



บทบาทและอนาคตของวีทูปเบอร์ในประเทศไทย

Role & Future of VTuber in Thailand

ปียะพล รอดคำดี. สาขาวิชาสื่อสารการแสดงร่วมสมัย คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Piyapol Rodcumdee. Lecturer of Contemporary Performing Arts communication,

Faculty of Communication Arts Kasem Bundit University.

Email: piyapol.rod@kbu.ac.th

Received: 1 February 2024 ; Revised: 21 February 2024 ; Accepted: 22 February 2024

บทคัดย่อ

วีทูปเบอร์ หรือ เวอร์ช่วลยูทูปเบอร์ ได้รับความนิยมขึ้นมาในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในวัยรุ่นถึงวัยทำงานที่ชื่นชอบการ์ตูน เกม แอนิเมชัน เพลงและวัฒนธรรมญี่ปุ่น แต่เมื่อสถานการณ์การควบคุมโรคผ่อนคลายลง ทำให้ยอดการเข้าชมวีทูปเบอร์น้อยลงอย่างมาก วีทูปเบอร์จึงต้องมีการปรับบทบาทและการนำเสนอเพื่อให้เข้ากับบริบทในประเทศไทย บทความนี้จึงจะนำเสนอการวิเคราะห์การปรับบทบาทและแนวโน้มอนาคตของวีทูปเบอร์ในประเทศไทย

บทบาทของวีทูปเบอร์ในประเทศไทยถือเป็นช่องทางสำหรับวัยรุ่นถึงวัยเริ่มทำงาน ผู้ที่อยากเป็นนักพากย์ นักร้อง หรือนักแสดง ที่ยังไม่มีความมั่นใจในรูปร่าง หน้าตา หรือการแสดงต่อหน้าผู้คน เป็นอาชีพเสริมที่มีความเป็นส่วนตัวไม่ต้องแสดงตัวตน หรือหากได้รับความนิยมมากพออาจจะทำเป็นอาชีพหลักได้ อีกประการหนึ่งประเทศไทยยอมรับในความหลากหลายทางเพศ จึงเป็นช่องทางให้เกิดวีทูปเบอร์ที่มีความหลากหลายทางเพศเกิดขึ้นด้วย นอกเหนือจากผู้ผลิตเนื้อหาแล้ว ธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีความตื่นตัวขึ้นด้วยทั้งผู้ออกแบบตัวละคร อวตาร์ ผู้ทำภาพเคลื่อนไหว ผู้ทำเพลงประกอบ และผู้จัดการดูแลวีทูปเบอร์ วีทูปเบอร์ในประเทศไทยจึงมีบทบาทในการเพิ่มช่องทางในธุรกิจบันเทิงดิจิทัล คล้ายกับยูทูปเบอร์ แต่จะมีข้อจำกัดในการออกทำกิจกรรมในโลกความเป็นจริงบางกิจกรรมเท่านั้น

แนวโน้มอนาคตของวีทูปเบอร์ในประเทศไทยน่าจะมีอัตราการเปิดช่องใหม่ และการปิดช่องในอัตราที่ไล่เลี่ยกัน เจเนอเรชันต่าง ๆ น่าจะยังผลิตวีทูปเบอร์ออกมา แต่ผลิตรายใหม่ในจำนวนที่ไม่มากนัก วีทูปเบอร์จะมีบทบาทมากขึ้นในการเป็นฟรีเซนเตอร์ ให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทำงานในสายงานที่ใช้เสียงเป็นหลัก วีทูปเบอร์เพศชายและเพศทางเลือก อาจจะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น และได้รับความนิยมมากขึ้นตามกระแสซีรีส์วาย เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์น่าจะเข้ามามีบทบาทในการออกแบบตัวละครอวตาร์ ทำให้เวลาในการออกแบบและทำภาพเคลื่อนไหวใช้เวลาน้อยลง และถูกลง วีทูปเบอร์อาจจะมีบทบาทเข้าไปในสื่อที่ต้องการกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานตอนต้น ทั้งสื่อทางการศึกษา ประชาชนข่าวและการประชาสัมพันธ์แต่จะยังเน้นไปในสื่อบันเทิงเป็นหลัก

คำสำคัญ: วีทูปเบอร์, บทบาท, ประเทศไทย

Abstract

VTubers, or virtual YouTubers, gained significant popularity among Thai adolescents and young adults during the COVID-19 pandemic. This group of content creators utilizes virtual avatars to engage with audiences, often focusing on topics such as anime, games, music, and Japanese culture. However, as pandemic restrictions ease, viewership numbers for VTubers have declined substantially. To remain relevant in the Thai context, VTubers must adapt their roles and presentation strategies. This paper aims to analyze these necessary adjustments and explore the future prospects of VTubers in Thailand.

The role of VTubers in Thailand is a chance for teenagers and who is just beginning their career, which want to be voice actors, singers, or actors, who do not have enough confidence in their appearance or performing in front of people. It can be a part-time job that keep your privacy, does not require you to reveal your identity. And if it is success enough, it may be made into a main career. Moreover, Thailand accepts gender diversity, so it is a chance for VTubers with diverse genders. Apart from VTubers, related businesses are becoming more active with both avater designers, animators, composers, and talent managers. VTubers in Thailand therefore play a role in increasing channels in the digital entertainment business, which is similar to Youtubers, but there will be some real – world activities that VTubers can't do.

The future trend of VTubers in Thailand will have the rate of opening new channels and closing channels at the same rate. Agencies will still produce VTubers, but in small numbers. VTubers will be presenters for various products and working on audio – based fields. Male VTuber and third gender VTuber, there may be increase in numbers and has become more popular according to the Boy love series trend. Artificial intelligence technology will be a bigger role in designing avatar characters and will makes design and animation process quicker and cheaper. VTubers may be a role in media targeting teenagers to young adult, such as educational media, news and public relations but will still focus mainly on entertainment media.

Keywords: VTuber, role, Thailand

บทนำ

หลังจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือในช่วงที่มีการระบาดมีการใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทั่วโลก ทั้งเพื่อการทำงาน การเรียน และการบันเทิง โดยใน เดือนมกราคม พ.ศ.2562 ที่เริ่มมีการระบาด ประเทศไทยมีผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตประมาณ 47.5 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก เดือนมกราคม พ.ศ.2561 ประมาณ 5.5 ล้านคน หรือคิดเป็น 15.8 % และเดือนมกราคม พ.ศ.2563 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 55.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก เดือนมกราคม พ.ศ.2562 ประมาณ 8.1 ล้านคนหรือคิดเป็น 17 % แต่เมื่อสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 ลดลง ในมกราคม พ.ศ.2566 มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตประมาณ 61.2 ล้านคน เพิ่มขึ้นจาก เดือนมกราคม พ.ศ.2565 เพียง 1 แสนคนหรือคิดเป็น 0.2 % (Kemp, 2023) ซึ่งจะเห็นได้ว่าหลังจากสถานการณ์การควบคุม โรคโควิด-19 ผ่านคลายลง การเพิ่มขึ้นของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ส่งผลให้ธุรกิจที่พึ่งพา ผู้เข้าใช้อินเทอร์เน็ตที่เคยเติบโตอย่างมากในช่วง 1 – 2 ปีก่อนหน้าจำเป็นต้องปรับตัวอย่างมาก วิทูเบอร์ (VTuber) หรือ เวอร์ชวลยูทูเบอร์ (Virtual YouTuber) ซึ่งได้รับความนิยมขึ้นมาในช่วงที่มีการระบาดของโรคโควิด-19 จนเมื่อสถานการณ์การควบคุมโรคผ่านคลายลง วิทูเบอร์ต้องประสบกับจำนวนยอดผู้ชมที่ลดลงอย่างมาก

ซึ่งสำหรับในประเทศไทยนั้นเป็นกระแสอยู่ในกลุ่มเยาวชนและวัยรุ่น ที่ชื่นชอบแอนิเมชัน (Animation) เกม (Games) นักร้องไอดอล (Idol) และวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ซึ่งในวงการวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์มีการศึกษาและวิจัยไม่มากนัก เนื่องจากเป็นสิ่งที่ค่อนข้างใหม่และจำกัดตัวอยู่ในวงแคบ จึงเป็นที่น่าสนใจว่าบทบาทของวิทูบเบอร์ในประเทศไทยในปัจจุบันนั้น มีการปรับตัวกันอย่างไรและจะมีแนวโน้มต่อไปในอนาคตเช่นไร

ในบทความนี้รวบรวมข้อมูลจากสถิติ บทความ วิจัย วิทยานิพนธ์ และเว็บไซต์ต่าง ๆ ทั้งในต่างประเทศและในประเทศ โดยนำเสนอในประเด็น ที่มาและความสำคัญ วิทูบเบอร์ในประเทศไทย อาชีพที่เกี่ยวข้องกับวิทูบเบอร์ สถานะของวิทูบเบอร์ในประเทศไทย วิทูบเบอร์กับการสังกัดค่าย และปัญหาของวิทูบเบอร์ในประเทศไทย แล้วจึงวิเคราะห์ข้อมูลเป็นบทบาทและอนาคตของวิทูบเบอร์ในประเทศไทย และเสนอแนะข้อแนะนำเพื่อการศึกษาต่อยอดต่อไปในอนาคต

ที่มาและความสำคัญ

ยูทูบ (YouTube) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ประเภทผู้ให้บริการวิดีโอออนไลน์ (Online Video) ที่มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยเปิดให้บริการเมื่อ พ.ศ.2548 และถูกบริษัทกูเกิล (Google) เข้าซื้อกิจการในปีถัดมา โดยช่วงเริ่มต้นมีเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน ร้องเพลง เล่นดนตรี และเล่นเกมต่าง ๆ ซึ่งถ่ายทำติดต่อกันหมดด้วยตัวเอง มีคุณภาพไม่สูงนัก แต่ปัจจุบันเติบโตจนกลายเป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทบริการวิดีโอออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุด และเข้าถึงคนทั่วโลก (Statista, 2023) จากสถิติพบว่าจำนวนผู้ใช้งานจากทั่วโลกมีการเติบโตจาก พ.ศ.2562 มียอดผู้ใช้งานประมาณ 532.61 ล้านคน เป็น 785.39 ล้านคน ใน พ.ศ.2565 และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 1131.42 ล้านคน ใน พ.ศ.2571 (Degenhard, 2023)

จากการเติบโต และการพัฒนาบริการของยูทูบที่เพิ่มการแพร่ภาพสด หรือสตรีมมิง (Streaming) ทำให้สื่อต่าง ๆ ต้องขยายช่องทางมาเปิดในยูทูบ ทั้งสื่อขนาดใหญ่อย่าง CNN BBC หรือ สื่อใหญ่ของไทยอย่าง Workpoint Thairath ThaiPBS เป็นต้น นอกจากนี้ผู้ผลิตสื่ออิสระ บริษัทขนาดเล็ก หรือผู้ผลิตเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม ได้ประโยชน์จากคัดกรองเนื้อหาเพื่อนำเสนอต่อผู้ชมแต่ละคนของยูทูบ ทำให้มีฐานผู้ชมมากพอที่จะสร้างรายได้จากโฆษณาของยูทูบต่อการชมแต่ละครั้ง จึงเกิดยูทูบเบอร์ (YouTuber) หรือผู้ผลิตเนื้อหาเพื่อนำเสนออยู่ในยูทูบเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

ยูทูบเบอร์นั้นถูกเรียกด้วยลักษณะการทำงานด้วยหลากหลายชื่อด้วยกัน เช่น คอนเทนต์ครีเอเตอร์ (Content Creator) หรือผู้สร้างสรรค์เนื้อหา อินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) หรือผู้ทรงอิทธิพลในการสื่อสารซึ่งทำให้ผู้ชมคล้อยตามในเรื่องต่าง ๆ เช่น การใช้สินค้า การดำเนินชีวิต การแต่งหน้า การแต่งตัว ฯลฯ ต่อมาใน พ.ศ.2559 ได้ปรากฏคำใหม่ที่ยูทูบเบอร์ผู้หนึ่งใช้เรียกตัวเองว่า “วิทูบเบอร์” หรือ “เวอร์ช่วลยูทูบเบอร์” โดยยูทูบเบอร์ผู้นี้ไม่ได้ใช้รูปร่างหน้าตาของเธอเองนำเสนอในวิดีโอ แต่ใช้เครื่องจับการเคลื่อนไหวของร่างกาย เพื่อแสดงผลออกมาเป็นตัวละครการ์ตูนญี่ปุ่น หรือที่เรียกกันว่าอนิเมะ (Anime) (ซึ่งย่อมาจากคำว่า แอนิเมชัน (Animation)) แบบ 2 มิติ และ 3 มิติ หรือที่เราเรียกกันทั่วไปเป็นอวตาร (Avatar) แทนตัวเรา ยูทูบเบอร์ผู้นี้คือ คิซึนะ ไอ (Kizuna Ai) (Davey, 2019) ยูทูบเบอร์ที่ใช้เครื่องจับการเคลื่อนไหวเพื่อแสดงภาพเป็นอวตารแทนนั้น คิซึนะ ไอ ไม่ใช่คนแรก แต่รายอื่น ๆ ก่อนหน้านี้ยังไม่มีคำเรียกที่ชัดเจน ส่วนใหญ่เป็นยูทูบเบอร์ที่ทำคนเดียว หรือมีทีมงานขนาดเล็ก และไม่มีเครื่องจับการเคลื่อนไหวที่ดีนัก จึงทำให้คุณภาพของการเคลื่อนไหวที่ตอบสนองเมื่อถ่ายทอดสดกับตัวยูทูบเบอร์ดูไม่ลื่นไหล แต่ คิซึนะ ไอ นั้นมีทีมงานขนาดใหญ่ และการวางแผนงานมาอย่างดี ทั้งช่องทางในโซเชียลมีเดียอื่น ๆ เพื่อสร้างตัวตนเสมือน เช่น Twitter Facebook Twitch เป็นต้น การออกแบบตัวละครที่น่ารักเหมือนนักร้องประเภทไอดอลของญี่ปุ่น (Japanese Idol) และมีเครื่องจับการเคลื่อนไหวที่ดี สามารถเคลื่อนไหวได้ทั้งตัวรวมถึงนิ้วมือทั้งหมด จึงทำให้เธอมียอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ในปัจจุบันเธอมีผู้ติดตามในยูทูบประมาณ 3 ล้านคน (YouTube, n.d.) เธอได้ร่วมงานกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการประชาสัมพันธ์ให้คนมาท่องเที่ยวญี่ปุ่น (Japan National Tourism Organization: JNTO) ใน พ.ศ.2561 และเคยออกคอนเสิร์ตใหญ่ทั้งในญี่ปุ่นและอเมริกามาแล้วใน พ.ศ.2564

จากปรากฏการณ์ของ คิซึนะ โอ นั้นทำให้เกิดวิทูบเบอร์ขึ้นมากมาย หลากหลายประเภท และกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ ที่ทำเงินทั้งจากยอดการชมของยูทูบ การสมัครสมาชิก การขายสินค้า เกม การ์ตูน ฯลฯ นอกจากนี้ยังมี ซูเปอร์แชต (Super Chat) เป็นการจ่ายเงินสนับสนุนสำหรับผู้ที่เป็นสมาชิก ในขณะที่ถ่ายทอดสด ผู้ที่จ่ายเงินสนับสนุนตามจำนวนที่กำหนด ข้อความที่พิมพ์เข้าไปจะขึ้นแถบสีตามจำนวนเงิน และแสดงยอดเงินที่จ่ายไป อูรุฮา รูเซีย (Uruha Rushia) ส่งกัศมาย โฮโลไลฟ์ (Hololive) เคยทำสถิติรายได้จากซูเปอร์แชต 1.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 59.1 ล้านบาท) เมื่อรวมกับรายได้จากการขายสินค้า การสนับสนุนสินค้า และอื่นๆ รวมเป็นเงิน 3.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 111.3 ล้านบาท) ใน พ.ศ.2564 (Bilal, 2022) บริษัทที่ใหญ่ที่สุดที่ครองตลาด มีวิทูบเบอร์ที่มีอิทธิพลที่สุดปัจจุบัน คือ โฮโลไลฟ์ และ 1 ในสมาชิกสามารถทำยอดผู้ติดตามได้มากกว่า คิซึนะ โอ ได้คือ แกว์ กูรา (Gawr Gura) โดยมีผู้ติดตาม 4.42 ล้านคน (YouTube, n.d.) ทั้งที่เพิ่งเปิดตัวในวันที่ 16 กรกฎาคม 2563 จากกระแสความนิยมนี้ทำให้เกิดวิทูบเบอร์ขึ้นในหลากหลายรูปแบบ และในหลายประเทศ ความนิยมของวิทูบเบอร์นั้นยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง

วิทูบเบอร์ในประเทศไทย

ในประเทศไทยช่วงแรกที่กระแสความนิยมวิทูบเบอร์เริ่มเข้ามา ทำให้เกิดวิทูบเบอร์อิสระขึ้นจำนวนหนึ่ง จนเริ่มมีผู้ลงทุนทางสายเทคโนโลยีเข้ามาลงทุนทำเป็นไอดอลเอเจนซี (Idol Agency) เหมือนอย่างที่ญี่ปุ่น ชื่อว่า “โพลีกอนโปรเจกต์” (Polygon Project) ซึ่งเป็นการรวมตัวกันของ 4 บริษัทด้วยกัน คือ เคพีคอมมิคส์ (KP Comics) ชิน - เอ เซอร์วิส (Shin – A Service) การ์เดียนแองเจิลเอไอ (Guardian Angel A.I.) และโพลีกอนออฟฟิเชียล (Polygon Official) เปิดตัวกลุ่มวิทูบเบอร์หญิง รุ่น 0 กับ รุ่น 1 ในช่วงกลาง พ.ศ.2563 และเปิดตัวรุ่น 2 ในช่วงกลาง พ.ศ.2566 (Facebook, n.d.) รวมสมาชิกทั้งหมด 11 คน เอเจนซีที่เปิดตัวต่อมาคือ “พิกเซลลาโปรเจกต์” (Pixela Project) เปิดตัวรุ่น 1 เมื่อวันที่ 4 มีนาคม พ.ศ.2564 และเปิดตัวรุ่นน้องตามมาอีก 3 รุ่นด้วยกัน มีสมาชิกทั้งหมด 23 คนเป็นผู้หญิงทั้งหมด (Fandom, n.d.) เอเจนซีอื่น ๆ เช่น เวอร์ซอลเซเวน (Virtual Zeven) รวมตัวกันจากวิทูบเบอร์อิสระหลากหลายเพศ มีสมาชิก 9 คน (Facebook, n.d.) อีกกลุ่มคือ “อัลกอริทึมโปรเจกต์” (Algorithm Project) เป็นกลุ่มวิทูบเบอร์หลากหลายทางเพศ มีสมาชิก 30 คน (ALGORHYTHM PROJECT, n.d.) นอกจากนั้น ยังมีค่ายอื่นที่มีจำนวนวิทูบเบอร์ไม่มาก เช่น วีเทอรี (Vtory) แมนีวีโปรเจกต์ (ManyVProject) และ ไวส์ไลฟ์ (WISLIVE) เป็นต้น

อาชีพที่เกี่ยวข้องกับวิทูบเบอร์

วิทูบเบอร์นั้นเปิดช่องทางใหม่ให้กับผู้คนหลากหลายอาชีพ คนที่จะมาสวมบทเป็นวิทูบเบอร์นั้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ทำงานประจำใช้เสียงมาก่อน เช่น นักพากย์ นักร้อง และผู้ประกาศ เป็นต้น ค่ายวิทูบเบอร์ที่ประกาศรับสมัครวิทูบเบอร์ มักจะใช้เกณฑ์ว่าเพศชาย เพศหญิง หรือเพศทางเลือก อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เท่านั้น และคัดเลือกผู้ที่มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ และมีเสน่ห์ ในการใช้เสียง แต่ส่วนหนึ่งก็ต้องไม่ได้แก่เกินไปที่จะไม่รู้เรื่องศัพท์ต่าง ๆ ของวัยรุ่นในอินเทอร์เน็ต หรือเรื่องที่กำลังเป็นที่สนใจของกลุ่มผู้ชมของตัวเอง โดยจะเรียกกันว่า “ทาเลนต์” (Talent) หรือศิลปิน เพราะลักษณะรายการของวิทูบเบอร์ นอกจากจะ เล่นเกมส์ ร้องเพลง และพากย์เสียงแล้ว บางคนยังมีความสามารถในการวาดรูป (การ์ตูนญี่ปุ่น) ทำอาหาร หรือเต้นอีกด้วย

นอกจากผู้ที่สวมบทบาทเป็นวิทูบเบอร์ ยังต้องมีผู้เชี่ยวชาญอาชีพต่าง ๆ ประกอบกันขึ้นเป็นวิทูบเบอร์ คือ 1) ผู้ออกแบบตัวละครอวตาร คือนักวาดการ์ตูนซึ่งทำงานร่วมกับวิทูบเบอร์ในการออกแบบ ให้สอดคล้องกับบุคลิกของผู้สวมบทเป็นวิทูบเบอร์ 2) ผู้ทำให้ตัวละครเคลื่อนไหว คือการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สร้างตัวละครขึ้นมาจากผู้ออกแบบตัวละคร ซึ่งอาจจะ 2 มิติ หรือ 3 มิติ แล้วแต่ความต้องการและทุนทรัพย์ของผู้จ้าง ถ้าเป็น 2 มิติ จะใช้อุปกรณ์จับความเคลื่อนไหวน้อยกว่า ถ้า 3 มิติ จะใช้อุปกรณ์จับความเคลื่อนไหวทั้งตัว ราคาสูง และยังต้องใช้คอมพิวเตอร์ประสิทธิภาพสูงถึงจะได้ภาพที่เคลื่อนไหวได้อย่างไหลลื่น และ 3) ผู้ทำเพลงประกอบ คือผู้ที่แต่งเพลงประกอบให้เข้ากับบุคลิกของวิทูบเบอร์ในการทำรายการสดออนไลน์

มากไปกว่านั้นหากเป็นค่ายใหญ่จะมีผู้จัดการประจำตัววีทูปเบอร์เพื่อจัดการดูแล ควบคุม ใช้งาน และจัดการเรื่องต่างๆ ให้วีทูปเบอร์ ซึ่งการเกิดขึ้นของวีทูปเบอร์ทำให้เกิดงานขึ้นหลายตำแหน่ง หลังจากวิกฤตการระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้มีผู้ตกงานมากมาย จึงเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้หลายคนมีงานทำในช่วงวิกฤตจนถึงปัจจุบัน

สถานะของวีทูปเบอร์ในประเทศไทย

จากเว็บไซต์ “ไทยวีทูปเบอร์ไดเรกทอรี” (Thai Vtubers Directory) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่เก็บรวบรวมข้อมูลของวีทูปเบอร์ที่เป็นคนไทย โดยตัววีทูปเบอร์ต้องไปลงทะเบียนเพื่อให้เว็บไซต์ดึงข้อมูลจากยูทูปไปแสดงในเว็บไซต์และหากลงข้อมูลไปแล้วไม่มีการเคลื่อนไหวภายใน 60 วัน จะโดนลบข้อมูลออกไป ปัจจุบันตามข้อมูลในเว็บไซต์นั้นปรากฏช่องของวีทูปเบอร์ไทย ทั้งหมด 430 ช่อง (สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม พ.ศ.2567) (Thai VTubers Directory, n.d.) ลดลงจากปีที่แล้ว (พ.ศ.2566) ซึ่งมีจำนวน 737 ช่อง (VtuberThainfo, n.d.) ลดลงถึง 307 ช่อง ซึ่งคิดเป็น 41.65% เป็นเพศหญิง 286 ช่อง เพศชาย 118 ช่อง เพศทางเลือก 14 ช่อง และพวกกลุ่มพิเศษคือ หญิงในร่างชาย 6 ช่อง ชายในร่างหญิง 4 ช่อง และเป็นคู่ 2 ช่อง โดยคิดเป็น 66.5% 27.4% 3.3% 1.4% 0.9% และ 0.5% ตามลำดับ แต่แม้จะบอกว่าตัวเองเป็นเพศอะไร หรือแสดงให้ว่าเป็นเพศอะไร โดยส่วนใหญ่แล้ววีทูปเบอร์จะมีวัฒนธรรมที่คล้ายนักร้องไอดอล คือจะไม่แสดงว่าตัวเองเป็นเพศอะไรที่ชัดเจน และจะไม่แสดงตัวตนว่ามีคู่หรือคบกับใครอยู่ เพื่อไม่ให้เกิดตลาดของคนดูตัวเองแคบ แต่ในประเทศไทยก็มีวีทูปเบอร์พิเศษบางกลุ่มที่แสดงรสนิยมทางเพศอย่างชัดเจน แล้วยังได้รับความนิยมสูง อย่างเช่น เฮย์ ซอลลี ที่เป็นเพศทางเลือก เป็นต้น

ช่วงเวลาที่เปิดช่องใน พ.ศ.2567 มี 1 ช่อง พ.ศ.2566 มี 48 ช่อง พ.ศ.2565 มี 122 ช่อง พ.ศ.2564 มี 139 ช่อง พ.ศ.2563 มี 57 ช่อง พ.ศ.2562 มี 11 ช่อง และ ตั้งแต่ก่อน พ.ศ.2561 มี 49 ช่อง จะเห็นว่าช่วงที่มีการเปิดตัวช่องวีทูปเบอร์มากที่สุดคือ พ.ศ.2564 และ พ.ศ.2565 ซึ่งเป็นช่วงกลาง และปลายของสถานการณ์ควบคุมโรคโควิด-19 อีกประการหนึ่งมีวีทูปเบอร์บางช่องที่ใช้ช่องที่เปิดไว้เดิม มาทำเป็นวีทูปเบอร์เพื่อจะได้ยอดผู้ติดตามเดิมมาด้วย ประมาณ 10%

ในส่วนการสังกัดค่าย ส่วนใหญ่จะเป็นวีทูปเบอร์อิสระ ส่วนค่ายที่มีวีทูปเบอร์มากที่สุดคือ อัลกอริทึมโปรเจกต์ อันดับที่ 2 คือ พิกเซลลาโปรเจกต์ และอันดับที่ 3 คือ โพลีกอนโปรเจกต์ ค่ายวีทูปเบอร์ที่มีจำนวนรองๆ ลงมา มีสมาชิกไม่ถึง 10 คน วีทูปเบอร์ที่มียอดผู้ติดตามสูงในอันดับต้น ๆ นั้น เป็นวีทูปเบอร์ที่สังกัดค่ายแทบทั้งหมด ดังเช่นตามตารางนี้

อันดับ	ชื่อช่อง	เพศ	เปิดช่องเมื่อ	สังกัด	ยอดผู้ติดตาม
1.	Aisha Channel	หญิง	22 ก.ค. 2562	Polygon	5.31 แสนคน
2.	Dacapo Channel	ชาย	29 ม.ค. 2566	Algorithm	3.53 แสนคน
3.	H2Ri 07	หญิง	11 พ.ย. 2563	Virtual Zeven	3.41 แสนคน
4.	Baabel Channel	ชาย	7 ก.พ. 2566	Algorithm	2.20 แสนคน
5.	Schneider Channel	ชาย	29 ม.ค. 2566	Algorithm	2.18 แสนคน
6.	Hey Solly	ทางเลือก	14 ส.ค. 2564	Vtory	2.10 แสนคน
7.	Evalia Channel	หญิง	18 ม.ค. 2564	Algorithm	2.10 แสนคน
8.	Lalibah Channel	หญิง	5 เม.ย. 2564	ManyVProject	2.03 แสนคน
9.	Draki Kona Channel	หญิง	22 ส.ค. 2564	Pixela	1.87 แสนคน
10.	Hinabe Hongfei Channel	หญิง	27 ม.ค. 2564	Pixela	1.30 แสนคน

(Thai VTubers Directory, n.d.)

หากพิจารณาจากตารางนี้จะเห็นว่าทั้งหมดเปิดช่องมาได้ประมาณ 4 – 5 ปี และทั้งหมดมีค่ายสังกัดเป็นเพศหญิง และเพศทางเลือกที่เปิดมาก่อน พ.ศ.2564 แต่มีวิทูเบอร์เพศชายอยู่ 3 คนที่เพิ่งเปิดช่องเมื่อปีที่แล้ว ได้อันดับ 2, 4 และ 5 ซึ่งอาจจะเป็นเพราะกระแสความนิยมนักแสดงชายแบบซีรีส์วาย จึงทำให้ความนิยมของวิทูเบอร์เพศหญิงที่มีมากในตลาด ถูกวิทูเบอร์เพศชายเริ่มเพิ่มความนิยมเข้ามาใกล้เคียงกัน ส่วน เฮย์ ซอลลี ที่เป็นเพศทางเลือก ที่มีจำนวนน้อยมากในตลาด แต่ยังได้รับความนิยมจนมาติด 10 อันดับต้น แสดงว่ามีการผลิตเนื้อหาที่สร้างความนิยมได้มาก

วิทูเบอร์กับการสังกัดค่าย

วิทูเบอร์กับการสังกัดค่ายนั้น ค่อนข้างไม่เข้ากับนิสัยการทำงานของวัยรุ่นในสมัยนี้มากนัก วิทูเบอร์อิสระจึงมีจำนวนมาก การมีสังกัดค่ายนั้นจะมีข้อกำหนดมากมาย แล้วแต่ทางค่ายกับวิทูเบอร์จะตกลงสัญญากันอย่างไร เช่น ต้องจัดรายการสัปดาห์ละกี่ครั้ง ต้องไปออกงานตามที่ค่ายกำหนดเท่านั้น เป็นต้น คล้ายกับกลุ่มนักร้องไอดอล แต่ข้อดีก็คือทุนในการสร้างงาน อุปกรณ์ในการผลิต ที่งาน ถ่ายทำ ติดต่อ อุปกรณ์จับความเคลื่อนไหว การประชาสัมพันธ์ช่อง หรือแม้กระทั่งความยุ่งยากเกี่ยวกับกฎหมาย ลิขสิทธิ์ที่ทุกวันนี้ยูทูบเข้มงวดขึ้นมาก แต่ทางกลับกันด้วยทุนในการสร้างวิทูเบอร์ที่มีศักยภาพสูงนั้น ต้องลงทุนมาก จึงทำให้หลายค่ายต้องปิดตัวลงไปภายหลังจากการผ่อนคลายมาตรการการควบคุมโรคโควิด-19 ในวันที่ 23 มิถุนายน 2565 (ข้อกำหนด ออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนด การบริหารราชการ ในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548, 2565) ทำให้ยอดการใช้อินเทอร์เน็ตต่ำลง ผู้ชมน้อยลง รวมถึงเศรษฐกิจที่ถดถอยจากผลกระทบจากสงครามและเศรษฐกิจโลก ทำให้ยอดการบริจาจาคับกับตัววิทูเบอร์น้อยลงไปอีก ลักษณะการเปิดตัวของค่ายวิทูเบอร์ในช่วง พ.ศ.2563 – 2565 ที่เปิดตัวครั้งละ 4 – 5 ช่อง จึงปรับเปลี่ยนเป็น 1 – 3 คน หรือเป็นวิทูเบอร์อิสระที่ใช้ต้นทุนต่ำเปิดช่องด้วยตัวเองมากขึ้น ในพ.ศ.2566 ดังที่ได้กล่าวไปแล้ว

ปัญหาของวิทูเบอร์ในประเทศไทย

ในส่วนของปัญหาที่วิทูเบอร์พบเจอกันทั่วโลก และวิทูเบอร์ในประเทศไทยเองก็ประสบเช่นเดียวกันคือ การที่ผู้ชมพยายามเปิดเผยข้อมูลตัวตนที่แท้จริงของวิทูเบอร์ ซึ่งในประเทศญี่ปุ่นนั้นวิทูเบอร์มีชื่อเสียงเทียบเท่า หรือมากกว่านักร้องไอดอลเลยทีเดียว ทำให้หากมีการเปิดเผยข้อมูลที่แท้จริงของวิทูเบอร์ อาจมีผู้ติดตามที่คลั่งไคล้มาก ๆ ติดตาม หรือที่เรียกกันว่า “สต็อกเกอร์” (Stalker) ค้นหาที่อยู่และไปหาถึงที่พัก ดังเช่น วันที่ 23 พฤษภาคม 2559 มายู โทมิตะ นักร้องไอดอล สังกัดวงเซเคร็ต เกิร์ลส์ ถูกสต็อกเกอร์ติดตามในขณะที่เดินทางไปขึ้นคอนเสิร์ตที่ซานเมืองกรุงโตเกียว และใช้มีดแทงกว่า 20 แผล อาการโคม่า (ไทยรัฐออนไลน์, 2559) เหตุการณ์เหล่านี้เกิดขึ้นกับดารานักแสดง และนักร้องของญี่ปุ่นบ่อยครั้ง การปกปิดข้อมูลส่วนตัวของวิทูเบอร์ในญี่ปุ่นจึงมีความสำคัญมาก แต่สำหรับในประเทศไทยนั้น เกิดคดีเกี่ยวกับสต็อกเกอร์น้อยกว่าในญี่ปุ่น จึงไม่จริงจิงเท่าในญี่ปุ่นแต่การถูกเปิดเผยข้อมูลของวิทูเบอร์ ก็ทำให้เสน่ห์ของวิทูเบอร์ลดลงไป เนื่องจากตัวบุคคลที่สวมบทบาทเป็นวิทูเบอร์นั้น ตัวจริงอาจจะไม่ได้ดี หรืออาจมีความคิดทางการเมือง ความเชื่อและศาสนาที่อาจทำให้ผู้ติดตามไม่ชื่นชอบ จึงเป็นสาเหตุที่เมื่อวิทูเบอร์ถูกเปิดเผยข้อมูลแล้ว ในบางกรณีจำเป็นต้องปิดช่องหรือยุติบทบาทไป ส่วนปัญหาการทำงานนั้นก็ใกล้เคียงกับปัญหาการทำงานในบริษัทของวัยเริ่มทำงานในอายุต้น 20 ปี มีอัตราการเปลี่ยนงานบ่อย ความไม่มีระเบียบวินัยในการทำงาน และมีความผิดพลาดในการทำงานบ่อยครั้ง

ในอีกทางหนึ่งปัญหาต่อผู้ชมเอง จะสังเกตได้จากคลิปวิดีโอที่มียอดรับชมสูง ๆ มักจะเป็นคลิปที่วีทูปเบอร์พูดคำหยาบ พูดสองแง่สามง่าม หรือตัวอวทาร์ของวีทูปเบอร์ที่มีการออกแบบให้มีรูปร่างที่เี้ยวยาว และเสื้อผ้าที่เปิดเผยร่างกาย หรือรูปมาก ๆ ลักษณะเหล่านี้เป็นลักษณะตามอย่างวีทูปเบอร์ในประเทศญี่ปุ่น นอกจากนี้ตัววีทูปเบอร์จะมีรายการสดของตัวเองแล้ว ยังมีวีทูปเบอร์บางกลุ่มที่เรียกว่า “คลิปเปอร์” (Clipper) ที่รวบรวมตัดคลิปวิดีโอเฉพาะช่วงที่ได้รับความนิยม ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นวีทูปเบอร์แสดงความรุนแรงทางภาษา พูดหยาบคาย พูดเกี่ยวกับเรื่องเพศ หรือให้อวทาร์ของตัวเองแสดงท่าทางที่ยั่วยวนทางเพศ วีทูปเบอร์ไทยบางคนก็ยังตัดคลิปช่วงนั้นของตัวเองไว้ในช่องของตัวเองด้วย แม้วีทูปเบอร์จะมีมาตรการการตรวจสอบเกี่ยวกับเรื่องเพศ และภาษาอยู่ แต่ก็มีก๊วนเล็ดลอดหรือทำให้หมิ่นเหม่อยู่เสมอ ซึ่งในความเป็นจริงก็ไม่ได้มีปัญหาแค่ในวงการวีทูปเบอร์เท่านั้น แต่วีทูปเบอร์ปกติก็มีพฤติกรรมเหล่านี้เป็นบางส่วนเช่นเดียวกัน จึงเป็นปัญหาที่ผู้ชมที่ยังเป็นผู้เยาว์สามารถเข้าถึงช่องเหล่านี้ได้ หรือผู้ชมที่เป็นวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานตอนต้นก็จะได้รับชมแบบอย่างที่ไม่เหมาะสมด้วย

บทบาทของวีทูปเบอร์ในประเทศไทย

จากข้อมูลข้างต้นวีทูปเบอร์ในประเทศไทยนั้นมีลักษณะที่กำลังปรับตัว ทั้งจากเรื่องยอดการเข้าถึงที่ลดลงหลังการผ่อนคลายมาตรการป้องกันโรคโควิด-19 ทั้งลักษณะตลาดในประเทศไทยที่แตกต่างจากญี่ปุ่น และเศรษฐกิจที่กำลังถดถอยทั่วโลก ซึ่งแน่นอนว่าไม่อาจที่จะใช้รูปแบบเดียวกับของญี่ปุ่น แล้วจะประสบความสำเร็จเช่นเดียวกันได้ แต่บทบาท ณ ขณะนี้นั้นยังเน้นไปที่การเป็นช่องทางให้กับวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานตอนต้นที่จะเข้ามาในวงการของวีทูปเบอร์ ทั้งมาเป็นวีทูปเบอร์ ผู้ออกแบบตัวละครอวทาร์ ผู้สร้างภาพเคลื่อนไหว ผู้ทำเพลงประกอบ หรือผู้จัดการดูแลวีทูปเบอร์ ยิ่งไปกว่านั้นวีทูปเบอร์ไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตน โดยส่วนใหญ่จึงทำเป็นอาชีพเสริม โดยเฉพาะในประเทศไทยที่วีทูปเบอร์ยังเป็นที่รู้จักในกลุ่มน้อย ทำให้ไม่จำเป็นต้องไลฟ์บ่อยครั้ง หรือมีตารางงานที่แน่นเหมือนวีทูปเบอร์ในญี่ปุ่น จึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการหารายได้ นอกจากการทำงานหลัก

อีกประการหนึ่งวีทูปเบอร์เป็นตลาดงานที่รองรับ ผู้ที่อยากเป็นนักแสดง นักพากย์ นักร้อง ที่ยังไม่มั่นใจในหน้าตา รูปร่าง หรือการออกแสดงในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งในปกติคนเหล่านี้อาจจะยังอยู่ในวัยเรียน หรือเพิ่งจบมหาวิทยาลัย และเริ่มทำงานได้ไม่นาน การที่ได้เป็นวีทูปเบอร์เหมือนเป็นการฝึกซ้อมที่เป็นอาชีพเสริมได้ โดยไม่ต้องเปิดเผยตัวจริงให้ใครรู้ จนเมื่อมีความมั่นใจในความสามารถแล้ว จะกลายมาเป็นนักพากย์ นักร้อง หรือนักแสดงจริงในภายหลัง ก็เป็นไปได้ หรือบางคนอาจจะมียาได้จากวีทูปเบอร์มากพอที่จะไม่จำเป็นต้องประกอบอาชีพหลักก็เป็นไปได้เหมือนกัน

วีทูปเบอร์ในประเทศไทยจึงมีบทบาทในการเพิ่มช่องทางในธุรกิจบันเทิงดิจิทัล คล้ายกับยูทูปเบอร์ แต่จะมีข้อจำกัดในการออกทำกิจกรรมในโลกความเป็นจริงบางกิจกรรมเท่านั้น

สรุปแนวโน้มความเป็นไปได้ในอนาคต

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาแล้วพิจารณาได้ว่าวีทูปเบอร์ในประเทศไทยน่าจะมีอัตราการเปิดช่องใหม่ และการปิดช่องในอัตราที่ใกล้เคียงกัน ผู้ผลิตจากเอเจนซีต่าง ๆ ในประเทศไทย ยังน่าจะผลิตวีทูปเบอร์ออกมา แต่ผลิตออกมาในจำนวนที่ไม่มากนัก วีทูปเบอร์จะมีบทบาทมากขึ้นในการเป็นฟรีเซนเตอร์ ให้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ หรือออกรายการโทรทัศน์ ทำงานในสายงานที่ใช้เสียงเป็นหลัก เช่น ร้องเพลง พากย์เสียง ลงเสียงโฆษณา เป็นต้น แต่วีทูปเบอร์อาจจะจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนไปตามความนิยมภายในประเทศ เช่น วีทูปเบอร์เพศชาย และเพศทางเลือกอาจจะมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นและได้รับความนิยมมากขึ้นตามกระแสซีรีส์วาย และอาจจะมียอดเสียงไปในประเทศที่ชื่นชอบซีรีส์วายจากประเทศไทย เป็นต้น

ตลาดงานเกี่ยวกับวิทูบเบอร์อาจจะโตขึ้นอย่างช้า ๆ เพื่อค้นหาแนวทางที่เหมาะสมกับประเทศไทยและผู้เข้ามาในตลาดน่าจะมีความหลากหลายมากขึ้น การออกแบบตัวละครอาจจะมีการปรับให้เข้ากับความต้องการของคนในประเทศมากขึ้น และเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์น่าจะเข้ามามีบทบาทในการออกแบบตัวละครอาหาร ทำให้เวลาในการออกแบบและทำภาพเคลื่อนไหวใช้เวลา น้อยลง วิทูบเบอร์อาจจะมียุทธศาสตร์เข้าไปในสื่อที่ต้องการกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นจนถึงวัยทำงานตอนต้น ทั้งสื่อทางการศึกษา ประกาศข่าว และการประชาสัมพันธ์ แต่จะยังเน้นไปในสื่อบันเทิงเป็นหลักหากเป็นเนื้อหาที่ต้องการความน่าเชื่อถือมาก เช่น ประกาศสำคัญ การเมือง การสาธารณสุข ฯลฯ จะใช้ภาพมนุษย์จริงที่สามารถแสดงสีหน้า ท่าทาง และอารมณ์ได้น่าเชื่อถือกว่า

ข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาเกี่ยวกับวิทูบเบอร์เนื่องจากเป็นเรื่องที่ค่อนข้างใหม่ จึงทำให้มีผลงานทางด้านวิชาการที่ ทำการศึกษาค่อนข้างน้อยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ทั้งยังเป็นความนิยมเฉพาะกลุ่มในผู้ที่ชื่นชอบ การดู แอนิเมชัน เพลง และวัฒนธรรมญี่ปุ่น แต่กระบวนการสร้างสรรค์ เนื้อหาที่น่าสนใจ และแผนในการดำเนินงาน ไม่ได้ต่างจากยูทูบเบอร์หรืออินฟลูเอนเซอร์ในสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางอื่น ๆ มากนัก จึงใช้การศึกษา เปรียบเทียบในองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตรายการ และสื่อสังคมออนไลน์ได้ รวมไปถึงศาสตร์เกี่ยวกับการออกแบบ และสร้างสรรค์แอนิเมชัน 2 มิติ และ 3 มิติ ที่ใช้ร่วมกับอุปกรณ์จับการเคลื่อนไหว การทำเพลงประกอบรายการ การพากย์เสียง และการร้องเพลง ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สร้างสรรค์ให้เกิดวิทูบเบอร์ขึ้น นอกจากนี้ยังมี “เวอร์ชวลอินฟลูเอนเซอร์” (Virtual Influencers) ที่เป็นการเรียนรู้รวมผู้ที่ใช้อวตารแทนตัวเองแต่อยู่ในสื่อสังคมออนไลน์ อื่น ๆ อีกที่บทความนี้ยังไม่ได้กล่าวถึง เช่น ทวิต (Twitch) เฟซบุ๊ก (Facebook) อิน스타그램 (Instagram) หรือ ดิกต็อก (TikTok) เป็นต้น จึงยังมีแง่มุมอีกมากที่ยังไม่ได้ทำการศึกษาวิจัย ซึ่งสามารถนำไปศึกษา ต่อยอดได้ต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- ข้อกำหนด ออกตามความในมาตรา 9 แห่งพระราชกำหนด การบริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน พ.ศ. 2548. (2565). *ราชกิจจานุเบกษา*, 139(46), 21.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2559). *ช็อก! โทมิตะ ใจดอกสาวชื่อดังญี่ปุ่น โคมา โดนแฟนคลับกระหน่ำแทง 20 แผล*. <https://www.thairath.co.th/news/foreign/624487>
- ALGORHYTHM PROJECT. (n.d.). *ALGORHYTHM PROJECT*. <https://algorhythm.realic.net/>
- Bilal. (2022). *Dere Project*. <https://dereproject.com/vtuber/how-much-do-the-vtubers-make-famous-vtubers-income/>
- Davey, F. (2019). *The 'Virtual YouTuber' Phenomenon in Japan*. United Kingdom: University of Oxford. https://www.researchgate.net/publication/353659490_The_'Virtual_YouTuber'_Phenomenon_in_Japan
- Degenhard, J. (2023). *YouTube users worldwide 2019-2028*. Statista Incorporated: <https://www.statista.com/forecasts/1144088/youtube-users-in-the-world>
- Facebook. (n.d.). *Virtual Zeven*. <https://www.facebook.com/VirtualZeven/>
- Fandom. (n.d.). Pixela Project. Retrieved June 1, 2023 from https://virtualyoutuber.fandom.com/wiki/Pixela_Project
- Kemp, S. (2023). *DIGITAL 2023: THAILAND*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-thailand>
- Statista. (2023). *YouTube - Statistics & Facts*. <https://www.statista.com/topics/2019/youtube/#topicOverview>
- Thai VTubers Directory. (n.d.). *List Channel VTuber Thai*. <https://vtuber.chuysan.com/>
- VtuberThaiInfo. (n.d.). *Thai VTuber Rank*. <https://vtuberthaiinfo.com/talent>
- YouTube. (n.d.). *Gawr Gura Ch. hololive-EN*. <https://www.youtube.com/@GawrGura>
- YouTube. (n.d.). *Kizuna AI*. <https://www.youtube.com/@AIChannel>