

การสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อปคัลเจอร์บนโซเชียลมีเดียของกลุ่มผู้
ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศ*

The Communication of Sacred Beliefs as Pop Culture on Social
Media among Gay and Transgender Women
Spiritual Service Providers

วันที่รับบทความ: 18 ตุลาคม 2567 /วันที่แก้ไขบทความ: 22 เมษายน 2568 /วันที่ตอบรับ: 15 ตุลาคม 2568

กังวาท ฟองแก้ว¹, ** และ ยิงยอด มัญชุวิสิฐ²

Kangwan Fongkaew and Yingyord Manchuvisith

Abstract

This qualitative study explored the communication of sacred beliefs as pop culture among gays and transgender women spiritual service providers.

Nine participants were recruited through purposive sampling. Data collection included in-depth interviews, as well as textual analysis and content analysis of social media platforms used by participants and their followers' feedback. John Fiske's concept of popular culture guided the study.

The results indicated that participants' identity of gay or transgender woman positively contributed to their ability to connect and build rapport with their followers. In the process of communicating sacred beliefs as pop culture, participants analyzed the followers' basic information and their needs through social media tools. The communication of sacred beliefs manifested in two dimensions: the meaning dimension and practice dimension. The study also revealed that the numerous followers further innovate on these sacred beliefs, incorporating them into fashion, hereby enhancing the sacred belief in

* โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจาก Australian Research Council Discovery Grant มหาวิทยาลัยแห่งชาติ
ออสเตรเลีย

This research project received funding from Australian Research Council Discovery Grant, The Australian
National University

¹ ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

Department of Communication Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University

² องค์การบางกอกเรนโบว์

Bangkok Rainbow Organization

** Corresponding author; Email address: kangwan@buu.ac.th

21 วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ นิต้า ปีที่ 12 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2568)

terms of spiritual and marketing dimensions. The enduring relevance of these sacred beliefs in the modern society is anticipated.

Keywords: Gay, Transgender Woman, Sacred Belief, Pop Culture, Social Media

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้มุ่งศึกษาการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อปคัลเจอร์บนโซเชียลมีเดียของกลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศ

ผู้ให้ข้อมูลมีจำนวน 9 รายผ่านการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมทั้งการวิเคราะห์ด้วยบทและวิเคราะห์เนื้อหาบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของผู้ให้ข้อมูลและการตอบรับของผู้ติดตามผ่านกรอบคิดป๊อปเคาท์เจอร์ของ John Fiske

ผลการศึกษาพบว่า เพศสภาพเกย์และหญิงข้ามเพศถือเป็นหนึ่งในคุณสมบัติที่ส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ติดตาม โดยในกระบวนการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อปเคาท์เจอร์ ผู้ให้ข้อมูลได้วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานและความต้องการของกลุ่มผู้ติดตามโดยใช้เครื่องมือบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย กระบวนการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์เกิดขึ้นใน 2 รูปแบบคือ การสื่อสารในมิติของความหมายและในมิติของปฏิบัติการเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ นอกจากนี้ ยังพบการสร้างสรรคต่อยอดความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในกลุ่มของผู้ติดตามจำนวนมากจนสามารถพัฒนาเป็นแฟชั่น โดยเชื่อว่าจะสามารถเพิ่มคุณค่าของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ทั้งในมิติทางจิตวิญญาณและทางมูลค่าทางการตลาด รวมทั้งจะสามารถทำให้ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่ตนศรัทธาสามารถดำรงอยู่ในสังคมสมัยใหม่ได้ในที่สุด

คำสำคัญ: เกย์ หญิงข้ามเพศ ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ ป๊อปเคาท์เจอร์ โซเชียลมีเดีย

1. หลักการและเหตุผล

ในสังคมไทย แม้ว่าพุทธศาสนาดำรงอยู่อย่างเป็นทางการในฐานะศาสนาประจำชาติ แต่การทรงเจ้าเข้าผีและพิธีกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ยังคงพัฒนาการไปพร้อมกับสังคมไทยที่ก้าวเข้าสู่ความทันสมัย การเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ได้รับความนิยมน้อยลงแพร่หลาย การเข้าสู่ความเป็นเมืองส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของผู้คนที่ต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด ทำให้เกิดความไม่มั่นคงและต้องการที่พึ่งทางใจ การพึ่งพาสิ่งศักดิ์สิทธิ์จึงเป็นหนทางหนึ่งเพื่อช่วยลดความวิตกกังวลและความตึงเครียดจากปัญหาต่าง ๆ ที่เผชิญในชีวิตประจำวันและผลักดันให้ผู้คนจำนวนมากเข้าร่วมการทรงเจ้าและพิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์หลากหลายรูปแบบ (จารุวรรณ ขำเพชร, 2560) การดำรงอยู่ของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ยิ่งทวีความแข็งแกร่งมากขึ้นจากการเกิดขึ้นของพิธีกรรมใหม่ ๆ ที่มุ่งเน้น

ผลของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในมิติของความมั่งคั่งในด้านเศรษฐกิจ การประสบความสำเร็จทางหน้าที่การงาน ความสัมพันธ์ การศึกษา และมิติอื่น ๆ ภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบเสรีนิยมใหม่ (Jackson, 2021)

ในสังคมบุพกาลของไทย ร่างทรงส่วนใหญ่ในอดีตมักเป็นเพศหญิง โดยการดำรงอยู่ของร่างทรงสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจและการจัดสรรทรัพยากรทางสังคมระหว่างเพศชายและหญิงของยุคสมัยดังกล่าว (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2535; Tanabe, 1991) แต่เมื่อสังคมไทยเคลื่อนเข้าสู่ความเป็นสมัยใหม่ กิ่งแก้ว ทิศตั้ง (2559; 2562) และจรรุวรรณ ขำเพชร (2560) พบว่า กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะเกย์และหญิงข้ามเพศมีบทบาทสำคัญในอาณาเขตของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ เนื่องจากมีภาพลักษณ์ที่สามารถสั่นไหวไปมาระหว่างความเป็นผู้มีลักษณะอ่อนโยนดุจสตรีเพศ แต่คงความคึกคักตามเพศสภาพชาย ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ร่วมที่เหมาะสมกับการเลือกเทพหรือองค์มาลงประทับร่วมกัน รวมทั้งบุคคลกลุ่มนี้มีทักษะและบทบาทสำคัญในพิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะผู้จัดการพิธีการ สถานที่ และการแสดงประกอบพิธีกรรมตลอดมาเพื่อสร้างพื้นที่ทางสังคมของกลุ่มตน นอกจากนี้ บุคคลกลุ่มนี้มีคุณสมบัติที่สำคัญคือ “มีหัวใจที่อ่อนนุ่มและมีร่างกายที่เป็นแก้ว” (Pinthongvijayakul, 2022) อันเป็นคุณลักษณะเหมาะสมแก่การเข้าประทับทรงของดวงวิญญาณ รวมทั้งเป็น “ผู้ที่มีจิตวิญญาณและจิตใจที่อ่อนโยน” (Jackson, 2022) เนื่องจากมีทักษะทางสุนทรียะในการสร้างสรรค์เรื่องเล่าเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ ดำเนินพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ หรือปลุกเสกเครื่องรางของขลังต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับบริบททางการตลาดและความต้องการของผู้คนในสังคมสมัยใหม่

การระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่ผ่านมาได้ส่งผลให้ผู้คนในสังคมไทยต้องปรับตัวขนานใหญ่อย่างกระทันหัน การอยู่ภายใต้มาตรการล็อกดาวน์เป็นเวลานานส่งผลให้ผู้คนประสบข้อจำกัดในการเดินทางและไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม จนกลายเป็นความปกติใหม่ของสังคมไทยในยุคต่อมา ส่งผลถึงพิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ที่เคยสามารถกระทำได้บนโลกทางกายภาพต้องเคลื่อนตัวไปสู่พื้นที่เสมือนบนโลกออนไลน์ ดังนั้นกลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศจึงต้องใช้โซเชียลมีเดียแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมบนพื้นที่ออนไลน์อย่างเข้มข้น การนำเสนอและให้บริการทางจิตวิญญาณต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ติดตามจำนวนมาก (ปยุณทริย์ เจียวิริยบุญญา, 2564)

หนึ่งกลยุทธ์สำคัญที่ทำให้กลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณสามารถรองใจกลุ่มผู้ติดตามจำนวนมากบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย คือ กระบวนการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อปคัลเจอร์ ผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณเหล่านี้ต้องอยู่ในฐานะของผู้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมที่ตื่นตัว (Active Cultural Agents) (Fiske, 2010) ที่สามารถประกอบสร้างความหมายและปฏิบัติการใหม่ ๆ ที่หลากหลายให้แก่ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ รวมทั้งยังเปิดโอกาส

และสนับสนุนให้กลุ่มผู้ติดตามของตนเองสามารถให้ความหมายใหม่ ๆ แก่ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในแบบของตนเองเพื่อสามารถพัฒนาให้เป็นแฟชั่น เพิ่มคุณค่าของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ทั้งในเชิงจิตวิญญาณและทางมูลค่าทางการตลาด อีกทั้งจะสามารถทำให้ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเคารพศรัทธาสามารถดำรงอยู่ในสังคมสมัยใหม่ได้ในที่สุด

การศึกษาครั้งนี้นอกจากได้เผยให้เห็นถึงการดำรงอยู่และบทบาทของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศในพื้นที่ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทยบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ผลของการศึกษายังนำไปสู่ข้อเสนอมว่า แม้ว่าความเชื่อศักดิ์สิทธิ์และการนำเสนอตัวตนของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่มีอัตลักษณ์ทางเพศสภาพนอกเหนือจากความเป็นหญิงเป็นชายที่ผ่านมามีถูกวิพากษ์วิจารณ์ในด้านลบจากสังคมไทยอย่างกว้างขวาง (Duangwiset, 2022) แต่ทักษะแห่งการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อปคัลเจอร์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของกลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณเหล่านี้จะสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างโอกาสในมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยได้ในอนาคต

2. วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อปคัลเจอร์บนโซเชียลมีเดียของกลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศ

3. การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด/ทฤษฎี: แนวคิดป๊อปเคาท์เจอร์กับบทบาทของผู้ให้บริการด้านจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศบนโซเชียลมีเดีย

John Fiske (2010) ได้เสนอแนวคิดป๊อปเคาท์เจอร์ (Pop Culture ย่อมาจาก Popular Culture หรือวัฒนธรรมประชานิยม) โดยอธิบายว่า ป๊อปเคาท์เจอร์ คือ สนามแห่งการชกชิง (Site of Struggle) ที่เต็มไปด้วยกระบวนการต่อรองความหมายผ่านการสร้างสรรค์กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่คนธรรมดาสามัญใช้สร้างความหมายใหม่ให้แก่ตัวบททางวัฒนธรรม (Cultural Text) ต่าง ๆ ที่ตนปฏิสังสรรค์ในชีวิตประจำวันผ่านประสบการณ์ชีวิตและต้นทุนทางวัฒนธรรมของตนเอง ดังนั้น ป๊อปเคาท์เจอร์จึงไม่ใช่แค่การบริโภคหรือเปิดรับตัวบทวัฒนธรรมที่เชื่อเชื่อ แต่กลับเต็มไปด้วยกระบวนการผลิตซ้ำ สร้างสรรค์ และส่งต่อความหมายและความพึงพอใจไปสู่สังคมรอบข้างอย่างตื่นตัว รวมทั้งเป็นกระบวนการที่เต็มไปด้วยปฏิบัติการที่มีชีวิตชีวา ซึ่ง Fiske ได้พิสูจน์ผ่านการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้เป็นกรอบทำความเข้าใจการบริโภคตัวบททางวัฒนธรรมที่หลากหลาย อาทิ การปรับแต่งกางเกงยีนส์ การเดินชอปปิ้งในห้างสรรพสินค้า การตีความหนังสือพิมพ์แท็บลอยด์หรือรายการเกมส์โชว์ทางโทรทัศน์ โดยพิสูจน์ให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า ผู้รับสารหรือผู้บริโภคตัวบททางวัฒนธรรม คือ ผู้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมที่ตื่นตัว (Active Cultural Agents) โดยมีได้เป็นมวลชนที่เชื่อเชื่อ (Passive Mass of People) และเผยให้เห็นถึงกระบวนการต่อรองและการชกชิง

ความหมายของตัวบททางวัฒนธรรมเหล่านั้นอย่างน่าตื่นตาตื่นใจเพื่อแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมที่ต้นตัวของผู้คนต่าง ๆ

Fiske ได้ประยุกต์ใช้กระบวนการการถอดรหัส (Decoding) ของผู้รับสาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดการเข้ารหัส-ถอดรหัส (Encoding-Decoding) ของ Stuart Hall (2007) ที่ใช้เป็นกรอบคิดเพื่อทำความเข้าใจระบบรหัส (Coding System) ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยหลังจากที่ความหมายของเนื้อสารถูกสร้างขึ้นภายใต้บริบทและอุดมการณ์ของผู้ส่งสารในขั้นตอนของการเข้ารหัส (Encoding) ให้มีความหมายตามที่ผู้ส่งสารต้องการเสร็จสิ้นแล้ว เมื่อความหมายของเนื้อสารนั้นถูกถ่ายทอดมายังผู้รับสาร ความหมายของเนื้อสารนั้นจะถูกสร้างขึ้นใหม่อีกครั้งผ่านกระบวนการถอดรหัส (Decoding) ภายใต้บริบทและอุดมการณ์ของผู้รับสารอีกทอดหนึ่ง

ตามทฤษฎีของ Hall เนื้อหาสารได้บรรจุความหมายที่หลากหลาย (Polysemy) และการถอดรหัสเพื่อทำความเข้าใจสารของผู้รับสารเป็นกระบวนการที่เป็นอิสระจากผู้ส่งสาร โดย Hall ได้เสนอความหมายของการถอดรหัสออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ 1) ความหมายที่สอดคล้องกับผู้ส่งสาร (Dominant or Preferred Reading) 2) ความหมายที่ตรงกันข้ามกับผู้ส่งสาร (Oppositional Reading) และ 3) ความหมายที่ถูกต่อรองระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Negotiated Reading) โดย Fiske ให้ความสำคัญกับความหมายที่เกิดจากการต่อรองระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร (Negotiated Reading) เป็นพิเศษ เนื่องจากเชื่อว่า ผู้รับสารหรือผู้บริโภคตัวบททางวัฒนธรรมอาจมีอุดมการณ์ไม่สอดคล้องกับผู้ส่งสารหรืออาจไม่สามารถต่อต้านหรือรื้อทิ้งอุดมการณ์ของผู้ส่งสารได้ ผู้รับสารหรือผู้บริโภคตัวบททางวัฒนธรรมจึงต่างมีกลยุทธ์เพื่อต่อรองความหมาย รวมทั้งสามารถสร้างสรรค์ความหมายและความพึงพอใจต่อยอดจากการรับสารหรือบริโภคตัวบททางวัฒนธรรมได้อย่างต้นตัว

ในส่วนของการทบทวนวรรณกรรม พบการศึกษาจำนวนมากไม่น้อยเกี่ยวกับบทบาทของผู้มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะเกย์และหญิงข้ามเพศในอาณาเขตของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ อาทิ บทบาทของร่างทรงหญิงข้ามเพศในพิธีกรรมบูชาเทพเจ้านัต (Nat) และวิญญาณสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งการปฏิบัติหน้าที่ดังกล่าวของร่างทรงเป็นเสมือนการต่อรองเพื่อประกอบสร้างตัวตน หรือการสร้างโอกาสทางสังคมและเศรษฐกิจของร่างทรงหญิงข้ามเพศผ่านพื้นที่ทางความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในสังคมเมียนมาที่ไม่ยอมรับการมีอยู่ของผู้มีความหลากหลายทางเพศ (Brac de la Perrière, 2022; Gilbert, 2022; Coleman et al, 2018) ในเวียดนามก็พบการศึกษาร่างทรงที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศในพิธีประทับทรงเจ้าแม่เทพีแห่งโลก (Mother Goddess) ซึ่งเป็นความเชื่อของชาวเวียดนามมายาวนาน โดยการปรากฏกายของร่างทรงที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศในพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ดังกล่าวเกิดจากความเชื่อที่ว่าร่างทรงที่ทำหน้าที่เป็นผู้ประทับร่างเจ้าแม่และเทพเจ้าสามารถเป็นเพศใดก็ได้ ซึ่งถือเป็นปฏิบัติการช่วงชิงอำนาจทางเพศสภาพของเกย์และหญิง

ข้ามเพศในสังคมเวียดนาม รวมทั้งเป็นการเปิดพื้นที่ทางสังคมให้ผู้คนสามารถร้องขอผ่านคำ
อธิษฐานในสิ่งทีนโยบายของรัฐและผู้ปกครองไม่สามารถตอบสนองให้แก่ผู้คนได้ (พัชรินทร์ สิริ
สุนทร และวัชรารุณี ชื่อสัตย์, 2566; Tran, 2022)

ในส่วนของบทบาทของเกย์และหญิงข้ามเพศบนพื้นที่ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในประเทศ
ไทยเกือบทั้งหมดเน้นศึกษาปฏิบัติการเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์บนพื้นที่ทางกายภาพ (กิ่ง
แก้ว ทิศตั้ง, 2559; กิ่งแก้ว ทิศตั้ง, 2562; จารุวรรณ ขำเพชร, 2560; สุระ อินตามูล, 2556;
Pinthongvijayakul, 2022) แม้พบการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของเกย์และหญิงข้ามเพศบน
พื้นที่ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในมิติของป๊อบแคท์เจอร์ ก็ยังคงเน้นการทำความเข้าใจปฏิบัติการบน
พื้นที่ทางกายภาพ อาทิ การศึกษาของ Edoardo Siani (2022) เกี่ยวกับการเข้าประทับร่าง
ทรงของ Paris Hilton ของร่างทรงเกย์ เนื่องด้วยเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจที่ถูกยกสถานะให้
เป็นเสมือนเทพเจ้าอันเป็นที่ศรัทธาของสมาชิกชุมชนผู้มีความหลากหลายทางเพศ เป็นต้น แต่
การศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของผู้ให้บริการบริการทางจิตวิญญาณของเกย์และหญิงข้ามเพศใน
มิติของป๊อบแคท์เจอร์บนพื้นที่ออนไลน์ยังมีจำกัดมาก ซึ่งการศึกษาในมิติทางจิตวิญญาณบน
พื้นที่ออนไลน์ส่วนใหญ่มักเน้นกลุ่มเพศสภาพแบบรักต่างเพศเป็นหลัก เช่น การให้บริการและ
การใช้บริการพยากรณ์ทางออนไลน์ในกลุ่มของผู้คนในยุคดิจิทัลและกลุ่มผู้หญิง (ปุลณตรีย์
เจียวิริยบุญญา, 2564; Bhaesajsanguan, 2017) หรือการศึกษาเกี่ยวกับสัญญาของวอลเป
เปอร์เสริมดวงแบบดิจิทัลที่ (ศิริภัสสร สิริกิตกุล, 2566) เป็นต้น โดยพบเพียงการศึกษาของ
Duangwises (2022) เกี่ยวกับการแสดงออกเพศสภาพความเป็นเกย์อย่างเปิดเผยของ “พ่อ
ขุนช้างอินทร์บุรี” บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียและการถูกตำหนิอย่างรุนแรงจากผู้คนใน
โซเชียลมีเดียที่แสดงให้เห็นถึงทัศนคติของสังคมไทยที่ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์และการนำเสนอ
ตัวตนของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่มีอัตลักษณ์ทางเพศสภาพนอกเหนือจากความเป็น
หญิงเป็นชายมักถูกวิพากษ์วิจารณ์ในด้านลบจากสังคมไทยอย่างกว้างขวาง ในขณะที่
การศึกษาของปุลณตรีย์ เจียวิริยบุญญา (2567) พบว่า บทบาทของนักพยากรณ์หญิงข้าม
เพศในโครงสร้างทางสังคมที่ถูกขับเคลื่อนด้วยระบบเศรษฐกิจทุนนิยมและระบบเศรษฐกิจ
แบบตลาด ส่งผลให้พิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ถูกทำให้กลายเป็นสินค้า
(Commodification) เช่น การผสมผสานความเชื่อศักดิ์สิทธิ์เข้ากับสินค้าหรือแบรนด์ต่างๆ
หรือการปลุกเสกเครื่องรางในรูปแบบดิจิทัล เป็นต้น รวมทั้งแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียยังทำ
หน้าที่เป็น “พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์” (Sacred Space) สำหรับกลุ่มผู้ติดตาม อีกทั้งนักพยากรณ์หญิง
ข้ามเพศยังสามารถยกระดับตนเองให้กลายเป็นผู้มีอิทธิพลทางการตลาด (Marketing
Influencer) ต่อกลุ่มผู้ติดตามที่เกิดและเติบโตมาโดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของ
ชีวิตประจำวัน

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า ภายใต้ความเชื่อทางพุทธ
ศาสนาและความเชื่อทางศาสนากระแสหลักทั้งในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียอาคเนย์ที่ให้

อำนาจนำแก่งเพศสภาพในแบบบรรทัดฐานรักต่างเพศ (Heteronormativity) ส่งผลให้ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์กระแสรองต่าง ๆ ได้ทำหน้าที่เสมือนพื้นที่พิเศษที่เปิดโอกาสแก่ผู้มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะเกย์และหญิงข้ามเพศได้เข้ามา มีบทบาทสำคัญที่หลากหลายในทุกระดับ ตั้งแต่การจัดสถานที่ในพิธีกรรม การออกแบบเครื่องแต่งกาย การร่ำรำ จนนถึงการทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบพิธีกรรมด้วยตนเอง (Jackson, 2022) โดยนอกจากการศึกษาของ ปุณณ ตรีย์ เจียวิริยบุญญา (2567) เกี่ยวกับกระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้า (Commodification) ของพิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ของนักพยากรณ์หญิงข้ามเพศบนพื้นที่ออนไลน์ การทบทวนวรรณกรรมยังไม่พบการศึกษาใดที่ทำความเข้าใจบทบาทของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศในมิติของการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ ในฐานะป๊อปเคาท์เจอร์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในสังคมสมัยใหม่ ดังนั้น การใช้แนวคิดป๊อปเคาท์เจอร์ของฟิสเก้ (Fiske, 2010) ในการศึกษาครั้งนี้จะสามารถเผยให้เห็นถึงกระบวนการสื่อสารทั้งในมิติของความหมายและปฏิบัติการของกลุ่มบุคคลเหล่านี้เพื่อต่อยอดและส่งต่อความหมายใหม่เกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์หลากหลายรูปแบบไปสู่กลุ่มผู้ติดตามจำนวนมากบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

4. ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้เขียนดำเนินการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการเก็บข้อมูลบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในกลุ่มร่างทรงและผู้ดำเนินพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 9 รายที่ผ่านคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้เขียนร่วมในฐานะผู้ร่วมก่อตั้งองค์กรบางกอกเรนโบว์ ซึ่งเป็นผู้มีเครือข่ายกว้างขวางในชุมชนเกย์และหญิงข้ามเพศในประเทศไทยมากกว่า 30 ปีเป็นผู้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเพื่อให้ได้ความหลากหลายในมิติด้านการให้บริการทางจิตวิญญาณ เพศสภาพ อายุ และแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกประกอบด้วย 1) มีสัญชาติไทย อายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี 2) เป็นผู้ที่มีเพศสภาพเป็นเกย์ หรือหญิงข้ามเพศ 3) ทำหน้าที่เป็นร่างทรงหรือหรือผู้ดำเนินพิธีกรรมเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ 4) นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ผ่านโซเชียลมีเดียอย่างน้อย 1 แพลตฟอร์ม

เครื่องมือในการวิจัยในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) และแบบการเก็บข้อมูลบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่พัฒนาจากแนวคิดป๊อปคัลเจอร์ (Popular Culture) ของ John Fiske (2010) ผ่านการพิจารณาความตรงในเนื้อหา (Content Validity) จากคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งโดยองค์กรที่สนับสนุนการวิจัย คือ Australian Research Council Discovery Grant มหาวิทยาลัยแห่งชาติออสเตรเลีย จำนวน 3 ท่านและนำไปปรับแก้ตามข้อเสนอแนะก่อน

นำไปเก็บข้อมูล โดยผู้เขียนหลักได้ใช้แบบการเก็บข้อมูลบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียตั้งแต่วันที่ 16 กันยายน 2564 – 15 มีนาคม 2565 (รวมระยะเวลา 6 เดือน) โดยได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ รวมทั้งเข้าร่วมเป็นสมาชิกในกลุ่มแอปพลิเคชันในลักษณะสาธารณะ กึ่งสาธารณะ และแบบส่วนตัวของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลในฐานะหนึ่งในผู้ติดตาม หลังจากที่ผู้วิจัยหลักได้เก็บข้อมูลบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียประมาณ 1.5 เดือนจึงเริ่มต้นการวิเคราะห์หัตถ์บทและการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อพัฒนาแบบสัมภาษณ์ ซึ่งผู้เขียนร่วมได้ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายผ่านโปรแกรม ZOOM โดยผู้เขียนทั้งสองได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจนถึงจุดที่เข้าสู่ระดับของการอิ่มตัว (Data Saturation) จึงหยุดการสัมภาษณ์เชิงลึกและการเก็บข้อมูลบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกถูกถอดความแบบคำต่อคำ ในขณะเดียวกัน ข้อมูลที่เก็บบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียได้ผ่านการวิเคราะห์หัตถ์บท (Textual Analysis) โดยเน้นทำความเข้าใจการสื่อสารในรูปแบบ “อวัจนภาษา” (Non-verbal Language) อาทิ บุคลิกการแสดงออก การแต่งกาย น้ำเสียง การใช้อุปกรณ์ การใช้สี ฯลฯ ในฐานะสัญญาณเพื่อให้สามารถเข้าใจความหมายโดยนัยทางวัฒนธรรมภายใต้บริบททางสังคมในขณะนั้น รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในส่วนของข้อมูลที่เป็น “วัจนภาษา” (Verbal Language) ควบคู่ไปกับการวิเคราะห์หัตถ์บทด้วย อาทิ ข้อความจากการโพสต์ บทสนทนาในขณะการ Live สด และการประกอบพิธีกรรมบนโซเชียลมีเดีย รวมทั้งข้อความจากคอมเมนต์ของกลุ่มผู้ติดตาม หลังจากนั้น ข้อมูลได้ถูกแยกแยะจัดเก็บเป็นหมวดหมู่ตามประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลที่พัฒนาไว้เรียบร้อยแล้ว และดำเนินการเข้ารหัสข้อมูลโดยใช้โปรแกรมช่วยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ Atlas.ti เพื่อแยกแยะข้อมูลผ่านรหัสที่ได้พัฒนาอย่างเป็นระบบตามประเด็นสำคัญที่ปรากฏขึ้นจากการเก็บข้อมูล โดยการเข้ารหัสข้อมูลเริ่มต้นด้วยการใช้วิธีการเข้ารหัสแบบนิรนัยเป็นหลัก เพื่อเชื่อมโยงตีความจากประเด็นการวิเคราะห์ที่พัฒนาจากพื้นฐานแนวคิด-ทฤษฎีที่มีอยู่ไปสู่ข้อสรุปจากข้อมูลที่ได้จากการศึกษา ในกรณีที่ข้อมูลที่ไม่มีสอดคล้องกับประเด็นการวิเคราะห์ที่พัฒนาไว้ตั้งแต่ต้น ผู้เขียนได้ใช้วิธีการแบบอุปนัยเพื่อแสดงให้เห็นประเด็นใหม่ ๆ จากข้อมูลใหม่ที่นอกกรอบการอธิบายของแนวคิด-ทฤษฎีที่มีอยู่เดิม (ชาย โปธิสิตา, 2547; Hsieh & Shannon, 2005) ในขั้นตอนต่อมา ข้อมูลที่ถูกเข้ารหัสทั้งหมดถูกจัดเป็นกลุ่มหลักและกลุ่มย่อยในรูปแบบรายงานการเข้ารหัสข้อมูล (Coding Report) เพื่อสามารถวิเคราะห์ตามประเด็นที่กำหนดไว้เพื่อให้ได้กลุ่มความหมายและความเข้าใจในข้อมูลตามความสัมพันธ์ของข้อมูลภายในของแต่ละกลุ่ม เพื่อยกระดับข้อมูลให้เป็นในรูปของแบบฟอร์มการสรุปเนื้อหาสำคัญของการเข้ารหัส (Coding Summary) เป็นขั้นตอนสุดท้าย โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ผ่านใจความสำคัญ (Thematic Analysis) ในแต่ละประเด็นการวิเคราะห์ที่ได้พัฒนาไว้เบื้องต้นเพื่อตอบคำถามการวิจัย โดยการนำเสนอผลการศึกษา ผู้เขียนให้ความสำคัญกับ “เสียง” (Voices) และ “ประสบการณ์”

(Experiences) ของผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก ผ่านการยกคำพูดสำคัญของผู้ให้ข้อมูลในประเด็นต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมทั้งตัวอย่างจากการเก็บข้อมูลบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เพื่อสามารถนำเสนอผลการศึกษได้อย่างครบถ้วน ครอบคลุม และมีความน่าเชื่อถือในทางวิชาการมากที่สุดผ่านการนำเสนอข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) จากข้อมูล 3 แหล่งในเวลาเดียวกัน คือ การสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของผู้ให้ข้อมูล และการวิเคราะห์ผลการตอบรับจากกลุ่มผู้ติดตาม

5. ผลการวิจัย

ข้อมูลพื้นฐานและจุดเริ่มต้นของการเป็นผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์ และหญิงข้ามเพศ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลของการศึกษาคั้งนี้มีจำนวน 9 ราย ประกอบด้วยเกย์จำนวน 5 ราย และหญิงข้ามเพศจำนวน 4 ราย มีอายุเฉลี่ย 37 ปี (27-47 ปี) โดยทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณมาแล้วเฉลี่ยเป็นระยะเวลา 9 ปี (2-20 ปี) โดยผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดทำหน้าที่เป็นผู้ประกอบพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ที่หลากหลาย อาทิ ดูดวง โหราศาสตร์ สะเดาะเคราะห์ ปลุกเสก วัตถุมงคลต่าง ๆ เป็นต้น โดยมีผู้ที่ทำหน้าที่เป็นช่างทรง จำนวน 3 ราย

จุดเริ่มต้นในการเข้ามาทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณ ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมดเริ่มต้นเข้าสู่การเป็นผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณผ่านการศึกษด้วยตนเองและเชื่อว่าตนได้รับมอบหมายจากสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเองนับถือ รวมทั้งมีความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์อย่างแรงกล้ามาเป็นทุนเดิม ในขณะที่อีก 1 รายระบุว่าการทำงานที่ของตนได้รับการสืบทอดทางสายเลือดมาจากบรรพบุรุษ โดยผู้ให้ข้อมูลมิได้คาดหวังมาก่อนว่าตนเองจะได้เข้ามาทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณตั้งแต่ต้น แต่เนื่องจากได้ประสบเหตุการณ์บางอย่างที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลพบจุดพลิกผันของชีวิต อาทิ การมีความทุกข์ การค้นหาที่พึ่งทางใจ หรือมีผู้ชักนำให้เข้าสู่เครือข่ายของผู้ที่ศรัทธาเลื่อมใสในองค์เทพหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์เดียวกัน ได้เข้าถึงและเรียนรู้วิชาครูบาอาจารย์และนักบวชในแวดวงผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณ รวมทั้งได้สัมผัสพลังของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตนนับถือต่อชีวิตของตนในมิติต่าง ๆ ผู้ให้ข้อมูลกลุ่มนี้จึงมุ่งมั่นศึกษาจากครูบาอาจารย์ที่ตนเองนับถือ รวมทั้งศึกษาเพิ่มเติมในศาสตร์ที่ตนเองมีความสนใจและศรัทธาเป็นระยะเวลาหนึ่งเพื่อที่จะสามารถทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณตามที่ตนเองตั้งหวังไว้ โดยการศึกษาพบข้อสังเกตสำคัญ คือ ผู้ให้ข้อมูลทุกรายล้วนได้รับการศึกษาและป่มเพาะจากครูบาอาจารย์และนักบวชในแวดวงผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่มีเพศสภาพในแบบบรรพัตฐานรักต่างเพศหรือสมณเพศทั้งหมด

“เกิดจากความที่มีโอกาสเจอครูบาอาจารย์ค่ะ แล้วก็ครูบาอาจารย์ท่านได้สอนในเรื่องของวิชาต่าง ๆ เป็นคนที่ชอบเรื่องนี้อยู่แล้ว พอเจอครูบาอาจารย์ที่เมตตาสอนโดยที่ไม่ได้มีความคิดในเรื่องเพศสภาพว่าจะเป็นผู้ชาย หรือเป็นผู้หญิง แต่เขาดูเราที่ความประพฤติ

หลังจากนั้นก็เลยได้มีโอกาสมาสู่เส้นทางนี้ค่ะ ประมาณ 17 ปีที่แล้ว...ในขณะนั้นเราแสดงภาพยนตร์ เรื่อง (ชื่อภาพยนตร์) แล้วก็มีความคาดหวังอยากที่จะมีชื่อเสียงในวงการภาพยนตร์ ฟี ๆ กองถ่ายก็พาไปหาครูบาอาจารย์ ซึ่งตอนนั้นเรากำลังต้องการที่พึ่งทางใจเพื่อจะประสบความสำเร็จในวงการบันเทิงค่ะ ก็ติดตามท่าน จากเป็นลูกศิษย์ จนเห็นพฤติกรรมของท่านแล้วก็เลยเอ่ยปากอยากเรียนรู้อะไรในเรื่องราวว่ามันมีจริงไหม เริ่มแรกเลยที่ไปเรียนกับท่านนะคะ ก็ติดตามท่านอยู่ประมาณ 5 ปีนะคะ ไม่ได้เปิดสำนักด้วย จนท่านบอกว่าเรามีความรู้มากแล้ว ทำไมเราถึงไม่ช่วยคน ก็เลยตัดสินใจในการเริ่มเปิดในเรื่องของเปิดสำนักเกิดขึ้นค่ะ” (โอริสา [นามสมมุติ], สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2564)

ในมิติของการทำหน้าที่ผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่ผ่านมา ผู้ให้ข้อมูลเกือบทั้งหมดระบุว่า เพศสภาพแห่งความเป็นเกย์และหญิงข้ามเพศถือเป็นหนึ่งในคุณสมบัติที่ส่งผลบวกต่อการเข้าถึงและสร้างความสัมพันธ์กับผู้ติดตามของตน โดยเฉพาะกับกลุ่มผู้ติดตามที่เป็นเพศหญิงและผู้มีความหลากหลายทางเพศ โดยการมีเพศสภาพเป็นเกย์และหญิงข้ามเพศส่งผลบวกในหลายมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง คุณสมบัติของความละเอียดอ่อน การเข้าอกเข้าใจผู้มีความหลากหลายทางเพศด้วยกันเนื่องจากการมีประสบการณ์ร่วมที่คล้ายคลึงกัน สามารถพูดคุยกันได้เหมือนพี่น้อง หรือการเข้าใจรสนิยมในการใช้เครื่องรางของขลังในกลุ่มผู้หญิงและผู้มีความหลากหลายทางเพศ

“ด้วยความที่เราเป็น LGBT คนที่มาให้เราหาโชนนี่ให้ก็จะเป็นพวกกลุ่ม LGBT เหมือนกัน มันก็เลยอาจจะเข้าใจกันง่าย เข้าถึงง่าย แล้วก็เข้าใจจุดประสงค์ของการใช้เครื่องรางสิ่งศักดิ์สิทธิ์อะไรอย่างนี้อะครับ...เราก็มานอนที่มันตอบโจทย์เขา คือถ้ามันตอบโจทย์เขาก็คือต้องตอบโจทย์เราเหมือนกัน เพราะเรา (หัวเราะ) เราเป็น (LGBT) คล้าย ๆ กันครับ” (ยุทธนา [นามสมมุติ], สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2564)

การสร้างสรรคเนื้อหาความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ให้เป็นป็อบเคาท์เจอร์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

ในการให้บริการด้านจิตวิญญาณผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ผู้ให้ข้อมูลทุกรายมีกระบวนการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการของกลุ่มผู้ติดตาม (ผู้ให้ข้อมูลเรียกว่า ลูกค้า หรือ ลูกศิษย์) คือ ทุกรายสามารถวิเคราะห์ข้อมูลการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมในระดับต่าง ๆ ของผู้ติดตามของตน (ผู้ให้ข้อมูลเรียกข้อมูลเหล่านี้ว่า ข้อมูลหลังบ้าน) เช่น การกดไลค์ กดแชร์ รวมทั้งข้อมูลที่สำคัญในมิติอื่น ๆ เช่น เพศ อายุ สถานที่และระยะเวลาในการเข้าใช้แพลตฟอร์ม รวมถึงระดับความนิยมของเนื้อหาต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านแพลตฟอร์มในช่วงเวลาต่าง ๆ ของกลุ่มผู้ติดตาม เป็นต้น ทำให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถทราบถึงจำนวนที่แท้จริงและข้อมูลของกลุ่มผู้ติดตามของตนในมิติต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกในส่วนขอเพศสภาพของผู้ติดตาม ผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดระบุตรงกันว่า กลุ่มผู้ติดตามส่วนใหญ่เป็นเพศ

หญิงและผู้มีความหลากหลายทางเพศ เนื่องจากกลุ่มผู้ติดตามกลุ่มนี้มีความสะดวกใจเข้ารับบริการทางจิตวิญญาณกับผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศ

“ผู้ที่ติดตามเลยเนี่ยส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงครับ ผู้หญิงเนี่ยชอบดูดวงมากครับ อีกกลุ่มหนึ่งก็คือ กลุ่มที่เป็นเกย์นี่แหละครับ ผู้ชายเนี่ยมีเหมือนกันแต่ก็น้อย แต่คนที่เป็นเกย์กับคนที่เป็นผู้หญิงเนี่ยค่อนข้างเยอะนะครับ โดยเฉพาะเรื่องดวงครับ” (รณกร [นามสมมุติ], สัมภาษณ์, 28 พฤศจิกายน 2564)

“ถ้าเรื่องชายหญิงแล้วเนี่ย เออเอาอย่างนี้ดีกว่าครับ LGBT 40% ผู้หญิง 40% ผู้ชาย 20% ครับ อย่างนี้ดีกว่าครับชัดเจน” (ชาวีกรณ [นามสมมุติ], สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2564)

ในส่วนของความต้องการของกลุ่มผู้ติดตามในการเข้ารับบริการทางจิตวิญญาณ ผู้ให้ข้อมูลทุกรายให้ข้อมูลตรงกันว่า ความต้องการที่กลุ่มผู้ติดตามของตนมาขอรับบริการให้คำปรึกษา พยากรณ์ เช่าซื้อเครื่องรางของขลัง หรือประกอบพิธีศักดิ์สิทธิ์มากที่สุดคือประเด็นด้านความรัก-ความสัมพันธ์ และประเด็นเรื่องการเงิน-ความมั่นคงการเงิน โดยเฉพาะผู้ติดตามที่ประสบปัญหาเรื่องการเงิน-ความมั่นคงการเงินพบมากขึ้นในช่วงหลังจากการระบาดของโควิด-19 นอกจากนี้ พบประเด็นด้านสุขภาพของตนเองหรือครอบครัวด้วย

“อันดับที่ 1 คือความรัก อันดับที่ 2 คือสถานะทางการเงิน อยากรวย ทำยังไงจะรวย อยากปัง อะไรอย่างเนี่ย ทำยังไง ฮาวทुरวยเนี่ย อะไรอย่างเนี่ย หรือ ฮาวทูที่จะมีการเงินที่มั่นคงกว่านี้ หรือเงินร่วอะไรอย่างเนี่ย ผมก็จะใช้ tool ที่ผมมีอยู่ในมืออะฮะ เบอร์โทรศัพท์ ลายเซ็น นี้นั่นโน้น ตรงนี้มาแก้ไขปัญหาให้กับเขา...อันดับที่ 3 ก็จะเป็นเรื่องของการงาน ผู้หลักผู้ใหญ่ไม่ค่อยสนับสนุน ไม่ค่อยเกื้อหนุน ไม่ค่อยผลักดันอะไรอย่างนี้ฮะ ส่วนใหญ่จะเป็นสามเรื่องนี้ นอกนั้นก็จะเป็นจิปาถะทั่วไป สุขภาพใด ๆ อะไรอย่างนี้ฮะ” (ชาวีกรณ [นามสมมุติ], สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2564)

เมื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานจนเข้าใจความต้องการหลักของกลุ่มผู้ติดตาม ผู้ให้ข้อมูลมีกระบวนการสร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์เพื่อสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มผู้ติดตามดังกล่าว โดยการสร้างสรรค์เนื้อหาแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ 1) **ระดับสังคม** อาทิ เนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์บ้านเมือง หรือกระแสสังคมที่กำลังมาแรงในขณะนั้น และ 2) **ระดับบุคคล** เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาเฉพาะหน้าของผู้ติดตามที่กำลังเผชิญอยู่ เพื่อนำเสนอรูปแบบการบริการทางจิตวิญญาณของตนให้เป็นที่สนใจและตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ติดตาม

“อาจจะดูเทรนด์ของตัวปัจจุบัน เหตุการณ์การเมือง คนติดขัดเรื่องอะไร เพราะว่าเรามองว่าเราเป็นหนึ่งในตัวช่วย อย่างน้อยก็ทางด้านจิตใจ ในการแก้ไขปัญหา...แล้วก็คอนเทนต์ หนึ่งก็จะเป็นการดูเพนพอยท์ (ปัญหาที่ต้องการแก้ไข) ของลูกค้า ดูเพนพอยท์ว่าเรื่องอะไร ถ้าเราไปจับจุดตรงนั้นได้ ก็บูสต์โพสต์ (การจ่ายเงินให้แก่แพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มการ

เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย) ไปเรื่อย ๆ แล้วก็อาจจะมีความสรรหาสินค้าแปลกใหม่และสวยตามสไตล์ ก็ต้องสวยไว้อีก่อน” (ยุทธนา [นามสมมุติ], สัมภาษณ์, 11 ธันวาคม 2564)

ในขั้นตอนต่อไป ผู้ให้ข้อมูลแต่ละรายมีกลยุทธ์การสื่อสารเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่มีความหลากหลายตามรูปแบบแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ และตามรูปแบบความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ของผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย โดยแบ่งเป็น 2 แบบหลัก คือ 1) **การเน้นการสื่อสารแบบทางเดียว** ที่มุ่งการนำเสนอเนื้อหาจากผู้ให้ข้อมูลเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่เป็นเนื้อหาที่ถูกบันทึกไว้ก่อนหน้าการเผยแพร่ แม้ว่ากลุ่มผู้ติดตามสามารถสื่อสารถึงผู้ให้ข้อมูลผ่านข้อความโต้ตอบได้ แต่ผู้ให้ข้อมูลอาจไม่สามารถตอบกลับข้อความของผู้ติดตามทุกรายได้อย่างทันที อาทิ การนำเสนอในรูปแบบของการโพสต์ข้อความหรือคลิปการทำนายดวงชะตาแบบวันต่อวัน แบบรายสัปดาห์ แบบราย 15 วัน การรวบรวมคำถามและตอบคำถามที่ถูกถามมากที่สุดจากกลุ่มผู้ติดตามในแต่ละสัปดาห์ เป็นต้น และ 2) **การเน้นการสื่อสารแบบสองทาง** โดยมุ่งจัดเป็นกิจกรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ติดตามที่ผู้ให้ข้อมูลสามารถสื่อสารตอบกลับกลุ่มผู้ติดตามได้อย่างทันที เช่น ผู้ให้ข้อมูลสามารถอ่านชื่อและข้อความของผู้ติดตามในขณะที่ Live หรือดำเนินพิธีกรรมแบบออนไลน์ในกลุ่มกึ่งส่วนตัวและกลุ่มส่วนตัวที่มีกลุ่มผู้ติดตามเข้าร่วมในพิธีในจำนวนที่ไม่มากเกินไป เช่น การ Live พิธีจุดเทียนศักดิ์สิทธิ์ออนไลน์ การทำพิธีเสริมพลังแบบออนไลน์ การตอบคำถามและการดูดวงสดแบบออนไลน์ การจัดกิจกรรมโปรโมชั่นเพื่อเข้าซื้อเครื่องรางของขลังที่ตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในช่วงเวลาต่าง ๆ เป็นต้น

“เสริมพลังผ่านไลฟ์สด โดยการเคาะขันทิเบต เสริมพลังคริสตัล จุดเทียนเสริมดวงผ่าน ผ่านการไลฟ์สด บางทีก็เล่าเรื่อง 18+ ดูดวง 18+ เช่น ถามตอบไปจะเป็นยังไง คือเราก็จะหลากหลาย...หนูเป็นคนดูดวง 18+ ไฟของหนูก็จะเป็นแบบ sexual อะไรอย่างงี้...มันก็จะมีความหลากหลายแม้กระทั่งใน YouTube เอง ก็จะมีแบบว่า อ่า วันนี้เดี๋ยวแม่จะสอนการทำ spell แบบวิธาน (พิธีกรรมการสร้างพลังจากภายใน) ในลักษณะของการเสริมเสน่ห์นะคะ แล้วก็จะพิมพ์ให้คนเตรียมของ ก็เหมือนเป็นการ classroom นะ เราก็เปิดไลฟ์สดใน YouTube เราก็สอนเค้าทำไป มันไม่ใช่แค่การดูดวงใจ” (อารยา [นามสมมุติ], สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2564)

จากครุกายแก้ว แอร์พอดเตอร์ สู่ยันต์ดิจิทัล: การสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อบแคท์เจอร์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย

ผลการศึกษาในส่วนนี้มุ่งทำความเข้าใจบทบาทของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศทั้ง 9 รายในฐานะ “ผู้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมที่ตื่นตัว” (Active Cultural Agents) (Fiske, 2010) ว่าพวกเขาและเธอได้สื่อสารทั้งมิติของความหมายและปฏิบัติการของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อบแคท์เจอร์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพื่อ

ตอบสนองความต้องการและรูปแบบการชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้ติดตามจำนวนมากภายใต้บริบททางสังคมสมัยใหม่ได้อย่างไร

การสื่อสารในมิติของความหมายเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์

หลังจากที่ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 9 รายได้เรียนรู้วิชาและทักษะเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์จากครูบาอาจารย์ของตนที่มีเพศสภาพแบบรักต่างเพศและสมณเพศ รวมทั้งจากตำราเกี่ยวกับศาสตร์ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ซึ่งเป็นองค์ความรู้แบบดั้งเดิม รวมทั้งการศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการของกลุ่มผู้ติดตาม ผู้ให้ข้อมูลทุกรายมีกระบวนการสื่อสารในมิติของความหมายเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของตนในเชิงต่อยอดหลากหลายรูปแบบ โดยเน้นการสื่อสารเชื่อมโยงความหมายของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ของตนเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้ติดตามในสังคมสมัยใหม่อย่างแนบเนียน อาทิ ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งนำเสนอศาสตร์การคำนวณตัวเลขของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ประกอบเข้ากับหลักโหราศาสตร์ และความเชื่อเกี่ยวกับพระราหู มาใช้ในการคำนวณในการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการเลือกตัวเลขต่าง ๆ ที่เป็นมงคลในชีวิตประจำวัน (ผู้ให้ข้อมูลเรียกว่า เสริมดวง) เช่น การเลือกหมายเลขโทรศัพท์มือถือ หมายเลขบัญชีธนาคาร ทะเบียนบ้าน ทะเบียนรถ การตั้งหมายเลขรหัสผ่านต่าง ๆ หรือปริมาณการซื้อ-ขายหุ้น และการพยากรณ์การขึ้นลงของคลิปปิโตรเคอเรนซ์ ซึ่งเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เป็นต้น รวมทั้งได้ร่วมมือกับบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายสัญญาณโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตเพื่อให้บริการเลือกหมายเลขโทรศัพท์มือถือแก่ลูกค้าของบริษัทในกิจกรรมทางการตลาดต่าง ๆ ด้วย

นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลอีกรายหนึ่งได้พัฒนา ปลุกเสก และนำเสนอสำหรับไฟทำนายในรูปแบบของตนเอง และให้ความหมายของไฟแต่ละใบที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมสมัยใหม่ อาทิ เชื่อมโยงความหมายของไฟทำนายรูปท้าวทศรถซึ่งเป็นเทพแห่งการเดินทางเข้ากับการเสริมโชคลาภสำหรับผู้ติดตามที่ทำงานเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับระบบออนไลน์ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย หรือระบบอินเทอร์เน็ต การเชื่อมโยงความหมายไฟทำนายที่เป็นรูปพระราหูในฐานะเทพแห่งการเปลี่ยนแปลงและภัยพิบัติ ไปถึงการเตือนผู้ติดตามให้มีความระมัดระวังเกี่ยวกับการลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัล หรือหลีกเลี่ยงการเก็งกำไรเหรียญดิจิทัล เช่น บิทคอยน์ เป็นต้น ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลอีกรายใช้เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ของอักษรรูน ตัวอักษรศักดิ์สิทธิ์โบราณที่เป็นที่รู้จักกันในประเทศในทวีปยุโรป โดยอักษรดังกล่าวได้ปรากฏในวรรณกรรมสำหรับเยาวชนและภาพยนตร์เรื่องแฮร์รี่พ็อตเตอร์ โดยอักษรรูนโบราณเป็นหนึ่งในวิชาของโรงเรียนฮอกวอตส์ โดยผู้ให้ข้อมูลได้ศึกษาความหมายของอักษรรูนโบราณมาใช้ในการนำเสนอการให้บริการทางจิตวิญญาณที่ผูกโยงกับการเสริมสถานะทางการเงิน การประสบความสำเร็จในด้านความรักและเพิ่มแรงดึงดูดทางเพศของเพศ

เดียวกัน เป็นต้น ดังตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งนำเสนอความเชื่อเกี่ยวกับโหงวเฮ้งที่เชื่อมโยงเข้ากับการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม ดังนี้

“ลักษณะของโหงวเฮ้งของเขาเนี่ย คิวเขาอะมันหนาไปต๋องกันตรงนี้ ตรงนี้ปิดเรื่องการเงิน จมูก เขาอาจจะมียรอยบาดตรงนี้ เกี่ยวกับเรื่องการเงิน การเงินติดขัดก็ให้เขาไปฉีดฟิลเลอร์ซะ แนะนำให้ฉีดฟิลเลอร์สักประมาณกี่ซี่ซี เราเคยทำศัลยกรรมเรารู้ ประมาณนี้ะอะไรอย่างนี้ จมูก จมูกคุณโอเคนะ แต่ปลายจมูกคุณมันไม่กลมมน เพราะฉะนั้นก็ไปทำ (ศัลยกรรม) หรือว่าฉีดฟิลเลอร์ หรือเสริมเติมแต่งบางอย่าง คือมนุษย์ยุคปัจจุบันชอบศัลยกรรมอยู่แล้ว แต่จะดีกว่าไหม ถ้าศัลยกรรมแล้วโหงวเฮ้งดีขึ้นด้วย” (ชาวีกรณ [นามสมมุติ], สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2564)

การสื่อสารในมิติของปฏิบัติการเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์

การศึกษาพบการสื่อสารในมิติของปฏิบัติการเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์อย่างเข้มข้นเพื่อนำเสนอการให้บริการทางจิตวิญญาณที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ ดังนั้นรูปแบบการให้บริการด้านความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ที่เป็นการเชื่อตั้งแต่สมัยโบราณจึงถูกปรับเปลี่ยนให้เชื่อมโยงและเหมาะสมกับวิถีชีวิตในยุคสมัยใหม่ แต่ผู้ให้ข้อมูลทุกรายได้ให้ความเชื่อมั่นแก่ผู้ติดตามว่ารูปแบบการให้บริการของตนยังคงความศักดิ์สิทธิ์และไม่ผิดเพี้ยนจากความเชื่อและศาสตร์ต้นตำหรับของครูบาอาจารย์หรือจากตำราโบราณแต่อย่างใด (ผู้ให้ข้อมูลเรียกว่า ไม่นอกครู) อาทิ การนำเสนอระบบการส่งจ่องเครื่องราง-ของขลังผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย การย่อขนาดเทวรูปหรือเครื่องรางของขลังให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับการตั้งบูชาในสถานที่และบริบทที่หลากหลาย อาทิ สามารถติดตั้งในอพาร์ทเมนต์หรือคอนโดมิเนียม การนำเสนอพิธีกรรมการจุดเทียนมงคลจากการจุดเทียนในสถานที่ตั้งมาเป็นการจัดพิธีในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้ติดตามสามารถส่งจ่องและชำระค่าบริการ (ค่าครู) ในรูปแบบออนไลน์ หรือการนำเสนอพิธีสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์จากการจุดธูปบูชาเป็นการฉีดน้ำหอมเนื่องจากข้อจำกัดด้านสถานที่ การเป็นมิตรต่อสุขภาพ การป้องกันฝุ่น PM 2.5 และความเสี่ยงในการเกิดอัคคีภัย โดยการเลือกใช้กลิ่นและยี่ห่อน้ำหอมในการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์นั้นก็สามารถเป็นไปตามรสนิยมของผู้ติดตามแต่ละคนด้วย เป็นต้น ซึ่งการนำเสนอบริการความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในรูปแบบต่าง ๆ เหล่านี้ได้รับการตอบรับจากกลุ่มผู้ติดตามเป็นอย่างดี รวมทั้งผู้ติดตามจำนวนมากได้แชร์รีวิวบนโซเชียลมีเดียของตนเพื่อแสดงให้เห็นถึงความสะดวกในการเข้ารับบริการความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ตามประสบการณ์ของตนว่าเป็นผลดีและสอดคล้องกับวิถีชีวิตสมัยใหม่

ผู้ให้ข้อมูลยังได้สื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ผ่านการนำเสนอเครื่องรางของขลังในรูปแบบที่หลากหลายให้กลุ่มผู้ติดตามสามารถใช้งานได้จริงและกลมกลืนกับวิถีชีวิตประจำวันในสังคมสมัยใหม่ เนื่องจากผู้ติดตามจำนวนมากไม่ต้องการให้ผู้คนรอบข้างทราบว่าคุณมีความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และพกพาเครื่องรางของขลังในที่สาธารณะ โดยการนำเสนอ

เครื่องรางของขลังแบ่งได้เป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) **เครื่องประดับบนร่างกาย** ซึ่งพบได้เป็นจำนวนมาก โดยผู้ให้ข้อมูลมักนำเครื่องรางของขลังที่ผ่านการปลุกเสกมาแล้ว อาทิ ตะกรุด เหรียญมงคล เม็ดพิรอด ผ้ายันต์ ฯลฯ มาออกแบบและปรับแต่งในรูปแบบใหม่ให้เป็นเครื่องประดับที่มีความทันสมัย มีรสนิยม สามารถสวมใส่และใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันอย่างเนบเนียนโดยที่ผู้ครอบครองไม่สามารถล่วงรู้ได้ว่าเครื่องประดับเหล่านี้เป็นเครื่องรางของขลัง และเกี่ยวข้องกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ อาทิ การออกแบบให้เป็นสร้อยข้อมือ สร้อยคอ แหวน จี้ ต่างหู หรือออกแบบการเพนต์เล็บเป็นอักษรรูนโบราณ เป็นต้น

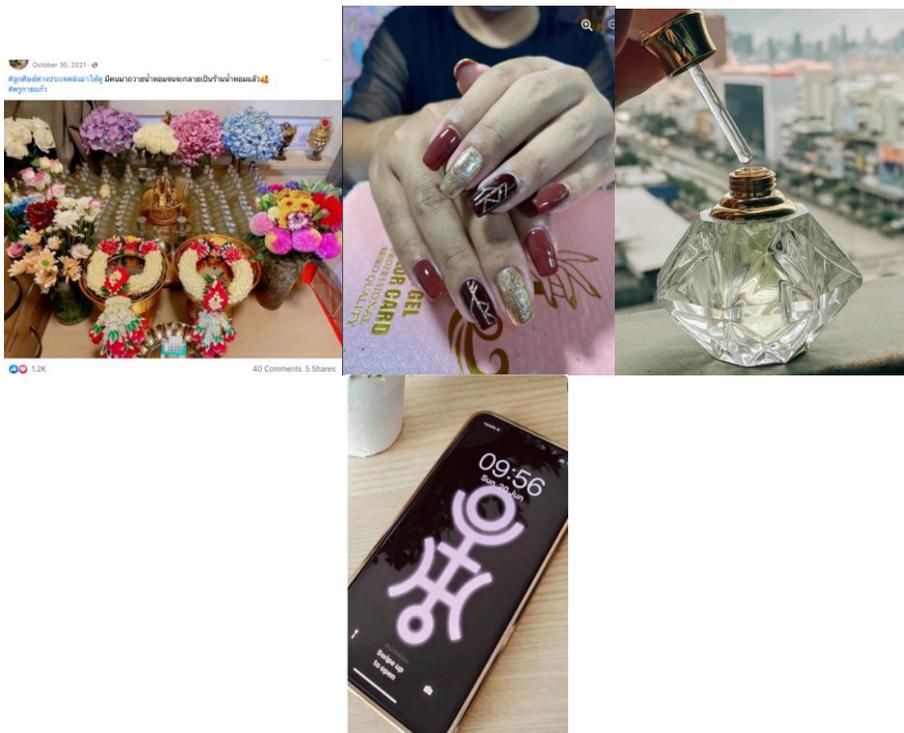
ในขณะเดียวกัน มวลสารศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ ที่ผ่านการปลุกเสกมักถูกนำเสนอในรูปแบบของ 2) **เครื่องสำอางและเครื่องประทีนผิว** โดยพบการประกอบสร้างเรื่องเล่าและตั้งชื่อที่สอดคล้องกับสรรพคุณหรือมวลสารศักดิ์สิทธิ์ที่เป็นส่วนผสมสำคัญ เช่น น้ำหอมเสน่ห์ ดอกทอง น้ำมันเมตตา สีส้มเมตตา น้ำมันจันทร์เพ็ญ สีส้มรัฐจวนจิต สีส้มนางครวญ เป็นต้น โดยผู้ให้ข้อมูลได้อธิบายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน เช่น มีสรรพคุณเกี่ยวกับเมตตา มหานิยม มหาเสน่ห์ เพิ่มแรงดึงดูดทางเพศ ผู้รักให้สมปรารถนา สร้างความสำเร็จในการติดต่อค้าขาย ผู้ใหญ่เมตตาเอ็นดู มีพลังใจแข็งแกร่ง พุดจาให้ผู้คนชื่นชม เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก็นำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับมวลสารศักดิ์สิทธิ์และวิธีการปลุกเสกไว้อย่างละเอียด อาทิ ผ่านการปลุกเสกด้วยครูบาอาจารย์ที่มีวิชาแก่กล้าทำให้เกิดแรงอำนาจศักดิ์สิทธิ์กฤตยาคม โดยการปลุกเสกอันเข้มข้นขลังด้วยพลัง 3 ประการ คือ 1) ประกอบด้วยว่าน 108 ชนิด มาตำและหมักด้วยน้ำมันแก้วบริสุทธิ์ 2) การหุงและปลุกเสกอย่างครบศาสตร์ ไม้พินเป็นไม้มงคล มีการเจิมลงยันต์กระทั่วยอักขระเน้นด้านเมตตาตามมหาเสน่ห์ 3) ปลุกเสกในเวลาฤกษ์งามยามดี คือ วันพระจันทร์เพ็ญเดือนสิบสองเพื่อให้แสงจันทร์ที่มีความนุ่มนวลส่องประกายพลาณาภาพมายังมณฑลพิชิตตามดิถีฤกษ์ เป็นต้น

นอกจากนี้ พบการนำเสนอเครื่องรางของขลังในรูปแบบของ 3) **ของใช้ใน ชีวิตประจำวัน** ที่หลากหลาย เช่น รูป-เทียนหอมศักดิ์สิทธิ์ไร้ควันที่รูปทำมาจากมวลสารศักดิ์สิทธิ์ และเทียนทำมาจากเนยที่นำเข้าจากประเทศทิเบต นอกจากนี้ไม่มีควัน ไม่เป็นภัยต่อสุขภาพแล้ว ยังมีกลิ่นหอม สามารถจุดในสถานที่ปิดและพื้นที่จำกัดอย่างคอนโดมิเนียมและอพาร์ทเมนต์ได้ หรือผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งนำเสนอปฏิทินที่ออกแบบด้วยตนเองที่ประกอบไปด้วยฤกษ์ตามความเชื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ติดตามได้ทราบฤกษ์งามยามดีของแต่ละความเชื่อในแต่ละวัน รวมถึงพบการนำเสนอเครื่องรางของขลังในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลาย เช่น ยันต์สำหรับวางไว้ใต้หมอน หรือเศสโรศัพท์มือถือ เป็นต้น

นอกจากนี้ การศึกษาพบการนำเสนอ 4) **เครื่องราง-ของขลังรูปแบบดิจิทัล** เพื่อเชื่อมโยงความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ให้เข้ากับวิถีชีวิตที่ให้ความสำคัญกับเครื่องมือสื่อสารดิจิทัลต่าง ๆ ในกลุ่มผู้ติดตาม เช่น การออกแบบและปลุกเสกยันต์ดิจิทัลในโทรศัพท์มือถือ การออกแบบวอลเปเปอร์ดิจิทัลศักดิ์สิทธิ์ (Horowall) สำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เช่น

คอมพิวเตอร์ แล็ปท็อป ไอแพด และแท็บเล็ต เป็นต้น โดยการนำเสนอเครื่องราง-ของขลัง รูปแบบดิจิทัลแต่ละแบบเน้นสรรพคุณที่แตกต่างกันออกไปตามศาสตร์ความเชื่อ การออกแบบ และการปลุกเสกของผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย อาทิ การมีสรรพคุณเกี่ยวกับเมตตามหานิยม การทำมาค้าขึ้น การเสริมโชคลาภ การเสริมแรงดึงดูดทางเพศ หรือการประสบความสำเร็จในความรัก ทั้งสำหรับคนรักต่างเพศและเพศเดียวกัน เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลบางรายนำเสนอฐานข้อมูลดิจิทัลและแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นเองเพื่อให้กลุ่มผู้ติดตามสามารถใช้บริการการพยากรณ์ผ่านเครื่องมือสื่อสารได้อีกด้วย

ภาพที่ 1 แสดงตัวอย่างการนำเสนอพิธีกรรมการบูชาด้วยน้ำหอมแทนการจตุรูป (รูปที่ 1) ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในรูปแบบเครื่องประดับบนร่างกาย (รูปที่ 2) เครื่องสำอางและเครื่องประทีนผิว (รูปที่ 3) และยันต์ดิจิทัลสำหรับติดตั้งในโทรศัพท์มือถือ (รูปที่ 4)



มุมมองเกี่ยวกับการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อปเคาท์เจอร์บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของกลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศ ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 9 รายแสดงมุมมองว่า ไม่ว่าศาสตร์ด้านความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ของตนจะเป็นศาสตร์ใดก็ตาม ความรู้จากครูบาอาจารย์และตำราของศาสตร์ที่เป็นความรู้ดั้งเดิมเหล่านั้นสามารถนำไปปรับแต่งให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในสังคมสมัยใหม่ได้ ถือว่าเป็น

การต่อยอดความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ให้แก่คนยุคใหม่ที่ยังอิงอยู่ความความเชื่อหรือองค์ความรู้ของ ศาสตร์แบบดั้งเดิม เช่น การปรับแต่งความหมายของศาสตร์ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ของตนให้ เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้มีความหลากหลายทางเพศ การดำเนินพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์ให้เป็น รูปแบบออนไลน์ หรือการปลุกเสกเครื่องรางของขลังในรูปแบบดิจิทัล เป็นต้น โดยผู้ให้ข้อมูล ย้ำว่าการปรับแต่งยังต้องวางอยู่บนรากฐานของศาสตร์ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ดั้งเดิม หรือ “ไม่ นอกครู”

ยกตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลรายหนึ่งได้จัดกิจกรรม Live สดบน Facebook Fanpage และมีคำถามที่สอบถามเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในระหว่างการจัดกิจกรรม ว่า “การเอา รูป ไฟ (พยากรณ์) มาตั้งเป็นวอลเปเปอร์จะช่วยได้จริงไหมคะ” โดยผู้ให้ข้อมูลได้ตอบคำถาม ดังกล่าวที่สะท้อนถึงมุมมองเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อปเคาท์เจอร์ได้อย่างชัดเจน ว่า

“เรื่องตรงนี้นั้นคือเป็นสิ่งที่สามารถจะทำได้ เค้าเรียกว่า ความเชื่อยุคใหม่ที่อิงความ เชื่อดั้งเดิม อาจารย์เห็นผ่านตามาบ้างเหมือนกันที่เค้าเอาไฟยิปซีมาทำในลักษณะที่เป็นของ วอลเปเปอร์ อาจารย์ยังขมเลยนะว่าความคิดแบบนี้เป็นการต่อยอด...สมัยนี้ยังมีรูปไข่ชิง เอี้ยะ (เทพเจ้าแห่งโชคลาภตามความเชื่อแบบจีน) ในมือถือเลย คุณอาจเป็นคนหนึ่งที่ตั้งวอลเป เปอร์เป็นไข่ชิงเอี้ยะ จริงมั๊ย อาจารย์ยังให้เอารูปครุฑยกแก้วไปใส่ในมือถือเลย บางคนอาจารย์ เขียนยันต์ใส่เคล่มือถือให้ด้วย...เมื่อก่อนอาจารย์เขียนบนกระจกด้วยซ้ำ ไอ้พวกเนี้ยะมัน เป็น สิ่งที่ทำได้ มันไม่ได้ผิดอะไร คือมันเป็นการต่อยอดทางวิชาการ ขอแค่คุณอย่าทำให้มันเพี้ยน และทำบนพื้นฐานของรากฐานของวิชา แค่นั้นเองนะคะ” (โอริสา [นามสมมุติ], Facebook Live, 18 พฤศจิกายน 2564)

อีกทั้งในการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลทุกรายเน้นย้ำจุดยืนที่ให้ความสำคัญต่อ การปรับแต่งความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ดั้งเดิมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้คนในโลกสมัยใหม่ รวมทั้ง ผู้ให้ข้อมูลทุกรายยังแสดงความเชื่อของตนว่าการเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ติดตามสามารถปรับแต่ง ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ต่อยอดจากตนจะสามารถทำให้ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์นั้นคงอยู่ รวมทั้ง สอดคล้องกับวิถีชีวิตและรสนิยมของกลุ่มผู้ติดตามแต่ละรายให้ได้มากที่สุด โดยผู้ให้ข้อมูลต่าง แสดงการสนับสนุนและชื่นชมอย่าเปิดเผยต่อการต่อยอดเหล่านั้นของกลุ่มผู้ติดตาม โดยเชื่อ ว่าจะสามารถพัฒนาให้เป็นแฟชั่น เพิ่มคุณค่าของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ทั้งในเชิงจิตวิญญาณและ ทางมูลค่าทางการตลาด และจะสามารถทำให้ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเคารพศรัทธาสามารถ ดำรงอยู่ในสังคมสมัยใหม่ได้มากที่สุด

“คือเราให้อยากให้เค้ามองว่าเป็นแฟชั่นนะคะ สิ่งที่ว่าออกไป มันต้องไม่ดู เค้า เรียกว่า เซ็มซัง ดุตัน มีความดูแล้วแบบว่า คนนี้เล่นของ ต้องพยายามทำให้ดูเป็นอะไรที่มัน เข้าถึงได้ง่าย จับต้องได้ง่าย อยู่ในชีวิตประจำวันได้ง่าย เนี่ยคะ เราก็เลยมีความรู้สึกที่ว่า เราก็

โอเค มันต้องไม่ทำให้ดู คำเรียกว่าอะไรนะ ดูมู (มูเตลู) เกินไปอะค่ะ” (มาริสัน [นามสมมุติ], สัมภาษณ์, 8 กุมภาพันธ์ 2565)

ผู้ให้ข้อมูลต่างเปิดโอกาสและสนับสนุนให้กลุ่มผู้ติดตามได้ปรับแต่งความเชื่อ ศักดิ์สิทธิ์ในแบบที่หลากหลายอย่างเปิดเผย เช่น กลุ่มผู้ติดตามได้สร้างกลุ่มแบบสาธารณะ และกึ่งสาธารณะในแอปพลิเคชัน LINE เพื่อแบ่งปันไอเดียและผลงานการปรับแต่งเครื่องรางของขลังที่ต่อยอดจากผู้ให้ข้อมูล เช่น การนำเครื่องรางของขลังที่ตนเองเช่าซื้อมาสักกรอบให้ทันสมัยเพื่อสามารถติดตั้งได้ในสถานที่ต่าง ๆ เช่น ในรถ หรือห้องทำงานโดยที่บุคคลรอบข้างไม่ทราบว่าเป็นเครื่องรางของขลัง การออกแบบเครื่องรางของขลังให้เป็นในรูปแบบสร้อยคอ จี้ แหวน สร้อยข้อมือ นาฬิกา หรือการรีทัชรูปผ้ายันต์ให้เป็นวอลเปเปอร์ดิจิทัลในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อเข้ากับรสนิยมของผู้ติดตามและมีขนาดเหมาะสมกับการติดตั้งในเครื่องมือสื่อสารชนิดต่าง ๆ เป็นต้น ผู้ให้ข้อมูลหลายรายแสดงการสนับสนุนการสร้างสรรคต่อยอดความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ของกลุ่มผู้ติดตามอย่างสม่ำเสมอด้วยการนำผลงานของกลุ่มผู้ติดตามแชร์ในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของตน

ภาพที่ 2 แสดงตัวอย่างการต่อยอดความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ของกลุ่มผู้ติดตาม (ผู้ให้ข้อมูลเผยแพร่ในรูปแบบสาธารณะ เข้าถึงข้อมูลวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2565)



6. อภิปรายผลการวิจัย

แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียในมิติการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่ได้เสนอไปเบื้องต้นว่าการศึกษาที่ผ่านมามีส่วนใหญ่นำมาซึ่งการทำความเข้าใจบทบาทของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศบนพื้นที่ทางกายภาพ ผลการศึกษาครั้งนี้จึงได้ต่อยอดองค์ความรู้จากการศึกษาที่ผ่านมามีส่วนทำให้ความเข้าใจปฏิบัติการสื่อสารของผู้ให้ข้อมูลทั้ง 9 รายที่แสดงให้เห็นว่า พวกเขาและเธอสามารถใช้คุณสมบัติของเพศสภาพในความเป็นเกย์และหญิงข้ามเพศเพื่อสามารถเข้าถึงและ

ครองใจกลุ่มผู้ติดตามจำนวนมากบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ติดตามที่เป็นเพศหญิงและกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ เนื่องจากเกย์และหญิงข้ามเพศยอมเข้าใจผู้มีความหลากหลายทางเพศด้วยกัน สามารถสื่อสารกันได้อย่างสะดวกใจ รวมทั้งเข้าใจรสนิยมในการใช้เครื่องรางของขลังในกลุ่มผู้หญิงและผู้มีความหลากหลายทางเพศเป็นอย่างดี ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าบริบทของสังคมสมัยใหม่ส่งผลต่อการปรับตัวด้านการสื่อสารของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เปลี่ยนแปลงไปจากอดีตที่ผ่านมา โดยผันแปรจากพื้นที่ทางกายภาพมาเป็นการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่หลากหลาย และใช้เครื่องมือการสื่อสารแบบดิจิทัลใหม่ ๆ เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั้งที่เป็นกลุ่มทั่วไปและกลุ่มเฉพาะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นชัดเจนว่า ในอาณาเขตของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียได้ทำหน้าที่เป็นชุมชนเสมือนที่ปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกถูกเรียงร้อยผ่านความเชื่อและความศรัทธาในบุคคลและสิ่งศักดิ์สิทธิ์เดียวกัน รวมทั้งไม่ถูกจำกัดด้วยเขตแดนประเทศ โซเชียลมีเดียเปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณและกลุ่มผู้ติดตามจำนวนมากสามารถสื่อสารแบบสองทางและจัดกิจกรรมบนพื้นที่ออนไลน์ทดแทนพื้นที่ทางกายภาพในลักษณะดั้งเดิม อาทิ การให้บริการดูดวงและโหราศาสตร์แบบออนไลน์ ทั้งแบบกลุ่มและตัวต่อตัว การจัดพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น พิธีกรรมการจุดเทียนมงคลออนไลน์ การให้เช่า/บูชาเครื่องรางของขลังผ่านระบบออนไลน์ การปลุกเสกเครื่องรางของขลังในรูปแบบดิจิทัล เช่น ยันต์และวอลเปเปอร์ดิจิทัล เป็นต้น

แดเนียล มิลเลอร์ และคณะ (2562) เสนอว่า คนทั่วโลกใช้ประโยชน์โซเชียลมีเดียในการประกอบสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ทางเพศสภาพที่แปลกใหม่ซึ่งค้ำจ้ำกับเพศสภาพอันเป็นขนบที่มีมาแต่เดิม โซเชียลมีเดียเข้ามาสลายบรรทัดฐานความเป็นชายและเป็นหญิง รวมทั้งยังทำหน้าที่เป็นชุมชนเสมือนของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศเพื่อให้คนกลุ่มนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์กันอย่างอิสระ และสามารถค้ำกันพวกเขาจากข้อจำกัดทั้งหลายที่กดทับอยู่ในโลกทางกายภาพ โดยการศึกษาในประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในประเทศทางตะวันตกต่างสอดคล้องตามข้อเสนอดังกล่าว อาทิ พบการก่อตั้งกลุ่มบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของเกย์พิวดำที่มีความเชื่อทางคริสต์ศาสนาในสหรัฐ โดยชุมชนบนโลกเสมือนดังกล่าวทำหน้าที่เป็นพื้นที่ปลอดภัยในการแลกเปลี่ยนความเชื่อ ประสบการณ์ และความช่วยเหลือซึ่งกันและกันจากการถูกตีตราและเลือกปฏิบัติ (Barnes and Hollingsworths, 2018) หรือการรวมตัวของผู้มีความหลากหลายทางเพศบนพื้นที่ออนไลน์ผ่านนักบุญ (Saint) ที่ตนนับถือและร่วมกันประกอบสร้างเรื่องเล่าเกี่ยวกับนักบุญขึ้นมาใหม่ให้สอดคล้องกับความเชื่อ ประสบการณ์ และอัตลักษณ์ทางเพศสภาพของกลุ่ม (Givens, 2018) นอกจากนี้ ยังพบการรวมกลุ่มของผู้มีความหลากหลายทางเพศบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเพื่อดำเนินพิธีกรรมทางความเชื่อ กระแสรองที่หลากหลายในรูปแบบเฉพาะของกลุ่มตนเพื่อปลอดภัยจากการตีตราโดยกลุ่มผู้

เกลียดกลัวความหลากหลายทางเพศ (Homophobia) และข้อจำกัดจากบรรทัดฐานรักต่างเพศ (Heteronormativity) จากศาสนาระแสหลัก (O’Riordan and White, 2010)

ในขณะที่การศึกษาในประเด็นใกล้เคียงในกลุ่มประเทศภูมิภาคเอเชียอาคเนย์และในประเทศไทยเกือบทั้งหมดเน้นทำความเข้าใจปฏิบัติการเกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ของเกย์และหญิงข้ามเพศบนพื้นที่ทางกายภาพตามที่ได้เสนอไปเบื้องต้น และแม้ว่าการศึกษาของปุลณทริย์ เจียวิริยบุญญา (2567) ซึ่งเป็นการศึกษาที่ใกล้เคียงที่สุดที่มุ่งทำความเข้าใจการใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียของนักพยากรณ์หญิงข้ามเพศในการให้บริการทางจิตวิญญาณ แต่การศึกษาดังกล่าวมุ่งทำความเข้าใจกระบวนการทำให้ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์กลายเป็นสินค้า (Commodification) ในระบบเศรษฐกิจทุนนิยมและระบบเศรษฐกิจแบบตลาด ซึ่งต่างจากการศึกษาครั้งนี้ที่มุ่งทำความเข้าใจการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อบเคาท์เจอร์ โดยผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศสามารถสื่อสารและดำเนินกิจกรรมในอาณาเขตของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์บนโลกเสมือนในฐานะ “พื้นที่ปลอดภัยทางเพศสภาพ” ได้ อย่างเข้มข้น โซเชียลมีเดียจึงถือเป็นพรมแดนใหม่ในฐานะสนามของการช่วงชิง (Site of Struggle) (Fiske, 2010) ที่เปิดโอกาสให้กลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณและกลุ่มผู้ติดตามสามารถสื่อสารความหมายใหม่ ๆ และหลากหลายให้แก่ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์จนกลายเป็นป๊อบเคาท์เจอร์จากการผสมผสานความเชื่อโบราณเข้ากับวัฒนธรรมได้อย่างลงตัว ดังที่จะอภิปรายในส่วนต่อไป

จากป๊อบเคาท์เจอร์ สู่ออกาสด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์: จุดผันแปรแห่งการดำรงอยู่ของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในสังคมไทยสมัยใหม่

การศึกษาพบว่าการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อบเคาท์เจอร์ในกลุ่มของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศเกิดขึ้นได้ 2 รูปแบบหลัก คือ **ในมิติของความหมาย**เกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่ต่อยอดจากความเชื่อดั้งเดิม อาทิ การนำเสนอศาสตร์การพยากรณ์โบราณให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้ติดตามในยุคดิจิทัล รวมทั้งการสื่อสาร**ในมิติของปฏิบัติการ**เกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ผ่านการนำเสนอพิธีกรรมศักดิ์สิทธิ์และเครื่องรางของขลังที่สามารถปรับใช้ในชีวิตประจำวันภายใต้สังคมสมัยใหม่ ทั้งในรูปแบบเครื่องประดับบนร่างกาย เครื่องสำอางและเครื่องประทีนผิว ของใช้ในชีวิตประจำวัน และเครื่องรางของขลังรูปแบบดิจิทัล โดยทั้งหมดเป็นความหมายและปฏิบัติการที่เกิดจากรวบรวมวัฒนธรรมที่หลากหลายเข้าด้วยกัน มีการปะทะสังสรรค์จนผนวกเป็นวัฒนธรรมผสม (Hybrid Culture) รวมทั้งเชื่อมโยงเข้ากับระบบทุนนิยมและระบบอุตสาหกรรมที่แปรรูปวัฒนธรรมที่กลุ่มผู้ติดตามสามารถซื้อหาได้ (Fiske, 2010) โดยความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่ได้รับการปรับแตงนั้นถูกสื่อสาร เผยแพร่ และได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ติดตามอย่างกว้างขวางจากความก้าวหน้าของโซเชียลมีเดียที่ทำหน้าที่กระจายและผลิตซ้ำสินค้าจากความเชื่อศักดิ์สิทธิ์เหล่านั้นจนเกิดเป็นความนิยมในสังคมวงกว้าง ถูกกล่าวถึง หรือมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวัน

ของบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทั้งเรื่องการกินอยู่ หลับนอน สังสรรค์ เดินทาง สื่อสาร และ การทำมาหากิน นอกจากนี้ กลุ่มผู้ติดตามผู้คนจำนวนมากยังสามารถปรับแต่งต่อยอดความ เชื่อศักดิ์สิทธิ์ดังกล่าวให้เกิดความหมายใหม่ ๆ เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากความเชื่อ พิธีกรรม และเครื่องรางของขลังในชีวิตประจำวันของตนได้อย่างราบรื่น ซึ่งถือเป็นโฉมหน้า หนึ่งของการเข้ามาของภาวะสมัยใหม่ เป็นผลลัพธ์ของการบริโภคนิยมในระบบเศรษฐกิจแบบทุน นิยมอุตสาหกรรม การกลายเป็นเมือง และระบอบประชาธิปไตย (นฤพนธ์ ต้วงวิเศษ, 2558)

ในขณะที่พุทธศาสนาในฐานะความเชื่อกระแสหลักที่ให้อำนาจนำแก่เพศสภาพใน แบบบรรทัดฐานรักต่างเพศ (Heteronormativity) ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่มีสถานะความเชื่อ กระแสรองจึงทำหน้าที่เสมือนพื้นที่พิเศษที่เปิดโอกาสให้ผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์ และหญิงข้ามเพศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญที่หลากหลาย (Jackson, 2022) สามารถต่อรอง ช่วงชิง เพื่อสร้างสรรค์ทั้งความหมายและปฏิบัติการใหม่ ๆ ที่หลากหลายให้แก่ความเชื่อ ศักดิ์สิทธิ์ในฐานะตัวบททางวัฒนธรรม (Cultural Text) ผ่านทุนทางเพศสภาพ ธรรมเนียม ประสพการณ์ รวมทั้งข้อมูลพื้นฐานและความต้องการของกลุ่มผู้ติดตามผ่านเครื่องมือบน แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียที่แต่ละบุคคลมีอยู่ ผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิง ข้ามเพศเหล่านี้จึงอยู่ในฐานะ “ผู้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมที่ตื่นตัว” (Active Cultural Agents) (Fiske, 2010) ที่สามารถปรับแต่งความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่แบบดั้งเดิมที่ตนได้รับการสืบทอดมาจากตำราโบราณและครูบาอาจารย์ที่มีเพศสภาพแบบรักต่างเพศหรือสมณเพศให้มีความหมายและปฏิบัติการที่แตกต่างหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการและรูปแบบ ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้ติดตามจำนวนมากในสังคมสมัยใหม่ได้ โดยเฉพาะในกลุ่มชุมชนผู้มีความหลากหลายทางเพศ

ในกระบวนการของการถอดรหัส (Decoding) (Hall, 2007) ความหมายของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากครูบาอาจารย์ซึ่งเป็นบุคคลรักต่างเพศและสมณเพศ รวมทั้งตำราโบราณอันเป็นศาสตร์ความเชื่อดั้งเดิม การสร้างสรรค์ความหมายที่เกิดจากจุดยืน แห่งการต่อรองระหว่างผู้ส่งสารและรับสาร (Negotiated Reading) ถือเป็นจุดยืนสำคัญของ ผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศที่นำไปสู่การปรับแต่งความหมายและ ปฏิบัติการใหม่ ๆ ให้แก่ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ ทั้งในมิติทางเพศสภาพ สังคม และวัฒนธรรมใน โลกสมัยใหม่ โดยเฉพาะการปรับแต่งให้เหมาะสมกับการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ที่หลากหลาย ซึ่งยังคงให้ความเชื่อมั่นว่าการปรับแต่งดังกล่าวยังอยู่บนรากฐานของศาสตร์ ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ดั้งเดิม หรือ “ไม่นอกครู” หลังจากนั้น จุดยืนแห่งการต่อรองระหว่างผู้ส่ง สารและรับสารในการถอดรหัสความหมายของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ยังสามารถเกิดขึ้นได้อีกทอด หนึ่งในกลุ่มผู้ติดตามจำนวนมาก โดยผู้ติดตามแต่ละรายสามารถปรับแต่งต่อยอดความเชื่อ ศักดิ์สิทธิ์อีกครั้งให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและรสนิยมของตนให้ได้มากที่สุด ซึ่งผู้ให้บริการทาง จิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศทุกรายเชื่อว่าการสร้างสรรค์ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่

เกิดขึ้นในกลุ่มผู้ติดตามนั้นจะสามารถพัฒนาต่อยอดให้เป็นแฟชั่น เพิ่มคุณค่าของความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ทั้งในเชิงจิตวิญญาณและทางมูลค่าทางการตลาด และจะสามารถทำให้ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ที่ตนเคารพศรัทธาสามารถดำรงอยู่ในสังคมสมัยใหม่ได้ในที่สุด

อีกทั้งการศึกษาต่าง ๆ ที่ผ่านมาก็ล้วนสนับสนุนความสำคัญของธุรกิจบริการและสินค้าต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ทั้งในรูปแบบของการพยากรณ์ เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล หรือการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณว่าได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง มีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูง และมีแนวโน้มเติบโตอย่างมากในอนาคต (เบนาศิต เพียรรักษ์ และศรีณย์ ธิติลักษณ์, 2564; พรรณพพร จันทรฉาย และอนามย์ ดำเนตร, 2567; ศิริวรรณ สนั่นเอื้อ และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2567; Jackson, 2021) อาทิ แบรินด์ RAVIPA ที่ประสบความสำเร็จจากการปรับแต่งความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ให้เป็นป๊อปเคาท์เจอร์ผ่านการออกแบบเครื่องรางที่ผู้ใช้สามารถสร้างสรรค์ต่อยอดให้เป็นแฟชั่นที่สามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวัน เช่น สร้อยคอ สร้อยข้อมือ หรือนาฬิกา เป็นต้น โดยเฉพาะเมื่อ ลิซ่า แบล็กพิงก์ ศิลปินเคป๊อปชื่อดังชาวไทยได้สวมเครื่องประดับของแบรินด์บนโซเซียลมีเดียอย่างเปิดเผย ทำให้ยอดขายเติบโตถึง 2,000 เปอร์เซ็นต์ในเวลาเพียง 1 ปี และมีแฟนขายไปสุดตลาดต่างประเทศ จนได้ชื่อว่าเป็นแบรินด์ “สายมูร้อยล้าน” รวมถึงได้รับรางวัลต่าง ๆ ทั้งการออกแบบและยอดขายสูงสุดบนแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ Lazada Award “6.6 LazMall Best Seller 2021” และ Design Excellence Award 2019 เป็นต้น (THE STANDARD, 2565) นอกจากนี้ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (2567) เผยว่า ระหว่างปี 2563 - 2565 ธุรกิจด้านความเชื่อศักดิ์สิทธิ์มีรายได้ปลายปีเพิ่มขึ้นกว่า 113 เปอร์เซ็นต์ และสินทรัพย์ธุรกิจเพิ่มขึ้นกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ โดยมีโซเซียลมีเดียและเว็บไซต์เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงของผู้บริโภคมากที่สุด

จากผลการศึกษาค้นคว้าและข้อมูลสนับสนุนต่าง ๆ จึงนำไปสู่ข้อเสนอหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ แม้ว่าความเชื่อศักดิ์สิทธิ์และการนำเสนอตัวตนของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่มีอัตลักษณ์ทางเพศสภาพนอกเหนือจากความเป็นหญิงเป็นชายมักถูกวิพากษ์วิจารณ์ในด้านลบจากสังคมไทยอย่างกว้างขวาง (Duangwises, 2022) แต่หากปรับกระบวนการทัศน์เพื่อความเข้าใจกลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณดังกล่าวในฐานะผู้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมที่ตื่นตัว (Active Cultural Agents) (Fiske, 2010) ที่เปี่ยมไปด้วยทักษะการสร้างสรรคและการสื่อสารความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในฐานะป๊อปเคาท์เจอร์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนแพลตฟอร์มโซเซียลมีเดีย จะสามารถผลักดันให้เกิดการพัฒนาต่อยอดและสร้างโอกาสในเชิงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้ในอนาคต

7. ข้อเสนอแนะในการวิจัยในอนาคต

7.1 การวิจัยครั้งต่อไปในหัวข้อที่ใกล้เคียงควรเน้นกระบวนการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณา (Ethnographic Methodology) ที่ผู้เขียนและผู้ร่วมโครงการวิจัยมีปฏิสัมพันธ์กัน

อย่างลึกซึ้งมากขึ้น รวมทั้ง ควรบูรณาการแนวคิด-ทฤษฎีของสหสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น ศิลปกรรมศาสตร์ การตลาด เศรษฐศาสตร์ เพื่อพัฒนาความเป็นไปได้ของประเด็นดังกล่าวในเชิงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อไป รวมทั้งจะสามารถเข้าถึงและทำความเข้าใจกลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศในอีกมิติที่รอบด้านมากขึ้น ทั้งในด้านบวกและด้านลบ

7.2 ควรขยายไปสู่การศึกษาในกลุ่มผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่มีเพศสภาพอื่น ๆ เช่น เลสเบี้ยน นอนไบนารี หรือชายข้ามเพศ เป็นต้น รวมทั้งการศึกษาผู้รับสารในกลุ่มกลุ่มผู้ติดตามเกี่ยวกับกระบวนการตีความหมายและใช้ประโยชน์ความเชื่อศักดิ์สิทธิ์ในชีวิตประจำวัน

8. กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย หัวข้อ “โซเซียลมีเดียและป๊อบคัลเจอร์: การสื่อสารด้าน สุขภาวะของผู้ให้บริการทางจิตวิญญาณที่เป็นเกย์และหญิงข้ามเพศในศตวรรษที่ 21” ผู้เขียนขอขอบคุณ Professor Dr. Peter A Jackson, Emeritus Professor of School of Culture History and Language, College of Asia and the Pacific มหาวิทยาลัยแห่งชาติออสเตรเลีย ดร.นฤพนธ์ ต้วงวิเศษ หัวหน้าสำนักวิชาการและสารสนเทศ และหัวหน้ากลุ่มวิจัยและพัฒนา ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร และ Assoc. Prof. Dr. Thomas Guadamuz อาจารย์ประจำภาควิชาสังคมและสุขภาพ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ให้ความกรุณาติดตาม ดูแล และให้คำแนะนำแก่โครงการวิจัยด้วยดีตลอดมา สำคัญที่สุด ขอขอบคุณ ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 9 ท่านที่กรุณาแบ่งปันข้อมูล ประสบการณ์ และผลงานในแพลตฟอร์มออนไลน์ให้เป็นวิทยาทานแก่ผู้เขียนและสังคมตลอดระยะเวลาของการวิจัย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กองข้อมูลธุรกิจ. (14 ตุลาคม 2567). 'มูเตลูไทย' เฟื่องฟู ดัน 'ธุรกิจด้านความเชื่อเพื่อสนับสนุนการตลาด' คึกคัก เปิดรายได้รวมปลายปีถึงกับร้อง 'ว้าว'. *กรมพัฒนาธุรกิจการค้า*.
<https://www.dbd.go.th/news/1679892049622>
- กิ่งแก้ว ทิศตั้ง. (2559). ร่างทรงและพื้นที่ทางสังคมของคนข้ามเพศ. *วารสารสังคมศาสตร์*, 8(1), 87-108.
- กิ่งแก้ว ทิศตั้ง. (2562). การสร้างพื้นที่ทางสังคมของคนข้ามเพศ: บทบาทของการเป็นผู้จัดเตรียมพิธีกรรมในพิธีกรรมพ่อนผี. *จุดยืน: วารสารสตรีนิยมไทย*, 6(1), 32-46.
- จารุวรรณ ข้าเพชร. (2560). พื้นที่เมืองกับการดำรงอยู่ของร่างทรงเพศที่สามในสังคมไทย. *วารสารวิชาการเซาท์อีสต์บางกอก (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 3(1), 50-65.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2547). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ*. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- แคเนียล มิลเลอร์, เอลิซาเบตตา กอสตา, เนลล์ เฮนส์, ทอม แมคโดนัลด์, รัชวาน นิโคเลสกุ, โจลินนา ชินานัน, จูเลียโน สบายเออร์, ศรีราม เวณกะตรามัน, และชินหยวน หวัง. (2562). *Why We Post: ส่องวัฒนธรรมโซเชียลมีเดียผ่านมนุษยวิทยาดิจิทัล*. บุ๊คสเคป.
- นฤพนธ์ ค้วงวิเศษ. (18 มิถุนายน 2558). "ความต่าง" ของ "วิถีคิด" ต่อวัฒนธรรมกระแสนิยม. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). <https://anthropology-concepts.sac.or.th/articles/7>
- เบนาศิต เพียรรักษ์ และศรีณีย์ ธิติลักษณ์. (2564). คตินิยมของธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับความเชื่อ. *วารสารมจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 10(3), 14-25.
- ปณณชรีย์ เจียวิริยบุญญา. (2564). มานุษยวิทยาพยากรณ์: ประสบการณ์ในการพยากรณ์ดวงชะตาบนพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ในชีวิตประจำวันของชาวดิจิทัลไทย. *มนุษยศาสตร์สาร*, 22(2), 137-160.
- ปณณชรีย์ เจียวิริยบุญญา. (2567). หมอดูต็อกแตก จาก "กะเทยอีสาน" สู่ "หมอดูเงินล้าน" ประสบการณ์ชีวิตของหมอดูหญิงข้ามเพศในชุมชนกะเทยไทยในปัจจุบัน. ใน นฤพนธ์ ค้วงวิเศษ, ปีเตอร์ เอ แจ็คสัน และวิศิษฐ์ ปิงทองวิชัยกุล (Ed.). *ร่างทรงเกย์ หมอดูกะเทย สบงหลากหลาย ความหลากหลายทางเพศในศาสนาและพิธีกรรมสมัยใหม่*. (น.170-203). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- พรรณปพร จันทร์ฉาย และอนามย์ ดำเนตร. (2567). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์กับการมูเตลูในประเทศไทย. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 10(2), 177-185.
- พัชรินทร์ สิริสุนทร และวัชรารุณี ซื่อสัตย์. (2566). การบูชาเจ้าแม่แห่งโลก และร่างทรงกะเทยในสังคมเวียดนาม. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 19(2), 1-26.
- ศิริภัสสร สิริกรติกุล. (2566). *วอลเปเปอร์เสริมดวง: สัญญาแห่งความเชื่อในยุคดิจิทัล* [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. <https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/>
- ศิริวรรณ สนั่นเอื้อ และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2567). คตินิยมของธุรกิจและสินค้าเกี่ยวกับวัตถุมงคลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ กรณีศึกษา: วิหารหลวงพ่อบำสำเร็จศักดิ์สิทธิ์ จังหวัดสระบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี*, 6(2), 53-65.

สุระ อินตามูล. (2556). พิธีกรรมทรงผีเจ้านาย พื้นที่เปิดทางเพศภาวะในสังคมล้านนา. ใน นฤพนธ์ ดั่งวงวิเศษ และปีเตอร์ เอ แจ็คสัน (Ed.). *เพศหลากหลายเดดลี่*. (น.86-119). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2535). *ล้านนาในมิติทางวัฒนธรรม*. คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

THE STANDARD. (8 กุมภาพันธ์ 2565). *สร้อยสายมูร้อยล้าน RAVIPA โต 2000% ใน 1 ปี*. THE STANDARD. <https://www.youtube.com/watch?v=zBpOBMuPVRc>
thesis/2023/TU_2023_6423110136_16841_28219.pdf.

ภาษาอังกฤษ

Barnes, S. L., & Hollingsworth, C. (2018). Spirituality and social media: The search for support among black men who have sex with men in Tennessee. *Journal of Homosexuality*, 67(1), 79–103.

Bhaesajsanguan. S. (2017). *A Study of the influence of online fortune teller and ratings amongst Gen-Y female*. [master's independent study, Thammasat University].
https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902040293_8438_6753.pdf.

Brac de la Perrière, B. (2022). Hpyo's choice: Activism or mediumship? A gay person's dilemma in contemporary Myanmar. In P. A. Jackson & B. Baumann. (Ed.), *Deities and divas: queer ritual specialists in Myanmar, Thailand and beyond*, (pp. 192-221). Copenhagen: NIAS Press.

Coleman, E., Allen, M. P. & Ford, J. V. (2018). "Gender variance and sexual orientation among male spirit mediums in Myanmar". *Archives of Sexual Behavior*, 47(2), 897-998.

Duangwises, N. (2022). The online social controversy around the gay spirit medium Phor Khun Chang Inburi: Spirit mediumship and homoeroticism in Thailand. In P. A. Jackson & B. Baumann. (Ed.), *Deities and divas: queer ritual specialists in Myanmar, Thailand and beyond*, (pp. 138-168). Copenhagen: NIAS Press.

Fiske, J. (2010). *Understanding popular culture*. Routledge.

Gilbert, D. (2022). "Spirits in trans kin networks: An ethnographic exploration of ritual and recognition in queer Myanmar". In P. A. Jackson & B. Baumann. (Ed.), *Deities and divas: queer ritual specialists in Myanmar, Thailand and beyond*, (pp. 169-191). Copenhagen: NIAS Press.

Givens, L. D. (2018). *Digital Devotions: Constructing Sexual and Spiritual Identities Through Queer Saint Narrative Online*. [doctoral dissertation, School of Arts and Sciences, University of Pittsburgh]. <https://d-scholarship.pitt.edu/35717/>

Hall, S. (2007). *Encoding and decoding in the television discourse*. In *CCCS selected working papers*. Routledge.

- Hsieh, H. F., & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. *Qualitative Health Research*, 15(9), 1277-1288.
- Jackson, P. A. (2021). *Capitalism magic Thailand: Modernity with enchantment*. ISEAS-Yusof Ishak Institute.
- Jackson, P. A. (2022). Religious pluralism and gender/sex diversity in Southeast Asia: Fragments and narratives from the anthropological archive. In P. A. Jackson & B. Baumann. (Ed.), *Deities and divas: queer ritual specialists in Myanmar, Thailand and beyond*, (pp. 55-107). Copenhagen: NIAS Press.
- O’Riordan, K., & White, H. (2010). Virtual believers: Queer spiritual practice online. In K. Browne, S. R. Munt & A. K. Yip. (Ed.). *Queer Spiritual Spaces: Sexuality and Sacred Places*, (pp. 199-230). New York: Routledge.
- Pinthongvijayakul, V. (2022). Soft hands and body of glass: Sexuality, affect and embodiment in spirit mediumship in Northeast Thailand. In P. A. Jackson & B. Baumann. (Ed.), *Deities and divas: queer ritual specialists in Myanmar, Thailand and beyond*, (pp. 108-137). Copenhagen: NIAS Press.
- Tanabe, S. (1991). Spirits power and the discourse of female gender. In M. Chitakasem and A. Turton (Ed.), *Thai constructions of knowledge*. London: SOAS.
- Tran, B. (2022). “Queer deities of Dao Mau - A Vietnamese indigenous- And its religious tolerance toward gender diversity”. *Asian Studies*, 12(1), 715-723.