

วัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม*

เจียง หวี คาง¹ และ ธนิต โตตติเทพย์²

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา^{1,2}

E-mail: truongvykhang@hcmussh.edu.vn¹, tanit@go.buu.ac.th²

วันที่รับบทความ: 16 ตุลาคม 2567

วันที่ขอรับบทความ: 20 มกราคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ: 22 มกราคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของวัฒนธรรมแฟนคลับ และอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม โดยใช้กรอบแนวคิดวัฒนธรรมแฟนคลับในการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้วย 3 ขั้นตอน ได้แก่ การวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นแฟนคลับชาวเวียดนามจำนวน 30 คน มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และไม่จำกัดเพศสภาพและเพศวิถี ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในเวียดนามสะท้อนปรากฏการณ์การหลอมรวมทางวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล โดยแฟนคลับมีบทบาททั้งบริโภคและผลิตเนื้อหา การเติบโตของวัฒนธรรมนี้แสดงให้เห็นอิทธิพลของมานานุกรมไทยผ่านสื่อบันเทิงที่นำเสนอเรื่องราวความรักของคู่ชายรักชายและวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ยังพบการก่อตัวของชุมชนเสมือนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ องค์ความรู้ใหม่ที่ค้นพบคือ การเกิดขึ้นของวัฒนธรรมแฟนคลับข้ามชาติในยุคดิจิทัลที่มีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์ การเป็นตัวกลางทางวัฒนธรรม และการสร้างพื้นที่ทางสังคมใหม่ ผลการวิจัยนี้มีคุณูปการต่อความเข้าใจพลวัตของวัฒนธรรมร่วมสมัยในประเทศเวียดนาม ซึ่งสามารถขยายขอบเขตการศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

คำสำคัญ: ซีรีส์วายไทย วัฒนธรรมแฟนคลับ เวียดนาม

*บทความวิจัยเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ เรื่อง “เพศวิถี: ความคิดทางสังคมของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม” หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา โดยได้รับทุนอุดหนุนการศึกษาจากกรมความร่วมมือระหว่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ (TICA)

Fan Culture of Thai Boys Love Series in Vietnam*

Truong Vy Khang¹ and Tanit Toaditthep²

Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University^{1,2}

E-mail: truongvykhang@hcmussh.edu.vn¹, tanit@go.buu.ac.th²

Received: October 16, 2024

Revised: January 20, 2025

Accepted: January 22, 2025

Abstract

This research aims to investigate the consumption behavior of the Thai Boys Love series among Vietnamese fans, the factors contributing to the growth of fan culture, and the identity of Thai Boys Love series fan communities in Vietnam, utilizing a fan culture conceptual framework. The researcher employed a qualitative research methodology, utilizing three analytical approaches: documentary research, in-depth interviews, and observation. The sample group consisted of 30 Vietnamese fans aged 18 and above, regardless of gender identity and sexual orientation. The findings reveal that the fan culture of the Thai Boys Love series in Vietnam reflects the phenomenon of cultural convergence in the digital era, where fans serve both as consumers and content producers. The growth of this culture demonstrates the influence of Thai soft power through entertainment media, which presents male-male romance stories and showcases Thai culture. Furthermore, the study discovered the formation of virtual communities with distinct identities. The new knowledge discovered includes the emergence of transnational fan culture in the digital era, characterized by three key aspects: creative participation, cultural mediation, and the creation of new social spaces. This research contributes to understanding contemporary cultural dynamics in Vietnam and can expand the scope of Thai Boys Love series fan culture studies in Southeast Asia.

Keywords: Thai Boys Love Series, Fan Culture, Vietnam

*This research article is a part of the author's thesis "Sexuality: Social Thoughts of Thai Boys Love Series Fans in Vietnam", Master of Arts Program in Thai Studies, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University, which received an educational grant from the Thailand International Cooperation Agency, Ministry of Foreign Affairs, Kingdom of Thailand (TICA)

บทนำ

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมา ซีรีส์วายไทยเป็นสื่อบันเทิงประเภทหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจทั้งในกลุ่มผู้ชมชาวไทยและผู้ชมชาวต่างประเทศ ซีรีส์วายไทยเป็นซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายกับผู้ชายด้วยกัน โดยคำว่า วาย เป็นศัพท์ภาษาญี่ปุ่นที่มาจากคำว่า ยาโออิ (Yaoi) ในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมญี่ปุ่นยังมีหลายคำที่เกี่ยวข้องกับยาโออิ เช่น โชเน็นไอ (Shonen-ai) จูเน่ (JUNE) และบอยส์เลิฟ (Boys Love) แต่ในปัจจุบัน คนมักจะใช้คำว่า บอยส์เลิฟ และยาโออิแทนคำว่า โชเน็นไอ และจูเน่ (นัทธนิย ประสานนาม, 2562) ส่วนในบริบทของประเทศไทย หลังจากที่ได้รับความนิยม วายเข้าไปก็เลือกใช้คำว่า ยาโออิ หรือวาย จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้คนไทยจึงเรียกหนังประเภทนี้เป็นซีรีส์วาย

เมื่อกระแสความนิยมซีรีส์วายไทยก้าวข้ามพรมแดนและก่อให้เกิดฐานแฟนคลับในต่างประเทศ ทำให้มีปรากฏการณ์วัฒนธรรมแฟนคลับ (Fan Culture) เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการของกระแสความนิยมซีรีส์วายไทย จากข้อมูลของสำนักนายกรัฐมนตรีระบุว่า ซีรีส์วายไทยได้รับความนิยมอย่างมากในตลาดต่างประเทศ มีมูลค่าตลาดรวมกว่า 1,000 ล้านบาท ถือได้ว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตเนื้อหาซีรีส์วายระดับโลก และเป็นอันดับหนึ่งในเอเชีย ซึ่งในปี พ.ศ. 2563 มีผู้ชมเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 328 ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ (กฤตพล สุทธิภัทรกุล, 2566) กระแสความนิยมซีรีส์วายไทยยังทำให้นักแสดงหรือศิลปินไทยมีชื่อเสียงมากขึ้น อย่างเช่น ไบรท์ วชิรวิชญ์ รับบทเป็นसारวัตรในซีรีส์วายไทยเรื่อง เพราะเราคู่กัน 2gether The Series (2563) เป็นนักแสดงชายที่มียอดผู้ติดตามสูงสุดในอินสตาแกรมด้วย 17.8 ล้านผู้ติดตาม (nowadaysgirl, 2024) ซึ่งทำให้เห็นถึงฐานแฟนคลับซีรีส์วายไทยอย่างเหนียวแน่น

นอกเหนือจากกลุ่มประเทศใหญ่ ๆ ที่มีกระแสความนิยมซีรีส์วายไทย เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้แล้ว ยังมีกลุ่มประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นเพื่อนบ้านของประเทศไทยก็สร้างกระแสความนิยมซีรีส์วายไทยไม่แพ้จากประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะประเทศเวียดนาม ซึ่งถือเป็นประเทศที่มีแฟนคลับซีรีส์วายไทยเหนียวแน่นในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จะเห็นได้ว่า ประเทศเวียดนามเป็นประเทศที่ให้ความสนใจกับซีรีส์วายไทย เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมเวียดนามทำให้คนรุ่นใหม่เปิดรับสื่อบันเทิงอย่างซีรีส์วายไทยมากขึ้น ถึงแม้เนื้อหาของซีรีส์วายไทยมีความแปลกใหม่ที่พูดถึงความรักระหว่างผู้ชาย 2 คนก็ตาม แต่กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามยังขยายตัวมากขึ้นทุกวัน ในพื้นที่ออนไลน์ (Online Space) มีการสร้างชุมชนเสมือน (Virtual Community) ในรูปแบบกลุ่มหรือแฟนเพจ (Fan Page) จากนั้นนำไปสู่กิจกรรม

ในพื้นที่ทางกายภาพที่มีขนาดใหญ่กว่า เช่น แฟนมีตติ้ง (Fan Meeting) คอนเสิร์ต (Concert) เป็นต้น โดยหลังช่วงโควิด-19 มีงานแฟนมีตติ้งจำนวนมากจัดขึ้นในประเทศไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงแรงดึงดูดที่แข็งแกร่งของอุตสาหกรรมซีรีส์วายไทยต่อตลาดเวียดนาม นอกจากนี้ ซีรีส์วายไทยยังมีประเด็นต่าง ๆ ที่ทำให้ชาวเวียดนามสนใจและกลายเป็นแฟนคลับ เช่น ภาษาไทย วัฒนธรรมไทย ความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น

กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามที่ชื่นชอบซีรีส์วายไทยมีแนวโน้มเติบโตและขยายขอบเขตฐานแฟนคลับกว้างขึ้น เนื่องจากอุตสาหกรรมซีรีส์วายไทยมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและกำลังกลายเป็นกระแสวัฒนธรรมหลักของประเทศไทย จากการค้นคว้าข้อมูลผู้วิจัยสังเกตได้ว่า ยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับกระแสความนิยมซีรีส์วายไทยหรือกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศไทยเวียดนาม ผู้วิจัยจึงสนใจอยากศึกษาประเด็นนี้เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะตัวของวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายในประเทศไทยเวียดนาม รวมถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดจากกระแสความนิยมซีรีส์วายไทยในประเทศไทยเวียดนาม ซึ่งจะเป็นการศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับในมิติใหม่สำหรับประเด็นวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในต่างประเทศ

จุดประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศไทยเวียดนาม
3. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศไทยเวียดนาม

แนวคิดทฤษฎีและกรอบแนวคิดของการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับแฟน (Fan)

1.1 ความหมายและลักษณะเฉพาะของแฟน

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายคำว่า แฟน ไว้ว่า “(ปาก) น. ผู้นิยมชมชอบ เช่น แฟนเพลง แฟนภาพยนตร์ แฟนมวย, ผู้เป็นที่ชอบพอรักใคร่, คู่รัก. สามีหรือภรรยา.” โดยคำว่า แฟน มาจากภาษาอังกฤษว่า Fan ซึ่งย่อมาจากคำว่า Fanatic หมายถึง ความคลั่งไคล้ ชื่นชอบ ชนิดที่เรียกว่า “บ้า” สิ่งหนึ่งอย่างมาก (ศิลปวัฒนธรรม, 2567) ในปัจจุบันนี้ ปรากฏการณ์แฟนเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกและกระจายอยู่ในหลายสาขา ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ ดนตรี ซีรีส์ วิดีโอเกม ศิลปะ หนังสือ กีฬา อาหาร สัตว์เลี้ยง หรือกระทั่งการเมือง เช่น แฟนคลับนิยายไซไฟ (Sci-fi)

แฟนคลับอี-สปอร์ต (E-Sports) แฟนคลับมังงะญี่ปุ่น แฟนคลับไอดอลเกาหลีนไทย เป็นต้น แล้วจากปรากฏการณ์ดังกล่าว ก็ได้สร้างฐานแฟนคลับที่แข็งแกร่งแผ่ขยายออกไปเรื่อย ๆ จนกลายเป็นพลังที่มีอิทธิพลต่อวงการต่าง ๆ ในสังคมได้อย่างไม่น่าเชื่อ และก่อให้เกิดวัฒนธรรมแฟนคลับที่เลื่อนไหลไปตามกาลเวลา

Jenkins (1992 อ้างถึงใน ศิริริณา วอนแก่น้อย, 2565) ได้อธิบายลักษณะสำคัญของความเป็นแฟนไว้ 4 ลักษณะ ดังนี้ *หนึ่ง* แฟนสามารถนำแนวทางที่ตนเองเปิดรับจากสื่อไปปฏิบัติได้ แฟนเลือกสื่อต่าง ๆ เพื่อการบริโภคอย่างตรงไปตรงมา *สอง* ความเป็นแฟนสามารถสร้างกลุ่มพิเศษขึ้นมาได้หมายถึงความเป็นแฟน เป็นพื้นฐานของการแสวงหาสังคมที่ปรากฏในลักษณะต่าง ๆ เช่น สโมสร ระเบียบแบบแผนต่าง ๆ สิ่งตีพิมพ์ การพูดคุยต่าง ๆ เพื่อแบ่งปันความคิดเห็นต่าง ๆ ในแฟนด้วยกันเอง เป็นต้น *สาม* ความเป็นแฟนสามารถสร้างโลกศิลปะที่พิเศษขึ้นมา หมายถึงความเป็นแฟนสร้างมาตรฐานของการให้เหตุผล การร่วมมือ การประเมิน และอื่น ๆ ที่แสดงออกมาในลักษณะของวัฒนธรรมที่แตกต่างจากที่มีอยู่ในสังคม (Counterculture) และ *สี่* ความเป็นแฟนสามารถสร้างกลุ่มชุมชนทางสังคม หมายถึง การสร้าง ทางเลือกใหม่ให้กับชนกลุ่มน้อยหรือบุคคลที่สนใจในการรวมตัวกันจากความสนใจที่คล้ายคลึงกัน นอกจากนี้ Jenkins (1992 อ้างถึงใน ศิริริณา วอนแก่น้อย, 2565) ยังกล่าวถึงความแตกต่างระหว่างแฟนกับคนที่ไม่ใช่แฟน (Non-fan) ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ โดยมีทั้งหมด 4 ลักษณะ ได้แก่ *หนึ่ง* แฟนมีวัฒนธรรมการรับสารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว *สอง* แฟนมีลักษณะเป็นชุมชนที่มีการตีความหมายจากเนื้อหา (Interpretive Communities) *สาม* แฟนมีการสร้างผลงานสร้างสรรค์ และ *สี่* แฟนมีการสร้างชุมชนแฟนคลับที่มีความหลากหลายทางวัย เพศ อาชีพ เป็นต้น

1.2 วัฒนธรรมแฟนคลับ (Fan Culture)

วัฒนธรรมแฟนคลับเป็นประเด็นศึกษาที่ดึงดูดความสนใจจากนักวิชาการทั้งหลาย โดยการศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับถือเป็นการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการรวมกลุ่มและสร้างชุมชนของคนที่ชื่นชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยกาญจนา แก้วเทพ (2555) ให้ความหมายของวัฒนธรรมแฟนคลับว่าเป็นลักษณะวัฒนธรรมเฉพาะของแฟน โดยแฟนหรือที่เรียกว่าแฟนคลับหรือแฟนด้อม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการสร้างกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ที่มีรสนิยมและการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่ม Silva and Sabbag (2019) กล่าวว่าวัฒนธรรมแฟนคลับจัดเป็นวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วม (Participatory Culture) เช่น การไปชมคอนเสิร์ต การฟังเพลง การดาวน์โหลดมิวสิกวิดีโอ (Music Video) จากเว็บไซต์ต่าง ๆ หรืออยู่ในฐานะผู้มีส่วนร่วม เช่น การแสดงความคิดเห็นลงในกระทู้ในแต่ละเว็บไซต์ การแสดงเลียนแบบศิลปินนักร้องที่ชื่นชอบ

การศึกษาแฟนคลับในโลกที่ซับซ้อนจึงมิใช่การค้นหาลักษณะที่ถาวรหรือการสร้างชุมชนที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (Hills, 2017) แต่เป็นการทำความเข้าใจเครือข่ายสังคมที่หลากหลายที่ทำให้กลุ่มต่าง ๆ เชื่อมโยงเข้าหากันภายใต้ปฏิสัมพันธ์และปฏิบัติการที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจช่วยขยายมุมมองต่อแฟนคลับจากกลุ่มที่มีเอกภาพแบบของใครของมันไปสู่การมองแฟนคลับในฐานะเป็น “โลก” ที่เคลื่อนตัวไปตลอดเวลาและไม่มี ความมั่นคงในอัตลักษณ์ กล่าวคือโลกของแฟนคลับมีลักษณะปลายเปิดและพร้อมจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นอะไรก็ได้ (Jenkins, 2006) นอกจากนี้ ยังมี Abercrombie and Longhurst (1998) กล่าวถึงลักษณะความเป็นธรรมชาติของแฟนที่มีต่อบุคคลหรือเหตุการณ์ที่ตนเองชื่นชอบ โดยลักษณะเหล่านี้ประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่ หนึ่ง แฟนคลับเป็นผู้ที่มักจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหรือสื่ออื่น ๆ สอง แฟนคลับส่วนมากจะใช้สื่อเป็นช่องทางเพื่อแสดงถึงบุคคลที่ตนชื่นชอบ และสาม แฟนคลับมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มสำหรับกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามนั้น มีลักษณะคล้ายคลึงกับลักษณะความเป็นแฟนคลับตามแนวคิดของ Abercrombie and Longhurst โดยกลุ่มแฟนคลับในประเทศเวียดนามก็มีการแสดงถึงความชื่นชอบในนักแสดงซีรีส์วายไทยด้วยการจัดตั้งกลุ่มผู้ชื่นชอบในสื่อสังคม การสร้างเพจของแฟนคลับชาวเวียดนามมีจุดประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร การรวมกลุ่มกันทำกิจกรรมอย่างนี้ก็เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่สร้างความเป็นกลุ่มเดียวกันของแฟนคลับนักแสดงซีรีส์วายไทย รวมถึงการไปเข้าร่วมกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นงานคอนเสิร์ต หรืองานแฟนมีตติ้งก็เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับก่อให้เกิดเป็นความรู้สึกร่วมว่าเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

2. ภูมิหลังการศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทย

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระแสความนิยมซีรีส์วายไทยและวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทย หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์การศึกษาจำแนกตามวิธีการศึกษาและเนื้อหา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศไทย ผลงานวิจัยของ Baudinette and Svetanant (2023) ศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของซีรีส์วายไทยต่อวัฒนธรรมผู้บริโภคชาวไทย ในประเทศไทย วาสนา แซ่จั่น และ ญาณีนิ ไพทยวัฒน์ (2565) ศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับวายไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550 – พ.ศ. 2564 ที่สะท้อนผ่านซีรีส์วายเรื่อง *นัปลิบจะจูบ*

งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับแฟนคลับซีรีส์วายไทยในต่างประเทศ เกี่ยวกับแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศญี่ปุ่นมี Shimauchi (2023) ศึกษาวัฒนธรรมซีรีส์วายไทยในประเทศ

ญี่ปุ่น โดยศึกษากลุ่มแฟนคลับในฐานะกลุ่มแฟนคลับข้ามพรมแดนและกลุ่มวัฒนธรรมย่อย นอกจากนี้ Shimauchi (2024) ยังศึกษาการใช้พื้นที่เสมือนของกลุ่มแฟนชาวญี่ปุ่น โดยมุ่งอธิบายปฏิบัติการของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยชาวญี่ปุ่นในแพลตฟอร์มออนไลน์ Zheng (2022) ศึกษาความสำเร็จและความนิยมของซีรีส์วายไทยในประเทศจีน หรือ Li et al. (2024) ศึกษาเกี่ยวกับพัฒนาการของวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศจีน ยังมี Lacap (2023) ศึกษากระแสความนิยมซีรีส์วายไทยในประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งพบว่า การเป็นแฟนคลับซีรีส์วายไทยมีผลต่อพฤติกรรมการเลือกการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ชมชาวฟิลิปปินส์

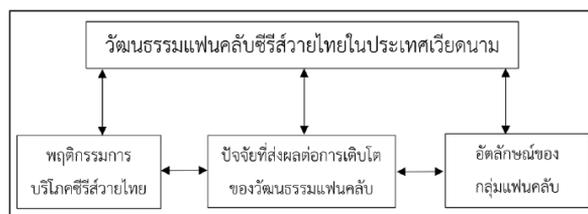
งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม มีงานวิจัยศึกษาผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในอาเซียนและจีนของอัมพร จิรัฐติกร (2563) ได้กล่าวถึงภาพรวมของแฟนคลับละครไทยในอาเซียนและจีน โดยกล่าวถึงกิจกรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในยุคก่อนโควิด-19

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยพบว่า ซีรีส์วายไทยเป็นกระแสวัฒนธรรมใหม่ในประเทศเวียดนาม ดังนั้น จำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามยังมีไม่มาก จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากเป็นการแสวงหาความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ภาพ 1

กรอบแนวคิดของงานวิจัยเรื่อง “วัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม”



ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยเรื่องนี้มุ่งศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม โดยครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อที่กำหนดไว้ ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของวัฒนธรรม

แฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม และอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม

2. ขอบเขตด้านประชากร

ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นแฟนคลับชาวเวียดนามจำนวน 30 คน มีอายุ 18 ปีขึ้นไป โดยไม่มีการจำกัดเพศสภาพ (Gender) และเพศวิถี (Sexuality) ของกลุ่มแฟนคลับ

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือประเทศเวียดนาม โดยครอบคลุมทั้ง 2 พื้นที่ ได้แก่ พื้นที่ออนไลน์ (Online Space) และพื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space)

4. ขอบเขตด้านเวลา

วัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามเกิดขึ้นพร้อมกับจุดกำเนิดซีรีส์วายเรื่องแรกของประเทศไทยคือเรื่อง *รักวุ่น วัยรุ่นแสบ Love Sick The Series (2557)* ดังนั้น ขอบเขตด้านเวลาของการศึกษาวิจัยครั้งนี้กำหนดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 เป็นต้นมา

วิธีการดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยใน 3 รูปแบบ ได้แก่ การศึกษาเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม และการสังเกตการณ์ (Observation)

1. กลุ่มตัวอย่าง

เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแฟนคลับชาวเวียดนามที่ชื่นชอบซีรีส์วายไทย มีอายุ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากซีรีส์วายไทยบางเรื่องเหมาะสำหรับผู้ชมที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป และไม่จำกัดเพศสภาพและเพศวิถี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบแนวคำถามเพื่อศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม โดยคำถามมีทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่ คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูล คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม และคำถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

ผู้วิจัยจะศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเรื่องนี้ โดยศึกษาข้อมูลจากบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความ วิทยานิพนธ์ บทสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมซีรีส์วายไทย เป็นต้น

3.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ก่อนดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ดำเนินการยื่นขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ และได้รับการรับรองจริยธรรมโครงการวิจัยในมนุษย์เมื่อวันที่ 13 กุมภาพันธ์ ปี ค.ศ. 2024 รหัสโครงการวิจัย G-HU341/2566(E2) หลังจากนั้นผู้วิจัยใช้วิธีเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างโดยการสร้างแบบสอบถามเพื่อความสนใจของแฟนคลับชาวเวียดนามที่ยินยอมเข้าร่วมการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยลงแบบสอบถามดังกล่าวในกลุ่มชุมชนแฟนคลับซีรีส์วายไทยในเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งในแบบสอบถามมีการระบุข้อมูลส่วนตัว เช่น นามสมมุติ อายุ เพศสภาพ เพศวิถี อาชีพ หมายเลขโทรศัพท์ และที่อยู่อีเมล เมื่อมีข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามเรียบร้อย ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อผู้ที่ตอบแบบสอบถามตามข้อมูลที่ระบุไว้ และนัดหมายเวลาสัมภาษณ์ ซึ่งดำเนินการสัมภาษณ์ผ่านซอฟต์แวร์โทรศัพท์ภาพกูเกิล มีต (Google Meet) ซึ่งใช้เวลาประมาณ 30 ถึง 45 นาทีต่อหนึ่งคน ผู้วิจัยเริ่มเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม ถึงวันที่ 21 กรกฎาคม ปี พ.ศ. 2567

3.3 การสังเกตการณ์ (Observation)

ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมผ่านกิจกรรมของแฟนคลับชาวเวียดนาม โดยมีทั้งพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ทางกายภาพ สำหรับพื้นที่ออนไลน์ ผู้วิจัยจะสังเกตพฤติกรรมการใช้สื่อและการสร้างปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม โดยเข้าไปในชุมชนแฟนคลับในสื่อสังคมออนไลน์ และติดตามแฟนเพจเกี่ยวกับซีรีส์วายไทย และนักแสดงซีรีส์วายไทยที่มีแฟนคลับชาวเวียดนามเป็นเจ้าของ สำหรับพื้นที่ทางกายภาพ สถานที่ที่เป็นจุดรวมตัวของแฟนคลับชาวเวียดนาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลมาตรวจสอบและนำมาวิเคราะห์ผล โดยนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มานำไปวิเคราะห์ผลด้วยวิธีการตีความสร้างข้อสรุปแบบการพรรณนาถึงรายละเอียดของวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม ซึ่งผู้วิจัยจะได้ข้อสรุปเป็นประเด็นการศึกษาวิจัยที่มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่ การตรวจสอบด้านข้อมูล การตรวจสอบด้านวิธีการเก็บข้อมูล และการตรวจสอบด้านผู้วิจัย

5. การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) และใช้การอ้างอิงคำพูด (Quote) ของผู้ให้ข้อมูลเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ ในการอ้างอิงข้อความสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะใช้นามสมมติเพื่อสงวนสิทธิความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลตามข้อบังคับของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามลำดับของวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อที่กำหนดไว้

นิยามศัพท์เฉพาะ

คู่จิ้น เป็นศัพท์ที่แฟนคลับซีรีส์วายไทยใช้กัน โดยคำว่า “คู่” หมายถึงคู่นักแสดงที่เป็นเอกของซีรีส์วาย ส่วนคำว่า “จิ้น” มาจากคำว่า Imagine ที่แปลว่า จินตนาการ ดังนั้น คู่จิ้น คือบุคคลที่มีคนจับคู่ให้ ซึ่งเหล่าแฟนคลับมักจะใช้เรียกแทนดาราที่เป็นคู่เพื่อนรักหรือคู่พี่น้องในวงการที่มีภาพลักษณ์สนิทสนมกลมเกลียวออกนอกหน้า จนแฟนคลับหลายคนเกิดการจินตนาให้ทั้งคู่เป็นคู่กันจริง ๆ

ชุมชนเสมือน (Virtual Community) หมายถึง ชุมชนแฟนคลับที่อยู่ในพื้นที่เสมือนหรือพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งถือเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ที่สะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทย

พื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space) หมายถึง พื้นที่ในชีวิตจริงที่กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์และแสดงอัตลักษณ์ความเป็นแฟนคลับซีรีส์วายไทย

พื้นที่ออนไลน์ (Online Space) หมายถึง พื้นที่ทางอินเทอร์เน็ตที่กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม เช่น สื่อสังคมออนไลน์ แพลตฟอร์มสตรีมมิง เป็นต้น

ออฟไลน์ (Offline) หมายถึง การจัดกิจกรรมพบปะสังสรรค์ระหว่างแฟนคลับซีรีส์วายไทยด้วยกัน ซึ่งไม่มีการปรากฏตัวของดารานักแสดงซีรีส์วายไทย

ผลการวิจัย

1. พฤติกรรมการบริโภคซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม

1.1 ลักษณะของแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม

กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามมีความหลากหลายทางด้านปัจจัยส่วนบุคคล หากแบ่งกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยตามเงื่อนไขของเพศสภาพและเพศวิถีจะมีทั้งหมด 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มแฟนคลับที่เป็นผู้หญิง และกลุ่มแฟนคลับที่เป็น

บุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (Gender Diversity) หรือที่เรียกกันว่า กลุ่ม LGBTQ+ (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer, ...) โดยทั่วไป ทุกคนมักใช้คำว่า “สาววาย” เพื่อบ่งชี้ถึงลักษณะทั่วไปของบุคคลที่ชื่นชอบวัฒนธรรมวาย (Y Culture) หรือแฟนคลับซีรีส์วายไทยโดยเฉพาะ คือส่วนมากเป็นผู้หญิง แต่คำว่า “สาววาย” แค่มายถึงผู้หญิงที่มีลักษณะทางกายภาพเป็นผู้หญิงโดยไม่คำนึงถึงเพศวิถีของแต่ละบุคคล ในขณะที่เดียวกัน คำว่า “หนุ่มวาย” ที่หมายถึงผู้ชายที่ชื่นชอบวัฒนธรรมวายเป็นศัพท์ที่บ่งบอกถึงผู้ชายที่มีลักษณะทางกายภาพเป็นผู้ชาย แต่ไม่ได้คำนึงถึงเพศวิถีของแต่ละบุคคล ดังนั้น ในบริบทของสังคมเวียดนาม การแบ่งกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยจึงต้องอาศัยปัจจัยทางด้านเพศสภาพและเพศวิถี หากใช้คำว่า “สาววาย” กับ “หนุ่มวาย” เพื่ออธิบายลักษณะกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามอาจเกิดความไม่ชัดเจน

จากการสัมภาษณ์กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามจำนวน 30 พบว่า คำว่า “สาววาย” บ่งบอกถึงเพศหญิงทางกายภาพเพียงอย่างเดียว แต่ไม่อธิบายถึงเพศวิถีของตัวแฟนคลับผู้หญิงคนนั้น และ “หนุ่มวาย” กล่าวถึงกลุ่มผู้ชายที่ชื่นชอบซีรีส์วายไทย แต่อันที่จริง เพศวิถีของบุคคลกลุ่มนี้เป็นกลุ่มชายรักร่วมเพศ (Male Homosexual) และกลุ่มชายรักร่วมสองเพศ (Bisexual Men) อย่างคุณ Van Anh (นามสมมุติ) เป็นแฟนคลับผู้หญิงของซีรีส์วายไทยตั้งแต่เรื่อง *รักวุ่น วัยรุ่นแสบ Love Sick The Series* (2557) ได้อธิบายถึงลักษณะพิเศษของแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามไว้ดังนี้

“ชุมชนแฟนคลับซีรีส์วายไทยในเวียดนามมีความหลากหลายเพศ โดยทั่วไปทุกคนมักเข้าใจกันว่ามีแค่ผู้หญิงที่ชอบดูซีรีส์วายไทย แต่จริง ๆ แล้ว แฟนคลับซีรีส์วายไทยในเวียดนามยังมีทั้งเกย์ เลสเบี้ยน สาวประเภทสอง เป็นต้น เพราะซีรีส์วายไทยมีความแพร่หลายในสื่อมวลชนเวียดนามจึงทำให้ บุคคลที่เข้าหาซีรีส์วายไทยมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งแตกต่างจากรฐาน แฟนวัฒนธรรมวายทั่วไป”

(Van Anh (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 มิถุนายน 2567)

ส่วนแฟนคลับที่เป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศส่วนมากเป็นกลุ่มชายรักร่วมเพศ โดยพบว่าบุคคลกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการรับชมการบันเทิงแนวชายรักชาย (Boys Love) จึงเข้าหาซีรีส์วายไทยเพื่อแสวงหาความสุขจากเนื้อหาในซีรีส์ อย่างคุณ Jerry (นามสมมุติ) นิยามตนเองว่าเป็นชายรักร่วมเพศได้เล่าถึงสาเหตุที่เป็นแฟนคลับซีรีส์วายไทย โดยเริ่มจากประสบการณ์รับชมภาพยนตร์แนวชายรักชายของไทยมาก่อน

“หนังชายรักชายเรื่องแรกที่พี่ดูไม่ใช่ซีรีส์วายแต่เป็นภาพยนตร์เรื่อง Love of Siam ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้พี่สนใจดูหนังไทย ต่อมาพี่ก็ดูภาพยนตร์ไทยบ้าง ละครโทรทัศน์บ้าง แล้วก็มาถึงซีรีส์วายไทย ซึ่งเรื่องแรกที่พี่ดูก็คือ Love Sick The Series สาเหตุที่ชอบดูซีรีส์วายไทยเพราะมีเนื้อหาที่ใกล้เคียงกับชีวิตจริง โดยเฉพาะผู้ชมที่เป็นเกย์สามารถเปรียบเทียบโครงเรื่องในซีรีส์กับเหตุการณ์ในชีวิตจริงของตนเองได้”

(Jerry (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 30 พฤษภาคม 2567)

หากไม่ใช่เงื่อนไขเกี่ยวกับเพศสภาพและเพศวิถี ยังสามารถแบ่งลักษณะแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามตามบทบาทของผู้บริโภคซีรีส์วายไทย โดยมีทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ชมซีรีส์วายไทย เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนและจำนวนคนมากที่สุดในการรวมของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม โดยมีบทบาทเป็นผู้บริโภคซีรีส์วายไทยและเนื้อหาสร้างสรรค์เกี่ยวกับตัวซีรีส์วายไทยหรือดารานักแสดงซีรีส์วายไทย

กลุ่มที่ 2 กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทย เป็นกลุ่มบุคคลสำคัญเนื่องจากทำหน้าที่เผยแพร่เนื้อหาของซีรีส์วายไทยสู่ผู้ชมชาวเวียดนาม ซึ่งถือเป็นแกนกลางในการรวมของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทย ลักษณะของแฟนคลับซีรีส์วายไทย โดยแฟนคลับทำงานเป็นสองประเภท ได้แก่ หนึ่ง กลุ่มแฟนคลับที่แปลซีรีส์วายไทยจากภาษาไทยเป็นภาษาเวียดนาม สอง กลุ่มแฟนคลับที่แปลซีรีส์วายไทยจากภาษาอังกฤษเป็นภาษาเวียดนาม และสาม กลุ่มแฟนคลับที่แปลซีรีส์วายไทยจากภาษาจีนเป็นภาษาเวียดนาม โดยข้อมูลรายละเอียดของแต่ละกลุ่มจะแสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตาราง 1

ลักษณะของแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม

ประเภทของกลุ่มแฟนคลับ	คุณสมบัติและลักษณะการทำงาน	
	ความเหมือน	ความต่าง
แฟนคลับแปลซีรีส์วายไทยจากภาษาไทยเป็นภาษาเวียดนาม	1. เป็นกลุ่มบุคคลที่ชื่นชอบซีรีส์วายไทยเป็นพิเศษและมีความสามารถทางด้านภาษาต่างประเทศ 2. มีความสามารถทางด้านเทคโนโลยี มีความรู้เกี่ยวกับการตัดต่อภาพและวีดิทัศน์	บุคคลที่ทำงานในกลุ่มนี้มีความรู้ความสามารถทางด้านภาษาไทยทั้ง 4 ทักษะ แต่เน้นในทักษะการฟังมากกว่า ซึ่งบุคคลที่ทำงานส่วนมากเป็นผู้ที่เรียนภาษาไทย หรือเป็นผู้ที่เคยทำงานและอยู่อาศัยในประเทศไทย จุดเด่นของกลุ่มแฟนคลับนี้คือสามารถผลิตซีรีส์วายไทยฉบับมีคำบรรยายภาษาเวียดนามได้เร็วที่สุด

แฟนคลับซีรีส์วายไทย จากภาษาอังกฤษเป็นภาษา เวียดนาม	โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เครื่องมือหรือ โปรแกรมทำบทบรรยายได้ภาพ (Subtitle) 3. มีทั้งทำงานเดี่ยวและทำงานเป็นกลุ่ม 4. การแปลคำบรรยายซีรีส์วายไทยเป็น อาชีพอิสระ (Freelance) ซึ่งมีทั้งการทำงาน แบบมีรายได้และการทำงานแบบไม่แสวงหา ผลกำไร (Nonprofit)	เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบซีรีส์วายแต่ไม่รู้ภาษาไทย ดังนั้นต้อง อาศัยภาษาอังกฤษเป็นภาษากลางในการแปลคำบรรยาย ภาษาเวียดนามให้ซีรีส์วายไทย กลุ่มนี้ปรากฏขึ้นจากกระแสความนิยมซีรีส์วายไทย ในประเทศจีน เนื่องจากมีซีรีส์วายไทยหลายเรื่องได้ ออกอากาศบนแพลตฟอร์มรับชมซีรีส์ออนไลน์ของประเทศ จีน อย่างเช่น iQIYI WeTV YOUKU ซึ่งกลุ่มนี้เป็นบุคคลที่รู้ ภาษาจีน ชอบดูทั้งซีรีส์จีนและซีรีส์วายไทย
แฟนคลับซีรีส์วายไทย จากภาษาจีนเป็นภาษา เวียดนาม		

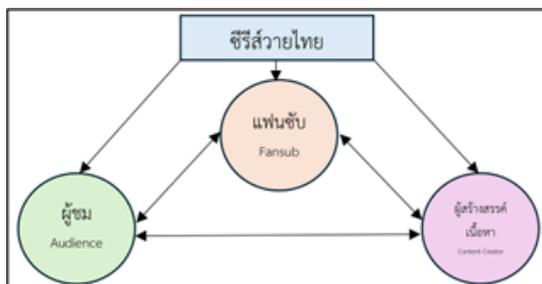
กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้สร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับซีรีส์วายไทย กลุ่มนี้เกิดจากการเป็นแฟนคลับซีรีส์วายไทยแล้วมีจุดประสงค์เผยแพร่ซีรีส์วายไทยหรือแสดงความชื่นชอบส่วนตัวในสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) โดยมีการสร้างสรรค์เนื้อหาให้มีความเป็นตนเอง เช่น การตัดต่อวีดิทัศน์สั้นแล้วลงในติกต็อก (TikTok) การนำฉากในซีรีส์วายไทยมาสร้างเป็นมีม (Meme) อารมณ์ตลกขบขัน เป็นต้น ลักษณะการจัดแสดงเนื้อหาสร้างสรรค์ของกลุ่มนี้ที่พบเห็นบ่อยคือการสร้างเว็บไซต์ เพจ ช่อง หรือกลุ่มในสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งบุคคลที่ทำงานในด้านนี้อาจมีแค่คนเดียวหรือหลายคน ความพิเศษของพฤติกรรมบริโภคซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามคือมีความสัมพันธ์กันในแต่ละกลุ่ม ซึ่งเป็นกระบวนการครบวงจรของการบริโภคซีรีส์วายไทย ดังนั้น ในกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยจะมีแฟนคลับบางคนสามารถสวมบทบาททั้ง 3 บทบาทคือเป็นทั้งแฟนคลับ ผู้ชม และผู้สร้างสรรค์เนื้อหา อย่างคุณ Cam (นามสมมุติ) ได้กล่าวถึงประสบการณ์ส่วนตัวในกระบวนการบริโภคซีรีส์วายไทย โดยเริ่มจากแฟนคลับในฐานะผู้ชมกลายเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาไว้ดังนี้

“ซีรีส์เรื่องแรกที่หนูดูคือ SOTUS The Series ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจทำให้หนูอยากเรียนภาษาไทยเพื่อสามารถดูซีรีส์ได้โดยไม่ต้องรอมือคำบรรยายเป็นภาษาเวียดนาม เมื่อเข้าใจภาษาไทยในระดับหนึ่งแล้ว หนูก็สมัครเป็นผู้แปลคำบรรยายภาษาเวียดนามกับกลุ่มผู้แปลซีรีส์วายไทยเพื่อสร้างรายได้เสริมจากงานอดิเรกของหนู เพราะหนูคิดว่าได้ทำในสิ่งที่ตนเองชอบจะไม่รู้สึกเบื่อหน่ายค่ะ ปัจจุบันหนูก็มีแฟนเพจเป็นของตนเอง ซึ่งเป็นแฟนเพจในเฟซบุ๊ก เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับดาราซีรีส์วายไทย แถมยังสร้างสรรค์เนื้อหาต่าง ๆ ผ่านการตัดต่อภาพหรือคลิปวิดีโอสั้น”

(Cam (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 มิถุนายน 2567)

ภาพ 2

ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของแฟนคลับชาวเวียดนามในการบริโภคซีรีส์วายไทย



การใช้เกณฑ์เพื่อแบ่งประเภทกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามทำให้เห็นได้ว่า ลักษณะพิเศษดังกล่าวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้ภาพลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

1.2 “ซีรีส์ที่โดนใจ”: ปัจจัยที่ดึงดูดความสนใจรับชมซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม

กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามมีพฤติกรรมการเลือกรับชมซีรีส์วายไทยที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยและเงื่อนไขหลายประการ โดยจำแนกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

ประเภทที่ 1 การเลือกรับชมซีรีส์วายไทยตามกระแสนิยม มีซีรีส์วายไทยบางเรื่องที่ได้รับกระแสความนิยมและถูกพูดถึงในสื่อมวลชน ซึ่งปัจจัยที่ก่อให้เกิดกระแสความนิยมมาจากองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์วายไทยเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น นักแสดงมีหน้าตาดี เคมีของคู่นักแสดงเข้ากันได้ดี เนื้อหาของซีรีส์มีความแปลกใหม่และน่าสนใจ เพลงประกอบซีรีส์มีความไพเราะ เป็นต้น ซึ่งซีรีส์วายไทยแต่ละเรื่องจึงสร้างกระแสความนิยมจากสาเหตุที่แตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างในปี พ.ศ. 2563 ซีรีส์วายไทยเรื่อง *เพราะเราคู่กัน 2gether The Series* (2563) ได้สร้างกระแสความนิยมและเป็นเรื่องที่ทำให้ผู้ชมชาวเวียดนามได้รู้จักกับคำว่า “ซีรีส์วายไทย” มากยิ่งขึ้น ซึ่งคุณ Arthid (นามสมมุติ) เป็นหนึ่งในบรรดาแฟนคลับของคู่จิ้น “ไบรท์-วิน” ได้เล่าถึงความทรงจำเกี่ยวกับซีรีส์เรื่องนี้ไว้ดังนี้

“ปี พ.ศ. 2563 เป็นปีที่ประเทศเวียดนามต้องรับมือกับสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงพฤษภาคม รัฐบาลเวียดนามใช้มาตรการเว้นระยะห่าง (Social Distancing) เพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัส

โควิด-19 ในช่วงนั้น นักเรียนและนักศึกษาเวียดนามต้องเรียนออนไลน์ อยู่ที่บ้าน องค์กรและบริษัทบางแห่งก็ให้ทำงานจากบ้าน (Work from Home) ในขณะเดียวกัน ซีรีส์วายไทยเรื่อง 2gether The Series เริ่มออกอากาศผ่านช่อง GMMTV ในยุคบูตตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงพฤษภาคม ดังนั้น คนที่อยู่บ้าน จึงมีเวลามากขึ้นเพื่อใช้สื่อบันเทิงออนไลน์ และซีรีส์เรื่องนี้ก็เป็นซีรีส์เรื่องเดียว ที่ออกอากาศ หลายคนเริ่มสนใจและทำให้เรื่องนี้เป็นกระแสในหมู่ผู้ชม ชาวเวียดนาม โดยรวมแล้ว องค์กรประกอบของซีรีส์เรื่องนี้มีความน่าสนใจ เหมือนกัน เช่น คู่นักแสดงไปรท์กับวินมีหน้าตาดีทั้งคู่ ทูนดีตัวสูง แสดงได้ สมบทบาท ส่วนเนื้อเรื่องมีความน่ารักของวัยรุ่นศึกษา และเพลงของวงสคลับ ที่ใช้ประกอบซีรีส์ก็ไพเราะ ดังนั้น ต่อให้คุณไม่ได้ดู 2gether แต่การที่ได้เห็นข่าว หรือฉากซีรีส์บ่อยในสื่อสังคมออนไลน์ก็ทำให้คุณได้รู้จักกับเรื่องนี้เหมือนกัน หากถามแฟนคลับซีรีส์วายไทยสักคนในประเทศเวียดนามไม่มีใครไม่รู้จักรหัสเรื่องนี้เลย”

(Arthid (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 17 มิถุนายน 2567)

ประเภทที่ 2 การเลือกรับชมซีรีส์วายไทยเนื่องจากเคยอ่านนวนิยาย วายมาก่อน มีซีรีส์วายไทยจำนวนหนึ่งที่เป็นผลงานดัดแปลงจากนวนิยายวาย ในประเทศ เวียดนามก็มีการเผยแพร่นวนิยายใน 2 รูปแบบ ได้แก่ หนึ่ง รูปแบบออนไลน์ที่สามารถ อ่านได้บนแพลตฟอร์ม Wattpad หรือเว็บไซต์ส่วนตัวของนักแปลนวนิยายวาย และ สอง รูปแบบเล่มหนังสือ แฟนคลับบางคนชื่นชอบผลงานการเขียนมาก่อน แล้วเมื่อผลงาน ขึ้นนั้นได้ทำเป็นซีรีส์ที่ออกอากาศอย่างเป็นทางการทำให้แฟนคลับมีความตื่นเต้นและสนใจ ต้องการรับชม การเลือกชมซีรีส์วายไทยประเภทนี้ก่อให้เกิดการเปรียบเทียบความเหมือน และความต่างระหว่างซีรีส์กับนวนิยาย

ประเภทที่ 3 การเลือกรับชมซีรีส์วายไทยที่มีนักแสดงคนโปรด พฤติกรรมนี้ เกิดจากการชื่นชอบนักแสดงไทยเป็นพิเศษ ดังนั้นแฟนคลับจึงอยากรับชมผลงานที่มี นักแสดงคนโปรดสมบทบาทในเรื่องเพื่อสนับสนุนและให้กำลังใจกับนักแสดงที่ตนชื่นชอบ ยกตัวอย่างแฟนคลับของคุณจิ้น “ซี-นูนิว” จากซีรีส์เรื่อง *นึ่งเสี้ยกั๋ท้าวซื่อ Cutie Pie* (2565) จะเลือกรับชมและติดตามซีรีส์ทุกเรื่องของคุณนักแสดงคุณนี้

ประเภทที่ 4 เลือกชมซีรีส์วายไทยตามแนวของซีรีส์ จุดเริ่มต้นของซีรีส์ วายไทยคือนำเสนอเรื่องราวความรักอันสดใสของวัยรุ่นเรียนและนักศึกษา เมื่อซีรีส์วายไทย ได้แพร่หลายไปสู่พื้นที่อื่นนอกเหนือจากประเทศไทยจึงมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านเนื้อหา

และแนวซีรีส์มากยิ่งขึ้น ผู้ชมหรือแฟนคลับสามารถเลือกรับชมซีรีส์วายไทยตามแนวที่ตนเองชื่นชอบ บางคนสนใจซีรีส์วายไทยแนวการก้าวพ้นวัย (Coming of Age) ที่นำเสนอเรื่องความรักของวัยรุ่นอาจสนใจรับชมซีรีส์วายไทยที่มีบริบทในรั้วโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย เช่น รักออกเดิน *Make It Right: The Series* (2559) ทฤษฎีจีบเธอ *Theory of Love* (2562) แฟนผมเป็นประธานนักเรียน *My School President* (2566) เป็นต้น บางคนชอบแนวมาเฟีย (Mafia) อาจชอบซีรีส์ *คินน์พอร์ช เดอะซีรีส์ ลา ฟอर्ट* *KinnPorsche: The Series La Forte* (2565) ส่วนแฟนคลับที่ชอบซีรีส์แนวย้อนยุค (Historical Period) อาจชอบเรื่อง *หอมกลิ่นความรัก I Feel You Linger In The Air* (2566) เป็นต้น

การเลือกรับชมซีรีส์วายไทยเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นได้ว่า กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามมีความอิสระอย่างเต็มตัว สามารถคัดเลือกซีรีส์วายไทยผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ

1.3 “แพลตฟอร์มออนไลน์”: ช่องทางในการแสวงหาความสุขจากซีรีส์วายไทย

เมื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล (Digital Era) พฤติกรรมการรับชมละครโทรทัศน์เปลี่ยนจาก “ผู้ชมบนหน้าจอโทรทัศน์” กลายเป็น “ผู้ชมทางอินเทอร์เน็ต” เมื่อเข้าสู่คริสต์ทศวรรษที่ 2010 ประเทศเวียดนามได้สร้างและซื้อแพลตฟอร์ม (Platform) ของต่างประเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมชาวเวียดนามในการเข้าถึงการบันเทิงของโลก ซีรีส์วายไทยเรื่องแรกที่ปรากฏในอุตสาหกรรมการบันเทิงของไทยเมื่อปี พ.ศ. 2557 และแพร่กระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในขณะเดียวกัน กลุ่มคนรุ่นใหม่ในประเทศเวียดนามมีความกระตือรือร้นแสวงหาสิ่งใหม่ที่ปรากฏอยู่ในสังคมโลก ดังนั้นซีรีส์วายไทยจึงมีโอกาสเข้าสู่ตลาดเวียดนามได้ผ่านช่องทางออนไลน์ กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามส่วนมากรับชมซีรีส์วายไทยผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์อย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นช่องทางที่ถูกลิขสิทธิ์ โดยแพลตฟอร์มเหล่านี้มีทั้งการเก็บค่าบริการและไม่มีการเก็บค่าบริการ

ตาราง 2

แพลตฟอร์มออนไลน์หลักที่เผยแพร่ซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามในปี พ.ศ. 2567

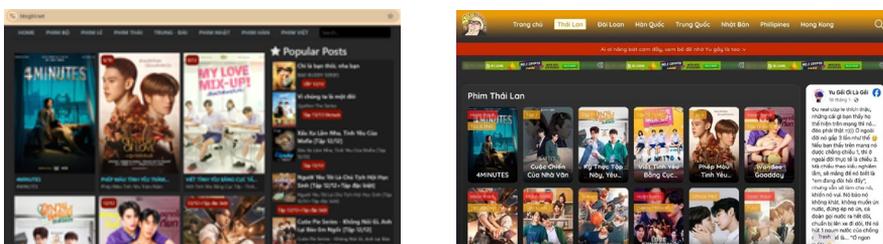
แพลตฟอร์ม	ปีที่เปิดตลาดในเวียดนาม	ลักษณะของแพลตฟอร์ม	ค่าบริการรายเดือน
FPT Play	2556	เป็นแพลตฟอร์มที่ตั้งขึ้นโดยบริษัท FPT ของประเทศเวียดนาม แต่ส่วนมากเป็นละครโทรทัศน์ไทย ซีรีส์วายไทยมีจำนวนน้อย	720,000 ดองต่อเดือน
YouTube	2557	เป็นแพลตฟอร์มที่แฟนคลับเวียดนามเลือกรับชมซีรีส์วายไทยมากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวกในการใช้งาน นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งรวมตัวของซีรีส์วายไทยจากบริษัทชั้นนำ เช่น จีเอ็มเอ็มทีวี ตูมน์ดิ เป็นต้น ปัจจุบันมีการแปลคำบรรยายเป็นภาษาเวียดนาม	ค่าบริการสำหรับ YouTube Premium จาก 49,000 ถึง 149,000 ดองต่อเดือน

Netflix	2559	เป็นแพลตฟอร์มที่ฉายภาพยนตร์เป็นหลัก จำนวนซีรีส์วายไทยมีไม่มาก แต่ข้อดีคือมีการพากษ์เสียงตัวละครเป็นภาษาไทยคนมา	70,000 ถึง 260,000 ดองต่อเดือน
iQIYI	2562	เป็นแพลตฟอร์มที่ฉายละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ และอนิเมะ ซึ่งแฟนคลับชาวเวียดนามจะรับชมซีรีส์วายไทยเรื่องที่ไม่ได้ออกอากาศทางยูทูบ	39,000 ดองต่อเดือน
TrueID	2562	เป็นแพลตฟอร์มที่ฉายภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และซีรีส์ของไทย โดยเฉพาะ มีซีรีส์วายไทยค่อนข้างมาก	ไม่มีค่าบริการ
VieOn	2563	เป็นแพลตฟอร์มรับชมภาพยนตร์ ซีรีส์ และละครโทรทัศน์ของประเทศเวียดนาม มีการฉายซีรีส์วายไทยย้อนหลัง	69,000 ถึง 229,000 ดองต่อเดือน
WeTV	2563	เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการรับชมภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ของประเทศจีน แต่มีการฉายซีรีส์วายไทย	29,000 ดองต่อเดือน
YOUKU	2566	เป็นแพลตฟอร์มสำหรับการรับชมภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ของประเทศจีน มีซีรีส์วายไทยแต่จำนวนน้อย	29,000 ดองต่อเดือน

นอกจากนี้ กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามยังสามารถรับชมซีรีส์วายไทยผ่านช่องทางอื่น ซึ่งเป็นเว็บไซต์รับชมซีรีส์วายไทยที่ถูกสร้างขึ้นโดยชาวเวียดนามและไม่มีถูกลิขสิทธิ์ กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายมักรู้จักกับ Yu Thành Thiện เป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในการเผยแพร่ละครแนวชายรักชายรวมถึงซีรีส์วายไทยสู่ผู้ชมชาวเวียดนาม Yu Thành Thiện มีทั้งเว็บไซต์ที่แปลซีรีส์วายไทยเป็นภาษาเวียดนามและแฟนเพจ Yu Gèi Oì Là Gèi มียอดผู้ติดตามถึง 1.3 ล้านคนในเฟซบุ๊ก การรับชมซีรีส์วายไทยบนแพลตฟอร์มเหล่านี้ไม่เสียค่าบริการและมีคำบรรยายเป็นภาษาเวียดนามจึงเป็นแพลตฟอร์มที่นิยมของแฟนคลับชาวเวียดนาม

ภาพ 3

หน้าเว็บไซต์รับชมซีรีส์วายไทยที่เจ้าของเป็นชาวเวียดนาม



สามารถกล่าวได้ว่า เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทสำคัญเพื่อช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมประชานิยมสู่พื้นที่อื่นอย่างแพร่หลาย ดังนั้น พฤติกรรมการรับชมซีรีส์วายไทยผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขยายกระแสความนิยมซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม

1.4 ความถี่ในการรับชมซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม นับตั้งแต่ซีรีส์วายไทยเรื่องแรก *รักวุ่น วยรุ่นแสบ Love Sick The Series* (2557) จนถึงปี พ.ศ. 2567 ก็ครบรอบ 10 ปีของอุตสาหกรรมซีรีส์วายไทย ซึ่งอุตสาหกรรม การบันเทิงไทยได้ผลิตจำนวนซีรีส์วายไทยมากขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2567 จากการสำรวจ จำนวนซีรีส์วายที่ออกอากาศและจัดทำในปีนี้พบว่า มีจำนวนซีรีส์วายไทยมากกว่า 80 เรื่อง (ธมน ผดุงไทย, 2567) ซึ่งแฟนคลับมีทางเลือกที่หลากหลายในการรับชมซีรีส์วายไทย พฤติกรรมการรับชมซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

รูปแบบที่ 1 ติดตามและรับชมซีรีส์วายไทยทุกสัปดาห์ กลุ่มนี้รับชมซีรีส์ วายไทยอย่างสม่ำเสมอ โดยทั่วไป ซีรีส์วายไทยออกอากาศสัปดาห์ละ 1 ถึง 2 ตอน ดังนั้น ความถี่ในการรับชมซีรีส์วายไทยอยู่ที่ประมาณ 1 ถึง 2 ครั้งต่อสัปดาห์ โดยสามารถรับชม ตรงกับเวลาออกอากาศหรือรับชมย้อนหลัง แต่อย่างไรก็ต้องได้ติดตามและรับชมทุกสัปดาห์ พฤติกรรมนี้ทำให้แฟนคลับมีความรู้สึกตื่นเต้นเมื่อใกล้ถึงเวลาซีรีส์ออกอากาศ อย่างคุณ Singto (นามสมมุติ) ได้เล่าพฤติกรรมการรับชมซีรีส์วายไทยไว้ดังนี้

“ทุกสัปดาห์ผมไปเรียนตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ แล้วซีรีส์วายไทย มักออกอากาศในช่วงเย็นวันศุกร์ถึงวันอาทิตย์ ดังนั้น ผมสามารถติดตามซีรีส์ วายไทยได้ทุกสัปดาห์ เพราะช่วงเวลาที่ซีรีส์ออกอากาศไม่กระทบกับตาราง เรียนของผม”

(Singto (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 18 กรกฎาคม

รูปแบบที่ 2 รับชมซีรีส์วายไทยย้อนหลังเมื่อซีรีส์เสร็จสมบูรณ์ พฤติกรรม นี้เกิดจากบุคคลที่ไม่มีเวลาเพื่อรับชมซีรีส์วายไทยอย่างสม่ำเสมอ เหตุผลอีกประการหนึ่งคือ บางคนมีความรู้สึกชอบการรับชมซีรีส์ตั้งแต่ต้นจนจบภายในครั้งเดียวมากกว่าการติดตาม ทุกสัปดาห์ เนื่องจากทำให้รู้สึกต้องรอคอยนาน อย่างคุณ Giang (นามสมมุติ) ได้กล่าวถึง เหตุผลทำไมชอบรับชมซีรีส์วายไทยย้อนหลังเมื่อซีรีส์เสร็จสมบูรณ์

“ที่เป็นคนที่ทำงานหนักจึงไม่ค่อยมีเวลาว่างเพื่อสามารถติดตาม ซีรีส์วายไทยทุกสัปดาห์ได้ ปกติก็จะใช้ช่วงวันหยุดยาว เช่น ตรุษเวียดนาม วันชาติ เพื่อดูซีรีส์วายไทย จริง ๆ การที่ดูซีรีส์จบในครั้งเดียวก็ทำให้อารมณ์ ของเราได้ลื่นไหลมากขึ้น”

(Giang (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 9 มิถุนายน 2567)

นอกจากนี้ มีพฤติกรรมกรรมการรับชมซีรีส์วายไทยอีกประการหนึ่งคือ การรับชมซีรีส์เรื่องเดิมซ้ำ ๆ โดยสามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมนี้เกิดจากความคิดถึง ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการปลอบใจ เพราะทำให้เรารู้สึกดีที่ได้รำลึกถึงสิ่งสวยงามในอดีต (Wilke, 2020) จากพฤติกรรมกรรมการบริโภคซีรีส์วายไทยของแฟนคลับชาวเวียดนาม จะเห็นได้ว่า ถึงแม้การให้เวลากับการรับชมซีรีส์วายไทยมีความแตกต่างในแต่ละบุคคล แต่ยังคงสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการและพยายามเข้าหาซีรีส์วายไทยเพื่อสร้างพื้นที่ความสุขให้ตัวแฟนคลับ

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม

2.1 ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

พัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้มนุษย์สามารถไปมาหาสู่กันได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะในเมื่อเข้าสู่ยุค 4.0 ที่เป็นยุคผสมผสานเทคโนโลยี การเข้าถึงแหล่งข้อมูลหรือองค์ความรู้ต่าง ๆ สามารถดำเนินผ่านสื่อสังคม (Social Media) ในช่วงเวลาที่ผ่านมากการไหลเวียนของสินค้าวัฒนธรรมของไทย โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบันเทิง ได้ส่งออกไปสู่ต่างประเทศ สินค้าวัฒนธรรมอยู่ในอุตสาหกรรมบันเทิงของไทยที่ได้รับความนิยมในต่างประเทศส่วนใหญ่มีกลิ่นอายของวัฒนธรรมไทย หรือความเป็นไทยที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของอุตสาหกรรมบันเทิงของไทย หนึ่งในนั้นคือซีรีส์วายไทย ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมประชานิยมรูปแบบใหม่ของไทยและได้รับความนิยมชื่นชอบและสร้างกระแสความนิยมเป็นอย่างมาก จากการศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามจะเห็นได้ว่า กระบวนการบริโภคนั้นเกิดขึ้นผ่านช่องทางออนไลน์ ดังนั้นแฟนคลับชาวเวียดนามสามารถเข้าหาซีรีส์วายไทยโดยไร้ข้อจำกัด

2.2 ความหลงใหลในวัฒนธรรมวายและวัฒนธรรมคู้จิ้นของชาวเวียดนาม

กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามที่ชื่นชอบวัฒนธรรมยาโออิ (야오이) ของประเทศญี่ปุ่นจะคุ้นเคยกับวัฒนธรรมคู้จิ้น หรือกลุ่มแฟนของนวนิยายต้นเหม่ย (耽美) ของประเทศจีนก็เช่นกัน ดังนั้น ฐานแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามแรกเริ่มเดิมทีมีส่วนหนึ่งที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชื่นชอบกระแสวัฒนธรรมประชานิยมต่าง ๆ อย่างคุณ CyTy (นามสมมุติ) เป็นผู้หญิงที่ชื่นชอบวัฒนธรรมคู้จิ้นจากกระแสเกาหลี (Korean Wave หรือ Hallyu) ได้กล่าวข้อความไว้ดังนี้

“วัฒนธรรมการจีนผู้ชายไปคู่กับผู้ชายอีกคนเกิดขึ้นตั้งแต่หลายสิบปีก่อนหน้านั้น โดยเฉพาะแฟนคลับของศิลปินเกาหลีใต้ ซึ่งในกลุ่มแฟน ๆ ที่เป็นผู้หญิงมักจะสร้างแฟนฟิคชัน (Fan Fiction) เพื่อตอบสนองความชอบต่อศิลปินนั้น ๆ โดยเนื้อหามาจากจินตนาการของแฟนคลับที่จินตนาการด้วยกัน จากนั้น บางคนก็เริ่มสนใจวัฒนธรรมวายในประเทศต่าง ๆ เช่น จีน ญี่ปุ่น แล้ววายของไทยก็มาทีหลัง”

(CyTy (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 มิถุนายน 2567)

2.3 ความเปลี่ยนแปลงทางด้านกฎหมายและสื่อมวลชนในบริบทสังคมเวียดนาม

ในบริบทสังคมเวียดนาม ความคิดเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการทางด้านสังคม ในอดีต สังคมเวียดนามอาจยังไม่เปิดรับกับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศมาก ส่วนใหญ่จะเกิดอคติและความคิดเชิงลบกับบุคคลที่แสดงออกว่าตนเองเป็นผู้ที่อยู่ในชุมชน LGBTQ+ แต่ในช่วงระยะเวลาหลังสังคมเวียดนามค่อยมีการปรับเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับเพศวิถีที่หลากหลาย กฎหมายเวียดนามมีบทบัญญัติโดยตรงสำหรับชุมชน LGBTQ+ ซึ่งเอกสารทางกฎหมายจำนวนมากในปัจจุบันมีกฎระเบียบที่ก้าวหน้าซึ่งระบุถึงสิทธิของชุมชน LGBTQ+ อย่างในกฎหมายการหมั้น การสมรส และครอบครัวปี พ.ศ. 2557 ได้ยกเลิกข้อห้ามในการแต่งงานระหว่างคนเพศเดียวกัน แต่ไม่ยอมรับการสมรสระหว่างคนเพศเดียวกันที่ระบุในข้อ 2 มาตรา 8 อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบดังกล่าวถือเป็นสัญญาณเชิงบวกให้กับชุมชน LGBTQ+ ในประเทศเวียดนาม อันที่จริง ภาพลักษณ์ของกลุ่ม LGBTQ+ ปรากฏบนหน้าจอของภาพยนตร์เวียดนามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 โดยผ่านตัวละครชายรักชายที่ “ออกสาว” ซึ่งทำงานเป็นนายหน้าค้าประเวณีที่เรียกว่า “มาดาม” ในภาพยนตร์เรื่อง *Gái Nháy* (2003) แต่ไม่ถึง 4 ปีต่อมา ภาพยนตร์เคียวรี่ก็ปรากฏตัวอย่างเป็นทางการในเวียดนามพร้อมกับภาพยนตร์เรื่อง *Trai Nháy* (2007) กำกับโดย Lê Hoàng ซึ่งเป็นจุดเปลี่ยนแปลงอันสำคัญครั้งแรกสำหรับภาพยนตร์เคียวรี่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์เวียดนาม (Do, 2022) การนำเข้สินค้าทางวัฒนธรรมต่างประเทศและวาทกรรมเกี่ยวกับชุมชน LGBTQ+ ทำให้สาธารณชนมีมุมมองที่เปิดกว้างมากขึ้นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของชุมชน LGBTQ+ ในประเทศเวียดนาม วลี “Queer Film” เพิ่งเริ่มได้รับความสนใจหลังจากสัปดาห์ภาพยนตร์เคียวรี่นานาชาติฮานอยในปี พ.ศ. 2559 ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา ภาพยนตร์หรือหนังเคียวรี่มีความเปลี่ยนแปลงในหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะประเภทของหนัง ซึ่งซีรีส์วายไทยถือเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีการสอดแทรกความเป็นเคียวรี่ในเนื้อหาของตัวซีรีส์วายไทย

2.4 รูปแบบการจัดกิจกรรมแฟนคลับที่หลากหลาย

ประเทศไทยไม่ใช่ประเทศเดียวในโลกที่ผลิตซีรีส์แนวชายรักชาย แต่สาเหตุที่ทำให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของประเทศไทยประสบความสำเร็จคือมาจากการวางแผนการตลาดของกลุ่มบริษัทที่ผลิตซีรีส์วายไทย โดยเฉพาะรูปแบบการจัดกิจกรรมแฟนคลับ ในหนึ่งปี ประเทศเวียดนามต้อนรับดารานักแสดงซีรีส์วายไทยมาร่วมงานเกือบทุกเดือน บางครั้งมีการจัดงานแฟนมีตติ้งตั้งแต่ 2 ถึง 3 ครั้งต่อเดือน ไม่ใช่เพียงแค่แฟนมีตติ้ง กิจกรรมแฟนคลับยังรวมถึง งานคอนเสิร์ต งานอีเวนต์ต่าง ๆ ที่แฟนคลับชาวเวียดนามสามารถร่วมงานได้ การจัดกิจกรรมเหล่านี้เกิดขึ้นทั้งในประเทศไทย ประเทศเวียดนาม และประเทศอื่นด้วย โดยเฉพาะงานแฟนมีตติ้งที่จัดในประเทศเวียดนามถือเป็นการสร้างโอกาสให้แฟนคลับชาวเวียดนามสามารถแสดงความเป็นแฟนคลับได้ในพื้นที่ที่อยู่อาศัย โดยไม่ต้องคำนึงถึงระยะทางการออกเดินทางไปยังต่างประเทศ ดังนั้น กิจกรรมเหล่านี้ได้รับความนิยมและความนิยมมากยิ่งขึ้น ทำให้วัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามได้เติบโต

3. อัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม

3.1 “พื้นที่ออนไลน์”: การสร้างปฏิสัมพันธ์ไร้ข้อจำกัดของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม

พื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่ทางอินเทอร์เน็ตที่กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยสามารถใช้ในการแสดงความเป็นแฟนคลับมากที่สุด โดยการปฏิสัมพันธ์ของการเป็นแฟนคลับคือติดตามความเคลื่อนไหวของเหล่านักแสดงซีรีส์วายไทยที่ตนเองชื่นชอบผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม เอ็กซ์ ทวิตต็อก เป็นต้น การเลือกติดตามนักแสดงบนสื่อสังคมใดขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายและความต้องการของแฟนคลับ ยกตัวอย่างเช่น อินสตาแกรมจะเป็นแพลตฟอร์มที่ไว้สำหรับการรับชมภาพถ่ายของดารานักแสดง หรือ ทวิตต็อกจะเป็นแพลตฟอร์มไว้สำหรับการรับชมวิดีโอสั้น (Short Video)

อัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับมีหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ระดับส่วนบุคคลถึงระดับชุมชน ในระดับส่วนบุคคล แฟนคลับชาวเวียดนามจะใช้พื้นที่ออนไลน์เพื่อการแสดงอัตลักษณ์แฟนคลับซีรีส์วายไทย โดยมีทั้งหมด 2 รูปแบบ ได้แก่ หนึ่ง การแสดงความชื่นชอบซีรีส์วายไทยในลักษณะส่วนตัว และสอง การติดตามความเคลื่อนไหวของอุตสาหกรรมซีรีส์วายไทย โดยมีทั้งการติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับซีรีส์และดารานักแสดงซีรีส์วายไทยในระดับชุมชนหรือที่เรียกว่า “ชุมชนเสมือน” (Virtual Community) การสร้างชุมชนแฟนคลับของตัวซีรีส์วายไทยหรือนักแสดงซีรีส์วายไทยปรากฏอยู่ในหลายรูปแบบ ตั้งแต่

การตั้งกลุ่มสนทนาขนาดเล็กจนถึงแฟนเพจแฟนคลับขนาดใหญ่ การตั้งกลุ่มสนทนาของแฟนคลับส่วนมากเป็นการพูดคุยระหว่างสมาชิกในชุมชนแฟนคลับด้วยตนเอง โดยมีจำนวนสมาชิกในกลุ่มไม่มาก ยกเว้นขึ้นอีกเป็นการสร้างแฟนเพจในสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ในประเทศเวียดนามพบว่า แฟนคลับนิยมใช้เฟซบุ๊กเพื่อเป็นพื้นที่รวมตัวกันของแฟนคลับ เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นแพลตฟอร์มที่ชาวเวียดนามนิยมใช้มากที่สุด วัฒนธรรมการสร้างแฟนเพจของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยมีความหลากหลายมาก กล่าวคือ แฟนคลับมีอิสระในการสร้างกลุ่ม โดยพบว่า ลักษณะการตั้งชื่อแฟนเพจของกลุ่มแฟนคลับในประเศเวียดนามมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยมีลักษณะดังนี้ 1) มีการใช้คำว่า Vietnam หลังชื่อแฟนเพจ อย่างเช่น 2) ตั้งชื่อแฟนเพจตามชื่อซีรีส์วาย เช่น แฟนเพจของคู่จิ้น เอิร์ธ – มิกซ์ The Tale of EarthMix – Trái Đất Tròn Của Mit Chiu หมายความว่า นิทานของเอิร์ธมิกซ์ โลกใบกลมของมิกซ์ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากชื่อซีรีส์ นิทานพันดาว ที่สร้างชื่อเสียงให้กับนักแสดงทั้งสองคน

3.2 “ออฟไลน์” และ “แฟนมีตติ้ง”: การปลดปล่อยในพื้นที่ทางกายภาพ

กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามมีการพบปะสังสรรค์ในพื้นที่ทางกายภาพเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มแฟนคลับ โดยกิจกรรมนี้เรียกว่า “ออฟไลน์” (Offline) การเกิดขึ้นของงานออฟไลน์สามารถอธิบายด้วยสาเหตุที่หลากหลาย อาทิ งานพบปะสังสรรค์อาจจัดขึ้นเนื่องในวันเกิดของนักแสดงซีรีส์วายไทย ซึ่งถือเป็นโอกาสที่สมาชิกทั้งหลายในกลุ่มแฟนคลับได้รวมตัวกันเฉลิมฉลองวันเกิดของนักแสดงคนนั้น รวมถึงการแสดงความรักและความชื่นชอบต่อกันนักแสดงอีกเช่นกัน หรือบางครั้งกลุ่มแฟนคลับอาจจัดงานพบปะสังสรรค์เพื่อรวมตัวแฟนคลับ อย่างคุณ Cam (นามสมมุติ) เป็นแฟนคลับของคู่จิ้น “หยิ่น-วอร์” ได้เล่าถึงกิจกรรมออฟไลน์ไว้ดังนี้

“หนูเคยร่วมงานออฟไลน์ของหยิ่น – วอร์หลายครั้ง และเคยจัดงานออฟไลน์ด้วยตัวเอง งานออฟไลน์ถือเป็นโอกาสที่ทำให้แฟนคลับที่อยู่ในชุมชนเสมือนสามารถพบเห็นกันในชีวิตจริง กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามจัดกิจกรรมออฟไลน์ค่อนข้างบ่อย ซึ่งส่วนใหญ่การจัดกิจกรรมจะเกิดขึ้นตามโอกาสต่าง ๆ เช่น วันเกิดของหนึ่งในสองคน หรือการจัดงานแจกของขวัญให้กับแฟนคลับ”

(Cam (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 4 มิถุนายน 2567)

ส่วนแฟนมีตติ้งของนักแสดงซีรีส์วายไทยเริ่มเกิดขึ้นจากกระแสความนิยมของซีรีส์เรื่อง *พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง SOTUS The Series* (2559) ทำให้ฐานแฟนคลับของคู่จิ้น “คริส-สิงโต” มีความเหนียวแน่น ซึ่งก่อให้เกิดการจัดงานแฟนมีตติ้งของคู่จิ้น “คริส-สิงโต” ซึ่งเป็นงานแฟนมีตติ้งงานแรกในประเทศเวียดนามเมื่อปี พ.ศ. 2562 และในปีนั้นยังมีงานแฟนมีตติ้งของคู่จิ้น “ออฟ-กัน” ของซีรีส์เรื่อง *ทฤษฎีจีบเธอ Theory of Love* (2562) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเหนียวแน่นของฐานแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม

ระหว่างปี พ.ศ. 2563 ถึงกลางปี พ.ศ. 2565 ถือเป็นช่วงระยะเวลาที่ซีรีส์วายไทยสร้างปรากฏการณ์ในประเทศเวียดนาม แต่ในขณะเดียวกัน สถานการณ์โลกต้องเผชิญหน้ากับการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เพราะเหตุนี้ กิจกรรมงานแฟนมีตติ้งจึงไม่สามารถจัดขึ้นได้ เนื่องจากรัฐบาลของทั้งสองประเทศมีมาตรการเกี่ยวกับการเดินทาง ช่วงเวลานั้นทุกกิจกรรมต้องเปลี่ยนจากรูปแบบออฟไลน์เป็นรูปแบบออนไลน์ จนกระทั่งในเดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2565 สถานการณ์โควิด-19 ดีขึ้น การเดินทางไปมาหาสู่กันระหว่างสองประเทศง่ายขึ้น เพราะฉะนั้น กิจกรรมงานแฟนมีตติ้งของนักแสดงซีรีส์วายไทยกลับคึกคักในประเทศเวียดนาม เริ่มต้นจากโดยงานแฟนมีตติ้งจัดขึ้นของคู่จิ้น “ซี-นูนิว” เมื่อวันที่ 30 กรกฎาคม ปี พ.ศ. 2565 และได้รับกระแสตอบรับดีจากแฟนคลับชาวเวียดนาม นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ประเทศเวียดนามจัดงานแฟนมีตติ้งของศิลปินซีรีส์วายไทยบ่อยขึ้น ซึ่งงานแฟนมีตติ้งเหล่านี้ได้จัดขึ้นมาในหลายรูปแบบ บางงานจะจัดขึ้นสำหรับคู่นักแสดงหลัก บางงานจัดขึ้นเพื่อนักแสดงซีรีส์วายคนเดียวเท่านั้น หรือบางงานจัดให้นักแสดงทั้งหมดในซีรีส์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง

ก่อนที่เกิดความคึกคักของงานแฟนมีตติ้งของนักแสดงซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม แฟนคลับชาวเวียดนามส่วนใหญ่ต้องเดินทางไปต่างประเทศเพื่อเข้าร่วมงานแฟนมีตติ้งของนักแสดงที่ตนเองชื่นชอบ หลังจากประเทศไทยและเวียดนามเข้าสู่ยุคปกติใหม่ (New Normal) การเดินทางไปมาหาสู่กันเกิดขึ้น นอกจากนี้เวียดนามเป็นประเทศที่มีฐานแฟนคลับซีรีส์วายไทยค่อนข้างหนาแน่น ดังนั้น กิจกรรมที่เกี่ยวกับซีรีส์วายไทย อย่างงานแฟนมีตติ้ง (Fan Meeting) เป็นกิจกรรมที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม

ภาพ 4

กลุ่มแฟนคลับคู้จิ้น “เอิร์ธ - มิกซ์” ต้อนรับศิลปินเดินทางมาประเทศเวียดนาม



การจัดงานแฟนมีตติ้งอย่างนี้เป็นการสร้างพื้นที่แห่งความสุขให้กับแฟนคลับ และเป็นโอกาสให้แฟนคลับชาวเวียดนามได้รวมตัวกัน นอกจากนี้ ทุกงานแฟนมีตติ้งยังมีกิจกรรมมอบของที่ระลึกจากกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม โดยจากการสำรวจงานแฟนมีตติ้งของคู้จิ้นซีรีส์วายไทยที่จัดขึ้นในประเทศเวียดนาม ผู้วิจัยพบว่า มีการมอบชุดประจำชาติเวียดนามให้กับศิลปินไทย ซึ่งถือเป็นการเสนอและส่งเสริมวัฒนธรรมอันดีงามของประเทศเวียดนามให้กับศิลปินไทยและแฟนคลับชาวต่างประเทศอีกด้วย หากติดตามกิจกรรมงานแฟนมีตติ้งของนักแสดงซีรีส์วายไทยในเวียดนามจะพบเห็นภาพที่นักแสดงไทยสวมชุดหรือหมวกประจำชาติของเวียดนาม

งานแฟนมีตติ้งที่จัดขึ้นในประเทศเวียดนามเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม ผู้เข้าร่วมกิจกรรมงานแฟนมีตติ้งของนักแสดงซีรีส์วายไทยไม่ใช่เพียงแคแฟนคลับชาวเวียดนาม แต่ยังมีแฟนคลับจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาร่วมงานอีกด้วย ซึ่งกลุ่มแฟนคลับเหล่านี้ส่วนมากมาจากประเทศที่ฐานแฟนคลับซีรีส์วายไทยค่อนข้างหนาแน่น อาทิ ไทย จีน ญี่ปุ่น เกาหลี เป็นต้น แฟนคลับชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศเวียดนามจะก่อให้เกิดการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน สิ่งนี้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบหลายอย่างที่เกิดขึ้นภายในงานแฟนมีตติ้ง สำหรับงานแฟนมีตติ้งในประเทศเวียดนาม ส่วนมากมีผู้ดำเนินรายการ 2 ถึง 3 คน ได้แก่ พิธีกรและล่ามภาษาไทย-เวียดนาม ในระหว่างการจัดงานแฟนมีตติ้งจะมีการถามตอบและพูดคุยแลกเปลี่ยนกันระหว่างศิลปินไทยและแฟนคลับชาวเวียดนาม สุดท้ายจะเป็นการจัดกิจกรรมร่วมระหว่างศิลปินและแฟนคลับ เช่น การถ่ายรูป การมอบของขวัญ เป็นต้น ในแต่ละงาน มีกิจกรรมอย่างหนึ่งที่แฟนคลับทุกคนรอคอยมากที่สุดคือการยกมือขึ้นและแปะหรือตีมีมระหว่างแฟนคลับกับศิลปินเพื่อแสดงการทักทายหรือความยินดี กิจกรรมนี้

เรียกว่า “ไฮไฟฟ์” (High Five) หน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดกิจกรรมแฟนมีตติ้งเหล่านี้ในประเทศเวียดนามจะมี Golden A Việt Nam และ JS Media ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดส่วนใหญ่จะจัดที่นครโฮจิมินห์ เนื่องจากนครโฮจิมินห์เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและเป็นศูนย์รวมของกิจกรรมทางการบันเทิงของทั้งประเทศเวียดนาม

3.3 “ตามรอยซีรีส์วายไทย”: พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม

อัตลักษณ์อีกหนึ่งประการของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามคือการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยซีรีส์วายไทย โดยพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวอย่างนี้มีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวตามรอยสถานที่ถ่ายทำซีรีส์วายไทย การท่องเที่ยวตามรอยวัฒนธรรมทางวัตถุ และการท่องเที่ยวเพื่อร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมแฟนคลับ

รูปแบบที่ 1 การท่องเที่ยวตามรอยสถานที่ถ่ายทำซีรีส์วายไทย ความน่าสนใจอีกอย่างหนึ่งของซีรีส์วายไทยคือการสอดแทรกวัฒนธรรมไทยและสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทย สิ่งนี้ทำให้เกิดกระแสความต้องการที่อยากตามรอยซีรีส์วายไทย ดังนั้น ซีรีส์วายไทยนอกจากเป็นผลงานทางด้านอุตสาหกรรมการบันเทิงแล้ว แต่ยังสามารถทำหน้าที่เป็นสื่อที่ช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งดึงดูดความสนใจจากกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยเป็นจำนวนมาก สำหรับกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในเวียดนาม การตามรอยซีรีส์วายไทยเป็นโอกาสที่ดีที่ทำให้ชาวเวียดนามมีประสบการณ์และได้สัมผัสกับความงามทางด้านวัฒนธรรมไทย สถานที่ถ่ายทำของซีรีส์วายไทยมีความเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการของซีรีส์วายไทย ในช่วงแรก ซีรีส์วายไทยส่วนมากเป็นผลงานที่ดัดแปลงมาจากนวนิยายวาย ซึ่งเนื้อหาของซีรีส์เป็นเรื่องราวของความรักในวัยรุ่นและนักศึกษา ดังนั้นสถานที่ถ่ายทำซีรีส์เป็นมหาวิทยาลัย หรือห้างสรรพสินค้าที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ในช่วงเวลาถัดมา ซีรีส์วายไทยมีเนื้อหาซับซ้อนมากขึ้น ซึ่งสถานที่ถ่ายทำซีรีส์มีความหลากหลายมากขึ้น ตัวอย่างเช่น *แปลรักฉันด้วยใจเธอ I Told Sunset About You* (2563) ถ่ายทำที่จังหวัดภูเก็ต *นิทานพันดาว A Tale of Thousand Stars* (2564) ถ่ายทำที่จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดเชียงราย *พระจันทร์มันไก่ Moonlight Chicken* (2566) ถ่ายทำที่จังหวัดชลบุรี *หอมกลิ่นความรัก I Feel You Linger In The Air* (2566) มีบางตอนถ่ายทำที่จังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น อย่างคุณ Leo (นามสมมุติ) เป็นแฟนคลับของคู่จิ้น “บิวกิ้น-พีพี” จากซีรีส์ *แปลรักฉันด้วยใจเธอ I Told Sunset About You* (2563) กล่าวว่าเคยมีประสบการณ์เดินทางไปท่องเที่ยวตามรอยซีรีส์เรื่องนี้ เนื่องจากในซีรีส์ได้นำเสนอภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัดภูเก็ต ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความใฝ่ฝันอยากไปเที่ยวจังหวัดภูเก็ต คุณ Leo (นามสมมุติ) ได้เล่าประสบการณ์อันน่าจดจำไว้ดังนี้

“มีซีรีส์วายเรื่องหนึ่งที่พีดูแล้วอยากออกไปเที่ยวคือ *I Told Sunset About You* เพราะดูแล้วรู้สึกว่าจะเกิดสวยมากจึงอยากไป แต่ช่วงนั้นเป็นช่วงโควิด-19 จึงไม่สามารถไปเที่ยวได้ จนถึงปี พ.ศ. 2565 เมื่อสถานการณ์โควิด-19 เบาลง พี่กับแฟนตัดสินใจไปเที่ยวภูเก็ตด้วยกัน ซึ่งเราสองคนก็เป็นคู่เกย์และชอบ “ป๊ากัน-พีพี” เหมือนกันจึงวางแผนจะตามรอยทุกสถานที่ที่ปรากฏอยู่ในซีรีส์แล้วถ่ายภาพเก็บไว้เป็นที่ระลึก พอถึงสถานที่จริงก็รู้สึกดีใจและคิดถึงช่วงที่ซีรีส์ออกอากาศด้วย”

(Leo (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 7 กรกฎาคม 2567)

ภาพ 5

แฟนคลับชาวเวียดนามกับการท่องเที่ยวตามรอยซีรีส์ “แปลรักฉันด้วยใจเธอ” ที่จังหวัดภูเก็ต



การได้เดินทางไปท่องเที่ยวตามรอยซีรีส์วายไทยมีลักษณะแตกต่างจากการท่องเที่ยวโดยทั่วไป เนื่องจากเป็นการสร้างประสบการณ์การเดินทางที่เกิดจากความชื่นชอบซีรีส์วายไทย สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งไม่เป็นที่นิยม แต่เมื่อปรากฏอยู่ในซีรีส์วายไทยถึงกลายเป็นจุดหมายปลายทางของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทย ดังนั้นซีรีส์วายไทยนอกจากเป็นผลงานทางด้านอุตสาหกรรมการบันเทิงยังได้ทำหน้าที่เป็นสื่อที่ช่วยส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในเวียดนาม การตามรอยซีรีส์วายไทยเป็นโอกาสที่ดีที่ทำให้ชาวเวียดนามมีประสบการณ์ และได้สัมผัสกับความงามทางด้านภูมิประเทศ ทิวทัศน์ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมไทย

รูปแบบที่ 2 การท่องเที่ยวตามรอยวัฒนธรรมทางวัตถุ แฟนคลับชาวเวียดนามให้ความสนใจกับประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางวัตถุที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์วายไทย อาจเป็นวัฒนธรรมไทยที่ถูกนำเสนอหรือสอดแทรกอยู่ในซีรีส์วายไทย เช่น วัฒนธรรมอาหาร วัฒนธรรมการแต่งกาย เป็นต้น หรืออาจเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเลือกซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับตัวซีรีส์หรือนักแสดงซีรีส์วายไทย

สำหรับวัฒนธรรมอาหารในช่วงเวลาที่ซีรีส์วายไทยได้รับกระแสความนิยมในประเทศเวียดนาม มีการเกิดกระแสความนิยมอาหารไทยไปพร้อมกัน โดยเฉพาะอาหารไทยที่ปรากฏอยู่ในซีรีส์วาย ยังเป็นอีกประการหนึ่งที่แฟนคลับชาวเวียดนามให้ความสนใจจากการรับชมซีรีส์วายไทย อาหารไทยมีชื่อเสียงด้วยรสชาติกลมกล่อม และถ่ายทอดถึงความพิถีพิถันในขั้นตอนการทำ ซีรีส์วายไทยบางเรื่องมีการกล่าวถึงหรือสอดแทรกวัฒนธรรมอาหารการกินของชาวไทยได้เป็นอย่างดี ทำให้แฟนคลับชาวเวียดนามหลงรักและอยากตามรอย ยกตัวอย่างเช่นในซีรีส์เรื่อง *พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง SOTUS The Series* (2559) มีฉากหนึ่งที่ตัวละครอาทิตย์บอกว่าตัวเองชอบดื่มนมเย็นหรือที่เรียกว่า “นมชมพู” หลังจากนั้น นมเย็นจึงได้รับความสนใจจากแฟนคลับชาวเวียดนาม ทำให้แฟนคลับของคู่จิ้น “สิงโต-คริส” ต้องเดินทางไปประเทศไทยเพื่อได้ลองนมชมพู ในขณะเดียวกัน มีร้านขายชาขนมแห่งหนึ่งในประเทศเวียดนามชื่อ Nokkaew Dessert Café คิดรายการเครื่องดื่มตัวใหม่ที่มีชื่อว่า P’Arthit จากกระแสความนิยมของซีรีส์เรื่องนี้ นอกจากนี้ กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามยังมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวตามวัฒนธรรมอาหารไทยในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ ตามรอยร้านอาหารที่ปรากฏอยู่ในซีรีส์วายไทย ตามรอยร้านอาหารที่นักแสดงซีรีส์วายไทยเคยมารับประทาน ร้านอาหารที่มีนักแสดงซีรีส์วายไทยเป็นพรีเซนเตอร์ และร้านอาหารที่มีนักแสดงซีรีส์วายไทยเป็นเจ้าของร้าน พฤติกรรมการเดินทางตามรอยนี้ทำให้แฟนคลับมีความสุขและทำให้เกิดความรู้สึกตนเองมีส่วนร่วมกับนักแสดงที่ตนเองชื่นชอบ

ยังมีอีกพฤติกรรมหนึ่งซึ่งเรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบจับจ่ายใช้สอย” (Shopping Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์วายไทย พฤติกรรมนี้เกิดขึ้นหลังจากการรับชมซีรีส์วายไทย โดยมีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ หนึ่ง การซื้อสินค้าไทยที่ปรากฏอยู่ในซีรีส์วายไทย กล่าวคือ ซีรีส์วายไทยมีการเสนอวิถีชีวิตและความเป็นไทยอย่างเต็มรูปแบบ การใช้ชีวิตของตัวละครในซีรีส์วายไทยไม่ต่างจากชีวิตจริงของคนไทยมากนัก ดังนั้น การได้เห็นสินค้าบางอย่างในซีรีส์จะก่อให้เกิดความประทับใจในกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม โดยเฉพาะสินค้าที่ไม่มีในตลาดเวียดนาม อย่างซีรีส์วายไทยเรื่อง *แค่เพื่อนครับเพื่อน Bad Buddy Series* (2564) ที่สร้างกระแสดราม่าในประเทศเวียดนาม เนื่องจากมีฉากที่ตัวละครดราม่าหลายครั้ง จนทำให้ดราม่ากลายเป็นสินค้าไทยที่ยอดนิยมในกลุ่มแฟนคลับและผู้ชมซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม สอง การซื้อสินค้าของค่ายบริษัทที่ผลิตซีรีส์วายไทย กล่าวคือ บริษัทแต่ละแห่งมีการผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องกับตัวซีรีส์และนักแสดง โดยมีการผลิตสินค้าในหลายรูปแบบ เช่น สมุดบันทึก หมอน ผ้าห่ม ตุ๊กตาที่เป็นนักแสดง พวงกุญแจ สมุดภาพ เป็นต้น ซึ่งแฟนคลับชาวเวียดนามบางคนเปิดธุรกิจ

รับสั่งซื้อสินค้าประเภทนี้ ดังนั้นจึงก่อให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงช้อปปิ้ง และสวามิภักดิ์ซื้อสินค้าจากยี่ห้อที่มีนักแสดงซีรี่ย์สวยไทยเป็นพรีเซ็นเตอร์ กล่าวคือ หลายยี่ห้อของไทยมีการนำนักแสดงซีรี่ย์สวยไทยมาเป็นพรีเซ็นเตอร์ของสินค้า ซึ่งทำให้แฟนคลับมีการสนับสนุนและซื้อสินค้าของศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ สินค้าเหล่านี้ส่วนมากเป็นสินค้าที่จำเป็นต้องใช้สำหรับความต้องการของมนุษย์ อย่างเช่น ขนม เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง อาหารเสริม เป็นต้น

รูปแบบที่ 3 การท่องเที่ยวเพื่อร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมแฟนคลับ

พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวนี้สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นแฟนคลับในการพยายามเข้าหาความสุขจากการร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นเกี่ยวกับแฟนคลับ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มีทั้งหมด 3 รูปแบบ ได้แก่ งานแฟนมีตติ้ง งานคอนเสิร์ต และงานอีเวนต์ต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมซีรี่ย์สวยไทย งานแฟนมีตติ้งมีลักษณะทั้งหมด 3 ประการ ได้แก่ หนึ่ง งานแฟนมีตติ้งของนักแสดงคู่จิ้นซีรี่ย์สวยไทย โดยเป็นการจัดกิจกรรมพบปะระหว่างคู่จิ้นนักแสดงกับแฟนคลับ สอง งานแฟนมีตติ้งของนักแสดงซีรี่ย์สวยไทย โดยมีลักษณะแตกต่างจากข้างบนคือเป็นงานแฟนมีตติ้งสำหรับนักแสดงคนเดียวโดยเฉพาะ และสาม งานแฟนมีตติ้งของกลุ่มนักแสดงซีรี่ย์สวยไทย โดยจะมีการเข้าร่วมของดารานักแสดงหลายคน อาจเป็นกลุ่มนักแสดงในซีรี่ย์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรืออาจเป็นกลุ่มนักแสดงสังกัดอยู่ในค่ายบริษัทเดียวกัน สำหรับงานคอนเสิร์ต ส่วนงานคอนเสิร์ตก็มีลักษณะคล้ายคลึงกับงานแฟนมีตติ้ง ยกเว้นราคาบัตรคอนเสิร์ตจะแพงกว่าและเวลางานจะยาวกว่าถ้าเทียบกับงานแฟนมีตติ้ง สำหรับกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม การได้ไปดูคอนเสิร์ตเป็นอีกหนึ่งประสบการณ์ที่ประทับใจ ซึ่งเป็นโอกาสที่ได้ปลดปล่อยความเครียด และสร้างอารมณ์สนุกสนานให้กับตนเอง ประเทศเวียดนามไม่เคยมีงานคอนเสิร์ตของนักแสดงซีรี่ย์สวยไทย เพราะเหตุนี้ แฟนคลับชาวเวียดนามจำเป็นต้องเดินทางไปต่างประเทศเพื่อสามารถชมคอนเสิร์ตของศิลปินที่ตนเองชื่นชอบ สำหรับแฟนคลับชาวเวียดนามบางคน การได้ร่วมกิจกรรมคอนเสิร์ตอย่างนี้ยังเป็นประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เคยได้ทำในชีวิต เนื่องจากบางคนไม่เคยเดินทางไปต่างประเทศ จึงกลายเป็นการทำหายไม่น้อยสำหรับกลุ่มแฟนคลับซีรี่ย์สวยไทยในประเทศเวียดนาม แต่ด้วยความรักและศรัทธาในฐานะเป็นแฟนคลับ บางคนจึงลองทำทุกอย่างเพื่อได้มีความสุข อย่างเช่นงานคอนเสิร์ตที่จัดขึ้นในประเทศไทย การไปชมคอนเสิร์ตเปรียบเสมือนการท่องเที่ยวและเปิดหูเปิดตาสำหรับแฟนคลับชาวเวียดนาม อย่างคุณ Dung (นามสมมุติ) เป็นแฟนคลับของคู่จิ้น “ปอนด์-ภูวินทร์” ได้กล่าวถึงประสบการณ์การเดินทางไปประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมงานคอนเสิร์ตไว้ดังนี้

“หนูไม่เคยคิดว่าในชีวิตนี้ หนูสามารถไปต่างประเทศได้ด้วย
ตัวคนเดียว การไปชมคอนเสิร์ตของนักแสดงซีรีส์วายไทยก็ถือว่าเป็นอีกหนึ่ง
ประสบการณ์ที่ดีสำหรับสาววายอย่างหนู มันเป็นครั้งแรกในชีวิตที่หนูได้นั่ง
เครื่องบิน ได้เห็นไอดอลของหนู ได้ใกล้ชิดกับไอดอลและบรรดาแฟนคลับ
ในงานคอนเสิร์ตด้วย

(Dung (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 กรกฎาคม 2567)

การเดินทางอีกประการหนึ่งของการท่องเที่ยวเพื่อร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมแฟนคลับคือเข้าร่วมงานอีเวนต์ต่าง ๆ ซึ่งส่วนมากเป็นงานแถลงข่าวงานแสดงสินค้า งานรับปริญญา เป็นต้น โดยมีนักแสดงเป็นผู้เข้าร่วมหรือแขกรับเชิญในงานกลุ่มแฟนคลับที่ร่วมกิจกรรมอย่างนี้ส่วนมากเป็นผู้ดูแลแฟนเพจต่าง ๆ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวอย่างนี้ถือเป็นการทำงานทั้งในฐานะ “แฟนคลับ” และ “นักข่าว” ที่ให้ข้อมูลและรูปภาพของบรรยากาศงานและนักแสดงซีรีส์วายไทย พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวตามรอยซีรีส์วายไทยทำให้แฟนคลับชาวเวียดนามมีเป้าหมายในการเดินทางได้อย่างชัดเจนและรู้จักกันวางแผนและตารางเวลาให้เหมาะสม บางครั้งจุดประสงค์ของการเดินทางตามรอยอย่างนี้อาจเกิดขึ้นระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยเป้าหมายอื่นซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความกระตือรือร้นและความคลั่งรักในตัวแฟนคลับชาวเวียดนาม

3.4 “ซีรีส์วายไทย”: แรบบันดาลใจในการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมไทย

ซีรีส์วายไทยเปรียบเสมือนสื่อประเภทหนึ่งที่ช่วยให้แฟนคลับชาวเวียดนามสามารถเรียนรู้ภาษาไทยและวัฒนธรรมไทยผ่านตัวซีรีส์วายไทย พฤติกรรมการเรียนภาษาไทยไม่ใช่เกิดขึ้นกับกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยหรือกลุ่มบุคคลที่สร้างสรรค์เนื้อหาเพียงเท่านั้น แต่กลุ่มผู้ชมยังสามารถเรียนรู้ได้ โดยมีคุณ Nid (นามสมมุติ) สำเร็จการศึกษาจากสาขาวิชาไทยศึกษาที่มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในประเทศเวียดนามได้เล่าถึงบทบาทของซีรีส์วายไทยในการพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทยไว้ดังนี้

“ตอนที่หนูเริ่มเรียนภาษาไทย มีรุ่นพี่คนหนึ่งแนะนำให้หนูลองไปดูซีรีส์วายไทยเพื่อพัฒนาทักษะการใช้ภาษาไทย ตอนนั้นหนูไม่รู้ซีรีส์วายไทยคืออะไร เพราะไม่เคยได้ยินศัพท์นี้มาก่อน แล้วหนูก็ลองเข้าไปดู ซึ่งซีรีส์วายเรื่องแรกที่หนูดูคือเรื่อง SOTUS The Series ตอนแรกก็ดูก็ยังไม่ค่อยเข้าใจ แต่พอดูเข้าไปเข้ามา หนูก็สามารถจำคำพูดและบทสนทนาของตัวเองได้ จนทำให้

หนูสามารถเข้าใจเนื้อหาโดยไม่ต้องอาศัยคำแปลภาษาเวียดนาม เมื่อจบซีรีส์แล้วหนูก็ติดตามฟังโตกซ์ที่คริสเพื่อฝึกภาษาไทยผ่านการอ่านข้อความในอินสตาแกรมของพี่ ๆ เขา ซึ่งทุกวันนี้ที่หนูสามารถใช้ภาษาไทยประกอบอาชีพได้ก็เพราะเป็นแฟนคลับซีรีส์วายไทย”

(Nid (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 19 กรกฎาคม 2567)

เนื่องจากกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามมีความสนใจเรียนรู้ภาษาไทยเพิ่มมากขึ้น นักสร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับภาษาไทยหลายคนจึงใช้ซีรีส์วายไทยเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อดึงดูดความสนใจจากกลุ่มแฟนคลับ อย่างช่องยูทูป Yéu Tiếng Thái (รักภาษาไทย) มีการสอนภาษาไทยผ่านเพลงประกอบซีรีส์วายไทย ฉากซีรีส์วายไทย บทสัมภาษณ์นักแสดงซีรีส์วายไทย เป็นต้น เพื่อให้แฟนคลับชาวเวียดนามสามารถเข้าใจความหมายและเนื้อหาของสื่อดังกล่าวอย่างลึกซึ้ง เพราะฉะนั้น การเรียนรู้ภาษาไทยเป็นอัตลักษณ์ประการหนึ่งของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม ภาษาเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้แฟนคลับชาวเวียดนามสามารถเข้าใจเนื้อหาและสื่อต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์วายไทย ส่วนวัฒนธรรมไทยจะเป็นปัจจัยที่ทำให้แฟนคลับชาวเวียดนามรู้จักประเทศไทยมากยิ่งขึ้น จุดเด่นของซีรีส์วายไทยคือการสอดแทรกวัฒนธรรมไทยในฉากซีรีส์ซึ่งทำให้ผู้ชมหรือแฟนคลับชาวเวียดนามได้เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมไทย อย่างคุณ Tin (นามสมมุติ) กล่าวถึงความประทับใจเมื่อรับชมซีรีส์วายไทยเรื่อง 30 ยังซิง *Cherry Magic* (2566) ไว้ว่า

*“ตอนที่ผมดูเรื่อง *Cherry Magic* ในฉากเปิดเรื่องจะมีการสนทนาระหว่างอชิกกับคุณป้าข้างบ้านที่ป้าบอกอชิกว่า อย่าลืมหาวัดทำบุญในวันเกิด ซึ่งผมประทับใจมากเพราะมันสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมไทยและทำให้ผมตระหนักถึงบทบาทของพุทธศาสนาในการดำรงชีวิตของชาวไทย ผมในฐานะแฟนคลับชาวเวียดนามรู้สึกประทับใจมากเพราะ มีความแตกต่างกับวัฒนธรรมเวียดนาม”*

(Tin (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 14 พฤษภาคม 2567)

3.5 “ความหลากหลายทางเพศ”: การยอมรับและเปิดกว้างของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม

ซีรีส์วายไทยในยุคเริ่มต้นเป็นซีรีส์ที่ถูกดัดแปลงมาจากนวนิยายวาย ซึ่งลักษณะทั่วไปของซีรีส์วายไทยจะเน้นไปทางบันเทิงเท่านั้น โดยมีการกำหนดอายุของกลุ่มผู้ชมว่าต้องมีอายุน้อย 13 ปีขึ้นไปถึงสามารถดูซีรีส์แนวชายรักชายได้ แต่เมื่อ

ซีรียส์วายไทยได้รับกระแสความนิยมเพิ่มมากขึ้นทั้งในไทยและต่างประเทศ กลุ่มผู้ชมและแฟนคลับของซีรียส์วายไทยเริ่มมีความต้องการที่อยากรับชมความแปลกใหม่หรือก้าวกระโดดในด้านเนื้อหาของซีรียส์วายไทย ผู้ชมซีรียส์วายไทยเริ่มรู้สึกอึดอัดกับซีรียส์วายไทยที่มีเนื้อหาหรือเรื่องราวเกี่ยวกับความรักอันสดใสของชายหนุ่มใสซุดนักรเรียน กลุ่มบุคคลเหล่านี้จึงต้องการเนื้อหาของซีรียส์วายไทยที่สะท้อนปัญหาทางสังคมมากขึ้น เพราะฉะนั้นซีรียส์วายไทยจึงจำเป็นต้องนำเสนอประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับ LGBTQ+ เพื่อให้ผู้ชมและแฟนคลับมีมุมมองอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายสองคน อย่างคุณ Bidoo (นามสมมุติ) เป็นแฟนคลับซีรียส์วายไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ได้กล่าวถึงความรู้สึกส่วนตัวในการเปลี่ยนแปลงของซีรียส์วายไทยไว้ดังนี้

“ในยุคบุกเบิกของซีรียส์วายไทย ผู้ชมจะคุ้นเคยกับเรื่องราวความรักในวัยหนุ่ม ดังนั้น ภาพจำของผู้ชมชาวเวียดนามในช่วงนั้นส่วนมากจะเกี่ยวกับหน้าตาและความน่ารักของนักแสดงมากกว่า แต่พอซีรียส์วายเริ่มมีความแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ผู้ชมทั่วไปหรือแฟนคลับเองก็อยากดูอะไรที่มันแปลกใหม่ ซึ่งซีรียส์วายไทยในยุคหลัง ๆ เริ่มพูดถึงประเด็นทางสังคมมากยิ่งขึ้น อย่างเช่น การเปิดเผยเพศวิถีของตนเองกับครอบครัว ความเท่าเทียมในสังคมไทย ปัญหาสุขภาพของกลุ่มชายรักชาย เป็นต้น”

(Bidoo (นามสมมุติ), การสื่อสารส่วนบุคคล, 11 มิถุนายน 2567)

ซีรียส์วายไทยในปัจจุบันพัฒนามาจากนวนิยายวายเป็นส่วนมาก ซึ่งนักเขียนนวนิยายวายเหล่านี้ส่วนมากเป็นผู้หญิง เพราะฉะนั้น การนำเสนอภาพลักษณ์ของชายรักชายในซีรียส์วายอาจไม่ใช่ภาพลักษณ์ของคู่รักชาย-ชายในชีวิตจริง แต่เมื่อซีรียส์วายพัฒนาไปถึงจุดสุดยอดของอุตสาหกรรมบันเทิงของไทย เนื้อหาในซีรียส์วายไทยต้องมีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ด้วยรากฐานของซีรียส์วายไทยเป็นซีรียส์ประเภทชายรักชาย ผู้กำกับหลายท่านจึงเล็งเห็นถึงศักยภาพของซีรียส์วายไทยในฐานะสื่อเพื่อความปลอดภัยทางสังคมจึงเริ่มผลิตซีรียส์วายไทยที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ LGBTQ+ ชัดเจนมากขึ้น กลุ่มแฟนคลับซีรียส์วายไทยในประเทศเวียดนามไม่ว่าจะเป็นวัยใดหรือเพศใดต่างก็มีความคิดในเชิงบวกเกี่ยวกับกลุ่ม LGBTQ+ การได้เห็นความรักในรูปแบบชายรักชายทำให้กลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามมีความคิดเปิดกว้างและยอมรับกับประเด็นความหลากหลายทางเพศ

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง “วัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม” ผู้วิจัยจึงสรุปผลการวิจัยเพื่อตอบวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อตามลำดับดังนี้

กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามมีทั้งเพศหญิงและกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมการบริโภคซีรีส์วายไทยที่หลากหลาย โดยมีการรับชมผ่านทั้งช่องทางที่ถูกลิขสิทธิ์และไม่ถูกลิขสิทธิ์ แฟนคลับส่วนใหญ่รับชมซีรีส์วายไทยผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งออนไลน์เป็นหลัก และมีรับชมซ้ำหลายครั้งในเรื่องที่ชื่นชอบ กระบวนการบริโภคซีรีส์วายไทยมีความสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มผู้ชม กลุ่มแฟนคลับ และกลุ่มผู้สร้างสรรค์เนื้อหา ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนาม

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของเติบโตของวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามมีทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในคือความหลงใหลของชาวเวียดนามกับกระแสวัฒนธรรมวายและวัฒนธรรมคู่จิ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ ส่วนปัจจัยภายนอกจะเกี่ยวข้องกับบริบททางด้านสังคมเวียดนามที่มีการเปิดกว้างทางด้านกฎหมายและสื่อมวลชนที่นำเสนอภาพลักษณ์ของความหลากหลายทางเพศหรือกลุ่ม LGBTQ+ ในเชิงบวก นอกจากนี้ พัฒนาการของระบบสื่อสังคมออนไลน์มีส่วนสำคัญที่ช่วยให้ซีรีส์วายไทยกลายเป็นกระแสวัฒนธรรมประชานิยมข้ามพรมแดน สุดท้ายคือกลยุทธ์การตลาดของอุตสาหกรรมบันเทิงไทยในการเผยแพร่และส่งเสริมซีรีส์วายไทยโดยจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมแฟนคลับเพื่อกระชับความสัมพันธ์ระหว่างนักแสดงกับแฟนคลับ

กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามสร้างอัตลักษณ์ความเป็นแฟนคลับทั้งในพื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ทางกายภาพ โดยในแต่ละพื้นที่มีลักษณะการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่แตกต่างกันออกไป สำหรับพื้นที่ออนไลน์ กลุ่มแฟนคลับมีการสร้างปฏิสัมพันธ์จากระดับขนาดเล็กสู่ระดับขนาดใหญ่ ซึ่งเป็นระดับบุคคลถึงระดับชุมชน จากนั้นจะสู่การเปิดเผยตัวตนในพื้นที่ทางกายภาพ โดยมีการร่วมกิจกรรมแฟนคลับในหลากหลายรูปแบบ ซีรีส์วายไทยยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้แฟนคลับชาวเวียดนามมีมุมมองใหม่ ๆ เรื่องของการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย การเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมไทย และการเปิดกว้างกับประเด็นความหลากหลายทางเพศ

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้ชี้ให้เห็นถึงองค์ประกอบหลายประการเกี่ยวกับวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนาม ดังนี้

ประการที่หนึ่ง พฤติกรรมการบริโภคซีรีส์วายไทยของกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามสอดคล้องกับทฤษฎีการบริโภคสื่อข้ามวัฒนธรรม (Cross-cultural Media Consumption) ของ Koichi Iwabuchi (2002) ที่อธิบายว่าผู้บริโภคในเอเชียมีแนวโน้มเลือกบริโภคสื่อจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีความใกล้เคียงทางวัฒนธรรม (Cultural Proximity) เนื่องจากสามารถเข้าใจและเชื่อมโยงกับเนื้อหาได้ง่าย อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อแตกต่างคือ แฟนคลับชาวเวียดนามมีการรวมกลุ่มและสร้างชุมชนเสมือนเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับซีรีส์วายไทยอย่างเหนียวแน่น ซึ่งแตกต่างจากงานวิจัยของ Jenkins (2006) ที่ศึกษาแฟนคลับในบริบทตะวันตกที่มักบริโภคสื่อแบบปัจเจกมากกว่า นอกจากนี้ การเข้าหาซีรีส์วายไทยผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิงสากลไม่มีข้อจำกัดจากรัฐบาลเวียดนาม ดังนั้นกลุ่มแฟนคลับชาวเวียดนามมีความอิสระในการบริโภคซีรีส์วายไทย ซึ่งแตกต่างจากแฟนคลับชาวจีนที่อาศัยแพลตฟอร์มสตรีมมิงของประเทศจีนเท่านั้น (Li et al., 2024)

ประการที่สอง ซีรีส์วายไทยเป็นรูปแบบใหม่ของอำนาจละมุน (Soft Power) ที่สร้างอิทธิพลทางวัฒนธรรมในประเทศเวียดนามผ่านการนำเสนอเรื่องราวความรักที่เป็นสากลผสมผสานกับอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทย งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับบทบาทของแพลตฟอร์มสตรีมมิงและสื่อสังคมออนไลน์ในการขยายฐานแฟนคลับข้ามชาติ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ไม่ได้ปรากฏในทฤษฎีการแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Cultural Diffusion) แบบดั้งเดิม

ประการที่สาม วัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามมีลักษณะตรงกับแนวคิดวัฒนธรรมแฟนคลับที่ Abercrombie and Longhurst (1998) เสนอ ซึ่งแฟนคลับเวียดนามมีการสร้างปฏิสัมพันธ์กับซีรีส์วายไทยหรือตัวนักแสดงซีรีส์วายไทย โดยเริ่มจากการตั้งกลุ่มแฟนคลับในพื้นที่เสมือนบนโลกออนไลน์ จนสร้างปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ทางกายภาพ นับตั้งแต่ช่วงโควิด-19 กระแสความนิยมซีรีส์วายไทยเกิดขึ้นในประเทศเวียดนามอย่างกว้างขวาง ซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวของฐานแฟนคลับเพิ่มมากขึ้น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับซีรีส์วายไทยหรือนักแสดงซีรีส์วายไทยจึงมีความเหนียวแน่นและคึกคัก โดยเฉพาะการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยนี้คือการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมแฟนคลับข้ามชาติในยุคดิจิทัล (Transnational Fan Culture in Digital Era) ที่แสดงให้เห็นว่าความนิยมในซีรีส์วายไทยได้นำไปสู่การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมใหม่ที่เชื่อมโยงผู้คนข้ามพรมแดนทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรม โดยมีลักษณะสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ หนึ่ง การมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Participation) ที่แฟนคลับไม่ได้เป็นเพียงผู้รับสารแต่มีบทบาทในการสร้างและเผยแพร่เนื้อหา สอง การเป็นตัวกลางทางวัฒนธรรม (Cultural Mediation) ที่ซีรีส์วายไทยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและค่านิยมระหว่างสองประเทศ สาม การสร้างพื้นที่ทางสังคมใหม่ (New Social Space) ที่เอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ที่มีความสนใจร่วมกัน โดยไม่ถูกจำกัดด้วยข้อจำกัดทางกายภาพหรือสังคม องค์ความรู้นี้มีคุณูปการต่อการทำความเข้าใจพลวัตของวัฒนธรรมร่วมสมัยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และสามารถนำไปต่อยอดในการศึกษาปรากฏการณ์วัฒนธรรมแฟนข้ามชาติในบริบทอื่น ๆ ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศเวียดนามกับวัฒนธรรมแฟนคลับซีรีส์วายไทยในประเทศอื่น โดยเฉพาะประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2. ควรมีการศึกษาคำคิดพิเศษวิถีของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยในลักษณะเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศหรือภูมิภาคด้วยกัน เนื่องจากแต่ละประเทศจะมีลักษณะบริบททางสังคมที่แตกต่างกันอาจทำให้วิถีคิดหรือมุมมองของกลุ่มแฟนคลับในแต่ละประเทศและภูมิภาคมีความแตกต่างกันออกไป

3. ควรมีการศึกษาเชิงเปรียบเทียบลักษณะของกลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายไทยกับกลุ่มแฟนคลับบอยส์เลิฟ (Boys Love) กระแสอื่น เช่น กลุ่มแฟนคลับยาโออิ (やおい) ของประเทศญี่ปุ่น ดันเหม่ย (耽美) ของประเทศจีน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2555). *สื่อที่ใช้ ของใครที่ชอบ: การ์ตูน โทรทัศน์ท้องถิ่น แพนคลับ*. ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- กฤตพล สุธีภัทรกุล. (2566, 15 เมษายน). “ซีรีส์สวย” คอนเทนต์พันล้าน สื่อนอกจับตา อาจเทียบชั้น “K-POP”. *กรุงเทพธุรกิจ*. <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/entertainment/1062305>
- ธมน ผดุงไทย. (2567, 9 มกราคม). *อนาคตซีรีส์สวย 2567 ปีแห่งการฟาดฟันของคนทำคอนเทนต์*. THE STANDARD. <https://thestandard.co/the-future-of-y-series-2024/>
- นัทธัญ ประสานนาม. (2562). นวนิยายยาโออิของไทย : การศึกษาเชิงวิเคราะห์. *วารสารวิชาการหอสมุดแห่งชาติ*, 7(2), 16–34. <https://www.academia.edu/42316014/>
- วาสนา แซ่จั้น และ ญาณินี ไพทยวัฒน์. (2565). พัฒนาการวัฒนธรรมแพนคลับวายไทย 2550-2564 สะท้อนผ่านซีรีส์สวยนับสิบจะจบ. ใน *อภิเศก ปันสุวรรณ (บ.ก.), NEW NORMAL, NEW THINKING, NEW CHALLENGES. การประชุมวิชาการระดับชาติ SMARTS ครั้งที่ 11* (น. 761–769). คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วสิษฐ ธีรภัทรอำรง. (2565, 9 กันยายน). *อะไรคือ “วัฒนธรรม Y”? : จาก “แฟนฟิคญี่ปุ่น” ถึง “ซีรีส์ไทย”*. FEED. <https://www.feedforfuture.co/feed-read/8659/>
- ศิริรนา วอนแก่น้อย. (2565). *แฟนศึกษาสู่พฤติกรรมสารสนเทศของแฟน*. *วารสารห้องสมุด*, 66(1), 37–51. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tla_bulletin/article/view/253884
- เสมียนอารีย์. (2563, 14 กุมภาพันธ์). *แฟนมาจากไหน? คนไทยเรียกคนรักว่า “แฟน” ตั้งแต่เมื่อไหร่?*. *ศิลปวัฒนธรรม*. https://www.silpa-mag.com/culture/article_50422
- อัมพร จิรัฐติกร. (2563). *รสนิยม และแฟนคลับละครไทยในอาเซียนและจีน: การตลาดและการเมืองเรื่องอารมณ์ในโลกออนไลน์*. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Abercrombie, N. & Longhurst, B.J. (1998). *Audiences: A Sociological Theory of Performance and Imagination*. Sage Publications Inc.

- Baudinette, T., & Svetanant, C. (2023). Mobilizing idol celebrity in queer affective advertising: exploring the impacts of ‘Boys Love’ media and fandom in Thailand. *South East Asia Research*, 31(4), 417–434. <https://doi.org/10.1080/0967828X.2023.2253723>
- Do, L. (2022, June 7). Lược sử phim queer tại Việt Nam: Từ phim tài liệu đến màn ảnh lớn. *Saigoneer*. <https://saigoneer.com/vn/film-tv/17291-lược-sử-phim-queer-tại-việt-nam-từ-phim-tài-liệu-đến-màn-ảnh-lớn>
- Hills, M. (2017). From Fan Culture/Community to the Fan World: Possible Pathways and Ways of Having Done Fandom. *Palabra Clave*, 20(4), 856-883. <https://doi.org/10.5294/pacla.2017.20.4.2>
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York University Press.
- Iwabuchi, K. (2002). *Recentring globalisation: popular culture and Japanese transnationalism*. Duke Press.
- Li, L., Jutaviriya, K., & Boonwana, T. (2024). Development of Thai Y series fan culture in China. *Thai Journal of East Asian Studies*, 28(1), 74–93. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/easttu/article/view/266610>
- Nowadaysgirl. (2025, January 4). *ส่อง! 10 อันดับซูเปอร์สตาร์ไทย ที่มียอดคนฟอล IG มากที่สุดปี 2024*. TrueID. <https://entertainment.trueid.net/detail/V7rLJ64wjXbo>
- Oxford University. (2023). *The Oxford English Dictionary*. Oxford University Press. <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=fan>
- Shimauchi, S. (2023). Thai Boys Love drama fandom as a transnational and trans-subcultural contact zone in Japan. *Continuum*, 37(3), 381–394. <https://doi.org/10.1080/10304312.2023.2237709>

- Shimauchi, S. (2024). Inter-Asia referencing and orientalist consideration of the transnational fandom of Thai boys' love drama in Japan. *Inter-Asia Cultural Studies*, 25(3), 386–405. <https://doi.org/10.1080/14649373.2024.2336728>
- Silva, B. D. D. O., & Sabbag, D. M. A. (2019). Fandom in Public Libraries: Mapping of Initiatives and Their Applicability. *Digital Journal of Library and Information Science*, 17(1), 1–24. <https://doi.org/10.20396/rdbci.v01i0.8655370/e019027>
- Wilke, M. (2020, August 14). The psychology behind why you like to rewatch your favourite movie or series during the pandemic. *news24*. <https://www.news24.com/life/wellness/body/condition-centres/depression/anxiety-disorders/the-psychology-behind-why-you-like-to-rewatch-your-favourite-movie-or-series-during-the-pandemic-20200814-2>



