนานนท์ 69

กระบวนการสร้างสรรค์บทละครเพลงสาหรับเด็ก เรื่อง "The wild west musical"

- ชโลธร จันทะวงศ์ 80

เอกลักษณ์การสร้างสรรค์ละครเวทีเชิงสังเคราะห์แนวฟิวเจอริสม์ของฟิลิโป โทมาสโซ มาริเนตตี

- จุฑารัตน์ การะเกตุ 92

นักแคสเกม : ผู้ทรงอิทธิพลแห่งโลกไซเบอร์

Game Caster: The Influential Person of Cyber World

พิทักษ์พงศ์ พงษ์พิพัฒน์ *

บทคัดย่อ

ระบบ “อินเทอร์เน็ต” เข้ามามีอิทธิพลในมิติต่างๆต่อสังคมประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 3 ทศวรรษ จากที่เป็นเพียงแค่ส่วนประกอบหนึ่งเพื่อเสริมประสิทธิภาพทางด้างการสื่อสารจนพัฒนามาเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการดำรงชีวิตแทบจะทุกอย่างของคนไทยในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดสิ่งใหม่ให้เราได้ศึกษาและเรียนรู้อย่างไม่สิ้นสุด ไม่ว่าจะเป็น เทคโนโลยีใหม่ รูปแบบการใช้ชีวิตใหม่ อาชีพใหม่ ฯลฯ ล้วนมีจุดเริ่มต้นมาจากการที่โลกเข้าสู่ยุคไร้พรมแดนอันมาจากการเข้ามาของระบบอินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น “Game Caster” ก็คือหนึ่งในสิ่งใหม่ที่เกิดดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น

ในโลกของเกมที่พัฒนามาควบคู่กับระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมาย จากรูปเกมที่มีลักษณะ “Offline” กลายเป็นยุคแห่งเกม “Online” เต็มรูปแบบ ซึ่งส่งผลให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อในลักษณะต่างๆในวงการเกม เช่น ผู้ออกแบบและสร้างสรรค์เกม (Game Creator), นักเล่นเกม (Gamer), นักกีฬา E-Sport(กีฬาอิเล็กทรอนิกส์ Electronic Sports)เป็นที่รู้จักและมีอิทธิพลมาขึ้น ทั้งในแวดวงของเกมรวมไปถึงเรื่องอื่นๆ ภายในระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา การเล่นเกมก็ทำได้ง่ายและใกล้ตัวมากขึ้นจากการพัฒนาไปของ Smartphoneการเล่นเกมสะดวกขึ้น สนุกสนานขึ้น หาสักคมคนเล่นเกมได้ง่ายขึ้น หากเป็นเมื่อก่อนสมัยที่การเล่นเกมเป็นในลักษณะเกมConsole (คือ เครื่องใช้ไฟฟ้าที่ใช้ในการเล่นวิดีโอเกม โดยแสดงภาพผ่านทางหน้าจอภายในเครื่องหรือโทรทัศน์) เช่น Playstation, Xboxรูปแบบการเล่นเกมแต่ละครั้งต้องมีเวลา มีพื้นที่และมีอุปกรณ์ หรือแม้แต่การเล่นเกมผ่านคอมพิวเตอร์ จะเป็นการเล่นที่ร้าน Internet Café หรือเล่นที่บ้านผ่านระบบออนไลน์กับเพื่อนๆ ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นในปัจจุบันสามารถทำได้ด้วยมือถือ Smartphone เพียงเครื่องเดียว การที่เกมนั้นเจริญเติมโตและพัฒนาตามเทคโนโลยีดังที่กล่าวไป จึงทำให้เกิดอาชีพที่เราเรียกว่า Game Caster ขึ้นมากมาย และมีอิทธิพลต่อสังคมมากขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ ตัวอย่างเช่น จากการสำรวจอาชีพในฝันของเด็กไทยตั้งแต่ปี 2559 – 2563 ที่ผ่านมา พบว่ามีอาชีพอย่าง Youtuber, Gamer หรือ นักกีฬา E-sportและ Game Caster ติดเข้ามาในอันดับต้นๆของการสำรวจแทบทุกสำนัก จากที่กล่าวมานี้จะเห็นถึงบทบาทที่เพิ่มขึ้นของอาชีพที่เกี่ยวข้อกับเกมในลักษณะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านธุรกิจและการตลาด การโฆษณา ด้านการสื่อสาร และการเป็นผู้นำทางความคิดของกลุ่มอาชีพเหล่านี้จะส่งผลเช่นไรต่อสังคมต่อไป เป็นสิ่งที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

คำสำคัญ นักแคสเกม, ผู้ทรงอิทธิพล

* อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Abstract

"Internet" system has influenced in various dimensions. Society of Thailand for at least 3 decades, from just one component to enhance the efficiency of communication until developed to be the most important part in living almost every thing of Thai people. At present. Resulting in new things for us to study and learn endlessly, whether new technology New lifestyles, new careers, etc. have all started with the world entering the borderless era that comes from the advent of the internet. "Game Caster" is one of the new things mentioned above.

In the game world developed in tandem with the internet Causing a lot of changes From the image of games that are "Offline" into the era of "Online" games in full, resulting in players involved in various aspects in the game industry, such as game creators and game creators, gamers, E-Sport Athletes Known and influenced up Both in the gaming circle as well as other matters In the past 10 years, playing games has become easier and closer to the development of smartphones. Gaming is more convenient, more fun, easier to find a game player.f it was in the olden days when the game was played as a Console game such as Playstation, Xbox. Each time you play the game With space and equipment Or even playing games via computer Will be playing at the Internet Café or playing at home online with friends All of the above can be done with a single Smartphone.The development of games has grown and developed according to the aforementioned technology, resulting in many professions that we call Game Caster and having a significant influence on society. Year 2016 - 2020, it was found that professionals such as Youtuber, Gamer or E-sport and Game Caster were in the top of almost every survey. From this, it can be seen that the increasing role of careers in relation to games in various ways Whether business and marketing, advertising, communication And how will the thought leadership of these careers affect society? Is a very interesting thing

Keyword: Game Caster, Influential person

บทนำ

นักแคสเกม (Game Caster)หรือคนส่วนใหญ่อาจเรียกย่อๆได้ว่า "แคสเตอร์" เมื่อได้ยินคำนี้หากแปลกันตามความหมายจริงอาจหมายถึง "คนที่มาลองเล่นเกมให้ดูแล้วบรรยายถึงรูปแบบการเล่นตลอดจนถึงลักษณะและบรรยากาศภายในเกมเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ชมว่าจะเลือกเล่นเกมนี้หรือไม่" ซึ่งช่องทางในการเผยแพร่ของเหล่าแคสเตอร์ก็คือช่องทางการสื่อสารต่าง ๆ ในSocial Mediaไม่ว่าจะเป็น YouTube, facebookฯลฯ เราจึงจะได้ยินคำอื่นควบคู่กันไปกับการเรียกขานบรรดาเหล่าแคสเตอร์เสมอยกตัวอย่างเช่น สตรีมเมอร์ (Streamer) หมายถึง ผู้ที่เล่นเกมเป็นอาชีพผ่านการสตรีมถ่ายสดให้ผู้ชมในโลกออนไลน์โดยมักจะสตรีมในเว็บไซต์facebook.com,ยูทูบเบอร์ (Youtuber) หมายถึง ผู้ที่อัพโหลดคลิปวิดีโอลงเว็บไซต์ Youtube.com เพื่อสร้างความบันเทิงทำให้เป็นที่รู้จักของผู้คนและนำพาไปสู่การมีชื่อเสียงหรือรายได้ในเวลาต่อมา เป็นต้น อาจจะกล่าวได้ว่าคนที่เป็นนักแคสเกมก็มักจะเป็นยูทูบเบอร์หรือสตรีมเมอร์ด้วยก็คงไม่ผิดนัก

ในกรณีนี้ขอยกตัวอย่างในช่องทางของ YouTubeเว็บไซต์แลกเปลี่ยนภาพวิดีโอที่มีชื่อเสียง โดยผู้ใช้สามารถอัพโหลดภาพวิดีโอเข้าไปและผู้เข้าชมสามารถเปิดดูภาพวิดีโอที่มีอยู่และแบ่ง (Share) ภาพวิดีโอเหล่านี้

ให้คนอื่นดูได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆถือเป็นสื่อช่องทางใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในยุคนี้ โดยจะขอยกตัวอย่าง 10 อันดับแรกของ Youtuber ชาวไทยที่ผู้ติดตามมากที่สุดในปี 2019 ดังนี้

ภาพที่ 1 ลิงค์ช่องยูทูบ 4 นักแคสเกมที่ติด 10 อันดับ ของ Youtuber ชาวไทยที่ผู้ติดตามมากที่สุดในปี 2019

(1) KaykaiSalaider_____ผู้ติดตาม 11.70 ล้าน
(2) BIE THE SKA_____ผู้ติดตาม 10.40 ล้าน
(3) ZBING Z. (Game Caster)_____ผู้ติดตาม 10.10 ล้าน
(4) MY MATE NATE_____ผู้ติดตาม 8.20 ล้าน
(5) ครูนกเล็ก_____ผู้ติดตาม 8.10 ล้าน
(6) UDiEX2(Game Caster)_____ผู้ติดตาม 6.40 ล้าน
(7) CGGG (Game Caster)_____ผู้ติดตาม 6.20 ล้าน
(8) VRZOCHANNEL_____ผู้ติดตาม 6.15 ล้าน
(9) TAE _____ผู้ติดตาม 6.11 ล้าน
(10) HEARTROCKER (Game Caster)_ผู้ติดตาม 5.47 ล้าน

จากข้อมูลดังกล่าวจะสังเกตได้ว่า 4 จาก 10 อันดับของYoutuber ชาวไทยที่มีผู้ติดตามมากที่สุดจากข้อมูลในปี 2019 นั้นเป็นนักแคสเกมซึ่งนั่นแสดงให้เห็นถึงความนิยมในตัวและลักษณะการสร้างสรรค์ผลงานของเหล่านักแคสเกมได้เป็นอย่างดี ผลที่ตามมาก็คืออิทธิพลของแคสเตอร์เหล่านั้นต่อมิติต่างๆซึ่งไม่จำเป็นเลยที่จะจำกัดอยู่ในแค่แวดวงเกม ยกตัวอย่างเช่น การสื่อสาร การตลาดและการโฆษณา การเป็นผู้นำทางความคิด การเป็นกระบอกเสียงในเรื่องต่างๆ หรือแม้กระทั่งวงการกีฬา ยิ่งในยุคปัจจุบันกีฬาอีสปอร์ต (E-sports) หรือ กีฬาอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Sports) กำลังเติบโตอย่างมากในสังคมไทย บางเกมนั้นมีการจัดให้มีการแข่งขันเป็นระบบลีกอาชีพหรือจัดแข่งขันเป็น Tournament เพื่อหาผู้ชนะไปแข่งในระดับที่สูงขึ้น ยกตัวอย่างเช่น Toyota E-League ซึ่งเป็นลีกการแข่งขัน E-sports บนเกม PRO EVOLUTION SOCCER ซึ่งเป็นเกมฟุตบอลที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมไปทั่วโลก Toyota E-League เป็นการจัดการแข่งขันระดับอาชีพภายใต้การสนับสนุนอย่างเป็นทางการจากสมาคมกีฬาฟุตบอลแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ และในแต่ละครั้งที่มีการแข่งขันแคสเตอร์ก็มักที่จะได้มีส่วนร่วมอยู่เสมอ โดยจะถูกเชิญไปเป็นผู้บรรยายหรือไปเป็นผู้วิเคราะห์เกมการแข่งขันต่าง ๆ เป็นต้น จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ถึง อิทธิพลและบทบาทของแคสเตอร์ที่เพิ่มมากขึ้น ไม่แพ้ผู้มีชื่อเสียงในแวดวงต่างๆ โดยเฉพาะในโลกแห่งไซเบอร์บรรดา Youtuber หรือ แคสเตอร์เหล่านี้มีพลังมากกว่า Superstarหรือ Celebrity ในโลกปกติเสียงด้วยซ้ำ และเพื่อให้ทุกท่านเข้าใจและเห็นภาพได้มากยิ่งขึ้น เราจะมาทำการศึกษาโลกของ Youtuber กันให้ละเอียดผ่านทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับยูทูบ (YouTube) และการสร้างวิดีโอออนไลน์

ยูทูบ (YouTube)คือ เว็บไซต์ที่ให้บริการแลกเปลี่ยนแบ่งปันวีดีโอระหว่างผู้ใช้ได้ฟรี โดยผู้ใช้สามารถเข้าชมวีดีโอต่างๆและถ้าหากเป็นสมาชิกก็จะสามารถเป็นผู้สร้างสรรค์วีดีโอและอัพโหลดให้ผู้อื่นเข้ามารับชมได้ ยูทูบ (YouTube) ก่อตั้งเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548โดย แชด เฮอร์ลีย์(Chad Meredith Hurley) นายสตีฟ เชง (ปัจจุบันชื่อ Jamie Chen) และนาย ยาวิด คาริม (Jawed Karim) โดยทั้งสามคนนี้เป็นอดีตพนักงานจากเว็บไซต์ การเงินออนไลน์ เพย์พาล (Paypal)ยูทูบ (YouTube) แรกเริ่มเป็นเว็ปไซต์ที่สร้างขึ้นมาเพื่อทำการแชร์วีดีโอให้เพื่อนๆในกลุ่มดูเท่านั้นแต่ภายหลังมีผู้ให้ความสนใจเข้าชมเป็นจำนวนมาก ทำให้เมื่อวันที่ 9 ตุลาคม ปี พ.ศ. 2549 บริษัท กูเกิ้ล (Google) จึงเข้าซื้อกิจการทั้งหมดของบริษัทยูทูบเป็นจำนวนเงินถึง 1.65 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ และครอบครองกิจการอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ 2549 จากนั้นก็ตั้งสโลแกนของเว็บไซต์ใหม่ว่า “Broadcast Yourself” หรือแปลตรงตัวว่า “ถ่ายทอดได้ด้วยตัวคุณเอง” พร้อมพัฒนาระบบต่างๆ ทั้งรูปแบบการใช้งานและความเร็วในการประมวลผลของวีดีโอประวัติการเข้าชมและอื่นๆให้ใช้งานเช่นเดียวกับในปัจจุบัน

ยูทูบ(YouTube) เปิดตัว ยูทูบ ไทยแลนด์ (YouTube Thailand) ในวันที่ 19 พฤษภาคม พ.ศ.2557 ทำให้การแสดงผลในหน้าแรกของ เว็บไซต์ www.youtube.co.th มีการแสดงผลที่เกี่ยวกับประเทศไทยมากขึ้น และการเข้ามาของการให้บริการ ยูทูบ พาร์ทเนอร์ (YouTube Partner) โดย โปรแกรมจะเอื้อประโยชน์ต่อทุกคนที่ต้องการสร้างรายได้ผ่านทางวีดีโอบนยูทูบ โดยมีรูปแบบการใช้งาน คือ ให้ผู้ใช้งานสามารถ อัพโหลดแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอผ่านทางเว็บไซต์ ซึ่งยูทูบมีนโยบายห้ามไม่ให้อัพโหลดคลิปที่มีภาพอนาจารโป๊เปลือย หรือคลิปที่มีลิขสิทธิ์นอกจากจะได้รับอนุญาตจากเจ้าของลิขสิทธิ์โดยผู้ใช้สามารถทำการแจ้งลบได้ ผู้ใช้ยูทูบสามารถสมัครสมาชิกเพื่ออัพโหลด ไฟล์วิดีโอ แสดงความเห็น หรือถ้าไม่สมัครสมาชิกก็ยังสามารถเข้าไปรับชมคลิปวิดีโอต่างๆได้ ซึ่งเราสามารถแยก ปัจจัยทางการตลาดของยูทูบได้ 4 ด้าน ดังต่อนี้

(1) ด้านผลิตภัณฑ์ของยูทูบ ยูทูบมีผลิตภัณฑ์ในลักษณะสื่อสารออนไลน์ในรูปแบบของคลิปวิดีโอ เช่น ภาพเคลื่อนไหว เพลง หรือการสอดแทรกอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ลงไปในเนื้อเรื่องของคลิปวีดีโอนั้นๆและสามารถรับชม ได้กว้างขวางมากกว่า 70 ประเทศทั่วโลก

(2) ด้านราคาในการใช้บริการยูทูบ ยูทูบเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้ใช้บริการสามารถเข้าถึงได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น เพียงแค่มีเครื่องมือที่สามารถรองรับระบบอินเตอร์เน็ตได้ไม่ว่าจะเป็น คอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์มือถือที่เป็น Smartphone

(3) ด้านวิธีการนำสินค้าไปสู่มือของลูกค้า ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงยูทูบได้ทุกสถานที่ ทุกเวลา โดยผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ด้วยเครื่องมือสื่อสารต่างๆ เช่น เครื่องคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ SmartphoneและTablet เป็นต้น

(4) ด้านการนำเสนอกิจกรรมต่างๆ ไปถึงลูกค้า ยูทูบมีการสร้างรูปแบบโดยมีแชนแนลต่างๆ(ลักษณะคล้ายช่องของโทรทัศน์) เป็นช่องทางที่ผู้บริโภคสามารถกดติดตาม (Subscribe) เพื่อรับข่าวสารกิจกรรมที่สนใจจากช่องนั้นๆได้ ถือเป็นการช่วยผู้บริโภคคัดกรองข้อมูลข่าวสารที่ต้องการเลือกชม โดยที่ยังมีการเก็บข้อมูลของการคลิกเข้าชมคลิปต่างๆเอาไว้ด้วยเช่นกันเพื่อเก็บเป็นประวัติการชมคลิปเอื้อประโยชน์ต่อการเข้าชมของผู้ใช้งานในครั้งถัดไป

ในฐานะช่องทางการส่งสารยูทูบได้สร้างพฤติกรรมการสื่อสารที่มีเอกลักษณ์และนั่นก็เป็นหนึ่งในเหตุผลที่ทำให้อัตราการเติบโตของจำนวนผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการสื่อสารทั้งในสังคมไทยและต่างประเทศสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคสื่อในสังคมมีพฤติกรรมการปรับตัวให้ทัดเทียมตามสภาพสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงเห็นได้ชัดจากการแสดงออกในรูปแบบของการจัดทำคลิปวิดีโอจะมีลักษณะที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล

แต่ลักษณะของคลิปวิดีโอที่ทำออกมาก็มีความคล้ายคลึงกัน คือ เป็นเนื้อหาวิดีโอประเภทเพื่อความบันเทิงและความต้องการส่วนบุคคล มีความสนุกสนานและเพื่อสื่อสารกันภายในกลุ่มคนที่ชื่อชอบในสิ่งเดียวกัน และจากความต้องการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักต่อกลุ่มเป้าหมายโดยผู้ผลิตเนื้อหาวิดีโอนั้นๆ หรือ ผู้ส่งสาร (Sender) จะมีความรู้สึกภาคภูมิใจในตัวเองเมื่อมีผู้ที่ชื่นชอบและยอมรับในคลิปวิดีโอที่ตัวเองสร้างขึ้น

จากทฤษฎีและงานวิจัยดังกล่าวจะเห็นได้ถึงช่องทางและอิทธิพลทางการตลาดและการเติบโตของเหล่าyoutubeหรือ แคสเตอร์ ได้เป็นอย่างดี สังเกตได้จากจำนวนผู้ติดตามที่สูงมากยิ่งกว่าเหล่าศิลปินดารานักร้องที่มีช่องในยูทูบเสียด้วยซ้ำ ทำให้เมื่อแคสเตอร์เหล่านี้ใช้ตนเองชักจูงในทางความคิดและพฤติกรรมต่างๆรวมไปถึงการเป็นพรีเซนเตอร์ของสินค้าและบริการทั้งทางตรงและทางอ้อมย่อมมีศักยภาพและพลังมากพอที่จะนำพาให้สินค้าและบริการเหล่านั้นประสบความสำเร็จได้ จึงขอนำข้อมูลของแคสเตอร์ชาวไทยไทยที่ผู้ติดตามสูงที่สุดในYouTubeมาแสดงให้เห็นภาพดังต่อไปนี้

Top 10 Game Caster Thailand 2019

(1) Zbing Z.	ผู้ติดตาม 9.45	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 11.3 ล้าน)
(2) UDiEX2	ผู้ติดตาม 5.51	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 7.71 ล้าน)
(3) CGGG	ผู้ติดตาม 5.50	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 7.14 ล้าน)
(4) HeartRocker	ผู้ติดตาม 5.14	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 6.08 ล้าน)
(5) SkizzTV	ผู้ติดตาม 4.76	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 5.22 ล้าน)
(6) PojzPlaza	ผู้ติดตาม 4.75	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 6.27 ล้าน)
(7) Maser Gamer	ผู้ติดตาม 3.27	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 3.53 ล้าน)
(8) Bay Riffer	ผู้ติดตาม 2.97	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 3.38 ล้าน)
(9) Xcrosz	ผู้ติดตาม 2.90	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 3.21 ล้าน)
(10) PJY’ Gamer	ผู้ติดตาม 2.31	(ในปี 2020 ผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเป็น 2.52 ล้าน)

นอกจากนี้แล้วยังมีแคสเตอร์ที่กำลังมาแรงและเริ่มมีผู้ติดตามสูงขึ้นเรื่อย ๆ อีกมากมาย ยกตัวอย่างเช่น PRIMKUNG (ผู้ติดตาม 2.44 ล้านคน), Online Station (ผู้ติดตาม 6.98 แสนคน), Shorty Bluejova (ผู้ติดตาม 5.64 แสนคน), NAKLAS GAMER (ผู้ติดตาม 2.81 แสนคน), VisualGamerTH (ผู้ติดตาม 2.63 แสนคน), AD-AOF TV(ผู้ติดตาม 2.36 แสนคน), OhBIGz(ผู้ติดตาม 2.11 แสนคน), AdKก้องไก่กุ้กๆ(ผู้ติดตาม 2.03 แสนคน) Mobilelooper (ผู้ติดตาม 1.47 แสนคน), palucktidgame(ผู้ติดตาม 1.28 แสนคน), JayMeander (ผู้ติดตาม 1.05 แสนคน),2noobs (ผู้ติดตาม 2.07 หมื่นคน), o2loveo(ผู้ติดตาม 1.97 หมื่นคน)

แคสเตอร์ที่ยกตัวอย่างมาในกลุ่มหลังนี้อาจจะยังไม่ได้มีผู้ติดตามมากเท่ากลุ่มแรก (ยกเว้น PRIMKUNG ที่มีผู้ติดตามสูงถึง 2.44 ล้านคน) ซึ่งอาจจะมาจากหลายเหตุผลด้วยกัน เช่น แคสเตอร์บางคนแคสเกมเดียวเป็นหลัก เหตุผลก็อาจจะมาจากพื้นฐานความชอบในเกมนั้นเป็นการส่วนตัวหรืออาจจะเป็นการจ้างจากบริษัทเกมให้เป็นแคสเตอร์ประจำเฉพาะเกมนั้นๆ (ลักษณะคล้ายกับพรีเซนเตอร์สินค้า) หากเป็นกรณีหลังก็จะมีสัญญาระบุเป็นข้อห้ามไม่ให้แคสเตอร์ไปแคสเกมอื่นที่เป็นคู่แข่ง ทำให้แคสเตอร์ลักษณะนี้จะมีผู้ติดตามเฉพาะกลุ่มแต่นั่นก็ไม่ได้แปลว่าจะทำให้พลังและอิทธิพลในเรื่องต่าง ๆ ของแคสเตอร์เหล่านี้ลดลงตรงกันข้ามการแคสเกมเฉพาะกลุ่มที่กล่าวไปนั้นกลับทำให้แคสเตอร์มีบทบาทและอิทธิพลมากอันเนื่องมาจากเกมดังกล่าวนั้นอาจมีการเปิดให้บริการมาเป็นระยะเวลานานทำให้เกิดการสร้างกลุ่มสังคมเครือข่ายขึ้นทั้งในและต่างประเทศ ยิ่งถ้าเกมดังกล่าว

มีระบบ E-sports ที่เข้มแข็งและต่อเนื่องด้วยแล้วก็ยิ่งทำให้แคสเตอร์มีส่วนร่วมและอิทธิพลมากขึ้นตามไปด้วย ยกตัวอย่างเช่นในเกม Summoners war sky arenaเกมแนว turn based RPG ของบริษัท Com2US ที่เปิดให้บริการในประเทศไทยทั้งในระบบ IOS และ Androidมายาวนานถึง 6 ปี (พ.ศ. 2557 - พ.ศ. 2563) และเป็นเกมที่มีระบบการแข่งขัน E-sports ที่มีมาตรฐานที่สุดเกมหนึ่ง มีการแข่งขันระดับโลกที่ชื่อว่า SWC World Finals (Summoners War World Arena Championship) โดยจัดการแข่งขัดมาแล้ว 3 ปีติดต่อกัน (2017-2019) โดยการแข่งขัน SWC World Finalsถูกจัดขึ้นครั้งแรกในปี 2017และประสบความสำเร็จด้วยยอดผู้ชมออนไลน์พร้อมกันมากกว่า 3,000 คนจากการแข่งขันรอบ World Finals ณ ลอสแอนเจลิส (LA) ประเทศสหรัฐอเมริกา ก่อนจะทะยานขึ้นถึง 130,000 คนทั่วโลกในการถ่ายทอดสดรอบ World Finals เมื่อปี 2018 ที่ผ่านมา ส่วนการแข่งขัน SWC World Finals ในปีล่าสุดนี้มีรางวัลรวมมูลค่า $210,000 (ประมาณ 6,638,000 บาท) ซึ่งสูงกว่าในทัวร์นาเมนท์ที่ผ่านมามากกว่าเท่าตัว และยังมีการแบ่งการแข่งขันออกเป็น 3 ภูมิภาคได้แก่ เอเชียแปซิฟิกคัพ ยูโรคัพ และอเมริกาคัพ(ภาพประกอบที่ 1)

จากระยะเวลาของการเปิดให้บริการดังกล่าวรวมไปถึงระบบ E-sports ที่ต่อเนื่องและมีมาตรฐานจึงเป็นสาเหตุให้เกม Summoners war sky arena มีสังคมผู้เล่นที่เข้มแข็งมาก และการที่ทั้ง 3 ปีที่ผ่านมามีตัวแทนผู้เล่นชาวไทยสามารถผ่านเข้าไปแข่งขันในรอบ World Finals ได้ทั้ง 3 ครั้ง การมีส่วนร่วมของ Pro Playerคนไทยในการแข่งขันนี้ยิ่งทำให้แคสเตอร์มีบทบาทและมีส่วนร่วมมากขึ้นทั้งในรูปแบบผู้บรรยายและวิเคราะห์การแข่งขันรวมถึงร่วมทำกิจกรรมต่างๆ(ภาพประกอบที่ 2 และ 3) ทำให้แคสเตอร์ที่แคสเกม Summoners war sky arena เป็นหลักอาจจะมีผู้ติดตามไม่สูงในภาพรวมแต่กลับมีอิทธิพลต่อสังคมผู้เล่นเป็นอย่างมาก

ภาพที่ 2 การแข่งขัน SWC World Finals2019รอบชิงชนะเลิศ เมื่อวันที่ 26 ต.ค. 2019
สตรีมถ่ายทอดสดผ่าน Youtube และ facebook

ภาพที่ 3 ตัวแทนผู้เล่นชาวไทยและแคสเตอร์ร่วมทำกิจกรรม
(ซ้าย) Judas (ตัวแทนประเทศไทยในการแข่งขัน SWC World Finals 2019), (ขวา) OhBIGz (แคสเตอร์ช่องOhBIGz)
ที่มีส่วนร่วมกับกิจกรรมการแข่งขันด้วยการเป็นตัวแทนแคสเตอร์ประเทศไทยเดินทางไปบรรยายการแข่งขันด้วย

ภาพที่ 4 ตัวอย่างแคสเตอร์ผู้บรรยายการแข่งขัน
(ซ้าย) NUTYO (แคสเตอร์ช่อง Mobilelooper), (ขวา) Ad ก้อง (แคสเตอร์ช่อง AdKก้องไก่กุ้กๆ)

ลักษณะของธุรกิจและการตลาดที่เกี่ยวข้องกับแคสเตอร์นั้นยังมีอีกหลากหลายรูปแบบยิ่งในปัจจุบันสื่อออนไลน์มีบทบาทและอิทธิพลมากขึ้นจนแทบจะแซงหน้าทุกสื่อในด้านโฆษณาและการตลาด ทำให้มีสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมตลอดไปจนถึงบริษัทผู้พัฒนาหรือตัวแทนนำเข้าเกมที่มาเปิดให้บริการในประเทศไทยมีการว่าจ้างแคสเตอร์เพื่อทำการโปรโมทเกมในรูปแบบต่างๆหลายลักษณะแต่มีธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับแคสเตอร์อยู่รูปแบบหนึ่งที่เริ่มมีบทบาทมากขึ้นและอาจมีผลกระทบต่อสังคมในอนาคต

ภาพประกอบที่ 4ลักษณะการทำงานของเพจรับเติมเกมและการจูงใจของแคสเตอร์

เราเรียกรูปแบบธุรกิจนี้ว่า “เพจรับเติมเกม” เพจรับเติมเกม คือ Sale Promotionรูปแบบหนึ่งซึ่งจะทำให้ผู้เล่นเกมสามารถเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการภายในเกมได้ถูกลง ซึ่งจะทำให้ผู้เล่นมีแรงจูงใจที่จะใช้จ่ายภายในเกมได้สูงขึ้น ยกตัวอย่างเช่น หากต้องการซื้อของภายใน Item Shop ของเกมเป็นมูลค่า 1,000 บาท หากผู้เล่นเกมซื้อผ่านระบบภายในเกมก็จะต้องจ่ายเงินเต็มจำนวน 1,000 บาทแต่หากผู้เล่นเกมซื้อผ่านเพจรับเติมเกมก็จะสามารถซื้อได้ในราคา 800 บาท เป็นต้น และส่วนสำคัญในการจูงใจให้ผู้เล่นเกมหันมาใช้บริการเพจรับเติมเกมแทนที่จะใช้จ่ายภายในเกมโดยตรงก็คือแคสเตอร์นั่นเอง โดยแคสเตอร์จะสื่อสารผ่านการเล่นเกมในเพจหลักของตน ทั้งจากการ live Stream หรือจากการอัพโหลดคลิปในช่องทาง YouTube โดยรูปแบบการสื่อสารก็จะมีลักษณะเหมือนเป็นการเล่นเกมและใช้จ่ายเงินผ่านเพจรับเติมเกมให้ดู (ภาพประกอบที่ 4) แคสเตอร์จะสร้างเป็น Contentที่เป็นลักษณะใช้จ่ายเงินภายในเกมเพื่อทำการสุ่มหาไอเท่มหายากที่ตนต้องการสร้างความสนุกสนานตื่นเต้นผ่านลักษณะเฉพาะตัวของแคสเตอร์แต่ละคน ผู้ชมจะสนุกสนานไปกับปฏิกิริยาและการแสดงอารมณ์ต่างๆ (Reaction) ของแคสเตอร์ซึ่งความสนุกสนานนั้นและภาพการได้รับไอเท่มหายากของแคสเตอร์ที่นำเสนอผ่านสื่อดังกล่าวเป็นเสมือนแรงดึงดูดใจให้ผู้ที่รับชมอยากครอบครองไอเท่มเหล่านั้นบ้างและก็จะนำมาสู่กระบวนการใช้จ่ายเงินผ่านเพจรับเติมเกมในที่สุด

ลักษณะของการให้บริการของธุรกิจเพจรับเติมเกมดังกล่าวในบางเพจนั้นอาจจะต้องมีการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวของผู้เล่นเกมยกตัวอย่างเช่น ผู้เล่นเกมที่ต้องการจะใช้บริการเพจรับเติมเกมจะต้องบอก ID และ Password ภายในเกมของตัวเองเพื่อให้ทางเพจเข้าถึงและทำการเติมเงินให้และการเข้าถึงข้อมูลส่วนตัวในลักษณะนี้อาจทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความไม่มั่นใจหรือมีความกังวลว่าจะถูกโกงหรือถูกขโมยข้อมูลต่างๆภายในเกม โดยยังไม่รวมความเสี่ยงในความไม่เสถียรของระบบการเติมเงินออนไลน์ หรือความไม่เชื่อมั่นในเหตุผลอื่นๆซึ่งตรงส่วนนี้แคสเตอร์ก็จะทำหน้าที่ในอีกบทบาทหนึ่ง นั่นคือเป็นผู้ที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ เพราะคนที่เป็นแคสเตอร์จะมีความน่าเชื่อถือในมากในสายตาของผู้เล่นเกม ซึ่งหากแคสเตอร์คนนี้ยังใช้บริการเพจรับเติมเกมนี้ก็เสมือนเป็นการยืนยันว่าทางเพจรับเติมเงินเพจนี้มีความหน้าเชื่อถือมีความเสถียรของระบบที่ดีและจะไม่โกงผู้ที่มาใช้บริการอย่างแน่นอน เป็นต้น การเป็น Partner กันระหว่างแคสเตอร์กับเพจรับเติมเกมในลักษณะนี้ในปัจจุบันนั้นมีให้เห็นเป็นเรื่องปกติทั้งทางตรงและทางอ้อม

สรุป

จากทรรศนะและข้อมูลที่กล่าวไปทั้งหมดนั้นจะเห็นได้ว่านักแคสเกมเริ่มมีบทบาทและอิทธิพลมากขึ้น ในโลกไซเบอร์นักแคสเกมมีพลังมีความสำคัญรวมถึงเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ทางธุรกิจการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แต่ที่น่าสนใจที่สุดก็คือนักแคสเกมเป็นลักษณะอาชีพที่อยู่ในสายตาของเด็กและเยาวชนคนรุ่นใหม่ ดังที่มีปรากฏเป็นหลักฐานจากการสำรวจความนิยมอาชีพในฝันของเด็กไทยดังที่เคยกล่าวไว้

ความฝัน ความต้องการที่อยากจะเดินตามย่อมส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบในมิติต่างๆ ทั้งดีและไม่ดี ทั้งเหมาะสมหรือไม่สมควรแก่เวลา้ย่อมเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น กรณีของการจูงใจให้ใช้จ่ายซื้อของหรือบริการต่าง ๆ ภายในเกม นักแคสเกมส่วนมากยอมใช้เงินเพื่อสร้างความสนุกให้แก่ผู้รับชม ซึ่งก็จะนำพาชื่อเสียงหรือแม้กระทั่งรายได้กลับคืนมาสู่ตัวของนักแคสเกมนั่นเอง แต่สิ่งหนึ่งที่เด็กและเยาวชนมักมองข้ามไปก็คือส่วนใหญ่แล้วนักแคสเกมเกือบทุกคนนั้นมีรายได้จากอาชีพหลักที่มั่นคงรอบรับอยู่ การที่นักแคสเกมยอมเสียสละเงินเพื่อสร้างสีสันและพัฒนาช่องทางการเสื่อสารของตนนั้นก็เพื่อผลประโยชน์ในอนาคตแม้อาจจะเป็นจำนวนเงินที่มากแต่ในมุมของนักแคสเกมเหล่านี้ถือเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าด้วยเหตุผลดังที่กล่าวไป หากเด็กและเยาวชนที่รับชมไม่มีวิจารณญาณและความยับยั้งชั่งใจมากเพียงพอย่อมจะส่งผลร้ายและสร้างปัญหาต่อตนเองและครอบครัวหรือต่อยอดไปสู่ปัญหาต่อสังคมดังที่เราเคยพบเห็นเป็นข่าวในสื่อต่าง ๆ ที่เคยผ่านมาก็เป็นได้

บรรณานุกรม

<u>ภาษาไทย</u>

อธิคม ภูเก้าล้วน (2560) *คุณลักษณะและรูปแบบรายการของเกมแคสเตอร์ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย: กรณีศึกษาแชนแนล Zbing z.* กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

<u>ระบบออนไลน์</u>

Summoners War World Arena Championship 2019 สานตำนานงานแข่ง E-sports บนมือถือ 3 ปีซ้อน![สืบค้นวันที่ 2 มิถุนายน 2563] จาก https://news.siamphone.com/news-41745.

Game Caster คืออะไร [สืบค้นวันที่ 2 มิถุนายน 2563]จากhttp://www.gamecaster.net/game-caster.

10 อันดับแรก Youtuber ไทยที่ผู้ติดตามมากที่สุดในปี 2019 [สืบค้นวันที่ 2 มิถุนายน 2563] จากhttps://www.thinkaboutwealth.com/top10youtuber22019.

10 อันดับGame Casterไทยที่มีผู้ติดตามมากที่สุดในปี 2019 [สืบค้นวันที่ 2 มิถุนายน 2563] จากhttps://www.gamerr.net//10-game-caster.

คลิปถ่ายทอดสดการแข่งขัน SWC World Finals 2019 รอบชิงชนะเลิศ [สืบค้นวันที่ 1 มิถุนายน 2563] จาก https://www.youtube.com/watch?v=OTxO4tEwXWM&t=2981s.

คลิป Judas : Road to SWC World Finals @ France [สืบค้นวันที่ 1 มิถุนายน 2563] จาก https://www.youtube.com/watch?v=9obXAa7oYFE[ออนไลน์].

คลิป Ragnarok M | EP#122 เปิดกล่องสัตว์ขี่ Limited ช่อง AD-AOF TV[สืบค้นวันที่ 1 มิถุนายน 2563] จาก https://www.youtube.com/watch?v=XGGgoa4EJUs.