

การวิเคราะห์บทบาทของแฟนคอมมูนิตีบน X ที่มีผลต่อความนิยม
ของซีรีส์ BL ในประเทศไทย
Analysis of the role of community fans on X affecting the
popularity of BL series in Thailand

ชาริมา หัสโลก^{1*}, และกิริติ คเชนทาวา²

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง

*ผู้รับผิดชอบบทความ

Charima Hassalog^{1*}, and Kirati Kachentawa²

Communication Arts, Faculty of Mass Communication,

Ramkhamhaeng University, Thailand

*Corresponding author: 6712340003@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์บทบาทของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X ที่มีผลต่อความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และพฤติกรรมของผู้ใช้แพลตฟอร์ม X ต่อประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี กิจกรรมออนไลน์ ระดับการมีส่วนร่วม และการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL รวมทั้งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่าง 200 คน ซึ่งเป็นผู้ใช้แพลตฟอร์ม X ที่เคยรับชมซีรีส์ BL และเกี่ยวข้องกับแฟนคอมมูนิตีของซีรีส์ BL วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีการรับรู้และพฤติกรรมต่อประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี กิจกรรมออนไลน์ ระดับการมีส่วนร่วม และการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด (4.16) รองลงมาคือ ประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X (3.88) กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X (3.61) และระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X (3.54) ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า ประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X และระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X มี

ความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ที่ระดับ 0.624, 0.589 และ 0.671 ตามลำดับ ขณะเดียวกัน กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X ที่ระดับ 0.708

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ ความนิยมของซีรีส์ BL โดยเฉพาะในด้านกิจกรรมออนไลน์ คอนเทนต์ และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกระแสของซีรีส์ BL ในสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: แฟนคอมมูนิตี, แพลตฟอร์ม X, ซีรีส์ BL, การมีส่วนร่วม, การรับรู้ความนิยม

Abstract

In this independent study, the researcher examines the level of perception and behavior of Platform X users towards community fan content types, online activities, engagement levels, and perceived popularity of BL series. The researcher also studies the relationships of these variables.

The technique of quantitative research was employed using the survey research approach. Data were collected using an online questionnaire with the sample population of 200 subjects who were Platform X users, had watched BL series, and were involved with community fans of BL series. Data were analyzed using frequency, percentage, means, and standard deviation. The technique of Pearson's correlation coefficient was also employed.

Findings showed that the questionnaire respondents exhibited perception and behavior towards community fan content types, online activities, engagement levels, and perception of the popularity of BL series overall at a high level. The perceived popularity of BL series exhibited the mean at the highest level (4.16). Next in descending order were community fan content types on Platform X (3.88); online activities of community fans on Platform X (3.61); and engagement levels on Platform X (3.54). The hypothesis test also found that community fan content types on Platform X; online activities of community fans on Platform X; and engagement levels on Platform X positively correlated with perceived popularity of BL series at 0.624, 0.589, and 0.671. At the same time, online activities of community fans on Platform X positively correlated with engagement levels on Platform X at 0.708.

The research findings showed that community fans on Platform X played an important role in shaping perceived popularity of BL series, especially in the aspects of online activities, contents, and user engagement which are key mechanisms in mobilizing the BL series trend in online society.

Keyword: Fan Community, X Platform, BL Series, Engagement, Perceived popularity

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และพฤติกรรมของผู้ใช้แพลตฟอร์ม X ต่อคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี้, กิจกรรมของแฟนคอมมูนิตี้, การมีส่วนร่วม (Engagement) และการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี้บนแพลตฟอร์ม X กับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตี้บนแพลตฟอร์ม X กับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของระดับการมีส่วนร่วม (Engagement) ของแฟนคอมมูนิตี้บนแพลตฟอร์ม X ที่มีต่อการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตี้บนแพลตฟอร์ม X กับระดับการมีส่วนร่วม (Engagement) ของแฟนคอมมูนิตี้บนแพลตฟอร์ม X

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในยุคของสื่อดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ พฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากเดิมที่ผู้ชมเป็นเพียงผู้รับสาร ไปสู่การเป็นผู้มีส่วนร่วมในการผลิต เผยแพร่ และขับเคลื่อนเนื้อหาในสังคมออนไลน์ ปรากฏการณ์ดังกล่าวส่งผลให้แฟนคอมมูนิตี้กลายเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของอุตสาหกรรมบันเทิงในสมัยนี้ โดยเฉพาะในบริบทของซีรีส์ BL (Boys' Love) หรือซีรีส์วาย ซึ่งเป็นสื่อที่นำเสนอความสัมพันธ์เชิงโรแมนติกระหว่างตัวละครชายกับชาย และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ซีรีส์ BL ไทยได้ขยายตัวจากสื่อเฉพาะกลุ่มไปสู่การเป็นสื่อกระแสหลักที่มีอิทธิพลทั้งในระดับประเทศและในระดับนานาชาติ ความนิยมของซีรีส์ BL ไม่ได้เกิดจากเนื้อหาของตัวซีรีส์เพียงอย่างเดียว แต่ยังเกิดจากการมีส่วนร่วมของแฟนคลับที่ช่วยกันสร้างกระแสใน

โลกออนไลน์ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การดันแซชแท็ก การรีวิวดอน การทำแฟนอาร์ต การเขียนแฟนฟิคชั่น การสร้างมีม ตลอดจนการไลฟ์ทวิตระหว่างออกอากาศ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการรับรู้ของสังคมว่าซีรีส์เรื่องใดกำลังได้รับความนิยม (Baudinette, 2019; Prasannam, 2019)

แพลตฟอร์ม X ถือเป็นพื้นที่สำคัญที่แฟนคอมมูนิตี้ของซีรีส์ BL ใช้ในการสื่อสารและรวมตัวกัน เนื่องจากโครงสร้างของแพลตฟอร์มเอื้อต่อการสื่อสารแบบเรียลไทม์ การใช้แฮชแท็ก และการเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว ผู้ใช้สามารถเห็นจำนวนการกดไลก์ การรีโพสต์ การคอมเมนต์ และการติตเทรนด์ของแฮชแท็กได้อย่างชัดเจน ซึ่งสิ่งเหล่านี้กลายเป็นบรรทัดฐานทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้ใช้รายอื่นเกี่ยวกับความนิยมของซีรีส์ แนวคิดเรื่องอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) และหลักฐานเชิงสังคม (Social Proof) อธิบายว่า มนุษย์มักใช้พฤติกรรมและความคิดเห็นของผู้อื่นเป็นแนวทางในการตัดสินใจ โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมออนไลน์ที่เต็มไปด้วยข้อมูลจำนวนมาก ผู้ใช้อาจประเมินว่าซีรีส์เรื่องหนึ่งกำลังได้รับความนิยมจากจำนวนยอดแชร์ ยอดรีโพสต์ หรือการติตเทรนด์บนแพลตฟอร์ม มากกว่าการรับรู้จากคุณภาพของเนื้อหาเพียงอย่างเดียว (Cialdini, 2009)

แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาพฤติกรรมของแฟนคลับและการมีส่วนร่วมในสื่อออนไลน์ แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นอธิบายพฤติกรรมการใช้งานแพลตฟอร์มหรือการสื่อสารของแฟนคลับ มากกว่าการศึกษาว่าการมีส่วนร่วมของแฟนคอมมูนิตี้ทำหน้าที่เป็นกลไกที่ส่งผลต่อการรับรู้ความนิยมของสื่ออย่างไร ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาบทบาทของแฟนคอมมูนิตี้นบนแพลตฟอร์ม X ผ่านทางด้านประเภทคอนเทนต์ กิจกรรมออนไลน์ และระดับการมีส่วนร่วม เพื่ออธิบายความสัมพันธ์กับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทยอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ โดยช่วยขยายองค์ความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ วัฒนธรรมแฟนด้อม และสื่อดิจิทัล รวมทั้งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางกลยุทธ์การสื่อสาร การตลาด และการสร้างกระแสของอุตสาหกรรมซีรีส์ BL ไทยในอนาคตได้ (ฉัตรชัย พิศพล, 2565; พรพิชชา ชลทรัพย์, 2564)

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการของซีรีส์ BL ในประเทศไทย

ซีรีส์ BL หรือ Boys' Love ในประเทศไทยมีพัฒนาการจากวัฒนธรรมย่อยที่ได้รับอิทธิพลจากญี่ปุ่น โดยเฉพาะวัฒนธรรม Yaoi และมังงะ BL ก่อนจะพัฒนาเป็นสื่อกระแสหลักในอุตสาหกรรมบันเทิงไทยในเวลาต่อมา Viphaveekul (2025) อธิบายว่า วัฒนธรรม BL ในไทยเริ่มต้นตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1990 ภายใต้อิทธิพลของสื่อญี่ปุ่น แม้ในช่วงแรกจะถูกมองเป็นวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่มและ

เผชิญแรงต้านทางสังคม แต่เมื่อสื่อดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์เข้ามามีบทบาท วัฒนธรรม BL ก็
สามารถขยายตัวจากกลุ่มเฉพาะสู่ตลาดมวลชนได้อย่างรวดเร็ว

ต่อมา Baudinette (2019) ชี้ว่า Love Sick: The Series ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของซีรีส์
วายไทย เนื่องจากเป็นผลงานที่ปรับรูปแบบ Boys' Love ของญี่ปุ่นให้เข้ากับบริบทไทย จนเกิดเป็น
“ซีรีส์วายไทย” ในฐานะรูปแบบสื่อใหม่ ขณะที่ Prasannam (2019) อธิบายว่า ความสำเร็จของ BL
ไทยเกี่ยวข้องกับการทำงานร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมสื่อ วัฒนธรรมแฟนด้อม และการตลาดเชิง
ดารา โดยเฉพาะบทบาทของบริษัทผู้ผลิตอย่าง GMMTV ที่ช่วยสร้างฐานแฟนคลับทั้งในประเทศและ
ต่างประเทศ

ดังนั้น พัฒนาการของซีรีส์ BL ไทยจึงไม่ได้เกิดจากเนื้อหาของซีรีส์เพียงอย่างเดียว แต่เกิด
จากการประสานกันของแพลตฟอร์มดิจิทัล วัฒนธรรมแฟนคลับ และการมีส่วนร่วมของผู้ชมในโลก
ออนไลน์ ซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการสร้างความนิยมของซีรีส์ BL ในยุคปัจจุบัน

แนวคิดเกี่ยวกับ Fandom บนโลกออนไลน์

แนวคิดเกี่ยวกับ fandom บนโลกออนไลน์อธิบายว่า แฟนคลับไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสาร แต่
เป็นกลุ่มผู้ชมที่มีบทบาทในการสร้างสรรค์ ตีความ และเผยแพร่เนื้อหาอย่างกระตือรือร้น Jenkins
(2006) เสนอว่า fandom เป็นพื้นที่ของวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (Participatory Culture) ที่แฟน
คลับสามารถสร้างความหมายและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันได้

เมื่อ fandom เคลื่อนเข้าสู่สภาพแวดล้อมดิจิทัล บทบาทของแฟนคลับยิ่งขยายตัวมากขึ้น
เพราะสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้แฟนสามารถรวมกลุ่ม สื่อสาร และสร้างชุมชนได้อย่างรวดเร็ว
Bennett (2014) อธิบายว่า เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อ fandom ในด้านการสื่อสาร ความคิด
สร้างสรรค์ การแบ่งปันความรู้ และการจัดองค์กรของชุมชนแฟนคลับ

นอกจากนี้ fandom บนโลกออนไลน์ยังเปิดโอกาสให้แฟนคลับสามารถสร้างและเผยแพร่
เนื้อหาของตนเอง เช่น แฟนอาร์ต แฟนฟิคชั่น มิม หรือการรีวิวซีรีส์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแฟนคลับมี
บทบาทเป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตสื่อในเวลาเดียวกัน แนวคิดนี้จึงช่วยอธิบายบทบาทของแฟนคอมมู
นิตีซีรีส์ BL บนแพลตฟอร์ม X ที่มีส่วนร่วมในการสร้างกระแสและขยายความนิยมของซีรีส์ในสังคม
ออนไลน์

แนวคิดเกี่ยวกับ Fandom กับสื่อออนไลน์

แนวคิดเรื่อง fandom กับสื่อออนไลน์อธิบายว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงช่องทางใน
การเผยแพร่ข้อมูล แต่ยังเป็นพื้นที่ที่ทำให้แฟนคลับสามารถสร้างความสัมพันธ์และดำเนินกิจกรรม

ร่วมกันได้อย่างต่อเนื่อง Jenkins (2006) และ Bennett (2014) มองว่าแฟนคลับเป็นผู้มีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์ในวัฒนธรรมสื่อ โดยสื่อสังคมช่วยให้เครือข่ายแฟนคลับเติบโตและเชื่อมโยงกันอย่างรวดเร็ว

ในด้านคอนเทนต์ สื่อออนไลน์เปิดโอกาสให้แฟนผลิตเนื้อหาได้หลากหลาย เช่น รีวิว วิเคราะห์เนื้อเรื่อง แฟนอาร์ต แฟนฟิคชั่น และมิม ซึ่งช่วยเพิ่มการมองเห็นและสร้างกระแสให้กับซีรีส์ ขณะที่ในด้านกิจกรรมออนไลน์ แฟนคลับมักรวมตัวกันผ่านการดันแฮชแท็ก การไลฟ์ทวิต การแชร์ข้อมูล และการติดตามบัญชีแฟนเบส ซึ่งช่วยสร้างความเคลื่อนไหวในโลกออนไลน์อย่างต่อเนื่อง

ส่วนในด้านของการมีส่วนร่วม (Engagement) สามารถพิจารณาได้จากพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การกดไลก์ การรีโพสต์ การคอมเมนต์ และการเข้าร่วมกิจกรรมของแฟนคอมมูนิตี Lee et al. (2025) อธิบายว่าการมีส่วนร่วมของแฟนในชุมชนออนไลน์มีหลายระดับ และแฟนบางกลุ่มมีบทบาทสำคัญในการสร้างกระแสบนแพลตฟอร์มมากกว่ากลุ่มอื่น แนวคิดดังกล่าวจึงช่วยอธิบายว่า fandom บนแพลตฟอร์ม X ไม่ได้เป็นเพียงการติดตามซีรีส์ แต่เป็นกระบวนการสื่อสารร่วมกันที่ช่วยสร้างค่านิยมและการรับรู้ในสังคมออนไลน์

ทฤษฎีอิทธิพลทางสังคมและหลักฐานเชิงสังคม (Social Influence and Social Proof)

ทฤษฎีอิทธิพลทางสังคม (Social Influence) อธิบายว่า การรับรู้และพฤติกรรมของบุคคลสามารถได้รับอิทธิพลจากผู้อื่นในสังคม Deutsch และ Gerard อธิบายว่าอิทธิพลทางสังคมแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่ อิทธิพลเชิงบรรทัดฐาน ซึ่งเกิดจากความต้องการได้รับการยอมรับจากกลุ่ม และอิทธิพลเชิงสารสนเทศ ซึ่งเกิดจากการใช้พฤติกรรมของผู้อื่นเป็นแนวทางในการตัดสินใจ

ขณะที่แนวคิด Social Proof ของ Cialdini อธิบายว่า เมื่อบุคคลอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่แน่ใจ พวกเขาจะใช้พฤติกรรมของคนส่วนใหญ่เป็นตัวชี้วัดว่าสิ่งใดกำลังได้รับความนิยมหรือเป็นที่ยอมรับ ในบริบทของสื่อออนไลน์ หลักฐานเชิงสังคมมักปรากฏในรูปของจำนวนไลก์ แชร์ คอมเมนต์ หรือการติวเทรนด์ ซึ่งทำหน้าที่เป็นสัญญาณทางสังคม (Social Signals) ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้รายอื่น เมื่อนำแนวคิดนี้มาอธิบายแฟนคอมมูนิตีของซีรีส์ BL บนแพลตฟอร์ม X จะเห็นได้ว่า การรีโพสต์ การดันแฮชแท็ก หรือการมีส่วนร่วมจำนวนมากของแฟนคลับ ล้วนช่วยสร้างการรับรู้ว่าซีรีส์เรื่องนั้นกำลังได้รับความนิยม ส่งผลให้ผู้ชมคนอื่นเกิดความสนใจและตัดสินใจติดตามซีรีส์มากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปรารค์แก้ว ปรารรัตน์ (2561) ศึกษาเครือข่ายแฟนคลับ “นุช” ของผลิตโชค อายนบุตรบน Twitter พบว่าแฟนคลับมีบทบาทสำคัญในการสร้างกระแสผ่านการดันแฮชแท็ก การสร้าง User Generated Content และการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์ความนิยมของศิลปินในโลกออนไลน์

พิชญ์สินี กิจวัฒนานุสนธิ์ (2566) ศึกษาพฤติกรรมการรับชมซีรีส์วายและทัศนคติต่อชายรักชาย พบว่า ผู้ชมส่วนใหญ่รับชมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และมีส่วนร่วมในแฟนคอมมูนิตี้นี้ผ่านการแชร์คอนเทนต์ แสดงความคิดเห็น และติดตามข่าวสารบน Twitter/X อย่างต่อเนื่อง

ฉัตรชัย พิศพล (2022) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมซีรีส์วายของผู้บริโภค Generation Z พบว่า การเห็นกระแสในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การติดเทรนด์หรือการแชร์จำนวนมาก ส่งผลต่อการตัดสินใจรับชมในลักษณะของ social influence และ social proof

นอกจากนี้ พรพิชชา ชลทรัพย์ (2564) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการรับชมซีรีส์แปลกรักฉันด้วยใจเธอ พบว่า การมีส่วนร่วมในแฟนคอมมูนิตี้นี้ช่วยเพิ่มประสบการณ์การรับชม และการเห็นกระแสตอบรับบนสื่อออนไลน์ส่งผลต่อการรับรู้ความนิยมของซีรีส์อย่างชัดเจน งานวิจัยทั้งหมดสะท้อนให้เห็นว่า แฟนคอมมูนิตี้นี้บนสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการสร้างกระแสการรับรู้ และความนิยมของซีรีส์วายในยุคดิจิทัล

วิธีการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์บทบาทของแฟนคอมมูนิตี้นี้บนแพลตฟอร์ม X ที่มีผลต่อความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งเน้นการศึกษาพฤติกรรม การรับรู้ และระดับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้แพลตฟอร์ม X ที่เกี่ยวข้องกับแฟนคอมมูนิตี้นี้ของซีรีส์ BL รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทคอนเทนต์ กิจกรรมออนไลน์ ระดับการมีส่วนร่วม และการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย โดยผู้วิจัยกำหนดรายละเอียดของวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์บทบาทของแฟนคอมมูนิตี้นี้บนแพลตฟอร์ม X ที่มีผลต่อความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี้นี้ กิจกรรมออนไลน์ ระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X (Engagement) และการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้แพลตฟอร์ม X ที่เคยรับชมซีรีส์ BL และเคยมีส่วนร่วมในแฟนคอมมูนิตี้นี้ของซีรีส์ BL จำนวน 200 คน โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งพัฒนาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ (1)ข้อมูลทั่วไป, (2)ประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี, (3)กิจกรรมออนไลน์, (4)ระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X และ(5)การรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ข้อคำถามในส่วนที่ 2-5 ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบ Likert Scale 5 ระดับ

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อทดสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการตรวจสอบพบว่า ตัวแปรประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X มีค่าเท่ากับ 0.86, กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X มีค่าเท่ากับ 0.84, ระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X (Engagement) มีค่าเท่ากับ 0.82 และการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL มีค่าเท่ากับ 0.88 ขณะที่แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าเท่ากับ 0.90 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายในของข้อคำถามในระดับดี และสามารถนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่าน Google Forms โดยเผยแพร่แบบสอบถามผ่าน 4 ช่องทาง ที่เกี่ยวข้องกับแฟนคอมมูนิตีของซีรีส์ BL ได้แก่ แฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์ BL บนแพลตฟอร์ม X, กลุ่มแฟนด้อม BL บนแพลตฟอร์ม X, กลุ่ม BL บนแพลตฟอร์ม LINE OpenChat และบัญชี X ของผู้วิจัยเอง ในการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมทั้งแจ้งให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบว่าข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับ และนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น โดยไม่มีการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เวลา 4 สัปดาห์ ในการเก็บข้อมูลให้ครบตามที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้และพฤติกรรมต่อประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี กิจกรรมออนไลน์ ระดับการมีส่วนร่วม และการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL อยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X มีบทบาทอย่างชัดเจนต่อการสร้างกระแสและการรับรู้ของผู้ชมในสังคมออนไลน์ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ชมที่ติดตามซีรีส์ BL อย่างต่อเนื่อง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า การรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.16) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานแพลตฟอร์ม X สามารถรับรู้กระแสความนิยมของซีรีส์ได้อย่างชัดเจนผ่านกิจกรรมและการสื่อสารของแฟนคอมมูนิตีบนโลกออนไลน์ รองลงมาคือ ประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี มีค่าเฉลี่ย 3.88 ซึ่งสะท้อนว่าคอนเทนต์ที่แฟนคลับสร้างขึ้น เช่น การรีวิวซีรีส์ แฟนอาร์ต แฟนฟิคชั่น มิม หรือการโพสต์เกี่ยวกับนักแสดง มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรับรู้และกระตุ้นความสนใจของผู้ชม

ในด้านกิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตี มีค่าเฉลี่ย 3.61 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ บนแพลตฟอร์ม X เช่น การดันแฮชแท็ก การไลฟ์ทวีตระหว่างออกอากาศ และการติดตามข่าวสารจากบัญชีแฟนเบสอย่างสม่ำเสมอ ขณะที่ระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X มีค่าเฉลี่ย 3.54 ซึ่งสะท้อนว่าผู้ใช้งานจำนวนมากมีพฤติกรรมกดไลก์ รีโพสต์ แสดงความคิดเห็น และแชร์คอนเทนต์ที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์ BL อย่างต่อเนื่อง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ที่ระดับ 0.624 แสดงให้เห็นว่า ยิ่งผู้ใช้พบเห็นหรือมีส่วนร่วมกับคอนเทนต์ของแฟนคลับมากเท่าใด ก็ยิ่งรับรู้ซีรีส์ดังกล่าวได้รับความนิยมมากขึ้น นอกจากนี้ กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X ยังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ที่ระดับ 0.589 สะท้อนว่ากิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับบนแพลตฟอร์มออนไลน์มีส่วนสำคัญต่อการสร้างกระแสในสังคมออนไลน์ ขณะที่ระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL มากที่สุดที่ระดับ 0.671 แสดงให้เห็นว่า Engagement ของผู้ใช้เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ในโลกดิจิทัล อีกทั้งผลการวิจัยยังพบว่า กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ที่ระดับ 0.708 ซึ่งเป็นระดับความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างสูง สะท้อนให้เห็นว่ากิจกรรมของแฟนคอมมูนิตีสามารถกระตุ้นให้ผู้ใช้งานเกิดการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์มได้อย่างชัดเจน

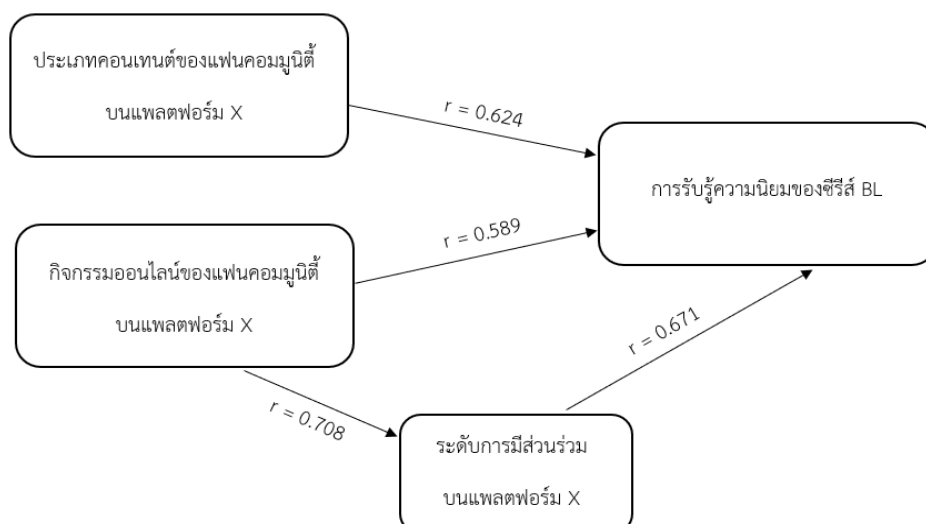
ตารางผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ค่า r	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี้นบนแพลตฟอร์ม X กับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL	0.624*	0.000	สูง
กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตี้นบนแพลตฟอร์ม X กับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL	0.589*	0.000	ปานกลาง
ระดับการมีส่วนร่วม (Engagement) กับการรับรู้ความ นิยมของซีรีส์ BL	0.671*	0.000	สูง
กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตี้นบนแพลตฟอร์ม X กับระดับการมีส่วนร่วม (Engagement)	0.708*	0.000	สูง

จากตารางผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ตัวแปรทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X (Engagement) มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL สูงที่สุด รองลงมาคือ ประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี้นบนแพลตฟอร์ม X และกิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตี้นบนแพลตฟอร์ม X ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่า กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตี้นบนแพลตฟอร์ม X มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการมีส่วนร่วม (Engagement) ในระดับสูงอีกด้วย

และจากผลการอภิปรายข้างต้น สามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังแผนภาพต่อไปนี้

แผนภาพสรุปความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรจากผลการทดสอบสมมติฐาน



อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า แพลตฟอร์มบนแพลตฟอร์ม X มีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย โดยเฉพาะที่ผ่านประเภทคอนเทนต์ กิจกรรมออนไลน์ และระดับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมของ Jenkins (2006) ที่อธิบายว่าแฟนคลับไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสาร แต่เป็นผู้มีส่วนร่วมในการสร้าง ตีความ และเผยแพร่ความหมายของสื่อในสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับ Bennett (2014) ที่อธิบายว่าเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้แฟนคลับสามารถรวมกลุ่ม สื่อสาร และสร้างสรรค์เนื้อหาได้อย่างต่อเนื่อง

ผลการวิจัยที่พบว่า ประเภทคอนเทนต์ของแพลตฟอร์ม X มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL แสดงให้เห็นว่า คอนเทนต์ที่แฟนคลับสร้างขึ้น เช่น แฟนอาร์ต แฟนฟิคชั่น มิม การรีวิว และการวิเคราะห์ตัวละคร มีส่วนช่วยเพิ่มการมองเห็นและสร้างกระแสให้ซีรีส์ในโลกออนไลน์ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ Jenkins (2006) ที่มองว่าแฟนคลับเป็นผู้ร่วมผลิตความหมายของสื่อ และสอดคล้องกับ Bennett (2014) ที่ชี้ว่าสื่อดิจิทัลเปิดพื้นที่ให้แฟนคลับแสดงความคิดสร้างสรรค์และเผยแพร่ผลงานของตนเองได้กว้างขวางมากขึ้น อีกทั้งยังเชื่อมโยงกับแนวคิดของ Viphaveekul (2026), Baudinette (2019) และ Prasannam (2019) ที่อธิบายว่าความนิยมของซีรีส์ BL ไทยไม่ได้เกิดจากตัวบทของซีรีส์เพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการทำงานร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมสื่อ วัฒนธรรมแฟนด้อม และการมีส่วนร่วมของผู้ชมในพื้นที่ออนไลน์ ในด้านกิจกรรมออนไลน์ของแพลตฟอร์มนี้ ผลการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมต่าง ๆ เช่น การดันแซชแท็ก การไลฟ์ทวีต การแชร์ข้อมูล และการติดตามบัญชีแฟนเบส มีส่วนช่วยให้ซีรีส์ถูกพูดถึงอย่างต่อเนื่องบนแพลตฟอร์ม X ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ Kim et al. (2023) ที่พบว่าปฏิสัมพันธ์ในชุมชนแฟนออนไลน์มีส่วนช่วยสร้างความรู้สึกเป็นชุมชนและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของสมาชิก อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Lee et al. (2025) ที่อธิบายว่าแฟนในชุมชนดิจิทัลมีระดับการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน และแฟนบางกลุ่มมีบทบาทสำคัญในการสร้างกิจกรรมและขับเคลื่อนกระแสบนแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X (Engagement) ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรที่สัมพันธ์กับการรับรู้ความนิยมโดยตรง แสดงให้เห็นว่า การกดไลค์ การรีโพสต์ การคอมเมนต์ และการแชร์คอนเทนต์ ไม่ได้เป็นเพียงพฤติกรรมส่วนบุคคล แต่ยังเป็นสัญญาณทางสังคมที่ผู้ใช้รายอื่นนำไปใช้ประเมินว่าซีรีส์เรื่องนั้นกำลังได้รับความนิยม ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ Deutsch และ Gerard (1955) ที่อธิบายว่า บุคคลมักใช้พฤติกรรมของผู้อื่นเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ และสอดคล้องกับ Cialdini (2021) เรื่อง Social Proof ที่อธิบายว่าผู้คนมักใช้พฤติกรรมของคนส่วนใหญ่เป็นตัวชี้วัดว่าสิ่งใดกำลังได้รับการยอมรับหรือได้รับความนิยม นอกจากนี้ Haim et al. (2018)

ยังอธิบายว่า ตัวชี้วัดความนิยมในสื่อออนไลน์ เช่น จำนวนไลก์ แชร์ คอมเมนต์ หรือการมองเห็นระดับ engagement ทำหน้าที่เป็น popularity cues ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้ใช้ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า กิจกรรมออนไลน์ของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่า เมื่อแฟนคอมมูนิตีมีกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง ย่อมกระตุ้นให้ผู้ใช้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการร่วมดันแฮชแท็ก การแสดงความคิดเห็น หรือการรีโพสต์คอนเทนต์ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับ Bennett (2014) ที่มองว่าสื่อดิจิทัลช่วยเสริมพลังการจัดองค์กรของชุมชนแฟน และสอดคล้องกับ Kim et al. (2023) ที่ชี้ว่าปฏิสัมพันธ์ภายในชุมชนแฟนออนไลน์ช่วยส่งเสริมความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน ซึ่งอาจนำไปสู่การมีส่วนร่วมที่ต่อเนื่องมากขึ้น

โดยสรุป ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า แฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X ไม่ได้เป็นเพียงกลุ่มผู้ชมที่ติดตามซีรีส์ BL เท่านั้น แต่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างคอนเทนต์ ขับเคลื่อนกิจกรรมออนไลน์ และผลิตสัญญาณทางสังคมที่ส่งผลต่อการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ในสังคมออนไลน์ไทย ผลการศึกษานี้จึงช่วยยืนยันแนวคิดด้าน Participatory Culture, Digital Fandom, Social Influence และ Social Proof ได้อย่างชัดเจน และแสดงให้เห็นว่าความนิยมของซีรีส์ BL ในยุคดิจิทัลเกิดจากการทำงานร่วมกันระหว่างตัวบทสื่อ แฟนคอมมูนิตี และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บนแพลตฟอร์มออนไลน์.

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์บทบาทของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X ที่มีผลต่อความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการรับรู้และพฤติกรรมของผู้ใช้แพลตฟอร์ม X ต่อประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี กิจกรรมออนไลน์ ระดับการมีส่วนร่วม (Engagement) และการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL รวมถึงศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรดังกล่าว ผลการวิจัยพบว่า แฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X มีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อการสร้างและขับเคลื่อนกระแสความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย

จากผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการรับรู้และการมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมของแฟนคอมมูนิตีอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ BL ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด สะท้อนให้เห็นว่า ผู้ใช้แพลตฟอร์ม X สามารถรับรู้กระแสความนิยมของซีรีส์ได้ผ่านการสื่อสารและกิจกรรมต่าง ๆ ของแฟนคลับในโลกออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการดันแฮชแท็ก การรีทวีตซีรีส์ การไลฟ์ทวีต หรือการสร้างคอนเทนต์ของแฟนคลับ

ผลการทดสอบสมมติฐานยังพบว่า ประเภทคอนเทนต์ของแฟนคอมมูนิตี กิจกรรมออนไลน์ และระดับการมีส่วนร่วมบนแพลตฟอร์ม X ล้วนมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้ความนิยมของซีรีส์

BL อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะระดับการมีส่วนร่วม (Engagement) ที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ความนิยมมากที่สุด แสดงให้เห็นว่า การกดไลก์ การรีโพสต์ การคอมเมนต์ หรือการแชร์คอนเทนต์เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสร้างกระแสและเพิ่มการมองเห็นของซีรีส์ในสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสะท้อนว่า แพลตฟอร์มนี้ในยุคดิจิทัลไม่ได้เป็นเพียงกลุ่มผู้ชมที่ติดตามเนื้อหาเท่านั้น แต่เป็นผู้มีบทบาทในการสร้างและขยายความนิยมของสื่อร่วมสมัยผ่านกระบวนการสื่อสารร่วมกันบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเฉพาะแพลตฟอร์ม X ซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญของการรวมตัว การสร้างกระแส และการมีปฏิสัมพันธ์ของแฟนคลับซีรีส์ BL ในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบันเทิงและสื่อดิจิทัลควรให้ความสำคัญกับบทบาทของแพลตฟอร์มนี้ในฐานะกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนกระแสและความนิยมของซีรีส์ BL ในประเทศไทย โดยควรสนับสนุนให้เกิดนโยบายหรือแนวทางการส่งเสริมการสื่อสารระหว่างผู้ผลิต แฟนคลับ และผู้ชมบนแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ เพื่อให้แพลตฟอร์มนี้สามารถมีส่วนร่วมในการเผยแพร่และสนับสนุนผลงานได้อย่างเหมาะสม ภาครัฐและหน่วยงานด้านวัฒนธรรมควรส่งเสริมซีรีส์ BL ในฐานะหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย เนื่องจากซีรีส์ BL มีศักยภาพในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปสู่ผู้ชมต่างประเทศ และแพลตฟอร์มนี้บนสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญในการช่วยกระจายเนื้อหาสร้างการรับรู้ และเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับอุตสาหกรรมบันเทิงไทย

นอกจากนี้ ควรมีการกำหนดแนวทางการใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างรับผิดชอบ ทั้งในด้านการสร้างคอนเทนต์ การใช้แฮชแท็ก การแสดงความคิดเห็น และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับ เพื่อป้องกันปัญหาการสื่อสารเชิงลบ การโจมตีทางออนไลน์ หรือความขัดแย้งภายในแฟนคอมมูนิตี อันจะช่วยให้พื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่สร้างสรรค์และปลอดภัยมากขึ้น ในเชิงอุตสาหกรรม ผู้ผลิตซีรีส์และองค์กรสื่อควรนำข้อมูลจากพฤติกรรมของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X ไปใช้ประกอบการวางนโยบายด้านการสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ และการตลาดดิจิทัล โดยเฉพาะการวางแผนกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้ชมอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การสร้างกระแสของซีรีส์เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน ไม่พึ่งพาเพียงกระแสระยะสั้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

จากผลการวิจัย ผู้ผลิตซีรีส์ BL และผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมบันเทิงควรให้ความสำคัญกับบทบาทของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X มากขึ้น เนื่องจากแฟนคลับมีส่วนสำคัญในการสร้าง

กระแสและการรับรู้ความนิยมของซีรีส์ในโลกออนไลน์ การสื่อสารกับแฟนคอมมูนิตี้อย่างต่อเนื่องและเหมาะสมจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้ผลิต นักแสดง และผู้ชม รวมทั้งช่วยรักษฐานแฟนคลับในระยะยาว ผู้ผลิตซีรีส์ควรส่งเสริมกิจกรรมออนไลน์ที่ช่วยกระตุ้น Engagement ของผู้ใช้งาน เช่น การสร้างแฮชแท็กประจำซีรีส์ การจัดกิจกรรม Live Tweet ระหว่างออกอากาศ การเผยแพร่เบื้องหลังการถ่ายทำ หรือการเปิดพื้นที่ให้แฟนคลับสามารถสร้างและแชร์คอนเทนต์ของตนเองได้อย่างอิสระ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้จะช่วยเพิ่มการมองเห็นของซีรีส์และกระตุ้นให้เกิดการพูดถึงในวงกว้างมากขึ้น

ในด้านการตลาด นักการตลาดและทีมประชาสัมพันธ์ควรใช้ข้อมูลจากพฤติกรรมของแฟนคอมมูนิตีในการวางแผนกลยุทธ์การสื่อสาร โดยเฉพาะการเลือกช่วงเวลาในการเผยแพร่คอนเทนต์ การใช้แฮชแท็ก การสร้างกิจกรรมออนไลน์ และการเลือกใช้คอนเทนต์ที่สอดคล้องกับความสนใจของแฟนคลับ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้ผลิตสื่อควรตระหนักว่าแฟนคอมมูนิตี้นั้นไม่ใช่เพียงกลุ่มผู้บริโภคสื่อ แต่เป็น “ผู้มีส่วนร่วม” ในการสร้างคุณค่าและขยายความนิยมของซีรีส์ ดังนั้น การเปิดพื้นที่ให้แฟนคลับมีส่วนร่วมในการสื่อสารหรือสร้างกิจกรรมร่วมกับซีรีส์ จะช่วยเสริมสร้างความผูกพันและความยั่งยืนของกระแสความนิยมได้มากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งถัดไป

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาบทบาทของแฟนคอมมูนิตีบนแพลตฟอร์ม X เพียงแพลตฟอร์มเดียว ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตไปยังแพลตฟอร์มอื่น ๆ ที่มีบทบาทต่อวัฒนธรรมแฟนด้อมและอุตสาหกรรมซีรีส์ BL เช่น TikTok, Instagram, Facebook หรือ YouTube เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการมีส่วนร่วมและอิทธิพลของแต่ละแพลตฟอร์มต่อการสร้างความนิยมของซีรีส์

นอกจากนี้ ควรมีการใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม หรือการสังเกตพฤติกรรมของแฟนคอมมูนิตี เพื่อทำความเข้าใจแรงจูงใจ ความรู้สึก และพลวัตภายในของแฟนด้อมให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมของแฟนคลับในโลกออนไลน์มีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมหลายด้าน

อีกทั้งควรศึกษาปัจจัยอื่นที่อาจส่งผลต่อความนิยมของซีรีส์ BL เพิ่มเติม เช่น ภาพลักษณ์ของนักแสดง กลยุทธ์การตลาดของผู้ผลิต คุณภาพของเนื้อหา การสร้างแฟนเซอร์วิส หรืออิทธิพลของอินฟลูเอนเซอร์ในสื่อออนไลน์ เพื่อให้สามารถอธิบายปรากฏการณ์ความนิยมของซีรีส์ BL ได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น การศึกษาวิจัยในอนาคตอาจขยายขอบเขตไปยังการเปรียบเทียบแฟนคอมมูนิตีของซีรีส์ BL ไทยกับต่างประเทศ เพื่อทำความเข้าใจลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมแฟนด้อมไทย และแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรม BL ในระดับนานาชาติ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงอุตสาหกรรมสื่อในอนาคต

บรรณานุกรม

- ฉัตรชัย พิศพล. (2022). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมซีรีส์วายของผู้บริโภค Generation Z. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 5(3), 42–50.
<https://doi.org/10.14456/issc.2022.5>
- ประชาไท. (2568, 14 กุมภาพันธ์). 10 ปีซีรีส์วาย: จักรวาลแห่งการจับคู่การเป็นซอพด้าฟาวเวอร์ไทย. <https://prachatai.com/journal/2025/02/112150>
- ปรารักษ์แก้ว ปรารักษ์รัตน์. (2561). นุช: เครือข่ายการสื่อสารแฟนคลับผลิตภัณฑ์สื่อสังคมออนไลน์ทวิตเตอร์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. Thammasat University Digital Repository [1]
- พรพิชชา ชลทรัพย์. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับการรับชมละครซีรีส์วาย กรณีศึกษา: แพลร์กัณด้วยใจเธอ [การค้นคว้าอิสระปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. Thammasat University Digital Repository [1]
- พิชญ์สินี กิจพัฒนานุสนธิ์. (2566). การศึกษาพฤติกรรมการรับชมและความพึงพอใจที่มีต่อซีรีส์วายกับทัศนคติต่อชายรักชายของผู้ชมซีรีส์วาย [วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. Thammasat University Digital Repository
- Baudinette, T. (2019). Lovesick, The Series: Adapting Japanese “Boys Love” to Thailand and the creation of a new genre of queer media. *South East Asia Research*, 27(2), 115–132.
<https://doi.org/10.1080/0967828X.2019.1627762>
- Bennett, L. (2014). Tracing textual poachers: Reflections on the development of fan studies and digital fandom. *The Journal of Fandom Studies*, 2(1), 5–20. doi.org
- Cialdini, R. B. (2021). *Influence: Science and practice* (6th ed.). Pearson.
- Cialdini, R. B., & Goldstein, N. J. (2004). Social influence: Compliance and conformity. *Annual Review of Psychology*, 55, 591–621.
<https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.142015>
- Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational

- social influences upon individual judgment. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 629–636. <https://doi.org/10.1037/h0046408>
- Haim, M., Kümpel, A. S., & Brosius, H.-B. (2018). Popularity cues in online media: A review of conceptualizations, operationalizations, and general effects. *Studies in Communication and Media*, 7(2), 186–207. <https://doi.org/10.5771/2192-4007-2018-2-186>
- Jenkins, H. (2006). *Fans, bloggers, and gamers: Exploring participatory culture*. New York University Press.
- Kelman, H. C. (1958). Compliance, identification, and internalization: Three processes of attitude change. *Journal of Conflict Resolution*, 2(1), 51–60. <https://doi.org/10.1177/002200275800200106>
- Kim, M. S., Wang, S., & Kim, S. (2023). Effects of online fan community interactions on well-being and sense of virtual community. *Behavioral Sciences*, 13(11), Article 897. <https://doi.org/10.3390/bs13110897>
- Lee, Y., & Park, S. (2025). Classifying and characterizing fandom activities: A focus on superfans' posting and commenting behaviors in a digital fandom community. *Applied Sciences*, 15(9), Article 4723. <https://doi.org/10.3390/app15094723>
- Prasannam, N. (2019). The yaoi phenomenon in Thailand and fan/industry interaction. *Plaridel*, 16(2), 63–89. [doi.org](https://doi.org/10.1016/j.plaridel.2019.06.001)
- Viphaveekul, K. (2026). From underground manga to popular novel: The development of Yaoi publishing in Thailand from 1994 to 2015. *Asian Journal of Arts and Culture*, 26(2), Article e59. <https://doi.org/10.48048/ajac.2026.59>