

บทคัดย่อ

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ	ปัจจัยการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างกลุ่มแฟนคลับของอาชีพสตรีมเมอร์เกม
ชื่อผู้เขียน	วันชกร แก้วจินดา
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)
ปีการศึกษา	2564

การศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง ปัจจัยการสื่อสารและกลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างกลุ่มแฟนคลับของอาชีพสตรีมเมอร์เกม มีจุดประสงค์ในการศึกษาข้อมูล 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารในการสร้างกลุ่มแฟนคลับของอาชีพสตรีมเมอร์เกม 2) เพื่อศึกษากลยุทธ์การสื่อสารในการสร้างกลุ่มแฟนคลับของอาชีพสตรีมเมอร์เกม 3) เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การสื่อสารของแพลตฟอร์มออนไลน์ 2 แพลตฟอร์ม โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากแพลตฟอร์ม Nimo TV 2 คน และ Twitch 2 คน และ การสนทนากลุ่มออนไลน์ (Online Focus Group) จากแพลตฟอร์ม Nimo TV 5 คน และ Twitch 5 คน จำนวน 10 คน และนำเสนอผลการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า นักสตรีมเมอร์เกมที่ประสบความสำเร็จและผู้ติดตามเข้ามาติดตามจำนวนมาก รวมถึงกลายเป็นกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบ ติดตาม และสนับสนุน โดยมีปัจจัยที่มีผลต่อการเกิดการสร้างกลุ่มแฟนคลับคือ ทักษะในการสื่อสารที่ดี คือมีวัจนภาษาและอวัจนภาษาที่ดีเพื่อสื่อสารไปยังผู้รับชมหรือผู้ติดตาม รวมถึงมีความรู้ความสามารถ ทักษะในการสื่อสารอารมณ์ในการเล่าเรื่อง ทักษะในการเล่นเกมน กระแสที่กำลังเป็น หรือเกมที่กำลังเป็นที่นิยม มีการผลิตคอนเทนต์การเล่นเกมนอย่างมีความสามารถ มีความรู้และแนวทางการเล่นให้กับผู้ติดตามหรือผู้รับชมที่มาดูเพื่อเป็นแนวทางในการเล่น และทางสตรีมเมอร์เกมก็มีการใช้สื่อต่างๆเพื่อสื่อสารกับผู้ติดตาม ไม่ว่าจะเป็น Facebook หรือdiscord ที่ช่วยในการสื่อสารกับผู้ติดตาม

มีกลยุทธ์การสื่อสารไปยังผู้ติดตาม โดยมีการสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้รับชมหรือผู้ติดตาม โดยมีการจัดกิจกรรม หรือจัดโปรโมชั่นในการเรียกยอดจากผู้ติดตาม มีการวางคอนเทนต์ต่างๆที่จะทำ โดยมีผู้รับชมหรือผู้ติดตามส่งของขวัญ หรือโดนเนทตามยอดต่างๆที่นักสตรีมเมอร์เกมได้ตั้งไว้ รวมถึงกลยุทธ์ที่ใช้ มักเป็นจุดเด่นของตัวเอง ความน่ารัก ความสดใส สำหรับสตรีมเมอร์เกมที่เป็นผู้หญิง เสียงมีความน่าสนใจ ทำให้ผู้รับชมหรือผู้ติดตามหยุดสนใจได้ ทำให้ผู้รับชมหรือผู้ติดตามกลายเป็นแฟนคลับ

การเลือกใช้แพลตฟอร์มของนักสตรีมเมอร์เกมมีความเหมือนและแตกต่างกันออกไป ความเหมือนกันคือนักสตรีมเมอร์เกมรู้สึกว่าจะแต่ละแพลตฟอร์มที่ตนเลือกใช้มีความไม่ซับซ้อน สะดวกสบาย มีลูกเล่นที่หลากหลาย มีหมวดหมู่ให้เลือก รวมถึงเป็นแพลตฟอร์มที่อยู่ในตลาดสำหรับคนเล่นเกม หรือต้องการประกอบอาชีพสตรีมเมอร์เกมอยู่แล้ว ส่วนด้านความแตกต่างที่สองแพลตฟอร์มไม่เหมือนกันคือ แพลตฟอร์ม Nimo TV เป็นแพลตฟอร์มสตรีมที่เหมาะกับนักสตรีมเมอร์หน้าใหม่ ที่ไม่ได้มีฐานผู้ติดตามมาก่อน เพราะนักสตรีมเมอร์เกมที่สตรีมอยู่ในแพลตฟอร์มนี้ สามารถเริ่มต้นได้ทันที แต่ทางด้านแพลตฟอร์ม Twitch เหมาะสำหรับนักสตรีมเมอร์ที่พอมีฐานคนดูมาก่อนอยู่แล้ว ดังนั้นกลยุทธ์การสื่อสารของสองแพลตฟอร์มก็ไม่น่าเสนอ การสื่อสารที่แตกต่างกันออกไป ให้เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทั้งสองแพลตฟอร์มก็สามารถเป็นจุดเริ่มต้นของนักสตรีมเมอร์ หรือคนที่ชื่นชอบในการเล่นเกมนำมาพัฒนาแนวทางอาชีพตัวเอง หรือใช้งานเพื่อหาทักษะต่างๆในการพูด หรือการเล่นเกมนำมาได้อีกด้วย



ABSTRACT

Title of Independent Study	Means of Communication and Marketing Communication Strategy for Creating Fanbase Groups of Streamers
Author	Wanutchakorn Kaewjinda
Degree	Master of Arts (Communication and Innovation)
Academic Year	2021

The independent study “Means of Communication and Marketing Communication Strategy for Creating Fanbase Groups of Streamers” aims to 1) To study the means of communication for creating fanbase group of streamers, 2) To study the marketing communication strategy for creating fanbase group of streamers, and 3) To compare the marketing communication strategy of 2 online platforms. This study is quantitative. The data studied were collected with an in-depth interview of 2 streamers for Nimo TV and 2 streamers from Twitch, as well as an online focus group of Nimo TV 5 people and Twitch 5 people, a total of 10. The finding was presented with descriptive analysis.

The finding indicates that streamers who succeeded, have a lot of followers, and are popular among fan club employ good communication skill, both verbal and nonverbal, that leads to the creation of their fanbase. Another factor is their knowledge and skill to tell stories, play video games that are popular at times, produce video games content, guide followers or audience to play along. Streamers also utilize various media to communicate with their audiences such as Facebook or Discord.

Streamers also employ communication strategy on their audience by creating participation with them through hosting events or promotion to increase followers, as well as promising future

content after their audience donation or gift reach an intended goal. Some utilize their unique character of being cute and delight, especially female streamers, who could attract audiences and make them a fan.

The choice of platform for streamers shows both similarities and differences. The similarities lie in how streamers would pick a platform that they deem easy to use, simple, full of features, diverse, and being in the market of gamers or people who stream. In terms of the difference between the two platforms, Nimo TV is better suited for new streamers who do not have a fanbase. Nimo TV streamers can start their career here. For Twitch, Twitch is better suited for streamers who already have a fanbase. Hence, both platforms require different communication strategies for the target audience. Both can be a start for a streamer career or people who aim to develop their gaming potential into a career, to practice their speech, or to develop gaming skills.



คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ