

YAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง



นางสาวญาณธร เจียรรัตนกุล

สถาบันวิทยบริการ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเกษตรศาสตร์ (สหสาขาวิชา)

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2550

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

YAOI: MANGA BY WOMEN FOR WOMEN

Miss Yanathorn Jiararattanakul

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Sciences Program in Human Sexuality
(Interdisciplinary Program)

Graduate School


Chulalongkorn University

Academic Year 2007


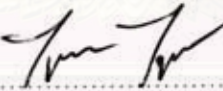
Copyright of Chulalongkorn University


หัวข้อวิทยานิพนธ์ YAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง
โดย นางสาวญาณารุณ เจียรรัตนกุล
สาขาวิชา เพศศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร. ไชยันต์ ไชยพร
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม รองศาสตราจารย์ ดร. กฤตยา อาชวนิจกุล

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต


รองอธิการบดี
รักษาการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ร.ว.กัลยา ดิงศภัทย์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมโภชน์ เขียมสุภาษิต)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. ไชยันต์ ไชยพร)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร. กฤตยา อาชวนิจกุล)

กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณระพี สุทธิวรรณ)

ญานนาร เจียรรัตนกุล : YAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง. (YAOI: MANGA FOR WOMEN BY WOMEN) อ. ที่ปรึกษา : รศ.ดร. ไชยันต์ ไชยพร.


อ. ที่ปรึกษาร่วม : รศ. ดร. กฤตยา อาชวนิจกุล 71 หน้า.

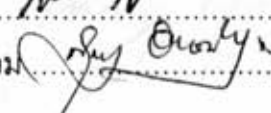
การศึกษานี้ มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอเสียง และสะท้อนมุมมองของผู้หญิงที่ชื่นชอบการ์ตูน YAOI หรือ “คนโน” ทางด้านวัฒนธรรมย่อย เพศภาวะ และเพศวิถี ที่เต็มไปด้วยความหลากหลาย ซึ่งความหลากหลายดังกล่าวนี้ไม่สามารถนำเสนอเพียงภาพตัวแทนบางส่วน ให้กลายเป็นภาพเหมารวมว่าเป็นลักษณะตายตัวของคนโนได้ทั้งหมด โดยเน้นการศึกษาถึงกลไกการตอบโต้การควบคุมสื่อของภาครัฐและสังคมด้วยการนิยามว่า YAOI เป็นสื่อทางเพศ ด้วยวิธีการศึกษาแบบมานุษยวิทยา

ผลการศึกษาพบว่า เสียงและมุมมองที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์นี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของคนโนที่เต็มไปด้วยความหลากหลายที่มีอาจจะมีเพียงส่วนร่วมกันทางด้านความชื่นชอบ YAOI เช่นเดียวกัน แม้ว่าการศึกษานี้จะไม่สามารถนำเสนอความหลากหลายได้ทั้งหมด เนื่องจากข้อจำกัดของการศึกษา แต่ผู้วิจัยเชื่อว่าวิทยานิพนธ์นี้อาจจะเป็นส่วนหนึ่งในการเขย่าภาพเหมารวมของคนโนที่มีเพียงหนึ่งเดียวให้หายไป นอกจากนี้ กลไกในการตอบโต้ของคนโนที่มีต่อการควบคุมสื่อของภาครัฐและสังคม ด้วยการนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศนั้น ผู้วิจัยเชื่อว่า YAOI ไม่ว่าจะถูกจำกัดความว่าเป็นสื่อทางเพศหรือไม่ แต่อย่างน้อยที่สุด YAOI ก็นับว่าเป็นสื่อทางเลือกและพื้นที่อย่างหนึ่งที่มีผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

สาขาวิชาเพศศาสตร์
ปีการศึกษา 2550

ลายมือชื่อนิสิตร พุทธนาธร ใจอรรัตนกุล

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม 

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4789173420 : MAJOR HUMAN SEXUALITY

KEY WORD: YAOI / WOMEN / MANGA / SUBCULTURE / PORNOGRAPHY

YANATHORN JIARARATTANAKUL : YAOI: MANGA BY WOMEN FOR WOMEN.

THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. CHAIYAN CHAIYAPORN, Ph. D,

THESIS COADVISOR : ASSOC. PROF. KRITAYA ARCHAVANITKUL, Ph. D,

71 pp.

The proposition of this research is presenting voice and perspective of females who appreciate YAOI manga or "the insider", who was defined by subculture, gender, and sexuality that full of variety, and studying the procedure of the retortion against the government and social's media controlling who define term of YAOI as pornography by Anthropology study.

As the result, voice and perspective of the insider is just a part of full variations. YAOI fandoms may be the only unanimous thing that they have. Even if this research can not represent all of variation however the researcher believes this thesis can shake the image of the insider which seem unisonant and make it disappear. Further more, the insider have mechanism of retort against the government and society that define YAOI as sexual media. The researcher believes whether YAOI is defined as sexual media or not, it is an alternative media and a space which lots of the manufactures and customers are female.

Field of study Human Sexuality
Academic year 2550

Student's signature *Yanathorn J.*
Advisor's signature *Chaiyan Choy*
Co-advisor's signature *K. A. I.*

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้เดินทางมาถึงจุดหมายได้ ด้วยความเมตตาจาก รองศาสตราจารย์ ดร. กฤตยา อาชวนิจกุล และรองศาสตราจารย์ ดร. ไชยันต์ ไชยพร ที่ช่วยปรับประคองและให้โอกาสในการเรียนรู้ รองศาสตราจารย์ ดร. สมโภชน์ เอี่ยมสุภาษิต ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณระพี สุทธิวรรณ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธเนศ วงศ์ยานนาวา ผู้จุดประกายในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ รองศาสตราจารย์ ดร. ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์ ดร. สายัณห์ แดงกลม ดร. ชุติมา ประกาศวุฒิสาร ดร. สุรเดช โชติอุดมพันธ์ รองศาสตราจารย์ เนืองน้อย บุญยเนตร และดร. สุภัคทวี อมาตยกุล ที่เพิ่มเติมความรู้ที่ขาดหาย ตลอดจน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จุณี เทียนไทย ที่ให้คำปรึกษาและข้อเสนอแนะต่างๆ เสมอมา

เสียงของคนในที่หลากหลายในการศึกษานี้ ให้โอกาสได้ถ่ายทอดมุมมองต่อเรื่องต่างๆ เพื่อนำเสนอต่อคนนอก ตลอดจนครอบครัว เพื่อนพี่น้องพี่ ที่คอยไต่ถามความก้าวหน้า ส่งกำลังใจ รั้งรับ และให้ความช่วยเหลือตลอดมา ไม่มีคำใดที่สมควรเอ่ยไปมากกว่า “ขอบคุณ”

นอกจากนั้น ผู้ที่ช่วยเปิดโลกความหลากหลายและความแตกต่างกันในแต่ละชุมชนได้ด้วยความช่วยเหลือจาก Dr. Mark McLelland, Dr. Peter Jackson, James Welker, Sween Noh, Akiko Mizoguchi ที่คอยสละเวลาในการอธิบายและตอบคำถามต่างๆ ตลอดจนส่งบทความที่น่าสนใจมาให้อย่างสม่ำเสมอ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ขอบเขตของการวิจัย	3
ข้อตกลงเบื้องต้น	4
คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง.....	10
การ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทย	10
ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายในประเทศไทยญี่ปุ่น.....	13
YAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง	16
YAOI และวัฒนธรรมย่อย	19
YAOI และเพศวิถี	22
คนในและคนนอก	29
การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ YAOI	30
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	33
กลุ่มตัวอย่าง.....	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
ระยะเวลาและบริบทในการเก็บข้อมูล	35

หลักจริยธรรมการวิจัยและแนวปฏิบัติในการเก็บข้อมูล.....	39
ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง	39
การวิเคราะห์ข้อมูล	42
บทที่ 4 ผลการศึกษา	43
ความหลากหลายของ “คนใน”	43
จุดเริ่มต้นของการขึ้นขอบ	44
วัฒนธรรมการบริโภคและการรวมกลุ่ม	47
การรับรู้ภาพสะท้อนของตัวเองในสายตาคนนอก	51
สำรวจตัวตน	53
การซุ่มทับตัวเองและอำนาจในการกำหนดบทบาท	57
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษา	60
สรุปผลการศึกษา.....	60
มองย้อนเข้าไปในสนาม	61
ข้อจำกัดการวิจัย	62
ข้อเสนอแนะ	63
รายการอ้างอิง	64
ภาคผนวก	71
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	72

สารบัญตาราง

ตาราง

หน้า

ตาราง 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง 39



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วัฒนธรรมไทยของเรา ไม่เพียงแต่ไม่นับรวมเอาบรรดา "กระแสนิยม" "กระแสแฟชั่น" หรือ "กระแสป๊อป" ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เปลี่ยนแปลง หรือเสื่อมความนิยมไปตามยุคสมัยไว้ในตัวเท่านั้น หากยังมองผลงานสร้างสรรค์หรือวิถีชีวิตสมัยนิยมว่าเป็น "ภัยคุกคาม" ต่ออัตลักษณ์ไทย ความเป็นไทย และวัฒนธรรมไทย ซึ่งภัยคุกคามที่ว่านี้มีที่มาจากวัฒนธรรมต่างชาติ หรือความผิดปกติทางพฤติกรรมของคนบางกลุ่มบางกระแส ที่ควรจะได้รับการจัดการปรับเปลี่ยน หรือปรับปรุงเสียใหม่ให้ถูกต้องดีงาม และเหมาะสมกับวัฒนธรรมไทย (พัฒนา กิติอาษา, 2546ก: 23)

การ์ตูนญี่ปุ่นมักจะถูกนิยามว่าเป็น "ภัยคุกคาม" ต่ออัตลักษณ์ไทย ความเป็นไทย และวัฒนธรรมไทย เจกเช่นวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นด้านอื่นๆ ที่ในสายตาของ "ผู้ใหญ่" แล้วล้วนแต่เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่า "วัยรุ่น" ดำเนินชีวิตภายใต้อิทธิพลของวัฒนธรรมกระแสนิยมจากต่างประเทศ (ณัฐจรี สุวรรณภัก, 2549:1) ทำให้การ์ตูนไทยค่อยๆ เสื่อมความนิยมลงไปจากการครอบงำทางวัฒนธรรม ตลอดจนมองว่าการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นสื่อที่นำเสนอเนื้อหาทางด้านความรุนแรงและความสัมพันธ์ทางเพศ อันส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการเลียนแบบหรือความเข้าใจผิดๆ ในกลุ่มผู้บริโภคที่อาจจะเป็สาเหตุนำไปสู่ความประพฤติอันไม่เหมาะสมในชีวิตจริง (จุติมา เพชรรัตน์, 2541: 6; นนทยา พงศ์ผกาย, 2544: 156-158; ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์, 2546: 68; ปาริชาติ สุริยวรรณ, 2549: 1) การศึกษาในลักษณะดังกล่าวนี้ล้วนแต่เป็นการมองวัฒนธรรมกระแสนิยมในเชิงลบและมองแบบเหมารวม ทั้งนี้เนื่องจากวัฒนธรรมกระแสนิยมประกอบด้วยวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งอาจจะมีทั้งสิ่งที่เป็นที่ยอมรับหรือไม่ยอมรับอยู่ (นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2549: 41) ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการ์ตูนญี่ปุ่นในลักษณะดังกล่าวนี้ จึงล้วนแต่เป็นมุมมองทางด้าน "วาทกรรมความเป็นอื่นในทางวัฒนธรรม" ที่สร้างขึ้นภายในปริมนทลของวัฒนธรรมไทย (Discourses of cultural otherness from within) ที่ฝ่ายผู้มีอำนาจในสังคม ไม่ว่าจะเป็หน่วยงานของรัฐ สื่อมวลชน ตลอดจนนักวิชาการต่างๆ หยิบยื่นนิยามให้ ทำให้ต้องตกเป็ฝ่ายตั้งรับและถูกกระทำมายาวนาน (พัฒนา กิติอาษา, 2546ก: 174-175)

วิทยานิพนธ์นี้ไม่ได้เป็เพียงการตั้งคำถามกับผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่น หรือวัฒนธรรมอื่นๆ ที่ถูกนิยามว่าเป็น "วัฒนธรรมนอกคอก" หรือวัฒนธรรมชายขอบ (Marginal

culture) ให้ลุกขึ้นมาต่อสู้เพื่อลบล้างความรู้ความเข้าใจหรือมายาคติ (Myth) ของผู้คนในสังคมที่หยิบยื่นให้กับวัฒนธรรมเหล่านี้ด้วยการศึกษาวิจัยเท่านั้น เนื่องจากการต่อสู้มีหลากหลายวิธี ไม่ว่าจะเป็นการสร้างองค์ความรู้ของตนเองขึ้นมาเพื่อปฏิเสธวาทกรรมของที่ผู้อื่นนิยามให้ หรือการต่อสู้แบบกองโจร (Guerilla tactics) ที่ “คนนอก” หรือผู้อื่นในสังคมรับรู้ว่ามีอยู่ แต่ไม่จำเป็นต้องตื่นตระหนกหรือทำตัวเป็นจุดเด่น ตราบใดที่ไม่ได้รับผลกระทบ เราก็สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในโลกของตนเอง แน่แน่นอนว่า แนวทางต่างๆ เหล่านี้ล้วนแต่มีเหตุผลและความจำเป็นของแต่ละฝ่ายแตกต่างกันไป การศึกษาคำสอนที่ปฏิวัติไม่ได้เป็นเพียงการต่อสู้กับ “คนนอก” ที่ไม่ได้อ่านการปฏิวัติเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการต่อสู้กับ “คนใน” ที่อ่านการปฏิวัติ ทั้งทางด้านวิธีการต่อสู้กับคนนอก และความแตกต่างของคนในด้วยตนเอง

YAOI (ยาโออิ) เป็นการปฏิวัติที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย ประเภทหนึ่งที่เคยแพร่และได้รับความนิยมในสังคมไทย หากแต่ YAOI ไม่ได้มีกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นชายรักชายตามความรู้ความเข้าใจที่ปรากฏอยู่เท่านั้น จึงเป็นที่มาของชื่อวิทยานิพนธ์นี้ว่า YAOI: การปฏิวัติโดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง เพื่อเน้นการศึกษาของกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงที่มีปริมาณมากกว่าเพศวิถีอื่นๆ อย่างไรก็ตาม YAOI ถูกนับว่าเป็นสื่อที่นำเสนอความสัมพันธ์ทางเพศนอกเหนือสถาบันการแต่งงาน ซึ่งกระทบกับการดำรงอยู่ของระบบปิตาธิปไตย สิ่งเหล่านี้คือความผิดปกติและสมควรที่จะถูกกำจัดออกไป ดังเช่น มาตรการควบคุมกวาดล้างในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจับกุมร้านค้าที่จำหน่าย (ผู้จัดการออนไลน์, 1 ธันวาคม 2550) ตลอดจนการนิยามว่าสื่อประเภทนี้เป็นสื่อทางเพศ สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่สะท้อนถึงในช่วงเวลาที่เชื่อกันว่าเรามีเสรีภาพในการเลือกสิ่งต่างๆ ในชีวิตมากขึ้น เรื่องเพศกลับถูกควบคุมด้วยวิธีการที่ซับซ้อนและไม่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน โดยผู้มีอำนาจในการตัดสินใจความถูกต้องในเรื่องเพศที่มีความหลากหลายขึ้น ทั้งบุคลากรทางด้านสาธารณสุข สื่อมวลชน และรัฐ (ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2549: 41)

แม้ว่าที่ผ่านมาจะมีการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ในประเทศไทยอยู่บ้าง แต่ก็มักให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์เนื้อหาของการ์ตูนเป็นหลัก ขณะเดียวกันการศึกษาทางด้านผู้บริโภค มักจะเป็นการนำเสนอทางด้านเอกภาพความเป็นหนึ่งเดียวกันของชุมชนผู้ที่ชื่นชอบ YAOI (สุภิญญา ทองรัตนศิริ, 2544; ธันว์ทิพย์ ศรีสุตา, 2548) ทำให้ต้องตกเป็นทาสของความหมายที่อยู่เบื้องหลังความหมายอย่างเดียวที่มีลักษณะตายตัว (Reification) ลดทอนความหลากหลายให้หายไป ดังนั้น วิทยานิพนธ์นี้จึงเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการนำเสนอเสียงและมุมมองที่หลากหลายของผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูนเหล่านี้บางส่วน ตลอดจนตอบคำถามของกายารี่ สปีแวก

(Gayatri Chakravorty Spivak) ว่า “กลุ่มคนที่ถูกกดบังคับสามารถลุกขึ้นมาแสดงสิทธิ์ เพื่อพูดลงมือตอบโต้ หรือต่อสู้ได้หรือไม่?” (Can the subaltern speak?) (พัฒนา กิติอาษา, 2546ก: 15) ขณะเดียวกันการต่อสู้กับการควบคุมว่า YAOI เป็นสื่อที่ต้อง “เฝ้าระวัง” เนื่องจากเป็นสื่อทางเพศมากกว่า “สื่อทางเลือก” หรือไม่นั้น จำเป็นจะต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจจากเสียงและมุมมองของ “คนใน” ที่เป็นผู้ผลิตและผู้บริโภคสื่อชิ้นนั้นเอง มากกว่าการบังคับใช้ด้วยบรรทัดฐานของ “คนนอก” เพียงอย่างเดียว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและสะท้อนมุมมองของคนใน ทางด้านวัฒนธรรมย่อย เพศสถานะ และเพศวิถี
2. เพื่อศึกษาความหลากหลายของคนใน ที่ไม่สามารถนำเสนอเพียงภาพตัวแทนบางส่วนให้กลายเป็นภาพเหมารวมว่าเป็นลักษณะตายตัวได้ทั้งหมด
3. เพื่อศึกษากลไกในการตอบโต้ของคนในที่มีต่อการควบคุมสื่อของภาครัฐและสังคม ด้วยการนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศ

ขอบเขตของการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาคนในที่มีเพศสรีระเป็นหญิงไทย อายุเกินกว่า 18 ปี มีความสนใจและติดตาม YAOI จากหนังสือการ์ตูน เว็บไซต์ และเว็บไซต์ต่างๆ เป็นระยะเวลาต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยมีสถานภาพเป็นผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ที่ความเกี่ยวข้องกับ YAOI และยินดีให้ความร่วมมือในการศึกษาจำนวน 15 คน เพื่อให้ได้มุมมองของที่หลากหลายของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ YAOI

เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) กลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตรงตามเกณฑ์การคัดเลือกของผู้วิจัย และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball samplings) โดยเริ่มต้นจากขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของร้านค้าที่วางจำหน่าย YAOI และลูกค้าที่ติดตาม YAOI แนะนำกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แนวคำถามที่ผู้ศึกษาร่างขึ้นจากการรวบรวมเอกสาร และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง (Theoretical approach) ประกอบด้วย

1. ตัวตน ประกอบด้วย เพศสถานะ เพศวิถี อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพที่เกี่ยวข้อง ระยะเวลาในการติดตาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics)

2. คนใน ประกอบด้วย การนิยามความเป็นคนในที่แตกต่างจากคนนอก จุดเริ่มต้นของการเป็นผู้ที่ชื่นชอบ แรงจูงใจ พฤติกรรมการบริโภค รูปแบบการรวมกลุ่ม โดยใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามกรอบแนวคิดในการศึกษา

3. เส้นแบ่งจินตนาการและความเป็นจริง ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชาย ผู้หญิง และความหลากหลายทางเพศ โดยใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามกรอบแนวคิดในการศึกษา

4. มุมมองที่มีต่อการควบคุมของคนนอก ประกอบด้วย แนวทางในการตอบโต้มาตรการควบคุมของคนนอก โดยใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามกรอบแนวคิดในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant observation) จากเว็บไซต์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับ YAOI เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และกิจกรรมต่างๆ ของผู้ที่สนใจ YAOI และเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดจากการรวมกลุ่มของผู้ที่สนใจ YAOI ตลอดจนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth interview) โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการนัดพบเพื่อสัมภาษณ์รายบุคคล

ข้อตกลงเบื้องต้น

การตุนที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย โดยกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงนั้น มีชื่อที่หลากหลายและแตกต่างกันไป แต่ในการศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้ว่า YAOI เป็นตัวแทนของสื่อดังกล่าว เนื่องจากนิยามต่างๆ ที่มีข้อจำกัด ตลอดจนเพื่อให้สอดคล้องกับการเรียกคนในว่า “สาววาย”

คนใน หรือผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ในสังคมไทย มีหลากหลายกลุ่มไม่ได้จำกัดเพียงบุคคลที่มีเพศสรีระหญิงเท่านั้น แต่วิทยานิพนธ์นี้ได้เน้นการศึกษาที่กลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคที่มีเพศสรีระหญิงเป็นหลัก เนื่องจากผู้วิจัยเชื่อว่ากลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงมีเพศสรีระเป็นหญิง จากการสำรวจผ่านร้านค้าที่เกี่ยวข้องและชุมชนของผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ในอินเทอร์เน็ต

แม้ว่าสื่อที่เกี่ยวข้องกับ YAOI จะมีหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นหนังสือการ์ตูน (Manga), การ์ตูนล้อ (Parody), สื่อที่ไม่ได้เผยแพร่ผ่านช่องทางที่เป็นทางการ (Dojinshi), นวนิยาย (Novel), นิยายล้อ (Fan Fiction) ตลอดจนอนุภรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน แต่วิทยานิพนธ์นี้ได้เน้นการศึกษาที่หนังสือการ์ตูน (Manga) มากกว่าสื่อประเภทอื่น เนื่องจากหนังสือการ์ตูนเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ว่าการควบคุม YAOI นั้นมีความเข้มงวดมากน้อยเพียงใดในแต่ละช่วงเวลา

การศึกษาทางด้านกลไกการตอบโต้ในการควบคุม YAOI ที่ถูกภาครัฐและสังคมนิยามว่าเป็นสื่อกระตุ้นเร้าความต้องการทางเพศ เนื่องจากการตอบโต้ดังกล่าวเป็นเส้นแบ่งระหว่างคนในและคนนอกที่ชัดเจนอย่างหนึ่ง รวมทั้งเป็นพื้นที่ในการต่อรองและต่อสู้ด้วยฐานความคิดต่างๆ ขณะเดียวกันการตอบโต้นี้ได้แฝงเร้นเจตคติในเรื่องเพศด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางเพศที่ยอมรับได้/ ไม่ได้, การเรียนรู้เรื่องเพศที่เหมาะสม/ ไม่เหมาะสม, การเผยแพร่/ การควบคุม ฯลฯ

อย่างไรก็ตาม เสียงของคนในทั้งหมดในวิทยานิพนธ์นี้ ไม่ได้เป็นตัวแทนของผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ในประเทศไทยทั้งหมด เนื่องจากความหลากหลายของผู้ที่ชื่นชอบ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ, ความรู้ในภาษาต่างประเทศ, ระยะเวลาในการติดตาม, ฯลฯ ตลอดจนขีดความสามารถในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างของผู้วิจัย ทำให้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของคนในเท่านั้น

นอกจากนั้นคำต่างๆ ที่ใช้ในวิทยานิพนธ์นี้ เช่น สื่อทางเพศ, ความสัมพันธ์ทางเพศ, ความสัมพันธ์ทางเพศนอกสถาบันการแต่งงาน, สตรีนิยม, ความหลากหลายทางเพศ วางอยู่บนรากฐานความคิดทางด้านเพศของผู้วิจัยที่พยายามเลือกใช้คำที่มีนัยยะตรงตามฐานคิดในเรื่องดังกล่าวให้มากที่สุด ขณะเดียวกันก็พยายามระลึกรั้งข้อจำกัดต่างๆ เหล่านั้น

“สื่อทางเพศ” เนื่องจากนิยามคำว่า “สื่อลามกอนาจาร” ในภาษาไทยมีความหมายรวมไปถึง “Obscenity” และ “Nude” ขณะเดียวกันสิ่งที่อุจาดหรือลามกอนาจารของเอเชียนั้น คือ การกระทำของบุคคลในพื้นที่ซึ่งไม่เหมาะสมหรือต้องห้าม ไม่ใช่คุณลักษณะอย่างหนึ่งอย่างใดที่ติดกับภาพ, เสียง, หรือวัสดุอุปกรณ์ใดๆ (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2548: 30)

“ความสัมพันธ์ทางเพศ” ผู้วิจัยเชื่อว่าจะมีความหมายครอบคลุมรูปแบบต่างๆ ของความสัมพันธ์มากกว่า “เพศสัมพันธ์” เช่น การปฏิสัมพันธ์กัน, บทบาทชายหญิง ฯลฯ

“ความสัมพันธ์ทางเพศนอกสถาบันการแต่งงาน” เป็นคำที่ผู้วิจัยใช้เพื่อหลีกเลี่ยงอคติที่แฝงมากับคำว่าเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร และเพศสัมพันธ์ก่อนสมรส

ขณะเดียวกันผู้วิจัยเชื่อว่ารูปแบบความสัมพันธ์ทางเพศนอกสถาบันการแต่งงาน เช่น การสำเร็จความใคร่ด้วยตัวเอง (Masturbation), การมีคู่มากกว่า 1 คน, ฯลฯ สถานะของพฤติกรรมต่างๆ เหล่านี้ยังไม่เป็นที่ยอมรับมากนัก จนเปรียบเสมือนว่าการมีเพศสัมพันธ์เป็นไปเพื่อการสืบพันธุ์เท่านั้น มิติอื่นๆ ของเพศสัมพันธ์ เช่น ความสนุก, การแลกเปลี่ยนเงินตรา, ฯลฯ กลายเป็นสิ่งต้องห้ามหรือไม่ดีงาม

“สตรีนิยม” เป็นคำที่มีนัยยะไม่ครอบคลุมผู้หญิงมากมายหลายกลุ่ม เช่น ชนชั้นล่าง, ผู้หญิงที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นผู้หญิงดี ตลอดจนจนเป็นการสร้างภาพตัวแทนผู้หญิงทั้งหมดจากผู้หญิงผิวขาวชนชั้นกลาง (ชลิตาภรณ์, ส่งสัมพันธ์, 2542: 219-220) หากแต่ผู้วิจัยคิดว่าคำนี้ได้รับความนิยมในการใช้มากกว่า “อิตถีศาสตร์” และยังหาคำที่เหมาะสมมากกว่าคำนี้ไม่ได้

“ความหลากหลายทางเพศ” คำนี้เป็นคำทดลองเสนอรองคีย์ให้ใช้กัน ตั้งแต่งงานประชุมวิชาการ “เพศภาวะและสิทธิในเอเชีย: การประชุมครั้งแรกว่าด้วยเคียวรีศึกษา” (Sexualities, Genders, and Rights in Asia: 1st International Conference of Asian Queer Studies) จัดโดย โครงการจัดตั้งสำนักงานสิทธิมนุษยชนศึกษาและพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล และเครือข่ายเคียวรีแห่งภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก ระหว่างวันที่ 7 – 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 ณ โรงแรมแอมบาสเดอร์ กรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีความหมายครอบคลุมและไม่ตีตราเฉกเช่น “รักร่วมเพศ” ที่มีนัยยะว่าให้ความสำคัญต่อการมีเพศสัมพันธ์เท่านั้น เช่นเดียวกับคำว่า “ชายที่มีเพศสัมพันธ์กับชาย” (Men who have sex with men: MSM) และ “หญิงที่มีเพศสัมพันธ์กับหญิง” (Women who have sex with women: WSW) ที่นิยมใช้กันในแวดวงสาธารณสุข แต่ขณะเดียวกันบางครั้งผู้วิจัยจำเป็นต้องใช้คำว่า “ชายรักชาย” (Male homosexual) หรือ “หญิงรักหญิง” (Female homosexual) เพื่อระบุความเฉพาะเจาะจงของเพศวิถีให้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ขณะเดียวกัน คำที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมต่างๆ อันประกอบด้วย วัฒนธรรมกระแสนิยม วัฒนธรรมประชานิยม วัฒนธรรมสมัยนิยม วัฒนธรรมมวลชน และ วัฒนธรรมย่อย ล้วนแต่มีความหมายแตกต่างกันไปตามแต่พื้นฐานของแนวคิดนั้นๆ

วัฒนธรรมประชานิยม (People culture) เป็นความสนใจศึกษา วัฒนธรรมในแง่มุมของการเมืองวัฒนธรรมร่วมสมัย (Contemporary cultural politic) ที่วัฒนธรรมมีความหมายทางการเมือง ไม่ใช่เพียงแค่เครื่องมือทางอุดมการณ์ทางการเมือง (วิริยะสว่างโชติ, 2542: 271-272)

วัฒนธรรมสมัยนิยม (Popular culture) เป็นความสนใจศึกษาวัฒนธรรมที่ ได้รับการยอมรับ หรือได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายโดยประชากรกลุ่มหนึ่ง (พัฒนา กิติอาษา, 2546ก: เชิงอรรถค้ำนำ (13)-(14))

วัฒนธรรมมวลชน (Mass culture) เป็นความสนใจศึกษาวัฒนธรรมร่วม สมัย หากแต่เน้นประเด็นด้านการผลิตแบบสายพาน (Mass production) ที่ใช้แรงงานในการผลิต สินค้า และการผลิตการบริโภค (Production of consumption) (วิริยะ สว่างโชติ, 2542: 271) วัฒนธรรมแบบนี้จึงถูกเชื่อมโยงเข้ากับระบบทุนนิยม การผลิตสินค้าในอุตสาหกรรม และการเมือง แบบประชาธิปไตย (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, 2549: 25-26)

อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมประชานิยม วัฒนธรรมสมัยนิยม และวัฒนธรรม มวลชนนั้น ได้มีคำที่มีพยายามครอบคลุมแนวคิดดังกล่าวออกมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งคำว่า “วัฒนธรรมกระแสนิยม” ที่มีความหมายสำคัญ 3 ประการ คือ วัฒนธรรมมวลชน วัฒนธรรมจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และวัฒนธรรมของภาพมายา (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, 2549: 25-52)

วัฒนธรรมย่อย (Subculture) เป็นการสนใจศึกษาวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิด การกลุ่มพฤติกรรม กิจกรรม และค่านิยม ซึ่งเป็นระบบสัญลักษณ์ที่เต็มไปด้วยความหมายที่เกิดขึ้น ในกลุ่มของคนที่มีปัญหา ความสนใจ พฤติกรรมที่คล้ายคลึงกันภายในกลุ่มและแตกต่างจาก สมาชิกของกลุ่มทางสังคมอื่นๆ ซึ่งพวกเขาจะถูกมองว่าเป็นพวกเบี่ยงเบนไปจากมาตรฐานของ สังคม และมีสถานะเป็นรองในสังคม (กุลภา วจนสาระ, 2544: 12, 18)

ดังนั้น YAOI ในวิทยานิพนธ์นี้ จึงอาจจะเป็นได้ทั้งวัฒนธรรมกระแสนิยม และวัฒนธรรมย่อย จากมุมมองต่างๆ ขณะเดียวกันผู้วิจัยพยายามจำกัดคำที่ใช้ให้เหลืออยู่เพียง วัฒนธรรมกระแสนิยมและวัฒนธรรมย่อยเพื่อไม่ให้เกิดความสับสน ซึ่งอาจจะแตกต่างจากแหล่ง อ้างอิงต่างๆ ที่นำมาใช้ นอกจากนั้นผู้วิจัยมองว่าวัฒนธรรมย่อยเป็นส่วนที่ความทับซ้อนกับ วัฒนธรรมกระแสนิยมบางส่วน ทางด้านการได้รับความนิยมจากคนกลุ่มหนึ่ง เป็นพื้นที่ในการ ต่อรองของกลุ่มคนที่แตกต่างกัน หากแต่ YAOI ยังไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมส่วนใหญ่ จึงยังคง มีสถานะเป็นเพียงวัฒนธรรมย่อยในสังคมมากกว่าวัฒนธรรมกระแสนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเด็นทางด้านสื่อทางเพศที่สมควรถูกจำกัดมากกว่าสื่อทางเลือก

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

YAOI (ยาโออิ) หมายถึง การ์ตูนญี่ปุ่นที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและ ผู้ชายโดยผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง

เพศสรีระ (Sex) หมายถึง การแบ่งแยกเพศออกเป็น ผู้ชาย ผู้หญิง กะเทย ตามหลักสรีรวิทยา

เพศสถานะ (Gender) หมายถึง เจตคติที่มีต่อบทบาททางเพศของตนเองว่าเป็นเพศใด เช่น ผู้ชาย ผู้หญิง กะเทย หรืออื่นๆ ตามบรรทัดฐานของสังคม

เพศวิถี (Sexuality) หมายถึง เจตคติที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางเพศ ความพึงพอใจทางเพศ และแรงปรารถนาทางเพศ เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้หญิง

คนใน หมายถึง ผู้ที่มีเพศสรีระ (Sex) เป็นหญิงที่ชื่นชอบและติดตาม YAOI อย่างต่อเนื่องเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 3 ปี ด้วยสถานะผู้ผลิตและ/หรือผู้บริโภค ตลอดจนร้านค้าและเว็บบอร์ดที่เกี่ยวข้อง

คนนอก หมายถึง บุคคลภายนอกที่มีความเกี่ยวข้องกับคนใน แต่ไม่ได้ชื่นชอบ YAOI ด้วย เช่น บุคคลในครอบครัว คู่รัก สื่อมวลชน นักวิชาการ และภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับมาตรการในการควบคุม YAOI ไม่ว่าจะเป็นสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ศูนย์เฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงเทคโนโลยีและสารสนเทศ ตลอดจนบรรทัดฐานของสังคมภายนอก

ผู้ผลิต หมายถึง ผู้ที่วาด, แต่ง, แปล, และจำหน่ายสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ที่ผลิตเองในไทย หรือแปลมาจากภาษาอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่น, จีน, เกาหลี เพื่อการเผยแพร่ แลกเปลี่ยน และการพาณิชย์

ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ที่ติดตาม YAOI ด้วยการอ่านผ่านช่องทางต่างๆ เช่น หนังสือที่วางจำหน่าย, เว็บบอร์ด, เว็บไซต์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

วัฒนธรรมย่อย หมายถึง รูปแบบการใช้สัญลักษณ์เพื่อแสดงระดับความผูกพัน และความเป็นสมาชิกของกลุ่ม ที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ เช่น การแต่งกาย, กิริยาท่าทาง, ภาษา ฯลฯ อันเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมกระแสนิยม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สามารถสะท้อนเสียงและมุมมองของคนใน ทางด้านวัฒนธรรมย่อย เพศสถานะ และเพศวิถี

2. นำเสนอความหลากหลายของคนในที่ไม่สามารถนำเสนอเพียงภาพตัวแทนบางส่วนให้กลายเป็นภาพเหมารวมว่าเป็นลักษณะตายตัวของผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูน YAOI ได้ทั้งหมด

3. ทำความเข้าใจต่อกลไกในการตอบโต้ของคนใน ที่มีต่อการควบคุมสื่อของ ภาครัฐและสังคม ด้วยการนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศ หรือ “สื่อเฝ้าระวัง” มากกว่า “สื่อทางเลือก” อัน เป็นการจำกัดรูปแบบความสัมพันธ์ทางเพศให้อยู่ภายในกรอบ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การ์ตูนญี่ปุ่นในสังคมไทย

คำว่า “การ์ตูน” ในภาษาไทยเป็นคำทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษว่า Cartoon¹ ทำให้เราเข้าใจว่าการ์ตูนของชาติตะวันตก อาทิเช่น ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา เผยแพร่เข้าสู่ประเทศไทยและได้รับความนิยมมากกว่าการ์ตูนของชาติตะวันออก ไม่ว่าจะเป็นการ์ตูนของญี่ปุ่น เกาหลีใต้หวัน ตลอดจนการ์ตูนของไทย แต่ในทางกลับกันการ์ตูนของชาติตะวันออกกลับได้รับความนิยมจากเด็กและวัยรุ่นในประเทศไทยมากกว่าการ์ตูนของชาติตะวันตก ดังเช่น นิตยสาร TIME 22 เมษายน ค.ศ. 2002 ฉบับพิเศษที่นำเสนอวีรบุรุษเอเชีย (TIME Special Issue: Asian Heroes) นั้น เราจะสังเกตเห็นว่าโดราเอมอน (Doraemon)² เป็นเพียงสิ่งเดียวที่ไม่ใช่มนุษย์แต่เปรียบเสมือนสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของประเทศญี่ปุ่น และการแต่งตั้งให้โดราเอมอนเป็นทูตอิมเมจ (Anime Ambassador) ตัวแรกของญี่ปุ่นในวันที่ 19 มีนาคม ค.ศ. 2008 ที่ผ่านมา (ผู้จัดการออนไลน์, 14 มีนาคม 2551) ตลอดจนการยุติการจำหน่ายหนังสือการ์ตูนของชาติตะวันตก เช่น ซูเปอร์แมน (Superman), แบทแมน (Batman), ป๊อปปาย (Popeye) และนิตยสารการ์ตูนดิสนีย์คิดส์แมกกาซีน (Disney Kid Magazine) ล้วนแต่เป็นภาพสะท้อนส่วนหนึ่งของความนิยมการ์ตูนชาติตะวันตกที่ได้รับความนิยมน้อยกว่าการ์ตูนตะวันออกในสังคมไทย (ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์, 2543: 99)

¹ ศัพท์ภาษาอังกฤษที่มีความหมายเกี่ยวข้องกับการ์ตูนมีหลากหลายคำ เช่น Cartoon หมายถึง ภาพลายเส้น, Caricature หมายถึง ภาพล้อบุคคล หรือการ์ตูนการเมือง, Illustrated Tale หมายถึง เรื่องที่มีภาพประกอบ, Comic หมายถึง การ์ตูนที่มีความต่อเนื่องเป็นเรื่องราว (ทรงพล สร้อยสุวรรณ, 2542: 9-10)

² โดราเอมอน เป็นผลงานของฟูจิโกะ ฟูจิโอะ (Fujiko Fujio) นามปากการ่วมระหว่างผู้แต่ง ฮิโรชิ ฟูจิโมโตะ (Hiroshi Fujimoto) และผู้วาด โมโต อิบิโกะ (Motoo Abiko) เริ่มตีพิมพ์ในนิตยสารโชกักคัง (Shogakkan) ใน ค.ศ. 1970 ได้รับความนิยมจนนำไปสู่อุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมากมาย เช่น ของเล่น เครื่องเขียน วีดีโอเกม โฆษณา โดยทั้งสองได้เริ่มแยกกันใช้นามปากกาเป็นฟูจิโกะ เอฟ. ฟูจิโอะ (Fujiko F. Fujio) และฟูจิโกะ ฟูจิโอะ (เอ.) (Fujiko Fujio (A.)) ตั้งแต่ ค.ศ. 1988 ทำให้ฮิโรชิหันมาวาดโดราเอมอนเองจนกระทั่งเสียชีวิตในวันที่ 23 กันยายน ค.ศ. 1996 (Schodt, 1986: 14; Schodt, 2002: 216-220; Gravett, 2004: 067)

หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นหรือที่เรียกว่า “มังงะ” (Manga: Comic book)¹ มีรูปแบบการแบ่งประเภทที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นโครงเรื่อง หรือกลุ่มผู้อ่าน² โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแบ่งการ์ตูนออกตามเพศสถานะ (Gender)³ และเพศวิถี (Sexuality)¹ ต่างๆ ทำให้การ์ตูนเหล่านี้ไม่ได้

¹ การ์ตูนญี่ปุ่นมีคำเรียกที่หลากหลาย เช่น 1) โทบะเอะ (Tobae: Toba pictures) ตามชื่อของพระภิกษุที่วาดการ์ตูนโชจูจิกะ (Chojugiga: Animal scrolls) เกี่ยวกับกระต่าย ลิง จิ้งจอก และกบเพื่อล้อเลียนรูปแบบการปกครองและศาสนาในศตวรรษที่ 12 2) กิกะ (Giga: Playful pictures) 3) เคียวกะ (Kyoga: Crazy pictures) 4) ปอนชีเอะ (Ponchie: Punch pictures) และ 5) มังงะ (Manga) โดยคำนี้เริ่มได้รับความนิยมตั้งแต่ ค.ศ. 1890 เป็นต้นมา (Schodt, 1986: 18, 28, 30)

² การแบ่งประเภทการ์ตูนญี่ปุ่นตามกลุ่มคนอ่าน สามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่มดังนี้ 1) โชเนน (Shonen: Boys) หมายถึง การ์ตูนสำหรับเด็กผู้ชาย 2) โชโจ (Shojo: Girls) หมายถึง การ์ตูนสำหรับเด็กผู้หญิง 3) เซย์เนน (Seinen: Youth อายุ 13 - 25 ปี) หมายถึง การ์ตูนสำหรับวัยหนุ่มสาว และ 4) เซย์จิน (Seijin: Adult อายุ 26 - 60 ปี) หมายถึง การ์ตูนสำหรับผู้ใหญ่ (Kodansha, 1994: 312-313, 342) หรือแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้ 1) โชเนน (Shonen: Boy) หมายถึง การ์ตูนสำหรับเด็กผู้ชาย 2) โชโจ (Shojo: Girl) หมายถึง การ์ตูนสำหรับเด็กผู้หญิง 3) เรดิสึ (Redisu: Ladies) หมายถึง การ์ตูนสำหรับผู้หญิงที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่แล้ว ตัวเอกจะเป็นผู้หญิงที่อยู่ในวัยทำงานแล้วและมีการนำเสนอจากเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์ 4) เซย์จิน (Seijin: Adult) หมายถึง การ์ตูนที่นำเสนอจากเพศสัมพันธ์สำหรับผู้บริโภคที่เป็นผู้ชาย และ 5) เซย์เนน (Seinen: Young men) หมายถึง การ์ตูนที่มีเนื้อหาหลากหลายโดยผู้บริโภคส่วนใหญ่จะเป็นผู้ชายที่มีอายุระหว่าง 15-40 ปี (Schodt, 1996: 95-96)

³ การประชุมเชิงปฏิบัติการของกองทุนสหประชาชาติ เรื่อง Gender, Population and Development ใน ค.ศ.1996 (The Population Council, 1996) นิยามความหมายของคำว่า Sex และ Gender ดังนี้ Sex หมายถึง เพศที่กำหนดขึ้นโดยธรรมชาติ และข้อกำหนดทางสภาวะทางชีววิทยา ซึ่งเปลี่ยนแปลงไม่ได้ (ยกเว้นการผ่าตัดแปลงเพศ ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้เพียงบางส่วน) ให้นุคคลเกิดมาจะมีเพศเป็นหญิงหรือชาย มีหน้าที่ในการให้กำเนิด (Reproductive function) และมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกัน ส่วน Gender หมายถึง เพศที่กำหนดโดยเงื่อนไขทางสังคมหรือวัฒนธรรมให้แสดงบทบาทหญิงหรือบทบาทชาย ดังนั้นเพศที่ถูกกำหนดโดยสังคมนี้อาจเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาวะการณ์และเงื่อนไขของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป แม้ว่าบทบาทดังกล่าวส่วนใหญ่ถูกกำหนดขึ้นโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานความแตกต่างทางสรีระของคนทั้งสองเพศก็ตาม แต่บทบาททางสังคมเหล่านี้เป็นสิ่งที่บุคคลได้เรียนรู้ผ่านแหล่งต่างๆ มาตั้งแต่เกิดจนกระทั่งกลายเป็นแนวคิดที่ปลูกฝังลึกซึ้งในตัวของคนๆ นั้น บทบาทเพศทางสังคม (Gender roles) ในลักษณะนี้จึงแตกต่างกันไปในสังคมแต่ละวัฒนธรรม นอกจากนี้ บทบาทที่สังคมกำหนด มีความหมายเกี่ยวพันไปถึงโอกาสที่บุคคลแต่ละเพศสามารถเข้าถึง ได้ใช้ และควบคุมทรัพยากรต่างๆ เพราะมีสิทธิ อำนาจ ความรับผิดชอบ และถูกคาดหวังจากสังคมต่างกันไป ส่วนที่สำคัญคือ บทบาทเพศที่สังคมกำหนดได้ส่งผลกระทบต่อสถานภาพของหญิงและชายในสังคมนั้นๆ (ภัสสร ลิมานนท์, 2544: 28)

เป็นเพียงสื่อที่ตอบสนองจินตนาการของเด็กเท่านั้น แต่เป็นภาพสะท้อนและถ่ายทอดแนวคิดทางด้านเพศสถานะและเพศวิถีให้แก่คนรุ่นต่อไปในสังคม เช่น การให้ความหมายและคุณค่าของความเป็นผู้ชายและผู้หญิง การแบ่งบทบาทและหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละเพศ ฯลฯ แนวคิดเหล่านี้ มักจะไม่ได้ถูกนำเสนอหรือศึกษาให้ความสำคัญมากเท่ากับปริมาณฉากการมีเพศสัมพันธ์ (Sexual intercourse) ซึ่งประเด็นดังกล่าวมักจะถูกอ้างอิงว่าอาจจะก่อให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบในทางที่ไม่เหมาะสม และเพศสัมพันธ์นอกสถาบันการแต่งงานได้

การศึกษาเรื่องการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทย ให้ความสำคัญกับการศึกษาทางด้านผลกระทบจากสื่อ (Media effect) หรือทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and gratification) และมุ่งเน้นวิเคราะห์ผู้รับสารด้วยการวิเคราะห์ผ่านมุมมองหรือทฤษฎีทางด้านจิตวิทยาเป็นหลัก (วรชัญ วานิชวัฒนากุล, 2549: 164) รูปแบบเช่นนี้บดบังการศึกษาการ์ตูนในประเด็นอื่นให้ลดความสำคัญลง เช่น สื่อที่ครอบงำอุดมการณ์ ภาพสะท้อนของสังคมและวัฒนธรรมในแต่ละช่วงเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อการศึกษาวัฒนธรรมกระแสนิยมในโลกวิชาการตะวันตก มีทั้งการศึกษาตัวบทและการศึกษาสื่อแบบชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) แต่การศึกษาในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาสื่อ ด้วยการเริ่มต้นจากคำถามถึง “ความถูกต้อง ความดี ความเลว” ของสื่อ ทั้งนี้เนื่องจากนักวิชาการไทยส่วนใหญ่เชื่อว่า สื่อมีอิทธิพลต่อความประพฤติและการปฏิบัติตัวของคนในสังคม สิ่งที่ขาดหายไปจากการศึกษาสื่อ คือ “เสียง” ของผู้รับสื่อ (จิรัฐมิ เสนาคำ, 2549: 9) ดังนั้นผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการศึกษา YAOI ในรูปแบบนี้ อาจจะเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอเสียงของผู้รับสื่อที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายในสังคมไทย

สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ วิจิตร ว่องวาริทธิพย์ (2542: 245-246) ให้คำจำกัดความว่า “เซ็กซ์ชวลลิตี้เป็นผลของการสร้างทางสังคมและวัฒนธรรม และในทางกลับกัน สังคมและความเป็นจริงก็เป็นภาพต่อของบรรดาอณูเล็กๆ ของความสัมพันธ์เชิงเพศในผู้คน เซ็กซ์ชวลลิตี้ ประกอบด้วย 3 มิติ คือ พฤติกรรมทางเพศ (Sexual practice) ความพึงพอใจทางเพศ (Sexual pleasure) และแรงปรารถนาทางเพศ (Sexual desire) เป็นการมองด้วยการวิเคราะห์สร้างทฤษฎีทางเซ็กซ์ชวลลิตี้จากมิติทางด้าน Pleasure และ Desire ของแต่ละปัจเจกชน หรือที่ลูซ อิริกาเรย์ (Luce Irigaray) เรียกว่า Autoeroticism จะเป็นการให้พื้นที่ทางสังคมแก่เพศของ “ความเป็นอื่น” ในสังคม”

ความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างผู้ชายและผู้ชายในประเทศญี่ปุ่น

ชาวญี่ปุ่นมองเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ ในรูปแบบของความมั่งคั่ง และความสำเร็จ โดยนำมาสัมพันธ์กับความอุดมสมบูรณ์ ความสำเร็จทางด้านเกษตรกรรม แนวความคิดนี้สะท้อนออกมาในตำนานเรื่องโคจิกิ (Kojiki) ตำนานการสร้างโลก กำเนิดญี่ปุ่น และจักรพรรดิวงศ์ เนื้อเรื่องกล่าวถึงการมีเพศสัมพันธ์ระหว่างอิซานางิ (Izanagi) และอิซานามิ (Izanami) ทำให้ชาวญี่ปุ่นมีเจตคติต่อเรื่องเพศสัมพันธ์แตกต่างจากศาสนาคริสต์ที่มองว่าเพศสัมพันธ์เป็นปฐมบาป (Original sin) ของมนุษยชาติ (มารีสา พงษ์ธนยตกิจ, 2540: 46)

ความต้องการทางเพศในสายตาชาวญี่ปุ่น นับเป็นเรื่องหนึ่งในอารมณ์ความรู้สึกของมนุษย์ จึงเป็นเรื่องดีงามอย่างหนึ่งในชีวิตคนเรา ไม่มีอะไรที่ชั่วร้าย ดังนั้นจึงไม่จำเป็นต้องมาเข้มงวดเรื่องศีลธรรมในเรื่องความสุขทางเพศ ตัวอย่างเช่น วรรณกรรมเรื่องเกนจิ โมโนกาตาริ (Genji monogatari: Tale of Genji) แสดงให้เห็นถึงอิโรโกโนมิ (Irogonomi) ซึ่งเป็นศัพท์ที่แพร่หลายในราชสำนักเมื่อศตวรรษที่ 10 แปลว่า ความพึงพอใจ ความนิยมในกามรส หมายถึงความรักจำเป็นต้องแสดงออกมาด้วยความนุ่มนวลละเอียดย่อน เป็นเครื่องหมายแสดงว่าคุณคณนั้นได้รับการขัดเกลาอบรมทางด้านความประพฤติและอารมณ์มาแล้วเป็นอย่างดี ถ้าผู้ใดสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้มากกว่าหนึ่งคนขึ้นไป จะเป็นที่ยอมรับยกย่องว่าเป็นผู้ที่มีความเข้าใจในเรื่องความงาม ความละเอียดย่อนทางอารมณ์ความรู้สึก และธรรมชาติของมนุษย์อย่างลึกซึ้ง (มารีสา พงษ์ธนยตกิจ, 2540: 46-47)

เจตคติดังกล่าว ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายในประเทศญี่ปุ่น จึงไม่ใช่เรื่องต้องห้ามหรือเรื่องเสียหายแต่อย่างใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อพุทธศาสนาเริ่มเผยแผ่เข้าสู่ประเทศญี่ปุ่น ประมาณศตวรรษที่ 7 โดยคุไก (Kukai หรือ Kobo Daishi) ผู้ก่อตั้งนิกายชินงอน (Shingon)¹ เป็นผู้นำรูปแบบการชื่นชมความงามของผู้ชายมาจากราชวงศ์ถังของประเทศจีน ในคริสต์ศตวรรษที่ 806 เมื่อฟรังซิส ซาเวียร์ (Francis Xavier) นักบวชนิกายเยซูอิต (Jesuit) เดินทางเข้ามาในญี่ปุ่นในสมัยอะซุจิ-โมโมยาม่า (Azuchi-Momoyama: ค.ศ.1549-1551) จึงแปลกใจในการยอมรับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายอย่างเปิดเผย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพุทธศาสนาที่มีการบันทึกไว้ว่า

¹ คำสอนในนิกายชินงอนที่เรียกว่าโอโจโยชู (Ojoyoshu: Teaching essential for rebirth) หรือหลักคำสอนที่สำคัญต่อการนิพพาน ภายในกล่าวถึงความสำคัญของการอุทิศตนให้อยู่เคียงข้างรับใช้พระภิกษุที่จำพรรษายาวนานกว่าตนในเรื่องต่างๆ รวมถึงความต้องการทางเพศ รวมทั้งบาปของการมีความสัมพันธ์กับผู้อื่นหรือนอกใจ และกระทำความรุนแรงทางเพศหรือข่มขืนต่อผู้ชายคนอื่น (Leupp, 1997: 27-31)

“พระในพุทธศาสนาของประเทศญี่ปุ่นถูกชักจูงไปสู่บาปที่ผิดธรรมชาติ พวกเขาปฏิบัติกันอย่างเปิดเผยและเป็นที่ยอมรับสำหรับทุกคนโดยไม่ได้รู้สึกผิดบาปใดๆ” (Leupp, 1997: 27-28)

นอกจากนั้นความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายในสังคมญี่ปุ่น ได้ปรากฏในศิลปะวัฒนธรรมแขนงต่างๆ เช่น โนห์ (No)¹ เคียวเงิน (Kyogen)² คาบุกิ (Kabuki)³ วรรณกรรม⁴

¹ โนห์ คือ ศิลปะการแสดงที่มีต้นกำเนิดมาจากบทสวดและการร่ายรำบูชาเทพเจ้าในศาสนาชินโตและศาสนาพุทธ เมื่อศตวรรษที่ 14 เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างโลกของเทพเจ้ากับมนุษย์ และความหลุดพ้น นักแสดงทั้งหมดเป็นผู้ชาย จุดเด่นคือตัวละครแสดงนำ (Shite) และตัวละครสนับสนุนที่ส่วนใหญ่จะเป็นนักบวช (Waki) จะสวมใส่หน้ากาก โดยมีแนวคิดทางด้านความงามที่เรียกว่า ยูเนน (Yunnen) ที่เป็นการแสดงออกถึงความรู้สึกภายในที่ไม่ได้เปล่งออกมาเป็นคำพูด และการใช้สัญลักษณ์ที่ไม่สามารถจับต้องได้ (กาญจนา ประสพเนตร, 2536: 40-41; Kodansha, 1994: 271-276)

² เคียวเงิน คือ ศิลปะการแสดงที่มีต้นกำเนิดมาจากละครชนหัวในสมัยเฮอัน (Heian: ค.ศ.794-1185) นำชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านมาผูกเป็นเรื่อง และดำเนินเรื่องด้วยการพูดคุย โครงเรื่องส่วนใหญ่จะเป็นข้อเสียต่างๆ ในตัวมนุษย์มาตีแผ่ในแง่ขบขัน เช่น ซามูไรที่ซี้ซลาด นักบวชที่เต็มไปด้วยกิเลสตัณหา จนกระทั่งในสมัยมุโระมาจิ (Muromachi: ค.ศ.1392-1573) เคียวเงินจึงกลายเป็นละครที่เล่นสลับฉากกับละครโนห์ (กาญจนา ประสพเนตร, 2536 หน้า 41-42; Kodansha, 1994 p.272)

³ คาบุกิ คือ ศิลปะการแสดงที่มีต้นกำเนิดมาจากการร้องเพลงร่ายรำพร้อมกับกระดิ่งในพิธีทางศาสนาของมิโกะ (Miko) หญิงสาวที่ทำหน้าที่เป็นร่างทรงชื่อโอคุนิ (Okuni) จากศาลเจ้า อิซึโมะ (Isumo) ในเกียวโต (Kyoto) เมื่อศตวรรษที่ 17 จนพัฒนาเป็นศิลปะการแสดงแขนงหนึ่ง จนกระทั่งเคเซคาบุกิ (Keisei - Kabuki) ที่มีนักแสดงหญิงทั้งหมดได้ถูกทางการสั่งปิดด้วยข้อหาเป็นแหล่งมั่วสุมของคนรักเพศเดียวกัน จึงเปลี่ยนนักแสดงเป็นชายทั้งหมด เรียกว่าวะคะชูคาบุกิ (Wakashu - Kabuki) ก็ถูกสั่งปิดด้วยข้อหาเดียวกัน ทำให้คาบุกิซบเซาลง ต่อมาจึงค่อยๆ พ้นตัวในสมัยเกนโรคุ (Genroku: ค.ศ.1688-1704) จนกระทั่งในปัจจุบัน (กาญจนา ประสพเนตร, 2536: 84-86; Kodansha, 1994: 276-281)

⁴ อิวัตะ จุนอิชิ (Iwata Junichi) และโตเฮย์ โอคาบะ (Tohei Okabe) นักประวัติศาสตร์ชาวญี่ปุ่น เสนอว่าจุดเริ่มต้นของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายสะท้อนออกมาในวรรณกรรมเรื่องนิฮอนโชกิ (Nihonshoki) หนึ่งในริคโคคุชิ (Rikkokushi: Six National Histories) ที่สันนิษฐานว่าแต่งขึ้นในสมัยคามาคูระ (Kamakura: ค.ศ.1185-1333) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตอนอะซุนะอิ โนะ ทซึมิ (Azunai no tsumi: The Sin of Azunai) โดยเนื้อเรื่องกล่าวถึงจักรพรรดินีจิงกู (Jingu) สอบถามสาเหตุของการเกิดปรากฏการณ์ธรรมชาติที่ผิดปกติกับชายชราผู้หนึ่ง เขาตอบว่าเกิดจากนักบวชนิกายชินโต (Shinto) มีความสัมพันธ์กับนักบวชนิกายอามาโนะ (Amano) ต่อมานักบวชนิกายชินโตป่วยและเสียชีวิตลง ทำให้นักบวชนิกายอามาโนะเศร้าโศกเสียใจและปรารถนาที่จะอยู่เคียงข้างในปรภพ จึงฆ่าตัวตายตามนักบวชนิกายชินโตไป ความปรารถนาของทั้งคู่ได้รับการตอบรับจากฟ้าดินให้อยู่เคียงข้างกันเสมือนกลางวันและกลางคืน (Leupp, 1997: 22-23)

และระบบของซามูไร (Samurai)¹ ตลอดจนการเปิดร้านน้ำชาที่เป็นแหล่งรวมชายบริการทางเพศ สำหรับผู้ชาย หรือนันโชกุจายา (Nanshoku jaya: Male Eros Tea House) อย่างถูกต้องตามกฎหมายควบคู่กับหญิงบริการ ในยุคโตกูงาวา (Tokugawa: ค.ศ.1600-1867) (Leupp, 1997: 65-68; McLelland, 2004: 20-24)

จนกระทั่งในยุคเมจิ (Meiji: ค.ศ.1868-1912) ญี่ปุ่นจำเป็นต้องพัฒนาประเทศให้ทัดเทียมกับประเทศตะวันตกในการเข้าร่วมสงครามโลกครั้งที่สอง ทำให้บทบาทของซามูไรลดน้อยลงเนื่องจากเทคโนโลยีทางการทหาร ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมต่างๆ ที่ไม่ได้รับความสนใจมากนัก ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายจึงกลายเป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง (Keikan: Sodomy) เนื่องจากอิทธิพลของศาสนาคริสต์ที่เข้ามามีบทบาทอย่างมากในระบบความคิดความเชื่อของชาวญี่ปุ่น ตลอดจนการแพร่กระจายของโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ เช่น HIV ในยุคเฮเซ (Heisei: 8 ม.ค. ค.ศ.1989 เป็นต้นมา)² ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายต้องลดบทบาทในสังคม แต่ยังคงมีการเผยแพร่ผ่านสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวรรณกรรมที่มีนักเขียนคนสำคัญ คือ ยูกิโอะ มิชิมิมา (Yukio Mishima) การวางจำหน่ายนิตยสารบาระโซคุ (Barazoku: Rose Clan) ที่นำเสนอเนื้อหากระตุ้นความต้องการทางเพศของชายรักชายโดยตรงใน ค.ศ. 1972 รวมทั้งสื่อประเภทอื่นๆ เช่น ภาพเคลื่อนไหว ชุมชนออนไลน์ทางอินเทอร์เน็ต และการ์ตูนด้วย (McLelland, 2004: 24-32)

¹ เนื่องจากสภาพสังคมที่มีแต่การสู้รบทำให้ผู้หญิงเหลืออยู่น้อยมาก ตลอดจนความเชื่อในการถ่ายทอดความรู้ความเข้มแข็งจากซามูไรที่มีอายุโสมมากกว่าให้แก่เด็กหนุ่มเพื่อบรรลุนิติภาวะ ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายในสังคมซามูไรเป็นสิ่งที่พบเห็นได้โดยทั่วไป (Leupp, 1997: 51, 56-57) หนังสือ The Great Mirror of Male Love ในศตวรรษที่ 18 ของอิฮาระ ซะคาคุ (Ihara Saikaku) เป็นการรวมเรื่องสั้นจำนวนมาก โดยแบ่งเป็นสองภาค ภาคแรกเป็นเรื่องราวของความรักในบรรดาซามูไร ภาคหลังเป็นเรื่องราวของความรักในคณะละครคาบูกิ เรื่องราวเหล่านี้แม้จะเป็นเรื่องราวความรักในอุดมคติ แต่ก็สะท้อนค่านิยมของสังคมญี่ปุ่นที่มีส่วนในการกำหนดรูปแบบของความสัมพันธ์ได้เป็นอย่างดี เช่น ค่านิยมของความเป็นผู้ชาย (Masculinity) ในหมู่ซามูไรที่ได้รับอิทธิพลมาจากพุทธศาสนานิกายเซน นอกจากนี้แล้วหนังสือเล่มนี้ยังสะท้อนให้เห็นว่าความสัมพันธ์ส่วนใหญ่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างชายฉกรรจ์กับเด็กวัยรุ่น โดยอยู่ภายใต้ระบบอุปถัมภ์ (สมชัย เย็นสบาย, 2542: 308)

² การนับศักราชของญี่ปุ่น เป็นการนับตามการขึ้นครองราชย์ของจักรพรรดิ ดังนั้นรัชสมัยโชวะ (Showa) จึงสิ้นสุดเมื่อจักรพรรดิฮิโรฮิโตะสิ้นพระชนม์เมื่อวันที่ 7 มกราคม ค.ศ. 1989 รวม 64 ปี และรัชสมัยเฮเซ (Heisei) จึงเริ่มต้นขึ้นเมื่อวันที่ 8 มกราคม ค.ศ. 1989 ตามการขึ้นครองราชย์ของจักรพรรดิอะกิฮิโตะ (ยุพา คลังสุวรรณ, 2547: 110)

YAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง

การ์ตูนญี่ปุ่นที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย สามารถแบ่งตามกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคออกเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มความหลากหลายทางเพศ และผู้หญิง โดยการศึกษาชี้ให้เห็นความสำคัญเฉพาะกลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงเท่านั้น เนื่องจากเป็นสื่อที่แพร่หลายและเป็นที่ยอมรับมากกว่าสื่อของกลุ่มความหลากหลายทางเพศในสังคมไทย เช่นกรณีความนิยมในเรื่องคุโซะมิโซะเทะคุนิคุ (Kuso miso tekunikku) ผลงานของ จุนอิชิ ยามาคาว่า (Junichi Yamakawa) ที่ได้รับความนิยมและมีอิทธิพลต่อผลงานในเวลาต่อมาของกลุ่มความหลากหลายทางเพศ หากแต่ไม่ได้รับการยอมรับมากนักในกลุ่มผู้บริโภคผู้หญิง เพราะความสมจริงมากเกินไป ตลอดจนความสัมพันธ์ทางเพศที่ไม่ได้มีพื้นฐานมาจากความสัมพันธ์ทางด้านจิตใจ กรณีเช่นนี้จึงเป็นเสมือนเส้นแบ่งความแตกต่างระหว่างกลุ่มความหลากหลายทางเพศ และผู้หญิง ภายในการ์ตูนที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย

การ์ตูนญี่ปุ่นที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย โดยผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง¹ ทำให้ได้รับการยอมรับว่าเป็นหนังสือการ์ตูนของผู้หญิงโดยผู้หญิง (Manga by women for women)² สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ โชเนนไอ (Shonen-ai: Boys' Love), บีโชเนน (Bi-shonen: Beautiful Boys), และ ยาไออิ (YAOI) หากแต่การนิยามความแตกต่างของการ์ตูนทั้งสามประเภทนี้ มีความหลากหลายมาก เนื่องจากตามศัพท์แล้ว โชเนนไอแปลว่าความรักของเด็กผู้ชาย บีโชเนนแปลว่าผู้ชายที่มีหน้าตาสวยงามเหมือนผู้หญิง (Feminine) และ ยาไออิ (YAOI) ย่อมาจาก YAmashi, Ochi nashi, Imi nashi (No Climax, No Meaning, No Points) แปลว่าเรื่องราวที่ไม่มีสาระใดๆ ซึ่งตรงกับคำแสดงญี่ปุ่นว่า YAmete kudasai, Oshiri ga Itai yo (Stop it, my butt hurts) (Suzuki, 1998; Lunsing, 2006)

ขณะเดียวกัน บีโชเนน ไม่จำเป็นที่จะต้องหมายถึงการ์ตูนที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายเท่านั้น ดังเช่นการศึกษาของ Welker (2006: 841) ที่มีการนิยามความ

¹ งานวิจัยของ Mizoguchi (2005) ระบุว่า ปัจจุบันในประเทศญี่ปุ่น การ์ตูนที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย ประกอบด้วยกลุ่มผู้อ่านประมาณร้อยละ 95 และผู้ผลิตทั้งหมดต่างเป็นผู้หญิง

² YAOI เป็นการ์ตูนผู้หญิง เนื่องจากผู้เขียนและกลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่ากลุ่มความหลากหลายทางเพศ (Thorn, 1997)

แตกต่างกับการศึกษาของสุภิญญา ทองรัตนาสิริ (2544: 2) ที่เสนอว่า โชนเนอไอตัวละครจะมีลักษณะสูงใหญ่เป็นผู้ปกป้อง ส่วนตัวละครอีกฝ่ายจะมีลักษณะตัวเล็กน่าทะนุถนอม

นอกจากนั้น สุภิญญา ทองรัตนาสิริ (2544: 2) เสนอว่า YAOI เป็นการ์ตูนที่ถูกดัดแปลงให้มีความสัมพันธ์แบบชายรักชาย และบิโชนเนอนำเสนอความสัมพันธ์ของตัวละครเป็นแบบเพื่อนผู้ชายที่มีความสัมพันธ์เกินกว่าตัวละครหญิงจะเข้าใจได้ ธันวิททิพย์ ศรีสุตา (2548: 18-19) เสนอว่า YAOI เป็นการ์ตูนที่เน้นการนำเสนอการมีเพศสัมพันธ์มากกว่าความรู้สึกของตัวละคร แต่โชนเนอไอเป็นการ์ตูนที่เน้นการนำเสนอความรู้สึกของตัวละครมากกว่าการมีเพศสัมพันธ์

ขณะเดียวกัน ตามร้านจำหน่ายการ์ตูนที่ประเทศญี่ปุ่นได้จัดประเภทการ์ตูนเหล่านี้ว่า “BL” อันย่อมาจาก Boys’ Love แต่ร้านค้าภายนอกประเทศญี่ปุ่นจะจัดกลุ่มว่าเป็น “YAOI” นอกจากนี้คำว่า “Global BL” เป็นศัพท์ใหม่ที่ใช้เรียกผลงานที่ใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร นอกเหนือจาก “American YAOI” ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าตลาดของผู้ผลิตและผู้บริโภคในชุมชนอื่นๆ เริ่มมีการขยายตัวและเริ่มมีรูปแบบเป็นของตัวเอง การจัดประเภทต่างๆ เหล่านี้จึงเสมือนการแบ่งแยกตามหลักภูมิศาสตร์ อย่างไรก็ตามในประเทศญี่ปุ่นนั้น BL กลับเป็นเพียงประเภทหนึ่งของการ์ตูนที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย ที่มีผู้ผลิตและผู้บริโภคเป็นผู้หญิงเท่านั้น เนื่องจากการแบ่งแยกประเภทย่อยๆ ลงไปอีกมากมาย

ความหลากหลายของการนิยามความแตกต่าง ในการ์ตูนทั้งสามประเภทนี้จึงหาที่สรุปไม่ได้ชัดเจน ในการศึกษาี้ ผู้วิจัยจึงใช้ “YAOI” เพื่อให้สอดคล้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้หญิงที่เรียกว่า “ยูริ” (YURI) และการขนานนามคนในว่า “สาววาย” ในสังคมไทย

การ์ตูนญี่ปุ่นเรื่องแรก ที่นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายเป็นที่ถกเถียงกันว่าเรื่องใดเป็นเรื่องแรกกันแน่ ระหว่างเรื่องเบรู่ไซยู โนะ บาระ (Berusaiyu no Bara: Rose of Versailles) โดยอิเคดะ ริโยโกะ (Ikeda Riyoko) วางจำหน่ายใน ค.ศ.1972 และโทมัส โนะ ซินโซ (Tooma no shinzou: The Heart of Thomas) โดยฮาจิโอะ โมโตะ (Hagio Moto) วางจำหน่ายใน ค.ศ.1974 และเรื่องคาเซะ โตะ คิ โนะ อุตะ (Kaze to ki no uta: The Poem of the wind and the tree or Le Poème de Vent et des Arbres) โดยทาเคมิยะ เคโกะ (Takemiya Keiko) วางจำหน่ายใน ค.ศ.1976

เรื่องเบรู่ไซยู โนะ บาระนำเสนอเกี่ยวกับออสการ์ (Oscar) หญิงสาวที่ถูกเลี้ยงดูและแต่งตัวเป็นผู้ชาย ทำหน้าที่เป็นองครักษ์ของมารี อังตัวเนตต์ (Marie Antoinette) ราชินีในพระเจ้าหลุยส์ที่ 16 (Louis XVI) (Gravett, 2004: 86-87) แต่เรื่องนี้ไม่เป็นที่ยอมรับมากนักว่า

นำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย หากแต่เป็นการนำเสนอความคลั่งไคล้ของผู้หญิงต่อผู้หญิงที่แต่งกายแบบผู้ชาย (Thorn, 1997; Wilson and Toku, 2003)

เรื่องคาเสะ โตะ คิ โนะ อุตุนำเสนอเกี่ยวกับซิลแบร์ต ก็อกโต (Gilbert Cocteau) เด็กชายชาวฝรั่งเศสในโรงเรียนประจำชายล้วนที่มีความขัดแย้งระหว่างเพศสัมพันธ์เพื่อเงินและมีทรภาพ ในช่วงทศวรรษ 1880 (Gravett, 2004: 89)

เรื่องโทมัส โนะ ซินโซ นำเสนอเรื่องราวของโทมัส (Thomas) เด็กชายชาวเยอรมันอายุ 14 ปีที่ฆ่าตัวตายเนื่องจากถูกปฏิเสธความสัมพันธ์อันที่คนรักจากจูเลีย (Juli) รุ่นพี่ในโรงเรียน เนื่องจากจูเลียถูกรุมข่มขืนมาก่อน จึงคิดว่าตนเองไม่มีคุณค่ามากพอที่จะรับความรักจากโทมัส (Thorn, 1997; Wilson and Toku, 2003; Gravett, 2004: 80)

แม้ว่าข้อเสนอเกี่ยวกับการ์ตูน YAOI เรื่องแรกจะหาข้อสรุปไม่ได้ แต่อย่างน้อยที่สุดได้ทำให้เราเข้าใจว่าการ์ตูนประเภทนี้เริ่มได้รับความนิยมและการเผยแพร่ในทศวรรษที่ 1970 และนิตยสารการ์ตูนรายปักษ์เล่มแรกคือ จูเน่ (June)¹ วางจำหน่ายเมื่อ ค.ศ. 1978 (Thorn, 1997; Wilson and Toku, 2003) จนกระทั่งในปัจจุบันสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ YAOI มีความหลากหลาย เฉกเช่นเดียวกับการ์ตูนญี่ปุ่นประเภทอื่น ไม่ว่าจะเป็นหนังสือการ์ตูน (Manga) การ์ตูนล้อ (Parody) สื่อที่ไม่ได้เผยแพร่ผ่านสำนักพิมพ์ (Dojinshi)² ภาพยนตร์การ์ตูน (Animation) เพลงประกอบภาพยนตร์การ์ตูน ละครวิทยุ (Drama CD) ตลอดจนนวนิยาย (Novel) นิยายล้อ (Fan Fiction) รวมถึงสิ่งของต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องเขียน ของที่ระลึก ทำให้ YAOI จึงกลายเป็นพื้นที่หนึ่งของวัฒนธรรมย่อย

¹ June เป็นวารสารการ์ตูนรายปักษ์ขนาด B5 (182 x 257 มิลลิเมตร) จำนวนหน้าเฉลี่ย 326 หน้า กำหนดออกทุกวันที่ 25 โดยสำนักพิมพ์ San Shuppan ราคา 750 เยน ด้วยยอดจำหน่ายประมาณ 80,000 – 100,000 เล่มต่อฉบับ เริ่มจำหน่ายครั้งใน ค.ศ.1978 (Schodt, 1996: 123)

² สื่อที่ไม่ได้เผยแพร่ผ่านช่องทางที่เป็นทางการ หรือ โดจินชิ (Dojinshi) นั้น โดยส่วนใหญ่ มักจะเข้าใจว่าโดจินชิ เป็นเพียงการ์ตูนหรือภาพล้อที่ผลิตและเผยแพร่โดยไม่ได้ผ่านสำนักพิมพ์เท่านั้น แท้จริงแล้วโดจินชินั้น มีความหมายครอบคลุมถึงวรรณกรรม การ์ตูน และผลงานทางวิชาการที่เผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ ที่มีลักษณะไม่ทางการ เช่น บล็อก (Blog) ซีดี (CD) สำเนาเอกสาร ฯลฯ (<http://ja.wikipedia.org/wiki/>)

YAOI และวัฒนธรรมย่อย

หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดวัฒนธรรม¹ หรือที่เรียกว่า “วัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง”² นั้น ทำให้ผู้บริโภคเกิดความนิยมในวัฒนธรรมญี่ปุ่น (Harizu: Japan Fans) ในด้านต่างๆ เช่น การฟังเพลงญี่ปุ่น การรับประทานอาหารญี่ปุ่น การเรียนภาษาญี่ปุ่น ฯลฯ จนอาจจะกล่าวได้ว่า ความนิยมในวัฒนธรรมญี่ปุ่นเป็นวัฒนธรรมกระแสนิยมในประเทศไทย (นันทขว้าง สิริสุนทร, 2545: 174) ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นการรับวัฒนธรรมใหม่ (Acculturation)³ เข้ามาในสังคมไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายใน YAOI

¹ จอห์น บี. ทอมสัน (John B. Thompson, 1995) จัดประเภทคำนิยามของวัฒนธรรมออกเป็น 4 รูปแบบ ประกอบด้วย 1)แบบClassic วัฒนธรรม หมายถึง การพัฒนาด้านภูมิปัญญาและจิตวิญญาณที่มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่าอารยธรรม ผลผลิตทางวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในขณะที่มนุษย์เคยพูดเคยคิด เคยกระทำมา 2)แบบDescriptive เป็นการนิยามคุณลักษณะต่างๆ ของวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ จริยธรรม ข้าวของเครื่องใช้ อุปนิสัยของคนในสังคม การละเล่น 3)แบบSymbolic จะพิจารณาวัฒนธรรมในรูปของสัญลักษณ์ (Sign) ที่มีความหมาย (Meaning) ที่ถูกสังคมนั้นประกอบสร้างขึ้นมา การศึกษาวัฒนธรรมจึงต้องเข้าใจความหมายที่ซ่อนอยู่ในระบบสัญลักษณ์เหล่านี้ 4)แบบStructural เป็นการนิยามที่ก้าวต่อมาจากกลุ่ม Symbolic คือ การขยายเรื่องสัญลักษณ์ให้มาสัมพันธ์กับบริบททางสังคม โดยถือว่าสัญลักษณ์นั้นไม่ได้เกิดในความว่างเปล่า ดังนั้น การศึกษาวัฒนธรรมจึงต้องเริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิต การกระจาย และการบริโภคสัญลักษณ์นั้น (Production/ Distribution/ Consumption of meaning) ที่มีอยู่ในบริบทสังคมหนึ่งๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545: 59-60)

² ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับวัฒนธรรม คือ นอกจากสื่อจะทำหน้าที่เป็นกลไกในการถ่ายทอดทางวัฒนธรรมแล้ว สำหรับในยุคสมัยปัจจุบันสื่อได้กลายมาเป็นศูนย์กลางชีวิตของปัจเจกบุคคล สถาบัน และสังคมไปแล้ว ดังที่มีการขนานนามสังคมแบบใหม่ว่าสังคมสารสนเทศ สื่อจึงได้ก้าวเข้ามาเป็นตัวกลั่นทางวัฒนธรรม (Generator) กล่าวคือ สื่อเป็นสถาบันที่สำคัญในการผลิตและกระจายวัฒนธรรม (กาญจนา แก้วเทพ, 2545: 55)

³ การรับวัฒนธรรมใหม่ เป็นหนึ่งในรูปแบบการปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม (Culture interaction) ตามทฤษฎีแพร่กระจายทางวัฒนธรรม (Diffusion theory) โดยรับวัฒนธรรมใหม่จากสังคมอื่นมาปฏิบัติ เช่น ความเชื่อ เจตคติ รูปแบบการกระทำ เข้ามาแทนที่วัฒนธรรมเดิมที่ละน้อย หรือรับเข้ามาในฐานะสิ่งใหม่ที่ไม่เคยปรากฏอยู่ในสังคมเดิม ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลถึงความแตกต่างในการรับวัฒนธรรมใหม่ ประกอบด้วย อายุ เพศ การศึกษา การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการเผยแพร่ เช่น วิทยุอินเทอร์เน็ตที่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ ย่อมสามารถรับวัฒนธรรมใหม่ได้ง่ายกว่าผู้หญิงที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสาร (นิยพรรณ วรณศิริ, 2540)

วัฒนธรรมกระแสนิยม เป็นผลพวงของการเมืองวัฒนธรรมร่วมสมัย (Contemporary culture politics) ที่วัฒนธรรมมีความหมายทางการเมืองด้วย ไม่ใช่เป็นเพียงเครื่องมือของอุดมการณ์ทางการเมือง โดยประเด็นสำคัญของการศึกษาอยู่ที่เรื่องราวของการสร้างความหมายในเรื่องของ “ความนิยม” (Popular) และ “ประชาชน” (People) ความนิยมนั้นแสดงออกด้วยกิจกรรมทางวัฒนธรรม ในขณะที่ประชาชนคือกลุ่มคนผู้เป็นประธานของกิจกรรมนั้นๆ ดังนั้นวัฒนธรรมประชานิยมจึงเป็นอะไรก็ได้ที่อยู่บนเวทีของการโต้แย้ง (Popular culture as a site of contest) และบนเวทีแห่งนี้พื้นที่ของการโต้แย้งจึงเหมือนกับเป็นการหาความเหมาะสมและคู่ตรงข้าม เพื่อสร้างความชอบธรรมทางวัฒนธรรมให้กับตัวมันได้ (วิริยะ สว่างโชติ, 2542: 271-274) หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเป็น “พื้นที่ของการต่อสู้ ต่อรอง และสร้างตัวตนของคนกลุ่มต่างๆ ในสังคม” (A multi-dimensional site of struggling/ negotiating for cultural selves and identities) (พัฒนา กิติอาษา, 2546ก: 7)

ขณะเดียวกัน วัฒนธรรมกระแสนิยมไม่ใช่เพียงวัตถุ หากแต่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของมนุษย์ (วิริยะ สว่างโชติ, 2542: 284-285) เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสความนิยมของคนในสังคมและกาลเวลา ซึ่งเป็นผลผลิตของสื่อมวลชน หากแต่แฝงรูปแบบพื้นที่ในการสร้าง ค้นหา ต่อรองและผลิตซ้ำตัวตน เพื่อบ่งบอกสังกัดว่าตนเองเป็นใคร และแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร (พัฒนา กิติอาษา, 2546ก: 53) โดยรูปแบบการรวมกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบสิ่งเดียวกันก่อให้เกิดวัฒนธรรมย่อย ที่แสดงให้เห็นถึงการต่อสู้เพื่อความชอบธรรมย่อยที่แตกต่างเหล่านั้น ทั้งในความคิด พฤติกรรม ค่านิยม และวิถีชีวิต อันเป็นการต่อสู้ทางวัฒนธรรมและการต่อสู้ทางด้านชนชั้น ความพยายามแก้ไขปัญหาก็เป็นผลเนื่องจากความขัดแย้งในโครงสร้างสังคมที่กลุ่มย่อยเหล่านั้นประสมร่วมกัน ทำให้เกิดรูปแบบทางอัตลักษณ์ร่วมกันประเภทหนึ่งของปัจเจกที่นอกเหนืออัตลักษณ์ส่วนตัวที่ได้รับมาจากชนชั้น การศึกษา และอาชีพ แม้จะเป็นทางออกชั่วคราว แต่อาจจะเป็นทางออกในการแก้ปัญหาได้ระดับหนึ่ง และการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมย่อยแสดงให้เห็นถึงทางเลือกของการแสดงออกที่สะท้อนพหุลักษณะทางวัฒนธรรมในสังคม โดยเฉพาะวิถีชีวิตที่เป็นอิสระจากโลกของการทำงาน (กุลภา วจนสาระ, 2544: 17-18)

แนวความคิดวัฒนธรรมย่อย จึงเป็นการทำความเข้าใจปฏิสัมพันธ์ของมนุษย์ในทางสังคมวิทยาต่อจากหลังทางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ทางด้านระบบความหมาย วิธีการแสดงออก หรือรูปแบบการใช้ชีวิตที่ทำให้เกิดขึ้นโดยกลุ่มย่อยๆ ในแง่ของการตอบโต้ระบบความหมายที่ครอบงำ สะท้อนให้เห็นความพยายามของพวกเขาที่จะแก้ปัญหาความขัดแย้งเชิงโครงสร้างที่เกิดขึ้นจากบริบททางสังคมโดยรวม จุดสำคัญของการปรากฏตัวของวัฒนธรรมย่อยคือ

การทำให้เกิดกลุ่มพฤติกรรม กิจกรรม และค่านิยม ซึ่งเป็นระบบสัญลักษณ์ที่เต็มไปด้วยความหมาย (กุลภา วจนสาระ, 2544: 18)

รูปแบบที่สำคัญของวัฒนธรรมย่อยที่สำคัญ คือ การใช้รูปแบบในเชิงสัญลักษณ์ เพื่อแสดงความหลากหลายของความหมาย ระดับความผูกพันและความเป็นสมาชิกของกลุ่ม ความเป็นกลุ่มทางสัญลักษณ์ และกำหนดขอบเขตของกลุ่มจากกระแสหลัก เช่น ภาพลักษณ์จากการแต่งกาย กิริยาท่าทาง ศัพท์ที่ใช้กันเฉพาะภายในกลุ่ม ฯลฯ เพื่อค้นหาและแสดงอัตลักษณ์ (Identity) ของตนที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นในสังคม โดยการสร้างความหมายให้กับกลุ่มของตัวเอง โดยใช้สินค้าทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการแสดงวัฒนธรรมของตนเอง เช่น การเลือกฟังเพลง การเลียนแบบพฤติกรรมของดารานักร้อง ดังที่ดิก เฮบดิก (Dick Hebdige) กล่าวว่า สินค้าทางวัฒนธรรมทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์เป็นเครื่องหมายของพรหมแดน (Weapon of exclusion) เครื่องมือของการกำหนดเอกลักษณ์และความแตกต่าง (กุลภา วจนสาระ, 2544: 13-18) วัฒนธรรมกระแสนิยมเป็นการต่อรองระหว่างคนหลายกลุ่ม ผู้มีอำนาจชี้นำทางความคิดไม่อาจครอบงำประชาชนได้เสมอไป (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, 2549: 38) เช่นเดียวกับจอห์น ฟิสก์ (John Fiske) กล่าวว่า ระบบทุนนิยมการตลาดที่สินค้าทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เราไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ แสดงให้เห็นว่าระบบการผลิตและการตลาดไม่ได้คำนึงแต่หน้าที่การใช้สอยของวัตถุ (Material function) หากแต่หน้าที่ทางวัฒนธรรม (Cultural function) ก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน ดังนั้น ผู้ใช้สินค้าซึ่งเป็นผู้บริโภคความหมายและ/ หรือผลิตความหมายก็เท่ากับว่ามีอำนาจต่อผู้ผลิตสินค้าด้วย (วิริยะ สว่างโชติ, 2542: 287)

กลุ่มคนที่ชื่นชอบ YAOI นั้นในไทยและต่างประเทศ มีการรวมตัวกันทำกิจกรรมต่างๆ เช่น งานหนังสือทำมือ (Dojinshi fair) การแต่งกายเลียนแบบตัวละครที่ชื่นชอบ (Cosplay) ชุมชนออนไลน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต ตลอดจนการใช้ภาษาในการเรียกสิ่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น เซเมะ (Seme) หมายถึง ตัวละครที่มีบทบาทผู้กระทำ (Dominant) อุเคะ (Uke) หมายถึง ตัวละครที่มีบทบาทผู้ถูกกระทำ (Submission) ในการมีเพศสัมพันธ์ (Yoo, 2001; Wilson and Toku, 2003; Mizoguchi, 2005; Welker, 2005) สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำให้ YAOI เป็นส่วนหนึ่งในการแสดงพื้นที่ (Space) ของผู้หญิงนอกเหนือไปจากหนังสือการ์ตูนผู้หญิงประเภทอื่น (Mizoguchi, 2005)

ดังนั้นวิทยานิพนธ์นี้ จึงเป็นการพยายามศึกษาปรากฏการณ์วัฒนธรรมกระแสนิยมด้วยวิธีคิดแบบสัมพัทธนิยมทางวัฒนธรรม (Cultural relativism) ที่วางอยู่บนฐานความคิดว่าการรับรู้ความจริงของมนุษย์ไม่ได้มีแบบเดียว คนต่างวัฒนธรรมเชื่อและรับรู้ความจริงในแบบของตัวเอง มีเหตุผลของตัวเอง ไม่มีความจริงแบบใดที่ดีที่สุด แต่ดีในเงื่อนไขของตัวเอง ด้วยอาศัยการ

เก็บข้อมูลภาคสนามทางชาติพันธุ์วรรณาเพื่อช่วยให้เสียงพูดของคนกลุ่มต่างๆ ดังออกมา เพื่อให้ทำให้รู้ว่าคนเหล่านั้นคิดอย่างไร ปฏิบัติตัวอย่างไรต่อการเสฟสื่อบันเทิง มีเงื่อนไขทางสังคมอะไรที่ทำให้คนต่างกลุ่มเลือกใช้สื่อต่างกัน มีเป้าหมายในการใช้สื่อต่างกัน ทำให้วัฒนธรรมกระแสนิยมมีคุณค่าในตัวเอง มีได้แบ่งแยกว่าวัฒนธรรมใดดีกว่า/ด้อยกว่าวัฒนธรรมอื่น (นฤพนธ์ ดั่งวงวิเศษ, 2549: 58-60)

YAOI และเพศวิถี

คณะกรรมการว่าด้วยสถานภาพสตรีขององค์การสหประชาชาติ (ค.ศ.1972) ตั้งข้อสังเกตว่า ปัญหาอุปสรรคของความพยายามที่จะส่งเสริมสถานภาพความก้าวหน้าของผู้หญิง คือ เจตคติที่ฝังรากลึกของผู้หญิงผู้ชายอันเป็นผลมาจากรูปแบบทางวัฒนธรรม ผ่านทางกระบวนการขัดเกลาทางสังคมรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว การศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถาบันสื่อสารมวลชน ที่หล่อหลอมความรู้ความเข้าใจ ความคิดเห็น อารมณ์ความรู้สึก การปฏิบัติ และเจตคติต่อเพศ รวมทั้งเจตคติต่อเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศ (คณะอนุกรรมการเฉพาะด้านจัดทำแผนหลักงานสตรี สำนักงานปลัด สำนักนายกรัฐมนตรี, 2537: 9-1)

ดังนั้นจึงอาจจะกล่าวได้ว่า การ์ตูนญี่ปุ่นเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่ถ่ายทอดบทบาทความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงหรือเพศวิถี¹ รูปแบบอื่นๆ ให้แก่เยาวชนรุ่นต่อไปในสังคมโดยไม่ได้จำกัดเพียงแค่สังคมญี่ปุ่นเท่านั้น หากแต่รวมถึงสังคมอื่นที่

¹ เพศวิถีนี้สอดคล้องกับบทความของวิจิตร ว่องวาริทิพย์ (2542: 245) ที่เสนอว่า “เช็ทซ์ชวลลิตีสัมพันธ์แนบแน่นกับเรื่องความไม่เท่าเทียมกันในความสัมพันธ์ทางอำนาจระหว่างเพศหลายๆ เพศ (Gender) ไม่เพียงแต่เฉพาะระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย แต่ยังรวมถึงระหว่างผู้หญิงผู้ชาย “ปกติ” (Heterosexual) กับ “ความเป็นอื่น” (The other) เช่น พวกรักร่วมเพศ (Homosexuals) ผู้มีความผิดปกติทางร่างกาย เช่น Hermaphrodite หรือแม้กระทั่งคนพิการซึ่งอาจถือเป็น อีกเพศหนึ่งได้ ทั้งนี้ เนื่องจากเช็ทซ์ชวลลิตีเป็นพื้นที่แห่งเล่น “รหัส” ทางสังคมหลายอย่าง การร้อยรัดกลืนกินเป็นเนื้อเดียวกับประเด็นทางศีลธรรม ทำให้คนที่ทำตัวออกนอกกรอบกรอบ ในเรื่องเช็ทซ์ชวลลิตี จะถูกมองเป็นคนมีตราบาป เป็นผู้หญิงไม่ดี ไม่ใช่ผู้ชายแท้ (หรือถ้าเทียบเป็นคำไทยที่แสนสันต์ก็คือเป็นพวก “หน้าตัวเมีย”) และรัฐอาจไม่ยอมรับในความเป็นพลเมืองของคนๆ นั้น หรืออาจรุนแรงถึงขั้นที่องค์กรทางศาสนาไม่ยอมรับในความเป็นมนุษย์ของเขา ด้วยเหตุที่มันเกี่ยวข้องกับรหัสทางสังคมที่สร้าง “คู่ตรงข้าม” (Binary opposition) และโดดเด่น “ความเป็นอื่น” นี้เอง การให้ความสนใจต่อประเด็นเช็ทซ์ชวลลิตีจึงเป็นการต่อสู้ในเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic struggle) ซึ่งก็คือการต่อสู้ในระดับอุดมคติ (Ideology) เพื่อให้ได้มาซึ่งการขัดความไม่เท่าเทียมกันในความสัมพันธ์ทางอำนาจที่มีอยู่ในสังคม”

การ์ตูนญี่ปุ่นได้เข้ามามีอิทธิพล ไม่ว่าจะเป็นประเทศในแถบเอเชียตะวันออก หรือสหรัฐอเมริกา และประเทศไทย

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้หญิงที่ปรากฏในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น มักจะศึกษาการนำเสนอภาพสะท้อนของผู้หญิงในการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีกลุ่มผู้อ่านเป็นผู้ชาย (Shonen manga: Boys' comics) การ์ตูนเหล่านี้นิยมนำเสนอผู้หญิงในฐานะวัตถุตอบสนองความต้องการทางเพศของผู้ชายเท่านั้น โดยความรุนแรงดังกล่าวเริ่มปรากฏครั้งแรกในเรื่องฮาเร็นจิเกะกุเอน (Harenchi gakuen: Shameless school) ในนิตยสารรายสัปดาห์ชูกันโชเนนจัมป์ (Shukan Shonen Jump) วางจำหน่ายใน ค.ศ. 1968 ความรุนแรงทางเพศแสดงออกทางตัวละครชายมักจะ แต่ต้องส่วนต่างๆ ของร่างกายและแอบดูได้กระโปรงของตัวละครหญิง (Lent, 1989: 234; Funabashi, 1995: 257)

ต่อมาในช่วงทศวรรษ 1970 รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้หญิงและผู้ชายในการ์ตูนญี่ปุ่น แสดงออกทางตัวละครชายจะพยายามหาวิธีการต่างๆ เพื่อสามารถมีเพศสัมพันธ์กับตัวละครหญิง โดยรูปแบบการมีเพศสัมพันธ์ที่ดีที่สุดในความรู้สึกของตัวละครชาย คือ การข่มขืน ตลอดจนการทารุณกรรมด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การจับมัด ใช้เทียนไข แล้ อุปกรณ์ทางเพศ หรือสิ่งของในชีวิตประจำวันสอดใส่เข้าไปในช่องคลอดของตัวละครหญิง เพื่อกระตุ้นความต้องการทางเพศทั้งสองฝ่าย และทำให้ตัวละครหญิงถึงจุดสุดยอดได้อย่างเต็มที่ (Funabashi, 1995: 257)

จนกระทั่งใน ค.ศ. 1985 เป็นต้นมา รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้หญิงและผู้ชายในการ์ตูนญี่ปุ่น แสดงออกผ่านการ์ตูนที่นำเสนอการมีเพศสัมพันธ์กับตัวละครหญิงที่มีอายุน้อยกว่า 15 ปี หรือที่เรียกว่า “โลลิคอน” (Lolikon หรือ Lolita complex)¹ โดยหน้าปกนิยมทำเป็นรูปนางแบบผู้หญิงใส่ชุดว่ายน้ำ รวมทั้งการบรรยายเพศสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายปรากฏในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เพศสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงสองคนโดยผู้ชายเป็นผู้เฝ้ามองเพศสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงหนึ่งคนกับผู้ชายสองคน (Funabashi, 1995: 257; Ito, 1995: 128-133)

¹ Lolicon: Lolita complex มาจากชื่อนวนิยายเรื่อง Lolita (1955) ของวลาดิเมียร์ นาบาคอฟ (Vladimir Nabakov) ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับ ฮัมเบิร์ต ฮัมเบิร์ต (Humbert Humbert) ที่หลงรักโดโรเลส เฮซ (Dolores Haze) เด็กสาวอายุ 12 ปี (<http://en.wikipedia.org>)

ดังนั้น ลักษณะการบรรยายความสัมพันธ์ระหว่างเพศของผู้หญิงและผู้ชายในการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีกลุ่มผู้อ่านเป็นผู้ชาย สามารถสรุปออกเป็น (Funabashi, 1995: 258; Ito, 1995: 128-133)

1. การบรรยายรูปร่างของตัวละครหญิงเปรียบเสมือนกับสิ่งของหรือวัตถุทางเพศ นิยมเน้นหน้าอกและอวัยวะเพศให้มีขนาดใหญ่ รวมทั้งท่าทางที่รอคอยให้เข้ามาสัมผัสสัมพันธ์ด้วย เช่น การนั่งหรือนอนแยกขา รอคอยตัวละครชาย

2. บทบาทของตัวละครชายจะเป็นฝ่ายข่มขืนและชอบแอบดู (Voyeur) ตัวละครหญิงต้องเป็นฝ่ายถูกข่มขืนและชอบแสดงออก (Exhibit) ผ่านพฤติกรรมและการแต่งกายเพื่อเชิญชวนให้มีเพศสัมพันธ์ด้วย เช่น การใส่กระโปรงสั้น รวมทั้งบทบาทของตัวละครหญิงที่มีอายุและประสบการณ์ทางเพศมากกว่า ทำหน้าที่เป็นผู้ล่าพรหมจรรย์ของผู้ชาย โดยการล่อลวงให้ผู้ชายที่ใส่เสื้อบิสสุทธีให้เกิดความต้องการทางเพศ

3. ตัวละครหญิง เต็มไปด้วยความต้องการทางเพศอย่างไม่มีที่สิ้นสุด (Sex mania) และชอบมีเพศสัมพันธ์ด้วยความเจ็บปวด (Masochist) ดังนั้นการถูกข่มขืนจึงเป็นเครื่องมือในการกระตุ้นทำให้ตัวตนที่แท้จริงของเธอตื่นขึ้นมา

4. การบรรยายฉากเพศสัมพันธ์ (Sexual intercourse) เน้นรายละเอียดเกี่ยวกับช่องคลอดและท่าทางในการถึงจุดสุดยอดของตัวละครหญิง รวมทั้งไม่มีการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์และการคุมกำเนิด

5. ตัวละครหญิงส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็นเลขานุการ นักเรียน ครู แม่บ้าน พนักงานบริษัท พยาบาล แตกต่างจากอาชีพของตัวละครชายที่มักจะเป็นอาชีพที่มีอำนาจและอิทธิพลเหนือกว่า เช่น ตัวละครชายเป็นเจ้านาย ตัวละครหญิงเป็นลูกน้อง หรือตัวละครชายเป็นครู ตัวละครหญิงเป็นนักเรียน ทำให้ตัวละครหญิงไม่มีอำนาจในการต่อรองเพื่อปฏิเสธการมีเพศสัมพันธ์ที่ไม่ต้องการ

6. การใช้กำลังของตัวละครชายต่อตัวละครหญิง เช่น การลักพาตัวเพื่อนำไปข่มขืน การถูกรุมข่มขืนโดยตัวละครชายหลายคน และการฆาตกรรมเพื่อข่มขืนศพ การกระทำดังกล่าวล้วนแต่เป็นการกระทำที่มีเหตุผล เนื่องจากตัวละครหญิงมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การแต่งกายที่ยั่วยวนกระตุ้นความต้องการทางเพศของผู้ชาย

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในการ์ตูนญี่ปุ่น ที่แสดงถึงความแตกต่างทางด้านสถานภาพของผู้หญิงและผู้ชาย ทำให้ผู้หญิงกลุ่มหนึ่งต้องการเปลี่ยนบทบาทของผู้หญิง

จากเดิมที่ต้องเป็นฝ่ายด้อยกว่าผู้ชายในทุกด้าน¹ มาเป็นผู้ที่มีสถานะเหนือกว่าในการกำหนดบทบาทของผู้ชายผ่านทางการ์ตูนญี่ปุ่นให้เป็นที่ไปตามจินตนาการ เช่น ผู้ชายสามารถอ่านการ์ตูนที่มีภาพการนำเสนอจากเพศสัมพันธ์ของผู้หญิงได้โดยไม่ต้องปกปิด ดังนั้นผู้หญิงก็ควรจะสามารถอ่านการ์ตูนที่นำเสนอจากเพศสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายได้เช่นเดียวกัน (Suzuki, 1998; Noh, 1998) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดสตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ (Marxist feminism) และแนวคิดเรื่องการจ้องมอง (Gazing) ของลอรา มัลวี (Laura Mulvey)

สตรีนิยม คือ แนวคิดและการรวมตัวเพื่อเคลื่อนไหวทางสังคมในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิงและเพศภาวะ เช่น ความเท่าเทียม (Equality) ความเสมอภาค (Equity)² ซึ่งพื้นฐานในการศึกษาสตรีนิยมประกอบด้วยการสร้างความรู้ โดยมีผู้หญิงเป็นศูนย์กลางของการศึกษา (ชลิตาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2542: 221) การต่อสู้แนวคิดปิตาธิปไตยหรือผู้ชายเป็นใหญ่ (Patriarchy) การอธิบายความไม่เท่าเทียมกันระหว่างผู้ชายและผู้หญิง รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมที่เป็นตัวกำหนดความไม่เท่าเทียม ผ่านทางสถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา สถาบันการเมือง สถาบันศาสนา และสถาบันสื่อมวลชน พื้นฐานการศึกษา

¹ โคทม อารียา (2527) แสดงความเห็นในบทความ แนวคิดในการพัฒนาสตรี โดยสรุปว่า “ชายและหญิงมีความแตกต่างกันในด้านบทบาทหน้าที่ มีความแตกต่างกันในด้านพฤติกรรม โลกทัศน์ ความโน้มเอียง ความคาดหวัง ทัศนคติ อารมณ์ อุปนิสัย ฯลฯ ในขณะที่เดียวกันชายและหญิงมีบทบาทหน้าที่และลักษณะที่เหมือนกันอย่างมากด้วย หากแต่ความแตกต่างระหว่างเพศจะไม่คงที่ แต่จะแปรเปลี่ยนไปตามวัยและพัฒนาการของชีวิตของบุคคลนั้นๆ นอกจากนี้มีชายและหญิงจำนวนมากที่มีบทบาทและหน้าที่ไม่เป็นไปตามบรรทัดฐานที่สังคมกำหนดไว้ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ความแตกต่างของบทบาทระหว่างเพศมิใช่เรื่องตายตัว ความแตกต่างด้านบทบาทระหว่างเพศเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ และการอบรมเลี้ยงดู ความแตกต่างด้านบทบาทหน้าที่ ส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากปัจจัยทางพันธุกรรมและวัฒนธรรมที่ผสมผสานกันอย่างซับซ้อน ซึ่งส่งผลให้เกิดความแตกต่างทางสถานภาพ ชายมักมีสถานภาพที่ได้รับคุณค่าเหนือกว่าเกือบเสมอไป โดยมีข้อยกเว้นบ้างเพียงเล็กน้อย” (ภัสสร ลิมานนท์, 2544: 6)

² การจำกัดความของความเท่าเทียมและความเสมอภาคในการประชุมสตรีโลกครั้งที่ 4 กรุงปักกิ่ง ในพ.ศ.2538 กลุ่มประเทศตะวันตกต้องการใช้คำว่าความเท่าเทียมในการระบุสิทธิต่างๆ ของผู้หญิง ซึ่งกลุ่มประเทศมุสลิมเสนอว่าความเท่าเทียมไม่สามารถปฏิบัติได้อย่างแท้จริง เพราะผู้หญิงแตกต่างจากผู้ชายทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ มาตราการใดๆ ที่ใช้กับบุรุษ อาจจะใช้กับสตรีไม่ได้ รวมทั้งความเท่าเทียมมีความหมายในเชิงปริมาณ ในขณะที่ความเสมอภาคมีความหมายในเชิงคุณภาพ มติในที่ประชุมจึงตกลงให้เลือกใช้ตามความเหมาะสม เช่น การศึกษาให้ใช้คำว่าเท่าเทียม ความเชื่อให้ใช้คำว่าเสมอภาค (ภัสสร ลิมานนท์, 2544: 28)

เหล่านี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้กำเนิดเสียง (Voice) ของผู้หญิงเพื่ออธิบายตัวผู้หญิงเอง ทำให้เกิดพื้นที่ (Space) ทางความคิดความเข้าใจของผู้หญิงโดยผู้หญิงและเพื่อผู้หญิงเอง การเสริมสร้างพลังผู้หญิง (Empower) รวมทั้งการเคารพความหลากหลายและความเท่าเทียมกันทางด้านชนชั้น เชื้อชาติ และเพศภาวะ (ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2542: 222)

แนวคิดของสตรีนิยมสามารถแบ่งออกได้หลายสำนัก เช่น สตรีนิยมสายเสรีนิยม (Liberal feminism) สตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ (Marxist feminism) สตรีนิยมสายถอนรากถอนโคน (Radical feminism) สตรีนิยมสายจิตวิเคราะห์ (Psychoanalysis feminism) สตรีนิยมสายหลังสมัยใหม่ (Postmodern feminist) แต่พื้นฐานแนวความคิดของสตรีนิยมทุกสำนัก (ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2542: 222-223) คือ

1. ผู้หญิงถูกกดขี่เอารัดเอาเปรียบ ในสังคมที่ผู้ชายเป็นใหญ่
ปรากฏการณ์ของการกดขี่นี้เป็นสากล ซึ่งเกิดขึ้นเกือบทุกสังคม
2. ผู้หญิงถูกกดขี่ เพราะเป็นผู้หญิง โดยผู้ชายเป็นผู้กดขี่ และผู้หญิงเป็น “เหยื่อ” หรือผู้ถูกระงับในโครงสร้างทางอำนาจที่ผู้ชายเป็นใหญ่
3. ปัญหาของผู้หญิงเป็นผลมาจากการกดขี่เอารัดเอาเปรียบ ที่ดูเป็นเรื่องส่วนตัวนี้เป็นเรื่องของการเมือง (The personal is the political) เพราะการกดขี่เป็นผลมาจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจ หรือโครงสร้างที่เพศชายมีอำนาจเหนือผู้หญิงและควบคุมผู้หญิง ปัญหาของผู้หญิงที่ถูกมองว่าเป็นเรื่องส่วนตัว จึงเป็นเรื่องของการเมืองและมีความสำคัญเช่นเดียวกับประเด็นที่ผู้ชายมองว่าการเมืองที่เป็นทางการ
4. ประสบการณ์ส่วนตัวของผู้หญิง เป็นหลักฐานที่ชี้ให้เห็นถึงการดำรงอยู่ของการกดขี่เอารัดเอาเปรียบ สตรีนิยมหลายกลุ่มเน้นการสร้างความรู้โดยใช้ประสบการณ์ การมองโลก และความเข้าใจโลกของผู้หญิงเป็นฐาน
5. การสร้างสำนักใหม่ที่ต้องการให้ผู้หญิงมองโลก มองความเป็นจริงใหม่ เพื่อที่จะเข้าใจการกดขี่ของตนเอง และเป็นฐานของอำนาจในการเปลี่ยนแปลงหรือต่อสู้กับการกดขี่นั้น

ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่าง YAOI และสตรีนิมนั้น จึงเป็นการแสดงออกของผู้หญิงในการต่อสู้กับวาทกรรมเรื่องเพศ (Sexual discourse) และจินตนาการในโลกแห่งความเพ้อฝัน (Imagining in a fantasy world) โดยใช้ร่างกายของผู้ชายเป็นเครื่องมือ ในระบบปิตาธิปไตย ผู้หญิงมักจะเป็นวัตถุทางเพศ (Sexual objects) ของผู้ชาย แต่ในโลกของ YAOI นั้นผู้ชายคือวัตถุทางเพศ และความโน้มเอียงของความสัมพันธ์แบบรักต่างเพศในระบบปิตาธิปไตยถูกปฏิเสธและ

แทนที่ด้วยความสัมพันธ์แบบรักเพศเดียวกัน ทำให้คุณค่าของระบบปีศาจไปได้ยั้งสะเทือน (สนทนาจดหมายอิลเคทรอนิกส์กับ McLelland: 15-17 กรกฎาคม 2548)

สตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ แนวคิดนี้มีพื้นฐานจากแนวคิดของคาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx) และเฟรดริช เองเกิลส์ (Frederick Engles) ที่เสนอว่า ความแตกต่างระหว่างความเป็นผู้ชายและความเป็นผู้หญิงไม่ได้เป็นสาเหตุของความเหนือกว่าของเพศหนึ่งต่ออีกเพศหนึ่ง แต่ระบบเศรษฐกิจสังคมนำมาซึ่งความไม่เสมอภาคและการเอารัดเอาเปรียบทางเพศ ดังนั้นการวิเคราะห์ปัญหาเรื่องผู้หญิง จะต้องพิจารณาถึงลักษณะความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจสังคมนของผู้หญิงและผู้ชายที่มีในระบบเศรษฐกิจหรือระบบการผลิตที่ผู้หญิงและผู้ชายดำรงอยู่ ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจเป็นเงื่อนไขและตัวแปรสำคัญต่อความสัมพันธ์ทางความรู้และอำนาจด้วย (ไซยนต์ ไชยพร, 2546: 87-88)

ผู้ที่เป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ย่อมครอบครองปัจจัยทางการผลิตทางปัญญา ความคิด ทำให้ความรู้ความคิดของชนชั้นเจ้าของปัจจัยการผลิตจะบดบังความรู้ความคิดของชนชั้นอื่นจนทำให้เกิดความเข้าใจว่า วิธีความรู้ของชนชั้นเจ้าของปัจจัยการผลิตเป็นวิธีความรู้ที่ถูกต้อง และเป็นสังคมนิยมหนึ่งเดียวในสังคมที่ต้องยอมรับเชื่อถือ (ไซยนต์ ไชยพร, 2546: 87-88)

ดังนั้นโลกของ YAOI ที่ผู้หญิงเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้หญิงนั้น ผู้หญิงจึงเป็นผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายใน YAOI ซึ่งอาจจะไม่ถูกต้องตามความเป็นจริง (Reality) จนทำให้เกิดการอภิปรายภาพลักษณ์ของบุคคลหลากหลายทางเพศใน YAOI (YAOI Ronso) โดยซาโต้ มาซากิ (Sato Masaki) นักเคลื่อนไหวสิทธิของคนรักเพศเดียวกัน เสนอว่า (ไอ้ของ) อย่าง YAOI นะ ตายไปซะก็ดี! (YAOI nante shinde shimaeba ii: YAOI may DIE) ในจุลสารชัวร์ชีร์ (Choisir) (ค.ศ. 1992) เนื่องจาก YAOI จะนำเสนอภาพลักษณ์ของตัวละครชายที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงามเท่านั้น ทำให้ผู้ชายที่มีเพศสัมพันธ์กับผู้ชายแต่มีภาพลักษณ์ ไม่เหมือนกับตัวละครใน YAOI จะถูกลบเลือนหายไปจากสังคม (Hide in the dark as 'Garbage') ทำให้ผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ทั้งหมดออกมาต่อต้านแนวคิดดังกล่าว¹ (Lunsing, 2006)

¹ ผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ออกมาต่อต้านแนวคิดของซาโต้ เช่น ทากามัตสึ ฮิซากะ (Takamatsu Hisako) ที่กล่าวว่า YAOI เป็นการแสดงเสรีภาพ นอกเหนือไปจากสื่อประเภทอื่นที่ผู้หญิงตกเป็นวัตถุให้ผู้ชายจ้องมองเท่านั้น ยานางิตะ อากิโกะ (Yanagita Akiko) ที่กล่าวว่าความสวยงามเป็นสิ่งจำเป็นในการ์ตูนผู้หญิง YAOI ซึ่งนับว่าเป็นการ์ตูนสำหรับผู้หญิง ตัวละครจึงต้องมีความสวยงามกว่าในชีวิตจริง แต่ตนเองไม่สามารถ

ในขณะที่แนวคิดเรื่องการจ้องมองของมัลวีเย่ใน Visual Pleasure and Narrative Cinema (1989) เสนอว่า กระบวนการชมภาพยนตร์ทำหน้าที่สร้างและผลิตซ้ำวิธีการจ้องมองแบบผู้ชาย (Male gazing) โดยการมองของผู้ชมจะถูกกำหนดให้แสดงตัว (Identify) กับการมองของตัวละครชายที่ถูกสร้างขึ้น โดยตากล้อง ผู้กำกับ และคนเขียนบทที่เป็นผู้ชาย (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2542: 154) ทำให้เกิดความรื่นรมย์ขึ้นมา 2 แบบตามการตอบสนองของสัญชาตญาณของจิตสำนึก (Ego) คือ ความรื่นรมย์จากการได้จ้องดูคนอื่น (Scopophilia) และความรื่นรมย์ที่ได้ดูภาพของตัวเอง (Narcissistic pleasure) (กาญจนา แก้วเทพ, 2545: 66-68)

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับภาพยนตร์ เปรียบเสมือนการแอบมองที่ผู้ถูกมองนั้นไม่รู้ว่าถูกจ้องมองอยู่ สภาวะแบบนี้จึงเป็นสภาวะที่เปรียบเสมือนการได้รับความสุขทางเพศที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมการแอบมองการเปลือยกาย หรือการร่วมเพศที่กระทำกันในที่ลับ (Voyeurism) การไปชมภาพยนตร์นั้นเป็นการไปมองและมีสำนึกว่ากำลังเป็นผู้มองมากกว่าจะถูกมอง ผู้ชมจึงรับรู้ว่าเป็นผู้กระทำมากกว่าการเป็นผู้ถูกกระทำ จึงก่อให้เกิดความรื่นรมย์จากการเห็นผู้อื่นเป็นผู้ถูกกระทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตัวละครที่เป็นผู้หญิง กระบวนการดังกล่าวนี้ถือได้ว่าเป็นการสร้างให้สิ่งที่ถูกดูได้กลายเป็นวัตถุ (Objectification) (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2542: 155)

ขณะเดียวกัน การชมภาพยนตร์ก่อให้เกิดความขัดแย้งในตัวผู้ชมด้วยการเชื่อมโยง (Identification) กับตัวละคร ทำให้ผู้ชมกลายมาเป็นผู้แสดง และเปลี่ยนสถานะจากผู้กระทำมาเป็นผู้ถูกกระทำ จึงก่อให้เกิดความรื่นรมย์จากการชื่นชมตนเองและหลงใหลในตนเอง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างตัวตน (Self formation) (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2542: 155-156)

มัลวีเย่ กล่าวว่า กระบวนการจ้องมองเป็นการตอบสนองของความต้องการของผู้ชายในอำนาจทางด้านความรู้สึกเหนือกว่าและสัญชาตญาณทางเพศ เนื่องจากผู้ชายมีจิตสำนึกว่ากลัวถูกตัดอวัยวะเพศ (Castration) จึงจำเป็นต้องแสดงอำนาจเหนือกว่าผู้หญิงที่มีความหมายว่าเป็นผู้ชายที่ไม่สมบูรณ์เพราะไม่มีอวัยวะเพศชาย (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2542: 158-159) ทำให้ผู้หญิงไม่มีอำนาจในการต่อรองหรือปฏิเสธความต้องการของผู้ชายในด้านต่างๆ ทั้งทางด้านการแบ่งบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบในการทำงาน ตลอดจนเพศสัมพันธ์ กระบวนการในการชม

ชมขึ้นผู้ชายได้แบบผู้ชายที่อ่านการ์ตูนที่มีฉากเพศสัมพันธ์ และมีโซกูจิ อากิโกะ (Mizoguchi Akiko) ที่กล่าวว่า YAOI เป็นการค้นหาเพศวิถีของตนเอง โดยตัวละครชายส่วนใหญ่มักจะไม่ได้อัปเดตผู้ชายด้วยกัน แต่มีความรู้สึกพิเศษให้กับคนที่รักโดยไม่ได้คำนึงถึงอีกฝ่ายจะเป็นผู้ชาย (Lunsing, 2006)

ภาพยนตร์จึงเป็นการสร้างและผลิตซ้ำแนวคิดเรื่องอำนาจ โดยผู้ชายเป็นผู้ที่มีโอกาสได้จ้องมองผู้หญิงจะเป็นเพียงสิ่งที่ถูกจ้องมองเท่านั้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2543: 245-246) ถึงแม้ว่าผู้ชมจะเป็นผู้หญิง ผู้ชมก็ต้องสวมบทบาทวิธีการจ้องมองแบบผู้ชาย เนื่องจากสื่อได้กำหนดวิธีการจ้องมองแบบผู้ชายถ่ายทอดลงไปให้สื่อให้ผู้ชมได้ติดตาม การมองของผู้หญิงจึงสามารถมองแบบผู้ชายมอง โดยทำตัวประหนึ่งว่าเป็นผู้ชายที่มองผู้หญิงและคิดว่าผู้หญิงที่ถูกมองนั้นเป็นผู้ชาย ความสุขที่ผู้หญิงได้รับจึงเป็นความสุขที่ได้มาจากเพศเดียวกัน (Homoerotic pleasure) ด้วย (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2542: 160)

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายหรือ YAOI จึงเป็นการถ่ายทอดรูปแบบความรู้สึกนึกคิดที่เกี่ยวข้องกับการต่อสู้เรื่องอำนาจในการจ้องมองระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย โดยใช้หนังสือการ์ตูนเป็นเครื่องมือในการจ้องมองเพศตรงข้าม ให้เป็นไปตามที่ตนจินตนาการได้อย่างแท้จริง ดังคำกล่าวของฟูโกต์ (Foucault) ว่า การจ้องมองเป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้อำนาจ และขณะเดียวกันก็เป็นรูปแบบของการต่อต้านอำนาจ (กาญจนา แก้วเทพ, 2545: 88)

คนในและคนนอก

แนวคิดเรื่องคนในและคนนอกของวิทยานิพนธ์นี้ นำมาจากแนวความคิดของสังคมญี่ปุ่นและมานุษยวิทยา เพื่อนำมาใช้ในการทำความเข้าใจความแตกต่างของผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่นที่เรียกว่าคนในและคนนอกที่แตกต่าง

คนนอกและคนในของสังคมญี่ปุ่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และให้ความสำคัญแก่กลุ่มมากกว่าปัจเจกบุคคล ดังนั้นพฤติกรรมที่แสดงออกจึงมักอยู่ภายใต้กรอบหรือบรรทัดฐานของกลุ่ม มากกว่าทำตามจิตสำนึกของตน ทำให้เกิดการแบ่งแยกคนที่ไม่ใช่พวกเดียวกันออกจากกลุ่มด้วยการใช้คำว่า คนใน หรืออุจิ (Uchi) หมายถึง ภายในบ้านที่ให้บรรยากาศอบอุ่น ปลอดภัย สะอาด ตรงข้ามกับคนนอก หรือโซะโตะ (Soto) ที่มีความหมายถึง นอกบ้านที่อาจจะมีสิ่งอันตราย สกปรก และน่ากลัว ดังนั้น คนในของสังคมญี่ปุ่น จึงหมายถึง กลุ่มที่ตนสังกัดอยู่ อันได้แก่ คนในครอบครัวและญาติพี่น้อง คนที่มีถิ่นฐานบ้านเกิด เพื่อนนักเรียน คนในวงการอาชีพเดียวกัน คนที่มีความสนใจเหมือนกัน คนญี่ปุ่นแต่ละคนจึงมีสถานภาพทางสังคมในรูปแบบที่เป็นสมาชิกของกลุ่มต่างๆ และปฏิบัติตัวต่อสมาชิกของกลุ่มอื่นด้วยวิธีการที่แตกต่างจากกลุ่มของตนอย่างสิ้นเชิงทั้งทางด้านกายภาพ ระดับความสัมพันธ์ต่อกัน และการใช้ภาษาในการสนทนา (ยุพา คลังสุวรรณ, 2547: 245-247, 275-277)

ในขณะที่แนวคิดเรื่องคนนอกและคนในของสาขามานุษยวิทยา องค์ความรู้และความพยายามที่จะเข้าใจวิถีการมีชีวิตร่วมกันของมนุษย์ในสังคมวัฒนธรรมต่างๆ โดยมีการทำงานภาคสนามเป็นกุญแจในการเข้าถึงประสบการณ์ชีวิตประจำวันของผู้ที่เราศึกษา (ปริตตา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุล, 2545: (9)) คนในเป็นหลักการทำงานภาคสนามของมานุษยวิทยาที่พยายามจะเข้าใจวัฒนธรรมอย่างเดียวกันกับที่คนท้องถิ่นหรือคนพื้นเมืองเข้าใจ (Native's point of view) นักมานุษยวิทยาที่มีความปรารถนาที่จะเข้าถึงการเป็นคนข้างใน (Insider) และมองโลกด้วยสายตาของคนใน (Emic view) (ปริตตา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุล, 2545: (12))

หากแต่ผู้วิจัยที่เป็นผู้ที่ชื่นชอบและติดตาม YAOI มาประมาณ 9 ปี (พ.ศ. 2541 - 2550) จึงอาจจะเรียกได้ว่ามีสถานภาพเป็นคนในที่ทำการศึกษาชุมชนของตนเอง จึงทำให้ผู้วิจัยตกอยู่ภายใต้สถานการณ์ของ “นักมานุษยวิทยาชายขอบ” ที่ชาร์ลอตต์ ซีมัวร์ สมิธ (Charlotte Seymour-Smith) อธิบายว่า นักมานุษยวิทยาที่ศึกษาวัฒนธรรมของตนเอง มักจะเผชิญกับสถานการณ์ชายขอบแบบคนในวัฒนธรรม (Marginal native) กล่าวคือ ผู้ศึกษาจะมีวิถีชีวิต โลกทัศน์ หรือแบบแผนทางวัฒนธรรมอื่นๆ เหมือนผู้คนที่ตนเองศึกษาทั้งหมดเลยก็ไม่ใช่ แต่จะให้ต่างแบบคนนอกเลยก็ไม่ใช่ อยู่ระหว่างรอยต่อหรือพรมแดนของโลกภายในและภายนอก (พัฒนา กิตติอาษา, 2545: 120) ซึ่งแตกต่างจากการเป็นคนนอกอย่างเต็มตัวที่เห็นถึงข้อบกพร่องได้มากกว่าคนในที่มีแต่ความศรัทธาเน้นคุณงามความดี มองข้ามความผิดพลาด (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2547: 220)

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเชื่อว่าการพยายามข้ามพ้นอคติและจริตส่วนตัวข้างในตัวของเราเองเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการฝึกฝนตัวเองให้เป็นนักอ่านวัฒนธรรมที่ดี เพราะมันจะช่วยให้เราไม่ยึดติด สามารถที่จะปลีกตัวหลุดพ้นจากจุดยืนของเราไปได้ไม่มากนักน้อย ช่วยให้เราไม่อ่านและประเมินค่าทุกวัฒนธรรมในโลกอย่างคับแคบผ่านแว่นและคุณค่าที่มีลักษณะเฉพาะของสังคมวัฒนธรรมตัวเองเท่านั้น และดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่จะเข้าถึงและเข้าใจ โดยไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยซึ่งอัตวิสัยของผู้คน ชุมชน และสังคมต่างวัฒนธรรมซึ่งมีไวยากรณ์การคิดต่างออกไป รู้จักที่จะลองมองโลกอ่านโลกด้วยสายตาของผู้อื่นบ้าง (เกษียร เตชะพีระ, 2538: (24)-(25))

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ YAOI

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ตามแนวคิดเรื่องการรับวัฒนธรรม เป็นการศึกษาปรากฏการณ์ความนิยมของ YAOI จากญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศต่างๆ เช่น ไทย (สุภิญญา ทองรัตนศิริ,

2544; ธีวทิพย์ ศรีสุตตา, 2548) เกาหลี (Noh, 1998) สหรัฐอเมริกา (Cole, 2001; Thompson, 2003; Cha, 2005) ตลอดจนประเทศต่างๆ ในทวีปยุโรป (Sabucco, 2003) ในรูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีลิขสิทธิ์และไม่มีลิขสิทธิ์ในการแปลและจำหน่ายจากภาษาญี่ปุ่น (Cole, 2001; Thompson, 2003; Cha, 2005) รวมทั้งการเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต (Yoo, 2002) พบว่าผู้หญิงที่นิยม YAOI นั้น ส่วนใหญ่จะเป็นนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยและผู้หญิงทำงาน (Thompson, 2003; Cha, 2005) หากแต่ความแตกต่างทางวัฒนธรรมและการถ่ายทอดจากภาษาญี่ปุ่นมาเป็นภาษาอื่น ๆ นั้นอาจจะทำให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อน (Sabucco, 2003)

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ตามแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อย เป็นการศึกษาการรวมกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ในประเทศต่างๆ (Noh, 1998; Cole, 2001; Wilson and Toku, 2003; Mizoguchi, 2005; Welker, 2005, 2006) โดยรูปแบบการรวมกลุ่มนั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การประกวดการแต่งกายเลียนแบบดารา หรือการตุ๋นที่ชื่นชอบ (Cosplay) งานหนังสือการ์ตูน (Manga) งานหนังสือทำมือ (Dojinshi) ตลอดจนงานรวมตัวของผู้ที่ชื่นชอบ YAOI เช่น งาน YAOI-CON ที่จัดขึ้นประจำทุกปีตั้งแต่ ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา ที่ลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ตามแนวคิดเรื่องอำนาจในการบทบาท เป็นการศึกษาผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ในฐานะผู้ผลิตที่ต้องการแสดงความเท่าเทียมในการแสดงออกทางด้านเพศวิถี (Suzuki, 1998) การกำหนดบทบาทของตัวละครซึ่งเป็นผู้ชายทั้งเรื่องให้เป็นไปตามความต้องการของตนเอง (Noh, 1998) แต่อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายที่สะท้อนออกมาใน YAOI นั้นล้วนแต่เป็นความสัมพันธ์ที่งดงาม ซึ่งอาจจะได้รับอิทธิพลมาจากศิลปวัฒนธรรมญี่ปุ่นแขนงอื่นๆ (Suzuki, 1998; Goldberg, 2001; Yoo, 2002; Wilson and Toku, 2003; McLelland, 2004; Cha, 2005; Welker, 2005; Lunsing, 2006)

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ตามแนวคิดเรื่องการจ้องมอง เป็นการศึกษาในฐานะผู้บริโภคในการเฝ้ามองพฤติกรรมและเพศวิถีของตัวละครชาย (Noh, 1998) รวมทั้งการสวมบทบาทตนเองลงไปใน YAOI เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตน ตลอดจนอำนาจในการกำหนดบทบาทของตัวละครชาย ให้เป็นไปตามจินตนาการของตนเอง (Suzuki, 1998; Goldberg, 2001; Yoo, 2002; Wilson and Toku, 2003; McLelland, 2004; Cha, 2005; Welker, 2005; Lunsing, 2006)

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ทางด้านเพศวิชานั้น มักจะเป็นการศึกษา YAOI ของกลุ่มผู้หญิงที่มีคุณลักษณะต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มหญิงรักหญิง ในฐานะสื่อที่มีบทบาท

ต่อการก่อร่างของอัตลักษณ์ทางเพศ ตลอดจนเป็นสื่อกลางในการติดต่อกันระหว่างผู้ที่ชื่นชอบ (Mizoguchi, 2005; Welker, 2005)

การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ในประเทศไทย ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ตัวบท (Text) โดยเลือกเรื่องที่ได้รับคามนิยมมาเป็นกรณีศึกษา (สุภิญญา ทองรัตนศิริ, 2544; ธีรวิทย์ ศรีสุตา, 2548) หรือเรื่องที่วางจำหน่ายในระยะเวลาจำกัดมาศึกษา (วิลาสินี พิพิธกุล และกิตติ กัญภัย, 2549) การศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภค เป็นการศึกษาลักษณะการบริโภค เจตคติในเรื่องเพศ ตลอดจนรูปแบบการสร้างเครือข่าย (ธีรวิทย์ ศรีสุตา, 2548)

จากการศึกษาต่างๆ ที่รวบรวมมานั้น ทำให้แนวทางในการศึกษา YAOI ในวิทยานิพนธ์นี้ จึงเป็นการศึกษาทางด้านความแตกต่างของคนในและคนนอกเป็นหลัก เนื่องจากสถานการณ์การควบคุมสื่อในประเทศไทย นอกจากนั้นผู้วิจัยเห็นว่าการวิเคราะห์ตัวบทสามารถเป็นดาบสองคมได้ เนื่องจาก YAOI ยังคงมีสถานะเป็นสื่อที่ต้องถูกควบคุม ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบทำให้กลายเป็นหนังสือต้องห้ามได้ แม้ว่ากรณีดังกล่าวจะไม่เคยเกิดขึ้นว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานตำรวจแห่งชาติ หรือกระทรวงวัฒนธรรม จะใช้งานวิจัยต่างๆ เหล่านี้มาเป็นแหล่งข่าวที่นำไปสู่การตรวจจับหรือกวาดล้างสื่อในเวลาต่อมา หากแต่การวิเคราะห์ตัวบทก็เป็นการศึกษาสื่อที่เปรียบเสมือนหมุดหมายในภายหลังว่า ทำไมสื่อดังกล่าวจึงได้รับความนิยมก็ยังคงเป็นเรื่องที่จำเป็นเช่นกัน ดังนั้นแนวทางในการศึกษา YAOI จึงจำเป็นต้องระมัดระวังในการนำเสนอข้อมูลต่างๆ เนื่องจาก YAOI ยังคงมีสถานะเป็นสื่อที่อ่อนไหวอยู่มากในสังคมไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง

การศึกษา YAOI: การดูหนังโดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง เป็นการศึกษาเฉพาะผู้หญิงไทยที่มีอายุเกินกว่า 18 ปี มีความสนใจและติดตาม YAOI จากหนังสือการ์ตูน เว็บไซต์ และเว็บไซต์ต่างๆ เป็นระยะเวลาต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี โดยมีสถานภาพเป็นผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ที่ความเกี่ยวข้องกับ YAOI และยินดีให้ความร่วมมือในการศึกษาจำนวน 15 คน เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ในสังคมไทย

การกำหนดกลุ่มอายุของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากระดับความรุนแรงของเนื้อหาและการนำเสนอ YAOI บางส่วนอาจจะทำให้ถูกจำกัดความเป็น “สื่อทางเพศ” ได้ ซึ่งทางผู้ผลิต YAOI บางส่วน ไม่ว่าจะเป็นผู้จำหน่ายตามร้านค้าต่างๆ ชุมชนออนไลน์หลายแห่ง ตลอดจนกลุ่มการรวมตัวของสมาชิกต่างๆ พยายามที่จะคัดกรองผู้ซื้อหรือผู้อ่านให้มีอายุมากกว่า 18 ปีขึ้นไป อันเป็นวัยที่เชื่อว่าจะมีวิจารณญาณที่เหมาะสมในการรับรู้สื่อทางเพศ

การจำกัดระยะเวลาในการติดตามอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 3 ปี เนื่องจากหน่วยงานศูนย์เฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้ดำเนินมาตรการกวาดล้างจับกุมและปิดกั้นอย่างเข้มงวด ทำให้สื่อประเภทนี้กลายเป็นสื่อที่ถูกจำกัดปริมาณมากขึ้น เสมือนการคัดกรองผู้ชื่นชอบ YAOI ด้วยกระแสความนิยมชั่วคราวออกไปจากชุมชนจนเหลือแต่ผู้ชื่นชอบอย่างแท้จริง หรือที่เรียกว่า “แฟนพันธุ์แท้”¹

¹ แฟนพันธุ์แท้ เป็นศัพท์ที่เกิดขึ้นจากความนิยมในรายการเกมโชว์ทางสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบก (ช่อง 5) ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ที่ออกอากาศตั้งแต่พ.ศ. 2543 จนถึงปัจจุบัน ลักษณะเนื้อหาของรายการนำเสนอเกี่ยวกับการตอบปัญหาที่ส่งเสริมความรู้ ความรัก ความคลั่งไคล้ และแสดงถึงอัจฉริยภาพในสาขาต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นบุคคล สิ่งของ สถานที่ วัฒนธรรม วรรณกรรม และเหตุการณ์ต่างๆ ด้วยเกมการแข่งขันทำทายความรู้ ความสามารถ ไหวพริบ และปฏิภาณ ในเรื่องราวนั้นๆ เพื่อพิสูจน์ความเป็น “แฟนพันธุ์แท้” ตัวจริง (<http://th.wikipedia.org>)

การศึกษานี้เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) ที่มีคุณลักษณะตรงตามเกณฑ์การคัดเลือกของผู้วิจัย และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball samplings) โดยเริ่มต้นจากขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าของร้านค้าที่วางจำหน่าย YAOI และลูกค้าที่ติดตาม YAOI แนะนำกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับการศึกษาต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แนวคำถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการรวบรวมเอกสาร และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง (Theoretical approach) ประกอบด้วย

1. ตัวตน ประกอบด้วย เพศสถานะ เพศวิถี อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพที่เกี่ยวข้อง ระยะเวลาในการติดตาม โดยใช้สถิติพื้นฐานพรรณนา (Descriptive statistics)
2. คนใน ประกอบด้วย การนิยามความเป็นคนในที่แตกต่างจากคนนอก จุดเริ่มต้นของการเป็นผู้ที่ชื่นชอบ แรงจูงใจ พฤติกรรมการบริโภค รูปแบบการรวมกลุ่ม โดยใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามกรอบแนวคิดในการศึกษา
3. เส้นแบ่งจินตนาการและความเป็นจริง ประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชาย ผู้หญิง และความหลากหลายทางเพศ โดยใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามกรอบแนวคิดในการศึกษา
4. มุมมองที่มีต่อการควบคุมของคนนอก ประกอบด้วย แนวทางในการตอบโต้มาตรการควบคุมของคนนอก โดยใช้ในการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ตามกรอบแนวคิดในการศึกษา

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาความหมาย หลักการ แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทางด้าน YAOI จากแหล่งข้อมูลทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ
2. ทำการสนทนากลุ่มย่อยกับกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสร้างแนวคำถาม
3. นำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม (Participant observation) จากเว็บไซต์ และเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับ YAOI เพื่อติดตามข่าวสาร ความเคลื่อนไหว และกิจกรรมต่างๆ ของผู้ที่สนใจ YAOI และเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดจากการรวมกลุ่มของผู้ที่สนใจ YAOI ตลอดจนการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – depth interview) โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการนัดพบเพื่อสัมภาษณ์รายบุคคล

อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์เป็นเพียงการเปิดพื้นที่ให้ “ผู้ให้ข้อมูล” (Informant) แต่ละคนบอกเล่าประสบการณ์ภายในบริบทของสังคมวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ พร้อมทั้งนำเสนอภาพแทนความจริง (Self – constructed image) ด้วยการเลือกกำหนดบริบทและความหมายลงบนความทรงจำเหล่านั้นในรูปของ (Text) ที่เขาต้องการให้ผู้อื่นรับรู้และเข้าใจ (ยศ สันตสมบัติ, 2545: 80-81) ไม่ได้เป็นการเสนอความจริงสัมบูรณ์ (Absolute truth) ซึ่งอาจจะเป็นส่วนหนึ่งในการลุกขึ้นมาวิพากษ์ YAOI ตามความเข้าใจของ “คนใน” ที่อ่านการ์ตูน YAOI ของผู้หญิงไทยกลุ่มหนึ่งในช่วงระยะเวลาที่จำกัดของการศึกษานี้

ระยะเวลาและบริบทในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลรวมทั้งสิ้น 2 ปี 6 เดือน โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ คือ ช่วงที่หนึ่ง มิถุนายน พ.ศ. 2548 จนถึง มีนาคม พ.ศ. 2549 ช่วงที่สอง เมษายน พ.ศ. 2549 ถึง 22 กันยายน พ.ศ. 2549 ช่วงที่สาม 23 กันยายน พ.ศ. 2549 ถึง 14 ตุลาคม พ.ศ. 2549 ช่วงที่สี่ 15 ตุลาคม ถึง 31 มกราคม พ.ศ. 2551

ช่วงที่หนึ่ง คือ มิถุนายน พ.ศ. 2548 จนถึง มีนาคม พ.ศ. 2549 ผู้วิจัยได้ติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์กับ Mark McLelland ผ่านการแนะนำของ Peter A. Jackson ทำให้ทราบว่าทั้งสองท่านจะเดินทางมาจัดประชุมวิชาการ “เพศภาวะและสิทธิในเอเชีย: การประชุมครั้งแรกกว่าด้วยเคียวรีศึกษา” (Sexualities, Genders, and Rights in Asia: 1st International Conference of Asian Queer Studies) จัดโดยโครงการจัดตั้งสำนักงานสิทธิมนุษยชนศึกษาและพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล และเครือข่ายเคียวรีแห่งประเทศไทยแปซิฟิก ระหว่างวันที่ 7 – 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2548 ณ โรงแรมแอมบาสเดอร์ กรุงเทพมหานคร ทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสในการพบปะซักถามและรู้จักนักวิจัยอีกสองท่านที่มานำเสนอบทความในการประชุมครั้งนี้เพิ่มเติม คือ

Akiko Mizuguchi และ James Welker ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลและรายละเอียดทางด้านวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ผ่านมุมมองของคนญี่ปุ่นเองและคนตะวันตกในสังคมญี่ปุ่น

ผู้วิจัยเป็นหนึ่งในผู้ที่ติดตาม YAOI มาเป็นระยะเวลาประมาณ 8 ปี (พ.ศ.2541-2549) ผ่านการติดตามในเว็บบอร์ด และเว็บไซต์ แต่ไม่ค่อยได้เข้าร่วมกิจกรรมการรวมกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบแต่อย่างใด นอกจากมีความสนิทสนมกับผู้จัดงานนั้นๆ ขณะเดียวกันผู้วิจัยอาศัยบล็อก (Blog) ของตนเองในการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงกับผู้ชื่นชอบ YAOI ด้วยการนำเสนอเกร็ดความรู้และข่าวสารที่เกี่ยวข้อง เช่น การตั้งคำถามว่าการ์ตูนเรื่องใดเป็น YAOI เรื่องแรกในสังคมไทย, ข่าวการล้มละลายของค่ายบิบอส (Biblos) ซึ่งเป็นค่ายผลิต YAOI รายใหญ่ในประเทศไทย, ฯลฯ ซึ่งทำให้เกิดการสร้างเครือข่ายผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ในบล็อก และนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มตัวอย่างที่นัดพบกันตามงานการ์ตูนต่างๆ ได้ง่ายยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยได้จัดเสวนาเรื่อง “ความหลากหลายทางเพศในการ์ตูนญี่ปุ่น: เพื่อผู้ชายผู้หญิง หรือคนรักเพศเดียวกัน” วันอังคารที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2548 สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย ชับแน่นประเด็นโดย รศ.ดร.กฤตยา อาชวนิจกุล สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ทำให้ได้รับฟังความคิดเห็นที่หลากหลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งจากองค์กรพัฒนาเอกชนไทย (NGOs) ที่ทำงานทางด้านความหลากหลายทางเพศ ตลอดจนนักวิจัยจากศูนย์ความร่วมมือไทย-สหรัฐด้านสาธารณสุข (TUC)

ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวิทยานิพนธ์ด้วยการชวนผู้ที่ติดตาม YAOI เข้าฟังการสอบโครงร่างวิทยานิพนธ์ในวันที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2549 เพื่อสร้างความเข้าใจและความไว้วางใจในการสร้างสัมพันธภาพ อันจะนำไปสู่การแนะนำกลุ่มตัวอย่างรายอื่นต่อไป

นอกจากนั้น ผู้วิจัยมีความสนิทสนมกับเจ้าของร้านที่จำหน่ายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับศิลปินญี่ปุ่นแห่งหนึ่งในสยามสแควร์ ซึ่งภายในร้านมีการวางจำหน่ายการ์ตูนและนิยาย YAOI ทำให้ร้านแห่งนี้เป็นแหล่งชุมนุมและประชาสัมพันธ์ข่าวสารและกิจกรรมของผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ตลอดจนเป็นแหล่งติดต่อกับผู้ผลิตบางส่วนที่นำสินค้ามาส่งที่ร้าน ผู้วิจัยจึงเข้าไปแวะเวียนที่ร้านแห่งนี้บ่อยครั้งมากขึ้น จากเดิมเดือนละหนึ่งครั้ง ครั้งละครึ่งชั่วโมงหรือหนึ่งชั่วโมง เป็นอาทิตย์ละครั้ง ครั้งละประมาณสองชั่วโมงหรือมากกว่านั้น ทำให้ผู้วิจัยได้รับการแนะนำกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะตรงตามเกณฑ์วิจัยบางส่วนจากเจ้าของร้าน ซึ่งส่วนใหญ่จะมีสถานภาพเป็นผู้ผลิตเพื่อการจำหน่าย และจากการเข้าร้านหรือทำหน้าที่ในการแนะนำสินค้าและแคชเชียร์ภายในร้าน ทำให้ผู้วิจัยมีโอกาสพูดคุยและสร้างสัมพันธภาพกับลูกค้าทั่วไปที่แวะเวียนเข้ามาซื้อหนังสือการ์ตูนหรือนิยาย YAOI บางส่วนมากยิ่งขึ้น

ช่วงที่สอง คือ เมษายน พ.ศ. 2549 ถึง 22 กันยายน พ.ศ. 2549 ผู้วิจัยได้ติดต่อทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์กับ Sueen Noh ทำให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ YAOI ผ่านสายตาของคนเกาหลีในสังคมเกาหลีได้

นอกเหนือจากการเฝ้าร้านค้าแล้ว ผู้วิจัยได้เข้าร่วมกิจกรรมการรวมกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบดนตรีญี่ปุ่นและการ์ตูนญี่ปุ่น ทำให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสพบปะและนัดเจอผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ผ่านการแนะนำจากกลุ่มตัวอย่างในช่วงแรก ซึ่งส่วนใหญ่จะมีสถานภาพเป็นผู้บริโภคเพียงอย่างเดียว หรือผู้ผลิตที่ไม่ใช่เชิงพาณิชย์ แต่เผยแพร่แลกเปลี่ยนผลงานกันตามเว็บบอร์ดหรือเว็บไซต์ต่างๆ ด้วยสถานภาพของผู้วิจัยที่เป็นผู้ที่ชื่นชอบและสนใจศึกษา YAOI ผ่านการนำเสนอในบล็อกเว็บบอร์ดและเว็บไซต์ต่างๆ ทำให้การเข้าหาและสร้างความสนิทสนมกับกลุ่มตัวอย่างเป็นไปได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันผู้วิจัยเปิดเผยตัวตนเสมอว่าเป็นนักศึกษาที่กำลังทำวิทยานิพนธ์ในเรื่องนี้

ช่วงที่สาม คือ 23 กันยายน ถึง 14 ตุลาคม พ.ศ. 2549 ผู้วิจัยได้นำเสนอบทความ “YAOI: การเมืองและวัฒนธรรมเรื่องเพศ” ในการประชุมวิชาการสังคมวิทยา ครั้งที่ 3 เวทีภาคกลาง เรื่อง “ลักษณะข้ามชาติและความหลากหลายทางวัฒนธรรม” วันศุกร์ที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2549 ณ อาคารวิจัยและการศึกษาต่อเนื่องสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จัดโดยคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติสาขาสังคมวิทยา วิพากษ์ โดย รศ.ดร.นภาพรณธ์ หะวานนท์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ก่อให้เกิดการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์ รายการโทรทัศน์ และวิทยุ ด้วยเนื้อหากล่าวถึงบทความนี้ต้องการให้ผู้ปกครองเน้นการเฝ้าระวังบุตรหลาน ตลอดจนประณามว่า YAOI เป็นการ์ตูนวิปริตนั้น ก่อให้เกิดความไม่พอใจจากชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับ YAOI จำนวนมาก แม้ว่าภายหลังจะมีการเผยแพร่บทความให้อ่านโดยทั่วกันผ่านทางบล็อกของผู้วิจัยแล้ว จะทำให้กระแสความไม่พอใจลดจำนวนลงบางส่วน ขณะเดียวกันผู้วิจัยได้ถือโอกาสในการขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม จากผู้ที่ติดต่อให้กำลังใจผ่านทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ด้วยเช่นกัน หากแต่ไม่ได้รับการตอบรับในเรื่องดังกล่าว เนื่องจากหวังเกรงว่าจะมีผลกระทบต่อหน้าที่การงานของตนในการเปิดเผยตัวตนว่าเป็นผู้หนึ่งที่ชื่นชอบ YAOI

ต่อมาผู้วิจัยได้นำเสนอบทความ “ทบทวนวรรณกรรม YAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง” ในกลุ่มที่ 4 เพศสภาพและความหลากหลายที่ทำทนายมนุษยศาสตร์ การประชุมวิชาการระดับชาติเวทีวิจัยมนุษยศาสตร์ไทย ครั้งที่ 2 “ความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม” วันพฤหัสบดีที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) วิพากษ์โดย ดร.สุภัทวดี อมาตยกุล

ภาควิชาปรัชญา คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และร่วมแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็น โดย ดร.สมศักดิ์ เจียมธีรสกุล ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ บทความนี้มีความต่อเนื่องจากบทความที่แล้ว แต่ไม่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนมากนัก กระแสวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับบทความนี้ในชุมชนและร้านค้าที่เกี่ยวข้องจึงลดจำนวนลง

ช่วงที่สี่ คือ 15 ตุลาคม พ.ศ. 2549 ถึง 31 มกราคม พ.ศ. 2551 ผู้วิจัยได้ประกาศชื่อขายการ์ตูน YAOI มือสองผ่านทางกระดานนัดพบและไปรษณีย์ ทำให้ได้ติดต่อกับลูกค้าและร้านค้าบางส่วนเพื่อทำการสำรวจหาประชากรกลุ่มตัวอย่าง และทำความเข้าใจเกี่ยวกับวิทยานิพนธ์ผ่านร้านค้าและกลุ่มผู้ผลิตอื่นๆ เพิ่มเติม

ความคิดเห็นของผู้ผลิตในเชิงพาณิชย์นั้น ส่วนใหญ่จะให้ความคิดเห็นว่าวิทยานิพนธ์นี้เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับชุมชน YAOI ที่อาจจะนำไปสู่การยอมรับจากคนนอกได้ในที่สุด เนื่องจากผู้วิจัยเป็นคนในด้วยเช่นกัน หากแต่สังคมไทยยังไม่พร้อม กับสื่อทางเลือกประเภทนี้ อาจจะต้องใช้เวลาไม่น้อยกว่า 10 ปี วิทยานิพนธ์นี้จึงเร็วไปที่จะทำการศึกษาในช่วงนี้ ทำให้คนนอกมาเพ่งเล็งและไม่ยอมรับ YAOI มากกว่าที่สร้างความรู้ความเข้าใจได้ตามวัตถุประสงค์ของผู้วิจัย

จนกระทั่งวันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2550 ได้มีการจับร้านค้าที่จำหน่าย YAOI ในบริเวณสยามสแควร์อีกครั้งด้วยข้อหาสื่อลามกอนาจาร โดยการประสานงานกันระหว่างศูนย์เฝ้าระวังทางวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม และสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ทำให้เกิดกระแสวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากที่ผ่านมาเป็นการจับกุมร้านค้าที่จำหน่ายการ์ตูนประเภทอื่นๆ ที่ไม่ใช่ YAOI หากแต่สองร้านที่ถูกจับกุมในครั้งนี้เป็นร้านของผู้ผลิตและจำหน่าย YAOI โดยตรง จนก่อให้เกิดการคัดกรองผู้ที่ติดตาม YAOI ในเว็บบอร์ดหรือเว็บไซต์ด้วยคำถามต่างๆ เพื่อคัดกรองคนนอกออกจากคนในชุมชนออนไลน์อย่างเข้มงวด

การติดต่อและพบปะลูกค้า จากการนัดพบในการจำหน่ายนิตยสารและหนังสือการ์ตูนมือสอง ทำให้ได้เจอกับลูกค้าที่หลากหลาย แต่ส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่กำลังศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและเริ่มติดตาม YAOI ไม่ถึงสามปี ผู้วิจัยจึงไม่ได้ติดต่อขอความร่วมมือในการเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ แต่ติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้ขอความร่วมมือในช่วงที่ผ่านมา เพื่อสอบถามประเด็นเพิ่มเติมทางด้านสถานการณ์การควบคุมของภาครัฐในระยยะเวลาดังกล่าว

หลักจริยธรรมการวิจัยและแนวปฏิบัติในการเก็บข้อมูล

ในการศึกษานี้ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูลและให้โอกาสผู้วิจัยทราบและศึกษาเรียนรู้จากพวกเขา ผู้วิจัยถือว่าผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้สำคัญที่สุดในกระบวนการวิจัย โดยคำนึงถึงหลักการด้านจริยธรรม คือ การรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูล ความสมัครใจในการตอบคำถามของผู้ให้ข้อมูล จากหลักการดังกล่าว การวิจัยนี้จึงกำหนดแนวทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดทำโดยนักวิจัยเพียงคนเดียว
2. การให้คำยินยอมก่อนการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยแจ้งวัตถุประสงค์และขั้นตอนการรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูล พร้อมเปิดโอกาสให้ซักถามข้อสงสัยต่างๆ ก่อนการสัมภาษณ์ทุกครั้ง รวมทั้งขออนุญาตจากผู้ให้ข้อมูลด้วยลายลักษณ์อักษรและวาจาทุกครั้ง การบันทึกเสียงการสัมภาษณ์ด้วยเครื่องบันทึกเสียงได้รับคำยินยอมจากผู้ให้ข้อมูล
3. การให้ความเคารพต่อการตัดสินใจของผู้ให้ข้อมูล การสัมภาษณ์นอกจากนั้นผู้วิจัยเน้นว่าการตัดสินใจให้ข้อมูลหรือตอบคำถามใดๆ หรือไม่ เป็นสิทธิขาดของผู้ให้ข้อมูล
4. การรักษาความลับ ผู้วิจัยกำหนดนามสมมติแทนผู้ให้ข้อมูล โดยไม่ได้เป็นนามแฝงที่ใช้ในการสื่อสารในชุมชน YAOI หรือชื่อที่นำไปสู่การระบุตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ได้ เนื่องจากนามแฝงเป็นพื้นที่ส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูล และนำไปสู่อัตลักษณ์ของนามแฝงนั้น

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศสถานะ เพศวิถี ระดับการศึกษา สถานภาพที่เกี่ยวข้อง อายุ อายุที่เริ่มขึ้นชอบ ระยะเวลาในการติดตาม ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

นามสมมติ	เพศสถานะ	เพศวิถี	สถาบันการศึกษา	สถานภาพที่เกี่ยวข้อง	อายุ (ปี)	อายุที่เริ่มขึ้นชอบ (ปี)	ระยะเวลาติดตาม (ปี)
ฝน	หญิง	หญิงรักชาย	สหศึกษา	ผู้ผลิต	22	13	9

นาม สมมติ	เพศ สถานะ	เพศ วิถี	สถาบัน การศึกษา	สถานภาพ ที่เกี่ยวข้อง	อายุ (ปี)	อายุที่ เริ่มขึ้น ชอบ (ปี)	ระยะ เวลา ติดตาม (ปี)
ชา	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ผลิต	20	15	5
แพรว	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ติดตาม	23	15	8
เอ	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ติดตาม	22	15	7
แนน	ขึ้นอยู่กับคู่	ทั้งสอง เพศ	สตรี	ผู้ผลิต	24	17	7
นัท	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ผลิต	24	17	7
เต๋า	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ผลิต	24	17	7
เอส	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ติดตาม	25	17	8
เจ	หญิง	ทั้งสอง เพศ	สหศึกษา	ผู้ติดตาม	25	18	7
สวย	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ติดตาม	25	15	10
อ้อน	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ผลิต	27	19	8
เชอริรี่	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ผลิต	27	17	10
ปอ	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ผลิต	28	18	10
หนึ่ง	ขึ้นอยู่กับคู่	ทั้งสอง เพศ	สตรี	ผู้ผลิต	28	15	13

นาม สมมติ	เพศ สถานะ	เพศ วิถี	สถาบัน การศึกษา	สถานภาพ ที่เกี่ยวข้อง	อายุ (ปี)	อายุที่ เริ่มขึ้น ชอบ (ปี)	ระยะ เวลา ติดตาม (ปี)
แอน	หญิง	หญิง รักชาย	สตรี	ผู้ผลิต	32	17	15

จากข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เพศสถานะหญิงของกลุ่มตัวอย่างนั้น ถูกกำหนดโดยเพศสรีระที่เป็นหญิงอยู่แล้ว ไม่ว่าจะจะมีเพศวิถีเป็นหญิงรักชาย (Heterosexual) หรือทั้งสองเพศ (Bisexual) ในขณะที่เพศสถานะแปรเปลี่ยนไปตามคู่ หากคู่เป็นชาย ตนเองเป็นหญิง คู่เป็นหญิง ตนเองเป็นชาย ไม่ได้เป็นการนิยามผ่านเพศสรีระ แต่เป็นการนิยามเพศสถานะให้ตรงกันข้ามกับคู่ของตนในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งความสัมพันธ์รูปแบบนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติความสัมพันธ์แบบหญิงรักหญิง กลายเป็นกระจกสะท้อนความสัมพันธ์แบบชายหญิงที่จำเป็นต้องมีลักษณะความเป็นชาย (Masculine) และความเป็นหญิง (Feminine) มากกว่าลักษณะความเป็นหญิงทั้งคู่

เพศวิถีแบบหญิงรักชาย เป็นเพศวิถีที่มีทั้งสองความหมาย คือ ตนเองมีความสัมพันธ์ฉันท์คู่รักกับผู้ชายในชีวิตจริง ตลอดจนเป็นเพศวิถีที่กลุ่มตัวอย่างนิยามให้ตนเองผ่านสถานะของตนเองที่ชื่นชอบผู้ชายตามสื่อต่างๆ หรือที่นิยมเรียกกันว่า “ผู้ชายสองมิติ”¹ เช่น ดารา, นักดนตรี ฯลฯ แต่ตนเองไม่เคยมีความสัมพันธ์ฉันท์คู่รักกับผู้ชายในชีวิตจริงด้วยเช่นกัน

ขณะเดียวกัน สถาบันการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง มักจะเป็นโรงเรียนสตรี ไม่ว่าจะเรียนประจำ หรือไป-กลับ มากกว่าโรงเรียนสหศึกษา ซึ่งสอดคล้องกับนิยามความแปลกใหม่ในการเรียนรู้ผู้ชาย ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชายที่มักจะเป็นเหตุผลในการเริ่มต้นติดตาม YAOI

สถานภาพที่เกี่ยวข้องกับ YAOI นั้น เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ผลิตทุกรายล้วนแต่เป็นผู้บริโภคมาก่อน และเหตุผลในการเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ผลิตนั้น คือ การตอบสนองความต้องการ

¹ หนึ่งมิติ คือ ดำรงอยู่ในรูปแบบข้อความบรรยาย เช่น นิยาย สองมิติ คือ ดำรงอยู่ในรูปแบบภาพและข้อความ หรือภาพและเสียง เช่น การ์ตูน สามมิติ คือ ดำรงอยู่ในรูปแบบที่สามารถจับต้องได้ เป็นคนจริง หากแต่ขณะเดียวกันบางคนก็นิยามดารา/ นักดนตรีเป็นสองมิติ เนื่องจากไม่มีโอกาสได้พบเจอในชีวิตประจำวันได้เช่นกัน

ของตนเองเนื่องจากตลาดไม่ครอบคลุมรสนิยมของตนเอง เผยแพร่สิ่งที่ตนเองชื่นชอบ มากกว่าเหตุผลในเชิงพาณิชย์ เนื่องจาก YAOI เป็นสื่อที่ผิดกฎหมาย ไม่ว่าจะเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือสื่อทางเพศ

สิ่งที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อย มักจะมีแนวโน้มเริ่มชื่นชอบ YAOI เมื่ออายุน้อยลงตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ในชุมชนที่มีการเผยแพร่ YAOI ในรูปแบบต่างๆ ที่แพร่หลายมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งหนังสือการ์ตูนและชุมชนออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยสร้างรูปแบบและวิเคราะห์ความหมายของคำสัมภาษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง โดยแบ่งหัวข้อออกเป็น

1. ความหลากหลายของคนใน เป็นการศึกษาว่า “คนใน” มีคำจำกัดความหรือครอบคลุมคุณลักษณะต่างๆ เช่นไรบ้าง เช่น เพศสรีระ เพศวิถี
2. จุดเริ่มต้นของความชื่นชอบ เป็นการศึกษาจุดเริ่มต้นของการติดตาม YAOI ที่มีบริบททางด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวัฒนธรรมประชานิยมอื่นๆ เข้ามามีส่วนในการติดตาม นอกเหนือไปจากปัจจัยทางด้านรสนิยม
3. วัฒนธรรมการบริโภคและการรวมกลุ่ม เป็นการศึกษาการเผยแพร่เพื่อแลกเปลี่ยนความชื่นชอบจนกลายเป็นเชิงพาณิชย์ การรวมตัวของคนในจนกลายเป็นชุมชน ตลอดจนการควบคุมคุณภาพทางด้านการตลาดและการควบคุมจากภาครัฐ
4. การรับรู้ภาพสะท้อนของตัวเองในสายตาคนนอก เป็นการศึกษาการรับรู้ของคนในว่าคนนอกมองคนในและชุมชนเป็นเช่นไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการควบคุมจากทางสังคมผ่านการนำเสนอของสื่อมวลชน ตลอดจนคนรอบข้าง
5. สัมผัสตัวตน เป็นการศึกษาการให้ความหมายทางด้านการเปรียบเทียบผลกระทบกับการบริโภคสื่อทางเพศของผู้ชาย ความแตกต่างจากการ์ตูนผู้หญิงประเภทอื่นๆ และความหลากหลายของเพศวิถี ที่คนในใช้เป็นเครื่องมือในการต่อสู้กับการควบคุม YAOI จากสังคม
6. การซ้อนทับตัวเองและอำนาจในการกำหนดบทบาท เป็นการศึกษาการซ้อนทับตัวตนลงในตัวละครต่างๆ เช่น ตัวรุก (Seme) ตัวรับ (Uke) ในฉากเพศสัมพันธ์ และอำนาจในการกำหนดบทบาทตัวละครให้เป็นไปตามจินตนาการ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ความหลากหลายของ “คนใน”

สำเนียงร่วมกันของคนในหรือผู้ที่ชื่นชอบ YAOI นั้นอาจจะมีเส้นแบ่งระหว่างคนในและคนนอกแตกต่างกันไป หากจำกัดเส้นแบ่งคนในและคนนอกเพียงการติดตามและต่อต้านนั้นภายในกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบด้วยตัวเองได้ซ่อนความหลากหลายมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการแบ่งแยกตามเพศสรีระและเพศวิถีของผู้อ่านและผู้แต่ง ตลอดจนผู้ที่ชื่นชอบที่แท้จริง หรือที่มักจะถูกเรียกว่าแฟนพันธุ์แท้

การแบ่งแยกตามเพศสรีระและเพศวิถีของผู้อ่านนั้น ไม่ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดในประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่า บางร้านค้าที่มีการแบ่งพื้นที่สำหรับลูกค้า YAOI และการ์ตูนอื่นๆ ออกจากกันด้วยเหตุผลว่า ผู้ที่มาซื้อการ์ตูนเหล่านี้จะได้รู้สึกปลอดภัยจากสายตาของคนนอก ประเด็นนี้กลับกลายเป็นทำให้ลูกค้าอื่นๆ ที่ไม่ได้มีเพศสรีระเป็นผู้หญิงถูกแบ่งแยกออกไปด้วยการจับจองจากคนใน ขณะเดียวกันผู้ชายที่ต้องการทดลองอ่าน มักจะต้องอธิบายเหตุผลว่าตนเองไม่ใช่ชายรักชายประกอบกับการซื้อด้วยเสมอ เช่นเดียวกับคู่มือของกลุ่มตัวอย่างบางรายจะไม่ยอมเข้าใกล้บริเวณที่วางจำหน่าย YAOI หรือแม้กระทั่งต้องหนังสือ เนื่องจากกลัวว่าจะถูกเหมารวมว่าเป็นกลุ่มชายรักชาย

การแบ่งแยกคนในและคนนอกตามเพศสรีระและเพศวิถีของผู้แต่งนั้น ไม่ปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดในประเทศไทยเช่นเดียวกับกลุ่มผู้อ่าน หากแต่กลุ่มผู้แต่งที่มีเพศสรีระเป็นชายนั้น มักจะได้รับการยอมรับว่าสามารถแต่งได้เหมือนจริง หรือนำประสบการณ์จริงมาบอกเล่า ความแตกต่างที่สำคัญกับผู้แต่งที่มีเพศสรีระเป็นผู้หญิง คือ การใช้ภาษา และความสัมพันธ์แบบรักเดียวใจเดียว

“ภาษาที่ผู้ชายใช้ บางครั้งจะเรียกอวัยวะเพศกันตรงๆ เลย ไม่ใช่แค่สรรพนามที่ใช้ ก็เข้าใจว่าบางกลุ่มเขาก็ใช้ภาษาแบบนั้นจริงๆ แต่บางคนก็รับกันไม่ได้” (แพรว, 22 พฤศจิกายน 2549)

“จากโครงเรื่องแต่ก่อนที่นายเอกต้องรักษาความบริสุทธิ์ ให้พระเอกอย่างเดียวเหมือนกับการ์ตูนผู้หญิงทั่วไป ต่อมาก็กลายเป็นฝ่ายรุกบ้าง จนเริ่มมีการเปลี่ยนคู่ไปเรื่อยๆ

2. เนื้อหาที่มีความลึกซึ้ง สื่อถึงความรักที่บริสุทธิ์ โดยไม่คำนึงถึงเพศสรีระ มีการฝ่าฝืนอุปสรรคโดยเฉพาะอย่างยิ่งการยอมรับจากครอบครัวและสังคม ทำให้รู้สึกว่าเป็นความรักแท้ที่หาได้ยากในชีวิตจริง

3. ฉายเส้นที่สวยงาม ทำให้ตัวละครชายเป็นผู้ชายในอุดมคติ

4. ความอยากรู้อยากเห็นชีวิตของผู้ชายและกลุ่มชายรักชาย เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้หญิง จึงไม่มีโอกาสได้รู้จักและเข้าใจในเรื่องนี้มากนัก

5. ความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องเพศสัมพันธ์ จึงเลือกเปิดรับการ์ตูนชายรักชาย เพื่อทำให้รู้สึกว่าเป็นเรื่องใกล้ตัว สามารถรับรู้ได้อย่างสบายใจมากกว่าการ์ตูนชายหญิง

หากแต่ในการศึกษานี้ พบว่ากลุ่มตัวอย่างนอกเหนือจากเหตุผลที่เสนอมาดังกล่าวแล้วนั้น ปัจจัยทางด้านความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและวัฒนธรรมกระแสใหม่อื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัฒนธรรมย่อยของวัยรุ่นเป็นสิ่งที่ทำให้การเปิดรับ YAOI ในแต่ละช่วงเวลามีความแตกต่างกันไปด้วย

กลุ่มตัวอย่างที่ติดตาม YAOI มาประมาณ 10 ปีขึ้นไป มักจะเริ่มต้นจากการ์ตูนผู้หญิง (Shojo manga) ที่นำเสนอเรื่องราวหรือตัวละครที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชายและผู้ชาย โดยการ์ตูนเหล่านี้มีทั้งการนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นและแปลเป็นภาษาไทยด้วยเช่นกัน

“ตอนนั้นพี่เรียนอยู่ก็เลยว่างอ่านการ์ตูน ไปเข้าการ์ตูนมาอ่านทุกวัน จนอ่านหมดเกือบทั้งร้านเลย แล้วก็เจอเข้า เรียกว่าดวงสมพงศ์ก็ได้มั้ง หลังจากนั้นก็เริ่มทยอยสอดส่องหาว่าเรื่องอื่นๆ จะมีบ้างไหม แต่ส่วนใหญ่ก็จะเป็นคู่รองไม่ใช่คู่หลัก คู่หลักก็ยังเป็นผู้ชายกับผู้หญิงอยู่ดี มาจนถึงยุคที่กลายเป็นคู่หลัก ก็ยังมีตัวละครผู้หญิงอยู่เหมือนกัน ซึ่งก็จะมีอยู่สองแบบ คือ เป็นผู้ช่วยนายเอกกับนางอิจฉา” (ปอ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2550)

ในระยะต่อมากลุ่มตัวอย่างที่ติดตาม YAOI มาประมาณ 7-9 ปี ส่วนใหญ่จะเริ่มต้นจากการ์ตูนหรือแฟนฟิคชัน (Fan fictions) ที่นำศิลปินชายเหล่านั้นมานำเสนอในความสัมพันธ์แบบชายรักชาย

“สมัยนั้นอินเทอร์เน็ตยังแพงอยู่มาก นอกจากชั่วโมงคอมฯ ก็ไม่ได้ใช้ ตอนนั้นเขามีให้เล่นเน็ตฟรีที่ไปรษณีย์กลาง เราก็เลิกเรียนก็ไปเล่นเน็ตที่นั่นเซ็คขาวเกี่ยวกับวงที่ชอบ เล่นเน็ตไปก็เห็นโตะข้างๆ ชาวๆเกี่ยวกับวงที่ชอบเหมือนกัน ก็เลยเริ่มได้คุยกัน เขาก็เริ่มเอานิยายที่แต่งกันเองมาให้อ่าน ตัวละครก็เป็นพวกศิลปินที่ชอบ แต่เอามาจับคู่กัน ส่วนหนึ่งก็ได้โครงเรื่องมาจากฉากแฟนเซอร์วิส พวกกอดกัน หอมแก้ม ไม่ก็จูบโซว้เลย เอามาแต่ง เราก็ได้ตามดูตามอ่านข่าวพวกนี้อยู่แล้ว ก็เลยอ่านแล้วสนุกดี นึกภาพตามออกได้ ก็เลยเริ่มอ่านนับแต่นั้น แล้วค่อย

ไปเจอว่ามีการ์ตูนเป็นแนวนี้อยู่โดยตรงก็เริ่มทยอยอ่านมาเรื่อยๆ” (เอส, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2549)

การ์ตูน YAOI เริ่มจำหน่ายอย่างแพร่หลายในช่วงประมาณ พ.ศ. 2535 ซึ่งขณะนั้นการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทย ตกอยู่ภายใต้สถานการณ์ถูกฟ้องร้องปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ ทำให้สำนักพิมพ์ส่วนใหญ่หยุดการผลิตและจำหน่ายการ์ตูนญี่ปุ่น

“ตอนนั้นก็ไม่มีอะไรอ่านเลย การ์ตูนงดออกกันยาว เพื่อนก็เอาแนวนี้อมาให้ลองอ่านดู ด้วยความที่ไม่มีอะไรอ่าน แล้วก็เบื่อการ์ตูนผู้หญิงที่อะอะก็คิดแต่จะสารภาพรักกับพระเอกยังไงดี นิดเดทจะแต่งตัวยังไง เราก็เลยรู้สึกที่แนวนี้นี้เป็นอะไรที่แปลกใหม่แล้วก็เริ่มติดตามมาตั้งแต่นั้น” (เอ, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2550)

แม้ว่าผู้ที่ชื่นชอบ YAOI บางส่วนจะเริ่มต้นจากความนิยมในกลุ่มเพื่อน แต่เมื่อมีการกวาดล้างจัดระเบียบสื่อ ทำให้สื่อเหล่านี้เป็นสื่อที่จำกัดปริมาณมากขึ้น การซื้อขายเป็นไปด้วยความลำบากและค่าใช้จ่ายในการติดตามที่เพิ่มสูงขึ้น¹ จึงเสมือนการคัดกรองผู้ที่ชื่นชอบออกจากผู้ที่ติดตามด้วยกระแสความนิยมเพียงชั่วคราว ทำให้ผู้ที่ชื่นชอบและติดตามอย่างต่อเนื่องจึงก่อตัวกลายเป็นวัฒนธรรมย่อยประเภทหนึ่งในสังคมไทย

ขณะเดียวกัน การให้เหตุผลถึงสาเหตุของการชื่นชอบ YAOI นั้น มีกลุ่มตัวอย่างที่ให้เหตุผลเชื่อมโยงกับหลักกฎหมาย โดยเฉพาอย่างยิ่งเรื่องความหลากหลายทางเพศด้วยกันเช่นกัน

“ทำไมถึงติดการ์ตูนพวกนี้นัก ฟังมองว่ามันเหมือนกฎหมายแห่งชาติที่แล้วเราอาจจะเป็นกะเทยก็ได้ใครจะไปรู้ แล้วติดอยู่ในรสสัมผัสนั้น ก็เลยตามมาในชาตินี้” (แอน, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2549)

ประเด็นเรื่องกฎหมายแห่งกรรม อาจจะนับได้ว่าเป็นมิติใหม่ในการศึกษา YAOI ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นเพราะเรื่องความเชื่อเรื่องนี้ มีรากฐานมาจากศาสนาพุทธที่มีอยู่ในสังคมไทย แตกต่างจากสังคมอื่นที่มีการศึกษามาก่อนหน้านี้ ซึ่งทำให้เกิดประเด็นที่น่าสนใจตามมาทางด้าน

¹ ในปัจจุบันอินเทอร์เน็ต อาจจะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุมชนในจินตนาการ สามารถรวมตัวและสื่อสารกันได้ ตลอดจนเป็นช่องทางในการบริโภคที่มีค่าใช้จ่ายลดลงกว่าช่องทางอื่น แต่อินเทอร์เน็ตได้แฝงด้วยค่าใช้จ่ายอื่นๆ เช่น คอมพิวเตอร์, ค่าไฟ, ค่าเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต, ฯลฯ รวมทั้งการเก็บรักษาในรูปแบบไฟล์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเรื่องที่สะดวกกว่ารูปแบบหนังสือที่มีมักจะปัญหาเรื่องการเก็บรักษาให้พ้นจากการรับรู้ของคนนอกที่ไม่ยอมรับ

การศึกษาเรื่องความรู้สึกผิด (Guilty) หรือหิริโศตปปะ ในการผลิตหรือบริโภค YAOI ที่ถูกนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศของคนใน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการยอมรับว่าตนเองมีความรู้สึกทางเพศ ดังเช่นงานของ Suzuki (1998) ที่ศึกษา YAOI ทางด้านสถานะเป็นสื่อทางเพศสำหรับผู้หญิงหรือไม่ (Pornography or Therapy? Japanese Girls Creating the YAOI Phenomenon) ซึ่งข้อขัดแย้งนี้จะแตกต่างอย่างชัดเจนในประเด็นการเปิดเผยตัวตนว่าเป็นผู้ที่ชื่นชอบ YAOI และการตอบโต้ในการควบคุมสื่อของกลุ่มตัวอย่างในสังคมไทย

วัฒนธรรมการบริโภคและการรวมกลุ่ม

ทุกวันนี้ ความต้องการในการบริโภคไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบสนองต่อความต้องการชีวิตเพียงอย่างเดียว หากยังแฝงไปถึงนัยทางสังคมวัฒนธรรม คุณค่าทางศักดิ์ศรีและหน้าตา ภาพลักษณ์ รสนิยม ความปรารถนาและกระบวนการสร้างแรงจูงใจให้บริโภค (เกษม เพ็ญภินันท์, 2550: 2) สัมพันธภาพระหว่างอัตลักษณ์และสินค้าได้เข้ามามีบทบาทและสามารถกำกับวิถีชีวิตที่ละเอียดที่ละน้อย จนกระทั่งความสัมพันธ์ดังกล่าวได้หล่อหลอมรูปแบบทางวัฒนธรรมบริโภคขึ้น (เกษม เพ็ญภินันท์, 2550: 5-6) การบริโภค YAOI ในการศึกษาครั้งนี้จะไม่ได้เน้นถึงปริมาณช่องทางและค่าใช้จ่ายในการบริโภค เนื่องจาก YAOI เป็นสื่อที่ถูกควบคุม ทำให้มีความผันแปรในการบริโภคแต่ละช่วงเวลาเป็นอย่างมาก ขณะเดียวกันการบริโภคผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้นเป็นสิ่งที่ตรวจวัดได้ยาก นอกจากนั้นคุณลักษณะผู้บริโภคที่อาจจะมีจุดร่วมเดียวกันเพียงหนึ่งเดียว คือ YAOI เต็มไปด้วยความหลากหลายมากเกินกว่าที่จะทำให้สรุปเป็นเอกภาพได้

ปริมาณ ช่องทาง และค่าใช้จ่ายในการบริโภคนั้น แปรผันไปตามกระแสการควบคุมและกลไกการตลาด นอกจากนั้นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ทางด้านภาษาอื่น เช่น ภาษาอังกฤษ, ภาษาญี่ปุ่น, ฯลฯ จะเป็นส่วนที่เข้ามากำหนดช่องทางในการบริโภค ทำให้ปริมาณและค่าใช้จ่ายในการบริโภคนั้น มีปัจจัยหลายด้านที่เข้ามากระทบเช่นการบริโภคสิ่งอื่น แต่ขณะเดียวกันในกลุ่มผู้ชื่นชอบ YAOI กลับมีการแบ่งแยกออกเป็นแฟนพันธุ์แท้และไม่ใช่แฟนพันธุ์แท้ เพื่อการคัดกรองผู้ที่เข้าไปติดต่อสื่อสารในชุมชนออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่มีการควบคุมอย่างเข้มงวด นอกเหนือจากเหตุผลเรื่องความปลอดภัยแล้ว เป็นที่น่าสังเกตว่าข้อคำถามในการคัดกรองนั้น ล้วนแต่ต้องอาศัยความรู้ที่เกิดจากการบริโภคมาเป็นระยะเวลาพอสมควร เช่น การให้อธิบายเรื่องย่อของการ์ตูนที่ได้รับความนิยม หรือการจับคู่ตัวพระ-นาง นอกเหนือจากการอธิบายเจตคติที่มีต่อ YAOI

สื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ YAOT ไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงการ์ตูนที่นำเข้ามาจากประเทศญี่ปุ่นมาแปลเป็นภาษาไทยเท่านั้น แต่รวมถึงการ์ตูน หรือนิยายที่ผลิตขึ้นภายในประเทศไทยด้วยเช่นกัน ซึ่งก่อให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบ YAOT มีการนัดพบและแลกเปลี่ยนความรู้และผลงานเป็นประจำอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งเกิดการผลิตนิยายและการตูนล้อในรูปแบบหนังสือทำมือเพื่อจำหน่ายในรูปแบบการค้า

“ตอนแรกก็เป็นการซีร็อคสมุดที่เขียนนิยาย เพื่อแลกกันอ่านภายในกลุ่มใครชอบงานของใครก็ซีร็อคเก็บไว้ จากการซีร็อคที่เป็นลายมือก็มาเป็นพิมพ์ดีดไฟฟ้าก็อ่านง่ายขึ้นจำนวนหน้าก็ลดลงด้วย ตอนนั้นจะนัดเจอกันเดือนละครั้ง หลังๆ คนเริ่มสนใจเยอะขึ้นเรื่อยๆ ก็เลยมีทำหนังสือทำมือกันออกมาขายให้กับคนนอกกลุ่มด้วย ตอนแรกก็เป็นซีร็อคแต่มีการเข้ามาเล่มจากเย็บแม็คแบบมุงหลังคา ก็เปลี่ยนมาเป็นไสกาว แล้วก็เข้าโรงพิมพ์ในที่สุด” (แอน, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2549)

การรวมกลุ่มของผู้ที่ชื่นชอบ YAOT ไม่จำเป็นที่จะต้องมีการรวมกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับ YAOT เท่านั้น หากแต่รวมถึงการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน เช่น การทำบุญในแต่ละเทศกาล

“ถ้าจะถามว่าจำเป็นต้องมีการรวมกลุ่มอะไรไหม ก็ไม่จำเป็น เพียงแต่มันคงจะสนุกขึ้นถ้าเรามีเพื่อนที่ชอบในสิ่งเดียวกันมาคุยกันแล้วรู้เรื่อง” (เอ, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2550)

“บางทีเราก็รู้สึกที่ไม่ค่อยมีใครเข้าใจเรา โดยเฉพาะเรื่องที่บ้านรู้ว่าเราอ่านการ์ตูนวาย แต่เขาก็ไม่ได้ต่อว่าอะไร แต่ก็ทำให้เราฉงนเหมือนกัน เราก็เลยอยากได้คำปรึกษาทั้งจากเพื่อน แล้วก็โพสกระทู้ในบอร์ดก็ได้ความเห็นได้กำลังใจ ช่วงสอบก็มีกระทู้ให้กำลังใจกัน ไม่ก็เชื่อกันว่าใครเอนท์ติดที่ไหนยังไง วันเทศกาลก็จะมีอะไรพิเศษ ทำให้เรารู้สึกว่ามันเป็นชุมชนจริงๆ” (เต๋า, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2549)

การติดต่อสื่อสารของผู้ที่ชื่นชอบ YAOT ที่นอกเหนือไปจากข่าวสารที่เกี่ยวข้องเพียงอย่างเดียว ไม่ว่าจะเป็นโลกเสมือนทางอินเทอร์เน็ต หรือการนัดพบปะกัน จึงก่อให้เกิดสัมพันธภาพ สร้างความรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนมกัน จนกลายเป็นชุมชนในที่สุด

การเผยแพร่และจำหน่าย YAOT ในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังไม่มีลิขสิทธิ์ ทำให้การควบคุมคุณภาพเป็นไปตามกลไกทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นทางด้านภาษาที่ใช้ การแต่งภาพคุณภาพในการพิมพ์ ความรวดเร็วในการวางจำหน่ายการ์ตูนได้ก่อนคู่แข่งรายอื่น ตลอดจนปริมาณและรูปแบบในการเซ็นเซอร์ เช่น ตัดออกทั้งหน้า ถมดำในช่องนั้น ใช้ตัวอักษร/รูปภาพอื่นๆ บดบัง

“ในช่วงแรกก็เป็นแบบไม่มีลิขสิทธิ์เหมือนกับการ์ตูนญี่ปุ่นอื่นๆ แต่พอไม่มีการ์ตูนเรื่องอื่นให้อ่านกันเลย เพื่อนลองให้อ่านดู ก็เลยเริ่มติดมาจนถึงตอนนี้ จริงๆ ก็แอบเซ็งที่การ์ตูนเกย์ไม่มีลิขสิทธิ์เหมือนกันเพราะทำให้บางเรื่องออกมาไม่ค่อยดี แต่ก็มีแข่งขันกันเองว่ากลุ่มไหนทำออกมาดีกว่า แต่ก็เข้าใจว่าบางเรื่องก็ค่อนข้างเรททำให้ยากที่จะมีลิขสิทธิ์ในบ้านเรา แล้วการมีลิขสิทธิ์ก็ไม่ได้การันตีว่าจะไม่ถูกจับด้วยข้อหาแปลกๆ อย่างอื่นอีกอยู่ดี” (สวย, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2550)

“ถ้าเรื่องออกมาซ้ำกัน ส่วนใหญ่เราก็จะรู้กันว่ากลุ่มไหนแปลดีกว่า ก็จะเลือกซื้อกลุ่มนั้น ส่วนเรื่องเซ็นเซอร์ก็ขึ้นอยู่กับแต่ละกลุ่มว่าจะทำออกมายังไง แต่ที่น่าเกลียดที่สุดคือเติมดอกไม้เข้ามา แค้จับมือกันก็มีดอกไม้มาบังแล้ว แต่ยังไงก็ดีกว่าไม่มีอ่านอย่างในปัจจุบัน” (เจ, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2549)

ความนิยมในการ์ตูน YAOI ที่มีผู้อ่านปริมาณเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นั้น ก่อให้เกิดจำนวนของกลุ่มผู้ผลิตที่เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

“ถ้าจะอธิบายว่า ทำไมการ์ตูนเกย์ได้รับความนิยมในบ้านเรามากขึ้นเรื่อยๆ ก็ต้องบอกว่าตลาดเติบโตขึ้นเรื่อยๆ แต่พี่บอกได้เลยว่า ไม่ได้ทำเพื่อกำไรเพียงอย่างเดียว แต่ทำเพราะใจรัก อยากจะเผยแพร่ อยากจะหาคนที่ชอบเหมือนกันกับเรา อยากจะแบ่งปันสิ่งที่เราชอบให้คนอื่นได้ชอบเหมือนกันกับเรา เพราะพูดจริงๆ แล้วเรื่องเงินที่ได้มาไม่คุ้มกับค่าเหนื่อยที่ทำลงไปเลย โดยส่วนตัวแล้วพี่มองว่า ถ้ามีการแข่งขันกัน คนที่ได้กำไรมากที่สุดคือคนซื้อนะ เพราะทุกเจ้าต้องทำให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น” (แอน, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2549)

ดังนั้น การเผยแพร่และจำหน่าย YAOI ในประเทศไทยผ่านช่องทางต่างๆ อาศัยกลไกตลาดในการควบคุมคุณภาพ ส่วนการควบคุมปริมาณการเผยแพร่และจำหน่ายนั้น เป็นการควบคุมด้วยมาตรการปราบปรามสื่อทางเพศของภาครัฐ มากกว่าการดำเนินคดีทางด้านการละเมิดลิขสิทธิ์ทางปัญญา ทำให้ช่องทางในการจำหน่ายและเผยแพร่ YAOI จึงมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามความเข้มงวดในช่วงเวลาต่างๆ โดยนโยบายดังกล่าวอาจจะไม่ได้เป็นการควบคุมสื่อของภาครัฐโดยตรง เช่น การลงประชามติร่างรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ในวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2550 นั้น มีข่าวการส่งเอกสารโจมตีร่างรัฐธรรมนูญฯ ผ่านทางไปรษณีย์ ทำให้เกิดความเข้มงวดในการตรวจค้นสิ่งตีพิมพ์ ซึ่งทำให้การติดต่อซื้อขาย YAOI ผ่านทางไปรษณีย์ในช่วงเวลาดังกล่าวจะระงับไป หรือคัดกรองผู้ซื้อผ่านคำถามบางอย่าง เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่ติดต่อหรือเลขที่บัญชีทางธนาคาร เป็นที่สิ่งที่ไม่ปลอดภัยไม่สามารถนำมาสู่การติดตามจับกุมผู้ผลิตได้ในที่สุด

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดลักษณะการบริโภคที่น่าสนใจอย่างหนึ่ง คือ เจตคติของ
คนรอบข้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งครอบครัว และคู่รัก

“ไม่รู้ดี พี่ไม่คิดว่าที่บ้านจะไม่รู้ว่าอ่าน เพราะวางไว้ที่ตู้บ้านไปหมด แต่เขา
ไม่พูดมากกว่า” (เชอริรี, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2550)

“ที่บ้านไม่มีปัญหาอยู่แล้ว เพราะเขาไม่เข้ามายุ่งในห้องของเราเลย แต่
เพื่อนบางคนสิ พ่อแม่ไม่เคยรู้มาก่อนว่ามีการ์ตูนประเภทนี้ แต่พอมีข่าวออกมากลายเป็นเรื่อง
ใหญ่โต เห็นบางคนในบอร์ดมาบอกว่าเขาถูกเผาการ์ตูนทิ้งเลย” (เต๋า, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม
2549)

“แฟนก็รู้อยู่แล้วว่าอ่านการ์ตูนเกย์ ช่วงแรกๆ ก็บ่นเหมือนกัน แต่ไม่ได้
เพราะไม่ชอบ แต่เป็นเพราะเวลาเราอ่านเราจะไม่สนใจเขา อ่านการ์ตูนอย่างเดียว เขาเรียกก็ไม่
สนใจ ตอนหลังก็คุยกัน เราก็ปรับตัว ให้เวลาเขามากขึ้นก็จบ ก็เหมือนกับที่เราที่ไม่ได้ไปว่าเขาที่จะ
อ่านการ์ตูนไป ต่างคนต่างก็อ่านในสิ่งที่ตัวเองชอบก็เท่านั้นเอง” (นัท, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม
2549)

“ถ้ามีแฟนจริงๆ ก็พูดยากนะว่าถ้าเขาจะบอกจะให้เลิกอ่าน เพราะเขา
ไม่ได้ ถ้าให้เลิกอย่างนั้น ก็คงบอกว่าเลิกกับเขาดีกว่า เราอ่านของเรามาเป็นสิบปี จู่ๆ จะให้มาเลิก
อ่านเพราะเขาไม่ได้ มันคงไม่ใช่เรื่อง ไม่ใช่ว่าการตูนพวกนี้คือชีวิตจนเลิกไม่ได้ แต่มันไม่มี
เหตุผลมากพอ ทำไมเราต้องเปลี่ยนตัวเองให้ผู้ชายที่เพิ่งรู้จักไม่นานด้วย” (เจ, สัมภาษณ์, 20
ตุลาคม 2549)

“ถ้ามีแฟนยังงี้ก็ต้องเปิดเผยอยู่ดีว่าเราเป็นยังไง ก็ต้องบอกตั้งแต่แรก
ที่เริ่มคบกันเลย ถ้าเขาไม่ได้ก็ไม่ต้องคบกัน ก็เท่านั้น ไม่ใช่มานั่งปิดบัง แล้วเขามารู้ทีหลังแล้ว
กลายเป็นว่ารับไม่ได้กับตัวตนอีกด้านหนึ่งของเรา การคบกันก็ต้องเปิดเผยตัวตนซึ่งกันและกัน”
(สวอย, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2550)

“ไม่กล้าบอกเขาเหมือนกันว่าอ่านการ์ตูนอะไรอยู่ เขารู้แค่ว่าเราชอบอ่าน
การ์ตูน แต่เขาไม่ได้อ่านการ์ตูน เขาบอกว่าอ่านการ์ตูนไม่เป็น ไม่รู้ว่าอ่านยังไง ก็คิดอยู่เหมือนกัน
ว่าจะบอกเขาดีไหม แต่เขาไม่ได้ถามก็เลยไม่ได้บอกอะไร เพราะคิดว่าจะค่อยๆ เรียนรู้กันไปเรื่อยๆ
ดีกว่า คิดว่าเรื่องการ์ตูนแค่นี้คงไม่ได้เป็นประเด็นอะไรใหญ่โต แต่ถ้าจะถึงขั้นแต่งงานกันเมื่อไหร่
ตอนนั้นก็ต้องบอกแน่นอน เพราะอยู่บ้านเดียวกันแล้ว เขาก็จะรู้จะเห็นเราเกือบสี่สิบสี่ชั่วโมง ปิด
ยังไงก็ไม่รอด ไม่เหมือนตอนนี้เป็นแค่แฟน เขาก็จะรู้เกี่ยวกับเราก็แค่เรื่องที่เรากับตอนที่อยู่
ด้วยกันเท่านั้นเอง” (แอน, สัมภาษณ์, 18 กันยายน 2549)

“มันคงคล้ายๆ กับเรื่องเปิดเผยว่าตัวเองเป็นเกย์หรือเปล่า เราไม่รู้ว่าเขาจะมองเรายังไง ถ้าไม่จำเป็นก็จะไม่บอกคนนอกว่าเขาอ่านอะไรอยู่” (เอ, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2550)

“ก็ไม่เชิงว่าปิดบัง แต่ก็ไม่ถึงประกาศตัวว่าชอบวาย ที่ทำงานเขาก็รู้แค่ว่าเราชอบอ่านการ์ตูนอยู่” (อ๋อน, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2549)

การเปิดเผยตัวตนว่าชื่นชอบการ์ตูน YAOI อาจจะเรียกได้ว่าเป็นการเปิดเผยรสนิยมทางเพศของตนเองอย่างหนึ่ง ซึ่งมีความลึกซึ้งกันอยู่ในการเรียกร้องให้ผู้อื่นเข้าใจและเรื่องนี้เป็นสิทธิส่วนบุคคลในการเลือกที่จะบริโภคสื่อตามความสนใจของตนเอง หากแต่การเปิดเผยตัวตนในเรื่องดังกล่าว เป็นอันตรายต่อชื่อเสียงหน้าที่การงาน เนื่องจากสังคมไทยไม่ยอมรับความแตกต่างทางด้านรสนิยมทางเพศ ประเด็นนี้จึงเป็นเหตุผลหลักในการปฏิเสธให้ความร่วมมือในการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อผู้วิจัยให้กลุ่มตัวอย่างลงนามในการให้ความยินยอมด้วยชื่อนามสกุล อันนำไปสู่จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่จำกัดในวิทยานิพนธ์นี้

การรับรู้ภาพสะท้อนของตัวเองในสายตาคนนอก

คนในรับรู้ภาพสะท้อนของตัวเองในสายตาคนนอกผ่านการนำเสนอของสื่อต่างๆ ดังเช่น “ยาโออิ” การ์ตูนเซ็กซี่ระดับ (สยามรัฐ, 23 กันยายน 2549) แฉสาวไทยคลั่งการ์ตูน ‘เกย์ยูน’ (ไทยรัฐ, 23 กันยายน 2549) การ์ตูนยูนระดับ“เกย์-เลสเบี้ยน!” (ข่าวสด, 23 กันยายน 2549) ซึ่งคนในมองว่าการนำเสนอของคนนอกนั้นเกิดจากสื่อไม่มีความยุติธรรม เลื่อนนำเสนอแต่ข่าวในด้านลบเพื่อให้หัวอหาว ตลอดจนไม่มีความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งซึ่งมากพอ (ธันวิทิพย์ ศรีสุตา, 2548: 111) “คนใน” ในสายตา “คนนอก” จึงเป็นทั้งการขนานนามและภาพตัวแทน (Stereotypes) ของกลุ่มที่ชื่นชอบ YAOI ด้วยบรรทัดฐานของสังคมด้วยการเหมารวมและลดทอนความหลากหลายให้หายไป

คำว่า “สาววาย” ที่สื่อมวลชนใช้ในการเรียกกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ YAOI นั้น กลับกลายเป็นคำที่สามารถทับซ้อนไปกับผู้ที่ชื่นชอบ YURI ที่เรียกว่า “สาววาย” ด้วยเช่นกัน

“เราก็เรียกตัวเองว่าสาววายเหมือนกัน แต่เราไม่ได้อ่าน YAOI นะ เราเป็นสาย YURI แต่ผู้หญิงมาอ่านมาเขียน YURI ก็น้อยอยู่แล้วมีแต่ผู้ชาย ทำไมต้องถูกกลืนไป

หายไปด้วย แต่มองในอีกแง่ก็ดีเหมือนกัน เราจะได้อยู่อย่างสงบสุข ไม่มีใครมาสนใจ ขอบ้าเงียบๆ แบบนี้ต่อไปดีกว่า” (น้ำ, สัมภาษณ์, 2 กันยายน 2549)¹

“ส่วนใหญ่เพื่อนๆ พี่ที่อ่านวายก็ไม่อ่านยูริกันหรอกมันใกล้ตัวเกินไป เดี่ยวเขาจะหาว่าเอาประสบการณ์จริงมาเขียน ฮา เราที่อ่านทั้งสองประเภทเลยดูประหลาดกว่าใครเขา” (หนึ่ง, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

“เราจับไม่ได้กับพวกยูริหรอก พวกนั้นเป็นพวกที่มีแต่ผู้ชายอ่าน อ่านแต่การ์ตูนเกย์ มันเป็นเรื่องที่เราไม่เคยรู้มาก่อน” (เอส, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2549)

การขนานนามผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูน YAOI ด้วยคำว่า “สาววาย” นั้นทำให้ผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูนทั้งสองประเภทที่มีความแตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็กลุ่มที่ติดตามสื่อเพียงประเภทใดประเภทหนึ่ง ติดตามสื่อทั้งสองประเภท และกลุ่มที่ไม่ยอมรับสื่ออีกประเภท การขนานนามว่า “สาววาย” จึงเป็นการลดทอนความหลากหลายเหล่านั้น การขนานนามผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูนแต่ละประเภท อาจจะต้องอาศัยศัพท์ใหม่ๆ เพื่อสร้างพื้นที่ให้แก่คนกลุ่มต่างๆ ตลอดจนคำอธิบายที่ครอบคลุมความหลากหลายมากกว่าที่จะเป็นเพียงผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูน YAOI เท่านั้น ดังเช่น ในญี่ปุ่นจะมีศัพท์ที่เรียกผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ว่า ฟุโจชิ (Fujoshi: Rotten girl)

นอกจากนั้น ภาพตัวแทนที่สื่อนำเสนอ มักจะให้ภาพว่า คนในส่วนใหญ่มักจะมีพฤติกรรมชื่นชอบความสัมพันธ์แบบชายรักชายในชีวิตจริง เรียนโรงเรียนหญิงล้วน จำเป็นต้องมีประสบการณ์ที่ไม่ดีกับผู้ชายมาก่อน ตลอดจนมีเพศวิถีแบบหญิงรักหญิง

“ที่ชอบผู้หญิงด้วยกัน ไม่ใช่เป็นเพราะอ่านการ์ตูนเกย์ แต่เราเป็นของเรา อย่างนี้อยู่แล้วค่อยมาอ่าน แต่ก็ไม่ได้ปฏิเสธผู้ชายไปซะทีเดียว ก็เคยคบกับผู้ชายด้วยเหมือนกัน มันก็ให้อารมณ์คนละแบบ ก็ขึ้นอยู่กับว่าช่วงนั้นชอบใครมากกว่า ไม่ได้ยึดติดว่าคนนั้นเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย แต่ยังไงตัวเราก็เป็นผู้หญิงตลอดอยู่แล้ว” (เจ, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2549)

“ก็เคยคบทั้งผู้หญิงและผู้ชายเหมือนกัน ไม่รู้เหมือนกันว่าจะเรียกว่าการ์ตูนพวกนี้หล่อหลอมตัวตนได้ขนาดไหน แต่อย่างน้อยที่สุดก็ทำให้ไม่ยึดติดว่าเขาคนนั้นจะเป็นผู้ชายหรือผู้หญิง ขอแค่เป็นคนที่เราถูกใจด้วยแค่นั้นก็พอ ก็แค่คนที่เราชอบเป็นผู้หญิง มันจะเสียหายอะไรตรงไหน แต่ส่วนที่เปลี่ยนไปก็คงจะเป็นเรื่องที่เราคบกับผู้หญิงแล้ว เราต้องรับบทเป็นผู้ชาย เพราะเราแมนกว่า แต่พอคบกับผู้ชายจริงๆ เราจะแมนแค่ไหนเราก็ยังเป็นผู้หญิงอยู่ดี เพราะ

¹ น้ำไม่ได้เป็นผู้ที่ชื่นชอบ YAOI หากแต่เป็นผู้ที่ติดตาม YURI จึงไม่ได้มีรายละเอียดและนับเป็นกลุ่มตัวอย่าง หากแต่ผู้วิจัยได้สอบถามเพิ่มเติมผ่านทางบล็อก เพื่อให้ได้ภาพเกี่ยวกับการถูกนิยามว่าเป็น “สาววาย” ชัดเจนเพิ่มขึ้น

ตอนมีอะไรกันเราก็ต้องเป็นฝ่ายรับอยู่ดี แต่ตอนคบกับผู้หญิง ก็จะเป็นแบบช่วยกันทำมากกว่า ถึงแม้ว่าเราจะแมนกว่าก็ตาม” (หนึ่ง, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

“จะบอกว่าผู้หญิงที่อ่านการ์ตูนเกย์เนี่ยเป็นพวกที่ขึ้นคาน มีประสบการณ์ ไม่ได้กับผู้ชาย กับชีวิตคู่ หรือเป็นเลส ก็ยอมรับเหมือนกันว่ามีบ้าง แต่อย่าเหมารวม ไม่ใช่ว่าผู้หญิงที่อ่านการ์ตูนพวกนี้จะเป็นอย่างนั้นทั้งหมด มีตั้งหลายคนที่มีแฟน คบกันยืด แต่งงานมีลูกก็เยอะแยะไป ก็เหมือนคนที่อ่านการ์ตูนประเภทอื่นที่มีทั้งขึ้นคาน เป็นเลส แต่พออ่านการ์ตูนเกย์เข้า หน่อยเลยกลายเป็นเรื่องใหญ่โต ที่กลุ่มอื่นไม่เห็นจะเป็นข่าวเลย” (อ่อน, สัมภาษณ์, 10 พฤศจิกายน 2549)

“ไม่ได้รู้สึกว่าตัวเองชอบผู้หญิงเลย ก็ยังชอบผู้ชายตามปกติ แต่พอดีผู้ชายในโลกความเป็นจริงไม่ได้ดีเหมือนในการ์ตูนในนิยายเท่านั้นเอง” (เต่า, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2549)

“ส่วนหนึ่งที่อ่านการ์ตูนเกย์เนี่ย เพราะเราก็เรียนหญิงล้วนมาตลอดตั้งแต่ประถมยันม.ปลาย การ์ตูนผู้หญิงในช่วงนั้นก็น่าเบื่อ พอเพื่อนเอามาให้อ่านก็เลยสนใจ ผู้หญิงกับผู้หญิงมีอะไรกันไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่ผู้ชายนี่สิที่เราไม่รู้เรื่องเกี่ยวกับเขาเลย” (ชา, สัมภาษณ์, 8 มกราคม 2550)

“อยากเห็นผู้ชายโดนเหมือนที่เราเคยโดนบ้าง ผู้ชายเอาเปรียบเราอยู่ตลอดเวลา” (แนน, สัมภาษณ์, 6 พฤษภาคม 2550)

“เราก็ไม่ได้เรียนหญิงล้วน ไม่ได้ชอบผู้หญิง ไม่ได้มีความรู้สึกไม่ดีกับผู้ชาย แต่เราก็ชอบอ่าน มันก็เป็นทางเลือกอย่างหนึ่งในการเลือกที่เสพในสิ่งที่ตัวเองพอใจนี่นา” (ฝน, 20 ตุลาคม 2550)

ภาพตัวแทนที่สื่อต่างๆ หยิบยื่นมาให้กลุ่มผู้ที่ชื่นชอบ YAOI อาจจะเป็นส่วนหนึ่งในการตีตราให้มีลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งในแง่ลบ (Stigmatization) ทำให้ต้องตกเป็นทาสของความหมายที่อยู่เบื้องหลังความหมายอย่างเดียวกันที่มีลักษณะตายตัว ตลอดจนเงื่อนไขปัจจัยต่างๆ ที่มีมากมายหลากหลายที่หล่อหลอมให้เกิดอัตลักษณ์ของพวกเขาเหล่านั้น ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่า YAOI ไม่ได้เป็นสื่อที่กำหนดเพศวิถี หากแต่เป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการในการบริโภคของคนใน

สำรวจตัวตน

การควบคุม YAOI ทำให้เกิดกระแสการตอบโต้ของคนในผ่านช่องทางต่างๆ ด้วยการพูดคุยกันตามเวบบอร์ดที่เป็นแหล่งชุมนุมของผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ซึ่งสะท้อนมุมมองที่มีต่อ “คน

นอก” ด้วยสายตาของ “คนใน” เหตุผลที่นำมาสนับสนุนนั้น สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น คือ การเปรียบเทียบผลกระทบบกับการบริโภคสื่อทางเพศของผู้ชาย, การเปรียบเทียบเนื้อหากับการ์ตูนผู้หญิงประเภทอื่นๆ, และการยอมรับความหลากหลายทางเพศ

การเปรียบเทียบผลกระทบบกับการบริโภคสื่อทางเพศของผู้ชาย ผลกระทบบที่มักจะถูกเอ่ยถึงเสมอคือ การบริโภคสื่อทางเพศของผู้ชายก่อให้เกิดความรุนแรงตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการข่มขืน หากแต่ผู้หญิงที่บริโภค YAOI ไม่สามารถกระทำเช่นนั้นได้เหมือนผู้ชาย

“ก็ไม่เข้าใจเหมือนกันว่า ผู้หญิงชอบอ่านการ์ตูนเกย์เนี่ย เสียหายตรงไหน ยิ่งไงก็ไม่ได้ไปข่มขืนผู้ชายสักหน่อย ที่ผู้ชายยังอ่านการ์ตูนไปได้อยู่ได้เลย ทำไมผู้หญิงจะอ่านการ์ตูนไปบ้างไม่ได้ อ่านแล้วก็ไม่ได้ทำให้ผู้ชายเป็นเกย์สักหน่อย แต่ผู้ชายที่อ่านเป็นเกย์อยู่แล้วต่างหากเลย มาอ่านการ์ตูนเกย์ ทำให้เขาได้ค้นพบตัวเอง รู้สึสนิยมทางเพศของตัวเอง” (สวย, สัมภาษณ์, 10 กุมภาพันธ์ 2550)

“ถ้าจะถามว่าการ์ตูนพวกนี้ไปใหม่ ก็ต้องบอกว่าแล้วแต่เรื่อง อย่างช่วงแรกๆ ที่อ่านเนี่ย ถ้ามีฉากจับมือหรือหอมแก้มกันก็รู้สึกกันได้แล้ว นานๆ จะโผล่มาสักเรื่อง อ่านกันมาเรื่อยๆ เล่มถึงจะมีสักฉาก แต่ช่วงที่บูมกันมากๆ ฉากพวกนี้ก็กลายเป็นฉากเด็กๆ ไปเลย ฉากมีอะไรกันก็เหมือนกับชายหญิง เพียงแต่มันเป็นอะไรที่เราเป็นผู้หญิงไม่เคยเห็นไม่เคยรู้มาก่อนก็เลยตื่นเต้น” (หนึ่ง, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

“เราอ่านการ์ตูนวายไม่ใช่เพื่อจะบำบัดความใคร่ ยังเป็นผู้หญิงที่มีรสนิยมนทางเพศเหมือนกับคนทั่วไป ยิ่งอยากแต่งงานอยากมีสามีเป็นผู้ชาย ถ้าอยากจะบำบัดความใคร่จริงๆ มีช่องทางอื่นมากมาย โหลดหนังโป๊ในเน็ตเออซื้อหนังโป๊ที่มีวางขายแบบกะดินหรือตามห้างไอทีใหญ่ๆ หรือแม้แต่สั่งซื้อทางเว็บไซต์ก็ได้ ง่ายดี ไม่ต้องมาคอยตามซื้อหนังสือการ์ตูนให้ลำบากอยู่แบบนี้หรอก” (เชอร์รี่, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2550)

“เราเคยเจอแฟนผู้ชายของเพื่อนมาหาว่าเราอ่านการ์ตูนเกย์ เพราะอยากมีอะไรกับผู้ชายพร้อมกันสองคน อยากจะกรี๊ดจริงๆ อย่าเอามาตรฐานของตัวเองมาตัดสินคนอื่นได้ไหม เราอ่านเพราะมันน่าสนใจ แล้วบังเอิญตัวเองของเรื่องเป็นผู้ชายเท่านั้นเอง ไม่ได้มีอะไรแตกต่างไปจากชายหญิงเลย” (เต่า, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2549)

การเปรียบเทียบเนื้อหากับการ์ตูนผู้หญิงประเภทอื่นๆ แม้ว่าการ์ตูน YAOI จะถูกจัดนิยามว่าเป็นประเภทหนึ่งของการ์ตูนผู้หญิง แต่มีความแตกต่างทางด้านภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่ออย่างมาก

“การ์ตูนผู้หญิงยุคก่อนๆ ก็ไม่เป็นแบบนี้หรอกนะ แต่การ์ตูนใหม่ๆ ส่วนใหญ่จะชอบเอะอะก็จะสารภาพรักกับพระเอกยังไงดี จะไปเดทกับพระเอกต้องใส่ชุดชั้นในแบบไหน

แต่เราจะไม่ค่อยเห็นเลยว่าพระเอกคิดยังไง ต้องเป็นสุภาพบุรุษ ผู้หญิงในการ์ตูนวาย ส่วนใหญ่ก็จะเป็นผู้ช่วย ไม่ค่อยเป็นผู้ร้าย แค่เขาต้องฝ่าฟันเรื่องที่เป็นเพศเดียวกันก็เป็นเรื่องใหญ่มากพออยู่แล้ว” (อ๋อน, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2549)

“หลังๆ พี่อ่านนิยายที่มีตัวละครผู้หญิงไม่ได้เลย เพราะรู้สึกว่าคุณผู้หญิงจะเป็นเพศที่มีแต่อารมณ์หึงหวง ใช้อารมณ์ ไม่เหมือนกับผู้ชายที่เขาเข้าใจกันมากกว่า ตัวผู้หญิงที่มีในเรื่องส่วนใหญ่ก็ชอบมาแย่งตัวเอกออกจากไป เป็นนางร้าย น้อยมากที่จะเป็นตัวที่ทำให้ทั้งสองคนมารักกัน” (เซอร์รี่, 30 มีนาคม 2550)

แม้ว่าภาพลักษณ์ของผู้หญิงใน YAOI จะมีภาพลักษณ์ที่แตกต่างจากการ์ตูนผู้หญิงประเภทอื่นๆ ตลอดจนการ์ตูนผู้ชาย หากแต่ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ปรากฏใน YAOI ที่มีสถานะเป็นตัวร้ายหรือตัวรองที่ไม่ได้มีบทบาทสำคัญในเรื่อง เป็นการปลดปล่อยและยกระดับภาพลักษณ์ของผู้หญิงใน YAOI จริงหรือไม่ คำถามนี้อาจจะต้องศึกษารายละเอียดต่อไป

การยอมรับความหลากหลายทางเพศ ซึ่งคนในมักจะระบุว่า YAOI ทำให้สามารถยอมรับความหลากหลายทางเพศได้มากกว่าเดิม ตลอดจนมีความรู้ความเข้าใจที่ดีมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับกลุ่มชายรักชาย ผู้วิจัยจึงได้ย้อนกลับไปตั้งต้นด้วยคำถามเกี่ยวกับการนิยามคำต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้หญิง, ผู้ชาย, ความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างผู้ชายและผู้ชาย ซึ่งรูปแบบการนิยามเหล่านี้ได้แฝงการตัดสินคุณค่าเกี่ยวกับเพศวิถีเหล่านั้นด้วยเช่นกัน

นิยามของคำว่า “ผู้หญิง” ของคนใน มักจะให้ความจำกัดความเริ่มต้นที่เพศสรีระ (Sex) เป็นหลัก

“ถ้าถามว่าพี่เป็นผู้หญิงไหม พี่ก็ต้องเป็นผู้หญิงสิ ผู้หญิงในความหมายของพี่ก็คือมีร่างกายเป็นผู้หญิง แต่ถ้าถามว่าต้องชอบผู้ชายด้วยไหม ก็คงไม่ใช่ อาจจะชอบผู้หญิงด้วยกันก็ได้” (อ๋อน, สัมภาษณ์, 10 กันยายน 2549)

“ร่างกายเป็นผู้หญิง ก็ต้องเป็นผู้หญิงสิ ส่วนเรื่องรสนิยมจะชอบใครรักใคร มันก็อีกเรื่องหนึ่ง” (เจ, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2549)

แม้ว่าการนิยามความเป็นผู้หญิงจะเป็นการแบ่งตามเพศสรีระ หากแต่เรื่องเพศวิถีนั้นได้แบ่งแยกออกจากกัน ไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นรักต่างเพศเสมอไป ขณะเดียวกันการนิยามความเป็นผู้หญิงผ่านทางเพศสรีระเท่านั้น ก่อให้เกิดความแตกต่างระหว่างความเป็นผู้หญิงในกลุ่มคนที่มีอัตลักษณ์ทางเพศแตกต่าง เช่น กะเทย

“เออเฮะ ไม่ได้คิดเหมือนกันว่ากะเทยเป็นผู้หญิงด้วยเหมือนกัน คิดว่าเป็นกะเทย แต่ไม่ใช่ผู้หญิงมากกว่า” (นัท, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2549)

“ไม่รู้สิ สำหรับพี่แล้ว ก็ยังมองว่ากลุ่มที่เป็นกะเทย เขาก็ไม่ได้เป็นผู้หญิง สมบูรณ์แบบ แม้ว่าหลายคนจะสวดยกว่าเราที่เป็นผู้หญิงจริงๆ ซะอีก ถึงเขาจะผ่าตัดมาแล้วก็ตาม ยังไงเขาก็เคยเป็นผู้ชายมาก่อนอยู่ดี เขาไม่ต้องมานั่งปวดประจำเดือน ไม่ท้อง” (หนึ่ง, 12 ตุลาคม 2549)

การนิยาม “ผู้ชาย” มีลักษณะเช่นเดียวกันกับผู้หญิง ด้วยการนิยามผ่านเพศสรีระ แต่แฝงความแตกต่างระหว่างผู้ชายและผู้หญิงที่เปรียบเสมือนคู่ตรงข้ามมาอธิบายเพิ่มเติม

“ผู้ชายส่วนใหญ่เป็นพวกเห็นแก่ตัว ชอบเอาเปรียบ หลอกฟันไปเรื่อยๆ” (หนึ่ง, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

“ผู้ชายต่างกับผู้หญิงยังไงก็แค่เรื่องอวัยวะเพศมั้ง เดี่ยวนี้ผู้ชายทำอะไรได้ พวกเราก็ทำได้เหมือนกันหมด ดีไม่ดีต้องกลายเป็นคนหาเลี้ยงผู้ชายด้วยซ้ำไป” (นัท, สัมภาษณ์, 10 ตุลาคม 2549)

การนิยามความเป็นเพศชายผ่านเพศสรีระเช่นเดียวกับการนิยามความเป็นหญิง ทำให้กลุ่มที่มีอัตลักษณ์ทางเพศไม่สอดคล้องกับเพศสรีระ เช่น ทอม

“ทอมยังไงก็เป็นผู้หญิงอยู่ดี แต่ยังไงเขาก็เข้าใจเรา ส่วนหนึ่งอาจจะเป็น เพราะเป็นผู้หญิงด้วยกันมั้ง” (เจ, สัมภาษณ์, 20 ตุลาคม 2549)

“ไม่รู้สิ อาจจะไม่ชินกับทอม เพราะเรียนหญิงล้วนมาตลอด เลยเห็นเรื่องพวกนี้กลายเป็นเรื่องปกติไปแล้วด้วยมั้ง” (เอส, สัมภาษณ์, 11 พฤศจิกายน 2549)

ความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างผู้ชายและผู้ชาย เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ที่คนในให้นิยามว่าแตกต่างจากความสัมพันธ์อื่นๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างผู้ชายและผู้หญิงที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการสืบพันธุ์เท่านั้น ตลอดจนรูปแบบความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างผู้ชายและผู้ชายอาจจะไม่จำเป็นต้องมีเพศสัมพันธ์เข้ามาเกี่ยวข้อง จึงมีความบริสุทธิ์มากกว่า ซึ่งประเด็นนี้ทางผู้วิจัยคิดว่าอาจจะมีส่วนเชื่อมโยงกับรูปแบบของ YAOI ที่ติดตามด้วยเช่นกัน ขณะเดียวกันรูปแบบความสัมพันธ์ทางเพศจึงมีความจำกัดอยู่เพียงสองมิติ คือ มีเพศสัมพันธ์เพื่อการสืบพันธุ์ และไม่มีเพศสัมพันธ์แต่มีความผูกพันกันทางด้านจิตใจ ทำให้มิติอื่นๆ เช่น เพื่อความหฤหรรษ์ ลดความสำคัญลงไป แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบความสัมพันธ์นั้นจะมีลักษณะผัวเดียวเมียเดียว (Monogamy) มากกว่าการมีคู่มากกว่า 1 คน

“ถ้าไม่รักกันจริง ทำกันไม่ลงหรอก เราว่ารักของพวกเขาบริสุทธิ์นะ ดีกว่าผู้ชายที่พันผู้หญิงเป็นของเล่นอะ แต่ขอเถอะ อย่าให้คนที่จะมาเป็นแฟนเราเป็นเลย” (แพรว, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2549)

“รับได้นะ ถ้าแฟนตัวเองเป็นเกย์ แต่เขาต้องมีเราเป็นผู้หญิงคนเดียว จะดี
 มากเลยถ้าเขาพาแฟนผู้ชายมาให้เรารู้จักด้วย” (เต๋า, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม 2549)

“ให้อ่านการ์ตูนก็ยังไม่พอได้ แต่ถ้าจะให้ไปดูหนังเกย์เลยเนี่ย คงยังไม่ถึงขั้น
 นั้น แต่ถ้าเป็นหนังเกย์แบบที่ไม่มีฉาก (เพศสัมพันธ์) หนังแนวใสๆ เนี่ย ต้องนัดออกไปดูเลย ไม่งั้น
 เดี่ยวจะตามไม่ทันว่าในบอร์ดเขาคุยเรื่องอะไรกัน” (เอ, สัมภาษณ์, 7 กุมภาพันธ์ 2550)

“อ่านพวกนี้มานานแล้ว ก็เลยอยากรู้ว่าของจริงจะเหมือนกับในการ์ตูน
 หรือเปล่า เลยไปหาวิดีโอเกย์มาดู แต่ต้องเลือกหน้าตาหน่อยเหมือนกัน รับไม่ค่อยได้กับพวกที่ฉาก
 หลังเป็นกองหญ้า มีความเย็นอยู่ข้างๆ มันแปลกๆ” (เซอร์รี่, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2550)

นอกจากนั้น การยอมรับความสัมพันธ์ทางเพศระหว่างผู้ชายและผู้ชายของคนใน
 มีความแตกต่างกันหลายระดับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพลักษณ์ที่ขัดแย้งไปจากจินตนาการ ไม่ว่าจะ
 จะเป็นรูปร่างหน้าตา สถานะของพรหมจรรย์ของฝ่ายรับ ตลอดจนบทบาทในการสลัดกันเป็นฝ่าย
 รุกหรือสอดใส่ ผู้วิจัยพบว่าประเด็นต่างๆ เหล่านี้ยังคงต้องศึกษาควบคู่ไปกับสื่อประเภทอื่นๆ
 ในช่วงเวลาเดียวกันนอกเหนือจากสื่อ YAOI ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา

ขณะเดียวกันการยอมรับความหลากหลายทางเพศที่ปรากฏในการ์ตูนนั้น ไม่ได้
 แสดงถึงการยอมรับคุณลักษณะบางประการของผู้ชายด้วยเสมอไป

“ถ้าจะถามว่าการ์ตูนพวกนี้ทำให้มองผู้ชายเปลี่ยนไปไหม ต้องเรียกได้ว่า
 ไม่เปลี่ยนไปจากเดิม เพราะผู้ชายเพอร์เฟคอย่างในการ์ตูนเนี่ยไม่มีในโลกแห่งความเป็นจริงก็เท่า
 นั้นเอง อย่างน้อยก็ให้ตัวเองได้รู้สึกว่ามีผู้ชายที่มีค่าพอให้ได้กรัดกันบ้าง แต่ถ้าจะถามว่าจะให้คบ
 กับผู้ชายบ้างเอาไหม ก็คงบอกได้ว่าไม่เอาดีกว่า เป็นอะไรที่เสี่ยงเกินไป จะเจอผู้ชายดีๆ เหมือนใน
 การ์ตูนเป็นเรื่องยากมาก ขอแค่กรัดผู้ชายสองมิติต่อไปดีกว่า” (เต๋า, สัมภาษณ์, 14 ธันวาคม
 2549)

“ผู้ชายในชีวิตจริงมันห่วย ไม่เหมือนในการ์ตูน จะเอาให้ดีเลิศขนาดไหนก็
 ได้ ถ้าไม่มีก็เขียนขึ้นมาเองเลย อยากรู้ให้เพอร์เฟคขนาดไหนก็ได้ ไม่เหมือนในชีวิตจริง ใครจะไป
 บังคับให้ผู้ชายดีได้อย่างที่ต้องการ” (แนน, สัมภาษณ์, 6 พฤษภาคม 2550)

การซ่อนทับตัวเองและอำนาจในการกำหนดบทบาท

ผู้วิจัยได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ประเด็นหนึ่งในการศึกษา
 YAOI ที่นอกเหนือจากการวิเคราะห์ตัวบทหรือเนื้อหาที่ปรากฏใน YAOI แล้วนั้น การศึกษาในกลุ่ม

ผู้ผลิตหรือผู้บริโภคที่น่าสนใจประการหนึ่ง คือ การศึกษาเรื่องการซ้อนทับตัวตน และอำนาจในการกำหนดบทบาท ผู้วิจัยจึงได้นำมาเป็นประเด็นในวิทยานิพนธ์นี้เช่นกัน

การซ้อนทับตัวตนลงใน YAOI ขณะบริโภคนั้น การศึกษาที่เกี่ยวข้องมักจะให้ภาพตัวแทนว่าผู้อ่านจะซ้อนทับบทบาทตนเองลงฝ่ายรุก (Seme) มากกว่าฝ่ายรับ (Uke) เพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศของตนเองให้เปลี่ยนมาเป็นผู้กระทำ (Active)

“เวลาอ่านก็คิดว่าตัวเองเป็นฝ่ายรุก ทำทุกอย่างที่อยากทำกับผู้ชาย ทำให้เขาอยู่ใต้อำนาจของเรา เพราะเราทำไม่ได้ในชีวิตจริง จริงๆ มีช่วงหนึ่งที่อยากแปลงเพศเป็นผู้ชายด้วยซ้ำ ไม่ใช่เพราะว่าตัวเองเป็นเลส ชอบผู้หญิง แต่อยากเป็นผู้ชายเพื่อที่จะเป็นฝ่ายรุก ทำให้ผู้ชายคนอื่นกลายเป็นฝ่ายรับซะบ้าง แล้วก็สถานภาพผู้ชายก็ดีกว่าผู้หญิงตั้งหลายอย่าง ไม่มีประจำเดือน ไปไหนก็ไม่ต้องมานั่งกลัวว่าจะถูกแตะอั้งใหม่ จะถูกข่มขืนใหม่ ไม่ต้องกังวลว่าเวลาทำอะไรกับใครแล้วจะท้องไม่มีพ่อ ไม่ต้องทำงานบ้าน ไม่ต้องถูกกดขี่สารพัดรูปแบบ” (แพรว, สัมภาษณ์, 22 พฤศจิกายน 2549)

“เวลาอ่านไม่ได้คิดว่าตัวเองเป็นใครเลย แค่เฝ้าดูความเป็นไปของความสัมพันธ์ทั้งสองคนว่าจะเป็นไปในแบบไหน คอยเชียร์คอยเป็นกำลังใจให้มากกว่า” (ปอ, สัมภาษณ์, 2550)

“เวลาอ่านก็ต้องคิดว่าตัวเองเป็นฝ่ายรับ เพราะยังไงเราก็เป็นผู้หญิง เวลาทำอะไรกับผู้ชายเราก็เป็นฝ่ายรับเหมือนกัน แต่ผู้ชายกับผู้ชายไม่ต้องมานั่งกังวลเวลาทำอะไรกันจะท้องไหม หรือติดไฟแดงพอดี” (หนึ่ง, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

อำนาจในการกำหนดบทบาทตัวละครและเรื่องราวใน YAOI ให้เป็นไปตามที่ตนจินตนาการนั้น เป็นอำนาจที่ผู้ผลิตได้กระทำผ่านตัวบทที่สร้างขึ้นมา โดยกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้จะเป็นผู้ที่แต่งนิยายเพื่อการเผยแพร่และการจำหน่าย แต่ไม่ได้รวมถึงผู้ผลิตที่แปลมาจากภาษาต่างประเทศ เนื่องจากปัจจัยในการผลิตนิยายแปลเพื่อจำหน่ายนั้น ผู้วิจัยเชื่อว่ามีปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากโครงเรื่องสะท้อนแนวคิดเรื่องเพศของผู้ผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งลายเส้นของผู้วาดภาพประกอบที่เป็นตัวกระตุ้นยอดการจำหน่าย

“ที่ผู้ชายยังเขียนให้ผู้หญิงถูกทำอย่างนั้นอย่างนี้ได้ เหมือนอย่าง que ผู้ชายทำในชีวิตจริงอยู่แล้ว แต่ผู้หญิงเขียนให้ผู้ชายถูกทำแบบที่ผู้หญิงถูกทำบ้าง ทำไม่ถึงจะทำไมได้ แค่เปลี่ยนจากผู้หญิงเป็นผู้ชายเท่านั้นเอง” (เซอร์วี, สัมภาษณ์, 30 มีนาคม 2550)

“ยอมรับเหมือนกันว่ามีประสบการณ์ที่ไม่ดีกับผู้ชาย ผู้ชายเป็นอะไรที่เห็นแก่ตัว ชอบฉวยโอกาส ไว้ใจไม่ได้ พอเจอการ์ตูนแบบนี้แล้วตอบโต้ของตัวเองได้พอดี เราอยากจะให้ผู้ชายโดนทำอะไรก็ได้ตามที่เราต้องการ โดนทำอย่างที่เราเคยเจอมาก่อน ทำไมต้องให้

ผู้ชายอีกคนทำแทนเรา ทำไมเราไม่เขียนเรื่องที่ผู้หญิงเป็นคนทำผู้ชายเหวอ อิม ก็ยอมรับว่ามันแปลกๆ ยังไงไม่รู้ รู้สึกว่าถ้าผู้หญิงทำอย่างนั้นจะกลายเป็นผู้หญิงไม่ดีไป แต่ถ้าผู้ชายทำกับผู้ชายเหมือนการกระทำอย่างนั้นเป็นเรื่องปกติของผู้ชายอยู่แล้ว เพียงแต่คนที่โดนทำไม่ใช่เรา ไม่ใช่ผู้หญิง แต่เป็นผู้ชายที่เราเกลียดก็เท่านั้นเอง" (ปอ, สัมภาษณ์, 15 มีนาคม 2550)

หากคำตอบของอำนาจในการกำหนดบทบาท เป็นไปเพื่อตอบได้การกระทำของผู้ชาย คำถามต่อมาว่าทำไมจึงต้องกระทำผ่านเรือนร่างของผู้ชายมากกว่าผู้หญิง คำถามนี้ก็นำไปสู่ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ดีและไม่ดีในระบบปิตาธิปไตย ซึ่งการตอบได้นั้นกระทำผ่านเรือนร่างผู้หญิงที่ถูกบรรทัดฐานนิยามว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี การกระทำผ่านเรือนร่างผู้ชายนั้นอาจจะเป็นทางออกในการจินตนาการตลอดจนสามารถรักษาความเป็นผู้หญิงที่ดีได้ต่อไป แม้ว่าการกระทำนั้นอาจจะทำให้ยังอยู่ในวัฏจักรของปิตาธิปไตยเช่นเดิม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปผลการศึกษา

สรุปผลการศึกษา

การศึกษานี้ มีจุดประสงค์เพื่อนำเสนอเสียง และสะท้อนมุมมองของผู้หญิงที่ชื่นชอบการ์ตูน YAOI หรือ “คนใน” ทางด้านวัฒนธรรมย่อย เพศภาวะ และเพศวิถี ที่เต็มไปด้วยความหลากหลาย ซึ่งความหลากหลายดังกล่าวนั้นไม่สามารถนำเสนอเพียงภาพตัวแทนบางส่วน ให้กลายเป็นภาพเหมารวมว่าเป็นลักษณะตายตัวของคนในได้ทั้งหมด โดยเน้นการศึกษาถึงกลไกการตอบโต้การควบคุมสื่อของภาครัฐและสังคมด้วยการนิยามว่า YAOI เป็นสื่อทางเพศ เนื่องจากการตอบโต้ในประเด็นดังกล่าวเป็นเส้นแบ่งระหว่างคนในและคนนอกที่ชัดเจนอย่างหนึ่ง รวมทั้งเป็นพื้นที่ในการต่อรองและต่อสู้ด้วยฐานความคิดต่างๆ ขณะเดียวกันการตอบโต้นี้ได้แฝงเร้นเจตคติในเรื่องเพศด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบความสัมพันธ์ทางเพศที่ยอมรับได้/ ไม่ได้, การเรียนรู้เรื่องเพศที่เหมาะสม/ ไม่เหมาะสม, การเผยแพร่/ การควบคุม ฯลฯ

เสียงและมุมมองที่ปรากฏในวิทยานิพนธ์นี้ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของคนในที่เต็มไปด้วยความหลากหลายที่มีอาจจะมีเพียงส่วนนี้ร่วมกันทางด้านความชื่นชอบ YAOI เช่นเดียวกันเสียงที่หลากหลายของคนใน ที่ไม่ได้มีเพียงหนึ่งเดียวอันเป็นการบอกถึงความเป็นเอกภาพ แต่มีได้หลายเสียง ทำให้เห็นได้ว่า ฐานฐานของความจริงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความหลากหลาย และทำให้สิ่งศึกษามีความหลากหลาย (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2546: 177) แต่อย่างไรก็ตามวิทยานิพนธ์นี้เป็นเพียงความจริงในส่วนเดียวหรือส่วนย่อยๆ ที่ผู้วิจัยได้เรียนรู้มา ไม่ใช่ความจริงสัมบูรณ์ (Absolute truth) นอกจากนั้นความจริงที่เกิดขึ้นก็เป็นผลผลิตของสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องภาษาหรือการตีความ ตลอดจนการเข้าถึงความรู้ที่จำกัดของผู้วิจัย (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2546: 184-185) แม้ว่าการศึกษานี้จะไม่สามารถนำเสนอความหลากหลายได้ทั้งหมด เนื่องมาจากข้อจำกัดของการศึกษา แต่ผู้วิจัยเชื่อว่าวิทยานิพนธ์นี้อาจจะเป็นส่วนหนึ่งในการขยายภาพเหมารวมของคนในที่มีเพียงหนึ่งเดียวให้หายไป

นอกจากนั้น กลไกในการตอบโต้ของคนในที่มีต่อการควบคุมสื่อของภาครัฐและสังคม ด้วยการการนิยามว่าเป็นสื่อทางเพศนั้น ผู้วิจัยเชื่อว่า YAOI ไม่ว่าจะถูกจำกัดความว่าเป็นสื่อทางเพศหรือไม่ แต่อย่างน้อยที่สุด YAOI ก็นับว่าเป็นสื่อทางเลือกและพื้นที่อย่างหนึ่งที่มีผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง เฉกเช่นบทความเรื่องวิทยาศาสตร์สวมกางเกงของ

นิตี เลียวศรีวงศ์ (2545: 54-55) ที่เสนอว่า “ผมนึกถึงตัวอย่างอคติทางเพศที่มีในงานวิชาการ แล้วไปมีผลต่อชีวิตของคนได้อีกอย่างหนึ่ง นั่นก็คือเรื่องกามารมณ์ เคยสังเกตไหมครับว่า ส่วนใหญ่ของหนังสือโป๊ (ทั้งบนแผงและใต้แผง) ทำขึ้นเพื่อผู้ชาย ทั้งๆ ที่ผู้หญิงเป็นอย่างน้อยก็ครึ่งหนึ่งของตลาด ยิ่งพลิกไปดูเนื้อหา ยิ่งพบว่าผู้หญิงในหนังสือโป๊มักไม่มีตัวตน หมายความว่า เป็นฝ่ายถูกระทำและตอบสนองของความปรารถนาของผู้ชายหมด หล่อนไม่มีความประสงค์, ความชอบ, รสนิยม หรือ “กามวิตถาร” ของตนเองเลย ทั้งนี้ เพราะความรู้ความเข้าใจของเราที่มีต่อกามารมณ์ นั้นเป็นข้อสังเกตและศึกษาจากผู้ชายทั้งสิ้น แล้วแพร่คตินี้ผ่านหนังสือโป๊, นวนิยาย, ละครทีวี, วิชาเพศศึกษา ฯลฯ จนกลายเป็นที่ยอมรับของคนส่วนใหญ่ ทั้งผู้ชายและผู้หญิง เหตุตั้งนั้น ผู้หญิงที่อยากอ่านหนังสือโป๊หรือดูหนังโป๊ จึงต้อง “อาศัย” สินค้าที่ผลิตขึ้นจากมุมมองของเพศชายเท่านั้น ซึ่งยิ่งตอกย้ำความไม่มีตัวตนของผู้หญิงในกามารมณ์มากขึ้นไปอีก กลายเป็นวัฒนธรรมทางกามารมณ์ที่เพศหญิงรับเอาไปเป็นของตัวเองโดยปริยาย”

มองย้อนเข้าไปในสนาม

“สนาม” ในการศึกษา นี้ ไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลแบบมานุษยวิทยา ศาสตร์ที่ผู้วิจัยได้เริ่มต้นเรียนรู้เพื่อทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้เท่านั้น หากแต่สนามเป็นพื้นที่ทางกายภาพ พื้นที่ทางสังคมวัฒนธรรม และพื้นที่นามธรรมในความทรงจำและจินตนาการตัวเอง อันเปรียบเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนบทเรียน และให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประสบการณ์ชีวิตในการเรียนรู้ผู้คนที่ยืดหยุ่นและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (พัฒนา กิตติอาษา, 2545: 124) สนามแห่งนี้ เป็นพื้นที่แห่งการต่อสู้ที่ชี้ให้เห็นว่า “ความรู้ไม่ได้มาจากคนกลุ่มเดียวที่มีอำนาจ แต่ความรู้มาจากคนที่หลากหลายและสลับซับซ้อน” ตามแนวคิดหลังสมัยใหม่ (นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2549: 45)

การศึกษาในชุมชนผู้ที่ชื่นชอบ YAOI ด้วยสถานะนักวิจัยที่เปรียบเสมือน “คนนอก” จากเดิมที่เป็นผู้บริโภครหรือ “คนใน” ทำการศึกษาชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่ ขณะเดียวกัน ผู้วิจัยยังถูกขนานนามว่า “คนทรยศ” เนื่องจากนำเสนอข้อมูลที่ทำให้สื่อมวลชน ภาครัฐ ตลอดจนสังคมจับตามองมาที่ YAOI มากยิ่งขึ้นและอาจนำไปสู่การกวาดล้างควบคุมในเวลาต่อมา แม้ว่าภายหลังคนในชุมชนจะเข้าใจว่าจุดประสงค์ของผู้วิจัยในการสื่อสารเรื่อง YAOI ในที่สาธารณะ คือ “สื่อทางเลือก” มากกว่า “สื่อเฝ้าระวัง” ทำให้สถานะภาพของผู้วิจัยมีการแปรเปลี่ยนไปตามสายตาของคนในด้วยเช่นกัน นอกเหนือจากการนิยามสถานะตนเองของผู้วิจัยว่าเป็น “นักมานุษยวิทยาชายขอบ” เพียงอย่างเดียว

นอกจากนั้น กระบวนการศึกษาแบบมานุษยวิทยาที่นำมาใช้ในวิทยานิพนธ์นี้ ไม่ใช่เป็นเพียงแค่การค้นหาคำความจริงในสังคมที่ผู้วิจัยสนใจเท่านั้น หากแต่นำไปสู่การค้นพบตัวตนของผู้วิจัย (The comprehension of the self by the detour of the comprehension of the other) (นิตี ภาวครพันธ์ุ, 2545: 174-175) ด้วยจิตของผู้วิจัยที่ต้องการ “วิพากษ์” ในสิ่งที่ตนเองเชื่อ ทำให้การศึกษานี้ทำให้มุมมองที่มีต่อการ์ตูน ผู้บริโภค และผู้ผลิตเปลี่ยนไป จากเดิมที่ผู้วิจัยคิดว่า YAOI เป็นสื่อที่มีแนวคิดแบบสตรีนิยม หากแต่ข้อมูลต่างๆ กลับทำให้ผู้วิจัยพบว่า YAOI เต็มไปด้วยแนวคิดระบบปิตาธิปไตยอยู่เช่นกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาถึงแนวทางการตอบโต้ต่อมาตรการควบคุมของภาครัฐด้วยการนิยามว่า เปิดกว้างกับความหลากหลายทางเพศมากกว่าคนนอก หากแต่การนิยามเช่นนั้นได้ก่อให้เกิดความลึกลับและเส้นแบ่งระหว่างจินตนาการและความเป็นจริงอย่างมาก

วิทยานิพนธ์นี้จึงเปรียบเสมือนผลมาจากการเปลี่ยนแปลงฐานคิด ตลอดจนความรู้และประสบการณ์ที่เรียนรู้เพิ่มเติม จากการการจัดเสวนา การนำเสนอบทความ และการติดต่อสื่อสารกับนักวิจัยที่สนใจเรื่องเดียวกัน ไม่ใช่แค่เพียงการเก็บข้อมูลในชุมชนเท่านั้น

ข้อจำกัดการวิจัย

การศึกษาเรื่อง YAOI ในประเทศไทยมีจำนวนจำกัด ทำให้วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมักจะเป็นงานของต่างประเทศ รวมทั้งข้อจำกัดของผู้วิจัยที่ไม่มีความรู้ทางด้านภาษาญี่ปุ่น เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงเป็นการศึกษาจากภาษาอังกฤษเป็นหลัก ผ่านมุมมองของผู้ศึกษาที่เป็นชาวตะวันตก (อเมริกัน, ออสเตรเลีย) ในสังคมญี่ปุ่น ชาวเกาหลีในสังคมเกาหลี และชาวญี่ปุ่นในสังคมญี่ปุ่น ซึ่งอาจจะทำให้เกิดความแตกต่างเชิงวัฒนธรรมกับสังคมไทย

ขณะเดียวกัน ในช่วงสุดท้ายของการทำวิทยานิพนธ์นี้ (เมษายน-พฤษภาคม 2551) ผู้วิจัยพบว่าม้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายชิ้น หากแต่ไม่สามารถนำมาศึกษาได้ทั้งหมด เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านเวลาและค่าใช้จ่ายของผู้วิจัย

วิทยานิพนธ์ของฉันทวิทย์ ศรีสุตา เป็นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องขึ้นเดียวเท่านั้น ที่ผู้วิจัยสามารถนำมาเพิ่มเติมได้ทัน แม้ว่าวิทยานิพนธ์นี้จะเสร็จสมบูรณ์มาตั้งแต่ พ.ศ. 2548 แต่ไม่มีการเผยแพร่ในฐานะข้อมูลห้องสมุดของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย แม้กระทั่งในช่วงเวลานี้มีเผยแพร่ที่หอสมุดคณะนิเทศศาสตร์เท่านั้น ที่สถาบันวิทยบริการ (หอสมุดกลาง) ยังไม่มีเผยแพร่แต่อย่างใด

การเสวนาเรื่อง Japanese transnational fandoms and female consumers ที่กำลังจะจัดขึ้นที่ University of Wollongong (Australia) ในวันที่ 3-4 กรกฎาคม 2551 เป็นการจัดเสวนาทางวิชาการที่อาจจะนับได้ว่าเป็นครั้งแรกในการศึกษา YAOI ที่ไม่ใช่กระบวนการผลิต YAOI ดังเช่นในงาน YAOI-CON ที่จัดเป็นประจำทุกปี และทำให้ผู้วิจัยพบว่ามีงานวิจัยที่น่าสนใจนอกเหนือจากที่ได้กล่าวถึงในวิทยานิพนธ์นี้ เช่น Kazumi Nagaike (2005) วิทยานิพนธ์เรื่อง Japanese women writers watch a boy being beaten by his father: Male homosexual fantasies, female sexuality and desire ระดับปริญญาเอก The University of British Columbia (Canada) และบทความอื่นๆ อีกมากมาย

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาวัฒนธรรมกระแสนิยมที่ไม่ค่อยได้รับการยอมรับว่าเป็น “ความรู้ทางด้านวิชาการ” โดยเฉพาะอย่างยิ่งการดูที่มักจะถูกมองให้เป็นเพียง “สื่อสำหรับเด็กและเยาวชน” เท่านั้น ทำให้การศึกษาในฐานะวิชาการถูกกลืนหายไป การศึกษาวัฒนธรรมกระแสนิยมควรถูกจัดวางให้อยู่ในพื้นที่ตรงกลางทางแยกวาทกรรมของปริมนทลทางวิชาการที่สำคัญ 3 พื้นที่ ได้แก่ มานุษยวิทยาสังคมวัฒนธรรมร่วมสมัย วัฒนธรรมศึกษา และไทยศึกษา (พัฒนา กิตติอาษา, 2546ก: 9) มากกว่าการตั้งคำถาม “ความถูก ความผิด ความดี ความเลว” ของสื่อที่นักวิชาการไทยส่วนใหญ่เชื่อว่า สื่อมีอิทธิพลต่อความประพฤติและการปฏิบัติตัวของคนในสังคม (สิริรุณี เสนาคำ, 2549: 9)

ขณะเดียวกันทางออกในการศึกษา น่าจะพิจารณาข้อเสนอของฟูโกต์ (Foucault) ในเรื่องของการเสนอการเมืองของการผลิตความจริงเสียใหม่ โดยการแยกระบบอำนาจความจริงจากรูปแบบความครอบงำต่างๆ ด้วยการเริ่มต้นจากการตรวจสอบความคิดความเชื่อพื้นฐานต่างๆ และเสนอการตีความที่แตกต่างไปจากระบบความหมายเดิม โดยมีได้หมายถึงการปฏิเสธสิ่งต่างๆ เหล่านั้น แต่เป็นการทำลายความหมายที่ถูกใช้ในการครอบงำ การไม่ตรวจสอบหรือใช้ความหมายแบบเดิมต่อไปจะยิ่งเป็นการทำให้รากฐานเดิม ที่เป็นผลมาจากการครอบงำดำรงอยู่ต่อไป การตรวจสอบความหมายและความเชื่อที่เราใช้ในการทำความเข้าใจ จึงน่าจะเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีสำหรับการหาความรู้ (ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์, 2546: 20)

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. 2545. สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย. รัฐศาสตร์สาร 23, 3: 50-97.
- กุลภา วจนะสาระ. 2544. เซ็นเตอร์พ้อยท์กับPreteen: การก่อตัวของวัฒนธรรมวัยแรกรุ่ง.
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขามนุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและ
มานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกษม เพ็ญภินันท์. 2550. สู่พรมแดนความรู้... เรื่องวัฒนธรรมบริโภค: ความเป็นปกติวิสัยของ
การบริโภควัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน. ใน สู่พรมแดนความรู้เรื่องวัฒนธรรมบริโภค, หน้า
1-91. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน),
- เกษียร เตชะพีระ. 2538. การอ่านวัฒนธรรมไทยของนิธิ เอียวศรีวงศ์. ใน ผ้าขาวม้า, ผ้าชิ้น,
กางเกงใน, และ ฯลฯ: ว่าด้วยประเพณี, ความเปลี่ยนแปลง และเรื่องสรรพสาระ, หน้า
(12)-(36). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน,
- จับการ์ตูนเกย์ “ร้านมดดำ” กลางสยาม: นร.หญิง ม.ปลายถูกค้าหลัก! ผู้จัดการออนไลน์. 1
ธันวาคม 2550
- จตุมา เพชรรัตน์. 2541. การเปิดรับหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหาทางเพศของวัยรุ่นในเขต
กรุงเทพมหานครกับทัศนคติต่อเพศสัมพันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชา
การหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. 2542. ผู้หญิง: “เงาสลัว” ในแนวพินิจสตรีนิยม. รัฐศาสตร์สาร 21, 2:
219-242.
- ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. 2544. โลกานุวัตรกับเซ็กส์ที่ชอบธรรม: พันธนาการที่ไร้พรมแดน. ใน
เซ็กส์ข้ามชาติ เซ็กส์อินเตอร์เน็ต, หน้า 177-190. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้ง
แอนด์พับลิชชิ่ง.
- ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. 2546. ผู้หญิงกับความรู้ในจักรวาลผู้ชาย: ความหมาย การมองเห็นโลก
และระบอบอำนาจความจริง. ใน ผู้หญิงกับความรู้ 1 (ภาค 2), หน้า 1-22. โครงการสตรี
และเยาวชนศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. 2549. เมื่อผู้หญิงคิดจะมีหมวด: การต่อสู้ “ความจริง” ของเรื่องเพศในสภา
ผู้แทนราษฎร. กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ,
- ไชยันต์ ไชยพร. 2546. ผู้หญิงกับความรู้ในประวัติศาสตร์ความคิดทางการเมืองตะวันตก: ว่าด้วย
วาทกรรมแห่งอุปสรรคของความรักระหว่างโซเฟียและโซเฟีย. ใน ผู้หญิงกับความรู้ 1
(ภาค 2), หน้า 48-150. โครงการสตรีและเยาวชนศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ญี่ปุ่นตั้ง 'โตราเอมอน' เป็นทูต 'อนิเมะ' ตัวแรก. ผู้จัดการออนไลน์. 14 มีนาคม 2551
- จิรัฐมิ เสนาคำ. 2549. บทนำ เหลียวหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อป: แนวคิดและประเด็น. ใน เหลียวหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อป, หน้า 1-22. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ณัฐจรี สุวรรณภัก. 2549. การ์ตูนญี่ปุ่น: การใช้เวลาว่างของวัยรุ่นในยุคสมัยวัฒนธรรมบริโภค. ใน เอกสารประกอบการประชุมวิชาการสังคมวิทยา ครั้งที่ 3 เวทีภาคกลาง เรื่อง "ลักษณะข้ามชาติและความหลากหลายทางวัฒนธรรม" วันศุกร์ที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2549 ณ อาคารวิจัยและการศึกษาต่อเนื่องสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จัดโดยคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติสาขาสังคมวิทยา
- ทรงพล สร้อยสุวรรณ. 2542. ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศในหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. 2542. การมอง (แบบ) ผู้หญิง: จากการเล่าของผู้ชาย. ใน เท้าหลังย่างก้าว. หน้า 145 - 185. โครงการสตรีและเยาวชนศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. 2546. ชาติพันธุ์วรรณาในความเป็นขบเจบของนักมานุษยวิทยา: "จริยธรรม" ระหว่างการหาความจริงและการสร้างความจริง. รัฐศาสตร์สาร. 24, 3: 154-189.
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. 2547. รากฐานปรัชญาการเมืองของ Antonio Negri กับ Empire. รัฐศาสตร์สาร. 25, 3: 180 - 255.
- ธันว์ทิพย์ ศรีสุดา. 2548. การวิเคราะห์เนื้อหาและผู้อ่านการ์ตูนแนวยาโอโย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นนทยา พงศ์ผกาย. 2544. การสื่อสารเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเพศในการ์ตูนญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ. 2549. "ความต่าง" ของ "วิถีคิด" ต่อวัฒนธรรมกระแสนิยม. ใน เหลียวหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อป, หน้า 23-80. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- นนทขำ สิริสุนทร. 2545. เปลือยป๊อป คัลเจอร์. กรุงเทพมหานคร: เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป.

- นิติ ภาวิครพจน์. 2545. “ตัวเรา” ปะทะ “ตัวเขา”. ใน คนใน: ประสบการณ์ภาคสนามของนักมานุษยวิทยาไทย. หน้า 163-198. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- นิติ เขียวศรีวงศ์. 2545. ว่าด้วย “เพศ”: ความคิด ตัวตน และอคติทางเพศ ผู้หญิง เกย์ เพศศึกษา และกามารมณ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.
- นิติ เขียวศรีวงศ์. 2548. ลามกอนาจาร. มติชนรายสัปดาห์. 25, 1285: 30
- นียบพรรณ วรณศิริ. 2540. มานุษยวิทยาสังคมและวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์. 2543. การ์ตูนที่รัก. พิมพ์ครั้งที่ 2. สำนักพิมพ์มติชน.
- ปริตตา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุล. 2545ก. คำนำ: ชายขอบสังคมไทย. ใน ชีวิตชายขอบ: ตัวตนกับความหมาย. หน้า (4)–(15). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ปริตตา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุล. 2545ข. คำนำ. ใน คนใน: ประสบการณ์ภาคสนามของนักมานุษยวิทยาไทย. หน้า (9)–(20). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ปาริชาติ สุริยวรรณ. 2549. ทัศนคติและพฤติกรรมของวัยรุ่นตอนกลางที่มีต่อหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับเพศและความรุนแรง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัฒนา กิติอาษา. 2545. “สนาม” ในความทรงจำของนักเรียนมานุษยวิทยา. ใน คนใน: ประสบการณ์ภาคสนามของนักมานุษยวิทยาไทย. หน้า 113-162. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- พัฒนา กิติอาษา. 2546ก. คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- พัฒนา กิติอาษา. 2546ข. บทบรรณาธิการ: มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย. ใน มานุษยวิทยากับการศึกษาปรากฏการณ์โหยหาอดีตในสังคมไทยร่วมสมัย. หน้า 1-48. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ภัตสร ลิมานนท์. 2544. บทบาทเพศ สถานภาพสตรี กับการพัฒนา. ปรับปรุงใหม่ครั้งที่ 1. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มารีสา พงษ์ธนยন্ত্রกิจ. 2540. คนญี่ปุ่นกับปัญหาด้านเพศสัมพันธ์. ญี่ปุ่นศึกษา. 2: 44-50

- ยศ สันตสมบัติ. 2545. มานุษยวิทยาไทยกับงานวิจัยภาคสนาม. ใน คนใน: ประสบการณ์ภาคสนามของนักมานุษยวิทยาไทย. หน้า 77-111. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ยุพา คลังสุวรรณ. 2547. ญี่ปุ่นสร้างชาติด้วยความรักและภักดี: ภูมิหลังทางวัฒนธรรมของสังคมญี่ปุ่น. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.
- วรรษัญ วานิชวัฒนากุล. 2549. การสื่อสารความหมายใน “การ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่”. ใน เหลียวหน้าแลหลังวัฒนธรรมป๊อป. หน้า 157-201. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- วิจิตร ว่องวาริทิพย์. 2542. เช็กซ์ชวลลิตี้: บททดลองอ่านผ่านคอลัมน์ตอบปัญหาหัวใจ. รัฐศาสตร์สาร. 21, 2: 242 - 272.
- วิริยะ สว่างโชติ. 2542. “ไปโรงเรียนก็ไม่ไป ไปที่ไรก็ไปสาย”: บทเรียนว่าด้วยเรื่องของการศึกษา Pop(ular) Culture. รัฐศาสตร์สาร. 21, 3: 268 - 300.
- วิลาสินี พิพิธกุล และกิตติ กันภัย. 2549. ร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์: โครงการวิจัยเพศและการสื่อสารในสังคมไทย ระยะที่ 2. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สมชัย เย็นสบาย. 2542. การเมืองเรื่องร่างกาย. รัฐศาสตร์สาร. 21, 3: 301-328.
- สำนักปลัด สำนักนายกรัฐมนตรี, คณะอนุกรรมการเฉพาะด้านจัดทำแผนหลักงานสตรี คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.). นโยบายและแผนงานหลักสตรีระยะยาว (พ.ศ. 2535-2554). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- สุภิญญา ทองรัตนาศิริ. 2544. การ์ตูนญี่ปุ่นในฐานะสื่อ: ศึกษาเฉพาะกรณีการ์ตูนเกย์เรื่อง N.Y.N.Y. สารนิพนธ์ปริญญาบัณฑิต สาขาวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ภาษาอังกฤษ

- Cha, Kai-Ming. 2005. YAOI Manga: What Girls Like? Publishers Weekly. p.44-46.
- Cole, Bard C. 2001. Male on Male action for Girls. Gay & Lesbian Review. 8, 1: 40. Available from: H.W. Wilson [2004, Nov 17].
- Funabashi, Kuniko. 1995. Pornographic Culture and Sexual Violence. In Kimiko Fujimura-Fanselow and Atsuko Kameda (ed.), Japanese Women: New Feminist Perspectives on the Past, Present and Future, pp. 255-263. New York: The Feminist Press, University of New York.

- Goldberg, Wendy. 2001. The Homosexual Male in Shoujo Anime [Online]. Available from: <http://members.fortunecity.com/wndrkn/pcafin.html> [2004, Nov 17].
- Gravett, Paul. 2004. Manga: Sixty Years of Japanese Comics. London: Laurence King Publishing Ltd.
- Ito, Kinko. 1995. Sexism in Japanese Weekly Comic Magazines for Men. In John A. Lent (ed.), Asian Popular Culture, pp.127-137. Colorado: Westview Press.
- Kodansha. 1994. Japan: Profile of a Nation. Tokyo: Kodansha International
- Lent, John A. 1989. Japanese Comic. In Richard Fid Powers and Hidetoshi Kato (ed.), Handbook of Japanese Popular Culture, pp. 221 – 242. New York: Greenwood Press.
- Leupp, Gary P. 1997. Male Colors: The construction of Homosexuality in Tokugawa Japan. California: University of California Press.
- Lunsing, Wim. 2006. YAOI Ronso: Discussing Depictions of Male Homosexuality in Japanese Girls' Comics, Gay Comics and Gay Pornography [Online]. Intersections: Gender, History and Culture in Asian Context, Murdoch University. Available from: <http://www.she.murdoch.edu.au/intersections/issue12/lunsing.html> [2005, Nov 10].
- McLelland, Mark. 2004. Male Homosexuality in Modern Japan: Cultural Myth and Social Realities. Reprint. Oxon: RoutledgeCurzon.
- Mizoguchi, Akiko. 2005. YAOI Fans As 'Queer' Women in Japan. บทความวิชาการ Queering of Our Own: Practices of Japanese Women ในการประชุมวิชาการ "เพศภาวะและสิทธิในเอเชีย: การประชุมครั้งแรกว่าด้วยเควีร์ศึกษา" (Sexualities, Genders, and Rights in Asia: 1st International Conference of Asian Queer Studies) จัดโดยโครงการจัดตั้งสำนักงานสิทธิมนุษยชนศึกษาและพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล และเครือข่ายเควีร์แห่งประเทศไทยแปซิฟิก, 7 – 9 กรกฎาคม 2548 ณ โรงแรมแอมบาสเดอร์ กรุงเทพมหานคร.
- Noh, Suen. 1998. Reading YAOI Comics: An Analysis of Korean Girls' Fandom [Online]. Available from: http://moongsil.com/study/YAOI_eng.pdf [2004, Dec 31].

- Sabucco, Veruska. 2003. Guided Fan Fiction: Western 'Readings' of Japanese Homosexual Themed Texts. In Chris Berry, Fran Martin, and Audrey Yue (ed.), Mobile Cultures: New Media in Queer Asia, pp. 70- 86. North Carolina: Duke University Press.
- Schodt, Frederik L. 1986. Manga! Manga! The world of Japanese comics. New York: Kodansha International Ltd.
- Schodt, Frederik L. 2002. Dreamland Japan: Writings On Modern Manga. 3rd ed. California: Stone Bridge Press.
- Suzuki, Kazuko. 1998. Pornography or Therapy? Japanese Girls Creating the YAOI Phenomenon [Online]. The Society for Intercultural Comparative Studies, Princeton University. Available from: http://webware.princeton.edu/sites/sics/01suzuki_abs.html [2004, Nov 17].
- Thompson, David. 2003. Hello boys. New Stateman [Online]. Vol.132 (September 8). pp. 43-44. Available from: H.W. Wilson [2004, Nov 17].
- Thorn, Matthew. 1997. What Japanese Girls Do With Manga and Why [Online]. School of Cartoon & Comic Art, Kyoto Seika University. Available from: http://matt-thorn.com/shoujo_manga/jaws/index.html [2004, Dec 31].
- TIME. 2002. TIME Special Issue: Asian Heroes. (April 29) 159, 16.
- Welker, James. 2005. Reaching Out from the Margins: Queer Community Formation in an 'Aesthete' Magazine for Teenage Girls. บทความวิชาการประชุมวิชาการ Local Japanese Responses to Queer Activism ในการประชุมวิชาการ "เพศภาวะและสิทธิในเอเชีย: การประชุมครั้งแรกว่าด้วยเคียวรี่ศึกษา" (Sexualities, Genders, and Rights in Asia: 1st International Conference of Asian Queer Studies) จัดโดยโครงการจัดตั้งสำนักงานสิทธิมนุษยชนศึกษาและพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล และเครือข่ายเคียวรี่แห่งประเทศไทยแปซิฟิก, 7 - 9 กรกฎาคม 2548 ณ โรงแรมแอมบาสเดอร์ กรุงเทพมหานคร.
- Welker, James. 2006. Beautiful, Borrowed and Bent: 'Boys' Love' as Girls' Love in Shojo Manga. In Gender beyond 'Sexual Difference': Rethinking Feminisms and Visual Culture, special issue of Signs. 31:3 pp. 841-870.

- Wilson, Brent and Masami Toku. 2003. 'Boys' Love,' YAOI, and Art Education: Issues of Power and Pedagogy [Online]. Visual Cultural Research in Art and Education, The California State University. Available from: http://www.csuchico.edu/~mtoku/vc/articles/toku/Wil_Toku_BoysLove.html [2004, Dec 31].
- Yoo, Seunghyun. 2002. Online discussions on YAOI: Gay relationships, sexual violence, and female fantasy [Online]. American Public Health Association. Available from: http://apha.confex.com/apha/130am/techprogram/paper_42542.html [2004, Dec 31].



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวญาณานธร เจียรรัตนกุล เกิดวันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2525 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (จิตวิทยา) คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2546

ผลงานทางวิชาการ จัดเสวนา “ความหลากหลายทางเพศในการ์ตูนญี่ปุ่น: เพื่อผู้ชาย ผู้หญิง หรือคนรักเพศเดียวกัน” วันอังคารที่ 6 กันยายน พ.ศ. 2548 สมาคมฟ้าสีรุ้งแห่งประเทศไทย นำเสนอบทความ “YAOI: การเมืองและวัฒนธรรมเรื่องเพศ” ในการประชุมวิชาการ สังคมวิทยา ครั้งที่ 3 เวทีภาคกลาง เรื่อง “ลักษณะข้ามชาติและความหลากหลายทางวัฒนธรรม” วันศุกร์ที่ 22 กันยายน พ.ศ. 2549 ณ อาคารวิจัยและการศึกษาต่อเนื่องสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จัดโดยคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติสาขาสังคมวิทยา และนำเสนอบทความ “ทบทวนวรรณกรรม YAOI: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง” ในกลุ่มที่ 4 เพศสภาพและความหลากหลายที่ท้าทายมนุษยศาสตร์ การประชุมวิชาการระดับชาติเวทีวิจัยมนุษยศาสตร์ไทย ครั้งที่ 2 “ความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม” วันพฤหัสบดีที่ 16 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ปัจจุบัน นักวิจัยอิสระในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเพศวิถี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย