

Content Creator หรือผู้ผลิตคอนเทนต์ หมายถึง ผู้ที่ผลิตเนื้อหาอันหลากหลายผ่านโซเชียลมีเดียในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทางออนไลน์ ซึ่งเปรียบเสมือนการทำงานบรรณาธิการด้วยตนเอง ตั้งแต่การสร้างสรรคผลงาน การปรับปรุงแก้ไข การตรวจสอบความถูกต้อง และจริยธรรมในการผลิตผลงาน เปรียบเสมือนการทำงานเป็นนักวารสารศาสตร์ในอีกนัยหนึ่ง เพราะต้องสื่อสารและนำเสนอข้อมูลเพื่อให้ผู้อ่านได้รับชมผลงานนั้น ๆ

ดังนั้น การผลิตคอนเทนต์จะต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบในการนำเสนอข้อมูล ผลกระทบต่อผู้อื่น การคัดลอก การละเมิดผลงาน การละเมิดสิทธิส่วนบุคคล ซึ่งถูกกำหนดไว้ในจรรยาบรรณของนักวารสารศาสตร์อีกด้วย

หนังสือเล่มนี้ ผู้เขียนมีความภูมิใจนำเสนอแนวทางการสร้างคอนเทนต์ โดยมีองค์ประกอบหลัก 5 ส่วน คือ การสร้างโปรไฟล์ การสร้างคอนเทนต์ การผลิตคอนเทนต์ให้ได้รับความนิยม การสร้างคอนเทนต์มาร์เก็ตติ้ง และการเรียนรู้จากมืออาชีพ เพื่อให้ผู้อ่านที่มีความรู้ในการใช้โซเชียลมีเดียเบื้องต้น หรือผู้ที่สนใจจะเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ นำแนวคิดเหล่านี้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเองหรือในภาคธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 1



การสร้างโปรไฟล์ How to create a profile?



สำหรับผู้เริ่มต้นเข้าสู่เส้นทางของการเป็นผู้ผลิตคอนเทนต์ เชื่อแน่ว่าหลายคนอาจกำลังสับสนและตั้งคำถามกับตัวเองว่า กว่าจะเป็นคนคอนเทนต์ครีเอเตอร์ที่มีคนติดตามเข้าชมผลงานจนกลายเป็นที่นิยมได้นั้น *คนเหล่านี้มีวิธีการทำงานอย่างไร และเริ่มต้นจากขั้นตอนใดเป็นอันดับแรก*

ดังนั้น จากการที่ผู้เขียนศึกษาและรวบรวมข้อมูลความรู้ด้านการผลิตคอนเทนต์มาพอสมควร จึงอาจกล่าวได้ว่า การที่ใครสักคนจะก้าวขึ้นมาเป็น **คอนเทนต์ครีเอเตอร์** ได้นั้น เขาเหล่านี้ควรทราบถึงความต้องการของตนเองว่า อยากนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอะไร หรืออีกนัยหนึ่งคือการเริ่มต้นสร้าง**โปรไฟล์ (Profile)** ที่บ่งบอกตัวตนของผู้ผลิตคอนเทนต์ขึ้นมาเป็นอันดับแรกนั่นเอง



การสร้างโปรไฟล์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ประเภทที่ 1 คือ โปรไฟล์ที่บ่งบอกตัวตนหรือความสนใจของผู้ผลิตคอนเทนต์ ประเภทที่ 2 คือ โปรไฟล์ทางธุรกิจหรือสิ่งที่ต้องการจะขาย โดยโปรไฟล์ประเภทที่ 2 นี้ ผู้เขียนจะขออธิบายเพิ่มเติมในเนื้อหาของบทที่ 4 เรื่องการสร้างคอนเทนต์มาร์เก็ตติ้ง (How to create a marketing content?) ต่อไป

เริ่มต้นสร้างโปรไฟล์แบบมืออาชีพ

การสร้างโปรไฟล์ที่บ่งบอกความเป็นตัวตนหรือความสนใจของผู้ผลิตคอนเทนต์นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก คนส่วนใหญ่มักไม่ทราบว่าควรเริ่มต้นสร้างโปรไฟล์อย่างไร ซึ่งหลายครั้งที่ผู้เขียนมอบหมายให้นักศึกษาสร้างเฟซบุ๊กแฟนเพจของตนเอง โดยเริ่มต้นจากการให้นักศึกษาช่วยกันระดมความคิดเห็น เพื่อค้นหาสิ่งที่พวกเขาสนใจและมีข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสิ่งเหล่านั้นอยู่บ้าง ซึ่งสมาชิกในกลุ่มจะต้องมีจุดร่วมเดียวกันคือมีความสนใจหรือมีแนวทางในการเลือกสร้างเพจไปในทิศทางเดียวกัน เช่น ชอบท่องเที่ยว เล่นดนตรี เล่นเกม ชมภาพยนตร์ ชอบทำอาหารหรือแม้แต่การชอบแชนแนลก็นำมาสร้างโปรไฟล์ได้เช่นกัน

จึงอาจสรุปได้ว่า การสร้างโปรไฟล์ที่บ่งบอกความเป็นตัวตนของผู้ผลิตคอนเทนต์นั้น ควรเริ่มต้นจากความถนัดหรือความชอบในสิ่งที่อยากนำเสนอ ก่อนเป็นอันดับแรก จากนั้นเนื้อหาหรือข้อมูลต่าง ๆ ที่ต้องการนำเสนอ บนพื้นที่ออนไลน์จะตามมาเป็นลำดับต่อไป



สร้างคอนเทนต์อย่างไรให้น่าสนใจ

คำถามที่มักเกิดขึ้น คือ “เราจะรู้ได้อย่างไรว่า สิ่งที่น่าเสนอจะเป็นสิ่งที่คนอื่นสนใจ” ในส่วนนี้ผู้เขียนขอแนะนำว่าสิ่งที่นำเสนอไม่จำเป็นต้องบอกเล่าในส่วนของเนื้อหาที่มีสาระเสมอไป

ตัวอย่างเช่น

เพลงอะไรเป็นแพนหมี ตัวการ์ตูนหมีบอกเล่าเรื่องราวชีวิตและความสัมพันธ์ในชีวิตคู่ของตน ผ่านลายเส้นการ์ตูนแบบง่าย ๆ

เพลงบันทึกของตุ๊ด นำเสนอเรื่องราวในชีวิตของชิว (เจ้าของเพลง) และผองเพื่อน

เพลงว่าจะถึงออฟฟิศ เพลงที่พูดแทนความในใจของชาวออฟฟิศ

เพลงเขียบ เพลงมุกภาษาอีสานที่เล่าผ่านมีม (Meme) (ภาพตลกใส่ข้อความเชิงล้อเลียน) และบทสนทนาต่าง ๆ

จากตัวอย่าง เพลงเหล่านี้ไม่ได้ตั้งต้นจากการนำเสนอเนื้อหาสาระที่คิดว่าคนอื่นอาจจะสนใจ แต่เป็นสิ่งที่ผู้ผลิตคอนเทนต์สนใจและเลือกนำเสนอตัวเอง เนื่องจากโลกออนไลน์เป็นพื้นที่ที่ไร้ขอบเขต ไม่มีกฎเกณฑ์หรือข้อกำหนดที่ตายตัว ดังนั้น สิ่งที่น่าเสนออาจโดนใจใครบางคนหรือคนจำนวนมากก็เป็นได้

PLAY



ประเภทของคอนเทนต์

ในกรณีนี้ ผู้เขียนขอยกตัวอย่างคอนเทนต์ 8 ประเภท รวมถึงการแนะนำคอนเทนต์ครีเอเตอร์ที่มียอดผู้ติดตามหลักแสนคนขึ้นไป เพื่อเป็นแนวทางในการพิจารณาสำหรับนักสร้างคอนเทนต์มือใหม่ โดยคอนเทนต์ครีเอเตอร์เหล่านี้ได้รับการคัดเลือกมาจากการนำเสนอผ่านนิตยสาร **a day ฉบับพิเศษ** ภายใต้แนวคิด **50 Content Creators Who Create Content With Creativity** โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. งานอดิเรก

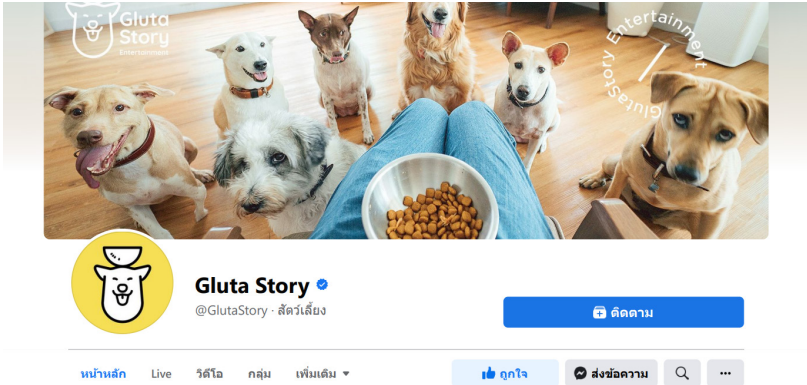
การนำเสนอคอนเทนต์ประเภทงานอดิเรก อันหมายถึงกิจกรรมที่คนทั่วไปมักจะทำในเวลาว่าง เช่น การชมภาพยนตร์ อ่านหนังสือ ฟังเพลง การสะสมการ์ด สะสมแสตมป์ ธนบัตร เหรียญ ปลุกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ การเดินทางท่องเที่ยว-กางเต็นท์ หรือแม้แต่การออกกำลังกายก็นำมาสร้างคอนเทนต์ในช่องทางที่ต้องการสื่อสารได้อย่างหลากหลาย ตัวอย่างเช่น

เพจ Gluta Story เพจสัตว์เลี้ยงที่เปลี่ยนหมาจรให้กลายเป็นเซเลบ โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ยูทูบ ทวิตเตอร์ และ TikTok

เพจรองขาโต๊ะ เพจรีวิวนิยายผ่านเฟซบุ๊ก

เพจ Vintage Motion เพจเล่าเกร็ดสนุก ๆ ของภาพยนตร์เก่า รวมถึงเรื่องราวของทีมงาน ผู้กำกับ และนักแสดง เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก

เพจคนเลี้ยงมด เพจว่าด้วยประสบการณ์ของการเลี้ยงมด โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กและเว็บไซต์



ภาพที่ 1.1 เพจเฟซบุ๊ก Gluta Story
ที่มา : (เพจเฟซบุ๊ก Gluta Story. ออนไลน์. 2566)

2. ความสนใจ

การผลิตคอนเทนต์ประเภทบอกเล่าความสนใจเฉพาะตัวของ ผู้ผลิตเป็นหลัก (อาจมีความคล้ายคลึงกับเนื้อหาด้านงานอดิเรกอยู่บ้าง) นั่นคือ การนำเสนอสิ่งที่คุณผู้ผลิตคอนเทนต์สนใจและมีความรู้ในศาสตร์นั้น ๆ มาสร้างเนื้อหาข้อมูลในรูปแบบที่ต้องการ เช่น ความสนใจในกีฬาฟุตบอล การเลี้ยงสัตว์ การทำอาหาร การเย็บปักถักร้อย ความสนใจเหล่านี้ สามารถเรียบเรียงให้นำติดตาม และนำเสนอผ่านช่องทางบนโลกออนไลน์ ในแบบฉบับเฉพาะตัวของแต่ละบุคคลได้ ตัวอย่างเช่น

เพจ Fit Junctions คอนเทนต์ครีเอเตอร์ที่เล่าเรื่องสุขภาพ เผยแพร่ผ่านช่องทาง ยูทูบ เฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม





PLAY

เพจฉันเรียนแฟชั่นที่มิลาน เพจที่เล่าเรื่องการเรียนแฟชั่นเป็นเรื่องง่าย ๆ เผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูป เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และพอดแคสต์

เพจ Sneaker On Site เพจที่บอกเล่าเรื่องราวของรองเท้าผ้าใบและรองเท้าวิ่ง เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก ยูทูป อินสตาแกรม และพอดแคสต์



ภาพที่ 1.2 เพจเฟซบุ๊กฉันเรียนแฟชั่นที่มิลาน
ที่มา : (เพจเฟซบุ๊กฉันเรียนแฟชั่นที่มิลาน. ออนไลน์. 2566)

3. ความสามารถพิเศษ

การนำเสนอคอนเทนต์ประเภทบอกเล่าเรื่องราวความสามารถพิเศษ อันเป็นทักษะเฉพาะตัวในด้านต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล และมีการแสดงออกถึงความสามารถนั้น ๆ ผ่านวิธีการที่แตกต่างกันตามความถนัด



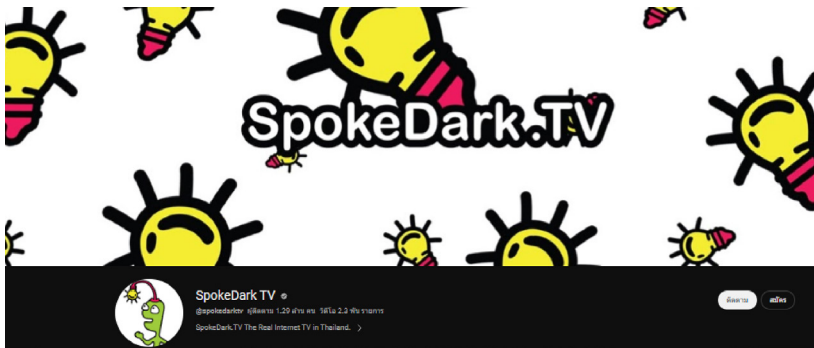
ปั้นคอนเทนต์ให้โปรแบบครีเอเตอร์

หรือความชอบของบุคคลนั้น ๆ เช่น ความสามารถพิเศษด้านการเล่นดนตรี การเป็นดีเจ การเล่าเรื่อง การสรุปข่าว การสรุปประเด็นสำคัญ การจัดรายการโทรทัศน์ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ผลิตคอนเทนต์อาจนำความสามารถพิเศษของตนมาสร้างสรรค์เป็นเนื้อหาที่ชวนติดตาม ตัวอย่างเช่น

เพจ BILLbilly 01 ช่องคัฟเวอร์ที่ไม่ได้มีดีแค่เพลง แต่ยังโดดเด่นไปถึงโปรดักชัน เผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูบ

เพจที่เอ็ด 7 วิ เพจชายของที่ใช้ความครีเอทีฟในการเล่าเรื่อง เผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูบและเฟซบุ๊ก

เพจ Spokedark TV สถานีโทรทัศน์ออนไลน์เจ้าแรก ๆ ในประเทศไทย เผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูบและเฟซบุ๊ก



ภาพที่ 1.3 ช่องยูทูบ Spokedark TV
ที่มา : (ช่องยูทูบ Spokedark TV. ออนไลน์. 2566)



4. ความเชี่ยวชาญ

การสร้างคอนเทนต์ประเภทมุ่งนำเสนอความเชี่ยวชาญของผู้ผลิตเป็นหลัก ซึ่งแต่ละบุคคลอาจมีคุณลักษณะเฉพาะที่แตกต่างหลากหลายไปคนละด้าน ขึ้นอยู่กับความชอบ ทักษะ และการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอจนก่อให้เกิดเป็นความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้น ๆ ในรูปแบบเฉพาะตน

ตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านศิลปะ อาจเลือกแสดงผลงานผ่านการวาดภาพ การสร้างสรรค์งานประติมากรรม และอื่น ๆ เช่นเดียวกับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านวิทยาศาสตร์ ความเชี่ยวชาญด้านการดนตรี ฝีมือ แมลง หรือการเดินป่า รวมถึงศาสตร์อื่น ๆ เฉพาะด้านที่ผู้ผลิตคอนเทนต์สามารถเลือกสรรมานำเสนอเพื่อให้ความรู้แก่ผู้ที่สนใจ เช่น

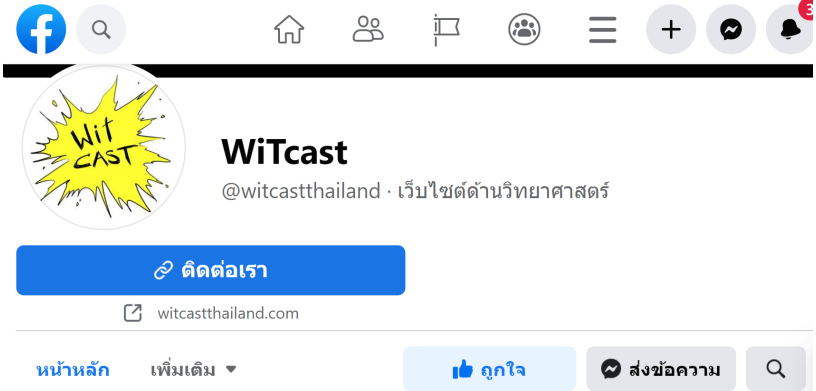
เพจพื้นที่ให้เล่า เพจที่เล่าประวัติศาสตร์ในรูปแบบที่เข้าถึงง่าย โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก

เพจวันแปลภาษา พจนานุกรมออนไลน์ที่ให้นิยามกับทุกสิ่งรอบตัว โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และทวิตเตอร์

เพจวิเคราะห์บอลจริงจัง เพจวิพากษ์กีฬาสำหรับแฟนฟุตบอลตัวจริง เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊กและบล็อกดิต

เพจ WiTcast รายการคุยเรื่องวิทยาศาสตร์สอดแทรกอารมณ์ขัน เผยแพร่ผ่านช่องทางยูทูบ เฟซบุ๊ก พอดแคสต์





ภาพที่ 1.4 เพจเฟซบุ๊ก WiTcast
ที่มา : (เพจเฟซบุ๊ก WiTcast. ออนไลน์. 2566)

5. ตัวตน และท้องถิ่น

การนำเสนอคอนเทนต์ประเภทบ่งบอกตัวตน และท้องถิ่น ในที่นี้หมายถึง เชื้อชาติ สัญชาติ แหล่งที่อยู่อาศัย ความเป็นคนในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย เช่น การเป็นคนภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออก โดยการนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจในวิถีชีวิต อัตลักษณ์ของชุมชน ตัวตนของคนในแต่ละท้องถิ่น หรือแม้กระทั่งความเป็นอยู่ของตนเองผ่านคอนเทนต์ที่มีความหลากหลาย ตัวอย่างเช่น



PLAY

เพลงเขียน เพลงมุกภาษาอีสานที่เล่าผ่านมีมและบทสนทนาต่าง ๆ โดยเผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก

เพลงแวรุงไปไหน เพลงที่นำเสนอเรื่องราวที่สวยงามของพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก และยูทูบ

เพลงเด็กเซาะกราว ซ่องที่นำเสนอมิวสิกวิดีโอที่มีวิวชนบทเป็นฉากหลัง เผยแพร่ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก และยูทูบ

เพลงมนุษย์กรุงเทพฯ นำเสนอเรื่องราวความหลากหลายของผู้คนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยเล่าผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก



ภาพที่ 1.5 เพลงเฟซบุ๊ก แวรุงไปไหน
ที่มา : (เพลงเฟซบุ๊ก แวรุงไปไหน. ออนไลน์. 2566)

