

สัญญา ความหมาย และการสื่อสารของम्मหมี ผ่านมุมมองซีรีส์ ตัวนายตัวแทน

เบญจรงค์ ธีระผลิกะ¹

บทคัดย่อ

ประเด็นแฟนคลับไม่ได้เป็นประเด็นใหม่มากนักในสังคมไทย เพราะสังคมไทยคุ้นเคยกับความเป็น “แม่ยก” มายาวนานมากพอ แต่สิ่งหนึ่งที่ทำให้ประเด็นแฟนคลับกลับมาอยู่ในสายตาของผู้เขียนคือ การที่แฟนคลับเหล่านั้นได้รับการพัฒนาตัวตน วิทยุติ คุณวุฒิ การสื่อสารกลุ่ม การแสดงออก หรือแม้กระทั่งการเข้ามาเป็นผู้เล่นรายใหม่ในชุมชนซีรีส์วายผ่านซีรีส์เรื่อง *ตัวนายตัวแทน* ซึ่งเป็นซีรีส์วายที่ปรับมาจากนิยายในภาษาจีน โดยเนื้อหาของซีรีส์ปลุกความเป็นแม่ขึ้นเพื่อที่จะให้กำลังใจลูก ช่วยเหลือลูก รวมทั้งสนับสนุนลูกผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ เพื่อให้นักแสดงเหล่านั้นที่ถูกมองว่าเป็นลูก ได้รับรู้ถึงความรู้สึกเหล่านี้ กลุ่มแฟนคลับเหล่านั้นมีชื่อใหม่ที่ใช้เรียกตนเองว่า “म्मหมี” โดยมองผ่านแนวคิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงว่า เหตุใดจึงเกิดปรากฏการณ์มัมหมี่ และสถานภาพความรู้ของแฟนศึกษาเป็นอย่างไร รวมทั้งในอนาคตมัมหมี่จะเป็นอย่างไร

คำสำคัญ: แฟนคลับ มัมหมี่ ซีรีส์วาย ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง
ตัวนายตัวแทน

* วันที่รับบทความ 6 สิงหาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 12 กันยายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ 28 กันยายน 2567

¹ อาจารย์ ดร. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

My Stand In the Series: Semiology

Interpretation and Fan Culture Communication

Benjarong Tirapalika²

Abstract

Since Thai society has long been familiar with the concept of Mae Yok, which can also mean Sugar-mama, Sugar-mamma, or Sugar-mummy, the problem of fan clubs is not new to Thai society. The development of their identities, maturity, qualifications, group communication, expression, or even their entry into the Y-series community through the series *My Stand In*, which is a Y-series adapted from a Chinese novel, is one thing that has, however, brought the topic of fan clubs back into the writers' spotlight. The content of the series awakens the motherhood in order to encourage and help her children, as well as support her children through various communication channels so that the actors who are seen as her children can feel these feelings. This group of fans has a new name for themselves: "Mummy". Looking through the concept of parasocial interaction, we can see why the Mummy phenomenon has occurred, what the status of fan studies is like, and what the Mummy will be like in the future.

Keywords: fan club, Mummy, boy's love series, parasocial interaction, *My Stand In the Series*

² Lecturer, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University

เปิดม่านคุยเรื่องสาววาย: บทนำ

“สาววาย” คำนี้ปรากฏในหนังสือสังคมทั้งในพื้นที่สื่อดั้งเดิมและสื่อสังคมออนไลน์ ในช่วงการปรากฏตัวของภาพยนตร์ชุดหรือซีรีส์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับผู้ชาย ซึ่งคำว่าสาววายมีที่มาจากคำว่า ยาโอย หรือยาโออิ (Yaoi) โดยเป็นหนึ่งในรูปแบบที่รับมาจากวัฒนธรรมของญี่ปุ่น ซึ่งโครงสร้างการเล่าเรื่องและองค์ประกอบการเล่าเรื่องเกี่ยวข้องกับตัวละครหลักหนึ่งคู่ พระเอก นายเอก หรือมากกว่า 1 คู่ ที่มีปฏิสัมพันธ์กันผ่านเรื่องราวต่างๆ ทั้งสุขและทุกข์ จนกระทั่งตัวละครเหล่านี้สามารถผ่านปัญหาเรื่องราวต่างๆ มาได้ และได้ลงเอยกันอย่างมีความสุข โดยอาจสอดแทรกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศสภาพ รสนิยมทางเพศที่หลากหลาย รวมทั้งกิจกรรมการเพศที่เหนือจินตนาการ โดยเริ่มต้นจากการเล่าเรื่องผ่านการ์ตูนและนวนิยาย (boy's love: BL) (ชยภัทร จินดาเลิศ, 2552; นัทธนัย ประสานนาม, 2563; นัทธนัย ประสานนาม, 2564) และมีการนำเรื่องราวผ่านข้อความนั้นๆ มาปรับประยุกต์จนกลายเป็นซีรีส์ หรือภาพยนตร์ ในปัจจุบันปฏิเสธได้ยากว่า การนำเสนอเนื้อหาของภาพยนตร์หรือซีรีส์ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ของชายรักชายแผ่ขยายไปยังสื่อต่างๆ นอกเหนือจากนวนิยายและซีรีส์ ยังปรากฏในมิวสิกวิดีโอประกอบเพลง งานโชว์ตัวของดาราศิลปินต่างๆ จนกลายเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

หากมองย้อนไปจะพบว่า สาววายได้รับอิทธิพลและประกอบร่างสร้างตัวตนจากวรรณกรรมแนววาย ซึ่งมีการนำเสนอความสัมพันธ์ของตัวละครเอกชายที่รักกันแบบขั้วตรงข้าม (binary opposition) ที่ชัดเจน และตัวละครนั้นๆ จะกระทำการต่างๆ ในฐานะเพศสภาพนั้นๆ โดยแบ่งออกเป็น พระเอกและนายเอก (อนันต์ญา วารีสอาด, 2565) โดยที่พระเอกมักเป็นตัวละครเพศชายที่แสดงออกอย่างชัดเจนว่ามีความเป็นชาย อาจมีกล้ามเนื้อ หงวผมสั้น มักมีบทบาทที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้นำ และมีชนชั้นบางอย่างทางสังคม และนายเอกมักเป็นตัวละครเพศชายที่แสดงออกอย่างชัดเจนถึงความเรียบร้อย อ่อนโยน ทั้งนี้ ตัวละครดังกล่าวมักได้รับการแต่งหน้าแต่งตัวให้มีความตรงกันข้ามกับพระเอกอย่างสิ้นเชิง ในกรณีชนชั้นทางสังคมมักอยู่ในระดับที่ด้อยกว่าพระเอก รวมทั้งการผูกเรื่องมักใช้วิธีการที่นายเอกจำเป็นหรือ

ต้องมีความเกี่ยวข้องบางอย่าง เพื่อให้พระเอกช่วยเหลือหรือต้องเกื้อกูลซึ่งกันและกัน โดยเนื้อหาของซีรีส์จะเกี่ยวข้องกับเรื่องรักโรแมนติก ที่ไม่ได้ต่างจากวรรณกรรมรักโรแมนติกที่ตัวละครเอกเป็นชายหญิง ตามรูปแบบที่สังคมส่วนมากนิยมชมชอบและเสพเนื้อหาในลักษณะมาอย่างยาวนาน

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาองค์ประกอบหรือรายละเอียดจากคำนิยามข้างต้นที่กล่าวว่า พระเอกและนายเอกมักมีลักษณะบางประการที่อยู่ในชั่วคราวข้าม จะพบซีรีส์วายจำนวนมากที่มีลักษณะตามที่คุณเขียนอธิบาย หากยกตัวอย่างเพียงภายในปี 2567 จะพบมากกว่า 10 เรื่อง เช่น (1) *ต้องรักมหาสมุทร Love Sea the Series* (2) *เพียงซลาลัย Sunset X Vibes* (3) *ปฎิหาริย์รักร้อยปี Century of Love* (4) *วันดีวิทยา Wande Goodday* (5) *รักนี้ไม่มีถั่วฝักยาว Love No Long Beans* (6) *เขียนรักด้วยยางลบ My Love Mix-Up!* (7) *เกมนี้เพื่อนาย The Rebound Series* (8) *คือเรารักกัน We Are* (9) *4 Minutes* (10) *พิชเบ๊บ Pit Babe* และ (11) *ตัวนายตัวแทน My Stand-In* (วาย The Series TH, ม.ป.ป.) เมื่อพิจารณาจากตัวอย่างชื่อของซีรีส์ จะพบว่า หลายเรื่องเป็นบทประพันธ์ที่ได้นำวรรณกรรมในภาษาต่างชาติ เช่น ภาษาญี่ปุ่น หรือภาษาจีน มาปรับและนำมาสร้างเป็นซีรีส์เพื่อฉายในประเทศไทย เช่น กรณีเรื่อง *ต้องรักมหาสมุทร Love Sea the Series* มีที่มาจากหนังสือซึ่งเขียนโดย อรวรรณ วิชญวรรณกุล นามปากกา Mame หรือเรื่อง *ปฎิหาริย์รักร้อยปี* เป็นผลงานการกำกับของ วรวิทย์ ชัตติโยธิน (ผู้กำกับจากละคร *คุณชาย* และ *กฎแห่งรัก ดั่งดุด*) และธนวัจน์ ปัญญารินทร์ (ผู้กำกับจากละคร *พิชรักร้อยอดีต* และ *VIP รักซ่อนซู้*) และเรื่องซึ่งมีที่มาจากนวนิยายวาย โดยผู้แต่งชาวจีนนาม Shui Qiancheng ร่วมกับ YYDS Entertainment แปลโดยสำนักพิมพ์ YYDS Entertainment แต่ทั้งหมดนั้นมีผู้สร้างเป็นชาวไทยและนักแสดงทั้งหมดเป็นชาวไทยเช่นกัน มาถึงจุดนี้ หากมองเพียงผิวเผินก็จะมีคำถามว่า เพราะอะไรจึงมีความจำเป็นที่จะต้องพิจารณาซีรีส์ทั้งหลายเหล่านี้

อย่างไรก็ดี เมื่อผู้เขียนพิจารณาเนื้อหาของซีรีส์ข้างต้นแล้ว จะพบว่า มีองค์ประกอบของความแตกต่างกัน 2 กรณี ได้แก่ (1) ซีรีส์ข้างต้นมีเพียงเรื่องเดียว

เท่านั้นที่การแสดงออกของตัวละครพระเอกและนายเอกไม่ได้เป็นไปตามรูปแบบซีรีส์วายที่พบเห็นอย่างดาษดื่น (2) การดำเนินเรื่องไม่ได้เล่าเพียงแค่ปัญหาอุปสรรคของตัวละคร ทว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นทำให้ตัวละครนายเอกต้องตายจากไป และกลับมาในร่างใหม่แต่วิญญาณดวงเดิม ซึ่งรูปแบบการเล่าเรื่องในลักษณะนี้ยังไม่พบในซีรีส์ที่แพร่ภาพในสังคมไทยมากนัก ดังนั้น บทความชิ้นนี้จึงให้ความสนใจต่อรูปแบบวิธีการเล่าเรื่องของซีรีส์ รวมทั้งวิธีการที่กลุ่มแฟนคลับสาววาย ซึ่งกลับมาในชื่อใหม่คือ “มัมหมี่” ใช้สื่อสารเพื่อให้สังคมทราบว่า ตนเองมีความสนใจ ติดตาม โดยการเล่าเรื่องในการศึกษาชิ้นนี้หมายถึงการเดินทางของตัวละครต่างๆ ผ่านสัญลักษณ์ จุดตัด สถานการณ์สำคัญๆ ของเนื้อหาเรื่อง เพื่อบอกเล่าเรื่องราว ความเป็นมา ปัจจัยสำคัญ รวมทั้งจุดที่น่าเสนอประเด็นของเพศของแม่ เป็นต้น

แม้ว่าซีรีส์เรื่อง *ตัวนายตัวแทน* จากค่าย iQIYI จะปิดฉากลาจอไปเมื่อ 12 กรกฎาคม 2567 อย่างไรก็ดี ปรากฏการณ์มัมหมี่ ซึ่งในที่นี้หมายถึงปรากฏการณ์กลุ่มผู้เสพซีรีส์เรื่องนี้ ทั้งที่มีช่วงอายุที่หลากหลาย ตั้งแต่ช่วงอายุมัธยมศึกษาตอนต้น วัยเรียนมหาวิทยาลัย วัยทำงาน จนถึงวัยกลางคน ฉะนั้น หากจะกล่าวว่า กลุ่มประชากรที่เสพซีรีส์วายเรื่องนี้มีช่วงอายุที่หลากหลาย และการที่จะกำหนดตัวตนหรือสร้างอัตลักษณ์ว่าตนเองเป็นสาวยายนั้น ก็อาจไม่สามารถเรียกได้ทีเดียว ดังนั้นจึงมีการพยายามสร้างสรรค์คำใหม่ๆ เพื่อใช้เรียกกลุ่มชุมชนของตนเองว่า “มัมหมี่”

สาววาย ชุมชนวาย และเรื่องวายวาย: ปรากฏการณ์วาย

ฉัตรกร เจียรรัตนกุล (2560) สรุปประเด็นว่า “ยาโออิ” (Yaoi) เป็นชื่อย่อของการ์ตูนญี่ปุ่นที่นำเสนอความสัมพันธ์ของผู้ชายกับผู้ชาย (male homosexual) รวมทั้งมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับตัวละครที่ชอบหรือมีความสัมพันธ์กันกับเพศเดียวกัน คือ ชาย-ชาย หรือหญิง-หญิง เป็นคำที่ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมญี่ปุ่นโดยตรง อย่างไรก็ตาม ในวัฒนธรรมญี่ปุ่นมีการจำแนกประเภทออกเป็น 2 กลุ่ม คือ “ยาโออิ” (Yaoi) แทนกรณีชายรักชาย และ “ยูริ” (Yuri)

แทนหญิงรักหญิง ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า ทั้งสองคำนี้มีอักษรขึ้นต้นคือ อักษร Y ในประเทศไทยจึงนำมาเรียกรวมว่า “วาย” (กฤตพล สุธิภัทรกุล, 2563) ทั้งนี้ การสร้างทั้งชุมชนวายนั้น ผู้สร้างมักเป็นเพศหญิง ในฐานะผู้แต่งบทหรือผู้เขียนบท อย่างไรก็ดี หากพิจารณาทางวัฒนธรรมและสังคมแล้ว การที่ผู้หญิงเป็นผู้เขียนบทละครหรือการ์ตูนในลักษณะนี้อาจมีที่มาสำคัญจากรูปแบบโครงสร้างในวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของปิตาธิปไตย รวมทั้งเมื่อพิจารณาร่วมกับการศึกษาของ นุชนาภรณ์ สมญาติ (2561) ที่พบว่า เนื้อเรื่องหรือเนื้อหาในซีรีส์วายมักมีลักษณะสำคัญรวมทั้งสิ้น 6 ลักษณะคือ (1) การขายฝันผ่านคุณสมบัติของตัวละครที่ต้องเป็นผู้ชายในอุดมคติของผู้หญิง หรือการขายฝันถึงภาพตอนจบของซีรีส์ที่สวยงาม (2) การจำลองความจริงในซีรีส์วายนั้นมีการจำลองว่า สังคมในภาพรวมมีการยอมรับความรักแบบชายรักชาย รวมทั้งมักสร้างสถานการณ์ให้ตัวละครเอกมีช่วงเวลาที่จะได้ใกล้ชิดกัน (3) มักจำลองสถานการณ์และบทบาทให้ผู้ชมทราบในทันทีว่า ตัวละครที่กำลังกล่าวถึงนี้เป็นตัวละครชายรักชาย (4) มักมีการใช้สัญลักษณ์เพื่อต้องการสื่อถึงบทบาททางเพศและความรู้สึกของตัวละคร (5) มักใช้การเขียนแทนคำพูดว่าตัวละครรู้สึกอย่างไร (6) มักใช้อวัจนภาษาแทนวัจนภาษา

ทั้งนี้ สามารถอนุมานได้อย่างหนึ่งคือ ซีรีส์วายมักปรากฏภาพตัวแทนที่สังคมยอมรับความแตกต่างด้านเชื้อชาติ ความต้องการทางเพศ รวมทั้งจากข้อมูลข้างต้นทำให้เชื่อได้ว่า ความสัมพันธ์ของตัวละครมักมีการถูกชักนำ นำพาให้ได้ร่วมกิจกรรมบางอย่างกัน ประหนึ่งมีกามเทพหรือพรหมลิขิตขีดเส้นให้ตัวละครทั้งสองสามารถรักกันได้ มีความสัมพันธ์กันได้โดยปราศจากขวากหนาม หรือหากมีขวากหนามขวางหน้า แม้จะใหญ่หลวงเพียงใด ความรักก็จะชนะทุกอย่างอย่างง่ายดาย เมื่อพิจารณาก็สามารถสรุปได้ประเด็นหนึ่งคือ การโหยหาความสุข ความอบอุ่นใจจากสภาพความเป็นจริงที่ในโลกที่การยอมรับเรื่องความหลากหลายทางเพศเกิดขึ้นได้ยากในบางสังคมหรือวัฒนธรรม ยิ่งไปกว่านั้น หากการยอมรับอาจไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในบางครอบครัว ซึ่งเป็นชุมชนแห่งการสื่อสารที่เล็กที่สุด

หากพิจารณาเรื่องการไหลบ่าทางวัฒนธรรม จะพบได้อีกว่า วัฒนธรรม วายได้หลังไหลเข้ามาในประเทศไทยจากการรับวัฒนธรรมผ่านสื่อกระแสต่างๆ จนทำให้เกิดเป็นวัฒนธรรมกลุ่มย่อยของผู้ที่ชื่นชอบเรื่องราววยในรูปแบบต่างๆ (ญาณาร เจียรรัตนกุล, 2560) ทั้งในกรณีสื่อสิ่งพิมพ์ ภาพข่าวในอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ กลุ่มของผู้เสพสื่อกลุ่มย่อยต่างๆ รวมทั้งผ่านละคร ภาพยนตร์ จากต่างประเทศที่เข้ามาภายในประเทศ จึงทำให้การแพร่กระจายทางวัฒนธรรม เป็นไปด้วยความรวดเร็ว ทั้งนี้ ภายในการพัฒนาเหล่านี้ มีผู้สนับสนุนจำนวน ไม่น้อยที่เรียกตนเองว่า “กลุ่มสาววาย” เมื่อพิจารณาประกอบการศึกษาของ ภัทรพรรณ อมรศรีวงศ์ และบัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ (2562) พบว่า ผู้ที่สถาปนา ตนเองเป็นสาวยายนั้นคิดว่า (1) การเป็นสาววายเป็นเพียงช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง และไม่ได้กระทบต่องานประจำหรือภารกิจอื่นๆ (2) ประเภทของสาววาย แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ซึ่งในกรณีชายรักชายจะเรียกว่า กลุ่มยาโอย และกลุ่ม ยูริยาโอย (3) สาววายจำนวนมากใช้ทวิตเตอร์เป็นช่องทางในการบริโภคสื่อ เนื่องจากสามารถเข้าถึงได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ เบญจรงค์ ธีระพลิกะ และคณะ (2566) ที่กล่าวว่า ทวิตเตอร์เป็นพื้นที่เสรีสำหรับการแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกของกลุ่มหลากหลายทางเพศ และการแสดงออกทางการเมืองอีกด้วย

ประเด็นหนึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะพบว่า พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์มักเป็น ตัวเชื่อมประสานกันระหว่างวัฒนธรรมย่อยหลายวัฒนธรรม ซึ่งในที่นี้กล่าวถึง วัฒนธรรมวาย สาววาย หรือกลุ่มคนที่ไม่ได้สถาปนาตนเองว่าเป็นสาววาย แต่มี การติดตามความเคลื่อนไหวของกลุ่มวาย จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ร่วมกับการสัมภาษณ์แบบไร้โครงสร้าง (unstructured interview) ซึ่งผู้ตอบคำถาม ยินดีที่จะให้ข้อมูล พบว่า การใช้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์บางแห่ง เช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทำได้ง่ายกว่าก็จริง เพราะสามารถเข้าถึงข้อมูลที่เป็นทางการ ทั้งจาก ศิลปิน หรือค่ายหนังเอง แต่การสื่อสารที่ตรงจุดกับเพื่อนๆ ในกลุ่ม รวมทั้งการอ่าน ข้อมูลประกอบต่างๆ ใช้ทวิตเตอร์ดีกว่ามาก เพราะไม่ได้เป็นเพียงแค่การสื่อสาร เรื่องศิลปินเท่านั้น แต่สามารถบ่นหรือวิพากษ์วิจารณ์ฉากหรือการตัดต่อในบทนั้นๆ

รวมทั้งประเด็นเรื่องความเศร้า การ “แกงคนดู” (การตัดสลับฉากไปมาเพื่อให้คนดูสับสนว่า ตอนต่อไปจะเป็นอย่างไร) (พีชวัลย์, สัมภาษณ์ 10 กรกฎาคม 2567)

รวมทั้งเมื่อพิจารณาให้ลึกไปกว่านั้น ในการศึกษาหลายชิ้นมักชี้เฉพาะไปยังพื้นที่เฉพาะในยุคที่สื่อสังคมออนไลน์ยังไม่ได้มีการพัฒนามากขนาดนี้ พื้นที่เฉพาะจำนวนหลายแห่งมักเป็นสถานที่ในการคั่งง้างกับโครงสร้างทางสังคมและสถาบันต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดความเป็นไปของสังคม และต่อมาเมื่อโลกาภิวัตน์พัฒนานำสื่อสังคมออนไลน์เข้ามาในประเทศไทย จึงทำให้เกิดพื้นที่เฉพาะใหม่ๆ สำหรับการคั่งง้างโครงสร้างทางสังคม และการสร้างอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมย่อยของตนเอง (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ และคณะ, 2565) ซึ่งในที่นี้หมายรวมถึงประเด็นเรื่องสาววาย และสาวไม่วาย ที่หมายถึงกลุ่มผู้ติดตามซีรีส์ชายรักชาย แต่ไม่ได้ยอมรับว่าตนเองเป็นสาววาย เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้สังคมวายมีองค์ประกอบครบถ้วนสมบูรณ์ ประชากรจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมวาย หรือในนิยามศัพท์ใหม่ที่เรียกว่า “มัมหมี่” โดยในส่วนต่อไปจะกล่าวถึงเส้นทางก่อนจะเป็น “มัมหมี่” ว่า มีวิวัฒนาการมาอย่างไร และสถานภาพความรู้ในมุมการศึกษาเป็นเช่นไร

ก่อนจะเป็น “มัมหมี่” เป็นใครมาก่อน: สถานภาพความรู้ของแฟนศึกษา

หากจะกล่าวถึงที่ไปที่มาของวัฒนธรรมย่อยของแฟนคลับ การพิจารณาสิ่งที่ซ่อนอยู่ภายใต้คำว่าแฟนคลับ มักมีองค์ประกอบอย่างน้อย 2 องค์ประกอบ คือ (1) ติดตามด้วยความรักจากผู้รับสารถึงผู้ส่งสาร (2) พร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อให้ความรักนั้นมีความสุข ซึ่งในองค์ประกอบที่ 2 สำหรับสถานการณ์ปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมากที่ผู้จัดหรือเจ้าของสื่อต่างๆ จะกระทำการหลายประการเพื่อให้บรรดาแฟนคลับของศิลปินในสังกัดเข้าร่วมซื้อบัตรคอนเสิร์ต ของที่ระลึก หรือ fan meeting เป็นการนัดพบที่เปิดโอกาสให้เหล่าแฟนคลับได้นำของสะสม หรือสินค้าทำมือที่เกี่ยวกับดารา นักร้อง ที่ชอบมาขายและแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งกิจกรรมทั้งหลายเหล่านี้ร่วมกันหลอมรวม ส่งเสริม สนับสนุนให้โครงข่ายแฟนคลับเหนียวแน่นมากยิ่งขึ้น

เพื่อให้เห็นภาพทั้งหมดอย่างสมบูรณ์ มีการศึกษาในสังคมไทยที่ถูกรวบรวมไว้โดย กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2555) ที่วิเคราะห์ภาพรวมให้ได้เห็นจุดเริ่มต้นของสถานะแฟนคลับไว้อย่างน่าสนใจ เพราะมีการตั้งข้อคิดเห็นจากการเป็นแฟนคลับจาก 2 ประเด็นด้วยกัน คือ ปรากฏการณ์ของเหล่าสาวกที่มีต่อศิลปิน ดารา หรือที่เรียกว่า ติดตามด้วยความรักจากมุมของผู้รับสารถึงผู้ส่งสาร อีกส่วนคือ ปรากฏการณ์ที่มีต่อพฤติกรรมของแฟนคลับ ที่บุคคลภายนอกมักมองว่า กลุ่มแฟนคลับทำเกินกว่าเหตุ มีพฤติกรรมการแสดงออกที่มากมายเกินความจำเป็น รวมทั้งพร้อมที่จะจ่ายเงินจำนวนมหาศาลเพื่อให้ใครคนอื่นเกินความจำเป็น ซึ่งเมื่อพิจารณาอย่างจริงจังจะพบว่า มีมุมมองแต่ประเด็นดังกล่าว 2 มุม คือ มุมของแฟน (insider's view) และมุมผู้ชม (outsider's view)

มีคำนิยามจำนวนมากจากแค่คำว่า “แฟน” ซึ่งกาญจนาใช้คำว่า “แฟนศึกษา” (fan studies) เพื่อรวบรวมสถานภาพองค์ความรู้เรื่องแฟนผ่านงานวิชาการฉบับดังกล่าว ซึ่งสามารถระบุปรากฏการณ์การแพร่กระจายของแฟนศึกษาได้ว่า เกิดขึ้นในต้นศตวรรษที่ 20 พร้อมสื่อสารมวลชนสมัยใหม่ต่างๆ ในทัศนะนักวิชาการสามารถสรุปได้ว่า มีข้อบ่งชี้สำหรับสถานะแฟน 5 ประการ คือ (1) มีความปลื้มปริ่ม (fascinate) (2) มีความสนใจ (interest) (3) มีอารมณ์ร่วมเมื่อได้พบเจอ (emotional investment) หรือเพิ่มเติมคือ มีอารมณ์ร่วมเมื่อได้กล่าวถึงประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่รักและคนที่รัก (4) ใช้เวลาว่างในการเข้าร่วมกิจกรรม (engagement in particular leisure) และสุดท้ายคือ (5) ความพยายามที่จะทำอะไรเกี่ยวกับประเด็นหรือคนนั้นๆ (emphasis on amateur endeavors) นอกเหนือจากนั้น การรวมตัวกันของแฟนคลับ ยังได้รับอิทธิพลของระบบอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการเน้นผลิตเพื่อตอบโจทย์ด้านผลกำไรขององค์กรธุรกิจ จึงพยายามให้ผู้เสพสามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกสนับสนุนศิลปิน ดารา หรือ “คู่จิ้น” ที่ตนเองสนใจหรือชอบเป็นพิเศษ ดังนั้น ประเด็นนี้จึงยิ่งช่วยส่งเสริมให้การมีอยู่ของกลุ่มแฟนคลับเป็นสิ่งจำเป็นในอุตสาหกรรมชีวิตรสวาย เพราะไม่เพียงแต่การสร้างสรรค์ผลงานของผู้จัดหรือผู้เขียนบทแล้ว ตลาดในอุตสาหกรรมนี้ก็ใหญ่เพียงพอที่จะเป็น “แม่น้ำหรือทะเลที่คอยโอบอุ้มเรือ” หรือ “พัดพาให้เรือลำนี้จมหายไปกับก้นทะเล” ได้เช่นกัน

หากพิจารณาในประเด็นของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม สามารถอธิบายได้ว่า เป็นกระบวนการเปลี่ยนอุตสาหกรรมจากแง่มุมด้านเศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียว มาผสมผสานกับมุมมองเชิงสังคมวัฒนธรรม กล่าวคือ การนำเอาวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้าและถูกป้อนเข้าสู่กระบวนการผลิตอย่างมีระบบ (ปรากฏการณ์รัตโน และหยกขาว สมหวัง, 2560) เพื่อสร้างปรากฏการณ์หรือประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับผู้บริโภค ในกรณีนี้คือ การนำซีรีส์ชายรักชายที่แต่เดิมเป็นเพียงวัฒนธรรมกลุ่มย่อยหรือวัฒนธรรมอื่น (otherness) ให้กลายมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่และส่งขายไปทั่วโลก เพื่อให้เกิดการเสพวัฒนธรรมกลุ่มย่อยนี้จนกลายเป็นปรากฏการณ์ขายไปทั่วโลก รวมทั้งสังคมไทยที่ได้ร่วมกันป้อนเพาะและส่งมอบวัฒนธรรมนี้ต่อไป หลังจากนั้นก็มีการส่งมอบกิจกรรมการมีส่วนร่วมให้กลุ่มสมาชิกโดยบริษัทผู้ผลิตวัฒนธรรมขาย จนทำให้วัฒนธรรมขายและอุตสาหกรรมซีรีส์วายมั่นคงแข็งแรงดังที่ปรากฏในปัจจุบัน

โดยในฉากทัศน์ของการสื่อสาร สามารถพิจารณาประเด็นแพนศึกษาได้ 5 องค์ประกอบด้วยกัน ได้แก่ (1) ผู้รับสารในฐานะผู้ชม หมายถึง ผู้รับสารในฐานะผู้เสพสื่อที่นี้อาจหมายถึงการสื่อสารแบบต่อหน้าต่อตาหรือการสื่อสารด้วยสื่ออื่นๆ (2) ผู้รับสารในฐานะกลุ่มสาธารณะ หมายถึง ผู้รับสารที่ทำหน้าที่รวมกลุ่มเพื่อกระทำการใดๆ เพิ่มเติม เช่น การรวมตัวเป็นอาสาสมัคร เป็นต้น (3) ผู้รับสารในฐานะมวลชน หมายถึงผู้รับสารที่พร้อมกระทำการบางอย่างตลอดเวลา เมื่อได้รับอาณัติสัญญาณบางอย่างจากผู้ส่งสาร เช่น การรวมตัวด้วยสื่อต่างๆ ทางทางเมือง เป็นต้น (4) ผู้รับสารในฐานะตลาด หมายถึง ผู้รับสารที่ทำหน้าที่จูงใจรักภักดีต่อตราสินค้า ในที่นี้หมายถึงศิลปินดาราที่ตนเองให้ความชื่นชอบ และพร้อมที่จะลงทุนซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกันกับดาราศิลปินรายนั้นๆ และ (5) ผู้รับสารในฐานะผู้บริโภค แม้ในฐานะนี้หากพิจารณาผิวเผินแล้วอาจมองว่าไม่มีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตามหากพิจารณาตามวิธีการทางการตลาดแล้ว จะพบว่าผู้บริโภคไม่ได้มีหน้าที่จูงใจรักภักดีกับตราสินค้า หากตราสินค้านั้นๆ ไม่ซื้อสัตย์ต่อผู้บริโภค อุปมาว่า หากศิลปินดาราขายได้ก็ตามไม่ได้แนะนำหรือทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ แฟนกลุ่มนี้ก็พร้อมที่จะไม่อุดหนุนหรือส่งเสริมศิลปินคนนี้หรือค่ายนี้อีก

ย้อนกลับมายังสถานภาพความรู้ที่ปรากฏในสังคมไทย พบว่า แฟนศึกษา (fan studies) ซึ่งกาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2555) ได้รวบรวมเป็นหมวดหมู่ ดังนี้ (1) กลุ่มแฟนในลักษณะของความเป็นปัจเจกบุคคล (fan) (2) กลุ่มแฟนในลักษณะกลุ่มลัทธิพิธีหรือกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (cults or subcultures) (3) กลุ่มที่มีความกระตือรือร้นและใฝ่ใจรักใคร่ (enthusiasms) และเมื่อพิจารณาแล้ว จะพบว่า มีการศึกษาจำนวนไม่มากนักที่พยายามแสวงหาความรู้จากประเด็นแฟนศึกษา จากการศึกษาของ กนกวรรณ ปิ่นสิรานนท์ และอดิพล เอื้อจรัสพันธุ์ (2564) ซึ่งศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2549-2561 จำนวน 14 งานวิจัย พบว่า การศึกษาที่ปรากฏเกี่ยวข้องกันกับการสื่อสารระหว่างกลุ่มแฟนคลับ และการศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มแฟนคลับ อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในรายละเอียดของการศึกษาแล้ว จะพบประเด็นการศึกษาประเด็นแฟนมีอย่างน้อย 5 เรื่อง ที่เป็นร่องรอยของการศึกษาแฟนคลับ โดยเรื่องแรกเป็นการศึกษาของ เกศินี ศิลปี (2539) เรื่อง การศึกษาชมรมแฟนภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์และหนังสือชีนีแม็ค เพื่อศึกษาถึงลักษณะการเกิดของชมรมภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิคส์และชีนีแม็ค และลักษณะของแฟนชมรมภาพยนตร์ของทั้งสองโรง เรื่องต่อมาเป็นการศึกษา ภัทรวรรณ ยงค์ชัย (2540) เรื่อง แม่ยก: การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้แสดงลิเกกับคนดูเปรียบเทียบกับกรุงเทพมหานครกับพิษณุโลก ซึ่งมีบทสรุปที่น่าสนใจว่า วัฒนธรรมแฟน หรือวัฒนธรรมการอุปถัมภ์ศิลปินมีมานานก่อนจะเกิดสื่อสารมวลชน โดยในครั้งแรกเรียกคนกลุ่มนี้ว่า “แม่ยก” หลังจากนั้นเป็นการศึกษาของ ชไมพร แก้วประไพ (2541) เรื่อง การวิเคราะห์แฟนของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร วัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงลักษณะแฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารและพฤติกรรมในการเปิดรับและติดตามสื่อมวลชน ตลอดจนผลที่เกิดกับผู้รับสารที่เป็นแฟนของเนื้อหาเกี่ยวกับอาหารรวมทั้งพฤติกรรมมาเปิดรับ และการศึกษาของเจษฎา รัตนเขมากร (2541) เรื่อง ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ เพื่อศึกษาเครือข่ายการสื่อสารของแฟนคลับ ลักษณะของแฟนคลับ ลักษณะของสมาชิกแฟนคลับ และปัจจัยในการทำให้แฟนเพลงสมัครเป็นสมาชิกแฟนคลับ และอีกชิ้นก่อนปี พ.ศ. 2549 คือ การศึกษาของ

ณัฐสุพงศ์ สุขโสด (2548) เรื่อง *บทบาทของการสื่อสารกับกระบวนการสร้างและสืบทอดวัฒนธรรม “แฟนบอล” ในสังคมไทย* การศึกษาชิ้นนี้พบว่า การสื่อสารมีบทบาทอย่างไรในกระบวนการสร้างและสืบทอดวัฒนธรรมแฟนบอลในสังคมไทย ซึ่งศึกษาด้วยวิธีชาติพันธุ์วรรณา (ethnography)

จากงานศึกษาก่อนปี พ.ศ. 2549 พบว่า มีร่องรอยของแฟนศึกษาในประเด็นต่างๆ ทั้งแฟนที่เป็นผู้รับสารในฐานะผู้ชม แฟนผู้รับสารในฐานะตลาด และแฟนผู้รับสารในฐานะผู้บริโภค และผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า การสื่อสารเป็นตัวเชื่อมโยงความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างแฟน เพื่อใช้ในการติดต่อ สื่อสาร การบอกถึงอารมณ์ความรู้สึก รวมทั้งอธิบายความต้องการบางอย่าง ซึ่งสอดคล้องกันกับงานศึกษาของ กนกวรรณ ปิ่นสิรานนท์ และอดิพล เอื้อจรัสพันธุ์ (2564) อย่างไรก็ดี เมื่อสถานการณ์การสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป แฟนก็เริ่มมีการปรับเปลี่ยนตนเอง จากแม่ยก แฟนคลับ ในฐานะผู้เสพเนื้อหาทั่วไป และเมื่อผู้รับสารเปลี่ยนเนื้อหา ก็กลายมาเป็นกลุ่มสาววายที่มีหน้าที่ไม่ต่างกับกลุ่มแม่ยกแฟนคลับที่ทำหน้าที่สนับสนุนส่งเสริมศิลปินดาราคือตนเองชื่นชอบ เพียงแค่เนื้อหาของสารที่เปลี่ยนแปลงไปจึงทำให้ลักษณะนามเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม หลังจากปรากฏการณ์ซีรีส์วาย ตัวนายตัวแทน (*My Stand-In*) ออกแพร่ภาพ ก็เกิดคำนิยามใหม่ขึ้น ซึ่งใช้กันในกลุ่มสาววายที่มีวัยวุฒิ ซึ่งคำๆ นั้นคือ คำว่า “มัมหมี่”

“มัมหมี่” คำนี้มักใช้เรียกเพศหญิงที่มีวัยวุฒิและเป็นแฟนคลับผู้ชื่นชอบในตัวนักแสดง ศิลปิน โดยมีมุมมองที่แตกต่างจากกลุ่มสาววายทั่วไปในมายาคติของสังคม เพราะสาววายนิยามตนเองว่า ชอบและหลงใหลศิลปินดาราคือแสดงในบทบาทชายรักชาย มักเกี่ยวข้องกับความหลงใหลรูปร่างหน้าตาตามลักษณะทางกายภาพ ในทางกลับกัน “มัมหมี่” กลับให้ความสนใจนักแสดงที่รับบทชายรักชายในทัศนะของแฟนคลับที่รักและเอ็นดูศิลปิน เพียงแต่กำหนดบทบาทให้ว่าตัวเองนั้นเป็น “แม่” ซึ่งแตกต่างกับแฟนคลับกลุ่มอื่นๆ ตรงที่ทัศนะในการมองศิลปินที่เห็นว่า ศิลปินเหล่านั้นเป็นลูก นำเอ็นดู เป็นเพียงเด็กตัวเล็กๆ ที่ยังไม่เท่าทันต่อโลก ซึ่งกำลังพยายามทุกวิถีทางเพื่อให้ตนเองประสบความสำเร็จ ซึ่งหากมองย้อนกลับไปยังการศึกษาของ ภัทรวรรณ ยงค์ชัย (2540) ที่ศึกษาเรื่องของแม่ยก

ก็อาจสามารถอนุมานได้ว่า มีลักษณะ/หน้าที่ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก เพียงแค่แยกตามการศึกษาขึ้นนั้นยังไม่ได้ขยายจนถึงพื้นที่สื่อสารมวลชนในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ดังเช่นปัจจุบัน

“มัมมี่” ได้รับการอธิบายด้วยการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง (parasocial interaction) โดยนักสังคมวิทยาที่อธิบายไว้ว่า เป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เกิดขึ้นเพียงด้านเดียว กล่าวคือ คู่กรณีฝ่ายหนึ่งสนใจความเป็นไปของอีกฝ่ายหนึ่งอย่างยิ่ง แต่อีกฝ่ายหนึ่งไม่เป็นเช่นนั้น รูปแบบความสัมพันธ์ดังกล่าวที่พบมากที่สุด คือ ความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีชื่อเสียงกับผู้ชื่นชอบหรือแฟนคลับ (Ashe and McCutcheon, 2001) รวมทั้งเป็นความสัมพันธ์ด้านเดียวที่ฝ่ายหนึ่งรู้จักอีกฝ่ายเป็นอย่างดี แต่ความสัมพันธ์นั้นไม่เกิดขึ้นแบบตอบแทนกัน มักเกิดขึ้นระหว่างนักแสดงที่มีชื่อเสียงส่วนใหญ่มากับแฟน ๆ ของเขา โดยผู้บริหารค่ายหนังหรือผู้จัดต่างๆ นิยมใช้กระบวนการนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ชมกับนักแสดง เพื่อให้เกิดปรากฏการณ์ขึ้นโดยง่าย ทั้งนี้เพื่อให้เป็นกระแสและผลสะท้อนต่อละคร ซีรีส์ หรือภาพยนตร์นั้นๆ (Horton and Wohl, 1956; Rubin et al., 1985; Giles, 2002) ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ไม่ได้ขึ้นอยู่กับรูปแบบของสื่อ รูปแบบของรายการ หรือนักแสดง หากแต่ขึ้นอยู่กับการได้ดูบุคคลในพื้นที่สื่ออย่างต่อเนื่อง โดยการเกิดปฏิสัมพันธ์ถึงความจริงนี้มีรากฐานอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ โดยความสัมพันธ์ในลักษณะนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้ เนื่องจากส่วนใหญ่รายการถูกติดตามชมเนื่องจากผู้ชมต้องการมีเพื่อน เมื่อมีการติดตามชมอย่างสม่ำเสมอ ผู้ชมจะพัฒนาความรู้สึกและมีการเรียนรู้ว่า บุคคลในสื่อนั้นเปรียบเสมือนเพื่อนของตน ลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมนี้สามารถเกิดขึ้นได้กับผู้รับสื่อและบุคคลทั่วไป โดยไม่ได้สื่อถึงความผิดปกติและปัญหาทางจิตใดๆ

ภาพสะท้อนของผู้หญิง สู่ความเป็นแม่ ผ่านนิยามศัพท์ “มัมมี่”

ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้นว่า สถานการณ์แวดล้อมที่กระตุ้นให้เกิดปรากฏการณ์ “มัมมี่” ไม่ใช่แค่เพียงผู้เล่นทั้ง 2 ฝ่ายในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

เท่านั้น กล่าวคือ นอกจากแฟนคลับ แม่ยก สาววาย กับตัวศิลปิน ดารา หรือเนื้อหาที่ชื่นชอบ ผู้เล่นอีกรายที่คอยสร้างสถานการณ์ให้ปรากฏการณ์นี้ประสบความสำเร็จอย่างลงตัวนั้นก็คือ “นายทุน” หรือเจ้าของเงินทุนในการสร้างซีรีส์ ภาพยนตร์ ละคร หรือผู้ซื้อบทประพันธ์มาเพื่อจัดทำเป็นสินค้าในประเภทต่างๆ นอกเหนือจากซีรีส์แล้ว ยังมีสินค้าที่ระลึก การจัด fan meeting การเซอร์ไพรส์ ผู้ชมด้วยสถานการณ์ต่างๆ การจัดตารางเพื่อออกงานของศิลปินรายนั้นๆ เพื่อให้ทีมแฟนคลับ แม่ยก สาววาย และ “มัมหมี่” เข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าว เพื่อให้เกิดกระบวนการ (1) ติดตามด้วยความรักจากผู้รับสารถึงผู้ส่งสาร (2) พร้อมทั้งจะจ่ายเงินเพื่อให้ความรักนั้นมีความสุขครบถ้วนสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ไม่ได้เป็นไปด้วยความบังเอิญ

ดังนั้น เจื่อนไขที่สำคัญเมื่อนายทุนพร้อม นักแสดงพร้อม “มัมหมี่” ก็ต้องพร้อมสนับสนุน เพื่อให้สถานการณ์นี้สมบูรณ์ สิ่งหนึ่งที่จะต้องเกิดขึ้นคือ “ความเป็นแม่” จะต้องมากพอที่จะแสดงออกว่ารักลูก เมื่อพิจารณาคำว่า “มัมหมี่” จะพบคำในภาษาอังกฤษ คือคำว่า “mom” ที่แปลว่า “แม่” หรือคำในกลุ่มของหม่ามี้ (mommy, mummy) ในภาษาอังกฤษที่แปลว่าแม่ เมื่อเปรียบเทียบกับข้อเท็จจริงของเนื้อหาซีรีส์ จะพบว่า เนื้อหาส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้อกันกับความรักในวัยรุ่น หรือวัยทำงานตอนต้น ที่ต้องมีการต่อสู้ และต้องได้รับกำลังใจจากคนในครอบครัว ทว่าปมที่ผูกในเรื่อนั้นมักเกี่ยวข้องกับการที่ตัวเอง ไม่ว่าจะ เป็นนายเอกหรือพระเอก มักมีปมเรื่องการไม่มีพ่อแม่ หรือการมีครอบครัวที่ไม่อบอุ่น ต้องการที่พึ่ง ต้องการกำลังใจอย่างมากเพื่อแก้ไขปัญหาสถานการณ์ที่ผูกไว้ในเรื่อง และสิ่งที่สำคัญคือ ปัญหาเหล่านี้มักไม่สามารถปรึกษาตัวละครใดๆ ในเรื่องได้ สิ่งหนึ่งที่ตัวละครมักแสดงออกคือ การหวนระลึกถึงการมีแม่ มีครอบครัวที่อบอุ่นเพื่อใช้เป็นพลังงานในการต่อสู้กับสถานการณ์ที่เลวร้าย เมื่อจุดนี้มาถึง ผู้ชมจำนวนหนึ่งก็เสมือนถูกปลุกวิญญาณความเป็นแม่ ความเป็นมารดาที่มีต่อลูกน้อยด้วยวิธีการสนับสนุนหลายช่องทาง เช่น การติดตามซีรีส์ในตอนนั้นๆ พร้อมสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟซบุ๊ก อิน스타그램 หรือเอ็กซ์ (ทวิตเตอร์) เพื่อให้นักแสดงรู้ว่า มีกำลังใจจำนวนมหาศาลที่จะส่งไป

ให้นักแสดงคนนั้น หลังจากนั้นมักมีสถานการณ์ที่นักแสดงจะปล่อยคลิป์วิดีโอต่างๆ เพื่อสื่อสารกับบรรดาผู้สนับสนุนว่า “ได้รับกำลังใจที่ยิ่งใหญ่แล้ว และมักจะจบบทสนทนาด้วยเนื้อหาที่ว่า อย่าลืมติดตามซีรีส์ของเรา และสื่อสารกับเราผ่านช่องทางต่างๆ ดังนี้...” เป็นต้น และนักแสดง ทีมงาน ตลอดจนผู้จัด ก็จะแจ้งช่องทางการสื่อสารส่วนตัวของตนเองและของซีรีส์หรือชุมชนนั้นๆ เพื่อให้บรรดาแฟน ซึ่งในที่นี้หมายถึง “แม่หมี่” ติดตามชีวิตส่วนตัวอย่างใกล้ชิดผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ

เมื่อ “ความเป็นแม่” ถูกปลุกขึ้นแล้ว ความเป็นแม่ก็จะกระทำการต่างๆ ต่อไปในฐานะแม่ที่คอยปกป้อง โอบอุ้ม สนับสนุน ดูแลศิลปินคนนั้นๆ แม้กระทั่งการตอบโต้ข่าวเสียหายของศิลปินที่ตนเองชื่นชอบแทนตัวศิลปินหรือค่ายนั้นๆ ในหลากหลายกรณี เช่น กรณีของ ทอยทอย ธนภัทร ชนะกุลพิศาล ที่ฆาตกรรมแฟนสาว แต่ยังมีการทำคลิป์ให้กำลังใจดาราคณดังกล่าวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือกรณีของ โอโม ภวัต จิตต์สว่างดี ที่ออกมายอมรับว่าเคยกลั่นแกล้งเพื่อนจริง และแฟนคลับให้กำลังใจ ให้อภัยกับสิ่งที่เกิดขึ้น หรือศิลปินที่อาจยังไม่ได้รับการพิสูจน์ชัดว่าผิดจริง แต่การกระทำก็เสมือนยอมรับผิด อย่างกรณีของ บิว จักรพันธ์ พุทธา กับการทำร้ายร่างกายแฟนสาว ที่ไม่ได้แถลงข่าวปฏิเสธ แต่ขอไปสู้ต่อในชั้นศาล ขณะที่แฟนคลับบางส่วนยังคงมีแฮชแท็กบอกรัก และให้กำลังใจให้เห็นในทวิตเตอร์อยู่เสมอ หรือในกรณีของแฟนคลับ นนน กรภัทร์ เกิดพันธุ์ ส่งรถแห่เรียกร้อง GMMTV ปกป้องศิลปินในสังกัดจากเฟคนิวส์ หลังจากศิลปินคนดังกล่าวถูกยกเลิกงานแสดงที่ประเทศจีน เหตุเพราะเจอกลุ่มบุคคลที่คอยตำหนิให้ข่าวเท็จปล่อยข่าวเฟคนิวส์หลายครั้ง (Exotic Quixotic, 2023; Diva Phoenix Thailand, 2023; มติชนออนไลน์, 2566; คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2566)

ทั้งนี้ ความเป็นแม่ของแฟนคลับในฐานะ “แม่หมี่” หากพิจารณาตามทัศนะของ ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2555) ที่กล่าวไว้ว่า สตรีนิยมทั้งในด้านที่เป็นทฤษฎีและในด้านที่เป็นปฏิบัติการและการกระทำทางการเมือง มีลักษณะเคลื่อนตัว (moving) ผสม (mixed) และเป็นพหุพจน์ (plural) สตรีนิยมจึงเต็ม

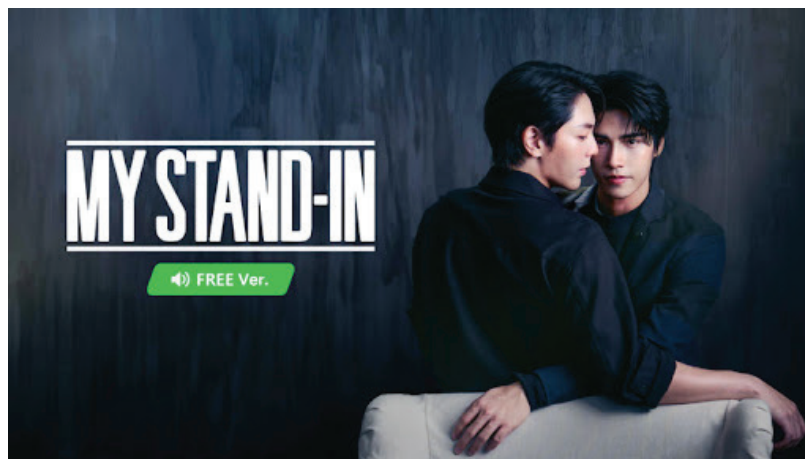
ไปด้วยการผสมผสาน หลากหลาย และซับซ้อน ผันแปรไปตามเงื่อนไขของเวลา และบริบทที่เปลี่ยนไป ในการที่จะต่อสู้กับการจัดการทางสังคมที่ ทำให้คนในสังคมสัมพันธ์กันอย่างไม่เป็นธรรมชาติตามเพศสภาพ ด้วยอุดมการณ์นิยมความเป็นชาย (patriarchy) หรืออคติทางเพศ (sexism) ที่ฝังอยู่ในสังคม ดังนั้น ประเด็นทางเพศสภาพที่ปรากฏขึ้นมักแปรผันไปตามของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และสิ่งแวดล้อมบนเงื่อนไขทางสังคมการเมืองของไทย เช่นเดียวกับที่ประเด็นความหลากหลายทางเพศยังคงเป็นอื่น เหมือนสถานการณ์ อำนาจการตัดสินใจต่างๆ ของเพศหญิงยังคงเป็นรองในสังคมแห่งนี้ ฉะนั้นการที่ความเป็นอื่นในสังคมจะมาเจอกัน สร้างความสัมพันธ์และกลายเป็นความสัมพันธ์ในระดับเดียวกันจึงทำให้ความเป็นแม่ (ความเป็นหญิง) ความเป็นผู้สูงอายุ และความเป็นลูก (ในสถานการณ์ของชายรักชาย) จึงมีความเข้าอกเข้าใจปัญหาที่ซ่อนอยู่กันบึ้งของจิตใจของกันและกัน และพร้อมที่จะสนับสนุนให้เกียรติซึ่งกันและกันในพื้นที่สื่อที่พร้อม (?) จะให้ออกาสในความหลากหลาย ความแตกต่าง ความเป็นอื่น ให้อยู่ในสถานะที่เท่าเทียมกัน เพราะพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ ซีรีส์วาย สังคมชายรักชาย เป็นพื้นที่แห่งจินตนาการถึงความเท่าเทียม ความเสมอภาค ความที่สังคมยอมรับประเด็นความหลากหลายทางเพศ ความคิดเรื่องผู้หญิงเป็นใหญ่ได้อย่างไม่มีเงื่อนไข ดังนั้น เพื่อโอปอ้มจิตใจของผู้ตกอยู่ในสถานะรอง การใช้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ สื่อ หรือซีรีส์วาย จึงมีความจำเป็นที่จะช่วยให้เธอเหล่านั้นสามารถก้าวต่อไปได้ในสังคมที่มีความอิหลักอิเหลื่อของความเท่าเทียม การยอมรับความเห็นต่าง และความหลากหลายทางรสนิยมทางเพศ

หากพิจารณาตามการเกิดของคำว่าสาววาย ปรากฏขึ้นครั้งแรกราวปี ค.ศ. 1960 (หรือในปี พ.ศ. 2503) ในวัฒนธรรมญี่ปุ่น และในสังคมไทยตามการศึกษาของ อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546) แม้ไม่ได้ปรากฏปีที่ชัดเจนของการปรากฏตัวของสาววาย แต่จากการศึกษาของอภิญญาก็พอที่จะอนุมานได้ว่า ในปี 2546 เริ่มมีการปรากฏตัวและแพร่กระจายทางวิชาการ หากพิจารณาถึงในปี พ.ศ. 2567 จะพบว่า ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นในสังคมไทยมาแล้ว 21 ปีโดยประมาณ ฉะนั้นมีความเป็นไปได้อย่างมากว่า คำว่า “มัหมิ” อาจเป็นกลุ่มคำประดิษฐ์ขึ้น

เพื่อตอบโจทย์ประเด็นของช่วงอายุผู้รับสารที่เปลี่ยนแปลงไป เพื่อไม่ให้กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่เหนียวแน่นกับเนื้อหาหายหายไปจากอุตสาหกรรมวาย แต่ถึงกระนั้นคงไม่ได้เป็นประเด็นสำคัญว่า ช่วงอายุหรือสถานการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลให้เกิดคำนี้ แต่สิ่งที่น่าสนใจคือ การที่ปรากฏคำศัพท์ใหม่ๆ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์เดิมร่วมกับการประกอบสร้างเนื้อหาใหม่ เป็นสิ่งที่น่าสนใจว่า คำๆ นี้ได้รับอิทธิพลมาจากส่วนใด และในข้อเท็จจริงแล้ว คนที่สถาปนาตนเองเป็น “มัมมี่” คิดว่า คำนิยามข้างต้นถูกต้องหรือไม่

ตัวนายตัวแทน: เรื่องเล่า และสัญญาณของการจากไปและการกลับมา

ภาพที่ 1 ภาพโปสเตอร์ซีรีส์ ตัวนายตัวแทน



ที่มา: <https://www.iq.com/album/free-my-stand-in>

ส่วนสำคัญในการวิเคราะห์งานศึกษาชิ้นนี้คือ “สัญศาสตร์” (semiotics) เป็นศาสตร์ว่าด้วยความหมาย เป็นการศึกษาว่า “สิ่งแทนความหมาย” (representation) อาจก่อให้เกิดความหมายว่าอย่างไร เป็นการศึกษาถึงกระบวนการที่ทำให้เข้าใจความหมายของสิ่งใดๆ หรือกระบวนการที่ทำให้เข้าใจในสิ่งที่ให้ความหมายแก่สิ่งใดๆ หากพิจารณาสัญศาสตร์อย่างสัมพันธ์กับภาพ (visual images) หรือขยายกรอบการพิจารณาออกไปถึงทัศนธรรม (visual

culture) และวัตถุธรรม (material culture) อีกความหมายหนึ่งคือ เป็นศาสตร์แห่งสัญลักษณ์ โดย เฟอร์ดินองด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) นักภาษาศาสตร์ชาวสวิส และชาร์ลส์ แซนเดอร์ส เพียร์ซ (Charles Sanders Pierce) เป็นผู้วางระบบแนวคิดนี้ไว้ โดย เดอ โซซูร์ อธิบายว่า “สัญวิทยาเป็นศาสตร์ที่ศึกษาวิถีชีวิตของสัญลักษณ์ในสังคมที่สัญลักษณ์นั้นถือกำเนิดขึ้น รวมทั้งแสวงหากฎที่ควบคุมอยู่เบื้องหลัง” ส่วนเพียร์ซได้กล่าวว่า “มีเพียงสัญลักษณ์ที่สามารถเข้าถึงความจริงในระดับสูงสุดได้” (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2543) โดยงานศึกษาชิ้นนี้วางกฎเกณฑ์การศึกษาสัญลักษณ์ผ่านตัวละคร บทบาทนักแสดง จากต่างๆ ซึ่งในการศึกษาชิ้นนี้จะหยิบยกมาเสนอเฉพาะฉากที่มีความสำคัญเป็นจุดตัด/จุดหักเหของสถานการณ์ต่างๆ ในเรื่อง

ภาพที่ 2 แสดงตัวละครชื่อโจ



ที่มา: <https://x.com/UpPoomCity/status/1721960602439147531>

ภาพที่ 3 แสดงตัวละครชื่อหมิง



ที่มา: <https://x.com/UpPoomCity/status/1721960602439147531>

เรื่องย่อ: โจ สตันท์แมนของ ตง นักแสดงหนุ่มชื่อดัง ได้มาพบกับหมิง โดยบังเอิญ ทั้งคู่มีความสัมพันธ์ลึกซึ้งกัน โดยที่โจไม่รู้ว่าหมิงคบตนเพื่อเป็นตัวแทนของตงมาโดยตลอด เมื่อความจริงถูกเปิดเผย โจจำเป็นต้องรับงานกองถ่ายนอก และอุบัติเหตุได้พรากชีวิตโจไป โจตื่นขึ้นมาในร่างเด็กหนุ่มชื่อโจที่เกิดอุบัติเหตุในวันเดียวกัน โดยมีแม่อิงคอยดูแลและพี่วุฒิกอยช่วยเหลือ ทุกอย่างเหวี่ยงให้โจกลับมาใช้ชีวิตเหมือนเดิม กับคนเดิมๆ และโจได้พบกับหมิงอีกครั้ง ในชาตินี้หมิงอยากให้โจกลับมาอยู่ข้างๆ เขาเหมือนเดิม โดยที่โจไม่รู้เหตุผลของการกระทำนั้น หมิงที่เก็บความทรงจำทุกอย่างของโจคนเดิมเอาไว้ และพยายามหาความจริงเรื่องที่โจยังมีชีวิตอยู่ เพื่อที่จะได้โจกลับมาอยู่เคียงข้างและได้บอกเหตุผลที่เขาไม่มีโอกาสได้บอกกับโจก่อนที่ทุกอย่างจะหายไป

นักแสดงนำ: ภูมิพัฒน์ เอี่ยมสำอาง, ภูริพันธ์ ทรัพย์แสงสวัสดิ์, ธนธรณ์ เจริญรัตนพร, จิรจิตต์ ถาวรวงศ์, นภัทร เฉลิมพรภักดี

ผู้กำกับ: บัญชร วรเศรษฐ์อารี

ผู้กำกับร่วม: โขม-ก้องเกียรติ โขมศิริ

อำนาจการสร้าง: iQIYI (อ้ายฉีอี้) ร่วมกับ YYDS Entertainment โดยดัดแปลงจากนิยายเรื่อง *Stand-In Ship* ซึ่งแต่งโดย Shui Qiancheng ที่ได้รับความนิยม และมียอดผู้อ่านมากกว่า 4,450 ล้านครั้ง

ในการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้นำซีรีส์เรื่อง *ตัวนาย ตัวแทน* มาอธิบายซ้ำหรือสพอยเพิ่มเติม ฉะนั้นผู้เขียนจึงพยายามนำเสนอเฉพาะฉากที่มีความสำคัญในการวิเคราะห์สัญรูป วิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ของ “มัมหมี” กับสังคม ดังที่จะนำเสนอต่อไป

(1) โจหมีง การเปลี่ยนแปลงภาพจำของรุกรับในซีรีส์วาย

ภาพที่ 4 ภาพแสดงการเปลี่ยนแปลงภาพจำของรุกรับในซีรีส์วาย



ที่มา: <https://www.youtube.com/playlist?list=PL9gld2h6KSDX5hPB41Gq4jEHqfxES7YG3>

เมื่อพิจารณาจากเรื่องย่อ จะพบว่า จุดสำคัญของเรื่องคือ โจ ประสบอุบัติเหตุ และกลับมาในร่างใหม่ของชายหนุ่มอีกคนที่ชื่อว่า โจ เช่นกัน เพื่อกลับมาทำอะไรบางอย่าง หรือมาแก้ไขอะไรบางอย่าง ทั้งนี้ หากพิจารณาตั้งแต่เพลงประกอบละคร ชื่อเพลง *หนีให้ตาย* มีเนื้อความว่า

“ลองเปลี่ยนตัวเองเป็นคนใหม่ ออกเดินทางไปให้ไกล อยากจะหลุดพ้น คนใจร้าย แต่เป็นฉันเองที่ไม่ยอม ปล่อยตัวเองให้เริ่มใหม่ ออกจากตรงนั้นไม่ทันแล้ว หนีให้ตายก็คงไม่ช่วยอะไร ถ้าหากใจมันเลือกจะหยุดที่เธอ ต้องยอมจำนนกับความสับสนที่เจอ ก็วนกลับมาที่เดิม ต่อให้ฉันต้องตายหายไปแล้วเกิดใหม่ แต่ความรักยังคงฝังลึกข้างใน แผลกลายแค่กายแม้ชีวิตสิ้นสุด ไม่อาจหยุดดวงใจที่เรียกหาเธอ เพราะว่าทั้งกายชีวิตจิตวิญญาณ เป็นของเธอเพียงผู้เดียว ตลอดกาลนิรันดร์...”

จะพบว่า จากเพลงเริ่มต้นของซีรีส์เรื่องนี้ พรรณนาให้เห็นถึงการพยายามหนีออกไปให้ไกล ต่อให้ต้องตายจากไป อย่างไรก็ตาม ตัวละครก็จะกลับมาหาเธอผู้เป็นที่รัก เพราะว่าทั้งกายชีวิตจิตวิญญาณเป็นของเธอเพียงผู้เดียว ตลอดกาลนิรันดร์ ซึ่งมีสัญญาณที่ปรากฏตลอดเรื่องซีรีส์คือ การที่พระเอก คือ หมิง มีความหลงใหลในแผ่นหลังที่ปรากฏในภาพยนตร์เรื่อง *เก๋าดาบ* ที่เข้าใจไปว่าเป็นแผ่นหลังของตัวเอง แต่ในข้อเท็จจริงแล้วเป็นแผ่นหลังของนายเอกคือโจ (ผู้เขียนขอใช้คำว่าพีโจ เพื่อไม่ให้เกิดความสับสน) ที่รับบทเป็นสแตนดอินให้ตลกตลอดการถ่ายทำภาพยนตร์ทุกเรื่อง เพราะเนื่องจากลักษณะทางกายภาพของโจ และตงมีความคล้ายคลึงกัน จึงทำให้หมิงสำคัญผิด หลังจากนั้นเนื้อเรื่องก็พัฒนาให้หมิงและโจได้รวมกิจกรรมทางเพศกัน ในฉากนี้เรื่องพยายามเล่าว่า โจเป็นชายรักชายที่มีลักษณะทางกายภาพทั้งหมดเป็นชาย ลักษณะมีกล้ามเนื้อกำยำ รูปร่างสูงโปร่ง และมีรสนิยมทางเพศเป็นฝ่ายรุก และหมิงเป็นชายรักชายเช่นกัน แต่กลับมีลักษณะทางกายภาพตัวเล็ก การแต่งกาย ลักษณะทางกายภาพ น้ำเสียง การแสดงออกคล้ายกับในซีรีส์วายทั่วไปที่ตัวละครที่รับบทเป็นนายเอก ฝ่ายรับจะแสดงออก

ถึงกระนั้น หมิงกลับตอบโจว่า ตนเองเป็นรุก จึงทำให้การมีกิจกรรมครั้งแรกของเขาทั้งคู่ โจทำหน้าที่เป็นฝ่ายรับ ด้วยเหตุที่โจแสดงออกอย่างจริงจังจึงมีความรักในตัวหมิงอย่างมาก ดังบทพูดในฉากนั้นที่ว่า

“พีไม่ติดนะ ถ้าคนแรกของพีจะเป็นหมิง”

ประเด็นที่น่าสนใจของซีรีส์เรื่องนี้คือ การนำตัวละครที่เคยรับบทเป็นฝ่ายรักในซีรีส์มารับบทเป็นฝ่ายรับ และให้ตัวละครที่เป็นฝ่ายรับมารับบทเป็นตัวละครฝ่ายรัก หากมองผิวเผินอาจสื่อสารในภาพที่ว่า ใครๆ ย่อมแสดงเป็นตัวละครใดๆ ก็ได้ตามที่ได้รับการคัดเลือกมา แต่ถึงกระนั้น หากพิจารณาให้ลึกลงไปอีก อาจสามารถตีความได้ถึงการใช้ผู้จัดและทีมงานอาจจะต้องสื่อสารถึงประเด็นความเท่าเทียมก็อาจเป็นได้ เนื่องจากหากมองในสังคมปัจจุบันจะพบว่า ฝ่ายรับอาจไม่จำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์กระตือรือร้น เรียบร้อย หรือมีลักษณะทางกายภาพตัวเล็กๆ ขาวๆ ใสๆ เหมือนภาพที่ถูกสังคมส่วนใหญ่ตีตราและเหมารวมมาตลอด ประเด็นนี้เป็นประเด็นหนึ่งที่ผู้เขียนอนุมานข้อเท็จจริงจากสังคมไทยในปัจจุบัน ซึ่งอาจไม่สามารถเหมารวมทั้งหมดได้ว่าเป็นจริงในทุกกรณี แต่สามารถนำมุมมองของรสนิยมทางเพศที่หลากหลายมาใช้อธิบายว่า ลักษณะทางกายภาพไม่ใช่ข้อสรุปทั้งหมด เพราะกิจกรรมทางเพศเกิดขึ้นได้จากรสนิยมทางเพศของทั้งสองฝ่ายในขณะนั้นว่า ใครจะอยู่ในสถานภาพใด ณ ขณะนั้น (Zoe Tierney in Mindcology, 2017; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2562)

(2) ใจจากไป พร้อมปลุกกระแส “มัมหมี่”

ภาพที่ 5 ภาพแก้วคู่ ซึ่งเป็นตัวแทนความสัมพันธ์ของหมิงและโจ



ที่มา: <https://www.5forcenews.com/?p=412677>

หลังจากนั้น ทั้งคู่ก็ได้ย้ายมาอยู่ในบ้านหลังเดียวกัน และจุดเปลี่ยนครั้งที่หนึ่งคือ หมิงหลุดพูดชื่อตงขณะกอดอยู่กับพีโจ ซึ่งทำให้พีโจเสียใจมาก และทำให้แก่ว่อกว่ายที่หมิงตั้งใจชื่อให้หลุดออกจากมือของโจจนแตก และจากสถานการณ์นั้นจึงเป็นเหตุให้โจออกไปรับงานแสดงจากค่ายหนังเถื่อน จนทำให้โจประสบอุบัติเหตุเสียชีวิต หลังจากนั้น 2 ปี พีโจกลับมาในร่างใหม่อีกครั้งของผู้ชายคนหนึ่งชื่อว่า น้องโจ เช่นกัน แต่การกลับมาในครั้งนี้ทำให้โจได้รับรู้ถึงความรักของแม่ เพราะพ่อกับแม่ของพีโจเสียชีวิตไปตั้งแต่พีโจยังเด็ก จึงทำให้พีโจต้องอยู่คนเดียวมาโดยตลอด ดังนั้นการที่พีโจกลับมาครั้งนี้ สิ่งหนึ่งที่พีโจได้รับคือการเติมความรักความอบอุ่นจากคำว่าแม่ ประเด็นนี้จึงเป็นการปลุกความเป็นแม่จากผู้ชม เพราะพีโจเองขาดความรักความอบอุ่นจากแม่มาตลอด ผู้ชมจึงเริ่มรู้สึกว้าว ตนเองสามารถช่วยเหลือ สนับสนุนตัวละครโจได้ในฐานะมัมหมีนอกจอ ผ่านการชมซีรีส์ การใช้แฮชแท็กต่างๆ รวมทั้งการร่วมสนุกกับกิจกรรมต่างๆ ของซีรีส์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (พีชวัญ, สัมภาษณ์ 10 กรกฎาคม 2567) สัญญูปความเป็นแม่ ความรัก ความอ่อนโยนที่เกิดขึ้นในซีรีส์ช่วยส่งเสริมการติดตามของผู้ชม ตั้งแต่กลุ่มสาววาย กลุ่มผู้ชมทั่วไป จนกระทั่งกลุ่ม “มัมหมี่” เกิดความสงสัย ความต้องการให้กำลังใจ ความต้องการดูแล และคอยเป็นห่วงโจในร่างใหม่เป็นจำนวนมาก เช่น ตัวอย่างความเห็นในสื่อสังคมออนไลน์ดังนี้

“การจูบของโจน่ารักเกินไป...ขยับหมิง...ถึงตาลูกชายฉันเอาคืนแล้ว”

“ซีรีส์เรื่องนี้ทำให้ใจฉันมากมาย...ฉันร้องไห้เมื่อโจเจ็บ...ฉันเกลียดหมิง..แต่เห็นหมิงรู้สึกถึงสิ่งที่ต่อโจ ฉันก็เจ็บเหมือนกัน รักพวกเขา”

“OMG หมิงเป็นตัวละครที่ปิดเบี้ยวที่สุด...โจลูกแม่ ผู้นำสงสารของฉัน”

“โจเจ็บปวดเหลือเกิน...หายใจไม่ออกจริงๆ ”

“สงสารลูกกับลูกเขย”

ฯลฯ

ต่อมา เรื่องก็พาเราไปเจอสถานการณ์สำคัญของเรื่องคือ การที่พีโจประสบอุบัติเหตุจากการถ่ายภาพยนตร์ โดยกองถ่ายภาพยนตร์เถื่อน ทำให้การจากไปของพีโจนายเอกต้องถูกปกปิด แต่สถานการณ์ที่ทำให้พีโจต้องไปรับงานจากกองถ่ายภาพยนตร์เถื่อนนั้น เรื่องเล่าว่า พีโจต้องเจอสถานการณ์อันเลวร้าย ทั้งจากคนที่พีโจ

รักที่สุดหักหลัง การที่พีโจถูกค่ายภาพยนตร์ขนาดใหญ่ทำให้หมดอนาคต ซึ่งก็มีที่มาจากหมิง คนที่พีโจรักที่สุดเช่นกัน ดังนั้นในช่วงนี้ซีรีส์กำลังเล่าให้ผู้ชมทราบถึงการยอมแพ้จากชะตากรรมต่างๆ ของตัวละครโจ และตัวละครโจก็พร้อมที่จะจากโลกนี้ไปด้วยความโศกเศร้า จากสถานการณ์นี้ “มัมหมี่” ก็มีการสื่อสารให้สังคมทราบเช่นกันถึงความโศกเศร้า ถึงการพยายามให้กำลังใจ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะการตัดเนื้อหาของซีรีส์มาผลิตซ้ำเป็นคลิปย่อยๆ แล้วใส่เพลงต่างๆ เพื่อให้กำลังใจ แม้การกระทำเหล่านั้นอาจขัดต่อกฎหมายลิขสิทธิ์ แต่ผลที่เกิดขึ้นนั้นทำให้มีผู้ชมหน้าใหม่ๆ สอบถามถึงเรื่องราวของซีรีส์ และเริ่มมีการติดตามมากยิ่งขึ้นโดยมีจุดเริ่มต้นจากคลิปที่บรรดา “มัมหมี่” ทำ “มีหลายคนติดตามซีรีส์เรื่องนี้มากขึ้นจากคลิปที่เค้าตัดๆ กัน เพราะหลายคนยังไม่รู้ว่าซีรีส์ฉายช่องไหน วันอะไร เนื้อหาดีไหม เมื่อเค้าดูคลิป reel ในเฟซบุ๊กแล้ว เค้าก็ติดตามมากยิ่งขึ้น” (พีชวัญ, สัมภาษณ์ 10 กรกฎาคม 2567)

(3) โฉมในฐานะเด็กเสียที่มัมหมี่แสนทรมาณใจ

ภาพที่ 6 ภาพแสดงสถานภาพระหว่างโจและหมิง



ที่มา: <https://www.5forcenews.com/?p=412677>

ภาพที่ 7 ภาพแสดงสถานภาพระหว่างโจและหมิง



ที่มา: <https://www.5forcenews.com/?p=412677>

ภาพที่ 8 ภาพแสดงสถานภาพระหว่างโจและหมิง



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=ahvo1hJM7PY>

ภาพที่ 9 ภาพแสดงสถานภาพระหว่างโจและหมิง



ที่มา: <https://encrypted-bn0.gstatic.com/images?q=tbn:ANd9GcS8KBXFL0856pAsBzMPBmm8-gTI04ZLWnF69A&s>

หลังจากการจากไปของตัวละครโจ ทว่าวิญญาณเดิมนี้กลับมาในร่างผู้ชายหนึ่งคนที่มีชื่อน้องโจเช่นกัน (ซึ่งผู้เขียนขอเรียกว่า น้องโจ เพื่อลดความสับสน) น้องโจผู้พยายามฆ่าตัวตายเนื่องจากแม่รับไม่ได้ว่าตนเองเป็นชายรักชาย พ้นขึ้นจากความตายหลังจากการหมดสติไปสองปี แต่ภายในจิตวิญญาณนั้นกลับเป็นของพีโจ โดยร่างของน้องโจผู้ได้รับความรัก ความเข้าใจจากแม่มากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีความฝันจะเป็นนักแสดงผู้มีชื่อเสียงให้ได้ ในระหว่างพักฟื้นน้องโจผู้ก็ได้พบพีวุฒิ (ซึ่งพีวุฒิเป็นตัวละครหนึ่งที่โจรักและสนิทสนมอย่างมากในฐานะครูสอนสแตนด์อิน) แต่ก็ไม่สามารถจะสื่อสารได้ว่า ตัวละครโจที่ปรากฏนอนในโรงพยาบาลนี้ข้างในจิตวิญญาณเป็นของพีโจ หลังจากออกจากโรงพยาบาลน้องโจก็ได้เข้าไปร่วมงานกับพีวุฒิ และที่นั่นเองตัวละครก็ได้พบกับหมิงอีกครั้ง สัญรูปที่ปรากฏของซีรีส์คือการที่เมื่อตัวละครโจพบหมิง หมิงแสดงอาการบางอย่างออกมาเสมือนว่าผู้ชายคนนี้ (พีโจ) คือคนที่หมิงรู้จัก ทว่าเมื่อตัวละครโจเจอซอล (เพื่อนสนิท หรือที่ซีรีส์พยายามแสดงให้เห็นว่าซอลแอบรักพีโจ) ซอลกลับไม่มี

ปฏิกิริยาสะท้อนออกมาว่าจำพีโจในร่างของน้องโจได้ รวมกับมุกกลิ้งและเสียงประกอบต้องการสื่อสารให้ผู้ชมทราบเช่นกันว่า พีโจไม่ว่าอยู่ในร่างไหนก็ยังคงรักหมิงเสมอเหมือนครั้งแรกที่เจอกัน

เหตุการณ์สำคัญอีกตอนที่ทำให้ตัวละครใจต้องตัดสินใจคือ แม่ของน้องโจล้มป่วยลงกระชั้นหันด้วยโรครุนแรง หนึ่งในนั้นคือโรคไต ประกอบด้วยฐานะที่ค่อนข้างลำบากของน้องโจ จึงทำให้ต้องยื่นข้อเสนอไปเป็นเด็กในสังกัดของหมิงระยะเวลา 1 ปี ด้วยค่าจ้าง 5 ล้านบาท พร้อมบ้านอีกหนึ่งหลัง ระหว่างที่ตัวละครโจอยู่ในสถานะเด็กของหมิง ต้องทำหน้าที่ทุกอย่างสารพัด ทั้งจัดของในฐานะผู้ช่วยเลขานุการ เตรียมอาหาร และหน้าที่เด็กของเสียไปพร้อมๆ กัน จนหลายฉากที่ผู้สร้างพยายามนำเสนอให้ผู้ชมและ “มัมมี่” เห็นคือ ตัวละครโจโดนหมิงกระทำต่างๆ มากมาย แต่สิ่งหนึ่งที่ซีรีส์พยายามบอกผู้ชมคือ หมิงไม่ได้มีกิจกรรมทางเพศถึงขั้นสำเร็จกับตัวละครโจเลย ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาประกอบกับเพลงและดนตรีเล่าเรื่องก็พบว่า การที่หมิงเลือกน้องโจมานั้นก็เพราะลักษณะทางกายภาพของน้องโจมีความคล้ายคลึงกันกับพีโจ รวมทั้งการที่มีชื่อโจเหมือนกัน ยิ่งไปกว่านั้น ในใจส่วนลึกของหมิงมีความรักและสำนึกผิดต่อการกระทำร้ายๆ ที่ตนเคยทำกับพีโจผู้ที่จากไปเป็นอย่างมาก

จากต่างๆ เหล่านี้ในแต่ละตอน (episode) พบปรากฏการณ์ของ “มัมมี่” ที่มีแต่ลูกใจอย่างมาก เช่น

“แม่ร้องให้ มาหลาย EP. แล้ว มา EP. นี้ น้ำตาไหลอีก”

“ในใจเราคิดยังไง ก็มีคนพูดแทนอยู่แล้ว มันเหมือนใจเราทุกอย่าง ที่อยากจะพูดออกมาแต่อยากเตือนลูกโจ เราเคยน้ำตาตกมาแล้วนะ แต่ในหัวของแม่ หนูรักเขามันก็อยู่ในหัวแม่ตลอด แม่ก็หมดคำจะพูดแล้ว ได้แต่นั่งดูลูกอยู่ห่างๆ อารมณ์แม่ตอนนี้เหมือนหนูเป็นลูกหลานแม่เลย ฮ่าๆ”

“โจมันแพ้หมิงทุกทางอยู่แล้ว...เข้าใจว่าหนูรักเค้า ช่วยให้มีมันง่อนนถุกว่านี้หน่อยได้มั๊ย”

“ดู EP. นี้แล้ว ร้องให้ตามเลยจริงๆ สงสารลูกโจมาก...ส่วนลูกเขยก็สงสารนะ แต่ยังคงคนที่ทำลูกเรา...แต่ลูกเรารักเค้า ก็ต้องทำใจ”

“หมิงรักโจ แต่เขาไม่รู้ความรู้สึกที่แท้จริงของตัวเอง เขาไม่อยากให้โจ
ใกล้ชิดเพื่อชอลหรือเพื่อทุกคน เขาอิจฉา”

“So far this movie is heartbreakingly amazing & it should remain
so please, I don't know why Joe is falling so easily for Ming, I didn't
say Joe should kill his feeling for Ming, but he shouldn't be so easily
persuaded, let Ming strive so hard to earn it back, If Joe hooks up
with another, Even better, but not this easily for Ming please, director
or write should not spoil this drama for millions of people like me
watching it”

“Ming loves Joe but he's being blinded by his love for Tong
and he's ignoring the truth that he's already in love with Joe. In denial
people problem”

“หมิงผิดเพราะเป็นลูกคนรวยเอาแต่ใจ ส่วนโจก็เหมือนต่ำต้อยใน
สายตาหมิง หมิงถึงเอาแต่ใจ ปากร้ายใส่แต่คงลืมไปว่า ต้องมาอยู่บ้านโจ
ความเกรงใจก็ไม่มี รักก็รู้ว่ารักแต่ข่มกันมากเกินไป จนโจต้องหนีไปตายแล้ว
จะมาเอาเขากลับคืน มันก็ยาก ถึงโจจะรักแต่ก็ยากละหมิง โอ้ย...เมื่อไหร่จะถึง
วันศุกร์สักทีวะ”

“จะทรمانกันไปถึงไหน คนดูเนียทรมาน”

(4) เมื่อหึงค้นหาความจริง มัมหมักก็พร้อมให้โอกาส

ภาพที่ 10 ภาพแสดงสถานการณ์หลังจากที่หึงรู้ความจริงว่าโจที่อยู่ข้างๆ คือพีโจ คนเดิม จึงพยายามขอโอกาสอีกครั้ง



ที่มา: <https://www.5forcenews.com/?p=412677>

สถานการณ์ทั้งหมด โดยเฉพาะการที่หึงรู้ความจริงว่า ฉากแผ่นหลังในภาพยนตร์เรื่อง *แก้วดาบ* ไม่ได้แสดงโดยตง แต่กลับเป็นแผ่นหลังของพีโจ คนที่หึงรักสุดใจ และทำร้ายเขามากที่สุด จึงทำให้หึงเริ่มค้นหาความจริงว่า ทำไมน้องโจที่อยู่กับหึงตอนนี้จึงมีอะไรๆ คล้ายกันกับพีโจคนรัก โดยมีวิธีการในการค้นหาความจริง 4 ประการคือ (1) การสอบถามประวัติในวัยเด็กของน้องโจจากแม่ของน้องโจ เพื่อค้นหาคำตอบว่า ที่จริงแล้วตัวละครโจที่อยู่ตรงหน้าคือใคร (2) สอบถามพระอาจารย์ ตัวละครสำคัญที่ทำหน้าที่ที่ปรึกษาให้หึงนับตั้งแต่พีโจจากไป อาจารย์หรือพระอาจารย์มีสัญรูปเป็นผู้ทรงศีลที่ไม่ได้เป็นพระ แต่มีลักษณะการแสดงออกในฐานะผู้วิเศษ แม้ภายนอกจะปรากฏในลักษณะชายแก่และตาบอด แต่ก็มีอิทธิฤทธิ์วิเศษ กล่าวคือ มีตาทิพย์ยังรู้เรื่องราวต่างๆ และในตอนจบเป็นผู้ช่วยให้พีโจตัดสินใจว่า จะยอมตายจากไป หรือกลับมาในฐานะพีโจคนเดิม (3) จัดกิจกรรมรื้อฟื้นความทรงจำ เช่น การให้น้องโจทำมาฆ่าใส่ปลากระป๋อง ซึ่งเป็นเมนูแรกที่พีโจทำให้หึงกินก่อนมีความสัมพันธ์กันในฉากต่อไป ซึ่งหึงจำได้ดี จำลองสถานการณ์ต่างๆ เพื่อให้ตัวละครโจจำภาพต่างๆ ได้ และ (4) สุดท้าย

คือพาตัวละครโจกลับไปยังบ้านเดิมที่เคยเป็นรังรักของทั้งคู่ เพื่อรื้อฟื้นความทรงจำ ภายในซีรีส์เรื่องนี้มีการพยายามใส่สัญญาณสำคัญไว้เพื่อเป็นสัญญาณที่จะสื่อสารให้ผู้ชมทราบว่า สิ่งของเหล่านี้เป็นของที่พีโจกับหมิงเคยมีและใช้ด้วยกัน เช่น ชุดนอน ชุดเครื่องครัว เมนูอาหาร แก้วน้ำ รถกระบะของโจ การใช้คำพูดซ้ำๆ ในเรื่องเดิมๆ เช่น “พีโจจะพาผมไปที่ไหนก็ได้” ซึ่งเป็นคำพูดที่หมิงบอกพีโจในครั้งแรกที่เจอ เพื่อเชิญชวนให้พีโจพากลับบ้านเพื่อไปมีกิจกรรมทางเพศกัน แต่สัญญาณสำคัญคือ การใส่ฉากจามหลังจากการเสร็จสิ้นกามกิจ กล่าวคือ เมื่อพีโจสำเร็จความใคร่ พีโจก็จะจาม ซึ่งเป็นสัญญาณที่เป็นความลับระหว่างพีโจและหมิง ดังที่หมิงพูดตั้งแต่ครั้งแรกว่า “เมื่อคืนผมจำอะไรไม่ได้เลย แต่จำได้ว่ามีคนจามตอนเสร็จใช้ไหม” และหลังจากที่หมิงพยายามค้นหาความจริง ก็ได้ชวนตัวละครโจกลับมาที่บ้านเพื่อมีกิจกรรมทางเพศอีกครั้ง และในครั้งนี้ก็สำเร็จ ระหว่างเสร็จกิจกรรมทางเพศน้องโจก็จามเช่นกัน หมิงจึงสามารถพิสูจน์ได้ว่า ตัวละครโจที่อยู่ตรงหน้าคือพีโจคนเดิม ดังที่หมิงพูดว่า “คนที่จามบนโลกนี้ตอนเสร็จก็มีแค่พีโจ”

แม้ว่าจากข้อเท็จจริงเรื่องการจามจะไม่ปรากฏอยู่ในนิยามและเนื้อหาซีรีส์เดิม เป็นการเพิ่มเติมขึ้นของผู้กำกับเพื่อเป็นลูกเล่น (gimmick) ในซีรีส์ จากข้อมูลที่ผู้กำกับเปิดเผยผ่านอินสตาแกรมส่วนตัวของผู้กำกับ ชื่อ “IG: Pepzilism” ที่ว่า เริ่มต้นยังไม่มีฉากดังกล่าว จึงมีการประชุมบทของทีมงาน และมีข้อเสนอว่า เมื่อตัวละครโจสำเร็จทางเพศแล้วให้ผายลม ซึ่งหลังจากนั้น ในการประชุมก็ได้มีมติให้เป็นการจามเพื่อสร้างสัญญาณให้ตัวละครโจ แม้ทีไปที่มาของการเกิดฉากนี้จะมีทีไปที่มาเพียงเท่านั้น แต่ผู้เขียนพิจารณาตามข้อเท็จจริงว่า หากพิจารณาตามขั้นตอนของการมีกิจกรรมทางเพศในซีรีส์หรือตามข้อเท็จจริงก็ตาม มนุษย์ไม่ว่าเพศหญิงกับเพศชายหรือเพศชายกับเพศชาย มักมีวิธีการ/ขั้นตอนที่ไม่แตกต่างกันมากนัก อย่างไรก็ตาม หากจะมีสัญญาณเพียงแค่ออกลมในทันทีเฉพาะเพื่อแสดงตัวตน ก็อาจไม่สามารถระบุตัวตนที่แท้จริงได้ คล้ายกับเนื้อเรื่องของภาพยนตร์จีนส่วนใหญ่ที่มักมีตราหยก หยกเสี้ยว บ้ายห้อยคอ มีป่านแดงป่านดำต่างๆ ฉะนั้นเมื่อต้องการสื่อสารว่า ตัวละครดังกล่าวมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางร่างกายอย่างสูง การมีเพียงสิ่งของภายนอกอาจไม่เพียงพอที่จะสรุปได้

ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องอยู่ในขั้นตอนสุดท้ายของการมีกิจกรรมทางเพศ และการจามสามารถแสดงให้เห็นที่อยู๋ภายนอกเข้าใจได้ว่า ตัวน้องโจและพี่โจเป็นตัวละครเดียวกัน เพราะการที่มนุษย์จะมีกิจกรรมการเพศจนถึงขั้นสุดท้ายไม่ได้เป็นเพียงแค่กิจกรรมฉาบฉวยเท่านั้น แต่เป็นกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องดำเนินการด้วยความตั้งใจพร้อมกัน การจามหนึ่งครั้งในตอนจบจึงเป็นทางเลือกที่มีเหตุผลและไม่ทำให้เนื้อหาของซีรีส์มีความเฉพาะกลุ่มจนเกินไป จนถึงขั้นการให้เรทเฉพาะเยาวชนที่มีอายุเกิน 18 ปีขึ้นไปเท่านั้น และทำให้ผู้ชมเข้าใจสถานการณ์ต่างๆ ได้ง่ายเช่นกัน ซึ่ง “มัหมิ” ก็ร่วมสนับสนุนให้หึงค้นหาความจริง ผ่านข้อความต่างๆ เช่น

“โป๊ะก็บ่อย ยัยหึงมาจับได้ตอนจาม”

“มันใจสุด ก็ตอนมีคนจาม”

“ตามแผนจัดชุดใหญ่จามโป๊ะแตก”

“ข้อมูลลับสุดยอด พี่โจจามตอนเสร็จ ”

“ตอนจามเป็นเหตุสังเกตได้คุณชายหึง”

จะพบว่า ในเนื้อหาส่วนที่หึงพยายามค้นหาความจริง เจอความจริงและสานต่อความสัมพันธ์กับตัวละครโจ “มัหมิ” ก็ให้โอกาส รวมทั้งมีการพยายามแสดงออกผ่านข้อความในสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น

“หึงไม่ยอมปล่อย หรือโจไม่ยอมไป”

“ไม่สำเร็จได้ไง ใจเหลวตั้งแต่หน้าประตูอะลูกชั้น”

“กลับมาชะทีนะโจ สงสารหึงจะได้มีความสุขเสียที”

“‘นุ้รักเค้า’ เสียงมายังหุ้มัหมิ ใครๆ ก็กินฟรีเมียมเพตติกรีถ้วนหน้าคะ ลูกแม่ทีหลังอย่าสาบานเลย ตายฟรีตลอดดด”

“แม่รู้โจรักหึงมาก ยอมแลกชีวิตเพื่อให้หึงปลอดภัย หึงก็รักโจมาก ไม่แพ้กัน ยอมแลกทุกอย่างเงินทองความไฮโซอย่างไม่ลังเล แม้ว่าช่วงแรกจะร้ายกับโจ แต่ก็เพราะไม่รู้ว่าหลังที่ตกหลุมรักคือโจ”

“ไม่ปล่อยคะ...หึง จับมือโจให้แน่นๆ นะ ลูกกก”

จากตัวอย่างความเห็นที่ผู้เขียนบันทึกจากสื่อสังคมออนไลน์ของช่อง iQIYI ผู้อำนวยการสร้างซีรีส์เรื่องดังกล่าวเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้นที่กลุ่ม “มัมหมี่” พยายามสื่อสารเพื่อบอกตัวละครในสถานการณ์สำคัญต่างๆ ทั้งนี้ ในตอน (episode) สุดท้ายมีความเห็นอีกจำนวนมากที่มีเนื้อหาในเชิงให้ผู้จัดผลิตรายที่ 2 หรือให้ผู้จัดรายอื่นๆ นำทั้งคู่ไปแสดงในฐานะพระเอกนายเอกคู่กันอีก ซึ่งกระแสที่เกิดขึ้นในสายตาผู้เสพสื่อวงนอกก็อาจมองแล้วมีความเห็นว่า เป็นเพียงกระแสชั่วคราวช่วยยามเท่านั้น คงไม่สามารถพัฒนาต่อไปในเรื่องอื่นๆ ได้อีก อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาข้อมูลในวันที่ 6 สิงหาคม 2567 จะพบว่า กระแส “มัมหมี่” และสาววายของซีรีส์เรื่องนี้ก็ยังไม่ได้ลดลง สามารถสังเกตได้จากการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องจากค่าย และยังคงพัฒนากระบวนการผลิตซ้ำฐานะ “มัมหมี่” ไปยังสื่อหรือช่องทางผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นได้อีก ซึ่งจะกล่าวในส่วนสุดท้ายต่อไป

ภาพที่ 11 แสดงสถานการณ์หลังจากที่หมิงและโจปรับความเข้าใจระหว่างกัน



ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=ofumY4r7W60>

หรือความเป็นแม่ (มัมมี่) อาจไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในอุตสาหกรรม วัฒนธรรมวาย

ภาพที่ 12 ภาพแสดงความเป็น “มัมมี่”



ที่มา: <https://thematter.co/entertainment/mommy-fanclub/223615>

ความเป็นแม่ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมวาย เมื่อพิจารณาอย่างรอบด้าน จะพบว่า สิ่งหนึ่งที่น่าจะเป็นวัตถุประสงค์หลักของซีรีส์ หรือเป็นเพียงผลพลอยได้ ก็ตาม คือ การพยายามให้ซีรีส์มีสัญลักษณ์ความเป็นแม่ หรือมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความเป็นแม่อย่างสูง เพราะเมื่อกระบวนการนี้สามารถสื่อสารเข้าไปภายในจิตใจของแม่ๆ หรือสุภาพสตรีในสังคมที่อาจจะยังโสดหรือมีลูกแล้วก็ตามได้ ก็ จะเกิดความยึดโยงจากประเด็นดังกล่าว ยิ่งไปกว่านั้น หากพิจารณาจากซีรีส์เรื่องนี้ แม้ว่าจะมีบท NC หรือ nonconformity product กล่าวคือ ฉากที่เกี่ยวข้องกับเพศจำนวนหนึ่ง ที่ใช้เพื่อสื่อสารกับกลุ่มสาววาย หรือผู้ที่มีความนิยมฉาก NC ในซีรีส์วายแล้วนำไปจินตนาการต่อ แต่ฉากที่มักได้รับการพูดถึงนั้น กลายเป็นฉากที่ตัวละครพูดถึงความรัก ความอบอุ่นที่ได้รับจากแม่ ไม่ว่าจะเป็นแม่ของหมิง หรือแม่ของโจก็ตาม อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยก็ไม่ปฏิเสธว่า การมีฉาก NC ยังคงมีความจำเป็นสำหรับซีรีส์วาย ด้วยเหตุที่ฉากทั้งหลายเหล่านี้อาจเป็นภาพสะท้อนถึงความต้องการที่กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศต้องการให้มีให้เป็นให้เกิดขึ้น ในชีวิตจริงของตนเอง และยังอาจหมายรวมถึงการพยายามคัดง้างกับโครงสร้าง

ที่สังคมพยายามบีบอัดให้ในสังคมนี้มีเพียงแค่ 2 เพศ หรือการร่วมเพศต้องมีเพียงแค่ 2 เพศเท่านั้น แต่การเพิ่มประเด็นแม่ผู้โอบอุ้มลูก แม่ผู้ยอมรับในความต้องการของลูก แม่ผู้ซึ่งเคารพการตัดสินใจเลือกของลูกในสถานการณ์ที่สังคมกำลังก้าวสู่สังคมสมรสเท่าเทียม จะช่วยส่งเสริมให้สังคมเกิดความเท่าเทียม แม้ว่าทั้งหมดนี้จะปรากฏอยู่ในแค่เพียงซีรีส์หนึ่งเรื่องตามการศึกษา แต่นั่นกลายเป็นสัญลักษณ์สำคัญให้ผู้ชมจำนวนมากเข้าใจถึงความหลากหลายและความเท่าเทียมทางเพศ

ฉะนั้นจึงสามารถอนุมานได้ว่า ซีรีส์ *ตัวนายตัวแทน* เป็นเรื่องอีกหนึ่งเรื่อง หรือเรื่องแรกๆ ที่ปลุกความเป็นแม่ให้กับผู้ชมที่เด่นชัดส่งผลทำให้ดึงดูดผู้ชมที่เป็นแม่เชื่อมโยงกับเรื่อง แล้วส่งผลทำให้เกิดกลุ่มแม่ๆ หันมาดูซีรีส์ด้วยมุมมองแบบแม่ๆ มากกว่าเรื่องเพศแบบเดิมๆ ในฐานะความเป็นแม่แล้ว ไม่ว่าจะ เป็นแม่ในฐานะที่มีการสื่อสารแบบตัวต่อตัว (face-to-face communication) เช่น แม่กับลูกเจอกันที่บ้าน หรือแม่กับลูกตามแนวคิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมก็จริง ก็พบว่า สถานะความเป็นแม่มีพลังงานสูงมากสำหรับการสนับสนุนส่งเสริม รวมทั้งอุดหนุนจนเจอบุคคลที่ตนเองคิดว่าเป็นลูก จะสามารถสังเกตได้อย่างชัดเจนในอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ตั้งแต่การเริ่มต้นของกลุ่มแม่ๆ ที่สนับสนุนวงดนตรีที่ตนเองชอบ กลุ่มสาววายที่เป็นห่วงรักใคร่ชอบพอกับนักแสดงในซีรีส์วายที่ตนเองสนใจ รวมทั้งความเป็นแม่ที่คอยสนับสนุนตัวละครวายในฐานะลูกนอกไส้ ที่ยังคงติดตามสนับสนุนอย่างไม่ขาดสาย ดังกรณีการจัดงาน “My Stand-In 1st Fan Meeting in Bangkok” เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2567 หรือความเคลื่อนไหวในสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลาย ซึ่งกลุ่ม “มัมหมี่” ยังคงสนับสนุนนักแสดงอย่างต่อเนื่อง เช่น การให้มีการจัดให้ออกงานคู่กันบ่อยๆ ของนักแสดงในซีรีส์

อีกประเด็นที่มีความสำคัญ หากพิจารณาแล้วจะพบว่า สถานภาพทางเพศของประชากรทั้ง 2 กลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นสาววาย หรือ “มัมหมี่” นั้น ปรากฏสถานภาพของเพศหญิง ซึ่งหากพิจารณาต่อไปในเชิงลึก อาจสามารถตีความได้จากสภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมที่ไม่มีความแน่นอน รวมทั้งประเด็นความ

ขัดแย้งในระดับวงแคบคือครอบครัว วงกว้างคือการไม่มีทรัพยากรมากเพียงพอที่จะบริหารจัดการให้ตนเองสามารถใช้ชีวิตได้ตามที่คาดหวัง จึงทำให้กลุ่มสตรีต่างๆ เกิดความไม่มั่นใจ ไม่นั่นคงต่อสถานะต่างๆ เช่น ความเป็นภรรยาที่อาจรู้สึกคับข้องใจว่า เพราะเหตุใดสามีหรือแฟนไม่ได้แสดงความรักตามที่ตนเองปรารถนา หรือเพราะเหตุใดลูกของตนจึงไม่สามารถเป็นไปหรือทำให้ตนเองได้ตั้งใจ ฉะนั้น การพยายามหาจุดผ่อนคลายจากความคาดหวัง ความต้องการที่ได้รับการเติมเต็ม จึงอาจเกิดได้จากความรู้สึกนึกคิดเข้ามาผูกโยงกับปรากฏการณ์ต่างๆ ที่ตนสนใจ อาทิ การสนใจในความเป็นชายที่มีรูปร่างหน้าตาดี มีกล้ามเนื้อสวยงาม มีฐานะทางสังคมตามที่ตนเองปรารถนาเพื่อลดความตึงเครียด หรือในสถานะแม่ เพราะเมื่อตนเองเสพสื่อต่างๆ เหล่านี้แล้ว ก็ยังมีความรู้สึกอยากทะนุถนอมให้ความรักใคร่ โดยไม่จำเป็นต้องส่งเสียเลี้ยงดู แต่ก็คาดหวังให้ลูกในจินตนาการเหล่านี้ประสบความสำเร็จ มีความสุข ตามแต่จินตนาการของแม่ทั่วไป

โดยเฉพาะในกรณีซีรีส์ ตัวนายตัวแทน หรือละครวาย อาจเป็นหนึ่งพื้นที่ที่ผู้ชมกลุ่มนี้ค้นพบว่า เป็นพื้นที่ที่มีตัวละครมีปัญหามากมาย ไม่เพียงแต่การรักเพศเดียวกัน แต่กลับพบว่า ปัญหาการขาดแม่หรือปัญหาครอบครัวที่มีสูง จึงทำให้เกิดปัญหาต่างๆ ขึ้นกับตัวละคร เหตุนี้จึงกระตุ้นความเป็นแม่หรือการดูแลห่วงใยของผู้หญิง แม้ว่าพวกเธอเหล่านั้นจะไม่ใช่มารจริงๆ ก็ตาม ก็สามารถดูแลลูกๆ เหล่านี้ได้ในฐานะผู้ดูแล ทะนุถนอม และให้กำลังใจตัวละครแทน ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรม fan meeting การซื้อสินค้าที่ระลึกจากซีรีส์ จากการกดติดตามพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ของตัวละคร รวมทั้งการพยายามตั้งกลุ่มแฟนคลับต่างๆ เพื่อคอยเดินทางไปให้กำลังใจศิลปินเหล่านี้เมื่อเดินทางไปยังพื้นที่ต่างๆ

หรือความเป็นแม่ได้แพร่ขยายไปยังหมีน้อยเนย (Butterbear) จากมาสคอตประจำร้านขนมในเครือ Coffee Beans by Dao ที่กลายมาเป็นลูกน้อยขวัญใจแม่ๆ โดยทั่ว โดยพลังความเป็นแม่ส่งเสริมให้หมีน้อยเนยทำปรากฏการณ์ห่างแตก เนื่องจากบรรดาแม่ๆ หรือ “มัมมี่” ตั้งใจไปรอปบ และนำของที่ระลึกไปให้หมีน้อยอายุ 3 ขวบ รวมทั้งปรากฏการณ์การตั้งคำถามและตอบคำถามว่า น้อยเนยเป็นหมีหรือไม่ ที่ทำให้สังคมหันกลับมาตอบคำถามดังกล่าวด้วยความรัก

แม้ผู้ติดตามจำนวนมากจะทราบแล้วว่าหมีน้องเนยเป็นใคร แต่ถึงกระนั้นความเป็นแม่ที่คอยสนับสนุนลูก รวมทั้งการพยายามเอาใจใส่ปกป้องเพื่อไม่ให้ลูกถูกทำร้าย จึงทำให้น้องเนยผ่านประเด็นต่างๆ มาได้ด้วยดี

ฉะนั้น เมื่อนำทั้ง 2 กรณีของสถานภาพ “म्मหมี” มาวิเคราะห์ ก็จะพบว่า ประเด็นที่สำคัญอีกประเด็นคือ จุดร่วมของความเป็นแม่ ที่ต้องการจะสนับสนุนช่วยเหลือ โอบอุ้ม ปกป้องลูกของตนเอง ไม่ว่าจะอยู่ในสถานภาพใดก็ตาม ให้มีความสุข มีความสดใส และสมหวัง บรรดาแม่ๆ เหล่านี้ก็จะมีความสุขไปด้วย โดยการพยายามสร้างสถานการณ์ ปรากฏการณ์ต่างๆ เพื่อคอยสนับสนุนลูกๆ ของแม่เหล่านี้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า ลูกๆ จะไม่ถูกทิ้งให้อยู่ตามลำพัง เช่น การรวมตัวในงานกิจกรรมพิเศษต่างๆ การอุดหนุนสินค้าหรือบริการต่างๆ เหล่านี้ก็เป็นกลวิธีอย่างหนึ่งที่แม่ๆ พยายามสื่อสารให้ลูกๆ ของเธอเห็น

ดังนั้น ไม่ว่า “म्मหมี” จะเป็นใคร หรือถูกแทนด้วยคำนามใหม่ๆ เพียงใดก็ตาม ตั้งแต่แม่ยก หรือหม่ามี้ หรือแม่กระทั่ง “म्मหมี” สิ่งหนึ่งที่ปฏิเสธไม่ได้เลยคือ ทั้งหมดนี้เกิดขึ้นโดยความรักของแม่ที่มีต่อปรากฏการณ์นั้นๆ แม้ในความเป็นจริงแล้วนักแสดงซีรีส์ต่างๆ ไม่ได้รู้จัก “म्मหมี” ของพวกเขาจริงๆ แต่สิ่งหนึ่งที่ทำให้พวกเขายังคงโลดแล่นในวงการนี้ต่อไปได้ก็เพราะได้รับการสนับสนุนจาก “म्मหมี” กลุ่มนี้ นอกจากกำลังใจ ความเห็น การผลิตซ้ำสื่อต่างๆ แล้ว หากพิจารณาด้านเศรษฐกิจก็จะพบว่า “म्मหมี” กลุ่มนี้มีความสามารถมากพอที่จะคอยสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ประหนึ่งน้ำทะเลที่โอบอุ้มเรือให้ลอยล่องในนาวาได้ตราบนานเท่านาน ตราบเท่าที่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมนี้ยังคงให้ความสำคัญ รวมทั้งบริการเนื้อหาใหม่ๆ ให้ตอบโจทย์กลุ่มผู้สนับสนุนกลุ่มนี้ แล้วถ้าคาดการณ์ต่อไป อาจเกิดกลุ่มใหม่ๆ ขึ้น เช่น ม้าหมี อีกทั้งอาจเป็นไปได้ เนื่องจากสาววายเติบโตขึ้นเป็น “म्मหมี” “म्मหมี” เหล่านี้ก็เติบโตขึ้นต่อไป ดังนั้นคำเรียกหรือคำนามแทนตัวอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปในอนาคตอันใกล้นี้ นอกเหนือจากการเปลี่ยนแปลงของระดับอายุ หรือชื่อเรียกแล้ว ผู้วิจัยยังพยากรณ์ต่อไปว่า กลุ่ม “म्मหมี” จะมีการขยายตัวรวมไปจนกระทั่งอาจกลายเป็นกลุ่ม องค์กรต่างๆ หรือเป็นกิจการที่เกี่ยวข้อง หรือพรรคการเมืองต่างๆ อีกด้วย จากสมมติฐานที่ว่า

ความเป็นแม่คอยโอบอุ้มลูกน้อย ไม่ว่าจะ เป็นแม่จริงหรือแม่ในจินตนาการ
ก็คาดหวังให้ลูกน้อยของตนเองมีความสุข ความสดใส และพร้อมใช้ชีวิตต่อไป
ในสังคมที่โหดร้าย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กนกวรรณ ปิ่นสิรานนท์ และอดิพล เอื้อจรัสพันธุ์ (2564), “มอง ‘แฟนคลับ’ ผ่านงานวิจัยในประเทศไทย”, *วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคม*, 9(1): 22-31.
- กฤตพล สุธีภัทรกุล (2563), *การประกอบสร้างตัวละครชายรักชายในซีรีส์วาย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรและนวัตกรรมการศึกษา คณะศิลปศาสตรและนวัตกรรมการจัดการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2555), *สื่อที่ใช้ ของใครที่ชอบ: การ์ตูน โทรทัศน์ท้องถิ่น แฟนคลับ*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ (2543), *มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่*, กรุงเทพฯ: เอดิสัน เพรส โปรดักส์.
- เกศินี ศิลปี (2539), *การศึกษาชมรมแฟนภาพยนตร์ของหนังสือสตาร์พิกส์ และหนังสือซีเนี่ยมัค*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรและนวัตกรรมการสื่อสารมวลชน คณะศิลปศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เจษฎา รัตนเขมา (2541), *ศิลปินเพลงไทยและเครือข่ายการสื่อสารกับแฟนคลับ*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรและนวัตกรรมการสื่อสารมวลชน คณะศิลปศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลาดชาย รมิตานนท์ (2555), *เล่าเรื่องเบื้องต้น สตรีศึกษา สตรีนิยม: เรื่องในโอกาส “หกสิบปี” วีระดา สมสวัสดิ์*, เชียงใหม่: วนิตการพิมพ์.
- ชไมพร แก้วประไพ (2541), *การวิเคราะห์แฟนของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรและนวัตกรรมการสื่อสารมวลชน คณะศิลปศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชยภัทร จินดาเลิศ (2552), *ความสัมพันธ์ระหว่างการอ่านหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแนวชายรักชาย (Yaoi) และวิถีทางเพศของวัยรุ่นไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตร (สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ญาณธร เจียรรัตนกุล (2550), *Yaoi: การ์ตูนเกย์โดยผู้หญิงเพื่อผู้หญิง*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตร (สหสาขาวิชา) บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐสุพงศ์ สุขโสด (2548), *บทบาทของการสื่อสารกับกระบวนการสร้างและสืบทอดวัฒนธรรม “แฟนบอล” ในสังคมไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศาสตรและนวัตกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นัทธนัย ประสานนาม (2563), “การเว้นระยะห่างทางเพศสถานะ: นวนิยายยาโออิของไทยในการเมืองเรื่องชนบวรณกรรมกับการตีความ”, *วารสารศาสตร์*, 13(3): 160-187.
- _____. (2564), *รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์นวนิยายยาโออิของไทย: การเมืองวัฒนธรรมของเพศสถานะและเพศวิถีในโรมานซ์ประชานิยม*, ฝ่ายวิจัยและนวัตกรรมการศึกษา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- นุชนาภรณ์ สมญาติ (2561), *ชีรส์วาย (Y): ลักษณะเฉพาะและการนำเสนอความรักของชายรักชาย*, เอกสารประกอบการนำเสนอในโครงการประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานระดับชาติของนักศึกษาต้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 1/2561.
- ภัทรพรรณ อมรศรีวงษ์ และบัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ์ (2562), “การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสื่อของสาววาย”, *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษา*, 5(1): 34-49
- เบญจรงค์ ถิระผลิกะ และคณะ (2566), “การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้สื่อทวิตเตอร์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มชายรักชาย”, *วารสารมนุษยศาสตร์วิชาการ*, 30(1): 315-330.
- _____. (2566), “การสังเคราะห์ภาพและแก่นสาระของชายรักชายที่ปรากฏในงานวิจัยในประเทศไทย: การสังเคราะห์งานวิจัยด้วยการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ”, *วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 14(28): 56-69.
- ประภาภรณ์ รัตน์ และหยกขาว สมหวัง (2560), “อุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมและการสื่อสารในยุคดิจิทัลกรณีศึกษาอุตสาหกรรมการสร้างวัฒนธรรมไทยในจีน”, *วารสารศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 5(1): 121-136.
- ภัทรพรรณ อมรศรีวงษ์ และบัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ์ (2562), “การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการบริโภคสื่อของสาววาย”, *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษา*, 5(1): 34-49
- ภัทรวรรณ ยงค์ชัย (2540), *แม่ยก: การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้แสดงลิเกกับคนดูเปรียบเทียบกรุงเทพมหานครกับพิษณุโลก*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาไทยคดี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ภูวิน บุญยะเวชชีวิน และณัฐธนนท์ ศุขอุทอง (2562), *โลกของวาย: การดัดแปลงชนบทย่อยเลิฟญี่ปุ่นในชีรส์วายไทย*, รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อนัญญา วาริสอาด (2565), “อัตลักษณ์ชายรักชายกับวาทกรรมโรแมนติกในเรื่องสั้นแนววายของไทย : กรณีศึกษาจากเรื่องสั้นชุด ‘Mr. World Wide #สามีนานาชาติ’”, *วารสารมังกรรายสาร*, 10(2): 51-66.
- อภิญา เพื่องฟูสกุล (2546), *อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด*, กรุงเทพฯ: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา.

ภาษาอังกฤษ

- Ashe, D. and McCutcheon, L. (2001), “Shyness, Loneliness, and Attitude toward Celebrities”, *Current Research in Social Psychology*, 6(9): 124-133.
- Giles, D. (2002), “Parasocial Interaction: A Review of the Literature and a Model for Future Research”, *Media Psychology*, 4(3): 279-305.

- Horton, D. and Richard Wohl, R. (1956), "Mass Communication and Para-Social Interaction: Observations on Intimacy at a Distance", *Psychiatry*, 19(3): 215-229.
- McCutcheon, L. (2002), "Are Parasocial Relationship Styles Reflected in Love Styles", *Current Research in Social Psychology*, 7(6): 82-94.
- Rubin, A. et al. (1985), "Loneliness, Parasocial Interaction, and Local Television News Viewing", *Human Communication Research*, 12(2): 155-180.

สื่อออนไลน์

- คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2566), "Celebrity Worship การคลั่งไคล้ศิลปิน", สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.psy.chula.ac.th/th/feature-articles/celebrity-worship/>
- เบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2562), "ภาพลักษณ์เชิงวัตถุของกันเพศชายกามารมณ์ออนไลน์ของกลุ่มชายรับชายในทวิตเตอร์", สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.sac.or.th/portal/th/article/detail/98>
- มติชนออนไลน์ (2566), "แฟนคลับ 'นนน กรภัทร์' ส่งรถแห่เรียกร้อง GMMTV ปกป้องศิลปินในสังกัดจากเพคนิวิส์", สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2567 จาก https://www.matichon.co.th/entertainment/news_4162412
- วอย The Series TH (ม.ป.ป), "ตารางซีรีส์ และละครวอยไทย", สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2567 จาก <https://n9.cl/9v2ja>
- Diva Phoenix Thailand (2023) "ความรักที่เหนียวแน่นจากแฟนคลับ", สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=292988549899683&id=100075656207951&set=a.292903069908231>
- Exotic Quixotic (2023), "ชวนวิเคราะห์: เมื่อศิลปินทำผิด ทำไมแฟนคลับบางส่วนยังเชื่อใจ และซัพพอร์ตอยู่", สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2567 จาก <https://www.exoticquixotic.com/stories/idols-commit-crime>
- Zoe Tierney in Mindcology (2017), "A Quick Guide to The 9 Most Common Sexual Orientations", retrieved 2 August 2024 from <https://mindcology.com/relationships/quick-guide-9-common-sexual-orientations/>