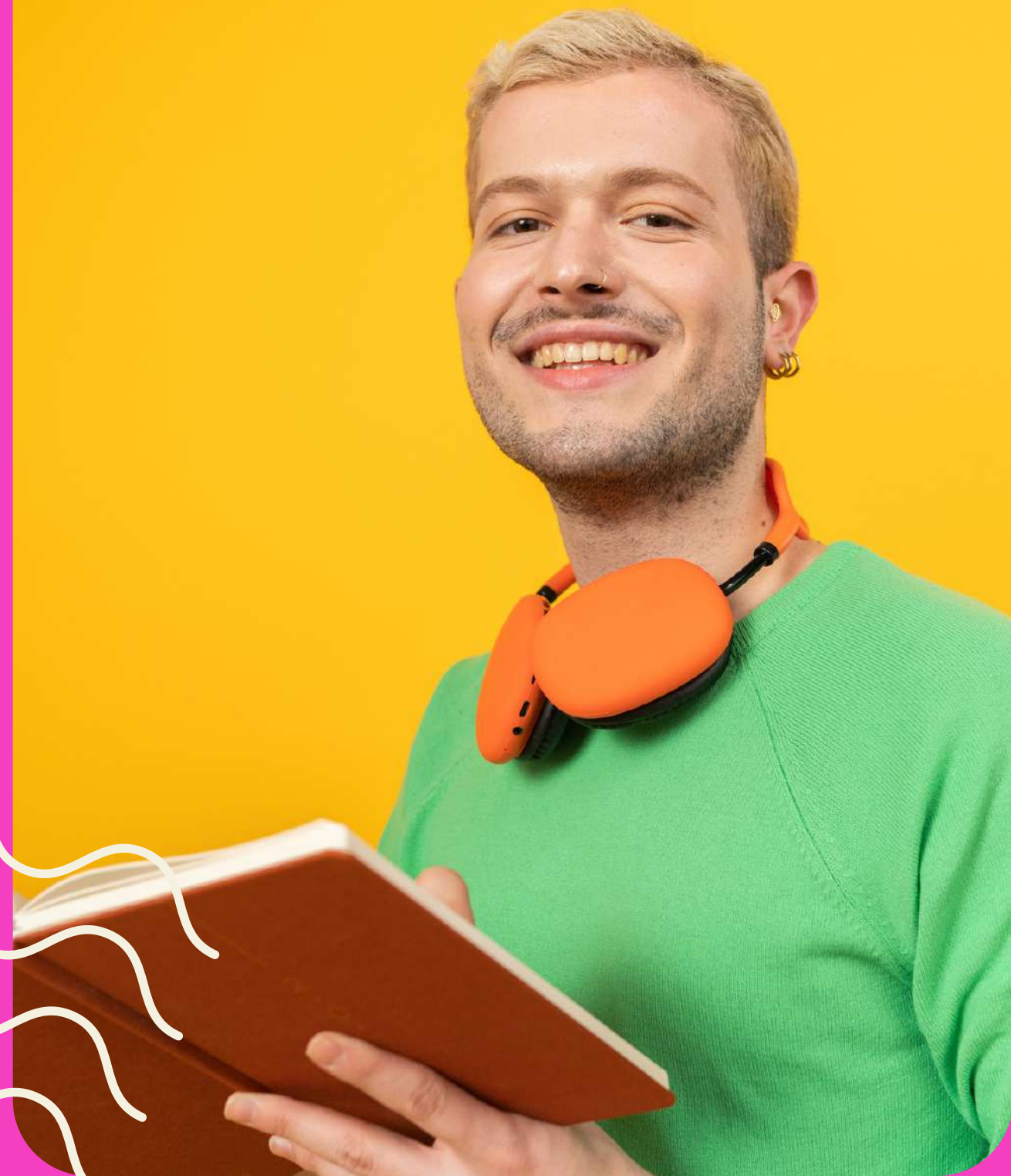


อิทธิพลของผู้ชม

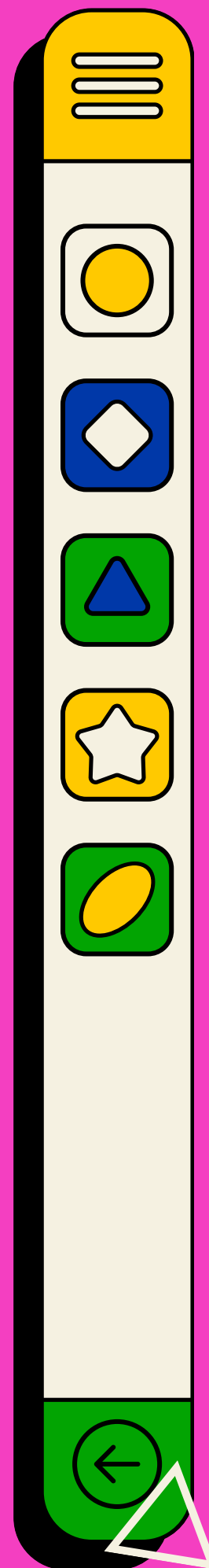
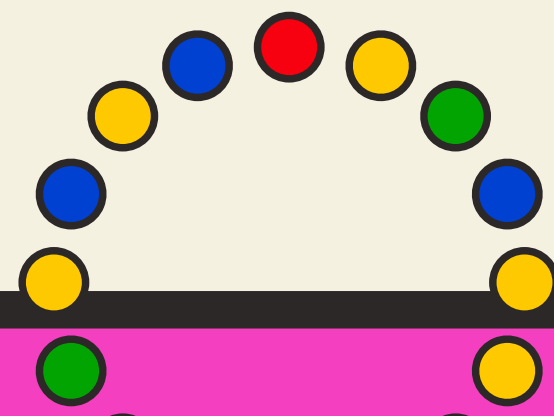
ต่อการผลิตสื่อ





AGENDA

- 1 คำนิยาม
- 2 ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผู้ผลิตสื่อ
- 3 อิทธิพลของผู้ชมต่อการผลิตสื่อ
- 4 ผลกระทบ
- 5 แนวโน้มในอนาคต

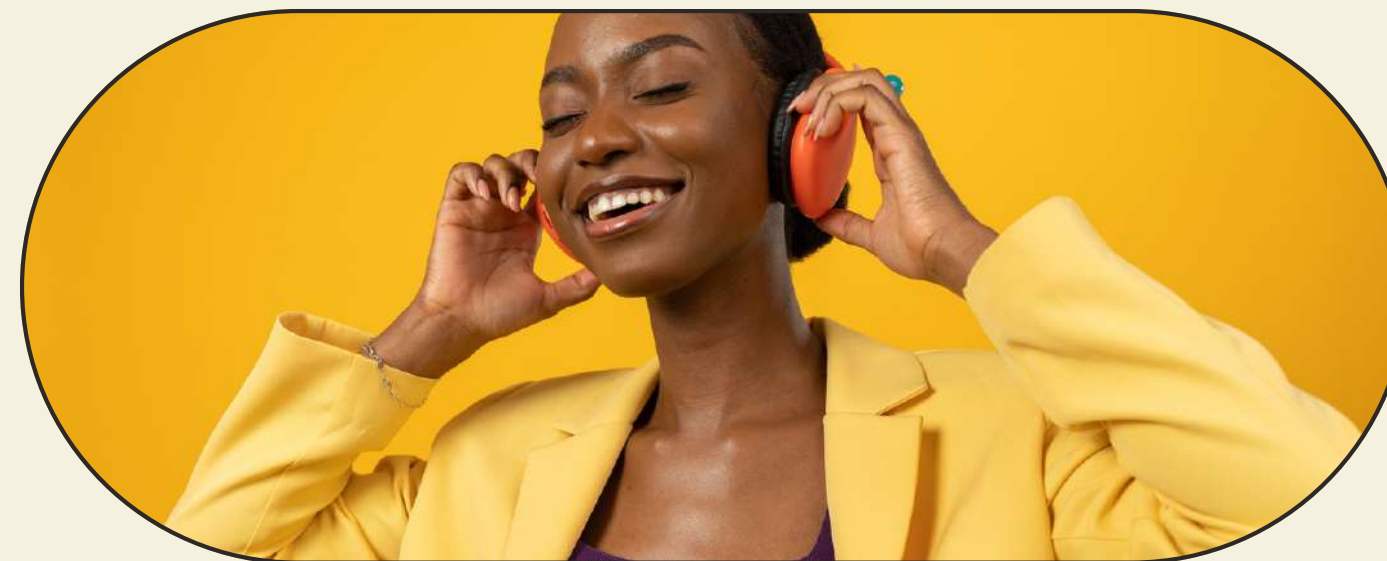


คำนิยาม



ผู้ชม (Audience)

McQuail (2010) กล่าวว่า ผู้ชม (Audience) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่รับสารจากสื่อ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือสื่อดิจิทัล พวกเขาอาจมีปฏิสัมพันธ์กับเนื้อหาหรือเป็นเพียงผู้รับข้อมูล



Abercrombie & Longhurst (1998) กล่าวว่า ผู้ชมไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสาร แต่เป็นผู้มีส่วนร่วมในการสร้างความหมายของสื่อ ผ่านการแสดงความคิดเห็น การตีความ และการสร้างเนื้อหาของตนเอง (User-Generated Content, UGC)



ผู้ชม (Audience)

Livingstone (2005) กล่าวว่า ผู้ชม (Audience) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของสื่อในยุคดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย อัลกอริทึม และบิ๊กดาต้า



Bandura (2001) กล่าวว่า ผู้ชม หมายถึง ผู้ชมเป็นกลุ่มคนที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อเนื้อหาสื่อผ่านการรับรู้ ตีความ และตัดสินใจว่าจะบริโภคหรือไม่ พฤติกรรมของพวกเขาสามารถส่งผลต่อแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อ



ผู้ชม (Audience)

สรุปได้ว่า ผู้ชม(Audience) หมายถึง กลุ่มบุคคลที่รับสารหรือบริโภคเนื้อหาสื่อ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ โซเชียลมีเดีย หรือสื่ออื่น ๆ โดยผู้ชมสามารถมีบทบาทเป็นทั้งผู้รับสารแบบเฉย ๆ หรือมีส่วนร่วมในการตีความ แสดงความเห็น และสร้างเนื้อหาของตนเอง

- Abercrombie, N., & Longhurst, B. (1998). Audiences: A sociological theory of performance and imagination. SAGE Publications.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. Media Psychology, 3(3), 265-299. https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03
- Livingstone, S. (2005). Audiences and publics: When cultural engagement matters for the public sphere. Intellect Books.
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). SAGE Publications.



การผลิตสื่อ (Media Production)

McQuail (2010) กล่าวว่า การผลิตสื่อ หมายถึง กระบวนการสร้างเนื้อหาสำหรับแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อดิจิทัล โดยมุ่งเน้นไปที่การสื่อสารกับผู้ชมในวงกว้าง

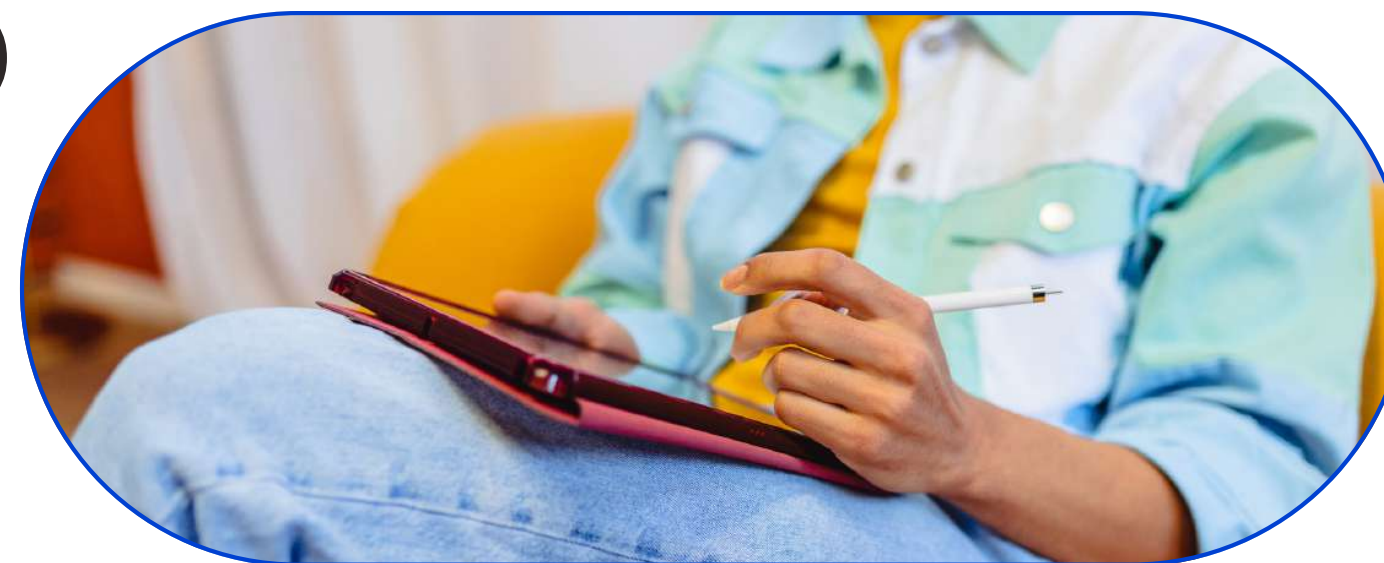


Zettl (2017) กล่าวว่า การผลิตสื่อ หมายถึง กระบวนการที่ครอบคลุมตั้งแต่การวางแผน การพัฒนาเนื้อหา การสร้างสรรค์ การแก้ไข และการเผยแพร่สู่ตลาด ซึ่งเกี่ยวข้องกับผู้ผลิต ผู้กำกับ นักเขียน และทีมงานที่เกี่ยวข้อง



การผลิตสื่อ (Media Production)

Pavlik & McIntosh (2019) กล่าวว่า การผลิตสื่อ หมายถึง กระบวนการสร้างเนื้อหาสำหรับแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อดิจิทัล โดยมุ่งเน้นไปที่การสื่อสารกับผู้ชมในวงกว้าง



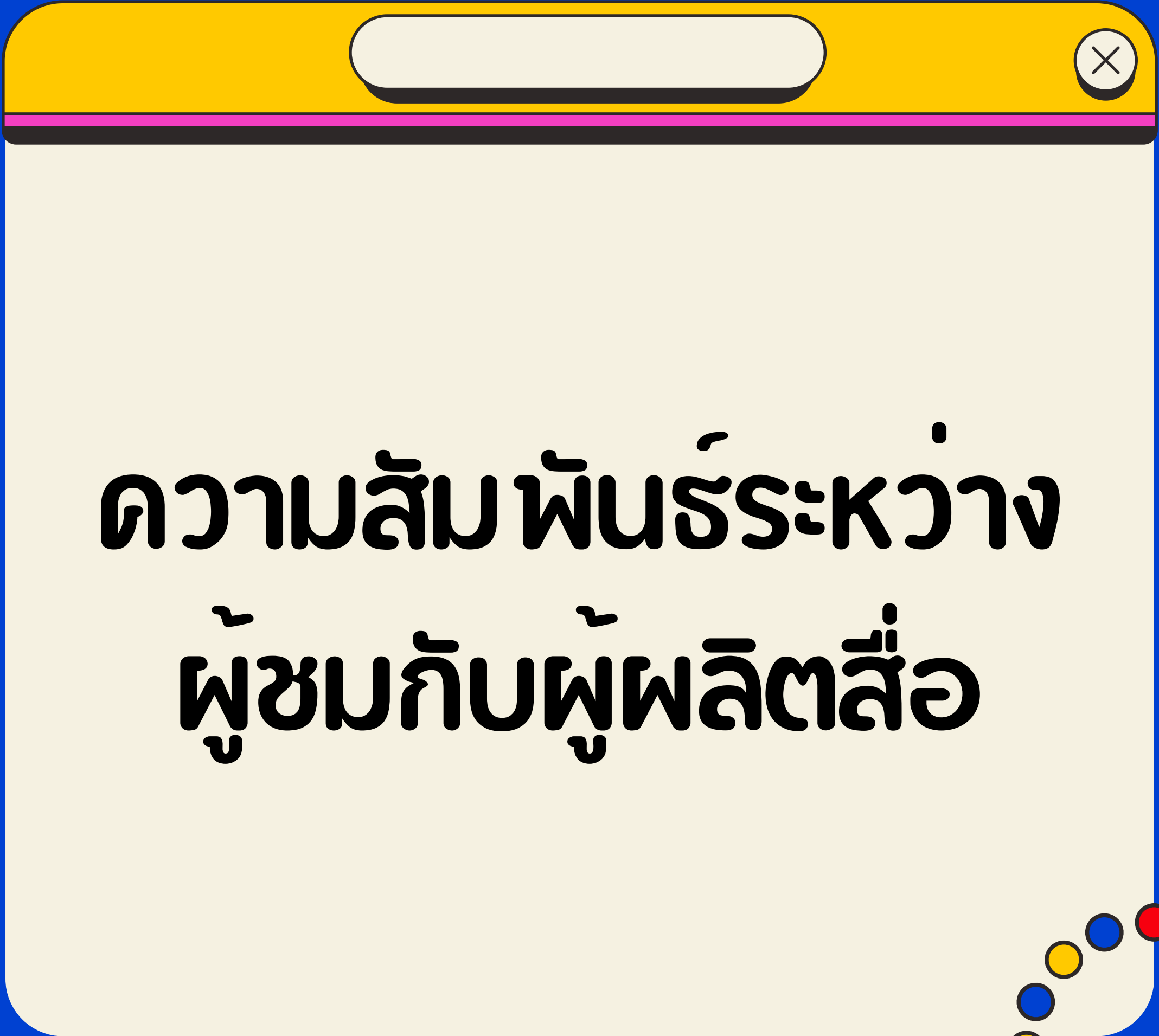
Keval (2018) กล่าวว่า การผลิตสื่อไม่ได้เป็นเพียงกระบวนการทางเทคนิค แต่ยังสะท้อนและมีอิทธิพลต่อวัฒนธรรม สังคม และอัตลักษณ์ของกลุ่มคน



การผลิตสื่อ (Media Production)

สรุปได้ว่า การผลิตสื่อ (Media Production) หมายถึง กระบวนการสร้างและเผยแพร่เนื้อหาสื่อในรูปแบบต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ และสื่อดิจิทัล โดยครอบคลุมตั้งแต่การวางแผน พัฒนาเนื้อหา การถ่ายทำ ตัดต่อ ไปจนถึงการเผยแพร่สู่ผู้ชม

- Keval, J. K. (2018). Digital media and society: Transforming economics, politics, and social practices. Palgrave Macmillan.
- McQuail, D. (2010). McQuail's mass communication theory (6th ed.). SAGE Publications.
- Pavlik, J. V., & McIntosh, S. (2019). Converging media: A new introduction to mass communication (6th ed.). Oxford University Press.
- Zettl, H. (2017). Television production handbook (12th ed.). Cengage Learning.

A stylized illustration of a notepad with a yellow header and a white body. The notepad is centered on a blue background decorated with white geometric shapes like triangles, circles, and wavy lines. A trail of colorful dots (yellow, blue, green, red) leads from the bottom right corner towards the notepad.

ความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ชมกับผู้ผลิตสื่อ



มี 2 ลักษณะ

- แบบยุคเก่า ก่อนเกิดโซเชียลมีเดีย
- แบบยุคดิจิทัล หลังมีการใช้โซเชียลมีเดียอย่างแพร่หลาย





แบบยุคเก่า

- ยุคเก่าหรือรูปแบบดั้งเดิม ของการสื่อสารมวลชน ผู้ผลิตสื่อ (Media Producers) เช่น สถานีโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ สตูดิโอภาพยนตร์ และสถานีวิทยุ
- เป็นผู้ควบคุมกระบวนการผลิตเนื้อหาทั้งหมด ตั้งแต่การวางแผน การเลือกเรื่องราว ไปจนถึงการเผยแพร่เนื้อหา
- โดยผู้ชม (Audience) ทำหน้าที่เป็นเพียง "ผู้รับสาร" เฉยๆ (Passive Audience) ไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อกระบวนการผลิต

ลักษณะสำคัญ

1. การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication)

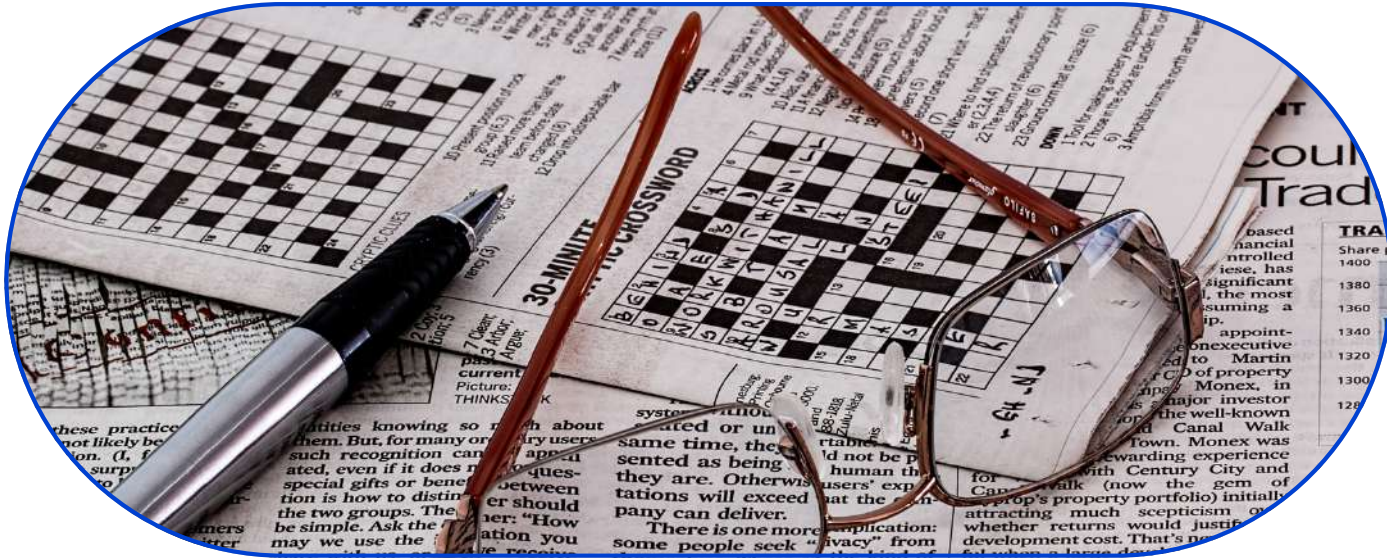
- การส่งสารเกิดจาก ผู้ผลิตสื่อ ไปสู่ ผู้ชม เท่านั้น โดยไม่มีช่องทางให้ผู้ชมโต้ตอบกลับ
- ยกตัวอย่าง ข่าวโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ที่เผยแพร่ข้อมูล โดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้ชมมีส่วนร่วมโดยตรง





ลักษณะสำคัญ

2. ผู้ผลิตสื่อเป็นผู้ควบคุมเนื้อหา (Content Gatekeeping)
 - ผู้ผลิตเป็นผู้กำหนดว่า ข่าวใดควรเผยแพร่ เรื่องราวใดที่มีคุณค่า ซึ่งหมายความว่าผู้ชมมีอิทธิพลน้อยมากต่อการตัดสินใจ
 - ยกตัวอย่าง บรรณาธิการข่าวเป็นผู้ตัดสินว่าเหตุการณ์ใดสมควรถูกนำเสนอผ่านสื่อ



ลักษณะสำคัญ

3. บทบาทของผู้ชมเป็นผู้รับสารเท่านั้น (Passive Audience)

- ผู้ชมเป็นเหมือนภาชนะเปล่าที่รับข้อมูลโดยตรงโดยไม่ตั้งคำถาม
- ยกตัวอย่าง การโฆษณาในยุคแรกเน้นการปลุกฝังดำเนินนโยบายโดยไม่เปิดโอกาสให้ผู้ชมวิพากษ์วิจารณ์
- รวมถึงนโยบายของรัฐบาลที่มาผ่านสื่อ กำหนดแนวทางสังคมผ่านทางรัฐบาลเท่านั้น ไม่เปิดโอกาสให้ผู้ชมแสดงความเห็น



ลักษณะสำคัญ

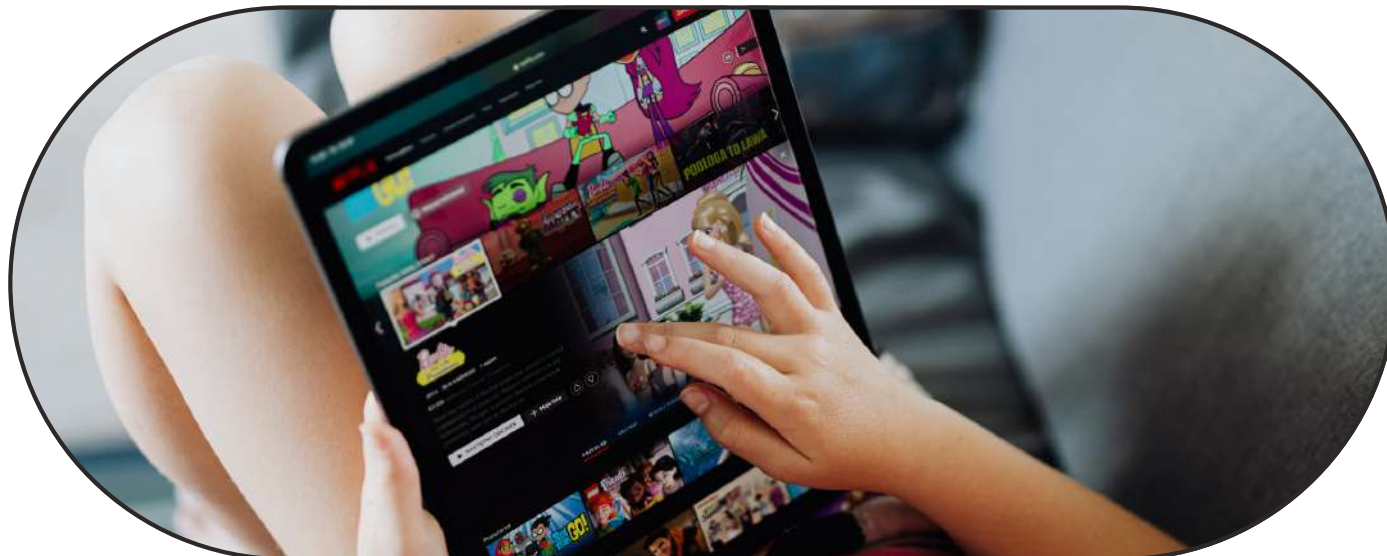
4. การกระจายเนื้อหาผ่านสื่อกระแสหลัก (Mass Media Distribution)

- การเผยแพร่ข้อมูลต้องพึ่งพาแพลตฟอร์มหลัก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ โรงภาพยนตร์ และสื่อสิ่งพิมพ์
- ผู้ชมไม่มีอำนาจในการเลือกเนื้อหาหรือกำหนดแนวทางของสื่อ



แบบยุคดิจิทัล

- ในยุคดิจิทัล ความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ชม กับ ผู้ผลิตสื่อ ได้มีการเปลี่ยนแปลงไป
- จากที่ผู้ผลิตสื่อในสมัยก่อนเป็นฝ่ายเดียวที่ควบคุมเนื้อหาและการเผยแพร่ ขณะที่ผู้ชมเป็นเพียงผู้รับสารที่ไม่มีอิทธิพล
- แต่ผู้ชมในยุคดิจิทัลสามารถ มีส่วนร่วม และมีบทบาทมากขึ้น ทั้งในแง่ของการแสดงความคิดเห็น การแชร์เนื้อหา และการสร้างเนื้อหาของตนเอง



ลักษณะสำคัญ

1. การมีส่วนร่วมของผู้ชม (Audience Engagement)

- ผู้ชมสามารถ แสดงความคิดเห็น หรือ ตอบโต้กับเนื้อหาที่เผยแพร่ ผ่านคอมเมนต์บนแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น YouTube, X, หรือ Facebook
- การวิเคราะห์วิจารณ์ของผู้ชม สามารถผลักดันให้ผู้ผลิตสื่อรับข้อเสนอแนะหรือปรับปรุงเนื้อหาตามความคิดเห็นของผู้ชมได้
- ยกตัวอย่าง ผู้ชมสามารถแสดงความคิดเห็นในตอนจบของซีรีส์ และภาพยนตร์ และความคิดเห็นเหล่านี้อาจถูกนำไปใช้ในการตัดสินใจสร้างซีซั่นหรือภาคถัดไป

FAST & FURIOUS

- อ้างอิงจากคะแนนเว็บ Tomatometer
- มี 10 ภาคหลัก
- 1 ภาคแยก



DISNEY'S SNOW WHITE

- อ้างอิงจากคะแนนเว็บ Tomatometer
- ทุนสร้าง 240 - 270 ล้านดอลลาร์สหรัฐ
- รายได้รวมล่าสุด 87.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

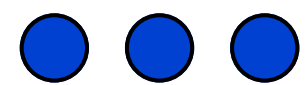




ลักษณะสำคัญ

2. การแชร์และการสร้างเนื้อหาโดยผู้ชม (Sharing and User-Generated Content)

- ผู้ชมในยุคดิจิทัลสามารถ แชร์เนื้อหาที่ชื่นชอบไปยังโซเชียลมีเดียต่างๆ ทำให้เกิดการกระจายข้อมูลที่รวดเร็วและแพร่หลาย
- สามารถสร้างเนื้อหาของตนเอง และเผยแพร่ให้คนอื่นเห็นผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น วิดีโอรีวิวลสินค้า หรือคอนเทนต์ที่มีมิม (memes) อาจได้รับการยอมรับหรือกลายเป็นกระแสใหญ่ในสื่อสังคมออนไลน์
- ยกตัวอย่าง คลิปไวรัลใน TikTok ทำให้เนื้อหานั้นได้รับความนิยมสูงสุดในเวลาอันสั้น



ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับผู้ผลิตสื่อ



อิทธิพลของผู้ชม
ต่อการผลิตสื่อ



อิทธิพลของผู้ชมต่อการผลิตสื่อ

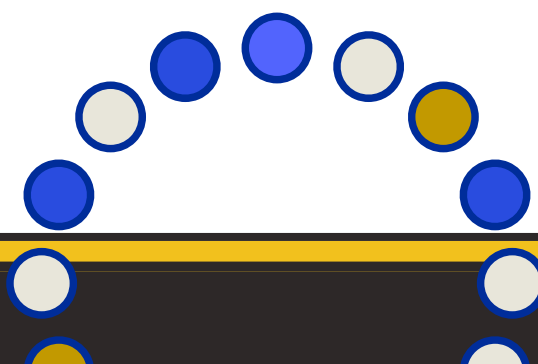
- ผู้ชมส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ผลิตผ่าน
 - พฤติกรรมการบริโภคสื่อ และความต้องการของตลาด
 - การแสดงความคิดเห็น เรตติ้ง และยอดวิว
 - ข้อมูลเชิงสถิติ





1. พฤติกรรมการบริโภคสื่อและความต้องการของตลาด

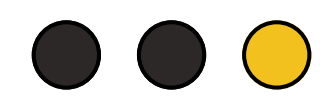
- คือการที่ผู้ชมเลือก ประเภทเนื้อหา และ วิธีการบริโภคสื่อ
- เช่น การดูรายการทีวีผ่านช่องทางดิจิทัล หรือการเลือกชมซีรีส์ผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งต่างๆ เช่น Netflix
- การติดตามพฤติกรรมเหล่านี้ทำให้ผู้ผลิตสามารถ วิเคราะห์และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมได้
- หากผู้ชมมีแนวโน้มที่จะเลือกชมซีรีส์ประเภทหนึ่งมากขึ้นในช่วงเวลาหนึ่ง เช่น ซีรีส์แนวแฟนตาซีหรือไซไฟ ผู้ผลิตสื่ออาจจะตัดสินใจผลิตเนื้อหาประเภทนี้ให้มากขึ้นเพื่อดึงดูดผู้ชม





ตัวอย่าง ซีรีส์เกาหลี

- กระแส K-pop และ ซีรีส์เกาหลี ที่เติบโตขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยส่วนหนึ่งมาจาก จูآنแฟนคลับที่แข็งแกร่ง และการตอบสนองจากผู้ชมในต่างประเทศ ซึ่งช่วยผลักดันให้ผู้ผลิตในเกาหลีเพิ่มการผลิตเนื้อหาที่เหมาะสมกับกลุ่มแฟนต่างชาติ
- เช่น Squid Game ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหลายประเทศ โดยผู้ชมในต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการผลักดันความสำเร็จของซีรีส์ ส่งผลให้กำลังพิจารณาถ่ายทำซีซั่น 3
- การวิเคราะห์ข้อมูลจากแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง เช่น Netflix และกระแสตอบรับจากผู้ชมทั่วโลก ส่งผลให้การผลิตซีรีส์เกาหลีได้รับการปรับตัวให้ตรงกับความต้องการของตลาดโลก



Squid Game

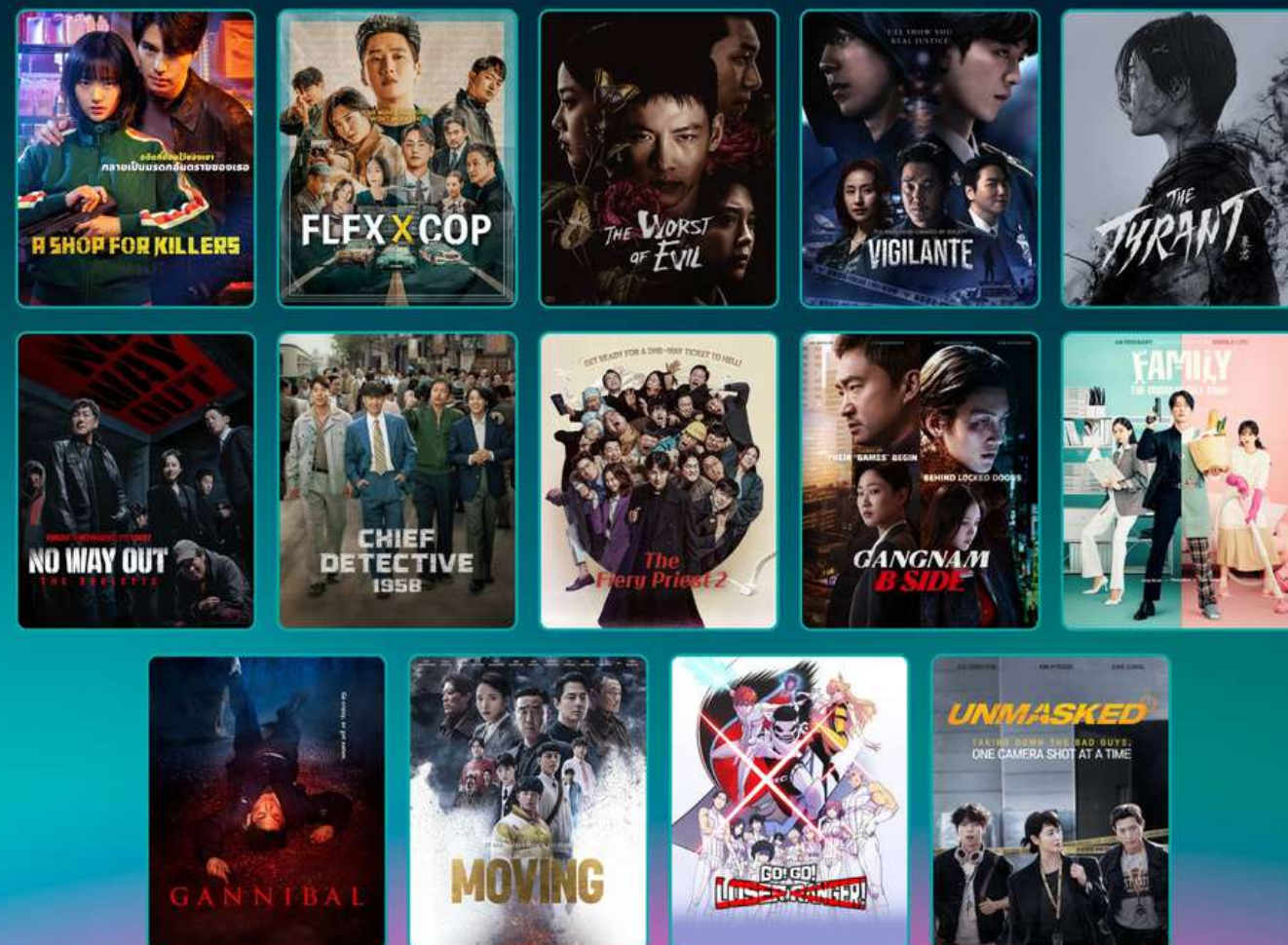
อิทธิพลของผู้ชมต่อการผลิตสื่อ



● ● ● ตัวอย่าง Disney+

อิทธิพลของผู้ชมต่อการผลิตสื่อ

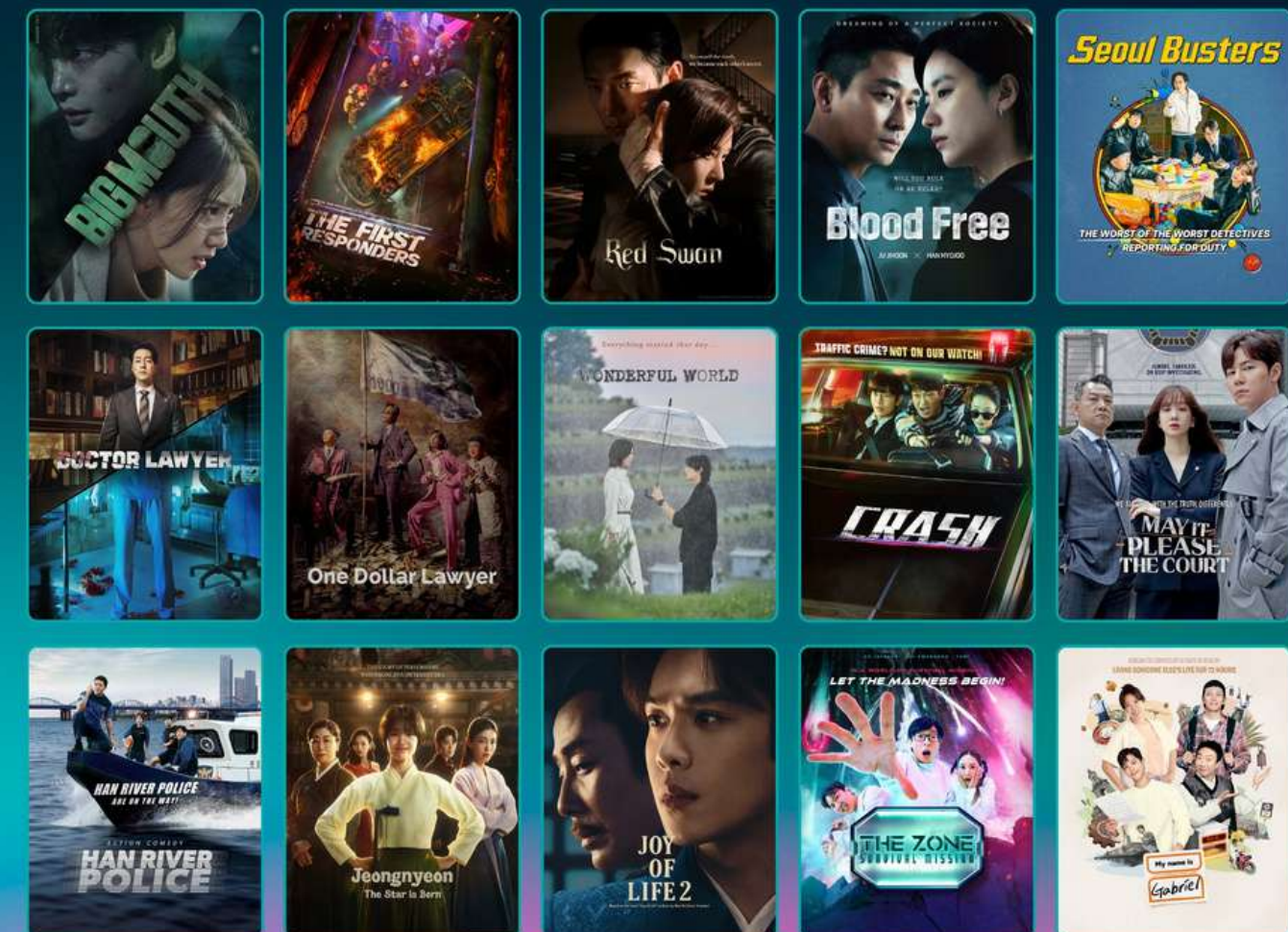
★ สายบู๊แอ็ก ทุกซัดจำกัดความมันส์★



Disney+
hotstar

© 2025 Disney and its related entities. All rights reserved.

★ สายสเนกครบรส★ กลมกล่อมทุกความรู้สึก★



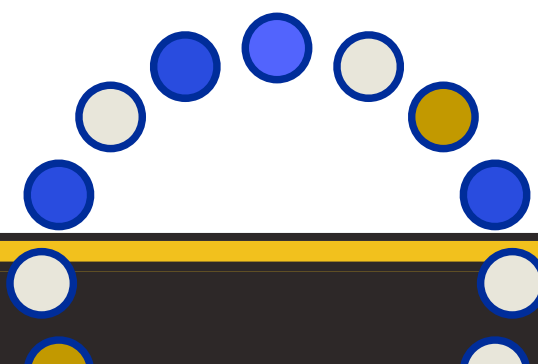
Disney+
hotstar

© 2025 Disney and its related entities. All rights reserved.



2. การแสดงความไม่เห็น เปรตตั้ง และยออดวิว

- การแสดงความเห็นของผู้ชมผ่านช่องทางต่างๆ เช่น คอมเมนต์บนโซเชียลมีเดีย หรือการรีวิวเนื้อหาผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น IMDB, Rotten Tomatoes
- ทำให้ผู้ผลิตสื่อสามารถรับข้อเสนอแนะ ความคิดเห็นจากผู้ชมโดยตรง ซึ่งสามารถนำมาปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงการผลิตเนื้อหาในอนาคต
- ยกตัวอย่าง การวิจารณ์จากผู้ชมในซีรีส์หรือภาพยนตร์ เช่น การวิจารณ์ใน Game of Thrones ซีซั่น 8 ที่ทำให้ผู้ผลิตได้ยืมเสียงของแฟนๆ และทำให้มีการพูดถึงการเปลี่ยนแปลงแนวทางการผลิตในซีซั่นถัดไป
- อีกตัวอย่าง ผู้ชมอาจแสดงความเห็นผ่านโซเชียลมีเดีย โดยการใช้แฮชแท็กที่เฉพาะเจาะจง หรือจัดแคมเปญออนไลน์ เช่น #ReleaseTheSnyderCut ของแฟนๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้ผลิต





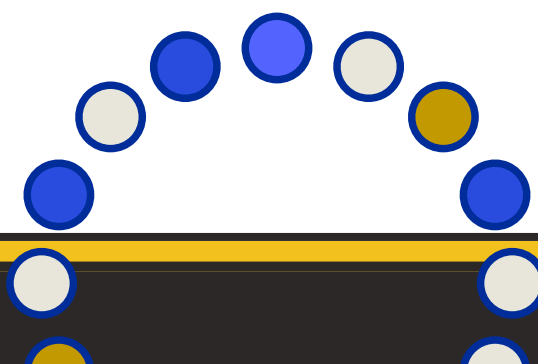
Game of Thrones SS 8







#ReleaseTheSnyderCut





ตัวอย่าง เรตติ้งต่ำอาจถูกยกเลิก

- เรตติ้ง และ ยอดวิว เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับผู้ผลิตสื่อในการตัดสินใจว่าจะขยายผลิตภัณฑ์ออกไป หรือ ยกเลิกโปรเจกต์ใดๆ ในกรณีที่ เรตติ้งต่ำ หรือ ยอดวิวไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง
- เช่น Firefly (2002) แม้จะได้รับการชื่นชมจากผู้ชมบางกลุ่ม แต่ด้วยเรตติ้งที่ต่ำ ทำให้ถูกยกเลิกหลังจากออกแออร์ไม่นาน
- และ Sense8 (2015-2018) ซีรีส์จาก Netflix ที่ได้รับเสียงชื่นชมจากแฟนๆ แต่เนื่องจากเรตติ้งต่ำและค่าใช้จ่ายสูงในการผลิต ซีรีส์จึงถูกยกเลิกหลังจากซีซั่น 2
- การตัดสินใจในการยกเลิกหรือสร้างเนื้อหาตาม เรตติ้ง หรือ ยอดวิว ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถปรับเปลี่ยน และ กำหนดกลยุทธ์การผลิต ตามความสนใจของผู้ชมในตลาด เพื่อไม่ให้ขาดทุนได้



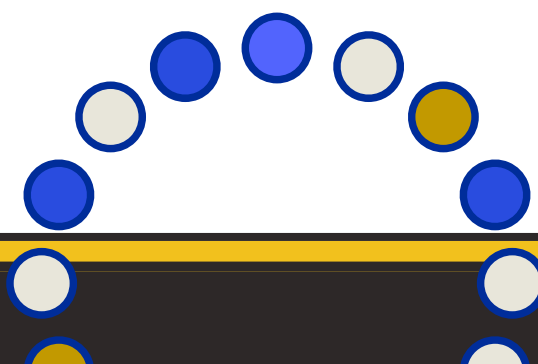
อิทธิพลของผู้ชมต่อการผลิตสื่อ





3. ข้อมูลเชิงสถิติ (Statistical Data)

- ข้อมูลเชิงสถิติ หรือข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชมผ่านการเก็บข้อมูลดิจิทัล เช่น การติดตามการดู การคลิก การเลือกเนื้อหาที่ชม และข้อมูลทางประชากรศาสตร์ เช่น อายุ เพศ ที่อยู่ หรืออาชีพ มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของผู้ผลิตสื่อ
- ยกตัวอย่าง แพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง เช่น Netflix หรือ Spotify ใช้ ข้อมูลเชิงสถิติ ในการแนะนำเนื้อหาที่ตรงกับความสนใจของผู้ชม โดยการดูพฤติกรรมการรับชมและข้อมูลจากอัลกอริธึมในการคัดสรรรายการที่ผู้ชมอาจชอบ
- อีกตัวอย่าง การใช้ Analytics Tool หรือเครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลอื่นๆ เพื่อเก็บข้อมูลการเข้าชมเว็บไซต์หรือการใช้แอปพลิเคชัน ซึ่งทำให้ผู้ผลิตสามารถ ปรับเนื้อหาตามข้อมูลพฤติกรรม เช่น หากผู้ชมสนใจเนื้อหาประเภทหนึ่งในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ผู้ผลิตสามารถปรับปรุงเนื้อหาหรือโปรโมชันให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย



ANALYTICS TOOL

BY FANPAGE KRAMA

Metrics Overview

 Adjust



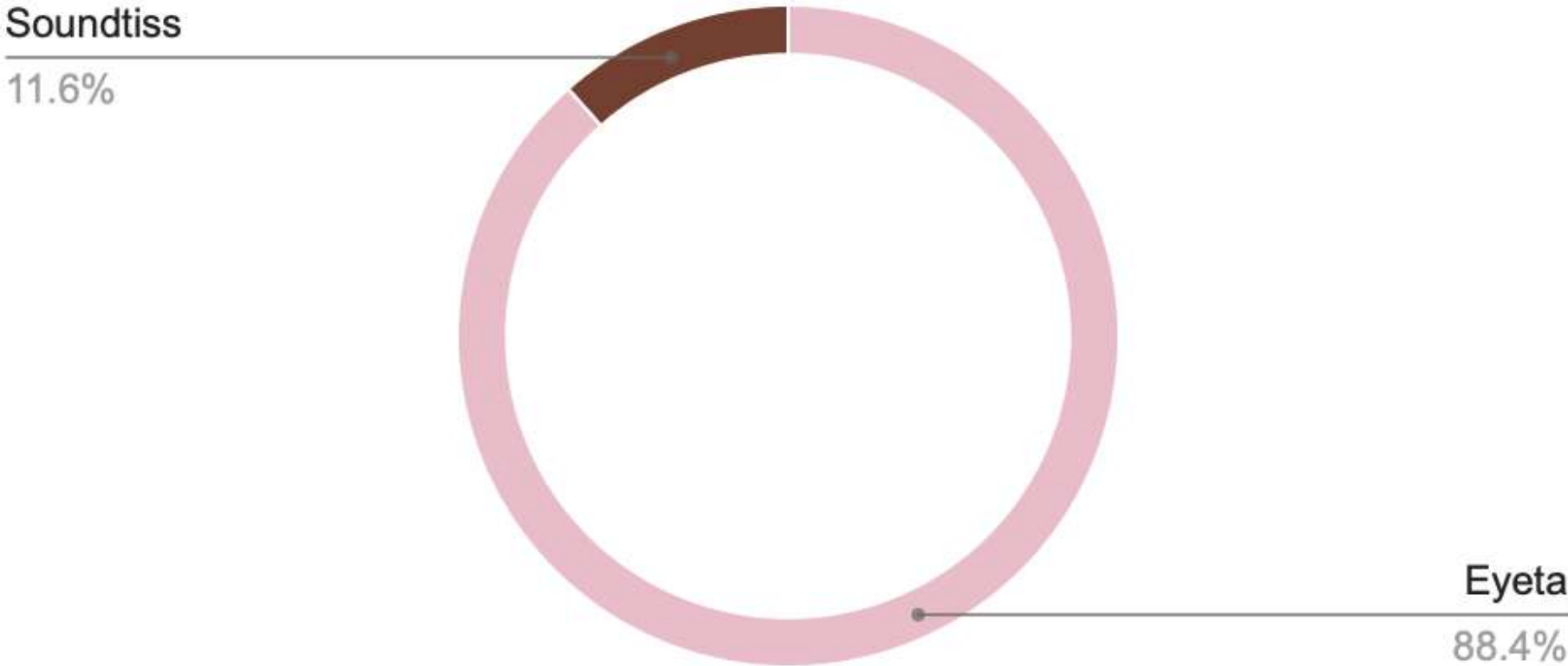
Name	Page Performance Index	Fans	Follower Growth (in %)	Post interaction rate	Posts per day	Reach per day	Interactions per impression
 Eyeta @eyetaeyeta	30%	1.3M	0.076%	0.47%	2.5		
 Gamgy makeup @gamgymakeup	1.0%	784k	-0.082%	0%	0		
 Soundtiss @soundtissmakeup	6.0%	890k	0.026%	0.22%	1.0		

ANALYTICS TOOL

BY FANPAGE KRAMA

Share of Interactions

Which profile got the most interactions on their posts?

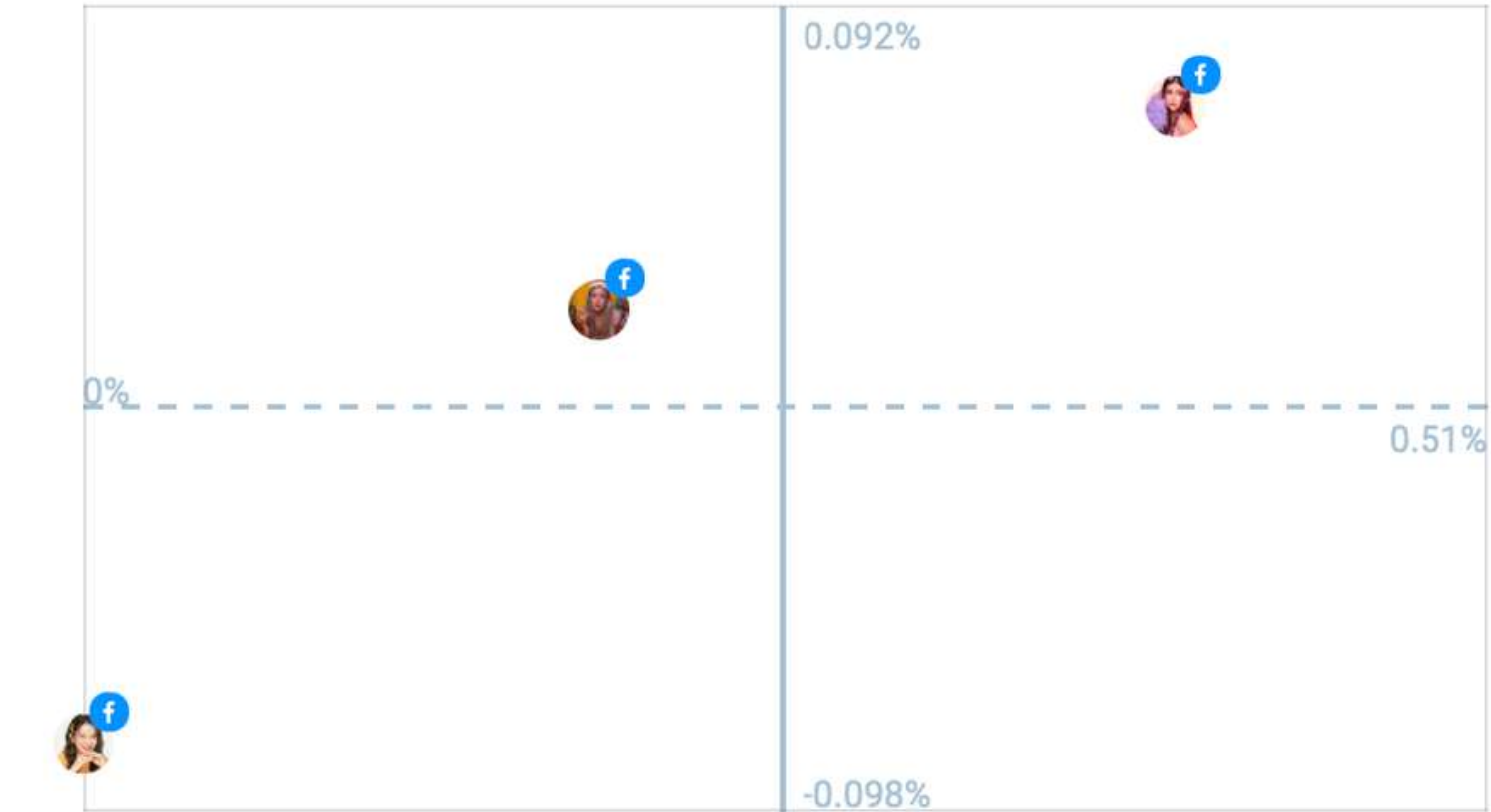


Follower growth and engagement

Adjust



The further to the right a profile is, the higher its post-interaction. The further up, the faster the profile grows. The most successful profiles can be found at the top right.

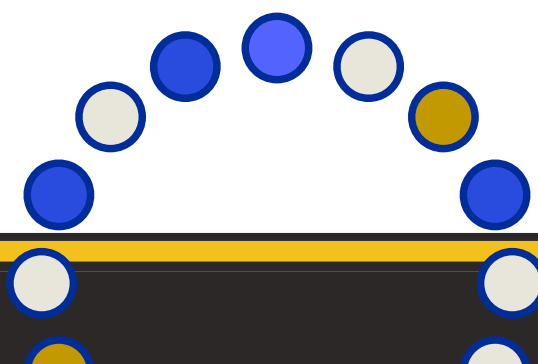


--- Post interaction rate — Follower Growth (in %)



สรุป

- ในยุคดิจิทัลผู้ชม ไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสารอีกต่อไป แต่สามารถส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจของผู้ผลิต ผ่านพฤติกรรม การบริโภค การแสดงความเห็น และข้อมูลเชิงสถิติที่สามารถนำมาใช้ในการปรับปรุง หรือกำหนดแนวทางการผลิตสื่อในอนาคต
- โดยผู้ผลิตสื่อสามารถใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อทำให้เนื้อหาที่ผลิตขึ้นมีความเกี่ยวข้องและตอบโจทย์ผู้ชมมากยิ่งขึ้น
- เช่น การสร้างซีรีส์หรือภาพยนตร์ที่ตรงกับความสนใจของผู้ชมในแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างสื่อที่มีคุณภาพ ตรงความต้องการผู้ชม และสร้างกำไรได้





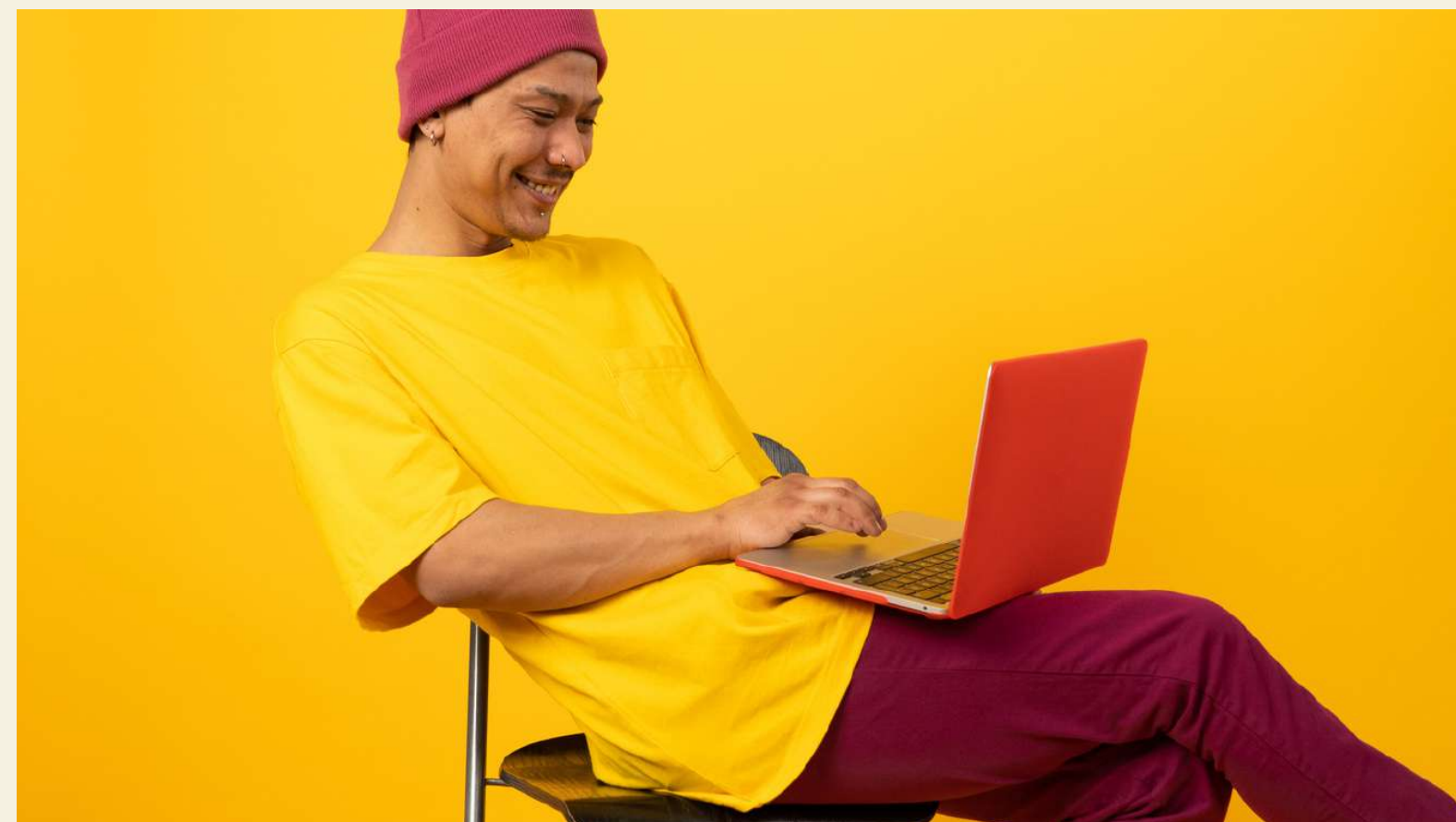
พลากระหน

The image features a central notepad with a yellow header bar containing a white rounded rectangle and a close button. The notepad is surrounded by a blue background with white wavy lines, triangles, and circles. A string of colorful beads (yellow, blue, red, green) is visible at the bottom right corner.



ผลกระทบเชิงบวกและลบของอิทธิพลผู้ชม

- การเชื่อมโยงระหว่างผู้ชมกับผู้ผลิตสื่อมีความใกล้ชิดและเปิดกว้างมากขึ้น
- อิทธิพลของผู้ชมต่อการผลิตสื่อมีทั้ง ผลกระทบเชิงบวก และ เชิงลบ
- ซึ่งสามารถส่งผลต่อกระบวนการสร้างสื่อในลายมิติ ทั้งในแง่ของการพัฒนาความหลากหลายของเนื้อหาและความตึงเครียดที่อาจเกิดขึ้นจากความตึงเครียดและความคาดหวังของผู้ชม





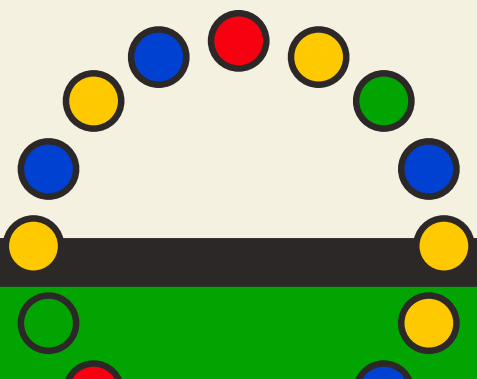
ผลกระทบเชิงบวก





1. ทำให้เนื้อหาตรงใจกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

- การที่ผู้ผลิตสื่อสามารถรับฟังความคิดเห็นของผู้ชม ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น คอมเมนต์ การรีวิว หรือแม้กระทั่งการสำรวจความคิดเห็น ช่วยให้ผู้ผลิตสามารถ ปรับปรุงหรือสร้างเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้อย่างแม่นยำ
- ตัวอย่าง ซีรีส์ Stranger Things ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่นและผู้ใหญ่ เป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นถึงการที่ผู้ผลิตนำความคิดเห็นและความชื่นชอบจากกลุ่มผู้ชมมาใช้ในการสร้างเนื้อหาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ



● ● ● ซีรีส์ Stranger Things กำลังสร้าง SS5

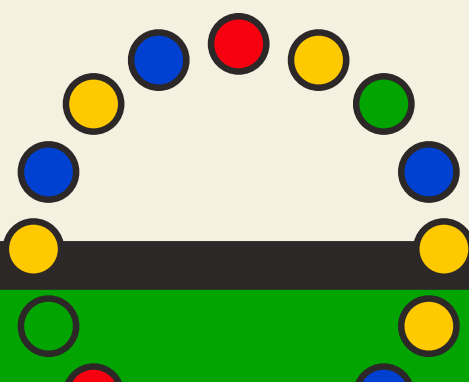
फलकःतु





2. เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายเล็กมีช่องทางนำเสนอผลงาน

- การแพร่หลายของแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น YouTube หรือ TikTok ได้เปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายเล็กหรือผู้สร้างคอนเทนต์อิสระ สามารถนำเสนอผลงานของตนไปสู่ผู้ชมจำนวนมากได้ง่ายขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องผ่านตัวกลางหรือบริษัทใหญ่
- ยกตัวอย่าง แพลตฟอร์ม YouTube ที่ช่วยให้ผู้สร้างคอนเทนต์อิสระสามารถนำเสนอผลงานได้ทุกประเภท ตั้งแต่การแสดงความสามารถทางศิลปะ การให้ความรู้ หรือแม้กระทั่งการเล่าเรื่อง





มิสเตอร์บีสต์

@MrBeast · ผู้ติดตาม 377 ล้าน คน · วิดีโอ 856 รายการ

"ไปดู Beast Games ได้แล้ว <https://unfur.ly/BeastGames> ...เพิ่มเติม

unfur.ly/BeastGames และอีก 3 ลิงก์

ติดตาม

สมัคร

หน้าแรก

วิดีโอ

Shorts

โพสต์



ผมรอดชีวิตจาก 5 สถานที่ที่อันตราย...

การดู 39,007,684 ครั้ง · 1 วันที่ผ่านมา

มันบ้ามากที่เราทำแบบนี้

ไปหาซื้อ Feastables Creamy Peanut Butter Cups ของเราได้ที่นี่
Target, Walmart และ 7-Eleven
ทุกแห่งทั่วอเมริกา 🇺🇸

<https://fstbls.com/5mj6dv...>

อ่านเพิ่มเติม



T-Series

@tseries · ผู้ติดตาม 289 ล้าน คน · วิดีโอ 2.2 หมื่น รายการ

"Music can change the world". T-Series is India's largest Music Label & Movie S...เพิ่มเติม

youtu.be/XjpgwSQa9B4 และอีก 4 ลิงก์

ติดตาม

หน้าแรก

วิดีโอ

Shorts

ไลฟ์สด

พอดแคสต์

เพลย์ลิสต์

โพสต์



Laal Ferrari (Video): Amruta ...

การดู 43,419 ครั้ง · 2 ชั่วโมงที่ผ่านมา

Get ready for Gedi! Presenting the New Track "Laal Ferrari" by Amruta Fadnavis. Feat. Sanam Johar & Shruti Sinha.

T-Series Presents "Laal Ferrari"

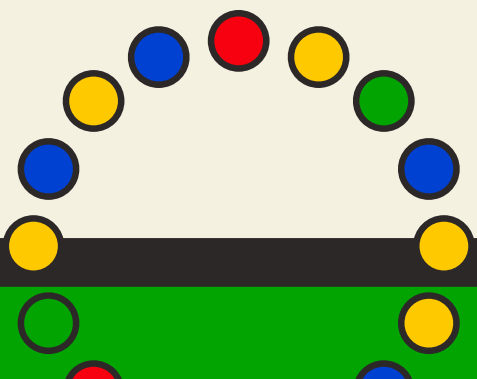
...

อ่านเพิ่มเติม



3. สร้างความหลากหลายในเนื้อหา

- การที่ผู้ชมสามารถแสดงความดิดเห็นและมีอิทธิพลต่อเนื้อหาที่ถูกผลิต ทำให้เกิดความหลากหลาย ในประเภทและแนวทางของเนื้อหาที่น่าสนใจ
- โดยเฉพาะในเรื่องของวัฒนธรรม และ ความหลากหลายทางมุมมอง ซึ่งทำให้สื่อมีความหลากหลายและสามารถครอบคลุมความต้องการของผู้ชมได้กว้างขึ้น
- ยกตัวอย่าง การเกิดขึ้นของ ซีรีส์เกาหลี ที่ได้รับความนิยมทั่วโลกหรือ การแสดงของศิลปินจากหลากหลายวัฒนธรรม หรือเดบิตไอดอลจีน ไทย ญี่ปุ่น ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากแฟนๆ และผู้ชมที่สนใจในความหลากหลายของวัฒนธรรม

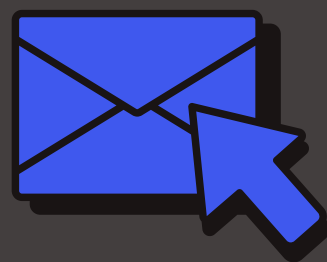


● ● ● ตีลป็นจากหลากหลายวัฒนธรรม

ผลกระทบ







ผลกระทบเชิงลบ



1. ขาดความคิดสร้างสรรค์

- เมื่อผู้ผลิตต้องตอบสนองตามความคิดเห็นของผู้ชมมากเกินไป การปรับเปลี่ยนเนื้อหา เพื่อให้ถูกใจผู้ชม อาจทำให้เนื้อหาขาดความเป็น ศิลปะ และ ความคิดสร้างสรรค์ ที่ควรมี
- ซึ่งอาจส่งผลให้เนื้อหานั้นไม่สามารถสะท้อนความเป็นตัวตนของผู้สร้างหรือขาดความลึกซึ้ง
- ยกตัวอย่าง การเปลี่ยนแปลงเนื้อหาหรือการปรับโทนของหนังหรือซีรีส์ตามความคิดเห็นของผู้ชม ที่ค่อนข้างเป็น mainstream อาจทำให้สูญเสียคุณค่าทางศิลปะและการเล่าเรื่องที่มาจากมุมมองดั้งเดิมของผู้ผลิต

● ● ● ซีรีส์วาย ไม่เหมือนต้นฉบับ มีแต่จากรัก เนื้อหาหลักหาย

พลกระทบ

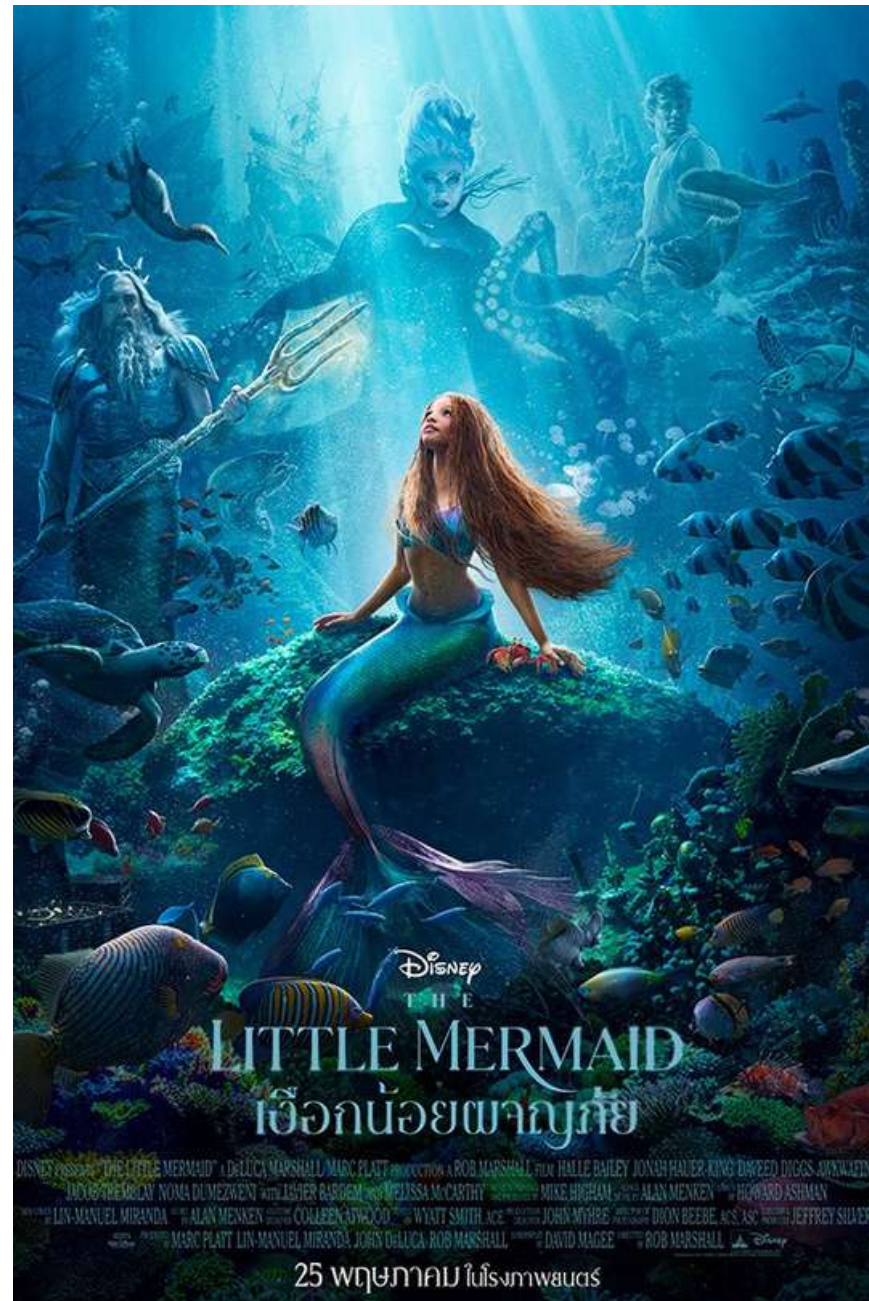


2. Toxic Fandom

- การที่ผู้ชมหรือแฟน ๆ มีความคิดเห็นที่รุนแรงและเรียกร้องสิ่งที่ตนเองต้องการในระดับที่ไม่สมเหตุสมผล
- อาจส่งผลให้เกิด "Toxic Fandom" ซึ่งเป็นกลุ่มแฟน ๆ ที่ใช้แรงกดดันหรือความคิดเห็นที่ไม่เป็นมิตรเพื่อเปลี่ยนแปลงเนื้อหาหรือการตัดสินใจของผู้ผลิตสื่อ
- ยกตัวอย่าง แฟน ๆ ของภาพยนตร์หรือซีรีส์บางเรื่องอาจเสี่ยงวิจารณ์ในเชิงลบถึงผู้สร้างเมื่อเนื้อหาหรือแนวทางการเล่าเรื่องไม่เป็นไปตามความคาดหวังของพวกเขา ซึ่งอาจทำให้เกิดความตึงเครียดและการทบทวนการตัดสินใจในด้านการผลิต

● ● ● ภาพยนตร์ไม่เหมือนต้นฉบับ

พลกระทบ



● ● ● ภาพยนตร์ไม่เหมือนต้นฉบับ

ผลกระทบ



3. กระแสโซเชียลอาจทำให้เนื้อหาสื่อถูกเปลี่ยนแปลงเพราะ "เสียงดัง" ของบางกลุ่ม

- การที่ผู้ผลิตสื่อหันไปใช้ความกดดันจากโซเชียลมีเดีย ในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงเนื้อหาหรือทิศทางของโปรเจกต์ อาจทำให้เนื้อหาถูกเปลี่ยนแปลงตาม เสียงดังของบางกลุ่มผู้ชม ที่มีการกดดันอย่างหนัก แต่ไม่สะท้อนความต้องการของผู้ชมส่วนใหญ่

- ยกตัวอย่าง Sonic the Hedgehog (2020) การออกแบบตัวละครถูกเปลี่ยนเพราะเสียงวิจารณ์ของแฟน ๆ
- เมื่อตัวอย่างแรกของภาพยนตร์ Sonic the Hedgehog ถูกปล่อยออกมาในปี 2019 ผู้ชมจำนวนมาก วิจารณ์อย่างหนัก ถึงการออกแบบตัวละคร Sonic ที่ดูแปลกและไม่เหมือนต้นฉบับในวิดีโอเกม ทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในโซเชียลมีเดีย
- ทีมผู้สร้างตัดสินใจเลื่อนวันฉายของภาพยนตร์และปรับปรุงการออกแบบ Sonic ใหม่ให้ใกล้เคียงกับต้นฉบับในเกมมากขึ้น ซึ่งในที่สุด ภาพยนตร์ก็ได้รับเสียงชื่นชมมากขึ้นหลังจากแก้ไข



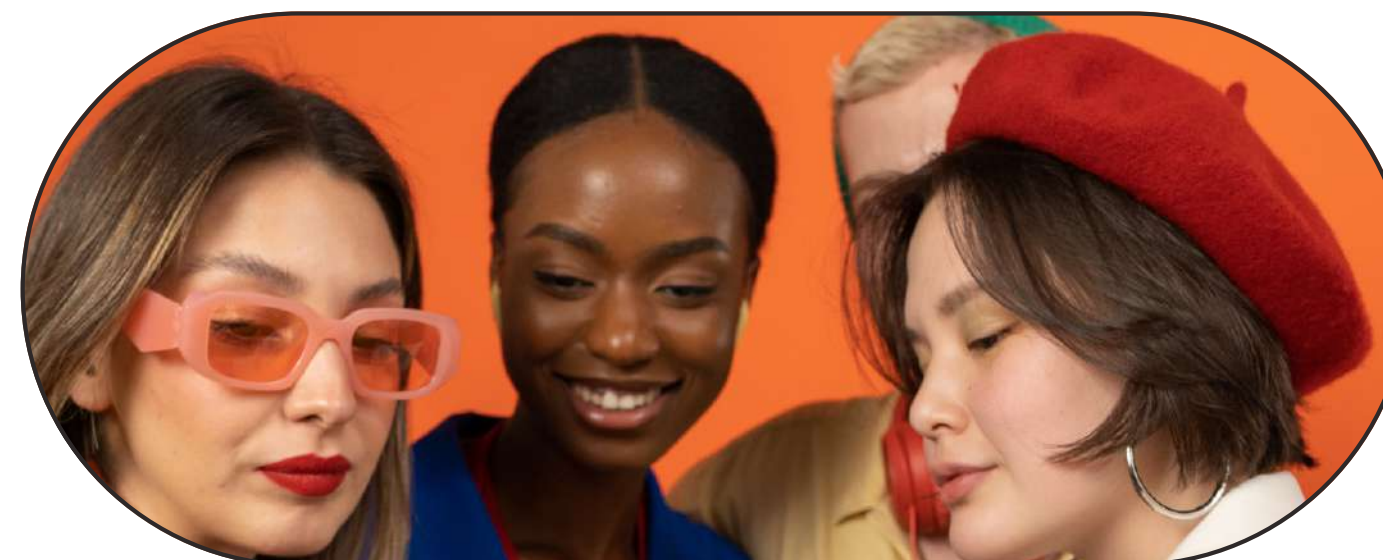
- ยกตัวอย่าง Star Wars: The Rise of Skywalker (2019) การเปลี่ยนแปลงเนื้อหาเพราะกระแสของแฟน ๆ
- หลังจาก Star Wars: The Last Jedi (2017) ถูกปล่อยออกมาแฟน ๆ บางส่วนวิจารณ์เนื้อหาของภาพยนตร์ว่า ทำลายตัวละครดั้งเดิมและเปลี่ยนแปลงเนื้อเรื่องมากเกินไป ส่งผลให้เกิดแรงกดดันอย่างหนักจากแฟน ๆ ให้ Disney และ Lucasfilm เปลี่ยนแนวทางของภาคต่อไป
- ผลกระทบ: Star Wars: The Rise of Skywalker 2019 ถูกสร้างขึ้นโดยเน้นเอาใจแฟน ๆ กลุ่มเดิมมากขึ้น ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงบางอย่าง เช่น การคืนชีพของ Emperor Palpatine และการลดบทบาทของแนวคิดใหม่ที่ถูกนำเสนอในภาคก่อน



แนวโน้มในอนาคต



แนวโน้มในอนาคตของการผลิตสื่อ ที่ขับเคลื่อนโดยพฤติกรรมผู้ชม





แนวโน้มในอนาคตของการผลิตสื่อที่ขับเคลื่อนโดย พฤติกรรมผู้ชม

- ในปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้ชมมีบทบาทสำคัญ ในการกำหนดทิศทางของการผลิตสื่อ และแนวโน้มในอนาคตจะทำให้ผู้ชมมีอิทธิพลมากขึ้นเรื่อย ๆ
- ด้วยเทคโนโลยีที่ช่วยให้สามารถ วิเคราะห์ข้อมูลได้ลึกซึ้งและแม่นยำยิ่งขึ้น ผู้ผลิตสื่อจึงต้องปรับตัวให้ทันกับความต้องการของตลาด เช่น
 - การผลิตเนื้อหาให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น
 - การใช้เทคโนโลยี AI และ Big Data เพื่อติดตามและคาดการณ์แนวโน้มความนิยม



แนวโน้มในอนาคตของการผลิตสื่อที่ขับเคลื่อนโดย พฤติกรรมผู้ชม

- รวมถึงเรื่องของกระบวนการผลิตสื่อ เช่น
 - การผลิตเนื้อหาที่มีความเฉพาะกลุ่มมากขึ้น สื่อจะถูกพัฒนาให้ตอบสนองกลุ่มผู้ชมที่หลากหลายขึ้น เช่น ซีรีส์ LGBTQ+, ภาพยนตร์แนวเอเชีย หรือสารคดีเฉพาะทาง
 - Metaverse และ VR/AR Content เทคโนโลยีเสมือนจริงจะทำให้ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมกับเนื้อหาในรูปแบบใหม่ เช่น การดูคอนเสิร์ตใน Metaverse
 - สื่อแบบ Interactive และเลือกตอนจบเองได้ เช่น Black Mirror: Bandersnatch ที่ให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการกำหนดเนื้อเรื่อง

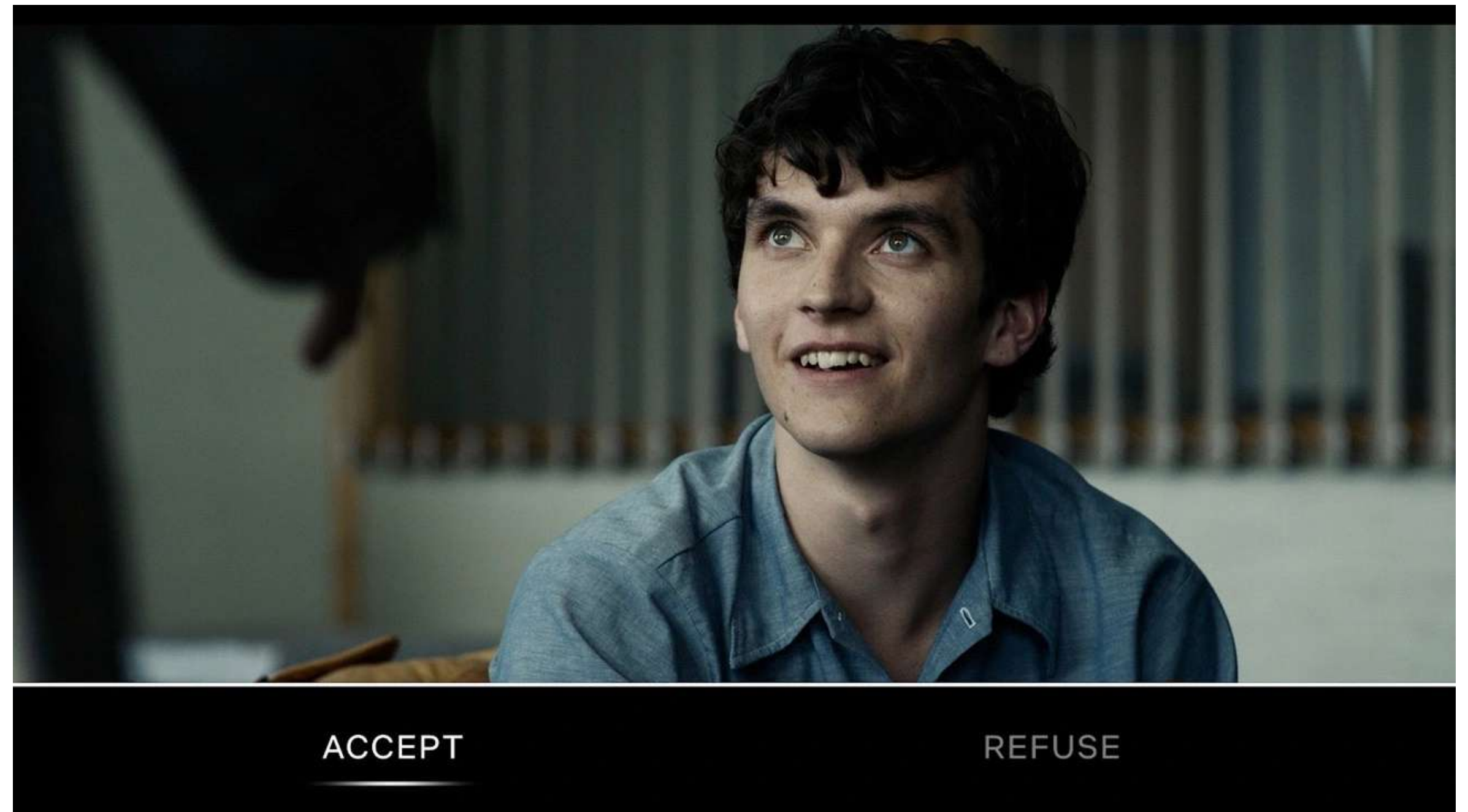
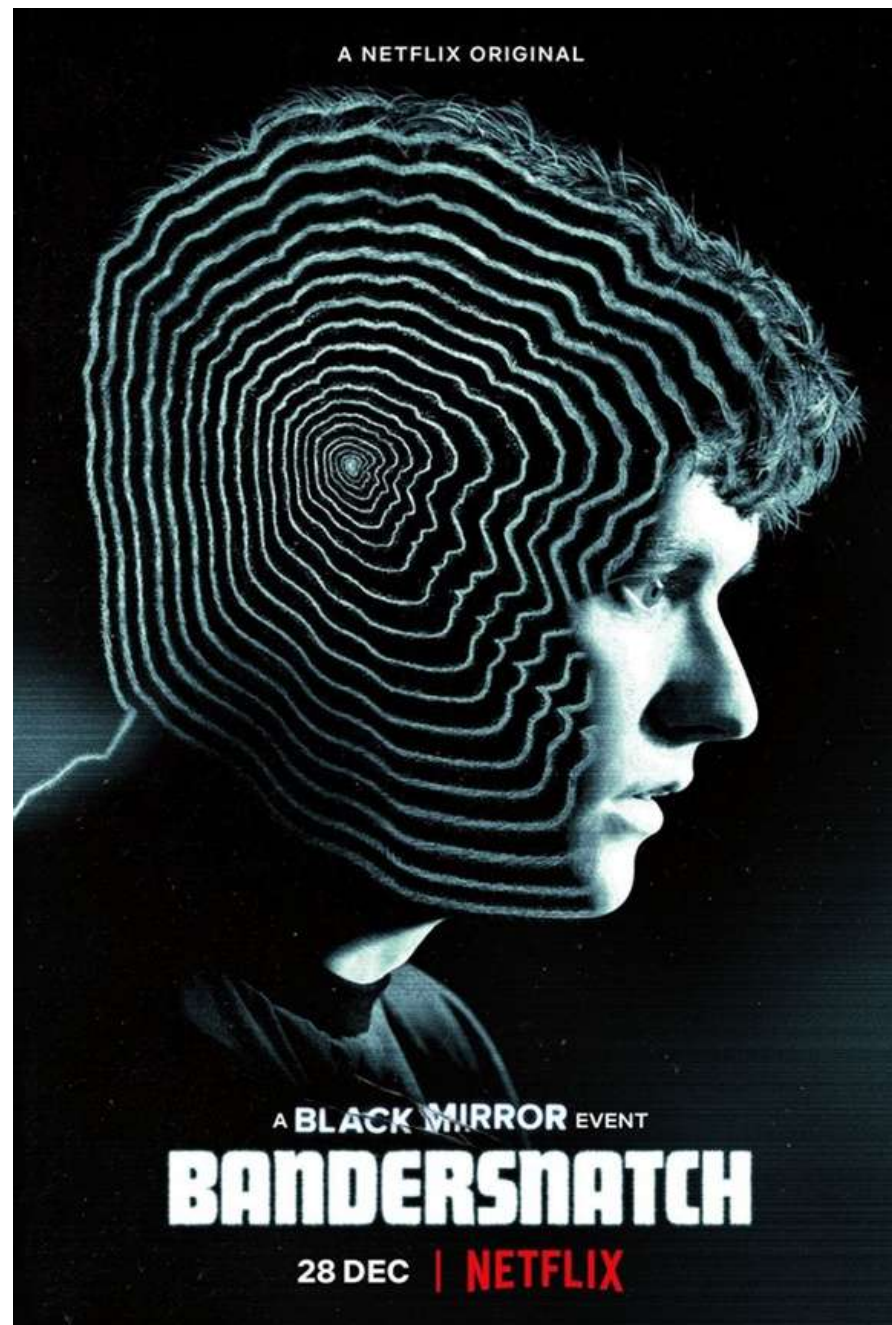
● ● ● การดูคอนเสิร์ตใน Metaverse

แนวโน้มในอนาคต



● ● ● Black Mirror: Bandersnatch

แนวนิยมในอนาคต





เราอาจกำลังเข้าสู่ยุคที่ผู้ชม
ไม่ได้เป็นแค่ผู้รับสาร
แต่เป็นผู้กำหนดเนื้อหาอย่างแท้จริง

