

ความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมทางเพศกับการมีส่วนร่วมในการใช้ แอปพลิเคชันจอยลดาของสาววายในเครือข่ายเฟซบุ๊กสาววาย

Relationship between Sexual Orientation and Engagement in Joylada Application of YaoiFans in the YaoiFacebook Network

ยุทธนา สุวรรณรัตน์* และอนรรฆอร บุรมัธนานนท์*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยชิ้นนี้นำเสนอผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายกับการมีส่วนร่วมต่อแอปพลิเคชันจอยลดา ศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากสาววายในเครือข่ายเฟซบุ๊กสาววายจำนวน 400 คน ผลการศึกษาพบว่าระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยยะสำคัญกับระดับการมีส่วนร่วมด้านการเข้าถึง, ระดับการมีส่วนร่วมด้านการปฏิสัมพันธ์, ระดับการมีส่วนร่วมด้านการมีส่วนร่วมสร้าง และระดับการมีส่วนร่วมรวมทั้งสามด้าน

คำสำคัญ: เพศวิถี / การมีส่วนร่วม / แอปพลิเคชันจอยลดา

Abstract

This research article presented the study of relationship between the yaoi fans' sexual orientation and the engagement in Joylada application. The study was conducted through quantitative research. The data were collected from 400 yaoi fans in Facebook network. The study found that degree of yaoi-sexual orientation related ,significantly, to level of accession, interaction, participation and total engagement.

Keywords: Sexual Orientation / Engagement / Joylada Application

บทนำ

เทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัลมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คน ไม่เพียงเข้ามาเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารของปัจเจกบุคคล แต่ยังกำหนดรูปแบบของสังคมส่วนรวม เทคโนโลยีดิจิทัลก่อให้เกิดวัฒนธรรมหลอมรวม (convergence culture) (Jenkins, 2006) ขึ้น นั่นคือการทำลายข้อจำกัดทางการสื่อสารในมิติของเวลาและสถานที่ ทำให้ผู้ผลิตเนื้อหาและผู้รับสารไม่ถูกแยกออกจากกันอย่างเด็ดขาด “วัฒนธรรมการมีส่วนร่วม” ที่ทำให้ผู้ใช้สื่อสามารถเปลี่ยนบทบาทของตนเองมา

* อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

เป็นผู้ร่วมผลิตเนื้อหาหรือที่เรียกว่า “Prosumer” โดยการ ผลิตเนื้อหาผ่านสื่อสมัยใหม่ที่อาศัยเทคโนโลยี ดิจิทัลในรูปแบบต่างๆ เช่น blog, vlog, podcast, social media ซึ่งเนื้อหาที่ถูกนำเสนอส่วนใหญ่มาจาก ผู้ใช้สื่อทั้งสิ้น ทั้งผู้ใช้สื่อที่เป็นปัจเจกบุคคลและผู้ใช้สื่อที่เป็นกลุ่มหรือที่เรียกว่ากลุ่มแฟน(fandom)

กลุ่มแฟนคือกลุ่มผู้ใช้สื่อที่รวมกันโดยมีความชื่นชอบร่วมกันในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง กลุ่มแฟนถือเป็นกลุ่มทางสังคมวิทยาและในยุคปัจจุบันกลุ่มแฟนเป็นผู้รับสารที่มีความกระตือรือร้น(active audience) มากขึ้น เพราะไม่เพียงแต่บริโภคเนื้อหาสื่อที่ถูกผลิตออกมา แต่กลุ่มแฟนในปัจจุบันยังร่วมสร้างเนื้อหาสื่อตาม ที่กลุ่มตนสนใจและแพร่กระจายไปยังสมาชิกในกลุ่มในลักษณะที่เป็นเครือข่าย(network) กลุ่มแฟนกลุ่มหนึ่งที่มีความน่าสนใจและถือเป็นกลุ่มที่สามารถสร้างมูลค่าทางการตลาดได้อย่างมหาศาลคือกลุ่ม “สาว วาย” (MarketingOps, 2561)

“สาววาย” คือ กลุ่มแฟน (fandom) กลุ่มหนึ่งที่มีความน่าสนใจ เป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อที่รวมกันโดยมี ความชื่นชอบร่วมกันในเรื่องที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างชายหนุ่ม ที่ไม่เพียงแต่บริโภคเนื้อหา สื่อที่ถูกผลิตออกมา แต่กลุ่มแฟนอย่างสาววายยังร่วมสร้างความสัมพันธ์ชาย-ชายและแพร่กระจายไปยัง สมาชิกในกลุ่มในลักษณะที่เป็นเครือข่าย(network) โดยที่ “สาววาย” มาจากตัวอักษร Y ในคำว่า “Yaoi” (ณิชากรีย์ เลิศวิชญ์, 2560) ในภาษาญี่ปุ่นซึ่งเป็นคำบอกประเภทของงานโดจินชิที่มีเนื้อเรื่องเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างชาย-ชาย ยังมีการใช้คำศัพท์เฉพาะกลุ่มที่แสดงถึงพฤติกรรมร่วมของกลุ่ม หนึ่งในนั้นคือคำว่า จิ้น/คูจิ้น/คูชิบ ซึ่งมีความหมายเกี่ยวข้องกับการสร้างจินตนาการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างชาย-ชาย ทั้งสิ้น คำว่า “จิ้น” เป็นคำที่กร่อนมาจากคำว่า imagine ที่แปลว่าจินตนาการ คำว่าจิ้นของสาววายจึงมีความหมายถึงการคิดหรือจินตนาการ เมื่อมีการจิ้น จึงเกิด “คูจิ้น” หรือคนสองคนที่ถูกจับคู่ว่ามีความเหมาะสมที่จะชอบพอกัน โดยไม่เกี่ยวกับโอกาสความเป็นไปได้ใดๆ ทั้งสิ้น ส่วนคำว่า “คูชิบ” ซึ่งเป็นคำถอดเสียงมาจากคำว่า ship ในภาษาอังกฤษที่แปลว่าเรือ หมายถึงคูที่สาววายจิ้นให้ลงเรือลำเดียวกัน นำไปสู่การ เรียกตัวเองว่า “ชิปเปอร์” ซึ่งหมายถึงคนที่อยู่ในเรือลำนั้นและมีหน้าที่ทำให้เรือเดินทางไปถึงฝั่งที่จินตนาการไว้ และโลกหรือพื้นที่ที่สาววายใช้เพื่อแสดงออกถึงตัวตนและจินตนาการของกลุ่มตนคือสื่อประเภทต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสังคมอย่างทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มสาววายใช้เพื่อสร้างโลกแห่งจินตนาการของพวกตน เกิดเป็นเนื้อหาที่สร้างโดยกลุ่มสาววายที่มีการรับและส่งต่อกันภายในกลุ่มมากมายและด้วยเทคโนโลยีทางการสื่อสารในปัจจุบันก็ทำให้เส้นแบ่งระหว่างจินตนาการและความจริงพร่าเบลอลและดำรงอยู่ร่วมกันอย่างมีพลัง โดยสาววายบางคนได้นำจินตนาการทั้งหลายที่มีเกี่ยวกับคูจิ้นที่ตนชื่นชอบมาสร้างเป็นนิยายออนไลน์ เช่นที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์เด็กดี (Dek-D) ซึ่งถือเป็นช่องทางแรกการนำเสนอ นิยายออนไลน์แรกๆ ของกลุ่มวัยรุ่น

นอกจากการสร้างนิยายออนไลน์ในเว็บไซต์แล้ว ปัจจุบันได้เกิดรูปแบบใหม่ของนิยายออนไลน์คือนิยายแซทออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชันที่ชื่อว่า “จอยลดา” ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันที่ถูกพูดถึงมากในทวิตเตอร์(techsauce,2561) ด้วยการนำเสนอ นิยายหรือ “แฟนฟิก” (fan-fiction) ภายใต้แนวคิดของการทำ UGC (User Generated Content) ในรูปแบบใหม่ โดยมีหน้าตาเหมือนอ่านแซทใน LINE ไม่ใช่การบรรยายเนื้อเรื่องเหมือนนิยายทั่วไป จอยลดาจึงเรียกตัวเองว่า “นิยายแซท” และด้วยลักษณะที่วุ้นๆ ทำให้ผู้อ่านรู้สึกเหมือนอ่านแซท อ่านง่าย อ่านคล่อง ใช้เวลาไม่นาน และใช้งานง่าย ภายในแอปพลิเคชันจะมี

การแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาเป็นประเภทต่างๆ อาทิ ถนนสีชมพู แนวรัก โรแมนติก, ทะเลสีเทา ดราม่า เศร้า ออกหัก และบ้านหรรษา ตลก ขำขัน เป็นต้น ผู้อ่านสามารถปรับความเร็วของแซทหรือเนื้อหาได้ 3 ระดับ คือ ช้า ปกติ และเร็ว ซึ่งแซทอัตโนมัติจะไหลไปเรื่อย ๆ โดยที่ผู้อ่านไม่ต้องสไลด์หน้าจอ แต่ถ้าอ่านไม่ทันก็สามารถแตะที่หน้าจอเพื่อหยุดได้ (marketingoops,2561)

ข้อมูลหนึ่งที่น่าสนใจเกี่ยวกับจอยลดา(techsauce, อ้างแล้ว) คือกลุ่มแฟนคลับนักร้องที่เป็นสาว วัยนำตัวละครในชีวิตจริงมาเขียนเป็นเรื่องราวและผู้ใช้กลุ่มนี้จะเยอะขึ้นเรื่อยๆ เพราะเมื่อมีการแต่งนิยาย เกิดขึ้นก็จะมีคนนำไปพูดถึงในทวิตเตอร์ สอดคล้องกับการศึกษาของบุญยง นาคะ (2560) ที่ศึกษาชุมชน แฟนคลับเกาหลีพบว่ากลุ่มแฟนคลับเกาหลีมีการแบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยๆ หลายกลุ่มมีการดำเนินกิจกรรม ของกลุ่ม โดยหนึ่งในนั้นคือการแต่งนิยาย “แฟนฟิก” ซึ่งแสดงให้เห็นการแสดงบทบาทในการผลิต นอกจากนี้ การสื่อสารที่เกิดขึ้นจากการใช้แอปพลิเคชันจอยลดาระหว่างสาววายเป็นแลกเปลี่ยนและแสดงความคิดเห็นต่อกันยังก่อให้เกิดเครือข่ายของกลุ่มสาววายเป็นโลกออนไลน์ ซึ่งท้ายที่สุดจะนำไปสู่สิ่งที่เจนกินส์ (Jenkins, 1992) เรียกว่า “ชุมชนแฟน” (fan community)

จากการศึกษาเรื่อง แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับของบุญยง นาคะ พบว่าชุมชนแฟนคลับเกาหลี เป็นการรวมกลุ่มของแฟนคลับในระดับปัจเจกที่มีความคลั่งไคล้ศิลปินเกาหลี จนเกิดปรากฏการณ์ที่ทำให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็น “คนพวกเดียวกัน” “เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน” การรวมกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบศิลปินเกาหลีนั้นมีที่มาจากเริ่มจัดตั้งกลุ่มแฟนคลับกันเองเป็นลักษณะเครือข่าย แบบใยแมงมุมรู้จักต่อกัน ไปเรื่อยๆ การติดต่อสื่อสารของชุมชนแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยจะใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์เป็นหลัก นอกจากนี้ ยังมีการวางแผน การจัดการเพื่อดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม แฟนคลับเกาหลีแบ่งเป็นกลุ่มย่อยๆ หลายกลุ่มตามกิจกรรม ทั้ง กลุ่มการจัดโปรเจค กลุ่มนิยายฟิกชั่น และกลุ่ม เต็นโคฟเวอร์ การศึกษาดังกล่าวยังพบว่าแฟนคลับมีการแสดงบทบาทในการผลิต แฟนคลับมีการรวมตัว เรียกร้องให้แฟนที่เป็นผู้ผลิตสามารถตอบสนองต่อความต้องการของแฟนคลับกลุ่มใหญ่ได้ ผลผลิตของ แฟนคลับบทบาทจากผู้บริโภคไปเป็นผู้ผลิตโดยมีชุมชนแฟนเป็นส่วนสำคัญ การรวมตัวกันเป็นชุมชนแฟน จึงเป็นทุนให้กับการผลิต

จากปรากฏการณ์ที่กล่าวมาข้างต้นผนวกกับการศึกษาเรื่องชุมชนแฟนคลับ แม้ว่าผู้กระทำการ ในปรากฏการณ์ทั้งสองจะเรียกต่างกัน แต่ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าผู้กระทำการทั้งในปรากฏการณ์ของจอยลดา และกลุ่มแฟนคลับเกาหลีเป็นคนกลุ่มเดียวกัน หรืออาจกล่าวได้ว่ากลุ่มแฟนคลับศิลปินเกาหลีบางส่วนเป็น สาววายนั่นเอง ข้อเท็จจริงนี้สอดคล้องกับข้อมูลเบื้องต้นที่ณิชชาธิ์ เลิศวิชญโรจน์(อ้างแล้ว) กล่าวไว้ว่า สาววายเป็นคนไทยมีค่านิยมในดวงใจเป็นศิลปินเกาหลีซึ่งสาววายนี้นี้คือ “ดั่งศิลปินเกาหลี” หรือ แฟนคลับวงเกาหลีนั่นเอง นอกจากนี้ตัวละครส่วนใหญ่ของนิยายแซทในจอยลดาที่ล้วนแล้วแต่เป็นตัวละคร ที่สร้างมาจากศิลปินนักร้องเกาหลีเป็นส่วนใหญ่ สิ่งนี้จึงแสดงให้เห็นได้ชัดว่าสาววายุที่ใช้แอปพลิเคชันจอยลดา กับแฟนคลับศิลปินเกาหลีเป็นคนกลุ่มเดียวกัน

แม้ว่าปรากฏการณ์ทั้งสองจะเป็นปรากฏการณ์ที่มาจากผู้กระทำกลุ่มเดียวกัน แต่ยังคงงานที่

ศึกษาไปที่ตัวตนของสาววายเป็นเฉพาะเจาะจง งานศึกษาที่ใกล้เคียงที่สุดที่ผู้วิจัยพบคือการศึกษาผู้หญิงที่แต่งงานวัยชายรักชาย (อรวรรณ วิชญวรรกุล, 2559) ผ่านแนวคิดเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของปีแอร์ บูร์ดิเยอ งานวิจัยชิ้นนี้นำเสนอให้เห็นว่าการสร้างนักเขียนนวนิยายชายรักชายเกิดจากการหล่อหลอมและสั่งสมทุนทางวัฒนธรรม ไม่ใช่ความสามารถที่มีมาแต่กำเนิด (being) แต่ต้องอาศัยการสั่งสมอย่างต่อเนื่องเพื่อกลายมาเป็น (Becoming) ซึ่งผู้หญิงเหล่านี้เรียนรู้ผ่านสิ่งแวดล้อม สังคม การเรียน การอ่าน และการเขียนมาตั้งแต่เด็ก จนกลายมาเป็นส่วนหนึ่งของร่างกาย โดยที่ไม่รู้ตัวว่าสิ่งต่าง ๆ ที่ผ่านมามีแล้วแต่เป็นทุนที่สั่งสมเอาไว้ และนำไปสู่การเพิ่มพูนมูลค่าในด้านอื่น ๆ ซึ่งการสั่งสมทุนทางวัฒนธรรมนี้เองที่เป็นการหลายกำแพงในเรื่องของเพศลงได้ แม้ว่าจะงานศึกษาชิ้นนี้จะศึกษาที่ตัวบุคคล หากแต่มีจุดที่ขาดหายไปคือการศึกษาพูดถึง “ตัวตนของผู้เขียนนวนิยายชายรักชาย” ที่มีความเป็นสาววาย

จากความเชื่อมโยงด้านกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้กระทำในปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในแอปพลิเคชันจอยลดาที่แสดงให้เห็นว่าสาววายที่ใช้จอยลดาส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มเดียวกับแฟนคลับศิลปินเกาหลีเป็นกลุ่มแฟนคลับที่มีความกระตือรือร้น (Active) ในการรวมกลุ่ม รวมทั้งการสื่อสาร รวมทั้งข้อเท็จจริงประการหนึ่งที่ว่างานวิจัยผู้สร้างนวนิยายชายรักชายไม่ได้พูดถึงคอรสนิยมทางเพศอันเป็นคุณลักษณะเฉพาะของกลุ่มสาววาย จึงนำมาสู่ประเด็นที่น่าศึกษาว่ารสนิยมทางเพศความเป็นสาววายกับการสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) กับแอปพลิเคชันจอยลดาความสัมพันธ์กันอย่างไร ทั้งนี้เพื่อที่จะได้เห็นในเชิงประจักษ์ว่ารสนิยมทางเพศของกลุ่มสาววายสามารถนำมาซึ่งพลังในการสื่อสารได้

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายกับการมีส่วนร่วมที่สาววายมีต่อแอปพลิเคชันจอยลดา

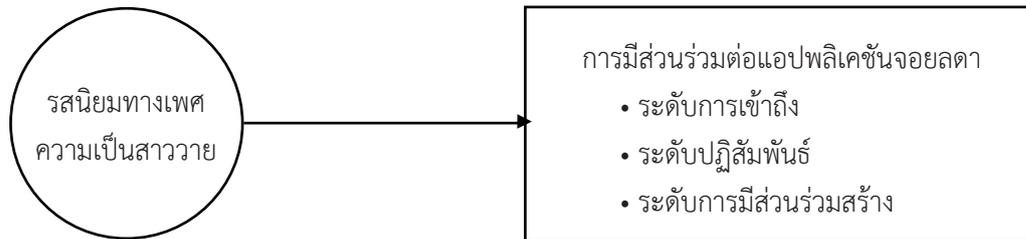
ปัญหานำวิจัย

รสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมที่สาววายมีต่อแอปพลิเคชันจอยลดาหรือไม่ มากน้อยเพียงใด

ประโยชน์ของงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้จะทำให้ได้ทราบความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายและระดับการมีส่วนร่วม ของสาววายที่มีต่อแอปพลิเคชันจอยลดา อันจะนำไปต่อยอดเพื่อออกแบบและสร้างการสื่อสารที่ก่อให้เกิดการมีส่วนร่วม ระหว่างผู้ใช้สื่อและสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อประเภท interactive media นอกจากนี้งานชิ้นนี้จะช่วยเพิ่มองค์ความรู้เบื้องต้นอีกประการหนึ่งเกี่ยวกับสาววายที่เชื่อมระหว่างงานที่ศึกษาสาววายในฐานะผู้สร้างเนื้อหา กับงานที่ศึกษาเนื้อหาที่ถูกสร้างโดยสาววายในเชิงประจักษ์

กรอบในการศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบในการศึกษา

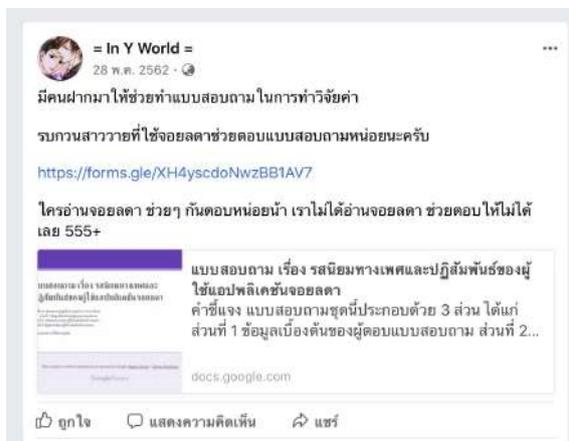
ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ การได้มาซึ่งข้อมูลต่างๆ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- (1) ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
- (2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ประชากรและการสุ่ม

ตัวอย่าง



ภาพที่ 2 แบบสอบถามออนไลน์ในเพจ = In Y World =

งานวิจัยครั้งนี้มีประชากรคือสาววายในเครือข่ายเฟซบุ๊กสาววาย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยการแบ่งกลุ่มสาววายออกตามเพจหรือกลุ่มในเฟซบุ๊กที่ระบุชื่อกลุ่มเกี่ยวกับสาววาย 6 กลุ่ม โดยทั้ง 6 กลุ่มมีคุณลักษณะที่เหมือนกันคือเป็นผู้ที่ระบุตัวตนว่าเป็นสาววายผ่านการติดตามกลุ่มเกี่ยวกับสาววาย ได้แก่ กลุ่มเพจสาววาย, กลุ่ม YAOI เพื่อสาววาย, กลุ่มสาว y วาย, เพจนี้เพื่อสาววาย และกลุ่ม =In Y World= ทั้งนี้ประชากรที่ติดตาม

กลุ่มทั้งหมด ณ ณะวันที่ศึกษามีทั้งสิ้น 97,916 บัญชีผู้ติดตาม ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างมาจากกลุ่ม =In Y World= ขนาด 400 โดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังผู้ดูแลกลุ่มให้ประชาสัมพันธ์แบบสอบถามดังกล่าวในกลุ่มที่ดูแล และรอการตอบกลับมาจนครบตามจำนวนที่ต้องการทำให้การได้มาซึ่งข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้แจกแจงเป็นปกติ นำมาสู่การใช้สถิติแบบไม่ใช้พารามิเตอร์ในการทดสอบความสัมพันธ์ของปัญหาการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการ

เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้คือแบบสอบถามออนไลน์ โดยที่แบบสอบถามชุดนี้ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 เพศวิถีของผู้ใช้แอปพลิเคชันจอยลดา
- ส่วนที่ 3 การมีส่วนร่วม ของผู้ใช้แอปพลิเคชันจอยลดา

ผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายกับการมีส่วนร่วม ต่อแอปพลิเคชันจอยลดา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายกับการมีส่วนร่วม ที่สาววายมีต่อแอปพลิเคชันจอยลดา โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นสาววายผู้ใช้แอปพลิเคชันจอยลดาจำนวน 400 คน ในส่วนนี้จะนำเสนอผลการศึกษาโดยแบ่งเป็นสามส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

การนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้ประกอบด้วยข้อมูลพื้นฐานด้านประชากรของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 คน พบว่า สาววายส่วนใหญ่ที่เก็บรวบรวมข้อมูลมากกว่าร้อยละ 50 มีเพศวิถีแบบรักต่างเพศ รองลงมาคือรักทั้งสองเพศ รักเพศเดียวกัน ตามลำดับ ในขณะที่เพศวิถีแบบไม่ฝักใฝ่ทางเพศมีน้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 6.3 โดยสาววายส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 18 ปี และมีระดับการศึกษาที่ปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60

ในส่วนของคุณสมบัติเบื้องต้นเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันจอยลดา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้แอปพลิเคชัน 1-3 วัน ครั้งต่อสัปดาห์มีจำนวนมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40 และลักษณะเนื้อหาที่อ่านในจอยลดาส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 90 มีลักษณะเนื้อหาที่พูดถึงความสัมพันธ์ระหว่างชาย-ชาย

ส่วนที่ 2 ข้อมูลที่น่าสนใจ

ในส่วนแรกผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลเบื้องต้นทั้งที่เป็นข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างและข้อมูลเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่าง ในส่วนที่ 2 นี้ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่น่าสนใจบางประการ โดยเป็นข้อมูลที่เกิดจากการแจกแจงลักษณะบางประการให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เริ่มจากการจำแนกเพศวิถีของกลุ่มตัวอย่างตามระดับอายุ จากการสำรวจพบว่ากลุ่มสาววายที่มีเพศวิถีแบบรักต่างเพศและรักเพศเดียวกันมีมากที่สุดในช่วงอายุ 18 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 66.7 ทั้งสองลักษณะเพศวิถี ในขณะที่เพศวิถีแบบรักทั้งสองเพศมีมากที่สุดในกลุ่มสาววายอายุ 12-18 ปี คิดเป็นร้อยละ 57.1 และจากการสำรวจพบว่าไม่มีกลุ่มสาววายที่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 12 ปี

ต่อมาคือการจำแนกกลุ่มตัวอย่างตามเพศวิถีและความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันจอยลดา จากการสำรวจพบว่าส่วนใหญ่ของทุกรูปแบบเพศวิถีมีความถี่ในการใช้แอปพลิเคชันอยู่ที่ 1-3 วัน ครั้งต่อสัปดาห์ นอกจากนี้ปริมาณสาววายคิดเป็นร้อยละ 88.9 ของสาววายที่มีเพศวิถีแบบรักต่างเพศอ่านนิยายที่มีเนื้อหาความสัมพันธ์ระหว่างชาย-ชาย

ต่อมาคือระดับของการนิยามตนเองว่าเป็นสาววาย จากการสำรวจพบว่าส่วนใหญ่ของสาววายที่มีเพศวิถีไม่ฝึกไฝทางเพศ คิดเป็นร้อยละ 40.0 นิยามตนเองว่ามีความเป็นสาววายในระดับมากที่สุด สาววายที่มีเพศวิถีรักต่างเพศมากถึงร้อยละ 33.3 นิยามตนเองว่ามีความเป็นสาววายในระดับมากที่สุดและมาก เช่นเดียวกับสาววายที่มีเพศวิถีรักทั้งสองเพศส่วนใหญ่มีการนิยามตนเองว่าเป็นสาววายในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 33.3 ในขณะที่สาววายที่มีเพศวิถีรักเพศเดียวกันส่วนใหญ่นิยามตนเองว่าเป็นสาววายในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 33.3

จากนั้นผู้วิจัยได้รวมคะแนนของข้อคำถามในส่วนที่ 2 ของแบบสอบถามเพื่อจัดกลุ่มระดับของการเป็นสาววาย โดยแบ่งออกมาเป็นสามกลุ่มคือกลุ่มที่มีความเป็นสาววายมาก(มีระดับคะแนนรวมอยู่ที่ระหว่าง 37-50) กลุ่มที่มีความเป็นสาววายปานกลาง(คะแนนรวมอยู่ที่ 24-36) และกลุ่มที่มีความเป็นสาววายน้อย(คะแนนรวมอยู่ที่ 10-23) พบว่าสาววายส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 66.3 มีความเป็นสาววายในระดับปานกลาง (ตารางที่ 1) และเมื่อจำแนกเพศวิถีตามระดับการเป็นสาววายพบว่าส่วนใหญ่ของสาววายเพศวิถีทั้ง 4 รูปแบบมีระดับความเป็นสาววายปานกลาง (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 ระดับความเป็นสาววายของกลุ่มตัวอย่าง

ระดับความเป็นสาววาย	จำนวน	ร้อยละ
• มีความเป็นสาววายมาก	115	28.80
• มีความเป็นสาววายปานกลาง	265	66.30
• มีความเป็นสาววายน้อย	20	5.00

ตารางที่ 2 เพศวิถีของสาววายจำแนกตามระดับความเป็นสาววาย

เพศวิถีของสาววาย	ระดับความเป็นสาววาย			รวม (คน) ร้อยละ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
• รักต่างเพศ	90 คน	130 คน	5 คน	225 คน
	40.00	57.80	2.20	100.00
• รักเพศเดียวกัน	10 คน	30 คน	5 คน	45 คน
	22.20	66.70	11.10	100.00
• รักทั้งสองเพศ	15 คน	80 คน	10 คน	105 คน
	14.30	76.20	9.50	100.00
• ไม่ฝึกไฝทางเพศ	0 คน	25 คน	0 คน	25 คน
	0.00	25.00	0.00	100.00

ในลำดับต่อมาผู้วิจัยแบ่งการมีส่วนร่วม ทั้งสามด้าน อันได้แก่ ด้านการเข้าถึง, ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านการมีส่วนร่วม ออกเป็นสามระดับ คือ ระดับสูง โดยมีค่าคะแนนรวมระหว่าง 15-20 ระดับปานกลาง มีค่าคะแนนระหว่าง 10-14 และระดับต่ำ ซึ่งมีค่าคะแนนระหว่าง 4-9 จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการมีส่วนร่วม ด้านการเข้าถึงในระดับสูงและปานกลางเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 40.0 ด้านการปฏิสัมพันธ์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางคิดเป็นร้อยละ 43.8 ในขณะที่ด้านการมีส่วนร่วมส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำ คิดเป็นร้อยละ 53.8 ดังปรากฏในตารางที่ 3 และเมื่อแบ่งระดับของการมีส่วนร่วม รวมทั้งสามด้านออกเป็นสามระดับ คือระดับสูง(คะแนนระหว่าง 45-60) ระดับปานกลาง(คะแนนระหว่าง 28-44) และระดับต่ำ(คะแนนระหว่าง 12-27) พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 63.8 มีความผูกพันรวมทั้งสามด้านในระดับปานกลาง ดังปรากฏในตารางที่ 4

ตารางที่ 3 ระดับการมีส่วนร่วม แยกเป็น 3 ด้าน

การมีส่วนร่วมแต่ละด้าน	ระดับ			รวม (คน) ร้อยละ
	มาก	ปานกลาง	น้อย	
• ด้านการเข้าถึง (Accession)	160 คน 40.00	160 คน 40.00	80 คน 20.00	400 คน 100.00
• ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Interaction)	150 คน 37.50	175 คน 43.80	75 คน 18.80	400 คน 100.00
• ด้านการมีส่วนร่วมสร้าง (Participation)	70 คน 17.50	115 คน 28.80	215 คน 53.80	400 คน 100.00

ตารางที่ 4 ระดับการมีส่วนร่วมรวมทั้งสามด้าน

ระดับการมีส่วนร่วมทั้งสามด้าน	จำนวน	ร้อยละ
• ระดับสูง	70	17.50
• ระดับปานกลาง	255	63.80
• ระดับต่ำ	75	18.80

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีคำถามวิจัยคือ รสนิยมทางเพศความเป็นสาววายส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ที่สาววายมีต่อแอปพลิเคชันจอยลดาหรือไม่ มากน้อยเพียงใด เพื่อให้สามารถตอบคำถามวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้สถิติแกมมา (Gamma) (γ) เพื่อหาความสัมพันธ์ของตัวแปรเชิงลำดับ (Ordinal Scale) (ธีระ สนิทเชษฐารักษ์, 2558) ในที่นี้คือความสัมพันธ์ระหว่างระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายกับระดับการมีส่วนร่วมการใช้แอปพลิเคชันจอยลดา โดยผู้วิจัยทดสอบทั้งสิ้น 4 คู่ความสัมพันธ์ ได้แก่ คู่ที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายกับระดับการมีส่วนร่วมด้านการเข้าถึง (accession) , คู่ที่ 2 ความ

สัมพันธ์ระหว่างระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยกับระดับการมีส่วนร่วมด้านปฏิสัมพันธ์(interaction), คู่ที่ 3 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยกับระดับการมีส่วนร่วมด้านการร่วมสร้างเนื้อหา(participation) และคู่ที่ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยกับระดับการมีส่วนร่วมรวม

จากการศึกษาพบว่าระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วม ต่อแอปพลิเคชันของสาวววยทั้ง 4 โมเดลที่ทดสอบอย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 กล่าวคือ ระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วม ด้านการเข้าถึง โดยมีค่า sig. เท่ากับ .0012 ต่อมาคือ ระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วม ด้านการปฏิสัมพันธ์ โดยมีค่า sig. เท่ากับ .0008 , ระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วม ด้านการมีส่วนร่วมสร้างเนื้อหา มีค่า sig. เท่ากับ .0339 และสุดท้าย ระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยมีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วม รวมทั้งสามด้าน โดยมีค่า sig. เท่ากับ .0000 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยกับระดับการมีส่วนร่วม

ระดับการมีส่วนร่วม	ค่าที่ได้จากการทดสอบสถิติแกมมา	
	Value (γ)	Approx. Sig.
• การเข้าถึงสื่อ (Accession)	.73**	.0012
• การปฏิสัมพันธ์ (Interaction)	.42**	.0008
• การมีส่วนร่วมสร้างเนื้อหา (Participation)	.32**	.0339
• การมีส่วนร่วมรวม (Engagement)	.65**	.0000

** ระดับนัยยะสำคัญทางสถิติที่ .05

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยกับการมีส่วนร่วม ต่อแอปพลิเคชันจอยลดดา” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาวววยกับระดับการมีส่วนร่วม ต่อแอปพลิเคชันจอยลดดา โดยมีประชากรคือสาวววยที่ใช้แอปพลิเคชันจอยลดดา ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างขนาด 400 คน มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์ตามกรอบแนวคิดที่ได้เสนอไว้ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติที่เหมาะสมแก่การวิจัยทางสังคมศาสตร์ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนาข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และสถิติเชิงอนุมานข้อมูล ได้แก่ สถิติแกมมา(Gamma)(γ) ในส่วนนี้ผู้วิจัยจะนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน คือ สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีคำถามวิจัยคือ รสนิยมทางเพศความเป็นสาววายส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ที่สาววายมีต่อแอปพลิเคชันจอยลดาหรือไม่ มากน้อยเพียงใด เพื่อตอบคำถามดังกล่าวผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ซึ่งได้แก่ รสนิยมทางเพศความเป็นสาววาย และตัวแปรตามได้แก่การมีส่วนร่วม ต่อแอปพลิเคชันจอยลดา

จากการศึกษาพบว่ารสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม ด้านการเข้าถึง(Accession) อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig. เท่ากับ .0012) มีค่าแกมมา (γ) เท่ากับ .73 หมายความว่า ระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับการเข้าถึงแอปพลิเคชันจอยลดาสูง (มากกว่า .07 ขึ้นไป) (James A. Davis, 1971)

ต่อมา รสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม ด้านการปฏิสัมพันธ์ (Interaction) อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig. เท่ากับ .0008) มีค่าแกมมา (γ) เท่ากับ .42 หมายความว่า ระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับการปฏิสัมพันธ์กับแอปพลิเคชันจอยลดาปานกลาง (ระหว่าง .30 - .49)

รสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม ด้านการมีส่วนร่วมสร้างเนื้อหา (Participation) อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig. เท่ากับ .0339) มีค่าแกมมา (γ) เท่ากับ .32 หมายความว่า ระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับการมีส่วนร่วมด้านการสร้างเนื้อหาในแอปพลิเคชันจอยลดาปานกลาง (ระหว่าง .30 - .49)

สุดท้าย รสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม รวม(engagement) อย่างมีนัยยะสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ค่า sig. เท่ากับ .0000) มีค่าแกมมา (γ) เท่ากับ .65 หมายความว่า ระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับการมีส่วนร่วมรวมกับแอปพลิเคชันจอยลดาค่อนข้างสูง (ระหว่าง .50 - .69)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้างต้นทำให้เราสามารถอธิบายปรากฏการณ์การใช้แอปพลิเคชันจอยลดาในมิติของการสร้างความผูกพันของกลุ่มสาววายได้ผ่านลักษณะทางประชากรด้านเพศวิถีที่เป็นรสนิยมทางเพศความเป็นสาววาย เนื่องจากที่ผ่านมานางานวิจัยหรือการศึกษาของกลุ่มสาววายส่วนใหญ่ไม่ได้นำเสนอให้เห็นว่าการที่กลุ่มสาววายมีสิ่งที่เรียกว่า “พลังแฝง” นั้นมีความสัมพันธ์กับรูปแบบรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายอย่างไร

ในงานวิจัยชิ้นนี้ได้ทดสอบให้เห็นว่าระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม ต่อสื่อที่สาววายใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วม ในด้านการปฏิสัมพันธ์(interaction) อันจะนำไปสู่พฤติกรรม/การแสดงบทบาทของการเป็นผู้ใช้สื่อที่มีความกระตือรือร้นมากขึ้น กล่าวคือยิ่งผู้ใช้สื่อที่เป็นสาววายมีระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววายมากเท่าใด ก็ยิ่งจะส่งเสริมให้เกิดพฤติกรรม การใช้สื่อในเชิงรุกมากยิ่งขึ้น ทั้งการพูดคุยแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อที่ตนเองบริโภคผ่านเครือข่ายสื่อสังคมประเภทอื่นๆ อันจะนำไปสู่การก่อตัวของกลุ่มสาววายที่เข้มแข็งขึ้นในรูปแบบของกลุ่มแฟนหรือแฟนดอม สอดคล้องกับการศึกษาของบุญยง นาคะ ในการวิจัยเรื่อง แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ ที่ระบุว่ากลุ่มแฟนคลับจะมีการรวมตัวกันในลักษณะเครือข่ายแบบใยแมงมุมรู้จักต่อกันไปเรื่อยๆ การติดต่อสื่อสารของชุมชนแฟนคลับเกาหลีในประเทศไทยจะใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์เป็น

หลัก ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้นำเสนอให้เห็นว่าการติดต่อสื่อสารของชุมชนแฟนคลับที่เกิดขึ้นในประเด็นหนึ่งก็คือ การติดต่อสื่อสารเพื่อพูดคุย แลกเปลี่ยน โต้ตอบ แสดงความคิดเห็นต่อเนื้อหาสื่อที่ได้บริโภคนั่นเอง

นอกจากนี้งานวิจัยชิ้นนี้ยังให้ผลในเชิงประจักษ์เกี่ยวกับระดับของการแสดงบทบาทการมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหาสื่อ ซึ่งในที่นี้คือการมีส่วนร่วม ด้านการมีส่วนร่วม จากผลการศึกษาทำให้เราพบว่ายิ่งสาววัยมีระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววัยมากเพียงใด ก็ยิ่งจะส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมในการสร้างเนื้อหามากขึ้น ซึ่งปรากฏการณ์ทางการสื่อสารในลักษณะนี้เป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ Jenkins เรียกว่าวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม กล่าวอีกนัยหนึ่งคือวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในลักษณะที่ผู้ใช้สื่อเข้าไปมีบทบาทในการกำหนด สร้าง หรือขยายต่อเรื่องเล่าที่ตนเองบริโภคส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับระดับรสนิยมทางเพศความเป็นสาววัยนั่นเอง

ทั้งหมดที่กล่าวไปข้างต้นนี้จะเป็ประโยชน์ต่อการออกแบบเนื้อหา, การผลิตงานสร้างสรรค์ผ่านสื่อในอนาคต ด้วยว่าหากผู้สร้างต้องการให้เกิดการมีส่วนร่วม ระหว่างผู้ใช้สื่อกับเนื้อหาที่นำเสนอ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นสาววัย ผู้สร้างอาจจะต้องมีกลวิธีในการขับหรือส่งเสริมให้เกิดความรู้สึกถึงความ เป็นสาววัยให้มากขึ้นในตัวผู้ใช้สื่อเอง แต่ทั้งนี้การจะสร้างให้สาววัยมีรสนิยมทางเพศความเป็นสาววัย มากหรือน้อยไม่อาจเกิดขึ้นได้จากฝั่งผู้ผลิตสื่อเพียงอย่างเดียว เพราะรสนิยมทางเพศความเป็นสาววัย เป็นองค์ประกอบด้านจิตวิทยาในตัวผู้รับสารซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าเกิดจากปัจจัยหลายๆ ด้านประกอบ กัน และนี่เองคือข้อท้าทายหรือประเด็นการวิจัยต่อยอดต่อไปสำหรับผู้สนใจจะศึกษากลุ่มสาววัย

ข้อเสนอแนะการวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ชี้ให้เห็นในเชิงประจักษ์แล้วว่ารสนิยมทางเพศความเป็นสาววัยส่งผลต่อการมีส่วนร่วม ต่อสื่อ แต่สิ่งที่ยังขาดซึ่งถือเป็นช่องว่างขององค์ความรู้เกี่ยวกับสาววัยคือรสนิยมทางเพศดังกล่าวนี้ เกิดมาได้อย่างไร และจะมีวิธีการใดเพื่อที่จะคงไว้หรือยกระดับให้มีเพิ่มมากขึ้นไปในทิศทางที่ติงาม เพื่อที่ว่าจะนำมาสู่การสร้างการมีส่วนร่วมทางการสื่อสารที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้นในยุคแห่งการหลอมรวมทางวัฒนธรรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2547). *สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: แบรินด์เอจ.
- จารุวรรณ คงยศ. (2560). *เพศภาวะ เพศวิถี ประสบการณ์ชีวิตของกะเทยในคุก*. วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต สาขาการวิจัยทางสังคม คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณิชชารีย์ เลิศวิชญ์. (2560). *หัวใจวาย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์บ้าน.
- บุญยุนุช นาคะ. (2560). *แฟนคลับเกาหลี อัตลักษณ์เชิงวัตถุและชุมชนแฟนคลับ*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต การวิจัยทางสังคม คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธีระ สนิเดชาภิรักษ์. (2558). *สถิติประยุกต์: ปฐมบทแห่งการวิจัยทางสังคม*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

James A. Davis. (1971). *Elementary Survey Analysis*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Jenkins, Henry. (2006). *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.

ระบบออนไลน์

Fayosy. *ทำความเข้าใจกับ “จอยลดา” แอปฯ อ่านนิยายแซทรูปแบบใหม่ ที่มาแรงสุดๆ ในตอนนี้*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.marketingoops.com/digital-life/apps-joylada/>.

Issaree. *หมู Ookbee กับเบื้องหลังแอปนิยายแซท ‘จอยลดา’ ที่มียอดคลิก 1,000 ล้านครั้งต่อวัน*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://techsauce.co/tech-and-biz/exclusive-interview-application-joylada-with-ookbee/>.

Rossaya. *เผยพฤติกรรม “สาววาย” สายเปย์ตัวจริง นักการตลาดต้องรู้!*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.marketingoops.com/reports/research/consumer-insight-yaoi-thai/>
