

โอตาคุ (Otaku) ในสังคมไทย: ประวัติศาสตร์การกลายเป็นคนชายขอบทางวัฒนธรรมของผู้ชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่น ในช่วงทศวรรษ 2510 ถึงทศวรรษ 2550

Otaku in Thai Society: The History of “Cultural Marginalized People” in A Case Study of Manga Fans in the 1970s and the 2010s

โดม ไกรปกรณ์
Dome Kraipakorn

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
Assist. Prof. Department of History, Faculty of Social Sciences, Srinakarinwiroti University

ได้รับ 28 กพ. 65 แก้ไข 14 มิย. 65 อนุมัติให้ตีพิมพ์ 17 มิย. 65

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่องโอตาคุในสังคมไทย:ประวัติศาสตร์การกลายเป็นคนชายขอบทางวัฒนธรรมซึ่งได้รับทุนจากเงินรายได้คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีการศึกษา 2563

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ศึกษาประวัติศาสตร์ของ “โอตาคุ” (กลุ่มผู้ชื่นชอบบริโภครการ์ตูน วิดีโอเกม เพลงสมัยนิยมและศิลปินไอดอลญี่ปุ่น การแต่งคอสเพลย์) ในสังคมไทย ซึ่งถูกทำให้เป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” (cultural marginalized people) จากกรณีศึกษาผู้ชื่นชอบการ์ตูน โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ 1. อธิบายความหมายและความเป็นมาของ “โอตาคุ” ในสังคมไทย 2. อธิบายกระบวนการที่ “โอตาคุ” ถูกทำให้เป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” 3. อธิบายถึงการสร้างพื้นที่ทางสังคม (social space) ของโอตาคุที่ใช้ในการสื่อสาร ต่อรอง แสดงตัวตน ในอีกมุมหนึ่ง บทความนี้ใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ในการวิเคราะห์ตัวบท (text) เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือ วิทยานิพนธ์ เว็บไซต์ต่าง ๆ ประกอบกับการนำเอาแนวคิดทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มาประยุกต์ใช้ในการตีความข้อมูล

จากการศึกษาพบว่า นับตั้งแต่การ์ตูนญี่ปุ่นเข้ามาในสังคมไทย การบริโภครการ์ตูนญี่ปุ่นด้วยความชื่นชอบได้ถูกต่อต้านผ่านวาทกรรมกระแสหลักว่าการ์ตูนเป็นสิ่งไร้สาระ สิ่งเลวร้าย ทำให้ผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูนมีสถานะเป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ในสถานการณ์ดังกล่าวนี้ผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูนและธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยได้สร้างพื้นที่ทางสังคมในรูปแบบของกิจกรรมและพื้นที่ออนไลน์ให้ผู้ที่ชื่นชอบวัฒนธรรมโอตาคุได้พบปะ ทำกิจกรรมร่วมกัน แสดงถึงอัตลักษณ์ (identity) ของตนเพื่อต่อรองกับกระแสสังคมที่เปียดขับให้พวกตนเป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม”

คำสำคัญ: โอตาคุ, การ์ตูนญี่ปุ่น, คนชายขอบทางวัฒนธรรม

Abstract

This research aims to study the history of Otaku, a group of people who consume interests, particularly in anime, manga, pop music, cosplay and Japanese idols in Thai society. Those are defined as cultural marginalized people. It focuses on a case study of manga fans and aims to study 3 objectives (1) to explain the meaning and story of “Otaku” in Thai society, (2) to explain the process of turning “Otaku” to be “cultural marginalized people”, (3) to explain the social spaces where Otaku communicated, negotiated and represented themselves in one way. This research is also conducted by historical methods to analyze texts, such as magazines, newspaper, books, thesis and websites, with the concepts of Sociology and Anthropology to analyze those texts. The findings are that when Japanese comics came to Thai society, the favorite consumption of manga fans were resisted by a group of people creating the mainstream discourse that reading manga was nonsensical and disgusting. As a result, the manga fans were defined as “Cultural Marginalized People.” In this situation, the people who obsessed with Otaku cultures and private businesses relating to the translation of Japanese comic to Thai language created social spaces such as activities and online platforms for Thai people who favored Otaku subcultures. They could meet, do activities and present their own identity in order to negotiate with the mainstream society which expelled them and described them as “cultural marginalized people.”

Keywords: Otaku, Manga, cultural marginalized people

ความนำ

กระแสความนิยมกลุ่มศิลปินไอดอล BNK 48 ที่พีกตัวขึ้นเมื่อพ.ศ. 2560 และพุ่งสู่จุดสูงสุดเมื่อเพลง “Koisuru Fortune Cookie คุกกี้เสี่ยงทาย” ของศิลปินไอดอลแนวญี่ปุ่นที่บริษัทบริษัท โรส เอ็นเทอร์เทนเมนต์ คอร์ปอเรชั่น ของ จิรัฐ บวรวิวัฒนะ ได้ซื้อลิขสิทธิ์การทำกลุ่มศิลปินไอดอลหญิงวง AKB48 ของญี่ปุ่นมาตั้งวงไอดอล BNK 48 ในไทย ด้วยเนื้อเพลง ท่วงทำนอง และท่าเต้นที่สนุกสนาน ดูแล้วสัมผัสได้ถึงความสุขใส่น่ารัก ทำให้มีวิสิควิดีโอของเพลงนี้ที่มีการเผยแพร่ในเว็บไซต์ Youtube เมื่อปลายปี 2560 มีจำนวนการชมถึง 84 ล้านครั้งเมื่อเข้าสู่ต้นปี 2561 หรือประมาณ 3-4 เดือนหลังจากมีการเผยแพร่ทาง Youtube กระแสความนิยมศิลปินไอดอล BNK 48 ได้ทำให้ปรากฏสิ่งใหม่ขึ้นในวงการบันเทิงของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปรากฏขึ้นอย่างชัดเจนของแฟนคลับวง BNK 48 ส่วนหนึ่งซึ่งเรียกกันว่า “โอตะ” หรือ “โอตาคุ” (otaku) (คำว่า “โอตาคุ” ในบทความนี้ผู้วิจัยใช้หลักการออกเสียงแบบไทยที่คนไทยพูดและเขียนคำญี่ปุ่นคำนี้ไม่ได้ออกเสียงแบบญี่ปุ่น ซึ่งหากออกเสียงตามสระแบบญี่ปุ่นจะออกเสียงว่า “โอะทะคี”)



ภาพที่ 1 วงไอดอล BNK48

ที่มา: <https://positioningmag.com/1153873>

ประเด็นที่ผู้วิจัยสนใจใคร่รู้คือ จากข้อมูลพื้นฐานแล้ว “โอตาคุ” เป็นคำที่มาจากภาษาญี่ปุ่นโดยมีความหมายถึงคนประเภทหนึ่งในสังคมที่มีวัฒนธรรมเฉพาะของตนเอง เกิดขึ้นภายใต้บริบททางสังคมของญี่ปุ่นในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ (จะได้กล่าวโดยละเอียดยิ่งขึ้นต่อไปข้างหน้า) ที่น่าสนใจคือ ในกรณีของสังคมไทย “โอตาคุ” มีความเป็นมาอย่างไร มีสถานะอย่างไร ความหมายและสถานะของ “โอตาคุ” มีความเปลี่ยนแปลงหรือไม่อย่างไร เพราะเหตุใด ภายใต้บริบทของสังคมไทย ทั้งนี้ด้วยวัฒนธรรมที่จัดเป็นวัฒนธรรมของโอตาคุที่ปรากฏในไทยในปัจจุบันมี 4 อย่างหลัก ๆ คือ ความชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่น (ทั้งในรูปแบบของหนังสือการ์ตูน (มังงะ) และในรูปของภาพยนตร์การ์ตูน (อนิเมชัน) ความชื่นชอบเล่นเกม (ในรูปแบบของวิดีโอเกมและเกมออนไลน์) ความชื่นชอบเพลงสมัยนิยมและศิลปินไอดอลญี่ปุ่น (J-pop & Idol) ความชื่นชอบการแต่งคอสเพลย์ (cosplay) เลียนแบบตัวละครในการ์ตูนหรือเกม นั้นมีความเป็นมาและเงื่อนไขการเข้ามาที่ต่างกัน ดังนั้นบทความวิจัยนี้จึงจำกัดขอบเขตศึกษาเฉพาะในส่วนของผู้ชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่น

ทั้งนี้ผู้วิจัยขอตั้งข้อสังเกตหรือข้อสันนิษฐานเบื้องต้นว่า ในสังคมไทยนี้วัฒนธรรมของ “โอตาคุ” อย่าง ความชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่น ความชื่นชอบเล่นเกม (ทั้งวิดีโอเกมและเกมออนไลน์) ความชื่นชอบเพลงสมัยนิยมและศิลปินไอดอลญี่ปุ่น ความชื่นชอบการแต่งคอสมเพลย์ มีสถานะเป็นสิ่งแปลกปลอมที่ไม่พึงประสงค์ มีสถานะเป็น “วัฒนธรรมชายขอบ” (marginal culture) และโอตาคุผู้มีความชื่นชอบสิ่งเหล่านี้มีสถานะเป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ที่มีสถานะเป็นรองทางสังคมเนื่องด้วยวัฒนธรรมของพวกเขาหรือเธอถูกกีดกันโดยกระบวนการทางการเมืองและเศรษฐกิจ เช่น กระบวนการสร้างรัฐชาติ กระบวนการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัย ฯลฯ ให้พวกเขาหรือเธออยู่ริมขอบของพื้นที่ทางสังคม¹ ดังจะเห็นได้ในเนื้อหาส่วนต่อไปของบทความ จุดมุ่งหมายหลักของบทความนี้ ผู้วิจัยจึงพยายามที่จะทำความเข้าใจและอธิบายประวัติศาสตร์การกลายเป็นคนชายขอบทางวัฒนธรรมของผู้ชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่น โดยข้อเสนอของบทความวิจัยนี้คือ “โอตาคุ” ในสังคมไทยถูกกำหนดตำแหน่งแห่งที่โดยสังคมกระแสหลักซึ่งมีการผลิตและเผยแพร่ชุดความรู้ที่ทำให้ “โอตาคุ” มีสถานะเป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ในขณะที่ “โอตาคุ” และผู้ประกอบการธุรกิจการ์ตูนได้สร้างพื้นที่ทางสังคม (social space) สำหรับสื่อสาร ต่อรอง กับสังคมให้ได้เข้าใจ “โอตาคุ” ในอีกแง่มุมหนึ่ง ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นว่า การทำความเข้าใจ “โอตาคุ” และการที่คนกลุ่มนี้ถูกเบียดขับให้เป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” จะเปิดมุมมองให้เราได้เข้าใจถึงตัวตนและวัฒนธรรมของผู้ที่ถูกกระแสหลักของสังคมเบียดขับให้อยู่ที่ชายขอบทางวัฒนธรรมในสังคมไทย หากเรามองและเข้าใจ “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” อย่างเปิดกว้าง ไม่ยึดติดตายตัวกับกรอบความคิดกระแสหลักทางสังคมเพียงด้านเดียว จะช่วยให้เราพ้นจากมุมมองอันคับแคบ รับรู้ถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความรู้ความเข้าใจในลักษณะดังกล่าวนี้ถือเป็นจุดเริ่มต้นในการอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างเป็นสุข ลดการลดทอนคุณค่าของ “เพื่อนร่วมสังคม” อันเป็นหนทางที่พึงเป็นในสังคมที่มีอารยะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. อธิบายความหมายและความเป็นมาของ “โอตาคุ” ในสังคมไทย
2. อธิบายกระบวนการที่ “โอตาคุ” ถูกทำให้เป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม”
3. อธิบายถึงการสร้างพื้นที่ทางสังคม (social space) ของโอตาคุที่ใช้ในการสื่อสาร ต่อรอง แสดงตัวตน ในอีกมุมมองหนึ่ง

วิธีการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ในการวิเคราะห์ตัวบท (text) เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือ วิทยานิพนธ์ เว็บไซต์ต่าง ๆ ประกอบกับการนำเอาแนวคิดทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา 2 แนวทางคือ แนวคิดเกี่ยวกับ “คนชายขอบ” ดังที่งานศึกษาทางสังคมศาสตร์หลายชั้นที่ศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มคนที่ถูกเบียดขับให้เป็น “คนชายขอบ” ด้วยลักษณะทางชาติพันธุ์ เพศสภาพ เช่น งานศึกษาของ ทวิช จตุรพลกฤษ์ ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยชาวลีซอ งานศึกษาของ วาสนา ละอองปลิว ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับชนกลุ่มน้อยชาวดาระอั้ง งานศึกษาทั้ง 2 ชิ้นชี้ว่าคนชายขอบจะมีการตอบโต้และเคลื่อนย้ายตัวเองออกจากภาวะชายขอบด้วยการให้ความหมายใหม่ (redefine) ทฤษฎีความใหม่ (reinterpret) เกี่ยวข้องกับความเป็นชายขอบของตนเอง นำเสนออัตลักษณ์หรือตัวตน (identity) ของตนเอง ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น พิธีกรรม กิจกรรมทางสังคม งานศิลปะ เรื่องเล่า ฯลฯ อันเป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคม (social space) สำหรับสื่อสาร ต่อรอง กับสังคมให้เข้าใจคนที่ถูกขับขานให้เป็น “คนชายขอบ”² มาประยุกต์ใช้ในการตีความข้อมูลเกี่ยวกับ “โอตาคุ” ในสังคมไทย

¹ ความหมายของ “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ในที่นี้ตัดแปลงจากคำอธิบาย “คนชายขอบ” ใน สุริชัย หวันแก้ว. (2550). *คนชายขอบ: จากความคิดสู่ความจริง*. หน้า 13-19; กุลภา วจนสาระ. (2555). “มอหาความเป็นธรรมในสังคมไทยผ่านคนชายขอบ”. ใน กุลภา วจนสาระ และ กฤตยา อาชวนิจกุล (บรรณาธิการ). หน้า 25-27.

² ดู ทวิช จตุรพลกฤษ์. (2541). *เสียงจากชายขอบ: ศักดิ์ศรีความเป็นคนของชาวลีซอ*. เชียงใหม่: เครือข่ายชาติพันธุ์ศึกษาและศูนย์ภูมิภาคเพื่อการศึกษาสังคมศาสตร์และการพัฒนาที่ยั่งยืน; วาสนา ละอองปลิว. (2546). *ความเป็นชายขอบและการสร้างพื้นที่ทางสังคมของคนพลัดถิ่น*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ผลการวิจัย

1. ความหมายและความเป็นมาของ “โอตาคุ” : จากวัฒนธรรมญี่ปุ่นสู่สังคมไทย

“โอตาคุ” (Otaku) เป็นคำภาษาญี่ปุ่นที่ใช้เรียกผู้ชายกลุ่มหนึ่งที่มีลักษณะพิเศษบางประการโดยในแง่ประวัติความเป็นมาของคำแล้วในสังคมญี่ปุ่นช่วง(พุทธ)ทศวรรษ 2510 ถึงกลาง(พุทธ)ทศวรรษ 2520 นั้น “โอตาคุ” เป็นคำที่กลุ่มแฟนหนังสือการ์ตูน (มังงะ) และภาพยนตร์การ์ตูน (อนิเมชัน) ซึ่งมาชุมนุมกันในงานประชุมคนคอเดียวกันระดับชาติใช้คำว่า “โอตาคุ” ทักทายคนรักหนังสือและภาพยนตร์การ์ตูนที่เพิ่งพบหน้ากันเป็นครั้งแรก อย่างไรก็ตามในช่วงต้นทศวรรษ 2530 การใช้คำว่า “โอตาคุ” ในสังคมญี่ปุ่นเปลี่ยนมาเป็นความหมายในเชิงลบเมื่อเกิดเหตุการณ์ต่อน้องเด็กสาว 4 คนในปีพ.ศ. 2532 โดยฆาตกรคือนายทสึโทมิ มิยาซากิ ซึ่งเป็นชายโสดอาศัยอยู่ในห้องที่เต็มไปด้วยภาพยนตร์การ์ตูนแนวรุนแรงและภาพโป๊ สื่อมวลชนได้ขนานนามให้มิยาซากิว่า “ฆาตกรโอตาคุ” ทำให้ความหมายเชิงลบของ “โอตาคุ” แพร่หลายในญี่ปุ่น และนับจากนั้นมีการใช้คำว่า “โอตาคุ” ในเชิงลบมาโดยตลอดโดยหมายถึงบุคคลที่น่าเกลียด ชอบสะสมของแปลก ๆ จนกระทั่งในช่วงปลายทศวรรษ 2540 “โอตาคุ” จึงถูกใช้ในความหมายเชิงบวกเมื่อหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์เรื่อง “Densha Otoko (Train Man)” ซึ่งตัวละครพระเอกเป็นโอตาคุที่ช่วยเหลือนางเอกจากการคุกคามของชายคนหนึ่งที่บนรถไฟแล้วได้รับของตอบแทนราคาแพงจากนางเอก ต่อจากนั้นก็ได้ออกเดทกับนางเอกโดยพระเอกได้รับคำแนะนำเกี่ยวกับการจีบสาวจากเพื่อน ๆ ในโลกออนไลน์ จนประสบความสำเร็จในความรัก หนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์เรื่องนี้ได้รับความนิยมอย่างมากในญี่ปุ่นเมื่อออกวางตลาดในปีพ.ศ. 2548¹



ภาพที่ 2

โปสเตอร์ภาพยนตร์ญี่ปุ่นเรื่อง Densha Otoko
(Train Man)

ที่มา: <https://tokyoexcess.blogspot.com/2012/02/emoticons-and-densha-otoko.html>

¹ Roland Kelts. (2006). *Japanamerica How Japanese Pop Culture has Invaded the U.S.*. pp. 157-159.

อย่างไรก็ตามโดยภาพรวมแล้วในสังคมญี่ปุ่นจนถึงปัจจุบันเมื่อกล่าวถึงคำว่า “โอตาคุ” ยังคงมีความหมายในเชิงลบอยู่ดังเห็นตัวอย่างได้จากที่หนังสือ “ซากุระกรรมศาสตร์” ของโมริโนะซุเกะ คาวางุจิ ประกอบอาชีพที่ปรึกษาด้านการบริหารและการจัดการเทคโนโลยีให้แก่บริษัทต่าง ๆ ในญี่ปุ่น ได้กล่าวถึง “โอตาคุ” ว่าหมายถึง ผู้ชายที่หนีความเป็นจริง หนีจากการขึ้นขอบผู้หญิงที่มีชีวิตและเนื้อหนัง มาคลั่งไคล้ผู้หญิงในโลกอะนิเมะ (อนิเมะชั้นญี่ปุ่น) ยอมทุ่มเทความสนใจทั้งหมดที่มีต่อเพศตรงข้ามไปที่ตัวการ์ตูน¹

สำหรับในสังคมไทยแล้วจากข้อมูลที่ผู้วิจัยสืบค้นได้พบว่า คำว่า “โอตาคุ” เริ่มเข้ามาในสังคมไทยตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษ 2540 ดังเห็นได้จากบทความของ นันทขว้าง สิริสุนทร เรื่อง “เมื่อวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นสร้างจักรวรรดิในยุคใหม่” ซึ่งเสนอในการประชุมวิชาการเรื่อง “บทบาทของญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ” จัดโดยโครงการญี่ปุ่นศึกษา สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เมื่อวันที่ 6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545 ในบทความชิ้นนี้นันทขว้างได้กล่าวถึง “โอตาคุ” (สะกดตามบทความของนันทขว้าง) ในความหมายเชิงลบนั่นคือ โอตาคุเป็นพวกที่เลือกอยู่กับวิดีโอเกม หนังสือการ์ตูน หรือสิ่งอื่น ๆ โดยไม่คบหากับสังคมภายนอก ทำให้ไม่สามารถแยกแยะ “โลกความเป็นจริง” กับ “โลกเสมือนจริง” ได้²

การให้ความหมาย “โอตาคุ” ในเชิงลบนี้ยังคงสืบต่อมาอีกเกือบ 2 ทศวรรษเห็นได้จากหนังสือ “ซากุระกรรมศาสตร์” ของโมริโนะซุเกะ คาวางุจิ ที่กล่าวถึง “โอตาคุ” ในความหมายว่า ผู้ชายที่คลั่งไคล้ตัวการ์ตูนผู้หญิงทุ่มเทความสนใจทั้งหมดที่มีต่อเพศตรงข้ามไปที่ตัวการ์ตูน หลีกหนีความเป็นจริง หนีจากการขึ้นขอบผู้หญิงที่มีชีวิตและเนื้อหนัง ดังที่ได้กล่าวถึงตอนต้นของบทความนี้แล้ว หนังสือของ คาวางุจิ ได้แปลเป็นภาษาไทยและจัดพิมพ์โดยสมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น) ในพ.ศ. 2554 โดยตอนหนึ่งของหนังสือเล่มนี้ ดร.ปฎิมา สินธุภิญโญ ผู้แปลได้ทำเชิงอรรถขยายความไว้ว่า “โอตาคุ” เป็นคำสแลงหมายถึง “ผู้คลั่งไคล้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างรุนแรง เช่น คอมพิวเตอร์ รถแข่ง กีฬา ดารา นักร้อง แต่ส่วนใหญ่มักหมายถึงคนที่คลั่งไคล้การ์ตูนหรือเกม” โอตะ (คำย่อของโอตาคุผู้อ้าง) เป็นได้ทั้งผู้ชายและผู้หญิง แต่ส่วนมากมักจะเป็นผู้ชาย³ คำอธิบายถึง “โอตาคุ” ในหนังสือ “ซากุระกรรมศาสตร์” ฉบับแปลเป็นภาษาไทยนี้ด้านหนึ่งแสดงให้เห็นว่าสังคมไทยในช่วงกลางทศวรรษ 2550 มีการนำเข้ามาความคิดเรื่อง “โอตาคุ” ตามแบบที่ชาวญี่ปุ่นในเวลานั้นใช้ ขณะเดียวกันส่วนเชิงอรรถขยายความที่ผู้แปลหนังสือเล่มนี้ทำขึ้นเพิ่มเสริมความเข้าใจเรื่อง “โอตาคุ” ให้แก่ผู้อ่านหนังสือที่เป็นชาวไทย แสดงให้เห็นว่าผู้แปลได้อธิบายขยายความ “โอตาคุ” ในความหมายเชิงลบคล้ายกับที่ นันทขว้าง สิริสุนทร ได้กล่าวถึงคำว่า “โอตาคุ” ไว้เมื่อกลางทศวรรษ 2540

น่าสนใจว่า ในสังคมไทยช่วงปลายทศวรรษ 2550 เริ่มมีการกล่าวถึง “โอตาคุ” ในความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป ด้านหนึ่งมีการนิยาม “โอตาคุ” ในความหมายค่อนข้างลบ ดังเห็นได้จากที่หนังสือเรื่อง “12-4-48 สิบสอง-สี่-สี่สิบแปด” ของ พิรพิชญ์ ฉั่วสมบุรณ์ นักเขียนผู้ชื่นชอบวงไอดอลญี่ปุ่น AKB 48 (ต้นแบบของวง BNK 48 ในไทย) ได้อธิบายความหมายของ “โอตาคุ” ไว้ในหนังสือซึ่งพิมพ์ในพ.ศ. 2557 ว่าโอตาคุหมายถึงกลุ่มคนที่มีความหมกมุ่นและคลั่งไคล้สิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างสุดกู่ แต่งตัวเรียบง่ายค่อนข้างไปทางเชย) มีทักษะในการสื่อสารกับคนทั่วไปไม่ค่อยดีนัก จึงมักจะจับกลุ่มอยู่กับพวกเดียวกันไม่ค่อยไปสูงส่งกับคนอื่น⁴ แต่มีข้อมูลอีกชุดหนึ่งที่แสดงให้เห็นแนวโน้มของการกล่าวถึง “โอตาคุ” ในความหมายเชิงบวกมากขึ้น ดังเห็นตัวอย่างได้จากหนังสือ “โตเกียวเที่ยวนี่รวย” ของ ปุณยวีร์ จันทรวงศ์ นักธุรกิจผู้ลงทุนซื้อขายหุ้นในประเทศไทยและญี่ปุ่น หนังสือของเขาซึ่งพิมพ์ใน พ.ศ. 2557 ได้กล่าวถึง “โอตาคุ” ว่าในภาษาญี่ปุ่นมีคำว่า OTAKU ซึ่งคนส่วนใหญ่มองว่า โอตาคุคือพวกบ้าเกม บ้าการ์ตูน แต่ถ้าตีความคำนี้ดี ๆ จะหมายถึง “ผู้เชี่ยวชาญด้านใดด้านหนึ่งแบบสุด ๆ ไปเลย คนที่ทำอะไรบางอย่างด้วยใจรักสุด ๆ และขยันทำมันอย่างบ้าคลั่งในทุก ๆ วัน”⁵

¹ โมริโนะซุเกะ คาวางุจิ. (2554). ซากุระกรรมศาสตร์. หน้า 107.

² นันทขว้าง สิริสุนทร. (2545). “เมื่อวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นสร้างจักรวรรดิในยุคใหม่”, ใน เอกสารประชุมวิชาการ National Conference on Japanese Studies in Thailand เรื่อง “บทบาทของญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ”. หน้า 169.

³ โมริโนะซุเกะ คาวางุจิ. (2554). เล่มเดิม. หน้า 107

⁴ พิรพิชญ์ ฉั่วสมบุรณ์. (2557). 12-4-48 สิบสอง-สี่-สี่สิบแปด. ตอนที่ 16 (ไม่มีเลขหน้า).

⁵ ปุณยวีร์ จันทรวงศ์. (2557). โตเกียวเที่ยวนี่รวย.. หน้า 41.

การกล่าวถึงคำว่า “โอตาคุ” ใน 2 มิติทั้งที่กล่าวถึงในความหมายเชิงลบและความหมายเชิงบวกจะสืบเนื่องต่อมาในด้านทศวรรษ 2560 โดยการกล่าวถึงด้วยความหมายเชิงลบเห็นได้จากบทความของ Ricchan Sama เรื่อง “เมื่อ BNK 48 คือบันเทิงกระแสหลัก: รู้จักวัฒนธรรมโอตาคุจาก Sub Culture สู่ Main Stream” ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์ gmlive.com ได้พูดถึง “โอตาคุ” ว่าเป็นคำแสลงที่ใช้เรียก “กลุ่มคนผู้หลงใหลคลั่งไคล้สิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างจริงจัง อยู่ในโลกส่วนตัว จนเก็บตัวหมกตัวอยู่ที่บ้านเพื่อเสพสิ่งนั้น”¹ ส่วนการกล่าวถึงในความหมายเชิงบวกปรากฏชัดยิ่งขึ้นเมื่อต้นทศวรรษ 2560 จากการที่วงไอดอล BNK48 เริ่มโด่งดังเป็นที่รู้จัก ดังเห็นได้จากข้อเขียนเรื่อง “BNK 48 พี่เวอร์ พวกเธอน่ารักมาก” ในนิตยสารสุดสัปดาห์ ฉบับเดือนมกราคม 2561 ได้พูดถึงศัพท์นำรั้วฉบับ BNK 48 ว่า คำว่า “โอตะ” ย่อมาจาก “โอตาคุ” หมายถึง คนที่ชื่นชอบในสิ่งใดสิ่งหนึ่งมาก ๆ²

แม้ข้อมูลที่กล่าวมาจะชี้ให้เห็นว่า “โอตาคุ” เป็นคำที่เพิ่งปรากฏในสังคมไทยเมื่อประมาณกลางทศวรรษ 2540 แต่เมื่อพิจารณาในมิติทางประวัติศาสตร์พบว่า วัฒนธรรมบางอย่างของ “โอตาคุ” ได้เข้ามาในสังคมไทยก่อนหน้าทศวรรษ 2540 แล้วดังเห็นได้จากกรณีของวัฒนธรรมการอ่านการ์ตูนญี่ปุ่นซึ่งเริ่มเข้ามาในไทยเมื่อปลายทศวรรษ 2500 และปรากฏแพร่หลายอย่างชัดเจนในสังคมไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2510 เป็นต้นมา (จะได้กล่าวเรื่องนี้อย่างละเอียดยิ่งขึ้นในหัวข้อต่อไป) ขณะที่กระแสความนิยมเพลงป๊อปของญี่ปุ่นหรือ “เจ-ป๊อป” เริ่มก่อตัวมาตั้งแต่กลางทศวรรษ 2520 แล้ว แม้ว่าจะยังไม่กว้างขวางนักเนื่องจากการหาซื้อสินค้า “เจ-ป๊อป” ในไทยเป็นเรื่องยาก มีร้านที่เป็นแหล่งขายไม่กี่ร้าน มีนิตยสารที่นำเสนอข่าวสารของวงการบันเทิงญี่ปุ่นเพียงเจ้าเดียวคือ นิตยสารทีวีวีวี และมีรายการวิทยุเพียงรายการเดียวที่เปิดเพลงและให้ข้อมูลเกี่ยวกับเจ-ป๊อป นับตั้งแต่พ.ศ. 2536 เป็นต้นมากลุ่มแฟนเพลงเจ-ป๊อปจึงเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากรายการวิทยุของดีเจ โจ-มณฑาณี ต้นตีสุข ได้นำเพลงของศิลปินวงร็อกชื่อดังของญี่ปุ่น เอ็กซ์เจแปน (X Japan) มาเปิดในรายการเป็นประจำอันเป็นการเปิดทางให้มีการเปิดเพลงของวงดนตรีญี่ปุ่นวงอื่น ๆ ตามมา ขณะเดียวกันก็มีศิลปินเจ-ป๊อปมาเยือนประเทศไทยหลายคน มีรายการโทรทัศน์หลายรายการที่นำวิดีโอคลิปของศิลปินเจ-ป๊อปมาออกอากาศ มีร้านขายสินค้าเกี่ยวกับเจ-ป๊อปโดยเฉพาะมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในพ.ศ. 2548 เมื่อมีการนำเอาระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงมาใช้ในประเทศไทย ทำให้วัยรุ่นไทยสามารถสืบค้นข่าวสารของศิลปินเจ-ป๊อปที่ตนชื่นชอบได้สะดวกขึ้น³ สำหรับวัฒนธรรมการเล่นวิดีโอเกมได้เข้ามาในไทยเมื่อทศวรรษ 2530 ที่เครื่องเล่นวิดีโอเกมได้ถูกนำเข้ามาในไทยและได้รับความนิยมในหมู่เด็กและเยาวชนจำนวนหนึ่งสืบต่อมา⁴ ด้านการแต่งตัวด้วยชุด “คอสเพลย์” เลียนแบบตัวการ์ตูนหรือตัวละครในวิดีโอเกม เริ่มเข้ามาในไทยเมื่อกลางทศวรรษ 2520 แต่จะปรากฏอย่างชัดเจนเมื่อทศวรรษ 2540⁵

น่าสนใจว่า การเข้ามาของวัฒนธรรม “โอตาคุ” เหล่านี้เกิดขึ้นท่ามกลางกระแสการเข้ามาลงทุนทางเศรษฐกิจขนาดใหญ่ในไทยของธุรกิจอุตสาหกรรมจากญี่ปุ่นที่หลั่งไหลเข้ามาอย่างมากระหว่างทศวรรษ 2520⁶ และการลงทุนของญี่ปุ่นในไทยจะขยายตัวอย่างต่อเนื่องจนถึงช่วงทศวรรษ 2550 โดยขยายจากอุตสาหกรรมยานยนต์ เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การค้า เทคโนโลยีขั้นสูง ธุรกิจบริการ⁷ อย่างไรก็ตามวัฒนธรรมที่อยู่ในข่ายของ “โอตาคุ” กลับเป็นสิ่งที่แปลกปลอมและไม่เป็นที่พึงปรารถนา ดังเห็นได้ชัดจากกรณีของการ์ตูนซึ่งแม้ว่าจะมีการนำเข้าและแปลหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นภาษาไทยออกจำหน่าย แต่ด้านหนึ่งพบว่าพ่อแม่ผู้ปกครองมักจะโจมตีว่าการ์ตูน(บางเรื่อง)มีเนื้อหาไม่เหมาะสมให้เด็กอ่าน เนื้อเรื่องและภาพมีพฤติกรรมลามก ผิดศีลธรรม ดังที่นายแพทย์ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์ ได้กล่าวว่าการ์ตูนมีทั้งประโยชน์และโทษ พ่อแม่หรือผู้ใหญ่ที่ออกมาโจมตีการ์ตูนมักจะไม่ได้อ่านการ์ตูนทั้งเล่มหรือทั้งเรื่อง เพียงแต่เห็นภาพบางภาพหรือรับทราบเนื้อเรื่องบางส่วนแล้วออกมาโจมตีถึงโทษ

¹ Ricchan Sama. (2561). “เมื่อ BNK 48 คือบันเทิงกระแสหลัก: รู้จักวัฒนธรรมโอตาคุจาก Sub Culture สู่ Main Stream”. (Online).

² “BNK 48 พี่เวอร์ พวกเธอน่ารักมาก”. (2561, มกราคม). สุดสัปดาห์: 36.

³ ชญาคุณท์ พัฒนสุวรรณ. (2549). การรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทย กรณีศึกษาแฟนเพลงเจ-ป๊อป. หน้า 125-126

⁴ “วิดีโอเกมในประเทศไทย”. (2564). (Online).

⁵ เขมทัต พิพิธนารบ. (2551). การแต่งคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่นไทยกับการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยและบทบาทของสื่อ. หน้า 38.

⁶ ดุ ธนิตา กำปั่นทอง. (2539). ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น พ.ศ. 2491-2500. หน้า 135-156.

⁷ “กลุ่มทุนญี่ปุ่น” พันธมิตรคู่ค้า ลงทุนไทยระยะยาวในหลายอุตสาหกรรม. (2021). (Online).

ของการ์ตูน¹ ขณะที่วัฒนธรรมการเล่นวิดีโอเกมนั้นจากงานวิจัยของนักวิชาการซึ่งได้รับทุนหรือการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ ในช่วงต้น-กลางทศวรรษ 2550 ชี้ว่าในทัศนะของรัฐหรือกระแสหลักของสังคมแล้ววิดีโอเกมเป็นสื่อที่ส่งเสริมความรุนแรง สังคมที่ส่งเสริมสื่อประเภทนี้จะมีอัตราของเด็กที่กระทำความรุนแรงสูงกว่าสังคมที่ไม่ส่งเสริมสื่อวิดีโอเกมหรือคอมพิวเตอร์เกม² และธุรกิจร้านเกมเป็นสถานที่ที่สร้างปัญหาให้เยาวชน ส่งเสริมให้เยาวชนประพฤติตนในทางที่ไม่ดี เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการกระทำที่รุนแรงในหมู่เยาวชน³ การไม่ยอมรับวัฒนธรรมการเล่นวิดีโอเกมหรือคอมพิวเตอร์เกมยังคงมีมาจนถึงทศวรรษ 2560 เห็นได้จากที่ที่ปรึกษารัฐมนตรีศึกษาธิการได้ทำหนังสือถึงรองนายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีกระทรวงศึกษาธิการ รัฐมนตรีกระทรวงสาธารณสุข สมาชิกสภาสุขภาพ ท่วงเรื่องว่าการกีฬาแห่งประเทศไทย (กกท.) ให้การรับรองสมาคมอี-สปอร์ต (E-Sport) หรือสมาคมกีฬาอีสปอร์ต ซึ่งเท่ากับยอมรับว่า “เกมออนไลน์” เป็นกีฬา⁴

การที่วัฒนธรรมของ “โอตาคุ” มีสถานะเป็นสิ่งแปลกปลอมที่ไม่พึงประสงค์ ส่งผลให้ความชื่นชอบบริโภคการ์ตูน เกม เพลง เจ-ป๊อปและศิลปินไอดอลของญี่ปุ่น การแต่งคอสเพลย์ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมของโอตาคุ มีสถานะเป็น “วัฒนธรรมชายขอบ” (marginal culture) และโอตาคุผู้มีความชื่นชอบสิ่งเหล่านี้มีสถานะเป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ที่มีสถานะเป็นรองทางสังคมเนื่องด้วยวัฒนธรรมของพวกเขาหรือเธอถูกกีดกันให้อยู่อริของพื้นที่ทางสังคม ดังที่ได้กล่าวในตอนต้นของบทความวิจัยนี้แล้ว

ลำดับถัดไปผู้วิจัยจะอธิบายเกี่ยวกับกระบวนการของสังคมกระแสหลักในการทำให้ “โอตาคุ” เป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” โดยหยิบยกกรณีศึกษาโอตาคุผู้ชื่นชอบการ์ตูนมาแสดงให้เห็น

2. การแพร่หลายของการ์ตูนญี่ปุ่นในสังคมไทย ระหว่างทศวรรษ 2510 ถึงทศวรรษ 2550

การบริโภคการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นวัฒนธรรมของโอตาคุอย่างแรกที่เข้ามาสู่สังคมไทย ดังปรากฏว่า ในช่วงปลายทศวรรษ 2500 ราวพ.ศ. 2508-2509 ฝ่ายจัดรายการของสถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม และสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สนามเป้า ได้นำภาพยนตร์การ์ตูน (อนิเมชัน) ชุดทางโทรทัศน์ของญี่ปุ่นอย่าง เจ้าหนูลมกรด, เจ้าหนูปรมาณู, ยุคอวกาศ, หงอคงผจญภัย, สายลับ 009 เข้ามาทยอยฉาย ต่อมาเมื่อเข้าสู่ทศวรรษ 2510 ได้มีการนำเอาภาพยนตร์ชุดทางโทรทัศน์ที่เป็นแบบ “คนแสดง” (life action) ของญี่ปุ่นอย่าง หุ่นอภินิหาร, ยอดมนุษย์อุลตร้าแมน มาฉาย (ทั้ง 2 เรื่องเข้ามาฉายทางโทรทัศน์ในไทยเมื่อพ.ศ. 2510)⁵

นับจากทศวรรษ 2510 เป็นต้นมาการ์ตูนญี่ปุ่นได้แพร่หลายในสังคมไทยอย่างกว้างขวางขึ้น ในแง่รูปแบบพบว่านอกจากภาพยนตร์การ์ตูนชุดทางโทรทัศน์ที่กล่าวข้างต้นแล้ว อีกรูปแบบหนึ่งของการ์ตูนญี่ปุ่นที่เข้ามาในไทยได้แก่ หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น (มังงะ) ฉบับแปลไทย ดังปรากฏว่าในพ.ศ. 2510 ไพบูลย์ เจียมรัตนศิลป์ ซึ่งใช้นามแฝงว่า “ไพบูลย์ วงศรี” ได้จัดทำนิตยสาร “การ์ตูนเด็ก” ซึ่งเป็นหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทย “หัว” แรกสุดของเมืองไทย ออกวางขายในเดือนเมษายน พ.ศ. 2510 โดยไพบูลย์ วงศรี ได้นำเอาต้นฉบับของการ์ตูนญี่ปุ่นมาจากหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีขายอยู่ในร้านหนังสือญี่ปุ่นชื่อ “ไทยบุโนโด” ย่านถนนสีลม ใกล้วัดพระศรีมหาโพธิ์ (วัดแขก) หรือนำมาจากหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นฉบับเก่า ๆ ที่หาซื้อได้ที่ตลาดนัดสนามหลวง บริเวณหลังอนุสาวรีย์พระแม่ธรณีบิดมวยผม มาแปลเป็นภาษาไทยแล้วผลิตเป็นนิตยสาร “การ์ตูนเด็ก” นิตยสารที่ไพบูลย์ผลิตและจำหน่ายนี้ได้รับความนิยมในหมู่เด็กและเยาวชนไทย ทำให้สำนักพิมพ์ในเมืองไทยหันมาทำ “หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทย” ในชื่อต่าง ๆ ออกวางตลาด⁶

¹ ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์. (2548). “ความคิดรวบยอดเรื่องการ์ตูน”. ใน นิพนธ์ แจ่มดวง และคณะ. *การ์ตูน: โลกใบใหญ่ของความรักและจินตนาการ*. หน้า 148-162.

² สุริยเดว ทรีปาตี และ วิมลทิพย์ มุกสิกพันธ์ (บรรณาธิการ). (2556). *คุณภาพชีวิตเด็ก 2556*. หน้า 78.

³ บันดาคา ชานาญสุข. (2531). “เข้าทลอมความรุนแรงในเด็กและเยาวชนไทย”. ใน *เพ็ญจันทร์ ประดับมุข-เซอร์เรอร์ และคณะ. มิตินทางสังคมวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงในเด็กและเยาวชน..* หน้า 162.

⁴ “จิตแพทย์ท้วง!รับรองสมาคม “อี-สปอร์ต” ท่วงทำเด็กติดเกม ก้าวร้าวรุนแรง”. (2561). (Online).

⁵ ไพศาล ธีรพงษ์ศิษย์พร. (2561). 140 ปี “การ์ตูน” เมืองไทย (ประวัติและตำนาน พ.ศ. 2417-2557). หน้า 321-322.

⁶ แหล่งเดิม. หน้า 322-325.

กล่าวได้ว่า ตลาดการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยเฟื่องฟูตลอดช่วงทศวรรษ 2510 ดังเห็นได้จากนิตยสารการ์ตูนในช่วงเวลานี้มีการนำเอาการ์ตูนญี่ปุ่นมาดัดแปลงเป็นการ์ตูนโดยศิลปินชาวไทยตีพิมพ์ในนิตยสาร เช่น นิตยสาร “การ์ตูนทีวี” ได้นำเสนอการ์ตูนแอคชั่นที่ดัดแปลงมาจากการ์ตูนชุด Giant Robo ของ มิตสึเทรุ โยโกยามะ (Mitsuteru Yokoyama) ซึ่งเป็นการ์ตูนที่ได้รับความนิยมอย่างมากทางโทรทัศน์ของไทย หรือนิตยสาร “ราชาการ์ตูน” และ “การ์ตูนเพื่อน” ได้นำเอาการ์ตูนญี่ปุ่นเรื่อง “ไทเกอร์มาสก์” ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับตัวเอกที่เป็นนักมวยปล้ำอาชีพมาดัดแปลงเป็นการ์ตูนชุดภาษาไทยเรื่อง “หน้ากากเสือ”¹²

ที่สำคัญคือในพ.ศ. 2518 ได้เกิดหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยซึ่งเป็น “ตำนาน” บทหนึ่งของแวดวงหนังสือการ์ตูนเมืองไทยเมื่อ อุดม ตั้งศักดิ์สวัสดิ์ และทีมงานได้ทำ “ทีวีไลน์” ในสังกัดสำนักพิมพ์วิบูลย์กิจขึ้นมา โดย “ทีวีไลน์” เป็นหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยที่มีอายุการจัดทำและคงอยู่ยาวนานที่สุดในบรรดาหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยที่ผลิตขึ้นในช่วงทศวรรษ 2510 กล่าวคือ ทีวีไลน์มีการผลิตต่อเนื่องจากพ.ศ. 2518 มาจนถึงพ.ศ. 2534 จึงปิดตัวลง²

อย่างไรก็ดี หากพิจารณาทิศทางทางเศรษฐกิจของการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยในช่วงทศวรรษ 2510 อย่างละเอียดจะพบว่า ตลาดการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยเผชิญกับอุปสรรคอยู่เหมือนกัน โดยในช่วงครึ่งหลังของทศวรรษ 2510 หรือราวพ.ศ. 2515-2517 แวดวงการ์ตูนได้รับผลกระทบจากการเคลื่อนไหวต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นที่กลุ่มนิสิตนักศึกษาได้จัดกระแสขึ้นในช่วงปลายปีพ.ศ. 2515 ในการเคลื่อนไหวของกลุ่มนิสิตนักศึกษาได้มีการวิพากษ์วิจารณ์การ์ตูนญี่ปุ่นว่าเป็นสิ่งพิมพ์ไร้สาระ มอมเมาเด็ก ๆ ต่อมาในช่วงพ.ศ. 2516-2517 ได้เกิดเหตุการณ์วิกฤตการณ์น้ำมันโลกเนื่องจากกลุ่มประเทศผู้ผลิตน้ำมันรายใหญ่ของโลกหรือกลุ่มโอเปก (OPEC) พากันจำกัดปริมาณน้ำมันที่ส่งออกมาขายในตลาดโลก ทำให้ราคาน้ำมันในตลาดโลกถีบตัวสูงขึ้นมาก ส่งผลให้ญี่ปุ่นซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับผลกระทบจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้น จึงนำมาสู่การปรับลดปริมาณการสร้างหนังสือการ์ตูนทางโทรทัศน์แบบคนแสดง (live action) ทำให้หนังสือการ์ตูนทางโทรทัศน์แนวยอดมนุษย์ลดลงมากจนแทบจะหายไป บริษัทผู้ผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยจึงขาดข้อมูลทั้งที่เป็นภาพสี ภาพขาวดำ เนื้อเรื่อง ตลอดจนผลงานลายเส้นการ์ตูนของนักวาดการ์ตูนญี่ปุ่นที่จะนำมาใช้ “ต้นแบบ” สำหรับจัดทำหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทย³

หากแต่ผลกระทบดังกล่าวเกิดขึ้นในช่วงเวลาสั้น ๆ เท่านั้นเพราะในช่วงท้าย ๆ ของทศวรรษ 2510 คาบเกี่ยวมาถึงต้นทศวรรษ 2520 ตลาดหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยได้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้งแม้จะไม่คึกคักเท่าเดิมที่เคยเป็นมาในช่วงเกือบตลอดทศวรรษ 2510 เนื่องจากการขาดหายไปของภาพยนตร์ชุดทางโทรทัศน์ประเภทยอดมนุษย์ที่นำมาฉายในไทย ทำให้เด็กและเยาวชนไทยซึ่งมีความชื่นชอบภาพยนตร์แนวนี้ของญี่ปุ่นหันมาให้ความสนใจตามซื้อหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยซึ่งมีเรื่องของยอดมนุษย์ให้อ่าน ทั้งยังมีพื้นที่คอลัมน์วาดภาพขาวดำและภาพระบายสีให้อ่านได้แสดงฝีมือแล้วส่งมาชิงรางวัลเล็ก ๆ น้อย ๆ จากสำนักพิมพ์ผู้ผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยฉบับนั้น ๆ บางครั้งก็เชิญชวนให้อ่านร่วมประกวดวาดภาพ “พระเอกในจินตนาการ” ส่งมาที่สำนักพิมพ์ หากผลงานของใครผ่านเกณฑ์การตัดสิน อาจได้รับเลือกไปเผยแพร่ในหน้าหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยแต่ละเล่มด้วย⁴

ยิ่งไปกว่านั้นในพ.ศ. 2523 สถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ได้นำเอาการ์ตูนอนิเมชันของญี่ปุ่นเรื่อง “โดราเอมอน” มาออกอากาศทุกวันเสาร์และอาทิตย์ การ์ตูนเรื่องนี้ได้รับความนิยมอย่างมาก ทำให้ภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นกลายเป็นรายการหนึ่งที่มีพื้นที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ของไทย ดังพบว่า ในพ.ศ. 2526 นั้นภาพยนตร์การ์ตูนที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ของไทยส่วนใหญ่มาจากญี่ปุ่น เช่น เรื่อง “เณรน้อยเจ้าปัญญา”, เรื่อง “เลือดนักเตะ”, เรื่อง “คอบร้า”⁵

¹ นิโคลาส เวิร์สแตปเปิน. (2564). *การ์ตูนไทย: ศิลปะและประวัติศาสตร์*. หน้า 214.

² ไพศาล ธีรพงษ์วิบูลย์. (2561). *เล่มเดิม*. หน้า 342-343.

³ *เล่มเดิม*. หน้า 347-363.

⁴ *เล่มเดิม*. หน้า 363-364.

⁵ นิโคลาส เวิร์สแตปเปิน. (2564). *เล่มเดิม*. หน้า 215.

จากการที่ภาพยนตร์การ์ตูนชุด “โดราเอมอน” ซึ่งสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท นำมาออกอากาศได้รับความนิยมอย่างมาก ดังนั้นสำนักพิมพ์หนังสือการ์ตูนจึงนำเอา “มังงะ” (หนังสือการ์ตูน) เรื่อง “โดราเอมอน” มาพิมพ์จำหน่ายโดยสำนักพิมพ์หลายแห่งแข่งขันกันพิมพ์หนังสือการ์ตูนเรื่องนี้วางขาย ในงานศึกษาของ นิโคลาส เวิร์สแต่เป็น ยกข้อมูลว่า การตีพิมพ์โดราเอมอนในประเทศไทยเริ่มต้นในหน้าพิเศษของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ต่อมาสำนักพิมพ์ 7 แห่งได้เปิดตัวหนังสือการ์ตูน “โดราเอมอน” ฉบับละเมิดลิขสิทธิ์โดยใช้ชื่อเรื่องต่างกันเล็กน้อย เช่น โดราเอมอน, โดเรมอน, โดรามอน ออกวางจำหน่ายเล่มใหม่ทุก 3-5 วัน¹ เป็นการยากที่จะระบุว่า สำนักพิมพ์ใดเป็นสำนักพิมพ์แรกที่จัดพิมพ์หนังสือการ์ตูนเรื่องนี้ฉบับแปลภาษาไทย ดังที่ไพศาล ธีรพงศ์วิชัยพร ชี้ว่ามีข้อมูลขัดกันว่า สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจหรือสำนักพิมพ์มิตรไมตรีเป็นผู้เริ่มพิมพ์หนังสือการ์ตูนเรื่องนี้²

ด้วยความนิยมของการ์ตูนโดราเอมอน ทำให้มีการนำเอาการ์ตูนญี่ปุ่นเรื่องอื่น ๆ เข้ามาตีพิมพ์ในตลาดหนังสือการ์ตูน โดยกระแสของตลาดหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยในทศวรรษ 2520 เปลี่ยนไปจากที่เคยเป็นมาก่อนหน้า กล่าวคือผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยได้คัดสรรหนังสือการ์ตูนหลากหลายแนว เช่น การ์ตูนรัก การ์ตูนแอคชั่น การ์ตูนกีฬา การ์ตูนตลก-ทะเล่ิงทะเล่ิน การ์ตูนแนวลึกลับ ฯลฯ มาแปลและพิมพ์ขาย ไม่ได้จับการ์ตูนแนวยอดมนุษย์แปลงร่างเป็นหลักดังที่เป็นมาในช่วงก่อนหน้า ทั้งนี้พบว่าในช่วงปลายทศวรรษ 2520 การ์ตูนแนวแอคชั่นเป็นที่นิยม ดังนั้นสำนักพิมพ์หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยจึงมีการผลิตหนังสือการ์ตูนรายเดือน รายสัปดาห์ ที่รวมเอาการ์ตูนแอคชั่นเรื่องดัง ๆ ของญี่ปุ่นหลายเรื่องมาพิมพ์เป็นตอน ๆ ในหนังสือการ์ตูนแปลไทย ดังที่ในพ.ศ. 2527 สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจได้พิมพ์หนังสือการ์ตูน “เดอะ ซีโร่ (THE ZERO)” ซึ่งเน้นการ์ตูนแอคชั่นเป็นหลัก เช่น หมาป่าอหังการ, น้ำตาเพชรฆาต, แบท-เทอริ³

นอกจากการ์ตูนญี่ปุ่นจะครองตลาดประเภทหนังสือการ์ตูนแล้ว ด้านภาพยนตร์การ์ตูนที่มีฉายทางโทรทัศน์ก็พบว่า ในช่วงทศวรรษ 2520 การ์ตูนญี่ปุ่นครองพื้นที่ภาพยนตร์การ์ตูนที่ฉายทางโทรทัศน์ด้วย เห็นได้จากผังรายการภาพยนตร์การ์ตูนที่ฉายทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ในช่วงพ.ศ. 2520-2526 นั้นมีจำนวนภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นมากกว่าการ์ตูนฝรั่งอย่างชัดเจน โดยภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นครองพื้นที่รายการภาพยนตร์การ์ตูนที่ฉายทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท อย่างเบ็ดเสร็จเด็ดขาดนับตั้งแต่พ.ศ. 2526 ต่อเนื่องมาจนถึงพ.ศ. 2537 ซึ่งตลอดระยะเวลา 11 ปีนี้ภาพยนตร์การ์ตูนที่ฉายทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท มีแต่ภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่น ไม่มีภาพยนตร์การ์ตูนฝรั่งแม้แต่เรื่องเดียว⁴

จุดเปลี่ยนสำคัญของการบริโภคการ์ตูนญี่ปุ่นในประเทศไทยเกิดขึ้นในช่วงกลางทศวรรษ 2530 เมื่อสหรัฐอเมริกาออกมายเรียกร้องให้ประเทศคู่ค้าของสหรัฐอเมริกาเคร่งครัดต่อการบังคับใช้กฎหมายลิขสิทธิ์เพื่อให้ความคุ้มครอง “ทรัพย์สินทางปัญญา” ของสหรัฐอเมริกา การเรียกร้องของสหรัฐอเมริกามีผลให้คนไทยหลายฝ่ายในสังคมไทยเริ่มให้ความสนใจเรื่อง “กฎหมายลิขสิทธิ์” เพื่อรักษาสิทธิอันชอบธรรมของตนต่อ “ทรัพย์สินทางปัญญา” ที่เป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ไม่ให้ถูกละเมิดสิทธิ์ ถูกขโมยไปปลอมแปลงขายอย่างง่ายดายเป็นดังที่เคยเป็นมา ในแวดวงการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยพบว่าในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2535 ได้มีจดหมายเปิดผนึกจากสำนักพิมพ์น้องใหม่แห่งหนึ่งถึงบรรดาสำนักพิมพ์ต่าง ๆ ว่าสำนักพิมพ์น้องใหม่นั้นได้ติดต่อซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนดังในเวลานั้นอย่าง คราก้อนบอล จากทางญี่ปุ่นไว้แล้ว จึงแจ้งมาเพื่อให้สำนักพิมพ์แต่ละแห่งได้รับทราบและระงับการจัดพิมพ์การ์ตูนเรื่องดังที่สำนักพิมพ์น้องใหม่ได้ถือครองลิขสิทธิ์การจัดพิมพ์ในประเทศไทย หากสำนักพิมพ์อื่น ๆ ยังคงผลิตและจำหน่ายหนังสือการ์ตูนเรื่องดังนั้น ๆ สำนักพิมพ์ผู้ถือลิขสิทธิ์จะฟ้องร้องดำเนินคดีทางกฎหมาย ด้วยเหตุนี้บรรดาสำนักพิมพ์ต่าง ๆ ที่กำลังแปลและพิมพ์การ์ตูนดังออก

¹ แหล่งเดิม.

² ไพศาล ธีรพงศ์วิชัยพร. (2561). *เล่มเดิม*. หน้า 434-438.

³ เรียบเรียงจาก แหล่งเดิม. หน้า 439-445; The Cloud. (2563). “กิจจะรักมังงะ วุฒิ-วรวุฒิ วรวิทยานนท์ แฟนการ์ตูนญี่ปุ่นผู้เติบโตมาเป็น บ.ก. สำนักพิมพ์ที่บุกเบิกการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทย กับความเชื่อว่า ‘ความชอบการ์ตูนจะติดตัวไปจนวันตาย’.” (Online)

⁴ จรรยา เหลียวตระกูล. (2540). *พัฒนาการของภาพยนตร์การ์ตูนนำเข้าจากต่างประเทศที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท.* หน้า 51-54.

จำหน่ายในแบบ “รายสัปดาห์” และ “รายสะดวก” จึงพากันหยุดสายการผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยของตน¹

สถานการณ์ดังกล่าวนี้ทำให้สำนักพิมพ์ผู้ผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยรายใหญ่ตัดสินใจที่จะเจรจาซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนจากผู้ผลิตที่ญี่ปุ่น เห็นได้จากบทสัมภาษณ์ วรุฒิ วรวิทย์ยานนท์ บรรณาธิการบริหารของวิบูลย์กิจ พับลิชชิง กรุ๊ป ผู้คร่ำหวอดอยู่ในวงการหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยมายาวนานเกือบ 40 ปี วรุฒิ เล่าถึงการผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยของสำนักพิมพ์วิบูลย์กิจว่า เมื่อข่าวจากสำนักพิมพ์หนึ่งเกี่ยวกับการถือครองลิขสิทธิ์การผลิตการ์ตูนเรื่องดัง ดราก้อนบอล และการ์ตูนอีกหลายเรื่อง โดยจะดำเนินคดีทางกฎหมายต่อสำนักพิมพ์อื่นที่ผลิตและจำหน่ายการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยเรื่องที่สำนักพิมพ์นั้นถือลิขสิทธิ์อยู่ ทำให้สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจตัดสินใจเดินทางไปพูดคุยกับสำนักพิมพ์เจ้าของลิขสิทธิ์ที่ญี่ปุ่นโดยตรง วรุฒิได้เล่าว่า เมื่อเขาตระเวนไปตามสำนักพิมพ์การ์ตูนชื่อดังต่าง ๆ นั้น สิ่งที่ได้รับคือ เสียงต่อว่า แต่โชคดีที่มีสำนักพิมพ์หนึ่งที่เข้าใจเพราะสำนักพิมพ์นั้นเติบโตมาจากคนที่ชอบการ์ตูนเหมือนกันจึงให้ออกาสสำนักพิมพ์วิบูลย์กิจผลิตการ์ตูนฉบับลิขสิทธิ์ แต่ต้องหยุดผลิตของเดิมที่เคยทำมาแล้วเริ่มผลิตฉบับลิขสิทธิ์ขึ้นมาใหม่ ดังนั้นสำนักพิมพ์วิบูลย์กิจจึงตัดสินใจปิดนิตยสารการ์ตูนญี่ปุ่นทุกเล่มที่เคยสร้างรายได้ให้บริษัทโดยหยุดการผลิต 1 เดือนเพื่อเริ่มต้นใหม่ จากนั้นได้กลับมาออกหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยที่ขอลิขสิทธิ์จากญี่ปุ่นอย่างถูกต้อง²

นอกจากสำนักพิมพ์วิบูลย์กิจแล้วในช่วงเวลาไล่เลี่ยกันได้มีสำนักพิมพ์หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยอีก 2 แห่งที่ดำเนินการซื้อลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง ดังที่หนังสือ “การ์ตูนไทย: ศิลปะและประวัติศาสตร์” ของ นิโคลาส เวิร์สแตปเปน ได้ให้ข้อมูลว่า มีสำนักพิมพ์ไทย 3 แห่งที่เซ็นสัญญาซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนญี่ปุ่นก่อนที่รัฐบาลไทยจะประกาศใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 คือ สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ, เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์ (บริษัทในเครือเนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป), สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมมิคส์³ หลังจากมีการประกาศใช้พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์จึงมีสำนักพิมพ์อีก 3 แห่งที่ดำเนินการซื้อลิขสิทธิ์การ์ตูนอย่างถูกต้องและก้าวขึ้นมาเป็นสำนักพิมพ์หลักในการผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยเพิ่มขึ้นจาก 3 เป็น 6 สำนักพิมพ์ได้แก่ 3 รายเดิมอย่าง สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ, เนชั่น เอ็กมอนท์ เอ็ดดูเทนเมนท์, สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมมิคส์ และที่เพิ่มขึ้นมาคือ สำนักพิมพ์บงกช, สำนักพิมพ์บูรพา, สำนักพิมพ์ Tomorrow Comix โดยระหว่างปี 2540-2543 สำนักพิมพ์ 3 แห่งหลังนี้ค่อย ๆ ก้าวขึ้นมาเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยฉบับมีลิขสิทธิ์ถูกต้อง⁴

น่าสนใจว่า นับจากกลางทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา ตลาดการ์ตูนในประเทศไทยมีลักษณะที่หลากหลายและซับซ้อนยิ่งขึ้น ในส่วนของหนังสือการ์ตูนนั้นด้านหนึ่งมีการผลิตและจำหน่ายหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยที่ถูกลิขสิทธิ์ หากแต่อีกด้านหนึ่ง สำนักพิมพ์รายใหญ่ผู้ผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยอย่างสำนักพิมพ์วิบูลย์กิจได้ออกหนังสือการ์ตูนไทยที่คล้ายคลึงกับการ์ตูนญี่ปุ่นออกมาวางจำหน่ายในตลาด โดยในพ.ศ. 2535 สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจได้ออกหนังสือการ์ตูนไทยรายเดือนชื่อ “ไทยคอมมิคส์” ซึ่งลงการ์ตูนไทยเรื่องยาวประมาณ 4-5 เรื่องในเล่ม การ์ตูนไทยที่ลงพิมพ์ในหนังสือ “ไทยคอมมิคส์” นี้มีลายเส้น เนื้อหา การวางสตอรี่บอร์ด (story-board) คล้ายกับการ์ตูนญี่ปุ่น⁵ ทั้งนี้ยังไม่รวมถึงว่าในช่วงกลางทศวรรษ 2540 สำนักพิมพ์บางแห่งได้ผลิตหนังสือการ์ตูนสัญชาติอื่นแปลไทยออกสู่ตลาด เช่น สำนักพิมพ์บงกชและสำนักพิมพ์ในเครือเนชั่นได้ผลิตหนังสือการ์ตูนซูเปอร์ฮีโร่ของสหรัฐอเมริกาฉบับแปลไทย สำนักพิมพ์สยามอินเตอร์คอมมิคส์ได้ผลิตหนังสือการ์ตูนสัญชาติเกาหลีฉบับแปลไทย⁶

¹ ไพศาล ธีรพงศ์วิษณุพร (2561). เล่มเดิม. หน้า 466-469.

² The Cloud. (2563). หน้าเดิม.

³ นิโคลาส เวิร์สแตปเปน. (2564). เล่มเดิม. หน้า 218; ข้อมูลเกี่ยวกับพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์นี้ผู้แต่งได้แก้ไขข้อมูลเนื่องจากหนังสือของ เวิร์สแตปเปน ระบุว่ากฎหมายลิขสิทธิ์ของไทยบังคับใช้เมื่อพ.ศ. 2538 แต่ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาชี้ว่า พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ประกาศใช้ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2537.

⁴ แหล่งเดิม.

⁵ วรชัย วานิชวัฒนากุล. (2549). การสื่อสารความหมายใน “การ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่”. หน้า 8.

⁶ ไพศาล ธีรพงศ์วิษณุพร. (2561). เล่มเดิม. หน้า 586-587.

สอดคล้องกับที่พบว่า ภาพยนตร์การ์ตูนที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ในช่วงปลายทศวรรษ 2530 ต่อเนื่องจนถึงต้นทศวรรษ 2540 นอกจากภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นที่เป็นตัวอื่น ยังมีภาพยนตร์การ์ตูนฝรั่งด้วย เห็นได้จากผังรายการภาพยนตร์การ์ตูนที่ฉายทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ในช่วงพ.ศ. 2539 ถึงต้นปีพ.ศ. 2540 ที่รายการยืนพื้นยังคงเป็นภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่น แต่มีจำนวนภาพยนตร์การ์ตูนฝรั่งเพิ่มขึ้น¹

เมื่อพิจารณาถึงตลาดการ์ตูนในสังคมไทยช่วงทศวรรษ 2550 กล่าวได้ว่า ความนิยมการ์ตูนญี่ปุ่นยังคงมีอยู่ แต่สิ่งที่เริ่มเปลี่ยนไปคือ ช่องทางในการบริโภคการ์ตูน เห็นได้จากบทสัมภาษณ์ วรุฒิ วรวิทยานนท์ บรรณาธิการบริหารของวิบูลย์กิจ พับลิชชิ่ง กรุ๊ป ซึ่งให้สัมภาษณ์ไว้เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2563 ในบทสัมภาษณ์ดังกล่าว วรุฒิ ได้เล่าว่า เมื่อเกือบ 10 ปีที่ผ่านมา (คือ นับย้อนไปราวกลางทศวรรษ 2550-ผู้อ้ำ) วิบูลย์กิจมีการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้อ่านที่เปลี่ยนมาบริโภคการ์ตูนทางสื่อดิจิทัลมากขึ้น ทางวิบูลย์กิจจึงผลิตการ์ตูนในรูปแบบอี-บุ๊กส์ (e-book) ให้ผู้อ่านซื้อหาและอ่านการ์ตูนได้ทางแอปพลิเคชัน Vibulkij เพิ่มขึ้นจากเดิมที่มีแค่สื่อกระดาษ โดยสำนักพิมพ์วิบูลย์กิจเป็นสำนักพิมพ์รายแรก ๆ ในประเทศไทยที่ผลิตการ์ตูนในรูปแบบอี-บุ๊กส์² ขณะเดียวกันก็ยังมีการผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยออกสู่ตลาด

ด้านภาพยนตร์การ์ตูนที่ออกอากาศทางโทรทัศน์พบว่า รายการภาพยนตร์การ์ตูนที่ออกอากาศทางโทรทัศน์ในช่วงทศวรรษ 2550 หลัก ๆ แล้วยังคงเป็นการ์ตูนญี่ปุ่น เห็นได้จากรายการการ์ตูนที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อ.ส.ม.ท ในช่วงทศวรรษ 2550 ส่วนใหญ่เป็นภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่น เช่น มหัศจรรย์สาวน้อยพริตตี้เคียว แมกซ์ฮาร์ต, อุเอคิ ฝ่ามิติอลเวง (ทั้ง 2 เรื่องออกอากาศในพ.ศ. 2550), โดราเอมอน (ออกอากาศต่อเนื่องตั้งแต่พ.ศ. 2550-2556), โทริโกะ ยอดคนเปิบพิสดาร (ออกอากาศต่อเนื่องระหว่างพ.ศ. 2556-2558), โยไคววอทซ์ (ออกอากาศปี 2559)³ หรือรายการการ์ตูนที่ออกอากาศทางช่อง “แก๊งการ์ตูนแซแนล” ของบริษัทโรส มีเดีย แอนด์ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ผ่านช่องโทรทัศน์ดาวเทียม ระหว่างพ.ศ. 2551-2560 โดยหลัก ๆ แล้วทางช่องได้นำเอาภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่น เช่น แบล็คแจ็ก หมอปีศาจ, ปาร์แมน, คู่แฝดอภินิหาร, เคโรโระ ขบวนการอ๊บอ๊บป่วนโลก ฯลฯ รวมทั้งภาพยนตร์ประเภทคนแสดง เช่น ขบวนการโกเรนเจอร์, ขบวนการชินเคนเจอร์, ขบวนการโกโคเจอร์ มาฉาย⁴

3. การปลักการ์ตูนให้เป็นวัฒนธรรมชายขอบด้วยวาทกรรม “การ์ตูนเป็นสิ่งไร้สาระ สิ่งเลวร้าย”

การทำให้การ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่เด็กและเยาวชน มีสถานะเป็นสิ่งไร้สาระ สิ่งเลวร้าย ปรากฏให้เห็นเป็น 2 ระลอก ดังนี้

3.1 ช่วงกลางทศวรรษ 2510 ถึงทศวรรษ 2520

ไพศาล อธิพงษ์วิเศษ ผู้ผลิตงานเขียนว่าด้วยประวัติศาสตร์ของการ์ตูนในไทย ได้เล่าว่า ในช่วงพ.ศ. 2514-2516 ที่นักศึกษาปัญญาชน มีการรวมกลุ่มกันเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องประชาธิปไตย ต่อต้านรัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร ซึ่งบริหารประเทศด้วยระบอบเผด็จการ ได้ส่งผลกระทบต่อแวดวงหนังสือการ์ตูนในไทย เนื่องจากเหล่านักศึกษาคณะหนุ่มสาวได้จุดกระแสต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น ในส่วนของหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยนั้นนักศึกษาหนุ่มสาวมองว่าการ์ตูนเป็น “ตัวแทน” วัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มอมเมาเยาวชนให้ลุ่มหลงไปกับวัฒนธรรมต่างดาวที่แปลกปลอม⁵ ทั้งนี้กระแสการต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นที่จุดขึ้นโดยนักศึกษา ปัญญาชน ในเวลานี้เกิดขึ้นในช่วงจังหวะที่เศรษฐกิจไทยขาดดุลการค้ากับญี่ปุ่นจำนวนมหาศาลติดต่อกันมาหลายปี ทำให้บัณฑิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

¹ จรรยา เหลียวตระกูล. (2540). *เล่มเดิม*. หน้า 57-59.

² The Cloud. (2563). หน้าเดิม.

³ “ช่อง 9 การ์ตูน”. (2564). (Online).

⁴ “แก๊งการ์ตูนแซแนล”. (2564). (Online).

⁵ ไพศาล อธิพงษ์วิเศษ. (2561). *เล่มเดิม*. หน้า 364-365.

ร่วมกันตั้ง “ชมรมต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น” เพื่อต่อต้านการรุกรานทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น กระตุ้นให้นักศึกษาทุกระดับวิทยาลัยร่วมกันต้าน เป็นตัวอย่างให้ประชาชนได้เห็นแล้วลุกขึ้นต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นอันเป็นก้าวแรกในการลดการขาดดุลการค้าของไทย ในแง่วิธีการต่อต้าน สินค้าญี่ปุ่นโดยกลุ่มนักศึกษา ปัญญาชน นั้นกลุ่ม “สภากาแฟ” ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ได้จัดทำหนังสือ “ภัยเหลือง” ซึ่งมีเนื้อหาวิพากษ์บทบาทการครอบงำเศรษฐกิจไทยโดยญี่ปุ่นออกเผยแพร่ ขณะเดียวกัน ธีรยุทธ บุญมี เลขาธิการของศูนย์กลางนิสิต นักศึกษาแห่งประเทศไทยได้รณรงค์ต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นด้วยการจัดนิสิตนักศึกษาไปเดินแจกแถลงการณ์และถือป้ายประท้วงสินค้า ญี่ปุ่นที่หน้าห้างสรรพสินค้าไทยโตมารู ถนนราชประสงค์ การเคลื่อนไหวครั้งนี้เป็นข่าวดังในหน้าหนังสือพิมพ์ทุกฉบับในวันต่อมา ทำให้นักศึกษาและประชาชนให้ความสนใจเรื่องการต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น นอกจากนี้อีกด้านหนึ่งพบว่า นักศึกษา ปัญญาชน ได้จัดงานสัมมนาและนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับสินค้าไทย ส่งเสริมให้คนไทยใช้สินค้าไทย รวมทั้งเพื่อเป็นการเผยแพร่แนวคิด “ชาตินิยม” ไปยังสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ส่งเสริมให้เกิดจิตสำนึกรักชาติ เป็นกำลังในการพัฒนาชาติ¹

โดยภาพรวมแล้วกล่าวได้ว่า การเคลื่อนไหวของขบวนการนักศึกษา ปัญญาชน ในช่วงเวลานี้ส่งผลสะท้อนต่อสังคมอย่างมากเนื่องจากการเคลื่อนไหวที่มีชนชั้นกลางจำนวนมากเข้าร่วมเป็นมวลชนที่สนับสนุนข้อเรียกร้องทางการเมืองและสังคมของ ขบวนการนักศึกษา ปัญญาชน อันมีผลให้การเคลื่อนไหวครั้งใหญ่ของนักศึกษา ปัญญาชน ระหว่างวันที่ 6-16 ตุลาคม พ.ศ. 2516 ซึ่งเรียกกันในชื่อ “เหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516” มีมวลชนนับแสนคนร่วมเดินขบวนขับไล่รัฐบาลเผด็จการทหารของจอมพลถนอม กิตติขจร จนประสบความสำเร็จ ประเทศกลับสู่การปกครองระบอบประชาธิปไตย² แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะส่วนของกิจกรรมต่อต้าน สินค้าญี่ปุ่นที่เกิดขึ้นในช่วงพ.ศ. 2514-2515 แล้วกล่าวได้ว่าการต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นไม่ใช่เป้าหมายใหญ่ของขบวนการนักศึกษา ปัญญาชน ในเวลานั้น กิจกรรมต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นที่นักศึกษา ปัญญาชน จัดขึ้นในปี 2515 มีวัตถุประสงค์หลักอยู่ที่การวิพากษ์นโยบายทาง เศรษฐกิจของรัฐบาลโดยใช้แนวคิดชาตินิยมเป็นเครื่องมือระดมมวลชน³ กระแสการต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นยังคงมีต่อมาอีก 12 ปี ดังปรากฏว่าในเดือนมกราคม พ.ศ. 2517 ได้มีการประท้วงต่อต้านอิทธิพลทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่นระหว่างที่นายกรัฐมนตรีธานาคะ คาคุเออิ ของญี่ปุ่นมาเยือนประเทศไทย ต่อมาในเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2526 ได้มีการประท้วงหน้าบ้านพักรับรองเอกอัครราชทูตญี่ปุ่น ระหว่างที่นายกรัฐมนตรีธานากะ โยชิโร ของญี่ปุ่นมาเยือนประเทศไทย ถัดมาในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2527 ได้มีการรณรงค์ต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นนำโดยนายกองค์การนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยที่การประท้วงสินค้าญี่ปุ่นในพ.ศ. 2517 มีผู้เข้าร่วม เป็นจำนวนมากเช่นเดียวกับการรณรงค์ต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นเมื่อพ.ศ. 2515 แต่การประท้วง 2 ครั้งหลังในปี 2526 และในปี 2527 นั้นมี จำนวนผู้เข้าร่วมประท้วงไม่มากนัก (เมื่อเทียบกับการรณรงค์ต่อต้านเมื่อพ.ศ. 2515)⁴

แม้ว่ากระแสการต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นดูเหมือนจะเป็นกระแสที่ยาวนาน แต่จากข้อมูลเกี่ยวกับการประท้วงต่อต้านอิทธิพลทาง เศรษฐกิจของญี่ปุ่นระหว่างพ.ศ. 2517-2527 ที่ได้กล่าวมาแสดงให้เห็นว่ากระแสต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นลดพลังลงเมื่อเวลาผ่านไป เมื่อเรา พิจารณาถึงผลกระทบของกระแสต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นที่มีต่อตลาดหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยกล่าวได้ว่า กระแสต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น ส่งผลกระทบต่อตลาดหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยในแง่ที่นักศึกษา ปัญญาชน ผู้จุดกระแสต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นได้ให้ความหมายหนังสือ การ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยว่าเป็นตัวแทนวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ผลิตขึ้นมาจากอเมริกาอาวชนไทยให้กลุ่มหลงวัฒนธรรมต่างดาว แต่กระแสดังกล่าว

¹ เรียบเรียงจาก สุชาชัย ยิ้มประเสริฐ. (2564). *เมื่ออรุณจะรุ่งฟ้า: ขบวนการนักศึกษาไทย พ.ศ. 2513-2519*. หน้า 67; จรัล ดิษฐาอภิชัย. (2546). *ก่อนจะถึง 14 ตุลา: บันทึก ความทรงจำเกี่ยวกับพัฒนาการและบทบาทของขบวนการนักศึกษายุคถนอม-ประภาส*. หน้า 111-114; อัจฉราพร แสนอาทิตย์. (2557). *การต่อต้านสินค้า ญี่ปุ่น พ.ศ. 2515-2527*. หน้า 21-46.

² ดุริยละเอียดใน ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2541). “14 ตุลา: บันทึกประวัติศาสตร์”. ใน ชาญวิทย์ เกษตรศิริ และ อารังศักดิ์ เพชรเลิศอนันต์ (บรรณาธิการ). *จาก 14 ถึง 6 ตุลา*. หน้า 179-203; โคม ไกรปกรณ์. (2563). *เส้นทางประชาธิปไตย*. หน้า 130-145.

³ อัจฉราพร แสนอาทิตย์. (2557). *เล่มเดิม*. หน้า 48.

⁴ *เล่มเดิม*. หน้า 49-50.

มีอาจหยุดการผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยได้ ดังที่หนังสือ “การ์ตูนไทย ศิลปะและประวัติศาสตร์” โดย นิโคลาส เวิร์สแตปเป็นได้ชี้ว่า ในช่วงพ.ศ. 2515-2520 นักเขียนการ์ตูนชาวไทยยังคงผลิตหนังสือการ์ตูนไทยที่นำเอาตัวละครและเนื้อเรื่องของการ์ตูนญี่ปุ่นมาดัดแปลงเป็นการ์ตูนไทยออกสู่ตลาดหนังสือการ์ตูน ก่อนที่ในพ.ศ. 2523 การ์ตูนญี่ปุ่นจะกลับมาเป็นที่นิยมเมื่อภาพยนตร์การ์ตูน “โดราเอมอน” ได้รับความนิยมอย่างมาก¹ กระแสความนิยมการ์ตูนเรื่อง “โดราเอมอน” ทำให้มีการผลิตสินค้าเกี่ยวกับโดราเอมอนออกสู่ตลาด เช่น หนังสือการ์ตูน เพลง ของเล่น ปรากฏการณ์นี้นำมาสู่การที่ในพ.ศ. 2526 ได้มีครู นักวิชาการ ออกมาวิพากษ์วิจารณ์การ์ตูนในเชิงลบว่า การ์ตูนกำลังทำให้เด็ก ๆ ถูกครอบงำด้วยญี่ปุ่นนิยมซึ่งอาจเป็นหนทางหนึ่งที่ญี่ปุ่นจะครองเศรษฐกิจไทยในอนาคต²

3.2 ช่วงปลายทศวรรษ 2540

ขณะที่การ์ตูนญี่ปุ่นกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งนับตั้งแต่ทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา อีกด้านหนึ่งนั้นพบว่าการสร้างและถ่ายทอดความคิดที่ว่าการ์ตูนเป็นสิ่งเลวร้ายก็ยังคงมีสืบเนื่องต่อมาในสังคมไทยด้วยเช่นกัน ที่สำคัญคือในวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2548 สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีหรือช่อง 9 อสมท. ได้ออกอากาศสารคดีชุดหลุมดำซึ่งเป็นสารคดีที่นำเสนอแง่มุมด้านมืดต่าง ๆ ในสังคมให้คนในสังคมรับรู้ สารคดีตอนที่ออกอากาศในคืนวันที่ 27 สิงหาคม 2548 นำเสนอตอน “การ์ตูนสายพันธุ์ใหม่ ใครคือเหยื่อ” เนื้อหาเล่าเกี่ยวกับหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีขายในตลาดโดยชี้ว่า การ์ตูนส่วนใหญ่มีเนื้อหาลามก อนาจาร เน้นความรุนแรง การ์ตูนเหล่านี้ได้แพร่กระจายไปสู่เด็ก เยาวชน รวมถึงผู้อ่านทุกเพศ ทุกวัย ซึ่งได้ซึมซับเนื้อหาที่บั่นทอนศีลธรรมเข้าไป³ หลังจากสารคดีหลุมดำตอนนี้ ออกอากาศทำให้ผู้ใหญ่จำนวนหนึ่งที่ได้ชมรายการนี้มองว่าหนังสือการ์ตูนเป็นพา เป็นภัย เป็นสิ่งอันตราย ผู้ใหญ่บางคนเอาหนังสือการ์ตูนของลูกไปเผาทำลาย เอาไปทิ้ง บางคนเอาชุดคอสเพลย์ของลูกไปเผา สำนักพิมพ์ผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นพากันตรวจสอบจับผิดตนเอง (self censor) ด้วยการเบลอกภาพหรือป้ายดำในการ์ตูนเพื่อปิดสิ่งที่ผู้เห็นการ์ตูนจะรู้สึกว่าเป็นภาพอนาจาร การทำเช่นนี้เพื่อป้องกันปัญหา ขณะที่ฝั่งผู้อ่านที่เป็นผู้ชื่นชอบการ์ตูนเมื่ออ่านจะเกิดความงุนงงกับเนื้อเรื่องได้ เนื่องจากการเซ็นเซอร์ภาพโดยสำนักพิมพ์⁴

ผู้วิจัยเห็นว่า การต่อต้านการ์ตูนที่ปรากฏออกมาในรูปแบบของรายการสารคดี “หลุมดำ” และการที่ผู้ปกครองนำเอาหนังสือการ์ตูนของลูกไปเผาหรือทิ้ง มีที่มาจากปัจจัย 2 ประการ

ปัจจัยแรก มาจากรากฐานทางประวัติศาสตร์ของความคิดเกี่ยวกับ “เด็ก” และการปฏิบัติต่อเด็กของสังคมไทยนับตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเป็นต้นมาที่รัฐได้เข้าควบคุมประชากรผ่านระบบต่าง ๆ ที่รัฐนำมาใช้ในการเปลี่ยนครอบครัวให้เป็นส่วนหนึ่งของการปกครอง เช่น การนำเอาธรรมเนียมการใช้นามสกุลแบบตะวันตกมาใช้ในการปรับเปลี่ยนให้ประชาชนมีความเป็นกลุ่มเป็นก้อนภายในครอบครัวหนึ่ง ๆ ที่สมาชิกใช้นามสกุลเดียวกัน มีโครงสร้างองค์กรภายในครอบครัวนั้น ๆ และอยู่ในระบบสำมะโนประชากรที่รัฐตั้งขึ้น ตลอดจนมีการสอดส่องดูแลให้เด็กซึ่งเป็นสมาชิกคนสำคัญในครอบครัวหนึ่ง ๆ ในฐานะชีวิตและจิตใจของพ่อแม่ ให้อยู่ในกรอบ ในระเบียบวินัย เพื่อที่รัฐจะสามารถควบคุมพฤติกรรมของผู้เป็นพ่อแม่ผ่านเด็กซึ่งถูกขัดเกลาด้วยระบบการศึกษาของรัฐและถูกบอกให้เรียกร้องให้พ่อแม่ทำสิ่งที่รัฐมองว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง ขณะเดียวกันเมื่อเด็กเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่ผ่านการขัดเกลาโดยรัฐก็จะเป็นพลเมืองที่ดีของรัฐต่อไป⁵ โดยการควบคุมเด็กและเยาวชนในประวัติศาสตร์อันใกล้ที่ผู้ปกครองเด็กในช่วงปลายทศวรรษ 2540 ที่รายการ “หลุมดำ” ออกอากาศทางโทรทัศน์ มีประสบการณ์ไม่ว่าจะโดยตรงหรือโดยอ้อมคือ ในสมัยรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ (พ.ศ. 2501-2506) และรัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจร (พ.ศ. 2506-2516) ซึ่งรัฐบาลมีนโยบายจัดระเบียบเด็กโดย

¹ นิโคลาส เวิร์สแตปเป็น. (2564). *เล่มเดิม*. หน้า 214-215.

² *เล่มเดิม*. หน้า 215-216.

³ “ถึงลูกถึงคน ตอนหลุมดำ-ถกเรื่องการ์ตูน”. (2557). (Online).

⁴ “Pluto Time to Play EP.308 โศกนาฏกรรม “หลุมดำ” วงการการ์ตูนไทย”. (2021). (Online).

⁵ ตู ธนศ วงศ์ยานนาวา และเพื่อน. (2561). *ครอบครัวจินตกรรม: บทวิพากษ์ว่าด้วยชุมชน การปกครอง และรัฐ*. กรุงเทพฯ: Illumination Editions.

ใช้กิจกรรมวันเด็กแห่งชาติ การตั้งศูนย์เยาวชนสำหรับเด็กให้เด็กใช้เวลาว่างด้วยการเล่นกีฬา เล่นดนตรี เป็นช่องทางในการขัดเกลาเด็ก และเยาวชนให้มีระเบียบวินัย¹

ปัจจัยอย่างที่สอง มาจากบริบททางสังคม การเมือง ในช่วงปลายทศวรรษ 2540 เองที่เกิดกระแสความตื่นตัวเรื่องการขาดคุณธรรม ศีลธรรม ทางสังคม ดังปรากฏว่าในช่วงพ.ศ. 2547-2548 พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร (ยศในขณะนั้น) นายกรัฐมนตรีถูกวิพากษ์วิจารณ์ถึงความชอบธรรมทางการเมืองจากการใช้นโยบายประกาศสงครามกับยาเสพติด ทำให้มีผู้ที่ถูกจับ ถูกวิสามัญฆาตกรรม กว่า 2,000 คนเนื่องจากเจ้าหน้าที่รัฐเชื่อว่าเป็นผู้ค้ายาเสพติด อีกทั้งนายกรัฐมนตรียังถูกตั้งคำถามเกี่ยวกับจริยธรรม ศีลธรรม จากการขายหุ้นของเขาในบริษัทชิน คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) ให้แก่กองทุนเทมาเส็กของสิงคโปร์มูลค่ากว่า 73,000 ล้านบาทโดยไม่เสียภาษีให้รัฐไทย นำมาสู่การรวมกลุ่มกันของชนชั้นกลางที่เรียกตนเองว่า “พันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย” ออกมาต่อต้านพันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร²

เมื่อพิจารณาโดยประกอบ 3 สิ่งคือ 1. รายการสารคดีโทรทัศน์ “หลุมดำ” 2. ท่าทีของผู้ปกครองเด็กหลังจากรายการสารคดี “หลุมดำ” ออกอากาศทางโทรทัศน์ 3. ปัจจัยทางสังคม-การเมืองทั้ง 2 ประการที่ได้กล่าว คงทำให้เราเข้าใจถึงการประกอบสร้าง “วาทกรรม” (discourse) หรือชุดความรู้ที่ใช้อธิบายสิ่งต่าง ๆ และกำหนดความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างบุคคลต่าง ๆ ในสังคมและความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว จนเกิดระบบระเบียบของสังคมมนุษย์ขึ้น³ ได้ว่า วาทกรรมที่รายการ “หลุมดำ” สร้างขึ้นในปี.ศ. 2548 ว่าการตุนถั่วป่นเป็นสิ่งเลวร้าย มีเนื้อหาลามก อนาจาร เน้นความรุนแรง ได้ถูกเผยแพร่สู่สังคมผ่านรายการโทรทัศน์ซึ่งเป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้คนจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกันนั้นมีที่มาจากรากฐานความคิดทางสังคมที่มุ่งควบคุมให้เด็กและเยาวชนอยู่ในระเบียบวินัยแบบที่รัฐและสังคมกระแสหลักต้องการให้เป็น ตลอดจนเหตุปัจจัยทางสังคม-การเมืองในช่วงปลายทศวรรษ 2540 เองที่เกิดกระแสความตื่นตัวเรื่องคุณธรรม จริยธรรม ของคนในสังคม (โดยเฉพาะผู้นำทางการเมือง) วาทกรรมที่รายการสารคดี “หลุมดำ” สร้างและถ่ายทอดสู่สังคมนี้มีผลให้กระแสต่อต้านการตุนถั่วป่นโหมสะพัดขึ้นอีกครั้ง กล่าวได้ว่าในสถานการณ์เช่นนี้เด็กและเยาวชนผู้ชื่นชอบการอ่านหนังสือการ์ตูนได้ถูกเบียดขับให้มีสถานะเป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” เนื่องด้วยหนังสือการ์ตูนถูกระแสหลักของสังคมให้ความหมายว่าเป็นสิ่งเลวร้าย ทำให้ผู้อ่านได้รับสาส์นที่สังคมไม่พึงประสงค์

4. การสร้างพื้นที่ทางสังคมของโอตาคุ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า “โอตาคุ” ได้ถูกเบียดขับโดยวาทกรรมกระแสหลักของสังคมให้มีสถานะเป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ประเด็นที่ผู้วิจัยให้ความสนใจคือ มี่งานศึกษาทางสังคมศาสตร์หลายชิ้นที่ศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มคนที่ถูกเบียดให้เป็น “คนชายขอบ” ด้วยลักษณะทางชาติพันธุ์ เพศสภาพ โดยชี้ว่าคนชายขอบจะมีการตอบโต้และเคลื่อนย้ายตัวเองออกจากภาวะชายขอบด้วยการให้ความหมายใหม่ (redefine) ทฤษฎีความใหม่ (reinterpret) เกี่ยวข้องกับความเป็นชายขอบของตนเอง นำเสนออัตลักษณ์หรือตัวตน (identity) ของตนเอง ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น พิธีกรรม กิจกรรมทางสังคม งานศิลปะ เรื่องเล่า ฯลฯ อันเป็นการสร้างพื้นที่ทางสังคม (social space) สำหรับสื่อสาร ต่อรอง กับสังคมให้เข้าใจคนที่ถูกขังขังป้ายให้ เป็น “คนชายขอบ” ดังที่ได้กล่าวไว้ในตอนต้นของบทความนี้แล้ว ผู้วิจัยจึงสงสัยว่าในกรณีของ “โอตาคุ” ซึ่งเป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ได้มีการสร้างพื้นที่ทางสังคมของตนเองหรือไม่ อย่างไร

¹ คุญญพันธ์ พงษ์ลาวัลย์. (2561). *ประวัติศาสตร์สำเนียง*. หน้า 172-185.

² นูอิ เอียวศรีวงศ์. (2549). *วัฒนธรรมคนอย่างทักษิณ*. กรุงเทพฯ: มติชน; บัณฑิต จันทร์โรจน์กิจ. (2563). *การเมืองไทยร่วมสมัย*. หน้า 182-200.

³ ความหมายของคำว่า “วาทกรรม” (discourse) ในที่นี้ใช้ตามคำอธิบายของ มิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault) นักคิดชาวฝรั่งเศส โดยผู้วิจัยสรุปเรียบเรียงจาก ชัยวัฒน์ สถาอานันท์. (2533, กุมภาพันธ์-กรกฎาคม). “ท้าววิทยาแห่งวาทกรรม: ทำความเข้าใจอำนาจแห่งวาทกรรมว่าด้วยการรายล้อมลับป้าง”. *สมุดสังคมศาสตร์* 12 (3-4): 177-180; นูอิ เอียวศรีวงศ์. (2531-2532, กันยายน-เมษายน). “จดหมายตอบ”. *รัฐศาสตร์สาร* 14-15 (3-4): 325-326.

หากพิจารณากระแสการทำให้การ์ตูนเป็นสิ่งเลวร้ายโดยถือว่าจุดตั้งต้นครั้งใหญ่เกิดขึ้นเมื่อกลางทศวรรษ 2510 ซึ่งกลุ่มนักศึกษา ปัญญาชน ได้จุดกระแสการต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น ส่งผลให้หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยถูกให้ความหมายในทางลบว่าเป็นสิ่งไร้สาระ เป็นสิ่งมอมเมาเยาวชนให้ลุ่มหลง วัฒนธรรมต่างชาติ แต่กระแสดังกล่าวไม่อาจหยุดการผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยโดยสำนักพิมพ์ต่างๆ ดังที่ได้กล่าวแล้ว ทั้งนี้กล่าวได้ว่าในบริบทที่กระแสต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นเป็นประเด็นทางสังคมอยู่นั้น ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือการ์ตูนเป็นผู้เปิดและรักษาพื้นที่ให้หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นยังมีตำแหน่งแห่งที่อยู่สังคมไทย ดังที่ไพศาล ธีรพงษ์วิชญ์พรได้ให้ข้อมูลว่า ในปีพ.ศ. 2514 ข. ชาญวิทย์ (นามแฝงของทินกร ต้นดีอำไพวงศ์) ได้จัดทำหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยชื่อ “เพื่อนน้อง” ให้สำนักพิมพ์อักษรทอง ART หรืออาร์ต (นามแฝงของ สุรเดช และ พินิต ฉันทประทีป) จัดทำหนังสือการ์ตูน “แฮปปี้อิท” ให้สำนักพิมพ์ศิริสาสน์ ตะวัน แสนยากร (นามแฝงของ ตะวัน สิริวรวิทย์) ทำหนังสือการ์ตูน “บอย” ให้สำนักพิมพ์สหยาสาสน์ ถัดมาในปี 2515 ตะวัน แสนยากร ได้จัดทำหนังสือการ์ตูน “ทีวีเด็ก” ให้สำนักพิมพ์พิริยะสาสน์ ในปี 2516 ที่เกิดกระแสต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น ตะวัน แสนยากร ได้จัดทำหนังสือการ์ตูน “ลิตเติ้ลเกิล” ให้สำนักพิมพ์พิริยะสาสน์ รวมทั้งทำ “ท้อปการ์ตูน” ให้กับสำนักพิมพ์อุดมศึกษา วงการผู้ผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยยังคงผลิตหนังสือออกสู่ตลาดต่อเนื่องมา ที่น่าสนใจคือใน พ.ศ. 2518 อุดม ตั้งทัตสวัสดิ์ ได้ทำหนังสือ “ทีวีไลน์” ให้สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ หนังสือทีวีไลน์นี้ถือเป็นหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยที่มีอายุการจัดทำคงอยู่ยืนนานต่อมาจนถึงกลางทศวรรษ 2530¹

นับตั้งแต่กลางทศวรรษ 2530 เป็นต้นมา วงการผู้ผลิตหนังสือการ์ตูนในไทยได้เพิ่มพื้นที่ให้ผู้ที่มีความชื่นชอบการ์ตูนเข้ามามีส่วนร่วม ดังพบว่าใน พ.ศ. 2535 สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจซึ่งเป็นผู้จัดพิมพ์หนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยรายใหญ่ในประเทศไทย ได้ออกหนังสือการ์ตูนไทยรายเดือนชื่อ “ไทยคอมมิคส์” ซึ่งเป็นการรวบรวมการ์ตูนเรื่องยาว ผลงานของนักเรียนการ์ตูนไทยทั้งมืออาชีพและมือใหม่มาลงพิมพ์ใน “ไทยคอมมิคส์” ประมาณ 4-5 เรื่อง เป็นประจำทุกเดือน² ต่อมาในปี 2537 นิตยสารบูม (Boom) นิตยสารการ์ตูนของบริษัทเนชั่น เอ็ดดูเทนเมนท์ ซึ่งตีพิมพ์การ์ตูนเรื่องยาวของญี่ปุ่นที่บริษัทได้ลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง ได้นำเอาการ์ตูนที่เขียนโดยนักเรียนการ์ตูนชาวไทยมาตีพิมพ์ด้วย³ ถัดมาในปี 2538 นิตยสารซี-คิดส์ (C-KIDS) นิตยสารการ์ตูนของบริษัทสยามอินเตอร์คอมมิคส์ ซึ่งนำเอาการ์ตูนเรื่องยาวของญี่ปุ่นที่บริษัทได้ลิขสิทธิ์อย่างถูกต้องมาพิมพ์ในนิตยสาร ทั้งนี้ในนิตยสารยังนำเอาผลงานการ์ตูนของนักเรียนการ์ตูนชาวไทย ทั้งที่เป็นมือสมัครเล่น และที่กำลังไต่ขึ้นมาเป็น “มืออาชีพ” ผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนกันมาลงใน ซี-คิดส์ ด้วย⁴

การที่ผู้ผลิตหนังสือการ์ตูนในไทยเปิดโอกาสให้นักเขียนการ์ตูนชาวไทยส่งผลงานของตนเองมาพิจารณาตีพิมพ์ในหนังสือหรือนิตยสารการ์ตูนของสำนักพิมพ์นี้กล่าวได้ว่า เป็นการเปิดพื้นที่ให้ผู้ชื่นชอบการ์ตูน ที่มีฝีมือหรือกำลังพัฒนาฝีมือได้นำเสนอผลงานของตนออกสู่สาธารณะในแวดวงผู้อ่านการ์ตูน ทั้งนี้หนังสือหรือนิตยสารการ์ตูนของผู้ผลิตการ์ตูนในไทยยังมีพื้นที่ให้ผู้ชื่นชอบการ์ตูนซึ่งไม่ทักษะการวาดการ์ตูนด้วยเช่นกัน จากความทรงจำของผู้วิจัยซึ่งเคยอ่านนิตยสารการ์ตูน “ซี-คิดส์” จำนวนหนึ่งในนิตยสารมีคอลัมน์จดหมายถึงบรรณาธิการ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ผู้อ่านการ์ตูนจะเขียนจดหมายส่งไปถึงบรรณาธิการเพื่อพูดคุยเกี่ยวกับการ์ตูนที่พิมพ์ในนิตยสาร “ซี-คิดส์” รวมถึงพูดคุยเรื่องสรรพเพเหระในแวดวงการ์ตูนกับบรรณาธิการ โดยบรรณาธิการจะตอบจดหมายลงในนิตยสารเล่มถัดๆมาหลังจากได้รับจดหมาย

¹ไพศาล ธีรพงษ์วิชญ์พร. (2561). *เล่มเดิม*. หน้า 339-343.

²วรัญญู วาณิชวัฒนากุล. (2549). *เล่มเดิม*. หน้า 8.

³นิโคลาส เวิร์สแตปเปิน. (2564). *เล่มเดิม*. หน้า 218-219.

⁴ไพศาล ธีรพงษ์วิชญ์พร. (2561). *เล่มเดิม*. หน้า 432-434.

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบธุรกิจหนังสือการ์ตูนเป็นผู้สร้างพื้นที่ทางสังคมให้แก่ผู้ที่ชื่นชอบหนังสือการ์ตูน เมื่อเข้าสู่ทศวรรษ 2540 พบว่านักวาดการ์ตูนและผู้รักการ์ตูนจำนวนหนึ่งได้ร่วมกันตั้งองค์กรของผู้รักการ์ตูนขึ้นโดยในพ.ศ. 2541 นักวาดการ์ตูนและผู้รักการ์ตูนจำนวนหนึ่งร่วมกันก่อตั้ง “สมาคมการ์ตูนไทย” ขึ้นให้เป็นจุดรวมตัวของบุคคลากรในแวดวงการ์ตูนเมืองไทย ช่วยกันผลักดันให้วงการการ์ตูนของไทยพัฒนาไปข้างหน้า ทำกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม รวมทั้งคาดหวังว่ากิจกรรมของสมาคมและผลงานการ์ตูนที่ปรากฏสู่สังคมจะมีส่วนช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้ที่มองว่าหนังสือการ์ตูนและภาพยนตร์การ์ตูนเป็นสิ่งไร้สาระ มอมเมาเยาวชน ให้หันมามองการ์ตูนในแงุ่มุมใหม่ แล้วช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมผลงานการ์ตูนไทยให้พัฒนาก้าวหน้าต่อไปอย่างมีคุณภาพ มีคุณประโยชน์ต่อการช่วยพัฒนารเด็กและเยาวชน¹

ทั้งนี้น่าสนใจว่า ในช่วงปลายทศวรรษ 2540 ซึ่งกระแสต่อต้านการ์ตูนครั้งใหญ่ถูกจุดขึ้นอีกครั้งเมื่อสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวีได้ออกอากาศสารคดีชุดหลุมดำ ตอน “การ์ตูนสายพันธุ์ใหม่ ใครคือเหยื่อ” เล่าเกี่ยวกับการ์ตูนญี่ปุ่นที่มีขายในตลาดหนังสือว่าส่วนใหญ่มีเนื้อหาลามก เน้นความรุนแรง ทำให้ผู้อ่านซึมซับเนื้อหาที่บั่นทอนศีลธรรม นำมาสู่การที่ผู้ใหญ่จำนวนหนึ่งที่ได้ชมสารคดีทางโทรทัศน์นี้พากันต่อต้านหนังสือการ์ตูน สำนักพิมพ์ผู้ผลิตและจำหน่ายหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยพากันเซ็นเซอร์ (Censor) ตัวเอง ด้วยการเบลอภาพในการ์ตูนที่ผู้เห็นการ์ตูนจะรู้สึกว่าเป็นภาพอนาจาร เพื่อป้องกันหรือลดปัญหา หลังจากรายการสารคดีชุดหลุมดำตอนนี้ออกอากาศไปไม่นาน ทางรายการโทรทัศน์ “ถึงลูกถึงคน” ซึ่งจัดโดย สรยุทธ สุทัศนะจินดา ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ เมื่อวันที่ 31 สิงหาคม 2548 ได้จัดให้มีการถกกันระหว่างผู้จัดรายการโทรทัศน์ “หลุมดำ” กับกลุ่มคนรักการ์ตูน ทางฝ่ายคนรักการ์ตูนโต้แย้งว่า การนำเสนอเนื้อหาของรายการหลุมดำเป็นการเหมารวมว่าการ์ตูนทั้งหมดเป็นการ์ตูนลามก เน้นความรุนแรง บั่นทอนศีลธรรม ในความเป็นจริงแล้วการ์ตูนมีทั้งการ์ตูนที่ดีและการ์ตูนที่มีเนื้อหาลามกรุนแรง ไม่ได้มีเฉพาะการ์ตูนที่เนื้อหาบั่นทอนศีลธรรม อีกทั้งรายการหลุมดำได้นำภาพการ์ตูนที่มีเนื้อหาดีมาใส่เป็นภาพประกอบการพูดถึงการ์ตูนที่ไม่ดี ทำให้ผู้ชมเกิดภาพที่ไม่ดีต่อการ์ตูนที่มีเนื้อหาดี รวมทั้งการที่รายการหลุมดำกล่าวว่าหนังสือการ์ตูนที่ขายในตลาดนั้น 2 ใน 3 มีเนื้อหาลามกอนาจารเป็นการกล่าวเกินจริง ซึ่งทางบริษัททีวีบูรพา ผู้ผลิตรายการหลุมดำได้ชี้แจงและขอโทษต่อความผิดพลาดในการนำเสนอที่สื่อความออกมาแล้วทำให้ผู้ชมจำนวนไม่น้อยเกิดทัศนคติเหมารวมเชิงลบต่อหนังสือการ์ตูน ตลอดจนการนำเอาภาพของหนังสือการ์ตูนที่มีเนื้อหาดีมาใส่ในคำพูดที่พูดถึงการ์ตูนที่มีเนื้อหาดีกลับ ทำให้ผู้ชมเกิดภาพในหัวว่าการ์ตูนเรื่องนั้นเป็นการ์ตูนลามก ไม่ดี รวมไปถึงการนำภาพการแต่งคอสเพลย์มาใส่ในรายการทำให้ผู้ชมเกิดทัศนคติเชิงลบต่อการแต่งคอสเพลย์ว่าเป็นความคลั่งไคล้ของคนรักการ์ตูน เป็นสิ่งไร้สาระ แต่ในมุมมองของคนรักการ์ตูนแล้ว การแต่งคอสเพลย์เป็นความชอบของคนรักการ์ตูนที่มีความคิดสร้างสรรค์ กิจกรรมการแต่งคอสเพลย์ของคนรักการ์ตูนดีกว่าการทำกิจกรรมที่เสื่อมเสียอย่างการพนัน การเสพยาเสพติด²

เมื่อเข้าสู่ทศวรรษ 2550 พบว่าสื่อที่ผลิตรายการเกี่ยวกับการ์ตูนได้สร้างพื้นที่ทางสังคมผ่านช่องทางใหม่ที่เปิดพื้นที่ทางสังคมให้แก่ผู้ชื่นชอบการ์ตูน ดังเห็นได้จากในเดือนกันยายน พ.ศ. 2551 รายการโทรทัศน์ “แก๊งการ์ตูน” (Gang Cartoon) ซึ่งออกอากาศทางช่องโทรทัศน์ดาวเทียม C-Band ได้ให้พิธีกรของช่องใช้ชื่อว่า “โอตาคุแมน” มีบุคลิกเป็นชายใส่หน้ากาก มีความรอบรู้ชื่นชอบการ์ตูน เหตุที่พิธีกรใช้ชื่อ “โอตาคุแมน” มีเป้าหมายหนึ่งเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีให้แก่เหล่าผู้ชื่นชอบการ์ตูนให้มีความกล้าแสดงออกและเข้าสังคม³

¹ แหล่งเดิม. หน้า 574-575.

² “ถึงลูกถึงคน ตอน หลุมดำ-ถกเรื่องการ์ตูน”. (2557). เล่มเดิม.

³ “[KG plus] Animent Weekend #23-สิ่งไม่เล็กที่เรียกว่า โอตาคุแมน”. (2557). (Online).



ภาพที่ 3 โอตาคุแมน

ที่มา: <https://news.dexclub.com/otakuman-firstvertion-retired/>

ด้วยพัฒนาการของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่ก้าวหน้าและแพร่หลายมากขึ้นจึงพบว่า ในทศวรรษ 2550 ได้มีพื้นที่ทางสังคมของผู้ชื่นชอบการ์ตูนในโลกออนไลน์ด้วย เห็นได้จากในเว็บไซต์ pantip.com ซึ่งก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2539 โดยเว็บบอร์ดของเว็บไซต์นี้ได้รับความนิยมต่อเนื่องมาอย่างยาวนาน ทั้งนี้นับตั้งแต่ทศวรรษ 2540 เป็นต้นมาได้มีการตั้งห้องการ์ตูนขึ้นในเว็บไซต์ pantip.com ซึ่งห้องการ์ตูนของเว็บไซต์นี้มีผู้ชื่นชอบการ์ตูนเข้ามาตั้งกระทู้และสนทนากันเกี่ยวกับการ์ตูนอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่มีการตั้งห้องนี้ขึ้น กระทั่งถึงปลายทศวรรษ 2550 ก็ยังปรากฏว่าเว็บบอร์ดการ์ตูนใน pantip.com ยังเป็นพื้นที่รวมตัวและสนทนากันของกลุ่มผู้ชื่นชอบการ์ตูน¹

ทั้งยังพบอีกว่าในทศวรรษ 2550 ยังมีภาครัฐกิจที่จัดกิจกรรมเกี่ยวกับการ์ตูนและเปิดให้แฟนการ์ตูนมาร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ เห็นได้จากในปี 2559 บริษัทโซโซ่ ผู้จัดการบันเทิงสโตร์ญี่ปุ่นที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในภูมิภาคอาเซียนได้ร่วมกับบริษัทริม เอกซ์เพรส (เด็กซ์) จำกัด หนึ่งในบริษัทผู้ผลิตการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทย และ คอสคอม (COSCOM) ผู้จัดอีเวนต์ (event) เกี่ยวกับภาพยนตร์การ์ตูนและคอสเพลย์ ซึ่งได้รับความนิยมมากในขณะนั้น (พ.ศ. 2559) ภาครัฐกิจทั้ง 3 ฝ่ายคือ บริษัทโซโซ่ บริษัทริม เอกซ์เพรส และบริษัทคอสตอม ได้ร่วมกันจัดงาน “อนิเมะ เฟสติวล เอเชีย ไทยแลนด์” ขึ้นที่รอยัล พารากอน ฮอลล์ ศูนย์การค้าสยามพารากอน ระหว่างวันที่ 19-21 สิงหาคม 2559 ในงานมีการนำเอาสินค้าภาพยนตร์การ์ตูนที่โด่งดังจากญี่ปุ่นมาจำหน่าย รวมทั้งนำดารานักร้อง อันดับต้น ๆ ของวงการการ์ตูน นักพากย์ภาพยนตร์การ์ตูน ผู้สร้างและทีมงานเบื้องหลังของภาพยนตร์การ์ตูน คนดังแห่งวงการคอสเพลย์ มาปรากฏตัวในงาน เพื่อดึงดูดให้ผู้ชื่นชอบภาพยนตร์การ์ตูนญี่ปุ่นและการแต่งคอสเพลย์มาร่วมงาน “อนิเมะ เฟสติวล เอเชีย ไทยแลนด์ 2016” โดยทางผู้จัดงานคาดว่าจะดึงดูดให้ผู้ชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่นมาร่วมงานได้มากกว่า 100,000 คน²

¹ “เดย์วันเว็บบอร์ดการ์ตูนใหญ่ ๆ นอกจากพันทิป ตุรกีมีที่ไหนบ้างอะคะ”. (2556). (Online); สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นมาของเว็บไซต์ Pantip.com ผู้วิจัยนำมาจาก “พันทิป.คอม”. (2565). (Online).

² “อนิเมะ เฟสติวล เอเชีย ไทยแลนด์ 2016 เอาใจคนรักการ์ตูนญี่ปุ่น”. (2016). (Online).

5. บทสรุป

บทความวิจัยนี้ศึกษาประวัติศาสตร์ของ “โอตาคุ” ซึ่งถูกทำให้เป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” จากกรณีศึกษาผู้ชื่นชอบการ์ตูน โดยใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์ในการวิเคราะห์หัตถ์วัตถุ (text) เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือ วิทยานิพนธ์ เว็บไซต์ต่าง ๆ ประกอบกับการนำเอาแนวคิดทางสังคมวิทยาและมานุษยวิทยามาประยุกต์ใช้ในการตีความข้อมูล

จากการศึกษาแสดงให้เห็นถึงความเป็นมาของการใช้คำว่า “โอตาคุ” ในสังคมไทยซึ่งมีการพูดถึงคำนี้มาตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษ 2540 โดยใช้ในความหมายเชิงลบหมายถึง คนที่อยู่กับวิดีโอเกม หนังสือการ์ตูน ไม่คบหากับสังคมภายนอก ไม่สามารถแยกแยะได้ออกระหว่าง “โลกความเป็นจริง” กับ “โลกเสมือนจริง” ต่อมาในช่วงทศวรรษ 2550 ในสังคมไทยเริ่มมีการพูดถึง “โอตาคุ” ในความหมายเชิงบวกมากขึ้นคือหมายถึง คนที่ทำอะไรบางอย่างด้วยใจรักสุด ๆ และขยันทำสิ่งนั้นเป็นประจำทุกวันจนมีความเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นแบบสุด ๆ ทั้งนี้แม้คำว่า “โอตาคุ” จะมีการพูดถึงในสังคมไทยเมื่อกลางทศวรรษ 2540 แต่เมื่อพิจารณาในทางประวัติศาสตร์แล้ววัฒนธรรมที่จัดเป็นวัฒนธรรมของโอตาคุอย่างการบริโภคการ์ตูน การเล่นเกมและเกมออนไลน์ การติดตามเพลงป๊อปและศิลปินไอดอลของญี่ปุ่น การแต่งคอสเพลย์เลียนแบบตัวละครในการ์ตูนและเกม มีมาก่อนทศวรรษ 2540 แล้ว สำหรับกรณีของการ์ตูนนั้นภาพยนตร์การ์ตูน (อนิเมชัน) ของญี่ปุ่นเข้ามาในสังคมไทยตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2500 ตามมาด้วยหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่น (มังงะ) ซึ่งเข้ามาในไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2510

ท่าทีของสังคมไทยต่อวัฒนธรรมของ “โอตาคุ” อย่างความชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่นนั้นพบว่า กระแสหลักของสังคมได้เบียดขับ (exclusion) ให้การ์ตูนเป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ มีกระแสการ์ตูนปรากฏอยู่เป็นระยะ ๆ ตั้งในช่วงกลางทศวรรษ 2510 ถึงปลายทศวรรษ 2520 ที่มีกระแสการต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นทำให้การ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยถูกต่อต้านไปด้วย ถูกให้ความหมายว่าเป็นสิ่งไร้สาระ ต่อมาในช่วงปลายทศวรรษ 2540 ได้มีสื่อมวลชนนำเสนอสารคดีทางโทรทัศน์ที่ชี้ว่าการ์ตูนญี่ปุ่นเป็นสิ่งเลวร้าย มีเนื้อหาลามกอนาจาร เน้นความรุนแรง เด็กและเยาวชนที่อ่านการ์ตูนจะซึมซับเนื้อหาที่บั่นทอนศีลธรรมเข้าไป การนำเสนอสารคดีทางโทรทัศน์นี้ส่งผลให้เกิดกระแสต่อต้านการ์ตูนญี่ปุ่นจากผู้ใหญ่จำนวนหนึ่ง ผู้ผลิตและจำหน่ายการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทยต้องปรับตัวรับมือด้วยการตรวจสอบจับผิดตนเอง ทั้งนี้การต่อต้านการ์ตูนญี่ปุ่นแต่ละระลอกนั้นเกิดขึ้นจากบริบททางประวัติศาสตร์ในแต่ละช่วงเวลา โดยกระแสการต่อต้านการ์ตูนญี่ปุ่นในช่วงกลางทศวรรษ 2510 ถึงปลายทศวรรษ 2520 เกิดขึ้นในบริบททางการเมืองและสังคมที่ขบวนการนักศึกษาปัญญาชน ในเวลานั้นทำกิจกรรมต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นด้วยเป้าหมายหลักอยู่ที่การวิพากษ์นโยบายทางเศรษฐกิจของรัฐบาลโดยใช้แนวคิดชาตินิยมเป็นเครื่องมือระดมมวลชน สำหรับการต่อต้านการ์ตูนญี่ปุ่นในช่วงปลายทศวรรษ 2540 ด้านหนึ่งมีที่มาจากรากฐานทางประวัติศาสตร์ของความคิดเกี่ยวกับ “เด็ก” และการปฏิบัติต่อเด็กของสังคมไทยที่มุ่งจัดระเบียบเด็กให้อยู่ในระเบียบวินัยตามอย่างที่รัฐและผู้ใหญ่ต้องการ ส่วนอีกด้านหนึ่งมีที่มาจากบริบททางสังคม การเมือง ในช่วงปลายทศวรรษ 2540 เองที่เกิดกระแสความตื่นตัวเรื่องการขาดคุณธรรม ศีลธรรม ทางสังคม (โดยเฉพาะผู้นำทางการเมือง) นำมาสู่การที่สื่อมวลชนสร้างและถ่ายทอดวาทกรรมที่ชี้ว่าหนังสือการ์ตูนเป็นสิ่งเลวร้าย ทำให้เด็กและเยาวชนที่อ่านได้รับศาสนที่บั่นทอนศีลธรรม

กล่าวได้ว่า ผู้ชื่นชอบการอ่านหนังสือการ์ตูน ดูภาพยนตร์การ์ตูน อยู่ในสถานการณ์ที่ถูกเบียดขับให้เป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” ในสถานการณ์เช่นนี้ผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่นและธุรกิจเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูนญี่ปุ่นได้สร้างพื้นที่ทางสังคมในรูปแบบของกิจกรรมและพื้นที่ออนไลน์ให้ผู้ชื่นชอบการ์ตูนญี่ปุ่นได้พบปะ ทำกิจกรรมร่วมกัน แสดงถึงอัตลักษณ์ (identity) ของตนเพื่อต่อรองกับกระแสสังคมที่เบียดขับให้พวกตนเป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” โดยการสร้างพื้นที่ทางสังคมของโอตาคุเป็นกระบวนการที่มีมาอย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่กลางทศวรรษ 2510 จนถึงทศวรรษ 2550 ทั้งนี้ผู้วิจัยขอตั้งข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าพื้นที่ทางสังคมของ “โอตาคุ” ผู้ชื่นชอบการ์ตูน รวมทั้งโอตาคุกลุ่มที่ชื่นชอบเล่นเกมและเกมออนไลน์ โอตาคุผู้ชื่นชอบเพลงเจ-ป๊อปและ

ศิลปินไอดอลของญี่ปุ่น โอตาคูผู้ชื่นชอบการแต่งคอสเพลย์ จะเปิดกว้างยิ่งขึ้นในทศวรรษ 2560 เมื่อภาคธุรกิจเอกชนอย่างบริษัทโรส อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ (Rose Artist Management-RAM) ของ จิรัฐ บวรวัฒน์ ได้ซื้อลิขสิทธิ์แฟรนไชส์วงไอดอล AKB48 ของญี่ปุ่น จากบริษัท OFFICE 48 มาตั้ง BNK48 วงไอดอลไทยสไตล์ญี่ปุ่นขึ้น นำมาสู่การที่บริษัทโรส อาร์ทิสต์ เมเนจเม้นท์ ได้จัดกิจกรรมของ วง BNK48 อันเป็นการเปิดพื้นที่ทางสังคมให้แฟนคลับของวง BNK48 ได้เข้าร่วมและแสดงอัตลักษณ์ของตนในกิจกรรมนั้น ๆ ขณะเดียวกันแฟนคลับวง BNK48 ได้สร้างพื้นที่ออนไลน์ของพวกเขาขึ้นเพื่อใช้ในการพูดคุยแลกเปลี่ยนข่าวสารข้อมูลกันและแสดงผลงานสร้างสรรค์ในสิ่งที่ตนชื่นชอบ โดยที่อีกด้านหนึ่งนั้นไอดอล BNK48 ได้เป็นผู้นำเสนอวัฒนธรรมของโอตาคูให้คนภายนอกรู้จัก ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ที่คนภายนอกสามารถรับรู้ได้ด้วยช่องทางที่สื่อต่าง ๆ ใช้ในการนำเสนอข่าวสารเรื่องราวของ BNK48¹ แม้ว่าวงไอดอล BNK48 และปรากฏการณ์ BNK48 ฟีเวอร์ (BNK48 Fever)² ดูเหมือนจะเกี่ยวข้องกับโอตาคูผู้ชื่นชอบเพลงเจ-ป๊อปและศิลปินไอดอลของญี่ปุ่นมากกว่าผู้ชื่นชอบการ์ตูน กระนั้นก็ตามเมื่อพิจารณาจากกลุ่มแฟนคลับของวง BNK48 ซึ่งถูกเรียกว่า “โอตาคู” ลงไปในรายละเอียดจะเห็นได้ว่า แฟนคลับส่วนหนึ่งเป็นผู้ที่ชื่นชอบการ์ตูน มีการวาดภาพการ์ตูนซึ่งเรียกกันว่า “แฟนอาร์ต” (Fan Art) เป็นภาพการ์ตูนของไอดอลคนที่ตนชื่นชอบ แล้วเผยแพร่ในเฟซบุ๊ก)เพจของกลุ่มแฟนคลับ³ ยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่าบริษัท RAM ต้นสังกัดของ BNK48 ได้ร่วมมือกับสำนักพิมพ์ เซนชู (Zenshu Publishing) หนึ่งในผู้ผลิตหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทย เปิดโอกาสให้แฟนคลับของวง BNK48 ที่มีความสามารถในการวาดการ์ตูน “แฟนอาร์ต” มาร่วมโครงการ BNK48 รูปแบบการ์ตูน (BNK48 COMIC) เรื่อง MOST DREAM⁴ (ดูภาพที่ 4) ในแง่นี้อาจกล่าวได้ว่า การปรากฏขึ้นของวงไอดอล BNK48 ได้มีส่วนในการเปิดพื้นที่ทางสังคมให้แก่โอตาคูผู้ชื่นชอบการ์ตูนด้วย



ภาพที่ 4 ปกการ์ตูน BNK48 COMIC MOST DREAM

ที่มา: ผู้วิจัย

¹ โปรดดูแนวทางการวิเคราะห์ห้วงไอดอล BNK48 ใน โดม ไกรปรกรณ์. (2563, มกราคม-ธันวาคม). “ธุรกิจศิลปินไอดอล BNK48 ในกระแสความชอบของธุรกิจเพลงไทย: ประวัติศาสตร์ธุรกิจบันเทิงร่วมสมัย”. วารสารประวัติศาสตร์ 45: 191-210 .

² ดู “คุกกี้ฟีเวอร์! BNK48 เตรียมฟันพรีเซ็นเตอร์รวม 10 ตัวในปี”. (2018). สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2565, จาก <https://brandinside.asia/bnk48-fever-present-er-2018/>; “แก๊บริบ” ดึง “BNK48” นั่งแท่นแบรนด์แอมบาสเดอร์ครั้งแรก หวังเข้าถึงโตะ 10 ล้านรายในไทย”. (2018). สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2565, จาก <https://positioningmag.com/1198824>

³ ดูได้ใน <https://www.facebook.com/groups/bnk48thaifan>

⁴ ดู BNK48 COMIC MOST DREAM vol. 1. (2018). กรุงเทพฯ: เซนชู พับลิชชิง จำกัด.

อย่างไรก็ดีการทำความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของ “โอตาคุ” ซึ่งถูกทำให้เป็น “คนชายขอบทางวัฒนธรรม” จากกรณีศึกษาผู้ชื่นชอบการ์ตูนที่ผู้วิจัยนำเสนอในบทความนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งในการอธิบายประวัติศาสตร์ของ “โอตาคุ” ผู้วิจัยได้ทดลองอธิบายประวัติศาสตร์ของโอตาคุกุุ่มที่ชื่นชอบเล่นวิดีโอเกมและเกมออนไลน์ โอตาคุผู้ชื่นชอบเพลงเจ-ป๊อปและศิลปินไอดอลของญี่ปุ่น โอตาคุผู้ชื่นชอบการแต่งคอสเพลย์ไว้ในงานวิจัยฉบับเต็มซึ่งจะได้เผยแพร่ในโอกาสต่อไป

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กฤษภา วจนสาระ. (2555). “มองหาความเป็นธรรมในสังคมไทยผ่านคนชายขอบ”. ใน กฤษภา วจนสาระ และ กฤตยา อาชนิจกุล (บรรณาธิการ). *ประชากรชายขอบและความเป็นธรรมในสังคมไทย* นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- คาวางุจิ, โมริโนะซุเกะ. (2554). *ซากุระกรรมศาสตร์*. แปลและเรียบเรียงโดย ปฎิมา สินธุภิญโญ. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- จรัส ดิษฐาภิชัย. (2546). *ก่อนจะถึง 14 ตุลา: บันทึกความทรงจำเกี่ยวกับพัฒนาการและบทบาทของขบวนการนักศึกษายุคทอง - ปรากฏ*. กรุงเทพฯ: เมฆขาว.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2541). “14 ตุลา: บันทึกประวัติศาสตร์”. ใน ชาญวิทย์ เกษตรศิริ และ อารังศักดิ์ เพชรเลิศอนันต์ (บรรณาธิการ). *จาก 14 ถึง 6 ตุลา*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.
- โดม ไกรปกรณ์. (2563). *เส้นทางประชาธิปไตย*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- ทวิช จตุรพลกษ. (2541). *เสียงจากชายขอบ: ศักดิ์ศรีความเป็นคนของชาวลิซอ*. เชียงใหม่: เครือข่ายชาติพันธุ์ศึกษาและศูนย์ภูมิภาคเพื่อการศึกษาสังคมศาสตร์และการพัฒนาที่ยั่งยืน.
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา และเพื่อน. (2561). *ครอบครัวจินตกรรม: บทวิพากษ์ว่าด้วยชุมชน การปกครอง และรัฐ*. กรุงเทพฯ: Illumination Editions.
- นันทขว้าง สิริสุนทร. (2545). “เมื่อวัฒนธรรมป๊อปจากญี่ปุ่นสร้างจักรวรรดิในยุคใหม่”, ใน *เอกสารประชุมวิชาการ National Conference on Japanese Studies in Thailand เรื่อง บทบาทของญี่ปุ่นที่มีต่อประเทศไทยหลังวิกฤตเศรษฐกิจ*. ปทุมธานี: โครงการญี่ปุ่นศึกษา สถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2549). *วัฒนธรรมคนอย่างทักษิณ*. กรุงเทพฯ: มติชน.
- นิรวาณ คุระทอง. (2553). *ประวัติย่อการ์ตูนไทย*. กรุงเทพฯ: เล็ดคอมมิค.

บัณฑิต จันทรโรจนกิจ. (2563). *การเมืองไทยร่วมสมัย*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.

ปนัดดา ชำนาญสุข. (2531). “เข้าหลอมความรุนแรงในเด็กและเยาวชนไทย”. ใน *เพ็ญจันทร์ ประดับมุข-เซอร์เรอร์ และคณะ. มิติทางสังคมวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรุนแรงในเด็กและเยาวชน*. นครปฐม: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.

ประเสริฐ ผลิตผลการพิมพ์. (2548). “ความคิดรวบยอดเรื่องการ์ตูน”. ใน *นิพนธ์ แจ่มดวง และคณะ. การ์ตูน: โลกใบใหญ่ของความรักและจินตนาการ*. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อการ์ตูนเพื่อการพัฒนาสุขภาพทางจิตวิญญาณ สถาบันการ์ตูนไทย มูลนิธิเด็ก.

บุญยวีร์ จันทรขจร. (2557). *โตเกียวที่ชวนนี้รวย*. กรุงเทพฯ: สตีลคัทมอร์โรว์.

พีรพิชญ์ ฉั่วสมบุรณ์. (2557). *12-4-48 สิบสอง-สี่-สี่สิบแปด*. กรุงเทพฯ: แชลมอนแฮร์ส.

ไพศาล ธีรพงศ์วิษณุพร. (2561). *140 ปี “การ์ตูน” เมืองไทย (ประวัติและตำนาน พ.ศ. 2417-2557)*.

ภิญญาพันธุ์ พจนะลาวัฒน์. (2561). *ประวัติศาสตร์สำเนียง*. กรุงเทพฯ: มติชน.

วรรษัญ วานิชวัฒนากุล. (2549). *การสื่อสารความหมายใน “การ์ตูนไทยพันธุ์ใหม่”*. กรุงเทพฯ: มติชน.

เวิร์สแดปเป็น,นิโคลาส . (2564). *การ์ตูนไทย: ศิลปะและประวัติศาสตร์*. แปลโดย ชนิดา อรวัฒนานนท์. กรุงเทพฯ: ริเวอร์บุ๊กส์.

สุธาชัย ยิ้มประเสริฐ. (2564). *เมื่ออรุณจะรุ่งฟ้า: ขบวนการนักศึกษาไทย พ.ศ. 2513-2519*. กรุงเทพฯ: Illumination Editions.

สุริชัย หวันแก้ว. (2550). *คนชายขอบ: จากความคิดสู่ความจริง*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

BNK48 COMIC MOST DREAM vol. 1. (2018). กรุงเทพฯ: เซนชู พับลิชชิ่ง จำกัด.

บทความ

ชัยวัฒน์ สถาอานันท์. (2533, กุมภาพันธ์-กรกฎาคม). “เทววิทยาแห่งวาทกรรม: ทำความเข้าใจอำนาจแห่งวาทกรรมว่าด้วยนารายณ์สิบปาง”. *สมุดสังคมศาสตร์* 12 (3-4): 175-191.

โดม ไกรปรกรณ. (2563, มกราคม-ธันวาคม). “ธุรกิจศิลปินไอดอล BNK48 ในกระแสความชอบของธุรกิจเพลงไทย: ประวัติศาสตร์ธุรกิจบันเทิงร่วมสมัย”. *วารสารประวัติศาสตร์* 45: 191-210.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2531-2532, กันยายน-เมษายน). “จดหมายตอบ”. *รัฐศาสตร์สาร* 14-15 (3-4): 311-340.

“BNK 48 พี่เวอร์ พวกเธอน่ารักมาก”. (2561, มกราคม). *สุดสัปดาห์*: 34-39.

วิทยานิพนธ์

เชมทัต พิพิธธนาบรรพ์. (2551). *การแต่งคอสเพลย์ของกลุ่มวัยรุ่นไทยกับการสร้างอัตลักษณ์วัฒนธรรมย่อยและบทบาทของสื่อ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จรรยา เหลียวตระกูล. (2540). *พัฒนาการของภาพยนตร์การ์ตูนนำเข้าจากต่างประเทศที่ออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 อ.ส.ม.ท..* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชญาตม์ พัฒนสุวรรณ. (2549). *การรับวัฒนธรรมสมัยนิยมจากญี่ปุ่นของวัยรุ่นไทย กรณีศึกษาแฟนเพลงเจ-ป๊อป*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนิดา กำปันทอง. (2539). *ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น พ.ศ. 2491-2500*. วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วาสนา ละอองปลิว. (2546). *ความเป็นชายขอบและการสร้างพื้นที่ทางสังคมของคนพลัดถิ่น*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

อัจฉราพร แสนอาทิตย์. (2557). *การต่อต้านสินค้าญี่ปุ่น พ.ศ. 2515-2527*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาประวัติศาสตร์ ภาควิชาประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

“กลุ่มทุนญี่ปุ่น” พันธมิตรคู่ค้า ลงทุนไทยระยะยาวในหลายอุตสาหกรรม”. (2021). สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2565, จาก <https://forbesthailand.com/commentaries/special-report>.

“แก๊งการ์ตูนแซแนล”. (2564). สืบค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2564, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/แก๊งการ์ตูนแซแนล>.

“แกร์บ” ดึง “BNK48” นั่งแท่นแบรนด์แอมบาสเดอร์ครั้งแรก หวังเข้าถึงโอตะ 10 ล้านรายในไทย”. (2018). สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2565, จาก <https://positioningmag.com/1198824>.

“คุกกี้ฟีเวอร์! BNK48 เตรียมฟันพรีเซ็นเตอร์รวม 10 ตัวในปีนี้”. (2018). . สืบค้นเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2565, จาก <https://brandinside.asia/bnk48-fever-presenter-2018/>

“จิตแพทย์ท้วง! รับรองสมาคม “อี-สปอร์ต” ห่วงทำเด็กติดเกม ก้าวร้าวรุนแรง”. (2561). . สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2564, จาก https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_1576882.

“ช่อง 9 การ์ตูน”. (2564). สืบค้นเมื่อ 31 ตุลาคม 2564, จาก https://th.wikipedia.org/wiki/ช่อง_9_การ์ตูน.

“เดี๋ยวนี้เว็บบอร์ดการ์ตูนใหญ่ ๆ นอกจากพันทิป ทรูก็มีที่ไหนบ้างอะคะ”. (2556). สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2565, จาก www.pantip.com/topics/3ท75738.

“ถึงลูกถึงคน ตอนหลุมดำ-ถกเรื่องการ์ตูน”. (2557). สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2564, จาก www.youtube.com/watch?v=z8muom;5cwq.

“พันทิป.คอม”. (2565). สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2565, จาก www.th.wikipedia.org/wiki/พันทิป.คอม.

“วิดีโอเกมในประเทศไทย”. (2564). สืบค้นเมื่อ 21 มีนาคม 2564, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/วิดีโอเกมในประเทศไทย>.

“อนิเมะ เฟสติวล เอเชีย ไทยแลนด์ 2016 เอาใจคนรักการ์ตูนญี่ปุ่น”. (2016). สืบค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2565, จาก www.brandinside.asia/anime-festival-asia-thailand-2016/.

“[KG plus] Animent Weekend #23-สิ่งไม่เล็กที่เรียกว่า โอตาคุแมน”. (2557). สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2564, จาก www.youtube.com/watch?v=Xk-6WSOJK28.

“Pluto Time to Play EP.308 โศกนาฏกรรม “หลุมดำ” วงการการ์ตูนไทย”. (2021). สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2564, จาก www.youtube.com/watch?v=jfipouypbf8.

Ricchan Sama. (2561). “เมื่อ BNK 48 คือบันเทิงกระแสหลัก: รู้จักวัฒนธรรมโอตาคุจาก Sub Culture สู่ Main Stream”. สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2561, จาก <https://gmlive.com/otaku-meaning-from-sub-culture-to-main-stream-bnk-48>.

The Cloud. (2563). “กิจจะรักมั่งงะ วุฒิ-วรวุฒิ วรวิทยานนท์ แฟนการ์ตูนญี่ปุ่นผู้เติบโตมาเป็น บ.ก. สำนักพิมพ์ที่บุกเบิกการ์ตูนญี่ปุ่นแปลไทย กับความเชื่อว่า ‘ความชอบการ์ตูนจะติดตัวไปจนวันตาย’ ”. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน 2563, จาก <https://readthecloud.co/vibulkij/>.

Book

Kelts, Roland . (2006). *Japanamerica How Japanese Pop Culture has Invaded the U.S.*. New York: Palgrave Macmillan.