

ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรี่ส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็ว  
และใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรี่ส์แนวอื่นๆ ของไทย



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต  
วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล  
พ.ศ. 2565

ลิขสิทธิของมหาวิทยาลัยมหิดล

สารนิพนธ์

เรื่อง

ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมชิรีส์วายของไทย (ชายรักชาย)  
เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมชิรีส์แนวอื่นๆ ของไทย

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต

วันที่ 30 กรกฎาคม พ.ศ. 2565

รวีวรรณ จงสืบโชค

นางสาวรวีวรรณ จงสืบโชค

ผู้วิจัย

Winai W

รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุวรรณ,

Ph.D.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

Victoria Rasmann

รองศาสตราจารย์วิจิตา รักธรรม,

Ph.D.

คณบดีวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

J. Juf

ผู้ช่วยศาสตราจารย์บุญยิ่ง คงอาชาภัทร,

Ph.D.

ประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์

ธีรพงษ์ ปิณเจีเสติกุล

ธีรพงษ์ ปิณเจีเสติกุล,

Ph.D.

กรรมการสอบสารนิพนธ์

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สำเร็จลุล่วงได้เลย หากมิได้รับความอนุเคราะห์จากรองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์วินัย วงศ์สุรวัฒน์ ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา คอยให้คำแนะนำ ชัดเจนเนื้อหา และดูแลสารนิพนธ์นี้มาโดยตลอด ตั้งแต่การเลือกหัวข้อในการทำวิจัย การทำรูปเล่ม การนำเสนองาน แนวทางความคิด การวิเคราะห์ ตลอดจนทำให้สารนิพนธ์นี้สามารถสำเร็จออกมาลุล่วงได้เป็นอย่างดี

ข้าพเจ้าขอขอบคุณ กลุ่มแฟนคลับซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) ทั้ง 30 ท่าน ประกอบด้วยชาวไทย 15 ท่าน, ชาวอเมริกาเหนือ 1 ท่าน, ชาวเยอรมัน 1 ท่าน, ชาวสวิสเซอร์แลนด์ 1 ท่าน, ชาวฝรั่งเศส 1 ท่าน, ชาวออสเตรเลีย 1 ท่าน, ชาวออสเตรเลีย 1 ท่าน, ชาวจีน 2 ท่าน, ชาวไต้หวัน 2 ท่าน, ชาวญี่ปุ่น 2 ท่าน, ชาวพม่า 2 ท่าน, ชาวเวียดนาม 1 ท่าน ที่ช่วยสละเวลาอันมีค่าของทุกท่านแล้วมาเป็นส่วนสำคัญในการให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ สารนิพนธ์นี้จะไม่สำเร็จลุล่วงได้เลยหากขาดข้อมูลจากทั้ง 30 ท่าน ข้าพเจ้าขอขอบคุณ อาจารย์ทุกท่าน ที่ทำการสอนวิชาต่างๆให้กับข้าพเจ้าตลอดเวลาที่ศึกษา ณ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล เพื่อให้สามารถนำสิ่งที่เรียนมามาต่อเสริมต่อสารนิพนธ์นี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณครอบครัวของข้าพเจ้า ที่คอยสนับสนุนการเรียนของข้าพเจ้ามาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอขอบคุณทุกท่านที่อาจจะมิได้กล่าวถึง แต่มีส่วนร่วมในการให้ความรู้และความสำคัญต่อข้าพเจ้า ทั้งเพื่อน และบุคคลรอบข้าง ที่มีส่วนทำให้ข้าพเจ้าสามารถทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ออกมาสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณ

รวีวรรณ จงสืบโชค

ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่า  
อุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆของไทย

FACTORS AFFECTING THE DRAMATIC GROWTH OF THAI BL SERIES COMPARED WITH  
OTHER KINDS OF SERIES.

รวีวรรณ จงสีปโชค 6350386

กจ.ม.

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์: รองศาสตราจารย์วินัย วงศ์สุรวัดน์, Ph.D., ผู้ช่วยศาสตราจารย์  
บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, Ph.D., ชีรพงษ์ ปิณิจิเสศิกุล, Ph.D.

### บทคัดย่อ

สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆของไทย” โดยในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทย กับซีรีส์ทั่วไปของไทย (ชาย - หญิง) ทั้งทัศนคติ ความคิด และความรู้สึของผู้ชมที่มีต่อซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทย รวมไปถึงทัศนคติต่อความหลากหลายทางเพศและการยอมรับการสมรสเท่าเทียม เมื่อดูซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทยว่าเป็นอย่างไร

โดยการสัมภาษณ์จะเป็นการสัมภาษณ์ผ่านทางช่องทางออนไลน์สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นแฟนคลับชาวต่างประเทศ และการสัมภาษณ์แบบซึ่งหน้าผสมการสัมภาษณ์แบบออนไลน์สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นแฟนคลับชาวไทย ซึ่งแบ่งผู้ให้ข้อมูลเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแฟนคลับชาวต่างชาติ 15 ท่าน จากประเทศอเมริกาเหนือ 1 ท่าน, เยอรมัน 1 ท่าน, สวิตเซอร์แลนด์ 1 ท่าน, ฝรั่งเศส 1 ท่าน, ออสเตรเลีย 1 ท่าน, ออสเตรเลีย 1 ท่าน, จีน 2 ท่าน, ใต้หวัน 2 ท่าน, ญี่ปุ่น 2 ท่าน, พม่า 2 ท่าน, เวียดนาม 1 ท่าน และกลุ่มแฟนคลับชาวไทย 15 ท่าน รวมทั้งสิ้น 30 ท่าน โดยทุกท่านต้องเคยดูซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทยอย่างน้อย 1 เรื่อง ในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และสมัครใจในการเข้าร่วมการสัมภาษณ์ในครั้งนี้

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆของไทย ประกอบด้วยปัจจัยดังนี้ 1. เหตุผลที่คนไทยบางส่วนหันไปนิยมดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) มากกว่าซีรีส์ทั่วไปของไทย (ชาย - หญิง) คือบทละครในการดำเนินเรื่องของซีรีส์ 2. ความรู้สึกของแฟนคลับต่อคาราซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) คล้ายคลึงกับแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินและดาราดาราเกาหลี โดยสามารถแบ่งกลุ่มผู้แฟนคลับออกได้เป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแฟนมโน, กลุ่มชิปเปอร์ (Shipper) และกลุ่มมัมมี่ โดยหนึ่งคนอาจจะเป็นได้มากกว่า 1 กลุ่มก็เป็นได้ 3. การที่ใช้คาราซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) ไทย ไปเป็นพรีเซนเตอร์สินค้าจะช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์และผลิตภัณฑ์ของสินค้าได้เป็นอย่างดี 4. ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ที่ดีที่สุดคือช่องทาง Twitter 5. ทัศนคติของคนที่ชื่นชอบซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เชื่อว่ากฎหมายของไทยควรเปลี่ยนให้มีการรับรองการสมรสเท่าเทียม แต่อาจจะเป็นไปได้ยาก หากผู้ใหญ่ของบ้านเมืองเรายังเป็นคนเดิมๆ อาจจะต้องใช้เวลาในการเปลี่ยนแปลง แต่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต

คำสำคัญ : ซีรีส์วาย/ ชายรักชาย/ บทภาพยนตร์/ นักแสดงนำ/ บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์/ การ  
ประชาสัมพันธ์/ การบอกต่อในเครือข่ายสังคมออนไลน์/ ทัศนคติ

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ข
บทคัดย่อ	ค
สารบัญภาพ	ช
<b>บทที่ 1</b> <b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	6
1.3 คำถามการวิจัย	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 สมมติฐานของงานวิจัย	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
<b>บทที่ 2</b> <b>บททบทวนวรรณกรรม</b>	<b>10</b>
2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ	10
2.2 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ	13
2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	16
<b>บทที่ 3</b> <b>วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>18</b>
3.1 วิธีการศึกษา	18
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	18
3.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล	19
3.4 วิธีการเก็บข้อมูล	20
3.5 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล	21
<b>บทที่ 4</b> <b>ผลการวิจัย</b>	<b>22</b>
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ	22
4.2 การวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability)	22
4.3 การวัดความเที่ยงตรงแบบสัมภาษณ์ (Validity)	22

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.4 วิเคราะห์เนื้อหาและแก่นสาระ (Content and Theme Analysis)	22
อุปสรรค / ความท้าทาย ของการเก็บข้อมูล	35
เรื่องผิดพลาด	36
ความสำเร็จของการเก็บข้อมูล	37
<b>บทที่ 5</b> สรุปผลการวิจัย	<b>38</b>
5.1. สรุปแนวคิดหลักที่ได้จากการศึกษา	39
5.2 จุดอ่อนที่ทำให้การศึกษาในครั้งนี้ยังไม่สมบูรณ์	41
5.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้	42
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>44</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>49</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>52</b>



## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่		หน้า
2.2.5.1	แบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อการตอบสนองความพึงพอใจ	14
2.3	กรอบแนวคิดในการวิจัย	16
4.4.2	แบบจำลองการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคล และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อสื่อ โดย R.B. Rubin and McHugn, 1987	28





## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันความหลากหลายทางเพศของทั่วโลกมีกันมากขึ้น ผู้คนในหลายๆประเทศมีการเปิดรับเรื่องเพศสภาพที่หลากหลายกันได้อย่างกว้างขวางและมีการยอมรับที่มากขึ้น หลายคนเริ่มออกมาประกาศความเป็นเพศสภาพของตนเองที่เปลี่ยนไปจากเพศกำเนิด ไม่ได้ปิดบังตัวตนเหมือนดังสมัยอดีต ส่วนหนึ่งเพราะคนเริ่มมีความรู้และความเข้าใจในเรื่องเพศสภาพอันหลากหลายที่เปลี่ยนแปลงไปมากยิ่งขึ้น แต่ทั้งนี้ก็ยังมียังมีอีกเป็นจำนวนหนึ่งที่ไม่สามารถยอมรับกับเพศสภาพที่แตกต่างนอกเหนือจากเพศชาย และเพศหญิงได้ ยังมองว่ากลุ่มคนพวกนี้คือคนป่วย คนวิกลจริต พวกลักเพศ ต้องพาไปรักษา เป็นพวกตัวอย่างไม่ดี โดยที่คนกลุ่มนี้ไม่ได้มีความผิดแปลกไปจากคนอื่น ๆ แต่อย่างใด

ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ชาวต่างประเทศหลายคนคิดว่าเป็นประเทศที่ค่อนข้างเปิดกว้างเรื่องเพศสภาพ เพราะชื่อเสียงความสวยของสาวประเภทสองของไทยมักจะไต่ขึ้นจากชาวต่างชาติอยู่เสมอ อย่างที่เห็นเด่นชัด เช่น การที่มีบาร์เกย์อยู่และสาวประเภทสองในหลายๆจุดทั่วประเทศไทย ถึงขนาดบางท่านบอกว่า ถ้ามาเมืองไทยต้องมาชมคาบาเร่โชว์ ที่พัทยาให้ได้ (มติชนออนไลน์, 2564) มีการจัดการประกวด Miss Tiffany's Universe ซึ่งเป็นการประกวดสาวประเภทสองที่จังหวัดพัทลุง ที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก ในทุกๆปีจะมีชาวต่างชาติบินมายังประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมการประกวดและมาร่วมสนุกไปกับกิจกรรมดังกล่าว โดยมีการจัดประกวดครั้งแรกในปี 2541 และยังคงมีการจัดการประกวดสืบเนื่องตลอดมา และที่เป็นกระแสอย่างกว้างขวางในขณะนี้ คงหนีไม่พ้นเรื่องอุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) ที่โด่งดังไปทั้งในไทย และต่างประเทศ

แต่ในทางกลับกัน ถึงแม้กระแสเรื่องเพศทางเลือกจะเข้ามาบิบบบาทในสังคมไทยมากเพียงใด ประเทศไทยเองก็ยังคงเป็นประเทศที่มีการกีดกันกลุ่มที่มีเพศสภาพไม่ตรงกับเพศกำเนิด อาทิเช่น หากผู้ชายที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเพศไปจากเพศกำเนิด (ไทยรัฐออนไลน์, 2562) เมื่อไปเกณฑ์ทหารคนเหล่านี้ในอดีตจะถูกจัดเป็น บุคคลประเภทสี่ซึ่งหมายถึงบุคคลทุพพลภาพ โรครจิต หรือ วิกลจริต และใบรับรองการเกณฑ์ทหาร จะโดนจัดเป็นกลุ่ม “เป็น โรครจิตถาวร” ซึ่งการที่ได้ใบรับรองเกณฑ์ทหารแบบนี้ จะส่งผลต่อการทำงานและสถานะต่างๆของกลุ่มเพศทางเลือก ทำให้



บุคคลเหล่านี้รู้สึกไม่พึงพอใจ และรู้สึกเหมือน โดนเหยียดเพศสภาพจากคนรอบข้าง รู้สึกถูกกล่าวหาว่าเป็นคนวิกลจริตต่างๆที่ตนเองไม่ได้รู้สึกแตกต่างจากคนทั่วไป เพียงแต่มีรสนิยมทางเพศที่ไม่เหมือนกลุ่มชาย-หญิงทั่วไปเท่านั้น ปัจจุบันถึงแม้การรับรองสถานะจะเปลี่ยนไปเป็น “ภาวะเพศสภาพไม่ตรงกับเพศกำเนิด” แต่บุคคลที่เป็นกลุ่มเพศทางเลือกเมื่อไปเกณฑ์ทหาร คนเหล่านี้ก็ยังคงจะถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มทันที โดยแบ่งออกเป็น

### 1.1.1 กลุ่มที่ทำการแปลงเพศแล้ว และเห็นอย่างชัดเจน

คนกลุ่มนี้จะถูกจัดเป็น จำพวกที่สอง คือ บุคคลที่ไม่สมบูรณ์และมีลักษณะที่เห็นเด่นชัดว่าไม่สมบูรณ์ รวมไปถึงกลุ่มบุคคลที่เพศสภาพไม่ตรงกับเพศกำเนิด ซึ่งคนเหล่านี้ถูกจัดไปอยู่ร่วมกับกลุ่มคนพิการ ซึ่งทำให้คนเหล่านี้รู้สึกว่าตัวเองบกพร่อง พิการ ทั้งที่ตนไม่ได้พิการแต่อย่างใด

### 1.1.2 กลุ่มที่จิตใจเบี่ยงเบน แต่ไม่ได้แปลงเพศ

คนเหล่านี้จะจัดเป็นจำพวกที่สาม คือ คนที่ป่วยหรือร่างกายไม่สมบูรณ์ และหายไม่ทันภายใน 30 วัน ซึ่งทางคณะกรรมการ ตรวจสอบจะให้คนกลุ่มนี้กลับมาใหม่ในปีถัดไป โดยจะต้องไปรายงานตัวทั้งหมด 3 ครั้ง และยังคงต้องเป็นคนที่จัดอยู่กลุ่มที่ 3 ทั้ง 3 ครั้ง จึงจะได้รับเป็นบุคคล ยกเว้น จากสิ่งนี้ส่งผลให้เห็นว่า คนไทยยังมีคนอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่มีความเข้าใจถึงเรื่องเพศสภาพ และยังจัดคนเหล่านี้ให้เป็นคนพิการ ทั้งๆที่คนเหล่านี้ล้วนแต่เป็นคนที่มร่างกายที่สมบูรณ์ เพียงแต่มีสภาวะทางจิตใจ มีความชอบในเรื่องเพศที่ไม่เหมือนคนที่ชายรักหญิงเท่านั้น

นอกจากนี้กลุ่มคนที่เป็นเพศทางเลือก มักจะมีปัญหาในเรื่องการทำงาน เนื่องจากบางสถานที่ บางหน่วยงาน หรือบางบริษัทจะไม่ยอมรับคนที่มีลักษณะเพศสภาพไม่ตรงกำเนิดเข้าไปทำงาน อาทิเช่น เพื่อนร่วมงานท่านหนึ่งที่รู้จัก และมีเพศสภาพ ที่คนทั่วไปนิยมเรียกว่า “เกย์” คือ ลักษณะผู้ชายที่ชอบผู้ชายเดียวกัน แต่ยังคงแต่งชุดและมีลักษณะคล้ายผู้ชายทั่วไป เพียงแต่จะมีกริยาทำทางบางอย่างที่คล้ายผู้หญิง เมื่อท่านนี้ไปสมัครงานก็ยังคงแต่งกายแบบผู้ชาย แต่มีจริตบางอย่างที่ทุกคนคาดเดาได้ว่าอาจจะมีจิตใจที่ไม่ใช่ผู้ชายแท้ เมื่อไปสมัครงานที่บริษัทแห่งหนึ่ง คำถามที่ได้คือ คุณเป็นเกย์รึเปล่า ที่นี้ไม่ต้อนรับคนที่เบี่ยงเบนทางเพศ คนที่ทำงานที่นี้ได้ต้องเป็นชายแท้เท่านั้น โดยไม่ได้สนใจวุฒิการศึกษา หรือความรู้ความสามารถของท่านนี้แต่อย่างใด ทั้งที่ท่านนี้มีการศึกษาถึงระดับปริญญาโท ผ่านการทำงานบริษัทชั้นนำในหลายๆที่ของประเทศไทย แต่กลับไม่สามารถสมัครงานที่นี้ได้เพียงเพราะมีเพศสภาพที่ไม่ได้เป็นผู้ชายแท้

และอีกกรณีหนึ่งจากประสบการณ์ส่วนตัวที่เคยพบเจอคือ คุณครูท่านหนึ่งที่ฉันเคยรู้จัก เป็นบุคคลที่เก่ง และมีความสามารถ เพียงแต่ท่านนั้นทำงานอยู่ในโรงเรียนรัฐบาลแห่งหนึ่งของไทย และเป็นบุคคลที่มีลักษณะนิสัยค่อนข้างไปทางผู้หญิง แต่ร่างกายเป็นผู้ชาย และมีคนรักเป็นผู้ชาย หรือที่บางคนเรียกว่า “ตุ๊ด” โดยทุกวันที่ทำการสอนหนังสือ คุณครูท่านนี้แต่งกายตามเพศสภาพชายตามปกติ ไม่ได้แต่งกายแบบผู้หญิงแต่อย่างใด และถึงแม้ว่าครูนี้จะเก่งเพียงใด มีความสามารถเป็นที่ยอมรับได้แค่ไหน หรือสร้างชื่อเสียงและรางวัลให้ทางโรงเรียนมากมายแค่ไหน มีประสบการณ์การสอนหนังสือมานานแค่ไหนก็ตาม แต่เมื่อมีการประชุมเพื่อจะปรับระดับบุคลากรเพื่อเลื่อนตำแหน่งเพื่อหาผู้อำนวยการ โรงเรียน คุณครูท่านนี้ตรงตามคุณสมบัติหลายๆข้อที่เหมาะสมกับตำแหน่งผู้อำนวยการของโรงเรียน แต่กลับถูกเพื่อนร่วมงานหลายท่านลงมติว่าไม่เหมาะสม เพียงเพราะว่าครูท่านนั้นมีลักษณะไม่ใช่ผู้ชายแท้ ทำให้ครูท่านอื่นที่รู้สึกรู้สึกว่าหากครูท่านนี้ขึ้นมาเป็นผู้อำนวยการ จะดูไม่เหมาะสม หรือดูไม่น่าเชื่อถือต่อบุคคลภายนอก และเป็นตัวอย่างที่ไม่ดีแก่เด็กนักเรียนในโรงเรียน ครูท่านนี้จึงดำรงตำแหน่งสูงสุดได้เพียงผู้ช่วยผู้อำนวยการ โรงเรียน ไม่สามารถขยับไปเป็นผู้อำนวยการโรงเรียนได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าเสียดายที่หากโรงเรียนได้บุคคลที่มีคุณภาพเข้ามาช่วยพัฒนาโรงเรียนอาจจะสามารถพัฒนาไปในทิศทางที่ดีด้วยศักยภาพและประสบการณ์ของคุณครูท่านนี้ก็เป็นได้

และอีกตัวอย่างหนึ่งที่ยังคงเป็นประเด็นทางสังคมคงไม่พ้นเรื่อง การสมรสเท่าเทียม ถึงแม้ว่าในช่วง 4-5 ที่ผ่านมา ประเทศไทยผลิตอุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ขึ้นมาเพิ่มขึ้นอย่างมากมาย ซึ่งถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่โด่งดังและทำรายได้อันดับต้นๆให้กับประเทศไทย (Sanook, 2564) จนหลายๆบริษัทหนังยักษ์ใหญ่ของเมืองไทยเช่น GMM, (พัฒนา คำชาย, 2563) นาวดาวบางบอก เป็นต้น หันมาผลิตภาพยนตร์ซีรีส์วายกันมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดจน หรือหนังทั่วไปก็เริ่มมีคู่ชาย – ชายในเรื่องเพื่อให้เห็นได้จึ้งกันได้ (การจึ้งคือการที่ผู้ชมจับคู่ให้ดาราสองท่านที่เป็นเพศเดียวกัน หรือต่างเพศมาคู่กัน เช่นพระรองกับพระเอกคู่กัน เป็นต้น) แต่ในชีวิตความเป็นจริงการที่คนที่มีเพศสภาพเดียวกัน รักกัน คบกัน แต่งงานกัน กลับไม่ได้รับการยอมรับทางกฎหมายของไทยดังเช่น

(ทนายแมน, 2563) มาตรา 1448 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ กล่าวว่า การสมรสจะทำได้ต่อเมื่อชายและหญิงมีอายุสิบเจ็ดปีบริบูรณ์แล้ว แต่ในกรณีที่มีเหตุอันสมควร ศาลอาจอนุญาตให้ทำการสมรสก่อนนั้นได้ แต่ทั้งนี้กฎหมายของประเทศไทยก็ยังคงไม่ยินยอมให้คนที่เพศเดียวกันสามารถทำการจดทะเบียนสมรสด้วยกันได้ ทำให้คนที่มิรสนิยมในการรักเพศเดียวกันยังคงออกมาพยายามเรียกร้องสิทธิทางกฎหมาย เพื่อให้กฎหมายไทยรองรับการสมรสของเพศเดียวกันได้

(วิศรุต, 2563) จนกระทั่งปี 2556 ในสมัยที่คุณยิ่งลักษณ์ ชินวัตร เป็นรัฐบาล ประเทศไทยได้เริ่มมี ร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิต และมีการปรับแก้มาตลอด จนกระทั่งปี 2563 พ.ร.บ.คู่ชีวิต ได้รับสิทธิในระดับที่ใกล้เคียงมากกับ พ.ร.บ.คู่สมรส แต่พ.ร.บ.คู่ชีวิต ก็ยังไม่ได้รับสิทธิทุกอย่างที่คนทั่วไปที่มีเพศสภาพเป็นชายและหญิงสมรสกันอย่างที่ควรจะเป็น พ.ร.บ.คู่ชีวิตในปัจจุบันยังคงไม่เท่าเทียมในหลายเรื่องเช่น สิทธิในการอุ้มบุญ, การเซ็นอนุญาตรักษาพยาบาลอีกฝ่าย, สิทธิการรับสวัสดิการ ถ้าอีกฝ่ายเป็นข้าราชการ, สิทธิการขอสัญชาติไทยให้กับคู่ชีวิต เป็นต้น (ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล, 2565) ถึงแม้ว่าในวันที่ 15 มิถุนายน 2565 ที่ประชุมสภาผู้แทนราษฎร จะมีมติรับร่าง พ.ร.บ. ทั้ง 4 ร่าง กฎหมายอันประกอบด้วย

1. ร่างพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) แก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่...) พ.ศ.... หรือ ร่างพ.ร.บ.สมรสเท่าเทียม โดยที่ประชุมมีมติเห็นด้วย 210 ไม่เห็นด้วย 180 งดออกเสียง 12 ไม่ลงมติ 14

2. ร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิต พ.ศ... โดยที่ประชุมมีมติเห็นด้วย 229 ไม่เห็นด้วยเห็นด้วย 166 งดออกเสียง 6 ไม่ลงคะแนนเสียง 2

3. ร่าง พ.ร.บ. แก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ (ฉบับที่...) พ.ศ.... โดยที่ประชุมเห็นด้วย 230 ไม่เห็นด้วย 169 งดออกเสียง 7 ไม่ลงคะแนน 1

4. ร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิต พ.ศ... โดยที่ประชุมมีมติเห็นด้วย 251 ไม่เห็นด้วย 124 งดออกเสียง 30 ไม่ลงคะแนน 2

แต่นี่ก็ยังคงเป็นเพียงก้าวแรกเล็กๆ ที่ดูเหมือนจะเป็นทิศทางที่ดีในการเปลี่ยนแปลงกฎหมายของประเทศไทย ทั้งนี้ก็ยังคงต้องรอกฎหมายผ่านวาระที่สอง - วาระที่สาม และประกาศออกมาอย่างเป็นทางการอีกครั้ง จึงจะนับได้ว่าประเทศไทยมีกฎหมายที่รองรับการสมรสระหว่างเพศเดียวกัน

จากทั้งหมดข้างต้น จึงทำให้ต้องกลับมาคิดทบทวนอีกครั้งว่าอะไรที่ทำให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตและโด่งดังมากกว่าซีรีส์แนวอื่นๆของไทย ทั้งที่สังคมของคนไทยเอง หลายคนก็ยังไม่ได้ยอมรับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ไม่ยอมรับให้ร่วมงานกัน ไม่ยอมรับสถานะการสมรสตามกฎหมาย กลุ่มคนที่มีรสนิยมชอบเพศเดียวกัน ก็ยังคงโดนดูถูก และโดนเหยียดในหลายๆครั้งจากคนไทยด้วยกันเองในประเทศไทยเอง แต่อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) กลับเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ

โดยในทุกๆปีจะมีหนังเรื่องใหม่ๆที่เป็นหนังวาย (ชายรักชาย) มากขึ้นเรื่อยๆ ซีรีส์และอุตสาหกรรมหนังต่างๆเริ่มให้บทบาทกับความรักของชายรักชายมากยิ่งขึ้น หนังทั่วไป(ชายรักหญิง) หลายๆเรื่องเริ่มมีบทของชายรักชายแทรกไปในหนัง หรือให้มีฉากระหว่างผู้ชายสองคนใน

เรื่องที่ทำให้ผู้ชมสามารถนำไปจิ้นระหว่างผู้ชายสองคนนี้ในเรื่องได้ รวมไปถึงการผลิตหนังที่เน้นเด่นเรื่องชายรักชายไปเลยอย่างเช่น ซีรีส์วาย รวมไปถึงการที่มีดาราน้ำใหม่หลายท่านที่แจ้งเกิดมาจากนักชายรักชาย ก่อนที่จะไปเล่นหนังชายหญิงตามปกติ และซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ยังคงเป็นซีรีส์ที่สร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมหนังไทยได้เป็นอันดับต้นๆของประเทศอย่างต่อเนื่อง

(Admink, 2563) รวมถึงการสร้างรายได้ให้กับแบรนด์ที่นำนักแสดงที่เล่นซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) ไปเป็นพรีเซนเตอร์ได้อย่างมาก อาทิเช่น การที่ Line TV ได้จัดทำแคมเปญ “อินกับวิน ฟินกับไบรท์” ทางช่องทาง LINE TV เพื่อตอบรับกระแสซีรีส์ “เพราะเรากูกัน 2gether The Series” ที่นำแสดงโดย “ไบรท์ – วิน” เพียงเริ่มต้นกิจกรรมด้วยการไลฟ์ผ่าน LINE TV ในวันที่ 12 พ.ค. 2563 ก็ส่งผลให้ Line TV ครองสถิติสูงสุดของแพลตฟอร์มแบบถล่มทลายในขณะนั้น ซึ่งการรับชมไลฟ์เติบโตสูงถึง 680% มี Engagement เพิ่มขึ้น 1,400% ทำให้เกิดการทุบทุกสถิติการไลฟ์บนแพลตฟอร์ม รวมไปถึง LINE OpenChat ของกลุ่มแฟนคลับก็เพิ่มขึ้นกว่า 300% และยังส่งผลให้ LINE STICKERS และ LINE Melody ขึ้นอันดับ ที่อปชาร์ท ภายใน 24 ชั่วโมง

(ไทยโพสต์, 2564) โดยในปี 2564 กระทรวงพาณิชย์จัดโครงการส่งเสริมผู้ผลิตคอนเทนต์ซีรีส์วาย (ซีรีส์ละครเกี่ยวกับความรักวัยรุ่นเพศเดียวกัน) ในวันที่ 29 – 30 มิ.ย. 2564 โดยมีผู้ประกอบการคอนเทนต์วายของไทยเข้าร่วมจำนวน 10 ราย ส่งผลให้เกิดการนัดหมายเจรจาธุรกิจรวมกว่า 158 นัดหมาย ทำให้เกิดการทำได้ทะลุเป้ากว่า 360 ล้านบาท โดยทั้งนี้ในช่วง 2562 - 2563 ผลงานของผู้ประกอบการไทย ยังคงได้รับความสนใจอย่างมากจากตลาดต่างประเทศ อาทิ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และลาตินอเมริกา ซึ่งมีมูลค่าตลาดรวมกว่า 1 พันล้านบาท ทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการผลิตคอนเทนต์ซีรีส์วายระดับโลกและเป็นอันดับหนึ่งในเอเชีย โดยในปี 2563 มีผู้ชมเพิ่มขึ้นกว่า 328% ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ

ดังนั้นจึงเป็นที่น่าแปลกใจอย่างยิ่งว่าทำไมหลายๆประเทศยอดการรับชมและชื่นชอบซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) กลับเติบโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แต่รัฐบาลหลายๆประเทศ รวมถึงรัฐบาลของไทยกลับไม่ได้มองเห็นถึงความสำคัญของคนในประเทศ เพราะนอกจากประเทศไทยแล้ว ยังมีอีกหลายประเทศที่รัฐบาลไม่ได้ยอมรับและสามารถฉายภาพยนตร์ได้อย่างเปิดเผย เช่น (ผู้จัดการออนไลน์, 2564) ปี 2564 หน่วยงานด้านการดูแล และควบคุมสื่อของจีนแผ่นดินใหญ่ ของประเทศจีน มีการจัดระเบียบสื่อ และเนื้อหาต่างๆในสื่อ โดยมีการแบนผู้ชายที่มีลักษณะหวาน หรือผู้ชายที่มีลักษณะคล้ายจะไม่ใช่ผู้ชายแท้ แต่ประเทศจีนกลับยังมีประชากรอีกจำนวนหนึ่งที่เสพสื่อและแอบสนับสนุนภาพยนตร์และนักแสดงเหล่านี้อย่างลับๆ (หรือที่บางคนเรียกว่าแบบดูผ่านช่องทางใต้ดิน คือช่องทางที่ไม่ได้เปิดเผยต่อคนหมู่มาก) จนเป็นที่รู้จักในประเทศไทยและต่างประเทศกันในนาม “แม่จิ้น” เป็นต้น



## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆของไทย มีจุดประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1.2.1 เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับชมซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย)

1.2.2 เพื่อให้ทราบถึงทัศนคติต่อความหลากหลายทางเพศและการยอมรับการสมรสเท่าเทียม เมื่อดูซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย)

## 1.3 คำถามการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆของไทย มีคำถามที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยดังนี้

1.3.1 ปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการรับชมซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย)

1.3.2 ทัศนคติต่อความหลากหลายทางเพศและการยอมรับการสมรสเท่าเทียม เมื่อดูซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) เป็นอย่างไร

## 1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆของไทย ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยไว้ดังนี้

1.4.1 ขอบเขตด้านระยะเวลา: เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเดือนพฤษภาคม 2565 – เดือนมิถุนาคม 2565 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

1.4.2 ขอบเขตด้านเครื่องมือ: เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี จำนวน 30 ท่าน

1.4.3 ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง: กลุ่มผู้ดูซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) ในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ที่เป็นกลุ่มแฟนคลับชาวไทย 15 ท่าน และกลุ่มแฟนคลับชาวต่างชาติ 15 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วย แฟนคลับจากประเทศต่างๆดังนี้ อเมริกาเหนือ 1 ท่าน, เยอรมัน 1 ท่าน, สวิสเซอร์แลนด์ 1

ท่าน, ฝรั่งเศส 1 ท่าน, ออสเตรีย 1 ท่าน, ออสเตรเลีย 1 ท่าน, จีน 2 ท่าน, ใต้หวัน 2 ท่าน, ญี่ปุ่น 2 ท่าน  
พม่า 2 ท่าน, เวียดนาม 1 ท่าน

## 1.5 สมมติฐานของงานวิจัย

- 1.5.1 ปัจจัยด้านบทภาพยนตร์มีผลต่อการตัดสินใจรับชมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย)
- 1.5.2 ความรู้สึกของแฟนคลับต่อซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) มีความคล้ายกับกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินและดาราเกาหลี
- 1.5.3 การที่ใช้ดาราซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ไปเป็นพรีเซนเตอร์สินค้า จะช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์และผลักดันยอดขายของสินค้า
- 1.5.4 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) คือ Twitter
- 1.5.5ทัศนคติของคนที่ชื่นชอบซีรีส์วาย (ชายรักชาย) เชื่อว่ากฎหมายของไทยควรเปลี่ยนให้มีการรับรองการสมรสเท่าเทียม

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆของไทย ผู้วิจัยได้ให้คำศัพท์เฉพาะที่ใช้เฉพาะการวิจัยครั้งนี้ไว้ดังนี้

1.6.1 ซีรีส์วาย (ชายรักชาย) คือ ภาพยนตร์ที่มีความยาวประมาณ 8 – 12 ตอนต่อซีรีส์ 1 เรื่อง โดยแต่ละตอนจะมีความยาว 45 – 55 นาทีโดยประมาณ ซึ่งซีรีส์วายมีต้นกำเนิดมาจากนิยายวายของญี่ปุ่นและพัฒนามาเป็นซีรีส์ โดยซีรีส์วายที่โด่งดังในไทยจะเป็นเรื่องราวความรักของชายรักชายเป็นหลัก มีเนื้อเรื่องที่ชวนให้ติดตามเหมือนกับซีรีส์โดยทั่วไป ซึ่งมีทั้งเน้นความโรแมนติก และแนวอื่นๆ เพียงแต่ตัวหลักของเรื่องจะเน้นเป็น ชาย - ชาย แทนการใช้ชาย - หญิงอย่างซีรีส์ทั่วไปเท่านั้น

1.6.2 ชายรักชาย คือ (ไชยศิริ บุญยกุลศรีรุ่ง, 2553) ชายรักชาย (Homosexual Man) คือผู้ชายที่มีความรู้สึกทางเพศ และมีประสงค์ที่ต้องการมีความสัมพันธ์ทางเพศกับบุคคลที่เป็นเพศชายด้วยกัน แต่ไม่ได้หมายถึงการปฏิบัติภารกิจเสมอไป แต่อาจจะเป็นความพอใจที่ได้แค่นั่งใกล้ พุดคุยหรือสัมผัสกับคนที่ตัวเองรักเท่านั้น รวมถึงการที่แสดงออกทางรสนิยมทางเพศ ความปรารถนา ความพึงพอใจในเรื่องเพศ เป้าหมายในความสนใจทางเพศ การสร้างจินตนาการเกี่ยวกับเรื่องเพศ

การแต่งกาย และการแสดงท่าทีเกี่ยวกับเรื่องเพศ โดยกลุ่มชายรักชายร่วมเพศสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

#### 1.6.2.1 ด้านร่างกาย (Physical) แบ่งออกเป็น

1.6.2.1.1 กระทบ (Hermaphrodite) คือ ในทางการแพทย์ หมายถึง ผู้ที่มีอวัยวะเพศกำกวม คือมีทั้ง 2 เพศอยู่ในตัวคนเดียว ไม่สามารถวินิจฉัยได้อย่างแน่ชัดว่าเป็นเพศชาย หรือ เพศหญิง

1.6.2.2 ด้านจิตใจ (Psychological) คือ การแบ่งจากความรู้สึกพึงพอใจในเพศของตนและการแสดงออกโดยแบ่งออกเป็น

1.6.2.2.1 เกย์ (Gay) คือ ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกัน และยังคงแต่งตัวเป็นผู้ชาย

1.6.2.2.2 ลักเพศ (Transvestitism) คือ ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศลักษณะชอบเพศชายด้วยกัน และพฤติกรรมชอบแต่งตัวเลียนแบบเพศหญิง

1.6.2.2.3 แปลงเพศ (Transsexualism หรือ Transgender) คือ ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกัน มีความต้องการเป็นเพศหญิง และได้ทำการแปลงเพศเป็นเพศหญิงแล้ว หรือที่บางท่านเรียกว่า “สาวสอง หรือสาวประเภทสอง”

ดังนั้นสรุปได้ว่า ชายรักชาย คือการที่ผู้ชายมีความรู้สึกรักใคร่เชิงชู้สาวต่อผู้ชายด้วยกัน ซึ่งอาจจะไม่ได้มีความต้องการในด้านกามกิจเท่านั้น บางคนอาจจะเพียงต้องการนั่งคุย หรือสัมผัสกัน โดยชายรักชาย โดยสามารถจำแนกแบ่งกลุ่มชายรักชายออกมาได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. การแยกจากด้านร่างกาย และ 2. การแยกจากด้านจิตใจ

1.6.3 บทภาพยนตร์ คือ เนื้อเรื่องของภาพยนตร์ที่ใช้ในการดำเนินลำดับหรือเหตุการณ์ของภาพยนตร์ โดยประกอบไปด้วย ตัวละคร สถานที่ เหตุการณ์ต่างๆ เพื่อให้เกิดเรื่องราว

1.6.4 นักแสดงนำ คือ นักแสดงที่เป็นตัวหลักในการดำเนินเรื่องของบทภาพยนตร์ ซึ่งอาจจะประกอบด้วย พระเอก คือ ผู้ชายที่มีลักษณะเป็นตัวเอกของเรื่อง, นายเอก คือ ตัวละครผู้ชายที่สร้างขึ้นมากเพื่อคู่กับพระเอกแทนนางเอก โดยตัวละครในเรื่องอาจจะมีลักษณะเหมือนผู้ชายทั่วไป หรือผู้ชายที่มีท่าทางเป็นค่อนไปทางคล้ายผู้หญิงก็ได้

1.6.5 บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ คือ บริษัทที่ทำธุรกิจในการผลิตภาพยนตร์ หรือบริษัทที่ผลิตและจัดจำหน่ายภาพยนตร์

1.6.6 การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารที่เกิดจากฝ่ายสร้างภาพยนตร์ชี้รัศไปสู่อุณหภูมิผู้นิยมภาพยนตร์ชี้รัศ เพื่อแจ้งข่าวสาร และความเคลื่อนไหวที่จะเกิดขึ้นเกี่ยวกับภาพยนตร์และนักแสดง



**1.6.7 การบอกต่อในเครือข่ายสังคมออนไลน์** คือ การบอกเล่าเรื่องราว การบอกต่อสื่อสารเกี่ยวกับความคิดเห็นของตนเอง ต่อผู้อื่นผ่านทางช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, Twitter, Instagram, Facebook, Weibo เป็นต้น

**1.6.8 ทศนคติ** คือ ความคิดเห็นหรือความรู้สึกส่วนบุคคลที่มีต่อสิ่งของใดสิ่งของหนึ่ง หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆของไทย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยดังนี้

1.7.1 ช่วยให้ทราบถึงปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อการรับชมซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) เพื่อใช้ในการประกอบเป็นแนวทางในการผลิตภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆให้เติบโตเช่นเดียวกัน

1.7.2 ช่วยให้ทราบถึงทัศนคติต่อความหลากหลายทางเพศและการยอมรับการสมรสเท่าเทียม เมื่อดูซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) เป็นอย่างไร เพื่อใช้เป็นส่วนหนึ่งในการเป็นแรงผลักดันให้ผู้ชมใส่ใจและสนใจเรื่องการยอมรับของสังคมและกฎหมายเรื่องการการสมรสเท่าเทียม

## บทที่ 2

### บทบทวนวรรณกรรม

บทนี้เป็นการทบทวนแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่เกี่ยวกับปัจจัยอะไรบางอย่างที่ทำให้อุตสาหกรรมซีรีสี่หน้าของ ไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีสี่แนวอื่นๆของไทย โดยผู้วิจัยจะทำการศึกษถึง ปัจจัยอะไรบางอย่างที่ทำให้ ซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ไทยถึงมีกระแสโด่งดังและเติบโตอย่างรวดเร็วทั้งในประเทศและต่างประเทศ และอุตสาหกรรมหนังไทยควรทำอย่างไรให้หนังแนวอื่นๆเติบโตได้แบบซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทย ตามหัวข้อดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
- 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ

2.1.1 (ชนัท สุวัฒนาวิทย์, 2556). อ้างถึง Salminen และคณะ (2000, p. 103) กล่าวว่า **ทัศนคติ** คือส่วนที่ยึดแน่นกับบุคลิกภาพของบุคคล โดยแต่ละบุคคลจะมีทัศนคติที่เป็นโครงสร้างอยู่ แล้วอันประกอบด้วย ทางด้านความรู้สึก ความเชื่อ อันใดอันหนึ่ง โดยองค์ประกอบนี้จะมี ความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งหากองค์ประกอบใดประกอบหนึ่งมีการเปลี่ยนแปลง ก็จะส่งผลให้อีกองค์ประกอบหนึ่งเปลี่ยนแปลงเช่นกัน โดยทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบดังนี้

2.1.1.1 ความรู้สึก (Affective) คือ องค์ประกอบด้านอารมณ์หรือ ความรู้สึกของทัศนคติ โดยการได้รับถ่ายทอดการเรียนรู้มาจากบุคคลอื่น เช่น พ่อแม่ ครู หรือกลุ่มเพื่อน

2.1.1.2 ความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive) คือ องค์ประกอบความรู้ความ เข้าใจด้านทัศนคติประกอบด้วย การรับรู้ของแต่ละบุคคล ความคิดเห็น และความเชื่อของแต่ละ บุคคล โดยจะเน้นไปที่กระบวนการความคิด การใช้เหตุผล และตรรกะเข้ามาเป็นส่วนสำคัญของ ความรู้ ความเข้าใจ ซึ่งความเชื่อในการประเมินผล จะเกิดจากการที่ตัวเองเป็นผู้ประเมิน โดยจะ แสดงออกมาในรูปแบบของความชอบหรือไม่ชอบต่อสิ่งของหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง

2.1.1.3 พฤติกรรม (Behavioral) คือ องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ ของทัศนคติ คือ ความโน้มแน้วหรือความตั้งใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ที่แสดงพฤติกรรม การกระทำบางสิ่งบางอย่างต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เช่น เป็นมิตร เป็นศัตรู ก้าวร้าว เป็นต้น โดยความตั้งใจนี้สามารถประเมินได้จากการพิจารณาองค์ประกอบ ทางด้านพฤติกรรมของทัศนคติ

## 2.1.2 (Schermerhorn, 2000). ทัศนคติ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่

2.1.2.1 องค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognitive Component) คือ ทัศนคติที่สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ ความคิดเห็น ความรู้ของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งจะแสดงให้เห็นถึง ความคิดของบุคคลเหล่านั้นที่มีต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่งหรือสิ่งของใดสิ่งของหนึ่ง

2.1.2.2 องค์ประกอบด้านอารมณ์ความรู้สึก (Affective Component) คือ ความรู้สึกเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบส่วนบุคคล ซึ่งส่งผลมาจากสิ่งเร้าหรือสิ่งที่เกิดก่อน ทำให้ บุคคลที่ได้รับสิ่งเร้า นั้น เกิดความคิด ความรู้สึก และส่งผลออกมาเป็นทัศนคติ

2.1.2.3 องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Behavioral Component) คือ พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความตั้งใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีรากฐานมาจากความรู้สึกเฉพาะเจาะจง ของบุคคลหรือทัศนคติของบุคคล

## 2.1.3 (ดารณี พานทอง, 2542) การแสดงออกของทัศนคติแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

2.1.3.1 ทัศนคติในทางบวก (Positive Attitude) คือ ความรู้สึกของบุคคล ใดบุคคลหนึ่งที่มีความรู้สึกต่อสิ่งแวดล้อมในทางที่ดีหรือยอมรับความพึงพอใจ

2.1.3.2 ทัศนคติในทางลบ (Negative Attitude) คือ การแสดงออก หรือ ความรู้สึกที่ไม่พอใจ หรือเป็นไปในทางไม่ดี ไม่ยอมรับ ไม่เห็นด้วย ต่อสิ่งแวดล้อม บุคคลใดบุคคล หนึ่ง หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2.1.3.3 การไม่แสดงออกทางทัศนคติหรือมีทัศนคติเฉย ๆ (Negative Attitude) คือ มีทัศนคติที่แสดงออกอย่างเป็นกลาง เนื่องจากอาจจะไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ สิ่งของเหล่านั้น หรือบุคคลเหล่านั้น เป็นต้น

**2.1.4 (อัญชญา สายสนั่น ณ อยุรยา, 2558). อ้างถึง Kendler (1963, p. 572) กล่าวว่า**  
**ทัศนคติ** คือ พฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่แสดงถึงสภาวะความพร้อมในทางสนับสนุน หรือต่อต้าน  
 บุคคล สถาบัน สถานการณ์ หรือ แนวความคิด

### **2.1.5 (Allport, 1975). ทัศนคติ อาจเกิดขึ้นจากสิ่งดังต่อไปนี้**

2.1.5.1 เกิดจากการเรียนรู้ โดยเด็กจะได้รับการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม  
 และประเพณีทั้งทางตรงและทางอ้อมจากพ่อ - แม่

2.1.5.2 เกิดจากความสามารถในการแยกแยะความแตกต่าง ทั้งในสิ่งที่ดี  
 และสิ่งที่ไม่ดี

2.1.5.3 เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคล

2.1.5.4 เกิดจากการเลียนแบบ หรือรับทัศนคติของคนรอบข้างมาเป็นของ  
 ตัวเอง

ดังนั้นจึงสรุปแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติได้ว่า แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ คือ  
 แนวคิดอันมาจากความนึกคิดของแต่ละบุคคล ซึ่งผ่านการคิดวิเคราะห์อย่างละเอียดจากบุคคลนั้น  
 แล้ว โดยผ่านความรู้ ความรู้สึก ความเข้าใจ และประสบการณ์ของแต่ละบุคคล รวมไปถึงพฤติกรรม  
 ของแต่ละบุคคลอีกด้วย โดยทัศนคติส่วนใหญ่เกิดจากการเรียนรู้ต่อสิ่งที่ผ่านมาของแต่ละบุคคล  
 ความสามารถในการแยกแยะความแตกต่างของแต่ละบุคคล ประสบการณ์ของแต่ละบุคคล ซึ่งจะ  
 ส่งผลให้แต่ละบุคคลมีมุมมองต่อการคิดวิเคราะห์ และมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆที่แตกต่างกันออกไป ใน  
 สิ่งเดียวกัน เมื่อผ่านการมองการพิจารณาจากคนที่ต่างกัน บางคนอาจจะมองด้วยทัศนคติส่วนตัวแล้ว  
 มองว่าเป็นแง่บวก แต่ในขณะที่เดียวกันเมื่อเจอเหตุการณ์หรือสิ่งเดียวกัน อีกคนอาจจะมองสิ่งนั้นเป็น  
 แง่ลบก็ได้ เนื่องจากพื้นฐานการเติบโต ประสบการณ์ชีวิตต่างๆที่ผ่านมาที่แตกต่างกัน ส่งผล  
 อย่างยิ่งให้ทัศนคติของแต่ละคนแตกต่างกันออกไปตามสิ่งที่เคยได้เรียนรู้ หรือเคยพบเจอ

ถึงแม้ว่าสังคมของไทยในปัจจุบันจะเปิดกว้างมากขึ้นกว่าแต่อดีต มีการยอมรับเพศ  
 ทางเลือก LGBTQ+ เพิ่มขึ้นอย่างมากทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ส่งผลให้มีคนจำนวนหนึ่ง  
 ยอมรับได้กับภาพยนตร์แนวซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ไทย แต่ทั้งนี้ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกคน  
 จะสามารถเข้าใจและรับได้กับเพศทางเลือก บางคนอาจจะรับได้กับสิ่งที่เปลี่ยนแปลงนี้ แต่อีกหลาย  
 คนก็ยังคงที่ยังรับไม่ได้กับเพศทางเลือกที่เกิดขึ้น รวมไปถึงความรักของบุคคลที่เป็นความรักระหว่าง  
 เพศเดียวกัน

ซึ่งทัศนคติเรื่องที่ว่าชายต้องคู่กับหญิงเท่านั้น ก็ยังคงเป็นทัศนคติที่ฝังลึกในคนไทยบาง  
 กลุ่มอย่างช้านาน แต่ทั้งนี้ก็ยังมียุครุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่อีกจำนวนไม่น้อยที่มองทัศนคติเรื่องราว

ของเพศแตกต่างกันไปจากเดิม โดยมองว่าปัจจุบันนี้เพศชายไม่จำเป็นต้องคู่กับเพศหญิงเท่านั้น แต่เพศชายก็สามารถคู่กับเพศชายได้ เพราะการที่สองคนคบหากันเกิดมาจากความรักและความรู้สึกของคนสองคน และการยอมรับและการมองโลกที่เปลี่ยนไปทำให้คนรุ่นใหม่จำนวนไม่น้อยมองว่าไม่ใช่เรื่องผิดหรือแปลกอะไร

ส่วนหนึ่งของการยอมรับในเรื่องต่างๆมักจะมาจากทัศนคติส่วนตัวของแต่ละบุคคลทั้งสิ้น อันได้แก่ ทัศนคติที่ได้รับการปลูกฝังมาแต่อดีต การเลี้ยงดูของครอบครัว ทัศนคติจากการศึกษา ทัศนคติจากการเรียนรู้ ทัศนคติจากวัฒนธรรมแต่ละท้องถิ่นที่แตกต่างกันออกไป ทัศนคติจากครอบครัว ในขณะที่ทุกวันนี้บุคคลบางกลุ่มเริ่มเปิดใจยอมรับกับเพศทางเลือกที่แตกต่างกันออกไป แต่ก็ยังคงมีคนอีกจำนวนไม่น้อยที่มีทัศนคติต่อแนวชีวิตรักชายของไทย (ชายรักชาย) ในเชิงลบอยู่

กลุ่มคนที่ชื่นชอบภาพยนตร์แนวชีวิตรักชาย (ชายรักชาย) ไทย จึงอาจจะเป็นกลุ่มคนที่มีทัศนคติเชิงบวกเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย เป็นกลุ่มคนมีความรู้เข้าใจถึงความเข้าใจถึงเพศสภาพที่เปลี่ยนไปในยุคปัจจุบันมากกว่าคนบางกลุ่ม โดยกลุ่มผู้ชมอาจจะเป็นกลุ่มที่รู้สึกประทับใจ หรืออาจจะเป็นกลุ่มคนที่ไม่รู้สึกยินดีหรือยินดีร้ายอะไรกับการที่จะเห็นความรักแบบชายรักชาย หรือเห็นผู้ชายคบกันในสถานะคนรัก โดยคนกลุ่มนี้มักจะมองว่าผู้ชายจะมีความรักแบบชายรักชาย หรือชายรักหญิง หรืออื่นๆสามารถทำได้เพราะเป็นสิทธิส่วนบุคคลขอแต่ละคน บุคคลเหล่านี้มักไม่ได้ยึดติดกับความรักว่าต้องเป็นเพศอะไร เพียงแต่มองว่าความรักคือสิ่งสวยงามที่สามารถมีได้กับทุกเพศ จึงไม่ได้รู้สึกถึงความแตกต่างระหว่าง ชาย – หญิง และไม่ได้มีทัศนคติในแง่ลบแต่อย่างใด

ผลจากทัศนคติที่มีการยอมรับการรักแบบชายรักชายมากขึ้นนั้น ส่งผลให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์แนวชีวิตรักชาย (ชายรักชาย) ไทยเติบโตได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากคาดว่ากลุ่มที่มีทัศนคติเชิงบวกมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งกลุ่มฐานแฟนคลับภาพยนตร์แนวชีวิตรักชาย (ชายรักชาย) ไทยมีการขยายฐานแฟนคลับให้โตมากขึ้นตามการยอมรับเรื่องเพศสภาพที่ค่อยๆเปลี่ยนไปในปัจจุบัน

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

2.2.1 (ณพิวิทย์ วัชรปัญญาพันธ์, 2560). อ้างถึง Kotler and Armstrong (2002) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจนั้น เกิดจากพฤติกรรมของแต่ละบุคคล โดยจะต้องมีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เข้ามามีส่วนช่วยในการกระตุ้นที่มากพอที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง โดยความต้องการของแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันออกไปตามความต้องการทางชีววิทยา (Biological) คือ สภาวะที่ดึงเครียดของแต่ละบุคคล และ ความ



ต้องการทางจิตวิทยา (psychological) คือ คือความต้องการที่เกิดจากการต้องการความยอมรับ การยกย่อง หรือการต้องการเป็นเจ้าของในทรัพย์สินใดทรัพย์สินหนึ่ง โดยความต้องการส่วนใหญ่อาจจะยังไม่เพียงพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลานั้น แต่ความต้องการจะกลายเป็นสิ่งจูงใจเมื่อมีสิ่งมากระตุ้นอย่างเพียงพอ

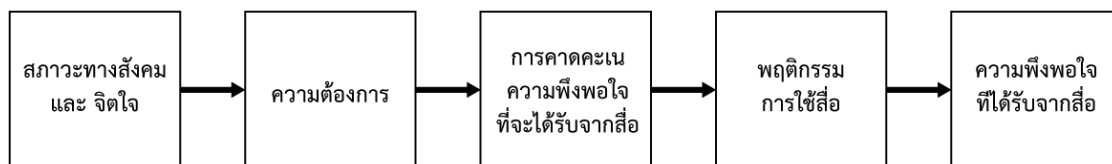
2.2.2 (พัฒนาพงษ์ สังคพัฒน์, 2553). อ้างถึง พลุ ชัยเวฬุ (2451) กล่าวว่า พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเกิดจากความความต้องการ (Need) ที่แตกต่างกันออกไปของแต่ละบุคคล ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชน จึงอยู่ภายใต้กรอบทฤษฎีที่เรียกว่า ทฤษฎีเชิงหน้าที่ (Functional Perspective) โดยเป็นการวิเคราะห์หน้าที่ของสื่อมวลชน โดยอยู่ภายใต้ความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมของมนุษย์จะเชื่อมโยงและสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ ทั้งแบบโซ่ และแบบวงจร

2.2.3 (ยี่ตัน เว่ย, 2563). อ้างถึง (Rubin, 2002) กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification Theory) คือ ทฤษฎีที่เน้นการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชม ที่ส่งผลมาจากมุมมอง ตรวจสอบผลกระทบทางจิตวิทยาและพฤติกรรมของการสื่อสารมวลชนที่มีต่อมนุษย์ โดยวิเคราะห์จากแรงจูงใจของผู้ชม ในการใช้สื่อ รวมไปถึงการได้รับความพึงพอใจจากความต้องการที่แตกต่างกันของผู้ชมแต่ละท่าน โดยเน้นถึงความคิดริเริ่มของผู้ชมและเน้นสถานะของผู้ชม ทฤษฎีนี้เชื่อว่าผู้ชมมีกระบวนการสื่อสารของสื่อผ่านการใช้สื่ออย่างจริงจัง และขึ้นอยู่กับความต้องการและความปรารถนาส่วนตัวของบุคคลนั้นๆ

2.2.4 (ศิริส ปั่นเกล้า, 2559). การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ เกิดจากความเชื่อ ความคาดหวัง และการประเมินคุณค่าของสื่อของแต่ละบุคคล โดยการแสวงหาความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ จะเป็นช่องทางไปสู่การเปิดรับ เลือกใช้สื่อ ซึ่งส่งผลทำให้เกิดความพึงพอใจกับบุคคลที่ได้รับหรือบุคคลที่คิดว่าตนเองได้รับสารแล้ว โดยจะส่งผลกลับไปยังการสนับสนุนหรือการเปลี่ยนแปลงความเชื่อ ความคาดหวังที่มีอยู่เดิมของการรับรู้สารกับคุณสมบัติของสื่อหรือเนื้อหาของสื่อที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของบุคคล ซึ่งเกิดจากผลของความต้องการและค่านิยมของแต่ละบุคคล

2.2.5 (วิศา พิธีรัฐกุล, 2563). อ้างถึง Katz, et al. (1974) กล่าวว่า Katz, et al. (1974) ได้สร้างแบบจำลองเพื่ออธิบายถึงสภาวะของสังคมและจิตใจของผู้รับสารที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน จะส่งผลให้ผู้รับสารแต่ละคนมีคาดหวังในการแสดงด้านความพึงพอใจจากสื่อที่ออกมาในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป โดยแบบจำลองจะมุ่งเน้นถึงการอธิบายเกี่ยวกับความกระตือรือร้นของผู้รับสาร

ซึ่งความกระตือรือร้นจะมีปริมาณมากหรือปริมาณน้อยจะขึ้นอยู่กับความจำเป็นของผู้รับสารเป็นสำคัญ



ภาพที่ 2.2.5.1 แบบจำลองของการใช้สื่อเพื่อการตอบสนองความพึงพอใจ

ดังนั้นจึงขอสรุปได้ว่า แนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากความความรู้สึกและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล โดยแต่ละบุคคลจะมีสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสิ่งจูงใจจะส่งผลให้เกิดแรงขับเคลื่อนต่อความพึงพอใจของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป หากต้องการใช้ประโยชน์จากความพึงพอใจของบุคคลนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีตัวกลางอย่างเช่น สื่อต่างๆ เข้ามาช่วยสร้างให้คนเกิดการรับรู้และเกิดความพึงพอใจเกิดขึ้น เช่น การนำสื่อทางการตลาดเข้ามาช่วยเพื่อช่วยสร้างภาพลักษณ์ การนึกคิด และเป็นการผลักดันให้บุคคลได้รับการเสพสื่อ และมีแนวโน้มที่จะมีความพึงพอใจต่อสิ่งนั้นๆ มากยิ่งขึ้น

ความพึงพอใจในแง่บวก มักจะมาจากทัศนคติในแง่บวกของบุคคลเหล่านั้นเช่นกัน หากบุคคลนั้นมีความนึกคิด มีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว สิ่งนั้นมักจะส่งผลในทางตรงต่อความพึงพอใจ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจที่ดีต่อสิ่งนั้นๆ ด้วย และในทางกลับกัน หากบุคคลนั้นมีทัศนคติในแง่ลบต่อสิ่งของสิ่งนั้น เรื่องนั้น หรือเหตุการณ์เหล่านั้นแล้ว ก็จะส่งผลให้คนเหล่านั้น มีความพึงพอใจต่อเรื่องนั้นในแง่ลบได้เช่นกัน

ยังมีคนไทยอีกจำนวนมากที่ไม่นิยมดูภาพยนตร์หรือซีรีส์ที่ผลิตด้วยคนไทย ไม่ชอบและไม่มีความรู้สึกตื่นเต้นหรืออยากนิยมชมชอบในการดูซีรีส์ของไทย ส่วนหนึ่งอาจจะเกิดจากค่านิยมของคนส่วนใหญ่ที่รู้สึกว่าซีรีส์ไทยไม่น่าสนใจ และกระแสภาพยนตร์ของต่างชาติต่างๆ ที่เข้ามา ทำให้ผู้เสพสื่อเกิดความสนใจในซีรีส์ต่างชาติมากกว่าซีรีส์ไทย เมื่อต้องการดูซีรีส์มักจะนิยมดูซีรีส์ของประเทศเกาหลี หรือชาติตะวันตกมากกว่าซีรีส์ไทย ส่วนหนึ่งเพราะกระแสที่โด่งดังของซีรีส์เรื่องนั้น

แต่ในทางกลับกันหากเมื่อเป็นภาพยนตร์แนวซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) กลับมีคนไทยเป็นจำนวนหนึ่งที่นิยมและชื่นชอบที่จะดู และช่วยผลักดันให้ภาพยนตร์แนวซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในแง่ของภาพยนตร์แนวซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) จะไม่สามารถเติบโตอย่างรวดเร็วเท่าปัจจุบันนี้ได้ หากปราศจากความพึงพอใจของกลุ่มผู้ชม การที่



ภาพยนตร์แนวซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เด็บโตได้อย่างรวดเร็วนั้น ส่วนหนึ่งมาจากการที่ซีรีส์สามารถจับจุดได้ว่ากลุ่มผู้ชมชื่นชอบแนวหนังแบบไหน ชอบเนื้อเรื่องแบบไหน ควรมีส่วนผสมของเรื่องราวอย่างไรให้โดนใจผู้ชมมากที่สุด ต้องเลือกนักแสดงให้มีหน้าตาอย่างไร มีภาพลักษณ์อย่างไร โดยใช้ประโยชน์จากความชอบของกลุ่มผู้ชมมาสร้างให้เกิดความพึงพอใจต่อซีรีส์ให้มากที่สุด ส่งผลให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์แนวซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทยเด็บโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง

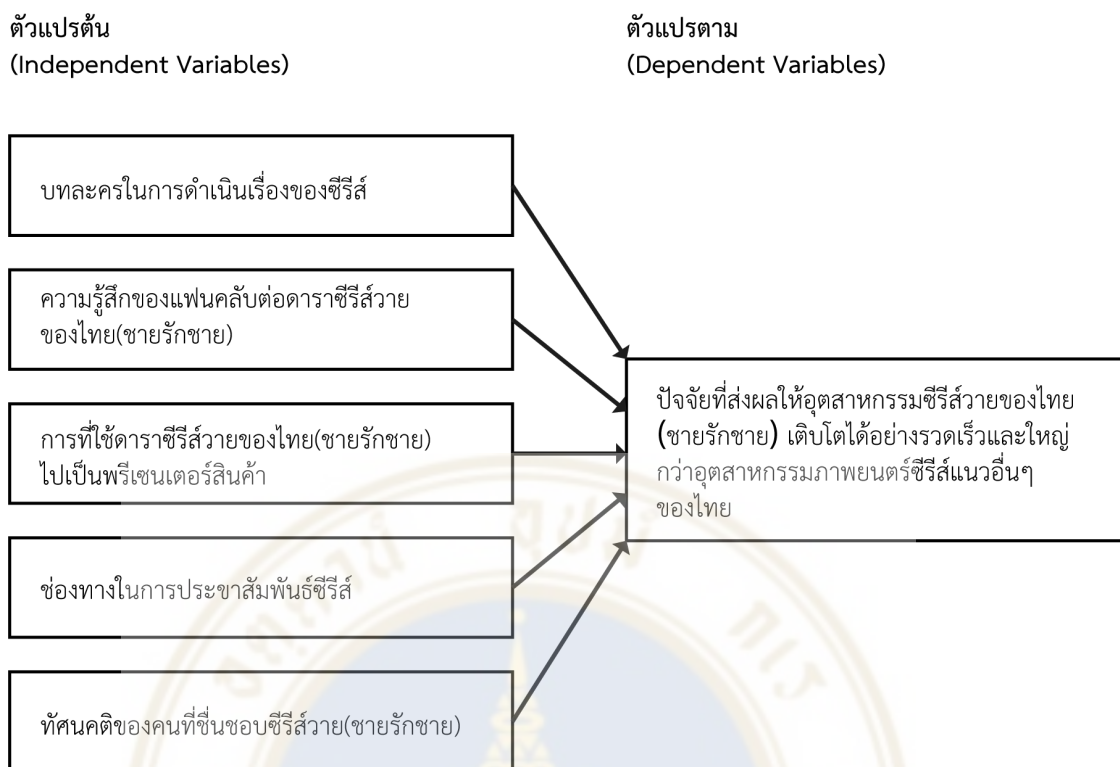
(Top Koaysomboon, 2562). คุณกณพ ศุภมานพ รองประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรกิจคอนเทนต์ LINE ประเทศไทย ให้สัมภาษณ์กับคุณ Top Koaysomboon ว่าแค่ในไตรมาสแรกที่ผ่านมาในปี 2563 ความนิยมของคอนเทนต์ประเภทซีรีส์วายพุ่งกระโดดไปถึง 20% ของผู้ชมทั้งหมดบน LINE TV ซึ่งส่งผลให้จำนวนผู้ชมเพิ่มขึ้นกว่า 34% จากยอดผู้ชม 5% ในปี 2019 และนอกจากจำนวนผู้ชมจะเพิ่มมากขึ้นแล้วนั้น ระยะเวลาที่รับชมคอนเทนต์วายก็เพิ่มขึ้นกว่า 45% จากค่าเฉลี่ย ซึ่งส่งผลให้ภาพยนตร์แนวซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ไทย ไม่เพียงแต่เด็บโตได้ดีในประเทศไทยเท่านั้น ยังส่งผลให้เด็บโตไปยังต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน ญี่ปุ่น ฮองกง เป็นต้น ได้ในระยะเวลาอันสั้นอีกด้วย

ดังนั้นการใช้สื่อให้เข้ากับกลุ่มผู้ชมเพื่อให้ผู้ชมพึงพอใจให้ได้มากที่สุดก็ต้องเลือกสื่อที่เหมาะสมที่สุดว่าคนเหล่านี้ต้องการสื่อแบบไหน นิยมสื่อแบบไหน สื่อแบบใดที่จะสามารถเข้าถึงความชอบ ความรู้สึก และทัศนคติที่ดีของผู้ชมได้มากที่สุด หากทางผู้ผลิตซีรีส์เข้าใจถึงจุดนี้ ก็ส่งผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะพึงพอใจต่อภาพยนตร์ซีรีส์เหล่านั้นมากยิ่งขึ้น

จากจุดนี้จึงเห็นได้ว่า การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เข้ามาเป็นส่วนผสมสำคัญทางการตลาด นั้นเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์แนวซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เด็บโตได้อย่างรวดเร็วกว่าภาพยนตร์แนวซีรีส์อื่นๆ หากซีรีส์แนวอื่นๆ ของไทยต้องการที่เด็บโตให้ได้ อย่างภาพยนตร์แนวซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ควรจะใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้บริโภคมาช่วยในการสร้างเนื้อเรื่อง และองค์ประกอบต่างๆ ของซีรีส์ให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลให้ซีรีส์แนวอื่นๆ ของไทยมีอัตราการเด็บโตที่สูงขึ้นกว่าปัจจุบันนี้ได้

## 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิดและทฤษฎีที่ทางข้าพเจ้าได้จัดทำการศึกษาและนำมาผนวกกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้เกิดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังรูปภาพดังนี้



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรี่ย์สวายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรี่ย์สแนวอื่นๆของไทย” เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งจะเน้นให้ความสำคัญกับการค้นหาข้อเท็จจริงของการวิจัยเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้อุตสาหกรรมซีรี่ย์สวายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรี่ย์สแนวอื่นๆของไทย เพื่อวิเคราะห์ สรุปผล และหาแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมซีรี่ย์สของไทยในแนวอื่นๆให้สามารถพัฒนาและเติบโตได้ใกล้เคียงดังเช่น ซีรี่ย์สวายของไทย (ชายรักชาย) โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 3.1 วิธีการศึกษา
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล
- 3.4 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.5 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 วิธีการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ประกอบด้วยการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ร่วมกับการ วิจัยเชิงเอกสารที่ใช้ข้อมูลจากเอกสาร ข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต ข้อมูลข่าวสารจากสำนักข่าว ข้อมูลจากการกล่าวถึงซีรี่ย์สวายของไทย (ชายรักชาย) ทางช่องทางอินเทอร์เน็ต รวมไปถึงงานวิจัยอ้างอิงมาประกอบ โดยระยะเวลาการศึกษาอยู่ในช่วงเดือน พฤษภาคม 2565 ถึง มิถุนายน 2565 รวมเป็นระยะเวลาทั้งสิ้น 2 เดือน

#### 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

### 3.2.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรที่เลือกศึกษา แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.2.1.1 กลุ่มแฟนคลับที่เป็นชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ต่างประเทศ ผู้ที่ชื่นชอบในการดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย)

3.2.1.2 แฟนคลับชาวไทย ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ผู้ที่ชื่นชอบในการดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย)

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มประชากรที่เลือกศึกษา คือ บุคคลที่ดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) อย่างน้อย 1 ครั้ง ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 คน ประกอบด้วย

3.2.2.1 กลุ่มแฟนคลับที่เป็นชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ต่างประเทศ ผู้ที่ชื่นชอบในการดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) จำนวน 15 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วย แฟนคลับจากประเทศต่างๆ ดังนี้ อเมริกาเหนือ 1 ท่าน, เยอรมัน 1 ท่าน, สวิตเซอร์แลนด์ 1 ท่าน, ฝรั่งเศส 1 ท่าน, ออสเตรีย 1 ท่าน, ออสเตรเลีย 1 ท่าน, จีน 2 ท่าน, ใต้หวัน 2 ท่าน, ญี่ปุ่น 2 ท่าน, พม่า 2 ท่าน, เวียดนาม 1 ท่าน

3.2.2.2 แฟนคลับชาวไทย ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ผู้ที่ชื่นชอบในการดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) จำนวน 15 ท่าน

### 3.2.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง

สำหรับงานวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้การคัดเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้เข้าร่วมงานวิจัยแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

## 3.3 เครื่องมือในการเก็บข้อมูล

### 3.3.1 แหล่งข้อมูลที่รวบรวมเพื่อการศึกษา

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูล จากการสอบถามจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ที่มีความนิยมและชื่นชอบในการดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ในช่วงระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี จำนวน 30 คนและเป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าข่าวสาร ข้อมูลการประชาสัมพันธ์ ราวต่าง ๆ ของซีรีส์ รวมไปถึงความคิดเห็นของคนทั่วไปและแฟนคลับต่อซีรีส์วายไทย (ชายรักชาย) เพื่อให้ได้ข้อมูล แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์และแนวคิดทฤษฎี โดยสืบค้นทางอินเทอร์เน็ต

### 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้คือ แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) ที่ผ่านการตรวจความเที่ยงตรงเปลือกหน้า (Face Validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก จากการเก็บข้อมูลจาก 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญรวมทั้งสิ้น 30 คน ตามหลักของการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Data Triangulation) จากแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลายจำนวน 2 กลุ่มย่อย โดยการตั้งคำถามที่มีวัตถุประสงค์ในการถามแบบเดียวกัน เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยอ้างอิงประเด็นการสัมภาษณ์จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากวรรณกรรมที่ค้นคว้าด้วยการวิจัยเชิงเอกสาร หรือข้อมูลทุติยภูมิที่ทางผู้วิจัยจะอิงคำถามตามแบบสัมภาษณ์ โดยถามผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งมีการเดิมในบางประเด็นที่สำคัญร่วมด้วย เพื่อให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างครบถ้วนและสมบูรณ์มากที่สุด โดยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะถูกนำมาคิดวิเคราะห์โดยผู้วิจัยในส่วนต่อไป โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้างที่ใช้ตามประเด็นที่ต้องการศึกษา

### 3.3.3 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยการนำเสนอแบบสอบถามไปยังอาจารย์ที่ปรึกษาการวิจัย เพื่อทำการพิจารณาแบบสอบถาม พร้อมทั้งดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อใช้ในการวิจัยอย่างสูงที่สุด

## 3.4 วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะเวลา 2 เดือน เริ่มตั้งแต่เดือน พฤษภาคม 2565 ถึงเดือน มิถุนายน 2565 โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีการเก็บข้อมูลผ่านล่าม (ภาษาจีน) สำหรับกรณีสัมภาษณ์ชาวจีนและชาวไต้หวันที่เป็นผู้ที่ชื่นชอบในการดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) สัมภาษณ์ภาษาอังกฤษกับกลุ่มแฟนคลับที่เป็นชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ต่างประเทศผู้ที่ชื่นชอบในการดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ และสัมภาษณ์แฟนคลับชาวไทยที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยผู้ที่ชื่นชอบในการดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย)

โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่ง โครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide จำนวน 24 คำถาม จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เลือกเป็นรายบุคคล จนครบประเด็นที่ต้องการสัมภาษณ์ โดยใช้เครื่องมือการประชุมออนไลน์ ผ่านทาง Google meet, Zoom, Wechat, Line และใช้การบันทึกภาพการสัมภาษณ์ แล้วถอดข้อมูลจากเสียงที่บันทึกอย่างละเอียดครบถ้วน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ออกไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

### 3.5 เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ที่ได้จากการสัมภาษณ์ร่วมกับการเก็บข้อมูลของเอกสารอ้างอิงที่ค้นคว้า ให้เกิดความเข้าใจในข้อมูลที่ได้รับการใช้กระบวนการวิเคราะห์เพื่อดึงใจความสำคัญหรือคำซ้ำของคำตอบเพื่อหาประเด็น (Themes) ซึ่งนำไปสู่ข้อค้นพบ (Finding) เพื่ออธิบายสิ่งที่น่าสนใจหรือสิ่งที่อาจมีความสำคัญกับการศึกษาในอนาคต



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

#### 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแฟนคลับชาวต่างชาติ 15 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วย แฟนคลับจากประเทศต่างๆ ดังนี้ อเมริกาเหนือ 1 ท่าน, เยอรมัน 1 ท่าน, สวิตเซอร์แลนด์ 1 ท่าน, ฝรั่งเศส 1 ท่าน, ออสเตรีย 1 ท่าน, ออสเตรเลีย 1 ท่าน, จีน 2 ท่าน, ไต้หวัน 2 ท่าน, ญี่ปุ่น 2 ท่าน, พม่า 2 ท่าน, เวียดนาม 1 ท่าน และกลุ่มแฟนคลับชาวไทย 15 ท่าน

#### 4.2 การวัดความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Reliability) โดยใช้หลักการการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Data Triangulation) โดยพิจารณาจากความแตกต่าง 3 ด้าน คือ บุคคลที่อยู่คนละสถานที่ คนละเวลา และบุคคลที่แตกต่างกัน ข้อมูลจะเหมือนกันหรือแตกต่างกันอย่างไร

#### 4.3 การวัดความเที่ยงตรงแบบสัมภาษณ์ (Validity)

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ตรวจสอบความเที่ยงตรงแบบส่วนเปลือกหน้า หรือ Face Validity โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาและกลุ่มทดลอง ตรวจสอบ อ่านแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง ก่อนที่จะใช้ในการสัมภาษณ์จริง พบว่าอาจารย์ที่ปรึกษาและกลุ่มทดลองสามารถเข้าใจเกี่ยวกับคำถามและจุดประสงค์ของแบบสอบถามได้อย่างชัดเจน

#### 4.4 วิเคราะห์เนื้อหาและแก่นสาระ (Content and Theme Analysis)



จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มแฟนคลับชาวต่างชาติ 15 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วย แฟนคลับจากประเทศต่างๆดังนี้ อเมริกาเหนือ 1 ท่าน, เยอรมัน 1 ท่าน, สวิสเซอร์แลนด์ 1 ท่าน, ฝรั่งเศส 1 ท่าน, ออสเตรเลีย 1 ท่าน, ออสเตรเลีย 1 ท่าน, จีน 2 ท่าน, ไต้หวัน 2 ท่าน, ญี่ปุ่น 2 ท่าน, พม่า 2 ท่าน, เวียดนาม 1 ท่าน กลุ่มที่ 2 กลุ่มแฟนคลับชาวไทย 15 ท่าน

#### 4.4.1 แนวคิดที่ 1 เหตุผลที่คนไทยบางส่วนหันไปนิยมดูซีรีส์วายของไทย(ชายรักชาย) มากกว่าซีรีส์ทั่วไปของไทย (ชาย - หญิง) คือบทละครในการดำเนินเรื่องของซีรีส์

บทละครถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญอันดับแรกที่ทำให้หลายคนตัดสินใจดูซีรีส์เรื่องนี้ๆ หากเทียบบทละครของซีรีส์วาย (ชาย - ชาย) กับ ซีรีส์ธรรมดา (ชาย - หญิง) จะพบว่า ซีรีส์วาย (ชาย - ชาย) เนื้อเรื่องมักจะมีความแปลกใหม่ ไม่ยึดติดกับบทละครแนวเดิมๆเหมือนดังซีรีส์ที่เป็นซีรีส์ธรรมดา(ชาย - หญิง) โดยซีรีส์วาย (ชาย - ชาย) มักจะมีปมของเรื่องที่ทำให้รู้สึกน่าดึงดูด น่าสนใจให้ติดตาม มักมีความหักมุมของเนื้อเรื่องหรือของบทตัวละคร ทำให้คนดูออกมาพูดถึง ทำให้เป็นกระแสใน Twitter อยู่บ่อยครั้ง ทำให้คนที่ไม่ดูอาจจะเริ่มมาสนใจดูเพราะกระแสใน Twitter ด้วยส่วนหนึ่ง บทละครนอกจากจะทำให้เนื้อเรื่องน่าสนใจ น่าติดตามแล้ว ยังเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยผลักดันให้ตัวบทของพระเอก - นายเอก น่าสนใจมากยิ่งขึ้น และมีเสน่ห์ให้น่าติดตามมากยิ่งขึ้นเช่นกัน หากพระเอก - นายเอก ที่เป็นนักแสดงหน้าใหม่ที่คนยังไม่รู้จัก กลุ่มคนดูมักจะดูจากเนื้อเรื่อง หรือ ดูจากตัวอย่างภาพยนต์ (Teaser) ก่อน เพื่อใช้เป็นเหตุผลแรกในการเลือกที่จะดูซีรีส์นั้นๆ โดยจากจุดนี้ขอแบ่งองค์ประกอบของบทละครออกเป็นส่วนต่างๆดังนี้

##### 4.4.1.1 ด้านบทละครในการดำเนินเรื่อง

ซีรีส์วาย (ชาย - ชาย) เนื้อเรื่องมักจะน่าสนใจมีความสมเหตุสมผลค่อนข้างอิงกับความเป็นจริงในการใช้ชีวิตประจำวัน ดูไม่เพี้ยนหรืออยู่ในจินตนาการจนเกินไป ทำให้คนเข้าถึงและสัมผัสถึงบทบาทของตัวละครได้ง่ายขึ้น มีปมของเรื่องหรือตัวละครเข้ามาเพื่อนำติดตาม ให้ได้แก่ปมไปทีละส่วน ซึ่งถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้คนสนใจอยากดู อยากรู้ว่าจะจัดการกับปัญหาที่เป็นปมเหล่านี้ยังไง เนื้อเรื่องจะดำเนินไปในทิศทางไหนต่อ เนื้อเรื่องหลายๆเรื่องจะสอดคล้องกับกลุ่มคนดู เช่นการที่คนดูเป็นเด็ก Gen Y เนื้อเรื่องก็จะเป็นบทเกี่ยวกับชีวิตในมหาวิทยาลัย เพื่อให้ถึงคนดูได้ง่าย

หากบทละครที่นำมาทำซีรีส์สร้างมาจากบทนิยาย บทละครนั้นมักเป็นนักเขียนรุ่นใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมในกลุ่มคนชอบนิยายวาย (ชาย - ชาย) ซึ่งคนที่ดูซีรีส์ก็จะมาจากคนที่นิยมอ่านนิยายด้วยเช่นกัน โดยเนื้อเรื่องในซีรีส์ก็จะค่อนข้างอิงกับความเป็นจริงในปัจจุบัน มีความทันสมัยในโลกในยุคปัจจุบัน มีเหตุผล มีที่มาที่ไปที่เข้ากับคนในโลกปัจจุบันได้ โดยบางเรื่องอาจจะมี

ปรับเปลี่ยนเนื้อเรื่องให้เหมาะกับการนำมาทำเป็นซีรีส์มากขึ้น ซึ่งเมื่อบทในซีรีส์แตกต่างออกไปจากนิยาย คนที่เคยอ่านนิยายและไม่เคยอ่านนิยาย ก็จะนำมาพูดถึงกันในทาง Twitter และทางช่องทางต่างๆ ทำให้คนอื่นๆเมื่อมาเห็นเกิดความสนใจอยากดูซีรีส์เพิ่มขึ้นได้

ซีรีส์ธรรมดา (ชาย - หญิง) บทละครมักจะเน้นไปที่ความรักของพระเอก - นางเอกเป็นตัวดำเนินเรื่อง เนื้อเรื่องซ้ำๆเดิมๆ สามารถคาดเดาได้ง่าย สามารถเดาจุดจบของซีรีส์ได้ มักจะมีพล็อตเรื่องซ้ำๆเดิม บทส่วนใหญ่ติดอยู่กับบทที่มีความเพื่อฝัน เกินจริง หรือที่บางท่านอาจจะเรียกว่านิยายน้ำเน่า เนื้อเรื่องดูเป็นไปได้อย่างในชีวิตความเป็นจริง หลายครั้งนิยมนำเนื้อเรื่องจากนักประพันธ์ที่โด่งดังในอดีตมาทำเป็นบทละคร ซึ่งบางเรื่องก็เป็นละครที่นำมาสร้างเป็นละครซ้ำๆกันหลายครั้งแล้ว ทำให้คนดูรู้สึกจำเจ เกิดความเบื่อหน่าย และไม่มีเหมาะกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปในปัจจุบัน โครงเรื่องจะค่อนข้างซ้ำเดิม เพียงแต่เปลี่ยนเรื่องและเปลี่ยนตัวละครนำ หลายคนจึงคาดเดาเนื้อเรื่องส่วนต่อไปได้ ทำให้คนไม่รู้สึกถึงความแปลกใหม่ ไม่มีความตื่นเต้น และไม่มี ความดึงดูดให้สนใจอยากดู

#### 4.4.1.2 ด้านบทบาทตัวละครในเรื่อง

ซีรีส์วาย (ชาย - ชาย) บทบาทพระเอก - นายเอก จะค่อนข้างสมจริง ไม่เป็นจินตนาการเพื่อฝันแบบซีรีส์ (ชาย - หญิง) ไม่มีบทของตัวร้ายที่คอยมารีดกรีด ตบตี เพื่อแย่งพระเอกหรือนายเอก เนื่องจากตัวละครนำเป็นผู้ชาย บทบาทจึงมีลักษณะของนิสัยของผู้ชาย จะไม่ค่อยมีความเงี้ยว หรือพอแ้ง แหม่งอนจนเกินไปแบบบทที่เป็น ซีรีส์ (ชาย - หญิง) นิยมนำบทบาทมาใส่กลุ่มคนที่เบื่อกับบทบาทชาย - หญิง แบบนี้ จึงหันมาดูซีรีส์วาย (ชาย - ชาย) มากยิ่งขึ้น โดยตัวร้ายในซีรีส์วายอาจจะไม่ชัดเจนตั้งแต่ต้นเรื่อง ทำให้คนไม่สามารถเดาได้ว่าใครเป็นตัวร้าย บางบทละครที่คนดูคาดว่าเป็นตัวร้ายสรุปเป็นคนดี หรือบางบทละครที่คนดูคาดว่าเป็นคนดีกลับเป็นตัวร้ายของเรื่อง ซึ่งบทบาทมีส่วนส่งเสริมให้ซีรีส์ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น อย่างเช่น หากซีรีส์เรื่องนั้นเป็นนักแสดงหน้าใหม่ ที่ไม่เคยเล่นซีรีส์เรื่องไหนมาก่อน การที่บทบาทในเรื่องสร้างบทพระเอก - นายเอก ให้ดูมีความเป็นจริงน่าสนใจ และนักแสดงสามารถเล่นสื่อสารบทบาทต่อกันได้อย่างดี ทำให้คนดูรู้สึกว่าสองคนนี้ เคมีเข้ากัน หรือบทบาททำให้พระเอก - นายเอก ดูหล่อขึ้น มีเสน่ห์มากขึ้นจากบทละคร ก็จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้คนมาสนใจและดูซีรีส์เรื่องนั้นมากยิ่งขึ้น ซีรีส์ธรรมดา(ชาย - หญิง) บทบาทชัดเจนตั้งแต่ต้นเรื่อง ตัวละครมักจะเห็นได้ชัดเจนโดยทันทีว่าใครหรือพระเอก - นางเอกของเรื่อง ใครคือตัวอิจฉา ใครคือตัวร้าย โดยตัวอิจฉามักจะเป็นผู้หญิงลูกที่ดูแรงๆ ใส่เสื้อผ้าที่มีลึศสรที่ดูสดกว่าตัวละครอื่นๆ เพื่อแย่งแยกตัวละคร มักมีนิสัยที่ชอบโวยวาย กรีดกรีด หรือตบตีเพื่อแย่งชิงผู้ชาย ทำให้บางคนรู้สึกว่าบทบาทพวกนี้น่าเบื่อ และเดาทางของเนื้อเรื่องได้ง่าย ไม่น่าสนใจ ซ้ำๆเดิมๆ คล้ายๆกับเรื่องอื่นๆที่ดูมา

### หลักฐานการสนับสนุน

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 5 คนห่วย) หรือตเรื่องต้องน่าสนใจ อันนี้สำคัญมากถ้าเนื้อเรื่องไม่น่าสนใจ หรือการถ่ายทำไม่น่าสนใจต่อให้ผู้กำกับดั่งก็จะไม่ดู

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 7 คนเมย์) ซีรีส์ไทยมีแต่เนื้อเรื่องเดิมๆ บทเดิมๆ ซีรีส์วายมันแปลกใหม่กว่า เนื้อเรื่องสมเหตุสมผลมากกว่า มีปม มีเนื้อเรื่องให้ติดตาม บทค่อนข้างมีผลมาๆ ถ้าบทมีแต่รักกันก็ไม่น่าสนใจ เนื้อเรื่องต้องมีปมชนิดนี้ให้ต้องแก้ถึงจะน่าสนใจ

### สอดคล้องกับทฤษฎีการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social Construction of Reality)

(กฤตพล สุทธิภัทรกุล, 2563) อ้างใน Berger & Luckmann, 1966 กล่าวถึง ทศนคติต่อความจริงทางสังคมนั้น ได้รับแรงผลักดันมาจากแนวความคิดเรื่องปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) โดยใช้หลักตามข้อสันนิษฐานพื้นฐาน 4 ประการ ดังนี้

1. โลกไม่ได้แสดงตัวคนต่อผู้สังเกตการณ์ แต่มนุษย์รู้จักโลกจากประสบการณ์ของตนเอง โดยได้รับอิทธิพลจากด้านทางภาษา
2. ผลจากการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ในกลุ่มต่างๆ ส่งผลให้เกิดการจัดประเภทของสิ่งต่างๆตามหมวดหมู่ของภาษา
3. ผลจากการสื่อสาร ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งอย่างทรงพลัง เป็นผลให้เกิดความเข้าใจต่อความเป็นจริง และชีวิตด้านสังคมของมนุษย์เป็นปัจจัยที่ช่วยกำหนดความรู้ของมนุษย์
4. ความเป็นจริงเป็นสิ่งที่สังคมกำหนดขึ้น โดยกำหนดขึ้นมาจากรูปแบบและพฤติกรรมการสื่อสารของมนุษย์ตามกลุ่มทางสังคมและวัฒนธรรม โดยการให้ความหมายจะมีความซับซ้อนตามรูปแบบที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ได้เกิดจากปัจเจกบุคคล โดย Berger & Luckmann ได้แบ่งโลกออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. โลกแห่งความเป็นจริง (World of Reality) ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อมจากธรรมชาติ หรือสภาพแวดล้อมที่

มนุษย์สร้างขึ้น เราสามารถสัมผัสได้เองโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ของเรา อันได้แก่ ตา หู จมูก ลิ้น และกายสัมผัส เพื่อรับรู้ความเป็นจริง

2. โลกแห่งความหมาย (World of Meanings) เพราะความจริงมีอยู่มากมาย มนุษย์เราไม่สามารถหาความ

แน่นอนของความจริงได้ มนุษย์จึงนำความรู้ที่เราอาจจะได้รับมาเพียงบางส่วนจากโลกแห่งความเป็นจริง มาใช้ในการตอบคำถามที่เราต้องการได้ และทำให้เรารู้สึกมั่งคั่งในความรู้ที่มากขึ้น

เพราะมนุษย์แต่ละคนมีทัศนคติต่อโลกที่แตกต่างกัน มีประสบการณ์ต่อสิ่งต่างๆที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดความรู้ ความเข้าใจต่อความจริงที่แตกต่างกัน จึงไม่แปลกหากแต่ละคนจะมีความชื่นชอบในบทละครที่แตกต่างกันออกไป หรือรู้สึกถึงความสมจริงของเนื้อเรื่องที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เนื้อเรื่องบางซีรีส์ที่ดูเหมือนธรรมดา ในคนบางกลุ่มอาจจะรู้สึกว่าเนื้อเรื่องมีความเกินจริงมากเกินไป ทำให้ไม่อยากจะ ทั้งนี้ส่วนหนึ่งมาจากแนวความคิดของแต่ละบุคคล

#### 4.4.2 แนวคิดที่ 2 : ความรู้สึกของแฟนคลับต่อดาราชีรีส์วาย (ชาย - ชาย) ไทย คล้ายคลึงกับกลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินและดาราเกาหลี

จากกระแสการตอบรับความชื่นชอบซีรีส์วาย (ชาย - ชาย) ของไทยในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ากระแสไม่เพียงแต่อยู่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังส่งต่อไปยังประเทศต่างๆในหลายๆประเทศทั่วโลก เช่น จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และลาตินอเมริกา ฝรั่งเศส ลาว พม่า เป็นต้น

เราจะพบเห็นงาน Fan Meet ต่างๆของดารา / ศิลปินเกาหลีที่มีการแย่งชิงบัตรเพื่อเข้าชม ทำให้บัตรหมดด้วยความรวดเร็ว รวมไปถึงทุกครั้งที่เป็นวันเกิดดารา / ศิลปินเกาหลีมักจะมีป้ายอวยพรวันเกิดตามสถานีรถไฟฟ้า และห้างสรรพสินค้าชื่อดังต่างๆทั้งในไทยและต่างประเทศ

แต่ในขณะเดียวกัน ในปัจจุบันสิ่งที่เคยเกิดขึ้นกับปรากฏการณ์ของดารา / ศิลปินเกาหลีดังที่กล่าวข้างต้น ได้มีการนำมาใช้กับดาราชีรีส์วายไทยเช่นเดียวกัน เช่น ขึ้นป้ายอวยพรวันเกิดศิลปินดาราชีรีส์วายตามสถานีรถไฟฟ้า BTS / MRT, การจัด Fan Meeting, การจัด Concert เช่น จากซีรีส์ KinnPorsche The Series ได้มีการจัด Concert : KinnPorsche The Series World Tour 2022 โดยจะทำการแสดง ณ อิมแพค อารีน่า เมืองทองธานี ในวันที่ 24 กรกฎาคม 2565 ทั้งนี้ที่ดาราในซีรีส์ไม่เคยทำการแสดงการเต้นหรือการร้องเพลงให้แฟนคลับเห็นมาก่อน มีเพียงบางท่านที่เป็นนักร้องเก่า และส่วนใหญ่คนจะรู้จักในนามเป็นดาราชีรีส์วายเท่านั้น แต่บัตรกลับขายหมดภายในไม่กี่นาทีเหมือนดังการจองไปดुकอนเสิร์ตที่ศิลปินจากประเทศเกาหลีมาทำการแสดงที่ไทย ก่อนที่ดาราเหล่านี้จะเดินทางไป World Tour พร้อมโชว์สุดพิเศษ ทั้งในเอเชียและทวีปอื่นๆ

จนทำให้รู้สึกว่าดาราชีรีส์วาย (ชาย - ชาย) ไทย สามารถเป็นสิ่งที่โปรโมทออกไปยังต่างชาติได้ไม่ต่างจากดาราเกาหลี หากรัฐบาลและภาคเอกชนให้การสนับสนุนที่ดี อุตสาหกรรมซีรีส์วาย (ชาย - ชาย) ไทย ก็คงยังคงเติบโตได้อย่างต่อเนื่องแน่นอน



อีกส่วนที่ส่งผลให้ดารารประกอบซีรีส์วายเป็นที่นิยมในหมู่แฟนคลับคือ เมื่อซีรีส์หรือดารารเริ่มเป็นที่รู้จัก ศิลปินที่เล่นซีรีส์มักจะทำการ Live ผ่านทางทางสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook Live, Youtube Live เป็นต้น ในการพูดคุยกับแฟนคลับ ทำให้แฟนคลับได้เห็นมุมมองต่างๆของดาราท่านนั้นมากยิ่งขึ้น ยิ่งส่งผลให้แฟนคลับชื่นชอบดาราท่านนั้นมากขึ้นด้วย

การที่ดาราซีรีส์ (ชาย - ชาย) ไทย มีชื่อเสียงได้ สิ่งที่เขาไม่ได้คงเป็นอิทธิพลของแฟนคลับที่ชื่นชอบซีรีส์ และชื่นชอบดาราที่เล่นซีรีส์ จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งนี้ผู้ทำการสำรวจจึงได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มแฟนคลับที่ชื่นชอบซีรีส์วายของไทย ทั้งแฟนคลับที่เป็นคนไทยจำนวน 15 ท่าน และแฟนคลับที่เป็นชาวต่างชาติ 15 ท่าน เพื่อให้เห็นถึงความคล้ายคลึงกัน และความแตกต่างกันของกลุ่มแฟนคลับ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลสำคัญสามารถจัดแบ่งประเภทของกลุ่มแฟนคลับออกมาได้เป็น 3 กลุ่มดังนี้

4.4.2.1 กลุ่มแฟนมโน คือ กลุ่มคนที่ชื่นชอบดาราร และมักจะสมมุติว่าดารารเป็นแฟนหรือเป็นคนรักของตัวเอง อยากได้เป็นแฟนของตัวเอง แต่ไม่ได้คิดจริงจังว่าจะต้องได้ดารารคนนั้นเป็นแฟนตัวเองในโลกความเป็นจริง เพียงแต่ชื่นชอบตัวละครในบท หรือชื่นชอบที่เป็นดารารคนนั้น และมีความสุขกับการสมมุติว่าเป็นแฟน กลุ่มคนเหล่านี้จะมีความชื่นชอบ และชื่นชมในตัวดาราร กริยาท่าทางของตัวละครในบท ซึ่งบางคนอาจจะไม่ได้ชื่นชอบตัวนักแสดงมากนัก แต่เมื่อดูซีรีส์แล้วรู้สึกตัวนักแสดงทำให้บทบาทนั้นดูดี ดูโดดเด่น จนเกิดอาการชื่นชอบ ชอบที่ดารารคนนั้นเล่นบทนี้ อยากได้คนในซีรีส์เป็นแฟน แต่พอมารู้จักดาราท่านนั้นจริงๆที่นิสัยแตกต่างจากในซีรีส์ ก็อาจจะไม่ได้อยากได้เป็นแฟนมากเหมือนตัวละครในบทได้

4.4.2.2 กลุ่มชิปเปอร์ (Shipper) โดย Ship ในที่นี้มาจากคำว่าเรือ ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่กลุ่มนิยมซีรีส์วาย โดยมักนิยมเรียกในกลุ่มคนที่ชื่นชอบ บุคคลในซีรีส์สองคนและมโนว่าสองคนนี้เป็นแฟนกัน จึงอยากให้สองคนนี้ได้คู่กัน หรือมีโมเมนต์หวานใส่กัน โดยจะมี “กัปตันเรือ” ซึ่งหมายถึงคนที่คอยสร้างให้เกิดโมเมนต์ของคู่กันๆ โดยกัปตันเรืออาจจะหมายถึงตัวผู้ชมที่ชอบเป็นกัปตันเรือเอง ผู้กำกับ หรือนักแสดงสองคนนั้นก็ได้อีก เพื่อให้เรือของการจิ้นยังคงสามารถดำเนินไปได้ โดยมี “ไม้พาย” ที่เปรียบเสมือนการขับเคลื่อนให้คู่ดารารที่ชื่นชอบสามารถขับเคลื่อนเดินต่อไปเป็นคู่จิ้นกันต่อไปได้ คนกลุ่มนี้จะชื่นชอบที่จะเห็นดารารที่ตนเองคาดหวังว่าจะให้เป็นแฟนกันในซีรีส์เรื่องที่ดู มีฉาก หรือบทที่เป็นโมเมนต์คู่กัน มีการแสดงออกที่ทำให้รู้สึกจิ้นได้ หรือมีโมเมนต์หวานๆใส่กัน ก็จะรู้สึกพอใจและมีความสุขที่ได้เห็น ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเกิดจากการชิปเปอร์ คู่พระเอก - นายเอก หรือคู่พระรอง - นายรอง หรือหากนักแสดงท่านอื่นๆในเรื่องที่ทำให้รู้สึกว่าเคมีเข้ากัน ดูแล้วอยากให้สองท่านนี้คู่กัน ก็จะเชียร์ให้คู่กัน แม้ว่าบทจะไม่ได้สร้างมาให้สองคนนี้คู่กัน

เช่นการชิปเปอร์ให้พระรอง คู่กับ นายเอก หรือนายเอกคู่กับตัวร้าย เป็นต้น เมื่อได้เห็นฉากที่คู่เป็นโมเมนต์ต่างๆในเรื่อง คนกลุ่มนี้ก็รู้สึกมีความสุขแล้วที่ได้เห็นสองคนที่ต้องการคู่กัน

4.4.2.3 กลุ่มมัมหมี่ คือ กลุ่มที่เห็นดารารับเป็นเหมือนลูกของตัวเอง ที่ต้องปกป้อง สนับสนุน ไม่ว่าจะดารารจะทำอะไรก็จะคอยสนับสนุนและปกป้อง เช่น ถ้าบทละครทำให้รู้สึกว่าทำร้ายตัวนายเอก กลุ่มแฟนคลับที่เป็นมัมหมี่ของนายเอกจะอยากออกมาต่อว่าพระเอก ต่อว่าผู้กำกับ ต่อว่าคนเขียนบทว่าทำไมทำร้ายลูกแบบนี้ โดยถึงแม้ว่าศิลปินจะอายุมากกว่าคนที่ป็นมัมหมี่ก็ตาม ก็จะถือว่าดารารับเป็นลูกที่ต้องคอยดูแล และพร้อมที่จะดูแลซัพพอร์ตไปตลอด ไม่ว่าจะเป็นงาน Event งาน Fan Meeting งานพรีเซนเตอร์ ก็จะคอยเดินทางไปสนับสนุน ไปให้กำลังใจ ส่งของขวัญ ไปให้ตามงานเพื่อให้ทางดารารู้สึกว่ามีคนพร้อมสนับสนุนและเป็นกำลังใจให้ การซื้อของที่ดาราท่านั้นไปเป็นพรีเซนเตอร์ เพราะรู้สึกว่าดารารับเป็นลูกตัวเอง ต้องคอยสนับสนุน อยากให้ดาราท่านนั้นมียานเยอะๆ หรือรู้สึกดีที่เมื่อไปเป็นพรีเซนเตอร์แล้วสินค้าขายดี

#### หลักฐานการสนับสนุน

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 16 คุณ Carmen ชาวออสเตรีย) I would like to sincerely express my deep love to them and let them recognize that there is an actual fan in Austria. My sister and I live in Austria which is not a big country and might be forgotten. I hope Thai entertainment company (Be On Cloud and GMMTV) will see there's demand here. If they think of marketing project overseas, I hope they will consider Austria as well.

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 2 คุณกริพ) เล่นแล้วเท่มาก อยากได้คนแบบนี้เป็นแฟนจริงๆไม่ได้ชอบคนนี้มากนะ แต่บทบาททำให้เค้าดูเท่เลยชอบ ส่วนบางคนจากที่แรกที่ชอบนิดเดียว พอได้เห็นเค้า Live ได้เห็นมุมน่ารักๆอื่นๆนอกจากในบทแล้วรู้สึกชอบคนนี้น่ามากขึ้น

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 3 คุณพริ้ม) ชอบที่เห็นคำชิพกันคะ ดูแล้วแฮปปี้ดีคะ

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 1 คุณพลอย) มัมหมี่ในที่นี้คือเอ็นดูน้อง คอยซัพพอร์ต เอ็นดูน้อง ไม่ต้องชิพตลอดเวลา แต่เค้าเป็นอย่างนั้นอย่างนี้ ถึงแม้ว่าคนนั้นจะอายุมากกว่าเราก็เป็นมัมหมี่

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 6 คุณนุก) แล้วแต่เรื่องเลย บางเรื่องก็เป็นมัมหมี่ บางเรื่องก็เป็นชิปเปอร์ ชอบที่เห็นเค้าอยู่ด้วยกันมันเป็น โมนเมนต์น่ารักดี

**สอดคล้องกับทฤษฎีการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง (Parasocial Interaction Theory)**

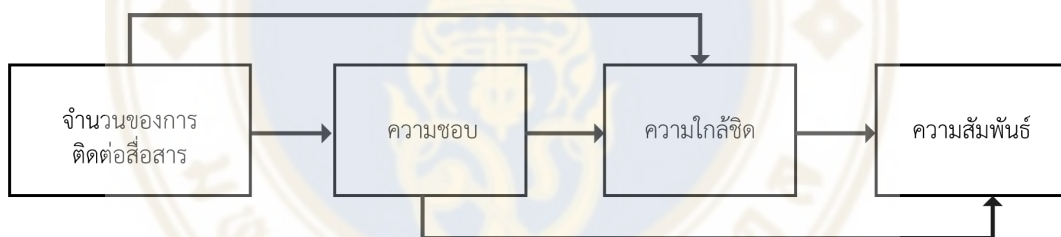


(ณัฐนันท์ ปกป้อง, 2562) อ้างถึง (Perse and Rubin, 1989) กล่าวว่า การที่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง ถึงแม้ว่าความปฏิสัมพันธ์แบบนี้จะมีลักษณะคล้ายกับการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย แต่ยังคงเป็นเพียงการสร้างจินตนาการของผู้ชมฝ่ายเดียว โดยผู้ชมจะต้องมีความรู้และความเข้าใจในตัวบทละครเป็นอย่างดี จึงจะถือได้ว่ามีปฏิสัมพันธ์ถึงความจริง ซึ่งหมายถึง ผู้ชมต้องรู้สึกและเชื่อว่าตัวละครนั้นมีตัวตนจริงๆ ในวัฏจักรชีวิตของผู้ชม

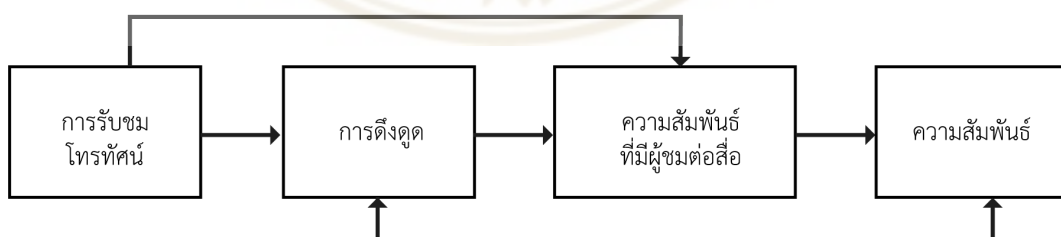
(รุจส์วัตต์ ครอบภูมินทร์, 2564) อ้างถึง (Horton and Whol, 1956) กล่าวว่า ผู้ชมรายการโทรทัศน์มักจะคิดและจินตนาการว่าตนเองได้รู้จักหรือใกล้ชิดกับนักแสดงหรือตัวละครในภาพยนตร์ที่ตนเองชื่นชอบในแง่มุมต่างๆ โดยคิดว่าเหตุการณ์ดังกล่าวเป็นเรื่องจริง เป็นความจริงที่เกิดขึ้นจริง

การใกล้ชิดของผู้ชมและตัวละครในโทรทัศน์นั้น ผู้ชมสามารถคาดเดาและอ่านท่าทางในเชิงอวัจนภาษาของตัวละคร และอาจจะมีการโต้ตอบระหว่างตัวละครกับผู้ชมผ่านทางบทของตัวละคร ซึ่ง R.B. Rubin and McHugh, 1987 ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและผู้ชม โดยมีขั้นตอนการพัฒนาที่คล้ายกันดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล



ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสื่อ



ภาพที่ 4.4.2 แบบจำลองการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคลและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อสื่อ

จากแบบจำลองการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคลและความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อสื่อจะพบว่าทั้งสองแบบมีลักษณะที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน กล่าวคือ ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลต่อบุคคล จะต้องมีการติดต่อสื่อสารเข้ามาร่วมด้วย ซึ่งจะส่งผลไปสู่ความชอบ ยิ่งมีการติดต่อสื่อสารมากก็จะส่งผลให้เกิดความชอบมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งจะส่งผลต่อความใกล้ชิด และความสัมพันธ์ตามลำดับ

ซึ่งจากจุดนี้เป็นจุดที่สามารถยืนยันได้ว่าผู้ชมมีความรู้สึก และความผูกพันกับตัวละครในซีรีส์จริงๆ และมีการจินตนาการสมมุติให้ตัวเองอยู่ในสถานะใดสถานะหนึ่งของตัวละครในซีรีส์ ดังที่สามารถแบ่งกลุ่มผู้ชมออกได้เป็น แฟนมโน, ชิปปอร์ และมัมหมี่ ซึ่งจากจุดนี้เป็นจุดที่สะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้ชมที่มีต่อตัวละครในซีรีส์ได้อย่างชัดเจน

สอดคล้องกับทฤษฎีสามเหลี่ยมแห่งความรัก (Triangle of love) ของ Robert Jeffrey Sternberg โดยแบ่งองค์ประกอบของความรักออกเป็น 3 อย่างดังนี้

1. ความใกล้ชิดสนิทสนม คือ การที่มีความรู้สึกสนิทใจ ผูกพัน ใกล้ชิดกัน โดยเป็นสิ่งที่ควบคุมได้มากกว่าอารมณ์ความรู้สึกที่อาจจะจางหายไปตามเวลา ดังนั้นเมื่อแฟนคลับมีการดูซีรีส์แล้วเข้าถึงบทละคร ก็จะมีความรู้สึกผูกพัน ใกล้ชิดกับตัวละคร เสมือนว่าตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของตัวละคร จึงเกิดเป็นความรัก ความผูกพันกับตัวละคร

2. ความหลงใหล คือ ความรู้สึกหลงใหลเชิงโรแมนติก ความดึงดูดทางร่างกาย จนไปถึงความดึงดูดทางเพศ โดยความหลงใหลมีวันหมดอายุได้ แต่ไม่ชัดเจนว่าจะหมดเมื่อไหร่ โดยสามารถหมดเมื่อไหร่ก็ได้ เพราะเป็นเรื่องของความรู้สึกนอกเหนือจากการควบคุม ดังนั้น การที่แฟนคลับรู้สึกปลื้มตัวละคร และอยากได้มาเป็นแฟน จึงถือว่าเป็นการหลงใหลในเชิงโรแมนติกที่อยากได้กันนั้นมาเป็นแฟน ส่วนหนึ่งเพราะความดึงดูดทางเพศของตัวละคร

3. การตัดสินใจ / ผูกมัด คือการตัดสินใจว่าจะยอมรับรักษาความสัมพันธ์แบบนี้ไว้ เช่นการแต่งงาน การตกลงเป็นแฟนกัน ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่สามารถควบคุมได้มากกว่าสองแบบแรก เพราะเป็นการตกลงร่วมกันของความรู้สึก ดังนั้นการที่แฟนคลับพร้อมที่จะรักและสนับสนุนคือการตัดสินใจที่จะยอมรับความสัมพันธ์เชิงแม่ดูแลลูก เพื่อซัพพอร์ต และสนับสนุนดาราดาวที่ตนเองชื่นชอบ

4.4.3 แนวคิดที่ 3 การใช้ดาราชีรีส์สวย (ชาย - ชาย) ไทย ไปเป็นพรีเซนเตอร์สินค้าจะช่วยสร้างการรับรู้แบรนด์และผลิตภัณฑ์ยอดขายของสินค้าได้เป็นอย่างดี

เนื่องจากกลุ่มที่ชื่นชอบดาราชิริส่วย (ชายรักชาย) มีความชื่นชอบ ในลักษณะคล้ายกับการชื่นชอบดารา / ศิลปินเกาหลี และบางส่วนได้คำนิยมในการซัพพอร์ตดารามาจากการที่เคยซัพพอร์ต ดารา / ศิลปินเกาหลีมาก่อน และนำมาใช้กับดาราชิริส่วย (ชายรักชาย) ของไทยด้วย

ลักษณะการสนับสนุนดาราก็จะมีรูปแบบคล้ายกัน เช่นการตามไปงานอีเวนต์ต่างๆ การซื้อสินค้าที่ดาราก็ไปเป็นพรีเซนเตอร์เพียงต้องการให้ทางดาราและเจ้าของผลิตภัณฑ์รู้สึกว่าการให้ดาราท่านนี้เป็นพรีเซนเตอร์เป็นการเลือกคนไม่ผิด อยากให้สินค้าขายดี เพื่อให้ดารามีผลลัพธ์ที่ดีจากการไปเป็นพรีเซนเตอร์ เพื่อแบรนด์อื่นๆจะได้ทราบ และมีการจ้างงานดาราหรือศิลปินท่านนั้นจากสินค้าแบรนด์อื่นๆด้วย

การที่ดาราชิริส่วย (ชายรักชาย) ไปเป็นพรีเซนเตอร์ ก่อนข้างมีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยเฉพาะสินค้าตัวนั้น ไม่ได้แพงเกินไป เช่น ขนม อาหาร เครื่องดื่มต่างๆ ก็จะทำให้การซื้อ ทำการลองทาน เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับตัวสินค้านั้นๆ หรือหากดาราก็ไปเป็นพรีเซนเตอร์ให้กับสินค้าที่กลุ่มแฟนคลับใช้อยู่แล้ว ก็จะทำการตัดสินใจซื้อได้อย่างทันที เพราะรู้สึกว่าคุณสินค้านั้นก็ใช้ได้อยู่แล้ว และยังดารารวย (ชายรักชาย) ที่ชื่นชอบมาเป็นพรีเซนเตอร์ ก็อยากจะสนับสนุนให้มียอดขายมากๆ โดยหากสินค้านั้นไม่ได้ใช้ในชีวิตประจำวันหรือเป็นสินค้าที่เกินกำลังตัวเองในการซื้อสินค้า ก็จะมีการส่งต่อข่าวจากแฟนคลับไปยังกลุ่มคนใกล้ชิดที่มีแนวโน้มจะใช้สินค้า เพื่อให้รู้ถึงแบรนด์สินค้า และเกิดการตัดสินใจซื้อได้

#### หลักฐานการสนับสนุน

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 21 คุณ Gloria ชาวจีน) I express my love and support towards my favourite actors by purchasing and collecting all products of which presenters or brand ambassadors are them.

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 14 คุณมายด์) มีคอนข้างเยอะ อย่างเช่น นื่องออกผลิตภัณฑ์อันนี้ออกมาใหม่ ก็จะอยากซัพพอร์ตนื่อง อยากให้นื่องมีงานเยอะๆ ก็จะไปซื้อตาม หรือบางแบรนด์ทำการตลาดแบบให้ซื้อถึงยอดเท่านั้นเพื่อให้คอลไซน์ ก็จะไปสนับสนุนนื่อง อยากให้เค้าเอ็นดูนื่องต่อไป

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 4 คุณอาร์ท) ดาราชิริส่วยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เช่นถ้าเค้าไปเป็นพรีเซนเตอร์ครีมตัวหนึ่งจริงๆเราอาจจะไม่ได้อยากได้ขนาดนั้น แต่เค้าเป็นพรีเซนเตอร์ เราก็ไปช่วยเค้าซื้อหน่อย เราก็อยากไปซัพพอร์ตเค้า เพราะเราชอบผลงานเค้า และเค้ามีส่วนร่วมในการโปรโมท LGBTQ+ ในสังคมก็ยิ่งอยากสนับสนุนเค้า

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 9 คนนั้น) เคยซื้ออาหารแมวจนเป็น Top Spender เพื่อให้ได้บัตร Fan Meeting กะ ปัจจุบันซื้อแมวมาเลี้ยงด้วยกะ เลี้ยงอยู่ 2 ตัว เพื่อจะได้ให้น้องกินอาหารแมวที่ไปรพไปเป็นฟรีเซนต์เตอร์กะ

### สอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ

(ณ พวิทย์ วชิราปัญญา นนท์, 2560). อ้างถึง Kotler and Armstrong (2002) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ นั้นเกิดจากพฤติกรรมของแต่ละบุคคล ซึ่งจะเกิดจากการที่มีสิ่งจูงใจ (Motive) หรือแรงขับเคลื่อน (Drive) เข้ามามีส่วนกดดันที่มากพอที่จะก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง โดยความต้องการของแต่ละคนจะแตกต่างกันออกไป ตามความต้องการทางชีววิทยา (Biological) คือ สภาวะที่ดึงเครียดของแต่ละบุคคล ความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) คือ คือความต้องการที่เกิดจากการต้องการความยอมรับ การยกย่อง หรือการต้องการเป็นเจ้าของในทรัพย์สินใดทรัพย์สินหนึ่ง โดยความต้องการส่วนใหญ่อาจจะยังไม่เพียงพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งในช่วงเวลานั้น แต่ความต้องการจะกลายเป็นสิ่งจูงใจเมื่อมีสิ่งมากระตุ้นอย่างเพียงพอ

ดังนั้นจึงขอสรุปได้ว่า แนวคิดทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากความความรู้สึกและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล โดยแต่ละบุคคลจะมีสิ่งจูงใจที่ทำให้เกิดความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งสิ่งจูงใจจะส่งผลให้เกิดแรงขับเคลื่อนต่อความพึงพอใจของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันออกไป เมื่อผู้ชม หรือแฟนคลับซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เกิดความพึงพอใจต่อดารานักแสดงและซีรีส์ เมื่อนำดารานักแสดงเหล่านั้นมาเป็นฟรีเซนต์เตอร์สินค้า ก็จะส่งผลให้เกิดการซื้อขายสินค้า เพราะส่งผลมาจากความพึงพอใจต่อตัวนักแสดง ซึ่งสามารถส่งผลต่อยอดขายและการตลาดของแบรนด์สินค้าเหล่านั้นได้

#### 4.4.4 แนวคิดที่ 4 ช่องทางการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ที่ดีที่สุดคือช่องทาง Twitter

เนื่องจากปัจจุบันนี้จะปฏิเสธไม่ได้ว่า Social Media เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตในแต่ละวันของใครหลายคน แต่การที่จะใช้ Social Media ให้เข้าถึงคนให้ได้มากที่สุดด้วยงบประมาณที่น้อยที่สุด ถือเป็นสิ่งที่สำคัญที่นักการตลาดไม่ควรมองข้าม จากการสัมภาษณ์พบว่า ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่คนนิยมดูซีรีส์วายทั้งในส่วนแฟนคลับชาวไทยและแฟนคลับต่างชาติ ช่องทางที่ส่วนใหญ่นิยมใช้คือ Twitter เป็นอันดับ 1 รองมาจะเป็น Instagram เป็นอันดับที่ 2 การเล่าสู่กันฟังกับเพื่อนแบบปากต่อปากเป็นอันดับที่ 3 และ Weibo เป็นอันดับที่ 4 (นิยมในกลุ่มชาวจีน ใต้หวัน) ตามลำดับ

Twitter จัดได้ว่าเป็นช่องทางที่รวดเร็ว จะสามารถเข้าถึงคนได้ทั่วโลกอย่างเป็นวงกว้าง ไม่ว่าคุณจะอยู่ประเทศอะไร หรืออยู่ที่ไหนก็ตาม คุณสามารถเข้าไปตามข่าวสารเรื่องซีรีส์ เรื่องดารา ได้จาก Hashtag (#) ซึ่งในหลายๆครั้งจะพบเห็นว่าในประเทศไทย Hashtag ที่ติดอันดับ Top 10 ในแต่ละวันมักจะมี Hashtag จากซีรีส์วายอยู่ในอันดับเสมอ เช่น วันที่ 7 เดือนพฤษภาคม 2565 เวลา 21:00 น. Hashtag อันดับ 1 คือ #KinnPorscheEP5 ซึ่งมีคนทวีตไปมากกว่า 1175.8K tweets อันดับที่ 2 เป็น #CutiePieEP11 คนทวีตไปมากกว่า 1642.2K tweets อันดับ 4 คือ #ถลกรุ่นพี่ ซึ่งมีคนทวีตไปมากกว่า 318.4K tweets ซึ่งทั้ง 3 Hashtag นี้ล้วนแต่เป็น Hashtag จากซีรีส์วายทั้งสิ้น

หากทางซีรีส์อื่นๆของไทยต้องการผลักดันให้ซีรีส์ดังให้ได้อย่างเช่นซีรีส์วาย ทางทีมการตลาดก็ควรที่จะทำการตลาดให้ซีรีส์ของตนเองเป็นกระแสใน Twitter หรือมีการติดอันดับ 1 ใน 10 ของ Hashtag ในแต่ละวันให้ได้ เพื่อให้คนที่เข้ามาเล่น Twitter เห็นและเกิดความสนใจที่จะดูรวมไปถึงการทำให้มีการพูดถึงหรือบอกต่อกันใน Twitter เพื่อสร้างให้เป็นกระแสให้คนที่ไม่รู้จักได้เห็น หรือ ได้รู้จักจากกระแส Hashtag ในแต่ละวัน

#### หลักฐานการสนับสนุน

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 17 คุณ Lexi, a member of OhmFluke North America) I always check Twitter's latest hashtag “#OhmFluke”, “#OhmThitiwat”, and “#Fluke\_Natouch” every single day and many times per day to follow any updates towards Ohm & Fluke.

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 12 คุณแพน) ปกติจะตามจากใน Twitter ค่ะ อย่างเช่นวันที่ซีรีส์ฉาย คนก็จะมาทวิตกันเยอะ หรือตามข่าวพวกงานอีเว้นท์ ก็จะมาดูในซีรีส์ก่อนเลยคะ และก็พวก Teaser หนึ่งก็จะดูจากใน Twitter ว่าเรื่องไหนน่าดู ดูแล้วเคมีเข้ากันมัย ถ้าดูแล้วน่าสนใจก็จะไปตามดู

#### สอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับสื่อ

(ทักษญา หมอกบัว, (2563) อ่างถึง (อภิญญา แก้วเปรมกุล, 2562) กล่าวว่า การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ถือได้ว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ใช้ในการส่งต่อการสื่อสาร โดยจะเกี่ยวข้องกับปัจจัยภายนอก เช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อ ซึ่ง ประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อในเชิงกายภาพ (Physical Accessibility), การเข้าถึงสื่อในเชิงเศรษฐกิจ (Economic Accessibility), การเข้าถึงสื่อเชิงสังคมวัฒนธรรม (SocioAccessibility) และปัจจัยภายในของผู้รับสาร เช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เป็นต้น โดยคนทั่วไปจะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโดยแบ่งออกเป็นดังนี้

1. การเปิดรับสื่อข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับข่าวสารจะคาดหวังว่าข้อมูลจากการสื่อสารของสื่อมวลชน จะช่วยตอบสนองความต้องการต่อการรับรู้ข่าวสารของตนเองได้



2. การเปิดรับสื่อข่าวสารจากสื่อบุคคล คือการนำข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยการติดต่อสื่อสารผ่านทางบุคคล

3. การเปิดรับสื่อข่าวสารจากสื่อเฉพาะกิจ คือสื่อที่มีการผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาที่เฉพาะเจาะจงไปที่สิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

(กุลริสา อากาศวิภาต, 2563) อ้างถึง (ชานันต์ รัตนโชติ, 2552) กล่าวว่า ผู้รับสารจะมีความคาดหวังและความต้องการในการรับสารที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละบุคคล ซึ่งผู้รับสารจะเป็นผู้กำหนดเองว่าจะเลือกรับสารใด ผ่านทางช่องทางใด โดยกระบวนการรับสารของมนุษย์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) คือการที่ผู้รับสารทำการเลือกที่จะสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งที่ตนเองสนใจแหล่งใดแหล่งหนึ่ง เพื่อสนับสนุนแนวคิดหรือทัศนคติของตนที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่อาจจะก่อให้เกิดความรู้สึกขัดแย้งกับความนึกคิดของตน

2. การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) คือกระบวนการอันดับต่อมาหลังจากผู้รับสารได้รับข่าวสารมาแล้ว แต่ละบุคคลที่ได้รับข่าวสาร จะทำการวิเคราะห์และตีความหมายตามความเข้าใจของตนเอง ตามความเข้าใจในขณะนั้น

3. กระบวนการเลือกจดจำ (Selection Retention) คือการที่ผู้รับสารเลือกที่จะจดจำหรือรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนเองสนใจ และตรงกับทัศนคติของตนเอง โดยมักจะไม่ได้ใส่ใจกับสิ่งที่ตนเองไม่ได้สนใจหรือไม่เห็นด้วย

ซึ่งจากจุดนี้เป็นส่วนช่วยสนับสนุนการเข้าถึงสื่อทาง Twitter ของกลุ่มแฟนคลับได้เป็นอย่างดี เนื่องจากการรับข่าวสารทาง Twitter เป็นการกระจายข่าวสารทางสื่อ ที่กลุ่มแฟนคลับสามารถเลือกรับข้อมูลข่าวสารได้เองว่าจะรับข่าวสารเรื่องอะไรบ้าง รับข่าวสารเกี่ยวกับอะไร การที่กลุ่มแฟนคลับนิยมกระจายข่าวสารกันผ่านทาง Twitter จึงเป็นช่องทางที่ดี และสามารถเชื่อมต่อไปยังกลุ่มที่มีความคิดเห็นเดียวกัน และต้องการรับข่าวสารในเรื่องเดียวกันได้อย่างรวดเร็ว

#### 4.4.5 แนวคิดที่ 5 ทัศนคติของคนที่ชื่นชอบซีรีส์วาย (ชายรักชาย) เชื่อว่ากฎหมายของไทยควรเปลี่ยนให้มีการรับรองการสมรสเท่าเทียม

จากซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ในปัจจุบันมักจะมีบทที่มีบทบาทของตัวละครออกมาเรียกร้องสิทธิของคนที่เป็น LGBTQ+ มากยิ่งขึ้น ในเนื้อเรื่องมักจะสอดแทรกข้อดี ข้อเสียของการเปลี่ยนกฎหมายให้รองรับสิทธิของคนที่เป็น LGBTQ+ มากขึ้น เพื่อให้คนเข้าใจมากยิ่งขึ้นว่าหากเปลี่ยนแปลงกฎหมายแล้วจะดียังไง

คนที่ชื่นชอบซีรีส์วาย (ชายรักชาย) โดยส่วนตัวมักจะเป็นคนที่รับได้หากคนในครอบครัว หรือคนใกล้ชิดเป็นกลุ่ม LGBTQ+ จะมีเพียงบางท่านที่รู้สึกว่าเป็นกับลูกตัวเองก็อาจจะ มีผิดหวังบ้าง แต่ด้วยโลกสมัยที่เปลี่ยนไปก็ยอมรับได้

การยอมรับของคนในครอบครัว แบ่งได้เป็น 3 แบบ

4.4.4.1 ครอบครัวรับไม่ได้หากมีคนในครอบครัวเป็น LGBTQ+ เนื่อง ด้วยคนกลุ่มนี้เป็นครอบครัวที่ค่อนข้างยึดติดกับขนบธรรมเนียมประเพณีเก่าๆ ยึดติดเรื่องเพศสภาพ ที่ชายต้องคู่กับหญิง จึงไม่ต้องการให้คนในครอบครัวดูเป็นกลุ่มเบี่ยงเบนทางเพศ โดยมักจะเป็นกลุ่ม คนที่ค่อนข้างวัยผู้ใหญ่ - สูงอายุ

4.4.4.2 ครอบครัวที่ไม่อยากให้ลูก - หลาน เป็น LGBTQ+ แต่พยายามทำ ความเข้าใจกับโลกที่เปลี่ยนไป กลุ่มคนเหล่านี้ก็ยังเป็นกลุ่มคนที่โตมาในแบบขนบธรรมเนียม แบบเดิมที่ชายต้องคู่กับหญิง แต่มีความเข้าใจถึงการเปลี่ยนไปของโลกที่มากขึ้น มีการพยายามทำ ความเข้าใจกับเพศสภาพที่เปลี่ยนไปมากยิ่งขึ้น เช่น พยายามเข้าใจหากผู้นิยมซีรีส์วายไปพูดคุยด้วย เรื่องซีรีส์ หรือให้ดูซีรีส์ กลุ่มคนนี้บางส่วนอาจจะรู้สึกผิดหวังถ้าลูก เป็น LGBTQ+ แต่พยายามทำ ความเข้าใจให้ยอมรับได้ มีความเปิดใจต่อกลุ่ม LGBTQ+ มากกว่าคนกลุ่มแรก

4.4.4.3 กลุ่มคนที่รับได้ กลุ่มนี้ค่อนข้างเปิดใจ และเปิดกว้างกับความ เปลี่ยนแปลงไปในยุคปัจจุบัน มองโลกที่เปลี่ยนไป มองเรื่องเพศสภาพที่เปลี่ยนไปเป็นเรื่องรสนิยม ความรู้สึก ไม่ได้ผิดแปลก และอยากให้รัฐบาลแก้ไขกฎหมายเพื่อมารองรับคนกลุ่ม LGBTQ+ มาก ยิ่งขึ้น เช่น สิทธิเรื่องการรักษาพยาบาล สิทธิทางกฎหมายต่างๆที่คู่รักชาย - หญิงทั่วไปได้สวัสดิการ จากสังคมที่ชาย - หญิงได้ เพราะมองว่าไม่ได้การที่คนที่ เป็น LGBTQ+ รักกันไม่ได้ทำให้สังคมเสื่อม เสี่ยแต่อย่างใด

#### หลักฐานการสนับสนุน

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 11 คุณเล็ก) ก็เคยถามแม่เนอะคะ แบบเล่นๆว่าถ้าชอบผู้หญิงด้วยกันแม่จะ ว่าอะไรม๊าย แม่ก็บอกว่าไม่เอาไม่ให้เป็น แต่ทุกวันนี้ก็พยายามเอาซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ให้แม่ดู พยายามอธิบายให้แม่เข้าใจ แม่ก็ดูเข้าใจมากขึ้นนะคะ ก็คิดว่าตอนนี้ก็รับได้แล้วคะ

(ผู้ให้ข้อมูลที่ 8 คุณชม) ถ้าเป็นครอบครัว คิดว่าครอบครัวรับไม่ได้เลยคะ จะมีพี่สาว คนเดียวที่รับได้ พี่สาวอีกคน และพ่อกับแม่รับไม่ได้แน่นอนคะ

#### อุปสรรค / ความท้าทาย ของการเก็บข้อมูล

ในการเก็บข้อมูลกับชาวต่างชาติ จะมีปัญหาเรื่องทางด้านภาษาที่แตกต่างกัน เช่นการเก็บข้อมูลกับคนจีน กลุ่มแฟนคลับคนจีนมักจะไม่ได้เก่งภาษาอังกฤษมากในระดับที่สามารถคุยตอบโต้ได้ทันที หากคุยตอบโต้กัน อาจจะทำให้ได้ข้อมูลที่ไม่ครบถ้วน จึงทำการสัมภาษณ์โดยผ่านทางล่ามที่ได้ภาษาจีนแล้วช่วยทำการแปลภาษาเป็นภาษาไทย ผสมกับการคุยภาษาอังกฤษ จึงช่วยให้การสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวกง่ายขึ้น

และบางท่านอาจจะไม่สะดวกในการตอบคำถาม โดยการพูดคุย จึงทำโดยการส่งคำถามไปให้ทางกลุ่มตัวอย่างนี้ และให้พิมพ์ตอบโต้กันมาเป็นภาษาอังกฤษ ซึ่งส่วนไหนที่รู้สึกว่าการตอบยังไม่ครบถ้วนพอ ก็จะทำการพิมพ์เพื่อไปสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมอีกครั้ง

และในกลุ่มแฟนคลับที่เป็นชาวต่างชาติ เช่น โชนยูโรปจะติดเรื่องของเวลาที่ไม่ตรงกัน เวลาในการสัมภาษณ์กลุ่มนี้จึงมักจะเป็นช่วงหลังเที่ยงคืน เพื่อให้สะดวกต่อผู้ให้การสัมภาษณ์ ซึ่งบางท่านอาจจะสามารถคุยโต้ตอบได้เลย และบางท่านอาจจะต้องส่งเป็นคำถามไปเพื่อให้พิมพ์ตอบกลับมา กลุ่มนี้จะได้ภาษาอังกฤษมากกว่ากลุ่มที่เป็นแฟนคลับชาวจีน แต่ก็ไม่ใช่ทุกคนที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้ตามที่ต้องการ ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนผู้ให้สัมภาษณ์ที่สามารถสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้มากขึ้นเพื่อให้สามารถสื่อสารทำความเข้าใจกันได้ทั้งสองฝ่าย

การสัมภาษณ์กลุ่มแฟนคลับที่เป็นคนไทย หากเป็นคนที่พอรู้จักอยู่บ้างค่อนข้างสามารถสัมภาษณ์ได้เลย แต่หากเป็นคนไม่รู้จัก บางท่านอาจจะกลัวเราเป็นมิชชันนารี เพื่อหลีกเลี่ยงข้อมูล จะต้องมีการพูดคุยเบื้องต้นบางส่วน หรือมีสิ่งตอบแทนเพื่อใช้ในการขอทำการสัมภาษณ์กลุ่มคนเหล่านี้

### เรื่องผิดพลาด

กลุ่มแฟนคลับบางท่านที่ติดตามซีรีส์ไม่ได้เน้นที่ตัวนักแสดงของเรื่อง นักแสดงเป็นอันดับที่ 2 แต่อันดับแรกจะเป็นในเรื่องของเนื้อเรื่องของซีรีส์ หากซีรีส์นั้นเป็นเรื่องที่น่าสนใจ ต่อให้เป็นนักแสดงที่ไม่รู้จัก หรือเป็นดาราน้ำใหม่ก็จะดู แล้วจึงค่อยมาดูว่านักแสดงเล่นเรื่องนี้ดีมีขี้เล่น แข็งรีเปล่า เคมีเข้ากันได้รีเปล่า หากเข้ากันได้จึงจะดู หากเนื้อเรื่องดีแต่นักแสดงเล่นไม่เก่งมีทั้งกลุ่มที่ยังดูต่อเพราะอยากรู้เนื้อเรื่อง และกลุ่มที่ไม่ดูต่อ เพราะรู้สึกนักแสดงทำให้บทดูไม่น่าสนใจ หรือหากบทเดิมแต่เปลี่ยนนักแสดง กลุ่มแฟนคลับบางท่านก็ยังเลือกจะดูซีรีส์ต่อ เพราะอยากดูที่บทของซีรีส์

แฟนคลับอยากเป็นมัมหมี่มากกว่าการเป็นแฟนมโน เพราะรู้สึกว่าการค่าคู่กันอยู่แล้วตัวเองจนควรเป็นมัมหมี่เพื่อชัฟพอร์ดคารามากกว่า และมีความสุขที่ได้เห็นดาราคู่กันคู่กัน

คนที่ชื่นชอบซีรีส์วาย ไม่ใช่ทุกคนที่จะรับได้หากคนในครอบครัวเป็น LGBTQ+ บางท่านส่วนตัวก็อาจจะรู้สึกผิดหวังบ้าง แต่ก็พยายามเข้าใจด้วยโลกที่เปลี่ยนไป แต่ถ้าเลือกได้ก็อยากให้ลูกเป็นชาย หรือ หญิงแบบคนทั่วไปมากกว่า

#### **ความสำเร็จของการเก็บข้อมูล**

จากเดิมที่แรกตั้งเป้าว่าจะสัมภาษณ์ชาวต่างชาติที่ 5 คน และชาวไทย 25 คน หลังจากพยายามติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์ ก็สามารถเปลี่ยนจากเป้าเดิมได้เป็น สัมภาษณ์ชาวต่างชาติที่ 15 คน และชาวไทย 15 คน แม้ว่าบางท่านอาจจะมีการเปลี่ยนตัวไปจากตัวคนแรกที่วางแผนเอาไว้ ทำให้การใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเลื่อนออกไป แต่ยังสามารถเก็บได้ครบภายในเวลาที่กำหนด



## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยอะไรที่ส่งผลให้อุตสาหกรรมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เติบโตได้อย่างรวดเร็วและใหญ่กว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์แนวอื่นๆของไทย” ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทย กับซีรีส์ทั่วไปของไทย (ชาย - หญิง) ทักษะความคิด และความรู้สึกของผู้ชมที่มีต่อซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทย รวมไปถึงทัศนคติต่อความหลากหลายทางเพศและการยอมรับการสมรสเท่าเทียม เมื่อดูซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทย ว่าเป็นอย่างไร

โดยการสัมภาษณ์จะเป็นการสัมภาษณ์ผ่านทางช่องทางออนไลน์สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นแฟนคลับชาวต่างประเทศ และการสัมภาษณ์แบบซึ่งหน้าผสมการสัมภาษณ์แบบออนไลน์สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เป็นแฟนคลับชาวไทย โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ทำการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมด 2 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแฟนคลับชาวต่างชาติ 15 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วย แฟนคลับจากประเทศต่างๆดังนี้ อเมริกาเหนือ 1 ท่าน, เยอรมัน 1 ท่าน, สวิสเซอร์แลนด์ 1 ท่าน, ฝรั่งเศส 1 ท่าน, ออสเตรีย 1 ท่าน, ออสเตรเลีย 1 ท่าน, จีน 2 ท่าน, ใต้หวัน 2 ท่าน, ญี่ปุ่น 2 ท่าน, พม่า 2 ท่าน, เวียดนาม 1 ท่าน และกลุ่มแฟนคลับชาวไทย 15 ท่าน รวมทั้งสิ้น 30 ท่าน โดยทุกท่านจะต้องเคยดูซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทยอย่างน้อย 1 เรื่อง ในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และสมัครใจในการเข้าร่วมการสัมภาษณ์ในครั้งนี้

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลคือ 1 พฤษภาคม 2565 – 30 มิถุนายน 2565 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์ครั้งนี้คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเปลือกหน้า (Face Validity) จากอาจารย์ที่ปรึกษา โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจะเก็บข้อมูลจาก 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญรวมทั้งสิ้น 30 คน ตามหลักของการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพแบบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล (Data Triangulation) จากแหล่งข้อมูล ที่มีความหลากหลายจำนวน 2 กลุ่มย่อยโดยการตั้งคำถามที่มีวัตถุประสงค์ในการถามแบบเดียวกัน เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) โดยแบ่งเป็นส่วนมีรายละเอียดดังนี้

1. คำถามคัดกรอง
2. คำถามข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์



3. ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อซีรีส์ทั่วไป
4. ความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อซีรีส์วาย(ชายรักชาย)ของไทย
5. ความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อบทของละคร การแสดงของตัวละครซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทย
6. ความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อการสนับสนุนสินค้าที่คาราซีรีส์วาย (ชายรักชาย) ของไทยเป็นพรีเซนเตอร์
7. ความรู้สึกของผู้ให้สัมภาษณ์ต่อกฎหมายเรื่องการสมรสเท่าเทียมของกลุ่มผู้รัก LGBTQ+

โดยผ่านการใช้งานวิธีการดังนี้ ในกลุ่มแฟนคลับชาวต่างชาติ 15 ท่าน หากท่านใดสะดวกสัมภาษณ์สดทางช่องทางออนไลน์เป็นภาษาอังกฤษ จะทำการสัมภาษณ์ผ่านโปรแกรม Zoom หรือ Line โดยจะใช้โปรแกรมตามความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์ สำหรับท่านที่ไม่สะดวกพูด จะใช้วิธีการแชทพิมพ์คุย เพื่อสอบถามข้อมูล และสำหรับกลุ่มที่เป็นชาว จีน และไต้หวัน จะทำการสัมภาษณ์เป็นภาษาอังกฤษ และสัมภาษณ์ผ่านล่ามที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนที่สุด ส่วนในกลุ่มแฟนคลับชาวไทย 15 ท่าน ได้ทำการสัมภาษณ์แบบซึ่งหน้าจำนวน 5 ท่าน และสัมภาษณ์ผ่านช่องทางออนไลน์โดยใช้โปรแกรม Zoom และ Line ตามความสะดวกของผู้ให้สัมภาษณ์ จำนวน 10 ท่าน

### 5.1. สรุปแนวคิดหลักที่ได้จากการศึกษา

จากการศึกษาผู้ให้ข้อมูลสำคัญในกลุ่มแฟนคลับชาวต่างชาติ 15 ท่าน และแฟนคลับชาวไทย 15 ท่านนั้น ส่วนใหญ่จะค่อนข้างมีลักษณะความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยจะแบ่งปัจจัยหลักๆออกเป็นดังนี้

5.1.1 เหตุผลหลักที่คนกลุ่มนี้หันมานิยมดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) มากขึ้น และนิยมดูมากกว่าซีรีส์ทั่วไปของไทย (ชาย - หญิง) คือบทละครในการดำเนินเรื่องของซีรีส์ เพราะเนื้อเรื่องบทละคร และบทตัวละครในซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ค่อนข้างมีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำเดิม ไม่น่าเบื่อ มีปมมีเรื่องราวของเรื่องหรือตัวละครให้คาดเดาต่อ ไม่สามารถเดาบทได้ล่วงหน้า เหมือนดั่งซีรีส์ทั่วไปของไทยที่บทละครมักจะมีลักษณะคล้ายๆเดิม ตัวละครไม่มีความเอะอะ โวยวายเหมือนดั่งซีรีส์ทั่วไปของไทย ซึ่งหากอุตสาหกรรมซีรีส์ทั่วไปของไทย (ชาย - หญิง) สามารถนำจุดนี้มาเป็นจุดศึกษา และปรับเปลี่ยนเนื้อเรื่องให้มีความแปลกใหม่ได้มากขึ้น อย่างเช่นซีรีส์วาย

ของไทย(ชายรักชาย) ก็อาจจะส่งผลให้ซีรีส์ไทยพัฒนา และสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศ อย่างเช่นซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ได้

5.1.2 ความรู้สึกของแฟนคลับต่อคาราซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ก่อนข้างคล้ายกับ แฟนคลับที่ชื่นชอบศิลปินและดาราเกาหลี โดยสามารถแบ่งกลุ่มแฟนคลับออกได้เป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มแฟนมโน คือกลุ่มคนที่ชื่นชอบคารา และมักจะสมมุติว่าดาราเป็นแฟนหรือเป็น คนรักของตัวเอง, กลุ่มชิปปเปอร์ (Shipper) คือ คนที่ชื่นชอบบุคคลในซีรีส์สองคนและมโนว่าสองคน นี้เป็นแฟนกัน จึงอยากให้สองคนนี้ได้คู่กัน และกลุ่มมัมหมี่ คือกลุ่มที่เห็นดาราเป็นเหมือนลูกของ ตัวเอง ที่ต้องปกป้อง สนับสนุน โดยคนหนึ่งคนอาจจะเป็นได้มากกว่า 1 กลุ่มก็เป็นที่ได้ แต่ทั้งนี้ ไม่ว่าจะ กลุ่มแฟนคลับจะเป็นกลุ่มไหน ล้วนแล้วแต่ต้องการสนับสนุนในตัวศิลปิน และซีรีส์ให้เป็นที่รู้จักกับ คนทั่วไป

5.1.3 การที่ใช้คาราซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ไปเป็นพรีเซนเตอร์สินค้าจะช่วย สร้างการรับรู้แบรนด์และผลิตภัณฑ์ยอดขายได้เป็นอย่างดี เนื่องจากความชอบของแฟนคลับที่มีต่อ คาราวายของไทย (ชายรักชาย) ส่งต่อยอดขายสินค้าที่ดาราเหล่านั้นไปเป็นพรีเซนเตอร์อย่างมาก เพราะกลุ่มแฟนคลับส่วนใหญ่ต้องการซื้อสินค้าเพื่อสนับสนุนดารา ต้องการให้สินค้าที่ดาราท่านั้น ไปเป็นพรีเซนเตอร์มียอดขายเยอะๆ เพื่อให้ดาราจะได้มีงานเข้ามามากขึ้น ดังที่พบได้เห็นจากหลาย แบนด์ในปัจจุบันมีการนำดาราที่เล่นซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) มาเป็นพรีเซนเตอร์ เช่น AIS เลย์ CP และทาโร่ ได้นำพีพี ฤกษ์ชัย อำนาจเดชกร และบิวกิ้น พุฒิพงศ์ อัศวรัตนกุล นักแสดงจาก เรื่องแปลรักฉันด้วยใจเธอ มาเป็นพรีเซนเตอร์, มามา OK ได้นำ ไบรท์ท วชิรวิชัย ชีวอารี, วิน เมธวิน โอภาสเอี่ยมขจร, คริส พีรวัส แสงโพธิรัตน์, สิงโต ปราชญา เรื่องโรจน์, ออฟ จุมพล อดุลกิตติพร, กัน อรรถพันธ์ พูลสวัสดิ์ ซึ่งเป็นกระแสและได้รับการตอบรับอย่างล้นหลาม

5.1.4 ช่องทางในการประชาสัมพันธ์ซีรีส์ที่ดีที่สุดคือช่องทาง Twitter โดยหากต้องการ ประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) จะพบได้ว่าช่องทางที่ดี ที่สุดเป็นการสัมพันธ์ผ่านทาง Twitter ซึ่งถึงแม้ซีรีส์ทั่วไปของไทยจะเริ่มมีการ โปรโมทผ่านทาง Twitter มากขึ้น แต่ก็ยังไม่สามารถทำได้ดีเทียบเท่ากับการโปรโมทซีรีส์วาย ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเพราะ จำนวนฐานแฟนคลับที่ต่างกัน หากซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เรื่องไหนสามารถทำให้คนสนใจ ได้ ก็จะมีการแชร์ต่อกันไปเรื่อยๆ ซึ่งจะส่งผลให้มีคนมาเห็นมากขึ้น และหันมาลองชมมากขึ้น อย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน

5.1.5 หลายคนที่ชื่นชอบซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ยังเชื่อว่ากฎหมายของไทยควร เปลี่ยนให้มีการรับรองการสมรสเท่าเทียม แต่อาจจะเป็นไปได้ยาก หากผู้ใหญ่ของบ้านเมืองเรายัง เป็นคนเดิมๆ เนื่องจากที่ซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมส่งออกกระดืบต้นๆ

ของประเทศไทย รวมไปถึงเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน และอันดับต้นๆของโลก และจากโลกสมัยใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไป คนไม่ได้จำกัดเพศว่าต้องคบกันเฉพาะเพียงชาย - หญิงเท่านั้น ทำให้หลายคนเกิดคำถามว่าแล้วทำไมกฎหมายในประเทศไทยยังไม่รองรับเรื่องการสมรสเท่าเทียมของกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ กลุ่มแฟนคลับหลายคนมีความคิดไปในทิศทางเดียวกันที่ว่ากฎหมายของไทยควรเปลี่ยนให้มีการรับรองการสมรสเท่าเทียม เพื่อให้คนที่มีความหลากหลายทางเพศสามารถได้รับสิทธิตามกฎหมายต่างๆที่ควรพึงได้รับ เช่นการรักษาพยาบาล เรื่องสิทธิต่างๆ เป็นต้น แต่ทั้งนี้ ก็ยังเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงอาจจะเป็นไปได้ยาก หากผู้ใหญ่ของบ้านเมืองเรายังเป็นคนเดิมๆ อาจจะต้องใช้ระยะเวลาในการเปลี่ยนแปลง ให้ค่อยๆเปลี่ยนแปลง แต่เชื่อว่าจะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ในอนาคต

## 5.2 จุดอ่อนที่ทำให้การศึกษาในครั้งนี้อาจยังไม่สมบูรณ์

จุดอ่อนและอุปสรรคในการศึกษาครั้งนี้ ปัญหาหลักในการสัมภาษณ์กับชาวต่างชาติ คนกลุ่มนี้การจะเข้าถึงได้ต้องเข้าผ่านจากคนที่รู้จักที่มีความสนิทสนมจึงจะทำการขอสัมภาษณ์ได้ และด้วยความที่คนเหล่านี้อยู่ในประเทศที่แตกต่างกัน จะมีเรื่องของเวลาในแต่ละประเทศที่ไม่ตรงกัน และอุปสรรคทางด้านภาษาที่แตกต่างกัน โดยกลุ่มชาวต่างชาติไม่ใช่ทุกคนที่พออนัดสัมภาษณ์แล้วจะสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในระดับที่พร้อมจะสนทนาโต้ตอบกันทันที ทำให้ในการสัมภาษณ์มีการเปลี่ยนผู้ให้สัมภาษณ์เป็นท่านอื่นมาแทน และเปลี่ยนวิธีการสัมภาษณ์ใหม่ เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์ที่เป็นชาวจีนและไต้หวัน สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ แต่เมื่อได้ลองสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ว บางคำเป็นคำศัพท์ที่ไม่สามารถนึกออกได้ ณ เวลาสัมภาษณ์ ทำให้ส่งผลให้การเก็บข้อมูลอาจจะไม่ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนถูกต้อง จึงได้ทำการนัดสัมภาษณ์อีกครั้งโดยผ่านล่ามภาษาจีน เพื่อช่วยในการสื่อสาร ซึ่งเป็นการช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกขึ้นอย่างมาก รวมไปถึงชาวต่างชาติบางท่านอาจจะไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาหลักแต่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในระดับหนึ่ง เช่น ชาวเยอรมัน และชาวญี่ปุ่น การสัมภาษณ์จึงเป็นการสัมภาษณ์ออนไลน์ผสมกับการพิมพ์แชทถามข้อมูลเชิงลึก ในส่วนที่ขาดหายไปตอนสัมภาษณ์เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่แน่ใจว่าควรอธิบายว่าอย่างไร จึงจะทำให้เก็บข้อมูลได้ครบถ้วนตามที่กำหนด รวมไปถึงเวลาของแต่ละประเทศที่แตกต่างกัน ในการนัดสัมภาษณ์จะเน้นเวลาที่ผู้ให้สัมภาษณ์สะดวกเป็นหลัก ซึ่งเมื่อเทียบเวลากับประเทศไทยแล้ว อาจจะเป็นระยะเวลา 2:00 – 03:00 น. ตามเวลาประเทศไทย

และด้วยสถานการณ์โควิด - 19 ทำให้ผู้ให้สัมภาษณ์ชาวไทยหลายท่านไม่สะดวกในการให้สัมภาษณ์ซึ่งหน้า จึงได้เปลี่ยนการสัมภาษณ์เป็นการสัมภาษณ์ผ่านช่องทางออนไลน์เพื่อเก็บ

ข้อมูล โดยหากคนที่จะไปขอนัดสัมภาษณ์เป็นคนที่รู้จัก หรือเป็นคนที่คนรู้จักแนะนำมาจะค่อนข้างเป็นไปได้ตามแผน อาจจะมีการเลื่อนวันและเวลาบ้างในบางท่าน แต่นัดสัมภาษณ์กลุ่มคนที่เราไม่รู้จัก อาจจะค่อนข้างยากในการนัดเข้าไปขอสัมภาษณ์ จากการติดต่อเข้าไปขอสัมภาษณ์หลายท่านไม่พร้อมและไม่สะดวกให้สัมภาษณ์จึงต้องทำการปรับเปลี่ยนหาผู้ให้สัมภาษณ์ใหม่ เพื่อเก็บกลุ่มตัวอย่างให้ครบ 30 ท่าน

### 5.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษารั้วนี้

จากการศึกษาทำให้ทราบแนวความคิดของแฟนคลับซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) มากขึ้น เนื่องจากเมื่อสอบถามถึงการชมซีรีส์ทั่วไปของไทย (ชาย - หญิง) มักจะได้ยินคำว่า ไม่ชอบดูหนัง / ซีรีส์ไทย แต่หากเป็นซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) คนใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นเพื่อนร่วมงาน รุ่นน้อง รุ่นพี่ หรือคนที่รู้จักหลายท่าน กลับหันไปดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) มากขึ้น ก่อนหน้านี้จึงมีความสงสัยว่าในเมื่อเป็นซีรีส์จากไทยเหมือนกัน แต่ทำไมกระแสคนดูที่นิยมจึงแตกต่างกัน ทำไมอุตสาหกรรมซีรีส์ไทยมีน้อยเรื่องมากที่จะโด่งดังในต่างประเทศ แต่หากเป็นซีรีส์วายวายของไทย (ชายรักชาย) กลับมักจะเป็นกระแสในไทยและโด่งดังไปยังต่างประเทศได้อย่างต่อเนื่อง จากการไปสัมภาษณ์ทำให้เป็นการเปิดมุมมองและเปิดความเข้าใจถึงความเหมือนและความแตกต่างต่อเนื้อเรื่อง บทละคร ดาราประกอบซีรีส์มากยิ่งขึ้น ได้เห็นมุมมองของแฟนคลับที่มีต่อซีรีส์และต่อดาราที่ประกอบซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) โดยความคิดเห็นในบางเรื่องของคนไทยและต่างชาติ อาจจะแตกต่างกันบ้าง แต่โดยรวมส่วนใหญ่จะมองไปในทิศทางที่คล้ายกัน

ได้เห็นถึงพฤติกรรมและการสนับสนุนที่ยิ่งใหญ่ของแฟนคลับรวมไปถึงเหตุผลในการสนับสนุนของแต่ละท่าน อย่างเช่น เหตุผลที่อยากส่งของครั้งละหลักแสนหรือหลายๆแสนบาทให้ดารา เหตุผลของคนไทยบางคนที่ยินตามดาราไปยังประเทศต่างๆที่มีงานของดาราท่านนั้น เหตุผลของชาวต่างประเทศที่พยายามศึกษาภาษาไทยเพื่อให้เข้าใจว่าดาราทูตอะไร เหตุผลที่แฟนคลับต่างประเทศบินมายังประเทศไทยเพื่อแคว่งาน Fan Meeting ของดาราท่านนั้น หรือบินมาไทยเพื่อมาเที่ยวช้อปปิ้งตามซีรีส์ ซึ่งบางท่านอาจจะอยู่ยาวเป็นอาทิตย์หรือเป็นเดือน หรือบางท่านอาจจะบินมาไทยเพียง 2-3 วัน เพียงเพราะต้องการมางาน Fan meeting นั้นๆ แล้วหลังจากงานจบก็บินกลับประเทศตนเองในอีกวันทันที

และจากการเห็นแบรนด์และสินค้าหลายท่านหันมาใช้ดารามาจากซีรีส์วายเป็นพรีเซนเตอร์แทนการใช้ดารามาจากซีรีส์ทั่วไป ส่วนนี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงการโตและกระแสตอบรับจากแฟนคลับได้เป็นอย่างดี ซึ่งจากการสัมภาษณ์ถึงแนวความคิดของแฟนคลับ

เหล่านี้ ทำให้เข้าใจหลักการตลาดมากยิ่งขึ้นว่า หากทางอุตสาหกรรมซีรี่ส์วาย (ชายรักชาย) ของไทย กับซีรี่ส์ทั่วไปของไทย (ชาย - หญิง) หากต้องการเข้าถึงกลุ่มแฟนคลับควรทำอย่างไร ควรมีเนื้อเรื่องของซีรี่ส์ยังไง รวมไปถึงแบรนด์หรือสินค้าที่ทางคาราเหล่านี้ไปเป็นพรีเซนเตอร์ การจัดทำ การส่งเสริมการตลาดควรจะทำโปรโมชันยังไงที่จะสามารถเป็นที่ตอบรับจากแฟนคลับเหล่านี้ได้ แนวโน้มที่เราจะใช้พรีเซนเตอร์ควรเป็นยังไง หากต้องเลือกคาราท่านใด และเลือกคารามาเป็นพรีเซนเตอร์ด้วยเหตุผลอะไรบ้าง เพื่อให้แบรนด์และสินค้าเป็นที่รู้จัก และมีประสบความสำเร็จทางด้านยอดขาย

และที่ขาดไม่ได้จากการสัมภาษณ์ครั้งนี้ คือ ได้มีรูปภาพที่ดีจากกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ ที่พร้อมถ่ายทอดเรื่องราวและความรู้สึกของตนเองต่อซีรี่ส์วายเพื่อนำข้อมูลนี้มาใช้เป็นกรณีศึกษา





## บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2563). ส่องมูลค่าตลาด 'ซีรี่ส์วาย' เรื่องรัก 'ชายชาย' ที่ได้ใจคนดูทุกเพศ. สืบค้น 22 กุมภาพันธ์ 2565. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/884794>
- กฤตพล สุทธิภัทรกุล. (2563). การประกอบสร้างตัวละครชายรักชายในซีรี่ส์วาย. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สืบค้นจาก <https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/5148>
- กฤษฎณา จงเจริญสุขไพศาล. (2564). ปัจจัยที่ทำให้ผู้หญิงในพื้นที่กรุงเทพฯ เลือกชมละครชายรักชาย (ซีรี่ส์วาย). (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4287>
- กุลริสา อากาศวิภาต. (2563). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อการชื่นชอบศิลปินเกาหลีของแฟนคลับชาวไทย ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4907>
- ไชยศิริ บุญยกุลศรีรุ่ง. (2553). เพศสภาพและเพศวิถีชายรักชายในภาพยนตร์ไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/30523>
- ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. (2565). สภาพผ่านฉลุย 4 ร่วงพ.ร.บ.สมรสเท่าเทียมฉบับก้าวไกล-คู่ชีวิตของรัฐบาล ผ่านฉลุยวาระแรก
- ตั้งกรรมาธิการฯ 25 คน ด้าน “ต้น จิตภัสร์” ย้ำก้าวข้ามการแบ่งขั้ว รัฐบาล-ฝ่ายค้าน. สืบค้น 15 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.thansettakij.com/politics/528950>
- ณพิวิทย์ วชิราปัญญานนท์. (2560). ปัจจัยความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคาร์แคร์ (Car Care) ของประชากรในเขตบางขุนเทียน. (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยสยาม. สืบค้นจาก <https://research-system.siam.edu/2013-12-20-04-25-20/4295-2013-12-20-05-58-595>
- ณัฐนันต์ย์ ปกป้อง. (2562). กลยุทธ์การจัดการแฟนคลับที่ส่งผลต่อการรับรู้ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมกับบอยแบนด์ไทยของแฟนคลับ. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ สืบค้นจาก

## บรรณานุกรม (ต่อ)

<http://gscm.nida.ac.th/uploads/files/1600162264.pdf>

คารณี พานทอง. (2542). ทฤษฎีการจูงใจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ทนายแมน. (2563). มาตรา 1448 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์. สืบค้น 7 เมษายน 2565.

จาก <https://lawman.in.th/tag/ป-พ-พ-มาตรา-1448>

ทักษญา หมอกบัว. (2563). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่องเพราะเรากู้กันของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4927>

ไทยโพสต์. (2564). รัฐบาลเดินหน้าดัน ซีรีส์วาย บุคตลาดโลก หลังยอดส่งออกโต. สืบค้น 7 เมษายน 2565. จาก <https://www.thaipost.net/main/detail/108545>

ไทยรัฐออนไลน์. (2562). อย่าสับสน เมื่อ "สาวประเภทสอง" ต้องเกณฑ์ทหาร มาอ่านเตรียมความพร้อม. สืบค้น 7 เมษายน 2565. จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1535540>

ชนัท สุขวัฒนาวิทย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้าของประชากรในกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/1223>

ปริญชาติ จรุงจิตรประชาธมย์. (2553). การสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง และการเรียนรู้ ค่านิยมส่งเสริมสังคมจากภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นชุดมาสค์ไรเดอร์ของกลุ่มแฟนคลับ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/20703>

ผู้จัดการออนไลน์. (2564). เมื่อจีน “แบน” ไอศกรีมหมุ่มหวาน สะท้อนมาถึงบันเทิงเกาหลี-ไทย. สืบค้น 8 เมษายน 2565. จาก <https://mgronline.com/entertainment/detail/9640000089920>

พัฒน์พงษ์ สังคพัฒน์. (2553). ความพึงพอใจของผู้ชมภาพยนตร์ไทยแนวสยองขวัญในปี พ.ศ. 2552. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2330>

พัฒนา คำชาย. (2563). ความสัมพันธ์และการเติบโตของ บิวกีน-พีพี ใน ‘แปลรักฉันด้วยใจเธอ’ ซีรีส์วายเรื่องแรกจากค่ายนาดาว. สืบค้น 7 เมษายน 2565. จาก <https://adaymagazine.com/bkpp>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- มติชนออนไลน์. (2564). แพนคลับอาลัย ‘แอฟ ธนาภรณ์’ ผู้เปิดตำนาน ‘มิสทิฟฟานี’ คนแรกของไทยเสียชีวิต. สืบค้น 7 เมษายน 2565. จาก [https://www.matichon.co.th/lifestyle/social-women/news\\_2807671](https://www.matichon.co.th/lifestyle/social-women/news_2807671)
- ยี่ตาน เว่ย. (2563). ความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์กับผลกระทบทางด้านค่านิยมและวัฒนธรรมจีนจากการใช้ภาพยนตร์เป็นสื่อของแอนิเมชันเรื่อง “นาจา” (Na Cha the Great) ของผู้ชมในเขตเมืองคุนหมิง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/5033>
- รณคล นุ่มนนท์. (2564). ละครซีรีส์ Y วัฒนธรรมคู่จิ้นรูปแบบใหม่. สืบค้น 22 กุมภาพันธ์ 2565. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/884794>
- รุจพัทธ์วัตต์ ครอบภูมินทร์. (2564). สถานภาพองค์ความรู้ของการสื่อสารเชิงปฏิสัมพันธ์แบบกึ่งมีส่วนร่วมทางสังคม. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์. 47(2), 117-128. สืบค้นจาก <https://so04.tcithaijo.org/index.php/socku/article/view/251450>
- วิดา พิธีรัฐกุล. (2563). พฤติกรรมการเปิดรับ การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ชมที่มีต่อรายการคุยข่าวเช้าช่อง 8 ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4507>
- วิศรุต สีนพงศพร. (2563). อธิบาย พ.ร.บ.คู่ชีวิต vs สมรสเท่าเทียม ครามาสำคัญที่จะมีผลต่อชีวิตของกลุ่ม LGBT. สืบค้น 7 เมษายน 2565. จาก <https://workpointtoday.com/15explainer-lgbt>
- ศิริส ปั้นเก่า. (2559). การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับอาหารของกลุ่มพ่อบ้านและแม่บ้านบนสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. สืบค้นจาก <https://repository.nida.ac.th/handle/662723737/5086>
- สุธารดี ศรีสวัสดิ์. (2559). อิทธิพลของความคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลีที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่มีความเกี่ยวข้องกัน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/1794>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

- อัญชญา สายสนั่น ณ อรุณา. (2558). การศึกษาความพึงพอใจ ของผู้ใช้บริการธนาคารออนไลน์ของ ประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/2330>
- Admin. (2563). หน้าละคร ซีรีส์ ต่างกันอย่างไร. สืบค้น 22 กุมภาพันธ์ 2565. จาก <http://moviediy.net/home/2020/moviediy-clinic/หน้า-ละคร-ซีรีส์-ต่างกัน>
- Admink. (2563). กระแสจิ้นจากคอนเทนต์สายวายมาแรง “ไบรท์ – วิน” ดัน 3 บริการ LINE ทะยาน ทบสถิติสูงสุดของแพลตฟอร์ม. สืบค้น 7 เมษายน 2565. จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2020/05/y-series-brightwinxlinetv-create-phenomenal-hit-line>
- Allport, A. (1975). The nature of personality: Select papers. Retrieved from <http://www.oknation.net/blog/choopong/2009>.
- Horton, D., & Wohl, R. R. (1956) Mass Communication and para-social interaction. *Psychiatry*, 19(3), 215-229. doi:10.1080/00332747.1956.11023049
- iLaw. (2565). สภารับหลักการร่างแก้กฎหมายแพ่ง #สมรสเท่าเทียม และร่างพ.ร.บ.คู่ชีวิต จับตาต่อ วาระสอง-สาม. สืบค้น 15 มิถุนายน 2565. จาก <https://ilaw.or.th/node/6172>
- Katz, E., Blumler, J. & Gurevitch, M. (1974) The Uses of Mass Communications: Current Perspective on Gratifications Research. Newbury Park, CA; Sage.
- PPTV Online. (2565). ผ่านด่านแรก! สภาฯ โหวตรับหลักการร่างกฎหมายสมรสเท่าเทียม. สืบค้น 15 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.pptvhd36.com/news/การเมือง/174330>
- Rubin, A. M. (2002). The uses-and-gratifications perspective of media effects. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp. 525–548). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
- Salminen, S., Bouley, C., Boutron-Ruault MC., Cummings, J. H., Franck, A., Gibson, G. R., Isolauri, E., Moreau, M. C., Roberfroid, M., & Rowland, I. (2000). A Functional Food Science and Gastrointestinal Physiology and Function. *British J. Nutri*, 80, S147-171.
- Sanook. (2564). GMMTV 2022 ยกทัพนักแสดงเปิดตัว 20 ซีรีส์ใหม่สุดปังที่จะได้ดูกันปีหน้า. สืบค้น 7 เมษายน 2565. จาก <https://www.sanook.com/movie/118013>

## บรรณานุกรม (ต่อ)

Schermerhorn, J. R. (2000). Organizational behavior (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

Thurstone, L. L. (1967). Reading in attitude theory and measurement. New York: John Wiley & Sons.

Top Koaysomboon. (2562). ตำราจปรากฏการณ์ซีรีส์วาย ผ่านยอดผู้ชมบน LINE TV ที่เติบโตอย่างก้าวกระโดดในช่วงกักตัว. สืบค้น 25 กุมภาพันธ์ 2565. จาก

<https://www.timeout.com/bangkok/th/movies/yaoi-boyslove-linetv>







ภาคผนวก

**ภาคผนวก**  
**คำถามสำหรับการสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย**

**คำถามคัดกรอง**

1. ท่านได้รับชมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปีใช่หรือไม่

**คำถาม**

1. คุณเป็นคนชาติอะไร
2. คุณชื่ออะไร
3. ปัจจุบันคุณอายุเท่าไร
4. ท่านอยู่ Fandom ไหนหรือไม่ หากมี Fandom อะไร
5. บ้าน Fandom ของท่านมีจำนวนสมาชิกประมาณกี่ท่าน มีคนประเทศอะไรบ้าง
6. ท่านนิยมดูซีรีส์บ่อยแค่ไหน
7. ท่านนิยมดูซีรีส์ของประเทศอะไรบ้าง
8. ท่านติดตามซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ไทยมานานแค่ไหน
9. ท่านนิยมดูซีรีส์ไทยแนวไทยบ้าง
10. เมื่อเทียบซีรีส์ทั่วไปและซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ท่านนิยมดูซีรีส์แนวไหน

**มากกว่ากัน**

11. ท่านรู้จักซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ไทยจากอะไร
12. ซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) เรื่องแรกที่ท่านดูคือเรื่องอะไร เหตุผลอะไรที่ทำให้

**ท่านตัดสินใจดู**

13. ท่านเลือกดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) จากอะไร (เช่น เนื้อเรื่อง ผู้กำกับ นักแสดง เทคนิคการถ่ายทำ)
14. บทภาพยนตร์ มีผลต่อการตัดสินใจดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย)หรือไม่ และบทภาพยนตร์แบบไหนที่ท่านอยากให้มี และบทแบบไหนที่ท่านไม่ต้องการให้มีในซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย)
15. นักแสดงนำ มีผลต่อการตัดสินใจดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ของท่านหรือไม่

16. บริษัทผู้ผลิตภาพยนตร์ มีผลต่อการตัดสินใจดูซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ของท่านหรือไม่
17. ท่านชื่นชอบการนำของซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ในฐานะอะไร (เช่น อยากรู้ได้เป็นแฟนม โน, แม่ของศิลปิน, Shipper)
18. หากซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ที่ท่านดูเปลี่ยนเนื้อเรื่องเป็นชาย – หญิง หรือ ดาราชาย - ชายคู่อื่นแทน ท่านจะยังคงเรื่องนั้นอยู่หรือไม่
19. ท่านติดตามข่าวสาร อัปเดตซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) และดาราประกอบซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ทางช่องทางไหนบ้าง
20. เมื่อท่านเห็นโฆษณาเกี่ยวกับซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) อะไรเป็นจุดดึงดูดให้ท่านสนใจอยากดู
21. หลังจากชมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ท่านได้มีการบอกต่อไปยังท่านอื่นในช่องทางต่างๆหรือไม่ (Online / Offline)
22. ท่านเคยซื้อสินค้าหรือทุ่มเงินในการส่งของไป Support ดาราซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) หรือไม่
23. หากท่านเคยซื้อสินค้าหรือทุ่มเงินในการส่งของไป Support ดาราซีรีส์วายของไทย ท่านเคยจ่ายเงินมากที่สุดประมาณเท่าไร
24. สินค้าที่ดาราซีรีส์วายที่ท่านชื่นชอบไปเป็นพรีเซนเตอร์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเหล่านั้นของท่านอย่างไรบ้าง
25. หลังจากชมซีรีส์วายของไทย (ชายรักชาย) ท่านคิดว่าประเทศของท่านควรเปลี่ยนกฎหมายเพื่อรองรับสิทธิของกลุ่มคู่รักเพศเดียวกันหรือไม่ อย่างไร
26. ท่านคิดว่าประเทศของท่านควรมีแนวโน้มที่จะมีกฎหมายรองรับสิทธิของกลุ่มคู่รักเพศเดียวกันหรือไม่ อย่างไร