

“มาตาลดา” กับทัศนคติและการยอมรับ ต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ ของกลุ่มผู้ชม Gen Z

“MATALADA” AND GEN Z VIEWERS' ATTITUDES AND
ACCEPTANCE OF LGBTQ+ FAMILIES



เสริมศิริ นิลดำ^{1*}, กรณก นิลดำ¹, ชนะภัย สังก้าว¹, ดนุชัย จินน้ำใส¹,
พิมพ์ชนก ไชยนนท์¹, ภัทรดนัย บุญศรี¹ และวรบุษ ลิสุวรรณ¹
Sermsiri Nindum^{1*}, Kornkanok Nindum¹, Chanaphai Sangkaew¹,
Danunai Jeennamsai¹, Pimchanok Chaiyanon¹, Phattharanai Bunsri¹
and Woranuch Lisuwan¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

¹Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University

*Corresponding email: aj_sermsiri@yahoo.com



“มาตาลดา” กับทัศนคติและการยอมรับต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ ของกลุ่มผู้ชม Gen Z

“MATALADA” AND GEN Z VIEWERS' ATTITUDES AND ACCEPTANCE OF LGBTQ+ FAMILIES

เสริมศิริ นิลดำ^{1*}, กรกนก นิลดำ¹, ชนะภัย สังก้าว¹, ดนุญ จินน้ำใส¹,
พิมพ์ชนก ไชยนนท์¹, ภัทรดนัย บุญศรี¹ และวรนุช ลิสุวรรณ¹

Sermsiri Nindum^{1*}, Kornkanok Nindum¹, Chanaphai Sangkaew¹, Danunai Jeennamsai¹,
Pimchanok Chaiyanon¹, Phattharanai Bunsri¹ and Woranuch Lisuwan¹

¹คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

¹Faculty of Management Science, Chiang Rai Rajabhat University

*Corresponding email: aj_sermsiri@yahoo.com

Receives: 17 January 2024, Revised: 9 April 2024, Accepted: 13 April 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและการยอมรับต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือ ผู้ชมละครโทรทัศน์ “มาตาลดา” ที่เป็นกลุ่ม Gen Z จำนวน 413 คนโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงบรรยายและการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการศึกษาด้านทัศนคติและการยอมรับต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนผลการทดสอบระดับความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา” กับทัศนคติที่มีต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ และการยอมรับต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศของกลุ่มผู้ชม GEN Z พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญในระดับสูง ผลการศึกษานี้จึงสนับสนุนแนวคิดอิทธิพลของละครโทรทัศน์ต่อกลุ่มวัยรุ่น

คำสำคัญ: ความหลากหลายทางเพศ, ทัศนคติ, การยอมรับ



Abstract

This research aims to study the attitudes and acceptance of LGBTQ+ families among GEN Z viewers who watch the drama "Matalada". It is survey research. The sample group in the study consisted of viewers of the television drama "Matalada" who are Gen Z, totaling 413 people. A questionnaire was used as a tool to collect data. Data analysis employed descriptive statistics, one-way ANOVA, and Pearson Correlation analysis.

The results regarding attitudes and acceptance towards LGBTQ+ families among the sample group who watched the drama "Matalada" were at the highest level of agreement overall. The correlation test results between behavior exposure to the drama "Matalada" and attitudes towards LGBTQ+ families and acceptance of LGBTQ+ families among GEN Z viewers were found to have a positive correlation at a high level with significance. Therefore, this study's results support the concept of the influence of television dramas on teenagers.

Keywords: LGBTQ+, Attitude, Acceptance

บทนำ

"มาตาลดา" (To the Moon and Back หรือ Matalada) ถือเป็นละครดราม่าโรแมนติกที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมจากกระแสสังคมว่าเป็นละครน้ำดีแห่งปี พ.ศ.2566 ละครเรื่องนี้มีตัวละครและเรื่องราวหลักเกี่ยวกับกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศหรือ LGBTQ+ ผลิตโดยบริษัท เมคเกอร์ วาย จำกัด ออกอากาศครั้งแรกในวันที่ 6 มิถุนายน พ.ศ.2566 ทุกวันจันทร์และอังคาร ช่วงเวลา 20.30 น. ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 จำนวนทั้งหมด 21 ตอน (Ch3Thailand, 2566)

ข้อมูลการรับชมที่สะท้อนการได้รับความนิยมจากสังคมของละครเรื่องนี้คือ "มาตาลดา" สามารถดึงดูดผู้ชมและสร้างความสนใจในช่วงเวลาที่ออกอากาศ โดยมีจำนวนข้อความที่ถูกพูดถึงมากถึง 6,480 ข้อความ และการมีส่วนร่วมหรือ Engagement ในสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ สูงถึง 14,081,863 ครั้ง และยังเป็นละครที่ได้รับเรตติ้งสูงสุดตั้งแต่ออกอากาศ ทั้งในระดับประเทศและของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ภายในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา (อินโฟเควส, 2566) ในด้านกระแสของสื่อสังคมในช่วงระหว่างการออกอากาศของละครสะท้อนการมีส่วนร่วม (Engagement) ของผู้ชมในระดับสูง อาทิ การนำคำพูดหรือแง่คิดจากตัวละครไปสร้างเป็นมีม (MEME) การเกิดแพชั่นแต่งตัวทำผมแบบนางเอก การท่องเที่ยวตามรอยละคร และนำไปสู่การที่เพจแบรนด์ต่าง ๆ ได้หยิบยืมจากบทละครไปสร้างคอนเทนต์ทางการตลาดในธุรกิจต่าง ๆ

ในด้านแก่นเรื่อง (Theme) ของละครเรื่องนี้เป็นการบอกเล่าเรื่องราวด้านครอบครัวของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ โดยมีตัวละครหลักเป็น LGBTQ+ ที่ไม่ได้รับการยอมรับจากครอบครัว นำไปสู่ความขัดแย้งภายในครอบครัว ซึ่งสะท้อนถึงบริบทสังคมไทยที่แม้ปัจจุบันจะเปิดกว้างและมีการยอมรับจากครอบครัวมากขึ้น แต่ปฏิเสธไม่ได้ว่ายังมีกลุ่มคนที่มองเรื่อง LGBTQ+ อย่างมีอคติเหมือนกับตัวละครที่ต้องพิสูจน์ตัวตนเพื่อให้



ถูกยอมรับจากสังคมและที่สำคัญคือการยอมรับจากครอบครัว นอกจากนั้น ละครยังแฝงไปด้วยทัศนคติ จิตวิทยา และข้อคิดต่าง ๆ ผ่านตัวละครที่ส่งทอดและสร้างการรับรู้ให้กับผู้ชม และยังเป็นกระบอกเสียงในการขับเคลื่อนสังคมให้เกิดการตระหนักรู้ถึงประเด็นด้านครอบครัวและการยอมรับเพศทางเลือกจากสังคมได้มากขึ้น

เนื่องจากโดยทั่วไปแล้วละครโทรทัศน์ถือเป็นรายการประเภทหนึ่งที่มีอิทธิพลและได้รับความสนใจจากสังคม เห็นได้จากสถานีโทรทัศน์และสื่อสังคมออนไลน์หลาย ๆ ช่องยังคงมุ่งผลิตละครเป็นรายการหลัก และการรับชมละครโทรทัศน์นั้นเป็นกิจกรรมหนึ่งที่คนไทยส่วนใหญ่ขาดไม่ได้ ด้วยความที่ละครเป็นสิ่งที่ให้ความบันเทิงและช่วยให้ผู้ชมผ่อนคลายจากความเครียด อีกทั้งยังให้ความสนุกสนานบันเทิงไปพร้อมกับให้แง่คิดต่าง ๆ แก่ผู้ชม ทำให้ผู้ชมได้ปลดปล่อยตนเองจากบทบาทในการแสดงละครของนักแสดง และนำตัวเองเข้าไปในโลกของละคร กล่าวได้ว่า การชมละครเป็นการลดทอนความเครียดประจำวันและมีอิทธิพลในการเป็นแหล่งให้เรียนรู้และทำหน้าที่ในการขัดเกลาสังคม เสมือนว่าเป็นการให้ผู้อุทาหรณ์สอนแง่คิดต่าง ๆ ของสังคม เช่นเดียวกับละครมาตาลดาที่มีส่วนในการสะท้อนภาพวิถีชีวิตและเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจต่อกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศในสังคมไทยปัจจุบัน

ความหลากหลายทางเพศ เพศสภาพ เพศทางเลือก เอกลักษณ์ทางเพศ เพศวิถี ฯลฯ เหล่านี้ คือศัพท์ที่ถูกบัญญัติขึ้นมาในปัจจุบันที่เป็นโลกยุคดิจิทัล ทั้งในแง่รสนิยมทางเพศ (sexual orientation) และอัตลักษณ์ทางเพศ (gender identity) เป็นประเด็นที่สังคมในหลากหลายประเทศให้การยอมรับมากขึ้นเมื่อเทียบกับในอดีต ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือในปี 2019 มี 28 ประเทศที่กำหนดให้การแต่งงานระหว่างเพศเดียวกันอย่างถูกกฎหมาย อีกทั้งในปี ค.ศ. 2016 องค์การอนามัยโลกได้กำหนดวาระการพัฒนาสุขภาพที่ยั่งยืนของประชากรโลก โดยกำหนดว่าภายในปี 2030 ผู้คนทั่วโลกกำลังดำเนินการไปสู่เป้าหมายโลกที่สะท้อนความยุติธรรมสากลทางด้านสุขภาพ เคารพต่อศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ โดยประชากรกลุ่มนี้จะไม่ต้องเผชิญกับภาวะปัญหาสุขภาพกายและสุขภาพจิตอย่างโดดเดี่ยวอีกต่อไป เพื่อที่จะต่อสู้กับความแตกต่างด้านสรีระและจิตใจ มีผลต่อภาวะสุขภาพอย่างมากที่ประชากร LGBTQ+ ต้องเผชิญ ประชากรทุกกลุ่มในโลกจะต้องเข้าใจถึงแนวคิดหลักที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและความหลากหลายทางเพศ เพื่อต่อยอดความมุ่งมั่นของสหประชาชาติ ในการคงไว้ซึ่งศักดิ์ศรีความเท่าเทียมกันของมวลมนุษยชาติในโลกต่อเอกลักษณ์ทางเพศและความหลากหลายทางเพศ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2565)

จากความสำคัญของความเข้าใจและการอยู่ร่วมกันของชนทุกกลุ่มในสังคม งานวิจัยนี้จึงสนใจพฤติกรรม การรับชมละครโทรทัศน์ “มาตาลดา” และศึกษาทัศนคติและการยอมรับต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศของกลุ่มผู้ชมที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” โดยมุ่งศึกษากลุ่มผู้ชม Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เกิดในช่วงปี พ.ศ.2538 – 2552 อายุระหว่าง 12-26 ปี เพราะเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและการใช้สื่อสังคมที่หลากหลาย เป็นกลุ่มที่เปิดกว้างทางความคิดและวัฒนธรรมที่แตกต่างมากขึ้นมีแนวโน้มที่จะปรับทัศนคติได้ดี (ปรีชญา แม้นมินทร์ และนภวรรณ ตันติเวชกุล, 2560) ทั้งนี้ข้อค้นพบจากการศึกษาจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทราบถึงความสัมพันธ์ของการเปิดรับละครกับทัศนคติและการยอมรับต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ อันจะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาสื่อละครเพื่อเสริมสร้างการอยู่ร่วมกันของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม และการส่งเสริมค่านิยมต่อคุณค่าของครอบครัวต่อไป



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา” ของกลุ่มผู้ชม GEN Z
2. เพื่อศึกษาทัศนคติและการยอมรับต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา”

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะรายการละคร “มาตาลดา” ที่เผยแพร่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ที่เผยแพร่ละครดังกล่าวเท่านั้น

ขอบเขตด้านตัวแปร มุ่งศึกษาตัวแปรทัศนคติที่มีต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ และตัวแปรการยอมรับต่อครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ

ขอบเขตด้านประชากร การศึกษานี้มุ่งศึกษาประชากรที่เป็นกลุ่มผู้ชมละคร “มาตาลดา” ที่เป็นกลุ่ม Gen Z หรืออายุระหว่าง 18-26 ปีในประเทศไทย

ขอบเขตด้านระยะเวลา งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลระหว่างเดือนกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2566

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยช่วงอายุ 18-26 ปีหรือเรียกว่ากลุ่ม GEN Z ที่มีประสบการณ์รับชมละครมาตาลดาที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เนื่องจากมีข้อจำกัดในการกำหนดจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจึงคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (อ้างในวิเชียร เกตุสิงห์, 2543) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือแก่ผลการศึกษา ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 413 คน จากนั้นสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

เครื่องมือในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้พัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่ม GEN Z ที่รับชมละคร “มาตาลดา” มีทั้งหมด 5 ข้อได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน และประสบการณ์เกี่ยวกับกลุ่มเพศทางเลือก

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการรับชมละครโทรทัศน์ “มาตาลดา” ของกลุ่มผู้ชม GEN Z มีทั้งหมด 9 ข้อ เช่น การรู้จักละคร ช่องทางการรับชม วิธีการรับชม รูปแบบการรับชม ความชื่นชอบในละคร ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับชมละคร และการมีส่วนร่วมกับละคร ฯลฯ



ส่วนที่ 3 ทักษะคิดที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” มีทั้งหมด 8 ข้อ

ส่วนที่ 4 การยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” มีทั้งหมด 8 ข้อ

โดยส่วนที่ 3 และ 4 มีตัวเลือกเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ผลการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวนรวม 3 ท่าน และการนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองเก็บข้อมูล (try out) กับกลุ่ม Gen Z ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน วิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับด้วยการค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของ Cronbach มีค่าเท่ากับ 0.83 จึงมีความเหมาะสมในการนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลเป็นการเก็บแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์โดยส่งเผยแพร่แบบสอบถามไปยัง Facebook Group และ Facebook Fan page กลุ่มแฟนละครมาตาลดา โดยระบุช่วงอายุของผู้เล่นเกมออนไลน์เป็นกลุ่มคนที่มียุระหว่าง 18-26 ปี เก็บรวบรวมข้อมูลในระหว่างเดือนกรกฎาคม - กันยายน พ.ศ. 2566 เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ครบสมบูรณ์แล้วจึงดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงบรรยายโดยวิธีการหาจำนวนค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อนำเสนอข้อมูลเชิงบรรยาย และใช้สถิติเชิงอ้างอิงด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance หรือ ANOVA) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญที่ 0.05 หากพบความแตกต่างในข้อใดจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบภายหลังเป็นรายคู่โดยใช้วิธีของ Scheffe รวมทั้งใช้การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 48.5) เพศชาย (ร้อยละ 37.5) และน้อยที่สุด คือ กลุ่ม LGBTQ+ (ร้อยละ 14.0) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21 – 23 ปี (ร้อยละ 54.6) รองลงมาคือ 18 – 20 ปี (ร้อยละ 27.7) ด้านการประกอบอาชีพพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียนและนิสิตนักศึกษา (ร้อยละ 57.9) รองลงมา คือ พนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 16.5) ในด้านการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62.0) รองลงมา คือ ระดับมัธยมตอนปลาย (ร้อยละ 19.8) และในด้านรายได้พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 5,001– 10,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 30.8) รองลงมา คือ น้อยกว่า 5,000 บาท (ร้อยละ 24.5)



ในด้านประสบการณ์เกี่ยวกับกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ไม่มีสมาชิกครอบครัวหรือญาติที่เป็น LGBTQ+ (ร้อยละ 50.4) รองลงมา คือ มีสมาชิกครอบครัวหรือญาติที่เป็น LGBTQ+ (ร้อยละ 49.6)

2. พฤติกรรมในการรับชมละครโทรทัศน์ “มาตาลดา” ของกลุ่มผู้ชม GEN Z

ในด้านความรู้จักระมาตาลดา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักละครเรื่องนี้ผ่านสื่อสังคม (Social Media) ของนักแสดงนำในละครเป็นลำดับแรก (ร้อยละ 26.8) รองลงมา คือ รู้จักผ่านการสนทนาจากคนรอบข้างในชีวิตประจำวัน (ร้อยละ 25.7) อันดับสามคือ รู้จักจากการพูดถึงละครโทรทัศน์เรื่อง “มาตาลดา” ผ่านช่องทางแฟนเพจ (Fan page) ของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 หรือแฟนเพจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (ร้อยละ 23.9)

ด้านช่องทางการรับชม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมละครโทรทัศน์เรื่อง “มาตาลดา” ผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน Netflix เป็นลำดับแรก (ร้อยละ 31.0) รองลงมา คือ รับชมผ่านช่องทางแอปพลิเคชัน TikTok (ร้อยละ 22.6) และอันดับสามคือ รับชมการออกอากาศสดของสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 (ร้อยละ 13.7) โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รับชมละครแบบย้อนหลัง (ร้อยละ 72.2) รองลงมา คือ รับชมละครถ่ายทอดสด (ร้อยละ 27.8) ในด้านรูปแบบคลิปในการรับชมพบว่า ส่วนใหญ่รับชมละครในรูปแบบคลิปยาว 1 ตอนจบ (ร้อยละ 62.0) รองลงมา คือ คลิปสั้น แบ่งเป็นหลายตอน (ร้อยละ 24.5) และคลิปไฮไลท์ของแต่ละตอน (ร้อยละ 13.5) ด้านความชื่นชอบในละครโทรทัศน์เรื่อง “มาตาลดา” พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชื่นชอบนักแสดงนำหรือพระเอก-นางเอก (ร้อยละ 20.5) รองลงมา คือ ชื่นชอบบทละครและเนื้อเรื่อง (ร้อยละ 19.9) อันดับสามคือ ชื่นชอบความสามารถของนักแสดง (ร้อยละ 19.4)

ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับชมละครโทรทัศน์ “มาตาลดา” พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ กระแสของสื่อสังคม (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาคือ ความสามารถของนักแสดง (ค่าเฉลี่ย 4.53) อันดับสามคือ ทศนคติหรือข้อคิดที่ได้รับจากละคร (ค่าเฉลี่ย 4.52) ในด้านการมีส่วนร่วม (Engagement) กับละครโทรทัศน์เรื่องนี้ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การนำเนื้อหาละครไปสนทนาพูดคุยต่อในชีวิตประจำวัน (ค่าเฉลี่ย 4.37) รองลงมา คือ นำข้อคิดไปแบ่งปันและแลกเปลี่ยนกับคนรอบข้าง (ค่าเฉลี่ย 4.25) อันดับสามคือ การกดไลค์โพสต์หรือคลิปวิดีโอที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับละครโทรทัศน์เรื่อง “มาตาลดา” (ค่าเฉลี่ย 4.11)

ในด้านของประโยชน์ที่ได้จากการรับชมละครโทรทัศน์เรื่อง “มาตาลดา” พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ได้ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ LGBTQ+ มากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.34) รองลงมา คือ การเห็นถึงความสำคัญของครอบครัวและคนรอบตัว (ค่าเฉลี่ย 4.30) อันดับสามคือ ได้ความรู้ความเข้าใจกับการอยู่ร่วมกับ LGBTQ+ (ค่าเฉลี่ย 4.22) ด้านพฤติกรรมหลังจากการรับชมละครโทรทัศน์เรื่อง “มาตาลดา” พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การนำแนวคิดต่าง ๆ จากเนื้อเรื่องมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน (ค่าเฉลี่ย 4.28) รองลงมา คือ เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่มีต่อ LGBTQ+ (ค่าเฉลี่ย 4.26)

3. ทศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา”

ผลการศึกษาพบว่า ทศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ สมาชิกในครอบครัวสามารถเลือกเพศสภาพตนเองได้ (ค่าเฉลี่ย 4.57) รองลงมา คือ เด็กที่ถูกเลี้ยงดูโดยครอบครัว



LGBTQ+ ไม่มีความแตกต่างจากเด็กที่ถูกเลี้ยงดูโดยครอบครัวอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.55) และอันดับสามคือ ครอบครัว LGBTQ+ สามารถเลี้ยงดูบุตรหลานได้มีคุณภาพเช่นเดียวกับครอบครัวอื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 4.53)

ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรด้านเพศ อาชีพ การศึกษา รายได้ และประสบการณ์เกี่ยวกับกลุ่มเพศทางเลือก (LGBTQ+) กับทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” พบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. การยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา”

ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” มีระดับการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ท่านสามารถยอมรับคนรักที่มาจากครอบครัว LGBTQ+ (ค่าเฉลี่ย 4.58) รองลงมา คือ ท่านสามารถยอมรับครอบครัวที่มีหัวหน้าครอบครัวเป็นกลุ่ม LGBTQ+ (ค่าเฉลี่ย 4.57) และอันดับสามคือ ท่านสามารถยอมรับทัศนคติและคำสอนที่มาจากครอบครัว LGBTQ+ (ค่าเฉลี่ย 4.48)

ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรด้านเพศกับการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ตัวแปรอาชีพ การศึกษา รายได้ และประสบการณ์เกี่ยวกับกลุ่มเพศทางเลือก (LGBTQ+) ไม่พบว่ามี ความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5. ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา” กับทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ และการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z

ผลการทดสอบระดับความสัมพันธ์โดยใช้สถิติสหสัมพันธ์เพียร์สัน พบค่าความสัมพันธ์ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา” กับทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z

ค่าความสัมพันธ์	r	p
พฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา” กับทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z	0.66	0.04*
พฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา”กับการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z	0.72	0.05*
ทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ กับการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z	0.79	0.03*

*P<0.05

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา” (อันประกอบด้วยความถี่ในการรับชม ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับชมละคร “มาตาลดา” และการมีส่วนร่วม (Engagement) กับละคร “มาตาลดา”)



มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ($r=0.66$)

ขณะที่พฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา” มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ($r=0.72$)

นอกจากนั้นยังพบว่า ทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์อยู่ในระดับสูง ($r=0.79$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ละครกับการเสริมสร้างทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ สำหรับผู้ชม GEN Z

จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ชม Gen Z ที่รับชมละคร “มาตาลดา” ส่วนใหญ่รับชมละครทุกตอนตั้งแต่ต้นจนจบ โดยเริ่มรู้จักละครมาจากกระแสของสื่อสังคม และมีส่วนร่วม (Engage) กับละครโทรทัศน์เรื่องนี้อย่างหลากหลาย ทั้งการนำเนื้อหาละครไปสนทนาพูดคุยต่อในชีวิตประจำวัน และการนำข้อคิดไปแบ่งปันและแลกเปลี่ยนกับคนรอบข้าง รวมถึงรู้สึกว่าได้ประโยชน์จากการรับชมละครด้านความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ LGBTQ+ มากขึ้น การเห็นถึงความสำคัญของครอบครัวและคนรอบตัว และการได้ความรู้ความเข้าใจกับการอยู่ร่วมกับ LGBTQ+ รวมทั้งผลการทดสอบความสัมพันธ์ที่พบว่า พฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา” (อันประกอบด้วยความถี่ในการรับชม ปัจจัยที่มีผลต่อการติดตามรับชมละคร “มาตาลดา” และการมีส่วนร่วม (Engagement) กับละคร “มาตาลดา”) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z

ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นชัดเจนว่า ละครมาตาลดามีความสัมพันธ์กับการก่อตัวและเสริมสร้างทัศนคติของผู้รับชม ซึ่งเป็นไปตามข้อสันนิษฐานของทฤษฎีการปลูกฝัง (Cultivation Theory) ที่อธิบายไว้ว่า สื่อมวลชนมีส่วนปลูกฝังความคิดของผู้รับสารเกี่ยวกับโลกที่แท้จริง (Morgan, 2009) ในกรณีนี้กล่าวได้ว่า เนื้อหาที่ปรากฏและเผยแพร่ผ่านละครโทรทัศน์ “มาตาลดา” จะมีส่วนในการบ่มเพาะและปลูกฝังให้ผู้ชมได้รับรู้และเข้าใจความเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยในเรื่องความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะผู้ชมที่มีพฤติกรรมรับชมอย่างต่อเนื่องก็จะได้ซึมซับอิทธิพลมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ รวมถึงผู้ชมที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นก็มีแนวโน้มว่าจะได้รับอิทธิพลจากละครโทรทัศน์มากยิ่งขึ้นไปด้วย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Sheharyar (2020) ที่ศึกษาผลกระทบต่อละครโทรทัศน์ต่อคุณค่าทางสังคมวัฒนธรรม พบว่า การปลูกฝังของสื่อละครโทรทัศน์มีอิทธิพลมากต่อการให้คุณค่าทางสังคมวัฒนธรรมในเรื่องต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงแนวคิดเรื่องความหลากหลายทางเพศในงานวิจัยนี้

นอกจากนั้น จากผลการศึกษานี้ที่พบว่า กลุ่ม Gen Z มีส่วนร่วมกับละครโทรทัศน์เรื่องนี้อย่างหลากหลาย ทั้งการนำเนื้อหาละครไปสนทนาพูดคุยต่อในชีวิตประจำวัน และการนำข้อคิดไปแบ่งปันและแลกเปลี่ยนกับคนรอบข้าง แสดงให้เห็นว่าการรับชมละครและอุปนิสัยของคน Gen Z ซึ่งเป็นกลุ่มเปิดกว้างทางความคิดและยอมรับความแตกต่าง (มนัสวี ศรีนนท์, 2561) มีแนวโน้มที่จะปรับทัศนคติได้ดี พร้อมทั้งจะเข้าใจความเปลี่ยนแปลง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Yan (2019) ที่พบว่า ผลของการรับชมรายการโทรทัศน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับ LGBT สามารถทำ



ให้เกิดการรับรู้แบบแรงกระเพื่อม (The Rippled Perceptions) ต่อทัศนคติของผู้ชมและการรับรู้ทัศนคติของเพื่อนรอบตัวที่มีต่อกลุ่มเลสเบียนและเกย์ รวมถึงการบริโภคสื่อและการสื่อสารระหว่างบุคคลกับเพื่อนจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อทัศนคติที่มีต่อกลุ่มหลากหลายทางเพศ จึงสรุปได้ว่า ละครหรือเนื้อหาของสื่อมวลชนไม่ได้เป็นปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการเกิดทัศนคติต่อกลุ่ม LGBTQ+ แต่เป็นตัวช่วยเสริมสร้างและสนับสนุนทัศนคติ ความรู้สึก ตลอดจนแนวโน้มด้านพฤติกรรมที่จะแสดงออกต่อกลุ่ม LGBTQ+ ในทางที่ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น

ขณะเดียวกันยังพบว่า ผู้ชมละคร “มาตาลดา” ส่วนใหญ่มีทัศนคติทางบวกค่อนข้างมากถึงมากที่สุดต่อครอบครัว LGBTQ+ ทั้งการเข้าใจในสิทธิของบุคคลในการเลือกเพศสภาพตนเองได้ การมีความรู้สึกทางบวกต่อเด็กที่ถูกเลี้ยงดูโดยครอบครัว LGBTQ+ ว่าไม่มีความแตกต่างจากเด็กที่ถูกเลี้ยงดูโดยครอบครัวอื่น ๆ หรือการเห็นด้วยว่าครอบครัว LGBTQ+ สามารถเลี้ยงดูบุตรหลานได้มีคุณภาพเช่นเดียวกับครอบครัวอื่น ๆ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jerel, et.al (2009) ที่ศึกษาการเปิดรับสื่อและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อกลุ่มรักร่วมเพศพบว่า การเปิดรับสื่อที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มรักร่วมเพศที่เพิ่มขึ้นอาจส่งผลให้กลุ่มผู้ชมที่มีทัศนคติต่างกันมีมุมมองต่อกลุ่มรักร่วมเพศที่คล้ายกันมากขึ้น

2. ละครกับการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z

กลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” มีการยอมรับในระดับสูงต่อครอบครัว LGBTQ+ ทั้งการยอมรับหากตนเองจะมีคนรักที่มาจากครอบครัว LGBTQ+ การยอมรับครอบครัวที่มีหัวหน้าครอบครัวเป็นกลุ่ม LGBTQ+ หรือการยอมรับว่าครอบครัว LGBTQ+ สามารถสั่งสอนเลี้ยงดู ปลูกฝังทัศนคติและคำสอนให้แก่บุตรหลานได้ไม่แตกต่างจากครอบครัวทั่วไป นอกจากนี้ ผลการทดสอบระดับความสัมพันธ์ยังพบว่า พฤติกรรมการรับชมละคร “มาตาลดา” มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงกับการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z

ผลการวิจัยนี้เป็นไปตามแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อต่อสมาชิกในสังคม ซึ่งอธิบายว่า สื่อมวลชนเป็นตัวแทนการอบรมขัดเกลาทางสังคม (Socialization) โดยการให้ความรู้ แง่คิดและประสบการณ์ การถ่ายทอดวัฒนธรรมของสังคม และการเผยแพร่ค่านิยมในสังคม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการยอมรับและพฤติกรรมของบุคคล (จุมพล หนิมพานิช, 2548) ทั้งนี้ในการยอมรับแนวคิดเรื่องความหลากหลายทางเพศ ละครก็สามารถทำหน้าที่ในการขัดเกลาทางสังคมแก่ผู้ชมทั้งในด้านความคิด ความเชื่อ และแบบแผนการประพฤติปฏิบัติต่อกลุ่ม LGBTQ+ ซึ่งถือเป็นกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมย่อย ๆ ในสังคม ละครจึงมีอิทธิพลต่อการขัดเกลาหล่อหลอมความคิดของผู้ชมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขณะเดียวกัน ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ยังพบว่า ทัศนคติที่มีต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับการยอมรับต่อครอบครัว LGBTQ+ ของกลุ่มผู้ชม GEN Z ที่ได้รับชมละคร “มาตาลดา” โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ในระดับสูง ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเรื่องทัศนคติและพฤติกรรม (สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2544) ที่อธิบายว่า เมื่อบุคคลมีความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติเช่นไร ก็แสดงพฤติกรรมไปตามความรู้ ความเชื่อและทัศนคติที่มีอยู่นั้น ด้วยเหตุนี้ทัศนคติและพฤติกรรมจึงต่างมีความสัมพันธ์และส่งผลซึ่งกันและกัน รวมถึงสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Gonta et.al



(2017) ที่ศึกษาเรื่องการเปลี่ยนแปลงสื่อและการเปลี่ยนแปลงทางความคิด: การเปิดรับสื่อและทัศนคติของผู้ชมที่มีต่อกลุ่มโฮโมเซ็กชวล ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า ยิ่งเปิดรับสื่อมากจะยิ่งส่งเสริมทัศนคติในการยอมรับกลุ่มโฮโมเซ็กชวลมากขึ้น และกลุ่มตัวอย่างที่อายุน้อยสามารถยอมรับแนวคิดรักเพศเดียวกันได้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

องค์ความรู้จากการวิจัยสู่การพัฒนา

ผลการศึกษาสนับสนุนแนวคิดอิทธิพลของสื่อมวลชนโทรทัศน์ต่อกลุ่มวัยรุ่นหรือคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะความสัมพันธ์ของการรับชมละครกับการหล่อหลอมทัศนคติและการยอมรับต่อแนวคิดใหม่ต่างๆ ในสังคม ดังเช่นแนวคิดเกี่ยวกับบุคคลและครอบครัวที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยละครสามารถให้ความหมาย สร้างความรู้ ความเข้าใจ เกิดแง่คิด และเปลี่ยนมุมมองที่มีต่อคนกลุ่มต่างๆ ในสังคม รวมถึงการส่งเสริมความสำคัญของสถาบันครอบครัว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. เนื่องจากงานวิจัยนี้มีข้อจำกัดในการศึกษาทัศนคติที่มีมาก่อน (prior attitude) ในเรื่องความหลากหลายทางเพศของกลุ่มผู้ชม ซึ่งอาจจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้เนื้อหาใหม่เกี่ยวกับ LGBTQ+ ของสื่อมวลชน ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาตัวแปรด้านทัศนคติที่มีมาก่อนของผู้รับสารเพิ่มเติมเพื่อความลึกซึ้งของการวิจัยยิ่งขึ้น
2. ในปัจจุบันมีสื่อมวลชนนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ LGBTQ+ ในมุมมองที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งในรูปแบบละครหรือภาพยนตร์ โดยมีการแฝงแง่คิดหรืออุดมการณ์ทางชีวิตบางอย่างที่อยากสื่อสารให้สังคมรับรู้และเข้าใจยิ่งขึ้น งานวิจัยครั้งต่อไปจึงอาจขยายการศึกษาผลของละครหรือภาพยนตร์ดังกล่าวต่อการรับรู้ของผู้ชมเพื่อให้เห็นอิทธิพลของสื่อมวลชนในการสื่อสารเรื่องความหลากหลายทางเพศในสังคมไทย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัยยังคงยืนยันอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการรับรู้ของผู้รับสารในเรื่องความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะละคร “มาตาลดา” ที่มีแก่นเรื่องที่น่าสนใจ นักแสดงที่สมบทบาท การดำเนินเรื่องที่สนุก การให้แง่คิดเกี่ยวกับ LGBTQ+ ในมุมมองที่แตกต่างไปจากที่เคยนำมาเสนอมา ดังนั้น ผู้ผลิตสื่ออาจถอดบทเรียนความสำเร็จดังกล่าวไปใช้ในการผลิตละครหรือรายการประเภทอื่น ๆ เพื่อสื่อสารแนวคิดใหม่ ๆ ที่มีคุณค่าต่อสังคมไทย
2. ละคร “มาตาลดา” มีจุดเน้นเป็นเรื่องราวครอบครัวของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ ความขัดแย้งภายในครอบครัวและค่านิยมเรื่องเพศของสังคม แฝงแง่คิดและจิตวิทยาต่าง ๆ ในการอยู่ร่วมกันของคนกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งถือเป็นมุมมองใหม่ที่ไม่พบมากนักในละครไทย จึงได้รับการตอบรับที่ดีและการมีส่วนร่วมจากผู้ชม ดังนั้น ผู้ผลิตจึงอาจนำเสนอละครเกี่ยวกับกลุ่ม LGBTQ+ ในแง่มุมอื่น ๆ ที่สนุกและสร้างสรรค์เพื่อนำไปสู่การหล่อหลอมทัศนคติและการยอมรับต่อผู้มีความหลากหลายทางเพศต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- กฤตยา อาชวนิจกุล. (2554). เพศวิถีที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปในสังคมไทย. *วารสารประชากรและสังคม*, 15(1), 43-66.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2548). *การสื่อสารเพื่อพัฒนาท้องถิ่น*. นครปฐม: ภาควิชาการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- นิภาพร เจริญผ่อง. (2550). *การยอมรับของนักศึกษาต่อการประชาสัมพันธ์ของคณะวิศวกรรมศาสตร์สถาบันเทคโนโลยี พระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2540). *พฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมสุขภาพ และสุขศึกษา*. กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์
- ปารณีย์ จงรักษ์ และอนุชา ทิรคานนท์. (2557). *การเปิดรับสื่อ ทศนคตติ การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มหญิงรักรัหญิง*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มนัสวี ศรีนนท์. (2561). ทฤษฎีเจเนเนอเรนซ์กับกรอบวิธีคิด. *วารสารศึกษาศาสตร์ มจร.คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย*, 6(1), 364-373.
- วิเชียร เกตุสิงห์. (2543). *คู่มือการวิจัย: การวิจัยเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: เจริญผล.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2565). *ความหลากหลายทางเพศ*. สืบค้น 30 สิงหาคม 2566, จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/elaw_parcy/ewt_dl_link.php?nid=2649
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2544). *การสื่อสารกับสังคม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อินโฟเคส. (2566). *เจาะกระแส “มาตาลดาฟีเวอร์” ละครฟีลกู๊ด Engagement สูงกว่า 14 ล้านครั้ง*. สืบค้น 30 สิงหาคม 2566, จาก <https://www.dataxet.co/insights/thai-drama-matalada-fever>
- อัญฐ์ กุฬพงษ์ศักดิ์. (2553). *การบริหารจัดการรายการของกิจการโทรทัศน์แบบฟรีทีวีเพื่อผลเชิงพาณิชย์*. สืบค้น 30 สิงหาคม 2566, จาก http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/30_2/pdf/aw3.pdf.
- Gonta, G., Hansen, S., Fagin, C., and Fong, J. (2017). Changing Media and Changing Minds: Media Exposure and Viewer Attitudes Toward Homosexuality. *Pepperdine Journal of Communication Research*, 5, 21-34.
- Jerel, P.C., and L. Monique, W. (2009). Media Exposure and Viewers' Attitudes Toward Homosexuality: Evidence for Mainstreaming or Resonance?, *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 53:2, 280-299, DOI: 10.1080/08838150902908049
- Morgan, M. (2009). *Cultivation analysis and media effects*. The Sage handbook of media processes and effects, 69-82.
- Sheharyar, A. (2020) Effects of Television Dramas on Socio Cultural Values: A Case Study of Faisalabad City. (2023). *Human Nature Journal of Social Sciences*, 1(1), 40-50.



Yan, H. Y. (2019). “The Rippled Perceptions”: The Effects of LGBT-Inclusive TV on Own Attitudes and Perceived Attitudes of Peers Toward Lesbians and Gays. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 96(3), 848-871.