



โอตะ: การประกอบสร้างความเป็นชายของแฟนคลับผู้ชายวง BNK48
ภายใต้เพศสถานะและเพศวิถีในสังคมไทย

โดย

ณัฐฐิติ คำมูล

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา
วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2567

WOTA: THE CONSTRUCTION OF MASCULINITY
AMONG MALE FANS OF BNK48 WITHIN THE CONTEXT OF
GENDER AND SEXUALITY IN THAILAND

BY

NATTATITI KAMMOON

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
WOMEN, GENDER AND SEXUALITY STUDIES
COLLEGE OF INTERDISCIPLINARY STUDIES
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2024

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

วิทยาลัยสหวิทยาการ

วิทยานิพนธ์

ของ

ณัฐจิติ คำมูล

เรื่อง

โอตะ: การประกอบสร้างความเป็นชายของแฟนคลับผู้ชายวง BNK48
ภายใต้เพศสถานะและเพศวิถีในสังคมไทย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา

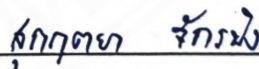
เมื่อ วันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2568

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทน์ เจริญศรี)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุกฤตยา จักรปิง)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จเร สิงห์ไกรวินท์)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร.กัจกร หลุยยะพงศ์)

คณบดี



(รองศาสตราจารย์ ดร.สายฝน สุเอียนทรเมธี)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	โอตะ: การประกอบสร้างความเป็นชายของแฟนคลับ ผู้ชายวง BNK48 ภายใต้เพศสถานะและเพศวิถีใน สังคมไทย
ชื่อผู้เขียน	ณัฐจิติ คำมูล
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สตรี เพศสถานะ และเพศวิถีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุกฤตยา จักรปิง
ปีการศึกษา	2567

บทคัดย่อ

การวิจัยฉบับนี้มุ่งศึกษาการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของแฟนคลับผู้ชายของวง BNK48 หรือ “โอตะ” ภายใต้บริบทของอุดมการณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำในสังคมไทยที่ยังให้คุณค่ากับความเข้มแข็ง ความนิ่งขริ่ม และบทบาทในฐานะผู้นำ ท่ามกลางกรอบความคิดที่มองว่าวัฒนธรรมไอดอลเป็นพื้นที่และกิจกรรมของผู้หญิง โอตะบางส่วนกลับเลือกใช้พื้นที่นี้ในการต่อรองกับมายาคติทางเพศและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายในรูปแบบที่แตกต่างไปจากกรอบอุดมคติความเป็นชายของสังคมไทย การวิจัยดำเนินการภายใต้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาแบบสตรีนิยม (feminist ethnography) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ทั้งนี้ งานวิจัยใช้กรอบแนวคิดหลัก ได้แก่ พหุความเป็นชาย (multiple masculinities), ความเป็นชายชายขอบ (marginalized masculinity), วัฒนธรรมแฟน (fan culture), ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติ (fictive kinship), และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality) มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่าแม้โอตะที่เข้าร่วมงานวิจัยจะไม่ยึดโยงกับอุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำ แต่พวกเขาก็ไม่ได้ปฏิเสธความเป็นชายของตนเอง หากเลือกประกอบสร้างความเป็นชายผ่านบทบาท “พี่ชาย” ผู้ปกป้องและให้การสนับสนุน “น้องสาว” หรือไอดอลหญิงวง BNK48 ที่พวกเขาชื่นชอบ ความสัมพันธ์นี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความห่วงใยและความผูกพันโดยไม่มีแรงจูงใจทางเพศ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ผ่านกรอบคิดเรื่องความเป็นชายชายแบบผู้ปกป้อง (protective masculinity) และความเป็นชายที่ไม่ฝักใฝ่ทางเพศ (asexual masculinity) นอกจากนี้ การมีปฏิสัมพันธ์ของโอตะผ่านการทำกิจกรรมต่างๆ เช่น การรวมกลุ่มแฟนคลับ การจัดกิจกรรมสนับสนุนไอดอล และการ

แลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับไอดอล ถือเป็นกลไกของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality) ที่ช่วยเสริมเสริมสร้างและค้ำยันอัตลักษณ์ความเป็นชายในชุมชนย่อยของพวกเขาเอง ขณะเดียวกัน “การบริโภคร” ก็เข้ามามีบทบาทสำคัญในการยืนยันสถานะความเป็นชาย เช่น การซื้อสินค้า การเข้าร่วมกิจกรรม และการแสดงความทุ่มเทอย่างไม่มีเงื่อนไข ซึ่งล้วนสะท้อนศักยภาพของพี่ชายในการดูแลและสนับสนุนซึ่งเป็นคุณค่าที่สังคมไทยให้การยอมรับ อย่างไรก็ตาม ไอ้โตะบางคนกลับเลือกใช้กลไกการบริโภครมาเป็นกลไกหลักในการยืนยันสถานะและอำนาจมากกว่าการยึดโยงกับคุณค่าทางอารมณ์หรือความสัมพันธ์แบบพี่น้อง สะท้อนให้เห็นว่าแม้ในกลุ่มชายชายขอบเองก็ยังมี ความหลากหลายในแบบแผนของอัตลักษณ์ความเป็นชายที่กำลังถูกประกอบสร้างขึ้น

โดยสรุปแล้ว อัตลักษณ์ความเป็นชายของไอ้โตะจึงไม่ใช่การเบี่ยงเบนหรือปฏิเสธความเป็นชาย แต่เป็นกระบวนการรื้อสร้างและต่อรองภายใต้เงื่อนไขของสังคมที่ยึดโยงกับอุดมการณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำ โดยไอ้โตะใช้บทบาท “พี่ชาย” เป็นกลไกสำคัญในการยืนยันอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองผ่านความสัมพันธ์เชิงอารมณ์ การสนับสนุนทั้งทางเศรษฐกิจและสัญลักษณ์ รวมถึงการมีส่วนร่วมในชุมชนที่มีพลวัตของความเป็นชายเฉพาะกลุ่ม ดังนั้น วัฒนธรรมไอ้โตะไอ้ดอลจึงไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่กิจกรรมของชายชายขอบ แต่เป็นสนามทางวัฒนธรรมที่เปิดให้เกิดการต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายที่โอรับความเปราะบาง ความอ่อนไหว และการใช้แรงงานอารมณ์เป็นทุนทางสังคม ซึ่งไม่เพียงสะท้อนให้เห็น “พหุความเป็นชาย” (masculinities) ในสังคมไทยร่วมสมัยเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นศักยภาพของชายชายขอบในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ตนเองอย่างมีศักดิ์ศรีท่ามกลางข้อจำกัดของสังคมที่ยังเต็มไปด้วยมายาคติเรื่องเพศ

คำสำคัญ: ไอ้โตะ, อัตลักษณ์ความเป็นชาย, ชายชายขอบ

Thesis Title	WOTA: THE CONSTRUCTION OF MASCULINITY AMONG MALE FANS OF BNK48 WITHIN THE CONTEXT OF GENDER AND SEXUALITY IN THAILAND
Author	Nattatiti Kammoon
Degree	Masters of Arts
Major Field/Faculty/University	Women, Gender and Sexuality Studies College of Interdisciplinary Studies Thammasat University
Thesis Advisor	Asst. Prof. Sukrittaya Jukping, Ph.D.
Academic Year	2024

ABSTRACT

This research examines how male fans of the Thai idol group BNK48, commonly referred to as ‘Wota’, constructed their masculine identities within the context of hegemonic masculinity in Thai society which values strength, stoicism, and leadership. While idol culture is often seen as a feminine space, some Wotas engage with it as a site of negotiation, using it to challenge gender norms and reshape their masculinity in ways which diverge from traditional masculine ideals. This study employs feminist ethnography through in-depth interviews and participant observation, using theoretical frameworks including multiple masculinities, marginalized masculinity, fan culture, fictive kinship, and homosociality.

Findings reveal that although Wotas do not conform to dominant ideals of masculinity, they do not reject masculinity either. Instead, they redefine it through utilizing the role of the ‘big brother’ (พี่ชาย), a protector and supporter of their favourite female idols or ‘little sister’ (น้องสาว) in achieving their success while devoid of romantic or sexual implications. This relationship that is grounded in emotional care and attachment rather than sexual desire, can be understood through the lens of protective masculinity and asexual masculinity. Moreover, the study also identifies variation within the group. Some fans construct their masculine identity not through

emotional bonds or brother-sister relationship, but through consumer power. This reveals diverse strategies of negotiating masculinity even among marginalized men.

The masculinity of Wotas is not a deviation or rejection of manhood, but a process of reconstruction and negotiation within a society that is shaped by hegemonic gender norms. By adopting the 'big brother' role, these fans affirm their masculine identities through emotional support, symbolic participation, and economic involvement. Idol fan culture becomes a site where vulnerability, emotional labor, and softness are not signs of weakness, but social capital in building new forms of masculinity. This reveals the multiplicity of masculinities in contemporary Thai society.

Keywords: Wota, Masculine Identity, Marginalized men



กิตติกรรมประกาศ

ผู้ทำวิจัยขอกราบขอบพระคุณจากใจต่อบุคคลสำคัญที่สุดในชีวิต นั่นคือคุณพ่อและคุณแม่ ผู้เป็นรากฐานของทุกอย่างในชีวิต ขอบพระคุณสำหรับความรักอันมั่นคง การเลี้ยงดูที่เปี่ยมด้วยความอดทน และคำสอนที่หล่อหลอมให้ผู้ทำวิจัยเป็นคนที่ไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรคใดๆ

ขอบคุณน้ำเปล่าและโซดาที่เป็นทั้งเพื่อน ทั้งแรงบันดาลใจ และเสียงหัวเราะในวันที่เหน็ดเหนื่อย ความรัก ความเข้าใจ และความห่วงใยของพวกเขา เป็นพลังเงียบที่ผลักดันให้ผู้ทำวิจัยก้าวต่อไปได้เสมอ

ขอบคุณอาจารย์บอล (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุกฤตยา จักรปิง) ที่ให้ความช่วยเหลือผลักดัน และแนะนำอย่างดีเสมอตลอดการทำงานวิจัยชิ้นนี้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

ขอบคุณแดน ผู้เป็นทั้งแรงใจ ที่พักพิง และเพื่อนร่วมชีวิต ขอขอบคุณที่คอยสนับสนุนและอยู่เคียงข้างอย่างไม่เคยหวั่นไหว ไม่ว่าในวันที่ผู้ทำวิจัยรู้สึกไม่มั่นใจหรือในวันที่รู้สึกอ่อนแอที่สุด ความรักและความเข้าใจของเขาคือแสงสว่างที่นำทางในวันที่มืดมน

สุดท้าย ผู้ทำวิจัยขอขอบคุณตัวเองที่อดทนผ่านความเหนื่อยล้า ความไม่มั่นใจ และความท้อแท้มาได้ ขอขอบคุณที่ไม่ยอมแพ้ต่อเสียงในใจที่บอกว่า “พอแค่นี้เถอะ” ขอขอบคุณที่ยังยืนหยัดเดินหน้าต่อ และเชื่อว่า “เราทำได้”

หากไม่มีทุกคนที่กล่าวมา ผู้ทำวิจัยคงไม่มีวันเดินทางมาถึงจุดนี้ได้
ขอบคุณค่ะ

ณัฐฤติ คำมูล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามงานวิจัย	6
1.3 วัตถุประสงค์	6
1.4 นิยามคำศัพท์	7
1.5 ขอบเขตการศึกษา	8
1.6 ระเบียบวิธีวิจัย	9
1.6.1 ญาณวิทยาแบบสตรีนิยม	9
1.6.2 ระเบียบวิธีชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยม	11
1.6.3 การทำงานภาคสนามแนวสตรีนิยม	14
1.6.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)	15
1.6.5 การวิเคราะห์ข้อมูล (data analysis)	18
1.6.6 การเขียนสะท้อนตัวตน (reflexive writing)	19
บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	24
2.1 บทนำ	24
2.2 กรอบแนวคิดทฤษฎีเรื่องเพศสถานะ (gender)	25
2.3 กรอบแนวคิดทฤษฎีเรื่องความเป็นชาย (masculinities)	27

	(7)
2.3.1 กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชายของ R.W. Connell	28
2.3.1.1 ความเป็นชายแบบชายชายขอบ (marginalized masculinity)	30
2.3.2 กรอบแนวคิดความเป็นชายแบบผู้ปกป้อง (protective masculinity)	32
2.3.3 กรอบแนวคิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality)	34
2.4 กรอบคิดทฤษฎีเรื่องวัฒนธรรมแฟน (fan culture)	35
2.4.1 วัฒนธรรมแฟนคลับของผู้ชาย	36
2.4.2 การบริโภคในวัฒนธรรมแฟนคลับ	38
2.4.3 fictive kinship: ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติในวัฒนธรรมแฟนคลับ	40
2.5 ทบทวนวรรณกรรม	42
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	48
3.1 บทนำ	48
3.2 วัฒนธรรมโอตาคุและวัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศญี่ปุ่น	49
3.2.1 ประวัติศาสตร์เบื้องต้นของวัฒนธรรมโอตาคุในประเทศญี่ปุ่น	49
3.2.2 ประวัติศาสตร์ “โอตาคุ” ในเชิงลบ	52
3.2.3 พัฒนาการของวัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศญี่ปุ่น	55
3.3 วัฒนธรรมโอตาคุและวัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศไทย	58
3.3.1 ประเทศไทยและการรับวัฒนธรรมโอตาคุจากประเทศญี่ปุ่น	58
3.3.2 แฟนคลับ AKB48 และการวางรากฐานวัฒนธรรมโอตะไอดอลในไทย	59
3.3.3 วัฒนธรรมโอตะไอดอล BNK48 และภาพลักษณ์ในทางลบของโอตะ	60
บทที่ 4 ผลการวิจัย	65
4.1 บทนำ	65
4.2 ข้อมูลพื้นฐาน	66
4.2.1 ทอน: โอตะช่างล้อล้อกับการแสวงหาพื้นที่และตัวตนผ่านการติดตามไอดอล	66
4.2.2 บอล: พี่ใหญ่วงการยิงมิกซ์ผู้แปรเปลี่ยนจากแฟนบอลสู่อุโตะ	67
4.2.3 เกม: จากหัวใจที่บอบช้ำ สู่อุโตะผู้ขูดุแลไอดอล	68

4.2.4	อิค: ความโดดเดี่ยว ความหวัง และความรักในโลกของไอดอล	69
4.2.5	อ่อม: ความฝันที่ยังไม่ถึงฝั่งและการมองเห็นตัวเองในโลกของไอดอล	69
4.2.6	เอก: เจ้าพ่อแห่งวงการไอดอลกับการแสวงหาความหมายผ่านโลกแฟนตาซี	70
4.3	การนิยามอัตลักษณ์ตัวตนในฐานะ “โอตะ”	73
4.3.1	ทอน	74
4.3.2	บอล	74
4.3.3	เกม	75
4.3.4	อิค	75
4.3.5	อ่อม	76
4.3.6	เอก	76
4.4	บทบาทความเป็น “พี่ชาย” และผู้สนับสนุนของโอตะ	79
4.4.1	ทอน	79
4.4.2	บอล	80
4.4.3	เกม	81
4.4.4	อิค	82
4.4.5	อ่อม	83
4.4.6	เอก	84
4.5	พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของวัฒนธรรมโอตะไอดอล	88
4.5.1	กิจกรรมจับมือ (handshake event)	88
4.5.1.1	ทอน	89
4.5.1.2	บอล	90
4.5.1.3	เกม	91
4.5.1.4	อิค	92
4.5.1.5	อ่อม	93
4.5.1.6	เอก	94
4.5.2	กิจกรรมบ้านแฟนคลับ	96
4.5.2.1	ทอน	96
4.5.2.2	เกม	98
4.5.2.3	อ่อม	98
4.5.3	กิจกรรมการยิงมิกซ์	100

4.5.3.1 บอล	100
4.5.3.2 เอก	101
4.5.3.3 อิค	103
บทที่ 5 อภิปรายผลการวิจัย	110
5.1 บทนำ	110
5.2 โอตะชายในฐานะชายชายขอบ: เมื่อผู้ชายเข้าสู่พื้นที่ของความเป็นหญิง	111
5.3 การแสดงออกความเป็นชายผ่านบทบาท “พี่ชาย” ของโอตะ	114
5.4 พี่ชายกับการบริโภค: เครื่องมือสร้างความเป็นชายของโอตะ	118
5.5 Homosociality: ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายที่เสริมพลังความเป็นชายแบบใหม่ของโอตะ	121
บทที่ 6 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	126
6.1 บทนำ	126
6.2 สรุปผลการวิจัย	127
6.3 ข้อค้นพบเชิงทฤษฎีและประโยชน์ของงานวิจัย	131
6.4 ข้อเสนอแนะ	133
รายการอ้างอิง	137
ประวัติผู้เขียน	144

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา วัฒนธรรมไอดอลได้กลายมาเป็นหนึ่งในรูปแบบของวัฒนธรรมประชานิยม¹ (popular culture) ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากการเปิดตัววงไอดอลหญิงสัญชาติไทยอย่างวง BNK48² ในช่วงปี พ.ศ. 2560 ซึ่งนับเป็นการนำรูปแบบของวง AKB48³ จากประเทศญี่ปุ่นมาปรับใช้ในบริบทของไทยอย่างเป็นทางการ (ปฏิภาณ ชูขวัญ, 2561) วง BNK48 จึงไม่เพียงเป็นกลุ่มศิลปินไอดอลหญิงที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มแฟนเพลงเท่านั้น แต่ยังกลายเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อรูปแบบการมีส่วนร่วมของวัฒนธรรมแฟนคลับในสังคมไทยร่วมสมัยอย่างชัดเจน

หนึ่งในกลุ่มแฟนคลับที่มีความโดดเด่นของ BNK48 คือกลุ่มแฟนผู้ชายที่เรียกตัวเองว่า “โอตะ” (wota) ซึ่งมีรากศัพท์จากคำว่า “โอตาคุ” (otaku) ในภาษาญี่ปุ่น แต่เดิมนิยามักถูกใช้ใน

¹ วัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) หมายถึงรูปแบบของวัฒนธรรมที่ได้รับความนิยมในหมู่ประชาชนทั่วไป และแพร่หลายผ่านสื่อกระแสหลักหรือวัฒนธรรมมวลชน เช่น โทรทัศน์ เพลง ภาพยนตร์ หรือสื่อออนไลน์ โดยมักมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมที่ผู้คนสามารถเข้าถึงและมีส่วนร่วมได้ในชีวิตประจำวัน วัฒนธรรมประชานิยมจึงไม่เพียงเป็นสิ่งที่ถูกบริโภคเท่านั้น หากยังเป็นพื้นที่ที่ผู้คนสามารถต่อรอง สร้าง และแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตนเอง ทั้งในเชิงส่วนตัวและเชิงสังคม (Storey, 2009)

² BNK48 เป็นกลุ่มไอดอลหญิงสัญชาติไทยที่ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2560 โดยเป็นหนึ่งในกลุ่มน้องสาวอย่างเป็นทางการของ AKB48 จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นรูปแบบของไอดอลที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับในชีวิตประจำวัน ภายใต้แนวคิด “ไอดอลที่คุณสามารถพบเจอได้” (idols you can meet) BNK48 จึงพัฒนารูปแบบกิจกรรมที่เน้นการใกล้ชิดกับแฟนคลับ เช่น งานจับมือ (Handshake Event) การแสดงประจำที่เสียดอร์ และการมีส่วนร่วมของแฟนคลับในการเลือกตั้งสมาชิก (Senbatsu General Election) ทั้งนี้ การดำเนินงานของ BNK48 อยู่ภายใต้การบริหารของบริษัท Independent Artist Management (IAM) โดยมีการถ่ายทอดวัฒนธรรมและระบบการจัดการมาจากต้นฉบับญี่ปุ่น ในขณะที่เดียวกันก็ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทสังคมไทย ส่งผลให้ BNK48 กลายเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมร่วมสมัยที่มีบทบาททั้งในแง่เศรษฐกิจ การเมือง และการสร้างความหมายทางอัตลักษณ์ในหมู่แฟนคลับในประเทศไทย

³ AKB48 คือกลุ่มไอดอลหญิงจากประเทศญี่ปุ่น ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2548 โดยโปรดิวเซอร์ชื่อ อากิโมโตะ ยาสุชิ (Akimoto Yasushi) ภายใต้แนวคิด “ไอดอลที่คุณสามารถพบเจอได้” (idols you can meet) ซึ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับแฟนคลับอย่างใกล้ชิดผ่านการแสดงประจำวัน ในเสียดอร์ การจัดกิจกรรมจับมือ และระบบการเลือกตั้งภายในกลุ่ม สมาชิกของ AKB48 มีการเปลี่ยนแปลงหมุนเวียนตลอดเวลาและแบ่งออกเป็นหลายทีม เพื่อให้สามารถจัดแสดงได้ต่อเนื่อง จุดเด่นนี้ทำให้ AKB48 กลายเป็นโมเดลต้นแบบของวัฒนธรรมไอดอลร่วมสมัยที่เน้นความมีส่วนร่วมของแฟนคลับ และได้รับการนำไปประยุกต์ใช้ในประเทศอื่น เช่น BNK48 ในประเทศไทย (Galbraith & Karlin, 2012, หน้า 5–6)

⁴ โอตาคุ (otaku) มีรากศัพท์มาจากภาษาญี่ปุ่น ใช้เรียกผู้ที่มีความหลงใหลเฉพาะทางในบางสิ่งบางอย่าง เช่น อนิเมะ มังงะ เกม หรือวัฒนธรรมป๊อป โดยมีลักษณะของการบริโภคซ้ำ การสะสม และการติดตามอย่างเข้มข้น ในช่วงแรกของการใช้คำในญี่ปุ่น “โอตาคุ” มักมีความหมายเชิงลบ สะท้อนถึงบุคคลที่หมกมุ่น ขาดทักษะทางสังคม และแยกตัวออกจากโลกความจริง อย่างไรก็ตาม ในช่วงทศวรรษ 2000 เป็นต้นมา คำนี้เริ่มถูกนำมาใช้ในเชิงบวกหรือเป็นกลางมากขึ้น โดยเฉพาะในบริบทของวัฒนธรรมย่อย (subculture) ที่โอบรับอัตลักษณ์ความเป็น “แฟน” อย่างภาคภูมิใจ ในประเทศไทย คำว่า “โอตาคุ” หรือ “โอตะ” ถูกนำมาใช้โดยเฉพาะกับแฟนคลับของวงไอดอล เช่น BNK48 เพื่อระบุถึงผู้ชายที่มีความชื่นชอบและ

บริบทเชิงลบเพื่ออธิบายถึงบุคคลที่หมกมุ่นกับงานอดิเรกเฉพาะกลุ่ม เช่น อนิเมะ⁵ เกม หรือวัฒนธรรมประชานิยมญี่ปุ่นรูปแบบต่างๆ อย่างสุดโต่ง (Galbraith, 2009; Azuma, 2009) แต่เมื่อเข้ามาสู่บริบทของแฟนคลับไอดอลในประเทศไทย คำว่า “โอตะ” ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในเชิงการระบุตัวตนของแฟนคลับ BNK48 โดยเฉพาะแฟนคลับผู้ชายที่ทุ่มเทร่างกายแรงใจและทรัพยากรต่างๆ เพื่อสนับสนุนไอดอลสมาชิกของวง BNK48 ที่พวกเขาชื่นชอบ ทั้งนี้ โอตะแสดงบทบาทความเป็นแฟนคลับในหลายมิติ ทั้งการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ BNK48 การรวมกลุ่มทางกายภาพ และการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้มีนัยสำคัญทางสังคมและวัฒนธรรมในแง่ของการสร้างความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมกับอุตสาหกรรมบันเทิง

อย่างไรก็ตาม แม้พฤติกรรมการเป็นแฟนคลับจะเป็นสิ่งที่พบเห็นได้ทั่วไปในวัฒนธรรมประชานิยม และข้ามพรมแดนทางเพศ วัย หรือสถานะทางสังคม แต่โอตะกลับตกเป็นเป้าหมายของการตั้งคำถามและการวิพากษ์วิจารณ์จากผู้คนในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเรื่องเพศสถานะ (gender) และเพศวิถี (sexuality) เนื่องจากพฤติกรรมของโอตะที่แสดงออกถึงความอ่อนโยนและความผูกพันทางอารมณ์กับไอดอลหญิง หรือแม้กระทั่งการทุ่มเทให้กับศิลปินหญิงที่มีอายุน้อยกว่า ส่งผลให้พฤติกรรมเหล่านี้ของโอตะถูกมองว่าไม่สอดคล้องกับอุดมคติความเป็นชายของสังคมไทยที่เน้นความแข็งแกร่ง ความเด็ดขาด และการเป็นผู้นำ ซึ่งนำไปสู่การที่โอตะถูกสังคมกระแสหลักวิพากษ์วิจารณ์และเหมารวมว่าเป็น “ชายไม่แมน” (unmanly men) จนกลายเป็นเป้าหมายของการตีตราและถูกผลักออกจากพื้นที่ทางสังคม ไม่เพียงเท่านั้น โอตะยังตกเป็นเป้าหมายของการล้อเลียนหรือการสร้างภาพลักษณ์ในเชิงลบผ่านสื่อหรือการพูดคุยในพื้นที่สาธารณะ เช่น การเหมารวมว่าโอตะเป็น “พวกคลั่งเด็กสาว⁶” หรือ “ผู้ชายไร้สาระที่ไม่รู้จักโต⁷” ซึ่งเป็นการใช้วาทกรรมเชิงเหยียดและกีดกันที่ส่งผลให้โอตะถูกผลักไปอยู่นอกขอบเขตของความเป็นชายที่สังคมยอมรับ ยิ่งไปกว่านั้น

ติดตามกิจกรรมของไอดอลหญิงอย่างจริงจัง โดยมีรูปแบบการปฏิบัติเฉพาะ เช่น การเข้าร่วมงานจับมือ การเชียร์แบบมีกรี๊ด และการรวมกลุ่มเป็นบ้านแฟนคลับ

⁵ อนิเมะ (Anime) คือภาพยนตร์แอนิเมชันที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านสไตล์ภาพ การเล่าเรื่อง และวัฒนธรรม โดยคำว่า “อนิเมะ” มาจากการออกเสียงคำว่า “animation” ในภาษาญี่ปุ่น ปัจจุบันอนิเมะครอบคลุมทั้งภาพยนตร์ โทรทัศน์ และซีรีส์ออนไลน์ที่มีเนื้อหาหลากหลายตั้งแต่สำหรับเด็กจนถึงผู้ใหญ่ และเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมร่วมสมัยของญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมในระดับโลก (Napier, 2005)

⁶ คำว่า “พวกคลั่งเด็กสาว” มักถูกใช้ในเชิงล้อเลียนหรือเหมารวมเพื่อวิพากษ์กลุ่มโอตะที่แสดงความชื่นชอบต่อไอดอลหญิงอย่าง BNK48 โดยไม่เข้าใจความหมายหรือบริบทของวัฒนธรรมแฟนคลับ ส่งผลให้โอตะจำนวนไม่น้อยรู้สึกว่าตนถูกมองด้วยสายตาเหยียดหยามหรือถูกทำให้กลายเป็นชายชายขอบในเชิงวัฒนธรรม ตัวอย่างหนึ่งที่สะท้อนทัศนคติเช่นนี้ปรากฏในกระทู้พันทิป “เป็นโอตะผิดตรงไหน” ซึ่งผู้ใช้งานได้แสดงความไม่สบายใจที่ตนถูกล้อเลียนว่าเป็นพวก “คลั่งเด็กสาว” และถูกตัดสินจากภายนอกโดยไม่เข้าใจแรงจูงใจที่แท้จริงในการเป็นแฟนคลับ

ดู “เป็นโอตะผิดตรงไหน?” พันทิปดอทคอม, 25 มีนาคม 2562, <https://pantip.com/topic/38790209>

⁷ คำว่า “ผู้ชายไร้สาระที่ไม่รู้จักโต” มักถูกใช้ในเชิงล้อเลียนต่อผู้ชายที่เป็นแฟนคลับไอดอล โดยเฉพาะกลุ่มโอตะ BNK48 ซึ่งสะท้อนอคติของสังคมที่มองว่าความชื่นชอบไอดอลเป็นเรื่องไม่สมวัยหรือไม่เป็นผู้ใหญ่ ดูตัวอย่างจากกระทู้พันทิปที่ผู้ใช้งานตั้งคำถามถึงการถูกเหมารวมว่าไม่ใช่ผู้ชายเพียงเพราะเป็นโอตะ

ดู “ทำไมไม่เป็นโอตะแล้วต้องโดนหาว่าไม่ใช่ผู้ชาย?” พันทิปดอทคอม, 22 กันยายน 2561, <https://pantip.com/topic/38003794>

พฤติกรรมของโอตะยังถูกโยงเข้ากับภาพลักษณ์ในเชิงลบอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายที่ไม่สอดคล้องกับแบบแผนของแฟชั่นผู้ชายในสังคมกระแสหลัก การไม่สนใจกิจกรรมที่สังคมมองว่าเป็นกิจกรรมของชายชาตรี เช่น กีฬา หรือการไม่เข้าสังคมแบบที่ผู้ชายควรจะทำ รวมถึงการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่ม และการทุ่มเทเวลาและทรัพยากรเพื่อสนับสนุนศิลปินไอดอลหญิงที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นเหตุผลที่นำไปสู่การลดทอนคุณค่าความเป็นชายของโอตะ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือโอตะถูกลดทอนคุณค่าความเป็นชายและถูกจัดวางให้อยู่ในระดับของความเป็นชายแบบชายชายขอบ (marginalized masculinity) ตามแนวคิดของ Connell (2005) ที่ชี้ให้เห็นว่าภายใต้ระบบชายเป็นใหญ่ (patriarchy) มีการจัดลำดับชั้นของความเป็นชายที่ให้คุณค่ากับรูปแบบความเป็นชายบางประเภท ขณะเดียวกันก็ลดทอนความชอบธรรมของความเป็นชายที่ไม่สอดคล้องกับอุดมคติหลักของสังคม

กิจกรรมที่ได้รับการยอมรับว่าเหมาะสมกับบทบาทของผู้ชายมักเกี่ยวข้องกับการกีฬา ความแข็งแรง หรือกิจกรรมที่สะท้อนอำนาจทางกายภาพและการแข่งขัน โดยงานศึกษาทางสังคมวิทยาหลายชิ้น เช่น งานของ Connell (2005, หน้า 45-56, 76-77) ได้กล่าวถึง “ความเป็นชายแบบอำนาจนำ” (hegemonic masculinity) และงานศึกษาเกี่ยวกับการบริโภคกีฬาในฐานะพื้นที่การสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายและการแสดงออกถึงความเป็นชาย โดยกีฬาถูกใช้ในฐานการปฏิบัติการทางเพศสถานะ (gender practice) และเป็นพื้นที่หลักในการประกอบสร้างความเป็นชายที่ได้รับการยอมรับ สะท้อนให้เห็นว่าสังคมมักยกย่องพฤติกรรมของผู้ชายผ่านกิจกรรมที่ได้รับความนิยมและยอมรับในสาธารณะ สอดคล้องกับงานวิชาการของอาจินต์ ทองอยู่คง (2555) เรื่อง “เป็นแฟนบอลมันมีอะไรมากกว่าดูบอล: ปฏิบัติการสร้างวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย” ที่ชี้ให้เห็นว่าแฟนคลับฟุตบอลในประเทศไทย ไม่เพียงมีบทบาทในการชมการแข่งขันฟุตบอลเท่านั้น แต่ยังมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์กิจกรรมต่างๆ เช่น การผลิตสื่ออุปกรณ์เชียร์ และการจัดกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งสะท้อนถึงการมีส่วนร่วมทางสังคมและการแสดงออกถึงความเป็นชายในรูปแบบที่สังคมยอมรับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเป็นชายในบริบทของแฟนบอลที่ถูกประกอบสร้างให้สัมพันธ์กับความสามัคคี ความกล้าหาญ ความทุ่มเท และการปกป้องทีมที่พวกเขารัก ซึ่งเป็นลักษณะของอุดมคติชายแบบอำนาจนำที่ได้รับการยอมรับจากสังคมกระแสหลัก การแสดงอารมณ์อย่างรุนแรง เช่น การตะโกน การร้องไห้ หรือการระบายความโกรธเมื่อทีมแพ้ จึงถูกมองว่าเป็นพฤติกรรม “ชายแท้” มากกว่าการเข้าไปมีส่วนร่วมด้วยวัฒนธรรมหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไอดอลหญิง

ในทางกลับกัน โอตะซึ่งแสดงความชื่นชอบต่อศิลปินไอดอลหญิงและถูกมองว่ามีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานของความเป็นชายของสังคมไทย เช่น การให้ความสำคัญกับความรู้สึก การสนับสนุนไอดอลหญิง หรือการใช้ทรัพยากรไปกับกิจกรรมที่ถูกมองว่า “เป็นของผู้หญิง” กลับถูกมองว่าเป็น “ผู้ชายไร้สาระที่ไม่รู้จักโต” การเหมารวมและการล้อเลียนดังกล่าว

สะท้อนถึงอคติทางสังคมที่มีต่อวัฒนธรรมแฟนคลับ แสดงให้เห็นการควบคุมทางวาทกรรมที่กำหนดว่าการแสดงออกของผู้ชายควรเป็นไปในลักษณะใด และการเบี่ยงเบนจากความเป็นชายในแบบอุดมคตินั้นนำไปสู่การถูกลดทอนคุณค่าและทำให้ชายกลุ่มนี้ตกอยู่ในสถานะชายชายขอบ

นอกเหนือจากการถูกตั้งคำถามเกี่ยวกับบทบาททางเพศและอัตลักษณ์ความเป็นชายแล้ว โอดะยังต้องเผชิญกับคำวิจารณ์เกี่ยวกับ “พฤติกรรมการใช้จ่าย” ซึ่งกลายเป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่สะท้อนการรับรู้ทางสังคมที่เป็นไปในเชิงลบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจของวัฒนธรรมโอตะไอดอล อาทิ การซื้อบัตรเข้าร่วมกิจกรรมจับมือ⁸ (handshake event) กับสมาชิกไอดอลวง BNK48, การโหวตเลือกตั้งเพื่อกำหนดตำแหน่งแชมป์⁹ (senbatsu election), หรือการร่วมกันระดมทุนเพื่อจัดทำของขวัญ กิจกรรมงานวันเกิด และกิจกรรมสนับสนุนอื่นๆ ที่มีค่าใช้จ่ายสูง เป็นต้น พฤติกรรมการใช้จ่ายของโอตะจึงมักถูกคนนอกมองว่า “ฟุ่มเฟือย” หรือ “ไร้เหตุผล” และในบางกรณีก็ถูกตีตราว่าเป็นการใช้เงินอย่างไม่รู้จักคุณค่า เช่น การซื้อซีดีจำนวนมากเพื่อให้ได้สิทธิ์จับมือหรือโหวตทั้งที่เนื้อหาของซีดีทุกแผ่นมีเหมือนกันทุกประการ พฤติกรรมการใช้เงินของโอตะจึงถูกนำไปผูกโยงกับมายาคติของ “ความไม่เป็นผู้ใหญ่” หรือ “การไม่มีความสามารถในการหาแฟน” ซึ่งสังคมกระแสหลักมักใช้เป็นกรอบในการตัดสินโอตะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพวกเขาลงทุนทรัพยากรจำนวนมากไปกับการสนับสนุนไอดอลหญิงที่อายุน้อยกว่าซึ่งดูราวกับว่าพวกเขาใช้เงินเพื่อซื้อการยอมรับ การชื่นชอบ และการมีปฏิสัมพันธ์กับไอดอลหญิง

ทัศนคติเหล่านี้ไม่เพียงลดทอนคุณค่าของพฤติกรรมแฟนคลับของโอตะให้กลายเป็นเพียงการบริโภคที่ไร้เหตุผล แต่ยังตอกย้ำมายาคติทางลบว่าโอตะคือผู้ชายที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานของการเป็น “ผู้ชายที่มีเหตุผล” หรือ “ผู้ชายที่มีวิจารณญาณในเรื่องการเงิน” ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของอุดมคติชายแบบอำนาจนำ (Connell, 2005, หน้า 77) ที่เน้นความสามารถในการเป็นคนมีเหตุผล และสามารถควบคุมอารมณ์ได้โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ ทำให้การที่โอตะเลือกใช้เงินเพื่อการแสดงออกเชิงอารมณ์ เช่น ความรัก ความทุ่มเท หรือความภักดีต่อไอดอล ถูกมองว่าเป็นการใช้จ่ายที่

⁸ กิจกรรมจับมือ (handshake event) คือกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยวงไอดอล เช่น BNK48 ซึ่งเปิดโอกาสให้แฟนคลับสามารถพบปะและจับมือกับสมาชิกไอดอลได้เป็นเวลาสั้น ๆ แบบตัวต่อตัว โดยมักใช้ระบบบัตรสิทธิ์ที่แนบมากับการซื้อสินค้าของวง เช่น แผ่นซีดีหรือสินค้าเฉพาะกิจ กิจกรรมนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญของระบบ “การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างแฟนกับศิลปิน” ที่มีรากฐานมาจากวง AKB48 ของญี่ปุ่น โดยแฟนคลับจำนวนมากจะซื้อซีดีหลายแผ่นเพื่อให้ได้บัตรสิทธิ์จับมือในจำนวนที่มากขึ้น ซึ่งสะท้อนทั้งการแสดงออกเชิงอารมณ์ ความภักดี และการสนับสนุนทางเศรษฐกิจต่อไอดอลที่ตนชื่นชอบ (Galbraith & Karlin, 2012)

⁹ การโหวตเลือกตั้งเพื่อกำหนดตำแหน่งแชมป์ (Senbatsu Election) คือกิจกรรมที่ให้แฟนคลับมีส่วนร่วมในการลงคะแนนเสียงเลือกสมาชิกไอดอลที่จะได้เป็น “แชมป์” หรือกลุ่มสมาชิกหลักที่มีสิทธิ์ขึ้นแสดงในเพลงใหม่หรือกิจกรรมสำคัญของวง การเลือกตั้งนี้มักจะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี โดยสิทธิ์ในการโหวตมักจะมาพร้อมกับการซื้อซีดีหรือสินค้าเฉพาะกิจของวง เช่น บัตรโหวตที่บรรจุอยู่ในซีดีแต่ละแผ่น ส่งผลให้แฟนคลับจำนวนมากซื้อสินค้าหลายชิ้นเพื่อสะสมคะแนนเสียงให้กับสมาชิกไอดอลที่ตัวเองสนับสนุน กิจกรรมนี้ถือเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงพลังเศรษฐกิจของแฟนคลับเข้ากับโครงสร้างภายในของวงไอดอล และเปิดโอกาสให้แฟนคลับรู้สึกว่ามีส่วนในการกำหนดอนาคตของไอดอลที่ตนรัก (Galbraith, 2016)

ขัดแย้งกับบทบาทความเป็นชายแบบดั้งเดิม¹⁰ และเป็นอีกลักษณะหนึ่งที่ทำให้โอตะถูกผลักไปอยู่นอกพื้นที่ของความเป็นชายในแบบที่สังคมยอมรับ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าโอตะจะต้องเผชิญกับแรงกดดันทางสังคมและอคติในหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นการตีตราว่า “ไม่แมน” “หาแฟนไม่ได้” การล้อเลียนผ่านสื่อสาธารณะ หรือการลดทอนคุณค่าความเป็นชายที่ไม่สอดคล้องกับอุดมคติชายแบบอำนาจนำ แต่ผู้ชายกลุ่มนี้ยังคงมีบทบาทและสถานะที่น่าสนใจในวัฒนธรรมแฟนคลับร่วมสมัย โดยเฉพาะในบริบทของวัฒนธรรมโอตะไอดอลที่รายล้อมด้วยระบบความสัมพันธ์และการมีส่วนร่วมทางสังคมในรูปแบบเฉพาะตัว ทั้งนี้ การดำรงอยู่ของโอตะในวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานชายกระแสหลักจึงนำไปสู่คำถามสำคัญว่าโอตะประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตนอย่างไร ภายใต้แรงกดดันจากอคติมาคตินิยมของสังคมเกี่ยวกับความเป็นชายและการถูกจำกัดบทบาทในฐานะ “ชายชายขอบ” พวกเขาใช้กลไกหรือกระบวนการใดในการต่อรองอัตลักษณ์ ขณะเดียวกันวัฒนธรรมโอตะไอดอลมีบทบาทอย่างไรในการเป็นพื้นที่แห่งการแสดงออกและกำหนดนิยามใหม่ของความเป็นชายในสังคมไทยร่วมสมัย

งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจกลุ่มโอตะในฐานะชายชายขอบที่ไม่ได้รับการยอมรับในสังคมไทย โดยเฉพาะในช่วงที่วัฒนธรรมไอดอลกลายเป็นปรากฏการณ์ที่โดดเด่นในสื่อและวัฒนธรรมประชานิยมของสังคมไทย โดยงานวิจัยมุ่งศึกษาทั้ง 1) รูปแบบของการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายชายขอบในหมู่โอตะ ภายใต้สังคมที่มีการจัดเรียงลำดับของความเป็นชายและมาคตินิยมต่อบทบาททางเพศ 2) กลยุทธ์และกระบวนการที่โอตะใช้ในการต่อรองอัตลักษณ์กับสังคมที่มองพวกเขาอย่างเป็นลบ ขณะเดียวกันก็แสดงออกถึงความเป็นชายที่หลากหลาย และ 3) วิธีที่โอตะใช้วัฒนธรรมประชานิยม โดยเฉพาะวัฒนธรรมโอตะไอดอล เป็นเครื่องมือในการช่วงชิงพื้นที่สาธารณะ เพื่อยืนยันการดำรงอยู่ของอัตลักษณ์ใหม่ในพื้นที่ที่ไม่เป็นมิตรกับตัวตนของพวกเขา โดยทำการสำรวจกระบวนการและกลยุทธ์ของโอตะในการสร้างและรื้อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตนเองในวัฒนธรรมที่ไม่เป็นมิตรกับความหลากหลายของความเป็นชาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกผ่านกิจกรรมเฉพาะกลุ่ม การมีส่วนร่วมในชุมชนแฟนคลับ การใช้ภาษา แฟชั่น และแนวปฏิบัติทางวัฒนธรรม ซึ่งมักถูกสังคมวิพากษ์วิจารณ์หรือตั้งคำถามในด้านความเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพฤติกรรมเหล่านี้เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงอารมณ์กับไอดอลหญิงวัยเยาว์ ด้วยเหตุนี้ งานวิจัยชิ้นนี้จึงวางเป้าหมายในการทำความเข้าใจว่าโอตะในฐานะชายชายขอบ สามารถใช้วัฒนธรรมโอตะไอดอล

¹⁰ ความเป็นชายแบบดั้งเดิมของไทยหมายถึงแบบแผนบทบาทชายที่เน้นความเข้มแข็ง ความเป็นผู้นำ ความเด็ดขาด และการควบคุมอารมณ์ ซึ่งถูกสืบทอดผ่านสถาบันทางสังคม เช่น ครอบครัว โรงเรียน และศาสนา แนวคิดนี้สอดคล้องกับอุดมการณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำ (hegemonic masculinity) ที่ให้คุณค่ากับผู้ชายในฐานะผู้มีอำนาจเหนือเพศอื่นและผู้ชายกลุ่มอื่นที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐาน (มรกต ณ เชียงใหม่ และคณะ, 2563; ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, ม.ป.ป.)

เป็นเครื่องมือในการช่วงชิงจุดยืนและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายให้พวกเขา มีตัวตนอยู่ได้อย่างไร ภายใต้บริบทของสังคมไทยที่ยังจำกัดความเป็นชายไว้ในกรอบที่แข็งทื่อ

1.2 คำถามงานวิจัย

1.2.1 โอตะสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายชายขอบของตนเองให้มีลักษณะอย่างไร ภายใต้สังคมไทยที่เต็มไปด้วยอคติมายาคติ ที่มีสาเหตุจากการจัดเรียงลักษณะความเป็นชายที่หลากหลาย

1.2.2 โอตะมีกระบวนการต่อรองต่อสู้เพื่อสร้างอัตลักษณ์ตัวตนขึ้นมาใหม่อย่างไร ภายใต้สังคมที่มีอคติมายาคติต่อกลุ่มคนที่เป็นโอตะ ขณะเดียวกันก็สร้างความเป็นชายที่มีความหลากหลายและจัดเรียงความสัมพันธ์ระหว่างชายอำนาจนำและชายชายขอบ

1.2.3 โอตะได้ทำการช่วงชิงพื้นที่สาธารณะผ่านวัฒนธรรมมวลชนในสังคมไทยโดยใช้อัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ที่สร้างขึ้นอย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์

1.3.1 เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจความสลับซับซ้อนของอัตลักษณ์ความเป็นชายชายขอบของโอตะ ภายใต้สังคมไทยที่เต็มไปด้วยอคติมายาคติต่อกลุ่มโอตะ

1.3.2 เพื่อขยายความเข้าใจกระบวนการต่อรองต่อสู้ของโอตะซึ่งเป็นชายชายขอบ ในการสร้างอัตลักษณ์ตัวตนขึ้นมาใหม่ของโอตะ ภายใต้สังคมที่มีอคติมายาคติต่อกลุ่มคนที่เป็นโอตะ ขณะเดียวกันก็สร้างความเป็นชายที่หลากหลายและจัดเรียงความสัมพันธ์ระหว่างชายอำนาจนำและชายชายขอบ

1.3.3 เพื่อทำความเข้าใจความสามารถในการปฏิบัติกระทำการช่วงชิงพื้นที่สาธารณะของโอตะผ่านวัฒนธรรมมวลชนในสังคมไทย โดยใช้อัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ที่สร้างขึ้น

1.4 นิยามคำศัพท์

1.4.1 โอตะ หมายถึงแฟนคลับเพศชายที่ติดตามและสนับสนุนวงไอดอลหญิง BNK48 อย่างใกล้ชิด มีที่มาจากคำว่า “โอตาคุ” (otaku) ซึ่งเดิมหมายถึงผู้ที่หมกมุ่นกับวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม เช่น อนิเมะหรือมังงะ อย่างไรก็ตาม ในบริบทของวัฒนธรรมไอดอลในประเทศไทย คำว่าโอตะถูกใช้เรียกแฟนคลับที่ทุ่มเททั้งอารมณ์ เศรษฐกิจ และเวลา เพื่อทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับไอดอลหญิงที่พวกเขาชื่นชอบ เช่น การเข้าร่วมงานกิจกรรมของ BNK48 การยิงมิکش การถ่ายภาพ และการจัดทำโปรเจกต์เพื่อสนับสนุนไอดอล โดยกิจกรรมเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ในการแสดงออกและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขาในสังคมร่วมสมัย

1.4.2 อัตลักษณ์ความเป็นชายชายขอบ (marginalized masculinity) หมายถึงรูปแบบของความเป็นชายที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานความเป็นชายแบบอำนาจนำ (hegemonic masculinity) ทั้งในด้านบุคลิกภาพ พฤติกรรม และสถานะทางสังคม ในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้ทำวิจัยเลือกใช้คำว่าความเป็นชายชายขอบเพื่ออธิบายกลุ่มโอตะ BNK48 ที่แม้ไม่ถูกกดทับอย่างชัดเจนทางโครงสร้าง แต่กลับเผชิญกับการลดทอนคุณค่าและการตั้งคำถามจากสังคมในเชิงวาทกรรมและวัฒนธรรม

1.4.3 วัฒนธรรมแฟน (fan culture) หมายถึงรูปแบบของวัฒนธรรมย่อยที่เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มบุคคลซึ่งมีความชื่นชอบร่วมกัน โดยไม่ได้มีบทบาทในฐานะผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นผู้มีส่วนร่วมในการสร้างความหมายและอัตลักษณ์ร่วมกัน (Jenkins, 1992; Hills, 2002) วัฒนธรรมแฟนถูกนำมาใช้ในงานวิจัยชิ้นนี้เพื่ออธิบายถึงพฤติกรรมของโอตะ BNK48 ซึ่งแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมที่ซับซ้อน ทั้งในด้านการสนับสนุนไอดอลและการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชาย

1.4.4 เจนเดอร์ เพอร์ฟอร์มาทิวิตี (gender performativity) เป็นแนวคิดที่เสนอโดย Judith Butler (1990) ที่มองว่าเพศสถานะ (gender) ไม่ใช่คุณลักษณะที่ติดตัวมาแต่กำเนิด แต่เป็นผลลัพธ์ของการแสดงออกซ้ำๆ ผ่านการกระทำ คำพูด ท่าทาง และปฏิสัมพันธ์ในชีวิตประจำวัน แนวคิดนี้ชี้ว่าความเป็นชายหรือหญิงไม่ได้มีอยู่โดยตัวมันเอง แต่ถูกผลิตซ้ำและทำให้ดูเหมือนเป็นธรรมชาติผ่านกระบวนการปฏิบัติการทางสังคมที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

1.4.5 การต่อรองอัตลักษณ์ทางเพศ (gender identity negotiation) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลปรับเปลี่ยนหรือเจรจาต่อรองบทบาทและตัวตนทางเพศของตนเองภายใต้กรอบความคาดหวังของสังคมนั้นๆ โดยเฉพาะเมื่ออัตลักษณ์ทางเพศของตนไม่สอดคล้องกับบรรทัดฐานที่สังคมยึดถือปฏิบัติ นักวิชาการหลายคน (West และ Zimmerman, 1987; Butler, 1990; อภิญาเพื่องฟูสกุล, 2554) มองว่าเพศเป็นสิ่งที่ต้อง “ปฏิบัติ” ผ่านปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และสามารถถื่นไหลหรือต่อรองได้ผ่านการแสดงซ้ำๆ ในพื้นที่วัฒนธรรม เช่น วัฒนธรรมแฟนคลับ เป็นต้น

1.5 ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้มีขอบเขตการศึกษาอยู่ในบริบทของแฟนคลับชายวง BNK48 หรือที่รู้จักกันว่า “โอตะ” โดยเน้นศึกษาการประกอบสร้างความเป็นชายของแฟนคลับกลุ่มนี้ในสังคมไทยร่วมสมัย ภายใต้โครงสร้างวัฒนธรรมที่จัดเรียงอำนาจของความเป็นชายและมายาคติที่มีต่อผู้ชายที่บริโภควัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง การศึกษาเน้นการวิเคราะห์มิติทางสังคม วัฒนธรรม และอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของโอตะชายในกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวง BNK48 เช่น การเข้าร่วมงานจับมือ การยิงมิกซ์ การรวมกลุ่มบ้านแฟนคลับ การถ่ายภาพ และการจัดกิจกรรมต่างๆ ให้กับไอดอล เพื่อทำความเข้าใจว่าโอตะนิยมและแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายอย่างไรผ่านการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับ

ขอบเขตของการเก็บข้อมูลอยู่ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 – เดือนมีนาคม พ.ศ. 2563 โดยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือโอตะ จำนวน 6 คน ที่มีความหลากหลายทางอายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และภูมิหลังทางสังคม เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างและความซับซ้อนของการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชาย จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้กรอบแนวคิดหลัก 3 ประการ ได้แก่

- กรอบแนวคิดเรื่องเพศสถานะ โดยเฉพาะแนวคิดเรื่องเจนเดอร์ เพอร์ฟอร์มาทิวิตี (gender performativity) ของ Judith Butler (1990)
- กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชาย ของ R.W. Connell (2005) ว่าด้วยพหุความเป็นชาย (masculinities), ความเป็นชายชายขอบ (marginalized masculinity) เช่นเดียวกับกรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชายแบบผู้ปกป้อง (protective masculinity) และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality)
- กรอบแนวคิดวัฒนธรรมแฟนคลับ (fan culture) โดยมุ่งศึกษาการบริโภควัฒนธรรมในฐานะพื้นที่แห่งการต่อรองอัตลักษณ์ ตลอดจนแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์เชิงเครือ

ญาติแบบสมมติ (fictive kinship) ที่สำคัญกับการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างศิลปินและแฟนคลับ

อย่างไรก็ดี การศึกษานี้ไม่ได้มีเป้าหมายที่จะอธิบายพฤติกรรมของโอตะในภาพรวมทั้งหมด แต่เน้นที่จะทำความเข้าใจเชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่มีประสบการณ์ตรงกับวัฒนธรรมแฟนคลับดังกล่าว เพื่อวิเคราะห์และสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายที่อยู่ภายใต้กระบวนการต่อรอง สร้างใหม่ และดำรงอยู่ในบริบทของสังคมไทยร่วมสมัย

1.6 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดมุ่งหมายหลักในการทำความเข้าใจว่ากลุ่มชายชายขอบที่มีความสนใจในวัฒนธรรมไอดอลหญิงมีวิธีการตอบโต้หรือสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองอย่างไรภายใต้บริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่มีการจัดระเบียบความเป็นชายอย่างเข้มงวด และเพื่อบรรลุเป้าหมายดังกล่าว งานวิจัยชิ้นนี้จึงเลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอิงแนวคิดญาณวิทยาแบบสตรีนิยม (feminist epistemology) และใช้ ระเบียบวิธีชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยม (feminist ethnography) ในการศึกษาประสบการณ์ ความรู้สึก และการมีส่วนร่วมของแฟนคลับชายที่นิยามตัวเองว่าเป็น “โอตะ”

1.6.1 ญาณวิทยาแบบสตรีนิยม (feminist epistemology)

ญาณวิทยาแบบสตรีนิยม (feminist epistemology) คือแนวคิดเชิงญาณวิทยาที่วิพากษ์ระบบความรู้แบบกระแสหลักที่มีรากฐานจากอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ (patriarchy) ซึ่งครอบงำการผลิตและเผยแพร่ความรู้ในระบบวิชาการแบบตะวันตกมาเป็นเวลานาน ญาณวิทยาแบบสตรีนิยมตั้งคำถามกับความเชื่อที่ว่าความรู้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างเป็นกลาง เป็นสากล และไม่ขึ้นกับบริบท โดยเสนอว่าความรู้ทุกประเภทล้วนแล้วแต่เป็นผลผลิตจากบริบททางสังคม วัฒนธรรม และอำนาจ ยิ่งไปกว่านั้นยังสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์และจุดยืนของผู้ผลิตความรู้โดยตรง (Harding, 1986)

หนึ่งในแนวคิดหลักที่อยู่เบื้องหลังญาณวิทยาแบบสตรีนิยมคือ “ญาณวิทยาจากจุดยืน” (standpoint epistemology) ที่ Sandra Harding (1986) เป็นผู้บุกเบิกพัฒนาขึ้น โดยเธอเสนอว่ากลุ่มคนที่ถูกกดทับในสังคม เช่น ผู้หญิง ชนกลุ่มน้อย หรือกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ มีศักยภาพในการมองเห็นความเป็นธรรมและโครงสร้างอำนาจในสังคมได้ชัดเจนกว่า เนื่องจากพวกเขา มีประสบการณ์ตรงจากการถูกผลักให้อยู่ชายขอบของระบบ นั่นหมายความว่าความรู้จากกลุ่มชาย

ขอบไม่เพียงมีคุณค่าในแง่ของการศึกษาเท่านั้น แต่ยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการวิพากษ์และเปลี่ยนแปลงความรู้กระแสหลักที่อ้างว่าเป็นกลางได้อย่างทรงพลัง (Harding, 1986, หน้า 26–30) เช่นเดียวกับ Donna Haraway (1988) ที่เสนอแนวคิดเรื่อง “ความรู้ภายใต้บริบทเฉพาะ” (situated knowledge) ที่แสดงให้เห็นว่าความรู้ไม่สามารถแยกขาดออกจากบริบทของผู้รู้ได้ การที่ใครบางคน จะทำการสังเกต ตีความ หรือสร้างทฤษฎีใหม่ขึ้นมาได้นั้น จำเป็นต้องขึ้นอยู่กับตำแหน่งทางสังคม ประสบการณ์ชีวิต รวมถึงอำนาจที่บุคคลนั้นมีอยู่ ดังนั้น การเข้าใจโลกจึงไม่ใช่การค้นหาคำความจริงที่เป็นกลาง แต่เป็นการรับฟังเสียงที่แตกต่างและตั้งอยู่ในบริบทเฉพาะของแต่ละคน (Haraway, 1988, หน้า 583)

การนำญาณวิทยาแบบสตรีนิยมมาใช้ในงานวิจัยเรื่องโตะจึงไม่ได้เป็นการเลือกแนวคิดทางทฤษฎีเท่านั้น แต่เป็นการกำหนดจุดยืนของผู้ทำวิจัยอย่างชัดเจนว่าประสบการณ์ของโตะชายที่มักถูกลดทอนว่าเป็นเรื่อง “ไร้สาระ” หรือ “เปี้ยวเบน” จากอุดมคติความเป็นชายของสังคมไทย ควรได้รับการฟังอย่างลึกซึ้ง ได้รับการศึกษาอย่างเคารพและถ่ายทอดอย่างมีศักดิ์ศรี โดยให้พวกเขามีฐานะเป็น “เจ้าของความรู้” ที่มีสิทธิในการนิยามตัวเอง และไม่มองว่าพวกเขาเป็นวัตถุแห่งการสังเกตเพียงเท่านั้น

โตะมักเผชิญกับอคติในหลายระดับ ทั้งจากสายตาของคนในสังคมที่มองว่า ความหลงใหลในศิลปินไอดอลหญิงรุ่นเยาว์เป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม ไปจนถึงการถูกมองว่าเป็นผู้ชายที่อ่อนแอ งานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นการศึกษาโตะภายใต้กรอบญาณวิทยาแบบสตรีนิยมที่จะช่วยเปิดเผยความซับซ้อนของอัตลักษณ์ความเป็นชายชายขอบที่ไม่สามารถเข้าใจได้ผ่านกรอบคิดแบบทวิลักษณ์ (binary) เช่น ผู้ชาย/ผู้หญิง, แข็งแรง/อ่อนแอ, มีเหตุผล/เปราะบาง ที่มักครอบงำความเข้าใจเรื่องเพศในสังคมไทย ขณะที่ในทางปฏิบัติ ญาณวิทยาแบบสตรีนิยมยังส่งผลต่อทุกกระบวนการของงานวิจัย ตั้งแต่การตั้งคำถาม การออกแบบเครื่องมือการวิจัย ไปจนถึงการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้ทำวิจัยตระหนักอยู่เสมอว่าตัวเองเป็น “ผู้หญิง” ที่อยู่นอกวัฒนธรรมโตะไอดอล และยอมรับว่าไม่มีจุดยืนแบบเป็นกลางต่อประเด็นที่ศึกษา เพราะฉะนั้น ผู้ทำวิจัยจึงเลือกใช้การเขียนสะท้อนตัวตน (reflexive writing) และการสร้างความสัมพันธ์กับโตะที่เข้าร่วมงานวิจัย เพื่อเปิดพื้นที่ให้ประสบการณ์ของโตะชายได้ปรากฏในลักษณะที่ไม่ถูกครอบงำด้วยกรอบคิดของผู้ทำวิจัยเอง

ญาณวิทยาแบบสตรีนิยมจึงไม่เพียงช่วยให้เกิดการฟังอย่างลึกซึ้งต่อเสียงของชายขอบเท่านั้น แต่ยังทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สามารถท้าทายความรู้กระแสหลักเกี่ยวกับความเป็นชาย และแสดงให้เห็นว่าความรักและการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับที่สังคมมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิงก็สามารถเป็นพื้นที่ของการประกอบสร้างความเป็นชายได้อย่างมีพลัง โดยไม่จำเป็นต้องยึดติดกับอุดมคติของความแข็งแรงหรือการปฏิเสธการแสดงออกทางอารมณ์แต่อย่างใด

1.6.2 ระเบียบวิธีชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยม (feminist ethnography)

ระเบียบวิธีชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยม (feminist ethnography) เป็นแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากความพยายามของนักวิจัยแนวสตรีนิยมในการวิพากษ์กรอบคิดและวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาแบบดั้งเดิม ที่มักจะตั้งอยู่บนฐานคิดแบบชายเป็นใหญ่ (androcentrism) และให้ความสำคัญกับผู้ทำวิจัยในฐานะ “ผู้รู้” เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่เปิดพื้นที่ให้กับเสียงของผู้หญิงหรือกลุ่มชายขอบในฐานะ “เจ้าของประสบการณ์” ที่สามารถร่วมสร้างความรู้ได้ด้วยตนเอง ขณะเดียวกันก็ลดทอนผู้ให้ข้อมูลให้กลายเป็น “ผู้อื่น” (the other) ที่ปราศจากเสียงหรือบทบาทในการกำหนดนิยามตัวเอง งานชาติพันธุ์วรรณาแบบดั้งเดิมมักมองผู้ให้ข้อมูลเป็นวัตถุแห่งการศึกษา (objects of study) และให้อำนาจในการสร้างความหมายอยู่ที่นักวิจัยเพียงฝ่ายเดียว ทั้งนี้ ภายใต้กรอบแนวคิดของสตรีนิยม ชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยมจึงเป็นระเบียบวิธีที่ไม่เพียงมุ่งศึกษาพฤติกรรมหรือวัฒนธรรมของกลุ่มคนใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้ทำวิจัยกับผู้ให้ข้อมูล บริบททางอารมณ์ของทั้งสองฝ่าย ตลอดจนการสะท้อนอคติและตำแหน่งแห่งที่ (positionality) ของผู้ทำวิจัยอย่างโปร่งใสและมีความรับผิดชอบทางจริยธรรม (Stacey, 1991, หน้า 114)

นักวิชาการอย่าง Judith Stacey (1991) ชี้ว่านักวิจัยภาคสนามแบบดั้งเดิมอาจสร้าง “ข้อมูลหลอกลวงทางจริยธรรม” โดยไม่ได้ตั้งใจ ผ่านการเข้าไปมีอำนาจเหนือผู้ให้ข้อมูล สอดคล้องกับ Kamala Visweswaran (1994) ที่เสนอว่างานชาติพันธุ์วรรณาแบบสตรีนิยมต้องตั้งอยู่บนฐานของ “การฟังอย่างลึกซึ้ง” (deep listening) และเปิดพื้นที่ให้กับเสียงของผู้ที่เคยถูกกดทับ เพื่อให้กระบวนการวิจัยไม่กลายเป็นการสถาปนาอำนาจซ้ำในเชิงวิชาการนั่นเอง ทั้งนี้ หนึ่งในลักษณะสำคัญของชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยม คือการเขียนสะท้อนตัวตน (reflexive writing) ซึ่ง Ellis และ Bochner (2000, หน้า 733–739) ได้เสนอว่าเป็นกลไกที่ผู้ทำวิจัยใช้ในการตรวจสอบตนเองอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นความรู้สึกร่วมตัว อารมณ์ ความประหลาดใจ ความอึดอัดใจ หรือแม้แต่ความลังเลที่เกิดขึ้นระหว่างการเก็บข้อมูลในสนาม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่ควรถูกตัดออกจากกระบวนการวิจัย แต่เป็น “ข้อมูล” ที่สำคัญอย่างยิ่งในการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมจากมุมมองของผู้ทำวิจัยที่มีชีวิตจริงและมีอารมณ์ความรู้สึก (Ellis & Bochner, 2000, หน้า 739) สอดคล้องกับ Pillow (2003, หน้า 178) ที่เสนอว่าการเขียนสะท้อนตัวตนไม่ควรถูกใช้ในลักษณะของ “คำสารภาพ” (confessional) เท่านั้น แต่ควรเป็นการตั้งคำถามเชิงจริยธรรมต่อบทบาทของผู้ทำวิจัยในการผลิตความรู้ การควบคุมเนื้อหา และการตีความประสบการณ์ของผู้อื่น ซึ่งอาจแฝงอยู่ภายใต้อคติของโครงสร้างทางเพศ ชนชั้น หรือวัฒนธรรมโดยไม่รู้ตัว

นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับ “อารมณ์” และ “ความรู้สึก” ก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญของชาติพันธุ์วรรณนาแนวสตรีนิยม โดยนักวิชาการอย่าง Behar และ Gordon (1995, หน้า 18) ได้เสนอว่า “อารมณ์” เป็นแก่นสำคัญของการเข้าใจชีวิตทางสังคม โดยเฉพาะในกรณีของกลุ่มชายขอบหรือกลุ่มที่มีประสบการณ์เฉพาะทางอารมณ์ที่ซับซ้อน เช่น ความอาย ความเจ็บปวด ความขัดแย้งภายใน หรือความรู้สึกคลุมเครือ ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของข้อมูลทางชาติพันธุ์ที่ไม่สามารถมองข้ามได้ ขณะเดียวกัน ชาติพันธุ์วรรณนาแนวสตรีนิยมยังให้ความสำคัญกับการวิพากษ์ความสัมพันธ์เชิงอำนาจในการเก็บข้อมูล เช่น การสัมภาษณ์ที่มักจะถูกมองว่าเป็น “การดึงข้อมูล” โดยผู้ทำวิจัยเป็นฝ่ายควบคุมกระบวนการทั้งหมด Oakley (1981, หน้า 41) จึงเสนอว่าการสัมภาษณ์ในบริบทของงานวิจัยผู้หญิงหรือกลุ่มชายขอบ ควรเป็นกระบวนการของ “การแลกเปลี่ยน” ที่เปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้ควบคุมเรื่องราวของตนเอง เลือกสิ่งที่อยากเล่า และมีอำนาจในการสร้างความหมายของประสบการณ์ชีวิตของตนเอง

ดังนั้น ชาติพันธุ์วรรณนาแนวสตรีนิยมจึงเป็นระเบียบวิธีที่มีลักษณะเฉพาะและทรงพลังในการศึกษาประเด็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางเพศ โดยเฉพาะในกรณีของกลุ่มชายขอบที่มีประสบการณ์ซับซ้อนและถูกกดทับจากมายาคติในสังคม งานวิจัยชิ้นนี้จึงเลือกใช้ระเบียบวิธีดังกล่าวเพื่อให้สามารถเข้าถึงและสะท้อนเสียงของโอดะผ่านมุมมองที่เปิดกว้าง และตระหนักถึงพลวัตของอัตลักษณ์ความเป็นชายในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยของไทย ทั้งนี้ ระเบียบวิธีชาติพันธุ์วรรณนาแนวสตรีนิยมมีความสอดคล้องอย่างยิ่งกับวัตถุประสงค์ที่ผู้ทำวิจัยต้องการเข้าใจอัตลักษณ์ความเป็นชายชายขอบของกลุ่มโอดะชาย ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชายแบบอำนาจนำและความเป็นชายแบบชายชายขอบ โดยผู้ทำวิจัยไม่ได้มองโอดะในฐานะกลุ่มชายที่ “เปราะบาง” จากมาตรฐานความเป็นชายไทย แต่มองว่าพวกเขา กำลังสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ผ่านการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมโอดะอย่างเข้มข้น โดยเฉพาะการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงอารมณ์ที่เกี่ยวข้องกับ BNK48 เช่น การไปร่วมงานจับมือ การยิงมิกซ์ การทำโปรเจกต์ หรือการสนับสนุนโอดะในรูปแบบอื่นๆ เป็นต้น

ลักษณะเฉพาะของระเบียบวิธีชาติพันธุ์วรรณนาแนวสตรีนิยมในงานวิจัยชิ้นนี้สามารถอธิบายได้เป็น 5 ประการหลัก ดังต่อไปนี้

ประการแรกคือการทำผู้ทำวิจัยเข้าไปสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในกิจกรรมของกลุ่มโอดะ BNK48 อย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง ผู้ทำวิจัยได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของวง BNK48 ทั้งงานจับมือ งานคอนเสิร์ต งานทูช็อต¹¹ (2-Shot) และกิจกรรมตามสถานที่รวมตัวของโอดะ รวมถึงการ

¹¹ งานทูช็อต (2-Shot) เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้แฟนคลับได้ถ่ายภาพคู่กับสมาชิก BNK48 โดยใช้บัตรพิเศษที่ได้จากการซื้อสินค้าหรือการสะสมคะแนนผ่านระบบแอปพลิเคชัน โดยกิจกรรมจะจัดขึ้นเป็นรอบๆ มีการกำหนดเวลาต่อคนอย่างชัดเจน ภายใต้กฎระเบียบที่เข้มงวด เช่น การมีฉากกั้นระหว่างแฟนคลับกับโอดะ การห้ามสัมผัสตัว หรือใช้ท่าทางที่ไม่เหมาะสม กิจกรรมนี้ได้รับความนิยมมากในหมู่โอดะ เนื่องจาก

ติดตามการแสดงออกในพื้นที่ออนไลน์ของโอตะที่เข้าร่วมงานวิจัยแต่ละคน เช่น เฟซบุ๊ก (facebook) อินสตาแกรม (instagram) และไลน์โอเพ่นแชท¹² (line openchat) เพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและการแสดงออกทางอารมณ์ของโอตะแต่ละคน เช่นเดียวกับศึกษาภาษา การจัดระเบียบในกลุ่มโอตะ และการต่อรองความหมายของความเป็นชายที่แฝงอยู่ในกิจกรรมเหล่านี้ของ BNK48 ทั้งนี้ ผู้ทำวิจัยได้จัดบันทึกภาคสนาม พร้อมสังเกตบทบาทของตัวเองในการเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมในแต่ละบริบท

ประการที่สองคือการเขียนสะท้อนตัวตน (reflexive writing) เนื่องจากผู้ทำวิจัยตระหนักดีถึงสถานะของตัวเองในฐานะ “คนนอก” ที่เป็นผู้หญิงในพื้นที่วัฒนธรรมโอตะไอดอลที่ถูกครอบงำโดยผู้ชาย เช่น การยิงมิกซ์ การจัดการแฟนคลับ หรือบทบาทความเป็นพี่ชายที่มีอำนาจในกลุ่ม การเก็บข้อมูลภาคสนามหลายครั้งจึงมีความรู้สึกแปลกแยกหรือไม่สบายใจเกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ การเขียนสะท้อนตัวตนจึงมีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะเครื่องมือทางวิธีวิทยา และกลไกจริยธรรมที่เปิดเผยอคติของผู้ทำวิจัยอย่างโปร่งใส ลดทอนอำนาจที่อาจแฝงอยู่ในการตีความ และสร้างความเข้าใจร่วมกันที่มีความละเอียดอ่อนและเคารพต่อเสียงของผู้ให้ข้อมูล

ประการที่สามคือการสร้างความสัมพันธ์กับโอตะที่เข้าร่วมงานวิจัย แทนที่จะวางตำแหน่งของตัวเองในฐานะผู้ตั้งคำถามและผู้ควบคุมกระบวนการหาคำตอบ ผู้ทำวิจัยเลือกที่จะเปิดพื้นที่ให้โอตะที่เข้าร่วมงานวิจัยเป็นผู้บอกเล่าประสบการณ์ในแบบของตนเอง ผ่านการสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ การฟังโดยปราศจากอคติ การหลีกเลี่ยงคำถามนำ และการรับฟังเสียงที่ไม่เป็นระเบียบแบบแผน แนวทางนี้ช่วยสร้างความไว้วางใจและความสัมพันธ์ที่เท่าเทียม ทำให้โอตะรู้สึกปลอดภัยพอที่จะเปิดเผยความรู้สึกและการต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขาในพื้นที่ที่ไม่ตัดสินและไม่จำกัดความหมายไว้ล่วงหน้า

ประการที่สี่คือการให้ความสำคัญกับบริบททางวัฒนธรรมและอารมณ์ งานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้เน้นไปที่คำสัมภาษณ์ของโอตะเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญอย่างลึกซึ้งกับความรู้สึกและอารมณ์ต่างๆ ที่แทรกอยู่ในการแสดงออกของโอตะ เช่น การลงทุนด้านเวลาและเงินเพื่อสนับสนุนไอดอล หรือแม้แต่การแต่งตัวอย่างเป็นทางการเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมจับมือ ความรู้สึกถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำความเข้าใจอัตลักษณ์ความเป็นชายชายขอบในวัฒนธรรมไอดอล ขณะเดียวกันก็ช่วยให้ผู้ทำวิจัยเข้าใจกระบวนการในการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ของโอตะด้วยเช่นกัน

เป็นช่วงเวลาส่วนตัวที่ช่วยยืนยันความผูกพันและสถานะของตนในฐานะแฟนคลับที่ “ใกล้ชิด” กับเมมเบอร์มากกว่าการติดตามทางหน้าจอหรือโซเชียลมีเดียทั่วไป

¹² ไลน์โอเพ่นแชท (LINE OpenChat) คือพีเจอาร์หนึ่งในแอปพลิเคชัน LINE ซึ่งเปิดให้ผู้ใช้งานสามารถเข้าร่วมกลุ่มสนทนาได้โดยไม่ต้องเปิดรายชื่อหรือบัญชี LINE หลักของตน สมาชิกสามารถตั้งชื่อเล่นและรูปโปรไฟล์เฉพาะสำหรับแต่ละกลุ่มได้ กลุ่มโอเพ่นแชทถูกใช้เป็นพื้นที่พูดคุย แลกเปลี่ยนข่าวสาร และวางแผนกิจกรรมต่างๆ ในหมู่แฟนคลับ BNK48 โดยเฉพาะกลุ่มโอตะ ซึ่งนิยมใช้โอเพ่นแชทเป็นพื้นที่สร้างความสัมพันธ์แนบแน่นหรือแบ่งปันข้อมูล “วงใน” ที่อาจไม่เปิดเผยในพื้นที่สาธารณะ เช่น แฟนเพจหรือกลุ่มเฟซบุ๊ก

ประการสุดท้ายคือการเปิดเผยความไม่แน่นอนและความเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ โดยผู้ทำวิจัยเข้าใจว่าอัตลักษณ์ความเป็นชายไม่ใช่สิ่งตายตัวหรือสามารถจำแนกได้อย่างเด็ดขาด แต่เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม ความสัมพันธ์ และความรู้สึกภายในของผู้คน เช่น โอดะบางคนอาจมีช่วงเวลาที่มีรู้สึกใกล้ชิดกับไอดอลมาก แต่เมื่อเวลาผ่านไปอาจเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย ห่างเหิน หรือแม้แต่ “เลิกติดตาม” ไอดอลเหล่านั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงไม่ได้มองหา “ความจริงหนึ่งเดียว” แต่พยายามบันทึกและสะท้อนพลวัตเหล่านี้ได้อย่างซื่อตรง โดยไม่ตัดสินว่าใครคือแฟนตัวจริงหรือแฟนที่ดี

โดยสรุปแล้ว ระเบียบวิธีชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยมในงานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลเท่านั้น แต่เป็นท่าทีทางจริยธรรมที่ตั้งอยู่บนฐานของการเคารพความเป็นมนุษย์ของชายชายขอบ ความเชื่อในศักยภาพของพวกเขาในการนิยามตนเอง และความกล้าหาญของงานวิจัยในการทำทลายอำนาจในระบบความรู้กระแสหลักที่ยังคงให้คุณค่ากับความเป็นชายแบบอำนาจนำ ดังนั้น งานวิจัยชิ้นนี้จึงเปรียบเสมือนพื้นที่ที่จะทำให้เสียงของโอดะถูกได้ยิน ถูกรับฟัง และถูกยอมรับในฐานะมนุษย์ที่มีอารมณ์ ความคิด และอัตลักษณ์ที่ซับซ้อน

1.6.3 การทำงานภาคสนามแนวสตรีนิยม (feminist fieldwork)

กระบวนการเก็บข้อมูลภาคสนามในงานวิจัยชิ้นนี้ดำเนินไปตามหลักการของชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยม (feminist ethnography) ซึ่งให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วม ความไว้วางใจระหว่างผู้เข้าร่วมงานวิจัย และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ทำวิจัยกับผู้เข้าร่วมงานวิจัย โดยเน้นไปที่การฟังเสียงของผู้ให้ข้อมูลอย่างรอบด้าน แทนที่จะตีความจากกรอบคิดของผู้ทำวิจัยเพียงฝ่ายเดียว (Visweswaran, 1994) การเก็บข้อมูลจึงไม่ใช่การบันทึกพฤติกรรมเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่รวมถึงการทำความเข้าใจอารมณ์ สัญญา และโครงสร้างทางวาทกรรมที่โอบล้อมการดำรงอยู่ของโอดะในวัฒนธรรมไอดอล

ด้วยหลักการของชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยม การสร้างความสัมพันธ์กับโอดะผู้ให้ข้อมูลจึงเป็นขั้นตอนสำคัญของการร่วมสร้างความรู้ ผู้ทำวิจัยเริ่มต้นจากการเข้าสู่พื้นที่แฟนคลับในลักษณะของ “ผู้สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม” โดยไม่ได้แสดงตัวเป็นนักวิจัยอย่างชัดเจนในระยะแรก แต่ใช้วิธีการเรียนรู้จากการเข้าร่วมในกิจกรรมแฟนคลับ เช่น การไปงานคอนเสิร์ต งานจับมือ งานวันเกิดของไอดอล รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์บนช่องทางออนไลน์ที่โอดะใช้สื่อสารกัน เช่น ไลน์ โอเพ่นแชตและเฟซบุ๊ก ทั้งนี้ ในกระบวนการพูดคุยและสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ผู้ทำวิจัยให้ความสำคัญกับความสมัครใจและความปลอดภัยทางอารมณ์ของโอดะผู้ให้ข้อมูล ในบางกรณีเลือกที่จะไม่ใช้เครื่องบันทึกเสียงตามความต้องการของโอดะบางคน และอาศัยการพูดคุยในบรรยากาศไม่เป็นทางการหลายครั้งเพื่อสร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจ ผู้ทำวิจัยยังเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง

กับวง BNK48 ทั้งในพื้นที่ทางการและไม่เป็นทางการอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาของการเก็บข้อมูล อาทิ งานจับมือ, บริเวณ “ตู้ปลา¹³” ของวง BNK48, และเจียเตอร์ของวง BNK48 ที่บริเวณชั้น 5 ห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ บางกะปิ ตลอดจนกิจกรรมตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ ที่ BNK48 เข้าร่วม นอกจากนี้ ผู้ทำวิจัยยังติดตามกิจกรรมของโอตะนอกเหนือจากกิจกรรมหลักที่เกี่ยวข้องกับ BNK48 เช่น การรวมตัวของกลุ่มยิมมิกซ์ที่ร้านเมดดรีมมิน¹⁴ (maidreamin) ชั้น 7 ของห้างสรรพสินค้าเอ็ม บีเค เซ็นเตอร์ (MBK Center) และการนัดพบพูดคุยกับโอตะที่ร้านกาแฟตามพื้นที่สะดวก โดยในการเก็บข้อมูลภาคสนามแต่ละครั้ง ผู้ทำวิจัยจะใช้เวลาสร้างความคุ้นเคยกับกลุ่มเป้าหมายก่อนจะเข้าสู่การสังเกตการณ์อย่างเป็นทางการ โดยเน้นการสังเกตทั้งพฤติกรรม การแสดงออก การใช้ภาษา และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มแฟนคลับ ตลอดจนการสร้างสัญญาณความเป็นชายในการทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ BNK48

ผู้ทำวิจัยทำการบันทึกข้อมูลหลังการสังเกตการณ์แต่ละครั้งใน 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ บันทึกข้อเท็จจริง (descriptive fieldnotes) และบันทึกสะท้อนตัวตน (reflective notes) โดยบันทึกข้อเท็จจริงจะครอบคลุมกิจกรรมที่โอตะเข้าร่วมและบทสนทนาที่เกิดขึ้น ส่วนบันทึกสะท้อนตนเองเป็นการวิเคราะห์ประสบการณ์ภายในของผู้ทำวิจัย เช่น ความรู้สึกไม่เข้าใจ ความลังเล หรือความสนใจต่อโอตะบางคนที่ไม่เชื่อการตีตราจากสังคม ทั้งนี้ การเขียนสะท้อนตัวตนนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Ellis & Bochner (2000, หน้า 740) ที่มองว่าการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา แนวสตรีนิยมต้องยอมรับว่าผู้ทำวิจัยไม่สามารถแยกตนเองออกจากระบวนการผลิตความรู้ได้อย่างสมบูรณ์ และจำเป็นต้องตรวจสอบอำนาจของตนเองในการตีความประสบการณ์ของผู้อื่นอย่างต่อเนื่อง

1.6.4 การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

การสัมภาษณ์เชิงลึกถือเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการเก็บข้อมูลในงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเฉพาะภายใต้กรอบญาณวิทยาแบบสตรีนิยมที่เน้นย้ำว่าความรู้ที่แท้จริงเกิดจาก “เสียงของผู้มีประสบการณ์” ไม่ใช่จากการสังเกตหรือการตีความของผู้ทำวิจัยเพียงฝ่ายเดียว (Harding,

¹³ “ตู้ปลา” เป็นชื่อเรียกกิจกรรมรูปแบบหนึ่งของวง BNK48 ซึ่งจัดขึ้นภายในพื้นที่กระจกใสคล้าย “ตู้ปลา” ตั้งอยู่บริเวณห้างสรรพสินค้าเอ็มควอเทียร์ (ก่อนจะย้ายไป MBK Center) โดยสมาชิกวงจะผลัดเปลี่ยนกันมาแสดง พูดคุย หรือทำกิจกรรมต่างๆ ภายในพื้นที่นี้ ซึ่งสามารถมองเห็นได้จากภายนอก กิจกรรมนี้เปิดโอกาสให้แฟนคลับสามารถสังเกตและปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกวงอย่างใกล้ชิดในระยะเวลาที่ไม่สามารถสัมผัสได้โดยตรง กิจกรรม “ตู้ปลา” ถือเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิด “ไอดอลที่คุณสามารถพบเจอได้” (idols you can meet) ซึ่งเน้นการลดระยะห่างระหว่างศิลปินและแฟนคลับ และกลายเป็นพื้นที่สำคัญที่โอตะใช้ในการรวมตัวและสร้างวัฒนธรรมแฟนคลับร่วมกัน

¹⁴ ร้านเมดดรีมมิน (Maidreamin) เป็นเครือร้านเมดคาเฟ่สไตล์ญี่ปุ่นที่มีต้นกำเนิดจากย่านอาซากุสะ โตเกียว โดยสาขาในกรุงเทพฯ เปิดให้บริการครั้งแรกในปี พ.ศ. 2556 ปัจจุบันมีสาขาหลักที่ชั้น 7 ห้างเอ็มบีเค เซ็นเตอร์ ร้านมีจุดเด่นที่พนักงานหญิงสวมชุดเมดน่ารัก ให้บริการด้วยท่าทางและภาษาที่เป็นมิตร พร้อมกิจกรรมบันเทิง เช่น การแสดงบนเวที การวาดสวดลายบนอาหาร และการถ่ายภาพร่วมกับลูกค้า เพื่อสร้างประสบการณ์แฟนตาซีที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมโอตาคุของญี่ปุ่น

2004) แนวคิดตั้งอยู่บนฐานคิดที่ว่าสังคมมีลำดับชั้นของอำนาจในการผลิตความรู้ ซึ่งมักลดทอนเสียงของกลุ่มชายขอบที่ถูกกดทับ การสัมภาษณ์เชิงลึกจึงไม่ใช่เพียงเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แต่คือกระบวนการทางจริยธรรมและอุดมการณ์ที่มุ่งคืนอำนาจในการนิยามประสบการณ์ให้กับผู้ให้ข้อมูล

ภายใต้กรอบแนวคิดสตรีนิยม การสัมภาษณ์ไม่ได้ถูกมองว่าเป็นเพียงเทคนิคการเก็บข้อมูลของนักวิจัย แต่เป็นกระบวนการทางสังคมที่แฝงไปด้วยพลังของอำนาจ ความสัมพันธ์ และอารมณ์ที่ไม่อาจละเลยได้ ดังที่ Judith Stacey (1991) ได้เสนอว่าการสัมภาษณ์ในงานชาติพันธุ์วรรณาศึกษาแนวสตรีนิยมควรตั้งอยู่บนฐานของความสัมพันธ์ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์และเสียงของผู้ให้ข้อมูลในฐานะ "ผู้รู้" แทนที่จะมองว่าเขาเป็นเพียง "แหล่งข้อมูล" นอกจากนี้ Stacey ยังวิพากษ์วิจารณ์ว่างานชาติพันธุ์วรรณาแบบดั้งเดิมมักสถาปนาความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้ทำวิจัยกับผู้ให้ข้อมูล และเรียกร้องให้เกิดการออกแบบวิธีวิจัยที่เอื้อให้เกิด "การแลกเปลี่ยน" อย่างเท่าเทียมระหว่างทั้งสองฝ่าย (Stacey, 1991, หน้า 23) ด้วยเหตุนี้ การตั้งคำถาม การรับฟัง และการเล่าเรื่องจึงไม่ควรเป็นกระบวนการแบบทางเดียว แต่ควรเป็นพื้นที่ที่ผู้ให้ข้อมูลมีสิทธิในการเล่าเรื่องในแบบของตนเองเพื่อเคารพในศักดิ์ศรีและตัวตนของเขา ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของญาณวิทยาแบบสตรีนิยมที่ให้ความสำคัญกับความรู้ที่ตั้งอยู่บนประสบการณ์ชีวิตเฉพาะของปัจเจกบุคคล (situated knowledge)

งานวิจัยชิ้นนี้ ผู้ทำวิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับโอตะชายทั้ง 6 คน คัดเลือกจากความหลากหลายในด้านอายุ อาชีพ การศึกษา และบทบาทในกลุ่มแฟนคลับ เช่น ตากล่อง กลุ่มยิงมิกซ์ และหัวบ้าน¹⁵ โดยใช้คำถามปลายเปิด (open-ended questions) ที่ครอบคลุมประเด็นต่างๆ เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนะ ประสบการณ์ และความรู้สึกละเอียด ผู้ทำวิจัยได้เตรียมแนวคำถามล่วงหน้า (interview guide) เพื่อให้แน่ใจว่าประเด็นสำคัญจะถูกพูดถึง แต่ขณะเดียวกันก็เปิดโอกาสให้โอตะที่เข้าร่วมงานวิจัยสามารถขยายความ แสดงความคิดเห็น เล่าเรื่องราวในลักษณะที่ไม่เป็นทางการ และใช้ภาษาของตนเองในการสื่อสาร เพื่อให้เกิดความไว้วางใจ ลดความตึงเครียด และสะท้อนให้เห็นมุมมองของผู้ให้ข้อมูลอย่างแท้จริง ทั้งนี้ หัวข้อหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วย 5 ประเด็นสำคัญ ได้แก่

- จุดเริ่มต้นของการเข้ามาเป็นแฟนคลับ BNK48 - ผู้ทำวิจัยสอบถามถึงช่วงเวลาและเหตุผลที่ทำให้โอตะที่เข้าร่วมงานวิจัยเริ่มสนใจวง BNK48 และตัดสินใจเข้าสู่วัฒนธรรมโอตะไอดอล

¹⁵ หัวบ้าน คือผู้ดูแลหรือผู้นำกลุ่มแฟนคลับเฉพาะกลุ่มที่สนับสนุนสมาชิกไอดอลรายบุคคล (เรียกกันว่า "บ้านแฟนคลับ" เช่น บ้านเจนนิษฐ์ บ้านเมอปราง เป็นต้น) โดยหัวบ้านมีบทบาทในการประสานงาน วางแผนกิจกรรมต่างๆ เช่น การทำกิจกรรมวันเกิดของไอดอล การจัดทำของขวัญ การประสานงานกับบ้านแฟนคลับอื่น ๆ และการระดมทุนสนับสนุนไอดอลในโอกาสต่างๆ หัวบ้านจึงมีสถานะทางสัญลักษณ์ในกลุ่มแฟนคลับในฐานะผู้จัดการในชุมชนโอตะ

- **ความรู้สึกและความสัมพันธ์ที่มีต่อไอตอลหญิง BNK48** - ผู้ทำวิจัยสอบถามวิธีที่ไอตอลรับรู้ สร้างความผูกพัน และอธิบายลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างพวกเขากับไอตอล

- **ประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรมแฟนคลับ BNK48** - ผู้ทำวิจัยสอบถามถึงกิจกรรมที่ไอตอลเข้าร่วม เช่น การเข้าร่วมงานจับมือ คอนเสิร์ต งาน 2-shot หรือกิจกรรมในบ้านแฟนคลับ รวมถึงบทบาทเฉพาะที่แต่ละคนรับผิดชอบในกลุ่มและความรู้สึกของพวกเขาเมื่อเข้าร่วมกิจกรรม

- **การเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ มุมมอง หรืออารมณ์หลังเข้าร่วมวัฒนธรรมไอตอล BNK48** - ผู้ทำวิจัยสอบถามถึงผลกระทบต่อความคิด ความรู้สึก และวิธีการรับรู้ตัวตนหลังจากมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับ

- **แนวคิดและการนิยามความเป็นชายของตัวเองทั้งก่อนและหลังการเข้าร่วมวัฒนธรรมไอตอล BNK48** - ผู้ทำวิจัยสอบถามถึงความเข้าใจของไอตอลที่เข้าร่วมงานวิจัยต่อความเป็นชาย อุดมคติที่เคยเชื่อ และการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นหลังจากการมีส่วนร่วมในพื้นที่วัฒนธรรมที่มักถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง

การสัมภาษณ์ใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ยคนละ 1.5 – 2 ชั่วโมงต่อครั้ง และดำเนินการในสถานที่ที่ผู้ให้ข้อมูลรู้สึกสะดวกและปลอดภัย เนื่องจากผู้ทำวิจัยตระหนักถึงความจำเป็นของการสร้าง “พื้นที่ปลอดภัย” สำหรับไอตอลที่เข้าร่วมงานวิจัย โดยเฉพาะเมื่อพูดถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความเปราะบาง และอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขา ดังนั้น ก่อนเข้าสู่อการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ทำวิจัยจึงต้องใช้เวลาในการพูดคุยแบบไม่เป็นทางการเพื่อสร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจ เมื่อเข้าสู่กระบวนการสัมภาษณ์ ผู้ทำวิจัยจะแสดงท่าทีเปิดกว้าง ไม่ตัดสิน และรับฟังเรื่องราวของไอตอลด้วยความเคารพ ทั้งนี้ ไอตอลที่เข้าร่วมงานวิจัยสามารถเลือกที่จะไม่เปิดเผยชื่อ ไม่ใช่เรื่องอัดเสียง หรือหยุดสัมภาษณ์เมื่อใดก็ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อความสัมพันธ์และความสำคัญของข้อมูลที่รับ ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ทำวิจัยยังตระหนักอยู่เสมอว่าตนเองมีสถานะของผู้หญิงที่ไม่ได้เป็นสมาชิกของชุมชนไอตอล การรับฟังและตั้งคำถามจึงต้องกระทำอย่างระมัดระวังเพื่อเปิดพื้นที่ให้ไอตอลได้เป็นผู้ถ่ายทอดเรื่องราวของตนเอง นอกจากนี้ ไอตอลที่เข้าร่วมงานวิจัยยังมีสิทธิ์ในการแก้ไขหรือเสนอคำอธิบายเพิ่มเติมในสิ่งที่พวกเขาเคยกล่าวไว้หากเห็นว่าความหมายอาจถูกตีความคลาดเคลื่อน

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจะถูกจัดการตามหลักจริยธรรมงานวิจัยเชิงคุณภาพอย่างเคร่งครัด ในกรณีที่ได้รับความยินยอมจากไอตอลที่เข้าร่วมงานวิจัย ผู้ทำวิจัยจะบันทึกเสียงและถอดความโดยละเอียด หากไอตอลที่เข้าร่วมงานวิจัยไม่ต้องการให้บันทึกเสียง ผู้ทำวิจัยก็จะจดบันทึกและเขียนบันทึกข้อความ (memo) หลังการสัมภาษณ์ทันที เพื่อเก็บรักษาบริบทและอารมณ์ของบทสนทนาให้ใกล้เคียงกับประสบการณ์จริงที่สุด อย่างไรก็ตาม ข้อมูลทุกชิ้นจะถูกจัดเก็บ

อย่างปลอดภัยในพื้นที่ที่เขารหัส และใช้รหัสแทนชื่อจริงเพื่อปกป้องความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของโอตะที่เข้าร่วมงานวิจัย ซึ่งการจัดการข้อมูลเช่นนี้สอดคล้องกับหลักการสตรีนิยมที่ให้ความสำคัญกับศักดิ์ศรี ความไว้วางใจ และการไม่ใช่ผู้ให้ข้อมูลเป็นเพียงวัตถุในการศึกษา (Reinharz, 1992; Hesse-Biber, 2014)

1.6.5 การวิเคราะห์ข้อมูล (data analysis)

เมื่อการเก็บข้อมูลภาคสนามสิ้นสุดลง สิ่งที่ปรากฏเบื้องหน้าผู้ทำวิจัยคือบันทึกภาคสนามเกือบสิบเล่ม บทสัมภาษณ์ที่ถอดเสียงแล้วจำนวนมาก และความรู้สึกที่ยังคงไม่เป็นระเบียบในใจของผู้ทำวิจัยเอง การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นทั้งกระบวนการแยกแยะสิ่งที่โอตะที่ร่วมทำวิจัยพูดหรือทำออกเป็นหมวดหมู่ และเป็นการเข้าไปนั่งอยู่กับเรื่องเล่าของพวกเขา โดยผู้ทำวิจัยได้ทำการฟังซ้ำแล้วซ้ำเล่า และปล่อยให้ความหมายค่อยๆ ปรากฏอย่างค่อยเป็นค่อยไป

ผู้ทำวิจัยเริ่มต้นจากการอ่านข้อมูลทั้งหมดอย่างละเอียดและไม่รีบเร่ง ด้วยความตั้งใจว่าจะไม่ “ตีความ” ทันที แต่จะฟังให้ได้ยินสิ่งที่โอตะต้องการจะสื่อจริงๆ ไม่ใช่เพียงสิ่งที่ผู้ทำวิจัยอยากจะได้ยิน จากนั้นจึงเริ่มทำการจำแนกประเด็นซ้ำที่ปรากฏขึ้นในบทสัมภาษณ์ อย่างไรก็ตาม การจำแนกประเด็นเหล่านี้ไม่ได้ทำแบบตายตัว แต่เปิดให้แต่ละประเด็นค่อยๆ พัฒนา ขยาย และเชื่อมโยงเข้าหากัน ผ่านการเปรียบเทียบระหว่างโอตะแต่ละคนและการทบทวนข้อมูลภาคสนามร่วมกับบันทึกสะท้อนตัวตนของผู้ทำวิจัย ทำให้ในบางครั้งสิ่งที่ดูเหมือนข้อยกเว้นหรือข้อมูลที่ไม่สำคัญกลับกลายเป็นประเด็นสำคัญที่ทำให้ผู้ทำวิจัยต้องกลับไปตรวจสอบสมมติฐานเดิม หรือแม้แต่ต้องยอมรับว่า “ไม่มีคำตอบเดียว” สำหรับคำถามเกี่ยวกับอัตลักษณ์ความเป็นชายในกลุ่มโอตะ

ในส่วนของการระเบียบวิธี ผู้ทำวิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (discourse analysis) โดยยึดกรอบแนวคิดของ R.W. Connell (2005) เกี่ยวกับเรื่องพหุความเป็นชาย (multiple masculinities) โดยเฉพาะความเป็นชายแบบอำนาจนำ (hegemonic masculinity) และความเป็นชายชายขอบ (marginalized masculinity) เช่นเดียวกับกรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชายในฐานะผู้ปกป้อง (protective masculinity) นอกจากนี้ ผู้ทำวิจัยยังใช้กรอบแนวคิดเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์และความผูกพันระหว่างชายด้วยกันเอง (homosociality) มาใช้เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างโอตะในกลุ่ม เช่น การตั้งบ้านแปงคลับ การรวมกลุ่มยิงมิกซ์ การแชร์ภาพถ่ายไอดอล ซึ่งล้วนเป็นกิจกรรมที่ก่อให้เกิดสายสัมพันธ์ระหว่างโอตะด้วยกัน และมีเป้าหมายคือการสนับสนุนไอดอลหญิงที่พวกเขาชื่นชอบ

อีกหนึ่งกรอบแนวคิดสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของโอตะได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้นคือ กรอบแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมแฟนคลับ (fan culture) และการบริโภคเชิงวัฒนธรรม (cultural consumption) ซึ่งทำให้เห็นว่าการใช้เงินเพื่อซื้อบัตรจับมือ การจัดกิจกรรมสนับสนุนไอดอล การยิง

มิกซ์ หรือแม้แต่การถ่ายภาพไอดอล ไม่ใช่กิจกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยทุนเพียงเท่านั้น แต่เป็นรูปแบบของการแสดงตัวตนและการเจรจาต่อรองความเป็นชายในพื้นที่ที่สังคมมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง ไม่เพียงเท่านั้น ผู้ทำวิจัยยังใช้กรอบแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์ “เชิงเครือญาติแบบสมมติ” (fictive kinship) เพื่อทำความเข้าใจโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไอดอลกับไอดอลหญิงที่ใช้ความสัมพันธ์แบบคนในครอบครัวมานิยามความสัมพันธ์และการมีปฏิสัมพันธ์ของพวกเขา ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการประกอบสร้างอัตลักษณ์และความผูกพันทางอารมณ์ที่มีนัยต่อการนิยามความเป็นชายของไอดอล

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลไม่ได้หยุดอยู่แค่ที่การตีความว่า “ไอดอลคือใคร” แต่เป็นกระบวนการที่ผู้ทำวิจัยต้องย้อนกลับมาทบทวนว่า “เรากำลังเข้าใจเขาจากที่ใด” ความเข้าใจนั้นเกิดจากการฟังอย่างแท้จริงหรือเป็นเพียงการจัดหมวดหมู่เพื่อนำเสนอตามทฤษฎีที่มีอยู่แล้ว ผู้ทำวิจัยจึงเลือกที่จะรักษาความไม่สมบูรณ์ ความเหลื่อมกัน และความไม่ลงรอยบางประการไว้ในบทวิเคราะห์ เพราะนั่นคือธรรมชาติของมนุษย์ และยังเป็นหลักการสำคัญของญาณวิทยาแบบสตรีนิยมที่ไม่พยายามครอบงำความรู้

1.6.6 การเขียนสะท้อนตัวตน (reflexive writing)

แม้ว่างานวิจัยชิ้นนี้จะมุ่งศึกษากลุ่มไอดอลในฐานะชายชายขอบที่ถูกประกอบสร้างภายในบริบทของสังคมไทยซึ่งมีอคติและมายาคติต่อผู้ชายที่มีพฤติกรรมการแสดงออกไม่สอดคล้องกับอุดมคติแบบชายอำนาจนำ แต่ผู้ทำวิจัยเองไม่ได้เติบโตขึ้นมาท่ามกลางประสบการณ์ของการเป็นคนชายขอบหรือบุคคลที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานทางสังคมแต่อย่างใด ผู้ทำวิจัยเป็นผู้หญิงวัยยี่สิบปลาย (ขณะลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม) เติบโตขึ้นมาในครอบครัวชนชั้นกลางที่อาศัยอยู่ ณ จังหวัดหนึ่งทางภาคเหนือของประเทศไทย ครอบครัวของผู้ทำวิจัยเป็นครอบครัวข้าราชการต่างจังหวัดที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาและค่านิยมแบบกระแสหลัก ผู้ทำวิจัยจึงได้รับการเลี้ยงดูให้เชื่อฟัง มีระเบียบ และรับผิดชอบต่อบทบาทที่สังคมคาดหวัง โดยเฉพาะเรื่องของเพศและความเหมาะสมทางเพศสถานะ ผู้ทำวิจัยเข้าเรียนในโรงเรียนรัฐบาลชั้นนำของจังหวัด มีผลการเรียนอยู่ในเกณฑ์ดี และเป็นนักเรียนที่มีบทบาทในกิจกรรมของโรงเรียนมาโดยตลอด ผู้ทำวิจัยจึงได้รับการจัดให้อยู่ในกลุ่มของนักเรียนดีเด่น และได้รับการยอมรับจากครูอาจารย์และเพื่อนฝูงเสมอ จึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ทำวิจัยเติบโตมาในสภาพแวดล้อมที่ยึดถืออุดมคติแบบชายเป็นใหญ่ และผู้ทำวิจัยก็มีประสบการณ์ทางสังคมในฐานะผู้ที่อยู่ “ภายในขอบ” มากกว่าจะเป็น “ชายขอบ”

ขณะที่ผู้ทำวิจัยมีความสนใจวัฒนธรรมประชานิยมญี่ปุ่นในระดับหนึ่ง เช่น มังงะ อนิเมะ หรือวงดนตรีเจ-ป๊อป¹⁶ (J-pop) แต่ผู้ทำวิจัยไม่ได้ติดตามวัฒนธรรมเหล่านี้อย่างจริงจังหรือนิยามตัวตนว่าเป็น “โอตะ” หรือ “โอตาคุ” ความเข้าใจของผู้ทำวิจัยเกี่ยวกับโอตะในช่วงแรกจึงอยู่ภายใต้กรอบรับรู้แบบสังคมกระแสหลัก และได้สัมผัสกับวัฒนธรรมโอตะโอดอลอย่างใกล้ชิดเป็นครั้งแรกในงานเจแปน เอ็กซ์โป 2017 (Japan Expo 2017) ซึ่งทำให้ผู้ทำวิจัยรู้สึกประหลาดใจและไม่เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้ชายที่รวมตัวกันตะโกนเชียร์สมาชิกโอดอลหญิงบนเวทีอย่างกระตือรือร้น เสียงเชียร์ที่ดังสนั่นและท่าทางการแสดงออกของกลุ่มโอตะในงานทำให้ผู้ทำวิจัยในขณะนั้นเกิดความรู้สึกแปลกแยกและมีอคติในใจโดยไม่รู้ตัว อย่างไรก็ตาม เหตุผลสำคัญที่ทำให้ผู้ทำวิจัยรู้สึกสนใจศึกษาประเด็นเกี่ยวกับโอตะ BNK48 และอัตลักษณ์ความเป็นชายชายขอบ เริ่มต้นจากประสบการณ์ส่วนตัวในการทำงานกับเพื่อนร่วมงานที่เป็นโอตะ ผู้ทำวิจัยมักได้ยินคำวิจารณ์และคำพูดเชิงล้อเลียนเกี่ยวกับพฤติกรรมของเขา เช่น “พวกคลั่งเด็กสาว” หรือ “ผู้ชายไม่รู้จักโต” ซึ่งผู้ทำวิจัยต้องยอมรับว่าบางครั้งก็รู้สึกหงุดหงิดกับความหลงใหลที่เขามีต่อโอดอลหญิงที่อายุน้อยกว่ามาก แต่เมื่อได้ใช้เวลาทำงานร่วมกันและพูดคุยเรื่องส่วนตัวกันมากขึ้น ผู้ทำวิจัยก็ได้เห็นความรักและความทุ่มเทที่เขามีต่อโอดอลที่เขาชื่นชอบ จนผู้ทำวิจัยรู้สึกเห็นอกเห็นใจและตระหนักว่าเบื้องหลังพฤติกรรมที่ดู “หมกมุ่น” ในสายตาคนนอกนั้นคือความปรารถนาอย่างจริงใจที่จะเป็น “ผู้ให้” ในพื้นที่ที่เขาเชื่อว่ามีตัวตน

ทุกครั้งที่ผู้ทำวิจัยท่องโลกอินเทอร์เน็ตและเห็นโอตะต้องเผชิญกับคำล้อเลียน วิพากษ์วิจารณ์ ถูกดูถูก และไม่เป็นที่ยอมรับจาก “ชาวเน็ต”¹⁷ มักทำให้ผู้ทำวิจัยรู้สึกสะเทือนใจ อย่างไรก็ตาม ความรู้สึกสะเทือนใจที่เกิดขึ้นอยู่ในใจของผู้ทำวิจัยนั้นไม่ได้เกิดจากความผูกพันส่วนตัว แต่เกิดจากความเชื่อพื้นฐานของผู้ทำวิจัยเองว่าในความเป็นมนุษย์นั้น ไม่มีใครควรถูกทำให้เป็นตัวตลกเพียงเพราะเขาทำในสิ่งที่ตัวเองรัก ตราบใดที่เขาไม่ได้เบียดเบียนหรือทำร้ายใคร การที่คนคนหนึ่งจะชื่นชอบสิ่งใดหรือแสดงออกในแบบที่ตัวเองพึงพอใจ ควรเป็นสิ่งที่ได้รับการยอมรับในฐานะเสรีภาพพื้นฐานของความเป็นมนุษย์ ด้วยเหตุนี้ คำล้อเลียนและวิพากษ์วิจารณ์กลุ่มโอตะในโซเชียลมีเดีย รวมถึงสายตาของคนรอบข้างในพื้นที่สาธารณะที่มองกลุ่มโอตะอย่างไม่เข้าใจและเต็มไปด้วยความตลกขบขัน จึงกลายเป็นจุดสำคัญที่ทำให้ผู้ทำวิจัยเริ่มสนใจว่าเพราะเหตุใดคนในสังคมไทยจึงลดทอนคุณค่าความเป็นชายของผู้ชายกลุ่มนี้ และเพราะอะไรผู้ชายกลุ่มนี้จึงยังยืนยันที่จะอยู่ในวัฒนธรรมนี้

¹⁶ เจ-ป๊อป (J-pop ย่อมาจาก Japanese Pop) คือแนวดนตรีป๊อปสมัยใหม่ของญี่ปุ่นที่ได้รับอิทธิพลจากดนตรีตะวันตก เช่น ร็อก บี๊อป และอาร์แอนด์บี โดยเริ่มเป็นที่นิยมตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา J-pop ไม่ได้หมายถึงแนวดนตรีเท่านั้น แต่ยังเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมร่วมสมัยญี่ปุ่นซึ่งครอบคลุมทั้งแฟชั่น ภาพลักษณ์ของศิลปิน และการตลาดของวงการบันเทิงญี่ปุ่น

¹⁷ “ชาวเน็ต” เป็นคำที่ใช้ในภาษาไทยเพื่อเรียกกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทั่วไป โดยเฉพาะผู้ที่มีส่วนร่วมในพื้นที่สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ บอร์ด โซเชียลมีเดีย หรือเว็บไซต์ข่าวต่างๆ คำนี้มักใช้เพื่ออ้างถึงความคิดเห็นของสาธารณชนในโลกออนไลน์ ซึ่งแม้จะไม่มีการระบุตัวตนหรือข้อมูลส่วนบุคคลของผู้แสดงความเห็นอย่างชัดเจน แต่ก็มีอิทธิพลต่อการรับรู้และการผลิตรายการในสังคมไทยร่วมสมัย

ต่อไป แม้ว่าจะต้องแลกกับการถูกมองว่าไม่ปกติหรือไม่ใช่ผู้ชายในแบบที่สังคมคาดหวังจนนำไปสู่การถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างรุนแรงก็ตาม

เมื่อเข้าสู่การเก็บข้อมูลภาคสนาม ในช่วงเริ่มต้นของการเก็บข้อมูล ผู้ทำวิจัยรู้สึกมีระยะห่างระหว่างตัวเองกับกลุ่มโอตะอยู่มาก ทั้งในเชิงวัฒนธรรมและวิถีคิด แต่เมื่อผู้ทำวิจัยได้เข้าไปพูดคุย สังเกตการณ์ และสัมภาษณ์โอตะหลายคนอย่างใกล้ชิด ความเข้าใจจึงเริ่มเปลี่ยนแปลงไปอย่างช้าๆ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้ทำวิจัยกับโอตะจากกลุ่มต่างๆ ไม่เพียงเปิดโอกาสให้ผู้ทำวิจัยได้เข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมโอตะ แต่ยังช่วยลดทอนอคติที่ผู้ทำวิจัยเคยมีต่อคนกลุ่มนี้ โอตะให้ความร่วมมือกับการวิจัยมีความจริงใจ เปิดเผย และให้การต้อนรับเป็นอย่างดี เช่นกรณีของเกมเป็นตัวอย่างสำคัญของความสัมพันธ์เชิงพื้นที่และความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการเก็บข้อมูล เกมเป็นผู้ชายคนแรกที่ผู้ทำวิจัยรู้จักในฐานะโอตะ และได้กลายมาเป็นผู้ให้ข้อมูลหลักในงานวิจัยชิ้นนี้ ความสัมพันธ์ที่คุ้นเคยทำให้ผู้ทำวิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลบางประการได้ง่าย แต่ในขณะเดียวกันก็พบข้อจำกัดเชิงระเบียบวิธี กล่าวคือเนื่องจากความเป็นเพื่อนและความใกล้ชิด เกมจึงมักตอบคำถามโดยคาดเดาว่าผู้ทำวิจัยต้องการคำตอบในลักษณะใด สะท้อนให้เห็นถึงการเจือปนของเจตนาดีในกระบวนการสื่อสารระหว่างผู้ทำวิจัยกับผู้ให้ข้อมูล ดังนั้นผู้ทำวิจัยจึงต้องตั้งคำถามเดิมซ้ำในหลายบริบท เพื่อให้สามารถแยกแยะได้ว่าคำตอบใดสะท้อนความรู้สึกของผู้ให้ข้อมูลจริงๆ ในทางตรงกันข้าม โอตะบางคนที่ผู้ทำวิจัยไม่ได้สนิทสนมเป็นพิเศษ กลับให้ข้อมูลที่ “วงใน” และเป็นความจริงที่เกิดขึ้นกับพวกเขา มากกว่า ข้อมูลเหล่านี้ครอบคลุมตั้งแต่ข่าวลือเรื่องไอดอลมีแฟน การเตรียมตัวลาออกจากวงของไอดอล ไปจนถึงเรื่องราวภายในของกลุ่มโอตะที่ไม่ปรากฏในสื่อหรือพื้นที่สาธารณะ ผู้ทำวิจัยได้รับฟังเรื่องเล่าเหล่านี้จากความไว้วางใจของโอตะในฐานะ “คนรู้จัก” มากกว่า “นักวิจัย” และนี่จึงเป็นอีกหนึ่งมิติของข้อมูลที่การศึกษาทางชาติพันธุ์วรรณาแนวสตรีนิยมสามารถเข้าถึงได้โดยอาศัยความสัมพันธ์เชิงมนุษย์มากกว่าความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง

อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้ทำวิจัยในฐานะนักวิจัยหญิงกับโอตะชายกลับมีความซับซ้อน ผู้ทำวิจัยรับรู้ว่ามีอำนาจเชิงโครงสร้างบางประการ เช่น สถานะของนักศึกษาปริญญาโท บทบาทในฐานะผู้ตั้งคำถาม ผู้วิเคราะห์ และผู้จัดการข้อมูล ซึ่งสะท้อนอำนาจในการควบคุมวาทกรรมในรายงานวิจัย ในขณะที่โอตะผู้เข้าร่วมงานวิจัยอยู่ในสถานะของกลุ่มชายชายขอบที่เสียงของพวกเขาถูกทำให้เงียบในสังคม ทว่า ในพื้นที่การเก็บข้อมูลภาคสนามอำนาจไม่ได้ไหลไปทางเดียว โอตะเองก็มีอำนาจในการควบคุมสิ่งที่พวกเขาจะเปิดเผยหรือปิดบัง ความสนใจของพวกเขาคือสิ่งที่กำหนดคุณภาพของข้อมูล และความไว้วางใจคือเงื่อนไขสำคัญที่สุดในการเข้าถึงประสบการณ์ของพวกเขา ในบางกรณี ผู้ทำวิจัยกลายเป็น “ผู้หญิงคนนอก” ที่ถูกมองด้วยความระแวงระวังหรือความไม่ไว้วางใจในช่วงต้นของการเก็บข้อมูล บางคนเลือกที่จะไม่ตอบคำถาม

เชิงลึกหรือเลี่ยงการพูดถึงประเด็นที่พวกเขารู้สึกอ่อนไหว เช่น ความรู้สึกส่วนตัวต่อไอดอล หรือความสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับ แต่เมื่อผู้ทำวิจัยแสดงท่าทีเปิดรับ ใช้ภาษาที่ให้ความเคารพ และพูดในลักษณะ “อยากเรียนรู้” มากกว่าตัดสิน โอตะหลายคนก็เริ่มเปิดเผยตัวตนมากขึ้น และในบางครั้งก็แสดงบทบาท “พี่ชาย” ที่อยากสอน อยากปกป้อง และอยากให้ข้อมูลกับผู้ทำวิจัยอย่างจริงจัง ความสัมพันธ์เชิงอำนาจจึงไม่ได้ตายตัว แต่แปรเปลี่ยนไปตามบริบทของแต่ละสถานการณ์และระดับของความสัมพันธ์ที่สร้างขึ้นระหว่างการเก็บข้อมูล

เมื่อเวลาผ่านไป โอตะบางคนก็ค่อยๆ ถอยห่างออกจากวัฒนธรรมโอตะไอดอลไปแล้ว เช่น เปลี่ยนความสนใจ เลิกติดตามวง BNK48 หรือไม่ร่วมทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ BNK48 อีกต่อไปแล้ว แต่ความสัมพันธ์ของผู้ทำวิจัยและโอตะที่เคยเกิดขึ้นในระหว่างการทำวิจัยก็ไม่ได้ถูกตัดขาดไปเสียทีเดียว ผู้ทำวิจัยยังคงติดต่อพูดคุยและสอบถามถึงความเป็นไปในแวดวงวัฒนธรรมไอดอลเป็นครั้งคราวและพวกเขาก็ยังคงพูดคุยตอบคำถามของผู้ทำวิจัยอย่างจริงจังเช่นเดิม นอกจากนี้ ผู้ทำวิจัยยังแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นเชิงสังคมอื่นๆ กับโอตะบางคนทางโซเชียลมีเดียอยู่เป็นประจำไม่เพียงเท่านั้น พวกเขายังคอยให้กำลังใจผู้ทำวิจัยอยู่เสมอในช่วงเวลาของการเขียนเล่มวิจัย โดยเฉพาะในช่วงเวลาที่ผู้ทำวิจัยรู้สึกเหนื่อยล้าและอยากยอมแพ้ ทุกครั้งพวกเขาจะบอกกับผู้ทำวิจัยว่า “อย่างน้อยก็มีงานวิชาการสักชิ้นที่เล่าเรื่องราวของพวกเขาในอีกมุมหนึ่ง” ด้วยเหตุนี้เอง การเดินทางร่วมกับโอตะทั้ง 6 คนในการทำวิจัยชิ้นนี้จึงไม่ใช่เพียงการเก็บข้อมูลเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ทางสังคมเท่านั้น แต่มันคือการได้พบกับมนุษย์กลุ่มหนึ่งที่พยายามดำรงอยู่กับสิ่งที่พวกเขารัก แม้จะต้องเผชิญกับการตัดสินจากสายตาของคนภายนอก ความรู้สึกสะท้อนใจในช่วงเริ่มต้นของงานวิจัยจึงค่อยๆ แปรเปลี่ยนเป็นความเคารพอย่างลึกซึ้ง ความเข้าใจ และการตระหนักรู้ถึงอดีตที่ซ่อนอยู่ในสังคมไทย รวมถึงในตัวผู้ทำวิจัยเองด้วย การเขียนวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นทั้งบทเรียนและการเยียวยา เป็นพื้นที่ที่ผู้ทำวิจัยได้รับฟัง ทำความเข้าใจ และเรียนรู้จากเสียงของผู้คนที่ครั้งหนึ่งเคยถูกมองว่า “ไม่ปกติ” ให้กลับมามีตัวตนอย่างที่พวกเขาเป็น

ในฐานะนักวิจัย ผู้ทำวิจัยทราบดีถึงความทับซ้อนของบทบาทระหว่าง “ผู้ทำวิจัย” และ “ผู้ฟังที่มีอารมณ์ร่วม” อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การได้ฟังเรื่องราวของโอตะที่ถูกหัวเราะเยาะ การต่อสู้กับความคาดหวังของสังคม หรือความรู้สึกว่าพวกเขาถูกตีตราว่าเป็น “ผู้ชายประหลาด ไม่มีแฟน จนต้องมาสนับสนุนไอดอล¹⁸” ทำให้ผู้ทำวิจัยไม่สามารถรักษาความเป็นกลางเชิงอารมณ์ไว้ได้ตลอดเวลา ผู้ทำวิจัยเคยรู้สึกเจ็บปวด เศร้าใจ หรือแม้แต่โกรธแทนพวกเขาเมื่อได้ยินประสบการณ์ที่

¹⁸ ตัวอย่างการตีตราโอตะในพื้นที่ออนไลน์ปรากฏในความคิดเห็นของผู้ใช้ Facebook รายหนึ่งซึ่งกล่าวว่า “น่ากลัวมาก มีบางคนกลุ่มนี้ มักไม่มีแฟน ใครจะกล้ามาคบอะเนอะ พฤติกรรมแปลกมาก” ซึ่งสะท้อนทัศนคติของสังคมที่มองชายไอดอลผู้สนับสนุนไอดอลหญิงว่าเบี่ยงเบนจากอุดมคติความเป็นชาย (ความคิดเห็นในโพสต์ของเพจ Bel Racing, Facebook, คลิปวิดีโอ ไวดาเกะไดมอน อะ รุ้จักป่าว)

ไม่เป็นธรรม ในบางครั้งผู้ทำวิจัยต้องสะกดกลิ่นอารมณ์หรือหลีกเลี่ยงที่จะไม่พูดอะไรต่อเมื่อโอตะบางคนหยุดนิ่งไปกลางประโยค แต่ในขณะเดียวกัน ผู้ทำวิจัยก็เกิดความขัดแย้งทางความรู้สึกเมื่อได้รับฟังพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของโอตะที่ปฏิบัติกับไอศดอลหญิงซึ่งผู้ทำวิจัยมองว่าเป็นการละเมิดสิทธิและคุกคามทางเพศไอศดอล ความรู้สึกเหล่านี้ทำให้ผู้ทำวิจัยตระหนักว่าการเป็นนักวิจัยในแนวชาติพันธุ์วรรณาสตรีนิยมไม่ใช่การยืนอยู่นอกเรื่องเล่า แต่ต้องยอมรับว่าเรามีบทบาทอยู่ในนั้น และต้องพยายามถอดรหัสความรู้สึกด้วยหัวใจ ไม่ใช่ด้วยเครื่องมือทางวิชาการเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ ผู้ทำวิจัยต้องตระหนักถึงจริยธรรมในการทำวิจัยอย่างต่อเนื่อง เช่น ไม่ใช่ข้อมูลที่ได้อาจไม่ได้รับอนุญาต ไม่ใช่ชื่อจริงของผู้ให้ข้อมูล และให้สิทธิในการปฏิเสธคำถามหรือถอนตัวจากการวิจัยได้ตลอดเวลา ผู้ทำวิจัยพยายามลดอคติที่อาจมีระหว่างการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการเขียนบันทึกภาคสนามและการเขียนสะท้อนตัวตนหลังจากพบโอตะแต่ละคนในแต่ละครั้ง เพื่อทบทวนว่าผู้ทำวิจัยรู้สึกอย่างไรในสถานการณ์นั้นๆ และมีสิ่งใดที่ผู้ทำวิจัยอาจละเลยหรือตัดสินใจโดยไม่รู้ตัว ประสบการณ์ในการทำวิจัยครั้งนี้จึงเป็นมากกว่าการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ แต่เป็นการเรียนรู้ที่จะถอดถอนอคติ สร้างบทสนทนาระหว่างอัตลักษณ์ และเรียนรู้ที่จะฟังโดยไม่รีบตัดสิน ทั้งนี้ ผู้ทำวิจัยไม่ได้พยายามทำความเข้าใจผู้ชายกลุ่มหนึ่งที่ถูกสังคมทำให้ชายขอบมากขึ้นเท่านั้น แต่ผู้ทำวิจัยได้ทำความเข้าใจตัวเองอีกด้วยว่าเหตุใดผู้ทำวิจัยจึงเคยมีอคติต่อพวกเขา และสิ่งใดในสังคมที่ทำให้ความคิดเช่นนั้นดำรงอยู่ ซึ่งประสบการณ์จากการทำวิจัยครั้งนี้ได้เปลี่ยนแปลงผู้ทำวิจัยในฐานะนักวิจัยและในฐานะมนุษย์อย่างลึกซึ้ง

บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 บทนำ

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษากระบวนการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของ “โอตะ” แฟนคลับผู้ชายในวัฒนธรรมโอตะไอดอล BK48 ในประเทศไทย โดยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจว่าแฟนคลับผู้ชายกลุ่มนี้นิยาม รื้อสร้าง และต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายอย่างไรเมื่อพวกเขาเข้าไปมีส่วนร่วมกับการกิจกรรมแฟนคลับที่ถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง เช่น การติดตามไอดอล การซื้อของสะสม หรือการเข้าร่วมงานอีเวนต์ต่างๆ ซึ่งอาจถูกสังคมมองว่าไม่สอดคล้องกับอุดมคติความเป็นชายแบบดั้งเดิมของไทย¹ (traditional masculinity ideals) และเพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ดังกล่าวอย่างลึกซึ้ง ในบทที่ 2 นี้จึงจะทำการทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาความเป็นชายในวัฒนธรรมแฟนคลับ โดยจัดแบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) กรอบแนวคิดเรื่องเพศสถานะ (gender theory) 2) กรอบแนวคิดอัตลักษณ์ความเป็นชาย (masculinity theory) และ 3) กรอบแนวคิดวัฒนธรรมแฟนคลับ (fan culture theory) ซึ่งล้วนเป็นกรอบการวิเคราะห์สำคัญที่เชื่อมโยงกันและมีบทบาทในการอธิบายกระบวนการต่อรองและก่อร่างสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของแฟนคลับชายในบริบททางวัฒนธรรมร่วมสมัย

ในส่วนแรกของบทนี้จะกล่าวถึงกรอบแนวคิดเรื่องเพศสถานะ (gender) ซึ่งเป็นพื้นฐานของการทำความเข้าใจความเป็นชายในฐานะเพศสถานะที่ถูกสร้างขึ้นผ่านกระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งแนวคิดสำคัญในส่วนนี้คือแนวคิดเรื่อง “เจนเดอร์ เพอร์ฟอร์มาทิวิตี” (gender performativity) ของ Judith Butler (1990) ที่เสนอว่าความเป็นหญิงและชายไม่ใช่สิ่งที่สามารถกำหนดไว้ได้ล่วงหน้า แต่เป็นผลลัพธ์ของการกระทำซ้ำๆ ที่อยู่ภายใต้บรรทัดฐานและวาทกรรมทางอำนาจของสังคม อัตลักษณ์ทางเพศจึงเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างผ่านการแสดงออกในชีวิตประจำวัน เช่น การแต่งกาย น้ำเสียง หรือการแสดงอารมณ์ ทั้งนี้ ผู้ทำวิจัยได้อธิบายเพิ่มเติมถึงแนวคิดของนักทฤษฎีคนอื่นๆ เพื่อปูพื้นฐานให้กับการวิเคราะห์อัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะในบริบทการปฏิบัติซ้ำทางสังคมและการจัดวางอัตลักษณ์ความเป็นชายภายใต้โครงสร้างอำนาจ

¹ อุดมคติความเป็นชายแบบดั้งเดิมของไทย (traditional Thai masculinity ideals) คือชุดคุณลักษณะและพฤติกรรมที่สังคมไทยคาดหวังจากผู้ชาย เช่น ความเข้มแข็ง อดทน สุภาพ ไม่แสดงอารมณ์อ่อนไหว ความเป็นผู้นำ มีหน้าที่หาเลี้ยงครอบครัว และมีบทบาทเหนือผู้หญิงทั้งในครัวเรือนและสังคม โดยอุดมคติเหล่านี้มีรากฐานจากวัฒนธรรมปิตาธิปไตย ผสมผสานกับค่านิยมในพุทธศาสนาแบบเถรวาทที่ยกย่องบทบาทของบิดา พระภิกษุ และวีรบุรุษชาย เช่น นักรบหรือขุนนางในอดีต (Thongchai, 1994) ทั้งนี้ ในวัฒนธรรมร่วมสมัย อุดมคติเหล่านี้ยังคงถูกผลิตซ้ำผ่านระบบการศึกษา สื่อมวลชน และครอบครัว ซึ่งทำหน้าที่สร้างและรักษามาตรฐานของความเป็นชายที่ถูกต้องในกรอบสังคมไทย

ส่วนที่สองจะมุ่งเน้นไปที่กรอบแนวคิดความเป็นชาย (masculinity) โดยเน้นกรอบแนวคิดของ R.W. Connell (2005) ที่เสนอกรอบการวิเคราะห์เกี่ยวกับเรื่องพหุความเป็นชาย (masculinities) โดยเน้นไปที่ความเป็นชายแบบอำนาจนำ (hegemonic masculinity) และความเป็นชายแบบชายชายขอบ (marginalized masculinity) นอกจากนี้ จะมีการกล่าวถึงแนวคิดเรื่องความเป็นชายในฐานะผู้ปกป้อง (protective masculinity) และแนวคิดเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality) ซึ่งจะช่วยในการทำความเข้าใจกระบวนการต่อรองต่อสู้หรือสร้างความเป็นชายใหม่ของโอตะ BNK48 ในบริบททางสังคมที่มีการจัดเรียงอำนาจของความเป็นชาย

ส่วนที่สามจะมุ่งเน้นไปที่กรอบแนวคิดวัฒนธรรมแฟนคลับ (fan culture) และวัฒนธรรมการมีส่วนร่วม (participatory culture) ซึ่งได้รับการพัฒนาโดย Henry Jenkins (1992) เพื่ออธิบายว่าพฤติกรรมการบริโภคของแฟนคลับ (fan consumption) ที่ไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ของการบริโภคอย่างเดียวนั้น แต่เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้แฟนคลับได้มีส่วนร่วมในการสร้างอัตลักษณ์ตัวตนและความสัมพันธ์กับศิลปิน โดยเฉพาะในกรณีของแฟนคลับผู้ชายที่เข้ามามีส่วนร่วมในวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง การมีส่วนร่วมนี้จึงกลายเป็นพื้นที่ของการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายให้กับพวกเขา นอกจากนี้ ยังกล่าวถึงกรอบแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติ (fictive kinship) ที่ปรากฏในวัฒนธรรมโอตะไอดอล ซึ่งจะช่วยอธิบายว่าโอตะสามารถใช้ความสัมพันธ์ที่มีนัยทางสังคมกับไอดอลหญิงอย่างไรเพื่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ของพวกเขา

ทั้งนี้ การจัดวางทฤษฎีและกรอบแนวคิดสำคัญในบทที่ 2 จะเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในบทถัดไป โดยเชื่อมโยงกรอบแนวคิดเข้ากับประสบการณ์ของโอตะ BNK48 เพื่อทำความเข้าใจการต่อรองและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ของโอตะ BNK48 ในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัยของสังคมไทย

2.2 กรอบแนวคิดทฤษฎีเรื่องเพศสถานะ (Gender)

ในการศึกษาด้านสตรีศึกษาและเพศสถานะศึกษา แนวคิดเรื่องเพศสถานะ (gender) ได้รับการพัฒนาให้หลุดพ้นจากกรอบความเข้าใจแบบดั้งเดิมที่เชื่อมโยงความเป็นเพศกับเพศกำเนิด (sex) โดยตรง นักวิชาการเฟมินิสต์ร่วมสมัยได้ชี้ให้เห็นว่าเพศสถานะไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่กำเนิดหรือถูกกำหนดโดยร่างกาย แต่เป็นสิ่งที่ถูก “ประกอบสร้าง” (constructed) ผ่านกระบวนการทางสังคม วัฒนธรรม วาทกรรม และโครงสร้างทางอำนาจ ที่ทำหน้าที่กำหนดและควบคุมพฤติกรรม การแสดงออกของแต่ละบุคคลในสังคม แนวคิดเรื่องเพศสถานะจึงมีพัฒนาการอย่างมีนัยสำคัญจาก

การแยกความแตกต่างระหว่างเพศกำเนิดและเพศสถานะ ไปสู่การเข้าใจว่าเพศสถานะเป็นบทบาทที่เรียนรู้ได้ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและไม่มีจุดจบ อัตลักษณ์ทางเพศ (gender identity) จึงไม่ได้เป็นสิ่งที่บุคคล “เป็น” แต่เป็นสิ่งที่ “กระทำ” อย่างสม่ำเสมอและถูกสังคมคาดหวังให้กระทำตามแบบแผน ความเป็นเพศที่สังคมคาดหวังเอาไว้

หนึ่งในนักคิดผู้วางรากฐานแนวคิดเรื่องเพศสถานะคือ Simone de Beauvoir นักปรัชญาเฟมินิสต์ชาวฝรั่งเศส ซึ่งในหนังสือ *The Second Sex* (1949) เธอได้เสนอว่า “ผู้หญิงไม่ได้เกิดมาเป็นผู้หญิง หากแต่กลายเป็นผู้หญิง” (one is not born, but rather becomes, a woman) ซึ่งเป็นคำกล่าวสำคัญที่แยกความเป็นเพศหญิงออกจากเพศกำเนิด และโยงเข้ากับการสร้างเพศสถานะผ่านสังคมและวัฒนธรรม (de Beauvoir, 1949, หน้า 283) ขณะที่อีกแนวคิดสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการทำความเข้าใจเรื่องเพศสถานะในฐานะการกระทำซ้ำ คือแนวคิดเรื่อง “ดูอิง เจนเดอร์” (doing gender) ของ Candace West และ Don Zimmerman (1987) ที่เสนอว่าเพศสถานะเป็นการปฏิบัติที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในการมีปฏิสัมพันธ์ในชีวิตประจำวัน เช่น ท่าทาง น้ำเสียง และการแต่งกาย โดยกระบวนการนี้เป็นสิ่งที่บุคคลต้องทำเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับว่าเขาหรือเธอเป็นชายหรือหญิง การกระทำเหล่านี้จึงไม่ใช่การแสดงออกจากภายใน แต่เป็นสิ่งที่อยู่ภายใต้โครงสร้างทางสังคมที่มีบรรทัดฐานกำกับอยู่ตลอดเวลา (West และ Zimmerman, 1987, หน้า 127)

ทั้งนี้ แนวคิดเรื่องเพศสถานะได้รับการตีความและวิพากษ์อย่างลึกซึ้งในงานของ Judith Butler โดยเฉพาะในหนังสือ *Gender Trouble* (1990) ซึ่งถือเป็นหมุดหมายสำคัญของแนวคิดแบบหลังโครงสร้างนิยม โดย Butler ได้วิพากษ์กรอบคิดแบบทวิลักษณ์ทางเพศ (binary sex) ที่แยกเพศกำเนิดออกจากเพศสถานะ และเสนอว่าความเป็นหญิงหรือชายไม่ใช่สิ่งที่สามารถกำหนดไว้ได้ล่วงหน้า แต่เป็นผลลัพธ์ของการกระทำซ้ำๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น การใช้ถ้อยคำ การแต่งกาย ท่าทาง หรือการสื่อสารทางสังคมที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ของ “เพศ” ตามที่สังคมรับรู้ (Butler, 1990, หน้า 25–34)

แนวคิดนี้นำไปสู่กรอบแนวคิดหลักที่เรียกว่า “เจนเดอร์ เพอร์ฟอร์มาทิวิตี” (gender performativity) ที่ Butler อธิบายว่าอัตลักษณ์ทางเพศเกิดจากการแสดงซ้ำ (repetition) ของพฤติกรรม วาทกรรม และกฎเกณฑ์ทางสังคมที่คาดหวังต่อเพศนั้นๆ เช่น ท่าทาง การพูดจา การแต่งกาย หรือการเลือกบทบาทในสังคม เมื่อถูกกระทำซ้ำๆ และได้รับการยอมรับจากสังคม ก็จะดูเหมือนว่าเป็นธรรมชาติหรือเป็น “ตัวตนที่แท้จริง” ของบุคคลนั้นๆ เพราะฉะนั้นแล้วเพศสถานะจึงเป็นสิ่งที่ถูกผลิตสร้างและยึดโยงอยู่กับอำนาจเชิงวาทกรรมของสังคม ความหมายของเพศจึงไม่ใช่สิ่งที่เป็นอยู่โดยธรรมชาติ แต่เกิดจากการกระทำซ้ำๆ ที่ได้รับการยอมรับว่าชอบธรรม (Butler, 1993)

สิ่งสำคัญในแนวคิดของ Butler คือการไม่ยึดติดกับกรอบ “เพศเป็นธรรมชาติ” เพราะแนวคิดเรื่องเพศที่แบ่งเพศชายและเพศหญิงอย่างตายตัวนั้นเป็นผลลัพธ์ของโครงสร้างอำนาจทาง

สังคมที่กำหนดว่าใครควรจะเป็นอะไรและควรปฏิบัติตัวอย่างไร โดย Butler ได้รับอิทธิพลจากแนวคิดเรื่อง “อินเทอร์เพลลชัน” (interpellation) ของ Louis Althusser ที่อธิบายว่าอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลไม่ได้เกิดจากตัวตนภายใน แต่เกิดจากกระบวนการที่สังคม “เรียก” หรือ “กำหนด” ให้เราเป็นบางอย่าง เช่น การที่สังคมเรียกเด็กเกิดใหม่ว่า “ผู้ชาย” หรือ “ผู้หญิง” ก็ถือเป็นการผลิตอัตลักษณ์ผ่านภาษาและวาทกรรม (Butler, 1997) ภายใต้แนวคิดนี้ การที่เพศสถานะถูกกระทำซ้ำๆ โดยไม่สามารถเบี่ยงเบนได้อย่างเสรี จึงตอกย้ำความเป็นบรรทัดฐาน (normativity) ของอัตลักษณ์ทางเพศ เช่น “ความเป็นชาย” หรือ “ความเป็นหญิง” แบบอุดมคติที่ Butler เรียกว่า “บรรทัดฐานรักต่างเพศ” (heteronormativity) ที่กำหนดว่าความรักหรือเพศวิถีที่ถูกต้องจะต้องเป็นแบบชายรักหญิงเท่านั้น

แนวคิดของ Butler ได้เปิดพื้นที่ให้กับอัตลักษณ์ทางเพศที่หลากหลาย และชี้ให้เห็นว่าการเบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานทางเพศไม่ได้เป็นสิ่งที่ผิดปกติ แต่เป็นการแสดงให้เห็นถึงความไม่มั่นคงของระเบียบทางเพศ ตัวอย่างเช่นกลุ่มโอตะ ที่กรอบแนวคิดนี้จะช่วยให้เข้าใจว่าความเป็นชายของโอตะเหล่านี้ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด แต่เป็นสิ่งที่พวกเขาสร้างขึ้นจากการกระทำซ้ำๆที่มีความหมาย ดังนั้น กรอบแนวคิดเรื่องการสวมบทบาททางเพศของ Judith Butler จึงไม่เพียงช่วยอธิบายว่าความเป็นชายไม่ใช่สิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด แต่เป็นสิ่งที่คนเราสร้างขึ้นจากการกระทำซ้ำๆ ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ กรอบแนวคิดนี้ยังเปิดโอกาสให้สามารถวิเคราะห์กลุ่มผู้ชายที่อยู่ในวัฒนธรรมแฟนคลับ โดยเฉพาะกลุ่มที่ถูกมองว่าอยู่นอกกรอบของความเป็นชายกระแสหลักกว่าพวกเขาสามารถใช้การกระทำหรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่พวกเขาคลั่งไคล้ม้าต่อรองและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองขึ้นมาใหม่ได้อย่างไร

2.3 กรอบแนวคิดทฤษฎีเรื่องความเป็นชาย (masculinities)

แนวคิดเรื่องเจนเดอร์ เพอร์ฟอร์มาทิวิตี ของ Butler มีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อการศึกษาเรื่องความเป็นชาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานของ R.W. Connell (2005) ที่เสนอว่าความเป็นชาย (masculinity) เป็นรูปแบบหนึ่งของเพศสถานะที่ไม่ได้เป็นสิ่งที่มีลักษณะตายตัวทางชีววิทยา แต่เป็นโครงสร้างทางสังคมที่ถูกสร้างขึ้น (constructed) และถูกปฏิบัติกระทำ (performed) ภายใต้บริบททางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และอำนาจที่แตกต่างกันในแต่ละสังคม การศึกษาความเป็นชายจึงมุ่งเน้นไปที่การทำความเข้าใจกระบวนการผลิตสร้างและสืบทอดความเป็นชายในพื้นที่ต่างๆ ของสังคม ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว โรงเรียน สื่อ ไปจนถึงวัฒนธรรมแฟนคลับ ขณะเดียวกัน Connell ก็ระบุว่าความเป็นชายไม่ได้มีเพียงแบบเดียว แต่มีความหลากหลาย (masculinities) ที่สัมพันธ์กัน

ภายใต้โครงสร้างอำนาจ โดยมี “ความเป็นชายแบบอำนาจนำ” (hegemonic masculinity) เป็นรูปแบบที่มีอำนาจสูงสุดและได้รับการยอมรับในฐานะความเป็นชายในอุดมคติของสังคม

การทำความเข้าใจแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ความเป็นชายจึงมีความสำคัญต่อการศึกษาบทบาทและอัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะ เนื่องจากแฟนคลับผู้ชายกลุ่มนี้ดำรงอยู่ในพื้นที่ที่ไม่ได้สอดคล้องกับบรรทัดฐานความเป็นชายแบบอำนาจนำ การวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิดนี้จะช่วยให้สามารถมองเห็นกระบวนการต่อรองและรื้อสร้างลักษณะบางอย่างของความเป็นชายในอุดมคติเพื่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ผ่านวัฒนธรรมโอตะไอดอล

2.3.1 กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชายของ R.W. Connell

กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชาย (masculinity) ของ R.W. Connell (2005) เป็นกรอบวิเคราะห์ที่สำคัญในศาสตร์การศึกษาด้านสตรีศึกษาและบุรุษศึกษา ผลงานสำคัญของเธอได้แก่ หนังสือเรื่อง Gender and Power (1987), Masculinities (1995; 2005), และ Confronting Equality (2011) โดย Connell เสนอว่าความเป็นชายไม่ใช่สิ่งที่มีมาตั้งแต่กำเนิดหรือเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่ถูกสังคมประกอบสร้างขึ้น (social constructed) และเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบททางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และโครงสร้างอำนาจที่แตกต่างกันในแต่ละสังคม (Connell, 2005, หน้า 67 - 71)

หนึ่งในแนวคิดสำคัญของ Connell คือแนวคิดเรื่อง “พหุความเป็นชาย” (multiple masculinities) ที่ชี้ให้เห็นว่าภายในสังคมหนึ่ง ๆ ความเป็นชายไม่ได้มีเพียงรูปแบบเดียวแต่มีความหลากหลายและมีความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างกัน โดย Connell ได้แบ่งลำดับชั้นของความเป็นชาย (hierarchy of masculinities) ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่:

- **ความเป็นชายแบบอำนาจนำ (hegemonic masculinity)** คือรูปแบบของความเป็นชายที่ถูกสถาปนาให้เป็นบรรทัดฐานหรือเป็น “อุดมคติ” ของความเป็นชายที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดในสังคมนั้นๆ และทำหน้าที่ธำรงไว้ซึ่งโครงสร้างสังคมชายเป็นใหญ่ (patriarchal society) ความเป็นชายรูปแบบนี้ไม่ใช่เพียงอัตลักษณ์ของบุคคลใดบุคคลหนึ่งเท่านั้น แต่คือระบบคุณค่าที่ถูกสังคมยอมรับและทำให้ดูเหมือนเป็น “ธรรมชาติของผู้ชาย” ความเป็นชายแบบอำนาจนำมักแสดงออกผ่านความแข็งแรงทางร่างกาย ความมีอำนาจ ความมีเหตุผลเหนืออารมณ์ การปฏิเสธความเป็นหญิง และมีอำนาจเหนือผู้หญิงหรือบุคคลที่ถูกทำให้เป็นอื่น (Connell, 2005, หน้า 76 - 78)

- **ความเป็นชายแบบสมยอม (complicit masculinity)** คือรูปแบบของความเป็นชายที่ไม่ได้แสดงออกอย่างชัดเจนหรือเข้มข้นตามอุดมคติของความเป็นชายแบบอำนาจนำ แต่ผู้ชายกลุ่มนี้ยังคงได้รับผลประโยชน์จากโครงสร้างชายเป็นใหญ่ที่สนับสนุนและให้คุณค่ากับ

ความเป็นชายตามอุดมคตินั้น กล่าวคือแม้พวกเขาจะไม่ได้เป็นผู้นำหลักหรือเป็นแบบอย่างของความเป็นชายตามอุดมคติ แต่พวกเขาก็ไม่ได้ต่อต้านหรือท้าทายโครงสร้างนั้นอย่างจริงจัง ในทางกลับกัน พวกเขาก็มีแนวโน้มที่จะสมยอมหรืออยู่ร่วมกับอำนาจนั้นในแบบที่พวกเขายังคงรักษาสีทิวพิเศษของตนในระบบชายเป็นใหญ่ไว้ได้ (Connell, 2005, หน้า 79 - 80)

● **ความเป็นชายแบบอำนาจรอง (subordinate masculinity)** คือรูปแบบความเป็นชายที่ถูกผลักให้อยู่ในลำดับชั้นล่างสุดของความเป็นชายภายใต้ระบบอำนาจนำ ความเป็นชายลักษณะนี้มีลักษณะเบี่ยงเบนจากอุดมคติของความเป็นชายแบบอำนาจนำ เช่น ไม่แสดงออกถึงความแข็งแกร่ง ความเป็นผู้นำ หรือการควบคุมอารมณ์ เป็นต้น Connell อธิบายอย่างชัดเจนว่าความเป็นชายแบบอำนาจรองนั้น รวมถึงกลุ่มชายรักชาย (gay men) ที่ไม่เพียงถูกลดทอนคุณค่าทางวัฒนธรรมในฐานะที่ไม่ใช่ผู้ชายที่แท้จริง แต่ยังถูกกีดกันจากสิทธิและโอกาสเชิงโครงสร้าง ทั้งในแง่กฎหมาย การจ้างงาน และการเข้าถึงอำนาจในพื้นที่สาธารณะ (Connell, 2005, หน้า 80)

● **ความเป็นชายแบบชายขอบ (marginalized masculinity)** คือรูปแบบของความเป็นชายที่ถูกกีดกันจากการเข้าถึงอำนาจในสังคม ไม่ใช่เพราะลักษณะเบี่ยงเบนจากความเป็นชายอำนาจนำหรือพฤติกรรมของพวกเขา แต่เป็นเพราะปัจจัยทางโครงสร้าง เช่น เชื้อชาติ ชนชั้น หรือวัฒนธรรม ซึ่งล้วนเป็นกลไกที่ซ้อนทับลงบนโครงสร้างความเป็นชายและทำให้ผู้ชายกลุ่มนี้ไม่สามารถเข้าถึงอำนาจหรือสิทธิในฐานะผู้ชายได้อย่างเต็มที่ (Connell, 2005, หน้า 80 - 81)

Connell (2005) ชี้ว่าความเป็นชายไม่ใช่เพียงลักษณะเฉพาะตัวของบุคคล แต่เป็นสิ่งที่ถูก “ประกอบสร้าง” (constructed) และ “ธำรงรักษาไว้” (maintained) ผ่านโครงสร้างทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านการทำงานของสถาบันทางสังคม (social institutions) ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการผลิตและทำให้ความเป็นชายดำรงอยู่ในลักษณะที่สอดคล้องกับอุดมคติของสังคมชายเป็นใหญ่ โดยสถาบันเหล่านี้ประกอบด้วยโรงเรียน ครอบครัว การทหาร สื่อมวลชน กีฬา และรัฐ ซึ่งแต่ละแห่งมีบทบาทเฉพาะในการกำหนด บ่มเพาะ และส่งต่อคุณค่าของความเป็นชายแบบอำนาจนำอย่างต่อเนื่อง ทั้งในระดับวาทกรรม (discursive level) และระดับการปฏิบัติ (practical level) (Connell, 2005, หน้า 131-134)

ทั้งนี้ Connell ใช้คำว่า “เจอเดอร์รีจิม” (gender regime) (2005, หน้า 72) เพื่ออธิบายว่าสถาบันทางสังคมเหล่านี้มีการจัดระเบียบทางเพศและทำให้ความเป็นชายอำนาจนำกลายเป็นบรรทัดฐานที่ดูเหมือนเป็นเรื่องธรรมชาติ ในขณะที่ความเป็นชายรูปแบบอื่นถูกทำให้มีอำนาจน้อยกว่าหรือทำให้เป็นชายขอบ กลไกการควบคุมโครงสร้างความเป็นชายเหล่านี้ยังมีลักษณะ

ที่เป็นระบบและทำงานร่วมกัน กล่าวคือสถาบันทางสังคมเหล่านี้ไม่สามารถแยกขาดออกจากกันได้ แต่ทำงานร่วมกันเพื่อส่งเสริมและตอกย้ำอุดมการณ์ความเป็นชายอย่างต่อเนื่อง Connell ยกตัวอย่าง “กีฬา” ที่กลายมาเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่ใช้เพื่อสืบสานความเป็นชาย โดยในสังคมยุคอุตสาหกรรมและหลังยุคอุตสาหกรรม กีฬาได้กลายมาเป็นการแข่งขันที่จัดขึ้นเพื่อเน้นความแข็งแกร่ง ทักษะ และความก้าวร้าวรุนแรง (Connell, 2005, หน้า 54)

นอกจากนี้ ในหนังสือเรื่อง Masculinities ของ Connell (2005) ยังได้นิยามว่า “ความรุนแรง” ไม่ใช่ผลลัพธ์ของพฤติกรรมเฉพาะบุคคลหรือการตอบสนองทางอารมณ์อย่างเฉียบพลัน แต่เป็นเครื่องมือของการปฏิบัติการทางอำนาจและเป็นกลไกทางสังคมที่ผู้ชายจำนวนมากเลือกใช้เพื่อปกป้องและธำรงสถานะความเป็นชายแบบอำนาจนำ โดยเฉพาะในบริบทที่อำนาจดังกล่าวเผชิญกับแรงต้านหรือการคุกคาม อย่างไรก็ตาม Connell วิเคราะห์ว่าความรุนแรงในระบบชายเป็นใหญ่ไม่ได้จำกัดอยู่กับการใช้กำลังทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการคุกคามเชิงโครงสร้าง (structural violence) เช่น การกีดกันชายรักชายออกจากพื้นที่สาธารณะ การไม่ให้ค่ากับงานดูแล หรือการจำกัดโอกาสทางเศรษฐกิจจากชายจากชนชั้นแรงงาน และการคุกคามเชิงสัญลักษณ์ (symbolic violence) เช่น การล้อเลียนผู้ชายที่มีพฤติกรรมไม่สอดคล้องกับความเป็นชายในอุดมคติ ด้วยเหตุนี้ Connell จึงมองว่าความรุนแรงเป็นทั้งผลผลิตและเครื่องมือของระบบชายเป็นใหญ่ ที่ทำงานร่วมกับความเป็นชายแบบอำนาจนำในการกำหนดว่าใครคือผู้ชายที่แท้จริง และใครคือผู้ชายที่ “เปี้ยวเบน” หรือ “ล้นเหลว” ดังนั้น ความรุนแรงจึงไม่ได้เป็นเพียงผลของแรงกระตุ้นทางชีวภาพเท่านั้น แต่เป็นสิ่งที่ต้องผ่านการเรียนรู้และถูกให้คุณค่าในสังคมที่ยกย่องอำนาจและความแข็งแกร่งแบบชายเป็นใหญ่ (Connell, 2005, หน้า 213 - 216)

2.3.1.1 ความเป็นชายแบบชายชายขอบ (marginalized masculinity)

ความเป็นชายแบบชายชายขอบ (marginalized masculinity) คือ รูปแบบความเป็นชายที่ถูกผลักออกไปให้อยู่นอกกรอบอุดมคติแห่งความเป็นชาย ด้วยเหตุปัจจัยเชิงโครงสร้าง เช่น ชนชั้น เชื้อชาติ เพศสถานะ หรือแม้แต่กิจกรรมและการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าไม่สอดคล้องกับมาตรฐานความเป็นชายที่สังคมกระแสหลักให้การยอมรับ เช่น การแสดงออกถึงอารมณ์ความรู้สึก หรือการสนใจในกิจกรรมที่ถูกจัดประเภทว่าเป็นของ “ผู้หญิง” (Connell, 2005, หน้า 80) กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชายแบบชายชายขอบสะท้อนให้เห็นว่าความเป็นชายที่ไม่ใช่ชายแบบอำนาจนำก็สามารถมีตัวตนอยู่ได้จริง และมีความหลากหลายตามแต่ละบริบทในสังคม แต่ในขณะเดียวกันชายกลุ่มนี้ก็มักจะต้องเผชิญกับการถูกกีดกันทางสังคม การเหยียดหยัน หรือการถูกด้อยคุณค่าจากความเป็นชายรูปแบบอื่นและระบบสังคมโดยรวม นอกจากนี้ Connell ยังชี้ให้เห็นว่าความเป็นชายแบบชายชายขอบไม่ได้เป็นเพียงความหลากหลายของความเป็นชายที่ดำรงอยู่ในสังคม

เท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญในเชิงโครงสร้าง โดยกลุ่มชายชายขอบที่ถูกทำให้ “เป็นอื่น” (the other) มักทำหน้าที่ในการตอกย้ำสถานะที่เหนือกว่าของความเป็นชายแบบอำนาจนำ ซึ่งกระบวนการนี้เป็นส่วนหนึ่งของระบบลำดับชั้นภายในความเป็นชาย (hierarchy of masculinities) ที่ Connell ได้นำเสนออย่างชัดเจน (Connell, 2005, หน้า 76)

ในบริบทของงานวิจัยฉบับนี้ ผู้ทำวิจัยพบว่าโอตะ BNK48 มีคุณลักษณะที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของความเป็นชายแบบชายชายขอบอย่างเด่นชัด เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากบริบทเฉพาะของสังคมไทยและสังคมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กลุ่มชายโอตะที่แสดงออกถึงความอ่อนไหว ความหลงใหลในไอดอล หรือมีลักษณะคล้ายเนิร์ด² (nerd) ไม่ได้ถูกกดขี่อย่างชัดเจนในระดับโครงสร้างแบบเดียวกับกลุ่มชายรักร่วมเพศในสังคมตะวันตก และยังสามารถดำรงอยู่ในสังคมได้ โอตะจึงไม่ได้อยู่ในสถานะของผู้ถูกกดขี่โดยสิ้นเชิง แต่มีลักษณะของการถูกลดทอนคุณค่า (devaluation) พวกเขาต้องเผชิญกับการตีตราและอคติทางเพศ เนื่องจากการที่พวกเขาเลือกที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับที่ถูกมองว่าเป็นของผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมกิจกรรมจับมือ การสะสมสินค้า การมอบของขวัญให้ไอดอล หรือการสนับสนุนศิลปินผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ทำให้พวกเขาถูกมองว่าเบี่ยงเบนจากแบบแผนของความเป็นชายกระแสหลัก ซึ่งเน้นความแข็งแกร่ง ความเป็นผู้นำ และการมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะ เช่น กีฬา การทหาร หรือการเมือง ส่งผลให้โอตะ BNK48 กลายเป็นกลุ่มชายชายขอบในเชิงวัฒนธรรมที่ต้องเผชิญกับการถูกล้อเลียน เย้ยหยัน และไม่สามารถเข้าถึงสถานะชายอำนาจได้อย่างเต็มที่ สอดคล้องกับงานศึกษาหลายชิ้นที่ชี้ให้เห็นว่าผู้ชายที่เบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานของความเป็นชายแบบอำนาจนำมักเผชิญกับแรงกดดันทางสังคม ทั้งในรูปแบบของการล้อเลียน การตีตรา หรือการลดทอนคุณค่า โดยเฉพาะเมื่อตนเองมีพฤติกรรมหรือความสนใจในกิจกรรมที่ถูกกำหนดว่าเป็นของผู้หญิง ตัวอย่างเช่น ในงานของ Pascoe (2007) ที่ศึกษาพฤติกรรมในโรงเรียนมัธยมของสหรัฐอเมริกา พบว่าคำว่า “fag”³ ถูกใช้เป็นเครื่องมือในการควบคุมและจัดลำดับความเป็นชาย โดยชายที่แสดงออกอย่างอ่อนไหวหรือไม่เข้ากับอุดมคติแบบชายเข้มแข็งมักถูกทำให้เป็นชายชายขอบ ในทำนองเดียวกัน Anderson (2009) ได้เสนอว่าความเป็นชายที่เบี่ยงเบนจากแบบแผนอุดมคติ เช่น ความอ่อนโยน การเปิดเผยอารมณ์ หรือการไม่แข่งขันเชิงอำนาจ มักถูกลดคุณค่าหรือไม่เป็นที่ยอมรับในหมู่เพื่อนชาย โดยเฉพาะในบริบทของกีฬาและเยาวชน

² เนิร์ด (nerd) คือคำแสลงที่ใช้เรียกบุคคลที่มีความหลงใหลหรือทุ่มเทกับการเรียน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี หรือกิจกรรมเฉพาะด้าน เช่น การ์ตูน เกม หรือคอมพิวเตอร์ โดยมักมีภาพจำว่าเป็นคนเก็บตัว เข้าสังคมไม่เก่ง และมีบุคลิกเฉพาะทาง คำว่า “เนิร์ด” แต่เดิมมีความหมายเชิงลบ แต่ในปัจจุบันเริ่มถูกนำมาใช้ในทางบวกหรือกึ่งล้อเลียนในหมู่วัยรุ่นและวัฒนธรรมป๊อป (Kendall, 1999)

³ คำว่า Fag เป็นคำหยาบและเหยียดที่ใช้เรียกชายรักร่วม หรือกลุ่ม LGBTQ+ อย่างดูหมิ่น

กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชายชายขอบของ Connell ช่วยแสดงให้เห็นว่าแม้ผู้ชายจะเป็นเพศที่อยู่ในโครงสร้างอำนาจหลักของสังคม แต่ไม่ได้หมายความว่าผู้ชายทุกคนจะมีอำนาจหรือได้รับการยอมรับเท่ากัน ผู้ชายบางกลุ่มกลับต้องเผชิญกับแรงกดดันทางวัฒนธรรม การตั้งคำถามต่อความเป็นชาย หรือแม้แต่การถูกผลักให้กลายเป็น “ชายชายขอบ” กรอบแนวคิดนี้จึงไม่เพียงช่วยเผยให้เห็นความหลากหลายของความเป็นชายในสังคม แต่มีส่วนช่วยให้เข้าใจความเป็นชายไม่ใช่สิ่งตายตัว และเป็นอัตลักษณ์ที่สามารถต่อรอง ปรับเปลี่ยน และประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ได้ในบริบทเฉพาะ ซึ่งในบริบทของงานวิจัยชิ้นนี้ กรอบความคิดเรื่องความเป็นชายจะถูกนำมาใช้เพื่อทำความเข้าใจประสบการณ์ของโอตะที่มีความหลงใหลในไอดอลหญิงวง BNK48 ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง การเข้ามามีส่วนร่วมในวัฒนธรรมนี้จึงทำให้โอตะต้องเผชิญกับการตั้งคำถามต่อความเป็นชายของพวกเขา แต่พวกเขากลับใช้พื้นที่วัฒนธรรมดังกล่าวในการรื้อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่และช่วงชิงพื้นที่สาธารณะให้กับพวกเขาเอง

2.3.2 กรอบแนวคิดความเป็นชายแบบผู้ปกป้อง (protective masculinity)

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา การศึกษาเรื่องความเป็นชายได้เคลื่อนตัวออกจากกรอบความเข้าใจที่เน้นเรื่องการเป็นชายอำนาจนำไปสู่การสำรวจรูปแบบใหม่ของความเป็นชายที่มีความหลากหลายและละเอียดอ่อนมากยิ่งขึ้น และหนึ่งในกรอบแนวคิดที่มีบทบาทสำคัญในการอธิบายความเป็นชายในบริบทสังคมร่วมสมัยก็คือ “ความเป็นชายแบบผู้ปกป้อง” (protective masculinity) โดยคำว่าความเป็นชายแบบผู้ปกป้องได้รับการบัญญัติและเผยแพร่โดย Carol Johnson (2013) ซึ่งอธิบายว่าความเป็นชายประเภทนี้ตั้งอยู่บนแนวคิดเรื่อง “ความเข้มแข็ง” (strength) และ “ความแกร่ง” (toughness) ที่ผู้ชายใช้ในการปกป้องผู้หญิงและเด็กจากภัยอันตรายต่างๆ โดยความเข้มแข็งเหล่านี้ไม่เพียงเป็นเครื่องแสดงออกถึงความเป็นชายเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือเชิงอุดมการณ์ที่ยึดโยงอำนาจของผู้ชายในการควบคุมและดูแลผู้อื่น (Johnson, 2013 อ้างใน Mehring, 2022, หน้า 23)

Johnson ได้ อธิบายในบทความชื่อ From Obama to Abbott: Gender Identity and Politics of Emotion (2013) ว่าความเป็นชายแบบผู้ปกป้องไม่ได้เป็นเพียงแค่บทบาททางกายภาพของการปกป้องเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกทางอุดมการณ์ที่วางอยู่บนความไม่เท่าเทียมทางเพศ กล่าวคือผู้ชายจะสามารถแสดงบทบาทในการปกป้องได้ ก็ต่อเมื่อผู้หญิงและเด็กถูกทำให้กลายเป็น “ผู้ที่ต้องได้รับการปกป้อง” ซึ่งเป็นการผลิตซ้ำความอ่อนแอของคนกลุ่มเหล่านี้อย่างเป็นระบบ ภายใต้ภาพลักษณ์ที่ดูเหมือนจะเมตตาและเสียสละ ผู้ชายจึงสามารถสถาปนาอำนาจของตัวเองได้โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความรุนแรง แต่ใช้อารมณ์มาเป็นเครื่องมือในการควบคุมแทน เช่น ความห่วงใย การเสียสละ หรือความกล้าหาญ เป็นต้น

นักสังคมวิทยารุ่นใหม่ Katarzyna Wojnicka (2021) ได้นำแนวคิดนี้มาต่อยอด โดยเสนอว่า ความเป็นชายแบบผู้ปกป้องควรถูกพิจารณาในฐานะหนึ่งในรูปแบบของความเป็นชายแบบอำนาจนำ (hegemonic masculinity) เนื่องจากมีโครงสร้างที่ตั้งอยู่บนฐานอำนาจที่ผู้ชายอยู่เหนือกว่าผู้หญิง เด็ก หรือผู้อื่น ซึ่งลักษณะนี้สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทหลักของผู้ชายในฐานะผู้ปกป้องทั้งในเชิงเศรษฐกิจและกายภาพ อย่างไรก็ตาม การแสดงออกถึงความเป็นชายผู้ปกป้องจะอยู่ในบริบทที่เฉพาะเจาะจงของช่วงเวลาและสถานการณ์ทางสังคม บทบาทของผู้ชายในฐานะผู้ปกป้องจึงไม่ใช่การกระทำที่ไร้เงื่อนไข แต่ผู้ที่ได้รับการปกป้องต้อง “ยอมรับ” อำนาจของผู้ชายที่ทำหน้าที่ปกป้องพวกเขา ไม่เช่นนั้นการปกป้องหรือคุ้มครองดังกล่าวอาจถูกยกเลิกหรือถูกคุกคามแทนได้ (Wojnicka, 2021, หน้า 13)

ในบางกรณี บทบาท “ผู้ปกป้อง” ได้กลายเป็นช่องทางให้กับผู้ชายที่ไม่สามารถปฏิบัติตามบรรทัดฐานของความเป็นชายแบบอำนาจนำได้ เช่น ผู้ชายที่ไม่มีงานทำหรือมีรายได้น้อย ซึ่งไม่สามารถใช้อำนาจทางเศรษฐกิจในการยืนยันความเป็นชายของตนได้ Ralph-Morrow (2022) วิเคราะห์กรณีของกลุ่ม “อิงลิช ดีเฟนซ์ ลีก” (English Defense League หรือ EDL) ในอังกฤษ และพบว่าผู้ชายจำนวนมากในกลุ่มนี้หันมาใช้ “ความเข้มแข็งทางร่างกาย” และวาทกรรมปกป้องผู้หญิงจาก “ภัยคุกคามทางเพศของชาวมุสลิม” แทนการใช้อำนาจทางเศรษฐกิจ ซึ่งกลายเป็นเครื่องมือขึ้นใหม่ในการยืนยันสถานะทางเพศของตนในบริบทที่พวกเขาเผชิญกับความชายชายขอบ

กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชายแบบผู้ปกป้องได้กลายมาเป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญในการทำความเข้าใจการแสดงออกของอำนาจผู้ชายภายใต้การแสดงออกถึงของความหวงใย ความรับผิดชอบ และความมีคุณธรรม โดยความเป็นชายในลักษณะนี้ตั้งอยู่บนแนวคิดที่ว่าผู้ชายจะได้รับการยอมรับทางสังคมและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองขึ้นมาได้ผ่านบทบาท “ผู้ปกป้อง” โดยเฉพาะต่อผู้ที่ถูกมองว่าอ่อนแอกว่า และแม้ว่าพฤติกรรมการเป็นผู้ปกป้องจะเป็นการกระทำที่เต็มไปด้วยความเสียสละและมีเมตตา แต่นักวิชาการก็ได้วิพากษ์ว่าแท้จริงแล้วการปกป้องในบริบทนี้เป็นกลไกหนึ่งในการสถาปนาอำนาจแบบชายอำนาจนำที่แฝงตัวอยู่ภายใต้หน้าฉากของการเป็นผู้ปกป้อง (Wojnicka and Nowicka, 2021; Wojnicka, 2021)

2.3.3 กรอบแนวคิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality)

การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality) เป็นกรอบแนวคิดสำคัญในการศึกษาเรื่องความเป็นชาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องทำความเข้าใจว่าความเป็นชายไม่ได้ถูกกำหนดผ่านความสัมพันธ์กับเพศหญิงเท่านั้น แต่ยังถูกประกอบสร้างและยืนยันผ่านความสัมพันธ์กับชายคนอื่นด้วย กรอบแนวคิดนี้มีบทบาทสำคัญในการศึกษาวัฒนธรรมชายล้วน หรือชุมชนของผู้ชาย

ที่มารวมตัวกันภายใต้คุณค่าบางอย่าง โดยเฉพาะในกรณีของวัฒนธรรมโอตะไอดอลที่ดำรงอยู่ในพื้นที่ที่ถูกตีตราว่า “ไม่ปกติ”

Eve Kosofsky Sedgwick (1985) เสนอกรอบแนวคิดเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน ในหนังสือเรื่อง *Between Men: English Literature and Male Homosocial Desire* โดยอธิบายว่าความใกล้ชิดทางสังคมระหว่างชายกับชายมักถูกสร้างขึ้นในวัฒนธรรมที่มีระบบปิตาธิปไตยเป็นพื้นฐาน โดยมีลักษณะของการร่วมมือ การแข่งขัน และการถ่ายทอดคุณค่าบางอย่างร่วมกัน ซึ่ง Sedgwick ได้เน้นย้ำเรื่องความต้องการของผู้ชายที่จะสร้างสายสัมพันธ์กับผู้ชายคนอื่นๆ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นความสัมพันธ์ทางเพศ นอกจากนี้ Sedgwick ยังได้แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชายในวัฒนธรรมตะวันตกมักถูกทำให้เป็นที่ยอมรับผ่านการใช้เพศหญิงเป็นตัวกลาง เช่น ในวรรณกรรมที่ชายสองคนแข่งขันกันเพื่อผู้หญิงคนหนึ่ง ซึ่งการแข่งขันนี้กลายเป็นกลไกของการยืนยันความเป็นชายให้แกกันในรูปแบบที่สังคมยอมรับ เป็นต้น

กรอบแนวคิดเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกันของ Sedgwick ถูกนำไปพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการศึกษาความเป็นชายหลากหลายรูปแบบในบริบททางสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัย โดยเฉพาะในบริบทที่ต้องการทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายด้วยกันว่าไม่ใช่เพียงความสัมพันธ์ส่วนบุคคล แต่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างและรักษาอัตลักษณ์ความเป็นชายภายใต้แรงกดดันของอุดมคติแบบชายอำนาจนำ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือผลงานของ Michael Flood (2008) ที่เสนอว่า “โฮโมโซเซียลบอนดิง” (homosocial bonding) เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้ชายสามารถรักษาอัตลักษณ์ของตนไว้ได้ภายใต้ความกดดันของความเป็นชายแบบอุดมคติ โดย Flood ชี้ให้เห็นว่าในหลายวัฒนธรรม การแสดงออกของความสัมพันธ์แบบการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกันมักอยู่บนพื้นฐานของความร่วมมือ เช่น กลุ่มผู้ชายที่ทำกิจกรรมร่วมกัน การสนับสนุนกันในกลุ่ม หรือการใช้เวลาในพื้นที่ชายล้วน ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีเป้าหมายเพื่อผลประโยชน์เฉพาะตน แต่เป็นการดำรงไว้ซึ่งเครือข่ายความสัมพันธ์และยืนยันอัตลักษณ์ร่วมในฐานะผู้ชาย (Flood, 2008, หน้า 343)

นอกจากนี้ งานศึกษาของ Eric Anderson (2009) ในหนังสือ *Inclusive Masculinity: The Changing Nature of Masculinities* ยังแสดงให้เห็นว่าแนวคิดเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกันสามารถนำมาใช้เพื่ออธิบายเรื่องการสถาปนาความเป็นชายร่วมกัน (collective masculinity) ที่ผู้ชายสร้างขึ้นผ่านการยอมรับซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะในบริบทของกลุ่มผู้ชายที่มีเป้าหมายร่วมกัน เช่น ทีมกีฬา ชมรมชายล้วน หรือแม้แต่กลุ่มแฟนคลับ ซึ่ง Anderson เสนอว่าแม้กลุ่มผู้ชายเหล่านี้จะไม่แสดงพฤติกรรมกดขี่ผู้หญิงโดยตรง แต่โครงสร้างดังกล่าวก็ยังคงรักษาสถานะความเป็นชายแบบอำนาจนำเอาไว้ ผ่านการแลกเปลี่ยนความไวเนื้อเชื้อใจ การแบ่งปัน

ทรัพยากร และการสนับสนุนทางอารมณ์ซึ่งกันและกัน โดยทั้งหมดนี้ดำรงอยู่ในเงื่อนไขที่ผู้หญิงถูกทำให้
อยู่นอกระบบความสัมพันธ์เหล่านั้น (Anderson, 2009)

แนวคิดเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกันจึงไม่ได้เป็นเพียงคำอธิบายถึง
มิตรภาพระหว่างผู้ชายเท่านั้น แต่เป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญที่ช่วยเผยให้เห็นการประกอบสร้างอำนาจ
ของผู้ชายในระดับกลุ่มหรือชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับอุดมการณ์เรื่องชายเป็นใหญ่ในสังคมไทย และ
สามารถนำมาใช้วิเคราะห์บริบทของโอตะที่สร้างพื้นที่และสายสัมพันธ์ชาย-ชาย เพื่อยืนยันอัตลักษณ์
ความเป็นชายรูปแบบใหม่ โดยยังดำรงไว้ซึ่งโครงสร้างอำนาจชายภายใต้ความเป็นเพื่อนพ้องที่ดู
เหมือนไร้อำนาจ

2.4 กรอบคิดทฤษฎีเรื่องวัฒนธรรมแฟน (fan culture)

วัฒนธรรมแฟนคลับ (fan culture) เป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยพลวัตทางอารมณ์ การ
สร้างอัตลักษณ์ และการต่อรองเชิงอำนาจ โดยในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา วัฒนธรรมแฟนคลับได้
กลายมาเป็นประเด็นสำคัญที่ได้รับความสนใจในแวดวงการศึกษาในประเด็นเรื่องสื่อ วัฒนธรรม
และอัตลักษณ์ การเติบโตของอุตสาหกรรมบันเทิงควบคู่กับเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้ความสัมพันธ์
ระหว่างผู้ผลิตสื่อกับผู้ชมเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ จากเดิมที่ผู้ชมถูกมองว่าเป็นผู้บริโภคแบบ
เฉื่อยชา กลับกลายมาเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการผลิตซ้ำ สร้างสรรค์ และต่อรองความหมายผ่าน
กิจกรรมของแฟนคลับ

ในบริบทของวัฒนธรรมประชานิยมและอุตสาหกรรมบันเทิงในประเทศไทยที่มีการ
ขยายตัวทั้งในเชิงเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว หนึ่งในตัวอย่างที่สะท้อนถึงความ
เคลื่อนไหวของวัฒนธรรมแฟนคลับในลักษณะเฉพาะ คือ “วัฒนธรรมโอตะไอดอล BNK48” หรือกลุ่ม
แฟนคลับของไอดอลหญิงวง BNK48 ที่มีต้นกำเนิดจากประเทศญี่ปุ่น โดยวัฒนธรรมโอตะไอดอลไม่ได้
เป็นเพียงการชื่นชมหรือสนับสนุนศิลปินเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางสังคม การ
สร้างอัตลักษณ์ และการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมอย่างเข้มข้น การศึกษาวัฒนธรรมโอตะไอดอลใน
ฐานะกลุ่มแฟนคลับเฉพาะกลุ่มจึงไม่อาจแยกออกจากแนวคิดและกรอบการวิเคราะห์ของวัฒนธรรม
แฟนคลับโดยรวมได้ เนื่องจากโอตะเป็นแฟนคลับรูปแบบหนึ่งที่มีพฤติกรรมการบริโภค และการมีส่วน
ร่วมที่ซับซ้อนและมีพลวัต ทั้งยังสัมพันธ์กับโครงสร้างเพศสถานะและบทบาททางสังคมของปัจเจก
บุคคลในฐานะผู้ชมและผู้มีส่วนร่วมในวัฒนธรรมสื่อ

2.4.1 วัฒนธรรมแฟนคลับของผู้ชาย: อัตลักษณ์ชายชายขอบและการต่อรองในพื้นที่

แฟนคลับ

งานศึกษาวัฒนธรรมแฟนคลับส่วนใหญ่ในอดีตมักมุ่งเน้นไปที่แฟนคลับผู้หญิงเป็นหลัก โดยเฉพาะในกรณีของแฟนคลับป๊อปไอดอล (pop idols) ซึ่งทำให้เสียงและประสบการณ์ของแฟนคลับผู้ชายที่มีส่วนร่วมอย่างเข้มข้นในวัฒนธรรมแฟนคลับ ถูกมองข้ามหรือถูกทำให้กลายเป็นชายขอบ การที่ผู้ชายเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างเปิดเผยในกิจกรรมแฟนคลับ เช่น การส่งของขวัญให้ศิลปินหญิง การเข้าร่วมงานของไอดอลหญิง หรือแสดงออกทางอารมณ์ในพื้นที่สาธารณะ มักถูกมองว่า “ไม่แมน” และอาจถูกล้อเลียนหรือดูแคลน (Galbraith, 2010; Marhami, 2024) อย่างไรก็ตาม กลุ่มแฟนคลับผู้ชายเหล่านี้ไม่ได้ยอมจำนนต่อภาพแทนตนทางลบ และยังมีการ “ต่อรอง” เพื่อสร้างความหมายใหม่ของความเป็นชายในแบบของตัวเองผ่านการปฏิบัติการในพื้นที่แฟนคลับ

ในวัฒนธรรมกระแสหลัก ผู้ชายมักถูกคาดหวังให้ควบคุมอารมณ์และหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความอ่อนไหวหรือความรักแบบเปิดเผย ทว่า ในวัฒนธรรมแฟนคลับไอดอล แฟนคลับผู้ชายจำนวนมากกลับเลือกที่จะแสดงความรักและความห่วงใยในเชิงอารมณ์ต่อศิลปิน ผ่านการเขียนเรื่องราว การให้ของขวัญ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ อย่างเข้มข้น โดย Kristina Busse (2013) เสนอว่าพฤติกรรมของแฟนคลับเป็นการแสดงออกเชิงปฏิบัติการ (performative acts) ที่สามารถสร้างอัตลักษณ์และความสัมพันธ์ทางสังคมได้ใหม่ การที่ผู้ชายมีส่วนร่วมในกิจกรรมเช่นนี้จึงเป็นการต่อต้านการควบคุมอารมณ์ที่ถูกกำหนดโดยวัฒนธรรมชายเป็นใหญ่ และเปิดพื้นที่ให้ผู้ชายสามารถมีความเปราะบางในเชิงบวกได้ (Busse, 2013, หน้า 79) ขณะที่ Anne Kustritz (2003) เสนอว่าพื้นที่ของแฟนฟิกชัน⁴ (fan fiction) โดยเฉพาะสแลชฟิกชัน⁵ (slash fiction) ซึ่งบางครั้งเขียนโดยผู้ชายเองหรือเขียนเพื่อผู้อ่านชาย เป็นการให้พื้นที่กับการจินตนาการถึงความสัมพันธ์ทางอารมณ์ของผู้ชายที่อยู่นอกกรอบของเพศวิถีชายและเพศวิถีหญิงแบบปกติ ซึ่งอาจสะท้อนการสำรวจอัตลักษณ์ทางเพศที่ซับซ้อนมากขึ้น (Kustritz, 2003, หน้า 373–375)

ทั้งนี้ หนังสือเรื่อง Fake Geek Girls: Fandom, Gender, and the Convergence Culture Industry ของ Suzanne Scott (2019) ได้ทำการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับความไม่เท่าเทียมทางเพศที่ดำรงอยู่ภายในวัฒนธรรมแฟนคลับ แม้ว่าแฟนคลับจะถูกมองว่าเป็นพื้นที่

⁴ แฟนฟิกชัน (fan fiction) คืองานเขียนที่สร้างขึ้นโดยแฟนคลับ โดยนำตัวละคร สถานที่ หรือเนื้อเรื่องจากผลงานต้นฉบับที่มีอยู่แล้ว เช่น ภาพยนตร์ ซีรีส์ หนังสือการ์ตูน หรือเกม มาขยายต่อ จินตนาการใหม่ หรือปรับเปลี่ยนบริบทตามมุมมองของผู้เขียนแฟนฟิก โดยทั่วไปแฟนฟิกไม่ได้เขียนขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์เชิงพาณิชย์ แต่เป็นการแสดงออกถึงความผูกพันและการมีส่วนร่วมของแฟนคลับกับผลงานที่ตนชื่นชอบ ทั้งยังสะท้อนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของแฟนคลับในการมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมสื่อผ่านการผลิตเนื้อหาในแบบของตนเอง

⁵ สแลชฟิกชัน (slash fiction) คือแฟนฟิกชันที่นำเสนอความสัมพันธ์โรแมนติกหรือทางเพศระหว่างตัวละครเพศเดียวกัน โดยเฉพาะชายกับชาย ซึ่งไม่มีในเนื้อเรื่องต้นฉบับ มักเขียนโดยแฟนคลับเพื่อสำรวจเรื่องเพศและความสัมพันธ์นอกกรอบดั้งเดิม

ปลอดภัยในการแสดงออกตัวตนและรสนิยมที่แตกต่างจากบรรทัดฐานสังคม แต่ในความเป็นจริง Scott ชี้ให้เห็นว่าแฟนด้อมก็ยังเป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยกลไกของการกีดกันและจัดลำดับคุณค่าโดยอิงจากอุดมคติทางเพศกระแสหลักเช่นเดียวกับสังคมภายนอก (Scott, 2019, หน้า 3–5; 122–125) ตัวอย่างเช่นกลุ่ม “โบรินีส” (Bronies) หรือกลุ่มแฟนผู้ชายที่เป็นแฟนคลับของการ์ตูน “มายลิตเติ้ลโพนี มิตรภาพอันแสนวิเศษ⁶” (My Little Pony: Friendship is Magic) ซึ่งมีนักวิชาการจำนวนมากที่สนใจให้การศึกษา (Edwards, Chadborn, และ Plante, 2019; Palmer, 2022) โดยงานศึกษาชี้ให้เห็นว่าโบรินีสแสดงออกถึงความชื่นชมในคุณค่าที่มักถูกมองว่าเป็นของผู้หญิง เช่น ความอ่อนโยน มิตรภาพ และความเห็นอกเห็นใจ ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้มักไม่ถูกนับรวมอยู่ในแบบแผนของความเป็นชายแบบดั้งเดิมที่เน้นความเข้มแข็ง ความเป็นผู้นำ และการควบคุมอารมณ์ ทำให้กลุ่มโบรินีสที่แม้จะพยายามรวมตัวกันเป็นชุมชนแฟนคลับที่มีความเหนียวแน่นและมีอัตลักษณ์เฉพาะของตนเอง ถูกล้อเลียนและตั้งคำถามจากทั้งสังคมภายนอกและจากแฟนด้อมอื่นๆ ภายในวัฒนธรรมย่อยด้วยกัน โดยการล้อเลียนมักสะท้อนผ่านวาทกรรมที่มองว่าผู้ชายที่ชอบสิ่งที่ “น่ารัก” หรือมีความเป็นผู้หญิงสูง เป็นพวกเปิ่นเบนหรือไร้ความเป็นชาย เช่น การนำเสนอโบรินีสในฐานะผู้ชายที่ไม่ยอมเติบโตหรือมีพฤติกรรม “น่าอาย” ซึ่งนักวิชาการวิเคราะห์ว่าการตอบสนองของกลุ่มโบรินีสต่อการตีตราเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงการหลีกเลี่ยงหรือปฏิเสธอัตลักษณ์เดิมตัวเองเท่านั้น แต่พวกเขาได้ “ต่อรอง” ความหมายของความเป็นชายใหม่ผ่านการยอมรับคุณลักษณะอย่างความเปราะบาง ความน่ารัก และความผูกพันทางอารมณ์ให้เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ความเป็นชายอย่างภาคภูมิใจ กลุ่มแฟนเหล่านี้มักเน้นข้อความจากซีรีส์ เช่น “friendship is magic” เพื่อยืนยันว่าความอ่อนโยนหรือความเอาใจใส่ก็สามารถเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นชายได้ และไม่จำเป็นต้องหลีกเลี่ยง ด้วยเหตุนี้ พื้นที่แฟนคลับจึงกลายเป็น “สนามต่อรอง” (negotiation field) ให้กับผู้ที่ไม่สอดคล้องกับนิยามความเป็นชายแบบอำนาจนำ เพื่อให้พวกเขาสามารถปฏิบัติการทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเองใหม่ โดยอัตลักษณ์นั้นอาจไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมวงกว้าง แต่กลับมีความหมายเชิงบวกในชุมชนแฟนคลับเฉพาะทางนั้นๆ (Scott, 2019, หน้า 122–125)

ดังนั้น กรณีของกลุ่มโบรินีสจึงสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของวัฒนธรรมแฟนคลับในฐานะพื้นที่ที่เปิดให้มีการตั้งคำถาม ต่อรอง และสร้างนิยามใหม่ของความเป็นชาย โดยเฉพาะในกลุ่มชายชายขอบที่มักถูกกีดกันในพื้นที่อื่นของสังคมกระแสหลัก และแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมแฟนคลับไม่ใช่เพียงพื้นที่ของการบริโภค แต่เป็นพื้นที่ของการสร้างอัตลักษณ์และต่อรองเชิงอำนาจผ่านการมี

⁶ มายลิตเติ้ลโพนี มิตรภาพอันแสนวิเศษ (My Little Pony: Friendship is Magic) คือแอนิเมชันโทรทัศน์จากสหรัฐอเมริกา ออกอากาศครั้งแรกในปี 2010 โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับมิตรภาพและการผจญภัยของเหล่าม้าโพนีหลากสี สีสันได้รับค่านิยมจากทั้งเด็กและผู้ใหญ่ รวมถึงกลุ่มแฟนผู้ชายผู้ใหญ่ที่เรียกว่า “โบรินีส” (Bronies)

ส่วนร่วมในวัฒนธรรมประชานิยม ซึ่งแนวคิดที่ว่าด้วยการต่อรองและการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ในพื้นที่แพลนคลับนี้เองได้สะท้อนประสบการณ์ของโอตะในสังคมไทยที่มักถูกกีดกันออกจากพื้นที่สาธารณะและถูกลดทอนคุณค่าความเป็นชาย ทว่า การเข้าร่วมวัฒนธรรมโอตะไอดอลกลับทำให้พวกเขาสามารถสร้างพื้นที่ในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ที่แตกต่างไปจากกรอบความเป็นชายแบบเดิม เช่น การสวมบทบาท “พี่ชาย” หรือผู้สนับสนุนที่ทุ่มเททั้งร่างกาย แรงใจ และทรัพยากรเพื่อไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ การมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมโอตะไอดอลของโอตะจึงไม่ใช่เพียงกิจกรรมยามว่าง แต่เป็นกระบวนการเชิงสังคมที่เปิดโอกาสให้ชายชายชอบเหล่านี้สามารถประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายในแบบของตัวเอง และต่อรองกับระเบียบอำนาจทางเพศที่ยังคงมีอิทธิพลกับความคิดของคนในสังคมไทยอยู่

2.4.2 การบริโภคในวัฒนธรรมแพลนคลับ

ในโลกยุคปัจจุบันที่วัฒนธรรมสื่อกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน การศึกษาพฤติกรรมของแพลนคลับได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นจากหลากหลายสาขาวิชา ทั้งในด้านสังคมวิทยา มานุษยวิทยา และวัฒนธรรมศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของการบริโภค (consumption) ที่ไม่ได้หมายถึงการซื้อสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม การสร้างความหมาย และการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ตัวตนผ่านการบริโภคในวัฒนธรรมแพลนคลับ

การบริโภคไม่ได้เป็นเพียงการกระทำเชิงเศรษฐกิจเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการสร้างความหมายในเชิงสัญลักษณ์และอัตลักษณ์ โดยแนวคิดเรื่อง “การบริโภคเชิงวัฒนธรรม” (cultural consumption) ได้รับการพัฒนาจากสำนักสังคมวิทยาวัฒนธรรม โดยเฉพาะในผลงานของ Pierre Bourdieu (1984) ที่ชี้ว่าผู้บริโภคในยุคหลังสมัยใหม่ไม่ได้บริโภคเพื่อความจำเป็น แต่บริโภคเพื่อสื่อสารสถานะ ความปรารถนา หรือตัวตนของตนเองออกไปยังสังคม ซึ่งเรียกว่า “การปฏิบัติทางสังคม” ที่สะท้อนถึงชนชั้น รสนิยม และอัตลักษณ์ โดย Bourdieu เสนอแนวคิดเรื่อง “ทุนทางวัฒนธรรม” (cultural capital) ที่บุคคลใช้แสดงตนในสังคม เช่น การเลือกซื้อสินค้าบางชนิดเพื่อยืนยันรสนิยมและสถานะทางสังคมที่ตนต้องการสื่อสาร เป็นต้น ในกรณีของแพลนคลับ การบริโภคกลายเป็นกระบวนการที่ลึกซึ้งยิ่งกว่าการซื้อสินค้าหรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่ต้องเสียเงิน เพราะมันเกี่ยวข้องกับความรู้สึกทางอารมณ์ การมีส่วนร่วมในชุมชนแฟน และการต่อรองเชิงอัตลักษณ์ผ่านสื่อและสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับศิลปินหรือผลงานที่พวกเขาชื่นชอบ

งานศึกษาของ Henry Jenkins (1992; 2006) ถือเป็นหมุดหมายสำคัญของการทำความเข้าใจวัฒนธรรมแพลนคลับสมัยใหม่ โดย Jenkins ได้เสนอแนวคิด “วัฒนธรรมการมีส่วนร่วม” (participatory culture) ซึ่งเป็นการเน้นบทบาทของแพลนคลับในฐานะผู้สร้างและตีความเนื้อหา ไม่ใช่เพียงผู้บริโภคที่เฉื่อยชา (passive consumer) แพลนคลับมีบทบาทในการผลิต “แฟน

คอนเทนต์” เช่น แฟนฟิก⁷ แฟนอาร์ต⁸ ซับไต่เตล หรือคลิปปิดิโอที่ตอบสนองต่อเนื้อหาดั้งเดิม ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ถือเป็นกระบวนการแสดงอัตลักษณ์ การสื่อสารทางวัฒนธรรม และการสร้างชุมชน แฟนคลับ นอกจากนี้ แฟนคลับยังเป็น “เท็กซ์ทัวลโพเชอร์ส” (textual poachers) ที่นำสื่อมาตีความใหม่ให้สัมพันธ์กับประสบการณ์ส่วนตัวของตนเอง และสร้างความหมายใหม่ภายใต้ระบบคุณค่าความเป็นแฟนที่แตกต่างจากในอดีต แฟนคลับจึงไม่ได้เป็นเพียงผู้เสพสื่ออีกต่อไป แต่พวกเขามีอำนาจในการกำหนดคุณค่าทางวัฒนธรรมของสื่อที่พวกเขาบริโภค (Jenkins, 1992, หน้า 23–46)

Jenkins ยังเสนออีกว่าแฟนคลับมักจะสร้างความสัมพันธ์กับสื่อในลักษณะที่เป็นเศรษฐกิจที่มีอารมณ์ผูกพันเกี่ยวข้อง (affective economics) ซึ่งการสนับสนุนศิลปินด้วยการซื้อสินค้าหรือเข้าร่วมกิจกรรมจึงไม่ได้เป็นแค่การใช้เงิน แต่เป็นการแสดงออกถึงความรัก ความทุ่มเท และความภักดี (Jenkins, 2006, หน้า 65) สอดคล้องกับ Matt Hills (2002) ที่เสนอแนวคิดเรื่อง “ทุนทางอารมณ์” (emotional capital) ซึ่งเป็นสิ่งที่แฟนคลับสะสมผ่านความผูกพันและการลงทุนทางอารมณ์กับวัตถุแห่งความชอบ โดยทุนประเภทนี้สามารถแปลงเป็นสถานะทางสังคมในกลุ่มแฟนได้ กล่าวคือแฟนที่สะสมสินค้าเยอะ มีความรู้ลึก หรือเข้าร่วมกิจกรรมแฟนคลับบ่อยๆ มักจะได้รับการยอมรับและมีอำนาจในกลุ่ม (Hills, 2002, หน้า 48) แนวคิดนี้เชื่อมโยงกับทฤษฎีของ Bourdieu (1984) เรื่องทุนทางวัฒนธรรมที่เสนอว่าผู้คนสะสมทุนทางวัฒนธรรมเพื่อแสดงถึงรสนิยมและสถานะของตนเอง การบริโภคของแฟนคลับจึงสามารถวิเคราะห์ได้ในฐานะการลงทุนเพื่อสร้างอัตลักษณ์และอำนาจในการต่อรองในกลุ่มแฟนด้วยตนเอง

Cornel Sandvoss (2005) เขียนหนังสือเรื่อง Fans: The Mirror of Consumption ชี้ให้เห็นว่าการเป็นแฟนคือกระบวนการที่บุคคลใช้สื่อและวัตถุแห่งความชอบเป็น “กระจกสะท้อนตัวตน” หรือ “self-reflective fandom” ความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับวัตถุที่ชอบนั้นไม่ใช่ความบังเอิญ แต่เป็นสิ่งที่ถูกเลือกมาอย่างมีนัยสำคัญเพื่อสะท้อนตัวตนหรือค่านิยมที่แฟนคลับต้องการยืนยันในสังคม ทั้งนี้ Sandvoss ยังแสดงให้เห็นว่าแฟนคลับไม่ได้บริโภคอย่างเดียวเท่านั้น แต่พวกเขา “เลือก” บริโภคสื่อหรือศิลปินบางประเภทเพื่อให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์และความเชื่อของตนเอง การบริโภคจึงเป็นการเลือกสรรทางสังคมที่สะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ตัวตนและโครงสร้างอำนาจทางวัฒนธรรม (Sandvoss, 2005, หน้า 96–104)

⁷ แฟนฟิก (fan fiction) คือเรื่องแต่งที่เขียนขึ้นโดยแฟนคลับ โดยนำตัวละคร ฉาก หรือโลกสมมติจากผลงานต้นฉบับ เช่น นิยาย ภาพยนตร์ ซีรีส์ หรือไอดอล มาสร้างสรรค์เรื่องราวใหม่ตามจินตนาการของผู้เขียน โดยไม่จำเป็นต้องยึดตามเนื้อเรื่องหรือความสัมพันธ์ในต้นฉบับเดิม

⁸ แฟนอาร์ต (fan art) คือผลงานศิลปะที่สร้างสรรค์โดยแฟนคลับ มักเป็นภาพวาดหรือภาพประกอบที่นำตัวละคร ฉาก หรือบุคคลจากผลงานต้นฉบับ เช่น ภาพยนตร์ การ์ตูน เกม หรือไอดอล มาถ่ายทอดใหม่ตามมุมมองและจินตนาการของแฟนผู้สร้างผลงาน โดยไม่ได้มีจุดประสงค์ทางการค้า

ไม่เพียงเท่านั้น การบริโภคของแฟนคลับยังไม่ได้เป็นการกระทำส่วนบุคคลเพียงเท่านั้น แต่มีความเชื่อมโยงกับ “ความเป็นชุมชน” (community) อย่างแนบแน่น การซื้อสินค้ารุ่นพิเศษ เข้าร่วมงานแฟนมีตติ้ง หรือลงทุนทำโปรเจกต์สนับสนุนศิลปิน ล้วนเป็นกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับด้วยกันเอง และความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน ซึ่งเป็นสิ่งที่ Hills (2002, หน้า 56) เรียกว่า “การบริโภคที่มีลักษณะของการแสดงออก” (performative consumption) ดังนั้น การบริโภคในบริบทของแฟนคลับจึงไม่สามารถวิเคราะห์ได้เฉพาะในมิติทางเศรษฐกิจ แต่ต้องเข้าใจผ่านกรอบของวัฒนธรรม อารมณ์ อัตลักษณ์ และความสัมพันธ์ทางสังคม แฟนคลับใช้การบริโภคเป็นกลไกในการสร้างความหมาย สื่อสารความรู้สึก และยืนยันตัวตนในโลกที่วัฒนธรรมกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำรงอยู่และเชื่อมโยงกับผู้อื่น

2.4.3 fictive kinship: ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติในวัฒนธรรมแฟน

คลับ

กรอบแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์เชิงเครือญาติในทางมานุษยวิทยาได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ จากเดิมที่มองว่าเครือญาติยึดโยงกับสายเลือด การแต่งงาน หรือความสัมพันธ์ทางชีววิทยา มาสู่ความเข้าใจใหม่ที่เห็นว่าเครือญาติคือระบบความหมายทางวัฒนธรรมที่ถูกประกอบสร้างขึ้น งานของ David M. Schneider (1984) ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่เสนอว่าความเป็นญาติไม่ได้จำกัดอยู่ที่ปัจจัยทางชีวภาพเท่านั้น แต่เกิดจากระบบสัญลักษณ์และค่านิยม เช่น ความรักแบบไม่มีเงื่อนไข หรือความรู้สึกเป็นสายเลือดเดียวกัน ในทิศทางเดียวกัน Janet Carsten (2000) เสนอแนวคิด “ความต้องการด้านความสัมพันธ์” (relatedness) ซึ่งชี้ว่าเครือญาติเกิดจากการปฏิบัติร่วมกันในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการอยู่ร่วมกัน กินข้าวด้วยกัน หรือการดูแลกันและกัน

Marshall Sahlins (2013) นิยามเครือญาติว่าเป็น “ความเป็นหนึ่งเดียวกันทางการดำรงอยู่” (mutuality of being) ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อผู้คนมีส่วนร่วมในชีวิต อารมณ์ และความรู้สึกของกันและกัน โดยไม่จำเป็นต้องมีสายเลือดร่วมกัน พร้อมเสนอแนวคิด “การประกอบสร้างเครือญาติหลังคลอด” (post-natal kinship making) ผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น พิธีกรรม การใช้ชีวิตร่วมกัน หรือความเจ็บปวดร่วมกัน นอกจากนี้ Kath Weston (1991) ยังนำเสนอกรณีศึกษาครอบครัวทางเลือกในกลุ่มคนเพศหลากหลาย (LGBTQ+) ซึ่งสร้างความเป็นครอบครัวรูปแบบใหม่ผ่านมิตรภาพ ความรัก และการดูแลกันในฐานะ “ครอบครัวที่เลือกเอง” (chosen families) แทนที่จะถูกมองว่าเป็นการออกจากโครงสร้างครอบครัวแบบดั้งเดิม

ในชุมชนแฟนคลับของศิลปินในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีการนำแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติมาใช้และดำรงอยู่ในรูปแบบที่หลากหลาย แฟนคลับจำนวนมากไม่เพียงแต่บริโภคผลงานของศิลปินเท่านั้น แต่พวกเขายังประกอบสร้าง

ความสัมพันธ์เชิงสังคมกับศิลปินและกับแฟนคลับคนอื่นๆ ในลักษณะคล้ายครอบครัว งานวิจัยของ Gützkow (2024) ชี้ให้เห็นว่าแฟนคลับชาวญี่ปุ่น โดยเฉพาะกลุ่มโอตาคู มักประกอบสร้างความสัมพันธ์กับตัวละครหรือนักแสดงผ่านรูปแบบความรัก ความผูกพัน และการลงทุนทางอารมณ์ที่คล้ายคลึงกับความสัมพันธ์ในครอบครัว แม้จะไม่มีสายเลือดหรือการพบเจอกันจริง แต่ตัวละครเหล่านั้นกลับถูกมองว่าเป็น “คนในครอบครัว” หรือ “คู่ชีวิตในอุดมคติ”

แฟนคลับจำนวนมากใช้ภาษาและสัญลักษณ์เชิงเครือญาติเพื่ออธิบายความสัมพันธ์กับศิลปิน เช่น ในบริบทของแฟนคลับจีน งานของ Chen (2023) พบว่าแฟนคลับหญิงนิยมเรียกศิลปินชายว่า “พี่ชาย” และเรียกตัวเองว่า “น้องสาว” ทำให้ความสัมพันธ์นี้ไม่ได้เป็นเพียงการแทนที่ทางภาษาเท่านั้น แต่สะท้อนถึงความปรารถนาในการมีความผูกพันที่ปลอดภัย น่าเคารพ และเต็มไปด้วยความรู้สึกเป็นเจ้าของ นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ลักษณะนี้ยังถูกขยายสู่ระดับการเมือง เช่นในแคมเปญ “โพรเทกต์ บราเธอร์ ไชน่า” (Protect Brother China) ที่ศิลปินถูกยกให้เป็นตัวแทนของชาติ และประเทศจีนกลายเป็น “พี่ใหญ่” ของแฟนคลับผู้ปกป้อง สะท้อนให้เห็นถึงการประกอบสร้างชาติผ่านกรอบแนวคิดความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติ

ในบริบทของเกาหลีใต้ Lee (2021) ได้ศึกษาว่าคำว่า “โอปป้า” (พี่ชาย) และพบว่าไม่ได้เป็นเพียงคำเรียกตามอายุ แต่เป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงเชิงวัฒนธรรมระหว่างแฟนคลับหญิงกับไอดอลชาย โดยคำดังกล่าวเปิดพื้นที่ให้กับการแสดงออกทางอารมณ์ และความผูกพันที่ปลอดภัยในสังคมที่ยังมีข้อจำกัดต่อการแสดงความรักอย่างเปิดเผย เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Ha (2015) ที่ว่าด้วยวัฒนธรรมเคป็อป (K-pop) และการเรียกขานวัยกลางคนที่ติดตามไอดอลสาววัยรุ่นว่า “ลุงแฟนคลับ” (samchon fan) โดยบุคคลเหล่านี้มักสร้างภาพลักษณ์ของตนเองในฐานะ “ลุงใจดี” หรือ “ผู้ใหญ่ใจดี” ที่คอยสนับสนุนและปกป้องไอดอลอย่างจริงจัง ไม่ใช่ด้วยแรงดึงดูดทางเพศ

นอกจากบทบาทของ “พี่ชาย” หรือ “น้องสาว” แล้ว งานวิจัยของ Zhang (2023) ยังชี้ให้เห็นความซับซ้อนของการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในบทบาทของ “แม่” (mother fans) โดยเฉพาะในกลุ่มแฟนคลับหญิงที่มีอายุมากกว่าไอดอลชาย และนิยมซื้อ “ตุ๊กตาไอดอล” เพื่อใช้แทนตัวศิลปินในความสัมพันธ์แบบแม่ลูก โดยแฟนคลับกลุ่มนี้มองตนเองเป็นผู้ดูแล ปกป้อง และผลักดันลูกชายให้ประสบความสำเร็จในโลกบันเทิง พฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดที่นักวิจัยชาวจีน Qing Yan และ Fan Yang (2021) ได้เสนอเอาไว้เรื่อง “ความสัมพันธ์กึ่งเครือญาติ” (para-kin relationship) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ที่แฟนคลับมีต่อศิลปินในเชิงครอบครัว ซึ่งไม่ใช่เพียงความหลงใหลหรือจินตนาการแบบโรแมนติกเหมือนในความสัมพันธ์แบบพาราโซเชียล (parasocial relationship) แต่เป็นการขยายความรู้สึกผูกพันทางอารมณ์ให้ใกล้เคียงกับสายสัมพันธ์ของครอบครัวจริง เช่น “แม่กับลูก” หรือ “พี่กับน้อง”

ไม่เพียงแต่ความสัมพันธ์กับศิลปินเท่านั้นที่มีลักษณะเป็นครอบครัว งานวิจัยของ Chappuis (2022) และ Zubernis (2021) ได้แสดงให้เห็นว่าแฟนคลับจำนวนมากมองกลุ่มแฟนคลับด้วยกันเองว่าเป็น “ครอบครัวที่เลือกเอง” (chosen family) โดยเฉพาะกลุ่มอาร์มี (ARMY หรือแฟนคลับของวง BTS⁹) และเอสพีเอ็นแฟมิลี (SPNFamily หรือแฟนคลับซีรีส์ Supernatural¹⁰) ที่มีการใช้ถ้อยคำอย่าง “เราคือครอบครัวเดียวกัน” และสร้างสายใยร่วมกันผ่านการช่วยเหลือกันในชีวิตจริง การทำกิจกรรมทางสังคม และการสนับสนุนด้านจิตใจในช่วงเวลาที่ยากลำบาก ทั้งนี้ ในกรณีของเอสพีเอ็นแฟมิลี ความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับนักแสดงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในโลกแฟนด้อม แต่ยังมี การจัดกิจกรรมการกุศล การพูดคุยแลกเปลี่ยนผ่านโซเชียลมีเดีย และการตอบกลับที่ทำให้เกิดความรู้สึกว่าครอบครัวนี้มีตัวตนจริงในชีวิตของแฟนคลับหลายคน

2.5 ทบทวนวรรณกรรม

การปรากฏตัวของ “โอตะ BNK48” หรือชายที่เป็นแฟนคลับของวงไอดอลหญิง BNK48 กลายเป็นหนึ่งในปรากฏการณ์ที่สะท้อนความเปลี่ยนแปลงของ “อัตลักษณ์ความเป็นชาย” ในสังคมไทยร่วมสมัย ชายกลุ่มนี้ถูกมองด้วยสายตาที่เต็มไปด้วยอคติ ทั้งในแง่ของการใช้เงิน การแสดงออกทางอารมณ์ การเข้าร่วมกิจกรรมที่ถูกมองว่า “เป็นของผู้หญิง” เช่น การเชียร์ การถ่ายรูป การทำโปรเจกต์สนับสนุนศิลปินไอดอลหญิง ไปจนถึงการแสดงความผูกพันในพื้นที่สาธารณะหรือออนไลน์ ลักษณะเหล่านี้ส่งผลให้โอตะถูกจัดวางไว้ในตำแหน่งของชายชายขอบ ซึ่งเบี่ยงเบนจากอุดมคติของความเป็นชายแบบอำนาจนำที่เน้นความเข้มแข็ง ไม่แสดงออกทางอารมณ์ และยึดโยงกับอำนาจ อย่างไรก็ตาม แม้งานวิจัยในประเทศไทยจะเริ่มให้ความสนใจกับปรากฏการณ์ BNK48 ในหลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของการสื่อสาร กลยุทธ์ทางธุรกิจ หรือการผลิตภาพลักษณ์ของศิลปินหญิง แต่การศึกษาโอตะในฐานะบุคคลที่มีเพศสถานะและอัตลักษณ์ความเป็นชายกลับยังเป็นสิ่งที่ถูกมองข้าม งานวิจัยส่วนใหญ่มีมุมมองแฟนคลับในฐานะผู้บริโภคหรือตัวเลขในระบบตลาด มากกว่าจะวิเคราะห์ว่าการมีส่วนร่วมของพวกเขาคือกระบวนการต่อรองอัตลักษณ์และให้ความหมายกับความ เป็นชายของพวกเขา

⁹ BTS คือวงบอยแบนด์จากประเทศเกาหลีใต้ซึ่งเดบิวต์ในปี 2013 ภายใต้ค่าย Big Hit Entertainment วงประกอบด้วยสมาชิก 7 คน และเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายทั้งในระดับชาติและนานาชาติจากผลงานเพลงที่สะท้อนประเด็นทางสังคม ความรู้สึกของเยาวชน และการต่อสู้ทางอารมณ์ BTS ถือเป็นตัวอย่างสำคัญของความสำเร็จของวัฒนธรรมเกาหลี (K-pop) ในระดับโลก โดยเฉพาะในกระแส Hallyu หรือคลื่นวัฒนธรรมเกาหลี

¹⁰ Supernatural เป็นซีรีส์โทรทัศน์แนวสยองขวัญ-แฟนตาซีของสหรัฐอเมริกา (2005–2020) เล่าเรื่องสองพี่น้องที่ออกไล่ปีศาจและสิ่งเหนือธรรมชาติ ได้รับความนิยมสูงและมีฐานแฟนคลับเหนียวแน่นทั่วโลก

หนึ่งในงานวิชาการที่ริเริ่มการศึกษาวง BNK48 อย่างเป็นระบบในสังคมไทยคือ หนังสือเรื่อง “BNK48 วัฒนธรรมบันเทิงแบบใหม่ในสังคมไทยร่วมสมัย: ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์” ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โดม ไกรปกรณ์ (2565) ซึ่งมุ่งวิเคราะห์ปรากฏการณ์ของวง BNK48 ผ่านกรอบแนวคิดเชิงประวัติศาสตร์ร่วมสมัย (contemporary history) โดยบูรณาการองค์ความรู้จากสาขาประวัติศาสตร์ มานุษยวิทยา สื่อศึกษา และวัฒนธรรมศึกษา เพื่ออธิบายการเกิดขึ้นและค่านิยมของวง BNK48 ในสังคมไทยช่วงปลายทศวรรษ 2560 อย่างไรก็ตาม งานของโดมไม่ได้ใช้กรอบแนวคิดเรื่องเพศหรืออัตลักษณ์ความเป็นชายโดยตรง แต่งานชิ้นนี้ได้ให้ข้อสังเกตที่สำคัญเกี่ยวกับบทบาทของแฟนคลับหรือ “โอตะ” ของ BNK48 ที่ถูกนำเสนอในฐานะ “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ที่ได้รับพื้นที่ในการมีตัวตนและความหมายในวัฒนธรรมกระแสหลักผ่านปรากฏการณ์ “BNK48 พีเวอร์” โดยเฉพาะในบทที่ 2 ของหนังสือที่โดมเสนอว่า “BNK48 พีเวอร์” เป็นการเปิดพื้นที่ให้กับกลุ่ม “โอตาคุ” หรือผู้บริโภควัฒนธรรมญี่ปุ่นที่เคยถูกมองว่าเป็นคนชายขอบในสังคมไทย ให้สามารถมีสถานะและการยอมรับมากขึ้น โดยโดมได้อธิบายประวัติศาสตร์ของคำว่า “โอตาคุ” ในสังคมไทยที่ในอดีตมักมีความหมายในเชิงลบ ถูกมองว่าเป็นคนเนิร์ด ขาดทักษะทางสังคม และใช้ชีวิตอยู่ในโลกส่วนตัว แต่เมื่อ BNK48 นำรูปแบบวัฒนธรรมไอดอลญี่ปุ่นมาใช้ในประเทศไทย กลุ่มโอตาคุเดิมก็ถูกเปลี่ยนสถานะเป็น “แฟนคลับ BNK48” หรือ “โอตะ” ซึ่งมีบทบาทเชิงบวกมากขึ้นในสายตาสาธารณะ การสนับสนุนศิลปินผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น งานจับมือ การถ่ายรูปพรีเซ็นต์ การโหวตเลือกเซ็มบัตสึ และการมีส่วนร่วมในชุมชนแฟนคลับ ได้กลายเป็น “พื้นที่วัฒนธรรมใหม่” ที่เปิดโอกาสให้กลุ่มคนชายขอบทางรสนิยมมีพื้นที่แสดงตัวตนอย่างสร้างสรรค์ (โดม ไกรปกรณ์, 2565, หน้า 57)

หัวใจสำคัญของของงานชิ้นนี้คือการเสนอให้เห็นว่าวัฒนธรรมแฟนคลับไม่ใช่เรื่องไร้อารมณ์หรือเพียงการบริโภควัฒนธรรมบันเทิงเท่านั้น แต่เป็นพื้นที่ที่สัมพันธ์กับประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ และอารมณ์ของคนรุ่นใหม่ในสังคมไทย การศึกษานี้ของโดมจึงมีคุณูปการต่อการวิเคราะห์ “โอตะ” ในฐานะกลุ่มที่ประกอบสร้างความหมายให้แก่ตัวเองผ่านการมีส่วนร่วมด้วยวัฒนธรรมไอดอล อย่างไรก็ตาม แม้ว่าโดมจะยังไม่ได้นำเสนอการวิเคราะห์เรื่องความเป็นชาย แต่การวางโอตะในฐานะ “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ก็มีศักยภาพอย่างมากในการต่อยอดสู่การวิเคราะห์เรื่อง “ความเป็นชายชายขอบ” โดยเฉพาะเมื่อนำมาผนวกกับกรอบคิดเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศ วัฒนธรรมแฟนคลับ และการปฏิบัติการทางอารมณ์ในฐานะกลยุทธ์ของผู้ชายที่เปราะบางจากความเป็นชายแบบอำนาจนำ

นอกจากงานของโดมแล้ว งานวิจัยของปฏิภาณ ชูขวัญ (2561) ภายใต้อำนาจ “วัฒนธรรมแฟนของวงไอดอลญี่ปุ่นในสังคมไทย: กรณีศึกษา กลุ่มโอตะวง BNK48” ก็เป็นการศึกษาเชิงมานุษยวิทยาอีกหนึ่งชิ้นที่มุ่งสำรวจปรากฏการณ์วัฒนธรรมแฟนคลับในประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มแฟนคลับของวงไอดอลหญิง BNK48 ซึ่งเป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมร่วมสมัยที่ได้รับอิทธิพลจาก

ญี่ปุ่นและถูกปรับให้เข้ากับบริบทไทย ผู้ทำวิจัยสนใจศึกษาการบริโภคและการรวมกลุ่มของแฟนคลับ หรือที่รู้จักกันในชื่อ “โอตะ” โดยมองว่าการเป็นโอตะนั้นไม่ได้หมายถึงการเป็นผู้บริโภคอย่างเฉยชา แต่เป็นการมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้งในพื้นที่วัฒนธรรมประชานิยมที่เต็มไปด้วยความหมายและตัวตน โดยผู้ทำวิจัยเลือกศึกษาแฟนคลับของสมาชิก BNK48 ที่ชื่อว่า “ดาหวาน” ผ่านชุมชนแฟนคลับที่เรียกว่า “บ้านผ้ากันเปื้อน” และพบว่าผู้บริโภคในกลุ่มโอตะไม่ได้มีเป้าหมายเพื่อการครอบครองสินค้าเท่านั้น แต่เป็นการแสดงออกถึงความผูกพันและการมีส่วนร่วมกับศิลปินที่ตนชื่นชอบผ่านรูปแบบกิจกรรมต่างๆ นอกจากนี้ โอตะก็มีความสามารถในการเลือก ตีความ และสร้างความหมายของตนเองที่แตกต่างจากที่ผู้ผลิตเนื้อหากำหนดไว้ การบริโภคจึงไม่ใช่แค่กระบวนการรับสารแบบทิศทางเดียว แต่เป็น “พื้นที่ของการเจรจาต่อรอง” ระหว่างโอตะกับอุตสาหกรรมบันเทิง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อกลุ่มโอตะรวมกลุ่มกันในชุมชนออนไลน์หรือออฟไลน์ เช่น “บ้านแฟนคลับ” ที่มีโครงสร้างกฎเกณฑ์ และวัฒนธรรมย่อยของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยในประเด็นโครงสร้างชุมชนแฟนคลับของธัญชนก นิพพานนท์ (2562) ที่ศึกษากระบวนการสร้างชุมชนแฟนคลับ BNK48 ที่จัดตั้งขึ้นอย่างไม่เป็นทางการผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊กและทวิตเตอร์ โดยพบว่าแฟนคลับไม่ได้มีบทบาทเพียงแค่บริโภคข้อมูลของศิลปินเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้ผลิตเนื้อหา จัดกิจกรรม และกำหนดแนวปฏิบัติภายในกลุ่มด้วยตนเอง ส่งผลให้เกิดความรู้สึกเป็น “ครอบครัวแฟนคลับ” และสร้างวัฒนธรรมย่อยที่มีพลวัตเฉพาะกลุ่ม การรวมตัวในลักษณะนี้สะท้อนถึงพลังของแฟนคลับในการสร้างอัตลักษณ์ร่วมและความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกับศิลปิน ผ่านการมีส่วนร่วมเชิงรุกในชุมชนออนไลน์ นอกจากนี้ แอดมิน¹¹ ของกลุ่มแฟนคลับยังมีบทบาทสำคัญในการจัดระเบียบและการรักษาบรรยากาศของกลุ่มซึ่งช่วยสร้างความต่อเนื่องและความเป็นปึกแผ่นของชุมชนแฟนคลับ งานวิจัยนี้จึงชี้ให้เห็นว่าแฟนคลับ BNK48 ไม่ใช่เพียงกลุ่มผู้ติดตามศิลปิน แต่เป็นผู้ประกอบสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมในโลกออนไลน์ ที่สมาชิกสามารถแสดงออกถึงตัวตน เชื่อมโยงความสัมพันธ์ทางสังคม และต่อรองกับอำนาจเชิงวัฒนธรรมของอุตสาหกรรมบันเทิงกระแสหลักได้อย่างมีนัยสำคัญ

งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ความเป็นชายในกลุ่มแฟนคลับ อย่างงานศึกษาที่ว่าด้วยกลุ่มแฟนกีฬา (sport fans) ได้กลายเป็นฐานคิดสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มแฟนคลับชายในวัฒนธรรมอื่นๆ ได้อย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะในกรณีของโอตะ ที่แม้ในภาพรวมพวกเขาอาจถูกมองว่าเบี่ยงเบนจากอุดมคติความเป็นชายที่สังคมให้การยอมรับ แต่โอตะก็ใช้กลไกบางประการที่คล้ายคลึงกับแฟนกีฬาในการสร้างและรักษาอัตลักษณ์ความเป็นชายของตนเอง ไม่ว่าจะเป็นการรวมกลุ่มอย่างมีโครงสร้าง การรวมกิจกรรมที่มีระบบ หรือการสร้างความผูกพันทางอารมณ์ ด้วย

¹¹ “แอดมิน” (admin) คือบุคคลที่ทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลและจัดการกลุ่มในสื่อสังคมออนไลน์ โดยมีอำนาจในการควบคุมเนื้อหาและส่งเสริมกิจกรรมภายในชุมชนแฟนคลับอย่างไม่เป็นทางการ

เหตุนี้ การเปรียบเทียบโอตะกับบริบทของแฟนกีฬา โดยเฉพาะในบริบทของแฟนกีฬาฟุตบอล ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็น “กิจกรรมของผู้ชาย” ที่สอดคล้องกับอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ในสังคมไทย เช่น ความแข็งแกร่ง การแข่งขัน ความจงรักภักดีต่อทีม และความสามารถในการแสดงออกทางอารมณ์อย่างรุนแรง ไม่ว่าจะเป็นการตะโกนเชียร์หรือโห่ร้องในสนามกีฬา จึงมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำความเข้าใจกลไกการลดทอนคุณค่าความเป็นชายของโอตะ และทำให้การศึกษาพฤติกรรมของโอตะไม่สามารถตัดขาดจากการตอบคำถามที่ว่าด้วยการสร้างและต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายในบริบททางวัฒนธรรมและโครงสร้างทางสังคม โดยเฉพาะเมื่อนำมาเปรียบเทียบกับกลไกของผู้ชายกลุ่มอื่นๆ ที่ได้รับการยอมรับทางสังคมอย่างแฟนกีฬา เพื่อชี้ให้เห็นถึงอคติ ความไม่เท่าเทียม และโครงสร้างอำนาจที่ดำรงอยู่เบื้องหลังความหมายของความเป็นชายในสังคมไทยร่วมสมัย

งานวิจัยในประเทศไทยจำนวนหนึ่งได้ศึกษากลุ่มแฟนบอลผู้ชายในฐานะผู้มีบทบาทในการประกอบสร้างความเป็นชาย โดยเฉพาะกลุ่มชายชนชั้นแรงงานที่ใช้ฟุตบอลเป็นพื้นที่ต่อรองอัตลักษณ์ของตน งานวิจัยของอาจินต์ ทองอยู่คง (2555) ได้ศึกษาพฤติกรรมของแฟนบอลสโมสรฟุตบอลไทย เช่น เมืองทอง ยูไนเต็ด, ชลบุรี เอฟซี, และการท่าเรือ เอฟซี โดยเสนอว่าแฟนบอลไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงผู้บริโภคความบันเทิงแบบเฉยเมย แต่เป็น “ผู้ประกอบสร้างวัฒนธรรม” (cultural agents) ที่มีบทบาทอย่างมากในกระบวนการผลิตซ้ำความหมายของกีฬาผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การผลิตแผ่นเพลงเชียร์ การจัดกิจกรรมก่อนหรือหลังการแข่งขัน และการรวมกลุ่มเพื่อสร้าง “ชุมชนแฟน” ที่มีลักษณะเฉพาะตน งานวิจัยนี้สะท้อนว่าแฟนบอลไทยในยุคสมัยใหม่คือผู้มีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกรักเป็นเจ้าของทีม และใช้กิจกรรมแฟนคลับเป็นพื้นที่สร้างสรรค์อัตลักษณ์และความสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งมีผลต่อการรับรู้และปฏิบัติเรื่องความเป็นชายในพื้นที่สนามกีฬา

ต่อมา อาจินต์ (2559) ได้ขยายขอบเขตการศึกษาไปยังบริบทเฉพาะของแฟนบอลการทำเรือในย่านคลองเตย ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มชายแรงงานระดับกลางถึงล่าง ในงานวิจัยเรื่อง “เขตปกครองพิเศษคลองเตย: ความเป็นย่าน ความเป็นชาย และการสร้างชุมชนใหม่ ผ่านการบริโภคฟุตบอลของแฟนการทำเรือ เอฟซี” ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการรวมกลุ่มของแฟนบอลมีความเกี่ยวพันกับการแสดงออกถึงความเป็นชายผ่านกิจกรรมที่อยู่นอกเหนือจากสนาม เช่น การดื่มกิน การจัดขบวนเชียร์หรือแม้กระทั่งการเล่าเรื่องย่านคลองเตยเพื่อสร้าง “พื้นที่ความทรงจำ” และความภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น การชมฟุตบอลในบริบทนี้จึงไม่ใช่เพียงกิจกรรมสันทนาการ แต่เป็นการต่อรองอำนาจในเชิงอัตลักษณ์ของกลุ่มชายชายขอบในการสร้างพื้นที่ทางสังคมของตนเอง สอดคล้องกับงานวิจัยของวสันต์ ปัญญาแก้ว (2559) เรื่อง “พนันบอล อำนาจ และความเป็นชาย” ที่ทำการศึกษาเครือข่ายแฟนบอลไทยพรีเมียร์ลีก และพบว่าการเล่นฟุตบอลควบคู่กับพฤติกรรมการเล่นพนันเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชายหนุ่มชนชั้นกลางในเมือง โดยฟุตบอลไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมสันทนาการ หากเป็นพื้นที่ที่

ผู้ชายใช้แสดงออกถึงความเป็นชายผ่านความรู้และความกล้าที่จะเสี่ยง ซึ่งสอดคล้องกับค่านิยมของความเป็นชายที่สังคมให้เชิดชูและให้คุณค่า

เช่นเดียวกับงานวิจัยของสราวุธ กุสุมภ์ (2558) เรื่อง “รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมความก้าวร้าวของผู้ชมฟุตบอลไทย” ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความก้าวร้าวของผู้ชมฟุตบอลชาย โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 408 คน ซึ่งเป็นผู้ชมการแข่งขันฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก ฤดูกาลปี 2558 และวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ได้แก่ สภาพแวดล้อมในสนาม การแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของทีม พฤติกรรมของแฟนกีฬา ผลการแข่งขัน และสถานะของผู้ชม (ทีมเหย้าหรือทีมเยือน) ซึ่งผลการวิจัยพบว่าปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความก้าวร้าวอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะแฟนบอลที่มีความผูกพันกับทีมอย่างลึกซึ้งจะมีแนวโน้มแสดงความรุนแรงมากขึ้นเมื่อทีมของตนแพ้ การแสดงออกนี้รวมถึงการตะโกน ด่าทอ หรือพฤติกรรมก้าวร้าวอื่นๆ สราวุธตีความว่าเป็นการใช้ฟุตบอลเป็นเวทีในการแสดงความเป็นชายแบบที่ให้คุณค่ากับการแข่งขัน ความแข็งแกร่ง และการควบคุมพื้นที่สาธารณะผ่านอารมณ์และการแสดงออกถึงพลังอำนาจทางกายภาพ ขณะที่ธีร คันโททอง (2561) เรื่อง “การสื่อสารเพื่อการประสานและต่อรองของกลุ่มผลประโยชน์กับการดำรงอยู่ของสโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟซี” ได้ให้ความสำคัญกับบทบาทของแฟนบอลการทำเรือในฐานะ “กลุ่มผลประโยชน์” ที่มีอำนาจต่อรองจริงในโครงสร้างของสโมสร งานวิจัยนี้ไม่เพียงวิเคราะห์ด้านการสื่อสาร แต่ยังให้ข้อมูลเชิงลึกว่ากลุ่มแฟนบอลชายเหล่านี้สามารถสถาปนาอัตลักษณ์ของตนในฐานะผู้มีบทบาททางสังคมได้ ผ่านกลไกการมีส่วนร่วม การเคลื่อนไหวในวิกฤตของสโมสร และการแสดงออกถึงความเป็นชายในฐานะผู้ปกป้องทีมที่ตนรัก

จากงานวิจัยหลายชิ้นที่กล่าวถึงข้างต้น ทำให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าพื้นที่ของกีฬา โดยเฉพาะฟุตบอล ไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมสันทนาการหรือการแข่งขันเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่ได้กลายเป็นเวทีสำคัญในการประกอบสร้างและต่อรองความเป็นชายในบริบทสังคมไทยร่วมสมัย โดยเฉพาะในหมู่ชายชายขอบหรือชายชนชั้นแรงงานที่มักถูกกีดกันจากอำนาจเชิงสัญลักษณ์ในพื้นที่สาธารณะอื่นๆ กิจกรรมการเชียร์ฟุตบอล การรวมกลุ่มแฟนคลับ การใช้สื่อเชิงสัญลักษณ์ เช่น การแต่งกาย การร้องเพลงเชียร์ หรือแม้แต่พฤติกรรมความก้าวร้าวบางรูปแบบ ล้วนทำหน้าที่เป็นกลไกในการแสดงออกถึงอารมณ์ ความสามารถ ความภาคภูมิใจและความภาคภูมิใจในชุมชนของตนเอง ทั้งในเชิงท้องถิ่นและเชิงอัตลักษณ์ทางเพศ งานวิจัยเหล่านี้จึงชี้ให้เห็นว่าพื้นที่ของแฟนกีฬาไม่ใช่พื้นที่ว่างเปล่า แต่เป็น “สนามทางวัฒนธรรม” ที่ชายชายขอบสามารถต่อรองสถานะของตนในโครงสร้างสังคมผ่านการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมสาธารณะ ในลักษณะที่สอดคล้องกับอุดมการณ์ความเป็นชายแบบดั้งเดิม เช่น การแข่งขัน ความแข็งแกร่ง ความภาคภูมิใจ และการควบคุมอารมณ์ ซึ่งได้รับการยอมรับในสังคม

การทบทวนงานวิจัยข้างต้นทำให้เห็นว่าความเป็นชายไม่ได้เป็นคุณลักษณะตายตัว แต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้าง (constructed) และถูกเจรจาต่อรอง (negotiated) อยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหมู่ชายชายขอบที่พยายามนิยามตนเองใหม่ผ่านการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับ กีฬา ศาสนา หรือสื่อออนไลน์ การศึกษาดังกล่าวจึงมีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจความหลากหลายของอัตลักษณ์ความเป็นชายในสังคมไทยร่วมสมัย และเปิดพื้นที่ให้แก่เสียงและประสบการณ์ของผู้ชายที่ไม่สอดคล้องกับอุดมคติของความเป็นชายแบบอำนาจนำ อย่างไรก็ตาม แม้งานวิชาการจำนวนหนึ่งในประเทศไทยจะเริ่มให้ความสนใจกับปรากฏการณ์ไอดอลหญิง BNK48 ในหลากหลายมิติ ทั้งในแง่การสื่อสาร การผลิตภาพลักษณ์ของศิลปิน พฤติกรรมการบริโภคของแฟนคลับ กลยุทธ์ทางธุรกิจ และการก่อตัวของชุมชนแฟนคลับออนไลน์ แต่งานเหล่านี้มักมุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์ตัวศิลปินในฐานะวัตถุแห่งการรับรู้ของแฟนคลับ หรือมุ่งศึกษาพฤติกรรมของแฟนในฐานะผู้บริโภค และยังไม่ได้ให้ความสำคัญอย่างเพียงพอต่อการทำความเข้าใจบริบทเรื่อง “ตัวตน” ของแฟนคลับวง BNK48 โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อเติมเต็ม “ช่องว่างทางวิชาการ” ที่สำคัญนี้ โดยนำเสนอมุมมองทางสังคมและเพศสถานะที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเพื่อทำความเข้าใจว่าไอดอล BNK48 ใช้วัฒนธรรมไอดอลหญิงในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเธออย่างไร และกระบวนการเหล่านี้สะท้อนการต่อรองอำนาจและการรื้อสร้างบรรทัดฐานความเป็นชายกระแสหลัก ในสังคมไทยร่วมสมัยอย่างไร ทั้งนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้นำเสนอเพียงภาพสะท้อนของแฟนคลับไอดอลเท่านั้น แต่ยังเปิดพื้นที่ใหม่ให้กับการศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศ และวัฒนธรรมประชานิยมในสังคมไทย ที่ยังคงเต็มไปด้วยการตีตราและการแบ่งแยกแบบคู่ตรงข้าม และงานวิจัยชิ้นนี้อาจเป็นส่วนสำคัญในการทบทวนและตั้งคำถามใหม่ต่อความหมายของความเป็นชายในวัฒนธรรมประชานิยมร่วมสมัยของสังคมไทย

บทที่ 3

ประวัติศาสตร์วัฒนธรรมโอตะ

3.1 บทนำ

ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา การแพร่ขยายของวัฒนธรรมโอตาคุและวัฒนธรรมโอตะไอดอลจากประเทศญี่ปุ่นมายังประเทศไทยส่งผลให้เกิดการสร้างชุมชนแฟนคลับที่มีลักษณะเฉพาะ โดยเฉพาะการเปิดตัววงไอดอล BNK48 ในปี พ.ศ. 2560 ที่ทำให้กลุ่มแฟนคลับที่เรียกตัวเองว่า “โอตะ” ได้รับความรู้จักจากคนส่วนใหญ่ในสังคมมากยิ่งขึ้น โอตะมีพฤติกรรมการบริโภควัฒนธรรมแบบลึกซึ้งและมีลักษณะเฉพาะ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมจับมือ การสนับสนุนศิลปินผ่านโปรเจกต์แฟนคลับ รวมถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมออนไลน์และออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม โอตะกลับต้องเผชิญกับการตั้งคำถามจากสังคม โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ความเป็นชายเนื่องจากพฤติกรรมของพวกเขา เช่น การแสดงออกทางอารมณ์¹ การสนับสนุนไอดอลผู้หญิงที่อายุน้อยกว่า และการใช้จ่ายทางเศรษฐกิจเพื่อสนับสนุนไอดอล ทำให้พวกเขาถูกมองว่ามีพฤติกรรมที่เบี่ยงเบนไปจากแบบแผนของ “ชายในอุดมคติ” ซึ่งเน้นความสุขุม แข็งแกร่ง และบทบาทในฐานะผู้นำของครอบครัวหรือสังคม (Connell, 2005; ชูศักดิ์ ภัทรกุลวณิช, 2552)

บทที่ 3 นี้จึงมุ่งทำความเข้าใจความหมายและประวัติความเป็นมาของกลุ่มคนที่นิยามตัวเองว่าเป็น “โอตะ” หรือ “โอตาคุ” ซึ่งเป็นคำศัพท์ที่มีต้นกำเนิดจากวัฒนธรรมประชานิยมของประเทศญี่ปุ่น และมีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับ “การถูกทำให้เป็นอื่น²” (othering) มาอย่างยาวนาน เช่นเดียวกับสำรวจประวัติศาสตร์วัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศญี่ปุ่นและประเทศไทย เพื่อชี้ให้เห็นมาตรฐานและโครงสร้างอำนาจที่แฝงอยู่ในวาทกรรมความเป็นชาย ตลอดจนการจัดเรียงอำนาจเชิงเพศสถานะ (gender order) ในสังคมไทย โดยให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาของการพัฒนาและประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะ รวมถึงเรื่องราวของ

¹ การแสดงออกทางอารมณ์ หมายถึงพฤติกรรมที่แฟนคลับชายของวงไอดอล BNK48 แสดงความรู้สึกร่างกายเปิดเผย เช่น การยิงมิกซ์เชียร์ไอดอลอย่างเร่าร้อน, การร้องไห้ในช่วงเวลาสำคัญของไอดอล, หรือการโพสต์ข้อความแสดงความรักและห่วงใยในโซเชียลมีเดีย พฤติกรรมเหล่านี้มักถูกมองว่าเบี่ยงเบนจากอุดมคติความเป็นชายแบบดั้งเดิมที่เน้นความเข้มแข็งและความสามารถในการควบคุมอารมณ์ แต่สำหรับโอตะแล้ว การแสดงออกเชิงอารมณ์กลับกลายเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายในรูปแบบใหม่ ที่ได้รับความนิยมอันไหว ความผูกพัน และการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ในพื้นที่วัฒนธรรมแฟนคลับ

² “การถูกทำให้เป็นอื่น” (Othering) หมายถึงกระบวนการทางสังคม วัฒนธรรม หรือวาทกรรมที่สร้างความแตกต่างระหว่างกลุ่ม “เรา” (self) กับ “เขา” (other) โดยมักทำให้กลุ่ม “อื่น” ถูกมองว่าผิดแปลก เบี่ยงเบน ต่ำต้อย หรือไม่น่าปรารถนา กระบวนการนี้เป็นกลไกสำคัญในการผลิตอัตลักษณ์และโครงสร้างอำนาจที่กีดกันหรือกดทับกลุ่มที่มีความแตกต่าง เช่น ชาตินิยม เพศ เพศวิถี หรือชนชั้น (Said, 1978; Spivak, 1985)

กระบวนการต่อรองต่อสู้เพื่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายขึ้นมาใหม่ภายใต้สังคมที่มีอคติมายาคติต่อพวกเขาทั้งในสังคมไทยและสังคมญี่ปุ่น

3.2 วัฒนธรรมโอตาคุและวัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศญี่ปุ่น

วัฒนธรรมโอตาคุคือวัฒนธรรมย่อยที่มีต้นกำเนิดจากวัฒนธรรมประชานิยมของประเทศญี่ปุ่นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ก่อนจะกลายเป็นวัฒนธรรมวัยรุ่นที่มีความสำคัญต่อสังคมญี่ปุ่นเป็นอย่างมากในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา โดยวัฒนธรรมโอตาคุมีพัฒนาการควบคู่กับการเปลี่ยนแปลงของสื่อ วาทกรรมทางเพศ และอุดมคติความเป็นชาย (ideal masculinity) ในสังคมญี่ปุ่น (B-Ikeguchi, 2018) อย่างไรก็ดี คำว่าโอตาคุในบริบทของสังคมญี่ปุ่นกลับมีความหมายในเชิงลบมากกว่าเชิงบวก โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 1980 - 1990 ที่สื่อมวลชนเชื่อมโยงโอตาคุกับภาพลักษณ์ของชายหนุ่มที่หมกมุ่นกับอนิเมะหรือเกมจนแยกตัวออกจากสังคม และในบางกรณีก็ถูกตีตราว่าเป็นภัยต่อสังคม (Kinsells, 1998; Galbraith, 2009; Azuma, 2009) ซึ่งในส่วนนี้จะเป็นการศึกษาความเป็นมาของคำว่าโอตาคุ และการให้ความหมายเชิงลบต่อกลุ่มคนที่ถูกนิยามว่าเป็นโอตาคุในบริบทสังคมญี่ปุ่น ตั้งแต่ทศวรรษที่ 1980 เป็นต้นมา

3.2.1 ประวัติศาสตร์เบื้องต้นของวัฒนธรรมโอตาคุในประเทศญี่ปุ่น

ในช่วงต้นทศวรรษ 1980 วัฒนธรรมโอตาคุในประเทศญี่ปุ่นเริ่มแสดงให้เห็นถึงการก่อรูปเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย³ (subculture) ที่มีลักษณะเฉพาะตัวอย่างชัดเจน โดยกลุ่มคนเหล่านี้มักเป็นชายหนุ่มวัยรุ่นหรือวัยมหาวิทยาลัยที่มีความสนใจอย่างลึกซึ้งในสื่อประเภทมังงะ⁴

³ วัฒนธรรมย่อย (subculture) หมายถึงกลุ่มทางสังคมหรือวัฒนธรรมที่มีค่านิยม ความเชื่อ สัญลักษณ์ และพฤติกรรมเฉพาะของตนเอง ซึ่งแตกต่างจากวัฒนธรรมหลักหรือวัฒนธรรมกระแสหลัก (mainstream culture) วัฒนธรรมย่อยมักเกิดขึ้นจากความรู้สึกไม่พอใจต่อบรรทัดฐานของสังคมใหญ่ และมักใช้สื่อ แฟชั่น ภาษา หรือกิจกรรมเฉพาะกลุ่มในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ของตน เช่น วัฒนธรรมพังค์ ฮิปปี้ หรือวัฒนธรรมโอตาคุ เป็นต้น

⁴ มังงะ (manga) หมายถึงหนังสือการ์ตูนหรือการ์ตูนภาพของญี่ปุ่นที่มีรูปแบบเฉพาะตัวทั้งด้านภาพและการเล่าเรื่อง โดยมีกติกาเป็นตอนๆ ในแมกาซีนรายสัปดาห์หรือรายเดือน ก่อนรวบรวมเป็นเล่ม มังงะครอบคลุมหลากหลายแนว เช่น แฟนตาซี กีฬา โรแมนติก หรือชีวิตประจำวัน และมีกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่เด็กจนถึงผู้ใหญ่ นอกจากนี้ มังงะยังเป็นสื่อสำคัญในวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นและเป็นรากฐานของการผลิตสื่อรูปแบบอื่น เช่น อนิเมะ เกม และไลฟ์โนเวล (Schodt, 1996)

(manga) อะนิเมะ⁵ (anime) วิดีโอเกม และของสะสมที่เกี่ยวข้อง เช่น พิกเกอร์⁶ หรือสินค้าที่ผลิตจากซีรีส์ยอดนิยม ความสนใจดังกล่าวไม่ได้เป็นแค่การบริโภคผ่านการรับชมหรืออ่านเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการเก็บสะสม การวิเคราะห์ ถกเถียง และสร้างสรรค์เนื้อหาใหม่ๆ ด้วยตัวเอง เช่น การวาดโดจินชิ⁷ (dojinshi) หรือการคอสเพลย์เป็นตัวละครจากอนิเมะที่พวกเขาชื่นชอบ (Galbraith, 2010, หน้า 21)

ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นช่วงที่ย่านอาคิฮาบาระ⁸ (akihabara) ซึ่งตั้งอยู่ในเขตชิโยดะ กรุงโตเกียว ได้กลายเป็นพื้นที่สำคัญที่รองรับและส่งเสริมการเติบโตของวัฒนธรรมโอตาคุอย่างเป็นรูปธรรม เดิมทีอาคิฮาบาระถือเป็นย่านศูนย์รวมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่รู้จักกันในนาม “อิเล็กทรอนิกส์ทาวน์” (electric town หรือ denki-gai) โดยมีร้านค้าเล็กๆ จำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า วิทยุ เทป และคอมพิวเตอร์จำนวนมาก อย่างไรก็ตาม การเติบโตของอุตสาหกรรมเกมคอนโซลและคอมพิวเตอร์ในช่วงต้นทศวรรษ 1980 ได้นำความเปลี่ยนแปลงมาสู่อาคิฮาบาระ ร้านค้าในย่านนี้เริ่มจำหน่ายวิดีโอเกม ซอฟต์แวร์ และเครื่องเล่นเกมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่หลงใหลในเทคโนโลยีและความบันเทิงดิจิทัล โดยเฉพาะกลุ่มชายหนุ่มที่ใช้เวลาในการเลือกซื้ออุปกรณ์เทคโนโลยีและเล่นเกมเป็นกิจกรรมหลักในเวลาว่าง จนทำให้อาคิฮาบาระกลายเป็นแหล่งรวมตัวของคนกลุ่มนี้และค่อยๆ เปลี่ยนสถานะจากย่านการค้าอุปกรณ์ไฟฟ้ามาเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมโอตาคุอย่างไม่เป็นทางการในระยะแรก ต่อมาในช่วงปลายทศวรรษ 1990 ถึงต้นทศวรรษ 2000 ย่านอาคิฮาบาระได้เปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนมากขึ้นกว่าเดิม โดยมีการเปิดร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าเฉพาะทางที่

⁵ อะนิเมะ (anime) หมายถึงภาพยนตร์หรือซีรีส์แอนิเมชันที่ผลิตในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทั้งด้านสไตล์ภาพ เนื้อหา และการเล่าเรื่อง โดยอะนิเมะครอบคลุมหลายแนว เช่น แอคชั่น แฟนตาซี โรแมนติก วิทยาศาสตร์ และแนวจิตวิทยา อะนิเมะไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะผู้ชมเด็กเท่านั้น แต่ยังได้รับความนิยมในหมู่ผู้ใหญ่ และเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นที่ได้รับความนิยมทั่วโลก โดยมักมีความเชื่อมโยงกับสื่ออื่นๆ เช่น มังงะ โลโก้เนเวล และเกม (Napier, 2005)

⁶ พิกเกอร์ (figure) หมายถึงรูปปั้นจำลองหรือตุ๊กตาโมเดลของตัวละครจากอนิเมะ มังงะ เกม หรือโลโก้เนเวล ซึ่งผลิตขึ้นอย่างประณีตและมีรายละเอียดสูง พิกเกอร์เป็นหนึ่งในวัตถุสำคัญของวัฒนธรรมโอตาคุ โดยไม่ได้เป็นเพียงของสะสมเท่านั้น แต่ยังสะท้อนความรักและการบริโภคเชิงอารมณ์ของแฟนคลับที่มีต่อตัวละครในโลกจินตนาการ นักวิชาการมองว่าการสะสมพิกเกอร์เป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ ความทรงจำ และอำนาจในการควบคุมโลกแฟนตาซีในรูปแบบที่จับต้องได้ (to, 2012)

⁷ โดจินชิ (dojinshi) หมายถึงสิ่งพิมพ์ที่ผลิตโดยกลุ่มแฟนหรือบุคคลทั่วไปนอกอุตสาหกรรมกระแสหลัก มักอยู่ในรูปแบบของหนังสือการ์ตูนหรือเรื่องสั้นที่มีเนื้อหาต่อยอดจากอนิเมะ มังงะ หรือเกมที่มีอยู่แล้ว หรือเป็นผลงานต้นฉบับที่เผยแพร่ในหมู่ผู้สนใจร่วมกัน โดจินชิมักจำหน่ายในงานรวมตัวของแฟนคลับ เช่น คอมิกะ (Comiket) และเป็นพื้นที่ที่เปิดให้แฟนคลับสร้างสรรค์และต่อรองความหมายของเนื้อหาอย่างเสรี โดยเฉพาะในประเด็นเพศ สัมพันธภาพ และอัตลักษณ์ทางเพศ เช่น การเขียน BL (Boys' Love) หรือเรื่องราวที่เบี่ยงเบนจากชนบทกระแสหลัก (Orbaugh, 2010; Noppe, 2010)

⁸ อาคิฮาบาระ (Akihabara) เป็นย่านสำคัญในกรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเดิมมีชื่อเสียงจากการเป็นศูนย์กลางจำหน่ายอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ แต่ตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษ 1990 เป็นต้นมา พื้นที่นี้ได้กลายเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมโอตาคุ (Otaku Culture) อย่างเต็มตัว โดยมีร้านค้าเกี่ยวกับอนิเมะ มังงะ เกม พิกเกอร์ คาเฟ่เมด (maid café) และกิจกรรมเชิงโต้ตอบกับไอดอล หรือคาแรกเตอร์เสมือนจริงจำนวนมาก นักวิชาการมองว่าอาคิฮาบาระไม่ใช่เพียงพื้นที่ทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังเป็น “สนามวัฒนธรรม” ที่เปิดโอกาสให้กลุ่มชายชายชอบ (เช่น โอตาคุ) ได้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ของตนเองผ่านการบริโภคเชิงสัญลักษณ์และการมีส่วนร่วมกับโลกจินตนาการ (Galbraith, 2010, หน้า 23)

รองรับแฟนอนิเมะ มังงะ และไลท์โนเวล⁹ โดยเฉพาะ ร้านค้าเหล่านี้จำหน่ายทั้งหนังสือ ฟิกเกอร์ แผ่นเสียง และของสะสมหายากที่มีลักษณะเฉพาะทางเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ ร้านเหล่านี้ยังจัดมุมพิเศษสำหรับสินค้าเฉพาะกลุ่ม เช่น มุม “โมเอะ¹⁰” (moe) สำหรับตัวละครหญิงน่ารัก หรือมุม “บีแอล¹¹” (BL) สำหรับการ์ตูนชายรักชายที่มีฐานแฟนคลับเฉพาะ เป็นต้น (Galbraith, 2010, หน้า 22 - 23)

ในช่วงเวลาเดียวกันนี้ คาเฟ่ประเภท “เมตคาเฟ่¹²” (maid cafe) ก็เริ่มเปิดให้บริการอย่างแพร่หลาย โดยร้านแรกคือ “เคียวร์ เมตคาเฟ่” (Cure Maid Café) เปิดในปี 2001 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้ “ประสบการณ์ของโอตาคุ” ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการซื้อสินค้าอีกต่อไป แต่ยังรวมถึงการ “ดำรงอยู่ในโลกของแฟนตาซี” ผ่านบริการเชิงการสวมบทบาท (role-play) ที่พนักงานแต่งกายเป็นเมตให้บริการลูกค้าอย่างเป็นมิตรและเคารพเสมือนเจ้านาย ซึ่งกลายเป็นลักษณะเด่นของการบริโภคเชิงประสบการณ์ (experiential consumption) ในวัฒนธรรมโอตาคุ (Galbraith, 2013, หน้า 76-79)

กล่าวได้ว่าการเปลี่ยนแปลงของย่านอาากิฮาบาระไปสู่การเป็น "ศูนย์กลางของวัฒนธรรมโอตาคุ" เกิดขึ้นพร้อมกับความเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างเมืองและเศรษฐกิจของโตเกียว โดยย่านอาากิฮาบาระได้กลายเป็นพื้นที่ที่มีความชัดเจนในเชิงอัตลักษณ์ และได้รับการยอมรับจากทั้งรัฐและเอกชนว่าเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นสัญลักษณ์ของ “คูลเจแปน¹³” (Cool Japan)

⁹ ไลท์โนเวล (Light Novel) คือวรรณกรรมแนวป๊อปคัลเจอร์ของญี่ปุ่นที่มีลักษณะเฉพาะคือใช้ภาษาที่อ่านง่าย มีเป้าหมายคือผู้อ่านวัยรุ่นและเยาวชน มีความยาวใกล้เคียงกับนวนิยายขนาดสั้น และมักมีภาพประกอบสไตล์มังงะประกอบเนื้อหา ไลท์โนเวลจำนวนมากมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับโลกแฟนตาซี วิทยาศาสตร์ หรือชีวิตในโรงเรียน และมักถูกดัดแปลงเป็นมังงะ อนิเมะ หรือเกมต่อไป โดยเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมโอตาคุที่สะท้อนรสนิยมและอัตลักษณ์ของผู้อ่านในยุคหลังสมัยใหม่ (Kinsella, 2000; Azuma, 2009)

¹⁰ โมเอะ (moe) เป็นคำศัพท์จากวัฒนธรรมโอตาคุญี่ปุ่น ใช้เรียกความรู้สึกหลงใหล รัก หรือปกป้องตัวละคร (มักเป็นตัวละครหญิง) ที่แสดงความไร้เดียงสา เปราะบาง หรือน่าทะนุถนอม โดยไม่จำเป็นต้องมีแรงจูงใจทางเพศ โมเอะจึงเป็นอารมณ์เชิงอุดมคติที่ผู้บริโภคใช้เชื่อมโยงตนเองเข้ากับโลกจินตนาการ และมักถูกมองว่าเป็นหัวใจของการบริโภคในวัฒนธรรมอนิเมะ มังงะ และไลท์โนเวล (Galbraith, 2009; Azuma, 2009)

¹¹ บีแอล (BL) หรือ Boys' Love คือแนวการ์ตูน วรรณกรรม หรือสื่อบันเทิงที่นำเสนอความสัมพันธ์เชิงโรแมนติกหรือทางเพศระหว่างตัวละครชายสองคน ซึ่งผลิตโดยผู้หญิงและมักมุ่งเป้าสู่ผู้ชมหญิง กลุ่มเนื้อหานี้มีรากกำเนิดจากญี่ปุ่นในช่วงทศวรรษ 1970 และพัฒนามาจากการ์ตูนแนว yaoi โดยเน้นการนำเสนออารมณ์ ความรัก และความเปราะบางของตัวละครชายในลักษณะที่ทำทนายชนความเป็นชายแบบดั้งเดิม ทั้งนี้ BL ไม่ได้สะท้อนประสบการณ์ของเกย์โดยตรง แต่เป็นพื้นที่แห่งจินตนาการที่ผู้หญิงใช้สำรวจความรู้สึกและอำนาจในความสัมพันธ์ (McLelland, 2000; Nagaike, 2012)

¹² เมตคาเฟ่ (Maid Cafe) คือร้านคาเฟ่แนวธีมในประเทศญี่ปุ่นซึ่งพนักงานหญิงจะแต่งกายเป็น “เมต” (สาวใช้) สไตล์วิกตอเรียน หรือโลลิต้า และให้บริการลูกค้าในลักษณะจำลองบทบาท เช่น เรียกลูกค้าว่า “คุณหนู” หรือ “คุณชาย” เพื่อสร้างประสบการณ์แบบแฟนตาซีที่มีความใกล้ชิดและเป็นกันเอง คาเฟ่ประเภทนี้เริ่มต้นในย่านอาากิฮาบาระช่วงต้นทศวรรษ 2000 และกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมโอตาคุ โดยตอบสนองความต้องการทางอารมณ์และความสัมพันธ์เชิงจินตนาการมากกว่าบริการเชิงเพศตรงไปตรงมา (Galbraith, 2013)

¹³ คูลเจแปน (Cool Japan) คือแนวนโยบายเชิงวัฒนธรรมของรัฐบาลญี่ปุ่นที่เริ่มต้นตั้งแต่ช่วงต้นคริสต์ทศวรรษ 2000 ซึ่งมุ่งส่งเสริมอิทธิพลทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นในระดับนานาชาติผ่านสื่อบันเทิง อนิเมะ มังงะ แฟชั่น เกม อาหาร และผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมร่วมสมัยอื่นๆ โดยมี

ที่รัฐบาลญี่ปุ่นใช้ในการส่งเสริมอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Galbraith และ Karlin, 2016, หน้า 7) ทั้งนี้ ความเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับพัฒนาการของคำว่า “โอตาคุ” (otaku) ซึ่งเดิมเป็นเพียงคำเรียกบุคคลที่ยังไม่รู้จักรักกัน มีความหมายว่า “คุณ” หรือ “บ้านของคุณ” (Galbraith, 2019, หน้า 51) อย่างไรก็ตาม เมื่อเข้าสู่ช่วงที่เทคโนโลยีและสื่อบันเทิงเฉพาะกลุ่มเริ่มขยายตัว กลุ่มคนที่มีความสนใจนิเมะ มังงะ เกม และของสะสมในประเทศญี่ปุ่น ได้นำคำว่าโอตาคุมาใช้ในบริบทใหม่ เพื่อแสดงการยอมรับในความสนใจร่วมกันและสร้างระยะห่างทางสังคมในแบบที่ยังคงความสุภาพและเคารพซึ่งกันและกัน การใช้คำนี้ในหมู่วัฒนธรรมย่อยจึงกลายเป็นจุดเริ่มต้นของการนิยามโอตาคุในฐานะกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นและแตกต่างจากกระแสหลัก ซึ่งต่อมาได้รับการหล่อหลอมและประกอบสร้างอย่างชัดเจนผ่านพื้นที่และการมีส่วนร่วมในย่านอาากิฮาบาระ

3.2.2 ประวัติศาสตร์คำว่า “โอตาคุ” ในเชิงลบ

แม้ในช่วงเริ่มต้น คำว่า “โอตาคุ” จะถูกนำมาใช้อย่างสุภาพในกลุ่มคนที่มีความสนใจวัฒนธรรมย่อยญี่ปุ่น แต่เมื่อเข้าสู่ทศวรรษ 1980 ความหมายของคำนี้กลับถูกบิดเบือนไปในทางลบและกลายเป็นคำที่สังคมใช้เรียกขานกลุ่มชายหนุ่มที่แปลกแยกจากบรรทัดฐานของสังคมกระแสหลักของญี่ปุ่น โดย Susan Napier นักวิชาการด้านวัฒนธรรมประชานิยมญี่ปุ่น ได้อธิบายว่าโอตาคุเป็นคำศัพท์ที่สะท้อนถึงสังคมหลังอุตสาหกรรม (post-industrial) ของประเทศญี่ปุ่น ที่เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตคนมากขึ้น แต่โอตาคุกลับเป็นคำที่ถูกนำมาเรียกขานกลุ่มคนที่มี “พฤติกรรมต่อต้านสังคม แต่งตัวแยะ แปลกประหลาด ขี้เหว และน่ากลัว” (Napier, 2011, หน้า 157)

เหตุผลที่โอตาคุถูกมองในแง่ลบนั้น Patrick W. Galbraith (2019) นักวิชาการด้านโอตาคุศึกษา ได้อธิบายในหนังสือเรื่อง *Otaku and the Struggle for Imagination in Japan* ระบุว่าในช่วงปลายทศวรรษ 1970 ถึงต้นทศวรรษ 1980 ผู้ชายญี่ปุ่นจำนวนมากเริ่มหันหลังให้กับการดูแบบสมจริงที่มีเนื้อหาแนวต่อสู้รุนแรงแบบลูกผู้ชาย และหันมาอ่านมังงะ ดอนิเมะแนวโชโจ¹⁴ (Shojo) หรือการ์ตูนสำหรับเด็กผู้หญิง และการดูแนวบิโชโจ¹⁵ (Bishojo) หรือการ์ตูนผู้หญิงสวยน่ารัก ซึ่งเป็นการดูที่ไม่ได้เน้นความสมจริง แต่เน้นเรื่องราวความเพ้อฝันและมีเป้าหมายเป็นกลุ่ม

จุดประสงค์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของญี่ปุ่นว่า “ทันสมัย มีสไตล์ และสร้างสรรค์” และใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจและ soft power (McGray, 2002; Valaskivi, 2013)

¹⁴ โชโจ (Shojo) แปลว่า “เด็กผู้หญิง” การ์ตูนแนว Shojo จึงหมายถึงการ์ตูนที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นเด็กผู้หญิง เช่น การ์ตูนดาวหวาน การ์ตูนแนวรักบริสุทธิ์ หรือการ์ตูนสาวน้อยเวทมนต์ เป็นต้น

¹⁵ บิโชโจ (Bishojo) หมายถึงการ์ตูนที่มีตัวละครหญิงหน้าตาและรูปร่างสวยงาม มีผู้ชายเป็นกลุ่มเป้าหมาย โดย Galbraith (2019) ระบุว่าการทำงานเข้าใจโอตาคุในช่วงปี 1983 ต้องย้อนไปถึงพัฒนาการของการ์ตูน Bishojo ที่หากแปลตรงตัวจะมีความหมายว่าเด็กผู้หญิงสวย แต่คำนี้กลายมาเป็นคำเรียกเด็กผู้หญิงน่ารัก (cute) ซึ่งคำว่าน่ารักนั้นมีความหมายถึงลักษณะการวาดตัวละคร ที่ใช้เส้นที่นุ่มนวล รูปทรงโค้งมน และการแกว่งเอวอื่นๆ เป็นสไตล์การวาดที่พบเห็นได้ในผลงานสำหรับเด็กผู้หญิง แต่ได้รับความนิยมจากแฟนการ์ตูนผู้ชาย หรืออาจกล่าวได้ว่าความนิยมการ์ตูน Bishojo เป็นผลมาจากการที่ผู้ชายบริโภคข้ามขอบเขตเรื่องเพศ

เด็กผู้หญิง แต่ผู้ชายญี่ปุ่นกลับเป็นส่วนใหญ่ที่ติดตามอ่านการ์ตูนที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับตัวละครเด็กผู้หญิง จนทำให้ช่วงเวลานี้ถูกเรียกว่า “ความอีโรติกแบบน่ารัก”¹⁶ (cute eroticism) หรือกระแสความชื่นชอบโลลิคอน¹⁷ (lolicon) เนื่องจากได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในช่วงเวลานั้น (หน้า 51)

Galbraith (2019, หน้า 22) ได้นำเสนอแนวคิดของ Ito Kimio ผู้บุกเบิกเรื่องบุรุษศึกษาในญี่ปุ่น ที่มองว่าปรากฏการณ์ที่ผู้ชายญี่ปุ่นหันมาอ่านการ์ตูนสำหรับเด็กผู้หญิงคือความพยายามในการสร้างนิยามความเป็นชายรูปแบบใหม่ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจของญี่ปุ่นทำให้ผู้หญิงมีโอกาสและมีพื้นที่ในสังคมมากขึ้น แต่ความคาดหวังของสังคมต่อบทบาทหน้าที่ของผู้ชายในสังคมญี่ปุ่นยังมีอยู่ นั่นคือผู้ชายต้องเรียนจบมหาวิทยาลัย เข้าทำงานเป็นมนุษย์เงินเดือนในบริษัทชั้นนำของประเทศ หรือสอบเป็นข้าราชการให้ได้ จากนั้นต้องแต่งงานและมีลูก รวมถึงคุณค่าความเป็นชายที่ต้องเข้มแข็งและชื่นชอบการใช้กำลัง ซึ่งชายหนุ่มชาวญี่ปุ่นจำนวนมากรู้สึกท้อแท้ว่าตัวเองไม่สามารถเดินตามรูปแบบความเป็นชายที่สังคมกำหนดไว้ได้ ทำให้พวกเขารู้สึกเป็นอื่นจากสังคม และนั่นเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ชายกลุ่มหนึ่งหันไปหาการ์ตูนโชโจหรือบริโภคนิสต์ที่ข้ามขอบเขตเรื่องเพศ

ความนิยมการ์ตูนโชโจในกลุ่มผู้ชายญี่ปุ่นขณะนั้นมีเพิ่มมากขึ้นจนกลายเป็นปรากฏการณ์ “โลลิคอนบูม”¹⁸ (lolicon boom) (Galbraith, 2015, หน้า 21) และทำให้ผู้ชายกลุ่มนี้ถูกมองเห็นมากขึ้นในฐานะผู้บริโภคสื่อ ขณะเดียวกันก็ตกเป็นกลุ่มที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์เช่นกัน โดยคนแรกที่ใช้คำว่า “โอตาคุ” เพื่อวิพากษ์วิจารณ์ผู้ชายที่ชื่นชอบตัวการ์ตูนเด็กผู้หญิงคือ Nakamori Akio คอลัมนิสต์ชาวญี่ปุ่น ที่ได้กล่าวถึงโอตาคุในคอลัมน์ “โอตาคุรีเสิร์ช” (Otaku Research) ตีพิมพ์ใน

¹⁶ ความอีโรติกแบบน่ารัก (Cute eroticism) หมายถึงการผสมผสานความไร้เดียงสา ความอ่อนหวาน และภาพลักษณ์แบบเด็กหญิง (girl-like) เข้ากับมิติของความเย้ายวนทางเพศในลักษณะที่คลุมเครือ โดยเฉพาะในวัฒนธรรมญี่ปุ่น แนวคิดนี้มีปรากฏในวัฒนธรรมโอตอลหรืออนิเมะที่วางภาพของหญิงสาวให้อยู่ระหว่างความเป็นเด็กกับความเป็นผู้ใหญ่ ซึ่งสร้างแรงดึงดูดทางเพศในแบบที่ดูไม่รุนแรงหรือโจ่งแจ้ง (Kinsella, 1995; Aoyama, 2008)

¹⁷ โลลิคอน (lolicon) ย่อมาจากคำว่า Lolita Complex หมายถึงความหลงใหลหรือแรงดึงดูดทางเพศที่มีต่อตัวละครหญิงวัยเด็กหรือรูปลักษณ์ที่ดูเหมือนเด็ก ซึ่งมักปรากฏในอนิเมะ มังงะ หรือสื่อแฟนตาซีของญี่ปุ่น โลลิคอนไม่ได้หมายถึงพฤติกรรมจริงทางกายภาพ แต่เป็นจินตนาการที่ถูกทำให้เป็นภาพ โดยเฉพาะในรูปแบบของตัวละครที่มีลักษณะ “น่ารักแบบเด็ก” (childlike cuteness) ที่กระตุ้นความรู้สึกปกป้องหรือความหลงใหลในหมู่ผู้บริโภคบางกลุ่ม นักวิชาการบางรายมองว่าโลลิคอนเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่สะท้อนความซับซ้อนของเพศวิถีอำนาจ และจินตนาการ ในขณะที่ผู้อื่นวิพากษ์ว่ามีลักษณะของการทำให้ความรุนแรงต่อเด็กกลายเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ในเชิงวัฒนธรรม (Kinsella, 2000; Galbraith, 2011)

¹⁸ โลลิคอนบูม (Lolicon boom) หมายถึงปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมย่อยในประเทศญี่ปุ่นช่วงปลายทศวรรษ 1970 ถึงต้นทศวรรษ 1980 ที่มีการผลิตและบริโภคนิสต์การ์ตูน มังงะ และอนิเมะที่นำเสนอภาพของเด็กหญิงหรือหญิงสาววัยใสในลักษณะเย้ายวนทางเพศ โดยคำว่า “โลลิคอน” (Lolicon) ย่อมาจาก “Lolita Complex” ซึ่งได้รับอิทธิพลจากนวนิยายเรื่อง Lolita ของ Vladimir Nabokov (1955) โดยสื่อเหล่านั้นเน้นการผสมผสานระหว่างภาพลักษณ์ “ความน่ารัก” แบบญี่ปุ่น (kawaii) กับจินตนาการทางเพศในแบบที่คลุมเครือ ทำให้เกิดข้อถกเถียงอย่างมากเกี่ยวกับเส้นแบ่งระหว่างศิลปะ วัฒนธรรม และการ sexualize เด็ก (Kinsella, 1998; Galbraith, 2015)

นิตยสารมังงะบูริกโกะ¹⁹ (Manga Burikko) โดย Nakamori ได้กล่าวถึงกลุ่มแฟนคลับการ์ตูนเด็กผู้หญิงที่เข้าร่วมงาน “คอมิกมาร์เก็ต²⁰” (Comic Market) ว่าเป็นผู้ชายตัวมอมบางไม่กี่อันมาสวมแว่นตา และบ้าการ์ตูนมังงะ (manga maniacs) ซึ่งคนกลุ่มนี้แสดงความตื่นตัวต่อตัวการ์ตูนเด็กผู้หญิงมากจนเกินไป Nakamori เรียกคนกลุ่มนี้ว่าเป็นโอตาคุ ทั้งกล่าวว่าโอตาคุเป็นพวกไม่สนใจผู้หญิง จีบผู้หญิงไม่เป็น และขาดทักษะความเป็นชาย อย่างไรก็ตาม คอลัมน์ดังกล่าวได้รับเสียงวิพากษ์วิจารณ์เป็นวงกว้างในหมู่นักอ่านและแฟนคลับของนิตยสารมังงะบูริกโกะ ซึ่งมากกว่า 80% เป็นกลุ่มนักเรียนชั้นมัธยมปลายและนักศึกษามหาวิทยาลัย “ผู้ชาย” ที่สนใจการ์ตูนมังงะแนวโลลิตอน (Tomomi, 2015, หน้า 39) แฟนคลับหลายคนรู้สึกวาทความของ Nakamori เป็นการลดทอนคุณค่าและเลือกปฏิบัติ แต่ก็มีหลายคนที่ได้รับเอาคำว่าโอตาคุมานิยามตัวเอง จนบรรณาธิการของนิตยสารต้องประกาศยกเลิกคอลัมน์ดังกล่าวหลังเผยแพร่ได้เพียง 3 บทความ ทั้งนี้ คอลัมน์โอตาคุริเสิร์ชได้กลับมาปรากฏตัวในนิตยสารมังงะบูริกโกะอีกครั้ง โดยครั้งนี้เป็นงานเขียนของนักเขียนคนใหม่ที่ใช้นามปากกาว่า Sonta Eji แต่เขาก็กังวิพากษ์วิจารณ์โอตาคุว่าเป็นผู้ชายที่ลุ่มหลง ไม่ยอมโตเป็นผู้ใหญ่ ไม่ยอมรับความเป็นจริง พร้อมโจมตีโอตาคุว่าเป็นพวกไม่บรรลุนิติภาวะทางสังคมและทางเพศ ทำให้คำว่าโอตาคุกลายเป็นสรรพนามที่ถูกใช้เรียกบุคคลที่มีบุคลิกเนิร์ดหรือเก๋ตัว ถูกมองว่าเป็นพวกไม่น่าคบหาหรือไม่ปกติ และเป็นจุดเริ่มต้นของการตีตราความเป็นโอตาคุว่าเป็นสิ่งแปลกแยกจากสังคมญี่ปุ่นกระแสหลัก (Galbraith, 2019; Kinsella, 1998)

แม้คำว่าโอตาคุจะเป็นคำดูถูก แต่คำศัพท์ดังกล่าวถูกใช้ในคนเฉพาะกลุ่มคนที่สนใจวัฒนธรรมย่อยประเภทอนิเมะ มังงะ เกม และของสะสมเท่านั้น จุดเปลี่ยนสำคัญที่ตอกย้ำภาพลักษณ์เชิงลบของโอตาคุเกิดขึ้นในปี 1989 หลังการจับกุมตัว Miyazaki Tsutomu ผู้ต้องหาคดีฆาตกรรมและกระทำชำเราเด็กผู้หญิงอายุระหว่าง 4 - 7 ปี โดยเจ้าหน้าที่ตำรวจได้ตรวจค้นห้องพักของ Miyazaki และพบว่าเขามีวิดีโอและการ์ตูนเด็กผู้หญิงจำนวนมาก ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวของ Miyazaki ทำให้สื่อมวลชนเรียกเขาว่า “ฆาตกรโอตาคุ” และทำให้คำว่าโอตาคุกลายเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ขณะเดียวกันก็มีความพยายามที่จะหาคำตอบว่าอะไรเป็นปัจจัยที่ทำให้เขาหลงมือก่อเหตุสะเทือนขวัญ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญหลายคนออกมาอธิบายว่าเขาไม่สามารถแยกแยะโลกแห่งความเป็นจริง

¹⁹ มังงะบูริกโกะ (Manga Burikko) คือนิตยสารการ์ตูนโลลิตอน ตีพิมพ์ครั้งแรกในปี 1982 ในช่วงที่โลลิตอนกำลังเฟื่องฟู นำเสนอเรื่องราวการ์ตูนโลลิตอนและการดูแลเด็กผู้หญิง เนื่องจากในช่วงทศวรรษที่ 1980 โอตาคุผู้ชายเริ่มหันมาชื่นชมความน่ารัก (cuteness) และความน่ารัก (girliness) ทำให้นิตยสารปรับตัว เปลี่ยนจากการเผยแพร่การ์ตูนมังงะแบบดั้งเดิมมาเป็นการตีพิมพ์การ์ตูนโลลิตอนที่มีความอ่อนไหว และทำให้พวกเขาได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่านในช่วงเวลานั้น

²⁰ คอมิกมาร์เก็ต (Comic Market) หรือคอมิกเก็ต (Comiket) คืองานรวมตัวผู้ผลิตและแฟนคลับการ์ตูนญี่ปุ่นที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก จัดขึ้นครั้งแรกในปี 1975 มีจุดเริ่มต้นเพื่อเป็นพื้นที่นัดเจอกันของเหล่านักวาดการ์ตูน Shōjo กับแฟน ๆ ได้รับความนิยมเรื่อยมา จนปัจจุบันงาน Comic Market มีผู้เข้าร่วมงานมากกว่าปีละ 350,000 คน

กับโลกในจินตนาการได้ ส่งผลให้ Miyazaki กลายเป็นภาพจำของโอตาคูที่เป็นพวกแปลกประหลาด แยกตัวออกจากสังคม มีแนวโน้มที่จะเป็นพวกต่อต้านสังคม และเป็นอันตรายต่อคนรอบข้าง (Shen, 2015, หน้า 51)

คดีของ Miyazaki ทำให้สื่อญี่ปุ่นต่างนำเสนอภาพลักษณ์ที่น่ากลัวของโอตาคู โดยเหมารวมว่าโอตาคูเป็นพวกแอนตี้สังคม สนใจสิ่งแปลกๆ มีแนวโน้มที่จะเป็นพวกไคร้เด็ก พร้อมนำเสนอข้อมูลที่ทำให้ประชาชนเชื่อว่าโอตาคูเป็นสาเหตุของความล่มสลายของสังคมญี่ปุ่น และเป็นพวกวิปริตเรื้อรัง ซึ่งการนำเสนอข่าวที่เน้นย้ำว่าโอตาคูเป็นภัยคุกคามต่อระเบียบของสังคมญี่ปุ่น ส่งผลให้คำนี้ถูกเชื่อมโยงกับความรุนแรง ความผิดปกติทางจิต และไม่สามารถเข้าสังคมได้ คนญี่ปุ่นในช่วงเวลานั้นจึงมีความกังวลว่าโอตาคูจะทำอันตรายผู้หญิงหรือลูกหลานของพวกเขา กระตุ้นให้เกิดความตื่นตระหนกทางศีลธรรมต่อวัฒนธรรมโอตาคู ยิ่งไปกว่านั้น ภาพลักษณ์เชิงลบของโอตาคูที่ถูกสื่อสร้างขึ้นฝังแน่นในจินตนาการของสาธารณชนญี่ปุ่นมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 1990 เมื่อรายการโทรทัศน์และสื่อสิ่งพิมพ์ได้นำเสนอภาพชายโสดที่เก็บตัว ชื่นชอบตัวละครหญิงสมมติ และหลีกเลี่ยงการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแบบดั้งเดิม ทำให้โอตาคูถูกจัดให้อยู่ในสถานะชายชายขอบที่ถูกสังคมตีตราและกีดกัน (Kinsella, 1998; Galbraith, 2015)

3.2.3 พัฒนาการของวัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศญี่ปุ่น

กระแสของโอตาคูได้ขยายเข้าสู่พื้นที่ของวัฒนธรรมไอดอล โดยกลุ่มแฟนคลับผู้ชายของไอดอลหญิงได้รับการจัดประเภทให้เป็น “โอตาคูไอดอล” (otaku idol) หรือที่ในญี่ปุ่นเรียกว่า “aidoru otaku” (Galbraith & Karlin, 2012) โดยในบริบทของวัฒนธรรมไอดอลญี่ปุ่นนั้น คำว่าโอตาคูไอดอลถูกย่อให้เหลือเพียงคำว่า “โอตะ” (wota) และกลายเป็นคำเฉพาะที่ใช้เรียกกลุ่มแฟนคลับที่มีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นกับไอดอลหญิงผ่านการติดตาม สนับสนุน และเข้าร่วมกิจกรรมของวงไอดอลอย่างสม่ำเสมอ โอตาคูไอดอลแตกต่างจากโอตาคูสายอนิเมะตรงที่โอตาคูไอดอลเน้นการมีส่วนร่วมและการมีปฏิสัมพันธ์กับไอดอลผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การซื้อซีดีจำนวนมากเพื่อโหวตไอดอลในงานเลือกตั้ง การเข้าร่วมงานจับมือ หรือการจัดกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์เพื่อสนับสนุนศิลปินที่ตัวเองชื่นชอบ เป็นต้น

วัฒนธรรมไอดอลในประเทศญี่ปุ่นถือกำเนิดขึ้นในช่วงทศวรรษ 1970 โดยมีจุดเริ่มต้นจากการที่สื่อมวลชนและอุตสาหกรรมบันเทิงร่วมกันสร้างศิลปินหญิงวัยรุ่นในฐานะไอดอล (idol) ซึ่งไม่ได้มีบทบาทเป็นเพียงนักร้องหรือนักแสดงเท่านั้น แต่ไอดอลเหล่านี้เป็นภาพแทนของความฝัน ความบริสุทธิ์ และความปรารถนาในอุดมคติของสังคมญี่ปุ่นยุคหลังสงคราม ตัวอย่างสำคัญคือ Yamaguchi Momoe และ Matsuda Seiko ที่ได้รับการโปรโมตผ่านโทรทัศน์และนิตยสารให้กลายเป็นสัญลักษณ์ของ “หญิงสาวในอุดมคติ” ที่ทั้งไร้เดียงสา ซื่อสัตย์ และไม่แสดงออกถึงความเป็น

อิสระหรือความปรารถนาทางเพศ ทำให้ภาพลักษณ์ของไอดอลในยุคเริ่มต้นทำหน้าที่สะท้อนโครงสร้างทางเพศที่ผู้ชายเป็นผู้บริโภคหรือผู้มอง ขณะที่ผู้หญิงเป็นวัตถุแห่งการจินตนาการ (gaze) และแอฟเฟกต์²¹ (affect) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ชมชายวัยรุ่นที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ (Aoyagi, 2005; Hiroshi, 2010) ทั้งนี้ Galbraith ชี้ว่าไอดอลไม่เพียงเป็นบุคคลที่น่ารัก (kawaii) เท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลางเชิงวัฒนธรรมที่ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถต่อรองกับความกดดันของโลกจริงผ่านการเสพสื่อในเชิงอารมณ์ (Galbraith, 2019, หน้า 118)

อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมไอดอลเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างอย่างชัดเจนในช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะในปี 2005 เมื่อ Yasushi Akimoto ผู้คร่ำหวอดในวงการเพลงญี่ปุ่น ได้ก่อตั้งวงไอดอลหญิง AKB48 ขึ้นซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของระบบไอดอลสมัยใหม่ ความแปลกใหม่ของระบบนี้อยู่ที่แนวคิด “ไอดอลที่คุณสามารถพบได้” (idols you can meet) ซึ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างไอดอลกับโอตะอย่างใกล้ชิดผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การจับมือ การเลือกตั้งเซ็มบัตสึ (senbatsu election) การจัดแสดงสดประจำสัปดาห์ที่เสี่ยเตอร์ และการเปิดโอกาสให้แฟนคลับมีบทบาทเชิงเศรษฐกิจในการผลักดันความสำเร็จของไอดอลแต่ละคน ระบบดังกล่าวได้เปลี่ยนบทบาทของโอตะจากผู้ชม (audience) มาเป็นผู้มีส่วนร่วม (participant) ที่สามารถกำหนดเส้นทางอาชีพของไอดอลได้ผ่านการบริโภค เช่น การซื้อซีดีจำนวนมากเพื่อสะสมโค้ดโหวต การเข้าร่วมอีเวนต์ต่างๆ หรือการสนับสนุนโปรเจกต์แฟนคลับ (Galbraith, 2019)

แม้ว่าโอตะจะมีบทบาทสำคัญในเชิงเศรษฐกิจต่ออุตสาหกรรมไอดอล แต่พวกเขากลับต้องเผชิญกับการตีตราในเชิงลบจากสังคมญี่ปุ่น โดยเฉพาะภาพลักษณ์ของชายวัยรุ่นที่หมกมุ่นกับหญิงสาววัยรุ่นและถูกมองว่า “ไม่เหมาะสม” หรือ “ขาดวุฒิภาวะ” สื่อมวลชนจำนวนมาก รวมถึงรายการโทรทัศน์และมังงะมักผลิตซ้ำภาพของโอตะในฐานะ “ชายขี้เหงา” หรือ “ชายที่ล้มเหลวในการเข้าสังคม” ที่แสดงออกทางอารมณ์กับโลกจินตนาการมากกว่าชีวิตจริง อย่างไรก็ตาม Galbraith (2019) วิเคราะห์ว่าการที่โอตะเลือกทุ่มเทให้กับโลกของไอดอลแทนที่จะลงทุนในบทบาทหัวหน้าครอบครัวหรือพนักงานประจำ เป็นการต่อต้านอุดมคติความเป็นชายแบบ “ซาลารีแมน” (salaryman) ซึ่งสังคมญี่ปุ่นยกย่องในฐานะ “ชายที่ดี” ที่ต้องทำหน้าที่หาเลี้ยงครอบครัว เสียสละและอดทนต่อภาระหน้าที่ ซึ่งเป็นคุณค่าที่ได้รับการสืบทอดมายาวนานในยุคหลังสงครามโลก ทว่าการที่โอตะเลือกสร้างอัตลักษณ์ตัวตนในฐานะผู้สนับสนุนไอดอลหญิงไม่สอดคล้องกับแบบแผนของชายผู้มีอำนาจในครอบครัวและสังคม ทำให้พวกเขากลายเป็น “ชายชายขอบ” (marginalized

²¹ แอฟเฟกต์ (affect) หมายถึงสภาวะความรู้สึกหรืออารมณ์ที่เกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งรอบตัว เช่น คน สถานที่ หรือเหตุการณ์ต่างๆ ซึ่งอารมณ์เหล่านี้อาจยังไม่ถูกแปลออกมาเป็นคำพูดหรือไม่ชัดเจนว่า “รู้สึกอะไร” แต่ก็สามารถส่งผลต่อพฤติกรรมหรือประสบการณ์ของคนได้ แนวคิดเรื่องแอฟเฟกต์ถูกใช้ในทางทฤษฎีเพื่ออธิบายว่าอารมณ์ไม่ใช่เรื่องส่วนตัวเท่านั้น แต่ยังเป็นสิ่งที่หมุนเวียนและเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรม (Massumi, 2002)

men) โดยเฉพาะเมื่อพฤติกรรมที่แสดงออกถึงอารมณ์ ความชื่นชอบ หรือการลงทุนทางเศรษฐกิจกับสิ่งที่ไม่ได้ถือเป็นหน้าที่ของผู้ชายกลายเป็นสิ่งที่ถูกมองว่าเบี่ยงเบนจากกรอบความเป็นชายที่สังคมให้การยอมรับ นอกจากนี้ Jef Smitsmans (2014) ยังเสนอว่าแม้ผู้ชายญี่ปุ่นจะสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่ เช่น โอตาคุ หรือเฮอร์บิวอร์ เมน²² (herbivore men) ที่แสดงความเป็นชายอย่างอ่อนโยน ไม่ชอบการแข่งขัน และไม่ยึดติดกับการเป็นหัวหน้าครอบครัวตามแบบแผน แต่ผู้ชายเหล่านี้ก็ไม่สามารถแทนที่อุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำได้อย่างแท้จริง พวกเขาจะต้องเผชิญกับการต่อรองต่อสู้เพื่อให้ตนเองได้รับการยอมรับภายใต้กรอบวัฒนธรรมชายที่ยังคงเข้มข้นในสังคมญี่ปุ่นด้วยเหตุนี้ วัฒนธรรมโอตาคุหรือดอลจึงไม่ใช่เพียงพื้นที่ของความบันเทิง แต่ยังเป็นพื้นที่ของการต่อรองอัตลักษณ์ชาย การแสดงออกทางอารมณ์ และการเผชิญกับแรงกดดันทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย

นับตั้งแต่ช่วงต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 เป็นต้นมา มีความพยายามจากกลุ่มภาคประชาสังคมและนักวิชาการญี่ปุ่นในการรื้อฟื้นความหมายของ “โอตาคุ” ให้เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีพลังสร้างสรรค์ แสดงถึงการต่อต้านอุดมคติชายแบบดั้งเดิม และเป็นพื้นที่ที่บุคคลสามารถแสดงความรู้สึก ความชื่นชอบ และความเชี่ยวชาญได้อย่างเสรี (Galbraith, 2019; Azuma, 2009; Lamarre, 2009) อย่างไรก็ตาม แม้คำว่าโอตาคุจะมีความหมายในแง่บวกมากขึ้น แต่ความหมายเชิงวัฒนธรรมของคำว่าโอตาคุในแง่ลบก็ยังคงอยู่ โดยคำศัพท์คำนี้ยังสะท้อนถึงผู้ชายที่หมกมุ่นในตัวละครตุ๊กตาที่เป็นเด็กผู้หญิง ชอบเก็บตัว ไม่เข้าสังคม ไปจนถึงผู้ชายที่ไม่ปกติ “ใครเด็กและเป็นตัวอันตราย” (Galbraith, 2019, หน้า 74) การพบเจอหรือทำความรู้จักกับโอตาคุยังคงเป็นเรื่องที่ชาวญี่ปุ่นหลายคนพยายามหลีกเลี่ยง โดยให้เหตุผลว่าโอตาคุเป็นคนแปลกประหลาด ไม่น่าคบ หรือเป็นคนอันตรายสำหรับพวกเขา ขณะที่คนญี่ปุ่นรุ่นใหม่ก็ไม่ชอบให้คนอื่นเรียกตัวเองว่าโอตาคุ เพราะถือว่าคำนี้เป็น “คำดูถูก” (Satoru, 2015, หน้า 159) อาจกล่าวได้ว่าภาพลักษณ์ของโอตาคุในสังคมญี่ปุ่นยังไม่เปลี่ยนจากเชิงลบไปเป็นเชิงบวกเสียทีเดียว แต่เปลี่ยนจากภาพลักษณ์ของผู้ชายที่อันตรายกลายเป็นผู้ชายที่น่าสงสาร ซึ่งเป็นทัศนคติและอคติที่คนในสังคมมองมายังผู้ชายกลุ่มหนึ่งแม้เวลาจะเปลี่ยนแปลงไปมากแล้วก็ตาม

²² เฮอร์บิวอร์ เมน (“Herbivore Men”) เป็นคำที่เกิดขึ้นในช่วงปลายทศวรรษ 2000 ใช้อธิบายผู้ชายรุ่นใหม่ที่ไม่สนใจเรื่องเพศสัมพันธ์ ไม่จีบผู้หญิง ไม่ยึดติดกับบทบาทชายแบบดั้งเดิม เช่น ความเป็นผู้นำ ความแข็งแกร่ง หรือการเป็นหัวหน้าครอบครัว

3.3 วัฒนธรรมโอตาคุและวัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศไทย

แม้ว่าวัฒนธรรมโอตาคุและวัฒนธรรมโอตะไอดอลจะถือกำเนิดขึ้นในประเทศญี่ปุ่นและมีลักษณะที่เชื่อมโยงกับบริบทสังคมญี่ปุ่นเป็นหลัก แต่ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และการเติบโตของสื่อดิจิทัล วัฒนธรรมเหล่านี้ก็ได้แผ่ขยายเข้ามายังประเทศไทย ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศที่เปิดรับวัฒนธรรมญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง (Siriyuvusak และ Shin, 2007) อย่างไรก็ตาม การรับวัฒนธรรมเหล่านี้ไม่ได้เกิดจากการบริโภคหรือเลียนแบบโดยตรงเท่านั้น แต่ยังรวมถึงกระบวนการที่แฟนคลับชาวไทยนำมาปรับใช้ให้เหมาะกับบริบทของตัวเอง โดยเฉพาะกลุ่มแฟนคลับชาวไทยของไอดอลวง AKB48 ที่ทำการแปลเนื้อหา สร้างกลุ่มแฟนคลับ และจัดกิจกรรมเพื่อสนับสนุนไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ (สุรจิตต์ สิงห์แก้ว, 2556) ซึ่งถือเป็นการปูทางสู่การเปิดตัววง BNK48 ในปี พ.ศ. 2560 อันเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่นำวัฒนธรรมโอตะไอดอลญี่ปุ่นเข้าสู่สังคมอย่างเป็นทางการ

ดังนั้น วัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศไทยจึงเป็นปรากฏการณ์ที่แฟนคลับไทยได้สร้างพื้นที่ของตัวเองผ่านกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไอดอลวง BNK48 และสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่ขึ้นมาภายใต้บริบทของสังคมไทย ทั้งนี้ ในส่วนนี้จะเป็นการศึกษาวัฒนธรรมโอตาคุและโอตะไอดอลในประเทศไทยที่สะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของการรับและการปรับใช้วัฒนธรรมข้ามชาติ พร้อมทำความเข้าใจเรื่องภาวะชายชายขอบของโอตะวง BNK48 รวมทั้งการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายรูปแบบใหม่และการต่อรองกับบรรทัดฐานทางสังคมเพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะให้กับตัวเองของโอตะ

3.3.1 ประเทศไทยและการรับวัฒนธรรมโอตาคุจากประเทศญี่ปุ่น

คำว่า “โอตาคุ” ถือเป็นคำศัพท์แสลงใหม่ที่ถูกนำมาเผยแพร่ในสังคมไทยในช่วงทศวรรษที่ 2540 มีความหมายถึงบุคคลที่ชื่นชอบและหลงใหลในวัฒนธรรมประชานิยมญี่ปุ่น เช่น หนังสือการ์ตูนมังงะ อนิเมะ วิดีโอเกม ไอดอลญี่ปุ่น เป็นต้น ทว่า หากย้อนกลับไปในประวัติศาสตร์จะพบว่าวัฒนธรรมโอตาคุเข้ามาฝังตัวอยู่ในสังคมไทยก่อนหน้านี้แล้ว (โดม ไกรปรกรณ์, 2565, หน้า 42) ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมการบริโภคการ์ตูนญี่ปุ่นที่เข้ามาสู่สังคมไทยตั้งแต่ในช่วงปลายทศวรรษ 2500 และได้รับความนิยมในไทยอย่างแพร่หลาย กระแสความนิยมดนตรีป๊อปปี้ญี่ปุ่นและวัฒนธรรมคอสเพลย์²³ ของวัยรุ่นไทยที่เริ่มก่อตัวขึ้นในทศวรรษ 2520 รวมถึงวัฒนธรรมการเล่นวิดีโอเกมที่เข้ามาในช่วงทศวรรษ 2530 และได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในหมู่เยาวชนและคนทำงานในเขตเมืองใหญ่ จึง

²³ คอสเพลย์ (Cosplay) เป็นการผสมคำภาษาอังกฤษ คำว่า Costumes กับ Play หมายถึงการแต่งกายเลียนแบบตัวละคร ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเลียนแบบตัวละครจากการ์ตูน อนิเมะ เกม วงดนตรี นวนิยาย วงศิลป์ หรือตัวละครจากภาพยนตร์ เป็นต้น ทั้งนี้ แม้ออสเพลย์จะมีความเชื่อมโยงกับความเป็นญี่ปุ่น แต่คอสเพลย์ก็ได้จำกัดอยู่แค่ในประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น และการแต่งคอสเพลย์ก็กลายเป็นวัฒนธรรมย่อยที่ได้รับความนิยมจากคนทั่วโลก

กล่าวได้ว่าในช่วงทศวรรษ 2500–2530 ความนิยมวัฒนธรรมประชานิยมญี่ปุ่นในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนที่เริ่มมีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มคอสเพลย์ กลุ่มนักเขียนการ์ตูน และกลุ่มผู้ติดตามศิลปินญี่ปุ่น ซึ่งพวกเขาจะรวมตัวกันในงานอีเวนต์และพื้นที่ออนไลน์ การรวมกลุ่มเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นเพียงเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคมที่เปิดโอกาสให้สมาชิกได้แสดงออกถึงอัตลักษณ์และความชื่นชอบในวัฒนธรรมญี่ปุ่น

อย่างไรก็ตาม แม้วัฒนธรรมโอตาคุจะได้รับความนิยมในสังคมไทยมาอย่างยาวนาน แต่วัฒนธรรมดังกล่าวก็ยังเป็นสิ่งแปลกปลอมและไม่เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม งานวิชาการของโดม ไกรปกรณ์ (2565) ได้สำรวจความเป็นมาของคำว่าโอตาคุในประเทศไทย และอธิบายว่าในช่วงกลางทศวรรษ 2540 คนไทยส่วนใหญ่ยังมองคำว่าโอตาคุในแง่ลบ เนื่องจากสังคมไทยรับเอาทัศนคติของชาวญี่ปุ่นต่อโอตาคุในช่วงเวลานั้นมาใช้ และใช้กล่าวถึงบุคคลที่หมกมุ่นกับวิดีโอเกมหรือหนังสือการ์ตูน ไม่เข้าสังคม และไม่สามารถแยกแยะระหว่างโลกความเป็นจริงกับโลกเสมือนได้ เช่นเดียวกับงานเขียนเชิงวิชาการอื่นๆ ที่กล่าวถึงโอตาคุในนิยามความหมายเชิงลบ หมายถึงกลุ่มคนที่คลั่งไคล้สิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นอย่างมาก ไม่มีทักษะในการสื่อสารหรือปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้าง และมักจับกลุ่มอยู่กับคนที่สนใจในสิ่งเดียวกัน

3.3.2 แพนคลับ AKB48 และการวางรากฐานวัฒนธรรมโอตาโอดอลในไทย

กลุ่มแพนคลับของศิลปินโอตาโอดอลญี่ปุ่นถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมโอตาคุในประเทศไทย และกลุ่มแพนคลับชาวไทยของวง AKB48 ก็ถือเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการวางรากฐานวัฒนธรรมโอตาโอดอลในประเทศไทย พวกเขาได้ทำการแปลเนื้อหาจากภาษาญี่ปุ่นมาเป็นภาษาไทย เผยแพร่คลิปวิดีโอ จัดกิจกรรมแพนคลับ และเผยแพร่คำศัพท์เฉพาะของกลุ่มแพนคลับโอตาโอดอล สุรจิตต์ สิงห์แก้ว (2556) ได้ทำการศึกษากลุ่มแพนคลับวง AKB48 และ 48 กรุ๊ป²⁴ (48 Group) ในประเทศไทย พบว่าแพนคลับกลุ่มนี้มักจะทำความรู้จักและพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารในโลกออนไลน์เป็นหลัก แต่ก็มีกิจกรรมรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมแพนคลับด้วยเช่นกัน โดยสถานที่รวมตัวของแพนคลับ 48 กรุ๊ปมักอยู่ในงานอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับประเทศญี่ปุ่น งานเดินคัพเวอร์ งานที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่น และกิจกรรมที่แพนคลับจัดกันเอง ซึ่งอาจเป็นการนัดพบกันหรืองานมีตติ้งของเว็บไซต์แพนคลับที่จัดในห้างสรรพสินค้าใจกลางเมือง เช่น ห้างสรรพสินค้าสยามพารากอน ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ และห้างสรรพสินค้าเอ็มบีเค ทั้งนี้ การรวมกลุ่มของแพนคลับโอตาโอดอลวง AKB48 และ 48 กรุ๊ปในพื้นที่สาธารณะเกิดขึ้นจากความพยายามที่จะแสวงหาพื้นที่ในการติดตาม

²⁴ 48 กรุ๊ป (48 Group) หมายถึงกลุ่มโอตาโอดอลหญิงภายใต้การบริหารของบริษัท AKS ที่มีต้นแบบมาจากวง AKB48 ประเทศญี่ปุ่น และมีการขยายสาขาไปยังเมืองต่าง ๆ ทั้งในญี่ปุ่นและต่างประเทศ เช่น SKE48, NMB48, HKT48, BNK48 (ไทย), MNL48 (ฟิลิปปินส์) และ CGM48 (เชียงใหม่) โดยมีจุดเด่นคือระบบการแสดงสดประจำโรงละคร (theater-based idols) และมีการมีปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างแพนคลับกับโอตาโอดอล

าวสารข้อมูลของศิลปินไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งในประเทศไทยยังไม่แพร่หลายและเข้าถึงได้ยาก ขณะเดียวกันก็เป็นพื้นที่ของการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ โดยแฟนคลับเหล่านี้มักสวมใส่เสื้อผ้าที่แสดงออกถึงศิลปินไอดอลหรือติดเข็มกลัดของวง ทำกิจกรรมเฉพาะอย่างการสะสมรูปภาพของไอดอล การเชียร์หรือยิงมิกซ์ในงานเดินคัพเวอร์ และการใช้ภาษาเฉพาะกลุ่มที่มีลักษณะเหมือนวัฒนธรรมโอตาคุในประเทศญี่ปุ่นค่อนข้างชัดเจน (สุรกิตต์ สิงห์แก้ว, 2556, หน้า 100 - 103)

แม้วัฒนธรรมโอตาคุไอดอลจะช่วยให้แฟนคลับได้มารวมกันเพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะ แต่วัฒนธรรมดังกล่าวก็ยังเป็นวัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่มที่ไม่ได้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง (สุรกิตต์ สิงห์แก้ว, 2559, โดม ไกรปกรณ์, 2565) เนื่องจากสื่อมวลชนในประเทศไทยไม่นำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมโอตาคุไอดอลเหล่านี้เท่าไรนัก ทำให้วัฒนธรรมดังกล่าวกลายเป็นวัฒนธรรมที่ไม่เป็นที่เข้าใจหรือไม่เป็นที่ยอมรับของสังคม ถูกเบียดขับให้มีสถานะเป็นวัฒนธรรมชายขอบของสังคม และทำให้คนที่ชื่นชอบวัฒนธรรมโอตาคุไอดอลมีสถานะเป็นคนชายขอบทางวัฒนธรรมตามไปด้วย (โดม ไกรปกรณ์, 2565, หน้า 43)

3.3.3 วัฒนธรรมโอตาคุไอดอล BNK48 และภาพลักษณ์ในทางลบของโอตาคุ

วง BNK48 เปิดตัวอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2560 โดยเป็นวงน้องสาวของ AKB48 จากประเทศญี่ปุ่น และมีรูปแบบการดำเนินงานภายใต้แนวคิด “ไอดอลที่คุณสามารถพบได้” (idols you can meet) ซึ่งเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างศิลปินและแฟนคลับผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การแสดงในเจียเตอร์ประจำวง การจัดงานจับมือ และการเลือกตั้งสมาชิก ไม่เพียงเท่านั้น การเปิดตัวเพลง “คุกกี้เสี่ยงทาย²⁵” (Koisuru Fortune Cookie) ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2560 ยังถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่ทำให้วง BNK48 เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เพลงนี้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วและทำให้วง BNK48 กลายเป็นกระแสฟีเวอร์ในสังคมไทย อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของ BNK48 ไม่ได้เกิดขึ้นจากการนำโมเดลธุรกิจของ AKB48 มาปรับใช้เท่านั้น แต่ยังมาจากแฟนคลับหรือ “โอตาคุ” ที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนวงผ่านการซื้อสินค้า การเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวง BNK48 และการผลิตสื่อต่างๆ ซึ่งสะท้อนให้เห็นการผสมผสานวัฒนธรรมโอตาคุไอดอลญี่ปุ่นให้เข้ากับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของไทย โอตาคุเหล่านี้จึงไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภคสื่อบันเทิง แต่พวกเขายังมีบทบาทเป็นผู้สร้างสรรค์และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ส่งเสริมและสนับสนุนไอดอลที่ตัวเองชื่นชอบ

โอตาคุมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรมโอตาคุไอดอลในประเทศไทย แต่พวกเขากลับเผชิญกับการถูกวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงลบและการตีตราจากสังคม แม้โอตาคุจะ

²⁵ คุกกี้เสี่ยงทาย เป็นชื่อเพลงของวงไอดอลหญิงไทย BNK48 ซึ่งเปิดตัวในปี พ.ศ. 2560 โดยดัดแปลงเนื้อร้องจากเพลง Koisuru Fortune Cookie ของวง AKB48 ประเทศญี่ปุ่น เพลงนี้กลายเป็นไวรัลในสังคมไทยและมีบทบาทสำคัญในการผลักดันให้ BNK48 เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ท่าเต้นและท่าทางที่ติดหูของเพลง “คุกกี้เสี่ยงทาย” ไม่เพียงสร้างการมีส่วนร่วมในหมู่แฟนคลับ แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบการแพร่กระจายของวัฒนธรรมประชานิยมแบบข้ามชาติ และบทบาทของแฟนในการประกอบสร้างความหมายร่วมกับสื่อบันเทิง

ไม่ใช่แฟนคลับเพียงกลุ่มเดียวที่ถูกสังคมประณามด้วยวาจากรรมโจมตีต่างๆ และแฟนคลับศิลปินเกาหลีหรือ “ดิง” ก็เป็นแฟนคลับอีกกลุ่มหนึ่งที่ถูกโจมตีว่าเป็นพวกสนใจเรื่องไร้สาระ “หลงลืมความเป็นไทย ไม่รักชาติ และทำตัวเหมือนโสเภณี” (ณัชชา สิงพลอนันตชัย, 2561, หน้า 4) แต่ดิงเกาหลีประกอบด้วยผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่โอตะวง BNK48 ประกอบด้วยผู้ชายเป็นส่วนใหญ่ โอตะจึงถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึงพฤติกรรมการแสดงออกและการหลงใหลไอดอลหญิงที่อายุน้อยกว่า ส่งผลให้โอตะถูกนำไปล้อเลียนในสื่อสังคมออนไลน์และนำไปสู่การลดทอนความเป็นชายของแฟนคลับผู้ชายกลุ่มนี้ โดยประเด็นหนึ่งที่ปรากฏชัดเจนคือการเหมารวมทางรูปลักษณ์ โอตะมักถูกตราหน้าว่าเป็นกลุ่มชายที่ไม่ใส่ใจการดูแลตนเอง มีบุคลิกภายนอกที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นชายแบบอุดมคติ เช่น การแต่งกายเรียบง่ายด้วยเสื้อยืด กางเกงยีนส์ แว่นตา และสพายกระเป๋าเป้ ทั้งยังถูกกล่าวหาว่ามักลั่นตัวแรงจนกลายเป็นเรื่องล้อเลียนซ้ำซากในโลกออนไลน์ ตัวอย่างเช่น กระทุ้งความคิดเห็นของสมาชิกพันทิปหมายเลข 4138772²⁶ ระบุว่า “โอตะบางคนตัวเหม็นมาก รบกวนช่วยกันแก้เรื่องกลิ่นหน่อยนะคะ” และมีความเห็นหนึ่งระบุว่า “กลิ่นลอยมาก่อนเห็นตัว” ซึ่งล้วนเป็นคำกล่าวที่สะท้อนอคติทางชนชั้นและสุขอนามัยที่เชื่อมโยงกับการลดทอนความเป็นชายและศักดิ์ศรีของบุคคลในพื้นที่สาธารณะ ไม่เพียงเท่านั้น โอตะยังถูกตั้งคำถามอย่างหนักในเรื่องการใช้จ่ายเงินที่มากเกินไปกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไอดอล เช่น การซื้อซีดีเพื่อแลกกับบัตรจับมือ การสะสมโปสเตอร์ หรือการบริจาคของขวัญขณะเมมเบอร์ไลฟ์สด โดยความคิดเห็นจากเฟสบุ๊กแฟนเพจ Bel Racing เช่น “หมดเป็นแสน แชนยังไม่ได้จับ” หรือ “4,800 แลกกับความรักปลอมๆ” สะท้อนให้เห็นถึงการตีความพฤติกรรมของโอตะว่าไร้เหตุผล ฟุ่มเฟือย และอยู่ในโลกที่ปราศจากการเชื่อมโยงกับความเป็นจริง

สิ่งที่น่ากังวลคือการโจมตีที่มีลักษณะเป็นอคติทางเพศอย่างรุนแรง โดยมีการใช้ถ้อยคำที่เหยียดหยามหรือกล่าวหาว่าพฤติกรรมของโอตะใกล้เคียงกับความเบี่ยงเบนทางจิต หรือแสดงออกถึงพฤติกรรมทางเพศที่ผิดปกติ เช่น ความคิดเห็นที่ว่า “ใครจะกล้ามาคบ โอตะไม่มีแฟน เพราะพฤติกรรมแปลก”²⁷ หรือ “แฟนคลับวงนี้ ส่วนมากบ้าการ์ตูน อานิเมะ โรคจิตแน่ๆ”²⁸ คำกล่าวเหล่านี้ไม่เพียงสะท้อนอคติและการเหมารวมในระดับบุคคล แต่ยังเป็นกระบวนการทางวาจากรรมที่ลดทอนคุณค่าความเป็นมนุษย์ของโอตะ และสถาปนาอำนาจของอุดมคติความเป็นชายผ่านการล้อเลียนและการทำให้กลายเป็นเรื่องตลก การล้อเลียนเช่นนี้จึงไม่ได้เป็นเพียงการหยอกล้ออย่างผิว

²⁶ สมาชิกหมายเลข 4138772. (2560, 8 ตุลาคม). ดู โอตะบางคน (ขออย่าว่าบางคน!!!) ตัวเหม็นมาก รบกวนช่วยกันแก้เรื่องกลิ่นหน่อยนะคะ. Pantip. <https://pantip.com/topic/36954831>

²⁷ ข้อความจากความคิดเห็นของผู้ใช้งาน Facebook บนเพจ Bel Racing ภายใต้โพสต์วิดีโอที่เกี่ยวข้องกับโอตะ BNK48 (ไวดาเกะไดมอน อะ รุ้จักป่าว). เข้าถึงเมื่อ [3 มิถุนายน 2562].

²⁸ ข้อความจากความคิดเห็นของผู้ใช้งาน Facebook บนเพจ Bel Racing ภายใต้โพสต์วิดีโอที่เกี่ยวข้องกับโอตะ BNK48 (ไวดาเกะไดมอน อะ รุ้จักป่าว). เข้าถึงเมื่อ [3 มิถุนายน 2562].

เฟิน แต่สะท้อนนัยเชิงโครงสร้างของสังคมไทยที่ยังคงยึดโยงกับภาพจำของความเป็นชายที่เน้นความแข็งแกร่ง การควบคุมอารมณ์ ความเป็นผู้นำ และบทบาทในฐานะหัวหน้าครอบครัว เมื่อโอตะแสดงออกถึงความอ่อนไหวทางอารมณ์ ความทู่เท่ต่อการสนับสนุนไอดอลหญิง และมีพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นของผู้หญิง สิ่งเหล่านี้จึงถูกมองว่าเบี่ยงเบนไปจากมาตรฐานความเป็นชายที่สังคมยอมรับ ด้วยเหตุนี้ การกล่าวหาว่าโอตะเป็น “ชายโรคจิต” หรือ “ไม่มีใครอยากคบ” จึงส่งผลโดยตรงต่ออัตลักษณ์ทางเพศของพวกเขา การโจมตีเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงถ้อยคำที่รุนแรง แต่เป็นกระบวนการทางสังคมที่กดทับและทำลายความเป็นชายรูปแบบอื่นๆ ที่อาจไม่สอดคล้องกับอุดมคติความเป็นชายที่ได้รับการยอมรับจากสังคม ทั้งเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้โอตะต้องพยายามต่อรองและประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายรูปแบบใหม่ เพื่อยืนยันตัวตนในพื้นที่ที่พวกเขามักถูกลดทอนคุณค่า

แม้กิจกรรมและพฤติกรรมของโอตะจะถูกตั้งคำถามและวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม แต่วัฒนธรรมแฟนคลับที่มีผู้ชายเป็นคนส่วนใหญ่กลับไม่ใช่เรื่องใหม่ของสังคมไทย โดยเฉพาะวัฒนธรรมแฟนฟุตบอลไทย ซึ่งเป็นแฟนคลับที่ถูกมองเห็นและมีความกระตือรือร้นในพื้นที่สาธารณะ งานวิจัยของอาจินต์ ทองอยู่คง (2559, หน้า 52 - 63) ระบุว่าแฟนฟุตบอลไทยไม่ได้ดูแค่การแข่งขันฟุตบอลเท่านั้น แต่มีกิจกรรมอื่นๆ ที่มีความหมายในฐานะพื้นที่ของผู้ชายและพื้นที่ของการสร้างอัตลักษณ์ โดยแฟนฟุตบอลไทยซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ทำกิจกรรมในนามแฟนฟุตบอลทั้งในช่วงที่มีและไม่มีการแข่งขัน เช่น การซื้อสินค้าที่เกี่ยวกับทีมฟุตบอล การร้องเพลงเชียร์ซึ่งส่วนใหญ่ถูกดัดแปลงมาจากเพลงของแฟนบอลต่างชาติ ไปจนถึงการรวมกลุ่มที่มีสถานที่นัดหมายเป็นประจำ มีสัญลักษณ์การแสดงออก และมีธรรมเนียมปฏิบัติที่แตกต่างกันไป เป็นต้น

แฟนฟุตบอลได้รับการยอมรับในฐานะตัวแทนความเป็นชายแบบไทยอย่างเต็มที่ พฤติกรรมการติดตามทีมฟุตบอล เช่น การทุ่มเทร่างกายแรงใจ การเดินทางไกลเพื่อเชียร์ทีมฟุตบอล หรือการใช้จ่ายเพื่อสนับสนุนทีมฟุตบอลที่พวกเขาชื่นชอบ ถูกมองว่าเป็นการแสดงออกถึงความเสียสละ ความสามัคคี และพลังของผู้ชาย แม้บางครั้งพฤติกรรมของแฟนบอลจะมีลักษณะรุนแรงหรือก้าวร้าว แต่ก็ยังได้รับการมองข้ามหรือให้อภัย ภาพของแฟนฟุตบอลจึงสะท้อนให้เห็นอุดมคติความเป็นชายที่สอดคล้องกับค่านิยมหลักของสังคมไทย ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มโอตะที่ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นผู้ชายที่แปลกประหลาดและเบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานความเป็นชายของสังคม สื่อจำนวนไม่น้อยเลือกที่จะนำเสนอพฤติกรรมของโอตะว่าเป็นเรื่องไร้สาระและน่าตลกขบขัน เช่น การแสดงความอ่อนไหวไปพร้อมๆ กับไอดอล การลงทุนเงินจำนวนมากกับกิจกรรมแฟนคลับ หรือการใช้คำศัพท์เฉพาะ ซึ่งการผลิตภาพจำของโอตะในลักษณะนี้ไม่ได้เป็นเพียงการล้อเลียนเท่านั้น แต่เป็นการตอกย้ำอัตลักษณ์ความเป็นชายที่ไม่ได้รับการยอมรับ และสะท้อนกระบวนการลดทอนคุณค่าความเป็น

ชายของโอตะอย่างเป็นระบบ โอตะถูกมองว่าไม่สามารถแสดงบทบาทผู้ชายที่สังคมคาดหวังได้ เนื่องจากพฤติกรรมการแสดงออกของพวกเขาที่ถูกจัดว่าไม่สอดคล้องกับภาพของผู้ชายที่เข้มแข็ง มีเหตุผล และอยู่เหนืออารมณ์ ส่งผลให้พวกเขาถูกตั้งคำถามและถูกผลักให้อยู่นอกขอบเขตความเป็นชายที่สังคมไทยให้การยอมรับ ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบโอตะที่มักเผชิญกับการตั้งคำถามเกี่ยวกับความเป็นชาย แฟนฟุตบอลกลับได้รับการยอมรับอย่างเปิดเผย ซึ่งความแตกต่างนี้สะท้อนให้เห็นถึงการเลือกปฏิบัติในเชิงวัฒนธรรมที่เปิดพื้นที่ให้กับความเป็นแฟนของผู้ชายกลุ่มหนึ่งและผลักผู้ชายอีกกลุ่มให้มีสถานะเป็นชายชายขอบ

บทที่ 3 นี้ได้สำรวจพัฒนาการของวัฒนธรรมโอตะและวัฒนธรรมโอเตะโอตอลในประเทศไทย โดยชี้ให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของแฟนคลับชายในทั้งสองบริบทที่เลือกใช้พื้นที่ของการสนับสนุนโอตอลหญิงมาเป็นเครื่องมือในการแสดงออกและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชาย โดยโอเตะมีบทบาทสำคัญในวัฒนธรรมโอเตะโอตอลผ่านการมีส่วนร่วมในการบริโภค สนับสนุนกิจกรรม และสร้างสรรค์สื่อเพื่อขับเคลื่อนความนิยมของศิลปิน แต่พวกเขาก็ต้องเผชิญกับการสร้างภาพลักษณ์ในเชิงลบและการตีตราทางสังคม การแสดงออกถึงความหลงใหลในโอตอลหญิงที่มีอายุน้อยกว่า การแสดงความอ่อนไหวในพื้นที่สาธารณะ ตลอดจนการลงทุนทรัพยากรในกิจกรรมแฟนคลับ ทำให้โอเตะกลายเป็นเป้าของการถูกล้อเลียนหรือลดทอนคุณค่าความเป็นชายภายใต้กรอบความเป็นชายที่ยึดโยงกับอุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำ ขณะที่วัฒนธรรมแฟนกีฬาซึ่งมีลักษณะคล้ายคลึงกันในด้านความกระตือรือร้นและการสนับสนุนศิลปินหรือทีมที่ตนเองชื่นชอบ กลับได้รับการผลิตซ้ำในเชิงบวกจากสื่อกระแสหลัก ผ่านการยกย่องในฐานะตัวแทนของความกล้าหาญ ความเสียสละ และพลังแห่งความสามัคคี ความแตกต่างเชิงโครงสร้างในการรับรู้และปฏิบัติต่อแฟนคลับชายทั้งสองกลุ่มนี้สะท้อนให้เห็นถึงอคติทางเพศที่กำหนดคุณค่าและความชอบธรรมของพฤติกรรมชายบนพื้นฐานของกรอบนิยามความเป็นชายที่ตายตัวและจำกัด

ปรากฏการณ์ BNK48 พิสูจน์ให้เห็นว่าสังคมไทยได้ทำความรู้จักกับวัฒนธรรมโอเตะโอตอลมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้โอตะถูกมองในแง่ลบจากคนในสังคม โอตะถูกวิพากษ์วิจารณ์และตั้งคำถามว่าทำไมผู้ชายถึงชื่นชอบและให้การติดตามโอตอลหญิงอย่างใกล้ชิด จนนำไปสู่การตีตราว่าพวกเขาเป็นพวกแปลกประหลาดหรือหาแฟนไม่ได้ ซึ่งไม่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผู้ชายที่สังคมไทยให้การยอมรับ จึงอาจกล่าวได้ว่าโอเตะไม่ได้ถูกลดทอนคุณค่าความเป็นชายเพียงเพราะพวกเขาเป็นแฟนคลับของ BNK48 เท่านั้น แต่ยังถูกลดทอนในฐานะที่เป็นผู้ชายที่เปี่ยงเบนจากบรรทัดฐานความเป็นที่สังคมกำหนดและถูกเบียดขับให้พวกเขากลายเป็นชายชายขอบของสังคม ทว่า พฤติกรรมแสดงออกของโอเตะ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมของ BNK48 การรวมกลุ่มในหมู่โอเตะ หรือการ

ทຸ່ມເທສນັບສຸນໂອດອລທີ່ຊື່ນຂອບ ກໍ່ສາມາດຖືກມອນວ່າເປັນກະບວນກາງທາງວັດທະນະຣຸ່ມທີ່ເປີດໂອກາດໃຫ້ ຂາຍຂາຍຂອບກຸ່ມນີ້ໄດ້ແສດອອກຄືງຄວາມອ່ອນໄຫວ ຄວາມຮັກ ແລະຄວາມຜູກພັນໃນຮູບແບບໃໝ່ ທີ່ນຳໄປສູ່ ການຕ່ອຣອນແລະປະກອບສ້າງອັດຕັກຊັ້ນຄວາມເປັນຂາຍທີ່ຫລາກຫລາຍແລະໄມ່ຕາຍຕົວກາຍໄດ້ວັດທະນະຣຸ່ມໂອ ຕະໂອດອລໃນສັງຄົມໄທຍຣ່ວມສມັຍ ດັ່ງນັ້ນ ການວິເຄຣະທໍ່ປະສບການຣັ້ນຂອໂອຕະຈິງມີຄວາມສຳຄັດຢ່າງຍິ່ງ ໃນການທຳຄວາມເຂົ້າໃຈວ່າໂອຕະສ້າງອັດຕັກຊັ້ນຄວາມເປັນຂາຍຂອພວກເຂົາຢ່າງໃດໃນພື້ນທີ່ວັດທະນະຣຸ່ມໂອຕະ ໂອດອລຊື່ງຈະຖືກກ່າວຄືງໂດຍລະເຢີຍດໃນບທທີ່ 4 ຕໍ່ໄປ



บทที่ 4

ผลการวิจัย

4.1 บทนำ

วัฒนธรรมโอตะไอดอลถือเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมแฟนคลับที่มีจุดเริ่มต้นจากประเทศญี่ปุ่น โดยมีลักษณะเด่นคือการที่แฟนคลับมีส่วนร่วมอย่างใกล้ชิดกับศิลปินไอดอลหญิงกลุ่มใหญ่ผ่านกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ เช่น การเข้าร่วมงานจับมือ การจัดกิจกรรมสนับสนุน และการมีปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งวัฒนธรรมนี้มีความเฉพาะทางและเน้นความสัมพันธ์เชิงอารมณ์ (emotional connection) ระหว่างแฟนคลับกับศิลปิน (Galbraith & Karlin, 2012; Aoyagi, 2005) กระแสวัฒนธรรมโอตะไอดอลดังกล่าวดำเนินตัวเข้าสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Southeast Asia) ผ่านกระบวนการที่เรียกว่า “การไหลบ่าทางวัฒนธรรม¹” (cultural flows) หรือการแลกเปลี่ยนและผสมผสานวัฒนธรรมในบริบทข้ามชาติ โดยประเทศไทยเป็นหนึ่งในตัวอย่างสำคัญของการรับเอาวัฒนธรรมโอตะไอดอลญี่ปุ่นมาแปลงรูปในรูปแบบของวงไอดอลหญิง BNK48 ซึ่งเปิดตัวในปี พ.ศ. 2560 ซึ่งเป็นการนำโมเดลของวงไอดอลญี่ปุ่น AKB48 มาดัดแปลงให้เข้ากับบริบทไทย ทั้งในเชิงภาษา การตลาด และวาทกรรมทางวัฒนธรรม (โดม ไกรปรกรณ์, 2018; Thanatcha, 2018)

การปรากฏตัวของ BNK48 จึงไม่เพียงเป็นการนำเอาวัฒนธรรมบันเทิงจากญี่ปุ่นเท่านั้น แต่ยังเป็นการแนะนำให้สังคมไทยได้ทำความรู้จักกับวัฒนธรรมโอตะไอดอล และทำให้แฟนคลับผู้ชายของวง BNK48 หรือที่เรียกว่า “โอตะ” ได้รับการมองเห็นมากขึ้นตามไปด้วย ซึ่งนั่นนำไปสู่การที่สังคมตั้งคำถามถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขา เนื่องจากโอตะเหล่านี้เข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับที่ถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง โอตะจึงถูกลดทอนคุณค่าและถูกตีตราว่าเป็นเป็นผู้ชาย “แปลก” และ “ไม่แมน” ดังที่กล่าวมาแล้วในบทที่ 3

บทที่ 4 จึงมุ่งนำเสนอข้อมูลเชิงคุณภาพจากการลงภาคสนาม (fieldwork) โดยเข้าไปติดตามชีวิตและกิจกรรมของโอตะทั้ง 6 คน อีกทั้งยังทำการสัมภาษณ์เชิงลึกตามแนวทางชาติพันธุ์วรรณาสตรีนิยมที่ให้อำนาจประธานการศึกษา (subjects of inquiry) หรือโอตะในที่นี่ เป็นศูนย์กลางการศึกษา เพื่ออธิบายถึงประสบการณ์ส่วนตัว แนวความคิด และรูปแบบการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรม

¹ การไหลบ่าวัฒนธรรม (cultural flow) หมายถึงกระบวนการที่วัฒนธรรม แนวคิด สื่อ และสินค้าวัฒนธรรมเคลื่อนตัวข้ามพรมแดนในโลกยุคโลกาภิวัตน์ โดยไม่ได้เป็นเพียงการถ่ายโอนจากศูนย์กลางไปสู่ชายขอบ แต่เกิดการปรับเปลี่ยน แปลงความหมาย และต่อรองอย่างซับซ้อนผ่านกระบวนการแปลความในแต่ละพื้นที่ (Appadurai, 1996; หน้า 27–47)

โอดะโอดอลที่มีลักษณะเฉพาะ โดยจะเริ่มต้นด้วยการอธิบายภูมิหลังของโอดะทั้ง 6 คน ครอบคลุมถึงชีวิตส่วนตัว การเข้ามามีส่วนร่วมในวัฒนธรรมโอดะโอดอล รวมถึงการกำหนดอัตลักษณ์ของตนเองในฐานะโอดะ จากนั้นจะเข้าสู่การนำเสนอประเด็นสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การนิยามตนเองในฐานะแฟนคลับชายและการเจรจาต่อรองกับภาพเหมารวมจากสังคม 2) บทบาทความเป็น “พี่ชาย” และผู้สนับสนุนในสายตาของโอดะเอง และ 3) พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งในระดับกิจกรรมที่จัดโดยต้นสังกัดของ BNK48 อย่างเป็นทางการและกิจกรรมที่เกิดขึ้นในกลุ่มแฟนคลับ ทั้งงานจับมือ การรวมกลุ่มบ้านแฟนคลับ และการเข้าร่วมกลุ่มยิงมิกซ์

ข้อมูลที่ปรากฏอยู่ในบทนี้ได้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการเก็บข้อมูลเชิงชาติพันธุ์วรรณาแบบสตรีนิยม ซึ่งผู้ทำวิจัยได้ลงพื้นที่และใช้ระยะเวลา 1 ปี 3 เดือน ในการติดตามปฏิสัมพันธ์ของโอดะกับวัฒนธรรมโอดะโอดอลอย่างต่อเนื่อง บทนี้มุ่งเน้นการนำเสนอเรื่องเล่าและประสบการณ์ชีวิตของโอดะจากมุมมองของพวกเขาเอง เพื่อทำความเข้าใจวิถีชีวิต การมีส่วนร่วม และสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของการแสดงออกและต่อรองอัตลักษณ์ภายใต้กรอบความเป็นชายร่วมสมัยในสังคมไทย ก่อนจะนำเข้าสู่บทที่ 5 ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามอย่างลึกซึ้งผ่านกรอบแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

4.2 ข้อมูลพื้นฐาน

การศึกษาครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยเลือกศึกษาผู้ชายที่นิยามตัวเองว่าเป็นโอดะ จำนวนทั้งหมด 6 คน แต่ละคนมีความแตกต่างกันในด้านพื้นฐานชีวิต สถานะทางสังคม สถานะทางเศรษฐกิจ อาชีพ รวมถึงรูปแบบการติดตามโอดอลวง BNK48 โดยโอดะที่เข้าร่วมงานวิจัยทั้ง 6 คนล้วนรู้จักและคุ้นเคยกับวัฒนธรรมประชาานิยมของญี่ปุ่นเป็นอย่างดี แต่มีความเข้มข้นของการติดตามโอดอลญี่ปุ่นที่แตกต่างกันออกไป กระทั่งได้เข้ามาติดตามวง BNK48 ที่เปิดตัวในประเทศไทย พวกเขาจึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมโอดอลและทำกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัน

4.2.1 ทอน: โอดะช่างกลองกับการแสวงหาพื้นที่และตัวตนผ่านการติดตามโอดอล

ทอน อายุ 32 ปี สถานะโสด ประกอบอาชีพช่างไฟประจำอาคารแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร ทอนเป็นคนรูปร่างใหญ่ ผิวคล้ำ พันหลอ และผมบาง เขาจะสวมหมวกทุกครั้งที่พบกับผู้ทำวิจัย เขาเป็นเด็กต่างจังหวัดและมาจากครอบครัวที่ไม่ได้มีฐานะดีมากนัก ทอนบอกว่าตัวเขาเป็น “เด็กแหกคอก” เพราะไม่ชอบวิชาการ แต่หลงใหลการ์ตูนญี่ปุ่น เกมและฟุตบอลยุโรปมาตั้งแต่เด็ก ความชื่นชอบดังกล่าวเริ่มต้นจากแม่ของเขาที่เป็นนักอ่านการ์ตูน และแม่อ่านการ์ตูนจะเคยถามถึง

เป็นกิจกรรมของ “คนโง่” ในระบบการศึกษาไทย แต่มันคือเครื่องมือบรรเทาความเครียดสำหรับทอน และผลักดันให้เขาสนใจสื่อญี่ปุ่นอย่างเพลงอนิเมะ ทำให้เขามีโอกาสได้ทำความรู้จักวงการไอดอล ญี่ปุ่น ก่อนจะกลายเป็นแฟน BNK48 อย่างจริงจังเมื่อวง BNK48 เปิดตัวในประเทศไทย

ทอนเริ่มติดตามวง BNK48 ด้วยความสนใจเฉพาะตัว โดยเส้นทางแฟนคลับวง BNK48 ของทอนเริ่มต้นจากการที่เขาติดตาม “คิดแคท” ที่มีลักษณะน่ารักคล้ายไอดอลญี่ปุ่น จนกระทั่งคิดแคทลาออกจากวง เขาจึงย้ายไปติดตามแจนและต่อยด้วยแคน ซึ่งล้วนลาออกจากวง BNK48 ในเวลาต่อมา สุดท้ายเขาจึงหันมาติดตาม “จีบ” และ “มัยร่า” ซึ่งเป็นไอดอลในกลุ่ม “อันเดอร์” หรือกลุ่มที่ไม่ค่อยมีชื่อเสียงนัก โดยเฉพาะมัยร่าที่ทอนให้การสนับสนุนอย่างใกล้ชิดและมีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นกับแฟนคลับคนอื่นๆ ที่ชื่นชอบมัยร่าเหมือนกับเขา ถึงขั้นที่เขาจะบอกว่า “วงใน” ที่สามารถรับรู้สภาพจิตใจของมัยร่าได้ แต่เลือกจะไม่เปิดเผยข้อมูลบางอย่างเนื่องจากกังวลเรื่องผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับตัวเอง ทั้งนี้ กิจกรรมแฟนคลับที่เขาเลือกทำคือการถ่ายภาพไอดอลตามงานต่างๆ และเผยแพร่ลงเพจส่วนตัว เขามองว่าเป็นการช่วยโปรโมตไอดอลที่ตนชื่นชอบและเป็นช่องทางเชื่อมโยงกับชุมชนช่างภาพแฟนคลับคนอื่นๆ ทอนเรียกตัวเองว่า “โตะช่างกล้อง²” และลงทุนซื้อกล้องและเลนส์หลายตัวเพื่อใช้ในกิจกรรมนี้

4.2.2 บอล: พี่ใหญ่วงการยิงมิซึ ผู้แปรเปลี่ยนจากแฟนบอลสู่โตะ

บอล อายุ 31 ปี สถานะโสด อาชีพทำธุรกิจส่วนตัวร่วมกับครอบครัว บอลเป็นคนที่มีรูปร่างอ้วน ย่อมผมหันโลน และเขามักไปไหนมาไหนด้วยรถจักรยานยนต์ ทำให้เพื่อนโตะคนอื่นล้อเลียนว่าบอลเป็น “เด็กแว้น” บอลเคยเข้าเรียนมหาวิทยาลัยแต่เรียนไม่จบ เนื่องจากเขาลาออกด้วยเหตุผลส่วนตัว เขาจึงเริ่มทำงานกับครอบครัวนับตั้งแต่นั้น

แต่เดิมบอลเคยเป็นแฟนพันธุ์แท้ของทีมฟุตบอลสโมสรฟุตบอลการทำเรือ แต่เริ่มห่างเหินจากวงการกีฬาเมื่อสนใจวัฒนธรรมไอดอล บอลรู้จักวง AKB48 แต่เข้าสู่วงการแฟนคลับอย่างจริงจังเมื่อ BNK48 เปิดตัวในไทย โดยเขาเริ่มต้นติดตาม “เมษา” เป็นคนแรก แต่เมื่อเธอลาออกจากวง เขาก็เปลี่ยนไปชื่นชอบ “มิวสิค” ซึ่งกลายเป็น “คามิโอะชิ” (kami-oshi) หรือไอดอลอันดับหนึ่งในดวงใจ บอลให้เหตุผลว่าเขารู้สึกเชื่อมโยงกับมิวสิคในฐานะนักสู้ผู้ทุ่มเท ทั้งยังรู้สึกประทับใจที่พ่อของมิวสิคก็เป็นโตะเช่นกัน นอกจากนี้ เขายังติดตาม “รดา” ซึ่งมาจากภาคเหนือ เพราะเขาชื่นชอบผู้หญิงเหนือเป็นพิเศษ และมักเลือกสนับสนุนไอดอลที่ไม่ค่อยมีคนเชียร์ เพื่อให้กำลังใจพวกเธอ

² โตะช่างกล้องคือโตะที่คอยตามถ่ายรูปไอดอลวง BNK48 ตามงานอีเวนต์ออฟฟิเชียลของวง BNK48 หรือคอนเสิร์ตของ BNK48 ตามสถานที่ต่างๆ และนำรูปภาพมาเผยแพร่ในช่องทางออนไลน์ หลายคนทำเป็นแฟนเพจ (fan page) ที่มีผู้ติดตามจำนวนมาก และกลายเป็นผู้มีอิทธิพลในกลุ่มแฟนคลับของวง BNK48

บอลมีบทบาทสำคัญในกลุ่ม “โอตะยิมิกซ์” ซึ่งเป็นกลุ่มแฟนคลับที่มักจะส่งเสียงเชียร์ไอดอลอยู่หน้าเวที โดยการยิงมิกซ์ถือเป็นการเชียร์ที่มีต้นแบบมาจากวัฒนธรรมแฟนคลับญี่ปุ่น ไม่เพียงเท่านั้น บอลยังเป็นแอดมินแฟนเพจที่เผยแพร่คลิปมิกซ์ของกลุ่มตัวเองและมีหลายคลิปที่พวกเขาได้รับคำวิจารณ์เชิงลบจากชาวเน็ต ทั้งนี้ บอลยังชอบไปร้านเมคคาเฟ่ (maidcafe) และใช้เงินจำนวนมากกับกิจกรรมดังกล่าว

4.2.3 เกม: จากหัวใจที่บอบช้ำ สู่การเป็นโอตะผู้ขอดูแลไอดอล

เกม อายุ 37 ปี สถานะโสด ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเกมแห่งหนึ่ง เกมมีรูปร่างสูงโย่ง ลงพุง สวมแว่นตา เขาเป็นแฟนพันธุ์แท้ของวงลิงคินพาร์ก³ (Linkin Park) วงร็อกจากสหรัฐอเมริกา ผู้ทำวิจัยเคยมีโอกาสร่วมงานกับเกมเป็นระยะเวลาหนึ่ง และเห็นว่าเขาเป็นคนชอบช่วยเหลือและถูกยกให้เป็นพี่ชายคนโตของคนในที่ทำงาน อย่างไรก็ตาม เกมเป็นคนพูดโผงผาง เสียงดัง และเขามักจะเป็นผู้สร้างเสียงหัวเราะให้กับเพื่อนร่วมงานคนอื่นๆ ด้วยการเล่นมุขได้สะอาดหรือมุขสองแง่สองง่าม ซึ่งทำให้เพื่อนร่วมงานผู้ชายหัวเราะขบขัน แต่ก็สร้างความลำบากใจให้กับเพื่อนร่วมงานผู้หญิงหลายครั้ง

การเลิกรักกับแฟนสาวที่คบกันมานานมากกว่า 10 ปี ทำให้เกมเริ่มหันมาสนใจ BNK48 แม้เขาจะไม่ได้เป็นแฟนวัฒนธรรมญี่ปุ่นหรือไอดอลมาก่อน เกมเล่าว่าไลฟ์ของ “ไข่มุก” ที่ทำให้เขาหลุดหัวเราะได้ในวันที่รู้สึกเศร้า กลายเป็นจุดเริ่มต้นของการเข้ามาเป็นแฟนคลับ BNK48 โดยเขารู้สึกว่าไอดอลช่วยเยียวยาใจของเขาในช่วงเวลาที่ยากลำบาก ทั้งนี้ อีกหนึ่งเหตุผลที่เกมเลือกติดตามไข่มุกเนื่องจากเขาเห็นว่าไข่มุกยังไม่เป็นที่สนใจมากนักเมื่อเทียบกับสมาชิกคนอื่นๆ ของวง BNK48 และต้องการแรงสนับสนุนจากแฟนคลับอีกมาก ไม่เพียงเท่านั้น ไข่มุกยังเป็นไอดอลที่ทำให้เกมรู้สึกเชื่อมโยงทางอารมณ์ด้วยมากที่สุด

เนื่องจากเกมต้องการสนับสนุนไข่มุกอย่างเต็มที่ เขาจึงพยายามเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของบ้านแฟนคลับ แต่ด้วยปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในบ้านแฟนคลับที่เกมไม่อยากจะพูดถึง ทำให้เขาเลือกจะเป็นแฟนคลับอิสระ สนับสนุนไอดอลที่เขาชื่นชอบโดยไม่สังกัดกลุ่มใด เกมแสดงออกถึงความ เป็นแฟนคลับอย่างชัดเจน ทั้งการวางภาพไอดอลบนโต๊ะทำงาน ใช้ภาพเป็นวอลเปเปอร์และห้อยภาพไอดอลไว้กับกระเป๋า

³ ลิงคินพาร์ก (Linkin Park) คือวงดนตรีร็อกอเมริกัน ผลงานเพลงของพวกเขาเต็มไปด้วยแนวคิดที่มีความหลากหลาย ทั้งแนวเมทัล ฮิปฮอป อิเล็กทรอนิกส์ อัลเทอร์เนทีฟ อินดัสเตรียล และป๊อป ทั้งยังใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์แต่งเสียงและใช้เครื่องสังเคราะห์เสียงเพื่อเพิ่มรูปแบบเสียงให้มีความแปลกใหม่และสนุกสนานยิ่งขึ้น ทำให้พวกเขาเป็นวงร็อกที่มีแนวเพลงไม่ซ้ำแบบใครและมีสไตล์เป็นของตัวเอง

4.2.4 อิค: ความโดดเดี่ยว ความหวัง และความรักในโลกของไอดอล

อิค อายุ 20 ปี สถานะโสด กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยรัฐบาลแห่งหนึ่ง อิคเป็นโอเตะร่วมทำวิจัยที่อายุน้อยที่สุด อิคเป็นคนรูปร่างใหญ่ ตัวหนา สวมแว่นตา ริมฝีปากหนา ตัดฟัน แม้จะตัวใหญ่หนาแต่อิคระบุว่าเขาไม่ชอบการออกกำลังกาย อิคเรียนจบจากโรงเรียนชายล้วนชื่อดังแห่งหนึ่งซึ่งไม่ใช่ประสบการณ์ที่ดีสำหรับเขานัก และเขาก็เป็นลูกชายคนเดียวของข้าราชการระดับสูง อย่างไรก็ตาม อิคมักจะหลีกเลี่ยงที่จะพูดถึงหรือตอบคำถามเกี่ยวกับครอบครัว

อิคเล่าว่าตัวเขาเป็นคนไม่ค่อยมีเพื่อนในมหาวิทยาลัย และเพื่อนจากโรงเรียนมัธยมก็แทบจะไม่มี แต่การเข้ามาเป็นโอเตะทำให้อิคได้พบกับกลุ่มเพื่อนที่มีความสนใจร่วมกัน โดยเฉพาะในกลุ่ม “โอเตะอิงมิทซ์” ที่เขารู้จักผ่านบอลซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ร่วมวิจัย อิคยอมรับว่าเขาไม่เคยมีแฟนและการเป็นโอเตะคือช่องทางเดียวที่ทำให้เขาได้ใกล้ชิดกับผู้หญิง เขายังเป็นผู้ให้สัมภาษณ์เพียงคนเดียวที่กล่าวอย่างตรงไปตรงมาว่าอยากเป็นแฟนกับไอดอล อิคเริ่มรู้จัก BNK48 ระหว่างเรียนภาคฤดูร้อนในมหาวิทยาลัย เขารู้สึกโดดเดี่ยวและไม่มีเพื่อนสนิท แต่เมื่อได้ฟังเพลง “365 วันกับเครื่องบินกระดาษ” อิคก็รู้สึกเชื่อมโยงกับเนื้อหาในเพลงที่สะท้อนชีวิตของเขา และเริ่มสนใจ BNK48 มากขึ้น จากนั้นเขาได้ดูคลิปแฟนคลับที่กำลังยิงมิทซ์ ซึ่งทำให้อิครู้สึกสนุกและเริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในวงการนี้

อิคเลือกติดตาม “จูเน่” ที่ถึงแม้เขาจะอธิบายไม่ได้ว่าทำไมถึงชอบ แต่เขาเล่าว่าการได้จับมือกับไอดอลหญิงเป็นประสบการณ์แปลกใหม่ เพราะตลอด 6 ปีในโรงเรียนชายล้วน เขาไม่เคยใกล้ชิดกับผู้หญิงมาก่อน การที่สามารถเข้าถึงคนที่เขาชื่นชอบโดยไม่ถูกปฏิเสธจึงเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าทางจิตใจสำหรับเขา

4.2.5 อ่อม: ความฝันที่ยังไม่ถึงฝั่งและการมองเห็นตัวเองในโลกของไอดอล

อ่อม อายุ 32 ปี สถานะโสด อาชีพครูสอนร้องเพลงและศิลป์ในอัสระ อ่อมมีรูปร่างอ้วน ตัวใหญ่ หัวล้าน แต่แต่งตัวดีและมีบุคลิกที่เป็นมิตร เขามีความฝันที่ได้เป็นศิลปินมีชื่อเสียงและมีโอกาสได้ผลิตผลงานเพลงของตัวเอง อ่อมจึงเดินสายประกวดร้องเพลงหลายเวที แต่ความฝันของเขายังไม่ประสบความสำเร็จ และรายได้หลักของอ่อมก็มาจากการเป็นครูสอนดนตรีในสถาบันสอนดนตรีแห่งหนึ่ง

จุดเปลี่ยนสำคัญในชีวิตของอ่อมคือช่วงที่ผิดหวังจากการประกวดร้องเพลง เขาเห็นโพสต์ของรุ่นพี่ที่แชร์ภาพไอดอล BNK48 และรู้สึกสะดุดตาไปกับ “อร” จึงเริ่มติดตามวงตั้งแต่วัยที่ยังไม่โต懂事 พร้อมกับหลงใหลในเพลง “คุกกี้เสี่ยงทาย” ที่เขาฟังซ้ำไปมาไม่หยุด จนทำให้เขาเริ่มผูกพันกับวงและย้อนไปดูรายการต่างๆ ของไอดอลอย่างจริงจัง แม้อ่อมจะรู้จักวัฒนธรรมญี่ปุ่นจากการอ่านมังงะและฟังเพลงของวงมอร์นิงมูซุเมะ (Morning Musume) ในวัยเรียนมาบ้าง แต่ก็ไม่เคยเป็นแฟนคลับแบบจริงจังมาก่อน การได้พบกับ BNK48 ในช่วงที่เขากำลังสูญเสียความหวังทำให้เขาได้

แรงบันดาลใจใหม่ อ้อมบอกว่าเขาเห็นตัวเองในไอดอล เพราะทั้งสองฝ่ายต่างมีความฝันที่จะยืนอยู่บนเวทีในฐานะศิลปินที่ได้รับการยอมรับ

อ้อมประกาศตัวว่าเป็นไอดะในรายการประกวดร้องเพลงทางโทรทัศน์ ซึ่งทำให้เขาเริ่มเป็นที่รู้จักและได้โอกาสทำงานใหม่ๆ รวมถึงแต่งเพลงเชียร์ให้กับไอดอล เขาสนิทกับกลุ่มไอดะในบ้านแฟนคลับ และมักเสียน้ำตาขณะชมการแสดงเพราะรู้สึกว้าไอดอลกำลังพยายามเหมือนเขา

4.2.6 เอก: เจ้าพ่อแห่งวงการไอดอล กับการแสวงหาความหมายผ่านโลกแฟนตาซี

เอก อายุ 33 ปี สถานะโสด ผู้หลงใหลในอนิเมะญี่ปุ่นและเคยมีความฝันจะเป็นนักวาดการ์ตูน แม้ไม่ประสบความสำเร็จในเส้นทางนั้น เขาก็ยังคงเชื่อมโยงตัวเองกับโลกแฟนตาซีผ่านการเขียน และต่อมาก็หันมาสนใจไอดอลญี่ปุ่น โดยเฉพาะวง AKB48 ที่เขาติดตามอย่างจริงจังมายาวนาน ก่อนจะมาเป็นแฟนคลับ BNK48 ในเวลาต่อมา

เอกรูปร่างอ้วน ตัวเตี้ย หนวดเพิ่ม ผมยว และสวมแว่นตา นอกจากนี้ เขายังเป็นที่รู้จักในกลุ่มไอดะอิงมิทซ์ในฐานะ “พี่ใหญ่” และ “เจ้าพ่อวงการไอดอล” ด้วยความรู้ลึกจึ้งในวัฒนธรรมนี้ แต่เจ้าตัวก็บอกว่าเขาเป็นแค่ไอดะธรรมดาคนหนึ่งก็ตาม ความโสดและความผิดหวังในชีวิต โดยเฉพาะการไปไม่ถึงความฝัน ทำให้เขาหันมาหาแรงบันดาลใจในโลกของไอดอลที่เต็มไปด้วยพลังบวกและการต่อสู้เพื่อฝัน เช่นเดียวกับโลกของการ์ตูนหุ่นยนต์ที่เขาชื่นชอบในวัยเด็ก เอกยกให้ “ชินโนะ มารีโกะ” จากวง AKB48 เป็นคามิโอะชิ และเมื่อเธอลาออกจากวง เขาก็เศร้าเสียใจจนถึงขั้นกินเหล้าสุบหური และรู้สึกเหมือนชีวิตหมดความหมาย แต่เมื่อเติบโตขึ้น เขาก็แยกแยะได้ กระทั่งวง BNK48 เปิดตัวในประเทศไทย เอกจึงยกให้ “โมบาย” เป็นเก็คิโอชิ⁴ ของเขา เพราะเขาติดตามเธอมาตั้งแต่สมัยเป็นสมาชิกวงโคฟเวอร์ เขามองว่าโมบายสะท้อนตัวตนของเขา นั่นคือบ๊าพลัง เฮฮา แต่ในขณะเดียวกันก็ทู่หมัดและจริงจัง

เอกเคยเป็นแฟนบอลของทีมแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด แต่เลิกติดตามเมื่อรู้สึกหมด "passion" เกราะบูว่าฟุตบอลมีความซ้ำซาก ขณะที่วงการไอดอลกลับเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เช่น มีเพลงใหม่ เมมเบอร์ใหม่ ท่าเต้นใหม่ เขาเปรียบเทียบการติดตามไอดอลเหมือนการตามเกมภาคใหม่ ที่มีสิ่งน่าตื่นเต้นให้ค้นหาเสมอ

แม้ไอดะผู้เข้าร่วมงานวิจัยทั้ง 6 คนจะมีลักษณะที่แตกต่างกันในเชิงอายุ อาชีพ และประสบการณ์ชีวิต แต่พวกเขาล้วนมีจุดร่วมที่สำคัญคือการถูกผลักดันให้อยู่นอกกรอบของความเป็นชาย

⁴ “เก็คิโอชิ” (Gekioshi) เป็นศัพท์เฉพาะในวัฒนธรรมแฟนคลับไอดอลญี่ปุ่น หมายถึง “เมมเบอร์ที่ชอบมากที่สุดเป็นพิเศษ” หรือ “คนที่เชียร์อย่างแรงกล้าเป็นพิเศษ” มักใช้เรียกเมมเบอร์ที่แฟนคลับให้การสนับสนุนเป็นอันดับหนึ่ง ด้วยความทุ่มเทสูงกว่าปกติ ทั้งในแง่อารมณ์ เวลา และทรัพยากรทางเศรษฐกิจ เช่น ซื้อสินค้าไอดอลจำนวนมาก ลงคะแนนเลือกตั้ง หรือเข้าร่วมอีเวนต์แฟนคลับอย่างต่อเนื่อง (Galbraith, 2012)

ตามอุดมคติของไทย โดยเมื่อพิจารณารูปร่างและลักษณะภายนอกของโอตะผู้ร่วมทำวิจัยทั้ง 6 คน ผู้ทำวิจัยพบว่าพวกเขามีลักษณะที่แตกต่างจากอุดมคติชายแบบอำนาจน่าอย่างชัดเจน ทั้งในแง่ของรูปลักษณ์ทางกายภาพ ภาพลักษณ์ทางสังคม และการแสดงออกทางบุคลิกภาพ ทอน, อ่อม, เอก และ อิค มีรูปร่างอ้วน ตัวใหญ่ หรือเตี้ย ซึ่งไม่สอดคล้องกับอุดมคติชายแบบไทยที่ให้คุณค่ากับรูปลักษณ์ที่สูงและมีกล้ามเนื้อแข็งแรงตามค่านิยมสมัยใหม่⁵ ขณะที่เกม แม้จะมีรูปร่างสูง แต่เขาก็มีลักษณะท่าทางและการใช้ภาษาที่อาจถูกมองว่าไม่เหมาะสมในสังคมร่วมสมัย เช่น การพูดมุขได้สะอาด ซึ่งสะท้อนความพยายามรักษาทบาท “พี่ชายจอมเฮฮา” ไว้ท่ามกลางการรับรู้ถึงความเปราะบางของตน ส่วนบอลก็ขี้อมยิ้มสีทอง ขับมอเตอร์ไซด์ และมักถูกเรียกว่า “เด็กแว้น” ซึ่งแม้จะมีมาดชายแบบดั้งเดิมอยู่บางส่วน แต่ก็ไม่สามารถแทรกซึมสู่โครงสร้างชายแบบอำนาจได้อย่างเต็มที่ ลักษณะภายนอกอื่นๆ ของพวกเขา เช่น ไว้หนวด ลงพุง หัวล้าน หรือฟันหลอ ก็อาจสะท้อนให้เห็นว่าพวกเขาไม่ได้ให้ความสำคัญกับการดูแลตัวเองมากนัก นอกจากนี้ โอตะทุกคนมีลักษณะเป็น “เนิร์ด” ที่มีสถานะโสด และพวกเขาก็ไม่ยุ่งเกี่ยวกับคนอื่นจนดูเหมือนเป็นคนไม่ค่อยมีเพื่อน

โอตะทั้ง 6 คนต่างมีเหตุผลเฉพาะตัวที่ผลักดันให้พวกเขาเข้าสู่วัฒนธรรมไอดอล BNK48 ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็นสามลักษณะหลัก ได้แก่ ความต้องการเยียวยาทางอารมณ์ ความรู้สึกโดดเดี่ยวในชีวิตประจำวัน และการเชื่อมโยงความฝันส่วนตัวเข้ากับการสนับสนุนไอดอล โดยทอนและเอกสะท้อนภาพของชายผู้แบกรับความผิดหวังจากการไม่สามารถบรรลุเป้าหมายในชีวิตกระแสหลัก ทอนเติบโตมาจากครอบครัวต่างจังหวัดที่ไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ ถูกตีตราในวัยเด็กว่าเป็นเด็กเกเร และใช้การถ่ายภาพเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมในการแสดงตัวตน ขณะที่เอกล้มเหลวจากการไล่ตามความฝันในการเป็นนักเขียนการ์ตูน และเลือกหลบเข้ามาในโลกของไอดอลญี่ปุ่น ทั้งสองใช้บทบาทโอตะเป็นพื้นที่สร้าง “ความชำนาญเฉพาะทาง” ที่มอบอำนาจเชิงสัญลักษณ์และสถานะในชุมชนแฟนคลับ แม้จะไม่สามารถยึดครองพื้นที่ทางอำนาจในชีวิตจริง

ในขณะที่บอลกับอิคแสดงให้เห็นถึงการใช้อัตลักษณ์โอตะเพื่อเยียวยาความรู้สึกโดดเดี่ยวทางสังคมและการสร้างปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มโอตะด้วยตนเอง บอลมีความมั่นใจและกลายเป็นพี่ใหญ่ของกลุ่มยิงมิกซ์ เขาใช้ร่างกาย เสียง และตัวตนของตนเองอย่างเปิดเผย แม้จะเผชิญกับการล้อเลียนและการตีตราเรื่องภาพลักษณ์ เช่น “เด็กแว้น” แต่ก็ยังคงยืนหยัดในบทบาทผู้นำทางวัฒนธรรม ด้านอิคในฐานะผู้เข้าร่วมที่อายุน้อยที่สุด กลับเป็นชายหนุ่มที่โดดเด่นเพียงคนเดียวจากทั้งครอบครัว

⁵ ในบทความวิจัยของธนพล เอกพจน์ และวิรัช วงศ์ภินันท์วัฒนา (2564) เรื่อง “กลวิธีทางภาษาในการนำเสนอภาพแทนความเป็นชายแบบสเปิร์มเช็กซวลในสื่อสังคมออนไลน์” ได้วิเคราะห์การใช้ภาษาของยูทูบเบอร์ชายไทยที่นำเสนอภาพแทนความเป็นชายผ่านลักษณะทางกายภาพ เช่น ร่างกายที่มีกล้ามเนื้อและรูปร่างที่แข็งแรง ซึ่งสะท้อนถึงค่านิยมของความเป็นชายในสังคมไทยที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมป๊อปและสื่อสังคมออนไลน์

และเพื่อนฝูง เขาใช้การเข้าร่วมกิจกรรมการยิงมิกซ์เป็นพื้นที่ทางกายภาพและอารมณ์ในการเชื่อมโยงกับผู้คนและเข้าใกล้ผู้หญิงในแบบที่เขาไม่เคยสัมผัสมาก่อน

ด้านเกมและอ้อมคือชายที่ใช้วัฒนธรรมไอดอลเป็นพื้นที่เยียวยาหลังประสบความล้มเหลวหรือสูญเสียทางอารมณ์ เกมสูญเสียความสัมพันธ์รักที่ยาวนาน และพบว่าเสียงหัวเราะและความสดใสของไอดอลช่วยดึงเขากลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง แม้จะเคยเข้าสู่ชุมชนแฟนคลับอย่างเข้มข้น แต่ก็เลือกจะปลีกตัวออกมาสนับสนุนไอดอลอย่างอิสระ อ้อมในทางกลับกันเป็นชายที่กำลังไล่ตามฝันของการเป็นศิลปินที่มีชื่อเสียง การประกาศตัวว่าเป็นโอตะไม่เพียงเปิดพื้นที่ใหม่ให้เขาในสื่อกระแสหลัก แต่ยังช่วยให้เขาได้หลอมรวมความฝันกับไอดอลที่เขาชื่นชอบ ผ่านการทำเพลงเชียร์และการลั่นน้ำตาในความรู้สึกที่ไอดอลกับตัวเขาต่างพยายามไปให้ถึงฝันเดียวกัน

ดังนั้น โอตะทั้ง 6 คนมีจุดเชื่อมโยงสำคัญคืออยู่ในสถานะของ “ชายชายขอบ” ซึ่งหมายถึงผู้ชายที่ไม่สอดคล้องกับอุดมคติความเป็นชายแบบกระแสหลักในสังคมไทย ทั้งในแง่รูปลักษณ์ภายนอก บทบาททางสังคม และการแสดงออกทางอารมณ์ รวมถึงในแง่วิถีชีวิตและสถานะทางสังคม โอตะทั้ง 6 คนต่างมีความเป็น “เนิร์ด” หรือเป็นผู้ชายที่ใช้ชีวิตอย่างโดดเดี่ยว ส่วนใหญ่อยู่ในสถานะโสด ไม่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมากนัก และมักอุทิศเวลาให้กับกิจกรรมในโลกแฟนคลับ ซึ่งโดยทั่วไปไม่ได้ถูกให้คุณค่าหรือถูกมองว่าเป็นกิจกรรมที่สมชายชาติเหมือนกับการดูฟุตบอลหรือกีฬา โดยเฉพาะการเชียร์ไอดอลหญิงซึ่งถูกมองว่าเป็นกิจกรรมที่ใกล้ชิดกับความเป็นผู้หญิงหรือละเอียดอ่อนมากกว่า

นอกจากนี้ เหตุผลที่แต่ละคนเข้าสู่วัฒนธรรมไอดอลยังสะท้อนให้เห็นถึงความเปราะบางและการดิ้นรนต่อรองในชีวิตประจำวันของชายชายขอบ ตัวอย่างเช่น ทอนและเอกใช้การเป็นโอตะเพื่อเยียวยาความล้มเหลวในการบรรลุเป้าหมายในชีวิต ทอนใช้การถ่ายภาพแสดงตัวตนหลังถูกตีตราในวัยเด็ก ส่วนเอกถอนตัวจากโลกของการ์ตูนและแสวงหาความเป็น “มืออาชีพ” (professional) ใหม่ในฐานะแฟนคลับ บอลและอิคใช้กิจกรรมเชียร์และยิงมิกซ์เป็นพื้นที่แสดงออกทางอารมณ์ สร้างความสัมพันธ์และอำนาจในกลุ่มแฟนคลับแม้จะถูกสังคมภายนอกล้อเลียน ขณะที่เกมและอ้อมใช้วัฒนธรรมไอดอลเป็นพื้นที่เยียวยาความเจ็บปวดจากความรักหรือการตามหาความฝัน โดยเฉพาะอ้อมที่ใช้ความเป็นโอตะเปิดพื้นที่ใหม่ให้กับตนเองทั้งในโลกออนไลน์และในฐานะศิลปิน

อย่างไรก็ตาม ในบริบทของสังคมไทย อุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำ (hegemonic masculinity) ได้รับการผลิตซ้ำผ่านสถาบันทางสังคมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว การศึกษา และวัฒนธรรมสื่อ โดยเน้นบทบาทของผู้ชายในฐานะผู้นำ ผู้ควบคุม และผู้ปกป้อง ลักษณะสำคัญของอุดมคติความเป็นชายอำนาจนำคือความแข็งแกร่งทางร่างกาย ความกล้าหาญ ความสามารถในการเลี้ยงดูครอบครัว ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และการหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่ถูกมอง

ว่าอ่อนแอหรือเกี่ยวข้องกับความเป็นหญิง ขณะที่งานวิจัยของ Jhitsayarat (2021) ได้ชี้ว่าผู้ชายไทยในสื่อโฆษณามักถูกนำเสนอผ่านภาพลักษณ์ชายชนะทางเศรษฐกิจและบทบาทเชิงอำนาจ ซึ่งสะท้อนกรอบมาตรฐานความเป็นชายที่ถูกยกย่องและถูกผลิตอย่างต่อเนื่องในสังคมไทย เพราะฉะนั้นอุดมคติดังกล่าวจึงเป็นกรอบที่กำหนดว่าผู้ชายควรมีคุณลักษณะและพฤติกรรมแบบใดจึงจะได้รับการยอมรับในสังคม

เมื่อพิจารณาจากกรอบอุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำของไทย จะเห็นได้ว่าชายที่ไม่สามารถหรือไม่ประสงค์ที่จะปฏิบัติตามคุณลักษณะดังกล่าวมักถูกทำให้เป็นชายชายขอบ (marginalized masculinity) ซึ่งรวมถึงผู้ชายที่มีเพศวิถีแตกต่างจากบรรทัดฐานรักต่างเพศ ผู้ชายที่ไม่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคง ไปจนถึงผู้ชายที่มีพฤติกรรมที่สังคมมองว่าไม่สมชาย เช่น การแสดงออกทางอารมณ์หรือความสนใจในกิจกรรมที่ถูกมองว่าเป็นของผู้หญิง เป็นต้น อุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำเช่นนี้ทำหน้าที่เป็นมาตรฐานกลางที่ผู้ชายไทยจำนวนมากต้องเผชิญ เช่นเดียวกับในกรณีของโอตะทั้ง 6 คน ที่ถึงแม้พวกเขาจะมีความแตกต่างกันในรายละเอียดของชีวิต แต่พวกเขาล้วนเผชิญกับกระบวนการเบียดเบียนหรือขัดแย้งกับอุดมคติของความเป็นชายตามแนวคิดเรื่องความเป็นชายแบบอำนาจนำ ส่งผลให้พวกเขาต้องสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายขึ้นมาใหม่ผ่านวัฒนธรรมแฟนคลับ BNK48 ที่เปิดโอกาสให้พวกเขาแสดงออกทางอารมณ์ มีบทบาทในชุมชน และได้รับการยอมรับในฐานะผู้ชายที่มีคุณค่า

4.3 การนิยามอัตลักษณ์ตัวตนในฐานะ “โอตะ”

การเป็นโอตะไม่ได้หมายถึงการติดตามไอดอลหญิงอย่างใกล้ชิดเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ที่ผู้ชายกลุ่มหนึ่งได้แสดงออกถึงตัวตน ความรู้สึก และความเป็นชายในแบบของตัวเอง ท่ามกลางบริบทสังคมไทยที่ยังคงยึดโยงอยู่กับอุดมการณ์แบบชายเป็นใหญ่และกรอบนิยามความเป็นชายแบบอำนาจนำ การเลือกที่จะสวมบทบาทเป็นแฟนคลับของวงไอดอลหญิง โดยเฉพาะในลักษณะที่เปิดเผยตนเองผ่านกิจกรรมเชียร์ สนับสนุน หรือเข้าร่วมชุมชนแฟนคลับ จึงกลายเป็นการกระทำที่ท้าทายอัตลักษณ์ชายกระแสหลักอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม การแสดงออกของผู้ชายที่เลือกติดตามศิลปินไอดอลผู้หญิงยังคงถูกตั้งคำถามจากสังคมไทยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในบริบทที่อุดมคติความเป็นชายแบบไทยยังคงยึดโยงกับภาพของผู้ชายที่ต้องแข็งแกร่ง สุขุม มีเหตุผล ไม่แสดงออกทางอารมณ์ และเป็นผู้นำทั้งในครอบครัวและในสังคม ซึ่งภายใต้อุดมการณ์เช่นนี้ พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมแฟนคลับ การแสดงความหลงใหลในไอดอลหญิง หรือการแสดงความอ่อนไหวทางอารมณ์ในพื้นที่สาธารณะจึงถูกมองว่า

ไม่เหมาะสมกับความเป็นชายหรือเปี่ยงเบนจากบทบาทที่ผู้ชายควรเป็น ภาพของโอตะที่ถูกนำเสนอผ่านสายตาของสื่อมวลชนและกระแสสังคมจึงมักถูกมองว่าเป็นผู้ชายที่ไม่ยอมโต ใช้ชีวิตอยู่กับโลกแฟนตาซี หรือมีพฤติกรรมที่แฝงนัยทางเพศ ซึ่งการถูกวางตำแหน่งเชิงลบเช่นนี้ทำให้การนิยามตัวตนของโอตะทั้ง 6 คนในงานวิจัยชิ้นนี้มีความซับซ้อน การนิยามตัวตนของพวกเขาจึงไม่ใช่เพียงประกาศความชื่นชอบในตัวละครในไอดอลหญิงเท่านั้น แต่ยังเป็นการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่ที่ผสมผสานเรื่องของอารมณ์ความรู้สึก การดูแล และการมีส่วนร่วมในชุมชน ให้เข้ากับบทบาทของแฟนคลับชายในพื้นที่ที่สังคมมักมองว่าเป็นของผู้หญิง

ทั้งนี้ ในส่วนนี้จะเป็นการนำเสนอการนิยามตัวตนในฐานะโอตะของโอตะผู้เข้าร่วมงานวิจัยทั้ง 6 คน โดยนำเสนอประสบการณ์ส่วนตัว การเผชิญหน้ากับคำวิพากษ์วิจารณ์ทางสังคม และกลยุทธ์ที่แต่ละคนใช้ในการตอบโต้ ต่อรอง หรือสร้างพื้นที่ปลอดภัยให้กับอัตลักษณ์ของตนเอง

4.3.1 ทอน

สำหรับทอนแล้ว เขาระบุว่าตัวเองไม่เคยปิดบังว่าเป็นแฟนคลับวง BNK48 แต่เขาจะไม่ยอมบอกเรื่องนี้ให้เพื่อนร่วมงานรู้เด็ดขาด โดยให้เหตุผลว่าไม่อยากถูกเพื่อนร่วมงานล้อเลียน และเขามักแสดงออกว่าตัวเองเป็นแฟนคลับวงดนตรีอินดี้เมื่อต้องเจอคนที่ไม่ค่อยสนิทหรือคนที่ไม่ได้เป็นโอตะเหมือนกัน อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้ทำวิจัยถามว่าเขารู้สึกอย่างไรเมื่อถูกคนนอกมองว่าเป็นโอตะ เขาตอบว่าตัวเองไม่ได้แตกต่างจากติ่งเกาหลี และการติดตามไอดอลก็ไม่ใช่เรื่องที่เสียหาย

“มันเหมือนพวกติ่งเกาหลีนั่นแหละ เราก็ติ่งเหมือนกัน คือมันไม่ได้เสียหายอะไรขนาดนั้น พี่เองก็เป็นโอตาคุเก็บฟิกเกอร์ แล้วพี่เริ่มอ่านการ์ตูนมังงะมาตั้งแต่อนุบาล”

4.3.2 บอล

แม้ลักษณะภายนอกของบอลอาจดูไม่เหมือนโอตะ เพราะเขาไม่ได้แต่งตัวหรือมีสิ่งของที่แสดงให้เห็นว่าเขาเป็นโอตะ แต่บอลไม่เคยปิดบังว่าเขาเป็นโอตะ เขาบอกคนรอบข้างตลอดว่าวันนี้เขาจะไปตามไอดอล การเป็นโอตะจึงไม่ใช่สิ่งที่ทำให้เขารู้สึกอับอาย แต่เขาไม่รู้สึกภูมิใจกับสิ่งที่ตัวเองทำ เพราะไม่มีเรื่องใดๆ ให้น่าภูมิใจสักเท่าไร อย่างไรก็ตาม เมื่ออยู่ระหว่างการยิงมิกซ์เชียร์ ไอดอลที่เสียงดัง มีคำร้องแปลกหู และมีการแสดงท่าทางที่อาจไม่เป็นที่คุ้นเคยของคนทั่วไป บอลบอกว่าเขาไม่รู้สึกอับอายเลย เพราะปกติเขาเองก็ส่งเสียงเชียร์ฟุตบอลในสนามอยู่แล้ว คนอื่นที่ไม่เข้าใจวัฒนธรรมโอตะจะมองอย่างไร เขาก็ไม่สนใจ พร้อมยกตัวอย่างว่าการเชียร์ไอดอลก็เหมือนคนที่ติดตามศิลปินเกาหลี

“ผมไม่อายนะ เพราะปกติเราก็ไปเชียร์บอลในสนามอยู่แล้วไง คนข้างนอกก็ปล่อยเขา เขาไม่เข้าใจ ก็เหมือนเราไปเชียร์ไอดอลนั่นแหละ เหมือนคนที่เขาไปหวีดเกาหลี เราก็ไม่เห็นจะต้องไปว่าเขาเลย มันเป็นเรื่องของเขา เราไม่เข้าใจก็ปล่อยผ่าน”

4.3.3 เกม

เกมไม่เคยปิดบังว่าตัวเองเป็นโอตะ เขามีรูปภาพของไข่มุกตั้งอยู่บนโต๊ะทำงานอย่างเปิดเผย หน้าจอคอมพิวเตอร์ในที่ทำงานก็เป็นรูปไอดอล แล้วเกมยังติดรูปไข่มุกไว้ที่เคสโทรศัพท์ พร้อมกับห้อยพวงกุญแจของ BNK48 ไว้ที่กระเป๋าทำงานของตัวเอง แต่เขาจะไม่แสดงตัวหรือพูดบอกใครว่าตัวเองเป็นโอตะ เว้นเสียแต่ว่าคนอื่นจะถามเขาก่อน อย่างไรก็ตาม เกมระบุว่าเขารู้สึกแยเวลาไปงานคอนเสิร์ตกลางแจ้งของ BNK48 แล้วมีคนนอกมองมาที่เขา เพราะเขารู้สึกว่าโอตะหลายคนแสดงพฤติกรรมแย่ๆ ที่ทำให้คนนอกมองว่าพวกเขาเป็นพวกป่วนงานหรือสร้างความวุ่นวายให้กับคนอื่น

“พี่รู้สึกแยนะ แต่ก็ทำอะไรไม่ได้เลย คือพี่พยายามทำตามกฎของเขาทุกอย่าง แต่พี่ไปห้ามคนอื่นไม่ได้ ซึ่งมันก็มีทั้งโอตะที่ดีและไม่ดีนั่นแหละ อย่างพี่ก็พยายามทำตามกฎ ไม่ยกมือถือสูง ไม่เอากล้องมาตั้งถ่าย ไม่เอาบ้นไคมา ยืนอยู่ในโซนที่เขาจัดให้ แต่หลังๆ มาเจอแบบนี้เยอะไม่ไหว พี่เลยพยายามเลี่ยงงานอีเวนต์ข้างนอก แล้วไปงานที่สามารถจองตัวหรืองานจับมือแทน”

4.3.4 อิค

เมื่อถามอิคว่าการเป็นโอตะ BNK48 ทำให้เขารู้สึกโดนเหยียดจากคนอื่นบ้างไหม อิคตอบว่า “ก็นิดนึง ส่วนมากจะเป็นพวก LGBTQ เพราะมุมมองการเป็นเพศหญิงของคนกลุ่มนี้ต้องเพียส ต้องแรงๆ หน่อย” เมื่อถามต่อว่าส่งผลกระทบต่อจิตใจของอิคไหม เขาตอบว่าไม่

สำหรับอิคแล้ว เขามักแสดงออกว่าตัวเองเป็นโอตะผ่านกิจกรรมการยิงมิทซ์ร่วมกับกลุ่มเพื่อนโอตะ ซึ่งทำให้เขามักจะถูกมองว่าเป็นกลุ่มโอตะที่สร้างความรำคาญให้กับคนรอบข้าง แต่อิคไม่สนใจถ้อยคำครหาจากคนอื่น เพราะเขารู้สึกสนุกทุกครั้งที่ได้เข้าร่วมการยิงมิทซ์ ซึ่งรวมไปถึงการลิฟต์⁶ ที่อิคมักจะเป็นคนที่ถูกลิฟต์ขึ้นไปและมีปฏิสัมพันธ์กับไอดอลบนเวที เมื่อถามเหตุผลว่าทำไมเขาถึงชอบการลิฟต์ อิคระบุว่า “ก็อยากมีตัวตน ไม่จืดจางลิฟต์ทำไมละ แล้วการลิฟต์ก็คือ Male empowerment is key แล้วผู้หญิงก็ทำไม่อีกเหมือนผู้ชายทำ”

⁶ ลิฟต์ (Lift) หรือการต่อตัว เป็นการแสดงอย่างหนึ่งระหว่างการยิงมิทซ์ของโอตะ โดยจะมีคนหนึ่งเป็นฐานยกอีกคนให้สูงขึ้นเท่ากับเวที เพื่อให้คนที่ถูกลิฟต์โดดเด่นเป็นที่สังเกต และใกล้ชิดกับไอดอลมากขึ้น บางคนอาจชูแท่งไฟ ประหมื่อ โบกรัง หรือทำท่าทางอื่นๆ ตามที่คนถูกลิฟต์ต้องการ

4.3.5 อ้อม

อ้อมไม่เคยปิดบังว่าตัวเองเป็นไอตะของวง BNK48 และเขาก็เคยประกาศตัวว่าเป็นไอตะในรายการโทรทัศน์ระดับประเทศ แต่เขาพยายามที่จะไม่คุยเรื่องไอตอลกับเพื่อนคนอื่นที่ไม่ใช่เพื่อนกลุ่มไอตะ เพราะเขารู้สึกว่าคุยกันไม่รู้เรื่องและไม่สนุกเหมือนคุยกับไอตะด้วยกัน

“มันก็แล้วแต่คนมองนะ อย่างวันจันทร์ที่ผ่านมา ผมไปงานเลี้ยงศิษย์เก่างานหนึ่ง คนก็เข้ามาถามว่าเป็นยังไง ไปถึงไหนแล้วกับน้องอร เราก็ตอบว่าจะให้ไปถึงไหนละ เราก็เป็นแฟนคลับไป แต่คนอื่นจะมองว่าจีบไปถึงขั้นไหนแล้ว ได้เบอร์หรือยัง เราก็ต้องบอกว่าน้องเป็นไอตอล คุณจะให้ผมไปเป็นอะไร เขาก็จะถามต่อว่าแล้วคุณไปจับมือทุกครั้งไหม ผมก็บอกว่าไป เขาก็จะแซวว่าแค่จับมือหรือ เราก็ตอบกลับว่าแล้วคุณต้องการอะไรละ ต้องการอะไรจากตรงนั้น คือเขาไม่เข้าใจว่ามันเป็นยังไงในวัฒนธรรมของเรา แต่เราก็เลือกที่จะไม่อธิบายอะไรให้ยืดเยื้อหรือไปตอบโต้”

อย่างไรก็ตาม การเปิดตัวว่าเป็นไอตะในรายการโทรทัศน์ของอ้อมก็กลายเป็นเรื่องดีสำหรับเขา เพราะเขาเป็นที่รู้จักในหมู่ไอตะด้วยกันมากขึ้น เวลาไปงานจับมือก็จะมีคนมาขอถ่ายรูป คนให้ความสนใจเขามากขึ้น ซึ่งเขารู้สึกว่าสนุกและมีความสุข เพราะเขาได้กลายเป็นที่รู้จักของคนอื่นแล้ว

4.3.6 เอก

เอกไม่เคยปิดบังว่าเขาเป็นไอตะ เขามักแสดงออกว่าเขาชื่นชอบไอตอลผ่านการแต่งตัวหรือพวงกุญแจที่ห้อยกระเป๋า เช่นเดียวกับการเป็นไอตะยังมักซ์ที่อาจถูกมองอย่างเหยียดหยาม เขาระบุว่าปัญหาของการเป็นไอตะคือมีกลุ่มที่ไม่เข้าใจว่าวัฒนธรรมการดูไอตอลไม่เหมือนการดูศิลปินทั่วไป แต่จะมีไคต์เชียร์ มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกับไอตอลบนเวที ซึ่งสำหรับเขาแล้ว การไปดูไอตอลคือการเติมเต็มกันและกัน ซึ่งนั่นคือความพิเศษของการเป็นไอตะและวัฒนธรรมไอตอล

“การไปดูไอตอลคือการเติมเต็มกันและกัน น้องคือ 70% ไอตะคือ 30% เอาการรวมกันเพื่อให้โซวมันสมบูรณ์แบบ 100% นี่แหละคือการดูไอตอล ความพิเศษมันอยู่ตรงนี้ การส่งเสียงเชียร์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการลดระยะห่างระหว่างคนดูกับคนบนเวที ซึ่งไอตอลก็ออกมารณรงค์หลายครั้งว่าอยากได้ยินเสียงเชียร์จากไอตะบ้าง แต่มันก็จะมีคนนอกที่ไม่เข้าใจ คิดว่าเราส่งเสียงรบกวน แต่เราต้องย้อนไปว่าเราส่งเสียงเชียร์ในงานของเราในพื้นที่จัดงานของเรา เราไม่ได้ไปเล่นหน้าสะพานลอย พองานเลิกเราก็กลับบ้าน เราก็เป็นคนปกติ”

ไอตะผู้เข้าร่วมงานวิจัยทั้งหมด 6 คนมีภูมิหลัง ลักษณะภายนอก บุคลิกภาพ และประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่พวกเขามีร่วมกันคือการเลือกสวมบทบาท “ไอตะ” ของวง BNK48 อย่างเปิดเผยและจริงจัง และไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการเป็นแฟนคลับของศิลปินไอตอลหญิง

เท่านั้น แต่ยังเป็นการใช้พื้นที่แฟนคลับในการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขา ท่ามกลางบริบทสังคมไทยที่ยังเต็มไปด้วยกรอบค่านิยมแบบชายเป็นใหญ่ การเป็นโอตะของผู้ชายเหล่านี้จึงไม่เพียงเป็นการแสดงออกถึงความชื่นชอบส่วนตัว หากแต่เป็นการประกาศตัวตนและการต่อรองกับสายตาสังคมในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป

หนึ่งในลักษณะที่ปรากฏร่วมกันอย่างเด่นชัดคือการใช้พื้นที่สาธารณะที่ผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนต่างไม่ปฏิเสธหรือปิดบังตัวตนในฐานะโอตะ แม้ว่าแต่ละคนจะเลือกเปิดเผยกับผู้คนรอบข้างในระดับที่ต่างกัน แต่ทุกคนต่างเห็นพ้องกันว่า “การเป็นโอตะไม่ใช่เรื่องน่าอาย” และไม่ได้ลดทอนคุณค่าของความเป็นชายแต่อย่างใด ตัวอย่างเช่นอ้อมและเอกที่แสดงออกอย่างเปิดเผยที่สุด โดยอ้อมถึงขั้นประกาศตนว่าเป็นโอตะผ่านรายการโทรทัศน์ ขณะที่เอกก็แสดงออกผ่านเครื่องแต่งกายและสิ่งของที่ใช้ในชีวิตประจำวันอย่างชัดเจน ในทางตรงกันข้าม ทอนและเกมเลือกที่จะเปิดเผยกับคนรู้จักในวงจำกัด เช่น กลุ่มเพื่อนที่ไว้ใจหรือคนในแวดวงแฟนคลับเท่านั้น เพราะไม่ต้องการเผชิญกับการล้อเลียนหรือสายตาที่ตัดสินจากเพื่อนร่วมงานหรือคนทั่วไป

ขณะที่บอลลและอิค แม้จะไม่ได้แสดงตนอย่างโจ่งแจ้งในพื้นที่สาธารณะ แต่ก็ไม่ลังเลที่จะบอกกล่าวกับคนรอบตัวเมื่อมีโอกาส โดยเฉพาะบอลลที่ยืนยันว่าตนไม่รู้สึกละอายแม้แต่น้อยเมื่อต้องยิงมิกซ์หรือแสดงท่าทางแปลกตาในงานแฟนคลับ เพราะมองว่ากิจกรรมเหล่านี้ไม่ต่างจากการเชียร์บอลในสนาม ซึ่งเป็นสิ่งที่เขาค้นเคย ขณะที่อิคมองว่าการลิปต์ขึ้นเวทีและการยิงมิกซ์ของเขาเป็นการสร้างพื้นที่ให้ตัวเองมีตัวตนในสังคม และใช้คำว่า “male empowerment” เพื่อยืนยันว่าการแสดงออกของเขาไม่ใช่ความอ่อนแอ แต่เป็นพลังในแบบที่เขาควบคุมได้

ในด้านการรับมือกับคำวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม แต่ละคนก็มีวิธีการเฉพาะของตนเอง เช่น อ้อมเลือกจะไม่ตอบโต้หากอีกฝ่ายไม่เข้าใจวัฒนธรรมโอตะ เพราะมองว่า “ไม่มีประโยชน์ที่จะอธิบายให้คนที่ไม่เปิดใจฟัง” ขณะที่เกมรู้สึกไม่สบายใจเมื่อเห็นโอตะบางกลุ่มแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในงานอีเวนต์ เพราะนั่นทำให้เขาและโอตะคนอื่นๆ ต้องเผชิญกับสายตาตัดสินจากคนนอก โดยเกมเลือกที่จะหลีกเลี่ยงงานแฟนมีตที่เป็นพื้นที่เปิด และหันไปเข้าร่วมกิจกรรมที่มีโครงสร้างจัดการมากกว่า เช่น งานจับมือหรือการจอบัตรล่วงหน้า ส่วนทอนและเอกต่างใช้กลยุทธ์การเปรียบเทียบกับ “ดิงเกาหลี่” “แฟนฟุตบอล” หรือ “คนเล่นเกม” เพื่อชี้ให้เห็นว่าความชอบของตนเองไม่ได้แตกต่างจากวัฒนธรรมแฟนคลับทั่วไปและไม่ใช่วิถีปฏิบัติที่ต้องรู้สึกละอาย

แม้จะมีความแตกต่างในระดับการเปิดเผยอัตลักษณ์การเป็นโอตะ และกลยุทธ์การตอบโต้กับเสียงวิพากษ์วิจารณ์จากคนในสังคม แต่สิ่งที่ทุกคนมีร่วมกันอย่างชัดเจนคือไม่รู้สึกละอายกับการเป็นโอตะขัดแย้งกับความเป็นชายของตนเอง ตรงกันข้าม บางคนยังมองว่าการเป็นโอตะคือการ “ต่อเติม” ความเป็นชายในแบบที่ตนเองเลือก โดยไม่ต้องยึดโยงกับภาพลักษณ์ของความแข็งแรง เครื่องขีมิหรือ

อำนาจแบบชายไทยดั้งเดิม⁷ เช่น การแสดงบทบาท “พี่ชายของไอดอล” การส่งเสียงเชียร์อย่างเต็มที่ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมในฐานะผู้สนับสนุน ล้วนเป็นการแสดงออกถึงการเป็นผู้สนับสนุนและการมีส่วนร่วมทางอารมณ์กับวัฒนธรรมไอดอลที่ไม่ลดทอนศักดิ์ศรีของความเป็นชาย

ดังนั้น แม้การมีส่วนร่วมทางอารมณ์กับวัฒนธรรมไอดอลหญิง เช่น การเข้าร่วมงานจับมือ ถ่ายภาพ ส่งของขวัญ หรือตะโกนเชียร์ในคอนเสิร์ต อาจถูกมองว่าเป็นกิจกรรมที่อ่อนโยน เปราะบาง หรือมีลักษณะที่ “ไม่แมน” ตามมาตรฐานอุดมคติความเป็นชายแบบดั้งเดิมในสังคมไทย แต่สำหรับไอดะทั้ง 6 คน พวกเขากลับมองว่าการกระทำเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่ลดทอนศักดิ์ศรีของความเป็นชาย หากแต่เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้พวกเขาได้แสดงความเป็นชายในแบบของตนเองอย่างมั่นใจ โดยไอดะหลายคนให้เหตุผลว่าการสนับสนุนไอดอลคือ “การแสดงความรัก” หรือ “การเป็นพี่ชายที่ดี” ซึ่งเป็นการเสริมสร้างบทบาทของตนเองในฐานะผู้ให้การปกป้อง ดูแล และสนับสนุนอย่างจริงจัง เช่น ตอนที่ระบุว่าภาพถ่ายคือการใช้ “ทักษะ” และ “ความรู้” ในการสร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าในชุมชนแฟนคลับทำให้เขาได้รับการยอมรับจากคนอื่น ขณะที่เอก, อิค, และบอลในฐานะกลุ่มยิงมิกซ์ก็กล่าวว่าการตะโกนเชียร์ไอดอลด้วยพลังเสียงเต็มคือการใช้ร่างกายสร้างบรรยากาศในคอนเสิร์ต และเป็นการแสดงออกที่ไม่ต่างจากการเชียร์ฟุตบอลที่ผู้ชายทั่วไปทำกัน ดังนั้นกิจกรรมเหล่านี้จึงกลายเป็น “พื้นที่ของความเข้มแข็ง” แบบใหม่ที่เขาสามารถยืนหยัดในความเป็นชายได้โดยไม่ต้องทำตามแบบฉบับเดิม ส่วนในมุมของอ้อมและเกม ความรู้สึกทางอารมณ์ที่พวกเขาได้รับจากไอดอล ไม่ว่าจะเป็นแรงบันดาลใจ ความสดใส หรือพลังชีวิต ก็ถูกตีความว่าเป็นพลังบวกที่ช่วยเยียวยาหัวใจ สะท้อนให้เห็นการแสดงความรู้สึกอย่างเปิดเผยและการเป็น “ผู้ชายที่กล้ายอมรับความเปราะบาง” ซึ่งเป็นคุณค่าของความเป็นชายในแบบที่พวกเขาเลือกสร้างขึ้น ดังนั้น การมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมไอดอลจึงไม่ใช่การลดทอนความเป็นชาย หากแต่เป็นกระบวนการ “ต่อรอง” และ “ประกอบสร้าง” ความเป็นชายที่ตั้งอยู่บนฐานของความจริงใจ การแสดงออกทางอารมณ์ และการมีบทบาทในชุมชน

4.4 บทบาทความเป็น “พี่ชาย” และผู้สนับสนุนของไอดะ BNK48

ไอดะผู้ร่วมทำวิจัยทั้ง 6 คนต่างนิยามตนเองในรูปแบบที่แตกต่างกันไปตามบุคลิก ความเชื่อ และวิธีการแสดงออก บางคนใช้การแสดงตัวตนผ่านกิจกรรมแฟนคลับที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการ เช่น งานพบปะแฟนคลับหรือกิจกรรมเปิดตัวผลงานของศิลปิน บางคนใช้การสร้างเนื้อหาหรือสื่อเพื่อ

⁷ ดูเพิ่มเติมในบทความ “รื้อสร้างมายาคติ ‘ความเป็นชาย’ ในสังคมไทย” โดยศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร ซึ่งวิเคราะห์แนวคิดความเป็นชายในสังคมไทย โดยชี้ให้เห็นว่าความเป็นชายแบบดั้งเดิมมักถูกมองผ่านกรอบชีววิทยาและวัฒนธรรม ซึ่งเน้นลักษณะของความแข็งแรง การควบคุมอารมณ์ และบทบาทผู้นำในสังคม

สนับสนุนไอดอล ขณะที่บางคนเลือกจะสนับสนุนผ่านการซื้อตัวเข้าร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งบทบาทที่ไอดะหลายคนกล่าวถึงอาจมองได้ว่าเป็นแนวทางหนึ่งในการจัดวางจุดยืนของตัวเองในฐานะแฟนคลับผู้ให้การสนับสนุนไอดอล โดยไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับมิติทางเพศหรือความรักโรแมนติก การนิยามตัวเองผ่านบทบาทเหล่านี้ยังเปิดพื้นที่ให้ผู้ชายเหล่านี้สามารถแสดงออกถึงความห่วงใย ความอ่อนโยน และความผูกพันกับไอดอลหญิง โดยไม่รู้สึกว่าตัวเองกำลังเบียดเบียนจากกรอบอุดมคติ ความเป็นชายที่สังคมให้คุณค่า

หนึ่งในบทบาทที่ปรากฏอย่างชัดเจนในการนิยามตัวตนของไอดะ BNK48 คือบทบาทของการเป็น “พี่ชาย” (brother) ซึ่งเป็นบทบาทที่ไอดะใช้เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ โดยเฉพาะในบริบทที่ต้องการสื่อสารว่าตนไม่ได้แสวงหาความสัมพันธ์เชิงชู้สาวหรือความสัมพันธ์ที่มีลักษณะครอบครอง แต่เป็นความรู้สึกห่วงใยและต้องการสนับสนุน “น้องสาว” ให้เติบโตขึ้นอย่างมีคุณภาพในเส้นทางที่เธอเลือกเดิน การเรียกตัวเองว่า “พี่ชาย” จึงไม่ใช่เพียงคำเรียกขานที่ให้ความรู้สึกเป็นมิตร แต่เป็นการวางตำแหน่งตนเองเพื่อแสดงออกถึงความพร้อมในการให้การสนับสนุนไอดอลทั้งในเชิงกายภาพ เชิงเศรษฐกิจ และเชิงอารมณ์

ทั้งนี้ ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของไอดะจะชัดเจนมากยิ่งขึ้นเมื่อได้รับการบอกเล่าจากประสบการณ์ตรงของไอดะแต่ละคน ซึ่งผู้ทำวิจัยจะนำเสนอการสวมบทบาทความเป็นพี่ชายและบทบาทอื่นๆ ของไอดะแต่ละคนในส่วนนี้ โดยอธิบายให้เห็นว่าการประกอบสร้างบทบาทดังกล่าวไม่เพียงแต่ทำให้พวกเขารู้สึกมีส่วนร่วมในชีวิตของไอดอล แต่ยังกลายเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายในพื้นที่ที่ขัดแย้งกับความคาดหวังแบบอุดมคติในสังคมกระแสหลัก

4.4.1 ทอน

ทอนไม่ได้เปรียบตัวเองเป็นพี่ชายเสียทีเดียว แต่เขามักจะแทนตัวเองว่าเป็น “ลุง” หลังจากที่เขามักจะหิ้วกล้องถ่ายรูปมาถ่ายรูปไอดอลร่วมกับกลุ่มตากล้อง “แฟนรุ่นลุงของ BNK48⁸” ที่มักจะถ่ายรูปและคลิปวิดีโอเล่นมุกตลกกับไอดอลจนได้รับความนิยมในหมู่ไอดะ และมีผู้ติดตามในโซเชียลมีเดียเป็นจำนวนมาก ทอนเล่าว่าการที่เขาเลือกถ่ายรูปไอดอล ส่วนหนึ่งมาจากความชอบส่วนตัว และอีกส่วนหนึ่งคือเขาเชื่อว่าการถ่ายรูปจะเป็นการช่วยเพิ่มแอร์ไทม์ให้กับไอดอล ซึ่งเขาไม่คิดว่าตัวเองจะได้รับประโยชน์อะไรจากการทำตรงนี้

“เราเป็นคนชอบถ่ายรูปอยู่แล้ว พี่ก็อยากลงให้คนอื่นดูว่าน้องมีมุมสวยเหมือนกันนะ บางคนไม่มีรูปเลย อย่างน้องเคทเนี่ย น้องเป็นคนน่ารักมาก แต่หารูปยากมาก คนไม่

⁸ แฟนรุ่นลุงของ BNK48 คือกลุ่มแฟนคลับของ BNK48 ซึ่งมักจะไปถ่ายวิดีโอพูดคุยและยิงมุกตลกกับไอดอล และนำไปอัปโหลดลงบนแฟนเพจ “แฟนรุ่นลุงของ BNK48” ของตัวเองจนกลายเป็นที่โด่งดังในกลุ่มไอดะ โดยสมาชิกกลุ่มมีอายุตั้งแต่ 20 - 40 ปี

ค่อยได้ถ่ายรูปน้องเคท เพราะน้องออกงานน้อยมาก แต่ออกงานแต่ละทีก็น่ารักมาก พี่เลยอยากให้น้องทุกคนมีแอร์โหม์ เหมือนว่าถ้าเราไม่ช่วย แล้วใครจะช่วยน้อง เรานั่งอยู่เฉยๆ มันก็มีอารมณ์ประมาณว่าถ้าเราไม่ทำแล้วใครจะทำ จะมีคนมาทำแบบนี้ให้น้องไหม ถ้าเราไม่เริ่ม”

ตอนมองว่าการเป็นช่างภาพที่ทำหน้าที่คอยถ่ายรูปไอดอลไปลงในอินเทอร์เน็ต จะสามารถช่วยเหลือไอดอลได้ในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะไอดอลที่ยังมีแฟนคลับไม่มาก เนื่องจากการทำแบบนี้จะช่วยเพิ่มแอร์โหม์ให้กับไอดอล ทำให้คนอื่นมองเห็นพวกเธอมากขึ้น และช่วยเพิ่มฐานแฟนคลับให้กับไอดอลคนนั้นๆ แต่เขาก็ไม่ได้คิดว่าสิ่งที่เขาทำเป็นบุญคุณที่ไอดอลต้องทดแทน เพียงแต่นี้เป็นสิ่งเดียวที่เขาสามารถทำได้ในฐานะแฟนคลับคนหนึ่งเท่านั้น แต่ทอนก็ไม่ปฏิเสธว่าแฟนคลับบางกลุ่ม อย่างแฟนรุ่นลุงของ BNK48 ก็กลายเป็นกลุ่มแฟนคลับที่มีอิทธิพลต่อการสร้างชื่อเสียงและฐานแฟนคลับให้กับไอดอลได้จริงๆ

“มันไม่ใช่เรื่องบุญคุณนะ คือเราก็คอยช่วยให้น้องทุกคนมีแอร์โหม์ อย่างเฉกประจักษ์เขามีแอร์โหม์ของตัวเองอยู่แล้ว แต่เด็กอันเดอร์คนอื่นไม่ค่อยได้ออกงาน เขาจะไปเอารูปที่ไหน ถ้าเราไม่ช่วยน้องใครจะช่วยน้องล่ะ”

“อย่างพ่อแม่ของน้องไอดอลคนหนึ่ง แม่เขาเดินเข้ามาหาเลย เขาบอกว่าฝากลูกเขาด่วนนะ ฝากชีวิตไว้กับพี่คนหนึ่งในกลุ่ม บางคนเขาก็รู้ว่าควรเข้าหาอย่างไร เขาไปหาแล้วจะได้แอร์โหม์ หรือบางทีหัวบ้านก็จะเดินมาฝากด้วยนะ เพราะเขารู้ว่าถ้าน้องมาเล่นตรงนี้ (มีปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับรุ่นลุงของ BNK48) น้องจะได้แอร์โหม์ เราต้องยอมรับว่ารุ่นลุงมีอิทธิพลในเชิงคอนเทนต์เพื่อสร้างแอร์โหม์ให้เด็กคนหนึ่ง เพราะการที่น้องมานั่งตุ้ปลาแล้วไม่ได้พูดอะไร แต่จับตุ้ปลาแล้วน้องมาคุยเล่นด้วย บางครั้งก็สามารถตกคนได้ บางครั้งมันจะเป็นคลิปเล็กๆ น้อยๆ ที่ทำให้รู้สึกว่าน้องน่ารัก โอ้ตะบางคนทีโดน BNK48 ตกก็มาจากคลิปรุ่นลุงนี่แหละ”

4.4.2 บอล

การสัมภาษณ์บอลครั้งแรกเป็นการสัมภาษณ์กลุ่มที่มีเอนั่งอยู่ในวงสัมภาษณ์ด้วย เมื่อผู้ทำวิจัยถามว่าไอดอลเป็นใครสำหรับพวกเขา บอลตอบว่าไอดอลเหมือนน้องสาวของเขา ที่เขาอยากให้งานใจและสนับสนุนไปตลอด ขณะเดียวกันมิวสิคก็เป็นกำลังใจของเขา ช่วยเหลือด้านจิตใจของเขา แต่บอลก็มองว่าการเป็นพี่ชายน้องสาวเป็นเหมือนการวางตัวของโอตะและไอดอลมากกว่า เพราะปฏิเสธไม่ได้ว่าโอตะบางคนก็ไม่ได้คิดว่าไอดอลเป็นน้องสาว แต่อาจจะเป็นภรรยา เจ้าสาว หรือแฟนสาว

“มันก็มีนะโอตะที่บอกว่าอยากเป็นสามีของน้อง โปสต์ทุกวัน โปสต์แล้วแท็กน้องก็มี แบบว่าน้องคนนี้เป็นที่สุดในชีวิตผมแล้ว อยากแต่งงานกับน้อง รอวันที่น้องแกรดออกมา พี่ก็จะไปสู้ออกเป็นเรื่องเป็นราว ซึ่งอันนั้นก็เป็ลสิทธิ์ของเขา มันเป็นการแสดงความรักในอีกรูปแบบหนึ่ง”

อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้ทำวิจัยได้สัมภาษณ์บอลอีกครั้ง ซึ่งครั้งนี้เป็นการนั่งคุยกันตามลำพัง ผู้ทำวิจัยจึงถามบอลอีกครั้งว่าไอดอลเป็นใครสำหรับเขา แต่บอลกลับตอบไม่เหมือนครั้งแรก เขาระบุว่า “ไอดอลก็คือผู้หญิงคนหนึ่งที่เป็นได้หลายอย่าง เป็นคนที่ให้กำลังใจเรา คืออย่างที่เคยบอกว่าบางคนก็คิดเกินเป็นพี่ เป็นน้อง มันก็แล้วแต่คนจะคิด ถ้าว่าเราชอบเขาไหม ถ้าสมมติเราชอบเขาจริงๆ เขาก็ไม่ได้มาชอบเรานี้ เราชอบเขาข้างเดียวก็พอ แบบว่าไม่ต้องคิดอะไรก็ได้ ให้มันจบไป ก็แค่ให้กำลังใจกัน รู้สึกดี เจอหน้ากัน แล้วก็จบ”

4.4.3 เกม

เมื่อผู้ทำวิจัยถามเกมว่าไข่มุกคือใครสำหรับเขา เขานิ่งคิดไปนานก่อนตอบว่าไข่มุกคือความสุขของเขา “สำหรับพี่ เขาเป็นเหมือนลูกหลานคนหนึ่ง ความรู้สึกคือเขาเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวพี่ไปแล้ว ตั้งแต่ที่ได้ไปจัดงาน ได้เข้าไปอยู่ในส่วนของบ้านเพนกัน ครอบครัวเพนกัน⁴⁵ ต่างๆ ได้พูดคุย ก็เลยรู้สึกเหมือนเป็นครอบครัวไปแล้ว ถึงน้องจะจำเราไม่ได้หรือน้องจะไม่รู้จักพี่ก็ตาม”

ความรู้สึกว่าไข่มุกคือคนในครอบครัวทำให้เกมรู้สึกเชื่อมโยงกับเธอมากขึ้น ไม่ว่าจะในช่วงเวลาที่ไข่มุกมีความสุขหรือมีความทุกข์ ยิ่งไปกว่านั้น เกมยังรู้สึกว่าการต่อสู้เพื่อให้ได้อยู่ในวง BK48 ของไข่มุกมีความคล้ายคลึงกับชีวิตของเขา ที่เขาต้องต่อสู้กับความยากลำบากเรื่องการทำงานและเรื่องส่วนตัว แต่เขาก็สามารถผ่านช่วงเวลานั้นมาได้ และการติดตามให้กำลังใจไข่มุกก็ไม่ต่างจากการที่เขาได้มองดูกระจกที่สะท้อนการต่อสู้ของตัวเอง

“ชีวิตของพี่ผ่านช่วงเวลานั้นมาแล้ว มันเลยเหมือนเรามองกระจกย้อนกลับไปช่วงเวลานั้นเราก็เป็นแบบนี้แหละ พอได้เจอน้องที่มีทั้งความพยายาม การแข่งขัน ใฝ่ฝันชีวิตที่เหมือนกับพี่ที่เจอมาเยอะมาก พี่เลยมองว่ามันคล้ายๆ เหมือนกับชีวิตของเรา เพียงแต่เราผ่านมันมาแล้วนั่นเอง แล้วพี่ก็โตแล้ว เคยเป็นอาจารย์สอนเด็ก พี่ก็เห็นไข่มุกเป็นลูกศิษย์คนหนึ่ง ถึงไม่ได้สอนเขาโดยตรง แต่ก็อยากพูดให้กำลังใจ อย่างเวลาไปจับมือ พี่ก็ไปให้คำแนะนำน้องเหมือนกัน”

เกมยังอยากเป็นความสุขให้กับไข่มุก เขาอยากเห็นไข่มุกมีความสุข โดยเกมระบุว่าเขาอยากสนับสนุนไข่มุกไปจนกว่าเธอจะออกจากวง BNK48 และได้อยู่ในจุดที่ไข่มุกรู้สึกมีความสุขกับสิ่งที่ทำ เกมมองว่าการติดตามผลงานของไข่มุกคือการสนับสนุนอีกรูปแบบหนึ่ง

“พี่อาจไม่สามารถเข้าไปให้ความสุขให้กับน้องโดยตรงได้ ไม่สามารถเข้าไปตบพาน้องได้ แต่พี่เชื่อว่าพี่เป็นสิ่งที่เล็กๆ ส่วนหนึ่งที่เข้าไปทำให้น้องรู้สึกดี ผ่านการคอมเมนต์หรือกดหัวใจให้น้อง ถึงน้องจะไม่เห็นก็ไม่เป็นไร เพราะอย่างไข่มุกมีแฟนคลับเยอะมากแล้ว พี่ก็ไม่ค่อยคอมเมนต์อะไรแล้ว อย่างที่บอกว่าพี่เองก็เป็นส่วนเล็กๆ เป็นโอตะธรรมดาที่เดินผ่านไป มีสิทธิ์ก็คือให้กำลังใจน้อง แต่จะไม่เดินผ่านน้อง จะยืนอยู่กับน้องนั่นแหละ จนไปถึงจุดหนึ่งที่น้องโอเคแล้ว พี่ก็จะเดินผ่านไปเหมือนเรื่องจางพ่ายพาน้องไปถึงฝั่ง”

4.4.4 อิค

ผู้ทำวิจัยสังเกตว่าตลอดการสัมภาษณ์ อิคเป็นคนที่พูดน้อยและไม่ค่อยตอบคำถามยาวๆ และอิคก็เป็นโอตะผู้ร่วมทำวิจัยเพียงคนเดียวที่ไม่เปรียบเทียบว่าไอดอลเป็นเหมือนน้องสาว แต่เมื่อผู้ทำวิจัยถามว่าแล้วไอดอลคือใครสำหรับอิค เขาหัวเราะเสียงดังและพยายามเลี่ยงไม่ตอบคำถามจนบอกลที่นัยอยู่ด้วยกันบอกว่า “พูดได้ ไม่เป็นไรหรอก ไม่ผิดหรอก” อิคจึงตอบผู้ทำวิจัยว่าเขาคิดว่าจูเน่คือแฟนของเขา

“จูเน่เป็นแฟนของผมครับ แต่ผมก็ไม่รู้เหมือนกันว่าผมเป็นแฟนของจูเน่หรือเปล่า แต่เขาเป็นผู้หญิงคนหนึ่งในสายตาผม แล้วก็มีการ์ดเมจิก⁹นะ (ทำหน้ามีเลศนัย) ซึ่งการ์ดเมจิกของผมคือคอนเนคชั่น ถามว่ามีหวังหรือเปล่า ผมก็พยายามอยู่นะ แต่ก็ไม่ได้หวังขนาดนั้น”

เมื่อผู้ทำวิจัยถามอิคว่าเขาทำอะไรเพื่อจูเน่ในฐานะแฟนของเธอบ้าง เขาตอบว่า “ไม่ทำอะไรเลยครับ คือมันจะทำอะไรได้ละ แต่ตอนไปจับมือก็ไปบอกว่าเธอเป็นแฟนรานะ” ทั้งนี้ อิคเป็นคนเดียวที่บอกว่าไอดอลและโอตะมีความสัมพันธ์เหมือนผู้ให้บริการและผู้รับบริการ โอตะเปรียบเสมือนลูกค้า (customer) เป็นคนจ่ายเงินซื้อของ เขาจึงสามารถพูดอะไรก็ได้ในฐานะลูกค้า เมื่อผู้ทำวิจัยแสดงความคิดเห็นว่าพฤติกรรมนี้อาจจะสื่อถึงเรื่องเพศได้ อิคก็เห็นด้วย

เมื่อมีโอกาสคุยกันอีกหลายครั้ง อิคยอมรับว่าตัวเขาเองก็แสดงพฤติกรรมโม้ย¹⁰ ไอดอล ไม่ว่าจะเป็นการดูรูปภาพตัดต่อรูปใบหน้าของไอดอลกับรูปใบ้ การดูวิดีโอดีฟเฟก¹¹ (deepfake) หรือวิดีโอที่มีการนำใบหน้าของไอดอลไปตัดต่อใส่แทนหน้าของนางเอกหนังใบ้ การชมดูสัดส่วน หรือมุกกลิ้งที่ล้อแหลมจากการแสดงของไอดอลบนเวที เป็นต้น ซึ่งมีครั้งหนึ่งที่อิคส่งภาพและคลิปใบ้เหล่านี้มาให้ผู้ทำวิจัยดูเป็นตัวอย่าง พร้อมบอกว่า “การทำหรือพูดในที่ปิดก็คงไม่ถือเป็น การละเมิดหรอก แต่ถ้ามันหลุดไปเมื่อไรก็คงจะเป็นการละเมิดแหละมั้ง”

⁹ การ์ดเมจิก (Dark Magic) มีความหมายคือมนต์ดำ แต่ในบริบทนี้ อิคต้องการบอกว่าเขามีช่องทางที่จะทำให้เขาสามารถเข้าถึงจูเน่และจีบเธอมาเป็นแฟนของเขาได้

¹⁰ โม้ย มาจากคำว่า “คิโม้ย” ในภาษาญี่ปุ่น ย่อมาจากคำว่า คิโมจิ วารุย (気持ち悪い) แปลว่าเสียความรู้สึก ความรู้สึกที่ไม่ดี รู้สึกแย่ ไม่เป็นที่พอใจ โดยบล็อกชื่อ “บันเทิงแล้ว” ได้อธิบาย โอตะบางคนก็เรียกตัวเองว่าพวกโม้ย จะมีพฤติกรรมดังต่อไปนี้ 1.) นำรูปของไอดอลไปโพสต์ในโซเชียลมีเดีย แล้วตั้งแคปชั่นอนาจารหรือสองแง่สองงาม บางรูปอาจล้อแหลม เช่น รูปไอดอลที่ทำการแสดงบนเวทีแล้วกระโปรงเปิด หรือรูปภาพที่แคปมาจากไลฟ์ของไอดอล เป็นต้น และ 2.) พวกโม้ยอีกกลุ่มจะไม่โพสต์หรือหารูปเอง แต่จะไปติดตามเพจโม้ย เมื่อมีการนำรูปของไอดอลมาโพสต์ พวกเขาจะเข้าไปแสดงความคิดเห็นในลักษณะคุกคามทางเพศ เช่น อายากเลีย เป็นต้น

¹¹ ดีฟเฟก (deepfake) เป็นการรวมคำว่า deep learning (การเรียนรู้เชิงลึกของ AI) กับคำว่า fake (ของปลอม) หมายถึงสื่อที่ถูกสร้างขึ้นโดยใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อเลียนแบบใบหน้า ท่าทาง หรือเสียงของบุคคลจริงอย่างแนบเนียน ปรากฏการณ์ deepfake ได้กลายเป็นประเด็นสำคัญในด้านจริยธรรม ความเป็นส่วนตัว และการใช้ข้อมูลส่วนบุคคล โดยเฉพาะในกรณีของ deepfake porn ซึ่งส่งผลกระทบต่อสิทธิในร่างกายและการถูกละเมิดทางเพศเชิงดิจิทัล

อย่างไรก็ตาม อิคมองว่าโตะที่โม้ยออกสื่อส่วนใหญ่มักเป็นโตะที่อยากมีตัวตน แล้วก็ในกลุ่มที่ชอบประกาศว่าตัวเองเป็นซิมเซ่หรือมีปัญหาที่บ้าน ทั้งนี้ อิคเชื่อว่าโตะทุกคนมีความรู้สึกที่อยากจะโม้ยไอดอลอยู่แล้ว แต่ก็รู้จักที่จะเก็บเรื่องแบบนี้เอาไว้กับตัวเองหรือพูดคุยกับเพื่อนสนิทเท่านั้น โดยประเด็นเรื่องการโม้ยเป็นประเด็นหนึ่งที่ทำให้กลุ่มโตะถูกโจมตี โดยเฉพาะจากกลุ่ม “เฟมทวิต¹²” ที่มักจะโจมตีโตะว่าเป็นพวกละเมิดสิทธิของผู้หญิงและวัฒนธรรมไอดอลก็เป็นการเอาเปรียบผู้หญิง ซึ่งอิคมองว่ากลุ่มเฟมทวิตของคิดไปเอง และบางครั้งก็นำสิ่งที่ไม่ถูกต้องหรือสิ่งที่ตัวเองไม่เข้าใจมาโจมตีกลุ่มโตะ

4.4.5 ออม

สำหรับออมแล้ว ไอดอลที่เขารักชื่นชอบเปรียบเสมือนน้องสาวที่เขาอยากเห็นเธอประสบความสำเร็จ เขาระบุว่าเขาไม่เคยคิดว่าอยากเป็นแฟนอเลย สิ่งนั้นไม่เคยอยู่ในหัวของเขาเลย แม้แต่น้อย

“อรเป็นเหมือนน้องสาว เราไม่เคยคิดเรื่องที่มีนจะเป็นแบบอื่น หรือว่าต้องเป็นแฟนอ มันไม่มีอยู่ในหัวเลย มันเป็นความรู้สึกที่เราอยากเห็นเขาประสบความสำเร็จ เวลามีคนบอกให้เราฝากผลงานหน่อย ผมก็จะบอกว่าผมมีผลงานอะไรอยู่ แล้วผมก็จะฝากอ คือเราเต็มใจที่จะบอกว่าฝากอด้วยนะครับ ถึงแม้เราจะโปรโมตผลงานของเราไปแล้ว แต่เราก็จะฝากเชียร์อด้วยเสมอ”

เมื่อผู้ทำวิจัยถามออมว่าเขาเป็นศิลปินอิสระที่ยังไม่มีคนรู้จักมากนัก แต่เขาก็พูดฝากผลงานของอรและ BNK48 ซึ่งมีแฟนคลับและมีคนรู้จักมากกว่าเขาอยู่เสมอ ออมเคยรู้สึกว่สิ่งนี้ไม่ยุติธรรมกับตัวเองบ้างไหม ออมตอบเสียงดังฟังชัดว่าเขาไม่รู้สึกอะไรเลย และต่อให้อรจะจดจำเขาไม่ได้ เขาก็จะยังทำแบบนี้ต่อไป เมื่อถามต่อไปว่าอรเป็นน้องสาวที่ออมอยากช่วยให้เธอทำตามความฝันจนสำเร็จหรือไม่ ออมเงียบคิดอยู่นาน ก่อนจะตอบว่า “อรเป็นเหมือนสิ่งที่เรารัก อรเป็นเหมือนแมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด (manchester united) ที่เราเชียร์มาตั้งแต่เด็ก อรก็เป็นแมนยูในอีกโลกหนึ่ง เป็นแมนยูในโลกไอดอล” ผู้ทำวิจัยจึงถามต่อว่าทำไมออมจึงเอาไอดอลกับทีมฟุตบอลที่เขาชื่นชอบตั้งแต่เด็กมาเทียบกัน ในเมื่อเขาเพิ่งรู้จักอ ออมตอบว่า “เพราะเราเสียน้ำตาให้กับทั้งสองสิ่งนี้ กับแมนยูเราก็เสียน้ำตามาแล้ว กับอเราก็เสียน้ำตาให้น้อง อย่างตอนเลือกตั้งที่มีประกาศผลด่วน ตอนที่อรร้องไห้มันทำให้ผมรู้สึกว่แบบนี้ไม่ได้แล้วนะ ถึงเราจะรู้ว่เกอะว่ามันอยู่ที่แรงโหวต ทางบ้านแฟนคลับอาจจะมึแผนในการโหวตน้อง แต่พอเราเห็นน้ำตาน้องแล้วมันไม่ได้จริงๆ”

¹² เฟมทวิต เป็นคำเรียกกลุ่มผู้หญิงที่ออกมาขับไล่คนส่งผ่านพื้นที่ออนไลน์ เช่น ทวิตเตอร์ มีที่มาจากกรณีการล้อเลียนผู้หญิงที่ลุกขึ้นมาถกเถียงและพูดคุยเรื่องความเท่าเทียมทางเพศในโซเชียลมีเดีย หลังจากกลุ่มผู้ใช้เฟสบุ๊กที่ชื่อว่า The sanctuary of เบียชียหาย มักโพสต์ข้อความที่มุกตลกเรื่องเพศ โพสต์ที่มีเนื้อหาเหยียดเพศ หรือสนับสนุนความรุนแรงทางเพศ พร้อมกับมีการแสดงความคิดเห็นในเชิงล้อเลียน ตีตรา เล่นมุกตลกซ้ำกัน แต่อ้างเรื่องเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น

น้ำตาของออร์คือจุดเริ่มต้นให้อ้อมตัดสินใจที่จะแต่งเพลงเพื่อทำเป็นแฟนซอง¹³ (fan song) เพื่อช่วยหาเสียงทำคะแนนให้กับออร์ในช่วงการเลือกตั้งของวง และกลายมาเป็นเพลงที่อ้อมบอกว่าทำขึ้นมาเพื่อออร์คนเดียว “เราไปทำปีทกับรุ่นน้องที่รู้จัก แล้วก็ชวนแฟนคลับที่อยู่ในบ้านของออร์มาช่วยร้องคอรัสในท่อนที่ต้องร้องหลายคนเพื่อให้มันดูฮึกเหิม”

แต่อ้อมจะบอกว่าเขาต้องการสนับสนุนออร์ แต่อ้อมก็ไม่ปฏิเสธว่าการที่เขาประกาศตัวว่าเป็นโอตะที่ชื่นชอบออร์ในรายการโทรทัศน์ก็ส่งผลดีกับตัวเองเช่นกัน โดยการประกาศตัวครั้งนั้นทำให้ฐานแฟนคลับของอ้อมขยายตัวมากขึ้น ส่วนใหญ่ก็เป็นกลุ่มโอตะที่สนับสนุน BNK48 มีคนเริ่มให้ความสนใจอ้อมในฐานะศิลปิน เช่นเดียวกับเรื่องคอนเนกชันการทำงานที่อ้อมยอมรับว่าหลายงานที่เขาได้รับก็มาจากกลุ่มโอตะเช่นกัน

4.4.6 เอก

เอกบอกว่าสำหรับเขา BNK48 เปรียบเสมือนน้องสาวของเขา และเขาก็อยากให้กำลังใจน้องสาวคนนี้ได้เติบโตในสายงานไอดอล โดยเอกระบุว่า “เราอยากให้กำลังใจน้องคนนี้ เราอยากเห็นเขาเติบโตขึ้นไปในสายงานของเขา จนวันหนึ่งเขามีแฟน มีลูก เรายังยินดีเลยนะ เพราะเขามอบความสุขให้เราแล้ว วันหนึ่งที่เขาจะออกจากวงไปแล้ว เขาก็ควรได้รับความสุขบ้าง เรารู้สึกยินดีกับตรงนี้ เราจะตามเขาไปจนกว่าเขาจะออกจากวง หรือออกจากวงไปแล้วเราก็จะยังติดตาม”

เมื่อผู้ทำวิจัยถามว่าเขารู้สึกว่าตัวเองเป็นคนสนับสนุนและดันให้โมบายและสมาชิกวง BNK48 คนอื่นๆ ประสบความสำเร็จอย่างทุกวันนี้หรือไม่ เอกตอบว่าไม่ใช่ เพราะเขาไม่ได้เป็นสายเปย์หรือมีเงินมากพอ แต่เขาก็สนับสนุนในส่วนที่เขาทำได้ แต่เมื่อถามว่าอะไรคือเหตุผลให้เอกอยากช่วยเหลือและให้กำลังใจไอดอล เขาหยุดคิดไปและบอกว่าบางทีก็ไม่มีเหตุผล เขาแค่อยากทำ ผู้ทำวิจัยจึงถามต่อว่าทำไมไปเพราะความรู้สึกรักหรือเปล่า เอกตอบว่าก็ส่วนหนึ่ง และเขาก็ยอมรับว่ามีบางช่วงเวลาที่เขาก็คิดอยากเป็นแฟนกับไอดอลเหมือนกัน เขาบอกว่า “คือไม่ได้อยากได้น้องเป็นแฟนนะ แต่เราอยากได้คนแบบน้อง สไตร์แบบน้องมาเป็นแฟน คือเรารู้สึกว่าสเปคของเราต้องแบบนี้เลย หน้าตาคล้ายก็ได้ อาจจะผมสั้นแบบนี้หรือตัวขนาดนี้”

“ถ้าจะบอกว่าโอตะตามน้องที่หน้าตา ส่วนหนึ่งก็ใช่ แต่ถ้าถามคนยุคแรกอย่างผม บอกเลยว่าไม่ใช่ เรารู้สึกดีใจที่ได้เห็นพัฒนาการของน้อง คือคนที่ตามส่วนใหญ่ก็พูดเอาหล່ แต่เราคิดแบบนั้นจริงๆ เราไม่ได้รู้สึกว่ามันเป็นแฟนหรืออะไร ด้วยความรู้สึกโตขึ้น เรารู้สึกว่าเราควรอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริง มันไม่ใช่โลกการ์ตูน และเราอยากให้กำลังใจน้องคนหนึ่งมากกว่า”

¹³ Fan Song คือเพลงพิเศษที่แฟนคลับทำขึ้น โดยมีเนื้อหาให้กำลังใจ ถ่ายทอดความรู้สึกดีๆ ที่แฟนคลับมีให้กับศิลปิน และนำเสนอความน่ารักของศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบ โดยความโด่งดังของ BNK48 ก็ทำให้ Fan song ของไอดอลคนอื่นๆ ได้รับความนิยมตามไปด้วย

อย่างไรก็ตาม เธอบอกว่าการเปรียบไอดอลว่าเป็นเหมือนน้องสาวหรือลูกหลาน และคอยให้กำลังใจพวกเธอ แตกต่างจากการให้กำลังใจและดูแลน้องสาวหรือหลานสาวในสายเลือดของตัวเอง ส่วนหนึ่งเป็นเพราะภาพลักษณ์ของไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ แต่น้องสาวหรือหลานสาวในครอบครัว พวกเขารู้เบื้องลึกเบื้องหลังของน้องหรือหลาน จึงทำให้พวกเขาเชียร์หรือให้กำลังใจพวกเธอไม่ลง และยังเป็นความสัมพันธ์แบบคนในครอบครัวที่พวกเขาไม่ยากแค้นต้อง

“คืออย่างนี้ เราดูไอดอลเราก็ดูที่ภาพลักษณ์ด้วยส่วนหนึ่ง คือเบื้องหลังจะเป็นยังไงเราไม่รู้ มันอาจจะเละเทะ น้องอาจจะดูบุหรี แต่เบื้องหน้าน้องสดใส น้องคือพลังงานที่ดีให้กับเรา เราก็รู้สึกดี เราก็รู้สึกอยากสนับสนุนคนแบบนี้ แต่หลังจากเราไม่รู้ อาจจะมีเหล้าตั้งอยู่ อาจจะมีบุหรีคนละตัวสองตัว”

คุณลักษณะสำคัญของไอดะ BNK48 ที่ปรากฏอย่างชัดเจนจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม คือการเลือกสวมบทบาทเป็น “พี่ชาย” ของไอดอล ซึ่งบทบาทดังกล่าวไม่ได้จำกัดอยู่ในระดับการใช้ถ้อยคำเรียกขาน แต่เป็นเครื่องมือเชิงสัญลักษณ์ที่ผู้ชายใช้ในการจัดวางตนเองในความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์กับผู้หญิงรุ่นน้อง โดยไม่ต้องพัวพันกับความสัมพันธ์ทางเพศหรือเชิงโรแมนติก บอลนิยามความสัมพันธ์ระหว่างตัวเขากับมิวสิกว่าเป็นแบบ “พี่ชายกับน้องสาว” โดยมองว่าไอดอลคือคนที่เขาอยากให้กำลังใจ แต่ขณะเดียวกันก็ยอมรับว่าไอดะบางคนก็อาจมองว่าไอดอลเป็น “ภรรยา” หรือ “คนรัก” บอลเข้าใจและเคารพในความหลากหลายนี้ และเลือกวางตัวเองในจุดที่เขาคิดว่า “ให้กำลังใจได้ แต่ไม่คาดหวังสิ่งตอบแทน” บอลจึงแสดงบทบาทพี่ชายในลักษณะที่มีความเป็นเหตุเป็นผลสูง เขาไม่หลอกตัวเองว่าไอดอลจะมารักเขา แต่ก็ไม่ได้ตัดทอนอารมณ์ของตนเอง บทบาทพี่ชายของเขาจึงเป็นความสัมพันธ์ที่มีขอบเขตและไม่ล้ำเส้น แต่ก็ไม่ใช่หนีจากความรู้สึกดีๆ ที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจมองได้ว่าความเป็นชายของบอลจึงตั้งอยู่บนฐานของการควบคุมอารมณ์ การเข้าใจขอบเขต และความสามารถในการรักโดยไม่ผูกขาด

สำหรับอ้อมที่มองว่าเธอคือ “น้องสาว” ที่เขาอยากสนับสนุนให้ประสบความสำเร็จ โดยไม่เคยคิดเรื่องการมีความสัมพันธ์เชิงคนรักเลยแม้แต่น้อย เขาเปรียบเธอกับ “แมนเชสเตอร์ยูไนเต็ด” ทีมฟุตบอลที่เขาเชียร์มาตั้งแต่เด็ก ความรู้สึกนี้เป็นทั้งความศรัทธา ความผูกพัน และความคาดหวังในชัยชนะของคนที่เรารัก ทำให้อ้อมสนับสนุนไอดอลผ่านการทำเพลงและการช่วยโปรโมตเธอในพื้นที่สาธารณะโดยยอมรับว่าเขาได้รับประโยชน์กลับมาในด้านชื่อเสียง แต่ก็ไม่เคยลดทอนความตั้งใจในการเป็นผู้สนับสนุน ความเป็นชายของอ้อมจึงเกิดจากการแสดงออกทางอารมณ์อย่างเปิดเผย ความภาคภูมิใจในความเปราะบาง และการใช้ศิลปะเป็นเครื่องมือในการมอบแรงสนับสนุน

ขณะที่เอกเปรียบไอดอลที่เขาชื่นชอบว่าเป็น “น้องสาว” ที่เขาอยากเห็นเติบโต แม้จะยอมรับว่ามีบางครั้งที่รู้สึก “อยากได้คนแบบน้องเป็นแฟน” แต่ก็ย้ำชัดเจนว่าความสัมพันธ์กับไอดอลควรยืนอยู่บนโลกแห่งความเป็นจริง เอกไม่เคยคิดว่าตนเป็น “ผู้สร้างความสำเร็จ” ให้ไอดอล แต่เชื่อว่าการรักเล็กๆ ของเขาในฐานะโอตะธรรมดาก็สามารถส่งพลังใจให้ไอดอลได้ ไม่เพียงเท่านั้น เขายังสะท้อนว่าการให้กำลังใจไอดอลแตกต่างจากการให้กำลังใจคนในครอบครัว เพราะไอดอลคือ “ภาพลักษณ์” ที่สร้างพลังงานบวก ในขณะที่คนใกล้ชิดคือความจริงที่อาจไม่ได้สดใสเสมอไป ดังนั้น ความเป็นชายของเอกจึงเกิดจากการจัดการกับความรู้สึกของตนเอง ความสามารถในการรักโดยไม่ต้องครอบครอง และการวางตำแหน่งตนเองให้เป็นเพียงแรงใจเจียบๆ ที่อยู่ในระยะปลอดภัย

ทอนไม่ได้ใช้คำว่า “พี่ชาย” เพื่อนิยามตัวเอง แต่เลือกใช้คำว่า “ลุง” (uncle) และบทบาทของเขาในฐานะช่างภาพไอดอลก็คือการถ่ายภาพและเผยแพร่เพื่อให้ไอดอลที่ไม่โด่งดังได้ “แอร์ไทม์”¹⁴ (airtime) มากขึ้น ทอนระบุอย่างชัดเจนว่าเขาไม่ได้หวังผลตอบแทน ไม่ได้ต้องการความสนใจจากไอดอล หากแต่ทำไปด้วยความรู้สึกว่า “ถ้าเราไม่ทำ แล้วใครจะช่วยน้อง” บทบาทของทอนจึงเปรียบเสมือนพี่ชายที่ให้การสนับสนุนไอดอลในระดับเบื้องหลัง โดยไม่เรียกร้องการจดจำ แต่รับรู้ถึงอิทธิพลของตนเองในฐานะสื่อกลางที่สามารถสร้างพื้นที่ให้ไอดอลที่ยังไม่มีฐานแฟนคลับได้ปรากฏตัวในโลกออนไลน์ ทอนจึงเป็นตัวอย่างของโอตะที่แสดงบทบาทพี่ชายผ่านการลงแรง การลงทุน และการมอบทรัพยากรเชิงสื่อสาร ให้กับไอดอล โดยไม่ยึดโยงกับการครอบครองหรือความสัมพันธ์ใดๆ การรื้อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของทอนจึงอยู่บนฐานของการให้อย่างไม่มีเงื่อนไข ความเสียสละ และวุฒิภาวะของผู้ให้อุปถัมภ์

ด้านเกมก็นิยามว่าไข่มุกเป็น “ลูกหลาน” และ “ส่วนหนึ่งของครอบครัว” เขารู้สึกผูกพันทางอารมณ์อย่างลึกซึ้งและมีการเปรียบเทียบระหว่างชีวิตของไข่มุกกับเส้นทางชีวิตของเขาเอง อย่างไรก็ตาม เกมไม่ได้ต้องการการจดจำจากไอดอล เขายืนยันว่าตัวเองคือ “ส่วนเล็กๆ” ที่จะอยู่กับไอดอลตราบนานเท่านานที่ยังมีสิทธิ์อยู่ และจะยืนอยู่ตรงนั้นจนกว่าไอดอลจะมีความสุขในเส้นทางของเธอเอง เพราะเหตุนี้ อัตลักษณ์ความเป็นชายของเกมจึงตั้งอยู่บนความอ่อนโยน ความเข้าใจ และความความสามารถในการมอบพลังให้ผู้อื่นโดยไม่ต้องมีการตอบแทน

อย่างไรก็ตาม ในบรรดาโอตะผู้ร่วมทำวิจัยทั้ง 6 คน อีกคือคนเดียวที่ปฏิเสธบทบาทพี่ชายอย่างสิ้นเชิง เขานิยามจูนว่าเป็น “แฟน” และเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างโอตะกับไอดอลว่าเป็น “ลูกค้า-ผู้ให้บริการ” ซึ่งสะท้อนมุมมองแบบบริโภคนิยมและความต้องการครอบครองที่แฝงด้วยการล่าเส้นในเชิงเพศ อีกยังแสดงพฤติกรรม “โม้ย” ไอดอลอย่างเปิดเผยในพื้นที่ปิด พร้อมวิจารณ์

¹⁴ แอร์ไทม์ (airtime) หมายถึงช่วงเวลาที่ใช้ในการออกอากาศในสื่อหรือบนเวที เช่น เวลาที่ได้ออกกล้อง ได้พูด หรือแสดงต่อหน้าผู้ชมในรายการหรือกิจกรรมต่างๆ ซึ่งมักถูกใช้เป็นตัวชี้วัดความสำคัญและความนิยมของสมาชิกของวงไอดอลในหมู่แฟนคลับ

กระแสเฟมินิสต์ว่า “คิดไปเอง” และโจมตีโอดะโดยไม่เข้าใจวัฒนธรรมจริง บทบาทของโอดะจึงอยู่นอกเหนือกรอบพี่ชายที่ไม่มีเงื่อนไข เขาสะท้อนภาพของโอดะกลุ่มหนึ่งที่ใช้พื้นที่ของโอดอลในการตอบสนองอารมณ์ทางเพศและความต้องการมีตัวตน ซึ่งตรงกันข้ามกับความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ของผู้ให้สัมภาษณ์คนอื่นๆ อย่างชัดเจน

แม้โอดะผู้ร่วมทำวิจัยแต่ละคนจะมีวิธีการมองและแสดงออกถึงความเป็นพี่ชายที่แตกต่างกัน บางคนตีความบทบาทของตัวเองในฐานะแฟนคลับใหม่ให้อยู่ภายใต้กรอบความสัมพันธ์ทางครอบครัว (fictive kinship) ที่วางตัวเองเป็น “พี่ชาย” หรือ “สมาชิกในครอบครัว” ของโอดอล ขณะที่บางคนปฏิเสธบทบาทนี้อย่างสิ้นเชิง แต่ทุกคนล้วนใช้ความสัมพันธ์กับโอดอลในการก่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตนเอง และมีแกนกลางร่วมกันคือความต้องการสนับสนุนโอดอลด้วยเงื่อนไขของความรักและห่วงใย โดยไม่จำเป็นต้องได้รับการตอบแทนหรือการยอมรับกลับมาในแบบคู่รัก บทบาทพี่ชายที่พวกเขาสถาปนาขึ้นจึงกลายเป็นรูปแบบหนึ่งของอำนาจที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ชายสามารถแสดงออกทางอารมณ์ได้อย่างปลอดภัยในวัฒนธรรมที่มักถูกมองว่าเป็นกิจกรรมที่หญิงเลือกทำ และทำให้โอดะสามารถก่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ขึ้นมาได้ ดังนั้น บทบาทพี่ชายจึงไม่ได้เป็นแค่คำเรียกเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการให้ความหมายและสร้างความเป็นชายใหม่ในวัฒนธรรมที่สังคมมองว่า “ไม่เหมาะสมกับผู้ชาย” โดยบทบาทนี้เปิดโอกาสให้ผู้ชายสามารถแสดงความรัก การให้การสนับสนุน ความห่วงใย และความเสียสละ ได้โดยไม่ถูกลดทอนความเป็นชายของตัวเอง

4.5 พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของวัฒนธรรมโอดะโอดอล BNK48

นอกจากบทบาทในฐานะผู้สนับสนุนหรือ “พี่ชาย” ของโอดอลแล้ว การเข้าร่วมกิจกรรมแฟนคลับต่างๆ ก็เป็นอีกหนึ่งมิติสำคัญที่ช่วยให้โอดะสามารถแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองทั้งในฐานะปัจเจกและในฐานะสมาชิกของชุมชน การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านี้ เช่น การเข้าร่วมงานจับมือ การยิงมิกซ์ การถ่ายภาพ การจัดทำของขวัญ ไปจนถึงการช่วยงานภายในบ้านแฟนคลับ ไม่ได้เป็นเพียงพฤติกรรมของผู้บริโภค แต่สะท้อนถึงรูปแบบการบริโภคเชิงวัฒนธรรมที่โอดะใช้เพื่อแสดงความผูกพันและความภักดีต่อโอดอล รวมถึงเป็นการสร้างคุณค่าทางอารมณ์และสังคมจากการเข้าร่วมในกิจกรรมเหล่านั้น

ขณะเดียวกัน การเข้าร่วมกิจกรรมของโอดะยังเปิดพื้นที่สำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality) ในลักษณะที่ปราศจากแรงดึงดูดทางเพศ หรือที่เรียกว่าความสัมพันธ์

เชิงอารมณ์ที่ไม่มีนัยทางเพศ¹⁵ (platonic relationship) ซึ่งเน้นความผูกพันทางอารมณ์ ความไว้น้ำใจ เชื่อใจ และการสนับสนุนกันโดยไม่มีองค์ประกอบของความรักหรือแรงปรารถนาทางเพศ ความสัมพันธ์ลักษณะนี้พบได้อย่างเด่นชัดในกลุ่มโอตอะที่ทำกิจกรรมร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ เช่น การยิงมิกซ์เป็นกลุ่ม การแบ่งหน้าที่ในบ้านแฟนคลับ หรือการถ่ายรูปและตัดต่อวิดีโอสนับสนุนโอตอะ ซึ่งล้วนแต่เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดสายสัมพันธ์และความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันภายในกลุ่มผู้ชายที่มีความสนใจร่วมกัน

ในส่วนนี้ ผู้ทำวิจัยจะนำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของโอตอะผู้ชายทั้ง 6 คน ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมในวัฒนธรรมโอตอะโอตอล ไม่ได้เป็นเพียงการบริโภคเพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการที่โอตอะใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่เช่นเดียวกับความสัมพันธ์ระหว่างกันในพื้นที่ซึ่งเดิมไม่ได้ถูกมองว่าเป็นพื้นที่ของความเป็นชาย

4.5.1 กิจกรรมงานจับมือ (handshake event)

หนึ่งในกิจกรรมที่สำคัญที่สุดในวัฒนธรรมโอตอะของวง BNK48 คือกิจกรรมงานจับมือ (handshake event) ซึ่งสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการมีส่วนร่วมของแฟนคลับในฐานะผู้สนับสนุนที่มีบทบาททั้งในเชิงเศรษฐกิจและอารมณ์ งานจับมือถือเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้โอตอะได้มีปฏิสัมพันธ์กับโอตอลอย่างใกล้ชิดในระยะเวลาสั้นๆ และกลายเป็นพื้นที่ที่ผู้ชายหลายคนใช้แสดงบทบาทของ “พี่ชาย” ผ่านการพูดคุยให้กำลังใจหรือแสดงความผูกพันในลักษณะที่ไม่มีข้อแลกเปลี่ยนเชิงชู้สาว และในส่วนนี้ ผู้ทำวิจัยจะนำเสนอประสบการณ์ของโอตอะผู้ร่วมวิจัยทั้ง 6 คนที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมงานจับมือเพื่อวิเคราะห์ว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าวมีความหมายอย่างไรต่อการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขาในฐานะโอตอะชายของ BNK48

4.5.1.1 ทอน

ทอนเล่าให้ผู้ทำวิจัยฟังว่าทุกครั้งที่เขาไปร่วมงานจับมือของ BNK48 เขาจะได้รับความรู้สึกดีๆ กลับมาเสมอ โดยการไปจับมือกับโอตอลเป็นเหมือนการช่วยคลายเครียดให้กับพวกเธอ ได้ชวนโอตอลคุยเล่น และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน เขาบอกว่าสำหรับคนที่รู้สึกท้อแท้ การไปจับมือกับโอตอลช่วยให้กำลังใจได้จริง แต่ส่วนตัวทอนไม่ได้ไปขอกำลังใจจากโอตอล แต่เขาเป็นคนไปสร้างความสนุกให้กับโอตอลที่เขาไปจับมือด้วยมากกว่า

“ก็เหมือนเวลาเราเจอเด็ก บางคนก็เป็นหลาน เหมือนลูกเหมือนหลานจริงๆ ก็ไม่ได้คุยอะไรกันมาก ถ้าไปหาจิบก็บอกว่ามาหาแล้วนะ พี่ไม่ได้ไปจับมือจิบบ่อย แต่น้องจำได้

¹⁵ ความสัมพันธ์เชิงอารมณ์ที่ไม่มีนัยทางเพศ (platonic relationship) หมายถึงความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นทางอารมณ์และจิตใจระหว่างบุคคล โดยไม่มีแรงจูงใจทางเพศหรือความรักแบบคู่รัก

ว่าเราไปหา พี่ก็จะบอกว่าพี่มาหาแล้วนะ สู้ไว้ แต่ส่วนใหญ่พี่ไม่ค่อยบอกให้น้องรู้ซะ เพราะรู้สึกว่
น้องเป็นนักสู้ในตัวอยู่แล้ว แค่ว่าเราไปหา ไปคุยเล่น เราอยากคุยเล่นมากกว่าที่จะไปให้กำลังใจ เพราะ
คนให้เยอะแล้ว เราไปคุยให้น้องคลายเครียดดีกว่า”

ทุกครั้งที่ไปงานจับมือ ทอนไม่ได้พยายามแต่งตัวให้ดีกว่าเดิม แต่เขาจะ
แต่งตัวเหมือนเดิมที่เขาแต่งไปเจอผู้คนนอกบ้าน สวมกางเกงยีนส์ เสื้อยืด และสวมหมวก พร้อมติด
กล้องถ่ายรูปใส่กระเป๋าไปด้วยทุกครั้ง เมื่อถามว่ารู้สึกตื่นเต้นกับการไปงานจับมือทุกครั้งหรือไม่ ทอน
ยอมรับว่าเขารู้สึกตื่นเต้นทุกครั้ง เพราะเขาไม่รู้ว่าตัวเองจะได้เจอเหตุการณ์ที่ทำให้หัวใจหวนไหว
มากกว่าครั้งอื่นๆ หรือเปล่า โดยเขาเล่าถึงเหตุการณ์ตอนไปจับมือแก้ว ที่เขาบอกว่าตัวเองรู้สึก
อ่อนไหว เพราะแก้วเป็นผู้หญิงแนวโฮโซ และความรู้สึกที่เขาได้รับหลังจากจับมือกับแก้วก็คือกลิ่น
น้ำหอมราคาแพง ที่เขาบอกว่าหอมจนติดมือเขาออกมาเลย

“ถามว่าอ่อนไหว ก็ไม่ได้อ่อนไหวขนาดนั้นหรอก เราไปจับมือแก้วเพราะ
น้องมันชวน บัตรจับมือมันก็เป็นคนเอาให้ ก็เลยต้องไปกับมัน เราก็ไปจับ ไปคุยนิดหน่อย แบบพี่มา
ครั้งแรกนะ แต่หัวว่างไปแล้วเพราะเราไม่ได้เตรียมตัวมา ถามว่านานไหมก็ไม่หรอก เอาจริงๆ คุยกันไม่
รู้เรื่องหรอก แค่ว่าเดินไปบอกไปคุยได้คำสองคำก็จบแล้ว แล้วก็ไป นอกจากจะวนกลับมาใหม่ถึงจะได้
คุย”

ทอนยังเล่าถึงประสบการณ์ไปจับมือกับจำ ที่เขาบอกว่าเป็นการจับมือที่
ประทับใจมากที่สุด แต่เขาไม่มีโอกาสได้กลับไปจับมือเธออีกเลย แต่ทุกครั้งที่ใครถามเรื่องงานจับมือ
เขาก็จะแนะนำให้ไปจับมือน้องจำ โดยทอนระบุว่าความรู้สึกหลังจากที่ได้จับมือกับเธอคือรู้สึกดี
เพราะจำคุยดี เป็นเด็กน่ารักและสวย

“น้องน่ารักมาก มันดึงยื้อเรา คือบัตรจับมือแค่ 8 วินาที แต่มันดึงเราจน
ได้เกือบ 16 วินาที แล้วแถวของน้องไม่ได้ยาวมาก ก็เลยมีเวลาจับ น้องก็ดึงเอาไว้ ครั้งแรกที่พี่ไปจับคือ
น้องมันดึงพี่แบบไม่ยอมปล่อย พี่ปล่อยมือแล้วนะ แต่น้องยังดึงอยู่ จนการ์ดเขาเรียก พี่เลยต้องบอกว่า
น้องจำ พี่จะโดนการ์ดหัวเพราะหนูนี้แหละ”

4.5.1.2 บอล

บอลออกตัวว่าเขาไม่ค่อยไปจับมือไอดอลเท่าไรนัก แต่เขาจะไปร่วมงาน
จับมือทุกครั้งเพื่อจะได้พบเจอเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ โอตะที่เขารู้จัก และเขาก็ไม่ได้ไปงานจับมือครั้งแรก
ของ BNK48 โดยให้เหตุผลว่าตอนนั้นเขายังมีแฟนอยู่ จึงทำได้เพียงติดตามวงอยู่ห่างๆ จนกระทั่งเลิก
กับแฟน เขาจึงเริ่มติดตาม BNK48 อย่างจริงจังและร่วมทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไอดอลมากขึ้น

“ครั้งแรกผมไม่ได้ไปจับ แต่ไปงานหลังๆ เพราะตอนนั้นผมมีแฟนอยู่ ก็
เลยคอยติดตามอยู่ห่างๆ พอมีปัญหาที่เลิกกันไป คราวนี้เลยอยากตามบ้างละ ว่างแล้วนี่ ก็มาตาม

จริงจิงแล้ว ตอนนั้นผมเลือกคามิโอซีได้แล้ว ก็ไปหามิวสิก ผมกล้าพูดเลยนะว่าสำหรับผมตอนนั้น บัตรจับมือใบเดียวก็พอ ผมอยากไปหาร้อง นื่องทำให้ผมผ่านช่วงเวลาที่เราแย่ไปได้ ผมก็เลยไปจับมือมิวสิกเลย ผมจำได้ว่าผมถือบัตรไปใบเดียว ไปถึงก็ต่อแถว ตอนนั้นคนยังไม่ค่อยเยอะมาก ผมก็จับมือนื่อง แล้วก็พูดคำแรกเลยว่า ‘ขอบคุณนะที่ทำให้ผ่านช่วงเวลาที่เราแย่ไปได้’ พูดเสร็จปั๊บ นื่องก็พูดให้กำลังใจเรา แล้วผมก็ร้องให้ ร้องให้เดินออกจากเลนมา มันเป็นความรู้สึกแบบว่าได้เจอแล้ว โห แม่ มีกำลังใจมาเลย”

บอกลยังบอกอีกว่างานจับมือเป็นเหมือนพื้นที่ที่อนุญาตให้เขาได้จับมือกับไอดอลโดยที่ทุกคนอื่นตัดสิน เพราะเขาคิดว่าปกติแล้วคนเราไม่สามารถเดินเข้าไปขอจับมือคนแปลกหน้าได้ แต่งานนี้เปิดโอกาสให้เขาได้ทำแบบนั้น เขาระบุว่า “หลายคนบอกว่าจับมือก็ไม่เห็นเป็นไร แต่ผมจะขอจับมือคุณได้ไหมละ ก็ไม่ได้ ชีชีวไม่ได้ พอเขามีงานให้จับ เราก็ก็นไป เพราะเราไม่สามารถเดินไปจับมือใครก็ได้”

ในส่วนการแต่งตัวของบอลเวลาไปงานจับมือ เขาตอบว่าเขาเลือกที่จะแต่งตัวด้วยชุดธรรมดา สวมเสื้อยืด กางเกงขาสั้น รองเท้าผ้าใบ ไม่ได้แต่งตัวหล่อเป็นพิเศษ เพราะส่วนใหญ่เขาจะไปเจอเพื่อนที่สนิทกันมากกว่า

อย่างไรก็ตาม จากการสังเกตของผู้ทำวิจัย งานจับมือเป็นเหมือนพื้นที่ให้บอลได้ไปเจอเพื่อนพ้องในวงการไอดอล ทั้งไอดอลวงไอดอลใต้ดินหรือวงโคฟเวอร์ที่เป็นแฟนคลับของวง BNK48 และใช้พื้นที่งานออฟฟิเชียลของ BNK48 ในการพบปะแฟนคลับของตัวเองด้วยเช่นกัน โดยวันที่ผู้ทำวิจัยไปพบบอลที่งานจับมือ ผู้ทำวิจัยยังได้พบกับเมย์ซึ่งไอดอลใต้ดินหรือจิกเก และบอลก็เป็นแฟนคลับของเมย์ด้วย โดยเธอมาทำกิจกรรมถ่ายภาพเชกิ¹⁶ และบอลจะรับหน้าที่เป็นผู้จัดการคอยถ่ายรูป ช่วยเมย์เตรียมรูปเชกิและเก็บเงิน โดยหนึ่งรูปราคา 80 บาท

“จริงๆ ผมเป็นเหมือนพี่ชายของเมย์นะ คือผมเจอนื่องบ่อย เจอกันมานาน ก็เลยได้ดูแลอะไรให้นื่อง ช่วยถ่ายรูปให้ ส่วนใหญ่ก็จะเจอกันตามงาน งานของ BNK48 หรืองานอีเวนต์ของพวกไอดอลใต้ดิน คือพวกไอดอลใต้ดินแบบนี้เขาไม่มีบริษัท ไม่มีสังกัดเป็นคนดูแล เราก็เลยต้องดูแลกันเอง”

4.5.1.3 เกม

ทุกครั้งที่มีโอกาสได้ไปงานจับมือ เกมจะพยายามแต่งตัวให้ดีกว่าวันธรรมดาที่เขาไปทำงาน เขามักใส่เสื้อยืดที่มีรูปภาพไอดอลที่เขาชื่นชอบหรือมีสัญลักษณ์ที่บ่งบอกได้ว่า

¹⁶ เชกิ (Cheki) มาจากภาษาญี่ปุ่น แปลว่าโพลารอยด์ หรือเป็นการถ่ายรูปภาพไอดอลโดยใช้กล้องโพลารอยด์เพื่อมอบหรือขายให้กับแฟนคลับหรือผู้ติดตาม ภาพเชกิอาจมีเพียงภาพเดียวเพื่อทำให้มันดูพิเศษมากกว่ารูปถ่ายปกติทั่วไป ทั้งนี้ ไอดอลคนนั้นๆ อาจมีการเขียนข้อความหรือเซ็นลายเซ็นลงบนภาพเชกิก็ได้

เขาชื่นชอบไอดอลคนไหน สวมรองเท้าผ้าใบ และกางเกงยีนส์ สำหรับเกมแล้ว การไปงานจับมือเปรียบเสมือนการไปมอบความรู้สึกดีๆ ให้กับของไอดอลและโอตะ ไอดอลได้รับกำลังใจและเสียงเชียร์จากคนที่ชื่นชอบพวกเธอ เช่นเดียวกับฟีดแบ็คการทำงานและคำสอนจากแฟนคลับที่เป็นผู้ใหญ่ ขณะที่แฟนคลับก็ได้รับความอึดอัดใจ

“ตอนแรกที่ไม่รู้หรือกว่า BNK48 จะมีงานจับมือ มันเป็นความรู้สึกที่พี่อยากติดตามน้องคนนี้ ก็เลยศึกษาว่ามันมีช่องทางอะไรบ้าง ก็มีวิธีที่เราสามารถสนับสนุนได้ คือถ้าเป็นดาราทั่วไป เราไม่สามารถซัพพอร์ตเขาได้ เราเป็นแค่แฟนคลับ สินค้าก็เป็นของบ้านแฟนคลับจัดทำมาขาย อย่างกลุ่มนุช เขาก็มีจัดขายของ แต่มันไม่ใช่การซัพพอร์ตดารา มันเป็นการติดตามดาราแล้วเราก็ไม่สามารถเอาเงินไปให้เบ็กได้เหมือนกัน”

เมื่อผู้ทำวิจัยถามต่อการติดตาม BNK48 ให้ความรู้สึกแตกต่างจากการติดตามศิลปินดาราทั่วไปอย่างไร เกมตอบว่าการที่เขาสามารถรู้วันและเวลาที่เขาจะสามารถไปเจอไอดอลคนนั้นได้ ทำให้การติดตาม BNK48 แตกต่างจากการติดตามดาราทั่วไป “มันเป็นความรู้สึกที่ว่าเราไม่สามารถพบเจอดาราได้ หรือจังหวะต่างๆ ที่ถึงแม้เราจะรู้ตารางงานของดาราคนนั้นๆ แต่เราก็ไม่สามารถจะเข้าไปทำอะไรได้ คือสามารถถ่ายรูปได้นะ แต่เงื่อนไขของเขามีมากกว่านั้น และมันไม่ได้เฉพาะเจาะจงเหมือนว่าวันนี้เราจะได้เจอไอดอลแน่ เราจะได้คุยกับไอดอลแน่ๆ มันเหมือนกับว่าโอกาสในการได้พบเจอหรือเปอร์เซ็นต์หลายอย่างที่ทำให้เราสามารถติดตามหรือพบเจอเขาได้มันแตกต่างกัน”

เมื่อถามถึงประสบการณ์การไปจับมือครั้งแรกของเกม เขาเล่าว่าบัตรจับมือใบแรกของเขาต้องเสียเปล่า ภาพตัดตั้งแต่วินาทีที่ได้จับมือไข่มุก โดยระยะเวลา 8 วินาทีนั้น เขาไม่สามารถพูดอะไรออกมาได้เลย รู้สึกเหมือนน้ำตาจะไหล จนกระทั่งไข่มุกเขย่ามือ เขาจึงรู้สึกตัวและกล่าวทักทายพร้อมแนะนำตัว แล้วก็หมดเวลา

“ครั้งแรกที่ไปจับมือ ความรู้สึกมันเหมือนเราติดตามน้องเขามา น้องเขาก็เป็นเด็กตัวเล็กๆ ตอนนั้นอายุแค่ 20 เท่านั้นเอง มันไม่สามารถบรรยายได้ว่าตอนจับมือรู้สึกยังไง จับปุ๊บก็รู้ว่าเป็นจับ แล้วรู้สึกอีกทีก็คือคุณไข่มุกเขย่ามือ รอบหลังเราเริ่มชิน ก็วนไปอีกรอบ วันนั้นพี่หมดบัตรจับมือไป 5 ใบ ก็วนไปเรื่อยๆ เริ่มคุยกับคุณไข่มุก เขาก็พอจำได้ว่ามาเมื่อกี่ๆ แต่ไม่เชิงได้คุยหรอกนะ มันเหมือนเป็นการให้กำลังใจกันมากกว่า ถ้าทั่วไปก็ทักทายก่อน คือสำหรับพี่นะ มันไม่ใช่แค่ใบเดียว ใบแรกจะทักทายก่อน ใบที่สองก็ถามว่าเป็นยังไงบ้าง มีอะไรบ้าง เราเห็นในเฟซบุ๊กนะ ก็คือจะถามได้ไม่ก็คำถามหรือก แล้วใบสุดท้ายก็เหมือนเป็นการมาบอกว่าจะกลับแล้วนะ”

นอกจากนี้ เกมยังกล่าวอีกว่างานจับมือเป็นประโยชน์กับทั้งโอตะและไอดอล เพราะน้องก็จะได้รับความรู้สึกดีๆ ได้ฟังความคิดเห็นจากแฟนคลับ ในขณะที่แฟนคลับก็ได้รับ

ความรู้สึกดีๆ จากไอดอล ทั้งจากการพูดคุยหรือบางทีก็เข้าไปหาไปแก๊งไอดอล เพื่อสร้างเสียงหัวเราะให้กับพวกเธอ

4.5.1.4 อิค

ขณะที่โตะผู้ร่วมทำวิจัยคนอื่นๆ ระบุว่า การไปจับมือไอดอลไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศหรือเป็นเชิงชู้สาว อิคกลับเป็นคนเดียวที่บอกว่าการจับมือคืองานที่เขาสามารถใช้เงินเพื่อซื้อโอกาสที่จะได้จับมือผู้หญิงสวย แต่อิคก็ยอมรับว่าเขาไม่ค่อยเข้าร่วมงานจับมือเท่าไรนัก เพราะเขาเป็นคนพูดไม่เก่ง และเวลาเพียง 8 วินาทีสำหรับการจับมือไอดอลก็ไม่เพียงพอสำหรับเขา ดังนั้น เมื่อมีงานจับมือ อิคจึงมาทำงานเพื่อมาพบปะกับเพื่อนและคนรู้จัก มากกว่าจะเข้าไปต่อแถวเพื่อจับมือไอดอล

อย่างไรก็ตาม เขาก็เข้าไปจับมือไอดอลอยู่บ้าง โดยเฉพาะจุดหนึ่งที่อิคจะใช้โอกาสนี้ไปบอกจูเน่ว่าเขาเป็นแฟนสาวของเขา เมื่อถามว่าจูเน่ตอบเขาว่าอย่างไร อิคตอบว่า “จะว่ายังไงได้ มันก็คือความเท่าเทียม (equality) จะพูดอะไรได้ละ ก็เราเป็นลูกค้า เราเป็นคนจ่ายเงินซื้อของ เขาก็พูดได้ในฐานะที่เราเป็นลูกค้าไง เรามันเป็นลูกค้า ก็เราจ่ายเงินไปแล้ว เราจะเป็นอะไรละ”

เมื่อถามเขาว่าอะไรทำให้อิคเชื่อแบบนั้น คำตอบของอิคคือเขาเชื่อว่ากิจกรรมของวงไอดอลจะเข้ามาแทนที่ความสัมพันธ์ที่แฟนคลับหลายคนไม่เคยมีมาก่อน รวมถึงตัวเขาเองด้วย ซึ่งอิคไม่ปฏิเสธว่าความสัมพันธ์ของไอดอลกับโตะมีเรื่องเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง เพราะไม่ว่าอย่างไรผู้ชายก็ต้องชอบผู้หญิง

“เป็นผู้ชายก็ต้องชอบผู้หญิง ยิ่งผู้ชายก็ต้องชอบผู้หญิง อย่างที่บอกว่าถ้าเป็นไอดอลผู้ชาย ผมก็คงไม่ไปจับมือหรอก แล้วไอดอลนี่แหละที่จะเข้ามาแทนที่ความสัมพันธ์ที่บางคนไม่เคยมี อย่างตัวผมเรียนโรงเรียนชายล้วนมา 6 ปี ผมไม่เจอผู้หญิงอยู่แล้ว ผมมาเรียนแล้วก็กลับบ้าน เพราะผมมาเรียนเพื่อเรียน แน่นนอนว่าไ้การจับมือเนี่ย มันเป็นสิ่งแปลกใหม่สำหรับผม เพราะผมไม่เคยจับมือผู้หญิงหรอก แล้วมันไม่มีการถูกปฏิเสธ ถ้าเป็นคนปกติ ยิ่งไงเราก็ไม่มีทางเข้าไปคุยกับเขาอยู่แล้ว แต่เนี่ยคุณมีบัตร คุณจะหน้าตาแย่งังไง ไม่หล่อยังงี้ คุณก็มาจับมือผู้หญิงสวยๆ ได้”

ทั้งนี้ ทุกครั้งที่ผู้ทำวิจัยพบเจอกับอิคไม่ว่าจะที่ไหน เขาจะสวมเสื้อยืดหรือไม่กี่เสื้อกีฬาโรงเรียนชายล้วนของเขา กางเกงขาสั้น และรองเท้าแตะ หลายครั้งที่เจออิคในลักษณะเหี่ยวทรมานจากการยิงมิกซ์หรือสภาพอากาศที่ร้อน

4.5.1.5 ออม

ออมเล่าประสบการณ์การไปงานจับมือครั้งแรกให้ผู้ทำวิจัยฟัง เขาบอกว่าเขารู้สึกดีใจมากๆ ทันทีที่เธอเอย์ทักทาย เขาก็ทำอะไรไม่ถูก หัวสมองว่างเปล่าและจำไม่ได้เลยว่าเขาคุยอะไรกับเธอไปบ้าง แต่เมื่อเดินออกมา เขาก็รู้สึกได้ถึงความสุข

“ตอนไปจับมือครั้งแรกก็ดีใจ มันเหมือนเราได้เจอแล้ว คือมันซื้อมาไปหมดเลยนะ พออร์ทกว่าอ้าวคุณอ้อมมาแล้วเหรอ เราก็หัวโล่งไปเลย ไปไม่ถูกเลย คุณอะไรก็จำไม่ได้เลยว่าคุณอะไร แต่ออกมาแล้วมีความสุขมาก แต่ถามว่า 8 วินาทีมันเร็วไหม จะว่าเร็วก็เร็ว มันก็จะคุยได้แค่แบบว่า สวัสดีครับ เป็นไงบ้าง เหนื่อยไหม กินข้าวหรือยัง ก็คุยได้แค่นี้แล้วก็หมดเวลา เราก็บ้ายบาย สู้ๆ นะเดี๋ยวมาใหม่”

งานจับมือครั้งต่อๆ มา อ้อมรู้สึกว่าเขาสนิทกับไอดอลมากขึ้น และกล้าที่จะเล่าเรื่องปัญหาในชีวิตของเขาให้เธอฟัง เมื่อผู้ทำวิจัยถามว่าทำไมเขาจึงไว้วางใจและเลือกที่จะเล่าให้ไอดอลฟัง แทนที่จะเล่าให้เพื่อนสนิทหรือคนในครอบครัวฟัง อ้อมตอบว่าเขาเองก็บอกไม่ถูก เพียงแต่เขารู้สึกว่าอยากเล่าปัญหาให้คนๆ นี้ฟังเท่านั้น

“อย่างไปจับมือล่าสุด เราก็ไปบ่นว่า ออร์ทบอกใครไม่ได้เลย มันเป็นความลับ แต่พี่เหนื่อยมาก แล้วออร์ทรับฟัง คือเราแค่อยากเล่าให้เขาฟัง คือที่จริงเราตั้งใจเป้าหมายว่าเราจะเสียบัตรจับมือ 50 ใบเพื่อไปคุยกับน้องเลย จะเล่าให้ฟังหมดเลยว่ารู้สึกยังไง จะเล่าทุกอย่างให้ฟังว่าเราเริ่มต้นยังไง ซึ่งอันนั้นเอาไว้อีกกัน ไว้รายการจบก่อนค่อยไป¹⁷ แต่รอบบัตรจับมือ 9 ใบที่ผ่านมา มันเหมือนเรารู้สึกเหนื่อย เราแค่อยากหาคนคุยมากกว่า เพราะเพื่อนก็จะบอกเราแล้วอ้อมนะ แต่คำว่าอ้อมนะจากออร์ท มันให้อะไรเรามากกว่า แต่ความรู้สึกชอบที่สุดเวลาไปงานจับมือ ไม่ใช่เวลาไปจับมือไอดอลหรอก ผมชอบความรู้สึกเวลาเห็นคนเดินออกมา แล้วเขายิ้ม ผมชอบตรงนี้ เพราะเขาก็แค่มาหาความสุขของเขาเท่านั้นเอง มันก็แค่นี้แหละชีวิตของเรา อะไรที่มีความสุขก็ทำไปเถอะ”

ผู้ทำวิจัยถามอ้อมต่อว่าบัตรจับมือก็เหมือนการจ่ายเงินซื้อความสุขหรือไม่ อ้อมตอบว่าก็อาจจะใช่ เพราะระบบของ BNK48 เป็นแบบนั้น แต่ระบบแบบนี้ก็การันตีได้ว่าไอดอลจะได้พบเจอกับไอดอลที่ตัวเองชื่นชอบ ซึ่งแตกต่างจากการติดตามศิลปินดาราทัวไป ที่แฟนคลับไม่รู้ว่าจะตัวเองจะมีโอกาสได้จับมือหรือพูดคุยกับศิลปินที่พวกเขาชื่นชอบตอนไหน

“อย่างดาราเนี่ย เราไปจับมือเขาไม่ได้ นอกจากเขาจะเข้ามาโอปอเรเวลล่าย่ายรูป แต่เขาก็คงไม่มานั่งฟังเราบ่น วัฒนธรรมไอดอลเหมือนเราเล่นเกมที่ต้องเก็บเลเวลตลอด คือเราเป็นคนชอบเกมแบบนั้น เราชอบเล่นไปเรื่อยๆ เรามีความสุขที่ได้เห็นตัวละครของเราค่อยๆ เติบโตก็เหมือนกันนั่นแหละ เราเห็นน้องๆ เราเห็นพัฒนาการตั้งแต่น้องยังเต้นไม่ได้ จนถึงวันที่เต้นได้ ได้ไปถ่ายแบบ เรารู้สึกว่าเรามีความสุขกว่าการที่ไปตามดาราที่เขาจะหวีดได้แค่ช่วงที่เขาเล่นหนัง แบบสวดดินะแล้วก็ผ่านไป ทำได้แค่คอยดูผลงานเรื่องต่อๆ ไปของเขา แต่กับน้องมันเหมือนมีกิจกรรมอัปเดตเราตลอด อย่างน้องมีเพลงใหม่ น้องติดเซม มันเหมือนเราได้เล่นเกมอยู่ตลอดเวลา”

¹⁷ ช่วงเวลานั้นเป็นช่วงที่อ้อมกำลังอยู่ในช่วงการแข่งขันร้องเพลงของรายการโทรทัศน์รายการหนึ่ง ซึ่งเขาบอกว่าในช่วงเวลาที่เครียดมากๆ เพราะเขาคาดหวังว่าอยากประสบความสำเร็จในอาชีพศิลปินที่เป็นความฝันของเขา

ทั้งนี้ แม้จะไม่ได้พูดคุยถึงเรื่องการแต่งตัว แต่เมื่อนัดเจอกันทั้งงานจับมือ ผู้ทำวิจัยสังเกตว่าอ้อมจะพยายามแต่งตัวให้ดี แม้จะไม่ได้เป็นเสื้อผ้าชุดพิเศษ แต่เขาก็มักแต่งตัวดีกว่าวันทำงาน โดยอ้อมมักสวมเสื้อยืดหรือเสื้อเชิ้ต กางเกงยีนส์ และรองเท้าผ้าใบ ขณะเดียวกันก็มีลักษณะบางอย่างที่แสดงให้คนอื่นเห็นว่าเขาเป็นศิลปินเร่ร่อน

4.5.1.6 เอก

เอกซึ่งติดตามวัฒนธรรมไอดอลของญี่ปุ่นมาเป็นเวลานานก็เล่าให้ผู้ทำวิจัยฟังว่าเขาพยายามเก็บเงินเพื่อจะเดินทางไปร่วมงานจับมือที่ประเทศญี่ปุ่น แต่สุดท้ายเขาก็ไม่มีโอกาสได้ไป ทำให้เขารู้สึกตื่นเต้นมากๆ กับงานจับมือครั้งแรกของวง BNK48 ที่จัดขึ้นในประเทศไทย โดยเอกเล่าว่าวันนั้นเขาเลือกที่จะใส่สูท แต่งตัวแบบจัดเต็มไปเลย ทั้งที่ปกติแล้วเขาชอบใส่แว่นดำ แต่วันนั้นเขาเลือกที่จะใส่แว่นกรอบใสเพื่อให้ตัวเองดูหล่อที่สุด

“ผมใส่สูทครับ แบบเข้มไปเลย ปกติผมจะใส่แว่นดำ แต่วันนั้นผมใส่แว่นกรอบใส หล่อเลย ความรู้สึกคือมันตื่นเต้น แล้วเราไปเข้า คือนึกในใจว่าชีวิตนี้ไม่เคยต้องมานั่งตื่นเช้า แต่งตัวหล่อ เพื่อไปดูศิลปิน แล้วศิลปินไม่ได้ร้องเพลงให้เราฟังด้วยนะ แต่ ณ วันนั้นมันคืองานจับมือคนแรกที่ผมไปจับมือก็คือเฉอปราง เพราะเขาคือคนที่ผมจะไปฝากฝัง ผมบอกเฉอปรางว่าในฐานะที่ผมติดตามวง ABK48 มา 10 ปี ผมฝากความหวังไว้ที่คุณนะ ผมพูดแค่นี้แล้วผมก็เดินออกไป แล้ววันนี้ผมก็รู้สึกว่ามันทำได้แล้ว ผมหมดหวังแล้ว”

เมื่อถามเหตุผลว่าทำไมเอกจึงเลือกสวมชุดสูทไปงานจับมือ เอกอธิบายว่า “เรารู้สึกว่าเราควรแต่งตัวดีๆ หน่อย เพราะว่าเราอยากให้เกียรติน้องด้วย น้องมันคงแบบ ‘กูต้องมานั่งจับมือผู้ชายที่โหนไม่รู้นับหมื่นนับพันคน’ ถ้าแต่งตัวดีๆ น้องก็น่าจะรู้สึกดีบ้าง ไม่ใช่ไปจับมือไอ้พวกกักขะที่โหน แต่นั่นก็เป็นแค่ครั้งแรกที่เราแต่งตัวดีหน่อย หลังๆ ก็แต่งตัวแบบนี้แหละ”

เอกมักสวมเสื้อยืด กางเกงขาสั้น รองเท้าผ้าใบ และสวมแว่นตาเข้าไปร่วมงานจับมือ แต่เขาก็ระบุว่างานจับมือของ BNK48 จัดบ่อยเกินไปจนกลายเป็นเทศกาลที่แทบจะมีเดือนละครั้งไปแล้ว และนั่นทำให้เขาไม่รู้สึกว้าวกับกิจกรรมนี้อีกแล้ว

ผู้ทำวิจัยถามเอกต่อว่าไอดอลหลายคนมักบอกว่าพวกเขาได้รับพลังงานบวกจากไอดอลเมื่อไปงานจับมือ สำหรับเอกแล้วได้รับพลังงานบวกแบบนั้นบ้างไหม เขาตอบว่าเขาเองก็ไม่แน่ใจนัก แต่ที่เขาจำได้คือพอจับมือไอดอลเสร็จ เขาเคยลิ้มกระเป๋เงินไว้ที่เลนจับมือ แล้วก็เดินยิ้มออกมาเหมือนคนมีความสุข แต่เอกไม่ปฏิเสธว่ากิจกรรมนี้ถูกสังคมมองว่าเป็นการทำให้ไอดอลกลายเป็นสิ่งของ แต่มันก็เป็นกิจกรรมที่มีความหมายทางใจกับแฟนคลับมากๆ เพราะอย่างน้อยแล้วการมีไอดอลให้พวกเขาไปจับมือก็ทำให้พวกเขารู้ว่าพวกเขาไม่ได้อยู่คนเดียว

“ผมจะบอกว่าที่ไปจับมือมันไม่ใช่เชิงซู้สาวนะ คนอื่นผมไม่รู้ คือเขาจะคิดอะไรผมไม่รู้หรอก แต่สำหรับผมมันเหมือนกับการได้จับมือใครสักคนแล้วได้รับสิ่งดีๆ เข้ามา เราารู้สึกว่าเราถูกเติมเต็ม เราไม่ได้อยู่ตัวคนเดียวบนโลก อารมณ์เหมือนว่าวันที่คุณรู้สึกเลวร้ายที่สุดในโลก คุณอยากได้ใครสักคนมากอดคุณข้างหลัง แล้วบอกว่าไม่เป็นไร เราอยากได้แบบนั้น ในแง่ของผมคือผมเหงา อารมณ์เหมือนอยากได้ใครสักคนมาสัมผัสตัวเราบ้าง ซึ่งเรารู้อยู่แล้วว่าคนแบบพวกผม สังคมไม่ค่อยโอเคด้วยหรอก”

เมื่อผู้ทำวิจัยถามต่อว่า “คนแบบพวกผม” เป็นอย่างไร เอกระบุว่า “ก็เป็นมนุษย์กลางๆ ทำงานไปวันๆ คือชีวิตมันวนลูป จนไม่ได้ออกไปทำความรู้จักใคร ก็เลยรู้สึกที่เราขาดปฏิสัมพันธ์ แล้วกิจกรรมตรงนี้นั้นเหมือนสร้างปฏิสัมพันธ์ให้กับมนุษย์ด้วยกัน งานจับมือทำให้ผมได้เจอเพื่อน ได้เจอพี่น้อง เจอน้องไอดอล ผมเลยรู้สึกว่ามันเติมเต็มสิ่งที่ผมขาด แล้วก็เป็นเรื่องของกำลังใจด้วยมั้ง เพราะในชีวิตคุณจะมีใครที่พูดกับคุณว่า ‘สู้ๆ นะคะ’ ‘ขอบคุณมากที่มา’ ผมคิดว่าผมขาดตรงนี้”

4.5.2 กิจกรรมบ้านแฟนคลับ

การรวมกลุ่มของแฟนคลับที่มีความชื่นชอบไอดอลคนเดียวกันเพื่อจัดตั้งเป็น “บ้านแฟนคลับ” ถือเป็นลักษณะสำคัญอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมโอตะไอดอล โดยบ้านแฟนคลับทำหน้าที่เป็นทั้งพื้นที่ทางสังคมและพื้นที่ปฏิบัติการร่วมกันที่เปิดโอกาสให้โอตะได้มีบทบาทร่วมกันในการสนับสนุนไอดอลอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นการระดมทุน การจัดกิจกรรมเฉพาะทาง เช่น งานวันเกิด หรือการสร้างคอนเทนต์เพื่อประชาสัมพันธ์ไอดอล

กิจกรรมภายในบ้านแฟนคลับไม่เพียงสะท้อนถึงวัฒนธรรมการบริโภคในเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรมเท่านั้น หากยังเป็นจุดที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างโอตะด้วยกันเอง โดยพวกเขาต้องอาศัยความร่วมมือร่วมใจ และความสัมพันธ์เชิงพี่น้องในการขับเคลื่อนเป้าหมายร่วมกัน ดังนั้นในส่วนนี้ ผู้ทำวิจัยจะนำเสนอประสบการณ์ของโอตะชาย 3 คน ได้แก่ ทอน อ่อม และเกม ซึ่งเคยมีบทบาทในการจัดตั้งหรือมีส่วนร่วมกับบ้านแฟนคลับ เพื่อวิเคราะห์ว่าการรวมกลุ่มในลักษณะนี้มีบทบาทอย่างไรต่อการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายและการต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายในบริบทของวัฒนธรรมโอตะไอดอล BNK48

4.5.2.1 ทอน

ทอนไม่ได้อยู่บ้านแฟนคลับใดๆ ของไอดอลที่เขาชื่นชอบ แต่เขาสนิทสนมและถือว่าตัวเองเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม “แฟนคลับรุ่นลุงของ BNK48” ซึ่งเป็นกลุ่มโอตะที่รวมตัวกันแล้วทำแฟนเพจที่อัปโหลดรูปภาพและคลิปวิดีโอปฏิกิริยาของไอดอลวง BNK48 ลงบนโซเชียลมีเดีย

ซึ่งเป็นโมเมนต์น่ารักๆ ที่ทอนระบุว่าช่วยให้คนทั่วไปได้มองเห็นและอยากเข้ามาทำความรู้จักไอดอลคนนั้นๆ หรือทำความรู้จัก BNK48 มากขึ้น

“รุ่นลุ่มมีอิทธิพลกับแฟนคลับมากนะ แต่มีอิทธิพลเชิงคอนเทนต์ เพื่อสร้างแอร์โหมให้เด็กคนหนึ่ง เพราะการที่น้องมานั่งตุ๋ปลา น้องไม่ได้พูดอะไร แต่จับตุ๋ปลานั้นมาเล่นมาคุยด้วย บางครั้งมุกที่ทำให้โดนตก ตกคนได้ บางครั้งมันจะเป็นคลิปเล็กๆ น้อยๆ ที่รู้สึกว่ามันน่ารัก บางคนโดนตกก็มาจากคลิปรุ่นลุ่มนี้แหละ ก็จะมีบางคนเข้ามาทักว่าเป็นเพจลุ่มไซ้ใหม่ แล้วบอกว่าหนูชอบมากเลย หนูดูคลิปแบบบูแล้วโดนตก โดนแบบบูตกเพราะเพจลุ่มนี้แหละ น้องเขามาคุยเยอะ”

ผู้ทำวิจัยรู้สึกทอนภูมิใจมากที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของทีมงานแฟนคลับรุ่นลุ่มของ BNK48 โดยทอนมักพูดถึงอิทธิพลที่โอตะกลุ่มนี้มีต่อไอดอล แฟนคลับ หรือแม้แต่พ่อแม่ผู้ปกครองของไอดอล ทอนระบุว่า “อย่างพี่ได้คุยกับแม่ของน้องไอดอลคนหนึ่งด้วยนะ แต่ก็ไม่ได้คุยเยอะหรอก ก็แค่สวัสดีแม่ เป็นยังไงบ้าง คุยกันนิดหน่อย แต่สิ่งที่เราเจอคือน้องคนนี้เป็นเด็กที่มีมารยาทดี นิสัยดี เวลาเจอข้างตุน้องก็หันมาสวัสดี มีอะไรมาเล่นกับหนูไหม คือน้องเข้าหาคน คุยกับแฟนคลับ แล้วก็มาคุยกับน้องอีกคนที่เข้าหาพี่ในกลุ่มรุ่นลุ่ม แม่เขาเข้ามาหาเลยนะ บอกว่าฝากลูกเขาด้วยละ ฝากชีวิตไว้กับพี่คนหนึ่งเลย แต่มันก็มีน้องบางคนที่ไม่รู้ว่าควรจะทำอย่างไรพวกเรายังไงเหมือนกัน บางทีหวั่น¹⁸ ก็เดินเข้ามาฝากด้วยนะ เพราะเขารู้ว่าถ้าน้องมาเล่นตรงนี้ น้องจะได้แอร์โหม”

อย่างไรก็ตาม แม่จะดูเหมือนเป็นกลุ่มโอตะที่มีอิทธิพลต่อโอตะด้วยกัน แต่ทอนก็บอกว่าโอตะรุ่นลุ่มมักจะไม่ค่อยเข้าไปยุ่งเกี่ยวกับเรื่องดราม่าอื่นๆ เพราะทุกคนอายุเยอะแล้วและมีความเป็นผู้ใหญ่มากพอ ซึ่งรวมถึงตัวเขาด้วย สะท้อนจากการที่เขาไม่ได้เข้าไปอยู่บ้านแฟนคลับของไอดอลที่เขาชื่นชอบ แต่ทอนก็เล่าว่าเขามีเพื่อนหรือรุ่นน้องที่รู้จักกระจายอยู่ตามบ้านแฟนคลับต่างๆ แล้วเขาก็รับรู้เรื่องราวของบ้านแฟนคลับนั้นๆ มาบ้างเหมือนกัน ซึ่งในส่วนนี้ทอนขอไม่เอ่ยถึงว่าเป็นบ้านแฟนคลับของไอดอลคนไหน

“มันก็มีดราม่าบ้านแตกมาให้ได้ยินบ้าง ตั้งแต่งงานของบ้านเขาแล้วเพราะมีการชี้แจงเรื่องเงินเรื่องทองไม่ลงตัว ชี้แจงเรื่องเงินไม่ได้ เงินหายไปไหนก็ให้คำตอบไม่ได้ ก็เลยทะเลาะกัน จนมางานเลือกตั้ง ก็บ้านแตกอีกรอบ คราวนี้แตกยับเลย จนโอตะต้องทำบ้านใหม่เพื่อชฟพอร์ตน้อง จนมาถึงงานจับมือก็แตกหนักกว่าเดิม เพราะดันไปบอกอะไรสักอย่างกับน้อง เหมือนไปบด¹⁹ คนโน้นมา แล้วไปคุยต่อหน้าน้อง น้องก็เลยไม่ปลื้ม”

¹⁸ หวั่น บ้าน แฟนคลับที่เป็นเหมือนหัวหน้าทีม ทำหน้าที่บริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ของบ้านแฟนคลับ ส่งข่าวสารหรือเป็นตัวกลางเพื่อทำให้กิจกรรม

¹⁹ บด ย่อมาจากคำว่ากบฏ แปลว่าการนอกใจไอดอลที่ตัวเองชอบไปชอบไอดอลคนอื่น

เมื่อถามว่าเขารู้เรื่องดราม่าเหล่านี้ได้อย่างไร ทอนตอบว่า “ก็มีเพื่อนโตะบางคนอยู่ในบ้านนี้แหละ บางคนเป็นทีมงาน คือประมาณว่าเราชอบน้องคนนี้ อีกคนชอบน้องคนนี้ เราก็มานั่งคุยกัน เป็นลูกโซ่กันไป เหมือนเรื่องตุ๊กตา วงในบอกมา พี่ก็เอาไปบอกต่อไปคุยต่อ แล้วมันก็ไปเรื่อยเต็มเลย อารมณ์ประมาณนั้น”

ผู้ทำวิจัยเลยถามทอนว่าเขาสนิทกับโตะคนไหนเป็นพิเศษหรือไม่ เขาบอกว่าเขาไม่ได้สนิทกับโตะ BNK48 คนไหนเป็นพิเศษ มีกลุ่มที่เขาไปพบปะพูดคุยตามงานอีเวนต์ต่างๆ บ้าง และกลุ่มช่างภาพที่รวมกลุ่มกันถ่ายรูปไอดอลบ้าง แต่เขาก็ไม่ได้สนิทกับใครเป็นพิเศษจนถึงขั้นที่จะพูดคุยเรื่องราวนอกเหนือจากวัฒนธรรมไอดอลด้วยได้ ส่วนใหญ่บทสนทนาของทอนกับโตะคนอื่นๆ จึงอยู่ในขอบเขตของการพูดคุยเรื่องไอดอล เรื่องวงในของไอดอลที่เขาชื่นชอบ และเรื่องดราม่าวงการไอดอล แต่ถ้าเป็นเรื่องส่วนตัว ทอนก็มีกลุ่มเพื่อนอีกกลุ่มที่เขาสนิทมากกว่า

4.5.2.2 เกม

เกมเคยเข้าไปมีส่วนร่วมและเป็นทีมงานของบ้านแฟนคลับของไข่มุก ในช่วงระยะเวลาสั้นๆ โดยเขาเข้าไปเป็นหลังบ้านและมีส่วนร่วมในการจัดงานพิเศษให้กับเธอ แม้จะทำให้เขาได้มีโอกาสรู้จักโตะคนอื่นๆ เพิ่มมากขึ้น แต่เกมก็ยอมรับว่าการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของบ้านแฟนคลับมีปัญหาเกิดขึ้นเยอะมาก โดยเฉพาะปัญหาระหว่างโตะด้วยกันเอง ซึ่งทำให้เขารู้สึกไม่อยากจะเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของบ้านแฟนคลับอีกต่อไป เมื่อผู้ทำวิจัยสอบถามว่าปัญหาเหล่านั้นคืออะไร เขาปฏิเสธที่จะพูดถึงปัญหาเหล่านั้นและอยากให้เรื่องราวที่เกิดขึ้นเป็นเพียงอดีตไป แต่เขาระบุว่าการเข้าร่วมบ้านแฟนคลับถือเป็นประสบการณ์ที่ไม่ดีที่สุดของเขาในการติดตามไอดอล

“เมื่อก่อนพี่ไปอยู่กับบ้าน แต่ช่วงหลังพี่ก็เริ่มแยกตัวมาอยู่คนเดียวมากกว่า ขอซัพพอร์ตน้องด้วยการซื้อซีดีดีกว่า เป็นการซัพพอร์ตโดยตรง หรือซื้อของแล้วไปส่งให้น้องที่ตุ๊กตาก็ได้ พี่ยังเคยซื้อหนังสือทำอาหารไปให้คุณไข่มุกเลย”

ผู้ทำวิจัยจึงถามเกมว่าการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของบ้านแฟนคลับช่วยเติมเต็มความรู้สึกของการเป็นโตะหรือทำให้เกมรู้สึกว่าตัวเองมีระดับของความเป็นแฟนสูงกว่าโตะที่ไม่ได้เข้าร่วมบ้านแฟนคลับหรือไม่ ซึ่งเกมระบุว่า “ถามว่าพี่ยกย่องตัวเองขึ้นไประดับนั้นไหม ก็ไม่นะ พี่รู้สึกว่าพี่ก็เป็นแฟนคลับคนหนึ่งเหมือนกัน แต่พอเข้าไปอยู่ ได้ไปเป็น จะว่ายังไงดีละ มันก็เป็นเรื่องในบ้านแหละ ก็มักจะเป็นปัญหาเรื่องการจัดการ ปัญหาต่างๆ จนพี่ก็รู้สึกว่าไม่อยากเข้าร่วมบ้านแฟนคลับอีกแล้ว พี่อยากติดตามและซัพพอร์ตน้องแหละ แต่ถ้าต้องเข้าไปอยู่บ้านแฟนคลับหรือไปช่วยงาน ต้องทำเสียหรือทำของอะไรแบบนั้น พี่ขอซัพพอร์ตน้องเขาโดยตรงผ่านออฟฟิเชียลดีกว่า”

เกมมีเพื่อนโตะที่รู้จักจากการเข้าร่วมบ้านแฟนคลับ หรือจากการติดตามวง BNK48 แต่เขาระบุว่าไม่ได้สนิทกับเพื่อนโตะเหล่านั้นมากนัก บทสนทนายกับเพื่อนกลุ่มนี้จะ

จำกัดอยู่แค่เรื่องไอดอลมากกว่า และเขามักจะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับไอดะในโลกออนไลน์มากกว่าจะไปนั่งคุยกับไอดะในงานอีเวนต์ที่เกี่ยวข้องกับ BNK48

“ความรู้สึกของพีคือไข่มุกเหมือนเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวพีไปแล้ว ตั้งแต่ที่ได้จัดงาน ได้เข้าไปอยู่ในส่วนของบ้านแฟนคลับ พีก็รู้สึกว่ามันน่าจะเป็นครอบครัวพีไปแล้ว”

4.5.2.3 ออม

ออมก็เป็นไอดะที่เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของบ้านแฟนคลับและมีประสบการณ์ที่ดีจากบ้านแฟนคลับ ออมระบุว่านอกจากความน่ารักของไอดอลที่ทำให้เขาตัดสินใจมาติดตามวง BNK48 แล้ว การได้รู้จักกลุ่มไอดะในบ้านแฟนคลับและได้ทำความรู้จักคนที่มีความชื่นชอบแบบเดียวกันกับเขาก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้เขายังคงติดตามไอดอลอย่างเหนียวแน่น

“เอาจริงๆ เราเริ่มแรกก็เริ่มจากน้อง เราตามเพราะน้องน่ารัก แต่พอเริ่มเข้ามาในกลุ่มบ้านหรือกลุ่มด้อม มันเริ่มเจอคนที่มีความคิดเหมือนกัน ใช้อย่างอย่างนอกแบบนี้ ถ้าผมไปคุยกับพีๆ ใช่นอกว่าน้องอรน่ารักจังเลย พีเขาก็คงจะแบบแล้วยังไงเหอ แต่การคุยกับไอดะกลุ่มบ้านเรา ว่าออกไปออกรายการนี้มา น่ารักมากเลย เราก็จะมีปฏิสัมพันธ์กัน ซึ่งตรงนี้ผมมองว่าหลายคนก็คิดเหมือนกัน มันอยู่ที่ทำงานหรือที่โรงเรียน มันไม่มีคนคุยด้วย พอมีกลุ่มแบบนี้ก็รู้สึกสนุกที่ได้คุยกับกลุ่มคนที่ชอบเหมือนกันกับเรา”

ออมเล่าถึงจุดเริ่มต้นการเข้าไปทำความรู้จักและสนิทสนมกับไอดะคนอื่นที่ไม่ได้ชื่นชอบหรือเหมือนกับเขา “ตอนเดบิวต์รุ่นสอง ผักขมน่ารักดี คือปกติผมไม่เคยอยู่กลุ่มไลน์หรือกลุ่มบ้านอะไรแบบนี้ เพราะเราเป็นไอดะแบบห่างๆ ใจ ที่นี้พอเจอผักขม ผมเลยไปกดถูกใจแฟนเพจ แฟนเพจเลยบอกว่าใครอยากเข้าไลน์กลุ่มมาคุยกัน ผมก็ลองช่องทางนี้ดู ก็เลยเป็นกลุ่มแรกที่ผมได้เข้าไปทำความรู้จัก แล้วก็คุยกันตั้งแต่ผมประกวดร้องเพลงอีก คุยกันเฮฮาสนุกสนาน พอเริ่มออกซิงเกิ้ล คนก็เริ่มมาทัก พอมันแมส บ้านออร์ก็นำบอกให้ผมแอดเข้าไปบ้านของเขา”

ผู้ทำวิจัยถามต่อว่ามีวิธีการคัดกรองไอดะที่จะเข้ามาอยู่กลุ่มคนสนิทหรือไม่ ออมก็บอกว่าพวกเขาจะใช้การพูดคุยกัน ถ้าคนไหนที่ดูค่อนข้างอึดอัดก็อาจจะดึงเข้ากลุ่ม แต่โดยปกติแล้วเขาและหัวบ้านจะมีกรุ๊ปแชทไว้คุยกัน เวลามีกานอะไรก็จะมาพูดคุยและตกลงกันในวันนี้ก่อนที่จะประกาศให้ไอดะคนอื่นๆ ในบ้านได้รับรู้

“อย่างบ้านผักขมก็จะมีห้องหนึ่งเอาไว้สำหรับแอดมิน ซึ่งก็เป็นน้องของผมนี่แหละ เขาก็จะชวนคนที่ค่อนข้างสนิทมาอยู่ห้องนี้ เวลามีกานอะไรในด้อมก็จะมาคุยกันในห้องนี้ อย่างเช่น งานวันเกิด เลือกกางานจับมือ ทุกคนจะมาคุยกันในห้องนี้ว่าจะทำอะไรแจก ทำรูปแจกไหม ทุกคนก็จะคุยกันอย่างสนิทสนม มันเป็นพื้นที่ที่แยกจากห้องรวม ที่นี้พอจะดึงใครเข้ามา เราก็รู้สึกว่

พอไปเจอที่งานจับมือ แล้วเราเจอคนที่ดูค่อนข้างอึดอัดดี ก็จะเริ่มดึงเข้ามาบ้านนี้ แล้วเราก็ทำกิจกรรมนอกเหนือ BNK48 ด้วย เช่นไปกินข้าว”

อ้อมและเพื่อนโอตะในห้องแซทพูดคุยกันหลายเรื่อง แต่ส่วนใหญ่มักจะคุยกันเรื่องไอดอลและบางครั้งก็เป็นเรื่องที่ไม่สามารถคุยกับคนนอกได้ รวมไปถึงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความเซ็กซี่ของไอดอลที่หากคุยกับคนนอก พวกเขาคงจะโดนมองแปลกๆ เป็นแน่ “อย่างล่าสุดถ่ายแพชั่นกับนิตยสารหนึ่ง ก็มีรูปหนึ่งที่มันหวิวหวานอยู่นะ เป็นรูปที่คล้ายชุดว่ายน้ำ แล้วก็ถือไม้เทนนิส เราคุยกับเพื่อนที่ชอบบอร์เหมือนกัน เราก็แบบ เออ มันสวยวะ แต่ผมไม่เคยมีนะครับ จากใจเลยสาบานได้ แต่ถ้าพูดเล่นอันนี้มีบ้างที่พูดในบ้านแฟนคลับ เราก็ฟังเขาพูดกันในบ้าน มันเหมือนเป็นมุกที่ไหลตามกันไปมากกว่า”

เมื่อผู้ทำวิจัยถามว่ามุกแบบไหน อ้อมตอบว่า “มันเป็นมุกเช่น ส่วนหน้าอกของน้อง เขาจะใช้มุกในคำว่า “ความพยายาม” ถ้าคนที่มีหน้าอกใหญ่หน่อย ก็จะเป็นคนที่มีความพยายาม หรือไอดอลคนนั้นมีความพยายามเยอะนะ แต่ถ้าเป็นคนหน้าอกเล็กก็อาจจะจะเป็นไอดอลที่ไม่มีความพยายาม”

4.5.3 กิจกรรมยิงมิกซ์เชียร์ไอดอล

นอกเหนือจากการรวมตัวในรูปแบบบ้านแฟนคลับเพื่อสนับสนุนไอดอลที่ชื่นชอบแล้ว โอตะบางกลุ่มยังสร้างเครือข่ายทางสังคมในรูปแบบอื่นที่เน้นกิจกรรมเฉพาะทาง โดยหนึ่งในกิจกรรมที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์คือ “การยิงมิกซ์” ซึ่งเป็นการเชียร์ไอดอลผ่านการส่งเสียงตามจังหวะเพลงอย่างพร้อมเพรียง ประกอบกับการใช้แท่งไฟ โดยกิจกรรมนี้ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากวัฒนธรรมโอตะญี่ปุ่น และได้กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมในคอนเสิร์ต BNK48 ที่ช่วยสร้างบรรยากาศแห่งความคึกคักและความมีชีวิตชีวาให้กับการแสดง

การยิงมิกซ์ไม่เพียงสะท้อนลักษณะของการบริโภควัฒนธรรมในแบบแฟนคลับเท่านั้น หากยังเป็นพื้นที่ที่ส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายที่มีความสนใจร่วมกันในพื้นที่ชายขอบ แม้จะเผชิญกับอคติและสายตาจากสาธารณชนที่มองว่าเป็นพฤติกรรมแปลกประหลาดหรือรบกวนผู้อื่น แต่โอตะที่เข้าร่วมกิจกรรมกลับนิยามพื้นที่นี้ว่าเป็นพื้นที่แห่งความสุขและการมีตัวตนของพวกเขาเอง

ในส่วนนี้ ผู้ทำวิจัยจะนำเสนอประสบการณ์ของโอตะชาย 3 คนในกลุ่มวิจัย ได้แก่ เอก บอล และอิก ที่มีบทบาทสำคัญในกลุ่มยิงมิกซ์เพื่อวิเคราะห์ว่ากิจกรรมที่ขัดแย้งกับบรรทัดฐานสังคมนี้ มีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะกลุ่มนี้อย่างไรบ้าง

4.5.3.1 บอล

บอลเป็นโตะจากกลุ่มอิงมิคซ์ที่ผู้ทำวิจัยได้รู้จักเป็นคนแรก และเขาก็เป็นคนที่แนะนำเอกและอีกให้ผู้ทำวิจัยได้รู้จักในภายหลัง ผู้ทำวิจัยสังเกตว่าเวลาที่บอลนั่งอยู่กับเอก เขามักจะเป็นผู้ตามและปล่อยให้เอกเป็นคนเล่าเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมโตะไอดอลและการอิงมิคซ์ ส่วนบอลจะเป็นคนคอยเสริม ขณะที่ถ้านั่งอยู่กับอิค บอลดูจะเป็นตัวเองมากกว่าและเล่าเรื่องเชิงลึกมากกว่า

บอลรู้จักวัฒนธรรมไอดอลและวัฒนธรรมโตะมาบ้างก่อนมี BNK48 แต่เขาไม่ได้เข้ามาติดตามอย่างจริงจัง จนกระทั่งเขาตัดสินใจที่จะลองเข้าร่วมการอิงมิคซ์ตอน BNK48 มีงาน BNK48 Roadshow ที่เดอะมอลล์ ท่าพระ ซึ่งเป็นงานเดินสายเปิดตัววงไอดอล ทั้งนี้ กลุ่มอิงมิคซ์ที่ติดตาม BNK48 ไปตามสถานที่ต่างๆ เกิดขึ้นจากเอกซึ่งเป็นตัวตั้งตัวดีของกลุ่ม

“อย่างผมเนี่ย รู้จัก AKB48 นะ แต่ไม่ได้ตาม ผมรู้สึกว่ามันห่างไกลผมเกินไป ขอแอบชอบเฉยๆ อยู่ห่างๆ ดีกว่า แต่ผมเป็นคนอยากหากิจกรรมทำอยู่ตลอด แล้วก็ชอบวัฒนธรรมญี่ปุ่นอยู่แล้วด้วย ผมอยากรู้ว่ามันเป็นยังไง แก่นแท้ของมันจะเป็นยังไง ถ้าเราไปอยู่ตรงนั้นจะเป็นยังไง แต่พอมี BNK48 ผมก็รู้สึกว่ามันมาแล้ว ก็เลยลองเข้ามา”

บอลพูดเสมอว่าการอิงมิคซ์ของเขาเป็นการสร้างความสนุกสนานให้กับงานคอนเสิร์ต และช่วยเติมพลังให้กับไอดอลที่กำลังทำการแสดงบนเวที เขาจึงใส่เต็มที่ทุกครั้งเมื่ออิงมิคซ์กับเพื่อนๆ เมื่อถามบอลว่าเขาารู้สึกอย่างไรเวลาอิงมิคซ์และถูกมองด้วยสายตาแปลกๆ จากคนทั่วไปที่ไม่เข้าใจหรือไม่รู้จักวัฒนธรรมไอดอล เขาตอบว่า “ผมไม่อายนะ เพราะปกติเราก็ไปเชียร์บอลในสนามอยู่แล้วไง คนข้างนอกก็ปล่อยเขา เขาไม่เข้าใจ ก็เหมือนเราไปเชียร์ไอดอลนั่นแหละ เหมือนคนที่เขาไปหวิดเกาหลีสัก เราก็ไม่เห็นต้องไปว่าเขาเลย มันเป็นเรื่องของเขา เราไม่เข้าใจก็ปล่อยผ่าน”

อย่างไรก็ตาม บอลรับรู้ตลอดว่าคนทั่วไป โดยเฉพาะคนในโซเชียลมีเดีย มองพวกเขาไม่ดี เนื่องจากบอลทำเฟซบุ๊กแฟนเพจเกี่ยวกับโตะ และอัปโหลดคลิปวิดีโอการอิงมิคซ์ของพวกเขาออกไป ทำให้มีคนเข้ามาแสดงความคิดเห็นในเชิงดูถูกและเหยียดหยามโตะกลุ่มนี้เป็นอย่างมาก แต่บอลก็บอกว่าเขาไม่ได้สนใจเท่าไรนัก นอกจากนี้ บอลยังมองว่าการเข้ามาอยู่ในกลุ่มอิงมิคซ์เปรียบเหมือนการท่องเที่ยวสำหรับเขา เพราะเขามักเดินทางไปตามสถานที่ต่างๆ ที่ BNK48 จะขึ้นคอนเสิร์ต และการทำแบบนี้ก็ทำให้เขาได้ท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กับเพื่อนโตะคนอื่นๆ ที่ตอนหลังได้กลายมาเป็นเพื่อนสนิทของเขาไปแล้ว

“ผมไม่ได้อยากเป็น someone แต่ก็อยากให้น้องเห็นถึงความตั้งใจ มีงานโตโยต้าไรต์โชว์ที่เชียงใหม่ ผมตีตัวไปเลย นั่งรถไฟชั้นสาม ไปนอนตุนี่ตุนั้น มันสนุกมาก เหมือนได้

ไปเที่ยว ไปถึงปั๊บก็นั่งได้ซีเรียสว่าจะเจอไม่เจอนะ แต่พอน้องหันมา น้องก็จำผมได้” บอลเล่าย้อนไปถึงตอนที่เขาเดินทางไปเชียงใหม่พร้อมเพื่อนโอตะ

“ถามว่าผมมีเพื่อนใหม่ ก็มีนะ แต่เพื่อนของผมมันเป็นประเภทที่แบบว่าเวลาทักก็จะขอยืมเงินหน่อย คือเพื่อนเรานั้นก็เป็นอีกแบบหนึ่ง ดิๆ ก็มี ร้ายเลยก็มี แต่ผมชอบทำอะไรอยู่แล้ว งานที่ผมทำก็จะหนักเป็นช่วงๆ พอว่างก็เลยไปหาอะไรทำให้จิตใจไม่ฟุ้งซ่าน ก็คือหาสังคมให้ตัวเองนั่นแหละ พอได้รู้จักกลุ่มนี้ ได้มาอยู่ในสังคมแบบนี้ ผมก็ได้มาแลกเปลี่ยนทัศนคติความคิดเห็นในชีวิตหลายอย่างกับพวกเขาด้วย”

4.5.3.2 เอก

เอกเป็นโอตะสายอิงมิक्सรุ่นใหญ่ที่โอตะหลายคนยกให้เป็น “เจ้าพ่อวงการไอดอล” ด้วยความที่เขาติดตามไอดอลมานาน ตั้งแต่ไอดอลวง AKB48 และมีความรู้เรื่องวัฒนธรรมไอดอลและวัฒนธรรมโอตะเป็นอย่างดี แต่เขามักจะปฏิเสธและบอกว่าอยากเป็นเพียงโอตะธรรมดาที่มาหาความสุขจากการติดตามไอดอลเท่านั้น

“อย่าพูดแบบนั้นเลย เดียวจิ้นลง เพราะเราไม่อยากจะ become someone นะ เราอยากเป็น nobody ด้วยซ้ำ คือการเป็น someone แปลว่าหนึ่งมันเป็นจุดสนใจ คือผมก็คนธรรมดา ไม่ได้อยากเป็นคนพิเศษ ไม่อยากวางตัว และสองคือต้องรู้จักคิดรู้จักพูด รู้จักการแสดงออกที่เป็นกลาง เหมาะสม คือให้ทุกคนได้ดูแล้วเอาเป็นแบบอย่าง ซึ่งชีวิตผมไม่น่าจะทำได้ อีกอย่างคือคำว่าเจ้าพ่อเนี่ยมันเป็นความหมายเชิงลบนะสำหรับผมแล้ว ผมก็อยากเป็นแค่แฟนคลับธรรมดา ไปโบกแท่งไฟ ไม่ได้อยากเป็นแกนนำ โปกผ้า ผมยังไม่ถึงเลเวลนั้น”

จากเด็กชายที่อ่านการ์ตูนญี่ปุ่น ดูการ์ตูนญี่ปุ่น และเติบโตมากับวัฒนธรรมการ์ตูนญี่ปุ่น ทำให้เอกคุ้นเคยกับวัฒนธรรมประชานิยมของญี่ปุ่นตามไปด้วย ซึ่งหนึ่งในนั้นก็คือวัฒนธรรมไอดอลที่มักจะแทรกซึมอยู่ในเพลงประกอบอนิเมะญี่ปุ่น และในเมืองไทยก็มีวัฒนธรรมไอดอลสอดแทรกอยู่ในงานการ์ตูนญี่ปุ่น งานเกม หรืองานที่เกี่ยวข้องกับประเทศญี่ปุ่น เมื่อติดตามและเรียนรู้ระบบของวัฒนธรรมไอดอล เอกก็รู้สึกสนใจการอิงมิक्सซึ่งเริ่มต้นจากโอตะของไอดอลญี่ปุ่น เขาจึงฝึกฝนและกลายเป็นผู้เชี่ยวชาญเรื่องท่อนคำร้องของแต่ละเพลง จน BNK48 เปิดตัวในไทย เอกซึ่งอิงมิक्सหน้าจอยู่คนเดียวมาตลอด จึงเกิดความรู้สึกอยากออกไปอิงมิक्सข้างนอกบ้าง เขาจึงเริ่มต้นทำงาน BNK48 Road Show จากนั้นก็มีโอตะคนอื่นๆ ที่ติดตามไอดอลญี่ปุ่นมาก่อนและรู้จักการอิงมิक्सเข้ามาทักทาย จนกลายเป็นกลุ่มอิงมิक्सในที่สุด

“ปกติถ้าผมดูไอดอล ผมก็จะหวีดอยู่หน้าจอยิ้มๆ ผมไม่ค่อยออกมาหางานสักเท่าไร เมื่อก่อนที่จะมี BNK48 ผมก็เป็นโอตะอิงมิ克斯อยู่หน้าจอย เล่นอยู่คนเดียว เล่นข้าๆ สนุกอยู่คนเดียว แต่พอมี BNK48 ผมก็รู้สึกอยากอิงมิ克斯 แต่ผมเป็นคนที่ไม่ค่อยมีเพื่อน ไม่ค่อยมีสังคม ก็

จะอยู่กับของเล่น อยู่กับเกมมาตลอด พอเจอกลุ่มนี้ก็รู้สึกที่เราถูกคอบอก รู้สึกว่าเรามีทัศนคติที่ตรงกัน เราเลยรวมตัวกันไปไหนไปกันตลอด”

เอกและกลุ่มยิงมิกซ์เดินสายตามวง BNK48 ไปยังสถานที่ต่างๆ ทั้งใน กรุงเทพฯ และต่างจังหวัดเพื่อยิงมิกซ์เชียร์ไอดอล ซึ่งในงานตอนนั้นก็มีการแจกรางวัลตัวกินพิชซ่า กลุ่มยิงมิกซ์ที่ได้รางวัลก็ชวนกันไปกินพิชซ่า ได้พูดคุยทำความรู้จักกันมากขึ้นจนสนิทสนมกัน

“เอาจริงการมาตามไอดอลเนี่ย ผมไม่ได้มาดูละครๆ อย่างเดียวนะ ผมมาหาเพื่อน ผมได้รู้จักกับบอลก็มาจากการดูไอดอล ผมขึ้นเหนือล่องใต้ ไปต่างจังหวัดก็เจอเพื่อนฝูงกันแบบนี้ เอาจริงๆ ผมอยู่กับพวกเขามากกว่าเพื่อนสนิทของผมอีกนะ คือเพื่อนสนิทผมรู้จักกันมาตั้งแต่สมัยเรียน สมัยเรียน ม.ปลาย ตอนนั้นผมอยู่กับกลุ่มโตะะมากกว่าเพื่อนๆ เสียอีก เพราะเราคุยกันรู้เรื่อง คุยกันสองสามคำก็รู้เรื่องแล้วว่าเราต้องทำอะไรกัน”

งานอีเวนต์ของ BNK48 ส่วนใหญ่จะจัดขึ้นในพื้นที่สาธารณะ จึงเป็นเรื่องปกติที่คนนอกจะมองไปที่พวกเขาที่กำลังยิงมิกซ์กันอยู่ ผู้ทำวิจัยจึงสอบถามถึงความรู้สึกของเอกกับการที่คนนอกมองไปที่เขา เอกหัวเราะเสียงดังหลังได้ยินคำถาม พร้อมอุทานว่า “โอ้โห ประเด็นนี้” เอกระบุว่าเขาไม่เคยคิดว่าตัวเองเป็นตัวป่วน เพราะเขาไม่ได้มาป่วน แต่การยิงมิกซ์คือการมีปฏิสัมพันธ์กับไอดอล และไอดอลก็ชอบที่มีโตะะมายิงมิกซ์ให้กำลังใจพวกเขา

“มันมีสองแบบ พวกไรต์โชว์จะมีปัญหามาก คือกลุ่มที่เขาไม่เข้าใจวัฒนธรรมการดูไอดอลว่ามันไม่เหมือนศิลปินทั่วไป มันจะมีไคต์เชียร์ มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ผมมองแบบนี้ว่าการไปดูไอดอลมันคือการเติมเต็มกันและกัน น้องคือ 70% โตะะคือ 30% แล้วเอามารวมกันให้โชว์สมบูรณ์แบบ 100% นี่คือการดูไอดอล มันไม่เหมือนวงอื่น มันมีความพิเศษตรงนี้”

“การส่งเสียงเชียร์คือช่องทางหนึ่งในการลดระยะห่างระหว่างคนดูกับคนบนเวที ซึ่งน้องก็ออกมารณรงค์หลายครั้งว่าอยากได้ยินเสียงเชียร์จากเรา แต่มันจะมียุคที่คนนอกไม่เข้าใจ เขาคิดว่าเรามาส่งเสียงรบกวน แต่ต้องย้อนไปว่าเราส่งเสียงในงานของเรา ในพื้นที่จัดงานของเรา เราไม่ได้ไปเล่นกันหน้าสะพานลอย เราเล่นกันไนท์คลับที่จัดงานเท่านั้น พองานเลิกเราก็กลับบ้านเราก็เป็นคนปกติ”

เมื่อถามเอกว่าเขาารู้สึกอย่างไรที่ถูกมองแบบนั้น เอกบอกว่าเขาไม่สนใจ เพราะคนนอกไม่เข้าใจวัฒนธรรมของเขา และก็ไม่ใช่หน้าที่ของเขาที่จะไปอธิบายให้คนอื่นเข้าใจ “มันมีความคิดที่ว่าเรามาดูคนบนเวที เรามาดูคนข้างหน้า ไม่ได้มาดูคนข้างหลัง ข้างหลังเขาจะว่ายังงี้ก็แล้วแต่ เราแค่เล่นในเวทีของเรา ในความเหมาะสม มันอาจจะมียางเคสที่เล่นเกินไปบ้าง มันก็เป็น

ข้อผิดพลาด จริงๆ มันก็เหมือนคอนเสิร์ตเกาหลีที่มีแฟนชานท์²⁰นั่นแหละ ผมไม่ใช่เรียนนะ ผมไม่เคยค่าแฟนคลับศิลปินเกาหลีเลย เพราะผมเข้าใจว่าความชอบของเราไม่เท่ากัน”

4.5.3.3 อิค

อิคยอมรับว่าการยิงมิกซ์เป็นกิจกรรมที่ทำให้เขารู้สึกสนใจวัฒนธรรมไอดอลและวัฒนธรรมโอตะไอดอล หลังจากที่เขาได้ดูคลิปวิดีโอการยิงมิกซ์ของกลุ่มโอตะจากงานอีเวนต์งานหนึ่งทางยูทูบ แล้วเขาก็อยากไปเห็นการยิงมิกซ์ด้วยตาของตัวเอง อย่างไรก็ตาม อิคเห็นคลิปเหล่านั้นก่อน BNK48 จะเปิดตัวในไทย เมื่อ BNK48 เปิดตัวจึงเป็นโอกาสที่อิคจะได้เข้าไปทำความรู้จักและสัมผัสการยิงมิกซ์ด้วยตัวเอง

“ครั้งแรกผมดูคลิปวิดีโอของช่องออนไลน์ สเตชัน²¹ (online station) แล้วเขาพูดถึงการยิงมิกซ์ ผมก็เลยเก็บเป็นเมมโมรี่เอาไว้ว่าวันหนึ่งถ้ามันมีแสดงก็จะไปดู แล้วผมก็รู้ว่ามันมีวงไอดอลแบบนี้ มีระบบแบบนี้ที่เขารันกันในการไอดอล แล้วก็มีการถ่ายเซกิอะไรแบบนี้ ผมก็เลยเกิดความสงสัยว่าระบบพวกนี้ถ้าเข้ามาในไทยแล้วเขาจะทำกันยังไง ผมก็เลยอยากไปดู”

อิคไปดูการยิงมิกซ์ครั้งแรกที่งาน BNK48 Roadshow ณ เดอะมอลล์บางแค เขาบอกว่าพอได้เห็นก็รู้สึกว่าการยิงมิกซ์เป็นกิจกรรมที่ “แปลกและเพี้ยนดี” เขาจึงเริ่มยิงมิกซ์กับโอตะคนอื่นๆ และเข้ามาอยู่ในกลุ่มยิงมิกซ์ในที่สุด อย่างไรก็ตาม แม้อิคจะไม่ปฏิเสธว่าการที่เขาตัดสินใจมาตามวง BNK48 เพราะเขาไม่มีประสบการณ์ชีวิตกับผู้หญิงมาก่อนและมีความหวังว่าตัวเองจะได้เป็นแฟนกับจูเน่ อย่างไรก็ตาม เหตุผลหลักของการเข้ามาทำกิจกรรมยิงมิกซ์ของอิคคือได้เจอเพื่อนที่เขารู้สึกสนิทใจด้วย

“ตามไอดอลก็เป็นความสุข ทำแล้วมีความสุข เล่นเกมก็มีความสุข แต่เล่นเกมคนเดียวเราไม่ได้เห็นหน้าคนอื่น เราเป็นมนุษย์ก็ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นด้วย ซึ่งผมก็มีปฏิสัมพันธ์กับโอตะด้วยกันนี่แหละ มากกว่าปฏิสัมพันธ์กับไอดอลอีก เพราะเวลาไปยิงมิกซ์ เราแทบไม่ได้เห็นหน้าไอดอล เราเห็นหน้าโอตะด้วยกันมากกว่า”

ผู้ทำวิจัยจึงถามอิคต่อว่าการได้รวมกลุ่มกับโอตะคนอื่นๆ แบบนี้มีความหมายกับอิคมากกว่าการติดตามไอดอลเพียงอย่างเดียวหรือไม่ อิคเงียบไปนานมาก ก่อนจะตอบว่า “ใช่ครับ เพราะเวลาไปดูคอนเสิร์ตก็ไม่ได้เห็นหน้าเขาอยู่แล้ว”

เมื่อถามว่าระหว่างกลุ่มโอตะกับเพื่อนที่ไม่ตามไอดอล อิคสนิทสนมกับใครมากที่สุด อิคบอกว่าเขาเป็นคนไม่มีเพื่อนคนอื่นเลยและกลุ่มโอตะคือเพื่อนกลุ่มเดียวของเขา “ผม

²⁰ แฟนชานท์ (Fanchant) เป็นการแสดงความสามัคคีของแฟนคลับ โดยจะเป็นการพูดคำพูดบางอย่างออกมาพร้อมกัน เพื่อเป็นการส่งกำลังใจให้ศิลปินและทำให้โชว์ของศิลปินน่าสนใจ

²¹ ออนไลน์ สเตชัน (online station) คือแพลตฟอร์มและบริษัทด้านสื่อดิจิทัลของไทย ที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับเกม อนิเมะ และวัฒนธรรมโอตาคุ ปัจจุบันเป็นหนึ่งในเครือของทรู ดิจิทัล และมีบทบาทสำคัญในการสร้างคอมมูนิตี้นักแฟนคลับและการตลาดเชิงวัฒนธรรมดิจิทัล

ไม่มีกลุ่มเพื่อนทั่วไปนะ ไม่อยากคุยกับคนพวกนั้นด้วย เพราะผมไม่ชอบหน้า เพื่อนในมหาวิทยาลัยก็ไม่มี ผมไปเรียนเพื่อการศึกษา ไม่ได้ต้องการเพื่อน หรือแม้แต่เพื่อนร่วมห้องตอนเรียนมัธยมก็ไม่มี ถ้าต้องทำงานกลุ่ม ก็เพื่อนในห้องที่ต้องทำงานด้วยกัน ทำงานเสร็จก็ไม่คุยกันแล้ว เรียกว่ากลุ่มยิ่งมิกซ์เป็นเพื่อนของผมจะดีกว่า”

ผู้ทำวิจัยถามต่อว่าตอนเรียนโรงเรียนชายล้วน อีกมักจะเป็นคนที่โดนแกล้งหรือไม่ เขาตอบว่า “ผมอยู่โรงเรียนชายล้วนมา 6 ปี เจอเรื่องบ๊าบอมาเยอะ ก็ทนได้แหละ ผมเป็นคนเชื่อมั่นในตัวเองต่ำมาก พอเรียนโรงเรียนชายล้วนก็ทำให้ความเชื่อมั่นในตัวเองต่ำลงไปอีก เพราะในโรงเรียนก็จะมีกลุ่มนักกีฬา นักดนตรี กลุ่มคนเท่าๆ ที่ผมไปเทียบกับเขาไม่ได้อยู่แล้ว เหมือนคนละสปีชีส์กันเลยจะดีกว่า เอาจริงมันเหมือนเป็นคอมมูนิตี้ที่แตกต่างกัน หลังห้องก็เป็นเหมือนชนเผ่าๆ หนึ่ง ตรงกลางก็เหมือนเป็นตัวกั้นระหว่างชนเผ่าข้างหน้าห้องกับหลังห้อง ซึ่งผมเป็นชนเผ่าหน้าห้องนะ แล้วห้องหนึ่งก็มีคนประมาณ 50 - 60 คน แต่ผมไม่เป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มไหนเลย ไม่สนิทกับใครเลย พอได้มาเจอเพื่อนโอตะที่เข้าใจกัน ก็เลยคุยกันได้เยอะกว่า”

เมื่อถามว่ากลุ่มเพื่อนโอตะเข้าใจอีกอย่างไร อีกบอกว่าเขาสามารถพูดคุยเรื่องต่างๆ ที่เขาคุยกับคนอื่นไม่ได้ โดยเฉพาะเรื่องไอดอล เขารู้สึกสบายใจกับผู้คนในวัฒนธรรมไอดอลและกลุ่มยิ่งมิกซ์ ถึงแม้หลายคนจะมองว่าอีกเป็นคนแปลกแยก แต่อีกไม่ได้รู้สึกว่าตัวเองแปลกหรือแตกต่างจากคนอื่น “ปกติผมรู้สึกว่าตัวเองไม่มีตัวตนอะไรในสังคมอยู่แล้ว แต่พอได้มาอยู่ตรงนี้ก็ทำให้ผมรู้สึกเหมือนตัวเองมีตัวตน”

จากการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์โอตะทั้ง 6 คนที่เข้าร่วมงานวิจัยในครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นประสบการณ์และวิธีการมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมของไอดอลวง BNK48 ที่มีความหลากหลายและแตกต่างกันออกไป แต่ในความแตกต่างกลับสะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบร่วมกันบางประการที่ชี้ให้เห็นถึงความหมายที่ลึกซึ้งของการเข้าร่วมกิจกรรมในฐานะโอตะ โดยเฉพาะในแง่ของการสร้างความสัมพันธ์ การแสดงออกทางอารมณ์ และการยืนยันอัตลักษณ์ของพวกเขาเอง

หนึ่งในกิจกรรมหลักที่โอตะทุกคนเข้าร่วมคือการเข้าร่วมงานจับมือ (handshake event) ซึ่งถือเป็นกิจกรรมสำคัญที่เปิดโอกาสให้โอตะได้พบปะ พูดคุย และมีปฏิสัมพันธ์กับไอดอลวง BNK48 อย่างใกล้ชิด การเตรียมตัวเพื่อร่วมกิจกรรมงานจับมือไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแต่การซื้อบัตรจับมือและการเข้าไปจับมือไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการวางแผนคำพูดที่พวกเขาต้องการสื่อสารกับไอดอล การแต่งกายให้ดูดีสมเกียรติเสมือน “การไปพบคนสำคัญ” รวมถึงการควบคุมอารมณ์และท่าทีเพื่อแสดงความเป็นห่วงเป็นใยและจริงใจ โอตะหลายคนเล่าว่าพวกเขารู้สึกว่า

งานจับมือช่วยให้พวกเขาสามารถส่งต่อพลังใจให้ไอดอล และในขณะเดียวกันก็ได้รับกำลังใจเช่นกัน บางคนถึงกับระบุว่านี่คือช่วงเวลาที่ทำให้พวกเขารู้สึกได้มีปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ ซึ่งเป็นสิ่งที่พวกเขารู้สึกขาดหายไปจากชีวิต กิจกรรมงานจับมือจึงเป็นเหมือนพื้นที่ที่ผู้ชายสามารถสวมบทบาทของ “พี่ชาย” ได้อย่างเปิดเผยในลักษณะที่ไม่มีการแสวงหาผลตอบแทนเชิงชู้สาว และในขณะเดียวกันยังเป็นพื้นที่ที่ไอดะสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนไอดะชายคนอื่นๆ ผ่านการต่อคิว การพูดคุย หรือแม้แต่การช่วยกันเตรียมตัวก่อนเข้าไปจับมือ สิ่งเหล่านี้ทำให้กิจกรรมงานจับมือไม่ใช่เพียงพื้นที่แห่งความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับกับไอดอลเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ที่หล่อหลอมความเป็นชายรูปแบบใหม่ที่ตั้งอยู่บนฐานของความอ่อนไหวและความร่วมมือ ขณะเดียวกันก็สะท้อนความเชื่อว่าการแสดงออกทางกายภาพและการทุ่มเทด้านอารมณ์สามารถแปรเปลี่ยนเป็นพลังงานเชิงบวกที่ส่งผลต่อไอดอลได้อย่างเป็นรูปธรรม

อีกหนึ่งกิจกรรมที่ปรากฏในประสบการณ์ของไอดะ 3 คนที่เข้าร่วมงานวิจัยคือการมีส่วนร่วมในบ้านแฟนคลับ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ไอดะรวมตัวกันเพื่อวางแผนและจัดกิจกรรมสนับสนุนศิลปินการทำงานภายในบ้านแฟนคลับมีลักษณะที่คล้ายกับการทำงานเป็นทีม โดนสมาชิกแต่ละคนจะมีหน้าที่และความรับผิดชอบที่ชัดเจน เช่น การถ่ายรูปไอดอล การแต่งเพลงสนับสนุนไอดอล การจัดกิจกรรมงานวันเกิดให้ไอดอล การระดมทุน การประสานงานกับพื้นที่จัดกิจกรรม รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดีย ซึ่งไอดะบางคนทำหน้าที่เป็นผู้นำในการจัดงานกิจกรรม ขณะที่ไอดะบางคนเน้นใช้การลงแรงหรือใช้ทักษะเฉพาะทาง เช่น การถ่ายรูปหรือการแต่งเพลง เป็นต้น

กิจกรรมการยิงมิกซ์ก็ถือเป็นกิจกรรมสำคัญที่มีบทบาทต่อความรู้สึกการเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไอดะไอดอล โดยเฉพาะในงานคอนเสิร์ตหรือการแสดงในพื้นที่สาธารณะของไอดอลวง BNK48 ไอดะต้องฝึกซ้อมการยิงมิกซ์ให้พร้อมเพรียง ซึ่งการซ้อมเหล่านี้มักเกิดขึ้นในกลุ่มเล็กๆ และมีการแบ่งหน้าที่ระหว่างสมาชิก เช่น คนที่เป็นต้นเสียง คนที่คอยกำกับจังหวะ และคนให้สัญญาณ ทั้งนี้ไอดะหลายคนเล่าว่าการยิงมิกซ์ร่วมกับคนอื่นๆ ทำให้พวกเขารู้สึกถึงพลังของกลุ่มและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงนั้น แม้จะไม่ได้อยู่บนเวทีก็ตาม ขณะที่บางคนก็เล่าว่าการฝึกซ้อมและการยิงมิกซ์ในพื้นที่สาธารณะทำให้พวกเขาต้องเผชิญกับสายตาหรือคำวิพากษ์วิจารณ์จากคนภายนอก แต่พวกเขาก็เลือกที่จะไม่สนใจและยึดมั่นในความชอบของตัวเอง ทั้งยังมองว่าการทำในสิ่งที่พวกเขารักและไม่สร้างความเดือดร้อนให้คนอื่นคือสิ่งที่สำคัญที่สุด

กิจกรรมของไอดะเพื่อสนับสนุนไอดอล ทั้งการเข้าร่วมงานจับมือ การรวมกลุ่มเป็นบ้านแฟนคลับ และการรวมกลุ่มยิงมิกซ์ แสดงให้เห็นการแลกเปลี่ยนทรัพยากรทั้งทางด้านเวลา อารมณ์ และเงินทุน เช่น การระดมทุนเพื่อจัดทำของขวัญวันเกิดให้ไอดอล การช่วยกันหาเสียงให้กับไอดอลในช่วงเลือกตั้งของวง การเดินทางไปต่างจังหวัดเพื่อร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ BNK48 หรือแม้แต่

การรวมตัวกันเพื่อทำกิจกรรมอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับ BNK48 ไม่เพียงเท่านั้น กิจกรรมทั้งหลายเหล่านี้ยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างโอตะ โดยเฉพาะในรูปแบบของการเป็น “พี่น้องร่วมอุดมการณ์” โอตะบางคนเล่าว่าการได้รู้จักเพื่อนใหม่ผ่านกิจกรรมเหล่านี้ทำให้พวกเขาไม่รู้สึกโดดเดี่ยวอีกต่อไปแม้จะไม่มีเพื่อนที่สนใจเรื่องเดียวกันมาก่อน ดังนั้น การทำงานเป็นทีมจึงไม่เพียงเป็นวิธีสนับสนุนไอดอลเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางในการสร้างมิตรภาพและการยอมรับในกลุ่มเพศเดียวกันที่เข้าใจกันและกัน

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่าการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ไม่ได้มีเพียงมิติของความบันเทิงหรือการบริโภคเชิงวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นพื้นที่ทางสังคมที่เปิดโอกาสให้ชายชายขอบกลุ่มนี้สามารถประกอบสร้างและยืนยันอัตลักษณ์ความเป็นชายของตนเองภายใต้เงื่อนไขของสังคมไทยที่ยังคงยึดโยงกับความเป็นชายแบบอำนาจนำ กิจกรรมอย่างการเข้าคิวรอจับมือ การแต่งกายสุภาพเพื่อพบไอดอล การจัดกิจกรรมสนับสนุนในนามแฟนคลับ หรือแม้แต่การยิงมิกซ์ ล้วนเป็นการกระทำที่สะท้อนให้เห็นความจริงจัง ความทุ่มเท และความมุ่งมั่นในการมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมแฟนคลับในแบบที่เต็มไปด้วยความหมาย โดยกิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นการสนับสนุนไอดอลเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่สำหรับการสร้างความสัมพันธ์ สร้างความมั่นใจในตัวเอง และการมีตัวตนในสังคม

กิจกรรมเหล่านี้จึงไม่อาจมองว่าเป็นเพียงการเล่นสนุกหรือกิจกรรมยามว่างเท่านั้น แต่เป็นสิ่งที่โอตะให้ความสำคัญและเข้าร่วมอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นการยิงมิกซ์ การรวมกลุ่มโอตะเพื่อจัดกิจกรรมสนับสนุนไอดอล หรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยต้นสังกัดของวง BNK48 ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้มีความหมายที่อาจสะท้อนถึงบทบาทและจุดยืนในบริบทของความเป็นชายของพวกเขา ด้วยเหตุนี้ การปฏิบัติการเชิงวัฒนธรรมเช่นนี้จึงเป็นทั้งการประกอบสร้างอัตลักษณ์ชายของโอตะ และการตอบโต้ต่ออุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำที่เน้นความแข็งแกร่ง การมีอำนาจเหนือผู้อื่น และความไม่แสดงอารมณ์ ทว่า โอตะกลับแสดงออกถึง “ความเป็นชายที่อ่อนโยน” ผ่านความห่วงใย การดูแล และความทุ่มเทต่อผู้อื่นอย่างจริงใจ ซึ่งแม้จะถูกสังคมภายนอกมองว่า “ไม่แมน” หรือ “หมกมุ่น” แต่ภายในกลุ่มโอตะเอง ความเป็นชายในลักษณะนี้ก็กลับได้รับการยอมรับและยกย่องว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่า

นอกจากนี้ การกระทำเหล่านี้ยังเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับแรงขับทางอารมณ์และจินตนาการทางครอบครัวซึ่งทำให้โอตะสามารถมีความรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งของความสัมพันธ์ที่มั่นคงและมีความหมาย ในบริบทของสังคมสมัยใหม่ที่ความสัมพันธ์ทางสังคมเปราะบางและมีลักษณะกระจัดกระจาย ความสัมพันธ์เชิงพี่น้องที่จินตนาการขึ้นจึงกลับกลายเป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้

ชายชายขอได้แสดงออกถึงบทบาททางเพศที่พวกเขาเลือกเอง ทั้งยังสร้างความรู้สึกรักของการเป็น “ใครบางคน” ที่มีความสำคัญต่อชีวิตของผู้อื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสายตาของไอดอลที่พวกเขารัก

ดังนั้น พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมของโอตะจึงไม่อาจมองได้ว่าเป็นเพียงการบริโภคเพื่อความบันเทิงในฐานะผู้บริโภคเท่านั้น แต่เป็นการบริโภคเชิงวัฒนธรรมที่มีนัยสำคัญเชิงอัตลักษณ์ ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ โอตะเหล่านี้ได้ใช้พื้นที่ของวัฒนธรรมแฟนคลับมาเป็นพื้นที่ทางสังคมในการต่อรองกับอุดมคติความเป็นชายกระแสหลักที่เน้นความแข็งแกร่งและการควบคุมอารมณ์ พร้อมกันนั้น พวกเขายังได้ริ่สร้างคามหมายของความเป็นชายใหม่ในแบบที่ผูกโยงกับความอ่อนโยน ความห่วงใย การดูแล และการสนับสนุนศิลปินหญิงอย่างไม่มีเงื่อนไข ทั้งนี้ การที่โอตะรวมกลุ่มเพื่อสนับสนุนไอดอล สร้างความสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน และยืนยันตัวตนในวัฒนธรรมที่สังคมมักมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง จึงไม่ใช่แค่การแสดงออกถึงความชื่นชอบของพวกเขา แต่เป็นกระบวนการนิยามอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ที่ท้าทายกรอบนิยามความเป็นชายแบบเดิม และเปิดพื้นที่ให้ผู้ชายกลุ่มนี้สามารถมีตัวตนที่มีคุณค่าในพื้นที่สาธารณะได้อย่างภาคภูมิใจ โดยไม่จำเป็นต้องยึดโยงอยู่กับอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่เพียงเท่านั้น

บทที่ 4 ของงานวิจัยชิ้นนี้นำเสนอข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโอตะจำนวน 6 คน เพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมโอตะไอดอล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมในฐานะโอตะ ซึ่งจากการเก็บข้อมูลภาคสนามพบว่าโอตะผู้เข้าร่วมงานวิจัยทั้ง 6 คนล้วนเข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับวง BNK48 อย่างต่อเนื่องและมีนัยสำคัญ ทั้งในมิติทางกายภาพ อารมณ์ และเศรษฐกิจ พวกเขาเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวง BNK48 อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมงานจับมือ การชมการแสดง การถ่ายภาพ การซื้อสินค้าสนับสนุน หรือการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมอื่นๆ ทั้งในโลกจริงและโลกเสมือน ทั้งยังมีบทบาทสำคัญในการรวมกลุ่มกับโอตะคนอื่นๆ เพื่อทำกิจกรรมเชียร์ จัดกิจกรรมในวันสำคัญของไอดอล และสร้างพื้นที่ทางสังคมร่วมกันภายในกลุ่มโอตะ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของโอตะไม่ได้จำกัดอยู่ที่การบริโภควัฒนธรรมในฐานะผู้ชมเท่านั้น แต่เป็นการลงมือปฏิบัติและสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขาในรูปแบบเฉพาะ

หนึ่งในประเด็นสำคัญที่ปรากฏอย่างชัดเจนคือการที่โอตะนิยามตัวเองผ่านบทบาท “พี่ชาย” ซึ่งเป็นรูปแบบความสัมพันธ์เชิงจินตนาการที่ไม่ได้ขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจทางเพศ แต่แสดงออกถึงความห่วงใย การดูแล และการสนับสนุนไอดอลหญิงในฐานะ “น้องสาว” ที่ต้องการแรงผลักดัน ความสัมพันธ์ลักษณะนี้เปิดพื้นที่ให้ผู้ชายกลุ่มนี้ได้แสดงออกถึงความอ่อนไหวโดยไม่ขัดแย้งกับอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเอง ขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์กับแฟนคลับชายคนอื่นๆ ก็

ช่วยเสริมสร้างสายสัมพันธ์ทางอารมณ์ในลักษณะของความเป็นพี่น้องที่ไม่มีเรื่องทางเพศมาเกี่ยวข้อง ซึ่งเอื้อให้เกิดความภาคภูมิใจและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน

กิจกรรมและปฏิบัติการเหล่านี้สะท้อนให้เห็นกระบวนการที่โอดะใช้ในการต่อรองกับอุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำ ซึ่งมักผูกโยงกับภาพลักษณ์ของผู้ชายที่แข็งแกร่ง สุขุม มีอำนาจ และเก็บงำอารมณ์ความรู้สึก พวกเขาเลือกที่จะรื้อสร้างความหมายของความเป็นชายใหม่ในแบบที่ผูกโยงกับการสนับสนุนทางอารมณ์ การลงทุนทางเศรษฐกิจ และความสัมพันธ์ทางอารมณ์ที่มีความอ่อนโยน ซึ่งในกระบวนการเหล่านี้ โอดะได้นิยามอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองขึ้นมาใหม่ในฐานะแฟนคลับผู้ชายที่มีตัวตน มีคุณค่า และสามารถปรากฏตัวในพื้นที่สาธารณะได้โดยไม่รู้สึกลดทอนคุณค่าความเป็นชาย แม้วัฒนธรรมไอดอลจะถูกมองว่าเป็นพื้นที่ของผู้หญิงก็ตาม ทั้งนี้ประเด็นสำคัญที่ปรากฏในบทที่ 4 จะถูกนำไปวิเคราะห์ในบทที่ 5 โดยเฉพาะในแง่ของการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ของโอดะผ่านบทบาทการเป็น “พี่ชาย” และการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับ ซึ่งทั้งหมดนี้จะถูกพิจารณาในบริบทของกรอบแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ความเป็นชายและกรอบแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมแฟนคลับ

บทที่ 5

อภิปรายผลการวิจัย

5.1 บทนำ

วัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศไทยคือวัฒนธรรมย่อยที่ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมโอตะไอดอลของประเทศญี่ปุ่น และได้รับความสนใจจากคนในสังคมไทยเป็นอย่างมาก หลังจากการเปิดตัวของวง BNK48 ในปี พ.ศ. 2560 ด้วยว่า BNK48 คือวงไอดอลสัญชาติไทยและเป็นหนึ่งในวงไอดอลตระกูล 48 กรุ๊ป¹ ด้วยรูปแบบและกิจกรรมการดำเนินงานของวง BNK48 ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและไม่เหมือนกับวงไอดอลวงอื่นๆ ในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมงานจับมือ งานถ่ายรูปคู่ งานเลือกตั้งเซ็มบัตสึ² และการแสดงในโรงละครของตัวเอง รวมถึงผลงานเพลง “คุกกี้เสี่ยงทาย” ที่ทำให้ความโด่งดังของ BNK48 เพิ่มขึ้นจนกลายเป็นกระแสฟีเวอร์ และทำให้แฟนคลับของวงที่เรียกตัวเองว่า “โอตะ” ได้รับความสนใจจากคนในสังคมไปด้วยเช่นกัน

แม้ว่าโอตะจะมีทั้งผู้หญิงและผู้ชาย แต่จากการสังเกตการณ์ในพื้นที่พบว่า “ผู้ชาย” ยังคงเป็นกลุ่มที่มองเห็นได้อย่างชัดเจนและมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในกิจกรรมยิงมิกซ์และการเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยบริษัทต้นสังกัดของ BNK48 และนั่นนำไปสู่การที่สังคมตั้งคำถามกับพฤติกรรมของแฟนคลับผู้ชายกลุ่มนี้ พร้อมกับวิพากษ์วิจารณ์อัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขา ทั้งนี้ จากการศึกษาข้อมูลภาคสนามในบทที่ 4 พบว่าโอตะเผชิญกับการถูกผลักไสให้กลายเป็นชายชายขอบ (marginalized men) เนื่องจากพวกเขาเลือกที่จะเข้าร่วมวัฒนธรรมโอตะไอดอลซึ่งเป็นกิจกรรมที่ถูกเข้ารหัส (encoded) ให้เป็นกิจกรรมของผู้หญิง (Hansson, 2024) ภายใต้บริบทของอคติทางเพศในสังคมไทย โอตะเหล่านี้จึงปฏิบัติการทางอัตลักษณ์ผ่านกระบวนการต่อรอง (negotiate) รื้อสร้าง (reconstruct) และนิยามความเป็นชายใหม่ (redefine) ผ่านการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมโอตะอย่างลึกซึ้ง และหนึ่งในกลไกสำคัญคือการสวมบทบาท “พี่ชาย” ที่คอยสนับสนุนและปกป้องไอดอลหญิง

¹ ไอดอลตระกูล 48 กรุ๊ป (48 Group หรือ AKB48 Group) หมายถึงกลุ่มวงไอดอลหญิงที่มีต้นแบบจากวง AKB48 ก่อตั้งโดย Yasushi Akimoto ในประเทศญี่ปุ่นเมื่อปี 2005 ภายใต้แนวคิด “ไอดอลที่คุณสามารถพบได้” โดยมีจุดเด่นคือการแบ่งสมาชิกเป็นทีม การจัดกิจกรรมพบปะแฟนคลับ เช่น การแสดงสดประจำเฮียเตอร์ (theater), งานจับมือ (handshake event), และการเลือกตั้งสมาชิก (Senbatsu Sousenkyo) ตระกูล 48 ต่อมาได้ขยายสาขาทั้งในญี่ปุ่นและต่างประเทศ เช่น SKE48, NMB48, HKT48, และในต่างประเทศเช่น JKT48 (อินโดนีเซีย), MNL48 (ฟิลิปปินส์), BNK48 (ไทย) และ CGM48 (เชียงใหม่)

² งานเลือกตั้งเซ็มบัตสึ (Senbatsu Sousenkyo) คือระบบการเลือกตั้งสมาชิกวงไอดอลเพื่อเข้าร่วมชิงเกิลหลักของวง โดยแฟนคลับจะมีสิทธิ์โหวตสมาชิกที่ตัวเองชื่นชอบผ่านกลไกต่างๆ เช่น การซื้อซีดีหรือสินค้าเฉพาะทางที่แนบโค้ดโหวตไว้ สมาชิกที่ได้รับคะแนนสูงสุดจะได้เป็น “เซ็มเตอร์” หรือสมาชิกหลักของชิงเกิลถัดไป ซึ่งการเลือกตั้งนี้เป็นทั้งกลยุทธ์ทางการตลาดและพื้นที่ให้แฟนคลับรู้สึกมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของวงไอดอล โดยต้นแบบมาจากกลุ่ม AKB48 ในญี่ปุ่น และถูกนำมาปรับใช้ในวง BNK48 และวงน้องสาวในเครือทัวเอเซีย

ในฐานะ “น้องสาว” นอกจากนี้ พวกเขายังสร้างสายสัมพันธ์แบบครอบครัวและสายสัมพันธ์แบบคนรักกับตัวไอดอลเอง เพื่อเติมเต็มอัตลักษณ์ของตัวเองในฐานะผู้ให้ ผู้ดูแล และผู้มีบทบาททางสังคม อีกทั้งเพื่อช่วงชิงพื้นที่ในสังคมกระแสหลักให้กับตัวเอง

บทที่ 5 นี้จะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยมีเป้าหมายเพื่อทำความเข้าใจว่าไอดะประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองอย่างไรภายใต้บริบทของอุดมการณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนาในสังคมไทยร่วมสมัย โดยการวิเคราะห์ในบทนี้มุ่งเน้นไปที่ปฏิบัติการทางอัตลักษณ์ความเป็นชายของไอดะในการต่อรองกับมายาคติทางเพศที่พวกเขาต้องเผชิญ และการใช้พื้นที่ของวัฒนธรรมไอดะไอดอลเป็นเวทีในการแสดงออก (perform) อัตลักษณ์ความเป็นชายรูปแบบใหม่ผ่านการสวมบทบาท “พี่ชาย” ที่อุทิศตนเพื่อสนับสนุนและปกป้องไอดอลในฐานะ “น้องสาว” โดยบทบาทดังกล่าวถูกแสดงออกทั้งในเชิงกายภาพ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ อย่างต่อเนื่อง และในเชิงเศรษฐกิจ เช่น การลงทุนในสินค้าและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับไอดอล ขณะเดียวกัน ไอดะยังถักทอความสัมพันธ์กับไอดะคนอื่นๆ จนเกิดเป็นสายใยของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality) ที่กลายเป็นโครงสร้างทางสังคมภายในวัฒนธรรมไอดะไอดอลที่ช่วยตอกย้ำและค้ำยันอัตลักษณ์ความเป็นชายที่พวกเขาร่วมกับประกอบสร้างขึ้น ความสัมพันธ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายของไอดะไม่ได้เป็นเพียงปฏิบัติการส่วนบุคคล หากแต่เป็นกระบวนการทางสังคมที่มีทั้งมิติของอารมณ์ พื้นที่ และอำนาจที่แฝงอยู่ในวัฒนธรรมไอดะไอดอลที่พวกเขามีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้ง

5.2 ไอดะชายในฐานะชายชายขอบ: เมื่อผู้ชายเข้าสู่พื้นที่ของ “ความเป็นหญิง”

อุดมคติความเป็นชายแบบไทยถูกผลิตซ้ำผ่านวัฒนธรรม ประเพณี และสถาบันทางสังคมมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเชื่อมโยงความเป็นชายเข้ากับร่างกายและสถานะทางสังคมในลักษณะที่ตอกย้ำบทบาทของผู้ชายในฐานะผู้นำ ผู้ควบคุม และผู้ปกป้อง ความเป็นชายในอุดมคติของไทยสมัยโบราณถูกเชื่อมโยงกับคุณลักษณะของนักรบหรือชายชาติทหารที่มีร่างกายแข็งแรง บึกบึน กล้าหาญ และเสียสละ สะท้อนผ่านวรรณกรรมและภาพลักษณ์ของวีรบุรุษในวรรณคดี เช่น ขุนแผน (นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2558) ต่อมาอุดมคติความเป็นชายแบบไทยเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย โดยเฉพาะช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมาที่อิทธิพลของตะวันตกและกระแสบริโภคนิยมได้หล่อหลอมภาพของผู้ชายที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน มีฐานะ และมีเสน่ห์ดึงดูด ให้กลายเป็นภาพแทนของความเป็นชายในอุดมคติ (ก้องสกล กวินรวีกุล, 2545) ทั้งนี้ ความเป็นชายในสังคมไทยสมัยใหม่ได้รับอิทธิพลจากกระแส “เมโทรเซ็กซวล” (metrosexual)

ที่เน้นความดูดี ภาพลักษณ์สะอาดสะอ้าน รู้จักดูแลตัวเอง รวมถึงบริโภคสินค้าแฟชั่นและความงาม แต่ถึงกระนั้นภาพของ “ชายแท้” (real men) ของสังคมไทยก็ยังผูกโยงกับความแข็งแรง ร่างกายที่สมส่วน การเข้าสังคม และสถานะทางเศรษฐกิจหรือความมั่นคงในหน้าที่การงาน (นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2558; วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ, 2555)

โอตะผู้ชายทั้ง 6 คนที่เข้าร่วมงานวิจัยแสดงให้เห็นถึงลักษณะความเป็นชายที่ไม่สอดคล้องกับอุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำของสังคมไทย ทั้งด้านรูปลักษณ์ภายนอกที่พวกเขาต่างมีรูปร่างอ้วน ไม่ดูแลรูปลักษณ์ร่างกาย ไม่ออกกำลังกาย บุคลิกภาพขี้อาย เป็นคนเก็บเนื้อเก็บเนื้อ หรือขาดความมั่นใจในการเข้าสังคม นอกจากนี้ พวกเขายังมีลักษณะของความเป็นเนิร์ด³ ที่มีสถานภาพโสด และไม่ค่อยยุ่งเกี่ยวกับคนอื่นจนดูเหมือนเป็นคนไม่มีเพื่อน ซึ่งลักษณะความเป็นชายเหล่านี้ทำให้พวกเขาไม่ถูกจัดว่าเป็นชายแท้ที่มักแสดงออกถึงความเข้มแข็ง ความเป็นผู้นำ และมีอำนาจในพื้นที่สาธารณะ จนถูกผลักไสออกจากพื้นที่ความเป็นชายอำนาจนำ (hegemonic masculinity) และถูกมองว่าเป็นผู้ชายที่แตกต่างจากผู้ชายคนอื่นๆ ในสังคม

ยิ่งไปกว่านั้น การเข้าสู่วัฒนธรรมโอตะไอดอล BNK48 ที่ถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง และเข้าไปมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนไอดอลหญิงผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การเข้าร่วมงานจับมือ การจัดกลุ่มแฟนคลับ หรือการใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าหรือโหวตในกิจกรรมต่างๆ ยังทำให้ผู้ชายกลุ่มนี้ถูกตั้งคำถามและถูกมองว่าเป็นพวก “ไม่แมน” หรือ “แปลกแยก” จากภาพชายในอุดมคติของสังคม สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hanssan (2024) ที่ชี้ว่าการแสดงออกถึงความเป็นแฟนของผู้ชายในวัฒนธรรมที่ถูกใส่รหัสว่าเป็นของผู้หญิง หรือวัฒนธรรมที่อยู่นอกเหนือจากพื้นที่ของวัฒนธรรมแฟนคลับการกีฬา ไม่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำ ทำให้แฟนผู้ชายเหล่านั้นถูกตั้งคำถามเรื่องอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขา โดยในสังคมไทยที่ความเป็นชายและความเป็นหญิงถูกกำหนดและแยกขาดออกจากกันอย่างชัดเจนผ่านวาทกรรมทางวัฒนธรรมและสังคมที่ฝังรากลึกในพื้นที่ของ “ความเป็นหญิง” โดยเฉพาะในวัฒนธรรมสื่อบันเทิง เช่น ดนตรีป๊อปและไอดอล จึงถูกมองว่าเป็นพื้นที่ที่สงวนไว้สำหรับผู้หญิง และผู้ชายที่เข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่ดังกล่าวก็มักเผชิญกับความแปลกแยก การถูกตั้งคำถาม หรือถูกมองว่าเบี่ยงเบนจากอุดมคติความเป็นชายกระแสหลักของสังคม และนั่นเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้โอตะถูกจัดวางอยู่ในสถานะ “ชายชายขอบ” (marginalized men) ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงภาพจำหรือมุมมองจากสังคมเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อประสบการณ์ชีวิตของพวกเขาอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพวกเขาต้องคอยอธิบายหรือปกป้องความสนใจของตัวเอง

³ เนิร์ด (Nerd) หมายถึงคนที่มีความสนใจเฉพาะด้าน ทุ่มเทความสนใจให้กับอะไรบางอย่าง ในสมัยก่อนมักใช้ในความหมายเชิงลบ ใช้เรียกคนที่ไม่มียุทธศาสตร์ในการเข้าสังคม หรือมักขลุกอยู่กับคอมพิวเตอร์ตลอดเวลา โดยภาพลักษณ์ของเนิร์ดในสื่อมักเป็นชายหนุ่มสวมแว่นกรอบดำ มักไม่ค่อยดูแลความสะอาดของตัวเอง ถ้าไม่ผอมแห้งก็จะอ้วนดู เข้าสังคมไม่เก่ง และไม่สามารถพูดคุยกับคนอื่นได้ โดยเฉพาะกับสาวสวย

อยู่ตลอดเวลา การพูดอธิบายเหล่านี้ไม่ได้เป็นแค่การชี้แจง แต่เป็นการตอบโต้ต่อแรงกดดันของสังคมที่ตั้งคำถามว่า “ผู้ชายควรเป็นอย่างไร” ขณะที่โอตะบางคนเลือกที่จะเก็บงำตัวตนในฐานะแฟนคลับวง BNK48 และไม่บอกใครเลย เนื่องจากไม่ต้องการถูกมองว่าแปลกแยกหรือถูกล้อเลียนจากคนรอบข้าง ไม่เพียงเท่านั้น การเข้าร่วมกิจกรรมแฟนคลับ เช่น การไปงานจับมือ การซื้อซีดีจำนวนมาก หรือการทำโปรเจกต์สนับสนุนโอตะ ยังถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมที่ “เวอร์” หรือ “คลั่ง” ด้วยเหตุนี้ โอตะจึงต้องสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่ขึ้นมาเพื่อแสดงออกให้เห็นว่าความเป็นชายของพวกเขา ยังคงดำรงอยู่ แม้ว่าพวกเขาจะชื่นชอบวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นของผู้หญิงก็ตาม

การแสดงออกถึงความเป็นชายมักผูกโยงกับภาพจำของชายแท้ที่มีความแข็งแรง กล้าหาญ และปราศจากความอ่อนแอใดๆ โดยเฉพาะในบริบทของกิจกรรมที่เน้นผลกำลัง เช่น การกีฬา หรือการเป็นผู้นำในพื้นที่สาธารณะ อย่างไรก็ตาม R.W. Connell (2005) นักวิชาการด้านบุรุษศึกษาชื่อดัง ได้เสนอแนวคิดที่ว่าความเป็นชายไม่ได้มีเพียงแบบเดียว แต่เป็นกลุ่มของความเป็นชายที่หลากหลาย (masculinities) และมีลำดับชั้นภายใน ขณะที่ “ชายอำนาจนำ” (hegemonic masculine) ถูกยกย่องให้เป็นมาตรฐานของการเป็นชายแท้ มีสถานะสูงสุด และเหนือกว่าความเป็นชายรูปแบบอื่น ชายที่ไม่สามารถปฏิบัติตัวแบบชายอำนาจนำได้ ก็จะถูกเบียดขับให้กลายเป็น “ชายชายขอบ” (marginalized masculine) เช่น ชายที่มีความพิการ ชายที่มีเพศวิถีเบี่ยงเบน หรือชายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ไม่ถูกมองว่าเป็นของผู้ชาย นั่นทำให้โอตะวง BNK48 ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ชายที่ถูกมองว่าความเป็นชายของพวกเขาไม่ได้ตั้งอยู่บนฐานของกล้ามเนื้อ ความรุนแรง หรือการแข่งขันทางกีฬา ไม่สามารถเข้าถึงหรือแสดงออกถึงความเป็นชายอำนาจนำ และถูกเบียดขับให้กลายเป็นชายชายขอบที่ถูกกดทับ อย่างไรก็ตาม Connell ก็ชี้ว่าความเป็นชายไม่ใช่สิ่งตายตัวหรือติดตัวมาโดยกำเนิด หากแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น ดำรงอยู่ และถ่ายทอดผ่านการกระทำของสังคม สถาบัน และความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ด้วยเหตุนี้ โอตะจึงกระทำการเพื่อต่อรองต่อสู้กับการถูกกดทับ และเลือกที่จะแสดงออกถึงความเป็นชายรูปแบบอื่นด้วยการสถาปนาบทบาทใหม่ให้กับตัวเอง และใช้การทำกิจกรรมต่างๆ ของวัฒนธรรมโอตะโอตะดอลมาเป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ เพื่อให้พวกเขาได้รับการยอมรับและสามารถมีพื้นที่ในสังคมได้ ดังจะเห็นจากการที่โอตะเลือกที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมของผู้หญิงด้วยการเป็นแฟนคลับของวงโอตะดอล BNK48 และเข้าร่วมกิจกรรมที่ถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง

ดังนั้น แม้ว่าโอตะวง BNK48 จะไม่สามารถแสดงออกถึงความเป็นชายที่แข็งแรงหรือเป็นผู้นำในพื้นที่สาธารณะได้ แต่พวกเขาก็ไม่ได้ละทิ้งอัตลักษณ์ความเป็นชายไปโดยสิ้นเชิง พวกเขาเลือกใช้วัฒนธรรมโอตะโอตะดอลมาเป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่ เพื่อแสดงให้เห็นว่าความเป็นชายไม่จำเป็นต้องยึดโยงกับกล้ามเนื้อหรืออำนาจ หากแต่สามารถดำรงอยู่ได้

ภายในวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นของผู้หญิง และการที่โอดะถูกเปิดเผยทำให้กลายเป็นชายชายขอบของสังคมเนื่องจากการเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นชายก็กลายเป็นจุดที่เผยให้เห็นพลวัตของอัตลักษณ์ความเป็นชายที่ไม่หยุดนิ่งในสังคม

5.3 การแสดงออกความเป็นชายผ่านบทบาท “พี่ชาย” ของโอดะ

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกโอดะทั้ง 6 คนที่เข้าร่วมงานวิจัย พบว่า 5 ใน 6 คนมีวิธีสร้างความสัมพันธ์กับโอดอลที่พวกเขาชื่นชอบผ่านการเล่าเรื่องในแบบของตัวเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งผ่านบทบาทของการเป็น “พี่ชาย” (brother) ซึ่งทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุน ผู้ชี้นำ และผู้ปกป้องโอดอลหรือ “น้องสาว” ที่พวกเขาชื่นชอบ โดยวัฒนธรรมโอดอลมีรูปแบบที่เน้นความสัมพันธ์เชิงใกล้ชิดระหว่างศิลปินกับแฟนคลับ ทำให้บทบาทพี่ชายกลายเป็นกรอบความสัมพันธ์ที่โอดะเลือกใช้เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ที่พวกเขามีต่อโอดอลที่ชื่นชอบ โดยเฉพาะในกรณีของโอดอลตระกูล 48 กรุ๊ปที่ภาพลักษณ์ของ “เด็กสาวข้างบ้าน” (girl next door) ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้โอดอลกลายเป็นคนที่เข้าถึงได้ง่ายและเป็น “เด็กสาวธรรมดา” ที่จะเติบโตและพัฒนาไปพร้อมกับแฟนคลับ ทำให้เกิดความสัมพันธ์รูปแบบ “พี่ชาย - น้องสาว” ที่พี่ชายทำหน้าที่สนับสนุนทั้งด้านการเงินและกำลังใจเพื่อให้น้องสาวของพวกเขาประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ การให้คุณค่ากับการเป็นพี่น้องในบริบทของสังคมไทยที่กำหนดว่าพี่ต้องช่วยเหลือและดูแลน้องก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้โอดะเลือกที่จะใช้บทบาทพี่ชายมานิยามความสัมพันธ์ระหว่างตัวเองกับโอดอลที่ชื่นชอบ

การจัดวางอัตลักษณ์ตัวตนว่าเป็นพี่ชายของโอดะนั้น Zhang (2023) นักวิชาการด้านวัฒนธรรมประชานิยมในประเทศจีน ได้อธิบายว่าเป็นการสร้างตัวตนประหนึ่งเป็นบุคคลในครอบครัวของโอดอล (para-kin relationship) เพื่อสร้างความใกล้ชิดในจินตนาการและทำให้พวกเขาสามารถแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่มีต่อโอดอลได้มากขึ้น โดยกรอบแนวคิดเรื่อง “ความสัมพันธ์กึ่งเครือญาติ” (para-kin relationship) ได้รับการเสนอโดย Qing Yan และ Fan Yang (2021) นักวิชาการชาวจีน โดยพวกเขาได้อธิบายลักษณะความสัมพันธ์ที่แฟนคลับมีต่อศิลปินในลักษณะของความผูกพันเชิงครอบครัว มากกว่าจะเป็นเพียงความชื่นชมหรือความหลงใหลในเชิงโรแมนติกเหมือนกรอบความสัมพันธ์แบบพาราโซเชียล (parasocial relationship) แนวคิดนี้เสนอว่าความผูกพันของแฟนคลับมีลักษณะใกล้เคียงกับสายสัมพันธ์ในครอบครัว เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างแม่กับลูก หรือพี่กับน้อง ซึ่งมีองค์ประกอบของความห่วงใยเอาใจใส่และการเป็นผู้ดูแลอย่างลึกซึ้ง โดยบทบาท “พี่ชาย” ของโอดะเป็นความสัมพันธ์ที่พวกเขาสถาปนาขึ้นเพื่อทำหน้าที่ที่มุ่งสนับสนุนโอดอลในฐานะ “น้องสาว” อย่างเต็มกำลังความสามารถ และไม่คาดหวังซึ่งผลตอบแทนใดๆ ซึ่งความสัมพันธ์

ดังกล่าวเป็นการแสดงบทบาทความเป็นญาติที่เกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมที่หลากหลายที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมโอดะโอดอล

ความสัมพันธ์ระหว่างโอดะกับโอดอลยังสามารถวิเคราะห์ได้อย่างมีนัยสำคัญผ่านกรอบแนวคิดเรื่อง “ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติ” (fictive kinship) หรือความสัมพันธ์ที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางชีวภาพหรือข้อผูกพันทางกฎหมาย แต่เป็นความสัมพันธ์ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นผ่านกระบวนการเชิงวัฒนธรรมและปฏิบัติการทางสังคม สอดคล้องกับงานศึกษาของ Marshall Sahlins (2011) และ Kath Weston (1991) ที่ชี้ว่าครอบครัวไม่ได้เกิดจากสายเลือดเสมอไป แต่สามารถประกอบสร้างผ่านการมีประสบการณ์ร่วมและการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ระหว่างกัน ซึ่งในบริบทของวัฒนธรรมโอดะโอดอล ความสัมพันธ์ระหว่างโอดะกับโอดอลมักได้รับการจัดวางให้อยู่ในกรอบของการเป็น “พี่ชาย - น้องสาว” สะท้อนถึงความพยายามในการผลิตความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติที่โอดะสถาปนาบทบาทความเป็นพี่ชายที่มีหน้าที่ให้การสนับสนุน ดูแล และปกป้อง “น้องสาว” โดยไม่ได้แสวงหาการตอบแทนทางเพศหรือผลประโยชน์ทางวัตถุ ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้อาจตีความได้ว่าเป็นรูปแบบของครอบครัวที่เลือกเอง (chosen family) ซึ่งเปิดพื้นที่ให้ชายชายชอบสามารถเจรจาต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายผ่านการให้การสนับสนุนและการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณากรอบแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์เชิงเครือญาติควบคู่กับกรอบแนวคิดเรื่องความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติ จะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างโอดะและโอดอลนั้นไม่ได้เป็นผลผลิตของจินตนาการเชิงบันเทิงหรือการบริโภควัฒนธรรมเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการผลิตซ้ำความสัมพันธ์แบบเครือญาติในบริบทใหม่ที่ช่วยให้โอดะสามารถเจรจาและนิยามความเป็นชายของตนเองผ่านบทบาทของ “พี่ชาย” ที่ห่วงใยและเอื้ออาทร

โอดะผู้ร่วมทำวิจัยที่นิยามตัวเองว่าเป็น “พี่ชาย” ของโอดอล BNK48 ระบุว่าพวกเขาไม่เคยคิดเรื่องชูสาวหรือมีเรื่องเพศมาเกี่ยวข้องในความสัมพันธ์ของพวกเขากับโอดอลเลย ความสัมพันธ์แบบพี่ชาย-น้องสาวเป็นความสัมพันธ์ที่บริสุทธิ์และอยู่บนฐานของการเป็นครอบครัวที่พี่ชายต้องทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนและปกป้องน้องสาว ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างโอดะกับโอดอลในบทบาทพี่ชาย-น้องสาวที่ไม่มีเรื่องเพศเข้ามาเกี่ยวข้องและเต็มไปด้วยความรักความห่วงใยที่แสนบริสุทธิ์นี้ ผู้ทำวิจัยเห็นว่าสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องเพศวิถีที่ปราศจากแรงดึงดูดทางเพศหรือที่เรียกว่า “ภาวะไม่ฝักใฝ่ทางเพศ” (asexuality) ซึ่งหมายถึงภาวะที่บุคคลไม่มีความต้องการทางเพศหรือแรงดึงดูดทางเพศต่อผู้อื่น (Cerankowski และ Milks, 2014) โดยในกรณีของโอดะนั้น อัตลักษณ์ความเป็นชายที่ปรากฏไม่ได้ตั้งอยู่บนฐานของความต้องการครอบครองหรือความสัมพันธ์เชิงชูสาวกับโอดอล แต่เป็นการแสดงออกผ่านความห่วงใย การสนับสนุน และความสัมพันธ์เชิงพี่น้องที่ปราศจากแรงขับทางเพศ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าเป็น “ความเป็นชายที่ไม่ฝักใฝ่เรื่องเพศ” (asexual masculinity) ที่ให้

ความสัมพันธ์กับความสัมพันธ์ทางอารมณ์และคุณค่าทางศีลธรรม มากกว่าการยึดโยงกับบทบาทชายแท้แบบดั้งเดิม (Carrigan, Connell และ Lee, 1985) ซึ่งในที่นี้ไม่ได้หมายถึงรสนิยมทางเพศ แต่เป็นการแสดงออกถึงความเป็นชายที่ไม่อิงกับเรื่องเพศ ยึดโยงกับหน้าที่การเป็นผู้สนับสนุนที่อ่อนโยนและมีแต่ความหวังดีกับน้องสาว สอดคล้องความเป็นชายในอุดมคติของไทยที่ให้คุณค่ากับการเป็นผู้ปกป้อง ซึ่งการนิยามอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่นี้ไม่เพียงช่วยให้โอตะสามารถดำรงความสัมพันธ์กับไอดอลในกรอบที่สังคมยอมรับได้เท่านั้น แต่ยังเปิดพื้นที่ทางสังคมรูปแบบใหม่ที่ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในบริบทของสังคมไทยกระแสหลัก เช่นเดียวกับ Galbraith (2019) ที่วิเคราะห์วัฒนธรรมโอตาคุในญี่ปุ่น และเสนอว่าแฟนคลับผู้ชายจำนวนมากแสดงตัวเป็นผู้สนับสนุนที่ “บริสุทธิ์” ไม่มีแรงจูงใจทางเพศ หากแต่ต้องการ “เชียร์” และ “สนับสนุน” ไอดอลอย่างจริงจัง ทั้งนี้ การสวมบทบาทพี่ชายของโอตะได้กลายเป็นแนวทางหนึ่งในการแสดงออกถึงความรักบริสุทธิ์ (platonic love) ระหว่างแฟนคลับกับไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ

การนิยามตัวตนว่าเป็นพี่ชายและสวมบทบาทผู้ให้การสนับสนุนและปกป้องน้องสาวได้เปิดโอกาสให้โอตะได้แสดงความเป็นชายที่ไม่มีเรื่องเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจมองได้ว่าโอตะเลือกที่จะสร้างความเป็นชายที่อยู่ชั่วคราวข้ามกับความเป็นชายอำนาจนำที่อยู่บนฐานของการเป็นเพศตรงข้ามหรือผู้ชายต้องสนใจผู้หญิง โดยใช้ความเป็นชายที่ไม่ผูกมัดเรื่องเพศที่ถือเป็นความเป็นชายในอุดมคติของไทยมาเป็นพื้นฐานของการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่บนฐานของการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมโอตะไอดอล ไม่เพียงเท่านั้น การที่โอตะสวมบทบาทพี่ชายยังเอื้อประโยชน์ให้กับวงไอดอล BNK48 ด้วยเช่นกัน กล่าวคือด้วยรูปแบบการดำเนินงานของวงไอดอล BNK48 ที่วางตัวเองเป็น “เด็กสาวข้างบ้าน” การนิยามตัวเองว่าเป็นพี่ชายของโอตะจึงเป็นผลลัพธ์ที่ทำให้วัฒนธรรมโอตะไอดอลเป็นพื้นที่สำหรับการแสดงความเป็นชายที่พวกเขาไม่สามารถแสดงได้ในพื้นที่อื่นๆ โดยไม่ถูกวิพากษ์วิจารณ์จากสังคม ทั้งยังสามารถต่อรองกับสังคมให้พวกเขาสามารถมีตัวตนและมีพื้นที่สาธารณะของตัวเองได้ ขณะเดียวกันวงไอดอล BNK48 ก็สามารถที่จะดำรงอยู่ได้บนแนวคิดดังกล่าวและได้รับการสนับสนุนจากโอตะต่อไป ความสัมพันธ์เชิงจินตนาการที่ปราศจากแรงจูงใจทางเพศเช่นนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อทั้งสองฝ่าย กล่าวคือสำหรับไอดอลในฐานะ “น้องสาว” การที่โอตะไม่แสดงความต้องการที่จะครอบครองหรือความต้องการทางเพศ ทำให้พวกเขายังสามารถรักษาภาพลักษณ์ของการเป็นบุคคลที่ “เข้าถึงได้” (available) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดในวัฒนธรรมไอดอลที่สร้างโลกสมมติให้แฟนคลับรู้สึกจะสามารถเป็นเจ้าของหรือมีความสัมพันธ์พิเศษกับไอดอลได้อย่างเท่าเทียมกัน (Galbraith และ Karlin, 2012) ส่งผลให้ภาพลักษณ์นี้ไม่ถูกคุกคามและสามารถขายจินตนาการให้กับแฟนคลับคนอื่นๆ ได้ต่อไป ขณะเดียวกัน โอตะก็สามารถสวมบทบาท “พี่ชาย” ที่คอยสนับสนุนโดยไม่ต้องการครอบครอง ซึ่งช่วยให้พวกเขาสามารถรักษาความเป็นชายของตัวเองไว้

ได้โดยไม่ขัดกับความคาดหวังของสังคม และหลีกเลี่ยงการถูกเหมารวมว่าเป็นแฟนคลับที่หลงใหลหรือมีความรู้สึกทางเพศต่อไอดอลหญิงซึ่งมักถูกตีตราในแง่ลบ ความสัมพันธ์ในจินตนาการที่แยกขาดจากเรื่องเพศจึงเป็นพื้นที่ปลอดภัยทางสังคมสำหรับทั้งไอดอลและโอตะที่ถูกทำให้อยู่ชายขอบของกรอบอุดมคติความเป็นชายในสังคมไทย

บทบาทของ “พี่ชาย” ที่ปรากฏในหมู่แฟนคลับของไอดอลวง BNK48 จึงถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่โอตะใช้เพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับการเข้ามามีส่วนร่วมในพื้นที่ที่ถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่เน้นอารมณ์ ความอ่อนโยน และความผูกพันลึกซึ้ง นอกจากนี้พฤติกรรมที่โอตะแสดงออกในฐานะพี่ชายไม่เพียงแต่เป็นกลยุทธ์ในการหลีกเลี่ยงการตั้งคำถามต่อความเป็นชายของพวกเขาเท่านั้น แต่ยังเป็นการนำเสนอความเป็นชายแบบใหม่ที่เน้นบทบาทของการเป็นผู้ดูแลและผู้สนับสนุน มากกว่าการเป็นผู้ครอบงำหรือใช้อำนาจแบบชายอำนาจนำ ทว่า แม้โอตะจะไม่สามารถโอ้อวดอุดมคติความเป็นชายแบบอำนาจนำได้ แต่พวกเขาไม่ได้ปฏิเสธความเป็นชายอำนาจนำโดยสิ้นเชิง ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องความเป็นชายอำนาจนำ (hegemonic masculine) ตามที่ Connell (2005) ได้เสนอไว้ว่าบทบาทของผู้ชายในฐานะผู้ปกป้องหรือผู้สนับสนุนถูกผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่องในสังคมผ่านความคาดหวังที่ว่าผู้ชายต้องเป็นผู้มอบความมั่นคงทางกายภาพและเศรษฐกิจให้กับผู้หญิง แต่ในขณะเดียวกัน บทบาทนี้เองก็เป็นกลไกในการคงไว้ซึ่งอำนาจที่เหนือกว่าของผู้ชาย เนื่องจากผู้หญิงจะได้รับการปกป้องก็ต่อเมื่อพวกเขายอมรับในอำนาจของผู้ชาย สอดคล้องกับที่ Wojnicka (2001) ได้นิยามความเป็นชายผู้ปกป้อง (protective masculine) ว่าเป็นอุดมคติของผู้ชายภายใต้ระบบปิตาธิปไตยที่ผู้ชายจะทำหน้าที่ปกป้องผู้ที่อ่อนแอกว่า โดยการปกป้องคุ้มครองนี้มักแลกมาด้วยการสถาปนาอำนาจชายเป็นใหญ่เรียกว่า “การครอบงำเชิงปิตาธิปไตย” (patriarchal dominance) นั่นเอง ซึ่งในกรณีของโอตะ บทบาทพี่ชายที่คอยสนับสนุนไอดอลหญิงสามารถมองว่าเป็นการแสดงออกถึงความเป็นชายในลักษณะความเป็นชายผู้ปกป้องได้อย่างชัดเจน กล่าวคือพวกเขาใช้ความสามารถทางเศรษฐกิจ อารมณ์ และร่างกาย เพื่อสนับสนุน ปกป้อง ส่งเสริม และดูแลไอดอลในฐานะ “น้องสาว” ที่ต้องการการสนับสนุน ความสัมพันธ์นี้จึงเป็นมากกว่าความชื่นชอบในฐานะแฟนคลับ แต่เป็นการแสดงบทบาทเชิงศีลธรรมที่ให้คุณค่ากับ “การปกป้องโดยไม่ต้องการสิ่งใดตอบแทน” (selfless protection)

ดังนั้น ความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติและความสัมพันธ์เชิงเครือญาติจึงทำหน้าที่ร่วมกันในการขยายความหมายของความเป็นชายของโอตะให้พ้นจากกรอบอุดมคติความเป็นชายที่ยึดโยงกับอำนาจและความแข็งแกร่ง โดยเปิดพื้นที่ให้โอตะได้นิยามตัวเองในฐานะพี่ชายที่ทำหน้าที่ปกป้องและสนับสนุนไอดอล โอตะแสดงบทบาทพี่ชายผ่านการเป็นผู้สนับสนุนทั้งทางเศรษฐกิจ (เช่น การซื้อสินค้าหรือซีดี) และทางสัญลักษณ์ (เช่น การให้กำลังใจไอดอลผ่านการยิงมิสซ์ และการทำโปร

เจกต์สนับสนุนไอดอล) ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ไม่เพียงสะท้อนให้เห็นความรักและความห่วงใยที่โตะมีต่อไอดอลเท่านั้น แต่ยังเป็นการสถาปนาอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบ “พี่ชายผู้ปกป้อง” ที่ยังอยู่ในกรอบความเป็นชายอำนาจนำของระบบปิตาธิปไตยที่มีเงื่อนไขว่าไอดอลหญิงต้อง “วางตัวดี” และไม่ออกนอกกรอบทางตามที่แฟนคลับคาดหวัง ไอดอลคนนั้นจึงจะได้รับการสนับสนุนให้ไปถึงฝั่งฝัน

5.4 พี่ชายกับการบริโภค: เครื่องมือสร้างความเป็นชายของโตะ

สำหรับโตะวง BNK48 ความเป็นแฟนคลับและการบริโภคกลายเป็นช่องทางสำคัญในการสร้างความเป็นชายแบบใหม่ที่สวนทางกับอุดมคติความเป็นชายกระแสหลักของสังคมไทย การบริโภคเป็นหนึ่งวิธีที่โตะใช้ในการแสดงออกถึงความเป็นชายของตัวเองและสะท้อนให้เห็นว่าในโลกของวัฒนธรรมโตะไอดอลนั้น โตะไม่ได้มีสถานะเป็นเพียงผู้บริโภคเท่านั้น แต่เป็นผู้มีส่วนร่วมเชิงวัฒนธรรมที่ช่วยขับเคลื่อนและสร้างความหมายใหม่ๆ ให้กับความสัมพันธ์ระหว่างแฟนคลับและศิลปิน โดยเฉพาะการสวมบทบาท “พี่ชาย” ที่ให้การสนับสนุนและปกป้อง “น้องสาว” ซึ่งแฝงอยู่ในกิจกรรมการบริโภคทั้งในเชิงเศรษฐกิจและเชิงอารมณ์ของพวกเขา โตะที่เข้าร่วมวิจัยใช้เงินจำนวนไม่น้อยเพื่อซื้อสินค้าที่เกี่ยวข้องกับ BNK48 ไม่ว่าจะเป็นอัลบั้มเพลง บัตรจับมือ บัตรคอนเสิร์ต บัตรเลือกตั้งเข็มบัตรสี ของสะสม เสื้อผ้า ไปจนถึงการลงทุนทำโปรเจกต์สนับสนุนไอดอล สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นการแสดงออกถึงความสามารถในการสนับสนุน ดูแล ปกป้อง และการให้อย่างไม่มีเงื่อนไข ซึ่งเป็นอีกคุณลักษณะหนึ่งที่สังคมไทยยังให้คุณค่ากับความเป็นชาย

Henry Jenkins (1992) เสนอแนวคิดเรื่อง “การฉกฉวยเนื้อหา” (textual poaching) ว่าด้วยการเป็นแฟนคลับที่ไม่ได้หมายถึงการบริโภคแบบเฉื่อยชา แต่เป็นผู้บริโภคที่มีบทบาทเชิงรุก (active consumers) ที่ใช้อำนาจการซื้อเพื่อกำหนดทิศทางการดำรงอยู่ของศิลปินหรือไอดอล โตะ BNK48 จึงไม่ใช่แค่ผู้ติดตาม แต่เป็นผู้มีบทบาทเชิงรุกในฐานะผู้สร้างชุมชน ผู้จัดการกิจกรรม และผู้ผลิตวาทกรรมเกี่ยวกับไอดอล พวกเขาใช้พื้นที่ออนไลน์และพื้นที่ออฟไลน์ เช่น กลุ่มเฟซบุ๊ก บอร์ดแฟนคลับ และงานอีเวนต์ เพื่อแสดงความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความผูกพันกับไอดอลในแบบเฉพาะตัว ซึ่งในกระบวนการนี้ โตะได้แสดงความเป็นชายผ่านความทุ่มเท ความสามารถในการจัดการ และการเป็นผู้นำในกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งสะท้อนถึง “ทุนทางวัฒนธรรม” (cultural capital) ที่ Bourdieu (1984) กล่าวว่าความรู้ ความสามารถ และรสนิยมเฉพาะกลุ่มสามารถกลายเป็นเครื่องมือในการสร้าง

⁴ แนวคิดเรื่องการฉกฉวยเนื้อหา (textual poaching) ของ Henry Jenkins (1992) เปรียบเทียบแฟนคลับกับ “นักล่าสัตว์เถื่อน” ที่ลักลอบเข้าไปในพื้นที่ของสื่อกระแสหลักและนำ “ข้อความ” (text) หรือเนื้อหามาใช้ตามอัตลักษณ์และแรงปรารถนาของตนเอง โดยไม่จำกัดเจตนาของผู้ผลิต เช่น การเขียนแฟนฟิกที่จับคู่ตัวละครชาย-ชายในซีรีส์ที่ไม่มีความรักระหว่างกันในตอนฉบับ หรือการรีมิคซิงวิดีโอไอดอลหญิงแสดงบทบาทที่แตกต่างจากภาพลักษณ์เดิม เป็นต้น

สถานะทางสังคมได้ สอดคล้องกับ Hansson (2024) ที่เสนอว่าในบริบทของวัฒนธรรมแฟนคลับนั้น การบริโภคไม่ได้เป็นเพียงพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ แต่เป็นการแสดงอัตลักษณ์ และมีบทบาทใน “การปฏิบัติความเป็นชาย” (doing masculinity) โอตะ BNK48 ทุ่มเงินจำนวนมากไปกับการซื้อบัตรจับมือ สินค้า ของสะสม หรือการสนับสนุนโปรเจกต์ต่างๆ ขณะเดียวกันก็ใช้ร่างกายและแรงใจในการทำกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสนับสนุนไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ ทั้งการรู้จักชื่อไอดอลทุกคน การรู้ตารางกิจกรรม การยิงมิกซ์ หรือแม้แต่การถ่ายภาพอย่างมืออาชีพ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ถือเป็นการแสดงบทบาทพี่ชายที่ให้การสนับสนุนน้องสาวของตัวเองอย่างสุดความสามารถ

แม้พฤติกรรมของโอตะจะถูกวิพากษ์วิจารณ์จากสังคมว่าฟุ่มเฟือยหรือหลงใหลคลั่งไคล้มากเกินไป แต่โอตะก็ระบุว่าการบริโภคในวัฒนธรรมโอตะไอดอล BNK48 เป็นการบริโภคที่ช่วยให้พวกเขารู้สึกดีขึ้นจากชีวิตประจำวัน เมื่อพิจารณาการบริโภคของโอตะในเชิงสังคมวัฒนธรรมแล้ว โอตะเหล่านี้ได้ใช้อำนาจทางเศรษฐกิจของตัวเองเพื่อสร้างภาพลักษณ์ของ “พี่ชายผู้ให้” ที่พร้อมสนับสนุนน้องสาวของพวกเขาโดยไม่หวังผลตอบแทน แสดงให้เห็นว่าการบริโภคในฐานะแฟนคลับไม่ได้สะท้อนแค่สถานะทางการเงินหรือความชอบของแฟนคลับเท่านั้น แต่ยังเป็นพื้นที่ทางเพศสถานะ (gendered space) ที่เปิดโอกาสให้โอตะ “สร้างและแสดงอัตลักษณ์ความเป็นชายผ่านอำนาจในการสนับสนุนทางเศรษฐกิจ” (Zheng, 2025, หน้า 2) ยิ่งไปกว่านั้น พฤติกรรมการบริโภคของโอตะยังทำหน้าที่เป็นเครื่องช่วยยืนยันความเป็นชายที่พวกเขาส่งเสริมในกลุ่มโอตะด้วยกัน เช่น โอตะคนหนึ่งอาจได้รับการยอมรับให้เป็น “เจ้าพ่อวงการไอดอล” เพราะเขาติดตามวงไอดอลตระกูล 48 กรุ๊ปมาเป็นเวลานานและมีความรู้ความเชี่ยวชาญเรื่องวัฒนธรรมโอตะไอดอล โอตะอีกคนที่ซื้อบัตรจับมือเป็นจำนวนมากหรือมีเงินมากพอที่จะซื้อการ์ดสะสม BNK48 แบบ SSR⁵ ก็จะได้รับคำยอมรับจากโอตะคนอื่นๆ ว่า “แมน” เพราะเขามีศักยภาพในการสนับสนุนน้องสาวได้มาก ดังนั้น อัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่ที่โอตะสร้างขึ้นจึงไม่ใช่การแสดงออกทางอำนาจผ่านการครอบครองผู้หญิง แต่เป็นการแสดงออกผ่านการบริโภคในบทบาทของพี่ชายที่ทุ่มเทให้น้องสาวประสบความสำเร็จ

แม้โอตะส่วนใหญ่จะสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายผ่านบทบาทพี่ชายที่พร้อมให้การสนับสนุนไอดอลอย่างเสียสละและปราศจากเงื่อนไขทางเพศ แต่กรณีของ “อิค” กลับนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นชายในลักษณะที่สวนทางกันอย่างชัดเจน อิคเลือกปฏิเสธบทบาทพี่ชายที่อ่อนโยนและนิยามตัวเองว่าเป็น “แฟนหนุ่ม” ของไอดอล โดยใช้การบริโภคและการมีส่วนร่วมในกลุ่มโอตะยิงมิกซ์ เพื่อยืนยันสิทธิในการเข้าถึงและแสดงอำนาจเหนือไอดอล ในมุมมองของอิคแล้ว การสนับสนุน

⁵ การ์ดสะสม BNK48 แบบ SSR (Super Special Rare) คือรูปถ่ายของไอดอลวง BNK48 พร้อมลายเซ็น ซึ่งจะมีเพียง 6 ใบในโลกต่อสมาชิกไอดอล 1 คนเท่านั้น โดยไอดอลจะเก็บไว้ที่ตัวเอง 1 ใบและที่โอตะผู้โชคดีอีก 5 ใบ อย่างไรก็ตาม การ์ด SSR ของไอดอลบางคนกลับถูกนำไปประมูลในราคาที่สูงมาก (หลายแสนบาท)

ไม่ใช่การให้โดยไม่หวังสิ่งตอบแทน แต่เป็นการลงทุนที่ควรนำมาซึ่งผลตอบแทนบางประการ เช่น การเข้ามาแทนที่ความสัมพันธ์ที่หลายคนไม่เคยมี การได้สัมผัสเนื้อตัวผู้หญิง หรือการได้รับความสนใจจากไอดอล เป็นต้น การแสดงออกของอีกสามารถอธิบายได้ผ่านแนวคิดเรื่อง “การบริโภคในฐานะความเป็นเจ้าของ” (consumption as ownership) ที่อธิบายว่าการใช้ทรัพยากรทางเศรษฐกิจในการสนับสนุนศิลปินอาจถูกแปลงให้กลายเป็นสิทธิในการกำหนดความสัมพันธ์หรือพฤติกรรมของไอดอล (Galbraith, 2012; Galbraith และ Karlin, 2016) พฤติกรรมของอีกจึงแตกต่างจากการบริโภคเชิงอุดมคติของโอตะคนอื่นๆ ที่มองว่าการสนับสนุนไอดอลคือการการแสดงออกถึงความห่วงใยอย่างบริสุทธิ์ใจ แต่ในกรณีของอีก การบริโภคกลับทำหน้าที่เป็นกลไกแสดงอำนาจทางเพศและเศรษฐกิจในความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียม อีกไม่ได้สวมบทบาทพี่ชายผู้เสียสละ แต่เลือกใช้การบริโภคเป็นเครื่องมือในการควบคุม ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ Glick และ Fiske (1996) เรียกว่า “การครอบงำเชิงศีลธรรม”⁷ (moral dominance) ที่ผู้ชายจะปกป้องผู้หญิงก็ต่อเมื่อผู้หญิงแสดงพฤติกรรมที่สังคมกำหนดว่าเหมาะสม เช่น อ่อนหวาน เรียบร้อย หรือไม่แสดงพฤติกรรมเชิงเพศ เป็นต้น (Glick และ Fiske, 1996, หน้า 120)

โดยสรุปแล้ว ในบริบทของวัฒนธรรมโอตะไอดอล BNK48 การบริโภคจึงไม่ได้เป็นเพียงพฤติกรรมทางเศรษฐกิจของผู้ชายกลุ่มหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เปิดโอกาสให้โอตะได้แสดงออกและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายรูปแบบใหม่ผ่านบทบาทของการเป็น “พี่ชาย” ที่ให้การสนับสนุนและปกป้อง “น้องสาว” ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ อารมณ์ และสังคม โอตะใช้ทุนทางเศรษฐกิจความทุ่มเทด้านร่างกายและแรงใจ และการมีส่วนร่วมกับชุมชนแฟนคลับ มาเป็นกลไกสำคัญในการแสดงออกถึงความสามารถในการดูแลและสนับสนุนไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ โดยไม่จำเป็นต้องอิงกับอุดมการณ์แบบชายอำนาจนำที่เน้นการครอบครองหรือควบคุมผู้หญิง การบริโภคจึงกลายเป็นสื่อกลางที่ทำให้อัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะได้รับการยอมรับ และเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยยืนยันความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ที่พวกเขาประกอบสร้างขึ้นด้วยตัวเอง

⁶ การบริโภคในฐานะความเป็นเจ้าของ (consumption as ownership) หมายถึงกระบวนการที่ผู้บริโภคใช้การบริโภคสินค้า บริการ หรือเนื้อหาทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความรู้สึกว่าตัวเองเป็นเจ้าของสิ่งนั้น ทั้งในเชิงอารมณ์ อัตลักษณ์ หรืออำนาจ แม้ไม่มีกรรมสิทธิ์จริงในทางกฎหมาย แนวคิดนี้มักพบในวัฒนธรรมแฟนคลับและอุตสาหกรรมสื่อ เช่น แฟนคลับซื้อสินค้าหรือสนับสนุนศิลปินเพื่อให้รู้สึกว่าคุณมีสิทธิ์ในตัวศิลปินหรือผลงานนั้นๆ (Jenkins, 1992; Hills, 2002)

⁷ Glick และ Fiske (1996) เสนอแนวคิดเรื่อง “การครอบงำเชิงศีลธรรม” (moral dominance) ภายใต้กรอบของ ambivalent sexism ซึ่งแบ่งออกเป็นสองลักษณะ คือความเป็นปฏิกิริยาต่อเพศหญิงอย่างเปิดเผย (hostile sexism) และความอุปถัมภ์ที่ดูเหมือนเป็นบวกแต่แฝงด้วยอำนาจ (benevolent sexism) โดยการครอบงำเชิงศีลธรรมหมายถึงการที่ผู้ชายสถาปนาตนเองเป็น “ผู้ปกป้อง” ผู้หญิง แต่การปกป้องนั้นมีเงื่อนไขว่าผู้หญิงจะต้องประพฤติตน “เรียบร้อย” หรือ “เหมาะสม” ตามบรรทัดฐานของสังคมชายเป็นใหญ่ กล่าวคือความห่วงใยหรือการอุปถัมภ์จากผู้ชายไม่ได้เกิดขึ้นจากความเคารพในฐานะความเป็นมนุษย์ของผู้หญิง แต่เกิดจากการประเมินว่าผู้หญิงสมควรได้รับการคุ้มครองหรือไม่ ซึ่งกลายเป็นรูปแบบหนึ่งของการควบคุมผ่านศีลธรรมและบรรทัดฐานสังคม

อย่างไรก็ตาม แม้อีตส่วนใหญ่ว่าจะใช้การบริโภคในลักษณะของการสวมบทบาท “พี่ชาย” ผู้สนับสนุนและปกป้อง “น้องสาว” ที่แฝงอยู่ในกิจกรรมการบริโภคทั้งในเชิงเศรษฐกิจ อารมณ์ และสังคม แต่ก็มีบางกรณีที่สะท้อนแนวโน้มของการใช้การบริโภคมาเป็นเครื่องมือในการ ต่อรองอำนาจและแสดงออกถึงความใกล้ชิดที่มีลักษณะของการครอบครอง เช่นในกรณีของอิคที่ นิยามตัวเองว่าเป็นแฟนหนุ่มของไอดอล และใช้การสนับสนุนทางเศรษฐกิจเพื่อยืนยันสิทธิในการ เข้าถึงหรือเรียกร้องความสนใจ ถึงแม้ว่ากรณีเช่นนี้จะไม่ได้เป็นแนวทางหลักของอีตส่วนใหญ่ แต่ก็ สะท้อนให้เห็นว่าในวัฒนธรรมอีตไอดอลนั้น การบริโภคสามารถถูกนำมาใช้ในหลากหลายวิธีเพื่อ ประกอบสร้างความเป็นชายในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ดังนั้น การบริโภคจึงเป็นพื้นที่ของ “พหุความ เป็นชาย” (masculinities) ที่ชายชายชอบสามารถใช้ในการต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเอง และการบริโภคอย่างเข้มข้นในวัฒนธรรมอีตไอดอลผ่านการใช้จ่ายเงิน แรงกาย และแรงใจ เช่น การซื้อ สินค้า การจัดกิจกรรมสนับสนุน และการแสดงบทบาทในชุมชนแฟนคลับ ก็สามารถกลายเป็นช่องทาง ที่ช่วยเน้นย้ำบทบาทการเป็นพี่ชายที่ให้การสนับสนุนน้องสาวหรือบทบาทคนรักของไอดอลได้

5.5 Homosociality: ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายที่เสริมพลังความเป็นชายแบบใหม่ของอีต

ภายใต้บทบาทพี่ชาย ความสัมพันธ์ระหว่างอีตชายด้วยกันก็มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยการรวมตัวกันของอีตเพื่อทำกิจกรรมแฟนคลับ เช่น การยิงมิกซ์ การรวมตัวเพื่อตั้งบ้านแฟน คลับ การจัดงานวันเกิดให้ไอดอล หรือแม้แต่การรวมกลุ่มกันเพื่อถ่ายรูปไอดอล ล้วนแล้วแต่เป็น กิจกรรมที่ต้องอาศัยการร่วมมือของอีตหลายคน โดยพวกเขาไม่ได้มุ่งหวังผลตอบแทนส่วนตัว แต่ เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุน “น้องสาว” ที่พวกเขาชื่นชอบร่วมกัน อีตผู้ร่วมทำวิจัยต่างเข้าร่วมกลุ่ม ต่างๆ เพื่อทำกิจกรรมสำหรับการสนับสนุนไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ การแสดงออกผ่านการทำ กิจกรรมเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าอีตไม่ได้แสดงออกถึงความเป็นชายด้วยตัวเขาคนเดียว แต่เป็นการ ประกอบสร้างความเป็นชายร่วมกันกับอีตคนอื่นๆ โดยใช้พื้นที่ของวัฒนธรรมไอดอลเป็นสนามของ การสร้างปฏิสัมพันธ์ มิตรภาพ และความผูกพันระหว่างผู้ชายกับผู้ชาย ซึ่งไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของ ความสัมพันธ์เชิงคู่สาวหรือการแข่งขันเพื่อครอบครองผู้หญิง แต่กลับเป็นความร่วมมือเพื่อสนับสนุน ไอดอลหญิงในฐานะ “น้องสาว” ร่วมกัน ความสัมพันธ์ระหว่างอีตในลักษณะนี้สามารถอธิบายผ่าน กรอบแนวคิดเรื่อง “การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน” (homosociality) ที่ได้รับการพัฒนาโดย Eve Kosofsky Sedgwick (1985) ที่เสนอว่าความเป็นชายมักถูกสร้างและยืนยันผ่านความสัมพันธ์ ระหว่างผู้ชายด้วยกันเอง ไม่ใช่แค่ในเชิงเศรษฐกิจหรือการเมืองเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงด้านอารมณ์ ความไว้วางใจ และการยอมรับในกลุ่มผู้ชายด้วยกัน ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการ “รักษา

อำนาจ” และ “ผลิตสร้างความเป็นชาย” ภายในกลุ่มผู้ชายด้วยกันเอง โดยไม่ต้องพึ่งพาความสัมพันธ์กับผู้หญิงเสมอไป สอดคล้องกับแนวคิดของ Kehily & Nayak (1997) ที่เสนอว่าในยุคที่ชายหนุ่มเผชิญกับแรงกดดันเรื่องความเป็นชาย พวกเขาจะสร้างพื้นที่ที่ทำให้สามารถรักษาอัตลักษณ์ชายผ่านกิจกรรมร่วมกับชายคนอื่น เช่น ความเป็นชายที่ยึดโยงกับการมีอารมณ์ร่วมกัน ความรักดี และความเสียสละให้กับ “เป้าหมายร่วม” ซึ่งในกรณีของโอตะก็คือ “น้องสาวที่น่ารัก” ในฐานะไอดอล

ความเป็นชายของโอตะไม่ได้แสดงออกผ่านการแข่งขันกับชายคนอื่นเพื่อช่วงชิงผู้หญิง เหมือนกับการอบอุ้มคติความเป็นชายแบบดั้งเดิม แต่เป็นการร่วมมือกันเพื่อสนับสนุนผู้หญิงในฐานะ “น้องสาว” ของพวกเขา ซึ่งมีมิตรภาพระหว่างโอตะในลักษณะนี้เรียกว่าความสัมพันธ์แบบชาย-ชายที่ไม่อยู่บนพื้นฐานของความรักหรือทางเพศ แต่เป็นการแสดงออกถึงความเป็นชายผ่านการร่วมมือสนับสนุน และแข่งขันกันในขอบเขตของวัฒนธรรมแฟนคลับ โดยโอตะสร้างความเป็นชายแบบใหม่ของตัวเองผ่านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายกับผู้ชาย ภายใต้กรอบแนวคิดเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกันที่หล่อหลอมผ่านกิจกรรมแฟนคลับ การบริโภค การทำงานร่วมกัน และการผลิตความหมายร่วมในชุมชนโอตะของพวกเขาเอง โดยโอตะมีการรวมตัวกันในรูปแบบของกลุ่มแฟนคลับที่มีโครงสร้างทางสังคมที่ชัดเจน เช่น หัวหน้ากลุ่ม (หัวด้อม) กลุ่มตากล้อง และกลุ่มยิงมิกซ์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นมากกว่าการเป็น “ผู้ติดตาม” แต่เป็น “สังคมย่อยของผู้ชาย” (male subculture) ที่ใช้การบริโภควัฒนธรรมโอตะไอดอลเป็นฐานร่วมกัน โดยโอตะภายในกลุ่มเหล่านี้จะแลกเปลี่ยนข้อมูล เช่น ตารางงานของไอดอล เทคนิคการถ่ายภาพ การสนับสนุนกิจกรรม รูปแบบการยิงมิกซ์เชียร์ไอดอล และการร่วมวางแผนสนับสนุนไอดอลผ่านการโหวตหรือซื้อสินค้า ซึ่งอาจนำไปสู่การเกิดระบบ “พี่-น้อง” ในกลุ่มโอตะเอง การสร้างความสัมพันธ์เช่นนี้เป็นกระบวนการผลิตและรักษาความเป็นชายที่ไม่ได้อยู่ในสนามกีฬาหรืออาชีพของผู้ชายแบบดั้งเดิม แต่อยู่ในโลกของ “ผู้สนับสนุนหญิงสาว”

วัฒนธรรมโอตะไอดอลจึงเป็นสนามอำนาจที่ชายชายชอบใช้ต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเอง แม้จะไม่ได้รับการยอมรับจากอุดมการณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำก็ตาม กล่าวคือโอตะอาจไม่มีคุณสมบัติที่สังคมมักเชื่อมโยงกับความเป็นชายกระแสหลัก เช่น ความสามารถทางร่างกาย การเล่นกีฬา หรืออำนาจทางเศรษฐกิจ แต่พวกเขาสามารถสั่งสม “ทุนแห่งความเป็นชาย” (masculine capital) ในแบบของตัวเองได้ภายในชุมชนโอตะ ผ่านกิจกรรมที่ได้รับการยอมรับในหมู่โอตะด้วยกัน เช่น ผู้ที่ถ่ายภาพสวยจะได้รับการยอมรับ, ผู้ที่รู้ตารางงานอย่างละเอียดก็จะได้ความเคารพ, ผู้ที่จัดกิจกรรมสนับสนุนไอดอลจะถูกยกย่องในฐานะ “พี่ใหญ่”, และการใช้เงินสนับสนุนไอดอลก็ถูกใช้เป็นเครื่องมือสร้างสถานะ เป็นต้น โดยทุนแห่งความเป็นชายเหล่านี้อาจไม่ได้มีคุณค่าในตัวของมันเองในระดับสังคมกว้าง แต่มีความหมายและคุณค่าในพื้นที่ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชาย

ด้วยกันเอง (homosocial space) ที่โอตะร่วมกันนิยม กำกับ และให้การยอมรับ ซึ่งกล่าวได้ว่าความเป็นชายของโอตะถูกสร้างขึ้นใหม่ผ่านกลไกการสนับสนุน การมีส่วนร่วม และความจงรักภักดี

ดังนั้น เมื่อพิจารณาผ่านกรอบแนวคิดเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน ความเป็นชายของโอตะคือการสร้างตัวตนผ่านความสัมพันธ์กับชายคนอื่นๆ โดยมีไอดอลหญิงเป็น “ศูนย์กลางเชิงสัญลักษณ์” ที่หล่อหลอมความสัมพันธ์ร่วมกันของโอตะ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่าอัตลักษณ์ความเป็นชายไม่ได้ถูกกำหนดโดยร่างกายหรือความแข็งแกร่งเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการสร้างสายสัมพันธ์ การสวมบทบาท และการต่อรองกับระบบอำนาจที่มีอยู่ในวัฒนธรรมกระแสหลัก อัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะจึงเป็นการต่อรองความเป็นชายในโลกที่ชายจำนวนมากไม่สามารถโอ้อวดมคิตความเป็นชายอำนาจนำ พวกเขาจึงเลือกที่จะสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองผ่านความสัมพันธ์กับชายคนอื่นในชุมชนแฟนคลับ และผ่านบทบาทการสนับสนุนไอดอลผู้หญิงอย่างทุ่มเท ซึ่งในสายตาคนนอกอาจเป็นการ “ละทิ้งความเป็นชาย” แต่ภายในกลุ่มโอตะแล้วกลับเป็นการยืนยันความเป็นชายรูปแบบใหม่อย่างชัดเจน

บทที่ 5 นำเสนอการวิเคราะห์การประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของชายชายขอบในฐานะ “โอตะ” ซึ่งเลือกใช้พื้นที่ของวัฒนธรรมโอตะไอดอล หรือพื้นที่ที่ถูกสังคมไทยนิยามว่าเป็นกิจกรรมของ “ความเป็นหญิง” ในการแสดงออกและรื้อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายในรูปแบบที่แตกต่างไปจากอุดมการณ์แบบชายอำนาจนำ (hegemonic masculinity) ที่เน้นความเข้มแข็งของกล้ามเนื้อร่างกายและภาวะการเป็นผู้นำของสังคม โดยโอตะเลือกสวมบทบาท “พี่ชาย” ของไอดอล อันเป็นบทบาทที่แสดงถึงความรัก ความห่วงใย และความเสียสละในเชิงอารมณ์ ซึ่งบทบาทการเป็น “พี่ชายที่แสนดี” ของโอตะสะท้อนผ่านการกระทำและพฤติกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมโอตะไอดอล ไม่ว่าจะเป็นการไปให้กำลังใจไอดอลตามงานอีเวนต์ต่างๆ การแต่งกายอย่างสุภาพเมื่อเข้าร่วมกิจกรรมงานจับมือ การยิงมิกซ์เพื่อสนับสนุนไอดอลที่ทำการแสดงอยู่บนเวที ตลอดจนการเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของวง BNK48 ซึ่งสามารถมองได้ว่าเป็นการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ของโอตะที่สอดคล้องกับแนวคิดของ Connell (2005) ที่มองว่าความเป็นชายไม่ใช่สิ่งตายตัว หากแต่ถูกกำหนดขึ้นผ่านการกระทำและแบบแผนทางวัฒนธรรม เช่นเดียวกับแนวคิดของ Judith Butler (1990) ที่เสนอว่าความเป็นเพศเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นผ่านการกระทำซ้ำๆ (performative acts) ดังนั้น การแสดงออกของโอตะผ่านกิจกรรมในวัฒนธรรมโอตะไอดอลทั้งทางกายภาพและทางเศรษฐกิจจึงเป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างและยืนยันอัตลักษณ์ความเป็นชายในบทบาทของพี่ชายที่มีความรัก ความใส่ใจ และความปรารถนาที่จะสนับสนุนให้น้องสาวประสบความสำเร็จ

โอดะใช้การสวมบทบาทพี่ชายผู้สนับสนุนและปกป้อง “น้องสาว” มาเป็นกลไกในการแสดงความรักและการสนับสนุนที่ไม่ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางเพศ แต่อยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์แบบ “ความรักบริสุทธิ์” (platonic love) และนำไปสู่อัตลักษณ์ความเป็นชายที่ไม่ฝักใฝ่เรื่องเพศ (asexual masculinity) ที่ให้ความสำคัญกับการสนับสนุนทางเศรษฐกิจ สัญลักษณ์ และร่างกาย เช่น การซื้อสินค้า การร่วมกิจกรรม การให้กำลังใจ และการจัดกิจกรรมสนับสนุน สะท้อนอุดมคติความเป็นชายแบบผู้ปกป้อง (protective masculinity) ตามนิยามของ Wojnicka (2022) ที่ระบุว่าผู้ชายจำนวนหนึ่งใช้การปกป้องผู้หญิงมาเป็นเครื่องมือในการสถาปนาอำนาจของตัวเองในสังคมสมัยใหม่ อย่างไรก็ตาม แม้ความสัมพันธ์ดังกล่าวจะดูอ่อนโยนและบริสุทธิ์ แต่ก็แฝงด้วยพลังของอำนาจแบบชายเป็นใหญ่ไว้โดยไม่รู้ตัว สอดคล้องกับ Glick และ Fiske (1996) ที่อธิบายว่าการปกป้องผู้หญิงที่ดูมองว่าอ่อนแอหรือไร้พลังนั้น อาจกลายเป็น “การครอบงำเชิงศีลธรรม” (moral dominance) ที่ผู้ชายเป็นผู้กำหนดขอบเขตของความเหมาะสมและนิยามว่าใครคือ “น้องสาวที่ควรได้รับการปกป้อง” หรือการยึดครองวาทกรรมของการเป็นผู้ปกป้องและผู้สนับสนุนไว้ในฐานะคุณค่าของความเป็นชาย จึงอาจกล่าวได้ว่าโอดะไม่ได้ปฏิเสธความเป็นชายอำนาจอย่างสิ้นเชิง หากแต่เลือกต่อรองและรื้อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่ โดยผสมผสานระหว่างความเป็นชายในอุดมคติที่ให้คุณค่ากับบทบาทผู้ปกป้องหรือผู้สนับสนุน และพื้นที่วัฒนธรรมโอดะไอดอลที่เปิดโอกาสให้ผู้ชายสามารถแสดงอารมณ์ความอ่อนไหว และการมีส่วนร่วมทางอารมณ์กับผู้ชายกลุ่มอื่นๆ ได้อย่างชอบธรรม

อีกหนึ่งกลไกสำคัญในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของโอดะคือ “การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน” (homosociality) ที่แสดงออกผ่านการรวมกลุ่มของโอดะ การสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ ความร่วมมือ และการให้การยอมรับภายในกลุ่ม เช่น โอดะที่ถ่ายภาพได้ดีจะได้รับความเคารพและนับหน้าถือตา ผู้ที่จัดกิจกรรมสนับสนุนไอดอลจะได้รับการยกย่องให้เป็น “หัวหน้าแฟนคลับ” เป็นต้น ซึ่งกลไกการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายนี้ไม่เพียงช่วยลดความกดดันจากสังคมที่มองว่าโอดะแปลกแยกและเบี่ยงเบนจากอัตลักษณ์ความเป็นชายที่สังคมให้คุณค่า หากยังทำหน้าที่ “ค้ำยัน” อัตลักษณ์ความเป็นชายของโอดะภายในกลุ่ม โดยวางโครงสร้างอำนาจภายในที่ประเมินผู้ชายจากความสามารถในการสนับสนุนและการมีส่วนร่วมมากกว่าความเข้มแข็งทางร่างกาย

วัฒนธรรมโอดะไอดอลจึงกลายเป็น “สนามต่อรองทางอัตลักษณ์” ที่ชายชายชอบสามารถทดลอง แสดงออก และปรับแต่งอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเอง โดยไม่จำเป็นต้องยึดติดกับอุดมคติแบบชายอำนาจอย่างสมบูรณ์ ขณะเดียวกันก็ไม่ละทิ้งความเป็นชายไปเสียทั้งหมด แต่เป็นการประกอบสร้างความเป็นชายรูปแบบใหม่ที่ผสมผสานความอ่อนโยน ความเสียสละ การปกป้อง และการบริโภควัฒนธรรมไอดอลเข้าไว้ด้วยกัน อย่างไรก็ตาม ความเป็นชายในกลุ่มโอดะเองก็ไม่ได้มีเพียงรูปแบบเดียว แต่เป็น “พหุความเป็นชาย” (masculinities) ที่ดำรงอยู่ภายในกลุ่มชายชายชอบกลุ่มนี้

โดยเฉพาะในกรณีของอิค โอตะเพียงคนเดียวที่ปฏิเสธบทบาทพี่ชายและนิยามตัวเองว่าเป็น “แฟนหนุ่ม” ของไอดอล พร้อมใช้กลไกการสนับสนุนทางการเงินและการมีส่วนร่วมในกลุ่มโอตะเพื่อแลกกับการได้รับสิ่งตอบแทนบางอย่างจากไอดอล ซึ่งแนวทางของอิคสะท้อนอุดมการณ์แบบชายอำนาจนำที่ได้รับอำนาจในการครอบครองหรือควบคุมความสัมพันธ์ผ่านการบริโภค ทั้งนี้ กรณีของอิคจึงเป็นตัวอย่างที่แสดงให้เห็นว่าแม้กลุ่มโอตะจะถูกจัดให้อยู่ภายใต้สถานะชายชายขอบ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าโอตะทุกคนจะมีประสบการณ์หรือวิธีการนิยามความเป็นชายเหมือนกัน และความหลากหลายในแนวทางการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะก็ขึ้นอยู่กับบริบทและทรัพยากรของแต่ละคน

โดยสรุปแล้ว บทที่ 5 ได้ชี้ให้เห็นว่าโอตะไม่ได้เป็นเพียงกลุ่มผู้ชายที่ถูกมองว่าเบี่ยงเบนจากอุดมการณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำเท่านั้น แต่พวกเขาคือกลุ่มชายชายขอบที่อยู่ระหว่างการต่อรองและรื้อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองผ่านพื้นที่วัฒนธรรมโอตะไอดอล ที่อาจมองได้ว่าเป็นพื้นที่แห่งโอกาสและพื้นที่แห่งข้อจำกัดในเวลาเดียวกัน ภายใต้บริบทของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่กำกับความใกล้ชิดผ่านกลไกของตลาด ความสัมพันธ์ระหว่างโอตะและไอดอลจึงกลายเป็นสนามที่ชายชายขอบสามารถใช้ต่อรองความหมายของอัตลักษณ์ความเป็นชายรูปแบบใหม่โดยอาศัยบทบาทของ “พี่ชาย” ที่เปี่ยมด้วยความอ่อนโยน ความใส่ใจ และความสามารถในการสนับสนุนเชิงอารมณ์ เศรษฐกิจ และสัญลักษณ์ ซึ่งทั้งหมดนี้ถูกหล่อหลอมผ่านกระบวนการทางสังคมที่มีลักษณะของการถักทอสายสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายด้วยกัน อันเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยตกย้ำอัตลักษณ์และสร้างความชอบธรรมให้กับความเป็นชายใหม่ที่อาจแตกต่างไปจากความเป็นชายแบบชนบทของสังคมไทย ไม่เพียงเท่านั้น การศึกษายังแสดงให้เห็นว่าภายใต้โครงสร้างอำนาจและแรงกดดันของระบบความเป็นชายอำนาจนำ กลุ่มชายชายขอบไม่ได้เป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์หรือกลยุทธ์ในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบเดียวกันเสมอไป ซึ่งความแตกต่างของพวกเขาเหล่านี้คือหลักฐานสำคัญของการมีอยู่ของ “พหุความเป็นชาย” (masculinities) ที่แตกแขนงและบางครั้งก็ขัดแย้งกันเองภายในกลุ่มชายชายขอบ ทว่า ความหลากหลายของอัตลักษณ์ความเป็นชายนี้เองคือสิ่งที่เผยให้เห็นความเปราะบางและการต่อรองที่ไม่หยุดนิ่งของอัตลักษณ์ความเป็นชายในสังคมไทยร่วมสมัยที่กำลังเผชิญหน้ากับแรงกระแทกจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมือง ที่ไม่เพียงท้าทายขอบเขตของความเป็นเพศเท่านั้น แต่ยังเปิดพื้นที่ให้ชายชายขอบได้แสดงตัวตนในรูปแบบที่พวกเขาเลือกเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสายตาของผู้คนในสังคม

บทที่ 6

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

6.1 บทนำ

งานวิจัยชิ้นนี้เริ่มต้นจากคำถามที่ว่า “โอตะประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตนเองอย่างไรผ่านการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมโอตะไอดอลที่มักถูกมองว่าเป็นพื้นที่ของผู้หญิง” โดยคำถามดังกล่าวสะท้อนความสนใจต่อปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่ดูเหมือนจะขัดแย้งกับอุดมการณ์ความเป็นชายแบบดั้งเดิมของไทยที่ยังคงยึดโยงความเป็นชายเข้ากับกิจกรรมที่ใช้ร่างกาย ความเข้มแข็ง และอำนาจนำทั้งในเชิงร่างกายและสังคม ด้วยเหตุนี้ การที่ผู้ชายกลุ่มหนึ่งเลือกที่จะเข้าร่วมวัฒนธรรมโอตะไอดอลและนิยามตัวเองว่าเป็นโอตะของวง BNK48 จึงเป็นจุดตั้งต้นในการสำรวจปฏิบัติการเชิงอัตลักษณ์ที่โอตะใช้เพื่อต่อรองกับมายาคติทางเพศผ่านการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับที่ถูกสังคมไทยตีตราว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิงและเป็นพื้นที่ที่ถูกประทับตราว่า “ไม่สมชาย”

งานวิจัยนี้ใช้กรอบแนวคิดเรื่องพหุความเป็นชายของ R.W. Connell (2005) โดยเฉพาะแนวคิดเรื่องความเป็นชายอำนาจนำ (hegemonic masculinity), ความเป็นชายชายขอบ (marginalized masculinity), และการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality) ร่วมกับกรอบแนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมแฟนคลับ (fan culture) และความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติ (fictive kinship) เพื่อตีความบทบาท “พี่ชาย” (brother) ที่โอตะเลือกใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ให้กับตัวเอง โดยผู้ทำวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาแบบสตรีนิยม (feminist ethnography) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม แฟนคลับผู้ชายของวง BNK48 ที่นิยามตัวเองว่าเป็น “โอตะ” จำนวนทั้งหมด 6 คน ซึ่งเป็นการศึกษาที่ให้ความสำคัญกับเสียงและประสบการณ์ของชายชายขอบในพื้นที่ที่ยังไม่ถูกสำรวจมากนัก

ในบทที่ 6 นี้ ผู้ทำวิจัยจะสรุปผลการวิจัยโดยให้ความสำคัญกับการอธิบายภาพรวมของกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะภายใต้วัฒนธรรมโอตะไอดอล พร้อมอภิปรายถึงบทบาท “พี่ชาย” ที่ถูกสถาปนาขึ้นเพื่อต่อรองต่อสู้กับอุดมคติความเป็นชายแบบดั้งเดิม ทั้งยังเป็นบทบาทที่สร้างความผูกพันทางอารมณ์กับไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ รวมถึงวิธีการสร้างความเป็นชุมชนภายในกลุ่มโอตะด้วยกัน นอกจากนี้ ในบทนี้ยังเสนอข้อค้นพบเชิงทฤษฎีและข้อเสนอแนะเพื่อขยายพรมแดนความรู้เกี่ยวกับความเป็นชายร่วมสมัยในบริบทของวัฒนธรรมแฟนคลับไอดอลในประเทศไทยอีกด้วย

6.2 สรุปผลการวิจัย

จากข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์โอตะชายทั้ง 6 คน ผู้ทำวิจัยพบว่าประสบการณ์ส่วนตัวของพวกเขาในการเข้าร่วมวัฒนธรรมโอตะไอดอลมีความแตกต่างและหลากหลาย แต่ก็มีจุดร่วมสำคัญประการหนึ่งนั่นคือพวกเขามีบุคลิกและลักษณะภายนอกที่อาจไม่ตรงตามบรรทัดฐานความเป็นชายที่สังคมไทยให้คุณค่า โอตะเหล่านี้ซื่อสัตย์ เก็บเนื้อเก็บตัว และไม่ค่อยสูงส่งกับคนอื่นจนดูเหมือนเป็นคนไม่มีเพื่อน คุณลักษณะและบุคลิกภาพของพวกเขาจึงแปลกแยกจากอุดมคติความเป็นชายกระแสหลักที่ให้คุณค่ากับความกล้าหาญ แข็งแกร่ง ดุดัน และไม่แสดงออกถึงความรู้สึก นำไปสู่การที่โอตะถูกทำให้อยู่ในสถานะชายชายขอบ (marginalized men) ที่ถูกเบียดขับออกจากพื้นที่ความเป็นชายกระแสหลักของสังคมไทย

การที่โอตะเหล่านี้เลือกเข้าสู่วัฒนธรรมโอตะไอดอลซึ่งถูกมองว่าเป็นกิจกรรมแฟนคลับของผู้หญิงถือเป็นการตัดสินใจที่มีนัยสำคัญทางอัตลักษณ์เพราะเป็นการข้ามพรมแดนทางเพศที่สังคมกำหนดไว้ นำไปสู่การที่สังคมตั้งคำถามและติตราว่าโอตะเหล่านี้เป็นพวกไม่สมชายชาติศรี ทว่า การบริโภควัฒนธรรมโอตะไอดอลไม่ได้เป็นเพียงการแสวงหาความบันเทิงเท่านั้น หากแต่เป็นเครื่องมือในการสร้างและยืนยันอัตลักษณ์ความเป็นชายที่พวกเขาสร้างขึ้นภายใต้บริบทของวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นพฤติกรรมและกิจกรรมของผู้หญิง เนื่องจากพื้นที่ของวัฒนธรรมโอตะไอดอลเป็นพื้นที่ที่มีโครงสร้างอำนาจ การที่โอตะชายกลุ่มนี้สามารถสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองขึ้นมาใหม่โดยอาศัยรูปแบบการแสดงออกที่อยู่ในกรอบของ “ความเป็นชายแบบผู้ปกป้อง” (protective masculinity) ผ่านการสถาปนาบทบาท “พี่ชาย” ที่ให้การปกป้อง สนับสนุน และให้คำแนะนำกับ “น้องสาว” หรือไอดอลหญิงวง BNK48 สะท้อนให้เห็นว่าบทบาทการเป็นพี่ชายที่โอตะเลือกใช้ไม่ได้ปฏิเสธความเป็นชายโดยสิ้นเชิง แต่เป็นการเลือกหยิบลักษณะบางอย่างของอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำมาใช้ร่วมกับการแสดงออกถึงความอ่อนไหวและความผูกพันทางอารมณ์ เพื่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ที่อยู่กึ่งกลางระหว่างความเป็นชายในอุดมคติที่สังคมให้คุณค่าและความเป็นชายรูปแบบใหม่ที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้บริบทของวัฒนธรรมโอตะไอดอลในประเทศไทย

ไม่เพียงเท่านั้น การแสดงออกถึงบทบาท “พี่ชาย” ยังสัมพันธ์กับกระบวนการการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality) หรือการสร้างสายพันธะระหว่างโอตะด้วยกันเอง ไม่ว่าจะเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล การร่วมมือในการจัดกิจกรรมแฟนคลับ หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับวง BNK48 ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ก่อให้เกิดความรู้สึกของความเป็นหนึ่งเดียวกัน สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงเชิงวัฒนธรรมของอัตลักษณ์ความเป็นชายที่ไม่ได้วางอยู่บนฐานของการแข่งขันและลำดับชั้นทางอำนาจ แต่ตั้งอยู่บนความร่วมมือ ความเข้าใจ และความผูกพันทางอารมณ์ ซึ่งท้าทาย

อุดมคติความเป็นชายแบบดั้งเดิม ดังนั้น การเข้าร่วมวัฒนธรรมโอตะไอดอล BNK48 จึงเป็นช่องทางในการเยียวยาความรู้สึกโดดเดี่ยวหรือถูกกีดกันจากสังคม และเป็นพื้นที่ปลอดภัยที่ผู้ชายบางกลุ่มรู้สึกมีอิสระในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ตัวตนโดยไม่ถูกตราหน้าว่า “อ่อนแอ” หรือ “ผิดปกติ”

บทบาท “พี่ชาย” ที่ปรากฏในการแสดงออกของโอตะไม่ได้เป็นเพียงอุปมาทางภาษา แต่มีนัยสำคัญเชิงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ความเป็นชายอย่างลึกซึ้ง บทบาทพี่ชายสะท้อนความเป็นชายที่ผสมผสานคุณลักษณะของการเป็นผู้ปกป้องและผู้สนับสนุนดูแล ซึ่งแตกต่างจากความเป็นชายอำนาจหน้าที่เน้นการแข่งขัน การควบคุม และการปฏิเสธอารมณ์ความรู้สึก ความเป็นชายที่โอตะสร้างขึ้นจึงสามารถจัดอยู่ในกรอบของความเป็นชายแบบผู้ปกป้อง (protective masculinity) อันเป็นรูปแบบหนึ่งของความเป็นชายที่เกิดจากความพยายามของผู้ชายที่จะเป็นผู้ดูแลและปกป้องบุคคลที่อยู่ในสถานะที่ด้อยกว่าในเชิงอายุ เพศ หรือสถานะทางสังคม (Wojnicka, 2021) ดังนั้น การสวมบทบาท “พี่ชาย” ผู้ปกป้องไอดอลของโอตะจึงไม่เพียงทำหน้าที่เป็นกลไกในการแสดงความห่วงใยต่อไอดอลเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการในการต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองในสังคมที่มองว่าวัฒนธรรมไอดอลเป็นกิจกรรมของผู้หญิง และการแสดงออกในลักษณะดังกล่าวก็ทำให้โอตะสามารถสร้างการยอมรับจากสังคมให้กับตัวเองในฐานะผู้ชายที่มีบทบาทเชิงบวกและมีคุณค่าทางสังคม

อย่างไรก็ตาม การสถาปนาบทบาทพี่ชายของโอตะไม่ได้หมายถึงอำนาจเหนือในเชิงเพศหรือสังคม แต่เป็นการเน้นบทบาทในการสนับสนุนและให้การดูแลอย่างใกล้ชิดโดยยังคงเคารพตัวตน (agency) ของไอดอลหญิงในฐานะ “น้องสาว” ที่พวกเขารักและห่วงใย โอตะให้ความสำคัญกับการไม่ล่วงละเมิดขอบเขตความเป็นส่วนตัวของไอดอล และมองว่าหน้าที่ของพวกเขาคือการ “ส่งกำลังใจ” และ “ยืนอยู่ข้างหลัง” เพื่อให้ไอดอลสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงและประสบความสำเร็จ บทบาทพี่ชายที่โอตะสถาปนาขึ้นมาจึงไม่ใช่การใช้อำนาจควบคุม แต่เป็นการสนับสนุนและปกป้องในฐานะพี่ชายที่มีแต่ความหวังดีและไม่มีเรื่องเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งพฤติกรรมการแสดงออกของโอตะสามารถเชื่อมโยงกับทฤษฎีความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติ (fictive kinship) ที่การเป็นครอบครัวไม่ได้เกิดขึ้นผ่านการสืบสายเลือด แต่เป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการเลือกด้วยตัวเอง (chosen relationship) และแสดงออกถึงความใกล้ชิดอย่างต่อเนื่อง ดังที่ปรากฏชัดเจนในวัฒนธรรมโอตะไอดอลที่โอตะมักกล่าวถึงไอดอลในฐานะ “น้องสาว” และกล่าวถึงตัวเองในฐานะ “พี่ชาย” ซึ่งความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมตินี้ถือเป็นโครงสร้างเชิงสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงการจัดวางอัตลักษณ์และบทบาทของโอตะในความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น การที่โอตะรับบทเป็นพี่ชายของไอดอลจึงไม่เพียงช่วยให้โอตะสามารถแสดงความห่วงใยและสนับสนุนไอดอลได้อย่างชอบธรรมในสายตาของคนส่วนใหญ่ในสังคมเท่านั้น แต่ยังเป็นช่องทางในการประกอบสร้างความเป็นชายในแบบที่สังคมให้

การยอมรับได้ภายใต้บริบททางวัฒนธรรมที่ยังมีข้อจำกัดมากมาย การเป็น “พี่ชายที่แสนดี” จึงเป็นอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ที่เชื่อมโยงกับคุณค่าของการปกป้อง การสนับสนุนดูแล และการแสดงออกทางอารมณ์

การมีส่วนร่วมของโอตะในกิจกรรมแฟนคลับที่เกี่ยวข้องกับวง BNK48 เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมงานจับมือหรือคอนเสิร์ต การส่งกำลังใจผ่านโซเชียลมีเดีย การจัดทำของขวัญให้ไอดอล การยิงมิสเชียร์ไอดอล ไปจนถึงการปกป้องไอดอลจากการวิพากษ์วิจารณ์ในพื้นที่ออนไลน์ ถือเป็นรูปแบบหนึ่งของ “แรงงานอารมณ์” (emotional labor) (Shen, 2022) ที่ไม่เพียงใช้แรงกายและทรัพยากร แต่ยังต้องใช้แรงใจและการจัดการอารมณ์อย่างต่อเนื่อง เช่น การยิ้มและให้กำลังใจไอดอล แม้ในสถานการณ์ที่รู้สึกไม่มั่นคง หรือการระงับความรู้สึกผิดหวังเมื่อไม่ได้รับการตอบสนองจากไอดอลตามที่คาดหวังไว้ แรงงานอารมณ์ของโอตะจึงเป็นทั้งการลงทุนทางอารมณ์ (emotional investment) และการจัดการอารมณ์ (emotion management) เพื่อคงความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับไอดอลในฐานะ “พี่ชาย” ผู้ดูแลและสนับสนุนอย่างไม่มีเงื่อนไข แม้ว่าในสายตาของคนภายนอกอาจมองว่าเป็นเรื่องไร้สาระ แต่ในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่นั้น การกระทำและพฤติกรรมเหล่านี้ถือเป็นสิ่งที่ช่วยต่อยอดให้เห็นการแสดงออกถึงความเป็นชายที่เน้นการสนับสนุนดูแลของโอตะ มากกว่าความเป็นชายที่ควบคุมหรือครอบงำ ดังนั้น บทบาทพี่ชายในวัฒนธรรมโอตะไอดอลจึงไม่ใช่การสวมบทบาทสมมติของโอตะ แต่เป็นกระบวนการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ที่ใช้ความสัมพันธ์เชิงอารมณ์และการทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนดูแลมาเป็นหัวใจหลัก สะท้อนการเปลี่ยนผ่านของอัตลักษณ์ความเป็นชายที่ให้คุณค่ากับความเป็นชายอำนาจนำไปสู่ความเป็นชายที่ตั้งอยู่บนฐานของความสัมพันธ์ที่เน้นการปกป้องและสนับสนุนดูแล

ทั้งนี้ หนึ่งในประเด็นสำคัญที่ปรากฏชัดเจนในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือการที่โอตะใช้ “การบริโภค” มาเป็นเครื่องมือในการแสดงออกถึงบทบาท “พี่ชาย” ที่พวกเขาสถาปนาขึ้น ซึ่งบทบาทนี้ไม่ได้เป็นเพียงแค่การแสดงความห่วงใยหรือการสนับสนุนทางอารมณ์เท่านั้น แต่เป็นการแสดงออกผ่านการลงทุนที่จับต้องได้ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้า การจ่ายเงินเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมแฟนคลับ หรือการสนับสนุนโปรเจกต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง กับไอดอล การบริโภคจึงกลายเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยต่อยอดและเสริมสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายในรูปแบบ “พี่ชายผู้ปกป้องและให้การสนับสนุน” ที่ไม่เพียงได้รับการยอมรับในหมู่โอตะด้วยกันเอง แต่ยังสอดคล้องกับคุณค่าของสังคมไทยที่ยกย่องผู้ชายที่มีความสามารถในการดูแลและให้การสนับสนุนผู้อื่น อย่างไรก็ตาม การแสดงออกถึงความเป็นชายผ่านการบริโภคในวัฒนธรรมโอตะไอดอลที่มักถูกจัดให้เป็น “กิจกรรมของผู้หญิง” กลับกลายเป็นสิ่งที่นำไปสู่ความไม่ลงรอยกับอุดมการณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำ งานวิจัยของ Hansson (2024) ชี้ให้เห็นว่าผู้ชายที่แสดงความเป็นแฟนในบริบทที่ถูกเข้ารหัสว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง มักถูกตั้ง

คำถามถึงความเป็นชายของพวกเขาและเผชิญกับการตั้งข้อสงสัยจากสังคมเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางเพศของพวกเขา กล่าวคือแม้การบริโภคจะเป็นกลไกที่ช่วยเสริมสร้างความเป็นชายรูปแบบหนึ่ง แต่การบริโภคก็กลายเป็นสิ่งที่ทำให้พวกเขาต้องเผชิญกับแรงต้านจากกรอบอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ในสังคมไทยร่วมสมัย

ทว่า ผู้ชายจำนวนไม่น้อยก็เลือกที่จะสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ผ่านการบริโภค ซึ่งการบริโภคเหล่านี้ไม่ได้มีเพียงการซื้อขายสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่ง “ความผูกพัน” และ “สถานะบางอย่าง” ภายในชุมชนแฟนคลับ โดยโอตะยอมทุ่มเททั้งเวลา พลังกายพลังใจ และทรัพยากรทางการเงินในการสนับสนุนไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ถือเป็นการพิสูจน์ความจริงใจและความสามารถในการทำหน้าที่พี่ชายที่แสนดีให้กับน้องสาวที่พวกเขาชื่นชอบ การบริโภคในวัฒนธรรมโอตะไอดอลจึงไม่ใช่เพียงพฤติกรรมทางเศรษฐกิจ แต่เป็นการแลกเปลี่ยนเชิงสัญญะที่ช่วยต่อยอดและประกอบสร้างตัวตนของผู้บริโภค ซึ่งในที่นี้คือบทบาท “พี่ชายที่แสนดี” โดยให้การบริโภคมาเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้พวกเขาเข้าถึงสถานะและความหมายในระบบความสัมพันธ์เชิงอารมณ์ที่พวกเขาสร้างขึ้นกับไอดอล ความสัมพันธ์ระหว่างโอตะกับไอดอลจึงไม่ใช่แค่ความสัมพันธ์แบบผู้บริโภคกับผู้ให้บริการอย่างตรงไป แต่เป็นความสัมพันธ์ที่โอตะใช้การซื้อของและการสนับสนุนไอดอล เช่น การซื้อสินค้าเกี่ยวกับไอดอล การซื้อบัตรจับมือ หรือส่งของขวัญให้ไอดอล เป็นวิธีการแสดงความรักและบทบาท “พี่ชาย” ในความสัมพันธ์กับไอดอล และการใช้เงินของโอตะก็ไม่ได้มีแค่เรื่องเงินหรือผลประโยชน์ แต่มีความหมายทางใจที่เปรียบเสมือนการลงทุนในความรู้สึกและสายสัมพันธ์กับไอดอลที่พวกเขาชื่นชอบ อาจกล่าวได้ว่าการบริโภคไม่ได้จำกัดอยู่เพียงมิติทางเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ช่วยยืนยันสถานะของโอตะในชุมชนแฟนคลับ นั่นคือโอตะที่มีความรู้เกี่ยวกับตารางงานของไอดอล มีความสามารถในการจัดการกิจกรรมแฟนคลับ หรือมีทักษะที่สามารถช่วยเหลือไอดอล จึงมักได้รับการยอมรับและความเคารพจากโอตะคนอื่นๆ การบริโภคจึงกลายเป็นเครื่องมือสร้างความสัมพันธ์เชิงเครือญาติแบบสมมติ (fictive kinship) และโครงสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosocial) ภายในกลุ่มโอตะ ซึ่งทำให้โอตะสามารถแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายในฐานะผู้มีศักยภาพที่จะดูแลและสนับสนุนไอดอลได้อย่าง “ชอบธรรม” ในสายตาของสังคม

จากการเก็บข้อมูลภาคสนามพบว่าแม้โอตะส่วนใหญ่จะประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายผ่านบทบาท “พี่ชายผู้ปกป้อง” แต่ก็มีบางกรณีที่สะท้อนการใช้การบริโภคเพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายในลักษณะที่แตกต่างออกไป เช่น กรณีของ “อิค” ที่ไม่ได้เน้นความห่วงใยหรือความสัมพันธ์เชิงพี่น้อง แต่กลับมองว่าการสนับสนุนไอดอลในฐานะ “การลงทุน” โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะได้สถานะ “คนรัก” ของไอดอล ขณะเดียวกันก็เป็นการจ่ายเงินเพื่อซื้อ

“ความสัมพันธ์” ที่เขารู้สึกขาดหายไป ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าวไม่ได้ตั้งอยู่บนฐานความรักแบบพี่น้อง แต่สะท้อนความสัมพันธ์แบบผู้ซื้อ-ผู้ให้บริการที่นักวิชาการอย่าง Galbraith และ Karlin (2016) ชี้ว่าเป็นกลไกของอุตสาหกรรมไอศ cream ในการสร้างความรู้สึกลึกซึ้งระหว่างแฟนคลับกับไอศ cream ผ่านการจัดการทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ด้วยเหตุนี้ การบริโภคในลักษณะนี้จึงไม่ใช่การแสดงออกถึงความห่วงใย แต่เป็นการแสดงออกถึงอำนาจและสถานะของผู้บริโภคที่มีศักยภาพ ซึ่งสามารถเลือกได้ว่าจะบริโภคอะไร เมื่อไร และเพื่อผลลัพธ์แบบใด กรณีดังกล่าวสะท้อนรูปแบบของอุดมคติความเป็นชายในยุคเสรีนิยมใหม่ (neoliberal masculinity) ที่ให้คุณค่ากับการควบคุมทรัพยากร การบริหารตัวเอง และผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่าการแสดงความอ่อนไหวหรือความสัมพันธ์เชิงอารมณ์ อัตลักษณ์ความเป็นชายที่แสดงออกผ่านการบริโภคเชิงอำนาจเช่นนี้จึงเป็นอีกหนึ่งมิติที่แทรกตัวอยู่ในวัฒนธรรมไอศ cream และทำลายภาพจำของความเป็นชายที่ยึดโยงกับบทบาทพี่ชายผู้ปกป้อง

ด้วยเหตุนี้ การบริโภคในวัฒนธรรมไอศ cream จึงเป็นมากกว่าการกระทำเชิงเศรษฐกิจ แต่เป็นสนามของการต่อรองอัตลักษณ์ความเป็นชายที่เปิดโอกาสให้ผู้ชายชายขอบสามารถแสดงออกถึงตัวตนในรูปแบบที่หลากหลาย บางคนเลือกที่จะยึดถือบทบาทพี่ชายผู้สนับสนุนและทุ่มเทช่วยเหลือไอศ cream ที่ตัวเองชื่นชอบอย่างไม่มีเงื่อนไข ขณะที่บางคนเลือกที่จะแสดงออกถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายผ่านการบริโภคเพื่อสะท้อนสถานะ ความสามารถ หรือแม้แต่ความใกล้ชิดในเชิงอำนาจกับไอศ cream ซึ่งความหลากหลายของแนวทางในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าอัตลักษณ์ความเป็นชายในวัฒนธรรมไอศ cream ไม่ใช่สิ่งที่ตายตัว แต่เป็นพื้นที่แห่งการต่อรอง เจรรจา และสร้างสรรค์ความหมายใหม่ของความเป็นชายในบริบทวัฒนธรรมร่วมสมัย

ดังนั้น ประเด็นเรื่องการบริโภคของไอศ cream จึงสะท้อนให้เห็นว่าไอศ cream ไม่ได้ปฏิเสธความเป็นชายของตัวเอง แต่พวกเขาเลือกที่จะใช้ช่องทางทางวัฒนธรรมมานิยามอัตลักษณ์ความเป็นชายของตัวเองในแบบที่พวกเขาสามารถดำรงอยู่ได้อย่างรู้สึกมีคุณค่าผ่านการบริโภคที่กลายมาเป็นสนามของการประกอบสร้างความเป็นชายที่เปิดโอกาสให้ผู้ชายที่ถูกเบียดขับให้เป็นชายชายขอบของสังคมสามารถผสมผสานคุณลักษณะของความอ่อนไหวและการเป็นผู้สนับสนุนดูแลได้อย่างกลมกลืนในพื้นที่วัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิง

6.3 ข้อค้นพบเชิงทฤษฎีและประโยชน์ของงานวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ได้เสนอข้อค้นพบเชิงทฤษฎีที่มีนัยสำคัญต่อการทำความเข้าใจพลวัตของอัตลักษณ์ความเป็นชายในบริบทวัฒนธรรมประชานิยมร่วมสมัย โดยเฉพาะภายใต้สังคมไทยที่ยังยึดมั่นกับอุดมการณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำ ซึ่งจำกัดความเป็นชายไว้กับลักษณะเฉพาะบาง

ประการ เช่น ความเข้มแข็ง ความนิ่งขริบ การควบคุมอารมณ์ และบทบาทฐานะผู้นำหรือผู้ควบคุม โดยคุณลักษณะเหล่านี้สอดคล้องกับอุดมคติความเป็นชายแบบไทยที่ผูกโยงกับความเป็นผู้นำ ครอบครัวยุคใหม่ ความเสียสละ ความอดทน และการควบคุมตัวเอง ซึ่งถูกหล่อหลอมผ่านสถาบันทางสังคม ต่างๆ มาอย่างยาวนาน (ศุภชัยมานุชวิทยา, พร.ป.) ดังนั้น เมื่อผู้ชายกลุ่มหนึ่งที่มีบุคลิกและความสนใจไม่สอดคล้องกับลักษณะดังกล่าว พวกเขาจึงมักถูกเบียดขับให้อยู่ในสถานะ “ชายชายขอบ” (marginalized men) ที่ถูกสังคมตั้งคำถามถึงอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขา

คำถามงานวิจัยข้อแรกที่ตั้งขึ้นคือ “โอตะสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายชายขอบของตนเองให้มีลักษณะอย่างไร ภายใต้สังคมไทยที่เต็มไปด้วยอคติมายาคติที่เกิดจากการจัดเรียงลักษณะความเป็นชายที่หลากหลาย” ซึ่งข้อค้นพบสำคัญแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าโอตะไม่ได้หลีกเลี่ยงความเป็นชาย แต่กลับต่อรองกับอุดมการณ์ความเป็นชายเดิมและสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ขึ้นมา โดยอาศัยบทบาท “พี่ชาย” ที่มีโอตะหลงใหลเป็น “น้องสาว” เป็นศูนย์กลางของความรัก ความห่วงใย และความหวังดีที่ไม่มีแรงปรารถนาเชิงเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยบทบาทนี้ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือเชิงสัญลักษณ์ที่ทำให้โอตะสามารถยืนยันความเป็นชายของตัวเองได้ในพื้นที่ที่ถูกมองว่า “ไม่สมชาย” เท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกในการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายที่ผสมผสานคุณลักษณะบางประการของความเป็นชายแบบอำนาจนำ เช่น ความมั่นคง ความสามารถในการสนับสนุน และการมีบทบาทเป็นผู้นำเชิงพี่ชาย ร่วมกับคุณค่าที่มักถูกนิยามว่า “เป็นหญิง” ได้แก่ ความอ่อนไหว ความผูกพันทางอารมณ์ และการดูแลสนับสนุน เมื่อพิจารณาข้อมูลทั้งหมดจากการวิเคราะห์ในบทที่ 5 แล้ว ผู้ทำวิจัยจึงพบว่าอัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะไม่ได้อยู่บนฐานของการต่อต้านอุดมการณ์ความเป็นชายแบบอำนาจนำโดยตรง แต่ดำรงอยู่ในพื้นที่ “กึ่งกลาง” ที่เคลื่อนตัวอยู่ระหว่างอัตลักษณ์ความเป็นชายอำนาจนำและชายชายขอบได้อย่างแนบเนียน การกระทำและพฤติกรรมการเป็นพี่ชายนี้เป็นการต่อรองกับมายาคติทางเพศที่ครอบงำสังคมไทยได้อย่างแนบเนียนและทรงพลัง เพราะมันสามารถแสดงให้เห็นถึงคุณค่าทางสังคมของโอตะในฐานะผู้ชายที่ “ดูแลและให้การสนับสนุนอย่างเหมาะสม” ขณะเดียวกันก็เป็นอัตลักษณ์ความเป็นชายที่ช่วยให้โอตะสามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้โครงสร้างมายาคติเดิมโดยไม่ถูกผลักไสอย่างสิ้นเชิง

ขณะที่คำถามงานวิจัยข้อที่สองมุ่งสำรวจว่า “โอตะมีกระบวนการต่อรองต่อสู้เพื่อสร้างอัตลักษณ์ตัวตนขึ้นมาใหม่อย่างไร ภายใต้สังคมที่มีอคติต่อกลุ่มโอตะ ขณะเดียวกันก็สร้างความ เป็นชายที่มีความหลากหลายและจัดเรียงความสัมพันธ์ระหว่างชายอำนาจนำและชายชายขอบ” งานวิจัยพบว่าการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะไม่ได้เกิดขึ้นโดยลำพัง แต่เกิดขึ้นผ่านกระบวนการสร้างสายสัมพันธ์กับโอตะคนอื่นๆ ในลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายด้วยกัน (homosociality) ที่ตั้งอยู่บนฐานของความเข้าใจ ความร่วมมือ ความรู้สึกร่วม และ

การแลกเปลี่ยนแรงงานอารมณ์ มากกว่าการแข่งขันหรือแย่งชิงอำนาจเหมือนกับอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบดั้งเดิม วัฒนธรรมโอตะไอดอลกลายเป็นพื้นที่ของความสัมพันธ์ทางอารมณ์ที่ส่งเสริมให้ชายชบสามารถอยู่ร่วมกันได้โดยไม่จำเป็นต้องแข่งขันหรือเอาชนะกัน ซึ่งแสดงให้เห็นการจัดเรียงความสัมพันธ์ระหว่างชายแบบใหม่ที่ท้าทายต่อระบบลำดับชั้นของชายอำนาจอย่างมีนัยสำคัญ

ไม่เพียงเท่านั้น กระบวนการแสดงความรักและการสนับสนุนไอดอลของโอตะ ไม่ว่าจะผ่านการเข้าร่วมกิจกรรม การเชียร์ การทำของขวัญ หรือการใช้จ่ายเงินลงทุนเพื่อสนับสนุนไอดอล ล้วนสะท้อนให้เห็นว่า “การบริโภคนิยม” ในโลกของวัฒนธรรมแฟนคลับไม่ได้เป็นเพียงการซื้อขายสินค้า แต่เป็นการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ที่มีความหมายทางอารมณ์และอัตลักษณ์ โอตะใช้การบริโภคนิยมเพื่อแสดงบทบาทพี่ชาย สร้างความผูกพันกับไอดอล และยืนยันสถานของตัวเองในกลุ่มแฟนคลับ เช่น การเป็น “ผู้รู้” ที่สามารถวางแผนกิจกรรมหรือช่วยเหลือไอดอลได้ หรือแม้แต่การได้รับการจดจำจากไอดอลในฐานะ “พี่ชายคนสำคัญ” ซึ่งสิ่งเหล่านี้คือทุนทางวัฒนธรรมที่ช่วยให้โอตะมีสถานะในชุมชนแฟนคลับ และเป็นกลไกที่พวกเขาใช้ประกอบสร้างความเป็นชายในรูปแบบที่สังคมยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม อัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะในวัฒนธรรมโอตะไอดอลก็ไม่ได้มีเพียงรูปแบบเดียว เช่นกรณีของ “อิค” ที่ใช้การบริโภคนิยมเป็นเครื่องมือในการแสดงอำนาจและสถานะของตัวเองในฐานะ “ผู้เลือก” หรือ “ผู้ลงทุน” ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อเข้าถึงไอดอลในฐานะคน “เจ้าของ” หรือ “คนรัก” มากกว่าบทบาทพี่ชายผู้ดูแล ก็แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายในวัฒนธรรมโอตะไอดอล และเปิดพื้นที่ให้กับอัตลักษณ์ความเป็นชายรูปแบบอื่นที่ให้คุณค่ากับศักยภาพในการควบคุมทรัพยากรและผลตอบแทนจากการลงทุน แม้ความเป็นชายในลักษณะนี้จะย้อนกลับไปสู่กรอบของการครอบครองและลำดับชั้นของความเป็นชาย แต่ก็ทำให้เห็นถึงการต่อรองและการดำรงอยู่ของความเป็นชายในฐานะอัตลักษณ์ทางเพศที่ไม่อาจสรุปรวมเป็นแบบแผนเดียวกันได้

คำถามงานวิจัยข้อสุดท้ายระบุว่า “โอตะได้ทำการช่วงชิงพื้นที่สาธารณะผ่านวัฒนธรรมมวลชนในสังคมไทยโดยใช้อัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ที่สร้างขึ้นอย่างไร” ซึ่งข้อค้นพบที่ชัดเจนในงานวิจัยคือโอตะไม่ได้ซ่อนตัวอยู่ในพื้นที่ส่วนบุคคลหรือชุมชนย่อยเพียงเท่านั้น แต่พวกเขาเลือกที่จะแสดงตัวตนในพื้นที่สาธารณะอย่างกล้าหาญ ทั้งผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมแฟนคลับ การจัดงานสนับสนุนไอดอล การยิงมิกซ์ในพื้นที่สาธารณะ และการผลิตเนื้อหาสนับสนุนไอดอลในโลกออนไลน์ พวกเขาใช้บทบาทพี่ชายเป็นกรอบในการแสดงออกทางสังคมที่ได้รับการยอมรับ และเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้พวกเขาสามารถแทรกซึมเข้าไปในพื้นที่ที่เคยกีดกันพวกเขา พฤติกรรมของโอตะเหล่านี้จึงไม่เพียงสะท้อนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมของแฟนคลับเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงการแปรเปลี่ยนของพื้นที่สาธารณะให้กลายเป็นสนามของการทดลองและประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายที่หลากหลายและไม่ตายตัว

ประเด็นทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่าวัฒนธรรมโอตะไอดอลเป็นพื้นที่ที่ชายชายชอบสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการทดลอง ต่อรอง และประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายแบบใหม่ที่ท้าทายและแตกต่างจากอุดมคติความเป็นชายแบบเดิมโดยใช้บทบาท “พี่ชาย” มาเป็นกลไกหลักในการแสดงออกถึงคุณค่าของการดูแล สนับสนุน และมีความห่วงใยอย่างบริสุทธิ์ การดำรงอยู่ในบทบาทนี้ทำให้โอตะสามารถแทรกซึมตัวเองเข้าสู่พื้นที่สาธารณะได้อย่างสง่างาม แม้พื้นที่เหล่านั้นจะเคยปิดกั้นพวกเขามาก่อน และยังแสดงให้เห็นศักยภาพของวัฒนธรรมประชานิยมในการเป็นสนามทดลองทดลองของอัตลักษณ์ทางเพศที่มีความลื่นไหล ความขัดแย้ง และสร้างสรรค์ไปพร้อมกัน

งานวิจัยชิ้นนี้จึงไม่เพียงนำเสนอภาพของความหลากหลายของอัตลักษณ์ความเป็นชาย (multiple masculinities) ในกลุ่มชายชายชอบเท่านั้น แต่ยังชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของวัฒนธรรมประชานิยมในการเป็นพื้นที่ช่วงชิงอำนาจการให้ความหมายและเปิดโอกาสให้ชายชายชอบสามารถประกอบสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองได้อย่างมีศักดิ์ศรี ดังนั้น เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยที่มีอยู่ในปัจจุบันแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ได้ช่วยเติมเต็มช่องว่างในงานวิจัยด้านแพนศึกษาและบุรุษศึกษา โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทยซึ่งงานวิจัยเกี่ยวกับแพนคลับชายของวงไอดอลยังมีอยู่อย่างจำกัด และมักเน้นเฉพาะมิติทางวัฒนธรรมโดยไม่ได้เชื่อมโยงกับประเด็นเชิงเพศสถานะและอัตลักษณ์ทางเพศ ข้อเสนอสำคัญของงานวิจัยชิ้นนี้คือการมองเห็นว่าโอตะไม่ได้เป็นเพียงผู้บริโภควัฒนธรรม แต่เป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจในการต่อรองและนิยามความเป็นชายของตัวเองได้ผ่านปฏิบัติการในการสวมบทบาท “พี่ชาย” หรือการเลือกไม่สวมบทบาทใดเลย ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางวัฒนธรรมที่ช่วยให้พวกเขาสามารถสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายที่ลื่นไหลและตอบสนองต่อความรู้สึกของตัวเองได้อย่างไม่ขัดกับความ เป็นชายกระแสหลักโดยสิ้นเชิง ทั้งนี้ การต่อรองเพื่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของโอตะแสดงให้เห็นว่าอัตลักษณ์ความเป็นชายไม่ใช่สิ่งคงที่ แต่เป็นกระบวนการที่เคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงได้ตามบริบททางสังคมและวัฒนธรรม และชายธรรมดาในสังคมก็สามารถมีส่วนร่วมในกระบวนการนี้ได้ งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีความสำคัญในการขยายแนวคิดเรื่องความเป็นชายให้พ้นจากกรอบความเป็นชายแบบอำนาจนำ และเปิดพื้นที่ให้ความเป็นชายที่หลากหลายสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีความหมาย

6.4 ข้อเสนอแนะ

แม้งานวิจัยชิ้นนี้จะสามารถอธิบายปรากฏการณ์การสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ของโอตะ BNK48 ได้อย่างลึกซึ้งในบริบทเฉพาะของวัฒนธรรมโอตะไอดอลไทย แต่ก็ยังมีข้อจำกัดหลายประการที่ควรได้รับการพิจารณาและขยายผลต่อไปในการศึกษาในอนาคต

6.4.1 การศึกษาข้ามกลุ่มวัฒนธรรมแฟนคลับและกลุ่มอัตลักษณ์ทางเพศ

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มโอตะชายของวง BNK48 ที่มีเพศสถานะเป็นผู้ชายและมีรสนิยมรักต่างเพศเท่านั้น ซึ่งอาจจำกัดมิติของการวิเคราะห์ในเรื่องความหลากหลายทางเพศและอัตลักษณ์ ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตไปยังกลุ่มแฟนคลับที่มีอัตลักษณ์ทางเพศที่หลากหลาย เช่น แฟนคลับที่มีความหลากหลายทางเพศ เพื่อสำรวจความแตกต่างในการต่อรองอัตลักษณ์ทางเพศและบทบาทในวัฒนธรรมแฟนคลับ ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจถึงกลยุทธ์เชิงอัตลักษณ์ที่หลากหลายและซับซ้อนยิ่งขึ้น

6.4.2 การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างวัฒนธรรมกระแสหลักและวัฒนธรรมชายชายขอบ

การเปรียบเทียบระหว่างโอตะชายกับกลุ่มแฟนคลับชายในวัฒนธรรมแฟนคลับกีฬาหรือเกม ซึ่งมักได้รับการยอมรับในสังคมไทยในฐานะที่เป็นกิจกรรมของผู้ชาย อาจช่วยให้เข้าใจพลวัตของการนิยามและต่อรองต่อสู่ความเป็นชายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นของสถานะทางวัฒนธรรมและการรับรู้ของบุคคลภายนอก

6.4.3 การศึกษาระยะยาวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์แฟนคลับ

เนื่องจากอัตลักษณ์ของโอตะเป็นสิ่งที่มีความเคลื่อนไหว และอ่อนไหวต่อปัจจัยทางเวลาและบริบททางสังคม งานวิจัยในอนาคตควรออกแบบให้เป็นการศึกษาระยะยาวในลักษณะชาติพันธุ์วรรณาเพื่อวิเคราะห์พัฒนาการของความสัมพันธ์ระหว่างโอตะกับไอดอลอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะประเด็นการเปลี่ยนแปลงของบทบาท “พี่ชาย” เมื่อไอดอลเติบโตขึ้น หรือการเปลี่ยนผ่านของโอตะในช่วงวัยต่างๆ เช่น จากวัยรุ่นสู่วัยทำงาน ซึ่งอาจมีผลต่อท่าที ความสัมพันธ์ และการประกอบสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายอย่างมีนัยสำคัญ การศึกษาระยะยาวจะช่วยเปิดเผยพลวัตของความเป็นชายชายขอบที่ไม่ตายตัว และเข้าใจได้ลึกซึ้งขึ้นว่าอัตลักษณ์เหล่านี้ปรับเปลี่ยนอย่างไรในโลกวัฒนธรรมโอตะไอดอลที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

6.4.4 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและวัฒนธรรม

สื่อมวลชนและระบบการศึกษาในสังคมไทยควรส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับความหลากหลายของอัตลักษณ์ทางเพศและรูปแบบความเป็นชาย เพื่อป้องกันการตีตราแฟนคลับชายของวัฒนธรรมไอดอลในฐานะ “ผู้ชายที่ล้มเหลว” หรือ “ผู้ชายไม่สมบูรณ์” การสร้างพื้นที่ปลอดภัยให้ผู้ชายสามารถแสดงออกทางอารมณ์ได้อย่างเสรีควรเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบนโยบายด้านเพศสถานะและวัฒนธรรมร่วมสมัย

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นที่จะชี้ให้เห็นการสำรวจและอธิบายกระบวนการที่ “โอตะ” หรือชายชายชอบกลุ่มหนึ่งในสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วมในวัฒนธรรมแฟนคลับ และใช้พื้นที่ทางวัฒนธรรมดังกล่าวมาเป็นเวทีในการรื้อสร้าง ตีกรอบ และนิยามอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขาขึ้นมาใหม่ โดยในบริบทที่วัฒนธรรมแฟนคลับโดยเฉพาะวัฒนธรรมโอตะไอดอลมักถูกมองว่าเป็นกิจกรรมของผู้หญิงหรือกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ การที่โอตะเลือกที่จะเข้ามาอยู่ในพื้นที่ดังกล่าวจึงไม่ใช่เป็นเพียงการข้ามพรมแดนทางเพศเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการแสดงออกถึงพฤติกรรมที่แฝงด้วยความหมายทางการเมืองเชิงอัตลักษณ์ โอตะเหล่านี้เลือกสวมบทบาท “พี่ชายผู้ปกป้อง” (protective big brother) ซึ่งปราศจากนัยยะทางเพศ เพื่อสร้างระยะห่างจากการถูกเหมารวมว่าเป็นชายที่แปลกแยกหรือเปี่ยงเบน ในขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นคุณค่าความเป็นชายผ่านการดูแลและให้การสนับสนุนไอดอลในฐานะ “น้องสาว” อันบริสุทธิ์

บทบาทการเป็นพี่ชายของโอตะถูกแสดงออกทั้งในเชิงกายภาพและเชิงเศรษฐกิจ เช่น การเข้าร่วมงานจับมือ การยิงมิสซ์ การไปร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ BNK48 การซื้อสินค้า การสะสมของที่ระลึก การสนับสนุนการจัดกิจกรรม หรือแม้แต่การบริจาคเพื่อไอดอลที่ตนเองชื่นชอบ เป็นต้น การกระทำเหล่านี้ไม่ได้เป็นกิจกรรมของแฟนคลับธรรมดา แต่เป็นกลยุทธ์ของการ “แสดงตน” เพื่อยืนยันสถานะของพวกเขาในพื้นที่สาธารณะ และกลายเป็นการประกอบสร้างความเป็นชายรูปแบบใหม่ที่อิงคุณค่าทางศีลธรรม ความเสียสละ ความรับผิดชอบ และการให้การสนับสนุนในเชิงอารมณ์ โดยไม่มีแรงจูงใจทางเพศมาเกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม แม้บทบาทพี่ชายจะปรากฏเป็นแบบแผนร่วมกันของโอตะหลายคนในงานวิจัยชิ้นนี้ แต่อัตลักษณ์ความเป็นชายในกลุ่มชายชายชอบก็ยังสะท้อนให้เห็นความหลากหลายและความไม่เสถียรของความเป็นชายอย่างชัดเจน ความเป็นชายที่ปรากฏไม่ได้มีเพียงรูปแบบเดียว แต่เป็นผลของกระบวนการตีกรอบ การแสดงออก และการนิยามใหม่ที่เกิดขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่าในบริบทของวัฒนธรรมร่วมสมัย พวกเขาพยายามหาที่ยืนในสังคม ผ่านการประกอบสร้างคุณค่าความเป็นชายในแนวทางของตนเองเพื่อหลีกเลี่ยงภาพจำของผู้ชายที่เป็นเนิร์ด ชายที่ไม่เล่นกีฬา หรือชายที่ไม่มีอำนาจใดๆ ตามบรรทัดฐานของสังคม

โดยสรุปแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าความเป็นชายไม่ได้เป็นอัตลักษณ์ที่ตายตัวหรือเกิดขึ้นได้เองตามธรรมชาติ แต่เป็นกระบวนการทางสังคมที่ถูกประกอบสร้างและตีกรอบได้ผ่านบริบทเฉพาะทางวัฒนธรรม ในกรณีของโอตะหรือผู้ชายที่เลือกเข้าไปมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมโอตะไอดอล พวกเขาใช้บทบาทของ “พี่ชาย” เป็นกลไกในการจัดการกับความตึงเครียดระหว่างอัตลักษณ์ส่วนตัวกับอุดมคติความเป็นชายกระแสหลัก ซึ่งบทบาทการเป็นพี่ชายได้ผสมผสานการเป็นผู้สนับสนุนดูแล ความห่วงใย ความอ่อนไหว และการลงทุนทางอารมณ์ เข้าไว้ให้อยู่ในกรอบของความเป็นชายแบบใหม่และมีความหมายในพื้นที่วัฒนธรรมโอตะไอดอล การบริโภควัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมใน

ชุมชนแฟนคลับได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์ตัวตนของพวกเขา โดยไม่จำเป็นต้องปฏิเสธความเป็นชายของตัวเอง แต่เป็นการเลือกแสดงออกในแบบที่สะท้อนถึงคุณค่าทางอารมณ์และความสัมพันธ์กับไอดอล ขณะเดียวกันกรณีของอีกซึ่งปฏิเสธบทบาทพี่ชายและเลือกแสดงความเป็นชายผ่านการบริโภคเชิงอำนาจและสถานะ ก็เป็นอีกมิติหนึ่งที่ตอกย้ำว่าแฟนคลับชายในวัฒนธรรมโอตะไอดอลไม่ได้มีเพียงแนวทางเดียวในการต่อรองเพื่อสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายของพวกเขา การยอมรับความหลากหลายของการประกอบสร้างอัตลักษณ์เหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญในการทำความเข้าใจว่าแม้ชายกลุ่มนี้จะถูกมองว่าเบี่ยงเบนจากบรรทัดฐานความเป็นชายกระแสหลัก แต่พวกเขาก็มีความสามารถในการนิยามตนเองใหม่อย่างมีพลังและมีความหมาย

ด้วยเหตุนี้เอง ในบริบทที่สังคมไทยยังคงจำกัดกรอบความเป็นชายไว้ในพื้นที่ที่เข้มงวด การที่ผู้ชายกลุ่มหนึ่งสามารถใช้วัฒนธรรมที่ถูกมองว่าเป็นของผู้หญิงเพื่อแสดงออกทางอารมณ์และสร้างอัตลักษณ์ความเป็นชายใหม่ของพวกเขาได้อย่างปลอดภัย จึงถือเป็นปรากฏการณ์ที่ควรได้รับความสนใจทั้งในเชิงวิชาการและทางสังคม งานวิจัยชิ้นนี้จึงไม่เพียงเป็นบันทึกของการศึกษาชายกลุ่มหนึ่งในวัฒนธรรมแฟนคลับ แต่ยังเป็นข้อเสนอเชิงแนวคิดในการตั้งคำถามกับระบบอำนาจทางเพศและเปิดพื้นที่ให้เกิดความเข้าใจที่หลากหลายต่ออัตลักษณ์ทางเพศในสังคมไทยมากขึ้น ทั้งนี้ ผู้ทำวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะช่วยเปิดพื้นที่ใหม่ให้กับการสนทนาเรื่องความเป็นชายในโลกร่วมสมัย และสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นต่อความซับซ้อนของอัตลักษณ์ตัวตนในโลกที่เต็มไปด้วยการเปลี่ยนแปลง

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

- ณัฐกิตติ์ บุญทา. (2563). เขตปกครองพิเศษคลองเตย: ความเป็นย่าน ความเป็นชาย และการสร้างชุมชนใหม่ผ่านการแสดงออกของชายชายขอบ. ใน ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) (บ.ก.), ลีลาชายขอบ: ชุมชนความวุ่นวายอัตลักษณ์และการแสดงออกของความเป็นชายชายขอบในสังคมไทยร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- โดม ไกรปกรณ์. (2565). BNK48 วัฒนธรรมบันเทิงแบบใหม่ในสังคมไทยร่วมสมัย: ประวัติศาสตร์เชิงวิเคราะห์. กรุงเทพฯ: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โดม ไกรปกรณ์. (2565). โอตาคุในสังคมไทย: ประวัติศาสตร์การกลายเป็นคนชายขอบทางวัฒนธรรมของผู้ชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่นในช่วงทศวรรษ 2510 ถึงทศวรรษ 2550. *วารสารประวัติศาสตร์*, 13, 36–43.
- นฤพนธ์ ด่วงวิเศษ. (2558). รื้อสร้างมายาคติ “ความเป็นชาย” ในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- พรพรรณ กาญจนาวีวัฒน์. (2559). การจียเชิงสตรีนิยมและมุมมองทางเพศภาวะในพื้นที่ชายแดนไทย-พม่า: บทบาทของผู้หญิงพลัดถิ่นชาวกะเหรี่ยงผ่านการให้ความหมายในงานหัตถกรรมผ้า. *วารสารสังคมวิทยามานุษยวิทยา*, 35(1), 96–119.
- วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2555). ผู้ชายสมบูรณ์แบบ: ความสัมพันธ์ระหว่างอุดมการณ์ความเป็นชายกับกลวิธีทางภาษาในโฆษณาในนิตยสารผู้ชาย. *วารสารวรรณวิทัศน์*, 12, 131-157
- วสันต์ ปัญญาแก้ว. (2559). พนันบอล อำนาจ และความเป็นชาย. ใน วสันต์ ปัญญาแก้ว และคณะ (ผู้เขียน), *ฟุตบอลไทยพรีเมียร์ลีก: การพนัน ความเป็นชาย วัยรุ่น และวัฒนธรรมบริโภคนิยม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษาปัญหาการพนัน คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (ไม่ปรากฏปี). รื้อสร้างมายาคติ “ความเป็นชาย” ในสังคมไทย.
- อาจินต์ ทองอยู่คง. (2555). เป็นแฟนบอลมันมีอะไรมากกว่าดูบอล: ปฏิบัติการสร้างวัฒนธรรมของการมีส่วนร่วมของแฟนสโมสรฟุตบอลไทย. *วารสารสังคมวิทยามานุษยวิทยา*, 31(1), 69–104.
- อาจินต์ ทองอยู่คง. (2559). เขตปกครองพิเศษคลองเตย: ความเป็นย่าน ความเป็นชาย และการสร้างชุมชนใหม่ ผ่านการบริโภคฟุตบอลของแฟนการทำเรือ เอฟซี. *สังคมศาสตร์*, 28(1), 50–84.

วิทยานิพนธ์

- ก้องสกุล กวินรวีกุล. (2545). *การสร้างร่างกายพลเมืองไทยในสมัยจอมพล ป.พิบูลสงคราม พ.ศ. 2481-2487* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัชชา สิงพลอนันตชัย. (2561). “ตึงเกาหลี” กับการโจมตีด้วยถ้อยคำแห่งความเกลียดชัง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธัญชนก นิพพานนท์. (2562). *การศึกษากลยุทธ์ในการสร้างชุมชนแฟนคลับอย่างไม่เป็นทางการ (Unofficial Fan Community): กรณีศึกษา BNK48*. [สารนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต]. วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ธีร์ คันโททอง. (2561). *การสื่อสารเพื่อการประสานและต่อรองของกลุ่มผลประโยชน์กับการดำรงอยู่ของสโมสรฟุตบอลการทำเรือ เอฟซี*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ปฐวิภาณ ชูขวัญ. (2561). *วัฒนธรรมแฟนของวงไอศดอลญี่ปุ่นในสังคมไทย: กรณีศึกษา กลุ่มไอศดอวงปีเอ็นเคโฟร์ตีเอต*. [สารนิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต]. สาขามานุษยวิทยา, คณะโบราณคดี, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุรกิตต์ สิงห์แก้ว. (2556). *พฤติกรรมและอัตลักษณ์ความเป็นกลุ่มแฟนคลับ 48 Group ในกระแสวัฒนธรรมย่อย J-pop*. [รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา.
- สรารุณ กุสมภ์. (2558). *รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของพฤติกรรมความก้าวร้าวของผู้ชมฟุตบอลไทย*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา, มหาวิทยาลัยบูรพา.

Books

- Anderson, E. (2009). *Inclusive masculinity: The changing nature of masculinities*. Routledge.
- Azuma, H. (2009). *Otaku: Japan's database animals* (J. E. Abel, Trans.). University of Minnesota Press.

- Behar, R., & Gordon, D. A. (Eds.). (1995). *Women writing culture*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste* (R. Nice, Trans.). Harvard University Press.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge.
- Connell, R. W. (2005). *Masculinities* (2nd ed.). University of California Press.
- Ford, M., & Lyons, L. (Eds.). (2012). *Men and masculinities in Southeast Asia*. Routledge.
- Galbraith, P. W. (2009). Moe: Exploring virtual potential in post-millennial Japan. *Electronic Journal of Contemporary Japanese Studies*, 2009.
- Galbraith, P. W. (2019). *Otaku and the struggle for imagination in Japan*. Duke University Press.
- Galbraith, P. W., & Karlin, J. G. (2012). *Idols and celebrity in Japanese media culture*. Palgrave Macmillan.
- Galbraith, P. W., & Karlin, J. G. (2016). *Media Convergence in Japan*. Kinema Club.
- Galbraith, P. W., Kam, T. H., & Kamm, B.-O. (Eds.). (2015). *Debating Otaku in Contemporary Japan: Historical Perspectives and New Horizons*. Bloomsbury Academic.
- Harding, S. (1987). *Feminism and Methodology*. Indiana University Press.
- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. Routledge.
- Ito, M. (2012). *Fandom Unbound: Otaku Culture in a Connected World*. Yale University Press.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kinsella, S. (2000). *Adult Manga: Culture and power in contemporary Japanese society*. University of Hawaii Press.
- McRobbie, A. (2009). *The aftermath of feminism: Gender, culture and social change*. London: SAGE Publications.

- Napier, S. J. (2001). *Anime from Akira to Princess Mononoke: Experiencing contemporary Japanese animation*. Palgrave Macmillan.
- Pascoe, C. J. (2007). *Dude, you're a fag: Masculinity and sexuality in high school*. University of California Press.
- Sahlins, M. (2013). *What kinship is—and is not*. University of Chicago Press.
- Sandvoss, C. (2005). *Fans: The mirror of consumption*. Polity Press.
- Scott, S. (2019). *Fake geek girls: Fandom, gender, and the convergence culture industry*. New York University Press.
- Sedgwick, E. K. (1985). *Between men: English literature and male homosocial desire*. Columbia University Press.
- Sociology Institute. (2021). *Fictive Kinship: Social Bonds Beyond Blood and Marriage*.
- Steger, B., & Koch, A. (Eds.). (2018). *Cool Japanese Men: Studying New Masculinities at Cambridge*. Münster: LIT Verlag.
- Storey, J. (2009). *Cultural theory and popular culture: An introduction* (5th ed.). Pearson Education.
- Weston, K. (1991). *Families we choose: Lesbians, gays, kinship*. Columbia University Press.

Articles

- Connell, R. W., & Messerschmidt, J. W. (2005). Hegemonic masculinity: Rethinking the concept. *Gender & Society*, 19(6), 829–859.
- Ellis, C., & Bochner, A. P. (2000). Autoethnography, personal narrative, reflexivity: Researcher as subject. In N. K. Denzin & Y. S. Lincoln (Eds.), *Handbook of qualitative research* (2nd ed., pp. 733–768). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Fiske, J. (1992). The cultural economy of fandom. In L. A. Lewis (Ed.), *The adoring audience: Fan culture and popular media* (pp. 30–49). London: Routledge.
- Flood, M. (2008). Men, sex, and homosociality: How bonds between men shape their sexual relations with women. *Men and Masculinities*, 10(3), 339–359.

- Galbraith, P. W. (2010). *The Otaku Encyclopedia: An Insider's Guide to the Subculture of Cool Japan*. Kodansha International. pp. 21–23.
- Galbraith, P. W. (2013). Moe Talk: Affective Communication among Female Characters in Japanese Otaku Subculture. *Intersections: Gender and Sexuality in Asia and the Pacific*, (32), pp. 76–79.
- Glick, P., & Fiske, S. T. (1997). Hostile and benevolent sexism: Measuring ambivalent sexist attitudes toward women. *Psychology of Women Quarterly*, 21(1), 199–135.
- Ha, J. (2015). Uncles' generation: Adult male fans and alternative masculinities in South Korean popular music. *Journal of Fandom Studies*, 3(1), 7–28.
- Hall, S. (1997). The spectacle of the 'Other'. In S. Hall (Ed.), *Representation: Cultural representations and signifying practices* (pp. 223–290). SAGE Publications.
- Hammarén, N., & Johansson, T. (2014). Homosociality: In between power and intimacy. *SAGE Open*, 4(1), 1–11.
- Jenkins, H. (2018). Fandom, negotiation, and participatory culture. In P. Booth (Ed.), *A companion to media fandom and fan studies* (pp. 13–26). Wiley-Blackwell.
- Johnson, C. (2013). From Obama to Abbott: Gender Identity and the political of emotion. *Australian Feminist Studies*, 28(75), 14–29.
- Kam, T. H. (2013). The common sense that makes the 'otaku': Rules for consuming popular culture in contemporary Japan. *Japan Forum*, 25(2), 151–173.
- Kehily, M. J., & Nayak, A. (1997). Lads and laughter: Humour and the production of heterosexual hierarchies. *Gender and Education*, 9(1), 69–87.
- Kimmel, M. S. (2016). Masculinity as homophobia: Fear, shame, and silence in the construction of gender identity. In P. S. Rothenberg (Ed.), *Race, class, and gender in the United States: An integrated study* (10th ed., pp. 59–70). Worth Publishers.
- Li, M. (2024). Gendered manifestations of para-social interactions between female fans and male idols in China. *International Journal of Education and Humanities*, 14(2), 35–49.

- Nelson, M. K. (2013). Fictive Kin, Families We Choose, and Voluntary Kin: What Does the Discourse Tell Us? *Journal of Family Theory & Review*, 5(4), 259–281.
- Oakley, A. (1981). Interviewing women: A contradiction in terms. In H. Roberts (Ed.), *Doing feminist research* (pp. 30–61). London: Routledge & Kegan Paul.
- Pillow, W. (2003). Confession, catharsis, or cure? Rethinking the uses of reflexivity as methodological power in qualitative research. *International Journal of Qualitative Studies in Education*, 16(2), 175–196.
- Stacey, J. (1991). Can there be a feminist ethnography? In Gluck, S. B., & Patai, D. (Eds.), *Women's words: The feminist practice of oral history* (pp. 111–120). Routledge.
- Tomomi, M. (2015). From otaku stigma to subcultural identity: Reconsidering Japanese fan cultures. *International Journal of Japanese Sociology*, 24(1), 37–50.
- Van Haecke, P.-J. (2020). Female idols in Japan: Desiring desire, fantasmatic consumption and drive satisfaction. *East Asian Journal of Popular Culture*, 6(1), 93–109.
- Wojnicka, K. (2021). Men and masculinities in times of crisis: Between care and protection. *NORMA: International Journal for Masculinity Studies*, 16(1), 1–5.
- Yan, Q., & Yang, F. (2021). From parasocial to parakin: Co-creating idols on social media. *New Media & Society*, 23(9), 2593–2615.
- Zhang, Z. (2023). Para-kin relationship between fans and idols: A qualitative analysis of fans' motivations for purchasing idol-dolls. *Online Media Global Communication*, 2(3), 404–421.
- Zheng, S. S. (2025). 'I'm Passive yet Devoted': Reconstructing Fan Identity and Hierarchy in the Transcultural Landscape. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12, Article 497.
- Zubernis, L. S. (2021). The SPNFamily: Supernatural and the fandom like no other. In S. Abbott (Ed.), *Supernatural — The end of the road: A reflection* (pp. 123–135). Supernatural Wiki Press.
- de Kloet, J., & van Zoonen, L. (2007). Fan culture: Performing difference. In E. Devereux (Ed.), *Media studies: Key issues and debates* (pp. 322–341). London: Sage Publications.

Thesis

Gützkow, S. K. (2024). Otaku Kinship: Affective Economics and Societal Expectations in Japanese Fan Culture (Master's thesis, University of Oslo, Norway).

Hansson, J. (2024). "Are you even a man?": A qualitative study of masculinities through fan expression on TikTok (Bachelor's thesis, Sweden).

Mehring, K. (2022). 'Protective Masculinity' and the Populist Radical Right: Explaining the Gender Gap in Populist Radical Right Electoral Support in Europe? (Master's thesis, Göteborgs universitet, Sweden)



ประวัติผู้เขียน

ชื่อ

ณัฐจิติ คำมูล

วุฒิการศึกษา

ปีการศึกษา 2558: ศิลปศาสตรบัณฑิต

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ผลงานทางวิชาการ

Kammoon, N. (2024, May). *Otaku masculinities: Negotiating gender and power in BNK48 fandom in Thailand* [Conference presentation]. The Asian Conference on Cultural Studies (ACCS2024), The International Academic Forum (IAFOR), Tokyo, Japan.

<https://accs.iafor.org/presentation/submission93811/>