



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11
The 11th STOU National Research Conference

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง “เพราะเรารักกัน”
ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
The Relationship Between Media Exposure and Admiration of Series Y “Together”
among Youth in Bangkok

ทักษญา หมอกบัว (Taksaya Mokbua)¹ พรพรหม ชมงาม (Pornprom Chomngam)²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเรารักกัน 3) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์ของพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเรารักกัน การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ จำนวน 160 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา และค่าสหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเรารักกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดย 1). ด้านความน่าดึงดูดใจ นักแสดงในเรื่องมีความน่าดึงดูดใจ สวยหล่อ เนื้อเรื่องน่าติดตาม ทำให้ผู้ชมติดตามซีรีส์อย่างต่อเนื่อง 2). ด้านความเชี่ยวชาญ ผู้ชมชื่นชอบในความเชี่ยวชาญของผู้กำกับซีรีส์ที่สามารถอธิบายวิถีชีวิตชายรักชายและเข้าถึงการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน นักแสดงสามารถแสดงได้สมบทบาทตามเนื้อเรื่อง

คำสำคัญ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ความชื่นชอบ ซีรีส์วาย เพราะเรารักกัน

¹ 1 นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

² 2 รองศาสตราจารย์ ดร. ประจักษ์ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

Abstract

The objectives of this research are 1). To study media exposure behavior of youths in Bangkok 2). To study the preference of Series Y “Together” 3) To study the relationship between media exposure behavior and the preference of Series Y “Together” of youth in Bangkok. The samples of this study were one hundred and sixty. Questionnaires were distributed to collect the data. All the data were analyzed by using Pearson coefficient correlation. The results show that the relationship between the media exposure and admiration of Series Y “Together” among youth in Bangkok was statistically significant at 0.01 level. In terms of 1). Attractiveness: the actors are attractive, beautiful and handsome. The series is interesting that make viewers follow continuously. 2). Expertise: viewers love the mastery of the series director who can explain the boy love and lifestyle in current situation.



Keywords: Media exposure behavior, Series Y, Together



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

บทนำ

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อของผู้บริโภค นั้นได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นอีกสื่อหนึ่งที่ได้รับ ความนิยมในปัจจุบัน โดยสื่ออินเทอร์เน็ตและแอปพลิเคชันต่าง ๆ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตและสังคมไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การทำงาน การสื่อสารระหว่างบุคคล การนัดหมาย หรือแม้กระทั่งการเดินทางท่องเที่ยว เรียกได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันก็ว่าได้ และในการรับข่าวสาร ผู้รับสารย่อมมีกระบวนการเลือกสาร (Selective Processes) ด้วย สาเหตุต่าง ๆ ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีพฤติกรรมในการเปิดรับสารที่แตกต่างกันไปตาม ประสบการณ์ ความต้องการ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน (พีระ จิโรธ, 2537) จึงทำให้สื่ออินเทอร์เน็ตมีอิทธิพลต่อผู้คนอ้างอิงจากผลสำรวจของ (Global Digital, 2019) พบว่า คนไทยโดยเฉลี่ยใช้เวลาบนโลกอินเทอร์เน็ตเฉลี่ยสูงถึง 9 ชั่วโมง 11 นาทีต่อวัน ผ่านการดูวิดีโอและการรับชมหนัง ละคร ซีรีส์ออนไลน์ ทำให้เกิดเป็นการเปลี่ยนด้านพฤติกรรมของคนในสังคมมากขึ้น เช่น ในสมัยก่อนของสังคมไทยในเรื่องของเพศวิถีเข้าใจว่าเพศที่ตรงตามธรรมชาติมีเพียง 2 เพศคือ หญิงกับชาย ที่ต้องเกิดมาคู่กัน ฉะนั้นเมื่อเกิดมาเพศใด จะต้องมีการดำเนินชีวิตทางเพศให้เป็นไปตามบรรทัดฐานทางเพศที่กำหนดไว้เท่านั้น โดยชายคู่หญิงไม่สามารถเป็นความสัมพันธ์แบบชายรักชายหรือหญิงรักหญิงได้ ไม่เช่นนั้นจะถูกมองว่าแปลกแยกแตกต่างจากบุคคลทั่วไป ปัจจุบันนี้เพศทางเลือกและการมีความสัมพันธ์ในฐานะคู่รักกับเพศเดียวกันนั้น ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางเป็นวงกว้าง โดยส่วนใหญ่มีอิทธิพลมาจากการที่สื่อทางอินเทอร์เน็ตและโทรทัศน์ได้นำเสนอเรื่องราวในแง่มุมต่างๆ ออกมาเพื่อให้ผู้ชมได้ชม เช่น หนังสือรักแห่งสยามเป็นภาพยนตร์ไทยมีเนื้อหาเกี่ยวกับความรัก และการค้นหาตัวตน ผ่านมุมมองของเด็กชายสองคน ซึ่งมีสยามสแควร์เป็นสถานที่เชื่อมโยงเรื่องราวที่ออกฉายในปี 2550 โดยภาพยนตร์เรื่องนี้ ได้กลายเป็นที่วิพากษ์และถกเถียงเป็นวงกว้าง ซึ่งเป็นไปในแนวทางที่ดีที่ผู้รับชมมีการทำความเข้าใจในตัวละครและการเปิดใจรับ โดยเนื้อหาของภาพยนตร์ได้มีการสื่อถึงความสับสนในความรู้สึกของตัวละครชายหลักทั้งสองคน ที่มีความรักให้แก่กันมากกว่าคำว่าเพื่อน หรือไม่ว่าจะเป็นซีรีส์แบบชายรักชาย มีชื่อเรียกเฉพาะว่าซีรีส์วาย ที่ปัจจุบันมีแนวโน้มความนิยมที่จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยความชื่นชอบของบุคคลเปลี่ยนไปตามแนวความคิด กาลเวลา สภาพแวดล้อมของสังคม ดังนั้น เรื่องของซีรีส์วายที่สะท้อนภาพสังคมในปัจจุบัน ที่ความรักไม่ได้จำกัดแค่เรื่องของหญิงชายเท่านั้น ไม่ว่าเพศสภาพใดก็สามารถมีความรักให้กันได้ ตลอดจนสื่อถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมเรื่องของการไม่เปิดใจยอมรับการมีความรักในเพศเดียวกัน ซึ่งปัจจุบันเป็นเรื่องปกติที่เกิดขึ้นได้ในสังคมไทย (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2558)

ซีรีส์วายมีการสร้างลักษณะเฉพาะของตนเองเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์โดยเป็นเรื่องราวความรักของวัยรุ่นผู้ชาย ผ่านการจำลองความจริงว่าสังคมในซีรีส์ยายนั้นมีการยอมรับความรักของชายรักชายได้และมีการสร้างเหตุการณ์เพื่อให้ตัวละครเกิดความใกล้ชิดกันเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ให้เป็นเชิงคู่รัก ซึ่งบทบาทผู้หญิงในซีรีส์ยายน่าจะได้โดดเด่นมากขึ้น นอกจากนั้น ซีรีส์วายยังมีลักษณะของการใช้สัญลักษณ์เพื่อเป็นการเติมแต่งสีสัน ให้มีความอ่อนหวาน โรแมนติก แสดงให้เห็นว่าซีรีส์ยายนั้นพยายามสื่อว่าความรักของชายรักชายนั้นก็สามารถมีความรักที่อ่อนหวานโรแมนติกได้ไม่ต่างกับความรักของชายหญิงทั่วไปแต่ด้วยความรักของชายรักชายในซีรีส์ยายน่าจะไม่อาจแสดงออกผ่านคำพูดอย่างตรงไปตรงมา จึงทำให้ซีรีส์วายมีการใช้การเขียนแทนคำพูดเพื่อที่จะแสดงความรู้สึกของตัวละครออกมา และยังมีการใช้อวัจนภาษาเพื่อแสดงความรู้สึกของตัวละคร (นุชนาถรณ์ สมญาดี, 2561)

ซีรีส์เพราะเรารู้กัน หรือ คั่นกู เป็นแนวรักโรแมนติกระหว่างนักศึกษาชายที่มีผู้ติดตามทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้สร้างช่องจีเอ็มเอ็มทีวี มีการออกอากาศซีรีส์แบบคู่ขนานทั้งในสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ที่เชื่อมต่อกับแฮชแท็กที่



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

เกี่ยวข้อง ในขณะที่เดียวกันยังใส่คำบรรยายเป็นภาษาอังกฤษสำหรับกลุ่มผู้ชมในต่างประเทศได้เข้าใจอีกด้วย โดยแฮชแท็กเกี่ยวกับซีรีส์เรื่องนี้ทางทวิตเตอร์ ติดเทรนด์ความยอดนิยมบนทวิตเตอร์อันดับ 1 ทุกตอนในวันที่ออกอากาศ และขึ้นอันดับ 1 เทรนด์ทวิตเตอร์โลกตั้งแต่ตอนที่ 5 จนกระทั่งตอนอวสาน โดยในเว็บไซต์เว็บบ์ของจีน นักแสดง เมธวิน ที่รับบทไทน์มีผู้ติดตามบนเว็บบ์หลายแสนรายแม้จะเริ่มเล่นซีรีส์วายเรื่องนี้เป็นครั้งแรกและนักแสดง วชิรวิชญ์ ติดอันดับ 2 คนดังฝ่ายชายที่โด่งดังทางแพลตฟอร์ม instagram ในญี่ปุ่น โดยเป็นชาวต่างชาติเพียงคนเดียวในอันดับ รวมถึงติดอันดับ 1 นักแสดงที่มียอดผู้ติดตามเพิ่มขึ้นสูงสุดทาง instagram ในญี่ปุ่นอีกด้วย ซึ่งยอดการรับชมรวมของ เพราะเรารู้กัน ทางไลน์ทีวี มีจำนวนการดู 50 ล้านครั้ง ใน 6 อาทิตย์ และเป็นซีรีส์ที่มียอดการชมสูงสุดในเดือนมีนาคมของไลน์ทีวีจากข้อมูลกลุ่มผู้ชมในไลน์ทีวีของเดือนกุมภาพันธ์ เป็นกลุ่มผู้หญิง 75% และผู้ชาย 25% จน LINETV ได้ประกาศว่า เพราะเรารู้กัน เป็นซีรีส์วายที่มียอดผู้ชมสูงสุดของแพลตฟอร์ม โดยทำยอดวิวล่าสุด 177 ล้านวิว และ GMMTV ได้ประกาศว่าเพราะเรารู้กัน ทำยอดผู้ชมรวมจาก 2 แพลตฟอร์มได้แก่ LINETV และ YouTube รวมทั้งสิ้นมากกว่า 500 ล้านวิว (Marketingoops, ออนไลน์, 2562) รวมไปถึงการได้รับการเข้าเสนอชิงรางวัลต่าง ๆ

โดยซีรีส์ยายนี้น่าเสนอแต่เรื่องราวดีๆ นำเสนอมุมมองใหม่ๆ เนื้อเรื่องใหม่ๆ ไม่มีความรุนแรง หยาดคาย ความรักก็สวยงามมีที่ไปที่ไป นักแสดงในเรื่องหน้าตาสดใส อีกทั้งในเรื่องยังไม่มีการตบตีแย่งชิงพระเอกเหมือนในละคร หรือฉากข่มขืน หรือฉากที่เป็นความรุนแรง หรือมีฉากความเสื่อมทรามของสังคมเหมือนซีรีส์หรือละครทั่วไปในปัจจุบัน จากข้อมูลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะทำเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กัน ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไรและศึกษาความชื่นชอบซีรีส์วาย เรื่อง เพราะเรารู้กัน ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอย่างไร โดยสามารถอธิบายถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น และสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่ออันจะส่งผลต่อความชื่นชอบ รวมไปถึงการใช้ชีวิตในปัจจุบันของเพศสภาพที่แตกต่างจากเดิมที่เป็นชายรักหญิง ซึ่งเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายในสังคมไทย โดยจะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในด้านวิชาการและการวางแผนกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อทราบถึงความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กัน ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กัน ของเยาวชนในเขต

กรุงเทพมหานคร

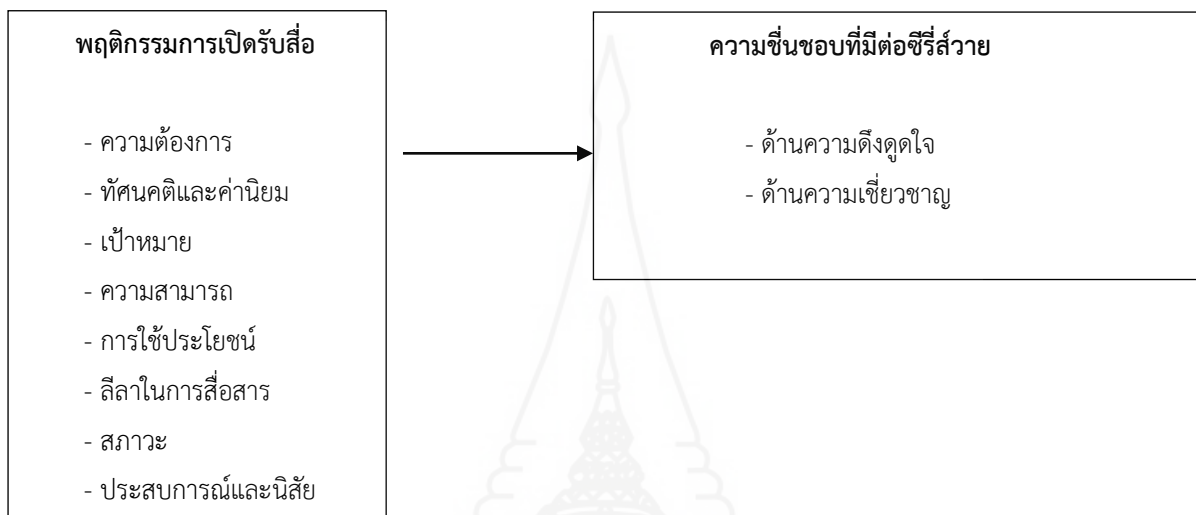


การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11
The 11th STOU National Research Conference

กรอบแนวคิดการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มเยาวชนชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 1. โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากโปรแกรม G*Power (Probability Sampling) (Cohen, 1977) เพื่อกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

ผลลัพธ์จากโปรแกรม G* Power

Input Effect Size f2	= 0.15
α err prob	= 0.05
Power (1- β err prob)	= 0.95
Number of Predictors	= 5
Output Total Sample size	= 160

2. ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Purposive sampling เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ โดยการคัดเลือกกลุ่มเยาวชนเพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปีที่อาศัยอยู่ในเขตของกรุงเทพมหานคร ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มเยาวชนเพศชายและหญิงที่มีอายุระหว่าง 15 - 24 ปีที่อาศัยอยู่ในเขตของกรุงเทพมหานคร จำนวน 160 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากทฤษฎี แนวคิดที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) พฤติกรรม的开รับสื่อ 3) ความชื่นชอบซีรีส์วาย ซึ่งแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และ 3 โดยมีค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหาในแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) เท่ากับ 0.91 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11
The 11th STOU National Research Conference

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม $\alpha = .971$ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง: กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย ส่วนมากอายุระหว่าง 15 – 18 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
หญิง	96	60.0
ชาย	64	40.0
2. อายุ		
15-18 ปี	70	43.8
19-21 ปี	68	42.5
22-24 ปี	22	13.8
3. การศึกษา		
ปริญญาตรี	93	58.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย	54	33.8
มัธยมศึกษาตอนต้น	13	8.1

2. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ สามารถจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

2.1 ด้านความต้องการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$, S.D. = 0.84) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีต้องการรับชมเรื่องเพราะเรารู้กัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 1.00) อันดับสอง มีต้องการรับชมในเนื้อเรื่องเพราะเรารู้กัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 1.00) และอันดับสุดท้าย ต้องการรับชมในบทบาทของนักแสดงเรื่องเพราะเรารู้กัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = 1.03)

2.2 ด้านทัศนคติและค่านิยม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.84) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีในการรับชมเรื่องเพราะเรารู้กันอยู่ ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.97) อันดับสอง มีค่านิยมในการทำตามแบบเรื่องเพราะเรารู้กัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 1.07) และอันดับสุดท้าย มีค่านิยมที่ดีที่เกิดขึ้นจากการรับชมเรื่องเพราะเรารู้กัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.07)



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

2.3 ด้านเป้าหมาย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$, S.D. = 0.98) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าตัวละครในเรื่องเพราะเรารู้จักกันมีอิทธิพลต่อพวกเขา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.97) อันดับสอง รู้สึกมีความสุขเกิดขึ้นเมื่อรับชมเรื่องเพราะเรารู้จักกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$ S.D. = 1.02) และอันดับสุดท้าย มีความชื่นชอบบทละครเพราะเรารู้จักกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 1.17)

2.4 ด้านความสามารถ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.87) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชื่นชอบการถ่ายทอดเรื่องราวจากหนังสือนวนิยายมาสู่ซีรีส์เพราะเรารู้จักกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 1.02) อันดับสอง มีความชื่นชอบภาพรวมของทั้งซีรีส์เพราะเรารู้จักกันอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$ S.D. = 1.08) และอันดับสุดท้าย มีความชื่นชอบความสามารถของนักแสดงที่เข้าถึงบทบาทในเรื่องเพราะเรารู้จักกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 1.02)

2.5 ด้านการใช้ประโยชน์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 0.91) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใจในที่มาที่ไปและการกระทำของนักแสดงในเรื่องเพราะเรารู้จักกันได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 1.02) อันดับสอง มีจดจำเนื้อหาในเรื่องเพราะเรารู้จักกันได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$ S.D. = 1.08) และได้นำประโยชน์จากข้อคิดในเรื่องเพราะเรารู้จักกันมาปรับใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 1.12) และอันดับสุดท้าย จดจำนักแสดงในเรื่องเพราะเรารู้จักกันได้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$, S.D. = 1.17)

2.6 ด้านลีลาในการสื่อสาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 0.91) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบการสื่อสารของนักแสดงในเรื่องเพราะเรารู้จักกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 1.01) อันดับสอง เข้าใจในรูปแบบการสื่อสารของนักแสดงขณะสวมบทบาทในเรื่องเพราะเรารู้จักกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$ S.D. = 1.01) และอันดับสุดท้าย รู้สึกชื่นชอบความเป็นกันเองของตัวละครเมื่อรับชมเรื่องเพราะเรารู้จักกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D. = 1.09)

2.7 ด้านสภาวะ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.87) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความชื่นชอบสภาพแวดล้อมต่างๆในซีรีส์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 1.03) อันดับสอง พฤติกรรมการแสดงความรักของตัวละครมีความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$ S.D. = 1.08) และอันดับสุดท้าย มีความชื่นชอบในสถานการณ์ต่างๆในซีรีส์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 1.04)

2.8 ด้านประสบการณ์และนิสัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.91) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบทสรุปของเรื่องเพราะเรารู้จักกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 1.01) อันดับสอง มีความพึงพอใจลักษณะนิสัยของตัวแสดงเพราะเรารู้จัก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$ S.D. = 1.15) และอันดับสุดท้าย เห็นด้วยกับการแก้ปัญหาของตัวละครเรื่องเพราะเรารู้จักกัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 1.09) ดังตารางที่ 2



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรม的开รับสื่อ

พฤติกรรม的开รับสื่อ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านความต้องการ			
ต้องการรับชมเรื่องเพราะเรารู้กัน	4.03	1.04	มาก
มีต้องการรับชมในเนื้อเรื่องเพราะเรารู้กัน	3.98	1.01	มาก
ต้องการที่จะรับชมเรื่องเพราะเรารู้กัน	3.86	1.03	มาก
ต้องการที่จะได้รับข่าวสารเรื่องเพราะเรารู้กัน	4.04	1.00	มาก
ต้องการรับชมในบทบาทของนักแสดงเรื่องเพราะเรารู้กัน	4.06	1.00	มาก
ด้านทัศนคติและค่านิยม			
มีทัศนคติที่ดีในการรับชมเรื่องเพราะเรารู้กัน	3.62	0.97	มาก
มีทัศนคติที่ดีต่อนักแสดงในเรื่องเพราะเรารู้กัน	4.11	1.05	มาก
มีทัศนคติที่ดีในเรื่องการรักเพศเดียวกัน	4.04	1.02	มาก
มีค่านิยมที่ดีที่เกิดขึ้นจากการรับชมเรื่องเพราะเรารู้กัน	4.01	1.07	มาก
จะมีค่านิยมในการทำตามแบบเรื่องเพราะเรารู้กัน	4.15	1.07	มาก
ด้านเป้าหมาย			
มีความสุขสนุกสนานในการรับชมเรื่องเพราะเรารู้กัน	3.76	1.12	มาก
มีความชื่นชอบบทละครเพราะเรารู้กัน	3.61	1.17	มาก
รู้สึกผ่อนคลายเมื่อได้รับชมเรื่องเพราะเรารู้กัน	3.71	1.25	มาก
รู้สึกมีความสุขเกิดขึ้นเมื่อรับชมเรื่องเพราะเรารู้กัน	3.87	1.02	มาก
ตัวละครในเรื่องเพราะเรารู้กันมีอิทธิพลต่อท่าน	3.88	0.97	มาก
ด้านความสามารถ			
ชื่นชอบความสามารถของนักแสดงที่เข้าถึงบทบาทในเรื่องเพราะเรารู้กัน	4.01	1.02	มาก
ชื่นชอบเพลงประกอบเรื่องเพราะเรารู้กัน	4.04	0.98	มาก
ชื่นชอบการถ่ายทอดเรื่องราวจากหนังสือนวนิยายมาสู่ซีรีส์เพราะเรารู้กัน	4.13	1.02	มาก
ชื่นชอบภาพรวมของทั้งซีรีส์เพราะเรารู้กัน	4.08	1.08	มาก
ซีรีส์เพราะเรารู้กันสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับชายรักชายได้	4.04	1.10	มาก



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

ตารางที่ 2 (ต่อ)

พฤติกรรม的开รับสื่อ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านการใช้ประโยชน์			
ได้รับประโยชน์จากการรับชมเรื่องเพราะเรารักกัน	3.98	1.88	มาก
จดจำนักแสดงในเรื่องเพราะเรารักกันได้	3.78	1.17	มาก
จดจำเนื้อหาในเรื่องเพราะเรารักกันได้	4.04	1.08	มาก
ได้นำประโยชน์จากข้อคิดในเรื่องเพราะเรารักกันมาปรับใช้	3.98	1.12	มาก
เข้าใจในที่มาที่ไปและการกระทำของนักแสดงในเรื่องเพราะเรารักกันได้	4.09	1.02	มาก
ด้านสื่อในการสื่อสาร			
ชื่นชอบการสื่อสารของนักแสดงในเรื่องเพราะเรารักกัน	4.19	1.01	มาก
เข้าใจในรูปแบบการสื่อสารของนักแสดงขณะสวมบทบาทในเรื่องเพราะเรารักกัน	4.10	1.01	มาก
รู้สึกพึงพอใจในการแสดงที่เข้าถึงบทบาทของนักแสดงเรื่องเพราะเรารักกัน	4.06	1.07	มาก
รู้สึกชื่นชอบความเป็นกันเองของตัวละครเมื่อรับชมเรื่องเพราะเรารักกัน	3.97	1.09	มาก
ชื่นชอบภาษาในการสื่อสารในเรื่องเพราะเรารักกัน	4.01	1.07	มาก
ด้านสภาวะ			
ช่วงเวลาในการออนแอร์มีความเหมาะสมต่อท่าน	4.03	1.05	มาก
พฤติกรรมการแสดงความรักของตัวละครมีความเหมาะสม	4.13	1.08	มาก
ชื่นชอบสภาพแวดล้อมต่างๆในซีรีส์	4.26	1.03	มากที่สุด
ชื่นชอบในสถานการณ์ต่างๆในซีรีส์	3.88	1.04	มาก
ชื่นชอบหรืออินไปกับสถานการณ์ต่างๆในซีรีส์	3.93	1.10	มาก
ด้านประสบการณ์			
ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการรับชมเรื่องเพราะเรารักกัน	4.03	1.15	มาก
เห็นด้วยกับการแก้ปัญหาของตัวละครเรื่องเพราะเรารักกัน	3.98	1.09	มาก
พึงพอใจในคาแรคเตอร์ของนักแสดงเรื่องเพราะเรารักกัน	4.04	1.05	มาก
พึงพอใจลักษณะนิสัยของตัวแสดงเพราะเรารักกัน	4.06	1.15	มาก
พึงพอใจในบทสรุปของเรื่องเพราะเรารักกัน	4.09	1.01	มาก



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

3. ความชื่นชอบซีรีส์วาย สามารถจำแนกเป็นรายด้าน ดังนี้

3.1 ด้านความน่าดึงดูดใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$, S.D. = 0.89) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีจำนวนเท่ากันคือ มีความชื่นชอบในเรื่องที่เราคู่กันมีความน่าติดตามอย่างต่อเนื่อง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 1.018) และ ซีรีส์ที่เราคู่กันทำให้เกิดกระแสการพูดถึงในอินเทอร์เน็ต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 1.008) อันดับสอง นักแสดงในเรื่องมีความสวยหล่อ หน้าตาดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 1.067) และอันดับสุดท้าย การแสดงบทบาทของนักแสดงในเรื่องทำให้เกิดความดึงดูดใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$, S.D. = 1.048)

3.2 ด้านความเชี่ยวชาญ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.58) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ชื่นชอบในเรื่องที่มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชายรักชาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 1.06) อันดับสอง นักแสดงในเรื่องมีความเชี่ยวชาญในการแสดงทำได้สมบทบาท อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 1.05) และอันดับสุดท้าย ในเนื้อเรื่องที่เราคู่กัน มีความเข้าใจในวิถีชีวิตชายรักชาย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.86) ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความชื่นชอบซีรีส์วาย

ความชื่นชอบซีรีส์วาย	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
ด้านความน่าดึงดูดใจ			
นักแสดงในเรื่องมีความดึงดูดใจทำให้ชมซีรีส์อย่างต่อเนื่อง	4.07	.991	มาก
เนื้อเรื่องที่เราคู่กันมีความน่าติดตามอย่างต่อเนื่อง	4.09	1.018	มาก
นักแสดงในเรื่องมีความสวยหล่อ หน้าตาดี	4.08	1.067	มาก
การแสดงบทบาทของนักแสดงในเรื่องทำให้เกิดความดึงดูดใจ	4.06	1.048	มาก
ซีรีส์ที่เราคู่กันทำให้เกิดกระแสการพูดถึงในอินเทอร์เน็ต	4.09	1.008	มาก
ความเชี่ยวชาญ			
มีความเชี่ยวชาญในการแสดงทำได้สมบทบาท	4.03	1.05	มาก
มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชายรักชาย	4.13	1.08	มาก
มีความเข้าใจในวิถีชีวิตชายรักชาย	4.26	1.03	มากที่สุด
เข้าถึงการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน	3.88	1.04	มาก
ชื่นชอบในความเชี่ยวชาญของผู้กำกับซีรีส์เรื่องนี้	3.93	1.10	มาก



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

4. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความชื่นชอบซีรีส์วาย ด้านความน่าดึงดูดใจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.01$) โดยพิจารณารายด้าน ดังนี้ 1). ด้านความต้องการ มีความสัมพันธ์กับความชื่น ด้านความน่าดึงดูดใจ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($r = .641$) 2). ด้านทัศนคติและค่านิยม มีความสัมพันธ์กับ ด้านความน่าดึงดูดใจ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ($r = .590$) 3). ด้านเป้าหมาย ด้านความน่าดึงดูดใจ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ($r = .545$) 4). ด้านความสามารถ มีความสัมพันธ์กับ ด้านความน่าดึงดูดใจ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($r = .655$) 5). ด้านการใช้ประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับด้านความน่าดึงดูดใจ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($r = .618$) 6). ด้านลีลาในการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับด้านความน่าดึงดูดใจ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($r = .732$) 7). ด้านสภาวะ มีความสัมพันธ์กับด้านความน่าดึงดูดใจ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($r = .732$) 8). ด้านประสบการณ์และนิสัยมีความสัมพันธ์กับด้านความน่าดึงดูดใจ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง ($r = .767$) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อกับความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเรากูกัน ด้านความน่าดึงดูดใจ

พฤติกรรมกาเปิดรับสื่อ	ความชื่นชอบซีรีส์วาย (ด้านความน่าดึงดูดใจ)		
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	P-value	ระดับน้าหนักความสัมพันธ์
ด้านความต้องการ	.641**	.000	สูง
ด้านทัศนคติและค่านิยม	.590**	.000	ปานกลาง
ด้านเป้าหมาย	.545**	.000	ปานกลาง
ด้านความสามารถ	.655**	.000	สูง
ด้านการใช้ประโยชน์	.618**	.000	สูง
ด้านลีลาในการสื่อสาร	.732**	.000	สูง
ด้านสภาวะ	.732**	.000	สูง
ด้านประสบการณ์และนิสัย	.767**	.000	สูง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความชื่นชอบซีรีส์วาย ด้านความเชี่ยวชาญ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P \leq 0.01$) โดยพิจารณารายด้าน ดังนี้ 1). ด้านความต้องการมีความสัมพันธ์กับ ด้านความเชี่ยวชาญ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง $r = .417$) 2). ด้านทัศนคติและค่านิยม มีความสัมพันธ์กับ ด้านความเชี่ยวชาญ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ($r = .392$) 3). ด้านเป้าหมาย มีความสัมพันธ์กับด้านความเชี่ยวชาญ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ($r = .389$) 4). ด้านความสามารถ



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

มีความสัมพันธ์กับด้านความเชี่ยวชาญ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ($r = .453$) 5). ด้านการใช้ประโยชน์มีความสัมพันธ์กับด้านความเชี่ยวชาญ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ($r = .421$) 7). ด้านลีลาในการสื่อสารมีความสัมพันธ์กับด้านความเชี่ยวชาญ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ($r = .527$) 8). ด้านสภาวะ มีความสัมพันธ์กับด้านความเชี่ยวชาญ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ($r = .473$) 9). ด้านประสบการณ์และนิสัยมีความสัมพันธ์กับด้านความเชี่ยวชาญ โดยที่ตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ($r = .469$) ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเราคู่กัน ด้านความเชี่ยวชาญ

พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ	ความชื่นชอบซีรีส์วาย (ด้านความเชี่ยวชาญ)		
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	P-value	ระดับนัยสำคัญความสัมพันธ์
ด้านความต้องการ	.417**	.000	ปานกลาง
ด้านทัศนคติและค่านิยม	.392**	.000	ต่ำ
ด้านเป้าหมาย	.389**	.000	ต่ำ
ด้านความสามารถ	.453**	.000	ปานกลาง
ด้านการใช้ประโยชน์	.421**	.000	ปานกลาง
ด้านลีลาในการสื่อสาร	.527**	.000	ปานกลาง
ด้านสภาวะ	.473**	.000	ปานกลาง
ด้านประสบการณ์และนิสัย	.469**	.000	ปานกลาง

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการเปิดรับสื่อกับความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเราคู่กัน ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานครและผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยที่เป็นสาระสำคัญมานำอภิปรายผลวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านทัศนคติและค่านิยมมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านลีลาในการสื่อสาร ต่อมาคือ ด้านความสามารถ ด้านสภาวะ ด้านประสบการณ์และนิสัย ด้านความต้องการ ด้านการใช้ประโยชน์ รองลงมาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านเป้าหมาย ซึ่งสอดคล้องกับขวัญชีวา ส่างหลวง,(2522) อธิบายว่าคนเรานิยมที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อหรือเลือกสื่อบางชนิดที่มีการเผยแพร่ข่าวสารตรงกับทัศนคติหรือความสนใจของตนเอง นั่นคือ บุคคลจะแสวงหาข้อมูล (Information seeking) เปิดรับข้อมูลที่ตนอยากรู้ เพื่อเพิ่ม



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

ความรู้และความบันเทิง เนื่องจากผู้รับสารมีความอยากรู้อยากเห็นและต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์ สอดคล้องกับค่านิยมความเชื่อ และทัศนคติของตน

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับความชื่นชอบซีรี่ส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กัน ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความชื่นชอบซีรี่ส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กันโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านความน่าดึงดูดใจมีคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านความเชี่ยวชาญ รองมาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านความน่าไว้วางใจ ซึ่งสอดคล้องกับ Shimp (2003) กล่าวว่า ความดึงดูดใจของผู้นำเสนอสินค้า จะทำให้เกิดความชื่นชอบ และความสนใจของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ McGuire, W. J. & Muiman (1965) กล่าวว่า การใช้ความดึงดูดใจในการนำเสนอสินค้า จะช่วยเพิ่มระดับความน่าสนใจและทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติของผู้นำเสนอสินค้าได้ และยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า การใช้ผู้นำเสนอสินค้าที่มีรูปร่างหน้าตาที่น่าดึงดูดใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ ชื่นชอบมากกว่าการใช้สื่อสารด้วยคำพูด และการใช้รูปร่างหน้าตาที่ดีของผู้นำเสนอสินค้าสามารถโน้มน้าวให้ผู้บริโภคอยากมีส่วนร่วมไปกับสินค้าที่ถูกนำเสนอ การใช้ผู้ที่มีชื่อเสียงที่มีความน่าดึงดูดใจนั้นจะช่วยตอบโต้ให้ให้ผู้บริโภคเกิดความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้มากกว่าการใช้บุคคลธรรมดาทั่วไป ซึ่งเหมือนกับการสร้างตัวละครและพล็อตเรื่องของซีรี่ส์วายที่ต้องทำให้อัปเดตเด่นน่าสนใจ

3. ผลการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความชื่นชอบซีรี่ส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กัน ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความชื่นชอบซีรี่ส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กัน ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ Katz, et al., 1973 อ้างใน สมภพ ติรัตนประคม (2542) ได้กล่าวว่า ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ให้ความสำคัญกับผู้รับสารในฐานะที่เป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่าง ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งเป็นการศึกษาผู้รับสารเกี่ยวกับสภาวะทางสังคมและจิตใจ ซึ่งก่อให้เกิดความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งข่าว เพื่อนำไปสู่การเปิดรับสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ ซึ่งสามารถสรุปเป็นความต้องการใช้ประโยชน์จากสื่อหรือการรับสื่อของผู้รับสารในแง่ต่าง ๆ ด้วย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อความชื่นชอบซีรี่ส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กัน ของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น มุมมองที่น่าสนใจในการใช้ชีวิตในสังคมปัจจุบัน ทำให้ได้รับความนิยมมากกว่าการนำเสนอเรื่องราวในแบบเดิมๆ ของหญิงสาวกับชายหนุ่ม หรือเป็นการจุดประเด็นเรื่องที่สังคมยังไม่ได้ถูกนำมาตีแผ่มากนัก ทำให้ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงจากทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้จัดทำละครได้รับทราบถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของเยาวชนที่ส่วนใหญ่มีความสนใจอยากรู้อยากเห็นและต้องการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับความรักและนำมาปรับใช้กับชีวิตของตนเอง รวมถึงสามารถนำมาจัดทำเนื้อเรื่องหรือบทละครที่ทำให้เกิดเรื่องราวที่ได้รับความนิยมอย่างสูงของซีรี่ส์วายเพราะเรารู้กันได้ต่อไปด้วย

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัยเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวิจัยต่อยอดวิจัยเจาะลึกต่อไป โดยนำผลเรื่องความสัมพันธ์ไปเป็นโจทย์ด้านการตลาดหรือการทำประชาสัมพันธ์ซีรี่ส์ได้ในระดับพื้นฐาน



การประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช ครั้งที่ 11

The 11th STOU National Research Conference

2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบแรงจูงใจในการเปิดรับสื่อที่มีผลต่อความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กันของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับ เยาวชนในต่างจังหวัด เพื่อศึกษาแนวทางการการผลิตซีรีส์วายและนำไปสร้างข้อได้เปรียบทางการผลิตซีรีส์เรื่องต่อไปหรือภาคต่อไปของเรื่องเพราะเรารู้กัน
3. ในการศึกษาครั้งนี้จำกัดเฉพาะในเยาวชนในกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบซีรีส์วายในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นควรมีการกระจายกลุ่มตัวอย่างไปยังจังหวัดใกล้เคียงด้วยเพื่อให้ได้ข้อมูลที่แตกต่างและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น
4. ควรใช้วิธีเก็บข้อมูลด้วยวิธีอื่นประกอบด้วย เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับกลุ่มผู้ที่ชอบและไม่ชอบดู เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาความชื่นชอบซีรีส์วายเรื่อง เพราะเรารู้กัน ในภาคต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา วิชญาปกรณ์. (2534). หลักเบื้องต้นในการศึกษาเรื่องสั้นและนวนิยาย. พิษณุโลก : มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นุชนาภรณ์ สมญาติ. (2559). ซีรีส์วาย (Y): ลักษณะเฉพาะและการนำเสนอความรักของชายรักชาย. การค้นคว้าอิสระปริญญา
มหาบัณฑิตมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2558) ธรรมชาติของความคิดสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาการสร้างภาพยนตร์เรื่อง “รักแห่งสยาม”. การ
ค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พีระ จิรโสภณ. (2537). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้รับสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักทฤษฎีและการสื่อสาร,
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อนรรักษ์ แทนทอง. (2548). ความดึงดูดใจระหว่างบุคคลและรูปแบบความผูกพัน : รูปแบบที่คล้ายคลึงกับตน รูปแบบที่เติม
เต็ม
ซึ่งกันและกัน และรูปแบบความผูกพันแบบมั่นคง. วิทยานิพนธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Cohen, J. (1977). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. New York: Academic.
- Global Digital. (2019). *Digital in 2019*. สืบค้นจาก <https://wearesocial.com/global-digital-report-2019>.
- Marketingoops. (2562). สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/news/biz-news/line-tv-changed-media-landscape/>.