
การเปิดรับชีรัส์วายของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
The Exposure of Boys' Love (Y-Series) among
Ubon Ratchathani University

ชนัญชิตา บุญเอื้อ^{1/} พรพนานันต์ แซ่ลิ่ม^{2/} สุณิรัตน์ พันผา^{3/} วิชุดา สายสมุทร^{4*}

Chananchida Boonaua/ Pornpananan Saelim/ Sunirat Phuenpha/

Vichuda Saisamut

^{1,2,3,4}คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

Faculty of Liberal Arts, Ubon Ratchathani University

*Corresponding Author

ได้รับบทความ: 12 ตุลาคม 2568

ปรับปรุงแก้ไข: 2 เมษายน 2569

ตอบรับตีพิมพ์: 20 พฤษภาคม 2569

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับชีรัส์วายและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับชีรัส์วายของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานีโดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยแบบสอบถามสำรวจความคิดเห็น (Questionnaire) เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 178 คน จาก 11 คณะ 1 วิทยาลัย ในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

ผลการวิจัยมีดังนี้ 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีประสบการณ์ในการรับชมชีรัส์วายมาก่อน มีพฤติกรรมการเปิดรับชีรัส์วายระดับปานกลาง

ส่วนใหญ่รับชม ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเฉพาะ YouTube และ Netflix และมีแนวโน้มในการรับชมอย่างต่อเนื่อง 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับซีรีส์วาย คือเพื่อความบันเทิง ได้แก่ เนื้อหาและแนวคิดหลักของซีรีส์ ความชื่นชอบในตัวนักแสดง กระแสความนิยมในขณะนั้น และคุณภาพของการผลิตสื่อ 3) การเปิดรับซีรีส์วายมีอิทธิพลต่อมุมมองการเปิดกว้างความหลากหลายทางเพศและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความเท่าเทียมทางเพศในสังคม ผลการศึกษานี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อบันเทิงเพื่อสื่อสารมุมมองความหลากหลายทางเพศอย่างสร้างสรรค์และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

คำสำคัญ: ซีรีส์วาย, การเปิดรับสื่อ, พฤติกรรมผู้บริโภค, ความหลากหลายทางเพศ

Abstract

This research aims to study the reception of Boys' Love (BL) series and the factors influencing their reception among students at Ubon Ratchathani University. A quantitative research methodology was used, employing a questionnaire to collect data from a non-probability sampling method, specifically accidental sampling, of 178 participants from 11 faculties and 1 college at Ubon Ratchathani University.

The research findings are as follows: 1) The majority of the sample were female, had prior experience watching BL series, and exhibited a moderate level of BL series reception. They mostly watched through online platforms, particularly YouTube and Netflix, and showed a tendency to continue watching. 2) Factors influencing BL series reception included entertainment purposes, such as the series' content and core themes, preference for the actors, current popularity, and the quality of media

production. 3) Reception of BL series influenced perspectives on openness to gender diversity and fostered understanding of gender equality in society. The results of this study can be used as a guideline for developing entertainment media that communicates perspectives on gender diversity in a constructive and socially responsible manner.

Keywords: BL series, media exposure, consumer behavior, gender diversity

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ความเป็นมาของซีรีส์วายเริ่มต้นจากประเทศญี่ปุ่นในช่วงปลายทศวรรษ 1970 โดยมีต้นกำเนิดจากบริษัทโตจิโนชิ ผู้สร้างสรรค์ผลงานหลากหลายรูปแบบ เช่น มังงะ อนิเมะ นิยาย หนังสือภาพ ในรูปแบบของการ์ตูนตาหวาน โดยแจกจ่ายหรือจำหน่ายในกลุ่มนักอ่านด้วยตนเองแบบกลุ่มเล็ก ๆ มีเนื้อหาเล่าเรื่องเหมือนคู่ชายรักหญิง แต่มีการเน้นเนื้อหาอิโรติกเพิ่มเข้าไป จากนั้นพัฒนาตัวละครเป็นคู่รักเพศเดียวกัน

สิทธิศักดิ์ บุญมัน (2564) อธิบายความหมายของคำว่า Y ย่อมาจากคำว่า ยาโอย Yaoi ที่เป็นวัฒนธรรมของประเทศญี่ปุ่นและเนื้อหาในซีรีส์เหล่านั้น ส่วนใหญ่ล้วนเป็นการเล่าเรื่องของความรักระหว่างผู้ชายสองคน มีทั้งแบบความรักวัยใสของนักเรียนมัธยม นักศึกษามหาวิทยาลัยหรือ กระทั่งความรักของกลุ่มคนวัยทำงาน ซึ่งเป็นการถ่ายทอดให้เห็นความสัมพันธ์ที่ค่อย ๆ พัฒนาขึ้นเป็นความรัก ผ่านปมปัญหาชีวิต และลงเอยด้วยความสมหวังในท้ายที่สุด ส่วนสาววาย คือ กลุ่มที่มีรสนิยมชอบเสฟสื่อแนวชายรักชาย หรือที่เราเรียกกันสั้น ๆ ว่า วาย (Yaio) เป็นวัฒนธรรมนิยมของวัยรุ่นญี่ปุ่นก่อนที่จะซีรีส์วายจะเป็นกระแสการแสดงความสัมพันธ์ของกลุ่มคนวายเป็นแบบหลบซ่อน และเป็นเพียงชนกลุ่มน้อยที่ถูกสังคมมองข้าม แม้แต่ในกลุ่มของผู้ชื่นชอบการ์ตูนด้วยก็มีการแบ่งแยกชนชั้นระหว่างนักอ่านการ์ตูนทั่วไปกับสาววายเพราะสาววายเป็นภาพตัวแทนของคนวิปริตที่มีความชื่นชอบรสนิยมผิดเพศ

แม้ว่ากระแสวายเริ่มต้นจากประเทศญี่ปุ่น แต่ในอดีตการเล่าเรื่องคู่รัก หรือ ความสัมพันธ์เพศเดียวกันในญี่ปุ่นถูกจำกัดอยู่ในวงแคบ และสื่อหลักเองมิได้นำเสนอ อย่างเปิดเผย ด้วยสาเหตุด้านขนบธรรมเนียมประเพณี แต่เมื่อประเทศเพื่อนบ้านใน เอเชียอย่างไทย ไต้หวันและจีน มีการผลิตสื่อกระแสวายเป็นจำนวนมาก สร้างรายได้ใน อุตสาหกรรมบันเทิงและสร้างกระแสคู่รักวายในกลุ่มผู้ชมจนโด่งดัง และได้ผลตอบรับ เป็นอย่างดี สังคมโลกเริ่มเปิดกว้างมากขึ้น ประเทศญี่ปุ่นจึงเริ่มแทรกเนื้อหาความเป็น วายในบางเรื่อง โดยเฉพาะซีรีส์เรื่อง Ossan's love ออกอากาศเมื่อปี พ.ศ. 2561 เล่าเรื่องความรักสามเศร้าของชายรักชายในสำนักงานเดียวกัน ระหว่างหัวหน้างาน คือ ชายรุ่นใหญ่ที่ค้นพบตัวตนในวัยใกล้เกษียณ และชายหนุ่มเพื่อนร่วมงานได้สารภาพรักใน เวลาเดียวกัน ทำให้เกิดเป็นความสัมพันธ์ที่มีความซับซ้อนของผู้ที่ไม่สามารถปกปิด ความรู้สึกที่แท้จริงได้ ด้วยความแตกต่างด้านเพศและอายุ ทำให้ซีรีส์วายเรื่องนี้เปิดเผย ความสัมพันธ์รักสามเศร้าของเพศเดียวกัน จนได้รับการพูดถึงในประเทศญี่ปุ่นขึ้นมา ดังนั้นซีรีส์วาย คือ เรื่องราวความรัก ความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชายที่ถ่ายทอดผ่านสื่อ หลากหลายรูปแบบ เช่น นวนิยาย ภาพยนตร์ หรือซีรีส์

ในประเทศไทย ซีรีส์วายเริ่มต้นจากนิยายวายออนไลน์ (Boys' Love) ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น Dek-D ญ๊วลัย และ Fictionlog โดยบางเรื่องที่ได้รับ ความนิยมสูงถูกพัฒนาเป็นซีรีส์ เช่น Love Sick และ Sotus The Serie ซึ่งเนื้อหาใน ซีรีส์วายตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการเรื่องราวโรแมนติกที่มีความแตกต่างจาก ละครชายหญิงทั่วไป และมีเอกลักษณ์โดดเด่นในตลาดบันเทิง นอกจากนี้ซีรีส์วายยัง ได้รับความนิยมในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน ฟิลิปปินส์ และญี่ปุ่นซึ่งผลตอบรับเชิงบวก ส่งผลให้ซีรีส์วายกลายเป็นซอฟต์แวร์ที่ช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมไทยไปด้วย

ในด้านสื่อบันเทิง ซีรีส์ที่นำเสนอความรักของชายรักชายและหญิงรักหญิง ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ชมมักสร้างจินตนาการให้นักแสดงคู่หลักมี ความสัมพันธ์แบบคู่รัก หรือคู่จิ้น ทำให้วงการบันเทิงไทยเกิดการเปลี่ยนแปลงด้าน เนื้อหาการเล่าเรื่องความสัมพันธ์ของเพศเดียวกัน ปัจจุบันซีรีส์วายมีบทบาทสำคัญบนสื่อ

โทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่ทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวมถึงซีรีส์วายที่ปรากฏบนสื่อประเภทต่าง ๆ และจำนวนเรื่องที่ออกอากาศอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของผู้ชม การเปิดกว้างด้านเนื้อหาที่มีความหลากหลายทางเพศ มีส่วนช่วยให้ผู้ชมเปิดรับวัฒนธรรมที่แตกต่าง แม้ว่าอาจได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์ว่าเสนอความสัมพันธ์ในลักษณะโรแมนติคเกินจริง เช่น ฉากอีโรติกของตัวละคร โดยออกอากาศแบบไม่มีการควบคุมเนื้อหาที่เหมาะสม อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมเลียนแบบ ความรุนแรงทางเพศต่อกลุ่มผู้ชมที่มีความเปราะบางได้

กณพ ศุภมานพ รองประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรกิจคอนเทนต์ LINE ประเทศไทย (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2563) กล่าวถึงสาเหตุสำคัญที่ประเทศไทยสามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตสื่อซีรีส์วาย คือความชื่นชอบกระแสซีรีส์วาย และสามารถขยายฐานผู้ชมได้มากขึ้น ประกอบด้วย นักแสดงหลัก โครงเรื่อง เนื้อเรื่อง การขยายพื้นที่สื่อในการรับชมบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ทั้งนี้ พฤติกรรมของผู้ชมไม่ใช่แค่ดูอย่างเดียว แต่พวกเขายังมีส่วนร่วมกับการสร้างปฏิสัมพันธ์บนโซเชียลกับผู้ชมคนอื่น ๆ และร่วมสนับสนุนนักแสดงคู่จิ้นที่ชื่นชอบอีกด้วย

ซีรีส์วายในประเทศไทยได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะหลังการเปิดตัวซีรีส์เรื่อง Love Sick รักอุ่นวัยรุ่นแสน ออกอากาศทางโทรทัศน์ในปี พ.ศ. 2557 ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ผู้คนสนใจ เปิดกว้าง และยอมรับความหลากหลายทางเพศ ส่งเสริมความคิดเชิงบวกต่อความสัมพันธ์เพศเดียวกัน และได้รับคำชื่นชมในคุณภาพของการผลิตซีรีส์วาย รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มแฟนคลับอย่างล้นหลาม

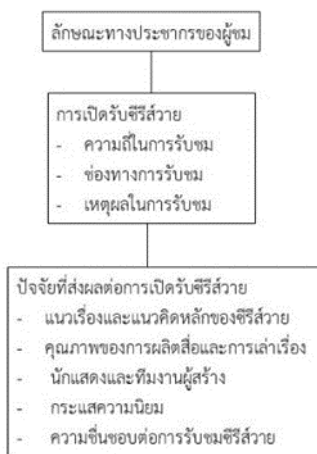
แม้ซีรีส์วายจะมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารความหลากหลายทางเพศ แต่ยังขาดงานวิจัยที่ศึกษาพฤติกรรม的开รับของนิสิตนักศึกษาในเชิงลึก ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาการเปิดรับและปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับซีรีส์วายของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เพื่อโอกาสและแนวทางของผู้ผลิตสื่อบันเทิงต่อการนำเสนอเนื้อหา มุมมองความหลากหลายทางเพศต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาการเปิดรับซีรีส์วายของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับซีรีส์วายของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แนวคิดกระบวนการเปิดรับสื่อเป็นกรอบในการศึกษา เพื่ออธิบายลักษณะพฤติกรรมในการเปิดรับ และปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับซีรีส์วาย



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดหรือทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

ทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีต่อการสื่อสาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยการรับสารจากภายในของผู้รับสาร เช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยภายนอก เช่น โอกาสการเข้าถึงสื่อ ประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อในเชิงกายภาพ

ตัวอย่างเช่น ผู้รับสารอยู่ใกล้ไกลจากข่าวสารหรือสื่อที่ได้รับการเข้าถึงในเชิงเศรษฐกิจ ผู้รับสารมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ทำให้เอื้ออำนวยต่อการซื้อข่าวสารนั้นหรือไม่ และการเข้าถึงสื่อในเชิงสังคมวัฒนธรรม ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจทำสิ่งต่าง ๆ ของมนุษย์ และมีความต้องการข่าวสารที่เพิ่มมากขึ้น เมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ หรือไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง นอกจากนี้ ข่าวสารก็สามารถช่วยให้ผู้เปิดรับมีความทันสมัย ช่วยให้ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์โลกได้ (อภิญา แก้วเปรมกุล, 2562: 21)

ผู้รับสารมีกระบวนการเลือกรับรู้สารที่แตกต่างกัน ไปตามประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิด แม้ว่าจะมีการเตรียมการอย่างดีในการสื่อสารโดยใช้ผู้ส่งสารที่มีความสามารถและความน่าเชื่อถือหรือใช้สื่อที่มีสมรรถนะสูง แต่การสื่อสารก็อาจล้มเหลวได้ถ้าข่าวสารที่ส่งไปนั้นไม่สอดคล้องกับทศนคติหรือความต้องการของผู้รับสาร (สมควร กวียะ, 2555: 114)

ส่วนการเลือกรับข่าวสาร ขวัญชีวา ส่างหลวง (2552: 26) อธิบายว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อ หรือเลือกสื่อบางชนิดที่มีการเผยแพร่ข่าวสารตรงกับทศนคติหรือความสนใจของตนเอง ส่วนหลักการที่ใช้ในการรับสื่อและข่าวสารของบุคคลขึ้นอยู่กับหลักการใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด

กระบวนการเปิดรับสื่อ

กระบวนการเปิดรับสื่อโดยการเลือกข่าวสารของแต่ละบุคคล เป็นสิ่งที่อธิบายถึงพฤติกรรมของบุคคลที่มีความแตกต่างกัน หรือปัจจัยด้านจิตวิทยาที่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารโดยมีกระบวนการเลือกคัดสรรที่แตกต่างกันออกไป แนวคิดนี้อธิบายโดย Klapper (1960) อ้างโดย (อภิญา แก้วเปรมกุล, 2562: 25) ประกอบด้วย

1) การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) เป็นขั้นตอนแรกในการเลือกเปิดรับ โดยบุคคลจะเลือกเปิดรับข่าวสารจากแหล่งที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง เช่น การเปิดวิทยุฟังข่าวสาร การเลือกซื้อหนังสือพิมพ์ฉบับใดฉบับหนึ่งตามความสนใจ ซึ่งแต่ละบุคคลมีความถนัดไม่เหมือนกัน

2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลเปิดรับสื่อหรือข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสื่อหรือข่าวสารที่มาจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งตามความคิดเห็น ความสนใจ มาสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ เพื่อที่จะได้ไม่เกิดความไม่สบายใจ

3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) คนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ เมื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้วผู้รับสารไม่ได้รับสารทั้งหมดเสมอไป และอาจตีความข่าวสารที่สอดคล้องเฉพาะบุคคล นอกจากทำให้ข่าวสารถูกตัดทิ้งไป ยังมีการบิดเบือนไปในอีกทิศทาง

4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลเลือกที่จะจดจำข่าวสารที่ตรงกับความต้องการ ความสนใจ และทัศนคติของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไปถ่ายทอดในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ข่าวสารที่เลือกจดจำ มักมีเนื้อหาช่วยส่งเสริมความรู้สึก นึกคิด ทัศนคติ และค่านิยม ที่มีอยู่คงเดิมให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

พฤติกรรม的开รับสื่อ

บุคคลจะมีพฤติกรรม的开รับสื่อข่าวสารวัตถุประสงค์และความต้องการในการเปิดรับสารที่แตกต่างกัน โดยทั่วไปแล้วจะเปิดรับสาร 3 ลักษณะ คือ (ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์, 2544: 13-14)

1) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับข่าวสารมีความคาดหวังว่าจะได้รับข่าวสารที่ตอบสนองกับความต้องการได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติ ลักษณะนิสัย หรือเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่าง ตามสื่อที่เลือกบริโภค หรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะแต่ละบุคคลมีวัตถุประสงค์ และการตั้งใจใช้ประโยชน์จากสื่อที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ข่าวสารจากสื่อมวลชนคือ สื่อหลักประกอบด้วย สื่อโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ ซึ่งผลิตเนื้อหาโดยสื่อสารมวลชน

2) การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล คือ ผู้นำข่าวสารจากอีกบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อแบบระหว่างบุคคล ซึ่งจะมีปฏิกริยาโต้ตอบระหว่างกัน การสื่อสารระหว่างบุคคลแบ่งออกเป็นการติดต่อโดยตรง เป็นการเผยแพร่ข่าวสาร

เพื่อสร้างความเข้าใจหรือชักจูงโน้มน้าวใจ เพื่อผลประโยชน์โดยตรง และการติดต่อโดยกลุ่มจะมีอิทธิพลต่อบุคคลส่วนรวมที่ช่วยให้การสื่อสารบรรลุเป้าหมายได้ และเมื่อกลุ่มมีความสนใจไปในทิศทางเดียวกัน บุคคลส่วนใหญ่ในกลุ่มก็จะสนใจในเรื่องนั้นด้วย ในกรณีที่ต้องการให้บุคคลเกิดการยอมรับในสารนั้นควรใช้การสื่อสารแบบระหว่างบุคคล โดยใช้สื่อบุคคลเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสาร ในปัจจุบันคือการใช้ตัวบุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ หรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อความคิด การตัดสินใจ สามารถสื่อสารเพื่อให้สร้างความน่าเชื่อถือ และเกิดความคล้อยตามได้

3) การเปิดรับสื่อข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ สื่อที่ถูกผลิตขึ้นมาเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักคือผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม อย่างไรก็ตาม บุคคลจะไม่รับข่าวสารที่ผ่านมาสู่ตนทั้งหมด แต่จะเลือกรับสารบางส่วนที่คิดว่ามีประโยชน์ต่อตน ดังนั้นข่าวสารที่ผ่านผู้รับสารต่าง ๆ จะถูกคัดเลือกเสมอ โดยเลือกเฉพาะข่าวสารที่น่าสนใจมีประโยชน์ที่เหมาะสมต่อความรู้สึกนึกคิดของตนเอง และเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร เช่น สื่อโฆษณาอย่างโปสเตอร์ ใบปลิว แผ่นพับ ส่วนสื่อออนไลน์ปัจจุบัน เช่น คลิปเล่าเรื่อง หรืออินโฟกราฟิก เป็นต้น

การเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจนี้ผู้รับสารจะได้รับข้อมูลข่าวสารหรือความรู้เฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเฉพาะเจาะจง จากแนวความคิดการเปิดรับสื่อจะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล ยิ่งเกิดความไม่แน่ใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเท่าใด บุคคลยิ่งต้องการเปิดรับข่าวสารมากขึ้นเท่านั้น โดยไม่จำกัดว่าจะเปิดรับข่าวสารจากสื่อใด ไม่ว่าจะเป็นสื่อมวลชน สื่อบุคคล หรือสื่อเฉพาะกิจ แต่ทั้งนี้บุคคลจะเปิดรับสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้น เนื่องจากปัจจุบันมีสารมากเกินไปกว่าผู้รับสารจะรับได้ทั้งหมด ทำให้เกิดกระบวนการเลือกสารขึ้น อย่างไรก็ตาม บุคคลแต่ละบุคคลมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันด้วย

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็น (Questionnaire) เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) ที่เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี จำนวน 178 คน จาก 11 คณะ 1 วิทยาลัย ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 13-23 มกราคม 2568 การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาสำคัญตามวัตถุประสงค์ นำมาสร้างแบบสอบถาม จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบแล้วนำมาปรับปรุง

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคือแบบสำรวจความคิดเห็นประกอบด้วย 1) ข้อมูลทั่วไป 2) การเปิดรับสื่อซีรี่ย์สวย 3) ปัจจัยการเปิดรับสื่อซีรี่ย์สวย และ 4) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับซีรี่ย์สวย โดยแบบสอบถามใช้การวัดระดับการรับรู้ 5 ระดับของ Likert Scale ได้แก่ 5=ระดับมากที่สุด 4=ระดับมาก 3=ระดับปานกลาง 2=ระดับน้อย และ 1=ระดับน้อยที่สุด วิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนาโดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) และค่าเฉลี่ย (Mean) และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน เป็นการทดสอบสมมติฐานเพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ค่าสถิติที่ใช้ คือ การทดสอบค่าความสัมพันธ์ Correlation สามารถพิจารณาจากนัยยะ สำคัญที่ระดับ 0.01 โดยมีระดับนัยสำคัญความสัมพันธ์ r ตามคำแนะนำของ Cohen (1988) ดังนี้ น้อย $r = .10$ to $.29$ ปานกลาง $r = .30$ to $.49$ และมาก $r = .50$ to 1.0 เพื่ออธิบายลักษณะของข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วยเพศหญิงจำนวน 106 คน (ร้อยละ 59.6) รองลงมา คือ เพศชาย 33 คน (ร้อยละ 18.5) Bisexual (ผู้ที่รักได้ทั้งสองเพศ) 23 คน (ร้อยละ

12.9) Gay (ชายรักชาย) 6 คน (ร้อยละ 3.4) Lesbian (หญิงรักหญิง) 3 คน (ร้อยละ 1.7) Transgender (คนข้ามเพศ) 3 คน (ร้อยละ 1.7) Queer/Questioning (ผู้ที่พึงพอใจต่อเพศใดเพศหนึ่ง โดยไม่ได้จำกัดในเรื่องเพศ และความรัก) 2 คน (ร้อยละ 1.1) และ Non-binary (ผู้ไม่ระบุเพศ) 2 คน (ร้อยละ 1.1)

1. การเปิดรับชีวิตรสวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มีประเด็นสำคัญดังนี้

ตารางที่ 1 การเปิดรับชีวิตรสวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

การเปิดรับชีวิตรสวาย	มากที่สุด (จำนวน/ ร้อยละ)	มาก (จำนวน/ ร้อยละ)	ปานกลาง (จำนวน/ ร้อยละ)	น้อย (จำนวน/ ร้อยละ)	น้อยที่สุด (จำนวน/ ร้อยละ)	รวม (จำนวน/ ร้อยละ)
1.ความถี่ในการรับชมชีวิตรสวาย	35 (19.7)	30 (16.9)	45 (23.5)	29 (16.3)	39 (21.9)	178 (100)

ความถี่ในการรับชมชีวิตรสวายของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มีร้อยละ 25.3 ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างรับชมชีวิตรสวายเป็นบางครั้ง แต่ไม่ได้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ ในขณะที่เดียวกันก็มีผู้ชมที่รับชมบ่อยมาก และกลุ่มที่แทบไม่รับชมเลย อยู่ในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน สะท้อนให้เห็นว่าความนิยมของชีวิตรสวายในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีความหลากหลาย

ตารางที่ 2 ช่องทางการรับชมชีวิตรสวาย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ช่องทางการรับชม	จำนวน	ร้อยละ
1.แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งแบบถูกลิขสิทธิ์	144	80.9
2.เว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มแบบไม่เป็นทางการ	120	67.4

ตารางที่ 2 ช่องทางการรับชมซีรีส์วาย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (ต่อ)

ช่องทางการรับชม	จำนวน	ร้อยละ
3.โทรทัศน์ดิจิทัลหรือเคเบิลทีวี	27	15.2
4.สื่อออนไลน์หรือไฟล์จากการดาวน์โหลด	4	2.2
5.ไม่เคยชม	2	1.2
รวม	297	-

ช่องทางการรับชมผ่านแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งถูกलिขสิทธิ์เป็นหลัก ร้อยละ 80.9 แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มการรับชมสื่อที่เปลี่ยนไปสู่ระบบออนไลน์ที่ถูกกฎหมาย รองลงมา คือ การรับชมผ่านเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มแบบไม่เป็นทางการ ร้อยละ 67.4 ผู้ชมบางกลุ่มยังคงเลือกใช้ช่องทางนี้เพื่อติดตามซีรีส์ที่อาจไม่มีให้รับชมผ่านช่องทางถูกลิขสิทธิ์ ด้านการชมผ่านโทรทัศน์ดิจิทัลหรือเคเบิลทีวี ร้อยละ 15.2 ส่วนการชมแบบออฟไลน์หรือไฟล์จากการดาวน์โหลด และช่องทางอื่นๆ อยู่ที่ร้อยละ 2.2 และไม่เคยชม ร้อยละ 1.2

ตารางที่ 3 เหตุผลในการเปิดรับซีรีส์วาย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผลในการเปิดรับซีรีส์วาย	จำนวน	ร้อยละ
1.ความสนุกและเนื้อเรื่องที่น่าสนใจ	140	78.7
2.ความชื่นชอบนักแสดงและเคมีของตัวละคร	117	65.7
3.การนำเสนอความหลากหลายทางเพศของตัวละคร	90	50.6
4.ความรู้สึกลบยาใจที่ได้รับจากการชมซีรีส์	66	37.1
5.อิทธิพลจากสื่อและกระแสสังคม	53	29.8
6.ไม่เคยชม	2	1.2
รวม	468	-

เหตุผลในการเปิดรับซีรีส์วาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อความสนุกและเนื้อเรื่องน่าสนใจมากที่สุด ร้อยละ 78.7 รองลงมา คือความชื่นชอบนักแสดงและเคมีของตัวละคร ร้อยละ 65.7 และความหลากหลายทางเพศของตัวละคร ร้อยละ 50.6 การได้รับความสบายใจจากการชมซีรีส์ ร้อยละ 37.1 อิทธิพลจากสื่อและกระแสสังคมที่ผู้คนกำลังให้ความสนใจอยู่ที่ร้อยละ 29.8 และไม่เคยชม ร้อยละ 1.2

2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปิดรับซีรีส์วายของนักศึกษามหาวิทยาลัยอุบลราชธานี มีประเด็นสำคัญดังนี้

ตารางที่ 4 ปัจจัยด้านการผลิตสื่อที่ส่งผลต่อการเปิดรับซีรีส์วาย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผลในการเปิดรับซีรีส์วาย	จำนวน	ร้อยละ
แนวเรื่องและแนวคิดหลักของซีรีส์	112	62.9
คุณภาพของนักแสดง และทีมงานผู้ผลิตสื่อ	110	61.8
กระแสความนิยมและการแนะนำจากคนรอบข้าง	94	52.8
คุณภาพของการผลิตสื่อและการเล่าเรื่อง	86	48.3
ช่องทางหรือแพลตฟอร์มและความสะดวกในการรับชม	67	37.6
ไม่เคยชม	2	1.2
รวม	471	-

ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับซีรีส์วาย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อแนวเรื่องและแนวคิดหลักของซีรีส์มากที่สุด ร้อยละ 62.9 รองลงมา คือคุณภาพนักแสดงและทีมงานผู้ผลิตสื่อ ร้อยละ 61.8 กระแสความนิยมและการแนะนำจากคนรอบข้าง ร้อยละ 52.8 และคุณภาพของการผลิตสื่อและการเล่าเรื่อง ร้อยละ 48.3 ด้านช่องทางหรือแพลตฟอร์มและความสะดวกในการรับชมอยู่ในระดับน้อย ร้อยละ 37.6 ไม่เคยรับชม

ร้อยละ 1.2 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้ชมคำนึงถึงเหตุผลด้านคุณภาพสื่อบันเทิง เช่น มีเนื้อหาหลักเพื่อสื่อสารกับผู้ชม ความนิยมและทักษะของนักแสดงในขณะนั้น รวมถึงเหตุผลด้านการได้รับความนิยมเป็นกระแสสังคม หรือมีประเด็นที่กำลังเป็นไวรัลในสื่อออนไลน์ โดยที่ช่องทางการรับชมในปัจจุบันมีผลต่อการรับชมน้อยมาก ด้วยมีช่องทางสื่อที่หลากหลาย ผู้ชมสามารถเลือกรับชมและเข้าถึงได้ง่าย

ตารางที่ 5 ระดับความชื่นชอบต่อการรับชมซีรีส์วาย

ความชื่นชอบต่อการรับชมซีรีส์วาย	$\bar{X}$	SD	การแปลผล
1. ความชื่นชอบต่อการรับชมซีรีส์วาย	3.56	1.40	มาก
รวม	3.56	1.40	มาก

ความชื่นชอบต่อการรับชมซีรีส์วายของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.56 ซึ่งผลการศึกษาสอดคล้องกับกระบวนการเปิดรับสื่อตามความสนใจ (Selective Attention) บุคคลเปิดรับสื่อหรือข่าวสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสื่อหรือข่าวสารที่มาจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจ เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่

ตารางที่ 6 ปัจจัยด้านความหลากหลายทางเพศที่ส่งผลต่อการเปิดรับซีรีส์วาย

ความหลากหลายทางเพศที่ส่งผลต่อการเปิดรับซีรีส์วาย	$\bar{X}$	SD	การแปลผล
1. สะท้อนปัญหาทางสังคม เช่น การเลือกปฏิบัติหรือค่านิยมทางเพศ	4.12	0.94	มาก
2. สะท้อนประเด็นเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน เสรีภาพในการแสดงออกหรือการเลือกปฏิบัติ	4.00	0.93	มาก

ตารางที่ 6 ปัจจัยด้านความหลากหลายทางเพศที่ส่งผลต่อการเปิดรับชีรส่วย (ต่อ)

ความหลากหลายทางเพศที่ส่งผลต่อการเปิดรับชีรส่วย	$\bar{X}$	SD	การแปลผล
3. ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ	3.98	1.01	มาก
4. การเสนอเนื้อหาในชีรส่วยสามารถสื่อสารความเท่าเทียมทางเพศ และโอกาสในสังคม	3.93	1.01	มาก
5. อิทธิพลต่อมุมมองและพฤติกรรมกรยอมรับความหลากหลายทางเพศ	3.43	1.22	มาก
รวม	3.89	1.02	มาก

จากตารางที่ 6 ปัจจัยด้านความหลากหลายทางเพศที่ส่งผลต่อการเปิดรับชีรส่วยของกลุ่มตัวอย่างต่อการเสนอเนื้อหาในชีรส่วยสามารถสะท้อนปัญหาทางสังคม เช่น การเลือกปฏิบัติ หรือค่านิยมทางเพศระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา คือ การสะท้อนประเด็นเกี่ยวกับสิทธิมนุษยชน เสรีภาพในการแสดงออกหรือการเลือกปฏิบัติ ค่าเฉลี่ย 4.00 ในระดับมาก ด้านการให้ความสำคัญกับศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.98 ส่วนการนำเสนอเนื้อหาในชีรส่วยสื่อสารความเท่าเทียมทางเพศและโอกาสในสังคมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.93 และชีรส่วยมีอิทธิพลต่อมุมมองและพฤติกรรมกรยอมรับความหลากหลายทางเพศอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.43

ทั้งนี้ จากผลการศึกษาจึงสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อแนวคิดการสะท้อนประเด็นด้านสิทธิมนุษยชน และเสรีภาพในการแสดงออกหรือการเลือกปฏิบัติของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศที่มีการเสนอเนื้อหาในชีรส่วยในระดับมาก แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าเนื้อหาในชีรส่วยสามารถสะท้อนประเด็นสิทธิมนุษยชน และเป็นหนึ่งในช่องทางเพื่อสื่อสารการมีเสรีภาพในการแสดงออก และการเลือกปฏิบัติ

ของกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศได้ ดังนั้นซีรีส์วายนอกจากมีหน้าที่ให้ความบันเทิงต่อผู้ชมแล้ว ยังเป็นช่องทางสื่อสารความเท่าเทียมทางเพศ และโอกาสในสังคมของกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศด้วย

3. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ สรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

3.1 เนื้อหาของซีรีส์วายเน้นผลลัพธ์ทางการตลาดมากเกินไป คือการเล่าเรื่องความสัมพันธ์คู่รักแบบหวือหวา การขายภาพลักษณ์คู่จิ้นของนักแสดง หรือการเน้นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของตัวละครมีสัดส่วนมากกว่าการนำเสนออัตลักษณ์ตัวตนของเพศที่หลากหลาย และความลึกซึ้งของแนวคิดหลักของเรื่องที่ต้องการสื่อสาร ด้วยสาเหตุด้านการตลาดเพื่อดึงดูดความน่าสนใจของผู้ชม เพื่อมุ่งหวังผลลัพธ์ปริมาณการรับชมจำนวนมาก

3.2 ความน่าเชื่อถือในบทบาทตัวละครของนักแสดง โดยผู้ผลิตซีรีส์วายไม่ได้ใช้นักแสดงนำที่เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer/Questioning, Intersex, Asexual และอื่น ๆ: LGBTQIA+) จึงทำให้ผู้ชมไม่สามารถรับรู้ได้ถึงการแสดงที่มีความสมจริง และการคัดเลือกนักแสดงยังไม่สะท้อนความหลากหลายทางเพศที่แท้จริง เช่น กรณีใช้นักแสดงชาย หรือหญิงรับบทบาทแสดงเป็นตัวละครที่มีความหลากหลายทางเพศ และสนับสนุนนักแสดงในลักษณะที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ LGBTQIA+ ซึ่งทำให้ดูเหมือนเป็นเพียงกลยุทธ์ทางการตลาดเท่านั้น

3.3 การแสดงความสัมพันธ์ทางเพศเพื่อจูงใจผู้ชมมีสัดส่วนมากเกินไปความเหมาะสม โดยไม่มีการจำกัดอายุผู้ชม เช่น ฉากที่แสดงกิจกรรมทางเพศ และระยะเวลาของฉากที่แสดงความสัมพันธ์ทางเพศ ซึ่งไม่เหมาะสมต่อผู้ชมที่มีอายุน้อยกว่า 18 ปี จึงทำให้สูญเสียสัดส่วนในการนำเสนอประเด็นที่สำคัญได้

อภิปรายผลการวิจัย

การนำเสนอเนื้อหาความหลากหลายทางเพศผ่านสื่อบันเทิงอย่างซีรีส์วายได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวไทย พิสูจน์ได้จากการจัดอันดับความนิยมการรับชมในแพลตฟอร์มที่หลากหลายและการได้รับการพูดถึงเป็นกระแสไวรัลในสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงชื่อเสียงของนักแสดงหลักในระดับความนิยมสูงสุด เช่น ซีรีส์เรื่องแปลรักฉันด้วยใจเธอ (2563-2564), เพราะเราคู่กัน (2563) หรือใจซ่อนรัก (2567) ส่งผลให้ซีรีส์วายมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างการรับรู้เกี่ยวกับเพศที่มีความหลากหลายในสังคมไทย รวมถึงปัจจัยช่องทางการรับชมผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีให้เลือกจำนวนมาก ผู้ชมจึงสามารถเข้าถึงและเลือกเปิดรับสื่อได้อย่างอิสระ ดังนั้นการเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน ผู้รับสารจึงมีความคาดหวังว่าจะได้รับข่าวสาร เนื้อหาตามความต้องการ โดยมีเป้าหมาย หรือมีความตั้งใจในการรับสื่อ นั้น ซึ่งผลการศึกษาที่พบคือผู้ชมต้องการรับชมเนื้อหาความบันเทิงและทักษะการแสดงที่ทำให้ผู้ชมสามารถเชื่อในบทบาทที่นักแสดงได้รับ สอดคล้องกับงานวิจัยของทักษุญา หมอกบัว (2564: 44-45) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับซีรีส์วายเรื่องเพราะเราคู่กันของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครคือ ปัจจัยด้านนักแสดงมีความดึงดูดใจ สามารถเข้าถึงบทบาทตัวละครทำให้ผู้ชมติดตามชมซีรีส์อย่างต่อเนื่อง โดยเนื้อเรื่องเพราะเราคู่กันมีความน่าติดตามสามารถอธิบายความสัมพันธ์แบบชายรักชาย เข้าถึงวิถีชีวิตในปัจจุบันได้

เนื่องจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างไม่ได้เจาะจงผู้ที่ชื่นชอบซีรีส์วาย ทำให้ผลการศึกษาที่ได้เป็นกลุ่มผู้ชมระดับกว้าง คือมีความถี่ในการรับชมซีรีส์วายในระดับปานกลาง กล่าวคือมีพฤติกรรมการรับชมเป็นบางครั้ง ไม่ได้ติดตามอย่างสม่ำเสมอ แต่ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อการเสนอเนื้อหาในซีรีส์วาย สามารถสะท้อนประเด็นสิทธิมนุษยชน การสื่อสารความเท่าเทียมทางเพศในระดับมาก และเป็นหนึ่งในช่องทางเพื่อสื่อสารเสรีภาพในการแสดงออก และการเลือกปฏิบัติของกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศได้ ดังนั้น การเลือกใช้สื่อบันเทิงรูปแบบใดก็ตาม ถือเป็นหนึ่งวิธีการสื่อสารประเด็นความหลากหลายทางเพศในสังคมได้

นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่า การเล่าเรื่องของซีรีส์วายเน้นผลลัพธ์ทางการตลาดมากเกินไป กล่าวคือการเล่าเรื่องความสัมพันธ์คู่รักแบบหวือหวา การนำเสนอภาพลักษณ์คู่จิ้นของนักแสดง หรือการเน้นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของตัวละคร สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของฉัตรชัย พิศพล (2565: 42-50) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมซีรีส์วายของผู้บริโภคกลุ่มเจนซี คือ ปัจจัยด้านการตลาดดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกรับชมซีรีส์วายของผู้ชมมากที่สุด ประกอบด้วยกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (4P) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และช่องทางการจำหน่าย ดังนั้นเมื่อต้องการผลลัพธ์ทางการตลาด จึงทำให้การนำเสนอในซีรีส์วายเน้นความสำคัญด้านการตลาดมากกว่าการนำเสนออัตลักษณ์ตัวตนความหลากหลายทางเพศ และแนวเรื่องหลักของซีรีส์ลดความสำคัญลงไป

ข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าซีรีส์วายมีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้ชมและสะท้อนประเด็นทางสังคมบางด้าน อย่างไรก็ตาม ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบในระยะยาว กระบวนการผลิต และแนวทางการเล่าเรื่องของซีรีส์วาย รวมถึงบทบาทของแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ที่ช่วยสร้างความนิยมและกำหนดทิศทางเนื้อหาในการเล่าเรื่อง นอกจากนี้ ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมประชากรที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าใจแนวโน้มการบริโภคสื่อและอิทธิพลของซีรีส์วายในบริบทที่กว้างขึ้น

จากผลการศึกษาผู้วิจัยสรุปแนวทางเพื่อการพัฒนาสื่อสำหรับการส่งเสริมความหลากหลายทางเพศ ดังนี้

1. การปรับปรุงเนื้อหา หรือแนวคิดความหลากหลายทางเพศอย่างลึกซึ้งมากขึ้น ควรให้ความสำคัญกับการเล่าเรื่องที่สมจริงและนำเสนอประเด็นทางสังคมอย่างรอบด้าน
2. การสนับสนุนนักแสดงกลุ่ม LGBTQIA+ ให้มากขึ้น เพื่อให้การนำเสนอมีความน่าเชื่อถือสอดคล้องกับชีวิตจริง และเปิดโอกาสให้บุคคลได้แสดงความสามารถ
3. การให้ความสำคัญกับทัศนคติ และการรับรู้ของผู้ชม เพราะผู้รับสารมี

วิจารณ์ญาณในการเข้าใจจุดประสงค์ด้านความบันเทิง และจุดประสงค์ด้านการตลาด การนำเสนอที่ไม่ยึดติดกับภาพลักษณ์เชิงพาณิชย์ และการส่งเสริมการรับรู้ที่ถูกต้อง เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของกลุ่ม LGBTQIA+

เอกสารอ้างอิง

กรุงเทพมหานคร. (2563, 18 มิถุนายน). ไทยอาจกลายเป็นศูนย์กลางของซีรีส์ BL และ ส่งออกคู่รักคู่เอเซีย.

<https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/884818>

ขวัญชีวา ส่างหลวง. (2552). การเปิดรับข่าวสารการตลาดและข่าวสารเชิงรณรงค์ เกี่ยวกับสุรากับความรู้ทัศนคติและพฤติกรรมกรบริโภคสุราของเยาวชนใน เขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. (2544). การเปิดรับข่าวสาร ความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับเพศ ศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหา บัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ทักษิญา หมอกบัว. (2564). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อความชื่นชอบซีรีส์วาย เรื่องเพราะเรารักกันของเยาวชน ในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์นิเทศศา สตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สมควร กวียะ. (2555). การสื่อสารมวลชน. โกสินทร์.

สิทธิศักดิ์ บุญมัน. (2564, 18 ตุลาคม). ภาพจำของซีรีส์วายในประเทศไทย : เมื่อความ เป็นจริงไม่ใช่สิ่งที่ปรากฏบนหน้าจอ.

<https://www.amnesty.or.th/blog/2021/10>

อภิญญา แก้วเปรมกุล. (2562). การเปิดรับสื่อ การรับรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากหลักปรัชญาของ เศรษฐกิจพอเพียงของเยาวชนในเขต กรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์นิเทศ ศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Authors

Miss Chananchida Boonaua

Communication Arts Program, Faculty of Liberal Arts,

Ubon Ratchathani University 85 Satonlamak Road, Mueng Sri khai

Sub-district, Warinchamrab, Ubon Ratchathani 34190

Tel: 097-036-5159 E-mail: chananchida.bu.65@ubu.ac.th

Miss Pornpananan Saelim

Communication Arts Program, Faculty of Liberal Arts,

Ubon Ratchathani University 85 Satonlamak Road, Mueng Sri khai

Sub-district, Warinchamrab, Ubon Ratchathani 34190

Tel: 096-687-7187 E-mail: pornpananan.sa.65@ubu.ac.th

Miss Sunirat Phuenpha

Communication Arts Program, Faculty of Liberal Arts,

Ubon Ratchathani University 85 Satonlamak Road, Mueng Sri khai

Sub-district, Warinchamrab, Ubon Ratchathani 34190

Tel: 063-851-6296 E-mail: sunirat.ph.65@ubu.ac.th

Miss Vichuda Saisamut

Communication Arts Program, Faculty of Liberal Arts,

Ubon Ratchathani University 85 Satonlamak Road, Mueng Sri khai

Sub-district, Warinchamrab, Ubon Ratchathani 34190

Tel: 081-549-4193 E-mail: vichuda.s@ubu.ac.th