

## อิทธิพลของละครทีวีออนไลน์ต่อชีวิตรักของสตรีจีนวัย 'GEN Z'

## Influences of Online TV Drama to Love Life of Chinese Female Generation-Z

Zhu Danhua\*, ทักษิณา ชัยอิทธิพรวงศ์\*\* และพนม วรรณศิริ\*\*\*

Zhu Danhua, Taksina Chaiittipornwong, and Phanom Wannasiri

วันรับบทความ 25 มกราคม 2567 / วันแก้ไขบทความ 17 กุมภาพันธ์ 2567 / วันตอบรับบทความ 1 มีนาคม 2567

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการปรับตัวของละครโทรทัศน์จีนต่อกระแสของสื่อออนไลน์ โดยใช้วิธีสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตและด้านธุรกิจละครโทรทัศน์ รวมทั้งศึกษาผลกระทบของละครต่อชีวิตรักของผู้หญิงจีนวัย Gen Z โดยศึกษาจากละครทีวีออนไลน์ 5 เรื่องเพื่อให้ได้ประเด็นเกี่ยวกับอิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์ต่อชีวิตรักใน 3 ด้านคือ ความสัมพันธ์ทางเพศ คู่รัก และการแต่งงาน โดยนำประเด็นเหล่านี้มาเทียบเคียงกับบรรทัดฐานทางสังคมของเรื่องดังกล่าวเพื่อใช้สอบถามความคิดเห็นของผู้หญิงจีนวัย Gen Z ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้สร้างละครโทรทัศน์ของจีนทุกรายได้ปรับตัวเป็นละครทีวีออนไลน์ การผลิตเน้นเชิงการค้ามากขึ้น และปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบธุรกิจการตลาดดิจิทัลที่เน้นตอบสนองกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มที่เป็นคนวัย Gen Z เน้นการดำเนินเรื่องเร็ว ใช้ภาษาบนสื่อใหม่ และมุงรายได้จากจำนวนครั้งที่กดเข้าชม การดูละครทีวีออนไลน์โดยเฉพาะแนวรักโรแมนติก เป็นความบันเทิงที่ผู้หญิงจีนวัย Gen Z นิยมอย่างหนึ่ง ในด้านอิทธิพลต่อชีวิตรัก พบว่า มีอิทธิพลน้อยต่อชีวิตรักด้านคูรักและการแต่งงาน แต่มีระดับปานกลางในเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ ส่วนด้านบรรทัดฐานทางสังคม ยังนิยมปฏิบัติและยอมรับโดยเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับคูรัก ค่านิยมที่ถูกปฏิเสธอย่างมาก คือ การใช้ชีวิตแต่งงานที่มีความสุขเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของผู้หญิง

**คำสำคัญ:** ละครทีวี วัยรุ่น GEN-Z สื่อออนไลน์

## Abstract

This research aims to explore the adaptation of Chinese TV drama to the popularity of online media by interviewing experts in TV drama production and business and to examine the influences of online drama on the love life of Chinese female generation Z. This study investigated five dramas to discover their impact on three aspects of life: sexual

\*นักศึกษาลัทธิสุตริเทศศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, email: 5245830@qq.com

\*\*อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตและดุขุภักบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, email: natcna@gmail.com

\*\*\* อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิตและดุขุภักบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

relationship, love in a couple, and marriage. A questionnaire was used to gather gen-Z's opinion toward those three aspects. The findings revealed that TV dramas were absolutely converged with online applications, more commercialized in production, and transferred to digital-marketing-business format for customized audience. Using social media language, faster storytelling, and a push of heat-network-index for pay-per-view increase as mainstream income were found in the TV drama adaptation. In addition, dramas are a favorite form of entertainment for Chinese female gen-Z, and a theme of love was still popular for online audiences. TV dramas had low impact on their love, especially in the aspects of love in a couple and marriage. Possible influences of TV drama included having sex with a lover and dreaming of a romantic moment of wedding party. Sexual relationship and marriage were considered to be significant and highly associated with love in a couple. The research also found that the Chinese female gen-Z were totally against the norm that happy marriage referred to a woman's success.

**Keywords:** TV drama, Generation Z, Online media

## 1. ที่มาและความสำคัญ

ละครโทรทัศน์ เป็นรูปแบบความบันเทิงภายในบ้าน ที่สามารถสะท้อนพัฒนาการด้านสื่อสารมวลชน คติคิด และสุนทรียนิยมของชีวิตภายใต้ค่านิยมสมัยใหม่ในสังคมที่เน้นวัตถุนิยมและบริโภคนิยม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อทีวีออนไลน์ และสื่อเคลื่อนที่ ซึ่ง กลายเป็นสื่อสำคัญเพื่อการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในชีวิตประจำวันของผู้คนในสาธารณรัฐประชาชนจีน สื่อดังกล่าวคือสาเหตุที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต ที่อาจเป็นการสร้างบรรทัดฐานใหม่ทางสังคม (Chen Changkai, & Hu Xinzhe, 2022)

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ของจีน จัดเป็นอุตสาหกรรมที่ก้าวหน้าโดดเด่นมาตลอดระยะเวลา 40 ปีที่ผ่านมา หากเปรียบเทียบกับรายการข่าวและรายการวาไรตี้ ละครโทรทัศน์ คือหนึ่งในสามของรายการโทรทัศน์ที่ผู้ชมนิยมติดตามดู และเป็นรายการโทรทัศน์ประเภทแรกที่มีการทำการตลาดและโฆษณา รวมถึงเป็นรายการโทรทัศน์ที่ได้รับการนิยามว่า ให้ทั้งการศึกษาและความบันเทิง (Yin Hong et al., 2021) เมื่อสื่อออนไลน์กระทบทุกภาคส่วนในสังคม จึงเกี่ยวพันถึงความเปลี่ยนแปลงในสังคมในหลากหลายมิติ ซึ่งรวมถึงรูปแบบความบันเทิงในชีวิตประจำวันด้วย และเชื่อมโยงกับค่านิยมการใช้ชีวิตอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยง โดย Yu Yiwen and Zhang Fuping (2021) ได้ค้นพบว่า ในสังคมจีน การดูละครโทรทัศน์ เป็นรูปแบบการใช้ชีวิตครอบครัวอย่างหนึ่งที่จัดเป็นวิถีปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการเสพความบันเทิงในครอบครัว โดยบทบาทของสตรีจีนในสมัยก่อน คือการเป็นแม่บ้าน บ้านจึงเป็นสถานที่หลักของการประกอบกิจกรรมเพื่อดูแลการกินอยู่ของสมาชิกในครอบครัว การชมละครโทรทัศน์เป็นรูปแบบความบันเทิงหลักของแม่บ้าน และถูกจัดเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของสินค้าโฆษณา เจ้าของสินค้าและบริการเลือกลงโฆษณาในรายการละครโทรทัศน์ด้วยเหตุผลเพราะว่า เป็นสินค้าของ

แม่บ้าน และเพราะว่าแม่บ้านเป็นผู้มีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอย เป็นผู้เลือกสินค้าให้แก่สมาชิกในครอบครัว รวมถึงมีอิทธิพลต่อความชอบและการตัดสินใจของคนในครอบครัว เมื่อผู้หญิง คือ ผู้ชมส่วนมากของละครโทรทัศน์ และเป็นผู้มีอำนาจในการซื้อสินค้า ผู้หญิงจึงเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่ผู้ผลิตละครโทรทัศน์ใช้เป็นแนวทางในการเลือกแนวละคร และเจ้าของสินค้าและบริการใช้เป็นแนวทางวางแผนการตลาด (Zhu Chunyang & Ma Haijiao, 2022) อีกทั้ง ไม่ว่าจะเป็ละครโทรทัศน์ หรือ ‘ละครทีวีออนไลน์’ ละครแนวชีวิตรักโรแมนติกของหนุ่มสาว จบลงด้วยความสุขสมหวังของพระเอก นางเอก เป็นเนื้อเรื่องที่ได้รับการนิยมนิยมจากผู้ชมสตรีมาตลอด โดยเฉพาะหญิงสาววัยรุ่น วัยทำงาน (Li Zhengnan, 2019) เมื่อสื่อออนไลน์เปิดช่องทางการสื่อสารโดยตรงให้แก่ผู้ชมละคร ผลกระทบของสื่อออนไลน์ จึงไม่เฉพาะเพียงด้านการทำงานและบทบาทการเป็นสื่อมวลชน แต่ได้เปลี่ยนรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างละครโทรทัศน์กับผู้ชมให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น หรือจากการสื่อสารทางเดียว เป็นการสื่อสารสองทาง

เทคโนโลยี ‘สื่อออนไลน์’ ทำให้ ละครโทรทัศน์ไม่แตกต่างจากรูกรักจำนวนมากที่ถูก ‘disruptive’ หรือปั่นป่วนอย่างหนัก กระทั่งต้องเปลี่ยนแปลงแนวคิด ระบบ และรูปแบบการทำงานแบบเดิม ในยุคของสื่อออนไลน์ การสร้างละครโทรทัศน์ ไม่อาจมุ่งเพื่อเผยแพร่บนสื่อโทรทัศน์ แต่ต้องยึดคุณสมบัติของสื่อออนไลน์เป็นช่องทางหลัก หรือเป็น ‘ละครทีวีออนไลน์’ และออกอากาศคู่ขนานกับช่องโทรทัศน์ ภาวะความปั่นป่วนอย่างหนักของอุตสาหกรรมสื่อ (media disruption) เป็นผลกระทบจากระบบอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสื่อดิจิทัล สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และใบปิดโฆษณาที่เป็นสื่อกระดาษ เคลื่อนไหวเพื่อการออกอากาศของสื่อวิทยุ และโทรทัศน์ในระบบกระจายเสียงและแพร่ภาพจากสถานีส่งบนภาคพื้นดิน เหล่านี้ จัดเป็นสื่อเก่า สื่อดั้งเดิมหรืออดีตสื่อกระแสหลักของสังคมโลก รวมถึงในอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนในช่วงเวลาก่อนศตวรรษที่ 21 (Chai-ittipornwong, 2022) ทางเลือกเพื่อความอยู่รอดในวงการสื่อสารมวลชนต่อไป คือการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงนี้ โดยการหลอมรวมตัวกับระบบสื่อสมัยใหม่ (media convergence) เป็นสื่อออนไลน์

ในยุคของสื่อใหม่ การสร้างละครโทรทัศน์ ไม่อาจมุ่งเพื่อเผยแพร่บนสื่อโทรทัศน์ แต่ต้องยึดคุณสมบัติของสื่อออนไลน์เป็นช่องทางหลัก เป็น ‘ละครทีวีออนไลน์’ และออกอากาศคู่ขนานกับช่องโทรทัศน์ นอกจากนี้ ละครทีวีออนไลน์ของจีนที่เผยแพร่บนสื่อออนไลน์ จะมีการนำละครโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมสูงในสมัยก่อนออกเผยแพร่ใหม่บนช่องทางสื่อออนไลน์ ละครเรื่อง *Empress in the Palace* สร้างเมื่อปี 2012 แนวละครเน้นบทบาทของสตรีในวัง เนื้อหาเป็นเรื่องย้อนยุคหรือบรรยากาศสมัยโบราณ ไม่กี่ปีนี้ มีการนำไปบันทึก ดัดต่อภาพ และลงเสียงบนระบบดิจิทัล เพื่อเผยแพร่เป็นละครทีวีออนไลน์ ปรากฏว่า เป็นละครที่โด่งดังมาก มียอดการเลือกชม และชมซ้ำ ๆ บนช่องทางสื่อออนไลน์แม้จนทุกวันนี้ มีการสำรวจที่พบว่า ผู้ชมในอดีตทางสื่อโทรทัศน์ ตามมาเป็นผู้ชมละครนี้ทางสื่อออนไลน์ด้วย นอกจากนี้ ความชอบเนื้อหาของละครและการแสดง เมื่อมีการเผยแพร่บนช่องทางออนไลน์ ทำให้สามารถเลือกชมเฉพาะตอนที่ชอบ และดูซ้ำได้บ่อยครั้งตามต้องการ รวมถึงสามารถแสดงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับละครกับผู้ชมคนอื่น กับผู้สร้าง และนักแสดงโดยตรง เกิดเป็นการสื่อสารสองทาง ผู้ชมมีบทบาทด้านความคิดเห็นและคำวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับละคร ซึ่งเป็นมิติใหม่ของผู้ชม สามารถเข้าถึงนักแสดงด้วยช่องทางที่สะดวกรวดเร็ว รวมถึงการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์บนโลกออนไลน์ (Yan Qin, 2020) คำถามที่ตามมาสำหรับผู้ผลิตและผู้ทำธุรกิจเกี่ยวกับละครโทรทัศน์ คือ จะใช้

ความรู้และประสบการณ์บนวิถีแบบเดิมเพื่อทำละครทีวีออนไลน์ให้ประสบความสำเร็จได้อย่างไร การปรับตัวให้เข้ากับวิถีที่เกิดจากการหลอมรวมสื่อสำหรับคนทำละครโทรทัศน์ คืออะไร ซึ่งงานวิจัยนี้ มุ่งจะหาคำตอบให้กับคำถามเหล่านี้

Song Kai & Hou Yake (2020) สรุปเกี่ยวกับลักษณะของสื่อออนไลน์ ไว้ว่า *มีนัยเกี่ยวข้องกับช่องทางการติดต่อสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว ทุกที่ ทุกเวลา* โดย Li Qiming & Chen Yao (2023) ให้ความเห็นว่า สังคมจีน มักให้คุณค่าแก่ความคิด จิตวิญญาณ วัฒนธรรมประเพณีที่สั่งสมและถือปฏิบัติต่อเนื่องกันมาจนเป็นบรรทัดฐานถึงสังคมปัจจุบัน อีกทั้ง Chen Zixin (2022) ได้ชี้ประเด็นว่า การใช้ชีวิตในยุคของการสื่อสารออนไลน์ เปิดโอกาสให้รู้เห็นสังคมหลากหลายทั่วโลก เพราะชีวิตแวดล้อมด้วยสื่อดิจิทัล ดังที่ สื่อออนไลน์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ได้กลายเป็นช่องทางหลักเพื่อเข้าถึงความบันเทิงหน้าจอทุกชนิดของคนวัย Gen Z

คำนิยามสั้น ๆ เกี่ยวกับคน Gen Z คือ 'ชาวเน็ต' (netizen) หรือผู้ที่เกิดในยุคอินเทอร์เน็ต มีอายุระหว่าง 14 – 28 ปี หรือเกิดระหว่างปี ค.ศ. 1995 – 2009 ส่วนคำอธิบายลักษณะเฉพาะของคน Gen Z คือ 'เปิดกว้าง คิดเอง ทำทันที มีเครือข่าย' (Zhang Anruo, 2021) สังคมในยุคใหม่ เรียกกันว่า สังคมอินเทอร์เน็ต หรือสังคมเครือข่าย ผู้คนจากทุกมุมโลกสามารถเชื่อมโยง ติดต่อสื่อสารถึงกัน และรู้จักกันตั้งแต่ก่อนบ้านจนทะลุถึงห้องนอนซึ่งควรเป็นที่ส่วนตัวที่สุดเฉพาะสมาชิกในครอบครัว (Peng Lan, 2023) ก่อนยุคอินเทอร์เน็ต การแบ่งเป็นโลกตะวันตกและโลกตะวันออกในทางภูมิศาสตร์ มีนัยของการแบ่งในเชิงวัฒนธรรมเกี่ยวกับค่านิยมและความเชื่อที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตและการปฏิบัติตัวของผู้คนในสังคม (Chai-ittipornwong, 2022) ผลจากพัฒนาการด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบอินเทอร์เน็ต และสื่อเคลื่อนที่ นำมาซึ่งชีวิตดิจิทัล หรือวิถีชีวิตที่ผู้คนต้องการพึ่งพาการสื่อสารออนไลน์ ทำให้เกิดการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม นำไปสู่การสัมผัสรับรู้วัฒนธรรม และยอมรับหรืออยู่ร่วมได้ นอกจากนี้ นักการสื่อสาร Mc'Luhan เจ้าของทฤษฎี 'Media is message' ได้เสนอแนวคิดเพื่ออธิบายความเป็นไปในสังคมด้วย 'สื่อ' โดยกล่าวว่า 'ลักษณะสื่อ' คือภาพสะท้อนวิถีแห่งสังคม สภาพสังคม ตลอดจนบรรทัดฐานทางสังคม

การปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบ 'ละครทีวีออนไลน์' ทำให้การดูละครยังคงเป็นความบันเทิงที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้หญิงจีนทุกช่วงวัยรวมถึงวัย Gen Z ซึ่งมีทักษะการใช้สื่อออนไลน์ และพร้อมใช้เพื่อกิจกรรมทุกด้านที่เข้าถึงได้ด้วยสื่อออนไลน์โดยเฉพาะความบันเทิงที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรักของวัยรุ่น วัยหนุ่มสาว ดังนั้น การศึกษาชีวิตรักของผู้หญิงจีนวัย Gen Z กับอิทธิพลของละครทีวีออนไลน์ จึงอาศัยมุมมองที่เชื่อมโยงกับประเด็นต่อไปนี้ คือ ลักษณะเฉพาะของคน Gen Z ละครแนวชีวิตรักยังคงได้รับความนิยมในหมู่สตรีจีน และบรรทัดฐานทางสังคมบนค่านิยมสมัยเก่าในสังคมจีน ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์แก่ผู้ผลิตละครทีวีออนไลน์ และภาคส่วนอื่นในสังคม ได้รับรู้เกี่ยวกับลักษณะชีวิตรักของผู้หญิงจีนวัย Gen Z ซึ่งคือคนรุ่นใหม่ที่จะกำหนดทิศทางของสังคมในอนาคต

## 2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของละครที่วือออนไลน์ต่อชีวิตรักของสตรีจีนวัย Gen Z มีวัตถุประสงค์ดังนี้

2.1 เพื่อสำรวจการปรับตัวของละครโทรทัศน์ในด้านการผลิตและรูปแบบทางธุรกิจเพื่อรับมือกับกระแสความนิยมบริโภคสื่อออนไลน์

2.2 เพื่อค้นหาอิทธิพลของละครที่วือออนไลน์ที่มีผลต่อชีวิตรักของผู้หญิงจีนวัย Gen Z

## 3. วิธีการศึกษาวิจัย

งานวิจัยนี้ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์กรณีศึกษาสำหรับเชิงคุณภาพ และในเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามสำรวจความคิดเห็น

3.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยค้นหาผลกระทบและการปรับตัวของละครโทรทัศน์ในสังคมสาธารณรัฐประชาชนจีนด้วยชุดคำถามแบบกึ่งโครงสร้าง และใช้วิธีแบบเจาะจงในการกำหนดผู้ให้สัมภาษณ์คือผู้อำนวยการด้านการผลิตและการดำเนินธุรกิจละครโทรทัศน์ จำนวน 10 ราย โดยในด้านการผลิตเน้นองค์ประกอบ 4 ด้าน คือ บท การคัดเลือกนักแสดง การถ่ายภาพ และการตัดต่อบันทึกภาพ ส่วนด้านธุรกิจเน้นองค์ประกอบเกี่ยวกับ กลุ่มผู้ชมเป้าหมาย การเลือกประเภทและแนวเรื่องละคร การประเมินผลความสำเร็จ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาสำหรับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

3.2 กรณีศึกษา ในส่วนกรณีศึกษา ใช้การคัดเลือกละครที่วือออนไลน์แนวชีวิตรัก จำนวน 5 เรื่อง ที่มีการเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ระหว่างปี ค.ศ. 2020 – 2023 ได้รับความนิยมสูง และมีการวิพากษ์วิจารณ์อย่างมากในหมู่คนดูละครของสาธารณรัฐประชาชนจีน (Zhang Hao, 2022; Zhang Zhihua & Guan Congzhu, 2022) ได้แก่ เรื่อง *Nothing But Thirty* ออกอากาศปี 2020 เรื่อง *Left – Right, Love between Fairy and Devil* และ *New Life Begins* ทั้ง 3 เรื่อง ออกอากาศปี 2022 และเรื่องสุดท้าย คือ *Hidden Love* ออกอากาศ ปี 2023 ประเด็นการวิเคราะห์ละครที่วือออนไลน์แนวชีวิตรักทั้ง 5 เรื่อง คือ แก่นด้านเนื้อหาเกี่ยวกับชีวิตที่น่าเสนอผ่านการแสดงของตัวละคร และแง่มุมสำคัญของละครที่ผู้ชมหยิบยกขึ้นมาวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างกว้างขวางในสังคมจีน

3.3 แบบสอบถาม การสำรวจความคิดเห็นของผู้ชมละครที่วือออนไลน์ชาวจีนด้วยแบบสอบถามกำหนดประชากรศึกษาแบบเจาะจง โดยให้เป็นคนจีนเพศหญิงในวัย Gen Z อายุระหว่าง 14 – 28 ปี ปัจจุบันพำนักอาศัยอยู่ในสาธารณรัฐประชาชนจีน ใช้สูตรการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1967) ให้ค่าความคลาดเคลื่อนที่ 5% ตามที่จำนวนประชากรเพศหญิงในวัย Gen Z ของสาธารณรัฐประชาชนจีนมีมากกว่า 100,000 คน ดังนั้นจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้ตามสูตรคือ 400 ราย เป็นผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นคำถามปลายปิดแบบวัดระดับที่ 5 ระดับ บนโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ให้บริการในสาธารณรัฐประชาชนจีน ชื่อ ‘Question Star’ ตรวจสอบความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือของแบบสอบถามด้วยเครื่องมือ IOC (Index of objective congruence) ซึ่งได้ค่าคะแนนตามมาตรฐาน โดยไม่มีคำถามข้อใดได้ค่าแน่นต่ำกว่า 0.80 ในส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติจากค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิธีวิเคราะห์แบบ IPA matrix (Importance-Performance Analysis) (J.-I.

S. & H.-H. Wu., 2020) เพื่อค้นหาอิทธิพลของละครทีวีออนไลน์ต่อชีวิตรักของผู้หญิงจีนวัย Gen Z โดยเปรียบเทียบกับบรรทัดฐานทางสังคมในเรื่องดังกล่าว รายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการบรรยายความและตารางข้อมูล

#### 4. ผลและอภิปรายผลการวิจัย

##### 4.1 การปรับตัวของละครโทรทัศน์

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตและการทำธุรกิจละครโทรทัศน์ ได้พบว่า ส่วนมากให้ความเห็นโดยจำแนกเป็น 3 ประเด็น ประการแรกคือ ความบันเทิงในรูปแบบละครโทรทัศน์ โดยต่างเห็นว่าการดูละครโทรทัศน์ยังคงเป็นวิถีเพื่อความบันเทิงสืบเนื่องต่อไปในสังคมจีน ถ้ามีการหลอมรวมกับสื่อออนไลน์และทำการเผยแพร่ทั้งสองช่องทางคือ บนสื่อโทรทัศน์ มีกำหนดเวลาออกอากาศแน่นอน ผู้ชมติดตามรับชมแต่ละตอนตามกำหนดเวลาของสถานีโทรทัศน์ และบนสื่อออนไลน์ที่ผู้ชมสามารถเลือกชมตามความพึงพอใจ ทั้งการเลือกดูเฉพาะช่วงที่สนใจ การดูย้อนหลัง การดูซ้ำ และการดูแบบย่อเรื่องสรุปความ (spoil) หรือ 'Douyin binge-watching' และการดูแบบ 'เร่งความเร็วการพูดของตัวละคร' (playback speed) เพื่อช่วยลดเวลาการดูโดยไม่ต้องเร่งภาพและเร่งเสียงจนภาพและเสียงของนักแสดงเคลื่อนไหวเร็วผิดปกติ อีกนัย การหลอมรวมตัวกับสื่อออนไลน์ เกิดเป็นละครโทรทัศน์ที่อยู่ในรูปแบบละครทีวีออนไลน์ ทำให้ละครโทรทัศน์ ยังคงเป็นความบันเทิงในสังคมจีน

ประการต่อมาคือ กลุ่มผู้ชมละคร ความนิยมใช้สื่อดิจิทัล ทำให้การดูละครโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงจากกิจกรรมความบันเทิงของครอบครัว กลายเป็นกิจกรรมส่วนบุคคล ความสำคัญของผู้ชมโทรทัศน์ลดน้อยลงเสียงสะท้อนจากผู้ชมละครที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไม่มีอิทธิพลหรือสร้างกระแสแก่สังคมได้เท่าความคิดเห็นและกระแสจากผู้ดูบนโลกออนไลน์ ด้วยเหตุนี้ ผู้สร้างและผู้ประกอบธุรกิจละครโทรทัศน์ต้องปรับตัวเรียนรู้วิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะคน Gen Z ต้องเข้าใจพฤติกรรม รสนิยม และนิยามเกี่ยวกับคุณค่าชีวิตขณะเดียวกัน ต้องสนใจประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยทั้งในแง่การผลิต และแง่การตลาด โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสามารถสร้างกำไร และทำให้ละครประสบความสำเร็จ และธุรกิจละครโทรทัศน์ยังคงมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อ

ประการสุดท้ายคือ ภาพรวมของละครโทรทัศน์ ผู้เกี่ยวข้องในวงการละครโทรทัศน์ยอมรับว่า แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตและธุรกิจละครโทรทัศน์เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก แม้องค์ประกอบโดยพื้นฐานด้านการผลิตยังคงให้ความสำคัญกับเรื่อง บท นักแสดง การถ่ายทำ และการตัดต่อลำดับภาพ แต่รายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก เช่นเดียวกับด้านการตลาด การโฆษณาประชาสัมพันธ์ละครโทรทัศน์ ยังคงคำนึงถึงองค์ประกอบพื้นฐานในการทำธุรกิจละครโทรทัศน์ แต่รายละเอียดและวิธีการแตกต่างไปเกือบสิ้นเชิง กระแสของสื่อออนไลน์ ทำให้ต้องเน้นความสามารถในการแข่งขันกับความบันเทิงรูปแบบใหม่ที่มาพร้อมกับเทคโนโลยีดิจิทัล, ปัญญาประดิษฐ์ (AI) และเทคโนโลยีเสมือนจริง รวมถึงความบันเทิงจากทั่วโลกที่ผู้คนสามารถเข้าถึงและถูกชักชวนผ่านแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ได้ทุกวินาที ปัจจัยเรื่องระยะเวลา และค่าใช้จ่ายไม่ได้เป็นเงื่อนไขการบริโภคความบันเทิงของผู้คนในโลกอินเทอร์เน็ต กล่าวอย่างสั้น คือละครทีวีต้องสามารถแข่งขันและเน้นเชิงการค้ามากขึ้น มาตรฐานทางศิลปะและความสุนทรีย์จากการรับชมละครจึงลดลง

วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 มกราคม-มิถุนายน 2567 ISSN: 3027-8902 (Online)

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปสาระได้ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การปรับตัวด้านการผลิตและธุรกิจของละครโทรทัศน์ในยุคสื่อสังคมออนไลน์

ด้านการผลิต	ด้านธุรกิจ
<b>บท</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ดำเนินเรื่องอย่างกระชับ</li> <li>- เล่าเรื่องด้วยภาพ ลดการอธิบายเป็นคำพูด</li> <li>- ใช้ ‘ภาษาบนสื่อใหม่’</li> <li>- มีเทคนิควิธีการเขียนบทแบบใหม่เกิดขึ้น</li> <li>- เน้นนำเสนอบุคลิกตัวละครวัยรุ่น</li> </ul>	<b>กลุ่มเป้าหมาย</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นวัยรุ่นผู้หญิง</li> <li>- เน้นคนวัย Gen Z</li> <li>- เน้นกลุ่มที่กำลังเป็นกระแสสนใจของสังคม</li> <li>- เน้นกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์</li> <li>- สร้างกลุ่มเป้าหมายใหม่อย่างต่อเนื่อง</li> </ul>
<b>นักแสดง</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- นักแสดงมีโอกาสโด่งดังอย่างรวดเร็ว</li> <li>- นักแสดงหน้าใหม่เข้าสู่วงการแสดงง่ายขึ้น</li> <li>- สื่อสังคมออนไลน์ทำให้การตัดสินใจคุณภาพนักแสดงเป็นไปอย่างรวดเร็ว</li> <li>- คัดเลือกนักแสดงจากฝีมือการแสดงมากกว่าหน้าตา</li> </ul>	<b>แนวเรื่อง</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกแนวรักโรแมนติก แฟนตาซี ซึ่งเป็นแนวยอดนิยมของละครซีรีส์</li> <li>- ใช้ฉากสถานที่ตระการตา แปลกใหม่</li> <li>- มีแฟชั่นเสื้อผ้า การแต่งกาย เครื่องประดับแฝงอยู่กับตัวละครเอกในเรื่อง</li> <li>- บุคลิกตัวละครสอดคล้องกับพฤติกรรมวัยรุ่น</li> </ul>
<b>การถ่ายภาพ บันทึกภาพ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- เน้นเชิงการค้า มากกว่าความคิดสร้างสรรค์</li> <li>- มีตัวเลือกมากด้านอุปกรณ์ทันสมัย ทำงานอัตโนมัติ</li> <li>- สะดวกต่อการถ่ายภาพแบบ ‘extreme short’</li> <li>- ระบบจัดแสงสมัยใหม่</li> </ul>	<b>การประเมินกระแสความนิยม</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- จากยอด ‘view’, ‘share’ และ ‘post’ เกี่ยวกับละครบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์</li> <li>- กระแสจากการติด ‘hashtag’ วาทกรรม และลักษณะท่าทางของตัวละคร</li> <li>- รายได้จากยอดสมัครเพื่อดูละครทางออนไลน์</li> </ul>
<b>การตัดต่อลำดับภาพ</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ปัญหาการตัดต่อจากคุณภาพของภาพ ลดลง</li> <li>- สุนทรียภาพในการดูละครลดลงได้ หากใช้วิธีการดูแบบ ‘playback speed’ ซึ่งเป็นเมนูทางเลือกบนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์</li> <li>- เกิดเทคนิค อุปกรณ์ และโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการตัดต่อลำดับภาพให้เลือกใช้จำนวนมาก</li> <li>- สามารถนำ ‘footage’ ละคร เพื่อประโยชน์ทางการตลาด</li> </ul>	<b>การโปรโมทละคร</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้คลิปวิดีโอและสื่อสังคมออนไลน์ที่นิยมคือ ‘Douyin’ และ ‘Little Red Book’</li> <li>- ทำการตลาดดิจิทัล ไม่เน้นการโฆษณาทางสื่อโทรทัศน์</li> <li>- ใช้วิธีการตลาดแบบเจาะตรงถึงผู้ชมกลุ่มเป้าหมาย</li> <li>- ให้ข้อมูลสำคัญของละครซ้ำ และบ่อยครั้ง</li> <li>- สร้างกลุ่มกิจกรรมเฉพาะจากละคร</li> </ul>

ตารางที่ 1 แสดงสาระสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของละครโทรทัศน์ตามองค์ประกอบแต่ละส่วนในด้านการผลิตและด้านธุรกิจ ด้านการผลิตนั้น ในส่วนของการเขียนบท ผู้ให้ข้อมูลเปิดเผยว่า การเขียนบทเพื่อละครทีวีออนไลน์ต้องมีวิธีการเล่าเรื่องและดำเนินเรื่องอย่างรวดเร็ว ใช้ ‘ภาษาบนสื่อใหม่’ หรือภาษาที่นิยมใช้บนสื่อสังคมออนไลน์ แม้ไม่ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ภาษาไทย นักแสดงหน้าใหม่เกิดง่ายขึ้น โดยเฉพาะวัยรุ่น

สื่อสังคมออนไลน์ทำให้นักแสดงถูกตัดสินคุณภาพการแสดงอย่างรวดเร็ว ทันทีที่ฉากแรกของการแสดงเผยแพร่ ออกไป ไม่เน้นคุณภาพการถ่ายทำ แต่เน้นความสวยงามด้านแสงและภาพสมจริงมากขึ้นด้วยเทคโนโลยีด้าน กราฟิกภาพ แม้มีความซับซ้อนมากขึ้นเพราะมีโปรแกรมสำเร็จรูปหลากหลายให้เลือกใช้ แต่การตัดต่อลำดับ ภาพทำได้สะดวกรวดเร็ว และสามารถสร้างประโยชน์เชิงการค้าได้อย่างมาก และหลายรูปแบบ สำหรับด้าน ธุรกิจ ผู้เชี่ยวชาญ ให้ความเห็นว่า ละครทีวีออนไลน์ ทำให้การสลับ ปรับเปลี่ยนรูปแบบและช่องทางการตลาด และการโปรโมทละครทำได้ง่ายและสะดวก ยิ่งสื่อออนไลน์ให้โอกาสลูกค้าเลือกจ่าย เลือกซื้อความบันเทิงเอง ยิ่งทำให้การคิดค้นรูปแบบและเทคนิคโปรโมทละครเพื่อเพิ่มยอดคนดูมีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในแง่กลุ่มเป้าหมาย สามารถเจาะจงกลุ่มย่อยและทำการตลาดแยกตามกลุ่มย่อย โดยทั่วไป ละครเกี่ยวข้องกับการสร้าง 'อารมณ์ ความรู้สึก' แก่คนดู กลุ่มวัยรุ่นผู้หญิงหรือผู้หญิงวัย Gen Z จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพในการสร้างผู้ชม กลุ่มใหม่ นอกจากนี้ ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนมากยืนยันด้วยว่า ละครแนวชีวิตรัก โรแมนติก ยังคงเป็นแก่นเรื่องที่ ได้รับความนิยมมากที่สุดในทุกยุคสมัย อาจมีการวางโครงเรื่อง เครื่องแต่งกายนักแสดง และฉากตอนของละคร เชื่อมโยงกับเรื่อง 'ไซเบอร์' ตามบริบทในสังคมโลก แต่แก่นที่ยังคงนิยมเขียนเรื่องคือ ความรัก ชีวิตรัก และ ความโรแมนติก

#### 4.2 กรณีศึกษาจากละครทีวีออนไลน์ 5 เรื่อง

ผลการวิเคราะห์ละครทีวีออนไลน์ 5 เรื่อง คือ *Nothing But Thirty, Left – Right, Love between Fairy and Devil, New Life Begins* และ *Hidden Love* โดยต่างมีแก่นเรื่องเกี่ยวกับชีวิตรัก ได้พบว่า เนื้อหาชีวิตรักของละครทั้ง 5 เรื่องเกี่ยวข้องกับ 3 ด้าน คือ ความสัมพันธ์ทางเพศ ชีวิตคู่รัก และการแต่งงาน เมื่อวิเคราะห์ เนื้อหาในละครจากมุมมองแต่ละด้านผ่านการเล่าเรื่อง การแสดงและบทสนทนา รวมถึงจากความคิดเห็นของผู้ชมที่วิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับละครเหล่านี้บนแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Wu Tao, Ren Yu, & Wang Jiangpeng, 2022) ได้พบข้อมูลน่าสนใจ ซึ่งสะท้อนความคิดและการกระทำเกี่ยวกับชีวิตรักในแต่ละด้านของผู้หญิงจีนวัย Gen Z ในหลากหลายประเด็น และสามารถนำมาเทียบเคียงกับบรรทัดฐานทางสังคม เรื่อง ความสัมพันธ์ทางเพศ ชีวิตคู่รัก และการแต่งงานอย่างมีนัย ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบประเด็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศ ชีวิตคู่รัก และการแต่งงาน ที่นิยมนำเสนอใน ละครทีวีออนไลน์ และบรรทัดฐานทางสังคม

ประเด็นเกี่ยวกับชีวิตรักที่นิยมนำเสนอในละครทีวี	บรรทัดฐานทางสังคมเกี่ยวกับชีวิตรัก
<b>ความสัมพันธ์ทางเพศ</b>	
เพศสัมพันธ์เป็นเรื่องสวยงาม	ผู้หญิงไม่ควรมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน
ชีวิตรักที่สุขสมหวัง จะตามมาหลังมีความสัมพันธ์ทางเพศ กับชายหนุ่มที่คบหาเป็นแฟน	ผู้หญิงไม่ควรแสดงความสนใจอยากมีเพศสัมพันธ์กับใคร แม้เป็นชายหนุ่มที่คบหาเป็นแฟน
ผู้หญิงสามารถมีเพศสัมพันธ์กับแฟน แม้ไม่แต่งงานกัน	เรื่องพรหมจรรย์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้หญิง
เป็นเรื่องธรรมดาที่เด็กและเยาวชนหญิงจะพูดคุยเรื่องเพศ กับเพื่อนหรือคนสนิท	เป็นเรื่องน่าอายที่เด็กหรือเยาวชนหญิงจะพูดคุยเรื่องเพศ
คู่รักสามารถกอดจูบเพื่อแสดงความรักใคร่ระหว่างกันต่อหน้าบุคคลอื่น หรือในที่สาธารณะ	แม่ ควรเป็นผู้สอนเรื่องเพศศึกษาให้ลูกผู้หญิง



ชีวิตคู่รัก	
พฤติกรรมระหว่างคู่รักในละครทีวี มักถูกเปรียบเทียบกับชีวิตจริง	ผู้หญิงไม่ควรจีบผู้ชาย ควรให้ผู้ชายเป็นฝ่ายแสดงออกอย่างชัดเจนก่อน
ฉากหรือสถานที่ในละครที่มีบทโรแมนติก ระหว่างพระเอกนางเอก	ผู้หญิงไม่ควรเปิดเผยความรู้สึกกับคู่รักต่อหน้าบุคคลอื่น
นางเอกในละครเป็นวัยรุ่น น่ารักน่าใคร่	ผู้หญิงไม่ควรคบหาผู้ชายหลายคนในคราวเดียวกัน
มีการใช้ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสื่อสารความรู้สึกระหว่างคู่รักอย่างโรแมนติก	ผู้หญิงไม่ควรแสดงออกว่าเก่งกล้า สามารถ แต่ควรได้รับการปกป้องดูแลจากผู้ชาย
นำความประทับใจในตัวพระเอกมากำหนดการเลือกคบคู่รัก	การยุติความสัมพันธ์เป็นเรื่องไม่เหมาะสมสำหรับผู้หญิง แม้ความสัมพันธ์ไม่อาจไปต่อได้
การแต่งงาน	
เลียนแบบชุดแต่งงานของพระเอกนางเอกในละครที่ประทับใจ	ผู้หญิงควรปรารถนาชีวิตแต่งงานและมีลูก ในช่วงอายุที่ยังเป็นสาว
ฝันอยากมีฉากแต่งงานโรแมนติกตามแบบละคร	การแต่งงานด้วยความรักใคร่หลงใหล มักนำไปสู่การหย่าร้าง
การแต่งงานและการมีลูก เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงการเป็นผู้หญิงที่มีความสุขในชีวิต	การดูแลบ้านและการเลี้ยงดูบุตรควรเป็นความรับผิดชอบของผู้หญิง มากกว่าผู้ชาย
การมีลูกผู้ชายสำคัญกว่าลูกผู้หญิง	เป็นเรื่องน่าอายที่จะเป็นหญิงหม้ายเพราะหย่าร้าง
ผู้ชายที่พร้อมแบ่งปันภาระการดูแลครอบครัวและเลี้ยงดูบุตร เป็นเหตุผลที่ผู้หญิงใช้ตัดสินใจเลือกแต่งงานด้วย	ผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ คือผู้ที่มีความมั่นคงและความสุขในชีวิตแต่งงาน

จากตารางที่ 2 สะท้อนว่า สังคมจีนปัจจุบันไม่แตกต่างจากสังคมอื่นทั่วโลก ที่มีช่องว่างทางความคิดอย่างมาก ระหว่างคน Gen Z กับคนในยุคก่อนหน้าซึ่งยังไม่ถูกแวดล้อมด้วยข้อมูลข่าวสารมหาศาล และไม่สามารถทำการสื่อสารสองทางกับสื่อมวลชน การตอบสนองต่อรายการหรือเนื้อหาที่สื่อมวลชนถ่ายทอดและนำเสนอออกมา ไม่สามารถส่งถึงสื่อมวลชนได้รวดเร็ว ทันที อีกทั้ง สื่อสังคมออนไลน์ได้สร้างพื้นที่เครือข่ายทางสังคมเพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างคนจากทุกมุมโลก ทุกเพศ ทุกวัยที่สื่อสารได้ รวมถึงสามารถใช้และเข้าถึงเทคโนโลยี 5G การใช้ปัจจัยด้านเขตแดนพื้นที่เพื่อกำหนดบรรทัดฐานทางสังคมให้แก่ผู้คนในประเทศ จึงขัดแย้งกับวิธีการสร้างความสัมพันธ์บนโลกอินเทอร์เน็ตที่ผู้คนรู้เห็น และรู้จักกันแบบพหุวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่ความสั่นคลอนของวัฒนธรรม ความคิด ความเชื่อ และการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งพฤติกรรมของเด็กและเยาวชน ที่มีประสบการณ์ชีวิตน้อยตามวัย และมีสิ่งต้องเรียนรู้ก็มากตามอายุที่เพิ่มขึ้น (Yang Shuming, 2020)

#### 4.3 อิทธิพลของละครทีวีออนไลน์ต่อชีวิตรักของผู้หญิงจีนวัย Gen Z

การสำรวจอิทธิพลของละครทีวีออนไลน์ต่อชีวิตรักของผู้หญิงจีน วัย Gen Z จากกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงวัย Gen Z ที่มีช่วงอายุ 14 -28 ปี จำนวน 400 ราย พบว่า ส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (73.75%) ใช้เวลาดูละครทีวีออนไลน์สัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง (37%) รองลงมาคือ ทุกวัน (21%) และส่วนใหญ่ดู

วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีที่ 19 ฉบับที่ 2 มกราคม-มิถุนายน 2567 ISSN: 3027-8902 (Online)

ละครตามลำพังคนเดียว (75.25%) การดูพร้อมคนรักมีอัตราส่วนน้อยที่สุด คือ เพียงร้อยละ 6.25 แนวละครที่ชอบดูมากที่สุดคือ เรื่องรักโรแมนติก (36%) รองลงมาคือ แนวชีวิตและฮีโร่ (22.25%)

ตารางที่ 3 อิทธิพลของละครทีวีออนไลน์ต่อการกระทำหรือแนวปฏิบัติของผู้หญิงวัย Gen Z เกี่ยวกับชีวิตรัก

ประเด็น	Mean	S.D.	ระดับ
<b>ความสัมพันธ์ทางเพศ</b>			
เพศสัมพันธ์เป็นเรื่องสวยงาม	2.39	0.871	น้อย
ชีวิตรักที่สุขสมหวัง จะตามมาหลังมีความสัมพันธ์ทางเพศกับชายหนุ่มที่คบหาเป็นแฟน	2.60	0.870	น้อย
ผู้หญิงสามารถมีเพศสัมพันธ์กับแฟน แม้ไม่แต่งงานกัน	3.11	0.873	ปานกลาง
เป็นเรื่องธรรมดาที่เด็กและเยาวชนหญิงจะพูดคุยเรื่องเพศกับเพื่อนหรือคนสนิท	2.79	0.853	ปานกลาง
คู่รักสามารถอดใจเพื่อแสดงความรักไคร่ระหว่างกันต่อหน้าบุคคลอื่น หรือในที่สาธารณะ	2.87	0.868	ปานกลาง
รวม	2.75	0.881	ปานกลาง
<b>ชีวิตคู่รัก</b>			
พฤติกรรมระหว่างคู่รักในละครทีวี มักถูกเปรียบเทียบกับชีวิตจริง	2.06	0.863	น้อย
ฉากหรือสถานที่ในละครที่มีบทโรแมนติก ระหว่างพระเอกนางเอก	1.70	0.870	น้อยที่สุด
นางเอกในละครเป็นวัยรุ่น น่ารักน่าใคร่	2.21	0.862	น้อย
มีการใช้ช่องทางโซเชียลมีเดีย เพื่อสื่อสารความรู้สึกระหว่างคู่รักอย่างโรแมนติก	2.35	0.713	น้อย
นำความประทับใจในตัวพระเอกมากำหนดการเลือกคบคู่รัก	1.97	0.677	น้อย
รวม	2.06	0.798	น้อย
<b>การแต่งงาน</b>			
เลือกชุดแต่งงานตามพระเอกนางเอกในละครที่ประทับใจ	1.93	0.813	น้อย
ฝันอยากมีฉากแต่งงานโรแมนติกแบบในละคร	3.08	0.791	ปานกลาง
การแต่งงานและการมีลูก เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงการเป็นผู้หญิงที่มีความสุขในชีวิต	2.26	0.805	น้อย
การมีลูกผู้ชายสำคัญกว่าลูกผู้หญิง	2.01	0.831	น้อย
ผู้ชายที่พร้อมแบ่งปันภาระการดูแลครอบครัวและเลี้ยงดูบุตร เป็นเหตุผลที่ผู้หญิงใช้ตัดสินใจเลือกแต่งงานด้วย	2.53	0.819	น้อย
รวม	2.36	0.844	น้อย
<b>รวมทั้งสิ้น</b>	<b>2.39</b>	<b>0.670</b>	<b>น้อย</b>

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า อิทธิพลของละครทีวีออนไลน์ต่อชีวิตรักของผู้หญิงวัย Gen Z มีน้อย โดยได้ค่าเฉลี่ยที่ 2.39 หรือระดับต่ำ ถ้าจำแนกชีวิตรักตามแง่มุม 3 ด้านที่ใช้ในงานวิจัยนี้ คือ ความสัมพันธ์ทาง

เพศ ชีวิตคู่รัก และการแต่งงาน กลุ่มตัวอย่างผู้หญิงวัย Gen Z ส่วนมาก แสดงความเห็นว่ เนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศที่ปรากฏในละครทีวีออนไลน์ มีอิทธิพลต่อพวกเธอ (2.75) มากกว่าเรื่องชีวิตคู่รัก (2.06) และการแต่งงาน (2.36) นอกจากนี้ เมื่อแจกแจงโดยเปรียบเทียบเป็นรายประเด็น ทั้ง 15 ประเด็นตามเนื้อหาการแสดงในละครที่เป็นกรณีศึกษา พบว่า ฉากหรือสถานที่ในละครที่มีบทโรมแมนติก ระหว่างพระเอกนางเอก เป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความสำคัญน้อยที่สุด (1.70) คือมีคะแนนค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับต่ำที่สุด ตรงข้ามกับประเด็นที่ว่า ผู้หญิงสามารถมีเพศสัมพันธ์กับแฟน แม้ไม่แต่งงานกัน เป็นหัวข้อที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากแสดงความเห็นว่า มีอิทธิพลต่อชีวิตรักมากที่สุด โดยมีคะแนนค่าเฉลี่ยสูงสุด (3.11) เมื่อเปรียบเทียบในระหว่าง 15 ประเด็น อธิบายได้ว่า การมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน เป็นวิถีชีวิตที่ผู้หญิงวัย Gen Z เห็นว่าเป็นเรื่องที่กระทำได้ ทั้งนี้ เพราะความสัมพันธ์ทางเพศเป็นเรื่องสวยงาม และเป็นไปตามธรรมชาติของคนรักกัน เป็นความเท่าเทียมของหญิงชายในยุคสมัยใหม่ ที่ต่างมีชีวิตนอกบ้านในการประกอบอาชีพ ต้องใช้ความคิด ความสามารถ และการตัดสินใจในการทำงานไม่แตกต่างไปจากผู้ชาย (Guo Xiaodan, 2020, Jhony Choon & Yeong Ng, 2019)

ตารางที่ 4 ความเห็นด้วยของผู้หญิงวัย Gen Z เกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคมในประเด็นชีวิตรัก

ประเด็น	Mean	S.D.	ระดับ
<b>ความสัมพันธ์ทางเพศ</b>			
ผู้หญิงไม่ควรมีเพศสัมพันธ์ก่อนแต่งงาน	3.28	0.865	ปานกลาง
ผู้หญิงไม่ควรแสดงความสนใจอยากมีเพศสัมพันธ์กับใคร แม้เป็นชายหนุ่มที่คบหาเป็นแฟน	3.33	0.868	ปานกลาง
เรื่องพรหมจรรย์เป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้หญิง	3.33	0.910	ปานกลาง
เป็นเรื่องน่าละอาย ที่เด็กหรือเยาวชนหญิงจะพูดคุยเรื่องเพศ	2.88	0.883	ปานกลาง
แม่ ควรเป็นผู้สอนเรื่องเพศศึกษาให้ลูกผู้หญิง	2.87	0.909	ปานกลาง
รวม	3.14	0.811	ปานกลาง
<b>ชีวิตคู่รัก</b>			
ผู้หญิงไม่ควรจับผู้ชาย ควรให้ผู้ชายเป็นฝ่ายแสดงออกอย่างชัดเจนก่อน	3.47	0.767	มาก
ผู้หญิงไม่ควรเปิดเผยความรู้สึกกับคู่รักต่อหน้าผู้อื่น	4.19	0.739	มาก
ผู้หญิงไม่ควรคบหาผู้ชายหลายคนในคราวเดียวกัน	3.22	0.759	ปานกลาง
ผู้หญิงไม่ควรเก่งกล้าสามารถ เพื่อได้รับการปกป้องดูแลจากผู้ชาย	3.44	0.796	มาก
ผู้หญิงไม่ควรเป็นฝ่ายยุติความสัมพันธ์ แม้ความสัมพันธ์ไม่อาจไปต่อ	3.13	0.765	ปานกลาง
รวม	3.49	0.804	มาก
<b>การแต่งงาน</b>			
ผู้หญิงควรปรารถนาชีวิตแต่งงานและมีลูก ในช่วงอายุที่ยังเป็นสาว	3.16	0.831	ปานกลาง

การแต่งงานด้วยความรักใคร่หลงใหล มักนำไปสู่การหย่าร้าง	3.30	0.845	ปานกลาง
การดูแลบ้านและเลี้ยงดูบุตรเป็นความรับผิดชอบของผู้หญิง	3.39	0.845	ปานกลาง
เป็นเรื่องน่าอายที่จะเป็นหญิงหม้ายเพราะหย่าร้าง	2.48	0.767	น้อย
ผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ คือผู้ที่มีความสุขในชีวิตแต่งงาน	2.40	0.761	น้อย
รวม	2.95	0.846	ปานกลาง
รวมทั้งสิ้น	3.19	0.701	ปานกลาง

ในตารางที่ 4 แสดงผลการวิจัยเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางสังคมในเรื่องชีวิตรัก พบว่า ผู้หญิงจีนวัย Gen Z ส่วนมากให้ความสำคัญเกี่ยวกับชีวิตรักตามบรรทัดฐานทางสังคมในระดับปานกลาง (3.19) โดยมีเรื่อง *ความสัมพันธ์ทางเพศ* (3.14) และ *การแต่งงาน* (2.95) อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน แต่ให้ความสำคัญน้อยมากในเรื่อง *ชีวิตคู่รัก* (3.49) เมื่อนำเนื้อหาการแสดงที่เทียบเคียงจากละครทีวีออนไลน์ของกรณีศึกษา 5 เรื่อง จำแนกระหว่างรายประเด็น 15 ข้อ จากทั้ง 3 แง่มุม พบว่า *ผู้หญิงไม่ควรเปิดเผยความรู้สึกกับคู่รักต่อหน้าผู้อื่น* เป็นหัวข้อที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด (4.19) ตรงข้ามกับหัวข้อที่ว่า *ผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ คือผู้ที่มีความสุขและความมั่นคงในชีวิตแต่งงาน* เป็นประเด็นที่ผู้หญิงวัย Gen Z ให้ความสำคัญน้อยที่สุด (2.40) สะท้อนว่า ความสุขและความมั่นคงในชีวิตของผู้หญิงวัย Gen Z ไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่า พวกเขาจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในชีวิตแต่งงาน ดังในงานศึกษาของ Bao Dan (2020), Chen Zixin (2022) และ Dai Yingjie & Lv Zijian (2021) เกี่ยวกับทัศนคติต่อการแต่งงานในยุคสมัยใหม่ และสรุปเป็นแนวทางเดียวกันว่า ผู้หญิงมุ่งมั่นเรื่องเรียนสูง ทำงานระดับบริหาร สามารถสร้างกิจการหรือเปิดบริษัทของตัวเอง มีรายได้เลี้ยงดูตัวเองและครอบครัว ไม่ต้องพึ่งพิงฝ่ายชายเท่านั้น มีอิสระในการตัดสินใจเรื่องชีวิตคู่ด้วยตัวเอง และเลือกการหย่าร้างหากชีวิตคู่ไม่ประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ เป็นเพราะว่า ผู้หญิงยุคใหม่เชื่อมั่นตนเองและให้ความสำคัญกับความเท่าเทียมระหว่างหญิงชาย

#### 4.4 ชีวิตรักของผู้หญิงจีนวัย Gen Z

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น เมื่อใช้การวิเคราะห์ตามทฤษฎี IPA ด้วยค่าความผกผันระหว่างความสำคัญของบรรทัดฐานทางสังคมเกี่ยวกับชีวิตรักของผู้หญิงจีน (ตารางที่ 4) กับการกระทำหรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับชีวิตรักที่ได้รับอิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์ (ตารางที่ 3) สามารถแสดงชีวิตรักของผู้หญิงจีนวัย Gen Z ซึ่งจำแนกเป็น 4 รูปแบบคือ

รูปแบบที่ 1 บรรทัดฐานทางสังคม และ อิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์ ต่อชีวิตรัก มีน้อยทั้งคู่

รูปแบบที่ 2 บรรทัดฐานทางสังคม และ อิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์ ต่อชีวิตรัก มีมากทั้งคู่

รูปแบบที่ 3 บรรทัดฐานทางสังคมสำคัญมาก อิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์ต่อชีวิตรัก มีน้อย

รูปแบบที่ 4 บรรทัดฐานทางสังคมสำคัญน้อย อิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์ต่อชีวิตรัก มีมาก

ผลการศึกษาพบว่า ตามรูปแบบที่ 1 ประเด็นเกี่ยวกับคู่รักทั้ง 5 ข้อ และความสัมพันธ์ทางเพศ 2 ข้อ คือ *เพศสัมพันธ์เป็นเรื่องสวยงาม* และ *ชีวิตรักที่สุขสมหวัง จะตามมาหลังมีความสัมพันธ์ทางเพศกับชายหนุ่มที่คบหาเป็นแฟน* และ การแต่งงาน 3 ข้อ คือ *ผู้หญิงควรปรารถนาชีวิตแต่งงานและมีลูก ในช่วงอายุที่ยังเป็นสาว*, *การดูแลบ้านและการเลี้ยงดูบุตรควรเป็นความรับผิดชอบของผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย* และเป็นเรื่องน่า

อายุที่จะเป็นหญิงหม้ายเพราะหย่าร้าง ต่างจัดอยู่ในรูปแบบนี้ รวมถึง บรรทัดฐานทางสังคม ที่ว่า ผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ คือผู้ที่มีความมั่นคงและความสุขในชีวิตแต่งงาน เป็นเพียงประติมาตรในรูปแบบที่ 1 คือ บรรทัดฐานทางสังคม และ อิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์ ในประเด็นดังกล่าวข้างต้น มีความสำคัญและอิทธิพลต่อชีวิตรักของผู้หญิงวัย Gen Z น้อยทั้ง 2 คู่

ในส่วนของรูปแบบที่ 2 พบว่า ไม่มีประเด็นใดในแง่บรรทัดฐานทางสังคม และ อิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์ ที่ผู้หญิงวัย Gen Z ให้ความสำคัญมากหรือได้รับอิทธิพลอย่างมากต่อชีวิตรักของพวกเธอ ผลของรูปแบบความสัมพันธ์แบบที่ 1 และ 2 อธิบายได้จากลักษณะของคน Gen Z ที่นิยามไว้ว่า ‘เปิดกว้าง คิดเอง ทำทันที มีเครือข่าย’ (Zhang Anruo, 2021) ขณะที่ การดูละครทีวีออนไลน์เป็นเพียงกิจกรรมความบันเทิงรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมนับไม่ถ้วน และหลากหลายลักษณะบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่คนจีนวัย Gen Z คือผู้ใช้กลุ่มใหญ่ (Yu Guoming, 2023)

สำหรับรูปแบบที่ 3 งานวิจัยพบว่า ความสำคัญของบรรทัดฐานทางสังคมมีมากในทุกประเด็น ยกเว้นประเด็นเรื่อง ผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ คือผู้ที่มีความมั่นคงและความสุขในชีวิตแต่งงาน ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนมากให้ความสำคัญน้อย ขณะที่ อิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์มีมากเฉพาะประเด็นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศ คือ ผู้หญิงสามารถมีเพศสัมพันธ์กับแฟน แม้ไม่แต่งงานกัน, เป็นเรื่องธรรมดาที่เด็กและเยาวชนหญิงจะพูดคุยเรื่องเพศกับเพื่อนหรือคนสนิท และ คู่รักสามารถกอดจูบเพื่อแสดงความรักใคร่ระหว่างกันต่อหน้าบุคคลอื่นหรือในที่สาธารณะ รวมถึงประเด็นด้านการแต่งงาน คือ ฝ่ายชายควรมีฉากแต่งงานโรแมนติคแบบในละคร และ ผู้ชายที่พร้อมแบ่งปันภาระการดูแลครอบครัวและเลี้ยงดูบุตร เป็นเหตุผลที่ผู้หญิงใช้ตัดสินใจเลือกแต่งงานด้วย นอกนั้นอยู่ในระดับน้อยทั้งหมด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านคู่รัก ดังนั้นของรูปแบบที่ 4

ชีวิตรักของผู้หญิงวัย Gen Z ที่ค้นพบในงานวิจัยนี้โดยศึกษาผ่านเนื้อหาการแสดงในละครทีวีออนไลน์ เทียบเคียงกับบรรทัดฐานด้านชีวิตรักในบริบทสังคมจีน สะท้อนว่า ผู้หญิงจีนวัย Gen Z ยังให้ความสำคัญกับบรรทัดฐานทางสังคมในเรื่อง คู่รัก แต่ให้ความสำคัญน้อยถึงแค่ระดับปานกลางสำหรับบรรทัดฐานทางสังคมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเพศและการแต่งงาน ส่วนในแง่อิทธิพลจากละครทีวีออนไลน์ จัดว่ามีผลน้อยในด้านคู่รักและการแต่งงาน และมีผลระดับปานกลางในเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ ทั้งนี้ เป็นไปตาม Li Qiming & Chen Yao (2023) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แม้เนื้อหาในละครทีวีออนไลน์ที่เป็นแนวสมัยใหม่ หรือแนวอนาคตกำลังบอกเล่าการเปลี่ยนแปลงจากค่านิยมหรือความเชื่อแบบเก่าในหลายเรื่อง แต่วัฒนธรรมประเพณีจีนหลายเรื่อง สามารถเป็นกลไกดึงรั้งคนรุ่นใหม่ให้ตระหนักถึงคุณค่าที่ควรดำรงอยู่ต่อไป

## 5. บทสรุป

ละครโทรทัศน์ได้รับผลกระทบอย่างมากจากการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคสื่อดิจิทัล และจากบทบาทของคนที่ Gen Z หรือยุคที่ผู้คนเกิดมาภายใต้สภาพแวดล้อมของสื่อออนไลน์ การผลิตและการทำธุรกิจละครโทรทัศน์ต้องปรับเปลี่ยนในทุกองค์ประกอบ ที่สำคัญคือ ต้องหลอมรวมกับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อความอยู่รอดรักษาความสำคัญทางธุรกิจต่ออุตสาหกรรมสื่อ และช่วยให้การดูละครโทรทัศน์ยังคงเป็นวัฒนธรรมความบันเทิงในสังคมจีนต่อไป แม้กระบวนการผลิตละครยังเป็นไปตามหลักการพื้นฐาน แต่รายละเอียดด้านเทคนิควิธีการใน

ด้านบท นักแสดง การถ่ายทำ และการตัดต่อลำดับภาพ ล้วนถูกกำหนดด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ในแง่การทำธุรกิจ ละครโทรทัศน์ เป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางธุรกิจของละครโทรทัศน์อย่างสิ้นเชิงในทุกองค์ประกอบ ตั้งแต่กลุ่มผู้ชม แนวละคร การประเมินความนิยม และการโปรโมทละคร

สำหรับอิทธิพลของละครโทรทัศน์ ในรูปแบบละครทีวีออนไลน์ต่อผู้ชมชาวจีนวัย Gen Z นั้น สื่อออนไลน์ทำให้ความนิยมดูละครโทรทัศน์กลายเป็นความบันเทิงส่วนบุคคลจากที่เคยเป็นความบันเทิงของครอบครัว ช่องทางสำคัญสำหรับการเผยแพร่ละครโทรทัศน์คือ หน้าจอออนไลน์ มีโซเชียลโทรทัศน์ และละครทีวีออนไลน์แนวชีวิตรัก ยังเป็นแนวละครยอดนิยมในหมู่คนดูหญิงวัย Gen Z และมีอิทธิพลต่อชีวิตรักด้านความสัมพันธ์ทางเพศมากกว่าด้านคู่รัก และการแต่งงาน รวมถึงส่งผลที่ต่างจากบรรทัดฐานทางสังคมเกี่ยวกับชีวิตรักน้อยมาก คือมีเฉพาะประเด็น ที่ผู้หญิงจีนวัย Gen Z ไม่เห็นว่าการหย่าร้างเป็นเรื่องน่าอับอาย และไม่เชื่อว่า ความสุขในชีวิตแต่งงานเป็นเครื่องหมายบ่งบอกความสำเร็จของชีวิตความหมาย ซึ่งสรุปได้ว่า พฤติกรรมด้านชีวิตรักของผู้หญิงจีนวัย Gen Z ส่วนใหญ่ยังยึดโยงกับค่านิยมที่ใช้ปฏิบัติในสังคมจีน ส่วนอิทธิพลจากละครทีวีต่อชีวิตรักจัดว่ามีน้อย

**รายการอ้างอิง**

- Bao Dan. (2020). The changing path of women's views on marriage and love in the 70 years since the founding of the People's Republic of China -- Based on the perspective of popular movies and TV dramas in different periods. *Drama House*, (08), 74-75.
- Chai-ittipornwong, T. (2022). *Digital Content Creation: Concept and Guideline*. BKK: CU Press.
- Chen Changkai, & Hu Xinzhe. (2022). Female games: A view window of female players' views on love and marriage. *Public Literature and Art*, (18), 226-228.
- Chen Zixin. (2022). Dilemma and breakthrough: Show women marriage problems present study of the cognitive identity with the audience. Master's Degree Thesis, Beijing Jiaotong University.
- Dai Yingjie, & Lv Zijian. (2021). Late marriage of urban young women: The marriage of feminism and mass Media. *Chinese Youth Studies*, (12), 16-23.
- Guo Xiaodan. (2020). Analysis on the characteristics of the development of TV dramas of Chinese people's life since the new century. *Contemporary Television*, (06), 37-41.
- J.-I. S. and H.-H. Wu. (2020). "A framework of Importance- Performance Analysis based on the multiple determination coefficient," *IAENG International Journal of Computer Science*, 5(11), 12-13.
- Jhony Choon, Yeong Ng, and Happy & Tan Ching-Mei. (2019). Research on the influence mechanism of "Mary Sue" culture on young women's views on love and marriage. *Journal of Hebei Youth Management Institute*, (05), 25-33.
- Li Qiming & Chen Yao. (2023). Intergenerational transfer and change of values from the perspective of perceived social norms. *Research in Community Psychology*, (01), 80-100.
- Li Zhengnan. (2019). Analysis on the reasons for the popularity of "sweet pet drama" on domestic youth campus network. *Western Radio and Television*, (12), 123.
- Peng Lan. (2023). Origin rethinking: Media and human-media-content relationship in the new media era. *Contemporary Communication*, (01), 12-18, 25.
- Song Kai & Hou Yake. (2020). Research on fragmented communication of TV dramas in post-TV era. *China Television*, (06), 58-61.
- Wu Tao, Ren Yu, & Wang Jiangpeng. (2022). History, current situation, and innovation path of international communication of reality-themed TV dramas. *China Television*, (10), 55-60.

- Yan Qin. (2020). Transformation and development of Chinese TV drama creation. *Future Communication*, (05), 82-86, 122.
- Yang Shuming. (2020). Logic and trend of human society evolution: Intelligent society and industrial society advancing together. *Theoretical Monthly*, (09), 46-59.
- Yamane, Taro. (1967). *Statistics, An Introductory Analysis*, 2nd Ed., Retrieved from [http://www.elic.ssrui.ac.th/krongthong\\_kh/pluginfile.php/16/mod\\_page/content/65/Taro%20Yamane%20Table%20%20%20Sample%20Size%20for.pdf](http://www.elic.ssrui.ac.th/krongthong_kh/pluginfile.php/16/mod_page/content/65/Taro%20Yamane%20Table%20%20%20Sample%20Size%20for.pdf)
- Yin Hong, Si Ruo, & Song Xinxin. (2021). New mainstream, new form, and new trend: An observation on Chinese TV series and network drama industry. *Media*, (11), 9-13.
- Yu Guoming. (2023). A worldview of the meta-universe: Our fundamental views on future media and society. *Southern Media Research*, (01), 11-18.
- Yu Yiwen & Zhang Fuping. (2021). Development and value evolution of Chinese TV dramas in the new era. *Film Literature*, (14), 23-25.
- Zhang Anruo. (2021). An empirical study on the attitude of the post-1995 group to have a second child: A case study of Hangzhou. *Statistics and Management*, (06), 81-87.
- Zhang Hao. (2022). Rosy comfort: Sweet pet drama in the new media era. *Journal of Chongqing Institute of Technology* (Social science edition), (4), 66-74.
- Zhang Zhihua & Guan Congzhu. (2022). On the value construction and artistic expression strategy of Chinese theme TV series in recent years. *Contemporary Television*, (07), 60-64.
- Zhu Chunyang, & Ma Haijiao. (2022). A study on the influencing factors of International trade competitiveness of Chinese TV drama industry. *Journal of Modern Transmission*, (05), 1-9.