



บทความวิชาการ

readAwrite:

จากแพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ยอดนิยมสู่การสร้างวัฒนธรรมแฟนคลับ

READAWRITE:

POPULAR ONLINE NOVEL PLATFORM INFLUENCE FANCLUB CULTURAL CONSTRUCTION

ดุษฎี นิลดำ (DUSADEE NILDUM)*

นิตยา พรหมศรี (NIDTAYA PROMSRI)**

วันที่รับบทความ 29 พฤษภาคม 2566

วันที่แก้ไขบทความ 14 มิถุนายน 2566

วันที่ตอบรับบทความ 14 มิถุนายน 2566

บทคัดย่อ

บทความนี้ต้องการอธิบายถึงพัฒนาการของแพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ยอดนิยม readAwrite สู่การสร้างวัฒนธรรมแฟนคลับ readAwrite ทั้งการมีส่วนร่วม การสร้างอัตลักษณ์ การสื่อสาร และการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เขียนกับผู้อ่าน ซึ่งล้วนแต่ส่งผลต่อการดำรงวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนคลับ readAwrite และความนิยมต่อแพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ readAwrite

คำสำคัญ: แพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ / วัฒนธรรมแฟนคลับ / readAwrite

* อาจารย์วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Senior Lecturer, Advertising and Marketing Communication, College of Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat University Nakhon Pathom Campus, E-mail: dusadee.ni@ssru.ac.th *Corresponding author

** นักศึกษาปริญญาโท วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Master Degree Student College of Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat University.



Abstract

This article aims to describe development of readAwrite; online novel platform that brings readAwrite; fanclub culture alive. All acts of readAwrite fan club, namely engagement, identity construction, communication and interaction between authors and readers affect fan club cultural preservation and online novel platform appreciation.

Keywords: Online novel platform / Fan club / readAwrite



บทนำ

หากมองย้อนกลับไปในช่วงเวลาก่อนศตวรรษที่ 20 มนุษย์เราบริโภคข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ป้ายโฆษณา ฯลฯ ทำให้การบริโภคข้อมูลข่าวสารจำกัดอยู่ในวงแคบ แต่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เข้ามามีบทบาทในการดำเนินชีวิตของบุคคลในสังคมเพิ่มขึ้นทุกวัน สร้างความสะดวกสบายในการใช้ชีวิตให้มากยิ่งขึ้น เป็นเหตุผลให้มนุษย์เริ่มสนใจการบริโภคข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น อินเทอร์เน็ต (Internet) จึงกลายเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารมีความรวดเร็วมากขึ้น ส่งผลต่อรูปแบบของการอ่านหนังสือที่มีพัฒนาการและปรับเปลี่ยนรูปแบบเพื่อให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น จากการการอ่านหนังสือในรูปแบบที่เป็นกระดาษเป็นรูปเล่ม กลายเป็นการอ่านหนังสือในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) และในรูปแบบของแอปพลิเคชัน (Application) บนสมาร์ตโฟนมากขึ้น โดยเฉพาะการอ่านนิยายจากรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่ปรับเป็นรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (อาร์ดา ปรีชาปัญญา, 2553)

การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอย่างแพร่หลาย ทำให้การอ่านหนังสือในรูปแบบช่องทางออนไลน์เพิ่มขึ้น เป็นการสร้างพื้นที่เปิดโอกาสให้นักเขียนได้แสดงผลงานแบบอิสระและนักอ่านเข้าถึงการอ่านนิยายได้สะดวกขึ้น เริ่มจากการอ่านนิยายบนเว็บไซต์จนมาถึงการอ่านนิยายผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน การอ่านนิยายออนไลน์สามารถอ่านได้ทุกที่ทุกเวลาที่ผู้สนใจอนุญาตอินเทอร์เน็ต โดยที่นักอ่านไม่จำเป็นต้องพกหนังสือในรูปแบบเล่ม ขอเพียงมีอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตก็สามารถเข้าไปเลือกนิยายที่ชื่นชอบได้ทันที และยังสามารถเลือกอ่านเนื้อหาได้หลากหลาย ต่างจากการอ่านนิยายรูปแบบเล่มที่ต้องเฉพาะเจาะจงเพียงเรื่องใดเรื่องหนึ่งเท่านั้น นอกจากนี้ ผู้อ่านที่ติดตามอ่านนิยายออนไลน์ยังสามารถรับรู้การอัปเดตของนิยายที่ตนชื่นชอบได้ในทันที

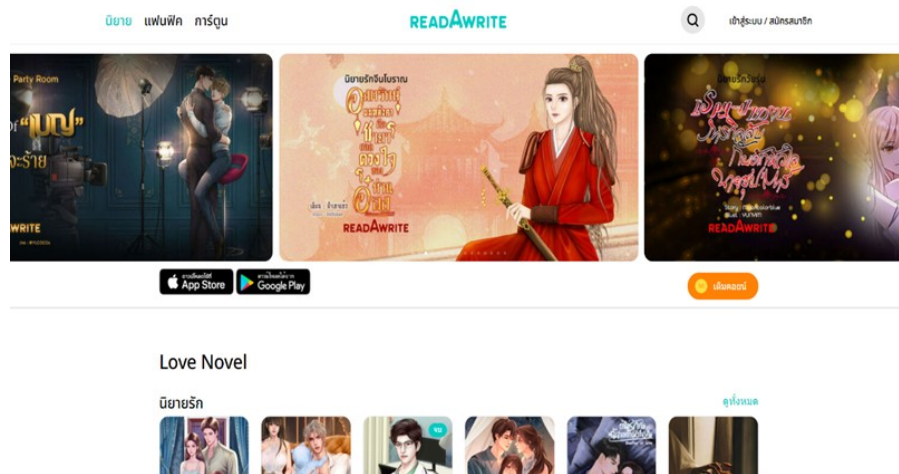
แพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ที่ได้รับความนิยม อาทิ จอยลดา (Joylada) ธีญวลัย Fictionlog เด็กดี (Dek-D) รวมถึง readAwrite จึงกลายเป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างขึ้นของวงการนิยายซึ่งนักอ่านสามารถเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และมีทางเลือกในการอ่านมากขึ้น ขณะที่นักเขียนก็มีรายได้และมีอิสระในการสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบที่ตนเองต้องการ ดังนั้น แพลตฟอร์มนิยายออนไลน์จึงได้กลายเป็นสังคม (Community) ขนาดย่อม ๆ ของเหล่านักอ่านนักเขียนที่มีการรวมกลุ่มติดต่อสัมพันธ์กัน แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกัน จากพื้นฐานความชื่นชอบในเรื่องเดียวกัน

readAwrite แพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ยอดนิยม

readAwrite เป็นแพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากนักอ่านทุกเพศทุกวัย และตอบโจทย์มากที่สุดสำหรับนักเขียนมือใหม่ (SME Thailand, 2564) และเป็นธุรกิจบริการที่ดำเนินการโดยบริษัท Meb Corporation (Mobile E-Books: Meb) ซึ่งประสบความสำเร็จและมีผลกำไร



สูงสุดในธุรกิจร้านหนังสือแบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยมีต้นกำเนิดมาจากการเปิดสำนักพิมพ์เล็ก ๆ ของคุณรวีร มะหะสิทธิ์ แต่ปัญหาที่ Meb ประสบ คือ การวางจำหน่ายหนังสือในร้านที่มักจะเลือกหนังสือเล่มที่ขายดี วางไว้ในจุดที่เด่นและอยู่ในร้านได้นาน ขณะที่หนังสือเล่มไหนไม่ดัง ขายไม่ดี ก็จะถูกวางในจุดที่ไม่ดี และวางขายได้ไม่นาน ด้วยความที่สำนักพิมพ์ของคุณรวีรมีขนาดเล็กและหนังสือส่วนมากเป็นเรื่องเฉพาะ ส่งผลให้หลังจากวางจำหน่ายหนังสือไม่นาน สุดท้ายก็ถูกถอดออกจากแผงไป ส่งผลให้คุณรวีรต้องดำเนินกลยุทธ์ใหม่ในการทำร้านหนังสือแบบอิเล็กทรอนิกส์ ปัจจุบัน Meb มีรายได้ประมาณ 1,000 ล้านบาท มีกำไรสูงสุดในธุรกิจร้านหนังสือแบบอิเล็กทรอนิกส์ และกลายเป็นแพลตฟอร์มขาย E-Books ที่ใหญ่สุดในประเทศไทย (ลงทุนแมน, 2564)



ภาพที่ 1 เว็บไซต์ ReadAWrite

ที่มา: <https://www.readawrite.com/>

สำหรับ readAwrite ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2560 เป็นธุรกิจบริการที่ต่อยอดจากธุรกิจร้านหนังสือแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างแหล่งให้นักเขียนได้เขียนและเผยแพร่ผลงานสู่ผู้อ่านโดยตรง แพลตฟอร์มประกอบด้วยเนื้อหา 3 ประเภทหลัก ๆ ได้แก่ 1.นิยาย 2.การ์ตูน และ 3. แฟนฟิค (วรรณกรรมออนไลน์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยกลุ่มผู้ติดตาม โดยการนำบุคคลจริงหรือตัวละครในวรรณกรรมมาถ่ายทอดเรื่องราวตามจินตนาการของตน: ผู้วิจัย) แต่ละประเภทจะมีหมวดหมู่ย่อยเพิ่มเติม ที่ผู้อ่านสามารถเลือกอ่านได้ตามความสนใจและความพึงพอใจของแต่ละบุคคล

ผู้ใช้งาน readAwrite จึงสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1. Guest read only ซึ่งเป็นผู้อ่านอย่างเดียวโดยสามารถอ่านได้ผ่าน Web Browser เท่านั้น และ 2. User read + write แบบที่เป็นทั้งผู้อ่านและผู้เขียน โดยผู้อ่านสามารถติดตั้งหมวดที่สนใจและติดตามนักเขียนได้ และในการอ่านนิยายแต่ละเล่ม หรือแต่ละบทผู้อ่านสามารถแสดงความคิดเห็นและโศกนาฏหรือจ่ายเหรียญ (Meb



coin) แทนจำนวนเงินจริงตามความพึงพอใจโดยไม่มีขั้นต่ำ หรือสามารถซื้อนิยายในรูปแบบเล่ม หรือแต่ละบทของนักเขียนได้ เพื่อสนับสนุนผลงานของนักเขียนที่ตนเองชื่นชอบ (Sisunmay, 2063)

ที่สำคัญ readAwrite ยังเป็นพื้นที่สำหรับนักเขียนทั้งมือใหม่และมีอาชีพในการสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบต่าง ๆ โดยนักเขียนจะเป็นผู้กำหนดเองว่าจะให้ผู้อ่านอ่านได้ฟรีหรือเสียเงินก็ได้ รวมทั้งยังมีกระตุกให้เขียนเรื่องสัพเพเหระ พร้อมระบบตรวจคำผิด ระบบจัดหน้าเนื้อหาที่สวยงามสามารถช้อนคอมเมนต์ (การแสดงความคิดเห็น) ที่ไม่พึงประสงค์ และการเพิ่มยอดผู้ติดตามรับชมที่ง่าย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักเขียนที่ต้องการลงผลงานในแพลตฟอร์ม และเมื่อนิยายเขียนจบแล้ว นักเขียนยังสามารถสร้างรายได้ด้วยการเสนอขายในรูปแบบหนังสือแบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ได้ด้วย ทำให้ readAwrite สามารถดึงดูดนักเขียนเข้ามาสร้างสรรค์ผลงานได้มากมายและกลายเป็นแพลตฟอร์มยอดนิยมสำหรับวัยรุ่นที่รักการอ่านในปัจจุบัน โดยมีรายได้ 937.2 ล้านบาท และมีผลกำไรสูงถึง 166 ล้านบาท (ลงทุนแมน, 2564)

จากบทสัมภาษณ์ของคุณ รวิวรร มะหะลิทธิ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท Meb Corporation (มหาชน) มีเนื้อหาโดยสรุปว่า readAwrite นอกจากจะเป็นแพลตฟอร์มสำหรับนักอ่านนักเขียนที่ได้รับความนิยม ยังเป็นจุดสนใจของสำนักพิมพ์ในการมองหาต้นฉบับซึ่งมีจำนวนมหาศาลในคลังข้อมูล ดังนั้นสิ่งที่ readAwrite ทำอยู่เสมอ คือ การแสดงระบบข้อมูลที่ถูกต้องและเท่าเทียมให้นักเขียนทุกคนเพื่อให้สำนักอ่านหรือสำนักพิมพ์สามารถนำไปพิจารณาได้ตามความต้องการ (Capital better business for good life) (สุชานาถ กิตติสุรินทร์ และสรรพชัย วัฒนสิงห์, 2565)

จากงานวิจัยของกฤติมาพร กวีวรลักษณ์ และนิตยา เจริญประเสริฐ (2564) ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการอ่านนวนิยายออนไลน์ของเจนเอเรชั่นวายในประเทศไทย พบว่า นิยมอ่านนวนิยายออนไลน์บนสมาร์ตโฟนผ่านช่องทาง Dek-d และ readAwrite โดยให้เหตุผลว่า ต้องการอ่านนวนิยายเพราะต้องการหาสิ่งบันเทิงและคลายความเครียด การอ่านแบบออนไลน์สามารถอ่านได้ในทันที ซึ่ง readAwrite สามารถตอบโจทย์ความต้องการของนักอ่านได้ ทั้งในด้านเนื้อหาความบันเทิง เพราะมีนวนิยายที่หลากหลายมากกว่า 100,000 เรื่อง อีกทั้งยังมีราคาไม่แพง โดยมีค่าใช้จ่ายในระยะเวลา 3 เดือน ไม่เกิน 300 บาท readAwrite จึงเป็นแพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ที่น่าจับตามองการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสามารถพิจารณาได้จากรายงานของบริษัท Meb Corporation (มหาชน) ที่ระบุว่า readAwrite มีจำนวนผู้ใช้บริการเฉลี่ยต่อเดือน (Monthly Active User: MAU) เพิ่มขึ้นจาก 4.64 ล้านราย/เดือน ในปี 2564 เป็น 5.64 ล้านราย/เดือน ในปี 2565 ซึ่งเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมทางการตลาด และรายการส่งเสริมการขาย รวมถึงผลจากการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สนใจการอ่านวรรณกรรมออนไลน์มากยิ่งขึ้น



รายได้จากการขายและบริการ	บัญชีสิ้นสุดวันที่ 31 ธันวาคม						รอบระยะเวลาเก้าเดือน สิ้นสุดวันที่ 30 กันยายน	
	2562		2563		2564		2565	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book) ⁽¹⁾	593.97	96.69	960.47	95.96	1,373.65	95.10	1,153.75	92.16
- นิยาย/วรรณกรรม (Fiction)	533.76	86.89	829.16	82.84	1,145.35	79.29	952.94	76.12
- หมวดอื่นๆ ⁽²⁾	60.21	9.80	131.31	13.12	228.31	15.81	200.81	16.04
แพลตฟอร์ม readAwrite ⁽³⁾	2.58	0.42	23.63	2.36	45.77	3.17	60.10	4.80
อื่นๆ ⁽⁴⁾	17.75	2.89	16.76	1.67	25.04	1.73	38.07	3.04
รวมรายได้จากการขายและบริการ	614.30	100.00	1,000.86	100.00	1,444.46	100.00	1,251.92	100.00

หมายเหตุ:

- (1) รายได้จากการขายหนังสืออิเล็กทรอนิกส์บนแพลตฟอร์ม meb Hytexts และ Hibrary โดยเป็นรายได้ก่อนหักส่วนแบ่งให้กับเจ้าของผลงาน ทั้งนี้ บริษัท วัชรวิทย์ได้ก่อนหักส่วนแบ่งให้กับเจ้าของผลงาน เนื่องจากบริษัท เป็นผู้ดำเนินการจัดทำ พัฒนา ดูแลรักษา Application และเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเผยแพร่งานวรรณกรรมไปยังลูกค้า รวมถึงมีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในการขายวรรณกรรมออนไลน์
- (2) เช่น การ์ตูน ไลน์แวล นิยาย และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น
- (3) รายได้จากแพลตฟอร์ม readAwrite เป็นรายได้สุทธิหลังหักส่วนแบ่งให้กับเจ้าของผลงาน โดยรายได้ดังกล่าวรวมรายได้จากการขายนิยายเป็นตอน และนิยายชุด เป็นต้น ทั้งนี้ บริษัท วัชรวิทย์ได้สุทธิหลังหักส่วนแบ่งให้กับเจ้าของผลงาน เนื่องจากบริษัท เป็นผู้ดำเนินการจัดทำ พัฒนา ดูแลรักษา Application และเว็บไซต์ต่างๆ เพื่อเผยแพร่งานวรรณกรรมไปยังลูกค้า เพื่อให้เจ้าของผลงานสามารถโพสต์คอนเทนต์หรือเนื้อหาได้ด้วยตัวเอง (User Generated Content หรือ "UGC") โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมในการขายวรรณกรรมออนไลน์
- (4) ได้แก่ รายได้จาก E-Buffer หนังสือเสียง (Audio Book) และ E-Reader เป็นต้น

ภาพที่ 2 รายได้จากการขายและบริการหลังหักส่วนแบ่งให้กับเจ้าของผลงาน

ที่มา: <https://www.set.or.th/th/market/news-and-alert/newsdetails?id=16762425835041>

วัฒนธรรมแฟนคลับ readAwrite

การศึกษาเรื่องวัฒนธรรมแฟนคลับได้รับความสนใจในแวดวงวิชาการไทยมานานแล้ว ดังจะเห็นได้จากปรากฏการณ์วัฒนธรรมการอุปถัมภ์ของแม่ยก / พ่อยกเลิกในยุคของสื่อพื้นบ้าน(กาญจนา แก้วเทพ, 2555) การศึกษาวัฒนธรรมแฟนจึงเป็นการศึกษางานทางวัฒนธรรมในประเด็นที่วัฒนธรรมแฟนสามารถสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม และวัฒนธรรมการสื่อสาร รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเนื้อหากับแฟนคลับ (พัน จักรชัยยันต์, 2563)

จากงานวิจัยของกนกวรรณ ปิ่นสิริานนท์ และอดิพล เอื้อจรัสพันธุ์ (2564) ที่ได้ศึกษามอง “แฟนคลับ” ผ่านงานวิจัยในประเทศไทย พบว่า งานวิจัยเรื่องแฟนคลับในประเทศไทยมีการศึกษาใน 2 ประเด็นหลัก คือ การสื่อสารระหว่างกลุ่มแฟนคลับ และอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ โดยผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นความเป็นแฟนคลับใน 3 แง่มุม ได้แก่ 1. บทบาทหน้าที่ของแฟนคลับ 2. การดำรงอยู่ของเครือข่ายแฟนคลับที่เข้มแข็งและยั่งยืน และ 3. ความสำคัญของแฟนคลับที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมบันเทิง โดยเฉพาะในประเด็นสุดท้ายที่ผลการวิจัยทุกชิ้นแสดงถึงบทบาทและอิทธิพลของแฟนคลับในประเทศไทยที่สนับสนุน ส่งเสริม และผลักดันให้บุคคล/ สิ่งที่ชอบได้มีชื่อเสียงและเป็นที่นิยมชมชอบภายใต้ปฏิสัมพันธ์ของเครือข่ายการสื่อสารของกลุ่มแฟนคลับ

รวมทั้งงานวิจัยของดุขุฎี นิลดำ (2559) ที่ได้หัยบายกรณีศึกษาของกลุ่มแฟนคลับชาวไทยจำนวน 4 เรื่อง ได้แก่ แฟนคลับวงดนตรี (EXO-L) แฟนคลับของทีมฟุตบอลแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด



(RAFC) แฟนคลับของมอเตอร์ไซด์ Zoomer-X และ แฟนคลับของกางเกงยีนส์ Nudie Jeans โดยมีข้อสรุปว่า (กลุ่ม) แฟน ก็คือ ผู้บริโภคที่กำลังแสดงบทบาทเชิงรุกในฐานะของผู้ให้การสนับสนุนอย่างชัดแจ้ง (advocate) ที่เกิดจากความผูกพัน (engagement) ของพวกเขาที่มีต่อแบรนด์ / สินค้า / บริการ / บุคคลนั้น ๆ โดยกลุ่มแฟนคลับจะมีปฏิสัมพันธ์ด้วยการบูรณาการสื่อเพื่อใช้แลกเปลี่ยนความคิดเห็น การนำเสนอข้อมูลข่าวสาร การให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ หรือร่วมกันทำกิจกรรมเพื่อสื่อสารอุดมการณ์ในการดำรงวัฒนธรรมของกลุ่ม ดังนั้น องค์กร / แบรนด์ / ผู้ผลิตสื่อจึงควรทำความเข้าใจ เพราะการรักษาวัฒนธรรมแฟนคลับ ย่อมส่งผลต่อความยั่งยืนของแบรนด์/ สินค้า/ บริการ/ บุคคลในระยะยาว

1. การสร้างกลุ่มแฟนคลับ readAwrite

การรวมกลุ่มของแฟนถือเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรม (Sociocultural phenomenon) ในการรวมกลุ่มที่สำคัญประการหนึ่งในยุคปัจจุบัน โดยกาญจนา แก้วเทพ (2555) อธิบาย “แฟนด้อม” (Fandom) หรือ ภาษาที่ใช้กันโดยทั่วไปคือ “แฟนคลับ” ว่า ชุมชนของแฟน เป็นการรวมกลุ่มของคนที่มีความสนใจร่วมกัน และมีความกระตือรือร้นเป็นอย่างมากในการรับสารจากสื่อแฟนเป็นทั้งผู้รับสารและผู้ผลิตที่สร้างวัฒนธรรมที่มีลักษณะพิเศษของตัวเอง เป็นการรวมกลุ่มคนคอเดียวกันเพื่อพูดคุยและแสดงความชื่นชมเกี่ยวกับสิ่งที่ตนชื่นชอบ

เช่นเดียวกับ ภัทรนันท์ หนูนภักดี (2550) ที่อธิบายแฟนด้อมว่า เป็นกลุ่มย่อยของบุคคลที่มีความชื่นชอบในตัวบุคคล กลุ่มบุคคล งานศิลปะ ความคิดเห็นหรืออุดมการณ์โดยมีการแบ่งปันความสนใจความชื่นชอบในตัวบุคคล กลุ่มบุคคล หรือสิ่ง ๆ นั้นร่วมกัน บ่อยครั้งที่สมาชิกจะรู้จักกันในกิจกรรมพบปะสังสรรค์ของกลุ่ม แต่ในปัจจุบัน ส่วนใหญ่จะรู้จักกันทางอินเทอร์เน็ต

เมื่อพิจารณาในส่วนแฟนคลับของ readAwrite จะพบว่าเกิดจากการรวมกลุ่มซึ่งเป็นกลุ่มเฉพาะบุคคลที่มีความสนใจในนิยายออนไลน์และแพลตฟอร์ม readAwrite โดยใช้ชื่อกลุ่มว่า “readAwrite” ในเฟซบุ๊กเช่นเดียวกับแพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ โดยเป็นกลุ่มที่มีการติดต่อสื่อสารระหว่างนักเขียนกับนักอ่าน และนักอ่านกับนักอ่าน ปัจจุบันมีสมาชิกในกลุ่มมากกว่า 37,000 คน ก่อตั้งขึ้นในเดือนธันวาคม พ.ศ.2561 โดยภายในกลุ่มจะมีไว้สำหรับการแบ่งปัน แนะนำนิยาย แฟนฟิก หรือแจ้งเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับแพลตฟอร์ม เช่น แพลตฟอร์มค้างไม่สามารถใช้งานได้ การขอคำปรึกษา เมื่อต้องการเติมเงินเพื่ออ่านนิยาย

นอกจากนี้ยังมีกลุ่ม “readAwrite - ความฝันนักเขียนรุ่นใหม่” บนเฟซบุ๊กเช่นเดียวกัน ก่อตั้งเมื่อสิงหาคม พ.ศ.2559 มีสมาชิกในกลุ่มกว่า 28,000 คน มีจุดประสงค์ในการก่อตั้ง คือ เพื่อเปิดพื้นที่ให้แก่กลุ่มคนที่มีความฝันอยากก้าวเข้าสู่วงการงานเขียนได้เข้ามาพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ขอคำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือแก่กันและกัน โดยมีกฎที่สมาชิกต้องปฏิบัติตาม



เช่น ต้องปฏิบัติต่อกันอย่างสุภาพมีมารยาท หลีกเลี่ยงการใช้คำหยาบ เคารพความหลากหลาย หากฝ่าฝืน จะมีการตักเตือนและบทลงโทษ เป็นต้น จะเห็นได้ว่ากลุ่มที่เกิดขึ้นนั้นเป็นพฤติกรรมการรวมกลุ่มของผู้รับสารจากสื่อหรือกลุ่มคนที่แสดงออก ความสนใจ ความชื่นชอบเป็นพิเศษต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ดังนั้นกลุ่มที่เกิดขึ้นบนเครือข่ายสารสนเทศซึ่งได้รับอิทธิพลจากแพลตฟอร์ม readAwrite เป็นการรวมกลุ่มแฟนคลับเพื่อสนับสนุนนักเขียน นักอ่าน และนำไปสู่การสนับสนุนแพลตฟอร์ม โดยมีลักษณะสำคัญของความเป็นแฟนที่สำคัญตามลักษณะที่ Jenkins (1992 อ้างถึงใน จุฑามาศ เกลี้ยงเกลา, 2556) ได้อธิบายลักษณะสำคัญของความเป็นแฟนไว้ 4 ลักษณะ ดังนี้

1) แฟนสามารถนำแนวทางที่ตนเองเปิดรับจากสื่อไปปฏิบัติได้ แฟนเลือกสื่อต่าง ๆ เพื่อการบริโภคอย่างตรงไปตรงมา กล่าวคือ หลายครั้งที่แฟนรับชมและพูดคุยเกี่ยวกับรายการบันเทิงใด ๆ ทำให้แฟนเหล่านั้นปฏิบัติต่อไปได้ในภายหลัง กลุ่มแฟนของ readAwrite จะมีการนำเสนอเนื้อหาใหม่ภายในกลุ่มเพื่อให้กลุ่มทราบว่ามีนิยายใหม่เป็นแนวอะไรบ้าง เนื้อเรื่องเป็นอย่างไร ถ้าสมาชิกภายในกลุ่มสนใจ จะเข้าไปติดตามและเริ่มอ่านนิยายเรื่องดังกล่าวจากแพลตฟอร์มออนไลน์โดยตรงหรือบนเว็บไซต์แล้วแต่ความถนัดของบุคคล หรือบางครั้งการตั้งคำถามภายในกลุ่ม การให้กำลังใจจากบุคคลที่ไม่รู้จักกัน แต่มีความชอบในสิ่งเดียวกัน เหมือนเป็นการเติมพลังให้กันและกันได้

2) ความเป็นแฟนสามารถสร้างกลุ่มพิเศษขึ้นมาได้หมายถึงความเป็นแฟนเป็นพื้นฐานของการแสวงหาสังคมที่ปรากฏในลักษณะต่าง ๆ เช่น สโมสร ระเบียบแบบแผนต่าง ๆ สิ่งตีพิมพ์ การพูดคุยต่าง ๆ เพื่อแบ่งปันความคิดเห็นต่าง ๆ ในแฟนด้วยกันเอง เป็นต้น ดังที่เกิดการรวมตัวของกลุ่มนักอ่านและนักเขียนในเฟซบุ๊ก เพื่อรวมตัวกันในการพูดคุย แสดงความคิดเห็น หรือแบ่งปันข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแพลตฟอร์มและนิยาย

3) ความเป็นแฟนสามารถสร้างโลกศิลปะที่พิเศษขึ้นมา หมายถึงความเป็นแฟน สร้างมาตรฐานของการให้เหตุผล การร่วมมือ การประชัน และอื่น ๆ ที่แสดงออกมาในลักษณะของวัฒนธรรมที่แตกต่างจากที่มีอยู่ในสังคม (Counterculture) ดังเช่นการเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม readAwrite ต้องยอมรับเงื่อนไข กฎ ระเบียบ ข้อบังคับของกลุ่มก่อนที่จะแอดมินกลุ่มจะรับเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม และหากพบว่าการกระทำผิดเกิดขึ้น แอดมินสามารถลบคุณออกจากกลุ่มได้ทันที และบางครั้งการเป็นกลุ่มทำให้เกิดนักเขียนหน้าใหม่ เมื่อมีกลุ่มบุคคลที่ชอบในสิ่งเดียวกันคอยให้คำปรึกษา กำลังใจ อย่างเช่น นักเขียนที่แต่งแนวแฟนฟิక్షัน (Fanfiction) ที่เกิดจากการชื่นชอบในศิลปิน เป็นแรงบันดาลใจให้สามารถทำสิ่งใหม่ ๆ ได้ หรือ การวาดแฟนอาร์ต (Fanart) จากนิยายหรือศิลปินที่สนใจ

4) ความเป็นแฟนสามารถสร้างกลุ่มชุมชนทางสังคม หมายถึง การสร้างทางเลือกใหม่ให้กับชนกลุ่มน้อยหรือบุคคลที่สนใจในการรวมตัวกันจากความสนใจที่คล้ายคลึงกัน นั่นก็คือการรวมตัวของนักอ่านและนักเขียนจนนำไปสู่การรวมกลุ่มกัน เพื่อสามารถพูดคุยสื่อสารกันได้ง่าย



มากขึ้น แม้ไม่ได้เป็นกลุ่มบุคคลที่รวมตัวกันบนโลกแห่งความเป็นจริง แต่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีตัวตนบนโลกเสมือนจริง เป็นกลุ่มสังคมบนโลกออนไลน์ พูดคุย สื่อสาร ได้ตอบโต้ เสมือนกับโลกความเป็นจริง

เห็นได้ว่าพฤติกรรมกรรมการรับสารแบบรวมกลุ่มลักษณะนี้เกิดขึ้นมาเป็นระยะเวลานาน “กลุ่มแฟนคลับ” (Community) จึงถือว่าเป็นกลุ่มชนย่อยกลุ่มหนึ่ง ในสังคมที่รวมตัวกันเพื่อจุดประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยมีจุดเริ่มต้นมาจาก ความชื่นชอบที่มีร่วมกันมารวมตัวกันเพื่อพบปะพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ตนมีความสนใจอยู่ให้แกกันและกัน ทำกิจกรรมรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งร่วมกัน โดยเฉพาะการสื่อสารระหว่างนักเขียนและนักอ่านที่เกิดขึ้น เป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสารระหว่างบุคคลที่ดี มีอิทธิพลที่ทำให้เกิดกลุ่มแฟนคลับที่คอยสนับสนุนทั้งนักเขียนและแพลตฟอร์ม คอยอัปเดตข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ แนะนำนิยายพูดคุยปรึกษา และนำไปสู่การสนับสนุนในการซื้อ-ขาย ทั้งนิยายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มและฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์เป็นรูปเล่มหนังสือ สนับสนุนผลงานเก่าและผลงานใหม่ เป็นตัวสร้างรายได้ให้นักเขียนและแพลตฟอร์มที่สนับสนุนช่องทางการนำเสนอผลงานให้เป็นที่รู้จักในยุคที่มีการแข่งขันสูงบนโลกยุคดิจิทัล กลุ่มแฟนคลับเป็นกลุ่มที่ทำให้การสร้างฐานแพลตฟอร์มมีความมั่นคงมากขึ้น

2. การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักอ่านและนักเขียน

ในสมัยก่อนนักเขียนและนักอ่าน อาจแยกจากกันอย่างชัดเจน โดยมีสำนักพิมพ์เป็นตัวกลางที่นำเสนอผลงานของนักเขียนมาผลิตเป็นหนังสือ และนำเสนอให้นักอ่านได้ติดตามแค่เพียงตัวหนังสือ ไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์กับนักเขียน แต่ปัจจุบันเมื่อมีการพัฒนาทางเทคโนโลยี นักเขียนไม่จำเป็นต้องอยู่ภายใต้การดำเนินงานของสำนักพิมพ์ นักเขียนเป็นอิสระ สามารถลงผลงานของตัวเองได้ในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ตลอดจนการผลิตหนังสือทำมือ โดยไม่ผ่านสำนักพิมพ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้นักเขียนและนักอ่านมีพื้นที่ในการสนทนา แลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน นักเขียนสามารถรับปฏิกิริยาตอบกลับ (Feedback) จากนักอ่านได้โดยตรง เป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักอ่านและนักเขียนสอดคล้องกับที่ วิเวียน และซัดวีคส์ (Vivian and Sudweeks, 2003 อ้างถึงใน ชีรพงศ์ พงศ์ทิมาวุ, 2556) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เว็บไซต์หรือเครือข่ายทางสังคมเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน เน้นการใช้งานเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล โดยมองข้ามขอบเขต ความสัมพันธ์แบบพื้นฐาน เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนบ้าน เพื่อนในที่ทำงาน หรือบุคคลในครอบครัว ช่วยให้ผู้ใช้สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสมาชิกบนเครือข่าย ความสามารถโดยทั่วไปของเว็บไซต์เครือข่ายทางสังคม ได้แก่ การจัดการผู้ใช้ การจัดประวัติย่อ การจัดการความคิดเห็นและการส่งข้อความระหว่างผู้ใช้

readAwrite เป็นแพลตฟอร์มในการเปิดพื้นที่เพื่อให้นักเขียนและนักอ่านได้ใกล้ชิด มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในระดับที่มีความเหมาะสม เช่น การติชมผลงาน การเสนอความคิดเห็นในแต่ละ



บทของนิยาย เพื่อให้นักเขียนได้รับปฏิกิริยาตอบกลับจากนักอ่านได้ทันที สามารถนำความคิดเห็นไปปรับปรุงได้ นักอ่านสามารถติดตามนักเขียนที่ชื่นชอบหรือเก็บข้อมูลนิยายที่สนใจเพิ่มเข้าไปในชั้นหนังสือของตัวเอง เพื่อติดตามการแจ้งเตือนนิยายหรือติดตามผลงานใหม่ ๆ ของนักเขียนที่ชื่นชอบได้ ทำให้ช่องว่างระหว่างนักเขียนและนักอ่านน้อยลงไป เสมือนเป็นการสร้างกำลังใจในพื้นที่เล็ก ๆ ให้แก่กันและกัน

ดังเช่น คุณฟอส นักเขียนนามปากกา “Fosphyl” เป็นนักเขียนนิยายวายในแพลตฟอร์ม readAwrite ได้ให้สัมภาษณ์กับ SME Startup (SME THAILAND, 2564) เกี่ยวกับเคล็ดลับการสร้างรายได้จากงานเขียน โดยจุดประสงค์แรกของการเป็นนักเขียน คือ แคร่อยากลงงานเขียนเพื่อให้คนอื่นอ่าน เปรียบเหมือนเป็นการแต่งเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งได้รับความสนใจจากนักอ่านที่ชื่นชอบอ่านนิยายในทิศทางเดียวกัน โดยนักอ่านส่วนใหญ่ได้ตอบกลับจากการสื่อสารว่าถ้าชอบอ่านนิยายที่มีฉากเรทจะคิดถึงผลงานของ Fosphyl ซึ่งในตอนพิเศษเหล่านี้จะติดเหรียญให้นักอ่านซื้อเหรียญเพื่อสามารถเข้าไปอ่านนิยายในแต่ละบทที่ติดเหรียญ เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับนักเขียน โดยเริ่มจากการให้อ่านฟรีก่อน แล้วถ้าชื่นชอบก็สามารถซื้อเหรียญเพื่ออ่านบทต่อไปได้ และสิ่งสำคัญคือ ต้องมีการสื่อสารกับนักอ่าน โดยจะมีการตอบการแสดงความเห็นของนักอ่าน เพื่อไม่ให้เกิดความรู้สึกห่างเหินกับนักอ่าน โดยที่ยึดเป็นหลักสำคัญคือ งานกับความเป็นกันเองของนักเขียน

ดังนั้น นักเขียนควรให้ความสำคัญและไม่ละเลยการมีปฏิสัมพันธ์กับนักอ่าน ผ่านการแสดงความเห็นในช่องทางต่าง ๆ และการให้ความสำคัญกับการแสดงความเห็นทั้งด้านบวกและด้านลบเท่า ๆ กัน และโต้ตอบกับการแสดงความเห็นให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะส่งผลให้ผู้บริโภคชื่นชอบ เพราะรู้สึกเหมือนได้รับความจริงใจกลับมาจากการที่เลือกบริโภคและสนับสนุนแพลตฟอร์ม จนนำไปสู่การสร้างเครือข่ายเป็นกลุ่มที่สนับสนุนแพลตฟอร์มและนักเขียน โดยลักษณะในการรวมกลุ่มเหมือนกับกลุ่มแฟนคลับ ผ่านการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ ในการเอื้ออำนวยความสะดวกของแฟนซึ่งเกิดขึ้นในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บนเว็บไซต์สื่อสังคมหรือชุมชนออนไลน์ต่าง ๆ ที่มีผู้คนจำนวนมาก ที่อาจมีความหลากหลายด้านอายุ เพศและวัย แต่กลับมารวมกลุ่มเพราะความชื่นชอบและความสนใจในสิ่งเดียวกัน แฟนคลับจึงเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตสื่อต้องให้ความสนใจ เนื่องจากเมื่อแฟนคลับชื่นชอบสิ่งใด ก็จะมีทุ่มเททั้งแรงงาน จิตใจ และกำลังทรัพย์เพื่อที่จะแสดงความชื่นชอบหรือชื่นชมในสิ่งนั้น ผู้ผลิตสื่อจึงมักจะต้องรับฟังความคิดเห็นและตอบสนองข้อเรียกร้องของแฟนคลับ ส่งผลให้(กลุ่ม) แฟนคลับ ได้กลายเป็น (กลุ่ม) บุคคลที่มีอำนาจต่อรองกับผู้ผลิตสื่อในยุคนี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (พัน ฉัตรไชยยนต์, 2563)



บทสรุป

readAwrite เป็นแพลตฟอร์มนิยายออนไลน์ที่เอื้ออำนวยต่อพฤติกรรมการสื่อสารของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป การสื่อสารโดยใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางช่วยให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักเขียนกับนักเขียน นักเขียนกับนักอ่าน นักอ่านกับนักอ่าน ลดช่องว่างการสื่อสารระหว่างนักเขียนกับนักอ่าน สำหรับนักอ่านสามารถเข้าถึงนิยายออนไลน์ได้หลากหลายรูปแบบ ไม่จำกัด เพศ อายุ เลือกบริโภคได้ตามความต้องการของนักอ่าน สำหรับนักเขียนได้รับการเปิดโอกาสให้มีพื้นที่ในการนำเสนอผลงานได้ ทั้งนักเขียนมืออาชีพและมือใหม่ได้อย่างไม่จำกัด เป็นแพลตฟอร์มที่สร้างรายได้ และเป็นต้นน้ำในการนำเสนอผลงานให้นักเขียนได้มีโอกาสตีพิมพ์ผลงาน โดยบริษัทที่ดำเนินธุรกิจร้านหนังสือแบบอิเล็กทรอนิกส์อันดับหนึ่งของประเทศไทย แพลตฟอร์มดังกล่าวได้สร้างวัฒนธรรมแฟนคลับ readAwrite ที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม วัฒนธรรมการสื่อสาร และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเนื้อหา กับแฟนคลับที่ส่งผลต่อการดำรงวัฒนธรรมของ readAwrite และกลุ่มแฟนคลับให้มีความยั่งยืนในระยะยาว

รายการอ้างอิง

- กนกวรรณ ปิ่นสิรานนท์ และอดิพล เอื้อจรัสพันธ์. มอง “แฟนคลับ” ผ่านงานวิจัยในประเทศไทย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม*, 9(1), 2564. (22-31)
- กฤติมาพร กวีวรลักษณ์ และนิตยา เจริญประเสริฐ. “พฤติกรรมการอ่านนวนิยายออนไลน์ของเจนเนอเรชันวายในประเทศไทย.” *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2564.
- กาญจนา แก้วเทพ. *สื่อที่ใช้ ของใครที่ชอบ: การ์ตูน โทรทัศน์ท้องถิ่น แฟนคลับ*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2555.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2555.
- จุฑามาศ เกลี้ยงเกล้า. “การศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลีใต้ผ่านสื่อใหม่และพฤติกรรมแฟนคลับ.” *วิทยานิพนธ์มนุษยศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 2556.
- ดุษฎี นิลดำ. “แฟนศึกษา: กรณีศึกษา EXO-L, RAFC, Zoomer-X และ Nudie Jeans.” ใน *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ครั้งที่ 3 (ICMSIT 2016) (น.92-101)*. คณะวิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2559.
- ธีรพงศ์ พงศ์ศิษยา. “พฤติกรรมการใช้งาน Facebook ของนักศึกษาระดับการศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร.” *วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 2556.



- พนัสนิคมไชยยันต์. “วัฒนธรรมแฟน: กรณีศึกษาเชิงชาติพันธุ์วรรณา เป็ก ผลิตโชค แฟนคลับ.” *วารสารนิเทศศาสตร์*, 38(2), 2563. (35–51).
- ภัทรนันท์ หนูนรกดี. “แฟนคลับ: กระบวนการกลุ่มและพฤติกรรมสมาชิก.” *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 2550.
- สุชานาถ กิตติสุนทร และสรพัชญ์ วัฒนสิงห์. (2565, 28 มกราคม). READING IS EVERYWHERE: คุณกับ รวิร มะหะสิทธิ์ พ่อบ้านแห่ง readAwrite เรื่องการเติบโตของเว็บอ่านเขียนนิยายออนไลน์. Capital. จาก <https://capitalread.co/entreplanner-readawrite/>.
- อารดา ปรีชาปัญญา. “การวิเคราะห์อัตลักษณ์ นวนิยายไทยบนอินเทอร์เน็ต.” *วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 2553.
- ลงทุนแมน. (2564, 2 พฤศจิกายน). Meb แพลตฟอร์มขายอีบุ๊กของไทยที่โตระเบิด. จาก <https://web.facebook.com/longtunman/photos/Meb>.
- readAwrite. (2554). ข้อตกลงและการจ่ายเงิน. https://www.readawrite.com/?action=agreement_of_payment.
- Sisunmay. (2563, 3 กุมภาพันธ์). วิเคราะห์ readAwrite (Group Linkedin). จาก <https://dev.to/sisunmay/readawrite-group-linkedin-f2d>.
- SME Thailand. (2564, 3 สิงหาคม). เปลี่ยนแพลตฟอร์มให้เป็นเงิน 4 แพลตฟอร์มนักเขียนออนไลน์ สร้างรายได้แบบไม่จำกัด. จาก <https://www.smethailandclub.com/index.php/startup-qlife/7271.html>
- SME Thailand. (2564, 30 มิถุนายน). หนทางสร้างรายได้หลักแสนจากงานเขียน ทำยังไง! คุณกับนักเขียนออนไลน์มาแชร์ประสบการณ์จริง. จาก <https://www.smethailandclub.com/startup-startingabusiness/8223.htm>