การเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายของกลุ่มสาววายไทย
Exposure, Attitude, and Tendency towards Reading Behavior of Y Novels among Thai Y Female Readers

ฉัตรธิดา ชูทอง[1]

Chattida Choothong

Article History
Received: November 13, 2020
Revised : September 1, 2021
Accepted: September 5, 2021

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายของสาววายไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ ผู้หญิงไทยที่มีคุณสมบัติเป็นสาววาย และอ่านนวนิยายชายรักชายในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 400 คน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 20 ปีหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และมีรายได้ส่วนตัว/เดือนไม่เกิน 5,000 บาท มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย โดยใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชันมากที่สุด และส่วนใหญ่เคยซื้อนวนิยายชายรักชาย โดยซื้อผ่านรูปแบบหนังสือเล่มที่จัดพิมพ์ มีความถี่ในการเปิดรับโดยเฉลี่ย 6 วัน/สัปดาห์ ระยะเวลามากกว่า 2-3 ชั่วโมง และมีสาเหตุหลักในการเปิดรับ คือ ความนิยมในนวนิยายรักชายรักชาย กลุ่มตัวอย่าง มีระดับทัศนคติเชิงบวกต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชายทั้ง 4 ด้าน (ค่าเฉลี่ย = 4.41) โดยด้านบทสนทนา มีระดับทัศนคติเชิงบวกมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.53) รองลงมา ด้านแก่นเรื่อง (ค่าเฉลี่ย = 4.42) ด้านตัวละคร (ค่าเฉลี่ย = 4.38) และด้านโครงเรื่อง (ค่าเฉลี่ย = 4.29) และมีแนวโน้มพฤติกรรมในการอ่านนวนิชายรักชายมากที่สุดในประเด็นตั้งใจที่จะอ่านนวนิยายชายรักชายต่อไป ระดับตั้งใจอย่างยิ่ง (ค่าเฉลี่ย = 4.80)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า สาววายที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน จะมีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายไม่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการที่สาววายมีการรวมกลุ่มกัน หรือที่เรียกว่า “คอมมูนิตี้” โดยมีการปฏิสัมพันธ์กัน ทำให้มีลักษณะของความเป็นหนึ่งเดียว นอกจากนี้ พบความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย และทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย จากผลการศึกษา สาววายมีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายด้วยความถี่สูง แสดงให้เห็นถึงทัศนคติที่

[1] หลักสูตรวารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
Program in Master of Arts (Mass Communication), Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University
Email: palmchattida2538@hotmail.com *Corresponding author

ถูกสะสมเก็บไว้เพิ่มพูนไปในเชิงบวก และยังพบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย และแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายที่นัยสำคัญ .01 แสดงให้เห็นว่า การบริโภคสื่อนวนิยายชายรักชายของสาววายไทย เป็นผลมาจากการมีทัศนคติที่ดี นำไปสู่การเกิดเป็นพฤติกรรมสนับสนุน

คำสำคัญ: สาววาย นวนิยายชายรักชาย การเปิดรับ ทัศนคติ แนวโน้มพฤติกรรม

Abstract

The purpose of this quantitative research was to study the exposure, attitude, and tendency towards reading behavior of Y novels among Thai Y female readers. A questionnaire was used as a research instrument for data collection. The sample was 400 Thai Y females reading Y novels the past 3 months.

The results of this research indicated that most of the sample were 20 years old or under, students, earned monthly income of not more than 5,000 baht. Furthermore, the most popular exposure source was website and application. Most of them ever bought Y novels through the printed book format. The average exposure frequency was 6 days / week. The exposure duration was over 2-3 hours. The key reason for exposure was the popularity in Y novels.The sample had positive attitude towards the four aspects of Y novels (mean = 4.41). An aspect with the highest level was conversation (mean = 4.53). The secondary highest levels were theme (mean = 4.42), character (mean = 4.38), and plot (mean = 4.29). The sample had the highest tendency of reading behavior in Y novels. The intention to continue reading Y novels was at the strongly intentional level (mean = 4.80).

The results of testing hypothesis revealed that the sample with different demographic characteristics had indifferent exposure to Y novels as a result of the sample gathering into a group or so-called “community” executing interactions creating unity. Besides, exposure to Y novel was related with attitude towards the components of Y novels. From study results, the high frequency of exposure to Y novels of the sample demonstrated the increasingly accumulated positive attitude. Attitude towards the components of Y novels was also related with behavioral tendency towards reading Y novels with a statistical significance level of .01 representing positive attitude establishing supportive behavior as a result of Y novel consumption of the sample.

Keywords: Y girls, Y novels, Exposure, Attitude, Behavioral tendency

บทนำ

“สาววาย” เป็นชื่อที่คนในสังคมไทยรับรู้โดยทั่วกันว่าหมายถึง ผู้หญิงที่ชื่นชอบความรักระหว่างผู้ชายกับผู้ชาย แต่อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์สาววาย ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะในประเทศไทยเท่านั้น แต่ยังเป็นกระแสที่เกิดขึ้นในทั่วโลก โดยในสากลจะใช้คำว่า fujoshi (ฟุโจชิ) มีที่มาจากชุมชนแฟนคลับและเกม หมายถึง หญิงสาวผู้มีความผิดแผกจากระบบ เนื่องจากสาววายเป็นผู้หญิงที่มีความคิดแตกต่างจากบุคคลอื่น และต้องการเป็นอิสระจากระบบสังคม นวนิยายชายรักชายจึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์สาววาย เพราะนวนิยายชายรักชายมีเรื่องราวที่มีกลิ่นอายของการต่อต้านสังคม โดยในปัจจุบัน มีสาววายอยู่ทั่วทุกมุมโลก ไม่ว่าจะเป็นประเทศจีน ประเทศเกาหลี หรือประเทศอังกฤษ เป็นต้น (MARKETINGOOPS, 2017)

นวนิยายชายรักชาย หรือที่คนในสังคมมักเรียกกันว่า นิยายวาย เป็นนวนิยายที่นำเสนอความรักระหว่างผู้ชายกับชาย โดยตัวละครในนวนิยายชายรักชายจะประกอบไปด้วยฝ่ายรุกและฝ่ายรับ ตัวละคร ฝ่ายรุกมักมีภาพเหมารวมของความเป็นชายในอุดมคติของสังคมไทย ส่วนตัวละครฝ่ายรับมักมีภาพที่มีลักษณะของความเป็นหญิงกำกับ ในเรื่องของความสัมพันธ์และพฤติกรรมนั้น ไม่แตกต่างจากนวนิยายชายรักหญิง แต่อย่างไรก็ตาม ความนิยมในนวนิยายชายรักชายมีการเติบโตมากขึ้น ส่งผลให้วงการนวนิยายชายรักชายในสังคมไทยได้พัฒนาไปสู่ประเด็นที่หลากหลาย ทั้งในด้านตัวละคร โครงเรื่อง แก่นเรื่อง หรือฉากต่าง ๆ ที่มีความซับซ้อน และสามารถสะท้อนให้เห็นถึงภาพของชายรักชายที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงในสังคม เช่น เรื่องราวความสัมพันธ์แบบคู่รักสามคน ความรักต่างอายุ หรือตัวละครที่มีการสลับบทบาทกัน (Read Alert, 2019)

โดยจากข้อมูลของโพสต์ทูเดย์ (2561) มีการเขียนข่าวเกี่ยวกับกระแส หรือการเติบโตของนวนิยายชายรักชายไว้ว่า จากการคาดคะเนของผู้เชี่ยวชาญวงการหนังสือ มีความคิดเห็นตรงกันว่า ในปี 2561 เป็นปีของการเติบโตของแฟนหนังสือนวนิยายวายอย่างมากที่สุดเท่าที่เคยเป็นมา ในช่วงเดือนกรกฎาคม 2561 ได้มีการจัดงานมหกรรมนิยายวาย ครั้งที่ 2 ในประเทศไทย นอกจากนี้ จากสถิติการอ่านนิยายใน Dek-D ปี 2019 ที่เกี่ยวข้องกับนิยายชายรักชาย พบว่า คำค้นหายอดนิยมที่นักอ่านใช้มากที่สุด 3 อันดับแรก (แบบไม่เรียงลำดับ) ได้แก่ MarkBam, ChanBaek และป๋อจ้าน ซึ่งล้วนเป็นศิลปินผู้ชายที่ถูกจับคู่จิ้นด้วยกันทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็น MarkBam คือ มาร์คและแบมแบมจากวง GOT7 หรือ ChanBaek คือ ชานยอลและแบคฮยอนจากวง EXO และป๋อจ้าน คือ หวังอี้ป๋อและเซียวจ้าน จากซีรีส์จีนเรื่อง The Untamed ปรมาจารย์ลัทธิมาร นิยายเรื่องที่ถูกกดติดตาม (Favorite) มากที่สุด คือ นิยายวายเรื่อง “นับ เก้า รัก” มีคนกดติดตามถึง 62,350 คน นิยายในหมวดที่ยอดขายดี ที่สร้างรายได้สูงสุด ได้แก่ 1. หมวดนิยายกำลังภายใน 2. หมวดนิยายวาย 3. หมวดแฟนตาซี นิยายที่มียอดแฟนคลับสูงสุดตั้งแต่เคยมีมา คือนิยายวาย เรื่อง “North : How much is your love?” ที่มีแฟนคลับติดตามนิยายมากถึง 78,406 คน (Dek-D, 2562) ถึงแม้ในด้านนิยายในหมวดยอดขายดี นิยายวายจะไม่ได้อันดับหนึ่ง อาจมีสาเหตุมาจากสาววายหรือผู้หญิงที่อ่านนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในวัยเรียน อาจมีกำลังการซื้อไม่สูงนัก จึงนิยมอ่านนิยายชายรักชายที่เปิดให้อ่านฟรี ทำให้หมวดนิยายวาย มีการกดติดตามนิยาย (Favorite) สูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง รวมถึงคู่จิ้นชายรักชายก็ติดคำค้นหายอดนิยม ที่นักอ่านใช้ค้นหามากที่สุด แสดงให้เห็นถึงแรงสนับสนุนของเหล่าสาววายที่แม้จะเป็นคนกลุ่มน้อยที่บริโภควัฒนธรรมชายขอบ แต่ก็มีพลังการสนับสนุนสูง เมื่อนวนิยายชายรักชาย มีชื่อเสียงโด่งดังมากในโลกอินเทอร์เน็ต โดยเฉพาะเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมอย่าง Dek-D ที่เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้บุคคลทั่วไปได้ก้าวขึ้นมาเป็นนักเขียนหน้าใหม่ และเป็นช่องทางที่ให้เหล่าสาววาย ได้มีพื้นที่ในการเสพสื่อนวนิยายชายรักชาย โดยนวนิยายชายรักชายที่ได้รับความนิยม มักมีผู้คนเข้ามาแสดงความคิดเห็นถึงหลักหมื่นคน ย่อมเป็นการตอกย้ำให้เห็นถึงความนิยม และความสำเร็จของนวนิยายชายรักชายในสังคมไทย และเมื่อนวนิยายชายรักชายประสบความสำเร็จแล้ว จึงมีการนำนวนิยายชายรักชายมาสร้างเป็นซีรีส์ลงจอแก้ว ซึ่งกล่าวได้ว่าซีรีส์ชายรักชายในประเทศไทยหลาย ๆ เรื่อง ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมาก จนก่อเกิดเป็นกลุ่มแฟนคลับศิลปินคู่วาย ที่มีแรงสนับสนุนสูง ซึ่งซีรีส์วายไม่ได้ประสบความสำเร็จเฉพาะแค่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่ประสบความสำเร็จเป็นอย่างมากทั้งแถบเอเชีย โดยเฉพาะในจีนแผ่นดินใหญ่ ที่มีกำลังการบริโภคค่อนข้างสูง ส่งผลให้นักแสดงซีรีส์ชายรักชายโกอินเตอร์ เช่น คู่คริส-สิงโต หรือชื่อที่แฟนคลับเรียกพวกเขา

ทั้งสองคนเรียกว่า “พีรญา” จากซีรีส์วาย เรื่อง SOTUS พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง ซึ่งได้มีการจัดแฟนมิตติ้งในประเทศแถบเชียทั้งหมด 5 ประเทศด้วยกัน

ในส่วนของตลาดหนังสือ ร้านหนังสือบางร้าน มีการจัดหมวดหมู่เฉพาะนวนิยายวายขึ้นมา เพื่อรองรับการเติบโตของผู้บริโภค กล่าวได้ว่า นวนิยายชายรักชาย ถูกผลักดันเข้าสู่ตลาดกระแสหลัก จนเป็น ที่ยอมรับว่าเป็นส่วนหนึ่งในตลาดที่สำคัญต่อธุรกิจหนังสือ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่เป็นวัยรุ่นและกลุ่มคนรุ่นใหม่ ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมประเภทชายรักชาย ซึ่งผู้หญิงนิยมอ่านนวนิยายชายรักชายหรือนิยายวาย เป็นผลมาจากนิยายวาย เป็นสิ่งที่ผลิตโดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง เนื่องจากผู้หญิงมักจะเข้าใจความต้องการของผู้หญิงด้วยกันเอง จึงนำเสนอได้ว่าผู้หญิงชอบอะไรในนิยายวาย รวมถึงนวนิยายชายรักชาย ถือได้ว่าเป็นการตอบโต้วาทกรรมแนวคิดชายเป็นใหญ่ ที่มองว่าผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ เพราะนวนิยายชายรักชาย ทำให้ผู้ชายกลายเป็นวัตถุทางเพศของผู้หญิง ที่ผู้อ่านจะสนุกสนานไปกับภาพผู้ชายหน้าตาดีสองคนมีความสัมพันธ์กัน (Read Alert, 2561) แต่อย่างไรก็ตาม รศ.ดร.นัทธนัย ประสานนาม ซึ่งเป็นอาจารย์ประจำภาควิชาวรรณคดี คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเป็นอาจารย์ที่ศึกษาวัฒนธรรมวายอย่างจริงจัง อธิบายว่า เมื่อวัฒนธรรมวายถูกส่งต่อมายังกลุ่มผู้หญิงในฐานะผู้สร้างและผู้เสพ จากงานวิจัย กลุ่มผู้หญิงเหล่านี้ต่างก็เป็นรักต่างเพศ กล่าวคือ เป็นผู้หญิงที่ชื่นชอบผู้ชายตามปกติของสังคม ดังนั้น เรื่องวายจึงไม่ไปผูกมัดกับ LGBT แบบที่ภาพยนตร์เกย์หรือวรรณกรรมเกย์สร้าง เพราะเรื่องวายเป็นความสัมพันธ์ของผู้ชายที่รักกัน แต่ถูกจินตนาการขึ้นมาโดยผู้หญิง แล้วก็ถูกบริโภคโดยผู้หญิง (THEPEOPLE, 2019)

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า กลุ่มที่บริโภคนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่ไม่ใช่เพศนอกกรอบ แต่กลับเป็นกลุ่มผู้หญิงที่พบเห็นได้โดยทั่วไปในสังคมไทย ซึ่งมองดูแล้ว อาจจะเป็นเรื่องแปลกว่า เหตุใดกลุ่มคนที่ชอบอ่านนวนิยายชายรักชายส่วนใหญ่คือเพศหญิง เพราะเพศหญิง คือเพศในขนบตามกรอบในสังคม ที่ดูไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกับกลุ่ม LGBT รวมถึงจากความเติบโตของวงการนวนิยายชายรักชาย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมย่อย แต่กลับอยู่ร่วมกับวัฒนธรรมหลักได้อย่างกลมกลืนมากขึ้นในยุคปัจจุบัน ผู้ศึกษาจึงเกิดความสนใจในเรื่องลักษณะทางประชากรของสาววาย ที่บริโภคนวนิยายชายรักชายดังกล่าว

และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชาย รวมถึงทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย โดยสนใจในเรื่องของการชื่นชอบในองค์ประกอบของนวนิยายชายรักชาย และแนวโน้มพฤติกรรมในการบริโภคนวนิยายชายรักชายว่าเป็นอย่างไร ไม่ว่าจะเป็นการอ่านผ่านรูปแบบหนังสือเล่มที่จัดพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) หรือเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เป็นต้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร การเปิดรับ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของสาววาย
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของสาววายกับการเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววาย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การเปิดรับนวนิยายชายรักชายกับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายของสาววาย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติมีต่อนวนิยายชายรักชายกับแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายของสาววาย

สมมติฐานการวิจัย

1. สาววายไทยที่อ่านนวนิยายชายรักชายที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชายแตกต่างกัน
2. การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทยที่อ่านนวนิยายชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย
3. ทัศนคติของสาววายไทยที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชาย

นิยามศัพท์

นวนิยายชายรักชาย หมายถึง การเล่าเรื่องระหว่างความรักของผู้ชายกับผู้ชายด้วยกัน โดยตัวละครชายที่เป็นฝ่ายรุกจะเรียกว่า พระเอก ส่วนตัวละครชายที่เป็นฝ่ายรับจะเรียกว่า นายเอก ประกอบไปด้วย 6 ประเภท ได้แก่ นิยายวาย แฟนฟิคไทย แฟนฟิคเกาหลี แฟนฟิคเอเชีย แฟนฟิคฝรั่ง และแฟนฟิคนิยาย การ์ตูน เกม

สาววาย หมายถึง ผู้หญิงไทยที่อ่านนวนิยายชายรักชาย และมีคุณสมบัติสาววายมากกว่า 3 ข้อ ได้แก่ ชอบคู่จิ้น ชอบอ่านนิยายวาย/แฟนฟิควาย เชียร์ผู้ชายให้รักกัน แอบจิ้นเวลาเห็นผู้ชายมีการสัมผัสกัน มีรูปชวนจิ้นของหนุ่ม ๆ เปิดตัวว่าเป็นสาววาย มีการติดตามนักเขียน/เพจ/กลุ่มเกี่ยวกับวงการวาย ไม่ชอบตัวละครผู้หญิง และเคยไปงานมหกรรมหนังสือนิยายวาย

การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลมีการเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชาย ในงานวิจัยชิ้นนี้ ได้แก่ ความถี่ในการอ่านนวนิยายชายรักชาย (วัน/สัปดาห์)

ลักษณะทางประชากร หมายถึง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ของสาววายไทย

ทัศนคติต่อนวนิยายชายรักชาย หมายถึง ระดับความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อองค์ประกอบของนวนิยายชายรักชาย ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านตัวละคร ด้านโครงเรื่อง ด้านแก่นเรื่อง และด้านบทสนทนา

แนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชาย หมายถึง ระดับความตั้งใจที่จะอ่านนวนิยายชายรักชายต่อไป ระดับความตั้งใจที่จะกดติดตาม/แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชายในเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่อไป และระดับความตั้งใจที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้รู้จักและอ่านนวนิยายชายรักชาย

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มุ่งศึกษาการเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายของสาววายไทยที่อ่านนวนิยายชายรักชายในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา และมีคุณสมบัติความเป็นสาววาย ทั้งในรูปแบบของหนังสือเล่มที่จัดพิมพ์ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (e-book) หรือเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน เช่น Dek-D, readawrite, thaiboyslove เป็นต้น

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสาร แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ และแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม อธิบายได้ว่า ในการเปิดรับสื่อหรือข่าวสารของแต่ละบุคคลนั้น ย่อมมีความแตกต่างกันออกไป ตามปัจจัยส่วนบุคคล และความพึงพอใจ ซึ่งแรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมีการเลือกรับข่าวสารนั้น เกิดจากคุณสมบัติพื้นฐานของผู้รับสารในด้านต่าง ๆ ได้แก่ 1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ จิตมักจะเป็นตัวกำหนดหรือสั่งการให้บุคคลมีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารต่าง ๆ ที่แตกต่างกัน ซึ่งจิตจะเป็นตัวบ่งบอกได้ว่า เราสนใจหรือไม่มีความสนใจในสิ่งใด 2. องค์ประกอบทางด้านสังคม เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัวบุคคล ไม่ว่าจะเป็นครอบครัวหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อเรา รวมถึงวัฒนธรรมประเพณี ต่างก็ส่งผลต่อการเลือกรับข่าวสารของเราทั้งสิ้น (ศรันย์ ยี่หลั่นสุวรรณ, 2558) ซึ่งเมื่อบุคคลมีการเปิดรับสื่อ ย่อมมีการก่อตัวทางด้านความรู้สึก จนเกิดเป็นทัศนคติ โดยธงชัย สันติวงษ์ (2533 อ้างถึงใน อภิญญา บุญประเสริฐ, 2554) ได้อธิบายว่า ทัศนคติ จะกำเนิดเกิดขึ้นมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารของข้อมูลที่ได้รับมา ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่บุคคลรับมานั้น บางส่วนจะถูกนำไปเก็บและสร้างเป็นทัศนคตินำไปสู่ปฏิกิริยาการตอบสนองขึ้นมา นั่นคือ พฤติกรรม ซึ่ง สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533 อ้างถึงใน ณัฏฐ์ชยา ลีลา, 2557) อธิบายว่า ความตั้งใจเกิดพฤติกรรมมีผลจากความรู้สึก ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการวางแผนว่าจะทำอย่างไรต่อวัตถุ อาจกล่าวได้ว่า เมื่อผู้บุคคลเปิดรับสื่อใด ๆ จะเกิดเป็นกระบวนการรับรู้ นำไปสู่การคิดและทำความเข้าใจ ซึ่งอาจก่อให้เกิดทัศนคติบางอย่าง ทั้งพึงพอใจและไม่พึงพอใจ จนแสดงออกมาเป็นพฤติกรรม ในงานวิจัยชิ้นนี้ เป็นการศึกษาผู้บริโภคนวนิยายชายรักชายหรือสาววาย ซึ่งเป็นการวัดระดับทัศนคติ และความตั้งใจที่บุคคลมีต่อนวนิยายชายรักชายจนนำไปสู่ความสามารถในการหาคำตอบแนวโน้มพฤติกรรมได้

2. แนวคิดเรื่องเพศสภาพ และสาววาย ย่อมมีความเกี่ยวข้องเชื่องโยงกัน กล่าวคือ เพศสภาพ (Gender) หมายถึง ความเป็นหญิง ความเป็นชาย ที่สังคมและวัฒนธรรมปลูกฝังให้แสดงบทบาทตามเพศสรีระของตนเอง แต่อย่างไรก็ตาม ความเป็นหญิง ความเป็นชาย อาจมาจากความรู้สึกนึกคิดของตนเองได้ โดยเพศเป็นสิ่งที่ถูกสังคมกำหนดขึ้นมา จึงอาจมีการลื่นไหล เปลี่ยนแปลงได้เมื่ออยู่ในสภาวการณ์อีกยุคสมัยหนึ่ง เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้าง และให้คุณค่าจากสังคม (ชลิดา ภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2551 อ้างถึงใน วิชาญ ทรายอ่อน, ม.ป.ป.) ดังนั้น เพศสภาพย่อมมีความเกี่ยวข้องกับผลงานประเภทวาย เนื่องจากนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่เป็นสิ่งที่ถูกผลิตโดยผู้

หญิงและบริโภคโดยผู้หญิง เรียกได้ว่า ผู้หญิงเป็นผู้กำหนดความเป็นชายรักชาย และให้คุณค่าความเป็นชายรักชายขึ้นมาใหม่ โดยเป็นไปในทิศทางบวก ซึ่งปรากฏการณ์สาววายเกิดขึ้นในทั่วโลก โดยในงานวิจัยเชิงประจักษ์ของตะวันตกในช่วงยุคกลาง ปี 2008 Levi (2009) ซึ่งเป็นนักวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามชาวอเมริกาเหนือ ที่บริโภคผลงานวายเป็นผู้หญิงถึง 86% รวมถึงงานวิจัยของ Pagliassotti (2008a) รายงานว่า ผู้ที่บริโภคผลงานวาย ชาวยุโรปที่พูดภาษาอังกฤษเป็นผู้หญิงถึง 89% และผู้ที่บริโภคผลงานวาย ชาวอิตาลีที่เป็นผู้หญิง มีจำนวนถึง 82% และ Zsila, Bernáth and Inánt-sy-Pap (2015) รายงานว่า ผู้ที่บริโภคผลงานวาย ชาวฮังการีเป็นผู้หญิงถึง 91% นอกจากนี้ Lunsing (2006) และเกอร์ (2006) ยังระบุว่า เลสเบี้ยนก็เป็นผู้บริโภคผลงานวายเช่นกัน นอกจากนี้ Mizoguchi (2008) ยังรายงานว่า อายุ ระดับการศึกษา และสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน ในด้านการสร้างผลงานวายกลับไม่มีความแตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นมืออาชีพหรือมือสมัครเล่น (Ágnes Zsila and Zsolt Demetrovics, 2017) ดังนั้น การเกิดขึ้นของปรากฏการณ์สาววาย มีส่วนสร้างนิยามใหม่ให้กับกลุ่มชายรักชาย มีส่วนช่วยให้พฤติกรรมของชายรักชาย กลายเป็นเรื่องปกติทางสังคม ดังที่นักวิชาการมิเชล ฟูโกต์ ได้กล่าวว่า อัตลักษณ์ทางเพศนั้นเป็นการผลิตสร้างทางสังคม และเกล รูบิน ยังกล่าวอีกว่า เพศวิถีเป็นการจัดระเบียบทางสังคม โดยอาศัยเพศตามธรรมชาติมาเป็นตัวกำหนด นอกจากนี้ ยังเกิดปรากฏการณ์ ภาวะปกติใหม่ (new normal) หมายถึง การที่เพศชายจะหลงรักเพื่อนสนิทที่เป็นเพศชายด้วยกัน จนนำไปสู่การมีเพศสัมพันธ์กันได้อย่างเป็นปกติ (THESTANDARD, 2017)

3. แนวคิดนวนิยาย คำว่า “นวนิยาย” นักวิชาการด้านวรรณคดีศึกษาของไทย ยอมรับกันแล้วว่า เป็นคำที่มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Novel” โดยนวนิยายไทยในระยะเริ่มต้น ได้รับอิทธิพลด้านกลวิธีการเขียนมาจากวัฒนธรรมทางวรรณกรรมตะวันตก คือ อังกฤษ ซึ่งในหนังสือ Aspects of the Novel E.M. Forster ได้ให้นิยามความหมาย “นวนิยาย” ว่า เป็นบันเทิงคดีร้อยแก้วรูปแบบหนึ่ง โดยมีความยาวไม่น้อยกว่า 50,000 คำ ซึ่งผู้เขียนจะสมมติเรื่องราวขึ้นมา เพื่อให้เกิดความเสมือนจริง หรือดูเป็นเรื่องจริง (วิภา กงกะนันทน์, 2540) นวนิยายประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 6 ด้าน ได้แก่ ด้านตัวละคร ด้านโครงเรื่อง ด้านแก่นเรื่อง ด้านฉาก ด้านบทสนทนา และด้านทรรศนะของผู้แต่ง ซึ่งในปัจจุบัน นวนิยายไม่ได้มีเพียงรูปแบบออฟไลน์เท่านั้น แต่ยังมีนวนิยายในรูปแบบออนไลน์ ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในยุคปัจจุบัน เนื่องจากสิ่งที่นวนิยายอินเทอร์เน็ต หรือนวนิยายออนไลน์ พิเศษกว่านวนิยายหนังสือ คือ รูปลักษณ์ภายนอก ที่มีการใช้สื่อผสมของภาพและเสียง เช่น ภาพวาด เพลงประกอบที่ผู้เขียนใส่เข้าไปเพื่อเพิ่มรายละเอียด หรือเพิ่มสุนทรียภาพในการอ่าน นอกจากนี้ ภายในเว็บไซต์ของนวนิยาย ก็มีการจัดหมวดหมู่ประเภทนวนิยายต่าง ๆ มีการจัดอันดับนวนิยายยอดนิยม หรือการค้นหานวนิยายเรื่องต่าง ๆ ก็ทำได้ง่าย ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงนวนิยายได้รวดเร็วและตรงต่อความต้องการ และเหล่าบรรดาสำนักพิมพ์ก็สามารถเลือกนวนิยายเพื่อนำไปตีพิมพ์ได้ เช่น เลือกจากนวนิยายที่มียอดการอ่าน/แสดงความคิดเห็นสูงสุด เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้ผลตอบแทนที่สูง และลดความเสี่ยงในการลงทุน นอกจากนี้ วอเตอร์ เบนจามิน กล่าวว่า นวนิยายอินเทอร์เน็ต ทำให้เกิดการมีประชาธิปไตยทางวัฒนธรรม (Cultural Democracy) เพราะนักเขียนและนักอ่านไม่จำเป็นต้องอยู่ในกรอบปฏิบัติตามสัญนิยมนวนิยายแบบเดิม ๆ คือ สามารถมีอิสระจากกฎเกณฑ์ของงานเขียนแบบเก่า (อารดา ปรีชาปัญญา, 2553)

วิธีการศึกษา

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง (Self-Admistered Questionnaire) ซึ่งประกอบไปด้วยคำถามปลายปิด (Closed-Ended Question) และคำถามปลายเปิด (Open-Ended Question) แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทย ประกอบด้วย ความถี่ในการเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชาย (วัน/สัปดาห์) ตอนที่ 3

คำถามเกี่ยวกับทัศนคติต่อนวนิยายชายรักชาย โดยแบ่งเป็นออกเป็น 4 หัวข้อใหญ่ ประกอบด้วยทัศนคติความรู้สึกที่มีต่อองค์ประกอบของนวนิยายชายรักชาย ด้านละ 5 ข้อคำถาม ได้แก่ ด้านตัวละคร ด้านโครงเรื่อง ด้านแก่นเรื่อง และด้านบทสนทนา ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมในการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ได้แก่ ความตั้งใจในการเปิดรับนวนิยายชายรักชายต่อไป ความตั้งใจจะสนับสนุนโดยการซื้อนวนิยายชายรักชาย ความตั้งใจจะสนับสนุนโดยการกดติดตามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชายในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันต่อไป และมีความตั้งใจที่จะแนะนำให้บุคคลอื่นรู้จักและเปิดรับนวนิยายวายต่อไป

ทำการเก็บข้อมูลโดยนำแบบสอบถามไปเผยแพร่ในเครือข่ายสังคมออนไลน์จากแอปพลิเคชันทวิตเตอร์ (Twitter) และเพจ/กลุ่มเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งผู้วิจัยจะเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบอาสาสมัคร (Voluntary Selection) และมีการใช้คำถามในการคัดกรอง (Screening Question) ว่าเป็นผู้หญิงไทยที่เคยอ่านนิยายชายรักชายอย่างน้อย 1 เรื่องในรอบ 3 เดือนที่ผ่านมา และมีคุณสมบัติเป็นสาววายมากกว่า 3 ข้อ เพื่อเป็นการคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถามให้ตรงตามวัตถุประสงค์

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) อธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับสื่อนวนิยายชายรักชาย ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ความถี่ (frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้วิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานเชิงความสัมพันธ์ (Relational Hypothesis) และเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Hypothesis) สถิติที่ใช้ ได้แก่ One-way analysis of variance: ANOVA และ Pearson's product moment Correlation Coefficient

ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามมีทั้งหมด 400 คน ด้านอายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า ร้อยละ 58.25 รองลงมา คือ อายุ 26 ปีขึ้นไป ร้อยละ 22.00 และมีอายุ 21-25 ปี ร้อยละ 19.75 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ปวช.หรือเทียบเท่า ร้อยละ 55.50 รองลงมาคือ มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 32.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 68.75 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทห้างร้านเอกชน ร้อยละ 11.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ส่วนตัว/เดือนไม่เกิน 5,000 บาท ร้อยละ 60.00 รองลงมา มีรายได้ส่วนตัว/เดือน 5,001–15,000 บาท ร้อยละ 23.00

การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายประเภทนิยายวายมากที่สุด $\bar{X}$ = 2.74 รองลงมาคือ แฟนฟิคไทย และแฟนฟิคเกาหลี $\bar{X}$ = 1.81 และ 1.71 ตามลำดับ ซึ่งส่วนใหญ่ มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายในสื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ร้อยละ 83.50 ส่วนใหญ่ เคยใช้เงินซื้อนวนิยายชายรักชาย ร้อยละ 76.75 โดยซื้อผ่านรูปแบบหนังสือเล่มที่จัดพิมพ์ ร้อยละ 44.89 ส่วนใหญ่ มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย 1–3 ปี ร้อยละ 40.00 รองลงมา 4–6 ปี ร้อยละ 34.00 มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ความถี่ (วัน/สัปดาห์) โดยเฉลี่ย 5.57 หรือ 6 วัน/สัปดาห์ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.571 วัน/สัปดาห์ ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการอ่านนวนิยายชายรักชายมากกว่า 2–3 ชั่วโมง ร้อยละ 42.75 เหตุผลหลักในการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย คือ ความนิยมในนวนิยายรักชาย ร้อยละ 31.51 รองลงมาคือ โครงเรื่องหรือพล็อตเรื่องแปลกใหม่น่าสนใจ ร้อยละ 23.00

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย ด้านตัวละคร ด้านโครงเรื่อง ด้านแก่นเรื่อง และด้านบทสนทนา

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับ
ด้านตัวละคร	4.38	0.474	**เชิงบวก**
ด้านโครงเรื่อง	4.29	0.556	**เชิงบวก**
ด้านแก่นเรื่อง	4.42	0.485	**เชิงบวก**
ด้านบทสนทนา	4.53	0.492	**เชิงบวก**
องค์ประกอบนวนิยายชายรักชายทั้ง 4 ด้าน	4.41	0.400	**เชิงบวก**

ทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชายโดยรวมเชิงบวก $\bar{X}$ = 4.41 โดยเมื่อพิจารณาทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชายแล้ว พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติที่ดีด้านบทสนทนามากที่สุด $\bar{X}$ = 4.53 รองลงมาคือ ด้านแก่นเรื่อง $\bar{X}$ = 4.42 ด้านตัวละคร $\bar{X}$ = 4.38 และด้านโครงเรื่อง $\bar{X}$ = 4.29 โดยมีทัศนคติเชิงบวกทุกด้าน โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดในประเด็นทั้ง 4 ด้าน ดังนี้

ด้านตัวละคร ประเด็น “ตัวละครในนวนิยายชายรักชายที่มีบุคลิกภาพ/อุปนิสัยสมจริง ทำให้ท่านอยากอ่านนวนิยายเรื่องนั้น” มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.59

ด้านโครงเรื่อง ประเด็น “โครงเรื่องของนวนิยายชายรักชาย มีการดำเนินเรื่องและผูกเรื่องได้น่าสนใจเช่นเดียวกับนวนิยายทั่วไป” มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.51

ด้านแก่นเรื่อง ประเด็น “แก่นของเรื่องในนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่ผู้เขียนจะนำเสนอในการมองกลุ่มชายรักชายว่าไม่มีความแตกต่างไปจากชายรักหญิง ทำให้ท่านเปิดใจยอมรับคนรักเพศเดียวกันในชีวิตจริงมากขึ้น” มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.71

ด้านบทสนทนา ประเด็น “บทสนทนาในนวนิยายชายรักชาย ใช้ภาษาที่บรรยายให้เห็นถึงลักษณะเด่นเฉพาะของแต่ละตัวละคร ส่งผลให้ท่านรู้จักและเข้าใจตัวละครในเรื่องมากขึ้น” มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.63

แนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชาย

กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชาย $\bar{X}$ = 4.55 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง ประเด็น “ท่านมีความตั้งใจที่จะอ่านนวนิยายชายรักชายต่อไป” $\bar{X}$ = 4.80 ถือว่าอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง รองลงมาคือ ท่านมีความตั้งใจที่จะกดติดตาม/แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชายในเว็บไซต์และแอปพลิเคชันต่อไป $\bar{X}$ = 4.59 ถือว่าอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง และท่านมีความตั้งใจที่จะแนะนำบุคคลอื่นให้รู้จักและอ่านนวนิยายชายรักชาย $\bar{X}$ = 4.28 ถือว่าอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความตั้งใจที่จะซื้อนวนิยายชายรักชายต่อไปจำนวน 386 คน คิดเป็นร้อยละ 96.50 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่มีความตั้งใจที่จะเขียนนวนิยายชายรักชาย จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรของสาววายที่มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ลักษณะทางประชากรของสาววาย ที่มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายที่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทย ความถี่ (วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทยโดยรวม (r = 0.160) และทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านตัวละคร (r = 0.134) ด้านโครงเรื่อง (r = 0.153) ด้านแก่นเรื่อง (r = 0.122) และด้านบทสนทนา (r = 0.097) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก ทั้งนี้ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสัมพันธ์กันต่ำมาก

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายโดยรวม (r = 0.507) และทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านละคร (r = 0.439) ด้านโครงเรื่อง (r = 0.326) ด้านแก่นเรื่อง (r = 0.407) และด้านบทสนทนา (r = 0.457) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก โดยทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายโดยรวมมีระดับสัมพันธ์ที่สัมพันธ์กันสูง ส่วนองค์ประกอบทั้ง 4 ด้าน มีระดับสัมพันธ์ที่สัมพันธ์กันต่ำ

อภิปรายผลการวิจัย

การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย

จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 83.50 ใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน โดยมีความถี่ (วัน/สัปดาห์) โดยเฉลี่ย 6 วัน และส่วนใหญ่ร้อยละ 42.75 มีระยะเวลาการอ่านนวนิยายชายรักชายมากกว่า 2–3 ชั่วโมง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะการเข้ามาของเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นความทันสมัยของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศต่าง ๆ ที่ทำให้การเข้าถึงสื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ทำได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงได้ทุกสถานที่ ซึ่งจากการศึกษา พบว่า สิ่งที่นวนิยายอินเทอร์เน็ตหรือนวนิยายออนไลน์ พิเศษกว่านวนิยายหนังสือ คือ รูปลักษณ์ภายนอก ที่มีการใช้สื่อผสมของภาพและเสียง เช่น ภาพวาด เพลงประกอบ ที่ผู้เขียนใส่เข้าไปเพื่อเพิ่มรายละเอียด หรือเพิ่มสุนทรียภาพในการอ่าน และภายในของเว็บไซต์นวนิยายออนไลน์ยังมีการจัดหมวดหมู่ประเภทนวนิยายต่าง ๆ มีการจัดอันดับนวนิยายยอดนิยม หรือการค้นหานวนิยายเรื่องต่าง ๆ ก็สามารถทำได้ง่าย ทำให้ผู้อ่านสามารถเข้าถึงนวนิยายได้รวดเร็ว และตรงต่อความต้องการ (อารดา ปรีชาปัญญา, 2553) ด้วยเหตุนี้ จึงอาจเป็นสาเหตุให้สาววายไทยส่วนใหญ่นิยมใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชันในการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย และมีการเปิดรับด้วยความถี่สูง คือ 6 วัน/สัปดาห์

ในส่วนของการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย มีเหตุผลหลักที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความนิยม ในนวนิยายชายรักชายโดยกระแสการเติบโตของวงการประเภทวาย มีสาเหตุสำคัญมาจากการผลักดันวงการประเภทวายเข้าสู่ตลาดกระแสหลัก และการเข้ามาของอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้การเข้าถึงนวนิยายประเภทนี้กว้างขวางขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาครั้งนี้ที่สาววายส่วนใหญ่ร้อยละ 83.50 ใช้สื่อเว็บไซต์และแอปพลิเคชันในการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย และจากการศึกษาของอรวรรณ วิชญวรรกุล (2559) ได้อธิบายว่า ขณะนี้ เนื้อหาในนวนิยายชายรักชายมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางบวก มีสาเหตุมาจากการเข้ามาของอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นช่องทางที่ทำให้สาววายสามารถเข้ามาแสดงความคิดเห็นได้อย่างกว้างขวาง นอกจากนี้ จากการศึกษาประวัติและพัฒนาการของนวนิยายไทย ได้อธิบายถึงพัฒนาการของนวนิยายไทย ในแนวคิดยุคสมัยใหม่ เป็นแนวคิดที่นำแนวคิดมนุษยนิยมมาประยุกต์กับอินเทอร์เน็ต ซึ่งทำให้การสร้างสรรค์นวนิยายของนักเขียนแนวคิดมนุษยนิยมเริ่มฉีกกรอบออกไปจากเดิม ทำให้เกิดอัตลักษณ์ของนักเขียนขึ้นมาใหม่ ที่อาจดูแปลกใหม่จนดูเหมือนไร้กฎเกณฑ์ (Arbitrariness) งานเขียนในยุคสมัยใหม่ จึงเกิดเป็นงานเขียนประเภทใหม่ ๆ หลากหลายมากกว่าเดิม (พิเชฐ แสงทอง, 2550 อ้างถึงใน สิทธา อุปนิกขิต, 2553) ดังนั้นถือได้ว่า นวนิยายชายรักชาย เป็นงานเขียนยุคสมัยใหม่ ที่มีการใช้เทคโนโลยีอย่างอินเทอร์เน็ตเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้เกิดเป็นกระแสนิยมชายรักชายที่แพร่หลายเป็นวงกว้าง เกิดเป็นกลุ่มนักอ่านและนักเขียนจำนวนมาก

ทัศนคติที่มีต่อองค์ประกอบนวนิยายชายรักชาย

ด้านตัวละคร ประเด็น “ตัวละครในนวนิยายชายรักชายที่มีบุคลิกภาพ/อุปนิสัยสมจริง ทำให้ท่านให้อยากอ่านนวนิยายเรื่องนั้น” $\bar{X}$ = 4.59 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ว่าที่ร้อยตรี สิทธา อุปนิกขิต (2553) ที่ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมตัวละครวัยรุ่นที่ปรากฏในนวนิยายบนอินเทอร์เน็ตและทัศนคติของผู้อ่าน”

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้อ่านที่เป็นนักเรียนหญิงมีการจินตนาการตัวละครวัยรุ่นชายจากนวนิยายรัก วาดภาพให้ตัวละครชายเป็นหนุ่มหล่อ รวย แต่ก็ยังให้ความเห็นว่าไม่มีใครสมบูรณ์แบบไปหมด ตรงกับแนวคิดสัจนิยม ที่อธิบายว่า นวนิยายแนวคิดนี้ ตัวละครจะต้องมีการเรียนรู้ และพัฒนาตัวละครให้เหมือนมนุษย์จริง ๆ

ด้านโครงเรื่อง ประเด็น “โครงเรื่องของนวนิยายชายรักชายมีการดำเนินเรื่องและผูกเรื่องได้น่าสนใจเช่นเดียวกับนวนิยายทั่วไป” $\bar{X}$ = 4.51 อาจกล่าวได้ว่า ผู้อ่านยอมรับ และไม่ได้เห็นว่าโครงเรื่องของนวนิยายชายรักชายมีความแตกต่างไปจากนวนิยายทั่ว ๆ ไป ซึ่งลักษณะโครงเรื่องที่ดี จะมีการดำเนินเรื่องที่ดี ผู้เขียนจะต้องค่อย ๆ ดำเนินเรื่องให้มีความเข้มข้นขึ้นทุกที จนกระทั่งถึงจุดขีดสุดของเรื่อง (climax) แล้วจึงคลี่คลายลง ดังนั้น ในการผูกเรื่องเข้าด้วยกัน ผู้เขียนจึงต้องพยามยามดำเนินเรื่องไม่ให้ผู้อ่านเดาได้ว่าทิศทางในเนื้อเรื่องจะเป็นอย่างไร (อมรา เทศกรณ์, 2520)

ด้านแก่นเรื่อง ประเด็น “แก่นของเรื่องในนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่ผู้เขียนจะนำเสนอในการมองกลุ่มชายรักชายว่าไม่มีความแตกต่างไปจากชายรักหญิง ทำให้ท่านเปิดใจยอมรับคนรักเพศเดียวกันในชีวิตจริงมากขึ้น” $\bar{X}$ = 4.71 โดยจากการศึกษาของ ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์ (2551 อ้างถึงใน วิชาญ ทรายอ่อน, 2558) กล่าวว่า เพศสภาพ (Gender) คือ สิ่งที่ถูกสังคมกำหนดขึ้นมา สามารถเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ถูกสร้าง และให้คุณค่าจากสังคม ดังนั้น ในปัจจุบัน มีการรณรงค์ให้เกิดความเท่าเทียมกันทางเพศมากขึ้น ทำให้เรื่องเพศ เป็นสิ่งที่ถูกสังคมให้คุณค่าขึ้นมาใหม่ และถูกทำให้กลายเป็นสิ่งปกติในสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ผู้หญิงกับการสร้างนวนิยายชายรักชาย ของ อรวรรณ วิชญวรรรกุล (2559) ได้ศึกษาแก่นเรื่องจากนักเขียนนวนิยายชายรักชายจำนวน 10 คน พบว่า มีแก่นความคิดหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างใช้เหมือนกัน คือ การมองกลุ่มชายรักชายเป็นกลุ่มคนในสังคมที่ไม่ได้มีเพศที่แตกต่างไปจากเพศชายหรือเพศหญิง และนักเขียนอาจพยายามทำให้ผู้ชายมีความทัดเทียมกับผู้หญิงด้วยการเขียนนวนิยายชายรักชาย ที่มีการแทนความเป็นหญิงลงในตัวละครชาย ทำให้ผู้หญิงได้เสพความน่ารักของผู้ชายคนหนึ่งที่แสดงต่อผู้ชายอีกคนหนึ่ง ส่งผลให้ผู้หญิงสามารถเปิดใจยอมรับเรื่องความรักระหว่างผู้ชายกับผู้ชายได้ในชีวิตจริงมากขึ้น นอกจากนี้ บทความในคอลัมน์ CULTURE INSIGHTFUL & SOPHISTICATED ENTERTAINMENT REPORTS ใน thestandard magazine online (2017) กล่าวว่า ปรากฏการณ์วายมีส่วนสร้างนิยามใหม่กับกลุ่มชายรักชายในสังคมไทย โดยสาววายมักมีมายาคติที่สร้างขึ้น โดยเป็นการให้ความหมายชายรักชายในทางบวก ที่เปิดโอกาสให้เกย์ในชีวิตจริงได้มีพื้นที่ในการแสดงออกอย่างสบายใจมากขึ้น เช่น การหยอกล้อกันในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งถือว่าเป็นบรรยากาศน่ารักในสายตาสาววาย และมายาคติของสาววายเช่นนี้ยังช่วยทำให้พฤติกรรมของชายรักชายเช่นนี้กลายเป็นเรื่องปกติทางสังคม หรือที่เรียกว่า ภาวะปกติใหม่ (new normal)

ด้านสนทนา ประเด็น “บทสนทนาในนวนิยายชายรักชาย ใช้ภาษาที่บรรยายให้เห็นถึงลักษณะเด่นเฉพาะของแต่ละตัวละคร ส่งผลให้ท่านรู้จักและเข้าใจตัวละครในเรื่องมากขึ้น” $\bar{X}$ = 4.63 ซึ่งจากการศึกษา ของ แอนโทนี ทรอลโลป (พิมาน แจ่มจรัส, 2550 อ้างถึงใน ชมพูนุท เหลืองสมบูรณ์, 2561) อธิบายว่า บทสนทนาสามารถช่วยสร้างความสมจริง สามารถบอกลักษณะนิสัยตัวละครได้ เพราะนวนิยายที่ดีนั้นต้องสามารถบอกได้ว่าประโยคไหนใครเป็นคนพูดอยู่ โดยสังเกตจากลักษณะการพูดของตัวละครที่มีนิสัยตามบทบาทที่ได้รับ ซึ่งเรียกได้ว่าบทสนทนาเป็นส่วนที่ยากที่สุดของนวนิยาย เพราะต้องเดินเรื่องโดยการเล่าแบบบรรยาย

แนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชาย

โดยภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายอยู่ในระดับตั้งใจอย่างยิ่ง ซึ่งแนวคิดทางด้านพฤติกรรม อธิบายไว้ว่า ความตั้งใจเกิดพฤติกรรม มีผลจากความรู้สึก ส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการวางแผนว่าจะทำอย่างไรต่อวัตถุ (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2533 อ้างถึงใน ณัฏฐ์ชยา ลีลา, 2557) อาจกล่าวได้ว่า สาววายมีความรู้สึกเชิงบวกต่อนวนิยายชายรักชาย เนื่องมาจากสื่อนวนิยายมีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญ คือ สร้างความบันเทิง แต่อย่างไรก็ตาม สื่อนวนิยายชายรักชาย ไม่เพียงแค่ตอบสนองด้านความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังช่วยทำให้สาววาย หลีกหนีความเป็นจริงทางสังคม กล่าวคือ การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ทำให้สาววายกลายมาเป็นผู้กระทำ และควบคุมแทนการเป็นผู้ถูกกระทำผ่านสื่อในรูปแบบอื่น โดยจากการศึกษา พบว่า สาววายถูกมองว่าเป็นผู้ที่มีความผิดแผกจาก

ระบบ เพราะสาววายเป็นผู้หญิงที่มีความคิดไม่เหมือนบุคคลอื่น และต้องการเป็นอิสระจากระบบสังคม ดังนั้น นวนิยายชายรักชายจึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์สาววายเพราะนวนิยายชายรักชายมีเรื่องราวที่มีกลิ่นอายของการต่อต้านสังคม (MARKETINGOOPS, 2017)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรของสาววาย ที่มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่สอดคล้องแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากร ที่อธิบายว่า บุคคลที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันย่อมส่งผลให้มีพฤติกรรมแตกต่างกันด้วย สามารถอธิบายได้ว่า สาววายส่วนใหญ่มักมีการรวมกลุ่มกันหรือที่เรียกว่า “คอมมูนิตี้” ที่มีความชอบในเรื่องเดียวกัน มีทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน แสดงให้เห็นว่าการรวมกลุ่มกันของสาววายมีอิทธิพลต่อตัวบุคคล ทำให้เกิดความเป็นหนึ่งเดียวกัน โดย ศรันย์ ยี่หลั่นสุวรรณ (2558) อธิบายว่า แรงผลักดันที่ทำให้บุคคลมีการเลือกรับข่าวสารนั้นเกิดจาก 2 องค์ประกอบ ได้แก่ 1. องค์ประกอบทางด้านจิตใจ จิตจะเป็นตัวบ่งบอกได้ว่าเราสนใจหรือไม่มีความสนใจในสิ่งใด 2. องค์ประกอบทางด้านสังคม เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมที่อยู่รอบ ๆ ตัวบุคคล ไม่ว่าจะเป็นลักษณะทางประชากร หรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อเรา ต่างก็ส่งผลต่อการเลือกรับข่าวสารของบุคคล ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า สาววายส่วนใหญ่น่าจะมีแรงผลักดันทางด้านสังคมเป็นหลัก คือ มีลักษณะการดำรงอยู่แบบคอมมูนิตี้ในสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่รวบรวมคนที่ชอบในเรื่องเดียวกัน มามีปฏิสัมพันธ์กัน และมีลักษณะความเป็นหนึ่งเดียว จึงเป็นสาเหตุให้การเปิดรับนวนิยายชายรักชายไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายไทยโดยรวม (r = 0.160) และทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านตัวละคร (r = 0.134) ด้านโครงเรื่อง (r = 0.153) ด้านแก่นเรื่อง (r = 0.122) และด้านบทสนทนา (r = 0.097) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก นั่นคือ ถ้าการเปิดรับนวนิยายชายรักชาย ความถี่ (วัน/สัปดาห์) สูง ทำให้ทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายเป็นไปในเชิงบวกมากขึ้น ทั้งนี้ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับสัมพันธ์กันต่ำมาก สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อบุคคลมีการเปิดรับสื่อ จึงเป็นผลให้เกิดการก่อตัวเป็นทัศนคติ โดย ธงชัย สันติวงษ์ (2533 อ้างถึงใน อภิญญา บุญประเสริฐ, 2554) กล่าวว่า ทัศนคติจะกำเนิดเกิดขึ้นมาจากชนิดและขนาดของข่าวสารของข้อมูลที่ได้รับมา ซึ่งข้อมูลข่าวสารที่บุคคลรับมานั้น บางส่วนจะถูกนำไปเก็บและสร้างเป็นทัศนคตินำไปสู่ปฏิกิริยาการตอบสนองขึ้นมา แสดงให้เห็นว่าเมื่อสาววายมีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายด้วยความถี่สูง ย่อมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่ดีต่อนวนิยายชายรักชาย ยิ่งเปิดรับมากก็แสดงให้เห็นถึงความรู้สึกหรือทัศนคติที่ถูกสะสมเก็บไว้เพิ่มพูนไปในเชิงบวก นอกจากนี้ สามารถอธิบายค่าความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับสัมพันธ์กันต่ำมาก ได้ว่า ในสื่อบันเทิงประเภทชายรักชาย ประกอบไปด้วยรูปแบบสื่อที่หลากหลาย ไม่เพียงแต่นวนิยายวายเท่านั้น ยังมีการ์ตูนวาย ซีรีส์วาย และสื่ออื่น ๆ ดังนั้น ในการเปิดรับสื่อชายรักชายของสาววาย จึงมีหลายปัจจัยเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ความสนใจมากน้อยของแต่ละบุคคล และจากผลการวิจัยในงานชิ้นนี้ พบว่า สาววายส่วนใหญ่ ร้อยละ 40 มีระยะเวลาในการเปิดรับนวนิยายวายมาเพียง 1-3 ปี เท่านั้น จากข้อมูลของโพสต์ทูเดย์ (2561) ได้เขียนข่าวเกี่ยวกับกระแสหรือการเติบโตของนวนิยายชายรักชาย ไว้ว่า ปี 2561 เป็นปีของการเติบโตของแฟนหนังสือนวนิยายวายอย่างมากที่สุดเท่าที่เคยเป็นมา แสดงให้เห็นถึงกระแสของนวนิยายชายรักชาย ที่มีการเติบโตเป็นอย่างมากในปี 2561 จึงอาจทำให้เกิดกลุ่มสาววายจำนวนมาก ที่มีการเปิดรับภายใน 1-3 ปีที่ผ่านมา ซึ่งถือว่ายังมีจำนวนปีในการเปิดรับไม่มากเท่าไหร่นัก จึงอาจจะไม่ได้มีระดับความผูกพันที่เข้มข้นกับนวนิยายประเภทนี้

สมมติฐานข้อที่ 3 ทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายโดยรวม (r = 0.507) และทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านละคร (r = 0.439) ด้านโครงเรื่อง (r = 0.326) ด้านแก่นเรื่อง (r = 0.407) และด้านบทสนทนา (r = 0.457) มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวมีค่าเป็นบวก กล่าวคือ ถ้าทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชายเป็นไปในเชิงบวก แนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อนวนิยายชายรักชายก็มีความตั้งใจสูงตามไปด้วย ดังที่แนวคิดทัศนคติแบบมีองค์ประกอบเดียว (Uni-dimensionalist view of Attitude) โดย Lutz (1991) อธิบายว่า แนวคิดทัศนคติแบบมีองค์ประกอบเดียว จะมีเพียงองค์

ประกอบด้านความรู้สึก (Affect) เพียงด้านเดียว ที่มีผลต่อการตัดสินใจว่าชอบหรือไม่ชอบ ส่วนองค์ประกอบด้านความรู้ ความเข้าใจ (Cognition) และด้านความเชื่อ (Belief) เป็นเพียงองค์ประกอบที่ทำให้เกิดทัศนคติ และมีองค์ประกอบด้านพฤติกรรม (Conation) ความตั้งใจ (Intention) และด้านพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้น (behavior) เป็นผลลัพธ์ที่มาจากหลังการเกิดทัศนคติแล้ว (ธีระพร อุวรรณโณ, 2527 และ ปัณฑิตา โรจนกนันท์, 2559) ดังนั้น ในการเสพสื่อนวนิยายชายรักชายของสาววาย ต้องเริ่มจากทัศนคติ (Attitude) ต่อนวนิยายชายรักชายเรื่องนั้น ๆ นำไปสู่ความตั้งใจ (Intention) ซึ่งทั้งสององค์ประกอบจะมีความเชื่อมโยงกัน นำไปสู่การเกิดเป็นพฤติกรรม (Behavior) กล่าวได้ว่า เมื่อมีทัศนคติที่ดี จะทำให้เกิดเป็นความตั้งใจที่จะกระทำสิ่งต่าง ๆ จนเกิดเป็นพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งจากผลการศึกษา พบว่า สาววายมีความตั้งใจที่จะซื้อนวนิยายชายรักชาย และตั้งใจอย่างยิ่งที่จะอ่านนวนิยายชายรักชาย แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชาย และแนะนำบอกต่อให้บุคคลอื่นอ่านนวนิยายชายรักชาย ในระดับตั้งใจมากที่สุด นอกจากนี้ การเปิดรับนวนิยายชายรักชายของสาววายมีการเปิดรับโดยเฉลี่ย 6 วัน/สัปดาห์ อ่านครั้งละ 2-3 ชั่วโมง ซึ่งถือว่ามีความถี่ในการเกิดพฤติกรรมค่อนข้างสูง

แนวโน้มในอนาคตเกี่ยวกับสาววาย

ในการศึกษาครั้งนี้ จะเห็นได้ว่า สาววายมีพฤติกรรมในการสนับสนุนและบริโภคนวนิยายชายรักชายสูง แสดงให้เห็นถึงพลังและความเหนียวแน่นในการเป็นแฟนคลับของกลุ่มคนที่อ่านนวนิยายชายรักชาย แต่อย่างไรก็ตาม สาววายส่วนใหญ่ ไม่ได้บริโภคเฉพาะสื่อนวนิยายชายรักชายเท่านั้น เพราะรูปแบบสื่อวัฒนธรรมชายรักชายมีหลากหลายรูปแบบ โดยรูปแบบสื่อที่กำลังเป็นกระแสทั้งในประเทศและต่างประเทศ คือ ซีรีส์วาย ซึ่งเป็นผลผลิตมาจากการสร้างนวนิยายชายรักชาย สองสิ่งนี้ย่อมเกี่ยวข้องกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น ซีรีส์วายจากช่อง GMM TV แต่สิ่งที่สร้างความประหลาดใจให้กับคนในสังคม เรียกได้ว่า เป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่น่าสนใจ คือ สื่อโทรทัศน์ช่อง 3 ที่มีกลุ่มผู้บริโภค คือ คนทุกเพศทุกวัย ได้เล็งเห็นถึงกระแสนิยมในวัฒนธรรมชายรักชาย จึงผลิตสร้างละคร เรื่องคุณหมีปาฏิหาริย์ ซึ่งผลิตมาจากนวนิยายชายรักชายชื่อดัง โดยในขณะนี้ (พ.ศ. 2563) ได้มีการปล่อยภาพฟิตติ้งแล้ว เกิดเป็นปรากฏการณ์ที่พูดถึงกันในโลกออนไลน์ จนแฮชแท็กติดอันดับหนึ่งในทวิตเตอร์ (ไทยรัฐออนไลน์, 2563) เนื่องจากไม่มีใครคาดคิดว่า สื่อกระแสหลักอย่างช่อง 3 จะหันมาสนใจผลิตซีรีส์วาย ในอนาคตอาจเป็นไปได้ว่า วัฒนธรรมชายรักชายจะได้รับความนิยมในสื่อกระแสหลัก ที่เข้าถึงมวลชนกลุ่มคนทั่วไปมากขึ้น และกลุ่มสาววายจะมีการขยายตัวเป็นวงกว้าง มีทั้งกลุ่มสาววายที่เป็นแฟนคลับนักเขียน แฟนคลับศิลปินเกาหลี/จีน/เอเชีย หรือแฟนคลับดารานักแสดงซีรีส์วาย เป็นต้น และถ้าความนิยมในวัฒนธรรมชายรักชายยังคงมีอยู่อย่างต่อเนื่อง เป็นไปได้ว่า คนในสังคมจะให้การยอมรับความรักระหว่างผู้ชายกับผู้ชายในชีวิตจริงมากขึ้น เช่น การเห็นความสำคัญของการเรียกร้องพ.ร.บ.สมรสเท่าเทียม และมองว่าการบริโภคของสาววาย คือสิ่งปกติ ไม่ใช่รสนิยมที่ผิดแปลกแต่อย่างใด

ข้อเสนอแนะ

1. จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า สาววายส่วนใหญ่อยู่ในวัยเรียน ทำให้สาววายบางคนไม่อาจมีรายได้เป็นของตัวเองแต่กลับเลือกที่จะสนับสนุนโดยการซื้อนวนิยายชายรักชาย รวมถึงมีแนวโน้มพฤติกรรมสนับสนุนสูง แสดงให้เห็นถึงพลังสนับสนุนของสาววาย ที่ส่งผลให้วัฒนธรรมวายซึ่งเป็นวัฒนธรรมย่อยสามารถดำรงอยู่ต่อไปได้ท่ามกลางวัฒนธรรมหลัก ดังนั้น ผู้ผลิตควรมีการจัดจำหน่ายนวนิยายชายรักชายด้วยราคาที่เหมาะสม เพื่อให้สาววายส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงได้

2. ผลการวิจัยชิ้นนี้ พบว่า เหตุผลหลักที่สาววายเปิดรับนวนิยายชายรักชาย คือ ความนิยมในนวนิยายชายรักชาย ซึ่งถ้ากระแสความนิยมในนวนิยายชายรักชายมีมากขึ้น ก็จะทำให้มีการบอกต่อและเปิดรับมากขึ้น ด้วยเหตุนี้ สื่อนวนิยายชายรักชายจึงสามารถมีบทบาทหน้าที่ในการเป็นสื่อการเรียนรู้ นอกเหนือจากการเป็นเพียงสื่อบันเทิงตามความเข้าใจของคนทั่วไปเท่านั้น

3. จากผลการศึกษา พบว่า ประเด็นเรื่องที่สาววายมีระดับทัศนคติเชิงบวกมากที่สุด คือ แก่นของเรื่องในนวนิยายชายรักชาย ส่วนใหญ่ผู้เขียนจะนำเสนอในการมองกลุ่มชายรักชายว่าไม่มีความแตกต่างไปจากชายรักหญิง ทำให้เปิดใจยอมรับคนรักเพศเดียวกันในชีวิตจริงมากขึ้น จึงสะท้อนให้เห็นได้ว่ากระแสการเกิดขึ้นของสื่อประเภทวายจะทำให้กลุ่มชายรักชายในชีวิตจริงมีพื้นที่ในการแสดงตัวตน และถูกยอมรับในสังคมมากขึ้น ซึ่งการสนับสนุนนวนิยายประเภทนี้น่าจะเป็นผลดีกับกลุ่มคนดังกล่าว

4. จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า การเปิดรับนวนิยายชายรักชาย (ความถี่ วัน/สัปดาห์) มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อนวนิยายชายรักชาย ซึ่งยิ่งมีการเปิดรับมากขึ้น ยิ่งมีทัศนคติที่ดีมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้น เว็บไซต์และแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นช่องทางที่สาววายเปิดรับมากที่สุด จึงควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้มีการเปิดรับเพิ่มขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะนวนิยายชายรักชาย แต่ในปัจจุบัน (2563) อุตสาหกรรมชายรักชายที่มีกระแสมาแรง คือ ซีรีส์วาย สังเกตได้จากการผลิตที่มีความถี่สูง และการเกิดกลุ่มแฟนคลับคู่จิ้นหรือแฟนคลับนักแสดงซีรีส์วาย ดังนั้น ซีรีส์วายจึงเป็นหัวข้อที่น่าสนใจที่จะศึกษาต่อไป

2. หากจะศึกษาครั้งต่อไป ควรทำเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative study) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิกลึก (In-depth interview) หรือสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus group) เพื่อให้ทราบถึงการเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม โดยเป็นข้อมูลในเชิงลึกมาสนับสนุนหรือโต้เถียงกับผลการวิจัยการเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการอ่านนวนิยายชายรักชายของกลุ่มสาววายไทย

3. การศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะเพศหญิงที่เป็นสาววาย แต่อย่างไรก็ตาม อาจมีผู้ชาย หรือเพศทางเลือกอื่น ที่มีการเปิดรับนวนิยายชายรักชายเช่นกัน ซึ่งสามารถนำความแตกต่างทางเพศสภาพนี้ มาศึกษาเป็นหัวข้อการวิจัยเกี่ยวกับนวนิยายชายรักชายต่อไปได้

บรรณานุกรม

ชมพูนุท เหลืองสมบูรณ์. (2561). *การเปรียบเทียบการเล่าเรื่อง สัมพันธบท และบริบทของนวนิยาย ละครโทรทัศน์ และภาพยนตร์ กรณีศึกษา: ทวิภพ.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์.

ณัฏฐ์ชยา ลีลา. (2557). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ การรับรู้ และแนวโน้มพฤติกรรมเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของครูประถมศึกษาในจังหวัดขอนแก่น.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร.

ไทยรัฐออนไลน์. (2563). *"ช่อง 3" เขย่าวงการซีรีส์วาย คว้า "อิน-สาริน" ประกบ "จ๊อบ-ธัชพล" ใน "คุณหมีปาฏิหาริย์"*. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/entertain/news/1885523.

ธีระพร อุวรรณโณ. (2527). การวัดทัศนคติ : ปัญหาในการใช้เพื่อทำนายพฤติกรรม. *โครงการพัฒนาแบบทดสอบ โครงการพัฒนาศึกษาอาเซียน ณ โรงแรม แกรนด์พาเลซ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 30 ตุลาคม 2527*. (น. 4). ม.ป.ท.: ม.ป.พ.

ปัณฑิตา โรจนกนันท์. (2559). *การรู้จัก ทัศนคติ และความตั่งใจซื้อของผู้บริโภคไทยต่อตราสินค้าที่นำเสนอโดยผู้นำเสนอตราสินค้าและไม่ใช่ผู้นำเสนอตราสินค้าผ่านละครโทรทัศน์เกาหลี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.

โพสต์ทูเดย์. (2561). *นวนิยาย'วาย' ตลาดคนอ่านไม่เคยวาย.* สืบค้นจาก https://www.posttoday.com/social/general/571051.

ภัชรพรรณ์ อมรศรีวงษ์ และบัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ์. (2562). การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสื่อของสาววาย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์, 5*(1), 44-45, 47.

วศิน สันหกรณ์. (2557). *ลักษณะทางประชากร พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ และปัจจัยทางการตลาด ที่มีผลต่อการซื้ออะไหล่ประดับยนต์ในสินค้าประเภทหลอดไฟหน้ารถยนต์.* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะนิเทศศาสตร์.

วิชาญ ทรายอ่อน. (ม.ป.ป). *เพศสภาพ.* สืบค้นจาก https://library2.parliament.go.th/ebook/content-issue/2558/hi2558-055.pdf

วิภา กงกะนันทน์. (2540). *กำเนิดนวนิยายในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ดอกหญ้า.

ศรันย์ ยี่หลั่นสุวรรณ. (2558). *การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อโครงการส่งเสริมสังคม ของผู้นำเยาวชนประเทศอาเซียน และญี่ปุ่น ผ่านช่องทางเฟซบุ๊ก (Facebook)*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

สิทธา อุปนิกขิต. (2553). *พฤติกรรมตัวละครวัยรุ่นที่ปรากฏในนวินายายบนอินเทอร์เน็ตและทัศนคติของผู้อ่าน.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ.

อภิญญา บุญประเสริฐ. (2554). *การจดจำและทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อศิลปินเกาหลีในฐานะที่เป็นพรีเซ็นเตอร์ในภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์และแนวโน้มการตัดสินใจซื้อสินค้า.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.

อมรา เทศกรณ์. (2520). *การวิเคราะห์คุณค่าของหนังสืออ่านนอกเวลา ระดับมัธยมศึกตอนปลาย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์ , แผนกวิชามัธยมศึกษา.

อรวรอรวรรณ วิชญวรรรกุล. (2559). *ผู้หญิงกับการสร้างนวนิยายชายรักชาย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

อารดา ปรีชาปัญญา. (2553). *การวิเคราะห์อัตลักษณ์นวนิยายไทยบนอินเทอร์เน็ต*. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะศิลปศาสตร์,สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ.

Ágnes Zsila, & Zsolt Demetrovics. (2017). The boys' love phenomenon: A literature review. *Journal of Popular Romance Studies*, 6, 5.

Dek-D. (2562). *มาแล้ว! สถิตินิยาย Dek-D ปี 2019 มาดูกันว่า ปีนี้นักเขียนและนักอ่านมีการใช้งานนิยาย Dek-D อย่างไรกันบ้าง.* สืบค้นจาก https://www.dek-d.com/writer/54275/

MARKETINGOOPS. (2017). *Innovative Idea: ทำไมสาวๆ ถึงชอบคอนเทนต์วายกันเสียจริง.* สืบค้นจาก https://www.marketingoops.com/exclusive/opinion/innovative-idea-why-girl-turn-fujoshi/.

Read Alert. (2019). *Why Y? ถอดสูตรลับ "ซีรีส์-นิยายวาย" ทำไมถึงดัง!.* สืบค้นจาก https://readalert.co/enjoyment/variety/%E0%B9%8Dyaoi_novels/2758/.

THESTANDARD. (14 สิงหาคม 2017). CULTURE INSIGHTFUL & SOPHISTICATED ENTERTAINMENT REPORTS. *LGBT,* 5(59-60). สืบค้นจาก https://thestandard.co/read/magazine_issue5#