

พื้นที่ปลอดภัยทางใจ: แพลนคลับดิสนีย์ไทยกับการเติบโตทางอารมณ์¹
และอัตลักษณ์

Emotional Safe Spaces: Emotional Growth
and Identity Construction among Thai Disney Fans

ณัฐพรไท คงคาเขตร์

คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

Nardpathai Kongkhakate

Faculty of Archaeology, Silpakorn University

mmeawmeew@gmail.com

วันรับบทความ: 26 พฤศจิกายน 2568 (Received November 26, 2025)

วันแก้ไขบทความ: 9 ตุลาคม 2568 (Revised October 9, 2025)

วันตอบรับบทความ: 28 ตุลาคม 2568 (Accepted October 28, 2025)

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาแพลนคลับดิสนีย์ไทยวัยผู้ใหญ่ ในฐานะพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ช่วยส่งเสริมการเติบโต ทางอารมณ์และการประกอบสร้างอัตลักษณ์ ข้อค้นพบหลักชี้ว่าดิสนีย์ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ปลอดภัยทางใจ (Safe Space) ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นโดยแฟนคลับเอง ผ่านบรรยากาศทางอารมณ์ร่วมกัน

ข้อถกเถียงสำคัญคือ พื้นที่นี้ไม่ได้เป็นเพียงการหลบหนี (Escapism) จากโลกจริง แต่เป็นพื้นที่ปฏิบัติการ (Site of Practice) ที่แฟนคลับใช้เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural Resource) พัฒนายุทธศาสตร์การต่อรอง (Negotiation Strategies) เพื่อสำรวจตัวตน ยอมรับความหลากหลาย และท้าทายความคาดหวังทางสังคม การวิเคราะห์เชิงแนวคิดการถดถอยของ

Stuart Hall และวัฒนธรรมมีส่วนร่วมของ Henry Jenkins เพื่อเข้าใจแฟนคลับในฐานะผู้มีอำนาจในการตีความและสร้างความหมายใหม่ในบริบทชีวิตจริง

คำสำคัญ: ดิสนีย์, แฟนคลับไทย, อัตลักษณ์, พื้นที่ปลอดภัย, วัฒนธรรมป๊อป

Abstract

This article examines Thai adult Disney fans as a cultural space that fosters emotional growth and identity construction. The main finding indicates that Disney functions as a safe space—not one provided by the producer, but one actively constructed by the fans themselves through a shared affective atmosphere.

The key argument is that this space is not merely escapism from reality. Instead, it is a site of practice where fans use Disney as a cultural resource to develop negotiation strategies through which they explore their identities, embrace diversity, and challenge social expectations. Drawing on Stuart Hall's encoding/decoding model and Henry Jenkins' concept of participatory culture, the analysis understands fans as empowered agents who interpret and create new meanings relevant to their real-life contexts.

Keywords: Disney, Thai fandom, identity, safe space, pop culture

บทนำ เมื่อเทพนิยายไม่ได้มีไว้สำหรับเด็กเท่านั้น

ในปี 2014 ท่ามกลางกระแสความนิยมของภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง Frozen คุณทอย (จุฑารัตน์ ขำพลับ) นักศึกษาปีที่ 3 มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งมีความหลงใหลในเทพนิยายดิสนีย์มาตั้งแต่เด็ก ได้ยืนอยู่หน้าทางแยกสำคัญ จะสมัครเข้าร่วมรายการโทรทัศน์แพนพังก์แท้ (เจ้าหญิงดิสนีย์) หรือจะปล่อยโอกาสนี้ไป คำพูดของเพื่อนที่ว่า “ถ้ารู้สึกเสียดายที่ไม่ได้ทำ สู้ทำไปแล้วต่อให้ไม่ได้ก็ยิ่งดีกว่า” ได้กลายมาเป็นคติที่ผลักดันให้เขาตัดสินใจเดินทางสมัครเข้าร่วมรายการ โดยตั้งแต่รอบคัดเลือกคุณทอยต้องนั่งรถทัวร์จากเชียงใหม่เพื่อเข้ากรุงเทพฯ หลายต่อหลายครั้งกว่าจะได้ผ่านเข้าร่วมรายการ ประสบการณ์นี้มิได้นำมาซึ่งชัยชนะและการเดินทางสู่ดิสนีย์แลนด์ครั้งแรกในชีวิตเท่านั้น แต่ยังเป็นก้าวสำคัญของการ “ปลดล็อก” ตัวตนที่แท้จริงของเขา เมื่อเขาตัดสินใจใส่ชุด แอเรียลไปออกรายการทีวี โดยท้าทายความกังวลเรื่องการเปิดเผยอัตลักษณ์ทางเพศต่อครอบครัวและสาธารณชน ประสบการณ์ของคุณทอยชี้ให้เห็นว่า ดิสนีย์มิใช่เพียงแค่อัศวินเทืองสำหรับเด็กหากแต่ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ปลอดภัยทางใจซึ่งเป็นสนามแห่งการต่อรองอัตลักษณ์ การเยียวยาทางอารมณ์ และการเติบโตของชีวิตจริงในบริบทสังคมไทย

ดิสนีย์ไม่ได้เป็นเพียงชื่อองค์กรธุรกิจบันเทิง หากแต่เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่ขยายตัวและแทรกซึมเข้าในวิถีชีวิตและการทำความเข้าใจโลกของผู้คนอย่างลึกซึ้ง ตั้งแต่ประวัติศาสตร์การผลิตการ์ตูนไปจนถึงภาพยนตร์ รายการโทรทัศน์ สวนสนุก และสินค้าต่าง ๆ ปรากฏการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าโลกดิสนีย์ไม่ได้เป็นโลกแห่งจินตนาการเท่านั้น หากยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างกรอบคุณค่าความหมาย และอัตลักษณ์ผ่านเรื่องเล่าและตัวละครที่ดำรงอยู่ในสังคมมาหลายทศวรรษ

ในบริบทวัฒนธรรมป๊อปและการบริโภคร่วมสมัย ดิสนีย์มิได้ทำหน้าที่ถ่ายทอดเรื่องราวแบบทางเดียว แต่พัฒนาเป็นการเล่าเรื่องเชิงเครือข่าย (Transmedia Storytelling) ผ่านสื่อต่าง ๆ ประสบการณ์เหล่านี้มิได้จำกัด

เพียงความบันเทิง แต่ยังสร้างความผูกพันทางอารมณ์ที่เชื่อมโยงครอบครัว และชุมชนเข้าด้วยกัน ผู้ชมจึงมีส่วนร่วมอย่างแข็งขัน นำไปสู่การสร้างความทรงจำ ร่วมและความหมายทางสังคมที่ดำรงอยู่อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันดิสนีย์ ยังทำหน้าที่กำหนดและต่อรองค่านิยมทางวัฒนธรรมในหลายมิติ โดยเฉพาะ เรื่องเพศ ความงาม และบทบาทหญิงชาย แม้การเล่าเรื่องแบบดั้งเดิมจะวาง บทบาทตัวละครหญิงในกรอบของความงามและการรอคอยความสมบูรณ์ แต่การผลิตในยุคหลังก็ปรับเปลี่ยนไปสู่การเน้นย้ำศักยภาพ ความเข้มแข็ง และการตัดสินใจด้วยตนเองของตัวละครผู้หญิง สะท้อนให้เห็นความเปลี่ยนแปลง ของภาพตัวแทน (Representation) และการเจรจาต่อรองทางวัฒนธรรม ที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง

ในบริบทของแวดวงวิชาการไทย การศึกษาเกี่ยวกับดิสนีย์ส่วนใหญ่ มักมุ่งเน้นไปที่การวิพากษ์ภาพตัวแทน (Representation) และโครงสร้าง อำนาจที่ผลิตซ้ำความไม่เสมอภาคทางเพศ ดังเช่นการศึกษาของ สรารักษ์ โรจนพลฤกษ์ และ ขจร ฝ่ายเทศ (2555, น. 1) ที่วิเคราะห์ภาพยนตร์การ์ตูน ดิสนีย์และพบว่า แม้ตัวละครหญิงจะดูเหมือนมีบทบาทนำ แต่ในโครงสร้าง การเล่าเรื่อง พวกเธอยังคงขาดสิทธิเสรีภาพในการตัดสินใจและต้องอยู่ภายใต้ อำนาจกำหนดของผู้อื่น (โดยเฉพาะตัวละครชายหรือผู้ที่มิอำนาจเหนือกว่า) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าทกรรรมความเป็นหญิงที่ยังถูกกดทับในสังคม นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาในมิติของกระบวนการกล่อมเกลாதงสังคม (Socialization) เช่นงานของ กฤติญา สาริกา และ จูตินันท์ บุญภาพ คอมมอน (2565, น. 197) ที่ชี้ว่าวัยรุ่นหญิงไทยใช้ภาพยนตร์เจ้าหญิงดิสนีย์เป็นต้นแบบในการเลียนแบบบทบาท (Role Imitation) เพื่อประกอบสร้างอัตลักษณ์และความมั่นใจ ในตนเองตามค่านิยมสากล

งานวิจัยกลุ่มนี้ช่วยชี้ให้เห็นฐานคิดสำคัญว่า ในมุมมองเชิงโครงสร้าง พื้นที่ของดิสนีย์อาจดูเหมือนถูกกำกับด้วยกรอบเพศสภาพที่ตายตัวและไม่เหลือ ที่ทางให้กับความเป็นอื่น อย่างไรก็ตาม ช่องว่างทางวิชาการที่น่าสนใจคือ เหตุใด

กลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) หรือผู้ที่รู้สึกแปลกแยกในสังคมไทย จึงยังคงเลือกใช้ดิสนีย์เป็นพื้นที่ปลอดภัยทางใจในการประกอบสร้างตัวตน บทความนี้จึงมุ่งที่จะสร้างบทสนทนาโต้ตอบกับงานวิจัยเหล่านั้น เพื่อฉายภาพความซับซ้อนของการต่อรองความหมายที่เกิดขึ้นจริงในภาคสนาม

เมื่อขยับเลนส์การศึกษาจากโครงสร้างเรื่องเล่ามาสู่มิติของผู้ชมและแฟนคลับ จะพบว่า ผู้บริโภคสื่อไม่ใช่เพียงผู้รับสารที่ถูกครอบงำ แต่เป็นผู้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรม (Cultural Agents) ที่มีอำนาจในการเลือกตีความและสร้างความหมายใหม่ให้สัมพันธ์กับชีวิตจริง ตามที่ Stuart Hall (1980, pp.128–138) ได้อธิบายไว้ในกระบวนการถอดรหัส (Decoding) ว่าผู้ชมสามารถต่อรองความหมายจากผู้ผลิต (Encoding) เพื่อนำมาปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของตนเองได้ การเป็นแฟนดิสนีย์ในสังคมไทยจึงไม่ใช่เพียงการติดตามผลงาน หากแต่เป็นกระบวนการประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่สัมพันธ์กับการตีความทางสังคม แฟนคลับจำนวนมากเลือกที่จะปรับตัวตนให้สอดคล้องหรือท้าทายค่านิยมดั้งเดิมผ่านการตีความใหม่ (Re-interpretation)

ยิ่งไปกว่านั้น ในยุคดิจิทัลแฟนคลับดิสนีย์ยังแสดงบทบาทเชิงรุกตามแนวคิดของ Henry Jenkins (2006, p.3) ที่มองแฟนคลับในฐานะ ผู้ร่วมสร้างความหมาย (Participatory Culture) การแสดงออกทางอัตลักษณ์มิได้จำกัดอยู่เพียงพื้นที่ส่วนตัว แต่ขยายตัวอย่างกว้างขวางผ่านสื่อออนไลน์ แฟนคลับสามารถผลิตคอนเทนต์ของตนเองได้หลากหลาย เช่น การสร้างมีม (Meme) การแต่งคอสเพลย์ หรือการรีวีนี้อาใหม่ ๆ กิจกรรมเหล่านี้ทำให้แฟนดิสนีย์กลายเป็นผู้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรมที่ทั้งผลิตซ้ำและท้าทายคุณค่าที่ดิสนีย์พยายามกำหนด

ด้วยเหตุนี้ บทความนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษา “พื้นที่ปลอดภัยทางใจ: แฟนคลับดิสนีย์ไทยกับการเติบโตทางอารมณ์และอัตลักษณ์” โดยเน้นไปที่ประสบการณ์ของแฟนคลับวัยผู้ใหญ่ การวิเคราะห์อิงตามกรอบแนวคิดของ Stuart Hall และ Henry Jenkins เพื่อทำความเข้าใจแฟนคลับในฐานะ

ผู้มีอำนาจในการตีความและสร้างความหมายในโลกของตนเอง บทความนี้เริ่มต้นด้วยการทำความเข้าใจเลนส์วิเคราะห์หลัก ซึ่งได้แก่ การถอดรหัส อำนาจ และการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรม ก่อนจะอธิบายถึงวิธีการศึกษาและสนามข้อมูล จากนั้นจึงนำเสนอการวิเคราะห์เชิงลึกว่า แฟนคลับไทยได้สร้างและนิยามพื้นที่ปลอดภัยทางใจอย่างไร และการตีความตัวบทศิลปะช่วยส่งเสริมการเติบโตทางอารมณ์และการต่อรองอัตลักษณ์ของพวกเขาในสังคมไทยได้อย่างไรในท้ายที่สุด

1. เลนส์วิเคราะห์: การถอดรหัส อำนาจ และการมีส่วนร่วม

การทำความเข้าใจปรากฏการณ์แฟนคลับในยุควัฒนธรรมศึกษา (Cultural Studies) จำเป็นต้องก้าวข้ามกรอบคิดดั้งเดิมที่มองผู้ชมในฐานะผู้รับสารที่เฉื่อยชา (Passive Audience) บทความนี้จึงเลือกวิเคราะห์ผ่านสองเลนส์ทฤษฎีหลักที่ทำงานสอดคล้องกัน

การถอดรหัสและการต่อรองความหมาย จุดเปลี่ยนสำคัญเกิดขึ้นเมื่อ Stuart Hall (1980) เสนอโมเดล "การเข้ารหัสและการถอดรหัส" (Encoding/Decoding) โดยชี้ให้เห็นว่า แม้ผู้ผลิตสื่อจะเข้ารหัสความหมาย เชิงอุดมการณ์ไว้ แต่ผู้ชมมีศักยภาพในการเจรจาต่อรอง (Negotiate) เพื่อสร้างความหมายใหม่ อย่างไรก็ตาม ฮอลล์ย้ำเตือนว่าความสามารถนี้มีได้เกิดขึ้นอย่างอิสระเสรี (Total Autonomy) แต่ยังคงถูกกำกับ (Constrained) ด้วยเงื่อนไขทางอุดมการณ์และประสบการณ์ชีวิตประวัติของผู้รับสารเสมอ (Hall, 1980, p. 135) ในงานวิจัยนี้ การถอดรหัสของแฟนคลับดิสนีย์ไทยจึงไม่ใช่การเลือกอ่านตามใจ แต่คือความพยายามในการจัดข้อกับความหมายที่ถูกเข้ารหัสไว้ก่อน (Preferred Reading) เช่น การมองข้ามกรอบ "รักแท้ดังเทพนิยาย" ไปสู่การให้ความสำคัญกับ "การค้นหาดัตตน" เพื่อสร้างพื้นที่ยืนให้กับอัตลักษณ์ของพวกเขาภายใต้ข้อจำกัดเหล่านั้น

การฉกฉวยตัวบทและวัฒนธรรมมีส่วนร่วม ในขณะที่ Hall มอบอำนาจในการตีความ Henry Jenkins (1992, p. 27) ได้ขยายขอบเขตไปสู่การปฏิบัติการเชิงรุกผ่านแนวคิด "การฉกฉวยตัวบท" (Textual Poachers) และ "วัฒนธรรมมีส่วนร่วม" (Participatory Culture) โดยมองว่าแฟนคลับคือนักล่าเก็บตกที่ "หยิบยืม" (Poach) วัตถุดิบจากสื่อมาผลิตซ้ำและสร้างสรรค์ใหม่ (Rework) เพื่อซ่อมแซมหรือเติมเต็มสิ่งที่ตัวบทต้นฉบับขาดหายไป ปฏิบัติการนี้เห็นได้ชัดเจนในวัฒนธรรมแฟนฟิคชัน (Fan Fiction) หรือการตีความตัวละครในมิติควีร์ (Queer Readings) (Tosenberger, 2014) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแฟนคลับไม่ได้เพียงแค่เสพสื่อ แต่กำลังใช้สื่อเป็นวัตถุดิบในการสำรวจและยืนยันอัตลักษณ์ทางเพศของตนเอง

ท้ายที่สุด เมื่อผนวกเข้ากับแนวคิดการเล่นทางอารมณ์ (Affective Play) ของ Matt Hills (2002, p. 92) จะพบว่าพลังขับเคลื่อนสำคัญของชุมชนมิใช่เพียงกิจกรรมทางปัญญา แต่คือการลงทุนทางความรู้สึกที่เข้มข้น ซึ่งก่อให้เกิด "พื้นที่ปลอดภัยทางอารมณ์" (Emotional Safe Space) ขึ้นมา กล่าวโดยเฉพาะเจาะจง งานวิจัยนี้ ขอนิยามพื้นที่ดังกล่าวว่าเป็นพื้นที่ที่แฟนคลับสร้างขึ้นเองเพื่อใช้ยืนยันอัตลักษณ์และเติบโตทางอารมณ์ ซึ่งมีใช้พื้นที่ที่ปลอดภัยจากความขัดแย้งโดยสมบูรณ์ (Not entirely safe) แต่เป็นพื้นที่ที่อนุญาตให้เกิดการปะทะสังสรรค์ทางอำนาจและการต่อรองความหมายได้ ภายใต้บรรยากาศที่โอบอุ้มความรู้สึกของสมาชิกไว้

2. ระเบียบวิธีวิจัยและสนามข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผสมผสานแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เข้ากับการสังเกตการณ์ในพื้นที่ดิจิทัล (Digital Observation) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล (Digital Ethnography) เนื่องจากชุมชนแฟนคลับดิสนีย์ไทยในปัจจุบันเป็นปรากฏการณ์ที่เติบโตและเคลื่อนไหวอย่างชัดเจน

ในพื้นที่ออนไลน์ สนามข้อมูลของการวิจัยนี้จึงไม่ได้จำกัดอยู่แค่สถานที่ทางกายภาพ แต่ครอบคลุมเครือข่ายของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่แฟนคลับใช้ในการรวมกลุ่มและแสดงอัตลักษณ์ ได้แก่ กลุ่ม Facebook สาธารณะและกลุ่มปิด, ช่อง YouTube, บัญชี TikTok, และห้องสนทนาใน Clubhouse ที่เกี่ยวข้องกับดิสนีย์ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสังเกตการณ์ในพื้นที่เหล่านี้ เพื่อทำความเข้าใจภาษาเฉพาะ (Jargon) บรรทัดฐานของชุมชน (Social Norms) และพลวัตของการมีปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น

ข้อมูลหลักของบทความนี้มาจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured In-depth Interviews) ซึ่งดำเนินการทั้งในรูปแบบการพบหน้าโดยตรง (Face-to-Face) และผ่านระบบการประชุมออนไลน์ (Online Conferencing) ขึ้นอยู่กับความสะดวกของผู้ให้ข้อมูลแต่ละท่าน โดยใช้เวลาสัมภาษณ์เฉลี่ย 1.5 ถึง 2 ชั่วโมงต่อท่าน การสัมภาษณ์มุ่งเน้นให้ผู้ให้ข้อมูลได้เล่าเรื่อง (Narrative) ประสบการณ์ชีวิตและความสัมพันธ์ที่มีต่อดิสนีย์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกถึงกระบวนการตีความ การต่อรองอัตลักษณ์ และการเติบโตทางอารมณ์

การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเป็นการ คัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกจากบุคคลที่เป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 4 ท่าน ซึ่งมีบทบาทสาธารณะและเป็นที่รู้จักในชุมชนแฟนคลับดิสนีย์ไทยในปัจจุบัน ผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย:

1. คุณฐกรณ ขำพลับ (ทอย): ผู้ชนะการประกวดรายการแฟนพันธุ์แท้เจ้าหญิงดิสนีย์ ปี 2014 และผู้ก่อตั้งเพจ Disney Princess Thailand Fanclub

2. คุณสมบัติ อินทรทัต (หมุ): แอดมินหลักเพจ Disney Thailand Fanclub ซึ่งเป็นหนึ่งในชุมชนแฟนคลับดิสนีย์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย

3. คุณเอกราช หาญวงไพบูลย์ (เอเจ): หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งและแอดมินเพจ Disney & Musical Thailand Fanclub ซึ่งเติบโตจากการรวมกลุ่มใน Clubhouse

4. คุณปวิศ พันธุ์พัก (พูห์): คอนเทนต์ครีเอเตอร์ด้านดิสนีย์ในช่องทาง TikTok และ YouTube (Pooh Monster)

ผู้ให้ข้อมูลทุกท่านได้รับทราบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และอนุญาตให้ผู้วิจัยสามารถเปิดเผยชื่อจริงและตำแหน่งในชุมชนได้ เพื่อให้เกียรติและสะท้อนบริบทการวิเคราะห์อย่างถูกต้อง ภายใต้กระบวนการขอความยินยอมซ้ำเพื่อการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลการสัมภาษณ์ทั้งหมดมาถอดเทป (Transcription) แบบคำต่อคำ จากนั้นจึงวิเคราะห์โดยใช้ การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงธีม (Thematic Analysis) ตามแนวทางของ Braun และ Clarke (2006) เพื่อจัดกลุ่มประเด็นที่เกิดขึ้นซ้ำๆ (Recurring Themes) จากข้อมูลภาคสนาม โดยมีกรอบแนวคิดหลักของ Stuart Hall (1980) (การถอดรหัส) และ Henry Jenkins (1992; 2006) (วัฒนธรรมมีส่วนร่วม) ที่อภิปรายไว้ในหัวข้อที่ 2 เป็นเลนส์สำคัญในการตีความและอภิปรายข้อค้นพบ

3. การประกอบสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางใจ: ปรากฏการณ์ในกลุ่มแฟนคลับไทย

“บ้านที่ตอนเด็กไม่ให้อะไรแก่หนูเลย เพราะเชื่อว่าการดูแลตัวเองมีความแข็งแรง หยาดหาย เช่น การดูแลตัวเอง ยุคที่ดังมาก... ที่บ้านก็เลยเลือกควบคุมสื่อที่ให้อะไรแก่เด็ก ๆ ที่เล่นได้แต่การดูแลตัวเองของดิสนีย์ เพราะเขาเชื่อว่ามันปลอดภัย มันมีเนื้อหาที่ไม่รุนแรง เด็กไม่เลียนแบบพฤติกรรมที่ไม่ดี”

(คุณทอย, แฟนพันธุ์แท้เจ้าหญิงดิสนีย์)

บทสนทนาข้างต้นสะท้อนให้เห็นรากฐานของคำว่า “ปลอดภัย” ในบริบทสังคมไทย ที่เริ่มต้นจากการเป็น “สื่อที่ปลอดภัย” (Safe Media) ในสายตาของผู้ปกครอง เพื่อทำหน้าที่เป็นกลไกการกล่อมเกลாதงสังคมที่ไม่เป็นพิษหว่าเมื่อเติบโตขึ้น ความปลอดภัยนี้มีได้จางหายไป แต่ได้แปรเปลี่ยนสถานะจากการควบคุมของครอบครัว มาเป็น “พื้นที่ปลอดภัยภายในใจ” (Internalized Safe Space) หรือหมายความว่าสำคัญของวิถีชีวิต แม้ในปัจจุบันคุณทอยจะไม่ได้เข้าร่วมกลุ่มทางดิจิทัลอย่างเข้มข้น แต่ดิสนียังคงทำหน้าที่เป็นบ้านทางอารมณ์ที่เขาสามารถกลับไปหาได้เสมอ

การทำความเข้าใจปรากฏการณ์พื้นที่ปลอดภัยทางใจ (Safe Space) ของแฟนคลับดิสนีย์ไทย จำเป็นต้องเริ่มต้นด้วยการทำความเข้าใจภาพจำของแฟนคลับในบริบทสังคมไทย ที่มักถูกผูกโยงเข้ากับโมเดลของแฟนคลับเกาหลี (K-Pop Fandom) ซึ่งมีลักษณะของการรวมกลุ่มที่ชัดเจน (High Mobilization) มีโครงสร้างองค์กร และมีพลังในการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นรูปธรรม แต่สำหรับแฟนคลับดิสนีย์ไทย พื้นที่แห่งนี้นักกลับมีพลวัตที่ต่างออกไป การเติบโตของชุมชนเกิดขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปในพื้นที่ดิจิทัล โดยเฉพาะหลังปี ค.ศ. 2014 พร้อมกระแสภาพยนตร์ Frozen และการขยายตัวของแพลตฟอร์มอย่าง Facebook และ TikTok ทำให้ลักษณะของพื้นที่ปลอดภัยนี้ไม่ได้ถูกสร้างขึ้นจากกฎระเบียบ (Rules) แต่ถูกประกอบสร้างและรักษาไว้ด้วย “บรรยากาศทางอารมณ์” (Affective Atmosphere) ร่วมกัน ซึ่งเมื่อพิจารณาผ่านเลนส์ทฤษฎีทางวัฒนธรรมศึกษา จะพบความแตกต่างที่มีนัยสำคัญ ดังนี้

ประการแรก ในเชิงสุนทรียะและการแสดงออก ชุมชนนี้แตกต่างจากวัฒนธรรมคอสเพลย์ (Cosplay) ตามที่ Lamerichs (2018) ได้อธิบายไว้ในงานวิจัยเรื่อง Productive Fandom ว่าหัวใจของคอสเพลย์มักอยู่ที่ “ความถูกต้องสมจริง” (Material Accuracy) และการแสดงออกเชิงสมรรถนะ (Performance) ผ่านทักษะเชิงช่างเพื่อให้เหมือนตัวละครต้นฉบับที่สุด แต่สำหรับแฟนคลับดิสนีย์ไทยในงานวิจัยนี้ กลับมิได้ให้ความสำคัญภายนอกหรือ

ทักษะเชิงช่าง (Craftsmanship) เป็นหลัก หากแต่ให้ความสำคัญกับ “ความรู้สึกภายใน” (Affective Experience) และการสร้างบรรยากาศที่อนุญาตให้สมาชิกแสดงความเป็นเด็กออกมาได้โดยไม่ถูกตัดสิน

ประการที่สองในเชิงเป้าหมายของการรวมกลุ่ม แฟนคลับดิสนีย์ไทย มีลักษณะที่ผ่อนคลายกว่าเมื่อเทียบกับแฟนคลับ K-Pop ที่ขับเคลื่อนด้วย “แรงงานแฟนคลับ” (Fandom Labor) และการรวมกลุ่มอย่างมีระบบระเบียบ เพื่อสนับสนุนศิลปิน (ภาณุรินทร์ แสงศรี น้ำเพชร และ สรัญญา ปัญญชิต, 2024) โดยพื้นที่ของดิสนีย์ถูกใช้ในฐานะ “พื้นที่หลบภัย” (Safe Haven) เพื่อเยียวยาจิตใจจากการทำงานหนัก มากกว่าการระดมพลเพื่อเป้าหมายทางเศรษฐกิจ สอดคล้องกับงานศึกษาของ Spradley (2024) ที่พบว่า ในขณะที่แฟนคลับดิสนีย์ในระดับสากล (Disney Adults) มักถูกสังคมภายนอกมองด้วยสายตาที่ตึงแ้ง (Stigmatized) หรือถูกมองว่ามีพฤติกรรมเหมือนลัทธิ (Cult-like) แต่สำหรับบริบทไทย พื้นที่นี้กลับถูกใช้งานในมิติของครอบครัวและการยอมรับตัวตน ที่ช่วยให้สมาชิกก้าวข้ามความรู้สึกแปลกแยกในชีวิตจริงได้

แฟนคลับในตู้: การต่อรองอัตลักษณ์ในโลกวิชาชีพ

พลวัตของความแปลกแยกและการแสวงหาการยอมรับนี้ มีความซับซ้อนยิ่งขึ้นเมื่อพิจารณาในบริบทของการทำงาน ในขณะที่คุณหอยแสดงให้เห็นถึงความปลอดภัยในระดับปัจเจก (Individual) กรณีศึกษาของคุณหนู (แอดมินเพจ Disney Thailand Fanclub) ได้แสดงให้เห็นถึงวิวัฒนาการของชุมชนที่ต้องเผชิญแรงเสียดทานหนักหน่วงขึ้น โดยเฉพาะการปะทะกันอย่างรุนแรงระหว่าง “อัตลักษณ์แฟนคลับ” กับ “อัตลักษณ์ทางวิชาชีพ” ในสังคมไทย คุณหนูเล่าถึงสภาวะ “แฟนคลับในตู้” (The Closet Fan) ที่เขาต้องเก็บซ่อนความชอบนี้ไว้เป็นความลับนานถึง 3 ปี แม้แต่กับเพื่อนสนิทและครอบครัว เหตุผลสำคัญมาจากความกลัวการถูกตัดสินจากบรรทัดฐานทางสังคม

“พอเราพูดถึงแฟนดิสนีย์ คนทั่วไปก็จะมีภาพจำว่าต้องเป็นผู้หญิง อายุไม่มาก แล้วมันขัดกับภาพลักษณ์ของพี่ทั้งหมดเลย... โตแล้วทำไมมาทำอะไรแบบนี้ แล้วด้วยหน้าที่การงานมีลูกน้องที่ต้องดูแล การพรินซ์ตัวเองในเชิงนี้ก็มีความเสี่ยงที่คนจะมองไปในทางที่ไม่ดี เขาก็อาจจะมองว่าแสบ ดึงต้อง ไร้สาระ แกเป็นหัวหน้าฉันนะ ทำไมเป็นแบบนี้... (ปัจจุบันพี่ทำงานในตำแหน่งผู้จัดการสำนักงาน...)”

(คุณหนู, แอดมินเพจ Disney Thailand Fanclub)

คำว่า 'ดึงต้องไร้สาระ' คือคำพูดที่สะท้อนถึงการที่สังคมไทยยังคงตีตราความชอบดิสนีย์ว่าเป็นเรื่องเด็ก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Spradley (2024, pp. 49–50) ที่พบว่าในระดับสากล กลุ่ม Disney Adult มักถูกมองด้วยสายตาที่ตึงแง่ (Stigmatized) และถูกตีตราว่าเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมน่าอาย (Cringey) หรือหมกมุ่นจนดูเหมือนลัทธิ (Cult-like) แรงกดดันทางสังคมนี้เองที่บีบให้คุณหนูและแฟนคลับจำนวนมากต้องสร้างพื้นที่ปลอดภัยแบบปิด (Closet) ในระยะเริ่มต้น เพื่อปกป้องตัวตนจากการถูกตัดสิน ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์การสร้างตัวตนบนพื้นที่ออนไลน์ (รัชชานนท์ ศรีเพ็ชชัย, อมรรัตน์ พรหมสาขา ณ สกลนคร, & อุทุมพร หลอดโค, 2567)

เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบกรณีศึกษาของคุณทอยและคุณหนู จะพบว่านิยามของพื้นที่ปลอดภัยในบริบทแฟนคลับดิสนีย์ไทยนั้นมิได้หยุดนิ่ง แต่มีพลวัตที่แปรเปลี่ยนไปตามบริบทของช่วงวัยและแรงกดดันทางสังคม ในกรณีของคุณทอยความปลอดภัยถูกนิยามจากมุมมองของผู้ปกครอง (Parental Perspective) ในลักษณะของเกราะกำบังเพื่อกันเด็กออกจากเนื้อหาที่รุนแรง แต่สำหรับคุณหนูและแฟนคลับวัยผู้ใหญ่ พื้นที่ปลอดภัยได้เปลี่ยนสถานะมาเป็นพื้นที่หลบภัย (Safe Haven) เพื่อปกป้องตัวตนจากสายตาที่ตัดสินของบรรทัดฐานทางวิชาชีพ ความซับซ้อนนี้ชี้ให้เห็นว่า การเป็นแฟนคลับดิสนีย์ในไทยไม่ใช่แค่เรื่องรสนิยม แต่คือการต่อรองเพื่อหาพื้นที่ยืนยันตัวตนท่ามกลางนิยามความปลอดภัยที่เลื่อนไหลจากความไร้เดียงสาในวัยเด็ก ไปสู่อิสระที่จะเป็นตัวอยู่ในวัยผู้ใหญ่

ประเด็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งคือเพศสถานะ (Gender) ได้กลายเป็นตัวแปรสำคัญที่กำกับกระบวนการถอดรหัส (Decoding) ของกลุ่มตัวอย่าง หากพิจารณาตามแนวคิดของ Hall (1980) การที่แฟนคลับเพศชาย อย่างคุณหนู ต้องทำการต่อรองความหมาย (Negotiated Code) กับดิสนียอย่างเข้มข้นนั้น มิใช่เพียงเรื่องของรสนิยม แต่มีรากฐานมาจากความขัดแย้งระหว่างความเป็นชายกระแสหลัก (Hegemonic Masculinity) ในสังคมไทยที่กดทับการแสดงออกทางอารมณ์กับสุนทรียะความอ่อนโยน ที่ปรากฏในสื่อดิสนีย การเป็นผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศไม่ตรงกับเพศกำเนิด ทำให้กระบวนการรับสารมิใช่การเสพความบันเทิงทั่วไป แต่เป็นการต่อสู้ เพื่อหาพื้นที่หายใจทางอารมณ์ภายใต้บริบทสังคมที่มองว่าความอ่อนไหวเป็นเรื่องของผู้หญิง ดังนั้น การถอดรหัสของคุณหนูจึงเป็นการรื้อสร้างเส้นแบ่งทางเพศ โดยใช้ดิสนียเป็นเครื่องมือในการประกาศว่าความเป็นชายและความอ่อนโยนสามารถดำรงอยู่ร่วมกันได้

การออกจากตู้: การยืนยันตัวตนจากสาธารณะและการก่อรูปทางกายภาพ

จุดเปลี่ยนสำคัญของชุมชนแฟนคลับดิสนียไทย คือการที่พื้นที่ปลอดภัยถูกขยายจากการเป็นเพียงพื้นที่ออนไลน์นิรนาม ไปสู่การยอมรับในพื้นที่สาธารณะ กรณีของคุณหนูคือตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของการเปลี่ยนผ่านนี้ การเปิดเผยตัวตนของคุณหนูไม่ได้เริ่มต้นจากความกล้าหาญส่วนตัว แต่เกิดจากโอกาสที่เข้ามาทำลาย นั่นคือการได้รับเชิญไปออกรายการ People You May Know (EP24 วอลท์ ดิสนีย หนึ่งร้อยปีแห่งความสุข) ของช่อง FAROSE Podcast ทาง Youtube ซึ่งเป็นรายการที่มีผู้ติดตามจำนวนมากในโลกออนไลน์ นี่คือการตัดสินใจที่ เต็มไปด้วยความเสี่ยง:

“เราก็กลัวว่าจะเล่าผิด ๆ ถูก ๆ รีเปล่า... ช่วงนั้นเราก็งงใจอยู่เหมือนกันเพราะเรารู้ว่ารายการเค้าฮิตอยู่ คนดูก็หลักแสน ถ้าดีก็ไปเลยถ้าพังก็พินาศ”

(คุณหนู, แอดมินเพจ Disney Thailand Fanclub)

ปรากฏว่าผลลัพธ์ที่ได้นั้นตรงกันข้ามกับความกลัว คุณหมากล่าวว่า “หลังจากไปออกรายการฟารอสแล้วผลลัพธ์มันออกมาดีมาก ไม่มีใครมาแหกที่เราพูดผิด” นี่คือช่วงเวลาสำคัญที่สังคมภายนอกได้มอบการยืนยันตัวตน (Validation) ให้กับเขา มันทำให้เขากล้าที่จะก้าวออกมาจากตู้และตระหนักว่า “เราจะอยู่แบบไม่มีตัวตนไม่ได้แล้ว”

การยอมรับจากสาธารณะนี้ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง 3 ประการ:

1. การเติบโตทางอารมณ์ส่วนบุคคล (คุณหมากล่าวว่าเขารู้สึก “สบายใจขึ้น เราโอเคขึ้นกับการออกหน้ากล้อง”) 2. การยอมรับจากสถาบัน (ดิสนีย์ ประเทศไทยติดต่อเป็นพาร์ทเนอร์) และ 3. การก่อรูปของพื้นที่ทางกายภาพ (Physical Space) ชุมชนที่อดีตมีการจัดกิจกรรมรวมตัวกันน้อยไม่ค่อยได้พบหน้ากัน เริ่มกล้าที่จะจัดกิจกรรมออนไลน์ เช่น การนัดรวมตัวแต่งคอสตูมตามธีมภาพยนตร์การ์ตูนในเครือดิสนีย์ ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากแบรนด์และห้างสรรพสินค้า



ภาพประกอบที่ 1 การรวมตัวทางกายภาพของกลุ่ม Disney Thailand Fanclub สะท้อนถึงวิวัฒนาการของชุมชนจากการเป็นพื้นที่นิรนามในโลกออนไลน์สู่การแสดงออกทางอัตลักษณ์ในพื้นที่สาธารณะ ภาพถ่ายโดย ศูนย์การค้าไอคอนสยาม

การเติบโตนี้ยังเป็นการถูกท้าทาย ที่นำไปสู่การพัฒนาตนเอง ดังที่คุณหมูสรุปว่า:

“เราไม่ได้เป็นคนกล้าแสดงออกที่จะไปยืนถือไม้ค้ำพุดอยู่บนเวที แต่ด้วยเหตุต่างๆ เช่นดิสนีย์ติดต่อมาให้เราไปสัมภาษณ์นักพากย์... มันก็ท้าทายตัวเราเป็นสิ่งที่ทำให้เราออกจาก Comfort Zone ของเรา”

(หมู, แอดมินเพจ Disney Thailand Fanclub)

กฎของพื้นที่: บรรยากาศแห่งการอนุญาตให้เป็นเด็ก

เมื่อพื้นที่ปลอดภัยนี้ได้ขยายตัวและมีตัวตนชัดเจนขึ้น คำถามสำคัญคือ ชุมชนนี้รักษาความปลอดภัยไว้ได้อย่างไร? จากการสัมภาษณ์ พบข้อค้นพบที่น่าสนใจอย่างยิ่ง นั่นคือกลุ่มเหล่านี้แทบไม่ได้มีกฎระเบียบที่ลายลักษณ์อักษรชัดเจน แต่ถูกกำกับด้วยบรรยากาศทางอารมณ์ (Affective Atmosphere) หรือข้อตกลงโดยปริยาย (Tacit Agreement) ที่สมาชิกร่วมกันรักษาไว้ คุณเอเจ (ผู้ร่วมก่อตั้ง Disney & Musical Thailand Fanclub) นิยามบรรยากาศนี้ว่าเป็น “เซ็นส์ของความเป็นเด็ก” (Sense of Childlikeness) ที่อนุญาตให้ผู้ใหญ่กลับมาเล่นสนุก (Playful) ได้อีกครั้ง

ความน่าสนใจคือ เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาช่วยรื้อถอนกำแพงทางเศรษฐกิจ ในการเข้าถึงบรรยากาศดังกล่าว จากเดิมที่ประสบการณ์ความสนุกสนานแบบดิสนีย์ (Playfulness) มักถูกผูกติดอยู่กับพื้นที่ทางกายภาพที่มีราคาสูง เช่น สวนสนุกดิสนีย์เวิลด์ในสหรัฐอเมริกา แต่คุณเอเจพบว่าเขาสามารถจำลองและประกอบสร้างพื้นที่แห่งความสุขนั้นขึ้นใหม่ได้ในประเทศไทย ผ่านแพลตฟอร์มเสียงอย่าง Clubhouse

“เราสร้างห้องคุยกันทุกวันเสาร์ ทุกคนสนุกกันมาก พอทุกคนมีความชอบเหมือนกัน พอเราชวนทำอะไรเพิ่มเติม ทุกคนก็มีความยินดี เกิดเป็นโปรเจกต์ต่างๆ มากมาย ช่วงที่ทำ Clubhouse

แรก ๆ ถึงจะเป็น Mod เราก็แอบกลั่นนะ ไม่กล้าร้องเพลง เพราะว่ามันเป็นการร้องเพลงที่เราไม่เห็นหน้าใครเลย ไม่ได้ยินเสียงตัวเองหรือใครเลย ไม่รู้ว่าใครคนอื่นเป็นยังไง มันเกร็งมาก พอไปเรื่อย ๆ เริ่มสนิทกับทุกคนมันก็ง่ายขึ้น”

(คุณเอเจ, แอดมินเพจ Disney & Musical Thailand Fanclub)

คำบอกเล่านี้ชี้ให้เห็นว่า พื้นที่ปลอดภัยทางใจมิใช่สิ่งที่ดำรงอยู่ก่อนแต่เกิดจากการปฏิบัติการณ์ร่วมกัน (Participatory Practice) จนสามารถก้าวข้ามความเกร็งและความกลัวไปสู่ความไว้วางใจ ซึ่งบรรยากาศที่ถูกสร้างขึ้นในโลกดิจิทัลนี้ ทำหน้าที่คัดกรองคนและสร้างความรู้สึกเป็นพวกพ้องในลักษณะเดียวกับที่คุณเอเจเคยสัมผัสในสวนสนุกจริง ดังเรื่องเล่าที่เขายกตัวอย่างเปรียบเทียบว่า

“เราคิดถึงตอนที่ทำงานในปาร์ค (ดิสนีย์เวิลด์, ฟลอริดา)... เราก็ก้มมือทักลูกสาวแขกคนหนึ่งว่า 'Hey! Princess' แล้วแม่เขาก็เดินมาบอกเราว่า 'Can you call me Princess Too!' เราก็อธิบายว่า 'Sure of course Princess'... เราคิดว่าดิสนีย์เวิลด์น่าจะมีคนมีความสุข มีความเป็นเด็ก”

(คุณเอเจ, แอดมินเพจ Disney & Musical Thailand Fanclub)

กรณีนี้แสดงให้เห็นพลวัตที่เชื่อมโยงกันอย่างลึกซึ้ง บรรยากาศที่ “อนุญาตให้เป็นเด็ก” (แบบที่แม่ (ผู้ใหญ่) ในสวนสนุกต้องการ) ได้ถูกคุณเอเจและเพื่อนสมาชิกนำมาผลิตซ้ำและส่งต่อผ่าน Clubhouse ในไทย ทำให้พื้นที่ดิจิทัลกลายเป็นพื้นที่หลบภัยที่สมาชิกสามารถแสดงตัวตนที่เปราะบางหรือขี้อายออกมาได้อย่างอิสระ โดยไม่ต้องกังวลกับการถูกตัดสินจากสังคมภายนอก

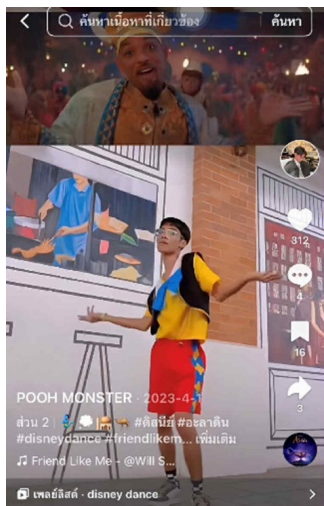
กรณีศึกษาเชิงลึก: การยืนยันอัตลักษณ์ที่ไม่เข้าพวก

หากบรรยากาศแห่งการ Playful คือกลไกของพื้นที่ปลอดภัย คำถามสุดท้ายคือ พื้นที่นี้ให้อะไรกับสมาชิก? กรณีศึกษาของคุณพูห์ (Pooh Monster) คือคำตอบที่ชัดเจนที่สุดว่าพื้นที่ที่ใจปลอดภัยนี้ ทำหน้าที่ยืนยันอัตลักษณ์ (Identity Validation) ให้กับผู้ที่รู้สึกแปลกแยกจากบรรทัดฐานสังคมกระแสหลัก คุณพูห์เริ่มต้นจากการนิยามตัวเองว่า “แปลกแยก” ซึ่งสะท้อนผ่านชื่อช่อง “Pooh Monster”

“ชื่อช่อง Pooh Monster เกิดขึ้นจากคำนิยามว่า Monster = ปีกาจ ส่วนตัวผมรู้สึกว่าตัวเองเป็นตัวประหลาด รู้สึกแปลกแยก ไม่เหมือนคนอื่น หลัก ๆ ก็เช่น การที่ผมทำงานเป็นฟรีแลนซ์ ในขณะที่แม่ (ที่บ้าน) มองว่าคนปกติธรรมดาควรทำงานประจำ การแต่งตัวที่ค่อนข้างโดดเด่น ผมชอบแต่งชุดที่มีสีสันสดใสอยู่เสมอ ในขณะที่เพื่อน ๆ จะชอบใส่แต่สีขาว-ดำกัน”

(คุณพูห์, Pooh Monster)

คุณพูห์คือตัวแทนของความรู้สึกว่าตนไม่เข้าพวก (Monster) ทั้งในมิติของอาชีพ (ไม่ได้ทำงานประจำ) และการแสดงออก (การแต่งกาย) ในขณะที่โลกกระแสหลัก (เพื่อน, ครอบครัว) ตั้งคำถามกับตัวตนของเขา ชุมชนแฟนคลับดิสนีย์กลับทำหน้าที่ตรงกันข้าม คุณพูห์เล่าว่า เขาเคยทำคลิปเต้นทั่วไปแล้วแต่ยังไม่ได้ได้รับความสนใจ จนเมื่อเขาเริ่มนำความชอบส่วนตัว (การเต้น) มาผสมผสานกับดิสนีย์ คุณพูห์กล่าวว่า “พอเริ่มมาทำคอนเทนต์เกี่ยวกับการเต้นดิสนีย์ก็ได้รับความสนใจทำให้สนุกมากขึ้น” นี่คือการที่ ชุมชนได้มอบการยืนยัน (Validation) ให้กับสิ่งที่เขาเป็น การที่ชุมชนสนใจและตอบรับการเต้นของเขาคือการส่งสารว่าสิ่งที่เขาเป็นและสิ่งที่เขาต้องการจะสื่อสาร (Monster) นั้นเป็นที่ยอมรับที่นี่



ภาพประกอบที่ 2 การแสดงออกเชิงสร้างสรรค์ของคุณพูห์ (Pooh Monster) ในแพลตฟอร์ม TikTok ซึ่งใช้การเต้นเพลงดิสนีย์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารตัวตนและเชื่อมโยงกับชุมชน, ภาพโดย Tiktok: POOH MONSTER

การยืนยันตัวตนนี้ นำไปสู่การเติบโตทางอารมณ์โดยตรง ดังที่คุณพูห์กล่าวว่า “ดิสนีย์ช่วยพัฒนาให้เราเป็นคนกล้าแสดงออกมากขึ้น... แต่ก่อนเราเป็นคนไม่กล้าแสดงออกเลย” และที่สำคัญที่สุดพื้นที่ปลอดภัยทางใจสำหรับคุณพูห์ไม่ใช่แค่สื่อ แต่คือผู้คนและเครือข่ายทางสังคมที่เกิดขึ้นจริง จากการที่เธอได้พบปะกับแฟนคลับคนอื่น ๆ (เช่น คุณโอปอลล์ (Disney Babe Channel), คุณหมู (แอดมินเพจ Disney Thailand Fanclub) สำหรับผู้ที่รู้สึกแปลกแยกจากบรรทัดฐานสังคม การได้พบกลุ่มคนที่เข้าใจจึงเป็นมากกว่าความสุข แต่คือการได้ครอบครองที่ยอมรับในสิ่งที่เขาเป็น

“ประสบการณ์พิเศษเกี่ยวกับดิสนีย์ของผมคือ การได้เพื่อนจากดิสนีย์ มีความสุขทุกครั้งที่ได้ไปเจอคนในกลุ่ม ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน การได้ไปใช้เวลาร่วมกันกับคนในกลุ่มรู้สึกเหมือนมีครอบครัวอีกหนึ่งครอบครัว การได้ไปเจอทุกครั้งมีความสุขมาก

ได้แชร์อะไรหลาย ๆ อย่างร่วมกัน ไม่ได้เฉพาะเรื่องดิสนีย์แต่รวมไปถึง
เรื่องส่วนตัว เรื่องชีวิตประจำวัน พี่ ๆ ในกลุ่มทำให้เรากล้าทำสิ่งต่าง ๆ
เช่น การเดินทางไปดิสนีย์แลนด์”

(คุณพู่, Pooh Monster)

ขีดจำกัดของพื้นที่: การต่อรองที่ยังไม่สิ้นสุด

อย่างไรก็ตาม พื้นที่ที่ใจปลอดภัยนี้ก็มีข้อเสียที่สมบูรณ์แบบ
แต่มันคือพื้นที่แห่งการต่อรอง (A Negotiated Space) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด
ที่ Stuart Hall (1980, p. 137) ได้เสนอไว้ แม้คุณพู่จะกล้าแสดงออกมากขึ้น
แต่เขาก็กังหนักรู้สึกถึงขีดจำกัดที่เขาต้องต่อรองกับบรรทัดฐานทางเพศที่ฝังลึก
ในสังคม (และในใจเขาเอง):

“ถึงแม้ว่าดิสนีย์จะทำให้เราพัฒนาเรื่องความกล้าแสดงออก
มากขึ้น แต่ส่วนตัวคิดว่า ยังไม่กล้าแสดงออกถึงความชอบในเจ้าหญิง
ดิสนีย์ขนาดนั้น เช่นการใส่เสื้อผ้าที่มีลวดลายเจ้าหญิง หรือสีชมพู
รู้สึกว่ายาวนานสวยและเราก็ชอบแต่ก็ไม่กล้าใส่และรู้สึกเขิน ทำให้
การแต่งกายเกี่ยวกับดิสนีย์ส่วนมากจะเน้นไปที่ลายดิสนีย์คลาสสิก
เช่นลายมิกกี้เมาส์ หรือหอยสตอรี่”

(คุณพู่, Pooh Monster)

การที่คุณพู่รู้สึกเขินและเลือกที่จะแสดงออกผ่านมิกกี้เมาส์ (ซึ่งเป็น
สัญลักษณ์ที่เป็นกลางทางเพศมากกว่า) สะท้อนให้เห็นว่า แม้ในพื้นที่ที่ปลอดภัย
ที่สุด เขาก็ยังคงต้องเจรจาต่อรองกับกรอบคิดเรื่อง “ความเป็นชาย” ที่สังคม
ตีตราว่าไม่ควรชอบเจ้าหญิง พื้นที่ปลอดภัยทางใจของแฟนคลับดิสนีย์ไทย
จึงเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อน มันถูกประกอบสร้างขึ้นจาก
บรรยากาศทางอารมณ์ (Playfulness, Positivity) ที่อนุญาตให้สมาชิก โดยเฉพาะ
ผู้ที่รู้สึกแปลกแยกจากโลกภายนอก (เช่น คุณหนู, คุณพู่) ได้รับการยืนยัน
ตัวตน (Validation) และเติบโตทางอารมณ์ (Emotional Growth) อย่างไร

ก็ตาม พื้นที่นี้ยังคงเป็นสนามของการต่อรองที่ดำเนินต่อไป ดังที่เราจะวิเคราะห์ในส่วนถัดไปว่า พวกเขาได้นำเครื่องมือและพลังที่ได้จากพื้นที่นี้ ไปใช้ในการต่อรองกับชีวิตจริงนอกชุมชนอย่างไร

4. การเติบโตทางอารมณ์และการต่อรองอัตลักษณ์: ข้อมูลจากชีวิตจริง

หากในหัวข้อก่อนหน้านี้เป็นการวิเคราะห์กระบวนการประกอบสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางใจ ผ่านบรรยากาศทางอารมณ์และการยอมรับซึ่งกันและกันภายในชุมชน ในส่วนนี้จะขยายขอบเขตสู่การสำรวจว่า พลัง ความมั่นคงทางอารมณ์และการยืนยันตัวตนที่ได้รับจากชุมชน ได้ถูกนำไปปรับใช้เป็นเครื่องมือในการ “ต่อรอง” กับ โลกภายนอกที่เต็มไปด้วยความคาดหวังและบรรทัดฐานทางสังคมได้อย่างไร ซึ่งสะท้อนให้เห็นกระบวนการเติบโตทางอารมณ์และการประกอบสร้างอัตลักษณ์ในภาคปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม

ดิสนีย์ในฐานะเครื่องมือรับมือวิกฤต: จากจินตนาการสู่กลยุทธ์ชีวิต

ประเด็นสำคัญประการแรกคือ การที่แฟนคลับวัยผู้ใหญ่สามารถถอดรหัส (Decoding) ตัวบทของดิสนีย์จากสื่อบันเทิง (Entertainment) ให้กลายเป็นเครื่องมือทางจิตวิทยา (Psychological Tool) หรือ กรอบคิดในการรับมือเมื่อต้องเผชิญหน้ากับวิกฤตในชีวิตจริง กรณีศึกษาของคุณหนู (แอดมินเพจ Disney Thailand Fanclub) ได้ให้ภาพที่ชัดเจนที่สุดของกระบวนการนี้ เขาต้องเผชิญกับวิกฤตซ้อนวิกฤต (Double Crisis) ในช่วงการระบาดของโควิด 19 กล่าวคือ เขาไม่เพียงแต่โดนเลิกจ้างจากงานประจำ (วิกฤตอาชีพ) แต่งานเพจก็ไม่รุ่งและกำลังคิดว่าจะทำต่อดีไหม (วิกฤตอัตลักษณ์และความชอบ) ในสภาวะที่มีดราม่าที่สุดนี้คำสอนของดิสนีย์ได้แปรสภาพจากอุดมคติแฟนตาซี มาเป็นกลยุทธ์การเอาตัวรอดที่จำเป็น

“ชีวิตมันมีการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ ชีวิตก็มีขาลง ดิสนีย์ก็มีคำสอนและเนื้อหาที่นำเสนออยู่เรื่อย ๆ คือให้คิดบวกเข้าไว้ เพราะฉะนั้นในช่วงจังหวะที่ชีวิตที่แย่ ๆ ขาลง เราก็จะแอบอดทนไว้ได้ยมนักก็จะผ่านไป ซึ่งมันก็จะจะมีโมเมนต์แบบนี้เกิดขึ้นหลายครั้ง ที่บางที่เราารู้สึกว่าแย่มากไม่ไหวแล้ว แต่เราก็จะพยายามผลักดันตัวเองให้อดทนต่อไป”

(คุณหนู, แอดมินเพจ Disney Thailand Fanclub)

ในบริบทนี้การคิดบวกจึงมิใช่การมองโลกในแง่ดีอย่างไร้เดียงสา (Naive Optimism) ตามที่สังคมมักตั้งข้อสังเกต แต่เป็นกลยุทธ์การประคองภาวะอารมณ์ให้ผ่านพ้นวิกฤต สอดรับกับข้อค้นพบของ Spradley (2024, pp. 69–70) ที่ชี้ว่าแฟนคลับได้สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของทางศีลธรรมต่อดิสนีย์เพื่อใช้เยียวยาจิตใจและก้าวข้ามคำวิจารณ์ เช่นเดียวกันกับคุณเอเจ ที่ถอดรหัสเนื้อหาดิสนีย์ในฐานะเครื่องมือสะท้อนย้อนคิด (Self-Reflection) ผ่านประสบการณ์การชมการแสดงพลชุด Happily Ever After ที่ดิสนีย์เวิลด์ ซึ่งตั้งคำถามทิ้งท้ายไว้ให้กับผู้ชมได้กระตุ้นให้เขานำบทเรียนการต่อสู้ของตัวละครกลับมาปรับใช้ในชีวิตจริง ซึ่งยืนยันว่าแฟนคลับวัยผู้ใหญ่กลุ่มนี้มิได้หลีกเลี่ยงเข้าสู่โลกแฟนตาซีแต่กำลังหิบบ่มทรัพยากรจากโลกจินตนาการมาเป็นขุมพลังในการดำเนินชีวิต

“...ผมรู้สึกว่าการต่อสู้ของตัวละคร ไม่ว่าจะเป็นอะลาดิน เจ้าหญิง ทุกคนมีเรื่องที่ต้องสู้ไม่ต่างจากเรา ประโยคสุดท้ายของโชว์พลชุดจะพูดประมาณว่า 'จากการเดินทางของโชว์พลชุดทั้งหมดนี้เรื่องราวของตัวละครได้จบลงแล้ว แล้วเรื่องราวของคุณล่ะ' มันก็สอนให้เราคิดอะไรตามได้เยอะ ดิสนีย์ เราถึงติดตามมาตลอด”

(คุณเอเจ, แอดมินเพจ Disney & Musical Thailand Fanclub)

การต่อรองกับโลกภายนอก: การทลายกำแพงอคติและเพศสถานะ

เมื่อแฟนคลับนำพลังบวกเหล่านี้มาใช้ในพื้นที่สาธารณะ พวกเขาจำเป็นต้องเผชิญกับแรงเสียดทานจากบรรทัดฐานสังคมไทย โดยเฉพาะวาทกรรม “โลกสวย” หรือ “อยู่ในทุ่งลาเวนเดอร์” ที่ถูกใช้ลดทอนคุณค่าความชอบ จาก

ข้อมูลภาคสนามพบว่าแฟนคลับแต่ละท่านมีวิถีทางในการรับมือที่แตกต่างกัน สำหรับคุณพูห์ (Pooh Monster) เลือกใช้วิธีการยอมรับและเป็นเจ้าของนิยาม โดยมองว่าหากดิสนีย์นำเสนอแง่มุมที่ดีงาม การถูกมองว่าโลกสวยก็ไม่ใช่เรื่องเสียหาย แต่นับเป็นทางเลือกที่จะมองโลกในแง่ดีเพื่อเยียวยาตนเอง ในขณะที่คุณทอยใช้วิธี การปรับกรอบแนวคิด โดยโต้แย้งว่าจินตนาการมิใช่การหลีกหนี แต่เป็น “ความจำเป็นทางอารมณ์” พื้นฐานของมนุษย์ที่จะช่วยบรรเทาความตึงเครียดจากโลกความเป็นจริง

นอกจากคำวิจารณ์เรื่องความพ้อฝัน ประเด็นที่ทำทนายยิ่งกว่าคือ การปะทะกับบรรทัดฐานทางเพศ (Gender Norms) ที่มักตีตราว่าดิสนีย์เป็นพื้นที่ของเด็กผู้หญิง ส่งผลกระทบต่อทั้งอัตลักษณ์ทางวิชาชีพและอัตลักษณ์ทางเพศของแฟนคลับชาย การต่อรองในประเด็นนี้ปรากฏในหลากหลายรูปแบบ ตั้งแต่ การเพิกเฉยเชิงกลยุทธ์ ของคุณพูห์ ที่เลือกจะไม่เก็บคำวิจารณ์เรื่องความไม่เหมาะสมมาบันทึกใจ เพื่อรักษาพื้นที่ความปลอดภัยภายในไว้ ไปจนถึงการตั้งคำถามกลับอย่างมั่นใจของคุณเอเจ ที่ได้รับการยอมรับจากครอบครัวและชุมชนออนไลน์ จนสามารถยืนยันจุดยืนได้ว่าการเป็นผู้ชายที่ชื่นชอบเจ้าหญิงดิสนีย์มิใช่เรื่องผิดปกติ

ในระดับที่เข้มข้นขึ้น การต่อรองได้พัฒนาไปสู่การปฏิบัติการเชิงรุก ดังเช่นกรณีของคุณหมู ที่มุ่งมั่นเปลี่ยนแปลงภาพจำของสังคมผ่านการใช้ตลกและการประนีประนอม โดยหยิบยกความหลากหลายของแบรนด์ภายใต้เครือดิสนีย์ เช่น มาร์เวล (Marvel) หรือ สตาร์ วอร์ส (Star Wars) มาเป็นจุดเชื่อมโยงเพื่อเปิดพื้นที่ให้แฟนคลับชายกลุ่มอื่น ๆ สามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้โดยไม่รู้สึกขัดใจ ซึ่งถือเป็นการขยายขอบเขตของพื้นที่ปลอดภัยให้รองรับความหลากหลายทางเพศได้กว้างขวางยิ่งขึ้น

“ที่พี่ทำตรงนี้ก็พยายามที่จะเปลี่ยนภาพจำของคนด้วยเหมือนกัน ว่าจริง ๆ แล้วมันคือใครชอบก็ได้ เป็นกะเทย เก้ง กวาง ชะนีก็ได้หมด ความชอบมันไม่ควรถูกจำกัดภาพลักษณ์ว่าเป็นอะไร”

(คุณหมู, แอดมินเพจ Disney Thailand Fanclub)

นี่คือการเติบโตขั้นสูงสุด จากแฟนคลับที่ถูกสังคมกดทับ ไปสู่การเป็นผู้ปฏิบัติการทางวัฒนธรรม (Cultural Agent) ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงสังคม คุณหนูไม่ได้ใช้เพียงอารมณ์ในการต่อสู้แต่เขาใช้ตรรกะที่สังคมภายนอก (โดยเฉพาะผู้ชาย) สามารถเข้าใจได้ นั่นคือการใช้แบรนด์ดิเนอรี่เป็นตราสัญลักษณ์สำหรับประนีประนอม เขาได้ใช้กลยุทธ์ของดิสนีย์เอง (การควบรวมกิจการ) มาเป็นเครื่องมือในการนำเสนอเนื้อหาที่ช่วยทลายกำแพงอคติเรื่อง “ความเป็นเด็ก/ผู้หญิง” และทำให้แบรนด์ดิสนีย์เป็นที่ยอมรับสำหรับผู้ชายในวงกว้างได้สำเร็จ

“การที่ปัจจุบันมันมี Marvel มี Star wars ขึ้นมาเนี่ย พี่ว่าส่วนหนึ่งมันก็ดีด้วย... แฟนคลับชายก็อาจจะไม่หายไป (ดิสนีย์แลนด์) เพราะว่าไมอิน (เจ้าหญิง) แต่พอมันมีเสริมเรื่องขึ้นมา เขาก็อาจจะไม่ได้อินดิสนีย์ดั้งเดิมแต่อินมาร์เวลก็ไปกับเราได้แล้ว ต่างคนต่างสนับสนุนสิ่งที่ตัวเองชอบแต่ไปด้วยกันได้”

(คุณหนู, แอดมินเพจ Disney Thailand Fanclub)

จุดสูงสุดของการเติบโต: การเขียนตีความหมายและการค้นพบสังคมที่ใช้

กระบวนการเติบโตทางอารมณ์ที่ลึกซึ้งที่สุด ปรากฏชัดเจนในกรณีของคุณทอย ซึ่งแสดงให้เห็นศักยภาพของแฟนคลับในการ “เขียนตีความหมาย” (Rewrite) ของสื่อเพื่อนำทางชีวิต คุณทอยเปรียบเทียบชีวิตตนเองที่ถูกเลี้ยงดูในกรอบที่เข้มงวดกับตัวละคร “แอเรียล” จาก The Little Mermaid โดยถอดรหัสเรื่องราวการขึ้นบกของนางเงือกใหม่ มิใช่ในฐานะการตามหาความรักของเจ้าชาย แต่เป็นอุปมาของการย้ายถิ่นฐานเพื่อค้นหา อัตลักษณ์และการสำรวจสนิยมทางเพศให้พ้นจากการควบคุมของครอบครัว

“เหมือนแอเรียลที่ถูกเลี้ยงมาแบบปิด พ่อไม่ยอมให้ขึ้นบกมายังโลกของมนุษย์ จนวันหนึ่งแอเรียลหนีออกมา มันก็เหมือนตอนเราได้ไปเรียนเชียงใหม่ พอเราได้ออกจากกรอบนั้น ได้อยู่ใกล้ๆ พ่อแม่... ได้สำรวจความชอบของตัวเองว่ามันเป็นยังไง... ก็จะพบ

ว่าการที่เราเป็นแบบนี้มันไม่ผิด คนที่เป็นแบบเราก็มียะเยาะเย้ย แล้วความชอบส่วนตัว รสนิยมทางเพศเรานั้นก็ไม่ได้ทำร้ายใคร เราก็กยังเป็นเด็กดีของพ่อแม่ได้อยู่ แค่อรสนิยมเรานั้นไม่ตรงกับความคิดหวังของเขา"

(คุณทอย,แฟนพันธุ์แท้เจ้าหญิงดิสนีย์)

การตีความเช่นนี้แสดงให้เห็นว่า เพศวิถี (Sexuality) เป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันให้เกิดปฏิบัติการทางวัฒนธรรมตามแนวคิด “การฉกฉวยตัวบท” (Textual Poaching) ของ Jenkins (1992) นี่คือการที่กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศได้หยิบฉวยเอาเรื่องราวของการสูญเสียและการแปลงเปลี่ยนร่างกาย (Transformation) ของนางเงือก มาผลิตซ้ำความหมายใหม่เพื่อสะท้อนความเจ็บปวดและการต่อสู้ของตนเอง กล่าวคือ พวกเขาไม่ได้ชอบแอเรียลเพียงเพราะความสวยงาม แต่เพราะโครงเรื่อง (Narrative) ของเจ้าหญิงดิสนีย์สอดคล้องกับประสบการณ์ชีวิตแบบควีร์ (Queer Experience) ที่ต้องต่อรองกับร่างกายและสังคมอยู่เสมอ

การสวมบทบาทเจ้าหญิงในบริบทนี้ จึงมิใช่การผลิตซ้ำค่านิยมรักต่างเพศ แต่เป็นการเฉลิมฉลองความสั่นไหวของตัวตนที่อยู่นอกกรอบทวิลักษณ์อย่างสิ้นเชิง ในทำนองเดียวกัน ตัวละคร “ราพันเซล” ก็ถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ของการออกจากหอคอยแห่งบรรทัดฐานทางสังคม เพื่อยืนยันว่าตัวตนที่เป็นอยู่ดีพอแล้ว ซึ่งนำไปสู่การตระหนักรู้สำคัญเมื่อต้องเผชิญกับคำถามในโลกการทำงานภายใต้กรอบคิด “ความเป็นชายกระแสหลัก” ที่กดทับความร่ำรวยมองโลกในแง่ดีของคุณทอย จนนำไปสู่บทสรุปที่ว่า "เราแค่อยู่ในสังคมที่ผิด"

“เราก็จะถูกตั้งคำถามแบบนี้มาโดยตลอดจนเราตั้งคำถามกับตัวเองไปด้วย ว่าหรือสิ่งที่เราเป็นมันผิด? การที่เราเรา ร่ำรวย มองโลกในแง่ดีมันผิดมั๊ย? จนเราได้ออกไปลองใช้ชีวิตข้างนอกจริง ๆ เราถึงได้รู้ว่า มันไม่ใช่ เราแค่อยู่ในสังคมที่ผิด”

(คุณทอย,แฟนพันธุ์แท้เจ้าหญิงดิสนีย์)

เมื่อปลดล็อกความคิดนี้ คุณทอยได้ถอดรหัสเพลง Part of Your World ใหม่อีกครั้ง โดยปฏิเสธความหมายเรื่องความรักโรแมนติก แต่ตีความให้เป็นบทเพลงแห่งการแสวงหาความรู้และวิสัยทัศน์ เพื่อให้เท่าทันและไม่อ่อนไหวไปกับโฆษณาชวนเชื่อของสังคม

“ที่ว่าเพลงนี้... มันไม่ได้โรแมนติกมันไม่ได้พูดถึงความรักด้วยซ้ำ มันพูดถึงเด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่ยากออกผจญภัยซึ่งมันก็ตรงกับ Vision ของพี่เหมือนกัน ว่าเราจะเป็นบุคคลที่ดีขึ้นได้เราต้องผ่านการได้เห็นเยอะ ๆ ได้ฟัง เยอะ ๆ ได้รู้เยอะ ๆ... เราจะได้ไม่อ่อนไหวไปกับ propaganda (โฆษณาชวนเชื่อ) เพราะว่าเรามีประสบการณ์”
(คุณทอย, แฟนพันธุ์แท้เจ้าหญิงดิสนีย์)

การถอดรหัสบทเพลงของคุณทอยที่ก้าวข้ามกรอบความรักโรแมนติกไปสู่การแสวงหาความรู้และการสร้างวิสัยทัศน์เพื่อให้เท่าทันต่อโฆษณาชวนเชื่อของสังคมคือบทพิสูจน์สำคัญที่ชี้ให้เห็นว่า พื้นที่ปลอดภัยทางใจแห่งนี้มีเคยเป็นเพียงหลุมหลบภัย (Escape) หากแต่เปรียบเสมือนพื้นที่ฝึกฝน (Training Ground) ที่เปิดโอกาสให้สมาชิกได้ลับคมเครื่องมือทางอารมณ์และทักษะการต่อรื่องทางปัญญา เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการกลับไปเผชิญหน้าและยืนยันทัวตนในโลกแห่งความเป็นจริงที่ซับซ้อนได้อย่างมั่นคง

5. สรุปและอภิปรายเชิงทฤษฎี: พลังของแฟนคลับในโลกที่ซับซ้อน

การศึกษาปรากฏการณ์พื้นที่ปลอดภัยทางใจของแฟนคลับดิสนีย์ไทยในครั้งนี้ สรุปได้ว่า พื้นที่ดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงสถานที่หลบภัย (Escape) จากโลกแห่งความเป็นจริง แต่เป็นพื้นที่ปฏิบัติการ (Site of Practice) ที่ถูกประกอบสร้าง (Constructed) ขึ้นอย่างแข็งขันโดยตัวแฟนคลับเอง เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่ซับซ้อน ทั้งในมิติทางอารมณ์และอัตลักษณ์

ข้อค้นพบสำคัญประการแรกที่ตอบคำถามวิจัยคือ พื้นที่ปลอดภัยทางใจนี้ถูกสร้างและรักษาไว้ ไม่ใช่ด้วยกฎระเบียบ (Rules) แต่ด้วยบรรยากาศทางอารมณ์ (Affective Atmosphere) ร่วมกัน สมาชิกในชุมชนได้ใช้ “การเล่นทางอารมณ์” (Affective Play) หรือการลงทุนทางความรู้สึก (Hills, 2002, pp. 90–112) ในการรักษาสภาวะแห่งการ Playful หรือความเป็นเด็ก (ดังที่คุณเองเล่าเรื่อง “Hey! Princess” ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไก คัดกรองโดยธรรมชาติและอนุญาตให้สมาชิกโดยเฉพาะผู้ใหญ่สามารถแสดงออกถึงตัวตนที่ถูกกดทับไว้ในโลกภายนอกได้อย่างอิสระ นี่คือการยืนยันแนวคิด “วัฒนธรรมมีส่วนร่วม” ของ Henry Jenkins (2006, p. 3) ที่ไม่ได้จำกัดอยู่แค่การผลิตสื่อแต่ขยายไปถึงการร่วมกันผลิตพื้นที่ทางสังคมและอารมณ์ขึ้นมา

ข้อค้นพบประการที่สองคือ พื้นที่นี้ทำหน้าที่เป็นพื้นที่ฝึกฝนที่มอบเครื่องมือและทรัพยากรให้สมาชิกนำไปใช้ต่อรองกับชีวิตจริง การเติบโตทางอารมณ์เกิดขึ้นเมื่อแฟนคลับถอดรหัสตัวบทดิสนีย์ให้กลายเป็นเครื่องมือทางจิตวิทยาเพื่อรับมือกับวิกฤต (ดังที่คุณหมู่ใช้แนวคิดเรื่องการคิดบวกประกอบตนเองในช่วงตกงาน) และใช้เป็นเครื่องมือสะท้อนชีวิต (ดังที่คุณเองเจตความโซว์พลูว่า “ทุกคนมีเรื่องที่ต้องต่อสู้ไม่ต่างจากเรา”)

ในขณะเดียวกัน การต่อรองอัตลักษณ์เกิดขึ้นเมื่อพวกเขาต้องเผชิญหน้ากับบรรทัดฐานทางสังคมที่มุ่งโจมตี (เช่น การวิจารณ์ว่าโลกสวย หรือการตีตราว่า “ผู้ชายไม่ควรชอบดิสนีย์”) ข้อมูลภาคสนามแสดงให้เห็นถึงกลยุทธ์การต่อรองที่หลากหลาย ตั้งแต่การยอมรับเชิงกลยุทธ์ (คุณพูห์) การปรับกรอบ (คุณทอย) การตั้งคำถามกลับ (คุณเอเจ) ไปจนถึงปฏิบัติการเชิงรุก (คุณหมู่)

การอภิปรายเชิงทฤษฎี: แฟนคลับในฐานะนักยุทธศาสตร์เชิงวัฒนธรรม

ข้อมูลภาคสนามของงานวิจัยนี้ไม่เพียงแต่ยืนยันแนวคิดของ Stuart Hall (1980) และ Henry Jenkins (1992) แต่ยังช่วยขยายขอบเขตและแสดงให้เห็นถึงการทำงานของทฤษฎีเหล่านี้ในบริบทสังคมไทยร่วมสมัยได้

อย่างลึกซึ้ง ประการแรก งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นว่ากระบวนการถอดรหัส (Hall, 1980) ของแฟนคลับวัยผู้ใหญ่ นั้น มีใช้ปฏิบัติการที่เกิดขึ้นอย่างอิสระเสรี (Free-floating) แต่เป็นกระบวนการที่ถูกกำหนดเงื่อนไขด้วยประสบการณ์ทางชีวประวัติ (Biographical Process) และเพศสภาพอย่างลึกซึ้ง สอดคล้องกับข้อเสนอของ Hall ที่ว่ากระบวนการสื่อสารนั้นถูกกำหนดโครงสร้างโดยอำนาจ (Structured in dominance) (Hall, 1980, p. 134) ดังที่เห็นได้ชัดเจนจากกรณีศึกษาของคุณทอยที่ถูกกล่าวถึงในบทก่อนหน้านี้ การถอดรหัสตัวละครแอเรียลและราฟานเซล มีใช้เป็นเพียงการเสกสือเพื่อความบันเทิง แต่คือความจำเป็นในการดิ้นรนเพื่อคัดง้างกับอุดมการณ์รักต่างเพศ (Heteronormativity) และความเป็นชายกระแสหลัก (Hegemonic Masculinity) ที่กดทับตัวตนของเขาอยู่ โดยแฟนคลับได้ทำการเปลี่ยนเป้าหมายของตัวละครจากการตามหาเจ้าชายมาเป็นการค้นหาตัวตนที่แท้จริง การกระทำนี้ยืนยันว่าแฟนคลับมีความสามารถในการใช้การฉกฉวยตัวบท (Textual Poaching) (Jenkins, 1992) เพื่อเบี่ยงเบนความหมายของสื่อกระแสหลักให้กลายเป็นพื้นที่ยืนยันตัวตนสำหรับกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศได้อย่างทรงพลัง ภายใต้ข้อจำกัดทางสังคมที่พวกเขากำลังเผชิญ

ประเด็นที่น่าอภิปรายต่อไปคือ การตีความปฏิบัติการของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศที่เลือกสวมบทบาทตัวละครหญิง (Femininities) ของดิสนีย์ หากพิจารณาผ่านกรอบการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างแบบดั้งเดิม ปรัชญาการณีนี้อาจถูกตั้งข้อสังเกตว่าเป็นเพียงกระบวนการผลิตซ้ำ (Reproducing) ขนบความรักต่างเพศ (Heteronormativity) หรือการยอมจำนนต่อระบบทวิลักษณ์ (Gender Binary) ที่ดิสนีย์สร้างขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้พื้นที่ปลอดภัยแห่งนี้กลายเป็นพื้นที่เสี่ยง (Risky Space) ที่กักขังตัวตนของผู้ใช้งานไว้ในกรอบที่คับแคบ

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในครั้งนี้กลับเผยให้เห็นพลวัตที่ต่างออกไป โดยชี้ว่าการกระทำดังกล่าวมีลักษณะเป็นปฏิบัติการเชิงรุก (Active Agency)

ที่แบบยล แฟนคลับกลุ่มนี้มีได้สวมบทบาทเจ้าหญิงเพื่อตอบสนองต่ออุดมการณ์ความรักแบบเจ้าชาย - เจ้าหญิง แต่กลับใช้ร่างกายและอัตลักษณ์ของตัวละครเป็นพาหนะในการสื่อสารความหมายใหม่เพื่อท้าทายอำนาจนำ กล่าวคือ การที่ร่างกายของผู้ชายหรือ LGBTQ+ ปรากฏตัวในรูปลักษณะของเจ้าหญิงในพื้นที่สาธารณะ ถือเป็นยุทธวิธีในการสร้างความปั่นป่วนให้กับเส้นแบ่งทางเพศ ทำให้ชนแบบทวิลักษณ์เกิดความสับสนโหลและไม่สามารถกำกับร่างกายของพวกเขาได้อีกต่อไป ดังนั้น พื้นที่ดิสนีย์ในบริบทนี้จึงถูกเปลี่ยนสถานะจากการเป็นพื้นที่แห่งการผลิตซ้ำ ให้กลายเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่ถูกยึดครองเพื่อใช้ยืนยันตัวตนที่หลากหลายได้อย่างมีนัยสำคัญ

ประการที่สองงานวิจัยนี้ตอกย้ำว่าพื้นที่ปลอดภัยที่ถูกสร้างขึ้นผ่านวัฒนธรรมมีส่วนร่วม (Jenkins, 2006) ทำหน้าที่เป็นพื้นที่สาธารณะทางเลือก (Counter-Publics) (Fathallah, 2017) ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทสังคมไทยซึ่งมีบรรทัดฐานทางสังคมที่เข้มงวดเป็นพื้นที่ที่อนุญาตให้ผู้รู้สึกแปลกแยก (ดังที่คุณพูนเนียมตนเองว่าเป็น Monster) สามารถกลายเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัวและเป็นพื้นที่ที่มอบการยืนยันให้กับอัตลักษณ์ที่ถูกสังคมกระแสหลักตั้งคำถาม

ท้ายที่สุด งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าพื้นที่ปลอดภัยทางใจมิได้เกิดขึ้นจากตัวภาพยนตร์ดิสนีย์โดยลำพัง แต่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมที่แฟนคลับได้ร่วมกันสร้างกติกาทางสังคมชุดใหม่ขึ้นมา เป็นกติกาที่อนุญาตให้สมาชิกไม่ว่าเพศสภาพใด สามารถแสดงออกถึงความอ่อนโยนและจินตนาการได้อย่างอิสระ การรวมกลุ่มนี้จึงเป็นการเปลี่ยนสถานะของดิสนีย์จากการเป็นเพียงสินค้าบันเทิง ให้กลายเป็นเครื่องมือทางวัฒนธรรมที่สมาชิกใช้เยียวยาจิตใจและต่อรองกับบรรทัดฐานทางเพศของสังคมภายนอกได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น แฟนคลับดิสนีย์ไทยในงานวิจัยนี้ จึงไม่ใช่แค่ผู้ถอดรหัสหรือผู้มีส่วนร่วมแต่พวกเขาคือนักยุทธศาสตร์เชิงวัฒนธรรมและอารมณ์ (Cultural and Emotional Strategists) ที่กำลังหยิบยืมวัตถุดิบทางวัฒนธรรมระดับโลกมาใช้เป็นเครื่องมือ

ในการต่อรองกับบรรทัดฐานทางสังคมในระดับท้องถิ่นเพื่อสร้างพื้นที่ในการยืนยันทัวตนและเติบโตในโลกของผู้ใหญ่

นัยสำคัญ ข้อจำกัด และข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยต่อไป

นัยสำคัญของงานวิจัยนี้คือการนำเสนอภาพของแฟนคลับที่ทำทนายภาพจำเดิม ๆ ของสังคม แฟนคลับดิสนีย์วัยผู้ใหญ่ในงานวิจัยนี้ ไม่ใช่กลุ่มคนที่หนีความจริงหรือเป็นเด็กไม่รู้จักโต ตรงกันข้ามพวกเขาคือกลุ่มคนที่กำลังต่อสู้กับความจริงที่ซับซ้อน และกำลังใช้ดิสนีย์เป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรม (Cultural Resource) เพื่อใช้ในการนำทางชีวิตในโลกของผู้ใหญ่

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในเชิงพัฒนาการของตัวบท (Evolution of Text) ผู้วิจัยพบว่าพื้นที่ปลอดภัยของดิสนีย์มิได้หยุดนิ่งหรือถูกแช่แข็งอยู่ในกรอบทวิลักษณ์ (Binary) แบบดั้งเดิมเสมอไป แม้ว่าผลงานในยุคคลาสสิกหรือยุคเรเนซองส์จะมีการแบ่งแยกชี้ความดี-ความชั่วและเพศสภาพที่ชัดเจน แต่ในบริบทปัจจุบัน ดิสนีย์ได้พยายามปรับเปลี่ยนทิศทางให้สอดคล้องกับพลวัตของโลกสมัยใหม่ที่ไร้ขอบเขตมากยิ่งขึ้น เห็นได้จากการเคลื่อนย้ายจุดเน้นในภาพยนตร์ยุคใหม่ที่ลดทอนความสำคัญของความรักเชิงชู้สาว (Romantic Love) ลง และหันมาเชิดชูคุณค่าของการรักตัวเอง (Self-Love) และสายใยของครอบครัวที่เลือกเอง (Chosen Family) แทน นอกจากนี้ การนำเสนอตัวละครที่มีความซับซ้อนทางศีลธรรม (Moral Ambiguity) ยังช่วยรื้อถอนกรอบความดีความชั่วที่ตายตัวในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับจิตของแฟนคลับที่เติบโตขึ้นและพร้อมจะตีความเนื้อหาใหม่ ๆ ดังนั้น แฟนคลับกลุ่มนี้จึงมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการโอบรับและถกเถียงกับแนวคิดใหม่ ๆ (รวมถึงประเด็น Woke Culture) สะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่นี้มีความยืดหยุ่นสูงและเปิดกว้างต่อการนิยามความหมายใหม่ ๆ ที่ไม่จำกัดอยู่แค่กรอบชาย-หญิง หรือ ขาว-ดำ อีกต่อไป

กระนั้น งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดสำคัญที่ต้องพิจารณา กล่าวคือ ผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นกลุ่มแฟนคลับที่มีความตื่นตัว (Active Fans) และมีทักษะการสื่อสารที่ดี ซึ่งอาจทำให้ภาพตัวแทนของพื้นที่ปลอดภัยโน้มเอียงไปทางกลุ่มผู้ที่ประสบความสำเร็จในการต่อรองอัตลักษณ์แล้ว และปฏิเสธไม่ได้ว่าการเข้าถึงพื้นที่บางส่วนของดิสเนียอาจต้องอาศัยทุน (Capital) ทั้งทางเศรษฐกิจและภาษา อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยมีข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าทุนมิใช่เงื่อนไขเดียวที่กำหนดความรู้สึกปลอดภัย ข้อมูลจากการสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่า สำหรับแฟนคลับจำนวนมาก พื้นที่ปลอดภัยมิได้เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าหุรรหา แต่เกิดขึ้นจากพื้นที่แห่งความหวัง (Space of Hope) และแรงปรารถนาร่วม (Shared Aspiration) การอดออมเพื่อทำตามความฝัน (เช่น การเก็บเงินเพื่อไปสวนสนุกครั้งแรก) หรือการรวมกลุ่มพูดคุยในประเด็นเฉพาะทาง กลับเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความผูกพันทางใจและความรู้สึกปลอดภัยที่แท้จริง โดยไม่จำเป็นต้องอิงอยู่กับสถานะทางสังคมหรือชื่อเสียง

นอกจากนี้ ในประเด็นเรื่องโครงสร้างอำนาจภายในชุมชน (Power Dynamics) แม้ว่าวัฒนธรรมมีส่วนร่วมจะเปิดโอกาสให้ทุกคนมีพื้นที่ แต่ผู้วิจัยตระหนักดีว่าพื้นที่นั้นมีไฮโปเทียที่ปราศจากลำดับชั้นเสียทีเดียว หากแต่เป็นพื้นที่ที่มีลำดับชั้นของความทุ่มเท (Hierarchy of Commitment) ดำรงอยู่ กล่าวคือ สมาชิกที่มีบทบาทเป็นผู้ผลิตสื่อหรือแอดมินเพจ ซึ่งต้องลงทุนลงแรงผ่านแรงงานแฟนคลับ (Fan Labor) ย่อมได้รับการยอมรับ (Recognition) มากกว่าสมาชิกทั่วไป การที่พื้นที่นี้ดูเหมือนไม่เท่าเทียม ในบางมิติจึงมิได้เกิดจากการกดขี่เชิงโครงสร้างเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากกลไกการให้รางวัลตามระดับของการมีส่วนร่วม (Level of Participation) ซึ่งเป็นธรรมชาติของวัฒนธรรมแฟนคลับ

อนึ่ง งานวิจัยนี้ยังมุ่งเน้นไปที่การทำงานของพื้นที่ปลอดภัยในเชิงบวกเป็นหลัก โดยยังไม่ได้สำรวจมิติของความไม่ปลอดภัย (Unsafe Space) ที่อาจเกิดขึ้นภายในชุมชน (เช่น การกีดกัน, ความขัดแย้ง) ข้อเสนอแนะสำหรับ

การวิจัยในอนาคตจึงควรสำรวจมิติของความขัดแย้งและการกีดกันภายในชุมชนแฟนคลับดิสนีย์ไทย รวมถึงการศึกษาเปรียบเทียบเชิงโครงสร้างระหว่างแฟนคลับดิสนีย์กับแฟนคลับกลุ่มอื่น ๆ (เช่น K-Pop หรือ อนิเมะญี่ปุ่น) ในบริบทสังคมไทย ซึ่งจะช่วยให้เห็นมิติการต่อรองอัตลักษณ์ที่หลากหลายและชัดเจนยิ่งขึ้น

โดยสรุป พื้นที่ที่ใจปอดภัยของแฟนคลับดิสนีย์ไทย คือปรากฏการณ์ที่แสดงให้เห็นว่า “เทพนิยาย” ไม่ได้จบลงที่ “ความสุขชั่ววันรันดร์” (Happily Ever After) แต่เทพนิยายได้ถูกหยิบยืมมาใช้เป็นเครื่องมือในการรับมือกับชีวิตจริงที่ไม่ได้โรยด้วยกลีบกุหลาบ แฟนคลับเหล่านี้กำลังพิสูจน์ว่า การรักในจินตนาการไม่ได้ทำให้พวกเขาอ่อนแอ แต่กลับเป็นสิ่งที่ทำให้พวกเขาแข็งแกร่งพอที่จะเผชิญหน้าต่อรองและยืนยันตัวตนของพวกเขาในโลกที่ซับซ้อนใบนี้ต่อไป

เชิงอรรถ

- ¹ บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ ปิ่นสิรานนท์, & อติพล เอื้อจรัสพันธ์. (2567). มองแฟนคลับผ่านงานวิจัยในประเทศไทย. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 9(1), 22-31.
- กฤติญา สาริกา, & จิตินันท์ บุญภาพ คอมมอน. (2565). บทบาทของตัวละครเจ้าหญิงดิสนีย์ในการเรียนรู้และสร้างอัตลักษณ์ของวัยรุ่นเพศหญิงในสังคมไทย. *วารสารสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 6(2), 196-202.
- ภานรินทร์ แสงศรีน้ำเพชร, & ปัญญชิต ส. (2567). ARMY: อัตลักษณ์พฤติกรรมกลุ่ม และพลวัตของแฟนคลับศิลปินเกาหลีวง BTS. *วารสารสังคมวิทยากับการพัฒนา*, 1(1), 85-104. สืบค้นจาก <https://so16.tci-thaijo.org/index.php/jsdswu/article/view/384>
- รัชชานนท์ ศรีเพี้ยชัย, อมรรัตน์ พรหมสาขา ณ สกลนคร, & อุทุมพร หลอดโค. (2567). การสร้างตัวตนของกลุ่มเพศทางเลือกบนพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ทางสังคมออนไลน์. *พัฒนานวัตกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 1(1), 123-138. สืบค้นจาก <https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JPWBRU/article/view/456>
- สรารักษ์ โรจนพุกกะ, & ขจร ฝ่ายเทศ. (2555). การวิเคราะห์ภาพตัวแทนความเป็นสตรีในสื่อภาพยนตร์การ์ตูนวอลต์ดิสนีย์. *วารสารการสื่อสารมวลชน*, 6(1), 1-18.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.

- Cheu, J. (Ed.). (2013). *Diversity in Disney films: Critical essays on race, ethnicity, gender, sexuality and disability*. Jefferson, NC: McFarland.
- Coppa, F. (2017). *The fanfiction reader: Folk tales for the digital age*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.
- Fathallah, J. (2017). *Fanfiction and the author: How fanfic changes our understanding of authorship*. Amsterdam, Netherlands: Amsterdam University Press.
- Hall, S. (1980). Encoding/decoding. In S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, & P. Willis (Eds.), *Culture, media, language* (pp. 128–138). London, England: Routledge.
- Hills, M. (2002). *Fan cultures*. London, England: Routledge.
- Jenkins, H. (1992). *Textual poachers: Television fans and participatory culture*. New York, NY: Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York, NY: New York University Press.
- Lamerichs, N. (2018). *Productive fandom: Intermediality and affective reception in fan cultures*. Amsterdam, Netherlands: Amsterdam University Press.
- Spradley, S. (2024). *Disney adult or Disney cult?: Observing the effects and perceptions of transmedia storytelling onto fandom (Master's project)*. Retrieved from <https://digitalcommons.humboldt.edu/etd/772/>
- Tosenberger, C. (2014). Fanfiction. In K. Coats, O. G. Stevenson, & V. L. Wilson (Eds.), *The Cambridge companion to children's literature* (pp. 250–267). Cambridge, England: Cambridge University Press.

บทสัมภาษณ์ (Interviews)

ฐกรณ์ ขำพลับ. (2567, 11 มีนาคม). ผู้ชนะการประกวดรายการแฟนพันธุ์แท้เจ้าหญิงดิสนีย์ ปี 2014 และผู้ก่อตั้งเพจ Disney Princess Thailand Fanclub. [สัมภาษณ์].

ปวิศ พันธุ์ฟัก. (2567, 5 ตุลาคม). คอนเทนต์ครีเอเตอร์ช่อง Pooh Monster. [สัมภาษณ์].

สมบัติ อินทรทัต. (2567, 12 กันยายน). ผู้ก่อตั้งเพจ Disney Thailand Fanclub. [สัมภาษณ์].

เอกราช หาญวงไพบูลย์. (2567, 9 กรกฎาคม). หนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้งและแอดมินเพจ Disney & Musical Thailand Fanclub. [สัมภาษณ์].