



ออนไลน์สู่ออนไลน์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอคเคาท์ทวิตเตอร์

แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม

ONLINE TO ONSITE : EXPRESSIONS AND ACTIONS FOR TWITTER ACCOUNT
OF NCT'S FANCLUB WITH SOCIAL ISSUES

ชาริษา เกตสมัน

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2565

ออนไลน์สู่ออนไซต์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอดเคาท์ทวิตเตอร์
แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางสังคม
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2565
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ONLINE TO ONSITE : EXPRESSIONS AND ACTIONS FOR TWITTER ACCOUNT
OF NCT'S FANCLUB WITH SOCIAL ISSUES



A Master's Project Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(M.A. (Social Management))

Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University

2022

Copyright of Srinakharinwirot University

สารนิพนธ์

เรื่อง

ออนไลน์สู่ออนไลน์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอดคอร์ทพิตเตอร์

แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม

ของ

ชาวีน่า เกตสมัน

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางสังคม

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าสารนิพนธ์

..... ที่ปรึกษาหลัก ประธาน
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์) (รองศาสตราจารย์ ดร.สุรพล สุขะพรหม)

ชื่อเรื่อง	ออนไลน์สู่ออนไซต์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอคเคาท์ทวิตเตอร์ แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม
ผู้วิจัย	ชาวีน่า เกตสมัน
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. ชลวิทย์ เจียรจิตต์

การศึกษาวิจัย เรื่อง ออนไลน์สู่ออนไซต์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอคเคาท์ทวิตเตอร์ แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปฏิบัติการ และ รูปแบบในการแสดงออกใน ประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT และ เพื่อวิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่าน การรวมกลุ่มในทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT โดยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ครั้งนี้ มีจำนวน 20 คน แบ่งออกเป็นผู้ดูแลหรือผู้ประสานงานในกลุ่มทวิตเตอร์ของแฟนคลับวง NCT จำนวน 10 คน และ แอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT จำนวน 10 คน โดย อาศัยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษา พบว่า ประการที่หนึ่ง ปฏิบัติการการแสดงออกของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม ได้แก่ 1 การจัดทำโปรเจกต์และกิจกรรมต่าง ๆ 2. การบริจาคช่วยเหลือสังคม ซึ่งปฏิบัติการดังกล่าว ได้ผลตอบรับจากกลุ่มแฟนคลับโดยการสร้างประโยชน์ให้กับสังคมอย่างชัดเจนโดยเฉพาะร้านค้ารายย่อยและ ยอดบริจาคสำหรับนำไปช่วยเหลือสังคม ทำบุญในมูลนิธิต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งปฏิบัติการดังกล่าวของกลุ่มแฟน คลับสามารถช่วยเหลือสังคมและยังเป็นการแสดงพลังและความร่วมแรงร่วมใจของแฟนคลับวง NCT ประการที่ สอง กลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีการแสดงออกและกระจายข่าวสารบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ นับว่าเป็นการแสดงออกและกระจายข่าวสารที่ทำได้ง่ายและรวดเร็วอีกทั้งเป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมและมีเครื่องมือที่น่าสนใจอย่าง รีทวิต เทรนด์แฮชแท็ก เป็นต้น มีการส่งต่อข้อมูลที่เกิดขึ้น ได้อย่างรวดเร็วและมี ประสิทธิภาพ และ จากผลการศึกษา พบว่า รูปแบบการแสดงออกในประเด็นทางสังคมบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ของกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มี 5 รูปแบบ ดังนี้ 1.การโพสต์ข้อความบนทวิตเตอร์ 2.การติด แฮชแท็ก 3.การรีทวิต 4. การแสดงออกผ่านแฟนฟิคชั่น 5. รูปแบบอื่น ๆ ประการที่สาม ประเด็นที่กลุ่มแอคเคาท์ทวิต เตอร์แฟนคลับวง NCT มีการแสดงออกและเกิดปฏิบัติการจากพื้นที่ออนไลน์สู่พื้นที่ออนไลน์ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ 1 ประเด็นทางการเมือง สิทธิเสรีภาพในการแสดงออก คุณภาพชีวิต 2 ประเด็นการคุกคาม ความรุนแรง และความเท่าเทียมทางเพศ และ 3 ประเด็นการบริจาคเงินช่วยเหลือมูลนิธิและเหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ ซึ่งทั้ง 3 ประเด็นข้างต้นกลุ่มแฟนคลับให้ความสนใจในการแสดงออกและพูดถึงเป็นประเด็นหลักซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง ความตระหนักตื่นตัว และให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้น ข้อเสนอแนะการวิจัย คือ กลุ่ม แฟนคลับและกลุ่มทางการเคลื่อนไหวอื่น ๆ สามารถนำรูปแบบการแสดงออกและปฏิบัติการต่าง ๆ ไปประยุกต์ใช้เพื่อ เป็นแนวทางและประโยชน์ในการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อสร้างประโยชน์ให้กับสังคมได้

คำสำคัญ : กลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT, ปฏิบัติการ, ประเด็นทางสังคม



Title	ONLINE TO ONSITE : EXPRESSIONS AND ACTIONS FOR TWITTER ACCOUNT OF NCT'S FANCLUB WITH SOCIAL ISSUES
Author	SAREENA KETSAMAN
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2022
Thesis Advisor	Cholvit Jearajit

The objectives of this study are to investigate and analyze the social issues caused by NCT Fan Group Twitter integration, informant groups, and social issues. It is a qualitative research project. 20 people were used in this study, divided into 10 moderators or coordinators of the NCT fandom Twitter group and 10 fandom Twitter accounts through in-depth interviews, the study found the following: Firstly, there was the expression of the NCT Fan Club Twitter account on various social issues, as follows: (1) Project preparation and activities; and (2) social contributions: the aforementioned action has received a response from the fan club by clearly creating benefits for society, especially retail stores, subsidiaries and donations for helping society. Furthermore, it made meritorious contributions to various charities, etc., through which the aforementioned action of the fan club can help society, and is also a demonstration of the power and cooperation of NCT fans. Secondly, Twitter is considered a quick and easy way to express and disseminate news. It is also a popular platform with interesting tools such as retweets, trending hashtags, etc. There were five types of Twitter platforms for NCT fan accounts and Ban Bass groups: (1) posting messages on Twitter; (2) hashtags; (3) retweets; (4) expression through fan fiction; and (5) other platforms. Thirdly, the concerns that the NCT Fan Club Twitter Act conveys and functions from the online space to the online space in various forms, as follows: (1) political concerns: the fan group is interested in expressing and discussing the main issue: reflecting alertness and paying more attention to political participation, freedom of expression, and quality of life; (2) issues of harassment, violence, and gender equality; and (3) issues of donating money to help foundations and various catastrophic events. According to the research, additional fan and activist organizations can take the form of performances and execute various acts that can be used to direct and benefit social movements in order to achieve societal advantages.

Keyword : NCT FanClub Twitter Group, Operations, Social Issues

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยอิสระครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องด้วยความอนุเคราะห์จาก ท่านอาจารย์รองศาสตราจารย์ ดร.ชลวิทย์ เจียรจิตต์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย และ อาจารย์ ดร. สายชล ปัญญชิต ที่กรุณาให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา คอยเป็นกำลังใจ และรับฟังความคิดเห็น พร้อมให้ความช่วยเหลือ นิสิิต ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความตั้งใจจริงและความทุ่มเทของอาจารย์ รวมถึงขอขอบพระคุณคณาจารย์ ภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่านที่คอยขัดเกลาความรู้รอบมสิ่งสอนตลอดระยะเวลาที่ข้าพเจ้าได้เข้ามาศึกษาในสถาบันการศึกษาแห่งนี้

ผู้วิจัยขอขอบคุณกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่สละเวลาและให้ความร่วมมือในการตอบคำถาม ตอบข้อสงสัย และให้ข้อมูลต่าง ๆ กับผู้วิจัยในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณการสนับสนุนอย่างเต็มที่โดยไม่มีเงื่อนไขของพ่อแม่ พี่น้อง และสมาชิกในครอบครัวทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจและสนับสนุนทั้งในด้านการเรียนรู้และการทำงานให้ผู้วิจัยมาโดยตลอด ขอขอบคุณพระเจ้า ที่ให้ชีวิต และศาสนาอิสลามที่เป็นหลักให้ผู้วิจัยได้ยึดถือพักพิงในวันที่เหนื่อยล้า ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกคน โดยเฉพาะ คุณเจนจิรา มั่นคง ที่คอยให้คำปรึกษา ตลอดจนช่วยเหลือแลกเปลี่ยนมุมมองต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาในการทำวิจัย ขอขอบคุณ คุณนรวิชญ์ นิธิปัญญา และเพื่อน ๆ ในกลุ่ม ที่คอยให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ให้ความช่วยเหลือในทุก ๆ ด้าน รับฟังความเห็นทุกเรื่องราวที่ประสบพบเจอในช่วงที่ผ่านมา

ผู้วิจัยขอขอบคุณพลังใจในการทำวิจัยครั้งนี้ ทั้งศิลปินจีน (หวังอู่ป้อ, เชียวจ้าน, AK, และศิลปินเกาหลี วง Treasure วง NCT ทำให้ผู้วิจัยมีรอยยิ้มตลอดระยะเวลาการทำวิจัย ขอขอบคุณที่คอยผลิตผลงานที่มีคุณภาพ ทำให้เห็นถึงความตั้งใจ ความอดทน ความเข้มแข็ง เป็นแบบอย่างที่ดีและเป็นแรงบันดาลใจในการทำวิจัยเล่มนี้ให้เสร็จสมบูรณ์

ชารีน่า เกตสมัน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญรูปภาพ	ฐ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ภูมิหลัง	1
1.2 คำถามการวิจัย.....	6
1.3 ความมุ่งหมายของการวิจัย	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน (The Practice of the Everyday Life)	10
2.2 แนวคิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement).....	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและเครือข่ายการสื่อสาร	20
2.3.1 ความหมายและประเภทของสื่อ.....	20
2.3.2 คุณลักษณะของสื่อใหม่	21
2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร	22
2.4 แนวคิดชุมชนเสมือนจริงและแนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์	26

2.4.1 แนวคิดชุมชนเสมือนจริง	26
2.4.2 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์	27
2.4.3 เครือข่ายสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ (Twitter)	28
2.4.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสังคมออนไลน์	30
2.5 วัฒนธรรมแฟน	31
2.5.1 ความหมายของแฟน	31
2.5.2 การรวมกลุ่มของแฟนคลับ	34
2.5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับ	34
2.5.4 ความเป็นมาของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทย	37
2.5.5 กลุ่มแฟนคลับในอุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศอื่น ๆ	40
2.5.6 ความนิยมของศิลปินวง NCT ในประเทศไทย	44
2.5.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแฟนคลับ	48
2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
2.6.1 เอกสารและงานวิจัยในประเทศ	49
2.6.2 เอกสารและงานวิจัยในต่างประเทศ	50
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	53
3.1 ระเบียบวิธีวิจัย	53
3.2 พื้นที่ที่ศึกษาและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล	54
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	55
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	56
3.5 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัย	57
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	57
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ	59

4.1	ปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT.....	59
4.2	รูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT	98
4.3	วิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT.....	125
บทที่ 5	สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ.....	133
5.1	สรุปผลการศึกษา.....	134
5.1.1	ปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT	134
5.1.2	รูปแบบการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT	140
5.1.3	วิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT.....	145
5.2	อภิปรายผลการศึกษา	147
5.2.1	ปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT	147
5.2.2	รูปแบบการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่ม แฟนคลับวง NCT	151
5.2.3	วิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT.....	157
5.3	ข้อเสนอแนะในการวิจัย	161
5.3.1	ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์.....	161
5.3.2	ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป	162
บรรณานุกรม	164
ภาคผนวก	172
ประวัติผู้เขียน	173



สารบัญตาราง

หน้า

ไม่พบรายการสารบัญภาพ



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1 กระบวนการทำงานของเครือข่าย.....	25
ภาพประกอบ 2 บ้านเบสเฟนคลับวง NCT และ บ้านเบสเฟนคลับสมาชิกในวง NCT โดยผู้วิจัยได้ ยกตัวอย่างมา 4 บ้านเบส.....	45
ภาพประกอบ 3 การแสดงออกผ่านการกระจายข่าวสารและร่วมกันสมทบทุนบริจาคในโอกาส .. ต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT	46
ภาพประกอบ 4 การแสดงออกผ่านการกระจายข่าวสารและร่วมกันสมทบทุนบริจาคในโอกาส .. ต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT	46
ภาพประกอบ 5 การทำโปรเจกต์วันเกิดศิลปินผ่านการกระจายรายได้สู่ผู้ค้ารายย่อย.....	47
ภาพประกอบ 6 การแสดงออกผ่านการกระจายข่าวสารและการลงพื้นที่ช่วยเหลืออุทกภัยของกลุ่ม แฟนคลับ	47
ภาพประกอบ 7 การกระจายข่าวสารของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในประเด็นปัญหาทางสังคมผ่าน รูปแบบแฟนฟิค.....	48
ภาพประกอบ 8 รูปแบบการแสดงออกโดยการจัดทำโปรเจกต์วันเกิดศิลปินผ่านการกระจายรายได้ สู่ผู้ค้ารายย่อยของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT	85
ภาพประกอบ 9 รูปแบบการแสดงออกผ่านการกระจายข่าวสาร โดยการร่วมกันสมทบทุนบริจาคใน โอกาสต่าง ๆ ของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT.....	90
ภาพประกอบ 10 สรุปกระบวนการนำมาสู่ปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของ ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT.....	98
ภาพประกอบ 11 รูปแบบการกระจายข่าวสารผ่านการโพสต์ข้อความบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ของ กลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT	105
ภาพประกอบ 12 รูปแบบการกระจายข่าวสารผ่านการติดแฮชแท็ก เทนแฮชแท็กต่าง ๆ ของกลุ่ม แอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT	108
ภาพประกอบ 13 รูปแบบการกระจายข่าวสารผ่านการรีทวีตรูปภาพ และคลิปต่าง ๆ ของกลุ่มแอด เคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT.....	109

ภาพประกอบ 14 รูปแบบการกระจายข่าวสารของแอคเคาท์นักเขียนแฟนคลับวง NCT ในประเด็นปัญหาทางสังคมผ่านรูปแบบแฟนฟิคชั่น	113
ภาพประกอบ 15 สรุปรูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่ม แฟนคลับวง NCT.....	124
ภาพประกอบ 16 วิธีการรวมตัวของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT	136
ภาพประกอบ 17 การการทำงานนำไปสู่ปฏิบัติการของของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์	137



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลัง

วัฒนธรรมแฟนคลับศิลปินเกาหลีเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมย่อยที่มีอิทธิพลต่อวัยรุ่นไทยมากเป็นลำดับต้น ๆ โดยวัฒนธรรมแฟนคลับศิลปินเกาหลีในประเทศไทยเติบโตและอยู่ควบคู่กับแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเรื่องราวของวงการศิลปินเกาหลี มักจะเป็นที่รู้จักผ่านการเคลื่อนไหวการแสดงออกของแฟนคลับ การช่วยกันติตแซชแท็กหรือคีย์เวิร์ดต่าง ๆ จนติดเทรนด์ ส่งผลให้การสนทนาเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีเป็นเทรนด์ที่มีการเจริญเติบโตขึ้นอย่างมากบนทวิตเตอร์โดยในช่วงระยะเวลา 2 ปีที่ผ่านมา กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี คือ กระทบความเสี่ยงที่ช่วยกระจายข่าวสารประเด็นทางสังคมที่เกิดขึ้น เป็นลำโพงขนาดใหญ่ในรูปแบบแฟนคลับที่รวมตัวกันแสดงออกผ่านทางทวิตเตอร์ส่งผลให้เกิดการกระจายข่าวสารออกไปเป็นวงกว้าง มีความรวดเร็วของการส่งต่อข้อมูล สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีอิสระกว่าการแสดงออกบนพื้นที่ทางกายภาพ โดยการกระจายข่าวสารไม่ได้กระจายเพียงแคในในประเทศไทยแต่รวมถึงประเทศอื่น ๆ อีกด้วย

การแสดงออกถือเป็นสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานของมนุษย์ รวมไปถึงสิทธิมนุษยชนตามกฎหมายและมาตรฐานสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ ที่เปิดโอกาสในการแสดงออกหรือการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายอันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ตามปัจจุบันพื้นที่เสรีภาพในการแสดงออกของคนทั่วโลกรวมทั้งคนในประเทศไทยกำลังลดลงเป็นอย่างมากกฎหมายหลากหลายฉบับออกมาเพื่อปิดกั้นเสรีภาพที่จะคิด พิมพ์หรือพูด จนดูเหมือนว่าเสรีภาพในการแสดงออกกำลังอยู่ในช่วงถดถอยทั้งในประเทศไทยและอีกหลายประเทศทั่วโลก (แอมเนสตี้, 2563) สังคมจะพัฒนาไปในทิศทางที่ดีได้ต้องมาจากการรับฟังความคิดเห็นและการแสดงออกที่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งกลุ่มแฟนคลับ เป็นอีกกลุ่มที่ได้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น โดยวิธีการที่กลุ่มแฟนคลับใช้ในการมีส่วนร่วมทางการเมืองนั้นค่อนข้างหลากหลาย ทุกคนมีสิทธิในอิสรภาพแห่งความเห็นและการแสดงออก โดยไม่คำนึงถึงพรมแดนตามหลักปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน ข้อที่ 19 เสรีภาพในการแสดงออก ได้กล่าวไว้ จะเห็นได้ว่าเราทุกคนมีอิสระในการแสดงออก ไม่ว่าจะเป็สิ่งทีขึ้นชอบอย่างการติดตามศิลปินนักร้องต่างประเทศของแฟนด้อม หรือการออกมาเรียกร้องสิทธิทางการเมืองผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เพราะในประเทศที่เป็นประชาธิปไตยการเมืองควรกลายเป็นที่ทุกคนสามารถพูดถึงได้อย่างปกติ และอิสระ (ปิ่นบุญญา ลามะนา, 2560) ซึ่งในสังคมปัจจุบันการแสดงออกในพื้นที่ออนไลน์เป็นเรื่องที่ทำได้ง่ายกว่าการแสดงออกบน

พื้นที่ทางกายภาพ เนื่องจากการสื่อสารยุคใหม่ ไม่ได้ถูกจำกัดในเรื่องของพื้นที่ ระยะเวลา ภาษา และพรมแดน ส่งผลให้รูปแบบหรือวิธีการแสดงออกบนพื้นที่ออนไลน์เป็นสิ่งที่พบเจอได้อย่างแพร่หลายและเข้ามามีบทบาทกับการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก โดยมีการแสดงออกของประเด็นทางสังคมหลากหลายประเด็นไม่ว่าจะเป็นเรื่องคุณภาพชีวิต การเมือง ความหลากหลายทางเพศ และประเด็นอื่น ๆ เป็นต้น

การใช้โซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาทและกลายเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิต โดยอิทธิพลของโซเชียลมีเดียกลายเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญซึ่งทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับผู้คนจำนวนมาก บุคคลทั่วโลกสามารถเข้าถึง สามารถใช้สิทธิในการแสดงออก แลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็น โดยในปีที่ผ่านมาได้มีการเคลื่อนไหวของผู้คนทั่วโลกเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ รวมทั้งในประเทศไทย ที่มีการแสดงออกและพูดถึงประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมโดยทวิตเตอร์ถือเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่คนไทยใช้กันมากขึ้นแบบก้าวกระโดดในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน จากการสำรวจพบว่า การใช้ทวิตเตอร์ของคนไทยเติบโตขึ้นสูงมากมีจำนวนผู้ใช้งานคนไทยในทวิตเตอร์ ถึง 6,545,000 บัญชี ซึ่งมีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 15 ของโลก (WeAreSocial x Hootsuite, 2021)

ทวิตเตอร์เป็นพื้นที่สังคมออนไลน์ที่บุคคลหนึ่งสามารถสื่อสารหรือส่งข้อความไปสู่บุคคลอื่น ๆ ได้อย่างทันทีทันใด โดยเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ทั้งรุนแรงและไม่รุนแรง แพลตฟอร์มดังกล่าวจะได้รับความสนใจเป็นลำดับต้น ยกตัวอย่าง เหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต ภัยพิบัติ เหตุการณ์รุนแรงต่าง ๆ การเมือง และเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ ซึ่งจุดประสงค์หลักของแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ คือพื้นที่ ที่ปรากฏและสะท้อนเหตุการณ์ณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากพื้นที่ออนไลน์สู่พื้นที่ออนไลน์ ตามแนวคิดที่ว่า “What’s happening” ทำให้บุคคลสามารถรู้เรื่องราวและติดตามประเด็นเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มดังกล่าว ซึ่งเรียกสิ่งนั้นว่า “เทรน” โดยจะบ่งบอกว่าผู้คนกำลังพูดถึงเรื่องอะไรและรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ผ่านแฮชแท็ก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ประจักษ์ ก้องกีรติ (2562) ที่กล่าวว่า ทวิตเตอร์ คือ ฝายน้ำนองในศตวรรษ ที่ 21 เป็นพื้นที่ที่เข้าถึงผู้คนได้เป็นจำนวนมาก ลักษณะเด่นของทวิตเตอร์ คือ ทุกคนสร้างประเด็นได้ สร้างเทรนได้โดยไม่รู้ว่าเป็นใครเป็นคนสร้าง ไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่มีชื่อเสียง ส่วนใหญ่เกิดจากการคุยกับคนแปลกหน้าที่สนใจประเด็นอะไรบางอย่างร่วมกัน มีงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นว่าประเทศที่มีการปิดกั้นการแสดงความคิดเห็นของประชาชนล้วนแล้วแต่มีจำนวนผู้ใช้งานทวิตเตอร์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากและมีการเติบโตของแพลตฟอร์มอย่างรวดเร็ว เนื่องจากประชาชนรู้สึกว่าการแสดงออกไม่ได้ในช่องทางปกติกลับกลายเป็นต้องหันมาใช้ทวิตเตอร์ในการแสดงออก ยิ่งสังคมใดมีการปิดกั้นการแสดงออกมาก ๆ ทวิตเตอร์ก็

ยิ่งเติบโตสูงขึ้น ยกตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในแถบทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประชาชนเริ่มระบายความอัดอั้นในช่องทางนี้เป็นอันดับแรก

เมื่อพิจารณาไปที่ความเจริญก้าวหน้าและการมีอิทธิพลมากขึ้นของเครือข่ายสังคมออนไลน์ พื้นที่ดังกล่าวจึงเป็นส่วนหนึ่งที่เหล่าแฟนคลับใช้ในการรวมตัว มีการสร้างกลุ่มหรือชุมชนขึ้นมาจากความชื่นชอบในศิลปินวงเดียวกัน มีเมน¹ คนเดียวกัน อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการพูดคุย ติดตามข่าวสาร อัปเดตผลงาน และแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่พวกเขาสนใจ รวมทั้งการจัดทำกิจกรรมระหว่างกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเอง โดยจากงานศึกษาของ สุธิมา เหล่าพิทักษ์ธรรม (2561) พบว่า มีผู้ใช้งานกลุ่มใหญ่ของทวิตเตอร์ คิดเป็นสัดส่วน 68% ของจำนวนผู้ใช้ทวิตเตอร์ในประเทศไทย โดยกลุ่มที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก คือกลุ่มคนที่เรียกตัวเองว่า กลุ่มแฟนคลับศิลปิน หรือ กลุ่มแฟนด้อม² ซึ่งส่วนใหญ่จะสังเกตได้จากชื่อและรูปโปรไฟล์ของแอคเคาท์นั้น ๆ โดยในประเทศไทยบ้านแฟนคลับหลาย ๆ บ้านมีระยะเวลาการใช้งานมากกว่า 10 ปี มีประสบการณ์ในการออกแบบจัดการรวมทั้งจัดกิจกรรมต่าง ๆ และจะเป็นรูปที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน โดยวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนคลับหรือแฟนด้อม ที่มีการรวมตัวกันเสมือนองค์กร มีการจัดการเงิน จัดการคน จัดโดเนท คิดโปรเจกต์ ทำฟิอาร์ตต่าง ๆ มาพร้อม ๆ กับที่กระแสเคป๊อปเข้ามาซึ่งในปัจจุบันกลุ่มแฟนคลับหรือแฟนด้อมไม่เพียงแต่รวมกลุ่มกันสนับสนุนศิลปินที่ชื่นชอบเพียงอย่างเดียว แต่สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมแฟนคลับ คือการรวมกลุ่มกันแสดงออกในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมรวมถึงสนับสนุนช่วยเหลือสังคมในวาระต่าง ๆ เช่น การระดมเงินทุนหรือที่เรียกว่าการโดเนทเงินหลายล้านบาทภายในระยะเวลาไม่กี่วันเพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวเรียกร้องประชาธิปไตย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของ มิเชล เดอร์แซร์โท โดยเดอร์แซร์โท ซึ่งได้ให้คำจำกัดความว่า ปრაกฏการณวัฒนธรรมแฟนเป็นสิ่งที่สลับซับซ้อนและมีหลากหลายมิติและมีรูปแบบของการเข้าร่วมในหลายระดับโดยกลุ่มแฟนคลับมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและมีกิจกรรมเฉพาะที่เป็นกระบอกเสียงแทนกลุ่มของตน กลุ่มแฟนเหล่านี้จะมีการต่อสู้เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาเป็นการต่อสู้แบบเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอในชีวิตประจำวันเนื่องจากชนชั้นที่อยู่ได้อำนาจปกครองไม่สามารถไปแตะที่กระบวนการผลิตได้ แต่ในขั้นตอนของการบริโภคพวกเขาสามารถรับมาแก้ไขดัดแปลงได้ (อุรุษ บุญญะวาริศ, 2557)

¹ เมน (Main) ตามพจนานุกรมไทย-อังกฤษแล้วจะแปลว่าสำคัญที่สุด, หลัก, ใหญ่ที่สุดและมากที่สุดแต่เมนในที่นี้หมายถึง ศิลปินที่เราชอบมากที่สุด หรือเรียกอีกอย่างว่า “เมนหลัก”

² แฟนด้อม (Fandom) หมายถึง กลุ่มแฟนคลับของศิลปินนั้น ๆ เป็นสรรพนามที่ใช้ชื่อเรียก กลุ่มแฟนคลับ ซึ่งจะมีชื่อเรียกต่างกันไป อย่างเช่น NCTzen กลุ่มแฟนคลับของวง NCT เป็นต้น

เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า การรวมกลุ่มกันผ่านสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์ไม่ใช่แค่เครื่องมือในการติดตามข่าวสารของศิลปินเพียงเท่านั้น แต่เป็นสื่อกลางในการพูดคุยและแสดงออกของประเด็นทางสังคมในความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา โดยการร่วมกันของกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินวงเดียวกัน สำหรับกลุ่มแฟนคลับที่ติดตามศิลปินเกาหลีในสังคม มีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเจริญเติบโตในลักษณะต่าง ๆ โดยสามารถแสดงให้เห็นจากการศึกษาของ บุญยง นาคะ (2560) ที่นำเสนอปัจจัยของการมีขึ้นและรวมตัวของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในสังคมว่า เกิดจากการรวมกลุ่มของแฟนคลับในระดับปัจเจกที่มีความคลั่งไคล้ศิลปิน จนเกิดปรากฏการณ์ที่ทำให้รู้สึกถึงความเป็น “คนพวกเดียวกัน” “เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน” ซึ่งการรวมกลุ่มของแฟนคลับมีจุดเริ่มต้นของกลุ่มในรูปแบบเป็นเครือข่ายเส้นใย ที่ทำความรู้จักกันไปเรื่อย ๆ เป็นเครือข่ายต่อกัน จะใช้พื้นที่สื่อออนไลน์เป็นตัวเริ่มต้นในการติดต่อสื่อสารของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทย รวมทั้งยังมีการวางแผน การจัดการเพื่อดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม และมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ การกระทำและอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับ นอกจากนี้ อนินทยา ประสิทธิ์มี (2561) ที่กล่าวเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ กลุ่มแฟนคลับมีการแสดงอัตลักษณ์ดังกล่าวบนสื่อออนไลน์ด้วยการใช้รูปศิลปิน การตั้งรูปโปรไฟล์ อีกทั้งยังมีการแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ผ่านรูปแบบแฮชแท็ก (Hashtag) ในการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ โดยแฟนคลับมีการแสดงลักษณะของแฟนบนพื้นที่สื่อออนไลน์ ซึ่งก็คือทวิตเตอร์ จะเห็นได้ว่าเมื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบันทำให้สื่อออนไลน์ เป็นอีกพื้นที่หนึ่งในการแสดงออก โดยแพลตฟอร์มดังกล่าวเป็นพื้นที่ในโลกออนไลน์ที่แฟนคลับหลากหลายกลุ่มใช้ในการติดตามผลงานต่าง ๆ เกี่ยวกับศิลปินเกาหลีและใช้สำหรับเปิดเผยตัวตนถึงความเป็นแฟนคลับได้อย่างชัดเจน โดยทวิตเตอร์นั้นเปรียบเสมือนเป็นพื้นที่ที่ไม่จำเป็นต้องแสดงตนและสถานะทางสังคมออกมา และกลุ่มแฟนก็ได้มีกิจกรรมการกระทำต่าง ๆ ที่แสดงออกและแสดงความเป็นตนเองในการติดตามศิลปิน ได้อย่างอิสระ หลีกเลียงปัญหาการถูกมองและกล่าวหาไปในทิศทางที่ไม่ดี

สำหรับการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยสนใจศึกษากลุ่มแฟนคลับของวง NCT ซึ่งเป็นบอยแบนด์เกาหลีในสังกัดค่าย S.M. Entertainment เป็นวงบอยแบนด์ที่ได้รับความนิยมในระดับท็อป 3 ของประเทศเกาหลีใต้ (สถาบันวิจัยธุรกิจเกาหลี, 2564) และยังเป็นวงที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศไทยที่มียอดติดตามของกลุ่มแฟนคลับอย่างทางการในทวิตเตอร์ มียอด

ติดตามมากกว่าหลักแสนเมื่อแฟนคลับมีจำนวนมากขึ้นย่อมต้องมีจุดศูนย์รวม นั่นก็คือ บ้านเบส³ เป็นแหล่งรวมข่าวสารและการรวมกลุ่มของแฟนคลับเพื่อสนับสนุนศิลปินที่ชื่นชอบ โดยเป็นกลุ่มที่แฟนคลับเป็นผู้สร้างขึ้นและมีหลากหลายกิจกรรมที่กลุ่มแฟนคลับร่วมกันทำเพื่อช่วยให้ศิลปินประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น จากการรวมกลุ่มกันเพื่อสนับสนุนศิลปินสู่การรวมกลุ่มกันแสดงออกในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม โดยเฉพาะในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา กลุ่มแฟนคลับหรือกลุ่มบ้านเบสวง NCT ก็รวมกลุ่มกันแสดงออกทางการเมือง ส่งเสียงเรียกร้องประชาธิปไตย โดยกลุ่มบ้านเบสวง NCT ได้มีการประกาศขออำพวงการเมือง รวมทั้งการอัปเดตประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้น (อเดแม็กกาซีน, 2563) นอกเหนือไปจากการแสดงออกผ่านการโพสต์ในทวิตเตอร์ กลุ่มบ้านเบสวง NCT ก็ได้มีการแสดงออกทางด้านอื่น ๆ เช่น NCTzen แฟนคลับวง NCT ที่รวมตัวระดมทุนช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมที่จังหวัดสระแก้ว เมื่อปี 2563 เป็นต้น หรือหากแฟนคลับคนใดไม่มีกำลังทรัพย์แต่อยากเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมก็สามารถลงแรงในด้านอื่น ๆ เช่น ทำกราฟิกฟรี หรือช่วย PR ในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น ปรัชญาการณการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับบนทวิตเตอร์ โดยมีจุดเริ่มต้นจากการรวมกลุ่มของบุคคลที่ชื่นชอบศิลปินวงเดียวกัน สู่การรวมกลุ่มในการแสดงออกและปฏิบัติการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคม โดยแฟนคลับวง NCT เป็นวงหนึ่งที่มีการรวมกลุ่มของแฟนคลับในทวิตเตอร์และเกิดปรากฏการณ์การแสดงออกและปฏิบัติการขับเคลื่อนทางสังคม โดยปรากฏการณ์ดังกล่าวถือว่าเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่สังคมจับตามองและให้ความสนใจในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา ตลอดจนถึงปัจจุบันที่ยังคงมีการกล่าวถึงปรากฏการณ์ดังกล่าวรวมทั้งวิธีการแสดงออกที่ทำให้เกิดการแพร่กระจายของข่าวสารได้อย่างรวดเร็วทำให้กลุ่มแฟนคลับวง NCT รวมทั้งกลุ่มแฟนคลับวงอื่น ๆ และผู้ใช้งานทวิตเตอร์ สามารถที่จะรับรู้เข้าถึงวิธีการในการแสดงออกรวมทั้งได้ทราบถึงประเด็นทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้น สามารถอธิบายและทำความเข้าใจถึงปรากฏการณ์การแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับ เพื่อทำให้สังคมได้เรียนรู้และนำวิธีการหรือรูปแบบไปปรับใช้ต่อไป

ดังนั้นจึงเป็นที่มาของการศึกษางานวิจัยครั้งนี้ โดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาถึงปรากฏการณ์การแสดงออกในประเด็นทางสังคมของกลุ่มทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีปฏิบัติการและรูปแบบการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับวง NCT เป็นอย่างไรตลอดจนวิเคราะห์ประเด็นทาง

³ บ้านเบส หรือ แฟนเบส คือเว็บไซต์หรือแอคฯ ทางโซเชียลมีเดียที่สร้างขึ้นและดูแลโดยกลุ่มแฟนคลับเพื่อคอยอัปเดตศิลปินโดยการอัปเดตตารางงานผลงานและรูปถ่ายต่าง ๆ รวมไปถึงแปลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเพื่อให้แฟนคลับคนอื่น ๆ ทราบความเคลื่อนไหวของศิลปินได้

สังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่ส่งผลต่อสังคมในมิติต่าง ๆ

1.2 คำถามการวิจัย

การแสดงออกในประเด็นทางสังคมของกลุ่มทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีปฏิบัติการและรูปแบบเป็นอย่างไร

1.3 ความมุ่งหมายของการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

1.3.2 เพื่อศึกษารูปแบบการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

1.3.3 เพื่อวิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้เลือกใช้ แพลตฟอร์มออนไลน์ ทวิตเตอร์ เพราะ ทวิตเตอร์ถือเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่คนไทยใช้กันมากขึ้นแบบก้าวกระโดดในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จากข้อมูล we are social และ Hootsuite แสดงให้เห็นว่า ยอดผู้ใช้งานทวิตเตอร์ในไทย ณ เดือนตุลาคม 2564 อยู่ที่ 11.25 ล้านราย ซึ่งสูงขึ้นไปประมาณ 4 ล้านราย เมื่อเทียบกับช่วงปี 2564 ที่มี ยอดผู้ใช้งาน 7.35 ล้านราย ส่งผลให้ไทยติดอันดับประเทศที่มีแอคเคาท์ทวิตเตอร์สูงสุดอันดับ 10 ของโลก (WeAreSocial x Hootsuite, 2021) รวมทั้งมีการถกเถียงประเด็นสังคมในหลากหลายประเด็นและเป็นแหล่งรวมกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่มีความเคลื่อนไหวอยู่หรือเป็นกระแส รวมถึงการเข้าไปสังเกตในกิจกรรมในรูปแบบอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ในระหว่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล เป็นต้น

1.4.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาปรากฏการณ์การแสดงออกและปฏิบัติการของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม โดยกำหนดระยะเวลาในการศึกษา คือ ในปี 2564-2565

1.4.3 ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 20 คน โดยเป็นแฟนคลับวง NCT แบ่งออกเป็น ผู้ดูแลหรือผู้ประสานงานในกลุ่มทวิตเตอร์หลักของแฟนคลับวง NCT (บ้านเบส) และ แอคเคาท์แฟนคลับวง NCT

1.4.3.1 ผู้ดูแลหรือผู้ประสานงานในกลุ่มทวิตเตอร์หลักของแฟนคลับวง NCT (บ้านเบส) จำนวน 10 คน โดยมีเกณฑ์การเลือก ดังต่อไปนี้

- (1.) มีหน้าที่ดูแลหรือประสานงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี
- (2.) แอคเคาท์ที่มีการตั้งรูปศิลปินวง NCT เป็นรูปโปรไฟล์หรือเฮทบนแอคเคาท์ รวมถึงการตั้งข้อมูลส่วนตัว หรือ ไบโอ (Autobiography) บนแอคเคาท์ทวิตเตอร์เป็นชื่อศิลปินหรือชื่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินวง NCT เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT
- (3.) มีแฟนคลับด้วยกันเองติดตามแอคเคาท์มากกว่า 5,000 แอคเคาท์
- (4.) มีการแสดงออกผ่านการใช้ทวิตเตอร์ การเผยแพร่ข้อมูล ส่งต่อข้อมูล หรือเป็นการรีทวีต (retweet) เกี่ยวกับประเด็นทางสังคม เช่น มีการใช้แฮชแท็กในการแสดงออก การโดนท้วงติงช่วยเหลือในโอกาสต่าง ๆ การทำ Artwork การทำโปรเจกต์สนับสนุน

1.4.3.2 แอคเคาท์แฟนคลับวง NCT จำนวน 10 คน โดยมีเกณฑ์การเลือก ดังต่อไปนี้

- (1.) ติดตามวง NCT มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี
- (2.) มีแฟนคลับด้วยกันเองติดตามแอคเคาท์มากกว่า 5,000 แอคเคาท์
- (3.) แอคเคาท์ที่มีการตั้งรูปศิลปินวง NCT เป็นรูปโปรไฟล์หรือเฮทบนแอคเคาท์ รวมถึงการตั้งข้อมูลส่วนตัว หรือ ไบโอ (Autobiography) บนแอคเคาท์ทวิตเตอร์เป็นชื่อศิลปินหรือชื่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินวง NCT เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT
- (4.) มีการแสดงออกผ่านการใช้ทวิตเตอร์ การเผยแพร่ข้อมูล ส่งต่อข้อมูล หรือเป็นการรีทวีต (retweet) เกี่ยวกับประเด็นทางสังคม ไม่น้อยกว่า 30 ทวิต เช่น มีการใช้แฮชแท็กในการแสดงออก การโดนท้วงติงช่วยเหลือในโอกาสต่าง ๆ

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ทำให้กลุ่มแฟนคลับวง NCT รวมทั้งวงอื่น ๆ และผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ทราบถึงประเด็นทางสังคมที่กำลังเกิดขึ้น

1.5.2 ทำให้สามารถอธิบายและทำความเข้าใจปรากฏการณ์การแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับ เพื่อให้สังคมได้เรียนรู้และนำไปปรับใช้ต่อไป

1.5.3 ทำให้ทราบถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับวิธีการรวมกลุ่มการแสดงออก รวมไปถึงการใช้การสื่อสารภายในกลุ่ม บนพื้นที่ออนไลน์ นำไปสู่การสร้างการมีส่วนร่วม และขับเคลื่อนประเด็นต่าง ๆ ในสังคม

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.6.1 ประเด็นทางสังคม หมายถึง ข้อถกเถียงที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิต การเมือง ความหลากหลายทางเพศ และปัญหาสิ่งแวดล้อมที่อยู่ในความสนใจของผู้คนในสังคมทวิตเตอร์ (Twitter)

1.6.2 ปฏิบัติการ หมายถึง กระบวนการการรวมตัวกันเป็น “แฟนคลับ/กลุ่มแฟน” ในการแสดงออกบนพื้นที่ทางกายภาพที่แสดงให้เห็นมติหรือความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT

1.6.3 รูปแบบ หมายถึง วิธีการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของแอคเคาท์แฟนคลับวง NCT บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์

1.6.4 กลุ่มทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT หมายถึง ผู้ใช้งานในทวิตเตอร์โดยเป็นกลุ่มแฟนคลับวง NCT โดยวง NCT มีชื่อเต็มว่า Neo Culture Technology ซึ่งหมายถึง การเผยแพร่กระแสเกาหลีในหลายภาษา มีสมาชิกทั้งหมด 23 คน และเป็นบอยแบนด์เกาหลีในสังกัดค่าย S.M. Entertainment

1.6.5 บ้านเบส หรือ แฟนเบส (Fanbase) หมายถึง แอคเคาท์ทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่คอยอัปเดตตารางงาน ผลงาน รูปถ่าย รวมถึงแปลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับศิลปินให้แฟนคลับคนอื่น ๆ ได้ติดตามศิลปินวง NCT

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการวิจัยเรื่อง ออนไลน์สู่ออนไลน์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอดคาทท์ ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแนวคิดทฤษฎี ทั้งนี้เพื่อให้การอธิบาย ปรัชญาการณดังกล่าวมีความ ชัดเจนมากขึ้น ผู้วิจัยได้อธิบายปรัชญาการณผ่านทฤษฎีทางสังคมวิทยา โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 2.1 แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน
- 2.2 แนวคิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและเครือข่ายการสื่อสาร
 - 2.3.1 ความหมายและประเภทของสื่อ
 - 2.3.2 คุณลักษณะของสื่อใหม่
 - 2.3.3 เครือข่ายการสื่อสาร
- 2.4 แนวคิดชุมชนเสมือนจริงและแนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 2.4.1 แนวคิดชุมชนเสมือนจริง
 - 2.4.2 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์
 - 2.4.3 เครือข่ายสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์
 - 2.4.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสังคมออนไลน์
- 2.5 วัฒนธรรมแฟนคลับ
 - 2.5.1 ความหมายของแฟน
 - 2.5.2 การรวมกลุ่มของแฟนคลับ
 - 2.5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับ
 - 2.5.4 ความเป็นมาของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทย
 - 2.5.5 กลุ่มแฟนคลับในอุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศอื่น ๆ
 - 2.5.6 ความนิยมของศิลปินวง NCT ในประเทศไทย
 - 2.5.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแฟนคลับ
- 2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน (The Practice of the Everyday Life)

สำหรับการศึกษางานวิจัยฉบับนี้ ใช้แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน (The Practice of the Everyday Life) ของ มิเชล เดอร์ แซร์โท (Michel De Certeau : 1925-1986) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยแนวคิดนี้กล่าวถึง กลยุทธ์การต่อสู้ การดิ้นรนที่เกิดจากบุคคลที่ตกอยู่ภายใต้การควบคุมหรือผู้ที่ไม่เข้มแข็งในการตกอยู่ใต้การควบคุมอำนาจในแบบต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อชีวิตประจำวันและความเป็นอยู่ พฤติกรรมของบุคคลที่ใช้สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันทำการต่อรองกับข้อจำกัดที่กดทับผู้คนเหล่านั้นไว้ โดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาการแสดงออกและปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในทวิตเตอร์ การใช้วิธีการอำนาจของกลุ่มแฟนคลับในฐานะผู้บริโภคในการต่อสู้กลับนายทุนในการแสดงออกในประเด็นที่เกิดในสังคม (De Certeau, 1984) ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจแนวคิด ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันเพื่อนำมาใช้อธิบายปฏิบัติการที่เกิดขึ้นในงานวิจัยฉบับนี้

แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวันเป็นแนวคิดที่ เดอ แซร์โต พัฒนามาจาก Outline of a Theory of Practice ของ Bourdieu (1994) โดย เดอ แซร์โต กล่าวถึงปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน คือสิ่งที่มีนัยสำคัญ (signifying practice) ซึ่งพยายามที่จะเชื่อมโยงความเป็นไปของชีวิตประจำวันเข้ากับเหตุการณ์ เฉพาะช่วงเวลา เฉพาะบริบท ในการทำความเข้าใจความสัมพันธ์ของสิ่งที่กดทับได้หลากหลายขึ้น เดอ แซร์โต อธิบาย สิ่งที่กดทับและการต่อต้านนั้นรวมอยู่ด้วยกัน โดยปฏิเสธความคิดเรื่องความแปลกแยก และความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ตามแนวทางของมาร์กซ์แต่เขาเชื่อว่า “ชีวิตประจำวัน” จะคงความเป็นอื่นที่อยู่เหนือกลไกการควบคุมของเหตุผลหรือการกำหนดนิยาม เมื่อมีความเกี่ยวข้องและการต่อรองทางอำนาจเกิดขึ้นได้ มิติทางการเมืองที่เกี่ยวกับชีวิตประจำวันในมุมมองของ เดอ แซร์โต คือ การเปิดโอกาสให้ชีวิตประจำวันได้แสดงให้เห็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (ปิยวดี คุ่มเดช, 2555)

2.1.1 ปฏิบัติการชีวิตประจำวันกับสังคมวิทยา

ยุคสมัยใหม่หรือภาวะสมัยใหม่ (Modernism) การศึกษาทางด้านสังคมศาสตร์ได้หันโครงสร้างของหน่วย ๆ เล็ก มากกว่าหน่วยใหญ่ แบบมาร์กซิสต์ (Marxist) ซึ่งแตกต่างไปจากแนวทางการศึกษาสังคมวิทยาได้เปลี่ยนไปสนใจเรื่องราวของวิถีชีวิต กลุ่มคน ซึ่งมีการวิเคราะห์ทางด้านวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยมีมิติโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม เป็นแค่ส่วนประกอบหนึ่งของเรื่องราวเท่านั้น โดยในชวงหลังการให้ความสนใจเกี่ยวกับ “ชีวิตประจำวัน” เป็นที่แพร่หลายในแวดวงการศึกษา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1990 เป็นต้นมา มีการวิเคราะห์การเมืองแบบจุลภาค และขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมแบบใหม่) เนื่องจากการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นเรื่องของอำนาจ

และการต่อรอง ระหว่าง “ผู้กำหนด” กับ “ผู้ใช้” ซึ่งเป็นวงจรของอำนาจที่หมุนเวียนอย่างไม่สิ้นสุด ในชีวิตประจำวัน (สันต์ สุวัจฉราภินันท์, 2552)

2.1.2 ชีวิตประจำวัน: เครื่องมือวิเคราะห์กลไกของอำนาจ

เดอ แซร์โต มองระบบเศรษฐกิจการผลิตว่ามีความสำคัญ โดยพิจารณาที่ กระบวนการผลิตไม่ใช่กลไกแบบที่ผ่านมา แต่การบริโภคเป็นเรื่องความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงอย่าง แนบแน่นกับเรื่องราวของความเป็นไปในแต่ละวัน โดยจะเห็นความสำคัญของการบริโภค ที่ “ผู้บริโภค” ไม่ใช่ “ผู้ถูกกระทำ” (Object) แต่มีวิธีการ (ways of operating) ที่มีความสัมพันธ์ กับอำนาจ เขาตั้งคำถามการศึกษาว่า “ชีวิตประจำวัน” เป็นเครื่องมือที่นำไปสู่เป้าหมายทางการ เมือง เดอ แซร์โต ต้องการนำเสนอความเป็นไปในชีวิตประจำวันที่ไม่ใช่เป็นเพียงวาทกรรมแต่ จะ ชี้ให้เห็นว่าอำนาจไม่อาจจะครอบครองชีวิตประจำวันได้ทั้งหมดซึ่ง ฝ่ายที่อ่อนแอใช้โอกาส ฉกฉวย ประโยชน์จากฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่า โดยการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นเรื่องของการแย่งชิงและ ต่อบริการความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ระหว่างบุคคลที่อ่อนแอ กับบุคคลที่เข้มแข็ง ซึ่งไม่ใช่ความสัมพันธ์ ด้านเดียว แต่เป็นวงจรของอำนาจที่หมุนเวียนอย่างไม่สิ้นสุด เดอ แซร์โต ยังกล่าวเกี่ยวกับการ ต่อบริการความสัมพันธ์เชิงอำนาจผ่านการใช้ "Strategy" กับ "Tactic" ในการอธิบายถึงพลวัตของ ความสัมพันธ์เชิงอำนาจในชีวิตประจำวัน "Strategy" (ยุทธศาสตร์) หมายถึง การกระทำของอำนาจ ที่มีฐานมั่งคั่งชัดเจนเป็นตัวกำหนดการจัดวางการกระทำกับส่วนอื่น ที่อยู่ภายนอกวงโคจร ส่วน "Tactic" (กลวิธี) คือ การกระทำที่ไม่มีขอบเขตของตัวเอง แต่แฝงอยู่ในเครือข่ายของอำนาจอาศัย เวลาและสถานการณ์ในการหาผลประโยชน์เชิงอำนาจ ซึ่งนับว่าเป็นกลวิธีหนึ่งที่ได้ผลลัพธ์ชั่วคราว จากการอาศัยโอกาสและเหตุการณ์เฉพาะหน้า เดอ แซร์โต ย้ำว่า ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันมี ลักษณะการทำงานแบบกระบวนการแฝงอยู่ไม่ว่าจะเป็นการสนทนา และอื่น ๆ เพื่อแย่งชิงจังหวะ และหาโอกาสต่อบริการอำนาจในความรูปแบบต่าง ๆ (De Certeau, 1984)

อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ปฏิบัติการดังกล่าวตามแนวคิดของ เดอ แซร์โต ในการ เชื่อมโยงความหมายของการกระทำในชีวิตประจำวันเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ใน เฉพาะช่วงเวลา หรือบริบท เพื่อทำความเข้าใจ ความสัมพันธ์ของอำนาจได้หลากหลาย เดอ แซร์โต กล่าวถึง อำนาจและการต่อต้าน นั้นอยู่ร่วมกัน หรือการนิยามของความหมาย “ความเป็นอื่น” ไม่ได้ระบุให้ ตายตัว อีกทั้งสิ่งที่สำคัญ คือมิติทางการเมือง ในมุมมองที่เกี่ยวกับการดำเนินชีวิตนั้นมีความสัมพันธ์เกิดขึ้นรวมทั้งการเปิดโอกาสให้ชีวิตประจำวันได้แสดงศักยภาพที่จะก่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงด้วยตัวเอง (อัญชลิตา สุวรรณะชญ, 2554)

แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน (The Practice of the Everyday Life) ของ มิเชล เดอร์ แชรโท สามารถอธิบายถึงสถานการณ์ของการสร้างสรรค์รูปแบบชุมชนในตอนนี้ได้ดี รวมไปถึงถึงสามารถปรับใช้เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในแบบของตัวเองทฤษฎีนี้เกิดขึ้นโดยบาทหลวงและนักวิชาการชาวฝรั่งเศสชื่อว่า มิเชล เดอร์ แชรโท ว่าด้วยประเด็นของการต่อรองในชีวิตประจำวัน การกระทำของผู้คนที่ใช้สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันต่อรองกับข้อจำกัดที่กดทับผู้คนเหล่านั้นไว้ โดยในหลาย ๆ พื้นที่มีอำนาจ การครอบงำ และการกดทับอยู่ต่อเนื่อง ทั้งกรอบทางสังคม เศรษฐกิจ กฎระเบียบต่าง ๆ และเมื่อมีอำนาจที่กดทับย่อมต้องมีการต่อสู้ ด้วยการตอบโต้กลับที่เกิดขึ้นเป็นประจำสม่ำเสมอ การต่อรองเป็นการทำให้อำนาจชะงัก ไม่ใช่การทำลายอำนาจที่กดทับ เพราะในโลกที่พื้นที่การดำเนินชีวิตต่าง ๆ ถูกอุดมการณ์ครอบงำมาเป็นระยะเวลานานภายใต้โครงสร้างที่สลับซับซ้อน ผ่านวาทกรรมขนาดใหญ่ หรือค่านิยมที่ปลูกฝังมาอย่างยาวนาน รวมไปถึงความเชื่อต่าง ๆ ที่ไม่เพียงแต่ยึดพื้นที่ทางการเมือง เศรษฐกิจและวัฒนธรรมไว้เท่านั้น แต่ยังเข้ามาครอบงำความคิดและจิตใจของผู้คนด้วย จึงเป็นการยากที่ประชาชนคนหนึ่งจะลุกขึ้นมาต่อสู้หรือทำการต่อรองได้ง่ายๆ เพราะการรวมกลุ่มเพื่อเกิดเป็นกระบอกเสียงในการต่อนั้นไม่ได้เกิดขึ้นได้อย่างบ่อยครั้ง (De Certeau, 1984)

ด้วยการดำเนินชีวิตในโลกยุคใหม่ได้ถูกจัดรูปแบบโครงสร้างที่แน่นอนเอาไว้ และมีการใช้เป็นปัจจัยการสืบทอดอุดมการณ์ซ้ำทางสังคม ซึ่งหากเราต้องการให้เกิดการปรับเปลี่ยนทางสังคม เราอาจจะเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงในระดับชีวิตประจำวันเป็นอันดับแรก การเริ่มต้นจากสิ่งเล็กๆ ๆ ในชีวิตประจำวันจะเป็นการเปิดโอกาสให้เราได้แสดงศักยภาพที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้วยตนเอง เมื่อความสัมพันธ์ของการบริโภคเชื่อมโยงอย่างแนบแน่นกับชีวิตประจำวัน ผู้บริโภคจึงไม่ใช่ผู้ถูกกระทำ (object) อีกต่อไป แต่ผู้บริโภคมีวิธีการที่มีความสัมพันธ์กับอำนาจ การศึกษาชีวิตประจำวันจึงสามารถเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่จุดมุ่งหมายทางการเมืองอย่างใดอย่างหนึ่งได้ โดย เดอ แชรโทพยายามชี้ให้เห็น คือ การที่อำนาจไม่อาจครอบงำการดำเนินชีวิตได้อย่างเต็มรูปแบบ เราสามารถค้นหาเครื่องมือที่ใช้ในการต่อรองได้จากความเป็นไปในชีวิตประจำวัน หาวิธีการที่สามารถสะท้อนความหลากหลายอันไม่ปะติดปะต่อกันในชีวิตประจำวัน ซึ่งอาจมากจากการผสมผสานด้วยวิธีการอันหลากหลาย อีกทั้งเราสามารถสร้างพื้นที่ที่อยู่นอกเหนือวาทกรรมเพื่อทำให้เกิดวิธีที่จะเข้าใจในความจริงต่าง ๆ ได้ด้วยการใช้สิ่งเล็กๆ น้อย ๆ เป็นจุดเริ่มต้นของพลังอันยิ่งใหญ่ (สุนัยมณุษยวิทยาสิรินธร, 2563)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าจากแนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของ มิเชล เดอร์ แชรโท : กระบวนการผลิตและเครื่องมือวิเคราะห์กลไกของอำนาจ เดอ แชรโท (Du Certeau) เสนอแนวคิด

เกี่ยวชีวิตประจำวันในหนังสือ The Practice of Every Life โดย เดอ เซร์โตต้องการให้เห็นพลังที่สร้างสรรค์ในชีวิตประจำวัน แต่ด้วยเป้าหมายและวิธีการที่แตกต่างกัน สิ่งที่เดอ เซร์โต เสนอไว้ใน The Practice of Everyday Life มีเป้าหมายหลักอยู่ 2 ประการคือ การเน้นความสำคัญของการบริโภค และการเน้นตั้งคำถามกับการศึกษาชีวิตประจำวัน (De Certeau, 1984)

สำหรับประการแรก ความต้องการเน้นความสำคัญของการบริโภคได้ผูกโยงอย่างแนบแน่นกับเรื่องราวของชีวิตประจำวัน ซึ่งปฏิเสธความคิดของกลุ่มซ้ายใหม่ที่ดูแคลนวัฒนธรรมสมัยนิยม และสังคมบริโภคว่าลดทอนคุณค่าของความเป็นมนุษย์ โดยพยายาม ชี้ว่าการบริโภคมีด้านบวกด้วยไม่ใช่เรื่องราวของการชี้นำอำนาจอย่างเดียว แต่ย้ำว่ามวลชนไม่ได้เป็นผู้บริโภคที่ถูกกระทำตลอดเวลา แต่มีวิธีการ (Ways of Operating) ที่จะสัมพันธ์กับอำนาจการให้ความสำคัญและเห็นศักยภาพของการบริโภค และปฏิบัติการต่าง ๆ เช่น ฟัง พูด อ่าน การใช้ชีวิต ทำให้แนวคิดดังกล่าวของเขา ถูกให้ความสนใจในการศึกษาวัฒนธรรมหลังหลังโครงสร้างนิยม และ ประการที่สอง คือ การตั้งความสงสัย เกี่ยวกับการศึกษาแนวคิด เพื่อนำไปสู่เป้าหมายทางการเมืองที่มีข้อสรุปไว้ก่อนหน้า ซึ่ง กลไกของอำนาจในภาวะสมัยใหม่ที่มีการต่อรองด้วยนั้น คือ ความพยายามนำชีวิตประจำวันไปอธิบายโดยนักวิชา โดยที่ไม่ทำให้ชีวิตประจำวันกลายเป็นเพียงการศึกษา เดอ เซร์โต ให้ความสนใจรูปแบบขั้นตอนการผลิตที่เกิดขึ้นใน บุคคล ที่มีการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่กำหนดขึ้นมาโดยรูปแบบที่อยู่เหนือการควบคุมของพวกเขาเดอ เซร์โต มองว่าการทำความเข้าใจรูปแบบดังกล่าวได้ต้องให้ความสนใจกับเรื่องราวในชีวิตประจำวัน (ศุภชัย มนุษยวิทยาสรินทร, 2563)

จึงสรุปได้ว่า แนวคิดปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน (The Practice of the Everyday Life) ได้ให้ความสำคัญกับปฏิบัติการของกลุ่มกับประเด็นของอำนาจและการต่อรองในชีวิตประจำวัน การกระทำของผู้คนที่ใช้สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันกระทำกรกดทับผู้คนเหล่านั้นไว้ โดยทุก ๆ พื้นที่ในการดำเนินชีวิตมีอำนาจ การครอบงำ และการกดทับวณเวียนอยู่ ทั้งกรอบทางสังคม เศรษฐกิจ กฎระเบียบต่าง ๆ และเมื่อมีอำนาจของการกดทับย่อมต้องมีการต่อสู้กลับเกิดขึ้นอยู่เสมอ ผ่านรูปแบบการต่อรองซึ่งทำให้อำนาจที่กดทับอยู่ชะงักงัน ไม่ใช่การทำลายอำนาจที่กดทับที่เกิดขึ้น โดยจะเห็นได้จาก ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของกลุ่มแอกเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ในการใช้อำนาจของกลุ่มแฟนคลับในฐานะผู้บริโภคเป็นเครื่องมือในการต่อสู้กลับนายทุนในการแสดงออกในประเด็นที่เกิดในสังคม โดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาการแสดงออกและปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในทวิตเตอร์และการใช้วิธีการอำนาจของกลุ่มแฟนคลับใน

ฐานะผู้บริโภคในการต่อสู้กับนายทุนในการแสดงออกถึงการไม่สนับสนุนการตีป้ายทำโปรเจกต์ตามรถไฟฟ้าของกลุ่มนายทุนในช่วงสถานการณ์การชุมนุมที่เกิดขึ้นในสังคม

2.2 แนวคิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement)

สำหรับการศึกษานานวิจัยฉบับนี้ ใช้แนวคิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยแนวคิดนี้กล่าวถึง ปฏิบัติการของกลุ่มคนที่มีเป้าหมายเดียวกัน คือ ต้องการปรับเปลี่ยนสังคมในประเด็นต่าง ๆ ด้วยการสื่อสารที่ผสมผสานสื่อเก่าและสื่อใหม่ไว้ด้วยกัน โดยกลุ่มของการเคลื่อนไหว จะต้องสร้างและออกแบบให้สอดคล้องไปตามวิถีชีวิต และลักษณะการบริโภคของประชาชนกลุ่มดังกล่าว โดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาการแสดงออกและปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในทวิตเตอร์ การเคลื่อนไหวของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ที่มี อัตลักษณ์ของความเป็นแฟนคลับวง NCT และการบริโภคสินค้าและสนับสนุนศิลปินวง NCT ร่วมกัน อีกทั้งจากการเคลื่อนไหวและเรียกร้องประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับจนนำไปสู่การเคลื่อนไหวและปฏิบัติการต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างประโยชน์ให้กับสังคม จากประเด็นดังกล่าว ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจแนวคิดขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อนำมาใช้อธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในงานวิจัยฉบับนี้

2.2.1 ความหมายของการเคลื่อนไหวทางสังคม

การเคลื่อนไหวทางสังคม (Social movement) เป็นปฏิบัติการของกลุ่มคนที่มีเป้าหมายเดียวกันที่มีความต้องการปรับเปลี่ยนพื้นที่ที่กลุ่มคนของเขาได้อาศัยอยู่ให้มีการเปลี่ยนแปลงในประเด็นทางสังคมต่าง ๆ เช่น สิ่งแวดล้อม ปัญหาความรุนแรงทางเพศ ความไม่เท่าเทียม ฯลฯ การเคลื่อนไหวทางสังคมในรูปแบบใหม่ จึงเปรียบเสมือนการผสมผสาน ระหว่างพื้นที่ทางสังคมกับพื้นที่ส่วนตัว โดยสื่อสังคมได้กลายมาเป็นพื้นที่ในสร้างกลุ่มเพื่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของประชาชนในยุคนี้ โดยการเคลื่อนไหวทางสังคมได้ถูกนิยามและให้ความหมาย โดยนักวิชาการมากมาย

ใจ อึ้งภากรณ์ (2558) นิยาม การเคลื่อนไหวทางสังคมว่า “เป็นการรวมกลุ่มของกลุ่มคนในรูปแบบขบวนการเพื่อเรียกร้องการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง” อีกทั้งขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมมีความสัมพันธ์กับพรรคการเมือง ความไม่เท่าเทียมกันและชนชั้นที่แตกต่างกัน รวมไปถึงโครงสร้างของระบบการปกครอง

ในขณะที่ ผาสุก พงษ์ไพจิตร (2543) ได้นำเสนอแนวคิด ด้านการเคลื่อนไหวทางสังคม เช่น อเรน ทูเรน (Alain Touraine, 1977, อ้างถึงใน (ผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2543) ได้กล่าวเกี่ยวกับการเคลื่อนไหวทางสังคมว่า คือ “การรวมกลุ่มเพื่อรวมหมู่ในการกระทำการ ที่ตั้งใจเปลี่ยนสัมพันธ์ภาพ

ทางอำนาจหลัก ๆ ของสังคม นอกจากนี้ มานูเอล คาสเทลส์ (Manuel Castells, 1997) นิยามของ ขบวนการทางสังคมว่าเป็นการรวมกลุ่มเพื่อกระทำการรวมหมู่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงระบบ คุณค่าและและสถาบันของกลุ่มคน

ไซยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2540) กล่าวถึง ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม โดยได้ กล่าวไว้ว่า ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม ไม่ใช่ขบวนการปฏิวัติ แบ่งแยกดินแดน การปลดปล่อย แห่งชาติการรวมกลุ่มของนักการเมืองและผลประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ ในแบบที่เคยเป็นมาแต่ เป็น“การเริ่มตระหนักถึง ขีดจำกัดของการปฏิวัติว่าไม่ใช่วิธีการในการพัฒนาประชาธิปไตย จึงหัน มาเคลื่อนไหวเรียกร้องในระบบ อีกทั้งขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ ยังช่วยพัฒนา รูปแบบต่าง ๆ ของประชาธิปไตยและการมีส่วนร่วมของประชาชน

ดังนั้น ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ ก็คือ ขบวนการเคลื่อนไหวของพลเมือง ด้วยเหตุนี้พื้นที่ชุมชนในยุคใหม่ ยังเปลี่ยนแปลงความหมาย จากพื้นที่ที่ต้องพบปะชุมนุมแบบเห็น หน้าที่กัน กลายเป็นพบกันและชุมนุมผ่านสื่อใหม่ ยกตัวอย่างเช่น โทรศัพท์มือถือ อินเทอร์เน็ต ซึ่งทำ ให้ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เคยเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ขยายตัวออกไปเป็นกลุ่มที่มีเครือข่ายใหญ่ ขึ้น เป็นต้น

2.2.2 สื่อกับการเคลื่อนไหวทางสังคมในมุมมองสังคมวิทยา

คาสเทลส์ศึกษาเครือข่ายการเคลื่อนไหวทางสังคมในยุคข้อมูลข่าวสาร (information age) ผ่านตัวอย่างหลายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วง ค.ศ. 2010-2011 เขาได้ ร่วมสังเกตการณ์และ ใช้การสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์เหล่านั้นที่มีอยู่มากมายในสื่อต่าง ๆ คาสเทลส์ได้อธิบายการ เคลื่อนไหวทางสังคมไว้ใน หนังสือ Networks of Outrage and Hope: Social movements in the internet age โดย คาสเทลส์สนใจการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เชื่อมโยงกันผ่าน เครือข่าย (networked social movement) ของกลุ่มคนที่รวมตัวกันขึ้นจากสาเหตุ หรือเงื่อนไขที่แตกต่างกัน ไปในแต่ละพื้นที่โดยมีเครือข่ายทางสังคมและอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่ กลางของการสื่อสาร แบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้คนหลากหลายกลุ่ม คาสเทลส์อธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวด้วยเรื่อง อำนาจการสื่อสารที่มองการสื่อสาร ว่าได้สร้างเครือข่ายของอำนาจรูปแบบหนึ่ง การรับรู้ข้อมูล ข่าวสารทางโลกออนไลน์และเครือข่าย สื่อต่าง ๆ รวมถึงเครือข่ายความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้คน เอง ทำให้เกิดการคิด การสร้าง และ แลกเปลี่ยนความหมายหลากหลายชุด ซึ่งสามารถเข้าถึงชีวิต ทางสังคมของผู้คนได้ทั้งในระดับ ท้องถิ่นและระดับโลก อินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญมากต่อการ สื่อสารในโลกยุคดิจิทัลที่ผู้ส่ง ผู้รับ และการสืบค้นข้อความจากเครือข่ายนั้นบุคคลมีอิสระที่จะเลือก ตลอดจนตัดสินใจรับ และใช้ข้อมูลได้เอง ภายใต้สังคมแห่งเครือข่ายที่มีอำนาจหลายชุดทำงานอยู่

รวมถึงการต่อต้าน อำนาจด้วย โดยการต่อต้านอำนาจของผู้คนที่ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมแห่งยุคข้อมูลข่าวสารนั้น สามารถใช้กลไกของการสร้างอำนาจจากการร่วมอยู่ในการผลิตข้อมูลและสื่อสารมวลชนด้วยเครือข่ายการสื่อสารในแนวนอน (horizontal) จะทำให้ผู้คนสามารถสร้างแบบแผนใหม่ ให้กับชีวิตของพวกเขาจากความเจ็บปวด ความกลัว ความฝัน และความหวัง โดยมีการสื่อสาร เป็นตัวกลาง (M Castells, 2015)

Manuel Castells (1997) แสดงทัศนะเกี่ยวกับการสื่อสารในยุคดิจิทัลว่าเป็นการเปลี่ยนรูปภูมิทัศน์สังคมของมนุษย์ (social landscape of human life) อย่างล้ำลึกโดยเฉพาะอย่างยิ่ง“การปฏิวัติทางเทคโนโลยี” ซึ่งมีแกนกลางอยู่ที่เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องจักรสำคัญในการปรับเปลี่ยนพื้นฐานทางวัตถุของสังคม ไปสู่รูปแบบใหม่อย่าง รวดเร็วกว่าการเปลี่ยนแปลงในยุคก่อนที่มีลักษณะค่อยเป็นค่อยไป แต่ปัจจุบันเป็นการเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดรูปแบบทางสังคมใหม่ซึ่งก่อให้เกิดวัฒนธรรมทางวัตถุ กล่าวคือ สังคมที่ถูกผลักดันขับเคลื่อนโดยเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เป็นตัวกำหนดวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิต ของคนสมัยใหม่ที่เชื่อมโยงและสร้างเครือข่ายของการปฏิสัมพันธ์ระดับโลก (global network of global interaction) สร้างอาณาบริเวณครอบคลุมที่กว้างขวางและมีอำนาจในการกระตุ้นให้การบริการรูปแบบใหม่ แทรกซึมเข้าไปในกระบวนการและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในทุกด้านของมนุษย์

2.2.3 สื่อสังคม (social media) กับขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม

สื่อกับขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม ของมานูเอล คาสเทลส์ (Manuel Castells) จากหนังสือ Networks of Outrage and Hope: Social movements in the internet age ซึ่ง คาสเทลส์ศึกษาเครือข่ายการเคลื่อนไหวทางสังคมในยุคข้อมูลข่าวสาร (information age) Manuel Castells (1997) โดยคาสเทลส์สนใจการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เชื่อมโยงกันผ่าน เครือข่าย (networked social movement) ของกลุ่มคนที่รวมตัวกันขึ้นจากสาเหตุ หรือเงื่อนไขที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ โดยมีเครือข่ายทางสังคมและอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่ กลางของการสื่อสาร แบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้คนหลากหลายกลุ่ม อีกนักเคลื่อนไหวทางสังคมมีความจำเป็นที่จะต้องมีการกลยุทธเพื่อให้การสื่อสารเป็นไปได้อย่างเรียบร้อย อินเทอร์เน็ตเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้ประชาชนได้แสดงให้เห็นถึงพลังในการสื่อสารที่ถูกครอบงำด้วยกลุ่มการเมือง รวมไปถึงสื่อมวลชนที่ให้ความสำคัญและนำหน้าในการนำเสนอข่าวให้กับกับฝ่ายที่มีอำนาจ ในสังคมมากกว่า อีกทั้ง การเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน ส่งผลให้ประชาชนมีการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะชนชั้นกลางที่มีการค้นคว้าเพิ่มขึ้นมีสื่อออนไลน์ในการช่วยเหลือให้ความสะดวก จนทำให้เกิดความเป็นปัจเจกชนที่สนใจกับตัวตน (self) ของตัวเองมากกว่าสังคมเมื่อความเป็นปัจเจกชนมีจำนวน

เพิ่มขึ้น สังคมและการเมืองจึงเปลี่ยนแปลงไปเช่นเดียวกัน แอนโทนี กิดเดนส์ (Giddens, 1991) ได้ นิยาม การเมืองรูปแบบใหม่ที่ปรากฏให้เห็นว่า เป็นการเมืองแบบออนไลน์ ซึ่งเกิดขึ้นและถูก พัฒนาให้มีความเหมาะสมกับวิถีชีวิตในปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ การเคลื่อนไหวดังกล่าวที่เกิดขึ้น จะต้องสร้างและออกแบบให้สอดคล้องไปตามอัตลักษณ์ การใช้ชีวิต และลักษณะการบริโภคของ ประชาชนกลุ่มดังกล่าว ด้วยการสื่อสารแบบใหม่ที่ผสมผสานทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่เข้าด้วยกัน

อินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญมากต่อการสื่อสารในโลกยุคดิจิทัล ที่ผู้ส่ง ผู้รับ และการ สืบค้นข้อความจากเครือข่ายนั้นบุคคลมีอิสระที่จะเลือก ตลอดจนถึงตัดสินใจรับ และใช้ข้อมูลได้เอง ภายใต้สังคมแห่งเครือข่ายที่มีอำนาจหลายชุดทำงานอยู่ รวมถึงการต่อต้าน อำนาจด้วย โดยการ ต่อต้านอำนาจของผู้คนที่ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคมแห่งยุคข้อมูลข่าวสาร นั้น สามารถใช้กลไก ของการสร้างอำนาจจากการร่วมอยู่ในการผลิตข้อมูลและสื่อสารมวลชน ด้วยเครือข่ายการสื่อสาร ในแนวนอน (horizontal) จะทำให้ผู้คนสามารถสร้างแบบแผนใหม่ ให้กับชีวิตของพวกเขาจาก ความเจ็บปวด ความกลัว ความฝัน และความหวัง โดยมีการสื่อสาร เป็นตัวกลาง เครือข่ายการ เคลื่อนไหวทางสังคมในพื้นที่ต่าง ๆ ของโลก คาสเทลส์ได้ใช้ตัวอย่างการเคลื่อนไหวทางสังคม ในช่วงปี 2010-2011 ที่เกิดขึ้นในตูนีเซีย และไอร์แลนด์ ซึ่งเป็นแบบอย่างที่ทำให้เกิดการปฏิวัติใน อียิปต์ (the 25 January Revolution) อันนำไปสู่การลุกฮือของประชาชนเพื่อต่อต้านรัฐบาลใน ตะวันออกกลาง (Arab uprisings) และขยายต่อไปสู่การเคลื่อนไหวในสเปน รวมถึงการปฏิบัติการ ยึดวอลล์สตรีท (Occupy Wall Street) ที่เริ่มต้นจากนครนิวยอร์กและแพร่กระจาย ไปตามรัฐต่าง ๆ ในสหรัฐอเมริกา (M Castells, 2015) ดังนี้

การลุกฮือของประชาชนเพื่อต่อต้านรัฐบาลในตะวันออกกลาง (ค.ศ. 2010) โดยการ ปฏิวัติที่เกิดขึ้นในโลกอาหรับเริ่มจากพื้นที่ของการสื่อสารผ่านเครือข่าย คอมพิวเตอร์และ อินเทอร์เน็ต (cyberspace) ก่อน แล้วจึงก่อเกิดการรวมตัวกันในพื้นที่ เขตเมือง (urban space) ผู้ ประท้วงส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี อีกทั้งยังเป็นกลุ่มคนที่มี การศึกษาและมีความคล่องตัวใน การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต โดยคาสเทลส์อ้างถึงงานของ ฟิลิป โฮวาร์ด (Philip N. Howard) และมุซัมมิล ฮุสเซน (Muzammil M. Hussain) ที่ กล่าวว่า การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เข้มข้น ในการประท้วงของเยาวชนมีผลอย่างชัดเจน ต่อการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้น เริ่มจากการ ถกเถียงกันอย่างเข้มข้นในประเด็นเรื่อง สังคมและการเมืองในสื่อ “ก่อน” จะนัดรวมตัวกัน กล่าวคือ สื่อดิจิทัลเป็นโครงสร้างพื้นฐาน สำคัญสำหรับการเคลื่อนไหวทางสังคม ผ่านการร่วมกันแบ่งปัน ข่าวสารผ่านบล็อก วิดีโอบน เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ ตลอดจนถึงการเข้าไปแสดงความเห็นผ่านช่องทาง ของสำนักข่าวอย่าง อัลจาซีราและบีบีซี (M Castells, 2015; Howard, 2012) โดยคาสเทลส์ได้

อธิบายเชื่อมโยงให้เห็นว่า สิ่งที่ทำให้เกิดการปฏิวัติไม่ใช่เพียง การใช้งานเฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ ตามที่เข้าใจ แต่เป็นยุทธศาสตร์ในการใช้สื่อดิจิทัลสำหรับ เชื่อมต่อกับพื้นที่สาธารณะควบคู่ไปกับ เครือข่ายการสนับสนุนระหว่างประเทศ

2.2.4 ยกตัวอย่างการเคลื่อนไหวของกลุ่มแฟนคลับในต่างประเทศ

จากเหตุการณ์ #BlackLivesMatter การที่แฮชแท็กติดเทรนด์ทวิตเตอร์ก็กลับมาอีกครั้ง อย่างทรงพลังมากกว่าเดิมในหลายประเทศทั่วโลกในช่วงสัปดาห์ที่ผ่านมาจนกระทั่งตอนนี้ โดยใน แฮชแท็กมีการแบ่งปันข้อมูลของคดี หนทางการช่วยเหลือการเคลื่อนไหวเพื่อกำจัดการเหยียดเชื้อชาติ มีการเปิดช่องทางการบริจาค ข้อมูลของคดีของคนผิวดำอื่น ๆ ที่ต้องบาดเจ็บและเสียชีวิต อย่างไม่เป็นธรรม รวมไปถึงข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับปัญหาการเหยียดสีผิวและเชื้อชาติที่คนผิวดำ ต่างก็ต้องเผชิญในชีวิตประจำวัน ซึ่งจากสถานการณ์ดังกล่าว ศิลปินเกาหลีหลายๆ คน ไม่ว่าจะเป็นวง BTS, Johny Suh สมาชิกวง NCT, หรือเยริ สมาชิกวง Red Velvet เป็นต้น ได้ออกมาแสดงความเคลื่อนไหวต่อต้านการเหยียดเชื้อชาติในเหตุการณ์ Black Lives Matter โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วง BTS ที่ได้ทำการบริจาคเงินจำนวน 1 ล้านเหรียญสหรัฐให้กับหน่วยงาน Black Lives Matter Global Network Foundation, Inc. เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวในเรื่องนี้ เนื่องจากวง BTS เอง เคยมีประสบการณ์ของการถูกตั้งอคติ (prejudice) ซึ่งการออกมาพูดในประเด็นนี้บนสื่อสาธารณะของวงเป็นไปเพื่อชี้ให้ทุกคนตระหนักถึงความรุนแรงจากการเหยียดเชื้อชาติ โดยชื่อเสียงที่มีของวง อาจช่วยสร้างให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นได้ โดยการออกสื่อสนับสนุนของศิลปินได้ กระตุ้นให้แฟนคลับหรือที่รู้จักกันในชื่อว่า ARMY ทั่วโลก รวมถึงสมาชิก ARMY ในประเทศไทยได้ ออกมาให้การสนับสนุนการเคลื่อนไหวดังกล่าวเช่นเดียวกัน ภายใต้โปรเจกต์ที่ชื่อ Match a Million ซึ่งเป็นการระดมเงินทุนให้ได้จำนวนเงิน 1 ล้านเหรียญสหรัฐ ในจำนวนเงินเดียวกันกับที่ศิลปินของตนได้ทำการบริจาค และภายในเวลา 24 ชั่วโมง แฟนคลับก็สามารถระดมเงินได้มากถึง 817,000 เหรียญสหรัฐ (เอคิพีทีนิวส์, 2020)

อีกทั้งนอกเหนือจากความชื่นชอบในการฟังเพลงเคป็อปได้กระตุ้นให้เกิดความสนใจในการเรียนรู้เรื่องราวในด้านอื่น ๆ ของประเทศเกาหลีโดยเฉพาะด้านที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ การเมืองที่ประเทศเกาหลีได้เองมีการเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องประชาธิปไตยมาก่อน จนท้ายที่สุดประเทศเกาหลีได้ได้ผันตัวเองจากระบบ อำนาจอธิปไตยมาเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการปกครองแบบประชาธิปไตยซึ่งข้อเท็จจริงนี้นอกจากจะกลายเป็นหนึ่งในแรงบันดาลใจที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับ เลือกว่าจะก้าวเข้ามาสนับสนุนการชุมนุมประท้วงแล้ว ยังทำให้กลุ่มเยาวชนทำการตั้งคำถามถึงสาเหตุที่ประเทศไทยไม่สามารถเกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่จุดที่ประเทศเกาหลีได้เป็น และ

นอกจากนี้ ยังเห็นได้ว่า ในระหว่างการชุมนุม กลุ่มเยาวชนยังเลือกเพลง Into the New World ซึ่งเป็นเพลงที่ซัน ร้องโดยวง Girl's Generation ที่ชื่อเพลงหมายถึง โลกใหม่ ซึ่งนับยะเป็นการสื่อให้รู้ถึงความต้องการสิ่งใหม่และความต้องการการเปลี่ยนแปลงในประเทศไทย และนอกจากนี้ เพลงนี้เป็นหนึ่งในเพลงที่นักศึกษาชาวเกาหลีใต้เลือกใช้ในการเดินขบวนประท้วงเพื่อขับไล่ประธานาธิบดี ปัก กึน เฮ ในปี ค.ศ. 2017(ธนະสี รังกฎ, 2559)

นอกจากประเด็นที่กล่าวไว้ข้างต้น เมลิสสา ชัง Tsang (2014) ได้กล่าวถึงการเคลื่อนไหวทางสังคม ด้วยการใช้สื่อสังคมออนไลน์แบบใหม่ โดยมีวิธีการที่หลากหลายและเป็นกระแสนิยม เช่น แคมเปญการรณรงค์ขององค์กร ALS Association ในการรักษาโรค ALS (Amyotrophic Lateral Sclerosis) โรคกล้ามเนื้ออ่อนแรง ผ่านการร่วมระดมทุนในการสืบค้นวิจัย มีรูปแบบในการเคลื่อนไหว โดยจัดแคมเปญ Ice bucket challenge และเผยแพร่ด้วยสื่อสังคมออนไลน์ โดยเริ่มจากการท้าทายบุคคลที่มีชื่อเสียงผ่านการยกถังน้ำแข็งเทบนตัวเอง หลังจากนั้นมีการส่งต่อคำเชิญให้เพื่อนทำกิจกรรมในรูปแบบเดียวกัน การโพสต์ คลิปวิดีโอบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีการใช้แฮชแท็ก # Ice bucket challenge ในการโพสต์เพื่อส่งต่อทุกครั้งที่การรณรงค์ขององค์กรนี้ มีผลตอบรับที่ดีมาก มีการสนับสนุน จากบุคคลผู้มีชื่อเสียง เช่น นักร้อง นักการเมือง นักฟุตบอล คนดังต่าง ๆ มีการส่งต่อและท้าทายการทำกิจกรรมดังกล่าว นับว่า การทำกิจกรรมดังกล่าว เป็นการช่วยเหลือในการร่วมบริจาคและทำแคมเปญให้กับบุคลากรทางแพทย์ในการวิจัย และช่วยเหลือผู้ป่วยในการต่อสู้กับโรค ALS แคมเปญดังกล่าวยังเปิดโอกาสให้ผู้ที่ไม่ต้องการทำกิจกรรมสามารถบริจาคเงินได้ ส่งผลให้ #Ice bucket challenge เป็นที่รู้จักและแพร่หลายไปทั่วโลก มีผลตอบรับที่ดีมาก ทำให้องค์กรได้รับเงินบริจาคเกือบ หนึ่งร้อยล้านเหรียญจากรูปแบบการเคลื่อนไหวนี้

จากที่กล่าวมาข้างต้นการสื่อสารในยุคดิจิทัลมีเทคโนโลยีสารสนเทศเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ ส่งพลังแรงบวกในหลายมิติ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัลกับอุตสาหกรรม การ สร้างวัฒนธรรมที่มีความเชื่อมโยงกันทั้งในด้านการผลิต การเผยแพร่ และการบริโภค วัฒนธรรม ในโลกเสมือนที่กำลังไหลบ่าข้ามพรมแดนระหว่างประเทศและมีการยึดครอง และอาจนำไปสู่กลไกการควบคุมทางวัฒนธรรมความคิด ด้วยการสื่อสารในยุคใหม่ที่มีสื่อออนไลน์ เป็นเครื่องมือหลักในการก้าวข้ามพื้นที่กันต่าง ๆ มีการ หลุดพ้นจากความเชื่อเดิมที่ว่าวัฒนธรรมจะอยู่ในพื้นที่ของตนเองเท่านั้น ในทางกลับกันการสื่อสารในยุคดิจิทัลทำให้เกิดการสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมโดยยุคออนไลน์สร้างพลังอำนาจให้กับผู้สร้างวัฒนธรรม ในหลายแง่มุม

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม หรือ social movement เป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นแพร่หลายทั่วโลกและเป็นตัวการหรือปัจจัยสำคัญที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในสังคม โดยเกิดจากการกระทำของคนจำนวนมากที่เกิดขึ้นด้วยความสมัครใจ ผ่านพื้นที่ถูกผสม โลกที่เราอยู่ในปัจจุบันนี้มีลักษณะเป็น ลูกผสม เพราะชีวิตประจำวันของผู้คนมีความเกี่ยวข้องกับทั้งโลกกายภาพและโลกออนไลน์ ไปพร้อมกัน การสร้างชุมชนออนไลน์ในการเคลื่อนไหวทางสังคมช่วยลดข้อจำกัดในด้านต่าง ๆ มีการติดตามข้อมูลและแสดงความคิดเห็น แบ่งปันความรู้และมีการบริจาคเพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวได้อย่างสะดวกง่ายดาย ซึ่งขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมผ่านชุมชนออนไลน์ ช่วยเพิ่มระดับการสนับสนุนของกลุ่ม เพราะสื่อสังคมออนไลน์ ช่วยให้มีการปฏิสัมพันธ์ได้อย่างรวดเร็ว ภายในกลุ่มจึงรู้สึกว่าคุณมีส่วนร่วม เพราะความคิดเห็นของพวกเขาได้รับความสนใจและยังทำให้พวกเขา รู้สึกว่าเป็นการใช้วิถีทางแห่งประชาธิปไตยในการแก้ปัญหา ให้กับสังคมอีกด้วย โดยงานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาการเคลื่อนไหวของกลุ่ม แอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ผ่านปฏิบัติการและรูปแบบการแสดงออกและภายในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ซึ่งเกิดขึ้นผ่านการรวมกลุ่มของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ผ่านการเคลื่อนไหวในแพลตฟอร์มออนไลน์ทวิตเตอร์จนนำไปสู่ปฏิบัติการในในโลกออฟไลน์

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและเครือข่ายการสื่อสาร

สำหรับการศึกษา แนวคิดเกี่ยวกับสื่อและเครือข่ายการสื่อสาร เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงการสื่อสารระหว่างบุคคล โดยการสื่อสารเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาศัยกระบวนการของการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และมีเครือข่ายการสื่อสารที่เป็นเส้นโยงสายสัมพันธ์ระหว่างบุคคล จากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง ด้วยกลไกการสื่อสารที่เป็นลักษณะของการมีส่วนร่วม การพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และการแสดงออก ซึ่งคนในชุมชนอาจมีสถานภาพต่างกัน คือ มีผู้นำกลุ่ม และสมาชิกของกลุ่ม โดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาการแสดงออกและปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในทวิตเตอร์ ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจแนวคิดเกี่ยวกับสื่อ รวมทั้งเครือข่ายการสื่อสารระหว่างผู้นำกลุ่ม(แอคเคาท์ทวิตเตอร์บ้านเบสวง NCT) และ สมาชิกของกลุ่ม (แอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT)

2.3.1 ความหมายและประเภทของสื่อ

สื่อ หรือ ช่องทางการสื่อสาร (Channel) เป็นส่วนสำคัญในการสื่อสารเนื่องจากเป็น ศูนย์กลางในการนำข้อมูลต่าง ๆ ส่งไปให้แก่ผู้รับสาร สุรัชตา ราคา (2550) กล่าวว่า ช่องทางการสื่อสารนั้นโดยทั่วไปแล้วข้อความที่ถูกส่งไปยังผู้รับสาร และจะมีระบบการรับรู้และคัดกรองการเลือกข่าวสารหรือสื่อ นั้น ๆ โดยสื่อที่ได้จะมีประสิทธิภาพ และสามารถเลือกใช้ได้ ดดยดูได้จาก

ความนิยม สื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้มากที่สุดโดยมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด และมีอิทธิพลมากที่สุด เป็นต้น สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะพิจารณาจากสื่อบุคคล และสื่อใหม่

สื่อบุคคล หมายถึง การนำบุคคล หรือกลุ่มบุคคลมาเป็นช่องทางในการสื่อสารไปยังผู้รับสารโดยการใช้สื่อสารระหว่างบุคคลเป็นหลักซึ่งทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถตอบโต้กันได้ ในทันทีที่สื่อบุคคลยังมีจุดเด่นคือความเป็นกันเองทำให้สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้ง่าย โดยเฉพาะหากเป็นบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยกันมาก่อน มีความน่าเชื่อถือ เช่น เพื่อน คนใกล้ชิด บุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้น ก็มีโอกาสสูงที่จะสามารถโน้มน้าวใจผู้รับสารให้คล้อยตามได้มากกว่า สิ่งทีสะท้อนศักยภาพของสื่อบุคคลได้เป็นอย่างดี คือ การส่งต่อข้อมูลหรือกระจายข่าวสารต่าง ๆ ที่สามารถแพร่กระจายไปได้อย่างรวดเร็ว เพราะต่างคนต่างรับข้อมูลข่าวสารจากบุคคลที่ตนเองรู้จักมักคุ้นอยู่แล้วมีแนวโน้มจะเชื่อในทันทีว่าเป็นเรื่องจริงและพร้อมที่จะเผยแพร่ข่าวนั้นในทันที (สุรัชตา ราคา, 2550)

สื่อใหม่ คือ สื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้ส่งและผู้รับสามารถ ดำเนินการพร้อมกันได้รวมทั้งการเข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการได้ในทุกที่และทุกเวลาบนพื้นที่สื่อออนไลน์ รวมไปถึงการข้อมูลใหม่จากการตอบกลับผู้ใช้งานที่การตอบโต้ระหว่างกัน และสามารถส่งข้อมูลได้พร้อมกันในหลายมิติได้ เช่น ข้อความ ภาพ เสียง ปัจจุบันมีสื่อใหม่พัฒนาขึ้นมาอย่างหลากหลายมีการใช้งานและนิยมกันมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น Twitter ถือว่าเป็นตัวอย่างหนึ่งของสื่อใหม่ที่ใช้ตัวแบบสื่อเชิงสังคมซึ่งมีแอคเคาท์เป็นจำนวนมากและส่วนใหญ่เกิดการมีส่วนร่วม (Burnett, 2003)

2.3.2 คุณลักษณะของสื่อใหม่

เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ระหว่างกลุ่มคนในสังคมเกิดการแบ่งปันข้อมูลของกันและกัน ซึ่งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเกิดการร่วมมือกันในทุกระดับ จนเกิดการพัฒนาเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐและเอกชนมากขึ้น กาญจนา แก้วเทพ (2555); นิคม ชัยขุนพล (2555) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่

1. ความเป็นดิจิทัล ที่มีหลากหลายรูปแบบการทำงานการมีความแม่นยำและรวดเร็วในการสื่อสาร ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ จะมีการประมวลผลที่รวดเร็ว และไร้พรมแดน ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดของโลกก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้

2. สื่อใหม่มีลักษณะการหลอมรวมสื่อ จากเดิมแต่ละสื่อมีรูปแบบและหน้าที่คนละด้าน สื่อใหม่ได้นำเอาลักษณะต่าง ๆ มาผสมผสานเพื่อให้ ผู้ใช้สื่อใหม่มีความสะดวกในการใช้สื่อที่เป็นรูปแบบสื่อเดียว

3. การมีปฏิสัมพันธ์ คือ สื่อกับผู้ใช้ ตอบโต้กันได้อย่างทันท่วงที โดยหากนำสื่อใหม่มาใช้ในการกระจายข่าวหรือส่งต่อข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับ เกิดการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร และความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับผ่านสังคมออนไลน์ได้อย่างรวดเร็วครบถ้วน

4. คือ สื่อใหม่เป็นการสื่อสารจากสิ่งเดียว กระจายสารไปยังกลุ่มคนจำนวนมาก ซึ่งเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารจากบ้านเบสแฟนคลับไปยังกลุ่มแฟนคลับที่มีจำนวนมาก เรียกได้ว่าเป็นสังคมของการสื่อสารที่รวดเร็ว คือการที่บ้านเบสสามารถสร้างกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันในประเภทความชอบเหมือนกันหรือที่เรียกว่า กลุ่มแฟนรายการเดียวกัน โดย ทวิตเตอร์ เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ภายใต้อินเทอร์เน็ต ที่แบ่งกลุ่มความสนใจออกเป็นแต่ละประเภท เพื่อง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล และแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็น กับสิ่งที่อยู่ในความสนใจเดียวกันได้แบบทันทีทันใด

5. สื่อใหม่สามารถกระจายไปยังกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องที่แตกต่างกัน เช่นใน ทวิตเตอร์ กลุ่มแฟนคลับมีการพูดคุยเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปินผ่านการติดแฮชแท็กนำไปสู่การขึ้นเทรนทวิต ผู้ใช้งานทวิตเตอร์ก็จะสามารถเห็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับศิลปินผ่านแฮชแท็กหรือเทรนทวิตเตอร์ได้ เป็นต้น

2.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับเครือข่ายการสื่อสาร

กระบวนการกลุ่มเป็นวิทยาการที่ศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มคนเพื่อนำความรู้ไปใช้ในการปรับมุมมองและพฤติกรรมกระทำของคน ซึ่งจะนำไปสู่การเสริมสร้างความสัมพันธ์และการพัฒนาการทำงานของกลุ่มคนให้มีประสิทธิภาพของมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ชอบอยู่ร่วมกันเป็นกลุ่ม และไม่สามารถอยู่โดดเดี่ยวได้ ทำให้เกิดครอบครัว หมู่บ้าน ชุมชน ประเทศชาติ จนเกิดเป็นสังคมขึ้น และการอยู่ร่วมกันเป็นสังคมทำให้มนุษย์มีปฏิสัมพันธ์กัน (Interaction) สุรัชตา รากา (2550) ได้ให้คำนิยามของคำว่า กลุ่ม ดังนี้ กลุ่ม หมายถึง การเข้าร่วมของบุคคล ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีเป้าหมาย วัตถุประสงค์เดียวกัน มีลักษณะกิจกรรมเหมือนกัน สมาชิกของกลุ่ม จะต้องมีความรู้สึก ร่วม มีเจตคติร่วม และเป้าหมายเป็นของกลุ่ม มิใช่เป็นของคนหนึ่งคนใดในกลุ่ม มีรูปแบบโครงสร้างของกลุ่มที่ชัดเจน มีการจัดระเบียบแบบแผนที่แน่นอนเมื่อมีการรวมกลุ่มเกิดขึ้น เช่น กลุ่มเพื่อน กลุ่มอาชีพ หรือ แม้กระทั่ง กลุ่มแฟนคลับ จะมีการพัฒนาจนสร้างเป็น "เครือข่าย" ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2560) ได้อธิบายความหมายของเครือข่ายไว้ ดังนี้

เครือข่าย มาจากระบบการสื่อสารที่มีแม่ข่ายเป็นแกนกลางและมีระบบเส้นสายที่แยกออกไปถึงบรรดาลูกข่ายและสามารถส่งสารได้ตามที่ต้องการอาจจะเป็นในรูปแบบของการดำเนินกิจกรรมหรือการแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ ท่ามกลางกลุ่มคนที่มารวมตัวกันเป็นจำนวนมากในโลกสังคมออนไลน์เพื่อแบ่งปันความรู้ข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ สำหรับในทางสังคมวิทยา เครือข่ายเป็นรูปแบบหนึ่งในความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีลักษณะที่ต่างจากกลุ่มโดยกลุ่มจะมีลักษณะที่ชัดเจน แต่เครือข่ายเป็นรูปแบบทางสังคมที่มีลักษณะไม่เด่นชัด ไม่มีพื้นที่ที่แน่นอนการแสดงผลของเครือข่ายจะสามารถมองเห็นหรือมองไม่เห็นก็ได้

2.3.3.1 ความหมายของการสื่อสารและเครือข่ายการสื่อสาร

การสื่อสารเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ที่อาศัยกระบวนการของการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยอาศัยเครื่องมือวิธีใดวิธีหนึ่งในการส่งต่อความหมายระหว่างผู้ส่งผู้รับสาร เพื่อให้มีความเข้าใจในทิศทางเดียวกัน ซึ่งการสื่อสารทุกประเภทจะทำให้เกิดผลต่อผู้สื่อสารทั้งนี้ อาจเกิดขึ้นกับผู้รับสารเพียงอย่างเดียวหรืออาจเกิดขึ้นกับผู้รับสารและผู้ส่งสารก็ได้การแสดงผลออกเพื่อการติดต่อสื่อสารนั้นมนุษย์จำเป็นต้องใช้ภาษาในการสื่อสาร

Weaver อ้างถึงใน (สุรัชตา ราคา, 2550) กล่าวว่า การสื่อสารเป็นศาสตร์ที่มีนิยามและมีความสำคัญที่หลากหลาย ครอบคลุมถึงขั้นตอนทุกอย่างที่อยู่ในชีวิตประจำวัน การสื่อสารเป็นขั้นตอนของการให้ความหมาย ระหว่างบุคคล 2 คน หรือมากกว่านั้น การสื่อสารจึงไม่หมายความแต่เพียงการเขียนและการพูดเท่านั้น หากแต่ยังรวมไปถึง สื่อการแสดง ดนตรี และพฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์

เกิร์บ เนอร์ อ้างถึงใน (ปภังกร ป่าสิง, 2550) กล่าวว่า การสื่อสาร หมายถึง การติดต่อซึ่งกันและกันของบุคคลมากกว่า 1 คนขึ้นไป เพื่อสามารถรับรู้ข่าวสารและมีการตอบสนองต่อข่าวสารนั้น ก่อให้เกิดการแสดงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ด้วยการใช้อนุสัญญและ วิธีการต่าง ๆ ในการติดต่อสื่อสารกัน ซึ่งทำให้บุคคลหนึ่งรับรู้การสื่อสารความหมายของอีกคนหนึ่ง เครื่องมือของการสื่อสาร คือ ภาษา ซึ่งเป็นได้ทั้งภาษาพูด ภาษาเขียน หรือ เป็นสิ่งที่สามารถแสดงความหมายได้เป็นต้น

ดังนั้น สรุปได้ว่า การสื่อสาร (Communication) หมายถึง การติดต่อซึ่งกันและกันของบุคคลตั้งแต่ 2 คน ขึ้นไป โดยอาศัยกระบวนการถ่ายทอดสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน โดยการใช้สัญลักษณ์และ วิธีการต่าง ๆ ในการติดต่อระหว่างมนุษย์ ผ่านช่องทางสื่อที่ใช้วิธีการและเครื่องมือต่าง ๆ ของการสื่อสาร นั่นคือ ภาษา ซึ่งเป็นได้ทั้งวัจนภาษา

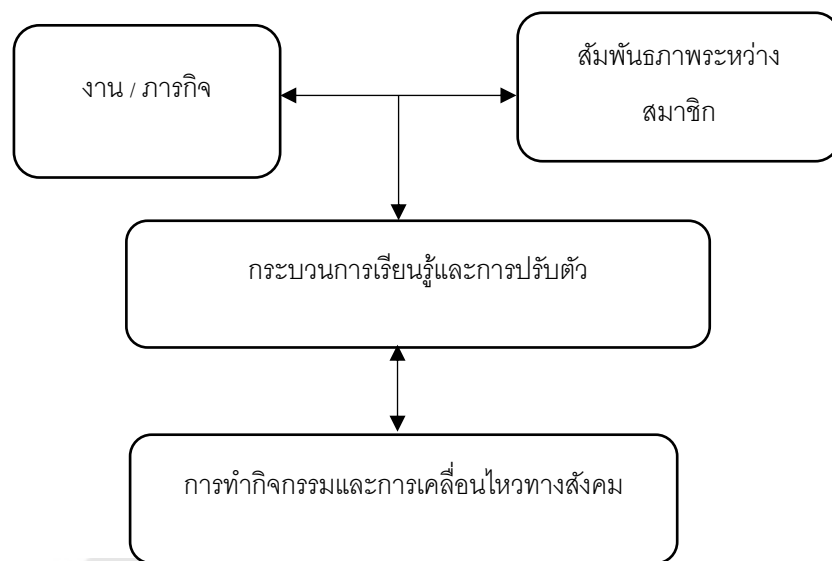
และอวัจนภาษา ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม และปฏิสัมพันธ์ต่าง ๆ ทางสังคม

ดังนั้น เครือข่ายการสื่อสาร คือ การเชื่อมสัมพันธ์จากคนหนึ่งไปยังอีกคน ด้วยวิธีการสื่อสารและการรวมกันในการมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างสมาชิก ซึ่งการเกิดขึ้นของเครือข่ายใหม่ ๆ นั้นจะมีความมั่นคงเฉพาะในช่วงระยะเวลาเริ่มเปิดตัวของเครือข่าย ภายหลังจากดำเนินการได้เพียงไม่นาน บางเครือข่ายก็อาจจะมีการปิดตัว เพราะการขาดองค์ความรู้เกี่ยวกับการธำรงไว้ซึ่งเครือข่าย เพราะฉะนั้นแล้ว การรักษาเครือข่ายจึงเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ต้องตระหนักและมีวิธีการในการรักษาไว้ซึ่งเครือข่าย โดยมีการออกแบบรูปแบบและกิจกรรมต่าง ๆ ให้อย่างชัดเจน และมีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนของเครือข่าย เพื่อหลีกเลี่ยงความขัดแย้งของสมาชิกในกลุ่มที่อาจจะมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนกันได้ และจะต้องมีมาตรการที่รอบรับอย่างชัดเจนในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ เป็นต้น (ภัทรวรรณ ลีวัฒนวงศ์, 2553)

สำหรับกลุ่มแฟนคลับแล้ว บทบาทหลัก ๆ ภายในเครือข่ายของกลุ่มแฟนคลับนั้นจะประกอบไปด้วย 2 กลุ่มเท่านั้น คือ แกนนำเครือข่าย หรือว่าแอดมินบ้านเบส และอีกกลุ่มคือสมาชิกเครือข่าย สำหรับบทบาทผู้ประสานงานติดต่อสื่อสารกับพันธมิตรนั้นจะรวมไว้เป็นหน้าที่ของแอดมินในการสื่อสารและกระจายให้กับกลุ่มสมาชิกเครือข่าย

2.3.3.2 กระบวนการทำงานของเครือข่ายการสื่อสาร

เครือข่ายเป็นวิธีการสื่อสารอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญสำหรับการประสานการให้ความร่วมมือเป็นการทำงานด้วยการพึ่งพากันระหว่างสมาชิกและเครือข่ายข้างเคียง โดยมีจุดเริ่มจากพื้นที่การทำงานเล็ก ๆ มีการกระจายไปตามเครือข่ายกลุ่มต่าง ๆ ที่ขยายเป็นวงกว้าง อีกทั้งยังมีการแสวงหาองค์ความรู้ใหม่ ๆ รูปแบบวิธีการใหม่ ๆ ที่เหมาะสม ผ่านระบบการสื่อสารและนวัตกรรมแนวโน้มใหม่ที่ใช้การสร้างความหมายและความสัมพันธ์เป็นเครื่องมือ (สุรัชตา ราคา, 2550) ดังภาพ



ภาพประกอบ 1 กระบวนการทำงานของเครือข่าย

ที่มา: (สุรัชตา รากา, 2550)

สุวีรีดา ซ่อลำไย (2549) ได้กล่าวถึงกระบวนการเกิดขึ้นของกลุ่มแฟนคลับไว้ดังนี้

2.3.3.3.1 ระยะการก่อตัว เกิดจากการก่อตัวของแฟนคลับที่เป็นปัจเจกบุคคล จากนั้นเมื่อแฟนคลับมีจำนวนมากขึ้นจึงเกิดการสื่อสารในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้แฟนคลับที่เป็นปัจเจกบุคคลเข้ามารวมตัวกันเป็นกลุ่ม มีการสื่อสารเพื่อหาสมาชิกในรูปแบบต่าง ๆ เช่นผ่านทางเว็บไซต์ หรือผ่านการสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นต้น

2.3.3.3.2 ระยะการทำหน้าที่ ใช้การสื่อสารในการทำหน้าที่ต่าง ๆ ภายในเครือข่ายเพื่อธำรงรักษาเครือข่ายให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน เช่น การทำหน้าที่เมื่อนักร้องที่ตนชื่นชอบมีการติดตามจากกลุ่มชาแชนจ์ และการทำหน้าที่ช่วยกันสนับสนุนเมื่อศิลปินมีผลงานหรือมีการแสดง เป็นต้น

2.3.3.3.3 ระยะการธำรงรักษา (Maintenance) มีการร่วมมือและสร้างสัมพันธ์ที่ให้การช่วยเหลือกันระหว่าง กลุ่ม เพื่อให้เครือข่ายสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน และมีการช่วยเหลือและให้ความร่วมมือกันระหว่างกลุ่ม เช่น มีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่าง ๆ ภายในเครือข่ายเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน และสร้างเสถียรภาพให้กับกลุ่ม

2.4 แนวคิดชุมชนเสมือนจริงและแนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์

สำหรับการศึกษา แนวคิดชุมชนเสมือนจริงและแนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ หรือ (Social Network) เป็นแนวคิดที่กล่าวถึงพื้นที่ที่ชุมชนเสมือนจริงและระบบเครือข่ายบนโลกออนไลน์ หรือการติดต่อสื่อสารถึงกันผ่านอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันการสื่อสารของมนุษย์ได้รับการพัฒนาให้สื่อสารถึงกันอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ หรืออื่น ๆ โดยแพลตฟอร์มเหล่านี้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น เห็นได้จากการนำกิจกรรมต่าง ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน โดยมี กลุ่ม หรือ ตัวบุคคล รวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายเพื่อสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เป็นต้น โดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาการแสดงออกและปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในทวิตเตอร์ ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องทำความเข้าใจแนวคิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ รวมทั้งเครือข่ายสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ (Twitter) ที่เป็นพื้นที่หลักในการรวมกลุ่มปฏิบัติการการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับวง NCT

2.4.1 แนวคิดชุมชนเสมือนจริง

Rheingold (1449) กล่าวถึงชุมชนใหม่บนโลกเทคโนโลยีสารสนเทศ หรือที่เรียกว่าชุมชนเสมือน ว่าเป็นพื้นที่ที่ไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับตัวบุคคล ซึ่งเอกลักษณ์ดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับชุมชนที่แท้จริง โดยชุมชนดังกล่าวเป็นที่จับตามอง อย่างกว้างขวาง โดยสายวิชาได้ให้นิยามชุมชนเสมือนจริง สามารถสรุปได้ดังนี้ เน้นไปที่ความได้เปรียบทางด้านพื้นที่ และการสื่อสารที่รวดเร็ว เมื่อเปรียบเทียบกับชุมชนรูปแบบเดิม (Bagozzi, 2002) หรือกล่าวโดยสรุปว่าเป็นการรวมกลุ่มขึ้นของสมาชิกในชุมชนเพื่อการแลกเปลี่ยนเรื่องราว และความคิดเห็น มีการช่วยเหลือซึ่งกันและกันผ่านเครือข่ายออนไลน์ หรือที่กล่าวจากความเห็นของ Rheingold ว่าเป็นชุมชนเสมือนจริง โดยไม่มีเรื่องเวลา และสถานที่ เป็นตัวขวางกั้น มีการพัฒนาความสัมพันธ์ของสมาชิกเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา และรู้จักกันต่อเนื่องยาวนานตามระยะเวลาการรวมกลุ่มนั้น ๆ

สรุปได้ว่าพื้นที่ชุมชนเสมือนจริงมีรูปแบบของการสร้างสัมพันธ์ทางสังคม ในกลุ่ม Hagel และ Armstrong ได้กล่าวถึงชุมชนเสมือนจริงว่าเป็นการพึ่งศักยภาพของเครื่องคอมพิวเตอร์ในการสื่อสารเพื่อการรวมกลุ่มของสมาชิกให้ความสำคัญกับเนื้อหาในหารสื่อสาร ของบุคคลในกลุ่มอย่างเป็นแบบแผน เป็นการสื่อสารรูปแบบใหม่ โดยไม่มีข้อจำกัดทางอายุ เพศ วัย เชื้อชาติ พื้นที่ โดยการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่ม มีความสะดวก รวดเร็ว ทันทีทันใด ไม่จำกัดเวลาและสถานที่ และสมาชิกมีความสนใจในเรื่องที่คล้ายคลึงกัน มีการรวมกลุ่มและเข้าออกของของสมาชิกอย่างอิสระอีกทั้งมีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในพื้นที่ชุมชนนั้น (Armstrong & Hagel, 1996) ซึ่งคำอธิบายของ Hagel และ Armstrong เกี่ยวกับชุมชนเสมือนจริงนั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมากเนื่องจากได้ถูก นำไปอ้างอิงในงานวิจัยอยู่บ่อยครั้ง

Borgatta (1992) กล่าวใน Encyclopedia of Sociology (Volume 4: S-Z Index) (1992, p.1887) ถึงชุมชนเสมือนจริง เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมในรูปแบบหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลที่ร่วมกันกระทำการในสังคม ผ่านชุมชนเสมือน ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมของผู้คนที่มีความสัมพันธ์เฉพาะเจาะจงกันผ่านสื่อ ทั้งนี้สังคมเสมือนจึงได้ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างมนุษย์ ทุกประเภททั่วโลกโดยไม่แบ่งแยก ซึ่งนักการสื่อสารชาวอเมริกัน มาแชลแมคลูแฮน กล่าวถึง สื่อ โดยสื่อไม่ใช่เป็นเพียงช่องทางหรือตัวกลางนำเนื้อหาสาระไปให้ผู้รับสารเท่านั้น หากแต่สื่อยังมีความหมายในตัวของมัน โดยมีการเพิ่มฟังก์ชันการใช้งาน โดยให้ผู้ใช้สามารถควบคุมเนื้อหาและการติดต่อระหว่างกันได้ โดยไม่จำกัดการสื่อสารแค่ในพื้นที่หนึ่งเท่านั้น แต่สามารถทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารกันได้ในวงกว้าง อีกทั้งยังทำให้อุปสรรคด้านเวลาที่แตกต่างกันรวมไปถึงระยะทางและสถานที่ไม่เป็นอุปสรรคอีกต่อไป กล่าวคือ เป็นการติดต่อสื่อสารกันโดยอยู่คนละพื้นที่กันอย่างไรในสังคมที่มีเรื่องระยะทางและเวลาเป็นอุปสรรค โดยชุมชนเสมือนจริงได้รับการพัฒนาและมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (กชพรรณ อุปรีชาติพงษ์, 2552)

2.4.2 ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์

เครือข่ายสังคมออนไลน์ ในปัจจุบัน เป็นที่นิยมกันอย่างมาก มีการใช้งานทั่วโลก ซึ่งมีนักวิจัยหลายท่านได้ให้ความหมายของเครือข่ายสังคมออนไลน์ ดังนี้

ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) กล่าวถึงเครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง แพลตฟอร์มหรือพื้นที่ ในการสร้างเครือข่ายสังคมเพื่อให้กลุ่มคนในการใช้งานเครือข่ายอินเทอร์เน็ตทุกคนสามารถ สร้างเครือข่ายทั้งระดับเล็กและระดับใหญ่ได้อย่างเป็นระบบ และสามารถแลกเปลี่ยนเชื่อมโยงความคิดเห็นที่มีความสนใจในสิ่งคล้าย ๆ กัน ผ่านการสื่อสารกันเป็นเครือข่าย

สิตา โพธิพิพิธ (2556) ผู้สร้างและริเริ่มลิงคิอิน กล่าวว่ ความสัมพันธ์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์ มีความคล้ายคลึงหรือเทียบเท่าพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความช่วยเหลือต่าง ๆ สามารถสร้างโอกาสให้กับบุคคล บุคคลหนึ่งเพียงเวลาไม่เกิน 1 นาที อีกทั้งยังส่งต่อการแนะนำตัวไปหาเพื่อนอีกคนหนึ่ง เป็นการลงทุนเวลาเพียงน้อยนิดแต่มีโอกาสได้ผลการตอบแทนที่ยิ่งใหญ่

เอมิกา เหมมินทร์ (2556) ได้กล่าวว่า เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง รูปแบบของแพลตฟอร์มในการสร้างเครือข่ายสังคมผ่านทางสื่อออนไลน์ โดยมีการสื่อสารผ่านเรื่องราว รูปภาพ ข้อความ และ วิดีโอ ด้วยการติดต่อสื่อสารจากความสนใจและกิจกรรมของบุคคลอื่น และสามารถกระจายให้ผู้อื่นที่อยู่ในแพลตฟอร์มเดียวกันได้รับรู้เรื่องราวหรือกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านการแชท ส่ง

ข้อความ ส่งอีเมล วิดีโอ รวมไปถึงการอัปโหลดรูป บล็อก บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่เป็นที่นิยม เช่น Twitter Instagram เป็นต้น

ระวี แก้วสุกใส และ ชัยรัตน์ จุสาลิ (2556) กล่าวถึง เครือข่ายสังคมออนไลน์ หมายถึง การรวมกันเป็นกลุ่มเพื่อสร้างรูปแบบต่าง ๆ ใน ความสัมพันธ์ ที่ปรากฏขึ้นบนอินเทอร์เน็ตที่เรียกว่า กลุ่มหรือชุมชน เครือข่ายออนไลน์ โดยผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนมุมมองและทำความรู้จักกัน มีการแบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน อีกทั้งอาจจะมีความสัมพันธ์ที่เชื่อมโยงบุคคลไว้ด้วยกัน โดยมีการผ่านการติดต่อสื่อสารอย่างเป็นเครือข่าย เช่น เว็บไซต์ Twitter Facebook YouTube เป็นต้น

ดังนั้น สรุปได้ว่า เครือข่ายทางสังคมออนไลน์ คือ พื้นที่การบริการทางเครือข่ายที่อยู่ในรูปแบบของแพลตฟอร์ม ที่เชื่อมโยงบุคคลได้ ซึ่งนับว่าเป็นพื้นที่การสร้างเครือข่ายสังคม สำหรับ แอคเคาท์ที่ใช้งานอินเทอร์เน็ต และเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่น เช่น การโพสต์ข้อความ การรีวิว การส่งข้อความ อัปโหลดรูป เป็นต้น โดยแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมได้แก่ Twitter, facebook , ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ (Twitter) โดยเป็นพื้นที่ออนไลน์ที่แอคเคาท์ผู้ใช้งานสามารถส่งข้อความที่มีความยาวตามที่แพลตฟอร์มกำหนด 280 ตัวอักษร โดยรูปแบบนี้เรียกว่าการโพสต์ทวิตหมายถึง ลักษณะของเสียงนกร้อง หรือ มีการรีวิวข่าวสารที่น่าสนใจของแอคเคาท์อื่นให้กับผู้ติดตามได้เห็นข้อความดังกล่าว ซึ่งเปรียบเหมือนลักษณะของ เสียงนกร้อง

2.4.3 เครือข่ายสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ (Twitter)

ทวิตเตอร์นับว่าเป็นแพลตฟอร์มที่อิงตามเทรนของผู้ใช้ โดยเจ้าของแอคเคาท์จะมีส่วนร่วมในบทสนทนาในหัวข้อต่าง ๆ ได้แบบเรียลไทม์ ทำให้สื่อสารกับผู้คนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันได้โดยไม่ต้องติดตามแอคเคาท์ของกันและกัน แค่ใช้แฮชแท็กนั้น ๆ ก็จะไปสู่บทสนทนาเรื่องเดียวกันนี้กับคนอื่น ๆ ได้ ทำให้ทวิตเตอร์แตกต่างจากแพลตฟอร์มโซเชียล มีเดียอื่น ๆ และกลายเป็นเรื่องปกติที่จะสามารถติดตามพูดคุยกับคนที่ไม่รู้จักบนทวิตเตอร์ ขอเพียงมีความสนใจในเรื่องเดียวกัน เรียกว่าชุมชนออนไลน์ เป็นหนึ่งในบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ โดยมีจุดเด่น คือ การส่งต่อข่าวสารที่เร็วเร็ว เน้นการติดต่อสื่อสารว่ากำลังทำอะไรหรือมีสิ่งใดกำลังเกิดขึ้น โดยเรียกวิธีการนี้ว่า การทวิต เป็นรูปแบบที่ใช้เพื่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ ในกลุ่มสังคมระหว่างบุคคลหนึ่งสู่อีกบุคคลหนึ่ง โดยในปัจจุบันสามารถทวิตข้อความได้เพิ่มมาเป็น 280 ตัวอักษร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร เจ้าของแอคเคาท์สามารถติดตามข่าวสารต่าง ๆ โดยไม่ต้องรอการยอมรับจากแอคเคาท์นั้น ๆ เหมือนแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่จะต้องได้รับการตอบรับหรือยืนยันความก่อน ส่งผลให้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นอีกหนึ่งช่องทาง สำหรับบุคคลหรือกลุ่มคน

ที่ต้องการเข้าถึงข่าวสาร ซึ่งในช่วงระยะ 10 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ทวิตเตอร์เป็น แพลตฟอร์มการสื่อสารที่ได้รับความนิยมสูงที่สุดอันดับต้น ๆ ของโลกและในไทย โดยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทางธุรกิจ มีความสะดวกรวดเร็ว รวมถึงมีแหล่งแลกเปลี่ยนหรือติดตามข้อมูลข่าวสารแบบทันทีทันใด และเป็นทางเลือกใหม่ที่ได้รับ ความสนใจเป็นอย่างมากในการทำการตลาด โดยเฉพาะแบรนด์สินค้าและการบริการต่าง ๆ รวมถึงเป็นแหล่งรวมบุคคล ผู้มีชื่อเสียงมากมาย หลากหลายวงการให้ความสำคัญกับสื่อดังกล่าว เป็นอีกช่องทางทางการสื่อสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งเป็นอีกหนึ่งช่องทางนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนที่นำเสนอข่าวไปสู่สังคม

จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันข่าวสารต่าง ๆ ล้วนแล้วแต่อยู่บนพื้นที่ออนไลน์ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ที่บุคคลสามารถติดตามข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและเป็นที่ทำให้ความสนใจของสังคมทั้งในกลุ่มการเมือง แฟนคลับ บุคคลทั่วไป แม้แต่สำนักข่าวต่าง ๆ หันมาให้ความสนใจแพลตฟอร์มดังกล่าว ซึ่งที่เห็นได้ชัดคือการนำประเด็นบนทวิตเตอร์ที่เป็นกระแสหรือกำลังถูกพูดถึงมารายงานรวมถึง การพูดถึงเกี่ยวกับกระแสความนิยมที่มีการติดเทรนในหัวข้อประเด็นต่าง ๆ เพื่อสำนักข่าวมีความทันต่อข่าวสารที่เกิดขึ้นในโลกออนไลน์มากยิ่งขึ้น ประเด็นที่กลุ่มทวิตเตอร์ให้ความสนใจก็จะเปลี่ยนหัวข้อไปตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม เห็นได้ว่า แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ได้เข้ามามีส่วนร่วมและบทบาทในการดำเนินชีวิตของผู้คนทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศทั่วโลก อีกทั้งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมในการแสดงออกและกระจายข่าวสารแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ ของวัยรุ่น เป็นพื้นที่ของคนรุ่นใหม่ในการถกเถียงประเด็นปัญหาสังคมที่เกิดขึ้น ต่างก็เลือกใช้ทวิตเตอร์เป็นช่องทางในการส่งต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกันเป็นหลัก รายงานประจำปีจากทวิตเตอร์ไทยแลนด์ได้แสดงให้เห็นว่าในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (2561- 2562) ทวิตเตอร์ในประเทศไทยมีแอคเคาท์ผู้ใช้งานเติบโตขึ้นต่อเนื่องคิดเป็น 35% เมื่อเทียบกับ ช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า ซึ่งถือว่ามียอดการเติบโตสูงที่สุดเป็นอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้โดยผู้ที่ใช้งานมากที่สุดอยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 16-35 ปี (สุภาวดี ลิ้มสกุล, 2562)

ทวิตเตอร์ถือเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่คนไทยใช้กันมากขึ้นแบบก้าวกระโดดในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน จากการสำรวจพบว่า การใช้ทวิตเตอร์ของคนไทยเติบโตขึ้นสูงมากมีจำนวนผู้ใช้งานคนไทยในทวิตเตอร์ ถึง 6,545,000 บัญชี ซึ่งมากเป็นอันดับ 15 ของโลก (WeAreSocial x Hootsuite, 2021) โดยการใช้งานทวิต คือ เจ้าของแอคเคาท์จะสามารถเลือก ที่จะรับข้อมูลข่าวสารบนหน้าทามไลน์ตนเอง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจของแอคเคาท์นั้น ๆ เช่น สนใจแนวเพลงต่าง ๆ เลือกจะติดตามศิลปินประเทศต่าง ๆ หรือสนใจฟุตบอล ก็เลือก

ติดตามสโมสรฟุตบอล หรือนักฟุตบอล ดังนั้น เมื่อมีข้อความที่เกี่ยวกับสิ่งที่แอดเคาท์นั้น ๆ สนใจก็ จะสามารถรับชมหรือดูได้ตามความสนใจนั้น ๆ

โดยงานวิจัยฉบับนี้สนใจศึกษา กลุ่มผู้ใช้งานทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT โดยศิลปินวง NCT เป็นวงที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน และมีกลุ่มแฟนคลับในทวิตเตอร์เป็น จำนวนมาก โดยกลุ่มแฟนคลับศิลปินวง NCT ส่วนใหญ่จะสังเกตได้จากชื่อและรูปโปรไฟล์ของ แอดเคาท์นั้น ๆ โดยวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนคลับหรือแฟนด้อม มีการรวมตัวกันเสมือนองค์กร มี การรวมตัวกันของกลุ่มแฟนคลับ มีการจัดการเงิน จัดการคน จัดโดเนท คิดโปรเจกต์ ทำพรีอาร์ตต่าง ๆ ให้กับศิลปิน ผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มแฟนคลับหรือแฟนด้อมไม่เพียงแต่ รวมกลุ่มกันสนับสนุนศิลปินที่ชื่นชอบเพียงอย่างเดียว แต่สิ่งหนึ่งที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมแฟนคลับ คือการรวมกลุ่มกันแสดงออกในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมรวมถึงสนับสนุนช่วยเหลือสังคมในวาระ ต่าง ๆ เช่น การระดมเงินทุนหรือที่เรียกว่าการโดเนทเงิน หลายล้านบาทภายในระยะเวลาไม่กี่วัน เพื่อสนับสนุนการเคลื่อนไหวเรียกร้องประชาธิปไตย ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า ทวิตเตอร์ ไม่ใช่แค่เครื่องมือในการติดตามข่าวสารของศิลปินเพียงเท่านั้น แต่เป็นสื่อกลางในการพูดคุย ประเด็นทางสังคมในความหลากหลายทางวัฒนธรรม เชื้อชาติ ศาสนา โดยการร่วมกันของกลุ่ม แฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินวงเดียวกัน

2.4.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเครือข่ายสังคมออนไลน์

สุธิมา เหล่าพิทักษ์ธรรม (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาผ่านสื่อทวิตเตอร์ และผลตอบรับ สำหรับกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีในทวิตเตอร์ ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบ การนำเสนอเนื้อหาบนสื่อทวิตเตอร์และการใช้งานของแอดเคาท์ที่เป็นกลุ่มแฟนคลับต่อการ นำเสนอเนื้อหาทางสื่อทวิตเตอร์ พบว่า ข่าวสารที่มีการจัดหมวดหมู่มากที่สุด คือข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มศิลปินเกาหลี แชนแท็กการซื้อขายสินค้าต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ สอดคล้องกับ อัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ ที่มีการปฏิบัติการและกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน มีลักษณะของ กลุ่ม เช่น รูปโปรไฟล์ ชื่อเรียกด้อม แชนแท็กต่าง ๆ รูปภาพศิลปิน โดยพบว่าอัตลักษณ์ดังกล่าวมี สิ่งที่ชี้ให้เห็นถึงความเป็นกลุ่มและการตอบกลับของผู้ใช้งานทวิตเตอร์ได้มากที่สุด เพราะฉะนั้นการ ติดต่อกับกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลี ควรจะนำเสนอเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีที่ได้รับ ความนิยมอยู่เสมอโดยต่อเนื่อง มีการออกแบบสัญลักษณ์ ตราสินค้าให้สอดคล้องกับกระแสนิยม เพื่อกระตุ้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย ทำให้ผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมาย เกิดสนใจในสินค้านั้น ๆ

จตุมาศ เกลี้ยงเกลา (2556) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลีใต้ ผ่านสื่อใหม่และพฤติกรรมแฟนคลับ พบว่า อັตลักษณ์ที่แสดงผ่านภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลีใต้ผ่านสื่อใหม่ คือเฟสบุ๊คและทวิตเตอร์ ในส่วนของพฤติกรรมต่าง ๆ ของศิลปินและแฟนคลับ นั้นคือภาพลักษณ์ที่ศิลปินนำเสนอผ่านทวิตเตอร์ และเฟสบุ๊ค จะมีอັตลักษณ์ของความ เป็นตนเองของศิลปิน ที่เป็นตัวเชื่อมในการติดตามและสร้างความชื่นชอบให้กับกลุ่มแฟนคลับ และส่วนของพฤติกรรมแฟนคลับ คือการเปิดรับวัฒนธรรมการฟังเพลงของศิลปินประเทศเกาหลี โดยมีการรวมกลุ่มของแฟนคลับ การบริโภคเชิงสัญลักษณ์ รวมทั้งภาษาที่ใช้ที่มีการปฏิบัติสัมพันธ์กับ แฟนคลับต่างประเทศ และแฟนคลับแต่ละคนจะมีการแสดงออกในแต่ละด้านที่มีจุดเหมือนและ ต่าง

2.5 วัฒนธรรมแฟน

เนื่องจากการวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาปฏิบัติการและรูปแบบการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมแฟนมาใช้ในเป็นกรอบในการวิจัย เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับนิยามความเป็นมาของคำว่าแฟน ความสัมพันธ์และการรวมกลุ่มของแฟน รวมไปถึงนิยามของลักษณะกลุ่มแฟนกับพฤติกรรมในการติดตามผลงานของศิลปินที่ชื่นชอบ เพื่อนำไปสู่การสร้างความสำเร็จในการศึกษามากยิ่งขึ้น

2.5.1 ความหมายของแฟน

คำว่า“ แฟน” (Fan) ในราชบัณฑิตยสถาน หมายถึงผู้ที่ชื่นชอบ เช่น แฟนฟุตบอล แฟนเพลง และผู้เป็นที่ชื่นชอบมีความรักใคร่ เช่น คู่แต่งงาน ซึ่ง คำว่า แฟน เป็นคำต่างประเทศ ซึ่งมีนิยามว่า คนที่ชอบหรือคลั่งไคล้สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดยคำนี้มาจากคำว่า Fanatic ที่แปลว่าความคลั่งไคล้ชื่นชอบ

กาญจนา แก้วเทพ (2555) นิยาม คำว่าแฟน หมายถึงความบ้าคลั่งและความคลั่งไคล้ คำว่าแฟนถูกใช้ครั้งแรกในความหมายของบริวารศาสนา (Temple Servant) หรือผู้อุทิศทุ่มตน นำมาสู่การเปลี่ยนเป็นสาวก โดยในตอนแรกนั้นแฟนมีความหมายไปในเชิงบวกจนกระทั่งมีความ ลุ่มหลงในบางสิ่งบางอย่างมากเกินไปจนความพอดีทำให้คำว่า“ แฟน” มีความหมายที่สื่อไปในทางลบที่ แสดงถึงความคลั่งไคล้ที่มากเกินไป นอกจากนี้การเป็น “แฟน” แสดงให้เห็นถึงการแสดงอำนาจ ทางสังคมอย่างหนึ่งทำให้ผู้ที่เป็แฟนเกิดความมั่นใจต่อสถานการณ์ต่าง ๆ โดยสิ่งที่ชื่นชอบทำให้เกิดการสร้างตัวตนของแฟนคลับในสังคม (ภูริน กสิณฤกษ์, 2556)

Jenkins (2009) คือหนึ่งในนักวิชาการที่เป็นผู้ริเริ่มแนวทางในการศึกษาแฟนโดยเน้น ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมทางสังคม โดย Jenkins กล่าวถึง วัฒนธรรมแฟนคลับ หรือ

fandom ในบทความเรื่อง *Confronting the Challenges of Participatory Culture : Media Education for the 21st Century* โดย Jenkins กล่าวว่า วัฒนธรรมแฟนคลับ เป็นคำที่อธิบายถึงชุมชนที่สร้างขึ้นจากความเพ็ดเลินร่วมกันในแง่มุมมองของวัฒนธรรมสมัยนิยม เช่น หนังสือ ภาพยนตร์ รายการทีวี วงดนตรี กีฬาหรือทีมกีฬา เป็นต้น วัฒนธรรมแฟนคลับเป็นตัวอย่างของวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม วัฒนธรรมการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกับแฟน ๆ ที่ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นผู้บริโภคเท่านั้นแต่ยังรวมถึงในฐานะผู้ผลิตและผู้สร้างสื่อสร้างสรรค์บางรูปแบบด้วย แม้ว่าวัฒนธรรมของแฟน ๆ ส่วนใหญ่ รวมถึงแฟนกีฬาและแฟน ๆ ของกลุ่มดนตรีจะมีองค์ประกอบของวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมของแฟน การมีส่วนร่วมคือการสร้างสรรค์และการแสดงออกทางศิลปะซึ่งสิ่งเหล่านี้อยู่ในรูปแบบของแฟนฟิค แฟนอาร์ต แฟนวิดีโอ คอสเพลย์ รวมไปถึงการโต้ตอบอื่น ๆ กับบุคคล กลุ่ม ยิ่งไปกว่านั้นปฏิสัมพันธ์ของแฟน ๆ กับสื่อกลายเป็นกิจกรรมทางสังคม และกระบวนการนี้ช่วยให้แฟน ๆ สร้างชุมชนของตนเองเพื่อแสดงออก พวกเขาสร้างพื้นที่ที่พวกเขาสามารถวิจารณ์แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเพศ เพศวิถี และบรรทัดฐานอื่น ๆ ที่ได้รับการส่งเสริมบางส่วนโดยอุตสาหกรรมสื่อ

Jenkins (2009) กล่าวใน บทความ *Fandom And Participatory Culture* เกี่ยวกับการตั้งทฤษฎีวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม สามารถเป็นวิธีการหนึ่งของการต่อต้านได้ กลุ่มแฟนมีอำนาจในการต่อรองและเป็นทางเลือกนอกเหนือจากวัฒนธรรมกระแสหลัก ซึ่งการเกิดขึ้นของกลุ่มแฟนจึงเป็นเหมือนการสร้างชุมชนทางวัฒนธรรมแบบทางเลือกที่ปลดปล่อยผู้ที่อยู่ใต้การครอบงำในวัฒนธรรมกระแสหลัก เป็นทางเลือกที่ให้ความรู้สึกที่ปราศจากการครอบงำ และสร้างความเท่าเทียมที่ขาดหายไปจากวัฒนธรรมกระแสหลักของสังคมสมัยใหม่ ยกตัวอย่างเช่น แฟนฟิคชั่น วิดีโอของแฟน ๆ รวมไปถึงการดำรงอยู่ของแฟนด้อมเป็นการวิจารณ์รูปแบบทั่วไปของวัฒนธรรมผู้บริโภค ในขณะที่ยังให้พื้นที่ที่แฟน ๆ อาจพูดถึงข้อกังวลเฉพาะของพวกเขาเกี่ยวกับเรื่องเพศ การเหยียดเชื้อชาติ ลัทธิล่าอาณานิคม การทหาร และการบังคับตามนโยบาย เป็นต้น แฟน ๆ ไม่เพียงแต่สร้างเนื้อหาที่สร้างสรรค์ของกลุ่มตนเองเท่านั้น แต่บ่อยครั้งที่พวกเขาทำในลักษณะที่วิจารณ์สื่อที่พวกเขากำลังบริโภครวมถึงประเด็นบางส่วนที่เกิดขึ้นในสังคม

Abercrombie และ Lonehunk 1998 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ (2555) กล่าวถึงแฟนว่าเป็นผู้ที่หลงใหลคลั่งไคล้และมีความชื่นชอบในตัวของศิลปินมีการติดตามข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งการโปรโมทผลงานต่าง ๆ ของศิลปิน ผ่านทางค่ายเพลงและเป็นผู้กระทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนด้วยการใช้สื่อมวลชนเป็นหลักโดยกลุ่มแฟนจะมีการอยู่ร่วมกัน

เป็นกลุ่มและมีการรวมกลุ่มกับบุคคลที่มีบุคลิกแตกต่างเข้าไว้ด้วยกันผ่านทางศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบเป็นตัวเชื่อมสัมพันธ์

สำหรับนิยามโดยทั่วไปของแฟนนั้นได้มีการจัดหมวดหมู่ตามลักษณะของพฤติกรรมในการติดตามผลงานของแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปิน (ภัทรนันท์ หนูนภักดิ์, 2551) ดังต่อไปนี้

แฟนคลับ (Fan club) คือ กลุ่มคนที่คลั่งไคล้หลงใหลให้เวลากับบุคคล กลุ่ม เช่น ดารา กลุ่มศิลปินเกาหลี ศิลปินจีน เป็นต้น แฟนคลับจะทุ่มทุน เวลาและสิ่งของเพื่อสนับสนุน เป็นการใช้แทนการติดตามศิลปินคนหนึ่งคนใดหรือกลุ่มหนึ่งกลุ่มใด ในการใช้เป็นอัตลักษณ์ของการติดตาม เช่น แฟนคลับป๊อจัน แฟนคลับวง NCT เป็นต้น

แฟนด้อม (Fandom) คือกลุ่มของแฟนคลับ มีชื่อกลุ่มตามศิลปินที่ชื่นชอบ มีอัตลักษณ์เป็นของกลุ่ม มีการรายงานข่าวสารความเคลื่อนไหวของศิลปินนักร้องเหมือน ๆ กับแฟนคลับ แต่จะเป็นกลุ่มที่มีแฟนคลับจำนวนมากรวมอยู่ด้วยกัน มีลักษณะเป็นเครือข่ายมีการสร้างช่องทางการรายงานข่าวสารความเคลื่อนไหวของศิลปินที่ให้กับกลุ่มแฟนคลับและมีชื่อเรียกประจำแฟนด้อม เช่น NCTZen เป็นต้น

แฟนเบส (Fanbase) , แฟนออฟ (Fan official) หมายถึง แอคเคาท์ทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี ที่คอยอัปเดตตารางงาน ผลงาน รูปถ่าย รวมถึงแปลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับศิลปินให้แฟนคลับคนอื่น ๆ ได้ติดตามซึ่งความหมายของทั้งสองคำนี้ใช้เหมือนกัน แต่จะเรียกแตกต่างกันตามต้นสังกัดของศิลปิน

แฟนฟิคชั่น (Fan Fiction) ถือเป็นงานเขียนรูปแบบหนึ่งที่ได้ถูกนำเสนอโดยเป็นการหยิบยืมตัวละครจากตัวศิลปิน ที่มีชื่อเสียงที่ตนเองชื่นชอบมาแต่งเป็นเรื่องราวตามความสนใจและชื่นชอบของตนเป็นการเล่าเรื่องตามจินตนาการของผู้เขียน งานเขียนแฟนฟิคชั่นวายนี้นับได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลีโดยเฉพาะศิลปินกลุ่ม (Boyband) มีจำนวนแฟนคลับสนใจและติดตามกับงานเขียนชนิดนี้เป็นอย่างมากโดยนิยมเขียนแบ่งปันกันตามสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป แฟน มาจากคำว่า “Fanatic” หมายถึงผู้หลงใหลผู้ชื่นชอบ ส่วน แฟนคลับ คือ กลุ่มย่อยของแฟน ๆ ที่แบ่งตามความสนใจและความชื่นชอบในสิ่งต่าง ๆ เช่น แฟนคลับศิลปินเกาหลี แฟนคลับฟุตบอล เป็นต้น ในส่วนของ แฟนด้อม เป็นลักษณะของกลุ่มผู้ชื่นชอบที่คอยติดตามข่าวสารความเคลื่อนไหวของศิลปินคล้าย ๆ กับแฟนคลับ แต่จะเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่และมีลักษณะเป็นเครือข่าย ในส่วน แฟนเบส หรือที่เรียกกันว่า บ้านเบส หมายถึง แอคเคาท์ทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับที่คอยอัปเดตตารางงาน ผลงาน รูปถ่าย และการกระจายข่าวสาร

รวมถึงประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ และแฟนฟิคชั่น หมายถึง งานเขียนที่นำอิมเมจของศิลปินมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับอย่างมากในกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลี ซึ่งงานเขียนประเภทนี้จะอยู่ในแพลตฟอร์ม ReadAWrite Dek-D และ Joylada เป็นต้น

2.5.2 การรวมกลุ่มของแฟนคลับ

การศึกษาปฏิบัติการและรูปแบบการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ผู้วิจัยจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการรวมกลุ่มของแฟนคลับ เพื่อที่จะทำความเข้าใจในการศึกษามากยิ่งขึ้น ซึ่ง ชลวรรณ วงษ์อินทร์ (2548) ให้ความหมาย การรวมกลุ่มว่า เป็นการรวมตัวของบุคคลที่มีปฏิสัมพันธ์ความชื่นชอบในสิ่งหนึ่งสิ่งใดเหมือนกัน มีอัตลักษณ์ร่วมกัน โดยจะมีบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป มีกระบวนการกลุ่มและเป้าหมายที่ชัดเจน การรวมกลุ่มของแฟนคลับก็จะมีรูปแบบและลักษณะที่คล้ายคลึงกัน เช่นแฟนคลับศิลปินเกาหลี แฟนคลับศิลปินไทยก็จุดประสงค์เดียวกันคือมีความนิยมชมชอบและติดตามข่าวสารของศิลปินผ่านสื่อช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ

Jenkins (1992) คือหนึ่งในวิชาการที่เป็นผู้ริเริ่มแนวทางในการศึกษาแฟนโดยเน้นความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมทางสังคม อีกทั้งยังมีกล่าวในงานศึกษางาน textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture โดยสำหรับแฟนการรับชมซีรีส์ไม่ใช่จุดจบของการบริโภคแต่เป็นเพียงสิ่งที่แรกเริ่มเท่านั้น โดยมีวิธีการหลัก คือ การสื่อสารระหว่างแฟนเพื่อแลกเปลี่ยนมุมมองของกันและกัน ส่งผลให้เกิด ชุมชนแฟน (Fan Community) ซึ่งผลการศึกษายังเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของแฟนที่เป็นคนหมกมุ่น อยู่กับความคลั่งไคล้ และมีอำนาจต่อรองกับอุตสาหกรรมสื่อ โดยกลุ่มแฟนคลับ เป็นชุมชนที่ชื่นชอบบางสิ่งบางอย่างและมีจุดร่วมเดียวกัน มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ไม่ได้ถูกควบคุมเสมอไป แต่ยังมีความเป็นผู้บริโภคที่มีความตื่นตัวมากขึ้น มีการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมและบทบาทเฉพาะในการบริโภคของกลุ่มแฟนคลับขึ้นมา

2.5.3 ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับ

เนื่องจากคำว่า "แฟนคลับ" นั้นมีความหมายบ่งบอกถึง "การรวมกลุ่มหรือการรวมตัว" (Collectivity) ดังนั้น ในการศึกษาของกลุ่มแฟนคลับวง NCT จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกของกลุ่มแฟน เพื่อที่จะทำให้เกิดความเข้าใจในวิธีการหรือขั้นตอนการรวมกลุ่มและความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น (กาญจนา แก้วเทพ, 2555) ดังต่อไปนี้

(1). จาก "ศิลปิน" สู่ "เพื่อนแฟน" ด้วยกัน สำหรับเส้นทางการเข้ามาสร้างความสัมพันธ์แบบแฟนคลับนั้น เป็นการรวมกลุ่มแบบเชื่อมโยง (Bridging) โดยกลุ่มของคนที่มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงไม่ว่าจะเป็น อายุ เพศ การศึกษา ฯลฯ หากทว่ามีความสนใจบางอย่างร่วมกัน โดยรูปแบบความสัมพันธ์แบบเชื่อมโยง (Bridging) ของแฟนคลับส่วนใหญ่เป็นคนที่ไม่รู้จักกันมาก่อน มีความแตกต่างกันในแง่คุณลักษณะทางประชากร หากทว่ามีความชื่นชอบในตัวผลงานหรือตัวศิลปิน มีความสนใจร่วมกัน อาทิ กลุ่มแฟนคลับ ธงไชย แมคอินไตย์ ที่ให้สัมภาษณ์ว่า จะได้เพื่อนใหม่เวลาไปดูคอนเสิร์ต เวลาไปดูศิลปินอัศจรรย์ รู้จักกันแล้วจึงค่อยขยายวงกว้างออกไปเป็นแบบเพื่อนจริงเพื่อน (สุปรีดา ซ่อลำไย, 2549) ในกรณีนี้ ตัวศิลปินจะเป็น "จุดเปิดเข้า" (Entry Point) เนื่องจากในระยะแรก ๆ เนื้อหาที่แฟนคลับคุยกันนั้นจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปิน เนื่องจากศิลปินเป็นตัวกลางเชื่อมโยงให้คนกลุ่มนี้มารวมกัน แต่เมื่อสนิทกันมากขึ้น เนื้อหาที่เคยเป็นเรื่องของศิลปิน ก็เปลี่ยนไปเป็นคุยกันใกล้ตัวและค่อย ๆ ขยายมาเป็นความสัมพันธ์แบบพี่น้อง มีการแลกเปลี่ยนการช่วยเหลือกัน ไปเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่า การเป็นแฟนคลับนั้นก็คือรูปแบบหนึ่งของการนำพาผู้คนที่แตกต่างกันให้มารวมตัวกันด้วยเกณฑ์ใหม่ ๆ ทางสังคม (Social Categories) ที่มีใช้ ภูมิลำเนา อาชีพ การศึกษา ฯลฯ แบบเดิม

(2). โครงสร้างและการบริหารความสัมพันธ์ภายในกลุ่มแฟนคลับ รูปแบบโครงสร้างและการบริหารความสัมพันธ์ภายในกลุ่มแฟนคลับจะขึ้นอยู่กับตัวแปรตัวแรกคือ ที่มาของการจัดตั้งกลุ่ม (ที่ได้กล่าวมาข้างต้น) เช่น หากเป็นกลุ่มแฟนคลับที่จัดตั้งขึ้นโดยฝ่ายผู้ผลิตสื่อสโมสรรกีฬาฟุตบอล หรือค่ายเพลง วิธีการจัดโครงสร้างก็จะค่อนข้างเป็นทางการ (Formal) มีระบบระเบียบที่แน่นอน เช่น ต้องมีการสมัครสมาชิก ต้องมีระเบียบที่ต้องปฏิบัติตาม ในโครงสร้างแบบองค์กรที่เป็นทางการนี้ ความสัมพันธ์ในแนวนอน (Horizontal) ระหว่างสมาชิกอาจจะมีน้อย เนื่องจากความสัมพันธ์หลักจะเป็นความสัมพันธ์ในแนวตั้ง (Verti- Call) ระหว่างผู้ผลิตกับกลุ่มแฟน ในโครงสร้างเช่นนี้สามารถจะบริหารจัดการสมาชิกได้จำนวนมากเนื่องจากมีโครงสร้างที่มีระบบ (Systematic) แต่ในทางกลับกันจุดเริ่มต้นของกลุ่มแฟนคลับเกิดจากการจัดตั้งของกลุ่มแฟนคลับด้วยตนเอง โดยรูปแบบของโครงสร้างจะแตกต่างจากรูปแบบแรก กล่าวคือรูปแบบของกลุ่มแฟนคลับจะมีลักษณะไม่เป็นทางการไม่มีการรวมศูนย์กลางแบบองค์กรต่าง ๆ แต่ทว่ามักจะเป็นรูปแบบของเครือข่าย (Network) ที่ประกอบด้วยกลุ่มย่อย ๆ ที่มีสมาชิกระหว่าง 5-10 คน แล้วกลุ่มย่อย ๆ เหล่านี้ก็มาเชื่อมโยงกันเป็นตาข่ายใหญ่ ๆ ทั้งนี้เนื่องจากโครงสร้างแบบเครือข่ายนั้นเป็นรูปแบบที่ง่ายและอยู่ในขีดความสามารถของสมาชิกที่จะบริหารจัดการ

(3). กิจกรรมเพื่อประสานสัมพันธ์ภายในกลุ่มสำหรับกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับนั้นจะแปรไปตามประเภทของสื่อ เช่น กลุ่มแฟนคลับศิลปิน แฟนคลับนักกีฬา แฟนคลับสื่อภาพยนตร์ ฯลฯ แต่โดยทั่วไป เกณฑ์ที่ใช้จัดแบ่งประเภทกิจกรรมของแฟนคลับอาจจะมีหลักใหญ่ ๆ ร่วมกันตามลักษณะพื้นที่ที่ได้กล่าวมาแล้ว คือพื้นที่ในชีวิตประจำวัน พื้นที่พิเศษเวลาที่มีการแสดง/การแข่งขัน พื้นที่สำหรับกิจกรรมพิเศษเฉพาะของกลุ่ม

ตัวอย่าง งานวิจัยของสุปรีดา ซ่อลำไย (2549) แบ่งประเภทกิจกรรมของกลุ่มแฟนชงไชย แมคอินไตย์ ออกเป็น 3 ประเภท

(1). กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน แฟนคลับประเภทนี้จะทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปิน เช่นไปดูคอนเสิร์ตด้วยกัน ร่วมกันทำอุปกรณไปชมคอนเสิร์ตต่าง มีการจัดกิจกรรมในวันครบรอบต่าง ๆ เพื่อส่งต่อกำลังใจให้กับศิลปินและแสดงให้เห็นว่ากลุ่มแฟนคลับจะติดตามผลงานอยู่เสมอ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นกระบวนการสร้างลักษณะอย่างหนึ่งของกลุ่มแฟนคลับพวกเขาจากเป็นภาพที่แฟนคลับทุกคนมองว่าถ้าพวกเขาเป็นแฟนคลับจะต้องมีพฤติกรรมตามที่กล่าวมาในช่วงต้นเมื่อแฟนคลับแต่ละกลุ่มสนิท

(2). กิจกรรมในชีวิตประจำวัน เมื่อแฟนคลับแต่ละกลุ่มสนิทสนมกันแล้ว ก็จะมีกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน เช่น นัดกันไปรับประทานอาหาร ไปร้องคาราโอเกะ ไปเที่ยวต่างจังหวัด แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับไม่ได้มีกิจกรรมร่วมกันเพียงแค่เรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปินเท่านั้นแต่พวกเขาก็ถือว่าการเป็นแฟนคลับนั้นหมายถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน เพื่อเป็นการประสานสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มให้อยู่ได้อย่างยั่งยืนแม้ว่าศิลปินจะได้รับความนิยมน้อยลงหรือไม่มีผลงานออกมาแล้ว แต่กลุ่มก็ยังสามารถดำรงอยู่ได้หากความสัมพันธ์ระหว่างคนในกลุ่มยังคงเหนียวแน่นกล่าวคือเป็นการสื่อสารที่ขยายสายสัมพันธ์ที่มากไปกว่าแค่ความรักภักดีในตัวศิลปิน

(3). กิจกรรมภายในเว็บไซต์ เว็บไซต์แฟนคลับแต่ละเว็บไซต์ก็จะมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ให้สมาชิกได้ร่วมสนุกหรือร่วมแสดงความคิดเห็นกัน เช่น มีการจัดทำโพลขึ้นมาเพื่อให้สมาชิกร่วมกันแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งการทำโพลเป็นเอกลักษณ์ของการสร้างความเห็นร่วมกันซึ่งความเห็นร่วมกันที่ว่าเป็นเหมือนเครื่องยืนยันถึงความมีอัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity) ที่แสดงว่าแฟนคลับแต่ละคนไม่ได้รักแต่เพียงศิลปิน แต่ยังรักเพื่อนคนอื่น ๆ กันแบบเป็นกลุ่มด้วย

2.5.4 ความเป็นมาของแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทย

สำหรับการศึกษาประเด็นปฏิบัติการและรูปแบบการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับวงNCT ผู้วิจัยมองว่าควรทำความเข้าใจความเป็นมาของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีจากประเทศเกาหลี ผู้การแพร่กระจายวัฒนธรรมเข้ามาในประเทศไทย เพื่อที่จะทำความเข้าใจและเห็นภาพรวมของการเข้าสู่ความเป็นแฟนคลับของกลุ่มแฟนคลับเกาหลี โดยกระแสเกาหลี (Korean Wave) หรือ Hallyu หมายถึง กระแสวัฒนธรรมความนิยมของเกาหลีที่ค่อย ๆ ขยับเคลื่อนมายังประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากความชื่นชอบในวัฒนธรรมเพลง ภาพยนตร์ นักแสดง นักร้อง ต่าง ๆ รวมไปถึงการนำเข้าของเครื่องสำอางแบรนด์เกาหลีต่าง ๆ ที่มีศิลปินในดวงใจเป็นพรีเซนเตอร์ รวมทั้งสไตล์เฉพาะของคนในประเทศเกาหลีเช่น การแต่งหน้า การแต่งตัว ร้านอาหารเกาหลีต่าง ๆ เป็นต้น (ชลนิภา รุ่งเรืองศรี, 2563)

ปัจจุบันการแพร่กระจายกระแสวัฒนธรรมเกาหลีที่เรียกกันว่าKorean Waveในประเทศไทยเริ่มต้นขึ้นมาจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์และซีรีส์ ที่ได้รับการยอมรับผลงานการแสดงต่าง ๆ ซึ่งภายหลังจากนั้นเริ่มมีการนำเข้าภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลีมากขึ้นและได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ผลมาจากความชื่นชอบและการบริโภคซีรีส์เกาหลีของผู้คนในประเทศไทย ผู้กระแสความนิยมในคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีแบบใหม่ที่ได้รับการยอมรับในด้านชื่อเสียงไปทั่วโลก โดยได้นำเสนอปรากฏการณ์ความนิยมในคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีแบ่งออกเป็น 4 ยุค คือยุคที่หนึ่งเรียกว่า Korean Wave 1.0 (ค.ศ. 1997-2000) เริ่มจากยุคที่มีกระแสความนิยมของคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีในตัวของภาพยนตร์ นักแสดงต่าง ๆ ต่อมาในยุคที่สองคือ Korean Wave 2.0 (ค.ศ. 2000-2005) จากยุคแรกสู่ยุคที่สอง เข้าสู่ยุคที่ซีรีส์เกาหลีมีชื่อเสียงโด่งดังโดยกระแสนิยมในภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลีส่งผลให้อุตสาหกรรมดังกล่าวหลังไหลเข้ามาฉายในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น (กานต์พิชชา วงษ์ขาว, 2550) เมื่อก้าวถึงผู้บริโภคเองก็เริ่มสนใจวัฒนธรรมจากประเทศเกาหลีมากขึ้น จนนำมาสู่ความนิยมในวัฒนธรรม K-POP หรือเพลงเกาหลีที่ได้รับความนิยมจากคนไทยเป็นอย่างมาก นำมาสู่ยุคที่สามคือ Korean Wave 3.0 (ค.ศ. 2005-2012) นับว่าซึ่งเป็นยุคที่ K-POP ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียงไปทั่วโลก

จากความสำเร็จดังกล่าวของกระแสความนิยมในคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีแบบใหม่ ยกตัวอย่างการจัดคอนเสิร์ตYG family galaxy word tour ในช่วงปี 2011 ค่าย YG ได้มีการจัดทัวร์คอนเสิร์ตระดับโลก จากกระแสที่สนับสนุนให้มีการแสดงคอนเสิร์ตของกลุ่มวัยรุ่นในหลากหลายประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความหลงใหลและชื่นชอบมีความคลั่งไคล้ในกระแสวัฒนธรรมเกาหลีของวัยรุ่นจากทั่วโลกได้เป็นอย่างดี (ไศลดา ราชตะพุกษา, 2555) หลังจากยุค Korean Wave 3.0

จะเห็นได้ว่าไม่เพียงแต่มีอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์ (Series) แต่รวมถึงอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงทั้งหมด โดยเฉพาะการตีตลาดเพลง K-POP ที่ประกอบไปด้วยศิลปินทั้ง บอยแบนด์ และเกิร์ลกรุ๊ป ต่างก็เป็นที่นิยมอย่างมากในประเทศไทย โดยกลุ่มศิลปินเกาหลีเป็นกลุ่มที่ต้องการให้สมาชิกมีจำนวนมากเพียงพอต่อการจัดตั้งวง โดยแต่ละวงต้องการที่จะสร้างศิลปินให้มีสมาชิกในหลากหลายรูปแบบ หมายถึงในวง 1 วงจะต้องมีสมาชิกมากกว่า 2 ซึ่งส่วนใหญ่จะมีประมาณ 4-12 คนและมีความสามารถที่หลากหลาย ทั้งเรื่อง การร้อง การเต้น รวมไปถึงความสามารถในการเป็นพิธีกร หรือนักแสดงอีกด้วย เพื่อเพิ่มฐานความนิยม และบางครั้งต้องการสมาชิกในวงที่มาจากต่างประเทศเพื่อที่ตรงจะการตีตลาดในประเทศนั้น ๆ เช่น นิซคุณ จากวง2PM ซึ่งเป็นคนไทยที่รวมทั้ง ฮันเกิง และ เฮนรี จากวงSUPER JUNIOR ซึ่งเป็นคนจีนเข้าร่วมกลุ่ม รวมไปถึงการมีโปรแกรมการฝึกฝนอย่างหนักเพื่อสร้างความเป็นศิลปินและฝึกความอดทนและการพัฒนาศักยภาพในด้านต่าง ๆ เพื่อให้พร้อมต่อการเดบิวต์รวมไปถึงการสร้างอัตลักษณ์ตัวตน ทำให้สมาชิกเป็นที่รู้จักก่อนที่จะเป็นศิลปิน และเพื่อเป็นการสร้างฐานแฟนคลับให้กับศิลปินก่อนที่จะเดบิวต์ โดยกลุ่มศิลปินกลุ่มแรก ๆ ที่เป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่คนไทยได้แก่ วงTVXQ วงSUPER JUNIOR วงGIRL' GENERATION วงBIGBANG วงWONDER GIRL วง2NE1 เป็นต้น ซึ่งทุกวงก็ประสบความสำเร็จมาอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากขึ้นในประเทศไทยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น การจัดแสดงคอนเสิร์ตทั้งคอนเสิร์ตของวงและคอนเสิร์ตเดี่ยว รวมไปถึงการเป็นพิธีกรในรายการต่าง ๆ ในประเทศไทย และเริ่มชัดเจนมากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นเพราะมีกลุ่มผู้ชื่นชอบและสนับสนุนอย่างเหนียวแน่น รวมทั้งยังมีรายการต่าง ๆ ที่นำเสนอข่าวศิลปินเกาหลีอย่างสม่ำเสมอ ยกตัวอย่างเช่น รายการเรื่องเล่าเช้านี้ รายการพุดหัดส์ศักรชัย หรือรายการสนามเด็กเล่นและรายการอื่น ๆ ที่มีแขกรับเชิญเป็นศิลปินเกาหลี ทำให้ศิลปินเกาหลีเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น และทำให้เกิดเป็นกระแส K-POP (วัฒนธรรมชุบแป้งทอด ไทยพีบีเอส, 2557)

สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้ปัจจุบันวัฒนธรรมเกาหลีแผ่ขยาย และแทรกซึมเขาไปอยู่ในชีวิตประจำวันของคนทั่วโลก และเป็นกระแสความนิยมที่ยังคงอยู่อย่างต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าในช่วงระยะเวลาจะไม่เพิ่มขึ้นแต่จากการเป็นพิธีกรในรายการ การจูงตัวคอนเสิร์ตของศิลปินก็สามารถบ่งบอกได้ว่ากระแสนี้ยังคงมีอยู่และความนิยมก็ยังไม่ถูกลดทอนลงไป จนนำมาสู่ช่วงที่สี่ คือ Korean Wave 4.0 (ค.ศ. 2013-จนถึงปัจจุบัน) กระแส K-POPเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากและเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งวงที่มีกระแสในประเทศไทยเป็นอย่างมาก ได้แก่ วงNCT วงEXO วงGOT7 วงBTS และวงBLACKPINK เป็นต้น โดยจากวงที่กล่าวมาข้างต้นประกอบไปด้วยสมาชิกสัญชาติไทย 3 คน คือ TEN วงNCT BAMBAM วงGOT7 และ LISA วงBLACKPINK ทำให้กระแส K-POP ในประเทศ

ยิ่งไทยเป็นที่รู้จักและมีคนติดตามโดยถือเป็นอีกปัจจัยหนึ่งของการขึ้นชอบศิลปินเกาหลีของเด็กยุคใหม่ รวมทั้งการสื่อสารที่เข้าถึงได้ง่ายมีช่องทางให้ติดตามศิลปินเพิ่มมากขึ้น ทำให้แฟนคลับและศิลปินรู้สึกใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น มีการสร้างความผูกพันระหว่างศิลปินกับแฟนคลับ การส่งต่อพลังหรือแรงขับเคลื่อนต่าง ๆ จากศิลปินสู่แฟนคลับ ส่งผลให้แฟนคลับมีการติดตามและสนับสนุนศิลปินมากยิ่งขึ้น เช่น การซื้อของสะสมการไปชมคอนเสิร์ต การไปรับศิลปินที่สนามบิน และการฝึกฝนเรียนภาษาเกาหลีเพื่อสามารถที่จะใช้สื่อสารกับศิลปินได้ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานของพีรภา สุวรรณโชติ (2551) ที่ศึกษาเรื่อง “การเป็นแฟน คลับของศิลปินนักร้องเกาหลี” ซึ่งพบว่ากลุ่มแฟนคลับไทยที่ชื่นชอบ หลงใหล คลั่งใคล้ศิลปินเกาหลี สาเหตุหนึ่งมาจาก นักร้องเกาหลีมีการฝึกฝน ฝึกซ้อม มีความอดทนพยายาม ในเรื่องการร้องและการเต้นอย่างจริงจัง รวมทั้งการช่องทางสื่อสารที่สามารถติดตามผลงานได้มากขึ้น และยังชื่นชอบมากยิ่งขึ้นเมื่อศิลปินเกาหลีนั้น ๆ แสดงความผูกพันกับประเทศไทย เช่น พูดภาษาไทย หรืออวยพรเป็นภาษาไทยในโอกาสสำคัญต่าง ๆ เป็นต้น ทำให้ได้เห็นถึงความพยายามของศิลปิน และอีกทั้งศิลปินเป็นศิลปินต่างประเทศซึ่งหาโอกาสพบเจอได้ยาก รวมไปถึงกำแพงภาษาต่าง ๆ ส่งผลให้แฟนคลับจึงมีความพยายามในการติดตามศิลปินเกาหลีมากกว่าศิลปินไทยที่ไม่ได้มีเรื่องของกำแพงภาษาในการพูดคุยสื่อสาร และสามารถพบเจอได้มากกว่า เป็นต้น

จากกระแสคลื่นวัฒนธรรมเกาหลีดังกล่าว ใน 4 ช่วงเวลาจนมาถึงปัจจุบัน กระแสความนิยมวัฒนธรรมเกาหลีในประเทศไทยก็ไม่ได้ลดน้อยลงกลับเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ เห็นได้จากปรากฏการณ์ที่แฟนคลับรวมตัวกันเป็นจำนวนมากในห้างสรรพสินค้าและสนามบิน การเข้าชมคอนเสิร์ตที่เต็มทุกรอบและบัตรคอนเสิร์ตขายหมดในเวลาไม่ถึง 1 ชั่วโมง เป็นต้น จากปรากฏการณ์เหล่านี้เกิดการรวมกลุ่มของแฟนคลับจำนวนมากจนเกิดเป็นเครือข่ายกลุ่มแฟนคลับหรือที่เรียกว่า กลุ่มบ้านเบส โดยมีการรวมกลุ่ม มีผู้นำกลุ่ม มีผู้ติดตาม ที่สามารถเป็นสื่อกลางการรวมกลุ่มให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันถึงแม้ว่าศิลปินที่ติดตามจะอยู่ที่ประเทศเกาหลี รวมทั้งแพลตฟอร์มออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในการรวมกลุ่มของแฟนคลับเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ที่ใช้เป็นสื่อช่องทางการติดตามข้อมูลข่าวสารหลักของกลุ่มแฟนคลับ ไม่ว่าจะเป็นการติดตามข่าวสารจากบ้านเบส รวมทั้งจากกลุ่มคนที่มีความชื่นชอบศิลปินเกาหลีวงเดียวกัน โดยการติดตามข้อมูลและการสื่อสารต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ส่งผลให้เกิดการรวมกลุ่มกัน โดยการจัดโปรเจกต์สนับสนุนศิลปินหรือโปรเจกต์ที่ทำให้ศิลปินเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เช่น โปรเจกต์ฉลองวันเกิดตามสถานีรถไฟฯ ห้างสรรพสินค้า ร้านคาเฟ่ต่าง ๆ การทำโปรเจกต์ช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วม ช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากอัคคีภัย การบริจาคเงินช่วยเหลือผู้ได้รับ

ผลกระทบในสถานการณ์โควิด19 นอกจากนี้กลุ่มแฟนคลับยังมีส่วนช่วยกันกระจายข่าวสารเกี่ยวกับสถานการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เป็นต้น

2.5.5 กลุ่มแฟนคลับในอุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศอื่น ๆ

2.5.5.1 อุตสาหกรรมบันเทิงประเทศไทย (T-POP)

จุดเปลี่ยนของวงการ T-POP นับตั้งแต่ ยุค 2010 T-POP กลับมาในวงการเพลงไทยอีกครั้งแต่อาจจะยังเทียบไม่ได้กับยุค 90 แต่ในระยะเวลาหลังจากนั้นกระแสของค่าย KAMIKAZE ได้รับความนิยมาจากวัยรุ่นไทยเป็นอย่างมาก เช่น K-otic ได้ออกเพลง ที่เขาชะ วง Four Mod ได้ออกเพลง เด็กมีปัญหาและอีกหลาย ๆ เพลงได้รับความนิยม ณ ขณะนั้น หรือเพลง ชักชืดนึ่ง ของภาพยนตร์ GDH ในยุค 2012 โดยในในช่วงระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมาการเข้ามาของอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีได้ขยายวงกว้างมากยิ่งขึ้นผ่านการเข้าถึงสื่อออนไลน์ ซึ่งนั่นทำให้คนในสังคมไทยเริ่มสนใจความเป็นไทยป๊อปมากขึ้น ค่ายเพลงมีการเดบิวต์ศิลปินในรูปแบบบอยแบนด์เช่น Proxie laz1 รวมไปถึงอีกหลาย ๆ กลุ่มนักร้อง ทำให้ T-POP กลับมาเป็นที่นิยมและเป็นกระแสอีกครั้งมีการอัปเดตข่าวสารต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ง่ายต่อการเผยแพร่ผลงานเพลงต่าง ๆ ส่งผลให้ความนิยมขยายไปเป็นวงกว้าง(สถาบันวัฒนธรรมและศิลปะมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2565)

แต่ก็ยังมีปัจจัยบางอย่าง ที่รอการเติมเต็มในอนาคต ได้แก่ พื้นที่ในการโชว์ความสามารถ ปัจจุบันพื้นที่ในลักษณะนี้ยังมีไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับจำนวนศิลปิน ทำให้ยังมีศิลปินบางกลุ่มไม่มีโอกาสได้โชว์ความสามารถ การสนับสนุนในทางกายภาพ เช่นเดียวทุก ๆ อุตสาหกรรม 'เงินและค่าตอบแทน' ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนทำงานมีแรงก้าวต่อไปได้ ซึ่งในช่วง 3-4 ปีหลังมานี้เราเริ่มเห็นการสนับสนุนในลักษณะนี้มากขึ้น การแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน ในการทำธุรกิจคู่แข่งอาจเป็นคำที่น่ากลัว และถ้ามองภาพใหญ่ของอุตสาหกรรม การมีคนร่วมวิ่งในลู่วิ่งเดียวกันเยอะ ย่อมทำให้ eco system มีความแข็งแรงมากขึ้น รวมทั้งการสนับสนุนของกลุ่มแฟนคลับที่ยังมีความแตกต่างกับอุตสาหกรรมประเทศเกาหลีที่มีการจัดการที่นับว่ามีความเป็นระเบียบมีกฎเกณฑ์ที่ชัดเจนโดยเฉพาะในเรื่องบทบาทบ้านเบสของกลุ่มแฟนคลับ ด้วยความใกล้ชิดระหว่างทีมงานในบ้านกับศิลปินและผู้จัดการ ความสามารถในการทำงาน และระดับของชื่อเสียงของบ้านที่มีในหมู่แฟนด้อม โดยเป็นที่รู้กันในกลุ่มแฟนคลับว่าหลาย ๆ บ้านแฟนเบสมีอำนาจ อิทธิพล และอิทธิพลอย่างมากในแฟนด้อม ที่หลายครั้งสร้างความไม่พึงพอใจต่อกลุ่มแฟนคลับด้วยกันจึงส่งผลให้มีกลุ่มแฟนคลับหลาย ๆ กลุ่ม ถอยห่างออกมาจากแฟนด้อมกลุ่มศิลปินนั้น ๆ นำไปสู่การถอยห่างจากวงการ T-POP เป็นต้น การพัฒนาหรือสิ่งที่ต้องการมีการเปลี่ยนแปลงของค่ายเพลงต่อไป ก็คือการทำให้คนเหล่านี้อยู่ในระบบของค่าย และได้รับค่าตอบแทนที่

เหมาะสม นอกจากนี้การอยู่ภายใต้ค่าจะยังสามารถคัดกรองได้อีกด้วย ว่าบ้านแฟนเบสนั้นไม่ได้มีจุดประสงค์อื่นใดที่อาจส่งผลเสียต่อตัวศิลปิน เป็นต้น (Tangsiri, 2564)

2.5.5.2 อุตสาหกรรมบันเทิงประเทศจีน (C-POP)

อุตสาหกรรมบันเทิงประเทศจีน หรือที่รู้จักและเรียกกันในกลุ่มแฟนคลับว่า วงการ C-POP โดย รัฐบาลจีนเล็งเห็นทั้งจุดแข็งของตนเอง นั่นคือ "มีวัฒนธรรมหลากหลาย-โดดเด่น" และจุดอ่อน คือ "ยังมีการคิดนวัตกรรมของตนเองออกมาได้น้อย" จึงออกนโยบาย "พัฒนา Creative Industry" ไปพร้อมกับ Made in China 2025 เปลี่ยนจากประเทศผู้ใช้นวัตกรรมและผลิตผลจากประเทศอื่น มาเป็น "ผลิตนวัตกรรมโดยจีน เพื่อใช้ในจีน และส่งออกต่างประเทศ" อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและธุรกิจประเภทบันเทิง ที่เริ่มนำเทคโนโลยีและสร้างนวัตกรรมขึ้นมา อย่างการใช้สังคมออนไลน์โดยแพลตฟอร์มออนไลน์ที่สามารถใช้ได้ทั้งในจีน ได้แก่ Weibo Wechat Douyin เป็นต้น ซึ่งแพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ที่นิยมใช้กันมากในอุตสาหกรรมบันเทิงโดยเฉพาะสำหรับไอดอลและแฟนคลับ คือ Weibo เป็นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียจีนที่เป็นที่นิยมมากที่สุด ด้วยจำนวนผู้ใช้งานโดยประมาณกว่า 500 ล้านคน (กรุงเทพธุรกิจ, 2022)

อุตสาหกรรมบันเทิงจีนว่า ในระยะ 2-3 ปีที่ผ่านมาความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในแง่ของ เพลง ภาพยนตร์ ซีรีส์ต่าง ๆ จากเดิมที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยมในต่างประเทศ แต่ปัจจุบันกลับกลายเป็นความบันเทิงในอุตสาหกรรมของประเทศจีนที่สามารถทำรายได้อย่างมหาศาลในปี ค.ศ. 2018 คิดเป็นมูลค่า 586,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เข้าสู่ในยุค 2020 ความสำเร็จของกระแสความบันเทิงดังกล่าวยังคงมีรายได้และได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่นการเป็นตลาดภาพยนตร์ขนาดใหญ่ที่สุดในโลกด้วยรายได้บัตรเข้าชมจำนวน 1.93 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ นำหน้าตลาดภาพยนตร์ของอเมริกาเหนืออีกทั้งการบริการแพลตฟอร์มของจีนอย่าง WeTV และ iQiyi ที่มีผู้เข้าชมในไตรมาสแรกในปี ค.ศ. 2021 ในหลายพื้นที่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้คิดเป็นลำดับที่ 3 และ 4 ถัดจาก Netflix ของสหรัฐฯ และ Viu ของเขตบริหารพิเศษฮ่องกง นี้รวมทั้งกระแสความนิยมซีรีส์จีนที่ทำให้แฟน ๆ ท้องถิ่นหลายคนเริ่มหันมาสนใจเรียนภาษาจีนความสำเร็จข้างต้นช่วยบ่งบอกอนาคตของภาคความบันเทิงจีนอยู่ไม่น้อย เพราะเผยโอกาสที่ประเทศจีนจะพาตัวเองขึ้นมาเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวกับประเทศสหรัฐอเมริกา และ ประเทศเกาหลีใต้ ในด้านความบันเทิงระหว่างประเทศ ปรากฏการณ์ความนิยมซีรีส์จีนเห็นได้มากยิ่งขึ้นในสังคมไทยยุค 2019 เป็นต้นมา ซีรีส์จีนยอดนิยมสำหรับผู้ชมไทย ได้แก่ The Untamed ประมจารย์ลัทธิมาร (2019), นางโจร (2020), Luoyang (2021), (กรุงเทพธุรกิจ, 2022)

จากภาพยนตร์นำมาสู่กระแส กลุ่มไอดอล ซึ่งนับว่าเป็นอุตสาหกรรมบันเทิงอีกอย่างหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดของประเทศจีนในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยกลุ่มไอดอลของจีนที่ได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ TFBoys Xinyu Rocket Girls101 R1SE BonBon Girls 303 INTO1 เป็นต้นโดยหลาย ๆ กลุ่มทั้งศิลปินไอดอลบอยแบนด์ และเกิร์ลกรุ๊ปของประเทศจีน มีการเติบโตมาจากรายการเซอร์ไววัล ซึ่งรายการที่ได้รับความนิยมในหมู่แฟนคลับและไอดอลที่ต้องการเติบโต คือ รายการ 'CHUANG' เป็นรายการวาไรตี้ชื่อดังของประเทศจีน ที่ซื้อลิขสิทธิ์มาจากรายการ 'PRODUCE 101' ของประเทศเกาหลีมาทำใหม่ มีทั้งหมด 4 ซีซั่น โดยความน่าสนใจของรายการนี้คือ การค้นหาไอดอลหน้าใหม่ที่มีความฝัน เต็มเปี่ยมด้วยฝีมือทั้งการร้อง และการเต้น เพื่อมาเดบิวต์เป็นวงเกิร์ลกรุ๊ป และบอยแบนด์ ซึ่งไม่ได้จำกัดแค่นี้ในประเทศจีนเพียงอย่างเดียวแต่รวมไปถึงเด็ก ๆ ในประเทศอื่นก็สามารถเข้าร่วมรายการได้ โดยประเทศไทยมีผู้เข้าร่วมแข่งขัน ทั้งหมด 5 คน จาก 3 ซีซั่นและประสบความสำเร็จในรายการทุกคน

ปัจจุบันสังคมสมัยใหม่ที่มีการพัฒนาอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศจีนนั้น นอกจากตัวศิลปินที่ทางรัฐบาลจีนให้ความสนใจแล้วนั้น ยังมีกลุ่มแฟนคลับ ที่นับเป็นอีกหนึ่งส่วนใหญ่ ๆ ในการสนับสนุนวงการ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในกระแสวัฒนธรรมดังกล่าวในวงการบันเทิงจีนเป็นอย่างมาก ยิ่งโดยเฉพาะในพื้นที่บนโลกออนไลน์ที่มักเกิดการรวมกลุ่มและสร้างอัตลักษณ์ของการรวมกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ จนบางครั้งส่งผลกระทบต่อขอบเขตของวัฒนธรรมในประเทศจีน สร้างวุ่นวายและความเสียหายอยู่หลายต่อหลายครั้ง โดยล่าสุดในปี 2021 นี้เองทางหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการดูแลพื้นที่ออนไลน์ของจีน โดยได้มีการออกมาตรการควบคุมพฤติกรรมของกลุ่มแฟนคลับบนโลกออนไลน์ที่เข้มงวดมากขึ้น โดยมาตรการที่ว่านี้เป็นที่รู้จักกันในชื่อของ “มาตรการชิงหล่าง” ที่ออกมาเพื่อเป็นกฎระเบียบควบคุมวงการบันเทิง และแฟนคลับ ด้วยกฎหมายมากมาย ที่ทำให้วงการบันเทิงในประเทศจีนอาจจะไม่เหมือนเดิมอีกต่อไป และเน้นย้ำใน มาตรการเฉพาะเพื่อควบคุมวัฒนธรรม 'แฟนคลับ' ในวงการบันเทิง ออกโดย หน่วยงานกำกับดูแลไซเบอร์สเปซ มีการยกเลิกการจัดอันดับต่าง ๆ ของดารา-ศิลปินทั้งหมด ห้ามบ้านเบสปอร์ต่าง ๆ การทะเลาะเบาะแว้งของค่ายต่าง ๆ ซึ่งต้องมีการควบคุม และแนะนำกลุ่มแฟนคลับอย่างดี ต้องมีการบริหารบ้านเบสปแฟนคลับที่รัดกุมมากขึ้น ห้ามแพลตฟอร์มออนไลน์ใช้ระบบชำระเงิน เพื่อลงชื่อ หรือเพิ่มจำนวนแฟนคลับ ห้ามกระทำการที่ส่งเสริมการขายที่จะมีระหว่างคนดังและแฟน ๆ เป็นต้น เพื่อที่จะสร้างกฎเกณฑ์ในการรวมกลุ่มของแฟนคลับไม่ให้สร้างความเสียหายและผลกระทบที่ไม่ดีต่อวัฒนธรรมวิถีชีวิตและกฎระเบียบภายในประเทศของกลุ่มแฟนคลับออนไลน์ ตามที่รัฐบาลจับตามองโดยในข้อกำหนดของมาตรการนี้ ทางการเงินมีการออกระเบียบที่

เข้มนวดโดยครอบคลุมไปถึงการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ ของศิลปินคนดังให้มีการออกมาช่วยกันรับผิดชอบและสร้างกรอบเกณฑ์ในการติดตามและห้ามปรามกลุ่มแฟนคลับที่กระทำการที่ไม่เหมาะสมต่อการสังคมบนโลกออนไลน์และสร้างประโยชน์ให้กับสังคม (Thematter, 2022)

2.5.5.3 อุตสาหกรรมบันเทิงประเทศญี่ปุ่น (J-POP)

สำหรับแฟนคลับเจ-พอปในประเทศไทย เป็นแฟนคลับที่ชื่นชอบการฟังเพลงพอปจากประเทศญี่ปุ่น โดยเริ่มปรากฏขึ้นในยุค 1993 กระแสวงดนตรีแนวป๊อปรีกได้รับการยอมรับนิยมในประเทศไทยช่วงหนึ่ง โดยมีวงดนตรีอย่างวงเอ็กซ์เจแปน เป็นผู้บุกเบิกเมื่อเพลงเหล่านั้นเข้ามาแพร่หลายในประเทศไทย โดยช่วงที่วงดนตรีนี้ได้รับความนิยมในประเทศไทย เทคโนโลยีด้านการสื่อสารยังไม่สามารถเข้าถึงได้ง่ายอย่างในปัจจุบัน ส่งผลให้การติดตาม ๆ ต่าง ๆ เป็นไปได้ไม่ถ่วงนัก กลวิธีที่แฟนเพลงทำคือไปสอบถามข่าวสารจากร้านดนตรีญี่ปุ่น โดยทางร้านจะให้ข้อมูลและมีการเปิดเพลงให้ทดลองฟัง ถ้าหากเพลงดังกล่าวมีความถูกใจก็จะสามารถทำการซื้อขายได้เลย โดยแฟนเพลงญี่ปุ่นที่ติดตามวงรีกเหล่านี้จะมีการรวมกลุ่มในการทำกิจกรรมร่วมกันปีละ 3 ครั้ง มีการจัดแสดง โคฟเวอแบรนต์ เพื่อร้องเพลงญี่ปุ่นที่คนกลุ่มนี้ชื่นชอบรวมถึงการแต่งตัวตามสไตล์บุคคลที่ชื่นชอบ เรียกกันว่า คอสเพลย์ (Cosplay) เพื่อแสดงออกถึงความเป็นแฟนคลับของศิลปิน

สำหรับไอดอลที่เป็นที่นิยมและโด่งดัง ในช่วงยุค 1980 มีจุดเริ่มต้นจากการที่ค่ายเพลงสร้างไอดอลขึ้นมาภายใต้ภาพมุมมองที่ร่างเริงสดใส มีระบบการจัดการที่เป็นระเบียบชัดเจน เช่น Tomoyo Harada Yokiko ซึ่งไอดอลดังกล่าวล้วนแล้วแต่มียอดขายเป็นจำนวนมาก ติดอันดับต้น ๆ ในการจัดอันดับต่าง ๆ ถัดไปภายหลังจากความนิยมของไอดอล ลดลงในยุค 1990 แทนที่ด้วยแนวเพลงใหม่ ๆ หรือดนตรีแนวรีกหนักแน่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของไอดอลที่ยังเหลืออยู่ มีการแสดงที่เรียกว่าไลฟ์ ไอดอลขึ้น คือการมีพื้นที่ ในการให้แสดงสด มีการขายบัตรให้แฟนเพลงเข้าไปรับชม เนื่องจากการแสดงบนรายการโทรทัศน์ต่าง ๆ ลดลง จากประเด็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ศิลปินไอดอลอยู่ในช่วงขาลง จนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่ที่เปิดโอกาสให้แฟนเพลงหรือแฟนคลับเข้าถึงศิลปินมากยิ่งขึ้น เป็นการพัฒนาวงการไอดอลญี่ปุ่น ให้กลับมาได้รับความนิยมมากขึ้นอีกครั้ง (Documentary Club, 2560)

แต่กระแสความนิยมในไอดอลญี่ปุ่นเริ่มเปลี่ยนไปตามยุคสมัย จุดเปลี่ยนสำคัญคือเอเคบีไฟร์ทีเอต (AKB48) วงไอดอลเกิร์ลกรุ๊ปที่เริ่มต้นในปี 2005 ที่ได้สร้างมาตรฐานวงไอดอลรูปแบบใหม่ มีกฎเกณฑ์ที่แน่ชัด มีสมาชิกรุ่นพี่รุ่นน้อง มีการจัดการกับแฟนคลับอย่างเป็นระเบียบแบบแผน ทำให้ AKB48 ก้าวขึ้นมาอยู่ในไอดอลชั้นนำในประเทศเป็นอย่างมาก จนมีการแพร่กระจาย

มาสู่ประเทศไทย AKB48 ยังได้ขับเคลือนอุตสาหกรรมบันเทิง โดยเฉพาะศิลปินกลุ่มผู้หญิงให้กลับมาเป็นที่นิยมอีกครั้ง แต่อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นการสร้างศิลปินเดี่ยวหรือศิลปินกลุ่มก็จะต้องอินในความเป็นตัวตนของวัฒนธรรมประเทศตนเองก่อนที่จะส่งออกหรือแพร่กระจายวัฒนธรรมดังกล่าวไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านหรือต่างชาติ เป็นเหตุผลให้เห็นได้ว่า วัฒนธรรมหรือเพลงที่ถูกส่งออกมาจะมีความเป็นตัวตนของประเทศญี่ปุ่นสูงมากมีความเฉพาะตัวไม่เหมือนใครนับว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ดึงดูดผู้คนภายนอกให้สนใจและเสพเพลงของประเทศญี่ปุ่น แต่ในขณะเดียวกันวัฒนธรรมดังกล่าวก็มีความเป็นชาตินิยมสูงมากจะไม่ค่อยมีความยืดหยุ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่สะท้อนความเป็นญี่ปุ่นที่ชาวต่างชาติต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมของประเทศด้วยตนเอง

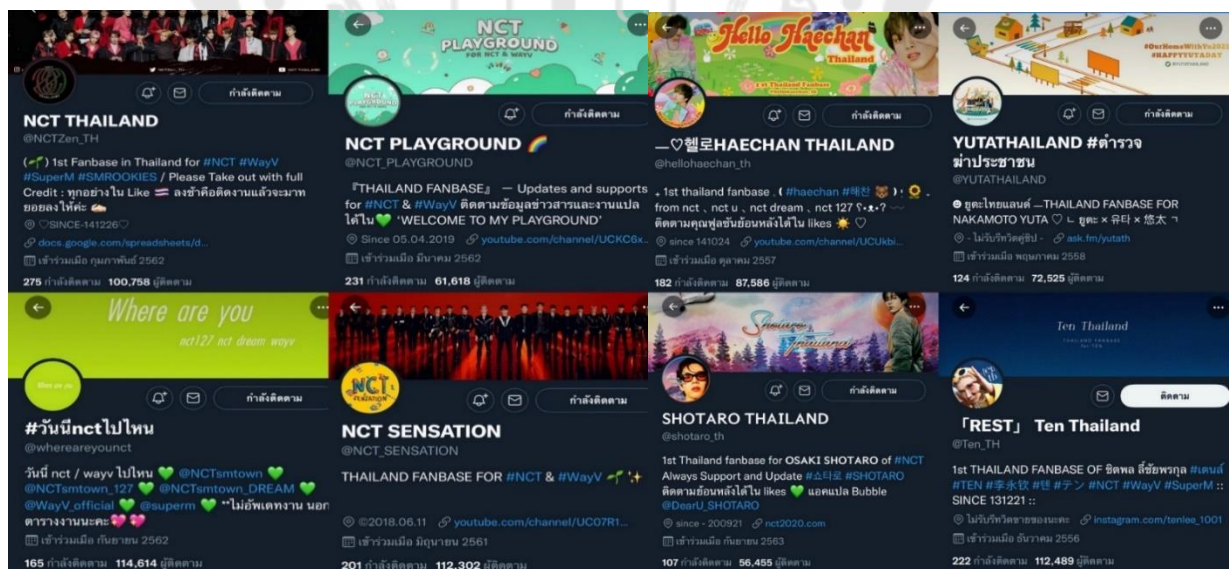
ประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จมากในการส่งออกวัฒนธรรมในหลากหลายด้าน ในขณะที่อุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศยังคงมีความเฉพาะตน มีวัฒนธรรมเฉพาะองกร ซึ่งยากต่อการสร้างสรรค์สื่อใหม่ที่มีความลื่นไหลให้สอดคล้องกับกับมาตรฐานสากลของอุตสาหกรรมบันเทิง รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่นที่ต้องการให้คนในประเทศบริโภคสินค้าที่ผลิตภายในประเทศเพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับประชาชนรวมถึงเศรษฐกิจเงินทุนต่าง ๆ ไม่รั่วไหลออกไป จึงทำให้วัฒนธรรมการบริโภคของคนญี่ปุ่นรวมไปถึงสินค้าประเภทบันเทิงต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์,ละคร,เพลง เป็นต้น เข้มแข็งมากอยู่ช่วงหนึ่ง แต่ในช่วงหลังกระแสวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นมีความชะงักและเริ่มแผ่ว ส่งผลให้กระแสวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีอย่างคลื่น Korean Wave สามารถเข้ามาผสมผสานกับดนตรีและแนวเพลงของประเทศญี่ปุ่นได้ (อรชางษรรัชชา, 2555)

2.5.6 ความนิยมของศิลปินวง NCT ในประเทศไทย

ความนิยมของศิลปินวง NCT ในประเทศไทย วงNCT เป็นศิลปินบอยแบนด์จากค่าย SM Entertainment โดยชื่อเต็มย่อมาจาก “Neo Culture Technology”ซึ่งประกอบไปด้วยสมาชิกทั้ง 23 คน โดยจะถูกแบ่งออกเป็นยูนิตต่าง ๆ โดยยูนิตแรกถูกเปิดในปี 2016 ซึ่งอยู่ภายใต้ชื่อว่า NCT U ต่อมาได้มีการเปิดตัวยูนิต NCT 127 ในวันที่ 7 กรกฎาคม 2016 ถัดมาในเดือนสิงหาคมก็ได้มีการเปิดตัว NCT DREAM และยูนิต WAY V ในปี 2019 ซึ่งหนึ่งในสมาชิกของ NCT นั้นมีสมาชิกที่เป็นคนไทยอยู่ด้วยและในปัจจุบัน NCT เป็นศิลปินที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากทั้งในประเทศไทยเองหรือในต่างประเทศก็เช่นกันโดยจะเห็นยอดสั่งซื้ออัลบั้มในปี 2563 รวมกันของทุกยูนิตอยู่ที่ 5,117,020 ก๊อปปี้ และในปี 2564 NCT DREAM มียอดสั่งซื้ออัลบั้มถึง 3 ล้านก๊อปปี้ และ

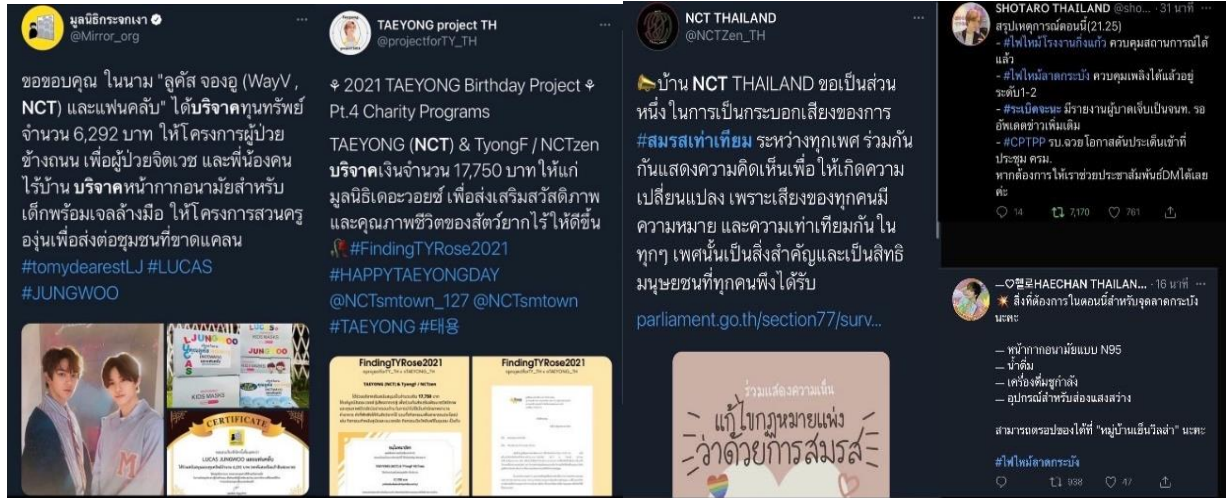
NCT 127 มียอดขายซื้อพรีออเดอร์อัลบั้ม Sticker ภายใน 24 ชั่วโมงกว่า 1 ล้านอัลบั้ม (Naver, 2021) ซึ่งถือได้ว่าในปัจจุบันศิลปิน NCT นั้นได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในระดับประเทศหรือแม้แต่ทั่วโลก

โดยวง NCT มีแฟนคลับจำนวนมากทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อย่างประเทศไทย กลุ่มแฟนคลับวง NCT ส่วนใหญ่ที่มีการรวมกลุ่มกันอย่างเห็นได้ชัดภายในประเทศคือกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในทวิตเตอร์ โดยกลุ่มแฟนคลับจะมีบ้านเบส ที่ไว้รวบรวมข่าวสารกระจายข่าวสารของศิลปิน โดยกลุ่มบ้านเบสของศิลปินวง NCT จะแบ่งออกเป็นบ้านเบสของวง และบ้านเบสของสมาชิก โดยในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ก็จะมีกลุ่มที่เรียกว่า “บ้านเบส” เป็นศัพท์ในทวิตเตอร์ หมายถึงกลุ่มแฟนคลับที่รวมตัวกันขึ้นมาของศิลปินวงนั้น ๆ ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์กิจกรรมเผยแพร่ผลงาน รูปถ่าย-คลิปวิดีโอ ขายของที่ระลึก แพลซิบไต้เติ้ล เป็นต้นโดยบ้านเบส จะเป็นแกนนำหลักในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับศิลปินร่วมคลับกลุ่มแฟนคลับ เช่น ศิลปินออกผลงานใหม่ ก็จะมีการเปิดโดเนทให้แฟนคลับร่วมบริจาคซื้ออัลบั้ม โดเนทขึ้นป้ายบิลบอร์ดตามสถานีรถไฟฟ้า หรือร่วมกันไหวตรางวัลต่าง ๆ การจัดโปรเจกต์วันเกิดให้กับศิลปินไปจนถึงรวมเงินกันไปทำบุญทำกิจกรรมเพื่อสังคม เป็นต้น



ภาพประกอบ 2 บ้านเบสแฟนคลับวง NCT และ บ้านเบสแฟนคลับสมาชิกในวง NCT โดยผู้วิจัย
ได้ยกตัวอย่างมา 4 บ้านเบส

ที่มา: Twitter. (2564).



ภาพประกอบ 3 การแสดงออกผ่านการกระจายข่าวสารและร่วมกันสมทบทุนบริจาคในโอกาสต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT

ที่มา: Twitter. (2564).



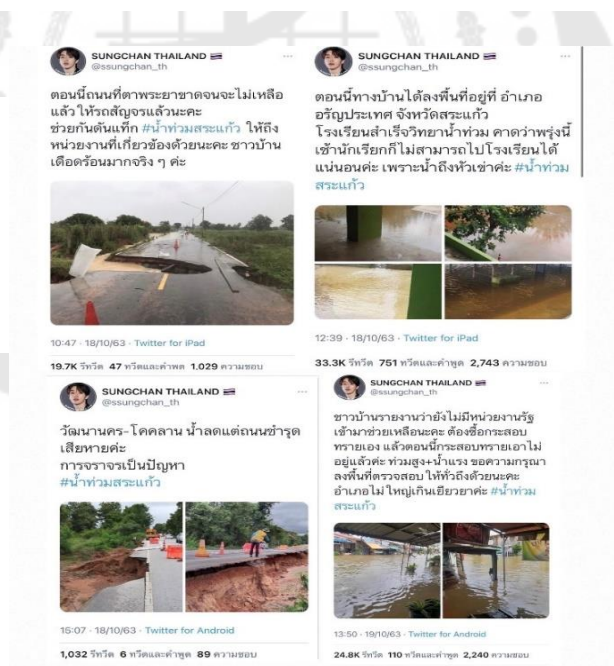
ภาพประกอบ 4 การแสดงออกผ่านการกระจายข่าวสารและร่วมกันสมทบทุนบริจาคในโอกาสต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT

ที่มา: Twitter. (2564).



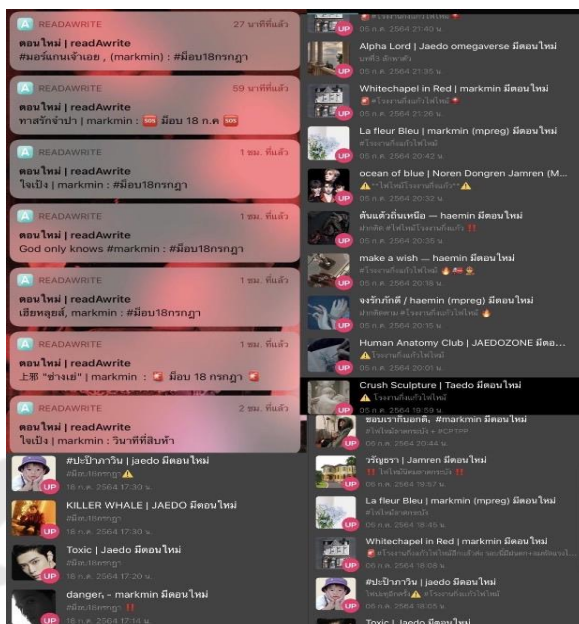
ภาพประกอบ 5 การทำโปรเจกต์วันเกิดศิลปินผ่านการกระจายรายได้สู่ผู้ค้ารายย่อย

ที่มา: Twitter. (2564).



ภาพประกอบ 6 การแสดงออกผ่านการกระจายข่าวสารและการลงพื้นที่ช่วยเหลือทุกข์ภัยของกลุ่มแฟนคลับ

ที่มา: Twitter. (2564).



ภาพประกอบ 7 การกระจายข่าวสารของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในประเด็นปัญหาทางสังคม ผ่านรูปแบบแฟนฟิค

ที่มา: Twitter. (2564).

2.5.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมแฟนคลับ

บุญยนุช นาคะ (2560) ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของอัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับเกาหลีในการยึดโยงและขับเคลื่อนความเป็นชุมชนแฟนคลับเกาหลี พบว่า ชุมชนแฟนคลับเกาหลี คือ เป็นศูนย์รวมของกลุ่มแฟนคลับในการรวมกลุ่ม ในระดับปัจเจกที่มีอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับร่วมกัน ทำให้ความรู้สึกเหมือนเป็นกลุ่มเดียวกัน แฟนคลับจะมีกลุ่มย่อย ๆ ที่แบ่งออกเป็นหลากหลายกลุ่ม ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มในการทำกิจกรรม กลุ่มนักเขียน อย่างไรก็ตาม ชุมชนแฟนคลับเกาหลีก็ได้มีหน้าที่ของตนเองในแต่ละกลุ่มกิจกรรมแตกต่างกันไปตามลักษณะกิจกรรมที่ชื่นชอบ และแฟนคลับศิลปินเกาหลีล้วนแต่มีอัตลักษณ์ที่ต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม ได้แก่ การมีแท่งไฟ ชื่อเรียกต่าง ๆ สีประจำวง เพื่อการสื่อสารในกลุ่มออนไลน์และออฟไลน์ และสัญลักษณ์ต่าง ๆ ที่รวมไปถึงสัญลักษณ์ชื่อศิลปินและวง หรือชื่อแอดเค๊าท์ของแฟนคลับ ก็สามารถแสดงตนและเป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้รับรู้ได้ว่าเป็นสัญลักษณ์ของแฟนคลับศิลปินกลุ่มนั้น ๆ

พัน ฉัตรไชยยันต์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมแฟนของ เป็ก ผลิตโชค แฟนคลับ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมแฟนของเป็ก ผลิตโชคแฟนคลับ สามารถแบ่งออกได้เป็น

องค์ประกอบด้านต่าง ๆ 9 ด้าน ท่ามกลางบริบทของการสื่อสารในยุคสื่อสังคมออนไลน์ วัฒนธรรมแฟนของเป็ก ผลิตโชคแฟนคลับ มีลักษณะเช่นเดียวกับ “วัฒนธรรมของการมีส่วนร่วม” ตามแนวคิดของ Jenkins (1992) คือมีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างมีความหมาย เพื่อตอบสนองต่อความสนใจและความชื่นชอบศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งอิทธิพลจากกระแสเกาหลีนิยมส่งผลต่อการสร้าง “วัฒนธรรมการอุปถัมภ์ศิลปิน” ที่เข้มแข็งและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น การรวมกลุ่มแฟนคลับ ยังสามารถขยายไปสู่การรวมกลุ่มในพื้นที่ชีวิตจริง เพื่อช่วยเหลือและสร้างสรรค์สังคมได้อีกด้วย

2.6 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 เอกสารและงานวิจัยในประเทศ

ชนกานต์ รักชาติ และ พัทธนี เชนจรรยา (2559) ได้ศึกษาการสื่อสารเพื่ออำนวยการรักษากลุ่มแฟนคลับในกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี พบว่า แฟนคลับจะมีผู้นำในการสื่อสารข้อความหรือข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งผู้นำกลุ่มจะมีการทำความรู้จักกับแฟนคลับ ที่มีการรวมตัวกันและมีการสื่อสารในการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับศิลปิน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสายใยที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่ม ผ่านรูปแบบการสร้างเครือข่ายที่มีสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นจุดศูนย์กลาง ซึ่งทำให้เกิดพื้นที่ชุมชนเสมือน มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ผ่านพื้นที่ดังกล่าว มีการพูดคุยในหลากหลายประเด็น ทั้งข่าวการคัมแบ็ค วันครบรอบต่าง ๆ การช่วยกันโหวตและदनยอคให้ศิลปิน ซึ่งนับว่าพื้นที่สื่อออนไลน์เป็นตัวกลางในการเชื่อมและเกิดเครือข่ายแฟนคลับ ซึ่งได้สะท้อนให้เห็นถึงการดำรงอยู่ของเครือข่ายแฟนคลับในปัจจุบัน

วุฒิพล วุฒิวรพงศ์ และ กิ่งกาญจน์ จงสุขไกล (2562) ได้ศึกษาเรื่อง พัฒนาการของพื้นที่ในการแสดงออกทางการเมืองในสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า พื้นที่แพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นหนึ่งในช่องทางแสดงออกทางสังคม ซึ่งมีเป็นพื้นที่การแสดงออกหลัก ๆ ของการเมืองไทย เป็นที่นิยมใช้ของคนรุ่นใหม่และนักการเมืองหลากหลายกลุ่มรวมถึงคนต่าง ๆ และกลุ่มแฟนคลับศิลปิน อีกทั้งแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ก็ได้รับความสนใจและมีผู้ใช้งานมากขึ้นในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ปัจจุบันการแสดงความคิดเห็นและเนื้อหาทางการเมืองเป็นไปอย่างเปิดเผยและตรงไปตรงมา จึงนำไปสู่การเติบโตของแพลตฟอร์มที่มีการตั้งค่าความเป็นส่วนตัว ซึ่งเกิดขึ้นเพื่อซ่อนการเข้าถึงสาธารณะ เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกสอดส่องและตรวจสอบ

บัณณธร ไม้เจริญ (2561) ได้ศึกษา กลุ่มแฟนคลับฟุตบอลทีมสุพรรณบุรี เอฟซี ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายแฟนบอลทีมสุพรรณบุรี เอฟซี มีการใช้ช่องทางสื่อสารที่หลากหลาย โดยมีสื่อกิจกรรม ที่ช่วยทำให้สมาชิกแต่ละกลุ่มได้มีพื้นที่ในการสื่อสารและพบปะกัน ซึ่งช่วยใน

การรักษาความสัมพันธ์ของสมาชิก มีสื่อบุคคลที่ช่วยในการระดับประคองความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และกลุ่มแฟนคลับได้ทำการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ "เฟซบุ๊ก" และ "ไลน์" เพื่อใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเป็นพื้นที่ในการนัดหมายทำกิจกรรมร่วมกันซึ่งทำให้เครือข่ายมีการดำรงอยู่และเสริมความเข้มแข็งด้านความสัมพันธ์ แม้แต่ในช่วงที่สโมสรสุพรรณบุรี เอฟซีมีผลงานไม่ดี กลุ่มแฟนคลับก็ได้มีการสื่อสารผ่านหลายช่องทางด้วยกัน เพื่อช่วยให้เครือข่ายแฟนบอลของสโมสรสุพรรณบุรี เอฟซียังคงดำรงอยู่ต่อไป

ชยุตม์ พันธุ์สุวรรณ (2561) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแกนนำนิสิตนักศึกษาทุกคนสมัครใจและให้ความสำคัญกับการออกมาเคลื่อนไหวทางการเมือง โดยสังเคราะห์องค์ประกอบของแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ให้สามารถนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาขบวนการนักศึกษาไทย ในช่วงเวลาดังกล่าวอย่างรอบด้านมากขึ้น ภายใต้ตัวแบบ W3HI (Double U-three-H-one) โดยมีองค์ประกอบและเหตุผล ดังนี้ Why: ทำไมขบวนการนักศึกษาจึงออกมาเคลื่อนไหว What: ขบวนการนักศึกษาเคลื่อนไหวในเรื่องอะไรบ้าง Who: ขบวนการนักศึกษาคือใคร หน้าตาองค์กรเป็นอย่างไร How: ขบวนการนักศึกษาเคลื่อนไหวกันอย่างไรในสังคมการเมืองสมัยใหม่? โดยจากผลการศึกษาออกมาเคลื่อนไหวทางการเมืองของขบวนการนักศึกษา โดยถือเป็นกิจกรรมที่ไม่ผิดกฎหมาย แต่การกระทำที่เกินกว่าเหตุอาจได้รับโทษทางกฎหมายได้ รูปแบบการเคลื่อนไหวทางการเมืองมีการใช้อินเตอร์เน็ต โดย สาเหตุที่ทำให้ประชาชนออกมาเคลื่อนไหวทางการเมืองมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นมีผลมาจากการถูกอำนาจรัฐลิดรอนสิทธิและเสรีภาพ ปัญหาคุณภาพชีวิตต่าง ๆ รวมถึงการปฏิบัติงานที่ไม่มีประสิทธิภาพและไม่เป็นธรรมของภาครัฐในการแก้ไขปัญหา ก่อให้เกิดความผิดพลาดและส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยผลที่คาดหวังจากการเคลื่อนไหวทางการเมือง คือ ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้ดียิ่งขึ้น

2.6.2 เอกสารและงานวิจัยในต่างประเทศ

Naomi (2021) ได้ศึกษา แฟนด้อม (Fandom) หรือ แฟนเคป็อป (K-pop) โดยเอกสารชิ้นนี้ระบุว่า แฟนด้อม (Fandom) หรือ แฟนเคป็อป (K-pop) เป็นปรากฏการณ์ที่เติบโตขึ้นเป็นการเคลื่อนไหวที่ทรงพลังในโลกของวัฒนธรรมคนดัง เช่น นักร้อง หรืออินฟลูเอนเซอร์ โดยได้รวบรวมฐานแฟนคลับที่ครอบคลุมกลุ่มประชากรต่าง ๆ ทั้งหมด รวมกันเป็น "ชื่อแฟนคลับ" การผสมผสานระหว่างโซเชียลมีเดียและโลกาภิวัตน์ทำให้การแสดงการสนับสนุนคนดังทำได้ง่ายขึ้นมาก โดยไม่คำนึงถึงสถานที่ทางกายภาพและความแตกต่างทางวัฒนธรรม แฟนด้อม (Fandom) เป็นตัวอย่าง

ที่ชัดเจนของการเคลื่อนไหวทางสังคม แพน ๆ จากทั่วโลกจัดเครือข่ายการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการและทำหน้าที่เป็นกลุ่มเพื่อกระตุ้นให้บุคคลดำเนินการตามเป้าหมายร่วมกัน โดยแต่ละประเด็นอาจแตกต่างกันไปตามขนาดและแรงจูงใจ พิจารณาจากแคมเปญแฮชแท็ก Twitter ที่แฟนเคป็อป (K-pop) มีชื่อเสียงในกระแสทั่วโลก สิ่งเหล่านี้อาจมีตั้งแต่การฉลองวันเกิดของไอดอล (“#BornToVLoved,” สำหรับสมาชิก BTS) รวมถึงแฟนเคป็อป (K-pop) กลายเป็นหัวข้อข่าวในแวดวงการเมืองโดยได้รับการยกย่องจากเหตุการณ์อื่น ๆ เช่น แฮชแท็ก #WhiteLivesMatter ที่ได้รับการยกย่องอย่างท่วมท้นด้วยเคลื่อนไหวประเด็นเหยียดเชื้อชาติ รวมถึงเหตุการณ์ที่แฟนเพลงเคป็อป (K-pop) ยังให้เครดิตกับการขัดขวางการชุมนุมทลชาของโดนัลด์ ทรัมป์ด้วยการจ้องตัวและไม่ปรากฏตัว ส่งผลให้การชุมนุมของทรัมป์มีผู้เข้าร่วมไม่ถึง 19,000 คน วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเคป็อปแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการกระทำร่วมกัน แฟนด้อมสามารถใช้พลังของพวกเขาเพื่อยกระดับกลุ่มและการกระทำที่ส่งผลต่อสังคม

เมื่อมองวัฒนธรรมแฟนคลับผ่านการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่ศึกษาเกี่ยวกับ การแพร่กระจายของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทยโดยอาศัยสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางสำคัญในการแพร่กระจายก่อให้เกิดกลุ่มแฟนคลับศิลปินกลุ่มต่าง ๆ ตลอดจนมีการศึกษา วัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของกลุ่มแฟนคลับ โดยมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับที่ติดตามวงเดียวกัน การผสมผสานระหว่างโซเชียลมีเดียและโลกาภิวัตน์ทำให้การแสดงการสนับสนุนคนดังทำได้ง่ายขึ้นมาก โดยไม่คำนึงถึงสถานที่ทางกายภาพและความแตกต่างทางวัฒนธรรม เช่นงานของ พิชญ่า อัมพรจินดารัตน์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมแฟนคลับกับความตึง กลุ่มแฟนคลับศิลปินวงก็ตอเซเว่น โดยศึกษาถึงการแพร่กระจายของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทย งานของ สุธิมา เหล่าพิทักษ์ธรรม (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาผ่านสื่อทวิตเตอร์ รูปแบบการนำเสนอเนื้อหาบนสื่อทวิตเตอร์และศึกษาปฏิกิริยาตอบกลับของผู้รับสารที่เป็นกลุ่มแฟนคลับต่อการนำเสนอเนื้อหาทางสื่อทวิตเตอร์ และงานของ ชนกานต์ รักชาติ และ พัทธนี เชนจรรยา (2559) ได้ศึกษาการสื่อสารเพื่อธำรงรักษากลุ่มแฟนคลับ โดยมีผู้นำกลุ่มเป็นผู้ส่งสารให้กับแฟนคลับผู้ติดตามและมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน รวมถึงงานวิจัยของต่างประเทศของ Naomi (2021) ได้ศึกษา แฟนด้อม (Fandom) ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เติบโตขึ้นเป็นการเคลื่อนไหวที่ทรงพลังในโลกของวัฒนธรรมคนดัง มีการผสมผสานระหว่างโซเชียลมีเดียและโลกาภิวัตน์ทำให้การแสดงการสนับสนุนคนดังทำได้ง่ายขึ้นมาก โดยไม่คำนึงถึงสถานที่ทางกายภาพและความแตกต่างทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังศึกษาคุณลักษณะเชิงอัตลักษณ์ของชุมชนแฟนคลับเกาหลี เช่นงานของคุณบุญญนุช นาคะ (2560) โดย

กล่าวถึงการรวมกลุ่มของแฟนคลับในระดับปัจเจกที่มีความคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลี จนเกิดปรากฏการณ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็นกลุ่มคนพวกเดียวกัน

จากการทบทวนวรรณกรรมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยพบว่ามีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการแพร่กระจายของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีในสังคมไทยโดยอาศัยสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวกลางสำคัญในการแพร่กระจายก่อให้เกิดกลุ่มแฟนคลับศิลปินกลุ่มต่าง ๆ ตลอดจนมี การศึกษา วัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของกลุ่มแฟนคลับรวมถึงอัตลักษณ์ของกลุ่ม จึงเป็นแนวทางที่ผู้วิจัยสนใจศึกษาและก่อให้เกิดงานวิจัย ออนไลน์สู่ออนไลน์ : การแสดงออกและ ปฏิบัติการของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

สำหรับการวิจัยเรื่องออนไลน์สู่ออนไลน์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม โดยอาศัยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจและค้นหาข้อมูลเชิงลึกที่นำมาอธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าวได้อย่างชัดเจน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปฏิบัติการและรูปแบบการแสดงออกในประเด็นทางสังคมในทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ตลอดจนวิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่ส่งผลต่อสังคมในมิติต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 พื้นที่ที่ศึกษาและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผู้วิจัย
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ออนไลน์สู่ออนไลน์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยเน้นการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาปรากฏการณ์การแสดงออกและปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับวง NCT และให้ความสำคัญกับทัศนะจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยทำให้ผู้วิจัยเข้าใจปรากฏการณ์ที่จะศึกษา (ชาย โภธิสิตา, 2562) โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบไปด้วยวิธีการค้นคว้าวิจัยเชิงเอกสาร วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และวิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล ในการศึกษาโดยได้รับการพัฒนา ปรับปรุง ต่อยอดมาจากวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาแบบดั้งเดิม โดยนักวิชาการและนักปราชญ์หลายท่าน ใช้ในการศึกษา ความเชื่อ วัฒนธรรม ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และพฤติกรรมของสังคมขนาดเล็กที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมและการสังเกตการณ์ตามที่เป็นอยู่ ซึ่งวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลเป็นวิธีการวิจัยในพื้นที่ออนไลน์ซึ่งถูกปรับให้เข้ากับการศึกษาของชุมชนและวัฒนธรรมที่สร้างขึ้นผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นสื่อกลางที่โดดเด่นในแนวทางของชาติพันธุ์วรรณา ซึ่งสามารถก้าวข้ามข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์และเวลา โดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารทำให้สามารถ

เข้าถึงข้อมูลได้ตลอดเวลาผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ (Marotzki, Holze, และ Verständig, 2014) อีกทั้งวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลสามารถใช้ประโยชน์จากความสามารถในการเชื่อมต่อของอินเทอร์เน็ตและความสามารถในการค้นหาและจัดระเบียบขอ การค้นหาข้อมูลต่าง ๆ ทำให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นในการทำความเข้าใจและอธิบายการ เกิดขึ้นของปรากฏการณ์การแสดงออกและปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับวง NCT(เบญจรงค์ ธิระ ผลิตะ, 2563)

3.2 พื้นที่ที่ศึกษาและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

3.2.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษา ผู้วิจัยได้เลือกใช้ แพลตฟอร์มออนไลน์ ทวิตเตอร์ เพราะ ทวิตเตอร์ถือเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ที่คนไทยใช้กันมากขึ้นแบบก้าวกระโดดในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา จาก ข้อมูล we are social และ Hootsuite แสดงให้เห็นว่า ยอดผู้ใช้งานทวิตเตอร์ในไทย ณ เดือน ตุลาคม 2564 อยู่ที่ 11.25 ล้านราย ซึ่งสูงขึ้นประมาณ 4 ล้านราย เมื่อเทียบกับช่วงปี 2564 ที่มี ยอดผู้ใช้งาน 7.35 ล้านราย ส่งผลให้ไทยติดอันดับประเทศที่มีแอคเคาท์ทวิตเตอร์สูงสุดอันดับ 10 ของโลก(WeAreSocial x Hootsuite, 2021)รวมทั้งมีการถกเถียงประเด็นสังคมในหลากหลาย ประเด็นและเป็นแหล่งรวมกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่มีความเคลื่อนไหวอยู่หรือเป็นกระแส รวมถึง การเข้าไปสังเกตในกิจกรรมในรูปแบบอื่น ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ในระหว่างที่ผู้วิจัยทำการเก็บ ข้อมูล เป็นต้น

3.2.2 ขอบเขตด้านระยะเวลา

งานวิจัยชิ้นนี้ศึกษาปรากฏการณ์การแสดงออกและปฏิบัติการของแอคเคาท์ทวิตเตอร์ แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม โดยกำหนดระยะเวลาในการศึกษา คือ ในปี 2564-2565

3.2.3 ขอบเขตด้านกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 20 คน โดยเป็นแฟนคลับวง NCT แบ่ง ออกเป็น ผู้ดูแลหรือผู้ประสานงานในกลุ่มทวิตเตอร์หลักของแฟนคลับวง NCT (บ้านเบส) และ แอคเคาท์แฟนคลับวง NCT ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยทำการเลือกจากการสังเกตการณ์ภาคสนามบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์

3.2.3.1 ผู้ดูแลหรือผู้ประสานงานในกลุ่มทวิตเตอร์หลักของแฟนคลับวง NCT (บ้าน เบส) จำนวน 10 คน โดยมีเกณฑ์การเลือก ดังต่อไปนี้

1. มีหน้าที่ดูแลหรือประสานงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี

2. แอคเคาท์ที่มีการตั้งรูปศิลปินวง NCT เป็นรูปโปรไฟล์หรือเฮทบนแอคเคาท์ รวมถึงการตั้งข้อมูลส่วนตัว หรือ ไบโอ (Autobiography) บนแอคเคาท์ทวิตเตอร์เป็นชื่อศิลปินหรือชื่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินวง NCT เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT

3. มีแฟนคลับด้วยกันเองติดตามแอคเคาท์มากกว่า 5,000 แอคเคาท์

4. มีการแสดงออกผ่านการใช้ทวิตเตอร์ การเผยแพร่ข้อมูล ส่งต่อข้อมูล หรือเป็นการรีทวีต (retweet) เกี่ยวกับประเด็นทางสังคม เช่น มีการใช้แฮชแท็กในการแสดงออก การโดนทช่วยเหลือในโอกาสต่าง ๆ การทำArtwork การทำโปรเจกต์สนับสนุน

3.2.3.2 แอคเคาท์แฟนคลับวง NCT จำนวน 10 คน โดยมีเกณฑ์การเลือก ดังต่อไปนี้

1. ติดตามวง NCT มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี

2. มีแฟนคลับด้วยกันเองติดตามแอคเคาท์มากกว่า 5,000 แอคเคาท์

3. แอคเคาท์ที่มีการตั้งรูปศิลปินวง NCT เป็นรูปโปรไฟล์หรือเฮทบนแอคเคาท์ รวมถึงการตั้งข้อมูลส่วนตัว หรือ ไบโอ (Autobiography) บนแอคเคาท์ทวิตเตอร์เป็นชื่อศิลปินหรือชื่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินวง NCT เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT

4. มีการแสดงออกผ่านการใช้ทวิตเตอร์ การเผยแพร่ข้อมูล ส่งต่อข้อมูล หรือเป็นการรีทวีต (retweet) เกี่ยวกับประเด็นทางสังคม ไม่น้อยกว่า 30 ทวิต เช่น มีการใช้แฮชแท็กในการแสดงออก การโดนทช่วยเหลือในโอกาสต่าง ๆ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นไปอย่างมีทิศทางนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลที่ชัดเจนผู้วิจัยจึงสร้างแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเป็นกรอบเบื้องต้นโดยสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยตามความเหมาะสม สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์มีลักษณะกึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) ซึ่งเป็นแนวคำถามปลายเปิดที่สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญและเปิดโอกาสให้ผู้สัมภาษณ์ปรับเปลี่ยนการถามได้ทั้งในแง่ของถ้อยคำที่ใช้ในการถามและลำดับก่อนหลังของการถามจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์และผู้ให้สัมภาษณ์ (ชาย โพธิสิตา, 2562) ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามเป็นลักษณะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปฏิบัติการและรูปแบบการแสดงออกของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม เพื่อให้มีความยืดหยุ่นต่อการเก็บข้อมูลให้เกิดประโยชน์สูงสุด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.4.1 การค้นคว้าวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ การที่ผู้วิจัยได้มีการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นที่เกี่ยวข้องผ่านเอกสารทางวิชาการเพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำไปสู่การตั้งคำถามการวิจัยวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสร้างกรอบของการศึกษา โดยการศึกษาในส่วนนี้ผู้วิจัยมุ่งทำการศึกษาเพื่อให้ได้แนวทางในการทำการวิจัยให้เกิดความหลากหลายอันเป็นประโยชน์สูงสุดต่อการศึกษารากฐานให้มากที่สุด(ชาย โพธิ์สิตา, 2562) สำหรับในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลจากแหล่งอื่น ๆ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลจากหนังสือและข้อมูลข่าวสารออนไลน์จากระบบ เครือข่ายอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือมีการเผยแพร่อย่างแพร่หลายถือ เป็นการเปิดช่องทางและขอบเขตเพื่อทำความเข้าใจรากฐานทางสังคมผ่านมุมมองของผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยได้มากขึ้น

3.4.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key-Informants) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนับว่าเป็นข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้นทางสังคมซึ่งความจริงอาจจะมีหลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับบริบทของผู้ให้ข้อมูลในฐานะที่เป็นผู้สร้างข้อมูลและมุมมองประสบการณ์ที่ใช้ในการสร้างความจริงขึ้นมา เน้นความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นการกระทำทางสังคมที่เสมือนการเดินทางในรูปแบบการสนทนา กล่าวคือ การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสร้างเรื่องราวและความหมายร่วมกันระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ให้สัมภาษณ์ เรื่องราวและความหมายนั้นมีอยู่แล้วแต่ในการสัมภาษณ์ถูกสร้างขึ้นใหม่และถูกถ่ายทอดระหว่างการสัมภาษณ์ โดยสัมภาษณ์เป็นรายบุคคลใช้คำถามแบบปลายเปิดเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระทำให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมุม(ชาย โพธิ์สิตา, 2562) อย่างไรก็ตามผู้วิจัยควรต้องคำนึงถึงหลักสำคัญในการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้(Fontana และ Frey, 1994)

- 1) ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งข้อมูล
- 2) ต้องมีความเข้าใจภาษา วัฒนธรรมและบริบททางสังคมของพื้นที่ของการวิจัยที่จะใช้ทำการศึกษาเก็บข้อมูล
- 3) การเลือกกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยที่ให้ข้อมูลในการศึกษาได้อย่างเป็นประโยชน์สูงสุด
- 4) กำหนดบทบาทอย่างเป็นมิตรกับสังคมและวัฒนธรรมพื้นที่กลุ่มการวิจัย

5) ควรเลือกพื้นที่กลุ่มของการวิจัยที่สามารถนำไปสู่การเก็บข้อมูลเชิงประจักษ์ให้ได้มากที่สุด

3.4.3 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) โดยการติดตามเนื้อหาและกิจกรรมของแฟนคลับในสื่อสังคมทวิตเตอร์ ด้วยบทบาทแบบปกปิดและเป็นคนนอก เพื่อเรียนรู้ขนบธรรมเนียมปฏิบัติของคนในกลุ่มแฟนคลับวง NCT และใช้การบันทึกภาพจากคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์ในข้อสังเกตที่พบเพื่อนำไปประกอบการอธิบายผลการวิจัยให้ชัดเจนขึ้น โดยมุ่งเน้นไปที่รูปแบบการแสดงออกผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT

3.5 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัย

ผู้วิจัยตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัย โดยใช้การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Technique) เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง น่าเชื่อถือของข้อมูลจากหลายๆแหล่ง เช่น จากการสัมภาษณ์ การวิจัยเอกสาร เป็นต้น โดยใช้เทคนิคดังนี้ (สุภาวงศ์ จันทวานิช, 2552)

3.5.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยตรวจสอบความแตกต่างของข้อมูลด้านบุคคล หมายถึง ถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่

3.5.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านผู้วิจัย (Investigator Triangulation) โดยตรวจสอบข้อมูลที่ได้ว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่เมื่อมีการเปลี่ยนตัวผู้วิจัย ได้แก่ การตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากผู้ร่วมวิจัยแต่ละคน

3.5.3 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยตรวจสอบข้อมูลจากวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่แตกต่างกัน ได้แก่ ข้อมูลจากวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกพร้อมกันกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมประกอบด้วย

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยปรากฏการณ์วิทยามีได้มีความแตกต่างกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยทั่วไปทั้งในด้านการเตรียมข้อมูลและการวิเคราะห์เนื้อหา จุดมุ่งหมายของการวิเคราะห์การวิจัยปรากฏการณ์วิทยาแบบตีความ คือ การทำความเข้าใจความหมายของบุคคลที่มีต่อปรากฏการณ์ที่ศึกษา (ประสบการณ์) โดยอาศัยแนวคิดที่หลากหลายในการตีความหมายหรือบริบทมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล อาทิ การทบทวนข้อมูล เพื่อให้เข้าใจข้อมูลอย่างลึกซึ้งจนรู้สึกได้ถึงอารมณ์และการรับรู้ของผู้ให้ข้อมูล การหาคำสำคัญ บริบท

ความหมายของทุกข้อความที่กำหนดประเด็นสำคัญ (Themes) จากการบันทึกความเห็นตีความผ่านแนวคิดทฤษฎีความเชื่อ หากความเชื่อมโยงของประเด็นสำคัญทั้งหมด เช่น ประเด็นต่าง ๆ เชื่อมโยงกันอย่างไรเป็นลำดับขั้นตอน เป็นต้น และการเขียนข้อค้นพบจากการวิเคราะห์เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสมเหตุสมผลในการวิเคราะห์ข้อมูล (ชาย โพธิ์สิตา, 2562)

สำหรับกระบวนการวิเคราะห์และตีความข้อมูลผู้วิจัยใช้ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบไปด้วย 3 ขั้นตอนหลัก(ชาย โพธิ์สิตา, 2562) ดังนี้

3.6.1 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสารและข้อมูลจากการสัมภาษณ์รวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วน ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

3.6.2 นำข้อมูลที่ได้มาจำแนก มาจัดเรียงข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic Analysis) เพื่อเชื่อมโยงให้ได้ข้อสรุปจากการวิเคราะห์ผล

3.6.3 นำเสนอผลการวิจัยปฏิบัติการและรูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคม ในทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการเก็บข้อมูลในส่วนของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสำหรับการวิจัยเรื่องออนไลน์สู่ออนไซต์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอดเด้าท์ ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) อาศัยเครื่องมือแบบสัมภาษณ์แบบ กึ่งโครงสร้าง จากการสัมภาษณ์ กลุ่มแอดเด้าท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ซึ่งประกอบไปด้วย บ่านเบส นักเขียน และกลุ่มแฟนคลับ ได้ข้อค้นพบที่ผู้วิจัยจะนำเสนอตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยแบ่งหัวข้อ 3 หัวข้อ ดังนี้

4.1 เพื่อศึกษาปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับ วง NCT

4.2 เพื่อศึกษารูปแบบการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

4.3 เพื่อวิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

4.1 ปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

4.1.1 จุดเริ่มต้นของการติดตามและเป็นแฟนคลับวง NCT

จากการเก็บข้อมูลของกลุ่มแอดเด้าท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT โดยวง NCT เริ่มต้นเดบิวต์หรือเปิดตัวขึ้นในปี 2016 เป็นกลุ่มบอยแบนด์ภายใต้สังกัดค่าย SM Entertainment เดบิวต์พร้อมคอนเสิร์ตที่แปลกใหม่คือการไม่จำกัดจำนวนสมาชิกและมีการโปรโมตแยกย่อยเป็นยูนิิต ปัจจุบันในวง NCT มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 23 คน แบ่งออกเป็นยูนิิตหรือกลุ่มย่อย ได้แก่ NCT 127, NCT Dream และ WayV ซึ่งจุดเริ่มต้นในการติดตามวง NCT ของกลุ่มแอดเด้าท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT เริ่มจากวง NCT มีจำนวนสมาชิกภายในวงเป็นจำนวนมากส่วนใหญ่ได้รับการเปิดตัวหรือได้รับความสนใจจากโปรเจกต์ SMROOKIES ที่เป็นการรวบรวมเด็กฝึกที่มิเดบิวต์ของค่ายและเป็นทีจับตามองของคลื่นวงการเกาหลียุคใหม่ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

เบื้องต้นตัวเราเป็นแฟนคลับของค่าย SM ค่ะ NCT คือเรารู้จักมาตั้งแต่ตอนเป็น SM rookie เลยค่ะ แล้วก็ตามมาตั้งแต่ตอนนั้นค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 1)

จุดเริ่มต้นมาจากการที่เพื่อนแนะนำให้รู้จักสมาชิกใหม่ของค่าย SM (ในตอนนั้นมีสถานะเป็น SM Rookies) ซึ่งจากการที่ได้ติดตามผลงานก็เกิดความชื่นชอบในภาพลักษณ์ ความสามารถ ทักษะ และผลงานการแสดง จึงได้ติดตามมาตลอดจนได้เดบิวต์เป็น NCT (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 2)

จุดเริ่มต้นเพราะตามน้องมาตั้งรูกก็ ก็คือตั้งแต่ที่ค่ายมีการเอาเด็กฝึกมาทำรายการแล้ววัดกระแสนิยมของน้องในรายการ sm rookies ก่อนที่จะให้เดบิวต์ เราคือเห็นน้องตั้งแต่ตอนนั้น ที่ตามตอนแรกที่ค่ายลงรูปน้องแล้วรู้สึกถูกชะตามาก ๆ แล้วก็ใช้แอคเคาท์ทวิตเตอร์ในการติดตามข่าวสาร ก็ติดตามทางแอคเคาท์หลักของวง และก็มีติดตามผ่านทางบ้านเบส ตามศิลปินมาประมาณ 9 ปี ก่อนที่จะได้เป็นวง NCT ค่ะ ตั้งแต่สมัยเป็นเด็กฝึก (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 7)

นอกจากการได้ติดตามศิลปินวง NCT จากโปรเจกต์ SMROOKIES ของค่าย SM ที่กำลังเป็นกระแสโด่งดังจุดเริ่มต้นอีกประการหนึ่งที่ทำให้แฟนคลับติดตามศิลปินวง NCT คือกระแสความนิยมศิลปินวงอื่น ๆ ที่สังกัดอยู่ภายใต้ค่าย SM Entertainment ซึ่งเป็นค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ของประเทศเกาหลีใต้ที่ผลิตสุดยอดศิลปินมากมายไม่ว่าจะเป็น วง SUPER JUNIOR, วง Girls' Generation, วง EXO, เป็นต้น โดยกลุ่มแฟนคลับแอคเคาท์ทวิตเตอร์บางส่วนได้มีการติดตามศิลปินรุ่นพี่ในค่าย SM Entertainment ก่อนที่จะมีการเดบิวต์ศิลปินวง NCT รวมไปถึงการชื่นชอบสไตล์เพลงและทัศนคติการวางตัวหรือลักษณะบุคลิกภาพของศิลปินภายในค่าย ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับเริ่มหันมาสนใจและติดตามศิลปินวง NCT ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

จุดเริ่มต้นของการเป็นแฟนคลับคือ ก่อนหน้าได้รู้จักศิลปินผ่านทางค่ายเอสเอ็มมาบ้างแล้วเพราะได้ติดตามศิลปินวงอื่น ๆ ในค่าย เช่น วง EXO หลังจากนั้นก็เริ่มที่จะสนใจ NCT เพราะงาน artwork ที่แฟน

คลับवादมีความน่าสนใจและความแปลกใหม่ หลังจากนั้นจึงทำให้เริ่มสนใจ NCT และติดตามผลงานของ NCT มาเรื่อย ๆ และตัดสินใจมาเป็นแฟนคลับอย่างจริงจังซึ่งส่วนหนึ่งที่ทำให้ตัดสินใจเป็นแฟนคลับคือช่วงก่อนที่จะตัดสินใจมาเป็นแฟนคลับก่อนนั้นได้มีการดู MV cover I like me better ของแจซยอนทุกวันจนมารู้ถึงเรื่องราวว่าทำไมเขาถึงทำ cover เพลงนี้ออกมา โดยเหตุผลเขาดีมาก ๆ ซึ่งส่วนนี้เลยเป็นสิ่งที่ทำให้ตัดสินใจเป็นแฟนคลับ นอกจากผลงานต่าง ๆ ของศิลปินที่มีส่วนต่อการตัดสินใจแล้วยังมีในส่วนทัศนคติของตัวศิลปินที่หน้าสนใจและทำให้รู้สึกมีความกำลังใจในการทำสิ่งต่าง ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 10)

ถ้าเอาตรง ๆ คือติ่งวง exo ก่อน ที่เนี่ย exo ก็คือไม่มีงานเลยจากปีที่แล้ว แล้วตัวเมเองก็เข้ากรมด้วย exo ไม่มีงานด้วย เมเองเข้ากรมก็เลยได้เล่น Tik Tok แล้วก็ได้เห็นสั้น ๆ เกี่ยวกับวง nct ก็เลยเริ่มสนใจ แล้วก็ค่อย ๆ เริ่มตาม เริ่มเลือกเมนมาเรื่อย ๆ ฟังได้ประมาณปีหนึ่งแล้วตามจริง ๆ ชื่อของ ชื่อโน่น อีกอย่างไม่ค่อยดูค่ายอื่นด้วยเพราะว่า ค่าย sm ศิลปินเขามันตรงไต่ปี่เรา คือเคยพยายามไปชอบวงอื่น ค่ายอื่นแล้วแบบสุดท้ายก็กลับมาอยู่ค่ายนี้ คือศิลปินของมันตรงไต่ปี่เราจริง ๆ อะ รวมถึงสไตล์เพลงอะไรต่าง ๆ ด้วย (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 9)

จุดเริ่มต้นจากการชื่นชอบสไตล์เพลงของค่ายชอบทัศนคติและการวางตัวของศิลปินในค่ายแล้วก็ติดตามวงยังชอบสไตล์เพลงด้วยเลยตามมาจนถึงปัจจุบัน (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 4)

ในส่วนบ้านเบสของวง NCT หลัก ๆ คือบ้าน NCT Thailand บ้านวันนี้ NCT ไปไหนและบ้านอื่น ๆ ซึ่งแต่ละบ้านจะทำหน้าที่ในการกระจายข่าวสารข้อมูลเป็นหลัก และมีหน้าที่อื่น ๆ ที่แตกต่างกันออกไป นอกจากมีบ้านเบสของวงยังมีบ้านเบสของสมาชิกแต่ละคน สืบเนื่องจากสมาชิกในวงที่มีจำนวนมากการอัปเดตผลงานจากบ้านหลักของวงมีการแบ่งสัดส่วนตามจำนวน

สมาชิก ส่งผลให้แฟนคลับที่มีความสนใจและชื่นชอบต่อสมาชิกคนใดคนหนึ่งมากเป็นพิเศษ หรือที่เรียกกันว่า เมน มีความสนใจในการติดตามข่าวสารเมนและมองเห็นว่า เมน ไม่มีบ้านเบสในประเทศไทยที่ช่วยกระจายข่าวสารและอัปเดตผลงานโดยส่วนใหญ่จะเห็นเป็นบ้านหลักของวง ประกอบกับต้องมีการเฉลี่ยการอัปเดตผลงานตามจำนวนสมาชิกซึ่งวง NCT มีจำนวนสมาชิกที่มากกว่าเมื่อเทียบกับศิลปินของค่ายอื่น จึงเป็นที่มาและจุดเริ่มต้นของการเปิดแอดเด้าท์ทวิตเตอร์ บ้านเบสของสมาชิกแต่ละคนในวง NCT เพื่อช่วยกระจายข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินที่ชื่นชอบ อีกทั้งเพื่อช่วยผลักดันให้ศิลปินที่ชื่นชอบเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

จุดเริ่มต้นของการทำบ้านเบสของหลาย ๆ คนส่วนใหญ่มาจากความชื่นชอบค่ะ ส่วนตัวที่เริ่มทำบ้านก็มาจากการที่เราชื่นชอบศิลปินอยู่แล้ว ติดตามผลงานอยู่แล้วเลยอยากเปิดบ้านเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ให้แฟน ๆ ได้รับรู้ข่าวสารและได้ โปรโมทศิลปินที่เราชื่นชอบไปด้วยค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านเบสคนที่ 1)

เราอยากทำให้เค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นและช่วยกระจายข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับศิลปินที่เราชอบ เพื่อช่วยผลักดันเค้าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ระยะเวลาที่เข้ามาทำประมาณ 3 ปี มีการแบ่งหน้าที่ในการทำงานต่าง ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านเบสคนที่ 6)

คือตอนนั้นว่างงานด้วย อยากให้เวลาว่างอย่างมีประโยชน์ แล้วคืออยากให้คนรู้จักเมนเราเยอะ ๆ เพราะเมนคนที่เราตามไม่มีช่องทางตามเลยถ้าเทียบกับสมาชิกคนอื่น ๆ ไอจิกก็มาน้อย บับเบิ้ล ก็นาน ๆ ที่มา เว่ยป๋อมันมีข้อจำกัดสำหรับบางคนด้วย มันเลยทำให้ตามน้องยากมาก ๆ เลยคิดว่าการช่วยกระจายการติดตามงานน้อง ด้วย เลยลองมาทำดู (ผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านเบสคนที่ 3)

ตอนปิดเทอมเป็นช่วงที่เราตามสมาชิกคนอื่นๆ หนึ่งหนักมาก ๆ และคิดว่าบ้านเบสของเค้าไม่ค่อยอัปเดตเลย และตอนนั้นบ้านเปิดรับแอดมินใหม่พอดีเราเลยลองสมัครดูค่ะ แล้วก็พบว่า เป็นเพราะแอดมินคนเก่างานยุ่งมาก ๆ เลยไม่ได้มาอัปเดตเท่าไร ทำให้เราอยากจะทำงานตรงนี้ เพื่อให้มีคนมารักและติดตามศิลปินที่เป็นเมนเรากันเยอะๆ ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านเบสคนที่ 2)

อีกประการหนึ่งคือการมีความสามารถความเชี่ยวชาญหรือความถนัดในด้านภาษา เนื่องจากศิลปินวง NCT เป็นบอยแบนด์จากประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งภาษาอังกฤษหรือภาษาเกาหลี เป็นปัจจัยที่สำคัญของการสื่อสารและติดตามข่าวสารผลงานต่าง ๆ ของศิลปินเป็นหลักการที่บ้านเบสมีทักษะภาษาต่าง ๆ เป็นส่วนช่วยในการกระจายข่าวสารของศิลปินได้ดีมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงการมีถึงทักษะการตัดต่อหรือการทำโปสเตอร์กราฟิกดีไซน์ต่าง ๆ เป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่ช่วยในการโปรโมทศิลปินให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

คือตอนนั้นเราเล่นทวิตเตอร์แล้วก็เห็นแอดมินบ้านหนึ่งเปิดรับสมัครแอดมินแปลภาษาอังกฤษ คือส่วนตัวเราได้ภาษาอังกฤษเราก็เราเข้าไปช่วยเค้าทำ เป็นแอดมินที่แปลภาษาอังกฤษแล้วเหมือนอัปเดตข่าวสารอะไรแบบนี้แล้วพอทำไปเรื่อย ๆ แล้วก็รู้สึกว่าจะทำไมศิลปินที่เราตามไม่มีบ้านเบสเป็นของตัวเองเลย เราก็เลยตัดสินใจออกจากบ้านแรกที่เราเคยทำ มาเปิดบ้านเบสที่ศิลปินที่เป็นเมนหลักเราแทน ระยะเวลาที่เปิดบ้านมาประมาณ 3 ปี (ผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านเบสคนที่ 7)

จุดเริ่มต้นตอนสมัยมาสมัครบ้านเบสครั้งแรก น่าจะประมาณ 5-6 ปีที่แล้ว เราอยากใช้สเกลในการทำงานของตัวเองให้เป็นประโยชน์ เพราะว่าตอนนั้นเราก็มีจุดยืนในด้านการโปรแกรมตัดต่อวิดีโอ เราใช้สเกลของตัวเองให้เป็นประโยชน์ดีกว่า และได้ช่วยโปรโมทศิลปินหรือเมนเราอีกทางด้วย (ผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านเบสคนที่ 8)

กล่าวโดยสรุป จุดเริ่มต้นในการติดตามและกระจายข่าวสารต่าง ๆ ของแอดเค๊าทวิตเตอร์ศิลปินวง NCT และบ้านเบส มีจุดเริ่มต้นจากกลุ่มแฟนคลับ มีการติดตามศิลปินวง NCT ซึ่งในวง NCT มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 23 คน แบ่งออกเป็นยูนิตหรือกลุ่มย่อย ได้แก่ NCT 127, NCT Dream และ WayV เป็นกลุ่มบอยแบนด์ภายใต้สังกัดค่าย SM Entertainment (SM) กลุ่มแฟนคลับมีการติดตามศิลปินผ่านโปรเจกต์ SMROOKIES ของค่าย SM ที่กำลังเป็นกระแสโด่งดังรวมไปถึงการชื่นชอบสไตล์เพลงทัศนคติการวางตัวหรือลักษณะบุคลิกภาพของศิลปินภายในค่าย ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับเริ่มหันมาสนใจและติดตามศิลปินวง NCT ในส่วนบ้านเบสของวง NCT หลัก ๆ คือบ้าน NCT Thailand บ้านวันนี้ NCT ไปไหน และบ้านอื่น ๆ ซึ่งแต่ละบ้านจะทำหน้าที่ในการกระจายข่าวสารข้อมูลเป็นหลัก และมีหน้าที่อื่น ๆ ที่แตกต่างกันออกไป รวมไปถึงบ้านเบสของวง NCT โดยเป้าหมายหลักนอกจากการติดตามศิลปินที่ชื่นชอบแล้วการทำโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับเพื่อที่จะโปรโมทศิลปินวง NCT ให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น

4.1.2 จุดเริ่มต้นและจุดเปลี่ยนในการแสดงออกและกระจายข่าวสารของแอดเค๊าทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่า จุดเริ่มต้นการเปิดบ้านเบสศิลปินวง NCT เกิดขึ้นจากกลุ่มแฟนคลับที่มีความต้องการที่จะรับรู้ข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับศิลปิน แต่เนื่องจากศิลปินวง NCT มีสมาชิกจำนวนมากทำให้แฟนคลับของศิลปินแต่ละคนในวงมีการเปิดบ้านเบสเพื่อที่จะช่วยกระจายข่าวสารศิลปินคนโปรดในอีกช่องทางหนึ่ง รวมทั้งศิลปินวง NCT เป็นศิลปินประเทศเกาหลีใต้การติดตามข่าวสารหรือข้อมูลต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับค่อนข้างเป็นไปได้ยาก จึงมีการสร้างหรือเปิดบ้านเบสขึ้นมาจากกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินวง NCT และมีความรู้ความเข้าใจในด้านภาษาต่างประเทศ มีการเสียสละเวลาในการติดตามอัปเดตและแปลข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ของศิลปินวง เช่น ข่าวตารางงานต่าง ๆ ของศิลปินในวง ข่าวการคัมแบคผลงาน การโปรโมทผลงานของศิลปินในวง รวมไปถึงการจัดกิจกรรม โปรเจกต์ต่าง ๆ ให้กับศิลปิน โดยแพลตฟอร์มที่บ้านเบสและกลุ่มแฟนคลับวง NCT ใช้ในการอัปเดตผลงานและกระจายข่าวสารต่าง ๆ คือ แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ โดยในช่วงระยะเวลา 1-2 ปีที่ผ่านมา จนถึงปัจจุบัน ทวิตเตอร์ถือเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์ ที่ประชาชนในประเทศไทยมีการใช้งานกันมากขึ้นแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง NCT นอกจากการใช้ทวิตเตอร์เป็นพื้นที่ในการเข้าถึงและติดตามศิลปินวง NCT แล้วยังรวมไปถึงการทวิตข่าวสารแลกเปลี่ยนมุมมองความรู้และแสดงความคิดเห็นเรื่องการเมืองและประเด็นสังคมต่าง ๆ ทางสังคม อีกทั้งมีแอดเค๊าทวิตเตอร์แฟนคลับที่มี

ยอดติดตามของกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเป็นจำนวนมาก และมีบ้านเบสศิลปิน เป็นหอกระจายข่าวสาร ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

เนื่องจากเราเป็นคนที่ค่อนข้างเล่นทวิตเตอร์เป็นหลักอยู่แล้วค่ะ การตามข่าวสารหรือการกระจายข่าวสารของศิลปินหรือว่าผลงานของตัวเอง จึงใช้ช่องทางนี้เป็นหลักเพราะว่าสะดวกและเข้าใช้งานเป็นประจำอยู่แล้วค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 1)

จุดเริ่มต้นในการกระจายข่าวมีความเป็นมาคือในทุกครั้งที่ศิลปินคัมแบคหรือมีผลงานใหม่ ๆ ทุกวงจะมีการโปรโมทผลงานนั้น ๆ สำหรับบ้านเบสมีน้ำที่กระจายข่าว แจ้งข่าวให้แฟน ๆ ทราบอย่างเช่นวันนี้มีตารางงานอะไร มีไปสัมภาษณ์ทางสื่อไหนเราก็นำมาแจ้งให้แฟน ๆ ที่ติดตามทราบค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านเบสคนที่ 1)

จากจุดเริ่มต้นในการกระจายข่าวสารของแอคเคาท์ทวิตเตอร์รวมไปถึงบ้านเบสสมาชิกศิลปินวง NCT สูจุดเปลี่ยนในการแสดงออกหรือกระจายข่าวสารในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม เนื่องจากในช่วงระยะเวลา 1-2 ปีจนถึงปัจจุบัน มีการเคลื่อนไหวและเรียกร้องประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ สืบเนื่องจากสิ่งที่แสดงออกมาของสื่อมวลชนในการรายงานข่าวสารที่ไม่ชัดเจนจากเหตุการณ์ความรุนแรงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นกับผู้ไปร่วมชุมนุม เช่น การสลายการชุมนุมที่รุนแรง การที่ตำรวจเข้าปราบปรามและใช้ความรุนแรงต่อกลุ่มผู้ร่วมชุมนุมที่ไร้อาวุธ ส่งผลให้มีเด็กและเยาวชนได้รับบาดเจ็บเป็นจำนวนมาก แต่สื่อหลายสำนักเลือกที่จะนิ่งเฉยในยามที่ประชาชนลงถนนและต้องการกระบอกเสียงต่อสู้กับความอยุติธรรม ทำให้สังคมวิจารณ์การทำงานของสถาบันสื่อจนเกิดกระแส #แบนสื่อหลัก ในสังคมออนไลน์ เพื่อเรียกร้องให้สื่อนำเสนอข่าวอย่างตรงไปตรงมา ครบถ้วนทุกมุม เหตุการณ์ต่าง ๆ เหล่านี้ส่งผลให้ประชาชนเกิดความไม่มั่นใจต่อข่าวสารที่สื่อเลือกที่จะนำเสนอ หรือการแทรกแซงองค์กรสื่อโดยรัฐบาลและฝ่ายการเมือง ตลอดจนการที่สื่อตกอยู่ภายใต้แรงกดดันในการแสวงหาผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ มากกว่าประโยชน์สาธารณะ เมื่อสื่ออยู่ในความครอบครองของรัฐ ทำให้ประชาชนมองว่าข่าวสารในประเด็นต่าง ๆ ไม่ได้รับการรายงานตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์จริงและสื่อ

ไม่ได้ให้ความสนใจตามที่ควรจะเป็น อีกทั้งรัฐยังจำกัดสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ของประชาชนในการเรียกร้องประเด็นต่าง ๆ ทางการเมือง ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

จุดเปลี่ยนมันอยู่ที่ว่าเราอยากจะเป็นจุดจุดหนึ่งในสังคมที่คอยกระจายข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางการเมืองที่ถูกต้องซึ่งบางครั้งสื่อหลักเค้าไม่ได้มีการนำเสนอในเรื่องนี้และกลายเป็นว่า คนส่วนใหญ่ที่เล่นทวิตเตอร์อาจจะยังไม่รับรู้เรื่องราวต่าง ๆ อย่างตอนที่สลายการชุมนุมที่ตำรวจมีการใช้อาวุธที่รุนแรงแทบจะไม่เห็นข่าวที่รายงานในโทรทัศน์ส่วนใหญ่จะเห็นผ่านสื่อออนไลน์ในทวิตเตอร์มากกว่า จนกระทั่งบ้านเบสหลาย ๆ บ้านต้องออกมาช่วยกระจายข่าวสารเพราะการทำงานของสื่อไม่มีประสิทธิภาพมากพอ และสำหรับตัวแอดมินคิดว่าในช่วงที่มีบ้านเบสหลากหลายบ้านเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมกับประเด็นทางสังคม มันช่วยให้แฟนคลับหรือบุคคลทั่วไปที่ใช้ทวิตเตอร์ส่วนใหญ่รับรู้ข่าวสารมากยิ่งขึ้นและรวดเร็วขึ้น เพราะบางคนอาจจะไม่ได้ติดตามทางแอคเค้าของพวกสื่อหลัก และทางบ้านมองว่าสื่อหลักไม่ได้ทำหน้าที่สื่อเท่าที่ควรใช้ใหม่คะเราก็เลยใช้พื้นที่ที่เราเป็นส่วนหนึ่งในการกระจายข่าวสาร (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

แวบแรกเลยก็คือรู้สึกว่าการณ์ที่เกิดขึ้นมันเป็นเรื่องใหญ่ณะที่เกิดขึ้นในประเทศ แล้วทางสำนักข่าวก็ไม่ได้มีการทำหน้าที่ได้เท่าที่ควร จนมีแท็ก #แบนสื่อหลัก #จรรยาบรรณของสื่อ เกิดขึ้น รวมถึงกระแสสังคมต่าง ๆ ในตอนที่มันมีมือใหม่ ๆ เลยช่วงแรก ๆ เลยที่บ้านเบสเค้าเริ่มอัปเดตข่าวเริ่มกระจายข่าวเรื่องการเมืองกัน เราก็เริ่มอัปเดตรวบรวมประเด็นที่สำคัญ ๆ เราก็ติดตามสถานการณ์ข่าวอยู่ทางหน้าทวิตเตอร์ส่วนใหญ่ก็จะเป็นการรีทวีตจากพวกสำนักข่าว แต่อีกมุมหนึ่งก็มีการพูดคุยกับบ้าน ที่สนิท ๆ กันว่า เราจะอัปเดตสถานการณ์ต่อไปไหม หรืออัปเดตข่าวมือเบส หรือยังงั้น แต่ด้วยความสำนักข่าวเราไม่ได้รายงานตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริง เรายังมองว่าถ้าสำนักข่าวรายงานข่าวตามความ

เป็นจริง พื้นที่อู่ข้าวอู่น้ำของบ้านเบส ก็ไม่ต้องมาทำหน้าที่ตรงนี้
อย่างล่าสุดของบ้านเราก็เป็นการกระจายที่สรุปเหตุการณ์ กรณีที่ตำรวจ
ทำร้ายประชาชนที่เค้าไปมือเปล่าโดยที่ไม่มีอาวุธ เหมือนกับให้คน
ตระหนักถึงเหตุการณ์ที่มันเกิดขึ้น และมันร้ายแรงยังไง ประมาณนี้ค่ะ
(ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 7)

ในช่วงที่มีมือบหรือมีการชุมนุมหรือประเด็นน้ำท่วม ไฟป่าต่าง
ๆ ทางค่อนข้างช่วยกระจายเยอะเลยคะ เราก็จะมีแซทกลุ่มในทวิต
เตอร์กันเลยมีการตกลงกันว่าเรามาแบบว่าทำอะไรเพื่อสังคมกันบ้างดี
ใหม่เพื่อเป็นการช่วยกระจายข่าวต่าง ๆ อย่างบ้านเบสศิลปินในวงคน
หนึ่งก็เคยไปลงน้ำท่วม แล้วบ้านเราก็เคยมาแชร์ข่าวสารจากที่เค้าได้ไป
ลง อย่างตัวเราเองอย่างเนี่ยคะเราก็เคยไปทำจะบอกว่าเป็นโครงการ
ตอนนั้นก็เหมือนเรื่องเล็ก ๆ ให้ทำเกี่ยวกับโรงงานไฟฟ้าอยู่ใกล้
ชุมชนเราก็เคยแชร์เรื่องนี้ไปไปในทวิตเตอร์ของบ้านคนก็รักหลักพัน มัน
เหมือนแบบว่าค่อนข้างเยอะเหมือนกันคะมีคนสอบถามและให้ความ
ช่วยเหลือชุมชนที่โดนผลกระทบจากที่ทราบข่าวผ่านโพสของบ้านคะ อีก
อย่างเรามองว่าด้วยความที่ว่าเป็นคนไทย เป็นวัยรุ่นด้วยเป็นเจน Z
เจน Y อะไรทำนองนี้ ก็รู้สึกตื่นตัวด้วยสื่อโซเชียลและกลุ่มสังคมด้วย อีก
อย่างเรามองว่าเรามีอดเอ็นเกจก็คิดว่าควรจะทำอะไรให้คนแบบว่า
รู้ตัวตื่นตัวว่าการเมืองใกล้ตัวเรามาก ๆ ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคน
ที่ 8)

ต้องบอกก็ก่อนว่าตัวเราเองเป็นคนที่ชอบทวิตแต่ติดตามข่าวสาร
ของศิลปินเฉย ๆ แต่พอถึงจุดหนึ่งที่เราเริ่มมีการเคลื่อนไหวทางการเมืองและ
ประเด็นข่าวอื่น ๆ ที่รู้สึกว่ามีสื่อทำหน้าที่ของตนได้ไม่ดีและไม่ทั่วถึงไม่
มากพอถ้าในต่างประเทศข่าวที่มีประชาชนโดนทำร้าย การสลายการ
ชุมนุมที่รุนแรง มีคนได้รับบาดเจ็บ ทุกสำนักข่าวออก Breaking
news ไปหมดแล้วแต่ที่ประเทศไทยเราแทบจะไม่เคยเห็นอะไรแบบนี้
เลย ส่วนใหญ่เห็นแต่ประชาชนช่วยกันเตือนช่วยกันกระจายข่าว ทำให้

เราตัดสินใจที่จะช่วยกระจายข่าวในประเด็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ เพราะเราคิดว่าอย่างสิ่งที่เราโพสต์ไปหรือรีทวีตมันจะเป็นประโยชน์แล้ว ช่วยคนอื่น ๆ ได้ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 10)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT พบว่า จากการที่สำนักข่าวไม่ได้มีการรายงานข่าวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงจนเกิดแฮชแท็กการแบนสื่อต่าง ๆ มากมายในทวิตส่งผลให้ประชาชนเกิดความไม่ไว้วางใจในการทำงานของสื่อ อีกทั้งรัฐยังจำกัดสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ทำให้กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีการใช้แอคเคาท์ทวิตเตอร์ในกระจายข่าวสารผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มากยิ่งขึ้นในส่วนของแฟนคลับวง NCT ที่เป็นนักเขียนมองว่า การที่สื่อหลักมีการนำเสนอข่าวที่บิดเบือน มีการตัดต่อ ดัดแปลง และทำให้เข้าใจผิดสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น กลุ่มนักเขียนแฟนคลับวง NCT มองว่าการที่ตนเองเป็นนักเขียนและมีผู้ติดตามอ่านแฟนฟิคชันจำนวนมากหมิ่น การช่วยกระจายข่าวสารหรือสรุปประเด็นหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นผ่านแฟนฟิคชันเพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการกระจายข่าวสารที่เกิดขึ้นให้กับกลุ่มแฟนคลับคนอื่น ๆ หรือบุคคลทั่วไปที่เข้ามาอ่านแฟนฟิคชันได้รับรู้ข้อมูลต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

จุดเปลี่ยนคือสถานการณ์บ้านเมืองที่เปลี่ยนไป แต่สื่อไม่ได้นำเสนออย่างที่ควรจะเป็น ซึ่งเราอยากกระจายข่าวให้คนได้รับรู้มากขึ้น และได้สังเกตเห็นว่าแฟนฟิคของเรามีคนติดตามหลักหมื่น จึงได้ใช้ประโยชน์จากพื้นที่ตรงนี้เป็นทางการกระจายข่าว โดยเราได้อัปเดตเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวสารการเมืองลงในแฟนฟิค ซึ่งมีคนมาตอบเป็นจำนวนมาก อย่างเช่น ดีใจที่นักเขียนช่วยกระจายข่าว หรือมีการมาแลกเปลี่ยนมุมมองจากสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 3)

เริ่มที่ต้องการกระจายข่าวสารค่ะ อยากให้ทุกคนรับรู้เรื่องราวกันอย่างทั่วถึง รวมถึงมีเหตุการณ์หนึ่งที่มีครอบครัวของเราประสบอยู่ด้วย และเราที่ไปมีอบโดนการสลายการชุมนุมที่รุนแรง แต่สื่อกลับไม่นำเสนอ เราจึงเข้าใจว่ามันเป็นยังไง และด้วยความที่มีฐานนักอ่านจำนวนหนึ่งที่อ่านแฟนฟิคของเรา เราจึงอยากกระจายข่าวสารในนั้นร่วมกับโพสต์ทวิตเตอร์ด้วยค่ะ(ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 2)

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่านอกจากแอดเค๊าท์วิตเตอร์และบ้านเบสต่าง ๆ ยังพบว่า มีการใช้ยอดติดตามแฟนฟิคชั่นของนักเขียนเป็นตัวช่วยในการกระจายข่าวสารรวมไปถึงการมียอดเอนเกจเมนต์ (Engagement) ซึ่งเป็นยอดตัวเลขที่ผู้พบเห็นมีการ ตอบสนอง ต่อโพสต์นั้น ๆ เช่น ยอดถูกใจทวิต ยอดกดแชร์ทวิต ยอดในการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น โดยบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์จะมีการนับยอดเอนเกจเมนต์ ที่แตกต่างกันออกไปจากแพลตฟอร์มอื่น ๆ หนึ่งในสิ่งสำคัญของแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ คือ ยอดของโพสต์แต่ละโพสต์เพราะยอดนั้นจะเป็นตัววัดความสำเร็จของโพสต์นั้น ๆ ว่ามีผู้คนพบเห็น และให้ความสนใจคอนเทนต์ ในรูปแบบใดมากที่สุด (เช่น ภาพ โพสต์, ลิงก์ข่าวสาร, ภาพอินโฟกราฟิก, คลิป หรือโพสต์ข้อความ เป็นต้น) โดยถ้าแอดเค๊าท์ใดมี ยอดเอนเกจเมนต์เป็นจำนวนมากก็จะเพิ่มค่าเฉลี่ยการมองเห็นโพสต์นั้น ๆ ได้มากยิ่งขึ้น และเมื่อมีการส่งต่อข้อมูลผ่านการ โพสต์ทวิต หรือ รีทวิตกระจายข่าวสารต่าง ๆ ข่าวสารเหล่านั้นก็จะได้รับการ ตอบสนองและส่งต่ออย่างรวดเร็ว ซึ่งยอดเอนเกจเมนต์ในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ส่วนมากจะไปในทิศทางเดียวกับยอดติดตามแอดเค๊าท์ทวิตเตอร์ โดยบ้านเบสแฟนคลับวง NCT และแอดเค๊าท์แฟนคลับบางส่วนมียอดติดตามแอดเค๊าท์จำนวนมากอยู่ที่ประมาณหลักหมื่นรวมถึงยอดในการกดรีทวิตหรือกดถูกใจโพสต์ต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก หรือที่เรียกว่ายอดเอนเกจเมนต์ส่งผลให้ทางกลุ่มบ้านเบสและแฟนคลับวง NCT มองว่าสามารถใช้ยอดการติดตามแอดเค๊าท์และยอดเอนเกจเมนต์ดังกล่าวในการช่วยกระจายข่าวสารและแสดงออกถึงประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม ดึงข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

อย่างปกติบ้านอัฟชาวศิลปินแฟนคลับก็ให้ความสนใจอยู่แล้ว เป็นปกติ แต่พอบ้านทวิตข่าวสาร หรือรีทวิตข่าวสารมากกลุ่มแฟนคลับที่ติดตามก็ช่วยกันกระจายข่าวต่อ ๆ กันไป ซึ่งแอดมินมองว่าข่าวมันกระจายไปเร็วมากเพราะด้วยยอดติดตามของบ้านด้วยก็คิดว่าดีมาก หรืออย่างตอนไฟใหม้กิ่งแก้วก็มีการเปิดบริจาคแฟนคลับก็ให้การสนับสนุนเยอะพอเป็นเรื่องเกี่ยวกับคุณภาพชีวิต หรืออะไรที่แบบเป็นเรื่องเร่งด่วนแฟนคลับค่อนข้างที่จะมีความร่วมแรงร่วมใจช่วยกันกระจายข่าวสาร อีกอย่างคิดว่า คนไปมีอบไปเรียกร้องต่าง ๆ เค้ายอมเสียสละอะไรเยอะแยะ เราแค่อยู่ในโลกออนไลน์มียอดเอนเกจเมนต์ติดตามในมือแล้ว ทำไมเราจะช่วยกระจายข่าวไม่ได้ ถ้าแค่กลัวคนไม่พอใจ ทั้งที่เป็นส่วนน้อย ไม่มีอะไรเกิดประโยชน์เลย ถ้ามันแต่กลัวโดนว่าแบบนั้นแบบนี้

คนที่ไปมีอบคำสู้กว่าเราอีก ทางแอดมินเลยคิดว่าเราสามารถที่จะช่วย
ตรงนี้ได้เราก็จะช่วยให้ถึงที่สุด (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

ใช้แอดคำที่ไว้ติดตามศิลปินส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องโหวต และ
เกี่ยวกับเรื่องการเมือง โดยเราก็ใช้แอดที่ตามศิลปินที่มีแฟนคลับด้วยกัน
ติดตามยิ่งพอแอดเรามีการแจกของแจกเงินตามวันเกิดหรืองานต่าง ๆ
ของศิลปินคนก็มาพอลเราเยอะขึ้น ทำให้เราได้ยอดพอลตรงนั้นด้วย เรา
ไม่ได้มียอดพอลมาจากการเป็นคนดัง หรือ פרילเวจอะไร แต่พอเรา
แจกของแจกเงินเพื่อแสดงความยินดีกับศิลปินเราเล็ก ๆ น้อย ๆ เรากลับ
ได้ยอดติดตาม เป็นผลพลอยมาเราเลยใช้ยอดติดตาม และพื้นที่ตรงนั้น
ให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งพอเค้าเห็นว่าเราเป็นต่งเหมือนกันหรือติดตาม
ศิลปินวงเดียวกันเค้าก็จะแบบมาพอลเราเพิ่มเค้าก็จะเห็นที่เรากระจาย
ข่าวสารผ่านหน้าทวิตเตอร์ มันก็จะเพิ่มยอดเอนเกจขึ้น แล้วอย่างตัวเรา
ในฐานะแฟนคลับเวลาเราเห็นบ้านเบสแชร์หรือกระจายข่าวสารที่เป็น
ประเด็นทางสังคม เรามองว่ามันดีมากและเห็นด้วยนะที่เค้าแชร์ข่าว
สังคม เพราะว่าแบบบ้านเบสเค้าก็มีคนติดตามเยอะมากมียอดเอนเกจ
และใช้ยอดเอนเกจตรงนี้ของตัวเองได้มีประโยชน์มาก ๆ นอกจากไป
รโมทศิลปินแล้วยังช่วยเหลือสังคมได้อีก พอเค้าแชร์ข่าวสารพวกนี้มันก็
จะทำให้คนเห็นเยอะขึ้น คนก็จะมาติดตามมาสนใจเยอะขึ้น แฟนคลับ
เหมือนกันเป็นแอดที่สร้างมาเพื่อซัพพอร์ตศิลปินแต่เค้าก็ยังช่วยกระจาย
ข่าวของสังคมเราอีกคิดว่าเป็นเรื่องที่ดีมาก (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอดเคาท์
แฟนคลับคนที่ 6)

ถ้าสำหรับเรา เรามองว่าการที่คุณเป็นบ้านเบสคุณมีคนติดตาม
เยอะมียอดเอนเกจเยอะ เวลาทวิตหรือโพสต์อะไรที่คนหลายคนจะ
เห็นโพสต์นั้นมันทำได้ แล้วก็จะมีคนที่อาจจะไม่ได้ติดตามข่าวสาร
ทางการเมืองที่สำคัญ ๆ หรือ ประเด็นทางสังคมที่สำคัญ ๆ มาก ๆ อยู่
แล้ว แล้วการที่บ้านเบสมีการกระจายข่าวสารทางด้านนี้ ซึ่งมันเป็นเรื่อง
ที่สำคัญกับประชาชนกับชีวิตเราด้วยซ้ำคือมันก็เป็นการช่วยกระจาย

ข่าวอย่างหนึ่ง ยิ่งในสมัยนี้มีเด็ก ๆ ดึงศิลปินเกาหลีมาก และติดตามข่าวสารจากบ้านเบสเป็นจำนวนมาก ซึ่งเรามองว่า เด็ก ๆ ได้รับข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นทางสังคมมากขึ้นจากการกระจายข่าวสารของบ้านเบสมันเป็นเหมือนการใช้กระแสศิลปินในการดึงดูดยอดเอนเกจทางธุรกิจ มันก็คล้าย ๆ กับคนที่แทบจะไม่ได้ตามข่าวสารทางสังคม คำก็คงจะไม่ได้ตามต่อไปถ้าเพราะคำไม่ได้จะตามแอดคำข่าวอยู่แล้ว คำก็จะไม่ได้รู้ข่าวอะไรเลย แต่คำตามบ้านเบสเพราะคำต้องการดูข่าวศิลปินก็จริงแต่ที่บ้านเบสมีการกระจายข่าวสารประเด็นทางสังคมที่มันมีความสำคัญมันก็จะทำให้คำได้รู้ประเด็นทางสังคมที่มันสำคัญ ๆ ขึ้นด้วย โดยที่แบบว่า อ้าว อ้อ มันมีเหตุการณ์แบบนี้เกิดขึ้นนะตอนนี้ โอเค เราได้รับรู้อะไรแบบนี้ หรือการบริจาคต่าง ๆ ถ้าบ้านเบส มีการไว้ใจในการที่เราจะโอนเงินให้คำ เพราะบ้านเบสก็ทำหลาย ๆ โปรเจกต์เกี่ยวกับศิลปิน ทำให้ง่ายต่อการช่วยเปิดรับบริจาคช่วยเหลือต่าง ๆ ซึ่งสำหรับเรามันดีมากมาก (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอดเคาท์แฟนคลับคนที่ 7)

เรามองว่ามันค่อนข้างที่จะรวดเร็ว เพราะว่า อย่างเราจะยกตัวอย่างให้ฟังมันเคยมีครั้งหนึ่งเราทำการเปิดโดเนทในระยะสั้น วันนั้นมีอบมันเดือดมากที่สะพานผ่านฟ้า แล้วเขาก็ต้องการพวกน้ำเกลือ ต้องการพวกเครื่องป้องกันเยอะมาก แล้วตอนนั้นเราทำงานอยู่ที่แถวใกล้ ๆ พอดี แล้วก็รู้เพื่อน้องมาหาว่าอยากจะไปซื้อของช่วยเหลือมีอบ แล้วเผอิญรุ่นน้องทำตลาดนัดงานอาร์ต แล้วก็มีคนฟอลแอดคำอยู่หลายหมื่นก็เลยทวีตกระจายข่าว งานอาร์ตที่เอาแฟนด้อมรวมกัน ลงว่ามีการโดเนทแล้วที่เนี่ยเงินก็มีการไหลเข้ามาเยอะมาก แฟนคลับบริจาคเยอะมากเพราะตอนนั้นแอดเคาท์มีแฟนคลับติดตามเป็นส่วนใหญ่ แล้วมันซื้อของได้เยอะมากตอนนั้น ถ้าจำไม่ผิดน่าจะประมาณห้าหมื่น แล้วที่เนี่ยของเยอะมาก แต่คนจัดการมีแค่เราและน้องสองคน เราก็ใช้ทวีตถ่ายรูปของลงแล้วบอกว่า ตอนนี้อยู่ประตุนี้อยู่ฝั่งนี้ ใครก็ได้ช่วยมายกของไปหน่อย ก็คือทวีตไปไม่ถึง5นาที คนรีเป็นหมื่น มีโควทวิต มีคนเมนชั่นว่าแบบ อยู่ไหนคะ อยู่ตรงไหนเดี๋ยวจะไปช่วยอะไรอย่างนี้

เยอะมาก ซึ่งลองมองกลับกันถ้าเป็นแอดเค้าปกติที่ไม่ได้มียอดฟอลเยอะ คนไม่เห็นทวิต ไม่น่าเชื่อถือ แต่พอเป็นแอดเค้าที่จัดงานหรือโปรเจกต์ศิลปิน มีคนฟอลเยอะมาก และกระจายข่าวได้อย่างรวดเร็วซึ่งเราว่าพอนำสิ่งนี้มาช่วยในการกระจายข่าวประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมมันดีมาก ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอดเค้าแฟนคลับคนที่ 9)

ซึ่งจากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น กลุ่มแอดเค้าทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT และบ้านเบส ที่มียอดติดตามเป็นกลุ่มแฟนคลับด้วยกันจำนวนมาก มองว่าการมียอดติดตามแอดเค้าฟายอดเอนเกจเมนต์ หรือยอดการเข้าอ่านแฟนฟิคชั่นต่าง ๆ ที่นอกจากบ้านเบสผู้เขียนจะใช้ในการโปรโมทและอัปเดตผลงานต่าง ๆ ของศิลปินให้แฟนคลับได้รับรู้แล้วยังสามารถช่วยกระจายข่าวสาร หรือประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมให้มีการรับรู้หรือส่งต่อข้อมูลที่เพิ่มขึ้นและมีความรวดเร็วในการกระจายข่าวสาร โดยผ่านการทวิตหรือโพสต์ข้อมูลหรือการกดแชร์ข้อมูล รวมไปถึงการตั้งแฮชแท็กต่าง ๆ โดยการกระจายข่าวสารข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ นี้ เป็นการกระจายข่าวสารที่รวดเร็วเข้าถึงง่ายและสามารถช่วยเหลือให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่นได้

4.1.3 กระบวนการหรือวิธีการการรวมตัวของกลุ่มแอดเค้าทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT

กระบวนการหรือวิธีการการรวมกลุ่มของแฟนคลับวง NCT มีจุดเริ่มต้นจากบุคคลที่ชื่นชอบศิลปินวง NCT มีความสนใจในการติดตามข่าวสารผลงานศิลปินเหมือนกัน ผ่านการใช้สื่อแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ โดยมีชื่อเรียกแทนบุคคลที่ใช้งานแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ว่า แอดเค้าทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีรูปแบบการทำความรู้จักหรือมีการสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านการติดแฮชแท็กทำความรู้จักต่าง ๆ เช่น #จะทำความรู้จักNCTzenที่มารีทวิต หรือการทำความรู้จักแบบการแนะนำต่อกันไปเรื่อย ๆ จากแอดเค้าหนึ่งสู่อีกแอดเค้าหนึ่ง โดยมีบ้านเบสทำหน้าที่เป็นศูนย์กระจายข่าวสารคอยแปลข่าวสารและทวิตข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกวง NCT รวมทั้งการเป็นตัวกลางระหว่างแฟนคลับด้วยกันเพื่อรวมตัวกันจัดทำกิจกรรมหรือจัดโปรเจกต์ต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งของกลุ่มแฟนคลับ ส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับยังคงดำรงอยู่และเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งและมีการเพิ่มขนาดของกลุ่มแฟนคลับต่อไปเรื่อย ๆ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

ปกติก็จะมีแท็กทำความรู้จักแฟนคลับด้วยกันอย่างเช่น#จะทำความรู้จักNCTzenที่มารีทวิต เราก็เข้าไปเล่นพอมมีแฟนคลับด้วยกันมารีทวิตเราก็ดีเอ็มไปหาไปทำความรู้จักแล้วก็ได้รู้จักคนที่ติดตามศิลปินเหมือนเราเพิ่มขึ้น เป็นติ่งNCT เหมือนกัน ก็จะมีการทำความรู้จักกันต่อ ๆ กันไป คนนี้รู้จักคนนี้ คนนี้รู้จักคนนั้น กลายเป็นกลุ่ม ๆ เช่นการไปโปรเจกต์ต่าง ๆ คาเฟ่วันเกิดต่าง ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 6)

คือส่วนใหญ่มันจะเกิดจากการรู้จักกัน ชวนกัน ต่อ ๆ กันไปคือบ้านเบสเค้าก็จะมีการติดต่อกัน อีกร้อยอย่างวง ๆ วงหนึ่งอย่างวง NCT ก็จะมีบ้านเบสรวมของวง แล้วก็จะมีบ้านเบสแยกไปของแต่ละเมมเบอร์ เวลามันมีกิจกรรมก็มีการประสานงานกัน ให้ช่วยกระจายข่าวสาร อย่างที่รู้ วง NCT มีสมาชิกในวงและแฟนคลับเยอะมาก การที่บ้านรวมกระจายข่าวสารให้แต่ละบ้านช่วยกระจายกันต่อ ข่าวสารต่าง ๆ จะมีการกระจายได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น หรืออย่างเรา ถ้าเราเห็นหรือรับรู้ข่าวเรารู้จักกับคนนี้ในทวิตเตอร์ รู้จักกับกลุ่มนี้เราก็บอกข่าวต่อ ๆ กันไปแบบนี้ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 7)

ส่วนใหญ่ถ้าก่อนมีสถานการณ์โควิด พวกเรามักจะจัดกิจกรรมเจอกันที่คาเฟ่หรืออาจจะเป็นห้าง โปรเจกต์วันเกิดบ้าง วันครบรอบบ้าง เพื่อมาพบเจอ มาเล่นเกม มาพบเพื่อนใหม่ ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 5)

ก่อนที่จะมีการรวมตัวกันส่วนใหญ่มักจะมีบ้านหลักเป็นตัวกลาง ซึ่งจะใช้การโพสต์ทวิตเตอร์ ยกตัวอย่าง เช่น มีกิจกรรมหรือว่าสิ่งอื่น ๆ ที่ต้องการจะทำร่วมกันก็มีบ้านหลักหรือบ้านเบสที่เป็นตัวกลางในการโพสต์หรือนัดหมายแล้วแฟนคลับก็จะช่วยกันกระจายต่อ ๆ กันไป (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 10)

เวลาพูดถึงศิลปินก็จะติดแฮชแท็กชื่อ ทำให้ทุกคนรู้ว่ากำลังคุยเรื่องเดียวกันอยู่ และทำให้หาแฟนคลับกลุ่มเดียวกันง่ายด้วยค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 9)

มีการสร้างกรู๊ปรวมทั้งในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จากนั้นจึงเชิญชวนกันเข้ากลุ่ม หรือหากมีบ้านใหม่เกิดขึ้นก็อาจติดต่อคนในกลุ่มเพื่อขอเข้าร่วมด้วยได้ค่ะ อีกอย่างนึง จากแฮชแท็กที่เราใช้ในการพูดคุยเรื่องศิลปิน คิวชิป หรืองานโปรโมทต่าง ๆ เช่นวันนี้ศิลปินมีงานอะไรแฟนคลับก็จะเข้าไปในแฮชแท็กนั้นซึ่งบางครั้งแฮชแท็กก็มาจากบ้านเบสบ้างแต่ก็ผ่านการโหวตเช่น วันเกิด งาครบรอบต่าง ๆ หรือตามชื่องานที่ศิลปินไปออกบ้าง เมื่อมีการทวิตในประเด็นนั้น ๆ วันไหนแฟนคลับช่วยกันเทรนหรือหวีดหนักๆ ข้อความในแท็กที่โพลหรือรทวิตกัน ก็จะมาก แท็กก็จะขึ้นเทรนทำให้คนที่ไม่รู้จักเข้ามาดู บางคนก็โดนศิลปินตักเข้าด้อมจากการที่แฟนคลับเทรนทวิตกัน อันนี้ในมุมมองเรานับว่าเป็นการรวมกลุ่มหนึ่งที่ช่วยกันโปรโมทศิลปิน แค่มียแฮชแท็กเดียวแฟนคลับในด้อม ก็เข้าใจและรับรู้ตรงกัน (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 2)

จะพบได้ว่ากลุ่มแฟนคลับวง NCT มีการรวมตัวกันอย่างรวดเร็วบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์และใช้เป็นพื้นที่ในการทำความรู้จัก มีการแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนในประเด็นต่าง ๆ รวมถึงเป็นพื้นที่ที่มีการนัดหมายในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน โดยจะมีบ้านเบสเป็นผู้ส่งสารหรือตัวกลางให้กับแฟนคลับที่ติดตามเพื่อรวมตัวกันจัดทำกิจกรรมหรือจัด โปรเจกต์ต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งของกลุ่มแฟนคลับ ส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับวง NCT ยังคงดำรงอยู่และเป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งและมีการเพิ่มขนาดของกลุ่มต่อไปเรื่อย ๆ เมื่อกลุ่มแอคเค๊าท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มจากการเริ่มติดตามเพียงลำพังสู่การทำความรู้จักกันเกิดการรวมกลุ่มบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มแอคเค๊าท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT พบว่า เมื่อมีการรวมกลุ่มเกิดขึ้นมีการพูดคุยประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง NCT นอกจากประเด็นดังกล่าวได้มีการพูดคุยประเด็นอื่น ๆ ด้วยโดยจะส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับเรื่องราวส่วนบุคคล เช่น อายุที่ปี เรียนหรือทำงานที่ไหน เป็นต้น การจัด โปรเจกต์ต่าง ๆ ของศิลปิน ทั้งโปรเจกต์วันเกิด ทำบุญกับมูลนิธิต่าง ๆ รวมทั้งการพูดคุยในเรื่องประเด็นทางสังคม เหตุการณ์การนำท่วม ไฟไหม้ ที่บางครั้งกลุ่มแฟนคลับด้วยกันประสบปัญหาหรือบ้านเบสมีการแชร์ข้อมูล

ข่าวสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นกระแสในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จะมีการพูดถึงถึงเป็นส่วนใหญ่ รวมทั้งประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตหรือส่งผลกระทบต่อการติดตามศิลปินเกาหลี เช่น เรื่องการออกมากกระจายข่าวสารของบ้านเบสศิลปินในการเรียกร้องทางการเมือง คุณภาพชีวิตกับการตั้ง ค่าแรงขั้นต่ำกับนโยบายรัฐบาลกับราคาบัตรคอนเสิร์ต เรื่องกฎหมายการสมรสเท่าเทียม รวมทั้งกลุ่มแฟนคลับจะมีการพูดคุยประเด็นในแฟนฟิคชันจากการที่นักเขียนแฟนฟิคมีการออกมารณรงค์ผ่านการเขียนประเด็นดังกล่าวในแฟนฟิคชัน เป็นต้น ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

ส่วนใหญ่ก็เริ่มจากการถามข้อมูลทำความรู้จักกันเบื้องต้นนะคะ เช่น อายุ เรียนที่ไหน ทำอะไรอยู่ จะได้รู้จักกันมากขึ้น เมื่อไว้มีโปรเจกต์อื่น ๆ จะได้มีเพื่อนมาด้วยกันได้ หรืออาจจะถามอีกว่าตั้งวงอื่นอีกมั๊ย 55555 เมื่อจะตรงกัน ก็ได้ไม่ทำมอยกันมากยิ่งขึ้น แล้วก็จะมีในเรื่องของการช่วยเหลือ การเชิญชวนทำบุญและการช่วยกระจายข่าวอื่น เช่นในเรื่องเรียกร้องทางการเมือง ข่าวเหตุการณ์ไฟไหม้ น้ำท่วม เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อเพื่อนแฟนคลับด้วยกัน ที่อยู่ตามพื้นที่นั้น ๆ หรือต้องการความช่วยเหลือ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 5)

ก็มีการพูดคุยเกี่ยวกับเรื่องศิลปิน ผลงาน คู่ชิปป้าง แฟนฟิคบ้าง นอกจากนั้น ถ้าสนิทกันก็จะมีคุยเกี่ยวกับประเด็นทางสังคมที่เกิดขึ้นบ้าง อย่างเช่น เรื่องสมรสเท่าเทียมที่บ้านเบสออกมากกระจายข่าวสาร หรือในฟิคที่นักเขียนรณรงค์กัน แต่ถ้าในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาก็มีประเด็นทางการเมืองบ้างแต่จะเป็นกลุ่มที่สนิทกันและคุยกันได้ อย่างประเด็น วันนี้มีมือบนะ อย่างบางบ้านเบสของวง NCT ก็มีตั้งต่อท้ายชื่อบนแอคเค้าท์ทวิตเตอร์ เลยว่า วันนี้มีมือบนะ อะไรแบบนี้ ก็หลาย ๆ บ้านก็มีรูปแบบที่แตกต่างกันไป บางบ้านช่วยรีทวีตข่าว บางบ้านตั้งชื่อต่อท้ายแอคเค้าท์ บางบ้านโพสทวิตข่าว บางบ้านก็ช่วยตามแท็ก พอรวม ๆ กัน กลุ่มแฟนคลับก็เห็นเยอะขึ้น ก็เกิดการนำประเด็นมาพูดคุยต่อ ๆ กัน เช่น เพื่อนในกลุ่มแฟนคลับด้วยกันที่ติดตามข่าวการเมืองอยู่แล้ว พอเห็นบ้านเบสหลาย ๆ บ้านออกมากกระจายข่าว มีเพื่อนแฟนคลับ

ด้วยกันที่หันมาตามข่าวมากขึ้น กลายเป็นมีประเด็นทางสังคมให้ แลกเปลี่ยนกันมากขึ้น (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 6)

ถ้าส่วนใหญ่ที่ได้พูดคุยก็จะเป็นเรื่องความเป็นอยู่ การเดินทาง ปัญหาชีวิต ร้านคาเฟ่ร้านอาหารหรือสิ่งของน่ารัก ๆ นอกจากนั้นก็จะมี ประเด็นการเคลื่อนไหวทางการเมือง โดยเฉพาะ ๆ พอเห็นแอดบ้านเบส ไทยแลนด์ออกมาเรียกร้องทางการเมืองแล้วใจขึ้นอะ เป็นตึงแล้วอิน การเมืองได้จริง ๆ ถ้าการเมืองดีเราก็จะมีเงินไปตึงได้เยอะขึ้นจะไม่มีอึด วนที่ไหนที่ไปลำบากเพราะขนส่งเข้าไม่ถึงรถติด ไม่มีกูดไคที่เราซื้อไม่ได้ ถ้าการเมืองดีเท่ากับคุณภาพชีวิตเราจะดีขึ้น เราจะตามอีกก็ด้อมก็ได้คะ ถ้ารัฐบาลดี เราจะเซฟค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ไปได้อีกไม่รู้เท่าไร เรายอมว่า คุณภาพชีวิตกับการตึงมันดีกว่านี้ได้คะหลัก ๆ ยิ่งในช่วงหลัง ๆ เวลาเจอ กลุ่มแฟนคลับด้วยกันก็คุยเรื่องตึงไปด้วยบ่นการเมืองไทยไปด้วย (ผู้ให้ สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 10)

ก็คุยเรื่องศิลปินเป็นหลัก เรื่องคู่ชิป เรื่องการโกงกันภายในด้อมมี การโกงเยอะขึ้นแต่กฎหมายทำอะไรไม่ได้ เรื่องการบริหารประเทศที่ ส่งผลต่อเศรษฐกิจ ถ้ามีการบริหารจัดการที่ดี เศรษฐกิจดีขึ้น ราคาบัตร คอนอาจจะไม่ลดลง แต่รายได้ในมือเราจะมากขึ้นจนไม่ลำบากกับบัตร ราคา 6-7 พัน ยกตัวอย่างฐานเงินเดือนเกาหลีได้ 40k ราคาบัตรคอน สามพัน แต่ประเทศไทยฐานเงินเดือนอยู่ที่ 15k ราคาบัตรคอนปาเข้าไป ครึ่งหนึ่งของเงินเดือนแล้ว ยิ่งช่วงนี้มีคอนเสิร์ตแล้วเราอยู่วัยทำงานหา เงินก็เป็นหัวข้อหลัก ๆ ในการคุยกันในกลุ่ม (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์ แฟนคลับคนที่ 2)

กลุ่มแฟนคลับมีการทำความรู้จักสร้างความสัมพันธ์ระหว่างแอดเค้าท์ผสมผสานผ่าน ทางบ้านเบสศิลปินสู่การรวมเป็นกลุ่มแฟนคลับ นำไปสู่การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งของกลุ่มแฟน คลับที่มีการกระจายข่าวสารที่รวดเร็วบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มีความเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งในการ รวมกลุ่มต่าง ๆ มีการติดต่อสื่อสารกันภายในกลุ่มอย่างเป็นทางการเป็นประจำสม่ำเสมอ มีการพูดคุยใน หลากหลายประเด็นนอกจากประเด็นที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง NCT ยังมีการพูดคุยเกี่ยวกับคุณภาพ

ชีวิต การเมือง เศรษฐกิจราคาบัตรคอนเสิร์ตต่าง ๆ ซึ่งประเด็นเหล่านี้ก็สอดคล้องกับการติดตาม ศิลปิน รวมถึงประเด็นที่บ้านเบสหลายบ้านและนักเขียนต่าง ๆ ในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ออกมา กระจายข่าวส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับเมื่อมีการรวมกลุ่มก็จะมีก็นำประเด็นดังกล่าวมาพูดคุย แลกเปลี่ยนกัน

4.1.4 ขั้นตอนในการกระจายข่าวสารและดำเนินการภายในกลุ่มแฟนคลับเมื่อมีการจัดโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของแอดเคาท์ทวิตเตอร์บ้านเบสวง NCT

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มบ้านเบสและแฟนคลับวง NCT พบว่า แฟนคลับวง NCT ในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มีจำนวนมากส่งผลให้บ้านเบสของกลุ่มแฟนคลับวง NCT หลาย ๆ บ้านจำเป็นต้องมีวิธีการบริหารจัดการในการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มแฟนคลับในการจัดกิจกรรม หรือโปรเจกต์ต่าง ๆ ที่แสดงถึงปฏิบัติการการแสดงออกและการกระจายข่าวสารของแอดเคาท์ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการสื่อภายในกลุ่มเพื่อใช้ในการจัด กิจกรรมหรือโปรเจกต์ต่าง ๆ 6 ขั้นตอน 1. เริ่มต้นจากทีมในกลุ่มบ้านเบสมีการคิดโปรเจกต์หรือ กิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมา 2. มีการวางแผนต่าง ๆ กำหนดเป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการจัด โปรเจกต์รวมถึงระยะเวลา สถานที่ต่าง ๆ 3. ขั้นตอนถัดไปมีการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มแฟนคลับ ในทวิตเตอร์ ผ่านแบบฟอร์มต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการจัดโปรเจกต์ร่วมกันทั้งกลุ่มแฟนคลับ และบ้านเบส 4. กลุ่มบ้านเบสจะมีการดำเนินการขั้นตอนต่อไปคือการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหน้า แอดเคาท์ทวิตเตอร์ มีการตั้งแฮชแท็กต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์โปรเจกต์หรือกิจกรรม เช่น # ทำบุญวันเกิดให้น้องปี2020 #6th_anniversary_NCT127 อีกทั้งในส่วนของการโดเนทเงิน บาง กรณีก็จะมีการกำหนดเป้าหมายไว้ โดยถ้าจำนวนเงินถึงขั้นที่ 1 จะมีการดำเนินการจัดโปรเจกต์อ ่างไรหรือดำเนินการรูปแบบใด สถานที่ใดบ้าง แต่ถ้าถึงขั้นสุดท้ายตามที่กลุ่มบ้านเบสวางแผน ไว้ อาจจะได้สถานที่ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น มีระยะเวลาที่นานขึ้น เป็นต้น 5. ในช่วงการจัดโปรเจกต์มีการ โหวตแฮชแท็กที่ใช้ในการเทรน และมีการนัดเวลาเทรนผ่านบ้านเบส เช่น โปรเจกต์วันเกิดจะมีการ เริ่มเทรนแฮชแท็กในช่วงเวลา 22.00 น ซึ่งตรงกับวันใหม่ของประเทศเกาหลีใต้ หรือช่วงเวลาวัน เสาร์อาทิตย์ที่แฟนคลับจะมีการเทรนเนื่องจากผู้คนจะให้ความสนใจกับแฮชแท็กต่าง ๆ นับว่าเป็น การโปรโมทศิลปินอีกรูปแบบหนึ่ง เป็นต้น 6. ภายหลังจากเสร็จสิ้นโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ทางบ้านเบสจะมีการดำเนินการชี้แจงบัญชีรายรับ-รายจ่ายต่าง ๆ เพื่อความสบายใจแก่แฟนคลับ ที่โดเนทร่วมกับบ้านเบส ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

ก่อนที่จะมีโปรเจกต์ก็จะสอบถามความคิดเห็นจากผู้ติดตาม ก่อนโดยการทำโพลหรือแบบฟอร์มให้ผู้ติดตามแสดงความคิดเห็น หลังจากนั้นก็มาสรุปผลและตกลงกันในบ้าน กำหนดโปรเจกต์ที่ทางบ้านสามารถทำได้ แพลนโปรเจกต์และเริ่มแจ้งลงหน้าทวิตค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 1)

จะมีการแพลนโปรเจกต์โดยการกำหนดตามไลน์ให้ชัดเจนแจ้งว่าจะเปิดโปรเจกต์ในระยะเวลาไหน เป้าหมายเป็นแบบนี้และเริ่มลงมือทำ ค่ะ เวลาประชาสัมพันธ์ก็จะลงในทวิตและอัปเดตเป็นประจำให้ผู้ติดตามเห็นและทวิตกันต่อค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 4)

เริ่มแรกเราจะคุยกันในกลุ่มบ้านก่อนว่าเราสนใจจะทำอะไรที่ไหนยังไง พอทุกคนในบ้างเห็นพ้องต้องกันแล้วเราถึงจะทำเป็นประกาศลงในทวิตเตอร์ค่ะ โดยเราจะอธิบายรายละเอียดคร่าว ๆ ว่าทำอะไรที่ไหน ใช้เงินเท่าไร เพื่ออะไร ถึงจะเปิดให้โดเนทค่ะ ซึ่งแฟนคลับส่วนใหญ่จะมีการติดตามผ่านทางทวิตเตอร์บ้านอยู่แล้วค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 9)

ขั้นตอนของพวกเราหลังจากที่คุยติดต่อร้านหรือวัดคร่าวๆแล้ว จะทำเป็นอาร์ทเวิร์คขึ้นมา 1 ตัว ในนั้น จะใส่รายละเอียดคร่าวๆ ว่าทำอะไรที่ไหน แล้วดำเนินการประกาศลงทวิตเตอร์ค่ะ จริงก่อนที่จะบริจาค ในแบบฟอร์มที่เราให้แฟนคลับโอนเงินโดเนทมา เราจะเขียนรายละเอียดเอาไว้หมดแล้ว เราจะเขียนหมายเหตุเงื่อนไขไว้ เราจะมีแผนสำรองไปใช้ อะไรยังไงบ้าง ถ้าเค้าเห็นด้วยกับสิ่งที่ทางบ้านได้ชี้แจงก็จะทำการโดเนทจริง ๆ ถึงแม้ว่าทุกคนจะไม่คิดอะไรเลย โดเนทมาก่อน อีกอย่างนึงด้วยความที่บ้านทำมาหลาย ๆ โปรเจกต์ ไม่เคยมีปัญหา เพราะเวลาที่จะเอาเงินไปทำอะไรก็ตาม เรามีการประเมินกันแล้วว่าเงินที่ได้รับการโดเนทถ้าเอาไปใช้นอกจากจุดประสงค์หลักที่แจ้งไว้เราจะทำแบบสอบถามถามแฟนคลับที่โดเนทก่อน ถ้าเค้าเห็นด้วยกับการที่เราจะเปลี่ยนแผนการเปลี่ยนสถานที่ เราจึงจะดำเนินการต่อค่ะ คือ บ้านเราจะคุยกันและ

ค่อนข้างซีเรียสกับการใช้เงินมาก ๆ และทางบ้านค่อนข้างที่จะระวังในส่วนตรงนี้มาก และเวลาที่เปิดโดเนทแต่ละครั้งคำอธิบายของบ้านเราค่อนข้างที่จะยาวมาก ๆ จริง ๆ ค่ะ จนแบบต้องย้าให้ทุกคนอ่านรายละเอียดให้ครบก่อนที่จะโดเนทอะไรอย่างนี้ค่ะ รวมทั้งสุดท้ายเวลาที่บ้านทำงานจบแต่ละโปรเจกต์ก็จะมีการสรุปบัญชีให้ดู พร้อมหลักฐานทุกอย่างที่มีให้เห็นทั้งหมด ทุกคนเลยค่อนข้างที่จะไว้วางใจ โดยตัวของบ้านเบสเองก็ต้องเซฟตัวเองเหมือนกัน พวกเราไม่ได้มองว่าการทำบัญชีหรืออะไรต่าง ๆ เป็นเรื่องที่เสียเวลาแต่พวกเรามองว่ามันเป็นประโยชน์แก่ทุกฝ่ายก็เลยทำกันเป็นประจำและทำทุกปีค่ะ จบ 1 ปี ก็จะมีการสรุปปีให้ด้วยค่ะว่าทั้งปีนี้เราใช้เงินไปเท่าไร เหลือเท่าไรบ้าง มีอัปเดตให้แฟนคลับตลอดค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 5)

มีการแจ้งไปก่อนว่าเราจะนำเงินส่วนนี้ไปบริจาค แล้วก็อธิบายแยกย่อยไปว่าเป็นมูลนิธิที่ไหนบ้างค่ะ โดย จะมีการโปรโมทผ่านทางแอดแคมพิวเดเตอร์บ้านเบส เป็นแต่ละโปรเจกต์ อย่างเช่น โปรเจกต์วันเกิด ครบรอบเดบิว เป็นต้น คือทางบ้านจะตั้งเป็นมิชชั่นว่าถ้าเงินถึงระดับนี้ เราจะเอาเงินไปทำอะไรบ้าง ประมาณนี้ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

อย่างการที่จะเปิดรับโดเนทหรือจะเริ่มจัดโปรเจกต์ ทางบ้านก็จะมีการทำพรีเซนเทชั่นให้คนที่โดเนทดูว่า เงินโดเนทจำนวนนี้มีการเปิดรับมาสามารถเอาไปจัดการทำโปรเจกต์อะไรได้บ้างซึ่งในทุกปีก็จะมีโปรเจกต์เซอร์ไพรส์จากบ้านเบสด้วย ยกตัวอย่างปีที่แล้ว ปิดโดเนทช่วงธันวาคมเหมือนกัน ทางบ้านก็จะมีให้โหวตโปรเจกต์ที่จะทำ โดยทางบ้านจะมีแผนมาให้ 7 แผน โดยที่ 7 แผน คำก็จะทำเป็นสไลด์ ทางบ้านก็จะมีลิงค์มาให้แล้วให้กรอก แล้วก็ยืนยันตน เช่น แผนที่ 1 มีการขึ้นโปรเจกต์ตรงนี้ ๆ 7 ที่ ใช้เงินประมาณนี้ ๆ แผนที่ 2 มีการขึ้นโปรเจกต์ก็ที่มีการบริจาคมูลนิธินี้ วัดนี้ ใช้เงินจำนวนนี้ แล้วคำก็จะให้แฟนคลับโหวตว่าทุกคนเห็นด้วยกับแผนไหน (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 7)

มีการตั้งบ้านเบส เป็นพื้นฐานก่อนแล้วบ้านเบสก็จะคอยกระจายข่าวสารให้แฟนคลับได้รู้ มีการทวีตบอกรายละเอียดผ่านแบบฟอร์มให้แฟนคลับได้รับรู้ข้อตกลงและเงื่อนไขที่ยินยอม หรือยืนยันที่จะโดนบทร่วมกันผ่านทางบ้านเบส อย่างปีแรกที่มีการจัดแฟนคลับก็ยังไม่ได้อิงตามข่าวสารจากบ้านเบสขนาดนั้น ทางบ้านเบสก็จะมีการสร้างแฮชแท็กขึ้นมา ซึ่งจะเป็นแฮชแท็กถาวรที่จะใช้แฮชแท็กนั้นตลอดการทำงาน อย่างเช่น #ทำบุญวันเกิดให้น้องปี2020 พอปี 2021 ก็จะใช้คำว่า #ทำบุญวันเกิดให้น้องปี2021 ซึ่งพอปี 2022 แฟนคลับก็จะรู้โดยทั่วกันว่า จะใช้แบบนี้ ซึ่งมันจะทำให้แฟนคลับจดจำตรงนี้ได้ว่าโอเค ทุกปีเราจะมีโปรเจกต์นี้แค่เปลี่ยนตัวเลขปีข้างหลังเท่านั้น มันก็จะเป็นเหมือนการสร้างภาพจำให้แฟนคลับ หลังจากนั้นก็จะมีการมาติดตามข่าวสารผ่านแฮชแท็กเลย ซึ่งบ้านเบสเก่งและถนัดในการใช้แฮชแท็กมาก (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 10)

ถ้าอย่างในกลุ่มแฟนคลับด้วยกัน หรือจากบ้านเบสเค้าจะคอยโพส และทำฟอร์ม ในการติดต่อหรือกระจายข่าวสารกัน (ผู้ให้สัมภาษณ์แอดเคาท์แฟนคลับคนที่ 6)

มีการทวีตแจ้งรายละเอียดไว้บนทวีตเตอร์ของแอดบ้านจะมีโปรเจกต์ อะไรบ้างใช้เงินเท่าไรบ้างมีการติดแฮชแท็กในการประชาสัมพันธ์ ยกตัวอย่างเช่น #6th_anniversary_NCT127 ถ้าเป็นปริจาคก็เลือกเองว่าจะเป็นมูลนิธิไหนก่อนประมาณ 2-3 ที่แล้วก็เปิดโหวตแล้วก็มีกรชี้แจงบัญชีเงินว่าเงินเข้าเงินออกเท่าไรบ้างก็ส่งอีเมลล์ ไปให้คนที่โดนเนททุกคนหลังจบโปรเจกต์แต่ละโปรเจกต์ แต่เหมือนจริง ๆ พอเป็นบ้านเบสแฟนคลับก็อินเข้ามาเยอะและรวดเร็ว อาจจะเป็นเพราะความไว้วางใจที่เข้ามาหลายโปรเจกต์รวมไปถึงการตามศิลปินคนเดียวกันเป็นบ้านเบสมียอดผู้ติดตามประมาณ หนึ่งก็มีส่วนมาก ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอดเคาท์แฟนคลับคนที่ 7)

4.1.5 ปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมของกลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT

จากกระบวนการการรวมตัวของกลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT นำไปสู่ปฏิบัติการในการแสดงออกบนพื้นที่ทางกายภาพที่แสดงให้เห็นถึงมติหรือความคิดเห็น ในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม ของกลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT โดยทางกลุ่มบ้านเบสมีการจัดโปรเจกต์และกิจกรรมต่าง ๆ อย่างมาก โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลา 1-2 ปีที่ผ่านมา โปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เห็นได้ชัดเจนและแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ มี 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

1 การจัดทำโปรเจกต์และกิจกรรมต่าง ๆ

กลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับ NCT มีการรวมกลุ่มในการจัดโปรเจกต์ต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลา 1-2 ปีที่ผ่านมา โปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่นำไปสู่ปฏิบัติการที่สามารถเห็นได้ชัดเจนและแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ คือ การจัดทำโปรเจกต์ติดป้ายวันเกิดหรือวันครบรอบเดบิว์ของศิลปิน ซึ่งการจัดโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงวันเกิดของศิลปิน หรือวันครบรอบเดบิว์นับว่าเป็นช่วงที่กลุ่มแฟนคลับให้ความสนใจกับกิจกรรมและโปรเจกต์การติดป้ายศิลปินตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นอย่างมาก จนกลายมาเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของกลุ่มแฟนคลับ โดยจะมีการจัดโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นตามรถไฟฟ้าทั้ง BTS และ MRT รวมไปถึงห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ซึ่งภายหลังจากมีประเด็นการเรียกร้องทางการเมือง การชุมนุมต่าง ๆ รวมไปถึงเรื่องการสนับสนุนกลุ่มนายทุนส่งผลให้กลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ได้มีการรณรงค์และแสดงจุดยืนไม่ติดป้ายโปรโมทตามรถไฟฟ้าหรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เพราะทางกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมองว่า ในช่วงที่มีกระแสการชุมนุมเรียกร้องประชาธิปไตยทางรถไฟฟ้าวและห้างไม่ให้ความร่วมมือกับการเรียกร้องประชาธิปไตยและการแสดงจุดยืนของประชาชนกลับสร้างความลำบากให้กับผู้ร่วมชุมนุม อีกทั้งทางกลุ่มแฟนคลับมองว่า เป็นการสนับสนุนกลุ่มนายทุน จากการเช่าสถานที่ติดป้ายโปรเจกต์ต่าง ๆ โดยหลังจากมีการแสดงจุดยืนของกลุ่มแฟนคลับ บ้านเบสได้มีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ติดป้ายโปรเจกต์จากสถานที่ดังกล่าว โดยมีการเปลี่ยนสถานที่ติดโปรเจกต์ไปเป็นรถสองแถว หรือรถตุ๊ก ๆ รวมถึงร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ ซึ่งส่วนหนึ่งกลุ่มแฟนคลับมองว่านอกจากจะเป็นการจัดโปรเจกต์เพื่อศิลปิน โปรโมทศิลปินอันเป็นที่รักแล้วยังเป็นการกระจายรายได้ให้กลุ่มร้านค้ารายย่อย โดยเฉพาะรถสองแถวที่ขาดรายได้จากนักท่องเที่ยวในสถานการณ์โควิดอีก ซึ่งการเปลี่ยนพื้นที่การจัดโปรเจกต์ของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ถือเป็นการสนับสนุนศิลปินและช่วยเหลือสังคมได้อีกช่องทางหนึ่ง ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

มีการจัดโปรเจกต์ในวันเกิด ตามสถานที่ต่าง ๆ จากโปรเจกต์วันเกิดที่จัดตามสถานีรถไฟฟ้า พอปีหลังๆ ที่เกิดกระแสขายเรียกเรื่องนายทุนขึ้น จนหลาย ๆ บ้านเปลี่ยนมาติด รถตุ๊กตุ๊กบ้าง ร้านค้ารถเข็นบ้าง ซึ่งเรามองว่าดีเลยนะ อย่างที่รู้กันว่ารถไฟฟ้ามันก็ของนายทุนเนอะ ก็แฟนคลับก็ไม่อยากสนับสนุนแล้ว เลยกลายเป็นว่าเปลี่ยนไปติดกับรถตุ๊กตุ๊ก ร้านค้าต่าง ๆ คนมันก็เลยไปกันเยอะขึ้น แฟนคลับก็ไปถ่ายรูปไปทำคอนเทนต์ ก็คือพอไปทำตรงนั้นมันก็ได้สนับสนุนได้ซัพพอร์ตเค้าไปด้วย คิดว่าดีนะพอไปติดตามร้านค้า เราก็ได้ช่วยกระจายรายได้กับร้านค้ารายย่อย แล้วอีกอย่างแฟนคลับก็มีการรณรงค์ให้เปลี่ยนไปติดตามรถตุ๊ก ๆ หรือร้านค้ารายย่อย เยอะมาก อาจจะช่วยเด็ก gen ใหม่ แบบข่าวสารก็เข้าถึงง่ายยิ่งเป็นประเด็นการเมือง ประเด็นนายทุนต่าง ๆ เผลอ ๆ ยกตัวอย่างอีกด้อมหนึ่งที่ตามเหมือนกัน พอไปติดแถวสถานีรถไฟฟ้า กลับโดนแฟนคลับตั้งคำถาม เกิดประเด็นขึ้นหนักกว่าทำไมต้องไปสนับสนุนนายทุน มันกลายเป็นกระแสกลับกันเลย พุดตามภาษาชาวเน็ตคือ ทัวร์ลง (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 6)

มีหลายโปรเจกต์โดยเฉพาะวันเกิดที่มีการติดป้ายต่าง ๆ ซึ่งโปรเจกต์ติดป้ายที่รถตุ๊กตุ๊กหรือร้านค้ารายย่อยเราเห็นด้วยนะ เพราะว่าคือตัวเราก็พยายามอย่างมากที่จะไม่สนับสนุนนายทุนอยู่แล้ว คือรถไฟฟ้าถามว่ากระทบโดยตรงรึป่าว เรายังไม่กระทบต่อรถไฟฟ้าโดยตรงหรอกแต่มันส่งผลและอินแพคกับภายนอก สำหรับเราเนะ มันเป็นการแสดงจุดยืนของฝั่งเรา เราไม่สนับสนุนนายทุน ไม่สนับสนุนคุณที่คุณไม่เคยเข้าข้างประชาชน เรามองว่ามันอาจจะไม่ได้ภาพที่แบบว่าคนไปยื่นรอโปรเจกต์หน้าห้างหน้ารถไฟฟ้าอาจจะหายไปกลายเป็นภาพที่แบบบนรถตุ๊กตุ๊กเป็นภาพแบบนั้นแทน มันแล้วแต่ว่าใครห่วงภาพอยากได้ภาพที่อิมแพคต่อสังคมใหม่หรือยังไงพวกรถตุ๊ก ๆ ร้านค้ารายย่อยได้อะไรจากตรงนี้ใหม่ ก็คือแบบว่าอย่างน้อยเราเห็นใช้ปะ ก็จะไปซื้อเพื่อที่จะได้ถ่ายรูป จะไม่ได้ถ่ายรูปแล้วเดินออกไป อย่างร้านลูกขึ้นเป็น

อะไรที่เรากินอยู่แล้ว แล้วเราก็แบบ เอาชะหน่อยละกันไปถ่ายรูปของ เขา คือมันเป็นฟิลที่บางที่ร้านนั้นก็มันก็ยังมียู่ แต่ปกติเราอาจจะเดิน ผ่านไม่หยุดซื้อเลย แต่พอวันหนึ่งมีรูปคนที่เราชอบแปะเราก็แวะถ่ายรูป แวะซื้อชะหน่อย (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 9)

มีการจัดโปรเจกต์ มีการบริจาค การทำข้าวกล่องไปแจก ประชาชนที่ประสบปัญหาโควิด การโปรโมทผ่านรถสองแถว รถตุ๊กตุ๊ก เพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับประชาชนส่วนหนึ่งด้วยค่ะ อย่างตอนที่ไปทำโปรเจกต์ทางบ้านก็ได้รับฟีดแบคจากร้านต่าง ๆ อย่างบางร้านค้า มียอดขายเพิ่มขึ้น เพราะมีแฟนคลับตามไปซื้อ เพราะติดป้ายศิลปิน แม่ค้าพ่อค้าบอกว่าอยากให้มีโปรเจกแบบนี้มาทุกเดือน จะได้ทั้งค่าเช่า ป้ายและยอดขายเพิ่มวันละ 100 -200 บาทก็ได้แล้ว อีกอย่างเราคิดว่า ทางร้านค้าก็ไม่ต้องทำอะไรมีแค่เราที่เอาไปติดและเพิ่มรายได้ให้เค้า เราได้โปรโมทศิลปินในราคาที่ไม่แพง ร้านค้าได้รายได้จากการไปติด ป้ายและการไปซื้อของของกลุ่มแฟนคลับเพิ่มขึ้น เรามองว่าวินวินทั้ง 2 ฝ่าย แล้วก็มีมีการบริจาคให้วัดและของมูลนิธิต่าง ๆ ด้วยค่ะ (ผู้ให้ สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 5)

มีการจัดโปรเจกต์ติดป้ายรถตุ๊กตุ๊ก ที่กรุงเทพฯ เชียงใหม่ หาดใหญ่ ขอนแก่น 4 จังหวัด ที่เลือกเปลี่ยนจากรถฟ้าไปทำโปรเจกต์ ที่รถตุ๊กตุ๊กแทน คือเรามองว่ารถไฟฟ้าคนได้เงินมันก็แค่เจ้าเดียว แต่ รถตุ๊กตุ๊ก อย่างน้อยเราก็ช่วยกระจายรายได้ให้กับคนที่เค้าลำบาก เพราะว่าจากสถานการณ์โควิดด้วยนักท่องเที่ยวไม่มีรถตุ๊กตุ๊กก็ลำบาก มากเหมือนกัน ราคามันก็ไม่แพงมาก เราก็ได้แบ่งรายได้ให้กับมูลนิธิอื่น ๆ ด้วย อย่างรถตุ๊กตุ๊กสองแถว ร้านค้าต่าง ๆ เรท 400- 600 / คัน ปกติมี รถให้ติดประมาณ 30 คันหรือมีร้านป่า ๆ ให้ติด 20 ร้าน ก็ 18,000 (รวม ค่าติด) แต่ถ้าตามสถานีรถไฟฟ้างี้ 3-5 หมื่น แล้วระยะเวลาที่ติดสั้น ระยะเวลาอย่างน้อยมาก 50,000 ก็คือป้ายใหญ่ป้ายเดียวนะ หรือถ้าแพงๆก็ รถไฟฟ้าเป็นขบวน 1 ล้าน 4 แสนซึ่งหลังจากเปลี่ยนเราก็มีเงินไปจัด

หลายโปรเจกต์ขึ้น มีเงินเหลือไปบริจาคทำบุญต่าง ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ บ้านเบสคนที่ 7)

มีการแจ้งไปก่อนว่าเราจะนำเงินส่วนนี้ไปบริจาค แล้วก็จะอธิบายแยกย่อยไปว่าเป็นมูลนิธิไหนบ้างคะ โดย จะมีการโปรโมทผ่านทางแอดเค้าทวิตเตอร์บ้านเบส เป็นแต่ละโปรเจกต์ อย่างเช่น โปรเจกต์วันเกิด ครอบรอบเดบีว เป็นต้น คือทางบ้านจะตั้งเป็นมิชชั่นว่าถ้าเงินถึงระดับนี้เราจะเอาเงินไปทำอะไรบ้าง มีการเปลี่ยนโปรเจกต์จากการติดรถไฟฟ้า ไปติดรถตุ๊กตุ๊ก หรือสองแถว รวมถึงร้านรถเข็นต่าง ๆ เนื่องจากทางรถไฟฟ้าเองก็ไม่ได้เคารพความคิดเห็นที่แตกต่างกันในประเด็นทางสังคมของประชาชนเราก็ไม่มีความจำเป็นจะต้องไปสนับสนุนคนที่ไม่สนับสนุนความเท่าเทียมทางสังคม แล้วเราก็มองว่าการที่เราไปสนับสนุนนายทุนตรงนั้น ผู้เอาเงินในส่วนนั้นมาสนับสนุนประชาชนที่ประสบปัญหาโควิดมันเป็นการช่วยเหลือได้มากกว่าแล้วก็เห็นได้ชัดเจนก่อนที่เราจะเปลี่ยนจากรถไฟฟ้าไปเป็นรถตุ๊กตุ๊กหรือรถแดง เรามีการทำแบบสำรวจเกี่ยวประเด็นเหล่านี้ให้แฟนคลับได้ออกมาแสดงความคิดเห็น รวมถึงการปรึกษาหารือกันในที่ม พวกเรามองว่าด้วยความกระแสสังคมส่งผลให้แฟนคลับเห็นด้วยและสนับสนุน จริง ๆ ในช่วงนั้นทางบ้านเบสเองก็มีการวางโปรเจกต์เกี่ยวกับป้ายบนรถไฟฟ้า แต่ด้วยสถานการณ์ทางสังคม พร้อมกับกระแสต่าง ๆ ทางสังคมกับการเรียกร้องของกลุ่มแฟนคลับด้วยกันทางบ้านเลยทำการยกเลิกคะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 1)

จากการเก็บข้อมูลและสังเกตการณ์ในทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นแหล่งรวมแอดเค้าทแฟนคลับวง NCT กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมีความพึงพอใจกับวิธีการโปรโมทศิลปินด้วยการช่วยเหลือผู้ค้ารายย่อย นอกจากจะได้โปรโมทศิลปินที่ชื่นชอบ และยังได้มีการอุดหนุนร้านค้ารายย่อยช่วยให้พ่อค้า-แม่ค้าที่ได้รับผลกระทบจากโควิดมีรายได้เพิ่มขึ้น รวมไปถึงสามารถนำเงินที่เหลือจากการทำโปรเจกต์ติดป้ายโปรโมทศิลปินไปบริจาคและทำบุญในสถานที่อื่น ๆ ได้เพิ่มขึ้น



ภาพประกอบ 8 รูปแบบการแสดงออกโดยการจัดทำโปสเตอร์วันเกิดศิลปินผ่านการกระจาย รายได้สู่ผู้ค้ารายย่อยของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่มา: Twitter. (2564).

2. การบริจาคช่วยเหลือสังคม

กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง NCT ที่เรียกกันว่า บ้านเบส หรือกลุ่มแฟนคลับ นอกจาก ปฏิบัติการในทำกิจกรรมและโปรเจกต์ต่าง ๆ แล้ว กลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีการ รวมกลุ่มในการบริจาคช่วยเหลือต่าง ๆ โดยมีบ้านเบสของวงทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเปิดรับ บริจาค หรือในวงการแฟนคลับที่เรียกกันว่าการโดเนท ซึ่งกลุ่มแฟนคลับมีการเปิดรับบริจาคกันเป็น

ประจำหากศิลปินในวง NCT มีผลงานใหม่ หรือ วันเกิดของศิลปินในวง ทางบ้านเบสก็จะมี การบริจาคเพื่อนำไปจัดโปรเจกต์หรือไปซื้อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ศิลปินเป็นที่รู้จัก ยกตัวอย่าง การบริจาคในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในการสนับสนุนการแสดงออกในการชุมนุมเพื่อ ประชาธิปไตย โดยมียอดบริจาคประมาณ 60,000 บาท การบริจาคให้กองทุนพื้นมีนักเก็ต เป็น จำนวนเงิน 575,967 บาท เป็นกองทุนที่ช่วยเหลือเด็ก ๆ ให้ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ การบริจาค ทำบุญให้มูลนิธิกระจกเงาเป็นจำนวนเงิน 5,000 บาท และกองทุนมูลนิธิอื่น ๆ เป็นต้น อีกทั้งกลุ่ม แฟนคลับมองว่าการโดเนตเงินผ่านบ้านเบสมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ด้วยระบบการทำงาน สามารถตรวจสอบได้ มีการบริหารจัดการที่ดีและเป็นระบบ มีการทำงานตามขั้นตอนอย่างชัดเจน ทั้งนี้กลุ่มแฟนคลับมองว่า เพราะบ้านเบสศิลปินวง NCT มีการเปิดโดเนตทำโปรเจกต์ต่าง ๆ อยู่ เป็นประจำการเปิดโดเนตเงินเพื่อสังคม หรือให้มอบต่าง ๆ เลยถือเป็นปฏิบัติการหนึ่งที่ดีทางกลุ่ม แฟนคลับทำได้อย่างรวดเร็วและได้ผลลัพธ์ที่ดี ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

การทำบุญบริจาค หรือรวมเงินเพื่อบริจาคช่วยเหลือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เรียกกันในกลุ่มแฟนคลับว่าการโดเนตซึ่งเราพยายามหาอะไรที่ สะดวกและดำเนินการได้ง่ายและไม่ซ้ำกับใครและอีกอย่างก็ทางบ้าน เลือกใช้รูปแบบนี้เพราะว่า การที่เรามีบ้านเบส มีพื้นที่ยอดติดตามอยู่ ประมาณหนึ่ง คนที่ติดตามเราแสดงว่าเค้าค่อนข้างที่จะไว้วางใจในการ ทำงานของพวกเราระดับหนึ่งดังนั้น เวลาที่พวกเราจะรวบรวมข้อมูล หา ข้อมูลดำเนินการต่าง ๆ หรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ กับพวกเค้าไป พวกเค้า ก็ค่อนข้างเชื่อถือพวกเรามากกว่าแอดเค้าทวิตเตอร์ทั่วไปที่พวกเค้าไม่ รู้ว่าเป็นใครค่ะ สมมุติว่ามีแอดเค้าหนึ่งประกาศขึ้นมาว่าเราจะเปิด โดเนตเพื่อไปทำนู่นทำนี่ ถามว่าหลายคนเกิดคำถามในหัวว่า คนนี้คือ ใคร ไว้วางใจได้หรือป่าว จะเอาเงินเราไปทำอะไร แต่ถ้าเป็นบ้านเบส อย่าง บ้านพวกเราที่เปิดมานานและทุกคนก็รู้ว่าเราทำงานในลักษณะไหน เค้าจะไม่ลังเลที่จะช่วยโดเนตให้เรา เหมือนอวยตัวเอง แต่มันคือเรื่อง จริงที่มันเป็นปกติที่เราไม่ไว้วางใจใครที่เราไม่รู้จักหรือไม่เคยเห็นการทำงาน ของพวกเค้ามาก่อน อย่างน้อยเราคิดว่าพื้นที่ตรงนี้นั้นก็เป็นส่วนช่วยให้ เค้าเปิดใจที่จะร่วมทำเพื่อสังคมกับเรามากขึ้นค่ะ เหมือนเป็นความรู้สึก

ลึก ๆ ว่าอย่างน้อยเค้าทำตามศิลปินวงเดียวกับเรา คอยอัปเดตงานให้เรา อีกอย่างหนึ่งการที่เป็นในลักษณะบ้านเบส เหมือนองค์กรองค์หนึ่งที่เปิดขึ้นมา เหมือนเป็นตัวแทนหนึ่งที่มีชื่อของศิลปินติดอยู่แล้ว เวลาเราทำอะไรในฐานะของบ้านเบสมันเหมือนเป็นตัวแทนว่านี่แหละ คือแฟนคลับ ทั้งหมดไม่ใช่แค่คนใดคนหนึ่ง นี่คือบ้านของศิลปินคนนี่ เป็นต้นค่ะ มันก็เลยทำให้ทุกคนเห็นด้วยเพราะเราก็ชอบศิลปินคนเดียวกัน เราก็อยากทำอะไรก็อยากให้มีชื่อศิลปินที่เรารักเข้าร่วมมาด้วย และอีกทั้งเป็นสิ่งที่คอยย้ำเตือนแฟนคลับทุกคนว่าถ้าเราทำอะไรที่ไม่ดีก็จะส่งผลกระทบต่อศิลปินที่เรารัก จุดนี้เป็นอีกอย่างที่แฟนคลับค่อนข้างเข้าใจกันมากซึ่งล่าสุดทางบ้านได้มีการเปิดรับโดเนททำบุญวันเกิดให้ศิลปินถือเป็นการทำบุญไปพร้อมกับศิลปิน ทางบ้านได้มีการบริจาคไปที่กองทุนพันธ์มีนักรัก เป็นจำนวนเงิน 575,967 บาท เป็นกองทุนที่ช่วยเหลือเด็ก ๆ ให้ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ คือเห็นยอดบริจาคแล้วเยอะประมาณหนึ่งจริง ๆ ปีนี้เราได้มาเกือบ 1 ล้าน แต่ก็มีแบ่งไปทำไปนเจคนอื่น ๆ ด้วยค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 5)

ในช่วงที่มีการเรียกร้องทางการเมือง หรือที่มีมือบักน้อย ๆ กลุ่มแฟนคลับหลายๆ วงก็มีการเปิดรับบริจาคช่วยเหลืออุปกรณ์ต่าง ๆ เสื้อกันฝน หมวก อะไรแบบนี้ ให้กับคนในมือบัก ที่มีโดนการสลายการชุมนุมรวมไปถึงการบริจาคให้ศูนย์ทนายความเพื่อสิทธิมนุษยชน เพื่อช่วยประกันตัวผู้ชุมนุมหรือคนไปมือบักที่ถูกจับ หรือโอนไปให้กลุ่มที่เป็นท่อน้ำเลี้ยงหลัก เช่น พี่ทราย ตอนนั้นทางบ้านเบส หลายๆ บ้านก็มีการประชุมกันแล้วก็เปิดรับบริจาควันแรกได้ยอดประมาณ 60,000 บาท ซึ่งใช้เวลาไม่ถึง 1 ชั่วโมง ถือว่าได้ยอดเยอะมาก เพราะปกติเวลาทำโปรเจกต์อื่นก็เปิดบริจาคหลายวันค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

ปัจจัยหลัก ๆ ในการโดนเหตุตามที่สังเกตนะค่ะ คือการที่เราชอบศิลปินคนเดียวกันมีใจที่จะทำอะไรจะช่วยเหลือสังคม และมองว่าคนที่เป็นตัวแทนหรือบ้านที่เป็นตัวแทนในการเปิดโดนเหตุไวใจได้แค่ไหน เค้าถึงจะ

ตัดสินใจที่จะเข้าร่วม ประมาณนั้นค่ะ อย่างที่บ้านเราก็ไปบริจาค มูลนิธิกระจกเงา ยอดก็ประมาณ 5,000 บาท แล้วก็ยังมีมูลนิธิอื่น ๆ อีกซึ่ง เท่าที่สังเกตจากการทำงานล่าสุด ในแฮชแท็กของการบริจาคครั้งนี้ คำ ก็จะแสดงความคิดในประมาณว่า เหมือนดีโดยเราทำอยู่แล้วครั้งนี้จะทำให้ผลบุญได้ศิลปินไปด้วย หรือบางคนเค้าไม่เคยทำไม่เคยบริจาค แล้ว เค้าเห็นบ้างทำโปรเจกต์ดี ๆ แบบนี้ แล้วคิดว่าจะส่งผลดีต่อตัวศิลปิน ด้วยเค้าเห็นประโยชน์ของสิ่งนี้มากขึ้น เป็นแรงจูงใจให้เค้าตัดสินใจที่จะ ทำงานขึ้น ในปัจจุบันมีมูลนิธิมากมาย ซึ่งบางที่เราก็ไม่รู้จะตัดสินใจให้ มูลนิธิไหนดี แต่พอเราได้ทำไปพร้อมกับกลุ่มแฟนคลับพร้อมกับชื่อ ศิลปินที่เราชอบกลายเป็นเราพร้อมที่จะทำ เราารู้สึกว่าเหมือนมีเพื่อนที่ พร้อมจะทำได้ด้วยกัน อย่างตอนแรกเราไม่กล้าทำ อย่างเช่นการบริจาค เลือด แต่พอเห็นคนอื่น ๆ ตัดสินใจทำ เป็นแรงจูงใจใหม่ และการก้าว ข้ามความกลัวที่จะไม่ทำได้ มันไม่ได้เชิงเป็นเทรน แต่เราคิดว่าทุกคนรู้ ว่ามันมีการบริจาคตรงนี้อยู่ แต่ไม่มีคนเข้าถึงเค้า ไม่มีคนมาจูงใจ เช่น เราไปบริจาคคนเดียวกับเราไปบริจาคพร้อมกับกลุ่มเพื่อนแฟนคลับ ด้วยกัน เจอกัน พูดคุยเรื่องศิลปินที่เราชอบกัน ความรู้สึกอยากจะไปมัน ก็แตกต่างแล้วค่ะ สำหรับเรา อีกอย่างพอมันเห็นประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน หลาย ๆ อย่าง เราคิดว่าการรวมกลุ่มกันทำบุญผ่านกลุ่มแฟนคลับ มันมีส่วนมาก ๆ ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 5)

เอาจากประสบการณ์ตรงเลยนะคือแบบตอนนั้นตั้งใจจะไปซื้อ ของช่วยเหลือนมอ็บ เลยคิดว่าไหน ๆ ก็ไปซื้อแล้วเผื่อมีคนอยากบริจาค ด้วยก็มีการใช้แอคเคาท์ที่เป็นตลาดขายของแฟนอาร์ตศิลปินโพสแบบ เปิดรับบริจาคช่วยเหลือนมอ็บวันที่มีการสลายการชุมนุมเลย ก็ ชื่อน้ำ พวกของใช้ต่าง ๆ ที่ใช้ในมอ็บ ไม่คิดเหมือนกันว่าจะมีแฟนคลับด้วยกัน โอนเงินมาเร็วขนาดนี้จึงมากเดินซื้อของจะไปช่วยมอ็บอยู่แล้วต้อง อัพเดทเงินตลอดเพื่อจะได้รู้ว่าขาดเหลืออะไรซื้ออะไรได้อีกเท่าไรแล้ว ปรากฏว่าคนโอนมาเยอะมากแล้วพอจะจ่ายเงินมีคนโอนมาอีกแล้ว 50,000 เราก็บอกร้องว่าปิดเหอะ ไม่เอาละ พอละ เพราะไม่งั้นก็ซื้อ

อย่างนี้แหละไม่ได้ไปสักที ประมาณตอนนั้นคือตกใจยอดโอนเงินมาก
ไม่ถึง 2 ชั่วโมงคือได้หลายหมื่นมาก (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับ
คนที่ 9)

รวมไปถึงการโอนเงินทำบุญร่วมในวันเกิดศิลปิน ช่วงแคมเปญผลงานใหม่ วัน
ครบรอบวง สถานที่ที่นำเงินหรือสิ่งของต่าง ๆ ไปบริจาคก็จะเป็นในส่วน บ้านเด็กกำพร้า มูลนิธิคน
พิการ คนตาบอด หรือตามโรงพยาบาลต่าง ๆ รวมไปถึงในช่วงสถานการณ์น้ำท่วม ไฟป่า ด้วยก็มี
การนำเงินจากส่วนที่บริจาคทำบุญไปช่วยเหลือในสถานการณ์ต่าง ๆ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่
ได้ให้ข้อมูลว่า

ส่วนมากจะเป็นพวกโปรเจกต์วันเกิดค่ะ ส่วนใหญ่คนไทยจะชอบ
ช่วยเหลือกันเวลาเดือดร้อนเวลามีปัญหาอย่างเช่น ห้องสมุดโรงเรียนนี้
ไม่มี แถวย่านนี้มีคนไร้บ้านหรือไม่มีข้าวกินเยอะก็จะคิดหาโปรเจกต์ที่
เราจะไปช่วยเหลือคนเหล่านั้นได้ผ่านโปรเจกต์วันเกิดค่ะ เป็นการ
ประชาสัมพันธ์ศิลปินด้วย ช่วยเหลือคนในสังคมด้วยและให้แฟน ๆ
ได้มาเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมช่วยเหลือด้วยค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบส
คนที่ 1)

ตอนจัดทำโปรเจกต์วันเกิดก็จะคิดว่าปีนี้ทำอะไรดี หากมีโปร
เจกต์เพื่อสังคม เช่น การทำบุญ การบริจาคที่น่าสนใจและเชื่อถือได้ ก็
จะนำมาพิจารณากันค่ะว่าปีนี้ทำอันนั้นอันนี้ดีไหม (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้าน
เบสคนที่ 2)

การโอนเงินทำบุญให้วัด โดยการทำในโอกาสวันเกิดศิลปิน
โดยปกติมีการลิสว่าจะใช้เงินเท่าไรแล้วจะเปิดโดเนทตามจำนวน แต่
ปีนี้พิเศษตรงมีแฟนคลับให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก เงินก็เลยเกิน
เป้าหมายที่วางไว้ เลยมีการนำเอาเงินไปบริจาคต่อที่กาชาดไทย นำไป
ช่วยเรื่องจ้างรถบริจาคเลือดเคลื่อนที่ และช่วยเหลือผู้ป่วยที่เกี่ยวข้อง
เสต็มเซลล์ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 5)

มีการจัดโปรเจกต์บริจาคหรือโดเนทภายในกลุ่ม การนำเงินไป
บริจาคมูลนิธิ ไม่ได้ขึ้นป้ายราคาแพงตามรถไฟฟ้า มูลนิธิที่ไปบริจาคก็
คือ มฟก มูลนิธิเพื่อเด็กพิการ มูลนิธิกระจกเงา (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบส
คนที่ 7)



นี่ยังไม่ครบแต่ | ตุ่มเดียวดิฉันถึงสามารถส่ง
หมวกกันน็อคอย่างดีสี่พัน ใบ เสื้อผืน ถุงมือ
หมวกเซฟตี้ ฯลฯ ได้เลย | ตอนนี้อุ้มแม่ท้องชื่อ
ต่อมต่าง ๆ สลับกับเอคตูดตัวเองด้วย
เพลง&ผลงานของน้องๆคะ ❤️ อย่าลืมกระจาย
ไปบช.ผู้โดนคดีด้วยน้า~



ยอดบริจาคจาก "เพนนิกเก็ต" 575,967
บาท เพื่อช่วยเหลือเด็ก ๆ ให้ได้รับการศึกษา
ที่มีคุณภาพ
ขอบคุณพลังความรักจากแฟนคลับทุกท่าน
ที่มาร่วมแสดงความห่วงใยทางการศึกษาให้
กับเด็กไทย



ภาพประกอบ 9 รูปแบบการแสดงออกผ่านการกระจายข่าวสารโดยการร่วมกันสมทบทุนบริจาคใน
โอกาสต่าง ๆ ของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT
ที่มา: Twitter. (2564).

4.1.6 ผลจากปฏิบัติการในการกระจายข่าวสารผ่านแอดเคาท์ทวิตเตอร์ของกลุ่ม แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่า ผลจากปฏิบัติการในการกระจายข่าวสารผ่าน
ทางแอดเคาท์ทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีทั้งผลดีและผลเสีย แต่จากการ
เก็บข้อมูลจะพบว่าผลดีมากกว่าผลเสียในส่วนของผลดีกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มอง
ว่า การกระจายข่าวสารผ่านกลุ่มแฟนคลับโดยมีบ้านเบสเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกระจายข่าวหรือ
แสดงออกในประเด็นต่าง ๆ มีความรวดเร็วในการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร อีกทั้งแพลตฟอร์มทวิตเตอร์
เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันก็ยังคงเป็นที่
นิยมมีการใช้ในการติดตามศิลปิน พุดคุยประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมได้อย่างอิสระ มีการใช้ยอด
ติดตามหรือยอดเอนเกจเมนต์ให้เกิดประโยชน์นอกจากการโปรโมทและแชร์ข่าวสารศิลปินและยัง

ช่วยกระจายข่าวสารประเด็นทางสังคมอื่น ๆ ได้อีกด้วย โดยมีผู้ติดตามที่เห็นด้วยและสนับสนุนการกระจายข่าวสารเหล่านี้เข้ามาติดตามเพิ่มมากขึ้นนอกจากจะได้กระจายข่าวสารและยังเป็นการแสดงพลังและความร่วมแรงร่วมใจของแฟนคลับวง NCT ให้กับสังคมได้เห็นอีกด้วย รวมไปถึงการกระจายข่าวผ่านแฟนฟิคชันก็เป็นผลดีสำหรับผู้ที่ไม่ได้ติดตามข่าวประเด็นทางสังคม แต่จะเห็นข่าวผ่านแฟนฟิคชัน ผ่านนักเขียนที่มีการอัปเดตข่าวในแฟนฟิคชัน ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

ความเร็วในการแชร์ และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีการอัปเดตเหตุการณ์แบบนาทีต่อนาที ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวข่าวสาร ความเคลื่อนไหวอะไรที่กำลังเป็นที่นิยม เราสามารถรับรู้ได้อย่างง่ายดาย เพราะปกติบ้านเบสหรือแฟนคลับด้วยกันก็ใช้ทวิตเตอร์อยู่ตลอดพอมีข่าวหรือเรื่องราวเหตุการณ์ใดที่กำลังเป็นประเด็นในช่วงนั้น ทั้งกลุ่มบ้านเบสและแฟนคลับก็ช่วยกันแชร์ และเราสามารถรับรู้ได้ผ่านการติดตามแฮทแท็กนั้น ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 1)

คิดเป็นผลดีสำหรับผู้ที่ไม่ได้ติดตามข่าวสารตลอดเวลาจะอีกอย่างบางครั้งเราก็ไม่ได้เข้าแท็กดูข่าวสารตลอดเวลามันเห็นไม่ทั่วถึง แต่ถ้ากระจายในแฟนฟิคของเราด้วยมันจะเห็นได้ทั่วถึงเลยคะสำหรับผู้ติดตามเรา (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 2)

ถ้าสำหรับมุมมองของเรามองว่าสร้างผลดีด้วยซ้ำ ถ้าว่ามันมีใหม่คนที่เป็นแฟนคลับที่สนใจเฉพาะนักร้องไม่เข้าใจไม่พอใจ มันมีอยู่แล้ว แต่ถ้าเท่าที่เห็นในการที่บ้านเบสหรือกลุ่มแฟนคลับออกมากระจายข่าวสาร คนที่ออกมาต่อต้านแทบจะไม่มีหรือมีแค่เพียงไม่กี่แอค ส่วนใหญ่คิดว่าโชคดีที่ทุกคนให้ความสนใจและสนับสนุนการกระจายข่าวสารของบ้านเบสหรือกลุ่มแฟนคลับด้วยกัน และด้วยเด็ก Gen ใหม่ที่เรามองว่าเค้าสนใจประเด็นทางสังคม คุณภาพชีวิตมากยิ่งขึ้น เลยเป็นผลดีต่อการกระจายข่าวสารในกลุ่มทวิตเตอร์ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 7)

ปัจจุบันสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ก รวมถึง ทวิตเตอร์ ถือเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยม และมีอิทธิพลเป็นอย่างมากในสังคมเรา เพราะแทบจะทุกเพศทุกวัย ให้ความสนใจกับโลกโซเชียล ไม่ว่าจะติดตามข่าวสารบ้านเมือง ติดต่อสื่อสารกัน เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 8)

ผลดีคือ ข่าวสารถูกกระจายออกไปวงกว้าง รวดเร็วและเข้าถึงง่าย สะดวกต่อการอ่านและติดตามสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ณ ขณะนั้นได้อย่างใกล้ชิด (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 10)

มีแต่ผลดีค่ะ แฟน ๆ ส่วนใหญ่จะเข้าใจที่เราจะสื่อสารไม่เคยมีปัญหาเรื่องการแสดงออกที่มากเกินไปหรือประเด็นที่ไม่เห็นด้วยค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 1)

ในมุมมองที่เป็นแฟนคลับได้เป็นแอดมินบ้านเบสเรารู้สึกยังไงบ้าง ที่เห็นบ้านเบสอื่น ๆ ออกมาเรียกร้อง รู้สึกดีใจ เพราะแบบว่าไม่ได้มีแค่เราที่อยากกระจายข่าวสารอยู่ตัวคนเดียวคนอื่นเค้าก็สนับสนุนในการกระจายข่าวสารตรงนี้ด้วยบ้านเบสหลาย ๆ บ้านก็ออกมากระจายข่าวสาร ส่วนตัวนะมันดีมากที่เห็นอะไรแบบนี้การร่วมแรงร่วมใจกัน เราอยากเห็นประเทศเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นนะ ก็คือแบบว่าก็รู้สึกดีที่ไม่ใช่แค่ตัวเราแต่เราก็มีกลุ่มแฟนคลับที่พร้อมที่แบบว่าจะไปกับเรา ชัฟพอร์ดเรา พร้อมจะสู้ไปด้วยกันเพื่อที่แบบว่ามันจะเห็นอะไรเปลี่ยนแปลงขึ้นเหมือนแฟนคลับก็เป็นกลุ่มหนึ่งที่มันสะท้อนกลับมาว่าเราไม่ได้แบบสนใจแค่ศิลปินเราก็งัยตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ในสังคมด้วย (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 5)

ส่วนใหญ่เห็นด้วยเยอะมาก พอบ้านทวิตข่าวสาร หรือรีทวีตข่าวสาร มากกลุ่มแฟนคลับที่ติดตามก็ช่วยกันกระจายข่าวต่อ ๆ กันไป ความร่วมแรงร่วมใจช่วยกันกระจายข่าวสาร อีกอย่างคิดว่า คนไปมีอบไปเรียกร้องต่าง ๆ เค้ายอมเสียสละไป เราแค่ออยู่ในโลกออนไลน์มียอดเอนเกจในมือ

แล้วทำไมเราจะช่วยกระจายข่าวไม่ได้ ถ้าแค่กลัวคนไม่พอใจ ทั้งที่เป็นส่วนน้อย ไม่มีอะไรเกิดประโยชน์เลย ถ้ามันแตกแล้วโดนว่านั่นนี่คนที่ไม่ชอบเค้ารู้สึกว่าเราอีก เลยคิดว่าเราสามารถที่จะช่วยตรงนี้ได้เราก็จะช่วยให้ถึงที่สุด (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 7)

เท่าที่เห็นก็มีแต่ผลดีนะคะ คือว่าเหมือนทุกคน ก็มีหลายบทบาทใช้ใหม่คะ มีหลายหน้าที่อย่างตัวเราเองเป็นทั้งพนักงานออฟฟิศด้วยเป็นทั้งนักเรียนด้วยเราก็เป็นคนไทยคนหนึ่งเหมือนกันที่แบบว่ามีหน้าที่ต่าง ๆ ต้องทำ หน้าที่ที่เป็นบ้านเบสศิลปินบ้านหนึ่ง ทำหน้าที่แอดมินบ้านเบส เรารู้สึกการที่คุณจะถอดหน้ากากความเป็นแอดมินบ้านเบส ที่ต้องเป็นแอดมินที่อัพแต่เรื่องศิลปิน มาช่วยกระจายข่าวสารเรื่องการเมืองไทย เราก็เป็นคนไทยคนหนึ่งเหมือนกันไม่ใช่เรื่องที่ผิดนะคะ คนเราก็ต้องแบบมีหลากหลายบทบาท เราก็เป็นคนไทยด้วยที่แบบว่าอยากเห็นประเทศเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นและสามารถกระจายข่าวสารศิลปินที่เราชอบไปด้วยได้ ในเมื่อเรามียอดเอ็นเกจในมือเราก็ใช้ยอดหน้าทามไลน์ตรงนี้ให้เป็นประโยชน์โดยก่อนจะกระจายข่าวสารหรืออัปเดตสถานการณ์ทางการเมืองต่าง ๆ เราก็ได้มีการพูดคุยกันในกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีแฟนคลับเห็นด้วยและสนับสนุนในส่วนตรงนี้ที่บ้านออกมากระจายข่าว ยิ่งกลุ่มแฟนคลับที่ติดตามคิดเห็นเป็นไปแนวทางเดียวกันกับเราแล้วทำไมเราถึงต้องไม่ใช่โอกาสตรงนี้จะคะ เรามองว่าเราใช้โอกาสตรงนี้ในการกระจายข่าวสารมีคนรับรู้ข้อมูลเพิ่มเติมเพิ่มขึ้นซึ่งเราคิดว่ามันดีมากคะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 8)

มีทั้งผลดีและผลเสีย ผลดีคือจะมีผู้ติดตามที่เห็นด้วยและสนับสนุนการกระจายข่าวสารเหล่านี้เข้ามาติดตามเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันผลเสียคือผู้ติดตามบางกลุ่มที่ต้องการเฉพาะข่าวสารเกี่ยวกับนักร้องเท่านั้น ก็จะเลิกติดตามกันไปเพราะรู้สึกว่าไม่ใช่สิ่งที่ตัวเองต้องการ แต่ส่วนตัวการกระจายข่าวผ่านแฟนฟิคไม่ได้ส่งผลเสีย

แต่อย่างไร ผู้ติดตามไม่ได้ลดลงแต่กลับมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น (ผู้ให้
สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 10)

ในส่วนของผลเสีย ทางกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมองว่า เมื่อมีกลุ่มแฟนคลับที่
เห็นด้วยกับการกระจายข่าวสารประเด็นทางสังคมต่าง ๆ รวมไปถึงในขณะเดียวกันผลเสียคือ
ผู้ติดตามบางกลุ่มที่ต้องการติดตามเฉพาะข่าวสารเกี่ยวกับนักร้องเท่านั้น ก็จะเลิกติดตามหรือ
อาจจะรู้สึกไม่เห็นด้วยและไม่พึงพอใจเพราะรู้สึกว่าไม่ใช่สิ่งที่ตนต้องการ อีกทั้ง การกระจาย
ข่าวสารต้องมีการตรวจสอบข่าวสารให้ดีไม่ให้เกิดความผิดพลาดที่นำมาสู่ความเข้าใจผิดต่าง ๆ
เนื่องจากข่าวสารบนทวิตเตอร์ถูกแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วโดยที่บางข่าวอาจจะไม่ได้ถูก
กลั่นกรอง ผิดพลาด ตกหล่น จึงควรใช้วิจารณญาณในการเสพข่าวต่าง ๆ ก่อนที่จะมีการส่งต่อหรือ
แชร์ข่าวสารข้อมูลต่อไป ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

ผลเสียเรามองว่าบางครั้งข่าวสารถูกแพร่กระจายไปอย่าง
รวดเร็วจนขาดความน่าเชื่อถือ เนื่องจากข่าวสารบนทวิตเตอร์ถูก
แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วโดยที่บางข่าวอาจจะไม่ได้ถูกกลั่นกรอง
ผิดพลาด ตกหล่น เราจึงควรใช้วิจารณญาณในการเสพติด (ผู้ให้สัมภาษณ์
แอดเคาท์แฟนคลับคนที่ 2)

ผลเสียคือ จากการที่ข่าวสารมันถูกกระจายไปอย่างรวดเร็วถึง
บางครั้งอาจจะมีข้อผิดพลาดหรือการบิดเบือนได้ รวมทั้งอาจจะผ่านการ
กลั่นกรองที่ไม่ถี่ถ้วนจนทำให้ผู้รับสารได้ข่าวสารที่ไม่ครบถ้วนเพียงพอ
หรืออาจจะไม่ตรงกับข้อเท็จจริงในบางครั้ง (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอดเคาท์
แฟนคลับคนที่ 10)

อาจจะมีแฟนคลับที่สนใจเฉพาะนักร้องไม่เข้าใจไม่พอใจบาง
คนไม่ได้อยากตามข่าวการเมืองเลยทำให้มีการแบบออกมาทวิตบ่น ๆ
แต่ก็ให้เห็นคือส่วนน้อยมาก ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 4)

อาจจะมึะ แต่ทางเรามองว่า แต่ละคนต่างก็มีความคิดเห็น
ต่างกันนะ ในส่วนนี้เรามองว่าขึ้นอยู่กับตัวแอดมินและบ้านเบสเองด้วยว่า
พร้อมที่จะรับความคิดเห็นที่โดนตรงนั้นไหม และตัวบ้านเองก็มีการ

พูดคุยกับกลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่ว่าเห็นด้วยกับการกระจายข่าวสาร
ใหม่ แต่เท่าที่เจอมานะคะ แฟนคลับออกมาเรียกร้องให้บ้านเบสช่วยกัน
กระจายสารมากกว่าต่อต้านการกระจายข่าวสารของบ้านเบสค่ะ (ผู้ให้
สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

จากเก็บรวบรวมข้อมูลจากแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านวง NCT ได้ข้อสรุปว่า
ปฏิบัติการในการกระจายข่าวสารผ่านทางแอคเคาท์ทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง
NCT มีทั้งผลดีและผลเสีย แต่โดยส่วนใหญ่ทั้งกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมองมีผลดีมากกว่าและ
ปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับสามารถช่วยเหลือสังคมได้และยังเป็นการแสดงผลและความร่วม
แรงร่วมใจของแฟนคลับวง NCT ให้กับสังคมได้เห็นอีกด้วย ในส่วนของผลเสีย กลุ่มแฟนคลับและ
บ้านเบสมองว่าข้อมูลที่มีการนำมากระจายข่าวต่าง ๆ ต้องมีการตรวจสอบที่มา และมีการกรอง
ข้อมูลเพื่อป้องกันความผิดพลาดในข้อมูลที่มีการกระจายข่าวในรูปแบบต่าง ๆ

จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่าปฏิบัติการหรือกระบวนการการรวมตัวกันเป็นกลุ่มของแฟนคลับ
วง NCT ในการแสดงออกในประเด็นทางสังคม จากจุดเริ่มต้นในการชื่นชอบและติดตามผลงาน
ศิลปินวง NCT โดยใช้กระบวนการการรวมตัวเป็นกลุ่ม การสื่อสารภายในกลุ่ม ในการติดตาม
ข่าวสารนำไปสู่การแสดงออกและปฏิบัติการในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม โดยสามารถสรุปได้ 3
ประการดังต่อไปนี้

1 จุดเริ่มต้นในการติดตามและกระจายข่าวสารต่าง ๆ ของแอคเคาท์ทวิตเตอร์ศิลปินวง
NCT ศิลปิน สูจุดเปลี่ยนในการแสดงออกหรือกระจายข่าวสารในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม การ
แสดงออกของกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีจุดเริ่มต้นจากกลุ่มแฟนคลับ มีการติดตามศิลปินวง NCT
รวมไปถึงบ้านเบสของวง NCT ซึ่งแต่ละบ้านจะทำหน้าที่ในการกระจายข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของ
ศิลปินเป็นหลัก แต่เนื่องจากการเคลื่อนไหวและเรียกร้องประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เพิ่มขึ้นอย่าง
รวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จากเหตุการณ์การรายงานข่าวที่ไม่เป็นไปตามสถานการณ์
ความจริงที่เกิดขึ้น นำไปสู่แฮชแท็กการแบนสื่อต่าง ๆ ในทวิตเตอร์ ส่งผลให้ประชาชนเกิดความไม่
ไว้วางใจในการทำงานของสื่อ อีกทั้งรัฐยังจำกัดสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ จาก
ประเด็นดังกล่าวทำให้กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีการกระจายข่าวสารข้อมูลในรูปแบบ
ต่าง ๆ รวมไปถึงการทวิตข่าวสารแลกเปลี่ยนมุมมองความรู้และแสดงความคิดเห็นในประเด็นทาง
การเมือง คุณภาพชีวิต ความรุนแรงทางเพศ และประเด็นอื่น ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการใช้แอค
เคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับที่มียอดติดตามของกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเป็นจำนวนมากประกอบกับการ
มียอดเอนเกจเมนต์ต่าง ๆ เป็นส่วนช่วยในการกระจายข่าวสารประเด็นทางสังคมผ่านแพลตฟอร์ม

ทวิตเตอร์มากยิ่งขึ้น โดยเป็นการกระจายข่าวสารที่รวดเร็วเข้าถึงง่ายและสามารถช่วยให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่นได้

2 กระบวนการและวิธีการการรวมกลุ่ม และขั้นตอนในการการกระจายข่าวสาร นำไปสู่ปฏิบัติการในการแสดงออก โดยกระบวนการหรือวิธีการการรวมกลุ่มของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT สามารถสรุปได้ เป็น 3 ประการดังต่อไปนี้

ประการที่หนึ่ง มีจุดเริ่มต้นจากบุคคลที่ชื่นชอบศิลปินวง NCT และมีความสนใจในการติดตามข่าวสารผลงานศิลปินเหมือนกัน มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน

ประการที่สอง ในกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีบ้านเบสเป็นผู้ส่งสารหรือตัวกลางให้กับแฟนคลับที่ติดตามเพื่อรวมตัวกันจัดทำกิจกรรมหรือจัดโปรเจกต์ต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งของกลุ่มแฟนคลับ

ประการที่สาม มีการพูดคุยในหลากหลายประเด็นนอกจากประเด็นที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง NCT รวมถึงประเด็นที่บ้านเบสหลาย ๆ บ้านและนักเขียนต่าง ๆ ในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ออกมากระจายข่าวส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับเมื่อมีการรวมกลุ่มจะมีการนำประเด็นดังกล่าวมาพูดคุยแลกเปลี่ยน รวมทั้งประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตหรือส่งผลกระทบต่อติดตามศิลปินเกาหลี เช่น เรื่องการออกมากระจายข่าวสารของบ้านเบสศิลปินในการเรียกร้องทางการเมือง คุณภาพชีวิตกับการตั้ง ค่าแรงขั้นต่ำกับนโยบายรัฐบาลกับราคาบัตรคอนเสิร์ต เป็นต้น

เมื่อมีการรวมตัวเป็นกลุ่มเกิดขึ้น ส่งผลให้บ้านเบสของกลุ่มแฟนคลับวง NCT หลาย ๆ บ้านจำเป็นต้องมีวิธีการบริหารจัดการในการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มแฟนคลับ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการสื่อสารภายในกลุ่มเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมหรือโปรเจกต์ต่าง ๆ 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- (1). เริ่มต้นจากบ้านเบสมีการคิดโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ
- (2). มีการวางแผนในการดำเนินงาน
- (3). สอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มแฟนคลับในทวิตเตอร์ ผ่านแบบฟอร์มต่าง ๆ
- (4). กลุ่มบ้านเบสมีการดำเนินการประชาสัมพันธ์โปรเจกต์ผ่านรูปแบบต่าง ๆ
- (5). มีการนัดเวลาเทรนแฮชแท็กที่ใช้ในช่วงการจัดโปรเจกต์
- (6). ภายหลังจากเสร็จสิ้นโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ทางบ้านเบสก็จะมีการ

ดำเนินการชี้แจงบัญชีรายรับ-รายจ่ายต่าง ๆ และเมื่อมีการรวมกลุ่มสู่การแสดงออกในประเด็นทางสังคมผ่านรูปแบบต่าง ๆ จนเกิดปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT

3 ปฏิบัติการและผลจากการปฏิบัติการการแสดงออกของกลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT

จากกระบวนการการรวมตัวของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT นำไปสู่ปฏิบัติการในการแสดงออกบนพื้นที่ทางกายภาพที่แสดงให้เห็นถึงมิติหรือความคิดเห็น ในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม ของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT โดยทางกลุ่มบ้านเบสมีการจัดโปรเจกต์และกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลา 1- 2 ปีที่ผ่านมา โปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เห็นได้ชัดเจนและแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ มี 2 ประเด็นดังต่อไปนี้ 1. การจัดทำโปรเจกต์และกิจกรรมต่าง ๆ 2. การบริจาคช่วยเหลือสังคม จากการรวมกลุ่มของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ในการทำโปรเจกต์และการบริจาคต่าง ๆ ได้ผลตอบแทนจากกลุ่มแฟนคลับที่ส่งผลต่อสังคมอย่างชัดเจนโดยยอดบริจาคมียอดโอนเงินเพิ่มเป็นจำนวนมากขึ้นเพราะมีการนำไปทำบุญในมูลนิธิต่าง ๆ มีการนำเงินที่ได้ไปช่วยเหลือสังคมมากขึ้นซึ่งแฟนคลับมองว่านอกจากได้ช่วยโปรโมทศิลปินแล้วยังได้ทำบุญร่วมกับศิลปินที่ชอบ ได้รับแรงกายแรงใจที่ดีกลับมา รวมไปถึงร้านค้ารายย่อยและรถสองแถวต่าง ๆ ที่ได้รับเงินจากการติดโปรเจกต์ศิลปิน กลับมามีรายได้จากการบริการของกลุ่มแฟนคลับที่ไปตามเก็บโปรเจกต์ศิลปินรวมไปถึงร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ มีรายได้เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

ดังนั้นจากการทำกิจกรรมและโปรเจกต์ต่าง ๆ ของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT นำมาสู่ผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติการแสดงออกของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ซึ่งมีทั้งผลดีและผลเสีย แต่จากการสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า โดยส่วนใหญ่ทั้งกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมองว่าปฏิบัติการดังกล่าวของแอคเคาท์ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT สร้างผลดีมากกว่าซึ่งปฏิบัติการดังกล่าวของกลุ่มแฟนคลับสามารถช่วยเหลือสังคมได้และยังเป็นการแสดงพลังและความร่วมแรงร่วมใจของแฟนคลับวง NCT ให้กับสังคมได้เห็นอีกด้วย ในส่วนของผลเสีย กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมองว่าข้อมูลที่มีการนำมากระจายข่าวต่าง ๆ ต้องมีการตรวจสอบที่มา และมีการกรองข้อมูลเพื่อป้องกันความผิดพลาดในข้อมูลที่มีการกระจายข่าวในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น



ภาพประกอบ 10 สรุปรกระบวนการนำมาสู่ปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของ ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

ที่มา : ผู้วิจัย. (2566).

4.2 รูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

4.2.1 การใช้พื้นที่ทวิตเตอร์ในการกระจายข่าวสารประเด็นทางสังคมในกลุ่ม แอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล พบว่า ทวิตเตอร์ เป็นพื้นที่ออนไลน์ในการรวมกลุ่ม และการสื่อสารกันของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในการติดตามข่าวสาร การแสดงออก รวมไปถึงการทำกิจกรรมและทำโปรเจกต์ต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า จากการรวมกลุ่มบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในการติดตามศิลปินวง NCT นำไปสู่การแสดงออกและปฏิบัติการต่าง ๆ ในประเด็นทางสังคม บนพื้นที่ทางกายภาพ ที่แสดงให้เห็นถึงมติหรือความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านการจัดทำโปรเจกต์ และ การบริจาคช่วยเหลือต่าง ๆ ของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ผ่านการผสมผสานจากพื้นที่ออนไลน์สู่พื้นที่ออนไลน์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล พบว่า สื่อโซเชียลมีเดียบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ เป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารหรือรวมตัวกันในการดำเนินกิจกรรมหรือโปรเจกต์ต่าง ๆ ซึ่งหนึ่งกลุ่มที่มีพื้นที่และการใช้โซเชียลมีเดียในการรวมตัวและดำเนินกิจกรรมเป็นหลักคือ กลุ่มแฟนคลับ โดยเฉพาะกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่มีการรวมตัวและดำเนินกิจกรรมและโปรเจกต์ต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นหลัก รวมไปถึงการใช้พื้นที่แอค

เค้าทวิตเตอร์ในการพูดถึงประเด็นสังคมการเมืองและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคคลอื่น ๆ ด้
รับรู้ ซึ่งจากการสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มแอดเค๊าท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT
มองว่าจุดเด่นของทวิตเตอร์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประการ ดังต่อไปนี้

1 ทวิตเตอร์เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมและมีอิทธิพลเป็นอย่างมาก มีการใช้งานที่
ไม่ซับซ้อน มีการเผยแพร่ส่งต่อข้อมูล รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้น ๆ
ที่กำลังเกิดขึ้นผ่านรูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือสามารถติดตามข้อมูลผ่านแฮชแท็กต่าง ๆ
ทำให้การส่งสารหรือติดตามข้อมูลเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และทันต่อประเด็นข่าวสารหรือ
เหตุการณ์ที่กำลังเป็นกระแสหรือได้รับความนิยม ณ ขณะนั้นได้อย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมี
การแสดงออกหรือการกระจายข่าวสารในประเด็นทางสังคมต่าง ๆ ที่เป็นเหตุการณ์หรือ
สถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลานั้น โดยจะเห็นได้ว่าแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มีส่วนสำคัญมาก ๆ ใน
การกระจายข่าวสารที่ต้องการความรวดเร็ว เช่น การนัดรวมพล ส่วนใหญ่มีการนัดสถานที่และ
เวลาผ่านทางทวิตเตอร์ หรือเหตุการณ์การชุมนุมต่าง ๆ ก็ยังสามารถที่จะเคลื่อนไหวได้ผ่านทาง
ทวิตเตอร์ ซึ่งการเคลื่อนไหวบนทวิตเตอร์สามารถก่อให้เกิดความต่อเนื่องและหล่อเลี้ยงพลังในการ
เคลื่อนไหวได้ นอกจากนี้ยังเป็นกลไกในการเผยแพร่ความเข้าใจและความสนใจที่หลากหลาย
รวมถึงประเด็นที่ไม่สามารถอยู่ในสื่อกระแสหลักได้ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

ทวิตเป็นแพลตฟอร์มที่เล่นง่าย สื่อสารง่าย การกระจายข่าวรวดเร็ว
อยู่แล้วโดยการทวิตทำให้ง่ายต่อการกระจายข่าวค่ะ ถือเป็นแพลตฟอร์ม
ที่ดีมาก ๆ ค่ะ อีกอย่างตัวเราคิดว่า บ้านเบสก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้แฟน
คลับมีการตระหนักถึงการกระจายข่าวสารหรือติดตามข่าวสาร ปกติเรา
ก็ไม่ได้ตามข่าวขนาดนั้น แต่พอเข้าทวิตมาเจอบ้านเบสทวิตข่าวหรือรี
ข่าวต่าง ๆ มาเราก็อ่านจากบ้านเบส เยอะเหมือนกันค่ะ อีกอย่างเรารู้สึก
มีส่วนร่วมไปด้วยเหมือนแบบขนาดบ้านเบสยังช่วยมันเหมือนเป็นสิ่งที่
ย้ำเตือนเราด้วยเหมือนกันค่ะว่าเราไม่ควรนิ่งเฉย (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้าน
เบสคนที่ 1)

ปัจจุบันสื่อสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะ ทวิตเตอร์ นั้นเป็นพื้นที่ที่
ได้รับความนิยมและค่อนข้างจะเข้ามามีอิทธิพลเป็นอย่างมากในสังคม
เรา เพราะแทบจะทุกเพศทุกวัย มีการสื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวัน

ไม่ว่าจะติดตามข่าวสารบ้านเมือง ติดต่อสื่อสารกัน เนื่องจากสะดวก รวดเร็ว เช่น ข้อดี (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 3)

2 ทวิตเตอร์เป็นแพลตฟอร์มที่มีเครื่องมือและกลไกที่น่าสนใจอย่าง รีทวิต เทรนด์แฮชแท็กซึ่งทำให้ทุกคนกลายเป็นผู้ผลิตหรือเป็นผู้ริเริ่มในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคมได้ โดยการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นทางสังคมต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่มีความเข้าใจในการใช้กลไกต่าง ๆ และตระหนักถึงการพูดคุยและแลกเปลี่ยนประเด็นต่าง ๆ เป็นผลมาจากการที่ศิลปินถูกเอาเปรียบโดยต้นสังกัด ถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว รวมถึงการบูลลี่ต่าง ๆ การโกงอัลบั้ม การ์ดศิลปิน และราคาบัตรคอนเสิร์ตที่มีราคาแพงขึ้นเรื่อย ๆ แฟนคลับวง NCT มีความสนใจและตระหนักในประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้ นำไปสู่การพูดคุยถึงประเด็นต่างในสังคมมากยิ่งขึ้น และหลังจากนั้นเป็นต้นมาหลาย ๆ บ้านก็เริ่มมีการทวิต ประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เกิดขึ้น รวมถึงเรื่องการเมือง การชุมนุมต่าง ๆ และการสลายการชุมนุมที่มีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีการโพสต์ข้อความผ่านทางแอคเคาท์ทวิตเตอร์บ้านเบสรวมไปถึงกลุ่มแฟนคลับก็เป็นส่วนหนึ่งในการไปร่วมชุมนุมและพบเจอกับเหตุการณ์สลายการชุมนุม นำมาสู่การกระจายข่าวสาร ซึ่งแอคเคาท์บ้านเบสไม่ได้กระจายข่าวสารแค่ 1 บ้าน แต่มีการกระจายข่าวสารกันหลากหลายบ้าน และสิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำที่เป็นธรรมชาติของแฟนคลับวง NCT คือเมื่อแอคเคาท์บ้านเบสทวิตข้อความต่าง ๆ เมื่อแฟนคลับที่ติดตามเห็นเข้าก็เริ่มรีทวิตในประเด็นนั้น ๆ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

ทวิตเตอร์มีความรวดเร็วในการส่งต่อข้อมูลต่าง ๆ และรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีการอัปเดตเหตุการณ์แบบนาทีต่อนาที ทั้งข่าวสารความเคลื่อนไหวอะไรที่กำลังเป็นที่สนใจ ทวิตเตอร์จะเป็นที่ที่ทำให้เราทันต่อข่าวสารได้อย่างง่ายดาย เรื่องราวเหตุการณ์ใดที่กำลังเป็นประเด็นที่น่าสนใจหรือถูกพูดถึงในช่วงนั้น เราสามารถรับรู้ได้ผ่านการติดตามแฮชแท็กหรือที่เรียกกันว่า เทรนด์ แค่ว่าก็เข้าไปตามแฮชแท็กต่าง ๆ เพียงแค่นี้ก็ไม่ตกข่าวแล้ว อย่างบ้านเองก็มีการไปลงพื้นที่จริงไปมีอบโดนสลายการชุมนุม ยิ่งสำนักข่าวไม่ออกข่าวเท่าที่ควร ทางบ้านเลยมองว่าควรจะใช้ยอดฟอลที่บ้านมีในการทำอะไรซักอย่าง โดยทางบ้านก็

ทวิต เปิดรับบริจาคสนับสนุนมีอบต่าง ๆ มีการและมีการพูดคุยกับบ้านอื่น ๆ ด้วยค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 1)

เรามองว่ามันมีจุดเปลี่ยนหลาย ๆ อย่าง อย่างปกติแฟนคลับวง NCT ก็จะมีการพูดคุยเกี่ยวประเด็นที่เกิดขึ้นกับศิลปินทั้งในเรื่องของชาตชน เรื่องการเอาเปรียบศิลปินและการทรีตหรือดูแลศิลปินไม่ดีของค่าย เรื่องศิลปินโดนบูลลี่ โดนละเมิดสิทธิส่วนบุคคลต่าง ๆ รวมถึงบ้านเบสศิลปินเค้ามองว่านอกจากแฟนคลับในไทยที่ติดตามเป็นจำนวนมากยังมีแฟนคลับต่างประเทศที่คอยช่วยรียทวิต ช่วยโดนเนทช่วยเหลือเวลาที่บ้านเปิดรับโดนเนทต่าง ๆ รวมถึงการแปลข่าวกระจายข่าวประเด็นทางสังคมที่เกิดขึ้น เป็นภาษาต่างประเทศ เพื่อกระจายข่าวสารข้อมูล เช่น ข่าวมีอบ ที่มีการสลายการชุมนุมที่รุนแรง การคนถูกอุ้มหายและมันขัดต่อหลักสิทธิมนุษยชน การโกงอัลบั้ม การ์ดศิลปิน และราคาบัตรคอนเสิร์ตที่แพงสวนทางกับแรงงานขั้นต่ำ เป็นต้น บางครั้งการกระจายข่าวสารผ่านทวิตเตอร์เป็นรับส่งสารที่รวดเร็วอย่างกลับกันถ้าเป็นข่าวต่างประเทศแต่เราเห็นบ้านเบสต่างประเทศรีทวิตมาเราก็ช่วยเค้ากระจายข่าวและทำให้เรารับรู้ข่าวสารและช่วยเหลือได้มากขึ้นค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

ในส่วนของทวิตเตอร์ เรามองว่าการรีทวิตมันทำให้ข่าวสารถูกกระจายออกไปเร็ว ด้วยกับความเป็น ออร์จินัลของทวิตเตอร์อยู่แล้วที่ข่าวมักจะโดนแพร่กระจายหรือส่งต่ออย่างรวดเร็ว และเป็นแพลตฟอร์มที่มีการใช้แฮชแท็กได้เกิดประโยชน์และมีพลังสูงมาก คนใช้งานแฮชแท็กเยอะมาก และแฮชแท็กมีความสำคัญกับทวิตเตอร์ เป็นของคู่กัน โดยปกติกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีการเทรนแฮชแท็กทวิตให้กับศิลปินเป็นประจำเลยกลายเป็นเรื่องง่ายที่จะจากการเทรนแฮชแท็กให้ศิลปินมาช่วยเทรนแฮชแท็กข่าวต่าง ๆ ทางสังคมไม่ว่า จะเป็นมีอบ การสลายการชุมนุม การลงชื่อสนับสนุน รวมถึง ตอนไฟไหม้กิ่งแก้ว น้ำท่วมต่างจังหวัด คือการกระจายข่าวสารผ่านทวิตเตอร์มันง่ายด้วยและเป็น

ของคู่กันกับกลุ่มแฟนคลับ แต่คนกรีทวิตครั้งเดียวสามารถส่งต่อหรือกระจายข่าวสารได้แล้ว ทวิตเตอร์เลยถือว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ส่งต่อข้อมูลง่ายนะ พร้อมกับเป็นแพลตฟอร์มที่ให้ความสำคัญกับข้อความคำพูด ยิ่งคนปัจจุบันเน้นอ่านหนังสือกันไม่เกินที่บรรทัด แพลตฟอร์มทวิตเตอร์เลยกลายเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก และคนอัปเดตกันเป็นเรียลไทม์ตลอดเวลา รวมไปถึงยังสามารถที่จะแนบคลิปรูปภาพ วิดีโอต่าง ๆ ได้อีกด้วย(ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 7)

ทางเราคิดว่ามีทั้งส่วนที่ดีและบางครั้งก็มีส่วนที่อาจทำให้เกิดปัญหาอย่างส่วนที่ดีคือ ทำให้ข่าวประเด็นทางสังคมเป็นที่ถูกพูดถึงมากยิ่งขึ้นมีคนให้ความสนใจกับสิ่งนี้มากขึ้น อย่างเช่นปัญหาน้ำท่วม หรือเกิดเหตุไฟไหม้ปกติทางจะรู้อะไรพวกนี้เราจะต้องฟังจากข่าวสารทางทีวี แต่พอมีการกระจายข่าวทางทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับมันทำให้ทราบได้เร็วขึ้นแล้วก็ติดตามสถานการณ์ได้ง่ายยิ่งขึ้นมากกว่าตามข่าวจากทางทีวี อีกอย่างถ้าหากไม่เกิดเหตุที่มันร้ายแรงมาก ๆ ก็จะไม่เบรกนิวส์ในทราบเลยซึ่งเรามองว่าบางเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นกับประเด็นทางสังคมบางอย่างมันควรที่จะมีเบรกนิวส์ เราเลยคิดว่าการที่กระจายข่าวทางทวิตเป็นช่องทางที่ทำให้ได้ติดตามข่าวได้ง่ายและคอยข้างเรียลไทม์ยกตัวอย่างช่วงที่มีเหตุการณ์การชุมนุมแล้วมีการโพสต์ รัทวิตข้อมูลหรือข้อความเดิมซ้ำ ๆ ในหลายแอคเคาท์บางอีกมันทำให้น้ำท่วมไลน์มันเจอแต่ข้อมูลเดิม ๆ แทนที่เราจะได้ข้อมูลที่ใหม่ขึ้นหรือรู้เหตุการณ์อย่างอื่นมากขึ้นก็กลายเป็นว่าต้องมาเจอที่ข้อมูลเดิม ๆ ตรงนี้เรามองว่ามันเป็นส่วนที่มีค่อนข้างเป็นปัญหาการรัทวิตหรือข้อมูลต่าง ๆ มันไม่ผิดแต่เราว่าควรที่จะเลือกสิ่งที่จำเป็น ไม่ใช่ข้อมูลที่ไหลตาม ๆ กัน (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 10)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าในช่วงระยะเวลา 1-2 จนถึงปัจจุบัน แอคเคาท์บ้านเบสของศิลปินวง NCT หลาย ๆ บ้าน รวมถึงแอคเคาท์แฟนคลับวง NCT มีการรัทวิตและกระจายข่าวสารประเด็น

ทางสังคม โดยเฉพาะเรื่องการเมือง เริ่มมีการขยายวงสนทนา ประเด็นถกเถียงต่าง ๆ รวมถึงเป็นสื่อกลางในการนำกลุ่มคนใหม่ ๆ เข้ามาสนใจข่าวสารมากยิ่งขึ้น และด้วยวัฒนธรรมการใช้งานทวิตเตอร์ของแฟนคลับวง NCT ที่มีความเชี่ยวชาญและถนัดในเรื่องการติดแฮชแท็ก เทรนทวิตเตอร์ต่าง ๆ อีกทั้งกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี อาจจะมีความเชี่ยวชาญในการใช้แฮชแท็กมากกว่าผู้ใช้งานทวิตเตอร์ทั่วไป เพราะโดยปกติกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีการเทรนแฮชแท็กให้กับศิลปินในการดำเนินกิจกรรมและการโปรโมทต่าง ๆ เป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ เป็นต้น

4.2.2 รูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT

รูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมมีมากมายหลายรูปแบบโดยแต่ละรูปแบบก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปของแต่ละกลุ่มโดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษากลุ่มแฟนคลับวง NCT บนแอคเคาท์ทวิตเตอร์ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่ามีรูปแบบการแสดงออกในประเด็นทางสังคมบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ของกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มี 5 รูปแบบ ดังต่อไปนี้ 1. การโพสต์ข้อความบนทวิตเตอร์ 2. การติดแฮชแท็ก 3. การรีทวีต 4. การแสดงออกผ่านแฟนฟิคชั่น 5. รูปแบบอื่น ๆ ดังนี้

1 การโพสต์ข้อความบนทวิตเตอร์

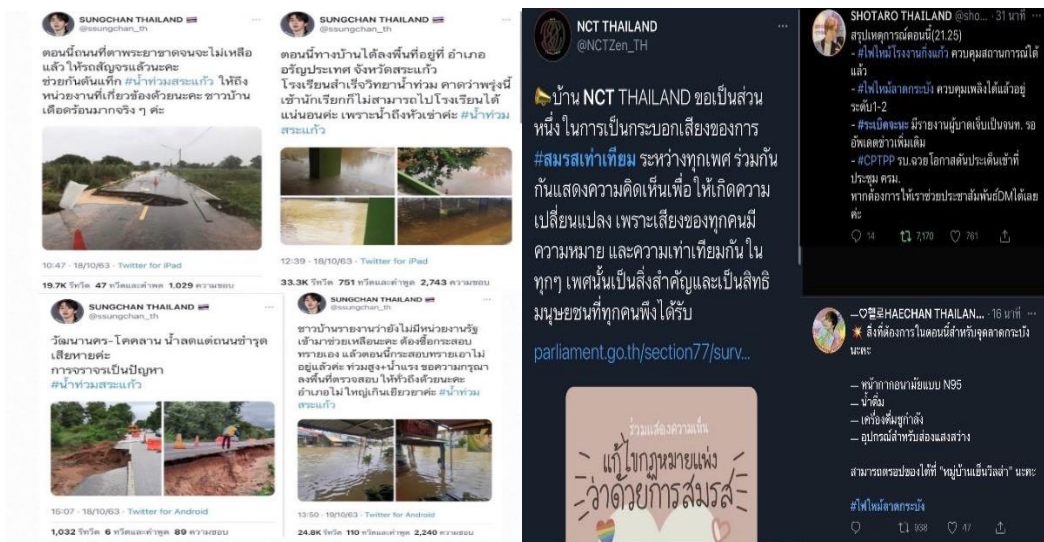
การกระจายข่าวสารผ่านรูปแบบการโพสต์ข้อความบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่มีการโพสต์ข้อความต่อ 1 ครั้งได้สูงสุดไม่เกิน 280 ตัวอักษร รวมถึงฟังก์ชันท่าเทรตที่สามารถทวิตได้หลาย ๆ ทวิตต่อกันในครั้งเดียว และฟังก์ชันโควตทวิตของผู้อื่นเพื่อแสดงความคิดเห็นของตนเองส่งผลให้ผู้ติดตามได้เห็นทวิตดังกล่าว เป็นต้น มีการโพสต์ข้อความทวิตที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง NCT มีการแสดงความคิดเห็นเรื่องประเด็นทางการเมืองและประเด็นข่าวสารต่าง ๆ ในสังคม โดยส่วนใหญ่กลุ่มแฟนคลับศิลปินวง NCT ที่สมัครแอคเคาท์ทวิตเตอร์จะไม่ค่อยใช้ชื่อและใบหน้าจริงรวมถึงผู้ใช้งานแอคเคาท์อื่น ๆ ด้วย ส่งผลให้เกิดการแสดงออกทางความคิดเห็นและการสร้างบทสนทนาอย่างตรงไปตรงมา ทั้งยังสร้างความสะดวกใจในการทักหาคนที่ไม่รู้จักหรือคุยกันมาก่อน เพื่อแชร์ประสบการณ์ ความรู้สึกร่วม และถกเถียงกันอย่างจริงจัง ในส่วนของบ้านเบสหรือแอคเคาท์ที่มียอดติดตามเป็นจำนวนมากบางครั้งมีแฟนคลับด้วยกันมีการฝากข้อความผ่านทาง Direct message (DM) หรือหมายถึงการส่งข้อความส่วนตัวหากัน เมื่อมีเหตุการณ์ให้ช่วยประชาสัมพันธ์หรือขอความช่วยเหลือ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ เหตุการณ์ในมือบหรือการชุมนุมต่าง ๆ เป็นต้น ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

เวลามีประเด็นเดือดร้อนอะไรส่วนมากแฟน ๆ จะช่วยกันโพสต์ประชาสัมพันธ์และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดีค่ะ เช่น มีไฟไหม้ น้ำท่วม ก็จะมีการฝากข้อความมาทาง dm เพื่อให้เราคอยช่วยประชาสัมพันธ์ค่ะอยู่ตลอดค่ะ โดยส่วนตัวมองว่าการโพสต์บนทวิตและสื่อสารออกไปช่วยในกระจายข่าวสารได้อย่างดีค่ะ ด้วยความที่เรามีผู้ติดตามพอสมควรเวลามีประเด็นอะไรก็จะสื่อสารให้คนระมัดระวังหรือให้ความช่วยเหลือได้พอสมควรค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 1)

การโพสต์ทวิตเตอร์ หากยกตัวอย่างจากโพสการกระจายข่าวช่วงที่มีการชุมนุม กระแสตอบรับค่อนข้างดีค่ะ หลายคนได้ตามข่าวอัปเดตจากทางแต่ละบ้าน และมีคนขึ้นชมบ้านเบสและแฟนคลับวง NCT ที่ได้ช่วยเป็นกระบอกเสียงให้ค่ะ เป็นการกระจายข่าวสารที่ค่อนข้างมีประสิทธิภาพมากค่ะ อย่างที่แจ้งเบื้องต้นว่ายอดฟลว.ของแต่ละบ้านค่อนข้างเยอะผู้รับสารที่เรากระจายจึงเยอะตามไปด้วย ทำให้ข้อมูลเข้าถึงคนจำนวนมากได้ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 10)

การโพสต์ข้อมูลต่าง ๆ ของบ้านเบสในส่วนนี้มองว่าการที่บ้านเบสออกมากระจายข่าวสารคือส่วนหนึ่งเค้าต้องมีการกรองข่าวสารมาอย่างดีเพราะอย่างน้อยชื่อแอดเค้าก็มีชื่อศิลปินอยู่การที่จะพูดคำหยาบหรือไม่กรองข่าวสารเพื่อที่ไม่ให้มันกระทบกับความเป็นหน้าตาของกลุ่มแฟนคลับศิลปิน เพื่อไม่ให้มีปัญหาด้านใดก็ตาม ส่วนใหญ่ก็จะเป็นการทวิตว่าตอนนี้เรามีประเด็นเกี่ยวกับทางสังคมอะไรมีมือบที่ไหน ให้ระวังอะไรบ้างบ้านเบสก็จะทวิตเอง โดยที่เค้าก็จะดูข้อมูลจากทางแอดออฟฟิเชียลของมือบบ้างหรือไม่ก็ใช้วิธีการทวิตแอดที่เค้าเป็นแกนนำมือบมาให้คนที่ฟอลเพื่อกระจายข่าวสาร และอาจจะมีการแสดงจุดยืนทางการเมืองที่สนับสนุนประชาธิปไตยอะไรแบบนี้ โดยที่ทางบ้านเบสก็พยายามที่จะตามให้ทันในหลากหลายประเด็นทางสังคม แต่ถ้าเค้ามีเวลาก็จะมาทวิตเรื่องอะไรแบบนี้ตลอดโดยเราที่เป็นแฟนคลับที่ทั้งโพสต์ทวิตข่าวต่าง ๆ

หรือติดตามข่าวก็รู้สึกดีใจที่บ้านเบสออกมาช่วยโพสช่วยกระจายข่าวอะไรแบบนี้ รู้สึกว่าเป็นตังคิลปินก็เคลื่อนไหวเรื่องการเมืองได้ เพราะการเมืองเป็นเรื่องของทุกคน (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 7)



ภาพประกอบ 11 รูปแบบการกระจายข่าวสารผ่านการโพสข้อความบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT

ที่มา: Twitter. (2564).

2. การติดแฮชแท็ก

แฮชแท็กมีจุดเริ่มต้นจากการใช้งานของแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ที่ต้องการกล่าวถึงเหตุการณ์หรือประเด็นที่กำลังเกิดขึ้นและเป็นกระแสในสังคมไทย โดยในแฮชแท็กอาจจะกล่าวถึงสถานที่ บุคคล หรือเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจอื่น ๆ ซึ่งคุณสมบัติพิเศษของแฮชแท็กคือ การทำให้ผู้ใช้งานแอคเคาท์ต่าง ๆ เข้าถึงเรื่องราวที่กำลังเป็นประเด็น ณ ขณะนั้นได้อย่างง่ายดาย เพียงแค่กดเข้าไปในแฮชแท็กหรือค้นหาแฮชแท็กนั้น ๆ ก็จะพบเจอกับข้อความที่แอคเคาท์อื่น ๆ กำลังกล่าวถึงหรือให้ความสนใจประเด็นเหล่านั้นเช่นเดียวกัน ซึ่งเมื่อมีการติดแฮชแท็กเป็นจำนวนมากจากแอคเคาท์ต่าง ๆ นำไปสู่การติดเทรนด์ หรือที่เรียกกันว่า ติดเทรนด์ทวิตเตอร์ หมายถึง ประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจอยู่เป็นหัวข้อสนทนาที่คนส่วนใหญ่พูดถึงกัน ณ ขณะนั้น โดยกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับวง NCT ในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ มีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการโพสข้อความพร้อมติดแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับคิลปินวง NCT ให้ติดเทรนด์ทวิตเตอร์เพื่อที่จะสามารถมองเห็นและ

เข้าถึงได้อย่างง่ายดาย เป็นการโปรโมทศิลปินให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น หรือเรียกกันในภาษาแฟนคลับว่า ตกคนเข้าด้อม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพลงใหม่ของวง รายการ รวมไปถึงการทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มแอดเค๊าท์แฟนคลับวง NCT มีการนำวิธีการรูปแบบดังกล่าวมาใช้ในการกระจายข่าวสาร และแสดงออกในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เกิดขึ้น เมื่อมีแอดเค๊าท์กลุ่มแฟนคลับวง NCT หลาย ๆ แอดเค๊าท์มีการโพสต์ติดแฮชแท็กประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม ในช่วงเวลาเดียวกันนำไปสู่การติดเทรนด์ทวิตเตอร์ทำให้หัวข้อหรือประเด็นเหล่านั้น ยิ่งมีการพูดคุยและได้รับความสนใจในวงกว้างมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงแอดเค๊าท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT หรือบุคคลอื่นทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นคนประเทศใดที่มีการใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ก็สามารถรับรู้หัวข้อหรือประเด็นดังกล่าวได้ผ่านแฮชแท็กและการติดเทรนด์ทวิตเตอร์ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

การติดแฮชแท็ก ตัวบ้านเบสมองว่า การติดแฮชแท็กในทวิตเตอร์ มีความรวดเร็วในการกระจายข่าวสารเป็นอย่างมาก มีการอัปเดตเหตุการณ์แบบนาทีต่อนาที ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวข่าวสาร ความเคลื่อนไหวกำลังเป็นประเด็นในช่วงนั้น เราสามารถรู้ได้ผ่านการติดตามแฮชแท็กหรือติดตามเทรนด์ทวิตนั้น ๆ อย่างเช่น #มีอบวันที่..... #ปล่อยเพื่อนเรา #น้ำท่วมสระแก้ว #ไฟไหม้กิ่งแก้ว #ปฏิรูปสื่อ และแฮชแท็กอื่น ๆ อีกมากมาย อีกอย่างดันแท็ก ติดแท็ก เทรนด์ทวิตต่าง ๆ มันเป็นอะไรที่ผูกติดหรืออยู่กับแฟนคลับมาตลอด อย่างปกติก็เทรนด์คัมแบค เพลงใหม่ รายการต่าง ๆ ครอบรอบการเดบิวต์ วันเกิดเมมเบอร์ อะไรพวกนี้แฟนคลับก็เทรนด์ติดแฮชแท็กเป็นประจำเพื่อจะตกคนเข้าด้อมยิ่งตกคนได้เยอะมีคนชื่อชอบศิลปินเราเยอะเท่าไร ศิลปินเราก็ยิ่งได้รับการชัพพอร์ตและดังมากขึ้น เป็นเป้าหมายของการทำบ้านเบสด้วย และเป้าหมายแฟนคลับด้วย เลยมองว่าพอเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมืองหรือเหตุการณ์น้ำท่วมไฟไหม้ต่าง แล้วพอบ้านเบสเริ่มด้วยแฟนคลับก็ช่วยกันติดแท็กยิ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับประชาธิปไตยมีอบอะไรแบบนี้ แฟนคลับเค้าก็มีแพชชั่นในการติดเทรนด์ติดแท็กกระจายข่าวสารอยู่แล้วคะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 3)

ทวิตพร้อมติดแฮชแท็ก กับลีเด็ดของกลุ่มแฟนคลับ คือ ช่วยดันแฮชแท็กให้ขึ้นเทรน ยกตัวอย่างข่าวที่ได้รับการทวิตเยอะ ๆ คือ ขาวน้ำท่วมที่แม่ฮ่องสอนมีบ้านแอดมินอยู่ที่นั่นจริง ๆ ค่ะ สามารถที่จะรู้ว่าสถานการณ์ที่นั่นจริง ๆ ตอนนี้เป็นยังไงค่ะ สามารถนำข้อมูลในจุดนั้นมาโพสต์เพื่อที่จะช่วยกระจายข่าวสารได้สำหรับเราเรามองว่าการใช้พื้นที่ทวิตเตอร์ในการโพสต์กระจายข่าวสาร ถ้าสื่อหลักทำหน้าที่ได้ดี บ้านเบสก็อาจจะไม่จำเป็นมากนัก ซึ่งตอนนั้นจะเห็นได้จากแฮ็ก #ปฏิรูปสื่อ เพราะจริง ๆ หน้าหลักของบ้านเบสก็เปิดมาเพื่อกระจายข่าวสารของศิลปินค่ะ แต่ด้วยความที่สื่อหลักเราไม่ได้รายงานข่าวสาร ไม่ได้ทำหน้าที่ของสื่อ เราก็เลยใช้จุดจุดนี้ของเราที่มีพื้นที่เล็ก ๆ ในมือ ในการช่วยกระจายข่าวสารค่ะ แต่สุดท้ายถ้าในสถานการณ์ปัจจุบันตอนนี้ ให้เราเลือกที่จะเมินเฉยเราก็ทำไม่ได้ เราหยุดนิ่งไม่ได้ เราคิดว่ายอดเอนเกจของบ้างจะช่วยกระจายข่าวสารได้บ้างค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

จะมีการนัดแนะเรื่องข้อความที่ใช้กระจายข่าว แฮชแท็ก และเวลาโพสต์พร้อมๆ กัน เพื่อให้ยอดเอนเกจเพิ่มขึ้นเยอะๆ ค่ะแล้วก็เพื่อให้แฮชแท็กติดเทรนคนจะได้เห็นเยอะ ๆ ค่ะ จริง ๆ เรามองว่าทุกรูปแบบสัมพันธ์กันหมดเลยค่ะ ก่อนจะทำโปรเจกต์ก่อนต้องมีการช่วยกันติดแฮชแท็ก หรือโพสต์ข่าว หรือรีทวีตต่าง ๆ วิธีการต่าง ๆ ใช้ด้วยกันได้หมดเลยค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอดเคาท์แฟนคลับคนที่ 5)



ภาพประกอบ 12 รูปแบบการกระจายข่าวสารผ่านการติดแฮชแท็ก เทนแฮชแท็กต่าง ๆ ของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่มา: Twitter. (2564).

3 การรื้อทวิตโพสต์ รูปภาพ และคลิปต่าง ๆ

การรื้อทวิตเป็นการกระจายข่าวสารที่ทำได้ง่ายและรวดเร็วที่สุดโดยเฉพาะจากแอคเคาท์หรือบ้านเบสวง NCT ที่มียอดผู้ติดตามเป็นจำนวนมากเมื่อมีการรื้อทวิตข้อความหรือข่าวสารต่าง ๆ ในเรื่องที่กำลังเป็นที่สนใจหรือกำลังเป็นประเด็นสำคัญในสังคม ข้อความที่รื้อทวิตนั้นก็จะเป็นไปแสดงให้ผู้ติดตามของแอคเคาท์นั้น ๆ ได้รับความรู้ด้วย แม้ว่าผู้ติดตามของแอคเคาท์นั้น ๆ จะไม่ได้สนใจหรือรับรู้เรื่องราวเหล่านั้นมาก่อน ก็จะสามารถเห็นข่าวนั้น ๆ ได้ โดยเฉพาะ แอคเคาท์ทวิตเตอร์บ้านเบสแฟนคลับวง NCT ที่มีการอัปเดตข่าวสารศิลปิน และมียอดผู้ติดตามแอคเคาท์เป็นจำนวนมาก ทั้งกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในประเทศไทยและต่างประเทศทั่วโลก โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า ยอดรีทวีตข่าวประเด็นทางสังคมต่าง ๆ ของบ้านเบสวง NCT เมื่อมีการโพสต์ทวิตเตอร์หรือรีทวีตข่าวสารรูปภาพ คลิปวิดีโอ ต่าง ๆ มีแอคเคาท์ในทวิตเตอร์รีทวีตข้อความหรือข่าวสารดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ทั้งแอคเคาท์ที่เป็นกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในประเทศไทยและต่างประเทศและแอคเคาท์ผู้ใช้งานอื่น ๆ โดยเฉพาะถ้ามีการติดแฮชแท็กจำนวนข่าวสารที่มีการรื้อทวิตกระจายข่าวสารหรือส่งต่อกันไปเรื่อย ๆ ก็จะทำให้เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

การรื้อทิวทัศน์ของกลุ่มแฟนคลับด้วยกันและกลุ่มแฟนคลับต่างชาติ อย่าง สมมุติว่าบ้านกระจายข่าวสาร 1 ข่าว มีคนติดตามบ้าน 50,000 คน อย่างน้อย 1 โฟลมีคนรี 2-3 หมื่น และคนที่ติดตามคน 2-3 หมื่นนั้น ก็มีการรื้อทิวทัศน์ต่อไปเรื่อย ๆ ส่งต่อกันเรื่อย ๆ เราคิดว่าเป็นการกระจาย ข่าวสารที่ดีและรวดเร็วมากค่ะ แค่เพียงไม่กี่นาที มีคนรับรู้ข่าวสารเป็น จำนวนมากได้อย่างรวดเร็วค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

การรื้อทิวทัศน์ ลงชื่อสนับสนุนอะไรซักอย่างคือตอนนั้นก็คิดแค่เรา ใช้อยอดเอนเกจยอดติดตามบ้านเบสเราให้คนที่ติดตามเราพลโล่เรา อยู่เค้าได้เห็นทิวทัศน์หรือโฟลสนั้น สมมุติเค้าอาจจะไม่ได้โฟลแอคเค้าหลักที่ มีการลงชื่อสนับสนุน หรือไม่ได้เห็นประเด็นเหล่านี้มาก่อน อย่างน้อย บ้านเบสเราก็เป็นหนึ่งในเสียงที่ช่วยกระจายข่าวออกไปให้คนอื่นหลายหมื่นคนได้รับรู้ได้เห็นเค้าอาจจะเหย กดเข้าไปอ่านแล้วลงชื่อเพิ่มอะไร อย่างนี้ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 7)

ส่วนใหญ่จะเป็นการรื้อทิวทัศน์กระจายข่าวมากกว่า เพราะแต่ละบ้าน จะมียอดฟอลอยู่จำนวนหนึ่ง ทำให้ข้อมูลข่าวสารกระจายสู่คนกลุ่มใหญ่ได้ง่าย (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 8)



ภาพประกอบ 13 รูปแบบการกระจายข่าวสารผ่านการรื้อทิวทัศน์รูปภาพ และคลิปต่าง ๆ ของกลุ่ม แอคเคาท์ทิวทัศน์เตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT

ที่มา: Twitter. (2564).

4. การแสดงออกผ่านแฟนฟิคชั่น

นอกจากจะมีการแสดงออกหรือกระจายข่าวสารผ่านทางรูปแบบต่าง ๆ เช่นการโพสต์ข้อความ การติดแฮชแท็ก ต่าง ๆ เป็นต้น อีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นจุดเด่นของกลุ่มแฟนคลับคือ การรณรงค์และอัปเดตประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมผ่านแฟนฟิคชั่น ที่มีการแจ้งเตือนข่าวที่สำคัญผ่านการอัปเดตแฟนฟิคชั่นของนักเขียน ยกตัวอย่างเช่น จากการอัปเดตแฟนฟิคชั่นตอนใหม่ เป็นการอัปเดตสถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยนักอ่านที่อ่านฟิคชั่นเรื่องนั้น ๆ ก็จะได้รับการแจ้งเตือนข่าวสารรวมไปถึงนักเขียน มีการสรุปใจความสาระสำคัญของประเด็นข่าวต่าง ๆ ในแฟนฟิคชั่นอีกด้วย ทำให้นักอ่านที่ไม่ได้ตามข่าวหรือไม่ทันข่าวสารสามารถรับรู้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ผ่านแฟนฟิคชั่นโดยกลุ่มคนหรือแฟนคลับที่อ่านแฟนฟิคชั่นเป็นกลุ่มวัยรุ่นหรือแฟนคลับวง NCT และกลุ่มแฟนคลับวงอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มนักเขียนมองว่า บางครั้งการจะแสดงออกในโลกออนไลน์มันทำได้ยาก ยิ่งถ้าเป็นคนที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัดการจะไปมือก็ไม่ใช่สิ่งที่จะทำได้โดยง่าย นักเขียนจึงใช้วิธีนี้ในการสอดแทรกข้อมูลต่าง ๆ โดยเฉพาะประเด็นทางการเมือง ความเท่าเทียมทางเพศ และประเด็นอื่น ๆ โดยจะแทรกไปกับส่วนหนึ่งของบทสนทนาระหว่างตัวละครในฟิคชั่น ประกอบกับแพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการกระจายข่าวสารและเคลื่อนไหวมากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่คนรุ่นใหม่ใช้เพื่อขับเคลื่อนประเด็นทางสังคมต่าง ๆ โดย แฟนฟิคชั่นวามมีบทบาทมากยิ่งขึ้นเป็นพื้นที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบอะไรเหมือน ๆ กัน เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างแฟนคลับ สร้างความผูกพันระหว่างแฟนคลับด้วยกันทำให้เกิดการทำกิจกรรมบนพื้นที่ทางกายภาพจริง ๆ อย่างการจัดกิจกรรมตลาดฟิค จนรวมไปถึงกิจกรรมอื่น ๆ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

คิดว่าเป็นเรื่องที่ดีพอสมควรค่ะ สังคมทวิตเตอร์นั้นข่าวสารค่อนข้างรวดเร็ว ในขณะที่แฟนฟิคที่เราแต่ง ก็มีทั้งแฟนคลับของ NCT หรือวงอื่น ๆ ได้เข้ามาอ่านด้วย ซึ่งจะเป็นการบอกต่อประเด็นที่เราสนใจได้อย่างดี ถึงจะใช้เวลาในการรวบรวมประเด็นข่าวสารบ้างแต่ถ้าประเด็นเหล่านั้นที่เราต้องการจะสื่อได้มีการตระหนักถึงหรือได้รับความสนใจมากขึ้นเราก็น่าดีใจมาก (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอดเคาท์แฟนคลับคนที่ 1)

คิดว่าเป็นผลดีสำหรับผู้ที่ไม่ได้ตามอ่านข่าวในทวิตเตอร์แต่เอาไว้อ่านแฟนฟิคการได้รับข่าวสารผ่านแฟนฟิคเลยอาจจะเป็นอีก

ช่องทางหนึ่งที่ทำให้เค้ารับรู้ว่าคุณงานการณบ้านเมืองตอนนี้เป็นยังไง และเป็นผลดีสำหรับผู้ที่ไม่ได้ติดตามข่าวสารตลอดเวลาอะ อีกร้อย่าง บางครั้งข่าวสารในทีวีมันไม่ได้แจ้งเตือนอาจทำให้พลาดข้อมูล ณ เวลานั้น แต่ถ้ากระจายผ่านแฟนฟิคของเราด้วยมันจะเห็นได้ทั่วถึงเลย อะเพราะแฟนฟิคมีการแจ้งอัปเดตตอนใหม่ทุกวัน (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาทแฟนคลับคนที่ 2)

เป็นอีกรูปแบบที่มองว่าดีมากในการกระจายข่าวหรือสอดแทรก ประเด็นต่าง ๆ อย่างฟิคที่เราแต่งก็มีพูดถึงความเท่าเทียมกัน พูดถึง ประเด็นทางสังคมต่าง ๆ อีกร้อย่างมีคนอ่านเข้ามาอ่านส่วนของเนื้อหา เยอะทั้งที่เป็นตอนที่เป็นแฟนฟิคหรือเป็นตอนที่อัปเดตข่าวสารรวมทั้งมี คอมเมนต์แสดงความคิดเห็นไปในทางเห็นด้วยและขอบคุณที่เลือกมา กระจายข่าวให้ทราบ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาทแฟนคลับคนที่ 3)

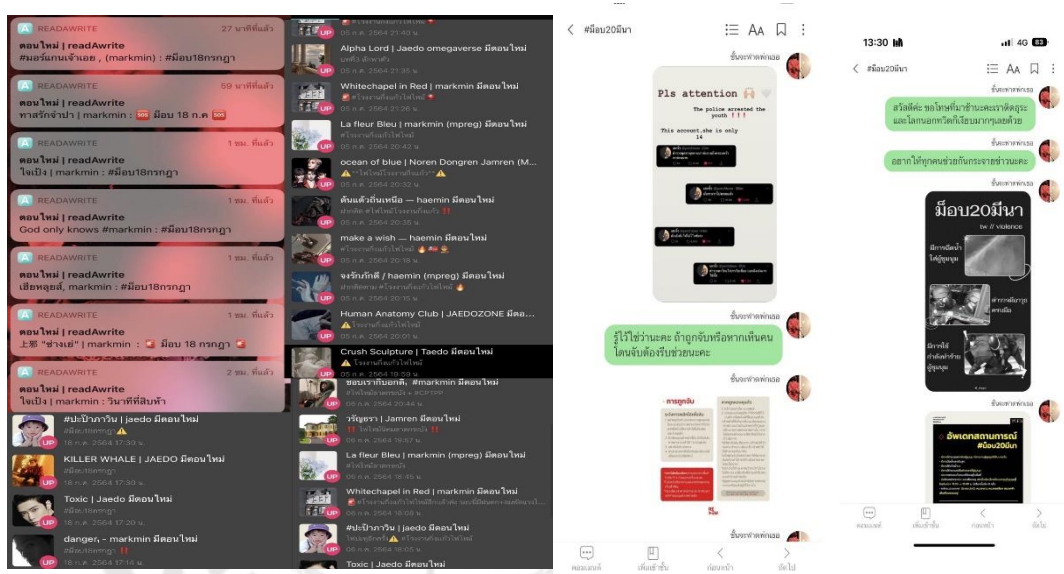
การกระจายข่าวผ่านรูปแบบแฟนฟิค ก็ จะเห็นการกระจาย ข่าวสารผ่านฟิคเยอะ โดยเฉพาะตอนมีประเด็นทางสังคมที่ ๆ ซึ่งเรามอง ว่ามันดีและน่ารักมาก แล้วในฐานะที่เป็นทั้งแฟนคลับที่อ่านฟิคและ เป็นไรเตอร์ด้วย เราคิดว่าดีมาก ๆ เลยนะ เพราะว่าแฟนฟิคบางเรื่อง หรือหลาย ๆ เรื่องเลยมันแมสมาก ๆ มียอดอ่านเป็นล้าน บางครั้งเราคิด ว่า ข่าวสารที่กระจายผ่านแฟนฟิคเห็นได้ง่าย เพราะบางวันเราก็ไม่ได้ เสพข่าวในทีวี แต่กลับฟิคพอแจ้งเตือนตอนใหม่ปุ๊ป เราก็เข้าไปอ่านอยู่ แล้ว (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาทแฟนคลับคนที่ 6)

อย่างการกระจายข่าวผ่านรูปแบบแฟนฟิคส่วนตัวเรามองว่า มันดีนะ ดีมากเพราะว่าพูดตรง ๆ คนเป็นติ่งหรือแฟนคลับอ่านฟิค เยอะมาก ๆ และเรารู้สึกว่ามันดีตรงที่ไรเตอร์ให้ความสำคัญกับการ สอดแทรกประเด็นทางสังคมเข้าไปในฟิค เพราะว่ามันยากมากกับการ ที่จะแต่งฟิคยังไงให้มันสมูทด้วย และเราให้ข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นทาง สังคมไปด้วยโดยที่คนอ่านจะรู้สึกไรเตอร์ยึดเยียดข้อมูลมาก เกินไป และนี่รู้สึกว่ามันควรทำมาก ๆ เพราะว่าแฟนฟิคถึงแม้ว่ามันจะ

เป็นจินตนาการก็จริงแต่โดยส่วนใหญ่แฟนฟิคมักจะมีเรื่องราวของชีวิตจริงที่เอามาผสมกัน เพราะฉะนั้นบางเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันการอยู่ร่วมกันของคนในสังคม คุณภาพชีวิตต่าง ๆ การมีเรื่องพวกนี้มันยิ่งทำให้เรื่องดูสมจริงไปอีก บางครั้งเกิดการตระหนักรู้ขึ้นจริง ๆ มีการเรียนรู้ประเด็นทางสังคมผ่านการอ่านแฟนฟิคในหลายประเด็นมาก เช่น เรื่องกฎหมาย คุณภาพชีวิต ความเท่าเทียม อะไรแบบนี้ เป็นต้น (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาทแฟนคลับคนที่ 7)

ในแฟนฟิคคือเยอะมาก ไฟไหม้กิ่งแก้ว โอโห้แบบแจ่มเจี้ยนฉิ้นเกือบทุกเรื่อง ฉันทมีความรู้สึกว่าเขาอัฟฟิคหรือ ทุกคนอัฟฟิคพร้อมกันพอกดเข้าไปดู อ้อเขากระจายข่าว แล้วการกระจายข่าวผ่านแฟนฟิคมันกระจายให้คนเห็นเยอะ มันทำให้แบบคนรับข่าวสาร ณ ตอนนั้นได้ เพราะว่าถ้าอัฟฟิบ มันก็จะแจ่มเจี้ยนเลยใจ หรือพอตอนที่กดเข้าไปอ่าน มันเป็นเรื่องที่เขาเขียนอยู่ ณ ขณะมีมันมีมีมือบ ท่อนข้างล่าง ก็จะมีเรื่องพวกนี้หมดเลย แบบว่าวันนี้มีมือบลาดพร้าว ในช่วงทอดคุดคุดคุยบางท่อนในเนื้อเรื่องก็ดันตำรัฐบาลไปด้วย ส่วนบางเรื่องสนับสนุนสมรสเท่าเทียมเพราะว่าเขาแต่งฟิคแบบนี้(ฟิควาย) ก็เลยรู้สึกที่ดี เอาจริงนะ ๆ เราสามารถที่จะเสพอะไรแบบนี้ไปกับการขับเคลื่อนสังคมไปด้วยได้นะ มันไม่จำเป็นต้องหันหลังให้อะไรอย่างใดอย่างหนึ่ง ไม่ใช่ว่าเป็นตั้งแล้วจะไม่ตามการเมือง หรือว่าตามการเมืองจะเป็นตั้งไม่ได้ ทุกอย่างมันไปด้วยได้หมดแล้วคือบางที่เด็กอ่านฟิคเยอะ แล้วเรารู้สึกว่าในแบบเนี้ยเด็ก ๆ เข้าถึงได้ง่ายเพราะเด็กอ่านฟิคเด็กก็ต้องเห็นแล้วเขาก็ต้องเกิดความตระหนักค่อย ๆ ซึมซับด้วยความที่เป็นเด็กมักจะตามเทรนช่วงนี้เค้าทำอะไรกันช่วงนี้ฟิคที่เราอ่านเขาพูดการเมืองนะขึ้นมาตลอด ซึมซับไปเรื่อยเรื่อย ๆ มองว่าเป็นอะไรที่น่าสนใจมาก ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาทแฟนคลับคนที่ 9)

สิ่งที่เราชอบคือการกระจายข่าวของนักเขียนคือตัวเองเขียนสามารถกระจายข่าวที่นอกเหนือจากการโพสต์หรือทวีตคือการกระจายผ่านทางแฟนฟิคซึ่งทำให้นักอ่านนอกจากมาอ่านงานเขียนเพื่อความบันเทิงแล้วยังทราบถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นทางการเมืองอีกด้วย (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 10)



ภาพประกอบ 14 รูปแบบการกระจายข่าวสารของแอคเคาท์นักเขียนแฟนคลับวง NCT ในประเด็นปัญหาทางสังคมผ่านรูปแบบแฟนฟิคชั่น

ที่มา: Twitter. (2564).

5. รูปแบบอื่น ๆ

นอกจากรูปแบบที่กล่าวไปข้างต้นที่มีการนำมาใช้ในการกระจายข่าวสารในกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับวง NCT ทางแอคเคาท์ทวิตเตอร์ก็กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ยังมีรูปแบบอื่น ๆ อาจจะไม่ค่อยชัดหรือไม่ชัดเจนเมื่อเทียบกับรูปแบบที่กล่าวมาข้างต้น แต่ก็นับว่าเป็นวิธีการหรือรูปแบบหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการนำมาช่วยในการกระจายข่าวสาร คือ การเปิดหัวข้อสนทนาในทวิตเตอร์ หรือที่เรียกกันว่า การเปิดสเปซคุยกันแต่โดยส่วนใหญ่จะเปิดสเปซในช่วงที่มีเหตุการณ์ขึ้นรุนแรง เช่น เหตุการณ์ตอนสลายการชุมนุม ไฟไหม้โรงงานกิ่งแก้ว อีกทั้งยังมีการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ผ่านอินโฟกราฟฟิค เช่น อินโฟกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับการชุมนุม เกี่ยวข้องกับ

ประเด็นน้ำท่วมและไฟไหม้ เป็นต้น รวมไปถึงการติดแฮชแท็กประเด็นต่าง ๆ ไว้หลังชื่อแอคเคาท์ เช่น #คุณแม่ห้องดียกเล็ก112 #ตามวงNCT ไปจนถึงแสง (มีอบชาวนา) บ้านน้องไทยแลนด์ (สมรสเท่าเทียม) และการเขียนไบโอทวิตบนแอคเคาท์ต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อที่จะทำให้ผู้ใช้งานหรือแฟนคลับที่ติดตามแอคเคาท์หรือมองเห็นแอคเคาท์ได้รับรู้ถึงประเด็นที่กำลังพูดถึงอยู่ในสังคม ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

มีการโพสทวิต การติดแฮ็ก การติดประเด็นไว้หลังชื่อแอค เช่น คุณแม่ห้องดี(ยกเล็ก 112) ตามวงNCTไปจนถึงแสง (มีอบชาวนา) บ้านน้องไทยแลนด์ (สมรสเท่าเทียม) การเขียนไบโอทวิต เป็นต้น รวมถึงถ้าเทรนด์ปัจจุบันก็ต้องเปิดเสปซในทวิตเลย โดยมีการตั้งชื่อเสปซกระจายข่าวเช่น มีอบวันที่..... จากไรเตอร์คนนี้ จริงตัวเราเองก็เปิดเสปซกับเพื่อนทุกวันในช่วงที่มีมีอบก็มีคนเข้าประมาณ 2,000 เลย ช่วงนั้นแทบจะไม่ใช้แอคแฟนคลับหรือไรเตอร์แล้วแทบจะเป็นแอคขับเคลื่นสังคมแล้วมีครั้งหนึ่งเหมือนจะเป็นช่วงมีอบที่หนักมากค่อนข้างรุนแรงที่มีการสลายการชุมนุม คนก็เลยเข้ากันมาเยอะ ประมาณ 6,000 เรามองว่าดีเลยนะ แบบในทวิตมันมีแค่อักษรที่พิมพ์เนอะ พอบางครั้งมันไม่รับรู้ถึงน้ำเสียง แต่พอเปิดเป็นเสปซก็ได้ขึ้นมาพูดคุยกัน ได้แลกเปลี่ยนกัน (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 6)

มีหลัก ๆ เป็นการพิมพ์โต้ตอบกันในทวิตเตอร์ ไปจนถึงการเปิดหัวข้อพูดสนทนาทางเสปซในทวิต ซึ่งสามารถพูดคุยกันด้วยน้ำเสียงได้ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 2)

เป็นการกระจายข่าวสารประเด็นต่าง ๆ ในสังคมผ่านการเผยแพร่ ในinfographic ต่าง ๆ ตอนนั้นก็แบบเส้นทางการออกจากมีอบ เรื่องสมรสเท่าเทียม(ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 3)

4.2.3 ผลตอบรับในการแสดงออกหรือกระจายข่าวสารในประเด็นทางสังคมผ่านรูปแบบต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวงแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT พบว่าหลังจากมีการแสดงออกหรือกระจายข่าวสารในประเด็นทางสังคมผ่านโปรเจกต์ของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT โดยผลตอบรับจากการกระจายข่าวสาร ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการจัดโปรเจกต์และกิจกรรมรวมไปถึงการโพสต์ข้อความลงทวิตเตอร์ติดแฮชแท็ก ริทวิต การกระจายข่าวสารผ่านแฟนฟิคชั่น และทำบุญบริจาคต่าง ๆ ได้รับผลตอบรับที่ดีมาก ๆ กลุ่มแฟนคลับให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นยอดรีทวีตข่าวสารต่าง ๆ การแสดงความคิดเห็นประเด็นทางสังคมผ่านแฟนฟิคชั่น หรือยอดบริจาคที่มียอดโอนเพิ่มเป็นจำนวนมากขึ้นเพราะมีการนำไปทำบุญในมูลนิธิต่าง ๆ มีการนำเงินที่ได้ไปช่วยเหลือสังคมมากขึ้น ซึ่งแฟนคลับมองว่านอกจากได้ช่วยโปรโมทศิลปินแล้วยังได้ทำบุญร่วมกับศิลปินที่ชอบ ได้รับแรงกายแรงใจที่ดีกลับมา รวมไปถึงร้านค้ารายย่อยและรถสองแถวต่าง ๆ ที่ได้รับเงินจากการติดโปรเจกต์ศิลปิน กลับมามีรายได้จากการบริการของกลุ่มแฟนคลับที่ไปตามเก็บโปสเตอร์ศิลปินรวมไปถึงร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

คิดว่าเป็นเรื่องที่ดีพอสมควรค่ะ สังคมทวิตเตอร์นั้นข่าวสารค่อนข้างรวดเร็ว ในขณะที่แฟนฟิคที่เราแต่ง ก็มีทั้งแฟนคลับของ NCT หรือวงอื่น ๆ ได้เข้ามาอ่านด้วย ซึ่งจะเป็นการบอกต่อประเด็นที่เราสนใจได้อย่างดี อย่างไรก็ตาม ข่าวสารยิ่งไวยิ่งต้องตรวจสอบให้แน่นอนค่ะ ก็เป็นจุดอ่อนอย่างหนึ่งของทวิตเตอร์ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 1)

ได้รับกระแสตอบรับมากพอสมควรเลยคะ เราจึงกระจายข่าวสารร่วมกันทั้งทางแฟนฟิคและทวิตเตอร์ตั้งแต่นั้นเรื่อยมา (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 2)

ได้รับกระแสตอบรับดี มียอดเข้าชมข่าวสารที่เรากระจายเยอะ นักอ่านหลายท่านมีการแสดงความคิดเห็นไปในเชิงบวก และมีการพูดต่อ ๆ กันในทวิตเตอร์ ทำให้คนได้รับรู้ข่าวสารมากขึ้น (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 3)

และผ่านการยอมรับของผู้อ่าน เรามองว่า ณ เวลาตอนนั้น พื้นที่ของเราที่สามารถพิมพ์เขียนอะไรซักอย่างแล้วสามารถกระจายข่าวได้คือแฟนฟิคชั่นที่เราเขียนค่ะ ในมุมเราที่เราอยู่ต่างจังหวัดการจะไปมีอบมันยากมากสำหรับเรา เราเลยใช้การกระจายข่าวผ่านแฟนฟิคชั่น และอีกอย่างที่เป็นจุดเปลี่ยนให้เรากระจายข่าวสารผ่านแฟนฟิคคือ มีคอมเม้นท์ส่งมาถึงเราว่า ว่าวันนี้มีมีอบด้วยหรอไม่รู้เลย เรามองว่า สื่อไม่ได้ทำหน้าที่ตามที่ควรจะเป็นแล้วแฟนฟิคเราทำให้เค้ารับรู้เรารู้สึกว่าที่เราทำมันโอเคมาก ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4)

ก็คืนะการที่บ้านเบสหรือแอดที่มีแฟนคลับด้วยกันติดตามเยอะ ๆ ออกมาพูดมาช่วยกันกระจายข่าวสารกัน แฟนคลับก็เห็นแล้วก็ไปช่วยกัน ทำให้ข่าวสารมีการกระจายไปรวดเร็ว (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอดเคาท์แฟนคลับคนที่ 6)

จากที่เห็นผลตอบรับของโปรเจกต์ดีดีมาก ๆ อย่างเช่น โปสเตอร์หรือรูปที่ลำดับเหตุการณ์ทางการเมืองมีการช่วยกันกระจายข่าวสารออกไปทำให้กลุ่มแฟนคลับหันมาสนใจในเรื่องของการเมืองและสิทธิของตนเองกันมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ในส่วนของโปรเจกต์วันเกิดที่ช่วยกระจายรายได้หรือโปรเจกต์ที่รับบริจาคที่ช่วยเหลือทางมูลนิธิต่าง ๆ กลุ่มแฟนคลับให้การตอบรับเป็นอย่างดี อย่างตัวเราเองก็มีโอกาสได้บริจาคเงินกับโปรเจกต์ที่สมทบทุนให้กับมูลนิธิและตามไปถ่ายภาพกับโปรเจกต์วันเกิดที่ร้านขายผลไม้ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอดเคาท์แฟนคลับคนที่ 10)

ในทุกโปรเจกต์แฟน ๆ ให้การตอบรับและการช่วยเหลือเป็นอย่างดีเสมอมาค่ะ มีแฟน ๆ เข้ามาให้คำแนะนำและให้กำลังใจที่ทีมงานตลอดโปรเจกต์เลยคะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 1)

ขึ้นอยู่กับข่าวประเด็นทางสังคมและเศรษฐกิจในช่วงนั้น ๆ ค่ะ เช่น ในปีก่อนโควิดก็จะเป็นช่วงที่เศรษฐกิจดี แฟนคลับก็จะต้องการ

โดนเทเงินเพื่อโฆษณาศิลปินมากกว่า เช่น การขึ้นป้าย BTS หลังจากโควิดและสถานการณ์เรื่องการเมือง แฟนคลับก็ต้องการโดนเทเพื่อการทำเพื่อสังคมมากขึ้น เช่น การกระจายรายได้สู่ชุมชน การลดการใช้โฆษณาของกลุ่มนายทุน เป็นต้น (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 2)

อันนี้จากประสบการณ์ของบ้านเบสนะคะ ตอนที่ไปติดที่รถแดงที่เชียงใหม่ คือคุณตาที่ขับรถเค้าของคุณโปรเจกต์ของพวกเราอย่างมาก เนี่ยคือพวกเราไปช่วยเค้านะ ให้มีรายได้จากการติดโปรเจกต์ป้าย ในส่วนค่าติดโปรเจกต์ที่ต้องจ่ายให้นายทุนตามรถไฟฟ้าแต่เปลี่ยนไปจ่ายให้คุณตาที่ขับรถแดงแทน ที่ขาดรายได้ในช่วงปัญหาโควิด คือเงินส่วนนี้ที่แฟนคลับโดนเทเพื่อโปรโมทศิลปินที่รัก ยังช่วยให้คนกลุ่มหนึ่งที่ประสบปัญหา มีรายได้ สัมผัสอากาศได้บ้าง กลับมามีรายได้ คือเค้าไม่สามารถหานักท่องเที่ยว หรือประชาชนมาใช้บริการ และในส่วนที่พวกเราไปช่วยเค้า มันดีมาก ๆ เลยค่ะอีกอย่างการโปรโมทบนรถแดงหรือตุ๊กตุ๊กก็ตอบโจทย์ เพราะรถเคลื่อนที่ไปทั่วเมืองทำให้สามารถโปรโมททั่วถึงค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

เราคิดว่าดีมาก เพราะการตอบรับดีกว่าแอดทั่วไปโพสต์ พอเป็นบ้านเบสทวิตบูบมันมีอิมแพคคนเห็นได้รับการมองเห็นที่เยอะกว่าการร่วมแรงร่วมใจของกลุ่มแฟนคลับก็รวดเร็วและเห็นผลมาก (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 8)

หากยกตัวอย่างจากการกระจายข่าวช่วงที่มีการชุมนุมได้กระแสตอบรับค่อนข้างดีค่ะ หลายคนได้ตามข่าวอัพเดทจากทางแต่ละบ้าน และมีคนชื่นชมที่ได้ช่วยเป็นกระบอกเสียงให้ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 10)

4.2.4 ความแตกต่างของรูปแบบการแสดงผลหรือการกระจายข่าวสารกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT กับกลุ่มอื่น ๆ

รูปแบบการแสดงผลและการกระจายข่าวสารของแอคเคาท์ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับนั้นเรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เพราะกลุ่มคนเหล่านี้มีความหลากหลายทั้งอายุ อาชีพ โดยกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีจุดเริ่มต้นมาจากความชื่นชอบในศิลปินวงเดียวกัน โดยสิ่งนี้ถือว่าเป็นรากฐานที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ เกิดพลังของความเป็นอันหนึ่งเดียวกัน และสร้างความรู้สึกถึงความเป็นกลุ่มเดียวกันให้กับสมาชิกในกลุ่มแฟนคลับ เป็นพื้นที่ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่งกัน อีกทั้งกลุ่มแฟนคลับวง NCT และบ้านเบสวง NCT มีความเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ มีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการใช้รูปแบบการสื่อสารหรือการกระจายข่าวสารในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นอย่างมากส่งผลให้การสื่อสารระหว่งกลุ่มแฟนคลับด้วยกันหรือกลุ่มบ้านเบสจึงทำได้ง่ายดายหากมีความต้องการที่จะเปิดรับบริจาคช่วยเหลือหรือจัดทำโปรเจกต์ต่าง ๆ อีกทั้งยอดผู้ติดตามบ้านเบสวง NCT มียอดติดตามจากกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเป็นจำนวนมากทำให้การกระจายข่าวสารโครงการหรืออะไรต่าง ๆ สะดวกและรวดเร็ว รวมไปถึงกลุ่มแฟนคลับมีความไว้วางใจในการทำงานและบริหารจัดการของบ้านเบส ในการเปิดรับบริจาคช่วยเหลือมูลนิธิ หรือ เหตุการณ์ต่าง ๆ ในประเด็นทางสังคมที่เกิดขึ้น โดยกลุ่มแฟนคลับหลาย ๆ คนมีความสนใจอยากจะทำสิ่งดี ๆ และช่วยเหลือสังคม แต่บางครั้งการโดนเพิกเฉยหรือทำบุญในที่ต่าง ๆ หรือแอคเคาท์ต่าง ๆ ที่เปิดรับบริจาคก็อาจจะไม่น่าเชื่อถือและไม่สามารถไว้วางใจได้ การมีบ้านเบสวง NCT เป็นตัวกลางในการรับบริจาคเกิดการสร้างความไว้วางใจให้กับกลุ่มแฟนคลับอีกทั้งการบริจาคหรือทำบุญพร้อมกับชื่อศิลปินที่เรารักหรือชื่อกลุ่มแฟนคลับวง NCT หรือที่เรียกกันว่า NCTzen เป็นการสร้างพลังและความภาคภูมิใจอย่างหนึ่งให้กลุ่มแฟนคลับเหมือนกับการมีศิลปินที่เรารักเป็นตัวกลางในการเชื่อมความสัมพันธ์ของกลุ่มแฟนคลับเข้าไว้ด้วยกันเพราะศิลปินทำให้กลุ่มแฟนคลับมารู้จักกันเกิดการรวมตัว รวมไปถึงกลุ่มแฟนคลับมีการใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ติดตามข่าวสารอยู่ตลอดเวลาการกระจายข่าวสารผ่านแอคเคาท์แฟนคลับจะได้รับความสนใจมากกว่าการกระจายข่าวสารผ่านช่องทางอื่น ๆ ในส่วนของบ้านเบสก็มีการใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในการอัปเดตข้อมูลศิลปินเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอเมื่อเกิดเหตุการณ์หรือสถานการณ์ต่าง ๆ กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมีวิธีการการกระจายข่าวสารได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

จริง ๆ เรามองว่า พื้นฐานของหลาย ๆ คนมีความต้องการที่จะช่วยเหลือสังคมอยู่แล้ว เพียงแต่ว่าการที่แฟนคลับรวมตัวกัน มันไม่ใช่แค่เราที่ทำบุญแล้วจบแต่เราได้พาศิลปินของเราทำบุญด้วยกัน ทำความดีด้วยกัน มันรู้สึกว่ามันเกิดการรวมกลุ่ม รู้สึกว่าเป็นทีม การที่มีเพื่อนหรือศิลปินมีคนที่เราชอบทำอะไรดี ๆ ด้วยกัน มันรู้สึกดีนะคะ เหมือนคนที่สนใจในสิ่งหนึ่งเหมือนกัน เลยเกิดการรวมกลุ่มที่ง่ายและพร้อมใจกันทำสิ่งดี ๆ ชักอย่างเพื่อสังคม โดยในมุมมองของพวกเราเรามองว่าการรวมกลุ่มของแฟนคลับเป็นอะไรที่รวดเร็ว และเป็นการรวมกลุ่มที่เปิดโอกาสให้ทุกคนทำความดีได้สะดวกขึ้น คือ อย่างเช่น ตอนนั้นเกิดเหตุการณ์หมู่ป่าที่ถ้ำหลวง ทุกคนอยากจะช่วย หรือตอนน้ำท่วมและไฟไหม้ล่าสุดทุกคนมีใจอยากจะช่วย แต่ไม่ใช่ทุกคนจะช่วยเหลือได้ เค้าอาจจะมีความกล้าหาญ แต่เค้าไม่รู้ว่าจะทำยังไง เค้าไม่รู้ว่าจะจะไปไหนให้ใครที่ไหนถึงจะน่าไว้วางใจ หรือเค้าไม่รู้ว่าจะซื้อของเพื่อไปช่วย เค้าจะซื้อที่ไหน หรือใครจะช่วยส่งไปให้เค้าได้ พวกเราทางบ้านก็เลยคุยกันว่าเราจะหาทางยังไงที่จะตอบสนองความต้องการที่จะช่วยเหลือคนหรือสังคม ของแฟนคลับตรงนี้ พวกเราเลยสร้างเป็นโปรเจกต์ขึ้นมา คือจุดเริ่มต้นของพวกเราคือเห็นแฟนคลับในทวิตเตอร์แสดงความคิดเห็นกันว่า อยากทำอย่างนี้จัง อยากทำอันนี้ โครงการนี้ดีนะ แบบนั้นแบบนี้ แต่ว่า มันไม่มีใครเริ่มไม่มีใครลุกขึ้นมาทำอะไรคะ พวกเราก็เลยเป็นตัวแทนที่จะลุกขึ้นมาอำนวยความสะดวกให้เค้าทำได้ง่ายขึ้นประมาณนั้นคะ อีกทั้งยอดผู้ติดตามทางบ้างที่มีอยู่พอประมาณหนึ่งทำให้การกระจายข่าวสารโครงการ หรืออะไรต่าง ๆ สะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้นคะ อีกอย่างการที่เรามีบ้านเบส มีพื้นที่ยอดติดตามอยู่ประมาณหนึ่งคนที่ติดตามเราแสดงว่าเค้าค่อนข้างที่จะไวใจในการทำงานของพวกเรา ระดับหนึ่งดังนั้น เวลาที่พวกเราจะรวบรวมข้อมูล หาข้อมูล ดำเนินการต่าง ๆ หรือแจ้งข่าวสารต่าง ๆ กับพวกเค้าไป พวกเค้าก็จะค่อนข้างเชื่อถือพวกเรามากกว่าแอดเค้าทวิตเตอร์ทั่วไปที่พวกเค้าไม่รู้ว่าเป็นใครคะ สมมุติว่ามีแอดเค้าหนึ่งประกาศขึ้นมาว่าเราจะเปิดโหนดเพื่อไปทำ

นั่นทำนี่ ถามว่าหลาย ๆ คนเกิดคำถามในหัวว่า คนนี้คือใคร ใ่วใจได้ใคร ปาว จะเอาเงินเราไปทำอะไร แต่ถ้าเป็นบ้านเบส อย่างบ้านพวกเราที่เปิดมานานและก็ทุกคนก็รู้ว่าเราทำงานในลักษณะไหน คำจะไม่ดังเลยที่จะช่วยโดนเนทให้เรา เหมือนอวยตัวเอง แต่มันคือเรื่องจริงที่มันเป็นปกติที่เราไม่ใ่วใจใครที่เราไม่รู้จักหรือไม่เคยเห็นการทำงานของพวกเค้ามาก่อน อย่างน้อยเราคิดว่าพื้นที่ตรงนี้นั้นก็เป็นส่วนช่วยให้เค้าเปิดใจที่จะร่วมทำเพื่อสังคมกับเรามากขึ้นค่ะ เหมือนเป็นความรู้สึกเล็กๆ อย่างน้อยเค้าตามศิลปินวงเดียวกับเรา คอยอัปเดตงานให้เรา อีกอย่างหนึ่งการที่เป็นในลักษณะบ้านเบส เหมือนองค์กรองค์หนึ่งที่เปิดขึ้นมาเหมือนเป็นตัวแทนหนึ่งที่มีชื่อของศิลปินติดอยู่แล้ว เวลาเราทำอะไรในฐานะของบ้านเบสมันเหมือนเป็นตัวแทนว่านี่แหละ คือแฟนคลับทั้งหมดไม่ใช่แค่คนใดคนหนึ่ง นี่คือบ้านของศิลปินคนนี่ เป็นต้นค่ะ มันก็เลยทำให้ทุกคนเห็นด้วยเพราะเราก็คอบศิลปินคนเดียวกัน เราก็อยากทำอะไรก็อยากให้มีชื่อศิลปินที่เรารักเข้าร่วมมาด้วย และอีกทั้งเป็นสิ่งที่คอยย้ำเตือนแฟนคลับทุกคนว่าถ้าเราทำอะไรที่ไม่ดีก็จะส่งผลต่อศิลปินที่เรารัก จุดนี้เป็นอีกอย่างที่แฟนคลับค่อนข้างเชื่อใจกันมาก (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 5)

เรามองว่าต่างเพราะในกลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่ตามข่าวศิลปินอยู่ตลอด และมีการเชี่ยวชาญในการใช้สื่อในการกระจายข่าวสารจากการกระจายข่าวสารศิลปินเป็นปกติทุกวัน เราเลยมองว่าพอมีประเด็นทางสังคมกลุ่มแฟนคลับจะเข้าถึงได้รวดเร็วและช่วยกระจายข่าวสารที่เร็วขึ้นค่ะ และยังการบริจาคผ่านชื่อศิลปินในการทำบุญต่าง ๆ มีแรงจูงใจในการทำมากขึ้นเพราะทำไปกับศิลปินที่เรารัก และกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเหมือนเกิดพลังของกลุ่มบางอย่างค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

ต่างนะ ในส่วนของทวิตเตอร์ เรามองว่าการรทวิตมันทำให้ข่าวสารถูกกระจายออกไปเร็ว ด้วยกับความเป็น ออร์จินัลของทวิตเตอร์

อยู่แล้วที่ข่าวมักจะโดนแพร่กระจายหรือส่งต่ออย่างรวดเร็ว และเป็นแพลตฟอร์มที่มีการใช้แฮชแท็กได้เกิดประโยชน์และมีพลังสูงมาก คนใช้งานแฮชแท็กเยอะมาก และแฮชแท็กมีความสำคัญกับทวิตเตอร์ เป็นของคู่กัน คือการกระจายข่าวสารมันง่ายด้วยและเป็นของคู่กัน แค่คนกดรีทวีตครั้งเดียวสามารถส่งต่อหรือกระจายข่าวสารได้แล้ว ทวิตเตอร์เลยถือว่าเป็นแพลตฟอร์มที่ส่งต่อข้อมูลง่ายนะ พร้อมกับเป็นแพลตฟอร์มที่ให้ความสำคัญกับข้อความคำพูด ยิ่งคนปัจจุบันเน้นอ่านหนังสือกันไม่เกินไปบรรทัด แพลตฟอร์มทวิตเตอร์เลยกลายเป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก และคนอัปเดตกันเป็นเรียลไทม์ตลอดเวลา รวมไปถึงยังสามารถที่จะแนบคลิปรูปภาพ วิดีโอต่าง ๆ ได้อีกด้วย (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 7)

ก็คือกลุ่มแฟนคลับจะเป็นอะไรที่คนที่มีความชอบเดียวกันมารวมกันเป็นกลุ่มใหญ่ รู้สึกว่าถ้าเกิดแบบว่ากระจายในกลุ่มแฟนคลับจะมีคนให้ความสนใจมากกว่า เราไปกระจายในไอจียังงี้ ไอจีส่วนตัว เพชฌกูศส่วนตัว ถ้าว่าเรากระจายหน้าทวิตเตอร์ที่แบบว่ามีแฟนคลับเห็น คนที่ติดตามศิลปินก็เห็นแล้ว เหมือนจะได้รับการกระแสบรรดากว่า อีกอย่างรูปแบบการกระจายข่าวของกลุ่มแฟนคลับก็มีหลากหลายแบบ และสามารถทำได้ง่ายด้วย อย่างพิก เราก็อ่านเป็นประจำ ทบุญวันเกิดศิลปิน ก็ทำทุกโอกาส รีทวีตข่าวต่าง ๆ เราก็ใช้ทวิตเตอร์อยู่แล้ว (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 8)

ถ้าในมุมมองของเราอย่างเรากระจายข่าวผ่านไอจี มันก็โอเค แต่พอในทวิตมีคนมารีมาช่วยแชร์ เราเลยคิดว่ามันน่าจะเห็นมากกว่า อย่างเช่น เราอาจจะโพสพิกที่เราแต่ง หรือ โพสเรื่องราวน่ารัก ๆ ของศิลปินที่เราตามก็จะมีคนมารีพอเราโพสเรื่องข่าวกระจายข่าวต่าง ๆ คนที่รีของเราประจำก็จะมาช่วยรี มันเหมือนกับส่งต่อไปได้ง่ายจากคนที่ไม่ต้องติดตามเราแต่เค้าติดตามคนที่รีต่อจากของเราไป แล้วถ้าเป็นแบบนี้ไปเรื่อย ๆ เราชู้สึกว่าข่าวสารมันกระจายออกไปเป็นวงกว้างและรวดเร็ว

กว่า กับคนที่ผ่านไอจี ยิ่งถ้าเพื่อนเรามีไม่ได้เยอะคนที่เห็นก็จะมีอยู่แค่ไม่กี่คน แล้วด้วยความแฟนคลับที่อยู่สื่อโซเชียลทุกวัน เราคิดว่าแฟนคลับมีความเข้าใจและเชี่ยวชาญในการที่จะทำยังไงให้คนเห็นโพสต์ ทำยังไงให้แท็กขึ้น ให้เทรนขึ้นโดยไม่โดนบล็อกอะไรแบบนี้ด้วยที่เห็นได้ชัด (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 6)

ในส่วนตัวเรามองว่าระหว่างแอคติงกับแอคครมดาของเรามันก็เห็นได้ชัดในเรื่องการกระจายข้อมูลในวงกว้างเราคิดว่าในกลุ่มแฟนคลับหรือสังคมดังกล่าวก็มีการกระจายข่าวสารข้อมูลได้เป็นวงกว้างมากกว่า เพราะว่าบางคนมันไม่ได้ตามแค่อ้อมเดียวไม่ได้ตามแควงเดียว เพราะฉะนั้น ถ้าคนนี้ ๆ ที่ตามหลายอ้อมมีคนติดตามเยอะ กระจายข่าวสารหนึ่งไป มันจะเกิดการกระจายข่าวสารไปทั่วเลย แต่ถ้าเป็นในกลุ่มเพื่อนมหาลัยส่วนใหญ่อย่างกระจายข่าวสารผ่านไอจีก็จะอยู่ในสังคมหรือแค่กลุ่มเพื่อนที่ติดตามเรา (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 7)

แล้วแต่คนมองนะเราว่าจริง ๆ ลึกลึกมันเหมือนมีศิลปิน เป็นตัวกลางเชื่อมเหมือนกันเนอะคิดวาก็เพราะว่ามีศิลปินที่เราชอบวงเดียวกันนี้แหละทำให้เราสามารถกลุ่มกันทำอะไรดี ๆ เพื่อสังคมร่วมกัน (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 9)

จากการเก็บรวมข้อมูลกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT พบว่าการกระจายข่าวสารผ่านกลุ่มแฟนคลับมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ โดยแอคเคาท์กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมีการกระจายข่าวอย่างรวดเร็วเพราะมีการรวมกลุ่มและอัปเดตข้อมูลของศิลปินในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์อยู่ตลอดเวลา รวมไปถึงข่าวสารมีการกระจายออกไปวงกว้างมากกว่าการกระจายข่าวผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ เพราะทวิตเตอร์ผู้ใช้งานที่ไม่ได้มีการติดตามซึ่งกันและกันก็สามารถเห็นโพสต์ของกันและกันผ่านบ้านเบส แฮชแท็กหรือแอคเคาท์อื่น ๆ ที่มีการทวีตข้อความต่อ ๆ กันมาเรื่อย ๆ อีกทั้งรูปแบบการแสดงออกหรือกระจายข่าวสารของกลุ่มแฟนคลับนั้นมีหลากหลายรูปแบบและสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มแฟนคลับด้วยกันที่มีการใช้

งานรูปแบบดังกล่าวในการติดตามและโปรโมทศิลปินวง NCT เป็นประจำสม่ำเสมอ ส่งผลให้เมื่อมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ใดทางสังคมที่เกิดขึ้นและต้องการความช่วยเหลือกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญสามารถกระจายข่าวผ่านรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้ข่าวสารมีการกระจายอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า การแสดงออกและกระจายข่าวสารของแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ นับว่าเป็นการแสดงออกและกระจายข่าวสารที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว เนื่องจากกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่มีการรวมตัวและดำเนินกิจกรรมและโปรเจกต์ต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นหลัก รวมไปถึงการใช้พื้นที่แอคเคาท์ทวิตเตอร์ในการพูดถึงประเด็นสังคมการเมืองและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคคลอื่น ๆ ได้รับรู้ซึ่งกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มองว่าจุดเด่นของทวิตเตอร์ คือ

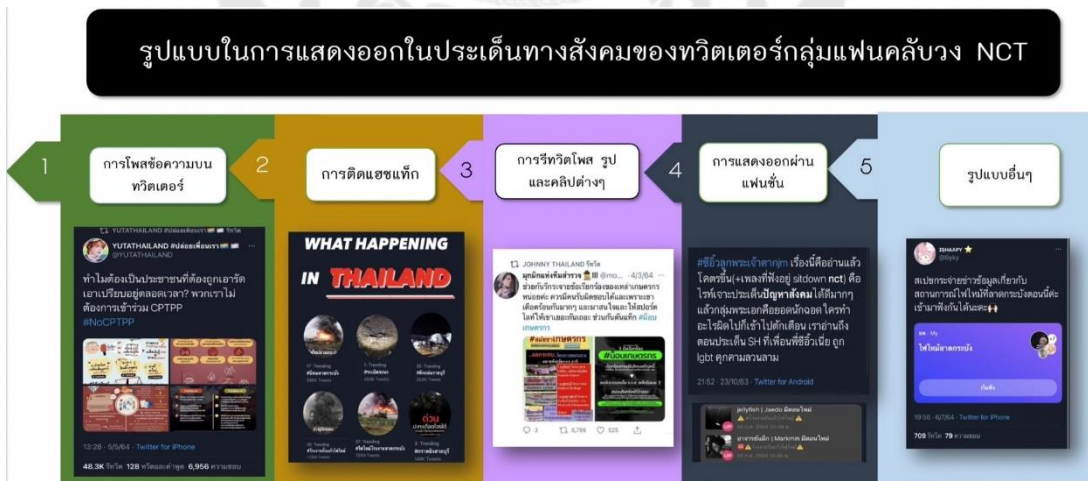
1 เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมและมีอิทธิพลเป็นอย่างมาก มีการใช้งานที่ไม่ซับซ้อนมีการเผยแพร่ ส่งต่อข้อมูล หรือแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้น ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2 ทวิตเตอร์เป็นแพลตฟอร์มที่มีเครื่องมือและกลไกที่น่าสนใจอย่าง รีทวีต เทรนด์แฮชแท็ก ซึ่งทำให้ทุกคนกลายเป็นผู้ผลิตหรือเป็นผู้เริ่มในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคมได้ โดยการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นทางสังคมต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่ากลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีความคุ้นชินและเชี่ยวชาญในการใช้งานกลไกหรือรูปแบบดังกล่าวของแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในการติดตามข่าวสารและผลงานศิลปินวง จากกลไกหรือรูปแบบดังกล่าวนำไปสู่รูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคม ซึ่งมีมากมายหลายรูปแบบโดยแต่ละรูปแบบก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปของแต่ละกลุ่มโดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาในกลุ่มแฟนคลับวง NCT บนแอคเคาท์ทวิตเตอร์ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่ามีรูปแบบการแสดงออกในประเด็นทางสังคมบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ของกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT หลัก ๆ 5 รูปแบบ ดังนี้

1. การโพสต์ข้อความบนทวิตเตอร์
2. การติดแฮชแท็ก
3. การรีทวีต
4. การแสดงออกผ่านแฟนฟิคชั่น
5. รูปแบบอื่น ๆ

โดยผลตอบรับจากการกระจายข่าวสาร ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น ได้รับความสนใจและผลตอบรับที่ดี ไม่ว่าจะเป็นยอดรีทวีตข่าวสารต่าง ๆ การแสดงความคิดเห็น ประเด็นทางสังคมผ่านแฟนเพจ ซึ่งรูปแบบการแสดงผลออกและการกระจายข่าวสารของแอคเคาท์กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT นั้นเรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เพราะกลุ่มคนเหล่านี้มีความหลากหลายทั้งอายุ อาชีพ โดยกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีจุดเริ่มต้นมาจากความชื่นชอบในศิลปินวงเดียวกัน โดยสิ่งนี้ถือว่าเป็นรากฐานที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ อีกทั้งการกระจายข่าวสารผ่านกลุ่มแฟนคลับมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ โดยแอคเคาท์กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมีการกระจายข่าวอย่างรวดเร็วเพราะมีการรวมกลุ่มและอัปเดตข้อมูลของศิลปินในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์อยู่ตลอดเวลา รวมไปถึงข่าวสารมีการกระจายออกไปวงกว้างมากกว่าการกระจายข่าวผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ เพราะทวิตเตอร์ผู้ใช้งานที่ไม่ได้มีการติดตามซึ่งกันและกันก็สามารถเห็นโพสของกันและกันผ่านบ้านเบส แฮชแท็กหรือแอคเคาท์อื่น ๆ ที่มีการรีทวีตข้อความต่อ ๆ กันมาเรื่อย ๆ จะเห็นได้ว่ารูปแบบการแสดงผลออกหรือกระจายข่าวสารของกลุ่มแฟนคลับนั้นมีหลากหลายรูปแบบและสามารถทำได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มแฟนคลับด้วยกันที่มีการใช้งานรูปแบบดังกล่าวในการติดตามและโปรโมทศิลปินวง NCT เป็นประจำสม่ำเสมอ ส่งผลให้เมื่อมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ใดทางสังคมที่เกิดขึ้นและต้องการการช่วยเหลือกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญสามารถกระจายข่าวผ่านรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้ข่าวสารมีการกระจายอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น



ภาพประกอบ 15 สรุปรูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT
ที่มา : ผู้วิจัย. (2566).

4.3 วิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

จากปฏิบัติการการแสดงออกและกระจายข่าวสารในประเด็นทางสังคมของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT พบว่า ประเด็นทางสังคมที่ได้รับความสนใจจนนำไปสู่ปฏิบัติการของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ในการขับเคลื่อนและสร้างประโยชน์ให้กับสังคม ได้แก่ ประเด็นทางการเมือง โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีความตระหนักในการแสดงออกและกระจายข่าวสารในประเด็นทางการเมือง รวมถึงการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ๆ เพราะกลุ่มแฟนคลับมองว่าการเมืองเป็นเรื่องของทุกคน กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสก็สามารมีส่วนร่วมกับการเรียกร้องประชาธิปไตยไปพร้อมกับการสนับสนุนศิลปินได้ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ที่กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมีความคุ้นเคยเป็นอย่างดี ประเด็นทางการเมืองที่เกิดขึ้นส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและประเด็นต่าง ๆ อีกมากมายซึ่งประเด็นที่เกิดขึ้นในสังคมล้วนแล้วแต่มีที่มาและส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาครัฐ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องและส่งผลมาจากประเด็นทางการเมืองทั้งสิ้น อีกทั้งกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มองว่าหากการเมืองดี คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจต่าง ๆ ก็จะมีดีขึ้น ส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับจะสามารถมีกำลังทรัพย์ในการสนับสนุนศิลปินได้ดีมากยิ่งขึ้นราคาบัตรคอนเสิร์ตจะไม่สูงจนเกินมาตรฐานเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีการควบคุมราคาบัตรคอนเสิร์ตอย่างจริงจัง โดยประเทศไทยถือเป็นหนึ่งประเทศที่มีราคาบัตรที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ บางคอนเสิร์ตมีบัตรราคาแพงสูงสุดอยู่ที่ 7,000 – 12,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับค่าแรงขั้นต่ำของประชาชนในประเทศที่มีฐานเงินเดือนอยู่ที่ 15k และถ้าหากประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ทางการเมืองที่มั่นคงไม่มีสถานการณ์ระส่ำระสาย จะเพิ่มโอกาสให้ค่ายต่าง ๆ พาศิลปินมาประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้น

ซึ่งจากประเด็นทางการเมืองของประเทศไทยในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีความระส่ำระสายและสร้างความไม่ไว้วางใจให้กับประชาชนในประเทศ มีการปิดกั้นการแสดงออกของประชาชนด้วยข้อกฎหมายต่าง ๆ เกิดการแสดงออกและเคลื่อนไหวในประเด็นทางสังคม มีการจัดการชุมนุมขึ้นมากมาย จนเกิดสถานการณ์สลายการชุมนุมที่รุนแรงจากรัฐต่อประชาชน ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวและกระจายข่าวสารของกลุ่มแฟนคลับวง NCT โดยการแสดงออกของแอคเคาท์กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่สร้างจุดยืนให้กับกลุ่มและการแสดงความคิดเห็นต่อการกระทำของกลุ่มนายทุนในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยกลุ่มแฟนคลับศิลปินและบ้านเบสวง NCT มีการยกเลิกการเช่าพื้นที่ป้ายโฆษณาโปรเจกต์วันเกิดศิลปินตามสถานีรถไฟฟ้าทั้งปีที่เอส เอ็มอาร์ที่รวมไปถึงตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ต่าง ๆ เพื่อแสดงถึงจุดยืนและความไม่พอใจที่ผู้ประกอบการ

ทางรถไฟฟ้าและห้างสรรพสินค้าไม่ให้ความร่วมมือกับการเรียกร้องประชาธิปไตยของประชาชน กลับสร้างความลำบากให้กับผู้ร่วมชุมนุม มีการปิดระบบบริการบางส่วนในช่วงที่มีสถานการณ์ การชุมนุมทางการเมือง ทำให้ประชาชนไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางไปร่วมชุมนุม จาก กระแสคว่ำบาตรดังกล่าว ทางกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสได้มีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ติด บ้ายโปรเจกต์ โดยมีการเปลี่ยนสถานที่ติดโปรเจกต์จากสถานที่ดังกล่าวไปเป็นรถสองแถว หรือ รถตุ๊ก ๆ รวมถึงร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ เป็นการช่วยกระจายรายได้รวมถึงแสดงจุดยืนของบ้านและ แฟนคลับด้วย ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

คิดว่าเป็นการรีทวีตข่าวสารการเมืองค่ะ โดยทางบ้านจะเน้นการรีทวีตจาก account official ที่เชื่อถือได้ ทำให้มีผู้สนใจเป็นจำนวนมาก และตามไปอ่านประเด็นนั้น ๆ ได้สะดวก (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 2)

การเมืองต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะเป็นเหตุการณ์ที่มีความรุนแรง เช่น การสลายการชุมนุม น้ำท่วมหนักๆ หรือตอนมีไฟไหม้ อะไรแบบนี้ค่ะ ส่วนใหญ่ก็เห็นจากการช่วยกันติดแฮชแท็กและรีทวีต (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 3)

ประเด็นมีอบชาวนาและคุณภาพชีวิตค่ะ ทางบ้านทำการกระจายข่าวสารอยู่ค่ะ รวมถึงตัวแอดมินเองก็มีการนำของไปบริจาคให้กับมีอบชาวนาก็เลยรู้ว่า บรรดาเกษตรกรที่ไปในจุดจุดนั้นก็คือ คำต้องการเรียกร้องในสิทธิของเค้าจริง ๆ ค่ะ ทางบ้านมีโอกาสได้ลงพื้นที่ไปพูดคุยด้วย ส่วนหนึ่งไปจะได้ข้อมูลมาช่วยกระจายข่าวสารผ่านการโพสต์ทางหน้าทวิตเตอร์ของบ้านค่ะ เพราะทางบ้านมองว่าสื่อหลักไม่ได้ให้พื้นที่มีอบชาวนาเท่าที่ควรค่ะ พวกเราช่วยกระจายข่าวสารในประเด็นมีอบชาวนาพอสมควรค่ะ เรามองว่าอาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพที่แบบประชาชนในประเทศไทยทำมากเป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศ ก็ควรที่จะได้รับการดูแลที่ดีมากกว่านี้ค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 6)

คิดว่าเป็นการเบนนายทุนที่ไม่ช่วยเหลือประชาชนค่ะ เช่น การยกเลิกป้ายโฆษณาของ MRT และ BTS นอกจากทำให้นายทุนขาดรายได้แล้วยังทำให้เกิดโปรเจกต์ที่กระจายรายได้สู่ชุมชน เช่น ป้ายโฆษณาตามร้านรถเข็น ป้ายโฆษณารถตุ๊กตุ๊ก (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 9)

อันนี้ขอตอบตามข้างต้นว่าจะเป็นในเรื่องของการแสดงออก จุดยืนทางการเมืองเป็นส่วนใหญ่ผ่านการโพสต์หรือรีทวีตข่าวสารค่ะ การอัปเดตข่าวการชุมนุม และเส้นทางถนนที่ถูกปิดหรือเส้นทางที่ควรเลี่ยงในช่วงนั้น ๆ (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 10)

มีผู้ใช้ทวิตเตอร์ทวีตกระจายข่าวเรื่องเกี่ยวกับนักเขียนแฟนฟิคได้กระจายข่าวสารเรื่องเกี่ยวกับประเด็นทางสังคม จนสื่อใหญ่ช่อง 3 นำทวิตเตอร์เหล่านั้นไปออกข่าว ซึ่งทำให้ผู้คนในวงกว้างได้ทราบเรื่องราวมากขึ้น (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 3)

การกระจายข่าวมีอบค่ะ ส่วนใหญ่ที่เห็นจะเป็นจากการโพสต์ทวิต และรีทวีตจากบ้านเบสที่มีคนตามเยอะ ๆ หรือจากแอคเคาท์ที่แฟนคลับด้วยกันค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 5)

คิดว่าเป็นประเด็นทางการเมือง เรื่องมีอบ การช่วยกันรีทวีตข่าวสารกระจายข่าวต่าง ๆ เพราะการรีทวีตเป็นอะไรที่ทำได้ง่ายและรวดเร็วมาก แล้วก็เรื่องติดป้ายตามร้านขายของต่าง ๆ เพราะแฟนคลับมีการทำโปรเจกต์วันเกิดต่าง ๆ บ่อยครั้งเลยสามารถพบเห็นได้บ่อย (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 6)

การเบนนายทุน ยกเลิกการติดป้ายตามรถไฟฟ้า ไปติดตามร้านค้ารายย่อยและรถตุ๊ก ๆ รถสองแถว จะเป็นในรูปแบบการทำโปรเจกต์เพราะคิดว่า แฟนคลับกับการทำโปรเจกต์เป็นของตัวเอง โดยเฉพาะวง NCT ที่มีสมาชิกในวงเป็นจำนวนมาก ทำให้การจัดโปรเจกต์วันเกิดติดป้ายโปรโมทต่าง ๆ มีการจัดทุก ๆ เดือนจะเห็นได้ค่อนข้างชัดเจนว่า

มีการเปลี่ยนแปลงไปเยอะมาก และได้รับฟีดแบคที่ดีจากร้านค้ารายย่อยและรถตุ๊กตุ๊ก ด้วยค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 7)

ส่วนตัวที่เราเห็นจะเป็นประเด็นเคลื่อนไหวทางการเมืองและการชุมชนที่ได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในช่วงที่มีการชุมนุมก็จะได้รับการจับตามองและให้ความสนใจเป็นพิเศษ โดยจะแสดงออกผ่านทางทวิตเตอร์หรือวีดิโอ เพราะคิดว่าถ้าเป็นทวิตเตอร์ การโพสต์การติดแท็กหรือวีดิโอ มันทำได้ง่ายและข่าวก็แบบกระจายได้อย่างรวดเร็ว มีการทำโปสเตอร์ artwork ที่ให้ข้อมูล ลำดับเหตุการณ์ หรือการแนะนำ ที่สามารถเข้าถึงและเข้าใจเหตุการณ์หรือสิ่งที่กำลังเกิดความเข้าใจได้ง่ายยิ่งขึ้น (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 10)

รวมไปถึงในส่วนของประเด็นการคุกคาม ความรุนแรง และความเท่าเทียมทางเพศนั้น กลุ่มแฟนคลับแอคเคาท์ทวิตเตอร์ศิลปินวง NCT ก็ให้ความตระหนักและแสดงออกพร้อมทั้งช่วยรณรงค์เกี่ยวกับประเด็นปัญหาดังกล่าว โดยเฉพาะในกลุ่มแฟนคลับที่มีแฟนคลับส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและเพศทางเลือกจำนวนมาก และประเด็นการคุกคาม ความรุนแรง หรือความเท่าเทียมทางเพศต่าง ๆ จะเห็นได้จากการช่วยกันติดแฮชแท็ก #กฎหมายสมรสเท่าเทียม #ภาษีผ้าอนามัย เป็นต้น รวมไปถึงประเด็นที่ศิลปินเกาหลีโดนคุกคามผ่านทางสื่อออนไลน์ ทำให้กลุ่มแฟนคลับยังให้ความสนใจ ตระหนัก และร่วมกันแสดงออกในประเด็นดังกล่าว ผ่านการติดแท็กทวิตเตอร์ การช่วยกันรีทวีตเตือนภัย การช่วยเหลือกันในสถานการณ์ต่าง ๆ เช่น #หยุดคุกคามศิลปิน ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

อย่างประเด็นความเท่าเทียมและความรุนแรงทางเพศต่าง ๆ ทางกลุ่มแฟนคลับก็มีการพูดถึงประเด็นนี้กันเยอะมาก มองว่าอีกอย่างคือในกลุ่มแฟนคลับมีแฟนคลับส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงและเพศทางเลือกจำนวนมาก พวกเราเห็นความไม่เท่าเทียมหรือความรุนแรงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ยิ่งในสังคมแฟนคลับในทวิตเตอร์ที่มีการพูดคุยและแลกเปลี่ยน บางครั้งเพื่อนเป็นการเตือนภัยให้กับเพศหญิงหรือเพศทางเลือกด้วยกัน ได้ระมัดระวังตัวในสถานการณ์ต่าง ๆ เพราะสังคมสมัยนี้มันอันตรายรอบตัวมาก อีกอย่างที่บ้านและแฟนคลับก็สนับสนุนในเรื่องสิทธิและความเท่าเทียมทางเพศ มาตลอด เช่นกฎหมายสมรสเท่าเทียม การติด

แฮชแท็ก #ภาษีผ้าอนามัย ต่าง ๆ อีกอย่างคิดว่า สังคมไทยผู้หญิงมักเผชิญความรุนแรงทางเพศ และเป็นสิ่งสะท้อนให้เห็นถึงความผิดปกติของสังคมคือ ความไม่เสมอภาคระหว่าง ผู้ชายและผู้หญิงในโครงสร้างทางสังคม ควรจะมีการแก้ไขโครงสร้างทางสังคมด้วยการปรับเปลี่ยนค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรมต่าง ๆ ที่เป็นส่วนให้เกิดปัญหาความรุนแรงทางเพศ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 7)

เรามองว่าประเด็นที่มีการพูดถึงเยอะนอกจากเรื่องการเมือง คือ การคุกคามทางเพศ ความรุนแรงทางเพศต่าง ๆ อย่างเรื่องนี้ กลุ่มแฟนคลับให้ความสนใจและแสดงออกกันเยอะมาก มีการแสดงออกผ่านการติดแท็กทวิตเตอร์ การช่วยกันรีทวีตเตือนภัย การช่วยเหลือกันในสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้การคุกคามทางเพศผ่านสื่อออนไลน์ในปัจจุบันสามารถพบเจอกันเยอะมาก โดยเฉพาะประเด็นคิลปินเกาหลีที่โดนคุกคามทางเพศ ผ่านการพิมพ์ การพูด ต่าง ๆ ในสื่อออนไลน์เป็นต้น หรือที่เรียกย่อ ๆ กันว่า SH (sexual harassment) จนเกิดแฮชแท็ก #หยุดคุกคามคิลปิน แฟนคลับเลยมีการตระหนักและเคลื่อนไหวในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก อีกอย่างเรามองว่าไม่ว่าจะเป็นใครก็ไม่ควรโดนคุกคามทางเพศ หรือความรุนแรงต่าง ๆ เลยค่ะ อยากให้มีกฎหมายที่จัดการขั้นเด็ดขาดเกี่ยวกับกรณีเหล่านี้ด้วยค่ะ (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 8)

อีกทั้งยังมีการช่วยกระจายข่าวใน เหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ และการบุญให้มูลนิธิต่าง ๆ เช่น มูลนิธิกระจกเงา ผ่านการโพสทวิตและเปิดรับบริจาคโดยผ่านทางบ้านเบสวง NCT เป็นต้น ซึ่งทางบ้านเบสและกลุ่มแฟนคลับมองว่าถ้าการเมืองดีประชาชนไม่จำเป็นที่จะต้องช่วยกระจายข่าวสารภัยพิบัติ หรือบริจาคให้กับมูลนิธิต่าง ๆ อาจจะมีการบริจาคบ้างเป็นครั้งเป็นคราว แต่การช่วยเหลือทุกอย่างทั้งการแจ้งเตือนการกระจายข่าวสารภัยพิบัติและเงินสนับสนุนและช่วยเหลือมูลนิธิต่าง ๆ เป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่ควรจะให้มีความสำคัญและเข้ามาดำเนินการสนับสนุนไม่ปล่อยให้ประชาชนต้องช่วยเหลือกันโดยที่ไม่สามารถพึ่งพารัฐบาลได้ เป็นต้น ดังข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ที่ได้ให้ข้อมูลว่า

ส่วนมากจะเป็นเรื่องปากท้องประชาชนและความลำบากของคนในพื้นที่ต่าง ๆ ในช่วงเวลานั้น ๆ เช่น ในตอนที่พายุเข้าที่โรงเรียนทางเหนือ เราก็ช่วยประชาสัมพันธ์และขอรับบริจาคสิ่งของก็มีแฟน ๆ ที่ติดตามส่งของไปช่วยเหลือกันเต็มที่เลยคะ หรือตอนไฟไหม้โรงงานกิ่งแก้วที่บ้านก็มีการรับบริจาคเงินไปช่วยเหลือผู้ประสบภัย แล้วในเรื่องของการบริจาคอย่างในบ้านเบส กับกลุ่มแฟนคลับเองเองก็มีการทำโปรเจกต์มีการบริจาคเงินในโอกาสต่าง ๆ พอมีเรื่องอะไรแบบนี้เลยไม่ได้เป็นเรื่องใหม่ในการที่เราจะเปิดรับบริจาคหรือจัดการเลย รวมไปถึงมีการวิพากษ์วิจารณ์ข้อมูลต่าง ๆ อีกด้วย จริง ๆ เราเปิดรับบริจาคก็มีการติดแท็ก การโพสต์หรือรีนะ รูปแบบต่าง ๆ มันค่อนข้างที่จะสัมพันธ์กัน (ผู้ให้สัมภาษณ์บ้านเบสคนที่ 1)

ทำบุญให้มูลนิธิ หรือช่วยเหลือในสถานการณ์โควิด เช่น บริจาคหน้ากากอนามัย เจลล้างมือ เป็นต้น ผ่านการโดเนท เมื่อก่อนยอดโดเนทจะได้เยอะในช่วงโดเนททำบุญในวันเกิดศิลปิน แต่ในช่วงปีหลัง ๆ ด้วยสถานการณ์ทางเศรษฐกิจอาจจะได้ยอดโดเนทไม่มาก ตามกำลังทรัพย์ที่มี (ผู้ให้สัมภาษณ์ แอคเคาท์แฟนคลับคนที่ 2)

จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่จะมีการแสดงออกหรือการกระจายข่าวสารผ่านรูปแบบต่าง ๆ ที่กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสใช้ในการสนับสนุนและโปรโมทศิลปินวง NCT เช่น การโพสต์ข้อความ การวิพากษ์วิจารณ์ การติดแฮชแท็ก การกระจายข่าวสารผ่านรูปแบบแฟนฟิคชั่น เพราะรูปแบบที่กล่าวมาข้างต้นสามารถทำได้ง่ายและมีความรวดเร็วในการกระจายข่าวสาร อีกทั้งยังเป็นวิธีการที่กลุ่มแฟนคลับมีความเชี่ยวชาญและชำนาญมีความคุ้นเคยในการใช้รูปแบบและวิธีการต่าง ๆ ในการแสดงออกหรือกระจายข่าวสาร รวมไปถึงการจัดการทำโปรเจกต์และบริจาคเงินต่าง ๆ โดยมีรูปแบบและวิธีการในการบริจาคของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ผ่านแอคเคาท์บ้านเบสแฟนคลับวง NCT ทั้งในโอกาสวันเกิดศิลปินวง NCT หรือครบรอบเดบิวท์วง NCT ซึ่งนับว่าเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่กลุ่มแฟนคลับมีความเชี่ยวชาญและชำนาญในการบริหารจัดการในการเปิดรับบริจาคเงินในการทำโปร

เจกต์หรือบริจาคให้มูลนิธิต่าง ๆ นำไปสู่วิถีปฏิบัติการณ์ของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ในการขับเคลื่อนและสร้างประโยชน์ให้กับสังคม เป็นต้น

จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่าจากการแสดงออกและกระจายข่าวสารในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม โดยประเด็นที่ได้รับความสนใจจนนำไปสู่วิถีปฏิบัติการณ์ของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ในการขับเคลื่อนและสร้างประโยชน์ให้กับสังคมสามารถสรุปภาพรวมได้เป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1 ประเด็นทางการเมือง สิทธิเสรีภาพในการแสดงออก และคุณภาพชีวิต

กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีความตระหนักในการแสดงออกและกระจายข่าวสารในประเด็นทางการเมือง รวมถึงการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ประเด็นทางการเมืองที่เกิดขึ้นส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและประเด็นต่าง ๆ อีกมากมายซึ่งประเด็นที่เกิดขึ้นในสังคมล้วนแล้วแต่มีที่มาและส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาครัฐ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องและส่งผลมาจากประเด็นทางการเมืองทั้งสิ้น อีกทั้งกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มองว่าหากการเมืองดี คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจต่าง ๆ ก็ดีขึ้น ส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับจะสามารถมีกำลังทรัพย์ในการสนับสนุนศิลปินได้ดีมากยิ่งขึ้นราคาบัตรคอนเสิร์ตจะไม่สูงจนเกินมาตรฐานเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีการควบคุมราคาบัตรคอนเสิร์ตอย่างจริงจัง โดยประเทศไทยถือเป็นหนึ่งประเทศที่มีราคาบัตรที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ บางคอนเสิร์ตมีบัตรราคาแพงสูงสุดอยู่ที่ 7,000 – 12,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับค่าแรงขั้นต่ำของประชาชนในประเทศที่มีฐานเงินเดือนอยู่ที่ 15k และถ้าหากประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ทางการเมืองที่มั่นคงไม่มีสถานการณ์ระส่ำระสาย จะเพิ่มโอกาสให้ค่ายต่าง ๆ พาศิลปินมาประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้น

2 ประเด็นการคุกคาม ความรุนแรง และความเท่าเทียมทางเพศ

กลุ่มแฟนคลับแอคเคาท์ทวิตเตอร์ศิลปินวง NCT ก็ให้ความตระหนักและแสดงออกพร้อมทั้งช่วยรณรงค์เกี่ยวกับประเด็นปัญหาจากประเด็นที่ศิลปินเกาหลีโดนคุกคามผ่านทางสื่อออนไลน์ การออกมาสนับสนุนเรื่องการยอมรับความหลากหลายทางเพศของศิลปินวง NCT หรือแม้แต่วิถีปฏิบัติการณ์ที่มีความรุนแรงที่มีการพูดถึงเป็นอย่างมากบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ทำให้กลุ่มแฟนคลับยังให้ความสนใจ ตระหนัก โดยเฉพาะในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่มีแฟนคลับส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและเพศทางเลือกจำนวนมาก ส่งผลให้ประเด็นเหล่านี้มีการพูดถึงทั้งผ่านการช่วยกันติดแฮชแท็กทวิตเตอร์ #กฎหมายสมรสเท่าเทียม #ภาษีผ้าอนามัย #หยุดคุกคามศิลปิน เป็นต้น การรณรงค์ผ่านแฟนฟิค และการร่วมกันแสดงออกในประเด็นดังกล่าวการช่วยกันรีทวีตเตือนภัย การช่วยเหลือกันในสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

3 ประเด็นการบริจาคเงินช่วยเหลือมูลนิธิและเหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ

การช่วยกระจายข่าวใน เหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ และการบุญให้ มูลนิธิต่าง ๆ เช่น มูลนิธิกระจกเงา ผ่านการโพสทวิตและเปิดรับบริจาคโดยผ่านทางบ้านเบสวง NCT เป็นต้น ซึ่งทางบ้านเบสและกลุ่มแฟนคลับมองว่าถ้าการเมืองดีประชาชนไม่จำเป็นที่จะต้อง ช่วยกระจายข่าวสารภัยพิบัติ หรือบริจาคให้กับมูลนิธิต่าง ๆ ทุกมูลนิธิควรจะได้รับ การสนับสนุน และดูแลจากภาครัฐให้ครอบคลุมและทั่วถึงสำหรับประชาชนเพื่อเป็นการช่วยลดความเหลื่อมล้ำ ในการเข้าถึงโอกาสในด้านต่าง ๆ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่า ประเด็นที่กลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีการ แสดงออกและเกิดปฏิบัติการจากพื้นที่ออนไลน์สู่พื้นที่ออนไลน์ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ 1 ประเด็น ทางการเมือง สิทธิเสรีภาพในการแสดงออก คุณภาพชีวิต 2 ประเด็นการคุกคาม ความรุนแรง และ ความเท่าเทียมทางเพศ และ 3 ประเด็นการบริจาคเงินช่วยเหลือมูลนิธิและเหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ ซึ่ง ทั้ง 3 ประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าทุกประเด็นมีความเชื่อมโยงและ เกี่ยวข้องกันทั้งในเรื่อง การเมือง คุณภาพชีวิต ความรุนแรงทางเพศ ความเท่าเทียมทางเพศ รวมถึง ภัยพิบัติต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มแฟนคลับมีความตระหนักและมองว่า ปัญหาต่าง ๆ มีผลมาจากโครงสร้าง ของระบบ ซึ่งยึดโยงกับประเด็นทางการเมือง ที่กลุ่มแฟนคลับให้ความสนใจในการแสดงออกและ พุดถึงเป็นประเด็นหลักซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักตื่นตัว การมีโลกทัศน์และค่านิยม ทางการเมืองใหม่ที่มีมองว่าการเมืองนั้นสำคัญกับชีวิตของตนเองในทุกมิติ ปัญหาทุกอย่างในทาง สังคมและคุณภาพชีวิตต่าง ๆ เชื่อมโยงกับการเมือง ฉะนั้นประเด็นการเมืองจึงไม่ใช่เรื่องไกลตัวแต่ เป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อทุกคนและ ทุกคนควรหันมาใส่ใจและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ทางการเมืองมากขึ้นเพื่อการเปลี่ยนแปลงไปของการเมืองและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การออกมา เพื่อเรียกร้องถึงอนาคตไม่ใช่แค่ของคนกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดแต่เป็นอนาคตร่วมกันของทุกคน ภายในประเทศ ดังนั้นกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มองว่าการแสดงออกปลະ ปฏิบัติการต่าง ๆ ในประเด็นทางสังคมดังกล่าว สร้างผลลัพธ์ที่ดีในการช่วยเหลือสังคมได้และยัง เป็นการแสดงพลังและความร่วมแรงร่วมใจของแฟนคลับวง NCT ให้กับสังคมได้เห็นอีกด้วย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาเรื่อง ออนไลน์สู่ออนไซต์ : การแสดงออกและปฏิบัติการของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT กับประเด็นทางสังคม กลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีจำนวน 20 คนโดยแบ่งออกเป็นผู้ดูแลหรือผู้ประสานงานในกลุ่มทวิตเตอร์หลักของแฟนคลับวง NCT (แอดเคาท์ทวิตเตอร์บ้านเบสวง NCT) จำนวน 10 คน โดยมีเกณฑ์การเลือกดังต่อไปนี้ 1. มีหน้าที่ดูแลหรือประสานงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี 2. แอดเคาท์ที่มีการตั้งรูปศิลปินวง NCT เป็นรูปโปรไฟล์หรือเฮทบนแอดเคาท์ รวมถึงการตั้งข้อมูลส่วนตัว หรือ ไบโอ (Autobiography) บนแอดเคาท์ทวิตเตอร์เป็นชื่อศิลปินหรือชื่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินวง NCT เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT 3. มีแฟนคลับด้วยกันเองติดตามแอดเคาท์มากกว่า 5,000 แอดเคาท์ 4. มีการแสดงออกผ่านการใช้ทวิตเตอร์ การเผยแพร่ข้อมูล ส่งต่อข้อมูล หรือเป็นการรีทวีต (retweet) เกี่ยวกับประเด็นทางสังคม เช่น มีการใช้แฮชแท็กในการแสดงออก การโดนทช่วยเหลือในโอกาสต่าง ๆ การทำArtwork การทำโปรเจกต์สนับสนุน และแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT จำนวน 10 คน โดยมีเกณฑ์การเลือกดังต่อไปนี้ (1.) ติดตามวง NCT มาแล้วไม่น้อยกว่า 1 ปี (2.) มีแฟนคลับด้วยกันเองติดตามแอดเคาท์มากกว่า 5,000 แอดเคาท์ (3.) แอดเคาท์ที่มีการตั้งรูปศิลปินวง NCT เป็นรูปโปรไฟล์หรือเฮทบนแอดเคาท์ รวมถึงการตั้งข้อมูลส่วนตัว หรือ ไบโอ (Autobiography) บนแอดเคาท์ทวิตเตอร์เป็นชื่อศิลปินหรือชื่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินวง NCT เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับวง NCT (4.) มีการแสดงออกผ่านการใช้ทวิตเตอร์ การเผยแพร่ข้อมูล ส่งต่อข้อมูล หรือเป็นการรีทวีต (retweet) เกี่ยวกับประเด็นทางสังคม ไม่น้อยกว่า 30 ทวิต เช่น มีการใช้แฮชแท็กในการแสดงออก การโดนทช่วยเหลือในโอกาสต่าง ๆ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และใช้วิธีการวิเคราะห์แบบแก่นสาระตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 เพื่อศึกษาปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์ กลุ่มแฟนคลับวง NCT

5.1.2 เพื่อศึกษารูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของ

ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

- 5.1.3 เพื่อวิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่ม
ในทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT
- 5.2 อภิปรายผลการศึกษา
- 5.2.1 อภิปรายผลการศึกษาปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของ
ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT
- 5.2.2 อภิปรายผลการศึกษารูปแบบการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคม
ของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT
- 5.2.3 อภิปรายผลการวิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มใน
ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT
- 5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย
- 5.3.1 ข้อเสนอแนะการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์
- 5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟน คลับวง NCT

ผลการศึกษา พบว่า ปฏิบัติการหรือกระบวนการการรวมตัวกันเป็นกลุ่มของแฟนคลับวง
NCT ในการแสดงออกในประเด็นทางสังคม จากจุดเริ่มต้นในการชื่นชอบและติดตามผลงาน
ศิลปินวง NCT โดยใช้กระบวนการการรวมตัวเป็นกลุ่ม การสื่อสารภายในกลุ่ม ในการติดตาม
ข่าวสารนำไปสู่การแสดงออกและปฏิบัติการในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม โดยสามารถสรุปได้ 3
ประการดังต่อไปนี้

(1) จุดเริ่มต้นในการติดตามและกระจายข่าวสารต่าง ๆ ของแอคเคาท์ทวิตเตอร์ศิลปินวง
NCT สู่จุดเปลี่ยนในการแสดงออกหรือกระจายข่าวสารในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม มีจุดเริ่มต้น
จากกลุ่มแฟนคลับ มีการติดตามศิลปินวง NCT ซึ่งในวง NCT มีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 23 คน แบ่ง
ออกเป็นยูนิทหรือกลุ่มย่อย ได้แก่ NCT 127, NCT Dream และ WayV เป็นกลุ่มบอยแบนด์
ภายใต้สังกัดค่าย SM Entertainment (SM) กลุ่มแฟนคลับมีการติดตามศิลปินผ่านโปรเจกต์
SMROOKIES ของค่าย SM ที่กำลังเป็นกระแสโด่งดังรวมไปถึงการชื่นชอบสไตล์เพลงทัศนคติการ
วางตัวหรือลักษณะบุคลิกภาพของศิลปินภายในค่าย ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้กลุ่ม
แฟนคลับเริ่มหันมาสนใจและติดตามศิลปินวง NCT ในส่วนบ้านเบสของวง NCT หลัก ๆ คือบ้าน
NCT Thailand บ้านวันนี้ NCT ไปไหน และบ้านอื่น ๆ ซึ่งแต่ละบ้านจะทำหน้าที่ในการกระจาย

ข่าวสารข้อมูลเป็นหลัก และมีหน้าที่อื่น ๆ ที่แตกต่างกันออกไป รวมไปถึงบ้านเบสของวง NCT แต่เนื่องจากการเคลื่อนไหวและเรียกร้องประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จากเหตุการณ์การรายงานข่าวที่ไม่เป็นไปตามสถานการณ์ความจริงที่เกิดขึ้น นำไปสู่แฮชแท็กการแบนสื่อต่าง ๆ ในทวิตเตอร์ ส่งผลให้ประชาชนเกิดความไม่ไว้วางใจในการทำงานของสื่อ อีกทั้งรัฐยังจำกัดสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ จากประเด็นดังกล่าวทำให้กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีการกระจายข่าวสารข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ รวมไปถึงการทวิตข่าวสารแลกเปลี่ยนมุมมองความรู้และแสดงความคิดเห็นในประเด็นทางการเมือง คุณภาพชีวิต ความรุนแรงทางเพศ และประเด็นอื่น ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการใช้แฮคค์์ทวิตเตอร์แฟนคลับที่มียอดติดตามของกัณกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเป็นจำนวนมากประกอบกับการมียอดเอนเกจเมนต์ต่าง ๆ เป็นส่วนช่วยในการกระจายข่าวสารประเด็นทางสังคมผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มากยิ่งขึ้น โดยเป็นการกระจายข่าวสารที่รวดเร็วเข้าถึงง่ายและสามารถช่วยให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่นได้

(2) กระบวนการและวิธีการการรวมกลุ่ม และขั้นตอนในการการกระจายข่าวสาร นำไปสู่ปฏิบัติการในการแสดงออกกระบวนกรหรือวิธีการการรวมกลุ่มของแฟนคลับวง NCT สามารถสรุปได้ เป็น 3 ประการดังต่อไปนี้

ประการที่หนึ่ง ระยะเวลาการก่อตัว (Origin) เริ่มจากการก่อตัวของแฟนคลับที่เป็นปัจเจกบุคคลมีความชื่นชอบในตัวศิลปินวง NCT และมีความสนใจในการติดตามข่าวสารผลงานศิลปินเหมือนกัน มีการแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนในประเด็นต่าง ๆ รวมถึงใช้เป็นพื้นที่ที่มีการนัดหมายในการดำเนินกิจกรรมหรือจัดโปรเจกต์ร่วมกัน

ประการที่สอง ระยะเวลาทำหน้าที่ (Function) ภายในกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีบ้านเบสทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารหรือตัวกลางให้กับแฟนคลับที่ติดตามเพื่อรวมตัวกันจัดทำกิจกรรมหรือจัดโปรเจกต์ต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งของกลุ่มแฟนคลับมีการกระจายข่าวสารที่รวดเร็วบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์

ประการสุดท้าย ระยะเวลาธำรงรักษา (Maintenance) มีการพูดคุยภายในกลุ่มเป็นประจำสม่ำเสมอและหลากหลายประเด็นนอกจากประเด็นที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง NCT รวมถึงประเด็นที่บ้านเบสหลาย ๆ บ้านและแอคเคาท์นักเขียนต่าง ๆ ในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ออกมากระจายข่าวส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับเมื่อมีการรวมกลุ่มจะมีการนำประเด็นดังกล่าวมาพูดคุยแลกเปลี่ยน รวมทั้งประเด็นที่มีความเกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตหรือส่งผลต่อการติดตามศิลปินเกาหลี เช่น เรื่องการ

ออกมากระจายข่าวสารของบ้านเบสศิลปินในการเรียกร้องทางการเมือง คุณภาพชีวิตกับการตั้ง
ค่าแรงขั้นต่ำกับนโยบายของรัฐบาลกับราคาบัตรคอนเสิร์ต เป็นต้น



ภาพประกอบ 16 วิธีการรวมตัวของกลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT
ที่มา: ผู้วิจัย. (2566).

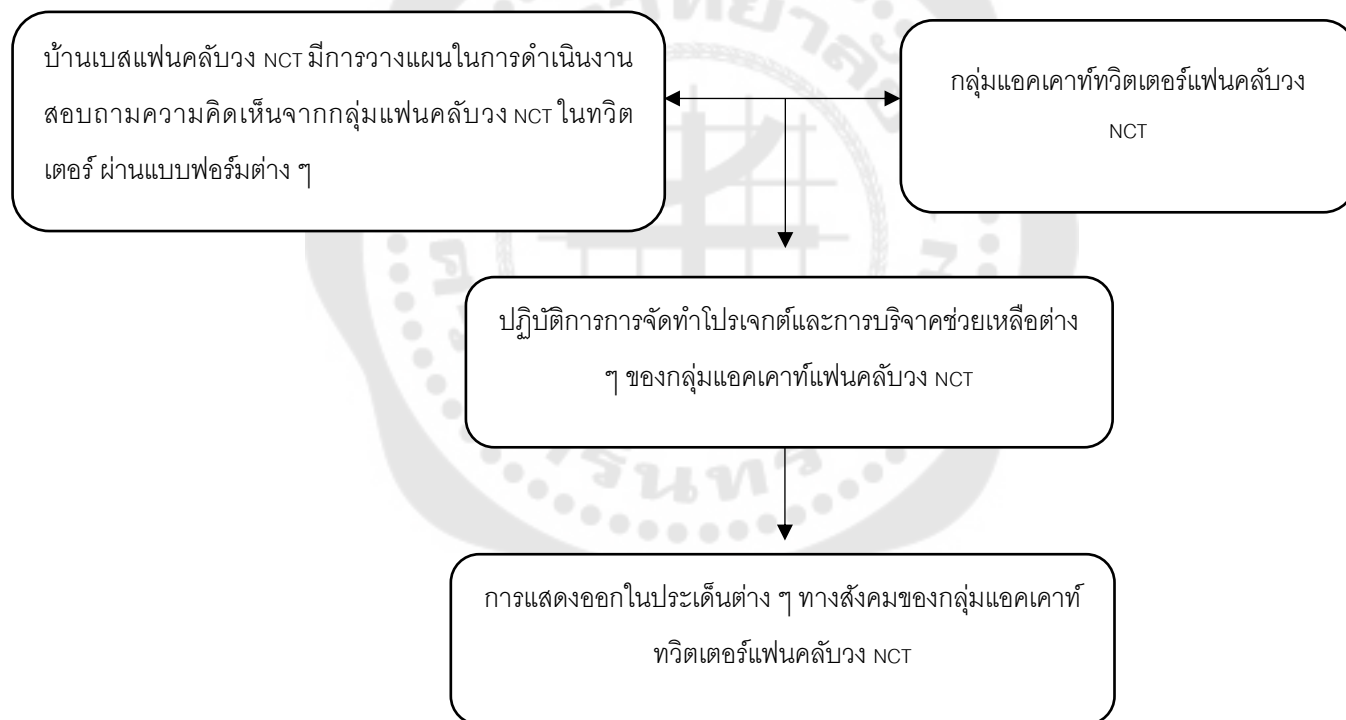
เมื่อมีการรวมตัวเป็นกลุ่มเกิดขึ้น ส่งผลให้บ้านเบสของกลุ่มแฟนคลับวง NCT หลาย ๆ
บ้านจำเป็นต้องมีวิธีการบริหารจัดการในการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มแฟนคลับ โดยมีขั้นตอนใน
การดำเนินการสื่อสารภายในกลุ่มเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมหรือโปรเจกต์ต่าง ๆ 6 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. เริ่มต้นจากทีมในบ้านเบสมีการคิดโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นมา
2. มีการวางแผนต่าง ๆ เป้าหมาย วัตถุประสงค์ในการจัดรวมถึงระยะเวลาและสถานที่ต่าง ๆ
3. มีการสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มแฟนคลับในทวิตเตอร์ ผ่านแบบฟอร์มต่าง ๆ เพื่อให้ได้
ข้อสรุปร่วมกันทั้งกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบส

4. กลุ่มบ้านเบสจะมีการดำเนินการขั้นตอนต่อไปคือการประชาสัมพันธ์ผ่านทางหน้าแอดเด้าทวิตเตอร์ มีการตั้งแฮชแท็กต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์โปรเจกต์หรือกิจกรรม เช่น #ทำบุญวันเกิด ให้น้องปี2020 #6th_anniversary_NCT127

5. ในช่วงการจัดโปรเจกต์มีการไหวตแฮชแท็กที่ใช้ในการเทรน และมีการนัดเวลาเทรนผ่านบ้านเบส เช่น โปรเจกต์วันเกิดจะมีการเริ่มเทรนแฮชแท็กในช่วงเวลา 22.00 น ซึ่งตรงกับวันใหม่ของประเทศเกาหลีใต้

6. ภายหลังจากเสร็จสิ้นโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ทางบ้านเบสก็จะมีการดำเนินการชี้แจงบัญชีรายรับ-รายจ่ายต่าง ๆ เพื่อความสบายใจแก่แฟนคลับที่โดนเทรพร้อมกับบ้านเบสและมีการรวมกลุ่มผู้การแสดงออกในประเด็นทางสังคมผ่านรูปแบบต่าง ๆ จนเกิดปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT



ภาพประกอบ 17 การการทำงานนำไปสู่ปฏิบัติการของของกลุ่มแอดเด้าทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT

ที่มา: Twitter. (2564).

(3) ปฏิบัติการและผลจากการปฏิบัติการการแสดงออกของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT

จากกระบวนการการรวมตัวของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT นำไปสู่ปฏิบัติการในการแสดงออกบนพื้นที่ทางกายภาพที่แสดงให้เห็นถึงมติหรือความคิดเห็น ในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม ของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT โดยทางกลุ่มบ้านเบสมีการจัดโปรเจกต์และกิจกรรมต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลา 1- 2 ปีที่ผ่านมา โปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เห็นได้ชัดเจนและแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ มี 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

1 การจัดทำโปรเจกต์และกิจกรรมต่าง ๆ

กลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับ NCT มีการรวมกลุ่มในการจัดโปรเจกต์ต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะในช่วงระยะเวลา 1- 2 ปีที่ผ่านมา โปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่นำไปสู่ปฏิบัติการที่สามารถเห็นได้ชัดเจนและแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ คือ การจัดโปรเจกต์ติดป้ายวันเกิดหรือวันครบรอบเดบิว์ของศิลปิน ซึ่งการจัดโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ในช่วงวันเกิดของศิลปิน หรือวันครบรอบเดบิว์นับว่าเป็นช่วงที่กลุ่มแฟนคลับให้ความสนใจกับกิจกรรมและโปรเจกต์การติดป้ายศิลปินตามสถานที่ต่าง ๆ เป็นอย่างมาก จนกลายมาเป็นวัฒนธรรมหนึ่งของกลุ่มแฟนด้อมโดยจะมีการจัดโปรเจกต์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นตามรถไฟฟ้าทั้ง BTS และ MRT รวมไปถึงห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ซึ่งภายหลังจากมีประเด็นการเรียกร้องทางการเมือง การชุมนุมต่าง ๆ รวมไปถึงเรื่องการสนับสนุนกลุ่มนายทุนส่งผลให้กลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ได้มีการรณรงค์และแสดงจุดยืน ไม่ติดป้ายโปรโมทตามรถไฟฟ้าหรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ เพราะทางกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมองว่า ในช่วงที่มีกระแสการชุมนุมเรียกร้องประชาธิปไตยทางรถไฟและห้างไม่ให้ความร่วมมือกับการเรียกร้องประชาธิปไตยและการแสดงจุดยืนของประชาชน กลับสร้างความลำบากให้กับผู้ร่วมชุมนุม อีกทั้งทางกลุ่มแฟนคลับมองว่า เป็นการสนับสนุนกลุ่มนายทุน จากการเช่าสถานที่ติดป้ายโปรเจกต์ต่าง ๆ โดยหลังจากมีการแสดงจุดยืนของกลุ่มแฟนคลับ บ้านเบสได้มีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ติดป้ายโปรเจกต์จากสถานที่ดังกล่าว โดยมีการเปลี่ยนสถานที่ติดโปรเจกต์ไปเป็นรถสองแถว หรือรถตุ๊ก ๆ รวมถึงร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ ซึ่งส่วนหนึ่งกลุ่มแฟนคลับมองว่านอกจากจะเป็นการจัดโปรเจกต์เพื่อศิลปิน โปรโมทศิลปินอันเป็นที่รักแล้ว ยังเป็นการกระจายรายได้ให้กลุ่มร้านค้ารายย่อย โดยเฉพาะรถสองแถวที่ขาดรายได้จากนักท่องเที่ยวในสถานการณ์โควิดอีก ซึ่งการเปลี่ยนพื้นที่การจัดโปรเจกต์ของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ถือเป็นการสนับสนุนศิลปินและช่วยเหลือสังคมได้อีกช่องทางหนึ่ง

2. การบริจาคช่วยเหลือสังคม

กลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง NCT ที่เรียกกันว่า บ้านเบส หรือกลุ่มแฟนคลับนอกจากปฏิบัติการในทำกิจกรรมและโปรเจกต์ต่าง ๆ แล้ว กลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCTมีการรวมกลุ่มในการบริจาคช่วยเหลือต่าง ๆ โดยมีบ้านเบสของวงทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเปิดรับบริจาค หรือในวงการแฟนคลับที่เรียกกันว่าคาร์โดเนท ซึ่งกลุ่มแฟนคลับมีการเปิดรับบริจาคกันเป็นประจำหากศิลปินในวง NCT มีผลงานใหม่ หรือ วันเกิดของศิลปินในวง ทางบ้านเบสก็จะมีการบริจาคเพื่อนำไปจัดโปรเจกต์หรือไปซื้อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ศิลปินเป็นที่รู้จัก ยกตัวอย่างการบริจาคในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในการสนับสนุนการแสดงออกในการชุมนุมเพื่อประชาธิปไตย โดยมียอดบริจาคประมาณ 60,000 บาท การบริจาคให้กองทุนแผ่นดินเกิด เป็นจำนวนเงิน 575,967 บาท ซึ่งเป็นกองทุนที่ช่วยเหลือเด็ก ๆ ให้ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ การบริจาคทำบุญให้มูลนิธิกระจกเงาเป็นจำนวนเงิน 5,000 บาท และกองทุนมูลนิธิอื่น ๆ เป็นต้น อีกทั้งกลุ่มแฟนคลับมองว่าการโดเนทเงินผ่านบ้านเบสมีความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ด้วยระบบการทำงานสามารถตรวจสอบได้มีการบริหารจัดการที่ดีและเป็นระบบ มีการทำงานตามขั้นตอนอย่างชัดเจน ทั้งนี้กลุ่มแฟนคลับมองว่า เพราะบ้านเบสศิลปินวง NCT มีการเปิดโดเนททำโปรเจกต์ต่าง ๆ อยู่เป็นประจำการเปิดโดเนทเงินเพื่อสังคม หรือให้มีอบต่าง ๆ เลยถือเป็นปฏิบัติการหนึ่งที่ทางกลุ่มแฟนคลับทำได้อย่างรวดเร็วและได้ผลลัพธ์ที่ดี

กล่าวโดยสรุปจากการรวมกลุ่มของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ในการทำโปรเจกต์และการบริจาคต่าง ๆ ได้ผลตอบรับจากกลุ่มแฟนคลับที่ส่งผลต่อสังคมอย่างชัดเจนโดยยอดบริจาคมียอดโอนเงินเพิ่มเป็นจำนวนมากขึ้นเพราะมีการนำไปทำบุญในมูลนิธิต่าง ๆ มีการนำเงินที่ได้ไปช่วยเหลือสังคมมากขึ้น ซึ่งแฟนคลับมองว่านอกจากได้ช่วยโปรโมทศิลปินแล้วยังได้ทำบุญร่วมกับศิลปินที่ชอบ รวมไปถึงร้านค้ารายย่อยและรถสองแถวต่าง ๆ ที่ได้รับเงินจากการติดโปรเจกต์ศิลปิน กลับมามีรายได้จากการบริการของกลุ่มแฟนคลับที่ไปตามเก็บโปรเจกต์ศิลปินรวมไปถึงร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ มีรายได้เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน ดังนั้นจากการทำกิจกรรมและโปรเจกต์ต่าง ๆ ของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT นำมาสู่ผลที่เกิดขึ้นจากการปฏิบัติการแสดงออกของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ซึ่งมีทั้งผลดีและผลเสีย แต่จากการสัมภาษณ์และเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า โดยส่วนใหญ่ทั้งกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมองว่าปฏิบัติการดังกล่าวของแอดเคาท์ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT สร้างผลดีมากกว่าซึ่งปฏิบัติการดังกล่าวของกลุ่มแฟน

คลับสามารถช่วยเหลือสังคมได้และยังเป็นการแสดงพลังและความร่วมแรงร่วมใจของแฟนคลับวง NCT ให้กับสังคมได้เห็นอีกด้วย ในส่วนของผลเสีย กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมองว่าข้อมูลที่มีการนำมากระจายข่าวต่าง ๆ ต้องมีการตรวจสอบที่มาและมีการกรองข้อมูลเพื่อป้องกันความผิดพลาดในข้อมูลที่มีการกระจายข่าวในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

5.1.2 รูปแบบการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบการแสดงออกและกระจายข่าวสารของแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์นั้นเป็นการแสดงออกและกระจายข่าวสารที่ทำให้ได้ง่ายและรวดเร็ว เนื่องจากกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่มีการรวมตัวและดำเนินกิจกรรมและโปรเจกต์ต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นหลัก รวมไปถึงการใช้พื้นที่แอคเคาท์ทวิตเตอร์ในการพูดถึงประเด็นทางสังคมและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคคลอื่น ๆ อีกประการสำคัญ คือ เป็นพื้นที่ออนไลน์ในการรวมกลุ่มและการสื่อสารกันของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในการติดตามข่าวสาร การแสดงออก รวมไปถึงการทำกิจกรรมและทำโปรเจกต์ต่าง ๆ จะเห็นได้จากการรวมกลุ่มบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในการติดตามศิลปินวง NCT นำไปสู่การแสดงออกและปฏิบัติการต่าง ๆ ในประเด็นทางสังคม บนพื้นที่ทางกายภาพ ที่แสดงให้เห็นถึงมิติหรือความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านการจัดทำโปรเจกต์ และการบริจาคช่วยเหลือต่าง ๆ ของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ซึ่งกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มองว่าจุดเด่นของทวิตเตอร์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ทวิตเตอร์เป็นแพลตฟอร์มที่ได้รับความนิยมและมีอิทธิพลเป็นอย่างมาก มีการใช้งานที่ไม่ซับซ้อน มีการเผยแพร่ส่งต่อข้อมูล รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์นั้น ๆ ที่กำลังเกิดขึ้นผ่านรูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือสามารถติดตามข้อมูลผ่านแฮชแท็กต่าง ๆ ทำให้การส่งสารหรือติดตามข้อมูลเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว และทันต่อประเด็นข่าวสารหรือเหตุการณ์ที่กำลังเป็นกระแสหรือได้รับความนิยม ณ ขณะนั้นได้อย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีการแสดงออกหรือการกระจายข่าวสารในประเด็นทางสังคมต่าง ๆ ที่เป็นเหตุการณ์หรือสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ณ ช่วงเวลานั้น โดยจะเห็นได้ว่าแพลตฟอร์มทวิตเตอร์มีส่วนสำคัญมาก ๆ ในการกระจายข่าวสารที่ต้องการความรวดเร็ว เช่น การนัดรวมพล ส่วนใหญ่มีการนัดสถานที่และเวลาผ่านทางทวิตเตอร์หรือเหตุการณ์การชุมนุมต่าง ๆ ก็ยังสามารถที่จะเคลื่อนไหวได้ผ่านทางทวิตเตอร์

2. ทวิตเตอร์เป็นแพลตฟอร์มที่มีเครื่องมือและกลไกที่น่าสนใจ เช่น รีทวิต เทรนด์แฮชแท็ก ทำให้ทุกคนกลายเป็นผู้ผลิตหรือเป็นผู้ริเริ่มในการขับเคลื่อนประเด็นทางสังคมได้ โดยการพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นทางสังคมต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่มีความเข้าใจในการใช้งานกลไกต่าง ๆ และตระหนักถึงการพูดคุยและแลกเปลี่ยนประเด็นทางสังคม เป็นผลมาจากการที่ศิลปินถูกเอาเปรียบโดยต้นสังกัด ถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว รวมถึงการบูลลี่ต่าง ๆ การโกงอัลบั้ม การ์ดศิลปิน และราคาบัตรคอนเสิร์ตที่มีราคาแพงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งแฟนคลับวง NCT มีความสนใจและตระหนักในประเด็นต่าง ๆ เหล่านี้นำไปสู่การพูดคุยในสังคมมากยิ่งขึ้นและหลังจากนั้นเป็นต้นมา หลาย ๆ บ้านก็เริ่มมีการทวิต ประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เกิดขึ้น รวมถึงเรื่องการเมือง การชุมนุมต่าง ๆ และการสลายการชุมนุมที่มีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีการโพสต์ข้อความผ่านทางแอคเคาท์ทวิตเตอร์บ้านเบส รวมไปถึงกลุ่มแฟนคลับก็เป็นส่วนหนึ่งในการไปร่วมชุมนุมและพบเจอกับเหตุการณ์สลายการชุมนุมนำมาสู่การกระจายข่าวสาร ซึ่งแอคเคาท์บ้านเบสไม่ได้กระจายข่าวสารแค่ 1 บ้าน แต่มีการกระจายข่าวสารกันหลากหลายบ้าน และสิ่งหนึ่งที่แสดงให้เห็นถึงการกระทำที่เป็นธรรมชาติของแฟนคลับวง NCT คือเมื่อแอคเคาท์บ้านเบสทวิตข้อความต่าง ๆ เมื่อแฟนคลับที่ติดตามเห็นเข้าก็เริ่มรีทวิตในประเด็นนั้น ๆ

ซึ่งรูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมมีมากมายหลายรูปแบบโดยแต่ละรูปแบบก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปของแต่ละกลุ่ม โดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษากลุ่มแฟนคลับวง NCT บนแอคเคาท์ทวิตเตอร์ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่ามีรูปแบบการแสดงออกในประเด็นทางสังคมบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ของกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มี 5 รูปแบบ ดังนี้ 1. การโพสต์ข้อความบนทวิตเตอร์ 2. การติดแฮชแท็ก 3. การรีทวิต 4. การแสดงออกผ่านแฟนฟิคชั่น 5. รูปแบบอื่น ๆ

1 การโพสต์ข้อความบนทวิตเตอร์

การกระจายข่าวสารผ่านรูปแบบการโพสต์ข้อความบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่มีการโพสต์ข้อความต่อ 1 ครั้งได้สูงสุดไม่เกิน 280 ตัวอักษร รวมถึงฟังก์ชันท่าเทรดที่สามารถทวิตได้หลาย ๆ ทวิตต่อกันในครั้งเดียว และฟังก์ชันโควตทวิตของคนอื่นเพื่อแสดงความคิดเห็นของตนเองส่งผลให้ผู้ติดตามได้เห็นทวิตดังกล่าว เป็นต้น มีการโพสต์ข้อความทวิตที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง NCT มีการแสดงความคิดเห็นเรื่องประเด็นทางการเมืองและประเด็นข่าวสารต่าง ๆ ในสังคม ในส่วนของบ้านเบสหรือแอคเคาท์ที่มียอดติดตามเป็นจำนวนมากบางครั้งมีแฟนคลับ

ด้วยกันรับฝากข้อความผ่านทาง Direct message (DM) หรือหมายถึงการส่งข้อความส่วนตัวหากัน เมื่อมีเหตุการณ์ให้ช่วยประชาสัมพันธ์หรือขอความช่วยเหลือ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ เหตุการณ์ในมือบหรือการประชุมต่าง ๆ เป็นต้น

2. การติดแฮชแท็ก

แฮชแท็กมีจุดเริ่มต้นจากการใช้งานของแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ที่ต้องการกล่าวถึงเหตุการณ์หรือประเด็นที่กำลังเกิดขึ้นและเป็นกระแสในสังคม โดยในแฮชแท็กอาจจะกล่าวถึง สถานที่ บุคคล หรือเหตุการณ์ที่อยู่ในความสนใจอื่น ๆ ซึ่งคุณสมบัติพิเศษของแฮชแท็กคือ การทำให้ผู้ใช้งานแอคเคาท์ต่าง ๆ เข้าถึงเรื่องราวที่กำลังเป็นประเด็น ณ ขณะนั้นได้อย่างง่ายดาย เพียงแค่กดเข้าไปในแฮชแท็กหรือค้นหาแฮชแท็กนั้น ๆ ก็จะได้พบกับข้อความที่แอคเคาท์อื่น ๆ กำลังกล่าวถึงหรือให้ความสนใจประเด็นเหล่านั้นเช่นเดียวกัน ซึ่งเมื่อมีการติดแฮชแท็กเป็นจำนวนมากจากแอคเคาท์ต่าง ๆ นำไปสู่การติดเทรนด์ หรือที่เรียกกันว่า ติดเทรนด์ทวิตเตอร์ หมายถึง ประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจอยู่เป็นหัวข้อสนทนาที่คนส่วนใหญ่พูดถึงกัน ณ ขณะนั้น โดยกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับวง NCT ในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ มีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการโพสต์ข้อความพร้อมติดแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับศิลปินวง NCT ให้ติดเทรนด์ทวิตเตอร์เพื่อที่จะสามารถมองเห็นและเข้าถึงได้อย่างง่ายดาย เป็นการโปรโมทศิลปินให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น หรือเรียกกันในภาษาแฟนคลับว่า การตกคนเข้าด้อม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเพลงใหม่ของวง รายการ รวมไปถึงการทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับวง NCT มีการนำวิธีการรูปแบบดังกล่าวมาใช้ในการกระจายข่าวสารและแสดงออกในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เกิดขึ้น เมื่อมีแอคเคาท์กลุ่มแฟนคลับวง NCT หลาย ๆ แอคเคาท์มีการโพสต์ติดแฮชแท็กประเด็นทางสังคม ในช่วงเวลาเดียวกันนำไปสู่การติดเทรนด์ทวิตเตอร์ทำให้หัวข้อหรือประเด็นเหล่านั้น ยิ่งมีการพูดคุยและได้รับความสนใจในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

3 การรีทวีต โฟส รูปภาพ และคลิปต่าง ๆ

การรีทวีตเป็นการกระจายข่าวสารที่ทำได้ง่ายและรวดเร็วที่สุดโดยเฉพาะจากแอคเคาท์หรือบ้านเบสวง NCT ที่มียอดผู้ติดตามเป็นจำนวนมากเมื่อมีการรีทวีตข้อความหรือข่าวสารต่าง ๆ ในเรื่องที่กำลังเป็นที่สนใจหรือกำลังเป็นประเด็นสำคัญในสังคม ข้อความที่รีทวีตนั้นก็จะไปแสดงให้ผู้ติดตามของแอคเคาท์นั้น ๆ ได้รับรู้ด้วย แม้ว่าผู้ติดตามของแอคเคาท์นั้น ๆ จะไม่ได้สนใจหรือรับรู้เรื่องราวเหล่านั้นมาก่อน ก็จะสามารถเห็นข่าวนั้น ๆ ได้ โดยเฉพาะ แอคเคาท์ทวิตเตอร์บ้านเบสแฟนคลับวง NCT ที่มีการอัปเดตข่าวสารศิลปิน และมียอดผู้ติดตามแอคเคาท์เป็นจำนวนมาก ทั้งกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในประเทศไทยและต่างประเทศทั่วโลก โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า ยอดรีทวีตข่าวประเด็นทางสังคมต่าง ๆ ของบ้านเบสวง NCT เมื่อมีการโพสต์ทวิตเตอร์หรือรีทวีต

ข่าวสารรูปภาพ คลิปวิดีโอต่าง ๆ มีแอคเคาท์ในทวิตเตอร์ที่ทวีตข้อความหรือข่าวสารดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ทั้งแอคเคาท์ที่เป็นกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในประเทศไทยและต่างประเทศและแอคเคาท์ผู้ใช้งานอื่น ๆ โดยเฉพาะถ้ามีการติดแฮชแท็กจำนวนข่าวสารที่มีการทวีตกระจายข่าวสารหรือส่งต่อกันไปเรื่อย ๆ ก็จะได้เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น

4. การแสดงออกผ่านแฟนฟิคชั่น

นอกจากจะมีการแสดงออกหรือกระจายข่าวสารผ่านทางรูปแบบต่าง ๆ เช่นการโพสต์ข้อความ การติดแฮชแท็ก ต่าง ๆ เป็นต้น อีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นจุดเด่นของกลุ่มแฟนคลับคือ การรณรงค์และอัปเดตประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมผ่านแฟนฟิคชั่น ที่มีการแจ้งเตือนข่าวที่สำคัญผ่านการอัปเดตแฟนฟิคชั่นของนักเขียน ยกตัวอย่างเช่น จากการอัปเดตแฟนฟิคชั่นตอนใหม่ เป็นการอัปเดตสถานการณ์ที่เกิดขึ้นด้วยนักอ่านที่อ่านฟิคชั่นเรื่องนั้น ๆ ก็จะได้รับแจ้งเตือนข่าวสารรวมไปถึงตัวนักเขียนมีการสรุปใจความสาระสำคัญของประเด็นข่าวต่าง ๆ ในแฟนฟิคชั่นอีกด้วย ทำให้นักอ่านที่ไม่ได้ตามข่าวหรือไม่ทันข่าวสารสามารถรับรู้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้ผ่านแฟนฟิคชั่นโดยกลุ่มคนหรือแฟนคลับที่อ่านแฟนฟิคชั่นเป็นกลุ่มวัยรุ่นหรือแฟนคลับวง NCT และกลุ่มแฟนคลับอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มนักเขียนมองว่า บางครั้งการจะแสดงออกในโลกออนไลน์มันทำได้ยาก โดยเฉพาะบุคคลที่อาศัยอยู่ต่างจังหวัดการจะไปมือก็ไม่ใช่สิ่งที่จะทำได้โดยง่าย นักเขียนจึงใช้วิธีนี้ในการสอดแทรกข้อมูลต่าง ๆ โดยเฉพาะประเด็นทางการเมือง ความเท่าเทียมทางเพศ และประเด็นอื่น ๆ โดยจะแทรกไปกับส่วนหนึ่งของบทสนทนาระหว่างตัวละครในฟิคชั่น ประกอบกับแพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามามีบทบาทในการกระจายข่าวสารและเคลื่อนไหวมากยิ่งขึ้น ซึ่งถือเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่คนรุ่นใหม่ใช้เพื่อขับเคลื่อนประเด็นทางสังคมต่าง ๆ โดย แฟนฟิคชั่นวามีบทบาทมากยิ่งขึ้นเป็นพื้นที่รวบรวมคนที่ชื่นชอบอะไรเหมือน ๆ กัน เป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างแฟนคลับสร้างความผูกพันระหว่างแฟนคลับ ด้วยกันทำให้เกิดการทำกิจกรรมบนพื้นที่ทางกายภาพจริง ๆ อย่างการจัดกิจกรรมตลาดฟิค จนรวมไปถึงกิจกรรมอื่น ๆ

5. รูปแบบอื่น ๆ

นอกจากรูปแบบที่กล่าวไปข้างต้นที่มีการนำมาใช้ในการกระจายข่าวสารในกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับวง NCT ทางแอคเคาท์ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ยังมีรูปแบบอื่น ๆ อาจจะไม่ค่อยบ่อยหรือไม่ชัดเจนเมื่อเทียบกับรูปแบบที่กล่าวมาข้างต้น แต่ก็นับว่า เป็นวิธีการหรือรูปแบบหนึ่งที่มีประสิทธิภาพในการนำมาช่วยในการกระจายข่าวสาร คือ การเปิดหัวข้อสนทนาในทวิตเตอร์ หรือที่เรียกกันว่าการเปิดสเปซคุยกันแต่โดยส่วนใหญ่จะเปิดสเปซในช่วงที่มีเหตุการณ์ขึ้นรุนแรง เช่น เหตุการณ์ตอนสลายการชุมนุม ไฟไหม้โรงงานกิ่งแก้ว อีกทั้งยังมีการเผยแพร่ข้อมูลต่าง ๆ ผ่านอินโฟกราฟฟิค เช่น อินโฟกราฟฟิคที่เกี่ยวข้องกับการชุมนุม เกี่ยวข้องกับ

ประเด็นน้ำท่วมและไฟไหม้ เป็นต้น รวมไปถึงการติดแฮชแท็กประเด็นต่าง ๆ ไว้หลังชื่อแอคเคาท์ เช่น #คุณแม่น้องดียวเล็ก112 #ตามวงNCT ไปจนถึงแสง (มีอบชาวนา) บ้านน้องไทยแลนด์ (สมรสเท่าเทียม) และการเขียนไบโอทวิตบนแอคเคาท์ต่าง ๆ เป็นต้น เพื่อที่จะทำให้ผู้ใช้งานหรือแฟนคลับที่ติดตามแอคเคาท์หรือมองเห็นแอคเคาท์ได้รับรู้ถึงประเด็นที่กำลังพูดถึงอยู่ในสังคม

โดยผลตอบรับจากการกระจายข่าวสาร ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้น ได้รับผลตอบรับที่ดีมาก กลุ่มแฟนคลับให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นยอครีทวิตข่าวสารต่าง ๆ การแสดงความคิดเห็นประเด็นทางสังคมผ่านแฟนฟิคชั่น ซึ่งรูปแบบการแสดงออกและการกระจายข่าวสารของแอคเคาท์กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT นั้นเรียกได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความหลากหลายเป็นอย่างมาก เพราะกลุ่มคนเหล่านี้มีความหลากหลายทั้งอายุ อาชีพ โดยกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีจุดเริ่มต้นมาจากความชื่นชอบในศิลปินวงเดียวกัน โดยสิ่งนี้ถือว่าเป็นรากฐานที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์ อีกทั้งการกระจายข่าวสารผ่านกลุ่มแฟนคลับมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ โดยแอคเคาท์กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสมีการกระจายข่าวอย่างรวดเร็วเพราะมีการรวมกลุ่มและอัปเดตข้อมูลของศิลปินในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์อยู่ตลอดเวลา รวมไปถึงข่าวสารที่มีการกระจายออกไปวงกว้างมากกว่าการกระจายข่าวผ่านแพลตฟอร์มอื่น ๆ

กล่าวโดยสรุป จากผลการศึกษารูปแบบการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า รูปแบบการแสดงออกและการกระจายข่าวสารของแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ มี 5 รูปแบบ ดังนี้ 1.การโพสต์ข้อความบนทวิตเตอร์ 2.การติดแฮชแท็ก 3.การรีทวิต 4. การแสดงออกผ่านแฟนฟิคชั่น 5 รูปแบบอื่น ๆ โดยแต่ละรูปแบบที่นำมาใช้ในการแสดงออกและการกระจายข่าวสารสามารถทำได้ง่ายและข่าวสารมีการกระจายอย่างรวดเร็ว เนื่องจากกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีการรวมตัวและดำเนินกิจกรรมและโปรเจกต์ต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นหลัก รวมไปถึงการใช้พื้นที่แอคเคาท์ทวิตเตอร์ในการพูดถึงประเด็นสังคมการเมืองและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคคลอื่น ๆ ได้รับรู้ โดยเฉพาะกลุ่มแฟนคลับด้วยกันที่มีการใช้งานรูปแบบดังกล่าวในการติดตามและโปรโมทศิลปินวง NCT เป็นประจำสม่ำเสมอ ส่งผลให้เมื่อมีเหตุการณ์หรือสถานการณ์ใดทางสังคมที่เกิดขึ้นและต้องการความช่วยเหลือกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่มีความเชี่ยวชาญและชำนาญสามารถกระจายข่าวผ่านรูปแบบต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้ข่าวสารมีการกระจายอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น

5.1.3 วิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์ กลุ่มแฟนคลับวง NCT

ผลการศึกษา พบว่า ปฏิบัติการการแสดงออกและกระจายข่าวสารในประเด็นต่างทางสังคม ผ่านรูปแบบต่าง ๆ โดยประเด็นที่ได้รับความสนใจจนนำไปสู่ปฏิบัติการของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ในการขับเคลื่อนและสร้างประโยชน์ให้กับสังคมสามารถสรุปภาพรวมได้เป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

(1) ประเด็นทางการเมือง สิทธิเสรีภาพในการแสดงออก และคุณภาพชีวิต

ซึ่งจากประเด็นทางการเมืองของประเทศไทยในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีความระส่ำระสายและสร้างความไม่ไว้วางใจให้กับประชาชนในประเทศ มีการปิดกั้นสิทธิเสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนด้วยกฎหมายต่าง ๆ เกิดการแสดงออกและเคลื่อนไหวในหลากหลายประเด็น มีการจัดการชุมนุมขึ้นอย่างมากมาย จนเกิดสถานการณ์สลายการชุมนุมที่รุนแรงจากรัฐต่อประชาชน ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวและกระจายข่าวสารของกลุ่มแฟนคลับวง NCT โดยปฏิบัติการการแสดงออกของแอคเคาท์กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่สร้างจุดยืนให้กับกลุ่มและการแสดงความคิดเห็นด้วยต่อการกระทำของกลุ่มนายทุนในสภาการณ์ต่าง ๆ โดยกลุ่มแฟนคลับศิลปินและบ้านเบสวง NCT มีการยกเลิกการเช่าพื้นที่ป้ายโฆษณาโปรเจกต์วันเกิดศิลปินตามสถานีรถไฟฟ้าทั้งบีทีเอส เอ็มอาร์ที รวมไปถึงตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ต่าง ๆ เพื่อแสดงถึงจุดยืนและความไม่พอใจที่ผู้ประกอบการทางรถไฟฟ้าและห้างสรรพสินค้าไม่ให้ความร่วมมือกับการเรียกร้องประชาธิปไตยของประชาชนกลับสร้างความลำบากให้กับผู้ร่วมชุมนุม มีการปิดระบบบริการบางส่วนในช่วงที่มีสถานการณ์การชุมนุมทางการเมือง ทำให้ประชาชนไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางไปร่วมชุมนุม จากกระแสคว่ำบาตรดังกล่าว ทางกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสได้มีการดำเนินการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ติดป้ายโปรเจกต์ โดยมีการเปลี่ยนสถานที่ติดโปรเจกต์จากสถานที่ดังกล่าวไปเป็นรถสองแถว หรือรถตุ๊ก ๆ รวมถึงร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ เป็นการช่วยกระจายรายได้รวมถึงแสดงจุดยืนของบ้านและแฟนคลับด้วย โดยส่วนใหญ่จะมีการแสดงออกหรือการกระจายข่าวสารผ่านรูปแบบ การโพส วีทีดี และติดแฮชแท็ก เพราะทำได้ง่ายและมีความรวดเร็วในการกระจายข่าวสาร อีกทั้งยังเป็นวิธีการที่กลุ่มแฟนคลับมีความเชี่ยวชาญและชำนาญและมีความคุ้นเคยในการใช้รูปแบบและวิธีการต่าง ๆ ในการแสดงออกหรือกระจายข่าวสาร รวมไปถึงการจัดทำโปรเจกต์และบริจาคเงินต่าง ๆ

กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีความตระหนักในการแสดงออกและกระจายข่าวสารในประเด็นทางการเมือง รวมถึงการมีส่วนร่วมในการช่วยเหลือสังคมในรูปแบบต่าง ประเด็นทางการเมืองที่เกิดขึ้นส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและประเด็นต่าง ๆ อีกมากมายซึ่งประเด็นที่

เกิดขึ้นในสังคมแล้วแต่มีที่มาและส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาครัฐ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องและส่งผลมาจากประเด็นทางการเมืองทั้งสิ้น อีกทั้งกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มองว่าหากการเมืองดี คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจต่าง ๆ ก็ดีขึ้น ส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับจะสามารถมีกำลังทรัพย์ในการสนับสนุนศิลปินได้ดีมากยิ่งขึ้นราคาบัตรคอนเสิร์ตจะไม่สูงจนเกินมาตรฐานเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีการควบคุมราคาบัตรคอนเสิร์ตอย่างจริงจัง โดยประเทศไทยถือเป็นหนึ่งประเทศที่มีราคาบัตรที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ บางคอนเสิร์ตมีราคาบัตรแพงสูงสุดอยู่ที่ 7,000 – 12,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับค่าแรงขั้นต่ำของประชาชนในประเทศที่มีฐานเงินเดือนอยู่ที่ 15k และถ้าหากประเทศไทยอยู่ในสถานการณ์ทางการเมืองที่มั่นคงไม่มีสถานการณ์ระส่ำระสาย จะเพิ่มโอกาสให้ค่ายต่าง ๆ พาศิลปินมาประเทศไทยได้มากยิ่งขึ้น

(2) ประเด็นการคุกคาม ความรุนแรง และความเท่าเทียมทางเพศ

กลุ่มแฟนคลับแอดเคาท์ทวิตเตอร์ศิลปินวง NCT ก็ให้ความตระหนักและแสดงออกพร้อมทั้งช่วยรณรงค์เกี่ยวกับประเด็นปัญหาจากประเด็นที่ศิลปินเกาหลีโดนคุกคามผ่านทางสื่อออนไลน์ การออกมาสนับสนุนเรื่องการยอมรับความหลากหลายทางเพศของศิลปินวง NCT หรือแม้แต่ว่าปัญหาความรุนแรงที่มีการพูดถึงเป็นอย่างมากบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ทำให้กลุ่มแฟนคลับยิ่งให้ความสนใจ ตระหนัก โดยเฉพาะในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่มีแฟนคลับส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและเพศทางเลือกจำนวนมาก ส่งผลให้ประเด็นเหล่านี้มีการพูดถึงทั้งผ่านการช่วยกันติดแฮชแท็กทวิตเตอร์ #กฎหมายสมรสเท่าเทียม #ภาษีผ้าอนามัย #หยุดคุกคามศิลปิน เป็นต้น การรณรงค์ผ่านแฟนฟิคชั่น และการร่วมกันแสดงออกในประเด็นดังกล่าวการช่วยกันรื้อทวิตเดือนภัย การช่วยเหลือกันในสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

(3) ประเด็นการบริจาคเงินช่วยเหลือมูลนิธิและเหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ

การช่วยกระจายข่าวใน เหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ และการทำบุญให้มูลนิธิต่าง ๆ เช่น มูลนิธิกระจกเงา ผ่านการโพสต์ทวิตและเปิดรับบริจาคโดยผ่านทางบ้านเบสวง NCT เป็นต้น ซึ่งทางบ้านเบสและกลุ่มแฟนคลับมองว่าถ้าการเมืองดีประชาชนไม่จำเป็นที่จะต้องช่วยกระจายข่าวสารภัยพิบัติ หรือบริจาคให้กับมูลนิธิต่าง ๆ ทุกมูลนิธิควรจะได้รับ การสนับสนุนทุน และดูแลจากภาครัฐให้ครอบคลุมและทั่วถึงสำหรับประชาชนเพื่อเป็นการช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงโอกาสในด้านต่าง ๆ เป็นต้น โดยการบริจาคช่วยเหลือต่าง ๆ อาจจะมีการบริจาคบ้างเป็นครั้งเป็นคราว แต่การช่วยเหลือทุกอย่างทั้งการแจ้งเตือนการกระจายข่าวสารภัยพิบัติและเงินสนับสนุนและช่วยเหลือมูลนิธิต่าง ๆ เป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่ควรจะให้มีความสำคัญและเข้ามา

ดำเนินการสนับสนุนไม่ปล่อยให้ประชาชนต้องช่วยเหลือกันโดยที่ไม่สามารถพึ่งพารัฐบาลได้ ซึ่งประเด็นดังกล่าวมีส่วนเกี่ยวข้องและส่งผลมาจากประเด็นทางการเมืองทั้งสิ้น

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่า ประเด็นที่กลุ่มแอกเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีการแสดงออกและเกิดปฏิบัติการจากพื้นที่ออนไลน์สู่พื้นที่ออนไลน์ผ่านรูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ 1) ประเด็นทางการเมือง สิทธิเสรีภาพในการแสดงออก คุณภาพชีวิต 2) ประเด็นการคุกคาม ความรุนแรง และความเท่าเทียมทางเพศ และ 3) ประเด็นการบริจาคเงินช่วยเหลือมูลนิธิและเหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ ซึ่ง ทั้งสาม ประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าทุกประเด็นมีความเชื่อมโยงและเกี่ยวข้องกันทั้งในเรื่อง การเมือง คุณภาพชีวิต ความรุนแรงทางเพศ ความเท่าเทียมทางเพศ รวมถึงภัยพิบัติต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มแฟนคลับมีความตระหนักและมองว่าปัญหาต่าง ๆ มีผลมาจากโครงสร้างของระบบ ซึ่งยึดโยงกับประเด็นทางการเมือง ที่กลุ่มแฟนคลับให้ความสนใจในการแสดงออกและพูดถึงเป็นประเด็นหลักซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความตระหนักตื่นตัว การมีโลกทัศน์และค่านิยมทางการเมืองใหม่ที่มองว่าการเมืองนั้นสำคัญกับชีวิตของตนเองในทุกมิติ ปัญหาทุกอย่างในทางสังคมและคุณภาพชีวิตต่าง ๆ เชื่อมโยงกับการเมือง ฉะนั้นประเด็นการเมืองจึงไม่ใช่เรื่องไกลตัว แต่เป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อทุกคนและ ทุกคนควรหันมาใส่ใจและให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองมากขึ้นเพื่อการเปลี่ยนแปลงไปของการเมืองและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การออกมาเพื่อเรียกร้องถึงอนาคตไม่ใช่แค่ของคนกลุ่มหนึ่งกลุ่มใดแต่เป็นอนาคตร่วมกันของทุกคนภายในประเทศ

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

การอภิปรายผลของการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็นมิติที่สำคัญในการอภิปรายเพื่อสะท้อนให้เห็น ว่าผลการศึกษาวิจัยสามารถถกเถียง สร้างข้อโต้แย้งหรือได้ช่วยสนับสนุนองค์ความรู้ที่เคยมีการศึกษาวิจัยหรือ อธิบายไว้ในทางทฤษฎีในอดีต โดยสามารถเชื่อมโยงการอภิปรายเป็นประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

5.2.1 ปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ปฏิบัติการหรือกระบวนการการรวมตัวกันเป็นกลุ่มของแฟนคลับวง NCT ในการแสดงออกในประเด็นทางสังคม มีจุดเริ่มต้นจากการขึ้นชอบและติดตามผลงานศิลปินวง NCT โดยใช้กระบวนการการรวมตัวเป็นกลุ่ม การสื่อสารภายในกลุ่ม ในการติดตามข่าวสารนำไปสู่การแสดงออกและปฏิบัติการในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม รวมทั้งการมีบ้าน

เบสของวง NCT ซึ่งแต่ละบ้านจะทำหน้าที่ในการกระจายข่าวสารข้อมูลต่าง ๆ ของศิลปินเป็นหลัก รวมถึงเป็นตัวกลางในการสื่อสารและรวมกลุ่มให้กับแฟนคลับที่ติดตาม เพื่อรวมตัวกันจัดทำกิจกรรมหรือจัดโปรเจกต์ต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างเครือข่ายที่เข้มแข็งของกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดแฟนคลับ Jenkins (1992) จากหนังสือ Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture และ สุชา จันทน์เอม 2539 อ้างถึงใน (สุรัชตา ราคา, 2550) ที่กล่าวว่า ลักษณะสำคัญของกลุ่มและการรวมกลุ่มของแฟนคลับนั้น คือ การรวมตัวของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีเป้าหมาย จุดประสงค์ กิจกรรม และมาตรฐานทางพฤติกรรมร่วมกัน และเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่มีความสนใจในสิ่งเดียวกันหรือคล้ายคลึงกัน เพื่อพูดคุยหรือแบ่งปันความคิดเห็นต่าง ๆ ภายในกลุ่มของตนเอง รวมถึงการร่วมมือกันทำกิจกรรม เพื่อแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมร่วมกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ ชนกานต์ รักชาติ และ พัชนี เชนจรรยา (2559) ได้ศึกษาการสื่อสารเพื่อธำรงรักษากลุ่มแฟนคลับในกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี พบว่าแฟนคลับจะมีผู้นำในการสื่อสารข้อความหรือข่าวสารต่าง ๆ ซึ่งผู้นำกลุ่มจะมีการทำความรู้จักกับแฟนคลับ ที่มีการรวมตัวกันและมีการสื่อสารในการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ ให้กับศิลปิน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสายใยที่เชื่อมโยงระหว่างกลุ่ม ผ่านรูปแบบการสร้างเครือข่ายที่มีสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นจุดศูนย์กลาง ซึ่งทำให้เกิดพื้นที่ชุมชนเสมือน เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่า กลุ่มแฟนคลับมีการรวมตัวกันเมื่อมีบ้านเบสเป็นจุดศูนย์รวมภายในกลุ่มในการติดตามข่าวสารหรือทำโปรเจกต์ต่าง ๆ หนึ่งเมื่อมีการรวมตัวเป็นกลุ่มเกิดขึ้น ส่งผลให้บ้านเบสของกลุ่มแฟนคลับวง NCT หลาย ๆ บ้านจำเป็นต้องมีวิธีการบริหารจัดการในการติดต่อสื่อสารภายในกลุ่มแฟนคลับ โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการสื่อภายในกลุ่มเพื่อใช้ในการจัดกิจกรรมหรือโปรเจกต์ต่าง ๆ

จากกระบวนการรวมกลุ่มของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ผู้การแสดงออกในประเด็นทางสังคมผ่านรูปแบบต่าง ๆ จนเกิดปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT เนื่องจากการเคลื่อนไหวและเรียกร้องประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ จากเหตุการณ์การรายงานข่าวที่ไม่เป็นไปตามสถานการณ์ความจริงที่เกิดขึ้น นำไปสู่แฮชแท็กการแบนสื่อต่าง ๆ ในทวิตเตอร์ ส่งผลให้ประชาชนเกิดความไม่ไว้วางใจในการทำงานของสื่ออีกทั้งรัฐยังจำกัดสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ จากประเด็นดังกล่าวทำให้กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มีการกระจายข่าวสารข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ รวมไปถึงการทวิตข่าวสารแลกเปลี่ยนมุมมองความรู้และแสดงความคิดเห็นในประเด็นทางการเมือง คุณภาพชีวิต ความรุนแรงทางเพศ และประเด็นอื่น ๆ เป็นต้น โดยเป็นการกระจายข่าวสารที่รวดเร็วเข้าถึงง่ายและสามารถช่วยให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อื่นได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด

สื่อสังคมกับขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม (Social Movement) ของ มานูเอล คาสเทลส์ Manuel Castells (1997) จากหนังสือ Networks of Outrage and Hope: Social movements in the internet age และ แอนโทนี กิดเดนส์ Giddens (1991) จากหนังสือ Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age ได้กล่าวถึง การเคลื่อนไหวทางสังคม ทักษะในการสร้างสรรค์สื่อ เพื่อให้สื่อสารได้อย่างราบรื่น ซึ่งอินเทอร์เน็ตเป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่ช่วยให้พวกเขาสามารถทำทนายอำนาจการสื่อสารที่ถูกยึดครองโดยกลุ่มการเมืองขนาดใหญ่รวมไปถึงสื่อกระแสหลักได้ โดยแสดงให้เห็นในรูปแบบการเมืองสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในยุคนี้ นั่นคือ การเมืองแบบออนไลน์ ซึ่งเกิดขึ้นและถูกพัฒนาให้มีความเหมาะสมกับวิถีชีวิตของประชาชน ด้วยเหตุนี้ การแสดงออกหรือเคลื่อนไหวทางสังคมที่เกิดขึ้น จะต้องสร้างและออกแบบให้สอดคล้องไปตามอัตลักษณ์ การใช้ชีวิต และลักษณะการบริโภคของประชาชนกลุ่มดังกล่าวและสื่อสังคมได้กลายมาเป็นพื้นที่ในการรวมตัวกันเพื่อการเคลื่อนไหวทางสังคมของคนยุคนี้ ด้วยการสื่อสารแบบเครือข่ายที่ผสมผสานทั้งสื่อเก่าและสื่อใหม่เข้าด้วยกัน ประเด็นในการเคลื่อนไหวทางสังคม ที่เกิดขึ้นในสังคมรูปแบบใหม่นี้ มักจะเป็นประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม เพศสภาพ ความไม่เท่าเทียม ความพิการ สิทธิมนุษยชน ฯลฯ โดยกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ที่มีอัตลักษณ์ของความเป็นแฟนคลับวง NCT และการบริโภคสินค้าและสนับสนุนศิลปินวง NCT ร่วมกัน อีกทั้งจากการเคลื่อนไหวและเรียกร้องประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ของกลุ่มแฟนคลับจนนำไปสู่การเคลื่อนไหวและปฏิบัติการต่าง ๆ นำไปสู่การสร้างประโยชน์ให้กับสังคม

จากประเด็นที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าในโลกที่พื้นที่ทางวัฒนธรรมถูกอุดมการณ์ครอบงำมาเป็นระยะเวลานานภายใต้โครงสร้างที่สลับซับซ้อน จึงเป็นเรื่องยากที่ประชาชนจะลุกขึ้นมาต่อสู้หรือทำการต่อร้องได้ง่ายๆ เพราะการรวมกลุ่มเพื่อเกิดเป็นกระบอกเสียงในการต่อร้องนั้นไม่ได้เกิดขึ้นได้อย่างบ่อยครั้ง อย่างไรก็ตามการต่อร้องก็ยังคงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เป็นการต่อสู้แบบเล็ก ๆ น้อย ๆ ผ่านปัจเจกบุคคล ซึ่งอาจจะเริ่มจากกิจกรรมในชีวิตประจำวัน บางกิจกรรมอาจดูเป็นสิ่งที่ไร้ความหมาย ทว่าการไร้ความหมายกลับหมายถึงการมีความหมายด้วยเช่นกัน บางสิ่งบางอย่างจะค่อย ๆ ค้นพบช่องทางสู่ความเป็นอิสระซึ่ง เดอ แซร์โต เรียกกรอบนี้ว่า กลยุทธ์ (Tactic) เพื่อความอยู่รอดของผู้คนในสังคมที่เต็มไปด้วยอำนาจ หรือที่เรียกว่าอีกอย่างว่า 'วิธีใช้พลังอำนาจที่อ่อนแอเผชิญกับความเข้มแข็ง' ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้กลุ่มแฟนคลับวง NCT มีการนำวิธีการสื่อสาร กระจายข่าวสาร หรือปฏิบัติการต่าง ๆ มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการแสดงออกในประเด็นทางสังคม คือ การมีประสบการณ์ร่วมที่กลุ่มแฟนคลับมีการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ของศิลปินวง

NCT มีการเรียกร้องความเป็นธรรมให้กับศิลปินจากการดูแลของค่าย หรือเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตกับการตั้ง และค่าแรงขั้นต่ำของนโยบายรัฐบาลกับราคาบัตรคอนเสิร์ต เป็นต้น เราจึงเห็นได้ว่า การใช้กลวิธีนั้นไม่มีรูปแบบที่ตายตัวหรือเปลี่ยนแปลงไม่ได้ มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการปรับใช้วิธีการหรือปฏิบัติการต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์นั้น ปฏิบัติการและการแสดงออกที่ไม่มีรูปแบบที่เป็นกฎเกณฑ์ตายตัวใด ๆ นำไปสู่ปฏิบัติการในการแสดงออกบนพื้นที่ทางกายภาพที่แสดงให้เห็นถึงมติหรือความคิดเห็น ในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม ของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT และ เมื่อพิจารณาแล้วยังพบว่า สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของ มิเชล เดอร์ เซร์โท (De Certeau, 1984) จากหนังสือ *The Practice of the Everyday Life* ว่า ด้วยประเด็นของการต่อรองในชีวิตประจำวัน การกระทำของผู้คนที่ใช้สิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยทำการต่อรองกับข้อจำกัดที่กีดทับผู้คนเหล่านั้นไว้ และเมื่อมีอำนาจที่กีดทับย่อมต้องมีการต่อสู้ตอบโต้กลับเกิดขึ้นอยู่เสมอ (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2540) โดยสิ่งที่ เดอ เซร์โทพยายามชี้ให้เห็น คือ การที่อำนาจไม่อาจครอบครองชีวิตประจำวันได้อย่างสมบูรณ์แบบ เราสามารถค้นหาเครื่องมือที่ใช้ในการต่อรองได้จากความเป็นไปในชีวิตประจำวัน

ดังนั้นหากต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม อาจจะเริ่มจากการเปลี่ยนแปลงในระดับชีวิตประจำวันเป็นอันดับแรก โดยการเริ่มต้นจากสิ่งเล็ก ๆ ในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับปฏิบัติการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT โดยพบว่า การแสดงออกของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT จากวิธีการแสดงออกโดยการหันหลังให้กับนายทุนมีการเปลี่ยนแปลงสถานที่การจัดโปรเจกต์ ยกเลิกลงโฆษณาติดป้ายตามสถานีรถไฟฟ้า และปฏิบัติการการเคลื่อนไหวของกลุ่มแฟนคลับจากการจัดโปรเจกต์ในทุก ๆ เดือนเกิดของสมาชิกในวง หรือวันครบรอบเดบิวต์ต่าง ๆ เป็นเครื่องมือในการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับถึงการไม่สนับสนุนการกระทำของทางรถไฟฟ้าซึ่งสืบเนื่องมาจากเหตุการณ์ที่ทางรถไฟฟ้า BTS และ MRT มีการปิดให้บริการชั่วคราวตามสถานีต่าง ๆ ระหว่างมีการชุมนุม ทำให้หลายคนต้องเดินทางลำบากเสียเวลาในการเดินทางมากขึ้น ทำให้กลุ่มแฟนคลับไม่เห็นด้วย เกิดการสร้างอำนาจต่อรองของกลุ่มแฟนคลับโดยการออกมาช่วยกันรณรงค์ไม่ให้ซื้อป้ายโฆษณาตามแนวรถไฟฟ้า เปลี่ยนไปสนับสนุนขนส่งสาธารณะและร้านค้าของผู้ประกอบการรายย่อย นับว่าเป็นการเปลี่ยนแปลงในระดับชีวิตประจำวัน จากการเริ่มต้นด้วยสิ่งเล็ก ๆ อย่างการแสดงออกของกลุ่มแฟนคลับที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยกระจายรายได้ของร้านค้ารายย่อยให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นต้น

ทั้งนี้ปฏิบัติการการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของแอคเคาท์ทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT ยังพบว่า มีความสอดคล้องกับบทความวิจัยของ เมลิสสา ซัง (Tsang, 2014) โดยได้ยกตัวอย่างการเคลื่อนไหวทางสังคม ในแคมเปญการรณรงค์ขององค์กร ALS Association เป้าหมายของการรณรงค์คือการหาเงินทุนให้กับการวิจัยและการค้นคว้าหาทางบำบัดรักษาโรคกล้ามเนื้ออ่อนแรงโดยมีการสร้างแคมเปญ Ice bucket challenge และเผยแพร่กิจกรรมด้วยสื่อสังคมออนไลน์เป็นหลัก กฎของกิจกรรมยังเปิดโอกาสให้ผู้ที่ไม่ต้องการรับคำท้า สามารถที่จะบริจาคเป็นเงินได้ วิธีการนี้ทำให้แคมเปญ Ice bucket challenge เป็นที่รู้จักและแพร่หลายไปทั่วโลกอย่างรวดเร็ว จนทำให้องค์กรได้รับเงินบริจาคเกือบหนึ่งร้อยล้านเหรียญ เมื่อโลกของการสื่อสารเปลี่ยนไป จะเห็นได้ว่าสังคมออนไลน์เป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้ผู้คนรับรู้ในวงกว้างและระดมทุนได้อย่างรวดเร็วกว่าวิธีดั้งเดิมที่เคยปฏิบัติกันมาจากพื้นที่สื่อออนไลน์สู่การปฏิบัติการในพื้นที่ออนไลน์ เมื่อพิจารณาจากการเคลื่อนไหวดังกล่าวพบว่า สอดคล้องกับปฏิบัติการของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT จากการเคลื่อนไหวในประเด็นทางสังคมของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ผ่านปฏิบัติการจัดโปรเจกต์กิจกรรมต่าง ๆ และการบริจาคช่วยเหลือสังคมของกลุ่มแฟนคลับ โดยปฏิบัติการดังกล่าวได้ผลตอบรับจากกลุ่มแฟนคลับและให้ประโยชน์ต่อสังคมอย่างชัดเจนโดยเฉพาะร้านค้ารายย่อยและรถสองแถวต่าง ๆ ที่ได้รับเงินจากการติดโปรเจกต์ศิลปิน กลับมามีรายได้จากการบริการของกลุ่มแฟนคลับที่ไปตามเก็บ โปรเจกต์ศิลปินรวมถึงร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ มีรายได้เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

5.2.2 รูปแบบการในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

รูปแบบการแสดงออกและกระจายข่าวสารของแอคเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์นับว่าเป็นการแสดงออกและกระจายข่าวสารที่ทำได้ง่ายและรวดเร็ว เนื่องจากกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่มีการรวมตัวและดำเนินกิจกรรมและโปรเจกต์ต่าง ๆ บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นหลัก รวมไปถึงการใช้พื้นที่แอคเคาท์ทวิตเตอร์ในการพูดถึงประเด็นทางสังคมและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับบุคคลอื่น ๆ อีกประการสำคัญ คือ เป็นพื้นที่ออนไลน์ที่ใช้ในการรวมกลุ่มและการสื่อสารกันของกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในการติดตามข่าวสารการแสดงออก รวมไปถึงการทำกิจกรรมและทำโปรเจกต์ต่าง ๆ เป็นต้น

สำหรับในที่นี่ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เกี่ยวกับรูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคมของทวิตเตอร์ กลุ่มแฟนคลับวง NCT แบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1 การกระจายข่าวสารและแสดงออกในพื้นที่ชุมชนเสมือนจริง

แพลตฟอร์มทวิตเตอร์เมื่อเปรียบเทียบกับชีวิตในความเป็นจริงแล้วก็เหมือนกับภาระนั่งสนทนา เล่าสู่กันฟังถึงเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือการหาทางออกในการแก้ปัญหาหรือช่วยเหลือในเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน โดยการสื่อสารในชุมชนเสมือนของแพลตฟอร์มทวิตเตอร์นั้นเป็นการส่งสารและรับสารด้วยข้อความที่เป็นตัวอักษร รูปภาพ วีดีโอ สัญลักษณ์ต่าง ๆ ผ่านการโพสหรือทวิตข้อความ การติตแฮชแท็ก การรีทวีต ดังนั้น แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นพื้นที่ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับวง NCT จึงเรียกได้ว่าเป็นชุมชนเสมือนจริง ซึ่งชุมชนนี้จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการ ติดต่อสื่อสารของสมาชิกในชุมชนกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่มีการใช้งานอย่างแพร่หลายในสังคมและสื่อออนไลน์ปัจจุบัน ชุมชนเสมือนจริงนี้เน้นมิติของเทคโนโลยีเป็นสำคัญ ซึ่งเข้ากับยุคสมัยในปัจจุบันที่คนในสังคมมีความเป็นปัจเจกสูง เกิดการเลือกรับข่าวสารมากยิ่งขึ้น ซึ่งโดยปกติของกลุ่มแฟนคลับวง NCT มีการรวมตัวกันในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ และใช้ทวิตเตอร์ในการติดต่อปฏิสัมพันธ์กัน เนื่องจากมิติทางเทคโนโลยีที่มีการพัฒนาที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้คนส่วนใหญ่เข้าถึงความทันสมัย และเกิดการกระจายตัวของคนในกลุ่ม โดยใช้ช่องทางการสื่อสารในพื้นที่เสมือนสร้างชุมชนแห่งใหม่ของตนเองขึ้นมาและใช้พื้นที่ดังกล่าวในการทำกิจกรรมและปฏิบัติการต่าง ๆ ของกลุ่ม ซึ่งมีความสอดคล้องกับแนวคิดชุมชนเสมือนจริงที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของสมาชิกในกลุ่ม โดย Armstrong & Hagel (1996) และ Borgatta (1992) กล่าวใน Encyclopedia of Sociology (Volume 4: S-Z Index) (1992, p.1887) อ้างถึงใน (กชพรรณ อุปริกชาติพงษ์, 2552) ได้กล่าวถึงชุมชนเสมือนจริง ว่าเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมในรูปแบบหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลที่ร่วมกันกระทำการในสังคม ผ่านชุมชนเสมือน ซึ่งเป็นเครือข่ายทางสังคมของผู้คนที่มีความสัมพันธ์เฉพาะเจาะจงกันผ่านสื่อ ทั้งนี้สังคมเสมือนจึงได้ทำให้เกิดการสื่อสารระหว่างมนุษย์ ทุกประเภททั่วโลกโดยไม่แบ่งแยก โดยให้ผู้ใช้สามารถควบคุมเนื้อหาและการติดต่อระหว่างกันได้ โดยไม่จำกัดการสื่อสารแค่ในพื้นที่หนึ่งเท่านั้น แต่สามารถทำให้เกิดการติดต่อสื่อสารกันได้ในวงกว้าง อีกทั้งยังทำให้อุปสรรคด้านเวลาที่แตกต่างกันรวมไปถึงระยะทางและสถานที่ไม่เป็นอุปสรรคอีกต่อไป กล่าวคือเป็นการติดต่อสื่อสารกันโดยอยู่คนละพื้นที่กันอย่างไรในสังคมที่มีเรื่องระยะทางและเวลาเป็นอุปสรรค โดยชุมชนเสมือนจริงได้รับการพัฒนาและมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง (Armstrong & Hagel, 1996)

อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิพล วุฒิวรพงศ์ และ กิ่งกาญจน์ จงสุขไกล (2562) ได้ศึกษาเรื่อง พัฒนาการของพื้นที่ในการแสดงออกทางการเมืองในสื่อออนไลน์ พบว่า ทวิตเตอร์ มีความสำคัญต่อการสังคมไทยและนักการเมืองไทยรุ่นใหม่ใช้กันมากยิ่งขึ้นอีกทั้งเป็นที่ นิยมในหมู่วัยรุ่นปัจจุบันรวมถึงคนต่าง ๆ รวมถึงกลุ่มแฟนคลับศิลปิน อีกทั้งแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ก็ได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้ปัจจุบันการแสดงความคิดเห็นและเนื้อหา ทางการเมืองเป็นไปอย่างเปิดเผยและตรงไปตรงมา จึงนำไปสู่การเติบโตของโปรแกรมสนทนาที่มี การตั้งค่าความเป็นส่วนตัว ซึ่งเกิดขึ้นเพื่อช้อนการเข้าถึงสาธารณะ เพื่อหลีกเลี่ยงการถูกสอดส่อง และตรวจสอบ ซึ่งในงานวิจัยฉบับนี้กลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีความสนใจ เกี่ยวกับศิลปินวง NCT มีการร่วมกันทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ชุมชนทวิตเตอร์ ยิ่งไปกว่า นั้นสมาชิกสามารถ ที่จะเข้าและออกจากพื้นที่ชุมชนทวิตเตอร์อย่างอิสระอีกทั้งทวิตเตอร์ยังมีการ การพัฒนารูปแบบการใช้งานและมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น

2 รูปแบบกระจายข่าวสารและแสดงออกผ่านสื่อใหม่กับการเคลื่อนไหวทางสังคม

แพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นสื่อใหม่ที่เอื้อให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารทำหน้าที่ส่งสารและรับสาร ได้พร้อมกันเป็นการสื่อสารสองทาง รวมทั้งการเข้าถึงเนื้อหาตามความต้องการได้ในทุกที่และทุกเวลา บนพื้นที่สื่อออนไลน์ รวมไปถึงการข้อมูลใหม่จากการตอบกลับผู้ใช้งานที่การตอบโต้ระหว่างกัน และยังสามารถสื่อสารส่งข้อมูลได้ในอีกหลากหลายรูปแบบพร้อม ๆ กัน ยกตัวอย่างเช่น การส่งคลิป พร้อมข้อความ ไปพร้อมกัน โดยรวมเอาเทคโนโลยีของสื่อดั้งเดิม เข้ากับความก้าวหน้าของระบบ เทคโนโลยีสัมผัสพันธ์ ปัจจุบันมีสื่อใหม่พัฒนาขึ้นมาอย่างหลากหลายเป็นที่รู้จักและนิยมกันมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น Twitter ถือว่าเป็นตัวอย่างหนึ่งของสื่อใหม่ที่ใช้ตัวแบบสื่อเชิงสังคมซึ่งมีผู้ใช้งาน เป็นจำนวนมากและส่วนใหญ่เกิดการมีส่วนร่วม (Burnett, 2003) จะเห็นได้ว่ากลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีความคุ้นชินและเชี่ยวชาญในการใช้งานกลไกหรือรูปแบบดังกล่าวของ แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในการติดตามข่าวสารและผลงานศิลปินวง จากกลไกหรือรูปแบบดังกล่าว นำไปสู่รูปแบบในการแสดงออกในประเด็นทางสังคม ซึ่งมีมากมายหลายรูปแบบโดยแต่ละรูปแบบ ก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไปของแต่ละกลุ่ม โดยงานวิจัยชิ้นนี้สนใจศึกษาในกลุ่มแฟนคลับวง NCT บนแอดเคาท์ทวิตเตอร์ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลพบว่ามีรูปแบบการแสดงออกใน ประเด็นทางสังคมบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ของกลุ่มแอดเคาท์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT หลัก ๆ 5 รูปแบบ ดังนี้ 1. การโพสต์ข้อความบนทวิตเตอร์ 2. การติดแฮชแท็ก 3. การรีทวีต 4. การ แสดงออกผ่านแฟนฟิคชั่น 5. รูปแบบอื่น ๆ ส่งผลให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ระหว่างกลุ่มคนในสังคมเกิดการแบ่งปันข้อมูลของกันและกัน ซึ่งอาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเกิด

การร่วมมือกันในทุกระดับ จนเกิดการพัฒนาเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ ของภาครัฐและเอกชนมากขึ้น กาญจนา แก้วเทพ (2555) และ นิคม ชัยขุนพล (2555) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะของสื่อใหม่ ดังนี้

ประการที่แรก คือ สื่อใหม่มีลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ซึ่งจากเดิมแต่ละสื่อมีคุณสมบัติและหน้าที่คนละด้านสื่อใหม่ได้นำเอาลักษณะต่าง ๆ มารวมกันเพื่อให้ผู้ใช้สื่อใหม่มีความสะดวกในการใช้สื่อเพียงสื่อเดียว ซึ่งแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ เป็นแพลตฟอร์มที่สามารถใช้ในการติดตามข่าวสารศิลปิน ใช้ในการกระจายข่าวสารต่าง ๆ ในประเด็นทางสังคม หรือแม้แต่ใช้ในการพูดคุยเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่พบเจอในชีวิตประจำวันได้ โดยกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับวง NCT สามารถติดตามข่าวสารของศิลปินไปพร้อมกับกระจายข่าวในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมได้ผ่านการใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์

ประการที่สองคือ ความเป็นดิจิทัล (Digitalization) ที่มีการทำงานที่หลากหลาย รวดเร็ว และแม่นยำ ซึ่งการกระจายข่าวสารบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ผ่านรูปแบบการโพสต์ข้อความบนทวิตเตอร์ การรีทวีต โฟส รูปภาพ และคลิปต่าง ๆ โดยเฉพาะ การติดแฮชแท็ก ซึ่งคุณสมบัติพิเศษของแฮชแท็กคือ การทำให้ผู้ใช้งานแอคเคาท์ต่าง ๆ เข้าถึงเรื่องราวที่กำลังเป็นประเด็น ณ ขณะนั้นได้อย่างง่ายดาย เพียงเข้าไปในแฮชแท็กหรือค้นหาแฮชแท็กนั้น ๆ ก็จะได้พบกับข้อความที่แอคเคาท์อื่น ๆ กำลังกล่าวถึงหรือให้ความสนใจประเด็นเหล่านั้นเช่นเดียวกัน ซึ่งความเป็นดิจิทัลของแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ทำให้รูปแบบในการกระจายข่าวสารหรือการแสดงออกของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT สามารถทำได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพและไร้พรมแดนไม่ว่าอยู่ประเทศใดก็สามารถรับรู้และเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างง่ายดาย

ประการที่สามคือ การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) กล่าว คือ สื่อกับผู้ใช้สื่อสามารถโต้ตอบกันแบบทันทีทันใด ซึ่งหากนำสื่อ ใหม่มาใช้ในการกระจายข่าวหรือส่งต่อข้อมูลของกลุ่มแฟนคลับเกิดการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร และความคิดเห็นเกี่ยวกับข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับผ่านสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากจะมีการแสดงออกหรือกระจายข่าวสารผ่านทางรูปแบบต่าง ๆ เช่นการโพสต์ข้อความ การติดแฮชแท็ก ต่าง ๆ เป็นต้น อีกรูปแบบหนึ่งที่เป็นจุดเด่นของกลุ่มแฟนคลับคือ การรณรงค์และอัปเดตประเด็นต่าง ๆ ทางสังคมผ่านแฟนฟิคชั่น ที่มีการแจ้งเตือนข่าวที่สำคัญผ่านการอัปเดตแฟนฟิคชั่นของนักเขียน และผู้อ่าน มีการแลกเปลี่ยนประเด็นข้อมูลข่าวสารผ่านเนื้อหา โดยจะแทรกไปกับส่วนหนึ่งของบทสนทนาระหว่างตัวละครในฟิคชั่น มีการสร้างกลุ่มหรือที่เรียกกันว่าคอมมูระหว่างนักเขียนกับผู้อ่านในการแสดงความคิดเห็นแลกเปลี่ยนข้อมูลจากเนื้อหาในแฟนฟิคชั่นสู่ประเด็นข่าวสารทางสังคม

ประการที่สี่ คือ สื่อใหม่เป็นการสื่อสารจากหน่วยเดียว บุคคลเดียว กระจายสารไปยังกลุ่มคนหมู่มาก (One-to-Many) ซึ่งเป็นรูปแบบการกระจายข้อมูลข่าวสารจากแอดเดสส์บ้านเบสวง NCT ไปยังกลุ่มแฟนคลับที่มีจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเรียกว่า “สังคมของการสื่อสาร” (Social Presence) โดยเฉพาะจากแอดเดสส์บ้านเบสวง NCT ที่มียอดผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก เมื่อมีการรื้อทวิตข้อความข่าวสารต่าง ๆ ในเรื่องที่กำลังเป็นที่สนใจหรือกำลังเป็นประเด็นสำคัญในสังคม

และประการสุดท้าย สื่อใหม่สามารถกระจายไปยังกลุ่มคน อื่น ๆ ได้ (Many-to-many) กล่าวคือ หากกระจายไปยังกลุ่มคนที่มีความสนใจและชื่นชอบในเรื่องใดเรื่องหนึ่งเหมือนกัน และยังสามารถกระจายข่าวสารต่าง ๆ ไปยังกลุ่มคนอื่น ๆ ที่มีความสนใจที่แตกต่างกันได้ด้วย โดยเฉพาะ แอดเดสส์ทวิตเตอร์บ้านเบสวง NCT ที่มีการอัปเดตข่าวสารศิลปิน และมียอดผู้ติดตามแอดเดสส์เป็นจำนวนมากทั้งกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในประเทศไทยและต่างประเทศทั่วโลก โดย ยอดรื้อทวิตข้อความประเด็นทางสังคมต่าง ๆ ของบ้านเบสวง NCT เมื่อมีการโพสต์ทวิตเตอร์หรือรื้อทวิตข่าวสารรูปภาพ คลิปวิดีโอ ต่าง ๆ มีแอดเดสส์ในทวิตเตอร์รื้อทวิตข้อความหรือข่าวสารดังกล่าวเป็นจำนวนมาก ทั้งแอดเดสส์ที่เป็นกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในประเทศไทยและต่างประเทศและแอดเดสส์ผู้ใช้งานอื่น ๆ โดยเฉพาะถ้ามีการติดแฮชแท็กจำนวนข่าวสารที่มีการรื้อทวิตกระจายข่าวสารหรือส่งต่อกันไปเรื่อย ๆ ก็จะช่วยเพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้นส่งผลให้ประเด็นที่กำลังเกิดขึ้นในสังคม มีการกระจายข่าวสารออกไปเป็นวงกว้าง เป็นต้น

เมื่อพิจารณาถึงรูปแบบการแสดงออกของกลุ่มแอดเดสส์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์แล้ว ยังพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ บัณฑิตธ ไม้เจริญ (2561) ในการศึกษาในกลุ่มแฟนคลับฟุตบอล ผลการวิจัยพบว่า เครือข่ายแฟนบอลทีมสุพรรณบุรี เอฟซี มีการใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย โดยมีสื่อกิจกรรม ที่ช่วยทำให้สมาชิกแต่ละกลุ่มได้มีพื้นที่ในการสื่อสารและพบปะกัน ซึ่งช่วยในการรักษาความสัมพันธ์ของสมาชิก มีสื่อบุคคลที่ช่วยในการประคับประคองความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิก และกลุ่มแฟนคลับได้ทำการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ "เฟซบุ๊ก" และ "ไลน์" เพื่อใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และเป็นพื้นที่ในการนัดหมายทำกิจกรรมร่วมกันซึ่งทำให้เครือข่ายมีการดำรงอยู่และเสริมความเข้มแข็งด้านความสัมพันธ์ และช่วยให้เครือข่ายแฟนบอลของสโมสรสุพรรณบุรี เอฟซียังคงดำรงอยู่ต่อไป

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า รูปแบบการแสดงออกของกลุ่มแอดเดสส์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ผ่านแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ซึ่งเป็นสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร บนพื้นฐานของคนจำนวนมาก ซึ่งช่วยเพิ่มระดับการสนับสนุนจากผู้เข้าร่วมการเคลื่อนไหว เพราะสื่อสังคม

ออนไลน์ ช่วยให้มีการโต้ตอบและแสดงความคิดเห็นได้ทันที สมาชิกในกลุ่มจึงรู้สึกว่าเป็นการใช้วิถีทางร่วม เพราะความคิดเห็นของพวกเขาได้รับความสนใจและยังทำให้พวกเขารู้สึกว่าเป็นการใช้วิถีทางแห่งประชาธิปไตยในการแก้ปัญหาและสร้างประโยชน์ให้กับสังคม เป็นต้น

3 รูปแบบการแสดงผลของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง NCT เมื่อเปรียบเทียบกับ ศิลปินประเทศไทย (T-POP) ศิลปินประเทศจีน (C-POP) และศิลปินประเทศญี่ปุ่น (J-POP)

โดยรูปแบบการแสดงผลของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ที่วง NCT เป็นวง ในอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลี หรือที่เรียกว่า K-POP โดยกลุ่มแอคเคาท์แฟนคลับวง NCT มีบ้านเบสในการกระจายข่าวสาร และแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มีการใช้แพลตฟอร์มทวิตเตอร์ในการติดตามผลงานศิลปิน หรือความเคลื่อนไหวในชีวิตประจำวัน นำไปสู่การแสดงผลในประเด็นทางสังคมรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งเมื่อพิจารณาถึงการกระจายข่าวสารของกลุ่มแฟนคลับอุตสาหกรรมบันเทิงประเทศอื่น ๆ บนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ แต่ละกลุ่มแฟนคลับจะมีรูปแบบที่แตกต่างกันในแต่ละวัฒนธรรมอุตสาหกรรมบันเทิงประเทศนั้น ๆ ยกตัวอย่างเช่น

ประเทศไทย (T-POP) บ้านแฟนเบสของศิลปินในประเทศไทย (Fanbase) คือกลุ่มแฟนคลับที่ทำหน้าที่อัปเดตตารางงานและกิจกรรมของศิลปินคนนั้น ๆ ลงบนโซเชียลมีเดียให้คนในแฟนด้อมได้รับรู้ อีกทั้งบ้านเบสเปรียบเสมือนทั้งผู้ช่วยผู้จัดการ เพราะนอกจากจะประกาศตารางงานรวมถึงจัดงานอีเวนต์ต่าง ๆ และประสานงานกับผู้จัดการของศิลปินโดยตรง อีกทั้งการที่ศิลปินสามารถติดตามได้ง่ายตามงานต่าง ๆ แฟนคลับสามารถไปพบเจอศิลปินตามงานอีเวนต์ ทำให้การกระจายข่าวสารต่าง ๆ ของแฟนคลับกับบ้านเบสจะอยู่ในรูปแบบออนไลน์และเน้นกิจกรรมที่ทำร่วมกับศิลปิน การถ่ายรูป เป็นต้น

ประเทศจีน (C-POP) เนื่องจากแพลตฟอร์มหลักที่ใช้ในการติดตามข่าวสารต่าง ๆ ของประเทศจีน คือแพลตฟอร์ม Weibo โดย Weibo นับว่าเป็นแพลตฟอร์มออนไลน์อันดับหนึ่งในประเทศจีน โดยวงการศิลปินไอดอลจีนใช้แพลตฟอร์ม Weibo ในการอัปเดตผลงานต่าง ๆ ของศิลปิน อีกทั้งในปีที่ผ่านมาการออกมาตรการจากรัฐบาลจีนที่เรียกว่า มาตรการซีหล่างหรือที่เรียกว่า มาตรการจัดระเบียบโลกออนไลน์จีน เพื่อปกป้องความมั่นคงทางแนวคิดและการเมืองบนสื่อสังคมออนไลน์รวมทั้ง การจัดระเบียบ แฟนคลับ ส่งผลต่อการรวมกลุ่มของแฟนคลับในโลกออนไลน์รวมถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และ ห้ามเปิด เว็บไซต์หรือพื้นที่พูดคุยออนไลน์ที่นำไปสู่การต่อสู้อย่างได้เถียง หรือความวุ่นวาย เป็นต้น

ประเทศญี่ปุ่น (J-POP) ด้วยวัฒนธรรมของประชาชนในประเทศญี่ปุ่นที่มีความนิยมในประเทศตัวเองค่อนข้างมาก อีกทั้งกำลังซื้อของแฟนคลับในประเทศ ส่งผลต่อการตีตลาดในต่างประเทศ และกลุ่มแฟนคลับมีลักษณะกระจายกระจาย หรือที่กลุ่มแฟนคลับต่างชาติเรียกกันว่า “เน้นขายในประเทศตัวเอง” ส่งผลให้การรวมกลุ่มของแฟนคลับในแพลตฟอร์มทวิตเตอร์เป็นการรวมกลุ่มที่กระจายกระจายและไม่ได้อยู่ในรูปแบบของบ้านเบส เป็นต้น

เมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นได้ว่าบ้านเบสแฟนคลับของอุตสาหกรรมเพลงของแต่ละประเทศมีความแตกต่างกันวัฒนธรรมในประเทศนั้น ๆ ในส่วนของบ้านเบสศิลปินไทยจะเน้นการบริหารจัดการในรูปแบบออนไลน์ การจัดกิจกรรมร่วมกับศิลปิน บ้านเบสศิลปินจีน จะมีแพลตฟอร์มในการกระจายข่าวสารที่แตกต่างนั่นคือ แพลตฟอร์ม Weibo และ บ้านเบสศิลปินญี่ปุ่นที่จะเน้นในการจัดกิจกรรมในประเทศตนเอง เป็นต้น นอกจากนี้การให้ความสำคัญจากรัฐบาลเกาหลีที่ส่งเสริมและช่วยให้อุตสาหกรรมบันเทิงนั้นกลายเป็นเศรษฐกิจหลักของประเทศและยังปลูกปั้นโดยสร้างนโยบายต่าง ๆ มารองรับจนทำให้อุตสาหกรรมเหล่านี้สามารถสอดแทรกวัฒนธรรมโดยใช้คอนเซ็ปต์ Soft Power ค่อย ๆ เข้าไปแทรกแซงวัฒนธรรมของตัวเองสู่ชาติอื่น ๆ และ ส่งผลต่อวัฒนธรรมแฟนคลับและรูปแบบการรวมกลุ่มหรือการติดตามศิลปินบนแพลตฟอร์มออนไลน์ทวิตเตอร์

5.2.3 วิเคราะห์ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มในทวิตเตอร์กลุ่มแฟนคลับวง NCT

จากการแสดงออกและกระจายข่าวสารในประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม โดยประเด็นที่ได้รับความสนใจจนนำไปสู่ปฏิบัติการของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ในการขับเคลื่อนและสร้างประโยชน์ให้กับสังคมสามารถสรุปภาพรวมได้เป็น 3 ประเด็น ผู้วิจัยจึงวิเคราะห์ประเด็นทางสังคม ทั้ง 3 ประเด็น ภายใต้แนวคิดตัวแบบ 2W1H โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดตัวแบบดังกล่าวจากงานวิจัยของ ชยุดมภ์ พันธุ์สุวรรณ เรื่อง การเปลี่ยนแปลงของขบวนการนักศึกษาไทยในช่วงความขัดแย้งทางการเมือง (ชยุดมภ์ พันธุ์สุวรรณ, 2561) มาปรับใช้กับงานวิจัยฉบับนี้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

WHAT: ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านการรวมกลุ่มของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ได้แก่ประเด็นอะไรบ้าง ?

ประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนและสร้างประโยชน์ให้กับสังคม ผ่านปฏิบัติการการแสดงออกและการกระจายข่าวสารในรูปแบบต่าง ของแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT โดยสามารถสรุปภาพรวมได้เป็น 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

- 1) ประเด็นทางการเมือง สิทธิเสรีภาพในการแสดงออก และคุณภาพชีวิต
- 2) ประเด็นการคุกคาม ความรุนแรง และความเท่าเทียมทางเพศ
- 3) ประเด็นการบริจาคเงินช่วยเหลือมูลนิธิและเหตุการณ์ภัยพิบัติต่าง ๆ

WHY ทำไมกลุ่มแอกเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ถึงออกมาแสดงออกและกระจายข่าวสารในประเด็นดังกล่าว

1 จากสถานการณ์สลายการชุมนุมที่รุนแรงจากรัฐต่อประชาชน ทำให้เกิดการเคลื่อนไหวและกระจายข่าวสารของกลุ่มแฟนคลับวง NCT โดยปฏิบัติการการแสดงออกของแอกเคาท์กลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT ที่สร้างจุดยืนให้กับกลุ่มและการแสดงความไม่เห็นด้วยต่อการกระทำของกลุ่มนายทุนในสภารณ์ต่าง ๆ โดยกลุ่มแฟนคลับศิลปินและบ้านเบสวง NCT มีการยกเลิกการเข้าพื้นที่ป้ายโฆษณาโปรเจกต์วันเกิดศิลปินตามสถานีรถไฟฟ้าทั้งบีทีเอส เอ็มอาร์ที รวมไปถึงตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำต่าง ๆ เพื่อแสดงถึงจุดยืนและความไม่พอใจที่ผู้ประกอบการทางรถไฟฟ้าและห้างสรรพสินค้าไม่ให้ความร่วมมือกับการเรียกร้องประชาธิปไตยของประชาชน กลับสร้างความลำบากให้กับผู้ร่วมชุมนุมมีการปิดระบบบริการบางส่วนในช่วงที่มีสถานการณ์การชุมนุมทางการเมือง ทำให้ประชาชนไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางไปร่วมชุมนุม การใช้ความรุนแรงในการสลายการชุมนุม อีกทั้งกลุ่มแอกเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มองว่า ประเด็นทางการเมืองที่เกิดขึ้นส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและประเด็นต่าง ๆ อีกมากมายซึ่งประเด็นที่เกิดขึ้นในสังคม ล้วนแล้วแต่มีที่มาและส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการของภาครัฐ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องและส่งผลมาจากประเด็นทางการเมืองทั้งสิ้น อีกทั้งกลุ่มแฟนคลับและบ้านเบสวง NCT มองว่าหากการเมืองดี คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจต่าง ๆ ก็ที่ดีขึ้น ส่งผลให้กลุ่มแฟนคลับจะสามารถมีกำลังทรัพย์ในการสนับสนุนศิลปินได้ดีมากยิ่งขึ้นราคาบัตรคอนเสิร์ตจะไม่สูงจนเกินมาตรฐานเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ที่มีการควบคุมราคามาตรฐานบัตรคอนเสิร์ตอย่างจริงจัง โดยประเทศไทยถือเป็นหนึ่งประเทศที่มีราคาบัตรที่สูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ บางคอนเสิร์ตมีบัตรราคาแพงสูงสุดอยู่ที่ 7,000 – 12,000 บาท ซึ่งไม่สอดคล้องกับค่าแรงขั้นต่ำของประชาชนในประเทศที่มีฐานเงินเดือนอยู่ที่ 15k เป็นต้น

2 ในส่วนของประเด็นการคุกคาม ความรุนแรง และความเท่าเทียมทางเพศนั้น กลุ่มแฟนคลับแอกเคาท์ทวิตเตอร์ศิลปินวง NCT ก็ให้ความตระหนักและแสดงออกพร้อมทั้งช่วยรณรงค์เกี่ยวกับประเด็นปัญหาจากประเด็นที่ศิลปินเกาหลีโดนคุกคามผ่านทางสื่อออนไลน์ การออกมาสับสนุนเรื่องการยอมรับความหลากหลายทางเพศของศิลปินวง NCT หรือแม้แต่ปัญหาความรุนแรงที่มีการพูดถึงเป็นอย่างมากบนแพลตฟอร์มทวิตเตอร์ ทำให้กลุ่มแฟนคลับยิ่งให้ความสนใจ

ตระหนัก โดยเฉพาะในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ที่มีแฟนคลับส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและเพศทางเลือกจำนวนมาก ส่งผลให้ประเด็นเหล่านี้มีการพูดถึงทั้งผ่านการช่วยกันติดแฮชแท็ก ทวิตเตอร์ #กฎหมายสมรสเท่าเทียม #ภาษีผ้าอนามัย #หยุดคุกคามศิลปิน เป็นต้น การรณรงค์ผ่านแฟนฟิคชั่น และการร่วมกันแสดงออกในประเด็นดังกล่าวการช่วยกันรื้อทวิตเตือนภัย การช่วยเหลือกันในสถานการณ์ต่าง ๆ เป็นต้น

3 จากการรวมกลุ่มของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ในการทำโปรเจกต์และการบริจาคต่าง ๆ ซึ่งกลุ่มแฟนคลับมีการเปิดรับบริจาคกันเป็นประจำหากศิลปินในวง NCT มีผลงานใหม่ หรือ วันเกิดของศิลปินในวง ทางบ้านเบสท์ก็จะมีการบริจาคเพื่อนำไปจัดโปรเจกต์หรือไปซื้อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ศิลปินเป็นที่รู้จัก ได้ผลตอบรับจากกลุ่มแฟนคลับที่ส่งผลต่อสังคมอย่างชัดเจนโดยยอดบริจาค มียอดโอนเงินเพิ่มเป็นจำนวนมากขึ้นเพราะมีการนำไปทำบุญในมูลนิธิต่าง ๆ มีการนำเงินที่ได้ไปช่วยเหลือสังคมมากขึ้น ซึ่งแฟนคลับมองว่านอกจากได้ช่วยโปรโมทศิลปินแล้วยังได้ทำบุญร่วมกับศิลปินที่ชอบ ได้รับแรงกายแรงใจที่ดีกลับมา รวมทั้งเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยเหลือสังคมในการเพิ่มโอกาสการเข้าถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น ทุนการศึกษา เป็นต้น

HOW: ผลที่เกิดขึ้นจากแสดงออกและกระจายข่าวสารในประเด็นทางสังคมของแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT เป็นอย่างไร ?

กลุ่มแอดเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT มองว่าการแสดงออกและปฏิบัติการต่าง ๆ ในประเด็นทางสังคมดังกล่าว สร้างผลลัพธ์ที่ดีในการช่วยเหลือสังคมได้และยังเป็นการแสดงผลและความร่วมแรงร่วมใจของแฟนคลับวง NCT ให้กับสังคมได้เห็นอีกด้วย สรุปได้ เป็น 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

1) การเลิกสนับสนุนนายทุนจากการติดป้ายวันเกิดศิลปินตามรถไฟฟ้า เปลี่ยนเป็นการติดโปสเตอร์ตามรถสองแถว รถตุ๊กตุ๊ก ร้านผลไม้ รวมถึงร้านค้ารายย่อยต่าง ๆ เป็นการช่วยกระจายรายได้ให้กับร้านค้ารายย่อยรวมถึงแสดงจุดยืนของบ้านและแฟนคลับด้วย

2) การบริจาคหรือระดมทุน ในวันเกิดหรือการออกอัลบั้มใหม่ของศิลปินวง NCT นอกจากการติดป้าย ทางบ้านเบสท์ก็มีการบริจาคเพื่อนำไปจัดโปรเจกต์หรือไปซื้อโฆษณาประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านชื่อศิลปินวง NCT เพื่อให้ศิลปินเป็นที่รู้จัก ยกตัวอย่าง การบริจาคในกลุ่มแฟนคลับวง NCT ในการสนับสนุนการแสดงออกในการชุมนุมเพื่อประชาธิปไตย โดยมียอดบริจาคประมาณ 60,000 บาท การบริจาคให้กองทุนแผ่นดินนักเกิด เป็นจำนวนเงิน 575,967 บาท เป็นกองทุนที่ช่วยเหลือเด็ก ๆ ให้ได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพ การบริจาคทำบุญให้มูลนิธิกระจกเงา

เป็นจำนวนเงิน 5,000 บาทและกองทุนมูลนิธิอื่น ๆ เป็นต้น อีกทั้งการโอนเงินผ่านบ้านเบสมีความน่าเชื่อถือและไวใจได้ด้วยระบบการทำงานสามารถตรวจสอบได้ มีการบริหารจัดการที่ดีและเป็นระบบ มีการทำงานตามขั้นตอนอย่างชัดเจน ทั้งนี้กลุ่มแฟนคลับมองว่า เพราะบ้านเบสคิดป็นวง NCT มีการเปิดโหนดทำโปรเจกต์ต่าง ๆ อยู่เป็นประจำการเปิดโหนดเงินเพื่อสังคม หรือให้มอบต่าง ๆ เลยถือเป็นปฏิบัติการหนึ่งที่ดีที่ทางกลุ่มแฟนคลับทำได้อย่างรวดเร็วและได้ผลลัพธ์ที่ดี

3) การสร้างความตระหนักในเรื่องความเท่าเทียมทางเพศ ความรุนแรง และการคุกคามต่าง ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มแฟนคลับที่มีแฟนคลับส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและเพศทางเลือกจำนวนมาก โดยกลุ่มแฟนคลับจะมีการรณรงค์ผ่านการติดแฮชแท็ก หรือการรณรงค์ผ่านรูปแบบแฟนฟิคชั่น เพื่อสร้างกลุ่มทางสังคมที่เป็นส่วนหนึ่งในการลดปัญหาความไม่เท่าเทียมกันทางเพศ ความรุนแรงหรือคุกคามต่าง ๆ และร่วมกันแสดงออกในประเด็นดังกล่าว ผ่านการติดแฮชแท็กทวิตเตอร์ การช่วยกันรีทวีตเตือนภัยการช่วยเหลือกันในสถานการณ์ต่าง ๆ

เมื่อพิจารณาถึงประเด็นทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนผ่านกลุ่มแฮชแท็กทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT ยังพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ Naomi (2021) ได้ศึกษา แฟนด้อม (Fandom) หรือแฟนเคป็อป (K-pop) โดยเอกสารชิ้นนี้ระบุว่า แฟนด้อม (Fandom) หรือ แฟนเคป็อป (K-pop) เป็นปรากฏการณ์ที่เติบโตขึ้นเป็นการเคลื่อนไหวที่ทรงพลังในโลกของวัฒนธรรมคนดัง โดยได้รวบรวมฐานแฟนคลับที่ครอบคลุมกลุ่มประชากรต่าง ๆ ทั้งหมด รวมกันเป็น "ชื่อแฟนคลับ" การผสมผสานระหว่างโซเชียลมีเดียและโลกาภิวัตน์ทำให้การแสดงการสนับสนุนในมิติต่าง ๆ ทำได้ง่ายขึ้นมากโดยไม่คำนึงถึงสถานที่ทางกายภาพและความแตกต่างทางวัฒนธรรม กลุ่มแฟนด้อม (Fandom) เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการเคลื่อนไหวทางสังคม แฟน ๆ จากทั่วโลกจัดเครือข่ายการสื่อสารอย่างไม่เป็นทางการและทำหน้าที่เป็นกลุ่มเพื่อกระตุ้นให้บุคคลดำเนินการตามเป้าหมายร่วมกัน โดยแต่ละประเด็นอาจแตกต่างกันไปตามขนาดและแรงจูงใจ วิจารณ์จากแคมเปญแฮชแท็กทวิตเตอร์ เช่น แฮชแท็ก #WhiteLivesMatter ที่ได้รับการยกย่องอย่างท่วมท้นด้วยเคลื่อนไหวประเด็นเหยียดเชื้อชาติ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของเคป็อปแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการกระทำร่วมกันแฟนด้อมสามารถใช้พลังของพวกเขาเพื่อยกระดับกลุ่มและการกระทำที่ส่งผลกระทบต่อสังคม และยังคงสอดคล้องกับงานของ พัน ฉัตรไชยยันต์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมแฟนของเป็ก ผลิตโชค แฟนคลับซึ่งจากผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมแฟนของเป็ก ผลิตโชคแฟนคลับ มีลักษณะเช่นเดียวกับ "วัฒนธรรมของการมีส่วนร่วม" คือมีการสร้างสรรค์เนื้อหาที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมอย่างมีความหมาย เพื่อตอบสนองต่อความสนใจ

และความชื่นชอบศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ ยิ่งไปกว่านั้นการรวมกลุ่มแฟนคลับยังสามารถขยายไปสู่การรวมกลุ่มในพื้นที่ชีวิตจริงเพื่อช่วยเหลือและสร้างสรรค์สังคมได้อีกด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. กลุ่มแฟนและกลุ่มทางการเคลื่อนไหวอื่น ๆ

จากการศึกษาการแสดงออกและปฏิบัติการของกลุ่มแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับวง NCT จะเห็นถึงรูปแบบของการแสดงออกและปฏิบัติการการเคลื่อนไหวในประเด็นทางสังคมที่มีความหลากหลายแตกต่างกันไปในแต่ละโปรเจกต์ ซึ่งแต่ละปฏิบัติการส่งผลดีและประโยชน์ให้กับสังคมไม่มากนักน้อย ในส่วนนี้หากกลุ่มแฟนคลับหรือกลุ่มทางการเคลื่อนไหวอื่น ๆ ควรนำรูปแบบการแสดงออกและปฏิบัติการต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับแอคเคาท์ทวิตเตอร์วง NCT ไปประยุกต์ใช้เพื่อเป็นแนวทางและประโยชน์ในการเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็นต่าง ๆ เพื่อสร้างประโยชน์สูงสุดให้แก่กลุ่มหรือสังคมได้ เป็นต้น

2. สื่อมวลชน

จากสื่อมวลชน ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการนำข่าวสาร และเนื้อหาสาระทุกประเภท ไปสู่มวลชนเพื่อประโยชน์สาธารณะ สื่อมวลชนเป็นสื่อที่สามารถกระจายข้อมูลข่าวสารจากบุคคลหนึ่งหรือจากองค์กรหนึ่ง ไปยังมวลชนจำนวนมากภายในเวลาอันรวดเร็ว โดยเฉพาะประชาชนที่ไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่สื่อออนไลน์อื่น ๆ ดังนั้น สื่อมวลชนควรมีการตรวจสอบและนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และเป็นไปตามสิ่งที่เกิดขึ้นจริง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชน เพื่อแก้ไขปัญหาและป้องกันการเกิด แฮชแท็ก #แบนสื่อต่าง ๆ ควรมีความหลากหลายให้กับข้อมูล โดยเฉพาะในสถานการณ์ความขัดแย้งของสังคมซึ่งความรู้สึกของประชาชนมีความเปราะบางกว่าในสถานการณ์ปกติ สื่อมวลชนควรมีการระมัดระวังและตระหนักในการนำเสนอข่าวให้มากขึ้น รวมไปถึงการพาดหัวข่าวที่ต้องสะท้อนให้เห็นถึงข้อเท็จจริงของข่าวไม่แฝงไปด้วยอคติจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งหรืออคติส่วนตัวของผู้นำเสนอข่าว

3. ภาครัฐ

การแสดงออกถึงเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานการแสดงออกถือเป็นสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานของมนุษย์ รวมไปถึงเป็นสิทธิมนุษยชนตามกฎหมายและมาตรฐานสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศที่เปิดโอกาสในการแสดงออกหรือการแสดงความคิดเห็นที่หลากหลายอันเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศ อย่างไรก็ตามปัจจุบันพื้นที่เสรีภาพในการแสดงออกของประชาชนในประเทศไทยกำลังลดลงเป็นอย่างมากจากกฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ ของ ภาครัฐ โดยภาครัฐควรมีพื้นที่

ปลอดภัยไม่ว่าจะบนหน้ากระดาษ หรือในโลกออนไลน์ให้กับประชาชนในการแสดงออก และสามารถแสดงความคิดเห็นในต่าง ๆ ประเด็นทางสังคมได้ โดยเฉพาะการทำงานของภาครัฐ แม้ว่า พ.ร.ก. ฉุกเฉิน จะให้อำนาจดำเนินคดีกับผู้เสนอข่าวบิดเบือนได้ แต่เจ้าหน้าที่รัฐควรใช้อำนาจนี้ อย่างระมัดระวัง การตีตบท้าย “การนำเสนอข่าวที่ไม่เป็นธรรม” ให้กับทุกคำวิพากษ์วิจารณ์ จะยิ่งสร้างความตื่นตระหนกให้สาธารณะ รัฐบาลต้องชี้แจงข้อกล่าวหาให้ชัดเจนต่อประชาชน และไม่กระทำการใดที่ทำให้ประชาชนหวาดกลัวที่จะแสดงความคิดเห็น เช่น ไม่มีการข่มขู่ จับกุม หรือดำเนินคดีกับประชาชนที่วิพากษ์วิจารณ์ เป็นต้น

5.3.2 ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการเลือกรูปแบบการแสดงผลและปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับศิลปินจากประเทศอื่น ๆ เช่น ประเทศไทย ประเทศจีน ประเทศญี่ปุ่น หรืออาจจะเป็นกลุ่มแฟนคลับอื่น ๆ เพื่อจะให้เห็นความแตกต่างกันของกลุ่มแฟนคลับแต่ละกลุ่มในประเทศนั้น ๆ
2. ควรมีการเปรียบเทียบรูปแบบการแสดงผลและปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับอื่น ๆ เช่น กลุ่มแฟนคลับฟุตบอล กลุ่มแฟนคลับนางงาม เป็นต้น เพื่อจะให้เห็นความแตกต่างกันของกลุ่มแฟนคลับอื่น ๆ อาจจะมีรูปแบบการแสดงผลและปฏิบัติการรูปแบบใหม่ ๆ ที่น่าสนใจและสามารถนำไปปรับใช้ในสังคมต่อไปได้
3. ควรมีการเพิ่มรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณในการศึกษามุมมองความคิดเห็นในการแสดงผลและปฏิบัติการในประเด็นทางสังคมกับแฟนคลับวง NCT ในแพลตฟอร์มอื่น ๆ เพื่อเก็บเป็นข้อมูลทางสถิติให้งานวิจัยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น เป็นต้น



บรรณานุกรม

- กชพรรณ อุปรีชาติพงษ์. (2552). ปัจจัยความสำเร็จของชุมชนเสมือนจริงเพื่อสร้างความสัมพันธ์
กรณีศึกษาเว็บไซต์ *hi5* ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ).
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2022). เจาะลึก! ซีรีส์จีน วัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-จีน ด้วยแวนทฤษฎี Cultural Soft
Power. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/1000497>
- กฤตยา ธีรนาถนศ. (2561). รูปแบบการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะ สื่อสังคมออนไลน์ของงานเขียน
แฟนฟิคชั่นวาย ศิลปินเกาหลีในสังคมไทย. (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
) . มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). แฟนศึกษา ฉันทมาแล้วจะ. ใน สื่อที่ใช่ ของใครที่ชอบ: การ์ตูน ไททศน์
ท้องถิ่นแฟนคลับ. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2560). สื่อที่ใช่ ของใครที่ชอบ. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กานต์พิชชา วงษ์ขาว. (2550). สื่อละครโทรทัศน์เกาหลีกับการเผยแพร่วัฒนธรรมเกาหลีใน
สังคมไทย. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน).
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จารุภาค อธิวัฒน์ปัญญา, มนทิรา ธาดานานายชัย, และ ปิเตอร์ รุ่งเรืองกานต์. (2562, พฤษภาคม-
มิถุนายน). การศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์และการบำรุงรักษาของกลุ่ม
แฟนคลับนักร้องเกาหลีในประเทศไทย กรณีศึกษา ศิลปินวง GOT7. วารสารวิชาการ
นวัตกรรมสื่อสารสังคม.
- จตุมาศ เกลี้ยงเกล้า. (2556). การศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลีได้ผ่านสื่อใหม่และ
พฤติกรรมแฟนคลับ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ใจ อึ้งภากรณ์. (2558). ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมในปัจจุบัน-จุดยืนมาร์คซิสต์. สืบค้นจาก
<https://turnleftthai.wordpress.com/2015/05/31>
- ชนกานต์ รักชาติ และ พัชรี เชนจรรยา. (2559). ธีการสื่อสารและการดำรงอยู่ของกลุ่มแฟนคลับ
ศิลปินนักร้อง กลุ่มจากประเทศเกาหลีใต้ในประเทศไทย. วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม
นิด้า, 3(1), 163-180.

- ชยุตม์ พันธุ์สุวรรณ. (2561). ขบวนการนักศึกษาหายไปไหน : การเปลี่ยนแปลงของขบวนการนักศึกษาไทย ในช่วงความขัดแย้งทางการเมือง พ.ศ. 2549-255. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การเมืองและยุทธศาสตร์การพัฒนา), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ).
http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_5807030043_8225_11157.pdf
- ชลนิภา รุ่งเรืองศรี. (2563, มกราคม-กุมภาพันธ์). ทวิตเตอร์ (Twitter) กับทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตยของเยาวชนไทยที่สยามสแควร์. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 14(32). สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/search/authors/view?givenName=Thunvarat&familyName=Jeinpradit&affiliation=Suan%20Sunandha%20Rajabhat%20University&country=TH&authorName=Jeinpradit%2C%20Thunvarat>
- ชลวรรณ วงษ์อินทร์. (2548). ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชาย โพธิ์ธิดา. (2562). ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์พรินติ้ง.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฟาร. (2540). ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- ธนะสี รังกฎ. (2559). อิทธิพลของเน็ตไอดอลที่มีต่อพฤติกรรม ของเยาวชนกรุงเทพฯ (วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์., กรุงเทพฯ. (นโยบายและการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศ).
- นิคม ชัยขุนพล. (2555). สื่อใหม่ที่ใช้เป็นครู. คู่มือสื่อใหม่ศึกษา. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- บุญยง นาคะ. (2560). แฟนคลับเกาหลีอัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ. (วิทยานิพนธ์ การศึกษาตามหลักสูตรสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาบัณฑิต). คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2563, มกราคม- มิถุนายน). ธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดีจิตต์ : วิธีการในการศึกษาพื้นที่เสมือน. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 8(1).
- ปัทมกร ป่าสิง. (2550). พฤติกรรมการสื่อสาร วิธีการรวมกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของกลุ่มแฟนคลับรายการเรียลลิตี้โชว์ในกรุงเทพมหานคร : กรณีศึกษารายการอะคาเดมี่ แฟนเทเชีย ปี1-3 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

- ประจักษ์ ก้องกีรติ. (2562). ทวิตเตอร์ คือ ผนังห้องน้ำในศตวรรษที่ 21 แต่มันเป็นฝาผนังที่เข้าถึงคนได้ ล้าน ๆ คน...". สืบค้นจาก <https://1th.me/csAyr>
- ปัดถนธร ไม้เจริญ. (2561). เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนฟุตบอลไทย กรณีศึกษา: เครือข่ายแฟนบอลทีมสุพรรณบุรี เอฟซี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.กรุงเทพฯ). <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/249764/169025>
- ปิ่นบุญญา ลามะนา. (2560). การจำกัดเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและการแสดงออกในประเทศไทย. วารสารสังคมศาสตร์ นิติรัฐศาสตร์, 1(2).
- ปิยวดี คุ่มเดช. (2555). "ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของคนเมืองบนพื้นที่บาหวีถึถนสนลิม.". (วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหิดล (สังคมวิทยา)). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ. (คณะสังคมวิทยา และมานุษยวิทยา).
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2543). ทฤษฎีขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมใช้กับสังคมไทยได้ หรือไม่? ในโครงการพลวัตเศรษฐกิจการเมืองไทย พ.ศ. 2543: ขบวนการ เคลื่อนไหวทางสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พัน ฉัตรไชยยันต์. (2563, พฤษภาคม-สิงหาคม). วัฒนธรรมแฟน: กรณีศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาเป็กผลิตโชคแฟนคลับ. วารสารนิเทศศาสตร์, 38(2).
- พิชญา อัมพรจินดารัตน์. (2559). วัฒนธรรมแฟนกับความเป็นดั่งกรณีกีฬากลุ่มแฟนคลับศิลปินวง ก้อตเซเว่น. (ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต). ภาควิชามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร..
- พีรภา สุวรรณโชติ. (2551). การสื่อสารปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงและการเรียนรู้คุณค่าทางบวกจากศิลปินนักร้องเกาหลีของกลุ่มแฟนคลับ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย).
- ภัทรนันท์ หนูนุกักดี. (2551). "อัตลักษณ์ของสมาชิกแฟนคลับกลุ่มศิลปินรายการเรียลลิตีโชว์". วารสารวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี, 10(1), 102-116.
- ภัทรวรรณ ลิ้มวัฒนวงศา. (2553). การศึกษาเครือข่ายการสื่อสารระหว่างผู้ปกครอง ครู พี่เลี้ยง และผู้บริหารเพื่อการพัฒนาในสถานรับเลี้ยงเด็กพิเศษ (ออทิสติก) ในเขตนนทบุรีและปทุมธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ).
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

- ภูริน กสิณฤกษ์. (2556). ทบาทของการสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์แฟนคลับกันพล่าในสังคมไทย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน).
- ระวี แก้วสุกใส, และ ชัยรัตน์ จุสาลือ. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีเฟซบุ๊ก (Facebook) กับ การพัฒนาผู้เรียน. วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 5(4), 195 – 205.
- วัฒนธรรมชุมชนแห่งประเทศไทย. (2557). วัฒนธรรมชุมชนแห่งประเทศไทย: แฉกตั้ง - 1 ม.ค.57 (HD). สืบค้นจาก <https://www.youtube.com/watch?v=Jd6b8v4fplE>
- วุฒิปาล วุฒิมิตรพงศ์, และ กิ่งกาญจน์ จงสุขไกล. (2562, กันยายน-ธันวาคม). พัฒนาการของช่องทาง ในการแสดงออกทางการเมืองในสื่อออนไลน์ ช่วง พ.ศ.2557-2560. วารสารด้านการบริหาร รัฐกิจและการเมือง, 8(3).
- ศูนย์มนุษยวิทยาสิรินธร. (2563). ทฤษฎี Practice of the Everyday Life ของ Michel de Certeau. In DWELLING BELONGING & BECOMING “อยู่ กลืน กลาย”. Retrieved from <https://longtrukuni.org/2021/01/05/the-practice-of-everyday-life/>.
- ไศลดา รัชตะพุกษา. (2555). กลยุทธ์การสร้างสารเพื่อวางตำแหน่งแห่งที่ของเกาหลีใต้ในบริบทโลก ผ่านสถานีโทรทัศน์ Arirang. (วิทยานิพนธ์วารสารมหาบัณฑิต). สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันวัฒนธรรมและศิลปะมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (2565). T-POP กับการเปลี่ยนแปลงใน วงการเพลงไทย. สืบค้นจาก <http://ica.swu.ac.th/news/detail/2/163>
- สถาบันวิจัยธุรกิจเกาหลี. (2564). อันดับ 50 KPOP ยอดนิยมมกราคม 2021. สืบค้นจากจาก <https://1th.me/hlfxk>.
- สันต์ สุวัจนราภินันท์. (2552). ปัญหาและความรู้ของที่ว่าง: ศึกษาจากทฤษฎีว่าด้วยที่ว่าง ของฮองรี เลอแฟร์บ และมิเชล เดอ แซร์ว็โต. กรุงเทพฯ: รัฐศาสตร์สาร.
- สิตา โพธิพิพิธ. (2556). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความคาดหวังและความพึงพอใจต่อปัจจัยด้าน ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันที่มีต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้ใช้บริการ เฟสบุ๊กแฟนเพจธุรกิจรับปรึกษาและวางแผนจัดงานแต่งงานในเขตกรุงเทพมหานคร. (การศึกษานิตยสารบุคคลปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุธิตา เหล่าพิทักษ์ธรรม. (2561). การวิเคราะห์เนื้อหาผ่านสื่อทวิตเตอร์และผลตอบรับสำหรับกลุ่ม แฟนคลับศิลปินเกาหลี: กรณีศึกษาทวิตเตอร์ Masitaseaweed. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาการตลาดดิจิทัลบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- สุปรีดา ช่อลำไย. (2549). เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับธงชัย แมคอินไตย์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุภาวศ์ จันทวานิช. (2552). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 17). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี ลิ้มสกุล. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกเปิดรับข่าวบนทวิตเตอร์ของคนรุ่นใหม่ในเขต กรุงเทพมหานคร ฯ. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ..
- สุรัชดา ราคา. (2550). กระบวนการสื่อสารเยาวชนของเครือข่ายครูนักรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- อเดแม็กกาซีน. (2563). ‘ช่วยกันดันแฮชแท็กให้ขึ้นเทรนด์เดอะ’ คนรุ่นใหม่กับการขับเคลื่อนสังคมด้วย #ทวิตเตอร์. สืบค้นจาก <https://1th.me/vXZRv>.
- อนินทยา ประสิทธิ์มี. (2561). พฤติกรรมและอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับ ศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). การจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์..
- อรชา พงษ์รักษา. (2555). ความเป็นชาตินิยมในอุตสาหกรรมบันเทิงญี่ปุ่น. สืบค้นจาก <http://isas.arts.su.ac.th/wp-content/uploads/2555/social/social-2555-01.pdf>
- อัญชลิตา สุวรรณะชญ. (2554). “ปฏิบัติการของชีวิตประจำวัน” The Practice of Everyday Life (R. S. (Trans.), De Certeau Michel). Berkeley CA: University of California Press. (1984)
- อุรุษ บุญญะวริศ. (2557). พฤติกรรมการรวมกลุ่มและวัฒนธรรมย่อยของแฟนคลับสโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟ.ซี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เอดีฟี่ทีนิวส์. (2020). รู้จักที่มาของ #BlackLivesMatter แฮชแท็กการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อหยุดการเหยียดเชื้อชาติ. สืบค้นจาก <https://www.adpt.news/2020/06/04/blacklivesmatter-hashtag-rest-in-power-george-floyd/>
- เอมิกา เหมมินทร์. (2556). พฤติกรรมการใช้และความคิดเห็นเกี่ยวกับผลที่ได้จากการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์..

- แอมเนสตี้. (2563). เสรีภาพในการแสดงออก. สืบค้นจาก <https://www.amnesty.or.th/our-work/freedom-expression/>.
- Armstrong & Hagel, J. (1996). The real value of on-line communities. . *Harvard Business Review*, 74, 134-141.
- Bagozzi, R. P., & Dholakia, U. M. (2002). Intentional social action in virtual communities. . *Journal of Interactive Marketing*, 16(2), 2-12.
- Borgatta, E. F. a. B., Marie. (1992). *Encyclopedia of Sociology* (4: S-Z Index). New York: Macmillan Publishing Company.
- Bourdieu, P. (1994). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- Burnett, R. D., P. M. (2003). *Web Theory*. London: Routledge.
- Castells, M. (1997). *The Power of Identity of The Information Age: Economy, Society and Culture* (2 : Index). Oxford UK: Blackwell.
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope : Social movement in the internet age*. Cambridge: Polity Press.
- De Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Documentary Club. (2560). ถอดรหัสวัฒนธรรมไอศอลญี่ปุ่น. สืบค้นจาก <https://web.facebook.com/DocumentaryClubTH/ideos/1311347008976455>
- Fontana, A., และ Frey, J. H. (1994). "Interview: The Art of Science," In DenZin, N. K. and Lincoln, Y. S.(eds) *Handbook oh qualitative research*. California: SAGE
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Howard, P. N., & Muzammil M, Hussain. (2012, April 1-4). Democracy's fourth wave? information technology and the fuzzy causes of the Arab springs. *Unpublished paper presented to the meeting of the international studies association, San Diego*.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans & Participatory Culture*. London: Routledge.

- Jenkins, H. (2009). Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century. *John D. and Catherine T. MacArthur Foundation*, 5-7, 19-20, 13-14. . Retrieved from https://www.macfound.org/media/article_pdfs/jenkins_white_paper.pdf
- Marotzki, W., Holze, J., และ Verständig, D. (2014). Analysing virtual data. The SAGE handbook of qualitative data analysis.
- Naomi. (2021). With Great Power: Fandom as Social Movement. Retrieved from <https://seoulbeats.com/2021/05/with-great-power-fandom-as-social-movement/>.
- Naver. (2021). NCT 127's new album reaches over 1.32 million. Retrieved from <https://n.news.naver.com/entertain/article/076/0003770204>
- Rheingold, H. (1449). *The virtual community: Homesteading on the electronic frontier*: MIT press.
- Rohlinger, D. A. (2012). How Social Movements are using the Internet to Change Politics. Retrieved from <https://scholars.org/brief/how-social-movements-are-using-internet-change-politics>
- Tangsiri. (2564). ภาพอนาคตอุตสาหกรรมเพลงไทย 1,400 ล้านบาท กับโอกาสที่ T-Pop จะไปเขย่าโลก เหมือน ญี่ปุ่น-เกาหลี. สืบค้นจาก <https://brandinside.asia/t-pop-thailand-music-industry/>
- Thematter. (2022). เมื่อจีนจัดระเบียบวงการบันเทิงและแฟนด้อม. สืบค้นจาก <https://thematter.co/quick-bite/china-new-rules-for-entertainmentindustry/154587>
- Tsang, M. (2014). Marketing Insights from 7 Social Movements. Retrieved from <https://www.referralcandy.com/blog/social-movement-examples/>
- WeAreSocial x Hootsuite. (2021). Statistics and behavior of using social media around the world Q1 year 2021. Retrieved from <https://www.twfdigital.com/blog/2020/02/global-social-media-usage-stats-q1-2020/>
- WP. (2020). 10 reasons to push "Twitter" in Thailand, growing fastest in the world! until it is a platform that "brands" should not be overlooked. Retrieved from <https://www.marketingoops.com/media-ads/digital-media-media-ads/10-factors-drive-twitter-in-thailand-fastest-growth/>



ภาคผนวก



ประวัติผู้เขียน

