

“กั๊น” : การเปลี่ยนผ่านความเป็นชายผ่าน
มุมมองชายรับชาย
ชายที่ใช้ทวิตเตอร์ในการแสวงหาความ
สัมพันธ์กับชายอื่น-กรณีศึกษาในทวิตเตอร์

“Bottom”: The Transformation of
Masculinity Through MTRM
Perspectives – Men who Use the
Twitter to Seek Relationship
with Other Men –
A Case Study on Twitter

เบญจรงค์ ธีระพลิกะ
Benjarong Tirapalika

นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร
Ph. D Student of Naresuan University

Received: 7th February 2020

Revised: 27th April 2020

Accepted: 26th May 2020

Abstract

Masculinity is often determined by societies and cultures including economic structure, resulting in dividing people into two groups based on masculine traits such as strength, courage, especially in sexual activities through the penis. The other traits are not included in masculinity as mentioned above, for instance “the bottom” that is referred in this study, is often identified as only an organ that takes waste out of the body. The purpose of this study is to study the transformation of bottom in relation to masculinity through the perspective of Mr. Ladprao 30 on Twitter area by using netnography methods. The study concluded that the meaning of the bottom has now been transformed from waste organs to masculinity that leads to symbolic capital, social capital and economic capital.

Keywords: gender roles; sexuality; social media

บทคัดย่อ

ความเป็นชายมักถูกกำหนดโดยสังคมวัฒนธรรม รวมทั้งโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลให้เกิดการแบ่งบุคคลออกเป็นสองกลุ่มด้วยเกณฑ์ความเป็นชาย เช่น ความแข็งแกร่ง ความกล้าหาญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องกิจกรรมทางเพศผ่านอวัยวะเพศชาย ลักษณะที่นอกเหนือจากข้างต้นไม่มีความเป็นชาย ดังเช่น “กัณ” ที่จะกล่าวในการศึกษาชิ้นนี้มักถูกพูดถึงถึงว่าเป็นเพียงอวัยวะระบายนองเสียออกจากร่างกายเท่านั้น การศึกษาชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของกัณต่อความเป็นชายผ่านมุมมองคุณลาดพร้าว30 ในพื้นที่ทวีตเตอร์ด้วยวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า ปัจจุบันความหมายของกัณถูกทำให้เปลี่ยนแปลงไปจากอวัยวะระบายนองเสียไปสู่ความเป็นชาย นำไปสู่ทุนทางสัญลักษณ์ ทุนทางสังคม และทุนทางเศรษฐกิจ

คำสำคัญ : บทบาททางเพศ; เพศสภาวะ; เครือข่ายสังคมออนไลน์

“เราไม่คิดจะต่อสู้ต่อรองอะไรแบบนี้ เราแค่ต้องการที่ยืน ที่หายใจ และปลดปล่อยแค่นั้นเอง”

คุณลาดพร้าว 30 – สัมภาษณ์

บทนำ

การศึกษาชิ้นนี้เป็นการศึกษาที่ประสงค์จะทำการศึกษามุมมองความเป็นชายผ่านทัศนคติของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์สื่อสารเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าการศึกษาประเด็นความเป็นชายนั้นมักเกี่ยวข้องกับความแตกต่างทางกายภาพและชีวภาพระหว่างชายและหญิง ตัวอย่างเช่น รูปร่างลักษณะทางกายภาพ (Lippa, 1983) รวมทั้งลักษณะส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับความเป็นชายและความเป็นหญิงนั้นถูกสร้างขึ้นจากสังคม โดยมีการตั้งข้อสังเกตจากนักวิชาการว่าการแบ่งกลุ่มทางเพศนั้นมักเกิดขึ้นและเกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางสังคม ซึ่งแบ่งอำนาจการปกครองและการถูกปกครองไว้สำหรับผู้ที่เข้มแข็งและผู้ที่อ่อนแอ (Connell, 2005) จากการแบ่งดังกล่าวก็จะสื่อว่า เพศชาย ซึ่งมีลักษณะเข้มแข็ง มักถูกจัดให้อยู่ในตำแหน่งนักรบและเป็นผู้ปกครอง ดังนั้นความเป็นหญิงจึงถูกจัดให้เป็นเพศรองและอ่อนแอ ซึ่งต่อมาสอดคล้องกับแนวคิดบรรทัดฐานแบบรักต่างเพศ (heteronormativity) และคู่ตรงข้าม จากบทความเรื่อง Towards a New Sociology of Masculinity ของ Carrigan, Connell, & Lee (1985) ซึ่งกล่าวครอบคลุมเรื่องบทบาทเพศชายอย่างกว้างขวาง และเสนอรูปแบบของความหลากหลายหลายทางเพศ และอำนาจความเป็นชายอีกด้วย เมื่อมีการกำหนดเพศและความเป็นชายตามข้างต้นมักมีการผลิตซ้ำคู่ตรงข้ามขึ้นเสมอ เช่นว่า เมื่อมีฝ่ายเข้มแข็งก็ต้องมีฝ่ายอ่อนแอ

จากประเด็นดังกล่าวข้างต้น ถูกลำมาครอบความสัมพันธ์ทุกรูปแบบของมนุษย์รวมทั้งความสัมพันธ์ของชายรักชายเช่นกัน ดังจะพบในการศึกษาของ Moskowitz and Garcia (2019) ที่ว่ามีการพยายามในการแบ่งกลุ่มของชายรักชายใน 2 ลักษณะ ตามความต้องการและรสนิยมทางเพศ คือ เป็นรุก (Moskowitz & Garcia) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเป็นชาย โดยสามารถสังเกตได้จากลักษณะภายนอก และเป็นรับ (bottom) นั้นเป็นคู่ตรงข้ามกับฝ่ายรุกในทุกประเด็นตามลักษณะข้างต้น ยิ่งไปกว่านั้นในปัจจุบัน สามารถแบ่งเพิ่มเติมได้เป็นไบ (bi-sexual) และโบท นั้นคือ ได้ทั้งรุกและรับหรืออื่น ๆ ที่ถูกเพิ่มเติมตามวัฒนธรรมและเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น

หากมองย้อนมาในสังคมไทยนั้น ประเด็นการศึกษาที่สอดคล้องหรือคล้ายคลึงนั้นยังไม่พบบมากนัก โดยส่วนใหญ่มักพบประเด็น การใช้แอปพลิเคชันในการสร้างความสัมพันธ์

เช่น เรื่องเพศวิถีชายรักชายในแคมป์ร็อก : พื้นที่ไฮเบอร์ โคร่งสร้างอำนาจ และสุขภาวะทางเพศ (รณภูมิ สามีคคีคารมย์ พิมพวัลย์

บุญมงคล วชิรา จันทร์ทอง ภาณุพัฒน์ พุ่มพฤษ และชยานันท์ มโนเกษมสุข, 2551) รวมทั้งการศึกษาเรื่องการศึกษารูปแบบการบริโภคสื่อประเภทแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้รับสารชายรักชาย: กรณีศึกษาแอปพลิเคชันกรินเดอร์ (Grindr) (ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง, 2557) อีกทั้งงานศึกษาของ สุธาวัฒน์ ดงทอง (2559) เรื่องนัยยะ: สัมพันธภาพทางเพศสัมพันธ์แบบชั่วคราวของเกย์โดยใช้ทวิตเตอร์ เพิ่มเติมการศึกษาเรื่องชายรักชาย: ความสัมพันธ์ของชุมชนในทวิตเตอร์ (เบญจรงค์ ธิระผลิกะ, 2560) และประเด็นของกลุ่มชายรักชายที่มีลักษณะทางกายภาพเฉพาะของ เควินทร์ ลัดดาพงศ์ (ม.ป.ป.) เรื่อง พวกเราโดนไล่อะไรในตอนนี้: โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและอารมณ์ในแอปพลิเคชันกลุ่ม “เกย์หมี” – GROWL เป็นต้น

นอกเหนือจากประเด็นแรก ยังพบประเด็นการศึกษาในพื้นที่เฉพาะ เช่น เชนา ผับ ในการสร้างความสัมพันธ์ อาทิจานศึกษาของ พิเชฐ สายพันธ์ (2545) เกย์: ในฉากชีวิตแห่งสโลมสถานหรือเรื่อง ชีวิตติดเบอร์: ตัวตนและเพศวิถีของเกย์ “ควิง” ในเซนา M ของจตุพร บุญ-หลง (2548) รวมทั้ง วิถีชีวิตชายชายตัวโนบาร์เกย์ย่านสุรวงศ์ กรุงเทพมหานครของ ชญานัฐฐาส์ร์ ซ่อนกลิ่น (2556) เป็นต้น ประเด็นบทบาททางเพศ สังคมและวัฒนธรรมดั้งเดิมได้แบ่งบทบาทของเพศชายและเพศหญิงให้แตกต่างกันมาก โดยถือว่าผู้ชายเป็นเพศที่แข็งแกร่งมีพลังกำลังมาก ควรทำหน้าที่ดูแลปกป้อง และคุ้มครองสังคม สังคมจึงยกย่องผู้ชายในฐานะบทบาทของผู้คุ้มครอง ส่วนผู้หญิงนั้นเป็นเพศอ่อนแอ มีความนุ่มนวลละเอียดอ่อน ผู้หญิงจึงทำหน้าที่สร้างความสัมพันธ์กับบุคคลในครอบครัว (คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2019) อีกทั้งจากการทบทวนวรรณกรรมทั้ง 2 ชั้นของผู้วิจัยคือ เบญจรงค์ ธิระผลิกะ (2561) เรื่อง การทบทวนความรู้ “ชายรักชาย” ในสื่อใหม่ และ เบญจรงค์ ธิระผลิกะ (2562ก) เรื่อง บทสรุปแนวโน้มการศึกษาของ “ชายรักชาย” ในยุคนี้ (2562) ก็ยังไม่ปรากฏการศึกษาที่เน้นไปยังเครื่องเพศในการศึกษาประเด็นความเป็นชาย

เมื่อความเป็นชายถูกแทนที่ด้วย “เครื่องเพศ”

ความเป็นชาย แม้มีการศึกษาจำนวนมากในการจัดเกณฑ์ต่าง ๆ แต่ในมุมมองวัฒนธรรมการบริโภคนิยม (Connell, 2005; Kehnel, 2003) นั้น สามารถจำแนกได้ชัดเจนและง่ายต่อการเข้าใจ โดยใช้วิธีการจำแนกความเป็นชายจากความแข็งแกร่ง ความกล้าหาญ ความเป็นอิสระ ความเป็นผู้นำ ความรุนแรง และการแสดงออกอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “การเน้นที่ความแข็งแรงและแรงขับเคลื่อนทางเพศ” (Kimmel, 1994; Weisbard,

2002) ประเด็นความเป็นชายในมุมมองของตะวันตกนั้นมีความคล้ายคลึงกับมายาคติแบบ ตะวันออกที่มักจะต้องมีความเป็นผู้นำ ความเข้มแข็ง ก้ำย่ำ และที่สำคัญจะต้องมีแรงขับเรื่อง เพศอีกด้วย แต่ประเด็นหนึ่งที่ความเป็นชายมีความถกเถียงกันว่านอกจากร่างกายก้ำย่ำ แข็งแรงแล้วนั้นยังสามารถวัดจากขนาดและลักษณะของ “อวัยวะเพศชาย” ประกอบได้อีกด้วย โดยที่การวัดความเป็นชายจาก “อวัยวะเพศชาย” นั้นมีต้นกำเนิดจากลัทธิชายเป็นใหญ่หรือ “ปิตาธิปไตย” ในอดีต ที่เชื่อว่าผู้ชายคือจำฝูง คือหัวหน้า ดังนั้นเครื่องประกอบทางเพศของผู้ชายคือสัญลักษณ์ของความแข็งแกร่ง เครื่องเพศที่ใหญ่ อึด ทน แข็งแรง ย่อมแปลว่ามีความสามารถในการสืบพันธุ์ได้มาก และเมื่อชายเป็นใหญ่ อวัยวะเพศของชายย่อมมีการ ประกอบสร้างให้หมายถึงความสามารถในการเข้าไปทะลุทะลวง (penetrate) และการ ครอบครอง (occupy) และรูกล้ำพื้นที่ต่าง ๆ รวมทั้งพื้นที่ทางชีววิทยาที่เกี่ยวข้องกับระบบ สืบพันธุ์อีกด้วย ดังนั้น อวัยวะเพศชาย ที่หมายรวมถึง ขนาด และความแข็งแกร่งจึงเป็นตัว ชี้วัดความเป็นชาย (Kimmel, 1994) ซึ่ง คำ ผกา กล่าวใน The standard เพิ่มเติมอีกว่า หากยังมีขนาดใหญ่ มั่นคง แข็งแกร่งเท่าไร ก็ยิ่งดูสมชายมากขึ้นเท่านั้น (ลักขณา ปันวิชัย, 2561) ข้อมูลข้างต้นจะทำให้เห็นร่องรอยว่าความเป็นชายถูกนำมาเชื่อมโยงกับเครื่องเพศ จากข้อมูลข้างต้นนั้นชี้ชัดว่ากันไม่ได้รับการยอมรับและยกย่องในฐานะของความเป็นชาย ยิ่ง ไปกว่านั้นหากนำมาเปรียบเทียบกับการแสดงออกทางเพศแล้ว กันมีหน้าที่เป็นวัตถุทางเพศ ที่จำเป็นต้องถูกกระทำเท่านั้น อาจมีความหมายและนัยยะไม่ต่างกับโยนีหรืออวัยวะของเพศ หญิง ซึ่งมักถูกตีตราและเบียดขับว่ามีลักษณะอ่อนแอ เป็นคู่ตรงข้ามกับความเป็นชาย (Sánchez, Greenberg, Liu, & Vilain, 2009; Sánchez, Westefeld, Liu, & Vilain, 2010) ยิ่งไปกว่านั้น กันไม่มีบทบาทใดเลยในกลุ่มของความเป็นชาย นอกเหนือจากการเป็นทาง ระบายออกซึ่ง “ของเสีย” ออกจากร่างกาย และกลายเป็น “รูแห่งความก้ำจืด” (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2541)

ประเด็นนี้จึงเป็นประเด็นที่ขาดหายไปจากการศึกษาความเป็นชาย เพราะก่อนหน้านี้นักวิจัยลงพื้นที่สำรวจประเด็นความเป็นชาย อวัยวะ และการสร้างความสัมพันธ์ของ ชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ และเมื่อลงพื้นที่ที่กลับพบอีกประเด็นที่น่าสนใจคือเรื่องของกัน แม้ กันจะมีความสำคัญในการมีปฏิสัมพันธ์ทางเพศระหว่างกลุ่มชายรักชาย แต่กลับไม่มีการ ศึกษา ซึ่งประเด็นกันนั้นถูกสร้างให้มีความหมายตรงข้ามกับความเป็นชาย และถูกเบียด ขับให้เห็นอวัยวะแห่งการขับถ่ายของเสีย และไม่ได้รับความสำคัญ ทั้งที่กันมีความสำคัญ ทั้งในประเด็นเรื่องเพศ การตลาด และการแพทย์ เป็นต้น แต่กลับยังไม่มีการศึกษาใดกล่าว ถึงประเด็นนี้ จุดนี้จึงเป็นจุดที่สำคัญที่ขาดหายไปในการศึกษาของสังคมไทย

ดังนั้นการศึกษาชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการเปลี่ยนผ่านของความเป็นชายผ่านกรณีศึกษาเรื่องกันในทวิตเตอร์ ผ่านการศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล โดยใช้ทวิตเตอร์ในการฝังตัวศึกษาตามวิถีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล หลังจากนั้นจึงทำการนัดผู้ร่วมในการวิจัยที่เป็นกลุ่มชายรับชาย มาพบเพื่อสัมภาษณ์เพิ่มเติมในพื้นที่จริง ซึ่งผู้วิจัยจะนิยามเรื่องชายรับชายในหัวข้อต่อไป

เมื่อคำว่า “ชายรับชาย” ถูกโต้แย้ง

เหตุผลหลักที่ผู้วิจัยเลือกใช้คำดังกล่าวในการศึกษา ด้วยเหตุที่ตั้งแต่เริ่มต้นลงสนามวิจัยผ่านการวิจัยหลายครั้งด้วยกันคือผ่านการวิจัยเรื่อง ชายรับชาย : ความสัมพันธ์ในชุมชนทวิตเตอร์ รวมทั้งการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องชายรับชายที่มีการศึกษาวิจัยตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2528 ซึ่งเป็นการศึกษาวิจัยชิ้นแรกที่ค้นพบ พบว่าการที่กลุ่มผู้ชายที่ใช้ทวิตเตอร์หรือสื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาปฏิสัมพันธ์ กลายเป็นปรากฏการณ์ว่ากลุ่มผู้ชายดังกล่าวหลายคนไม่ได้นิยามตนเองว่าเป็น “เกย์” หรือ “ชายรับชาย” รวมทั้งบางกรณียังให้คำนิยามของตนเองอีกว่ามีลูกเมียแล้ว “แค่อยากลอง” เป็นต้น (เบญจรงค์ ธิระผลิกะ, 2560) ซึ่งสอดคล้องการศึกษาในต่างประเทศหลายชิ้นให้นิยามคำศัพท์เพื่อใช้ในการศึกษากลุ่มนี้ เช่น MSM – Men who have sex with men (Muñoz-Laboy, 2004) หรือ MISM – Men who use the internet to seek sex with other men (Souleymanov & Huang, 2016) รวมทั้งจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มชายรับชายที่ใช้ทวิตเตอร์เพื่อประเด็นศึกษาอื่น ๆ พบว่ามีชายรับชายจำนวนมากที่ “ไม่ยอมรับ” และ “ไม่ชอบ” ให้คนทั่วไปเหมารวมว่า “ชายรับชาย” หรือ “เกย์” ต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์หรือทวิตเตอร์ในการค้นหาปฏิสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเพศเพราะ “ชายรับชาย” มักโดนเหมารวมว่าเป็นกลุ่มที่สนใจและมีความต้องการทางเพศอย่างมาก รวมทั้งเป็น “ผู้แพร่เชื้อ HIV” หรือ “คนป่วย” (ปิยลักษณ์ โพธิวรรณ, 2554)

ดังนั้นผู้วิจัยใช้ประสบการณ์จากการลงพื้นที่ในการวิจัยบนพื้นที่ออนไลน์ รวมทั้งการทบทวนวรรณกรรมในมุมต่าง ๆ จึงเสนอคำว่า “ชายรับชาย” เพื่อใช้ในการศึกษา โดยผู้วิจัยนิยามคำว่า “ชายรับชาย” ว่า ผู้ชายที่ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาความสัมพันธ์ และกิจกรรมต่าง ๆ กับผู้ชายด้วยกัน รวมทั้ง การที่ผู้วิจัยไม่ใช่คำว่า “ชายรับชาย” หรือ “เกย์” นั้นเนื่องจากผู้วิจัยต้องการศึกษาเฉพาะประเด็นกิจกรรมหรือปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกชุมชนทวิตเตอร์ ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมและการที่ผู้วิจัยอยู่ในพื้นที่การศึกษามาเป็นระยะเวลาหนึ่งก่อนเริ่มการศึกษานั้นมีสมาชิกหลายบัญชีรายชื่อที่กล่าวว่า “ตนเองไม่ใช่เกย์ และ/

หรือไม่ใช่ชายรักชาย แต่เป็นผู้ชายที่อยากลองกิจกรรมทางเพศแบบใหม่ ๆ เท่านั้นหรือแม้กระทั่งบางบัญชีผู้ใช้มีครอบครัวแล้ว และยังคงใช้ชีวิตในโลกที่เป็นรูปธรรมที่เป็นเพศชายปกติ เป็นต้น (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2560)

ยิ่งไปกว่านั้น การปฏิสัมพันธ์ของสมาชิกชุมชนทวีตเตอร์นั้นมีหลากหลายกรณีที่ไม่ได้เกิดจากความรัก แต่เป็นเพียงการชอบพอและตกลงกันที่จะมีกิจกรรมทางเพศกันเท่านั้น ฉะนั้นจากข้อมูลที่ผู้วิจัยมีจึงพยายามที่จะนิยามศัพท์ที่เป็นคำกลางเพื่อไม่ให้กระทบกับประชากรชายรักชายอื่นในสังคมไทย ที่บางส่วนไม่ได้ยินยอมที่จะหาปฏิสัมพันธ์ผ่านชุมชนเสมือนหรือในแอปพลิเคชันหาคู่ต่าง ๆ

ชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล : วิธีการในการศึกษาพื้นที่ออนไลน์

ชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลได้รับการพัฒนามาจากวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาเดิม โดยแต่เดิมนั้นการศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณานั้นมักเกี่ยวข้องข้องกับการลงพื้นที่ไปศึกษากลุ่มประชากรต่าง ๆ ซึ่งใช้การฝังตัวในชุมชนนั้น ๆ จนเกิดความเข้าใจและกลายเป็นคนใน รวมทั้งการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในพื้นที่นั้นเป็นระยะเวลาหนึ่ง แต่ในการศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล (Netnography) นั้นตามทัศนะของ Robert V. Kozinets ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้คิดค้นแนวคิดด้านชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล รวมทั้งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเครือข่ายสังคมออนไลน์ และการตลาด ซึ่งทำการศึกษาชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลในมุมมองของการตลาดเพื่อความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค และความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยภาคสนามในพื้นที่ออนไลน์ผ่านการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในพื้นที่นั้น ๆ โดยใช้เวลาน้อยกว่า 9 เดือน เพื่อศึกษาและทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมออนไลน์ เช่น ความหมายต่าง ๆ ทางสังคม การมีปฏิสัมพันธ์ที่ไม่ปรากฏตัวตน ความไว้วางใจ และพัฒนาไปสู่การรับรู้การสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ซับซ้อน ยิ่งไปกว่านั้นอาจพัฒนาจนกลายเป็นการสร้างชุมชนผ่านความสัมพันธ์ที่หลากหลายรูปแบบการมีส่วนร่วม ผ่านการปฏิสัมพันธ์ของผู้คนที่มีความเป็นนิรนาม ที่วางอยู่บนฐานของการแลกเปลี่ยนตัวอักษร รวมไปถึงความสัมพันธ์ระหว่างนักวิจัย และผู้ร่วมในการวิจัยทั้งในโลกออนไลน์และออฟไลน์ (Bengtsson, 2014; Hine, 2000; Murthy, 2008)

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่าชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล (Netnography) หมายถึง วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ประยุกต์วิธีการวิจัยแบบชาติพันธุ์วรรณาเดิม (Ethnography) เพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมและชุมชนที่เกิดขึ้นผ่านการติดต่อสื่อสารด้วยคอมพิวเตอร์ (Kozinets, 2002) ที่มีจุดเด่นกว่าชาติพันธุ์วรรณาแบบเดิมถึง 4 ประการด้วยกัน หนึ่งใน

นั่นคือ การสามารถบันทึกข้อมูล หลักฐานในการปฏิสัมพันธ์ได้ทันที และสามารถเรียกดูได้ทันที เนื่องจากเป็นการจัดเก็บในระบบดิจิทัล

โดยผู้ร่วมในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือก “คุณลาดพร้าว 30” ซึ่งเป็นชื่อที่ผู้วิจัยตั้งขึ้นเอง เพื่อปกปิดตัวตนผู้ร่วมในการวิจัยตามวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล ประเด็นการรักษาความลับของผู้ร่วมในการวิจัย (Privacy and Confidentiality) ซึ่งในการศึกษาค้างนี้จะใช้นามแฝง (pseudonym) ตลอดการอธิบายการศึกษา (Gatson & Zweerink, 2004; O'reilly, 2012; วิลาลินี พานนครทรัพย์, 2561) โดยอันที่จริงแล้วนั้น การศึกษาค้างนี้มีผู้ร่วมในการวิจัย 10 คน โดย 9 คนนั้นได้กล่าวถึงความเป็นชายว่า “สามารถวัดหรือแสดงออกได้ผ่านอวัยวะเพศชายที่ใหญ่และยาว รวมทั้งระยะเวลาการมีกิจกรรมทางเพศที่ยาวนาน” ทว่าผู้วิจัยพบ “คุณลาดพร้าว 30” ซึ่งแสดงทัศนคติแย้งเรื่องอวัยวะเพศแต่กลับให้ความสำคัญกับลักษณะของมัน ในงานชิ้นนี้ผู้วิจัยจึงนำเสนอเพียงประเด็นของค้าง เพื่อให้สอดคล้องกับเนื้อหาของบทความทั้งหมด อีกทั้ง “คุณลาดพร้าว 30” นั้นเป็นผู้ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในทวิตเตอร์ ในฐานะผู้มีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลในทวิตเตอร์ (แอกเคอร์ - Influencer) รวมทั้งระยะเวลาในการฝังตัวและศึกษาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2562 ถึง พฤษภาคม 2563 รวมระยะเวลาทั้งหมด 15 เดือน

“ทวิตเตอร์” ชุมชนเสมือนที่ (ความสัมพันธ์) ไม่เสมือน

โดยพื้นที่ในการศึกษาค้างนี้นั้นคือทวิตเตอร์ ลักษณะภาพรวมของทวิตเตอร์นั้นคือการรวมเอาองค์ประกอบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ และบล็อกเข้าไว้ด้วยกัน ผู้ใช้สามารถติดตามสมาชิกบางคนที่เราสนใจโดยไม่จำเป็นต้องส่งคำขอร่วมเป็นเพื่อนเหมือนในกรณีของเฟซบุ๊ก (Facebook) ซึ่งในกรณีนี้พวกเขาจะได้รับการแจ้งเตือนหากสมาชิกที่สนใจทวิตข้อความใหม่ นอกจากนี้สมาชิกยังสามารถใช้การรีทวิตเพื่อโต้ตอบโดยตรงกับสมาชิกผ่านการทวิต @ (ชื่อบัญชี) รวมทั้งการใช้แฮชแท็ก (Hashtag) เพื่อสร้างการโต้ตอบแบบสองทิศทางระหว่างผู้ใช้และข้อมูลในทวิตเตอร์โดยแฮชแท็กนั้นมักเป็นวลีสั้น ๆ ที่อาจประกอบด้วยคำเดียวตัวเลขตัวย่อหรือการรวมกันของคำเหล่านี้ ตามทวิตเตอร์แฮชแท็กประกอบด้วยสัญลักษณ์ “#” ตามด้วยคำหลักหรือวลีโดยไม่ต้องเว้นวรรค

ด้านหนึ่งแฮชแท็กเป็นการจัดกลุ่มข้อมูล ทำให้ผู้ใช้สามารถติดตามและรับข่าวสารรวมทั้งความคิดเห็นของชุมชน และการอัปเดตสถานะ ดังนั้นการใช้แฮชแท็กจึงกลายเป็นข้อตกลงร่วมกัน ที่ผู้ใช้เข้าใจและข้อมูลแฮชแท็กกลายเป็นวิธียอดนิยมในการทำให้ทราบว่าจะเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นหรือสามารถเชื่อมต่อกับหัวข้อที่สนใจได้ง่ายขึ้นอีกด้วย รวมทั้งยังมี

DM หรือกล่องข้อความส่วนตัว (direct message) ที่ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ เมื่อประเด็นใดที่ต้องการสื่อสารแบบตัวต่อตัว ซึ่งทำหน้าที่คล้ายกับไลน์ และ ข้อความส่วนตัวในเฟซบุ๊ก โดยในปัจจุบันสามารถเข้าถึงทวีตเตอร์ได้สองช่องทางด้วยกัน ทั้งผ่านแอปพลิเคชันทวีตเตอร์ของทวีตเตอร์ที่สามารถติดตั้งได้ทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android รวมทั้งสามารถเข้าใช้ผ่านเว็บไซต์ทวีตเตอร์โดยตรง

ปัจจุบันหากเข้าใช้ทวีตเตอร์จะพบว่า มีประเด็นต่าง ๆ รวมอยู่ ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การตลาด และเรื่องเพศ โดยสามารถค้นหาประเด็นทางเพศได้ผ่านการค้นหาตามแฮชแท็กต่าง ๆ ได้ เช่น การใช้อักษรย่อ เช่น ‘ยสตน’ ‘เค’ ‘เคเด็ก’ ‘พิว’ ‘ลอยหรือบิน’ ‘โฮ’ หรืออาจเป็นประโยคสั้น ๆ เช่น “เอสพลานาด รัชดา ปีหนึ่ง หุ่นดี หน้าที่ ตอนนี้” ต้องการสื่อสารว่า “ผู้ส่งสารปัจจุบันอยู่บริเวณเอสพลานาด รัชดา ประกอบอาชีพนักศึกษาชั้นปีที่ 1 มีลักษณะทางกายภาพที่ดีและหน้าตาดี ต้องการพบกับชายรักชายอื่นเพื่อพบปะสร้างความสัมพันธ์ และอาจหมายรวมถึงการมีกิจกรรมทางเพศในขณะนี้ สามารถติดต่อผ่านข้อความส่วนตัวเพื่อตกลงนัดพบกันได้” เป็นต้น

หากเข้าไปตามตัวอย่างคำศัพท์ข้างต้นนั้น ผู้ใช้ก็สามารถพบปฏิสัมพันธ์ของชายรักชายได้อย่างไม่ยากนัก รวมทั้งสามารถติดตามปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวผ่านบัญชีรายชื่อต่าง ๆ ได้อีกด้วย จะพบว่าปฏิสัมพันธ์ทั้งหมดนั้นมักไม่ปรากฏในสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ดังนั้นทวีตเตอร์จึงเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่กลุ่มชายรักชายเลือกใช้ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน จึงเป็นพื้นที่ศึกษาที่ผู้วิจัยเลือกเพราะสามารถทำให้พบเห็น รวมทั้งสกัดข้อมูลได้อย่างเพียงพอ และไม่มีขีดจำกัดด้านเวลาและสถานที่ตามแนวคิดของสื่อใหม่ (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555)

“กิน” ในมุมมองของชายรับชายที่ชื่อ “ลาดพร้าว 30”

จากการลงพื้นที่ฝังตัวในชุมชนทวีตเตอร์ของผู้วิจัย ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่พุทธศักราช 2559 การใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มชายรับชาย (Young, Szekeres, & Coates, 2013) เดิมการเสพสังวาสทางกันนั้น ในต้นคริสต์ศตวรรษที่ 18 ได้รับความนิยมนอย่างมากในอภิสัทธาชนเท่านั้น แม้ว่ากรามีกิจกรรมทางเพศในเพศเดียวกันไม่ถือว่าเป็นความซื่อสัตย์แบบผัวเดียวเมียเดียวก็ตาม แต่ก็ได้รับการยอมรับในสังคมว่าไม่ผิดแต่อย่างใด ซึ่งหากมองในประเด็นของ “กิจกรรมทางเพศ” ไม่มีความแตกต่างจากในปัจจุบันมากนัก แต่สิ่งที่แตกต่างคือ ปัจจุบันหากมีความสัมพันธ์แบบ “โเบ” หรือสามารถร่วมเพศได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย ก็มักถูกสังคมตีตรา และว่ากล่าวถึงความผิดนี้

อย่างมาก เพราะมักถูกนำไปโยงกับปัญหาครอบครัวหรือโรคติดต่อบางอย่างอีกด้วย

ความสำคัญของความเป็นชายสำหรับกลุ่มชายรักชายนั้น เริ่มมีความชัดเจนมากขึ้นในขอบเขตของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ในความเป็นจริงการศึกษาจำนวนมากแสดงให้เห็นซ้ำ ๆ ว่า ชายรักชายที่วางภาพลักษณ์หรือภาพตัวแทนส่วนบุคคลมักจะแสดงความสนใจ และพฤติกรรมของผู้ชายและพวกเขา มักจะหาเพื่อนผู้ชาย (Bailey, Kim, Hills, & Linsenmeier, 1997; Phua, 2002; Taywaditep, 2002) ตัวอย่างเช่นในการศึกษาการนำเสนอตัวตนของชายรักชาย 2,729 คน ของ Bailey et al. (1997) พบว่า ชายรักชายมักเลือกใช้ตัวตนอธิบายลักษณะทางเพศนั้นมีความลำเอียง กล่าวคือมักกล่าวเกินจริง หรือไม่เหมือนจริงตามความเป็นชายแบบเหมารวมที่ควรจะเป็น (stereotypically) เช่น ต้องมีกล้ามเนื้อที่แข็งแรง ต้องแสดงออกว่ามีความเป็นชายสูง อาจใช้วิธีการพูดคุยหรือสนทนาสนทนากับผู้หญิง เป็นต้น

ประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการนำเสนอต่อก็คือ ในสังคมยังคงให้ความสำคัญกับความเป็นชายอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งยังคงให้ความสำคัญกับความเป็นชายอย่างมากขึ้นด้วยเช่นกัน สามารถสังเกตได้จากกรรพายามปรับปรุงและพัฒนาให้เรื่องเพศกลายเป็นสินค้ารวมทั้งบริการ ผู้วิจัยจะยกตัวอย่างประเด็นที่เกิดขึ้นทั้งในพื้นที่จริงและพื้นที่ทวิตเตอร์หากจะกล่าวถึงพื้นที่จริงจะสังเกตได้ว่า มีความพยายามในการสร้างละครชุด (ซีรีส์) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชายรับชาย โดยในแต่ละปีมีจำนวนไม่น้อยเลย เช่น Gay ok Bangkok ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตีความละครชุดเรื่องนี้แล้วว่า มีส่วนประสมมากมายที่พยายามประกอบสร้างความเป็น “เกย์” ในความหมายที่หลากหลาย ทั้งอาชีพ ความต้องการในชีวิต รวมทั้งรสนิยมทางเพศ และความเป็นชาย และละครชุดอื่น ๆ ซึ่งสามารถเหมารวมได้ถึง “วัฒนธรรมคู่จิ้น” (Baudinette, 2019; เบลูจรงค์ ธิระผลิกะ, 2559) โดยผู้วิจัยขออนุญาตอ้างคำดังกล่าวเป็นโครงเรื่องที่มีภูมิฝ่ายที่เป็น “รุก” และ “รับ” ชัดเจน ผ่านการใช้ความเป็นชายในการจัดระเบียบให้ลงกล่อง กรณีตัวอย่างเช่น ละครชุดเรื่องเกย์โอเคแบงค็อก (Gay OK Bangkok) (เบลูจรงค์ ธิระผลิกะ, 2019) รวมทั้งละครชุดเรื่อง Waterbooy the series ที่พยายามประกอบสร้างตัวละครห่วยให้มี “ความเป็นชาย” มากกว่าออกไป ซึ่งสามารถตีความได้อย่างง่ายดายว่า ตัวละครทั้งคู่ในตัวละครใดเป็น “ฝ่ายรุก” หรือ “ฝ่ายรับ” เป็นต้น (เบลูจรงค์ ธิระผลิกะ, 2562b) จากตัวอย่างที่ผู้วิจัยพยายามอธิบายข้างต้นมีการเปลี่ยนแปลงไปในชุมชนทวิตเตอร์

ความเปลี่ยนแปลงที่ผู้วิจัยกล่าวถึงนั้นไม่ได้มาจากสนามประสบการณ์โดยตรงของผู้วิจัย แต่มาจากการ “ฝังตัว” โดยใช้กระบวนการศึกษาทางมานุษยวิทยาที่ใช้วิธีการ

ฝั่งตัว เพื่อศึกษากลุ่มประชากรหรือชาติพันธุ์บางกลุ่มที่มี “ความเป็นอื่น” ทางกายภาพกับ ศูนย์กลางของการศึกษา แต่สำหรับการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการที่ถูกพัฒนาจากพื้นที่จริงสู่พื้นที่เสมือน (Kozinets, 2002) ซึ่งสามารถเรียกได้ว่า “ชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล” (Netnography) โดยครั้งแรกของการฝั่งตัวนั้นผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการสร้างบัญชีของตนเอง และเข้าไปฝั่งตัว โดยเลือกการติดตามผ่าน “แฮชแท็ก” ที่เป็นเป้าหมาย เช่น #ก้นเด็ก #เด็กมัธยม #ตูดนักเรียนมัธยม #เย็ดเด็กมัธยม #ตูดแน่น #ตูดน่าเย็ด #เย็ดตูดหรือในภาษาอังกฤษ #bigbooty #humpday #freaktwitter #gay #lgbtq #ass #bottom #verse #dfw #GayBoy #Gaytwink #gaybottom #gemme #gaydude #Gayhole #gayson #asspic #cockpic #hole #bubblebutt #fuckmedaddy

ตัวอย่างข้างต้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งที่เป็นปรากฏการณ์การนำเสนอ “ก้น” ของตนเองในชีวิตประจำวันของกลุ่มชายรับชายเท่านั้น หลังจากนั้นก็เริ่มสร้างปฏิสัมพันธ์โดยการระบุสถานะของตนเองว่าอยู่ในสถานะชายรับชายแบบ “รุก” ในพื้นที่ความสัมพันธ์ทางเพศแบบชายรักชายทั่วไป หลังจากนั้นผู้วิจัยเริ่มมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านสัญลักษณ์กับชุมชนดังกล่าวผ่านการลงภาพของตนเองโดย “ถ่ายภาพ” ตนเอง ส่วนที่เป็นโบหน้าออก ซึ่งในทวิตเตอร์เรียกว่า “แอคเคอร์” โดยใช้การสื่อสารโดยไม่ใช้คำพูด ซึ่งเนื้อหาของภาพเป็นการเล่าถึงลักษณะส่วนตัวบางอย่าง (Grubbs, Wright, Braden, Wilt, & Kraus, 2019) เช่น ลักษณะของสีผิวหนึ่ง กล้ามเนื้อบางส่วน ยิ่งไปกว่านั้นคือ การเลือกภาพบริเวณทางกายภาพโดยรอบที่มีความเกี่ยวข้องกับบริบทของชายรับชาย เช่น บันไดทางลงสถานีรถไฟฟ้าสะพานควาย พื้นที่บริเวณสถานีรถไฟท่าอารีย์ สวนลุมพินี เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Shum ที่กล่าวว่า ภาพ 6 ประเภทที่ชายรับชายใช้สร้างตัวตนระหว่างกัน ประกอบด้วย ภาพตนเอง, ภาพในชีวิตประจำวัน, ภาพในการเดินทาง, ภาพอวัยวะเพศทั้งสีและขาวดำ (Shum, 2014) แต่มักไม่ถ่ายภาพร่างกายจริงของตนเอง (Davis, 2017) เพื่อต้องการสร้างความไว้นื้อเชื้อใจ

หลังจากนั้นผู้วิจัยก็ใช้กระบวนการสื่อสารต่าง ๆ เพื่อบอกแก่กลุ่มชายรับชายว่ามีความสนใจในลักษณะของ “ก้น” ผ่านการ “รีทวีต” ภาพต่าง ๆ พร้อมทั้งพรรณนาลักษณะทางกายภาพของ “ก้น” โดยใช้เวลาในการลงพื้นที่ก่อนการเชิญผู้ให้ข้อมูลมาสัมภาษณ์เชิงลึกมากกว่า 15 เดือน จนกระทั่งผู้ให้ข้อมูลหลักเริ่มให้ข้อมูลต่าง ๆ โดยผู้วิจัยสร้างความไวใจเป็นระยะ ๆ จนกระทั่งผู้ให้ข้อมูลหลักออกจากพื้นที่เสมือนมาพบผู้วิจัยในพื้นที่แห่งความจริง ประเด็นนี้เองผู้วิจัยยึดมั่นในจริยธรรมผู้วิจัย และความปลอดภัยของทั้งผู้ร่วมให้ข้อมูลและผู้วิจัย จึงนัดพบบริเวณห้างสรรพสินค้าดังย่านลาดพร้าว เพื่อต้องการทราบข้อมูล

เชิงลึกประกอบเพิ่ม ในส่วนการนำเสนอส่วนผลของการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น “ผู้วิจัย” จะใช้สรรพนามแทนตัวว่า “ผม” เพื่อให้สอดคล้องกับวิธีในการวิจัย

โดยข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถเผยแพร่ได้นั้น ผู้ร่วมในการวิจัยครั้งนี้มีชื่อว่า “คุณลาดพร้าว 30” เป็นชายผิวขาวที่มีอายุประมาณ 30 ปีตอนต้น โดยมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ซึ่งอาศัยอยู่บริเวณถนนลาดพร้าว โดยผมจึงขออนุญาตนัดเจอ ณ ร้านขนมหวานแห่งหนึ่งภายในห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่งย่านลาดพร้าว โดยใช้เวลาในการปฏิสัมพันธ์กันโดยประมาณ 2 ชั่วโมง 30 นาที ครั้งแรกที่พบนั้น “คุณลาดพร้าว 30” สวมเสื้อเชิ้ตแขนยาวสีขาว และทับแขนทั้งสองข้าง กางเกงขายาวสีน้ำตาล สวมรองเท้าผ้าใบสีขาวคาดดำ สวมนาฬิกาดิจิตอลสีดำยี่ห้อ CASIO ลักษณะทางกายภาพนั้นเป็นเพศชายที่มีกล้ามเนื้อเด่นชัด ผิวขาว ผมทรง Undercut สั้น แสกข้างซ้าย

ก่อนทำการขอข้อมูลนั้นผมได้เชื้อเชิญชวนให้ “คุณลาดพร้าว 30” สั่งอาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งพูดคุยในประเด็นของการเดินทาง โดยใช้ระยะเวลาในเบื้องต้น 20 นาที โดยผมขอโอกาสชี้แจงก่อนเริ่มต้นการสัมภาษณ์ว่า ข้อมูลทั้งหมดจะปกปิดเพื่อความปลอดภัย รวมทั้งข้อมูลที่จะนำมาเสนอนั้นจะผ่านการกรองและต้องได้รับการยอมรับของ “คุณลาดพร้าว 30” ก่อน ซึ่ง “คุณลาดพร้าว 30” กล่าวว่าอนุญาตให้เผยแพร่ได้เพื่อนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น

หลังจากพูดคุยแนะนำตัวระยะหนึ่ง ผมจึงถามคุณลาดพร้าว 30 ถึงคำนิยามชายรักชายในมุมมองของคุณลาดพร้าว 30

“มันน่าตลกอะ สังคมนี้อยากทำความเข้าใจแต่ดันเรียกเกย์ว่า แม่ รั้ม้ย ชายรักชายหรือว่าเกย์ เค้าไม่ได้อยากเป็นแม่ เค้าอยากเป็นตัวเอง เลิกสักทีเถอะแม่ แม่ แม่ หนะ”

ต่อจากนั้นก็เล่าต่อว่า

“ผม (คุณลาดพร้าว 30) เป็นรุ้กครับ มีครอบครัวแล้วมีภรรยา และมีลูกด้วย ผมรู้สึกว่าคุณดีนะ ผมไม่ได้ทำให้ใครเดือดร้อน เพราะข้อมูลที่ผมจะเล่าคุณนั้น ผมไว้ใจว่าคุณจะปกปิดข้อมูลส่วนตัว แต่ข้อมูลเนื้อหาเล่าได้นะ เพราะในนี้ (ทวีตเตอร์) มีแบบผมเยอะมาก”

ระหว่างสัมภาษณ์มีท่าทางยิ้มแย้ม และไม่ได้แสดงอาการกังวลใจใดใด จากบทสัมภาษณ์ที่ผมพยายามคัดสรรมาพบว่าเป็นที่น่านสนใจกว่าเป็น “รุ้ก” หรือ “มีครอบครัว

แล้ว” คือ “จำนวนประชากรกลุ่มนี้” มีจำนวนมากจริงหรือโดยจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีจำนวนไม่น้อยนัก เหตุผลหลักที่ “คุณลาดพร้าว 30” เข้ามาใช้ทวิตเตอร์เพราะ

“...ผม (คุณลาดพร้าว 30) คิดว่าผมเป็นผู้ชายแท้ ๆ ตั้งแต่แรก แต่ผมจำเป็นต้องแต่งงานตามประเพณีคนไทยเชื้อสายจีน ทำให้ผมต้องทำตามและเป็นอย่างที่เราเห็น”

ประเด็นทางมานุษยวิทยาที่น่าสนใจอีกเรื่องคือชุดความเชื่อแบบ “คนไทยเชื้อสายจีน...” ที่เกิดขึ้น ทำให้เกิดปรากฏการณ์ดังกล่าวโดยหากอธิบายต่อชุดความเชื่อบางอย่างที่กล่าวว่า “หากมีลูกชาย หลานชายจะเป็นมงคล” หรือ “มีลูกเต็มบ้านหลานเต็มเมือง” จากวาทกรรมดังกล่าวก็ทำให้เห็นได้ถึงการปฏิบัติการของชุดวาทกรรมที่ส่งผลถึง “ปรากฏการณ์” ที่ผมพบในกรณีนี้ ผมยังคงเชื่อว่ายังมีอีกหลายคนที่มีลักษณะที่เกิดขึ้นคล้ายกับ “คุณลาดพร้าว 30” โดย “คุณลาดพร้าว 30” เล่าต่อว่า

“...ผม (คุณลาดพร้าว 30) เป็นรูกมาตลอดเลย ตลอดจริง ๆ นะ จนผมมาเริ่มเล่นฟิตเนส เห็นที่คนหนึ่งเล่นกันหนักมาก คือเห็นแกมาทุกวัน ที่แรกนึกว่าแกจะมาเล่นห้องเล่นนอก แต่ที่ไหนแกเล่นกันอย่างเดียว แกบอกผมว่าที่นั่นเล่นได้ประโยชน์เยอะนะ ใส่เสื้อใส่กางเกงแล้วดูสวย...” พร้อมยืนยันเพื่อนำเสนอให้ผมเห็น และหมุนตัวหนึ่งรอบ พร้อมรอยยิ้มแบบภาคภูมิใจ

คำว่า “สวย” ที่เกิดขึ้น ผมตั้งข้อสังเกตว่า ความสวยนั้น แต่เดิมคำว่า สวย ถูกขับจากความเป็นชาย เพราะคำว่าสวยนั้นมักจะมีมายาคติผูกกับเพศหญิงหรือเกย์รับ ดังนั้น “กันสวย” จากข้อมูลของผมสามารถตีความได้ในระดับแรกว่า อาจเกิดจาก “วัฒนธรรมเบี๊ท” ที่สามารถ “สลับ” ในการมีกิจกรรมทางเพศกันได้จึงทำให้ความเป็นชายหรือเกย์รับ เริ่มมีการกร่อนมากขึ้น หลังจากนั้น “คุณลาดพร้าว 30” กล่าวต่อว่า

“...ผม (คุณลาดพร้าว 30) ก็เริ่มเล่นกันจริง ๆ มาเพื่อเล่นกัน สนใจการใส่กางเกงแล้วก็มองกระจก มองกันเสมอ เมื่อก่อนผมสนใจอกนะ ผมอยากอกใหญ่ แต่ตอนนี้ผมเริ่มมองคู่กัน ออกกับกัน ผมชอบ...” พร้อมกับยืนยัน และลูบกันให้ดูว่ามีลักษณะสวย

ประเด็นเรื่อง ออกกับกัน แต่เดิมนั้นเป็นเรื่องสำคัญกับคู่ตรงข้ามกับความเป็นชาย

เพราะเพศหญิงได้ให้ความสำคัญกับหน้าอกจนถึงกระทั่งต้องไปศัลยกรรม ซึ่งคำว่า “ความเป็นชาย” เริ่มถูกร่อนอีกครั้ง แต่ครั้งนี้มีความน่าสนใจเพราะ

“รู๊มัย๋ ผม (คุณลาดพร้าว 30) เคยมีอะไรกับผู้ชายด้วยกัน ผม (ลอง) เป็นรับนะ เพราะเค้ามามีสัมผัสกันของผม จู๋ ๆ ก็รู้สึกอยากลอง ผมเจอที่เค๊าที่ฟิตเนส แล้วเราก็นัดกันไปกินข้าวสองสามครั้งแล้วก็มีอะไรกัน ที่เค๊าบอกว่ากันผมสวย ผมเป็นผู้ชายกันสวย ดีที่ผมแมน ที่เค๊าชอบแมน ๆ ที่ลองเป็นรับหรือเป็นรับเลย แต่ห้ามออกสาว”

อีกประเด็นที่จะหยิบยกมากล่าวก็คือ “ชอบแมน ๆ” “ห้ามออกสาว” จากตัวอักษรข้างต้น สามารถเห็นอคติได้จากสิ่งที่ปรากฏคือ ความเป็นชายยังคงครอบคลุมความคิดและจินตนาการของกลุ่มชายรับชายในทวิตเตอร์ แม้ในอดีตหากจะกล่าวว่า หน้าທີ່หลักของชายรับชาย ฝ่ายรับ นั้นมาถูกเบียดขับจากความเป็นชายให้เป็นอื่น แต่จากข้อมูลข้างต้นทำให้ผมสนใจ และสงสัยจนกระทั่งจำเป็นต้องค้นหาคำว่า #แมน ๆ #ไม่ออกสาว พบว่ามีการให้คุณค่าความเป็นชายผ่านชายรับชายแบบรับมากขึ้นอย่างมาก รวมทั้งการประกอบสร้างความเป็นชายพบต่อไปอีกว่า “รับออกสาว” จำนวนไม่น้อยเลยทีเดียวที่พยายามเล่นฟิตเนสเพิ่มเสริมสร้างความเป็นชายประกอบสร้างความเป็นชายมากยิ่งขึ้น เป็นไปได้หรือไม่ว่าอันที่จริงแล้วการผลิตซ้ำ “ห้ามออกสาว” หรือ “แมน ๆ ” เพื่อเหตุผลในการกดทับความเป็นชายให้เห็นือกว่า

ทว่าความคิดข้างต้นก็ถูกทำให้เปลี่ยนไป เนื่องจากวัฒนธรรมย่อยต่าง ๆ ที่ได้รับอิทธิพลมาจากต่างประเทศปะทะกับความเป็นชายเดิมในสังคมไทย ดังนั้นกันจึงถูกเปลี่ยนผ่านจากอวัยวะทางเพศที่ไม่มีความเป็นชาย กลับถูกสร้างคุณค่า จนกลายเป็นทุนเชิงสัญลักษณ์ประเภทหนึ่งเช่นกัน

“รู๊มัย๋ เดี่ยวนี้ใคร ๆ ก็ชอบกันนะ ชายแท้ ออกสาว เก่งก็ต้องเล่นหมดแหละ นอกจากออกก็กัน เค๊าดูพร้อมกัน ใครไม่มีกันไม่ได้ ลองเดินดูในยิมนะ ชายแท้ ดารา นายแบบ เล่นหมดแหละ เพราะเค๊าทำงาน”

“เห็นมัย๋ ใคร ๆ ก็เล่นกันทั้งนั้นแหละ เค๊าอยากได้งาน มีเงิน หลายคนกลายเป็นเด็กเอ็นเลยนะ ฮา ๆ ๆ (หัวเราะ) น่าสนใจมัย๋หละ พวกช้อยย่อในทีวี รวย ๆ ในไอจี (อินสตาแกรม (Instagram) ทั้งนั้นแหละ”

จากข้างต้นจะพบว่า ปัจจุบัน “กัน” ที่ผ่านการออกกำลังกายจนเข้าลักษณะ ซึ่งสามารถเรียกได้ว่า “กันนิยม” นั้น เป็นตัวช่วยในการพัฒนาทุนสัญลักษณ์ ทุนทางสังคม และทุนทางเศรษฐกิจศาสตร์อื่น ๆ ต่อไป เช่น ในบางกรณีที่ใช้ที่มีลักษณะ “กันนิยม” มักจะลงภาพกันตนเองบ่อย ๆ เพื่อสร้างความสนใจ และสามารถพัฒนาไปจนกลายเป็น “แอคเคอร์” เพื่อใช้ในการรีวิวสินค้าหรือบริการ ในบางบัญชีผู้ใช้อาจถึงจุดที่มีคนรอ “ต่อคิว”

“การต่อคิว” (เพื่อมีเพศสัมพันธ์) นั้นแสดงให้เห็นถึงความมีชื่อเสียง และการได้รับการยอมรับเหนือบัญชีผู้ใช้ในพื้นที่ทวิตเตอร์รายอื่น (The Hall of Fame) (เบญจรงค์ ติระผลิกะ, 2560) สามารถแปลความจากกรณีข้างต้นได้ว่ากันของบัญชีผู้ใช้รายนั้น ดีกว่าสวยกว่า และเป็นที่ยอมรับกว่ากันผู้อื่นในทวิตเตอร์ อีกทั้งบัญชีผู้ใช้รายใดมีกันเข้าลักษณะ “กันนิยม” ก็จะสามารถตั้งราคาสูง ในกรณีที่กิจกรรมของกันนั้นเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเพศ อีกทั้งเมื่อมีการบันทึกภาพเคลื่อนไหวและเสียง (คลิป) ก็สามารถนำคลิปของตนเองมาเผยแพร่ในกลุ่มหรือช่องทางที่ตนเองตั้งไว้ และเก็บค่าบริการเข้าชมเป็นรายครั้ง รายเดือน รายปีหรือตลอดชีพได้เพิ่มเติมอีกด้วย

จากประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า “กันนิยม” เป็นทุนอย่างหนึ่งที่สามารถพัฒนาไปเพื่อสร้างทุนอื่น ๆ เพิ่มเติมได้ คล้ายกันกับร่างกายที่ผ่านการออกกำลังกายจนมีกล้ามเนื้อหรืออวัยวะเพศชายที่แข็งแรงในอดีต สอดคล้องกับการศึกษาการสื่อสารกับการสร้างเรือนร่างบุรุษเพศในยุคสังคมนิยม : ศึกษากรณีนายแบบ นักแสดงชาย และนักร้องชาย ซึ่งประเด็นนี้จะถูกกล่าวในหัวข้อสุดท้าย

นอกเหนือจากพื้นที่ทวิตเตอร์แล้ว จะพบอีกว่าในรายการทางโทรทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับข่าวด่ากันบันเทิง ที่มักพบประเด็นของอภิชรยอดารา นายแบบ หลายคนมักมีองค์ประกอบทางกายภาพที่ตรงตามลักษณะกันนิยม แม้ว่าจะไม่ได้เกิดขึ้นในทุกกรณี แต่จากบทสัมภาษณ์ก็สะท้อนว่าปรากฏการณ์ดังกล่าวก็เกิดขึ้นจริงในสังคมปัจจุบัน ที่ว่า

“...เมื่อก่อนใครจะไปสนใจเรื่องกันหละ ทุกคนมุ่งไปที่เค (อวัยวะเพศชาย โดยผู้วิจัย) ทั้งนั้นแหละ สองสังเกตดู กางเกงในก็เน้นให้เคใหญ่ ทั้งเกย์ผู้ชายทั้งหมดก็มักใส่กางเกงเน้นให้เคโด่ง ทวิตเตอร์ก็จะเน้นเค นิ่งก็ต้องบีบให้เห็นเค แอซแท็กก็มีแต่เค (เช่น #ควยใหญ่ โดยผู้วิจัย) ตัดมาตอนนี้ เห็นมัยมากกว่าครึ่ง ลงรูปกัน ใส่กางเกงในที่เว้ากัน ดันกันออกมาทั้งนั้น แอซแท็กก็ #กันเด็ก #ตุตเด็ก #กันเกย์ บางคนก็ลงภาพกันตัวเองแล้วขายทั้งครีมนวดกันด้วย สองทางเลย ฮ่า ฮ่า (หัวเราะและบ้องปาก) ...”

ยิ่งไปกว่านั้นกัน ซึ่งแต่เดิมนั้นเป็นตัวแทนแห่งความอ่อนแอ และความไม่เป็นชาย ถูกทำให้กลายเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญของความเป็นชายดังจะพบว่า หุ่นของเซเลบทั้งในประเทศไทย และต่างประเทศหลายคนมักมีองค์ประกอบส่วนนี้อยู่เสมอ ๆ

อย่างหนึ่งที่ผู้วิจัยพบเห็นคือ การปฏิบัติทางวาทกรรม “ห้ามออกสาว” หรือ “แมน ๆ” ส่งผลถึงการผลิตซ้ำชุดความคิดนี้อย่างมาก ดังปรากฏในพื้นที่ทวิตเตอร์อย่างมาก ผ่านข้อบัญญัติผู้เข้าร่วมทั้งผ่านข้อความที่ใช้ในการทวิต เช่น #แมน ๆ #ไม่ออกสาว #ไม่คุยกับออกสาว เป็นต้น

จากข้อมูลที่ผู้วิจัยนำมาเสนอนั้นเป็นแค่ตัวอย่างที่ปรากฏในพื้นที่แห่งนี้ ซึ่งยิ่งตอกย้ำว่า ความเป็นชายนั้น มีความสำคัญต่อการนำเสนอตัวตน รวมทั้งความเป็นชายยังคงจำเป็นในการสร้างปรากฏการณ์ และ การได้รับความยอมรับจากกลุ่มชายรับชายในทวิตเตอร์ หากจะกล่าวให้มากขึ้นอีกจะพบว่า ความเป็นชาย นั้นได้รับความนิยมนอย่างมากในพื้นที่ของทวิตเตอร์ และสามารถเรียกได้ว่า เป็นประเด็นหลักของการเริ่มต้นบทสนทนาอีกด้วย

ยิ่งไปกว่านั้นการกดทับหรือการเบียดขับที่ยังคงสอดแทรกอยู่คือ “ไม่ชอบพวกเกย์สาว” สามารถสังเกตได้จากภาพตัวอย่างที่ผู้วิจัยยกมานั้น เป็นการผลิตซ้ำอุดมการณ์คล้ายกับการเบียดขับความเป็นหญิง เหมือนเดิมหรือไม่ทั้งจากบทสัมภาษณ์ และจากข้อเท็จจริงที่ปรากฏในพื้นที่ทวิตเตอร์นั้นการผลิตซ้ำความเป็นชาย และการเบียดขับความเป็นหญิงยังคงอุดมการณ์ที่รุนแรงไม่ต่างจากในพื้นที่จริงในอดีต ฉะนั้นไม่ว่าจะมีรสนิยมทางเพศของชายรับชายแบบรุกหรือแบบรับก็ตาม

แต่สิ่งที่สำคัญ ซึ่งผู้วิจัยคิดว่า สำคัญกว่าท่อนทางด้านร่างกายที่มีชายรับชายนั้น มีคือ ความเป็นชายโดยไม่จำเป็นต้องหมายถึง “ขนาดของอวัยวะเพศ” หรือ “six pack” รวมทั้ง “ความรู้ความสามารถ”

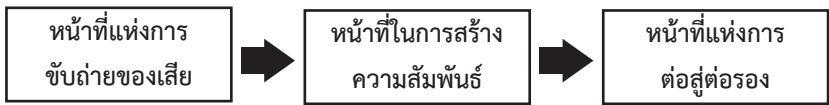
สามารถสรุปเพิ่มเติมต่อได้อีกว่า ตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบันเรื่องราวของรสนิยมทางเพศมีพลวัตในการนิยามตัวตน รวมทั้งการประกอบสร้าง การต่อสู้ต่อรอง การเบียดขับจนกระทั่งการผลิตซ้ำอุดมการณ์เรื่องความเป็นชาย ยังคงถูกให้ความสำคัญในกลุ่มชายรับชายเสมอ รวมทั้งเรื่องผลิตซ้ำมุมมองความเป็นชายแม้ว่าไม่จำเป็นที่จะต้องเป็นชายรับชายแบบรุกเสมอไป แต่สิ่งที่กลุ่มให้ความสำคัญคือ ความเป็นชายหรือความแมน

ความสำคัญของ “กัน” ที่ไม่เป็นสองรองใคร

ประเด็นแรกที่ผู้วิจัยสามารถสรุปได้จากผู้ร่วมวิจัยจำนวน 10 คนคือ ประเด็นของ “กันนิยม” หรือลักษณะของกันที่ได้รับการยอมรับในประชาคมทวิตเตอร์นั้น จะต้อง

มีลักษณะเป็นก้นที่ได้รับบาดเจ็บและมีการทำความสะอาดให้พร้อมต่อการใช้งาน รวมทั้งผ่านการโกนขนสะอาดเรียบร้อยไม่มีกลิ่นไม่พึงประสงค์ รวมทั้งหากมีลักษณะคล้ายกันเดี๋ยวนั้นจะยิ่งเป็นทุนหรือไม่ก็มักได้รับการยกย่องว่า เป็น “ก้นนิยม” ยิ่งไปกว่านั้นสามารถเป็นผู้เลือกรุกเพื่อมาร่วมกิจกรรมทางเพศได้อีกด้วย และยังคงเป็นการผลิตซ้ำชุดความคิดที่ว่าลักษณะ “ก้น” ที่ดี จำเป็นต้องมีลักษณะข้างต้น จนกลายเป็นค่านิยม ยิ่งไปกว่านั้นยังสามารถใช้ “ก้น” เป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพบางประการได้อีกด้วย

สามารถสรุปแผนภาพของพัฒนาการเรื่องก้นจากอดีตจนถึงการศึกษาชิ้นนี้ได้ว่า



ภาพที่ 1 แสดงแผนภาพของพัฒนาการเรื่องก้นจากอดีตจนถึงปัจจุบัน
ที่มา : จากการสรุปโดยผู้วิจัย

ในอดีตนั้นจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ก้นมีหน้าที่ในการขบถ่ายของเสียเท่านั้น ในระยะต่อมาจากการศึกษา สัมภาษณ์ และฝังตัวพบว่า ก้นมีหน้าที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ เชื่อมความสัมพันธ์ และพัฒนาความสัมพันธ์ ซึ่งผู้วิจัยจะอธิบายเพิ่มเติมในหัวข้อต่อไป และปัจจุบันก้นถูกนำมาเป็นสัญลักษณ์ และมีหน้าที่ในการต่อรอง ทั้งด้านกิจกรรมทางเพศ เศรษฐกิจ และเป็นทุนชนิดหนึ่งอีกด้วย

โดยเหตุผลที่กลุ่มชายรักชายให้ความสำคัญกับเรื่อง “ก้น” นั้นเพราะกลุ่มชายรักชายโดยทั่วไปจะมีกิจกรรมทางเพศหรือที่เรียกว่าเพศสัมพันธ์ ผ่านกันเป็นหลัก แต่ไม่ได้หมายความว่า กลุ่มชายรักชายจะใช้วิธีเดียวในการมีกิจกรรมทางเพศนั้นก็เพราะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ที่กล่าวถึงจุด G-spot (Gräfenberg) ซึ่งเป็นจุดเสียว (McLean, 2017) หมายถึง บริเวณที่ไวต่อการสัมผัสเชิงรุกซึ่งอยู่บริเวณใต้ลูกอัณฑะ ในส่วนโคนอวัยวะเพศชาย ทำให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกที่ลึกล้ำ รุนแรง กระตุ้นความสุขทางเพศ มีส่วนสำคัญในการพัฒนาสัมพันธ์ทางเพศ ให้ก้าวไปสู่ขั้นของการสำเร็จความใคร่หรือจุดสุดยอดของเพศชายตามระบบชีววิทยาของร่างกายมนุษย์ (Kilchevsky, Vardi, Lowenstein, & Gruenwald, 2012)

ปัจจุบันในชุมชนทวิตเตอร์ นอกเหนือจากการสื่อสารโดยใช้ลักษณะของภาพสรีระ

ทั่วไปแล้ว การใช้ภาพกัน ก็ได้ถูกให้ความสำคัญเพื่อใช้ในการปฏิสัมพันธ์ รวมทั้งการนำเสนอตัวตน (self-presentation) อีกด้วย สำหรับการมีปฏิสัมพันธ์ทางเพศระหว่างผู้ชายด้วยกัน รวมถึงพฤติกรรมต่าง ๆ เช่น การจูบกอด การสำนึกความใคร่ รวมทั้งการมีเพศสัมพันธ์ทางปาก การกระตุ้นทางทวารหนักด้วยปาก (De Swardt & Rebe, 2010) หรือการใช้ช่องปาก โดยกิจกรรมทางเพศผ่านช่องปากเป็นที่รู้จักกันในทางการแพทย์ว่า “การทำรักด้วยปาก” (oral sex) กลุ่มชายรับชายบางคนอาจมีความพึงพอใจกับคู่อื่น ซึ่งความกระตือรือร้นในการมีเพศสัมพันธ์ทางปาก (Lei et al., 2018) เพราะชายรับชายบางคนไม่นิยมการมีเพศสัมพันธ์ทางทวารหนัก แต่อาจนิยมการมีกิจกรรมทางเพศที่ต้นขาแทนโดยอวัยวะเพศชายระหว่างต้นขาของคู่อื่นในขณะที่ชายรับชายอื่นอาจนิยมบทบาทที่เปิดกว้างมากขึ้น แต่สุดท้ายแล้วการมีกิจกรรมทางเพศของกลุ่มชายรับชายจำนวนมาก ยังคงมีเพศสัมพันธ์ทางทวารหนักเป็นหลัก กิจกรรมทางเพศมีหลายรูปแบบ และความชอบ

ตัวอย่างเช่น การใช้ของเล่น (sex toy) ประกอบการสำนึกความใคร่ (De Swardt & Rebe, 2010) หรือการเล่นทาส ที่เรียกว่า BDSM เป็นตัวย่อของ 5 คำ ประกอบด้วย ความเป็นทาสหรือสภาวะที่ถูกพันธนาการ (bondage), การลงโทษ (discipline), การปกครอง (dominance) และการยอมจำนน (submission), การมีความสุขจากการทำให้ผู้อื่นเจ็บปวด (sadism) และการมีความสุขจากการถูกผู้อื่นทำให้เจ็บปวด (masochism) (Lodi-Smith, Shepard, & Wagner, 2014) หรือแม้กระทั่งสำนึกความใคร่ระหว่างกันผ่านข้อความหรือตัวอักษร เป็นต้น

ดังนั้น กัน นอกเหนือที่เป็นเพียงอวัยวะหนึ่งของร่างกายที่ใช้ปลดทุกข์แล้ว ยังมีหน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชายรับชายทั่วไป และกลุ่มชายรับชายที่ใช้ทวิตเตอร์ แม้กันจะไม่ได้สร้างความกำหนดได้ในตนเอง แต่กันก็อาจเป็นเป้าหมายแห่งความกำหนดนั้น (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2541) รวมทั้งยังมีหน้าที่ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันในทวิตเตอร์

“กันนิยม” องค์กรประกอบใหม่ในการต่อรอง

จากการศึกษา สังเกตการณ์ สัมภาษณ์ รวมทั้งการทบทวนวรรณกรรมทั้งไทยและต่างประเทศของผู้วิจัยพบว่า ชายรับชายออกเดินจากพื้นที่จริงภายในครอบครัว โดยหันมาใช้พื้นที่ส่วนกลางในพื้นที่จริงที่หมายถึง ร้านกาแฟ ร้านค้า ผับบาร์ เซานา เป็นต้น แต่ถึงกระนั้นชายรับชายยังคงถูกสังคมเบียดขับไม่ต่างจากเดิมนัก จนกระทั่งโลกมีการพัฒนาจนทำให้เกิดการสร้างพื้นที่เสมือนในการพบปะเจรจา อีกทั้งการปฏิสัมพันธ์กัน จนกระทั่งกลุ่ม

ชายรับชายเข้ามาช่วงชิงพื้นที่ และเริ่มมีการใช้ทวิตเตอร์ในการพบปะ การสร้างปฏิสัมพันธ์ จนไปถึงกิจกรรมทางเพศอีกด้วย (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2561)

จากข้อมูลข้างต้นพบประเด็นที่ชายรับชายเริ่มใช้พื้นที่เสมือนในการปฏิสัมพันธ์กัน โดยในช่วงแรกนั้นก็แสดงออกทางความต้องการทางเพศของตนเอง สามารถอธิบายได้ว่า หากชายรับชายใดเป็นฝ่ายรุก ก็นิยมใช้ภาพอวัยวะเพศของตนเองมาใช้แทนรูปภาพประจำตัว และชายรับชายที่เป็นฝ่ายรับมักเข้าไปแสดงความคิดเห็นในเชิงของสนใจ และอยากลองสร้างปฏิสัมพันธ์ด้วย หลังจากนั้นทั้งคู่ก็จะ “DM” ที่หมายถึงช่องข้อความส่วนบุคคล (direct message) เพื่อไปทำการสื่อสารกันส่วนตัวเพื่อแนะนำตัวหรือสร้างปฏิสัมพันธ์ โดยสุดท้ายแล้วอาจไปพบที่เพศสัมพันธ์หรือแค่เพื่อนกัน มักจะขึ้นอยู่กับการตกลงทางรสนิยมทางเพศหรือบทบาททางเพศของทั้งสองฝ่ายในการสนทนา

การที่กลุ่มชายรับชายใช้วิธีการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ โดยการนำเสนอตัวตน และนำเสนอความเป็นชายผ่านอวัยวะเพศเป็นเรื่องพื้นฐานหรือสามารถเรียกว่า พิธีกรรมดั้งเดิมที่กลุ่มชายรับชายมักใช้ในทุกช่องทางที่สามารถนำเสนอหรือเสนอเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ ดังนั้นการรอดของหรือการโชว์อวัยวะเพศ จึงส่งผลต่อการเริ่มสร้างความสัมพันธ์ โดยในช่วงแรกนั้นเป็นการใช้อวัยวะเพศชายในการค้นหาคู่เพื่อต้องการปฏิสัมพันธ์หรือกิจกรรมทางเพศกัน โดยที่อำนาจในการเลือกคู่ นั้นจะเป็นของฝ่ายรุกที่จะเลือกหรือไม่เลือกใครตามอัธยาศัย แต่ในพื้นที่ทวิตเตอร์นั้นพบว่า ฝ่ายรับได้สร้างอำนาจตนเองผ่าน “ก้นนิยม” ในการบริหารอำนาจ และต่อสู้ต่อรองเพื่อที่จะสามารถเลือกใครก็ตามให้มาปฏิบัติสัมพันธ์กับตน

โดยหากอธิบายเรื่องการต่อสู้ต่อรองหมายความว่า อำนาจกระทำที่ฝ่ายรับมีนั้นส่งผลให้ฝ่ายรับเองมีสิทธิที่เท่าเทียมกัน จนสามารถจะปฏิเสธฝ่ายรุกได้ก็ตามถ้าตนเองนั้นไม่พึงพอใจหรือไม่ประสงค์จะร่วมเพศด้วย รวมทั้งประเด็นที่เป็นข้อถกเถียงว่า กรณีดังกล่าวส่งผลต่อการสถาปนารสนิยมทางเพศแบบโบบีทเพราะช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา นั้นกลุ่มชายรับชายเกิดจุดหักเหบางประการ ซึ่งประเด็นการหักเหคือการที่เริ่มมีกลุ่มชายรับชายบางส่วนสถาปนารสนิยมทางเพศของตนเองใหม่ว่า เป็นแบบโบบีท หากจะอธิบายความเป็นแบบโบบีท ก็สามารถอธิบายได้ว่าชายรับชายที่สามารถ “สลบ” หรืออาจรับตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่ง ซึ่งถูกมองว่ามีความสมดุทางเพศมากขึ้น และสามารถก้าวข้ามแบบแผนบทบาทเพศในการเสพรสนิยมทางเพศได้ (Ravenhill & de Visser, 2018) โดยขึ้นอยู่กับ การตกลงปลงใจ รวมทั้งความต้องการบางประการซึ่งผู้วิจัยอาจไม่สามารถนำมาอธิบายได้หมด เนื่องจากกลุ่มชายรับชายมีความ “หลากหลาย” ทางรสนิยมทางเพศมากขึ้น

ภาพสะท้อนของ “กัณ” ในมุมมองต่าง ๆ

สำหรับอุดมคติความเป็นชายดั้งเดิม ดูเหมือนจะมีบทบาทสำคัญในความเป็นอยู่ทางจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ชายหลายคนประสบกับผลกระทบด้านลบเมื่ออุดมการณ์เหล่านี้คุกคามมากขึ้น เนื่องจากความเป็นชายดูเหมือนจะมีความสำคัญต่อชายทั่วไป และชายรับชายทั้งหลาย โดยนักจิตวิทยาพบว่า ชายรับชายในกลุ่มนี้ที่มีความกังวลที่นำเสนอตัวตนว่า ตนเองอาจเป็นฝ่ายรับหรือเป็นโบท ซึ่งทั้งสองกลุ่มนี้ถูกชายรับชายอื่นในพื้นที่หวัดเตอร์พยายามเบียดขับ รวมทั้งชายรับชายถูกเชื่อมโยงกับแนวคิดคู่ตรงข้ามที่มิความเป็นชาย และความเป็นผู้หญิงในกลุ่มชายรับชาย และในสิ่งที่พวกเขา รู้สึกว่าได้รับผลกระทบจากอุดมคติความเป็นชายแบบดั้งเดิม (Sánchez et al., 2010) ซึ่งการกดทับดังกล่าว ยิ่งส่งผลต่อกลุ่มชายรับชายที่ไม่ได้มีลักษณะตรงตาม “แบบนิยม” ดังข้างต้น จึงมักไม่ได้รับการยอมรับ การเบียดขับต่าง ๆ (Kevin Laddapong, n.d.)

รวมทั้งข้อถกเถียงที่ผู้วิจัยพยายามทดสอบ และหาเหตุผลประกอบเรื่องกัน เป็น “วัตถุทางกามารมณ์” อย่างหนึ่ง รวมทั้งไม่ใช่อวัยวะที่แสดงถึง “ความเป็นชาย” ในยุคแรก ๆ สามารถอธิบาย และวิพากษ์ต่อได้ว่าวัตถุความเป็นเพศนั้นต้องทำความเข้าใจก่อนว่า “กัณนิยม” นั้นเกิดจากการตีความและการนิยามรวมทั้งเกิดจากการประกอบร่างสร้างความหมายที่เกิดขึ้นในกลุ่มชายรับชายแทบทั้งสิ้น ดังนั้นไม่ว่าจะ “กัณนิยม” “อวัยวะเพศนิยม” หมายถึง อวัยวะเพศใหญ่ มีลักษณะเด่นตรง เป็นต้น และ “สตีมนิยม” หมายถึงบุคคลที่มีผิวขาว ไม่มีแผลหรือรอยใด ๆ ที่ผิวหนัง เป็นต้นนั้น เกิดจากการคิดตกแต่งที่ขึ้นอยู่กับบุคคล และสังคมทั้งนั้น ไม่ได้จำเพาะแค่เพียงกันเท่านั้น ต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ในการศึกษาครั้งนี้ใช้หวัดเตอร์เป็นพื้นที่หลักก็จะพบว่า กัณและอวัยวะเพศชายทั้งสองนั้นเป็นวัตถุทางกามารมณ์ทั้งสิ้น ขึ้นอยู่กับการให้มุมมอง และสถานะของผู้มอง หากผู้มองเป็นรุกประเด็นสำคัญก็คือต้องพยายามหาฝ่ายรับที่มีลักษณะของ “กัณนิยม” เพื่อศึกษาดูใจหรือแม้กระทั่งจะจบที่เรื่องบนเตียงก็ตาม

ในทางกลับกัน หากเป็นฝ่ายรับก็อาจให้ความสนใจ และมีความปรารถนาที่ ต้องการจะเจอ “อวัยวะเพศนิยม” ซึ่งอาจไม่ได้หมายถึง ขนาดที่ใหญ่ อุดทน แข็งแรงเท่านั้น เพราะทั้งหมดอยู่ที่การประกอบสร้างความพึงพอใจส่วนบุคคลตามความปัจเจกหรือในกรณีของฝ่ายโบท อาจให้ความสำคัญกับทั้งสองสิ่งตามรสนิยมทางเพศของตนเอง โดยที่ทั้งหมดก็เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของกันและกันแทบทั้งสิ้น รวมทั้งความเป็นชายที่เป็นประเด็นถกเถียงก็ขึ้นอยู่กับมุมมอง และการตีความของอีกฝ่ายหนึ่งเท่านั้น ไม่มีสูตรสำเร็จตายตัวในการพิจารณาหรือตีตราความเป็นชาย ความเป็นรุก ความเป็นรับหรือความเป็นโบท ตามที่

ปรากฏอยู่ในสังคมไทยปัจจุบัน

ในเวลาเดียวกันกับที่ชายรับชาย ที่ใช้ทวิตเตอร์ต้องเผชิญหน้ากับอคติความเป็นชายในแบบดั้งเดิม เพราะหากมีลักษณะทางกายภาพไม่ตรงกับค่านิยมก็มักถูกปฏิเสธหรือในหลายกรณี ถึงขั้นมีการจับภาพมาประจานให้เสียหาย ชายรับชายบางคนชี้ให้เห็นว่าบรรทัดฐานของความเป็นชายกดดันให้พวกเขาต้องไปอยู่ในพื้นที่อื่นหรือถูกสร้างให้เป็นอื่น หากมีความเป็นชายไม่มากพอตามอคติความเป็นชายที่กลุ่มชายรับชายในทวิตเตอร์คาดคิด

ในประเด็นเรื่อง “ก้น” นั้นมีการศึกษาจำนวนไม่มากนัก หากแต่มีการวิพากษ์ประเด็นเรื่อง “ก้น” ที่นอกเหนือจากการเป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของร่างกาย เช่น การศึกษาของ ธเนศ วงศ์ยานนาวา ที่นำเรื่องก้นมาถกเถียงในประเด็นทางการเมือง เช่น ตูตกับชาติ ตูตกับการปฏิวัติ เป็นต้น

นอกเหนือจากการศึกษาข้างต้นยังมีการศึกษาด้านกายภาพ และการตลาดอาจเป็นองค์ประกอบแห่งการแต่งกายที่ทำให้ดูแล้วเท่คล้ายหุ่นที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้า เพื่อเหตุผลทางการตลาดหรือมุมมองในสายตาเพศหญิงในเรื่อง “ก้น” ของผู้ชาย รวมทั้งเรื่อง “ก้น” นั้นกลายเป็นทุนอย่างหนึ่งตามแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอร์ เช่น การสื่อสารกับการสร้างเรือนร่างบุรุษเพศในยุคสังคมนิยม : ศึกษากรณีนายแบบ นักแสดงชาย และนักร้องชาย ที่ศึกษาว่าก่อนเข้าสู่อุตสาหกรรมบันเทิงผู้ชาย/บุรุษเพศ มีการสร้างร่างกายอยู่ก่อนแล้ว แต่เป็นการสร้างร่างกายในชีวิตประจำวัน ด้วยวิธีการลองผิดลองถูก ทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง และเป็นลักษณะความรู้เฉพาะตัวเฉพาะตน (tacit knowledge) ในการสร้างเรือนร่าง ในขณะที่เดียวกันร่างกายไม่สามารถสร้างเสร็จได้ภายในวันเดียว ต้องอาศัยระยะเวลาในการสร้าง และสั่งสมอย่างยาวนาน แต่ก็สามารถถ่วงระยะเวลาในการสะสมทุนทางกายภาพได้ด้วยวิทยาการ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการเพิ่มทุนทางกายภาพให้กับร่างกาย อย่างไรก็ตามการสร้างร่างกายเป็นทุน (capital) ชนิดหนึ่งที่จะนำไปสู่การขยายทุนชนิดต่าง ๆ ได้ (อิทธิเทพ หลินวรัตน์, 2552)

อีกทั้งการศึกษาเรื่องถอดผ้าชายร่างในละครสาววาย (จร สิงโภวินท์, 2560) และสุดท้ายเป็นงานศึกษาของผู้วิจัยเรื่องเมื่อสื่อพยายาม “ปรุง” เรื่องเพศให้เป็นสินค้า ที่ศึกษาประเด็นที่สื่อสารมวลชนพยายามปรุงแต่งให้เรื่องเพศกลายเป็นสินค้า ผ่านกรณีละครชุด (ซีรีส์) ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศแบบชายรักชาย (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2562) เป็นต้น

ฉะนั้นปรากฏการณ์เรื่องก้น ซึ่งผู้เขียนพยายามนำเสนอ นั้น เป็นเพียงประเด็นหนึ่งในส่วนใหญ่ ๆ ที่มักไม่ได้รับการยอมรับหรือได้รับการศึกษาเชิงวิชาการมากนัก แม้ผู้วิจัยจะ

ไม่ทราบว่าเป็นเพราะเหตุใดประเด็นเหล่านี้ไม่ได้รับการยอมรับหรือให้ความสนใจมากนัก แต่กระนั้นก็ได้หมายความว่า สังคมวิชาการหรือสังคมไทยจะปฏิเสธเรื่องราวที่เกิดขึ้นเหล่านี้ ในทางกลับกันหากมีผู้สนใจ และนำมาศึกษาจนถึงขั้นสามารถรวบรวมผู้เชี่ยวชาญหรือนิยามหรือสนใจในประเด็นนี้ และนำมาศึกษาให้รอบด้านกว่านี้ ซึ่งอาจมากกว่าในการศึกษาครั้งนี้ เพราะดังที่เคยกล่าวไว้ตอนต้นว่า ประเด็นเรื่องกันไม่ได้อยู่ในหัวข้อที่จะทำการศึกษา แต่ผู้วิจัยพบประเด็นนี้ขึ้น จึงพยายามชี้ไว้เพื่อเป็นหลักฐานทางวิชาการว่า ประเด็นนี้ยังคงจำเป็นที่นักสังคมศึกษา นักชาติพันธุ์ นักเพศศึกษา ควรเข้ามาศึกษา และทลายกรอบเรื่องเพศให้กลายเป็นเรื่อง “ปรกติ” ของมนุษย์และสังคม

ในมุมเดียวกันกับประเด็นรักต่างเพศ โดยเรื่องเพศ ซึ่งสังคมพยายามตีกรอบ ปิดกั้น ทำให้เรื่องเพศนั้น เป็นเรื่อง “ไม่ปรกติ” อนุমানดัง “จับปูใส่กระดัง” ทั้งที่ในความจริงแล้วนั้นเป็นเรื่องของธรรมชาติ ทุกท่านในฐานะนักวิชาการ ผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ควรร่วมมือกันขยายความรู้ และทลายกรอบบางอย่างที่ถูกสร้างขึ้น อนุমানดังนำไปที่ถูกจับใส่ในกระดังออกมาใส่หรือดูแลให้อยู่ในพื้นที่ที่เหมาะสมกับคุณวุฒิ วิทยุฒิและถูกต้อง ยิ่งจะช่วยให้การทำความเข้าใจเรื่องเพศนั้นเป็นธรรมชาติ สากลและถูกต้อง จะยังผลให้การมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร การมีบุตรเมื่อไม่พร้อม การติดเชื้อ HIV หรือโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ลดลง

เพราะหากสามารถทำได้สำเร็จนั้น ผลที่ได้รับนั้นจะช่วยให้สังคมข้ามพ้นกับดักทางความคิด ค่านิยม และสังคมแห่งการเบียดขับเรื่องเพศทั้งในกลุ่มรักต่างเพศ และรักเพศเดียวกันได้ ยิ่งไปกว่านั้นอาจถึงขั้นช่วยให้สังคมเข้าใจความหลากหลาย ความต้องการ รวมทั้งประเด็นความเท่าเทียมหรือควีแยร์ (Queer) ที่ทุกกลุ่มในสังคมพยายามเรียกร้องผ่านประเด็นกฎหมาย และประชาสังคม เพราะทุกคนในสังคมไม่ได้รู้สึกหรือมองเรื่องเพศเป็นเรื่องที่ขัดต่อศีลธรรมอันดี แต่เป็นเรื่องความเท่าเทียม หากเรานิยามศีลธรรมอันดีใหม่ภายใต้ชุดความคิดแห่งความเท่าเทียม ในยุค 4.0 และ 5.0 ในอนาคตอันใกล้

ก่อนจาก “คุณลาตพราว 30” ได้กล่าวความรู้สึกที่สะท้อนความรู้สึกคล้ายกันกับผู้วิจัยคือ

“น้องรู้มั๊ย เราไม่ได้ต้องการอะไรเลยนะ เราแค่ต้องการอยู่ในสังคมเหมือนคุณ ๆ ทุกคนแหละ มันเป็นแค่สถานที่ ๆ นึงที่เราใช้ชีวิตชีวา เราสามารถเป็นใครหรือทำอะไรตามใจเราก็ได้ เคยมีใครมั๊ยเปิดใจให้เราทำอะไรได้ตามใจ สถานะบ้านเทิงของเราก็บอกว่า แพร่กระจายเอเดิ้ล คนอื่นเค้าไม่เป็นกันหรอก น้องลองดูมั๊ย ลองไปบอกเพื่อนที่ทำงาน บอกหัวหน้าลอง

ไปบอกคุณครูของน้องมัย ว่าเราต้องการอะไรหรืออยากทำอะไร บอกแล้ว คิดมัยว่า เราจะ
มีหน้าที่ที่ยืนในสังคมนัย เหมือนใคร ๆ บอกยอมรับ ในซีรีส์เค้าก็วาย ๆ (ทำท่าป๋องที่ปาก)
รัก ๆ ชอบ ๆ แต่เอาจริง ๆ เคยมีใครรู้สึกแบบนั้นบ้าง เราเลยจำเป็นต้องหาที่ยืนที่หายใจ
ของตัวเอง”

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา*. กรุงเทพมหานคร : โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2019). Gender Role – บทบาททางเพศ. สืบค้น 7 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <https://smarterlifebypsychology.com/2019/05/10/gender-role-%e0%b8%9a%e0%b8%97%e0%b8%9a%e0%b8%b2%e0%b8%97%e0%b8%97%e0%b8%b2%e0%b8%87%e0%b9%80%e0%b8%9e%e0%b8%a8/>
- เควินทร์ ถัดดาพงศ์. (ม.ป.ป.). พวกเราโดนไล่มารึเปล่า?: โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและอารมณ์ในแอปพลิเคชันกลุ่ม “เกย์หมี”. สืบค้น 20 กุมภาพันธ์ 2563 จาก https://www.academia.edu/33614623/%E0%B8%9E%E0%B8%A7%E0%B8%81%E0%B9%80%E0%B8%A3%E0%B8%B2%E0%B9%82%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%A5_%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B9%80%E0%B8%A5_%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%99%E0%B8%B5_%E0%B9%82%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%A3_%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%9E%E0%B8%B7_%E0%B8%99%E0%B8%90%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%94%E0%B8%B4%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%97%E0%B8%B1%E0%B8%A5%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%93_%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B9%81%E0%B8%AD%E0%B8%9B%E0%B8%9E%E0%B8%A5%E0%B8%B4%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%8A%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%B8_%E0%B8%A1_%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%A2_%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B8%B5_--_GROWLr
- จตุพร บุญ-หลง. (2548). *ชีวิตติดเบอร์: ตัวตนและเพศวิถีของเกย์ “ควีน” ในเซานา M* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

- จเร สิงห์โกวิท. (2560). ถอดผ้าชายร่างโนละครสาววาย. ใน นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ (บก.), ชุดสังคม-วัฒนธรรมร่วมสมัย ลำดับที่ 6 เมื่อร่างกลายเป็นเพศ อำนาจเสรีนิยมใหม่ของเพศวิถีในสังคมไทย (น. 150-168). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ชญาณีธัญญ์ สร้อยกลิ่น. (2556). วิถีชีวิตชายชายตัวในบาร์เกย์ย่านสุรวงศ์ กรุงเทพมหานคร (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. (2541). ภาพตัวแทนของตุต. ใน *เผยแพร่-พรางกาย: ทดลองมองร่างกายในศาสนา ปรัชญาการเมือง ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และมานุษยวิทยา* (น. 261-286). กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2559). ปัจจัยที่สนับสนุนการสร้างสรรคเนื้อหาเพศนอกกรอบในภาพยนตร์เรื่อง “รักแห่งสยาม” ของ มะเดี่ยว ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล. *Academic Services Journal, Prince of Songkla University*, 28(1), 143-149.
- เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2560). ชายรับชาย: ความสัมพันธ์ของชุมชนในทวิตเตอร์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม* (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคมมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 5(2), 69-80.
- เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2561). การทบทวนความรู้ “ชายรับชาย” ในพื้นที่ของสื่อใหม่. *วารสารวิชาการวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 11(3), 288-318.
- เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2562ก). บทสรุปแนวโน้มการศึกษาของ “ชายรักชาย” ในยุคนี้ (2562). สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <http://multied.sri.cmu.ac.th/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%AA%E0%B8%A3%E0%B8%B8%E0%B8%9B%E0%B9%81%E0%B8%99%E0%B8%A7%E0%B9%82%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%A1%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%A8%E0%B8%B6%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%B2%E0%B8%82/>
- เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2562ข). เมื่อสื่อพยายาม “ปรุง” เรื่องชายรับชายให้เป็นสินค้า. *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเทพฯ*, 6(2), 95-104.
- ปิยลักษณ์ โพธิ์วรรณ. (2011). คนข้ามเพศ: ตัวตน วัฒนธรรมย่อย และพื้นที่ทางสังคม. *ดำรงวิชาการ*, 10(1), 98-125.

- พิเชษฐ สายพันธ์. (2545). *เกย์: ในฉากชีวิตแห่งสี่มสสถาน*. กรุงเทพมหานคร:
ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง. (2557). *การศึกษารูปแบบการบริโภคสื่อประเภทแอปพลิเคชันของกลุ่ม
ผู้รับสารชายรักชาย: กรณีศึกษาแอปพลิเคชัน “Grindr”* (วิทยานิพนธ์ปริญญา
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- รณภูมิ สามัคคีคารมย์ พิมพวัลย์ บุญมงคล วชิรา จันทร์ทอง ภาณุพัฒน์ พุ่มพฤษ และ
ชยานันท์ มโนเกษมสุข. (2551). *เพศวิถีในสื่อนิยม: บริบทเสี่ยงและเสริมต่อสุข
ภาวะทางเพศ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริม
สุขภาพ (สสส.) และสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ลักขณา ปันวิชัย. (2561). เครื่องเพศชาย ขนาด ปัญหา และการไม่กล้ามอง. สืบค้น
7 กุมภาพันธ์ 2563 จาก <https://thestandard.co/does-size-matter/>.
- วิลาลินี พนานครทรัพย์. (2561). วิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาในชุมชนออนไลน์.
Thammasat University Journal, 36(2), 58-77.
- สุธาวัฒน์ ดงทอง. (2559). นัคดีม: สัมพันธภาพทางเพศสัมพันธ์แบบชั่วคราวของเกย์โดย
ใช้ทวิตเตอร์. บทความนำเสนอในการสัมมนาวิชาการสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
ระดับปริญญาตรี ครั้งที่ 2 วันที่ 1 เมษายน 2561, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
กรุงเทพมหานคร.
- อิทธิเทพ หลินวรรณ์. (2552). *การสื่อสารกับการสร้างเรือนร่างบุรุษเพศในยุคสังคมบริโภค:
ศึกษารณีนายแบบ นักแสดงชาย และนักร้องชาย* (วิทยานิพนธ์ปริญญา
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- Bailey, J. M., Kim, P. Y., Hills, A., & Linsenmeier, J. A. (1997). Butch, femme,
or straight acting? Partner preferences of gay men and lesbians.
Journal of Personality and Social Psychology, 73(5), 960.
- Baudinette, T. (2019). Lovesick, the series: adapting Japanese ‘Boys Love’ to
Thailand and the creation of a new genre of queer media. *South
East Asia Research*, 27(2), 115-132.
- Bengtsson, S. (2014). Faraway, so close! Proximity and distance in ethnography
online. *Media, Culture & Society*, 36(6), 862-877.
- Carrigan, T., Connell, B., & Lee, J. (1985). Toward a new sociology of masculinity.
Theory and Society, 14(5), 551-604.

- Connell, R. W. (2005). *Masculinities*. Cambridge: Polity.
- Davis, E. M. (2017). *Digital dating: online dating profiles of older and younger gay, lesbian, and heterosexual adults* (Doctoral Dissertation). University of Texas, Austin.
- De Swardt, G., & Rebe, K. (2010). *From top to bottom: a sex-positive approach for men who have sex with men-a manual for healthcare providers*. Johannesburg: Anova Health Institute.
- Gatson, S. N., & Zweerink, A. (2004). Ethnography online: 'Natives' practising and inscribing community. *Qualitative Research*, 4(2), 179-200.
- GENONLINE.CO. (2561). รวม “APP” นัดยิ้ม ทางเลือกยอดนิยมของชาวสีรุ้งที่เติบโตอย่างเงียบ ๆ ในเมืองไทย. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2563 <http://genonline.co/2018/06/29/rainbows-app/>.
- Grubbs, J. B., Wright, P. J., Braden, A. L., Wilt, J. A., & Kraus, S. W. (2019). Internet pornography use and sexual motivation: a systematic review and integration. *Annals of the International Communication Association*, 43(2), 117-155.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*. London: Sage.
- Kehnel, S. C. (2003). *The commodification of masculinity within men's magazine advertisements: With what and how do we make the man?* (Master's Thesis). Ohio University.
- Kilchevsky, A., Vardi, Y., Lowenstein, L., & Gruenwald, I. (2012). Is the female g-spot truly a distinct anatomic entity? *The Journal of Sexual Medicine*, 9(3), 719-726.
- Kimmel, M. S. (1994). Masculinity as homophobia: Fear, shame, and silence in the construction of gender identity. In H. Brod & M. Kaufman (Eds.), *Theorizing masculinities* (213-219). Retrieved October 25, 2019 from <http://dx.doi.org/10.4135/9781452243627.n7>
- Kozinets, R. V. (2002). The field behind the screen: Using netnography for marketing research in online communities. *Journal of Marketing Research*, 39(1), 61-72.

- Lei, Y., Zhang, K., Xiao, X., Tang, C., Li, X., & Wang, H. (2018). Sexual roles, risk sexual behaviours, and HIV prevalence among men who have sex with men seeking HIV testing in Changsha, China. *Current HIV Research*, 16(2), 174-181.
- Lippa, R. (1983). Sex typing and the perception of body outlines. *Journal of Personality*, 51(4), 667-682.
- Lodi-Smith, J., Shepard, K., & Wagner, S. (2014). Personality and sexually deviant behavior. *Personality and Individual Differences*, 70, 39-44.
- McLean, G. (2017). Do men have a G-spot? You asked Google – here’s the answer. Retrieved October 25, 2019 from <https://www.theguardian.com/commentisfree/2017/may/03/where-is-the-male-g-spot-google>.
- Moskowitz, D. A., & Garcia, C. P. (2019). Top, bottom, and versatile anal sex roles in same-sex male relationships: Implications for relationship and sexual satisfaction. *Archives of Sexual Behavior*, 48(4), 1217-1225.
- Muñoz-Laboy, M. A. (2004). Beyond ‘MSM’: Sexual desire among bisexually-active Latino men in New York City. *Sexualities*, 7(1), 55-80.
- Murthy, D. (2008). Digital ethnography: An examination of the use of new technologies for social research. *Sociology*, 42(5), 837-855.
- O’reilly, K. (2012). *Ethnographic methods*. London & New York: Routledge.
- Phua, V. C. (2002). Sex and sexuality in men’s personal advertisements. *Men and Masculinities*, 5(2), 178-191.
- Ravenhill, J. P., & de Visser, R. O. (2018). “It takes a man to put me on the bottom”: Gay men’s experiences of masculinity and anal intercourse. *The Journal of Sex Research*, 55(8), 1033-1047.
- Sánchez, F. J., Greenberg, S. T., Liu, W. M., & Vilain, E. (2009). Reported effects of masculine ideals on gay men. *Psychology of Men & Masculinity*, 10(1), 73.
- Sánchez, F. J., Westefeld, J. S., Liu, W. M., & Vilain, E. (2010). Masculine gender role conflict and negative feelings about being gay. *Professional Psychology: Research and Practice*, 41(2), 104.

- Shum, K. F. (2014). *Self-presentation and impression formation through photographs in an LGBT online dating community* (Master's Thesis). Uppsala University.
- Souleymanov, R., & Huang, Y.-T. (2016). 'Men who use the Internet to seek sex with men': Rethinking sexuality in the transnational context of HIV prevention. *Global Public Health*, 11(7-8), 888-901.
- Taywaditep, K. J. (2002). Marginalization among the marginalized: Gay men's anti-effeminacy attitudes. *Journal of Homosexuality*, 42(1), 1-28.
- Tirapalika, B. (2019). Gay OK Bangkok, the story telling of queer in pop culture. *Research Journal Phranakhon Rajabhat: Social Sciences and Humanity*, 14(1), 410-425.
- Weisbard, P. H. (2002). *Feminist Collections: A Quarterly of Women's Studies Resources*, 23(3), 32-35.
- Young, S. D., Szekeres, G., & Coates, T. (2013). The relationship between online social networking and sexual risk behaviors among men who have sex with men (MSM). *PloS One*, 8(5).

