

Research and Markets. (2019). Video game market report: Trends, forecast and competitive analysis. Retrieved December 7, 2019, from <https://www.researchandmarkets.com/reports/4772861/video-game-market-report-trends-forecast-and>

Ritzer, G. (2008). *The McDonaldization of society 5*. Los Angeles, Calif.: Pine Forge Press.

Ritzer, G., & Jurgenson, N. (2010). Production, consumption, prosumption: The nature of capitalism in the age of the digital 'prosumer'. *Journal of Consumer Culture*, 10(1), 13-36.

Steinkuehler, C., Squire, K., and Barab, S. (2012). *Games, learning, and society: Learning and meaning in the digital age*. Cambridge: Cambridge University Press.

Tegmark, M. (2017). *Life 3.0: Being human in the age of artificial intelligence*. New York: Alfred A. Knopf.

Terranova, T. (2004). *Network culture: Politics for the information age*. New York: Pluto Press.

สัมภาษณ์

ฟ้าใส แสงสุวรรณ. (12 มกราคม 2560), สัมภาษณ์ส่วนตัว.

รักชนก เพิ่มทรัพย์. (22 เมษายน 2560), สัมภาษณ์ส่วนตัว.



ส่วนผสมของมิกซ์ : ปรากฏการณ์ และอัตลักษณ์ของแฟนคลับ มิกซ์ สหภาพ บนชุมชนออนไลน์

Mixxiw : Phenomenon and Identity
of Mix Sahaphap Fanclub on Online Community

พิชณิพัทธ์ วิชัยโน*

Pychaniphat Wichaino

รับบทความ 5 สิงหาคม 2564

แก้ไขบทความ 1 ตุลาคม 2564

ตอบรับบทความ 25 ตุลาคม 2564

* นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาเพื่อการพัฒนา ภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Corresponding author e-mail: pychaniphat.wichaino@gs.swu.ac.th

หมายเหตุ : บทความนี้ปรับปรุงจากผลงานในรายวิชา สด. 353 วัฒนธรรมศึกษาในสังคมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาเพื่อการพัฒนา ภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ผู้เขียนขอขอบคุณอาจารย์ ดร.สายชล ปัญญชิต อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และผู้ทรงคุณวุฒิที่ประเมินบทความ สำหรับคำแนะนำในการปรับปรุงเนื้อหาขอบทความให้มีความสมบูรณ์และได้มุมมองที่กว้างมากขึ้น และขอขอบคุณแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ ที่กรุณาให้ข้อมูลที่สำคัญสำหรับการเขียนบทความในครั้งนี้ รวมไปถึงคำพูดในทวิตเตอร์ต่างๆ ที่ถูกนำมาวิเคราะห์ให้เกิดประโยชน์ต่อทางวิชาการและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นแฟนคลับ

บทคัดย่อ

การศึกษาชุมชนในปัจจุบันได้หันเหสู่ความสนใจชุมชนบนโลกออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะชุมชนแฟนคลับที่เป็นชุมชนของคนที่มีความสนใจร่วมกันเพื่อประกอบกิจกรรมทางสังคม บทความนี้จึงต้องการอธิบายปรากฏการณ์ของชุมชนแฟนคลับมิคซ์ สหภาพ บนชุมชนออนไลน์ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับกรอบคิดแฟนศึกษา มานุษยวิทยาดิจิทัล และทุนในมโนทัศน์ของบูร์ดิเยอ โดยบทความนี้มุ่งทำความเข้าใจใน 3 ประเด็นสำคัญ คือ หนึ่ง ปฏิบัติการการสร้างความหมาย ภาษา และมีมเฉพาะของกลุ่มแฟนคลับ สอง อัตลักษณ์ของแฟนคลับ และสาม ทุนของกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงปรากฏการณ์และอัตลักษณ์ของแฟนคลับบนชุมชนออนไลน์

คำสำคัญ

วัฒนธรรมแฟน อัตลักษณ์ แฟนคลับ ชุมชนออนไลน์

Abstract

Community studies are starting to turn their attention to online community, especially the community of fans who share an interest in social activities, so this article explains the phenomenon of the Mix Sahaphap fanclub on online community, which is linked to the thought framework of fan studies, digital anthropology, and capital in Bourdieu's concepts, focuses on three key points: 1) social constructed representation, language, and memes of fanclub, 2) fanclub identity, and 3) fanclub capital.

Keyword

fan Culture, Identity, fanclub, online community

บทนำ

แฟนคลับ (fanclub)¹ เป็นกระแสความนิยมที่มาควบคู่กับการกระจายสัญญาณของอิทธิพลสื่อสารมวลชนและความเป็นสมัยใหม่ของปฏิบัติการการต่อช่องทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีสื่อเป็นตัวขับเคลื่อนของกลุ่มคนที่ชื่นชอบในตัวบุคคลหรือกลุ่มบุคคล อิทธิพลของอุตสาหกรรมบันเทิงมีผลสำคัญต่อการก่อรูปทางวัฒนธรรมของแฟนคลับโดยเฉพาะอุตสาหกรรมบันเทิงซีรีส์วาย (boy's love)² ในประเทศไทยประกอบกับการตลาดที่หันมาใช้แบบจำลองทางเพศภาวะ (gender model)³ โดยพยายามสลายเส้นแบ่งทางเพศสู่การเป็นสินค้าบริโภคที่ไม่ได้คำนึงถึงมิติความเป็นหญิงหรือความเป็นชาย อุตสาหกรรมบันเทิงซีรีส์วายอาศัยการเปิดกว้างมุมมองทางความคิดและการตลาดในการเข้าสู่กลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบในซีรีส์วายและพร้อมสนับสนุนนักแสดงหรือศิลปินที่ชื่นชอบ ซึ่งเรียกว่า กลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อ (spending power) พร้อมกันนั้นการเข้าสู่ยุคที่วิถีดิจิทัลทำลายต่อการปรับตัวของอุตสาหกรรมบันเทิงทุกรูปแบบ ขณะที่การแพร่ระบาดของโรคโคโรนาไวรัส 2019 (COVID-19) ได้ก่อให้เกิดการปรับตัวเข้าสู่การทำงานแบบโลกเสมือนจริง (virtual workplace) เพื่อแทรกซึม

1 แฟนคลับ หมายถึงกลุ่มคนที่ชื่นชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นการรวมตัวของบุคคลเพื่อมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน มีความรู้สึกของความเป็นพวกเดียวกัน โดยในช่วงแรกของการก่อตัวของกลุ่มแฟนคลับมาจากกลุ่มแฟนนวนิยาย ภาพยนตร์ และในช่วงหลังแฟนคลับได้ขยายอาณาบริเวณออกไปครอบคลุมความชื่นชอบในตัวบุคคล เช่น แฟนเพลง นักร้อง ศิลปิน และนักแสดง เป็นต้น (สุปริดา ช่อลำไย, 2549; กาญจนา แก้วเทพ, 2555)

2 ซีรีส์วาย หมายถึงละครที่มีตัวละครหลักเป็นพระเอกและนายเอก หรือตัวละครที่มีลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างชายชายผ่านการกำหนดบทบาททางเพศ (sexual role) ให้กับตัวละคร โดยมีหนึ่งคนมีลักษณะบุคลิกเป็นพระเอกซึ่งเต็มไปด้วยความเป็นชาย (masculinity) และอีกคนเป็นนายเอกเป็นตัวละครที่ถูกกำหนดให้มีพฤติกรรมการแสดงออกถึงความเป็นหญิง (femininity) (ณัฐรณห์ สุขอุทอง, ภูวนิ บุญยะเวชชีวิน, 2562)

3 แบบจำลองทางเพศภาวะ เป็นตัวแบบทางธุรกิจที่เชื่อมโยงกับบทบาททางเพศที่ลึกลงไปกว่าเพศภาวะสู่การเป็นสินค้าสำหรับการบริโภคที่ไม่ได้คำนึงถึงมิติความเป็นหญิงหรือความเป็นชาย

การทำงานและการตลาดออนไลน์สู่ชีวิตประจำวันของทุกคน และได้ส่งผลสู่การตลาดกลายพันธุ์ (marketing mutation) (ไทยโพสต์, 2564)

จากการสำรวจการตลาดของกรุงเทพมหานคร (2563) สะท้อนให้เห็นถึงมูลค่าและกระแสของซีรีส์วาย โดยในปี 2563 มีฐานคนดูซีรีส์วายในช่องไลน์ทีวี (Line TV) เพิ่มขึ้นถึง 328% ประเทศไทยผลิตซีรีส์วายมากเป็นอันดับที่สองของเอเชียรวม จำนวน 40 เรื่อง ขณะที่ซีรีส์วายที่อาศัยแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างไลน์ทีวี มียอดชมสูงสุดกว่า 600 ล้านวิว แสดงให้เห็นว่าการตลาดและแนวโน้มของอุตสาหกรรมบันเทิงซีรีส์วายมีการเติบโตขึ้น ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2564 ที่ผ่านมา ซีรีส์นิทานพันดาว (1000stars) ซึ่งผลิตโดยบริษัท จีเอ็มเอ็มทีวี จำกัด นำแสดงโดยเอิร์ท พิรพัฒน์ วัฒนเศรษสิริ และมิกซ์ สหภาพ วงศ์ราษฎร์ ได้รับกระแสตอบรับจากแฟนคลับตั้งแต่เริ่มปล่อยตัวอย่างของซีรีส์ จนอาจนับได้ว่าเป็นซีรีส์กระแสแรงแห่งปีและก่อให้เกิดการรวมตัวของกลุ่มแฟนคลับ เพิ่มมากขึ้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการทำความเข้าใจชุมชนแฟนคลับที่เกิดขึ้นจากซีรีส์นิทานพันดาว และได้เลือกศึกษากลุ่มของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ โดยมียอดผู้ติดตามในอินสตาแกรม (Instagram) ของมิกซ์ สหภาพ ณ วันที่ 1 ธันวาคม 2564 จำนวน 2 ล้านผู้ติดตาม ประกอบกับข้อจำกัดในการถกเถียงประเด็นทางวิชาการภายใต้ขอบเขตของแฟนศึกษา จึงเลือกศึกษาแฟนคลับของนักแสดงนำในซีรีส์นิทานพันดาวได้เพียงหนึ่งกลุ่มเท่านั้น โดยการศึกษาครั้งนี้ศึกษาผ่านชุมชนออนไลน์บนโลกทวิตเตอร์ (Twitter)

เมื่อพิจารณาด้วยแนวทางแฟนศึกษาจะเห็นความเชื่อมโยงของความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสารมวลชนกับการก่อตัวของความเป็นแฟนคลับ โดยแฟนจะมีความสนใจที่แตกต่างกันออกไปตามสิ่งที่ชื่นชอบ เช่น แฟนการ์ตูน แฟนรายการทีวี และแฟนซีรีส์วาย เป็นต้น ลักษณะเฉพาะดังกล่าวจึงเป็นการก่อรูปความเป็นชุมชนขึ้นภายใต้บริบทความสัมพันธ์ทางสังคมแบบเครือข่าย และ

สถาปนาอัตลักษณ์รวมของแฟนเพื่อแบ่งบอกถึงความรู้สึกร่วมกันจนกลายเป็นแฟนด้อม (fandom)⁴ แฟนศึกษาจึงครอบคลุมบริบทของวัฒนธรรมศึกษาในฐานะการศึกษาวัฒนธรรมย่อย (subculture) ของกลุ่มแฟนคลับ ทั้งนี้ มิเชล เดอ เซอร์โต (Michel de Certeau) (1984) นักคิดเกี่ยวกับปฏิบัติการในชีวิตประจำวันคนสำคัญได้กล่าวถึงความเป็นชุมชนของแฟนคลับว่าต้องมีปฏิบัติการที่เป็นกิจกรรมเฉพาะของกลุ่มขึ้นมา เพื่อมุ่งความสนใจในการสร้างวัฒนธรรมที่เหมาะสมขึ้นมา ดังนั้น วัฒนธรรมแฟนจึงมีความสลับซับซ้อน และมีความเลื่อนไหลผ่านปฏิสัมพันธ์ของแฟนคลับ ขณะที่ จอห์น ฟิสก์ (John Fiske) (2010) สะท้อนมุมมองการบริโภคของแฟนในฐานะผลผลิตทางสังคม 2 รูปแบบ ประกอบด้วย หนึ่ง ผลผลิตทางสัญลักษณ์ เป็นการประกอบสร้างความหมายอัตลักษณ์ทางสังคมควบคู่กับประสบการณ์ทางสังคม โดยมีสินค้าทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างผลผลิตทางสัญลักษณ์ และสอง ผลผลิตจากการบอกกล่าว ซึ่งปรากฏให้เห็นในการพูดคุยแลกเปลี่ยนภายในกลุ่มของแฟนคลับที่มีลักษณะชั่วคราวและเปลี่ยนไปตามสถานการณ์ในบริบทเฉพาะของสังคม

ในด้านการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับทุน สายชล ปัญญูชิต (2553) ได้ศึกษาแฟนคลับสโมสรฟุตบอลเมืองทองหนองจอก ยูไนเต็ด โดยใช้แนวคิดเรื่องสนาม (field) และทุน (capital) ของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) ซึ่งสนามจะเป็นส่วนสำคัญในการทำความเข้าใจปฏิบัติการของแฟนคลับบนฐานของการประกอบสร้างความหมาย สายชลพยายามฉายภาพปฏิบัติการของแฟนคลับผ่านทุนทางเศรษฐกิจ โดยการเป็นแฟนคลับจะต้องมีทุนทางเศรษฐกิจมาสนับสนุนการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ดังนั้น การเป็นแฟนคลับต้องมีความพร้อมที่จะเสียสละเงินจำนวนหนึ่งเพื่อสนับสนุนทีมฟุตบอล ขณะที่

ปฏิบัติการสร้างความแตกต่างของกลุ่มฟุตบอลแฟนคลับสามารถแสดงออกได้จากทุนทางสัญลักษณ์ที่กลุ่มแฟนคลับได้ร่วมกันทำขึ้นมาเพื่อให้ได้รับการยอมรับภายในกลุ่ม ในมิตินี้ได้แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับมีความสัมพันธ์กับทุนในมิติต่างๆ การจะเป็นแฟนคลับได้จะต้องมีทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสัญลักษณ์ ทุนทางวัฒนธรรม และที่สำคัญคือทุนทางสังคมที่ก่อให้เกิดรูปความสัมพันธ์ในลักษณะของกลุ่มเฉพาะขึ้นมา ในด้านการศึกษาวัฒนธรรมแฟนในฐานะวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมนั้น อาจินต์ ทองอยู่คง (2555) ได้แสดงให้เห็นว่าทุนเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมแฟนคลับผ่านการศึกษาแฟนสโมสรฟุตบอลไทย โดยเฉพาะทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม โดยทุนทางเศรษฐกิจได้ปรากฏให้เห็นจากการระดมทุนซื้อขายสินค้าและการทำกิจกรรมภายในกลุ่ม สำหรับทุนทางวัฒนธรรมนั้นเกิดขึ้นจากการที่แฟนคลับใช้ทักษะความรู้และความสามารถที่ได้สั่งสมมาในการผลิตสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นแฟนคลับ อาทิ เพลงเชียร์ สื่อรูปภาพ เป็นต้น ในส่วนของทุนทางสังคมได้ก่อให้เกิดการรับฟังจากสโมสรฟุตบอลและสังคมมากขึ้น ขณะที่ปฏิบัติการการมีส่วนร่วมของแฟนคลับได้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทการเป็นผู้บริโภคที่ตื่นตัว (active consumer) ซึ่งก่อให้เกิดวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วม (participatory culture)

ปรากฏการณ์แฟนคลับในมุมมองของพิน ฉัตรไชยยันต์ (2561) ผ่านการศึกษาวัฒนธรรมแฟนของแฟนคลับเป็ก ผลิตโชค ซึ่งได้รับอิทธิพลจากงานศึกษาแฟนของกาญจนา แก้วเทพ ในมิติขององค์ประกอบของวัฒนธรรมแฟน โดยแฟนคลับของเป็ก ผลิตโชค ได้สร้างวัฒนธรรมย่อยควบคู่กับวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมขึ้นมาในพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ทางสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการแสดงออกถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับและศิลปิน การวิเคราะห์องค์ประกอบของวัฒนธรรมแฟนแสดงให้เห็นว่า แฟนคลับเป็ก

4 แฟนด้อม หมายถึงกลุ่มแฟนคลับซึ่งจะมีชื่อเรียกแตกต่างกันออกไปตามศิลปินที่ตนชื่นชอบและมีลักษณะเฉพาะตามแต่ละกลุ่มแฟนคลับ

ผลิตโชค ส่วนใหญ่เป็นแฟนคลับที่มีการผสมผสานวิถีชีวิตในพื้นที่ชีวิตประจำวัน พื้นที่กิจกรรมพิเศษระหว่างศิลปิน และพื้นที่กิจกรรมพิเศษระหว่างสมาชิก แฟนคลับ ผ่านการสนับสนุนทุนทรัพย์เพื่อส่งเสริมเบิก ผลิตโชค ขณะที่การ แสดงออกถึงทุนสัญลักษณ์ของแฟนคลับจะแสดงออกผ่านเสื้อลายสับปะรด รูปจิ้งจอก ซึ่งเกี่ยวข้องกับเป็ก ผลิตโชค โดยตรง อีกทั้งกลุ่มแฟนคลับของเป็ก ผลิตโชค ได้มีภาษาเฉพาะของกลุ่มที่ชื่อว่า “Palitian” ในการสื่อสารระหว่าง แฟนคลับกับศิลปินและในมิติของกระบวนการสร้างสรรค์วัฒนธรรมกลุ่มแฟน คลับได้มีการแสดงออกตามความสามารถของตนเอง เช่น การวาดภาพศิลปะ เป็นต้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการเป็นผู้ผลิตทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ กลุ่มแฟน คลับของเป็ก ผลิตโชค มีการผสมผสานวัฒนธรรมแฟนคลับจากกลุ่มวัฒนธรรม ย่อยอื่น โดยเฉพาะวัฒนธรรมการอุปถัมภ์ศิลปินของกลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลี

สำหรับบทความนี้จะมุ่งศึกษาปรากฏการณ์และอัตลักษณ์ของแฟนคลับ มิกซ์ สหภาพ บนชุมชนออนไลน์อย่างทวิตเตอร์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็น พลวัตของปรากฏการณ์ได้ชัดเจนกว่ากลุ่มในชุมชนออนไลน์แพลตฟอร์มอื่น เนื่องจากในทวิตเตอร์มีแฟนคลับที่เป็นผู้ใช้ภาษาไทยและผู้ใช้ภาษาต่างประเทศ ซึ่งสามารถสร้างการมีส่วนร่วมของแฟนคลับจากการขึ้นอันดับยอดนิยมได้ มากกว่าช่องทางอื่น ๆ เช่น ไลน์สแควร์ (Line Square) ที่แม้จะเป็นชุมชนที่ สื่อสารได้รวดเร็ว แต่ก็มีสมาชิกในกลุ่มได้จำกัดเพียงแค่ 5,000 คน ส่วนช่องทาง เฟซบุ๊ก (Facebook) นั้นก็ไม่สามารถสร้างปฏิบัติการการมีส่วนร่วมของ แฟนคลับในการขึ้นอันดับยอดนิยมได้เช่นเดียวกับทวิตเตอร์ เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้เขียน ได้ใช้วิธีการศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล (netnography) ในการช่วยขยาย ภาพของการศึกษาปรากฏการณ์ เนื่องจากกลุ่มแฟนคลับในชุมชนออนไลน์มี ความเป็นนิรนาม (anonymous) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการพูดคุยแลกเปลี่ยนผ่าน ตัวอักษร (text-based exchange) วิธีการดังกล่าวจะช่วยแสดงให้เห็นถึง

ปฏิสัมพันธ์ของผู้คนที่อยู่ในชุมชนออนไลน์ (วิลาลินี พนานครทรัพย์, 2560) ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ควบคู่กับการศึกษาปรากฏการณ์ จึงได้มี การเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากกลุ่มแฟนคลับจำนวน 15 คน มีทั้งเพศหญิง เพศชาย และกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไปที่เป็นผู้ใช้ ทวิตเตอร์ จากการสัมภาษณ์ผ่านการรวบรวมคำศัพท์ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะ อธิบายความคิดเพิ่มเติมจากคำศัพท์ที่ได้จัดลำดับมา ประกอบกับวิเคราะห์ ข้อความที่ปรากฏบนพื้นที่ออนไลน์ (online text extraction and analysis) ผ่านแฮชแท็ก (hashtag) ที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ได้แบ่ง วัตถุประสงค์ของการศึกษาออกเป็น 3 ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย หนึ่ง การ ศึกษาปฏิบัติการการสร้างความหมาย ภาษา และมีเฉพาะของกลุ่มแฟนคลับ สอง การศึกษาอัตลักษณ์ของแฟนคลับ และสาม การศึกษาทุนของกลุ่ม แฟนคลับ ซึ่งการศึกษาเรื่องดังกล่าวจะช่วยคลายเส้นพรมแดนของภาพแฟน คลับในฐานะของสิ่งไร้สาระ ไม่มีเหตุผล และเป็นกลุ่มที่คลั่งไคล้สู่การขีดเส้น พรมแดนของความรู้ใหม่ในฐานะปฏิบัติการทางวัฒนธรรมและการสร้าง อัตลักษณ์ภายใต้การขับเคลื่อนวัฒนธรรมย่อยและทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทาง สังคม และทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ

5 มีม (meme) เป็นสัญลักษณ์ในการถ่ายทอดความคิดและวัฒนธรรม มีนัยของความตลกขบขัน หรือ เป็นข้อมูลที่ถูกส่งต่อกันผ่านรูปภาพ ตัวอักษร และวิดีโอ ซึ่งจะต้องผ่านกระบวนการคิดและความ สร้างสรรค์ของผู้ที่นำมา ทำให้มีมีลักษณะเฉพาะและแตกต่างกันออกไป

อัตลักษณ์ มีม และทุนในสังคมสมัยใหม่

การก่อตัวของชุมชนแฟนคลับในสังคมสมัยใหม่อาศัยปฏิบัติการทางวัฒนธรรมในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของแฟนคลับที่บ่งบอกถึงความเป็นแฟนคลับภายในกลุ่มและแสดงให้เห็นถึงความซ้อนทับทางอัตลักษณ์ หากพิจารณาความหมายของอัตลักษณ์ตามอภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2561) กล่าวว่าอัตลักษณ์มีความเคลื่อนไหวตามบริบทของวัฒนธรรมกระแสโลกาภิวัตน์ผ่านการกระทำของเทคโนโลยี การเร่งของเวลา และการย่นย่อพื้นที่ให้กระชับซึ่งส่งผลให้เกิดความสลับซับซ้อนทางวัฒนธรรมและกระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ขึ้นภายใต้การดำเนินชีวิตประจำวัน กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ภายใต้อิทธิพลของแนวความคิดหลังสมัยใหม่ได้ปฏิเสธแนวทางสารัตถนิยม (essentialism) และซ่อนนัยสำคัญของการต่อรองและความสัมพันธ์เชิงอำนาจอยู่ตลอดเวลา ทำให้อัตลักษณ์อยู่ในภาวะไม่ลงรอยและไม่หยุดนิ่งตายตัว อันแสดงให้เห็นถึงการต่อรองความหมาย หรือสร้างความหมายใหม่ขึ้นมาขณะที่ สจ๊วต ฮอลล์ (Hall 1996 อ้างถึงใน อภิญญา เฟื่องฟูสกุล, 2561) ได้กล่าวถึงอัตลักษณ์ในฐานะสิ่งประกอบสร้างที่เกิดจากหลายองค์ประกอบภายใต้บริบทหนึ่งการแสดงออกของอัตลักษณ์บุคคลอาจเกิดจากองค์ประกอบบางส่วนเท่านั้น แต่เมื่ออยู่ในบริบทที่แตกต่างออกไปอาจมีการเชื่อมต่อกับประกอบอื่นเพื่อแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ของบุคคล เมื่อพิจารณาอัตลักษณ์ในฐานะความเคลื่อนไหวภายใต้กรอบควีร์ศึกษา (queer studies) ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อและวัฒนธรรมศึกษา โจดี เทย์เลอร์ (Jodie Taylor) (2013) สะท้อนให้เห็นว่ากรอบคิดควีร์ศึกษามองอัตลักษณ์และความเคลื่อนไหวเป็นไปตามแบบธรรมชาติและมีความไม่คงที่ อีกทั้งยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงการต่อต้านการอยู่ในกรอบ หรือการออกนอกขอบ และวิพากษ์ความพยายามในการทำให้เป็นปกติ แต่การศึกษาควีร์นับเป็นการศึกษาที่ได้สลายพรมแดนความรู้ให้มี

ลักษณะของความยืดหยุ่นมากขึ้น เช่นเดียวกับ สตีเวน ซีดแมน (Seidman 1993 อ้างถึงใน นฤพนธ์ ตัววิเศษ, 2553) ได้เสนอให้พิจารณาอัตลักษณ์ผ่านมุมมองของการเมืองของการล้มล้าง (politics of subversion) อัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่ไม่มีเอกภาพและสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา รวมไปถึงการมองอัตลักษณ์ว่าเป็นสิ่งประกอบสร้างและการแสดงออกเชิงสังคม

การประกอบสร้างอัตลักษณ์ผ่านปฏิบัติการการสร้างความหมายของแฟนคลับสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของแฟนคลับกับศิลปิน ดังที่ มิเชล เดอ เซอร์โต (1984) อธิบายถึงความเป็นชุมชนของแฟนคลับว่าจะต้องมีปฏิบัติการที่เป็นกิจกรรมเฉพาะของกลุ่มขึ้นมา เพื่อมุ่งความสนใจในการสร้างวัฒนธรรมที่เหมาะสมขึ้นมา ดังนั้น วัฒนธรรมแฟนจึงมีความสลับซับซ้อน และมีความเคลื่อนไหวผ่านปฏิสัมพันธ์ของแฟนคลับ หากพิจารณาประกอบกับความคิดของ แอนโทนี กิดเดนส์ (Giddens 1990 & 1991) ที่อธิบายถึงกระแสโลกาภิวัตน์ที่ได้เข้ามาสร้างพื้นที่ความคิดและความสัมพันธ์ทางสังคมใหม่ ประกอบกับสื่อได้เข้ามามีบทบาทในการสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลและกลุ่มบุคคล โลกาภิวัตน์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่เชื่อมต่อบริบทความหมายใหม่ของสังคม เมื่อมองปฏิบัติการการสร้างชุดสัญลักษณ์ของชุมชนแฟนเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางสังคมสมัยใหม่และประกอบสร้างความเป็นแฟนคลับขึ้นมา กาญจนา แก้วเทพ (2555) กล่าวว่า การเคลื่อนเข้าสู่โลกสมัยใหม่ไม่ได้ทำให้วัฒนธรรมเริ่มออกห่างจากศาสนา แต่กลับสถาปนาวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับศาสนาขึ้นมาใหม่โดยมีศิลปินเป็นศาสดา โดยที่ศาสนาจะต้องมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบสำคัญอีกสองประการคือ ตำนานและความเชื่อ องค์ประกอบดังกล่าวได้ก่อให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์และความคิดใหม่ทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับ อีกทั้งยังเป็นชุดสัญลักษณ์ของชุมชนแฟนคลับที่บ่งบอกถึงความเป็นแฟนได้อีกด้วย

ขณะที่การนำมิม การสร้างสรรค์วัฒนธรรม และการผลิตสื่อด้วยตนเอง มาเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณาปฏิบัติการของแฟนคลับ ไลมอร์ ชิฟแมน (Limor Shifman) ผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาวัฒนธรรมสมัยนิยม (popular culture) (2013) ได้อธิบายถึงมิมในมุมมองทางสังคมวิทยา โดยชิฟแมนอธิบายว่ารูปภาพ GIF หรือวิดีโอได้สร้างความเปลี่ยนแปลงต่อสังคมผ่านการแพร่กระจายไปตามช่องทางบนโลกออนไลน์ต่าง ๆ โดยมีเกิดขึ้นจากประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่แบ่งปันระหว่างผู้ใช้อินเทอร์เน็ตและผู้ผลิตมิม ซึ่งก่อให้เกิดการแสดงออกทางวัฒนธรรมบนโลกอินเทอร์เน็ตอย่างหลากหลาย มิมจะแสดงออกถึงความ เป็นกลุ่ม หรือที่เรียกว่าอัตลักษณ์ของแฟนคลับได้เป็นอย่างดี ในทางเดียวกัน การพิจารณาการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของแฟนคลับ เฮนรี เจนกินส์ (Henry Jenkins) (2006) นักวิชาการด้านสื่อชาวอเมริกันได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของ แฟนคลับผ่านหนังสือเรื่อง *Fans, Bloggers and Gamers: Exploring Participatory Culture* ซึ่งแฟนคลับจะมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์วัฒนธรรม ของกลุ่มผ่านการผสมผสานเทคโนโลยีและเครื่องมือที่ทันสมัยในการผลิตสื่อด้วย ตนเอง (Do-It-Yourself: DIY) ส่งผลให้แฟนคลับกลายเป็นผู้กระตือรือร้นใน กระบวนการบริโภคสื่อปัจจุบัน ขณะที่ ยาเซค โนชีวสกี และจูเลีย ชินส์กา (Jacek Nożewski and Julia Trzcińska) (2016) นักวิชาการด้านการสื่อสาร ในสังคมและแพนศึกษา กล่าวถึงการสร้างชุดสัญลักษณ์ของชุมชนแฟนที่ แตกต่างกันไปในแต่ละชุมชนแฟนคลับ โดยชุดสัญลักษณ์เหล่านี้อาจกล่าว ได้ว่าเป็นภาษาเฉพาะกลุ่มที่ช่วยในการสื่อสารและการรับรู้ของแฟนคลับ ภาษา จึงเป็นเสมือนเครื่องมือในการสร้างเครือข่ายและความหมายภายในให้กลุ่ม แฟนคลับเพื่อการสื่อสารเชื่อมต่อซึ่งกันและกัน

ภาพสะท้อนของความสัมพันธ์ระหว่างทุนกับแฟนคลับนับได้ว่าเป็นส่วน สำคัญในการทำความเข้าใจปฏิบัติการการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของแฟนคลับ

โดยการสนับสนุนศิลปินถือได้ว่าเป็นการขับเคลื่อนสำคัญของกลุ่มแฟนคลับโดย เฉพาะการอาศัยสิ่งที่เรียกว่าทุน ปีแอร์ บูร์ดิเยอ นักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส อธิบายถึงทุนไว้อย่างกว้างขวาง 3 ประเภท ประกอบด้วย ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคม โดยทุนทั้งสามประเภทไม่ได้แยกขาด ออกจากกันแต่กลับสร้างความเชื่อมโยงและเงื่อนไขซึ่งกันและกัน (Bourdieu, 1986; ชนิตา เสงี่ยมไพศาลสุข, 2550; รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข, 2559) อีกทั้ง ทุนยังเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนรูปได้และเป็นสิ่งกำหนดตำแหน่งที่ทางสังคม ทุนทางเศรษฐกิจถือได้ว่าเป็นทุนที่สามารถจับต้องได้ในรูปของทรัพย์สิน เช่น เงิน ที่ดิน และทรัพย์สินสมบัติ เป็นต้น ส่วนทุนทางวัฒนธรรมจะปรากฏลักษณะ สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ทุนทางวัฒนธรรมที่ถูกฝังในรูปของการแสดงออก ของร่างกายและจิตใจ (embodied state) เป็นทุนที่อาศัยระยะเวลาในการ สั่งสมและแตกต่างตามการขัดเกลาทางสังคมของแต่ละครอบครัว 2) ทุนทาง วัฒนธรรมที่ถูกทำให้เป็นรูปธรรม (objectified state) สามารถจับต้องได้ อาทิ ภาพวาด รูปปั้น งานวิจัย และนวัตกรรม เป็นต้น ซึ่งทุนลักษณะนี้มีความสัมพันธ์ กับทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางสัญลักษณ์ในมิติของการบริโภคสินค้าทาง วัฒนธรรม และ 3) ทุนทางวัฒนธรรมที่อยู่ในรูปของสถาบัน (institutionalized state) เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ยึดโยงกับความเป็นสถาบันทางสังคม โดยเฉพาะ ในสถาบันการศึกษาที่เป็นการจัดลำดับช่วงชั้นทางสังคมอย่างเห็นได้ชัดผ่านทุน ทางวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล และในส่วนของทุนทางสังคมนั้นสามารถ พิจารณาได้จากการสร้างเครือข่ายจากการรวมตัวกันและความรู้สึกร่วมในการ เป็นสมาชิก เช่น กลุ่มแฟนคลับที่คอยประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับ ศิลปิน เป็นต้น (Bourdieu, 1986; ชนิตา เสงี่ยมไพศาลสุข, 2550; รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข, 2559)

ดังนั้น เพื่อให้เห็นความเป็นชุมชนของแฟนคลับ และการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของแฟนคลับเพื่อ บ่งบอกถึงความรู้สึกร่วมกันจนกลายเป็นแฟนด้อม การศึกษาแฟนคลับของมิคซ์ สหภาพ ครั้งนี้จึงได้แบ่งประเด็นการอภิปรายปรากฏการณ์ออกเป็น 4 ประเด็นสำคัญคือ 1) ปฏิบัติการสร้างความหมายของแฟนคลับมิคซ์ สหภาพ 2) ภาษาและมิมิที่แสดงถึงการสื่อสารภายในกลุ่มระหว่างศิลปินและแฟนคลับผ่านภาษามิมิ และการทำมิมิของกลุ่มแฟนคลับ 3) อัตลักษณ์ของแฟนคลับมิคซ์ สหภาพ เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ภายใต้บริบทของชุมชนแฟนคลับ และ 4) พื้นฐานปฏิบัติการการขับเคลื่อน และการสนับสนุนศิลปินของกลุ่มแฟนคลับ

ปฏิบัติการการสร้างความหมาย ของแฟนคลับมิคซ์ สหภาพ

“มิคซ์เป็นคนที่วางตัวดีมีความรับผิดชอบ ฉลาดตอบคำถาม และที่สำคัญคือจุดยืนทางสังคม ใช้สื่ออย่างมีประโยชน์และสร้างสรรค์ เข้าใจสถานการณ์ความเป็นไปของแฟนคลับ ทำให้เราเห็นถึงความจริงใจของเขา

ส่วนผสมของมิคซ์คนที่ 1, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2564

การพิจารณาปฏิบัติการของแฟนคลับอาจต้องเริ่มทำความเข้าใจจากการตั้งชื่อแฟนคลับเป็นลำดับแรก โดยการรวมกลุ่มของแฟนคลับต้องมีชื่อเรียกภายในกลุ่มและสีที่ศิลปินชื่นชอบเป็นสัญลักษณ์เพื่อบ่งบอกความแตกต่าง

ระหว่างแฟนคลับกลุ่มอื่น โดยส่วนใหญ่ชื่อเรียกและสีมักเกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับแฟนคลับ ซึ่งแฟนคลับของมิคซ์ สหภาพ มีการรับรู้ร่วมกันถึงสัญลักษณ์และความรู้สึกร่วมของความเป็นชุมชนแฟนผ่านภาพแทนที่ชื่อว่า “ส่วนผสมของมิคซ์” เนื่องจากเป็นการเปรียบแฟนคลับเสมือนส่วนประกอบสำคัญที่เป็นแรงผลักดันสำคัญของตัวศิลปิน ขณะที่ความสัมพันธ์ภายในกลุ่มของแฟนคลับจะมีความรู้สึกที่ว่าชุมชนแฟนเป็นพื้นที่ปลอดภัยและเป็นพื้นที่การแลกเปลี่ยนความรู้สึกให้คำปรึกษาซึ่งกันและกัน “เรารู้สึกดี อิ่มเอมใจมาก ๆ นะคะ ส่วนผสมของมิคซ์อบอุ่นและเป็นกัลยาณมิตรต่อกันมากๆ ไม่ใช่แค่เรามีคนที่เรารัก คือน้องมิคซ์ แต่เราแบ่งปันความรัก แชร์ประสบการณ์รักกันเองด้วย” (ส่วนผสมของมิคซ์คนที่ 2, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2564) อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำของกลุ่ม โดยมีมิคซ์ สหภาพ เป็นศูนย์กลางของการหลอมรวมความรู้สึกและประกอบสร้างความเป็นแฟนคลับขึ้นมา โดยในกลุ่มแฟนคลับมิคซ์ สหภาพ มีตำนานการเกิดเป็นแฟนคลับที่ก่อตัวภายใต้บริบทของซีรีส์เรื่องนิทานพันดาว ซึ่งนับได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของแฟนคลับส่วนใหญ่ในการติดตามมิคซ์ สหภาพ อีกทั้งตำนานการเกิดขึ้นของแฟนคลับก็มีลักษณะเฉพาะจากการสนับสนุนศิลปินในลักษณะของการเป็นคู่ชีพ (ship) อันเป็นผลมาจากการสวมบทบาทตัวละครพระเอกและนางเอกของเอิร์ท พิรพัฒน์ และมิคซ์ สหภาพ ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญในการเกิดเป็นของแฟนคลับมิคซ์ สหภาพ โดยมีตัวกระทำภายนอกกลุ่มเข้ามามีบทบาทในการสร้างความสัมพันธ์และก่อรูปแฟนคลับขึ้นมาตามที่แฟนคลับได้กล่าวว่า “ซีรีส์นิทานพันดาว เล่นได้โดดเด่นและมีเสน่ห์มาก เรื่องแรกสำหรับเขาถือว่าทำได้ดีเกินคาด หลงมาก ๆ ก็เพราะตามดูเอิร์ทมิคซ์นั่นแหละ ได้เห็นความธรรมชาติของเขา” (ส่วนผสมของมิคซ์คนที่ 3, สัมภาษณ์, 4 พฤษภาคม 2564)

ขณะที่ความเชื่อส่วนใหญ่ของกลุ่มมิกซ์ สหภาพ จะเป็นเรื่องของ การรักษาภาพลักษณ์ รวมไปถึงการสนับสนุนให้มีสินค้าและโฆษณาเข้ามาสร้าง รายได้ให้กับศิลปิน โดยแฟนคลับจะช่วยซื้อสินค้าและบริการที่มีศิลปิน เป็นผู้นำเสนอสินค้า เมื่อเชื่อมโยงกับปฏิบัติการในระดับชีวิตประจำวันแล้วการที่ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มแฟนคลับที่มีศิลปินเป็นศูนย์กลางของความเชื่อแล้ว แฟนคลับได้ทำกิจกรรมร่วมกันบนพื้นที่ชุมชนออนไลน์ เช่น การบริจาคสิ่งของช่วยเหลือผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 และการช่วยเหลือสัตว์ที่ถูกทอดทิ้งในนามของมิกซ์ สหภาพ และกลุ่มแฟนคลับ เป็นต้น ถึงแม้ว่าชุมชนออนไลน์จะเป็นพื้นที่เชื่อมต่อแบบนิรนาม แต่การที่แฟนคลับได้สื่อสารแลกเปลี่ยนระหว่างกันผ่านตัวบทข้อความ การพูดคุย แลกเปลี่ยนเหล่านี้ได้กลายเป็นเสมือนการสร้างตัวตนและเป็นพื้นที่ปลอดภัย ในการบอกเล่าความรู้สึกที่ได้รับแรงกดดันทางสังคมทั้งจากเรื่องการเรียนและการทำงาน จนทำให้พื้นที่ปลอดภัยดังกล่าวกลายเป็นส่วนหนึ่งของแฟนคลับที่เมื่อมีเวลาว่างจากการทำงาน หรือการเรียน หากมีเรื่องเดือดร้อน ก็จะมาบอกเล่าความรู้สึกซึ่งกันและกันผ่านแฮชแท็กประจำของศิลปิน และบางครั้งศิลปิน ก็จะเข้ามาให้กำลังใจ หรือพูดคุยตอบโต้ระหว่างแฟนคลับด้วยตนเอง แต่การบอกเล่าเรื่องราวของแฟนคลับมักหลีกเลี่ยงเรื่องราวที่จะสร้างความกดดันต่อตัวศิลปิน ซึ่งทำให้แฟนคลับได้รับการเติมเต็มความรู้สึกและมีกำลังใจในการทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันได้ต่อไป ในอีกมิติหนึ่งศิลปินได้กลายเป็นศูนย์กลางของการทำความดีและการช่วยเหลือสังคมผ่านการระดมทุนของแฟนคลับและศิลปิน ซึ่งการที่แฟนคลับระดมทุนได้จะต้องเกิดจากความไว้วางใจ เชื่อใจ ศิลปิน จึงเป็นปัจจัยเชื่อมโยงที่สำคัญในการระดมทุนให้ประสบความสำเร็จผ่านการช่วยส่งต่อข้อความ (retweet) หรือการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาด

ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ย่านอโศก ซึ่งเป็นย่านที่ตั้งของบริษัทที่ศิลปินสังกัด ผ่านการทำนิตยสารการถ่ายภาพออนไลน์คลายความคิดถึงเนื่องในวันคล้ายวันเกิดของศิลปิน และการอวยพรผ่านแฮชแท็ก #Mixxiw23ยังจิว หรือการจัดทำโครงการ “MIXXIW CHARITY” เพื่อช่วยเหลือสัตว์ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงกิจกรรมเข้ากับภูมิหลังทางสังคมของศิลปินที่เรียนคณะสัตวแพทยศาสตร์ เป็นต้น ปฏิบัติการระดับชีวิตประจำวันที่เชื่อมโยงกับการมองศิลปินเป็นศาสดาของศาสนา แฟนคลับได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นศูนย์กลางของการกระทำการภายในกลุ่ม และเป็นแรงผลักดันสำคัญของแฟนคลับในการสนับสนุนศิลปิน

จากที่กล่าวมาข้างต้น แสดงให้เห็นถึงปฏิบัติการสร้างความหมายของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ ผ่านการสถาปนาวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับศาสนาขึ้นมาใหม่โดยมีศิลปินเป็นศาสดา ประกอบกับการก่อตัวขึ้นของแฟนคลับจากซีรีส์นิทานพันดาว ได้ทำให้การรวมกลุ่มของแฟนคลับมีความเข้มข้นและมีกิจกรรมร่วมกันภายในกลุ่ม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสลับซับซ้อนของชุมชนแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ ที่มีโครงสร้างความสัมพันธ์และตัวกระทำการที่หลากหลายในการก่อรูปวัฒนธรรมแฟนคลับขึ้นมา กลุ่มแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ ไม่ได้มีเพียงแฟนคลับที่เป็นชาวไทยเท่านั้น แต่คลื่นอิทธิพลของสื่อได้ส่งกระแสความชื่นชอบข้ามประเทศไปยังประเทศต่างๆ เช่น ประเทศจีน ประเทศฟิลิปปินส์ เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่มักจะมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ร่วมกันระหว่างแฟนคลับชาวไทยกับชาวต่างประเทศผ่านการใช้แฮชแท็กร่วมกัน แต่มีความแตกต่างกันในการเรียกชื่อศิลปิน ซึ่งเป็นความพยายามปรับชื่อศิลปินให้กลายเป็นภาษาท้องถิ่นของตน เช่น แฟนคลับชาวจีนจะเรียก แพนมิกซ์ สหภาพว่า 汪始慧 (วังสือฮุย) เป็นต้น แสดงให้เห็นถึงการต่อรองและสร้างความหมายภายในกลุ่มระหว่างแฟนคลับชาวไทยและชาวต่างประเทศ แต่ก็ยังมีจุดร่วมความสนใจเดียวกันคือเป็นแฟนคลับของ

มิกซ์ สหภาพ นอกจากนี้ ความเป็นชุมชนแฟนและแฟนคลับจะมีการควบคุมและสื่อสารผ่านแฟนเบส (fanbase)⁶ หรือที่เรียกว่า “บ้านเบส” เป็นหลัก ซึ่งจะสร้างสรรค์กิจกรรมการเล่นแซซแท็กในเหตุการณ์สำคัญ เช่น เมื่อเผยแพร่เพลงที่ชื่อว่า “คนแบบไหน” ขับร้องโดยมิกซ์ สหภาพ ประกอบซีรีส์ปลานนท์ แฟนเบสก็จะทำการประชาสัมพันธ์โดยใช้แฮชแท็ก #คนแบบไหนMix เป็นต้น และประชาสัมพันธ์งานที่เกี่ยวข้องกับศิลปิน ซึ่งจะปฏิบัติการผ่านบัญชีผู้ใช้ในทวิตเตอร์ เช่น @MixOfficialFC และ @BMixxiw เป็นต้น แสดงให้เห็นวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมภายในกลุ่มของแฟนคลับ

ภาษามิกถึงวัฒนธรรมมีม

“เป็นกลุ่มแฟนคลับที่สร้างสรรค์ในการทำคอนเท้นมาหยอก (แกง) กับศิลปิน (ศิลปิน-ผู้เขียน) มาก ๆ”

ส่วนผสมของมิกซ์คนที่ 5, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2564

การตอบโต้ระหว่างศิลปินกับแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ นับเป็นเอกลักษณ์สำคัญที่บ่งบอกถึงความเป็นชุมชนแฟนโดยจะมีการโต้เถียงและคอยตอบคำถาม แฟนคลับของศิลปินในลักษณะเชิงขัดแย้งและไม่ลงรอยกันอยู่ตลอดเวลา ซึ่งนับเป็นการสร้างสีสันของกลุ่มแฟนคลับ ดังเช่นแฟนคลับผู้ใช้ทวิตเตอร์รายหนึ่งเขียนว่า “พี่เอ็ด (พีเอิร์ท-ผู้เขียน) เล่นเลือดขึ้นที่แขน มิกซ์เล่นเลือดขึ้นที่คอ เอียงแม่คือเป็นเอ็น!” ศิลปินจึงได้ทำการตอบกลับว่า “แค่นี้ก็รู้แล้วว่าลำเอียง” รวมไปถึงการแกล้งกันระหว่างศิลปินและแฟนคลับผ่าน retweet เช่น “มิก

ถ้าคุณสังเกตเห็นฉัน ฉันจะเรียนหนัก” มีการตอบกลับว่า “ฉันก็หนัก น้ำหนัก” หรือ “มิกไม่แนบหนอก ลองมาแนบดิ ฉันจะยอมกินอาหารหมาทั้งเดือนอย่างที่คุณบอกเลย” ก็มีการตอบกลับว่า “เตงจะคืนคัมมัยกะ” เป็นต้น การแกล้งกันระหว่างศิลปินและแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ อาจถือได้ว่าเป็นการเข้าถึงการพูดคุยสื่อสารระหว่างกันและสลายเส้นพรมแดนของการปิดกั้นความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้ามคือ ศิลปินกับแฟนคลับ แต่ได้ก่อเส้นพรมแดนใหม่ของความสัมพันธ์ที่แนบแน่นระหว่างแฟนคลับและศิลปินมากขึ้น ในมิติของภาษาการสื่อสารภายในกลุ่มก็ถือได้ว่าเป็นสิ่งบ่งบอกวัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่มของแฟนคลับ (กาญจนา แก้วเทพ, 2555) ในกลุ่มแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ ไม่ได้มีชื่อเรียกอย่างชัดเจน แต่อาจเรียกอย่างหลวมว่า “ภาษามิก” โดยปรากฏขึ้นในการสื่อสารในทวิตเตอร์ของศิลปินกับแฟนคลับ โดยมีลักษณะสำคัญที่น่าสนใจคือ 1) การพิมพ์อักษรแบบนิ้วเปียดผ่านการใส่แป้นพิมพ์ในโทรศัพท์ อาทิ “อย่ามันใจไป” (อย่ามันใจไป-ผู้เขียน) “ดูด้วยดันลิ” (ดูด้วยกันลิ-ผู้เขียน) เป็นต้น อีกทั้งยังมีการแสดงให้เห็นถึงความตั้งใจในการใช้ภาษาของศิลปิน เช่น “คุณพริบ้านอยู่หรือนัยคล้า” “เทอโพธิสัตว์หอร เราโพะราไม่ลูเฟื่องเลย” “สวีย” เป็นต้น และปรากฏการฉวยใช้ทางวัฒนธรรมผ่านภาษาเหนือ เนื่องจากศิลปินมีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดลำปาง ตัวอย่างเช่น “บูตดินเจ้า” หมายความว่าขาดทุนในภาษาเหนือ เป็นต้น 2) การใช้ภาษาสื่อความหมายความสัมพันธ์ของแฟนคลับและศิลปิน ซึ่งเรียกความสัมพันธ์ระหว่างกันส่วนใหญ่ว่า “แม่ตา” กับ “ลูกตา” ตัวอย่างเช่น “แม่ต้ามามากอด ตบหัวปูพูน้อย” “อุนแมะตบหัวปู” “มามูจุมมา” “อุนแมะอุมซุนนุหน้อย” เป็นต้น ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงการอ้อนแฟนคลับผ่านภาพแทนของภาษาสัญลักษณ์ของความเป็นเด็กที่อาจจะยังไม่สามารถจับใจความได้ชัดเจน หรืออาจไม่มีความหมาย แต่แฟนคลับส่วนใหญ่จะมีความเข้าใจในสิ่งที่ศิลปินพยายามจะสื่อสารชัดเจน หรืออาจไม่มีความหมาย แต่แฟนคลับส่วนใหญ่จะมีความเข้าใจในสิ่งที่ศิลปินพยายามจะสื่อสาร

6 แฟนเบส หมายถึงบัญชีผู้ใช้งานทวิตเตอร์ที่เป็นบัญชีหลัก หรือบัญชีทางการของกลุ่มแฟนคลับในการเผยแพร่ข่าวสารและกิจกรรมสำหรับการสนับสนุนศิลปินที่ตนชื่นชอบ



ภาพที่ 1 มิมที่ใช้ในกลุ่มแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ ใน

#เอิร์ทมิกซ์สาดน้ำกันDay1

ที่มา: ทวิตเตอร์ @jangbts_exo และ @dololidays (2564)

ปฏิบัติการสร้างความหมายผ่านมีมบนโลกทวิตเตอร์ของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ ร่วมกับแฟนคลับเอิร์ท พริพัฒน์ แสดงให้เห็นถึงการมีปฏิสัมพันธ์ ภายนอกกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งมีช่วงเวลาที่น่าสนใจคือแฮชแท็ก #เอิร์ทมิกซ์สาดน้ำ กันDay1 #เอิร์ทมิกซ์สาดน้ำกันDay2 และ #เอิร์ทมิกซ์สาดน้ำกันDay3 โดย เรียกว่า “สงกรานต์ทิพย์” ในช่วงเมษายน 2564 ที่ผ่านมา เนื่องจากประเทศไทย ได้เข้าสู่การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ระลอกที่สาม ส่งผล ให้การจัดกิจกรรมสงกรานต์ตามแบบวัฒนธรรมสมัยใหม่ได้ถูกยกเลิกไป แฟนคลับจึงได้ร่วมกันจัดกิจกรรมถึงศิลปินเพื่อสร้างสีสันและความสุขผ่านการใช้มีมที่เกี่ยวข้องกับสงกรานต์โดยตัดต่อหน้าศิลปิน ซึ่งช่วยแสดงความรู้สึกห่วงใย และคิดถึงของแฟนคลับ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมของแฟนคลับในการผลิตมีมและการสร้างสรรค์ภาษาเฉพาะขึ้นมา ดังนั้น ภาษา และมีมเป็นการแสดงให้เห็นว่ากลุ่มแฟนคลับจะมีลักษณะเฉพาะ โดยมีจะมี

ลักษณะศิรัชะโตและเป็นการแก่งัดศิลปินผ่านความคิดสร้างสรรค์และทักษะ ความสามารถในการติดต่อของกลุ่มแฟนคลับ เช่นเดียวกับการใช้ภาษามิกซ์ที่มี ลักษณะเฉพาะและอาศัยการสร้างสรรคขึ้นมาระหว่างแฟนคลับและศิลปิน อันเป็นนัยสำคัญของการบ่งบอกถึงความเป็นแฟนคลับโดยเฉพาะ อีกทั้งยังแสดงให้เห็นถึงความยืดหยุ่นและมีทักษะการสร้างสรรคให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง ทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกิดจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 ของกลุ่มแฟนคลับ

แม่ตำ ถึง แฟนตำ: การเลื่อนไปโหลมา ของอัตลักษณ์แฟนคลับ

“ไม่ใช่เสียงมิกแน่นนอน หม่ามีจ๋าได้เพราะคลอออกมาเอง เสียงอุแว้นูไม่ใช่โพนนี้ ถ้าใช้ขึ้นจะลาออกจากวงการแม่ตำ ไม่รู้ จะอยู่ทำไมถ้าเสียงลูยังจำไม่ได้ มิกแกจ๋าไฉนว่าแอคไหนที่เป็น แม่ตำตัวจริง”

ส่วนผสมของมิกซ์คนที่ 4, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2564

การเลื่อนไหลและการประกอบสร้างอัตลักษณ์ของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ เป็นสิ่งสำคัญที่น่าสนใจเมื่อพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างแม่ตำ (แฟนคลับ ส่วนใหญ่) กับลูกตำ (ศิลปิน) โดยเป็นการสร้างเงื่อนไขการประกอบสร้างอัต ลักษณะแฟนคลับจากการที่ศิลปินมีความซื่อซื่อและแสดงออกถึงความเป็นลูก ผ่านการสื่อสารทางภาษาและรูปภาพที่ศิลปินลงในสื่อโซเชียลมีเดีย และในขณะ เดียวกันก็ปรากฏความไม่ลงรอยและไม่ต่อเนื่องขึ้นในกลุ่มแฟนคลับมิกซ์

สหภาพ ผ่านแฟนคลับย่อยที่เรียกว่าแฟนต้า ซึ่งมีลักษณะชื่นชอบในตัวศิลปิน โดยแสดงออกถึงความเป็นแฟนประกอบกับการไหลเลื่อนไปมาระหว่างแฟนต้าและแม่ต้า เรียกว่า “การพลิกโพ” และ “แม่ปลอม” แสดงให้เห็นถึงความเลื่อนไหลของอัตลักษณ์ภายในกลุ่มแฟนคลับ

การประกอบสร้างอัตลักษณ์ของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ มีลักษณะของการไม่หยุดนิ่งตายตัวและมีการต่อรองความหมายอยู่ตลอดเวลา จะเห็นได้จากการเป็นแม่ซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นความหมายหลักที่แฟนคลับมีให้ศิลปิน ซึ่งอาศัยความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับแฟนคลับเข้ามาเป็นแรงผลักดันในการก่อรูป ของความหมายของแฟนคลับ อีกทั้งยังมีสิ่งที่อยู่ภายนอกความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับแฟนคลับเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในปฏิบัติการการสร้างความหมายของแฟนคลับ คือ คู่ชีพ (ship)^๕ จะเห็นได้จากส่วนหนึ่งของแฟนคลับที่แสดงอัตลักษณ์ถึงความเป็นแม่ “ไม่ขอพูดเยอะนะคะ แค่นัดอ้อยป้อนลูกก่อนส่งไปผาบันดาวก็เหนื่อยพอแล้ว ลูกเพิ่งจะ 2 ขวบ 3 เดือน ไปซบไปอ้อนขอกำลังใจเจ้าโลกนั้น แล้วคิดจะมาจ้อแม่ต่ง่าย ๆ ก็ได้แต่กุมใจ ไหนจะต้องคอยปลอบใจตัวเองเวลาลูกไปหลงเจ้าโลกนั้นอีก เลี้ยงได้แค่ตัวจริง ๆ ค่ะ” ซึ่งในกลุ่มของแฟนคลับในส่วนที่แสดงออกถึงความเป็นแม่จะอาศัยลักษณะสำคัญของศิลปินผ่านภาษาเฉพาะ อาทิ เจ้าจิว ตะเร็กตะน้อย แม่ต้า และน้องหมีแล้ว เป็นต้น ขณะที่อัตลักษณ์ของแฟนคลับ #มชพผจจร (มิกชีวิโพคนสวย-ผู้เขียน) เกิดขึ้นจากการที่ศิลปินแสดงออกถึงเสน่ห์ความเป็นชาย ดังที่ผู้ใช้ทวิตเตอร์รายหนึ่ง

๕ การพลิกโพ เป็นการสลับคู่ความสัมพันธ์ผ่านการแสดงออกถึงความเป็นชาย (masculinity) และความเป็นหญิง (femininity) โดยช่วงแรกปรากฏในนิยายที่สลับความสัมพันธ์ให้พระเอกเป็นนายเอก และนายเอกเป็นพระเอก ต่อประเด็นนี้ คำว่าพลิกโพยังมีนัยยะของการใช้แตกต่างออกไปตามการตีความของแต่ละบุคคล

๖ คู่ชีพ แผลงมาจากคำว่า relationship ซึ่งกลุ่มแฟนคลับจะตีความจับคู่ศิลปินชายที่ชื่นชอบ หรือเรียกอีกอย่างว่า “จิ้น” โดยเป็นการแสดงออกของแฟนคลับที่อยากให้คุณศิลปินชายที่ชื่นชอบเป็นคู่รักกันจริง เรียกว่า “คู่จริง”

สื่อสารผ่านข้อความว่า “แฟนต้า แฟนต้าเด้าอัน บะเป็นนิแม่ที่อ่อนแอแล้ว ป๊ะจะเป็นแฟนต้าา #มชพผจจร” อีกทั้งยังปรากฏให้เห็นได้จากการสวมบทบาทตัวละครของศิลปิน เช่น “เมื่อน่านแม่หล่อซิบหาย เช็กซีจิงไว้ยยยย ชอบบบบ...อ้อยแบบมีชั้นเชิง บางมุกก็แอบกวนตีน” เป็นต้น โดยแฟนคลับกลุ่มย่อยนี้จะเรียกตัวเองว่า “โพซื่อย่อ” ในอีกมุมหนึ่งก็มีภาพสะท้อนของแฟนคลับ #มชพคส (มิกชีวิโพคนสวย-ผู้เขียน) ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่ศิลปินแสดงออกถึงเสน่ห์ความเป็นหญิง โดยการตีความผ่านรูปภาพของศิลปิน “มิกชีตั่วพลดกระดุมเซ่หนีคือสวยมาก ไพลาร้ากะคือโป๊ ๆ มาก เซ็บซีไม่ไหว คนสวยขามาก ครีนนมเบอวัน!”

ปรากฏการณ์ความเป็นแม่ของแฟนคลับ ความเป็นชาย และความเป็นหญิงของศิลปินจะต้องอาศัยการตีความของแฟนคลับเป็นหลัก และแสดงให้เห็นถึงการต่อรองความหมายภายในกลุ่มของแฟนคลับ ประกอบกับอัตลักษณ์ของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ มีลักษณะของการเลื่อนไหลอยู่ตลอดเวลา บางครั้งแฟนคลับอาจอยู่ในกลุ่มของความเป็นแม่ แต่เมื่อมีตัวกระทำสำคัญจากศิลปินเข้ามามีส่วนสำคัญซึ่งเรียกว่า “สวโน” แฟนคลับบางคนอาจเปลี่ยนสถานะความเป็นแม่มาเป็นโพซื่อย่อได้ แสดงให้เห็นถึงความเป็นพลวัตของอัตลักษณ์ที่มีลักษณะซับซ้อนอยู่ตลอดเวลาในกลุ่มแฟนคลับ จึงได้เกิดการเรียกแฟนคลับที่เปลี่ยนจากความเป็นแม่ไปสู่ความเป็นแฟนว่า “แม่ปลอม” จะเห็นได้จากการทวิตของหนึ่งในแฟนคลับ “ฟังนะ เราไม่มีทางฉีกสัญญาแม่ลูกคะต่อให้เมื่อนานจะฮอตแค่ไหน เพราะเราได้ทำสัญญาลับปรับปรุงไว้แล้ว วงเล็บด้านล่างว่า (หากลูกแสดงความหล่อมากไป สามารถสลับโพได้โดยไม่ต้องฉีกสัญญาและเปลี่ยนกลับมาในเวลาที่กำหนด)” การสวโนจึงสะท้อนให้เห็นถึงความเลื่อนไหลว่าเป็นอัตวิสัยส่วนบุคคล ซึ่งอาจจะมีมีความหมายกว้างมากกว่าการครอบคลุมเฉพาะเรื่องเพศ แต่ครอบคลุมไปถึงเรื่องการเมืองของความเลื่อนไหลที่มีการ

เปลี่ยนแปลงไปมา ซึ่งในกลุ่มของแฟนคลับที่มีการสวนโพ่แสดงให้เห็นถึงการไม่มีกรอบตายตัวและเป็นการเมืองของความเลื่อนไหลของการเป็นแม่ตัวและแฟนตัว รวมไปถึงการประกอบสร้างที่มีศิลปินเป็นผู้กระทำการอันส่งผลต่อการแสดงออกเชิงสังคมที่แตกต่างและเลื่อนไหลของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ

ดังนั้น อัตลักษณ์จึงมีลักษณะเลื่อนไหลไปมาจากการประกอบสร้างชุดความหมายที่อาจขัดแย้งหรือส่งเสริมกันตลอดเวลาแสดง ให้เห็นว่าอัตลักษณ์ของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ เป็นสิ่งที่ไม่ตายตัว เคลื่อนไหว และประกอบสร้างอยู่ตลอดเวลา โดยมีโลกาภิวัตน์เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการสร้างเงื่อนไขความสลับซับซ้อนทางวัฒนธรรมและกระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ขึ้นภายใต้บริบทของชุมชนแฟนคลับ

“ทุน” คือส่วนหนึ่งของกลุ่มแฟนคลับ

“ซื้อสินค้าที่เป็นพรีเมียมเตอร์ เพราะเป็นของที่ต้องใช้อยู่แล้ว เช่นของกินหรือโลชั่นครีมอาบน้ำ แคเปลี่ยนจากยี่ห้อเดิมมาใช้แบรนด์ที่น้องเป็นพรีเมียมเตอร์

ส่วนผสมของมิกซ์คนที่ 6, สัมภาษณ์, 5 พฤษภาคม 2564

การสนับสนุนศิลปินถือได้ว่าเป็นการขับเคลื่อนสำคัญของกลุ่มแฟนคลับ โดยเฉพาะการอาศัยสิ่งที่เรียกว่าทุน สำหรับชุมชนแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ อาจกล่าวได้ว่าทุนในมิติของบุรดิเยอได้ไหลเวียนอยู่ในการรวมกลุ่มของแฟนคลับ และเชื่อมโยงอัตลักษณ์ของแฟนคลับกับทุนไว้อย่างแนบแน่น

โดยเฉพาะทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางวัฒนธรรม สำหรับการพิจารณาในมิติทุนทางเศรษฐกิจของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ ปรากฏให้เห็นผ่านการเสียสละเงินจำนวนหนึ่งในการสนับสนุนสินค้าที่ศิลปินเป็นผู้นำเสนอสินค้า บางครั้งทุนทางเศรษฐกิจได้เกิดขึ้นในสนามการแข่งขันของทุนเพื่อสิทธิพิเศษในการได้พบศิลปิน ตัวอย่างเช่น Meet and Greet “Gojek ยิ่งสั่ง ยิ่งใกล้ x EarthMix” ได้ทำการคัดเลือกผู้เข้าร่วมงานจากยอดจำนวนสั่งซื้ออาหารสูงสุด จำนวน 50 ท่าน เป็นต้น ประกอบกับการกระตุ้นการบริโภคผ่านข้อความของศิลปิน “ก็สั่งโกเจคแหละ #GojekxEarthMix” ทำให้เกิดการใช้ทุนทางเศรษฐกิจจากกลุ่มแฟนคลับเพื่อให้มีอันดับสูงสุดในการที่จะได้เข้าร่วมกิจกรรม ดังคำบอกเล่าของหนึ่งในแฟนคลับที่ว่า “เราว่าสั่งเกิน 100 ออเดอร์คะ เห็นทวิตนิ่งเค้าได้ เค้าบอกเค้าสั่งน้ำให้ไรเดอร์ Gojek ทานคะ วันนึ่ง 96 ออเดอร์ นีว่าไม่เบา เราผู้ซึ่งสั่งวัน 3-4 ออเดอร์ ยังหาคนขี้ยากเลย” แสดงให้เห็นว่าทุนทางเศรษฐกิจเป็นส่วนสำคัญในการสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมของแฟนคลับ



ภาพที่ 2 กองเสบียงจากกลุ่มแฟนคลับในการสนับสนุนมิกซ์ สหภาพ
ที่มา: ทวิตเตอร์ @Mixxiwstrength (2564)

ขณะที่การระดมทุนเข้าสู่ส่วนกลางในการจัดส่งอาหารสำหรับศิลปิน (food support) โดยแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ จะมีทวีตเตอร์ที่ชื่อ “พลังงานของมิกซ์ (@Mixxiwstrength)” บริหารจัดการการสนับสนุนศิลปินด้านอาหาร ประจำกองละครหรือกองถ่าย เรียกว่า “กองเสบียง” ผ่านการระดมทุนในรูปแบบต่างๆ เพื่อเป็นการให้กำลังใจศิลปินในการทำงาน ดังที่พลังงานของมิกซ์ได้ทวีตข้อความว่า “พลังงานของมิกซ์ขอส่งกำลังใจเป็นอาหารและเครื่องดื่มทานระหว่างวัน และยินดีกับบทบาทใหม่ที่จะได้รับอย่าง เมื่อนาน” จากซีรีส์ #ปลาบพัว ในโปรเจกต์ซีรีส์ GMMTV2021 ด้วยนะคะ รอติดตามเลย” ซึ่งอาหารก็จะมีสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงถึงการเป็นแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ เช่น สติกเกอร์ รูปภาพ อาหารที่ศิลปินชื่นชอบ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นอาหารทานเล่น อาหารกล่อง เครื่องดื่ม รวมไปถึงอาหารเคลื่อนที่ (food truck) แสดงให้เห็นว่าทุนทางเศรษฐกิจเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการขับเคลื่อนความเป็นแฟนคลับและแสดงออกถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างศิลปินกับแฟนคลับ

ในมิติของทุนทางวัฒนธรรม แฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ ได้มีการส่งสมรรถนะและความรู้ความสามารถในชีวิตประจำวัน แล้วนำมาปรับเปลี่ยนในบริบทของการเป็นแฟนคลับ จะเห็นได้จากการตัดต่อมีมหัวโตผ่านการสร้างสรรค์วัฒนธรรมของกลุ่มแฟนคลับด้วยตนเอง (Do-It-Yourself: DIY) รวมไปถึงการจัดทำภาพเคลื่อนไหวประชาสัมพันธ์ประกอบเพลง (Original Promotional Videos: OPV) ซึ่งเป็นวิดีโอประกอบเพลงที่กลุ่มแฟนคลับจัดทำขึ้นเพื่อมอบให้ศิลปินในโอกาสพิเศษ รวมไปถึงเป็นพื้นที่ปฏิบัติการต่อรองอำนาจการบริโภคของแฟนคลับ และแสดงความต้องการของแฟนคลับต่อผลงานของศิลปิน ตัวอย่างเช่น การจัดทำภาพเคลื่อนไหวประชาสัมพันธ์ประกอบเพลงจากนิยายเรื่อง บุพพติยา (Buparatiya) ประกอบเพลง “เธอคือใคร” ขับร้องโดยมินตรา นานเจ้า ซึ่งมีเอิร์ท พิรพัฒน์ และมิกซ์ สหภาพ เป็นตัวละครหลักในวิดีโอดังกล่าว

โดยเป็นการแสดงความต้องการที่อยากให้บริษัทต้นสังกัดจัดทำซีรีส์เรื่อง บุพพติยา รวมไปถึงการนำบทนิยายมาเล่าเรื่องผ่านเพลงโดยมีตัวละครหลักคือศิลปินที่ชื่นชอบดังคำชมของ BacteriaNabu ผู้แต่งนิยายที่ว่า “งามเอ๋ย... งามไฉนจักเท่าดวงอินทุของพี่ คุณพุดละมุนจริงเจ้าค่ะ เยี่ยงนี้คุณอินจกหุดมือไปที่ใดเลียนอกจากอ้อมกอดของพ่อ หัวใจสีแดง...ถ้าโหวตพระเอกร้ายสุดของ Bacteria คุณพุดนี้ก็นัมเบอร์วันหนึ่งในตองอู อยู่เนเจ้าค่ะ ขำจนลงไปนอนกลิ้ง ปล. ขอบคุนสำหรับ OPV ค่ะ ด้อม #เอิร์ทมิกซ์ ฝีมือเขาแน่นจริง!” แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ มีทักษะการตัดต่อรูปภาพ การจัดทาวีดีโอ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปินที่แสดงถึงอำนาจการต่อรองของผู้บริโภคต่อผู้ผลิต ซึ่งอาจจัดได้ว่าเป็นทุนวัฒนธรรมที่สำคัญของแฟนคลับ มิกซ์ สหภาพ

ดังนั้น ทุนจึงเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนและการสนับสนุนศิลปินของกลุ่มแฟนคลับ โดยเฉพาะทุนทางเศรษฐกิจที่จะช่วยในการสนับสนุนศิลปินในลักษณะของการระดมทุนที่เป็นเงินเพื่อจัดทำกิจกรรมรวมกันภายในกลุ่มแฟนคลับ เช่น การส่งอาหารเพื่อสนับสนุนศิลปินในการทำงาน เป็นต้น ขณะที่ทุนทางวัฒนธรรมนับเป็นการระดมทุนประเภทการสร้างสรรค์วัฒนธรรมในลักษณะของความถนัดตามความรู้ความสามารถของแฟนคลับที่ส่งสมมาทั้งจากการเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้จากหลักสูตรในสถานศึกษา ในมิตินี้ ทุนจึงเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการขับเคลื่อนแฟนคลับและขยายฐานแฟนคลับให้ศิลปินเพิ่มมากขึ้นจากการเข้ามารับชมผลงานที่เกิดขึ้นจากการระดมทุนของแฟนคลับ

unสรุป

แฟนศึกษาได้เปิดพรมแดนความรู้ที่เชื่อมโยงบริบทความสัมพันธ์ระหว่างสื่อสารมวลชนกับกระบวนการผูกพันเชิงอารมณ์ของแฟนคลับ และได้สลายเส้นพรมแดนของการมองว่าแฟนคลับเป็นกลุ่มคนที่แต่ความคลั่งไคล้และไร้สาระสู่การมองแฟนคลับในฐานะพรมแดนความรู้ทางวิชาการโดยเฉพาะในทางวัฒนธรรมศึกษา ในบริบทของวัฒนธรรมย่อยที่มีลักษณะเฉพาะ รวมไปถึงการก่อรูปความเป็นชุมชนขึ้นภายใต้บริบทความสัมพันธ์แบบเครือข่ายทางสังคมและสถาปนาอัตลักษณ์รวมของแฟนเพื่อบ่งบอกถึงความรู้สึกร่วมเดียวกันจนกลายเป็นแฟนด้อม โดยแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ ได้ประกอบสร้าง “ส่วนผสมของมิกซ์” ขึ้นมาในบริบทความสัมพันธ์ภายใต้องค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ คือ 1) ปฏิบัติการสร้างความหมายของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ ผ่านการสถาปนาวัฒนธรรมที่มีความสัมพันธ์กับศาสนาขึ้นมาใหม่ โดยมีศิลปินเป็นศาสดาประกอบกับการก่อตัวขึ้นของแฟนคลับจากซีรีส์นิทานพันดาว 2) ภาษาและmime เป็นการแสดงให้เห็นลักษณะเฉพาะของกลุ่มแฟนคลับจากการสื่อสารภายในกลุ่มระหว่างศิลปินกับแฟนคลับผ่านภาษามิก และการทำmimeศีรษะโตที่แสดงให้เห็นการหยอกล้อกันของแฟนคลับที่มีต่อศิลปิน 3) อัตลักษณ์ของแฟนคลับมิกซ์ สหภาพ มีลักษณะเป็นพลวัตและประกอบสร้างอยู่ตลอดเวลา โดยมีโลกาภิวัตน์เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการสร้างเงื่อนไขความสลับซับซ้อนทางวัฒนธรรมและกระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ขึ้นภายใต้บริบทของชุมชนแฟนคลับ และ 4) ทุนเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนและการสนับสนุนศิลปินของกลุ่มแฟนคลับ โดยเฉพาะทุนทางเศรษฐกิจและทุนทางวัฒนธรรมที่จะแสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับศิลปินได้เพิ่มมากขึ้น

ส่วนผสมของมิกซ์ ได้ฉายภาพให้เห็นถึงความไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีความซับซ้อนของลักษณะแฟนคลับภายในกลุ่ม การก่อรูปของชุมชนแฟนคลับ

ที่แต่ละคนอาจมีที่มาแตกต่างกันและความชื่นชอบที่แตกต่างกัน แฟนคลับบางคนอาจเริ่มติดตามตั้งแต่ศิลปินอยู่ในแฟนเพจ ในฐานะผู้ชายที่มีรูปร่างหน้าตาน่ารัก (cute boy) ซึ่งอาจเป็นการก่อร่างกลุ่มฐานแฟนคลับแรกเริ่มถัดมาเป็นกลุ่มแฟนคลับที่เริ่มติดตามวง Cute Chef Thailand ซึ่งมีมิกซ์ สหภาพเป็นสมาชิกในวงและปัจจุบันเป็นกลุ่มแฟนคลับที่เริ่มติดตามมาจากซีรีส์นิทานพันดาวและปลาบพ้า เป้าหมายสำคัญของแฟนคลับคือการสนับสนุนศิลปินที่ชื่นชอบ อีกทั้งการทำความเข้าใจส่วนผสมของมิกซ์ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการทำความเข้าใจในเชิงคู่ความสัมพันธ์ได้ โดยเฉพาะกลุ่มนอกแฟนด้อมของชาวโลกที่สนับสนุนเอิร์ท พิรพัฒน์ ในฐานะที่เป็นคู่ชีพ อันเป็นผลมาจากการสวมบทบาทตัวละครพระเอกหรือนายเอกของเอิร์ท พิรพัฒน์ และมิกซ์ สหภาพในเรื่องนิทานพันดาว ซึ่งส่วนใหญ่แฮชแท็กในการสนับสนุนศิลปินจะมีความเชื่อมโยงระหว่างมิกซ์กับเอิร์ท เช่น #GojekxEarthMix เป็นต้น รวมไปถึงการทำงานในชีวิตประจำวันก็มักจะเป็นการออกงานคู่กันตามที่บริษัทกำหนด ดังนั้น กลุ่มนอกแฟนคลับจึงได้กลายเป็นองค์ประกอบสอดแทรกในการช่วยขยายอาณาบริเวณของปรากฏการณ์แฟนคลับมิกซ์ สหภาพ ออกไปให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่มีความเป็นพลวัตและมีความซับซ้อนมากกว่าการเป็นแฟนคลับภายในกลุ่มจนอาจเรียกได้ว่าเป็น “วงศาวิทยาของมิกซ์” ซึ่งอาจจะต้องศึกษาในประเด็นดังกล่าวในเชิงลึกต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ชุมชนแฟนคลับของมิกซ์ สหภาพ จึงสะท้อนให้เห็นถึงการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของแฟนคลับขึ้นมา โดยอาศัยภูมิหลังที่สำคัญและได้ทำให้เห็นว่าความเป็นแฟนคลับไม่ได้เป็นสิ่งที่ไร้สาระและควรมีการศึกษามุมมองทางวิชาการในกลุ่มแฟนคลับในกลุ่มอื่นให้ครอบคลุม เนื่องจากแฟนคลับในแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้ทำความเข้าใจสังคมวัฒนธรรม และเศรษฐกิจภายในกลุ่มแฟนคลับได้ดียิ่งขึ้น ขณะที่ความคลุมเครือ

ที่ยังคงวนเวียนอยู่ในความคิดของผู้เขียนจากการอ่านข้อเขียนของกาญจนา แก้วเทพ คือ “สรุปแล้วไม่ใช่แฟน(คลับ) ทำวิจัยแทนได้หรือเปล่า?” เพราะการจะทำความเข้าใจชุมชนแฟนคลับได้ต้องอาศัยการทำความเข้าใจในกรณีศึกษาภายในกลุ่มแฟนคลับ บางครั้งจำเป็นที่จะต้องอาศัยความเข้าใจในฐานะคนใน แต่บางครั้งก็ต้องมองปรากฏการณ์ในฐานะคนนอกด้วย จึงเป็นคำถามที่คลุมเครือในการศึกษาเรื่องที่เกี่ยวกับแฟนคลับของผู้เขียน และการจะช่วยคลายความคลุมเครือนี้ได้ต้องอาศัยการศึกษามุมมองทางวิชาการที่หลากหลายของกลุ่มแฟนคลับโดยเฉพาะด้านอัตลักษณ์และปฏิบัติการสร้างความหมายของแฟนคลับที่อาจมีความแตกต่างออกไปในแต่ละกลุ่ม



เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2563, 13 มิถุนายน). ส่องมูลค่าตลาด ‘ซีรีส์วาย’ เรื่องรัก ‘ชายชาย’ ที่ได้ใจคนดูทุกเพศ. *กรุงเทพธุรกิจ*. สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/884794>
- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). แฟนศึกษา ฉันทมาแล้วจะ. ใน กาญจนา แก้วเทพ, ภัทรา บุรารักษ์, และตปากร พุทธเกส (บ.ก.), *สื่อที่ใช้ ของใครที่ชอบ: การดูหนังโทรทัศน์ท้องถิ่น แฟนคลับ* (น. 292-502). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ณัฐชนน ศุขฤงทอง, และภูวิน บุนนยะเวชชีวิน. (2562). ซีรีส์วาย: ข้อพิจารณาเบื้องต้นทางสถิติ. *International Journal of East Asian Studies*, 23(2), 360-383.
- ไทยโพสต์. (2564, 1 มกราคม). เทรนด์ซีรีส์วายยังปังต่อไป 64. *ไทยโพสต์*. สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/88535>
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. (2553). *ขบวนการเคลื่อนไหวของเกย์ในสังคมไทย ภาควิชาปฏิบัติการและกระบวนการทัศน์* (วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. (2558). *ควีรี่กับการวิพากษ์มานุษยวิทยากระแสหลัก*. สืบค้นเมื่อ 4 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.sac.or.th/databases/anthropology-concepts/articles/1>

- บูร์ดิเยอ, ปีแอร์. (2550). *เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์* [Raisons pratiques: sur la theorie de l'action, chapitre 6.] (ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: คบไฟ.
- พัน ฉัตรไชยยันต์. (2561). *วัฒนธรรมแฟน: กรณีศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา เบิก ผลิตภัณฑ์ แฟนคลับ* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2556). มโนทัศน์ชนชั้นและทุนของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ. *วารสารเศรษฐศาสตร์การเมืองบูรพา*, 2(1), 29-44.
- วิลาสินี พนานครทรัพย์. (2560). วิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาในชุมชนออนไลน์. *วารสารธรรมศาสตร์*, 36(2), 58-76.
- สายชล ปัญญชิต. (2553). *ฟุตบอลแฟนคลับในสังคมไทยสมัยใหม่: ศึกษากรณีสโมสรเมืองทองทองหล่อจอกู่ในเต็ด* (วิทยานิพนธ์สังคมวิทยามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- สุปรีดา ซอล่าโย. (2549). *เครือข่ายการสื่อสารและการดำรงอยู่ของแฟนคลับ ธงชัย แมคอินไตย์* (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ปทุมธานี.
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2561). *อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อาจินต์ ทองอยู่คง. (2555). “เป็นแฟนบอลมันมีอะไรมากกว่าดูบอล”: ปฏิบัติการสร้างวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย. *วารสารสังคมวิทยามานุษยวิทยา*, 31(1), 69-104.

ภาษาอังกฤษ

- Barendregt, B. (2012). Diverse digital worlds. In H. A. Horst, & D. Miller (Eds.), *Digital anthropology* (pp. 203-224). New York: Berg.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241-258). New York: Greenwood.
- De Certeau, M. (1984). *The practice of everyday life*. Berkeley: University of California Press.
- Fiske, J. (2010). *Understanding popular culture* (2nd Edition). New York: Routledge.
- Giddens, A. (1990). *The consequences of modernity*. Cambridge: Polity Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Lycaenion. (2015). [KPOP 101] Learn about K-pop Fan Club's Names & Origins. Retrieved April 30, 2021, from <https://www.hellokpop.com/editorial/kpop-101-learn-k-pop-fan-clubs-names-origins/>
- Nożewski, J., & Trzcińska, J. (2016). Social media at the service of fandoms – the process of users involvement in the prosumption culture. In A. Węglińska, & B. Węgliński (Eds.), *New media in popuworld: Tools, threats and social phenomena* (pp. 15-33). Wrocław: ATUT.

Shifman, L. (2013). Memes in a digital world: Reconciling with a conceptual troublemaker. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 18(3), 362-377.

Taylor, J. (2013). Claiming queer territory in the study of subcultures and popular music. *Sociology Compass*, 7(3), 194-207.

สัมภาษณ์

ส่วนผสมของมิกซ์คนที่ 1. (4 พฤษภาคม 2564), สัมภาษณ์ส่วนตัว.
 ส่วนผสมของมิกซ์คนที่ 2. (4 พฤษภาคม 2564), สัมภาษณ์ส่วนตัว.
 ส่วนผสมของมิกซ์คนที่ 3. (4 พฤษภาคม 2564), สัมภาษณ์ส่วนตัว.
 ส่วนผสมของมิกซ์คนที่ 4. (5 พฤษภาคม 2564), สัมภาษณ์ส่วนตัว.
 ส่วนผสมของมิกซ์คนที่ 5. (5 พฤษภาคม 2564), สัมภาษณ์ส่วนตัว.
 ส่วนผสมของมิกซ์คนที่ 6. (5 พฤษภาคม 2564), สัมภาษณ์ส่วนตัว.



ระดับของการตีตราทางเพศ ที่เกิดขึ้นกับนักเรียนข้ามเพศ ในเชียงใหม่

Level of Sexual Stigma Among
Transgender Students in Chiang Mai

กิตติวิทย์ เดชชวานากร*
Kittiwin Dhedchawanagon

รับบทความ 22 มีนาคม 2564

แก้ไขบทความ 4 มิถุนายน 2564

ตอบรับบทความ 19 กรกฎาคม 2564

* นักวิจัย ดร. แผนงานเสริมสร้างศักยภาพและพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ตามทิศทางยุทธศาสตร์การวิจัยและนวัตกรรม ประจำปี 2562 สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

Researcher Ph.D. Potential building and development programs for young researchers, according to the strategic direction for research and innovation 2019, the National Research Council of Thailand (NRCT)

Corresponding author e-mail: kittiwin_cmu@hotmail.com