

หัวข้อศิลปนิพนธ์

การสร้างตัวตนบนโลกเสมือนจริง กับพฤติกรรมกรรมการ
บริโภคนสินค้าในเกม

ผู้เขียน

นางสาวณัฐมน อยู่คง

ปริญญา

ศิลปศาสตรบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรกฎ ใจรักษ์

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การสร้างตัวตนบนโลกเสมือนจริง ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสตรีมเมอร์ หรือ นักแคสท์เกม กับพฤติกรรมกรรมการแสดงออกและบริโภคนสินค้าภายในเกมผ่านคลิกวิดีโอของกลุ่มสตรีมเมอร์ ว่าสัมพันธ์และเกี่ยวข้องกับการสร้างตัวตนในโลกเสมือนจริงอย่างไร โดย ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการศึกษาตัวตนในโลกเสมือนจริง และการบริโภคสัญญาะมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูลของสตรีมเมอร์ ในการแสดงท่าทาง การกระทำ การถ่ายทอดตัวเองขณะเล่นเกม และการบริโภคนสินค้าภายในเกมที่ถูกแสดงขึ้นบนโลกเสมือนจริง ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการ สุ่มแบบไม่มีส่วนร่วมในกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง

ผลสรุปพบว่าตัวตนที่กลุ่มเป้าหมายสร้างขึ้นในโลกเสมือนจริงนั้น จะเป็นการแสดงท่าทางที่เกินจริง ในด้านของการกระทำ อารมณ์ การแสดงออกให้ดูตลก การพูดเรื่อง หรือทำตัวดูไม่มีสาระ และมีการใช้ภาษาหยาบคายเป็นปกติ โดยสตรีมเมอร์ชายจะมีการใช้คำหยาบมากกว่าสตรีมเมอร์หญิง กลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมกรรมการบริโภคนสินค้าในเกมที่ชัดเจน แต่กลุ่มเป้าหมายชายจะมีการบอกถึงราคา และการซื้ออย่างชัดเจนกว่ากลุ่มเป้าหมายหญิง กลุ่มเป้าหมายมีการเข้าถึงผู้ชมให้กดไลค์ และกดติดตามอยู่ตลอดเวลาในคลิกวิดีโอ และรายละเอียดในเว็บไซต์ ตัวตนบนโลกเสมือนจริง กลุ่มเป้าหมายมีการเปิดเผยหน้าตา ตัวตนชัดเจนในคลิกวิดีโอที่ทำการเล่นเกมและบนเว็บไซต์โซเชียลมีเดียต่างๆ กลุ่มผู้ชมส่วนใหญ่อยู่ในวัยเด็กจากการสังเกตการตอบกลับกับกลุ่มเป้าหมายที่มักมีคำว่า “พี่” แทนตนเอง ในสังคมนี้มีการใช้คำหยาบคาย และการเติมเงินเพื่อซื้อสินค้าภายในเกมทั้งรูปแบบที่ชัดเจน และไม่ชัดเจน โดยกลุ่มความสัมพันธ์ออนไลน์นี้ไม่ได้มีการตกแต่งหรือถึงความเหมาะสมในแต่ละบริบทของการบริโภคและการใช้ภาษาที่หยาบคาย กลุ่มผู้ชม และผู้ติดตามโดยส่วนใหญ่ของสังคมนี้เป็นกลุ่มในวัยเด็กส่งผลให้พฤติกรรมของนักแคสท์เกมเหล่านี้ มีผลต่อการประพฤติตัวของเด็กที่เป็นกลุ่มผู้ติดตาม ซึ่งก่อให้เกิดการเลียนแบบ และการสร้างความเข้าใจแบบผิดๆในการใช้ภาษา การใช้คำหยาบ และส่งเสริมให้บริโภคนสินค้าในเกมเกินความจำเป็น

จากข้อค้นพบในการศึกษาด้านเอกสารผู้วิจัยได้สร้างสรรค์ผลงานศิลปะแอนิเมชัน อินสตอเรชั่น “on” เพื่อสะท้อนปัญหาความขัดแย้งวิกฤตอัตลักษณ์ตัวตนของคนในยุคปัจจุบันที่ลุ่มหลงอยู่ในโลกของเกมออนไลน์

Thesis Title	The identity creating on a virtual world and behavior of consumption in online games.
Author	Miss. Nattamon Yookong
Degree	Bachelor of Fine Arts (Media Arts and Design)
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Korakot Jairak

ABSTRACT

Research The identity creating on a virtual world and behavior of consumption in online games aims to study the relationship between the streamer or game caster with behavior, expression and consumption of products within the game via the video clip of the streaming group that relates and involves the creation of their identity on a virtual world. The researcher has applied the theory of self-education in the virtual world and consumption of signs as a conceptual framework for data analysis including the streamer's representation, acting, and expressing themselves while playing games and the consumption of products within the game that were displayed on the virtual world. In the data collection process, the researcher chose to use the observation method without participation in the specific target group.

The study found that the identity which the target group created in the virtual world will be an exaggerated gesture in the areas of action, emotion, try to be funny, talking about or acting in vain and usually use vulgar language. The male streamers will use vulgar words more than female streamers. The target group has clear consumption behavior in the game but the male target group clearly told the price and purchase more than the female target group. The target group always repeated their audience to like and click to follow throughout the video clip and put the details of the website of their identity on the virtual world in the description of the video clip. The target group is clearly exposed their identity in video clips that they play games and on various social media sites. The majority of the audience is in a young age from observing the response from the target group to their followers that often use the word "elder" to refer to themselves. This society use impoliteness word and top-up to buy products in the games both obvious and unclear. This online relationship group does not have any warning or appropriateness in each context of consumption and the use of vulgar language. The audience and followers, mostly of this society, are a group in childhood which resulting the behavior of these game casters will affect the behavior of children who are followers that caused the imitation and creating misunderstandings in using