

# รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ ของงานเขียนแฟนฟิคชันวาย (Fan fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

กฤตยา ธีษยานนท์\*  
ฐิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน\*\*

## บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชันวาย (Fan fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษารูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชันวาย (Fan fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย และศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชันวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Source)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นผู้เขียนแฟนฟิคชันวายเลือกแบ่งปันผลงาน โดยการลงงานเนื้อหาของงานเขียนแฟนฟิคชันวายในพื้นที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม จากนั้นผู้เขียนจะใช้สื่อทวิตเตอร์และสื่อเฟซบุ๊กเพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับการอัปเดตผลงานให้กับกลุ่มแฟนคลับที่เป็นผู้อ่านได้ทราบ เมื่อกลุ่มแฟนคลับซึ่งเป็นผู้อ่านได้รับข้อมูลจากทวิตเตอร์ หรือเฟซบุ๊กแล้ว กลุ่มผู้อ่านก็จะกลับเข้าสู่การใช้พื้นที่ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมอีกครั้ง โดยรูปแบบการสื่อสารทำให้เห็นถึงการสื่อสารในแนวระนาบหรือแนวนอน คือเป็นการสื่อสารที่อยู่ในระดับเดียวกัน สำหรับบทบาทของแฟนฟิคชันวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย แฟนฟิคชันวายมีบทบาทเป็นพื้นที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบอะไรเหมือน ๆ กัน เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างแฟนคลับ สร้างความผูกพันระหว่างแฟนคลับด้วยกันทำให้เกิดการทำกิจกรรมบนพื้นที่ทางกายภาพจริง ๆ ร่วมกันอย่างการจัดกิจกรรมตลาดฟิค จนรวมไปถึงกิจกรรมอื่น ๆ และอีกหนึ่งบทบาทสำคัญ คือ แฟนฟิคชันวายมีผลต่อความรู้สึกทางอารมณ์ของแฟนคลับ ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินได้มากยิ่งขึ้น ก่อเกิดความรักความผูกพันต่อตัวศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบอยู่มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังมีผลต่อการกำหนดภาพลักษณ์ของศิลปินเกาหลีในปัจจุบันอีกด้วย

\* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์

\*\* อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

## 1. บทนำ

เมื่อเข้าสู่ยุคของสื่อสังคมออนไลน์ ผู้คนสามารถเข้าถึงสื่อได้ง่ายขึ้น ทั้งในแง่ของการเป็นผู้รับสาร รวมถึงการเป็นผู้ส่งสาร หรือผู้ผลิตสาร เทคโนโลยีที่เข้าถึงได้ง่ายขึ้นนำมาสู่การพัฒนาบทบาทของแฟนคลับกลุ่มต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงบทบาทจากผู้รับสาร มาเป็นผู้ส่งสาร (ผู้ผลิตสาร) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ประโยชน์ในพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนร่วมในการทำสื่อของตนเองขึ้นที่เรียกว่า การทำสื่อแบบ “Do-It-Yourself” หรือ “D.I.Y. MEDIA” สำหรับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีชื่อ D.I.Y. MEDIA ที่นิยมสร้างกันมากที่สุดชนิดหนึ่งก็คือ แฟนฟิคชั่น (Fan fiction) และแฟนฟิคชั่นวาย (Fan fiction Y) ซึ่งถือเป็นงานที่มีความเฉพาะกลุ่มสูง โดยในส่วนของงานแฟนฟิคชั่นวายนั้นจะเป็นการเล่าเรื่องในลักษณะชายรักชาย คือ มีตัวเอกเป็นผู้ชายซึ่งจะถูกเขียนให้มีความสัมพันธ์กับผู้ชายด้วยกัน ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีโดยเฉพาะศิลปินกลุ่ม (Boyband) เนื่องจากบุคลิกลักษณะ ผิวพรรณของและการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกันของศิลปินเกาหลีเหล่านั้นซึ่งอยู่ในสายตาของกลุ่มแฟนคลับที่เฝ้าติดตาม ทำให้จากของการติดตามผลงานของศิลปินที่ชื่นชอบ ผสานกับจินตนาการนำมาสู่การสร้างเนื้อหาสื่อขึ้นมาด้วยตัวเอง แต่งเติมเรื่องราวด้วยความรักและชอบตามความพึงพอใจ แบ่งปันผลงานในกลุ่มคนคอเดียวกัน ทำให้เกิดเป็นสื่อที่มีความเฉพาะกลุ่ม สำหรับแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีเป็นถือเป็นกลุ่มที่สามารถสร้างพื้นที่ของตัวเองขึ้นมาได้อย่างชัดเจน เป็นอีกหนึ่งสื่อที่แสดงถึงมิติของผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เป็นอำนาจใหม่ของผู้รับสาร และแสดงให้เห็นถึงมิติใหม่ของการสื่อสาร อีกทั้งในประเทศไทยยังไม่เคยมีงานที่ศึกษาในสื่อชนิดนี้อย่างจริงจัง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย รวมไปถึงบทบาทของแฟนฟิคชั่นวายในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยนั้นว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร

## 2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan fiction Y) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย
2. เพื่อศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

## 3. แนวคิดและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) เจอร์เกน ฮาเบอร์มาส (Jurgen Habermas) ได้นิยามว่า แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความรู้สึกเป็นส่วนรวม” (sense of public) เป็น “การปฏิบัติการทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย” (cultural-embedded social practice) ซึ่งเห็นได้ชัดเจนว่ายิ่งสังคมใหญ่ขึ้น ผู้คนจำนวนมากขึ้น ยิ่งต้องการพื้นที่เพื่อสื่อสาร หรือทำความเข้าใจ พูดคุย แบ่งปันเรื่องราวต่างๆ แก่กัน ดังนั้นพื้นที่สาธารณะจึงเหมาะแก่การจะทำหน้าที่ให้สมาชิกส่วนต่างๆ ในสังคมได้มีโอกาสในการใช้พื้นที่ทำกิจกรรมดังกล่าวนี้ร่วมกัน และพื้นที่สาธารณะที่

เป็นที่นิยมและยอมรับกันในปัจจุบัน คือ สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นการปฏิบัติการทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของยุคสมัยนี้

**แนวคิดสื่อใหม่และเครือข่ายสังคมออนไลน์ (New Media and Social Network)** สื่อใหม่ (New Media) เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยีจากระบบอนาล็อก มาสู่ระบบดิจิทัล ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน สามารถตอบสนองต่อความต้องการทางข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว และมีอิสระ และด้วยความอิสระจึงทำให้ผู้ใช้สื่อใหม่และสื่อสังคมออนไลน์สามารถพัฒนาบทบาทของตัวเองให้ไปได้ไกลกว่าการเป็นเพียงแค่ผู้บริโภคสื่อเท่านั้น หากแต่ในปัจจุบันมิติของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่บทบาทของ Prosumers ได้อย่างชัดเจนและมากยิ่งขึ้น

**แนวคิดวัฒนธรรมย่อย (Subculture)** Hall and Jefferson (1993) ให้ความหมายไว้ว่า “วัฒนธรรมย่อย” เป็นวิธีการที่กลุ่มย่อยใช้จัดการกับวัตถุและวิถีชีวิตด้านอื่น ๆ ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ ของสังคม โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้าง อัตลักษณ์ เป็นวิธีการปฏิบัติของกลุ่มที่ดำเนินไปอย่างมีความหมาย และมีสำนึก ไม่ว่าจะเป็น วัตถุ ความสัมพันธ์ ระบบค่านิยม ระบบความเชื่อ ล้วนแต่มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ซึ่งสำหรับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายนั้น ถือเป็นสื่อของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอย่างกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของสมาชิกภายในกลุ่มที่เห็นได้อย่างชัดเจนด้วยความเป็นสื่อที่มีความเฉพาะกลุ่ม

**แนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fans)** Jenkins (1992) กล่าวว่า “แฟน” มักถูกพิจารณาว่าเป็นผู้ที่มีความชอบที่ผิดปกติ มีรสนิยมความชื่นชอบที่มากเกินไป คำว่าแฟนมักจะถูกมองและให้ความหมายโดยบุคคลอื่น และมักจะมองว่าพวกเขาเป็นพวกที่อันตราย บ่อยครั้งที่มีความหลงใหลจนนำไปสู่ความรุนแรง ซึ่ง Jenkins เห็นว่าทัศนะเช่นนี้เป็นการตัดสินจากมุมมองของคนชั้นสูง และเป็นความเชื่อที่ขาดความเคารพต่อวิถีชีวิตที่ธรรมดาสามัญ ซึ่งหากพิจารณาดี ๆ แล้วกลุ่มแฟนคลับก็คือกลุ่มคนที่ชื่นชอบอะไรเหมือนกัน โดยที่ความต้องการแสดงความรู้สึกออกไปให้ผู้ที่ตนชื่นชอบได้รับรู้ จึงทำให้เกิดเป็นพฤติกรรมหรือรูปแบบที่มีความเฉพาะในการแสดงออกทางความรัก เช่น การกรีดร้อง หรือการจับคู่ให้กับศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบ (คู่ชิป) การแต่งแฟนฟิคชั่น และแฟนฟิคชั่นวาย เพื่อที่จะสามารถกำหนดเรื่องราวของศิลปินที่ตนชื่นชอบได้ตามต้องการ

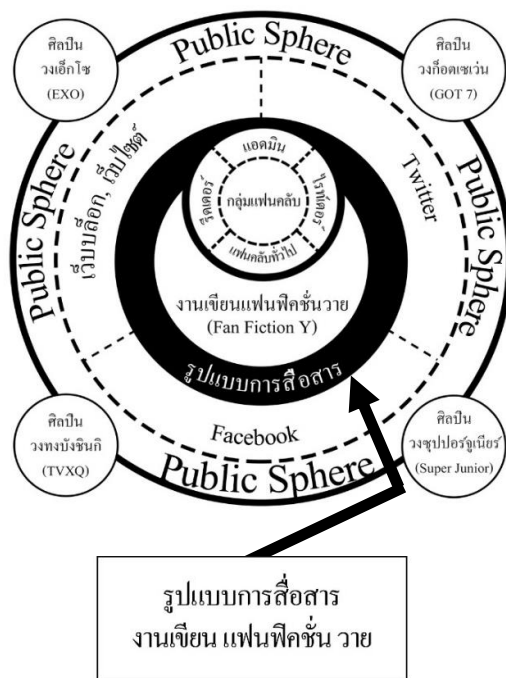
#### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ภัทนันท์ หนูนภักดิ์ (2550) ศึกษาเรื่อง “แฟนคลับ : กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมสมาชิก” พบว่า กลุ่มแฟนคลับคือคนที่ชื่นชอบในตัวศิลปินเดียวกัน รวมกลุ่มกันสร้างเพื่อนที่ในสังคมเพื่อแสดงถึงตัวตนสมาชิกแฟนคลับเสมือนเป็นเครื่องต่อรองและเรียกร้องการกระทำตอบที่เหมาะสมจากคนในสังคม โดยมีเว็บไซต์คลับเป็น “ศูนย์กลาง” ในการขับเคลื่อนกลุ่ม ในส่วนของพฤติกรรมผลการศึกษาคือ สมาชิกจะมีการนำเสนอพฤติกรรมผ่านวิธีการที่เด่นชัด เช่น การกรีดร้อง การเฝ้าติดตาม การแต่งกายด้วยเครื่องแต่งกายคลับ โดยมี “สื่อ” เป็นปัจจัยสำคัญในการเผยแพร่และผลิตซ้ำภาพลักษณ์เหล่านั้น

รัตนาวัลี เกียรตินิยมศักดิ์ (2542) ศึกษาเรื่อง “มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ : กรณีศึกษา [www.pantip.com](http://www.pantip.com) และ [www.sanook.com](http://www.sanook.com)” พบว่า ลักษณะการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์นั้นเป็นเวทีเสวนาทางวัฒนธรรม (Cultural forum) ที่มีประเด็นตามความสนใจของ

ผู้ใช้งาน และยังมีลักษณะเป็นชุมชนเสมือน (Virtual community) ที่เกิดขึ้นขนานไปกับโลกของความเป็นจริง หน้าที่มีคุณลักษณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์ คือ การให้ข้อมูลสาธารณะ สดส่อง และดูแลสภาพแวดล้อม กระตุ้นเร้าและผลักดันเพื่อพัฒนาผลประโยชน์แห่งชาติ สร้างสายสัมพันธ์ ให้ความบันเทิง นอกจากนี้แล้วผู้ใช้งานยังใช้เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว เป็นแหล่งข้อมูลเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ เพื่อนำไปเป็นประโยชน์ต่อตนเอง และใช้เพื่อเป็นตัวกลางในการสร้างสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ

ญาณธร เจียรรัตนกุล (2550) “ศึกษาเรื่อง YAOI: การดูเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง” พบว่าแม้ว่าการศึกษานี้จะไม่สามารถนำเสนอความหลากหลายได้ทั้งหมดเนื่องจากข้อจำกัดของการศึกษา แต่การศึกษาในครั้งนี้ก็อาจจะเป็นส่วนหนึ่งในการขยายภาพเหมารวมของคนในที่มีเพียงหนึ่งเดียวให้หายไปจากการถูกนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศนั้น โดยผู้วิจัยนั้นเชื่อว่า YAOI ไม่ว่าจะถูกจำกัดความว่าเป็นสื่อทางเพศหรือไม่ แต่อย่างน้อยที่สุดก็นับว่าเป็นสื่อทางเลือกและพื้นที่อย่างหนึ่งที่มีผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

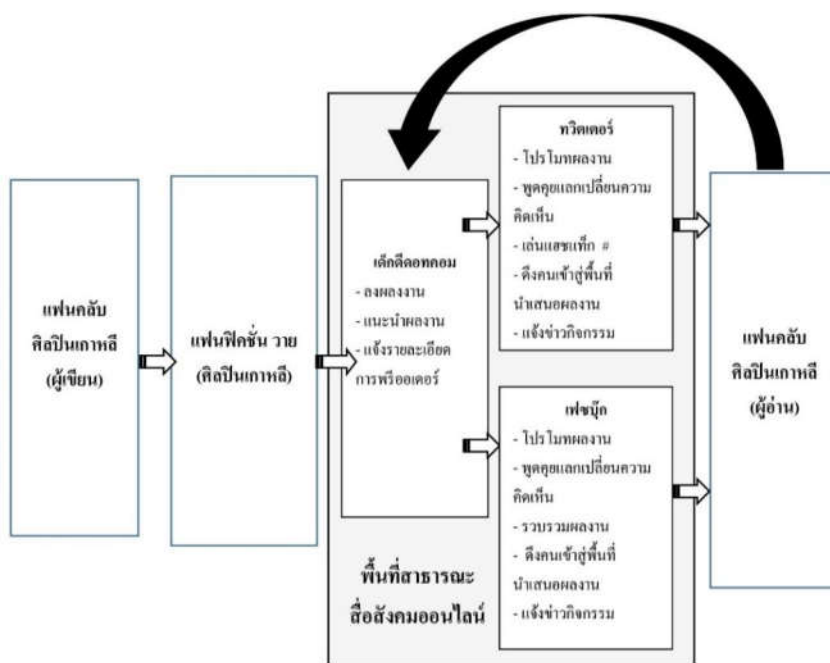
#### 4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ร่วมกับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Source)

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากประชากรสื่อสังคมออนไลน์ทั้งหมด โดยเกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากสำหรับการนำเสนองานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย ทำการเลือกศึกษาเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ 3 สื่อหลัก ได้แก่ เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม (www.dek-d.com) Facebook และ Twitter และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก แฟนคลับศิลปินเกาหลีที่มีสถานะเป็นผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายของศิลปินเกาหลี โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกจากกลุ่มผู้เขียนงานของศิลปินเกาหลีที่มีปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ เด็กดีดอทคอม (www.dek-d.com) มากที่สุด 4 วงด้วยกัน โดยทั้ง 4 วงได้แก่ วงเอ็กซ์ (EXO) วงซูเปอร์ จูเนียร์ (Super Junior) วงก๊อตเซเวน (GOT7) และวงทงบังชินกิ (TVXQ) ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการนำเสนอแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description)

#### 5. สรุปผลการวิจัย และอภิปรายผลการวิจัย

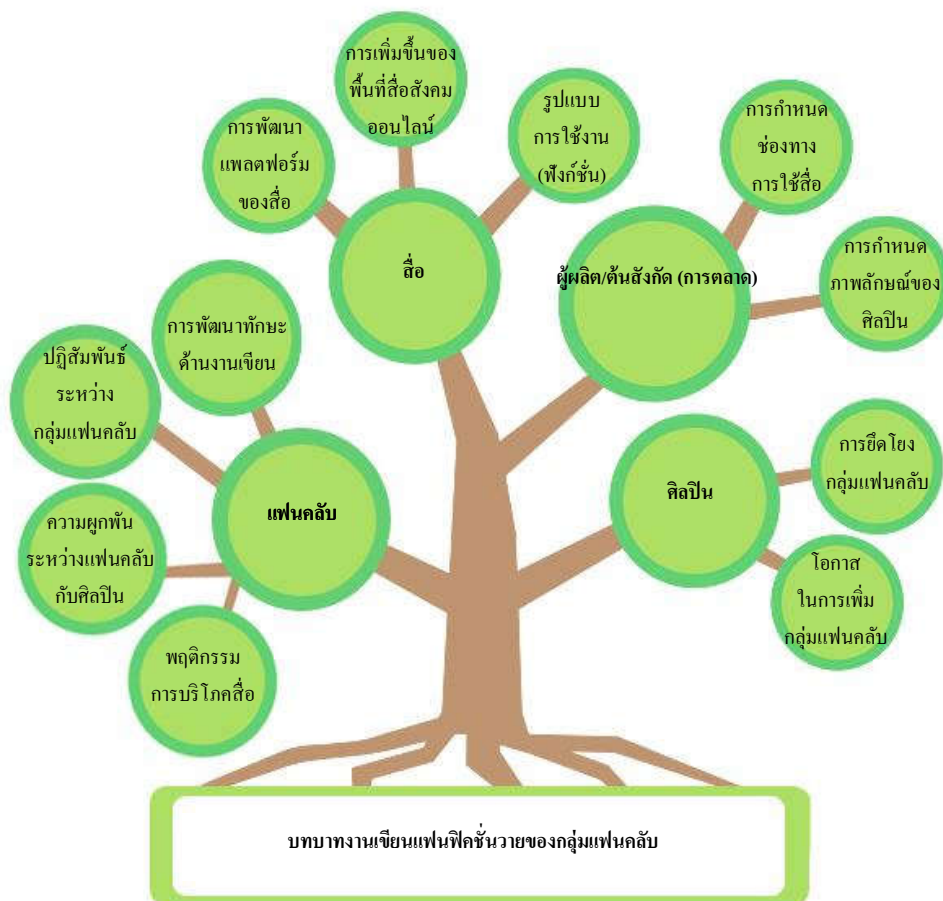
5.1 รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ (Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟน ฟิคชั่น วาย (Fan fiction Y)



ภาพที่ 2 แผนผังรูปแบบการสื่อสารสื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย

จากการวิจัยรูปแบบการสื่อสารงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย พบว่า กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เป็นผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายเลือกใช้พื้นที่เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมในการแบ่งปันผลงาน แนะนำพูดคุยเกี่ยวกับผลงาน รวมถึงกรณีของการตีพิมพ์ผลงานเป็นเล่มนั้น ก็ยังมีการใช้พื้นที่ของเด็กดีดอทคอมในการแจกแจงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลงาน และข้อมูลเกี่ยวกับการพรีออเดอร์ผลงานอีกด้วย จากนั้นผู้เขียนจะใช้สื่อทวิตเตอร์และสื่อเฟซบุ๊กเพื่อแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับผลงานให้กับกลุ่มแฟนคลับที่เป็นผู้อ่านได้ทราบ เมื่อกลุ่มแฟนคลับซึ่งเป็นผู้อ่านได้รับข้อมูลจากทวิตเตอร์ หรือเฟซบุ๊กแล้ว กลุ่มผู้อ่านก็จะกลับเข้าสู่การใช้พื้นที่ในเว็บไซต์เด็กดีดอทคอมอีกครั้งเพื่อเสพความบันเทิงจากสื่อทางเลือกชนิดนี้ที่ตนชื่นชอบร่วมกัน

### 5.2 บทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย (Fan fiction Y) ในฐานะพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย



ภาพที่ 3 แผนผังบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย

จากแผนผังข้างต้นจะเห็นได้ว่า บทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทยนั้น สามารถแบ่งออกได้ 4 ด้านด้วยกัน ได้แก่

#### 1) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อแฟนคลับ

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

1.2) ความผูกพันระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน คือ ปกติแฟนคลับจะสามารถติดตามผลงานของศิลปินได้เฉพาะช่วงเวลาที่ศิลปินมีผลงาน (เดบิวท์) เท่านั้น ทำให้ช่วงเวลาที่พักจากการทัวร์คอนเสิร์ตหรือช่วงเวลาที่กำลังเตรียมผลงานใหม่นั้น อาจเกิดช่องว่างระหว่างแฟนคลับกับศิลปินขึ้น แต่งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เขียนขึ้นโดยแฟนคลับนั้น จะเป็นอีกหนึ่งสื่อที่ทำให้แฟนคลับรู้สึกที่ศิลปินที่ตนชื่นชอบนั้นไม่ได้ห่างหายไป และยังคงติดตามเรื่องราวของศิลปินได้อย่างต่อเนื่องเรื่อย ๆ แฟนฟิคชั่นวายมีผลต่อความรู้สึกทางอารมณ์ของแฟนคลับ ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินได้มากยิ่งขึ้น ก่อเกิดความรักความผูกพันต่อตัวศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบมากยิ่งขึ้น

1.3) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับ คือ แฟนฟิคชั่นวายมีบทบาทเป็นพื้นที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบอะไรเหมือนกัน เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างแฟนคลับ สร้างความผูกพันระหว่างแฟนคลับด้วยกันทำให้เกิดการทำกิจกรรมบนพื้นที่ทางกายภาพจริง ๆ ร่วมกันอย่างการจัดกิจกรรมตลาดนัด จนรวมไปถึงกิจกรรมอื่น ๆ

1.4) การพัฒนาทักษะด้านงานเขียน คือ งานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เป็นจุดเริ่มต้นของการฝึกฝนทักษะทางการเขียนของแฟนคลับศิลปินเกาหลีหลายคน ซึ่งจากการศึกษาข้อมูลพบว่างานเขียนแฟนฟิคชั่นวายหลาย ๆ เรื่องถูกเขียนขึ้นโดยผู้เขียนหน้าใหม่ ๆ ซึ่งเพิ่งลองเขียนเป็นครั้งแรก เนื่องจากได้แรงบันดาลใจจากการติดตามผลงานของศิลปิน หรือการติดตามงานเขียนของกลุ่มคนคอเดียวกันจนมีความสนใจที่อยากจะลองเขียนผลงานด้วยตัวเองเพื่อแบ่งปันจินตนาการและมุมมองที่มีต่อศิลปินให้กับคนอื่น ๆ ได้อ่านเช่นกัน ซึ่งพื้นที่ตรงนี้ถือว่าเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสสำหรับผู้ที่อยากลองเขียนผลงานของตัวเองได้อย่างเต็มที่โดยไม่ได้ปิดกั้น อีกทั้งยังมีโอกาสได้รับคำแนะนำ หรือแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านงานเขียนจากการแสดงความคิดเห็นของผู้อ่านได้อีกด้วย ถือว่าเป็นพื้นที่ที่สามารถใช้พัฒนาทักษะการเขียนที่น่าสนใจอีกพื้นที่หนึ่ง

#### 2) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อสื่อ

2.1) รูปแบบการใช้งาน(ฟังก์ชัน) คือ การที่สื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้ครอบคลุมมากที่สุดย่อมเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการ ในขณะที่ผู้ใช้งานสามารถสื่อสารข้อมูลหรือข้อความผ่านตัวอักษรแล้วนั้น หากสามารถเพิ่มการนำเสนอไฟล์วิดีโอ หรือคลิปเสียง เพื่อ

ประกอบการสื่อสารได้ด้วยในคราวเดียวกันย่อมก่อให้เกิดความสะดวกแก่ผู้ใช้งานมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เว็บไซต์เด็กดีดอทคอมนอกจากเป็นสื่อที่เชื่อมโยงหลายๆสื่อเข้ามาเพื่อใช้งานร่วมกัน ยังสามารถใช้งานได้พร้อมๆกันอีกด้วย อย่างการอ่านแฟนฟิคชั่นวายที่บางเรื่องผู้เขียนมีแรงบันดาลใจในการเขียนเรื่องราวจากเพลงๆหนึ่ง และเพื่อต้องการให้ผู้อ่านรับรู้อารมณ์ได้ตรงกันผู้เขียนจึงมีการใส่เพลงให้มีการเล่นอัตโนมัติทันทีที่ผู้อ่านกดเข้ามาสู่เรื่องนั้นๆ หรือการแนบคลิปวิดีโอจาก YouTube เพื่อให้ผู้อ่านเปิดฟังเพลง หรือดู OPV ที่จัดทำขึ้นเพื่อประกอบงานเขียนเรื่องนั้นๆ เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการให้บริการพื้นที่ที่สร้างประสบการณ์ในการใช้สื่อที่น่าสนใจและตอบสนองผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี

2.2) การเพิ่มขึ้นของพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ คือ เห็นได้ชัดเจนจากการจัดหมวดหมู่ประเภทของงานเขียนแฟนฟิคชั่นที่มีการจัดพื้นที่ให้ผู้ใช้งานได้ใช้งานอย่างชัดเจน จนรวมไปถึงการเปิดพื้นที่สำหรับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายบนเว็บไซต์ และแอปพลิเคชันสำหรับงานเขียนอีกหลายแหล่งด้วยกัน เช่น ธีญวลัย หรือจอยลดดา ที่เพิ่งเปิดให้บริการได้ไม่นาน เป็นต้น

2.3) การพัฒนาแพลตฟอร์มของสื่อ คือ จากสื่อออนไลน์ที่เปิดให้บริการบนเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ตพัฒนาไปสู่การเป็นแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ซึ่งเป็นการพัฒนาช่องทางการใช้งานให้กับผู้ใช้บริการสื่อ สามารถรองรับการใช้งานของผู้ใช้บริการได้หลากหลาย เช่น การพัฒนาของเว็บไซต์ที่เปิดให้บริการพื้นที่สำหรับงานเขียน หรือนิยายอย่าง เว็บไซต์เด็กดีดอทคอม เว็บไซต์ธีญวลัย เว็บไซต์จอยลดดา ลู่การพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันเพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สร้างความสะดวกในการใช้งานให้แก่ผู้ใช้บริการ เป็นต้น

### 3) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อผู้ผลิต/ต้นสังกัด (การตลาด)

3.1) การกำหนดภาพลักษณ์ของศิลปิน คือ ภาพลักษณ์ของศิลปินที่ทางต้นสังกัดต้องการนำเสนออาจจะต้องสอดคล้อง หรือตรงกับภาพลักษณ์ของศิลปินที่แฟนคลับชื่นชอบหรือคาดหวังไว้ เพื่อให้เป็นที่พึงพอใจและได้รับการตอบรับจากแฟนคลับให้มากที่สุด ในทางการตลาดอาจจะต้องสำรวจความชื่นชอบ หรือกระแสความต้องการของแฟนคลับ ซึ่งงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สามารถบอกถึงกระแสความสนใจของแฟนคลับได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่างเช่น หากสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการทำการโฆษณาโดยมีการใช้พรินเตอร์เป็นศิลปินเกาหลี แต่ไม่ได้ตั้งใจใช้ศิลปินทั้งวง อาจจะพิจารณาจากคู่ศิลปินที่ได้รับความนิยม หรือชื่นชอบจากแฟนๆในขณะนั้น อย่างวง GOT7 ก็อาจจะเลือกมาร์คมาเป็นพรินเตอร์คู่กับแบมแบม หรือวง EXO ก็อาจจะเลือกชานยอลมาเป็นพรินเตอร์คู่กับแบคฮยอน เป็นต้น

3.2) การกำหนดช่องทางการใช้สื่อ คือ งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายสามารถเป็นอีกหนึ่งโมเดลในการศึกษาการใช้งานสื่อของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี เพื่อให้สามารถเลือกใช้สื่อได้ตรงตามพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มแฟนคลับได้มากที่สุด ยกตัวอย่างเช่นเช่น ในปัจจุบันทางต้นสังกัด หรือผู้ผลิตผลงานของศิลปินเกาหลี มีการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์อย่าง วีไลฟ์ (V Live) ที่มีทั้งช่องทางการติดตามทั้งในอินเทอร์เน็ตและในแอปพลิเคชันเพื่อโปรโมทผลงานของศิลปิน หรือบางครั้งมีการจัดทำรายการพิเศษ ทีเซอร์ เพื่อนำเสนอทางช่องทางดังกล่าว อีกทั้งยังมีการไลฟ์สดของศิลปินเพื่อตอบโต้



พูดคุยกับแฟนคลับพร้อมกันได้ทั่วโลกอีกด้วย เป็นต้น ซึ่งรูปแบบการใช้สื่อของแฟนคลับจะมีส่วนในการกำหนดแผนงานการโปรโมทผลงานของศิลปินเช่นกัน

#### 4) บทบาทงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีต่อศิลปิน

4.1) การยึดโยงกลุ่มแฟนคลับ คือ แฟนฟิคชั่นวายมีผลต่อความรู้สึกทางอารมณ์ของแฟนคลับ ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินได้มากยิ่งขึ้น ก่อเกิดความรักความผูกพันต่อตัวศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบอยู่มากยิ่งขึ้น ซึ่งโดยปกติแฟนคลับจะสามารถติดตามผลงานของศิลปินได้เฉพาะช่วงเวลาที่ศิลปินมีผลงาน (เดบิวท์) เท่านั้น ทำให้ช่วงเวลาที่พักจากการทัวร์คอนเสิร์ต หรือช่วงเวลาที่กำลังเตรียมผลงานใหม่นั้น อาจจะเกิดช่องว่างระหว่างแฟนคลับกับศิลปินขึ้น แต่งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีที่เขียนขึ้นโดยแฟนคลับนั้น จะเป็นอีกหนึ่งสื่อที่ทำให้แฟนคลับรู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินที่ตนชื่นชอบนั้นไม่ได้ห่างหายไป และยังคงติดตามเรื่องราวของศิลปินได้อย่างต่อเนื่องเรื่อย ๆ มีส่วนในการช่วยยึดโยงแฟนคลับไว้กับศิลปิน

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

## 6. อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ(Public Sphere) สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวาย (Fan fiction Y) ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย” พบว่า “พื้นที่สาธารณะ” ตามทัศนะของฮาเบอร์มาสนั้น เขาได้นิยามว่า แนวคิดเรื่องพื้นที่สาธารณะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ “ความรู้สึกเป็นส่วนรวม” (sense of public) แนวคิดนี้มีได้มีลักษณะเลื่อนลอยเป็นนามธรรม หากทว่าเป็น “การปฏิบัติทางสังคมที่ฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย” (cultural-embedded social practice) (กาญจนา แก้วเทพ, 2553) ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับผลจากการวิจัยที่พบว่า ในยุคของการสื่อสารออนไลน์อย่างในปัจจุบัน ถือเป็นยุคที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ใช้สื่อสามารถที่จะเข้าถึงสื่อได้อย่างอิสระ ไม่มีเงื่อนไขของเรื่องระยะเวลา หรือแม้แต่สถานที่ จึงทำให้ยุคนี้จัดเป็นยุคที่ผู้รับสารมีอำนาจในการเลือกรับสื่อมากที่สุด กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีจึงมีพื้นที่ที่สามารถเข้าถึงข้อมูล แบ่งปันเรื่องราว หรือเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับศิลปินได้อย่างง่ายดายมากขึ้น ทำให้เห็นได้ว่ามิติของพื้นที่สาธารณะมีการแปรเปลี่ยนตามยุคสมัยและยังคงฝังตัวอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละยุคสมัย ตามแนวคิดของฮาเบอร์มาส

สำหรับรูปแบบการสื่อสารของงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายบนพื้นที่สาธารณะอย่างสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เห็นถึงรูปแบบการสื่อสารในแนวระนาบหรือแนวนอน (จากแฟนคลับสู่แฟนคลับด้วยกัน) ซึ่งเป็นรูปแบบการสื่อสารตามแนวคิดวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม โดย Henry Jenkins มองว่าเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น ทำให้การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคมีมากยิ่งขึ้น นอกจากกลุ่มแฟนคลับจะมีส่วนร่วมในการต่อรอง

อำนาจกับทางผู้ผลิตแล้ว ยังรวมไปถึงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมระหว่างแฟนด้วยกันเองภายในกลุ่มอีกด้วย

จากผลการวิจัยจะสังเกตได้ว่า ผู้เขียนแฟนฟิคชั่นวายให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์เป็นอย่างมากเพราะสื่อสังคมออนไลน์ไม่ใช่เพียงแค่พื้นที่สำหรับผลงาน หรือเพียงเพื่อโปรโมทผลงานแต่เพียงเท่านั้น แต่พื้นที่สาธารณะบนสื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นพื้นที่ที่ทำให้เกิดการพูดคุย แลกเปลี่ยน แบ่งปัน รวมไปถึงเป็นพื้นที่ในการรวมตัวกันของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี โดยเฉพาะพื้นที่แฟนเพจ หรือพื้นที่กลุ่มในเฟซบุ๊กที่จะเป็นเสมือนสื่อกลางระหว่างแฟนคลับศิลปินเกาหลีด้วยกันเอง สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง “กระบวนการสื่อสาร การสร้างเครือข่าย และการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีผ่านสื่อทวิตเตอร์ กรณีศึกษา : ศิลปินวงทงบังชินกิ” ของศุภิสรา นิมครุฑ (2560) ได้อธิบายว่าสื่อใหม่ เป็นสื่อที่มีผลต่อการติดตามศิลปินของแฟนคลับวงทงบังชินกิ เพราะทำให้แฟนคลับสามารถค้นหาข้อมูลข่าวสารหรือความเคลื่อนไหวต่าง ๆ ของศิลปินที่ตนเองชื่นชอบได้อยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นยังเป็นสื่อที่ทำให้แฟนคลับเกิดการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายในสังคมออนไลน์อีกด้วย

ผู้วิจัยพบว่า เมื่อพื้นที่สาธารณะสื่อสังคมออนไลน์เปิดขึ้นทำให้แฟนคลับศิลปินเกาหลีได้รับโอกาสมากขึ้น โอกาสที่จะเข้าถึงสื่อ หรือพื้นที่ของสื่อมากยิ่งขึ้น โอกาสที่จะสร้างสื่อที่เป็นเสมือนสื่อทางเลือกของกลุ่ม และโอกาสในการตอบสนองความต้องการของตนเองและกลุ่มคนคอเดียวกัน

จากการวิจัยเพื่อศึกษาบทบาทของแฟนฟิคชั่นวาย ในฐานะพื้นที่สาธารณะของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย ผู้วิจัยพบว่า ถึงแม้ว่าแฟนจะถูกมองว่าเป็นคนที่ถูกใช้เพื่อการแสวงหาผลกำไรเท่านั้น แต่การรวมกลุ่มกันของแฟนที่ก่อเป็นกลุ่มแฟนคลับ หรือ กลุ่มแฟนดอมในปัจจุบันถือเป็นผู้ที่ผลิตวัฒนธรรมในแบบของตนขึ้นมา เป็นกลุ่มที่มีความคิดสร้างสรรค์ และกระตือรือร้น สามารถผลิตเรื่องราวหรือสื่อไว้ตอบสนองความพึงพอใจภายในกลุ่มของตนเอง และยังถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สามารถสร้างอำนาจต่อรองกับกลุ่มผู้ผลิตได้ด้วยการสร้างความหมายใหม่ให้กับศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบ ด้วยการพัฒนาบทบาทของผู้บริโภคไปสู่การเป็นผู้ผลิตผลงาน หรือ prosumers

นอกจากนี้ การศึกษาเรื่อง “YAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง” ของญาณธรร เจียรรัตนกุล (2550) ได้อธิบายว่า ลักษณะความสัมพันธ์แบบรักร่วมเพศ เซ็กส์โรติก (Erotic) หรือโรแมนติก (Romantic) ระหว่างชายกับชาย ซึ่งความหมายดังกล่าวไม่ได้กล่าวถึงความรักของชายรักร่วมเพศ (เกย์) แต่เป็นรูปแบบหนึ่งของความรักที่ “เหนือ” กว่าความรักระหว่างคนต่างเพศทั่วไป ผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ซึ่งผู้วิจัยพบว่ามีความสอดคล้องกับงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายของศิลปินเกาหลีที่ผู้เขียนและผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงเช่นเดียวกัน ถึงแม้ว่าตัวละครที่อ้างอิงถึงนั้นจะมีตัวตนเป็นศิลปินชายที่ตนเองชื่นชอบ แต่สำหรับกลุ่มแฟนคลับแล้วความสัมพันธ์แบบชายรักชายของสมาชิกในวงศิลปินที่ชอบกลับเป็นเรื่องที่ได้รับความนิยมจากแฟนคลับเป็นอย่างมาก ซึ่งงานเขียนแฟนฟิคชั่นวายที่มีเนื้อหาแบบชายรักชายนี้มีส่วนช่วยยึดโยงแฟนคลับเอาไว้กับศิลปินแม้ในขณะที่ศิลปินไม่มีผลงานผ่านทางสื่ออื่น ๆ ให้ติดตาม

จากผลการวิจัยจะสังเกตได้ว่า แฟนฟิคชั่นวายเกิดจากพื้นที่สาธารณะบนสื่อสังคมออนไลน์ โดยอาศัยแนวคิดวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมทำให้เกิดอำนาจ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือโอกาสของกลุ่มแฟนคลับ ที่จะ

มีฐานะเป็น prosumers หรือ เป็นผู้ผลิตผลงานขึ้นมาเองเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองและกลุ่มแฟนคลับด้วยกัน ซึ่งบทบาทของงานเขียนแฟนฟิคชั่นเวลานั้นนอกจากจะส่งผลต่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีแล้ว ยังส่งต่อการเปลี่ยนแปลงได้ในหลาย ๆ ด้าน เช่นกัน การเป็นพื้นที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบอะไรเหมือนกัน ยังเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างแฟนคลับ สร้างความผูกพันระหว่างแฟนคลับทั้งในฐานะผู้เขียนกับผู้อ่าน หรือในฐานะผู้อ่านด้วยกันที่ได้มีโอกาสมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นพูดคุยกัน ทำให้เกิดการทำกิจกรรมบนพื้นที่ทางกายภาพจริง ๆ ร่วมกันอย่างการจัดกิจกรรมตลาดฟิค จนวนรวมไปถึงกิจกรรมอื่น ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อเปิดโอกาสให้กลุ่มแฟนคลับได้มีโอกาสพบเจอกัน และอีกหนึ่งบทบาทสำคัญก็คือแฟนฟิคชั่นนวนายมีผลต่อความรู้สึกทางอารมณ์ของแฟนคลับ ทำให้รู้สึกใกล้ชิดกับศิลปินได้มากยิ่งขึ้น ก่อเกิดความรักความผูกพันต่อตัวศิลปินเกาหลีที่ชื่นชอบอยู่มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้การที่แฟนคลับมีจินตนาการต่อภาพของศิลปินอย่างชัดเจนโดยถ่ายทอดผ่านงานเขียนแฟนฟิคชั่นนั้น อาจมีผลต่อการที่ต้นสังกัด หรือผู้ผลิตงาน (ด้านการตลาด) จะใช้กำหนดภาพลักษณ์ของศิลปินนั้น ๆ ต่อไปในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นการทำผลงานในรูปแบบยูนิต (unit) หรืองานโซโล่ (solo) ก็ตาม อีกทั้งรูปแบบการใช้สื่อของกลุ่มแฟนคลับยังมีผลต่อต้นสังกัด หรือผู้ผลิตงานในการเลือกใช้ช่องทางเพื่อสื่อสารกับกลุ่มแฟนคลับที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของผลงานให้ได้ผลสำเร็จมากที่สุด

## 7. ข้อเสนอจากการวิจัย

### 7.1 ข้อเสนอแนะด้านการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) การศึกษาวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงมิติของพื้นที่สาธารณะของกลุ่มคนในสังคมปัจจุบัน ชี้ให้เห็นได้ว่า แม้หลาย ๆ อย่างจะมีการเปลี่ยนแปลงไปแต่พื้นที่สาธารณะยังคงเป็นพื้นที่ที่ทรงพลังและมีความสำคัญต่อกลุ่มคนในสังคม การศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้เกิดความเข้าใจต่อ บทบาทพื้นที่สาธารณะกับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงไป หากองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ทำการศึกษาถึงแนวทางการใช้พื้นที่สาธารณะให้ก่อเกิดเป็นพลังในด้านบวกได้ อาจทำให้สังคมไทยสามารถขับเคลื่อนไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้ในอนาคต

2) การศึกษาวิจัยครั้งนี้จะช่วยพัฒนาสื่อประเภท ดี.ไอ.วาย.มีเดีย (D.I.Y. Media) ซึ่งสร้างสรรค์แก่นรุ่นใหม่ ให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อที่เข้าสู่ยุคแห่งการพัฒนาและเปลี่ยนแปลง โดยงานเขียนแฟนฟิคชั่นนวนายเป็นงานเขียนที่นิยมในกลุ่มวัยรุ่นจนหลายเรื่องสามารถนำไปตีพิมพ์เป็นเล่มและมียอดการสั่งจองผลงานที่ชัดเจน แสดงให้เห็นถึงความสนใจของวัยรุ่นและเยาวชนที่ยังคงมีต่อการอ่านและการเขียนอยู่ ดังนั้นควรมีการสนับสนุน ส่งเสริม หรือมีการยกระดับคุณภาพงานเขียนแฟนฟิคชั่นนวนายในฐานะงานเขียนประเภทหนึ่งสำหรับเยาวชน มีการจัดการประกวดงานเขียนแฟนฟิคชั่น และแฟนฟิคชั่นนวนายในฐานะวรรณกรรมประเภทหนึ่งสำหรับเยาวชน เพื่อเป็นการกระตุ้นความสนใจของเยาวชนต่อวงการวรรณกรรม และเป็นการเปิดโอกาสเพื่อพัฒนาศักยภาพของเยาวชนในอีกทางหนึ่งด้วย

3) การศึกษาครั้งนี้หวังสร้างความเข้าใจในสถานะของสื่อทางเลือกของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี โดยการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงบทบาทของงานเขียนแฟนฟิคชั่นนวนายเพื่อลบภาพความเข้าใจผิดที่มีต่องานเขียนแนวชายรักชายของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมไทย จากการถูกนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศ

## 7.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ และทำการศึกษากลุ่มแฟนคลับเกาหลีในสังคมไทยที่มีสถานะเป็นผู้เขียน ดังนั้นการทำวิจัยครั้งต่อไปควรมีการทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยศึกษากลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในฐานะผู้อ่านว่างานเขียนแฟนฟิคชั่นวายมีอิทธิพลต่อความคิดและส่งผลกับกลุ่มแฟนคลับในทิศทางใด และส่งผลต่อสังคมไทยอย่างไร

2) จากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทำให้ได้เห็นถึงภูมิทัศน์ของสื่อที่เปลี่ยนไปอย่างชัดเจนทั้งในแง่ของสื่อ รวมไปถึงคอนเทนต์ และอำนาจในการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสารที่ส่งผลไปถึงผู้ผลิตสื่อที่ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่เพิ่มมากขึ้นกว่าอดีต ดังนั้นการทำวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษามิติทัศน์สื่อในแง่มุมอื่นๆ 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 ศิลปินโดยกลุ่มแฟนคลับ โดยรูปแบบการทำมีทั้งการนำเอาคลิปหรือภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่งต่างๆ ของศิลปินมาเรียบเรียงตัดต่อประกอบเพลง รวมถึงการถ่ายทำเป็นเรื่องราว เช่นเดียวกับการถ่ายทำมิวสิกวิดีโอ เป็นต้น เพื่อให้เห็นถึงมิติของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปสู่บทบาทของ Prosumers ได้มากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *แนวพินิจใหม่ในในสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนา แก้วเทพ, ภัทรา บุรารักษ์ และ ตปากร พุทธเส. (2555). *สื่อที่ใช้ของใครที่ชอบ : การ์ตูนโทรทัศน์ท้องถิ่น แฟนคลับ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ศูนย์สหวิทยาการชุมชนศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- กอบชัย ศักดิ์ดวงศ์ศิริมล. (2552). *การสื่อสารเพื่อการสร้างพื้นที่สาธารณะของวัฒนธรรมย่อย Cos'Play (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต)*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เขมทัต พิพิธธนาบรรพ์. (2551). *การแต่งคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย กับการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยและบทบาทสื่อ (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต)*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เคนท์ เวอร์โทม และเอียน เฟนวิด. (2551). *เปิดโลกนิวมมีเดียและการตลาดดิจิทัล*. [Digimarketing : the essential guide to new media & digital marketing] (ณงลักษณ์ จารูวัฒน์, ประภัสสร วรรณสถิตย์) .กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์.(2008).
- จักรกฤษณ์ มะสะพันธ์. (2551). *รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ในเว็บ Blog กรณีศึกษา : Bloggang และ OK Nation Blog (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต)*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- จิราวรรณ นันทพงศ์. (2552). *บทบาทของการสื่อสารกับการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนักเต้นบ็อบในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต)*. คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จตุมาศ เกลี้ยงเกลา และ พรทิพย์ เย็นจะบก. (2556). *ภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินเกาหลีใต้ผ่านสื่อใหม่และพฤติกรรมแฟนคลับ(วิทยานิพนธ์)*.คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ญาณธร เจียรรัตนกุล. (2550). *YAOI : การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต)*. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤมล กล้าทุกวัน (บ.ก.).(2555).*มาราธอน: อินเทอร์เน็ต การเมือง วัฒนธรรม ฉบับออกตัว*.กรุงเทพฯ: เครือข่ายพลเมืองเน็ต.
- บุษยากร ตีระพฤติกุลชัย.(2554).*บทกระชับความเข้าใจเรื่องพื้นที่สาธารณะและการสื่อสาร. ใน สื่อเก่าสื่อใหม่ ใจเชื่อมร้อย*.กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ภัทรนันท์ หนูนกักดี. (2550). *แฟนคลับ : กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมสมาชิก (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต)*. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. บัณฑิตศึกษา. สาขาวิชานิเทศศาสตร์.(2556). *ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 8-15 (พิมพ์ครั้งที่5)*.มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รจิตลักษณ์ แสงอุไร.(2548). *การสื่อสารของมนุษย์*.กรุงเทพฯ: นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัตนาวลี เกียรตินิยมศักดิ์.(2542). *มณฑลสาธารณะของการสื่อสารผ่านสื่อกลางคอมพิวเตอร์*  
(วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต).คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภิสรา นิ่มครุฑ.(2560).*กระบวนการสื่อสาร การสร้างเครือข่ายและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงของ*  
*แฟนคลับเกาหลีผ่านสื่อทวิตเตอร์ กรณีศึกษา : ศิลปินวงทงบังชินกิ* (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตร  
มหาบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.