**“บันเทิงไทย” บูมใน “จีน” ภายใต้ภาพจำ “ประเทศแห่งความหลากหลายทางเพศ”**

"บันเทิงไทย" หรือที่ชาวจีนเรียกว่า T-POP กำลังเป็นที่ชื่นชอบอย่างมากใน "จีน" โดยเฉพาะชอบที่สุด คือซีรีส์วายของไทย จนเป็นภาพจำว่าไทยคือ "ประเทศแห่งความหลากหลายทางเพศ" และแน่นอนว่าสินค้าใด ที่ตัวเอกซีรีส์วายเป็นพรีเซนเตอร์ก็จะขายดีมากเช่นกัน

ในฐานะที่ "อ้ายจง" เป็นอดีตนักศึกษาไทยในประเทศ "จีน" และแม้จะเรียนจบจากจีนกลับมาใช้ชีวิตในประเทศไทยแล้ว ก็ยังคงทำงานเกี่ยวกับจีนและติดต่อเพื่อนชาวจีนอยู่โดยตลอด โดยเฉพาะคนจีนที่มาเรียนในประเทศไทย ทำให้สามารถบอกได้ว่า

**“หนึ่งในเหตุผลที่ทำให้คนจีนหันมาสนใจประเทศไทย ไม่ว่าจะมาเรียนต่อ เรียนภาษาไทย เที่ยวเมืองไทย หรือใช้สินค้าไทย มาจากการชื่นชอบดาราศิลปินรวมถึงหนังภาพยนตร์บันเทิงไทย” หรือจะกล่าวอีกแบบว่า “T-POP หรือ Thai POP กำลังเบ่งบานในใจคนจีน เสมือน Soft Power พลังอ่อน ดึงดูดคนจีน หันมองและหลงรักบ้านเรา ก็ไม่ใช่เรื่องเกินจริง”**

ส่วนภาพยนตร์ไทย ต้องยกให้ “รักแห่งสยาม” ภาพยนตร์สร้างชื่อให้กับ มาริโอ้ และ พิช วิชญ์วิสิฐ หรือ พิช วงออกัส คนจีนต่างชื่นชอบในภาพยนตร์เรื่องนี้มาก อีกเรื่อง คือ “Yes or No” หนังรักของไทย ซึ่งนำเสนอเรื่องราวความรักของคู่หญิงหญิง นำพานักแสดงนำอย่าง ออม สุชาร์ และ ติ๊นา ศุภนาฏ เข้าไปนั่ง ในใจของชาวจีนจำนวนไม่น้อยเช่นกัน โดยภาพยนตร์ไทยทั้งสองเรื่องนี้ ต่างมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง กับความหลากหลายทางเพศ – ความรักไม่จำกัดอยู่เฉพาะแค่ชายหญิง ซึ่งต้องยอมรับว่าเป็นการเบิกทางสำหรับการเบ่งบานของ บันเทิงไทย ในประเทศจีนทีเดียว โดยเฉพาะในกลุ่มคนจีนรุ่นใหม่ผู้ชื่นชอบ “ซีรีส์วาย” หรือเนื้อหาเกี่ยวกับความรักแบบไม่จำกัดเพศ

ดาราวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่ที่คนจีนรู้จักต่างมีผลงานซีรีส์วาย อาทิ เพิร์ธ-เซ้นต์ คู่จิ้นจากซีรีส์ “บังเอิญรัก”, คริสต์-สิงโต ซีรีส์ “Sotus The Series” ทั้งหมดนี้ต่างติดอยู่ใน TOP50 การจัดอันดับดาราโซนเอเชีย บน Weibo จัดอันดับจากคะแนน (เต็ม100) คำนวณจาก

1) ยอดอ่านโพสต์ บน Account ของดารา กล่าวคือ เป็นยอดการเข้าถึงจากผู้ใช้งานบน Weibo

2) ยอดengagement การมีส่วนร่วมจากผู้ใช้งาน Weibo (ยอด likes แชร์ โพสต์ และแสดงความคิดเห็น)

3) Impact ที่มีต่อสังคม อันนี้มาจากการถูกพูดถึง การถูกอ้างอิง โดยผู้ใช้งาน Weibo

4) ปริมาณ ความรักที่ได้จากแฟนๆ คือ จะมีฟีเจอร์ให้เรากดส่งดอกไม้(เสมือน) ที่เราซื้อจากระบบ Weibo ไปให้กับ Weibo account ของดาราที่เราชื่นชอบ โดยสามารถส่งกี่ดอกก็ได้ (ณ ปัจจุบัน ฟีเจอร์การจัดอันดับดาราบนแพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ พึ่งถูกทางการจีนสั่งระงับ เพื่อควบคุมอุตสาหกรรมออนไลน์เกี่ยวข้อง กับบันเทิงและวัฒนธรรมสมัยใหม่)

**ทำไมนึกถึง "ซีรีส์วาย" ต้องนึกถึงประเทศไทย?**

คนจีนมีภาพจำเกี่ยวกับประเทศไทยว่าเป็นดินแดนแห่งการเปิดเสรี “ประเทศแห่งความหลากหลายทางเพศ” มาโดยตลอด ทั้งจากการรับรู้จากเพื่อนฝูงในไทย การเดินทางมาเที่ยวไทยด้วยตนเองหรือมากับทัวร์ โดยส่วนใหญ่ต่างต้องเคยไปชมคาบาเรต์หรือแม้กระทั่งจากสื่อจีนทั้งสื่อออฟไลน์และออนไลน์ ต่างเคยนำเสนอเรื่องราวของความหลากหลายทางเพศในไทยอยู่เสมอ เช่น ความสวยงามของผู้ที่ไปเกณฑ์ทหาร ล้วนเป็นกระแสไวรัลในโลกออนไลน์จีนอยู่เสมอ

แต่ต้องยอมรับนะครับว่า ความหลากหลายทางเพศยังคงเป็นสิ่งที่คนจีนจำนวนไม่น้อยไม่ยอมรับ และมองว่าเป็นเรื่องผิดปกติ บางคนถึงขั้นมีความเชื่อ “คนไทยทำงานในคาบาเรต์ ยอมเปลี่ยนจากผู้ชายเป็นผู้หญิง เป็นเพราะบ้านมีฐานะยากจนแร้นแค้น จึงต้องยอม” ที่มาของความเชื่อนี้ เป็นเพราะเขาอิงตาม “ขันที” ในหน้าประวัติศาสตร์จีน การเป็นขันทีในสมัยก่อน มาจากการหนีความยากจน ถึงขั้นแลกบุตรชายอันเป็น สิ่งสำคัญในฐานะผู้สืบสกุล ไปเป็นขันที ตัดอวัยวะเพศออกไป เพื่อรับราชการในราชสำนัก ส่งเงินดูแลครอบครัว

ตัดภาพมา ณ ปัจจุบัน จีนเปิดรับวัฒนธรรมสากลมากขึ้น คนรุ่นใหม่จีนมีโอกาสรับรู้สิ่งที่เกิดขึ้นบนโลกภายนอก ทำให้พวกเขากล้าที่จะเป็นแบบที่ตนเองต้องการมากขึ้น ดังเช่นครั้งหนึ่งเคยเป็นกระแสสนั่นโลกออนไลน์จีน เมื่อ Weibo แพลตฟอร์มสังคมออนไลน์ยอดนิยม ออกประกาศเมื่อวันศุกร์ที่ 13 เมษายน 2561 “จะล้างและแบนเนื้อหาที่เกี่ยวกับลามกอนาจาร ความรุนแรง และความหลากหลายทางเพศ ให้หมดไปจากแพลตฟอร์ม”

เมื่อประกาศดังกล่าวออกมา ชาวโซเชียลจีน ต่างออกมาเคลื่อนไหว ต่อต้านกับประกาศดังกล่าว โดยพากัน โพสต์รูปถ่ายเปิดเผยตัวตนและเขียนเนื้อหาเกี่ยวกับความหลากหลายทางเพศที่ไม่มีข้อจำกัด พร้อมติดแฮชแท็ก “#我是同性恋 ที่หมายถึงว่า ฉัน/ผมเป็นกลุ่มรักเพศเดียวกัน” จนขึ้นเป็นแฮชแท็กอันดับ 1 บน Weibo ในขณะนั้น ด้วยยอดอ่านเนื้อหามากกว่า 500 ล้านวิว ภายในเวลาไม่กี่วัน หลังจากประกาศเพียง 3วัน ทาง Weibo มีประกาศใหม่ว่า “การล้างและแบนเนื้อหา ไม่ได้รวมถึงเนื้อหารักเพศเดียวกันหรือ ความหลากหลายทางเพศ” นับเป็นชัยชนะซึ่งมาจากพลังโซเชียลจีน และการสู้เพื่อเสรีภาพในการกระทำ

**“จากประสบการณ์ของอ้ายจง แม้จีนปกครองด้วยระบอบคอมมิวนิสต์ที่พวกเราต่างคิดว่า “เสรีภาพ คงใช้ไม่ได้กับระบอบนี้” แต่นี่คืออีกหนึ่งหลักฐานว่า “ประชาชนจีนมีสิทธิเสรีภาพในกรอบที่พวกเขาทำได้ และนี่คือชัยชนะของการรักษากรอบของพวกเขา” และไม่ใช่แค่นั้น หากยังเป็นสิ่งการันตีอย่างดีถึง ความสนใจและยอมรับเกี่ยวกับ “ความหลากหลายทางเพศ” ในกลุ่มชาวจีน จนนำมาซึ่งกระแสนิยม ซีรีส์วายนั่นเอง”**

คนจีนรับรู้เรื่องราวประเทศไทยมากขึ้น ทั้งในด้านทั่วไป สถานที่ท่องเที่ยว การใช้ชีวิต อาหารการกิน ประวัติศาสตร์และอีกมากมาย ผ่านการติดตามดาราศิลปินและสื่อบันเทิงจากฝั่งประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ จึงไม่แปลกที่เมื่อเวลามีสินค้าใดที่ตัวเอกซีรีส์ไทยเป็นพรีเซนเตอร์จะขายดิบขายดีมากในจีน รวมถึงจะมี การพูดถึงและวิพากษ์วิจารณ์ แสดงความคิดเห็นในกระแสต่างๆ ที่เกิดขึ้นในไทยเป็นอย่างมากในสังคมออนไลน์จีน

ยกตัวอย่างเช่น เมื่อช่วงสักประมาณราวๆ ปลายเดือนกรกฎาคม 2564 ที่ผ่านมา มีกระแสในหน้าสื่อเมืองไทยว่า “ชาวจีนรวมตัวกันแบนดาราไทย จากกรณีมีข่าวดาราศิลปินไทยวิจารณ์เกี่ยวกับวัคซีน Sinovac ของจีน”

ซึ่งเท่าที่อ้ายจงลองเช็กดูในโลกโซเชียลจีน Weibo ก็พบว่า มีกระแสความคิดเห็นของคนจีนที่ไม่ค่อยพอใจ อยู่จริงๆ แต่ก็ไม่ถึงขั้นเป็นกระแสหลัก หนี่งในแฮชแท็กที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ “泰国明星抵制科兴 (ดาราไทยบอยคอต Sinovac)” มียอดอ่าน 900,000 ครั้ง และความคิดเห็น 478 ความคิดเห็น โดยหลักๆ จะเป็นลักษณะ ดาวกระจาย เวลาเจอโพสต์ เจอข่าวที่เกี่ยวกับไทย หรือในเพจดาราไทย บันเทิงไทย มีแนวโน้มได้เห็นความคิดเห็นแนวๆ นี้มากขึ้นครับ

ที่มา : กรุงเทพธุรกิจ