

พลังแห่งการสื่อสารของดิจิทัลเนทีฟและเกมแคสเตอร์ กับตัวตนดิจิทัล ภายใต้วิถีแห่งพลเมืองเน็ต

The Power of Communication of Digital Natives and Game Casters with Digital Presence under the Netizens Pathway

วันที่ได้รับบทความ 2 พฤษภาคม 2567

วันที่แก้ไขบทความ 14 มิถุนายน 2567

วันที่ตอบรับการเผยแพร่ 17 มิถุนายน 2567

ปัญญารัตน์ วันทอง*

Punyarat Wanthong*

ปิยนัท วงศ์ยอด*

Piyanat Wongyod*

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ให้เห็นถึงพลังแห่งการสื่อสารของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟและเกมแคสเตอร์ที่มีความสามารถในการสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีภายใต้วิถีแห่งพลเมืองเน็ต (Netizens) ซึ่งหมายถึง ประชากรโลกในรูปแบบใหม่ที่สร้างความสัมพันธ์กันในรูปแบบของเครือข่าย มีอำนาจและอิทธิพลในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในโลกกายภาพได้จริงผ่านเทคโนโลยี เช่นเดียวกับเกมแคสเตอร์ที่ใช้ความสามารถเฉพาะตัว ทักษะ วาจา บุคลิกและภาษา ผ่านการเล่น

*อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต 60 ถนนร่มเกล้า เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร
อีเมล punyarat.wan@kbu.ac.th

*Lecturer, Faculty of Communication Arts, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand
E-mail : punyarat.wan@kbu.ac.th

เกมโดยใช้ความคล่องดิจิทัลและเทคโนโลยีเป็นพื้นที่ในการแสดงออก และส่งสารไปยังกลุ่มดิจิทัลเนทีฟซึ่งเป็นผู้รับสารและเกิดปฏิกิริยาโต้ตอบผ่านการถ่ายทอดสด เกมแคสเตอร์กลายเป็นผู้ทรงอิทธิพลต่อความคิด การตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและความคล่องในดิจิทัลเพื่อนำเสนอสารที่ให้ความรู้ที่ชัดเจน เข้าใจ ซึ่งต้องอาศัยความรู้ ประสบการณ์ ความพร้อมที่จะส่งสารไปยังผู้รับสาร ก่อให้เกิดพฤติกรรมทั้งในระดับปัจเจกบุคคล และระดับกลุ่ม นอกจากนี้ยังส่งผลกระทบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบต่อตัวตนดิจิทัลหรือกระบวนการพิสูจน์ที่ยืนยันตัวตนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยด้วยเช่นกัน

คำสำคัญ: เกมแคสเตอร์/ ดิจิทัลเนทีฟ/ พลเมืองเน็ต

Abstract

This article aims to highlight the communicative power of digital natives and game casters within the framework of netizens. Netizens, as a new global population, establish networked relationships and possess the power to effect real-world changes through technology. Game casters utilize their unique abilities, skills, personality, and language through gaming, leveraging digital fluency and technology to express themselves and interact with other digital natives in real-time via live streaming. Game casters influence the thoughts, decisions, and behaviors of their audience, requiring expertise and digital fluency to deliver engaging content. These interactions impact both individual and group behaviors,

affecting digital identity and authentication processes with both positive and negative consequences.

Keywords: Game Caster, Digital Natives, Netizen

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน เนื่องจากเข้าถึงง่ายโดยผ่านเทคโนโลยีเครือข่ายไร้สาย และเมื่อยังเทคโนโลยีพัฒนามากขึ้นเท่าใด ผู้คนยิ่งแสวงหาความบันเทิงง่ายขึ้นเท่านั้น รายการผ่านสื่อกระแสหลักอาจจะมิใช่เนื้อหาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดอีกต่อไป ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป รวมถึงการเกิดขึ้นของพลเมืองเน็ต (Netizens) ซึ่งหมายถึง คนกลุ่มใหญ่ที่ประสานสัมพันธ์กันในรูปแบบของเครือข่ายออนไลน์ คนเหล่านี้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นประจำ มีความเคลื่อนไหวสูง และมีวิถีชีวิตที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อนมาก (Hauben, 2012) อีกทั้งเทคโนโลยีทำให้ความแตกต่างระหว่างรุ่นที่ไม่มีอินเทอร์เน็ตกับรุ่นที่ใช้อินเทอร์เน็ตกว้างขึ้นเรื่อย ๆ จนเกิดค่านิยมเชิงปฏิบัติการและการให้ความหมายใหม่เกี่ยวกับแนวคิดของรุ่นวัยที่ใช้และไม่ใช้อินเทอร์เน็ตเกิดขึ้น หรือที่เรียกว่า ดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives)

ดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives) หมายถึง เยาวชนอายุ 15-24 ปี ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2532 - 2541 เป็นผู้ที่อยู่ในช่วงอายุที่คาบเกี่ยวระหว่างเจนเนเรชั่นวาย (Generation Y) คือกลุ่มผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ.2520 - 2540 และเจนเนเรชั่นแซด (Generation Z) หรือผู้ที่เกิดระหว่างปีพ.ศ. 2541 เป็นต้นไป (Tapscott, 2009) กลุ่มดิจิทัลเนทีฟถือเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตไม่ต่ำกว่า 5 ปี (International Telecommunication Union [ITU], 2013) ซึ่งเติบโตมาในยุคดิจิทัล มีศักยภาพในการเรียนรู้และใช้งานเทคโนโลยีการสื่อสารที่มีระบบปฏิบัติการ

แบบดิจิทัลได้อย่างดี พร้อมทั้งเข้าใจและเปิดรับเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่อยู่เสมอ อีกทั้งนำความคล่องของเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินชีวิตในรูปแบบต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้ทัศนคติต่อการดำเนินชีวิตและเกิดกิจกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีมากมาย (ศุภกร จุฑะพล และ พัทธนิ เสงี่ยมรยา, 2561) หนึ่งในนั้นคือการเล่นเกมนอนไลน์และการรับชมนักเล่นเกมผ่านการเล่นถ่ายทอดสด หรือการสตรีมมิ่งผ่านกลุ่มคนที่เรียกว่า เกมแคสเตอร์ (Game Caster) หรือ สตรีมเมอร์ (Streamer)

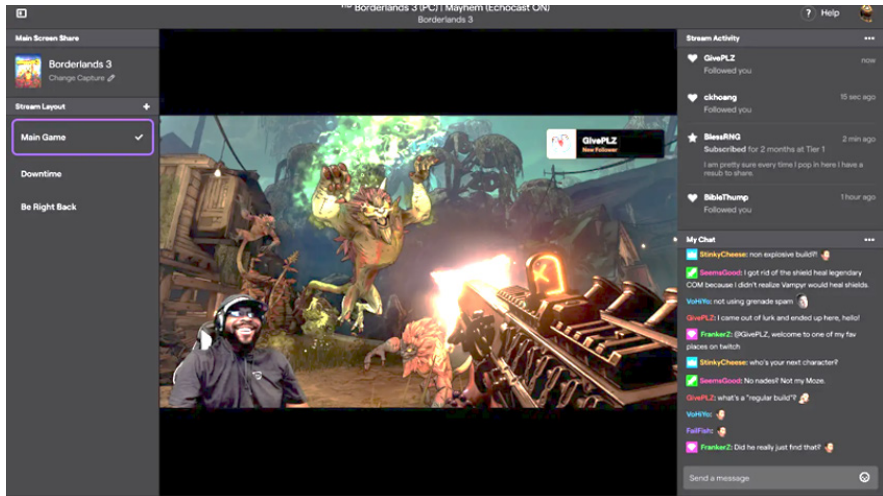
การเติบโตของอุตสาหกรรมเกมสตรีมมิ่งในประเทศไทยนั้นมีการพัฒนาและเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้ามาของเทคโนโลยีคลาวด์เกมมิ่ง (Cloud Gaming) หรือการสตรีมมิ่งเกมออนไลน์บนเซิร์ฟเวอร์ระยะไกลในศูนย์ข้อมูลของเกม ซึ่งถูกเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Gaming on Demand หรือ Gaming as a Service ซึ่งมีพื้นฐานมาจากแนวคิดในการเล่นเกมที่ต้องอาศัยอุปกรณ์ที่หลากหลาย (ชาคริต ทองสัมฤทธิ์, 2562) ในขณะเดียวกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นการเปิดเปิดประตูสู่โอกาสและประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับทั้งนักพัฒนาและผู้เล่นเกม ความสัมพันธ์ระหว่างเกมแคสเตอร์และผู้รับชมในฐานะกลุ่มดิจิทัลเนทีฟมีการเปลี่ยนแปลงและมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันไปตามความไวของเทคโนโลยี ความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเปรียบเสมือนเชือกป่านที่มองไม่เห็น เกาะเกี่ยวรัดกันและมีผลประโยชน์ร่วมกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากยังมีพื้นที่ทับซ้อนและไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง ยังคงต้องพึ่งพาอาศัยทรัพยากรต่าง ๆ ซึ่งกันและกัน ไม่ว่าจะเป็นทุน การศึกษา อาชีพ การอบรมบ่มเพาะทางวัฒนธรรมสำหรับปัจเจกบุคคล ความเชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมต่อไปได้

บทบาทการแสดงออกของเกมแคสเตอร์บนพื้นที่ของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ

เมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในชีวิตของมนุษย์ สื่อใหม่เข้ามาแทนที่สื่อเก่าโดยสื่อใหม่สามารถแสดงผลได้ทั้งข้อความ รูปภาพและเสียง รวมไปถึงภาพเคลื่อนไหว เป็นสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลสารสนเทศได้ตามความต้องการของผู้บริโภค ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลา รวมถึงเปิดรับข่าวสารของผู้รับสารมากที่สุด (อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว, 2561) ผู้คนก้าวเข้าหาโลกออนไลน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการได้มากกว่าโลกออฟไลน์ การแคสเกมหรือ Video Game Walkthroughs กลายเป็นรูปแบบของความบันเทิงที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ และยังสามารถสร้างอาชีพและรายได้หากผู้ส่งสารมีความตั้งใจจริงที่จะนำเสนอเนื้อหาและข้อมูลที่ตรงตามความต้องการของผู้รับสารหรือกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ (Digital Natives)

สำหรับประเทศไทย เกมออนไลน์นับว่ามีบทบาทอย่างมากในการเข้าถึงกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ และเพื่อการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟที่ชื่นชอบการเล่นเกมและการรับชมเกมผ่านโลกออนไลน์นั้น จึงเกิดธุรกิจแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งขึ้น ปัจจุบันธุรกิจแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเป็นสื่อความบันเทิงที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากอินเทอร์เน็ตมีประสิทธิภาพสูงสามารถส่งผ่านข้อมูลขนาดใหญ่ โดยเฉพาะวิดีโอได้อย่างรวดเร็ว เว็บไซต์วิดีโอคอนเทนต์เช่น YouTube และ Facebook จึงเกิดขึ้นและเปิดโอกาสให้ผู้ชมรับชมเนื้อหาได้อย่างต่อเนื่องตามความต้องการ ในเวลาเดียวกัน เสถียรภาพของเทคโนโลยีได้สร้างแรงกระตุ้นให้เกิดการนำเสนอรูปแบบ Live streaming video ซึ่งช่วยให้คอนเทนต์สามารถเผยแพร่แบบถ่ายทอดสด ผู้ชมสามารถโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็นได้ทันที ยกตัวอย่างแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเช่น YouTube, Facebook หรือ Dailymotion กลายเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน (จุติพันธ์ จูธนอม, 2562) ทำให้ทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตสื่อต่าง ๆ ต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสารของยุคสมัย

หนึ่งในทางเลือกแรก ๆ ของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศในการรับชมเนื้อหาเกี่ยวกับการถ่ายทอดสดเกม คือการเข้าถึงแพลตฟอร์มอย่าง Twitch ซึ่งกลายเป็นชุมชนขนาดใหญ่สำหรับนักเล่นเกมโดยเฉพาะ Twitch คือ หนึ่งในแพลตฟอร์มถ่ายทอดสดการเล่นเกมและการแข่งขัน e-sports ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย และสำหรับประเทศไทย ผู้ใช้ Twitch มีแนวโน้มที่เติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ (มนทวัศ ศรีภูสิตโต, 2565) เนื่องจากประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานในเรื่องของอินเทอร์เน็ตที่ดี มีเกมแคสเตอร์ที่มีความสามารถและมีความคิดสร้างสรรค์ โดยในปี.ศ.2560 Twitch มียอดผู้ใช้งานต่อวันกว่า 167,000 คน เพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 279 จากปีก่อนหน้า และเกิดอาชีพใหม่ที่เรียกว่า เกมแคสเตอร์ (Game Caster) ซึ่งหมายถึงผู้เล่นเกมออนไลน์ที่เปิดให้ผู้ชมรับชมผ่านระบบสตรีมมิ่ง โดยยอดของเกมแคสเตอร์บนแพลตฟอร์ม Twitch พบว่าในแต่ละเดือนมีผู้ใช้งานที่เป็นเกมแคสเตอร์สูงกว่า 48,000 คน และมีแนวโน้มว่า Twitch จะกลายเป็นหนึ่งในแพลตฟอร์มที่มีอำนาจในการเข้าถึงกลุ่มเกมแคสเตอร์และดิจิทัลเนทีฟมากขึ้นอีกในอนาคต อีกทั้งยังมีความพยายามในการขยายรูปแบบการสตรีมมิ่งไปสู่เนื้อหาประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากเกมมากขึ้น (Krungrsri Plearn Plearn, ม.ป.ป.) ผู้ชมแพลตฟอร์ม Twitch ในประเทศไทยนั้นประกอบไปด้วยกลุ่มดิจิทัลเนทีฟเป็นหลัก โดยแบ่งเป็นวัยมัธยมศึกษา มหาวิทยาลัยและวัยทำงานตอนต้นกว่าร้อยละ 75 เป็นเพศชายและร้อยละ 25 เป็นเพศหญิง นิยมรับชมในช่วงเวลา 19.00 – 23.00 น. และรับชมต่อจนถึงช่วงเช้า (Tangsir, 2562)



ภาพที่ 1 การ Live Streaming ผ่าน Twitch ของเกมแอสเตอร์
ที่มา: Khalid (2019)

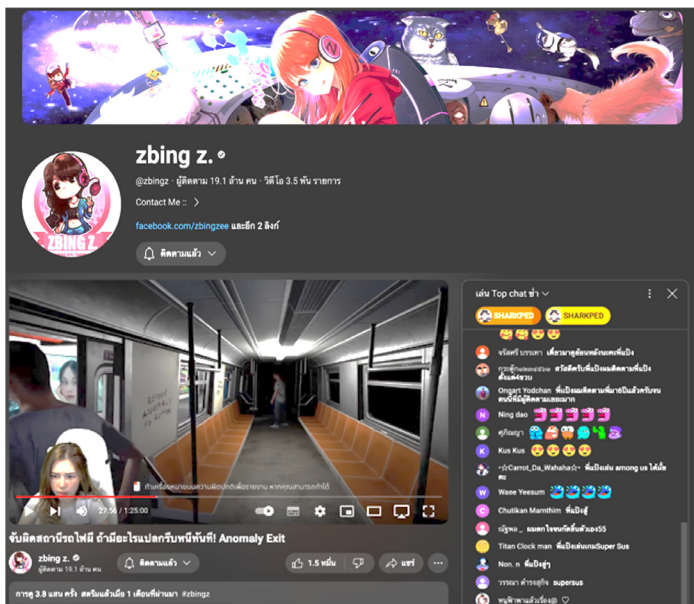
วิดีโอถ่ายทอดสด หรือ Live Video Streaming สามารถสร้างความน่าสนใจ และความรู้สึกแปลกใหม่ในการรับชมผ่านภาพเคลื่อนไหว เสียง เอฟเฟกต์ต่าง ๆ และช่วยสื่ออารมณ์ไปยังผู้ชม ให้สามารถเข้าใจเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมด้วยการแสดงความคิดเห็นและโต้ตอบกับผู้ส่งสารได้ทันที ณ ขณะรับชม (ศุภรานันท์ กาญจนกุล, 2560) ทำให้การรับชม Live Video Streaming ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ส่งผลให้ธุรกิจด้านการ Streaming เเฟื่องฟูและเติบโตตามไปด้วย จากสถิติพบว่า ผู้ชมเนื้อหาถ่ายทอดสดมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นในปี พ.ศ.2566 และคนไทยจะบริโภคเนื้อหาผ่านทางถ่ายทอดสดผ่านแอปพลิเคชันหรือแพลตฟอร์มผู้ให้บริการต่าง ๆ กว่า 2.10 ล้านราย คิดเป็น 3.04% ของประชากรไทยทั้งหมด เนื่องจากบริการ Live Video Streaming ตรงกับพฤติกรรมทางเลือกรับชม และไม่จำกัดด้วยช่วงเวลาออกอากาศ สามารถรับชม

ย้อนหลังได้ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565) อีกทั้งการเกิดขึ้นของเกมแคสเตอร์ ช่วยสร้างสีสันและอาชีพใหม่ให้เกิดขึ้นในวงการอุตสาหกรรมเกม และมีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นในอนาคต

เกมแคสเตอร์ (Game Caster) หมายถึง บุคคลที่เล่นเกมทั่วไปโดยไม่จำกัดอุปกรณ์และอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีเข้ามาช่วยเหลือเพื่อทำการบันทึกภาพ ข้อความ เสียง และสามารถถ่ายทอดสดเพื่อสื่อสารไปยังผู้ชมได้ ณ ขณะนั้น (Real Time) โดยลักษณะการทำงานของกลุ่มคนที่ประกอบอาชีพดังกล่าว คือ การเล่นเกมให้ผู้ชมรับชม ซึ่งใช้ทักษะ วาจา บุคลิก ภาษา เป็นตัวช่วยให้ผู้ชมสนใจ (ศุภรัช โรจน์ดุชฎี, 2560) โดยทักษะการพูดด้วยคำที่คิดค้นหรือนิยามขึ้นเอง ตลอดจนการใช้เสียงในการพากย์เป็นตัวละครที่ตนเองเล่น หรือแม้กระทั่งการสร้างภาพจำให้กับผู้ชมด้วยการวางบทบาทเป็นตัวละครนั้น ๆ ในเกมออนไลน์ ล้วนนำไปสู่เอกลักษณ์ที่น่าสนใจเฉพาะบุคคล เกิดการดำเนินกิจกรรมบนโลกออนไลน์ที่มีความหลากหลาย และกลายเป็นธุรกิจที่สร้างเงินให้กับเกมแคสเตอร์ ซึ่งต้องอาศัยผู้ติดตาม (follower/subscriber) สนับสนุนสตรีมเมอร์หรือเกมแคสเตอร์ และเพื่อให้การสนับสนุนดังกล่าวสามารถเปลี่ยนเป็นทุนเงิน หรือทุนอาชีพได้ จึงเกิดเป็นช่องทางหรือฟีเจอร์ (feature) พิเศษที่เรียกว่าการโดนัท (Donate) หรือการบริจาคเงิน บนแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งอย่าง Twitch เพื่อให้กำลังใจ สนับสนุน ช้อปสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีรายได้จากการสมัครสมาชิกของช่องนั้น ๆ เพื่อรับข่าวสารหรือข้อมูลพิเศษเฉพาะผ่านทาง Youtube การส่ง Bit coin การส่งดาวผ่านการสตรีมมิ่งบน Facebook หรือการส่งสติ๊กเกอร์เป็นกำลังใจให้กับเกมแคสเตอร์ ตลอดจนบริการด้านความบันเทิงให้กับบุคคลที่ประกอบอาชีพเหล่านั้น การโดนัทหรือการส่งของขวัญจึงกลายเป็นรายได้หลักของเกมแคสเตอร์

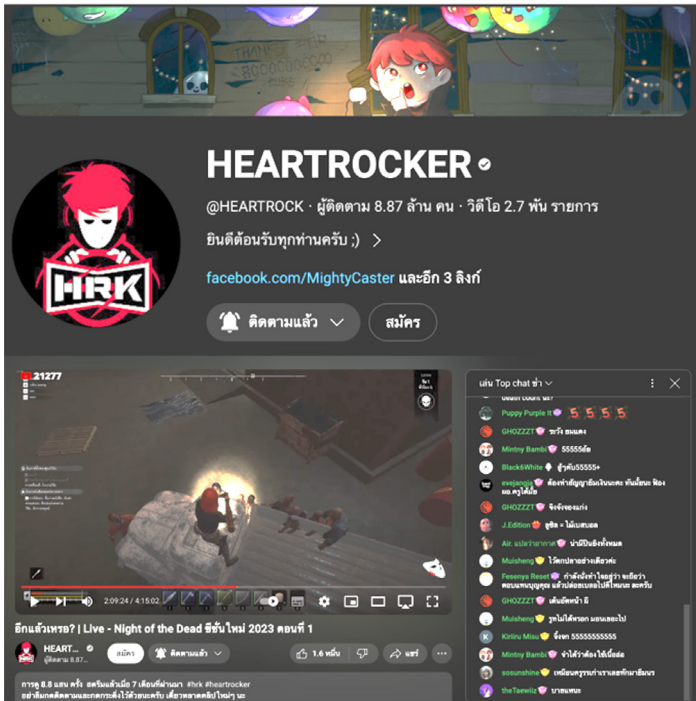
เกมแคสเตอร์ที่มีชื่อเสียงในประเทศไทยโดยใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งต่าง ๆ อาทิ zbing z, RUOK FF, UDiEX2, CGGG, HEART-

ROCKER, SkizzTV ล้วนแล้วแต่มีความสามารถและเอกลักษณ์พิเศษแตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น zbing z หรือแป้ง เกมแคสเตอร์และยูทูบเบอร์ที่มีทักษะการเล่าเรื่องผ่านตัวละครด้วยการพากย์เป็นตัวละครนั้น ๆ อย่างสนุกสนาน ดัดแปลงเสียงเป็นสัตว์ เด็ก หรือตัวละครในเกมออนไลน์ที่เน้นการเลือกเล่นให้เข้ากับลักษณะของตนเอง เน้นการพูดคุยกับผู้รับชมแบบสุภาพ ไม่มีคำหยาบคาย (อริคม ภูเก้าล้วน, 2560) ในปัจจุบัน zbing z มีผู้ติดตามบน Youtube กว่า 19 ล้านคน และบน Facebook page กว่า 1.5 ล้านคน (ข้อมูล ณ วันที่ 12 มิถุนายน 2567) นับเป็นเกมแคสเตอร์ยอดนิยมอันดับ 1 ของประเทศไทยในปัจจุบัน และครองใจเด็ก ๆ วัยประถมศึกษาและมัธยมศึกษามากกว่า 10 ปี (Admin, 2562)



ภาพที่ 2 ช่องของ zbing z. บนเว็บไซต์ Youtube และการสตรีมมิ่งขณะเล่นเกม
ที่มา: <https://www.youtube.com/channel/UC5zGJZpxeZPFcds5gFcDE7Q>

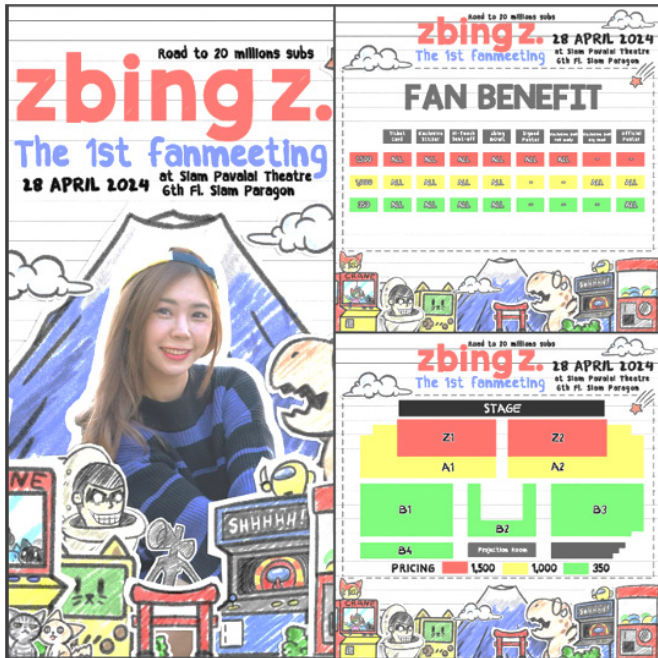
นอกเหนือจากแป้ง zbing z ที่มีเอกลักษณ์และการเล่าเรื่องที่น่าสนใจแล้ว เกมแคสเตอร์ที่มีชื่อเสียงไม่แพ้กันอีกหนึ่งคนนั่นคือ เอก HEARTROCKER หรือ พี่เอก HRK โดยมีลักษณะเด่นคือการใช้น้ำเสียงในการเล่าเรื่อง การพากย์เสียงให้กับตัวละครขณะที่กำลังเผชิญสถานการณ์ต่าง ๆ ในด้านภารกิจ ลีลาการเล่นเกมที่สนุกสนานเร้าใจ และเต็มไปด้วยกำลังใจ จนในบางครั้งผู้ชมต้องเสียน้ำตาให้กับการเล่นของเกมแคสเตอร์รายนี้ นอกจากนี้ยังสามารถใช้ทักษะการแปลจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาไทยผ่านการเล่นเกมได้อย่างลื่นไหลและน่าฟัง ทำให้ผู้รับชมคล้อยตามเนื้อเรื่องได้ง่ายและประทับใจมากขึ้น อีกทั้งจุดเด่นอีกด้านของ เอก HRK คือการปิดบังตัวตนที่แท้จริง ไม่เปิดเผยใบหน้าและเก็บเป็นความลับ แม้กระทั่งกลุ่มแฟนคลับที่เรียกตนเองว่า ชาวนกอ้วนก็ยังไม่เคยมีใครล่วงรู้ตัวตนและใบหน้าที่แท้จริง การสร้างอัตลักษณ์และความน่าสนใจให้กับตนเองบนโลกออนไลน์ในลักษณะนี้สร้างความแปลกใหม่และเติมเต็มจินตนาการให้กับกลุ่มผู้ติดตามว่าเป็นใคร มาจากไหน แต่เหนือสิ่งอื่นใดข้อมูลเหล่านี้ไม่เคยมีที่ใดเปิดเผยมาก่อน และยังคงเก็บเป็นความลับต่อไป (ณัฐนันท์ เกลิมพนัส, 2564) อีกทั้งกลุ่มแฟนคลับยังชื่นชอบเนื้อหาต่าง ๆ มากกว่าการค้นหาตัวตนที่แท้จริงของเกมแคสเตอร์รายนี้ และกลายเป็นกลุ่มแฟนคลับที่มีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ มีคำศัพท์ที่คิดค้นและนิยามขึ้นเองจากเอก HRK และถูกนำมาใช้กันอย่างแพร่หลายในกลุ่มแฟนคลับของตนเอง



ภาพที่ 3 ช่องของ HEARTROCKER บนเว็บไซต์ Youtube
และการสตรีมมิ่งขณะเล่นเกม
ที่มา: <https://www.youtube.com/@HEARTROCK>

การแคสเกมในปัจจุบันนี้มีหลากหลายรูปแบบ ยกตัวอย่างเช่น การถ่ายทอดสดไปพร้อม ๆ กับการบันทึกให้เห็นใบหน้าของผู้เล่นเกมด้วย หรืออาจจะเป็นเพียงแค่เสียงของเกมแคสเตอร์เท่านั้นที่ใช้ในการบรรยาย การพากย์เพื่อการเล่าเรื่องในเกม การพูดคุยกับผู้ชมระหว่างที่เล่น ตลอดจนการเล่นแบบออฟไลน์ หมายถึง การบันทึกวิดีโอไว้ก่อนหน้า และนำมาตัดต่อเพื่อลงในโซเชียลมีเดียอีกครั้ง เป็นต้น เกมแคสเตอร์ กลายเป็นอาชีพที่สามารถสร้างชื่อ

เสียงและรายได้โดยใช้ทักษะด้านการเล่นเกมและการสื่อสารเพื่อการเล่าเรื่อง อันเกิดจากความชื่นชอบส่วนตัว นับเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่ทำให้เกิดการรวมกลุ่มหรือการมีวัฒนธรรมภายใต้พื้นที่อินเทอร์เน็ต ซึ่งกลายเป็นชุมชนเสมือน (Virtual Community) และขยายตัวสู่พื้นที่ทางกายภาพ ได้แก่ การพบปะสังสรรค์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับหรือผู้ติดตามเกมแคสเตอร์นั้น ๆ เช่น การจัดกิจกรรมแฟนมีตติ้งของแบงก์ zbing z เพื่อตอบแทนแฟนคลับที่ให้การสนับสนุนด้วยดีตลอดมา การใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่มจนกลายเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับนั้น ๆ ดังเช่นกลุ่มแฟนคลับของ เอค HEARTROCKER จนพัฒนาไปสู่สังคมที่มีวัฒนธรรมย่อยเป็นของตนเอง อาจกล่าวได้ว่า เกมแคสเตอร์เองเป็นหนึ่งในกลุ่มดิจิทัลเนทีฟด้วยเช่นกัน มีจุดร่วมที่คล้ายคลึงกันในการสร้างอัตลักษณ์หรือภาพจำที่มีรูปแบบเฉพาะของตนเอง และมีจุดต่างคือการนำเสนอความเป็นตนเองให้กับผู้รับสารได้รับชมผ่านแนวเกม que เลือกนำมาเล่นและวิธีการเล่าเรื่องที่ไม่ซ้ำใคร การใช้เสียง การใช้ภาษา การคิดคำหรืออนิยามศัพท์ขึ้นมาใช้เองเฉพาะกลุ่ม นอกจากนี้ กลุ่มเกมแคสเตอร์ยังต้องอาศัยความเชี่ยวชาญในด้านเทคโนโลยีและความรู้ความเข้าใจในเรื่องดิจิทัลเพื่อให้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพื่อนำมาใช้ในการประกอบอาชีพดังกล่าว



ภาพที่ 4 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์งานแฟนมีตติ้งของ zbing z
ที่มา: Zbing (2567)

การเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบสร้างความท้าทายให้กับเกมแคสเตอร์ ผู้รับชม รวมถึงนักการตลาดที่ยังคงต้องคอยหาช่องทางใหม่ ๆ เพื่อปรับตัวให้เข้ากับผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว และการเชื่อมต่อกันระหว่างเกมแคสเตอร์กับผู้ชมทำให้แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งก้าวไปอย่างไม่หยุดยั้ง การพัฒนาของเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มเหล่านี้ไม่เพียงแต่เปลี่ยนแปลงวิธีการที่ผู้คนบริโภคสื่อบันเทิง แต่ยังเปิดโอกาสใหม่ ๆ ในการสร้างและเผยแพร่เนื้อหา ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการสื่อสารในรูปแบบที่ทันสมัยและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เดียวกันผู้พัฒนาเกมได้มีการพัฒนาเกมออนไลน์ให้มีความ

หลากหลายมากขึ้นด้วยเช่นกัน โดยผู้เล่นสามารถเล่นเดี่ยวหรือเล่นเป็นทีมผ่านระบบอินเทอร์เน็ต มีตัวละครเล่นแทน สามารถพูดคุยในเกม ช่วยกันสร้างสังคมหรือชุมชนออนไลน์ (Online Community) และมีผู้คลั่งไคล้ในเกม (Game Native) เพื่อทำภารกิจในเกมให้สำเร็จ โดยเกมออนไลน์ได้รับความนิยมสูงมากในกลุ่มเด็กและเยาวชน รวมถึงกลุ่มผู้ใหญ่บางกลุ่ม มีการติดตามกลายเป็นกลุ่มแฟนคลับหรือรับชมเกมออนไลน์นั้นเพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป การรับชมวิดีโอถ่ายทอดสดจึงเป็นอีกหนึ่งในกิจกรรมที่กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบเกมออนไลน์นิยมบริโภค (จันทิมา เจริญผล, 2558)

จะเห็นได้ว่าอิทธิพลจากเกมนั้นไม่ได้เป็นปัจจัยเดียวให้ผู้บริโภคยุคใหม่เป็นเช่นนี้ ยังคงมีปัจจัยในการสื่อสารทางด้านผู้รับสารที่มักจะมีการกล่าวถึงอยู่บ่อยครั้งว่าเป็นตัวกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการสื่อสารคือ กระบวนการเลือกรับสาร (Selective Processes) ซึ่งพบว่าผู้รับสารจะกระทำการต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องทางความคิด กล่าวคือ ผู้รับสารจะเปิดรับการสื่อสารที่สอดคล้องกับทัศนคติและความสนใจของตน ขณะเดียวกันจะหลีกเลี่ยงการสื่อสารที่ขัดแย้งกับตนเอง หรือแม้เปิดรับก็จะรับรู้และตีความสารให้เหมาะกับมุมมองของตน จึงกล่าวได้ว่า แม้ผู้รับสารจะเตรียมตัวมาเป็นอย่างดี ใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพ แต่ผลของการสื่อสารอาจไม่บรรลุผลสำเร็จเสมอไป ด้วยเพราะผู้รับสารแต่ละคนจะมีกระบวนการเลือกรับสารที่แตกต่างกันออกไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ฯลฯ ของตน และเนื่องด้วยมีกลุ่มผู้รับสารคือกลุ่มแฟนคลับเกมแคสเตอร์นั้น ๆ ซึ่งถือเป็นสื่อบุคคลแต่มีการนำเสนอตัวตน นี้อาสาสร้างสรรค์ต่าง ๆ ทางสื่อสังคมออนไลน์หรือช่องทางต่าง ๆ และมีแนวโน้มจะส่งผลไปยังพฤติกรรม การรับรู้เนื้อหาและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้รับสารในอนาคตอีกด้วย

นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย สมาร์ทโฟน และการเข้าถึงเนื้อหาของเกม ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อ เกมแคสเตอร์และกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งในที่นี้หมายถึงรวม

ถึงกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ โดยผู้พัฒนาเกมเหล่านั้นจะต้องพัฒนาตนเองและกลายเป็นผู้ออกแบบและสร้างสรรค์เนื้อหาให้กับผู้เล่นได้มีทางเลือกหรือตัดสินใจในการเล่นมากขึ้น รวมถึงออกแบบเกมให้มีความน่าสนใจที่ผู้ชมสามารถรับรู้เนื้อหาได้อย่างมีระบบแต่แยบยล เกมที่เน้นการวางแผน เน้นการใช้ความคิดหรือเชาว์ปัญญา หรือเน้นความสนุก ซึ่งสร้างความเพลิดเพลินให้กับผู้เล่นและสร้างรายได้ให้กับผู้พัฒนาเกม รวมถึงการทำงานของเกมแคสเตอร์ต้องอาศัยทักษะเฉพาะด้าน ความสามารถเฉพาะตัว ความเป็นเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมติดตามและสนับสนุนด้วยยอดการเข้าชม หรือการสร้างรายได้ในลักษณะต่าง ๆ อีกทั้งต้องอาศัยการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ชมไม่ว่าจะอยู่บนพื้นที่ของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟหรือไม่ก็ตาม

การสร้างสรรค์เนื้อหาของเกมแคสเตอร์ในปัจจุบัน มิใช่เพียงการสร้างช่องทางการสื่อสาร (Channel) เพื่อติดต่อพูดคุยกับกลุ่มแฟนคลับหรือกลุ่มผู้ติดตามของตนเองเท่านั้น แต่เนื้อหาของเหล่าเกมแคสเตอร์จะต้องสามารถเสริมสร้างรายได้จากค่าโฆษณา (Advertising) ที่แพลตฟอร์มต่าง ๆ นำมาคั่นไว้ภายในเนื้อหาวิดีโอที่สร้างขึ้น จากงานวิจัยของ Google ร่วมมือกับ Ipsos และ Flamingo หัวข้อ “4 Reasons People Watch Gaming Content on Youtube” พบว่า เนื้อหาวิดีโอเกี่ยวกับเกมบนเว็บไซต์ Youtube เป็นหนึ่งในหมวดหมู่ที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย และกลายเป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างผู้ที่มีความนิยมชื่นชอบในการเล่นเกมนี้อีกด้วย ด้วยลักษณะ 4 รูปแบบ ได้แก่ (Petrova & Gross, 2017)

- 1) Let's plays การเล่นเกมใดเกมหนึ่งให้ดู เหมือนเล่นไปพร้อมกับคนดู
- 2) Walk – throughs การเล่นเกมใดเกมหนึ่งให้ดูอย่างมีทักษะ และความเชี่ยวชาญในเกมนั้น ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จของผู้เล่นเกมแต่ละเกม มีลักษณะคล้ายบทสรุปของเกม

3) Reaction videos การใช้ผู้เล่นเกมหลายคนเล่นเกมเดียวกัน เพื่อแสดงให้เห็นพฤติกรรม ทศนคติ และความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไปของผู้เล่นต่อเกมที่เลือกมาเป็นเนื้อหาในคลิปวิดีโอ

4) Review การแนะนำเกมใดเกมหนึ่ง อาจเป็นเคล็ดลับในการเล่นเกมนกได้อาณหนึ่ง

ในปัจจุบันเกมแอสเตอร์ เข้ามามีบทบาทและมีอิทธิพลในชีวิตประจำวันของกลุ่มคนที่ชื่นชอบหรือกลุ่มผู้ชมมากขึ้นเรื่อย ๆ และยังสามารถสร้างรายได้ไม่ต่างจากการเป็นดาราหรือผู้มีชื่อเสียง เต็มเต็มช่องว่างที่สามารถพาผู้ชมตะลุยปริศนาผ่านการเล่นเกมโดยใช้การถ่ายทอดสดหรือตัดต่อวิดีโอและนำเสนอลงบนสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เกมคือโลกแห่งแฟนตาซี แต่เกมแอสเตอร์คือผู้เชื่อมโลกใบนั้นเข้ากับความจริง กลุ่มคนเหล่านี้มีเพียงแค่ผู้สร้างเนื้อหาที่อยู่ห่างไกล แต่คือผู้ใกล้ชิดและเปรียบเสมือนเพื่อนในโลกออนไลน์ รวมถึงยังทรงอิทธิพลต่อความคิด การตัดสินใจ และพฤติกรรมที่มีต่อกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ ซึ่งเป็นผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและมีความเชี่ยวชาญหรือมีความคล่องดิจิทัล (Digital Fluency) อันหมายถึง ความสามารถในการวิเคราะห์ ประเมินค่าข้อมูลข่าวสารที่มีรูปแบบดิจิทัลบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างแตกฉาน (ศุภกร จุฑะพล, 2557) ก่อให้เกิดพฤติกรรมทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและระดับกลุ่มภายใต้วิถีแห่งพลเมืองเน็ต (The Netizens' way) และในอนาคตอาจจะกลายเป็นพลเมืองเน็ต (Netizens) โดยจากรายงานของ International Telecommunication Union ในปี ค.ศ.2020 ประเมินการว่ามีดิจิทัลเนทีฟมากกว่า 1.2 พันล้านคนทั่วโลก คิดเป็นร้อยละ 30 ของประชากรที่อายุต่ำกว่า 25 ปีทั่วโลก (ITU, 2020) และจากรายงานของ GSMA ในปี ค.ศ. 2022 พบว่า มีผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือและเป็นเยาวชนอายุ 15 - 24 ปีทั่วโลกกว่า 1 พันล้านคน โดยกว่าร้อยละ 90 ใช้สมาร์โฟนที่ทันสมัยและรองรับความต้องการในการรับชมสิ่งต่าง ๆ บนโลกอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกสบาย (GSMA, 2022) ซึ่งข้อมูลเหล่านี้สะท้อนถึงความสำคัญของดิจิทัลเนทีฟในยุค

ปัจจุบัน และวิธีที่ใช้เทคโนโลยีในการดำเนินชีวิตประจำวัน ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างมาก

ภายใต้วิถีแห่งพลเมืองเน็ตในมุมมองของสื่อเก่าและสื่อใหม่นั้น จะเห็นได้ว่าระบบสื่อสารมวลชนหรือสื่อเก่าเป็นโครงสร้างแนวตั้งในกระบวนการ S (Source), M (Message), C (Channel), R (Receiver) ผู้ส่งสารจะส่งสารผ่านช่องทางคือสื่อไปถึงผู้รับสาร ในระบบสื่อสารมวลชนมักเป็นสื่อสารทางเดียวที่สะท้อนกลับยากเนื่องจากมีความลำบากในการโต้กลับ การสื่อสารในลักษณะนี้เอื้อต่อการโฆษณาชวนเชื่อและโน้มน้าวใจ ผู้ส่งสารทำความเข้าใจในตัวผู้รับสารและโน้มน้าวใจสื่อมวลชนประกอบด้วย หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และมีการฝึกฝนอบรมเป็นวิชาชีพ (Professional) ในขณะที่ระบบสื่อใหม่นั้น จะมีลักษณะเป็นเครือข่ายแบบแบนนอนผ่านอินเทอร์เน็ตทำให้เกิดพลเมืองชนิดใหม่ที่เรียกว่า พลเมืองเน็ต (Netizens) มีลักษณะเป็นเครือข่ายแบนนอนซึ่งเอื้อต่อการสนทนาในรูปแบบต่าง ๆ มีแอปพลิเคชันที่โยงใยผู้คนเข้าด้วยกันทำให้เกิดสื่อสังคม (Social Media) ที่พลเมืองเข้ามาใช้ได้สะดวก ร่วมแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันหรือเห็นต่างกันได้โดยไม่จำเป็นต้องมีวิชาชีพ (Non-professional) (สุกัญญา สุบรรทัด, 2560)

จากมุมมองของพลเมืองเน็ตที่มีลักษณะดังกล่าวข้างต้น ผู้เขียนขอยกตัวอย่างกรณีศึกษาเรื่อง การเคลื่อนไหว #MeToo บนโซเชียลมีเดีย ซึ่งเริ่มต้นขึ้นในปี ค.ศ.2006 โดย Tarana Burke จากการออกมาเปิดเผยเหตุการณ์การล่วงละเมิดทางเพศในวงการภาพยนตร์ระดับโลก และได้รับความสนใจไปทั่วโลกมากขึ้น ในปี ค.ศ. 2017 เมื่อมีการเผยแพร่ในโซเชียลมีเดียเพื่อสนับสนุนผู้ที่เคยเผชิญกับการล่วงละเมิดทางเพศ การใช้แฮชแท็ก #MeToo บนแพลตฟอร์มเช่น Twitter หรือในปัจจุบันคือ X, Facebook และ Instagram ช่วยให้ผู้คนร่วมแบ่งปันประสบการณ์ส่วนตัวที่มีความคล้ายคลึงกันและเรียกร้องความเป็นธรรมได้ การเคลื่อนไหวนี้ทำให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับปัญหาการล่วงละเมิดทางเพศในวงกว้าง และส่งผลให้

มีการดำเนินคดีทางกฎหมายต่อผู้กระทำความผิดหลายกรณี รวมถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงและการเมือง อีกทั้งช่วยกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงในนโยบายของบริษัทและองค์กรต่างๆ เพื่อป้องกันและจัดการกับการล่วงละเมิดทางเพศในที่ทำงานอีกด้วย (Gilbert, S., 2017)

จากสถานการณ์ดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ในช่วงแรกพลเมืองเน็ตมักจะสื่อสารกันด้วยเรื่องส่วนตัว ความสุข ความทุกข์ ความรวย ความจน ความเหงา เรื่องซุบซิบ นินทา ไปจนกระทั่งเรื่องการเมือง ธุรกิจ สังคม ผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น เมื่อเกิดประสบการณ์ร่วมหรือมีความรู้สึกร่วมกัน พลเมืองเน็ตจะมีปฏิกริยาในการแสดงออกที่คล้ายคลึงกัน กล้าที่จะเปิดเผยข้อมูล มองหาพื้นที่ในการแสดงออก แสดงตัวตน และกลายเป็นการเลือกพื้นที่ออนไลน์ไว้สำหรับการสังสรรค์ ความรัก ความเกลียดชัง หรือการแสดงออกในทางสร้างสรรค์หรือบ่อนทำลาย ซึ่งในบางครั้งกลายเป็นชนวนเหตุสำคัญบางประการที่ทำให้มีกลุ่มคนจำนวนไม่น้อยไม่ไว้วางใจสื่ออินเทอร์เน็ต กลายเป็นการเฝ้าระวังการปะทะสังสรรค์บนพื้นที่ออนไลน์ อีกทั้งความพยายามของรัฐที่จะเข้ามาควบคุมโลกของสื่อใหม่ เนื่องจากผลกระทบที่อาจจะส่งผลไปยังประชาชนในอนาคต ยกตัวอย่างกรณีเหตุการณ์การประท้วงในฮ่องกงในช่วงปี ค.ศ.2019 – 2020 ซึ่งเริ่มต้นขึ้นเนื่องจากความไม่พอใจต่อร่างกฎหมายส่งผู้ร้ายข้ามแดนที่เสนอโดยรัฐบาลฮ่องกง ผู้ประท้วงใช้โซเชียลมีเดียเช่น Telegram และ LIHKG (เว็บบอร์ดท้องถิ่น) เพื่อจัดการประท้วงและสื่อสารกับผู้สนับสนุน การเคลื่อนไหวนี้ได้รับการสนับสนุนจากพลเมืองเน็ตทั่วโลกและได้รับความสนใจจากสื่อระหว่างประเทศ อันนำมาซึ่งผลกระทบ ได้แก่ การใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ผู้ประท้วงสามารถจัดการและดำเนินการประท้วงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และส่งผลให้ร่างกฎหมายถูกยกเลิก ก่อให้เกิดการถกเถียงในวงกว้างเกี่ยวกับสิทธิและเสรีภาพในฮ่องกง (JUN, 2019)

ในขณะที่สื่อเก่าหรือสื่อดั้งเดิมพยายามที่จะปรับตัวให้เข้ากับโลกที่ซับซ้อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล แต่สื่อใหม่ได้สร้างโลกเสมือนจริงที่เชื่อมต่อกับโลกภายนอกหรือไม่จำกัดอยู่เพียงพื้นที่ภายในประเทศเท่านั้น ทำให้การแสดงออกในเวทีความคิดเห็นต่าง ๆ เช่น เวทีทางการเมืองของสื่อสองประเภทมีความแตกต่างกัน สื่อมวลชนจุดประเด็น เป็นนายประตูลั่นกรองข่าวสารที่จะเข้าสู่พื้นที่สาธารณะ (Gatekeeper) ชูความเป็นกลางและการเสนอความจริง แต่สื่อใหม่จะสร้างพื้นที่สาธารณะของอัตลักษณ์ร่วม เต็มไปด้วยจินตนาการและชุดความจริงที่หลากหลายทำให้การเมืองและสังคมลัดวงจร หมายถึง เกิดการหยุดชะงักเมื่อเผชิญกับเสียงเรียกร้องหรือต่อต้านจากพลเมืองเนชั่นเอง

พลังแห่งการสื่อสาร (Communication power) กับความสัมพันธ์ระหว่าง Game Caster และ Digital Natives กับตัวตนดิจิทัล

การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่ เป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการผลิต โดยเป็นการผสมผสานเทคโนโลยีเชิงกายภาพ เชิงดิจิทัลและเชิงชีวภาพเพื่ออุตสาหกรรม รวมถึงเข้ามามีอำนาจในการเปลี่ยนแปลงการสื่อสาร ซึ่ง Castells (2009) ผู้เขียนหนังสือ Communication power ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของพลังของการสื่อสารว่า ระบบการสื่อสารของโลกดิจิทัลจะไม่ได้วางอยู่บนพื้นฐานการสื่อสารจากบนลงล่างอีกต่อไป แต่จะกระจายไปยังหลากหลายมิติของวัฒนธรรม มีความยืดหยุ่นและเปิดกว้างมากขึ้น การสื่อสารจะกลายเป็นแหล่งข้อมูลหลักที่เชื่อมโครงสร้างและการให้ความหมายทางสังคมเข้าไว้ด้วยกันและกลายเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารอย่างเต็มรูปแบบ (Information Age) โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของพลังแห่งการสื่อสาร 6 ประการ ได้แก่

1) เกิดการแสดงออกทางสังคมและความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ซึ่งเป็นรากฐานของการสื่อสารหลากหลายรูปแบบ

2) เกิดการหลวมรวมเทคโนโลยีและระบบของสื่อใหม่

3) เกิดการขยายตัวทางอุตสาหกรรมทั้งในระบบสังคมท้องถิ่นและสังคมโลก กลายเป็นระบบทุนนิยมโลก

4) เมื่อมีการใช้ทุนนำสังคม ทำให้เกิดปัญหาด้านการเอารัดเอาเปรียบ จึงต้องมีหน่วยงานที่เข้ามากำกับดูแลสื่อที่เกิดขึ้นให้มีความชอบธรรม ซึ่งในแต่ละประเทศมีบริบทแตกต่างกัน การจะมีชุดข้อมูลหรือสร้างมาตรฐานไว้กำกับดูแลสื่อแบบเดียวกัน จึงยังคงต้องอาศัยระยะเวลาและพิจารณาตามสภาพแวดล้อมนั้น ๆ

5) เกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมขึ้นในโลก ทั้งวัฒนธรรมการแบ่งปัน การแลกเปลี่ยนด้านภาษา ตราสินค้า ภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านการสื่อสารมีรูปแบบของวัฒนธรรมต่าง ๆ ผสมผสานอยู่มาก ได้แก่ บริโภคนิยม สากลนิยม พหุวัฒนธรรมนิยม และเครือข่ายของปัจเจกนิยม

6) อำนาจการสื่อสารอยู่ในมือของผู้รับสาร กลายเป็น Creative Audience ซึ่งสามารถทำกิจกรรมด้านการสื่อสารต่าง ๆ ในเวลาเดียวกัน โดยขึ้นอยู่กับความสนใจและพื้นที่ที่ผู้รับสารอยู่ ไม่มีเวลากำหนดแน่ชัดเนื่องจากผู้รับสารเป็นผู้กำหนดเวลาใช้งานเอง

เมื่อพฤติกรรมผู้รับสาร หรือ ผู้บริโภคสื่อสมัยใหม่และวัฒนธรรมดิจิทัล (Contemporary Media Consumption & Digital Culture) เป็นปัจจัยหลักของกระบวนการขับเคลื่อน ในการกำหนดสภาพการณ์และทิศทาง ซึ่งมีความสำคัญของการเปลี่ยนแปลง (สุขขีวีร์ สุวรรณสวัสดิ์ และคณะ, 2564) ดังนี้

1) อัตรายอมรับนวัตกรรมการสื่อสารมีอัตราที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในทุกปี โดยเฉพาะอัตราการถือครองสมาร์ตโฟน การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของประชาชน จำนวนผู้ใช้งานสื่อดิจิทัลและโซเชียลมีเดีย

2) ช่วงเวลาที่ผู้บริโภคหรือประชาชนใช้เวลาในการสื่อสาร การเชื่อมต่อเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อดิจิทัลและสื่อใหม่ผ่านระบบ

อินเทอร์เน็ตร่วมกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีเวลานานและความต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

3) กระบวนทัศน์ใหม่ที่เกิดขึ้นจริงและเป็นกระแส “ผู้ใช้สื่อคือผู้สร้างสรรค์สาร” (User-Generated Content (UGC)) รูปแบบการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมและการพัฒนาการมีปฏิสัมพันธ์เสมือนจริงหลากหลายวิถีในโลกออนไลน์ (Engagement & Virtual Interactivity)

จากความสำเร็จและการเปลี่ยนแปลงด้านการสื่อสารดังกล่าว ส่งผลกระทบโดยตรงต่อผู้ส่งสารและผู้รับสาร เนื่องจากผู้ส่งสารต้องกำหนดเนื้อหาและข้อมูลให้ตรงตามความสนใจของผู้รับสาร เกมแคสเตอร์ในฐานะที่เป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสารในเวลาเดียวกัน จึงต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและความคล่องในดิจิทัล (Digital Fluency) ที่จะเตรียมนำเสนอสารที่เกี่ยวข้องกับความถนัดหรือความชอบของตน โดยเฉพาะเกมที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้นหรือเกมที่มีเนื้อหาตื่นเต้นเร้าใจ เสมือนจริงและคาดว่าจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้รับสาร ซึ่งต้องอาศัยความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ และความพร้อมที่จะส่งสารและรับปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับการใช้งานเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล จนอาจเรียกได้ว่า เป็นกลุ่มดิจิทัลเนทีฟนั่นเอง

ในมุมมองด้านการเปลี่ยนแปลงการสื่อสารที่เกิดขึ้นนั้น ผู้เขียนเห็นพ้องกับแนวคิดของ Manuel Castells ในเรื่องของสื่อสารของกลุ่มเกมแคสเตอร์และดิจิทัลเนทีฟในสังคมไทยว่า ระบบการสื่อสารมีความยืดหยุ่นและหลากหลายมากขึ้น กลุ่มดิจิทัลเนทีฟหรือกลุ่มผู้รับสาร ไม่จำเป็นต้องรอการส่งสารจากผู้รับสารอย่างเกมแคสเตอร์อย่างเดียวนั่น แต่สามารถรับทเป็นผู้ส่งสารได้ทันทีหากต้องการสื่อสารออกไปยังพื้นที่ที่เลือกสรรไว้ให้แสดงออกร่วมกัน เช่น การส่งข้อความผ่านกล่องข้อความส่วนตัวของเกมแคสเตอร์โดยตรง การจัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์นอกพื้นที่ออนไลน์ การรวมกลุ่มเฉพาะสำหรับแฟนคลับของเกมแคสเตอร์นั้น ๆ เพื่อทำกิจกรรม

ต่าง ๆ ภายใต้ชื่อของเกมแคสเตอร์ เช่น การทำบุญ การบริจาคสิ่งของต่าง ๆ โดยไม่หวังสิ่งตอบแทนนอกจากกำลังใจที่มอบให้กับเกมแคสเตอร์ที่ตนเองชื่นชอบ ซึ่งมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกันกับผู้รับสารในแนวคิดของ สุัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์ (2564) ที่เน้นสำรวจพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล มีการยอมรับการเปลี่ยนแปลงและยอมรับนวัตกรรมใหม่ ๆ มากขึ้นเรื่อย ๆ อีกทั้งการกำหนดตนเองให้เป็นผู้สร้างสรรค์สาร ผู้ส่งสาร และผู้รับสารในเวลาเดียวกัน โดยอาศัยการปฏิสัมพันธ์และการปะทะสังสรรค์กันบนโลกออนไลน์มากขึ้น

หากจะสามารถนำแนวคิดมาอธิบายปรากฏการณ์ของเกมแคสเตอร์และดิจิทัลเนทีฟในยุคปัจจุบันนี้ ผู้เขียนขอหยิบยกแนวคิดผู้ทรงอิทธิพลบนโลกออนไลน์ (Influencer) มาอธิบายถึงปรากฏการณ์ดังกล่าว โดยในบทความนี้ ผู้เขียนเลือกใช้คำว่า ผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Influencer) ซึ่งหมายถึง ผู้ใช้สื่อทางสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, twitter, Instagram, Youtube เพื่อเผยแพร่ความคิดของตนเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ นำมาใช้ในการให้ความหมายเพิ่มเติมกับกลุ่มเกมแคสเตอร์ เนื่องจากเกมแคสเตอร์กลายเป็น Influencer ที่มีอิทธิพลกับกลุ่มเป้าหมายโดยทำหน้าที่ส่งสารเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ ในที่นี้คือตัวเกมที่เลือกมาเล่นและการให้ความสนุกสนานเพลิดเพลินต่อผู้ชม ซึ่งเกมแคสเตอร์จะต้องได้รับความไว้วางใจ และมีความน่าเชื่อถือจากแหล่งสาร หรือมีประสบการณ์และความรู้กับเกมที่กำลังจะถูกนำเสนอ ทั้งนี้ ความน่าเชื่อถือจากแหล่งสาร (Source Model) หมายถึง คุณลักษณะที่ดีของแหล่งสารที่ส่งผลกระทบต่อ การยอมรับของผู้รับสาร โดยผู้รับสารหรือผู้รับชมจะเชื่อใจและติดตาม ก็ต่อเมื่อเกมแคสเตอร์เหล่านั้นสามารถสร้างอิทธิพลต่อความเชื่อ ความคิดเห็น ทศนคติและพฤติกรรม โดยการกระทำให้เกิดความน่าเชื่อถือ สามารถทำได้ 2 วิธี คือ

1) การใช้ผู้เชี่ยวชาญ (Expertise) คือ การใช้บุคคลที่ผู้รับชมยอมรับว่ามีความรู้ความสามารถ ประสบการณ์หรือทักษะเฉพาะด้านนั้น ๆ โดยความเชี่ยวชาญคือ

ความสามารถในการปฏิบัติได้อย่างชำนาญ ความน่าเชื่อถือของเกมแคสเตอร์ ได้แก่ ความรู้และประสบการณ์ ความชำนาญในการเล่น และประสบการณ์ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ชมอย่างรวดเร็ว โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเกมแคสเตอร์มืออาชีพเสมอไป แต่ต้องสามารถทำให้ผู้ชมได้รับรู้ทักษะในการเล่นเกม ไม่ว่าตนเองจะเชี่ยวชาญต่อเกมที่เล่นอยู่หรือไม่ โดยสิ่งสำคัญที่สุดคือ ทำอย่างไรให้ผู้รับชมเข้าใจในสิ่งที่แสดงให้เห็น (ปาริชาติ สังเกต, 2565) ถ้าสามารถทำได้จะส่งผลให้ความคิดของผู้ชมเปลี่ยนไปในทางเดียวกันกับเกมแคสเตอร์มากขึ้น และมีแนวโน้มว่าจะสนใจเกมแคสเตอร์ ซึ่งส่งผลให้เกิดการโน้มน้าวใจในการรับชมและติดตามต่อไป

2) การใช้ผู้ที่มีความน่าเชื่อถือ (Trustworthiness) คือ บุคคลที่ผู้รับชมมองว่ามีความเป็นกลาง ไม่มีอคติเช่น การทำคลิปวิดีโอคลิปและวิธีการเล่นเกมของเกมแคสเตอร์นั้น ๆ (Video Reaction) จากผู้ที่มีความรู้ด้านภาษา ด้านเนื้อหาที่เกมมีการอ้างอิงจากเรื่องจริง และแสดงความคิดเห็นผ่านสื่โซเชียลมีเดียอย่างสร้างสรรค์ เป็นต้น

3) มีศีลธรรมจรรยา พุดในเรื่องจริง ไม่ได้มีผลประโยชน์ใด ๆ กับเรื่องที่พูดหรือบรรยายออกมา มีความน่าเชื่อถือและควรค่าแก่การไว้วางใจให้มาเป็นผู้ส่งสาร จะส่งผลให้เกิดการชักจูงและมีแนวโน้มว่าจะสำเร็จมากขึ้น

หากเกมแคสเตอร์หมายถึงผู้ส่งสาร การมีคุณลักษณะที่ทำให้เกิดอิทธิพลต่อผู้รับสารนั้น มีความเป็นไปได้ว่าจะเกิดความสำเร็จในการโน้มน้าวใจจากความน่าเชื่อถือข้างต้น (credibility) (อริคม ภูเก้าล้วน, 2560) จะเกี่ยวกับความรู้ ประสบการณ์ ค่านิยม การแสดงออก ความสามารถในการส่งต่อข้อมูลได้อย่างชัดเจน และทำให้ผู้ชมเชื่อด้วยวิธีการพูดที่มีความชำนาญ จริงใจและมีคุณธรรม อีกทั้งหากเปรียบผู้ส่งสารเป็นเกมแคสเตอร์ที่ต้องอาศัยการเล่าเรื่อง ทักษะการเล่าเรื่อง (Storytelling skills) เป็นสิ่งที่จำเป็นและมีความสำคัญอย่างมาก ทั้งการเลือกใช้น้ำเสียง การใช้คำ การผูกเรื่องราวให้น่าสนใจ ย่อมส่งผลต่อการเกิดความเชื่อความรู้สึก และคล้อยตามเนื้อหาที่

ได้รับการถ่ายทอด ตลอดจนประสบการณ์ร่วมกับผู้รับสารหรือผู้ชม ซึ่งเกมแคสเตอร์ต้องคำนึงถึงเนื้อหาและกลวิธีในการเล่าเรื่องให้มีประสิทธิภาพสูงส่งไปยังผู้รับสารอีกด้วย

เส้นแบ่งระหว่างสิ่งที่เรียกว่าธรรมชาติ (ร่างกายของมนุษย์) และวัฒนธรรม (เทคโนโลยีที่มนุษย์สร้าง) กำลังถูกทำให้เลือนลางและพรมัวด้วยความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่นี้ไม่เพียงแต่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการสื่อสาร วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สังคมแล้ว แต่ยังส่งผลต่อตัวตนในระดับปัจเจกบุคคลอีกด้วย หากเรามองมนุษย์แยกขาดจากเทคโนโลยี จะทำให้เราแบ่งโลกในยุคดิจิทัลออกเป็นโลกออนไลน์ (Online) หรือโลกเสมือนจริง (Virtual) กับโลกออฟไลน์ (Offline) โลกแห่งความเป็นจริง (Actual) โลกเสมือนจริงโดยเฉพาะในโลกของเกมคอมพิวเตอร์นั้นถูกมองเป็นโลกแห่งมายา ที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นจากจินตนาการ เป็นโลกที่ไม่มีอยู่จริง ไร้แก่นสาร ถูกมองเป็นพื้นที่หลีกหนีจากความจริงเพื่อไปผ่อนคลายหรือปลีกตัวไปอยู่ในโลกเสมือน มุมมองดังกล่าวถูกท้าทายจากงานศึกษาชีวิตของคนในโลกเสมือนอย่าง Coming of Age in Second Life ของ Boellstorff (2015) นักมานุษยวิทยาที่ทำงานวิจัยด้วยการเข้าไปใช้ชีวิต Second Life ซึ่งเป็นโลกออนไลน์ ที่มีผู้คนหลากหลายประเทศเข้าไปสร้างตัวตนและบทบาทใหม่ในสังคมสมมติ โดยมีชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริงตามปกติ แต่เมื่อเข้าไปสู่โลกเสมือนจะกลายเป็นอีกตัวตนหนึ่ง แตกต่างไปจากโลกจริง ผลการวิจัย พบว่า คนทั่วไปที่เข้าไปเล่นเกมในโลกเสมือนเพื่อการหลอกตนเอง และสวมบทบาทเป็นสิ่งที่ตนไม่สามารถเป็นได้ในชีวิตจริง การใช้ชีวิตอยู่ในพื้นที่ที่สามนี้ ทำให้สามารถดำเนินชีวิตควบคู่กับโลกจริงได้อย่างมีชีวิตชีวามากขึ้น รู้ลึกถึงความเป็นมนุษย์และเห็นคุณค่าของความสัมพันธ์ทางสังคมมากขึ้น ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า การมีชีวิตในโลกเสมือนไม่ได้ลดความเป็นมนุษย์ลง แต่ทำให้กลายเป็นมนุษย์มากขึ้น

กว่าร้อยละ 80 ของประชาชนจะมีตัวตนดิจิทัลบนโลกอินเทอร์เน็ต โดยคนทั่วไปจะมีตัวตนบนโลกดิจิทัลมากกว่าหนึ่งตัวตน เช่น Facebook, Twitter, Instagram และอื่น ๆ การสร้างตัวตนดิจิทัลบนโลกอินเทอร์เน็ต จะมีการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ เมื่อมีผู้ถูกใจ (Like) และอาจมีการแบ่งปัน (Share) ส่งต่อไปอย่างกว้างขวาง และรวดเร็ว บุคคลเหล่านั้นจะเป็นที่รู้จัก และถูกติดตามจากผู้ติดตาม (Follower) จำนวนมากบนสังคมออนไลน์ (ภัทรพร ศิริไพบุลย์, 2558) การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่นี้ มีผลต่อการเชื่อมต่อดิจิทัลซึ่งเกิดจากเทคโนโลยีที่พลิกสังคมในระดับฐานราก ขอบเขตผลกระทบและความเร็วของการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นทำให้การเปลี่ยนแปลงที่กำลังดำเนินการอยู่ผิดแผกไปอย่างมากจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งใดในประวัติศาสตร์ จากการรายงานการสำรวจที่ชื่อ การเปลี่ยนแปลงอันลึกล้ำ-จุดเปลี่ยนของเทคโนโลยีและผลกระทบของสังคม รวมทั้งสิ้น 23 ประการ และสามารถอธิบายถึงจุดเปลี่ยนแปลงที่ 2 ด้านตัวตนดิจิทัลให้กับกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ ซึ่งส่งผลกระทบทั้งเชิงบวกและเชิงลบ รวมถึงผลกระทบที่ไม่ทราบทิศทางได้ ดังนี้ (ชาวบ, 2561)

ผลกระทบเชิงบวก : มีความโปร่งใสเพิ่มมากขึ้น การสื่อสารระหว่างปัจเจกและกลุ่มต่าง ๆ เป็นไปอย่างรวดเร็ว มีเสรีภาพในการพูดและการแสดงออก สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลและการใช้บริการภาครัฐมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ผลกระทบเชิงลบ : อาจมีการโจรกรรมตัวตนมากขึ้น (Identity Theft) เกิดการติดตามตัวทางออนไลน์ (Stalking) เกิดการแบ่งฝักแบ่งฝ่าย (Polarization) และเกิดการเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง

ผลกระทบที่ไม่ทราบทิศทาง : เกิดรอยเท้าบนโลกดิจิทัล (Digital Footprint) การโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเกิดการสำรวจข้อมูลของปัจเจกบุคคล ตัวตนดิจิทัลกลายเป็นตัวตนถาวร พัฒนาการการเคลื่อนไหวนบนโลกสังคมออนไลน์ง่ายขึ้น เช่น กลุ่มการเมือง กลุ่มความสนใจเฉพาะ กลุ่มงานอดิเรก กลุ่มผู้ก่อการร้าย เป็นต้น

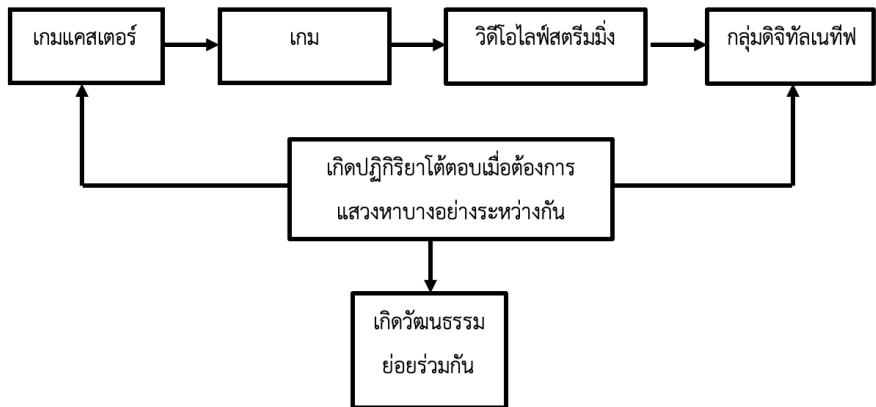
จากผลกระทบตามที่กล่าวมาข้างต้น ส่งผลกระทบในเชิงบวกต่อกลุ่มเกมแคสเตอร์ที่ปรากฏบนโลกดิจิทัล เต็มไปด้วยการสื่อสารทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและกับกลุ่มแฟนคลับ ผ่านการส่งข้อความเมื่อเกิดการถ่ายทอดสด (Live Streaming) การแสดงออกของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟก็มีความซับซ้อนมากขึ้นไปด้วย มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน จนอาจจะส่งผลกระทบในเชิงลบ ทั้งการติดตามตัวทางออนไลน์ การฉ้อโกงหากมีการค้าเกิดขึ้น รวมถึงการโจรกรรมข้อมูลทางดิจิทัล การรุกร้าความเป็นส่วนตัวของเกมแคสเตอร์ เนื่องจากความคลั่งไคล้หรือมีความถึในการติดตามจนไม่สามารถแยกตัวตนจริงและตัวตนดิจิทัลที่สร้างขึ้นได้ ตลอดจนการส่งผลกระทบที่ไม่ทราบทิศทาง เกิดกลุ่มที่มีความสนใจด้านเกมหรือความคล่องด้านดิจิทัลโดยเฉพาะ กลุ่มแฟนคลับที่ติดตามและสนับสนุนจนเกิดเป็นชุมชนทั้งออนไลน์และออฟไลน์ มีการพบปะสังสรรค์จนเกิดสังคมเฉพาะกลุ่ม และเกิดการสร้างตัวตนดิจิทัลจนกลายเป็นตัวตนถาวร เป็น Digital Footprint ติดตัวในโลกของดิจิทัล

บทสรุป

การสื่อสารของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟและเกมแคสเตอร์ ได้สร้างรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ที่มีอิทธิพลต่อสังคมออนไลน์อย่างมาก กลุ่มดิจิทัลเนทีฟที่เชี่ยวชาญการใช้เทคโนโลยี นำความสามารถดังกล่าวมาสื่อสารอย่างรวดเร็วและน่าสนใจ ในขณะที่เกมแคสเตอร์ใช้เทคนิคการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดผู้ชมจำนวนมาก กลายเป็นผู้นำในการสร้างพลวัตใหม่ของการสื่อสารดิจิทัล นอกจากนี้ยังต้องอาศัยปัจจัยด้านเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่ในการสื่อสารร่วมกันในการแสดงออกของตัวตนให้เกิดการมีอยู่ของตนเอง เกิดการเผยแพร่แนวความคิด เนื้อหา และวัฒนธรรมกลุ่มย่อยที่กลายเป็นหนึ่งในมิติการศึกษาเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจและมีมุมมองใหม่ ๆ และสามารถสืบค้นเชิงลึกได้ในอนาคต อีกทั้งการเปลี่ยน

ผ่านทางดิจิทัล (Digital Transformation) ทำให้เกิดการกลับมาตั้งคำถามกับนิยามความเป็นมนุษย์อย่างตายตัวและสำเร็จรูป และเชื่อเชิญให้ก้าวออกจากมุมมองทางวัฒนธรรมที่มีมนุษย์เป็นศูนย์กลาง หันมาใส่ใจกับโลกที่ความเป็นมนุษย์เกี่ยวโยงกับสรรพชีวิตและสิ่งไม่มีชีวิตอื่น ๆ มากขึ้น จึงสามารถสรุปได้ว่า ภายใต้วิถีแห่งพลเมืองนี้ เกมแคสเตอร์และกลุ่มดิจิทัลเนทีฟมีการพึ่งพาอาศัยกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อมีผู้เล่นย่อมต้องการผู้รับชม แต่หากมีเพียงผู้เล่นหรือผู้รับชมเพียงอย่างเดียว พลังการสื่อสารจะถูกลดทอนความสามารถลงไป และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงหรือการแสดงออกใด ๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ล้วนส่งผลกระทบต่อตัวตนทางดิจิทัลไม่มากก็น้อย และหากเทคโนโลยีพัฒนาไปมากเท่าใด การแสวงหาการเปลี่ยนแปลงในระดับปัจเจกบุคคลและผู้คนแสวงหาความบันเทิงมีโอกาที่จะหลีกเลี่ยงจากความเป็นจริงในโลกกายภาพมากขึ้นเท่านั้น และยังส่งผลกระทบในด้านต่าง ๆ ต่อสังคมมากขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งนี้ ผู้เขียนขอสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) กลุ่มดิจิทัลเนทีฟและเกมแคสเตอร์มีความสัมพันธ์กันในมิติของการสื่อสาร นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงวิธีการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยให้ความสำคัญกับความรวดเร็ว ความน่าสนใจ และปฏิสัมพันธ์มากขึ้น ก่อให้เกิดการติดต่อสื่อสารในแง่มุมที่แปลกใหม่ เช่น การชักชวนให้กลุ่มดิจิทัลเนทีฟที่เป็นผู้รับชมมีส่วนร่วมระหว่างถ่ายทอดสดแบบทันที เช่น การสตรีมมิ่งร่วมกันกับผู้ชม การปฏิสัมพันธ์ผ่านความคิดเห็นที่โต้ตอบกันไปมาหรือการแสดงความคิดเห็นตอบกลับอย่างทันที หากผู้รับสารต้องการบางอย่างจากเกมแคสเตอร์ โดยสามารถนำเสนอเป็นโมเดลการสื่อสารได้ ดังนี้



จากโมเดลการสื่อสารด้านบน เป็นการชี้ให้เห็นถึงพลังแห่งการสื่อสารระหว่างเกมแคสเตอร์และกลุ่มดิจิทัลเน็ตเวิร์ก เมื่อใดที่เกิดการสื่อสารระหว่างเกมแคสเตอร์ผ่านการเล่นเกมและการไลฟ์สตรีมมิ่งหรือการถ่ายทอดสด กลุ่มดิจิทัลเน็ตเวิร์กนอกจากรับชมแล้วยังมีปฏิกิริยาโต้ตอบกลับหากต้องการบางอย่างระหว่างกัน เช่น ต้องการขอกำลังใจจากเกมแคสเตอร์ หรือต้องการบอกเล่าเรื่องราวของตนเองให้รับรู้ผ่านการโต้ตอบข้อความ การแสดงออกในทิศทางเดียวกันหากเกมแคสเตอร์ร้องขอ เช่น ขอให้ส่งอีโมจิรูปหัวใจ หรือขอให้พิมพ์ข้อความเพื่อเพิ่มรอยยิ้ม เป็นต้น เมื่อเกิดการรับชมบ่อยครั้งขึ้นจะเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เกิดการนิยามศัพท์ให้ความหมายกับสิ่งต่าง ๆ โดยผ่านการคิดทบทวนร่วมกันกับเกมแคสเตอร์และกลุ่มแฟนคลับที่ติดตาม กลายเป็นภาษาและวัฒนธรรมร่วม คล้ายคลึงกับการพูดถึงดาราหรือนักร้องที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพียงใช้สัญลักษณ์หรือข้อความบางอย่างก็สามารถทราบได้ทันทีว่าหมายถึงผู้ใด เช่น ในกรณีของ HEARTROCKER ถ้าบอกถึงนกฮั่น หรือชาวร้อนในในกลุ่มนักแคสเกม จะทราบทันทีว่าเป็นชื่อกลุ่มแฟนคลับของ เอก HEARTROCKER เป็นต้น

2) ส่งผลกระทบต่อการสร้างและนำเสนอตัวตนในโลกดิจิทัล โดยผู้คนต้องปรับตัวให้เข้ากับรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่มากขึ้น เกิดการเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ ๆ

3) ด้านมุมมองของภาคธุรกิจเป็นการเปิดโอกาสให้ธุรกิจและแบรนด์ต่าง ๆ ใช้วิธีการสื่อสารแบบใหม่ในการสร้างการมีส่วนร่วมและความผูกพันกับลูกค้าผ่านเกมแคสเตอร์ เช่น ผู้พัฒนาเกม บริษัทเกมที่ต้องอาศัยการตอบกลับจากลูกค้าทั้งผู้เล่นและผู้รับชม

4) ส่งเสริมให้เกิดวัฒนธรรมออนไลน์และชุมชนออนไลน์ใหม่ ๆ ที่มีแนวทางการสื่อสารเฉพาะกลุ่ม

ข้อเสนอแนะ

1) ควรมีการศึกษาและทำความเข้าใจรูปแบบการสื่อสารของดิจิทัลเนทีฟและเกมแคสเตอร์อย่างลึกซึ้ง เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) องค์กรและหน่วยงานควรปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการสื่อสาร โดยนำเทคนิคการสื่อสารแบบใหม่มาใช้ในการสร้างการมีส่วนร่วมกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

3) ควรมีการสร้างจรรยาบรรณและแนวทางปฏิบัติที่เหมาะสมสำหรับดิจิทัลเนทีฟและเกมแคสเตอร์ เพื่อส่งเสริมการสื่อสารที่มีคุณภาพและเคารพต่อผู้อื่นมากขึ้น ในกรณีที่เกิดการรังแกผ่านโลกออนไลน์หรือใช้เนื้อหาของเกมมาบั่นทอนทำลายตัวตนหรือบุคคลอื่นอย่างไม่สร้างสรรค์ ส่งผลกระทบต่องานจริงของบุคคลนั้น ๆ

4) สถาบันการศึกษามีการปรับหลักสูตรให้ทันสมัยและสอดคล้องกับรูปแบบการสื่อสารยุคใหม่ เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับนักเรียนและนักศึกษาในยุคดิจิทัล

5) ควรมีการสร้างความรู้และให้ความรู้แก่สาธารณชนเกี่ยวกับผลกระทบของรูปแบบการสื่อสารแบบใหม่ต่อสังคม เพื่อส่งเสริมการใช้งานอย่างมีความรับผิดชอบ

บรรณานุกรม

- จันทิมา เจริญผล. (2558). การพัฒนาระบบวิดีโอสตรีมมิงแบบปฏิสัมพันธ์ตามแนวคิดเกมมิฟิเคชันร่วมกับการเรียนแบบรอบรู้เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการกำกับตนเองสำหรับนิสิตระดับปริญญาบัณฑิต [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. CUIR at Chulalongkorn University. <https://cui.car.chula.ac.th/handle/123456789/50402>
- จตุพันธ์ จุณอม. (2562). ปัจจัยการตลาดที่มีผลต่อความพอใจในการชมถ่ายทอดสดบน Twitch [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม]. ฐานข้อมูลงานวิจัย มหาวิทยาลัยสยาม. <https://www.shorturl.asia/3Dbq9>
- ชาวบ, เค. (2561). *The fourth industrial revolution* [การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่] (พิมพ์ครั้งที่ 4). อมรินทร์ฮาวทู อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชาคริต ทองสัมฤทธิ์. (2562). Cloud gaming ? คืออะไร? แล้วทำไมคนถึงตื่นตัวกับการมาของ google stadia กัน? (พร้อมแนะนำทางเลือกของ cloud gaming เจ้าอื่น). Beartai. <https://www.beartai.com/game/game-news/370334>
- ณัฐนันท์ เฉลิมพนัส. (2564). #วันเกิดใครจะไม่พุดด เอก Heartrocker ชายปริศนา ผู้เป็นทั้งความรัก ความสุข เสี่ยงหัวเราะ และแรงบันดาลใจ. The Standard. <https://thestandard.co/eak-heartrocker/>.
- ปาริชาติ สังเกต. (2565). คุณลักษณะของเกมสตรีมเมอร์ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย [ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. DSpace at Srinakharinwirot University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/handle/123456789/2157>

- ภัทรพร ศิริไพบูลย์. (2558). *การวิเคราะห์เนื้อหาของการสร้างตัวตนบนเฟซบุ๊ก แพนเพจที่ส่งผลให้เกิดการแบ่งปันของผู้ติดตาม* [การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:92513
- มนทวัส ศรีภูสิตโต. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมการสตรีมมิ่งผ่านทางแพลตฟอร์มทวิตซ์ของผู้ชมในประเทศไทย* [การค้นคว้าอิสระ ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:272680
- ศุภกร จุฑะพล. (2557). *ทัศนคติต่อการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการดำเนินชีวิตและความคล่องดิจิทัลของกลุ่มดิจิทัลเนทีฟ* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์]. คลังปัญญา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. <http://repository.nida.ac.th/handle/662723737/3603>
- ศุภกร จุฑะพล และ พัทธี เสงี่ยมรยา. (2561). การทบทวนแนวคิด นิยาม และคุณลักษณะของดิจิทัลเนทีฟและดิจิทัลอิมมิгранท์. *นิเทศสยามปริทัศน์*, 14(17), 7-13. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/commartsreviewsiamu/issue/view/13351/Vol14No17>
- ศุภรัช โรจน์อุษณีย์. (2560). *อิทธิพลของการพูดปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ การโต้ตอบเสมือนจริงและความเชี่ยวชาญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซอฟต์แวร์เกมในรูปแบบของดิจิทัล* จากการได้รับชมผ่านช่องทาง Twitch ของวิวเวอร์ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร [การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ]. Bu Research. <http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3094>

- ศุภรณันท์ กาญจนกุล. (2560). *พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครต่อการรับชม Live video streaming* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. ศูนย์เรียนรู้และหอสมุด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Supparanum.Kan.pdf>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565, 12 กรกฎาคม). *ETDA สรุป 5 ข้อใหญ่ เช็คลิสต์ลืออนาคต Streaming platform คนไทย ชาวครีเอเตอร์ กลุ่ม “บันเทิง-กีฬา-ข่าว” พร้อมหรือยัง? ETDA*. <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/ETDA-5-Streaming-Platform.aspx>.
- สุกัญญา สดบรรทัด. (2560). *อภิวัดแห่งมณฑลข่าวสาร*. มูลนิธิสร้างเสริมศิลปวัฒนธรรมภาคประชาชน.
- สุชัชวีร์ สุวรรณสวัสดิ์, สีชเรศ ศิรากานต์, ชุตินันต์ เกิดวิบูลย์เวช, มานะ ตรีรยาภินัน, เอกภ ภทรธนกุล, และ สกฤตศรี ศรีสารคาม. (2564). *Media disruption the series เพราะโลก “สื่อ” เปลี่ยน*. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- อติคม ภูเก้าล้วน. (2560). *คุณลักษณะและรูปแบบรายการของเกมแคสเตอร์ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย: กรณีศึกษาแซนแนล Zbing z [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]*. TU Digital Collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:143957
- อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). *สื่อศาสตร์ (Mediumology) หลักการ แนวคิด นวัตกรรม*. นาคร.
- Admin. (2562, 10 เมษายน). *zbing z. จากเด็กน้อยติดเกมมาเป็นแคสเตอร์สาวโด่งดัง สร้างรายได้จากช่อง YouTube ดูแล้วได้ทั้งครอบครัว*. Positioning. <https://positioningmag.com/1224366>

- Krungsri Plearn Plearn. (ม.ป.ป.). รู้จัก Twitch แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งแห่งยุค
เกมออนไลน์. [https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/twitch-
game-streaming-platform](https://www.krungsri.com/th/plearn-plearn/twitch-game-streaming-platform).
- Tangsiri. (2562, 19 มิถุนายน). เปิดกลยุทธ์ Twitch ประเทศไทยกับภารกิจ
สุดท้าทาย และยุคที่ทุกแพลตฟอร์มหันมาทำตลาด Gaming. Braninside.
<https://brandinside.asia/twitch-thailand-next-step/>
- Zbing. (2567, 8 มีนาคม). zbing z. the 1st fanmeeting: Road to 20 million
subs [Status update]. Facebook. [https://www.facebook.com/
zbingch/posts/zbing-z-the-1st-fanmeeting-road-to-20-million-
subsทุกคนน-แฟนมีตติ้งครั้งแรกที่ยี้/956481725839675/](https://www.facebook.com/zbingch/posts/zbing-z-the-1st-fanmeeting-road-to-20-million-subsทุกคนน-แฟนมีตติ้งครั้งแรกที่ยี้/956481725839675/)
- Boellstorff, T. (2015). *Coming of age in second life: An anthropologist
explores the virtually human*. Princeton University Press.
- Castells, M. (2009). *Communication power*. Oxford University Press.
- Gilbert, S. (2017). *The movement of #MeToo how a hashtag got its
power*. The Atlantic. [https://www.theatlantic.com/entertainment/
archive/2017/10/the-movement-of-metoo/542979/](https://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2017/10/the-movement-of-metoo/542979/)
- GSMA. (2022). *The mobile economy 2022*. [https://www.shorturl.asia/
IRUg6](https://www.shorturl.asia/IRUg6)
- Hauben, M. (2012). *The net and netizens: The impact the net has on
people's lives*. <https://www.columbia.edu/~rh120/ch106.x01>
- International Telecommunication Union (ITU). (2013). *Measuring the
information society report 2013*. Author.

- International Telecommunication Union (ITU). (2020). *Measuring digital development: Facts and figures 2020*. Author. <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/FactsFigures2020.pdf>
- Khalid, A. (2019, June 12). *The future of live-streaming, for better or worse, depends on Twitch*. Quartz. <https://qz.com/1747158/twitch-grows-as-non-gamer-live-streaming-expands-on-the-platform>
- Kuo, L. (2019, August 11). *Protests, clashes and lack of trust: The new normal for Hong Kong*. <https://www.theguardian.com/world/2019/aug/11/protests-clashes-and-lack-of-trust-the-new-normal-for-hong-kong>
- Petrova, E., & Gross, N. (2017). *4 reasons people watch gaming content on Youtube*. Think with Google. <http://www.thinkwithgoogle.com/consumer-insights/statistics-youtube-gaming-content/>
- Tapscott, D. (2008). *Grown up digital: How the net generation is changing your world*. McGraw-Hill.