

TikTok กับการประกอบสร้างโลกความเป็นจริงของตัวตนในยุคดิจิทัล*

TikTok and the Construction of Reality for Self Identity in the Digital Age *

วันที่รับบทความ: 16 ก.พ. 67

กฤษณะ แสงจันทร์**

วันที่แก้ไขบทความ:

Kritsana Sangchan**

ครั้งที่ 1 : 8 มี.ค. 67

เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์***

วันที่ตอบรับ: 28 มี.ค. 67

Katekanok Chumpradit***

บทคัดย่อ

การประกอบสร้างความจริงทางสังคมนั้น เป็นทฤษฎีทางการสื่อสารที่มุ่งเน้นศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนที่ได้สื่อสารเรื่องราวจนผู้รับสารมีความเชื่อ และมองว่าประเด็นที่สื่อสารนั้นเป็นเรื่องจริง แม้จะไม่ว่าความจริงแท้เป็นอย่างไรก็ตาม ซึ่งการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาร่วมกับแพลตฟอร์มดิจิทัล TikTok ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มที่เติบโตและครองใจผู้รับสาร

* บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

** นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต (นศ.ด.) สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*** D.C.A Student, Doctor of Communication Arts, Department of Doctoral of Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University.

*** ประ.ด. (การสื่อสารมวลชน) หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2553) ปัจจุบันเป็นประธานหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต (นศ.ด.) สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

*** Ph.D. (Mass Communication) Doctor of Philosophy Thammasat University (2010) Currently is the D.C.A Head, Doctor of Communication Arts, Department of Doctoral of Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University.

ในปัจจุบัน ทำให้ผู้รับสารเปลี่ยนตนเองเป็นผู้ส่งสาร และทำหน้าที่ในการใช้สื่อดังกล่าวประกอบสร้างความจริงให้กับสังคม

จากการศึกษาและวิเคราะห์ทำให้ พบว่า แพลตฟอร์ม TikTok นั้น ประกอบสร้างความจริงในสังคมผ่านตัวตนของผู้ส่งสาร ในรูปแบบต่าง ๆ (1) การเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ หรือสร้างความบันเทิง (2) การเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือ “กูรู” (3) การเป็นนักคิดสร้างสรรค์ และ (4) การเป็นนักขายที่มีสไตล์และตัวตนบนโลกออนไลน์ ซึ่งการประกอบสร้างดังกล่าวนี้มีกลวิธีที่แตกต่างกันออกไป โดยอาศัยเครื่องมือของแพลตฟอร์ม TikTok คือ (1) การใช้ฟิลเตอร์ในการสร้างใบหน้าให้สดใสกว่าความเป็นจริง (2) การใส่ข้อความและกราฟิกสติ๊กเกอร์ประกอบ (3) การใส่เสียงเพลงหรือดนตรีประกอบ และ (4) การถ่ายทอดสด (Live)

อย่างไรก็ตาม การประกอบสร้างความจริงในความเป็นตัวตนของผู้ส่งสารนั้น อาจไม่ได้สะท้อนความเป็นตัวตนของผู้ส่งสาร หรือ TikToker คนนั้นเสมอไป เพราะพฤติกรรม บทบาท การแสดงออก ที่เห็นอาจเป็นเพียงโลกของความหมาย ที่ผู้รับสารได้มองหรือเชื่อในสิ่งที่ TikToker สื่อสารออกมา

คำสำคัญ: การประกอบสร้างความจริงทางสังคม แพลตฟอร์ม TikTok ชุติจิทัต

Abstract

The construction of social reality is a communication theory that focuses on studying the role of mass media in communicating stories until the receiver believes them and perceives them as true, even though the actual truth may be unknown. This study was conducted in collaboration with the digital platform TikTok, which is a growing platform that captivates today's audience. The receiver transforms into the messenger and fulfills their duty by using such media to create truth for society.

Through the study and analysis, it was discovered that the TikTok platform shapes reality in society through the identities of messengers in various forms: (1) as entertainers or creators

of entertainment, (2) as knowledgeable individuals, experts, or "gurus," (3) as creative thinkers, and (4) as online product sellers with unique styles and identities. Each construction employs different strategies, utilizing the tools of the TikTok platform such as filters to enhance appearances, adding text and graphic stickers, incorporating music or background music, and engaging in live broadcasts.

However, the construction of reality by the messenger for self-identity may not always accurately reflect the messenger or TikToker's true identity. The behaviors, roles, and expressions observed may only represent a world of meaning that the receiver has interpreted or believed based on what the TikToker communicated.

Keywords: Social Reality Construction, Platform, TikTok, Digital Age

บทนำ

จากการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัล ยุคที่มีอิทธิพลในสังคมไทย โดยเฉพาะสื่อดิจิทัลที่เข้ามาครองใจคนไทยจำนวนมาก จากหลากหลายแพลตฟอร์มนั้น แต่มีอยู่แพลตฟอร์มหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมและเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด คือ TikTok แพลตฟอร์มที่นำเสนอวิดีโอสั้น โดยมีเครื่องมือที่ติดมาพร้อมกับแอปพลิเคชัน ทั้งการสร้างข้อความ เสียงเพลง คนตรี การถ่ายทอดสด รวมถึงสติกเกอร์อารมณ์ต่าง ๆ หรือแพลตฟอร์มดังกล่าว ก็ช่วยให้ สามารถคิดหรือนำเสนอ ได้หลากหลายเรื่องราวและที่สำคัญ สร้างปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ ในสังคม คือ สามารถเปลี่ยนผู้รับสาร ในอดีตที่ต้องติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชน ให้กลายเป็นผู้ส่งสารเองที่มีอิทธิพลต่อสังคมไทย และอาจส่งผลต่อไปในระดับ โลกก็เป็นได้ เพราะแพลตฟอร์มดังกล่าวเชื่อมโลกเข้าไว้ด้วยกัน จากการใช้งานจากจำนวนผู้ใช้งานมหาศาล

จากอิทธิพลดังกล่าวที่ผู้รับสารได้เปลี่ยนตนเองเป็นผู้ส่งสาร และใช้แพลตฟอร์ม TikTok เป็นเครื่องมือสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจน โดยการใช้ช่องทางสื่อสารมีพลังอำนาจในการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และที่สำคัญนำไปสู่ความเชื่อมั่นอาจหมายถึง สื่อนั้น หรือผู้ส่งสารผู้นั้น หรือ TikToker คนนั้น กำลังประกอบสร้างความจริงทางสังคมบางอย่าง คือ ทำให้สังคมเข้าใจ และ

เชื่อว่าสิ่งที่บุคคลนั้นนำเสนอ คือ ความจริง แต่ในความจริงดังกล่าวนั้นอาจไม่ใช่ความจริงแท้ อาจเป็นเพียงความเข้าใจของผู้รับสารหรือผู้ติดตาม (Follower) ที่เข้าใจและเชื่อในสิ่งที่กำลังรับรู้อยู่ ซึ่งการประกอบสร้างความจริงทางสังคมดังกล่าวนี้ เกิดขึ้นในอดีตในช่วงเวลาที่สื่อมวลชนมีอิทธิพลกับสังคม และเป็นผู้ทำให้สังคมนั้น ๆ เชื่อได้ว่าสิ่งที่สื่อมวลชนนำเสนอ คือ ความจริง แม้ตัวของผู้รับสารจะยังไม่เคยพบ ไม่เคยทดลอง ไม่เคยรู้ แต่เมื่อสื่อแนะนำเสนอก็จะเชื่อว่ามันคือความจริง ซึ่งการมาของ TikTok ก็เป็นปรากฏการณ์ ที่การประกอบสร้างความจริงทางสังคม กลับมามีอิทธิพลและบทบาทเป็นอย่างมาก

“ความจริง” อาจไม่ใช่ความจริงเสมอไป และสิ่งที่เห็นผ่านแพลตฟอร์ม TikTok นั้น อาจไม่ใช่สิ่งที่เป็นก็เป็นได้ กล่าวคือ การเห็นบุคคลที่ออกมานำเสนอเรื่องราวตลก ทำให้ผู้รับสารเชื่อว่าเขานั้น คือ คนตลก นั่นอาจไม่ใช่ความจริงแท้ อาจถูกผู้อื่นประกอบสร้างความเชื่อ ความเข้าใจ จนคิดว่าเป็นจริง เพราะความจริงแท้ บุคคลนั้นอาจเป็นผู้ที่จริงจังกับชีวิต มีเรื่องราวรอบตัว ไม่ได้ตลก อย่างที่สะท้อนผ่านสื่อ ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อการประกอบสร้างความจริง ที่ไม่ใช่ความจริงของตัวบุคคลนั้น หรือเรื่องนั้น ๆ ถูกลำเอียง ซึ่งปัญหาการทุจริต การเป็นมิชฌาชีพ บนโลกออนไลน์ได้เผยแพร่ง่ายดาย ดังจะเห็นได้จากปัจจุบันที่เกิดกระแสข่าวการใช้พื้นที่ส่วนตัวบนโลกออนไลน์ สร้างตัวตนปลอมขึ้นมาและนำไปสู่การหลอกลวงในรูปแบบต่าง ๆ โดยเฉพาะการใช้พื้นที่ของ TikTok สร้างตัวตนให้คนหลงเชื่อ สุดท้ายก็ใช้ความเชื่อใจ หรือนั่นก็หมายถึง ความจริงที่ถูกประกอบสร้างมาจนเชื่อใจ นำกลับมาใช้หลอกลวง นั่นหมายถึง การประกอบสร้างความจริงนั้น แม้ไม่ใช่ความจริง แต่ก็ทรงพลังและทำให้ผู้อื่นเข้าใจเป็นเช่นนั้นได้

จากปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ ในการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน หรือด้านนิเทศศาสตร์ เป็นประเด็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาถึง “ความเชื่อ” ที่เชื่อว่าสิ่งที่เห็นผ่านการสื่อสารบนโลกของ TikTok นั้น เป็น “ความจริง” เพราะเหตุใดผู้ที่ติดตามเรื่องราว หรือตัวบุคคลนั้น ถึงได้ตีความว่าสิ่งที่ TikToker ถ่ายทอดเป็นความจริงทั้ง ๆ ที่ยังไม่มีโอกาสได้รู้จักตัวคนที่แท้จริง แอปพลิเคชัน TikTok มีเครื่องมือหรือปัจจัยใดเข้ามามีส่วนร่วมกับการสร้างความจริงที่ทำให้ผู้รับสารเชื่อ ผู้เขียนจะร่วมวิเคราะห์และสะท้อน เพื่อชวนให้เกิดการมองและร่วมกันคิดไปกับปรากฏการณ์ดังกล่าวผ่านทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคมที่จะช่วยอธิบายและฉายภาพของปรากฏการณ์ดังกล่าวไปด้วยกัน โดยทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคมนั้น จะนำมาช่วยอธิบาย

การสร้างความจริงของตัวบุคคลนั้นๆ แล้วทำให้สังคมเชื่อว่าสิ่งนั้นเป็นเรื่องจริง บุคคลนั้นมีวิธีการประกอบสร้างความจริงอย่างไร มีกลวิธี หรือกระบวนการอย่างไร ที่เมื่อทำภายใต้แพลตฟอร์ม TikTok แล้วนั้น สามารถที่จะสื่อสารได้อย่างมีพลังอำนาจ แล้วความจริงที่เห็นอยู่ในโลกของ TikTok เป็นแนวทางไหนบ้าง ถูกนำเสนอออกมาในลักษณะใด เพื่อให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อ ความเข้าใจ และมองว่าสิ่งนั้นคือ “ความจริง” บนแพลตฟอร์ม TikTok แพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของคนไทย

ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงทางสังคม

ทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality) ได้นำเสนอผ่านหนังสือ The Social Construction of Reality ของ Peter L. Berger และ Thomas Luckmann เมื่อปี 1966 ได้อธิบายการสร้างความจริงทางสังคมว่าเป็นผลที่เกิดขึ้นจาก “กระบวนการทางสังคม” ที่ได้ผ่าน “การตีความ” และ “การสื่อสารระหว่างบุคคลในสังคม” ซึ่งหมายถึง ค่านิยม ความเชื่อที่เราทุกคนในสังคมต่างยอมรับไว้ว่าเป็น “ความจริง” ผ่านการสร้างขึ้นและรักษาไว้ในสังคมนั้นๆ ซึ่งนอกเหนือจากการสร้างขึ้นแล้ว ยังผ่านกระบวนการรักษาและส่งเสริมความจริงเหล่านั้น ผ่านศาสนา การศึกษา หรือระบบกฎหมายในสังคม ซึ่งความจริงที่ถูกสร้างขึ้นในสังคมนั้นๆ บุคคลและกลุ่มบุคคลมีการตีความและทำความเข้าใจ กับความจริงเหล่านั้น แต่ทั้งนี้ก็มีความยืดหยุ่นในความจริงเหล่านั้น เปลี่ยนแปลงได้หากบริบทของสังคมเปลี่ยนไป (Berger & Luckmann, 1966)

โลกแห่งความเป็นจริงในชีวิตประจำวันของเราทุกคน ล้วนแต่เป็นอัตวิสัยร่วมที่เกิดขึ้นจากการประกอบสร้าง (Construction) ระหว่างความเป็นจริงที่นำมาจากคนอื่น ผสมกับความเป็นจริงที่เราสร้างขึ้นเอง ซึ่งหากกล่าวถึงความเป็นจริงที่มนุษย์ตีความนั้น มนุษย์มีกระบวนการทางจิตเป็นตัวกลาง กล่าวคือ ก่อนที่มนุษย์จะตอบสนองต่อปฏิกิริยาใดนั้น มนุษย์ได้รู้จักคิด ได้รู้สึก ได้ให้ความหมาย ได้ตีความ ก่อนที่จะทำ (กาญจนา แก้วเทพ, คำจร หลุยยะพงศ์, จันทนา ทองประยูร, บุษบา สุธีธร และสมสุข หิน, 2557, น. 7)

หากจะคิดในเห็นภาพชัดยิ่งขึ้นถึงการตีความของมนุษย์ กล่าวคือ หากพูดถึงชั่วโลกเหนือ เราทุกคนจะรับรู้ถึงความหนาวเย็นสุดขีด หนาวชนิดที่ว่าต้องนำเสื้อหนาๆ ออกมาใส่ เพราะอุณหภูมิติดลบ ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงแล้ว เราอาจจะยังไม่เคยได้มีโอกาสไปยืนอยู่ที่ชั่วโลกเหนือเลยสักครั้ง แต่สิ่งที่เรารับรู้นั้นมาจากประสบการณ์ที่เรามี เราเข้าใจ เราตีความ จากการได้ยิน ได้ฟัง

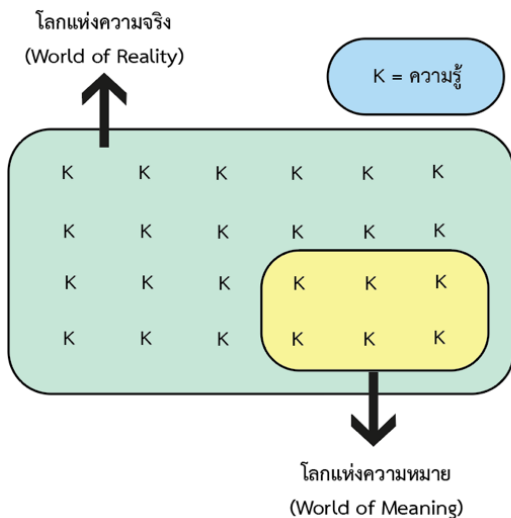
หรือได้เห็น จากคนรอบข้าง จากผู้อื่น ที่สำคัญ อคติที่ทำให้ประชาชน หรือคนในสังคมเข้าใจร่วมกันนั้น คือ สื่อมวลชน เพราะการสื่อสารของสื่อมวลชนจนเกิดเป็นประสบการณ์ความเข้าใจและเชื่อว่าสิ่งที่เราเข้าใจนั้น คือ ความจริง หรือแม้กระทั่ง การที่เราเห็นภาพจากโฆษณาในชีวิตประจำวัน เช่น เราเห็นภาพไก่ทอดที่กรอบเสียงดัง หอมกรุ่น ทางโฆษณาผ่านสื่อมวลชนต่าง ๆ เราจะเชื่อว่า ไก่นั้น กรอบจริง หอมจริง อร่อยจริง ผ่านการตีความด้วยความรู้ และประสบการณ์ที่เรารู้ว่า เมื่อนำไก่ลงไปทอดในน้ำมันจะมีความกรอบ แต่เมื่อเราได้รับประทานไก่ทอดนั้นจริง ๆ ไข่ว่าจะกรอบอย่างที่คิดไว้ ไข่จะนำเข้าปากเคี้ยวแล้วจะเสียงดังเหมือนในโฆษณา เพราะในโลกความจริง เมื่อไก่ทอดไวนานก็หายกรอบได้ และกลิ่นที่หอมจากภาพนั้น เมื่อไ้ทิ้งไวนาน อาจจะเหม็นหืน ก็เป็นไปได้ ดังนั้น ความจริงที่เราประกอบสร้างขึ้น ไข่จะเป็นความจริงแท้เสมอไป หากแต่ขึ้นอยู่กับ การตีความผ่านประสบการณ์และความรู้ที่เราพึงมีจากการนำเสนอของสื่อมวลชน

การประกอบสร้างความเป็นจริงให้เกิดขึ้นได้นั้น มีข้อสันนิษฐานและการศึกษาที่หากย้อนไปในยุคที่สื่อมีอิทธิพลและผลกระทบในวงกว้าง ช่วงปี ค.ศ. 1960-1980 ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าวนั้นเป็นช่วงเวลาที่เกิดเทคโนโลยีการสื่อสารผ่านโทรทัศน์ที่มีภาพและเสียง และกว่าร้อยละ 90 ครึ่งเรือนจะมีโทรทัศน์เพื่อรับชมข่าวและความบันเทิง ทำให้ในช่วงเวลานั้นหากมีอะไรนำเสนอผ่านโทรทัศน์ซึ่งเป็นเรื่องกระแสหลักจะสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างประสบการณ์แก่ผู้รับสาร ถูกประกอบสร้างเป็นความจริงในแบบที่ต้องการให้ประชาชนเข้าใจ จึงเกิดประสบการณ์ความเข้าใจ และเกิดเป็นโลกของความหมายที่ประชาชนเชื่อและเข้าใจ เรียกได้ว่า เมื่อสื่อมวลชนนำเสนอเรื่องราวใดก็จะทำให้ประชาชนเชื่อว่าสิ่งที่สื่อมวลชนนำเสนอ นั้น คือ ความจริง ทั้ง ๆ ที่ประชาชนยังไม่เคยได้สัมผัสกับสิ่งนั้นเลย ผ่านภาพ เสียง ข้อความ การเล่าเรื่องที่สื่อมวลชนประกอบสร้างขึ้นมา นั้น ทำให้เชื่อว่าเป็นความจริง

ด้วยแนวคิดของทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม ที่มุ่งประกอบสร้างอัตวิสัยความเป็นจริงให้เกิดขึ้นในสังคม จึงได้ถูกนำมาใช้เพื่อการสื่อสารบางอย่างให้กับตัวบุคคล และทำให้ตัวบุคคลนั้นได้รับความสนใจไปในทิศทางที่ดี และไม่ดี ซึ่งขึ้นอยู่กับ การประกอบสร้างความเป็นจริงที่เกิดขึ้น ทำให้ตัวบุคคลได้รับความเชื่อถือ หรือเข้าใจในความจริงเกี่ยวกับตัวบุคคลนั้น ๆ โดยหากกล่าวถึงการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality Theory) ซึ่งเป็นทฤษฎีในด้านการสื่อสารนั้นได้มองความจริงที่เกิดขึ้นใน 2 โลก โดย

Berger & Luckmann (1966 อ้างอิงใน นลินทิพย์ เนตรวงศ์, 2559) เห็นว่า ในกระบวนการรับรู้ และ เข้าใจความหมายของคนแต่ละกลุ่มนั้นจะแตกต่างกัน เพราะคนเราแต่ละคนจะมีโลกแวดล้อมตัว อยู่ 2 โลก ประกอบด้วย โลกแห่งความจริง (World of Reality) และ โลกแห่งความหมาย (World of Meaning)

โลกแห่งความจริง (World of Reality) หมายถึง โลกที่เราสามารถสัมผัสได้ด้วย ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของตนเอง ทั้งจากสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและจากสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เราสามารถรับรู้และเข้าใจจากการเข้าไปสัมผัสด้วยตัวเอง เรียกได้ว่า เกิดเป็นความรู้และ ประสบการณ์ที่จะติดตัวของเราหรือผู้รับสาร ส่วนโลกแห่งความหมาย (World of Meaning) หมายถึง โลกที่ประกอบขึ้นด้วยความหมาย ซึ่งถูกประกอบสร้างขึ้นนี้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม ดังนั้นแล้ว คนในแต่ละสังคมจึงตีความหมายของสิ่งต่าง ๆ ทางกายภาพไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบท เวลา สถานที่และวัฒนธรรม เช่น หากกล่าวถึงแหวน ก็คือวัตถุที่สวมใส่ในนิ้ว มีมูลค่า มีราคา แต่เมื่อมาอยู่ในบริบทของสังคมไทย และผ่านการประกอบสร้างความจริงบางอย่าง ให้กับแหวน ทำให้แหวนแทนความหมาย ความรัก ความผูกพัน ที่เชื่อมกันระหว่างหญิงชาย เป็นเครื่องหมายของการหมั้นหมายและแทนการแต่งงาน เป็นต้น หรือหากกล่าวถึงสินค้าแบรนด์เนม ในโลกของความเป็นจริง สินค้าเหล่านั้นก็เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอยู่ทั่วไป แต่เมื่อใดที่สินค้านั้น มีโลโก้ หรือสัญลักษณ์ ของแบรนด์ดัง ๆ ที่ผ่านมายาวนาน กลายเป็นสินค้านำเสนอ เป็นของมีค่า ซึ่งความหมายของความมีค่าเหล่านี้ ได้ผ่านการประกอบสร้างมาอย่างยาวนานนั่นเอง



ภาพที่ 1 แบบการประกอบสร้างความจริงระหว่างโลกแห่งความจริง และโลกแห่งความหมาย

จากโมเดลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าในโลกของความจริงที่มีข้อมูลความรู้ที่ผู้รับสารจะสามารถสัมผัสได้นั้นมีอยู่จริง และมีอยู่ในพื้นที่ที่มากมาย หากแต่ในความจริงแล้วนั้น ผู้รับสารจะมีความรู้ ความเข้าใจ ที่แตกต่างกัน ซึ่งในกรณีความ ผู้รับสารจะใช้ ประสบการณ์ที่มีมาช่วยวิเคราะห์และทำความเข้าใจ จนเกิดพื้นที่มุมมองต่าง หรือที่เรียกว่า “โลกแห่งความหมาย” ซึ่งถ้าหากจะเปรียบกับการติดตามตัวบุคคลในโลกของ TikTok แล้วนั้น อาจกล่าวได้ว่า ในความเป็นจริงหรือในสิ่งที่ตัวบุคคล หรือคน ๆ นั้นเป็น มีความจริงอยู่ในพื้นที่ ๆ หนึ่งที่ให้ผู้รับสารได้สัมผัสได้เรียนรู้ แต่เมื่อผู้รับสารเห็นคลิปจาก TikTok เห็นการสร้างเนื้อหา เรื่องราว ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง หรือในมุมใดมุมหนึ่ง ก็จะทำให้ ผู้รับสารวิเคราะห์ตัวบุคคลนั้นออกมาในแบบที่คิดเนื่องมาจากมีประสบการณ์ร่วมกับตัวบุคคลนั้น ทำให้สิ่งที่เห็น หากว่าไปแล้วนั้น อาจไม่ใช่ความเป็นจริงของตัวบุคคลนั้น แต่อาจมาจากการประกอบสร้างจนตัวผู้รับสารเข้าใจคน ๆ นั้น ในแบบนี้จริง ๆ

ทฤษฎีการประกอบสร้างความจริงในยุคดิจิทัล

เมื่อเข้าถึงในยุคปัจจุบัน เป็นยุคที่เกิดแพลตฟอร์มการสื่อสารที่หลากหลาย จากที่ในอดีตเกิดสื่อโทรทัศน์เข้ามามีบทบาทเป็นสื่อสมัยใหม่ในช่วงเวลานั้น ปัจจุบันก็เกิดสื่อสมัยใหม่ที่พัฒนาไปมากกว่าโทรทัศน์ เช่น สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ รวมถึงอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ ที่ใช้พกพา และสามารถสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ จากที่ในอดีตการประกอบสร้างความจริงถูกสื่อสารผ่านภาพและเสียงในโทรทัศน์ ปัจจุบัน การประกอบสร้างความจริงถูกประกอบสร้างภาพ เสียง รวมถึงเทคนิคพิเศษต่าง ๆ ที่มาในอุปกรณ์ดิจิทัล ที่สำคัญ ไม่มีมิติในเรื่องพื้นที่ และเวลา เมื่อเปรียบเทียบกับยุคสมัยของสื่อโทรทัศน์ ที่ยังมีเรื่องเวลา ความถี่ และพื้นที่การนำเสนอที่จำกัด แต่สื่อดิจิทัลปัจจุบัน ความถี่ เวลา และพื้นที่ ไม่ใช่ข้อปรสรรคอีกต่อไป การประกอบสร้างความจริงทางสังคม จึงเข้ามามีบทบาทและทำได้อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนั้น ในอดีตการนำเสนอเนื้อหาต่าง ๆ ต้องเป็นสื่อมวลชน คือ กลุ่มคนที่สำเร็จการศึกษาทางด้านวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ และสื่อสารมวลชน แต่ในปัจจุบันนี้ ประชาชนสามารถที่จะแสดงออกบทบาทในฐานะการเป็นสื่อสื่อสาร สร้างสรรค์เนื้อหา (User Generate Content) ไปสู่สังคมได้ เพราะด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย เอื้อต่อการผลิตสื่อหรือเนื้อหาที่ง่ายขึ้น ทั้งการสร้างสรรค์ข้อความ เสียงดนตรี เสียงเพลงประกอบ รวมถึงกราฟิกทันสมัยที่สามารถสร้างขึ้นมาได้ง่ายขึ้น และผู้รับสารต่างก็มีมุมมองและความคิดเห็นของตนเองเป็นต้นทุนสำคัญอยู่แล้ว จึงส่งผลให้เกิดการสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยตนเอง ทั้งการถ่ายภาพ การสร้างสคริปต์บทความ รวมถึงการผลิตคลิปวิดีโอ ซึ่งกำลังได้รับความนิยม โดยเฉพาะคลิปวิดีโอสั้น ที่ง่ายขึ้นต่อการผลิตผ่านอุปกรณ์ดิจิทัลต่าง ๆ และเผยแพร่ออกไปในวงกว้าง เปลี่ยนจากผู้รับสารเป็นผู้ส่งสาร ซึ่งส่งออกไปหลากหลาย ช่องทางดิจิทัลในยุคปัจจุบัน

การสร้างสรรค์เนื้อหาด้วยตนเองหรือ User Generate Content ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ความเป็นดิจิทัลอย่างเต็มตัว ทุกคนล้วนใช้เทคโนโลยีมาสื่อสารมาประกอบสร้างความเป็นจริงในแบบตนเองเห็นว่าเป็นจริง ซึ่งเกิดเป็นการสื่อสาร ไปยังผู้ที่ติดตามจำนวนมาก จนทำให้เกิดครีเอเตอร์หรือนักสร้างสรรค์เรื่องราวขึ้นเป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากการประกาศรางวัล TikTok Awards Thailand 2022 เป็นการประกาศผลแห่งความพยายามทุ่มเทของผู้สร้างคอนเทนต์บน TikTok ที่จัดขึ้น เพื่อยกย่องครีเอเตอร์ ผู้สร้างกระแสและ

รางวัลที่มอบให้กับสังคม โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) People's Choice รางวัลที่มอบแด่สุดยอด ศิลปิน ดารา ครีเอเตอร์ ดาวรุ่ง โลฟสตรีมเมอร์ หรือเพลงที่เป็นไวรัล ซึ่งเป็นผู้สร้างคอนเทนต์แห่งปี 2) Hall of Fame รางวัลสำหรับครีเอเตอร์ ผู้สร้างคอนเทนต์ที่มีความโดดเด่นในแต่ละสาขา ทั้งแฟชั่น และบิวตี้ อาหาร เกมส์ ให้ความรู้ โลฟสไตล์ กีฬา และ 3) Special Awards รางวัลที่มอบให้กับพันธมิตรของ TikTok ในแง่มุมมองของการเป็นผู้สร้าง ความบันเทิงและผู้ขับเคลื่อนสังคมเชิงบวก (TikTok, 2565)



ภาพที่ 2 ภาพครีเอเตอร์จากแอปพลิเคชัน TikTok ที่ได้รับรางวัลประเภทต่างๆ ในงาน

TikTok Awards Thailand 2022

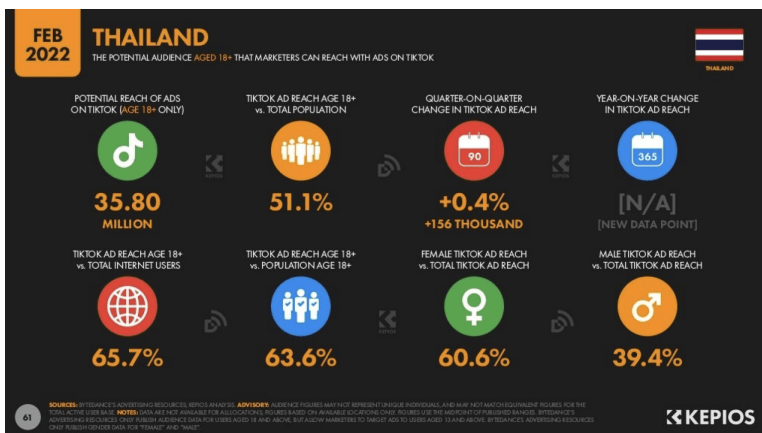
(ที่มา : TikTok, 2565)

การเกิดแอปพลิเคชันการสื่อสารที่มีชื่อว่า TikTok ขึ้นมาใหม่ ซึ่งหากกล่าวถึงการสร้างความหมายของตัวบุคคลผ่านแพลตฟอร์ม TikTok นั้น เป็นสิ่งที่น่าสนใจ กล่าวคือเราสัมผัสได้ผ่านคลิปวิดีโอเป็นสัมผัสที่จะบอกว่าคนที่เราหรือผู้รับสาร ได้ติดตามนั้นเป็นอย่างไร สิ่งนั้นทำให้เราเห็นความจริง นอกเหนือจากนั้น เมื่อสัมผัสพฤติกรรมอยู่ประจำบ่อยๆ เราก็จะตีความและให้

ความหมายคนที่อยู่บน TikTok นั้น แท้จะว่าไปแล้วนั้น เรายังไม่รู้จริงๆ ว่าหากเราได้พบตัวจริงของเขานั้น ของคน ๆ นั้น โลกของความจริงที่เราได้สัมผัสด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ยังจะเป็นเหมือนที่เรารู้และเข้าใจผ่านช่องทาง TikTok อยู่ไหม

TikTok แพลตฟอร์มครองใจคน

การเปลี่ยนแปลงของสื่อออนไลน์นั้น ในปี 2022 เป็นอีกปีที่เห็นถึงการเติบโตของสื่อออนไลน์อย่างเห็นได้ชัด ซึ่งจากผลการสำรวจ TikTok Data Stat & Insight 2022 พบว่า คนไทยมีการใช้งานแพลตฟอร์ม หรือแอปพลิเคชัน TikTok ที่เป็นผู้ใช้งานที่โฆษณาสามารถเข้าถึงได้ และมีอายุ 18 ปีขึ้นไป พบว่า ประเทศไทยอยู่อันดับที่ 8 ของโลก ด้วยการเข้าถึงของคนจำนวนมากถึง 35.8 ล้านคน หรือคิดเป็น 63.6% ของประชากรทั้งประเทศที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป คิดเป็นสัดส่วนของประชากรทั้งประเทศกว่า 51.1% เรียกได้ว่า ประชากรเกินครึ่งของประเทศไทยให้ความสำคัญและใช้แอปพลิเคชัน ดังกล่าว ทั้งนี้ยังไม่นับรวมประชากรที่อายุน้อยกว่า 18 ปีอีก (Nattapon Muangtum, 2565) จากข้อมูลดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงพลังของแพลตฟอร์ม TikTok ที่เติบโตในปี 2022 และมีทิศทางของการเติบโตอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย



ภาพที่ 3 สรุปข้อมูลการใช้แพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ประเภทต่าง ๆ ปี 2022 ของประเทศไทย

(ที่มา : Nattapon Muangtum, 2565)

แพลตฟอร์ม TikTok มีอิทธิพลต่อโลกในปัจจุบัน ด้วยความนิยมแพร่หลายอย่างรวดเร็ว ผนวกกับการเติบโตของการใช้อินเทอร์เน็ต ทำให้ TikTok เข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวัน ดังจะเห็นกระแสที่กำลังเป็นประเด็น คือ การที่ประเทศมหาอำนาจอย่างสหรัฐอเมริกา ได้เริ่มตั้งแต่การควบคุมดูแลเนื้อหาใน TikTok รวมถึงสอบถามถึงแผนการเก็บรักษาข้อมูลผู้ใช้งานในอเมริกาจากรัฐบาลกรุงปักกิ่ง และกรณีการสอดแนมผู้สื่อข่าวหลายคน ซึ่งทั้งนี้สะท้อนถึงความมั่นคงของประเทศด้วย รวมถึงความกังวลว่า TikTok อาจถูกใช้เป็นเครื่องมือนำเสนอเนื้อหาที่สนับสนุนผู้นำจีน หรือแนวคิดของพรรคคอมมิวนิสต์จีน (AP, 2566) ประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงเนื้อหาที่ถูกนำเสนอผ่าน TikTok มีผลต่อการรับรู้และเข้าใจของผู้รับสารมากด้วยเช่นกัน

TikTok จึงเป็นแอปพลิเคชันที่เข้ามาอยู่ในชีวิตประจำวันของผู้ใช้สื่อ หรือผู้รับสารที่สามารถเปลี่ยนตนเองมาเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาได้ (User Generate Content) ที่สำคัญสร้างสรรค์ได้ง่ายขึ้น เพราะมีเพียงแค่สมาร์ตโฟนก็เป็นเจ้าของช่อง TikTok ได้แล้ว จึงทำให้เกิดคอนเทนต์ครีเอเตอร์ใน TikTok อายุระหว่าง 18-24 ปี มากถึง 53% สะท้อนถึงอายุส่วนใหญ่ของอินฟลูเอนเซอร์ในแพลตฟอร์ม (Sarun Rojanasoton, 2565) ทำให้เนื้อหาต่าง ๆ ที่ออกสู่สายตาของผู้รับสารนั้นมีจำนวนมาก ออกได้บ่อยขึ้น มากขึ้น และนอกเหนือจากนั้นยังมีผู้รับสารในประเทศไทยให้ความสำคัญและเกิดการติดตามแพลตฟอร์มดังกล่าว เกินครึ่งหนึ่งของประชากรในประเทศไทย ดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยทัศนคติของผู้ใช้ TikTok นั้น แบ่งออกเป็น 3 ด้าน (กรภัทร ธัญญเจริญ, 2564) ได้แก่ (1) ด้านความคิด TikTok คือพื้นที่ให้โอกาสสร้างวิดีโอคอนเทนต์ในรูปแบบต่าง ๆ ได้ตามความต้องการ (2) ด้านความรู้สึก ผู้รับสารมีความสุข เพลิดเพลิน บันเทิงใจ กับการได้เข้าไปใช้งานแอปพลิเคชันดังกล่าว และ (3) ด้านพฤติกรรม ผู้รับสารมองว่า TikTok เป็นพื้นที่ติดตามข่าวสาร องค์ความรู้ใหม่ ๆ และเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้ใช้งาน นำไปสู่การหาไอเดียใหม่ ๆ จึงแนะนำผู้อื่นในการใช้ จากการศึกษาดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่า TikTok มีผลต่อการรับรู้และเข้าใจ หรือจะเรียกได้ว่า มีพลังต่อการคิดของผู้รับสารนั้น ๆ ซึ่งแน่นอนว่า การที่ TikTok มีอิทธิพลและทรงพลังในการสื่อสารเช่นนี้ ก็ย่อมจะเป็นเครื่องมือสำคัญในการประกอบสร้างความจริงและเป็นเครื่องมือแห่ง “ความเชื่อ” ที่จะนำไปสู่การชี้นำ ชักจูง จูงใจ หรือสร้างความเข้าใจ ของผู้ส่งสารที่มีต่อผู้รับสารด้วยนั่นเอง

จากการศึกษาทำให้ผู้เขียนสรุปผลจากการสังเกต วิเคราะห์ จนพบว่า สิ่งสำคัญที่เกิดขึ้นพร้อมกับแพลตฟอร์มดังกล่าว ซึ่งเป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนและเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจในการสื่อสาร คือ เทคโนโลยีและความทันสมัยของเครื่องมืออย่างแอปพลิเคชัน TikTok ที่สามารถเปลี่ยนตัวจริงของคน ให้ไม่เหมือนตัวจริงได้ ด้วยเทคโนโลยี โดยมีสมาร์ตโฟนแท็บเล็ต รวมถึงเครื่องมือสื่อสารดิจิทัลในปัจจุบันเป็นเครื่องมือในการช่วยสร้าง ได้แก่ (1) การใช้ฟิลเตอร์ในการสร้างใบหน้าให้สดใสกว่าความเป็นจริง (2) การใส่ข้อความและกราฟิกสติกเกอร์ประกอบ (3) การใส่เสียงเพลงหรือดนตรีประกอบ และ (4) การถ่ายทอดสด (Live) ซึ่งเทคโนโลยีและความสามารถของเครื่องมือเหล่านี้ คือ พลังสำคัญของการประกอบสร้างความจริงและยังเป็นเครื่องมือที่ใช้ลับ ลวง พราง ผู้รับสารให้เชื่อในสิ่งที่บอกได้อย่างดีด้วย ไม่ว่าจะเป็น

1. การใช้ฟิลเตอร์ในการสร้างใบหน้าให้สดใสกว่าความเป็นจริง เป็นการประกอบสร้างความจริงที่เห็นได้ชัดในการใช้งานแพลตฟอร์ม TikTok กล่าวคือ ผู้ที่ส่งสารหรือ TikToker สามารถถ่ายทำตนเองในคลิปวิดีโอสั้น โดยใส่ฟิลเตอร์ หรือตัวกรอง ที่จะเปลี่ยนจากหน้าตาจริง เป็นหน้าตาตามโหมดที่เลือก เช่น สดใส เรียบเนียน วังค์ ลักษณะต่าง ๆ แต่ทั้งนี้จะส่งผลกระทบต่อคลิปวิดีโอที่ออกไป ทำให้เห็นใบหน้าที่ต่างจากความเป็นจริง ในบางฟิลเตอร์ยังสามารถลบรอยด่างดำบนใบหน้าได้ด้วย ทำให้ผู้ที่ติดตาม หรือผู้รับสาร เข้าใจว่า TikTokerผู้นั้นมีใบหน้าเรียบเนียน ทั้งที่ในโลกความจริงแท้ อาจมีสิ่ว รอยด่างดำ หรือแม้กระทั่งวีรอยบนใบหน้าด้วย

2. การใส่ข้อความและกราฟิกสติกเกอร์ประกอบ เป็นอีกหนึ่งฟังก์ชันที่สามารถทำให้การสื่อสารเลือกทิศทางและอารมณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ เมื่อ TikToker เลือกคลิปวิดีโอที่จะนำเสนอมา แล้วนำตัวอักษรมาประกอบ รวมถึงใส่กราฟิกประกอบ ก็สามารถสื่อสารคลิปนั้นให้เข้าใจเนื้อหามากยิ่งขึ้น เช่น หากคลิปนั้นมีข้อความที่ชวนให้คิดหรือติดตาม เช่น “ดูให้ดีแล้วจะเจอ....” ทำให้คนที่ติดตามคลิป นั้นจ้อง นั้นมอง นั้นหา ทั้ง ๆ ที่คลิปนั้นจริง ๆ แล้วไม่มีเหตุการณ์ใดเป็นพิเศษ แต่กลับทำให้คนเชื่อและติดตามอย่างใจจดใจจ่อ จุดนี้ถือได้ว่าเป็นการประกอบสร้างความจริงบางอย่างให้กับคลิป ทั้งที่ในความเป็นจริงคลิปนั้นไม่มีเนื้อหาอะไรเลย

3. การใส่เสียงเพลงหรือดนตรีประกอบ เป็นอีกเทคโนโลยีหนึ่งที่อยู่ในแพลตฟอร์ม TikTok และถือได้ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยประกอบสร้างความจริง เพราะเพลงหรือดนตรี

ใน TikTok นั้น มีหลากหลายแนวเพลง หลากหลายแนวดนตรี ทำให้บางครั้งจะเห็นภาพคนดังที่กำลังเต้นในเพลง ๆ หนึ่งออกสื่ออื่น แต่ก็มี TikToker คัดเอาคลิปเฉพาะตอนเต้นมาประกอบกับเพลงใหม่ ทำให้คลิปนั้นมีอารมณ์เปลี่ยนไป เช่น นักร้องคนหนึ่งเต้นเพลงป๊อปแดนซ์ แต่เอาคลิปมาประกอบเพลงลูกทุ่ง ก็ทำให้จากความน่ารักเป็นความตลกเข้ามาแทน เป็นต้น

4. การถ่ายทอดสด (Live) เป็นอีกรูปแบบการนำเสนอที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารและประกอบสร้างความจริง เพราะช่วยในการสื่อสารอย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งรับการตอบรับจากผู้รับสารได้อย่างทันที เมื่อนำมาประกอบการนำเสนอทำให้ผู้รับสารมีส่วนร่วม กับ TikToker คนนั้น เป็นเครื่องมือสำคัญที่ประกอบสร้างให้ช่อง หรือ TikToker ได้รับความนิยม โดยเฉพาะหากเป็นการขายสินค้าออนไลน์ด้วยแล้วนั้น ยิ่งทำให้เกิดความเชื่อกับผู้รับสารมากขึ้น เพราะสามารถสื่อสารและได้คำตอบและทำให้เชื่อได้ว่าจะไม่ถูกโกงหรือเอาเปรียบบนโลกออนไลน์

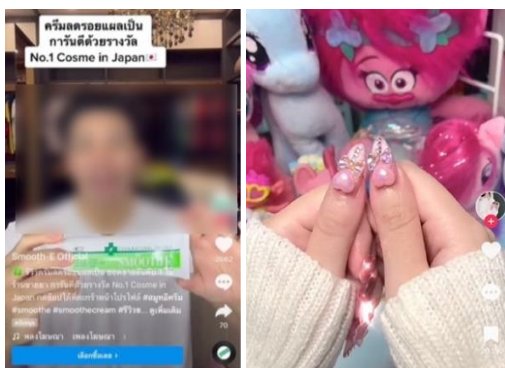
จากความโดดเด่นของเครื่องมือดังกล่าว ทำให้การสื่อสารของผู้ส่งสารผ่านแพลตฟอร์ม TikTok เป็นไปได้ง่ายขึ้น ทรงพลัง ดึงดูดความเชื่อ ความเข้าใจและที่สำคัญทำให้คอนเทนต์ครีเอเตอร์ หรือ TikToker สร้างสรรค์เนื้อหาให้เกิดขึ้นหลากหลายลักษณะ หลายรูปแบบ ทำให้คลิปวิดีโอในแพลตฟอร์มนี้มีพลังทางการสื่อสาร และมีความน่าสนใจเกิดขึ้น (ฉวีฐพงษ์ สายพิน, 2563)

1. การเต้นคัฟเวอร์ (Cover Dance) เป็นเนื้อหาที่ส่วนมากเป็นการเต้นตามเพลงแบบง่าย ๆ อาจใช้เวลาฝึกเล็กน้อยก็สามารถทำตามได้ หรือชาเลนจ์ลิปซิงค์ (Lip-sync) เป็นต้น



ภาพที่ 4 ลักษณะการเต้นคัฟเวอร์ในแพลตฟอร์ม TikTok
(สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565)

2. นำเสนอแฟชั่นและความงาม (Fashion and Beauty) เป็นเนื้อหาของความสวยความงามที่เป็น ปรากฏการณ์ที่ไม่ดูไม่ได้ เพราะจะไม่มีแหล่งอ้างอิง (References)



ภาพที่ 5 ลักษณะการนำเสนอเรื่องแฟชั่นและความงามในแพลตฟอร์ม TikTok
(สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565)

3. รีวิวอาหาร (Food Review) เป็นอีกหนึ่งประเภทเนื้อหาที่ได้รับความนิยม สำหรับคนที่ชอบทำอาหาร หรือคนที่ชื่นชอบการสร้างสรรค์เนื้อหาอาหารให้น่ากิน น่าทำตาม จากการรีวิว เมนูอาหารร้านต่าง ๆ หรือการทำอาหารแบบฉบับครัวง่าย ๆ จนเกิดปรากฏการณ์ตามรอย



ภาพที่ 6 ลักษณะการนำเสนอการรีวิวอาหารในแพลตฟอร์ม TikTok
(สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565)

4. โซ่วไลฟ์สไตล์ (Lifestyle) พื้นที่เปิดกว้างให้ใครก็ได้ทำการแบ่งปันเรื่องราวไลฟ์สไตล์ รวมไปถึงความสามารถต่าง ๆ ทั้งดนตรี ศิลปะ หรือกีฬา



ภาพที่ 7 ลักษณะการนำเสนอไลฟ์สไตล์ส่วนตัวในแพลตฟอร์ม TikTok (สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565)

5. สร้างการดูเอท (Duet) เป็นหนึ่งในฟีเจอร์ที่ได้รับความนิยมในสังคมผู้ใช้งาน TikTok อย่างมาก ก่อนหน้านี้เน้นให้ผู้ใช้งานมาดูเอทเพลงหรือร้องคู่กัน ต่อมาผู้ใช้งานประยุกต์เอามาเป็นดูเอทสนุก ๆ ทั้งเต้นคลวกัน ต่อบท สนทนาหรือการใส่ลูกเล่นตลก ๆ เชิญผู้ใช้อื่น ๆ มาดูเอทกัน



ภาพที่ 8 ลักษณะของการสร้างพื้นที่ดูเอทแพลตฟอร์ม TikTok (สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565)

6. ใคร ๆ ก็ทำได้ (Everyone Can be Someone) สำหรับผู้ใช้ TikTok ที่มีความคิดสร้างสรรค์หรือ มีทักษะในการนำเสนอตัวตนในรูปแบบต่าง ๆ ที่สามารถสร้างความประทับใจแรกพบ (ทั้งเชิงบวกและเชิงลบ) จนสร้าง “ภาพจำ” ให้กับผู้ใช้งานคนอื่น ๆ ได้ โดยเฉพาะการทำอะไรที่เน้นความบันเทิงและตลก เป็นการสร้างโอกาสที่นำเสนอตัวตนจากผู้ติดตามจำนวนมากได้จากผู้ที่เป็นวัยรุ่นทั่วไป ไม่ใช่คนดังหรือเป็นที่รู้จักในสังคมมาก่อน แต่สามารถนำเสนอตัวตนด้วยการสร้าง “เนื้อหา” ให้กลายเป็น ที่รู้จัก และมีผู้คนมาติดตามเป็นจำนวนมากได้



ภาพที่ 9 ลักษณะการนำเสนอในแบบความคิดสร้างสรรค์ผ่านแพลตฟอร์ม TikTok (สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565)

จากที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่า แพลตฟอร์ม TikTok ที่มีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่น่าสนใจ หลากหลาย เมื่อนำมาผสมผสานกับเทคนิคและเครื่องมือที่อยู่ในแพลตฟอร์ม ก็สามารถที่จะชี้นำความคิดเห็นของผู้ที่เข้ามาติดตามได้ ที่สำคัญการชี้นำนั้นเป็นผลทำให้เกิดความเชื่อว่าเป็นสิ่งที่เห็นเป็นจริง ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงอาจไม่ได้เป็นเช่นนั้นก็เป็นได้

การประกอบสร้างตัวตนบนโลก TikTok

เมื่อผู้ส่งสาร ในฐานะ “TikToker” สื่อสาร โลกความจริงที่สร้างขึ้นผ่านแพลตฟอร์ม TikTok แล้วนั้น ทำให้เกิดการติดตามขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเมื่อมียอดผู้ติดตามแสดงความสนใจในรูปแบบใด หรือเนื้อหาใดเป็นพิเศษ ก็จะเกิดการสื่อสารในเรื่องนั้นขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นประจำ จนทำให้พื้นที่ดังกล่าว เป็นพื้นที่ที่สะท้อนความเป็นตัวตนออกมา โดยจากการศึกษาและวิเคราะห์ นั้น จะพบว่า ตัวตนที่ประกอบสร้างผ่านโลกของ TikTok นั้น มี 4 ประเภท ได้แก่ 1) การเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์หรือการสร้างความบันเทิง 2) การเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือ “กูรู” 3) การเป็นนักคิด สร้างสรรค์ และ 4) การเป็นนักขายที่มีสไตล์และตัวตนบนโลกออนไลน์

1. การเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ หรือการสร้างความบันเทิง การประกอบสร้างตัวตนในลักษณะนี้มีจุดมุ่งหมายสำคัญคือทำให้ความบันเทิง ผ่อนคลายความเครียดของผู้รับสาร แม้กระทั่งการผ่อนคลายความเครียดนั้น อาจมีส่วนหนึ่งมาจากตัวผู้ส่งสารเองที่ต้องการระบายอารมณ์ หรือแสดงพฤติกรรมในเชิงผ่อนคลาย ดังจะเห็นได้จากหลาย ๆ ผู้ใช้แพลตฟอร์มที่ปลดปล่อยภาพลักษณ์ความเป็นทางการมาสนุกสนาน ผ่านโลกของ TikTok และนอกจากนั้น ความบันเทิง จะไม่สื่อสารสาระองค์ความรู้ โดยความบันเทิงที่สะท้อนออกมานั้น จะมาในหลายรูปแบบตามความมุ่งหมายในการประกอบสร้าง เช่น การเต้นคัฟเวอร์ การร้องเพลงดูเอท การลิปซิงค์ เสียงตลก ๆ จากเหตุการณ์ในละคร ในสถานการณ์จริง เป็นต้น

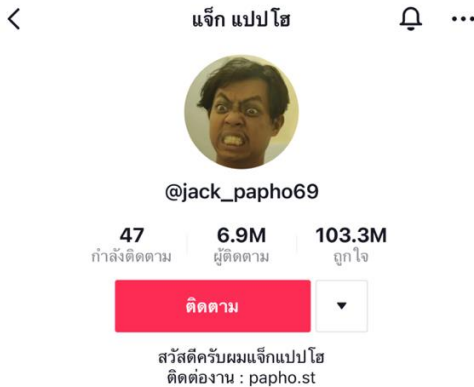
การประกอบสร้างการเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ หรือการสร้างความบันเทิงนั้น จะใช้เครื่องมือหรือเทคนิคที่ผู้ให้บริการแอปพลิเคชัน TikTok ได้จัดทำไว้บริการ ทั้งในด้านการซื้อลิขสิทธิ์เพลงต่าง ๆ มาไว้ในแอปพลิเคชันเพื่อให้ผู้สร้างสรรค์เนื้อหาทำเพลง หรือดนตรีเหล่านั้นมาประกอบคลิป หรือการใช้กราฟิกที่มีสีสันสดใส น่ารัก และตลก มาเป็นองค์ประกอบของการประกอบสร้างตัวตน หรือการมีเทคนิคดูเอท ซึ่งมีคลิปต้นฉบับให้มาร้องเพลง ร่วมเต้น เป็นการสร้างการมีส่วนร่วมและช่วยสร้างตัวตนให้กับผู้นั้นได้

โดยการเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ หรือสร้างความบันเทิงนั้น สามารถประกอบสร้างความจริงผ่านความเป็นตัวตนของ TikToker คนนั้น ๆ ได้ ทั้งการเป็นด้านบันเทิงที่เน้นหน้าตา ด้านตลก เน้นความเฮฮา เป็นกันเอง และ ด้านสร้างคาแรคเตอร์ ความเป็นตัวตน

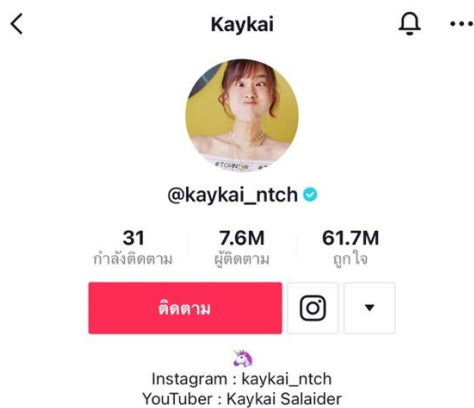
1.1 ด้านบันเทิงที่เน้นหน้าตา จะพบว่า TikToker หลาย ๆ คนนั้น ต่างมีใบหน้า ผิวพรรณ ที่ดูดี หากเป็นผู้ชายก็หน้าตาหล่อ หากเป็นผู้หญิงก็หน้าตาสวยงาม ซึ่งบุคคลเหล่านี้ ออกมาประกอบสร้างผ่านเครื่องมือต่าง ๆ ใน TikTok ทั้งการใช้ฟิลเตอร์ช่วยในการแต่งคลิป รวมถึงการใช้สตีกเกอร์ที่แอปพลิเคชันมีมาให้มาประกอบกับตัวตน เพื่อให้ผู้รับชมเห็นถึงความบันเทิง สนุกสนาน น่ารัก เป็นกันเอง หรือใช้เพลงมาที่ได้รับการซื้อลิขสิทธิ์มาเป็นองค์ประกอบของคลิป ทั้งการร้อง การเต้น การลิปซิงค์ ทำให้คนที่ติดตามเข้าใจได้ว่าบุคคลนั้น เป็นคนมีความบันเทิง เป็นกันเอง มีความสุข และน่ามอง เป็นต้น

1.2 ด้านตลก เน้นความเฮฮา เป็นกันเอง จะพบว่า TikToker กลุ่มนี้อาจไม่ได้มีหน้าตาที่สวยงาม หรือหล่อ มากนัก แต่สิ่งที่สร้างความบันเทิงหรือประกอบสร้างตัวตนความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์นั้น คือ การสร้างเสียงหัวเราะ สร้างความสนุกสนานเป็นกันเอง ด้วยการทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชวนให้ผู้ติดตามตลก ขบขันและเฮฮา ไปพร้อมกับการรับชม เช่น การคิดมุขตลก เล่นกันและมีเสียงดนตรีการรับมุขตลกจากแอปพลิเคชันมาช่วย หรือการใช้การลิปซิงค์เสียงตลก ๆ ที่แอปพลิเคชัน TikTok มีมาให้ ประกอบกับท่าทางและบุคลิกทางใบหน้าและร่างกายสื่อสารความตลก ดังจะเห็นได้จาก TikToker ที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มชื่อว่า “ฟ้าม” คือ กลุ่มคนที่เล่นมุขตลก เน้นความสนุกสนาน เฮฮา เรียกได้ว่า เห็นหน้าต้องฮาทันที

1.3 ด้านการสร้างคาแรคเตอร์ ความเป็นตัวตน เป็นอีกสายที่ TikToker ถ่ายทอดบุคลิกลักษณะความเป็นตัวตนในแบบที่ตนเองเป็น สร้างความผ่อนคลาย แปลกใหม่ น่าติดตาม ที่สำคัญการถ่ายทอดเรื่องราวนี้ยังคงสร้างเสียงหัวเราะและความสุข ให้กับผู้ชม เช่น TikToker ช่อง Jack_papho69 โดยคุณแจ็กเปปโป เป็น TikToker ที่มีความสนุก กวน ๆ ชอบหยอก แก่ลึง เสียงดัง แต่จริงใจ จนได้เป็นคาแรคเตอร์ที่ใครพบเห็นจะตลก และเข้าใจในตัวคน ทั้งการนุกนาคำมวยของรถถัง จิตรเมืองนนท์ และก่อกวนกลุ่มนักมวย เพื่อนำไปสู่การปะทะกัน ก็ทำให้เห็นถึงความสนุกสนาน ตลก เอาใจช่วย มากกว่าที่จะเป็นมุมมองทางลบ เป็นต้น



ภาพที่ 10 ช่องแจ็ค เปปโฮ นำเสนอมุขตลก การแค้นคิด และแก้งงบุคคลอื่นด้วย
วิธีการคิดสร้างสรรค์
(สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565)



ภาพที่ 11 ช่อง Kaykai นำเสนอความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ ทั้งร้อง ทั้งเต้นและ
เล่นตามกระแส
(สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565)

โดยการประกอบสร้างตัวตนการเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ หรือการสร้างความบันเทิงนั้น จะประกอบสร้างผ่านบุคลิกลักษณะ และวิธีการต่าง ๆ เช่น หน้าตาของ TikTok คำพูดและการสื่อสาร และ กิจกรรมที่นำเสนอ เพื่อสื่อสารเรื่องราว

- **หน้าตา ของ TikTok** เป็นวิธีการประกอบสร้างตัวตนและเรื่องราวความน่าสนใจในการติดตาม TikTok ผู้นั้น กล่าวคือ เอนเตอร์เทนเนอร์ จะมีทั้งบุคคลที่หน้าตาดี สวยหล่อ ชวนให้ติดตาม และมีทั้งบุคคลที่หน้าตามีคาแรคเตอร์ มีความแปลก มีความน่าสนใจ มีเสน่ห์ ชวนให้ติดตาม เป็นต้น

- **คำพูดและการสื่อสาร** เป็นวิธีการประกอบสร้างตัวตนที่สำคัญ ที่ช่วยให้ TikTok ผู้นั้นได้รับความสนใจในฐานะของการเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ เนื่องจากการประกอบสร้างผ่านวิธีการใช้คำพูดที่เพลิคเพลิน สนุกสนาน ผ่อนคลาย ชวนให้ผู้ฟังเห็นเจตนาและความต้องการที่จะฟังต่อ เห็นประเด็นความสนุกที่น่าสนใจ ก็จะเกิดการตีความในฐานะความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ได้อย่างดี

- **กิจกรรมที่นำเสนอ** เป็นวิธีการประกอบสร้างตัวตนความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ที่สำคัญ กล่าวคือ เมื่อนำเสนอกิจกรรมในคลิปวิดีโอทั้งการเต้น การร้องเพลง การคัฟเวอร์ ผวนกกับการตัดต่อที่ใส่สติกเกอร์ ข้อความกราฟิกสวยงาม จะเห็นชัดเจนว่าเป็นความต้องการในการนำเสนอ เพื่อความบันเทิง ความสุข สนุกสนาน มากน้อยแค่ไหน มีความต้องการให้สะท้อนความเป็นบันเทิงหรือไม่ อย่างไร ในส่วนของกิจกรรมที่ TikTok เลือกนำเสนอออกมา จึงสะท้อนความเป็นตัวตน เรียกได้ว่าเป็นการประกอบสร้างอีกทางหนึ่ง

จากการประกอบสร้างตัวตนดังกล่าวข้างต้น สามารถนำผู้ส่งสาร หรือ TikTok ประกอบสร้างความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ได้ไม่ยาก ยิ่งหากทำซ้ำ ๆ และซ้ำ ๆ อย่างต่อเนื่อง ก็จะเกิดความหมายของความสนุก เฮฮา บันเทิง ผ่อนคลาย กลายเป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพของความเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์อีกคนได้ด้วย

2. การเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือ กูรู เป็นการประกอบสร้างตัวตนที่สะท้อนความเชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ หรือศาสตร์นั้น ๆ ที่จะทำให้ผู้ที่เข้ามาติดตามผ่านแพลตฟอร์ม TikTok เข้าใจและเชื่อในสิ่งที่ผู้ส่งสาร หรือ TikTok ผู้นั้นได้รับ โดยจะใช้กระบวนการในการสื่อสารสั้น

ๆ ตามลักษณะของแพลตฟอร์มเพื่อแก้ไขปัญหาบางประการที่พบในชีวิตประจำวัน หรือให้ความรู้ในเชิงเกร็ดความรู้ที่สามารถนำไปต่อยอดในการเรียนรู้ในชีวิตประจำวันได้

โดยการเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือครู สามารถเป็นได้หลากหลายสาขา ทั้งการเป็น (1) ด้านอาหาร (2) ด้านเทคโนโลยี (3) ด้านสุขภาพ และ (4) ด้านการศึกษา ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

2.1 ด้านอาหาร จะพบว่า TikToker หลาย ๆ คนออกมานำเสนอหรือให้ความรู้ในด้านการทำอาหาร ด้วยการสร้างคลิปวิดีโอที่ถ่ายทอดวิธีการปรุงอาหาร ที่ใช้การพูด การเล่า ร่วมกับกราฟิกข้อความที่มีสีสัน และมีเสียงดนตรีบรรเลงประกอบ รวมถึงบางคนเน้นไปที่การชิมอาหารและบอกเล่าความน่าสนใจให้ฟัง ที่สำคัญ คือ การสอดแทรกความรู้ไปยังกลุ่มเป้าหมายหรือบางคลิปอาจเป็นการลงเสียงประกอบคลิปการสาธิตการทำอาหาร และใช้ตัวหนังสือที่สวยงามในเชิงกราฟิกร่วมเล่าเรื่องประกอบด้วย

2.2 ด้านเทคโนโลยี จะพบว่า TikToker กลุ่มนี้นำเสนอ ให้ความรู้ ให้มุมมองในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ซึ่งอาจเป็นเทคโนโลยีใหม่ ๆ หรือเป็นเทคโนโลยีที่ซับซ้อนแต่มานำเสนอให้ดูแล้วเข้าใจง่าย และสามารถกลับไปประยุกต์ใช้เทคโนโลยีนั้น ได้จริง ด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งตัดต่อคลิปเปรียบเทียบเทคโนโลยี การตัดต่อวิธีการใช้งานเทคโนโลยีเบื้องต้น เป็นต้น โดยมีดนตรีบรรเลง และกราฟิกข้อความ ช่วยทำให้คลิปสื่อสารเรื่องราวมากขึ้น บางเนื้อหาที่เป็นเทคโนโลยีที่มีความสมัยใหม่ เช่น เรื่องของการสอน AI ก็จะใช้เสียงดนตรีที่มีความตื่นเต้นเข้ามาสร้างอารมณ์การติดตาม

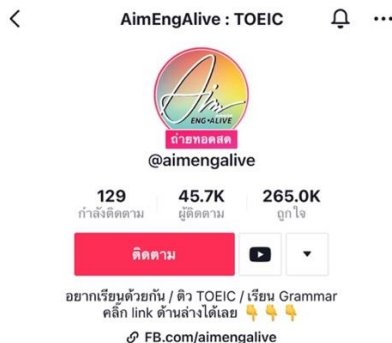
2.3 ด้านสุขภาพและความงาม เป็นอีกด้านที่ TikToker จะถ่ายทอดเรื่องราวความรู้ ความเข้าใจ และมุมมอง เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม เพื่อให้ผู้ติดตามสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างสุขภาพให้ดี มีร่างกายที่แข็งแรง ที่สำคัญนำไปสู่การสร้างความงดงามและดูดีให้กับตนเอง โดยสร้างคลิปสั้นที่มีกราฟิกข้อความแนะนำ ประกอบกับดนตรี และภาพที่สื่อสารหรือชวนให้เกิดความสนใจ

2.4 ด้านการศึกษาและการสอน เป็นอีกด้านที่เน้นนำเสนอองค์ความรู้ในด้านประเด็นต่าง ๆ ที่เป็นเรื่องในชีวิตประจำวัน ทั้งการถ่ายภาพ การสอนภาษา การสร้างความเข้าใจด้านการเงิน ซึ่งเรื่องราวเป็นลักษณะของการให้ความรู้ที่จำเป็นอย่างยิ่ง ในชีวิตประจำวัน โดยใช้

วิธีการประกอบสร้างผ่านข้อความกราฟิกที่ชวนให้อ่าน คนดริบรลงที่ไม่รบกวนการติดตามคลิป แต่ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจ รวมถึงการใช้เสียงบรรยายประกอบให้ความรู้ด้วย



ภาพที่ 12 ช่องน้อง ล็อกโฟกัส แนะนำเทคนิคการถ่ายภาพในแบบต่าง ๆ (สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2565)



ภาพที่ 13 ช่อง AimEngAlive : TOEIC แนะนำเทคนิคการเรียนภาษาอังกฤษเพื่อสอบ TOEIC

(สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2565)

โดยการประกอบสร้างตัวตนการเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือกูรู นั้น จะประกอบสร้างผ่านบุคลิกลักษณะ และวิธีการต่าง ๆ เช่น การสื่อสารที่คล่อง ความน่าเชื่อถือ ประสบการณ์ที่แสดงออก และการมีอาชีพด้านนั้น เป็นต้น

- **การสื่อสารคล่อง** เป็นวิธีการประกอบสร้างตัวตนความเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญหรือกูรูได้เป็นอย่างดี กล่าวคือ การเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือจะทำให้คนอื่น ๆ เชื่อได้ว่า TikToker ผู้นั้นเป็นกูรูในเรื่องนั้น ๆ ต้องมีความมั่นใจ และสะท้อนผ่านออกมาทางการสื่อสารที่คล่องแคล่วเชี่ยวชาญ ชำนาญ ในเรื่องนั้น ๆ จะทำให้ผู้อื่นเชื่อมั่นและมั่นใจในความรู้ที่มีในด้านนั้น ๆ ไม่ควรสื่อสารอย่างติดขัด หรือขาดความมั่นใจ เพราะจะทำให้ผู้รับสารไม่เชื่อถือในเนื้อหา นั้น ๆ

- **ความน่าเชื่อถือ** เป็นวิธีการประกอบสร้างตัวตนที่สำคัญ ที่จะช่วยให้ผู้ที่ติดตาม TikToker ผู้นั้น ประสบความสำเร็จในฐานะกูรู เพราะ การแสดงตัวตนที่มีความน่าเชื่อถือ มีทักษะในด้านนั้น ๆ มีบุคลิกที่สอดคล้องกับเรื่องนั้น ๆ จะเป็นการประกอบสร้างความจริงที่ช่วยรับกับเรื่องราวความเป็นกูรู เป็นการตอกย้ำความเชื่อมั่น ในสิ่งที่นำเสนอ

- **ประสบการณ์ที่แสดงออก** เป็นการประกอบสร้างความจริง และสร้างการติดตามด้วยความเชื่อที่ว่า TikToker คนนั้นเป็นกูรูในเรื่องนั้น ๆ กล่าวคือ การมีประสบการณ์ คือ ต้องผ่านสิ่งที่ทำในเรื่องนั้น ๆ มา หาก TikToker สามารถสื่อสารเรื่องราว หรือสะท้อนเรื่องราวนั้นได้ ก็จะทำให้ผู้ติดตามเชื่อในความจริงที่สร้างขึ้นที่ว่าเรานั้น คือ กูรูในเรื่องที่ถ่ายทอด เพราะมีประสบการณ์กับเรื่องนั้นมายาวนาน เช่น การสอนการตัดต่อ ควรแนะเทคนิคการตัดต่อ และวิธีที่ช่วยให้งานออกมาสวยงาม และสามารถนำไปปฏิบัติตามได้ โดยนำเอาผลงานที่เคยทำมาร่วมเป็นตัวอย่างประกอบ เป็นต้น

- **การมีอาชีพในด้านนั้น ๆ** ในประเด็นนี้ถือเป็นวิธีการประกอบสร้างความจริงในบทบาทการเป็นผู้เชี่ยวชาญ หรือกูรูที่มีพลังเป็นอย่างมาก กล่าวคือ บทบาทที่ TikToker นำเสนอความรู้ ความเชี่ยวชาญนั้น หากเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของตนก็อาจจะมีความหนักแน่นในประมาณหนึ่ง แต่หากเรื่องนั้นเป็นอาชีพ เป็นสิ่งที่ทำทุกวัน จะช่วยประกอบสร้างความจริงและความเชื่อว่าผู้นั้นคือกูรู คือ คนที่อยู่กับสิ่งนั้นในทุกวัน จึงทำให้การสื่อสารว่าเรื่องนั้นเป็นอาชีพหนึ่งของ TikToker คือ การประกอบสร้างความจริงที่มีพลัง

จากการประกอบสร้างในด้านการเป็นผู้ ผู้เชี่ยวชาญนั้น นอกจากเครื่องมือที่แพลตฟอร์ม TikTok สนับสนุนให้เกิดการประกอบสร้างแล้วนั้น สิ่งสำคัญ คือ องค์ความรู้ มุมมอง วิธีการเล่าเรื่อง ของ TikToker เป็นวิธีการที่สำคัญในการช่วยสื่อสาร สร้างความเข้าใจ และทำให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อมั่นในเรื่องที่ถ่ายทอดได้เป็นอย่างดี

3. การเป็นนักคิดสร้างสรรค์เป็นการประกอบสร้างตัวตนในเรื่องราวต่าง ๆ ให้สื่อสารออกมาอย่างน่าสนใจ สร้างสรรค์ และชวนให้เกิดการติดตามอย่างต่อเนื่อง การเป็นนักคิดสร้างสรรค์นั้น TikToker จะสื่อสารผ่านเรื่องราวความคิดสร้างสรรค์ขึ้น เช่น การเล่นละคร การสร้างมุกตลก การสร้างเนื้อหาประกอบเพลง เป็นต้น ซึ่งวิธีการดังกล่าวเป็นการสร้างความสนใจในรูปแบบที่ไม่เหมือนใคร และเป็นการชวนให้เกิดการติดตามขึ้นอีกด้วย

การเป็นนักคิดสร้างสรรค์นั้น มีทั้งวิธีการประกอบสร้างจากทั้ง TikToker เพียงคนเดียว รวมถึงการรวมกลุ่มเพื่อร่วมการสร้างเนื้อหาเชื่อมโยงกัน ดังจะเห็นได้จากช่อง “ประธานฮ่าง” ซึ่งปกติจะนำเสนอเพียงมุกตลกที่ตนสร้างขึ้นร่วมกับน้อง ๆ ในทีม แต่ต่อมาได้ร่วมมือกับเพื่อน TikToker คนอื่นในการสร้างสรรค์เนื้อหาพร้อมกัน และมีลักษณะนี้เกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้เมื่อเลื่อนฟีดไป ก็ยังคงพบกลุ่มคนดังกล่าวสลับสับเปลี่ยนไปมาในช่องต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก เป็นการสร้างฐานแฟนคลับ และสร้างการติดตามอย่างชัดเจนได้อีกด้วย

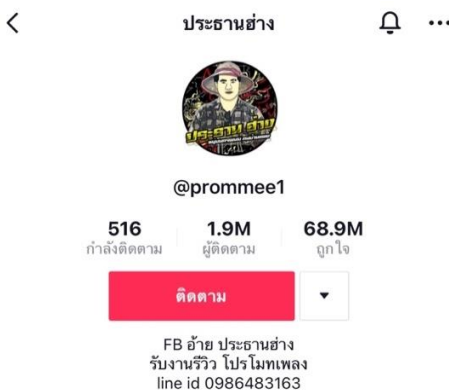
โดยการเป็นนักคิด นักสร้างสรรค์นั้น มีวิธีการประกอบสร้างตัวตนในลักษณะต่าง ๆ ทั้งการเป็น (1) นักคิดละคร (2) นักคิดเรื่องราว ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

3.1 นักคิดละคร เป็นอีกสายของ TikToker ที่ท้าทายความสามารถ เพราะต้องนำเสนอละครสะท้อนสังคม ให้แง่คิด ให้มุมมอง ผ่านการแสดงของตัวละคร ซึ่งแพลตฟอร์มดังกล่าวมีเวลาจำกัดในการนำเสนอ แต่ทั้งนี้ก็ได้สื่อสารผ่านบท ผ่านการแสดงอย่างลงตัว และนำดนตรีที่สร้างอารมณ์คล้อยตาม กับกราฟิกข้อความ มาร่วมสร้างความน่าสนใจในการติดตาม เช่น ละครสะท้อนสังคม ที่มีการใช้มุกล้อสื่อสาร ร่วมกับจังหวะการตัดต่อที่ไต่ดนตรี ชวนติดตาม และใส่กราฟิกข้อความตอนท้ายไว้เป็นการสรุปและสอนใจให้คนดู เป็นต้น

3.2 นักคิดเรื่องราว (Story) เป็นการประกอบสร้างตัวตนความเป็นนักคิดสร้างสรรค์บนแพลตฟอร์ม TikTok อย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือ เป็นการคิดเนื้อหา แง่มุมที่สร้างสรรค์ และชวนให้เกิดการติดตาม เพราะเป็นสายที่ผลิตเนื้อหา ซึ่งเนื้อหาที่มีความจำเป็น

อย่างยิ่งในการสื่อสารผ่านคลิปปวีดีโอสั้น เช่น การนำภาพนิ่งตั้งแต่ช่วงการบันทึก จนถึงปัจจุบัน ของ คุณพีพี คุณบิวกิ้น คุณเจเจ และคุณเต๋าหนึ่ง ซึ่งเป็นเพื่อนรักกัน เพื่อนสนิทกัน มาประกอบกับ เพลงคู่ชีวิต ของวง Cocktail ที่สะท้อนมิตรภาพ พร้อมจะดูแลในตลอดเวลา เป็นต้น

ในลักษณะของการเป็นนักคิดสร้างสรรค์นั้น อาจมีลักษณะที่ทับซ้อนกับความบันเทิง หรือการสร้างตัวตนในฐานะของการเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ แต่หากสังเกตให้ดีแล้วนั้น จะพบว่า การเป็นนักคิดสร้างสรรค์นั้น เรื่องราวที่เกิดขึ้นไม่จำเป็นต้องให้ความบันเทิง หากแต่ สะท้อนมุมมองความคิดสร้างสรรค์ ความแปลก ความใหม่ ในการคิดของเจ้าของงานสายดังกล่าว



ภาพที่ 14 ช่องประธานฮ้าง นำเสนอมุกตลกที่ร่วมเล่นกับน้อง ๆ ทีมงานผ่านละครสั้น (สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 25 กันยายน 2565)

โดยวิธีการประกอบสร้างตัวตนการเป็นนักคิดสร้างสรรค์ จะประกอบสร้างผ่าน บุคลิกลักษณะ และวิธีการต่าง ๆ เช่น ไอเดียแปลกใหม่ การเล่าเรื่องที่แตกต่าง และการมีคาแรคเตอร์ เฉพาะตัว เป็นต้น

- **ไอเดียแปลกใหม่** เป็นวิธีการประกอบสร้างความนักคิดสร้างสรรค์ของ TikToker ที่สำคัญมาก กล่าวคือ ในแพลตฟอร์มการนำเสนอของ TikTok นั้น ต่างมีคนที่เข้ามาผลิตเนื้อหาเป็นจำนวนมาก แต่ก็มีไม่มากที่มีความคิดสร้างสรรค์ แตกต่าง น่าสนใจ การที่ TikToker ผู้นั้น

มีไอเดียในการนำเสนอที่แปลกและใหม่ จะช่วยทำให้เห็นว่าเป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ เป็นนักคิดสร้างสรรค์ในโลก TikTok อีกคนก็ได้

- **การเล่าเรื่องที่แตกต่าง** จะเป็นวิธีการสะท้อนตัวตนในการเป็นนักคิดสร้างสรรค์ที่สำคัญ กล่าวคือ การนำเสนอในช่องทางแพลตฟอร์ม TikTok จะมีสูตรสำเร็จในการสื่อสารเล่าเรื่อง ที่นิยมทำกัน ใช้นั้นจนอาจไม่เห็นจุดเด่นของความเป็นนักคิดสร้างสรรค์ แต่หากช่องใดช่องหนึ่ง หรือผู้ใดผู้หนึ่ง มีวิธีการเล่าเรื่อง สื่อสารหรือเรียบเรียงเรื่องราวในเรื่องเดียวกันกับช่องอื่น แต่กลับมีวิธีการที่แตกต่างออกไป น่าสนใจ ก็จะทำให้เป็นการประกอบสร้างให้เห็นว่าช่องนั้น TikToker คนนั้น เป็นนักคิดสร้างสรรค์ อีกคนก็ได้

- **การมีคาแรคเตอร์เฉพาะตัว** เป็นความพิเศษของการประกอบสร้างให้เชื่อ ให้คิด ให้เข้าใจ ได้เลยว่า TikToker ผู้นั้น เป็นสายของการคิดสร้างสรรค์ เพราะก่อนที่จะเข้าถึงเรื่องราวที่ได้นำเสนอ หรือถ่ายทอดนั้น การได้เห็นบุคลิก คาแรคเตอร์ หรือตัวตนของ TikToker ที่สื่อสารออกมาอย่างเฉพาะตัว มีความแปลกใหม่น่าสนใจ ไม่เหมือนใครที่เห็นได้ทั่วไป จะช่วยสะท้อนบุคลิกของช่องนั้นไปในตัวว่าเป็นช่องที่แปลก น่าสนใจ และมีความแตกต่างกับช่องอื่น ๆ แน่นอน เช่น แจ็กเปปโอส เป็นผู้ชายกวน ๆ ขอบแกล้ง สร้างความสนุก ส่วนพีจ้องกับคัลเลน เป็นผู้ชายน่ารัก ตลกใสซื่อ เป็นธรรมชาติ เป็นต้น

จากการประกอบสร้างความเป็นตัวตนในสายของการเป็นนักคิดสร้างสรรค์นั้น จุดเริ่มต้นสำคัญคือตัวตนของ TikToker ที่จะสื่อสารเรื่องราว คิดเรื่องราว คิดเรื่องเล่า อย่างสร้างสรรค์ด้วยตนเองเป็นหลักก่อน จะเป็นกลุ่ม หรือทำขึ้นด้วยตนเอง ขึ้นอยู่กับความต้องการในการสื่อสาร ซึ่งเมื่อมุมมองความคิดผ่าน แพลตฟอร์ม TikTok ที่สำคัญแพลตฟอร์มยังมีเครื่องมือหรือจะกล่าวได้ว่าเป็น “ของเล่น” ของสายนักคิดสร้างสรรค์อย่างบทสนทนาดังตามกระแส มาช่วยทำให้คิดสร้างสรรค์ ได้อย่างน่าสนใจ ยิ่งถ้าหากคิดต่างจาก TikToker คนอื่น ๆ ได้ จะทำให้เห็นชัดเจนว่าเป็นสายนักคิดสร้างสรรค์

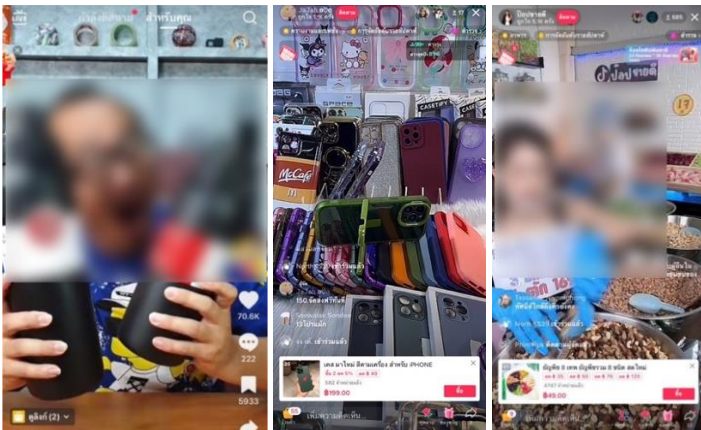
4. การเป็นนักขายที่มีสไตล์และตัวตนบนโลกออนไลน์ เป็นการประกอบสร้างเรื่องราวและตัวตนที่มีความเกี่ยวข้องกับระหว่างตัวของ TikToker ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ขาย สินค้า หรือเป็นช่องทางร้านค้าที่จัดจำหน่ายสินค้า ซึ่งการประกอบสร้างตัวตน เพื่อให้คนสนใจ เชื่อใจ และเชื่อว่าการจัดจำหน่ายสินค้านั้นมีอยู่จริง โดยสื่อสารผ่านหลากหลายวิธีการสื่อสารและประกอบ

สร้าง ทั้งความสนุก ความเป็นทางการ ความเป็นกันเอง ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบในด้านสินค้าที่มาจำหน่ายด้วย

โดยการเป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์ สามารถสร้างตัวตนในลักษณะต่าง ๆ ทั้งการเป็น (1) นักรีวิวสินค้า (2) นักขายสินค้าแฝง ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

4.1 นักรีวิวสินค้า เป็นอีกสายของ TikToker ที่มุ่งเป้าอย่างชัดเจนในการขายของบนโลกออนไลน์ เพื่อให้ผู้ติดตามที่เข้ามาเห็นถึงการขายสินค้า ที่มีกระบวนการประกอบสร้างตัวตนผ่านการเล่าเรื่องความพิเศษ คุณสมบัติ ประโยชน์ต่าง ๆ ของสินค้าที่ตนเองขายอยู่ และที่สำคัญสื่อสารเรื่องราวราคาที่พิเศษและชักจูงใจลูกค้าเพื่อให้มาซื้อสินค้า เช่น การเสนอขายอาหารแห้งก็จะมีการนำอาหารแห้งมาร่วมรับประทานกับข้าวให้เห็นถึงความสมจริง หรือการขายสินค้า โดยการวางสินค้าไว้พร้อมรายละเอียด ส่วนผู้ขายนอนหลับ โดยฝากช่องทางการโอนเงินไว้ หรือแม้กระทั่งการขายโดยแนะนำสินค้าไป พร้อมทั้งคำหรือพูดถึงลูกค้าที่เข้ามาถามด้วยคำพูดที่รุนแรง ได้อารมณ์ เป็นต้น วิธีการเหล่านี้สะท้อนความเป็นตัวตนที่เกิดขึ้นกับการขายสินค้า

4.2 นักขายสินค้าแฝงเป็นการนำเสนอเรื่องราวอื่นแต่มีสินค้าเป็นองค์ประกอบ ทำให้เห็นถึงความพิเศษของสินค้า ที่ปรากฏอยู่ในการแก้ปัญหาชีวิตตามเรื่องราวที่ถ่ายทอด ซึ่งเมื่อผู้ใช้ TikTok เห็นก็จะเข้าใจได้ว่าสินค้านั้นมีประโยชน์และพร้อมที่จะหาซื้อมาใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การพูดถึงเรื่องสุขภาพ ทั้งเกร็ดความรู้เรื่องสุขภาพ แนะนำเทคนิคด้านสุขภาพ และก็นำสินค้ามาผสมน้ำดื่ม หรือทำกิจกรรมบันเทิงที่ไม่เกี่ยวกับสินค้าเลยแต่มีสินค้าตั้งอยู่ในพื้นที่หน้าจอมุมใดมุมหนึ่ง เช่น การเต้นคัฟเวอร์ เพลงสนุก ๆ แต่มียารักษาสิ่วางอยู่มุมใดมุมหนึ่ง เป็นต้น



ภาพที่ 15 ช่องในแพลตฟอร์ม TikTok ที่ขายสินค้าออนไลน์
(สืบค้นผ่านการบันทึกหน้าจอ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565)

โดยการประกอบสร้างตัวตนการเป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์ จะประกอบสร้างผ่านบุคลิกลักษณะ และวิธีการต่าง ๆ เช่น มีสินค้าน่าสนใจ มีช่องทางการซื้อขาย และมีโปรโมชั่นดึงดูดใจ เป็นต้น

- **มีสินค้าที่น่าสนใจ** เป็นวิธีการประกอบสร้างการเป็น TikToker ในด้านการเป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์ที่ตรงตัว ตรงประเด็นที่สุด กล่าวคือ การจะบอกว่าช่องของเรา หรือร้านของเราบนโลก TikTok ทำหน้าที่ในการขายสินค้า หรือเป็นร้านเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใด การแสดงว่ามีสินค้าที่อะไร น่าสนใจอย่างไร จะช่วยประกอบสร้างความจริง ในบทบาทการค้าขายบนโลกออนไลน์ได้อย่างดีที่สุด

- **มีช่องทางการซื้อขาย** เป็นการประกอบสร้างความจริงว่า TikToker ผู้นั้นมีบทบาทของการค้าขายสินค้าออนไลน์ เพราะเมื่อเข้ามาช่องทางดังกล่าว นอกเหนือจากได้เห็นสินค้าที่น่าสนใจแล้ว ยังสามารถที่จะติดต่อกับ TikToker ผู้นั้น เพื่อทำการซื้อขาย โอนเปลี่ยนเงินตรา กับสินค้ากันได้อย่างคล่องตัว เพียงเท่านั้นก็สะท้อนบทบาทของการเป็นนักขายสินค้าออนไลน์แล้ว หรือหากไม่มีการซื้อขาย ก็ยังได้เห็นช่องทางที่ผู้ติดตามจะตามไปตกลงซื้อขายผ่านช่องทางนั้น ๆ ได้

- มีโปรโมชั่นดึงดูดใจ เป็นอีกวิธีการของการประกอบสร้างความจริงในบทบาทการเป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์ เพราะการขายสินค้าออนไลน์นั้น จะดึงดูดหรือสร้างตัวตนได้ชัดเจน ต้องทำให้เห็นถึงพลังของการขาย ซึ่งโปรโมชั่น การลด แลก แจก แถม จึงเป็นอีกหนึ่งพลังที่สะท้อนบทบาทการเป็นแพลตฟอร์มขายสินค้าได้อย่างดี

จากการประกอบสร้างตัวตนความเป็น TikTok ในการเป็นผู้ขายสินค้าออนไลน์นั้น จะมีการขายหลายรูปแบบ หลายวิธีการ เพื่อเป้าหมายให้ผู้รับสารหรือลูกค้าต้องการที่จะซื้อสินค้านั้น ๆ ผสมผสานการพูดของ TikTok ทั้งพ่อค้าและแม่ค้า ที่ต้องการขายของ ซึ่งนำไปสู่การจ่ายเงินผ่านระบบออนไลน์ และรอรับของผ่านการขนส่งในปัจจุบันที่รวดเร็วและบริการถึงมือผู้รับ

เมื่อความจริงในโลก TikTok อาจจะร้ายกว่าคิด

เมื่อโลกของ TikTok ได้มีส่วนสำคัญในการประกอบสร้างโลกความจริงของตัวบุคคลนั้นขึ้นมา ซึ่งความจริงที่ว่านั้นทำให้ผู้ติดตามช่อง หรือตัวบุคคลนั้น เข้าใจแบบนั้น เชื่อในสิ่งที่เห็น และเข้าใจว่าสิ่งที่เห็นเป็นอย่างไร เช่น หากเราเห็น TikTok ให้ความรู้ในด้านเทคโนโลยี เราก็จะเข้าใจว่าบุคคลนี้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี มีความเป็นกูรูในเรื่องเทคโนโลยี หรือหากพบ TikTok ที่นำเสนอเรื่องราวความตลกเราก็จะเข้าใจว่าบุคคลนั้นเป็นคนตลก สนุกสนาน หรือ TikTok ที่แสดงละคร เราจะเข้าใจว่าบุคคลดังกล่าวแสดงเก่ง เข้าถึงบทบาทและเข้าถึงอารมณ์ ซึ่งสิ่งที่เรานั้นเห็น คือ ความจริงที่ถูกประกอบสร้างความเป็นตัวตนขึ้นมา หากแต่ความจริงที่เป็นความจริงแท้ในตัวบุคคลนั้น อาจไม่เป็นอย่างที่เห็นผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ก็เป็นไปได้ เพราะบุคคลที่เป็นผู้ที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยี อาจจะต้องศึกษาข้อมูล ต้องถ่ายทอด และอาจผ่านกระบวนการติดต่อที่ลดทอนความไม่มั่นใจบางช่วงออกไป ทำให้คลิปนั้นดูน่าเชื่อถือ หรือ TikTok ที่นำเสนอความตลก สนุกสนาน ในชีวิตจริงอาจไม่ได้สนุกสนานอย่างที่เห็น การจะคิดแต่ละมุกมานำเสนอนั้น อาจต้องผ่านกระบวนการและวิธีการคิดที่มากเป็นพิเศษ เพื่อนำเสนอให้เห็นถึงความตลก หรือแม้กระทั่ง TikTok ที่นำเสนอละครสั้น ผ่านการแสดง กว่าจะแสดงได้อย่างเข้าถึงบทบาทหรืออารมณ์นั้น อาจต้องซ้อมมาหลายวัน อาจต้องแสดงซ้ำแล้วซ้ำอีก และผ่านกระบวนการติดต่อเพื่อให้ออกมาถึงบทบาทและอารมณ์ ซึ่งที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ทำให้เห็นว่า

โลกความจริงที่ผู้ที่ติดตามแพลตฟอร์ม TikTok ได้เห็น อาจไม่ใช่ความจริงในโลกความจริงเสมอไป เป็นเพียงแค่โลกของความหมายที่เกิดจากตีความของเราเท่านั้น

เมื่อความจริงบน TikTok ไม่ใช่ความจริง ก็นำมาซึ่งปัญหาบางประการ ดังจะเห็นได้ชัดจากกรณีการโกงผ่านแพลตฟอร์ม TikTok โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการประกอบสร้างในการขายสินค้าออนไลน์ ได้ถูกมีจาชิฟใช้ช่องทางดังกล่าวในการประกอบสร้างความจริงของตัวตนให้ผู้รับสาร เชื่อมั่น และเชื่อใจ ว่าสิ่งที่เห็นเป็นเรื่องจริง ผ่านในสิ่งที่มีจาชิฟได้นำเสนอขาย ไม่ว่าจะเป็นสินค้า เป็นบริการ เมื่อลูกค้าซื้อและสนใจสินค้าจึงโอนเงินไป แต่สุดท้ายก็ไม่ได้รับของชิ้นนั้น หรือสิ่งของที่ไฉ่มานั้น ไม่ตรงกับสิ่งที่นำเสนอไว้ กลายเป็นประเด็นในการแจ้งความฟ้องร้อง โดยในช่วงครึ่งแรกของปี 2565 ทางศูนย์ช่วยเหลือและจัดการปัญหาออนไลน์ หรือสายด่วน 1212 OCC ได้รับการแจ้งเรื่องร้องเรียนทั้งสิ้น 31,809 เรื่อง โดยอันดับหนึ่ง เป็นปัญหาซื้อขายทางออนไลน์ 22,840 เรื่อง แบ่งตามประเภทปัญหา ดังนี้ ไม่ได้รับสินค้า (หลอกหลวง) 51.1% ได้รับสินค้าไม่ตรงปก 33.7% และปัญหาด้านการซื้อขายออนไลน์ 10.9% โดยมีสถิติการไกล่เกลี่ยสำเร็จไปแล้ว 6,325 เรื่อง ซึ่งการหลอกหลวงผ่านช่องทาง TikTok ที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตามการเติบโตอย่างรวดเร็วของแพลตฟอร์มนี้ในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ส่งผลให้การโฆษณาขายสินค้าผ่าน TikTok ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565)

อย่างไรก็ตาม ความจริงที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมานบนโลก TikTok ให้คนเชื่อและเข้าใจในตัวคนแบบนั้น ก็เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเร็ว และเปลี่ยนแปลงเร็วตามคุณลักษณะของการเป็นสื่อสารผ่านโลกออนไลน์ เรามักจะพบเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เป็นกระแสและชวนให้คนเข้ามาติดตามแต่เมื่อเวลาผ่านไปเพียงไม่กี่วัน ประเด็นเหล่านั้น หรือความจริง เหล่านั้นที่ถูกสร้าง ก็จะถูกความจริงใหม่ ๆ เข้ามาแทนที่

บทสรุป

จากการประกอบสร้างความเป็นจริงของตัวตน ในแพลตฟอร์ม TikTok นั้น สามารถสร้างบุคคลที่นำเสนอตัวตนผ่านโลกของ TikTok ในฐานะของ TikToker ทำให้ผู้ที่ติดตามรับรู้เข้าใจในทิศทางตามสิ่งที่ผู้ใช้นั้นประกอบสร้างขึ้น จากองค์ประกอบของแพลตฟอร์ม ที่มาพร้อม

เครื่องมือสำคัญต่าง ๆ มากมายที่มีส่วนสำคัญในการช่วยประกอบสร้าง ทั้ง (1) การใช้ฟิลเตอร์ในการสร้างใบหน้าให้สดใสกว่าความเป็นจริง (2) การใส่ข้อความและกราฟิกสติกเกอร์ประกอบ (3) การใส่เสียงเพลงหรือดนตรีประกอบ และ (4) การถ่ายทอดสด (Live) ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้เป็นเครื่องมือสำคัญของการประกอบสร้าง เพราะมีส่วนสำคัญในการกำหนดอารมณ์ ความหมายของคลิปหรือวิดีโอในแพลตฟอร์มที่ TikTok เลื่อนนำเสนอออกมาจะทำให้อารมณ์ของคลิปนั้นไปในทิศทางใด ซึ่งอารมณ์ของคลิปจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างการรับรู้ เข้าใจในตัวตนของบุคคลนั้น ๆ หากคลิปนั้นมีทิศทางอารมณ์ที่สดใส จะรู้จักตัวตนของ TikTok ในรูปแบบของความสดใส สบาย ๆ แต่หากโทนอารมณ์ของงานเป็นไปในทิศทาง ที่เป็นทางการ จริงจัง ก็จะทำให้ความเข้าใจของผู้รับสาร เข้าใจ TikTok ในฐานะหรือบทบาทที่จริงจังมากขึ้น เป็นต้น

เมื่อเครื่องมือในแพลตฟอร์มมีส่วนช่วยในการประกอบสร้างแล้วนั้น จึงเป็นผลให้การประกอบสร้างบนโลกของ TikTok เกิดตัวตนของผู้ประกอบสร้าง ทั้ง (1) การเป็นเอนเตอร์เทนเนอร์ หรือการสร้างความบันเทิง (2) การเป็นผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือ กูรู (3) การเป็นนักคิดสร้างสรรค์ และ (4) การเป็นนักขายที่มีสไตล์และตัวตนบนโลกออนไลน์ ซึ่งการประกอบสร้างตัวตนขึ้นมาส่งผลให้ผู้รับสารมีความเข้าใจในตัวตนของ TikTok ทั้ง 4 กลุ่ม ในแบบที่สื่อสารออกมา ทำให้เกิดการติดตามและเข้าไปกดหัวใจให้กำลังใจตามความชอบของตน และเมื่อ TikTok เห็นกระแสนิยมที่เกิดขึ้น ก็เป็นแรงผลักดันในการสร้างสรรค์เนื้อหาในลักษณะนั้นออกมาอยู่ตลอด โดยหากจะกล่าวไปแล้วนั้น ในความเป็นจริงหากได้ใกล้ชิด TikTok ผู้นั้น ก็อาจไม่เป็นอย่างที่เห็นในคลิปเสมอไปก็เป็นได้ ไม่มีใครสามารถรู้ได้เลยหากไม่ได้ใกล้ชิดคนที่คิดว่าตกลง อาจไม่ได้เป็นคนตกลงอย่างที่คิด แต่แท้จริงมุกตลกนั้นกว่าจะได้มาต้องผ่านการคิดยาวนานมากกว่าที่ควรจะเป็น หรือไปนำมุกมาจากที่อื่น เพื่อมานำเสนอในแบบตนเองก็เป็นได้ ที่สำคัญหากการประกอบสร้างความจริงถูกนำมาใช้ในทางที่ผิด ก็กลายเป็นการสร้างมิฉาชีพขึ้นมา เพื่อทำให้ผู้รับสารหลงเชื่อ ถูกหลอก ถูกหลวงและต้องเสียทรัพย์ เสียใจ จากความเข้าใจที่เชื่อว่าสิ่งที่มีฉาชีพพูด คือความจริง

จากปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นนั้น ผู้รับสารที่ติดตามช่องทาง TikTok ไม่สามารถล่วงรู้ความเป็นจริง หรือโลกความจริงของบุคคลที่อยู่ในแพลตฟอร์มนี้ได้เลย เนื่องจากไม่ได้ใกล้ชิดทางกายภาพ อีกทั้งเพราะสิ่งที่นำเสนอขึ้นเป็นการประกอบสร้างความจริงทางสังคมที่เกิดขึ้น เป็นโลกของความหมายที่สะท้อนออกมา โดยถ่ายทอดผ่านคลิปวิดีโอในแพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งไม่มี

ข้อจำกัดในมิติพื้นที่ มิติเวลา ยิ่งเล้ามาก บอกรมาก ยิ่งสร้างประสบการณ์ความเชื่อกับผู้รับสาร เป็นการสร้างภาพลักษณ์ หรือสร้างตัวตนในแบบที่ต้องการให้ผู้รับสารเข้าใจ โดยในความเป็นจริง เมื่ออยู่หลังกล้อง หรือโลกความเป็นจริงนั้นอาจจะใช่ หรือไม่ใช่ ในแบบที่คิด แบบที่ประสบการณ์ของผู้รับสารมีก็เป็นได้ จึงทำให้เกิดกลวงจากมิถิฉาชิพนบโลก TikTok ผ่านการขายสินค้าออนไลน์ ที่ประกอบสร้างความจริงให้เกิดกับผู้รับสาร สุดท้ายก็เสียรู้ไอบนเงินให้ไปโดยไม่ได้สินค้าอะไรกลับมา

ทั้งนี้ สิ่งสำคัญที่ทำให้การประกอบสร้างความจริงบนโลกออนไลน์ หรือผ่าน TikTok เกิดขึ้นได้สำเร็จ นอกจากผู้ส่งสารแล้วนั้น ผู้รับสารก็เป็นส่วนสำคัญ กล่าวคือ ปัจจุบันเป็นยุคที่ใช้คำว่า สังคมออนไลน์ โดยสื่อสังคมออนไลน์สร้างการดำเนินชีวิตรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า Mobile Life หรือพลวัตวิถี ทำให้การติดต่อสื่อสารและการใช้งานต่าง ๆ ทำได้ทุกที่ ทุกเวลา ผลกระทบ คือทำให้สังคมไทยเปลี่ยนแปลงทั้งความคิดและพฤติกรรมของคนในสังคม เพราะโลกออนไลน์สร้างพื้นที่ใหม่ในการนำเสนอ และสังคมออนไลน์ยังเป็นพื้นที่ของการปฏิสัมพันธ์ใหม่ ๆ (Chula, 2563) สะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่ใหม่นี้ มีค่านิยมของการใช้สื่อออนไลน์ในชีวิตประจำวันและคนในสังคมก็เชื่อ และให้สื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคม จึงเป็นเรื่องง่ายที่จะทำให้สิ่งที่นำเสนอผ่านสื่อออนไลน์ มีผลต่อการประกอบสร้างความจริงได้สำเร็จ

ดังนั้น การประกอบสร้างความจริง จึงเป็นพลังของการสื่อสารอย่างหนึ่งที่ทำให้คนเชื่อในสิ่งที่เห็น และเมื่อ TikTok แพลตฟอร์มสังคมออนไลน์เกิดขึ้น โดยไม่มีข้อจำกัดในมิติพื้นที่ และเวลา ผนวกกับนำเสนอผ่านคลิปวิดีโอสั้น ด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย จึงเกิดคนดังในสังคมขึ้นเป็นจำนวนมาก ที่สำคัญการเกิดขึ้นของคนดังทำให้ผู้รับสารเข้าใจในทางบวก เชื่อมั่น และเข้าใจว่าสิ่งที่เห็น คือ ความจริง แต่จริงแล้วเป็นเพียงแค่โลกความหมายที่เราใช้ประสบการณ์ของเราตีความเพียงเท่านั้น เพราะในความเป็นจริงที่เป็นความจริงแท้หาได้รู้ไม่ว่าบุคคลนั้นเป็นอย่างไร จนกว่าจะได้สัมผัสด้วยตนเองที่ไม่ใช่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์

รายการอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2565). ดีอีเอส พบแนวโน้มนโยบายออนไลน์ผ่าน TikTok ขาขึ้น. สืบค้นจาก <https://mdes.go.th/news/detail/5767-ดีอีเอส-พบแนวโน้มนโยบายออนไลน์ผ่าน-TikTok-ขาขึ้น>
- กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงศ์, จันทนา ทองประยูร, นุชบา สุธีธร และ สมสุข หินวิมาน. (2557). *ปรัชญานิตยสารและทฤษฎีการสื่อสาร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณัฐพงษ์ สายพิน. (2563). ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมวิวัฒนาการผ่าน TikTok ในสังคมไทย. *วารสาร สารสื่อศิลป์*, 3(5), 55-66.
- นลินทิพย์ เนตรวงศ์. (2559). ภาพตัวแทน “ผู้ชายในฝัน” ในละครโทรทัศน์แนวโรมานซ์. (วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ภรภัทร ชาญเจริญ. (2564). พฤติกรรมการเปิดรับ ทศนคติ และการตัดสินใจใช้งานแอปพลิเคชัน TikTok. (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. กรุงเทพฯ.
- AP. (2566). ซีอีโอ ‘ติ๊กต็อก’ ตอบคำถามวุฒิสภาสหรัฐฯ กรณีความกังวลด้านความมั่นคง. สืบค้นจาก <https://www.voathai.com/a/tiktok-ceo-faces-off-with-congress-over-security-fears/7018749.html>
- Berger, P. L., and Luckmann, T. (1966). *The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge*. London: Penguin Group.
- Chula. (2563). อาจารย์อุทกษา วิจัย “ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ ต่อการเปลี่ยนแปลง ทางสังคม และวัฒนธรรม ไทย. สืบค้นจาก <https://www.chula.ac.th/news/27969/>
- Nattapon Muangtum. (2565). *สรุปข้อมูลผู้ใช้งาน TikTok Data Stat & Insight 2022*. สืบค้นจาก <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/tiktok-data-stat-and-insight-thailand-2022-we-are-social/>
- Sarun Rojanasoton. (2565). ทำความรู้จัก “User-Generated Content” โอกาสใหม่สำหรับนักการตลาด. สืบค้นจาก <https://www.thumbsup.in.th/benefit-of-ugc-marketing-opportunity>

TikTok. (2565). ครั้งแรกกับงานมอบรางวัลสุดยิ่งใหญ่ "TikTok Awards Thailand 2022" ยกย่อง
ครีเอเตอร์ไทยสู่สากล. สืบค้นจาก [https://newsroom.tiktok.com/th-th/inaugural-tiktok-
awards-thailand-2022-honoring-local-creators](https://newsroom.tiktok.com/th-th/inaugural-tiktok-awards-thailand-2022-honoring-local-creators)