



พฤติกรรมและอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ในประเทศไทย

ONLINE BEHAVIOR AND IDENTITY OF WANNA ONE'S FAN CLUB IN THAILAND.

อนินทยา ประสิทธิ์มี^{1*} และเวฬุรีย์ เมธาวิวินิจ²
Aninthaya Prasitmee^{1*} and Veluree Metaveevinij²

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท, หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, วิทยาลัยนวัตกรรมการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹ Graduate student, Master of Arts, Management of Cultural Heritage and Creative Industries, College of Innovation, Thammasat University.

² ดร., การจัดการมรดกวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, วิทยาลัยนวัตกรรมการ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² Ph.D., Department of Program in Management of Cultural Heritage and Creative Industries, Faculty of College of Innovation, Thammasat University.

* Corresponding author, E-mail: bamantyy@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ในประเทศไทย และ เพื่อศึกษาอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ในประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จากกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE บนบัญชีผู้ใช้ทวิตเตอร์แฟนคลับ จำนวน 15 คนผ่านเกณฑ์ในการคัดเลือกต่างๆที่ได้ตั้งไว้ โดยผู้วิจัยจะรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้บันทึกคำตอบด้วยตนเอง ประชากรที่ศึกษา คือ แฟนคลับของศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ที่มีอายุ 15 – 37 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่ใช้อินเทอร์เน็ต และโซเชียลมากที่สุด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ ใช้แบบสัมภาษณ์ ในลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมาดำเนินการตามขั้นตอนต่างๆ ซึ่งผลการวิจัยนี้จะแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เปิดเผยตัวตนบนสื่อออนไลน์ กลุ่มที่ไม่เปิดเผยตัวตนแต่ไม่เปิดเผยหน้าตาบนสื่อออนไลน์ และ กลุ่มที่ไม่เปิดเผยตัวตนบนสื่อออนไลน์ โดยผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คนเป็นเพศหญิงทั้งหมด และเป็นกลุ่มที่มีอายุตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ จากจำนวน 15 คน กลุ่มที่มากที่สุดคือ กลุ่มที่ไม่เปิดเผยตัวตนแต่ไม่เปิดเผยหน้าตาบนสื่อออนไลน์ อาจกล่าวได้ว่า แฟนคลับศิลปินเกาหลีต้องการที่จะเปิดเผยตัวตนบนสื่อออนไลน์ แต่อย่างไรก็ตามแฟนคลับกลุ่มนี้ก็ยังไม่ต้องการเปิดเผยหน้าตาให้คนอื่นได้เห็น เนื่องจากอยากที่จะมีพื้นที่ส่วนตัว และไม่ต้องการที่จะแสดงถึงความเป็นแฟนคลับเกาหลีออกมาในชีวิตประจำวัน อาจเพราะสังคมในปัจจุบันยังไม่ให้การยอมรับมากพอ จึงจำเป็นที่จะต้องแสดงความเป็นแฟนคลับเกาหลีออกมาทางสื่อออนไลน์บนทวิตเตอร์เท่านั้น

คำสำคัญ: อัตลักษณ์, แฟนคลับ, สื่อสังคมออนไลน์, พฤติกรรม



Abstract

The purpose of this research is to study online behavior and online identity of K-POP idol WANNA ONE's fan club. This is qualitative research using In-depth Interview with open-ended questions as a research tool and using Purposive Sampling method. All of the sampling is selected from WANNA ONE's fan club on Twitter and 15 of them passed the qualification. The samples are WANNA ONE's fan club age 15 - 37 years old, male and female. The reason why this samples was chosen was this group is the range of internet and social media hard user. Researcher use Descriptive Analysis as an analysis method. After the processing to results will be defined to 3 groups. The first one is group of samples who use the real identity as an online identity. The second group is group of samples who share in formation of their real identity except their pictures. The last group is the group of samples who avoid to use their real identity on their social media. All of the samples are female who aged among the rage of 15 - 37. From the results, most of the samples are defined to the group of samples who share in formation of their real identity except their pictures. I can imply that K-pop fan still want to show their identity on their social media. But, they still don't want to share their appearance to the others. Most of them might not want to let the real identity and K-pop fan identity mixing up together because there are still have many people in the real life that have a pessimistic attitude about K-pop culture. So, that is the reason why most of them choose to hide their real identity behind their social media account.

Keyword: Identity, Fan, Social Media, Behavior

บทนำ

ความเป็นแฟนคลับในประเทศไทยมีความเป็นมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่อดีต แต่ยังไม่เด่นชัดเท่ากับปัจจุบัน เนื่องจากภาวะสมัย การยอมรับในสังคมอาจไม่เท่าเทียมกัน และยังไม่เป็นที่แน่ชัดว่าแฟนกีฬาหรือแฟนวัฒนธรรมความบันเทิงอย่างไรที่เข้ามาเป็นอันดับแรก (กาญจนา แก้วเทพ, 2555) ช่วงประมาณทศวรรษ 2470 สุนทรภรณ์ได้เป็นวงดนตรีที่มีความโด่งดังและมีชื่อเสียงถือเป็นที่รู้จักในวงกว้างเป็นอย่างมาก ซึ่งสุนทรภรณ์ได้มีการจัดไปยังสถานที่ต่าง ๆ และมีแฟนเพลงคอยติดตามฟังเพลง ซึ่งแฟนคลับในปัจจุบันก็มีความคล้ายคลึงกับแฟนเพลงของสุนทรภรณ์เช่นกัน โดยสุปรีดา ซ่อลำไย (2549) กล่าวว่าเมื่ออุตสาหกรรมเพลงในประเทศไทยได้กลายเป็นอุตสาหกรรมวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้นทำให้เกิดกลุ่มแฟนคลับ ที่ชัดเจนเป็นกลุ่มแรกก็คือแฟนคลับพีบีวี (ธงชัย แม็กอินไต่ย์) และได้มีกลุ่มแฟนคลับนักร้องศิลปินต่าง ๆ ในทุกกลุ่ม ตั้งแต่ศิลปินไทยไปจนถึงศิลปินต่างประเทศทางตะวันตก จนกระทั่งกระแสแฟนคลับในประเทศไทยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เมื่อมีรายการเรียลลิตี้เข้ามา ทำให้แฟนคลับเป็นคนที่มีความสนใจในสังคมเป็นกลุ่มเป็นก้อน เห็นได้จากการแสดงตัวบ่งบอกเมื่อไปดูคอนเสิร์ตว่าตัวฉันเป็นแฟนคลับใคร โดยมีสัญลักษณ์ของกลุ่ม และในปัจจุบันได้เกิดกระแสเกาหลี (K-pop) ไหลบ่าเข้ามาในสังคมไทย ปัจจุบันประเทศไทยได้รับอิทธิพลของกระแสวัฒนธรรมเกาหลีในหลายรูปแบบสอดแทรกเข้าไปในสื่อบันเทิง ทำให้



กระแสวัฒนธรรมเกาหลี (Korean wave) ยังคงเป็นกระแสความคลั่งไคล้ที่มีอย่างต่อเนื่อง คงที่ และ กระแสนี้ยังคงอยู่ต่อไป

ในช่วงวิกฤตการณ์ทางการเงินของเอเชียใน พ.ศ. 2540 ประเทศเกาหลีใต้เป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์นี้ และได้กู้เงินสนับสนุนจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) เช่นเดียวกับประเทศไทย ในขณะเดียวกันก็ดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจอย่างเข้มงวดเพื่อเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจ ซึ่งทางรัฐบาลได้ใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อแก้ปัญหาให้แก่ประเทศรวมถึงให้การสนับสนุน ด้านการผลิตและส่งออกวัฒนธรรมอย่างชัดเจน เพื่อสร้างภาพการรับรู้ใหม่ของเกาหลีใต้ในสายตาชาวโลกผ่านการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ วัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต ผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ และภายในเวลาไม่นาน คลื่นวัฒนธรรมเกาหลี (Korean wave) ก็แผ่ขยายครอบคลุม ทั่วทวีปเอเชียและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก ดังที่เห็นได้ในปัจจุบันว่าไม่มีใครไม่รู้จักประเทศเกาหลีใต้ และแทบจะไม่มีใครที่ไม่มีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยประเทศเกาหลีอยู่ในครอบครอง ถือเป็นกระแสนิยมภายในประเทศไทยและคนหันมาให้ความสนใจกับสื่อเกาหลีในทุกด้าน อุตสาหกรรมที่เริ่มเข้ามาในประเทศไทย เริ่มต้นมาจากภาพยนตร์เรื่อง “ยัยตัวร้ายกับนายเจียมเจียม” (My Sassy Girl) ที่เข้ามาฉายในประเทศไทยในปี 2544 และได้รับความนิยมจนสามารถทำรายได้ได้สูงถึง 20 ล้านบาทซึ่งถือว่าสูงมากในขณะนั้น และยังมีการนำเอาละครมาฉายตามช่องในประเทศไทยต่าง ๆ ที่ได้นำมาฉายทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 มีความโด่งดังและได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในประเทศไทย เรียกได้ว่าไม่มีใครไม่รู้จักละครเรื่องนี้เลยก็ว่าได้ ทำให้เกิดกระแสการรับประทานอาหารเกาหลีและการท่องเที่ยวในประเทศเกาหลี ยังได้รับความนิยมไปด้วย ซึ่งทั้งหมดนี้ไม่ใช่เป็นเพียงการเสาะแสวงหาของผู้ที่ชื่นชอบและคลั่งไคล้ในตัวนักแสดงและละครเกาหลีจากนั้นประมาณ 2 ปี กระแสความนิยมนี้กรอกร้อนป๊อปกเกาหลี (K-pop) ก็เข้ามาอย่างต่อเนื่องและได้รับความนิยมเป็นที่รู้จักจากผลงานการเป็นพรินซ์เตอร์ให้กับสินค้าหลากหลายชนิด และนำศิลปินนักร้องเข้ามาแสดงคอนเสิร์ตในประเทศไทยอีกหลายกลุ่มด้วยกัน (ณัฐพัชร นาคะ, 2557)

รายการเรียลลิตีของประเทศเกาหลีใต้ปัจจุบัน ก็ได้รับความนิยมจากคนไทยเป็นอย่างมากเช่นกัน จากกระแสตอบรับจากรายการ Produce101 Season2 ที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์แฟนคลับกลุ่มใหญ่ขึ้นมา โดยรายการ Produce101 นั้นเป็นรายการที่รวมศิลปินฝึกหัดจากหลายค่ายเพลง รวมถึงศิลปินฝึกหัดอิสระทั่วประเทศเกาหลีใต้มาร่วมแข่งขันกันทั้งหมดจำนวน 101 คน โดยการใช้คะแนนโหวตจากผู้ชมเท่านั้นที่จะเป็นผู้ตัดสิน และในรอบสุดท้ายจะมีเพียง11คนที่จะได้เป็นศิลปินและทำกิจกรรมของค่ายเป็นสมาชิกบอยแบนด์ (Boy Band) ซึ่งจะมีสัญญาในระยะเวลาประมาณ 1 ปี 4 เดือน ตั้งแต่วันที่ 7 สิงหาคม 2560 – 31 ธันวาคม 2561 และเมื่อครบกำหนดเวลา สมาชิกดังกล่าวก็จะแยกย้ายกลับค่ายของตัวเอง ซึ่งศิลปินวงดังกล่าวได้เปิดตัวในชื่อว่า WANNA ONE หรือ วอนนาวัน ถือเป็นศิลปินที่ได้รับความนิยมและถูกจัดอันดับเป็นผู้ที่มีอิทธิพลประจำในแต่ละเดือนของสื่อเกาหลีใต้ทุกเดือน แฟนคลับของศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE นั้น ซึ่งส่วนมากจะเป็นผู้ชมที่ตามมาจากรายการ Produce101 Season2 และผู้ชมเป็นผู้ตัดสินใจเลือกโหวตสมาชิกภายในวงด้วยตนเองมา จึงมีความรู้สึกที่เข้าถึงได้ง่าย จับต้องได้ และเห็นพัฒนาการมาตั้งแต่เริ่ม และเนื่องจากศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE เป็นเพียงแค่วงชั่วคราวและมีระยะเวลาที่แน่นอน ทำให้กลุ่มแฟนคลับนั้นมีลักษณะที่แตกต่างจากกลุ่มแฟนคลับอื่น ๆ เพราะเป็นกลุ่มที่มีความหลากหลาย ทำให้แฟนคลับเองมีพฤติกรรมที่ต้องการติดตามข่าวสารอย่างใกล้ชิด จึงทุ่มเทเวลาและทุ่มเงินในการซื้อสินค้าต่าง ๆ รวมถึงซื้อบัตรชมคอนเสิร์ต (Concert) และแฟนมีตติ้ง (Fan Meeting)



ตามประเทศต่าง ๆ ในประเทศไทยศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE นั้นมีชื่อเสียงเป็นอย่างมากวัดได้จาก การที่เมื่อศิลปินวงนี้มาจัดงานต่าง ๆ ที่ประเทศไทย บัตรเข้าชมงานก็จะหมดทุกครั้ง

พฤติกรรมกรรมการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ของกลุ่มแฟนคลับนั้นแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของแฟนคลับในปัจจุบันเป็นอย่างมาก เนื่องจากสื่อออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนในยุคปัจจุบัน ทำให้แฟนคลับในปัจจุบันนั้นได้มีพฤติกรรมและอัตลักษณ์ของคำว่าแฟนคลับที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีต แม้จะมีแฟนคลับเกาหลีเกิดขึ้นมากกว่าเดิมจำนวนมากขึ้น แต่ในทางกลับกันจำนวนของแฟนคลับที่เปิดเผยตัวตนและแสดงออกถึงความเป็นแฟนคลับเกาหลีในปัจจุบันกลับลดลง เพราะสังคมในปัจจุบันแฟนคลับเกาหลีได้ถูกเหมารวมว่าเป็นกลุ่มคนที่ไร้สาระและไร้ประโยชน์ จึงทำให้แฟนคลับเกาหลีจำนวนมากต้องการที่จะปิดบังตัวตนในที่สาธารณะ เพื่อไม่ให้คนภายนอกรู้ว่าเป็นแฟนคลับเกาหลี โดยทวิตเตอร์ได้กลายมาเป็นสื่อหลักสำคัญสำหรับการแสดงออกของแฟนคลับเกาหลี เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการระบายความรู้สึก แสดงตัวตนของตนเองออกมา รวมถึงสามารถปิดบังตัวตนของตนเองได้เช่นกัน นอกจากนี้ทวิตเตอร์สามารถติดตามข่าวสารต่างๆอย่างรวดเร็วและเข้าถึงได้ง่าย เหตุดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจกับศิลปินวง WANNA ONE แม้จะมีคนศึกษาเกี่ยวกับแฟนคลับอยู่บ้าง แต่ยังไม่ได้พูดถึงในส่วนพฤติกรรมของแฟนคลับที่แสดงออกบนสื่อออนไลน์ที่ถูกแสดงออกมาเหมือนหรือแตกต่างกันกับการใช้ชีวิตประจำวัน ซึ่งการแสดงออกที่แตกต่างกันดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ความเป็นแฟนคลับที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตในตอนที่ยังไม่มีสื่อออนไลน์เข้ามามีบทบาทและอิทธิพลอย่างไรในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมกรรมการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ในประเทศไทย

แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแฟนและแฟนด้อม

แฟนคลับ หมายถึง เราต่างก็เป็นแฟนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งยามที่เราารู้สึกว่าชื่นชม นับถือ และปรารถนา ดังนั้นเราจึงแยกแยะความรู้สึกผูกมัดของตนเองขึ้นมา โดยการเป็นแฟนแสดงให้เห็นว่าสามารถใช้สิ่งที่ได้รับจากการติดตามเพื่อสร้างความนับถือตนเอง (Lisa A. Lewis, 1992 อ้างถึงใน ชลวรรณ วงษ์อินทร์, 2548: 33 - 34) ลักษณะของแฟนคลับเกาหลีมีความคล้ายคลึงกับลักษณะของแฟนคลับของศิลปินทั่วไปหรือศิลปินไทย สุปรีดา ซ่อลำไย (2549) พบว่า ลักษณะของความเป็นแฟนคลับรุ่นแรก ๆ ของนักร้องเพลงป๊อป เช่น เบิร์ด-ธงไชย แมคอินไตย์ จะมีความเก๋ไก๋ เนื่องจากจะมีคนคอยกระแจะกระแหน ไม่เป็นที่ยอมรับ แฟนคลับเกาหลีมีความคล้ายคลึงกันกับแฟนคลับที่เบิร์ด แต่สำหรับแฟนคลับศิลปินต่างชาติแล้ว ก็อาจจะยังมีคนหมั่นไส้ได้ง่าย ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลีในอดีตนั้นจะไม่ได้ยอมรับจากคนทั่วไปในสังคมมากนัก อีกทั้งยังมีมุมมองว่า คนที่เป็นแฟนคลับเกาหลีไร้สาระ เป็นพวกบ้าคลั่ง วัฒนธรรมต่างชาติมากเกินไป ไม่รักชาติ ทำให้พวกแฟนคลับเองต้องปิดบังตนเอง แต่อย่างไรก็ตาม แฟนคลับเกาหลีก็มีการขยายกลุ่มเพิ่มมากขึ้น ไม่จำกัดวัย และได้รับการยอมรับมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจ



เพลงเกาหลี สื่อบันเทิงต่าง ๆ โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับแฟนคลับเกาหลี ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องใช้ทฤษฎีเกี่ยวกับแฟนและแฟนด้อมมาใช้ในการอธิบายเกี่ยวกับลักษณะและพฤติกรรมของแฟนคลับเกาหลี

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ (Identity) ในทางจิตวิทยาสังคม หมายถึง ความสำนึกของแต่ละกลุ่มบุคคลว่าตนเองมีความแตกต่างจากผู้อื่นมากหรือน้อยเพียงไร ส่วนในทางจิตวิทยาการแพทย์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะชุดหนึ่งของแต่ละบุคคลซึ่งแสดงออกต่อผู้อื่น ลักษณะเฉพาะดังกล่าวนี้จะช่วยให้ผู้อื่นสามารถบ่งชี้บุคคลนั้นๆ ได้ (ศิรินาถ, 2546 อ้างถึงใน เขมทัต พิศิธรานาบรรพ์ 2551:1) และ Woodward (อ้างถึงใน นันดา วีรวิทยานุกูล, 2544, น. 280) ได้ให้ความหมายว่า อัตลักษณ์ คือ สิ่งที่ทำให้เรารับรู้ตนเองว่า เราคือใคร และ จะดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ตลอดจนโลกที่แวดล้อมตัวเราอยู่อย่างไร นอกจากนี้ อัตลักษณ์ยังเป็นสิ่งที่กำหนดทางเดินให้เราและเป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า ใครเป็นพวกเดียวกับเรา แต่ส่วนใหญ่แล้วอัตลักษณ์จะถูกกำหนดโดยความแตกต่าง ซึ่งอาจมองเห็นได้ในลักษณะของการแบ่งแยกออกจากกัน โดยทฤษฎีนี้เป็นกรอบแนวคิดที่จำเป็นอย่างมากในการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากอัตลักษณ์ได้สะท้อนถึงความเป็นแฟนคลับเกาหลีผ่านพฤติกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน รวมถึงการแสดงออกทางออนไลน์ของแฟนคลับเกาหลีด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวและเพื่อให้ ได้ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยจะเป็นผู้บันทึกคำตอบด้วยตนเอง โดยมีระยะเวลาการเก็บข้อมูล ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2561 – เดือนกุมภาพันธ์ 2562

ประชากรที่ศึกษา

แฟนคลับของศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE (กลุ่มแฟนคลับชื่อ WANNABLE) ที่มีอายุ 15 – 37 ปี ทั้งเพศชายและเพศหญิง เนื่องจากเป็นช่วงวัยที่ใช้อินเทอร์เน็ต และโซเชียลมากที่สุด (วสิทธิ สติตรพงศ์, 2560 และ มณีวัลย์ เอมะอมร, 2541) ได้กล่าวไว้ว่าพบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นคนที่อายุต่ำกว่า 25 ปี เป็นส่วนใหญ่ และ เป็นอายุที่รวมเอากลุ่มเจนเอเรชั่นวาย อายุ 18 - 37 ปี เป็น Active User หรือเป็นกลุ่มที่ส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่ม เจนเอเรชั่นอื่นๆ ซึ่งกลุ่มนี้ได้เติบโตมากับความทันสมัยด้านเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต รวมไปถึงสื่อออนไลน์ (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร, 2560) และกลุ่มที่มีอายุ 15-24 ปี มีพฤติกรรมดาวน์โหลด (Download) หนึ่ง เพลง ดูโทรทัศน์ วีดีโอ (VDO) ฟังวิทยุ ร้อยละ 56.4 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2554 อ้างถึงใน กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2554)

เกณฑ์ในการคัดเลือกมีดังนี้

มีการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ผ่านการใช้โซเชียลมีเดียผ่านทวิตเตอร์ (Twitter) ติดตามแอคเคาท์แฟนคลับศิลปินวง WANNA ONE ของไทยและของต่างประเทศจำนวนมาก ตั้งรูปศิลปินเป็นรูปโปรไฟล์หรือเฮทบนแอคเคาท์ รวมถึงการตั้งข้อมูลส่วนตัวของตัวเอง หรือ ไปโอ (Bio) บนแอคเคาท์ทวิตเตอร์เป็นชื่อศิลปินหรือชื่อของกลุ่มแฟนคลับของศิลปินวง WANNA ONE เพื่อแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ มีคนแฟนคลับด้วยกันเองติดตามมากกว่า 4000 คน มีการเผยแพร่ข้อมูลหรือส่งต่อข้อมูล หรือเป็นการรีทวีต (retweet) เกี่ยวกับศิลปินวง WANNA ONE มีการอัปเดตข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินเกาหลี หรือมีการใช้



ความสามารถของตนเองแสดงถึงการสนับสนุนศิลปินวง WANNA ONE เช่น การแปลข่าวจากภาษาต่างประเทศเป็นภาษาไทย แต่งนิยาย วาดภาพ เกี่ยวกับศิลปินวง WANNA ONE เป็นต้น มีการรื้อทวิตเกี่ยวกับศิลปินอย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง หรือมีแฮชแทคเกี่ยวกับศิลปินในโอกาสต่าง ๆ มีหัวข้อที่ใช้ในการสนทนาบนทวิตเตอร์ล้วนเกี่ยวกับ WANNA ONE ระหว่างกลุ่มแฟนคลับ มีการใช้ฉายาเรียกศิลปินที่รู้จักกันในกลุ่มแฟนคลับ ใช้แฮชแทคในการช่วยโปรโมทในช่วงที่มิงานต่าง ๆ แสดงออกถึงการสนับสนุนศิลปินผ่านการอัปโหลดบนสื่อออนไลน์ เช่น การลงรูปหรือวิดีโอเกี่ยวกับการไปคอนเสิร์ต หรือนำความรู้สึกจากการที่ได้พบศิลปินมาเล่าเรื่องผ่านทวิตเตอร์ มีการแสดงออกเพื่อสร้างตัวตน ในฐานะแฟนคลับบนสังคมออนไลน์ เช่น การแจกของต่าง ๆ ต่อกลุ่มแฟนคลับด้วยตัวเอง ยอมรับตัวตนของศิลปินและนำเสนอภาพลักษณ์ของศิลปินให้ออกไปในทางที่ดี รวมถึงถ่ายทอดข้อมูลในด้านดีออกไปยังสังคมออนไลน์

การสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

การสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกกลุ่มไปตามลักษณะของวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ได้แก่ จากกลุ่มแฟนคลับของศิลปินเกาหลีสาว WANNA ONE บนแอคเคาท์ทวิตเตอร์แฟนคลับตามที่ได้มีการกำหนดลักษณะไว้ จำนวน 15 คน เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลไปเรื่อย ๆ จนถึงคนที่ 10 ข้อมูลที่เก็บมานั้นเริ่มมีการอิมตัว จึงเลือกเก็บข้อมูลที่จำนวน 15 คน และหากมีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมได้คำตอบเหมือนเดิม

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้แบบสัมภาษณ์ ในลักษณะการสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งรูปแบบในการสัมภาษณ์จะเป็นคำถามในลักษณะปลายเปิด เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง คำถามในการสัมภาษณ์ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน มีทั้งหมด 16 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการติดต่อกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีสาว WANNA ONE โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก ผู้วิจัยเป็นผู้บันทึกข้อมูลด้วยตนเอง จำนวนทั้งหมด 15 คน เพื่อเป็นตัวแทนกลุ่มแฟนคลับดังกล่าว ผู้วิจัยมีการติดต่อกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้ไปทางสื่อทวิตเตอร์ โดยได้มีการแสดงข้อมูลเบื้องต้นรวมถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้ รวมถึงมีการแสดงเอกสารจริยธรรมวิจัยในคน ซึ่งจะมีการเซ็นยินยอมให้สัมภาษณ์และให้ผู้วิจัยนำข้อมูลมาใช้ในการศึกษาเท่านั้น โดยผู้วิจัยมีการติดต่อกลุ่มเป้าหมายไปจำนวนทั้งหมด 40 คน และมีผู้สมัครใจในการให้สัมภาษณ์จำนวนทั้งหมด 15 คน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ติดต่อกับผู้ให้สัมภาษณ์ในการนัดวัน เนื่องจากผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์จากผู้ให้คำตอบโดยตรง (Personal interview หรือ Face to face interview) ช่วงระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลสัมภาษณ์คือ ระหว่างวันที่ 4 พฤศจิกายน – 13 พฤศจิกายน 2561 และ หลังจากที่ผู้วิจัยเก็บข้อมูลสัมภาษณ์แล้วจึงนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบ และนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกมาดำเนินการ ดังนี้

1. ทำการถอดเทปสัมภาษณ์ และผลจากการทดสอบแบบสัมภาษณ์ ขณะสัมภาษณ์มีการอ่านทบทวนข้อมูลหลาย ๆ ครั้ง เพื่อให้เกิดความเข้าใจของข้อมูลที่ได้ และพิจารณาประเด็นที่สำคัญ
2. นำข้อมูลกลับมาอ่านทบทวนอีกครั้งโดยละเอียด และจับกลุ่มคำตอบให้อยู่ในประเภทที่ใกล้เคียงกัน

3. ใช้การเขียนบรรยายเชิงพรรณนา โดยเขียนอย่างละเอียด และชัดเจน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน ถูกต้อง และชัดเจน

ผลการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมและอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ในประเทศไทย” ซึ่งจะเป็นการแสดงผลข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้เก็บมาจากการสัมภาษณ์ มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวนทั้งหมด 15 คน โดยข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 15 คน ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวนทั้งหมด 15 คน

ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่	เพศ	อายุ	อาชีพ
1	หญิง	32 ปี	พนักงานการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย
2	หญิง	25 ปี	ครีเอทีฟเขียนคอนเทนต์
3	หญิง	20 ปี	นักศึกษาชั้นปีที่2
4	หญิง	24 ปี	วิศวกร
5	หญิง	21 ปี	นักศึกษาชั้นปีที่3
6	หญิง	31 ปี	ธุรกิจส่วนตัวและขายของออนไลน์
7	หญิง	21 ปี	นักศึกษาชั้นปีที่3และนักเขียน
8	หญิง	26 ปี	รับราชการ
9	หญิง	27 ปี	ออกแบบและนักวาดการ์ตูน
10	หญิง	20 ปี	นักศึกษา ทำกราฟฟิคดีไซน์
11	หญิง	23 ปี	แอร์โฮสเตสและนักเขียน(แปลหนังสือ)
12	หญิง	17 ปี	นักเรียนม.5
13	หญิง	22 ปี	นักศึกษาชั้นปีที่4
14	หญิง	21 ปี	นักศึกษาชั้นปีที่3
15	หญิง	26 ปี	พนักงานสินเชื่อและบัญชี

ที่มา: จากการเก็บข้อมูลผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน

จากตารางข้างต้นคือ ตารางแสดงข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวนทั้งหมด 15 คน สามารถสรุปข้อมูลได้ว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน เป็นเพศหญิง ทั้งหมด และผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ อยู่ในช่วงอายุที่เป็นวัยรุ่น แต่มีอายุ 31 ปี จำนวน 1 คน และอายุ 32 ปี จำนวน 1 คน โดยผู้วิจัยได้ การศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมแฟนคลับในประเทศไทย: กรณีศึกษา แฟนคลับศิลปินวง WANNA ONE โดยใช้วิธีวิจัยเชิงการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบ่งผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 พฤติกรรมการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE

การเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ในส่วนนี้เกี่ยวกับพฤติกรรมการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาครั้งนี้ โดยจะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมทางออนไลน์ในการติดตามศิลปินวง WANNA ONE ดังต่อไปนี้



1. ช่องทางและระยะเวลาในการเสฟสื่อออนไลน์ในแต่ละวัน ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน ใช้สื่อออนไลน์หลักคือ ทวิตเตอร์ (Twitter) นอกจากนี้ยังมีการใช้สื่อออนไลน์ช่องทางอื่น ๆ ด้วยได้แก่ ไลน์ (Line), อินสตาแกรม (Instagram) และยูทูป (Youtube) โดยจะใช้ทวิตเตอร์เป็นสื่อที่ใช้ข่าวเป็นหลัก และแสดงความคิดเห็นส่วนตัวต่าง ๆ ลงบนสื่อออนไลน์ “สื่อออนไลน์ที่เราเล่นก็จะมีเล่นทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และยูทูป แต่ก็จะเป็นส่วนน้อยนะ ส่วนมากเราจะใช้ทวิตเตอร์เป็นหลักเลย เพราะจะเอาไว้ใช้ตามข่าวตามตารางงาน ดูรูปศิลปินที่เราไปออกงานต่าง ๆ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3) ช่วงเวลาที่ใช้คือช่วงค่ำไปจนถึงดึก ประมาณ 20.00 - 24.00 น. ใช้ระยะเวลาประมาณ 4 ชั่วโมงติดต่อกัน แต่ในระหว่างวัน หากมีเวลาว่าง ก็จะหยิบโทรศัพท์มือถือมาใช้บ้าง โดยช่วงเวลาดังกล่าวและระยะเวลาดังกล่าวข้างต้น เป็นช่วงที่ว่างจากอาชีพที่ทำมาแล้วพักผ่อน จึงใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางผ่อนคลายในแต่ละวัน ทวิตเตอร์นั้นเป็นสื่อที่ใช้งานง่ายและเข้าถึงแหล่งข่าวได้อย่างรวดเร็ว ทำให้แฟนคลับศิลปินเกาหลีส่วนใหญ่มักจะชอบใช้สื่อนี้เป็นประจำ เพราะง่ายแก่การตามข่าวสารต่าง ๆ ของศิลปิน “ก็จะเล่นทวิตเตอร์เป็นหลักเลย แต่หนูจะใช้แค่ตอนเลิกเรียน หรือตอนว่างเท่านั้น ส่วนมากจะเป็นกลางคืน เพราะเวลาเรียนก็จะไม่ค่อยได้ใช้โทรศัพท์อยู่แล้ว ปกติก็ใช้เวลาเล่นประมาณ 4 - 5 ชั่วโมงต่อวัน คือจริงๆแล้วใช้แอดมินี่มาตั้งแต่ที่ชอบศิลปินวงก่อนหน้านี้แล้ว แต่พอมาชอบ WANNA ONE คนก็มาติดตามเราเพิ่มมากขึ้น” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5) ข้อค้นพบจากข้างต้นผลการศึกษพบว่าแฟนคลับศิลปินเกาหลี WANNA ONE ใช้ทวิตเตอร์เป็นช่องทางหลักในการเสฟสื่อออนไลน์ โดยใช้ในลักษณะของการเป็นช่องทางติดตามข่าวสาร โดยเฉพาะข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน นอกจากนี้ยังมีการส่งซ้ำ (Retweet) การแสดงความคิดเห็น (Comment) และกำหนดประเด็นสำคัญ (Hashtag) ช่วงเวลาที่ใช้จะเป็นช่วงเวลากลางคืน เป็นช่วงเวลาที่ว่างในแต่ละวัน

2. พฤติกรรมในการใช้สื่อออนไลน์ใดบ้างเพื่อแสดงความเป็นแฟนคลับของ WANNAONE ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน ใช้รูปศิลปินตั้ง และสถานะในทวิตเตอร์เป็นชื่อศิลปิน นอกจากนี้หลายคนยังใช้ชื่อแอดเคาท์และชื่อทวิตเตอร์เกี่ยวข้องกับศิลปิน เนื่องจากพฤติกรรมดังกล่าวเป็นการแสดงถึงความชื่นชอบแฟนคลับ รวมไปถึงการแสดงออกว่าให้การสนับสนุนศิลปินอีกช่องทางหนึ่งด้วย

3. การแสดงถึงการเป็นแฟนคลับศิลปินวง WANNA ONE ทางออนไลน์ ผู้ที่ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คนจะเน้นการลงข่าวเกี่ยวกับศิลปิน และมีผู้ที่ใช้ความรู้ความสามารถมาใช้เกี่ยวกับการแสดงออกถึงการเป็นแฟนคลับจำนวนทั้งหมด 10 คน มีทั้งทางด้านภาษา ด้านการเขียน และด้านศิลปะ เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 และผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 14 แต่งนิยายเกี่ยวกับศิลปินลงบนออนไลน์, ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 วาดรูปการ์ตูนแจกฟรีและขาย, ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 11 แปลข่าวจากภาษาเกาหลีเป็นภาษาไทยลงบนทวิตเตอร์และแปลหนังสือภาษาเกาหลีที่ศิลปินอ่านเป็นภาษาไทย (วางแผงสำนักพิมพ์แจ่มใส) เป็นต้น

4. การแสดงออกถึงความใกล้ชิดระหว่างแฟนคลับกับศิลปินบนสื่อออนไลน์ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน มีการใช้ฉายาต่าง ๆ ในการเรียกแทนชื่อจริงของศิลปิน รวมไปถึงการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ผ่านการเรียกที่เปรียบเสมือนคนใกล้ชิดหรือคนในครอบครัว เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 เรียกศิลปินว่า ลูก น้อง ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 5 เรียกศิลปินว่า พี่ พ่อ ผัว ลุง แล้วแต่บริบท ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 9 เรียกศิลปินว่า คุณคนดี คุณพระเอก เป็นต้น โดยการเรียกศิลปินดังกล่าวนี้ คนที่ได้ติดตามก็จะรู้ว่าได้กล่าวถึงใครในประโยคต่าง ๆ ซึ่งถึงแม้ว่าจะมีการเรียกที่หลากหลายต่างกัน ทั้งด้านการลำดับอายุ เชิงชู้สาว และลำดับเครือญาติ แต่ก็แสดงได้ถึงความรักที่ซื่อสัตย์ในตัวของศิลปิน

5. ปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับหรือตัวศิลปินทางออนไลน์ จากผลการสัมภาษณ์นั้นสามารถแบ่งผู้ให้สัมภาษณ์ได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ไม่คุยกับแฟนคลับคนอื่นทางออนไลน์ จำนวน 10 คน กับ กลุ่มที่



คุยกับแฟนคลับคนอื่นทางออนไลน์ จำนวน 5 คน โดยกลุ่มที่คุยกับแฟนคลับคนอื่นนั้นมีจำนวนมากกว่า มีผู้ให้สัมภาษณ์หลายคนที่มีเพื่อนจากสื่อออนไลน์และเมื่อได้คุยกันถูกคอจึงนัดเจอกันทำให้เป็นเพื่อนสนิทกันจนทุกวันนี้ ส่วนกลุ่มที่ไม่คุยกับแฟนคลับคนอื่นนั้น จะมีเพื่อนที่คบกันมาก่อนอยู่แล้วที่ชอบศิลปินเกาหลีด้วยกัน ทำให้ไม่ค่อยสนใจแฟนคลับคนอื่น ๆ มากนัก

6. การเข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่มแฟนคลับ ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนจะมีส่วนร่วมหรือเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆกับกลุ่มแฟนคลับ เพื่อร่วมมือกันสนับสนุนศิลปิน ซึ่งแต่ละคนก็จะมีกิจกรรมที่ต่างกัน เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 2 ไม่เข้าร่วมกิจกรรมแต่เข้าร่วมการบริจาคเงินเพื่อทำโปรเจกต์ป้ายวันเกิดให้ศิลปิน, ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 3 เป็นทีมงานในการทำโปรเจกต์ป้ายวันเกิดศิลปินและเป็นหนึ่งในผู้จัดงานรวมกลุ่มแฟนคลับให้มาร่วมกิจกรรมด้วยกัน, ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 7 มีการแจกของให้แฟนคลับคนอื่น ๆ ทางไปรษณีย์ตอนวันเกิดศิลปิน

7. การแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับศิลปินวง WANNA ONE เมื่อศิลปินถูกพูดถึงในแง่ลบหรือมีข่าวในแง่ลบออกมาเป็นประเด็นต่าง ๆ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน จะออกมาแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าว หากรู้ข้อเท็จจริงก็จะออกมาช่วยปกป้องและชี้แจงไปในทางที่ถูก เพื่อไม่ให้ศิลปินเกิดความเสียหายทางชื่อเสียงขึ้น แต่ถ้าเกิดจากปัญหาระหว่างแฟนคลับหรือปัจจัยอื่นที่ความคุมไม่ได้ก็จะอยู่เฉย ๆ ไม่ออกมาพูด เพื่อไม่ให้เรื่องราวใหญ่โตกว่าเดิม

8. การสินค้าที่เกี่ยวกับศิลปิน หรือ บัตรเข้าชมการแสดง ผ่านช่องทางออนไลน์ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน จะซื้อช่องทางออนไลน์ หรือบัตรสินค้าต่าง ๆ ผ่านร้านค้าบนทวิตเตอร์ หากอันไหนที่สามารถกดสั่งซื้อเองได้ง่ายก็จะสั่งเองทางเว็บไซต์ เนื่องจากปัจจุบันโลกกว้างขึ้น ทำให้ร้านค้าทางออนไลน์มีเพิ่มมากขึ้นจำนวนมาก และง่ายแก่การโดนร้านค้าออนไลน์หลอกหลวง

กลุ่มที่ 2 อัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE การเก็บข้อมูลการสัมภาษณ์ในส่วนนี้เกี่ยวกับอัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์อีกข้อหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ดังต่อไปนี้

1. การเปิดเผยตัวตนที่แสดงออกถึงการเป็นแฟนคลับเกาหลีต่อครอบครัว ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 13 คนเปิดเผยตัวตนแก่คนในครอบครัวรวมถึงครอบครัวที่สนิทให้รู้ว่าเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี และมีผู้ให้สัมภาษณ์ 1 คน ไม่ได้บอกให้พ่อแม่รู้ว่าเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี คือ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 อย่างไรก็ตามมีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 คน ที่ไม่ได้เปิดเผยตัวตนให้คนในที่ทำงานรู้ว่าเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี เนื่องจากกลัวว่าจะถูกมองในแง่ไม่ดีและมีผลกระทบต่องานที่ทำ ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามคนที่ 2 และ 8 “พ่อแม่ไม่รู้เลยว่าพี่ชอบ แต่น้องชายเพิ่งจะรู้ เพราะเพิ่งจะมาคุยกัน เพื่อนก็รู้แค่บางคนที่ตั้งเหมือนกัน และก็พวกเพื่อนสมัยเด็ก ๆ เท่านั้น แต่พ่อแม่ไม่รู้เพราะพี่ไม่ได้บอก ก็คือพ่อแม่อยู่ต่างจังหวัด เรามาเรียนและทำงานที่กรุงเทพ เวลาทำอะไรพ่อแม่ก็จะไม่ได้มาสนใจ เราไปคอนกลับมาเค้าก็ไม่รู้ว่าเราไปไหนด้วยซ้ำ ถ้าบอกก็อาจจะมึนบ้างแต่ไม่น่าจะว่าอะไรเพราะโตแล้ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4)

2. การเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงแก่ผู้ติดตามบนสื่อออนไลน์ (ทวิตเตอร์) จากการสัมภาษณ์สามารถแบ่งผู้ให้สัมภาษณ์ได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ไม่เปิดเผยตัวตน จำนวน 2 คน ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 และ 8 “ไม่เคยมีใครรู้เลยว่าเราเป็นเจ้าของแอดนี้เลย ยกเว้นเคยสั่งของและนัดรับของบ้าง แล้วก็มึนนี่แหละที่เคยเห็นหน้าพี่ จริง ๆ ก็ไม่เชิงว่าอยากปิดบังอะไร แต่ว่าเราก็ออยากมีโลกส่วนตัวเป็นของตัวเองบ้าง ไม่ชอบให้ใครมาตีกรอบ” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4)

3. การแสดงออกทางออนไลน์ที่แตกต่างกับชีวิตประจำวัน ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนจะไม่แสดงตัวว่าเป็นแฟนคลับศิลปินเกาหลี เมื่อออกมาข้างนอกหรือที่สาธารณะ แต่จะมีผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 8 คน ที่จะใช้ของเล็กๆน้อยๆ หรือใช้เป็นรูปวาดมากกว่าที่จะใช้เป็นหน้าของศิลปินเลย เนื่องจากสังคมในปัจจุบันนี้ยังไม่ให้การยอมรับเกี่ยวกับเรื่องของแฟนคลับศิลปินเกาหลี จึงกลัวว่าหากแสดงตัวตนในที่สาธารณะจะทำให้ถูกมองไปในทิศทางที่ไม่ดี “นอกจากหน้าจอโทรศัพท์ก็ไม่ได้มีอะไรที่แสดงออกมาว่าชอบศิลปินเกาหลีเลย รู้สึกว่าคนในสังคมยังไม่ยอมรับ เพื่อนผู้ชายบางคนก็ชอบล้อ ตอนเด็กๆก็เคยใช้พวกของแบบนี้นะ แต่ปัจจุบันไม่ใช่แล้ว” (ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่5)

4. การเผยแพร่ข้อมูลวัฒนธรรมกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีต่อบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มแฟนคลับ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะเล่าเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีที่ตัวเองชอบให้เพื่อนสนิทหรือคนรอบตัวฟัง ทำให้เพื่อนหรือคนรอบตัวนั้นได้รับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับกลุ่มแฟนคลับดังกล่าวได้เป็นอย่างดี

5. อิทธิพลของศิลปินวงWANNA ONEต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของแฟนคลับ ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนจะมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกันคือ การมีเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจนขึ้น เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 ได้กล่าวว่า “เรารู้สึกว่าเรามีเป้าหมายก็คือ เราจะเก็บเงินให้ได้เยอะๆแล้วไปหาห้อง ทุกอย่างขับเคลื่อนด้วยเงิน ถ้าเรามีเงิน เราก็จะไปหาศิลปินที่เราชอบได้ เพราะฉะนั้นเราเลยต้องขยันทำงาน หาเงินเยอะๆเพื่อไปตามเขา” เป็นต้น รวมไปถึงการดำเนินชีวิตประจำวันที่เป็นไป ทำให้ติดโทรศัพท์มือถือมากขึ้น

6. เหตุการณ์ที่ประทับใจระหว่างแฟนคลับกับศิลปินวงWANNA ONE ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนก็จะมีเหตุการณ์ที่ประทับใจต่างกัน เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่2 ได้ไปใกล้ชิดกับศิลปินโดยการเข้าร่วมกิจกรรม แจกกล้วยกับศิลปินแบบตัวต่อตัว ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่4 ได้จับมือกับศิลปินในงานที่จัดขึ้นในประเทศไทย

7. คำจำกัดความถึงสมาชิกวงWANNA ONEที่แฟนคลับแต่ละคนชื่นชอบ ผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนนั้น มีคนที่ตัวเองชื่นชอบที่ต่างกัน ทำให้มีความประทับใจที่แตกต่างกันออกไปเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ให้สัมภาษณ์จะประทับใจในเรื่องหน้าตาเป็นอันดับแรก และรองลงมาจะเป็นเรื่องของการทำงานที่ศิลปินให้การใส่ใจกับแฟนคลับ ทำให้เป็นเหมือนผลตอบแทนที่ส่งผลต่อใจของแฟนคลับเป็นอย่างมาก

8. ความแตกต่างของศิลปินวงWANNA ONEกับวงอื่น ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนตอบไปในทิศทางเดียวกันทั้งหมดเกี่ยวกับความแตกต่างของศิลปินวงนี้กับวงอื่น เนื่องจากศิลปินวงนี้เป็นวงที่มาจากรายการที่โด่งดังอย่างProduce101 Seasons2 ซึ่งเป็นรายการที่จะได้เห็นการแข่งขัน และทำให้เห็นถึงการพัฒนามาตั้งแต่จุดเริ่มต้นของแต่ละคน ทำให้แฟนคลับรู้สึกเหมือนกับได้โตไปพร้อมกับศิลปิน นอกจากนี้ WANNA ONEยังเป็นวงชั่วคราว ทำให้แฟนคลับต้องทุ่มเทให้กับศิลปินวงนี้

จากการเก็บข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์ สามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เปิดเผยตัวตนบนสื่อออนไลน์ คือกลุ่มที่มีการเปิดเผยตัวตน ซึ่งจะมีพฤติกรรมในการเปิดเผยเกี่ยวกับประวัติส่วนตัว หน้าตา รวมถึงชีวิตประจำวัน ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 6 10 11 14 กลุ่มที่ไม่เปิดเผยตัวตนแต่ไม่เปิดเผยหน้าตาบนสื่อออนไลน์ คือกลุ่มที่จะบอกเล่าเรื่องราวของตนเองและพูดคุยกับคนอื่นอย่างเปิดเผย แต่จะไม่เปิดเผยหน้าตาให้แก่คนบนออนไลน์ได้เห็น ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 2 3 5 7 8 12 13 15 และ กลุ่มที่ไม่เปิดเผยตัวตนบนสื่อออนไลน์ คือกลุ่มที่จะไม่เปิดเผยตัวตนเกี่ยวกับเรื่องส่วนตัวของตนเองให้แก่คนบนออนไลน์ ได้แก่ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 8



สรุปผลและอภิปรายผล

สรุปผล

จากข้อมูลในผลการวิจัยสามารถสรุปผลออกมาได้ 2 ส่วน ดังนี้

1. พฤติกรรมการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE

พฤติกรรมการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีกลุ่มนี้ จะใช้สื่อทวิตเตอร์เป็นหลักเพื่อใช้สำหรับติดตามข่าวสารเกี่ยวกับศิลปินที่ชื่นชอบ และจะมีพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความเป็นแฟนคลับลงบนสื่อออนไลน์โดยการ ใช้รูปภาพประจำตัว ชื่อ สถานะ บัญชีผู้ใช้งานสื่อทวิตเตอร์เกี่ยวกับศิลปินที่ตนเองชื่นชอบทั้งหมด โดยการแสดงออกความเป็นแฟนของแต่ละคนนั้นจะมีวิธีที่ต่างกันออกไป อย่างไรก็ตามคนส่วนใหญ่จะเน้นติดตามข่าวด้านดีและชื่นชมศิลปินที่ตนเองชอบลงบนสื่อออนไลน์อย่างเปิดเผย และจะมีการแสดงออกถึงความใกล้ชิดกับศิลปิน โดยการเรียกขานหรือคำเรียกแทนด้วยคำที่เป็นเหมือนสมาชิกในครอบครัว การปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเองนั้นจะมีทั้งคนที่คุยกับแฟนคลับคนอื่น ๆ จนกลายเป็นเพื่อนกัน กับ คนที่ไม่คุยกับแฟนคลับคนอื่นเลยและมีเพื่อนที่รู้จักกันมาก่อนด้วยอยู่แล้ว โดยแฟนคลับส่วนมากนั้นจะเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆที่จัดขึ้นเกี่ยวกับศิลปิน และเมื่อมีประเด็นต่างๆจะเลือกไม่เข้าไปมีส่วนร่วมและออกมาแสดงความเห็นเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ แต่เมื่อเป็นเรื่องราวที่ไม่ถูกต้องจริงก็จะหาข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมายืนยัน จากจำนวน 15 คนนั้น แฟนคลับทุกคนจะซื้อสินค้าต่างๆเกี่ยวกับศิลปินเกาหลีผ่านทางออนไลน์

2. อัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE

การเปิดเผยตัวตนที่แสดงออกถึงการเป็นแฟนคลับเกาหลีต่อคนรอบตัวของผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 15 คน มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 13 คนที่จะเปิดเผยให้คนรอบข้างรู้ และอีกจำนวน 2 คนที่ไม่ให้สมาชิกในครอบครัวอันได้แก่ พ่อและแม่ รู้ว่าชอบและติดตามศิลปินเกาหลี และจากจำนวน 15 คน มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 คน ที่ในที่ทำงานจะไม่รู้ว่าชอบและติดตามศิลปินเกาหลี การเปิดเผยตัวตนบนสื่อออนไลน์ของผู้ให้สัมภาษณ์นั้น มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 9 คน ที่ไม่ปิดบังตัวตนแต่ไม่เปิดเผยหน้าตา ผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 4 คน ที่จะเปิดเผยตัวตน และผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 2 คน ที่จะไม่เปิดเผยตัวตนบนออนไลน์เลย การสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับวง WANNA ONE บนสื่อออนไลน์กับการใช้ชีวิตประจำวัน ในส่วนใหญ่นั้นจะต่างกันสิ้นเชิง ผู้ให้สัมภาษณ์จากจำนวน 15 คน มีจำนวนเพียง 4 คน ที่จะใช้ของที่แสดงถึงความเป็นแฟนคลับ และอีกจำนวน 11 คน เป็นผู้ที่ไม่ใช้ของที่แสดงถึงความเป็นแฟนคลับ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 1 (วันที่ 4 พฤศจิกายน 2561) กล่าวว่า “ชีวิตประจำวันเราก็ใช้ชีวิตแบบทั่วไปเหมือนคนปกติเลย ไปทำงาน ไปเที่ยว ไม่เปิดเผยให้คนอื่นรู้ว่าเราชอบเกาหลีนะ เราเป็นคนชอบรักสวยรักงาม ก็จะไม่ค่อยใช้ของที่เป็นของเกี่ยวกับศิลปิน ไม่ชอบใช้เลย ไม่รู้สิบอกไม่ถูก โดนแล้วด้วยให้มาใช้มันก็ไม่ใช้แล้ว ” และ ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่ 4 (วันที่ 5 พฤศจิกายน 2561) กล่าวว่า “คือเราจะไม่ใช่ของอะไรเลยที่เกี่ยวกับศิลปินเกาหลี กลัวคนนอกมองว่าเราเป็นเด็กบ้าผู้ชาย ” การเผยแพร่ข้อมูลวัฒนธรรมกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีต่อบุคคลที่ไม่ใช่กลุ่มแฟนคลับซึ่งก็คือกลุ่มเพื่อนรอบตัว จากผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 15 คน มีผู้ให้สัมภาษณ์จำนวน 13 คนที่มักจะเล่าเรื่องเกี่ยวกับศิลปินที่ตนเองชอบให้แก่คนรอบตัวฟัง ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คนนี้ได้รับอิทธิพลของศิลปิน ต่อการดำเนินชีวิตประจำวันเป็นอย่างมาก โดยผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนจะมีเหตุการณ์ที่ประทับใจระหว่างตนเองกับศิลปินที่ชื่นชอบต่างกัน ส่วนมากจะประทับใจเรื่องของการที่ได้ใกล้ชิดตัวกับศิลปินที่ชื่นชอบ และคำจำกัดความของผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน ก็จะมีคำตอบที่ไม่เหมือนกันและชอบสมาชิกในวงต่างกัน แต่คำตอบส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของหน้าตาที่หล่อของศิลปิน



รองลงมาเป็นเรื่องของการที่ศิลปินใส่ใจแฟนคลับ โดยความแตกต่างของศิลปินวงWANNA ONEกับวงอื่นนั้นจะแตกต่างเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีผู้สัมภาษณ์จำนวน 13 จาก 15 คน เคยชื่นชอบศิลปินวงอื่นมาก่อน และ ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 15 คน มองว่าแตกต่างตรงที่ศิลปินมาจากการแข่งขันรายการProduce101 Season 2 มาก่อน ทำให้มีความรู้สึกผูกพันกับศิลปิน ตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์คนที่8 (วันที่ 8 พฤศจิกายน 2561) กล่าวไว้ว่า “จุดเด่นของ WANNA ONE คือ เป็นการรวมตัวของคนที่ถูกเลือกทั้งหมด ทุกคนมีแฟนคลับเป็นของตัวเอง มีคนชอบเยอะอยู่แล้ว พอมารวมกันหมดทั้ง 11 คนมันเลยเยอะมาก ส่วนในด้านของแฟนคลับนั้น แฟนคลับของWANNAONEจะจ่ายเยอะ ทุกคนจ่ายหมด ด้วยอายุของวง ถ้าไม่ซื้อตอนนี้ก็ไม่มีโอกาสให้ซื้อแล้ว” ซึ่งแฟนคลับกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญในเรื่องของระยะเวลาของวงที่มีอยู่อย่างจำกัด ทำให้แฟนคลับจะทุ่มเทเป็นอย่างมาก

อภิปรายผล

การศึกษาครั้งนี้ได้มีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลและสัมภาษณ์สามารถอภิปรายผลได้โดยการแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. พฤติกรรมการแสดงออกบนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวงWANNA ONE แสดงให้เห็นว่าแต่ละคนมีพฤติกรรมในการแสดงออกที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับสังคมนรอบตัวรวมถึงสภาพแวดล้อมรอบตัว คล้องกับทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อออนไลน์ ที่ว่าด้วยเรื่องของการเปิดรับสื่อที่ต่างกัน ทำให้มีการแสดงออกที่ต่างกัน ซึ่งแฟนคลับแต่ละคนจะมีพฤติกรรมในการแสดงออกถึงความ เป็นแฟนคลับและความใกล้ชิดกับศิลปินบนสื่อออนไลน์ที่ไม่เหมือนกัน แต่จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. อัตลักษณ์บนสื่อออนไลน์ของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง WANNA ONE ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์นั้นได้กล่าวถึง ความต้องการที่จะให้ตนเองรู้สึกมีตัวตน โดยปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นช่องทางที่สามารถเปิดเผยให้คนอื่นรับรู้ได้ง่ายและรวดเร็ว ทำให้กลุ่มวัยรุ่นแฟนคลับเกาหลีซึ่งเป็นช่วงอายุ ใช้สื่อออนไลน์เป็นจำนวนมากต้องการที่จะออกมาแสดงถึงอัตลักษณ์แฟนคลับของตนเองให้ผู้อื่นรับรู้ ขัดกับการใช้ชีวิตประจำวันที่ไม่ต้องการเปิดเผยตัวตนเนื่องจากสังคมในปัจจุบันยังไม่ให้การยอมรับและมองว่าเป็นเรื่องที่ไม่ดีประโยชน์ แฟนคลับเกาหลีจึงกลัวที่จะแสดงตัวตนออกมาให้เห็นในสังคมความเป็นจริงและออกมาแสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นแฟนคลับบนออนไลน์เพียงอย่างเดียว โดย อภิญา เพ็ญพสุกุล (2546) กล่าวถึง อัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับเกาหลีไว้ว่า กลุ่มแฟนคลับสร้างขึ้นมากเพื่อเป็นเกราะป้องกันการถูกติตราของสังคม ด้วยการนิยามว่าตนเองเป็นใครและทำไปเพื่ออะไรของกลุ่มแฟนคลับ แม้ใคร่สาระสำหรับคนนอก แต่การนิยามตนเองว่า เป็นผู้ทำอะไรเพื่อให้ตนเองมีความสุข แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับเกาหลีไม่ได้มองตนเองเป็นผู้ที่สร้างความเดือดร้อนให้แก่สังคมอย่างที่ถูกกล่าวหา และเมื่อเข้ามาเป็นแฟนคลับกลุ่มศิลปินเกาหลีแล้ว ในแต่ละกลุ่มก็จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป โดยมีการแสดงออกบนพื้นที่ที่เป็นของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นพื้นที่ส่วนตัวในชีวิตประจำวัน พื้นที่การรวมตัวกันเมื่อมีงานคอนเสิร์ตหรือแฟนมีตติ้งต่างๆ หรือพื้นที่บนสื่อสังคมออนไลน์

ผลการศึกษานี้ เหมาะแก่การจัดการและการสื่อสารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มแฟนคลับเกาหลี เนื่องจากกลุ่มแฟนคลับเกาหลีนั้นจะมีการแสดงออกทางออนไลน์แตกต่างกับชีวิตจริง เพราะไม่ต้องการเปิดเผยตัวตนบนออนไลน์ ซึ่งผลการศึกษานี้จะสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการทำการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเข้าถึง ซึ่งสามารถรวมไปถึงการจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น กิจกรรมส่งเสริมการขาย หรือ การขอความร่วมมือต่างๆทางออนไลน์ กลุ่มเป้าหมายก็จะยินดีเข้าร่วมมากกว่ากิจกรรมที่ต้องแสดงตัวจนที่แท้จริงออกมา



ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาแฟนคลับของศิลปินเกาหลีกลุ่มอื่น และการศึกษาแฟนคลับในกลุ่มอายุอื่นแทน

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2560 “เอกสารการแถลงผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี2560” สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2561, จาก <https://www.etda.or.th/publishing-detail/thailand-internet-user-profile-2017-slide.html>
- กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2554, “ข้อเสนอแนะในการใช้ Social Media” สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2561, จาก <https://www.etda.or.th/publishing-detail/socialmedia.html>
- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *สื่อที่ใช้ ของใครที่ชอบ*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- ชมทัต พิพิธธนาบรรพ์. (2551). *การแต่งคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย กับการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยและบทบาทของสื่อ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาวารสารสนเทศ, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ
- ชลวรรณ วงษ์อินทร์. (2548). *ชีวิตวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนเพลงเฮฟวีเมทัลในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ
- ฐิรุฒิ เสนาคำ. (2549). *เหลียวหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อป*. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)
- ณัฐพัชร์ นาคะ. (2557). *เด็กติ่ง: แฟนคลับเกาหลีกับพื้นที่และตัวตน*. ประชุมวิชาการประจำปี 2557 สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นันดา วีรวิทยานุกูล. (2544). “สตรีกับอัตลักษณ์”. สตรีศึกษา : ผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ.
- มณีวัลย์ เอมะอมร. (2541). *อินเทอร์เน็ต : การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ใช้ที่เป็นคนไทย*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. กรุงเทพฯ.
- วสิทธิ์ สถิตวรวงศ์, 2560, “ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของผู้บริโภค ห้างสรรพสินค้า,” สืบค้นเมื่อ 25 เมษายน 2561, จาก dSPACE.bu.ac.th/bitstream/123456789/3090/1/panida_tubt.pdf
- สุชาดา วรรณะมานี. (2542). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) กับความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักศึกษามหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- สุปรีดา ซ่อลำไย. (2549). *เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับชงชัย แมคอินไตย์*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- อภิญญา เพื่องฟูสกุล (2546). *อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.