

รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ สื่อสังคมออนไลน์ ของงานเขียน
แฟนฟิคชั่นวาย ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

กฤตยา รัชยานเนศ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ.2561

**Communication Form in Public Sphere on Social Media Appeared in
Fan Fiction Y of Korean Boyband in Thailand**

Kittaya Tanyatanaes



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Communication Arts

Department of Communication Arts

Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University

2018



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
ปริญญา นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์ ของงาน
เขียนแฟนฟิคชั่น วายศิลป์ในเกาหลีในสังคมไทย
เสนอโดย นางสาวกฤตยา รัชนายาศ
สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ กลุ่มวิชา นิเทศศาสตร์สื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตินัน บัญญาพ คอมมอน

ได้พิจารณาเห็นชอบ โดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว


..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิศภาคย์)


..... กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตินัน บัญญาพ คอมมอน)


..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชินสุมล นุนนาค)

คณะนิเทศศาสตร์รับรองแล้ว


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(อาจารย์ กอบกิจ ประดิษฐผลพานิช)

วันที่ 20 เดือน ก.ค พ.ศ. 61

หัวข้อวิทยานิพนธ์	รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์ ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายศิลปินเกาหลีในสังคมไทย
ชื่อผู้เขียน	กฤตยา รัชชาธเนศ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผศ.ดร.จิตินัน บุญคุณภาพ คอมมอน
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย และศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชั่น วาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Source)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นผู้เขียนแฟนฟิคชั่น วายเลือกแบ่งปันผลงาน โดยการลงงานเนื้อหางานเขียนแฟนฟิคชั่นวายในพื้นที่เว็บไซต์เด็คดีดอทคอม จากนั้นผู้เขียนจะใช้สื่อทวิตเตอร์และสื่อเฟซบุ๊กเพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการอัปเดตผลงานให้กับกลุ่มแฟนคลับที่เป็นผู้อ่านได้ทราบ เมื่อกลุ่มแฟนคลับซึ่งเป็นผู้อ่านได้รับข้อมูลจากทวิตเตอร์ หรือเฟซบุ๊กแล้ว กลุ่มผู้อ่านก็จะกลับเข้าสู่การใช้พื้นที่ในเว็บไซต์เด็คดีดอทคอมอีกครั้ง โดยรูปแบบการสื่อสารทำให้เห็นถึงการสื่อสารในแนวระนาบหรือแนวนอน คือเป็นการสื่อสารที่อยู่ในระดับเดียวกัน สำหรับบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย แฟนฟิคชั่นวายมีบทบาทเป็นพื้นที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบอะไรเหมือนกัน เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างแฟนคลับ สร้างความผูกพันระหว่างแฟนคลับด้วยกันทำให้เกิดการทำกิจกรรมบนพื้นที่ทางกายภาพจริงๆ ร่วมกันอย่างการจัดกิจกรรมตลาดฟิค จนรวมไปถึงกิจกรรมอื่นๆ และอีกหนึ่งบทบาทสำคัญ คือ แฟนฟิคชั่น วายมีผลต่อความรู้สึกทางอารมณ์ของแฟนคลับ ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินได้มากยิ่งขึ้น ก่อเกิดความรักความผูกพันต่อตัวศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบอย่างมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีผลต่อการกำหนดภาพลักษณ์ของศิลปินเกาหลีในปัจจุบันอีกด้วย

Thesis Title	Communication Form in Public Sphere on Social Media Appeared in Fan Fiction Y of Korean Boyband in Thailand
Author	Kittaya Tanyatanase
Thesis Advisor	Assist Prof. Dr.Thitinan B.Common
Department	Communication Arts
Academic Year	2010

ABSTRACT

This qualitative study was aimed to gain a better understanding of communication form in public sphere on social media which appeared in Fan Fiction Y of Korean Boyband in Thailand and to explore the roles of Fan Fiction Y in public sphere of Korean artists' fan club in Thai Society. The data was collected by in-depth interview, non-participant observation as well as gather information from other relevant documentaries.

The findings showed that Korean artists' fans who created Fan Fiction Y would post their new Fan Fiction on Dek-D.com before informing other fan readers their updates on Twitter and Facebook. When fan readers noticed the updates on Twitter or Facebook, they went to Dek-D.com. This way of communication indicated lateral communication or horizontal communication, which was defined as the communication among people at the same level. As to the roles of Fan Fiction Y in public sphere of Korean artists' fan club in Thai Society, it took a crucial role in gathering people with the same interest as well as creating the connection and relationship among the fan club resulting in practical activities such as Fic Market. Fan Fiction Y also affected fan club's emotion which made the fan club felt closer to the artists and lead to more affection for the artists. The popularity of Fan Fiction Y could indicate the image of Korean artists as well.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีด้วยความกรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ท่านได้ให้ความเมตตาตลอดเวลาให้คำปรึกษาและคำแนะนำต่างๆอันมีค่ายิ่ง ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างมากกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ศักดิ์ ทิศภาคย์ ซึ่งกรุณาเป็นประธานกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ ตลอดจนผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชื่นสุมล บุณนาค ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ และได้ให้คำแนะนำต่างๆจนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ คุณยายนงค์ คุณตาอ้อด ที่เป็นแรงบันดาลใจและแรงผลักดันที่สำคัญ คุณป้า คุณแม่เนก คุณพ่อยศ คุณแม่เล็ก คุณพ่ออู๊ด ที่คอยให้การสนับสนุนในด้านการศึกษา และทำการกระตุ้น ให้กำลังใจ ให้คำแนะนำกับผู้วิจัยมาโดยตลอด ทำให้ผู้วิจัยสามารถสำเร็จการศึกษาในครั้งนี้ได้

ขอขอบพระคุณ ครูจิม ครูต้อม สำหรับความรู้และคำแนะนำต่างๆตั้งแต่การเรียน การทำงาน จนกระทั่งการช่วยเหลือยามประสบปัญหาต่างๆในการดำเนินชีวิต นอกจากครอบครัวแล้ว ครูทั้งสองท่านคือบุคคลที่มีส่วนผลักดันที่ทำให้ผู้วิจัยมีวันนี้

ขอขอบคุณ พี่ก๊วง (แม่นมของเหล่านักศึกษาปริญญาโทนิติศาสตร์) และพี่ๆ น้องๆ เพื่อนๆชาวนิติศาสตร์ ปริญญาโท มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ทุกท่านที่คอยพบปะ ให้กำลังใจ ให้คำปรึกษา ห่วงใยและให้ความรักความอบอุ่นกันตลอดมา ขอขอบคุณพี่แนน และน้องๆครอบครัวตัวอ.ทั้ง 5 คนที่ไม่ทอดทิ้งกันในยามมีปัญหา ขอขอบคุณพี่ปู ที่เป็นทั้งพี่ ทั้งเพื่อนที่ไม่เคยทอดทิ้งกัน เป็นที่ปรึกษารับฟังให้คำแนะนำทุกอย่าง

ขอบคุณทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับงานวิจัยเล่มนี้ ทั้งในทางตรงและทางอ้อม พี่สุกี้ พี่โอ พี่เอ พี่เดือน พี่หม่อม ป้าพัชร รวมถึงขอขอบคุณผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาวิจัยในครั้งนี้

กฤตยา ชันยาธเนศ

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ฅ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ง
กิตติกรรมประกาศ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฉ

บทที่

1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหำนำวิจัย.....	5
1.3 วัตถุประสงค์.....	5
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
1.5 ขอบเขตการศึกษา.....	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) และวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (Participatory Culture).....	8
2.2 แนวคิดสื่อใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (New Media and Social Network).....	13
2.3 แนวคิดวัฒนธรรมย่อย (Subculture).....	22
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fans).....	23
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	36
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	37
3.1 ประชากรและการคัดเลือกตัวอย่างประชากร.....	37
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	39

สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	44
3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	45
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
3.6 การนำเสนอผลการวิจัย.....	46
4. ผลการวิจัย.....	47
4.1 รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ ของงานเขียนแฟน ฟิคชั่น วาย (Fan Fiction Y).....	47
4.2 บทบาทของแฟนฟิคชั่น วาย (Fan Fiction Y) ในฐานะพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย.....	82
5. สรุป การอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ.....	92
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	93
5.2 การอภิปรายผล.....	103
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	107
บรรณานุกรม.....	110
ประวัติผู้เขียน.....	114

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1 ตารางผู้เขียนงานแฟนฟิคชั่นวาย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก.....	39
3.2 ตารางตัวอย่างการเก็บข้อมูลลักษณะการใช้งานพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์.....	43
4.1 ตารางแสดงอันดับจำนวนงานเขียนแฟนฟิคชั่น (Fan Fiction) ของกลุ่ม ศิลปินเกาหลีในเว็บไซต์เด็คดีดอทคอม 10 อันดับ.....	58
4.3 ตารางแสดงผลการสังเกตการณ์งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของ 4 กลุ่มแฟน คลับศิลปินเกาหลีใน www.dek-d.com	64
4.4 ตารางแสดงผลการสังเกตการณ์งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของ 4 กลุ่มแฟน คลับศิลปินเกาหลีใน Twitter.....	70
4.5 ตารางแสดงผลการสังเกตการณ์งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของ 4 กลุ่มแฟน คลับศิลปินเกาหลีใน Facebook.....	77
5.1 ตารางสรุปลักษณะการใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ในงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย	95

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 ภาพแสดงผลการค้นหานิยายโดยการใช้ #Yaoi ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม.....	3
1.2 ภาพแสดงตัวอย่างแฟนฟิคชั่นวาย จากเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม โดยมีตัวเลขแสดงจำนวนผู้เปิดเข้ามาชม ในรอบหนึ่งเดือนและยอดรวมทั้งหมด.....	3
1.3 ภาพแสดงตัวอย่างแฟนฟิคชั่นวาย จากเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม โดยมีตัวเลขแสดงจำนวนการแสดงความคิดเห็น และจำนวนการแชร์ไปยังเครือข่ายออนไลน์อื่น...	4
2.1 ภาพแสดงตัวอย่างรายละเอียดการเปิดตั้งผลงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย จากเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม.....	28
2.2 ภาพแสดงตัวอย่างหนังสือแฟนฟิคชั่นวาย.....	29
2.3 ภาพแสดงตัวอย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อ “Fiction Market” ช่องทางการสื่อสารการจัด “งานตลาดฟิค”.....	30
2.4 ภาพแสดงตัวอย่างบรรยากาศ “งานตลาดฟิค”.....	31
2.5 ภาพแสดงตัวอย่างการขายหนังสือรวมเล่มแฟนฟิคชั่น วาย ในงานตลาดฟิค.....	31
2.6 ภาพกรอบแนวคิด.....	36
3.1 ภาพแผนผังแสดงลำดับวิธีการเก็บข้อมูลและระยะเวลาในการเก็บข้อมูล.....	42
4.1 ตัวอย่างการค้นหาเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม เมื่อพิมพ์ ลงไปบนช่องค้นหาของ google.....	48
4.2 ตัวอย่างค้นหานิยายในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม.....	49
4.3 ตัวอย่างคอลัมน์นิยายในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม.....	49
4.4 ตัวอย่างคอลัมน์นิยายในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม.....	50
4.5 ตัวอย่างแถบชื่อในหน้าแสดงผลของเรื่องแฟนฟิคชั่น วาย.....	51
4.6 ตัวอย่างหน้าแนะนำเนื้อหาของแฟนฟิคชั่น วาย.....	52
4.7 ตัวอย่างคำแนะนำในหน้าแนะนำเนื้อหาของแฟนฟิคชั่น วาย.....	53
4.8 ตัวอย่างสารบัญงานเขียนแฟนฟิคชั่น วาย.....	54
4.9 ตัวอย่างคำนิยมโดยผู้อ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่น วาย.....	55
4.10 ตัวอย่างแถบการใช้งานสำหรับผู้เขียน.....	56

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.11 ตัวอย่างหน้าการเข้าสู่ระบบด้วย Dek-D ID และตัวอย่างหน้าการสร้างนิยาย สำหรับผู้เขียน.....	57
4.12 ตัวอย่างงานเขียนแฟนฟิคชั่น วาย ของวงเอ็กซ์ (EXO).....	59
4.13 ตัวอย่างงานเขียนแฟนฟิคชั่น วาย ของวงเกือตเซเว่น (GOT7).....	60
4.14 ตัวอย่างงานเขียนแฟนฟิคชั่น วาย ของวงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior).....	61
4.15 ตัวอย่างงานเขียนแฟนฟิคชั่น วาย ของวงทงบังชินกิ (TVXQ).....	63
4.16 ตัวอย่างบ้านต่างๆที่รวบรวมงานเขียนแฟนฟิคชั่นทางสื่อทวิตเตอร์.....	67
4.17 ตัวอย่างการโปรโมตงานเขียนแฟนฟิคชั่น วายทางสื่อทวิตเตอร์.....	68
4.18 ตัวอย่างการใช้สื่อทวิตเตอร์ในงานแฟนฟิคชั่น วาย.....	69
4.19 ตัวอย่างการใช้สื่อทวิตเตอร์กับงานแฟนฟิคชั่น วายในเด็กดีคอตคอม.....	71
4.20 ตัวอย่างกลุ่มปิดบนพื้นที่เฟซบุ๊กของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย.....	74
4.21 ตัวอย่างการลงเนื้อหางานเขียนแฟนฟิคชั่น วายบนพื้นที่เฟซบุ๊ก.....	75
4.22 ตัวอย่างการใช้เฟซบุ๊กในงานแฟนฟิคชั่นวาย.....	76
4.23 ตัวอย่างการใช้เฟซบุ๊กในงานแฟนฟิคชั่นวาย.....	78
4.24 ตัวอย่างแอปพลิเคชันสำหรับอ่านนิยายบนสมาร์ตโฟน.....	83
4.25 ตัวอย่างงานแฟนฟิคชั่นบนพื้นที่เว็บไซต์จอยลคอตคอม.....	84
4.26 ตัวอย่างงานแฟนฟิคชั่นบนพื้นที่เว็บไซต์อัญญาลัยคอตคอม.....	84
4.27 ตัวอย่างพื้นที่เฉพาะสำหรับงานแฟนฟิคชั่นบนทวิตเตอร์.....	85
4.28 ตัวอย่างพื้นที่เฉพาะสำหรับงานแฟนฟิคชั่นบนเฟซบุ๊ก.....	85
5.1 แผนผังรูปแบบการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย.....	97
5.2 แผนผังบทบาทของแฟนฟิคชั่น วาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่ม แฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย.....	100

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการสื่อสารที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคงต้องยอมรับว่าเป็นการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต ยิ่งเป็นยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในฐานะเครื่องมือ และช่องทางที่ช่วยสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมในสังคมมากยิ่งขึ้นด้วยการใช้ระยะเวลาที่รวดเร็วในการติดต่อ อีกทั้งผู้ใช้สื่อสามารถจะเลือกได้ว่าจะมีส่วนร่วมกับใคร หรือกลุ่มใดบ้าง การเข้าถึงสื่อชนิดนี้ก็ทำได้ง่ายดายมากขึ้น โดยสื่อออนไลน์ถือเป็นสื่อที่สะดวกเพราะมีพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ที่เปิดช่องทางให้สามารถใช้งานได้อย่างง่ายดาย ซึ่งหากย้อนไปดูในประวัติศาสตร์ในยุคสมัยศตวรรษที่ 17-18 การเกิดขึ้นของพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ที่ว่านั่นคือพื้นที่ หรือเวทีที่เกิดขึ้นเพื่อใช้ในการต่อสู้ทางการเมืองของชนชั้นกลางกับระบอบศักดินา โดยชนชั้นกลางในสมัยนั้นจะมีการพบปะกันและใช้พื้นที่ของร้านกาแฟ หรือ โรงเหล้า เป็นต้น เพื่อพูดคุยถกเถียง โต้แย้งกันในเรื่องของกฎหมายหรือการปกครอง ซึ่งถือเป็นช่องทางให้สมาชิกในสังคมได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของตนในสมัยนั้น โดยเชื่อว่าเป็นช่องทางหนึ่งในการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมและนั่นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือการปฏิรูปทางสังคม โดยเจอร์เกน ฮาเบอร์มาส (Jurgen Habermas) นักวิชาการชาวเยอรมันผู้เป็นสมาชิกของสำนักแฟรงค์เฟิร์ต (Frankfurt School) ได้ให้มุมมองต่อแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ว่าภายหลังได้มีการเปลี่ยนแปลงจากการใช้พื้นที่สาธารณะเพื่อการต่อสู้ทางการเมืองมาสู่มิติทางด้านเศรษฐกิจ รวมถึงมิติทางสังคม และมิติทางความหมายของพื้นที่สาธารณะก็ได้แปรเปลี่ยนตามไปด้วย

สำหรับนิยามของ “พื้นที่สาธารณะ” ตามทัศนะของ Habermas นั้นได้กล่าวว่า พื้นที่สาธารณะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความรู้สึกเป็นส่วนรวม” เป็นการปฏิบัติการทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย (กอบชัย ศักดาวงศ์ศิริวิมล, 2552)

การเปลี่ยนแปลงมิติทางความหมายของพื้นที่สาธารณะจากในอดีตก็ยังคงเปลี่ยนไปตามยุคสมัยและวิวัฒนาการของเทคโนโลยี โดยเฉพาะในปัจจุบันพื้นที่สาธารณะได้ขยายตัวและเปิดกว้างมากยิ่งขึ้น จากพื้นที่ในมิติของสถานที่ที่มีอยู่จริง (สภากาแฟ, โรงน้ำชา ฯลฯ เป็นต้น) มีการเปลี่ยนแปลงไปสู่พื้นที่ในจินตนาการ หรือพื้นที่เสมือนจริง (สื่อมวลชน, เว็บไซต์ ฯลฯ) และอย่างที่ได้

กล่าวไปข้างต้นว่า พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) บนอินเทอร์เน็ต หรือสื่อออนไลน์เป็นพื้นที่ที่ผู้ใช้สื่อสามารถเข้าถึงได้มากที่สุดในยุคนี้ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น วัยเรียน เนื่องจากพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) นอกจะใช้เป็นพื้นที่ในการแบ่งปันข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชน ยังมีการนำมาใช้ทั้งในด้านความบันเทิง (เกมออนไลน์, ซีรีส์ ฯลฯ) และเป็นช่องทางอำนวยความสะดวกทางการศึกษา (ส่ง-ส่งการบ้าน, ประชุมกลุ่ม, ปรึกษาหลังเลิกเรียน ฯลฯ)

เมื่อเข้าสู่ยุคที่สื่อออนไลน์มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อได้ง่ายขึ้น ทั้งในแง่ของการเป็นผู้รับสาร รวมถึงการเป็นผู้ส่งสาร หรือผู้ผลิตสารด้วย จนนำมาสู่การพัฒนาบทบาทของตัวเองของกลุ่มแฟนคลับกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ที่เปลี่ยนแปลงบทบาทจากผู้รับสาร มาเป็นผู้ส่งสาร (ผู้ผลิตสาร) คือ ไม่ใช่ทำหน้าที่เป็นแต่เพียงผู้รับสารดังเช่นในอดีต แต่มีการนำเสนอเรื่องราวให้กับผู้อื่น ได้ติดตาม หรือโต้ตอบ แสดงความคิดเห็นกันได้อีกด้วย และเมื่อผู้รับสารสามารถทำหน้าที่ในการเป็นผู้ผลิตสารส่งออกไปแก่มวลชนได้ก็เป็นการเพิ่มความหลากหลาย และก่อให้เกิดสื่อที่มีความเฉพาะกลุ่มที่เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มแฟนคลับที่ใช้ประโยชน์ในพื้นที่นี้มีส่วนร่วมในการทำสื่อของตนเองขึ้นที่เรียกว่า การทำสื่อแบบ “Do-It-Yourself” หรือ “D.I.Y.” ซึ่ง “D.I.Y. MEDIA” เริ่มก่อตัวขึ้นจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอย่างคนที่ชื่นชอบดนตรีแนวฟังก์ในช่วงยุค 70 ในขณะนั้นถือเป็นคนส่วนน้อยที่นิยมบริโภคดนตรีแนวนี้ จึงทำให้เกิดการหาช่องทางเพื่อสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมาเพื่อคนคอเดียวกัน ซึ่งในผลงานดี.ไอ.วาย.มีเดียถูกทำออกมาในหลายรูปแบบ ทั้งนิตยสาร การตัดต่อเพลง ตัดต่อวิดีโอ หรือแม้แต่การเขียนการ์ตูนและนิยาย (Colin Lankshear and Michele Knobel, 2010) สามารถสรุปได้ว่า ดี.ไอ.วาย.มีเดียก็คือ สื่อที่สร้างขึ้นเองออกแบบและสร้างสรรค์กันเองโดยคน หรือกลุ่มคนกลุ่มเล็กๆ(กลุ่มแฟน)เป็นการทำสื่อโดยมีต้นทุนในการผลิตที่ไม่สูงมาก ใช้อุปกรณ์การผลิตที่หาได้ใกล้ตัว ผลิตและสร้างสรรค์ผลงานตามจินตนาการ และแรงบันดาลใจของผู้ผลิตสื่อนั่นเอง และหนึ่งในสื่อ D.I.Y. MEDIA ที่นิยมสร้างกันมากที่สุดชนิดหนึ่งก็คือ แฟนฟิคชั่น (Fan Fiction) และแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y)

แฟนฟิคชั่น ถือเป็นสื่อที่มีความเฉพาะกลุ่มอย่างชัดเจน โดยงานเขียนแฟนฟิคชั่นยายนั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลี โดยเฉพาะศิลปินกลุ่ม (Boyband) ซึ่งศิลปินเกาหลีเป็นกลุ่มศิลปินชายที่มีบุคลิกลักษณะ ผิวพรรณ มีความละม้ายคล้ายกับความเป็นผู้หญิงมาก ทำให้แฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยส่วนใหญ่ติดตามและให้ความสนใจกับงานเขียนชนิดนี้เป็นอย่างมาก มีผู้แบ่งปันเรื่องราวงานเขียนชนิดนี้ลงในสื่อออนไลน์มากมายหลายเรื่อง โดยเฉพาะในเว็บไซต์เด็คดี <http://www.dek-d.com/> ซึ่งเป็น 1 ใน 5 เว็บไซต์ยอดนิยมของไทย โดยการจัดอันดับของบริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด (ออนไลน์, 2560)

ในเว็บไซต์ได้มีการจัดคอลัมน์ในการสืบค้นนิยายไว้ในหน้าแรกของเว็บไซต์ ซึ่งในประเภทของนิยายที่นำมาเผยแพร่ผ่านเว็บไซต์เด็กดีนั้นมีนิยายที่เป็นงานประเภทแฟนฟิคชั่นนวนิยายที่ได้รับความนิยมอยู่เป็นจำนวนมากหลายเรื่องด้วยกัน โดยสามารถใช้คำว่า Yaoi หรือ Fic Y ใสในช่องค้นหาเพื่อผลการค้นหาได้ทันที



ภาพที่ 1.1 ภาพแสดงผลการค้นหาโดยการใช้ #Yaoi ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

ที่มา: <http://www.dek-d.com> [online] : เข้าถึง 5 พ.ย.2559



ภาพที่ 1.2 ภาพแสดงตัวอย่างแฟนฟิคชั่นนวนิยาย จากเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม โดยมีตัวเลขแสดงจำนวนผู้เปิดเข้ามาชม ในรอบหนึ่งเดือนและยอดรวมทั้งหมด

ที่มา: <http://www.dek-d.com> [online] : เข้าถึง 5 พ.ย.2559



ภาพที่ 1.3 ภาพแสดงตัวอย่างแฟนฟิคชั่นวาย จากเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม โดยมีตัวเลขแสดงจำนวนการแสดงความคิดเห็น และจำนวนการแชร์ไปยังเครือข่ายออนไลน์อื่นๆ

ที่มา: <http://www.dek-d.com> [online] : เข้าถึง 5 พ.ย.2559

จากข้อมูลที่ปรากฏบนภาพตัวอย่างจากเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมทำให้เห็นจำนวนตัวเลขที่แสดงยอดผู้ที่เข้าไปอ่าน เข้าไปแสดงความคิดเห็นต่อเนื้อเรื่อง หรือตอบโต้ สื่อสารกับผู้เขียน รวมถึงยอดจำนวนการแชร์งานเขียนเรื่องนั้นๆ ไปยังสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ สามารถแสดงให้เห็นถึงความนิยมในฐานะสื่อที่มีความเฉพาะกลุ่มได้อย่างชัดเจน

จากจุดเริ่มต้นของการติดตามผลงานของศิลปินที่ชื่นชอบ จนนำมาสู่การสร้างเนื้อหาขึ้นมาด้วยตัวเอง แต่งเติมเรื่องราวด้วยความรักและชอบตามความพึงพอใจ แบ่งปันผลงานในกลุ่มคนคลอบคลุมกัน นำพามาสู่การสร้างสื่อของตนเอง สื่อที่มีความเฉพาะกลุ่ม ซึ่งเป็นกลุ่มที่สามารถสร้างพื้นที่ของตัวเองขึ้นมาได้อย่างชัดเจนสำหรับแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี และเมื่อโลกของการสื่อสารวันนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปด้วยสื่อสังคมออนไลน์ เมื่องานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการสร้างสื่อที่มีอิสระมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะถูกเปิดกว้างและหลากหลายมากขึ้น และเมื่อพื้นที่สาธารณะที่เชื่อมต่อกันสามารถทำให้บทบาทของผู้รับสารเปลี่ยนไป การสื่อสารได้ก้าวเข้าสู่ยุคที่ผู้รับสารกลายเป็นผู้ผลิตสาร และเป็นผู้ที่กำหนดเนื้อหาของสารได้ด้วยตัวเองเหมือนอย่างกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

ด้วยงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ที่นับได้ว่าเป็นสื่อ D.I.Y. MEDIA ที่ได้รับความนิยมแบบเฉพาะกลุ่ม เป็นอีกหนึ่งสื่อที่แสดงถึงมิติของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เป็นอำนาจใหม่ของ ผู้รับสาร และแสดงให้เห็นถึงมิติใหม่ของการสื่อสาร อีกทั้งในประเทศไทยยังไม่เคยมีงานที่ศึกษาในสื่อชนิดนี้อย่างจริงจัง งานศึกษานี้จึงจะศึกษาถึงรูปแบบของการสื่อสาร โดยวิเคราะห์จากการนำเสนองานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ถึงรูปแบบที่ใช้ในการสื่อสารงานเขียน รวมไปถึงสื่อใหม่ หรือสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะเป็นช่องทางการสื่อสารสาธารณะของงานเขียนแฟนฟิ

คชั่นวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยนั้นว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร โดยคาดหวังว่าการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อบทบาทพื้นที่สาธารณะกับอำนาจการผลิตสื่อในมือของผู้บริโภค ในยุคสื่อบนแพลตฟอร์มที่มีความหลากหลายในปัจจุบัน

1.2 ปัญหาวิจัย

รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทยมีลักษณะเป็นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย
- 2) เพื่อศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1) สามารถอธิบายและเข้าใจกระบวนการ การใช้พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ใน สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย
- 2) เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของสื่อทางเลือกที่มีผลต่อพฤติกรรมติดตาม หรือการใช้งานพื้นที่สื่อสาธารณะในสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นตัวสะท้อนปรากฏการณ์ทางสังคม
- 3) ผลการวิจัยจะช่วยสร้างความเข้าใจในภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป ที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม ความคาดหวัง และบรรทัดฐานของผู้ใช้สื่อ
- 4) เพื่อเป็นแนวทางในการเรียนรู้หรือประยุกต์ใช้ช่องทางการสื่อสารอย่างสื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.5 ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษารูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ผู้วิจัยจะศึกษาเฉพาะงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีที่ได้รับความนิยมในสังคมไทย ทั้งสิ้น 4 วงด้วยกัน ได้แก่ วงเอ็กซ์ (EXO) , วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) , วง ก๊อตเซเว่น (GOT 7) และ

วงทงบังชินกิ (TVXQ) ที่ปรากฏบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ 3 แห่ง ได้แก่ เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม (Dek-D.com) ,ทวิตเตอร์ (Twitter) และ เฟซบุ๊ก (Facebook)

1.6 นิยามศัพท์

รูปแบบการสื่อสาร หมายถึง พฤติกรรม หรือลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการนำเสนอผลงานแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่นิยมใช้ในการเผยแพร่ผลงานแฟนฟิคชั่นวายของศิลปินที่ชอบ เป็นลักษณะการใช้สื่อที่นิยมจนก่อให้เกิดเป็นรูปแบบของการสื่อสารงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย จนรวมไปถึงตัวศิลปินเกาหลี ผู้ผลิตหรือต้นสังกัดโดยเฉพาะในด้านการตลาด อันเป็นผลมาจากงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) หมายถึง พื้นที่บนเว็บไซต์เด็กดี (Dek-D.com) ,ทวิตเตอร์ (Twitter) และ เฟซบุ๊ก (Facebook) ที่กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีใช้ในการสื่อสารเผยแพร่แฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) โดยเป็นช่องทางในการรวมกลุ่มกันของผู้ที่สนใจ แฟนฟิคชั่นวายของศิลปินเกาหลีวงเอ็กโซ (EXO) , วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) , วง ก๊อตเซเว่น (GOT 7) และ วงทงบังชินกิ (TVXQ)

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง เว็บไซต์เด็กดี (Dek-D.com) ,ทวิตเตอร์ (Twitter) และ เฟซบุ๊ก (Facebook) และเว็บไซต์ หรือช่องทางต่างๆในสื่ออินเทอร์เน็ตที่กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีใช้ในการสื่อสารเผยแพร่แฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ของศิลปินเกาหลีวงเอ็กโซ (EXO) , วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) , วง ก๊อตเซเว่น (GOT 7) และ วงทงบังชินกิ (TVXQ)

แฟนฟิคชั่น (Fan Fiction) หมายถึง D.I.Y. Media ชนิดหนึ่งมีลักษณะเป็นเรื่องสั้น หรือนิยายที่สร้างขึ้นโดยกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี โดยมีศิลปินเกาหลีที่เป็นที่ผู้เขียนชื่นชอบเป็นตัวละครหลักในเรื่อง

1) **แฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y)** หมายถึง เรื่องสั้น หรือนิยายเป็นประเภทหนึ่งของแฟนฟิคชั่น โดยมีเนื้อหามุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์ของตัวละครชาย เป็นประเภทชายรักชาย มีศิลปินเกาหลีเป็นตัวละครหลักในการเล่าเรื่อง

2) **ไรท์เตอร์ (Writer)** หมายถึง แฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวาย

3) **รีดเดอร์ (Reader)** หมายถึง แฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นผู้ติดตามอ่านผลงานแฟนฟิคชั่นวายที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์

กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี หมายถึง แฟนคลับของศิลปินเกาหลี วงเอ็กซ์ (EXO), วงซูเปอร์ จูเนียร์ (Super Junior), วงก็อตเซเวน (GOT7) และ วงทงบังชินกิ (TVXQ) ในสังคมไทยที่ เป็นผู้เขียน รวมถึงผู้ติดตามอ่านผลงานแฟนฟิคชั่นวายที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ช่องทางต่างๆ

DPW



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ ของงานเขียนแฟนฟิクションวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” ผู้วิจัยใช้แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในการศึกษาดังนี้

2.1 แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) และวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (Participatory Culture)

2.2 แนวคิดสื่อใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (New Media and Social Network)

2.2.1 เฟซบุ๊ก (Facebook)

2.2.2 ทวิตเตอร์ (Twitter)

2.2.3 บล็อก (Blog)

2.3 แนวคิดวัฒนธรรมย่อย (Subculture)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fans)

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา

2.1 แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere)

พื้นที่สาธารณะ (Public Space) คือการประกอบรวมกันของคำ 2 คำ คือ คำว่า “พื้นที่” ซึ่งหมายถึง อาณาบริเวณแห่งใดแห่งหนึ่ง (area) และคำว่า “สาธารณะ” หมายถึง ส่วนรวม หรือ ความเป็นส่วนรวม และ “พื้นที่สาธารณะ” เป็นคำที่มีนัยทางความหมาย 2 แบบด้วยกัน คือ ความหมายเชิงรูปธรรม และความหมายเชิงนามธรรม (กาญจนา แก้วเทพ, 2553)

เชิงรูปธรรม หมายถึงสถานที่ปรากฏชัดเจน เช่น หมายถึง จัตุรัสกลางเมือง ลานประชาชนสภากาแฟ ไฮปาร์ก พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น

เชิงนามธรรม หมายถึงสถานที่ หรือพื้นที่เสมือนจริง เช่น พื้นที่ในสื่อมวลชน พื้นที่ในสื่อออนไลน์ (Internet) หรือพื้นที่ทางวัฒนธรรม เป็นต้น

พื้นที่สาธารณะ (Public Space) คือพื้นที่ในโลกทางสังคมที่ให้คุณค่าได้มีโอกาสมาพูดคุยพบปะ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในเรื่องราวต่างๆ มีจุดเริ่มต้นจากการต่อสู้ทางการเมืองในยุคสมัยศตวรรษที่ 17 เกิดจากความเหลื่อมล้ำทางชนชั้น โดยผู้คนที่ต้องการต่อสู้กับรัฐหรือระบบศักดินา ต้องการหลุดจากการถูกควบคุมโดยรัฐ ซึ่งยุโรปในช่วงเวลานั้นเป็นสังคมที่มีแต่สถาบันกษัตริย์และสถาบันศาสนาเท่านั้นที่ได้อภิสิทธิ์ในการเข้าถึงและครอบครองพื้นที่ทางการเมือง ชนชั้นสูง ขุนนางและพระเท่านั้นที่จะมีอำนาจในการตัดสินใจในกิจการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาธารณะ ในช่วงระหว่างรอยต่อของศตวรรษที่ 17-18 กลุ่มคนในสังคมอันประกอบไปด้วยชนชั้นกลางและปัญญาชนจึงได้เริ่มสร้าง “พื้นที่สาธารณะ” ขึ้น โดยการนัดมาพบปะกันตามโรงเหล้าเพื่ออ่านหนังสือพิมพ์ร่วมกัน พูดคุยถกเถียงกันอย่างอิสระเสรี มีการโต้แย้งกันในเรื่องกฎหมาย การเมือง การปกครอง โดยทั้งหมดนั้นจะดำเนินไปบนหลักของความเสมอภาคและเท่าเทียมกันซึ่งพื้นที่ที่เลือกใช้ส่วนใหญ่จะเป็นเขตที่ปลอดจากอำนาจของกษัตริย์และศาสนา ต่อมาพื้นที่ดังกล่าวก็ได้แปรเปลี่ยนพัฒนามาสู่มิติทางด้านเศรษฐกิจ จนมาถึงมิติทางสังคม และมิติทางความหมายของพื้นที่สาธารณะก็ได้แปรเปลี่ยนตามไปด้วย

เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไปพื้นที่สาธารณะได้ขยายตัวมาอยู่ในสื่อต่างๆ มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ ที่เกิดขึ้นพร้อมกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งพื้นที่สาธารณะสามารถแบ่งออกตามยุคสมัยของสื่อมวลชน โดยแบ่งออกเป็น 3 ยุค คือ

ยุคแรก ยุคสื่อสิ่งพิมพ์ถือเป็นสื่อมวลชนในยุคเริ่มแรกที่มีพื้นที่เพื่อการเป็นสาธารณะหรือเป็นช่องทางที่นำพาข้อมูลเข้าสู่ความเป็นส่วนรวม ซึ่งหนังสือพิมพ์ในยุคแรกๆ จะเป็นเรื่องของข่าวการเมืองเป็นส่วนใหญ่ มีบทความเรื่องราวเกี่ยวกับการวิพากษ์วิจารณ์การเมือง หรือศิลปะวรรณคดี เป็นพื้นที่สาธารณะสำหรับการต่อสู้ของประชาชน จนกระทั่งคำว่าธุรกิจเข้ามามีอำนาจต่อสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้พื้นที่สาธารณะถูกลดทอนลงที่สุดในที่สุด

ยุคที่สอง ยุคสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยสื่อวิทยุและโทรทัศน์เข้ามามีบทบาทมากขึ้นเพราะเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วในการรายงานข่าวสารที่มากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ อีกทั้งสื่อโทรทัศน์นั้นผู้รับสารยังสามารถรับรู้ได้ทั้งภาพและเสียง โดยเป็นสื่อที่สามารถเปิดพื้นที่สาธารณะได้โดยการหยิบยกประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมมาพูดถึง และเปิดโอกาสให้สาธารณชนได้แสดงความคิดเห็นต่อประเด็นปัญหานั้นๆ และก็เช่นเดียวกันกับสื่อสิ่งพิมพ์ที่เมื่อมีคำว่าธุรกิจเข้ามาสื่อวิทยุโดยเฉพาะโทรทัศน์ก็เป็นสื่อที่เน้นเนื้อหา ข่าวสาร รูปแบบของรายการไปเป็นเพื่อความบันเทิงมากกว่าด้านอื่นๆ

ยุคที่สาม ยุคการสื่อสารออนไลน์ ถือเป็นยุคของการสื่อสารเสมือนจริงโดยอาศัยคอมพิวเตอร์ หรืออินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นสื่อกลางในการสื่อสาร ด้วยลักษณะของสื่อชนิดนี้ที่เป็น

เสมือนโลกจำลองที่เปิดพื้นที่ให้ผู้เข้าใช้สื่อสามารถที่จะเข้าถึงสื่อได้อย่างอิสระมากกว่าสื่อชนิดอื่นๆ มีเนื้อหา ข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและไม่มีเงื่อนไขในเรื่องระยะเวลาในการเข้าใช้ หรือรับชมสื่อ จึงทำให้ยุคนี้จัดเป็นยุคที่ผู้รับสารมีอำนาจในการเลือกรับสื่อมากที่สุด ผู้รับสารมีพื้นที่ที่สามารถเข้าใช้ส่งข้อมูล แบ่งปันเรื่องราว หรือเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ทางสังคมที่เกิดขึ้นได้อย่างง่ายดายมากขึ้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2553)

เจอร์เกน ฮาเบอร์มาส (Jurgen Habermas) นักวิชาการชาวเยอรมัน ผู้เป็นสมาชิกของสำนักแฟรงค์เฟิร์ต (Frankfurt School) ที่สนใจการวิพากษ์วิจารณ์ระบบและโครงสร้างทางสังคมได้ให้นิยามเรื่องพื้นที่สาธารณะ ตามทัศนะของเขาว่า แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะนั้นเป็นเรื่องที่ว่าด้วย “ความรู้สึกเป็นส่วนรวม” (sense of public) เป็นการปฏิบัติการทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย

มิติของสถานที่ มิติผู้กระทำ ตลอดจนมิติกิจกรรมได้เปลี่ยนแปลงความหมายของพื้นที่สาธารณะจากมิติทางการเมืองแปรเปลี่ยนมาสู่มิติด้านเศรษฐกิจ ด้วยแนวคิดของพื้นที่สาธารณะแต่เดิมที่ต้องการให้เกิดความเท่าเทียมในสังคม เป็นพื้นที่ในการแสดงความคิดเห็นเพื่อให้เกิดข้อสรุปที่มีความสอดคล้องกัน เพื่อให้เกิดการรวมตัวกันในการต่อรองอำนาจกับชนชั้นสูง หรือชนชั้นปกครอง แต่เมื่อเข้าสู่ยุคระบบทุนนิยมการดำรงอยู่ของพื้นที่สาธารณะก็มีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป การค้าและการแสวงหาผลกำไรเข้ามาแทนที่เป้าหมายเดิม การเข้าถึงพื้นที่สาธารณะ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมบนพื้นที่สาธารณะของบุคคลมีรูปแบบและวิธีการที่เปลี่ยนแปลงไป โดยฮาเบอร์มาส มองว่าสื่อได้เข้ามามีบทบาทหน้าที่เป็นเวทีสาธารณะจอมปลอมและยกพื้นที่ให้กับกลุ่มผู้มีอำนาจทั้งอำนาจทางการเมืองและอำนาจทางเศรษฐกิจเป็นผู้ใช้พื้นที่เพื่อผลประโยชน์ โดยประชาชนกลับขาดโอกาสการมีส่วนร่วมและมีบทบาทเป็นเพียงผู้ชมเท่านั้น ซึ่งฮาเบอร์มาส เรียกสังคมเช่นนี้ว่า “สังคมแห่งคนดู”

Livingstone S. (1994) กล่าวว่า สื่อสมัยใหม่เป็นพื้นที่สาธารณะจำลอง (Pseudo-public sphere) เพราะเป็นการแสดง (Show) ซึ่งเปรียบเสมือนฉากหนึ่งในการแสดง ผู้ชมจะไม่สนใจในเหตุผลหรือเนื้อหาที่แท้จริง แต่เป็นการชมหรือดูเพื่อความสนุกสนาน หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการ “ดูเขาคีกัน” ที่สำคัญสื่อยังแยกผู้คนเฉพาะเชิงกายภาพในสังคมออกจากกันแทนที่จะรวมกันซึ่งแตกต่างจากพื้นที่สาธารณะสมัยก่อนที่รวมผู้คนเข้าไว้ด้วยกัน

Mark Poster (1995) กล่าวว่า นิยามของพื้นที่สาธารณะในอดีตไม่สามารถใช้ได้กับชุมชนเสมือน (Virtual community) ที่เกิดขึ้นจากการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เนื่องจากพื้นที่สาธารณะในอดีตเป็นสถานที่ที่ประชาชนสามารถแสดงออกได้อย่างเท่าเทียมกัน เป็นการพูดคุยอย่างเปิดเผยโดยมีการกำหนดสถานภาพของผู้มีส่วนร่วมแต่ละคนอย่างชัดเจน และผู้แสดงความ

คิดเห็นจะได้แย้งกันอย่างมีเหตุผลเพื่อให้บรรลุสู่เป้าหมายที่สอดคล้องกัน แต่การสื่อสารผ่านระบบอินเทอร์เน็ตถึงแม้ว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีสิทธิ์แสดงความคิดเห็นได้เท่าเทียมกัน แต่การโต้แย้งต่างๆก็มักจะไม่ได้เป็นไปด้วยเหตุผล และผู้แสดงความคิดเห็นนั้นไม่ได้มีเป้าหมายที่สอดคล้องกัน อีกทั้งผู้ใช้อินเทอร์เน็ตยังสามารถเปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์ (Identity) ของตนได้ตามความต้องการ ทำให้ไม่ต้องรับผิดชอบต่อบุคคลอื่นของตนเหมือนกับการสื่อสารแบบเผชิญหน้าอย่างพื้นที่สาธารณะในอดีต

ตรงกันข้ามกับ Scannell และ Cardiff (1989) ที่มองว่าสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อประเภทคอมพิวเตอร์เป็นสื่อที่มีธรรมชาติที่เหมาะสมอย่างมากสำหรับการโต้เถียงอภิปราย แม้ว่าจะเป็นการสื่อสารผ่านตัวสื่อกลาง (mediated communication) ไม่ใช่การสื่อสารแบบเผชิญหน้า (face-to-face communication) ตามเงื่อนไขของการสื่อสารบนพื้นที่สาธารณะของฮาเบอร์มาส

การสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้น เป็นการสื่อสารแบบสองทาง ที่ผู้ใช้จะต้องมีส่วนร่วมอย่างตั้งใจว่าสื่ออื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ชมสื่อโทรทัศน์อาจจะนอนหลับในขณะที่เปิดโทรทัศน์ หรือฟังสื่อวิทยุในขณะที่ทำสิ่งอื่นควบคู่ไปด้วยจนทำให้ไม่มีสมาธิกับเรื่องที่กำลังนำเสนอทางวิทยุจนสูญเสียการมีส่วนร่วมได้ แต่การสื่อสารผ่านสื่อคอมพิวเตอร์นั้นผู้ชมมักจะอยู่หน้าจอตลอดเวลาการใช้งาน อีกทั้งคุณสมบัติและคุณลักษณะทางเทคนิคของระบบอินเทอร์เน็ตที่สามารถเชื่อมต่อไปยังข้อมูลอื่นๆ หรือผู้ใช้คนอื่นๆ จึงทำให้ขอบเขตของการสร้างพื้นที่สาธารณะนั้นสามารถขยายได้อย่างกว้างขวางโดยไร้ข้อจำกัดด้านกายภาพ

ปัจจัยหลายอย่างที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของพื้นที่สาธารณะ ทั้งมิติทางด้านการเมือง เทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนา ตลอดจนวิถีในการดำเนินชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ดังนั้นหากจะมองว่าพื้นที่สาธารณะในปัจจุบันแท้จริงแล้วเป็นพื้นที่สาธารณะหรือไม่นั้นคงต้องขึ้นอยู่กับมิติของการเข้าถึง และวัตถุประสงค์ในการสร้างพื้นที่เหล่านั้นขึ้นมา พื้นที่นั้นอาจไม่ใช่เพื่อคนทั้งหมดในสังคม แต่เพียงพื้นที่ที่เปิดให้ใช้ร่วมกันของกลุ่มคนในลักษณะของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในสังคม เพื่อประโยชน์ร่วมกัน ขอบเขตประโยชน์ของพื้นที่สาธารณะนั้นจะกว้างขวางมากน้อยเพียงใดก็ขึ้นอยู่กับปัญหาและเป้าหมายเฉพาะกลุ่มนั่นเอง

แนวคิดวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (Participatory Culture)

เมื่อมีการเปิดที่สาธารณะ สิ่งที่จะปรากฏขึ้นควบคู่ตามมาก็คือ วัฒนธรรมการมีส่วนร่วม ซึ่งหากพูดถึงวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมคนทั่วไปอาจจะนึกถึงภาพของการขับเคลื่อนทางสังคมในแง่ของการเมือง ประชาสังคม ภาคพลเมืองเป็นหลัก แต่วัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่ปรากฏชัดเจนมากกับกลุ่มวัฒนธรรมย่อย โดยเฉพาะกับกลุ่มแฟนคลับ ซึ่ง Henry Jenkins (2013) นักวิชาการศึกษาด้านแฟนศึกษาได้นำเสนอแนวคิดนี้ไว้ โดยมองว่ากลุ่มแฟนเป็นผู้ชม หรือผู้รับสาร

ที่มีพลัง ด้วยการพฤติกรรมการเล่นสื่อด้วยความกระตือรือร้นทำให้กลุ่มแฟนมีอำนาจที่จะต่อรองกับผู้ผลิตในหลายๆรูปแบบ หลายๆระดับ โดยพวกเขาเหล่านั้นพร้อมที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับศิลปินที่ชื่นชอบ ไม่ว่าจะเป็นการร่วมรายการเกมส์โชว์ การร่วมโหวตให้รางวัลศิลปินที่ชื่นชอบในสาขาต่างๆ ซึ่งแต่เดิมบทบาทหน้าที่ของผู้บริโภคจะมีเพียงแค่รอผู้ผลิต ผลิตผลงานออกมาให้เท่านั้น แต่สำหรับวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมนั้นมองว่าผู้บริโภคมีอำนาจและสามารถที่จะทำได้มากกว่าการเป็นแค่ผู้ที่รออยู่ที่ปลายทางของกระบวนการผลิตเท่านั้น

วัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมมองว่าผู้บริโภคสามารถเป็นผู้ร่วมให้ข้อมูล ผู้สนับสนุน หรือแม้แต่เป็นผู้ผลิตเอง (prosumers) ได้ในบางครั้ง ด้วยเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น ทำให้การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคมีมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางอินเทอร์เน็ต เพราะการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วมากขึ้นทำให้เกิดการรวมตัวกันของกลุ่มแฟนได้มากยิ่งขึ้น พื้นที่สาธารณะบนสื่อสังคมออนไลน์ถือเป็นพื้นที่การมีส่วนร่วมอย่างกระตือรือร้น (active participation) ซึ่งนอกจากวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม นั้นจะหมายถึง กลุ่มแฟนที่มีส่วนร่วมในการต่อรองอำนาจกับทางผู้ผลิตแล้วนั้น ยังรวมไปถึงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมระหว่างแฟนด้วยกันเองภายในกลุ่มอีกด้วย วัฒนธรรมการมีส่วนร่วมสำหรับแฟนด้วยกันนั้น คือการที่ได้มีความรู้สึกร่วมกัน ได้แบ่งปัน ได้ปลดปล่อยความรู้สึกต่างๆที่มีต่อศิลปิน หรือผลงานจากสิ่งที่ชอบร่วมกัน ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มแฟนบอลที่แต่งตัวด้วยสัญลักษณ์ต่างๆประจำทีม เพื่อไปร่วมเชียร์ในสนามที่ทำการแข่งขัน แสดงออกถึงพลังของกลุ่มแฟนๆร่วมกัน หรือกลุ่มแฟนคลับที่ไปรวมตัวกันทำโปรเจกต์ให้กับศิลปินที่ชอบในงานคอนเสิร์ต เป็นต้น ทำให้เห็นว่าวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมทำให้เกิดการสื่อสารในแวนอน หรือแวนอระนาบเกิดขึ้น

เมื่อปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงไปของยุคสมัย และเทคโนโลยีทำให้มิติของคำว่า “พื้นที่สาธารณะ” นั้นมีความเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยรวมไปถึงอำนาจในการเข้าถึงพื้นที่สาธารณะและ “การมีส่วนร่วม” ก็มีการเปลี่ยนแปลงเช่นกัน ประเด็นปัญหา หรือเนื้อหาที่เกิดขึ้นในสังคมนั้นไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงแค่สื่อมวลชนในฐานะสื่อกลางเป็นผู้กำหนดอีกต่อไปดังนั้น ในการศึกษาเรื่องรูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทยแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Space) และแนวคิดวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (Participatory Culture) จะเป็นกรอบที่ผู้ศึกษานำไปใช้ในการศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ในฐานะพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

2.2 แนวคิดสื่อใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (New Media and Social Network)

สื่อ (Media) คือ ช่องทางในการส่งต่อหรือนำเสนอข้อมูลข่าวสารแก่กันและกันในสื่อสาร ด้วยเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาทำให้รูปแบบของสื่อที่บุคคลเลือกใช้ในการส่งต่อข้อมูลข่าวสารให้แก่มีกมีการเปลี่ยนแปลงไป จากสื่อบุคคลเปลี่ยนแปลงไปสู่สื่อสิ่งพิมพ์ และจากสื่อสิ่งพิมพ์ก็พัฒนาเข้าสู่รูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (วิทยุ, โทรทัศน์) จนกระทั่งในปัจจุบันมีการพัฒนาระบบการสื่อสารจนมาสู่ยุคของการสื่อสารผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีทำให้สามารถแบ่งสื่อออกเป็น 2 ประเภท ตามลักษณะของการใช้สื่อ คือ สื่อแบบดั้งเดิม และสื่อใหม่

สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หมายถึง สื่อที่ผู้ส่งสารใช้เป็นช่องทางในการส่งสารไปยังผู้รับ เป็นการส่งสารทางเดียวโดยที่ผู้รับไม่สามารถตอบโต้หรือส่งต่อข้อมูลกลับทางตรงไปสู่ผู้ส่งสารได้ แบ่งย่อยเป็น

- 1) สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารเพียงอย่างเดียว คือ สื่อที่ส่งสารได้เพียงตัวหนังสือ หรือภาพ หรือเสียงเพียงอย่างเดียว ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรเลข และสื่อวิทยุ
- 2) สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารสองอย่าง คือ สื่อที่ส่งทั้งภาพและเสียงไปพร้อมกัน ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ สื่อภาพยนตร์

สื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสารได้พร้อมกัน เป็นการสื่อสารสองทาง และยังเป็นสื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง และข้อความ เป็นการรวมเอาระบบเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีแบบปฏิสัมพันธ์ ทำให้สื่อสามารถสื่อสารได้สองทางผ่านทางระบบเครือข่ายและมีศักยภาพเป็นสื่อแบบประสม (Multimedia) โดยสื่อใหม่ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างหลากหลาย ที่เป็นที่ยอมรับมากในปัจจุบันก็คือ สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรศัพท์มือถือ และยังมี การนำเอาสื่อดั้งเดิมอย่าง สื่อโทรทัศน์มาผนวกรวมกับสื่ออินเทอร์เน็ต เรียกว่าสื่อโทรทัศน์แบบปฏิสัมพันธ์ คือ เมื่อผู้รับสารดูรายการโทรทัศน์แบบเฉพาะบุคคล ผู้รับสารจะสามารถมีปฏิสัมพันธ์ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตพร้อมกันได้

“สื่อใหม่” (New Media) เป็นคำศัพท์ที่ผู้เชี่ยวชาญได้ให้คำจำกัดความคำศัพท์คำนี้ไว้หลากหลายรูปแบบ และด้วยสื่อใหม่นั้นมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วด้วยวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีจึงเกิดสื่อใหม่ในรูปแบบต่างๆ ได้ตลอดเวลา ซึ่งมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับสื่อใหม่ไว้ ดังนี้

Kevin Kawamoto (1997) ให้นิยามว่า สื่อใหม่ หมายถึงระบบการสื่อสาร หรือระบบที่มีการเชื่อมต่อทางอิเล็กทรอนิกส์ของเครือข่ายในระดับโลกเป็นสื่อที่เกิดจากหลายปัจจัยได้แก่

เทคโนโลยีระบบเครือข่าย ภาคอุตสาหกรรม ปัจจุบัน รวมทั้งชุมชนในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

Manovich (2001) กล่าวถึงคำนิยามของสื่อใหม่ไว้ว่า สื่อใหม่เป็นกระบวนการในการใช้ระบบดิจิทัลที่อยู่บนพื้นฐานของระบบการเก็บข้อมูลเป็นตัวเลข (Analog) จากการป้อนคำสั่งผ่านอุปกรณ์ที่ถูกควบคุมด้วยระบบคอมพิวเตอร์ และแปลงข้อมูลคำสั่งนั้นเข้าสู่รหัสฐานสอง (Binary Code)

Everett M. Rogers (1986) นักทฤษฎีกลุ่มแนวคิดเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนด ได้ให้นิยามไว้ว่า สื่อใหม่ เป็นเทคโนโลยี หรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมาก ไปสู่คนจำนวนมาก (many-to many basis) ผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง โดย Rogers ได้ชี้ให้เห็นว่าคุณลักษณะที่สำคัญของสื่อใหม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ของมนุษย์และสังคม 3 ประการด้วยกัน ได้แก่

1. คุณลักษณะด้านการโต้ตอบกันระหว่างผู้ใช้งาน (Interactivity) โดยสื่อใหม่สามารถทำให้ในการสื่อสารเกิดการตอบโต้กันอย่างฉับพลันทันทีได้ ซึ่งแต่เดิมเงื่อนไขในการตอบโต้แบบฉับพลันทันทีในระหว่างการสื่อสารจะมีอยู่แต่เฉพาะในการสื่อสารระหว่างบุคคลแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Communication) เท่านั้น ทำให้มิติด้านเวลาและสถานที่ของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก

2. คุณลักษณะด้านผู้รับสาร โดยแต่เดิมนั้นรูปแบบการสื่อสารแบบสื่อมวลชน จะกำหนดผู้รับสารเป็นแบบมวลชน โดยในการสื่อสารผู้รับสารทุกคนจะได้รับสารที่เหมือนกันในช่วงเวลาเดียวกัน แต่สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารสามารถเลือกรับสารได้ตามเวลาและสถานที่ที่ตนเองต้องการได้มากขึ้น

3. คุณลักษณะด้านการแบ่งแยกส่วนของข้อมูลข่าวสาร (Asynchronous nature of new communication) เป็นลักษณะการสื่อสารที่สามารถแบ่งแยกกันเป็นส่วนๆ ได้ (Asynchronize) โดยไม่จำเป็นต้องมาเป็นกลุ่มก้อนเดียว แต่จะมาเป็นส่วนๆ โดยที่ผู้รับสารจะต้องมาประกอบเอาเอง นอกจากนี้ยังหมายถึง ศักยภาพของสื่อ ในการเก็บรักษาข่าวสารข้อมูล รวมถึงวิธีการเก็บข่าวสารที่สามารถแยกเก็บไว้ในที่ต่าง ๆ ได้ด้วย ยกตัวอย่างเช่น การรับชมรายการย้อนหลังประเภทต่างๆ ในรูปแบบของคลิปวิดีโอ (Video Clip) ซึ่งผู้รับสารสามารถเลือกรับชมเฉพาะช่วงรายการที่สนใจได้อย่างอิสระตลอดเวลา เป็นต้น

ซึ่งสอดคล้องกับ Kent Wertime และ Ian Fenwick (2008) ที่ได้ให้นิยามสื่อใหม่ไว้ว่า หมายถึง เนื้อหา (content) ที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัล โดยลักษณะสำคัญของเนื้อหาอยู่ในรูปแบบดิจิทัลจะประกอบด้วย“อิสระ 5 ประการ” (5 Freedoms) ได้แก่

1.อิสรระจากข้อจำกัดด้านเวลา (Freedom from Scheduling) เนื่องจากเนื้อหาที่อยู่ในรูปแบบดิจิทัลนั้นจะทำให้ผู้ใช้สื่อสามารถเลือกใช้งานเพื่อรับและส่งข่าวสารได้ในเวลาที่ตนเองต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องติดตามชมเนื้อหาต่างๆเหล่านั้น ตามเวลาที่กำหนด

2.อิสรระจากข้อจำกัดด้านพรมแดน (Freedom from Geological Boundaries) เนื้อหาในรูปแบบดิจิทัลนั้นจะเป็นเนื้อหาที่สามารถรับข้อมูลข่าวสารได้จากทั่วโลกในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดรับ หรือค้นหาข้อมูลข่าวสารจากประเทศใดก็ได้ แล้วแต่ความต้องการของแต่ละคน

3. อิสรระจากข้อจำกัดด้านขนาด (Freedom to Scale) เนื่องจากเนื้อหาที่มีความยืดหยุ่นสามารถ ลดทอน ย่อหรือปรับขยายขนาด หรือเครือข่ายได้ ตามต้องการ ยกตัวอย่างเช่น การปรับเนื้อหาให้เหมาะสมสำหรับการเผยแพร่เนื้อหานั้นๆไปทั่วโลก การตัดต่อภาพ เรื่องราว คำพูดหรือขนาดของเนื้อหา เพื่อปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงได้

4.อิสรระจากข้อจำกัดด้านรูปแบบ (Freedom from Formats) เนื่องจากเนื้อหาแบบดิจิทัลนั้นไม่จำเป็นต้องมีรูปแบบเฉพาะ หรือลักษณะที่ตายตัว เหมือนกับสื่อดั้งเดิมที่จะถูกกำหนดรูปแบบในการนำเสนอที่มีข้อจำกัดอย่างชัดเจน เช่น สปอตโฆษณาทางโทรทัศน์ถูกกำหนดว่าต้องมีความยาว 30 วินาที หรือสื่อสิ่งพิมพ์ต้องมีครึ่งหน้า หรือเต็มหน้า เป็นต้น แต่สำหรับสื่อดิจิทัลนั้นค่อนข้างมีอิสระในการนำเสนอ เช่น หากต้องการนำไฟล์วิดีโอไปลงไว้ในเว็บไซต์จะมีความยาวกี่วินาที หรือมีความละเอียดของไฟล์เป็นเท่าไรก็ได้ เป็นต้น

5.อิสรระจากยุคนักการตลาดสร้างเนื้อหาไปสู่ยุคผู้บริโภคริเริ่มสร้าง และควบคุมเนื้อหาเอง (From Marketer-Driven to Consumer-Initiated, Created and Controlled) ด้วยพัฒนาการทางเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้เจ้าของสื่อไม่อาจควบคุมการแพร่กระจายของสื่อได้เหมือนในอดีต เนื้อหาที่พบในบล็อก (Blog) หรือคลิปวิดีโอในเว็บไซต์ของ YouTube และสื่อผสมใหม่ๆ สามารถสร้างสรรค์ หรือจัดทำโดยผู้บริโภคคนใดก็ได้ เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างจากผู้บริโภค (Consumer-Created Content) หรือเป็นคำพูดแบบปากต่อปากฉบับออนไลน์ (Online Word-of-Mouth) ที่แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว

จากนิยามข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าสื่อใหม่ (New Media) หมายถึง สื่อที่เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก หรือสื่อดั้งเดิม มาสู่ระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง และข้อความไปพร้อมกัน และสามารถตอบสนองต่อความต้องการทางข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและมีอิสระมากขึ้น

เมื่อเทคโนโลยีเปลี่ยนมาสู่ระบบดิจิทัล รูปแบบและกระบวนการสื่อสารก็เปลี่ยนแปลงตามไปด้วยจึงเกิด “เครือข่ายสังคมออนไลน์” (Social Network) หรือ “โซเชียล มีเดีย”

(SocialMedia) กระบวนการสื่อสารบนสื่อใหม่ การเกิดขึ้น และการขยายความนิยมของเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ต โดยมีการพัฒนาจากเว็บ (Web) 1.0 ซึ่งเป็นยุคเริ่มต้นของเว็บ โดยใช้แสดงข้อมูลบนหน้าเว็บเพจ (Web page) เพียงอย่างเดียว มาสู่เว็บ (Web) 2.0 โดยผู้ใช้ไม่เพียงแต่เปิดรับข้อมูลเท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างเนื้อหา นำเสนอข้อมูลต่างๆ ลงบนอินเทอร์เน็ตได้เอง โดยไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นทีมงานหรือผู้ดูแลเว็บไซต์ ซึ่งเรียกว่า User Generate Content ข้อดีของการที่ผู้ใช้เข้ามาสร้างเนื้อหาได้เอง ทำให้มีการผลิตเนื้อหาเข้ามาเป็นจำนวนมาก และมีความหลากหลายของมุมมองความคิด เพราะจากเดิมผู้ดูแลจะเป็นคนคิดและหาเนื้อหามาลงแต่เพียงกลุ่มเดียว

ระบบเครือข่ายบนโลกออนไลน์ เป็นช่องทางที่สามารถแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลข่าวสารต่างๆ หรือทำการติดต่อสื่อสารถึงกันผ่านทางระบบอินเทอร์เน็ต เครือข่ายสังคมออนไลน์ มีรูปแบบเป็นเว็บไซต์ที่สามารถเชื่อมโยงผู้ใช้ไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์เหล่านี้จะมีการให้พื้นที่และบริการเครื่องมือต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการติดต่อสื่อสาร การสร้างเครือข่าย รวมถึงการสร้างเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้งานซึ่งในปัจจุบันมีเว็บไซต์ประเภทเครือข่ายสังคมออนไลน์เกิดขึ้นจำนวนมาก เช่น Facebook , Twitter , YouTube , Instagram เป็นต้น ซึ่งในปัจจุบันนอกจากเครือข่ายสังคมออนไลน์จะถูกใช้ในการติดต่อสื่อสารเพื่อความสนุกสนาน เพื่อความบันเทิง และเพื่อการศึกษาแล้ว ในปัจจุบันยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่น่ามาใช้เพื่อประโยชน์ทางการธุรกิจ (ขายสินค้าออนไลน์) อีกด้วย

ประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network)

เครือข่ายสังคมออนไลน์แต่ละอันจะมีความแตกต่างกันทั้งด้านเทคโนโลยี และความสามารถในการรองรับการใช้งาน ซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการใช้งานและความสนใจเฉพาะด้านของเครือข่ายสังคมออนไลน์นั้นๆ มีการแบ่งประเภทของเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการเข้าใช้งานไว้ 7 ประเภท ได้แก่

1. เครือข่ายเพื่อสร้างและประกาศตัวตน (Identity Network) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้สำหรับให้ผู้เข้าใช้งานได้มีพื้นที่ในการสร้างตัวตนขึ้นมาบนเว็บไซต์ และสามารถที่จะเผยแพร่เรื่องราวของตนผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยลักษณะของ การเผยแพร่อาจจะเป็นรูปภาพ วิดีโอ การเขียนข้อความลงในบล็อก การเขียนบทความได้อย่างเสรี ซึ่งอาจจะถูกนำมาใช้ได้ 2 รูปแบบคือ

1.1 Blog บล็อก เป็นชื่อเรียกสั้นๆ ของ Weblog ซึ่งมาจากคำว่า “Web” รวมกับคำว่า “Log” ที่เป็นเสมือนบันทึกหรือรายละเอียดข้อมูลที่เก็บไว้ ดังนั้นบล็อกจึงเป็น โปรแกรมประยุกต์บนเว็บที่ใช้เก็บบันทึกเรื่องราว หรือเนื้อหาความรู้สึกนึกคิดต่างๆ โดยทั่วไปจะมีผู้ที่ทำหน้าที่หลักที่

เรียกว่า “Blogger” เขียนบันทึกหรือเล่าเหตุการณ์ที่อยากให้คนอื่นอ่านได้รับรู้ หรือเป็นการเสนอ มุมมองและแนวความคิดของตนเองใส่เข้าไปในบล็อกนั้น

1.2 ไมโครบล็อก (Micro Blog) เครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้มีลักษณะเด่นโดย การให้ผู้ใช้โพสต์ข้อความจำนวนสั้นๆ ผ่านเว็บผู้ให้บริการ และสามารถกำหนดให้ส่งข้อความนั้นๆ ไปยังโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ เช่น Twitter เป็นต้น

2. เครือข่ายเพื่อสร้างและประกาศผลงาน (Creative Network) เครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ เป็นสังคมสำหรับผู้ใช้ที่ต้องการแสดงออกและนำเสนอผลงานของตัวเอง สามารถแสดง ผลงานได้จากทั่วทุกมุมโลก มีเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่เสมือนเป็นแกลเลอรี (Gallery) ที่ใช้จัดโชว์ ผลงานของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นวิดีโอ รูปภาพ เพลง อีกทั้งยังมีจุดประสงค์หลักเพื่อแชร์เนื้อหา ระหว่างผู้ใช้เว็บที่ใช้ฝากหรือแบ่งปัน โดยใช้วิธีเดียวกันแบบเว็บฝากภาพ แต่เว็บนี้เน้นเฉพาะไฟล์ที่เป็นมัลติมีเดีย ซึ่งผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ ได้แก่ YouTube เป็นต้น

3. เครือข่ายเพื่อความชอบในสิ่งเดียวกัน (Passion Network) เป็นเครือข่ายสังคม ออนไลน์ที่ทำหน้าที่เก็บในสิ่งที่ชอบไว้บนเครือข่าย เป็นการสร้าง ที่คั่นหนังสือออนไลน์ (Online Bookmarking) มีแนวคิดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถเก็บหน้าเว็บเพจที่คั่นไว้ในเครื่องคนเดียวก็นำมาเก็บไว้ บนเว็บไซต์ได้ เพื่อที่จะได้เป็นการแบ่งปันให้กับคนที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน สามารถใช้เป็น แหล่งอ้างอิงในการเข้าไปหาข้อมูลได้ และนอกจากนี้ยังสามารถโหวตเพื่อให้คะแนนกับที่คั่น หนังสือออนไลน์ที่ผู้ใช้คิดว่ามีประโยชน์และเป็นที่น่าสนใจ ซึ่งผู้ใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ได้แก่ Pantip เป็นต้น

4. เครือข่ายเพื่อเป็นเวทีทำงานร่วมกัน (Collaboration Network) เป็นเครือข่ายสังคม ออนไลน์ที่ต้องการความคิด ความรู้ และการต่อยอดจากผู้ใช้ที่เป็นผู้มีความรู้ เพื่อให้ความรู้ที่ได้ ออกมา มีการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและเกิดการพัฒนาในที่สุด ซึ่งหากลองมองจากแรงจูงใจที่ เกิดขึ้นแล้ว คนที่เข้ามาในสังคมนี้มักจะเป็นคนที่มีความภูมิใจที่ได้เผยแพร่สิ่งที่ตนเองรู้ และทำให้ เกิดประโยชน์ต่อสังคม เพื่อรวบรวมข้อมูลความรู้ในเรื่องต่างๆ ในลักษณะเนื้อหา ทั้งวิชาการ ภูมิศาสตร์ประวัติศาสตร์ สินค้า หรือบริการ โดยส่วนใหญ่มักเป็นนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ ผู้ ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ในลักษณะเวทีทำงานร่วมกันเช่น Wikipedia , Google earth และ Google Maps เป็นต้น

5. เครือข่ายเพื่อประสบการณ์เสมือนจริง (Virtual Reality) เครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้มีลักษณะเป็นเกมออนไลน์ (Online games) จัดเป็นเว็บที่นิยมมากเพราะเป็นแหล่ง รวบรวมเกมไว้มากมาย มีลักษณะเป็นวิดีโอเกมที่ใช้ผู้เล่นสามารถเล่นได้บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่ง เกมออนไลน์นี้มีลักษณะเป็นเกม 3 มิติที่ใช้ผู้เล่นสามารถนำเสนอตัวตนตามบทบาทในเกม อีกทั้งยัง

สามารถติดต่อปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นๆ ได้เสมือนอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง สร้างความรู้สึกสนุกเหมือนได้มีสังคมของผู้เล่นที่ชอบในแบบเดียวกัน อีกทั้งยังมีภาพ มีกราฟิกที่สวยงามดึงดูดความสนใจและมีกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ใช้รู้สึกบันเทิง เช่น Audition, Ragnarok, และ World of Warcraft เป็นต้น

6. เครือข่ายเพื่อการประกอบอาชีพ (Professional Network) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อการทำงาน โดยจะเป็นการนำประโยชน์จากเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในการเผยแพร่ประวัติผลงานของตนเอง และสร้างเครือข่ายเข้ากับผู้อื่น นอกจากนี้บริษัทที่ต้องการคนมาร่วมงานสามารถเข้ามาหาจากประวัติของผู้ใช้ที่อยู่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ได้ ผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทนี้ได้แก่ LinkedIn เป็นต้น

7. เครือข่ายที่เชื่อมต่อกันระหว่างผู้ใช้ (Peer to Peer : P2P) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งการเชื่อมต่อกันระหว่างเครื่องผู้ใช้ด้วยกันเองโดยตรง จึงทำให้เกิดการสื่อสารหรือแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว และตรงถึงผู้ใช้ทันที ซึ่งผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ประเภทนี้ได้แก่ Skype , Line เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับทวิตเตอร์ (Twitter)

ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่มีอัตราการเติบโตสูงที่สุดในโลก (Snyder,2008 as cited in Keenan and Shiri,2009) ผลสำรวจในปี 2014 คนไทยมีบัญชีการใช้งานทวิตเตอร์เป็นจำนวน 3.4 ล้านคน โดยมีจำนวนการทวิตข้อความเฉลี่ยเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งในปีที่ผ่านมา มีการทวิตข้อความเป็นจำนวน 6.6 ล้านข้อความต่อวัน และช่วงเวลาที่ถูกทวิตข้อความมากที่สุดคือเวลา 21.00 – 21.59 น. โดยมีการทวิตข้อความ (Text) ลิงค์ (Link) แฮชแท็ก (Hashtag) และรูปภาพ (Photo) มากขึ้นตามลำดับ (Zocialinc, 2015 อ้างถึงใน สุภิสรา นุ่มครุฑ, 2560)

ทวิตเตอร์ก่อตั้งขึ้นโดยบริษัท Obvious Corporation เมื่อปี ค.ศ.2006 เป็นหนึ่งในบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ประเภทไมโครบล็อก (Micro Blog) ซึ่งลักษณะเด่นของทวิตเตอร์คือ ความรวดเร็วและง่ายต่อการสื่อสาร เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการติดต่อสื่อสารว่า กำลังทำอะไร หรือมีสิ่งใดกำลังเกิดขึ้น (What's happening?) โดยเรียกการส่งข้อความเหล่านี้ว่า เป็นการ “ทวิต” (Tweet) ที่เหมือนกับเสียงร้องของนก ที่จะทำการบอกส่งต่อกันไปเรื่อยๆ โดยแต่เดิมการส่งข้อความบนทวิตเตอร์นั้น แต่ครั้งจะมีการกำหนดจำนวนตัวอักษรไว้ไม่เกิน 140 ตัวอักษร เพื่อให้เกิดการสื่อสารที่กระชับและรวดเร็ว และเมื่อไม่นานมานี้ได้มีการปรับปรุงให้สามารถใช้ได้เพิ่มขึ้นเป็น 280 ตัวอักษร เพื่อทำให้ง่ายต่อการสื่อสารมากยิ่งขึ้น ผู้ใช้สามารถกำหนดการติดตามเรื่องราวหรือเนื้อหา ข่าวสาร ข้อความต่างๆของผู้ใช้บริการนี้ร่วมกันได้ด้วยการกดติดตาม (following) โดยที่ไม่ต้องรอคำตอบรับจากอีกฝ่าย แตกต่างจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆที่จะต้องได้รับการตอบรับ

หรือยืนยันความเป็นเพื่อนก่อน และผู้ที่กดติดตามจะมีสถานะเป็นผู้ติดตาม (follower) โดยข้อความล่าสุดที่ส่งเข้าไปสู่ทวีตเตอร์จะถูกแสดงต่อผู้ใช้นั้นๆ

คำศัพท์ที่ใช้ในทวีตเตอร์ ในการใช้ทวีตเตอร์นั้นจะมีฟังก์ชันการใช้งานที่เป็นคำศัพท์ที่ผู้ใช้งานต้องทำความเข้าใจเบื้องต้น ดังนี้

1. Tweet (ทวีต) คือ การนำข้อความเข้าสู่ระบบ โดยจะเรียกการส่งหรือการเขียนข้อความนั้นว่า การทวีตข้อความ

2. Following (กำลังติดตาม) คือ ผู้ใช้ที่ได้รับการเลือกติดตาม

3. Follower (ผู้ติดตาม) คือ ผู้ใช้ที่ทำการติดตาม โดยหากถ้าผู้ใช้เป็นผู้ที่ได้รับความสนใจมาก จำนวนของ Follower (ผู้ติดตาม) ก็จะมีจำนวนมาก

4. Hashtag (แฮชแท็ก) คือ การใส่เครื่องหมาย “#” หน้าคำ หรือข้อความของเรื่องหรือ topic ที่กำลังพูดถึง เปรียบเสมือนเป็นคำค้นหาหลัก หรือ ที่เรียกกันว่าคีย์เวิร์ด (Keyword) ใช้เพื่อค้นหา กลุ่มคน กลุ่มเพื่อน ที่อาจจะไม่ได้รู้จักกันมาก่อน แต่ต่างมีความสนใจเหมือนกัน ในเรื่องเดียวกัน ด้านเดียวกัน มีความรู้สึกเหมือนกัน อารมณ์เดียวกัน ตกอยู่ในสถานการณ์เดียวกัน อยู่ในสถานที่เดียวกัน อยู่ในงานอีเวนต์เดียวกัน ใช้ของยี่ห้อเดียวกัน รุ่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น #Motershow2018 หรือ #Exo #Got7 #fic #MarkBam เป็นต้น

5. Retweet (RT) คือ การส่งต่อข้อความ โดยส่วนใหญ่เป็นประโยค คำคมที่ถูกใจ หรือ ข่าวสารที่ต้องการแจ้งเพื่อบอกต่อกัน ข้อความที่เป็นประโยชน์ ซึ่งสามารถเพิ่มเติมข้อความหรือความคิดเห็นต่อท้ายได้ คล้ายการ Forward ต่อ โดยใช้คำว่า RT

6. Reply (ตอบ) คือ การตอบ หรือคอมเมนต์ทวีตของผู้อื่นที่เราติดตาม

7. Mention (เมนชั่น) คือ Account Twitter ที่ถูกกล่าวถึง หรือนำไปใส่ในข้อความทวีตของใครสักคน ซึ่งจะถูกแสดงให้เจ้าของ Account เห็นข้อความของเราได้ผ่านหน้าทวีตเตอร์ ถึงแม้ว่าผู้ใช้นั้นจะไม่ได้ Follow เราก็ตาม การเมนชั่นจึงเป็นประโยชน์ต่อการแจ้งให้ทราบ หากเราต้องการพูดคุย หรือดึงใครเข้าร่วมในการสนทนา

8. Favorite (ความชอบ) คือ การเก็บทวีตที่เราชื่นชอบไว้ เราสามารถเรียกทวีตเรานั้นมา ดูได้ตลอดเวลา เพื่อประโยชน์ในการส่งต่อ อ่านซ้ำ หรือเพื่อการอ้างอิง

9. Trending Topice คือ เรื่องที่กำลังเป็นกระแส หรืออยู่ในความสนใจของผู้ใช้ทวีตเตอร์

10. Keyword Trends คือ เรื่องที่กำลังเป็นกระแส ที่จัดเป็น Top hit ที่ผู้ใช้ทวีตเตอร์กำลังทวีตกันอยู่ทั่วโลก

แนวคิดเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊ก (Facebook) บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอันดับต้นๆ ของโลก ซึ่งผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารและร่วมทำกิจกรรมต่างๆร่วมกับผู้ใช้เฟซบุ๊กคนอื่นๆ ได้ ไม่ว่าจะเป็นการตั้งประเด็นถามตอบในเรื่องที่สนใจ การโพสต์รูปภาพ โพสต์คลิปวิดีโอ เขียนบทความ แชทคุยกันแบบสดๆ และยังสามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ผ่านแอปพลิเคชันเสริม (Applications) ที่มีอยู่อย่างมากมาย ซึ่งแอปพลิเคชันต่างๆ ได้ถูกพัฒนาเข้ามาเพิ่มเติมอยู่เรื่อยๆ

เฟซบุ๊กก่อตั้งโดย มาร์ก ซักเคอร์เบิร์ก (Mark Zuckerberg) เฟซบุ๊กอนุญาตให้ใครก็ได้ เข้าสมัครลงทะเบียนกับเฟซบุ๊ก และผู้เป็นสมาชิกของเฟซบุ๊กนั้นสามารถสร้างพื้นที่ส่วนตัว สำหรับแนะนำตัวเอง ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ทั้งแบบ ข้อความ ภาพ เสียง และ วิดีโอ โดยผู้ใช้สามารถเลือกที่จะเป็นหรือไม่เป็นเพื่อนกับใครก็ได้ในเฟซบุ๊ก เป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมให้เกิดการบอกต่อข้อมูลต่างๆ ให้กระจายออกไป เฟซบุ๊กจึงทำหน้าที่เป็นเว็บไซต์เพื่อกระจายเนื้อหามากกว่าจะเป็นเว็บไซต์สำหรับสร้างเนื้อหา (จตุมาศ เกลียงเกลา, 2556)

คุณลักษณะหลักๆของเฟซบุ๊ก

1. Facebook Profile คือ เมื่อผู้ใช้ทำการสมัครสมาชิกเอาไว้ ก็จะได้พื้นที่เพื่อใช้ในการพูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสาร โพสต์ภาพ วิดีโอ ซึ่งเหมาะที่จะใช้กับกลุ่มเพื่อน ๆ หรือคนรู้จักเท่านั้น โดยใน Facebook Profile จะจำกัดจำนวนการเพิ่มเพื่อนต่อวัน และในการโพสต์ข้อความแต่ละครั้งสามารถระบุผู้ที่มองเห็นข้อความ ซึ่งจะมองเห็นแบบสาธารณะ หรือเฉพาะในหมู่ผู้ใช้ที่ได้รับอนุญาตเท่านั้น คนทั่วไปที่ไม่ได้รับไว้เป็นเพื่อน ก็จะมองไม่เห็นข้อความที่โพสต์

2. การสร้างกลุ่ม เฟซบุ๊กสามารถสร้างกลุ่มเพื่อเชิญผู้ใช้งานคนอื่นๆมาเป็นสมาชิกได้ โดยกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มคนที่ชอบ หรือสนใจในสิ่งเดียวกัน เช่น กลุ่มพิลาทิส กลุ่มพูดคุยซีรีส์ฝรั่ง กลุ่มคนรักไซบีเรียนฮัสกี้ เป็นต้น กลุ่มจะแตกต่างจากเพจ คือ ไม่เปิดเป็นสาธารณะซึ่งการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มใดๆได้นั้น ต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ที่ป็นสมาชิกเดิม หรือผู้ดูแลที่เป็นสร้างกลุ่มนี้ โดยต้องส่งคำขอเข้าร่วมกลุ่ม และรอการตอบรับ จึงจะสามารถเห็นเนื้อหา หรือข้อความที่โพสต์พูดคุยแลกเปลี่ยนกันในกลุ่มได้เท่านั้น สมาชิกในกลุ่มสามารถโพสต์พูดคุยแลกเปลี่ยนกันได้ โดยโพสต์ของสมาชิกจะมีการแสดงขึ้นบนไทม์ไลน์ของกลุ่ม

3. การสร้างแฟนเพจ (Fanpage, Page) เพจนิยมใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์เพื่อให้คนจำนวนได้รู้ได้เห็น สิ่งที่น่าสนใจของเพจต้องการนำเสนอ ให้ร่วมแสดงความคิดเห็น ติดตาม อัปเดตผลงานใหม่ๆ โปรโมทสินค้า ได้แก่ ร้านค้า หรือผลิตภัณฑ์ยี่ห้อต่างๆ ศิลปิน ดารา รายการโทรทัศน์ ยกตัวอย่างเช่น เพจ SHINhwaTHailand เพจ GOT7 Thailand Fanclub เป็นต้น ซึ่งเพจเป็นคุณสมบัติหนึ่งของเฟซบุ๊กที่มีไว้เพื่อช่วยให้สร้างพื้นที่ๆ หนึ่ง ไว้สำหรับการแสดง

ความคิดเห็น หรือรวบรวมคนที่ชอบอะไรเหมือนๆ กัน หรือไว้เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์อะไรสักอย่างหนึ่งให้แก่คนทั่วไปได้รับทราบ โดยแยกตัวออกจาก Profile ปกติ จะสร้างเป็นหน้าเพจใหม่ ซึ่งในหน้าเพจนี้ อะไรก็ตามที่เจ้าของเพจโพสต์ เช่น ข่าวสารใหม่ ๆ จะสามารถมีคนเข้ามาที่หน้าเพจนั้นๆ และสามารถเห็นข้อความนั้นได้โดยทันที เหมือนกับหน้าเว็บไซต์ที่สามารถเปิดดูได้โดยทั่วไป อีกทั้งในหน้าเพจ โดยไม่จำเป็นต้องเพิ่มเป็นเพื่อน รอการอนุญาต หรือการตอบรับแบบ Facebook Profile หรือการสร้างกลุ่ม แต่ผู้ที่ดูแล้วชอบเพจ หรือที่เรียกว่า “แอดมิน” จะเป็นผู้ที่ควบคุมดูแล โดยสามารถกำหนดเนื้อหา และสิ่งต่างๆ ที่จะปรากฏขึ้นในเพจได้ ผู้ที่เข้ามาไม่สามารถโพสต์ข้อความใดๆ ลงในเพจได้ ทำได้เพียงแสดงความคิดเห็นในโพสต์นั้นๆ ที่ทางเพจโพสต์ไว้เท่านั้น สิทธิขาดในการดูแลเป็นของแอดมินเพจเท่านั้น ซึ่งจำนวนแอดมินเพจขึ้นอยู่กับผู้เป็นเจ้าของเพจจะกำหนด บางเพจก็มีแอดมินที่ทำหน้าที่ดูแลมากกว่าหนึ่งคน จำนวนของสมาชิกเพจก็ไม่ได้ถูกจำกัดแต่อย่างใด

แนวคิดเกี่ยวกับบล็อก (Blog)

บล็อก (Blog) คือเว็บไซต์รูปแบบหนึ่ง ที่มีลักษณะรูปร่างหน้าตาคล้ายๆ กับการเขียนไดอารี่ หรือ บันทึกส่วนตัวออนไลน์ ซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในปัจจุบัน เป็นเว็บไซต์ส่วนตัวที่สามารถแชร์ข้อมูลส่วนตัว หรือบอกเล่าเรื่องราว แบ่งปันประสบการณ์ ความรู้ ความสนใจให้กับผู้อื่น โดยจุดเด่นที่ทำให้บล็อกเป็นที่นิยมก็คือ จะมีการแสดงความคิดเห็นของผู้เขียนใส่ลงในบทความนั้นๆ ได้ ซึ่งจะมีผลต่อการ โน้มน้าวจิตใจของผู้อ่าน ผู้ที่เขียนบล็อกเป็นอาชีพ จะถูกเรียกกันว่า "บล็อกเกอร์" (Blogger) บล็อกจะมีระบบที่ผู้อ่านและผู้เขียนสามารถแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนกัน ได้ผ่านทาง การ Comment ของบล็อก

ความแตกต่างระหว่างบล็อก กับเว็บไซต์ทั่วไป อยู่ที่ตรงที่ผู้ใช้สามารถสมัครใช้บริการได้ฟรี แตกต่างจากเว็บไซต์ที่จำเป็นต้อง Server Host หรือมี Domain Name เป็นของตนเอง ซึ่งจะต้องมีค่าใช้จ่าย เพียงแต่เราต้องใช้ชื่อ Domain ของผู้ให้บริการนั้นๆ อีกทั้งการสร้างเว็บไซต์จำเป็นต้องมีทักษะความรู้ด้านคอมพิวเตอร์มากพอสมควร ทั้งในส่วนของภาษาคอมพิวเตอร์ โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ความรู้เบื้องต้นในเรื่องของ Network เป็นต้น แต่ บล็อก เพียงแค่รู้หลักในการใช้เล็กน้อยเท่านั้น ก็สามารถสร้างพื้นที่ของผู้ใช้ได้อย่างง่ายดาย โดยจะมีการดีไซน์ในรูปแบบเฉพาะเรียกว่า Blog Template ไว้ให้เลือกใช้ แต่ยังคงมีลักษณะที่ค่อนข้างตายตัว ไม่สามารถดีไซน์รูปแบบ หรือปรับเปลี่ยนได้หลากหลายเหมือนเว็บไซต์ และเนื่องจากเป็นบริการให้ใช้ฟรี จึงต้องทำตามกฎของผู้ให้บริการ หากผู้ใช้ทำผิดกฎของผู้ให้บริการ บล็อกนั้นๆ ก็จะถูกแบน และมีโอกาสถูกลบบล็อกได้ ตัวอย่างผู้ให้บริการบล็อก ได้แก่ Blogger โดย Google , OK nation Blog โดย เดอะเนชั่น , BlogGang.com โดย พันทิพย์.คอม เป็นต้น

ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชันวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย แนวคิดสื่อใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (New Media and Social Network) จะเป็นกรอบที่ผู้ศึกษานำไปใช้ในการศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านงานเขียนแฟนฟิคชันวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

2.3 แนวคิดวัฒนธรรมย่อย (Subculture)

รูปแบบการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม นับตั้งแต่การกิน การแต่งกาย การแสดงอารมณ์ การพักผ่อนหย่อนใจ ฯลฯ โดยสมาชิกในสังคมนั้นๆ ได้ยึดถือเป็นแบบแผนของชีวิตร่วมกัน มีแนวทางที่ปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาได้รับการยอมรับ หรือปลูกฝังว่าเป็นสิ่งดีงาม และเหมาะสมกับสังคมนั้นๆ เรียกโดยรวมได้ว่า “วัฒนธรรม” โดยคำว่า “วัฒนธรรม” นั้นมาจากคำสองคำ คือ คำว่า “วัฒน” ซึ่งเป็นคำศัพท์ในภาษาบาลี คือ “วฑฺฒน” หมายถึง ความเจริญ ส่วนคำว่า “กรรม” มาจากคำศัพท์ในภาษาสันสกฤต คือ “กรรม” หมายถึง ความดี เมื่อนำทั้งสองคำมารวมกันจึงได้คำว่า “วัฒนธรรม” ที่หมายถึง ความดีอันจะก่อให้เกิดความงอกงามที่เป็นระเบียบเรียบร้อย โดยในสังคมหนึ่งๆ ไม่ได้ประกอบไปด้วยวัฒนธรรมเพียงวัฒนธรรมเดียว ซึ่งในสังคมขนาดใหญ่มักมี “วัฒนธรรมย่อย” หรือกลุ่มของคนที่มีพฤติกรรม ความเชื่อ และความชอบที่แปลก หรือแตกต่างไปจากสังคมใหญ่โดยรวมของคน (กาญจนา แก้วเทพ, 2555)

วัฒนธรรมย่อย (Sub-culture) เป็นศัพท์ในทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา หมายถึง กลุ่มคนในสังคมที่มีค่านิยมและความเชื่ออันแตกต่างจากคนส่วนใหญ่ เป็นคนส่วนน้อยที่มีความเห็นที่ต่างออกไป และรวมตัวกันเหนียวแน่นเป็นกลุ่มก้อนของคนที่ชอบอะไรคล้าย ๆ กัน นิยมหรือเชื่อถือในสิ่งเดียวกัน มีการสื่อสารออกมาในลักษณะเดียวกัน โดยขึ้นอยู่กับ อายุ เพศ ชนชาติ ศาสนา หรือพื้นฐานต่างๆทางสังคม ซึ่งนักวิชาการด้านสังคมวิทยาและด้านวัฒนธรรมได้ให้ความหมายของวัฒนธรรมย่อยไว้ดังนี้

Alfred Mclung Lee (1946) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกัน ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรมย่อย” (Subculture) หมายถึง การแบ่งย่อยของวัฒนธรรมประจำชาติ

Phil Cohen (1972) นักสังคมวิทยา ได้ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรมย่อย” (Subculture) คือการพัฒนาวัฒนธรรมของกลุ่มคนเล็กๆ ที่เกิดขึ้นเพื่อสนองตอบความสนใจในด้านต่างๆ เช่น ดนตรี งานอดิเรก เป็นต้น

Hall and Jefferson (1993) ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรมย่อย” เป็นวิธีการที่กลุ่มย่อยใช้จัดการกับวัตถุและวิถีชีวิตด้านอื่นๆที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆของสังคม โดยมีเป้าหมายเพื่อ

สร้าง อัตลักษณ์ เป็นวิธีการปฏิบัติของกลุ่มที่ดำเนินไปอย่างมีความหมายและมีสำนึก ไม่ว่าจะเป็ นวัตถุ ความสัมพันธ์ ระบบค่านิยม ระบบความเชื่อ ส่วนแต่มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม

Michael Brake (1985) นักวิชาการสายวัฒนธรรมศึกษา กล่าวว่า ชนชั้นทางสังคม เพศสภาพ จริยธรรม อาจมีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญในกลุ่มวัฒนธรรมย่อย เป็นรูปแบบหนึ่งของการแสดงออกของกลุ่มคนในโครงสร้างทางสังคมที่ต้อกว่า เพื่อเป็นการตอบโต้กลุ่มโครงสร้างหลักของสังคม

“วัฒนธรรมย่อย” (Subculture) ถูกนำไปใช้ในการอ้างอิงเชิงอาชญวิทยา เพื่อใช้แทนการรวมตัวกันของกลุ่มบุคคล ซึ่งสมาชิกในกลุ่มมีแนวโน้มใช้ความรุนแรงเพื่อสร้างการยอมรับตามบรรทัดฐานที่กลุ่มกำหนด เนื่องจากไม่สามารถทำให้ตนเองเป็นที่ยอมรับในสังคมได้ ซึ่งสาเหตุหลักเกิดจากความเหลื่อมล้ำในด้านต่างๆ ความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมหลักกับวัฒนธรรมย่อยเองนั้นก็มิได้หลายรูปแบบ บางรูปแบบเป็นการอยู่ร่วมกันเฉยๆ บางรูปแบบอาจพยายามต่อรองเพื่อให้ได้มีพื้นที่ในแสดงออก

วัฒนธรรมย่อยต่างๆในสังคมนั้นจะมีอำนาจไม่เท่ากัน ในแง่ของโครงสร้างอำนาจวัฒนธรรมย่อยจะถูกครอบงำจากวัฒนธรรมหลัก ดังนั้น จึงมีกระบวนการคืนรนต่อผู้เชิงอำนาจ เป็นการตอบโต้ ต่อรองของวัฒนธรรมย่อยที่มีต่อวัฒนธรรมหลัก เพื่อการดำรงอยู่และสืบทอดต่อไปของวัฒนธรรมย่อยนั้นๆ

วัฒนธรรมย่อยจึงเป็นการทำความเข้าใจปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ในทางสังคมวิทยาของกลุ่มย่อย ในแง่ของการต่อสู้กับระบบความหมายที่ครอบงำ วัฒนธรรมและสัญลักษณ์ด้านความหมายการแสดงออก หรือรูปแบบการใช้ชีวิต สะท้อนให้เห็นถึงการพยายามแก้ปัญหาความขัดแย้งเชิงโครงสร้างที่เกิดขึ้นจากบริบททางสังคมโดยรวม

จากแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fans)

“แฟน” จากการตรวจสอบความหมายจากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานพ.ศ. 2542 ให้ความหมายไว้ว่า คำว่า “แฟน” หมายถึง ผู้นิยมชมชอบ เช่น แฟนเพลง, แฟนภาพยนตร์, แฟนมวย, ผู้ที่เป็นที่ชอบพอรักใคร่, คู่รัก, สามีหรือภรรยา ซึ่งคำว่า “แฟน” นั้นมีรากศัพท์มาจากคำว่า “Fanatic” ซึ่งเป็นภาษาลาติน เป็นคำที่มีประวัติมายาวนาน โดยความหมายตามตัวอักษรของคำนี้ หมายถึงการเป็นส่วนหนึ่งของผู้รับใช้ (Temple Sevant)หรือผู้อุทิศทุ่มเทอย่างเต็มที่ (Devotee) ซึ่งคำ

นี้มักมีความหมายโดยนัยไปในทางลบ หมายถึง ผู้หลงใหลอย่างมัวเมาลุ่มหลง ผู้คลั่งไคล้ และคำนี้ในช่วงหนึ่งได้เคยถูกนำมาใช้หมายถึง “บุคคลวิกลจริต” ด้วยเนื่องจากความคลั่งไคล้นั้นเป็นลักษณะอาการทางจิตวิทยา “แฟน” ภายหลังถูกกำหนดและพัฒนาความหมายของคำๆ นี้ โดยขยายรวมถึงความจงรักภักดี

McQuail (1994) ได้เสนอแนวคิดเรื่องแฟนและกลุ่มจงรักภักดีไว้ โดยจำแนกประเภทของแฟนออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

“Fans” คือ กลุ่มที่ติดตามผลงานของสื่อมวลชน ขาดลักษณะทางสังคม สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา และยึดติดกับเนื้อหาที่มีผู้นำเสนอ ถ้าเนื้อหาเปลี่ยนแปลงไปกลุ่มแฟนจะสลายตัวได้ทันที คนส่วนใหญ่จะไม่รู้ตัวว่าตนเองอยู่ในกลุ่มนี้ บางครั้งกลุ่มคนเหล่านี้อาจจะได้รับแรงกระตุ้นจากสื่อ หรือเป็นไปด้วยความสมัครใจที่จะรวมกลุ่มกันเองอย่างเป็นทางการ

“Medium Audience” คือ กลุ่มที่มีความจงรักภักดีต่อสื่อชนิดนั้นอย่างจริงจัง โดยอาจเกิดจากการกระตุ้นของสื่อ เช่น การโฆษณาชวนเชื่อ ลักษณะนี้จะเป็นพวกที่ติดอยู่กับช่องใจช่องหนึ่ง สถานีใดสถานีหนึ่ง ติดองค์กรสื่อมวลชน ติดหนังสือ คนกลุ่มนี้จะมีลักษณะที่เป็นกลุ่มแฟนที่ยาวนานไม่สลายง่าย

Jenson (1992) นักวิชาการทางด้านจิตวิทยา กล่าวว่า “Fans” คือ อาการป่วยใช้ทางสังคมอย่างหนึ่ง แฟนเป็นกลุ่มคนที่ได้รับความทุกข์ทรมานจากความไม่เพียงพอทางด้านจิตวิทยา กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นของแฟน เป็นสิ่งที่ชัดเจนทางด้านจิตวิทยาอย่างหนึ่ง เป็นการทดแทนความไม่เพียงพอในชีวิต เนื่องมาจากความแปลกแยกและภาวะไร้กฎเกณฑ์ที่ขาดสายสัมพันธ์ทางสังคม ในวิถีชีวิตแบบสังคมสมัยใหม่ กลุ่มคนที่เป็นแฟนจะตกอยู่ภายใต้อิทธิพลของสื่อมวลชนซึ่งเป็นผู้นำเสนอภาพของผู้ที่มีชื่อเสียงโด่งดังให้เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มคนอีกทั้ง Jenson ยังมองว่า “แฟน” ถูกตั้งขึ้นเพื่อตอบสนองระบบคารา (Star System) และยังสามารถแยกแฟนออกเป็น 2 ลักษณะ โดยแยกจากลักษณะอาการทางสังคม ดังนี้

1. แฟนผู้หลงใหลแต่เพียงลำพัง (Obsesses Loaner) จะเกี่ยวข้องกับความรู้สึกที่ต้องการให้ตนแตกต่างจากผู้อื่น ทำให้ความเป็นมวลชนน้อยลง คนเหล่านี้จะถูกคัดออกจากสังคม ชีวิตของพวกเขาจะถูกครอบงำโดยความมีชื่อเสียง ความโด่งดังของคารา นักร้อง นักกีฬา ที่ตนชื่นชอบจนสูญเสียความเป็นตัวตนของตนเอง คนกลุ่มนี้จะถูกยั่วยุจากสื่อมวลชน อาจนำไปสู่อาการทางจิตที่นำโลกมายามาสู่ชีวิตจริง เช่น อยากทำร้ายคนที่ตนชังกับบุคคลที่ตนชื่นชอบ คลั่งไคล้ เป็นต้น

2. แฟนกลุ่มผู้บ้าคลั่ง (Hysterical Member of a Crowd) จะเป็นกลุ่มแฟนที่หลงใหล คลั่งไคล้สิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างบ้าคลั่งแบบไม่มีเหตุผล โดยมีความจงรักภักดีต่อผู้มีชื่อเสียงนั้น เช่น แฟนเพลง แฟนบอล แฟนกลุ่มนี้จะถูกชักจูง หรือครอบงำได้ง่ายโดยอิทธิพลจากภายนอก

Jenkins (1992) กล่าวว่า “แฟน” มักถูกพิจารณาว่าเป็นผู้ที่มีความชอบที่ผิดปกติ มีรสนิยมความชื่นชอบที่มากเกินไป คำว่าแฟนมักจะถูกมองและให้ความหมายโดยบุคคลอื่น และมักจะมองว่าพวกเขาเป็นพวกที่อันตราย บ่อยครั้งที่มีความหลงใหลจนนำไปสู่ความรุนแรง ซึ่ง Jenkins เห็นว่าทักษะเช่นนี้เป็นการตัดสินใจจากมุมมองของคนชั้นสูง และเป็นความเชื่อที่ขาดความเคารพต่อวิถีชีวิตที่ธรรมดาสามัญ

สำหรับความหมายของ “แฟน” นั้น ได้มีการแบ่งประเภทออกตามลักษณะของพฤติกรรมในการติดตามผลงานของผู้มีชื่อเสียงที่ชื่นชอบไว้ ดังนี้

แฟนบอย (Fan boys) คือ คำที่ใช้เรียกผู้ชาย มักใช้กับชายวัยรุ่นที่อุทิศตนให้กับสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งอย่างที่สุด ส่วนใหญ่แฟนประเภทนี้จะมาจากการชื่นชอบการ์ตูน แฟนบอยจะมีความเชี่ยวชาญในเรื่องรายละเอียดเล็กๆน้อยๆที่เกี่ยวกับงานอดิเรกของพวกเขา และก็จะใส่ใจในรายละเอียดเหล่านั้นอย่างจริงจัง แต่บ่อยครั้งคำนี้ถูกใช้ในการวิจารณ์ในทางไม่ดีโดยถูกมองว่าส่วนใหญ่จะเป็นผู้หมกมุ่น ใจขาด ไม่กล้าสู้สังคม

แฟนเกิร์ล (Fan girls) คือคำที่ใช้เรียกกลุ่มแฟนที่เป็นผู้หญิง มีกลุ่มแฟนที่มีแนวโน้มจะอุทิศตนสู่อารมณ์ และความรู้สึกในมุมที่โรแมนติกและอ่อนโยนมากกว่า พฤติกรรมของแฟนกลุ่มนี้เป็นที่เชื่อว่ามีสภาพแปรปรวนได้ง่าย สามารถที่จะเลื่อมความชื่นชอบลงได้อย่างรวดเร็ว ที่พบมากที่สุดคือการหลงใหลในศิลปิน ดารา หรือนักกีฬาชาย

แฟนคลับ (Fan club) คือ กลุ่มย่อยของแฟนๆที่สามารถแบ่งปันความสนใจ ความชื่นชอบในปรากฏการณ์ต่างๆได้ เช่น แฟชั่น งานอดิเรก หรือนักเขียนจุดประสงค์อย่างแท้จริงของแฟนกลุ่มนี้ก็คือ ศิลปะ กีฬา บันเทิง แฟนกลุ่มนี้จะอุทิศเวลาเพื่อติดตามสิ่งที่ตนชื่นชอบอย่างใกล้ชิด และคอยให้ความสำคัญในสิ่งเล็กๆน้อยๆ เช่น วันเกิด สีที่ชอบ อาหารที่ชอบ เป็นต้น เป็นกลุ่มแฟนที่มีความสัมพันธ์สนิทสนมกัน และรู้จักกันในภายในกลุ่มสมาชิก ใช้ช่องทางเว็บไซต์ แฟนเพจ หรือสร้างกลุ่มในเฟซบุ๊ก เป็นช่องทางในการติดต่อพบปะ รวมตัวกัน หรือแจ้งข่าวสารต่างๆแก่สมาชิก

แฟนดอม (Fandom) คือ กลุ่มของบรรดาแฟนๆที่คอยติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของศิลปิน ดารา นักร้อง เหมือนๆกับแฟนคลับ แต่จะเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่กว่า กล่าวได้ว่ามีลักษณะเป็นเครือข่าย มีการสร้างช่องทางการรายงานข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของศิลปิน ดารา นักร้องที่ชื่นชอบ ให้สมาชิกได้ติดตามซึ่งช่องทางนั้นๆยังใช้ในการแจ้งข่าวการจัดกิจกรรม หรือการพบปะ การรวมตัวกันของสมาชิก โดยใช้เว็บไซต์ แฟนเพจเฟซบุ๊ก หรือทวิตเตอร์ เป็นต้น ดำเนินการ โดยแฟนบอยครั้งที่สมาชิกจะรู้จักกันผ่านกิจกรรมพบปะสังสรรค์ของกลุ่ม แต่ในปัจจุบันส่วนใหญ่จะรู้จักกันผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต โดยคำว่า “แฟนดอม” นี้มีที่มาจากบรรดาแฟนๆนวนิยายแนววิทยาศาสตร์ก่อตั้งขึ้นในสมัย ค.ศ.1930 การแสดงออกของแฟนดอมนั้นมักจะแสดงออก

ด้วยการแต่งนวนิยายขึ้นเองที่เรียกว่า “แฟนฟิคชั่น” (Fan Fiction) หรือบางคนนิยมแต่งกายเป็นตัวละครในนวนิยาย ศิลปิน นักร้อง หรือนักแสดงที่ตนเองชื่นชอบที่เรียกกันว่า “คอสเพลย์” (Cosplay)

แฟนฟิคชั่น (Fan Fiction) ถือเป็นงานเขียนประเภทหนึ่งที่ได้ถูกนำเสนอ โดยเป็นการหยิบยืมตัวละครจากงานเขียนต้นฉบับไม่ว่าจะเป็นนวนิยาย บทประพันธ์ การ์ตูน หรือภาพยนตร์ จนรวมไปถึงตัวศิลปินต่างๆ ที่มีชื่อเสียงที่ตนเองชื่นชอบมาแต่งใหม่ แต่งเป็นภาคต่อหรือภาคต้นของต้นฉบับเดิม หรือแต่งเป็นเรื่องราวตามความชอบของตนเป็นการเล่าเรื่องตามแต่จินตนาการของผู้เขียน โดยไม่ได้มีการขออนุญาตเจ้าของผลงาน ซึ่งงานแฟนฟิคชั่นส่วนใหญ่นั้นก็เกิดขึ้นจากการเป็นแฟนคลับทำขึ้น โดยแฟนคลับที่ไม่ได้มีวัตถุประสงค์ที่จะทำเพื่อการค้าใดๆ แต่ทำด้วยความคลั่งไคล้ หลงใหล ชื่นชอบเท่านั้นและได้นำมาเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์

แฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) งานเขียนประเภทแฟนฟิคชั่นถือเป็นงานที่มีความเฉพาะกลุ่มสูง ในส่วนของงานแฟนฟิคชั่นวายนั้นจะมีลักษณะเฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้นตรงไปอีก โดยที่จะเป็นการเล่าเรื่องในลักษณะชายรักชาย คือ ตัวเอกซึ่งเป็นผู้ชายจะถูกเขียนให้มีความสัมพันธ์กับผู้ชายด้วยกัน ซึ่งคำว่า “Y” (วาย) นั้นมีที่มาจากคำว่า “YAOI” (ยาโออิ, ยาโอโย) ย่อมาจากอักษรตัวแรกของคำสามคำ นั่นคือ Yamanashi หมายถึง ไม่มีไคลแมกซ์ (No Climax) และ Ochinashi หมายถึง ไม่มีประเด็น (No Point) และ Iminashi หมายถึง ไม่มีความหมาย (No Meaning) (Suzuki,1998; Lunsing,2006 อ้างถึงใน ญาณธร เกียรติคุณกุล,2550) ส่วนคำศัพท์ที่หมายถึงตัวละครในงาน YAOI จะเรียกตัวละครชายที่รับบทพระเอกเรียกว่า “Seme” (อ่านว่า เซ-เมะ หรือ เมะ / เสะ) หมายถึง ฝ่ายรุก มักมีรูปร่างสูงใหญ่ และเหมือนผู้ชายปกติ และเรียกตัวละครชายที่รับบทนางเอกเรียกว่า “Uke” (อ่านว่า อุ-เคะ หรือ อุ้ / เคะ) หมายถึง ฝ่ายรับ มักมีหน้าตาและรูปร่างเหมือนผู้หญิง เป็นคำศัพท์ที่มีต้นกำเนิดมาจากญี่ปุ่น ใช้ครั้งแรกในวงการนิยายและการ์ตูน เริ่มแรกเดิมทีคำนี้หมายถึง ประเภทหนึ่งของผลงานล้อเลียนการ์ตูนที่ตีพิมพ์ในหนังสือ หรือ การ์ตูนอะนิเมชัน (Animation) มังงะ (Manga, ญี่ปุ่น : 漫画) ที่เรียกว่า โดจินชิ (Doujinshi, ญี่ปุ่น : 同人誌) ซึ่งเป็นที่นิยมในขณะนั้น แต่ปัจจุบันความหมายได้เปลี่ยนไปกลายเป็น ลักษณะความสัมพันธ์แบบรักร่วมเพศ เซ็กส์โรติก (Erotic) หรือ โรแมนติก (Romantic) ระหว่างชายกับชาย ซึ่งความหมายดังกล่าวไม่ได้กล่าวถึงความรักของชายรักร่วมเพศ (เกย์) แต่เป็นรูปแบบหนึ่งของความรักที่ "เหนือ" กว่าความรักระหว่างคนต่างเพศทั่วไป ผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง (ญาณธร เกียรติคุณกุล ,2550) ในสังคมไทยมีคำเรียกกลุ่มผู้อ่านหรือผู้ที่ชื่นชอบงาน YAOI ว่า “สาววาย”

แฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ได้รับความนิยมมากในบรรดาแฟนเกิร์ล (Fan Girls) ที่ชื่นชอบการ์ตูน หรือ ตัวละครในนวนิยาย ในบางกรณีที่เป็นตัวการ์ตูน สาเหตุที่พวกเขาชอบโครงเรื่อง นวนิยายนั้น เป็นเพราะมันเต็มไปด้วยความสัมพันธ์ระหว่างตัวละครในเรื่องที่โรแมนติก ใน

บางกรณีบรรดาแฟนเกิร์ล (Fan Girls) ต้องการที่จะเป็นส่วนหนึ่งของตัวละครในนวนิยาย ซึ่งพวกเธอจินตนาการว่าตัวเองในละครจะตกหลุมรักเธอหรือแต่งงานกับเธอ ทั้งๆ ที่ตัวละครเหล่านั้นไม่มีตัวตนก็ตาม (ภัทรนันท์ หนูนภักดิ์, 2550)

งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลี โดยเฉพาะศิลปินกลุ่ม (Boyband) ซึ่งเป็นกลุ่มศิลปินชายที่มีบุคลิก คาแร็กเตอร์ที่เน้นไปทางสดใส น่ารัก การแต่งกาย และผิวพรรณที่ดีที่มีความละม้ายคล้ายกับความเป็นผู้หญิงมาก ทำให้แฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยส่วนใหญ่ติดตามและให้ความสนใจกับงานเขียนชนิดนี้เป็นอย่างมาก ความนิยมของแฟนฟิคชั่นวายศิลปินเกาหลีในสังคมไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงจากเพียงแค่เขียนแบ่งปันกันตามสื่อออนไลน์ต่างๆ แต่ด้วยกระแสความนิยมของกลุ่มแฟนคลับจึงทำให้มีการตีพิมพ์แฟนฟิคชั่นวายเกิดขึ้น

การตีพิมพ์แฟนฟิคชั่นวาย เป็นเล่มตามที่ได้กัวยุ่นซื้อหาอ่านกันนั้น เกิดจากการโพสต์แฟนฟิคชั่นวายเรื่องต่างๆ ลงบนเว็บไซต์ เรื่องไหนที่เป็นที่นิยมมีการโหวตสูงหรือเรตติ้งสูงก็จะถูกตีพิมพ์ออกมาตามความต้องการ ส่วนในเรื่องของราคาดังนั้น ผู้เขียนจะเป็นผู้กำหนดราคา บางเล่มอาจมีราคาสูงถึง 300 กว่าบาท แต่ก็ยังเป็นที่ต้องการของผู้อ่านแฟนฟิคชั่นวาย

/story/viewlongc.php?id=1434716&chapter=27

เปิดจองฟิคไอ้จืดแฟนผม ตั้งแต่วันที่ -30 กันยายน 2559

รายละเอียด

จำนวน 2 เล่ม จบ (ไม่แยกขาย)

ขนาด : A5
ปก : พิมพ์ 4 สี กระดาษอาร์ตการ์ด 260 แกรม
เคลือบ : ด้าน
เนื้อในกระดาษ : กนอมสายดา เข้าเล่มแบบไสกาว
จำนวนหน้า : (ยังไม่แน่นอนแต่เล่มละ 300+ หน้าแน่นอนค่ะ)

ที่คั่นหนังสือ
มี 4 แบบ แบบละ 1 ชิ้น

เนื้อหาภายในเล่ม

- ตั้งแต่บทอินโทร-ตอนจบที่ลงในเว็บ
- เนื้อหาที่มีต่อจากตอนจบภายในเว็บ (ขอสงวนสิทธิ์ไม่นำมาลงในเว็บมีเพียงแค่ในเล่มเท่านั้น) ซึ่งเนื้อหาค่อนข้างยาวมาก
- ตอนพิเศษ 8-10 ตอน (ขอสงวนสิทธิ์ไม่นำมาลงในเว็บมีเพียงแค่ในเล่มเท่านั้น)
- แฟนอาร์ตสีภายในเล่ม จำนวนเล่มละ 2-5 ภาพ

2เล่มจบราคา 700 บาท (รวมส่งลงทะเบียน) ****ไม่แยกขาย**

****หมายเหตุการเปิดหรือเคอร์เป็นการเปิดโอนเงินเพื่อสั่งซื้อหนังสือ ไม่ใช่ลงชื่อเพื่อจอง จะคอนเฟิร์มการสั่งซื้อก็ต่อเมื่อได้มีการโอนเงินมาแล้วเท่านั้น**

ภาพที่ 2.1 ภาพแสดงตัวอย่างรายละเอียดการเปิดสั่งจองงานเขียนแฟนฟิคชั้นวางจากเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

ที่มา: <http://www.dek-d.com>

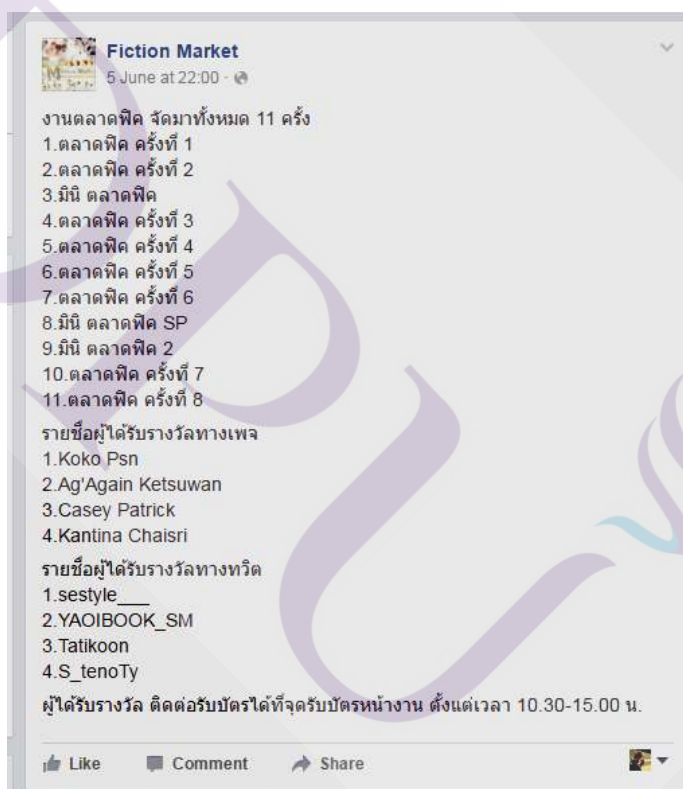
วิธีการในการสั่งซื้อหนังสือนิยายแฟนฟิคชั่นชาย ส่วนใหญ่จะเป็นไปในรูปแบบของการ พรีออเดอร์ (Pre Order) โดยจะมีการแจ้งรายละเอียดของหนังสือ จำนวนหน้า และราคา รวมถึงมีการแจ้งช่องทางการจ่ายเงินเป็นเลขที่บัญชีเพื่อให้ผู้อ่าน โอนเงินมาทำการซื้อหนังสือ แล้วจัดพิมพ์ตามจำนวนที่มีการสั่งจองไว้เท่านั้น ซึ่งผู้เขียนอาจจะเพิ่มความพิเศษของการรวมเล่มหนังสือโดยการ เพิ่มตอนพิเศษที่ไม่มีเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ รวมไปถึงการเพิ่มของแถมอื่นๆ เช่น ที่คั่นหนังสือ หรือรูปภาพของศิลปินเกาหลีที่เป็นตัวละครในเรื่อง เป็นต้น



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดงตัวอย่างหนังสือแฟนฟิคชั่นชาย

ที่มา: <http://writer.dek-d.com/>

และเมื่อการนำงานเขียนแฟนฟิคชันวายมาพิมพ์เป็นหนังสือได้รับความสนใจจากผู้ที่ติดตามอ่านมากขึ้น จึงได้มีการรวมตัวกันของกลุ่มผู้ที่สนใจ และมีใจรักในงานเขียนชนิดนี้จัดกิจกรรม “งานตลาดฟิค” ขึ้น ซึ่งงานนี้เป็นงานที่เปิดโอกาสให้ผู้เขียนได้สามารถนำผลงานเขียนของตนเองนั้นมาวางขาย และผู้อ่านสามารถมาเดินเลือกซื้อหนังสือ หรือมาพบปะพูดคุยกับผู้เขียน รวมถึงการมาพบปะกับผู้ที่ชื่นชอบในสิ่งเดียวกันนี้ได้ และภายในงานยังมีกิจกรรมอื่นๆ ที่จัดขึ้นเพื่อผู้มอบความสนุกให้ผู้เข้าร่วมงานอีกด้วย โดย “งานตลาดฟิค” นี้จะมีการประกาศรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับงานที่จะจัดขึ้นในแต่ละครั้งผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ใช้ชื่อว่า “Fiction Market” รวมถึงมีการแชร์ผ่านสื่อออนไลน์อื่นๆ เช่น ช่องทางทวิตเตอร์ (Twitter) เพื่อช่วยในการกระจายข้อมูลอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่ง “งานตลาดฟิค” ที่ว่านี้ได้มีการจัดมาแล้วทั้งหมด 11 ครั้งด้วยกัน



ภาพที่ 2.3 ภาพแสดงตัวอย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ชื่อ “Fiction Market” ช่องทางในการสื่อสารการจัด “งานตลาดฟิค”

ที่มา: <https://web.facebook.com/MiniFictionMarket>



ภาพที่ 2.4 ภาพแสดงตัวอย่างบรรยากาศ “งานตลาดฟิค”

ที่มา: <https://web.facebook.com/MiniFictionMarket>



ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงตัวอย่างการขายหนังสือรวมเล่มแฟนฟิคชั้นวาง ในงานตลาดฟิค

ที่มา: <https://web.facebook.com/MiniFictionMarket>

จากแนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fans) ผู้ศึกษาจะนำไปใช้ในการศึกษาเรื่องการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย เพื่อให้ทราบถึงบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทรนันท์ หนูนภักดี(2550) ได้ศึกษาเรื่องแฟนคลับ : กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมสมาชิก วัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงกระบวนการกลุ่มแฟนคลับ พฤติกรรมสมาชิกแฟนคลับ และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าเป็นสมาชิกแฟนคลับซึ่งผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแฟนคลับคือคนที่ชื่นชอบในตัวศิลปินเดียวกัน รวมกลุ่มกันสร้างเพื่อนที่ในสังคมเพื่อแสดงถึงตัวตนสมาชิกแฟนคลับเสมือนเป็นเครื่องต่อรองและเรียกร้องการกระทำตอบที่เหมาะสมจากคนในสังคม กลุ่มมีโครงสร้างหลวม โดยมีเว็บไซต์คลับเป็น “ศูนย์กลาง” ในการขับเคลื่อนกลุ่ม องค์ประกอบที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับยังคงอยู่ในสังคม คือ โครงสร้างกลุ่มที่แข็งแรง สมาชิกมีความผูกพันกันอย่างเหนียวแน่น สมาชิกแสดงบทบาทหน้าที่ของตนเองทั้งก่อนและหลังเป็นสมาชิก บรรทัดฐานกลุ่มไม่ขัดต่อบรรทัดฐานหลักของสังคมและสถานภาพกลุ่มที่สามารถดึงดูดให้สมาชิกต้องการเป็นส่วนหนึ่ง ในส่วนของพฤติกรรมผลการศึกษา คือ สมาชิกจะมีการนำเสนอพฤติกรรมผ่านวิธีการที่เด่นชัด เช่น การกรีดร้อง การเฝ้าติดตาม หรือการสนับสนุนทางด้านเงินทอง สิ่งของ และวิธีการบอกเป็นนัย เช่น การแต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายคลับ สิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นเสมือนการต่อสู้ดิ้นรนเพื่อสร้างความหมายของพฤติกรรมขึ้นเพื่อต่อรองกับคนในสังคม ให้ทราบถึงตัวตนของสมาชิก โดยมี “สื่อ” เป็นปัจจัยสำคัญในการเผยแพร่และผลิตซ้ำภาพลักษณ์เหล่านั้นในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเข้าเป็นสมาชิกแฟนคลับ คือ ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ บุคคลอ้างอิงหรือตัวศิลปินปัจจัยต่อมา คือ ปัจจัยคาดหวัง ได้แก่ ความต้องการใกล้ชิดศิลปินความต้องการทราบข้อมูลข่าวสารของศิลปิน และต้องการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากการดำเนินชีวิตในสังคมโลกาภิวัตน์

รัตนาวัลี เกียรตินิยมศักดิ์(2542) ได้ศึกษาเรื่อง มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะ หน้าที่ และประโยชน์ที่เกิดขึ้นในมณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้นเป็นเวทีเสวนาทางวัฒนธรรม(Cultural forum) ที่มีประเด็นตามความสนใจของผู้ใช้งาน และยังมีลักษณะเป็นชุมชนเสมือน(Virtual community) ที่เกิดขึ้นขนาดไปกับโลกของความเป็นจริง ลักษณะการมีส่วนร่วมเป็นการปฏิสัมพันธ์กับเครื่องคอมพิวเตอร์(Machine interactivity) หน้าที่ในมณฑลสาธารณะ

ของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ คือ เป็นช่องทางให้ผู้ใช้งานมีส่วนร่วมในหน้าที่ดังต่อไปนี้ คือ การให้ข้อมูลสาธารณะ การสอดส่องและดูแลสภาพแวดล้อม การกระตุ้นเร้าและผลักดันเพื่อพัฒนาผลประโยชน์แห่งชาติ การสร้างสายสัมพันธ์ การให้ความบันเทิง และช่องทางการสื่อสารต้องห้าม นอกจากนี้แล้วผู้ใช้งานยังใช้เพื่อผลประโยชน์และความพึงพอใจของตนเอง คือ ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อตนเอง และใช้เพื่อเป็นตัวกลางในการสร้างสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

จักรกฤษณ์ มะสะพันธุ์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog กรณีศึกษา : Bloggang และ OK Nation Blog วัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษา รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ รูปแบบของการพัฒนาความสัมพันธ์ และรูปแบบของภาษาที่ใช้ในเว็บบล็อก โดยผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการสื่อสารในเว็บบล็อกของ Bloggang และ OK Nation Blog เป็นการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร งานเขียน รวมถึงบันทึกประจำวันของเจ้าของบล็อก โดยมีลักษณะการสื่อสารที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และถ่ายทอดผ่านกล่องแสดงความคิดเห็น รวมถึงประเด็นหัวข้อต่างๆ ที่ได้ตั้งขึ้น สำหรับเว็บ Bloggang เนื้อหาจะเน้นการเขียนเล่าเรื่องราวส่วนตัว และเรื่องทั่วไป สำหรับเว็บ OK Nation Blog เนื้อหาจะเน้น ข่าวสารและการเมืองเป็นหลัก ในส่วนของรูปแบบการพัฒนาความสัมพันธ์นั้นพบว่า หลังจากที่เจ้าของบล็อกได้เริ่มมีการเขียนบล็อกของตนเองอย่างต่อเนื่อง และมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นถ่ายทอดกัน พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์จะมีลักษณะเป็นกันเอง มีความผูกพัน และใกล้ชิดกับผู้เขียนบล็อกรายอื่นๆ ที่ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ทำให้เกิดความรู้สึกไว้วางใจกัน ผู้เขียนบล็อกหลายรายมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลช่องทางการติดต่อสื่อสารเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกัน จนสุดท้ายก็เกิดความสัมพันธ์ขึ้นสนิทสนม มีการติดต่อกันนัดหมายออกมพบกันในโลกแห่งความเป็นจริง สำหรับรูปแบบของภาษาในเว็บ Blog พบว่า ภาษาที่ใช้ในการเขียนข้อความ จะมีการนำสัญลักษณ์ รูปภาพ Icon หรือ Emoticon เข้ามาประกอบในการเขียนเรื่องราวต่างๆ ด้วย ซึ่งภาษาหรือถ้อยคำที่พบในเว็บ Bloggang จะนิยมใช้ภาษาพูดทั่วไปในการเขียนและจะพบภาษาที่เป็นคำศัพท์เฉพาะกลุ่มเป็นจำนวนมาก ในขณะที่ทางเว็บ OK Nation Blog พบว่าจะใช้ภาษาที่เป็นทางการ เป็นภาษาเชิงวิชาการ แต่จะมีการใช้คำที่ค่อนข้างรุนแรงในกลุ่มย่อยบล็อกการเมือง

จุติมาศ เกลียงเกล้า และ พรทิพย์ เย็นจะบก(2556) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินเกาหลีใต้ผ่านสื่อใหม่และพฤติกรรมแฟนคลับ วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินนักร้องของประเทศเกาหลีใต้ และพฤติกรรมของกลุ่มแฟนคลับของกลุ่มศิลปินนักร้องของประเทศเกาหลีใต้ในประเทศไทย โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น คือ ภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินนักร้องของประเทศเกาหลีใต้ผ่านสื่อใหม่ คือ เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ และพฤติกรรมต่างๆของแฟนคลับ จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ที่นำเสนอผ่านเฟซบุ๊กถูกสร้างและกำหนดโดยบริษัทค่ายเพลง

ต้นสังกัด ในขณะที่ภาพลักษณ์ที่นำเสนอผ่านทางทวิตเตอร์จะมีลักษณะของความเป็นตัวตนจริงของศิลปินนักร้อง ซึ่งมีผลต่อความชื่นชอบของแฟนคลับ ในส่วนของพฤติกรรมแฟนคลับ คือ การเปิดรับวัฒนธรรมเพลงป๊อปเกาหลี, การรวมกลุ่มกันของแฟนคลับ, การบริโภคสินค้า, การใช้ภาษา และการปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับต่างประเทศ, การติดตามศิลปินและการเดินทางไปประเทศเกาหลี ได้ พบว่า แฟนคลับแต่ละคนมีพฤติกรรมในแต่ละด้านมากน้อยต่างกัน ไป

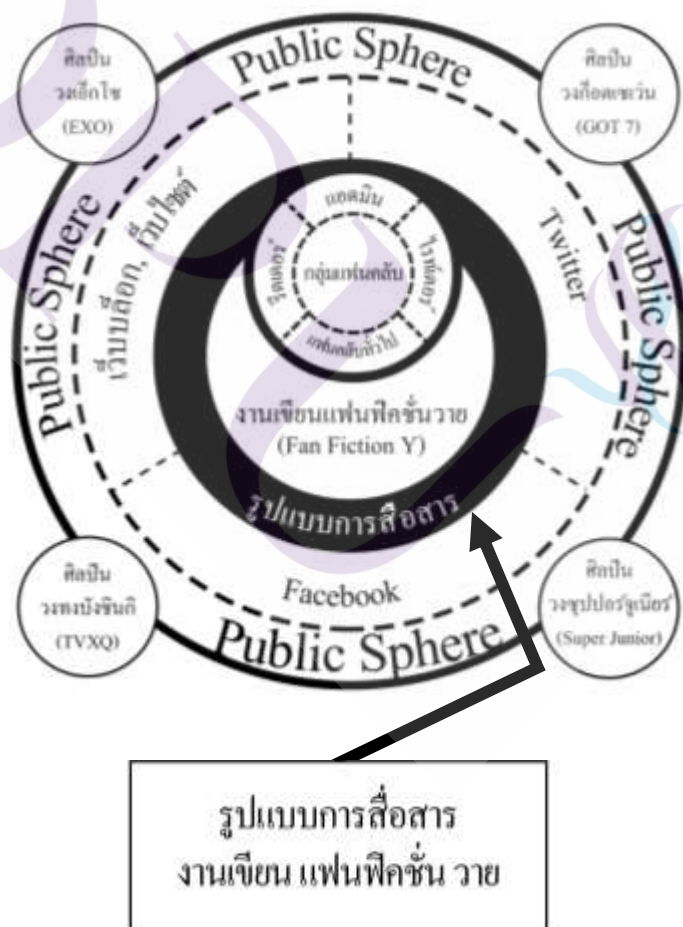
ภาสกร จิตรไคร์ครวญ(2553) ได้ศึกษาเรื่อง เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ วัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของบริบททางสังคม การสื่อสารออนไลน์ การมีปฏิสัมพันธ์ และความเป็นส่วนตัวกับแนวคิดการนำเสนอตัวตนต่อสังคม ศึกษาความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีของสื่อใหม่กับแนวคิดการนำเสนอตัวตนต่อสังคม ศึกษาความสัมพันธ์ของแนวคิดการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมสื่อสารของผู้ใช้บนสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ และศึกษาความสัมพันธ์ของเทคโนโลยีของสื่อใหม่และแนวคิดการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมสื่อสารของผู้ใช้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ใช้ส่วนใหญ่ใช้งานเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นประจำทุกวันและวันละมากกว่า 3 ชั่วโมงต่อวัน ในส่วนของบริบททางสังคม การสื่อสารออนไลน์ การมีปฏิสัมพันธ์ ความเป็นส่วนตัว และเทคโนโลยีของสื่อใหม่มีความสัมพันธ์กับระดับการนำเสนอตัวตนต่อสังคม และระดับการนำเสนอตัวตนต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสื่อสารของผู้ใช้บนสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมถึงเทคโนโลยีของสื่อใหม่และระดับการนำเสนอตัวตนต่อสังคมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสื่อสารของผู้ใช้บนเครือข่ายสังคมออนไลน์

ญาณธร เจียรรัตนกุล (2550) ได้ศึกษาเรื่องYAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อนำเสนอเสียงและสะท้อนมุมมองของผู้หญิงที่ชื่นชอบการ์ตูนYAOI หรือ “คนใน” ทางด้านวัฒนธรรมย่อย เพศภาวะ และเพศวิถีที่เต็มไปด้วยความหลากหลายที่ไม่สามารถนำเสนอเพียงภาพตัวแทนบางส่วนให้กลายเป็นภาพเหมารวมว่าเป็นลักษณะตายตัวได้ทั้งหมด และเพื่อศึกษากลไกในการตอบโต้ของคนในที่มีต่อการควบคุมสื่อของภาครัฐและสังคม ด้วยการนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศ จากผลการศึกษาพบว่า เสียงและมุมมองที่ปรากฏในงานศึกษานี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของคนในที่เต็มไปด้วยความหลากหลายที่อาจจะมีเพียงสำนักร่วมกันทางด้านความชื่นชอบ YAOI เช่นเดียวกัน แม้ว่าการศึกษานี้จะไม่สามารถนำเสนอความหลากหลายได้ทั้งหมดเนื่องจากข้อจำกัดของการศึกษา แต่การศึกษาในครั้งนี้อาจจะเป็นส่วนหนึ่งในการขยายภาพเหมารวมของคนในที่มีเพียงหนึ่งเดียวให้หายไป นอกจากนั้นกลไกการตอบโต้ของคนในที่มีต่อการควบคุมสื่อของภาครัฐและสังคม จากการถูกนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศนั้น โดยผู้วิจัยนั้นเชื่อว่าYAOI

ไม่ว่าจะถูกจำกัดความว่าเป็นสื่อทางเพศหรือไม่ แต่อย่างน้อยที่สุดก็นับว่าเป็นสื่อทางเลือกและพื้นที่อย่างหนึ่งที่มีผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

จากเอกสาร แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาเป็นแนวทางในการศึกษา รูปแบบการสื่อสารและการใช้พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ในสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านงานเขียนแฟนฟิクションวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยเพื่ออธิบายและเข้าใจ กระบวนการ การใช้พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ในสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยผ่านงานเขียนแฟนฟิクションวาย (Fan Fiction Y) และเป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการสร้างสื่อสารสนเทศออนไลน์ในการสื่อสารข้อมูลประเภทอื่นๆกับเครือข่ายต่างๆทางสังคมได้ในอนาคต

2.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิด

จากกรอบแนวคิดแสดงให้เห็นถึงการศึกษารูปแบบการสื่อสารงานเขียนแฟนฟิคชันวาย (Fan Fiction Y) โดยใช้การศึกษาผ่านแนวคิดสื่อใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (New Media and Social Network) แนวคิดพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) แนวคิดวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (Participatory Culture) แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อย (Subculture) และแนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fans) เพื่อทำความเข้าใจในรูปแบบการสื่อสารและการใช้พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ในสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชันวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยมุ่งที่จะศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y), ศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ในฐานะพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere), และศึกษาสื่อใหม่ในฐานะเป็นช่องทาง การสื่อสารสาธารณะของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ระเบียบวิธีวิจัยที่ผู้วิจัยใช้ คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Source)

3.1 ประชากรและการคัดเลือกตัวอย่างประชากร

ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์เพื่อดูรูปแบบการสื่อสารงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยว่ามีลักษณะและรูปแบบการสื่อสาร รวมถึงการใช้สื่อใหม่ หรือ สื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสารอย่างไร

วิธีการวิเคราะห์มีดังนี้

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสาร

ประชากร คือ สื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) ที่ใช้ในการสื่อสารงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ ทำการเลือกตัวอย่าง โดยผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากประชากรสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมด ทำการเลือกศึกษาเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ 3 สื่อหลัก ได้แก่

เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม (www.dek-d.com) ซึ่งเว็บไซต์ที่เปิดพื้นที่ให้สามารถใช้งานพื้นที่ได้ฟรีและมีคอลัมน์รวบรวมงานเขียนไว้มากที่สุดเว็บหนึ่งในประเทศไทย

Facebook และ Twitter ช่องทางสำหรับเผยแพร่ ข้อมูล ข่าวสาร และติดต่อสื่อสารบนสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายและกว้างขวางในประเทศไทย

โดยทั้ง 3 ช่องทางเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากสำหรับการนำเสนองานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ทั้งประเด็นลักษณะและรูปแบบการสื่อสาร รวมถึงการใช้สื่อใหม่ หรือสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการสื่อสารอย่างไร

3.1.2 ประชากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

การสัมภาษณ์เชิงลึกในงานวิจัยชิ้นนี้ มุ่งเน้นการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสาร ช่องทางของงานเขียนประเภทแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) จากทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ รวมถึงบทบาทของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายในฐานะพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย โดยประชากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้มีสถานภาพเป็นผู้แต่งเพื่อให้ได้ทราบถึงรูปแบบการสื่อสาร รวมถึงช่องทางการสื่อสารงานเขียนแฟนฟิคชั่น (Fan Fiction) ประเภทแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์

กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ที่เป็นผู้เขียนงานแฟนฟิคชั่นวาย

ผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีงานเขียนเผยแพร่ผ่านทางสื่อออนไลน์ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกจากกลุ่มผู้เขียนงานแฟนฟิคชั่นวายของศิลปินเกาหลีที่มีปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม (www.dek-d.com) มากที่สุด 4 วงด้วยกัน โดยทั้ง 4 วงได้แก่ วงเอ็กซ์ (EXO) วงซูเปอร์ จูเนียร์ (Super Junior) วงก๊อตเซเวน (GOT7) และ วงทงบังชินกิ (TVXQ)

โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) เลือกผู้เขียนจำนวน 5 คน ดังนี้

1. นามปากกา : kipuu อายุ 27 ปี

เจ้าของงานเขียนเรื่อง : Cataholic , That Smile , Lucky ฯลฯ

2. นามปากกา : WilyRover อายุ 27 ปี

เจ้าของงานเขียนเรื่อง : WWW-Who When Why The SERIES, Gisaeng, You Me Baby ฯลฯ

3. นามปากกา : i3e-dwz อายุ 27 ปี

เจ้าของงานเขียนเรื่อง : Herotic, Their Room, Gotta be you, Beautiful Sinner ฯลฯ

4. นามปากกา : boatpurplehead อายุ ไม่ระบุ

เจ้าของงานเขียนเรื่อง : At first sight – จุดแรกรัก, My Moo- ตัวอ้วน, The Fan- แฟนชิป ฯลฯ

5. นามปากกา : error407 อายุ 28 ปี

เจ้าของงานเขียนเรื่อง : Social Casualty, Sleep with me, Crush on you ฯลฯ

โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกในครั้งนี้คือกลุ่มผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวาย จำนวนทั้งสิ้น 5 คน ได้แก่

ตารางที่ 3.1 ผู้เขียนงานแฟนฟิคชั่นวาย จากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ชื่อ-ชื่อเล่น	เพศ	อายุ / ปี	นามปากกา	วันที่สัมภาษณ์
1. พริดา (มุก)	หญิง	28	WilyRover	18 สิงหาคม 2560
2. ปณิธิณี (ปู)	หญิง	27	kipuu	18 สิงหาคม 2560
3. วราลี (แจ่ม)	หญิง	27	i3e-dwz	19 สิงหาคม 2560
4. โบ๊ท	หญิง	27	boatpurplehead	22 สิงหาคม 2560
5. ลลิตา (อ๊)	หญิง	-	error407	25 สิงหาคม 2560

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษารูปแบบการสื่อสารและการใช้พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ในสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษารวบรวมข้อมูล

1.1 ข้อมูลเอกสาร เช่น วิทยานิพนธ์ บทความ ประวัติความเป็นมา ลักษณะต่างๆ เกี่ยวกับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

1.2 การเก็บข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลจากสื่อ ที่ใช้เป็นช่องทางในการแบ่งปันงานเขียนประเภท แฟนฟิคชั่นวาย ได้แก่ เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม (www.dek-d.com) Twitter และ Facebook โดยการสังเกตการณ์รูปแบบการสื่อสาร การนำเสนอ และกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์

เริ่มศึกษาเก็บข้อมูลจากสื่อออนไลน์ดังกล่าว ดังนี้

เด็กดีดอทคอม (www.dek-d.com) เข้าสังเกตการณ์เมื่อ 1 มิ.ย. ถึง 30 มิ.ย. 2560

โดยการคัดเลือกพื้นที่ใช้งาน ฟังก์ชันต่างๆ ใ้ใช้งานพื้นที่สำหรับการเข้าสู่งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย จากนั้นทำการเก็บข้อมูลสำคัญของเนื้อหาเขียนประเภทแฟนฟิคชั่นวายของศิลปินเกาหลีแต่ละวงที่ปรากฏบนเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม เพื่อหาอันดับวงที่ได้รับความนิยมทั้งสิ้น 10 อันดับ จากนั้นทำการคัดเลือก 4 วงศิลปินเกาหลีที่มีผลงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายบนพื้นที่

เด็กดีมากที่สุด 4 วง ได้แก่ วงเอ็กซ์ (EXO) วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) วงก๊อตเซเวน (GOT7) และ วงทงบังชินกิ (TVXQ) เพื่อเข้าไปสังเกตการณ์การใช้งานพื้นที่ของแฟนคลับทั้งการแบ่งปันเนื้อหางานเขียน การตกแต่ง การใช้งานพื้นที่รวมไปจนถึงการใช้ช่องทางสื่อออนไลน์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ทวิตเตอร์ (Twitter) เข้าสังเกตการณ์เมื่อ 1 ก.ค. ถึง 30 ก.ค. 2560

โดยการคัดเลือกการใช้งานพื้นที่สื่อทวิตเตอร์ในงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ของแฟนคลับ 4 กลุ่มศิลปิน ได้แก่ วงเอ็กซ์ (EXO) วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) วงก๊อตเซเวน (GOT7) และ วงทงบังชินกิ (TVXQ) ดูการใช้แฮชแท็ก การสร้างพื้นที่รวมกลุ่มผู้ใช้งานที่สนใจแฟนฟิคชั่นวาย

เฟซบุ๊ก (Facebook) เข้าสังเกตการณ์เมื่อ 1 ส.ค. ถึง 30 ส.ค. 2560

โดยการคัดเลือกการใช้งานพื้นที่สื่อเฟซบุ๊กในงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ของแฟนคลับ 4 กลุ่มศิลปิน ได้แก่ วงเอ็กซ์ (EXO) วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) วงก๊อตเซเวน (GOT7) และ วงทงบังชินกิ (TVXQ) ดูการสร้างพื้นที่รวมกลุ่มผู้ใช้งานที่สนใจแฟนฟิคชั่นวาย ลักษณะการใช้งานแฟนเพจ และการสร้างกลุ่ม

ซึ่งการสังเกตการณ์ทั้งหมดใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ ตารางลักษณะการใช้งานพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ และได้มีการบันทึกภาพลักษณะการใช้งานของสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 3 สื่อ เพื่อให้ได้ข้อมูล และเพื่อนำมาใช้ในวิเคราะห์ต่อไป

1.3 การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เขียน แฟนฟิคชั่นวาย

เริ่มต้นโดยการสุ่มเลือกผู้เขียนงานแฟนฟิคชั่นวายที่มีผลงานแบ่งปันในพื้นที่เด็กดีดอทคอม โดยใช้งานเขียนของศิลปินเกาหลีที่เป็นที่นิยม 4 อันดับแรกเป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เขียน หลังจากนั้นก็สุ่มเลือกติดต่อผู้เขียนจากทั้ง 4 กลุ่ม โดยตั้งกลุ่มตัวอย่างไว้ที่ 12 คน แบ่งเป็นกลุ่มละ 3 คน จากนั้นทำการติดต่อผู้เขียนไปทางช่องทางติดต่อที่ผู้เขียนให้ไว้ในพื้นที่เว็บเด็กดีดอทคอม ซึ่งก็คือ ช่องทางทวิตเตอร์ โดยการส่งข้อความแนะนำตัวพร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ในการขอสัมภาษณ์พูดคุยไปในช่องทางข้อความส่วนตัว (Direct Messaging) หลังจากได้รับการตอบกลับจึงทำการนัดหมายช่องทางและวิธีการที่กลุ่มตัวอย่างสะดวกให้การสัมภาษณ์ โดยในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างได้เลือกใช้ 3 ช่องทางในการสื่อสาร ได้แก่ การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ 2 คน สัมภาษณ์ทางอีเมล (E-Mail) 2 คน และการสัมภาษณ์แบบต่อหน้า 1 คน มีการเตรียมประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ ทำการส่งประเด็นคำถามให้กลุ่มตัวอย่าง ดำเนินการสัมภาษณ์ตามลำดับวันเวลาที่นัดหมาย โดยเริ่มจากการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ 2 คน ในวันที่ 18 สิงหาคม 2560 การพบเพื่อสัมภาษณ์

แบบต่อหน้า ในวันที่ 19 สิงหาคม 2560 1 คน และได้รับการตอบกลับจากการส่งคำถามสัมภาษณ์ทางอีเมล(E-Mail) 2 คนในวันที่ 22 และ 25 สิงหาคม 2560 ตามลำดับ

2. วิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารและการใช้พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ในสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

2.1 ศึกษารูปแบบการสื่อสารผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

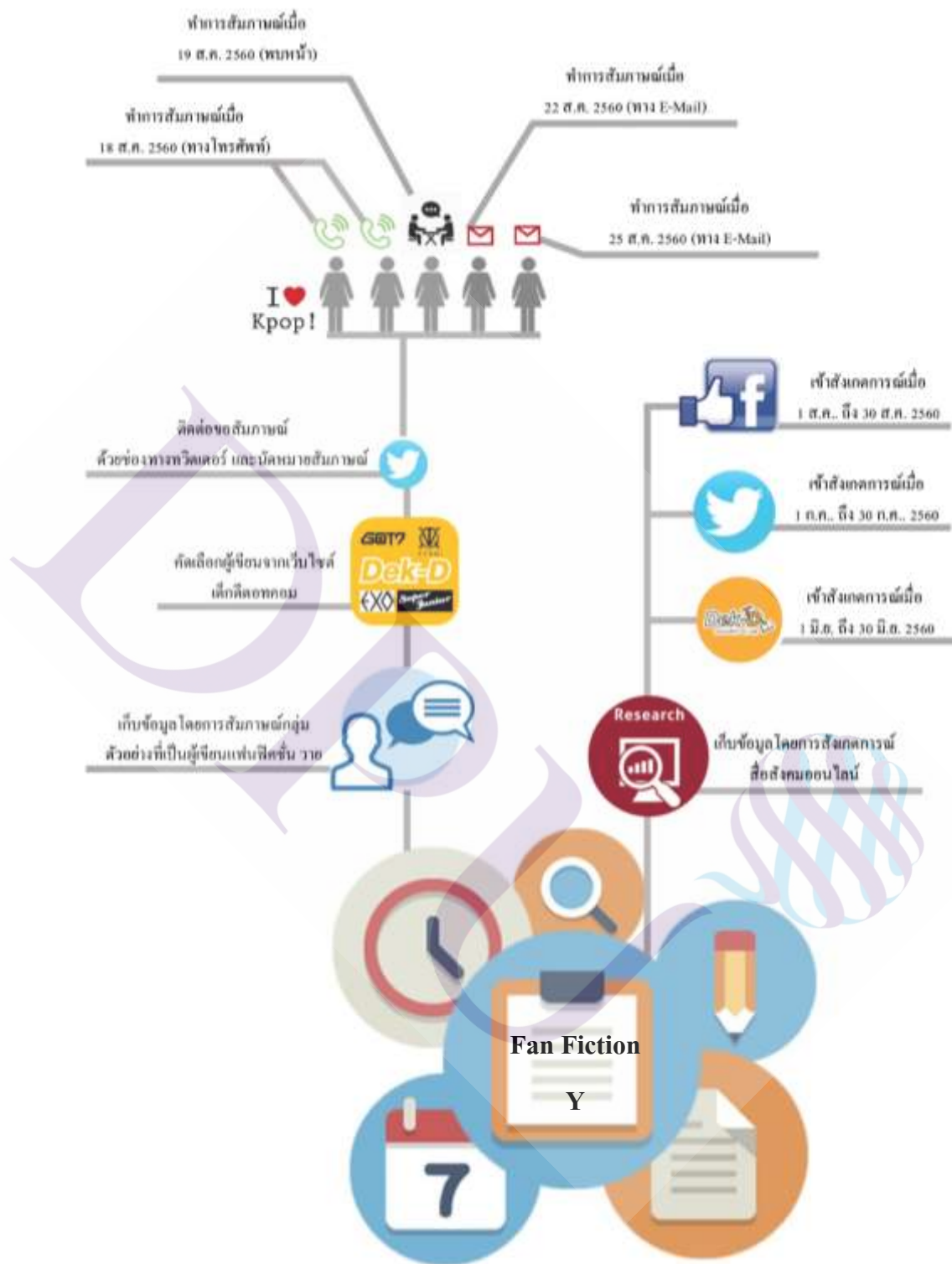
2.2 ศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ในฐานะพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

2.3 ศึกษาสื่อใหม่ในฐานะเป็นช่องทางการสื่อสารสาธารณะของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y)

3. ตรวจสอบผลการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารและการใช้พื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ในสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

4. สรุปผลการศึกษา และอภิปรายผล

5. ข้อเสนอแนะ



ภาพที่ 3.1 ภาพแผนผังแสดงลำดับวิธีการเก็บข้อมูลและระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

ตารางที่ 3.2 ตัวอย่างตารางการเก็บข้อมูลลักษณะการใช้งานพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์

การใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์	สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการศึกษา		
	เด็กดีดอทคอม (dek-d.com)	ทวิตเตอร์ (Twitter)	เฟซบุ๊ก (Facebook)
ลักษณะการใช้พื้นที่			
ลักษณะการเป็นพื้นที่รวบรวมกลุ่มเพื่อนคลับ			
ใช้เป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงาน อื่นๆของศิลปินที่นำมาเป็นตัวละคร			
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานอื่นๆของผู้เขียน			
มีการแจ้งช่องทางติดต่อทางสื่อออนไลน์อื่นๆไว้			
ใช้ในการสื่อสารตอบโต้กันระหว่างผู้อ่านและผู้เขียน			
เป็นพื้นที่แจ้งข่าวสารกิจกรรมเกี่ยวกับงานเขียน			
ใช้รูปศิลปิน หรือผลงานอื่นๆของศิลปินมาประกอบ ผลงาน			
มีการแสดงข้อมูลของงานเขียน แฟนฟิคชั่น วาย			
- ชื่อเรื่อง			
- ชื่อผู้แต่ง			
- จำนวนตอน			
- ศิลปินที่เป็นตัวละครเอกของเรื่อง			

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3.1 การวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารงานเขียนแฟนฟิคชั่น วายของกลุ่มแฟนคลับ ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย จากเว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม (www.dek-d.com) Facebook และ Twitter เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการสื่อสาร การนำเสนอ และกิจกรรมที่เกิดขึ้นบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์

3.3.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยเตรียมคำถามที่เหมาะสม ครอบคลุม และสอดคล้องกับคำถามนำวิจัยเพื่อให้สามารถควบคุมการสนทนาให้เป็นไปตามความต้องการได้ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบการสื่อสาร และบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับ โดยใช้เครื่องบันทึกเสียงเป็นอุปกรณ์บันทึกการสนทนา จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) สื่อสังคมออนไลน์ และแบบสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งข้อมูลคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์ดังกล่าวจะถูกนำมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลเอกสาร และการสังเกตการณ์

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ตอบรับกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

คำถามจะมุ่งเน้นไปในประเด็นรูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ได้แก่

1) ช่องทาง หรือสื่อสังคมออนไลน์ใดบ้างที่ท่านเลือกนำมาใช้กับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เพราะอะไร และใช้งานสื่อสังคมออนไลน์นั้นๆอย่างไรบ้าง

2) คิดว่าช่องทางหรือสื่อสังคมออนไลน์ใดบ้างที่เหมาะสมกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เพราะอะไร และสื่อสังคมออนไลน์นั้นๆสามารถนำไปใช้กับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ได้อย่างไรบ้าง

3) ช่องทาง หรือสื่อสังคมออนไลน์ใดที่ได้รับกระแสตอบรับ (feedback) จากผู้อ่านมากที่สุด และเป็นการตอบรับมาในลักษณะใด อย่างไร

4) คิดว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญ จำเป็นมากน้อยแค่ไหน และจำเป็นอย่างไรกับงานเขียนแฟนฟิคชั่น วาย

5) ผู้เขียนได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์นี้ (Dek-D.com / Facebook / Twitter) ในการทำกิจกรรมใดบ้าง โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานแฟนฟิคชั่นวาย (อธิบายเป็นข้อๆ)

คำถามจะมุ่งเน้นไปในประเด็นบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ในฐานะพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ได้แก่

1) คิดว่างานเขียนแฟนฟิคชั่นวายมีผลต่อความนิยมในตัวศิลปินที่ที่ถูกนำมาเป็นตัวละครเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไร

2) งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายมีส่วนช่วยในการรวมกลุ่มกันของแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยอย่างไรบ้าง

3) คิดว่างานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย สามารถแสดงถึงความนิยม หรือความชื่นชอบที่มีต่อศิลปินได้มากน้อยแค่ไหน อย่างไร

4) ถ้าเปรียบสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้อยู่นี้ (Dek-D.com / Facebook / Twitter) เป็นเสมือนชุมชน ชุมชนหนึ่ง ท่านคิดว่าชุมชนนี้ส่งผลต่อท่านอย่างไร และส่งผลต่อศิลปินกลุ่มเกาหลีที่ชื่นชอบอย่างไร

5) คิดว่าสื่อสังคมออนไลน์ในทุกวันนี้มีส่วนช่วยในการสร้างการดำรงอยู่และเติบโตของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย รวมถึงการรวมกลุ่มกันของแฟนคลับหรือไม่ อย่างไร

3.3.3 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยใช้การบันทึกภาพจากคอมพิวเตอร์ ในข้อสังเกตที่พบเพื่อนำไปประกอบการอธิบายผลการวิจัยให้ชัดเจนขึ้น โดยมุ่งเน้นไปที่บทบาท และรูปแบบการสื่อสารของผู้เขียนแฟนฟิคชั่น วาย ผ่านลักษณะการใช้สื่อสังคมออนไลน์

3.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้ศึกษาได้นำเครื่องมือที่จะใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารและการใช้พื้นที่สาธารณะ ในสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ได้ให้ที่ปรึกษาทางวิจัยในครั้งนี้เป็นผู้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือก่อนที่จะนำไปใช้วิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ซึ่งได้แก่ รูปแบบการสื่อสารผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย บทบาทบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะ และสื่อใหม่ในฐานะเป็นช่องทางการสื่อสารสาธารณะของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Source) โดยใช้กรอบแนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆมาประกอบ

การศึกษาวิเคราะห์ผลการศึกษาในครั้งนี้ จากนั้นนำเสนอข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ตามหลักของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

3.6 การนำเสนอผลการวิจัย

เมื่อผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิจัยโดยแบ่งประเด็นที่ได้ศึกษาตามบทต่อไปนี้

บทที่ 4 ผลการศึกษา

1) รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

2) บทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ในฐานะพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่น วาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย และศึกษาสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะเป็นช่องทางการสื่อสารสาธารณะของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y)

ระเบียบวิธีวิจัยที่ผู้วิจัยใช้ คือ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Source) โดยในบทนี้ผู้วิจัยได้ขอเสนอผลวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1 รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

4.1.1 เว็บไซต์ที่เว็บที่เว็บไซต์ Dek-D.com

4.1.2 สื่อสังคมออนไลน์ ทวิตเตอร์ (Twitter)

4.1.3 สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook)

4.2 บทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ในฐานะพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

4.1 รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่น วาย (Fan Fiction Y)

แฟนฟิคชั่น จัดเป็นสื่อ D.I.Y. Media ที่ได้รับความนิยมอันดับต้นๆของกลุ่มแฟนคลับ และเมื่อวิเคราะห์จากข้อมูลที่เก็บมาได้ พบว่ารูปแบบการสื่อสารของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย บนสื่อสังคมออนไลน์นั้นเกิดจากกระแสความนิยมในตัวศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบและพฤติกรรมของกลุ่มแฟนที่เริ่มใช้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์เป็นพื้นที่ในการแสดงออกและแบ่งปันเรื่องราวต่างๆของศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบแก่กันและกัน โดยสื่อออนไลน์ที่พบว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในการ

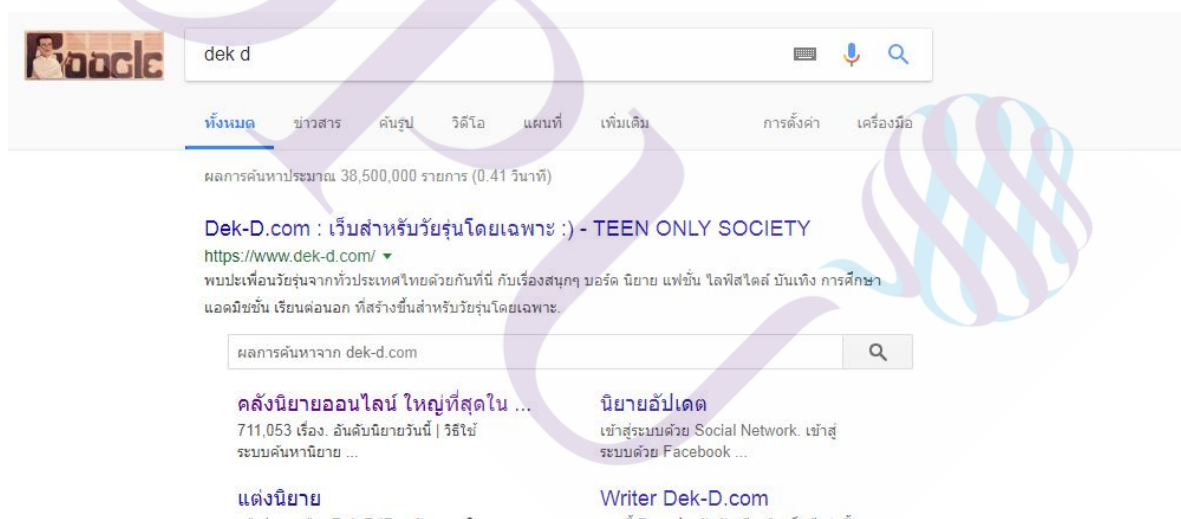
ใช้เป็นช่องทางในการสื่อสารงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ได้แก่ เว็บบล็อกบนพื้นที่เว็บไซต์เด็กดี คอทคอม ทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊ก

ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงได้หยิบยกช่องทางสื่อออนไลน์ทั้ง 3 สื่อข้างต้นเพื่อมาศึกษาลักษณะการใช้งานของผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายศิลปินเกาหลีในสังคมไทยว่ามีลักษณะ หรือรูปแบบการใช้งานในแต่ละช่องทางอย่างไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อรูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ

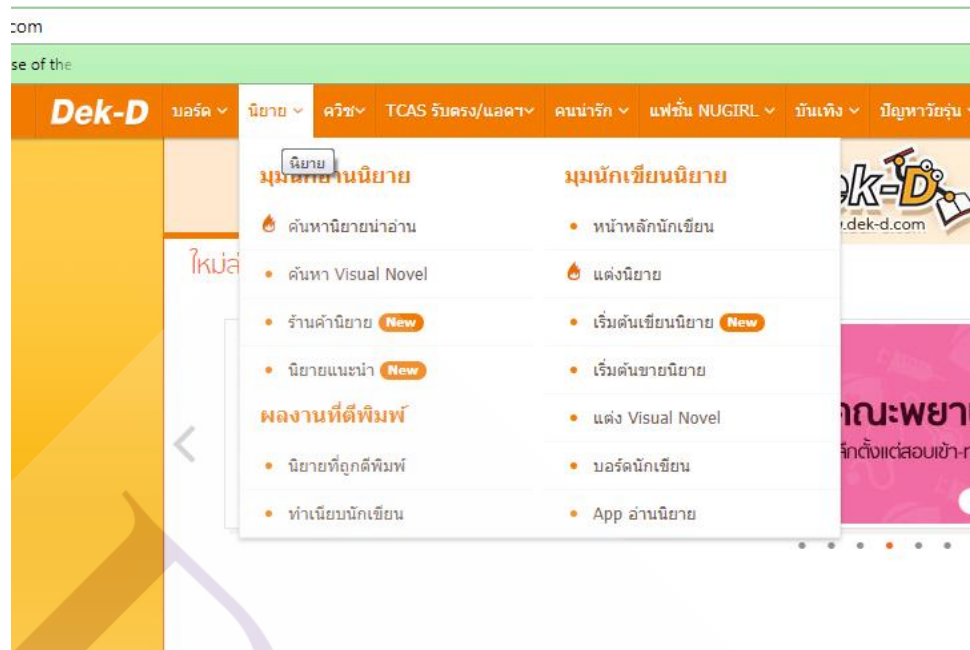
สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย นี้ ซึ่งรูปแบบการสื่อสารของผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวาย ในพื้นที่สาธารณะทั้ง 3 ช่องทางสามารถอธิบายได้ ดังนี้

4.1.1 เว็บบล็อกบนพื้นที่เว็บไซต์ Dek-D.com

ในการค้นหาเว็บไซต์เด็กดีคอทคอมนั้น เมื่อพิมพ์ ลงไปบนช่องค้นหาของ google จะพบหน้าเว็บไซต์เด็กดี.คอม ซึ่งอธิบายตัวเองว่าเป็นเว็บสำหรับวัยรุ่น โดยเฉพาะ เมื่อเข้ามายังหน้าเว็บเด็กดีก็จะพบกับคอลัมน์ต่างๆมากมายทั้งด้านความบันเทิง และสาระข่าวต่างๆที่เกี่ยวกับวัยรุ่น โดยเฉพาะด้านการศึกษา

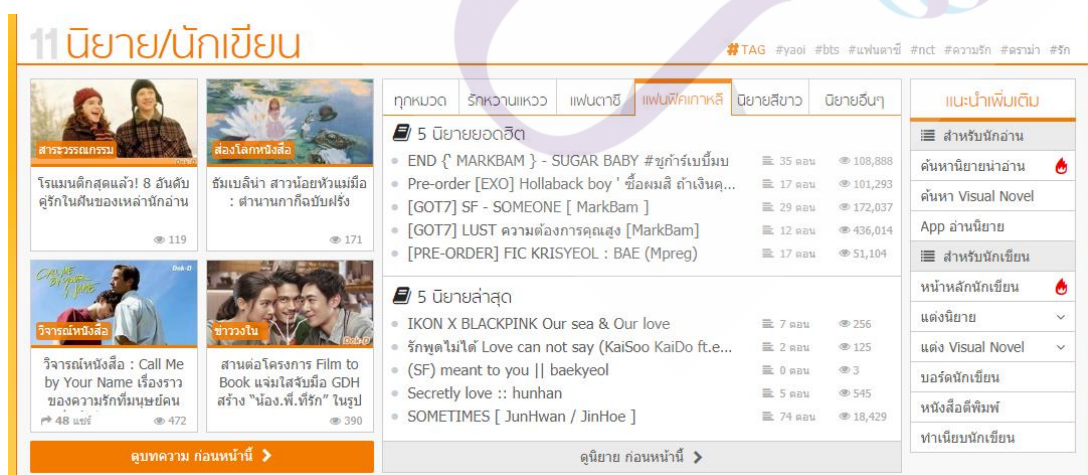


ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างการค้นหาเว็บไซต์เด็กดีคอทคอม เมื่อพิมพ์ ลงไปบนช่องค้นหาของ google



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างค้นหานิยายในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ในส่วนของคอลัมน์นิยายนั้นก็มีหลายๆส่วนให้เลือกค้นหาได้ สามารถเข้าดูหน้าค้นหาได้จากแถบคอลัมน์นิยายได้เลย หรือสามารถเลื่อนลงมาตามหน้าเว็บเรื่อยๆ จนเจอคอลัมน์ที่ 11 ซึ่งเป็นหมวด “นิยาย/นักเขียน” ซึ่งตรงส่วนนี้ก็จะมีความย่อยๆ ให้เลือกเข้าสู่ นิยายที่สนใจได้ทันทีเช่นกัน โดยได้แบ่งตามหมวดของนิยายไว้ ไม่ว่าจะเป็นนิยายที่รวมทุกหมวด หมวดรักหวานแหวว หมวดแฟนตาซี หมวดแฟนฟิคเกาหลี หมวดนิยายสีขาว เป็นต้น



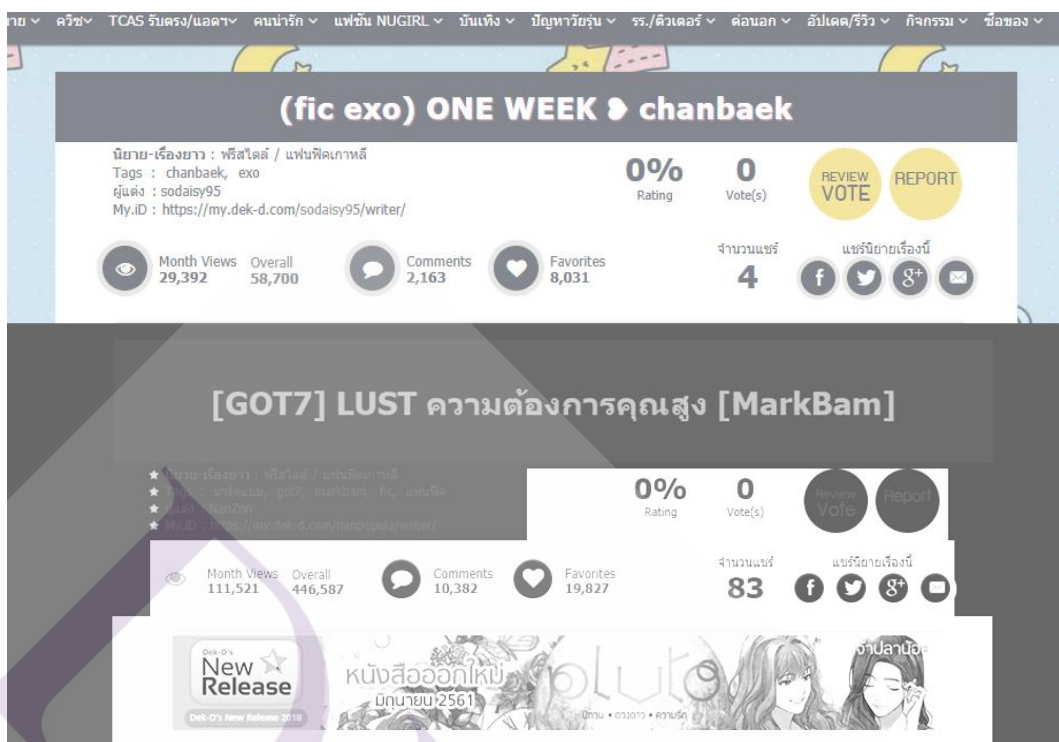
ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างคอลัมน์นิยายในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

ซึ่งในแต่ละหมวดก็จะแสดง 5 อันดับนิยายยอดฮิตในแต่ละหมวดไว้ โดยมีข้อมูลถึงชื่อเรื่อง จำนวนตอน และจำนวนยอดผู้ที่เข้าชม ให้สามารถเลือกเข้าไปอ่านได้เลย แต่หากเลือกเข้าการค้นหานิยายที่สามารถใส่รายละเอียดในการค้นหาได้มากขึ้น ก็สามารถเลือกเข้าผ่านคอลัมน์นิยายจากแถบด้านบนของเว็บไซต์ เมื่อเข้าสู่คอลัมน์นิยาย จะปรากฏแท็บ (Tab) ใหม่ขึ้นเป็นหน้า “คลังนิยายออนไลน์” ซึ่งในหน้านี้จะให้ผู้ใช้งานสามารถค้นหานิยายได้โดยสามารถกรอกคำค้นเพื่อระบุความต้องการของชนิดนิยายได้ชัดเจนขึ้น

ทุกหมวด	รักหวานแหวว	แฟนตาซี	แฟนฟิคเกาหลี	นิยายสีขาว	นิยายอื่นๆ
5 นิยายยอดฮิต					
• END { MARKBAM } - SUGAR BABY #บุ๋บการ์เบบีมบ 35 ตอน 108,888					
• Pre-order [EXO] Hollaback boy ' ซ็อมมลิ ถ้าเงินค... 17 ตอน 101,293					
• [GOT7] SF - SOMEONE [MarkBam] 29 ตอน 172,037					
• [GOT7] LUST ความต้องการคุณสูง [MarkBam] 12 ตอน 436,014					
• [PRE-ORDER] FIC KRISYEOL : BAE (Mpreg) 17 ตอน 51,104					
5 นิยายล่าสุด					
• IKON X BLACKPINK Our sea & Our love 7 ตอน 256					
• รักพูดไม่ได้ Love can not say (KaiSoo KaiDo ft.e... 2 ตอน 125					
• (SF) meant to you baekyeol 0 ตอน 3					
• Secretly love :: hunhan 5 ตอน 545					
• SOMETIMES [JunHwan / JinHoe] 74 ตอน 18,429					

ภาพที่ 4.4 ตัวอย่างรายชื่อเรื่องในคอลัมน์นิยายที่ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม

การค้นหานิยายแบบป้อนคำ สามารถระบุ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง เรื่องย่อ รวมถึงหมวดสถานะ และประเภทของนิยายได้อีกด้วย โดยในส่วนของหมวดนิยายจะมีการแบ่งหมวดอย่างละเอียดเป็นหมวดสงคราม พงศกถา แฟนตาซี รักโรแมนติก วิทยาศาสตร์ กำลังภายใน สืบสวน แอ็คชั่น รวมไปถึงจนถึงนิยายแฟนฟิคต่างๆ ทั้งแฟนฟิคเกาหลี แฟนฟิคไทย แฟนฟิคเอเชีย แฟนฟิคฝรั่ง แฟนฟิคนิยาย การ์ตูน เกมส์ อีกด้วย ทั้งหมดนี้เป็นเพียงแค่บางส่วนของหมวดนิยายทั้งหมด ในส่วนของสถานะจะสามารถเลือกระบุได้ว่าต้องการหานิยายทั้งหมด นิยายที่มีสถานะจบแล้ว หรือนิยายที่ยังไม่จบ ในส่วนของประเภทก็จะประกอบไปด้วย นิยายทุกประเภท ประเภทเรื่องสั้น หรือเรื่องยาว



ภาพที่ 4.5 ตัวอย่างแถบชื่อในหน้าแสดงผลของเรื่องแฟนฟิคชั่นวาย

ผู้วิจัยพบว่า เมื่อผู้ใช้คลิกเข้าไปยังหน้านิยายที่เลือก จะปรากฏหน้าที่เป็นพื้นที่ของนักเขียนเรื่องนั้นๆ โดยส่วนใหญ่ในหน้าแรกจะประกอบไปด้วย แถบชื่อเรื่องที่อยู่ด้านบนสุดของหน้า ซึ่งในแถบชื่อนี้จะมีบอกว่าเรื่องนี้เป็นแฟนฟิคชั่นวาย หรือไม่ และเป็นเรื่องของศิลปินคน(วง)ใด เช่น [Fic-Y][TVXQ] The Flower Boy [Got7] ทหารล่ารัก [MarkBam] หรือ THE MATADOR (Chanback) เป็นต้น นอกจากนั้นก็จะรายละเอียดต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นยอดความนิยม จำนวนที่ได้รับโหวต ยอดเข้าชมในเดือนนี้ ยอดเข้าชมทั้งหมด รวมถึงจำนวนคอมเมนต์ จำนวนความชื่นชอบ จำนวนการแชร์ และช่องทางการแชร์ไปยังสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ กูเกิลพลัส และส่งเป็นข้อความให้กับสมาชิกเด็กดีดอทคอมด้วยกัน นอกจากนั้นยังมีส่วนที่บอกรายละเอียดของนิยายเรื่องนั้นๆ หมวดของเรื่อง ชื่อผู้แต่งซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของนามปากกา ID ของผู้แต่งสำหรับการเข้าถึงหน้าโปรไฟล์ผู้แต่ง โดยตรง และแท็ก (Tags) ที่ผู้แต่งจะระบุคำ เพื่อให้ใช้ในการค้นหา โดยคำส่วนใหญ่จะเป็นชื่อกลุ่มศิลปินที่เป็นตัวละคร คู่ชิป คู่จิ้น หรือตัวละครหลักของเรื่อง รวมถึงระบุด้วยว่าเป็นฟิคชั่น วาย เช่น tvxq yunjae y หรือ got7 mackbam yaoi เป็นต้น

ลักษณะของดีไซน์และสีสันลวดลายจะขึ้นอยู่กับผู้แต่งที่จะเลือกตกแต่ง นำสีมิดๆมาใช้ สามารถอัปโหลดภาพเข้ามาใช้สำหรับประกอบ ตกแต่ง หรืออธิบายเนื้อหาได้ตามชอบ นอกจากภาพประกอบแล้วยังสามารถแชร์ลิงค์ ใต้เพลงหรือภาพวิดีโอจาก YouTube ได้ด้วย ในส่วนของเนื้อหา จากการศึกษาพบว่าช่วงแรกของเนื้อหาจะเป็นการเกริ่นบอกรายละเอียดของเรื่อง ผู้แต่งแนะนำตัวเอง บอกเรทของเรื่อง คำเตือนต่างๆเพื่อเป็นการทำความเข้าใจแก่ผู้อ่านในเบื้องต้น เช่น เรท PG-15 to NC-22 พิคเรื่องนี้เป็นเรื่องราวระหว่างชายกับชายรับไม่ได้หรือไม่ชอบแนนี้ไม่แนะนำให้อ่านนะคะ หรือ เรื่องนี้ผู้ชายท้องได้ เป็นต้น ถัดมามักจะเป็นการแนะนำตัวละครของเรื่อง มีทั้งแบบที่ใช้ภาพประกอบและไม่มีภาพประกอบ



××× ข้อกำหนดนิดหน่อย ×××

รบกวนอ่านตรงนี้ทีละนิดนะคะ จะได้เข้าใจทั่วกัน

1. ไรท์เตอร์ตัวอ้วนกลมมีชื่อ อายุ 21 ปี ลำดับอายุกันได้ตามสบายเลยคะ
2. เรื่องนี้เป็นแนวชายรักชาย ใครที่หลงเข้ามาแล้วไม่ปลื้มสไตลีนี ปิดหน้าต่างไปได้เลยคะ
3. คู่ในเรื่องคือ ยูนแจ ยูซู มินริค แต่ด้วยความที่ไรท์เตอร์เป็นเด็กปรีนซ์ คู่มินริคจะเด่นที่สุดนะคะ! (แต่อย่าเินอยใจไป เจลียบพให้พอๆกันทุกคู่ค่า)
4. เรทของเรื่องคือ PG-15 ถึง NC-22 (ฮา ยังไม่กล้าฟันธงว่าเรทไหน)
5. แนว Love-Comedy ค่ะ! แต่งเอาฮา แต่ถ้ามันเกิดหลุดไปดราม่าก็ช่วยเตือนกันบ้างอะไรบ้างนะคะ
6. เรื่องนี้ M-Preg ผู้ชายท้องได้คะ (เพื่อไม่ให้ประชากรคนหน้าตาดีหมดไปจากโลก 555+)
7. อ่านแล้วก็ช่วยกันเน้นหน่อยนะคะ บอกให้รู้ด้วยว่ามีคนอ่านอยู่ ไรท์เตอร์จะได้มีกำลังใจมาต่อให้
8. ถ้าไม่มีข้อขัดอะไร ก็รออ่านกันได้เลยคะ บั้นเสร็จเมื่อไหร่จะรีบเอามาลง

แฟนฟิคเรื่องนี้เป็นฟิคสั้นที่ได้ใจเดียวจากการที่เราย้อนกลับไปดูหนังเรื่อง **"Attack on the Pin-Up Boys"** ที่นำแสดงโดยเหล่าหนุ่ม Super Junior ค่ะ ซึ่งไรเตอร์คิดว่าผู้อ่านที่เป็น ELF น่าจะรู้จักเรื่องนี้ดี เพราะในหนังเรื่องนี้ หนุ่มๆของเราน่ารักกันมากๆเลยคะ สดอรัก็สนุกมากๆเช่นกัน ^^

และหลังจากที่ได้ดูเรื่องนี้ ไรเตอร์ก็เลยอยากจะเอามาเขียนตอนต่อสุดฟินหลังจากเหตุการณ์ในหนังคะ ซึ่งสดอรัในฟิคนี้ก็จะ เป็นเหตุการณ์หลังจากที่เรื่องทั้งหมดสงบลงแล้ว และโฟกัสไปที่ความสัมพันธ์ของเด็กหนุ่มนักเต้นผู้หลงตัวเองอย่าง "คิม ฮีซอล" และ ประธานนักเรียนสุดคูลอย่าง "ซเว ช็วอน" ดู ว่าความต่างทั้งสองนี้จะมาเป็นเรื่องราวน่ารักๆในสไตลของเราได้ยังไงกัน ? // อันนี้ก็ต้องตามลงไปอ่านที่ด้านล่างเลยคะ <<

ขอให้สนุกกับฟิคเรื่องนี้ และรักวอนซันกันมากๆนะคะ =w=

ปล. เนื้อหาต่างๆในนิยายเหล่านี้ ใช้ชื่อบุคคลที่มีอยู่จริง แต่เนื้อหาในส่วนสถานการณ์ คำพูด หรือความสัมพันธ์ต่างๆที่ปรากฏในเรื่อง ล้วนเป็นเรื่องที่แต่งขึ้นมาทั้งสิ้น ควรใช้วิจารณญาณในการอ่านและรับชมคะ

ปล. 2 สำหรับคนที่ไม่ได้ขีป 2 คู่นี้ สามารถอ่านได้คะ แต่ขอหลีกเลี่ยงคอมเม้นท์ที่จะทำให้บรรยากาศและอัธยาศัยในการอ่านของผู้อ่านส่วนใหญ่เสียจะ ขอขอบคุณคะ

ภาพที่ 4.7 ตัวอย่างคำแนะนำในหน้าแนะนำเนื้อหาของแฟนฟิคชั้นวาง

หลังจากการเกริ่นบอกรายละเอียดต่างๆ ถ้าเป็นช็อตฟิค (เรื่องสั้น) ในลำดับต่อไปก็จะเป็นส่วนเนื้อหาของเรื่อง บรรยายมาจนถึงตอนจบ แต่ถ้าเป็นเรื่องยาวก็จะเป็นการแบ่งออกเป็นตอนๆ โดยในแต่ละตอนก็จะถูกรวบรวมไว้ที่คอลัมน์ สารบัญซึ่งจะมีการระบุชื่อตอนไว้อย่างชัดเจน เป็นลำดับ สะดวกต่อการเลือกเข้าไปอ่านเนื้อหาในแต่ละตอนได้เลย นอกจากชื่อตอนแล้วยัง

มีการแจ้งวันที่ล่าสุดที่ผู้เขียนเข้ามาแก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาไว้ให้ทราบอีกด้วย เพื่อให้ผู้อ่านจะได้ทราบว่ามีการอัปเดตเรื่องราวโดยผู้เขียนล่าสุดเมื่อไร

รายละเอียดส่วนต่อไปที่อยู่ถัดมาจากสารบัญก็คือ ส่วนของคอลัมน์ “ผลงานอื่นๆของผู้แต่ง” ซึ่งจะมีการรวบรวมผลงานของผู้แต่งคนเดียวกันไว้ให้สามารถเลือกเข้าไปอ่านได้อีก โดยจะมีรายละเอียดในบอกทั้ง หมวดของเรื่อง จำนวนตอน จำนวนคนเข้าชม จำนวนโพสต์ คะแนนโหวตที่ได้รับในรูปแบบเปอร์เซ็นต์ รวมไปถึงวันที่อัปเดตผลงานครั้งล่าสุด ซึ่งข้อมูลส่วนนี้จะมีปริมาณมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับจำนวนผลงานของผู้แต่งคนนั้นๆ

ตอนที่	ชื่อตอน	วันที่ลง
1	X0 -CeroX	2 ม.ค. 57
2	X1 -UnoX	2 ม.ค. 57
3	X2 -DosX	2 ม.ค. 57
4	X3 -TresX	2 ม.ค. 57
5	X4 -CuatroX	2 ม.ค. 57
6	X5 -CincoX	2 ม.ค. 57
7	X6 -SeisX	8 ม.ค. 57
8	X7 -SieteX (100%)	24 ม.ค. 57
9	[PreOrder] ระยะเวลาตลาดฟิค 25-10-2014 (ปิดโหวต 27 ก.ย. 57)	30 ส.ค. 57
10	X 8 - Ocho X	14 ก.ย. 57
11	X 9 -Nueve X	26 ม.ค. 58
12	X 10 -Diez X	17 ก.พ. 58
13	X 11 - Once X	17 ก.พ. 58
14	X 12 - Doce X	17 ก.พ. 58
15	X13 - Trece X (100%)	18 เม.ย. 58
16	X14 - Catorce X	1 มิ.ย. 58
17	[OS] APOLOGY [MINIRICT]PG-15]	30 ก.ค. 58

ตอนที่	ชื่อตอน	วันที่ลง
1	Intro	3 พ.ค. 53
2	The Enemy : Part 1/1	14 พ.ค. 53
3	The Enemy : Part 1/2	14 พ.ค. 53
4	The Enemy : Part 2	9 พ.ค. 53
5	The Enemy : Part 3	14 พ.ค. 53
6	The Enemy : Part 4/1	14 พ.ค. 53
7	The Enemy : Part 4/2	14 พ.ค. 53
8	The Enemy : Part 5	17 พ.ค. 53
9	The Enemy : Part 6	19 พ.ค. 53
10	The Enemy : Part 7	29 พ.ค. 53
11	The Enemy : Part 8	29 พ.ค. 53
12	The Enemy : Part 9	8 มิ.ย. 53
13	The Enemy : Part 10	20 มิ.ย. 53
14	The Enemy : Part 11	22 มิ.ย. 53

ภาพที่ 4.8 ตัวอย่างสารบัญงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

ผู้วิจัยพบด้วยว่า จะมีส่วนของบทวิจารณ์ และคำนิยม โดยเปิดพื้นที่ให้ผู้อ่านสามารถเขียนบทวิจารณ์และคำนิยมให้กับเรื่องนั้นๆ ได้ด้วย จากนั้นก็จะเป็นพื้นที่ในส่วนของความคิดเห็นที่

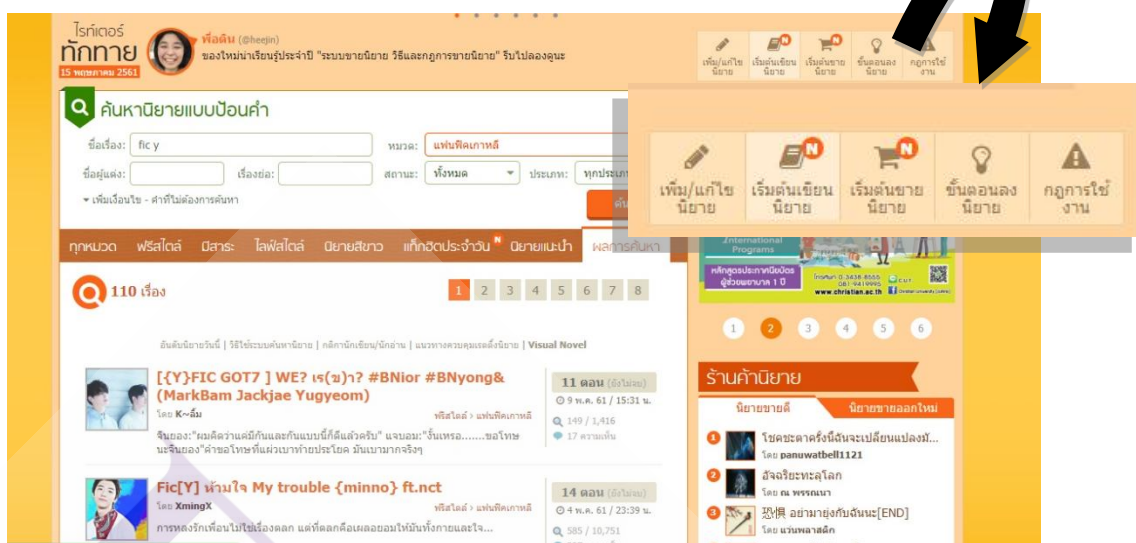
ผู้อ่านจะสามารถแสดงความคิดเห็นต่างๆได้ ซึ่งจะแสดงอยู่ในส่วนท้ายของทุกๆหน้า ทุกๆตอนของเรื่องนั้นๆจะมีตัวเลขบอกจำนวนรวมของความคิดเห็นทั้งหมด แล้วจึงเป็นข้อความแสดงความคิดเห็นที่จะแสดงไล่ตามลำดับจากความคิดเห็นล่าสุด จะมีข้อมูลโปรไฟล์ของผู้แสดงความคิดเห็น วันเวลาที่เข้ามาแสดงความคิดเห็น และมีข้อความบอกว่าเป็นการแสดงความคิดเห็นจากตอนที่เท่าไรอีกด้วย

The image shows a screenshot of a Thai forum page. The main post is titled "คำนิยม Top 3" and is by user "Tia ' Harribel". The post content includes a title "สนุก ^^" and a body of text expressing enjoyment. Below the main post, there is a list of the top 3 posts, each with a star rating and a brief description.

หัวข้อ	คะแนน
"สนุก ^^"	★★★★★ (แจ้งลบ)
"สนุกมากค่ะ"	★★★★★ (แจ้งลบ)
"ครบ!"	★★★★★ (แจ้งลบ)
"Superb !!"	★★★★★ (แจ้งลบ)
"ดีดพิศของไรเตอร์^^"	★★★★★ (แจ้งลบ)

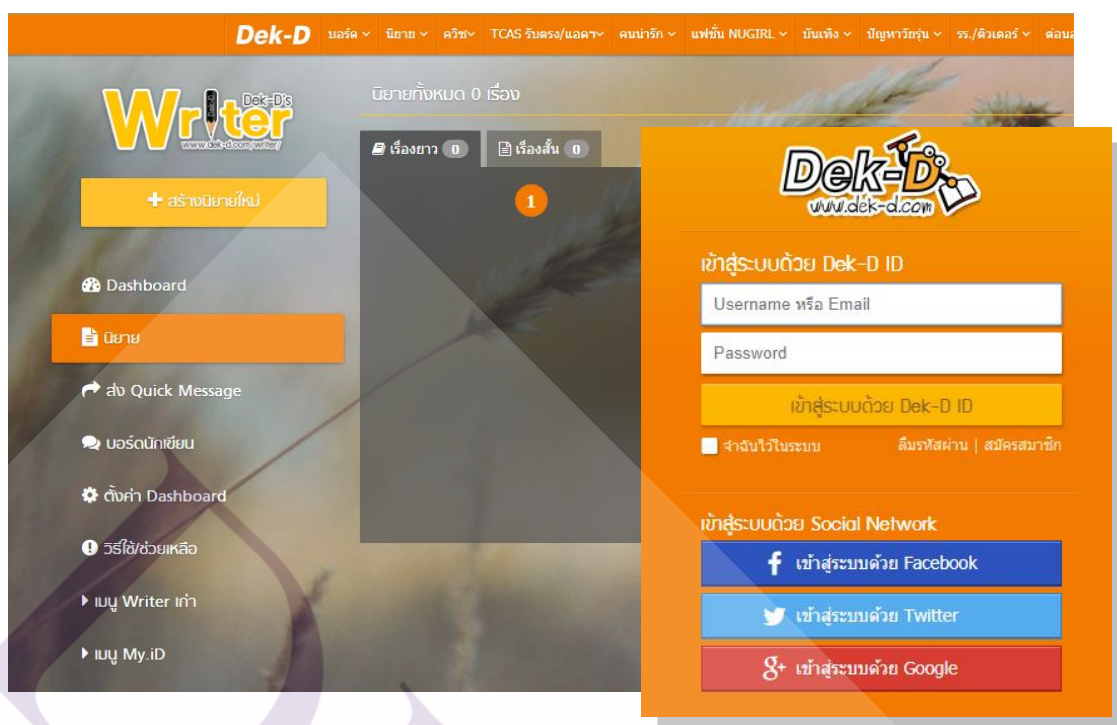
ภาพที่ 4.9 ตัวอย่างคำนิยมโดยผู้อ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

ผู้วิจัยพบว่า นอกจากความสะดวกในการค้นหานิยายสำหรับผู้อ่านแล้ว ในส่วนของผู้เขียนนั้น ก็จะมีการจัดการที่เป็นระบบเช่นกัน โดยในหน้าการค้นหานั้นก็ยังมีการจัดทำแถบไอคอนด้านขวามือของเว็บไซต์เพื่อการใช้งานของผู้เขียนนิยายอีกด้วย มีทั้งการเริ่มต้นเขียนนิยาย การเพิ่ม/แก้ไขนิยาย ขึ้นตอนการลงนิยาย เริ่มต้นขาย และกฎการใช้งาน โดยในส่วนของเริ่มต้นการเขียนนิยายนั้นเมื่อคลิกเข้าสู่หัวข้อนี้จะพบข้อมูลต่างๆที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้เขียนที่ต้องการใช้พื้นที่ของเว็บไซต์เพื่อทำการลงผลงาน



ภาพที่ 4.10 ตัวอย่างแถบการใช้งานสำหรับผู้เขียน

ในส่วนของการลงเนื้อหาเขียนนั้นจะต้องมีการสมัครสมาชิกของเว็บไซต์เพื่อรับ Dek-D ID ก่อนหรือสามารถเลือกเข้าสู่ระบบได้ด้วยโซเชียลมีเดียที่ใช้งานอยู่ได้เช่นกัน ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ หรือกูเกิลพลัส เมื่อสมัครสมาชิก หรือทำการล็อกอินแล้วก็จะเข้าสู่หน้าพื้นที่สำหรับผู้เขียน โดยสามารถกดเลือกสร้างนิยายใหม่ด้วยการระบุประเภทงานเขียนว่าเป็นเรื่องยาว (มีหลายๆตอน) เรื่องสั้น (จบในตอนเดียว) หรือ Visual Novel ในหน้านี้เป็นเสมือนพื้นที่ส่วนตัวของผู้ใช้งาน ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเลือกหมวด Dashboard จากไอคอนทางซ้ายของเว็บไซต์เพื่อที่จะสามารถเข้ามาดูรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับนิยายที่นำมาลงไว้ได้ เช่น ยอดวิวทุกเรื่อง จำนวนคอมเมนต์ทุกเรื่อง หรือ เรตติ้งเฉลี่ยของทุกเรื่อง เป็นต้น



ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างหน้าการเข้าสู่ระบบด้วย Dek-D ID และตัวอย่างหน้าการสร้างนิยายสำหรับผู้เขียน

ผลการสังเกตการณ์ใน www.dek-d.com

การเข้าไปสังเกตการณ์งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ใน www.dek-d.com ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแฟนฟิคชั่นวาย ในการศึกษาไว้ 4 กลุ่มคือ กลุ่มแฟนฟิคชั่นวาย วงเอ็กโซ (EXO) กลุ่มแฟนฟิคชั่นวาย วงก๊อตเซเวน (GOT7) กลุ่มแฟนฟิคชั่นวาย วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) และกลุ่มแฟนฟิคชั่นวาย วงทงบังชินกิ (TVXQ) ซึ่งได้ทำการเริ่มสังเกตการณ์ตั้งแต่ พฤศจิกายน 2559 ถึง ตุลาคม 2560 สาเหตุที่ได้เลือกทั้ง 4 กลุ่มในการศึกษาเนื่องจากเป็นกลุ่มศิลปินที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยเป็นอย่างมาก และมีจำนวนแฟนฟิคชั่นที่ปรากฏในเว็บไซต์ dek-d.com มากที่สุด (ข้อมูล เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559) ซึ่งสามารถอธิบายผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ ดังนี้

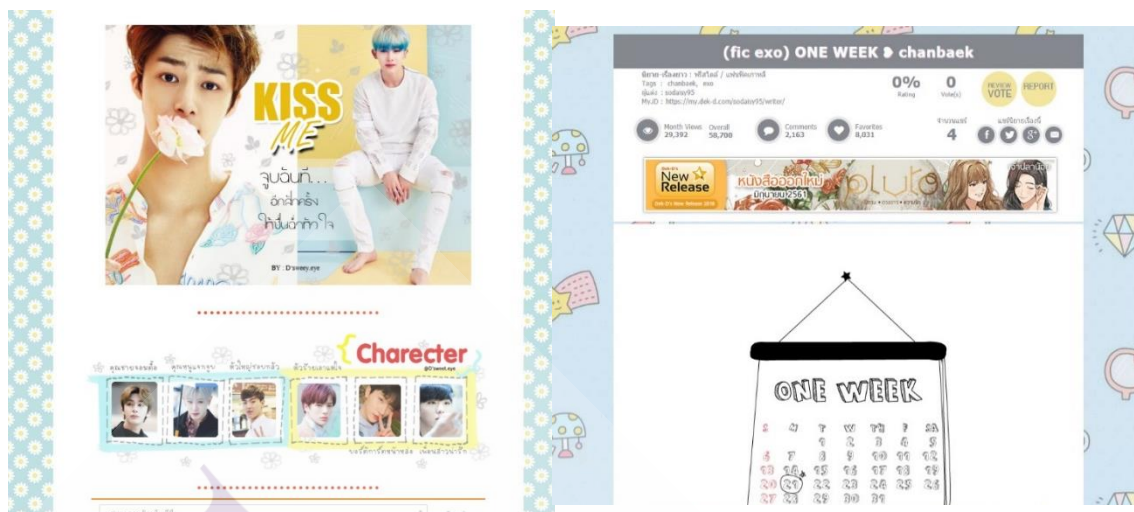
ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงอันดับจำนวนงานเขียนแฟนฟิคชัน (Fan Fiction) ของกลุ่มศิลปินเกาหลีใน เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม 10 อันดับ (ข้อมูลเมื่อเดือน พฤศจิกายน 2559)

อันดับ	ศิลปิน	จำนวนแฟนฟิคชัน (Fan Fiction) / เรื่อง
1.	เอ็กโซ (Exo)	27,829
2.	ก๊อตเซเว่น (Got7)	9,962
3.	ซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior)	5,090
4.	ทงบังชินกิ (TVXQ)	3,896
5.	อินฟินิท (Infinite)	1,294
6.	ทูพีเอ็ม (2PM)	1,243
7.	บิกแบง (Bigbang)	719
8.	วิกซ์ (VIXX)	428
9.	ชินฮวา (Shinhwa)	88
10.	ทีนท็อป (Teen Top)	56

ที่มา: <http://www.dek-d.com>

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์แฟนฟิคชันวาย วงเอ็กโซ (EXO)

วงเอ็กโซ (EXO) เป็นกลุ่มศิลปินที่มีงานเขียนแฟนฟิคชันในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมมากที่สุด โดยมีจำนวนถึง 27,829 เรื่อง (ข้อมูล เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559) โดยเป็นกลุ่มผู้เขียนที่ใช้พื้นที่ในการลงผลงานและรวบรวมงานเขียนแฟนฟิคชันวาย ไว้มากที่สุดในบรรดางานเขียนแฟนฟิคชันวาย ทั้งหมด ซึ่งผู้ที่ได้รับความนิยมในการนำมาเขียนเป็นตัวละครหลักของแฟนฟิคชันวาย นั้น ได้แก่ คู่ของชานฮอลกับแบคฮยอน หรือที่เรียกกันว่าคู่ “ชานแบค ChanBaek” รองลงมาเป็นคู่ของเซฮุนกับดูฮาน หรือที่เรียกกันว่าคู่ “ฮุนฮาน HunHan” และคู่ของไคกับคิ.โอ. หรือที่เรียกกันว่าคู่ “ไคโด KaiDo” ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่ผู้เขียนจะทำการระบุคู่แต่ละคู่ไว้ชัดเจนควบคู่กับชื่อเรื่อง และมีการระบุชื่อวง หรือชื่อคู่ที่นำมาเขียนไว้ในแท็ก (Tags #) ชื่อคู่ที่ใช้จะเป็นการนำเอาชื่อของศิลปินที่ถูกจับคู่มาผสมกัน ใช้เป็นชื่อคู่ชิป (คู่จิน) เพื่อให้คนอ่านสามารถเลือกอ่าน หรือเข้าถึงแฟนฟิคชันวาย ของคู่ที่ชอบได้สะดวกขึ้นจากการค้นหาด้วยแท็ก (Tags #) หรือคำค้น ในส่วนของผู้อ่านที่ปรากฏนั้นก็มียางเรื่องๆ ที่ได้รับความนิยมมากมีจำนวนยอดการเข้าไปอ่านกว่า 450,000 ครั้ง



ภาพที่ 4.12 ตัวอย่างงานเขียนแฟนฟิคชันวาย ของวงเอ็กโซ (EXO)

ผู้วิจัยพบว่า งานเขียนส่วนใหญ่ของวง EXO จะมีหลายแนว ทั้งดราม่า คอมเมดี้ แต่สิ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือ โรแมนติก ซึ่งบางเรื่องเนื้อหามีความรุนแรงทั้งในส่วนของคำพูด หรือพฤติกรรมของตัวละคร มีความอโรติกปะปนอยู่บ้าง ซึ่งส่วนใหญ่จะมีคำเตือนที่ผู้เขียนแจ้งไว้ล่วงหน้า ถึงเนื้อหาของเนื้อหา และแจ้งว่าเหตุการณ์และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเพียงจินตนาการของผู้แต่ง โดยไม่ได้มีเจตนาสร้างความเสียหายให้แก่ศิลปินแต่อย่างใด ในส่วนของการตกแต่งจะมีการแนบภาพของศิลปิน บางครั้งเป็นภาพตัดต่อที่สร้างขึ้นเพื่อให้เข้ากับเนื้อหานั้นๆของเรื่อง ชื่อเรื่องที่ใช้ส่วนใหญ่พบว่านิยมใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษ ส่วนชื่อตัวละครส่วนใหญ่จะใช้ชื่อจริงๆของศิลปินเป็นหลัก ไม่นิยมแต่งชื่อขึ้นมาใหม่ ยกเว้นเป็นเนื้อหาแนวแฟนตาซี หรือแนวย้อนยุค ที่จะมีการปรับแต่งชื่อตัวละครให้เข้ากับเนื้อเรื่อง บางเรื่องมีการใช้เพลงเข้ามาช่วยเพิ่มสีสัน หรือสร้างบรรยากาศให้ผู้อ่านเข้าถึงอารมณ์ของตัวละครได้อีกด้วย

พบว่ามีการใช้พื้นที่ในการโฆษณา หรือแนะนำผลงานอื่นๆของผู้เขียน โดยเป็นไปในลักษณะแนะนำผลงานเรื่องใหม่ โดยช่องทางที่แจ้งให้สามารถติดต่อพูดคุย หรือติดตามผลงานได้ ส่วนใหญ่นิยมใช้ช่องทางสื่อ ทวิตเตอร์ เป็นหลัก และมีในส่วนของเฟซบุ๊กบ้างสำหรับบางคน ส่วนการตอบโต้กันระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านผ่านทางคอมเมนต์ของเนื้อหาจะค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะที่ผู้อ่านคอมเมนต์ถึงความรู้สึกต่อเนื้อหา หรือต่อตัวละครมากกว่า เช่น ทำเป็นคู่ที่ทั้งที่จริงแอบชอบเค้า ปากแข็งนะพี่ชาย , ฟินนนนน ตอนหน้าต้องพิคกว่านี้แน่ๆ เป็นต้น ส่วนคอมเมนต์ถึงผู้เขียนพบว่าจะเป็นไปในลักษณะของการทวงถามตอนต่อไป เช่น รีบๆมาต่อนะคะไรท์ กำลังสนุกเลย , รออๆ ตอนหน้าจะเกิดอะไรขึ้น อย่าให้เกิดเรื่องเศร้าๆขึ้นเลยนะ เป็นต้น

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์แฟนฟิคชั่นวาย วงเก็ตเซเว่น (GOT7)

วงเก็ตเซเว่น (GOT7) เป็นกลุ่มศิลปินที่มีงานเขียนแฟนฟิคชั่นในเว็บไซต์เด็คดีดอทคอมจำนวน 9,962 เรื่อง (ข้อมูล เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559) โดยผู้ที่ได้รับความนิยมในการนำมาเขียนเป็นตัวละครหลักของแฟนฟิคชั่นวาย นั้น ได้แก่ คู่ของมาร์คกับแบมแบม หรือที่เรียกกันว่าคู่ “มาร์คแบม MarkBam” รองลงมาเป็นคู่ของแจบอมกับจินยอง หรือที่เรียกกันว่าคู่ “บีเนียร์ BNior” และคู่ของแจ็กสันกับแจบอม หรือที่เรียกกันว่าคู่ “แจ็กแจ JackJae / JJ” ตามลำดับ เป็นอีกหนึ่งวงที่มียอดคนอ่านสูงมาก



ภาพที่ 4.13 ตัวอย่างงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ของวงเก็ตเซเว่น (GOT7)

ลักษณะของการใช้พื้นที่ที่ไม่ค่อยมีความแตกต่างจากการใช้พื้นที่ของแฟนคลับศิลปินวงอื่นๆเท่าใดนัก เป็นการใช้พื้นที่ของบล็อกเพื่อแบ่งปันงานเขียน เนื้อหาที่จะเน้นไปในทางความรักเป็นหลัก มีหลากหลายแนวหลากหลายอารมณ์ ซึ่งก็เป็นอีกหนึ่งวงที่พบว่าผลงานมีเนื้อหาที่บางเรื่อง บางตอนมีความรุนแรงในแง่ของคำพูด หรือพฤติกรรมของตัวละคร แต่ก็จะมีการแจ้งเบื้องต้นโดยผู้แต่งไว้เช่นกัน ในส่วนของการโฆษณาส่วนใหญ่มักจะใช้พื้นที่เพื่อแจ้งถึงผลงานใหม่ หรือข้อมูลในการเปิด หรืออเดอร์ผลงานนั้นๆเท่านั้น มีการใช้ภาพศิลปิน หรือคลิปวิดีโอจากยูทิวบ์ เพื่อเพิ่มอรรถรสให้แก่ผู้อ่าน ชื่อของตัวละครที่ใช้ก็นิยมมาใช้ชื่อจริงๆของศิลปินเช่นกัน

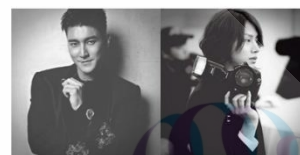
ในส่วนของการสื่อสารกันระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านนั้น พบว่า เป็นลักษณะของการแสดงออกถึงความชอบต่อผลงาน หรือชื่นชมผลงานเป็นหลัก เช่นเดียวกับการใช้พื้นที่คอมเมนต์

ของแฟนคลับวงอื่นๆ มีการตอบกลับระหว่างกันในคอมเมนต์ค่อนข้างน้อย ซึ่งผู้เขียนจะแจ้งช่องทางติดต่ออื่นๆไว้สำหรับทักทายพูดคุยกัน ได้แก่ ทางทวิตเตอร์และเฟซบุ๊ก

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์แฟนฟิคชั่นวาย วงซูเปอร์ จูเนียร์ (Super Junior)

ซูเปอร์ จูเนียร์ (Super Junior) เป็นกลุ่มศิลปินที่มีงานเขียนแฟนฟิคชั่นในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมจำนวน 5,090 เรื่อง (ข้อมูล เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559) คู่ที่ได้รับความนิยมในการนำมาเขียนเป็นตัวละครหลักของแฟนฟิคชั่นวาย นั้น ได้แก่ คู่ของคิบอมกับทงเฮ หรือที่เรียกกันว่าคู่ “คิเฮ KiHae” รองลงมาเป็นคู่ของคยูซอนกับซองมิน หรือที่เรียกกันว่าคู่ “คยูมิน KyuMin” และคู่ของซีวอนกับอินฮยอก หรือที่เรียกกันว่าคู่ “วอนฮยอก WonHyuk” ตามลำดับ

ในส่วนของลักษณะการใช้พื้นที่ พบว่าเป็นการใช้พื้นที่เพื่อลงผลงานเขียน ด้วยวงซูเปอร์ จูเนียร์ หรือ เอสเจ (SJ) เป็นบอยแบนด์เกาหลีที่โด่งดังในไทยเมื่อหลายปีก่อน ผู้วิจัยพบว่าผลงานเขียนแฟนฟิคชั่นที่ปรากฏบนพื้นที่เด็กดีดอทคอมของวงนี้ เริ่มในช่วงปี พ.ศ.2549 และยังมีผลงานให้อ่านอยู่บ้างในปัจจุบัน แต่ส่วนใหญ่เป็นผลงานเรื่องเก่าๆ ซึ่งมีการนำมารีไรท์ใหม่บ้าง แต่ไม่ได้มียอดการแตงนิยายเรื่องใหม่ๆเยอะมากเท่ากับวงที่กำลังดังอยู่ในปัจจุบัน



ผู้แต่งเรื่องคือ วอนฮยอก นวนะ โดย 'คิมมียอง' จะมารับบทเป็นนักข่าวสาวและโดคยอง (จิดลาฬห?) และ 'ทง-ฮี วอน' ตูราตามรุ่นพี่ไอโง่ง และตกเป็นประติไฉวของฮยอก กลายเป็นความรักคู่เด็กดีดอทคอมและเรื่องราวทั้งหมดก็เริ่มเขียนบน // แตนแสบบน



ส่วนเรื่องคือ คยูมิน ละ คู่คิจะเป็นสโตร์รัก(กว่ามาก ถ้าเทียบกับตอน 5555) นำแสดงโดย 'โจวคยูซอน' หมอเด็กเขาไป โห ดนตรีคลาสสิคของ 'คิซองมิน' แฟนนิคิต้า เจ้าของร้านเสื้อผ้าสุดเก๋แห่งหนึ่งในเกาหลี ซึ่งจำตัวกันรักมาทุกชิ้น

เรื่องนี้เป็นแฟนฟิคจากนิยายของเรา ถ้าหากมีสิ่งไหนผิดพลาดใจก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วยนะขอไว้กับพื้นที่เรื่องนี้ และรักขอชื่นชมทุกคนนะ ๕๕๕

ปล. เนื้อหาอยู่ในนิยายเหล่านี้ ใช้ชื่อบุคคลที่มีอยู่จริง แต่เนื้อหาในส่วนสถานการณ์ ต่างๆ หรือความสัมพันธ์ต่างๆที่ปรากฏในเรื่อง ส่วนเป็นเรื่องแต่งขึ้นมาทั้งสิ้น ควรใช้วิจารณญาณในการอ่านและรับชมนะ

ปล.2 สำหรับคนที่ไม่ได้มี 2 คู่ี สามารถอ่านได้ละ แต่ขอพห้สัณยอมเม้นท์จะเข้าไปบรยากาศและอีจรงในการอ่านของคู่ส่วนใหญ่อื่นละ ขอขอบคุณ

ภาพที่ 4.14 ตัวอย่างงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ของวงซูเปอร์ จูเนียร์ (Super Junior)

งานเขียนมีอยู่ด้วยกันหลายแนว เน้นไปที่แนวครามา โรแมนติก คอมเมดี้ เนื้อหาความรุนแรงทางด้านภาษาจะน้อยกว่าวงใหม่ๆในปัจจุบัน เป็นยุคที่ทำให้เกิดการรวบรวมผลงานเขียนเพื่อ

ตีพิมพ์เป็นเล่ม โดยการเปิดพรีออเดอร์ ผู้เขียนจะแจ้งวิธีการ และขั้นตอนต่างๆในการสั่งจองหนังสือไว้ในคอลัมน์สารบัญ

เป็นวงที่นิยมเขียนทั้งแบบเฉพาะศิลปินในวง และแบบจับคู่ข้ามวง ซึ่งวงในขณะนั้นที่นิยมนำมาเขียนด้วยกันคือ วง ทงบังชินกิ (TVXQ) ซึ่งเป็นวงที่ได้รับความนิยมในการแต่งแฟนฟิคชั่นวาย บนพื้นที่ของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมในช่วงยุคเดียวกัน การใส่ชื่อเรื่อง หรือรายละเอียดในช่วงยุคแรกๆจะยังไม่มีความละเอียดเท่ากับในปัจจุบัน ลักษณะจะเป็นการบอกเพียงชื่อเรื่องและชื่อวง เช่น XXX [SJ&TVXQ] ไม่ได้ระบุชื่อคู่ชัดเจนเหมือนงานแฟนฟิคของวง

จากการวิจัยพบว่า ผลงานเขียนในช่วงแรกๆที่ได้รับความนิยม หลายๆเรื่องมีการปรากฏไว้เพียงชื่อเรื่อง โดยได้มีการลบเนื้อหาทิ้งไปแล้ว ในส่วนของการพูดคุยสื่อสารกันระหว่างผู้เขียนกับผู้อ่านทางช่องคอมเมนต์ก็ค่อนข้างน้อย โดยผู้เขียนส่วนใหญ่จะทิ้งช่องทางการติดต่อทางทวิตเตอร์และเฟซบุ๊กไว้เป็นหลัก มีปรากฏบ้างที่ใช้ช่องทางการติดต่อผ่านอีเมล

ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์แฟนฟิคชั่นวาย วงทงบังชินกิ (TVXQ)

วงทงบังชินกิ (TVXQ) เป็นกลุ่มศิลปินที่มีงานเขียนแฟนฟิคชั่นในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมจำนวน 3,896 เรื่อง (ข้อมูล เมื่อเดือนพฤศจิกายน 2559) สำหรับวงนี้ผู้ที่ได้รับความนิยมในการนำมาเขียนเป็นตัวละครหลักของแฟนฟิคชั่น ยายมากที่สุดคือ คู่ของยุนโฮกับแจจุง หรือที่เรียกกันว่าคู่ “ยุนแจ YunJae” เนื่องด้วยเป็นวงที่มีจำนวนศิลปินเพียงแค่ 5 คน จึงไม่ได้มีการสลับ หรือจับคู่มากเท่ากับศิลปินวงอื่นๆ แต่ก็เป็วงที่มีแฟนคลับเหนียวแน่น และเป็นคู่จิ้น คู่ชิปที่ครองใจแฟนคลับมาจนถึงปัจจุบัน

ลักษณะการใช้พื้นที่ที่จะค่อนข้างคล้ายคลึงกับของวงเอสเจ (SJ) คือ ช่วงเวลาที่มีการใช้พื้นที่เว็บไซต์เด็กดีนำเสนอผลงานนั้น เริ่มในช่วงปี พ.ศ.2549 เป็นวงที่ได้รับความนิยมสูงมากในขณะนั้น ลักษณะของเรื่องที่น่าสนใจก็มีความหลากหลายเช่นเดียวกับแฟนฟิคชั่นวายวงอื่นๆ มีทั้งโรแมนติก ติงคิรามา แฟนตาซี คอมเมดี้ นอกจากสมาชิกในวงยังมีความนิยมในการนำมาเขียนคู่กับสมาชิกของวงเอสเจอีกด้วย ในส่วนของเนื้อหานั้นพบว่ามีการใช้ความรุนแรงในภาษาและพฤติกรรมของตัวละครไม่มากเท่าไรนัก แต่ในส่วนของฉาก NC (เรท 18+) มีการใช้เทคนิคในการอำพรางข้อความ หรือใช้วิธีการในการใส่ลิงค์ภายนอกเพื่อนำไปสู่เนื้อหาในพื้นที่อื่นๆ เนื่องด้วยข้อจำกัดของพื้นที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมที่มีการระบุงกฎ กติกาในการใช้พื้นที่ในเรื่องของเนื้อหาที่มีความล่อแหลม หรือไม่เหมาะสม



แนะนำเรื่องแบบย่อ
ไม่รู้ว่าฉันควรทำอะไร กับรักที่ไม่เห็นหนทาง
ไม่รู้ว่าต้องทำยังไงบ้าง จึงจะก้าวหน้ามากกว่านี้
มากกว่าแค่ แอบรักเขาเท่านั้นจนหมดหัวใจ
แต่ไม่เคยให้เขารู้สึกที่ ความจริงข้างในหัวใจฉันมี...

ข้อมูลเบื้องต้นของเรื่องนี้
Loma_p

Short fiction ทงบังเรื่องแรกคะ ^^

คำสั่ง บันทึกบทความ Favorite ค้นหาบทความ เวบบอร์ด Writer แจ้งบทความไม่เหมาะสม กฎเกณฑ์การใช้งาน

เรื่องในตอนนี้- อัปเดต 1 ม.ค. 57 / 20:48 ขนาดตัวอักษร : เพิ่มขนาด | ลดขนาด

Fiction : **Wait (One Shot)**
Pairing : **Yunho X Jaejoong**
Rate : เกือบ NC -*
Author: **Deumbeui**
Author's note: เปิดเพลง 'คอย' ของบอยป๊อปปี้ไปด้วยนะะ จะได้รับบรรยากาศดี เอ็ก

"เฮ้! อาหารเย็นเสร็จแล้ว"

สิ้นเสียงหวานไม่ถึงวินาที เสียงฝีเท้าตามทางเดินก็ดังไปด้วยเสียงฝีเท้าของคนหลายคนที่ต่างก็รีบวิ่งมาทางห้องครัว

ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ของวงทงบังชินกิ (TVXQ)

การใช้พื้นที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงาน ก็จะคล้ายคลึงกับของวงอื่นๆ โดยเฉพาะกับวงเอสเจ ซึ่งเป็นวงที่ได้รับความนิยมในยุคสมัยเดียวกัน สำหรับเรื่องที่ได้รับการนิยมนอกจากผู้อ่านมากก็จะมีการเปิดพรีออเดอร์ผลงาน โดยจะมีการระบายละเอียดไว้ในบทหนึ่งของสารบัญ การสื่อสารระหว่างผู้อ่านและผู้เขียนก็มีการแจ้งช่องทางการสื่อสารไว้ ได้แก่ ทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊ก ช่องทางคอมเมนต์ในพื้นที่เด็กดี เป็นช่องทางที่ผู้อ่านจะมาแสดงความคิดเห็นด้านอารมณ์ที่มีต่อเนื้อหาค่อนข้างมาก บางส่วนเป็นการทักทายทวงถามตอนใหม่ๆ หรือมีบ้างที่มาให้กำลังใจแก่นักเขียนคนนั้นๆ

4.3 ตารางแสดงผลการสังเกตการณ์งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ของ 4 กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีใน www.dek-d.com

การใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ : เว็บไซต์ Dek-D	กลุ่มแฟนคลับศิลปิน (ผู้เขียน)			
	วงเอ็กซ์ (EXO)	วงก๊อตเซเว่น (GOT7)	วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior)	วงทงบังชินกิ (TVXQ)
ลักษณะการใช้พื้นที่	ใช้เพื่อสร้างงานเขียน และ รวบรวมงานเขียน	ใช้เพื่อสร้างงานเขียน และ รวบรวมงานเขียน	ใช้เพื่อสร้างงานเขียน และ รวบรวมงานเขียน	ใช้เพื่อสร้างงานเขียน และ รวบรวมงานเขียน
ลักษณะการเป็นพื้นที่รวบรวมกลุ่มก่อนแฟนคลับ	ไม่เป็นทางการ มีความเป็นสาธารณะ	ไม่เป็นทางการ มีความเป็นสาธารณะ	ไม่เป็นทางการ มีความเป็นสาธารณะ	ไม่เป็นทางการ มีความเป็นสาธารณะ
การนำเสนองานเขียน	มีแนวทางของเรื่องที่หลากหลาย ใช้ภาพหรือเพลงประกอบ ประกอบที่เข้ากับสไตล์การเขียน	มีแนวทางของเรื่องที่หลากหลาย ใช้ภาพหรือเพลงประกอบ ประกอบที่เข้ากับสไตล์การเขียน	มีแนวทางของเรื่องที่หลากหลาย ใช้ภาพหรือเพลงประกอบ ประกอบที่เข้ากับสไตล์การเขียน	มีแนวทางของเรื่องที่หลากหลาย ใช้ภาพหรือเพลงประกอบที่เข้ากับ สไตล์การเขียน
ลักษณะการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานอื่นๆของผู้เขียน	มีการแนะนำผลงานเรื่องใหม่	มีการแนะนำผลงานเรื่องใหม่	มีการแนะนำผลงานเรื่องใหม่	มีการแนะนำผลงานเรื่องใหม่
การแจ้งช่องทางติดต่อทางสื่อออนไลน์อื่นๆไว้	มีแจ้งช่องทางติดต่อไว้	มีแจ้งช่องทางติดต่อไว้	มีแจ้งช่องทางติดต่อไว้	มีแจ้งช่องทางติดต่อไว้
ลักษณะการสื่อสารตอบโต้กันระหว่างผู้อ่านและผู้เขียน	ผู้เขียนจะพูดคุยช่วงแนะนำ เนื้อหา แต่ไม่ค่อยตอบทางคอม เมนต์	ผู้เขียนจะพูดคุยช่วงแนะนำ เนื้อหา แต่ไม่ค่อยตอบทางคอม เมนต์	ผู้เขียนจะพูดคุยช่วงแนะนำ เนื้อหา แต่ไม่ค่อยตอบทางคอม เมนต์	ผู้เขียนจะพูดคุยช่วงแนะนำ เนื้อหา แต่ไม่ค่อยตอบทางคอม เมนต์
ลักษณะการใช้พื้นที่แจ้งข่าวสารกิจกรรมเกี่ยวกับงานเขียน	แจ้งเรื่องใหม่ / แจ้งฟรื่อเตอร์ (รวมเล่ม)	แจ้งเรื่องใหม่ / แจ้งฟรื่อเตอร์ (รวมเล่ม)	แจ้งเรื่องใหม่ / แจ้งฟรื่อเตอร์ (รวมเล่ม)	แจ้งเรื่องใหม่ / แจ้งฟรื่อเตอร์ (รวมเล่ม)

4.3 ตาราง (ต่อ)

การใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ : เว็บไซต์ Dek-D	กลุ่มแฟนคลับศิลปิน (ผู้เขียน)			
	วงเอ็กซ์ (EXO)	วงเอ็กซ์ (EXO)	วงเอ็กซ์ (EXO)	วงเอ็กซ์ (EXO)
ลักษณะการใช้รูปศิลปิน หรือผลงานอื่นๆของศิลปินมาประกอบผลงาน	ใช้รูปเดี่ยวและรูปคู่ของศิลปินตัวหลัก / มีติดต่อกлипประกอบการนำเสนอ	ใช้รูปเดี่ยวและรูปคู่ของศิลปินตัวหลัก / คลิปเพลงศิลปินอื่นๆจากยูทิวบี	ใช้รูปเดี่ยวและรูปคู่ของศิลปินตัวหลัก / ใส่ภาพกลุ่มศิลปิน / คลิปเพลงศิลปินจากยูทิวบี	ใช้รูปเดี่ยวและรูปคู่ของศิลปินตัวหลัก / ใส่ภาพกลุ่มศิลปิน / คลิปเพลงศิลปินจากยูทิวบี
ลักษณะการแสดงผลของงานเขียน แฟนฟิคชั้นวาง				
- ชื่อเรื่อง	ระบุชื่อคู่หลัก และชื่อวง	ระบุชื่อคู่หลัก และชื่อวง	ระบุชื่อคู่หลัก และชื่อวง	ระบุชื่อคู่หลัก และชื่อวง
- ชื่อผู้แต่ง	ใช้เป็นนามปากกาเป็นหลัก	ใช้เป็นนามปากกาเป็นหลัก	ใช้เป็นนามปากกาเป็นหลัก	ใช้เป็นนามปากกาเป็นหลัก
- จำนวนตอน	มีจำนวนตอนที่เขียนแล้วระบุไว้ชัดเจน	มีจำนวนตอนที่เขียนแล้วระบุไว้ชัดเจน	มีจำนวนตอนที่เขียนแล้วระบุไว้ชัดเจน	มีจำนวนตอนที่เขียนแล้วระบุไว้ชัดเจน
- ศิลปินที่เป็นตัวเอกของเรื่อง	คู่ชิป/คู่จิ้น ที่ผู้เขียนชื่นชอบ	คู่ชิป/คู่จิ้น ที่ผู้เขียนชื่นชอบ	คู่ชิป/คู่จิ้น ที่ผู้เขียนชื่นชอบ	คู่ชิป/คู่จิ้น ที่ผู้เขียนชื่นชอบ

จากผลการสังเกตการณ์ข้างต้น พบว่าเนื่องจากพื้นที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมนั้นมีความเป็นสาธารณะ ไม่ได้จำกัดผู้ใช้งานดังนั้นผู้ที่สามารถเข้ามาอ่านแฟนฟิคชั่นวาย นั้นจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่แฟนคลับศิลปินวงใด วงหนึ่งเท่านั้น ถึงแม้จะไม่ใช่พื้นที่ของแฟนคลับวงนั้นๆอย่างเป็นทางการ แต่ก็เหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับเป็นพื้นที่ในการใช้เขียนและแบ่งปันงานเขียนกับให้คนอื่นๆได้เข้ามาอ่านแฟนฟิคชั่นวาย ของศิลปินที่ชื่นชอบร่วมกัน ซึ่งผลจากการสังเกตการณ์นี้สอดคล้องกับผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยจากการสัมภาษณ์ผู้เขียนถึงเหตุผลที่เลือกใช้พื้นที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมเป็นพื้นที่หลักในการนำเสนอเนื้อหาเพราะอะไร และมีการใช้งานอย่างไรบ้าง จากการสัมภาษณ์ได้รับคำตอบจากผู้เขียนไปในทิศทางเดียวกัน

“เว็บไซต์ Dek-D.com เป็นพื้นที่ออนไลน์ที่ให้ผลงานเขียนอยู่แล้วโดยไม่จำกัดประเภทสะดวกในการใช้และเป็นที่ยอมรับในหมู่นักอ่านมาก” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“เป็นช่องทางที่สะดวก เพราะมีส่วนสำหรับงานเขียนนิยายอยู่แล้ว เหมือนเป็นแหล่งที่คนอ่านรู้จักและคุ้นเคยดี อาจจะมีการนำไปลงในเว็บบอร์ดของวงโดยเฉพาะบ้าง แต่ถ้าลงในเว็บบอร์ดก็จะสามารถอ่านได้เฉพาะแฟนคลับที่เป็นสมาชิกเท่านั้น แต่เด็กดีจะเป็นพื้นที่ที่อาจจะเพิ่มผู้อ่านหน้าใหม่ๆ หรือผู้อ่านที่ไม่ใช่แฟนคลับโดยตรงของวงก็ได้” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“เป็นช่องทางที่สะดวก เพราะมีพื้นที่เพียงพอสำหรับการลงเนื้อหาช่วงหลังๆมีการลงงานในเว็บบอร์ดเป็นส่วนใหญ่ เด็กดีก็จะมีบ้างเพราะจะมีข้อจำกัดในเรื่องของเนื้อหา แต่ลงในเด็กดีจะได้ผู้อ่านที่เป็นกลุ่มใหญ่กว่า ลงในเว็บบอร์ดมันเป็นพื้นที่ปิดก็จะได้แต่ผู้อ่านหน้าเดิมๆ” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“เว็บบอร์ดเป็นพื้นที่ปิดในสังคมแคบ แต่มีฟีดแบคเยอะ แต่เด็กดีจะเป็นที่เปิดโอกาสให้คนอื่นๆที่ไม่ใช่สมาชิกบอร์ดได้อ่านงานด้วย เพราะเป็นสังคมเปิดที่กว้างกว่า แต่ก็ต้องแอกทิฟเยอะๆหน่อยเพื่อให้คนเห็นผลงาน” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“ที่เลือกเด็กดีเป็นพื้นที่ในการลงเนื้อหาก็คือเพราะคิดว่าเป็นช่องทางที่สะดวก มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการลงเนื้อหา” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้เขียนเลือกใช้พื้นที่ของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมเป็นพื้นที่หลักในการลงผลงานเขียน เพราะเป็นพื้นที่สาธารณะที่แฟนคลับ หรือผู้อ่านทุกวงสามารถเข้าถึงงานเขียนได้โดยไม่จำกัด และจัดเป็นพื้นที่สำหรับงานเขียนที่มีผู้อ่านรู้จักและนิยมใช้งานเป็นอย่างดีเหมาะแก่การแบ่งปันผลงาน

4.1.2 สื่อสังคมออนไลน์ ทวิตเตอร์ (Twitter)

ทวิตเตอร์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารและสร้างเครือข่าย แต่สำหรับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย นั้นทวิตเตอร์มีบทบาทสำคัญในการเป็นช่องทางสนับสนุนและส่งเสริมงานเขียน โดยผู้เขียนส่วนใหญ่จะนิยมใช้ทวิตเตอร์เพื่อแจ้งข่าวผลงานใหม่ๆ หรือแจ้งอัปเดตตอนใหม่ๆ ด้วยคุณลักษณะของทวิตเตอร์ที่เป็น การสื่อสารที่รวดเร็วและกระจายไปในวงกว้าง

ผลจากการสังเกตการณ์ใน ทวิตเตอร์ (Twitter)

การเข้าไปสังเกตการณ์งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ใน ทวิตเตอร์ (Twitter) สามารถอธิบายผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ ดังนี้

ผู้วิจัยพบว่า ลักษณะในการใช้งานทวิตเตอร์สำหรับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย นั้นมี 2 แบบด้วยกัน คือ ทวิตเตอร์ส่วนตัวของผู้เขียน จะเป็นการใช้งานแอคเคานท์ (account) เดียวกันกับการใช้งานทั่วไป โดยลักษณะการใช้พื้นที่ จะเป็นการทวีตเรื่องราวทั่วไปตามปกติ โพรโมทหรือทวีตเกี่ยวกับงานเขียนโดยการใส่แฮชแท็ก “#” (Hashtag) อีกส่วนหนึ่งจะเป็นทวิตเตอร์ที่เป็นพื้นที่สำหรับแฟนคลับแต่ละกลุ่ม ซึ่งมีทั้งใช้เป็นพื้นที่พูดคุยทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน และใช้เป็นพื้นที่รวบรวมแฟนฟิคชั่นวาย ของศิลปิน ที่เรียกกันว่า “บ้าน” มีลักษณะคล้ายคลึงกับแฟนเพจของเฟซบุ๊กกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ผู้ใช้จะเข้าไปทำการแนะนำ หรือใช้สอบถามเกี่ยวกับแฟนฟิคชั่นที่กำลังสนใจอยู่ก็ได้



ภาพที่ 4.16 ตัวอย่างบ้านต่างๆที่รวบรวมงานเขียนแฟนฟิคชั่นทางสื่อทวิตเตอร์

ในส่วนองงานแฟนฟิคชั่นวาย นั้นการใช้พื้นที่เพื่อโปรโมทผลงาน หรือแจ้งกิจกรรมอะไรต่างๆก็ตามที่ผู้เขียนจัดขึ้นเพื่อร่วมสนุกกับผู้อ่านนั้น เพื่อสามารถเข้ามาติดตาม ผู้เขียนหรือผู้ดูแลทวิตจะใช้วิธีการติดแฮชแท็ก “#” (Hashtag) ซึ่งจะสามารถเพิ่มโอกาสในการเห็น (Impression) หรือ การเข้าถึง (Reach) ข้อความ หรือ ข้อมูลที่ต้องการแจ้งแก่คนอื่นๆ ได้ง่ายมากขึ้น เป็นอีกช่องทางหลักที่ใช้เป็นพื้นที่ในการรวบรวมกลุ่มก้อนของแฟนคลับ และคนที่สนใจในสิ่งเดียวกัน ตัวอย่างเช่น #มบ #MarkBam #JJ #got7 #HH #HunHan #exo #จจคนขี้ลืม #ที่รักของหมอ เป็นต้น



ภาพที่ 4.17 ตัวอย่างการโปรโมทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ทางสื่อทวิตเตอร์

ลักษณะการโปรโมทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย นอกจากการทวิตโดยใช้แฮชแท็กแล้ว ผู้เขียนยังสามารถส่งให้กับทวิตเตอร์ของแต่ละบ้านเพื่อให้ช่วยโปรโมทได้อีกด้วย ในส่วนของการแสดงข้อมูลของงานเขียน แฟนฟิคชั่นวายที่ปรากฏบนทวิตเตอร์จะมีข้อมูลแค่บางส่วนเท่านั้น ลักษณะของทวิตจากการศึกษาพบว่า มีทั้ง การใส่แฮชแท็กแล้ว ส่วนใหญ่จะทำการแปะ(ใส่)ลิงค์ต้นทางที่เป็นพื้นที่งานเขียนเพื่อให้สะดวกแก่การเข้าถึงงานได้ทันที นอกจากนี้ยังมีการใช้ภาพของศิลปินที่เกี่ยวข้องกับเรื่องมาประกอบเพื่อให้ข้อความที่ทวิตเห็นได้ง่ายและสะดุดตามากขึ้น เป็นอีกหนึ่งวิธีในการเรียกความสนใจจากผู้อ่าน

นอกจากจะใช้โปรโมทผลงานเขียนแล้ว ในทวิตเตอร์ยังมีการนำเสนอเรื่องราวอื่นๆของศิลปินอีกด้วย ภาพศิลปินในอิริยาบถต่างๆ เพลงใหม่ ซีรีส์เรื่องใหม่ แฟนมีตติ้ง ทัวร์คอนเสิร์ต รายการที่ศิลปินไปเป็นแขกรับเชิญ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้ก็จะเป็นสิ่งที่ปรากฏอยู่บนพื้นที่ใช้งานบนทวิตเตอร์ของแฟนคลับศิลปินกลุ่มนั้นๆ การสื่อสารกันบนทวิตเตอร์มีทั้งการ ตอบกลับ (Reply) การรีทวีต (Retweet) การเมนชั่น (@) หรือแม้แต่การส่งข้อความส่วนตัว (Direct message)



. @Bhylh_TK · 10 มี.ค.

เปิดนิยายเรื่องใหม่ นะคะะะ #ficFShh

#แนะนำฟิค #แนะนำฟิคขุนฮาน

#แนะนำนิยายวาย #fichunhan #HUNHAN #fic #ficexo

my.dek-d.com/kaly_bhy/write...



FernnyDayry @wipawadeenakhaj · 20 ส.ค. 2559

อยากอ่านฟิค ไรเตอร์ไม่อัปเดตแล้วน้ำา

#ficyunjae



มีมี chwang @Piriyporn_YJ · 18 ก.ย. 2560

มีฟิคแนวๆ ที่ขุนเป็นคนงอนแจจจง พี่ขุนโกรธ แจจจงต้องง้ออะไรแบบนี้ ชอบให้แจจจงง้อพี่ขุนบางงงงง #yunjae #ficyunjae. #แนะนำหน้อย pic.twitter.com/07RkT46jxh



ภาพที่ 4.18 ตัวอย่างการใช้สื่อทวิตเตอร์ในงานแฟนฟิคชั้นวาง

4.4 ตารางแสดงผลการสังเกตการณ์งานเขียนแฟนฟิคชั่น วายของ 4 กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีใน Twitter

การใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ : Twitter	กลุ่มแฟนคลับศิลปิน (ผู้เขียน)			
	วงเอ็กซ์ (EXO)	วงก๊อตเซเว่น (GOT7)	วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior)	วงทงบังชินกิ (TVXQ)
ลักษณะการใช้พื้นที่	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปิน / แจ้งผลงานใหม่ ตอนใหม่ / แจ้งกิจกรรม	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปิน / แจ้งผลงานใหม่ ตอนใหม่ / แจ้งกิจกรรม	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปิน / แจ้งผลงานใหม่ ตอนใหม่ / แจ้งกิจกรรม	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปิน / แจ้งผลงานใหม่ ตอนใหม่ / แจ้งกิจกรรม
ลักษณะการเป็นพื้นที่รวบรวมกลุ่มก่อนแฟนคลับ	ใช้การรวมกลุ่มโดยการติด #	ใช้การรวมกลุ่มโดยการติด #	ใช้การรวมกลุ่มโดยการติด #	ใช้การรวมกลุ่มโดยการติด #
ใช้เป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานอื่นๆของศิลปินที่นำมาเป็นตัวละคร	/	/	/	/
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานอื่นๆของผู้เขียน	/	/	/	/
มีการแจ้งช่องทางติดต่อทางสื่อออนไลน์อื่นๆไว้	ใช้ # นำเข้าสู่ช่องทางอื่นๆ	ใช้ # นำเข้าสู่ช่องทางอื่นๆ	ใช้ # นำเข้าสู่ช่องทางอื่นๆ	ใช้ # นำเข้าสู่ช่องทางอื่นๆ
ใช้ในการสื่อสารตอบโต้กันระหว่างผู้อ่านและผู้เขียน	/	/	/	/
เป็นพื้นที่แจ้งข่าวสารกิจกรรมเกี่ยวกับงานเขียน	/	/	/	/
ใช้รูปศิลปิน หรือผลงานอื่นๆของศิลปินมาประกอบผลงาน	/	/	/	/
มีการแสดงข้อมูลของงานเขียน แฟนฟิคชั่น วาย	/	/	/	/
- ชื่อเรื่อง				
- ชื่อผู้แต่ง	ใช้ชื่อ โปรไฟล์	ใช้ชื่อ โปรไฟล์	ใช้ชื่อ โปรไฟล์	ใช้ชื่อ โปรไฟล์
- จำนวนตอน	ไม่มีการระบุ	ไม่มีการระบุ	ไม่มีการระบุ	ไม่มีการระบุ
- ศิลปินที่เป็นตัวละครเอกของเรื่อง	/	/	/	/

จากผลการสังเกตการณ์ข้างต้น พบว่าการใช้ทวีตเตอร์ในงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีนั้น ไม่ได้มีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นของกลุ่มวงเอ็กโซ (EXO) วง ก๊อตเซเว่น (GOT7) วงซูเปอร์จูเนียร์ จูเนียร์ (Super Junior) และวงทงบังชินกิ (TVXQ) พบว่ามีการ สื่อสารกันระหว่างผู้เขียนและผู้อ่าน โดยวิธีการตอบกลับ (Reply) การรีทวีต (Retweet) การเมนชั่น (@) เป็นหลัก เป็นลักษณะการพูดคุยสั้นๆ โดยลักษณะการใช้สื่อก็จะเป็นการใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราว ต่างๆของศิลปินและเรื่องที่สนใจ สอบถามเกี่ยวกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ที่สนใจ แจ้งข่าวหรือ โปรโมทผลงานเขียนเรื่องใหม่ ใช้การเข้าถึงหัวข้อเดียวกัน หรือกลุ่มเรื่องเดียวกันโดยการสร้าง แฮชแท็ก (#) ช่องทางติดต่อสื่อสารอื่นๆที่มีการแจ้งเพิ่มเติมเพื่อการเข้าถึงเนื้อหางานเขียนจะเป็น การแปะ(ใส่)ลิงค์ของพื้นที่ที่ได้ทำการแบ่งปันผลงาน เช่น เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม เป็นต้น



ภาพที่ 4.19 ตัวอย่างการใช้สื่อทวีตเตอร์กับงานแฟนฟิคชั่นวาย ในเด็กดีดอทคอม

ซึ่งผลจากการสังเกตการณ์นี้สอดคล้องกับผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยจากการ สัมภาษณ์ผู้เขียนถึงเหตุผลที่เลือกใช้พื้นที่ทวีตเตอร์ (Twitter) เป็นช่องทางในการสื่อสารเกี่ยวกับ งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เพราะอะไร และมีการใช้งานอย่างไรบ้าง จากการสัมภาษณ์ได้รับคำตอบ จากผู้เขียนไปในทิศทางเดียวกัน

“เพราะทวีตเตอร์สามารถสร้างแฮชแท็ก (#) และเอาลิงค์มาแปะเพื่อนำคนอ่านเข้าไปสู่ งานเขียนของเราได้เลย ถือว่าเป็นช่องทางสื่อสารที่สะดวกและคนใช้เยอะอยู่แล้ว” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“ใช้ทวีตเตอร์เป็นช่องทางในการโปรโมทผลงาน แจ้งข่าวตอนใหม่โดยการใส่แฮชแท็ก (#) ในการช่วยให้เข้าถึงแบบจำเพาะได้มากขึ้น ” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“ใช้ทวีตเตอร์ในการโปรโมทงาน เป็นช่องทางสื่อสารหลักๆเพราะเร็วและเข้าถึงคนได้ กว้าง ที่สำคัญกลุ่มแฟนคลับศิลปินจะเป็นกลุ่มที่เล่นทวีตเตอร์กันมากอยู่แล้ว” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“ในการโปรโมทงานจะเลือกใช้ทวีตเตอร์ เพราะส่วนตัวแล้วคิดว่าทวีตเตอร์น่าจะเป็น สื่อหลักของคนที่ชอบศิลปินเกาหลีนะ ดังนั้นมันก็เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของเราอยู่แล้ว ที่สำคัญเป็น สื่อที่แพร่กระจายเร็วนะเราว่า แบบยิ่งถ้าแฮชแท็กไหนเป็นที่นิยมจนติดเทรนด์แล้วก็จะยังมีคน สนใจเข้ามาดูง่ายขึ้นด้วย” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“ใช้ทวีตเตอร์เพราะเห็นว่าเดี๋ยวนี้กลุ่มแฟนคลับที่ตามศิลปินจะเล่นทวีตเตอร์กันมากขึ้น เพราะพวกข่าวสารจะรวดเร็วกว่าและข้อความกระชับ สั้น เราใช้ทวีตเตอร์ในการอัปเดตเวลาลงเรื่อง ยาวตอนใหม่ๆ อีกอย่างคือพวกคูปองจะมีแท็กสำหรับกลุ่มแฟนคลับที่ชอบคูปองเดียวกันเอาไว้ แลกเปลี่ยนความเห็นหรือขง (ขงคือการแซว) เราสามารถอัปเดตตอนต่อไปแล้วใช้แท็กได้เพื่อให้ คนอ่านที่ไม่เคยรู้จักเรามาก่อนมาอ่านได้” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

4.1.3 สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก (Facebook)

เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างไม่น้อยเช่นเดียวกันสำหรับกลุ่มแฟน คลับศิลปินเกาหลี เป็นหนึ่งในช่องทางสื่อสารและสร้างเครือข่าย แต่สำหรับงานเขียนแฟนฟิ คชั่นวาย นั้น เฟซบุ๊กเป็นช่องทางสนับสนุนและส่งเสริมงานเขียน โดยผู้เขียนส่วนใหญ่จะนิยมใช้เฟซ บุกเพื่อแจ้งข่าวผลงานใหม่ๆ หรือแจ้งอัปเดตตอนใหม่ๆ ใช้เก็บข้อมูลรวบรวมผลงานเขียน และ บางครั้งยังใช้พื้นที่ในเฟซบุ๊กเพื่อลงผลงานเรื่องสั้นๆแบบตอนเดียวจบไว้ด้วยเช่นเดียวกัน

ผลการสังเกตการณ์ใน เฟซบุ๊ก (Facebook)

การเข้าไปสังเกตการณ์งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ใน เฟซบุ๊ก (Facebook) สามารถอธิบาย ผลที่ได้จากการสังเกตการณ์ ดังนี้

ผู้วิจัยพบว่า ลักษณะในการใช้พื้นที่เฟซบุ๊กกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย มี 3 แบบด้วยกัน ได้แก่ แบบแอกเคานท์ (Account) ส่วนตัว แบบตั้งเป็นกลุ่ม และแบบแฟนเพจ ซึ่งก็จะมี ความ

คล้ายคลึงกับการใช้พื้นที่บนทวีตเตอร์ในด้านของเนื้อหาที่เผยแพร่ นอกจากแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับงานเขียน โปรโมทผลงาน ก็จะเป็นการพูดคุยเรื่องต่างๆ ไปของศิลปินที่ชื่นชอบผลงานเพลงใหม่ คอนเสิร์ต โพสต์รูปภาพ คลิปวิดีโอ ฯลฯ เป็นต้น โดยที่การใช้งานทั้ง 3 แบบ พบว่าจะมีความแตกต่างกันไป คือ

1) แบบแอคเคานท์ (Account) ส่วนตัว จะมีการจำกัดการเข้าถึงเนื้อหา เนื่องจากการใช้งานของเพชบุ๊กมีระบบการ เพิ่มเพื่อน (Add Friend) ซึ่งจะต้องได้รับการตอบรับ (ยินยอม) โดยเจ้าของแอคเคานท์นั้นๆ ซึ่งหากเจ้าของแอคเคานท์ในที่นี้หมายถึงผู้เขียน ไม่ได้ทำการเผยแพร่โพสต์เป็นสาธารณะ ผู้ที่ไม่ได้เป็นเพื่อน (Friend) ก็จะไม่สามารถมองเห็นโพสต์นั้นๆ ได้ ซึ่งลักษณะนี้จะไม่เป็นที่นิยมมากนักสำหรับการใช้งานเกี่ยวกับแฟนฟิคชั่นวาย เนื่องจากจะทำให้เนื้อหา หรือเรื่องราวที่โพสต์เพื่อ โปรโมทนั้นไม่แพร่หลาย ไม่สามารถเข้าถึงคนทั่วไปได้

2) แบบตั้งเป็นกลุ่ม (Groups) ในส่วนของการใช้พื้นที่เพชบุ๊กในลักษณะกลุ่มก็มีการแบ่งเป็น 2 แบบอีกเช่นกัน คือ แบบกลุ่มปิด และแบบกลุ่มสาธารณะ โดยที่แบบกลุ่มปิดนั้นจะจำกัดผู้ใช้งานที่สามารถเข้าถึงโพสต์ของกลุ่มที่เป็นส่วนของการพูดคุย (Discussion) ได้ โดยที่ผู้ใช้งานจะต้องส่งคำขอเข้าร่วมกลุ่มและได้รับการอนุมัติคำขอเข้ากลุ่มจากผู้ดูแล หรือจากสมาชิกภายในกลุ่มนั้นๆ ก่อนจึงจะสามารถใช้งานพื้นที่ในกลุ่มนั้นๆ ได้ ส่วนแบบกลุ่มสาธารณะนั้นผู้ใช้งานทั่วไปสามารถเข้าถึงโพสต์ของกลุ่มได้เลยโดยไม่ต้องส่งคำขอ หรือรอการอนุมัติจากผู้ดูแลกลุ่ม แต่ก็ไม่สามารถเข้าร่วมการพูดคุย หรือแสดงความคิดเห็นใดๆ ได้ จนกว่าจะส่งคำขอเข้าร่วมกลุ่มและได้รับการอนุมัติจากผู้ดูแล และเมื่อได้รับเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มแล้วจะสามารถพูดคุย (Discussion) บนพื้นที่ของกลุ่มได้ โดยข้อความของสมาชิกที่เข้าร่วมพูดคุย (โพสต์) จะปรากฏให้สมาชิกทุกคนได้เห็นเพื่อสื่อสารและตอบโต้กันได้ จัดเป็นพื้นที่ที่มีความเฉพาะตัวมากกว่าการใช้งานในแบบแฟนเพจ แต่ในกลุ่มทั้งกลุ่มปิดและกลุ่มสาธารณะข้อมูลที่ลงไว้จะเข้าถึงผู้ที่สนใจโดยตรง แต่ก็อยู่ในวงแคบบุคคลทั่วไป หรือผู้อ่านหน้าใหม่ๆ ก็จะไม่สามารถเข้าถึงผลงานได้เหมือนกับการลงข้อมูลในแฟนเพจนั่นเอง

3) แบบแฟนเพจ (Fan Pages) เป็นการใช้พื้นที่บนเพชบุ๊กในลักษณะคล้ายกับการตั้งกลุ่ม แต่แตกต่างกันตรงที่ในส่วนของเพจนั้นสามารถเข้าถึงได้โดยสาธารณะ โดยไม่จำกัดการเข้าถึง แต่หากต้องการให้โพสต์ของเพจแสดงบนหน้าฟีด (Feed) เพื่อเป็นการติดตามข่าวสาร การอัปเดตของเพจนั้นๆ จะต้องทำการกดถูกใจ (Like) หรือกดติดตาม (Follow) ที่เพจนั้นๆ ก่อนเสมอ สำหรับการกดถูกใจ (Like) บนแฟนเพจนั้นเป็นการแสดงออกว่ามีความชื่นชอบในเพจนั้นๆ จะแตกต่างกับการกดติดตาม (Follow) เพราะอาจจะไม่ได้ชื่นชอบเพียงแค่อยากทราบเรื่องราว หรือความเคลื่อนไหวของเพจเท่านั้น อีกหนึ่งส่วนที่แตกต่างกับการใช้งานแบบกลุ่มคือ บนพื้นที่หน้าหลัก

(Home) สามารถโพสต์ได้เฉพาะแอดมินเพจเท่านั้น สมาชิกแฟนเพจสามารถใช้พื้นที่ได้ในส่วนของ การแสดง ความคิดเห็น (Comment) การแชร์(Share) และการถูกใจ (Like) เท่านั้น



ภาพที่ 4.20 ตัวอย่างกลุ่มปิดบนพื้นที่เฟซบุ๊กของงานเขียนแฟนฟิคช่นวาย

การใช้พื้นที่เฟซบุ๊กกับงานเขียนแฟนฟิคช่นวาย นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นไปในรูปแบบของการตั้งกลุ่ม และแฟนเพจ ถือว่าเป็นพื้นที่รวบรวมแฟนคลับอย่างเป็นทางการรองจากเว็บไซต์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ผู้ใช้งานมีทั้งผู้อ่านและผู้เขียน ผู้เขียนจะเข้ามาฝากผลงานโดยมีทั้งการแปะลิงค์ผลงานลงในกลุ่ม หรือเพจนั้นๆ รวมถึงใช้แฮชแท็กช่วยในการจัดหมวดหมู่ความสนใจ เช่นเดียวกับทวิตเตอร์อีกด้วย ซึ่งในแต่ละโพสต์นั้นก็จะมีทั้งการโปรยเนื้อหาบางส่วนของเรื่องเพื่อความน่าสนใจ การใส่รูปของศิลปินประกอบ ใส่ชื่อเรื่อง ชื่อศิลปิน และบางครั้งอาจจะมีการบอกว่าตอนล่าสุดที่นำมาโปรโมทนั้นเป็นตอนที่เท่าไรแล้ว แจ๊งหรือออเดอร์ผลงานเขียนที่กำลังจะตีพิมพ์ หรือโพสต์ขายงานเขียนเก่าๆที่เคยตีพิมพ์ไว้ ส่วนผู้ที่สนใจก็สามารถเข้ามาโพสต์สอบถามเพื่อหาแฟนฟิคช่นวาย ในแบบที่ตนเองชื่นชอบได้ หรือประกาศซื้อ-ขายแฟนฟิคช่นวาย ของศิลปินที่ชื่นชอบอีกด้วย บางครั้งด้วยพื้นที่ของเฟซบุ๊กที่สามารถพิมพ์ข้อความได้ในจำนวนมากก็ทำให้ผู้เขียนบางคนลงเนื้อหางานเขียนที่เป็นลักษณะเรื่องสั้นไว้ในเฟซบุ๊กเลยอีกด้วย

TVXQ Fic of ParkSugar YunJae,YooSoo,GM ได้
 แชรโน้ตของคุณ
 25 พฤษภาคม 2014 - ✨

พีดเรื่องใหม่ มาแบบคึกๆ ยังไม่รู้สั้นหรือยาว รู้แค่ฯเขียนออกมาแล้ว ยังไม่มีลงที่ไหนนะคะ อ่านได้ที่แฟนเพจก่อนเท่านั้น เพราะแบบแต่งไปเรื่อย ยังไม่รู้ว่าจะหนึ่งจะได้ก็ตอนด้วยซ้ำ เลยขออนุญาตยังไม่เอาลงบอร์ดทีคะนะคะ ^^ เรื่อยๆ เนอะฯ

TVXQ Fic of ParkSugar YunJae,YooSoo,GM
 25 พฤษภาคม 2014 - ✨

Preview - Smoky Heart

สวีสวีคะ วันที่เกิดศึฯ ขึ้นมาเลยว่าจะเอาอะไรมาให้ทดลองกันก่อน ยานะคะ อันนี้เป็นพรีวิว และไม่รู้ว่าจะเป็นพีดยาวหรือสั้น เพราะอยากให้มันกระชับๆ นิดนี้ >< มาทดลองกันก่อนละกัน เดียวต้องรีบเข้านอน พรุ่งนี้ไปทำงาน กว่าจะได้เจอกันอีกทีคงเสาร์-อาทิตย์เลย

...
 อ่านต่อ

Preview - Smoky Heart
 25 พฤษภาคม 2014 เวลา 22:20 น.๑

สวีสวีคะ วันที่เกิดศึฯ ขึ้นมาเลยว่าจะเอาอะไรมาให้ทดลองกันก่อน ยานะคะ อันนี้เป็นพรีวิว และไม่รู้ว่าจะเป็นพีดยาวหรือสั้น เพราะอยากให้มันกระชับๆ นิดนี้ >< มาทดลองกันก่อนละกัน เดียวต้องรีบเข้านอน พรุ่งนี้ไปทำงาน กว่าจะได้เจอกันอีกทีคงเสาร์-อาทิตย์เลย

อีกรอม เบิร์บปรีอูฯาาา กอดได้ในหน้าพีดแฟนนะคะ

Smoky Heart
 Rate: PG-13,-15 NC-17,-19
 Genre: Yaoi, Romantic, Fantasy
 Pairing: YJ ft YS CM
 Author: Park Sugar

Intro

แสงสะท้อนของแสงแดดที่ตกกระทบบนบานกระจกนับพันของตึฯสูงทรงกลมใจกลางกรุง มียอวดในย่านธุรกิจอันแสนคึกคักกำลังสะท้อนวันวันใน

ยามบ่ายของฤดูร้อน เสียงตุ๊กตาสายตาของพนักงานที่เดินกับซบักไขว่กุ่มบนถนนด้านล่าง เพราะตึฯทรงกลมทันสมัยศึฯชาติเกาหลี ได้เห็นหัวโลกต่าง

รู้จักและคุ้นเคยกับเทคโนโลยีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ขึ้นมาขึ้น ฟาโหมบุษย์เงินเดือนทั้งหลาย ต่างอยากยื่นใบสมัครเป็นพนักงานกันทั้งสิ้น ถึงการจิด

สำหรับความมั่งคั่งและอัตราการเติบโตของธุรกิจจากตึฯสารใหม่มีฟาโหมบุษย์ใหญ่แห่งละสิ่มร้อยล้านบาทมาสนใจสนใจในเวลาลงสสว...

นินยาย Got7
 11 เมษายน - Ban Khok Si - ☺

สวีสวีจ๋า ขอโทษน้าที่ไม่ได้ลงนินยาย แอดอยากจะบอกกับทุกคนว่า แอดจะมาแจ้งตารางการลงนินยายของแอด <<2018/06/07>>
 แอดจะลง: จันทร์ พุธ เสาร์ อาทิตย์
 เวลาลง: 21:00 20:00 12:00 14:00
 <<ขอบคุณ และขอโทษมา ณ ที่นี้ล่วงหน้า>>

TVXQ Fic of ParkSugar YunJae,YooSoo,GM
 6 มิถุนายน 2014 - ✨

[FIC] It's you ลงในบอร์ด TVXQ FICHOME แล้วนะคะ น้อง @Namsw33t ลงให้ มีอะไร แทค #ityoufic นี้ละ น้องบอกจะลงให้อาทิตย์ละ2-3ครั้งเพราะตอนสั้นคะ http://tvxqfichome.thai-forum.net/f6-forum ^^ // ขอเล่า คือมีน้องนักอ่านคนหนึ่งมาถามหา It's you ในบอร์ด ด้วยความที่พวกเราเลิกไปเองว่าลงไปแล้ว พีดเก่าขนาดนี้ โอลงไปแล้วแน่นอน บอกน้องไปอย่างนั้นแหละ สรุป T__T เค้ายังไม่ได้ลงคะ แง่ ยังไงก็ฝากพีดเก่าเรื่องที่สองสมัยไรท์เตอร์ยังละอ่อน ไว้ด้วยนะคะ สนุกแบบเด็กๆ ตอนนั้นละนะ แต่บางคนก็ชอบ. (มั้ง) 55555 เขี่ยคะเขี่ย ^O^

Huanampop น่าจะเป็น My lord //
 ชอบแนวไหนอะคะ ถ้าชอบแนวคุณเชฟ ก็มี beloved godfather อีกเรื่อง แต่ขอยกแจออกแนวเด็กกว่าดีกว่า ที่เหลือจะเป็นเรื่องสั้นคะ มีสองแบบ แบบที่เขียนอ้างอิงจากเรื่องจริง วอนฮยอกเป็นเมมเบอร์เอสเจ ชื่อเรื่อง Finland อีกเล่มจะเป็นรวมเรื่องสั้นวอนฮยอกแบบนินยายตอนสั้นๆ ชื่อ We are 108 จริงๆ ไปลองอ่านคร่าวๆ ในเด็กดีได้นะคะ จะได้ว่าชอบเรื่องไหนบ้าง ^^

ถูกใจ - ตอบกลับ - 3 ปี

Allrise WonHyuk Benjamas
 beloved godfather เรื่องนี้มีแล้ว ที่เหลือ Finland We are 108 แล้วก้อสั้นซึ้ง รวมส่งเท่าไรคะ เด่วพรุ่งนี้เราไปโอนให้คะ

ถูกใจ - ตอบกลับ - 3 ปี - มีการแก้ไข

ภาพที่ 4.21 ตัวอย่างการลงเนื้อหางานเขียนแฟนพีดช่นวาย บนพื้นที่เฟซบุ๊ก

สินค้าของ Huanampop งานตลาดฟิค 28 มีนาคม!



ถูกใจแล้ว ▼ กำลังติดตาม ▼ แชร ▼ ...

Fiction Market
17 พฤศจิกายน 2017 · 🌐

รายชื่อผลงาน #ตลาดฟิค
<https://writer.dek-d.com/fiction-market/story/view.php...>

โปรโมชันบุธ
https://www.facebook.com/pg/MiniFictionMarket/photos/?tab=album&album_id=1537355699681394

US A7
พิศวอนฮยอก คยูมิน
ฮันซอล คิฮ
พร้อมทิวเลื่อและ
ฟ้าฮียร์โอสาคะ
ขอมเกมและเกมร่วมสนุก
มากมายรออยู่
อย่าลืมแวะมาที่บูธนะคะ ^^

Fiction Market
D-DATE
18.11.17
คืออะไรนะบูธฟิคคืออะไร
ฮันซอล คิฮ 11
โรงพยาบาลนครพิงค์

ภาพที่ 4.22 ตัวอย่างการใช้เฟชบุ๊กในงานแฟนฟิคชั้นวาง

นอกจากใช้พื้นที่เพื่อโปรโมตงานเขียนแล้ว ผู้วิจัยยังพบว่า เฟชบุ๊กเป็นช่องทางหลักอีกหนึ่งช่องทางในการประชาสัมพันธ์จัดกิจกรรม “ตลาดฟิค” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นเพื่อรวบรวมคนที่สนใจงานเขียนแฟนฟิคชั้น โดยเฉพาะแฟนฟิคชั้นวาง ให้ได้มีโอกาสมาพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนในสิ่งที่ชื่นชอบแก่กันอีกด้วย โดยกิจกรรมตลาดฟิคจะจัดขึ้นโดยแฟนเพจ “Fiction Market” ซึ่งจัดให้มีการแสดง Cover Dance มีการออกบูธขายของที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเกาหลี โดยเฉพาะงานเขียนแฟนฟิคชั้นและแฟนฟิคชั้นวาง ที่มีการจัดพิมพ์เป็นเล่มเรียบร้อย ซึ่งในแต่ละครั้งของกรจัดงาน จะมีการแจ้งข่าวสาร ประชาสัมพันธ์งานผ่านหน้าแฟนเพจ ซึ่งผู้ที่สนใจจะเข้าร่วมงานจะต้องทำงานติดต่อขอซื้อบัตรเพื่อเข้าร่วมงาน ส่วนผู้ที่ไม่นำสินค้าไปจำหน่ายก็จะต้องมีการจองพื้นที่และจ่ายค่าพื้นที่เช่นกัน

4.5 ตารางแสดงผลการสังเกตการณ์งานเขียนแฟนฟิคชั่น วายของ 4 กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีใน Facebook

การใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ : Facebook	กลุ่มแฟนคลับศิลปิน (ผู้เขียน)			
	วงเอ็กซ์ (EXO)	วงก๊อตเซเว่น (GOT7)	วงซูเปอร์จูเนียร์ (Super Junior)	วงทงบังชินกิ (TVXQ)
ลักษณะการใช้พื้นที่	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปิน / โปรโมทผลงาน และกิจกรรม	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปิน / โปรโมทผลงาน และกิจกรรม	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปิน / โปรโมทผลงาน และกิจกรรม	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับศิลปิน / โปรโมทผลงาน และกิจกรรม
ลักษณะการเป็นพื้นที่รวบรวมกลุ่มก่อนแฟนคลับ	เป็นทางการ มีทั้งเป็นเป็นแฟนเพจและแบบเป็นกลุ่ม	เป็นทางการ มีทั้งเป็นเป็นแฟนเพจและแบบเป็นกลุ่ม	เป็นทางการ มีทั้งเป็นเป็นแฟนเพจและแบบเป็นกลุ่ม	เป็นทางการ มีทั้งเป็นเป็นแฟนเพจและแบบเป็นกลุ่ม
ใช้เป็นช่องทางในการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานอื่นๆของศิลปินที่นำมาเป็นตัวละคร	/	/	/	/
มีการ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานอื่นๆของผู้เขียน	/	/	/	/
มีการแจ้งช่องทางติดต่อทางสื่อออนไลน์อื่นๆไว้	แปะลิงก์ผลงานนำเข้าสู่ผลงาน	แปะลิงก์ผลงานนำเข้าสู่ผลงาน	แปะลิงก์ผลงานนำเข้าสู่ผลงาน	แปะลิงก์ผลงานนำเข้าสู่ผลงาน
ใช้ในการสื่อสารตอบโต้กันระหว่างผู้อ่านและผู้เขียน	/	/	/	/
เป็นพื้นที่แจ้งข่าวสารกิจกรรมเกี่ยวกับงานเขียน	/	/	/	/
ใช้รูปศิลปิน หรือผลงานอื่นๆของศิลปินมาประกอบผลงาน	/	/	/	/
มีการแสดงข้อมูลของงานเขียน แฟนฟิคชั่น วาย	/	/	/	/
- ชื่อเรื่อง				
- ชื่อผู้แต่ง	ใช้ชื่อ โปรไฟล์	ใช้ชื่อ โปรไฟล์	ใช้ชื่อ โปรไฟล์	ใช้ชื่อ โปรไฟล์
- จำนวนตอน	ระบุตอนล่าสุด	ระบุตอนล่าสุด	ระบุตอนล่าสุด	ระบุตอนล่าสุด
- ศิลปินที่เป็นตัวละครเอกของเรื่อง	ระบุชัดเจนว่าเป็นเรื่องของคูใด	ระบุชัดเจนว่าเป็นเรื่องของคูใด	ระบุชัดเจนว่าเป็นเรื่องของคูใด	ระบุชัดเจนว่าเป็นเรื่องของคูใด

จากผลการสังเกตการณ์ข้างต้น พบว่าการใช้งานบนพื้นที่เฟซบุ๊กของกลุ่มแฟนคลับ ศิลปินเกาหลีในงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย นั้น ไม่ได้มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด โดยทุกวงศิลปิน จะมีพื้นที่กลุ่ม หรือเพจของตัวเองเพื่อรวบรวมผลงาน ทั้งในแบบที่สร้างขึ้นโดยผู้เขียนเพื่อใช้โปรโมทผลงานของตนเอง และจากผู้ที่ชื่นชอบงานแฟนฟิคชั่นวาย ที่สร้างขึ้นเพื่อหวังเป็นช่องทางรวบรวมผลงานที่ตนเองชื่นชอบมาแบ่งปันให้แก่กลุ่มคนคอเดียวกันนั่นเอง



ภาพที่ 4.23 ตัวอย่างการใช้เฟซบุ๊กในงานแฟนฟิคชั่นวาย

ซึ่งผลจากการสังเกตการณ์นี้สอดคล้องกับผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยจากการสัมภาษณ์ผู้เขียนถึงเหตุผลที่เลือกใช้พื้นที่เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นช่องทางในการสื่อสารเกี่ยวกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เพราะอะไร และมีการใช้งานอย่างไรบ้าง จากการสัมภาษณ์ได้รับคำตอบจากผู้เขียนไปในทิศทางเดียวกัน

“สำหรับเฟซบุ๊กนั้นส่วนตัวจะใช้ลงถึงงานเขียน หรือบางครั้งก็ลงงานเขียนที่เป็นเรื่องสั้นจบในตอน นอกนั้นก็จะมีลงแจ้งเรื่องพรีออเดอร์ด้วย” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“เฟซบุ๊กง่ายตรงที่มีพื้นที่เยอะ สามารถลงข้อมูล หรือพูดคุยอะไรได้เยอะก็จะใช้ในการโปรโมทผลงาน แจ้งข่าวตอนใหม่ ส่วนใหญ่ถ้าแจ้งในกลุ่ม หรือในเพจก็จะเข้าถึงผู้อ่านได้เลย” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“เฟซบุ๊กก็ถือว่าสะดวกและมีคนใช้เยอะพอสมควรนะ แต่ส่วนตัวจะถนัดใช้ทวิตเตอร์มากกว่าเพราะสื่อสารได้เร็วกว่าในความรู้สึกเรานะ ถ้าใช้ส่วนใหญ่ก็เป็นการแจ้งข่าวกิจกรรม แต่เฟซบุ๊กสามารถสื่อสารอะไรยาวๆ ได้ก็จะเห็นว่ามีหลายคนใช้ผลงานในเฟซเลยก็มี” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

จากการสังเกตการณ์การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ทั้ง 3 สื่อ ได้แก่ เว็บไซต์ล็อกบนพื้นที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊ก เมื่อมารวมกับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เขียนงานแฟนฟิคชั่นวาย ในประเด็นด้านการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้คำตอบในประเด็นคำถามต่างๆ ไว้ ดังนี้

จากคำถามที่ว่า คิดว่าช่องทางหรือสื่อสังคมออนไลน์ใดบ้างที่เหมาะสมกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เพราะอะไร และสื่อสังคมออนไลน์นั้นๆสามารถนำไปใช้กับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ได้อย่างไรบ้าง ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ส่วนตัวแล้วคิดว่า แล้วแต่ความถนัดของคน ซึ่งโดยส่วนตัว ตัวเองใช้ทวิตเตอร์มากที่สุดใช้ในการโปรโมทผลงาน ส่วนพื้นที่ในการลงผลงานก็ต้องเป็นสื่อที่มีพื้นที่เพียงพอให้สามารถลงเนื้อหาได้แบบเว็บไซต์ เว็บบอร์ดแบบนี้จะเหมาะสมกว่า” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“เว็บบอร์ดเป็นพื้นที่ปิดในสังคมแคบ ถึงแม้จะมีฟีดแบคเยอะเพราะมีแต่คนคุ้นเคยกันอยู่แล้ว แต่เฟซบุ๊กกับทวิตเตอร์จะเหมาะกับการใช้สื่อสารแจ้งความเคลื่อนไหว โปรโมทงาน เด็กดีจะเป็นที่เปิดโอกาสให้คนอื่นๆที่ไม่ใช่สมาชิกบอร์ดได้อ่านงานด้วย เพราะเป็นสังคมเปิดที่กว้างกว่าแต่ก็อย่างที่บอกต้องแอกทีฟเยอะๆหน่อยเพื่อให้คนเห็นผลงาน เพราะผลงานในนั้นจะมีค่อนข้างเยอะ” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“เว็บบอร์ด กับเว็บไซต์ก็เพราะแน่นอนว่าเป็นสิ่งที่มีพื้นที่เพียงพอสำหรับลงเนื้อหา ส่วนโปรโมทก็ต้องทวิตเตอร์แหละ แชนแนลก็ช่วยให้สื่อสารไปได้ไว” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“เว็บไซต์ทั่วไปที่ให้ลงนิยาย ส่วนใหญ่เหมาะสมทั้งหมด เพราะปัจจุบันมีเว็บไซต์สำหรับนักเขียนให้เลือกเยอะ รวมถึงมีการจัดหมวดหมู่ให้สำหรับแฟนฟิค วาย อย่างเด็กดีก็เหมาะสมเพราะเป็นอะไรที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“คิดว่าทั้งทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊กเลย อย่างในเฟซบุ๊กจะมีรูปลับ หรือเพจที่เกี่ยวกับคู่ชิปคู่อื่นๆเลย ส่วนในทวิตเตอร์จะมีแท็ก มีกลุ่มแฟนคลับที่คุยกันเรื่องคู่ที่ตัวเองชอบ ทั้งนี้เราสามารถ

ค้นหาคนที่ความชอบคล้ายๆกับเราได้ด้วยการเข้าแท็กในทวิตเตอร์ หรือกดไลค์เพจ ซึ่งตัวแอดมินเพจเองก็มักจะลงฟีดชั้นคู่ที่ตัวเองชอบ ซึ่งที่จริงเป็นการเผยแพร่งานเราอีกทาง แต่โดยส่วนใหญ่เราจะไม่รู้เพราะไม่ได้มาขออนุญาต เรามองว่ามันไม่ใช่เรื่องใหญ่อะไรเพราะว่านั่นคือการโปรโมทงานเราอีกทาง” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในประเด็นนี้พบว่า ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่ผู้เขียนนิยมใช้ลงผลงานจะต้องมีพื้นที่เพียงพอแบบเว็บบอร์ด หรือเว็บบล็อกซึ่งส่วนใหญ่ใช้เด็กดีดอทคอมเพราะเป็นที่รู้จัก และมีระบบที่สะดวกอยู่แล้วในปัจจุบันเข้าถึงได้ง่ายเพราะมีเป็นแอปพลิเคชันในสมาร์ทโฟนอีกด้วย ส่วนช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เร็วและเข้าถึงคนได้เยอะๆอย่างทวิตเตอร์และเฟซบุ๊กเหมาะที่จะใช้ในการโปรโมทผลงาน เป็นช่องทางกระตุ้นหรือดึงคนเข้าสู่พื้นที่ของผลงาน

จากคำถามที่ว่า คิดว่าช่องทาง หรือสื่อสังคมออนไลน์ใดที่ได้รับกระแสตอบรับ (feedback) จากผู้อ่านมากที่สุด และเป็นการตอบรับมาในลักษณะใด อย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ที่เยอะก็จะมีเด็กดี แต่จะเป็นคอมเมนต์แบบที่เป็นทางการ ส่วนทวิตเตอร์จะเป็นข้อความทักทายสั้นๆมากกว่า” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“ทวิตเตอร์จะมากที่สุด ส่วนเว็บบอร์ดกับเด็กดีจะเป็นการคอมเมนต์เนื้อเรื่อง เป็นอารมณ์ความรู้สึกหลังจากอ่านตอนนั้นๆจบ ส่วนเฟซบุ๊กกับทวิตเตอร์จะเป็นการพูดคุย พูดเล่น ทักทายตอบโต้กันมากกว่า” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“สำหรับเราคิดว่าพอๆกันทุกช่องทางนะ เด็กดีจะแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาในตอนต่อไป ส่วนทวิตเตอร์จะแบบเล่นแสบแท็กกันมากกว่า” (ise-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“เด็กดีดอทคอมยังเป็นที่รวมแฟนฟิคที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยปกติลงฟิคในนี้ก็จะมีจำนวนผู้อ่านที่มากและคอมเมนต์ไว้มากในแต่ละตอนเลย” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“ทวิตเตอร์ แต่เราจะเปิด ask.fm เอาไว้เพราะรู้ว่ามีคนหลายจำพวก บางรายที่อ่านฟิคเราแล้วเมนชันมาคุยด้วยเลยก็มี บางคนจะเป็นสายซุ่มไม่ค่อยแสดงตัว อันนั้นเราจะเข้ามาถามเราใน ask แทนเพราะมันไม่ต้องเปิดเผยตัวเองว่าเป็นใคร ชื่ออะไร แต่การเล่นทวิตเตอร์ทำให้เราเข้าถึงคนอ่านได้ง่ายเพราะมันคุยกันได้เลยแบบเรียลไทม์ ซึ่งอันนี้คอมเมนต์จากฟิคที่ลงใน เด็กดีจะมันไม่ค่อยตอบโจทย์เท่าไร เพราะเราไม่ได้เช็คตลอดว่าใครคอมเมนต์อะไรบ้าง ต้องว่างและมีเวลาถึงจะไปนั่งไล่อ่านในเด็กดีได้” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในประเด็นนี้พบว่า การตอบรับจากผู้อ่านส่วนใหญ่จะเป็นไปในลักษณะการแสดงความคิดเห็น ในพื้นที่เด็กดีคอตคอมจะเป็นไปในลักษณะของการบอกถึงความรู้สึกที่มีหลังจากอ่านแฟนฟิคจบลง แต่ผู้เขียนจะไม่นิยมสื่อสารโต้ตอบผ่านทางคอมเมนต์ในเด็กดี แต่ทวิตเตอร์และเฟซบุ๊กจะเป็นสื่อที่เข้าถึงผู้เขียนได้มากกว่า ผู้เขียนจะใช้เป็นช่องทางในการทักทาย คุยเล่นกับคนอ่านจึงทำให้ลักษณะของการตอบรับแตกต่างกันไปตามลักษณะของช่องทางของสื่ออื่นๆ

จากคำถามที่ว่า ผู้เขียนได้ใช้สื่อสังคมออนไลน์นี้ (Dekdee.com / Facebook / Twitter) ในการทำกิจกรรมใดบ้าง โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวกับงานแฟนฟิคชัณวาย ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“เด็กดีคือหลักๆจะไว้ลงงานเขียน ส่วนทวิตเตอร์จะเป็นการใช้โปรโมท ดิคแซทเท็ก” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“เด็กดีใช้ลงฟิค เผยแพร่ผลงานแล้วก็ลงรายละเอียดพรีออเคอร์ ส่วนเฟซบุ๊กจะใช้โปรโมท พุดคุย แล้วก็แจ้งผลงานใหม่ ทวิตเตอร์จะใช้เล่นเกมส์ ลงลิงค์ฟิค สร้างแซทเท็ก” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“แซทเท็กในทวิตเตอร์จะทำให้รู้ฟิคแบคของงานที่เขียน ใช้ทำกิจกรรมแจกของรางวัล โปรโมทผลงาน ดึงคนให้เข้าบอร์ดเข้าเว็บอ่านเนื้อหา เพราะมันเปิดกว้างทำให้คนรับรู้ได้เร็ว และที่สำคัญคือ ฟรี” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“เด็กดีจะเอาไว้ลงงานเขียน ส่วนทวิตเตอร์จะใช้ลงรูป ลงลิงค์ฟิค แล้วก็เล่นแซทเท็ก” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“ใช้ทวิตเตอร์ในการอัปเดตเวลาลงตอนใหม่ของเรื่อง เพราะหลายครั้งที่เด็กดีไม่ตอบ โจอทย์ แอปฯ ค้างบ้าง ไม่แจ้งเตือนบ้าง และเป็นการบอกคนอ่านที่ตามผลงานเรากลายๆไปด้วยเลย เด็กดี ใช้ในการลงเนื้อหาให้อ่าน ส่วนเฟซบุ๊กเราใช้พอเป็นที่เก็บทุกอย่าง เพราะมันสามารถค้นหา ข้อมูลได้ง่ายกว่าการมานั่งไล่ย้อนทวิตเตอร์ เราอัปเดตเป็นอัลบั้มสารบัญฟิคชัณว อปเดตฟิคที่มีให้ สติ๊กหรือการรวมเล่มฟิคต่างๆ เพราะมันไม่จำกัดตัวอักษรในการอัปเดตแต่ละครั้งแบบทวิตเตอร์” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในประเด็นนี้พบว่า ด้วยคุณลักษณะของสื่อที่แตกต่างกัน ทำให้การใช้งานพื้นที่ของผู้เขียนในแต่ละสื่อก็มีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับกิจกรรมที่ทำ หากต้องใช้พื้นที่เยอะอย่างการรวบรวมผลงานไว้เป็นอัลบั้มผู้เขียนก็จะเลือกใช้งานเฟซบุ๊ก แต่หากอยากให้ผลงานใหม่ถูกเข้าถึงได้ไวก็จะใช้ทวิตเตอร์ในการ โปรโมท และการใช้แซทเท็กเป็นวิธีการที่ผู้เขียนนิยมใช้เป็นอันดับหนึ่ง

จากคำถามที่ว่า คิดว่าสื่อสังคมออนไลน์มีความสำคัญ จำเป็นมากน้อยแค่ไหน และ จำเป็นอย่างไรกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการ สัมภาษณ์ได้ดังนี้

“สำคัญนะเพราะช่วยในการโปรโมทผลงานเราได้ ทำให้มีคนเข้ามาอ่านมากขึ้น และได้ มีโอกาสในการสื่อสารโต้ตอบกัน” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“จำเป็นมากเพราะเป็นช่องทางในการโปรโมทผลงาน โปรโมทหนังสือ” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“สำคัญเพราะถ้าไม่มีพื้นที่แบบนี้ก็ไม่ว่าจะไปลงผลงานได้ช่องทางไหน” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“เป็นพื้นที่ที่ทำให้คนรู้จักและเข้าถึงแฟนฟิคมากขึ้น แม้แต่ทวิตเตอร์ ถึงแม้ว่าจะไม่ได้ แต่งฟิคลงในนั้นด้วยข้อจำกัดของรูปแบบ แต่สามารถโปรโมทผ่านแฮชแท็ก หรือให้ผู้อ่านเข้ามา มี ส่วนร่วมพูดคุยได้” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“ถ้าถามว่าไม่มีมันก็ค่อนข้างยากในการโปรโมทงานตัวเอง หรือการหานักอ่านหน้าใหม่ นอกเหนือจากว่าเรื่องดีมาๆจนคนอ่านเอามาโปรโมทกันเอง สำหรับคนที่อยากให้ผลงานเข้าถึงคน อ่านได้มากขึ้น เข้าถึงกลุ่มแบบจำเพาะเจาะจง เราคิดว่าสังคมออนไลน์จำเป็นมาก” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

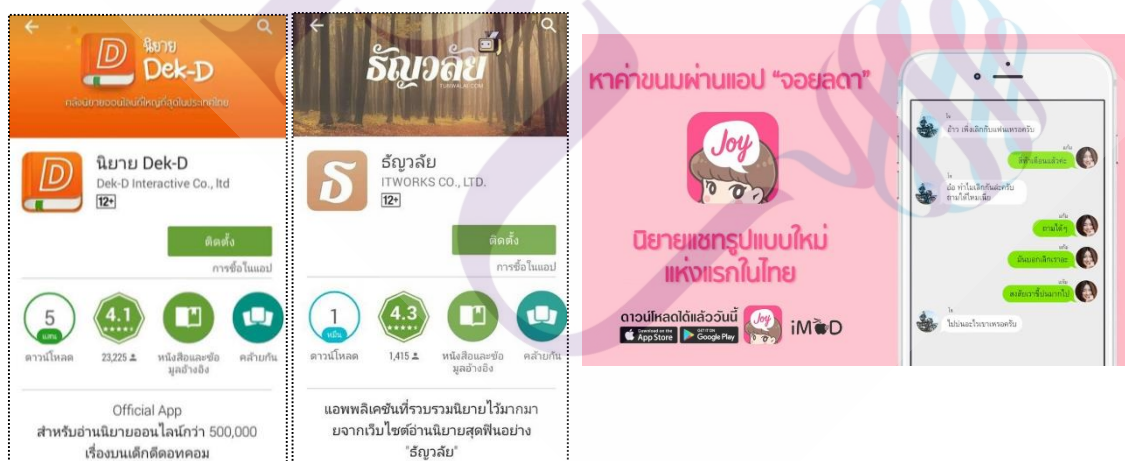
จากการสังเกตการณ์การสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟน ฟิคชั่นวาย ทั้ง 3 สื่อ ได้แก่ เว็บบล็อกบนพื้นที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ทวิตเตอร์ และเฟซบุ๊ก เมื่อมา รวมกับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เขียนงานแฟนฟิคชั่นวาย ในประเด็นด้านการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์กับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย พบว่า พื้นที่สังคมออนไลน์มีความจำเป็นและมี ผลต่อความนิยมและแพร่หลายของแฟนฟิคชั่นวาย เพราะหากไม่มีพื้นที่ที่เป็นสาธารณะให้ผู้คน เข้าถึงได้แบบอิสระแบบสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 3 สื่อข้างต้น อาจจะทำให้งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เข้าถึงได้ยาก หรือเป็นที่รู้จักในวงจำกัด วงแคบๆเท่านั้น

4.2 บทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ในฐานะพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) ของกลุ่ม แฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

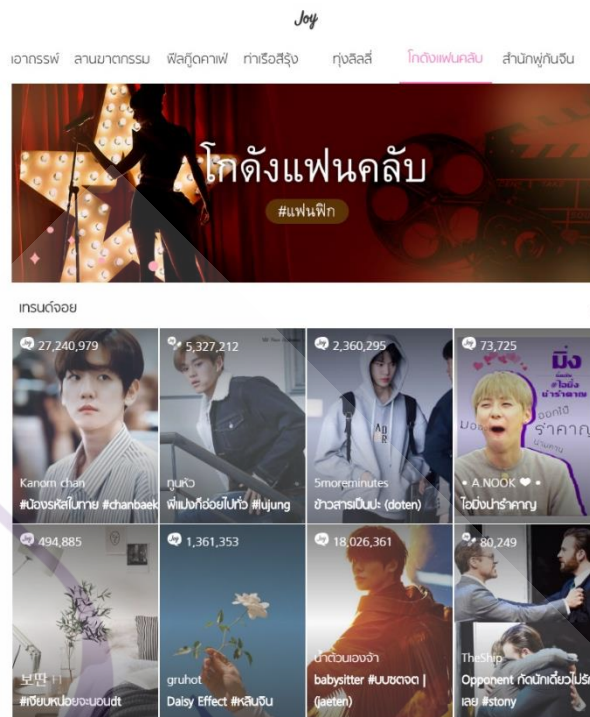
จากการเข้าไปสังเกตการณ์ของผู้วิจัย เกี่ยวกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ในพื้นที่สื่อ สังคมออนไลน์นั้นพบว่า แฟนคลับศิลปินเกาหลีมีความนิยมต่องานเขียนประเภทแฟนฟิคชั่นวาย มาก มีงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ปรากฏตามสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆเป็นจำนวนมาก มากจนเว็บไซต์

ต่างๆสำหรับพื้นที่เขียนนิยาย โดยเฉพาะเด็กติดจอคอมมีการจัดหมวดหมู่หรือประเภทไว้เพื่อความสะดวกในการเข้าถึง มีการสร้างรูปแบบและวิธีการเข้าถึงงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาง ไว้ในช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่างๆ สิ่งต่างๆเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ที่มีต่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้วิจัยจะแสดงผลจากการศึกษา ดังต่อไปนี้

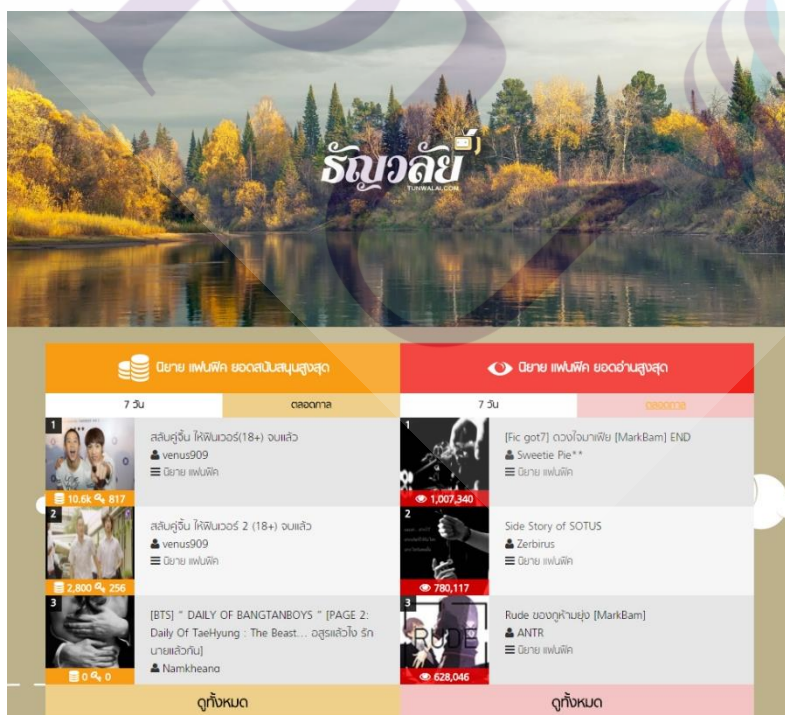
จากหมวดหมู่ของประเภทนิยายที่จัดไว้ในพื้นที่สื่อ โดยเฉพาะในเด็กติดจอคอมแสดงให้เห็นได้ว่าแฟนฟิคชั่นวาย เป็นอีกหนึ่งสื่อทางเลือกสำหรับผู้บริโภคอย่างกลุ่มแฟนคลับ ในขณะที่ตัวนักก็เป็นผู้บริโภคสร้างขึ้นเองได้เพื่อตอบสนองความต้องการในแบบของตนเองที่สื่อบางสื่อให้ไม่ได้ อีกทั้งการกำหนดคพเนื้อหาหรือเรื่องราวได้เองทำให้ผู้บริโภครู้สึกผูกพันและใกล้ชิดกับศิลปินมากขึ้นกว่าการที่รับชมแต่ผลงานที่ต้นสังกัด หรือผู้ผลิตรายใหญ่เป็นคนกำหนดเนื้อหามาให้ ซึ่งจากการสังเกตการณ์พบว่า ความนิยมของเด็กติดจอคอมทำให้มีการให้บริการแอปพลิเคชันสำหรับเข้าไปอ่านนิยายได้บนสมาร์ตโฟนอีกด้วย เป็นการเพิ่มพื้นที่แพลตฟอร์มสื่อเพื่อเป็นช่องทางอำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งานมากขึ้น ซึ่งผู้ให้บริการหลายรายเริ่มเปิดพื้นที่สำหรับให้บริการในการลงเนื้อหางานเขียนที่มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เว็บไซต์จอยลดาคอม (www.joylada.com) และเว็บไซต์ธัญวลัย (www.tunwalai.com) ที่จัดทำขึ้นในรูปแบบสร้างรายได้ให้กับผู้เขียนด้วยการนับยอดอ่าน หรือต้องมีการชำระเงินเพื่อการเข้าสู่เนื้อหาที่มากยิ่งขึ้น เป็นต้น



ภาพที่ 4.24 ตัวอย่างแอปพลิเคชันสำหรับอ่านนิยายบนสมาร์ตโฟน



ภาพที่ 4.25 ตัวอย่างงานแฟนเฟิกชั้นบนบนพื้นที่เว็บไซต์จอยลดาคอทคอม



ภาพที่ 4.26 ตัวอย่างงานแฟนเฟิกชั้นบนบนพื้นที่เว็บไซต์รัญวลัยคอทคอม

ความนิยมที่มีมากจนนำไปสู่การตีพิมพ์ผลงานเป็นเล่ม การจ่ายเงินเพื่ออ่านผ่านสื่อช่องทางต่างๆหรือแม้แต่การจัดงานตลาดฟิคขึ้นเพื่อจำหน่ายผลงาน แสดงให้เห็นว่า แฟนฟิคชั้นวางมีบทบาทสำคัญต่อแฟนคลับศิลปินเกาหลีเป็นอย่างยิ่ง โดยในพื้นที่สื่ออย่างทวิตเตอร์และเฟซบุ๊กเองก็มีกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบงานแฟนฟิคชั้นวางจัดพื้นที่เฉพาะไว้สำหรับแลกเปลี่ยนแบ่งปันกันอย่างชัดเจน



ภาพที่ 4.27 ตัวอย่างพื้นที่เฉพาะสำหรับงานแฟนฟิคชั้นบนทวิตเตอร์



ภาพที่ 4.28 ตัวอย่างพื้นที่เฉพาะสำหรับงานแฟนฟิคชั้นบนเฟซบุ๊ก

จากการสังเกตการณ์พื้นที่สาธารณะบนสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยเกี่ยวกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เมื่อมารวมกับข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เขียนงานแฟนฟิคชั่นวาย ในประเด็นด้านบทบาทของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ซึ่งในฐานะพื้นที่สาธารณะบนสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้คำตอบในประเด็นคำถามต่างๆ ไว้ ดังนี้

จากคำถามที่ว่า คิดว่างานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย มีผลต่อความนิยมในตัวศิลปินที่ที่ถูกลำนาเป็นตัวละครเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ อย่างไรผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“น่าจะมีส่วนช่วยทำให้คนรู้จักมากยิ่งขึ้น แบบคนอ่าน ได้พบเห็น ได้ผ่านตาจากที่ไม่เคยสนใจอาจจะเริ่มสนใจเข้ามาทำความรู้จักกับศิลปินที่เราเขียนก็ได้” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“มีส่วนบ้าง ตรงที่ทำให้เกิดความรู้สึกรักและผูกพันกับศิลปินมากยิ่งขึ้น คิดว่าทำให้มีความรู้สึกร่วมมากขึ้น และมีส่วนช่วยให้คนอ่านทั่วไปรู้จักศิลปินมากขึ้นอีกด้วย” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“มันทำให้เกิดความผูกพันกับตัวศิลปินนะ และก็ช่วยขยายความรู้สึกในแง่ความคิดถึงเวลาที่ศิลปินไม่มีผลงานให้ติดตาม ทำให้รู้สึกพิเศษเพิ่มขึ้นกับศิลปินคู่ที่เขียน” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“อาจมีบ้างในเรื่องของมุมมองที่มีต่อศิลปิน สำหรับผู้อ่านบางคน que เข้าถึงตัวละครและบทบาท อาจนำไปรวมกับความรู้สึกส่วนตัวและทัศนคติที่มีต่อศิลปินได้ แต่เนื่องจากปัจจุบันแฟนฟิคมีเยอะ และศิลปินก็ถูกนำไปเป็นตัวละครที่หลากหลาย ผู้อ่านจึงน่าจะแยกแยะได้และไม่ได้เอามารวมกับความรู้สึกที่ทำให้มีผลแง่ลบต่อความนิยมในตัวศิลปิน” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“สำหรับเราคือมีส่วนบ้าง เพราะหลายคนเชื่อว่าศิลปินอาจจะนิสัยแบบนั้นจริงๆ แต่สำหรับเราในฐานะคนแต่งด้วย จะพยายามไม่ค่อยแต่งอะไรที่มันค่อนข้างรุนแรงหรือใส่คาแรคเตอร์เยอะ เพราะเราก็ชอบเขาด้วยส่วนหนึ่งเลยไม่อยากแต่งให้คนมองว่าเขาใจร้าย สำหรับเราฟิคคือเรื่องแต่ง คือการจินตนาการขึ้นมาเอง แต่ก็มันล่ะ ยังไงเราเป็นผู้ให้ความบันเทิง (ส่วนหนึ่งของแฟนด้อม) เราก็ไม่อยากให้ใครมองว่าศิลปินของเราไม่ดี” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในประเด็นนี้พบว่า ผู้เขียนส่วนใหญ่คำนึงถึงภาพลักษณ์ของศิลปินที่ตัวเองนำมาใช้เป็นตัวละคร เพราะเชื่อว่ามีผลต่อความรู้สึกของผู้อ่าน จะเห็น

ได้จากกรณีที่มิคาเอ็ลเบ็องตันก่อนนำเสนอเนื้อหาของนิยาย มีการระบุถ้อยคำชี้แจงว่าเป็นเรื่องที่เกิดจากจินตนาการของผู้แต่ง โดยไม่ได้มีเจตนาทำลายภาพลักษณ์ของศิลปินแต่อย่างใด และผู้เขียนส่วนใหญ่คิดว่างานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ช่วยเป็นสื่อกลางที่สร้างความผูกพันระหว่างแฟนคลับและศิลปินอีกด้วย เพราะเมื่อศิลปินพักการแสดง หรือยังไม่มีผลงานใหม่ออกมาให้ติดตาม การปรากฏตัวผ่านสื่อต่างๆ ที่จะทำให้ติดตามได้ก็จะลดลง แต่งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ที่มีผู้เขียนออกมาให้อ่านได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้แฟนฯยังมีความรู้สึกว่าได้ติดตามศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบอยู่โดยไม่ได้ห่างหายไปไหน และการที่ผู้เขียนสามารถแต่งเรื่องราวของศิลปินที่ชื่นชอบได้ด้วยตัวเองทำให้รู้สึกว่ามีช่องว่างระหว่างตัวแฟนฯกับศิลปินลดลง กลายเป็นความใกล้ชิดผูกพันยิ่งขึ้น

จากคำถามที่ว่า งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย มีส่วนช่วยในการรวมกลุ่มกันของแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยอย่างไรบ้าง ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ช่วยอย่างมาก เพราะเป็นพื้นที่ให้คนที่ชอบเรื่องเดียวกัน อยากรู้อันนี้ สื่อสารกัน ได้ทำสิ่งที่ชอบร่วมกัน ส่วนตัวเพื่อนสนิทหลายคนในปัจจุบันก็เริ่มต้นมาจากการคุยกันจากการอ่านแฟนฟิคชั่นวาย ” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“มากๆ เพราะสำหรับ TVXQ เป็นกลุ่มใหญ่มาก แฟนฟิคชั่นวาย มีส่วนในการเป็นศูนย์รวมของหลายบ้าน รวมความชอบของคนที่ชอบเหมือนกันให้เข้ามาหากัน” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“มีส่วนมาก ทำให้แฟนคลับรู้จักกันมากขึ้น และแฟนฟิค วายก็เป็นส่วนที่ช่วยในการรวมตัวกันของแฟนคลับ หลายคนคุยกันทางทวิตเตอร์จนการเป็นเพื่อนกันไปเลยก็มี” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“ช่วยให้ผู้ที่สนใจในเรื่องราวเดียวกันมีพื้นที่พูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น กระทบหลายคนได้มีการพูดคุยกับไรท์เตอร์ มีการเจอกันตามงานอีเวนท์ต่างๆ ทำให้มีการรวมกลุ่มกันได้มากขึ้น” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“มันมีทั้งการตั้งเพจคู่ที่ตัวเองชอบเหมือนกัน กลุ่มที่ทำเรื่องโดนหรือจัดกิจกรรมต่างๆ ในวันเกิดของคู่ที่ตัวเองชอบ สำหรับเรามันช่วยมาก เหมือนเป็นการรวมคนที่ชอบศิลปินเอาไว้ด้วยกัน มีอะไรเขาก็ช่วยเหลือกัน ทำกิจกรรมดีๆ ในนามศิลปินซึ่งส่วนใหญ่ก็ทำคืนกลับสู่สังคม เช่น การทำบุญ บริจาคอะไรต่างๆ หรือทำให้ศิลปินบ้าง เราว่ามันช่วยได้เยอะ เพราะคนกลุ่มนี้คือคนที่ attitude ตรงกัน” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในประเด็นนี้พบว่า นอกจากแฟนฟิคชั่นวาย จะช่วยให้แฟนคลับรู้สึกผูกพันกับศิลปินมากยิ่งขึ้น งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย นี้ยังมีส่วนช่วยเป็นศูนย์

รวมของแฟนคลับที่รักและชื่นชอบในตัวศิลปินคนเดียวกัน เป็นอีกหนึ่งแรงกระตุ้นให้เกิดการทำกิจกรรมร่วมกันของแฟน ๆ เช่น การเข้าร่วมงานตลาดฟิค ทำให้กลุ่มแฟนคลับซึ่งปกติจะมารวมตัวกันก็ต่อเมื่อมีกิจกรรมร่วมกันกับศิลปินเท่านั้น กลับมารวมตัวกันได้เพื่อแลกเปลี่ยนแบ่งปันในสิ่งที่ชอบร่วมกัน เป็นต้น

จากคำถามที่ว่า คิดว่างานเขียนแฟนฟิคชั้นวาง สามารถแสดงถึงความนิยม หรือความชื่นชอบที่มีต่อศิลปินได้มากน้อยแค่ไหน อย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ส่วนตัวคิดว่าชีวิตได้มากนะ ยังมีฟิคมาก แสดงว่ากำลังเป็นศิลปินที่นิยมมาก เพราะปริมาณเรื่องที่ถูกแต่งออกมาจะสอดคล้องกับความนิยมในตัวศิลปินด้วย” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“คิดว่ามันสามารถใช้วัดกระแสความสนใจได้นะ แต่อาจจะบอกเป็นผลที่ชัดเจนออกมาไม่ได้ เพราะว่ามันก็ยากกับการที่จะบอกว่าเรื่องที่เขียนนั้น เขียนด้วยความรักที่มีต่อศิลปิน เขียนตามกระแส หรือเขียนเพื่อสร้างตัวตนของผู้เขียนเอง” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“คิดว่าชีวิตได้มากนะ ที่รู้สึกได้แน่ๆคือ แฟนฟิคชั้นวาง มีส่วนช่วยทำให้รักษาแฟนคลับไว้ได้ คือไม่ห่างหายไปแม้ว่าจะในช่วงที่ศิลปินไม่มีผลงาน” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“สำหรับส่วนตัวคือแต่งแฟนฟิค เพราะชื่นชอบในตัวศิลปิน คิดว่าหลายๆคนก็น่าจะเหมือนกัน รวมถึงคนอ่านด้วย ดังนั้นคนแต่งเยอะก็น่าจะแสดงถึงคนชื่นชอบเหมือนกัน แต่ก็มีคนเขียนที่สามารถนำชื่อตัวละครมาแต่งเรื่องราวโดยที่ไม่ได้ชื่นชอบศิลปินเลยก็มีบ้างเหมือนกัน แบบแต่งเพื่อหวังรายได้ ซึ่งนั้นก็แสดงว่าเขาก็ต้องคิดแล้วว่าศิลปินที่เขาเอามาแต่งจะต้องเป็นที่นิยมอยู่ในขนาดนั้นนะ” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“สำหรับเราคิดว่าบอกได้มากนะ เพราะว่าการจะเขียนโดยเอาคาแรคเตอร์บางอย่างหรือตัวตนของใครสักคนมาเขียนให้เป็นเรื่องราวถ้าไม่ได้ชอบหรือไม่ได้รักจริงๆเราว่ามันเป็นเรื่องยากมากที่จะเอามาเขียน ตัวเราเองคิดว่าการแต่งฟิคมันต่างจากการแต่งนิยาย เพราะฟิคคือเราเอาคนที่มีความจริงมาเขียน ส่วนนิยายมันคือการคิดคาแรคเตอร์และตัวตนขึ้นมาเอง เพราะฉะนั้นพื้นฐานคนแต่งฟิคก็คือ ต้องรักต้องชอบตัวศิลปินอยู่แล้วถึงจะเกิดแรงบันดาลใจในการแต่งได้ เราว่าทุกอย่างมันแสดงออกมาได้ชัดเจนผ่านงานของคนแต่ง” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในประเด็นนี้พบว่า แฟนฟิคชั่นวาย สามารถแสดงให้เห็นถึงความนิยม หรือความชื่นชอบที่มีต่อตัวศิลปินได้มาก เนื่องจากการสังเกตพบว่า จำนวนเรื่องที่ถูกเขียนออกมามีสัดส่วนตามกระแสนิยมของศิลปินในขณะนั้น คือ หากเป็นช่วงที่ศิลปินกำลังมีผลงานมีคนติดตามเยอะ จำนวนแฟนฟิคชั่นวาย ที่ปรากฏตามสื่อออนไลน์ต่างๆก็จะเยอะขึ้นตามไปด้วย แต่ในขณะเดียวกันศิลปินที่ได้รับความนิยมมาก่อนหน้าแล้ว อย่างเช่น วงซูเปอร์ จูเนียร์ (Super Junior) วงทงบังชินกิ (TVXQ) ก็จะไม่ได้มีปริมาณงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มากมายเท่ากับงานเขียนของวงเอ็กซ์ (EXO) หรือวงก็อตเซเว่น (GOT7) ที่กำลังมีผลงานอยู่ในปัจจุบัน แต่ก็ยังคงมีผลงานเขียนจากผู้อ่านออกมาให้อ่านอยู่อย่างสม่ำเสมอเช่นกัน

จากคำถามที่ว่า ถ้าเปรียบเทียบสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ขณะนี้ (Dekdee.com / Facebook / Twitter) เป็นเสมือนชุมชน ชุมชนหนึ่ง ท่านคิดว่าชุมชนนี้ส่งผลต่อท่านอย่างไร และส่งผลต่อศิลปินกลุ่มเกาหลีที่ชื่นชอบอย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“ช่วยทำให้มีเพื่อนมากยิ่งขึ้น ได้พัฒนาผลงานของตัวเอง พัฒนาทักษะทางด้านงานเขียนมากขึ้น และที่สำคัญคือมีส่วนช่วยให้รู้สึกผูกพันกับศิลปินมากขึ้น” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“โดยส่วนตัวเราคือ ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีอีเวนท์ มีกลุ่มคนรู้จักมากขึ้น มีเพื่อนมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องระวังตัวในการใช้สื่อมากยิ่งขึ้นเหมือนกันในฐานะที่เป็นที่รู้จักของคนมากขึ้น เป็นช่องทางในการอัปเดตผลงานศิลปินที่เราชื่นชอบ เป็นที่ที่เราสามารถเข้ามาพบกับศิลปินที่เราชอบได้ตลอดเวลา” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“ทำให้ได้รู้จักคนมากขึ้น เป็นสังคมหนึ่งที่เกิดขึ้น ทำให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น มีพื้นที่ส่วนตัวในการชื่นชมศิลปิน เป็นที่ที่สร้างความผูกพันให้กับแฟนๆ คนอ่าน มีผลส่งต่อถึงศิลปินได้ไม่มากนักน้อย” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“อย่างทวีตเตอร์ถือเป็นชุมชนใหญ่ที่รวบรวมทุกข่าวสาร สามารถพูดคุยโต้ตอบ รับรู้เรื่องราวผ่านการ follow บุคคลที่สนใจ และรู้เรื่องราวได้จากการรีทวีตหรือแฮชแท็ก ศิลปินก็ได้รับประโยชน์ตรงนี้เพราะถือเป็นพื้นที่โปรโมทที่ค่อนข้างเร็วและแพร่หลาย แต่ขณะเดียวกัน ถ้ามีข้อมูลที่ผิดพลาด สื่อเหล่านั้นก็ทำให้กระจายไปไวเช่นกัน” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“ส่งผลค่อนข้างมากนะ เวลาเราแต่งฟิคเราก็ต้องการคอมเมนต์หรือคำพูดดีๆ ให้กำลังใจ การได้พูดคุยเรื่องของตัวเองแต่งกับคนอ่านมันช่วยให้เราอยากแต่งอะไรดีๆ อีก อีกอย่างคือเราได้แลกเปลี่ยนความเห็นกับแฟนคลับคนอื่นๆ ได้คุยกับคนที่ชอบอะไรเหมือนกัน ที่จริงถามว่ามัน

ส่งผลอะไรต่อศิลปินใหม่ก็คงมีส่วนบ้าง เพราะตัวแฟนคลับเองก็ใช้สื่อเหล่านี้ในการโหวตหรือพูดถึงตัวศิลปินอยู่แล้ว” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในประเด็นนี้พบว่า สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการเผยแพร่งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย มีผลต่อผู้เขียนและตัวแฟนคลับคนอื่นๆเป็นอย่างมาก เพราะจากการสังเกตการณ์ จะเห็นได้ว่าแฟนฟิคชั่นวาย มีผลต่อความรู้สึกทางอารมณ์ของแฟนคลับ ทำให้เกิดความรักความผูกพันต่อตัวศิลปินที่มากยิ่งขึ้นได้ ดังนั้นหากขาดพื้นที่ที่เป็นเสมือนพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างแฟนคลับและตัวศิลปินเอาไว้ด้วยกันอย่างสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน คงส่งผลกระทบต่อจิตใจของแฟนคลับพอสมควร เพราะเหมือนขาดพื้นที่ในการจะมาพบเจอ พูดคุยกับเพื่อนฝูงหรือคนที่มีความชอบเหมือนกัน

จากคำถามที่ว่า คิดว่าสื่อสังคมออนไลน์ในทุกวันนี้มีส่วนช่วยในการสร้างการดำรงอยู่และเติบโตของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย รวมถึงการรวมกลุ่มกันของแฟนคลับหรือไม่ อย่างไร ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง และสรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

“สังคมของแฟนคลับเป็นสังคมที่ควบคู่ไปกับความนิยม ซึ่งถ้าไม่มีสื่อสังคมออนไลน์ คิดว่างานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ก็อาจจะไม่ได้เป็นที่แพร่หลายและได้รับความนิยมน่าอย่างในปัจจุบัน” (kipuu (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“ถ้าเมื่อก่อนมีแค่เว็บบอร์ดฟิคก็คงไม่โตขนาดนี้ ไม่ใช่แค่อ่านกันในสังคมแคบๆ แต่เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ทำให้ขยายวงกว้างได้มากขึ้นและสามารถดำรงอยู่ได้ในปัจจุบันและในอนาคตด้วย” (WilyRover (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 18 สิงหาคม 2560)

“อย่างแรกคือตัวศิลปิน ช่วยให้อย่างคงได้สัมผัสกับโมเมนต์ต่างๆของศิลปินอยู่ ในแง่ของคุณภาพของงาน เนื้อหา ทำให้มีช่องทางในการเปิดรับสื่อมากขึ้น มีพื้นที่ในการลงผลงานและเข้าถึงผลงานได้มากขึ้น” (i3e-dwz (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 19 สิงหาคม 2560)

“เพราะแฟนฟิควายเป็นการนำคาแรคเตอร์ของศิลปินมาเกี่ยวข้อง ทำให้รวบรวมผู้อ่านที่เป็นแฟนคลับได้เป็นอย่างมาก และที่ทำงานเขียนประเภทนี้เป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายก็เป็นเพราะมีแฟนคลับจำนวนมากที่เป็นนักเขียน และสื่อออนไลน์ก็ได้เอื้อพื้นที่สำหรับงานเขียนมากขึ้น มีการสร้างหัวข้อ จัดกลุ่มประเภทงานเขียนแฟนฟิคโดยเฉพาะ ทำให้ผู้เขียนรู้สึกสะดวกใจในการลงงานเขียน รวมถึงมีผู้อ่านที่แบ่งปันความสนใจเดียวกันให้การตอบรับ ดังนั้นสื่อออนไลน์จึงมีผลอย่างมากในการทำให้แฟนฟิคชั่นวายเติบโตและเป็นที่ยอมรับในปัจจุบัน” (boatpurplehead (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 22 สิงหาคม 2560)

“เพราะว่ามีช่องทางออนไลน์ ทำให้การเข้าถึงฟิคเป็นเรื่องง่าย ทำให้สิ่งเหล่านี้ยังคงอยู่ทั้งฟิคและงานเขียนต่างๆ เดียวนี้ใครๆก็มีสมาร์ตโฟน อีกอย่างก็มีแอปพลิเคชันต่างๆมากมายที่

เข้าถึงได้ง่าย มันสะดวก แค่มือถือกดเข้าแอปฯก็ได้อ่านนิยายหรือฟิคแล้ว ลือก่อนข้างมีอิทธิพล ทำให้คนอ่านเยอะขึ้นเพราะมันง่ายขึ้นนี่ละ ถ้าเทียบกับเมื่อก่อนสมัยยังเป็นเว็บบอร์ด ต้องเปิดคอม ลือกอินกว่าจะได้อ่าน มันหลายขั้นตอนจนหลายคนก็เลิกไม่อ่านรอชื่อเล่มอย่างเดียว แต่เดี๋ยวนี้พอมีเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันดีๆรองรับ ฟิคเลยยังอยู่ได้” (error407 (ผู้เขียน), การสื่อสารระหว่างบุคคล, 25 สิงหาคม 2560)

จากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในประเด็นนี้พบว่า ลือออนไลน์ส่งผลอย่างมากต่อความนิยมและการดำรงอยู่ของแฟนฟิคชนวนาย ในสังคมไทย เพราะพอมีย่านที่รองรับมากขึ้น มีจำนวนคนอ่านคนสนใจมากขึ้นแฟนฟิคชนวนาย ที่ดูเหมือนเป็นเรื่องผิดปกติในแง่ของความสัมพันธ์ของตัวละครที่เป็นชายกับชายจึงเป็นที่ยอมรับได้มากขึ้น เนื่องจากแพลตฟอร์มของลือในปัจจุบันมีหลากหลายผู้ใช้งานสามารถเลือกใช้สื่อชนิดต่างๆได้ตามความพึงพอใจ ดังนั้นการอ่านนิยาย หรือแฟนฟิคชนวนาย ผ่านแอปฯ หรือผ่านสมาร์ตโฟน ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นส่วนตัว รู้สึกมีพื้นที่ของตัวเองเพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้นในการเลือกเสพลือจึงมีความสะดวกใจได้มากยิ่งขึ้นเช่นกัน ยิ่งสื่อต่างๆ พัฒนาการให้บริการให้รองรับการใช้งานที่สะดวกสบายมากขึ้น มีทางเลือกในการใช้พื้นที่ให้คนเขียนได้เลือกใช้มากยิ่งขึ้น มีทางเลือกให้ผู้อ่านได้ติดตามอ่านได้อย่างสะดวกขึ้น ย่อมส่งผลต่อการดำรงอยู่และเติบโตของสื่อทางเลือกชนิดนี้อย่างแน่นอน

บทที่ 5

สรุป การอภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Source) โดยการศึกษาตามกรอบแนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) แนวคิดวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม (Participatory Culture) แนวคิดสื่อใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (New Media and Social Network) เฟซบุ๊ก (Facebook) ทวิตเตอร์ (Twitter) บล็อก (Blog) แนวคิดวัฒนธรรมย่อย (Subculture) และแนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fans) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย และเพื่อศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย โดยผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์

- 1) การใช้พื้นที่บนเด็คดีดอทคอม (Dek-D.com)
- 2) การใช้พื้นที่บนทวิตเตอร์ (Twitter)
- 3) การใช้พื้นที่บนเฟซบุ๊ก (Facebook)

5.1.2 บทบาทของแฟนฟิคชั่นวายในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

- 1) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อแฟนคลับ
- 2) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อสื่อ
- 3) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อผู้ผลิต/ต้นสังกัด (การตลาด)
- 4) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อศิลปิน

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยต้องการพื้นที่สาธารณะที่จะใช้สำหรับแสดงออกถึงความชื่นชอบและชื่นชมต่อตัวศิลปินที่พวกเขาหลงใหล และสื่อใหม่ หรือสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเปิดพื้นที่สาธารณะนั้นให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อมีพื้นที่สาธารณะสำหรับพวกเขาแล้วนำไปสู่การแสดงออกและการติดตามผลงานของศิลปินแบบมีส่วนร่วม “แฟน ฟิคชั่นวาย” สื่อทางเลือกที่เป็นหนึ่งในสื่อ D.I.Y. Media ที่กลุ่มแฟนคลับมีอำนาจในการกำหนดบทบาทของศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบจึงเป็นสื่อสำหรับกลุ่มคนคอเดียวกันที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากอย่างยิ่งซึ่งงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของศิลปินเกาหลีนั้นไม่ได้มีบทบาทเป็นแค่เพียงสื่อทางเลือกที่มอบความบันเทิงให้กับกลุ่มแฟนคลับแต่เพียงเท่านั้น หากแต่งานเขียนที่เกิดขึ้นจากเพียงจินตนาการและความชื่นชอบในตัวตนของศิลปินนั้นกลับเป็นสิ่งที่สามารถยึดโยงเหล่าแฟนคลับให้รู้สึกใกล้ชิดและติดตามและพร้อมสนับสนุนศิลปินที่ตนชื่นชอบได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

5.1.1 รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นผู้เขียนงานแฟนฟิคชั่นวาย มีการเลือกใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์เป็นช่องทางในการเผยแพร่ และแบ่งปันผลงานให้กับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่มีความชื่นชอบในศิลปินกลุ่มเดียวกัน โดยสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกเลือกใช้ได้แก่ เว็บบล็อกบนพื้นที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม ทวิตเตอร์ และ เฟซบุ๊ก โดยมีรูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายดังนี้

ผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายศิลปินเกาหลีในสังคมไทยเลือกใช้สื่อที่มีพื้นที่เหมาะสม และสะดวกแก่การลงเนื้อหาผลงานเขียน ด้วยการใช้นพื้นที่ของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมที่เปิดพื้นที่ให้สำหรับผู้สนใจในด้านการเขียนนิยาย ได้ใช้พื้นที่แบ่งปันผลงานให้แก่บุคคลทั่วไปที่มีความสนใจสามารถเข้ามาใช้นพื้นที่ร่วมกันได้ ซึ่งนอกจากจะเป็นพื้นที่ที่เปิดให้สามารถเข้าถึงผลงานของนักเขียนได้โดยไม่ได้จำกัดสำหรับการเป็นสมาชิกแต่เพียงเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ที่มีการจัดสรรไว้ชัดเจนสำหรับผู้ที่ต้องการเข้าใช้นพื้นที่ ทั้งในฐานะผู้เขียนและผู้อ่าน โดยผู้เขียนจะสามารถจัดการพื้นที่ของตัวเองได้ทั้งสีสันของพื้นที่ใช้งาน หรือการใช้ภาพ หรือใส่เพลงเพื่อตกแต่งพื้นที่ใช้งานในรูปแบบของตัวเอง อีกทั้งการจัดหมวดหมู่ที่ชัดเจนด้วยการระบุหมวดหมู่ของ “แฟนฟิคชั่นเกาหลี” ทำให้พื้นที่ของเว็บไซต์เด็กดีดอทคอม มีการเปิดพื้นที่เพื่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีอย่างเห็นได้ชัด

นอกจากผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายศิลปินเกาหลีจะต้องการพื้นที่สำหรับแบ่งปันและเผยแพร่ผลงานแล้ว สำหรับผู้เขียนการมีพื้นที่เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือโปรโมทผลงานที่ได้เขียนออกมาแล้วก็ถือเป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน เพราะถึงแม้ว่าผลงานที่นำมาแบ่งปันนั้นจะอยู่ในพื้นที่ที่เปิด

กว้าง ให้สามารถเข้าถึงได้ แต่ถ้าหากว่ามีช่องทางอื่นๆที่สามารถช่วยแจ้งข่าวสาร หรือกระตุ้นเตือนผู้อ่านให้เกิดความสนใจ หรือรับทราบได้ถึงความเคลื่อนไหวของผลงานที่ได้นำมาแบ่งปันกันแล้วนั้นย่อมเป็นผลดียิ่งขึ้น ซึ่งช่องทางที่ผู้เขียนเลือกใช้ในการส่งข่าวสารแก่ผู้คนที่เกี่ยวข้องกันที่อยู่ในฐานะผู้อ่านก็คือ สื่อสังคมออนไลน์อย่างทวิตเตอร์และเฟซบุ๊ก



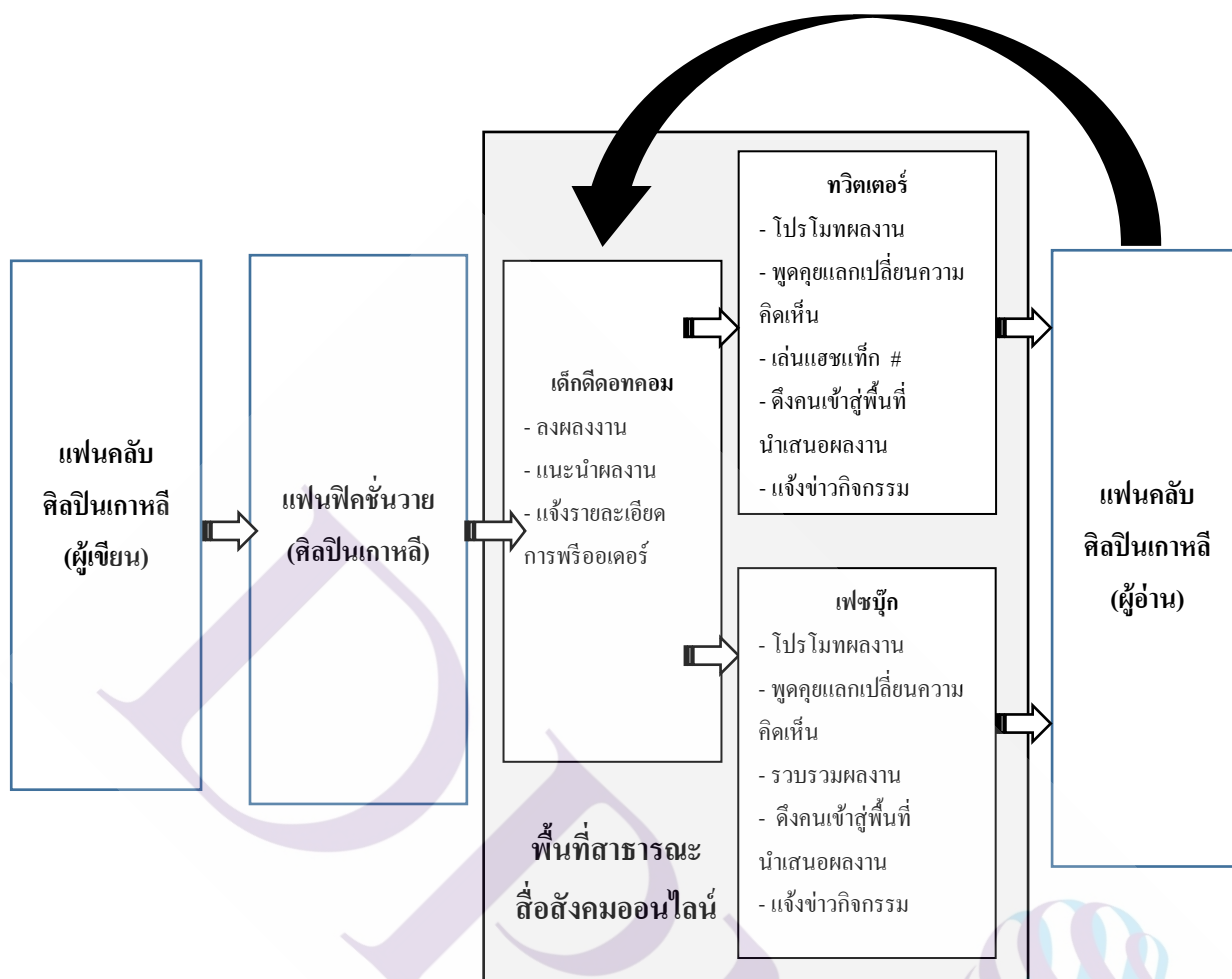
ตารางที่ 5.1 ตารางสรุปลักษณะการใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ในงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

การใช้พื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์	สื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้ในการศึกษา		
	เด็กดีดอทคอม (dek-d.com)	ทวิตเตอร์ (Twitter)	เฟซบุ๊ก (Facebook)
ลักษณะการใช้พื้นที่	ใช้เพื่อสร้างงานเขียน และรวบรวมงานเขียน	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆเกี่ยวกับศิลปิน / แฉผลงานใหม่ ตอนใหม่ / แฉกิจกรรม	ใช้เพื่อพูดคุยเรื่องราวต่างๆเกี่ยวกับศิลปิน / โปรมโผลผลงาน และกิจกรรม
ลักษณะการเป็นพื้นที่รวบรวมกลุ่มก้อนแฟนคลับ	ไม่เป็นทางการ มีความเป็นสาธารณะ	ใช้การรวมกลุ่มโดยการติด # / เปิดเป็นพื้นที่กลุ่ม	เป็นทางการ ทั้งที่เป็นแฟนเพจและแบบเป็นกลุ่ม
ใช้เป็นช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานอื่นๆของศิลปินที่นำมาเป็นตัวละคร	บางครั้งพบว่ามีการใช้เพลงของศิลปินมาประกอบการนำเสนอ	พบการพูดคุยถึงผลงานต่างๆของศิลปิน รายการคอนเสิร์ต / MV / เพลงใหม่	พบการพูดคุยถึงผลงานต่างๆของศิลปิน รายการคอนเสิร์ต / MV / เพลงใหม่
มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลงานอื่นๆของผู้เขียน	แนะนำผลงานใหม่ๆ หรือผลงานเก่าๆ	แนะนำผลงานใหม่ๆ หรือผลงานที่ตีพิมพ์	แนะนำผลงานใหม่ๆ หรือผลงานที่ตีพิมพ์
มีการแจ้งช่องทางติดต่อทางสื่อออนไลน์อื่นๆไว้	มีแจ้งช่องทางติดต่อไว้	ใช้ # นำเข้าสู่ช่องทางอื่นๆ	แปะลิงก์ผลงานนำเข้าสู่ผลงาน
ในการสื่อสารตอบโต้กันระหว่างผู้อ่านและผู้เขียน	แสดงความรู้สึกล่อเนื้อหากี่ได้อ่าน	พูดคุยทักทาย / ร่วมกิจกรรม	พูดคุยทักทาย / ร่วมกิจกรรม
เป็นพื้นที่แจ้งข่าวสารกิจกรรมเกี่ยวกับงานเขียน	แจ้งข่าวผลงานใหม่ / ฟรีโอเคอร์ผลงาน	โปรมโผลผลงาน / แจ้งข่าวฟรีโอเคอร์	โปรมโผลผลงาน / แจ้งข่าวฟรีโอเคอร์
ใช้รูปศิลปิน หรือผลงานอื่นๆของศิลปินมาประกอบผลงาน	มีการนำภาพ หรือคลิปวิดีโอมาใช้เพื่อช่วยให้คนอ่านเข้าใจและเห็นภาพของตัวละครที่ชัดเจนขึ้น	ใช้ภาพศิลปินประกอบให้เกิดความน่าสนใจและสังเกตได้ง่ายมากขึ้น	ใช้ภาพศิลปินประกอบให้เกิดความน่าสนใจและสังเกตได้ง่ายมากขึ้น
มีการแสดงข้อมูลของงานเขียน แฟนฟิคชั่นวาย			
- ชื่อเรื่อง	ระบุชัดเจน พร้อมชื่อคู่ของตัวละครหลัก	ระบุชัดเจน พร้อมชื่อคู่ของตัวละครหลัก	ระบุชัดเจน พร้อมชื่อคู่ของตัวละครหลัก
- ชื่อผู้แต่ง	ใช้เป็นนามปากกาเป็นหลัก	ใช้ชื่อโปรไฟล์	ใช้ชื่อโปรไฟล์
- จำนวนตอน	มีจำนวนตอนที่เขียนแล้วระบุไว้ชัดเจน	ไม่มีการระบุ	ระบุตอนล่าสุด
- ศิลปินที่เป็นตัวละครเอกของเรื่อง	คู่ชิป/คู่จิ้น ที่ผู้เขียนชื่นชอบ	ระบุชัดเจนว่าเป็นเรื่องของคู่ใด	ระบุชัดเจนว่าเป็นเรื่องของคู่ใด

จากตารางสรุปลักษณะการใช้งานพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์ในงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายข้างต้นจะเห็นได้ว่า การใช้งานพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายบนสื่อแต่ละสื่อ นั้นจะมีลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันไปตามแต่คุณลักษณะและฟังก์ชันการใช้งานของสื่อ นั้นๆ การใช้งานบนสื่อทวิตเตอร์และเฟซบุ๊กจะมีความคล้ายคลึงและใกล้เคียงกันเป็นอย่างมากเนื่องด้วยมีคุณลักษณะเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเชื่อมต่อระบบของผู้ใช้งาน (ล็อกอิน) ไว้ตลอด ผู้ใช้งานจะได้รับการแจ้งเตือนและอัปเดตข้อมูลได้ทันที ทำให้เป็นช่องทางการสื่อสารหลักๆ ที่ผู้ใช้นิยมใช้ใน ชีวิตประจำวันอยู่แล้ว อีกทั้งยังสามารถใช้สื่อสารพูดคุยเรื่องราวต่างๆ แบ่งปันคลิปวิดีโอ รูปภาพของศิลปินที่ชื่นชอบได้ ที่สำคัญยังมีพื้นที่ของกลุ่มคนคอเดียวกันที่มีการจัดสรรไว้ให้แบ่งปันกันได้อย่างชัดเจน เช่น พื้นที่แฟนเพจ และพื้นที่กลุ่ม เป็นต้น

ในส่วนของพื้นที่เว็บล็อกอย่างเด็กดีดอทคอม มีความสะดวกด้วยพื้นที่และคอลัมน์ที่ทางเว็บไซต์จัดไว้ให้เป็นอย่างดีเป็นหมวดหมู่เหมาะสมแก่การเป็นช่องทางที่จะนำเสนอเรื่องราวงานเขียนได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ไม่ได้มีพื้นที่ชัดเจนในลักษณะเป็นพื้นที่ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะเหมือนทางเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ แต่ก็มีวิธีการใช้งานที่สามารถเข้าถึงงานเขียนของศิลปินที่ชื่นชอบได้อย่างสะดวกเช่นกัน

ซึ่งโดยรวมแล้วสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง 3 สื่อนั้นก็ล้วนแล้วแต่ตอบสนองความต้องการการใช้งานของกลุ่มแฟนคลับได้อย่างดี อีกทั้งสามารถเชื่อมโยงถึงกันได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญทั้ง 3 สื่อ นั้นยังสามารถเชื่อมโยงกับสื่อออนไลน์อื่นๆ ได้อีกมากมาย ยกตัวอย่างเช่น การเชื่อมโยงกับ YouTube ให้สามารถนำคลิปวิดีโอที่ต้องการแบ่งปัน นำมาแบ่งปันลงบนสื่อออนไลน์ทั้ง 3 นั้นได้ทันที ทำให้เกิดความสะดวกสบายแก่ผู้ใช้บริการเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 5.1 แผนผังรูปแบบการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

จากแผนผังข้างต้นจะเห็นได้ว่า กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายเลือกใช้พื้นที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมในการแบ่งปันผลงาน แนะนำพูดคุยเกี่ยวกับผลงาน รวมถึงกรณีของการตีพิมพ์ผลงานเป็นเล่มนั้น ก็ยังมีการใช้พื้นที่ของเด็กดีในการแจกแจงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับผลงาน และข้อมูลเกี่ยวกับการฟรีอเคอร์ผลงานอีกด้วย จากนั้นผู้เขียนจะใช้สื่อทวิตเตอร์และสื่อเฟซบุ๊กเพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับผลงานให้กับกลุ่มแฟนคลับที่เป็นผู้อ่านได้ทราบ เมื่อกลุ่มแฟนคลับซึ่งเป็นผู้อ่านได้รับข้อมูลจากทวิตเตอร์ หรือเฟซบุ๊กแล้ว กลุ่มผู้อ่านก็จะกลับเข้าสู่การใช้พื้นที่ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมอีกครั้งเพื่อแสดงความบันเทิงจากสื่อทางเลือกชนิดนี้ที่ตนชื่นชอบร่วมกัน

1) การใช้พื้นที่บนเด็กดีดอทคอม (Dek-D.com)

จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ทำให้พบว่า ด้วยฟังก์ชันการใช้งานของพื้นที่ที่แตกต่างกันทำให้เกิดรูปแบบการสื่อสารที่ชัดเจนในการใช้งานของพื้นที่สื่อ เมื่อผู้ใช้งานในฐานะผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายเลือกใช้เด็กดีดอทคอมเป็นช่องทางในการเผยแพร่ผลงานด้วยเหตุผลดังนี้

1.1) ความสะดวกในการใช้พื้นที่ ด้วยพื้นที่ที่มีการจัดสรรระบบที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้งานทั้งในฐานะผู้เขียน และผู้อ่าน มีการแบ่งหมวดหมู่เพื่อการใช้งานที่ชัดเจน ง่ายต่อการเข้าถึง โดยไม่จำเป็นต้องเป็นสมาชิกของพื้นที่ และยังเพิ่มความสะดวกมากยิ่งขึ้นเมื่อในปัจจุบันมีแอปพลิเคชันสำหรับการใช้งานบนสมาร์ตโฟนเพิ่มเติมเข้ามาอีกด้วย

1.2) ความเป็นที่รู้จักของเว็บไซต์ในฐานะช่องทางของคนอ่านนิยาย ด้วยเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในกลุ่มคนที่ชื่นชอบการอ่านนิยายออนไลน์และนอกจากนี้ทางเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมยังเป็น 1 ใน 5 เว็บไซต์ยอดนิยมของไทย โดยการจัดอันดับของบริษัท ศูนย์วิจัยนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตไทย จำกัด ในปี พ.ศ.2560 อีกด้วย และจากการยืนยันโดยเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมเองที่บอกว่าพื้นที่เว็บไซต์ของตนเป็นคลังนิยายออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

1.3) ความสะดวกในการเชื่อมโยงสื่อออนไลน์อื่นๆเข้าด้วยกัน เป็นพื้นที่ที่สามารถผสมผสานสื่ออื่นๆไว้ในพื้นที่นำเสนอได้

2) การใช้พื้นที่บนทวิตเตอร์ (Twitter)

จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ทำให้พบว่า ผู้ใช้งานในฐานะผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายเลือกใช้ทวิตเตอร์เป็นช่องทางในการสื่อสารเกี่ยวกับผลงานด้วยเหตุผลดังนี้

2.1) เป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายและใกล้ชิดกับผู้ใช้งาน เนื่องจากเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี และเป็นช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่ผู้ใช้จะมีการเชื่อมต่อกับระบบอยู่ตลอดเวลา ทำให้เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้ใช้ได้มากที่สุดสื่อหนึ่ง

2.2) มีระบบฟังก์ชันการใช้งานในส่วนของการใช้แฮชแท็ก # ที่สามารถรวบรวมกลุ่มก่อนคนที่มีสนใจ หรือกำลังต้องการจะสื่อสารในเรื่องเดียวกันเอาไว้ เพื่อให้ติดตามเรื่องราวหรือพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และความรู้สึกแก่กันได้

2.3) เป็นสังคมวงกว้าง เป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เปิดกว้างในการเข้าถึงข่าวสาร ข้อมูล เพียงแค่ใช้คำสำคัญ หรือเลือกดูคำสำคัญที่กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้นในการค้นหาก็สามารถเข้าถึงข่าวสารนั้นๆได้

3) การใช้พื้นที่บนเฟซบุ๊ก (Facebook)

จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ทำให้พบว่า ผู้ใช้งานในฐานะผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายเลือกใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการสื่อสารเกี่ยวกับผลงานด้วยเหตุผลดังนี้

3.1) เป็นช่องทางการสื่อสารออนไลน์ที่นิยมแพร่หลายในสังคมไทย ผู้ใช้จะมีการเชื่อมต่อกับระบบอยู่ตลอดเวลา ทำให้เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้ใช้ได้มากที่สุดสื่อหนึ่ง

3.2) มีระบบฟังก์ชันการใช้งานในส่วนของการสร้างแฟนเพจและการสร้างกลุ่ม เพื่อเป็นพื้นที่ของกลุ่มคนคอยกันที่ชัดเจน

3.3) มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการจัดเก็บข้อมูล ซึ่งบางครั้งสามารถนำผลงานที่เป็นเรื่องสั้นมานำเสนอได้ สะดวกสำหรับการใช้งานเพื่อเก็บ หรือรวบรวมงานเขียนไว้ในที่เดียวกัน (รวบรวมโดยเป็นการรวบรวมลิงค์ผลงาน)

5.1.2 บทบาทของแฟนฟิคชันวายในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

การโปรโมทผลงานของศิลปินเกาหลีโดยต้นสังกัดมีผลต่อความการติดตามผลงานงานของศิลปิน เมื่อศิลปินกำลังมีผลงานก็จะเป็นที่พูดถึง และมีข่าวสารข้อมูลต่างๆ ให้ติดตามมากมาย แต่หากเป็นช่วงที่ศิลปินอยู่ในช่วงกำลังเตรียมผลงาน หรือพ้นช่วงโปรโมทผลงานไปแล้ว กระแสรวมถึงข่าวสารต่างๆ ของศิลปินก็ย่อมจะลดลงตามไปด้วย ทำให้การติดตามผลงานศิลปินของ แฟนคลับอาจจะเว้นว่างและก่อให้เกิดเป็นช่องว่างระหว่างศิลปินกับแฟนคลับ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความนิยมและคลังไคล์ในตัวศิลปินลงได้

เมื่อแฟนคลับศิลปินเกาหลีต้องการลดช่องว่าง และเติมเต็มความรู้สึกที่มีต่อศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบด้วยเทคโนโลยีและการพัฒนาด้านการสื่อสารจึงทำให้แฟนคลับสามารถที่จะสร้างสรรค์ผลงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินขึ้นมาเองได้ ไม่ว่าจะเป็นการตัดต่อคลิปวิดีโอกิจกรรมหรือผลงานต่างๆ ของศิลปิน รวมถึงการรวบรวมผลงานของศิลปินเก็บไว้เพื่อแบ่งปันกัน และแม้แต่การสร้างเรื่องราวในจินตนาการ โดยอาศัยศิลปินที่ชื่นชอบเป็นตัวละครในการเดินเรื่องอย่างการเขียนแฟนฟิคชันวาย การที่สามารถกำหนดบทบาทและเรื่องราวของศิลปินที่ตนเองชื่นชอบได้ ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของแฟนคลับในอีกด้านหนึ่งเป็นอย่างมาก ความรู้สึกที่ได้ติดตามเรื่องราว ได้เหมือนติดตามชีวิตของศิลปินในแฟนฟิคชันที่ถูกแต่งขึ้นนั้น ทำให้เกิดความรู้สึกผูกพันกับศิลปินมากยิ่งขึ้น เหมือนได้มีโอกาสใช้เวลาร่วมกันกับศิลปินมากขึ้นกว่าการติดตามเพียงแค่ผลงานผ่านสื่ออื่นๆ ทั่วไป

จากการสังเกตการณ์และการสัมภาษณ์ทำให้พบว่า กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีมีความนิยมต่องานเขียนแฟนฟิคชันวายเป็นอย่างมาก โดยเห็นได้จากการการจัดกิจกรรม “ตลาดฟิค” ซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงปริมาณผลงานแฟนฟิคชันวายที่มีการนำมาตีพิมพ์เป็นหนังสือ เป็นสื่อที่แฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยเข้ามามีส่วนร่วมเป็นอย่างมาก



ภาพที่ 5.2 แผนผังบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

จากแผนผังข้างต้นจะเห็นได้ว่า บทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยนั้น สามารถแบ่งออกได้ 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่

- 1) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อแฟนคลับ
- 2) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อสื่อ
- 3) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อผู้ผลิต/ต้นสังกัด (การตลาด)
- 4) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อศิลปิน

ซึ่งผู้วิจัยจะอธิบายถึงบทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่เกิดขึ้นต่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย จนรวมไปถึงสื่อ ตัวศิลปิน ผู้ผลิตหรือต้นสังกัด โดยเฉพาะในด้านการตลาด ดังนี้

- 1) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อแฟนคลับ

1.1) พฤติกรรมการบริโภคสื่อ คือ แฟนคลับศิลปินเกาหลีสามารถที่จะเลือกบริโภคสื่อได้อิสระยิ่งขึ้น เนื่องด้วยปัจจุบันมีสื่อทางเลือกอย่างแฟนฟิคชั่นวายเพิ่มขึ้นมากมาย หลากหลายแนว ดังนั้นผู้บริโภคสามารถเลือกเนื้อหาสื่อได้ตามประเภทที่ตนเองชื่นชอบ อีกทั้งยังสามารถมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง หรือเนื้อหาของเรื่องได้อีกด้วย โดยการสื่อสารพูดคุยกันระหว่างผู้อ่านและผู้เขียน ซึ่งในบางครั้งผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายก็เปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้แสดงความคิดเห็นและนำเสนอเนื้อหาที่ผู้อ่านต้องการ รวมไปถึงการแนะนำคู่ชิปศิลปินที่ผู้อ่านต้องการอ่านอีกด้วย อีกทั้งยังสามารถสร้างสื่อขึ้นมาได้ด้วยตนเองเรียกได้ว่าสามารถเปลี่ยนสถานะจากการเป็น Consumers มาสู่การเป็น Prosumer นั่นเอง

1.2) ความผูกพันระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน คือ ปกติแฟนคลับจะสามารถติดตามผลงานของศิลปินได้เฉพาะช่วงเวลาที่มีผลงาน (เดบิวท์) เท่านั้น ทำให้ช่วงเวลาที่พักจากการทัวร์คอนเสิร์ต หรือช่วงเวลาที่กำลังเตรียมผลงานใหม่นั้น อาจเกิดช่องว่างระหว่างแฟนคลับกับศิลปินขึ้น แต่งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เขียนขึ้นโดยแฟนคลับนั้นจะเป็นอีกหนึ่งสื่อที่ทำให้แฟนคลับรู้สึกที่ศิลปินที่ตนชื่นชอบนั้น ไม่ได้ห่างหายไป และยังติดตามเรื่องราวของศิลปินได้อย่างต่อเนื่องเรื่อยๆ แฟนฟิคชั่นวายมีผลต่อความรู้สึกทางอารมณ์ของแฟนคลับ ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินได้มากยิ่งขึ้น ก่อเกิดความรักความผูกพันต่อตัวศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบอยู่มากยิ่งขึ้น

1.3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับ คือ แฟนฟิคชั่นวายมีบทบาทเป็นพื้นที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบอะไรเหมือนกัน เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างแฟนคลับ สร้างความผูกพันระหว่างแฟนคลับด้วยกันทำให้เกิดการทำกิจกรรมบนพื้นที่ทางกายภาพจริงๆ ร่วมกันอย่างการจัดกิจกรรมตลาดฟิค จนรวมไปถึงกิจกรรมอื่นๆ

1.4) การพัฒนาทักษะด้านงานเขียน คือ งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เป็นจุดเริ่มต้นของการฝึกฝนทักษะทางการเขียนของแฟนคลับศิลปินเกาหลีหลายๆคน ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่างานเขียนแฟนฟิคชั่นวายหลายๆเรื่องถูกเขียนขึ้นโดยผู้เขียนหน้าใหม่ๆซึ่งเพิ่งลงเขียนเป็นครั้งแรก เนื่องจากได้แรงบันดาลใจจากการติดตามผลงานของศิลปิน หรือการติดตามงานเขียนของกลุ่มคนคอเดียวกันจนมีความสนใจที่อยากจะลงเขียนผลงานด้วยตัวเองเพื่อแบ่งปันจินตนาการและมุมมองที่มีต่อศิลปินให้กับคนอื่นๆได้อ่านเช่นกัน ซึ่งพื้นที่ตรงนี้ถือว่าเป็นพื้นที่เปิดที่ให้โอกาสสำหรับผู้ที่ยากจะลงเขียนผลงานของตัวเองได้อย่างเต็มที่โดยไม่ได้ปิดกั้น อีกทั้งยังมีโอกาสได้รับคำแนะนำ หรือแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านงานเขียนจากการแสดงความคิดเห็นของผู้อ่านได้อีกด้วย ถือว่าเป็นพื้นที่ที่สามารถใช้พัฒนาทักษะการเขียนที่น่าสนใจอีกพื้นที่หนึ่ง

2) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อสื่อ

2.1) รูปแบบการใช้งาน(ฟังก์ชัน) คือ การที่สื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ได้ครอบคลุมมากที่สุดย่อมเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการ ในขณะที่ผู้ใช้งานสามารถสื่อสารข้อมูลหรือข้อความผ่านตัวอักษรแล้วนั้น หากสามารถเพิ่มการนำเสนอไฟล์วิดีโอ หรือคลิปเสียง เพื่อประกอบการสื่อสารได้ด้วยในคราวเดียวกันย่อมก่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้ใช้งานมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมนอกจากเป็นสื่อที่เชื่อมโยงหลายๆสื่อเข้ามาเพื่อใช้งานร่วมกัน ยังสามารถใช้งาน ได้พร้อมๆกันอีกด้วย อย่างการอ่านแฟนฟิคชั่นวายที่บางเรื่องผู้เขียนมีแรงบันดาลใจในการเขียนเรื่องราวจากเพลงๆหนึ่ง และเพื่อต้องการให้ผู้อ่านรับรู้อารมณ์ได้ตรงกัน ผู้เขียนจึงมีการใส่เพลงให้มีการเล่นอัตโนมัติทันทีที่ผู้อ่านกดเข้ามาสู่เรื่องนั้นๆ หรือการแนบคลิปวิดีโอจาก YouTube เพื่อให้ผู้อ่านเปิดฟังเพลง หรือดูคลิปวิดีโอที่สร้างสรรค์โดยกลุ่มแฟนคลับที่เรียกกันว่า “โอพีวี” (OPV) ที่จัดทำขึ้นเพื่อประกอบงานเขียนเรื่องนั้นๆ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการให้บริการพื้นที่ที่สร้างประสบการณ์ในการใช้สื่อที่น่าสนใจและตอบสนองผู้ใช้งาน ได้เป็นอย่างดี

2.2) การเพิ่มขึ้นของพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ คือ เห็นได้ชัดเจนจากการจัดหมวดหมู่ประเภทของงานเขียนแฟนฟิคชั่นที่มีการจัดพื้นที่ให้ผู้ใช้งาน ได้ใช้งานอย่างชัดเจน จนรวมไปถึงการเปิดพื้นที่สำหรับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายบนเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันสำหรับงานเขียนอีกหลายแหล่งด้วยกัน เช่น ฐญวลัย หรือจอยลดา ที่เพิ่งเปิดให้บริการได้ไม่นาน เป็นต้น

2.3) การพัฒนาแพลตฟอร์มของสื่อ คือ จากสื่อออนไลน์ที่เปิดให้บริการบนเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตพัฒนาไปสู่การเป็นแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นการพัฒนาช่องทางการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการสื่อ สามารถรองรับการใช้งานของผู้ใช้บริการได้หลากหลาย เช่น การพัฒนาของเว็บไซต์ที่ให้บริการพื้นที่สำหรับงานเขียน หรือนิยายอย่าง เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม เว็บไซต์ฐญวลัย เว็บไซต์จอยลดา สู่อการพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันเพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สร้างความสะดวกในการใช้งานให้แก่ผู้ใช้บริการ เป็นต้น

3) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อผู้ผลิต/ต้นสังกัด (การตลาด)

3.1) การกำหนดภาพลักษณ์ของศิลปิน คือ ภาพลักษณ์ของศิลปินที่ทางต้นสังกัดต้องการนำเสนออาจจะต้องสอดคล้อง หรือตรงกับภาพลักษณ์ของศิลปินที่แฟนคลับชื่นชอบหรือคาดหวังไว้ เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจและได้รับการตอบรับจากแฟนคลับให้มากที่สุด ในทางการตลาดอาจจะต้องสำรวจความชื่นชอบ หรือกระแสความต้องการของแฟนคลับ ซึ่งงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สามารถบอกถึงกระแสความสนใจของแฟนคลับได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่างเช่น หากสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการทำการโฆษณาโดยมีการใช้ฟรีเซนต์เป็นศิลปินเกาหลี แต่ไม่ได้ตั้งใจใช้ศิลปินที่หวัง อาจจะพิจารณาจากกลุ่มศิลปินที่ได้รับความนิยม หรือขึ้น

ชอบจากแฟนๆ ในขณะนั้น อย่างวง GOT7 ก็อาจจะเลือกมาร์คมาเป็นพรีเซนเตอร์คู่กับแบมแบม หรือวง EXO ก็อาจจะเลือกชานยอลมาเป็นพรีเซนเตอร์คู่กับแบคซอน เป็นต้น

3.2) การกำหนดช่องทางการใช้สื่อ คือ งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายสามารถเป็นอีกหนึ่งโมเดลในการศึกษาการใช้งานสื่อของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี เพื่อให้สามารถเลือกใช้ได้ตรงตามพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มแฟนคลับได้มากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น เช่น ในปัจจุบันทางต้นสังกัด หรือผู้ผลิตผลงานของศิลปินเกาหลี มีการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่าง วีไลฟ์ (V Live) ที่มีทั้งช่องทางการติดตามทั้งในอินเทอร์เน็ตและในแอปพลิเคชันเพื่อโปรโมทผลงานของศิลปิน หรือบางครั้งมีการจัดทำรายการพิเศษ ทีเซอร์ เพื่อนำเสนอทางช่องทางดังกล่าว อีกทั้งยังมีการไลฟ์สดของศิลปินเพื่อตอบโต้ พูดคุยกับแฟนคลับพร้อมกันได้ทั่วโลกอีกด้วย เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการใช้สื่อของแฟนคลับจะมีส่วนในการกำหนดแผนงานการโปรโมทผลงานของศิลปินเช่นกัน

4) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อศิลปิน

4.1) การยึดโยงกลุ่มแฟนคลับ คือ แฟนฟิคชั่นวายมีผลต่อความรู้สึกทางอารมณ์ของแฟนคลับ ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินได้มากยิ่งขึ้น ก่อเกิดความรักความผูกพันต่อตัวศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบอยู่มากยิ่งขึ้น ซึ่งโดยปกติแฟนคลับจะสามารถติดตามผลงานของศิลปินได้เฉพาะช่วงเวลาที่มีผลงาน (เดบิวท์) เท่านั้น ทำให้ช่วงเวลาที่พักจากการทัวร์คอนเสิร์ต หรือช่วงเวลาที่กำลังเตรียมผลงานใหม่นั้น อาจเกิดช่องว่างระหว่างแฟนคลับกับศิลปินขึ้น แต่งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เขียนขึ้นโดยแฟนคลับนั้น จะเป็นอีกหนึ่งสื่อที่ทำให้แฟนคลับรู้สึกว่าได้ติดตามศิลปินที่ตนชื่นชอบนั้น ไม่ได้ห่างหายไป และยังคงติดตามเรื่องราวของศิลปินได้อย่างต่อเนื่องเรื่อยๆ มีส่วนในการช่วยยึดโยงแฟนคลับไว้กับศิลปิน

4.2) โอกาสในการเพิ่มกลุ่มแฟนคลับ คือ จากการศึกษาข้อมูลพบว่างานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มศิลปินเกาหลีในบางครั้งมีการเขียนเรื่องราวโดยการใช้ตัวละครที่เป็นศิลปินจากวงอื่นๆ ร่วมอยู่ด้วย ยกตัวอย่างเช่น งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของวง GOT7 นอกจากตัวละครที่เป็นศิลปินภายในวงเดียวกันแล้ว บางครั้งยังมีการนำศิลปินจากวง 2PM มารวมอยู่ด้วยเพื่อเพิ่มสีสันให้กับเนื้อหาของเรื่องนั่นเอง ดังนั้นผู้อ่านที่เป็นแฟนคลับของวง GOT7 ก็จะได้มีโอกาสรู้จักศิลปินวง 2PM ที่ถูกนำมาเป็นตัวละครร่วมด้วยเพิ่มขึ้น และอาจส่งผลต่อความสนใจที่จะติดตามผลงานของศิลปินวงดังกล่าวเพิ่มขึ้นอีกด้วย

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

ด้วยการพัฒนาของสื่อที่มีความก้าวหน้าและทันสมัย ทำให้ผู้บริโภคสื่อมีทางเลือกที่มากขึ้น และหลากหลายขึ้น นอกจากความหลากหลายทางด้านคอนเทนต์แล้ว การหลอมรวมกัน

ของสื่อยังเป็นการสร้างมุมมอง วิธีการ หรือประสบการณ์ใหม่ๆ ในการรับสื่อให้กับผู้บริโภคอีกด้วย จะเห็นได้จากการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบัน นอกจากจะหลากหลายด้วยผู้ให้บริการ ตัวช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ยังมีฟังก์ชันการทำงานที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

ในส่วนงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ที่จัดเป็นสื่อทางเลือกของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ก็ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายขึ้นด้วยช่องทางการสื่อสารทางสื่อใหม่อย่างสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก จากผลการวิจัยจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่าสื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการดำรงอยู่ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยเป็นอย่างมาก เพราะนอกจากจะทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงสื่อชนิดนี้ได้ง่ายขึ้น ยังส่งผลให้สื่องานเขียนชนิดนี้แพร่หลายและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้อ่านนิยายเพิ่มมากขึ้น

สำหรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างเว็บไซต์เด็กดีคือคอมด้วยคุณลักษณะของสื่อที่เอื้อต่อการใช้งานพื้นที่สำหรับนำเสนอเนื้อหาแล้ว การที่สามารถนำคลิปวิดีโอ เพลงหรือภาพเคลื่อนไหวจากสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ (YouTube) เข้ามาประกอบการใช้งานได้อีกด้วยนั้นยังถือเป็นการเปิดประสบการณ์และเรียกความสนใจจากผู้ใช้งานให้กับพื้นที่การใช้งานได้เป็นอย่างดี เมื่อผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายสามารถนำเสนอเนื้อหางานเขียนไปพร้อมๆ กับการนำเสนอผลงานเพลงที่ตนเองชื่นชอบ หรือเป็นเพลงที่สร้างอารมณ์ในการอ่านให้แก่ผู้อ่านมากขึ้นได้อีกด้วยนั้น ย่อมส่งผลให้รูปแบบการเปิดรับสื่อของผู้บริโภคอาจจะเปลี่ยนแปลงไป สามารถเปิดรับสื่อได้มากกว่าหนึ่งชนิดในการเปิดเข้าใช้งานเพียงครั้งเดียว อีกทั้งหากต้องการที่จะแบ่งปันผลงานเขียนที่ชื่นชอบให้กับกลุ่มคนคอเดียวกันยังทำได้อย่างหลากหลายช่องทางและ หลากหลายรูปแบบอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็น การแชร์ผ่านทางสื่อทวิตเตอร์ หรือเฟซบุ๊ก พร้อมแนบลิงค์ หรือติดแฮชแท็กเพิ่มความสะดวกและสีสันในการใช้งานได้อีกด้วย

สำหรับสื่อสังคมออนไลน์อย่างทวิตเตอร์ก็เป็นสื่อที่มีบทบาทสำคัญกับการเขียนแฟนฟิคชั่นวายเช่นกัน ด้วยเป็นช่องทางสื่อสารยอดนิยมของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี และเป็นสื่อที่มีการเชื่อมต่อบัญชีผู้ใช้งานอยู่ตลอดเวลาทำให้ผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายเลือกใช้เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการสื่อสารเกี่ยวกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย มีการใช้แฮชแท็กเพื่อความสะดวกในการเข้าถึงเนื้อหาและรวบรวมกลุ่มผู้ที่สนใจชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน ความสะดวกในการแบ่งปัน หรือบอกต่อเรื่องราวต่างๆ ที่สนใจด้วยการรีทวีตที่จะมีผลต่อการแพร่กระจายเนื้อหาไปสู่วงกว้างได้มากขึ้นซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ผู้ที่กำลังติดตามผู้ใช้งานอยู่เท่านั้น และนั่นทำให้ทวิตเตอร์เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในการใช้งานสำหรับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

สำหรับสื่อสังคมออนไลน์ยอดนิยมอย่างเฟซบุ๊กที่สามารถสร้างแฟนเพจ หรือสามารถตั้งกลุ่มเฉพาะที่จะเป็นพื้นที่สำหรับกลุ่มคนคนเดียวกันได้นั้น ถือเป็นข้อดีสำหรับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี หรืองานเขียนแฟนฟิคชั่นขายเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถใช้พื้นที่เพื่อแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนเรื่องราวของศิลปินที่ชอบได้ตามต้องการ ซึ่งเป็นพื้นที่ในการสื่อสารที่ทุกคนในพื้นที่นั้นจะยอมรับ เข้าใจ และรู้สึก รวมไปถึงด้วยกัน ทำให้ผู้ใช้งานสามารถใช้งานพื้นที่ได้อย่างสบายใจ และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี

“พื้นที่สาธารณะ” ตามทัศนะของฮาเบอร์มาส นั้น เขาได้นิยามว่า แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความรู้สึกเป็นส่วนรวม” (Sense of Public) แนวคิดนี้มีได้มีลักษณะเลื่อนลอยเป็นนามธรรม หากทว่าเป็น “การปฏิบัติทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย” (Cultural-embedded Social Practice) (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับผลจากการวิจัยที่พบว่า ในยุคของการสื่อสารออนไลน์อย่างในปัจจุบัน ถือเป็นยุคที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตที่จะเข้าถึงสื่อได้อย่างอิสระ ไม่มีเงื่อนไขของเรื่องระยะเวลา หรือแม้แต่สถานที่ จึงทำให้ยุคนี้จัดเป็นยุคที่ผู้รับสารมีอำนาจในการเลือกรับสื่อมากที่สุด กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีจึงมีพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงข้อมูล แบ่งปันเรื่องราว หรือเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินได้อย่างง่ายดายมากขึ้น ทำให้เห็นได้ว่ามิติของพื้นที่สาธารณะมีการแปรเปลี่ยนตามยุคสมัยและยังคงฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย ตามแนวคิดของฮาเบอร์มาส

สำหรับรูปแบบการสื่อสารของงานเขียนแฟนฟิคชั่นขายบนพื้นที่สาธารณะอย่างสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เห็นถึงรูปแบบการสื่อสารในแนวระนาบหรือแนวนอน ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารตามแนวคิดวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม โดย Henry Jenkins (2013) ที่มองว่าเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น ทำให้การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคมีมากยิ่งขึ้น นอกจากกลุ่มแฟนคลับจะมีส่วนร่วมในการต่อรองอำนาจกับทางผู้ผลิตแล้ว ยังรวมไปถึงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมระหว่างแฟนด้วยกันเองภายในกลุ่มอีกด้วย ซึ่งนั่นทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหลายสิ่งหลายอย่าง ทั้งกับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี รวมไปถึงตัวศิลปินเกาหลี ผู้ผลิตหรือต้นสังกัดโดยเฉพาะในด้านการตลาด และสื่อสังคมออนไลน์

จากผลการวิจัยจะสังเกตได้ว่า ผู้เขียนแฟนฟิคชั่นขายให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์เป็นอย่างมากเพราะสื่อสังคมออนไลน์ไม่ใช่เพียงแค่พื้นที่สำหรับผลงาน หรือเพียงเพื่อโปรโมทผลงานแต่เพียงเท่านั้น แต่พื้นที่สาธารณะบนสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นพื้นที่ที่ทำให้เกิดการพูดคุย แลกเปลี่ยน แบ่งปัน รวมไปถึงเป็นพื้นที่ในการรวมตัวกันของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี โดยเฉพาะพื้นที่แฟนเพจ หรือพื้นที่กลุ่มในเฟซบุ๊กที่จะเป็นเสมือนสื่อกลางระหว่างแฟนคลับศิลปิน

เกาหลีด้วยตัวเอง สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสาร การสร้างเครือข่าย และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีผ่านสื่อทวิตเตอร์ กรณีศึกษา : ศิลปินวงทงบังชินกิ” ของสุภิสรา นิมครุฑ (2560) ได้อธิบายว่าสื่อใหม่ เป็นสื่อที่มีผลต่อการติดตามศิลปินของแฟนคลับวงทงบังชินกิ เพราะทำให้แฟนคลับสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารหรือความเคลื่อนไหวต่างๆ ของศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ ได้อยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่ทำให้แฟนคลับเกิดการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายในสังคมออนไลน์อีกด้วย

นอกจากนี้ การศึกษาเรื่อง “มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา www.pantip.com และ www.sanook.com” ของรัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542) ได้อธิบายว่า ลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้นเป็นเวทีเสวนาทงวัฒนธรรม (Cultural forum) นอกจากการให้ข้อมูลสาธารณะ การสอดส่องและดูแลสภาพแวดล้อม การกระตุ้นเร้าและผลักดันเพื่อพัฒนาผลประโยชน์แห่งชาติ การสร้างสายสัมพันธ์ การให้ความบันเทิง และช่องทางการสื่อสารต้องห้าม ผู้ใช้งานพื้นที่สาธารณะยังใช้เพื่อผลประโยชน์และความพึงพอใจของตนเอง คือ ใช้เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อตนเอง และใช้เพื่อเป็นตัวกลางในการสร้างสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ อีกด้วย

ผู้วิจัยพบว่า เมื่อพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์เปิดขึ้นทำให้แฟนคลับศิลปินเกาหลีได้รับโอกาสมากขึ้น โอกาสที่จะเข้าถึงสื่อ หรือพื้นที่ของสื่อมากยิ่งขึ้น โอกาสที่จะสร้างสื่อที่เป็นเสมือนสื่อทางเลือกของกลุ่ม และโอกาสในการตอบสนองความต้องการของตนเองและกลุ่มคนใกล้เคียงกัน อีกทั้งงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายยังมีบทบาทต่อสื่อสังคมออนไลน์ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี

จากการวิจัยเพื่อศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ผู้วิจัยพบว่า ถึงแม้ว่าแฟนจะถูกมองว่าเป็นคนที่ถูกใช้เพื่อการแสวงหาผลกำไรเท่านั้น แต่การรวมกลุ่มกันของแฟนที่ก่อเป็นกลุ่มแฟนคลับ หรือ กลุ่มแฟนคอมในปัจจุบันถือเป็นผู้ที่ผลิตวัฒนธรรมในแบบของตนขึ้นมา เป็นกลุ่มที่มีความคิดสร้างสรรค์ และกระตือรือร้น สามารถผลิตเรื่องราว หรือสื่อไว้ตอบสนองความพึงพอใจภายในกลุ่มของตนได้เอง และยังถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สามารถสร้างอำนาจต่อรองกับกลุ่มผู้ผลิตได้ด้วยการสร้างความหมายใหม่ให้กับศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบ

นอกจากนี้ การศึกษาเรื่อง “YAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง” ของญาณาธร เกียรติรัตนกุล (2550) ได้อธิบายว่า ลักษณะความสัมพันธ์แบบรักร่วมเพศ เซ็กซ์โรติก (Erotic) หรือโรแมนติก (Romantic) ระหว่างชายกับชาย ซึ่งความหมายดังกล่าวไม่ได้กล่าวถึงความรักของชายรักร่วมเพศ (เกย์) แต่เป็นรูปแบบหนึ่งของความรักที่ "เหนือ" กว่าความรักระหว่างคนต่างเพศทั่วไป

ผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ซึ่งผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของศิลปินเกาหลีที่ผู้เขียนและผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงเช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าตัวละครที่อ้างอิงถึงนั้นจะมีตัวคนเป็นศิลปินชายที่ตนเองชื่นชอบ แต่สำหรับกลุ่มแฟนคลับแล้วความสัมพันธ์แบบชายรักชายของสมาชิกในวงศิลปินที่ชอบกลับเป็นเรื่องที่ได้รับความนิยมจากแฟนคลับเป็นอย่างมาก ซึ่งงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีเนื้อหาแบบชายรักชายนี้อาจมีส่วนช่วยยึดโยงแฟนคลับเอาไว้กับศิลปินแม้ในขณะที่ศิลปินไม่มีผลงานผ่านทางสื่ออื่นๆให้ติดตาม

จากผลการวิจัยจะสังเกตได้ว่า แฟนฟิคชั่นวายเกิดจากพื้นที่สาธารณะบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยอาศัยแนวคิดวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมทำให้เกิดอำนาจ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือโอกาสของกลุ่มแฟนคลับ ที่จะมีฐานะเป็น prosumers หรือ เป็นผู้ผลิตผลงานขึ้นมาเองเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและกลุ่มแฟนคลับด้วยกัน ซึ่งบทบาทของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายนั้นนอกจากจะส่งผลต่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีแล้ว ยังส่งคมต่อการเปลี่ยนแปลงได้ในหลายๆด้าน เช่นกัน การเป็นพื้นที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบอะไรเหมือนกัน ยังเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างแฟนคลับ สร้างความผูกพันระหว่างแฟนคลับทั้งในฐานะผู้เขียนกับผู้อ่าน หรือในฐานะผู้อ่านด้วยกันที่ได้มีโอกาสมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพูดคุยกัน ทำให้เกิดการทำกิจกรรมบนพื้นที่ทางกายภาพจริงๆร่วมกันอย่างการจัดกิจกรรมตลาดฟิค จนรวมไปถึงกิจกรรมอื่นๆที่จัดขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มแฟนคลับได้มีโอกาสพบเจอกัน และอีกหนึ่งบทบาทสำคัญก็คือแฟนฟิคชั่นวายมีผลต่อความรู้สึกทางอารมณ์ของแฟนคลับ ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับศิลปิน ได้มากยิ่งขึ้น ก่อเกิดความรักความผูกพันต่อตัวศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบอยู่มากยิ่งขึ้น

นอกจากนั้นการที่แฟนคลับมีจินตนาต่อภาพของศิลปินอย่างชัดเจน โดยถ่ายทอดผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นนั้น อาจมีผลต่อการที่ต้นสังกัด หรือผู้ผลิตงาน (ด้านการตลาด) จะใช้กำหนดภาพลักษณ์ของศิลปินนั้นๆต่อไปในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการทำผลงานในรูปแบบยูนิต (unit) หรืองานโซโล่ (solo) ก็ตาม อีกทั้งรูปแบบการใช้สื่อของกลุ่มแฟนคลับยังมีผลต่อต้นสังกัด หรือผู้ผลิตผลงานในการเลือกใช้ช่องทางเพื่อสื่อสารกับกลุ่มแฟนคลับที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของผลงานให้ได้ผลสำเร็จมากที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” ผู้วิจัยเกิดข้อเสนอแนะอันจะนำไปสู่การพัฒนา ดังนี้

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงมิติของพื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนในสังคมปัจจุบัน ซึ่งให้เห็นได้ว่า แม้หลายอย่างจะมีการเปลี่ยนแปลงไปแต่พื้นที่สาธารณะยังคงเป็นพื้นที่ที่ทรงพลัง และมีคุณค่าต่อกลุ่มคนในสังคม การศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อ บทบาทพื้นที่ สาธารณะกับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป หากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำการศึกษาถึง แนวทางการใช้พื้นที่สาธารณะให้ก่อเกิดเป็นพลังในด้านบวกได้ อาจทำให้สังคมไทยสามารถ ขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ในอนาคต

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะช่วยพัฒนาสื่อประเภท ดี.ไอ.วาย.มีเดีย (D.I.Y. Media) ซึ่ง สร้างสรรค์แก่คนรุ่นใหม่ ให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อที่เข้าสู่ยุคแห่งการพัฒนาและเปลี่ยนแปลง โดยงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายเป็นงานเขียนที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นจนหลายเรื่องสามารถนำไปตีพิมพ์ เป็นเล่มและมียอดการสั่งจองผลงานที่ชัดเจน แสดงให้เห็นถึงความสนใจของวัยรุ่นและเยาวชนที่ ยังคงมีต่อการอ่านและการเขียนอยู่ ดังนั้นควรมีการสนับสนุน ส่งเสริม หรือมีการยกระดับคุณภาพ งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายในฐานะงานเขียนประเภทหนึ่งสำหรับเยาวชน มีการจัดการประกวดงาน เขียนแฟนฟิคชั่น และแฟนฟิคชั่นวายในฐานะวรรณกรรมประเภทหนึ่งสำหรับเยาวชน เพื่อเป็นการ กระตุ้นความสนใจของเยาวชนต่อวงการวรรณกรรม และเป็นการเปิดโอกาสเพื่อพัฒนาศักยภาพ ของเยาวชนในอีกทางหนึ่งด้วย

3. การศึกษาครั้งนี้หวังสร้างความเข้าใจในสถานะของสื่อทางเลือกรวมของกลุ่มแฟนคลับ ศิลปินเกาหลี โดยการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายเพื่อลบภาพ ความเข้าใจผิดที่มีต่องานเขียนแนวชายรักชายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย จากการ ถูกนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศ

ข้อเสนอแนะด้านการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคม ออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan Fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” ทำให้ผู้วิจัยเห็น ว่ายังมีประเด็นที่น่าสนใจศึกษาหรือต่อยอดจากงานวิจัยดังนี้

1. เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และทำการศึกษากลุ่มแฟนคลับ เกาหลีในสังคมไทยที่มีสถานะเป็นผู้เขียน ดังนั้นการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการทำการวิจัยเชิง ปริมาณ (Quantitative research) โดยศึกษากลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในฐานะผู้อ่านงานเขียน แฟนฟิคชั่นวายมีอิทธิพลต่อความคิดและส่งผลกับกลุ่มแฟนคลับในทิศทางใด และส่งผลต่อ สังคมไทยอย่างไร

2. จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้เห็นถึงภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนไปอย่างชัดเจนทั้ง ในแง่ของสื่อ รวมไปถึงคอนเทนท์ และอำนาจในการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารที่ส่งผลไปถึง

ผู้ผลิตสื่อที่ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆที่เพิ่มมากขึ้นกว่าอดีต ดังนั้นการทำวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาภูมิทัศน์สื่อในแง่มุมอื่นๆ เช่น ความนิยมของผู้บริโภคสื่อในแต่ละแพลตฟอร์มขึ้นอยู่กับปัจจัยใดบ้าง หรือ การนำเสนอเนื้อหาชนิดเดียวกันของสื่อในแต่ละแพลตฟอร์มมีลักษณะอย่างไร

3.ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับสื่อประเภท ดี.ไอ.วาย.มีเดีย (D.I.Y. Media) ชนิดอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น OPV (Original Promotional Videos หรือบางทีก็เรียกว่า Other People's Videos) ซึ่งเป็นการสร้างสรรค์ผลงานให้กับ ศิลปิน โดยกลุ่มแฟนคลับ โดยรูปแบบการทำมีทั้งการนำเอาคลิปหรือภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่งต่าง ๆ ของศิลปินมาเรียงเรียงตัดต่อประกอบเพลง รวมถึงการถ่ายทำเป็นเรื่องราวเช่นเดียวกับการถ่ายทำมิวสิกวิดีโอ เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงมิติของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปสู่บทบาทของ Prosumers ได้มากยิ่งขึ้น





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ, ภัทรา นุรารักษ์ และ ตปากร พุชเกษ. (2555). *สื่อที่ใช้ของใครที่ชอบ : การ์ตูนโทรทัศน์ท้องถิ่น แฟนคลับ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ศูนย์สหวิทยาการชุมชนศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- กอบชัย ศักดาวงศ์ศิริวิมล. (2552). *การสื่อสารเพื่อการสร้างพื้นที่สาธารณะของวัฒนธรรมย่อย Cos'Play* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เขมทัต พิพิชชนาบรรพ์. (2551). *การแต่งคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย กับการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยและบทบาทสื่อ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เคนท์ เวอร์โทม และเอียน เฟินวิก. (2551). *เปิดโลกนิวมมีเดียและการตลาดดิจิทัล*. [Digimarketing : the essential guide to new media & digital marketing] (ณงัดักษณ์ จารุวัฒน์, ประภัสสรวรรณสถิตย์) .กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.
- จักรกฤษณ์ มะสะพันธ์. (2551). *รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog กรณีศึกษา : Bloggang และ OK Nation Blog* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- จิราวรรณ นันทพงศ์. (2552). *บทบาทของการสื่อสารกับการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเดินบีบอยในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จตุมาศ เกลี้ยงเกล้า และ พรทิพย์ เย็นจะบก. (2556). *ภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินเกาหลีใต้ผ่านสื่อใหม่และพฤติกรรมแฟนคลับ*(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ญาณานธร เจียรรัตนกุล. (2550). *YAOI : การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล กล้าทุกวัน (บ.ก.).(2555).*มาราธอน: อินเทอร์เน็ต การเมือง วัฒนธรรม ฉบับออกตัว*. กรุงเทพฯ: เครือข่ายพลเมืองเน็ต.

บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย.(2554).บทกระชับความเข้าใจเรื่องพื้นที่สาธารณะและการสื่อสาร. ใน *สื่อเก่า สื่อใหม่ ใจเชื่อมร้อย*.กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

ภัทรนันท์ หนูนุกักดี. (2550). *แฟนคลับ : กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมสมาชิก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ภาสกร จิตรไคร์รวณ. (2553). *เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. บัณฑิตศึกษา. สาขาวิชานิติศาสตร์.(2556).*ปรัชญานิเทศศาสตร์ และทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 8-15* (พิมพ์ครั้งที่5).มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

รจิตลักษณ์ แสงอุไร.(2548). *การสื่อสารของมนุษย์*.กรุงเทพฯ: นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์.(2542). *มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วรุตม์ โอนพรัตน์วิบูล. (2553). *ปัจจัยในการสื่อสารและการก่อตัวในการชำระรักษาของกลุ่มแฟนคลับของสโมสรฟุตบอลในไทยพรีเมียร์ลีก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

โสรัจจ์ หงศ์ลดารมภ์. (2555). *ตัวตนออนไลน์.ใน นฤมล กล้าทุกวัน(บ.ก.), มารารอน:อินเทอร์เน็ต การเมือง วัฒนธรรม ฉบับออกตัว* (น.384-391). กรุงเทพฯ: เครือข่ายพลเมืองเน็ต.

ศุภิสรา นิ่มครุฑ.(2560).*กระบวนการสื่อสาร การสร้างเครือข่ายและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงของแฟนคลับเกาหลีผ่านสื่อทวิตเตอร์ กรณีศึกษา : ศิลปินวงทงบังชินกิ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อรนันท์ คำภา. (2556). *เครือข่ายสังคมออนไลน์*. ค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2559. จาก

<https://oranankph.wordpress.com>.

ภาษาต่างประเทศ

- Berger, A. A. (2007). *Media and society: a critical perspectives*. (2nd ed.). Maryland: Rowman & Littlefield.
- Eugenia, Siapera. (2012). *Understanding New Media*. London: Sage Publications.
- Garnham, N. (1995). "The media and the public sphere" in Oliver Boyd-Barrett & Chris Newbold (eds.) *Approaches to Media*. Arnold
- Kevin, Kawamoto. (1997). *Digital Journalism: Emerging Media and the Changing Horizons of Journalism*. United State of America: Rowman&Littlefield Publishers.
- Livingstone, S., and Lunt, P. (1994) *The mass media, democracy and the public sphere*. In *Talk on Television: Audience participation and public debate*. London: Routledge.
- McQuail, Denis. (2005). *McQuail's mass communication theory*. London: Sage.
- Michele, Knobel., Colin, Lankshear.(2010). *DIY media: creating, sharing and learning with new technologies*. New York: Peter Lang Publishing.
- Hall, Stuart., Tony, Jefferson. (1993). *Resistance Through Rituals: Youth Subcultures in Post-War Britain*. New York: Routledge.
- Henry, Henkins. (2013). *Textual poachers :television fans and participatory culture* . New York: Routledge.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – นามสกุล
ประวัติการศึกษา

นางสาวกฤตยา ชันยาธเนศ
ปริญญาตรี ศิลปศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ
โปรแกรมวิชานิติศาสตร์ (วิทย์-โทรทัศน์)
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ปีการศึกษา 2552

