

จากเนื้อหาที่รับชมจบได้ภายในไม่กี่นาที ละครแนวตั้งได้กลายเป็นรูปแบบความบันเทิงที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในหลายประเทศ และกำลังเปลี่ยนวิธีที่ผู้คนรับชมละครในยุคดิจิทัล ประเทศไทยมีทั้งฐานผู้ชมบุคลากรในอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง พร้อมทั้งทุนทางวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการต่อยอดสู่ตลาดโลก แต่ความนิยมที่เพิ่มขึ้นก็มาพร้อมคำถามสำคัญเกี่ยวกับพฤติกรรม การรับชม การใช้เวลา และผลกระทบต่อสังคม



ละครแนวตั้ง : ความบันเทิงรูปแบบใหม่กับผลกระทบที่สังคมต้องจับตา*

ย้อนกลับไปเพียงไม่กี่ปีก่อน การดูละครยังหมายถึงการนั่งรอหน้าจอโทรทัศน์ในช่วงเวลาออกอากาศ หรือการเปิดแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเพื่อรับชมซีรีส์ตอนละเกือบหนึ่งชั่วโมง แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมการเสพสื่อได้เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว ผู้ชมสามารถใช้ช่วงเวลาสั้น ๆ ระหว่างเดินทาง รอคิว หรือพักกลางวัน รับชมละครที่มีความยาวเพียง 1-5 นาทีต่อตอน และดูต่อเนื่องได้หลายสิบตอนในเวลาไม่นาน ปรากฏการณ์ดังกล่าวทำให้ “ละครแนวตั้ง” (Vertical Drama) ซึ่งเป็นละครสั้นที่แสดงภาพแนวตั้งในสัดส่วน 9:16 สำหรับรองรับการรับชมบนสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ตโดยเฉพาะ เน้นการดำเนินเรื่องที่รวดเร็ว เข้าใจง่าย ก้าวขึ้นมาเป็นรูปแบบสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย (Rathatip Khamnurak, 2569; ไทยรัฐ, 2569ข)

ในปี 2568 มูลค่าตลาดโลกของละครแนวตั้งสูงถึง 1.1 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 2.2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2573 (สร้อยบุญ บุนยรัตพันธ์, 2569) ข้อมูลจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (2569) ชี้ว่า ประเทศไทยกำลังก้าวขึ้นมาเป็นหนึ่งในตลาดที่น่าจับตา โดยในช่วงครึ่งปี 2568 ไทยมีจำนวนการดาวน์โหลดแอปพลิเคชันละครแนวตั้งเป็นอันดับที่ 6 ของโลก และบริษัทวิจัยการตลาดของจีนประเมินว่า ในไตรมาสแรกของปีเดียวกัน ผู้ใช้ในประเทศไทยใช้จ่ายผ่านการซื้อภายในแอปพลิเคชัน (In-App Purchase) ของซีรีส์แนวตั้ง⁹ ราว 7.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงเป็นอันดับ 3 ของตลาดนอกประเทศจีน รองจากสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น

⁸ **กิตติกรรมประกาศ** บทความนี้ได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิจากวงการสื่อ รัฐศาสตร์ และสุขภาพจิต ได้แก่ คุณพรทิพย์ ทองพิสิฐสมบัติ (นักเขียนนวนิยาย *ดวงใจจอมกระบี่*), ผศ.ดร.เวฬุรีย์ เมธาวีวินิจ (วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) และนักเขียนนวนิยาย *คดีร้ายรัก* ซึ่งถูกนำมาสร้างเป็นละคร *สงครามสมร*), ศ.ดร.ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์ (คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) และ อ.ดร.นพ.ชาวิท ต้นวีระชัยสกุล (ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)

⁹ ในบทความนี้ใช้คำว่า “ละครแนวตั้ง” และ “ซีรีส์แนวตั้ง” ในความหมายเดียวกัน

นอกจากประเทศไทยจะมีฐานผู้ชมและกำลังซื้อที่สนับสนุนการขยายตัวของตลาดแล้ว ยังมีจุดแข็งด้านทุนทางวัฒนธรรม และบุคลากรในอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงที่มีประสบการณ์ในการสร้างสรรค์ผลงานซึ่งได้รับการยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ (อินทรีพิทักษ์ เจริญรัตน์, ม.ป.ป.) สำนักงานวัฒนธรรมแห่งชาติ (2569) จึงมองว่า ละครแนวตั้งไม่น่าจะเป็นเพียงกระแสชั่วคราว แต่กำลังก้าวขึ้นเป็นอีกหนึ่งรูปแบบสื่อที่มีบทบาทมากขึ้น และอาจสร้างโอกาสใหม่ให้กับอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงในหลายด้าน ดังนี้

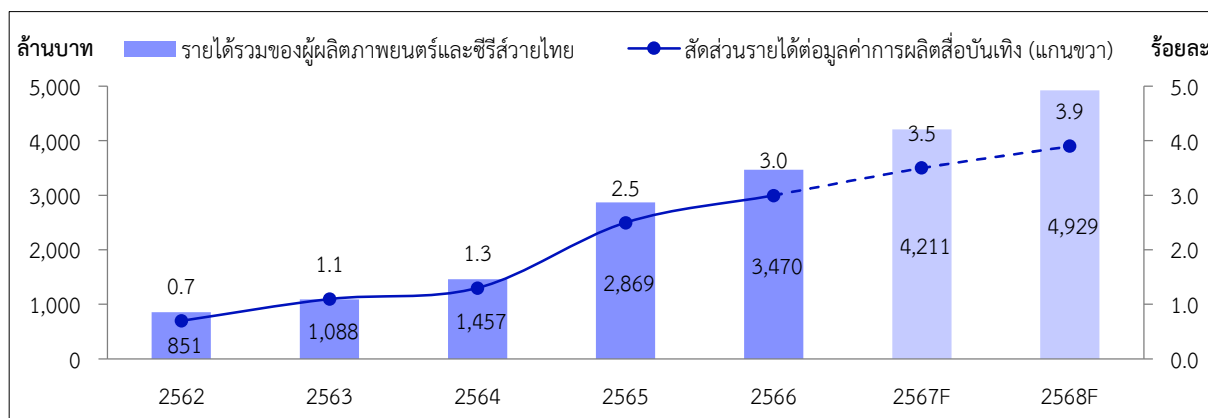
1. **การเปิดพื้นที่ให้ผู้ผลิตและบุคลากรรุ่นใหม่เข้าสู่อุตสาหกรรม** ละครแนวตั้งไม่ได้เข้ามาแทนที่ละครรูปแบบเดิม แต่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการรับชม โดยละครรูปแบบเดิวยังคงมีจุดแข็งด้านการเล่าเรื่องที่ซับซ้อน ตัวละครที่มีมิติ และมาตรฐานการผลิตสูง ขณะที่ละครแนวตั้งมีเนื้อหาที่กระชับ ดำเนินเรื่องรวดเร็ว และเหมาะกับการรับชมผ่านสมาร์ตโฟน ความแตกต่างดังกล่าวทำให้สื่อทั้งสองรูปแบบสามารถอยู่ร่วมกันได้ และเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตรายใหม่ นักเขียนบท นักแสดง รวมถึงทีมงานเบื้องหลังการผลิตเข้าสู่อุตสาหกรรมได้มากขึ้น ตัวอย่างเช่น ประเทศจีนสามารถสร้างการจ้างงานโดยตรงในอุตสาหกรรมละครแนวตั้งได้ประมาณ 690,000 ตำแหน่ง และเมื่อรวมธุรกิจที่เกี่ยวข้องอาจมีการจ้างงานสูงกว่า 2 ล้านตำแหน่ง (Amarin TV, 2569)

2. **การเกิดโมเดลธุรกิจและช่องทางรายได้รูปแบบใหม่ของผู้ผลิตสื่อ** ละครแนวตั้งไม่ได้เปลี่ยนแค่รูปแบบการนำเสนอเรื่องราว แต่ยังเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตมีวิธีดำเนินธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่ละครโทรทัศน์ต้องพึ่งพารายได้จากโฆษณาเป็นหลักและใช้เงินลงทุนสูงในการผลิต ละครแนวตั้งสามารถสร้างรายได้จากหลายช่องทาง เช่น การให้ผู้ชมซื้อเหรียญเพื่อดูตอนถัดไป การสมัครสมาชิก การโฆษณาบนแพลตฟอร์ม และการสอดแทรกสินค้าในเนื้อหา ปัจจุบันผู้ผลิตละครไทยรายใหญ่ เช่น กันตนา และช่อง ONE เริ่มเข้ามาทดลองผลิตละครแนวตั้ง แม้ว่าตลาดนี้ยังอยู่ในช่วงเริ่มต้นและยังต้องพัฒนารูปแบบการหารายได้ที่เหมาะสม แต่การเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหญ่สะท้อนให้เห็นว่าละครแนวตั้งกำลังได้รับความสนใจในฐานะธุรกิจใหม่ที่มีศักยภาพเติบโตในอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิงไทย

3. **การใช้ละครแนวตั้งเป็นช่องทางเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่ตลาดโลก** การเติบโตของแพลตฟอร์มดิจิทัลทำให้เนื้อหาไทยสามารถเข้าถึงผู้ชมต่างประเทศได้โดยไม่จำกัดอยู่เฉพาะตลาดภายในประเทศ ส่งผลให้ละครและซีรีส์ไทยมีโอกาสรสร้างฐานผู้ชมในระดับสากลมากขึ้น โดยเฉพาะเนื้อหาที่สะท้อนเสน่ห์ความเป็นไทย รวมถึงเนื้อหาแนวความสัมพันธ์ระหว่างเพศเดียวกัน¹⁰ ซึ่งไทยเป็นหนึ่งในผู้ผลิตรายสำคัญของโลก ข้อมูลจากศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่า มูลค่าตลาดภาพยนตร์และซีรีส์วายไทยเพิ่มขึ้นจาก 851 ล้านบาท ในปี 2562 เป็น 3,470 ล้านบาท ในปี 2566 และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 4,929 ล้านบาท ในปี 2568 (กิริติญา ครองแก้ว, 2568) ความนิยมของเนื้อหาเหล่านี้ยังต่อยอดสู่กิจกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น งานพบปะแฟนคลับ คอนเสิร์ต และสินค้าเกี่ยวกับศิลปิน สะท้อนว่าละครและซีรีส์ไทยไม่ได้เป็นเพียงสื่อเพื่อความบันเทิง แต่ยังเป็นช่องทางเผยแพร่วัฒนธรรมไทย สร้างการรับรู้ต่อประเทศไทย และต่อยอดไปสู่โอกาสทางเศรษฐกิจ (ลงทุนเกิร์ล, 2569)

¹⁰ หรือที่รู้จักกันว่า “ซีรีส์วาย” คำว่า “วาย” มีที่มาจากคำว่า Yaoi (ยาโออิ) ซึ่งเป็นประเภทการ์ตูนญี่ปุ่นที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชาย (Boy Love: BL) และ Yuri (ยูริ) ซึ่งนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับหญิง (Girl Love: GL)

แผนภาพที่ 13 รายได้รวมของผู้ผลิตภาพยนตร์และซีรีส์วายไทย ปี 2562-2568



ที่มา : กิรติญา ครองแก้ว (2568)

แม้ว่าละครแนวตั้งจะสร้างโอกาสใหม่ให้กับอุตสาหกรรมสื่อและบันเทิง แต่การเติบโตของสื่อรูปแบบนี้ ก็มาพร้อมกับความท้าทายที่ต้องพิจารณา ทั้งด้านคุณภาพเนื้อหา การใช้สื่อของผู้ชม รวมถึงความปลอดภัยบนแพลตฟอร์มออนไลน์ ดังนี้

1. **สูตรสำเร็จของเนื้อหาและการสร้างค่านิยม** หนึ่งในเหตุผลที่ทำให้ละครแนวตั้งได้รับความนิยมคือการตอบสนองอารมณ์ของผู้ชมได้อย่างรวดเร็ว ผ่านโครงเรื่องที่เข้าใจง่ายและเข้มข้น เช่น การแก้แค้น/ การได้รับชัยชนะเหนือความอยุติธรรม การพลิกสถานะจากคนธรรมดาสู่ผู้มีอำนาจ หรือความรักต่างฐานะ ซึ่งมักสร้างความรู้สึกสะใจและเติมเต็มความคาดหวังบางอย่างของผู้ชมในแบบที่ชีวิตจริงอาจไม่ได้เกิดขึ้นง่ายนัก อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาและการแข่งขันเพื่อดึงความสนใจในช่วงสั้น ๆ ผู้ผลิตจำนวนมากจึงมักเลือกใช้โครงเรื่องลักษณะคล้ายกัน เช่น การแบ่งขั้วตัวละครเป็นฝ่ายดีและฝ่ายร้ายอย่างชัดเจน หรือใช้ความขัดแย้งรุนแรงเป็นแกนหลักของเรื่อง หากรูปแบบดังกล่าวถูกผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่อง อาจทำให้นิเวศทางความหลากหลายและส่งผลต่อมุมมองของผู้ชมบางกลุ่มต่อความถูกต้องและการแก้ปัญหา โดยเฉพาะเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ งานวิจัยพบว่า การรับชมความรุนแรงในสื่ออาจมีส่วนเสริมให้พฤติกรรมก้าวร้าวที่มีอยู่เดิมของผู้รับสารแสดงออกมากขึ้น (ภณทิลา ธนบุรณนิตพัทธ์, 2564)

2. **การใช้สื่อของกลุ่มผู้ชมที่เปราะบาง** จุดเด่นของละครแนวตั้งคือการเข้าถึงง่ายและรับชมได้ทุกที่ผ่านโทรศัพท์มือถือ แต่รูปแบบการรับชมที่เป็นส่วนตัวมากขึ้นก็เปลี่ยนลักษณะการดูละครจากกิจกรรมร่วมกันไปสู่ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นเพียงลำพัง ทำให้ผู้ชมบางกลุ่มมีโอกาสพุดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น หรือได้รับมุมมองเพิ่มเติมจากคนรอบตัวน้อยลง โดยเฉพาะเด็กและผู้สูงอายุที่อยู่ลำพัง สำหรับเด็ก การรับชมสื่อโดยไม่มีผู้ใหญ่ช่วยพุดคุยหรืออธิบายบริบท อาจส่งผลต่อการทำความเข้าใจอารมณ์ มุมมอง และค่านิยมที่ปรากฏในเนื้อหา (สำนักวิชาการสุขภาพจิต, 2569) ขณะที่ผู้สูงอายุที่ขาดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมอาจใช้ละครแนวตั้งเป็นช่องทางคลายความเหงาหรือเชื่อมโยงกับโลกภายนอกมากขึ้น แต่ก็อาจเผชิญความท้าทายในการแยกแยะข้อมูลบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น โฆษณาแฝง เนื้อหาชวนเชื่อ หรือการหลอกลวงออนไลน์

3. **การถูกใช้เป็นช่องทางหลอกลวงทางออนไลน์** มิฉะพินาศัยกระแสมุมมองของละครแนวตั้งสร้างโฆษณาและลิงก์ปลอมบนโซเชียลมีเดีย โดยอ้างว่าดูซีรีส์แล้วได้รับเงิน หรือเปิดให้รับชมตอนต่อไปผ่านลิงก์พิเศษ เมื่อคลิกลิงก์ มักถูกหลอกให้กรอกข้อมูลส่วนตัว ข้อมูลทางการเงิน หรือดาวน์โหลดแอปพลิเคชันปลอมที่แฝงมัลแวร์ ก่อนนำข้อมูลไปสวมรอยทำธุรกรรม หรือควบคุมโทรศัพท์จากระยะไกลเพื่อเข้าถึงแอปพลิเคชันธนาคารและโอนเงินออกจากบัญชี (ไทยรัฐ, 2569ก; ฐานเศรษฐกิจ, 2569)

หลายประเทศที่อุตสาหกรรมละครแนวตั้งเติบโตอย่างรวดเร็วต่างเผชิญคำถามเดียวกันว่า จะกำกับดูแลอย่างไรโดยไม่กระทบต่อการสร้างสรรค์และการเติบโตของอุตสาหกรรม จีน ในฐานะผู้ผลิตละครแนวตั้งรายใหญ่ของโลก เลือกใช้มาตรการกำกับเนื้อหาอย่างเข้มงวด โดยกำหนดให้ละครทุกเรื่องต้องได้รับอนุญาตก่อนเผยแพร่ และระงับเนื้อหาที่เห็นว่าส่งเสริมค่านิยมที่ไม่เหมาะสม (Spacebar, 2568; ข่าวสดออนไลน์, 2569ก) สหรัฐอเมริกา ไม่ได้มุ่งควบคุมเนื้อหาละครและวิดีโอสั้นโดยตรง ยกเว้นกรณีที่เกิดกฎหมาย แต่ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองผู้บริโภค โดยเฉพาะระบบซื้อเหรีญเพื่อปลดล็อกตอนและการต่ออายุสมาชิกแบบอัตโนมัติ ซึ่งอาจทำให้ผู้ใช้ไม่ทราบค่าใช้จ่ายที่แท้จริงหรือถูกเรียกเก็บเงินต่อเนื่องโดยไม่ตั้งใจ (Newby et al., 2021; Tayman et al., 2026; Bernstein et al., 2026)

สำหรับประเทศไทย การใช้แนวทางควบคุมเนื้อหาอย่างเข้มงวดอาจกระทบต่อความคิดสร้างสรรค์และความหลากหลายของสื่อ จึงควรเปิดพื้นที่ให้ผู้ผลิตและกลไกตลาดมีบทบาทในการกำหนดทิศทางของเนื้อหา โดยภาครัฐควรดูแลเฉพาะประเด็นที่มีความเสี่ยงต่อสิทธิและความปลอดภัยของประชาชน เช่น การเผยแพร่สื่อที่มีเนื้อหาลวงละเมิดทางเพศเด็ก การหลอกลวงผู้บริโภค หรือการส่งเสริมกิจกรรมที่ผิดกฎหมาย นอกจากนี้ควรส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) โดยเฉพาะในสถานศึกษาที่ควรมีการเรียนรู้เรื่องนี้อย่างจริงจัง เพื่อให้ผู้ชมสามารถตั้งคำถามต่อค่านิยม มุมมอง และพฤติกรรมที่สื่อนำเสนอ เช่น แนวคิดเรื่องความสำเร็จ ความสัมพันธ์ หรือความถูกผิด รวมถึงรู้จักแยกแยะโฆษณาแฝง เนื้อหาชวนเชื่อ และการหลอกลวงออนไลน์ ขณะเดียวกัน ควรสนับสนุนพื้นที่ให้ผู้ชมได้พูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อ เช่น ชุมชนออนไลน์ หรือกิจกรรมวิจารณ์เนื้อหา เพื่อเปิดโอกาสให้เห็นมุมมองที่หลากหลาย และเข้าใจอิทธิพลของสื่อต่อความคิดและพฤติกรรมของตนเองมากขึ้น