

ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมในชุมชน  
เสมือน ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือน และพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบของ  
แฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในกลุ่มเฟซบุ๊ก

ทศกัญญา วัชรสารทรัพย์

สาขาวิชานิติศาสตร์และสาขาสารสนเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม ความเข้มแข็งของชุมชนเสมือน และพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในกลุ่มเฟซบุ๊ก โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในกลุ่มเฟซบุ๊กซีรีส์วายไทยแลนด์ (Series Y Thailand) และกลุ่มเฟซบุ๊กกลุ่มคนรักซีรีส์วาย ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน แบบสอบถามออนไลน์มีข้อคำถามจำนวน 2 ตอน ตอนที่ 1 เป็นแบบเลือกตอบ ได้แก่ ข้อคำถามคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ 1) ข้อคำถามวัดความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย 2) ข้อคำถามวัดความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย 3) ข้อคำถามการรูปแบบการรับสื่อข่าวสารที่เกี่ยวกับดาราละครซีรีส์วาย และ 4) ข้อคำถามวัดพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วาย แล้ววิเคราะห์ผลโดยใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มแฟนคลับนั้นมีความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม ค่าความเข้มแข็งในชุมชนเสมือน และค่าพฤติกรรมตอบโต้ต่อข่าวในแง่ลบสูง ค่าความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม ค่าความเข้มแข็งในชุมชนเสมือน และค่าพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบของกลุ่มแฟนคลับนั้นมีความสัมพันธ์แปรผันตรงต่อกัน พฤติกรรมตอบโต้ต่อข่าวในแง่ลบของกลุ่มแฟนคลับนั้นมีหลายรูปแบบ เช่น การโจมตีผู้ที่เผยแพร่ข่าวสารหรือบุคคลอื่นในข่าวนั้น แสดงความเห็นปกป้อง เผยแพร่ข่าวด้านดี หรือการจัดกิจกรรมให้กำลังใจ เป็นต้น พฤติกรรมตอบโต้ต่อข่าวในแง่ลบที่เกิดขึ้นนั้นมักไม่ใช้การกระทำโดยลำพังแต่ก็มักเกิดขึ้นโดยมีการชักชวนให้กลุ่มชุมชนของตนเคลื่อนไหวกว้างไปพร้อมกันด้วย

**คำสำคัญ:** ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม ชุมชนเสมือน ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือน แฟนคลับ การเลือกรับข่าว พฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบ

รับบทความ: 4 พฤศจิกายน 2567

แก้ไขเสร็จ: 12 ธันวาคม 2567

ตอบรับบทความ: 20 ธันวาคม 2567

## The Relationship Between Parasocial Interaction in Virtual Communities, The Strength of Virtual Communities, and Behavior Towards Negative News of Y-Series Actor Fan Clubs in Facebook Groups

Taksaya Watcharasarnsap

Communication Arts and Information Science Major, Faculty of Humanities, Kasetsart University

### Abstract

This research study was conducted to explore the relationship between parasocial interaction, the strength of virtual communities, and negative behaviors towards news among fan groups of BL series on Facebook. Utilizing a quantitative research approach, data were collected through an online survey targeting BL series fans aged 18 and older from the Facebook groups “Series Y Thailand” and “BL Series Lovers Group”, with a sample size of 400 participants. The online questionnaire comprised two sections: Part 1 was a multiple-choice section designed to gather basic demographic information about the fans, while Part 2 utilized a 5-point Likert scale to measure the following: 1) the level of parasocial interaction among BL series fans, 2) the strength of virtual communities among these fans, 3) the patterns of news consumption related to Y-series actor fan clubs, and 4) the behaviors exhibited upon receiving negative news about those actors. Data analysis was conducted using descriptive statistics and correlation analysis.

The findings revealed that the Y-series actor fan club groups displayed high levels of parasocial interaction, and strong bonds within their virtual communities, and demonstrated negative behaviors in response to the news. A positive correlation was identified between parasocial interaction, the strength of virtual communities, and negative behaviors toward news. The negative behaviors exhibited by fans varied and included attacking those who spread negative news, supporting one another, disseminating positive news, and organizing support activities. Notably, these negative behaviors were often collective, as the group encouraged coordinated actions rather than acting as isolated individuals.

**Keywords:** Parasocial Relationship, Virtual Communities, Strength of Communities, Fan Clubs, News Selection, Behavior Towards Negative News

Received: 4 November 2024

Revised: 12 December 2024

Accepted: 20 December 2024

## บทนำ

ในยุคปัจจุบันการพัฒนาขึ้นอย่างก้าวกระโดดของเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะสื่อสังคม (Social Media) นั้น ก่อให้เกิดกระบวนการผลิต การสื่อสาร และการเลือกรับข่าวสารรูปแบบใหม่ นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดพื้นที่สาธารณะ ความสัมพันธ์ และการรวมตัวกันเป็นชุมชนเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของบุคคลในชุมชนแบบใหม่ผ่านทางสื่อสังคมที่เรียกว่าชุมชนเสมือน (Virtual Community)

แนวคิดชุมชนเสมือนนั้นกล่าวว่าชุมชนเสมือนมีลักษณะเป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคนที่อาจเคยพบปะกันในโลกแห่งความเป็นจริง หรืออาจไม่เคยพบปะกันในโลกแห่งความเป็นจริงเลยก็ได้ แต่มีการแลกเปลี่ยนคำพูดและความคิดผ่านตัวกลางอย่างสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Rheingold, 1993) ที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแบบสองทางที่ตัดข้ามมิติด้านเวลาและระยะทาง โดยนอกจากการสื่อสารสองทางในรูปแบบปกติแล้ว สื่อสังคมยังมีความสามารถในการสร้างปรากฏการณ์การสื่อสารสองทางแบบเสมือนที่ทำให้ผู้รับสารมีความรู้สึกว่าคุณส่งสารหรือบุคคลในสาร และผู้รับสารนั้นมีการตอบโต้หรือมีความใกล้ชิดที่ไม่ได้มีอยู่จริง ความรู้สึกเสมือนนี้เป็นปัจจัยหลักที่เอื้อให้เกิดความเชื่อมโยงทางอารมณ์ที่สร้างความเข้มแข็งและผูกพันชุมชนเสมือน (Sense of Virtual Community) เข้าไว้ด้วยกัน ตามหลักแนวคิดความผูกพันในชุมชนเสมือนซึ่งกล่าวถึงความรู้สึกที่บุคคลในชุมชนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างขนาดใหญ่ที่มั่นคงและพึ่งพาได้ โดยการรับรู้ถึงความคล้ายคลึงกันกับผู้อื่น การยอมรับถึงการพึ่งพาซึ่งกันและกัน และความเต็มใจที่จะรักษาภาวะพึ่งพากันด้วยการให้ หรือทำเพื่อผู้อื่นในสิ่งที่เราเองก็คาดหวังจะได้รับ (Chipuer & Pretty, 1999)

ความผูกพันในชุมชนเสมือนประกอบด้วย 1) ความเป็นสมาชิกหรือจิตวิญญาณ การครอบครองร่วมกัน 2) อำนาจชักจูงหรือความรู้สึกถึงโครงสร้างอำนาจ 3) การเติมเต็มความต้องการหรือการรับรู้ถึงผลประโยชน์ของการอยู่ร่วมกัน และ 4) ความเชื่อมโยงกันทางอารมณ์หรือที่มาของความ รู้สึกอันได้แก่ประสบการณ์ร่วมกัน (McMillan, 1996) อย่างไรก็ตามความผูกพันในชุมชนเสมือนนั้นก็ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม (Parasocial Relationship) ขึ้นมาด้วย (Sherrick et al., 2022) โดยชุมชนเสมือนที่มีปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม (Parasocial Interaction) เป็นตัวประสานเสริมแรง มักมีความเข้มแข็งสูง (Blight et al., 2017)

ความสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคมนั้นเป็นความรู้สึกฝ่ายเดียวของบุคคลที่รู้สึกว่าตนมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นจากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของบุคคลนั้น โดยความรู้สึกดังกล่าวอาจเกิดขึ้นในหลายลักษณะ เช่น มีความสัมพันธ์เป็นเพื่อน ญาติ คนรัก หรือแม้แต่ศัตรู เป็นต้น แนวคิดหลักเรื่องปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม อธิบายว่าผู้ที่มีความสัมพันธ์

แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมมักมีการสร้างโลกและความสัมพันธ์เสมือนที่มีลักษณะการหลบเลี่ยงความเป็นจริง (Escapism) (Jenol & Pazi, 2020) โดยคิดไปเองว่าตนมีความสัมพันธ์โดยตรงใกล้ชิดกับผู้อื่น ความรู้สึกใกล้ชิดนี้เป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการเกิดความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม (Dibble et al., 2016) ตัวอย่างของบุคคลผู้มีโอกาสสูงในการเกิดอาการดังกล่าว ได้แก่ กลุ่มแฟนคลับหรือผู้ติดตามของ ศิลปิน ดารา นักร้อง นักแสดง อินฟลูเอนเซอร์ นักการเมือง และสตรีมเมอร์ เป็นต้น (Xu et al., 2022)

กลุ่มชุมชนเสมือนที่มีความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมสูงนั้นมักมีความเหนียวแน่นและความแข็งแรงของชุมชนสูงตามไปด้วย เนื่องจากความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมทำหน้าที่เป็นจุดศูนย์กลางผูกพันสมาชิกในชุมชนเสมือนเข้าไว้ด้วยวัตถุประสงค์หรือบุคคลเดียวกัน (Liu, 2023) และสื่อสังคมที่มีภาพลักษณ์ว่าเป็นการสื่อสารสองทางที่มีความใกล้ชิดส่วนตัวนั้น เป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดความสัมพันธ์ในรูปแบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมอย่างแพร่หลายในระดับที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน (Kowert & Daniel, 2021) ในกลุ่มชุมชนเสมือนในประเทศไทยนั้นพบว่ากลุ่มคนเจนเนอเรชันวายมีระดับความสัมพันธ์กึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมสูงกว่ากลุ่มคนเจนเนอเรชันเอ็กซ์ และความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมมีลักษณะเสริมแรงการใช้สื่อสังคมไปในทิศทางบวก เช่น จากการศึกษาในกลุ่มแฟนซีรีส์จีนที่พบว่าความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม มีอิทธิพลทำให้แฟนซีรีส์จีนใช้สื่ออินเทอร์เน็ตบ่อยขึ้น เพื่อรับชมซีรีส์และเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนเสมือนมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อเนื้อให้ระดับความผูกพันในชุมชนเสมือนสูงขึ้น (ปัฐยา เรืองเรืองกุลฤทธิ และ วิภาดา พรสกุลวานิช, 2564)

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัย พบว่า กลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายนั้นเป็นชุมชนเสมือนที่มีลักษณะความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมที่ชัดเจนและมีความน่าสนใจในการศึกษา โดยซีรีส์วายเป็นละครชุดที่มีแก่นเรื่องนำเสนอความรักโรแมนติกของชายและชายในสถานการณ์ต่าง ๆ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ซีรีส์วายไทยได้รับความนิยมสูงและมีผลงานผลิตออกมาเป็นจำนวนมากเข้าสู่ตลาดทั้งในและนอกประเทศ กระแสนิยมของซีรีส์วายและดาราซีรีส์วายในประเทศไทยนี้มีพื้นฐานมาจากบริบทวัฒนธรรมสาววายของประเทศญี่ปุ่นที่กลมกลืนเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมสมัยนิยมไทย (Thai Popular Culture) โดยดั้งเดิมเน้นการเป็นสาววายมีองค์ประกอบหลัก คือ มีการปฏิบัติการอ่านเขียนวาย และ ปฏิบัติการจิ้น (Shipping Practices) กับวัฒนธรรมแฟนฟิค (Fanfic Culture) (ณัฐธนนท์ ศุขรุ่งทอง และ ภูวิน บุนนยะเวชชวิณี, 2562) องค์ประกอบหลักทั้ง 2 อย่างนี้ที่ถูกพัฒนาและหลอมรวมเข้ากับวัฒนธรรมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในปัจจุบันเป็นสิ่งเร้าให้เกิดความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมอย่างมาก เนื่องจากเป็นการนำความรู้สึกของตนไปผูกเข้าไว้กับภาพลักษณ์ในอุดมคติของบุคคลที่ตนติดตาม

จากผลการศึกษาพบว่ากลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในประเทศไทยในปัจจุบันนั้น มีการรวมกลุ่มกันเป็นจำนวนมากในสื่อสังคมต่าง ๆ โดยมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุดในกลุ่มเฟซบุ๊ก (Facebook) เช่น กลุ่มซีรีส์วายไทยแลนด์ (Series Y Thailand) ที่มีจำนวนสมาชิก 180,000 คน และกลุ่มคนรักซีรีส์วายที่มีจำนวนสมาชิก 130,000 คน กลุ่มชุมชนเสมือนของแฟนคลับบนเฟซบุ๊กนี้เป็นกลุ่มที่มีการเคลื่อนไหวสูงและมีการจัดกิจกรรมหลากหลายประเภท ทั้งในสื่อออนไลน์และในสถานที่จริง จึงเป็นกลุ่มแฟนคลับที่น่าสนใจและถูกคัดเลือกมาใช้ในการศึกษา

จากทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจที่มีแนวคิดที่ว่าผู้รับสารเลือกรับสื่อ โดยพฤติกรรม การสื่อสารของผู้รับสารเป็นพฤติกรรมที่มีเป้าหมายตามความตั้งใจและแรงจูงใจของตน มีความกระตือรือร้นเป็นผู้เลือกใช้สื่อด้วยตัวเอง มีปัจจัยทางสังคมและจิตวิทยาเป็นตัวกลางที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการสื่อสาร ผู้ใช้สื่อมีอิทธิพลเหนือสื่อแต่ในทางกลับกันสื่อก็มีอิทธิพลต่อผู้ใช้สื่อเช่นเดียวกัน (Rubin, 2009) ซึ่งตรงกับสภาวะการเลือกรับสื่อในปัจจุบัน ของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายที่แปรสภาพการรับข่าวดาราราที่ตนติดตามจากรูปแบบการรับสารทางเดียวในอดีตที่มีสื่อเป็นผู้กลั่นกรองข้อมูลมาก่อน มาเป็นการสื่อสารสองทางผ่านทางช่องทางและรูปแบบที่หลากหลาย มีความสามารถในการเลือกรับข่าวสาร กระจายข่าวสาร หรือแม้กระทั่งผลิตสารใหม่ขึ้นเองเพื่อสนับสนุนหรือตอบโต้สารที่ตนเองได้รับมา (Chen, 2021) กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายนั้นนอกจากการสื่อสารจากดาราและการสื่อสารกันเองภายในกลุ่มแล้ว ยังรับฟังข่าวของดาราราที่ตนเป็นแฟนคลับผ่านทางสื่ออื่น ๆ เช่น สื่อดั้งเดิมประเภทต่าง ๆ ด้วย ส่งผลให้ข่าวจากสื่ออื่น ๆ นั้น ในบางครั้งอาจไม่ได้เป็นไปในรูปแบบที่กลุ่มแฟนคลับคาดหวัง หรือเป็นข่าวที่ขัดแย้งกับภาพลักษณ์ในจินตนาการของตน ปฏิกริยาต่อข่าวแง่ลบนี้อาจก่อให้เกิดปฏิกริยาต่อต้านที่รุนแรงจากกลุ่มแฟนคลับ เช่น การประทุพัตินโดยการตัดสินใจตัดความสัมพันธ์หรือแก้ปัญหากันเอง โดยใช้อำนาจส่วนบุคคลจัดการผ่านทางช่องทางออนไลน์ (Cyber Vigilantism) (เขมสรณ์หนูขาว, 2023) จึงเป็นเรื่องน่าสนใจศึกษาว่าความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วม ทางสังคมในกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายมีความสัมพันธ์กับความเข้มแข็งของชุมชนเสมือน การเลือกรับข่าว และพฤติกรรมตอบโต้อย่างไร

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคมนั้น มักมุ่งเน้นการวิจัยด้านการสื่อสารเพื่อใช้ประโยชน์ด้านการค้า และมักจะให้ความสำคัญกับการศึกษาภาวะความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมระหว่างแฟนคลับกับผู้ถูกติดตาม โดยไม่ได้มีการศึกษาถึงผลกระทบต่อชุมชนของแฟนคลับเองมากนัก การศึกษาวิจัยที่ผ่านมาจึงมีช่องว่างทางความรู้และช่องว่างทางการวิจัยในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้งานเพื่อประโยชน์ในภาคธุรกิจ และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนเสมือนในกลุ่มแฟนคลับ

งานวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมในชุมชนเสมือน ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือน และพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย ในกลุ่มเฟซบุ๊กจึงมีประโยชน์ในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการและในทางปฏิบัติในการสื่อสาร และการคาดการณ์ผลกระทบของการสื่อสาร รวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในองค์ความรู้ในการบริหารจัดการในภาวะความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมให้มีผลกระทบในทางบวกทั้งต่อ กลุ่มแฟนคลับและดาราร โดยกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในกลุ่มเฟซบุ๊ก นั้นเป็นกลุ่มที่มีการรวมตัวกันอย่างชัดเจนเป็นชุมชนเสมือน (Virtual Community) ในสื่อสังคม มีวัตถุประสงค์ในการรวมตัวกันเป็นชุมชนที่เด่นชัด เป็นชุมชนเสมือนที่เคยได้รับข่าวในแง่ลบ และมีพฤติกรรมตอบโต้ต่อข้อมูลข่าวสารหลากหลายรูปแบบทั้งบนพื้นที่เสมือนและพื้นที่จริง

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมในชุมชนเสมือน ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือน และพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย

### ขอบเขตของการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม การเลือกรับข่าว และพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วาย โดยสำรวจจากกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในกลุ่มเฟซบุ๊กซีรีส์วายไทยแลนด์ (Series Y Thailand) สมาชิกกลุ่มจำนวน 180,000 คน และกลุ่มเฟซบุ๊กกลุ่มคนรักซีรีส์วาย สมาชิกกลุ่มจำนวน 130,000 คน ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 400 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับช่วงความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อน 5% การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ตามเกณฑ์คัดเลือกที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ การวิจัยใช้ระยะเวลาดำเนินการ 3 เดือน ดังนี้

1) ทบทวนวรรณกรรมและเตรียมเครื่องมือการวิจัย วันที่ 15 สิงหาคม – 30 กันยายน พ.ศ. 2567

2) แจกแบบสอบถาม วันที่ 4 – 15 ตุลาคม พ.ศ. 2567

3) วิเคราะห์ผล วันที่ 16 ตุลาคม – 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ที่ผ่านการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการการวิจัยในมนุษย์และการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยใช้แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านนิเทศศาสตร์ จำนวน 2 ท่าน และผู้ทรงคุณวุฒิด้านจิตวิทยา จำนวน 1 ท่าน ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 2 ตอน ตอนที่ 1 เป็นแบบเลือกตอบ ได้แก่ คำถามคัดเลือกรูปแบบตัวอย่างและข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้แก่ 1) คำถามวัดความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย ที่ปรับปรุงมาจาก Celebrity–Persona Parasocial Interaction Scale (Bocarnea & Brown, 2007) จำนวน 19 ข้อ มีค่า IOC อยู่ที่ 0.93 2) คำถามวัดความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย ที่ปรับปรุงมาจาก Blanchard’s Sense of Virtual Community Index (Blanchard, 2007) จำนวน 16 ข้อ มีค่า IOC อยู่ที่ 0.97 3) คำถามการรูปแบบการรับสื่อข่าวสารที่เกี่ยวกับดาราละครซีรีส์วาย จำนวน 9 ข้อ มีค่า IOC อยู่ที่ 1 และ 4) คำถามวัดพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วาย จำนวน 18 ข้อ มีค่า IOC อยู่ที่ 1

## ประชากรที่ใช้ในการวิจัยและการรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non Probability Sampling) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้แก่ สมาชิกกลุ่มเฟซบุ๊กกลุ่มซีรีส์วายไทยแลนด์ (Series Y Thailand) จำนวนสมาชิก 180,000 คน และกลุ่มคนรักซีรีส์วาย จำนวนสมาชิก 130,000 คน ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการคำนวณโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 ค่าระดับความคลาดเคลื่อนยอมรับได้ ร้อยละ 5.00 โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านกลุ่มออนไลน์ของแฟนคลับดาราซีรีส์วาย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลโดยใช้ตารางแสดงการแจกแจงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือน และพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบของแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในกลุ่มเฟซบุ๊ก

#### 2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics)

ใช้การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม ความเข้มแข็งของชุมชนเสมือน และพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบของแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในกลุ่มเฟซบุ๊ก

### ผลการวิจัย

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย

ประชากรกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มซีรีส์วายไทยแลนด์ (Series Y Thailand) และกลุ่มคนรักซีรีส์วาย ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.30 เพศชาย จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 และไม่ประสงค์ระบุเพศ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.30 ส่วนใหญ่มีอายุ 18-25 ปี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมา อายุ 26-35 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.30 และอายุ 36-45 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็น นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.80 รองลงมา คือ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 รองลงมา คือ อาชีพอิสระ (Freelance) จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.00 และธุรกิจส่วนตัว จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50

**ตารางที่ 1** ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย พฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วาย ในด้านความรู้สึก และพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วาย ในด้านพฤติกรรมการตอบสนอง

หัวข้อ	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	การแปลผล
1. ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย	4.58	0.31	สูง
2. ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย	4.35	0.44	สูง
3. พฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วาย ในด้านความรู้สึก	4.71	0.36	สูง
4. พฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วาย ในด้านพฤติกรรมการตอบสนอง	4.68	0.41	สูง

## 2. การวิเคราะห์ข้อมูลความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแฟนคลับของดาราละครซีรีส์วายมีค่าความสัมพันธ์กึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมสูง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.58 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.31

## 3. การวิเคราะห์ข้อมูลความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแฟนคลับของดาราละครซีรีส์วายมีความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนกลุ่มแฟนคลับสูง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.35 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.44

## 4. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายในด้านความรู้สึก

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแฟนคลับของดาราละครซีรีส์วายมีพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายในด้านความรู้สึกสูง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายในด้านพฤติกรรมการตอบสนอง

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแฟนคลับของดาราละครซีรีส์วายมีพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายในด้านความรู้สึกสูง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41

## 6. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิธีการรับสื่อข่าวสารที่เกี่ยวกับดาราละครซีรีส์วาย

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข้อมูลจากสื่อออนไลน์ (อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก เอ็กซ์/ทวิตเตอร์ ยูทูบ ดีกิต็อก) ค่าเฉลี่ย 4.61 มากกว่าสื่อดั้งเดิม (โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์/หนังสือพิมพ์ออนไลน์ นิตยสาร/นิตยสารออนไลน์) ค่าเฉลี่ย 2.80 อย่างชัดเจน

## 7. ผลการตรวจสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือน และพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย

7.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมและความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย

**ตารางที่ 2** ตารางแสดงค่าสหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมและความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์ (P)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมและความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย	0.380	0.000*	ต่ำ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายมีความสัมพันธ์แปรผันตรงกับความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายการเปิดรับสื่อข่าวสารที่เกี่ยวกับดาราละครซีรีส์วาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

7.2 ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมและพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย

**ตารางที่ 3** ตารางแสดงค่าสหสัมพันธ์ของความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมและพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์ (P)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย และพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย	0.522	0.000*	ปานกลาง

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับ ดาราละครซีรีส์วาย มีความสัมพันธ์แปรผันตรงกับกับพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดารา ละครซีรีส์วาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง

7.3 ความสัมพันธ์ระหว่างความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย และพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วาย

**ตารางที่ 4** ตารางแสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนและพฤติกรรมเมื่อรับ ข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วาย

ตัวแปร	ค่าสหสัมพันธ์ (P)	Sig.	ระดับความสัมพันธ์
ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือน และพฤติกรรมเมื่อรับ ข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย	0.277	0.000*	ต่ำ

หมายเหตุ \*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย มีความสัมพันธ์แปรผันตรงกับกับพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายมีค่าความสัมพันธ์แบบ กึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมสูง โดยกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายนั้นมีความรู้สึกที่ตน สนับสนุน โกลัซิด เข้าใจดาราละครซีรีส์วายที่ตนติดตามเป็นอย่างดี โดยคิดว่าตนรู้ว่าดาราละคร ซีรีส์วายต้องการอะไรและมีความรู้สึกอย่างไร กลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายยังให้ความสำคัญ กับความรู้สึกเชื่อมต่อกับดาราละครซีรีส์วาย และรู้สึกว่าดาราละครซีรีส์วายเป็นส่วนสำคัญ ที่เข้ามาเติมเต็มชีวิตของตน มีความต้องการที่จะรับข่าวสารดาราละครซีรีส์วายที่ตนติดตามสูง กลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายในปัจจุบันมักรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อสังคม เช่น อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก เอ็กซ์/ทวิตเตอร์ ยูทูป และดีท็อก มากกว่าสื่อดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญ

จากผลการวิจัยชุมชนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายมีค่าความเข้มแข็งในชุมชน เสมือนสูง กลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายนั้นมีความรู้สึกที่ตนสามารถเติมเต็ม และตอบสนองความต้องการอันเป็นวัตถุประสงค์ในการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนได้ กลุ่มแฟนคลับ ดาราละครซีรีส์วายเห็นว่ากลุ่มชุมชนของตนมีเป้าหมายและความรู้สึกแบบเดียวกันกับตน

สามารถไว้ใจปรึกษา แก้ไขปัญหา เผชิญหน้ากับอุปสรรคต่าง ๆ ร่วมกัน มีความสุขและสนุกกับปฏิสัมพันธ์ภายในชุมชน และคาดหวังว่าตนจะเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนนี้ต่อไปในอนาคต

จากตารางที่ 2 พบว่า ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายมีความสัมพันธ์แปรผันตรงกับความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วาย มีการเปิดรับสื่อข่าวสารที่เกี่ยวกับดาราละครซีรีส์วาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ความสัมพันธ์ที่แปรตรงตามกันนี้อาจมีสาเหตุมาจากการที่ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนของชุมชนกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายนั้นเกิดขึ้นโดยมีจุดยึดเหนี่ยว (ดาราละครซีรีส์วาย) ร่วมกัน และเนื่องจากความสัมพันธ์ของแฟนคลับและดาราละครซีรีส์วายนั้นเป็นไปในรูปแบบของความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม ทำให้กลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายอาจมีการเชื่อมโยงถ่ายทอดความสัมพันธ์เสมือนระหว่างตนเองกับดาราละครซีรีส์วายไปยังบุคคลอื่นในกลุ่มแฟนคลับตามไปด้วย ทำให้ค่าความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับค่าความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งแม้ว่าดาราละครซีรีส์วายและกลุ่มแฟนคลับจะไม่ได้มีการโต้ตอบกันอย่างใกล้ชิดตลอดเวลา แต่ดาราละครซีรีส์วายเองนั้นก็มีความเข้าใจความต้องการของกลุ่มแฟนคลับและมีความพยายามในการเอาอกเอาใจ (Pandering) เพื่อสร้างความผูกพันที่ก่อให้เกิดเป็นความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมระหว่างตนกับกลุ่มแฟนคลับเช่นกัน เช่น โดยการวางตน สร้างภาพลักษณ์ หรือแสดงอาการปรีทรีทในแบบที่กลุ่มแฟนคลับต้องการ การแสดงทัศนคติที่คิดว่าตรงกับความคิดของกลุ่มแฟนคลับ และที่สำคัญที่สุด คือ การตอบสนองความต้องการด้านคู่จิ้น โดยการแสดงสิ่งที่ถูกมองว่าเป็นความรักหรือความผูกพันระหว่างดาราละครซีรีส์วายทั้งในบทละครและในปฏิสัมพันธ์นอกละครต่าง ๆ (สมคิด แซ่คู, 2565) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม

ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมที่เกิดขึ้นในรูปแบบนี้มีทั้งด้านที่เป็นประโยชน์และโทษต่อดาราละครซีรีส์วายและกลุ่มแฟนคลับเอง โดยความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมที่เกิดขึ้นนั้น ทำให้เป็นการยากที่ดาราละครซีรีส์วายจะสามารถรักษาสภาพของกลุ่มแฟนคลับไว้ในระดับ Fan ที่มีความหมายว่าเป็นบุคคลที่ชื่นชอบหรือสนใจ โดยพฤติกรรมนั้นอยู่บนบรรทัดฐานของสังคมที่บุคคลทั่วไปสามารถยอมรับได้ ไม่ให้ก้าวไปสู่ระดับ Fanatic ที่ถูกมองว่าเป็นการชื่นชอบอย่างผิดปกติและละเมิดกฎเกณฑ์ของสังคม (Thorne & Bruner, 2006)

ผลการวิจัยความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคม และความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนนี้มีความคล้ายคลึงกับผลการวิจัยเรื่องผลของความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมที่มีต่อความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนของกลุ่มแฟนคลับ Streamer บนแพลตฟอร์ม Twitch ของ Sherrick et al. (2022) ที่ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มแฟนคลับ Streamer นั้น

มีความเข้มแข็งสูงมากเนื่องจากเป็นกลุ่มชุมชนที่มีค่าความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมสูงมากเช่นกัน ผลการศึกษาของ Sherrick นั้นพบว่าความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยสร้างประสบการณ์ในการรับชมของกลุ่มแฟนคลับ และ Streamer เองก็มีพฤติกรรมในการสนับสนุนให้เกิดความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมสูงในกลุ่มแฟนคลับของตนผ่านทางการสนทนาได้ตอบกับผู้ที่ส่งข้อความเข้ามาขณะทำการถ่ายทอดสดไม่ต่างไปจากปรากฏการณ์รูปแบบเดียวกันที่เกิดขึ้นระหว่างดาราละครซีรีส์วายและกลุ่มแฟนคลับ

จากตารางที่ 3 พบว่า ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมมีความสัมพันธ์แปรผันตรงกับกับพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ความสัมพันธ์ที่แปรตรงตามกันนี้อาจมีสาเหตุมาจากการที่ความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมนั้น ทำให้กลุ่มแฟนคลับมีความรู้สึกใกล้ชิดกับดารารหรืออาจมีลักษณะการใช้ชีวิตของตนผ่านดาราละครซีรีส์วายที่ตนติดตาม ทำให้เมื่อได้รับข่าวสารในแง่ลบของดาราร กลุ่มแฟนคลับก็จะรู้สึกว่าตนถูกโจมตีเป็นการส่วนตัวไปด้วย จึงเกิดพฤติกรรมเคลื่อนไหวตอบโต้สูง ซึ่งจะเห็นได้จากผลการวิจัยที่พบว่าเมื่อได้รับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายที่ตนติดตาม กลุ่มแฟนคลับมักมีความรู้สึกว่าชาวดังกล่าวเป็นการโจมตีตนและกลุ่มของตนไปด้วยและเกิดความรู้สึกไม่ดีต่อผู้ที่เผยแพร่หรือผู้ที่ไม่ใช่ดารารที่ตนติดตามที่อยู่ในข่าวนั้น กลุ่มแฟนคลับมักมีความเชื่อว่าข่าวนั้นเป็นข่าวปลอมมีการเสนอข่าวเกินจริง มีการใส่ร้าย หรือเป็นการแสวงหาผลประโยชน์กับดารารที่ตนติดตามเมื่อได้รับข่าวสารต่าง ๆ ไม่สอดคล้องกัน กลุ่มแฟนคลับมักเลือกที่จะเชื่อข่าวจากดารารที่ตนติดตามเป็นหลัก และเมื่อได้รับข่าวสารแง่ลบแล้วกลุ่มแฟนคลับมักจะมีปฏิกิริยาตอบโต้เสมอในหลายรูปแบบพร้อม ๆ กัน เช่น ปฏิเสธที่จะรับฟังข่าวสารนั้นต่อ โจมตีผู้ที่เผยแพร่ข่าวหรือบุคคลอื่นในข่าว ด้อยค่าข่าวนั้น แสดงความเห็นปกป้อง เผยแพร่ข่าวด้านดี หรือจัดกิจกรรมแสดงผลและให้กำลังใจดารารที่ตนติดตาม เป็นต้น พฤติกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มแฟนคลับที่เกิดขึ้นนั้นมักไม่ใช่การกระทำโดยลำพัง แต่มีการชักชวนให้กลุ่มชุมชนของตนเคลื่อนไหวไปพร้อมกันกับตนด้วย ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมแฟนคลับของกลุ่มนักร้องเกาหลี (K-pop) โดย Jung (2012) ที่พบพฤติกรรมการรวมตัวเคลื่อนไหวของกลุ่มแฟนคลับที่มีต่อข่าวต่าง ๆ ในรูปแบบเดียวกัน

อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่ากลุ่มแฟนคลับตอบแบบสอบถามส่วนพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบว่า ตนจะปฏิเสธที่จะรับฟังข่าวสารในแง่ลบของดารารที่ตนติดตามต่อ แต่ในขณะเดียวกันก็ตอบว่าตนจะติดตามความเคลื่อนไหวของข่าวสารนั้นอย่างใกล้ชิด ความย้อนแย้งในการตอบคำถามนี้อาจเป็นผลที่เกิดจากความพยายามจัดการกับความไม่คล้องจองของปัญญา (Cognitive Dissonance) ของกลุ่มแฟนคลับที่พยายามหาจุดร่วมระหว่างความต้องการรักษาภาพลักษณ์

ในอุดมคติของดาราที่ตนติดตามกับความต้องการรับรู้เรื่องราวของดาราที่ตนติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Kauppinen (2023) ที่พบว่ายิ่งกลุ่มแฟนคลับมีค่าความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมสูงเท่าไรก็จะมีค่าความไม่คล้อยจองของปัญญาสูงขึ้นไปด้วยเมื่อได้รับสารที่ตนไม่เห็นพ้องด้วย

จากตารางที่ 4 พบว่า ความเข้มแข็งในชุมชนเสมือนมีความสัมพันธ์แปรผันตรงกับพฤติกรรมเมื่อรับข่าวสารแง่ลบของดาราละครซีรีส์วายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าระดับความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ความสัมพันธ์ที่แปรตรงตามกันนี้อาจมีสาเหตุมาจากความเชื่อมโยงทางอารมณ์ที่ผูกพันชุมชนเสมือนเข้าไว้ด้วยกันและความรู้สึกที่ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างขนาดใหญ่ที่มั่นคงและพึ่งพาได้ โดยการรับรู้ถึงความคล้ายคลึงกันกับผู้อื่น ทำให้เมื่อได้รับข่าวที่ส่งผลกระทบต่อดาราละครซีรีส์วายซึ่งเป็นจุดศูนย์กลางความเชื่อมโยงทางอารมณ์ของชุมชนของตน จึงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมตอบโต้เพื่อปกป้องตนเองและชุมชนของตนเอง

### ข้อเสนอแนะการวิจัย

#### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยพบว่าเมื่อกลุ่มแฟนคลับได้รับข่าวในแง่ลบของดาราละครซีรีส์วาย มีโอกาสที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมตอบโต้สูง และอาจเกิดเป็นพฤติกรรมรุนแรงได้ สื่อจึงควรตระหนักถึงปัจจัยด้านความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมและความเข้มแข็งของชุมชนเสมือนที่มีอยู่ในกลุ่มแฟนคลับเมื่อนำเสนอข่าว เพื่อที่จะสามารถกำหนดแนวทางปฏิบัติ และการสื่อสารอย่างระมัดระวังเพื่อความปลอดภัยและสวัสดิภาพของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น แห้งข่าว คู่กรณี หรือผู้เสียหาย เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาในหัวข้อนี้ยังเป็นเรื่องใหม่และมีแง่มุมหลากหลายที่สามารถศึกษาต่อไปได้ เช่น การศึกษากระบวนการสร้างความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมในชุมชนเสมือนของดาราละครซีรีส์วาย หรือการศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์แบบกึ่งการมีส่วนร่วมทางสังคมในชุมชนเสมือนและพฤติกรรมต่อข่าวในแง่ลบของแฟนคลับดาราละครซีรีส์วายและกลุ่มผู้มีชื่อเสียงในรูปแบบอื่น เป็นต้น

## เอกสารอ้างอิง

- เขมสรณ์ หนูขาว (2023). ศาลเตี้ย ออนไลน์: กรณีศึกษาสถานการณ์ปฏิสัมพันธ์และผลกระทบที่เกี่ยวกับคดีอาชญากรรมที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงแต่ถูกสืบสวนและตัดสินในโลกออนไลน์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
<https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/84205>
- ณัฐชนนท์ ศุภกฤษ และภูวรินทร์ บุญยะเวชชวินี (2562). ซีรีส์วาย: ข้อพิจารณาเบื้องต้นทางสถิติ. *Journal of East Asian Studies*, 23(2), 360–383.
- ปัฐยา เรืองเรืองกุลฤทธิ และวิภาดา พรสกลวานิช (2564). อิทธิพลของปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันที่มีส่วนร่วมทางสังคมต่อความผูกพันในชุมชนเสมือนจริงของกลุ่มแฟนซีรีส์จีน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 41(2), 68–86.
- สมคิด แซ่คู (2565). การศึกษาการเปลี่ยนแปลงบทบาทของนักแสดงชายไทยในบริบทเรื่องชายรักชายของซีรีส์และละครโทรทัศน์ไทย [การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/5536>
- Blanchard, A. L., (2007). Developing a sense of virtual community measure. *CyberPsychology & Behaviour*, 10(6), 827–830.
- Blight, M. G., Ruppel, E. K., & Schoenbauer, K. V. (2017). Sense of community on Twitter and Instagram: Exploring the roles of motives and parasocial relationships. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(5), 314–319.
- Bocarnea, M. C., & Brown, W. J. (2007). Celebrity–Persona Parasocial Interaction Scale. In R. A. Reynolds, R. Woods, & J. D. Baker (Eds.), *Handbook of Research on Electronic surveys and Measurement* (pp. 309–312). Hershey, PA: Idea Group Reference.
- Chen, J. (2021). The Characteristics and Effects of Fan Community Communication. In J. Wang, B. Achour & C.Y. Huang (Eds.), *the 7<sup>th</sup> International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2021)* (pp. 1092–1096). Atlantis Press.
- Chipuer, H. M., & Pretty, G. M. (1999). A review of the sense of community index: Current uses, factor structure, reliability, and further development. *Journal of Community Psychology*, 27(6), 643–658.
- Dibble, J. L., Hartmann, T., & Rosaen, S. F. (2016). Parasocial interaction and parasocial relationship: Conceptual clarification and a critical assessment of measures. *Human Communication Research*, 42(1), 21–44.

- Jenol, N. A. M., & Pazi, N. H. A. (2020). Escapism and motivation: Understanding K-pop fans well-being and identity. *Malaysian Journal of Society and Space*, 16(4), 336–347.
- Jung, S. (2012). Fan Activism, Cybervigilantism, and Othering Mechanisms in K-pop Fandom. *Transformative Works and Cultures*, 10. <https://doi.org/10.3983/twc.2012.0300>.
- Kauppinen, N. (2023). "It was somewhat like a mental breakdown." — Navigating Cognitive Dissonance in Life is Strange: The Influence of Parasocial Relationships and Immersion on Players' Perceptions [Master's thesis, University of Eastern Finland].  
Erepo. [https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/30048/urn\\_nbn\\_fi\\_uef-20230738.pdf?sequence=1](https://erepo.uef.fi/bitstream/handle/123456789/30048/urn_nbn_fi_uef-20230738.pdf?sequence=1)
- Kowert, R. & Daniel, Jr. E. (2021). The one-and-a-half sided parasocial relationship: The curious case of live streaming. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 1–7.
- Liu, J. (2023). Virtual presence, real connections: Exploring the role of parasocial relationships in virtual idol fan community participation. *Global Media and China*, 0(0), 1–22. <https://doi.org/10.1177/20594364231222976>
- McMillan, D. W. (1996). Sense of community. *Journal of Community Psychology*, 24(4), 315–325.
- Rheingold, H. (1993). *Virtual Communities*. Secker & Warburg.
- Rubin, A. M. (2009). The uses-and-gratifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2<sup>nd</sup> ed., pp. 181–200). Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- Sherrick, B., Smith, C., Jia, Y., Thomas, B., & Franklin, S. B. (2022). How Parasocial Phenomena Contribute to Sense of Community on Twitch. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 67(1), 47–67.
- Thorne, S., & Bruner G.C. (2006). An exploratory investigation of the characteristics of Consumer fanaticism. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 9(1), 51–72. [doi:10.1108/13522750610640558](https://doi.org/10.1108/13522750610640558).
- Xu, Y., Vanden A, M., Hou, M., & Antheunis, M. (2022). Do parasocial relationships with micro- and mainstream celebrities differ? An empirical study testing four attributes of the parasocial relationship. *Celebrity Studies*, 14(3), 366–386.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an introductory analysis*. Harper & Row.