



การเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายใน
พื้นที่ทวิตเตอร์



เบญจรงค์ ธีระผลิกะ

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสาร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

การเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายใน
พื้นที่ทวิตเตอร์



วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร
เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสาร
ปีการศึกษา 2564
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

วิทยานิพนธ์ เรื่อง "การเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชาย
รักชายในพื้นที่ทวิตเตอร์"
ของ เบญจรงค์ ธีระผลิกะ
ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ)

..... ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(ดร.อรรพวง ศิริสวัสดิ์ อภิขยกุล)

..... กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
(รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรพล พุทธรักษา)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ดร.รัฐพล ไชยรัตน์)

..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

อนุมัติ

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.กรองกาญจน์ ชูทิพย์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ชื่อเรื่อง	การเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายในพื้นที่ทวิตเตอร์
ผู้วิจัย	เบญจรงค์ ธีระผลิกะ
ประธานที่ปรึกษา	ดร.อรรพรรณ ศิริสวัสดิ์ อภิขยกุล
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรพล พุทธรักษา
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ปริญญาตรี สาขาวิชาการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2564
คำสำคัญ	การสื่อสาร, ทวิตเตอร์, ชายรักชาย, การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่อาศัยวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลในการแสวงหาความรู้ โดยมีวัตถุประสงค์สองประการ คือ (1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะสำคัญของสื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด และ (2) เพื่อศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการใช้สื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ผลการศึกษาพบว่า มี องค์ประกอบ 3 ประการด้วยกัน หรือ (3A Attributes) ที่เป็นคุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย ประกอบไปด้วย A1) การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง A2) เข้าถึงได้ง่าย และ A3) ความนิรนาม ในประเด็นเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด พบว่า การสนทนามักเริ่มต้นด้วยคำว่า “ดีคับ” ร่วมกับการส่ง “สติ๊กเกอร์” หลังจากนั้นก็เริ่มมีการสอบถามเกี่ยวกับรสนิยมทางเพศ อาทิ ‘รุก’ หรือ ‘รับ’ ร่วมกับการส่ง ‘ภาพเครื่องเพศ’ ให้กันและกันเพื่อประกอบการสื่อสาร และส่วนสุดท้ายคือ รูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์สามารถสรุปได้เป็น “4S model” ที่ประกอบไปด้วย 1) ขั้นสร้างตัวตน 2) ขั้นนำเสนอตัวตน 3) ขั้นเปิดเผยตัวตน ซึ่งประกอบไปด้วย 2 วัตถุประสงค์ที่ซ่อนอยู่คือ วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ และขั้นตอนสุดท้ายคือ 4) ขั้นพิจารณาถกทอหรือตัดขาดความสัมพันธ์ ยิ่งไปกว่านั้น หลังจากการฟังตัวพบว่า ทุกขั้นตอนที่เกิดขึ้นนั้นไม่ได้มีการใช้เวลายาวนานและสามารถปรับเปลี่ยนกระบวนการสื่อสารได้ตามความพึงพอใจ ส่วนนี้เองจึงเป็นส่วนต่อขยายจากแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิมที่เชื่อว่า ทุกความสัมพันธ์ก่อนถึงขั้นความใกล้ชิดจำเป็นที่จะต้องใช้ระยะเวลานานก่อนการเปิดใจให้กัน รวมทั้งยังพบว่า นอกเหนือจากกิจกรรมทางเพศแล้วยังพบอีกว่ามี “การสร้างคอนเนกชัน” ระหว่างกันเพื่อประโยชน์ในชีวิตออฟไลน์ อีกทั้งพื้นที่ทวิตเตอร์ยังเป็น

พื้นที่แห่งการนำเสนอธรรมเนียมทางเพศที่หลากหลายที่ไม่ใช่แค่รุกหรือรับเท่านั้น ประเด็นนี้เองทำให้เชื่อว่าในอนาคตอันใกล้ ธรรมเนียมทางเพศที่หลากหลายจะทำให้สังคมในภาพใหญ่เข้าใจและถูกพัฒนาให้เกิดความเท่าเทียมในสังคมได้ว่า ‘จากข้อสรุปของการศึกษานี้พบว่า ความเป็นมนุษย์วัดจากการยอมรับความหลากหลายในแง่ของเชื้อชาติ ลักษณะทางกายภาพ และธรรมเนียมทางเพศ ซึ่งแตกต่างจากอดีตที่พบว่า กลุ่มรักร่วมเพศจึงถูกจัดว่าป่วยทางจิต คนบาป คนบ้า และยิ่งไปกว่านั้นมักไม่ได้รับการยอมรับว่าเป็นมนุษย์ในชุมชนหรือในอารยธรรม’ ดังที่ในนานาอารยประเทศได้กระทำผ่านมาแล้ว



Title	THE SELF-DISCLOSURE THROUGH THE ONLINE COMMUNICATION INTIMACY INTERACTION OF MEN WHO USE THE INTERNET TO FIND RELATIONSHIPS WITH OTHER MEN (MIRM) ON TWITTER.
Author	BENJARONG TIRAPALIKA
Advisor	Orawan Sirisawat apichayakul, Ph.D.
Co-Advisor	Associate Professor Watcharabon Buddharaksa, Ph.D.
Academic Paper	Ph.D. Dissertation in Communication, Naresuan University, 2021
Keywords	Communication, Twitter, MSM, Intimate relationship

ABSTRACT

This thesis is qualitative research that the pursuit of knowledge using a Netnography method with two objectives (1) To investigate the key attributes of Twitter for building intimate relationships among MSM users, and (2) To investigate the content and media usage of Twitter among MSM users to develop intimate relationships. According to the study, Twitter has ‘3A Attributes’ that are important in forming intimate relationships among MSM users: 1) A – ‘Authorship’, Next A – ‘Approachable’, and A – ‘Anonymity’. On the issue of the content of the communication for building an intimate relationship, it was discovered that talks frequently began with the word “Dee krup” and sending of ‘stickers’ followed by questions about sexual orientation or sexual tastes such as ‘Top’ or ‘Bottom’, as well as the sending of ‘Naked pictures’ to each other for communication. The final section, "The communication model to create an intimate relationship with MSM users on Twitter", can be characterized as the ‘4S model’, which consists of four steps. The first step is ‘The Stage of Self-Creation’, next ‘The Stage of Self-Presentation’, Then ‘The Stage of Self-Exposure’ consists of 2 hidden objectives: 1) To establish an emotional intimacy relationship and 2) To establish a psychological intimacy relationship, and the final stage is ‘The Stage of Self-Determination’ for Choosing whether to continue or end a relationship. Furthermore, after holding a

position as either an ‘insider’, It was discovered that each step took only a few moments and the communication process can be adjusted according to satisfaction. This section is therefore an extension of the traditional concept of an intimate relationship. Every relationship takes a long time to open up to each other before it reaches an intimate level. It was also discovered that, in addition to sexual activity, “building a connection” between each other for the benefits of offline life was also discovered. The Twitter section also serves as a showcase for a variety of sexual orientations. This argument convinced me that, in the not-too-distant future, the diversity of sexual orientations will allow the greater society to comprehend and evolve to achieve equality. As many civilized countries have done, *"Because of their sexual orientation diversity, in the past, homosexuals have been classified as mentally ill, sinners, lunatics, and they are usually not acknowledged as human beings in a community or civilization. However, according to the conclusions of this study found, humanity is measured by accepting diversity in terms of race, physical appearance, and sexual orientation."*

ประกาศคุณูปการ

เพราะความใคร่รู้ ความสงสัย และความเป็นคนใน ยังผลให้ต้องรับกรรมในการหาคำตอบ
เกือบ 5 ปีเต็ม ...

คุณูปการนี้จะไม่สำเร็จไม่ได้ หากไร้คำแนะนำ อบรม สั่งสอน ของประธานที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์ “อาจารย์ที่มีพลังเต็มเปี่ยม” อาจารย์ ดร. อรรพณ ศิริสวัสดิ์ อภิขยกุล ที่กรุณาใจกว้างใน
การรับเป็นที่ปรึกษาประเด็นนี้ ร่วมกับคำแนะนำ ของ “อาจารย์ผู้มาพร้อมให้คำแนะนำ” รอง
ศาสตราจารย์ ดร. วัชรพล พุทธิรักษา ที่กรุณาร่วมให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาการศึกษาจนเล่มนี้สำเร็จ
ลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความเมตตาอย่างสูงของ รองศาสตราจารย์ ดร. กาญจนา แก้ว
เทพ นักวิชาการคนสำคัญผู้มีชื่อเสียงด้านสื่อสารศึกษา ที่ให้ความกรุณาเป็นที่ปรึกษาสอบป้องกัน
วิทยานิพนธ์ และ รองศาสตราจารย์ ดร. สมสุข หินวิมาน อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่กรุณาเป็นที่ปรึกษากรรมการผู้พิจารณาวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ทั้งให้คำแนะนำ
ชี้แนะ สั่งสอน จนผู้วิจัยเข้าใจแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ อย่างกระจ่างแจ้ง จนการศึกษาเล่มนี้ออกมาด้วย
ความเรียบร้อย และอาจสามารถยังประโยชน์ต่อวิชาการสื่อสารศึกษาและสหวิทยาการในอนาคตอันใกล้
ได้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. รัฐพล ไชยรัตน์ ประธานหลักสูตรปริญญาเอก ที่กรุณาเป็นที่ปรึกษา
คณะกรรมการพิจารณาวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

นอกเหนือจากกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านแล้ว หากขาด “ผู้เข้าร่วมวิจัยชาวทวิตเตียนทั้ง
20 ท่าน” ที่ยินดีให้ผู้วิจัยเข้าไปฝังตัวศึกษาแบบนักชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลเพื่อศึกษารูปแบบการสื่อสาร
วัฒนธรรม วิถีคิด รูปแบบการใช้ชีวิต ทั้งยังพาไปแนะนำสถานที่ต่าง ๆ ในการสร้างความความสัมพันธ์
แบบใกล้ชิดระหว่างกัน อีกทั้งชี้ทางสะดวก เพื่อให้เข้าถึงกระบวนการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์
แบบใกล้ชิด ไม่ว่าจะเป็นความใกล้ชิดรูปแบบใดก็ตาม เพราะหากขาด พี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ ชาวทวิต
เตียนแล้ว การศึกษาครั้งนี้ไม่อาจสำเร็จได้

ขอบพระคุณผู้ประสานงานระหว่างการวิจัยในทุกขั้นตอน คุณเติ้ล เจ้าหน้าที่ประสานงาน
บัณฑิตศึกษา BEC เจ้าหน้าที่ประสานงานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัย
นเรศวร กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (กลุ่ม2) เจ้าหน้าที่บัณฑิต
วิทยาลัย เจ้าหน้าที่ประสานงานของสภาวิชาการ เจ้าหน้าที่ประสานงานของสภามหาวิทยาลัยนเรศวร

และสำคัญที่สุด หากการศึกษาชิ้นนี้มีค่าสรรเสริญ คุณูปการ ประโยชน์ทางวิชาการใดก็ตาม

ผู้วิจัยขอมอบให้ นายบุญให้ นางศิริวรรณ และ แพทย์หญิงบุศวรรณ ถิระผลิกะ (พ่อ-แม่-เจ้เจ๊) ที่ให้กำลังใจ ให้ทุนทรัพย์ตลอดการศึกษาและวิจัยที่ยาวนานจนกระทั่งใบปริญญาขั้นสุดท้าย อีกทั้งขอกราบขอบพระคุณคำแนะนำอบรมสั่งสอนของครูทุกท่าน ตั้งแต่เริ่มต้นโรงเรียนศิริพงศ์วิทยา โรงเรียนอนุบาลสงขลา โรงเรียนมหาวิทยาลัยราชภัฏ จังหวัดสงขลา ดร.ปิยะกาญจน์ สุพรรณชนะบุรี ดร.นฤบาล ยมะคุปต์ คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ดร.วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์ รศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ที่กรุณาแนะนำวิธีการต่าง ๆ เมื่อตอนเรียนปริญญาโท ซึ่งผมปรับมาใช้ในการศึกษาต่อระดับปริญญาเอก ขอขอบคุณ พท.ป. ฆะณาพันธ์ ที่ดูแลสุขภาพกาย สุขภาพจิตของผู้วิจัยมาตลอดระยะเวลา

สุดท้ายแล้ว ขอกราบขอบพระคุณในบารมีอันแผ่ไพศาลของเทพอาจารย์กวน (จงหึงสินบู๊กวน เล้งไต่เต่) เทพอาจารย์เฮียน (ปักเก็กจินบูเอียนเทียนซ่งเต่) รวมทั้งเทพบรรพชนในตระกูลถิระผลิกะ (ณ บ้านจุ่มปะ) ตระกูลชูปลอด (ณ บ้านคูหา) ตระกูลวีระธรรมโม ตระกูลมานะศิริพันธุ์ (ณ วังเขี้ยววังขาว) รวมถึงศักดิ์สิทธิ์ทั้งหลายที่ปกป้องคุ้มครองให้ปลอดภัยจากอุบัติเหตุต่าง ๆ ในการเดินทางหลายครั้งทั้งเพื่อการลงพื้นที่วิจัยหรือกลับบ้าน หรือการถูกไล่จับในขณะที่ลงพื้นที่เฝ้าคอร์ตามสวนสาธารณะต่าง ๆ เพื่อศึกษาวิธีการสื่อสาร วิธีการปฏิสัมพันธ์จนผู้วิจัยเข้าใจและพัฒนาเป็นแผนภาพต่าง ๆ ได้ แคล้วคลาดจากโรคระบาด แม้กระทั่งโควิด 19 (ที่ระบอบอย่างหนักและส่งผลให้มีการสูญเสียมากที่สุด ในปี 2563 -2564)

จนกระทั่งได้เขียนกิตติกรรมประกาศของดุชนิพนธ์เล่มสำคัญในวันนี้ได้สำเร็จตามความปรารถนา ...

เบญจรงค์ ถิระผลิกะ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ค
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
ประกาศคุณูปการ	ช
สารบัญ.....	ณ
สารบัญตาราง.....	๗
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย	6
1.3 ภาพรวมของทวิตเตอร์.....	6
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
1.5 ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น.....	12
1.6 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	13
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	15
2.1 ข่ายรักขายกับการสื่อสารจากอดีตสู่ปัจจุบัน.....	15
2.1.1 มิติพื้นที่แบบเห็นหน้าเจอตัวกันจริง	15
2.1.2 มิติพื้นที่ในสื่อดั้งเดิม.....	19
2.1.3 มิติพื้นที่ออนไลน์.....	21
2.2 การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในพื้นที่ออนไลน์.....	26

2.3 การสื่อสารผ่านพื้นที่สื่อทวิตเตอร์	30
2.4 บทสรุปจากการทบทวนวรรณกรรม	33
บทที่ 3 แนวคิดและทฤษฎี	34
3.1 เครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์	34
3.2 แนวคิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตน	44
3.3 แนวคิดการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่	54
3.4 แนวคิดเรื่องเพศวิถี	59
3.5 บทสรุปแนวคิดและทฤษฎี	69
บทที่ 4 ระเบียบวิธีวิจัย	72
4.1 ขาดพื้นฐานวรรณคดีที่	72
4.2. เกณฑ์การเลือกพื้นที่ และผู้ร่วมในการวิจัย	77
4.3 ช่วงระยะเวลาในการศึกษา	80
4.4 เครื่องมือสำหรับงานวิจัย	80
4.5 วิธีการลงพื้นที่เก็บข้อมูล	81
4.6 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล	83
4.7 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ	85
4.8 การนำเสนอข้อมูล	86
4.9 กรอบแนวคิดในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล	89
บทที่ 5 3A Attributes : คุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบ ใกล้ชิด ของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย	90
5.1 คุณลักษณะทั่วไปของทวิตเตอร์	90

5.2 3A Attributes : คุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบ	
ใกล้ชิดของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย	98
A ลำดับที่ 1 : การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง (A - Authorship).....	98
5.1.1 ชื่อบัญชีผู้ใช้ : กลุ่มของตัวอักษรแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์	99
5.1.2 ภาพหน้าปก : อีกหนึ่งตัวช่วยในการสร้างตัวตน.....	103
5.1.3 ภาพประจำตัว : ภาพตัวแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์	105
5.1.4 คำอธิบาย : ตัวช่วยในการแนะนำตัวตน	109
A ลำดับที่ 2 : เข้าถึงได้ง่าย (A - Approachable).....	111
A ลำดับที่ 3 : ความนิรนาม (A – Anonymity).....	118
5.3 บทสรุป 3A Attributes : คุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์	
แบบใกล้ชิด	122
บทที่ 6 “ดีคั๊บ” และ “4S model” : เนื้อหาและรูปแบบในการสร้างความสัมพันธ์แบบ	
ใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชาย.....	125
6.1 ประเด็นในการสนทนา : “ดีคั๊บ” “สติ๊กเกอร์” และ “ภาพเครื่องเพศ” เนื้อหาที่	
กลุ่มชายรักชายใช้ในการสื่อสาร	125
6.1.1. ประเด็นการสนทนาที่เริ่มต้นด้วยคำทักทายทั่วไป เช่น ดีคั๊บ และ สติ๊กเกอร์	
.....	125
6.1.2. ประเด็นการสนทนาที่เริ่มต้นด้วยคำทักทายที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศ	
อาทิ “รุก” “รับ” ร่วมกับการส่ง “ภาพเครื่องเพศ” ให้กันและกัน.....	135
6.1.3 บทสรุปเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด : ดีคั๊บ สติ๊กเกอร์	
และภาพเครื่องเพศ	141
6.2 4S model : รูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชาย	
ผู้ใช้ทวิตเตอร์	144

6.2.1. บทสรุปรูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ โดยใช้ 4S model.....	150
บทที่ 7 ทวิตเตอร์อัมสม : เมื่อทวิตเตอร์ (พยายาม) เป็นทุกอย่างให้เธอแล้ว.....	152
7.1. อภิปรายผลการศึกษา	152
7.1.1 อภิปรายผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะสำคัญของสื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด.....	152
7.1.2 อภิปรายผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 2 ศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการใช้สื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายเพื่อการเปิดเผยตัวตนเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด	163
7.2. คุณูปการของการศึกษาในครั้งนี้ที่มีต่อแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ.....	171
7.2.1 คุณูปการของการศึกษาที่ 1 เพื่อต่อยอดแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ของกลุ่มที่หลากหลาย : อำนาจของการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในทวิตเตอร์.....	173
7.2.2 คุณูปการของการศึกษาที่ 2 เพื่อต่อยอดแนวคิดความหลากหลายทางเพศ : ทวิตเตอร์เวทีแห่งความหลากหลาย ทั้งทางรสนิยมทางเพศ และการสร้างความสัมพันธ์	180
7.2.3 คุณูปการของการศึกษาที่ 3 เพื่อต่อยอดแนวคิดการสื่อสารศึกษา : ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในทวิตเตอร์ : การต่อยอดแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model)	188
7.2.4 คุณูปการของการศึกษาที่ 4 เพื่ออธิบายวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล : การปรับประยุกต์ใช้ในพื้นที่จริง และผู้ร่วมวิจัยที่มีความต้องการทางเพศที่หลากหลาย	192
7.3. ข้อเสนอแนะ	199

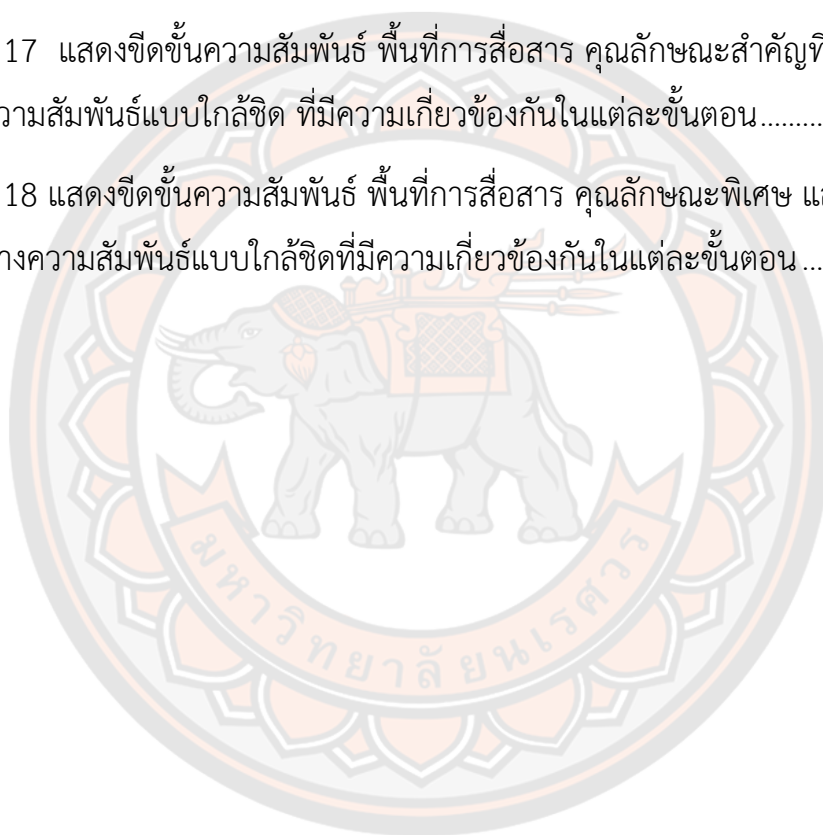
7.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้วต่อไปที่เกี่ยวข้องกับการนำแนวคิดทฤษฎี อื่น ๆ มาวิเคราะห์ปรากฏการณ์ชายรักชายในพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ 199	
7.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้วต่อไปผ่านพื้นที่ศึกษาที่เริ่มมีการ เปลี่ยนแปลงไป	200
7.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้วต่อไปที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความ หลากหลายทางรสนิยมทางเพศ.....	201
7.3.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้วต่อไปที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างรัฐ.....	202
7.4 ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้.....	204
7.4.1 โควิดนั้นฉันต้องรอด	204
7.4.2 “เงิน” และ “เวลา” เรื่องไม่ใหญ่ที่ยิ่งใหญ่	204
7.4.3. “เฮ้าดอร์” (outdoor) ที่ไม่ได้แปลว่ากลางแจ้งเท่านั้น.....	205
ภาคผนวก.....	206
บรรณานุกรม	209
ประวัติผู้วิจัย	234

สารบัญตาราง

หน้า

ตาราง 1 ตารางสรุปแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด	51
ตาราง 2 ตารางแสดงการสังเคราะห์ขีดขั้น สถานะ และคำอธิบายของขั้นตอนในการสร้าง ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model).....	53
ตาราง 3 แสดงข้อมูลอย่างสังเขปของผู้เข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งแสดงช่วงอายุ ระดับ การศึกษา ลักษณะทางกายภาพ และวันที่ผู้วิจัยขออนุญาตผู้เข้าร่วมวิจัยสัมภาษณ์ จำนวน 20 ท่าน.....	79
ตาราง 4 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อภาษาไทย	99
ตาราง 5 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อภาษาอังกฤษ.....	99
ตาราง 6 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อเพื่อบอกถึงรสนิยมทางเพศ.....	100
ตาราง 7 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อจากลักษณะทางกายภาพ	101
ตาราง 8 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อจากสถานศึกษา.....	101
ตาราง 9 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อจากอาชีพ.....	102
ตาราง 10 ตารางแสดงประวัติ (Bio) ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ : ประเภท คำหรือข้อความที่บอกรสนิยมทางเพศ.....	109
ตาราง 11 ตารางแสดงประวัติ (Bio) ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ : คำหรือ ข้อความที่บอกรสนิยมทางเพศ.....	110
ตาราง 12 ตารางแสดงประวัติ (Bio) ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ : คำหรือ ข้อความที่บอกรสนิยมทางเพศ.....	110
ตาราง 13 แสดงผลสรุปของขั้นตอน เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ใน ขั้นที่ 1 ขั้นก่อนส่งข้อความไปยังกล่องข้อความส่วนตัว	141

ตาราง 14 แสดงผลสรุปของขั้นตอน เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ใน ขั้นที่ 2 ขั้นเมื่อส่งข้อความไปยังกล่องข้อความส่วนตัว (DM)	142
ตาราง 15 แสดงผลสรุปของขั้นตอน เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ใน ขั้นที่ 3 ขั้นเมื่อนัดออกมาในพื้นที่ออฟไลน์.....	143
ตาราง 16 แสดงผลสรุปของขั้นตอน เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ใน ขั้นที่ 4 ขั้นหลังจากพบกันในพื้นที่ออฟไลน์.....	144
ตาราง 17 แสดงขีดขั้นความสัมพันธ์ พื้นที่การสื่อสาร คุณลักษณะสำคัญที่เอื้อต่อการ สร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ที่มีความเกี่ยวข้องกันในแต่ละขั้นตอน.....	153
ตาราง 18 แสดงขีดขั้นความสัมพันธ์ พื้นที่การสื่อสาร คุณลักษณะพิเศษ และการสื่อสาร เพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่มีความเกี่ยวข้องกันในแต่ละขั้นตอน	169



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 1 ภาพการแสดงผลของบัญชีผู้ใช้.....	10
ภาพ 2 แผนภาพการสื่อสารเพื่อความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดจากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย ..	54
ภาพ 3 ภาพแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	71
ภาพ 4 แผนภาพแสดงขั้นตอนและแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	89
ภาพ 5 แสดงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของการใช้สื่อทวิตเตอร์ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์กระแสหลักเช่นเฟซบุ๊กซึ่งใช้ประโยชน์แบบทั่วไป และสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เพื่อนัดหาคู่ หาเพื่อน หรือคู่นอน อย่างกรินเดอร์ซึ่งการใช้ประโยชน์แบบเฉพาะ	93
ภาพ 6 ภาพแสดงหน้าบัญชีผู้ใช้ภายในทวิตเตอร์	98
ภาพ 7 ลักษณะภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพปก : ภาพถ่ายกิจกรรม	104
ภาพ 8 ลักษณะภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพปก : ภาพถ่ายตนเอง	104
ภาพ 9 ลักษณะภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพปก : ภาพอื่น ๆ.....	105
ภาพ 10 ลักษณะภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพประจำตัว : ภาพถ่ายเรือนร่างและหรือภาพเปลือย	106
ภาพ 11 ลักษณะภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพประจำตัว ภาพถ่ายใบหน้าตนเอง.....	107
ภาพ 12 ลักษณะภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพประจำตัว : ภาพอื่น ๆ.....	108
ภาพ 13 ภาพตัวอย่างแสดงการเริ่มต้นบทสนทนาผ่านการทักทายทั่วไป.....	129
ภาพ 14 แสดงตัวอย่างสติ๊กเกอร์ หรือ อีโมจิพื้นฐานที่ปรากฏในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งนิยมใช้ในทวิตเตอร์.....	131
ภาพ 15 แสดงอีโมจิพื้นฐานที่ปรากฏในทวิตเตอร์ ซึ่งสามารถเลือกใช้ได้อย่างเสรี	132
ภาพ 16 แสดง GIF พื้นฐานที่ปรากฏในทวิตเตอร์	133

ภาพ 17 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยสติ๊กเกอร์ อีโมจิ Gif.....	134
ภาพ 18 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการบอกความต้องการทางเพศ รสนิยมทางเพศ ภาพถ่ายและการถามสถานที่พักอาศัย.....	136
ภาพ 19 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการบอกรสนิยมทางเพศ ภาพถ่ายและการถามสถานที่พักอาศัย 1	136
ภาพ 20 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการขอภาพถ่าย และถามสถานที่พักอาศัย 2	137
ภาพ 21 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการขอภาพถ่ายเครื่องเพศ	137
ภาพ 22 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการบอกรสนิยมทางเพศ	138
ภาพ 23 ภาพเพื่อนำเสนอตัวตนทั่วไป.....	140
ภาพ 24 ภาพเพื่อนำเสนอตัวตนเกี่ยวกับรสนิยมทางเพศ.....	140
ภาพ 25 แสดงรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ (4S model).....	145
ภาพ 26 แผนภาพแสดงรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดภายในทวิตเตอร์	150
ภาพ 27 แผนภาพการสื่อสารเพื่อความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดจากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย (GCDCTA model).....	166
ภาพ 28 แผนภาพแสดงรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดภายในทวิตเตอร์	168
ภาพ 29 แผนภาพแสดงคุณภาพของการศึกษา.....	172
ภาพ 30 แสดงคุณภาพของการศึกษาที่ 1 เพื่อต่อยอดแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ของกลุ่มที่หลากหลาย : อำนาจของการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในทวิตเตอร์.....	173
ภาพ 31 ภาพแสดงตัวอย่างสัญลักษณ์ที่กลุ่มชายรักชายใช้ในการสื่อสาร	177

ภาพ 32 ภาพแสดงคุณลักษณะของทวิตเตอร์ในฐานะพื้นที่แห่งความเท่าเทียม ทั้งใน ประเด็นความหลากหลายทางรสนิยมทางเพศ และการสร้างความสัมพันธ์	180
ภาพ 33 ตัวอย่างภาพกิจกรรมของผู้มีรสนิยมทางเพศแบบ BDSM ที่พัฒนาความสัมพันธ์ แบบปัจเจก สู่ความสัมพันธ์แบบกลุ่ม จากพื้นที่ออนไลน์ สู่พื้นที่ออฟไลน์	183
ภาพ 34 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มรสนิยม บุคคลที่มีผิวสีเข้ม	183
ภาพ 35 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มชอบมี กิจกรรมทางเพศในพื้นที่สาธารณะ	184
ภาพ 36 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มชอบการ ร่วมเพศประกอบการใช้สารเสพติด	184
ภาพ 37 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มที่มีกิจกรรม ทางเพศกับกลุ่มเกษตรกร	184
ภาพ 38 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มที่มีกิจกรรม ทางเพศกับกลุ่มคนงาน	185
ภาพ 39 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มที่มีกิจกรรม ทางเพศกับกลุ่มคนงานชาวต่างชาติ	185
ภาพ 40 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มที่มีกิจกรรม ทางเพศกลุ่มการเกิดอารมณ์เพศจากสิ่งเฉพาะ : ชุदनนักเรียน	185
ภาพ 41 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มชอบมี กิจกรรมทางเพศกลุ่มการเกิดอารมณ์เพศจากสิ่งเฉพาะ : ชุตแกร็บ (Grab)	186
ภาพ 42 ภาพแสดงคุณลักษณะของทวิตเตอร์ในฐานะพื้นที่ (ก่อน) ความสัมพันธ์แบบ ใกล้ชิดแบบดั้งเดิม	188
ภาพ 43 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกใน การให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลผ่านการสอบถามในช่อง DM	195

ภาพ 44 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลผ่านการใช้เวลาด้วยกันในคืนวันศุกร์ เช่น การซื้อของใช้ส่วนตัวด้วยกัน และส่งขึ้นรถแท็กซี่กลับบ้าน 196

ภาพ 45 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลเมื่อลงพื้นที่เฝ้าดอร์ด้วยกัน โดยที่ผู้เข้าร่วมวิจัยจะพาผู้วิจัยไปในพื้นที่เฝ้าดอร์ต่าง ๆ 196

ภาพ 46 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลเมื่อไปรับประทานอาหารว่างด้วยกัน รวมทั้งมีการปรึกษางานวิจัย หรือตรวจการบ้านให้กันและกัน 197

ภาพ 47 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลเมื่อผู้เข้าร่วมวิจัยอยู่ในโรงแรม พร้อมกับอุปกรณ์ sextoy อยู่ด้วย จึงพร้อมจะให้ข้อมูล 197

ภาพ 48 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลออนไลน์ด้วยการใช้โปรแกรม ZOOM พร้อม ๆ กันเพื่อข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง 198

บทที่ 1

ที่มาและความสำคัญ

ภายในบทนำนี้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 6 ส่วนด้วยกัน ได้แก่ **ส่วนแรก** ที่มาและความสำคัญของการศึกษางานวิจัยชิ้นนี้ โดยผู้วิจัยนำเสนอแนวโน้มการสื่อสารกับการเปิดเผยตัวตนต่าง ๆ ของกลุ่มเพศทางเลือกเช่นชายรักชายในสังคมโลกและสังคมไทย รวมถึงสะท้อนข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวกับกลุ่มชายรักชายในช่วงเวลาต่าง ๆ โดยสังเขป และเชื่อมโยงไปถึงพื้นที่สื่อทั้งที่เป็นสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เช่นสื่อสังคมออนไลน์ โดยในตอนท้ายได้มุ่งเน้นไปที่สื่อทวิตเตอร์ ซึ่งจากบททบทวนวรรณกรรมโดยภาพรวมยังขาดการศึกษาในมิติการสื่อสารกับการเปิดเผยตัวตนและการสร้างความสัมพันธ์ในสื่อศึกษาของไทย **ส่วนที่สอง** คือวัตถุประสงค์ของการวิจัยหลักทั้งสองข้อ **ส่วนที่สาม** นำเสนอภาพรวมของทวิตเตอร์ อันได้แก่ ความเป็นมา คุณลักษณะสำคัญ ตลอดจนภาวะการแสดงบนจอภาพ (mode) การใช้งานที่เกี่ยวข้องกับศึกษาครั้งนี้ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับผู้อ่าน **ส่วนที่สี่** ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัย **ส่วนที่ห้า** ข้อเสนอแนะเบื้องต้นที่คาดว่าจะได้รับการศึกษา และ **ส่วนที่หก** นิยามศัพท์ปฏิบัติการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ช่วงทศวรรษที่ผ่านมา บริบทสังคมโลกได้เปิดพื้นที่การสื่อสารสำหรับการเปิดเผยตัวตนของกลุ่มเพศทางเลือก ดังปรากฏอย่างเด่นชัดเมื่อปี พ.ศ. 2561 ในเวทีประกวดนางงามจักรวาล หรือมิสยูนิเวิร์ส (Miss Universe) 2018 ที่เป็นครั้งแรกของการเปิดโอกาสให้เพศทางเลือกที่เป็นคนข้ามเพศ (transgender) เช่น Angela Ponce มิสยูนิเวิร์สจากประเทศสเปนเข้าแข่งขันในเวทีการประกวดดังกล่าว ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า สถาบันทางสังคม (social institution) ผ่านธุรกิจการจัดการประกวดในระดับนานาชาติ ได้เปิดพื้นที่และเริ่มให้การยอมรับกลุ่มเพศทางเลือกอย่างเป็นทางการ อันเป็นนิมิตหมายที่ดีต่อกลุ่มเพศทางเลือก เช่น ชายรักชาย รวมถึงเพศทางเลือกอื่น ๆ ที่ได้รับการทลายกำแพงแห่งการไม่ยอมรับลงอย่างมีนัยยะสำคัญ แม้ในบางประเทศ หรือบางกลุ่มในสังคมโลกจะยังคงไม่ให้การยอมรับก็ตาม อย่างไรก็ตาม จากปรากฏการณ์ข้างต้นเป็นสัญญาณที่ดีของกลุ่มเพศทางเลือกในระดับสากลที่จะได้เปิดเผยตัวตนและสื่อสารความเป็นตัวเองได้อย่างมีเสรีภาพควบคู่กับการยอมรับจากสังคมมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา

ในบริบทสังคมไทย สถานภาพของกลุ่มชายรักชายมีพัฒนาการอย่างเป็นลำดับ ในอดีตช่วงปี พ.ศ. 2520 กลุ่มชายรักชายยังไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมดังเช่นปัจจุบัน ภาพสะท้อนจากการศึกษาวิจัยโดยมากในช่วงเวลาดังกล่าวนี้นี้ ให้ความสำคัญเป็นอื่น (otherness) กับกลุ่มชายรักชายมองว่าเป็น ‘ปัญหา’ และจำเป็นต้องได้รับการ ‘บำบัด’ กลุ่มสาขาที่มีการศึกษาประเด็นชายรักชายใน

ช่วงเวลาดังกล่าวโดยมากเป็นกลุ่มสาขาด้านการแพทย์และการสาธารณสุข ในขณะที่การศึกษาในช่วงปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมาพบว่า สังคมไทยให้การยอมรับกลุ่มชายรักชายมากขึ้น ทว่าภาพของปัญหาและต้องบำบัดยังคงประทับตราไม่จางหายไป จากประเด็นของการทำให้เป็นอื่นจึงส่งผลให้กลุ่มชายรักชายไม่สามารถเปิดเผยตัวตนหรือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันได้ในพื้นที่สาธารณะ อีกทั้งการศึกษาในประเด็นชายรักชายในช่วงหลังนี้จะมีมิติอื่นที่เพิ่มขึ้นมานอกเหนือจากด้านการแพทย์และการสาธารณสุข ได้แก่ มิติด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และประวัติศาสตร์ ในบริบทวัฒนธรรมไทยเพื่อสร้างความเข้าใจและเปิดพื้นที่การยอมรับให้เพิ่มมากขึ้น (วันดี สันติวุฒิมณี, 2560) แม้ว่าในทางปฏิบัติแล้ว กลุ่มชายรักชายก็ยังไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมเช่นเดิม หรือหากเกิดการยอมรับไม่ว่าจะระดับปัจเจกหรือระดับกลุ่มก็มักจะเป็นการยอมรับแบบมีเงื่อนไข (Karoornporn Chetpayark, 2018) กล่าวคือหากเป็นนักเรียนนักศึกษาก็ต้องมีผลการเรียนระดับดีเด่น หรือหากอยู่ในวัยอื่น ๆ ก็ต้องปฏิบัติตัวเป็นคนดีของสังคม ซึ่งค่านิยมความเป็นคนดีหรือปฏิบัติดีนั้นจะเป็นไปตามค่านิยมของชุมชนหรือสังคมในขณะนั้น เป็นต้น

การสื่อสารของกลุ่มเพศทางเลือก เช่น ‘ชายรักชาย’ ในสังคมไทยมักพบ ได้รับการนำเสนอในสถาบันทางสังคมเช่นสถาบันสื่อมวลชนในพื้นที่สื่อต่าง ๆ อย่างกว้างขวางและเป็นไปในเชิงบวกมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ในพื้นที่สื่อแบบดั้งเดิม ภายหลังจากปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมามีการนำเสนอภาพตัวแทนของชายรักชายในลักษณะของ ‘ความเสมอภาค’ และ ‘สิทธิมนุษยชน’ ผ่านทางสื่อภาพยนตร์ที่มีการนำเสนอเรื่องราวของชายรักชาย ซึ่งแตกต่างจากช่วงก่อนหน้าปี พ.ศ. 2540 ที่การนำเสนอจะเป็นภาพเหมารวม (stereotype) ของกลุ่มชายรักชายว่าเป็น ‘สิ่งแปลกปลอม’ หรือ ‘น่าเกลียดน่ากลัว’ (บุรินทร์ นาคสิงห์, 2555) อาจเรียกสภาวะนี้ว่าเป็นสภาวะแห่งความเกลียดกลัวคนรักเพศเดียวกัน (homophobic state) ก็ว่าได้ สำหรับในพื้นที่สื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัล ซึ่งนับเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ตามที่มีประกาศความเป็นทวิติจิทัลจากทางสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ หรือ กสทช. พบว่ามีการรुकืบของกลุ่มชายรักชายบนพื้นที่รายการโทรทัศน์ กลุ่มละครชุด (ซีรีส์) ที่พบว่าในช่วงหลังจากปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมามักจะพบซีรีส์ชายรักชายจำนวนมาก¹ โดยทั้งหมดสะท้อนประเด็นของชายรักชายในสื่อปัจจุบัน รวมทั้งเป็น

¹ อาทิ เรื่อง Lovesick the Series [พ.ศ. 2557] เรื่อง Gay OK Bangkok [ภาค 1 พ.ศ.: 2559, ภาค 2 พ.ศ.: 2560] เรื่อง Sotus The Series พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง [พ.ศ. 2559] เรื่อง Together With Me ออกหักมารักกับผม [พ.ศ. 2560] เรื่อง What the Duck รักแลนด์ดิ้ง [พ.ศ. 2561] เรื่อง ทฤษฎีจีบเธอ (Theory of Love) [พ.ศ. 2562] เรื่อง จูบสุดท้ายเพื่อนายคนเดียว (Dark Blue Kiss) [พ.ศ. 2562] เรื่อง เพราะรักใช่เปล่า (Why R U The Series) [พ.ศ. 2563] เรื่อง เพราะเราคู่กัน together The Series [พ.ศ. 2563] เรื่อง My Engineer มีชื่อป มีเกียรติ มีเมียร้อยวะ [พ.ศ. 2563] เรื่อง เกลียดนักมาเป็นที่รักกันซะดี ๆ (TharnType The Series) [พ.ศ. 2563] เป็นต้น (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2019, 2562b)

เหตุให้เกิด “วัฒนธรรมสาววาย” และ “วัฒนธรรมคู่จิ้น” (Baudinette, 2019b; นัทธนัย ประสานนาม, 2562; เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2562b) ที่ส่งผลต่อการติดตาม สื่อสาร รวมกลุ่มของผู้นิยมละครชุดที่เกี่ยวข้องกับชายรักชาย (Baudinette, 2019b)

ไม่เพียงแค่นั้นสื่อดั้งเดิมเท่านั้น ยังพบว่าสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) เอง ก็ได้รับการตอบรับด้วยดีจากกลุ่มเพศทางเลือก เช่น ชายรักชายเช่นกัน ดังที่ปรากฏพบการเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างหลากหลาย อาทิ เอ็มเอสเอ็น (MSN) ไฮไฟว์ (Hi5) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ไลน์ (LINE) แคมฟร็อก (Camfrog) หรือในแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเพื่อตอบสนองสำหรับกลุ่มชายรักชายโดยเฉพาะ เช่น กรินเดอร์ (Grindr) แจ็คดี (Jack'd) ฮอร์เน็ต (Hornet) เกย์สปาย (Guyspy) บอยอะฮอย (Boyahoy) โกรว์ล (Growlr) บลูดี (Blued) เป็นต้น (GENONLINE.CO, 2561) ตัวอย่างการศึกษาที่น่าสนใจ เช่น รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ (2551) ทำการศึกษาปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มชายรักชาย บนพื้นที่โปรแกรมแบบสนทนาแบบวิดีโอแคมฟร็อก โดยบ่งชี้ว่า พื้นที่สื่อแคมฟร็อกเป็นพื้นที่ที่กลุ่มชายรักชายได้แสดงออกถึงตัวตนทางเพศ (sexual agency) ได้อย่างเสรี

เนติ สุนทราราววิทย์ (2553) ศึกษาเกย์ที่ใช้พื้นที่สื่อออนไลน์ เช่น โปรแกรมสนทนาออนไลน์เอ็มเอสเอ็น และโปรแกรมแบบสนทนาแบบวิดีโอแคมฟร็อก เพื่อค้นหาเกย์ด้วยกัน โดยนำเสนอุมมองว่า การสื่อสารในพื้นที่ดังกล่าวนี้ถือเป็นการก้าวข้ามผ่านข้อจำกัดในมิติของเวลาและพื้นที่ (time and space) และ ภัทรเวช พุ่มเฟื่อง (2557) ศึกษาผู้ใช้แอปพลิเคชันกรินเดอร์ (Grindr) ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย พบว่า แอปพลิเคชันกรินเดอร์เป็นสื่อที่มีลักษณะ ‘ระหว่าง’ (in-between) สื่อสาธารณะกับสื่อปัจเจก คือตัวของแอปพลิเคชันกรินเดอร์นั้นเป็นสื่อสาธารณะ ทว่าผู้ใช้ไม่สามารถใช้สื่อดังกล่าวในที่สาธารณะได้ต้องใช้ในพื้นที่ที่เป็นส่วนตัวเพื่อหลีกเลี่ยงการจับจ้องจากสังคม นอกจากนี้แล้วภัทรเวชยังได้บ่งชี้ให้เห็นกระบวนการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาความสัมพันธ์ที่น่าสนใจจากกลุ่มผู้ใช้ชายรักชายคือ เริ่มจากการสื่อสารผ่านสื่อกลาง (mediated communication) เช่น แอปพลิเคชันกรินเดอร์ในพื้นที่ส่วนตัว จากนั้นพัฒนาไปพบกันในโลกกายภาพ (face-to-face communication) และสร้างความสัมพันธ์ อีกทั้งการสื่อสารในรูปแบบนี้ส่งผลต่อการสร้างความมั่นใจในการสื่อสารระหว่างกัน อีกทั้งยังเป็นช่วยในการคัดเลือก คัดกรอง บุคคลที่ตรงตามความต้องการ เช่น อุปนิสัย รสนิยม และลักษณะทางกายภาพได้อีกด้วย (รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ, 2012)

นอกเหนือจากสื่อออนไลน์ตามที่ได้นำเสนอไปในข้างต้นแล้วนั้น ‘ทวิตเตอร์’ (Twitter) ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์อีกแพลตฟอร์มหนึ่งที่ได้รับการยอมรับในฐานะสื่อกลางทางการสื่อสารยอดนิยมของสังคมไทย จากข้อมูลการสัมภาษณ์ วรริศา ทรเพชร ผู้อำนวยการ change.org ประจำประเทศไทย โดยปิยฉินวิสัประเทศไทยระบุว่า การใช้งานทวิตเตอร์ของคนไทยมีสถิติสูงขึ้นอย่างมาก

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ.2560 เป็นต้นมามีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 30 เป็นอัตราการเติบโตที่สูงที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (BBC news Thai, 2562) โดยที่ รองศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ ก้องกีรติ อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าวไว้ในบทสัมภาษณ์ของ บีบีซีนิวส์ประเทศไทยว่า ประเทศไทยวิตเตอร์ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีเสรีภาพมากที่สุด โดยประจักษ์ ได้ให้นิยามวิตเตอร์ผ่านการอุปมาว่า “วิตเตอร์คือผนังห้องน้ำในศตวรรษที่ 21” (BBC news Thai, 2562) คนนับล้านสามารถเข้าถึงข้อความที่เขียนบนฝาผนังดิจิทัลนี้ได้ และไม่เพียงเฉพาะในกลุ่มเพศสภาพต่าง ๆ เท่านั้นที่สามารถเข้าถึงสื่อวิตเตอร์ได้อย่างกว้างขวาง ทว่าในกลุ่มเพศทางเลือก เช่น กลุ่มชายรักชายได้เข้ามาใช้พื้นที่ที่สื่อนี้พบปะและสร้างความสัมพันธ์กันอย่างมากมาย แม้สื่อวิตเตอร์เองจะไม่ได้เริ่มต้นออกแบบมาเพื่อเป็นชุมชน แต่ในปัจจุบันคงไม่เกินจริงหากจะกล่าวว่า วิตเตอร์มีสถานะเป็นพื้นที่สื่อแห่ง ‘ชุมชน’ (Community) ที่เปิดรับสำหรับกลุ่มชายรักชายต่อกิจกรรมการสื่อสารอันหลากหลาย (BBC news Thai, 2562)

ข่าวสารและปรากฏการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนผลสำรวจของกรุงเทพมหานคร (ข่าวสด, 2561; เทียงวันทันเหตุการณ์, 2561) สะท้อนข้อมูลปรากฏการณ์ของวิตเตอร์ในฐานะตัวกลางทางการสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งในประเด็นทั่วไป รวมทั้งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ ‘เพศ’ ของกลุ่มชายรักชาย ด้วยเช่นกัน ซึ่งนิยมเรียกในกลุ่มชายรักชายว่า ‘นัดยิม’ เกิดขึ้นในกลุ่มชุมชนชายรักชายที่ใช้วิตเตอร์ ปรากฏการณ์นัดยิมในที่นี้หมายถึง การนัดแนะกันเพื่อไปมีกิจกรรมหรือความสัมพันธ์ทางเพศ นอกจากนี้แล้วมีข้อมูลบ่งชี้ว่า มีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศส่วนหนึ่งนอกจากเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวแล้ว ยังเดินทางมาเพื่อนัดยิมโดยเฉพาะโดยผ่านการนัดหมายด้วยวิตเตอร์ (เบญจรงค์ ธิระพลิกะ, 2562a) ปรากฏการณ์ดังกล่าวนี้ทำให้เห็นว่าวิตเตอร์เป็นสื่อที่สร้างชุมชนทางเพศ (online sexual community) เป็นพื้นที่ที่มีการเปิดเผยตัวตน (self-disclosure) ในระดับต่าง ๆ โดยวิตเตอร์ได้สะท้อนคุณลักษณะของชุมชนออนไลน์ ตามที่ Castells กล่าวไว้ว่า ชุมชนออนไลน์นั้นส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมแห่งอิสรภาพ (Castells, 2004) ที่เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มคน โดยมีเจตจำนงหรือความสนใจบางอย่างร่วมกัน และมีปฏิสัมพันธ์กัน (กัจจกร หลุยยะพงศ์, 2560) เกิดเป็นการสร้างชุมชน ผู้ใช้งานที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมในบทสนทนาในหัวข้อต่าง ๆ ได้แบบเรียลไทม์ (real time) สื่อสารกับบุคคลที่มีความสนใจเรื่องเดียวกัน โดยไม่จำเป็นต้องติดตามบัญชีของกันและกัน แต่สามารถกระทำได้ผ่านการใช้โหมดที่เรียกว่า ‘แฮชแท็ก’ ที่จะนำพาผู้ใช้ไปสู่วาทสนทนากับบัญชีอื่น ๆ ได้ (positioningmag, 2019) นอกจากนี้แล้ว วิตเตอร์เองจัดว่าเป็นพื้นที่แห่ง “จินตนาการ” ที่สามารถจะสร้างตัวตนให้เป็นไปตามที่ผู้ใช้ปรารถนา ตลอดจนเป็นพื้นที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันในระดับต่าง ๆ จนในที่สุดสามารถสร้างความรู้สึกลึกซึ้ง (Baudinette, 2019a) ให้เกิดขึ้นได้

ด้วยคุณสมบัติที่กล่าวในข้างต้น สื่อวิตเตอร์จึงกลายเป็นชุมชนออนไลน์ที่ใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์กันระหว่างกลุ่มชายรักชายด้วยกัน โดยผู้ใช้งาน (users) ในกลุ่มดังกล่าวนี้สามารถสร้าง

เนื้อหาและประเด็นที่สนใจได้ด้วยตนเอง รวมทั้งสามารถหลีกเลี่ยงหรืบรรทัดฐานแบบรักต่างเพศของสังคม ส่งผลกระทบต่อกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ ดังเช่นคำกล่าวของครูดรีม วชิรวัฒน์ กาดเจริญ ครูข้ามเพศ ที่ปรากฏบนสื่อวิดีโอที่ได้รับการเผยแพร่ในโครงการ Young Content Creator หัวข้อโอบกอดความต่าง ที่จัดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างสถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส และ UNDP ที่กล่าวไว้ว่า “สังคมในตอนนี้ค่อนข้างจะเปิดกว้างมากขึ้นแล้วในเรื่องของเพศที่สาม ไม่ว่าจะเป็น LGBT ทั้งหมดเลย **แต่...คำว่าเปิดกว้างในที่นี้...ยังไม่ค่อยเปิดใจ**” (ThaiPBS, 2562) ด้วยเหตุนี้สื่อทวิตเตอร์ ซึ่งมีความเป็นนิรนามสูง จึงเป็นพื้นที่สร้างและเสริมให้เกิดการพัฒนาความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (Intimate relationship) กับชุมชนชายรักชายด้วยกันนั่นเอง

การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์นั้น จำต้องใช้เวลานาน อีกทั้งมีขั้นตอน กระบวนการที่ซับซ้อน ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าทิศทางของการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดของคู่สนทนาล้วนแล้วแต่จะต้องก้าวออกจากพื้นที่หน้าจอเพื่อมาเจอกันในพื้นที่เชิงกายภาพทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น ดารินทร์ สวัสดิ์เสวี (2545) ที่กล่าวว่าพื้นที่ออนไลน์เป็นพื้นที่แห่งการสร้างตัวตนตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งอาจไม่ได้เป็นความจริงทั้งหมด รวมทั้ง สิตลา ชาญวิเศษ (2559) กล่าวเพิ่มเติมว่าในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันนั้นจำเป็นที่จะต้องใช้ระยะเวลาและมีขั้นตอนจำนวนมากกว่าที่บุคคลจะรู้จักหรือสนิทสนมกัน สอดคล้องกับโกสินทร์ รัตนคร (2552) ที่กล่าวว่าพื้นที่ออนไลน์สามารถสร้างความไว้วางใจได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อย่างไรก็ตาม ยังคงจำเป็นที่จะต้องออกมาเจอในพื้นที่ออฟไลน์เพื่อสานสัมพันธ์และสร้างความไว้วางใจเพิ่มเติมระหว่างกัน

นอกจากนี้ ในประเด็นชายรักชายนั้น พบว่ามีการศึกษาหลากหลาย เช่น การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อ (กิงรัก อิงควิต, 2542; พิมพ์วิภา มิงามดี และคณะ, 2020) การต่อสู้อंतर ซึ่งผู้วิจัยจะใช้คำว่า “การคัดง้าง” ของกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศกับโครงสร้างหรือระบบต่าง ๆ (Kevin Laddapong, 2019; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2563a; ภัทรเวช พุ่งเฟื่อง, 2557) ผ่านแพลตฟอร์มอย่างแอปพลิเคชันกรีนเดอร์ และแอปพลิเคชันโกรว์ ทว่ายังไม่ปรากฏพบการศึกษาในสื่อทวิตเตอร์ ทั้งในประเด็นพฤติกรรมการใช้สื่อ ขั้นตอน รูปแบบ หรือแม้กระทั่งเนื้อหาในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นช่องว่างของงานวิจัยด้านสื่อสารศึกษาในส่วนของสื่อออนไลน์อย่างทวิตเตอร์ในประเทศไทย

จากข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นแง่มุมที่น่าสนใจในการศึกษาการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายบนพื้นที่สื่อใหม่เช่นทวิตเตอร์ ภายใต้หัวข้อการวิจัยชื่อ “การเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายบนพื้นที่ทวิตเตอร์” โดยมีคำถามหลักว่า เหตุใดทวิตเตอร์จึงกลายเป็นสื่อที่เลือกใช้สำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชาย? และเนื้อหาตลอดจนรูปแบบในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายบนพื้นที่สื่อทวิตเตอร์นั้นเป็นอย่างไร? ทั้งนี้ ผู้วิจัยอาศัยจุดยืนทางแนวคิดทฤษฎีสำหรับ

การศึกษา โดยอยู่ระหว่างฝั่งแนวคิดการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic interaction) ที่สนใจ ศึกษาการสื่อสารของบุคคลในระดับจุลภาคผ่านการตกลงร่วมกันใส่รหัสถอดรหัสสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อปฏิสัมพันธ์กันในชีวิตประจำวัน ซึ่งเน้นการทำความเข้าใจจาก “ภายใน” ของผู้กระทำการว่าทำ ไปเพื่ออะไร และฝั่งแนวคิดวัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies) ที่พยายามศึกษาอำนาจของผู้กระทำ การสื่อสารที่จำเป็นต้องอาศัยเงื่อนไขประกอบในการสื่อสาร ในกรณีนี้เรื่องเพศหรือกิจกรรมการเพศ นั้นมักถูกอำนาจกำกับเบื้องหลังเพื่อไม่ให้พูดถึงเรื่องเพศ (ชายรักชาย) ในพื้นที่สาธารณะได้ รวมทั้งมุ่ง อธิบายวัฒนธรรมของชนกลุ่มหนึ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันผ่านสื่อออนไลน์เช่นทวิตเตอร์ที่เปิดกว้าง ให้ระดับมวลชนสามารถเข้าถึงได้ เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ การผลิตหรือผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ของชายรักชายที่ใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ทั้งการรับรู้ การตีความ ตลอดจนสร้างความหมาย

จากคำถามหลักที่เกิดขึ้นของการศึกษาดังที่นำเสนอข้างต้น ตลอดจนจุดยืนทางการศึกษาที่ กล่าวไปก่อนหน้านี้ การศึกษาชิ้นนี้จึงกำหนดวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัยไว้จำนวน 2 ประการด้วยกัน ดังปรากฏในหัวข้อถัดไป

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะสำคัญของสื่อ (media attributes) ทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็น ชายรักชายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (intimacy relationship)
2. เพื่อศึกษาเนื้อหาและรูปแบบ (content and pattern) การใช้สื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อ ที่เป็นชายรักชายเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (intimacy relationship)

1.3 ภาพรวมของทวิตเตอร์

ทวิตเตอร์ (Twitter) เป็นบริการเครือข่ายสังคมออนไลน์จำพวกไมโครบล็อก โดยผู้ใช้สามารถ ส่งข้อความว่าตนเองกำลังทำอะไรอยู่ โดยเรียกการส่งข้อความนี้ว่า ทวิต (Tweet) ซึ่งแปลว่า เสียงนก ร้อง (ธัชชัย วงศ์กิจรุ่งเรือง, 2552) ยุคเริ่มต้นของทวิตเตอร์คือช่วง ค.ศ. 2006 โดยแรกเริ่มให้บริการ เพียงการส่งข้อความสั้น ๆ ทวิตเตอร์เกิดขึ้นจากผู้ร่วมก่อตั้ง 4 คน คือ Jack Dorsey Noah Glass Biz Stone และ Evan Williams ในการประชุมของบริษัทพอดแคสติง โดย Jack Dorsey ซึ่ง ขณะนั้นยังคงเป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยนิวยอร์ก ได้เสนอความคิดเรื่องการส่งข้อความสั้น (SMS) พุดคุยและสนทนากันภายในบริษัท Odeo ซึ่งเป็นบริษัทที่ทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีพอดแคสต์ (podcast)

ในครั้งแรกทวิตเตอร์ใช้ชื่อโปรแกรมว่า “twtr” โดย Evan Williams แนะนำให้ Noah Glass ใช้ โดยชื่อนี้มีที่มาจากฟลิคเกอร์ “Flickr” เป็นโปรแกรมการสนทนาที่ได้รับความนิยมใน

ขณะนั้นมักใช้อักษร 5 ตัวเรียงกันในการตั้งชื่อโปรแกรมต่าง ๆ ทั้งนี้การทำงานของโครงการได้เริ่มต้นขึ้นในวันที่ 21 มีนาคม ค.ศ. 2006 เมื่อ Jack Dorsey ทวิตครั้งแรกด้วยคำว่า “just setting up my twttr” (Sano, 2009) หลังจากเปิดตัวในรุ่น (version) เต็มสู่สาธารณชนในวันที่ 15 กรกฎาคม ค.ศ. 2006 จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2009 ทวิตเตอร์ได้รับความนิยมอย่างมากส่งผลให้นิตยสารไทม์ ฉบับวันที่ 15 มิ.ย. ค.ศ. 2009 ได้นำเอาทวิตเตอร์ไปเผยแพร่บนปกนิตยสาร เป็นเรื่องเด่นประจำฉบับ และบทบรรณาธิการซึ่งกล่าวถึงว่าในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงการนำเสนอข่าวแบบใหม่อันมีที่มาจากเทคโนโลยีสารสนเทศของทวิตเตอร์ (รติกร สูงสมสกุล และ ญัฐชา วัฒนประภา, 2562)

ต่อมา ทวิตเตอร์ได้ขยายความร่วมมือสำหรับบริการต่าง ๆ เช่น สตรีมวิดีโอในงานรวมถึง Bloomberg, BuzzFeed, Cheddar อีกทั้ง IMG Fashion ครอบคลุมกิจกรรมแฟชั่น และ Live Nation Entertainment จัดกิจกรรมคอนเสิร์ต, เมเจอร์ลีกเบสบอล สตรีมเกมออนไลน์รายสัปดาห์, รวมถึงรายการประจำสัปดาห์พร้อมการแสดงสดและการรายงานข่าวที่ได้รับความนิยม, MTV และ BET สำหรับ MTV Video Music Awards, MTV Movie & TV Awards และ The PGA Tour การรายงานข่าวรอบการแข่งขันรอบแรกก่อนรายการโทรทัศน์ สนามกีฬาออนไลน์ เครือข่ายกีฬาดิจิทัลรูปแบบใหม่ถูกสร้างขึ้น The Silver Chalice และ Sinclair Broadcast Group (Diana Marszalek, 2018) เป็นต้น และได้รับการพัฒนาทั้งรูปแบบและเนื้อหาของการใช้งานมาเป็นลำดับ (Spangler, 2017)

การวิเคราะห์ของ Pear Analytics ต้องการศึกษานโยบายของผู้ใช้ทวิตเตอร์ว่ามีวัตถุประสงค์อย่างไร (R. Kelly, 2009) จากการศึกษาพบว่า ร้อยละ 40.1 เป็นการพูดและบ่นเรื่องไร้สาระ ร้อยละ 37.6 เพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล การนำเสนอตัวตนถึงร้อยละ 5.9 เป็นต้น (Holton, Baek, Coddington, & Yaschur, 2014) จากการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าทวิตเตอร์นั้นเป็นพื้นที่การสื่อสารที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อผู้ใช้งานสามารถใช้ได้ตามอัธยาศัยและความต้องการสะท้อนให้เห็นตัวตนของผู้สื่อสารจากผลการวิจัย โดยไม่จำเป็นต้องกังวลว่าสิ่งที่นำเสนอออกมานั้นจะได้รับการมองหรือประเมินจากภายนอกอย่างไร

ปัจจุบันทวิตเตอร์อนุญาตให้ผู้ใช้สามารถโพสต์ข้อความไม่เกิน 280 อักษรหรือที่เรียกว่าการทวิต รวมทั้งสามารถทวิตวิดีโอความยาว 2 นาทีอีกด้วย หากอธิบายภาพรวมของทวิตเตอร์นั้นคือ การรวมเอาองค์ประกอบของเครือข่ายสังคมออนไลน์ และบล็อกเข้าไว้ด้วยกัน ผู้ใช้สามารถติดตามสมาชิกบางคนทีพวกเขาสนใจโดยไม่จำเป็นต้องส่งคำขอร่วมเป็นเพื่อนเหมือนในกรณีของเฟซบุ๊ก ซึ่งในกรณีนี้พวกเขาจะได้รับการแจ้งเตือนหากสมาชิกที่สนใจทวิตข้อความใหม่ นอกจากนี้สมาชิกยังสามารถใช้การรีทวิตเพื่อโต้ตอบโดยตรงกับสมาชิกผ่านการทวิต @ (ชื่อบัญชี) รวมทั้งการใช้แฮชแท็ก (Hashtag) เพื่อสร้างการโต้ตอบแบบสองทิศทางระหว่างผู้ใช้และข้อมูลในทวิตเตอร์โดยแฮชแท็กนั้นมักเป็นวลีสั้น

ๆ ที่อาจประกอบด้วยคำเดียวตัวเลขตัวย่อหรือการรวมกันของคำเหล่านี้ ตามทวีเตอร์แฮชแท็กประกอบด้วยสัญลักษณ์ “#” ตามด้วยคำหลักหรือวลีโดยไม่ต้องเว้นวรรค

จุดเริ่มต้นของการใช้เครื่องหมายแฮชแท็กในสื่อสังคมออนไลน์ เริ่มต้นตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 2000 ซึ่งปรากฏใน IRC (internet relay chat) ซึ่งเป็นรูปแบบในการพูดคุยแบบกลุ่มบนอินเทอร์เน็ตเพื่อใช้เป็นป้ายบอกชื่อกลุ่มและหัวข้อต่าง ๆ ต่อมาวันที่ 23 สิงหาคม 2007 Chris Messina ผู้เชี่ยวชาญเรื่องเทคโนโลยีของสังคมออนไลน์ในขณะนั้น ได้ทวีตด้วยการติดแฮชแท็กลงในทวีเตอร์เป็นคนแรก

“ how do you feel about using # (pound) for groups. As in
#barcamp [msg]?”

— Chris Messina (@chrismessina) August 23, 2007 (Workpoint News, 2020)

ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ทวีเตอร์จึงนำแฮชแท็กมาใช้เป็นคุณสมบัติอย่างเป็นทางการ เพื่อทำการจัดกลุ่มทวีตที่มีความเหมือนกันหรือคล้ายกัน ให้มาอยู่ในที่เดียวกัน ด้วยความสามารถพิเศษของแฮชแท็ก ในการรวบรวมความสนใจ ความคิด ความเชื่อของผู้คนที่มีความหลากหลาย ทั้งในด้านสังคม การเมือง วัฒนธรรม หรือแม้กระทั่งปฏิบัติการบรรเทาทุกข์ ทั้งจากเหตุภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือแม้แต่ความขัดแย้งทางการเมือง แฮชแท็กจึงนับว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้าง “ชุมชน” หรือ “การรวมตัวแบบเฉพาะกิจ” และการตอบสนองอย่างรวดเร็วต่อเหตุการณ์และประเด็นที่ผู้คนกำลังให้ความสนใจอย่างมีประสิทธิภาพ

ด้านหนึ่งแฮชแท็กเป็นการจัดกลุ่มข้อมูล ทำให้ผู้ใช้สามารถติดตามและรับข่าวสาร รวมทั้งความคิดเห็นของชุมชน และการอัปเดตสถานะ ดังนั้นการใช้แฮชแท็กจึงกลายเป็นข้อตกลงร่วมกัน ที่ผู้ใช้เข้าใจและข้อมูลแฮชแท็กกลายเป็นวิธียอดนิยมในการทำให้ทราบว่าเกิดเหตุการณ์อะไรขึ้นหรือสามารถเชื่อมต่อกับหัวข้อที่สนใจได้งานขึ้นอีกด้วย รวมทั้งยังมีกล่องข้อความส่วนตัว หรือ ดีเอ็ม (DM - direct message) ที่ผู้ใช้สามารถติดต่อสื่อสารกันได้ เมื่อประเด็นใดที่ต้องการสื่อสารแบบตัวต่อตัว ซึ่งทำหน้าที่คล้ายกับแอปพลิเคชันไลน์ และข้อความส่วนตัวในเฟซบุ๊ก โดยในปัจจุบันสามารถเข้าถึงทวีเตอร์ได้สองช่องทางช่องทางด้วยกัน ทั้งผ่านแอปพลิเคชันทวีเตอร์ของทวีเตอร์ที่สามารถติดตั้งได้ทั้งระบบปฏิบัติการ iOS และ Android รวมทั้งสามารถเข้าใช้ผ่านเว็บไซต์ของทวีเตอร์โดยตรง

กระบวนการสื่อสารผ่านทวีเตอร์มีทั้งจุดเด่นและเป็นโอกาสที่จะทำความรู้จักเพื่อนใหม่ เพราะนอกจากเหตุผลข้างต้นที่ได้กล่าวมาแล้วทวีเตอร์ยังคัดสรรสมาชิกที่อยู่บริเวณใกล้เคียงกันให้มาทำความรู้จักกัน จุดนี้เป็นจุดสำคัญที่ทำให้กลุ่มเฉพาะต่าง ๆ เช่น กลุ่มเพศทางเลือกเช่นกลุ่มชายรักชายใช้ในการค้นหาความสัมพันธ์กับชายรักชายอื่น คือ “การติดแฮชแท็ก” ซึ่งเสมือนเป็น ‘ประมุขิตี’ ในจักรวาลคู่ขนานที่มีทับซ้อนอยู่ในทวีเตอร์ทั่วไป เพราะทุกบัญชีในทวีเตอร์เป็นสาธารณะที่สมาชิก

คนอื่น ๆ สามารถสืบค้นได้ จากการถูกจำกัดด้วยตัวอักษรส่งผลให้กลุ่มชายรักชายใช้สัญญาณในการสื่อสาร เช่น การใช้ตัวย่อ เช่น ‘ยสตน’ ‘เค’ ‘เคเต็ก’ ‘ฟิว’ ‘ลอยหรือบิน’ ‘ไฮ’ หรืออาจเป็นประโยคสั้น ๆ เช่น “เอสพลานาด รัชดา ปีหนึ่ง หุ่นดีหน้าดี ตอนนี้” ต้องการสื่อสารว่า “ผู้ส่งสารปัจจุบันอยู่บริเวณเอสพลานาด รัชดา ประกอบอาชีพนักศึกษา ชั้นปีที่ 1 มีลักษณะทางกายภาพที่ดี และหน้าตาดี ต้องการพบกับชายรักชายอื่นเพื่อพบปะสร้างความสัมพันธ์ และอาจหมายรวมถึงการมีกิจกรรมทางเพศในขณะนี้ สามารถติดต่อผ่านข้อความส่วนตัวเพื่อตกลงนัดพบกันได้” เป็นต้น

เนื่องจากทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่งของผู้ประสงค์จะใช้ต้องดำเนินการสมัครเข้าเป็นสมาชิกแล้วจำเป็นต้องระบุรายละเอียดต่าง ๆ ซึ่งทั้งหมดนั้นสามารถสร้างขึ้นได้ตามต้องการ และข้อมูลทั้งหมดนั้นจะได้รับอนุญาตโดยผู้ใช้นั้นว่าต้องการที่จะเผยแพร่ให้เป็นสาธารณะหรือไม่ การแสดงหน้าจอของทวิตเตอร์ประกอบด้วย 9 ส่วน ได้แก่

- 1) ภาพหน้าปก
- 2) ภาพประจำตัว
- 3) ชื่อบัญชีผู้ใช้
- 4) คำอธิบาย
- 5) จำนวนภาพเนื้อหาที่ทวิตทั้งหมด
- 6) จำนวนการติดตาม
- 7) จำนวนผู้ติดตาม
- 8) ประวัติการกดหัวใจและรีทวิต
- 9) พื้นที่ในการทวิตเนื้อหาต่าง ๆ เช่น ข้อความ ภาพนิ่ง วิดีโอคลิป เป็นต้น ดังภาพประกอบ

ที่ 1 (ด้านล่าง)



ภาพ 1 ภาพการแสดงผลของบัญชีผู้ใช้

ที่มา : pinterest.com (2014)

หลังจากสมัครเป็นสมาชิกแล้ว จะปรากฏพื้นที่ให้เจ้าของบัญชีผู้ใช้เขียนหรือบอกสถานะของตนเอง รวมทั้งทวิตเนื้อหา รูปภาพ ลิงก์ (link) ต่าง ๆ และคลิปวิดีโอไม่เกิน 2 นาที เพื่อแบ่งปันกับผู้ใช้รายอื่น ๆ ซึ่งส่วนนี้คล้ายกับสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ โดยสามารถโพสต์หรือทวิตเตอร์ใช้ว่า “ทวิต” (tweet) ได้ไม่เกิน 280 ตัวอักษร รวมทั้ง สามารถส่งข้อความส่วนตัวระหว่างกันได้ที่เรียกว่า “ดีเอ็ม” ระหว่างกัน

นอกจากนี้แล้ว ทวิตเตอร์มีลักษณะพิเศษที่เรียกว่า “แฮชแท็ก” หรือเครื่องหมาย “#” เพื่อใช้ในการติดตาม และช่วยให้เข้าถึงเนื้อหาที่มีลักษณะเดียวกันหรือใกล้เคียงกันได้ง่ายขึ้นได้ (แม้ในปัจจุบันนี้สื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ จะนำแฮชแท็กมาใช้ แต่ยังไม่ได้รับความนิยมเท่าทวิตเตอร์ ซึ่งทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์แรกที่คิดค้นโหมดแฮชแท็กขึ้นมา) ในปัจจุบันโหมดแฮชแท็กหรือเครื่องหมาย “#” เมื่อถูกพิมพ์แล้วตามด้วยคำ วลี หรือประโยคใด หากคำ วลี หรือประโยคนั้น ๆ ได้รับการกล่าวถึงจำนวนมาก จะถูกนำไปจัดอันดับ ที่รู้จักและเรียกขานกันว่า “ทวิตเตอร์เทรนด์” (Twitter Trend) ในประเทศไทยจัดอันดับโดยทวิตเตอร์ผ่าน “ทวิตเตอร์แนวโน้มในประเทศไทย” (Top Trend Thai) ซึ่งถือเป็นช่องทางที่สำคัญหนึ่งที่ภาคเอกชน เช่น บริษัท ห้างสรรพสินค้า ใช้เป็นข้อมูลติดตามความสนใจของกลุ่มผู้บริโภค หรือผู้ที่มีศักยภาพเป็นลูกค้า นอกจากนี้แล้ว เทรนด์จากทวิตเตอร์ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ที่ทำให้สื่อมวลชนนำไปเสนอเป็นข่าวอีกด้วย

อีกส่วนหนึ่งคือ อัลกอริทึม (Algorithm) ของทวิตเตอร์ เป็นตัวช่วยคัดเลือกเนื้อหาที่สอดคล้องกับเนื้อหาที่ผู้ใช้สนใจ ทำให้เข้าถึงได้เร็วขึ้นและง่ายขึ้น (hootsuite, 2020; rainmaker, 2020) ด้วยการสื่อสารที่ปรากฏบนพื้นที่สื่อทวิตเตอร์เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น เวลา 1

วินาที มักจะมีการทวิตประมาณ 6,000 ครั้ง เท่ากับว่าหนึ่งนาทีก่อนจะมี 350,000 ทวิต ดังนั้นใน 24 ชั่วโมง จะมีทวิตมากถึง 500 ล้านข้อความทวิต (ITOPPLUS Digital Marketing Services, 2020) อัลกอริทึมจึงเป็นตัวช่วยที่สำคัญในการวิเคราะห์ คัดเลือก จัดสรรให้บุคคลต่าง ๆ สามารถเจอกันได้ อาทิ หากผู้ใช้รายหนึ่งติดตามประเด็น BDSM และมีการรีทวีต กดหัวใจเนื้อหาเหล่านี้บ่อย ๆ อัลกอริทึมก็จะจัดสรร คัดเลือกผู้ใช้รายอื่น ๆ ที่นิยมเนื้อหาประเภทเดียวกันให้มาเจอกัน เป็นต้น โดย BDSM หมายถึงบุคคลที่มีความพึงพอใจเมื่อได้รับความเจ็บปวดหรือทำให้ผู้อื่นได้รับความเจ็บปวด (ซึ่งย่อมาจาก ความเป็นทาส หรือสถานะที่ถูกพันธนาการ (Bondage), การลงโทษ (Discipline), การปกครอง (Dominance) และการยอมจำนน (Submission), การมีความสุขจากการทำให้ผู้อื่นเจ็บปวด (Sadism) และการมีความสุขจากการถูกผู้อื่นทำให้เจ็บปวด (Masochism)) (BBC Thai, 2018; David J Linden, 2015)

ทวิตเตอร์ถือเป็นสื่อใหม่ชนิดหนึ่ง ที่มีคุณลักษณะสำคัญสี่ประการตามที่ กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล (2555) ได้นำเสนอไว้ ได้แก่ หนึ่ง เป็นการสื่อสารแบบสองทางได้ทันที โดยไม่มีข้อจำกัด สอง ง่ายต่อการเข้าถึงในอุปกรณ์เคลื่อนที่ที่หลากหลาย สาม สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา และ สี่ การประสานและบูรณาการเนื้อหาในประเภทเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อกลุ่มคนที่อยู่ในสังคมหรือชุมชนเดียวกันสามารถพบเจอกันได้ในพื้นที่ ๆ อาจจะแตกต่างกันในเนื้อหาที่สนใจเหมือนกันยิ่งทำให้ชุมชนยังแน่นแฟ้นและเข้มแข็งมากขึ้นด้วยเช่นกัน

นอกเหนือจากคุณสมบัติพื้นฐานของสื่อใหม่ตามที่กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล (2555) ได้กล่าวไว้ในข้างต้นแล้ว ทวิตเตอร์มีคุณลักษณะเพิ่มเติมซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปได้อีก 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่เน้นนำเสนอเนื้อหาสั้นๆ เพียงแค่ประเด็นหรือหัวข้อ
2. เป็นสื่อที่รวบรวมและจัดระบบระเบียบข้อมูลผ่านโหมดแฮชแท็ก เพื่อง่ายต่อการสร้างชุมชนความสนใจของผู้ใช้
3. เป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถแสดงความรู้สึกได้หลากหลาย ทั้งผ่านการเขียนข้อความ หรือสัญลักษณ์ เช่น โลก หัวใจ หรือการรีทวีต (retweet) โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเพื่อนกัน (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2560)
4. เป็นสื่อที่มีความเป็นส่วนตัวสูง เนื่องจากทวิตเตอร์ถูกออกแบบเอาไว้ไม่ให้ผู้ใช้รายอื่นค้นประวัติต่าง ๆ ของผู้ใช้คนอื่นได้ จะมีเพียง 2 ประเด็น คือ ความชอบ (การกดหัวใจ) และความสนใจ (การรีทวีต) เท่านั้นที่สิ่งสามารถค้นพบได้ในทวิตเตอร์ นอกจากนี้แล้ว ทวิตเตอร์ยังได้พัฒนาความเป็นส่วนตัวสำหรับผู้ใช้อีกหลายส่วน เช่น

ก) การตั้งค่าการมองเห็นโปรไฟล์ส่วนตัว บัญชีอื่นไม่สามารถเห็นบัญชีของเราได้ รวมทั้งตำแหน่งที่ตั้งที่สามารถกำหนดให้เป็นความลับหรือเปิดเผยได้ สามารถปิดหรือเปิดการค้นหา

จากอีเมลและเบอร์โทรศัพท์ของผู้ใช้ได้ และผู้ใช้สามารถปิดใช้งานการตั้งค่ารับข้อความโดยตรงได้ เมื่อไม่ต้องการที่จะติดต่อกับผู้ใช้อื่น ๆ ได้ โดยทั้งหมดนั้นสามารถปรับแต่งได้ตามความต้องการของผู้ใช้

ข) สามารถควบคุมสิ่งที่คุณ ‘เห็น’ บนทวิตเตอร์ โดยผู้ใช้สามารถเลิกติดตาม (unfollow) บัญชีผู้ใช้ต่าง ๆ ได้ อีกทั้งสามารถปิดบุคคลที่ผู้ใช้ไม่ต้องการเห็น (mute) ผ่านการตั้งค่า ปิดทั้งที่เป็นคำเฉพาะ บทสนทนา วลี ชื่อผู้ใช้ อีโมจิ หรือแม้แต่แฮชแท็กได้ด้วย ยิ่งไปกว่านั้น

ค) ผู้ใช้สามารถควบคุมสิ่งที่คนอื่นเห็นบนทวิตเตอร์ของคุณได้ผ่านการบล็อก (advanced block) เพื่อไม่ให้ผู้อื่นเห็นการเคลื่อนไหวของคุณ อีกทั้งผู้ใช้สามารถปิดการแท็กรูปภาพนั้นหมายถึงการปิดการมองเห็นภาพหรือวิดีโอต่าง ๆ ระหว่างกันได้ และสุดท้ายคือ การปกป้องทวีต เมื่อตั้งค่าปกป้องทวีต การตั้งค่านี้จะทำให้บัญชีเป็นส่วนตัว และหากบัญชีอื่นที่ต้องการจะติดตามคุณ ก็จะต้องส่งคำร้องขอมาที่คุณก่อนที่จะติดตามคุณได้ (Twitter Privacy Policy, 2020)

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อขยายและต่อยอดฐานความรู้ แนวคิด ทฤษฎีด้านการสื่อสารในเรื่องของสื่อใหม่ คุณลักษณะสำคัญของสื่อสำหรับกลุ่มผู้ใช้ที่มีความเฉพาะ โดยสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับงานด้านการสื่อสารในมิติต่าง ๆ ได้ เช่น มิติด้านสุขภาพ มิติด้านจิตวิทยา มิติการทำความเข้าใจกลุ่มผู้มีรสนิยมที่หลากหลาย เป็นต้น

2. เพื่อขยายและพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในพื้นที่ออนไลน์ การเปิดเผยตัวตนกับการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันในระดับต่าง ๆ

1.5 ข้อสันนิษฐานเบื้องต้น

1. คุณลักษณะของทวีตเตอร์มีส่วนที่ความคล้ายคลึงกันกับคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่น อย่างไรก็ตามก็คาดว่าจะมีคุณลักษณะบางประการของเครือข่ายสังคม ชุมชนของสื่อใหม่ที่เป็นส่วนสำคัญอันแตกต่างออกไปที่ทำให้กลุ่มชายรักชายเลือกใช้สื่อประเภทนี้

2. รูปแบบในการสื่อสารระหว่างกลุ่มชายรักชายโดยใช้ทวีตเตอร์เป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นจะเริ่มต้นด้วยการทักทาย มีการถามชื่อ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน และเริ่มสนทนาระหว่างกัน หลังจากนั้นใช้ระยะเวลาประมาณหนึ่ง และอาจมีขั้นตอนในการเปิดเผยตัวตนก่อนจะเริ่มสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดตามทฤษฎี และอาจมีการนัดเจอกันในพื้นที่สาธารณะหรือไม่ก็ได้

3. ความท้าทายในงานชิ้นนี้คือ ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นอาจเป็น “ความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางกายภาพอย่างมาก” “แต่เพียงชั่วคราว” ซึ่ง “ไม่ต้องใช้เวลานาน”

4. เนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อการเปิดเผยตัวตนจะประกอบไปด้วยตัวอักษร ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว โดยคาดการณ์ว่าจะพัฒนาให้เห็นเป็นภาพจำลอง (model) ทางการสื่อสารระหว่างกลุ่มชายรักชายโดยใช้ทวิตเตอร์เป็นสื่อกลางได้

1.6 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสาร โดยอาศัยข้อความต่าง ๆ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว สัญลักษณ์ และการใช้ศัพท์เฉพาะต่าง ๆ ในการสร้างความสนิทสนมหรือความใกล้ชิดระหว่างกันระหว่างกัน โดยในระดับความใกล้ชิดนั้นอ้างอิงจากการเปิดเผยตัวตน

ในครั้งนี้นำวิจัยทำการสังเคราะห์แนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) จากการทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนด้วยกันดังนี้ 1) ขั้นทักทาย (Greeting) ในสถานะคนแปลกหน้า (Strangers) 2) ขั้นเล่าเรื่อง (Chitchat) ในสถานะคนรู้จัก (Acquaintance) 3) ขั้นพูดคุยจริงจัง (Dialogue) ในสถานะเพื่อน (Friend) 4) ขั้นสร้างความเกี่ยวพัน (Connection) ในสถานะเพื่อนสนิท (Close Friend) 5) ขั้นเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) ในสถานะคู่หู (Buddy) และขั้นสุดท้ายคือ 6) ขั้นสนิทแนบแน่น (Affection) ในสถานะคู่รัก (Couple)

การเปิดเผยตัวตน คือ การเปิดเผยตัวตนในการศึกษาครั้งนี้ มิใช่เป็นการเปิดเผยตัวตนของกลุ่มคนรักเพศเดียวกันต่อบุคคลรักต่างเพศ แต่เป็นการเปิดเผยตัวตนของตัวผู้เข้าร่วมการวิจัย (research participants) ต่อคู่ของตนที่เป็นคนรักเพศเดียวกัน โดยเป็นขั้นตอนในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน อาทิ การเริ่มต้นจากการถามรายละเอียดส่วนตัวในระดับต่าง ๆ ทั้งการเปิดเผยตนเอง เรื่องส่วนตัว อารมณ์ความรู้สึกระหว่างกันอย่างมาก โดยในการศึกษานี้เน้นการเปิดเผยตัวตนไว้ว่า การที่คู่สนทนาเปิดเผยเรื่องราวหรือข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองตามที่ตนเองพึงพอใจให้แก่คู่สนทนาหรือสมาชิกอื่นในทวิตเตอร์ได้รับทราบ เป็นต้น

กลุ่มชายรักชาย หมายถึง กลุ่มผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศที่ชอบพ้อหรือรักใคร่กลุ่มผู้ชายด้วยกัน ชายรักชายในที่นี้ไม่ใช่กลุ่มที่ต้องการแปลงเพศของตนเองให้เป็นผู้หญิง และไม่ได้แสดงออกด้วยการแต่งตัวเลียนแบบเพศหญิงหรือต้องการเป็นเพศหญิง โดยยังคงมีความต้องการแสดงรูปลักษณ์เป็นเพศชาย ดังนั้นกลุ่มชายรักชายในการศึกษานี้จะประกอบไปด้วยกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทั้งทางกายภาพและจิตวิทยา ผ่านการสื่อสารในประเด็นทั่วไปและการสื่อสารในประเด็นเรื่องรสนิยมทางเพศ

ทวิตเตอร์ หมายถึง พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ที่ชื่อว่าทวิตเตอร์ โดยในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะชุมชนที่มีเนื้อหาและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชายที่มีปฏิสัมพันธ์หรือการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเท่านั้น ชุมชนหรือพื้นที่ใด ๆ ที่ปรากฏนอกเหนือจากกลุ่มและความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้จะไม่อยู่ในขอบเขตการศึกษา

รูปแบบของการเปิดเผยตัวตน หมายถึง ลักษณะ ขั้นตอน ลำดับ หรือวิธีการในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันระหว่างกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสาร ผ่านการสอบถามประเด็นต่าง ๆ การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวต่าง ๆ ระหว่างกัน เป็นต้น

เนื้อหาของการเปิดเผยตัวตน หมายถึง เนื้อหาในการสร้างปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างกัน เช่น การสื่อสารผ่านการส่งข้อความ หรือการสื่อสารทางการพูด อาจเป็นการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล การสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล หรือการบอกจุดยืนเพศสภาพของตนที่เป็นชายรักชาย เป็นต้น

รสนิยมทางเพศที่หลากหลาย หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีความสนใจหรือพึงพอใจในความใคร่ ความต้องการในการปลดปล่อยทางกามารมณ์ ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ผูกโยงกับเพศสภาพ และเพศวิถี แต่หมายถึงกิจกรรมหรือพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนาทางเพศเป็นหลัก

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

ภายในบทการทบทวนวรรณกรรมนี้ ผู้วิจัยสืบค้นจากระบบฐานข้อมูลจัดเก็บเอกสารในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (Thai Digital Collection) ซึ่งเป็นฐานข้อมูลเอกสารฉบับเต็มในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ของ วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย บทความวิชาการ รวมทั้งบทความทางวิชาการจากระบบการจัดการ และตีพิมพ์วารสารวิชาการในรูปแบบวารสารออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ (Thai Journals Online – Thaijo) เป็นระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย และจากบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ให้อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ของฐานข้อมูลนานาชาติ อาทิ Social Science Citation Index (ISI) Scopus PubMed รวมทั้ง PsycINFO

สำหรับเนื้อหาภายในบท ผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ **ส่วนแรก** ขยายเกี่ยวกับการสื่อสารจากอดีตสู่ปัจจุบัน เนื้อหาในส่วนนี้นำเสนอการศึกษาวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชายรักชายและการสื่อสาร โดยสาระสำคัญที่พบคือการพยายามหลีกเลี่ยงจากสังคม และการพยายามต่อสู้สังคม จากโครงสร้างแบบรักต่างเพศเป็นใหญ่ **ส่วนที่สอง** นำเสนอการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในพื้นที่ออนไลน์ เนื้อหากล่าวถึงรูปแบบและวิธีการในการสร้างความสัมพันธ์ในพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยเวลา ลำดับขั้นตอน และการปรับตัวระหว่างกัน **ส่วนที่สาม** นำเสนอเนื้อหาการศึกษาวิจัยด้านการสื่อสารในพื้นที่สื่อทวิตเตอร์ ซึ่งพบว่าโดยภาพรวมของการศึกษาในพื้นที่สื่อทวิตเตอร์นี้มักมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการนำเสนอสามส่วนด้วยกัน ได้แก่ ส่วนที่เกี่ยวกับข่าว ส่วนที่เกี่ยวกับบันเทิง และส่วนทั่วไป โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดในลำดับต่อไป

2.1 ขยายเกี่ยวกับการสื่อสารจากอดีตสู่ปัจจุบัน

จากการทบทวนสถานภาพความรู้ที่เกี่ยวข้องกับชายรักชายว่าในระยะเวลา 35 ปี ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2528 ถึงปีพุทธศักราช 2563 ผู้วิจัยเห็นว่ามีการศึกษาการสื่อสารของกลุ่มชายรักชายผ่านพื้นที่ในสามลักษณะด้วยกัน ได้แก่ มิติพื้นที่แบบเห็นหน้าเจอตัวกันจริง (On-ground) มิติพื้นที่ในสื่อดั้งเดิม (On-air) และมิติพื้นที่ออนไลน์ (On-line) ดังเนื้อหาต่อไปนี้

2.1.1 มิติพื้นที่แบบเห็นหน้าเจอตัวกันจริง

ในมิติพื้นที่แบบเห็นหน้าเจอตัวกันในที่นี้หมายถึง พื้นที่จริงต่าง ๆ ที่กลุ่มชายรักชายเข้าไปมีส่วนร่วมหรือมีปฏิสัมพันธ์ ตัวอย่างเช่น สวนสาธารณะ ห้องน้ำสาธารณะ สถานบันเทิง เช่น ผับ บาร์ ชานา หรือพื้นที่ เช่น บ้าน โรงเรียน มหาวิทยาลัย เป็นต้น

จากงานวิจัยชิ้นต้น ๆ ของการศึกษาชายรักชายในสังคมไทยเป็นการศึกษาของเพ็ญมาส กำเหนิดโทน (2528) ซึ่งพบว่าครูส่วนใหญ่คิดว่าเด็กนักเรียนที่มีลักษณะเป็นเกย์เป็นคนที่มีปัญหาในด้านการปรับตัว ด้านจิตใจ ด้านสังคมจากการศึกษาพบว่าครั้งแรกที่ครูพบนักเรียนที่เป็นเกย์ ครูมักมีชุดความเชื่อที่ว่า “เป็นเด็กที่มีปัญหาทางบ้าน” “มีปัญหาด้านจิตใจ” “มีปัญหาด้านสังคม” (เพ็ญมาส กำเหนิดโทน, 2528) ซึ่งจากผลการศึกษาทำให้พบการตีตรา การเบียดขับ และยังมีการเหมารวมไปถึงครอบครัว สถานะภาพทางสังคม ยิ่งไปกว่านั้นยังถูกเหมารวมว่าเป็นพาหะของโรคภัย หลังจากการศึกษาชิ้นนี้ก็พบปรากฏการณ์การสื่อสารในหน้าหนึ่งของหนังสือพิมพ์ ซึ่งใช้คำว่า “ตุ้ย” “อ๊อดั่วดำ” (วิริยะ ฤทธิชัย, 2557) และ “พาหะนำโรคเอดส์” (P. A. Jackson, 1995; บงกชมาศ เอกเอี่ยม, 2532) ซึ่งทั้งหมดนั้นก็เป็คำที่เหยียดและเบียดขับกลุ่มชายรักชายทุกคน และเกือบในทุกโอกาสแม้ว่าบุคคลนั้นจะไม่ได้เป็นต้นเหตุก็ตาม

หลังจากนั้น เริ่มมีการพยายามศึกษากระบวนการพัฒนาและดำรงเอกลักษณ์รกร่วมเพศใช้ทฤษฎีปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ พบว่ากระบวนการพัฒนาและดำรงเอกลักษณ์รกร่วมเพศ จะมีลักษณะเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่องและต้องผ่านเงื่อนไขของการยอมรับความหมาย รวมทั้งประเภททางสังคมแบบรกร่วมเพศ ซึ่งผลการศึกษาชิ้นนี้เป็นการอธิบายถึงกระบวนการลักษณะขั้นตอนและเงื่อนไขในการยอมรับและการสร้างความหมาย จากการทบทวนวรรณกรรม ทำให้เชื่อได้ว่าสังคมไทยยังไม่ได้มีการมองว่าเรื่องชายรักชายนั้นเป็นคนปกติ (บงกชมาศ เอกเอี่ยม, 2532) เพราะเพศวิถีของกลุ่มชายรักชายหรือเกย์ เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างจากเรื่องราวอันซับซ้อนในมิติอัตลักษณ์ทางสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และสัญญา เกี่ยวกับเรื่องเพศ เพศวิถี จึงเป็นเรื่องของการศึกษาและตีความการให้ความหมาย หรือมิติของความหมายที่มาจากมุมมอง ของเจ้าของปัญหาหรือประสบการณ์ (รณภูมิ สามีคศิริธรรมย์ และคณะ, 2551) จึงจะสามารถเปิดเผยตัวตนและความสามารถของตนเองต่อสาธารณะชนได้

ยิ่งไปกว่านั้นเมื่อเรื่องเพศ อัตลักษณ์ทางเพศไปปรากฏในหน่วยงานราชการ การยอมรับเรื่องเพศนั้นกลับไม่สามารถเกิดขึ้นได้ง่าย แม้ว่ากฎหรือระเบียบต่าง ๆ ในกรณีศึกษาของกรุงเทพมหานคร ไม่ได้ขัดต่อการเปิดเผยตัวตนของผู้ปฏิบัติหน้าที่ในหน่วยงานดังกล่าว ทว่าสิ่งที่เกิดขึ้นคือ “รูปแบบของวิถีประชาและจารีต” (folkways) ที่ส่งผลให้การเปิดเผยตัวตนของกลุ่มผู้หลากหลายทางเพศนั้นทำได้ยาก ซึ่งไม่ได้หมายความว่าไม่มีการยอมรับเกิดขึ้น แต่การยอมรับนั้นจำเป็นต้องอาศัยเงื่อนไขประกอบ อาทิ ต้องตั้งใจทำงาน ปฏิบัติตามกฎหมายระเบียบ และวินัยของกรุงเทพมหานครอย่างเคร่งครัด เพื่อพิสูจน์ตนเองให้คนรอบข้าง และสังคมได้เห็นว่าการเป็นผู้ที่มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศ ไม่ได้เป็นเงื่อนไข หรืออุปสรรคในการปฏิบัติงานในกรุงเทพมหานคร (ศุภณัฐ เดชวิถิ, 2563) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ เบญจรงค์ ธีระผลิกะ และ วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์ (2564) ที่พบว่า การยอมรับกลุ่มชายรักชายในสังคมไทยนั้นจำเป็นต้องมีเงื่อนไขต่าง ๆ ประกอบ เช่น หากเป็นเด็กก็จะต้อง “เป็นเด็กดี

ของพ่อแม่และสังคม” เมื่อโตขึ้นก็ต้อง “เรียนดี เรียนเก่ง เป็นเด็กดี เรียบร้อย” หรือเมื่อมีอายุมากขึ้น ก็จำเป็นต้อง “มีความรู้ความชำนาญเกี่ยวกับบางสิ่งบางอย่างดีหรือความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน” ทั้งหมดนี้เองทำให้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าเมื่อมีเงื่อนไขบางอย่างประกอบจึงทำให้สังคมยอมรับกลุ่มชายรักชาย ประเด็นนี้เองหรือที่ส่งผลให้เมื่อมีสื่อใหม่ ๆ ออกมาในอนาคต อาทิ ภาพยนตร์ ละครต่าง ๆ กลุ่มชายรักชายจึงต้องมีลักษณะบางอย่างที่เฉพาะ และชัดเจน เช่นต้องตลก ต้องเก่ง ต้องเสียงดัง ต้องทำให้ละครหรือภาพยนตร์เรื่องนั้นสนุกและเป็นตัวที่ทำให้เกิดสีสัน ทั้งหมดนี้เองจึงส่งผลให้สังคมในหลายช่วงต่อมา มีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับชายรักชายหรือไม่ว่าชายรักชายต้องตลก ต้องเก่ง คนดีเท่านั้น หากไม่มีเงื่อนไขประกอบก็จะทำให้การยอมรับชายรักชายผู้นั้นมีอาจเกิดขึ้นได้หรือเกิดขึ้นได้ยาก

จากการทบทวนวรรณกรรมในมิติพื้นที่สาธารณะพบว่า ผู้ที่เป็นชายรักชายต้องมีปัญหาทางจิต มีปัญหารวมทั้งเป็นตัวแทนของสังคม แม้การศึกษาชิ้นแรก ๆ จะเกิดขึ้นในปีพุทธศักราช 2528 แต่สังคมไทยได้ยินคำว่า “เกย์” ครั้งแรกผ่านภาพยนตร์เรื่อง “นางแบบมหาภัย” ในปีพุทธศักราช 2518 แล้ว ซึ่งในบทภาพยนตร์นั้นให้คำนิยามว่ากลุ่มชายรักชายเป็นหนึ่งในปัญหาของสังคมไทยเช่นกัน (อนุสรณ์ ศรีแก้ว, 2534)

ในพื้นที่สาธารณะแบบตัวต่อตัวนั้น มีการเจาะลึกเพื่อศึกษาการใช้พื้นที่เฉพาะ เช่น สวนสาธารณะ เซานา ผับ บาร์ หรือสถานบันเทิงของกลุ่มชายรักชาย เพื่อค้นหาและสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันได้ อาทิ เซานา ดังการศึกษาเรื่องชีวิตติดเบอร์ : ตัวตนและเพศวิถีของเกย์ “ควิง” ในเซานา M (จตุพร บุญหลง, 2548) ที่ศึกษาพื้นที่ ๆ กลุ่มชายรักชายเข้าไปเพื่อสร้างพื้นที่ของกลุ่มที่เอื้อให้เกย์สร้างอัตลักษณ์ผ่านการมีส่วนร่วมทำกิจกรรมในพื้นที่การเรียนรู้รหัสทางสังคม และการปลูกจิตสำนึกทางชุมชนร่วมกัน ในที่นี้หมายถึงกลุ่มชายรักชายมักสร้างพื้นที่ ช่วงเวลา และความสัมพันธ์แบบเฉพาะขึ้นมา เพื่อยังคงอัตลักษณ์ของตนเองไว้ จุดเด่นของการศึกษาชิ้นนี้คือการใช้วิธีการศึกษาแบบอัตชาติพันธุ์วรรณนา (autoethnography) ผ่านการอธิบายโดยใช้ตัวผู้วิจัยเข้าไปศึกษาในพื้นที่เซานา ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่พิธีกรรมในการแสดงออกถึงอัตลักษณ์ในพื้นที่เฉพาะกลุ่ม เพราะหากผู้เข้าไปใช้บริการไม่ใช่กลุ่มชายรักชายก็จะไม่สามารถเข้าใจหรือร่วมในพิธีกรรมการแสดงออกของอัตลักษณ์และการนำเสนอตัวตนแบบใกล้ชิดได้ จากการที่ผู้วิจัยเป็นชายรักชายทำให้การศึกษาชิ้นนี้มีจุดเด่นที่สำคัญเพราะยังทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจความหมาย สถานการณ์และประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างดี อีกการศึกษาที่มีวิธีการคล้ายกันคือการศึกษาวิถีชีวิตชายชายตัวในบาร์เกย์ย่านสุรวงศ์ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นงานที่ศึกษาพื้นที่ ๆ กลุ่มชายรักชายเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์และทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ต่าง ๆ โดยการศึกษาที่เกิดขึ้นชี้ชัดให้เห็นกระบวนการในการใช้ชีวิตของกลุ่มชายรักชายผู้ประกอบอาชีพขายตัว แม้ในมุมมองของผู้ประกอบอาชีพที่สะท้อนผ่านการวิจัยว่า

เป็นอาชีพที่สุจริต รวมทั้งผู้ขายตัวเองนั้นตระหนักถึงคุณค่าในฐานะผู้ว่าตนเองก็เป็นบุคคลคนหนึ่งในสังคม (ชญาณัฐสุรัสร์ ช่อนกลิ่น, 2556)

อย่างไรก็ดี การร่วมเพศในชานาเฉพาะกลุ่มชายรักชาย โดยที่ชายรักชายแต่ละคนต้องผ่านกระบวนการใกล้เคียง/ต่อรอง/คัดง้างในการร่วมเพศ ด้วยประเด็นนี้เองตรงกับการศึกษาของสถานการณ์ของมันเป็นคือการบีบอัดรวบรัดอันฉับพลันทันที หากนำมาเปรียบเทียบกับพื้นที่ของทวิตเตอร์ที่ผู้วิจัยกำลังศึกษาพบว่าปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นไม่ได้เกิดขึ้นจากความบังเอิญหรือการถูกบังคับให้กระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด มักเป็นการสมัครใจในการปฏิสัมพันธ์จากทั้งสองฝ่าย โดยวิธีการตกลงต่อรอง รวมทั้งการศึกษาลักษณะนิสัย ความต้องการ รสนิยมทางเพศในกรณีปฏิสัมพันธ์เพื่อร่วมเพศ และในกรณีอาจหมายถึงความไวเนื้อเชื้อใจอีกด้วยเพื่อให้ปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้น

จุดเด่นของการศึกษาในมิติพื้นที่เฉพาะนั้น เป็นการศึกษาที่ผู้วิจัยต้องใช้การฝังตัวรวมทั้งต้องมีความรับผิดชอบในการแสวงหาข้อมูลอย่างมาก เพราะหากจะกล่าวว่าการศึกษาในพื้นที่เฉพาะข้างต้นส่งผลต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้อย่างมากเช่นกัน เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยลงพื้นที่เฉพาะในทวิตเตอร์เพื่อทำการศึกษา ในพื้นที่แห่งนี้มีความเกี่ยวข้องด้วยกัน 3 กลุ่ม คือ 1) ผู้เสนอ 2) ผู้สนอง และ 3) ทูทางสัญลักษณ์ เช่น การมีหน้าตาดี หุ่นดีมีกล้ามเนื้อเด่นชัดสำหรับผู้มีความต้องการรัก และหุ่นดี ตัวเล็ก ผิวขาวสำหรับผู้มีความต้องการรับ เป็นต้น โดยในพื้นที่เฉพาะนี้เรื่องทุนมีความสำคัญต่อการเปิดเผยและสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ซึ่งทุนทางสัญลักษณ์ที่กล่าวถึงนี้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาในพื้นที่ทวิตเตอร์เช่นกัน

การศึกษาในต่างประเทศพบว่า เหตุผลหลักที่กลุ่มชายรักชายพยายามแสวงหาพื้นที่สาธารณะอื่น ๆ ในการแสดงออกก็เพราะว่าไม่ได้รับการยอมรับในชีวิตประจำวันหรือสังคมรอบข้าง จึงพยายามหาพื้นที่อื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ (Café) รวมทั้งผับ บาร์ต่าง ๆ ในการรวมกลุ่มกันเพื่อปฏิสัมพันธ์กันและสร้างกิจกรรมเฉพาะบางอย่างขึ้นอีกด้วย (Benotsch, Kalichman, & Cage, 2002) ซึ่งมีหลายส่วนที่คล้ายคลึงกับปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทย แม้จะเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน จึงสามารถทำให้เชื่อได้ว่าเป็นวัฒนธรรมในการสื่อสารตัวตนที่ได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ รวมทั้งในการศึกษาของ Humphreys (1975) เรื่อง Tearoom Trade: Impersonal Sex in Public Places ที่พบว่า การที่กลุ่มบุคคลเข้ามาใช้พื้นที่ห้องน้ำสาธารณะ เนื่องจากไม่ต้องการเปิดเผยตัวตนว่าเป็นชายรักชาย หรือชายที่สามารถมีกิจกรรมทางเพศกับชายได้ เพราะหากมีบุคคลใดรู้จัก หรือเห็นการประกอบกิจกรรมทางเพศก็อาจทำให้ถูกจับได้ตามกฎหมาย ยิ่งไปกว่านั้น การที่ความต้องการทางเพศที่ไม่สามารถถูกตอบสนองได้จากบุคคลที่บ้าน จึงทำให้หันมาใช้ห้องน้ำในการระบายความรู้สึกทางเพศอีกด้วย

หากเปรียบเทียบการศึกษาในกลุ่มนี้ของไทยกับการศึกษาในต่างประเทศจะพบว่า กลุ่มชายรักชายเริ่มรู้สึกว่าการที่ตนเองไม่ได้รับความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ยิ่งเป็นตัวเร่งให้กลุ่มชายรักชาย

เดินทางหาพื้นที่แห่งใหม่ในการสร้างเป็นพื้นที่ส่วนตัว เช่น วัฒนธรรมของการเดท การออกเดทในที่นี้หมายถึง การที่กลุ่มชายรักชายพยายามแสวงหา บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีความต้องการทางเพศที่เหมือนกัน รวมกลุ่มกันเพื่อความปลอดภัยทางด้านจิตใจ โดยวัฒนธรรมการเดทในโลกออนไลน์ชายรักชายไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน แต่ถูกสร้างขึ้นภายใต้แนวคิดดั้งเดิมของความรักต่างเพศที่ฝังอยู่ในบรรทัดฐานทางสังคมที่เหมารวมว่าการรักร่วมเพศเป็นความเจ็บป่วย เป็นโรคร้าย

ยิ่งไปกว่านั้น การเป็นคนรักร่วมเพศอาจถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ผิดกฎหมายในหลายประเทศ เช่น ประเทศชูดานและซาอุดีอาระเบีย การมีเพศสัมพันธ์ของกลุ่มรักร่วมเพศอาจทำให้ผู้ถูกกล่าวหาต้องโทษประหารชีวิตทันที (Shum, 2014) รวมทั้งในประเทศบรูไนเตรียมบังคับใช้กฎหมายโดยบทลงโทษที่รุนแรงสำหรับคนรักร่วมเพศโดยวิธีการปาหินประหารคนรักร่วมเพศภายใต้กฎหมายอิสลาม “ซารีอะห์” (ภาษาอาหรับ **شريعة**; ภาษาอังกฤษ Sharia/Shari'ah) (กรมการกงสุลเพื่อคนไทย, 2562) และรัฐบาลจีนห้ามฉายภาพยนตร์เรื่อง Bohemian Rhapsody ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชีวิตของชายรักชาย หากบริษัทต้องการฉายในประเทศจีนก็จำเป็นต้องตัดฉากที่ล้อแหลมตามที่รัฐบาลจีนกำหนดทั้งหมด จึงจะสามารถเข้าฉายได้ (Femalefirst.co.uk., 2019) อีกกรณีในประเทศรัสเซีย รัฐบาลออกกฎหมายห้ามการโฆษณาชวนเชื่อชายรักชายโดยกำหนดค่าปรับสำหรับการให้ข้อมูลเกี่ยวกับการรักร่วมเพศให้กับผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี บรรทัดฐานนี้มาพร้อมกับความคิดที่ว่าผู้ชายควรจะคู่กับผู้หญิงเท่านั้น และตีตราว่าชายรักชายผิดปกติ ดังนั้นการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มชายรักชายช่วยให้กลุ่มชายรักชายได้รับอิสระ ทำให้กลุ่มชายรักชายใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้น เพราะเป็นพื้นที่ปลอดภัยสำหรับการเปิดเผยตัวตนทางเพศตนเอง (BBC Thai NEWS, 2020)

ในประเทศโปแลนด์ ได้กำหนด ‘แผนที่แห่งความเกลียดชัง’ สร้างขึ้นโดยนักกิจกรรมทางการเมือง ได้แสดงให้เห็นถึงพื้นที่สีแดงที่ประเทศโปแลนด์ หรือ ‘เขตปลอด LGBT’ (LGBT-free zone) ที่ครอบคลุมพื้นที่ 1 ใน 3 และมีขนาดใหญ่กว่าประเทศฮังการี โดยถูกประกาศอย่างเป็นทางการ หลังจากเทศบาลท้องถิ่นลงนามในสนธิสัญญา ‘LGBT Propaganda’ (SPECTRUM, 2020) ยังแสดงให้เห็นว่าพื้นที่สาธารณะเริ่มเป็นพื้นที่อันตรายของกลุ่มชายรักชายมากยิ่งขึ้น จนทำให้กลุ่มชายรักชายต้องหลบซ่อน หรือพยายามรวมกลุ่มกันเป็นชุมชนต่าง ๆ เช่น เมือง Katowice ซึ่งอยู่นอกพื้นที่สีแดง เป็นเมืองที่มีชื่อเสียงเรื่องของชุมชนเกย์ โดยในเมืองนี้มีประชากรทั้งหมดประมาณ 2 ล้านคน โดยเป็นผู้ชาย (เพศทางชีววิทยา) ประมาณ 1 ล้านคน แต่ในจำนวนล้านคนนั้น มีผู้ประกาศตัวว่าเป็นเกย์จำนวน 700,000 คน (Balkan Insight, 2020) ซึ่งเป็นจำนวนที่ไม่น้อยเลย

2.1.2 มิติพื้นที่ในสื่อดั้งเดิม

มิติพื้นที่ในสื่อดั้งเดิม ในที่นี้หมายถึงพื้นที่สื่อดั้งเดิมที่มีการออกอากาศกระจายเสียง (broadcasting) อันได้แก่ สื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ และควมรวมถึงสื่อดั้งเดิมอีกหนึ่งสื่อคือ สื่อภาพยนตร์

การศึกษาในกลุ่มนี้ อาทิ ปาณิสรา มงคลวาที (2550) ที่พยายามศึกษาภาพสะท้อนของกลุ่มชายรักชายในภาพยนตร์ไทย จากงานวิจัยชิ้นนี้พบว่าบุคลิกภาพของตัวละครในภาพยนตร์ไม่ว่า ตัวละครหลัก รอง เสริม เป็นประเภทชายรักชาย และตัวละครมีบุคลิกภาพ การแต่งกาย น้ำเสียง นิสัย อารมณ์ พฤติกรรมทางเพศใกล้เคียงสมจริงกับสังคมในปัจจุบัน (สิรภพ แก้วมาก, 2556) ภาพสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มชายรักชายได้รับการประกอบสร้างจากผู้มีอำนาจในการควบคุม หรือผลิตภาพยนตร์ หรือสื่อต่าง ๆ สอดคล้องกับ สิรภพ แก้วมาก (2556) พบว่าสังคมมองชายรักชายเป็น “ตัวตลก” และ “ตัวประหลาด” มีภาพ “เกย์เป็นคนดี” น้อยที่สุด (ไชยศิริ บุญยกุลศรีรุ่ง, 2553) รวมทั้งจิตติวัฒน์ สมิตินันท์ (2555) เรื่อง การสร้างตัวตนเพศที่สามในภาพยนตร์ไทย และการศึกษาของเบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2559b) ผ่านการศึกษารูปแบบความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างภาพยนตร์เรื่องรักแห่งสยาม ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งในการประกอบสร้างความเป็นชายรักชายในมุมที่เป็นชายรักชายซึ่งอาศัยอยู่จริงในสังคมไทย โดยกลุ่มชายรักชายไม่ได้มีคุณสมบัติพิเศษเหมือนกับภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับคนรักเพศเดียวกันเรื่องอื่น ๆ เช่น ภาพยนตร์เรื่องสตรีเหล็ก ที่ตัวแสดงจะต้องมีความสามารถด้านกีฬา หรือภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาตลกขบขัน เช่น หอแก้วแตก ตีตั่วฟูต ตีตั่วกู่ชาติ พรางชมพู กะเทย ประจัญบาน ทุทซี่ (Tootsie) และ คู่แสด โดยที่ตัวละครจะต้องมีความสามารถในการแสดงตลก เป็นต้น อีกทั้งภาพยนตร์เรื่องรักแห่งสยามเป็นภาพยนตร์ที่เป็นการเปิดประตูภาพยนตร์เพศนอกกรอบในสังคมไทยในขณะนั้นอีกด้วย เพราะภาพยนตร์เรื่องนี้ไม่ได้สร้างขึ้นเพื่อเล่าถึงความพิเศษของตัวละคร หรือตัวละครมีความตลกโปกฮา ทว่าถูกสร้างโดยสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกภาพและลักษณะของชาวเพศที่สามในสังคมจริงที่เป็นบุคคลธรรมดาที่เป็นคนธรรมดา (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2559a)

การศึกษาเรื่องการกำหนดตัวละครเพศทางเลือกชายรักชายในซีทคอม แม้กระทั้งการศึกษาชิ้นนี้ก็ยังคงมีผลที่ออกมาว่า ชายรักชายมักเป็นตัวตลก ตัวประหลาด และเป็นคนดีน้อยที่สุด และการศึกษาคือกลุ่มของพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ที่ผสมผสานระหว่างสังคมมองกลุ่มชายรักชายและชายรักชายแสดงตัวตน แสดงนัยยะว่าการสร้างอัตลักษณ์ของชายรักชายยังคงได้รับอิทธิพลจากสังคม อาจกล่าวได้ว่าสังคมเป็นผู้ประกอบสร้างอัตลักษณ์ให้แก่กลุ่มชายรักชาย จากการศึกษาพบว่าพฤติกรรม การเปิดรับสื่อของกลุ่มชายรักชายนิยมใช้อินเทอร์เน็ตมากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ รองลงมาเป็นสื่อโทรทัศน์และวิทยุ โดยเนื้อหาของสื่อนั้นเกี่ยวข้องกับชายรักชายโดยเฉพาะ (เรขณพัศ ภาสกรณ, 2554) นอกเหนือจากที่กล่าวมาแล้ว ยังพบว่ากลุ่มชายรักชายบางส่วนใช้พื้นที่สื่อด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น การดำรงรักษาอัตลักษณ์ การต่อสู้ต่อรองหรือการคัดค้านเพื่อให้คนในสังคมตระหนักรู้ว่าชายรักชาย (ในกลุ่มที่สถาปนาตนเองว่าเป็นกะเทย) นั้นมิได้เป็นกลุ่มชนชั้นที่สองรองจากใคร อีกทั้งมีการสร้างและสั่งสมทุนเพื่อให้สังคมเกิดการยอมรับว่าประชากรกลุ่มนี้มีความรู้ ความสามารถในการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ มากกว่าในอดีตที่มักปรากฏว่ากะเทยเป็นเพียงกลุ่มคนชายขอบหนึ่งของกลุ่มความหลากหลายทางเพศเท่านั้น (เอกชัย แสงโสภา, 2562)

ในมิตินี้สะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มชายรักชายมักสะท้อนความเชื่อ ทศนคติ หรือความต้องการผ่านสื่อหรือพื้นที่ ๆ ได้รับการแนะนำโดยกลุ่มชายรักชาย ประเด็นที่น่าสนใจคือการคัดเลือกสื่อ มักมีประเด็นที่พบเกี่ยวข้องกับความรู้สึกถึงความปลอดภัย และไม่ถูกคุกคามจากสังคมบรรทัดฐานแบบรักต่างเพศ ดังนั้น การคัดเลือกและการแสวงหาพื้นที่ในสื่อจึงมีความสำคัญต่อพิธีกรรมการแสดงออกซึ่งอัตลักษณ์ การนำเสนอตัวตนและการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

2.1.3 มิติพื้นที่ออนไลน์

ในมิติพื้นที่ออนไลน์ (On-line) นั้น พบว่ากลุ่มชายรักชายเข้ามาใช้พื้นที่ออนไลน์มากขึ้น เนื่องจากการต้องการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชายรักชายด้วยกัน โดยใช้คุณสมบัติของสื่อใหม่ในการรวมกลุ่มและทำความรู้จักระหว่างกัน พบประเด็นที่ศึกษาในส่วนของเว็บไซต์ที่กลุ่มชายรักชายใช้ผ่านการศึกษาเรื่องเล่าของเกย์ในชุมชนวรรณกรรมออนไลน์ : กรณีศึกษา กลุ่ม ในพื้นที่ชุมชนออนไลน์พันทิพย์ดอทคอม (pantip.com) พบว่า เรื่องเล่า บันทึก ประสบการณ์ชีวิต รวมทั้งนวนิยาย และเรื่องสั้น เรื่องเล่าบันทึกประสบการณ์ชีวิตรวมทั้งวิถีชีวิตของชายรักชาย โดยเฉพาะการเผชิญหน้าและจัดการกับปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ รวมทั้งเนื้อหาที่ปรากฏมักสะท้อนทัศนคติที่ชายรักชายมีต่อสังคม โดยจากการศึกษาครั้งนี้เชื่อเรื่องความรักที่จริงใจและความรักที่บริสุทธิ์ ถึงแม้ว่าในความเป็นจริงหลายเรื่องที่ปรากฏมักแสดงออกว่าความสัมพันธ์ด้านความรักของชายรักชายจะไม่ประสบผลสำเร็จ แต่ทว่าเรื่องเล่าเหล่านี้มีการเน้นที่มุมมองของเรื่องที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของชายรักชายเพื่อทำให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจและเห็นใจของชายรักชายในมุมและอารมณ์อ่อนไหวที่ชายรักชายคนนั้น ๆ เจอ (พจมาน มูลทรัพย์, 2551)

จากการศึกษาข้างต้นพบว่า ในช่วงแรกกลุ่มชายรักชายใช้พื้นที่ออนไลน์ในการนำเสนอตัวตนรวมทั้งสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยไม่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องเพศ ทว่าในการศึกษาเรื่องการสร้างความหมายและตัวตน “เกย์” ในพื้นที่แห่งความจริงและพื้นที่ไซเบอร์ พบว่า เริ่มมีชายรักชายส่วนหนึ่งใช้พื้นที่เหล่านี้ไว้หลีกหนีจากงานและมุ่งจะหาเพื่อนเป็นหลัก และมักแสดงตัวตนในพื้นที่ไซเบอร์เฉพาะมากกว่าพื้นที่ไซเบอร์สาธารณะ (เนติ สุนทรวารวิทย์, 2553) อีกทั้งมีการรวมตัวกันของปัจเจกบุคคลใช้วิธีการคบหาสมาคมหรือติดต่อสื่อสารกับเพื่อนโดยการพูดคุยในห้องสนทนาทางอินเทอร์เน็ตที่มีความชอบเหมือน ๆ กัน (อภิญา เสียงสืบชาติ, 2552) โดยการรวมตัวนั้นเป็นสังคมนั้นเพื่อต้องการหาข้อมูล เรื่องที่สนใจคล้ายกันจนเป็นชุมชนเดียวกัน ทำให้พื้นที่สาธารณะบางส่วนก็ถูกสร้างความหมายใหม่ให้เป็นพื้นที่เฉพาะหรือพื้นที่ส่วนบุคคลของชายรักชายเอง สอดคล้องกับการศึกษาของชินวร ฟ้าดิษฐ์ (2014) ที่ว่าหากขยายประเด็นออกมาคือการศึกษาการแสดงอัตลักษณ์ในมุมของสื่อใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการที่ไม่สามารถทำได้ในชีวิตจริง อาทิ การหาเพื่อน หาคณรัก หาเซ็กส์ หรือซื้อ-ขายบริการทางเพศ เป็นต้น และมีการศึกษาที่น่าสนใจอีกชิ้นหนึ่งที่พยายาม

ศึกษากลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์โดยกลุ่มเกย์ออนไลน์ของ ชีระ บุชบกแก้ว (2553) ในการศึกษาชิ้นนี้พบว่ามียกย่อง 8 ประการด้วยกันในการสื่อสารของกลุ่มเกย์ออนไลน์ ได้แก่ การพยายามสื่อสารว่าเกย์เป็นเพียงมนุษย์ธรรมดาทั่วไปไม่ได้เป็นคนพิเศษ และเกย์เป็นเพศชายดังนั้นการแสดงออกย่อมมีลักษณะเป็นผู้ชาย เกย์ไม่ได้สนใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเซ็กส์ทั้งหมด รวมทั้งเกย์เป็นเพียงรสนิยมที่ชอบผู้ชายด้วยกัน ไม่ได้เป็นคนป่วย โรคจิตวิถิตถาร เป็นต้น

นอกจากนี้แล้ว มีการศึกษาการใช้อินเทอร์เน็ตในการหาคู่ระหว่างกลุ่มชายรักชายงานศึกษาอีกหนึ่งชิ้นเรื่องวัยรุ่นใช้สื่อออนไลน์อย่างไรในการหาคู่ (นิพนธ์ ดาราวุฒิมาประภรณ์, 2558) เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมที่มีเพศสัมพันธ์ของวัยรุ่นว่ามีวิธีการอย่างไร โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 20 คู่จากการใช้ เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ไลน์ เอ็มเอสเอ็น ไฮไฟว์ ในการหาคู่และคู่นอน โดยที่วัยรุ่นชายใช้สื่อออนไลน์ในการหาคู่ชัดเจนกว่าวัยรุ่นหญิง อีกทั้งใช้เวลาพูดคุยทำความรู้จักไม่นานก่อนการมีเพศสัมพันธ์ การศึกษาอีกชิ้นหนึ่ง ซึ่งศึกษาการสื่อสารกลุ่มชายรักชายในพื้นที่เฉพาะคือ รูปแบบการบริโภคสื่อประเภทแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้รับสารชายรักชาย: กรณีศึกษาแอปพลิเคชันกรินเดอร์ (Grindr) (ภัทรเวช พึ่งเพ็ญ, 2557) พบว่า กรินเดอร์เป็นชุมชนเสมือนของกลุ่มชายรักชายโดยเฉพาะ ซึ่งเป็นพื้นที่แสดงอัตลักษณ์ แม้ว่าในปัจจุบันอัตลักษณ์ทางเพศอาจมีการผกผันและเปลี่ยนไป อาจไม่ได้มีเพียงรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง และการศึกษาชิ้นนี้พบอีกว่ากรินเดอร์ส่งผลต่อรูปแบบวิธีการในการค้นหาความสัมพันธ์ทางเพศด้วยเหตุของคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่สามารถทำลายข้อจำกัดทางการสื่อสารได้ผ่านกระบวนการสื่อสารทั้งตัวกลางทางการสื่อสารและผู้ส่งสารผู้รับสาร

ประเด็นหนึ่งที่ภัทรเวชนำเสนอเป็นประเด็นที่น่าสนใจคือ กระบวนการทดสอบความไว้วางใจในคู่สนทนาในระยะเวลาระยะหนึ่ง เนื่องจากพื้นที่เสมือนนั้นมีความเป็นนิรนามมากกว่าพื้นที่สาธารณะ ดังนั้นคู่สนทนาชายรักชายทั้งสองฝ่ายจึงพยายามหาวิธีในการตรวจสอบความไว้วางใจเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและหน้าตาทางสังคม ประเด็นข้างต้นนี้คล้ายกับประสบการณ์ของผู้วิจัยในช่วงการศึกษาพื้นที่วิจัยที่ว่ามักเริ่มต้นจากปัจจัยด้านเวลา ซึ่งในการศึกษาชิ้นนี้หมายความว่าถึงการใช้ระยะเวลาในการพูดคุยหรือการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคู่สนทนา เพราะเวลาจะทำให้คู่สนทนามีความเข้าใจรวมทั้งสามารถตัดสินใจที่จะสานต่อความสัมพันธ์หรือไม่

มีความคล้ายคลึงกันระหว่างสื่อสังคมออนไลน์ 2 ชนิด คือ กรินเดอร์ และทวิตเตอร์ นั่นคือการสานต่อความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยมีเหตุผลหลักของการใช้เพื่อค้นหาคู่นอน หรือเพื่อนสนิท เพราะทั้งในกรินเดอร์และทวิตเตอร์ คู่สนทนาสามารถพัฒนาสถานภาพต่อไปได้ ทั้งเป็นเพื่อน เป็นพี่น้อง เป็นแฟน เป็นผู้อุปถัมภ์ รวมทั้งเป็นบัดดี้ (fuck buddy) ที่หมายถึงเพื่อนที่สามารถมีเพศสัมพันธ์กันได้แต่อยู่ในสถานะเป็นได้เพียงแค่เพื่อนเท่านั้น (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2563a) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องการก่อตัวของวิธีคิด “การร่วมเพศเพื่อการร่วมเพศ” ในสังคมไทย (ณัฏฐ์ เสรีรักษ์,

2557) ที่กล่าวว่าในสังคมไทยนำการร่วมไปผสมผสานกับประเด็นต่าง ๆ จนการร่วมเพศไม่ได้มีไว้เพื่อร่วมเพศเท่านั้น

การศึกษาอีกชิ้นหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการใช้แอปพลิเคชันในการสื่อสารเพื่อเปิดเผยตัวตนและสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในกลุ่มของชายรักชายที่มีลักษณะอวบอ้วน ถึงแม้ว่าในปัจจุบันในประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะเปิดกว้างเกี่ยวกับแนวคิดของความหลากหลายทางเพศ ทั้งในสังคมทั่วไปและวงวิชาการ อย่างไรก็ตาม ในสังคมทั่วไปก็ยังมองไม่เห็นความหลากหลายที่ซับซ้อนกว่ามิติ “เพศที่สาม” ที่แท้ที่จริงยังมีสถานะทางสังคมที่แตกต่าง ก่อให้เกิดความไม่เท่าเทียมภายในกลุ่มคนรักร่วมเพศ เช่น “เกย์หมี” ชายรักร่วมเพศร่างอวบอ้วนได้มาพบปะกับคนที่มีความนิยมชื่นชอบพวกเขาเนื่องจากมีสังคมรวมทั้งชายรักชายบางกลุ่มไม่ให้การยอมรับกลุ่มชายรักชายที่มีรูปร่างอวบอ้วน จึงทำให้กลุ่มเกย์หมีจึงต้องพยายามหาพื้นที่อื่น ๆ ในการพบปะเจอจากกัน (Kevin Laddapong, 2019)

หากเปรียบเทียบกับการศึกษาในต่างประเทศจะพบว่ากลุ่มชายรักชายใช้อินเทอร์เน็ตในแง่มุมต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ตถูกนำมาใช้เพื่อจุดประสงค์ทางเพศ โดยถูกจัดให้เป็นเวทีสำหรับชายรักชายในการสร้างปฏิสัมพันธ์ ซึ่งส่วนใหญ่นั้นมักจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเพศ (Parsons, Kelly, & Weiser, 2007) รวมทั้งผู้ชายชาวเอเชียที่เป็นชายรักชายมักถูกมองว่ามีลักษณะเฉื่อยชา ไม่กล้านำเสนอตนเองหรือเปิดเผยความต้องการทางเพศ (Han, 2008) จะพบว่าเมื่อกลุ่มชายรักชายไม่ได้รับการต้อนรับหรือยอมรับจากสังคม รวมทั้งในบางพื้นที่ถูกเบียดขับ ทั้งหมดนี้จึงนำไปสู่พฤติกรรมการออกเดทและการหาคู่ออนไลน์ (Phua & Kaufman, 2003)

เพราะเมื่อกลุ่มชายรักชายเข้าไปใช้พื้นที่อินเทอร์เน็ตมากขึ้น ก็เกิดการสร้างข้อมูลส่วนตัว (profile) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการหาคู่ โดยการสร้างข้อมูลส่วนตัวในแอปพลิเคชันหาคู่จากมือถือเป็นการแสดงตัวตนอีกทางหนึ่งเพื่อให้กลุ่มชายรักชายอื่นได้ทำความรู้จัก เช่น การแสดงตัวเองในแอปพลิเคชันแฉ็คดี ซึ่งเป็นแอปพลิเคชันหาคู่ของกลุ่มชายรักชาย (Chan, 2016) โดยภาพถ่ายชายรักชายส่วนใหญ่นำเสนอผ่านพื้นที่เสมือน 5 ประเภทด้วยกัน คือ ภาพตนเอง, ภาพในชีวิตประจำวัน, ภาพในการเดินทาง, ภาพอวัยวะเพศทั้งสีและขาวดำ (Shum, 2014) ซึ่งไม่มีความแตกต่างกับพฤติกรรมการนำเสนอตัวตนของชายรักชายในประเทศเยอรมนีในเว็บไซต์หาคู่ชายรักชายออนไลน์ กลุ่มชายรักชายใช้ภาพเปลี่ยนในโปรไฟล์เพื่อคัดเลือกรายการออกเดท เพราะภาพเปลี่ยนนั้นขับเคลื่อนด้วยความพึงพอใจหลายประการด้วยกัน เช่น การดึงดูดความสนใจ รวมทั้งการเสริมอำนาจซึ่งหมายถึงการเปลือยกายออนไลน์ (Lemke & Merz, 2018) อย่างไรก็ตามจากการศึกษาในปี 2017 พบว่า กลุ่มชายรักชายจำนวนหนึ่งเริ่มที่จะไม่นิยมถ่ายภาพร่างกายของตนเอง (Davis, 2017) ประเด็นนี้เป็นอีกประเด็นที่น่าสนใจ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าอาจเกิดจากการที่ไม่ต้องการให้สังคมรอบข้างรู้ว่าตนเองเป็นชายรักชาย เนื่องจากปัจจุบันมีผู้มีชื่อเสียงจำนวนมากที่เป็นชายรักชายและมักใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน

แม้ว่ากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเพศในพื้นที่ออนไลน์จะกลายเป็นเรื่องปกติในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา สำหรับกลุ่มประชากรในโลกตะวันตก โดยมีรายละเอียดที่แตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับอายุ ลักษณะทางกายภาพ และรสนิยมทางเพศของแต่ละบุคคล (Döring, 2009) ซึ่งทำให้เห็นว่าพื้นที่ออนไลน์เป็นสถานที่สำหรับการสร้างชุมชนเสมือนที่การสื่อสารแบบตัวต่อตัว ซึ่งไม่จำเป็นต้องอาศัยพื้นที่ทางกายภาพในการสื่อสารระหว่างกัน เพราะในพื้นที่เสมือนหรือสื่อสังคมออนไลน์นั้นบุคคลสามารถที่จะละทิ้งตัวตนในชีวิตจริงในแต่ละด้านได้ เช่น อายุ ลักษณะทางกายภาพ เพศ การศึกษา หรือ ชาติพันธุ์ รวมทั้งพบอีกว่าชายรักชายมีจำนวนมากหันมาใช้แคมฟรอก (Camfrog) มากขึ้นในปี 2011 เพื่อค้นหาคู่สนทนชั่วคราวที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการทางเพศที่เฉพาะเจาะจงได้ บางคนแสวงหาความสัมพันธ์ระยะยาว นอกจากนี้ชายรักชายและดีเจสามารถแสดงออกได้อย่างอิสระและเปิดเผยในพื้นที่ออนไลน์ (Samakkeekarom & Boonmongkon, 2011)

อย่างไรก็ดี ประเด็นแคมฟรอกผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตเพิ่มเติมว่าแม้แคมฟรอกจะเป็นตัวช่วยในการสื่อสารของกลุ่มชายรักชายได้ ทว่าการสื่อสารในแคมฟรอกนั้นอาจไม่ตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย ทั้งความต้องการที่จะสื่อสารเพื่อให้กลุ่มชายรักชายจำนวนมากได้เห็น รวมทั้งรสนิยมที่ไหลลื่นไม่ได้ตายตัว ดังนั้นเมื่อสื่อสารแล้วครั้งหนึ่งก็อยากให้กลุ่มชายรักชายจำนวนมากได้เห็นมากกว่าการสื่อสารในห้องใดห้องหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่ง อีกทั้งในห้อง ๆ นั้นจะมีเพียงแค่คนใดคนหนึ่ง หรือกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้นที่ได้รับมอบอำนาจให้จัดการการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่ม ไม่ใช่ทุกคนในกลุ่มจะสามารถสื่อสารระหว่างกันได้ภายในห้อง ๆ นั้น ด้วยข้อจำกัดนี้อาจทำให้แคมฟรอกถูกลดความนิยมลงได้

เมื่อกลุ่มชายรักชายเข้ามาใช้พื้นที่เสมือนแล้ว มักมีการเปิดเผยอัตลักษณ์ทางเพศและอาจมีกิจกรรมทางเพศกับชายรักชายอื่น โดยในจำนวนนี้มากกว่าครึ่งที่เป็นกลุ่มที่เปิดเผยว่าตนเองเป็นชายรักชาย อีกส่วนหนึ่งมีความต้องการทั้งสองแบบคือทั้งรับและรุก และอีกส่วนหนึ่งสามารถมีกิจกรรมทางเพศได้ทั้งเพศหญิงและเพศชาย และมากกว่าครึ่งในจำนวนนี้อาจเจอมิตรภาพระหว่างชายรักชายในพื้นที่ออนไลน์ทั้งในฐานะเพื่อน และเข้าร่วมกิจกรรมทางเพศ (Ross, Månsson, Daneback, & Tikkanen, 2005) ยิ่งไปกว่านั้น มิตรภาพที่เกิดขึ้นมักหลอมรวมประเด็นมิตรภาพ กิจกรรมทางเพศ เข้าไว้ด้วยกัน (Stahlman et al., 2015) จากข้อมูลการทบทวนวรรณกรรมในต่างประเทศบางส่วนแสดงให้เห็นว่าพื้นที่เสมือนกลายเป็นบริเวณที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยกิจกรรมทางเพศ (erotic oasis) (Ross, Tikkanen, & Månsson, 2000)

การรวมตัวในพื้นที่ออนไลน์นั้นได้รับการพัฒนามาจากการจากรวมตัวในพื้นที่สาธารณะเฉพาะ อาทิ สวนสาธารณะ หรือสถานบันเทิงของกลุ่มชายรักชายพบกันหลักของการเข้าใช้พื้นที่เสมือนเหมือนกันคือ “การพยายามหลีกเลี่ยง” จากความเชื่อบรรทัดฐานแบบรักต่างเพศ โดยใช้พื้นที่เสมือนในการพบปะกัน ทดสอบความเชื่อใจระหว่างกัน และสานสัมพันธ์ระหว่างกัน ก่อนการนำเสนอ

ตัวตนหรือการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด รวมทั้งมีการนัดพบในพื้นที่สาธารณะเพื่อทดสอบอีกครั้ง นอกเหนือจากการพยายามหลีกเลี่ยงแล้วยังพบอีกประเด็นคือ ‘การคั่งค้างกับสังคม’ การขยับขยายมาใช้พื้นที่เสมือนในการสื่อสารเป็นการต่อสู้ต่อรองเชิงสัญลักษณ์อย่างหนึ่ง เพราะในพื้นที่สาธารณะกลุ่มชายรักชายไม่สามารถแสดงออกซึ่งตัวตน รวมทั้งแสดงออกถึงความต้องการทางเพศได้อย่างเปิดเผยเท่าที่ใจต้องการ

ดังนั้น พื้นที่เสมือนจึงเปรียบเสมือนการรुकืบเพื่อแสวงหาพื้นที่ในการสื่อสารของตนเองจากสังคมที่มีความเชื่อเรื่องรักต่างเพศเป็นใหญ่ และรักร่วมเพศเป็นชายขอบ แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงปฏิเสธไม่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมก็คือพื้นที่เสมือนเป็นเพียงหนึ่งเครื่องมือในการสื่อสารเท่านั้น แต่สิ่งที่จะช่วยในการพัฒนาความสัมพันธ์ได้ก็คือการนัดพบในพื้นที่สาธารณะประกอบด้วย

จากการนำเสนอเนื้อหาในหัวข้อ 2.1.1 หัวข้อ 2.1.2 และหัวข้อ 2.1.3 ภายใต้ประเด็นเนื้อหาชายรักชายกับการสื่อสารจากอดีตสู่ปัจจุบันข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการและช่องว่างในการศึกษาอันได้แก่การพยายามในการใช้ช่องทางต่าง ๆ ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันของกลุ่มชายรักชาย เนื่องจากในพื้นที่สาธารณะในอดีตจนถึงปัจจุบันนั้นไม่สามารถทำให้กลุ่มชายรักชายในสังคมไทยสามารถเปิดเผยตัวตนและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน เนื่องจากมีโครงสร้างสังคมแบบรักต่างเพศในการพยายามจัดกลุ่มคนที่แตกต่างจากตนเองให้ออกจากกัน

ดังตัวอย่างของ เพ็ญมาส กำเหนิดโทน (2528) ที่กล่าวว่ากลุ่มชายรักชายจำเป็นต้องแสวงหาพื้นที่ต่าง ๆ ในการสร้างกลุ่มหรือพื้นที่ ๆ ตนเองไว้วางใจและสามารถนำเสนอตัวตนได้ เช่น บาร์ เชนา เป็นต้น หลังจากการพัฒนาของเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจะพบประเด็นที่กลุ่มชายรักชายเริ่มที่จะใช้คุณสมบัติของสื่อใหม่ในการพยายามสร้างพื้นที่ในการสื่อสาร นำเสนอตัวตน และสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

เนติ สุนทราราววิทย์ (2553) ทำให้พบว่ากลุ่มชายรักชายเริ่มใช้พื้นที่ออนไลน์ในการแสวงหาความสัมพันธ์ที่ตอบสนองความต้องการทางเพศตามรสนิยมของตนเอง ปัจจุบันจะพบว่ามีแอปพลิเคชันต่าง ๆ ตามที่ภัทรเวช พุ่งเพื่อง (2557) และ Kevin Laddapong (2019) นำเสนอว่าพื้นที่ซึ่งกลุ่มชายรักชายใช้เพื่อแสวงหาความสัมพันธ์และพัฒนาไปสู่การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ทว่ายังไม่ปรากฏการศึกษาการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชายรักชายในพื้นที่ทวิตเตอร์ ทั้งที่ในปัจจุบันนั้นปรากฏปรากฏการณ์ที่กลุ่มชายรักชายใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารระหว่างกัน ยิ่งไปกว่านั้นยังใช้ทวิตเตอร์เสมือนเป็นเซาน่า หรือโรงแรมเฉพาะของชายรักชายที่สามารถนัดพบระหว่างกัน มีการทวิตภาพโป๊เปลือยต่าง ๆ รวมทั้งคลิปวีดีโอในการร่วมเพศระหว่างกัน

ในการศึกษาชิ้นนี้แตกต่างกับการศึกษาในพื้นที่เสมือนอื่น ๆ เนื่องจากแอปพลิเคชันต่าง ๆ เว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น กรณิ pantip.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ประเภทกระทู้ โดยกระทู้ที่ใช้สื่อสารนั้นมักเป็น

กระตุ้ที่ดั่งขึ้นเฉพาะเพื่อกลุ่มชายรักชายสื่อสาร ซึ่งประเด็นที่สื่อสารนั้นมักเกี่ยวข้องกับการเล่าเรื่อง การปรึกษาเท่านั้น (พจมาน มุลทรัพย์, 2551) กรณีแคมฟรอกในการศึกษาของ รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ กรณีกรีนเดอร์ในการศึกษาของภัทรเวช พึ่งเพ็ญ กรณีแจ๊คตีในการศึกษาของ Chan, L. S. หรือ กรณีไกรวัลในการศึกษาของ Kevin Laddapong นั้น เป็นแอปพลิเคชันสำหรับการนัดเดท หรือ “Dating app” ซึ่งทวิตเตอร์นั้นเป็นเพียงสื่อสังคมออนไลน์แพลตฟอร์มหนึ่งเท่านั้นมีความคล้ายกันกับ เพชบุ๊ก อินสตาแกรม ดังนั้นการศึกษาชิ้นนี้จึงเป็นตัวเชื่อมระหว่างศาสตร์สื่อสารศึกษา กลุ่มชายรักชาย การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน

2.2 การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในพื้นที่ออนไลน์

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในพื้นที่ออนไลน์นั้นพบว่ามี 2 ส่วนด้วยกัน ได้แก่ ส่วนแรก การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรักต่างเพศ และส่วนที่สอง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรักเพศเดียวกัน โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงในส่วนแรกโดยสังเขป ทว่าจะเน้นในส่วนที่สอง เนื่องจากเกี่ยวข้องกับการศึกษาชิ้นนี้โดยตรง

ส่วนแรกคือ การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรักต่างเพศนั้น สามารถเกิดขึ้นได้ทั้งระดับทั่วไปจนถึงการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด โดยผู้วิจัยจะขอเสนอเฉพาะการศึกษาที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์เท่านั้น ด้วยเกี่ยวข้องกันหัวข้อการศึกษาในครั้งนี้

การสร้างสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้การสนทนา (chat) มักเริ่มต้นในการสนทนา โดยใช้ “นามแฝง” ในการเปิดเผยตัวตนในพื้นที่เสมือนครั้งแรก และมักไม่สนทนาเรื่องส่วนตัวมากนัก รวมทั้งใช้สัญลักษณ์แทนอารมณ์ต่าง ๆ หลังจากนั้นจะพัฒนาความสัมพันธ์ต่อโดยใช้เกณฑ์ “คุยกันถูกคอ” มีความชอบที่คล้ายกันในการคัดเลือกและพัฒนาความสัมพันธ์ โดยการทำความรู้จักนั้นมักสอดแทรกการสนทนาในประเด็นต่าง ๆ เช่น ข้อมูลส่วนตัว เรื่องทั่วไป แนวคิดทัศนคติต่าง ๆ คำถามวัดใจตามปิกเจกบุคคล รวมทั้งเป็นที่ปรึกษาในประเด็นต่าง ๆ โดยเวลาที่ใช้ในการสนทนามาก่อนการเปิดเผยตัวตนและสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นต้องใช้เวลาาน และสิ่งที่สำคัญที่สุดในความสัมพันธ์ช่วงแรกคือความไว้วางใจ เพราะหากไว้วางใจมากขึ้น ประเด็นสนทนาจึงจะเริ่มมีการเปิดเผยตัวตนมากยิ่งขึ้นเช่นกัน (อาทิชา เมืองยม, 2547)

สำหรับนามแฝงที่มักปรากฏในการนำเสนอตัวตนในพื้นที่ออนไลน์นั้นมักประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ในสื่อสังคมออนไลน์ โดยความหมายนั้นสะท้อนตัวตน 5 ประเภด้วยกัน ได้แก่ (1) ตัวตนอ่อนไหว หมายถึง คนที่ต้องการให้สังคมยอมรับ เช่น ‘season’ ‘sky_winVer’ ‘Mo0_nlight’ เป็นต้น (2) ตัวตนที่รักอิสระ เป็นตัวตนที่ค่อนข้างระมัดระวังกับการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นในชุมชนออนไลน์ เช่น ‘Guest44024’ ‘ZdvKa’ ‘alhglm’ เป็นต้น (3) ตัวตนที่เรียกร้องความสนใจ มักใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ในชื่อ เช่น หล่อ เท่ หรือใช้ชื่อนักแสดงต่างประเทศ (4) ตัวตนที่ต้องการมี

อำนาจ มักใช้ชื่อที่เกี่ยวข้องหรือมีคำว่า ‘Power’ เช่น ‘Power Jack’ ‘Dr. Joe’ ‘BigGun’ ‘Big BOOM’ เป็นต้น และ (5) ตัวตนของตัวเอง มักใช้ชื่อจริงร่วมกับสัญลักษณ์ต่าง ๆ ประเด็นหนึ่งที่สำคัญคือ หากในห้องสนทนานั้นเกี่ยวข้องกับเรื่อง ‘เพศ’ ชื่อของบุคคลในห้องสนทนานั้นมักจะบอกถึงลักษณะทางเพศของตนเอง เช่น ‘คิง’ ‘ควีน’ เป็นต้น (ดารินทร์ สวัสดิ์เสวี, 2545)

ขั้นตอนการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มรักต่างเพศนั้น สิตลา ชาญวิเศษ (2559) นำเสนอการพัฒนาความสัมพันธ์ไว้ 3 ขั้นตอนด้วยกัน ได้แก่ (1) ขั้นทำความรู้จัก (2) ขั้นศึกษากัน และ (3) ขั้นกระชับความสัมพันธ์ โดยในขั้นที่สามนี้ แบ่งออกเป็นสองขั้นย่อย ได้แก่ หนึ่ง ‘ขั้นกระชับความสัมพันธ์ช่วงต้น’ หลังจากนั้นก็จะกลับมาใช้การสื่อสารระหว่างกันแบบตัวต่อตัวใน สอง ‘ขั้นกระชับความสัมพันธ์ช่วงปลาย’ จากการศึกษาของสิตลา ชาญวิเศษ ชี้ให้เห็นว่า การสื่อสารในพื้นที่เสมือนส่งผลให้เกิดการสื่อสารแบบเป็นกันเองแบบเหนือจริง ซึ่งหมายความว่าผู้รับสารมั่นใจและคิดว่าตนเองรู้จักอีกฝ่ายหนึ่งอย่างมาก ทั้งที่ในความเป็นจริงนั้นอาจเกิดจากการสื่อสารแบบกันเองเกินจริง (hyperpersonal communication) หมายถึงว่าการสื่อสารผ่านตัวกลางนั้นสามารถสร้างประสบการณ์ทางสังคมและความผูกพันได้มากกว่าในพื้นที่สาธารณะจากประโยคข้างต้นสามารถตีความได้ว่า ในพื้นที่เสมือนที่มีคอมพิวเตอร์เป็นสื่อกลางนั้นการสื่อสารระหว่างบุคคลมักมีความเกินจริงในประเด็นของการสื่อสารและการสร้างความสัมพันธ์ รวมทั้งการนำเสนอตัวตนระหว่างกันที่เกินจริง ยิ่งทำให้ผู้รับสารและผู้ส่งสารเข้าใจว่าตนเองรู้จักกันและกันอย่างดี จึงเร่งให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกัน (สิตลา ชาญวิเศษ, 2559)

นอกจากนี้แล้ว การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในพื้นที่ออนไลน์นั้นสามารถลดอุปสรรคด้านเวลา สถานที่ รวมทั้งมีการรวบรัดขั้นตอนการสร้างความสัมพันธ์ได้ เช่น ได้สามารถได้รับข้อมูลเชิงลึกในเวลาอันสั้น แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือการสร้างความไว้วางใจในโลกเสมือนนั้นสามารถสร้างความไว้วางใจได้เพียงระดับหนึ่งเท่านั้น จึงจำเป็นต้องใช้การสื่อสารแบบเห็นหน้าเห็นตามาเสริมสร้างการพัฒนาความสัมพันธ์ด้วย (โกสินทร์ รัตนคร, 2552) ประเด็นดังกล่าวนี้มีสอดคล้องกันกับการศึกษาพฤติกรรมสื่อสารและการเปิดเผยตนเองของผู้ใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร ของสิริเสาวภา ฤกษ์นันท์ (2556) ณฤทธิ พงษ์สร (2561) และ ซาลินี โชติจิรัง (2556) ซึ่งอธิบายว่าผู้ใช้บริการเฟซบุ๊กส่วนใหญ่ถือได้ว่าเป็นบุคคลประเภท Oversocial หมายถึง กลุ่มคนที่ชอบพบปะติดต่อกับผู้อื่นรู้สึกกลัวต่อความเฉยเมยที่บุคคลอื่นมีกับตน

โดยบุคคลประเภทดังกล่าวข้างต้นมักมีแนวโน้มในการเปิดเผยตัวค่อนข้างสูงเพราะจะช่วยให้บุคคลจัดการกับความเครียดถือเป็นการแบ่งปันความวิตกกังวล เป็นการเติมเต็มความต้องการของคนที่อยากให้คนอื่นเข้าใจตนเองอย่างลึกซึ้ง เนื่องจากคนส่วนใหญ่ต้องการให้บางคนรู้จักเขา ยอมรับยินดี เคารพ และชอบพวกเขา ดังนั้น พฤติกรรมต่าง ๆ ของมนุษย์เกิดขึ้นตามแรงบังคับจากภายนอก ประกอบกับเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้งานบนอินเทอร์เน็ตเพื่อตอบสนองวิถีชีวิต

ของคนยุคนี้ที่ให้เวลากับการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นจนเกิดเป็นสังคมออนไลน์หรือที่สามารถเรียกได้ว่า “ชุมชนแบบเสมือน” สำหรับเปิดเผยข้อมูลต่าง ๆ อาทิ ข้อมูลส่วนตัว รูปภาพ ผลงาน การแสดงความคิดเห็น การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่าง ๆ รวมทั้งความสนใจที่คล้ายคลึงกัน จนทำให้กลายเป็นแหล่งเก็บข้อมูลจำนวนมากที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล ส่งผลให้คู่สนทนามีข้อมูลระหว่างกันมากเพียงพอในการตัดสินใจ

ในทางกลับกัน มีความสัมพันธ์อีกประเภทหนึ่งที่ถูกพัฒนาขึ้นในระยะสั้นและจบลงอย่างรวดเร็ว และไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวตน หรือสานความสัมพันธ์ ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมดของวิภาดา เอี่ยมแย้ม (2548) นำเสนอประเด็นของการมีเพศสัมพันธ์ข้ามคืนของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานครชี้ให้เห็นอีกรูปแบบความสัมพันธ์ที่ว่า พฤติกรรมของชายหญิงที่ไม่รู้จักคุ้นเคยกันมาก่อน แต่รู้สึกถูกใจกันและยินยอมที่จะมีความสัมพันธ์ทางเพศ เพื่อระบายความต้องการทางเพศและความใคร่ของทั้งสองฝ่าย เพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้น อีกทั้งไม่ต้องมีความผูกพันทางด้านจิตใจต่อกัน และไม่ต้องรับผิดชอบต่อสัมพันธ์ภาพที่เกิดขึ้นภายหลัง โดยกระบวนการทั้งหมดนี้จะเริ่มต้นและจบลงอย่างรวดเร็ว ผ่านสถานที่เที่ยวกลางคืน โดยไม่คาดหวังความสัมพันธ์ในระยะยาว

ส่วนที่สอง การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มรักเพศเดียวกัน โดยในหัวข้อนี้จะมีการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลรักเพศเดียวกัน และบุคคลกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์

การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเพศเดียวกันนั้นในยุคแรกมักพบการสื่อสารและเปิดเผยตนเอง ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์มักมีองค์ประกอบ 5 ประการ ได้แก่ (1) เป้าหมายของชุมชนที่สร้างขึ้น กล่าวคือ ชุมชนออนไลน์ที่สร้างขึ้นนั้นมีวัตถุประสงค์ เพื่ออะไร เช่น พื้นที่ระบายความเจ็บช้ำน้ำใจของชายรักชายที่โดยสังคมรังเกียจ การเล่าเรื่องความรักของตนเอง รวมทั้งมีการนำเสนอเรื่องราวของกิจกรรมทางเพศ (2) เป็นพื้นที่เสมือนจริงในการปฏิสัมพันธ์ ความจำเป็นที่ต้องใช้พื้นที่ออนไลน์ในการปฏิสัมพันธ์นั้นเพราะส่วนหนึ่งมาจากการที่สังคมไม่ได้ยอมรับกลุ่มชายรักชายในพื้นที่จริง (3) มีใช้การสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ (4) จำเป็นที่จะต้องมีส่วนร่วมในชุมชน และ (5) จำเป็นที่จะต้องผู้สนับสนุนชุมชน ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มรักเพศเดียวกันด้วยกันหรือกลุ่มรักต่างเพศ และมักพบรูปแบบการแสดงออกของกลุ่มชายรักชายสองวิธีคือ วิธีแรกคือ การตั้งกระทู้เพื่อหาคนรักในกระดานข่าวสนทนา และวิธีที่สองคือ การตั้งกระทู้เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ขอคำปรึกษา รวมทั้งระบายความในใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเพศสรีระ เพศสัมพันธ์ การเปิดเผยตัวตน อคติและการเลือกปฏิบัติทางเพศ (จตุรวิทย์ ทองเมือง, 2551)

สำหรับประเด็นเริ่มต้นในการเปิดเผยตัวตนและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันนั้น มักเกิดขึ้นเมื่อทั้งสองฝ่ายไว้วางใจระหว่างกัน มีทัศนคติเชิงบวกต่อตนเองและบุคคลอื่นที่เป็นเกย์เหมือนกัน และจะยิ่งทำให้ทั้งสองฝ่ายเข้าใจความเป็นตัวตนของกันและกัน และช่วยให้เข้าใจ

ความหมายของสารที่ได้รับได้ง่ายและชัดเจนขึ้น (ปริณดา เรืองศักดิ์, 2557) ส่วนหนึ่งเกิดจากการสื่อสารในพื้นที่เสมือนนั้นสามารถทำให้เกิดความรู้สึกอยู่ร่วมกัน (co-presence) หรือ การสื่อสารแบบกันเองเกินจริง (hyperpersonal communication) (สิตลา ชาญวิเศษ, 2559) ตัวอย่างที่ชัดเจนคือ สื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ทำให้รู้สึกอีกฝ่ายอยู่ใกล้กัน แม้ในความเป็นจริงแล้วจะอยู่ห่างกันก็ตาม ส่งผลให้ทั้งสองฝ่ายเปิดเผยตัวตนและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันเร็วขึ้น เพราะสื่อสังคมออนไลน์ช่วยให้ง่ายในการแสดงออกทางความคิดหรือความรู้สึก ถึงแม้ว่าทั้งสองสื่อข้างต้นจะใช้การสื่อสารหลักผ่านตัวอักษรเท่านั้น แต่ก็สามารถใช้สื่ออื่น ๆ ผสมผสานเพื่อเป็นตัวช่วยในการสื่อความได้ (ภาสกร จิตรโครธ, 2552)

สำหรับการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพและการสร้างตัวตนนั้น พื้นที่สื่อออนไลน์อย่างเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทยก็สามารถเกิดขึ้นได้เช่นกัน ตัวอย่างงานของวชิรินทร์ ภิญโญศาสตร์ (2550) พบว่า การสร้างสัมพันธภาพของวัยรุ่นที่เล่นเกมออนไลน์นั้น มักมีขั้นตอน ระยะเวลา ดังต่อไปนี้ (1) ขั้นเลือกเกมออนไลน์ที่จะเล่น (2) มีการเข้าสู่ระบบเกม (3) มีการสร้างตัวตนของตนเองในเกม (4) ขั้นเลือกคู่สนทนา (5) การสนทนา และสุดท้ายคือ (6) การพัฒนาสัมพันธภาพ โดยสังคมเกมออนไลน์เป็นสังคมขนาดใหญ่ เมื่อผู้เล่นได้ทำความรู้จักกันแล้วภายในเกม ถ้าผู้เล่นมีความใจกัน จะมีการขอรายละเอียดส่วนตัว เช่น อีเมล เพื่อใช้สำหรับสนทนาผ่านโปรแกรมสนทนาเพื่อเป็นการเพิ่มความสนิทสนมกันมากยิ่งขึ้น โดยในกรณีรูปแบบการสื่อสารในการสร้างสัมพันธภาพระหว่างผู้เล่นเกมออนไลน์สามารถนำเสนอได้ 3 ประการด้วยกัน ได้แก่ มีการเลือกใช้ภาษาเขียน รวมกับการใช้สัญลักษณ์ และมีการใช้คำศัพท์เฉพาะเพื่อสื่อสารระหว่างกัน โดยที่ผู้เล่นหรือผู้ใช้มักมีการตั้งชื่อ ทั้งที่ปกปิดข้อมูลที่แท้จริงส่วนตัวและการตั้งชื่อที่มีลักษณะสอดคล้องกับตัวตนที่แสดงออกในพื้นที่ออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีการใช้สัญลักษณ์ในการสร้างตัวตนร่วมอีกด้วย

จากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในพื้นที่ออนไลน์พบว่า ประเด็นการเปิดเผยตัวตนและการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นชี้ว่าในพื้นที่เสมือนนั้น ประการแรกในทุกการศึกษาที่มีผลตรงกันคือการใช้ “นามแฝง” ในการสื่อสารกันในช่วงแรก ต่อมาเมื่อบุคคลรู้สึกทั้งสองฝ่ายเกิดความสัมพันธ์กันอย่างรวดเร็ว และไม่ยุ่งยากที่จะแสดงออกซึ่งความต้องการระหว่างกันได้ โดยไม่มีความเคอะเขินระหว่างกัน แต่ในการศึกษาหลายชิ้นชี้ชัดว่าแม้การสื่อสารในพื้นที่เสมือนจะช่วยให้บุคคลสร้างความสัมพันธ์ง่ายขึ้น รวมทั้งทำให้ทั้งสองฝ่ายอยากมีปฏิสัมพันธ์มากกว่ากัน และต้องใช้เวลานานกว่าจะเปิดเผยตัวตน และประเด็นที่สำคัญคือหลักจาก ‘ไว้ใจ’ ในระดับ ‘หนึ่ง’ แล้ว มักจะนัดพบในพื้นที่สาธารณะเพื่อตรวจสอบทัศนคติ รวมทั้งตรวจสอบลักษณะทางกายภาพว่าตรงกับสิ่งที่อีกฝ่ายนำเสนอในพื้นที่เสมือนหรือไม่ หากตรงกันและ “ถูกคอ” ก็อาจจะพัฒนาความสัมพันธ์ต่อไปได้ หรือหากตรงกันข้ามก็อาจพิจารณาตัดความสัมพันธ์ได้ แต่ทั้งหมด

นั้นจะผ่านขั้นตอน กระบวนการ รวมทั้งระยะเวลาที่ยาวนานกว่าจะก้าวไปสร้างสัมพันธ์แบบใกล้ชิดต่อไป

2.3 การสื่อสารผ่านพื้นที่สื่อทวิตเตอร์

ในประเด็นการสื่อสารผ่านพื้นที่สื่อทวิตเตอร์นั้น จากการทบทวนวรรณกรรมพบประเด็นของการศึกษา สามารถจัดกลุ่มได้ 3 กลุ่มด้วยกัน ประกอบด้วย (1) ทวิตเตอร์สำหรับงานข่าว (2) ทวิตเตอร์สำหรับการติดตามเซเลป และ (3) ทวิตเตอร์สำหรับการตลาดและการส่งเสริมการขาย ดังเนื้อหาต่อไปนี้

ส่วนที่หนึ่ง ปัจจุบันรูปแบบการใช้ชีวิตของคนในสังคมมีรูปแบบที่เคลื่อนที่อยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้การบริโภคสื่อของคนในสังคมไทยก็เปลี่ยนไปเช่นกัน ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารจากสื่อใหม่ ซึ่งในกรณีนี้คือสื่อทวิตเตอร์ แม้ว่าทวิตเตอร์จะได้รับการยอมรับจากสังคมทั่วไป เพราะ มีความรวดเร็ว รวมทั้งเรียลไทม์อีกด้วย ซึ่งเป็นจุดแข็งของเครือข่ายทวิตเตอร์ ทว่าผลการศึกษานั้นชี้เพิ่มเติมว่าทวิตเตอร์กลับไม่มีความน่าเชื่อถือในการรายงานข่าวสารในมุมมองของผู้ประกาศข่าวยุคเก่าและองค์กรข่าวขนาดใหญ่ เช่น เครือเนชั่น เป็นต้น (สุทธิดา เรื่องรองหิริธญา, 2554) สวนทางกันกับผู้ประกาศข่าวยุคใหม่ ที่มักใช้ทวิตเตอร์ในการรักษาความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับข่าวสาร สถานี และผู้สื่อสารรวมทั้งสามารถพัฒนาเป็นตราสินค้าของนักข่าวผ่านบัญชีผู้ใช้ และแฮชแท็ก (วงศกร ศันสนิยรัตน์, 2556)

จากความโดดเด่นในเรื่องของการใช้เพื่อความรวดเร็วโดยนำมาใช้เพื่อการรายงานข่าวให้ทันต่อเหตุการณ์และจากสถานที่เกิดเหตุการณ์ ส่งผลให้มีการรวมกลุ่มผู้ใช้ทวิตเตอร์เพื่อรายงานข่าวสารในฐานะ “นักข่าวมวลชน” เอื้อให้มีเครือข่ายของข้อมูลเพิ่มมากขึ้น มีแหล่งข่าวใหม่เพิ่มเติม

ยิ่งไปกว่านั้นสื่อสังคมออนไลน์สามารถธำรงความเป็นสมาชิกของรายการข่าวหรือสำนักข่าวได้ กับผู้รับสารได้จากสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสาร สร้างเครือข่ายชุมชนออนไลน์ของตนเอง อีกทั้งสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของกระบวนการสื่อข่าวใน 3 เรื่องหลักที่สำคัญคือ (1) รูปแบบการสื่อข่าวที่มีช่องทางเพิ่มขึ้น ประเด็นข่าวที่มาจากหลายทาง มีมิติหลากหลายมากขึ้นกว่าเดิม (2) บทบาทของผู้สื่อข่าวที่ต้องทำหน้าที่เป็นนายทวารข่าวสารในการคัดกรองข้อมูลและตัดสินใจเลือกข่าวที่จะเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมด้วยตัวเอง และ (3) ความสัมพันธ์กับผู้รับสารที่เปลี่ยนไปสู่การสื่อสารสองทางแบบเรียลไทม์ นำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูล การร่วมกันทำงานในกระบวนการข่าว ซึ่งเป็นการเปิดมุมมองใหม่ของการทำข่าวสู่ความหลากหลายที่ต่างจากกระบวนการสื่อข่าวแบบดั้งเดิม

ประเด็นหนึ่งที่ผู้วิจัยพบคือการที่ จส.100 ใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารระหว่างผู้ใช้รถใช้ถนนเป็นประชากรกลุ่มแรก ๆ ที่ใช้ทวิตเตอร์ ประเด็นของการติดตามแฮชแท็กนั้นให้ผลเป็นอย่างดี กับการ

“รวมกลุ่มเฉพาะกิจ” โดยการรวมกลุ่มเฉพาะกิจนั้นส่งผลให้เกิดการรวมตัว การติดตาม การสืบค้น ในประเด็นที่ตนเองสนใจ รวมทั้งดารา เซเลบ ผ่านแฮชแท็กในทวิตเตอร์ รวมทั้งจุติมาศ เกลี้ยงเกลา และพรทิพย์ เย็นจะบก (2556) กล่าวว่าในสายตาผู้รับสารทั่วไปเชื่อว่าภาพลักษณ์ที่น่าเสนอผ่านเฟซบุ๊ก มักจะถูกสร้างและกำหนดโดยบริษัทค่ายเพลงต้นสังกัด แต่ในขณะที่ภาพลักษณ์ที่น่าเสนอผ่านทวิตเตอร์ และแฮชแท็กมีลักษณะของความเป็นตัวตนจริงของศิลปินนักร้องมากกว่า ทำให้เห็นว่าทวิตเตอร์มีความ “เป็นมิตร” และมีความ “จริง (real)” ในมุมมองของผู้รับสาร อีกทั้ง ปัทพรยังเสนอเพิ่มเติมอีกว่าทวิตเตอร์สามารถส่งต่อความรัก ความเมตตา และการสนับสนุนของผู้ติดตามเซเลบ โดยการรวมตัวในพื้นที่ทวิตเตอร์นั้นมักพบแรงจูงใจในการสร้างตัวตนศิลปินของวัยรุ่น คือ แรงจูงใจในการสร้างมิตรภาพและแรงจูงใจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น (ปัทพร เลิศสหพันธ์, 2558)

ส่วนที่สอง อีกหนึ่งกรณีที่สำคัญคือ “นุช” กลุ่มผู้ติดตาม เป็ก ผลิตโชค ในการศึกษาเรื่อง คิดจากเคส: ส่องความสำเร็จจากการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับแฟนคลับของ “เป็ก ห้างแตก” ผลิตโชค อายนบุตร ดังที่เกิด กระแสแฮชแท็ก #เคาท์ดาวน์มหาสนุกในแนวโน้มทวิตเตอร์ (twitter trend) ที่เหล่า “นุช” (ใช้เรียกกลุ่มแฟนคลับของเป็ก ผลิตโชค อายนบุตร) ได้รวมตัวกันทวีตถึงความไม่พอใจที่ทางศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ (Central World) ได้ทำการตัดการแสดงของ “เป็ก ผลิตโชค” ออกไป แต่ในการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การค้านั้นแจ้งว่าหากลูกค้าที่ซื้อสินค้าครบ 3,000 บาท จะได้รับสิทธิ์เข้าไปชมการแสดงในโซนที่จัดให้แฟนคลับโดยเฉพาะ ทว่าในช่วงเวลาดังกล่าว “เป็ก ผลิตโชค” กลับไม่ได้ขึ้นแสดงตามการประชาสัมพันธ์ของศูนย์การค้า เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นดังกล่าวทำให้เหล่าแฟนคลับของ ‘เป็ก ผลิตโชค’ ไม่พอใจอย่างมาก เพราะเหมือนถูกเอาเปรียบจากทางศูนย์การค้า และได้รวมพลังทวีต #เคาท์ดาวน์มหาสนุก ขึ้นจนกระทั่งทางศูนย์การค้าไม่สามารถอยู่เฉยได้จึงรีบออกมาโพสต์ขอโทษเหล่าแฟนคลับของ ‘เป็ก ผลิตโชค’ ทันที (ปภัสนรา ชัยวงศ์ และพิมพ์ผกา เจริญจิตร, 2018)

ส่วนที่สาม จากกรณีศึกษาดังกล่าวจะพบว่าทวิตเตอร์ในฐานะตัวกลางในการรวมตัวของผู้ติดตาม เป็ก ผลิตโชค ซึ่งเรียกตนเองว่า “นุช” นอกจากจะใช้ทวิตเตอร์ในการสนับสนุนเซเลบที่ตนเองรัก ชอบ หรือติดตามแล้ว ยังสามารถใช้ทวิตเตอร์เป็น “สนามรบ” ในการต่อสู้กับคู่ตรงข้ามของเซเลบที่ตนเองกำลังสนับสนุนทำให้เกิดแรงจูงใจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ผ่านการ “ติดแฮชแท็ก” ให้แฮชแท็กของกลุ่มตนเองขึ้นอันดับแนวโน้มของทวิตเตอร์ (twitter trend) เป็น 1 ใน 5 แฮชแท็กที่มีผู้กล่าวถึงในทวิตเตอร์ โดยแรงจูงใจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นนั้นหมายความว่า เป็นแรงจูงใจที่เชื่อว่าการรวมกลุ่มนั้นทำให้มีความรู้สึกว่าการมีอำนาจสามารถที่จะบันดาลทุกสิ่งทุกอย่างได้ตามที่ต้องการ เช่น เมื่อมีการรวมตัวและสามารถสร้างปรากฏการณ์ให้สิ่งที่ตนเองสนใจ หรือต้องการต่อสู้ขึ้นอันดับ

แนวโน้มของทวิตเตอร์ (twitter trend) ได้ นั้นเสมือนกับการได้รับชัยชนะในเชิงสัญลักษณ์อย่างหนึ่ง ยิ่งไปกว่านั้น ทศสิทธิ์ ไพบุญย์นันทพงศ์ (2554) กล่าวว่า ข้อมูลในทวิตเตอร์มักเป็นข้อมูลจากผู้ใช้หลายคน ร่วมทั้งมีการบอกต่อกันไป หากเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในขณะนั้น จนบางครั้งสามารถเข้าไปอยู่ในแนวโน้มของทวิตเตอร์ (twitter trend) การนำข้อมูลที่มีการอ้างถึงมาทำการจัดหมวดหมู่ข้อมูลในการสืบหาแหล่งที่มาได้อีกในอนาคต

แนวโน้มของทวิตเตอร์ (twitter trend) อันดับที่ 1 ถึง 5 นั้นมักส่งผลบางอย่างต่อสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม ยิ่งไปกว่านั้น มักได้รับการศึกษาทางการสื่อสารทางการตลาดในหลายกรณีเช่น นิชากรณ์ พันธคง เสาวลักษณ์ อร่ามพงศานุวัต และนริศรา นาคเมธี (2560) และจักรพันธ์ จารุภูมิ (2554) ที่พยายามศึกษา “การติดแฮชแท็ก” จนขึ้นแนวโน้มของทวิตเตอร์ (twitter trend) ผ่านการทำเหมืองข้อความเพื่อวิเคราะห์กระแสการเมือง โดยคำว่าเหมืองข้อความหมายความว่า การสกัดเอา “รูปแบบ” หรือ “ความสัมพันธ์” ที่อยู่ในชุดข้อความนั้น (text mining) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านเว็บไซต์ที่พัฒนาของทวิตเตอร์

จากการศึกษาผ่านวิธีการทำเหมืองข้อความนั้นทำให้ทราบว่า ทวิตเตอร์เปรียบเสมือนพื้นที่ในการระบายความรู้สึก อารมณ์ต่าง ๆ รวมทั้งมีความรวดเร็วในการสื่อสาร ยิ่งไปกว่านั้นการใช้แฮชแท็กส่งเสริมให้ เนื้อหาที่มีความคล้ายคลึงกัน รวมอยู่ด้วยกันทำให้ง่ายต่อการสืบค้น จักรพันธ์ จารุภูมิ (2554) และเกาะติดกระแสข่าวต่าง ๆ เช่น #ผนงรจตคม เป็นการระบายความรู้สึกที่มีต่อสถานการณ์ทางการเมืองในขณะนั้น เป็นต้น สอดคล้องกับเมธาวิ พิษะพัฒน์ (2553) ที่กล่าวถึงความรวดเร็วในการสื่อสาร ความสามารถในการรวมกลุ่ม แต่ในขณะเดียวกันนั้นข้อมูลในเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์มีความน่าเชื่อถือต่ำ เนื่องจากผู้ใช้มีสามารถ นำเสนอ สร้างข้อมูลข่าวสารด้วยตนเอง และบอกต่อข้อมูลข่าวสารด้วยความรวดเร็ว และขาดการกลั่นกรองตรวจสอบความถูกต้องก่อนการนำเสนอและบอกต่อ รวมทั้งมักแฝงไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าข้อเท็จจริง

โดยสรุปจากการทบทวนวรรณกรรมประเด็นการสื่อสารผ่านพื้นที่สื่อทวิตเตอร์ตามที่น่าสนใจข้างต้น พบว่าประเด็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด และชายรักชายนั้นไม่ได้รับการนำมาศึกษาวิจัย ประเด็นนี้เป็นช่องว่างหนึ่งในการศึกษาเช่นกัน แม้ทวิตเตอร์จะเป็นสื่อใหม่ชนิดหนึ่งแต่ก็มีทั้งจุดแข็งที่เป็นช่องทางการในการสื่อสารอย่างรวดเร็ว แต่กลับมีความน่าเชื่อถือต่ำหากเปรียบเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ แต่ถึงกระนั้นทวิตเตอร์ก็ได้รับความนิยม ยิ่งไปกว่านั้น ยังกลายเป็นสื่อที่มีความ “เป็นมิตร” และมีความ “ทันต่อสถานการณ์” (real time) มากกว่าสื่อสังคมออนไลน์ชนิดอื่นในทัศนะของผู้ใช้งานทวิตเตอร์เอง ประเด็นนี้จึงเป็นที่น่าสนใจว่าทวิตเตอร์เป็นตัวช่วยในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดได้อย่างไร รวมทั้งรูปแบบและเนื้อหาที่จะเกิดขึ้นในทวิตเตอร์จะเป็นอย่างไร

2.4 บทสรุปจากการทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรม ในหัวข้อ 2.1 หัวข้อ 2.2 และหัวข้อ 2.3 ในประเด็นเนื้อหาขายรักขายกับการสื่อสารจากอดีตสู่ปัจจุบันข้างต้น ประเด็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในพื้นที่ออนไลน์ และ ประเด็นการสื่อสารผ่านพื้นที่สื่อทวิตเตอร์ พบว่า ในประเด็นเนื้อหาขายรักขายกับการสื่อสารจากอดีตสู่ปัจจุบันข้างต้นนั้น พบประเด็นการพยายามแสวงหาช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มขายรักขาย โดยเริ่มจากการเห็นหน้าแบบตัวต่อตัว ผ่านการใช้พื้นที่เฉพาะอย่างเช่น ร้านกาแฟ หรือผับ จนกระทั่งพัฒนามาสู่การนำเสนอตนเองผ่านการใช้สื่อดั้งเดิมในการนำเสนอตัวตน และสร้างพื้นที่ในการสื่อสารระหว่างกัน และเมื่อสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมมากขึ้น กลุ่มขายรักขายก็ได้ใช้พื้นที่ดังกล่าวในการสร้างช่องทาง และพื้นที่ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่าง โดยมีจุดเปลี่ยนจากการสื่อสารระหว่างกัน มาเพื่อแสวงหากิจกรรมทางเพศ และมีการนัดมาเจอในรูปแบบตัวต่อตัว โดยใช้วิธีการในการสร้างสัมพันธ์ในระยะเวลาหนึ่ง โดยก่อนจะนัดมาเจอแบบเห็นหน้าเจอตัวจะทำการสำรวจทัศนคติระหว่างกันผ่านความ “ไว้วางใจ” ในระดับหนึ่ง จนกระทั่ง “ถูกคอ” แต่หากไม่ตรงตามสิ่งที่คาดหวังก็จะทำการตัดความสัมพันธ์ทันที ข้อสังเกตหนึ่งที่เกิดขึ้นคือการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันนั้นจำเป็นต้องใช้ระยะเวลา และมีขั้นตอนต่าง ๆ จนกว่าจะมาเจอแบบเห็นหน้าเห็น ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น แอปพลิเคชันกรีนเดอร์ แอปพลิเคชันโกลว์ แต่กลับไม่พบการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในทวิตเตอร์ ทั้งที่กลุ่มขายรักขายใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ ปฏิสัมพันธ์กันผ่านทวิตเตอร์ด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น การขายอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเพศ (sex toys) การขายคอร์สออกกำลังกายหรือค้นหาครูสอนออกกำลังกายส่วนตัว (trainer) การนำเสนอรูปแบบการใช้ชีวิต รวมทั้งการหาเพื่อนเพื่อนัดยืม (นัดยืม หมายถึง การนัดเพื่อมีกิจกรรมทางเพศ) เป็นต้น (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2560, 2562a; สุธาวัฒน์ ดงทอง, 2559)

ดังนั้น การศึกษาเรื่องการเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มขายรักขายบนพื้นที่ทวิตเตอร์ อยู่ในสถานะการศึกษาที่เป็นช่องว่างและแตกต่างจากการศึกษาชิ้นอื่น ๆ นอกจากการพยายามทำความเข้าใจปรากฏการณ์ของขายรักขาย การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด และทวิตเตอร์แล้ว ก็ยังเพิ่มเติมในสิ่งที่ขาดหายในศาสตร์สื่อสารศึกษาอีกด้วย

บทที่ 3

แนวคิดและทฤษฎี

ภายในบทแนวคิด ทฤษฎี แบ่งการนำเสนอออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่ **ส่วนที่หนึ่ง** ทฤษฎีเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ **ส่วนที่สอง** แนวคิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตน แนวคิดนี้เป็นแนวคิดที่รวมเอาแนวคิดทางด้านจิตวิทยา มาผสมผสานและพัฒนาจนเกิดเป็นขั้นตอนในการเปิดเผยตัวตน **ส่วนที่สาม** แนวคิดการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ ประกอบไปด้วย การศึกษาโครงสร้างสังคมของผู้รับสาร การศึกษาจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสาร การศึกษาการเข้าถึงตัวบทที่เกี่ยวข้อง การศึกษากระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร และ การศึกษาพฤติกรรมการรับชม **ส่วนที่สี่** แนวคิดเรื่องเพศวิถี โดยการนำเสนอความหลากหลายของเพศวิถี ซึ่งในการศึกษารังนี้ชี้เฉพาะไปที่กลุ่มชายรักชายที่ใช้ทวิตเตอร์ และ **ส่วนที่ห้า** บทสรุปของแนวคิดและทฤษฎี อีกทั้งผู้วิจัยมีจุดยืนอยู่ระหว่างแนวคิดปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic interaction) ที่สนใจศึกษาการสื่อสารของบุคคลผ่านการตกลงร่วมกันในรหัสถอดรหัสสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อปฏิสัมพันธ์กันในชีวิตประจำวัน และวัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies) ที่พยายามศึกษาอำนาจของผู้กระทำการสื่อสาร รวมทั้งมุ่งอธิบายวัฒนธรรมของมวลชน หรือคนหมู่มากที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เพื่อทำความเข้าใจปรากฏการณ์ของชายรักชายที่ใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน จึงทำให้การนำแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ มาวิเคราะห์ปรากฏการณ์นี้ ดังต่อไปนี้

3.1 เครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์

การศึกษาในประเด็นชุมชนเสมือน มีนักวิชาการหลายท่านต่างให้ความหมายเอาไว้หลากหลาย ประกอบไปด้วย การสื่อสารในพื้นที่ออนไลน์เป็นการรวมตัวทางสังคมที่เกิดขึ้นจากอินเทอร์เน็ต เมื่อมีผู้ใช้งานจำนวนมากและเข้าใช้เป็นเวลาระหว่างบุคคลนานมากพอ จึงทำให้เกิดความสัมพันธ์ส่วนตัวในสื่อสังคมออนไลน์ระหว่างกัน (Rheingold, 1993) อีกทั้งความสัมพันธ์ในพื้นที่เสมือนกลายเป็นสื่อกลางในการรวบรวมเนื้อหาที่สมาชิกสร้างขึ้น (Hagel & Armstrong, 1997) โดยการโต้ตอบที่เกิดขึ้นเป็นการโต้ตอบผ่านคอมพิวเตอร์ (Jones & Rafaeli, 2000) ที่เน้นการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ที่ขับเคลื่อนโดยผู้ใช้แต่ละคนและเน้นความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในชุมชนอย่างมาก (Lee, Vogel, & Limayem, 2003; Yap & Bock, 2005) รวมทั้ง Delanty (2003) อธิบายแนวคิดชุมชนเสมือนเพิ่มเติมอีกว่า การเกิดชุมชนใหม่มักเกิดจากภาวะการขาดและปรารถนาให้เกิดการเติมเต็ม ทว่าภาวะของการขาดนั้นไม่ได้หมายความว่าสูญหายไปแต่เป็นการมีอยู่ที่ไม่ตรงกับความต้องการ เช่น การขาดเพื่อน การขาดคู่ ขาดพันธมิตร เป็นต้น รวมทั้งค้นหาเพื่อเติมเต็มในส่วนที่ไม่เคยมีมา

ชุมชนแบบนี้จึงไม่ได้เกี่ยวกับพื้นที่ แต่กลับเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลที่เกิดขึ้นมากกว่า ซึ่งทั้งหมดนั้นสามารถเรียกได้ว่า “เครือข่ายสังคม”

สำหรับแนวคิดเครือข่ายสังคมของ Castells (2004) นักคิดทางสังคมวิทยา มีสมมติฐานหลักว่า “ในเครือข่ายสังคมจะประกอบไปด้วยบุคคลต่าง ๆ ที่ทำหน้าที่ตัวแสดงซึ่งมีความสัมพันธ์กันตามบทบาทหรือหน้าที่ที่แต่ละคนรับบทบาทนั้นอยู่ ทว่าแต่ละคนนั้นมีได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องสวมในชีวิตประจำวัน” ความสัมพันธ์ของบุคคลในเครือข่ายสังคมมักเป็นไปตามทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม (social exchange theory) เพราะบุคคลจะไม่แสดงแค่บทบาทใดบทบาทหนึ่งที่สังคมกำหนดหรือบรรทัดฐานของสังคมเท่านั้น ทว่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลยังขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านพื้นฐานของการรับรู้ รวมทั้งการแลกเปลี่ยนตามความไว้วางใจซึ่งกันและกัน

สำหรับการแลกเปลี่ยนในชุมชนนั้น มักเกี่ยวข้องกับโครงสร้างทางสังคม ที่มักประกอบด้วยโครงข่ายที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ใช้ระบบไมโครอิเล็กทรอนิกส์ (MikroElectronic) โดยแก่นของสังคมเครือข่ายตามแนวคิดของ Castells (2004) นั้นมีปัจจัยสำคัญที่ทำให้สังคมเครือข่ายแตกต่างคือการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ช่วยในการสร้างและรักษาเครือข่ายที่กว้างไกลซึ่งสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมรูปแบบใหม่ โดยการวิเคราะห์ของ Castells เกี่ยวกับความสำคัญของกระบวนการทั้ง 3 นี้

1. ความสำคัญของการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ซึ่ง Castells เชื่อว่าโครงสร้างทางเศรษฐกิจจะส่งผลต่อการสร้าง การรักษา หรือการยุติเครือข่ายทางสังคมระหว่างกัน
2. การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมที่มีความสำคัญกับการพัฒนากระบวนการทัศนความสามารถของมนุษย์เป็นศูนย์กลาง
3. ความเป็นอิสระของแต่ละบุคคลและเสรีภาพ

โดย Castells สรุปประเด็นเครือข่ายสังคมว่าเป็น “วัฒนธรรมแห่งอิสรภาพนั้นมีความสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดเทคโนโลยีเครือข่ายซึ่งในที่สุดก็เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับธุรกิจในการดำเนินการปรับโครงสร้างองค์กรในแง่ของโลกาภิวัตน์” (Castells, 2004, p. 22)

ไม่ได้มีเพียงแค่ Castells เท่านั้นที่ให้ความสนใจศึกษาเครือข่ายทางสังคม นอกเหนือจากนั้นยังพบ Dijk van Jan (2006) ที่ได้อธิบายความเป็นเครือข่ายทางสังคมไว้ว่า มีจุดเริ่มต้นจากความเป็นปัจเจกบุคคล และหลาย ๆ ปัจเจกบุคคลมารวมตัวกัน จนกระทั่งกลายเป็นชุมชนหรือสังคมใหญ่ ๆ โดยสามารถจำแนกได้ 4 ระดับ ดังนี้ โดยระดับแรกนั้นเป็นระดับบุคคล โดยสนใจที่ความสัมพันธ์ของบุคคลมากกว่าจำนวนของบุคคล (Wellman & Berkowitz, 1988) ที่รวมตัวเป็นกลุ่ม โดยระดับนี้จะพบในกลุ่มของสังคม เช่น พ่อ แม่ ลูก เพื่อนบ้าน เป็นต้น และในสื่อสังคมออนไลน์จะพบตัวอย่างเช่นการใช้สื่อสังคมออนไลน์สื่อสารกัน ในระดับต่อมานั้นมักมีส่วนของกลุ่มหรือองค์กรเข้ามาเป็นส่วนประกอบ โดยความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจะหละหลวม เพราะเนื่องจากเกิดขึ้นเพื่อภารกิจ หรือหน้าที่

บางประการเท่านั้น โดยในระดับที่สามนั้นมักเกี่ยวข้องกับเชิงโครงสร้างหรือระบบ ผ่านการสื่อสารแบบหลากหลายทั้งการใช้เอกสารราชการหรือการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือที่เรียกว่า "เครือข่ายรัฐ" และระดับสุดท้ายนั้นเป็นการสื่อสารระดับโลกหรือประเทศต่อประเทศ โดยการขยายความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและองค์กร ผ่านการแพร่ภาพกระจายเสียงโทรคมนาคมและเครือข่ายคอมพิวเตอร์ระหว่างประเทศ (Slaughter, 2004) หรือระดับมหภาค โดยความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นแน่นแฟ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับการรักษาความสัมพันธ์ ผ่านการปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตาม หรือสอดคล้องกับคู่สนทนาต้องการ

สามารถสรุปได้ว่า เครือข่ายในมุมมองของ Jan A.G.M. van Dijk นั้นเริ่มต้นจากระดับปัจเจกขึ้นสู่ระดับรัฐ หรือที่สามารถเรียกได้ว่าเป็นการสื่อสารเครือข่ายแนวดิ่ง ซึ่งแตกต่างจาก Castells ที่มองว่าทั้งหมดเกิดในแนวระนาบ โดยจะมีวัตถุประสงค์หรือประโยชน์ร่วมกันในการสร้าง พัฒนา และธำรงรักษาเครือข่ายนั้น ๆ ไว้ด้วยอุดมการณ์บางประการ

นอกจากเครือข่ายสังคมจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลแบบทั่วไปแล้ว ยังพบการต่อสู้ ต่อรองทางการเมืองที่มีอย่างแพร่หลาย โดยใช้เครือข่ายสังคมเป็นเครื่องมือสำคัญในการต่อสู้ ต่อรองหรือการคัดง้าง ทำให้ Castells (2015) ให้ความสนใจประเด็นนี้อย่างมาก ดังปรากฏในงานเขียนเรื่อง Networks of Outrage and Hope: Social movements in the internet age โดยงานเขียนชิ้นนี้สะท้อนให้เห็นมิติการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เชื่อมโยงกันผ่านเครือข่ายต่าง ๆ ซึ่งในกรณีนี้คือสื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มปัจเจกที่รวมตัวกันด้วยเหตุผลต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งมีเครือข่ายทางสังคม รวมทั้งอินเทอร์เน็ตเป็นพื้นที่กลางของการสื่อสาร แบ่งปัน แลกเปลี่ยนข้อมูลของผู้คนหลากหลายกลุ่ม โดยที่ Castells เชื่อว่าการสื่อสารนั้นมีอำนาจในตัวเองซึ่งสามารถทำให้ผู้ที่เชื่อมั่นสามารถสื่อสาร นำเสนอ แบ่งปัน แสดงออกในประเด็นต่าง ๆ ที่หลากหลาย รวมทั้งการเคลื่อนไหวทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจการเมือง แม้อำนาจที่เกิดขึ้นนั้นจะกระทำการบางอย่างกับผู้รับสาร ทว่าในอำนาจนี้ก็มีการต่อสู้ด้วยอำนาจเช่นกัน กล่าวคือ ผู้รับสารนั้นก็มิสืบทอดหรือสร้างเนื้อหาในอีกฟากหนึ่งในการนำเสนอเพื่อต่อสู้กับอำนาจนั้น ๆ ได้ โดยทันที

ในประเด็นนี้ Castells เชื่อว่าอำนาจทางการสื่อสารนั้นจะทำให้เกิดการตรวจสอบระหว่างกันอีกด้วย จะทำให้เห็นว่าการสื่อสารในเครือข่ายรูปแบบนี้เป็นสื่อสารแนวระนาบ ที่ทำให้ผู้ใช้ทุกคนสามารถสื่อสารทุกประเด็นโดยไม่มีการสั่งการให้สื่อสารแบบโครงสร้างแนวดิ่งแต่อย่างใด

อย่างไรก็ดี ในปัจจุบันการสื่อสารนั้นไม่สามารถทำได้เพียงในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง โดย Castells (2015) เรียกการสื่อสารแบบผสมผสานรูปแบบนี้ว่า “พื้นที่ลูกผสม” (hybrid space) อันเป็นพื้นที่ ๆ ผสมผสานระหว่างพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์เข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งการแสดงออกนั้นสามารถเริ่มต้นได้ทั้งในออนไลน์แล้วไปออฟไลน์ หรือออฟไลน์ไปออนไลน์ได้ เพราะการสื่อสารในรูปแบบนี้จะยิ่งแสดงอำนาจการสื่อสารผ่านเครือข่ายทางสังคม เพื่อต่อสู้ ชว่งชิง หรือนำเสนอ รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์

แบบใกล้ชิดได้ ยกตัวอย่างได้ว่า การใช้เครือข่ายสังคมในบริบทออนไลน์นั้นจะทำให้หน้าที่คล้ายปาล้อมเมืองไว้ เพื่อทำการยึดครองพื้นที่ในเขตเมืองอย่างละมุนละม่อม จนทำให้เมืองเริ่มไม่เห็นความแตกต่างในประเด็นต่าง ๆ

ด้วยเหตุนี้ ส่งผลให้ Castells เชื่อว่าอินเทอร์เน็ตและพื้นที่เมืองได้ทำให้ผู้คนสามารถรวมตัวกัน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเคลื่อนไหว รวมทั้งเป็นการเคลื่อนไหวที่ไม่จำเป็นต้องมีหัวหน้าอีกด้วย หรือที่ใช้คำว่า “การเคลื่อนไหวทางสังคมที่ปราศจากผู้นำ” (leaderless movements) รวมทั้งการกระทำการดังกล่าวจะเป็นการกระทำการอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นการกระทำการในสภาวะไร้เวลา (timeless time) ตามคุณสมบัติของสื่อใหม่

ในประเด็นอำนาจทางการสื่อสารนั้น Manuel Castells (2011) อธิบายเรื่องอำนาจทางการสื่อสารว่า อำนาจที่แสดงนั้นสามารถออกไปได้หลายมุมมองและทิศทาง เป็นอำนาจที่ไม่ได้มีความรุนแรง เช่น กฎหมายหรือข้อบังคับต่าง ๆ (hard power) ตามฐานคิดด้านนิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ ทว่าอำนาจในสังคมเครือข่าย (Network society) นั้นมีข้อพิจารณาอยู่ 4 ประการคือ

- 1) อำนาจของเครือข่าย (networking power) นั้นขึ้นอยู่กับผู้กระทำการเป็นหลัก
- 2) อำนาจเป็นผลมาจากมาตรฐานที่กำหนดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ภายในเครือข่ายนี้ ซึ่งในกรณีนี้อำนาจไม่ได้เกิดจากการแยกตัวออก (exclusion) แต่เกิดมาจากการการรวมกันเข้า (inclusion)
- 3) อำนาจของเครือข่าย เกิดจากอำนาจของผู้กระทำการและมักมีลักษณะเฉพาะในเครือข่านั้น ๆ
- 4) เครือข่าย – การสร้างอำนาจ : อำนาจนั้นมาจากการวางโปรแกรมเครือข่ายเฉพาะที่มีความสนใจอย่างจำเพาะและค่านิยมบางอย่างของโปรแกรมเมอร์ เป็นอำนาจของการสลับสับเปลี่ยนเครือข่าย

รวมทั้ง สมัชชา นิลปัทม์ (2016) กล่าวเพิ่มเติมว่า “มีความจำเป็นอยู่ประการหนึ่งคือ กระตือรือร้นในโลกออนไลน์ จะยังไม่เป็นผลสัมฤทธิ์ที่แท้จริงหากยังไม่พสานกับการเคลื่อนไหวในโลกออฟไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ” โดยผู้วิจัยถอดความได้ว่า ทั้งสองพื้นที่ยังจำเป็นต้องกระทำการหรือพึ่งพาอาศัยไปพร้อมกัน จึงจะเกิดผลอย่างน่าพอใจ แม้ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นจะเป็นมุมมองความสนใจของ Castells ที่มีต่อการใช้อินเทอร์เน็ตในการคัดจางกับโครงสร้างอำนาจของรัฐในประเทศต่าง ๆ ทว่าในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจะปรับประยุกต์การสื่อสารเพื่อต่อสู้ทางการเมืองมาเพื่ออธิบายการสื่อสารเพื่อต่อสู้และการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้วิตเตอร์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารระหว่างกัน

หากจะสรุปความหมายของชุมชนเสมือนนั้น อาจมีได้หลากหลายความหมายและสามารถแบ่งตามมิติต่าง ๆ ได้เพิ่มเติมอีก เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม แต่หากกล่าวโดยสรุปนั้น

จะมีแก่นหลักที่ว่า “เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคน โดยมีเจตจำนงหรือความสนใจบางอย่างร่วมกัน และมีปฏิสัมพันธ์กัน” (กัจจกร หลุยยะพงศ์, 2560) อีกทั้งในปัจจุบันจะพบว่า เครือข่ายสังคมกลายเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการรวมตัวเพื่อต่อสู้ ต่อรอง คัดจ้าง ปฏิเสธองค์ความรู้ หรือความเชื่อ และกฎระเบียบ หรือกฎหมายบางประการที่กดขี่ประชากรหรือกลุ่มคนต่าง ๆ ที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม ซึ่งปรากฏอยู่ในข้อสรุปของ Manuel Castells (2011) ที่มักกล่าวว่าสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันเป็นมากกว่าความบันเทิง ทว่าเป็นเครื่องมือในการต่อสู้อีกด้วย โดยการต่อสู้หรือต่อรอนั้นมักถูกนำมาโยงกับแนวคิดที่เรียกว่า “สถาบันแบบเบ็ดเสร็จ” ซึ่งการต่อสู้ ต่อรองที่กล่าวไปแล้วนั้นเป็นการพยายามปฏิเสธ “สถาบันแบบเบ็ดเสร็จ”

โดย แนวคิดสถาบันแบบเบ็ดเสร็จ ถูกกล่าวถึงในปี ค.ศ. 1961 โดย Goffman (1961) ผ่านงานเขียนรวมเล่ม 4 เรื่องด้วยกัน ในเรื่อง Asylums Essays on the social situation of mental patient and other inmates ซึ่งอธิบายว่า บุคคลมักถูกกดทับ ควบคุมโดยสถาบัน ไม่ว่าจะอยู่ในสถานภาพใด ๆ ก็ตาม มักมีสถาบันกระทำการอยู่เบื้องหลังแทบทั้งสิ้น จนทำให้คนที่อยู่ภายใต้สถาบันนั้น ๆ ต้องกระทำการต่อรอง ต่อสู้กับสถาบันเพื่อให้ตนเองได้รับความเป็นธรรมมากขึ้น หรือเพื่อการเอาตัวรอดในสถานการณ์ที่ยากลำบาก โดย Goffman อธิบายองค์ประกอบของสถาบันเบ็ดเสร็จไว้ 5 กลุ่มหรือสถาบันด้วยกัน ประกอบไปด้วย

- 1) สถาบันที่มีไว้สำหรับดูแลผู้ที่ด้อยความสามารถในการดำเนินชีวิตและไม่มีพิษภัยต่อสังคม เช่น สถานที่อยู่ดูแลคนตาบอด/หูหนวก บ้านพักคนชรา ฯลฯ
- 2) สถาบันที่มีไว้สำหรับดูแลผู้ที่ด้อยความสามารถในการดำเนินชีวิต แต่ก็อาจสามารถทำร้ายผู้อื่นได้โดยไม่ตั้งใจ เช่น สถานที่อยู่ดูแลผู้ป่วยวัณโรค/โรค เรื้อน โรงพยาบาลจิตเวช
- 3) สถาบันที่มีไว้สำหรับ จัดการควบคุมบุคคลที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสังคมโดยตรง เช่น เรือนจำ สถานดัดสันดาน ค่ายกักกันเชลยศึก
- 4) สถาบันที่มีไว้สอนทางด้านศาสนา สำหรับบุคคลที่ต้องการออกจากทางโลก เช่น อาราม สำนักนักบวช ฯลฯ และ
- 5) สถาบันที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการบรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น ค่ายทหาร โรงเรียนประจำ ค่ายแรงงาน เป็นต้น (Goffman, 1961, p.4-5)

โดยแต่ละสถาบันข้างต้นมีอำนาจและหน้าที่ในการละเมิดความเป็นส่วนตัวและหน้าที่ตามความอิสระ โดยจะสังเกตได้ว่าสถาบันทั้งหมดนั้นมีหน้าที่ในการจำกัดสิทธิหน้าที่พลเมืองของบุคคลเมื่อบุคคลนั้นเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสถาบันนั้น ๆ รวมทั้งสถาบันนั้น ๆ จะกระทำการให้ความรู้ ความคิดหรือแนวทางที่เป็นไปตามที่สถาบันนั้น ๆ ปรารถนาให้สมาชิกเป็น โดยหลักการและเหตุผลนั้นจะต้องถูกยกเลิกไป จะพบว่าความคิดเรื่องสถาบันแบบเบ็ดเสร็จของ Goffman นั้น จะเกี่ยวข้องกับการควบคุมภายนอก กล่าวคือ มีอำนาจ ซึ่งในที่นี้คือสถาบันในการจัดการความรู้ ความคิด

สติปัญญา และการแสดงออกทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมทั้งยึดยึดความรู้สึกนึกคิดให้เป็นไปตามที่สถาบันหรือโครงสร้างกำหนดขึ้น (กฤษฎา แก้วเกลี้ยง, 2558; เจษฎาภรณ์ พงนา, 2548; สายพิน ศุภุทธมงคล, 2542; อนุสรณ์ อุณโณ, 2020)

หากมองย้อนกลับมาในสังคมไทยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศนั้น มีการจัดการผ่านสถาบันต่าง ๆ เช่นเดียวกันจะพบว่าการรวมกลุ่มในหลายเหตุการณ์มักเป็นการรวมเพื่อต่อต้านแนวคิดสถาบันแบบเบ็ดเสร็จ เช่น การชุมนุมประท้วง การไม่แต่งกายให้เหมาะสมกับสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ว่าไม่ยอมรับอำนาจกดทับนั้น ทั้งในพื้นที่สาธารณะและพื้นที่สังคมออนไลน์ เป็นต้น หากจะมองความแตกต่างกันระหว่างชุมชนจริงและชุมชนเสมือน คงเหลือความแตกต่างประการหนึ่งคือเรื่องพื้นที่ เพราะชุมชนจริง มักอ้างอิงตามพื้นที่ทางกายภาพ ทว่าชุมชนเสมือนมักอ้างอิงตามพื้นที่ของจิตใจเป็นสำคัญ ดังเช่น การรวมตัวกันของกลุ่มชายรักชายโดยใช้ทวิตเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างกัน อาจเพื่อประโยชน์ทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม หรือเป็นแค่ประเด็นความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งการศึกษาชิ้นนี้จะขยายวัตถุประสงค์ของการรวมตัวเพิ่มเติมต่อไป

โดยในมุมมองของสถาบันแบบเบ็ดเสร็จทางศาสนาและสถานศึกษามักจะประกอบสร้างวิถีทาง (shape) สังคมให้เป็นไปตามรูปแบบที่โครงสร้างนั้นเชื่อถือ เช่น กรณี กะเทย ในศาสนาพุทธ ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วนั้น บัณเฑาะก์ นั้นหมายถึง กะเทยแท้ กล่าวคือ กะเทย ตรงกับคำบาลีว่า 'อุกโตพยัญชนก' หมายถึง 'คนมีวียวะ ทั้งสองเพศคือเพศชายและหญิง' (อุกโต=2, พยัญชนะ=ลักษณะ) เพราะมี 'เครื่องหมายเพศ' ของชายและหญิงอยู่ในคนคนเดียว ในที่นี้หมายถึง ทั้งหอม ทั้งดี ทั้งเก๋ (เก๋คิงและเก๋ควีน) เสือใบ ฯลฯ ทั้งหลาย พึงทราบว่าการเกิดมาเป็นกะเทยนั้นไม่ใช่จำกัดเฉพาะมนุษย์เท่านั้น พระไตรปิฎกหลายเล่มเช่น พระไตรปิฎกเล่ม ๑ วิ.มหา.๑/๓๘/๕๒ จำแนกไว้ว่ากะเทยมี ๓ ประเภทใหญ่ๆ คือ กะเทยที่เป็นมนุษย์, กะเทยที่เป็นสัตว์เดรัจฉาน และกะเทยที่เป็นอมมนุษย์ ส่วนอีกคำคือ บัณเฑาะก์ (บัน-เดาะ) ตรงกับคำบาลี ว่า 'ปนฺนทก' ทั้งนี้พระธรรมกิตติวงศ์ (ทองดี สุรเตโช ป.ธ.๙) ราชบัณฑิตและเจ้าอาวาสวัดราชโอรสาราม ได้ให้ความหมายไว้ว่า "บัณเฑาะก์" ได้แก่ คน ๓ ประเภท ๑. ชายผู้ประพฤติผิดในกาม (ผู้มีราคะจัด) ๒. ชายผู้ถูกตอน หรือ ขันที ๓. กะเทยโดยกำเนิด (ผู้ไม่ปรากฏว่าชายหรือหญิง) (พระไตรปิฎก ฉบับบาลีสยามรัฐ, 2470; มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2480) จากความหมายข้างต้นจะพบว่า คำว่าบัณเฑาะก์นั้นไม่ได้หมายรวมถึงผู้หลากหลายทางรสนิยมทางเพศหรือกะเทยเทียมในปัจจุบัน ทว่าหลักการในศาสนานั้นกลับมากะทำการให้กลุ่มผู้หลากหลายทางเพศนั้นผิดและบาปไปตามการข้อกำหนดของสถาบันทางศาสนา

หรือในชุมชนของศาสนาอิสลาม ศาสนาอิสลามไม่ได้เป็นศาสนาเดียวที่ไม่เห็นด้วยกับประเด็นหลากหลายทางเพศตามข้อความในคัมภีร์เตอรอต ภายคัมภีร์นั้นเต็มไปด้วยการประณามอย่างชัดเจนของการประพฤติเช่นนั้น (ในคำสอนอิสลามต่อต้านการผิดประเวณีอย่างรุนแรง และรุนแรงยิ่งขึ้นเมื่อ

เกิดขึ้นระหว่างชายกับชาย โดยพื้นฐานแล้ว อิสลามไม่ยอมรับการเลียนแบบพฤติกรรมเพศตรงข้าม อย่างไรก็ตาม หากผู้ที่มีความรู้สึกรักชอบเพศเดียวกัน ไม่ได้ละเมิดกฎชะรีอะฮ์ข้อใดและเขาปกปิดเรื่องนี้ไว้ พร้อมขออภัยต่ออัลลอฮ์ ก็ถือว่าไม่ได้มีความผิดใด ๆ) โดยที่ศาสนาอิสลามถือว่าการรักร่วมเพศเป็นผลจากการเลือก (และถือเป็นการเบี่ยงเบน) ความเบี่ยงเบนสามารถเกิดขึ้นในตัวมนุษย์ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งตามธรรมชาติและฝืนธรรมชาติ จากการผิดศีลธรรมทางเพศ จนถึงข่มขืนกระทำชำเรา จากการร่วมเพศกับศพถึงการร่วมเพศกับสัตว์ แนวโน้มเหล่านี้อาจมาจากการชักจูงของมารร้ายจากอิทธิพลของสื่อ หรือกลุ่มต่างชาติต่างศาสนาเพื่อทำให้หันเหออกจากศาสนาอิสลามและพระผู้เป็นเจ้า (อูบุน อามีนะฮ์ บิลาล ฟิลิปส์ และ อัช ชีฟาร์, 2017)

ทั้งหมดนี้เกิดการตั้งข้อสังเกตและการพิจารณาปรากฏการณ์ในประเทศอิหร่านจนกลายเป็นจุดเปลี่ยนเพื่อให้ผู้นับถือศาสนามีความเคร่งครัดต่อศาสนามากยิ่งขึ้นและเลือกที่จะไม่ปฏิบัติตนให้ผิดไปจากหลักคำสอนที่พระเจ้าประทานมาให้ (The Westoxication of Iran: Depictions and Reactions of Behrangi, al-e Ahmad, and Shariati) แม้จะมีกลุ่มชายรักชายเกิดขึ้นในชุมชนมุสลิม ทว่ามุสลิมเหล่านั้นก็จะไม่ยอมเปิดเผยตัวตนอย่างเด็ดขาดต่อหน้าชุมชนของตนเอง (Hanson, 1983) ในทางกลับกันในการศึกษาของสมัคร์ กอเซ็ม (2561) พบว่า ในโรงเรียนสอนศาสนาอิสลามมีการใช้คำว่า “การเล่นเพื่อน” แทนการร่วมเพศของกลุ่มคนเพศเดียวกัน ซึ่งคำว่าเล่นเพื่อนในที่นี้เป็นเพียงความรู้สึกถึง “ความเป็นพี่น้องกัน” เท่านั้น การร่วมเพศเป็นเพียงทำความรักความรู้สึกดีกับพี่น้อง ดังนั้นการตีความทางศาสนาเช่นนี้ จึงทำให้พวกเขาไม่รู้สึกผิดบาปต่อการระบายความใคร่ต่อเพื่อนเพศเดียวกัน

อย่างไรก็ดี พบว่าในประเทศไทยมีมุสลิมจำนวนหนึ่งที่เปิดเผยตัวตนว่าเป็นกลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ โดยการนำเสนอตัวตนและการแสดงออกปรากฏเด่นชัด แต่สิ่งที่คุณคณกลุ่มนี้ใช้ในการคัดง้างกับชุมชน และชุมชนทางศาสนานั้นคือ การปฏิบัติตนเป็นมุสลิมที่ดี ปฏิบัติศาสนกิจเคร่งครัด และที่สำคัญคือการดูแลช่วยเหลือครอบครัวของตนเองให้ดีที่สุด (ซัมซุ สาอู, 2564; นารีฮัน กาชอ นูรูฮอชีอะฮ์ เจ๊ะเฮาะ ซัมซุ สาอู และ เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2564; บินยามีน เจ๊ะเซ็งบุกรี ดอเลาะ ซัมซุ สาอู และ เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2564) เพื่อนำเหตุผลในความปฏิบัติดีนี้ขออภัยต่ออัลลอฮ์ ก็จะถือว่าไม่ได้มีความผิดต่อพระเจ้า

หรือในศาสนาคริสต์ที่เชื่อว่า เรื่องเพศทั้งหมดเป็นสิ่งชั่วร้าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพศที่หลากหลายนั้นยังเป็นบาปไม่ได้รับการยอมรับจากพระเจ้า เนื่องจากบุคคลกลุ่มนี้ไม่ได้กระทำตามสิ่งที่พระเจ้าสร้างขึ้นหรือกำหนดขึ้น เพราะข้อกำหนดนั้นเกิดจากการสมรส การมีลูกต้องกระทำต่อหน้าพระเจ้าเท่านั้น กล่าวคือ เมื่อมนุษย์เกิดต้องกระทำพิธีศีลล้างบาปที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด และเมื่อจะต้องทำพิธีแต่งงาน ก็จำเป็นที่จะต้องกระทำต่อหน้าพระเจ้าโดยมีบาทหลวงในฐานะสักขีพยานของพระเจ้าเท่านั้น ยิ่งไปกว่านั้นการร่วมเพศทุกครั้ง แม้กระทั่งทุกการหลังจำเป็นที่จะต้องทำเพื่อการสืบทอดมรดก

มนุษย์ที่จะมานับถือพระเจ้าเท่านั้น (ไม่สามารถหลังเพื่อสำเร็จความใคร่ด้วยตนเองได้) โดยทั้งหมดนี้จะต้องเป็นวงจรต่อไปเรื่อย ๆ ฉะนั้นการร่วมเพศแบบเวจเมรค การร่วมเพศกับโสเภณี หรือการสำเร็จความใคร่ด้วยตนเองด้วยวิธีต่าง ๆ ถือว่าเป็นมหันตบาปที่จะไม่ได้รับการต้อนรับในอาณาจักรของพระเจ้าเมื่อจากโลกนี้ไป (Gaca, 2003; Jordan, 1997; Katz, 1994) โดยประเด็นดังกล่าวนี้เป็นผลมาจากถือกำเนิดของพระเยซู ที่ว่าขณะนั้นพระแม่มารีท้องได้โดยพระวิญญาณพระบุตรเสด็จมาประทับในครรภ์ โดยไม่ได้ผ่านการมีเพศสัมพันธ์กับโยเซฟ ซึ่งความบริสุทธิ์นี้เป็นกรอบเชื่อมาจากกลุ่มโรมและกรีกโรมัน จุดนี้ทำให้เห็นว่าความบริสุทธิ์ในศาสนาคริสต์นั้นจะไม่นำรวมถึงกิจกรรมทางเพศ (McKnight, 2003) ดังนั้นเป็นเหตุผลว่าทำไมเมื่อทารกถือกำเนิดขึ้นจึงจำเป็นที่จะต้องทำพิธีล้างบาปเพื่อให้บริสุทธิ์อีกครั้ง เป็นต้น

หรือในกลุ่มของวัฒนธรรมย่อยของสังคมไทย เช่น กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนก็จะปรากฏความเชื่อที่สำคัญและตกทอดมาอย่างไม่ขาดสายคือเรื่องลูกชายจะต้องเป็นผู้สืบทอดวงศ์ตระกูล รวมทั้งการประกอบพิธีไว้ทุกข์ การเซ่นไหว้บรรพบุรุษ หากลูกชายไม่สามารถทำหน้าที่นี้ได้ ในกรณีนี้หมายถึงลูกชายกลายเป็นชายรักชาย ลูกชายคนนั้นอาจจะถือว่าทำผิดต่อวงศ์ตระกูลและบรรพชนผู้ล่วงลับ (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2563a)

ในสถาบันที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการบรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น ค่ายทหาร โรงเรียนประจำ ค่ายแรงงาน โรงพยาบาล เป็นต้น จะพบว่าสถาบันในข้อนี้พยายามกดทับ สอดส่องเสมอ ๆ ซึ่งมีจุดเริ่มต้นตามที่ ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2562) วิเคราะห์ไว้ว่า ในสังคมไทยนั้นถูกสถาบันทางการแพทย์กดขี่ประเด็นทางเพศ เนื่องจากในอดีตการแพทย์เกี่ยวข้องกับหมอสอนศาสนาคริสต์ ซึ่งเชื่อว่าเรื่องเพศเป็นสิ่งชั่วร้าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพศที่หลากหลายนั้นยังเป็นบาป

ฉะนั้นเรื่องทางการแพทย์และศาสนาจากหมอสอนศาสนาเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ความเชื่อเรื่องแพทย์และศาสนาหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกัน การแพทย์จึงเริ่มทำการควบคุมการใช้ชีวิตส่วนตัว การสร้างครอบครัว และการเป็นรักร่วมเพศซึ่งกลุ่มประสาทวิทยาศาสตร์ทางการแพทย์เชื่อว่าเรื่องเพศนั้นไม่ได้เป็นไปตามธรรมชาติ หากแต่เป็นกระบวนการหลอกสมองเท่านั้น รวมทั้งการเป็นชายรักชาย ส่งผลให้เรื่องชายรักชายกลายเป็นคนป่วยและต้องเข้ารับการรักษา

สำหรับในประเทศไทย สถาบันทางการแพทย์กระทำการผ่านสถาบันทางการศึกษาผ่านตำราแบบเรียนเล่มแรกในสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม เพราะผู้นำเชื่อว่าเรื่องเพศมีความอันตรายในตนเอง เยาวชนจึงจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ เพื่อให้ปลอดภัยจาก “อาชญากรรม” (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2562) ที่มีมากขึ้นในยุคสมัยนั้น โดยการเริ่มสอนกามศึกษานั้นได้รับอิทธิพลมาจากสหรัฐอเมริกาในการให้ความรู้และการแพทย์ จึงทำให้อุดมการณ์เรื่องกามศึกษาได้รับการประสานจนแนบแน่นกับวิทยาการทางการแพทย์อย่างมากที่สุดยุคหนึ่ง โดยเป้าหมายสำคัญของการศึกษากามนั้นคือการให้ผู้คนรับรู้ถึงความน่ากลัวและภัยอันตรายจากกามโรค รวมทั้งเริ่มมีการจัดระเบียบของโสเภณี (ซึ่งสอด

รับกับแนวทางของศาสนาคริสต์) ที่เชื่อว่าการร่วมเพศกับบุคคลอื่น และการร่วมเวจมรรคนั้นเป็นสิ่ง ผิด บาป และอันตราย ถึงขั้นมีบันทึกว่า “...สภาพอากาศที่ร้อนทำให้คน (ไทย) ไม่สามารถรักษา ศีลธรรมจรรยาเอาไว้ได้...” (Levine, 2003)

ดังนั้น สิ่งที่สามารถจัดระเบียบเรื่องการศึกษาได้คือ การนำความรู้ทางการแพทย์มาร่วมกับ ความเชื่อทางศาสนา เช่น การนำเรื่องมะเร็งมาใช้ ดังปรากฏการพาดหัวข่าวว่า “การประเวณี มีส่วน ที่ทำให้เกิดมะเร็งปากมดลูก...” (ดารารัตน์ เมตตาริกานนท์, 2526) และ การนำเรื่อง HIV/AIDS รัก ร่วมเพศ มารวมกับชนชั้นต่ำ ผู้หมกมุ่นเรื่องเพศ และความตาย ยิ่งทำให้เรื่องเพศกลายเป็นสิ่งเลวร้าย อย่างมากในสังคม มีการนำเรื่องเพศมารวมกับเรื่องอายุ ครอบครัวย ศีลธรรม ส่งผลให้เรื่องเพศถูก ปกปิด และครอบครัวยใดไม่ได้ดูแลลูกหลานจนเกิดเรื่องเกี่ยวกับเพศเกิดขึ้นก็มักถูกสังคมโดยรอบ ประณาม ฉะนั้นการร่วมเพศนอกสถาบันการสมรสจึงเป็นบ่อเกิดแห่งภัยร้ายทั้งปวง (เบญจรงค์ ธิระ ผลิต, 2564)

เมื่อเรื่องเพศในทุกความหมายกลายเป็นประเด็นที่ถูกกดทับ ปกปิด ซ่อนเร้น ตามการ วิเคราะห์ด้วยแนวคิดสถาบันแบบเบ็ดเสร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเพศที่หลากหลาย เรื่องเพศจึงไม่ สามารถที่จะถูกพูดคุยได้ในพื้นที่ทั่วไป จำเป็นที่จะต้องแสวงหาบางพื้นที่ในการพูด ดังนั้นการศึกษา ครั้งนี้จึงพยายามมุ่งที่จะศึกษาไปยังจุดเริ่มต้นในการรวมตัวของกลุ่มชายรักชายผู้เข้ามาใช้ทวิตเตอร์ใน การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ว่ามีพัฒนาการมาจากพื้นที่ใด รวมทั้งการรวมกลุ่ม สร้างชุมชนของชายรักชายผ่านทวิตเตอร์มีองค์ประกอบใดบ้าง โดยการถกเถียงของชุมชนเสมือนใน ปัจจุบันมีความเกี่ยวข้องกันกับความเจริญเติบโตของระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติ ของสื่อใหม่

ในการศึกษาของ Wertime and Fenwick (2011) ได้ชี้ประเด็นสำคัญเพิ่มเติมคือ ประเด็น ความอิสระจากยุคนักการตลาดเป็นผู้สร้างเนื้อหาไปสู่ยุคนักบริโภคเป็นผู้สร้างเนื้อหาด้วยตนเอง ทำให้ เจ้าของสื่อไม่สามารถควบคุมเนื้อหาเองได้อีกต่อไป โดยเนื้อหาที่พบในสื่อสังคมออนไลน์นั้นมักเกิด จากการสร้างสรรค์จากผู้บริโภคคนใดก็ได้ สอดคล้องกันกับแนวคิด “ผู้รับสารมีบทบาทเชิงรุก” (Active audience)

เนื่องจากสื่อใหม่มีอิทธิพลต่อการสร้างผู้รับสารเชิงรุกอย่างมาก โดย Levy and Windahl (1985) กล่าวถึงประเด็นนี้ไว้ว่า “ผู้รับสารมีบทบาทเชิงรุก” (Active audience) คือผู้รับสารมี พฤติกรรมที่เป็นอิสระและเป็นผู้เลือกในกระบวนการสื่อสาร โดยสามารถจำแนกบทบาทผู้รับสารเชิง รุกได้ 4 ประการด้วยกัน (1) การใช้ประโยชน์ (utility) (2) ความตั้งใจ (intentionality) (3) การ เลือกสรร (selectivity) และ (4) การไม่ยอมรับอิทธิพลจากสื่อ (imperviousness to influence) (Blumler, 1979) ซึ่งปัจจุบันได้รับการยกให้เป็นทฤษฎีผู้รับสารเชิงรุก โดยระบุว่าผู้ชมสื่อไม่เพียง แต่ รับข้อมูลเท่านั้น แต่มีส่วนร่วมอย่างมากในสร้างข้อความ เนื้อหา ภายในบริบทส่วนตัวและสังคมของ

พวกเขา (Chandler & Munday, 2011) ฉะนั้น การถอดรหัสข้อความจากสื่อ อาจได้รับอิทธิพลจากสิ่งต่าง ๆ รอบตัวผู้ถอดรหัส เช่น ภูมิหลังของครอบครัว ความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม ความสนใจ การศึกษา และประสบการณ์ เป็นต้น

ดังนั้น สื่อสังคมออนไลน์จึงเป็นตัวช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างมาก ตั้งแต่ความสัมพันธ์ระยะแรก ๆ จนถึงระดับความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด โดยการศึกษาชุมชนเสมือนเป็นการพิจารณาการรวมตัวของผู้คนผ่านระบบเครือข่ายเทคโนโลยีดิจิทัลนั้นทำให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานได้หลากหลายทั้งส่วนตัวและระดับการเมืองระดับชุมชนและนานาชาติเนื่องจากการศึกษาชุมชนเสมือนนั้นพื้นที่นิติเทคโนโลยีเป็นสำคัญจึงมีแนวโน้มที่จะมองสื่อตามสำนักคิดโทรอนโต ที่หมายถึงการมองเทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดการใช้ของมนุษย์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวต่อไป

โดยในปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์หรือชุมชนเสมือน ได้กระจายตัวผ่านพื้นที่เว็บไซต์ต่าง ๆ เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม และ ยูทูบ เป็นต้น จึงทำให้สื่อสังคมออนไลน์ดังกล่าวข้างต้นทำหน้าที่เสมือน “จุดนัดพบ” ของบุคคลที่มีความชอบคล้าย ๆ กัน หรือมีวัตถุประสงค์เดียวกันมาพบกัน ให้เกิดปฏิสัมพันธ์ รวมทั้งสร้างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อทำร่วมกันจนกลายเป็นเครือข่ายทางสังคมในพื้นที่ออนไลน์

ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล (2555) ชี้ว่าการเติบโตของสื่อใหม่นั้นก็คือระบบอินเทอร์เน็ตส่งผลให้เกิดการสร้างชุมชนได้ง่ายทั้งชุมชนการเรียนรู้ชุมชนความบันเทิงชุมชนทางการเมืองซึ่งต่างไปจากข้อกังวลของนักวิชาการบางท่านที่ว่าเจอใหม่จะสร้างสายสัมพันธ์เทียมขึ้นและมีความสัมพันธ์บางเบาเท่านั้น ดังนั้นจำเป็นที่สมาชิกในชุมชนต้องมีการติดต่อสื่อสารระหว่างกันอย่างต่อเนื่องรวมทั้งยังต้องสร้างความรู้สึกร่วมกันตลอด เพื่อรักษาความสัมพันธ์ไว้ (กำจร หลุยยะพงศ์, 2560; พัน นิลพันธุ์ ฉัตรไชยยันต์, 2555)

คำว่า "เสมือน" หมายถึงคุณลักษณะดั้งเดิมบางอย่างของชุมชน ที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของโลกแห่งความเป็นจริงอีกต่อไป แต่นั่นไม่ใช่คุณสมบัติ “เสมือนจริง” ซึ่งหมายความว่าดูเหมือนหรือรู้สึก "ราวกับว่า" เป็นจริง แต่ไม่จริง (Coyne, 1995) รวมทั้ง ชุมชนเสมือนนั้นอาจมีลักษณะเพียงแคผิวเผินไม่ถาวร เพราะมุ่งเน้นความต้องการเพียงแค่ปัจเจกเท่านั้น (สมสุข หินวิมาน, 2555) อย่างไรก็ตาม จากประสบการณ์ในการลงพื้นที่ของผู้วิจัยพบว่า ในหลายครั้งสิ่งที่ดูเสมือนนั้นสามารถสร้างประสบการณ์ที่รับรู้ได้จริง ไม่ใช่เพียงสิ่งปลอมหรือเสมือนเท่านั้น

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะนำแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่มาเป็นกรอบคิดในการวิเคราะห์คุณลักษณะสำคัญของสื่อ (key media attributes) ทวิตเตอร์ ที่ปรากฏนอกเหนือจากคุณลักษณะของสื่อใหม่ ด้วยประเด็นการศึกษาชุมชนออนไลน์ 12 ประเด็นข้างต้น อีกทั้งยังศึกษาองค์ประกอบของชุมชนทวิตเตอร์ว่ามีส่วนประกอบใดบ้างที่สนับสนุนความเป็นชุมชน และพัฒนาไปสู่

การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดได้อย่างไร โดยประเด็นการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้น ผู้วิจัยจะกล่าวในหัวข้อถัดไป

3.2 แนวคิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตน

ความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างบุคคล หมายถึง ความใกล้ชิดเกี่ยวข้องกับความรู้สึกใกล้ชิดทางอารมณ์และความเชื่อมโยงกับบุคคลอื่น ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดมักจะมีทัศนคติของความไว้วางใจความห่วงใยและการยอมรับซึ่งกันและกัน (Options for sexual health, 2020)

ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลนั้นสามารถใช้เกณฑ์ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันขึ้นผิวเผินไปสู่ชั้นลึกซึ่ง ในที่นี้จำแนกเป็น 3 ระดับ (1) แบบรับ เป็นการสังเกตพฤติกรรมของคนอื่นแทนที่จะซักถามหรือเข้าไปร่วมในสถานการณ์ (2) แบบรุก คือ การเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งกับสถานการณ์ในสังคมเพื่อให้ได้รายละเอียดประกอบมากยิ่งขึ้น เช่น ใช้การคุย การถาม หรือการสัมภาษณ์ และ (3) แบบปฏิสัมพันธ์ เป็นการใช้การสื่อสารเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือข้อเท็จจริง ความคิดเห็นซึ่งควบคู่กันไปกับการสังเกตการณ์ต่าง ๆ อีกด้วย (Berger, 1978)

ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด มักเกี่ยวข้องกับการไว้วางใจ ความเชื่อใจ ความห่วงใย ความคุ้นเคย การพึ่งพากันซึ่งกันและกัน และความมุ่งมั่นในการสานสัมพันธ์ (Brehm, Miller, Perlman, & Campbell, 1992) รวมทั้งจำเป็นที่จะต้องรู้จักคู่สนทนาของกันและกันหรือที่เรียกว่า “การเปิดเผยตัวตน” โดยบุคคลจะมีความรู้สึกไว้วางใจได้นั้นจำเป็นที่จะต้องรู้จักคู่สนทนาของตนเองมากพอ ส่วนนี้จึงมีความสำคัญอย่างมาก ในการที่จะสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกับผู้อื่น โดยการเปิดเผยตัวตนนั้นมักเกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้ผู้อื่นได้รับทราบ เพื่อการพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ที่ดีและอาจเป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดต่อไปได้

โดยการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์นั้น มักเริ่มต้นจากการเป็นคนแปลกหน้า และอาจกลายมาเป็นเพื่อนหรือเพื่อนสนิทได้ ดังที่ปรากฏในการศึกษาของ Taylor, Wheeler, and Altman (1973) ในเรื่อง Social penetration : The development of interpersonal relationships ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ว่าจะเกิดความสนิทสนมกันมากขึ้นเมื่อคู่สนทนามีการเปิดเผยตัวตนต่อกันมากและมีข้อมูลของกันและกันมากพอสมควร โดยรูปแบบการสื่อสารนั้นจะเริ่มต้นจากผิวเผินไม่ส่วนตัวในขั้นแรก ไปสู่ความลึกซึ้งและคุ้นเคยกันมากขึ้น เมื่อมีความสนิทสนมกัน โดยขั้นตอนการสื่อสารในช่วงแรกนั้นจะเป็นแบบกว้าง ๆ หรือเรื่องราวทั่ว ๆ ไปจนไปถึงเรื่องราวที่ลึกซึ้งมากขึ้น หรือเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับประเด็นส่วนตัว ความรู้สึก ความคิดและรสนิยมของผู้ร่วมในการสื่อสาร ในการศึกษาดังกล่าวแบ่งความสัมพันธ์ไว้ 4 ขั้นตอนด้วยกัน

1) ขั้นของการทำความรู้จัก (Orientation) ขั้นตอนการสื่อสารระหว่างกันด้วยข้อมูลที่ไม่ส่วนตัว (Impersonal communication) ผู้คนแบ่งปันข้อมูลผิวเผินเท่านั้นหรือขั้นนอกสุด

เกี่ยวกับตัวเอง ตัวอย่างเช่น ในวันแรกคู่สนทนามักจะแนะนำตนเองเพียงผิวเผิน และจะไม่เปิดเผยความลับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับตนเอง ในระยะแรกนี้ Taylor and Altman (1987) อธิบายเพิ่มเติมว่า ผู้คนจะระมัดระวังและระมัดระวังในการเปิดเผยข้อมูล หรือการกล่าวถึงข้อมูลส่วนบุคคล

2) ขั้นของการแลกเปลี่ยนข้อมูลขั้นสำรวจ (Exploratory affective exchange) บุคคลจะแบ่งปันรายละเอียดนอกเหนือจากข้อมูลผิวเผิน และความระมัดระวังการเปิดเผยตัวตนและข้อมูลส่วนตัว ตัวอย่างเช่น หากคนรู้จักสองคนพบกันที่ชุมนุมหรือสมาคมต่าง ๆ ในขั้นตอนนี้การสนทนาจะเกี่ยวข้องกับความสุขส่วนตัวและทัศนคติบางส่วนเท่านั้น บุคคลจะยังไม่นำเสนอประเด็นที่เฉพาะมากนัก

3) ขั้นของการแลกเปลี่ยนข้อมูลชั้นอารมณ์ (Affective exchange) เริ่มมีการประเมินและพิจารณาความรู้สึกขั้นลึกซึ้งมากขึ้นของคู่สนทนา ในขั้นตอนนี้การเปิดเผยข้อมูลจะเป็นไปโดยง่ายดาย และเป็นธรรมชาติมาก ตัวอย่างเช่น คู่สนทนาอาจล้อเล่นหรือพูดประชดประชัน ในขั้นตอนนี้อาจกล่าวถึงเรื่องตลก และ Taylor and Altman (1987) อธิบายเพิ่มเติมว่า ในบางกรณีอาจมีการตั้งชื่อเล่นระหว่างกันและกันอีกด้วย

4) ขั้นของการแลกเปลี่ยนข้อมูลขั้นคงที่ (Stable exchange) เป็นขั้นที่เกิดมีความสนิทสนม (intimacy) มากที่สุดและคู่สนทนาสามารถทำนายใจและการกระทำและสามารถเปิดเผยเรื่องราวระหว่างกันได้มากที่สุด ในขั้นนี้จะมีการเปิดเผยตัวตน รวมทั้งแสดงออกทางความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรมโดยทั่วไปขั้นตอนนี้ ซึ่ง Carpenter and Greene เพิ่มเติมว่า ในขั้นนี้มักจะเกิดขึ้นกับบุคคลในครอบครัวที่ใกล้ชิด และเพื่อนสนิทเท่านั้น (Carpenter & Greene, 2015)

รวมทั้ง ในการศึกษาของ Munroe (2005) ผ่านหนังสือเรื่อง Waiting and dating: A sensible guide to a fulfilling love relationship ซึ่งอธิบายขั้นของความสัมพันธ์ไว้ 5 ขั้นตอนด้วยกัน ดังนี้

1) คนแปลกหน้า (Strangers) คือ ขั้นแรกของการสร้างความสัมพันธ์ที่สามารถนำไปสู่ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด โดยการเกิดและการพัฒนาของมิตรภาพขึ้นอยู่กับความประทับใจครั้งแรกที่บุคคลหนึ่งมีต่อกัน หากเกิดความประทับใจที่ดีแล้วโอกาสก็จะพัฒนาขึ้น ความประทับใจที่ดีจะนำไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องซึ่งจะเป็นการเปิดประตูสู่ขั้นตอนต่อไปในกระบวนการ

2) คนรู้จัก (Acquaintance) คือ ขั้นตอนการทำความรู้จัก เป็นการพัฒนาต่อมาจากระยะของคนแปลกหน้า เช่น เพื่อนร่วมงาน แต่ไม่รู้จักกันเป็นการส่วนตัว หากทัศนคติของคู่สนทนาไปในทิศทางเดียวกันก็สามารถพัฒนาไปสู่ขั้นต่อไปได้

3) เพื่อน (Casual Friend) หรือ เพื่อนไม่เป็นทางการ เป็นตำแหน่งที่มักพบในเพื่อนร่วมงานหรือสังคมที่สนิทสนมกันผ่านการใช้เวลา จึงทำให้เกิดความสัมพันธ์ด้านอารมณ์และ

จิตใจ สามารถที่จะแนะนำหรือแสดงความเห็นต่อกันในระดับแรกได้ รวมทั้งคู่สนทนาตระหนักถึงความ เป็นกันและกันและให้การยกย่องและสนับสนุนกันอีกด้วย แต่เช่นกันในขั้นนี้มีหลาย ความสัมพันธ์ต้องจบลง ถึงกระนั้นหากบุคคลพิสูจน์ตนเองว่ามีค่าควรต่อความสัมพันธ์ระหว่างกัน แล้วพวกเขาก็สามารถยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างกันขึ้นไปได้อีก

4) เพื่อนสนิท (Close Friend) กล่าวคือ เมื่อมีบุคคลก้าวมาถึงขั้นนี้มักจะมี ความผูกพันทางอารมณ์มากขึ้น รวมทั้งจะเริ่มมีการแบ่งปันข้อมูลส่วนบุคคลเพิ่มเติม ในขั้นนี้พวกเขาทั้งคู่ ต่างรู้และช่วยเหลือซึ่งกันและกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในชีวิต ดังนั้นในขั้นนี้พวกเขาจะสามารถ รับรู้ความรู้สึกและอารมณ์ระหว่างกันอย่างแท้จริง

5) เพื่อนสนิทใกล้ชิด (Intimate Friend) หมายถึงบุคคลที่มีการเชื่อมต่ออย่าง ใกล้ชิดมาในระยะเวลาานาน รวมทั้งมีการเปิดเผยตัวตน เรื่องส่วนตัว อารมณ์ความรู้สึกระหว่างกัน อย่างมาก ขั้นตอนนี้เกิดขึ้นได้ตลอดเวลาผ่านประสบการณ์ที่แบ่งปันและที่สำคัญที่สุดรวมทั้งมีการ แบ่งปันความลับที่ลึกที่สุดของพวกเขา เช่น ความไม่มั่นคงที่ใหญ่ที่สุดและความกลัวที่ยิ่งใหญ่ที่สุด

ในขั้นนี้คือขั้นตอนที่ถือว่าเป็นเพื่อนแท้ คำพูดที่สะท้อนถึงจิตวิญญาณของ มิตรภาพ ดังคำกล่าวของอริสโตเติลที่ว่า “มิตรภาพคือวิญญาณหนึ่งที่ครอบครองสองร่าง” ("What is a friend? A single soul dwelling in two bodies") (Munroe, 2005; Vanderheiden, 2021) เมื่อบุคคลนั้นเข้าใจกันและกันอย่างแท้จริง

จากการศึกษาที่ยกมาพบว่า ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นยากและมั่นคง มักวัด ได้จากการเปิดเผยตัวตนในประเด็นเรื่องส่วนตัว รวมทั้งการแบ่งปันประสบการณ์บางอย่างที่ผู้อื่น ไม่มีทางรู้ รวมทั้งจากการทบทวนวรรณกรรมในประเด็นการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้น พบว่า จำเป็นต้องใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน และต้องผ่านการทดสอบทางจิตใจในระยะเวลาหนึ่งจึงสามารถจัด อยู่ในกลุ่มความสัมพันธ์ในระดับใกล้ชิดได้

การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นเป็นองค์ประกอบด้านอารมณ์ประเภทหนึ่ง กล่าวคือ เมื่อบุคคลมีความคุ้นเคย คุ้นชิน และใกล้ชิดระหว่างกันผ่านอารมณ์ความรู้สึก ด้วยความสนใจ รู้ใจ เข้าใจกันอย่างลึกซึ้ง รวมทั้งมีความเอื้ออาทรต่อกันอย่างมาก โดยวิธีการสื่อสารที่ไว้วางใจต่อกันและ ความใกล้ชิดสนิทสนมมักจะค่อย ๆ ก่อตัวเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อบุคคลมีความสัมพันธ์ที่ติดต่อกัน ในระยะเวลาที่ยาวนานพอสมควร (พนิดาพร จงราเชนทร์, 2017) โดยที่ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้น หมายความว่า เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ทางร่างกายหรือ อารมณ์ความรู้สึก แม้ว่าความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดมักเป็นความสัมพันธ์ทางเพศ และอาจเป็น ความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่ทางเพศที่เกี่ยวข้องกับครอบครัว เพื่อน หรือคนรู้จัก (Derlega, 2013)

การเปิดเผยตัวตนเป็นกระบวนการในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลให้ผู้อื่นรู้ โดยเป็นส่วน สำคัญของการสื่อสารในความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดที่สุด รวมทั้งการเปิดเผยตนเองเป็นกระบวนการบอก

เล่าความรู้สึก ทักษะ และประสบการณ์ของคน ๆ หนึ่ง ให้อีกคนหนึ่งได้รับรู้ (I. Altman & Taylor, 1973) หากอธิบายให้เห็นเป็นรูปธรรมสามารถยกตัวอย่างได้ เช่น การออกเดท ความสัมพันธ์ในชีวิตสมรส เป็นต้น (Sprecher & Hendrick, 2004)

จากคำอธิบายข้างต้นสามารถนิยามได้ว่าการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด คือการสร้าง ความคุ้นเคยระหว่างกัน โดยแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดได้รับการพัฒนาในสาขา จิตวิทยา โดย Berscheid and Reis (1998) อธิบายไว้ว่า ความใกล้ชิดถูกนำมาใช้อย่างหลากหลาย เพื่อแสดงออกถึงความรู้สึกของความใกล้ชิด และความรกระหว่างคู่สนทนาที่มีปฏิสัมพันธ์กัน สถานะของการเปิดเผยความคิดและรู้สึกของผู้เล่าสู่คนอื่น มักมีรูปแบบที่มีองค์ประกอบของอวัจนภาษา เช่น การสื่อสารผ่านการมองตา และความใกล้ชิดทางกายภาพ เป็นต้น

โดยที่ H. T. Reis and Shaver (1988) กล่าวว่า ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเป็นผลมาจาก กระบวนการที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลหนึ่งสื่อสารกับบุคคลที่เกี่ยวข้องและเปิดเผยข้อมูลให้กับบุคคลอื่น โดยที่ผู้พูดเปิดเผยข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริง ความคิด หรือความรู้สึก และอาจสื่อสารอารมณ์ผ่าน พฤติกรรมอวัจนภาษา เช่น จ้องมอง การสัมผัส เป็นต้น เมื่อกระบวนการการสร้างความสัมพันธ์แบบ ใกล้ชิดดำเนินต่อไปผู้ฟังมักตอบสนองต่อผู้พูดโดยการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องเป็นการส่วนตัว รวมทั้ง แสดงอารมณ์ และแสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้ผู้พูดตีความการสื่อสารของผู้ฟังว่าเป็นการตอบสนอง โดยผู้ฟังจะต้องสื่อให้เห็นว่าเขาหรือเธอเข้าใจ และ/หรือ ยอมรับเนื้อหาของการเปิดเผยของผู้พูด

องค์ประกอบสำคัญของการเปิดเผยตัวตนจะประกอบไปด้วย 7 องค์ประกอบด้วยกัน ดังต่อไปนี้ (1) การแบ่งปันข้อมูล (2) การพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน (3) การเอาใจใส่ (4) ความเชื่อมั่น ศรัทธา (5) การตอบสนอง (6) การรู้สึกความเป็นกันและกัน และ (7) ความมุ่งมั่นที่จะสานสัมพันธ์ ต่อไป (Brehm et al., 1992) อันดับแรกของความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดมักมีความลึบระหว่างกันและกัน พวกเขาแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับประวัติส่วนตัว ความชอบ ความรู้สึก และความปรารถนาที่พวกเขา จะไม่เปิดเผยแก่คนอื่น ๆ ที่พวกเขารู้จักก่อนหน้านี้

นอกเหนือจากแนวคิดความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดผ่านการเปิดเผยตัวตน 7 ขั้นตอน ตามข้างต้น ยังปรากฏแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดผ่านการเปิดเผยตัวตน ของ M. Kelly (2005) ซึ่ง ปรากฏในหนังสือเรื่อง The Seven Levels of Intimacy: The Art of Loving and the Joy of Being Loved ซึ่งกล่าวถึงขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดผ่านการเปิดเผยตัวตนไว้ 7 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1) ขั้นไม่มีตัวตน (Cliché's) หมายถึง การพูดคุยในขั้นต้น ซึ่งปริมาณของบทสนทนา เหมาะสม เพราะเป็นการการพูดคุยเล็ก ๆ น้อย ๆ เพื่อให้คู่สนทนาารู้สึกสะดวกสบายใจ รวมทั้งมี ประโยชน์สำหรับการสร้างปฏิสัมพันธ์แบบวันต่อวันหรือเฉพาะหน้า เนื่องจากคู่สนทนาจะได้รับข้อมูล ระหว่างกันเพียงเบื้องต้นเท่านั้น

2) ชั้นสื่อสารข้อเท็จจริง (Facts) เนื้อหามักเกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงเช่นเหตุการณ์ปัจจุบัน สภาพอากาศ หรือเรื่องกีฬา รวมทั้งข้อเท็จจริงบางประการที่เกี่ยวข้องกับคู่สนทนา รวมทั้งเริ่มมีการถามข้อคิดเห็นระหว่างกัน

3) ชั้นของความเห็นส่วนตัว (Opinions) รวมทั้งมีการเปิดเผยเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวตน และนำเสนอความเห็นส่วนตัวมากยิ่งขึ้น เป็นชั้นที่จำเป็นต้องจัดการอารมณ์ของตนเองหากเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยกับความเห็นของคู่สนทนา

4) ชั้นแห่งการเปิดเผยความฝัน ความหวัง (Hopes and Dreams) เป็นชั้นของการเปิดเผยความคิด ความหวัง ความฝันของตนเองให้แก่คู่สนทนาทราบ รวมทั้งอาจถึงขั้นร่วมสร้างและแสดงความเห็นระหว่างกันในการสานต่อความหวังและความฝัน

5) ชั้นการเปิดเผยอารมณ์ (Feelings) เป็นชั้นตอนที่เปิดเผยเรื่องราวที่อ่อนไหวต่อมีอารมณ์ความรู้สึกระหว่างกัน รวมทั้งสำรวจความรู้สึกระหว่างคู่สนทนามากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นพยายามในการเรียนรู้ที่จะแสดงออกถึงความรู้สึกระหว่างกันโดยจะพยายามไม่ทำให้ความรู้สึกที่เกิดขึ้นนั้นส่งผลร้ายกับตนเองและผู้อื่น

6) ชั้นเปิดเผยความเจ็บปวด (Weaknesses and Fears) ชั้นนี้เป็นชั้นเริ่มเปิดเผยความรู้สึกเจ็บปวดระหว่างกัน รวมทั้งมีการแชร์เรื่องราวหรือประสบการณ์ที่น่ากลัว อ่อนไหว ข้อบกพร่องระหว่างกัน เพื่อให้เกิดการรักษาบาดแผลดังกล่าว รวมทั้งสร้างประสบการณ์ร่วมกันมากขึ้น

7) ชั้นใกล้ชิด (Needs) ชั้นแห่งการเริ่มออกแบบรูปแบบการใช้ชีวิตระหว่างกัน เพื่อให้เกิดการตัดสินใจด้วยกัน รวมทั้งต้องการสร้าง รับรู้ ความเห็นต่าง ๆ ของคู่สนทนาเพื่อปรับตัวเข้าหากัน รวมทั้งตอบสนองความต้องการทั้งด้านร่างกายและจิตใจระหว่างกัน

โดยจะสังเกตว่าในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการนี้มักขึ้นอยู่กับคุณสมบัติและความแตกต่างของแต่ละบุคคล รวมถึงแรงจูงใจ ความต้องการ และเป้าหมาย มักส่งผลต่อพฤติกรรมของแต่ละคน และการตีความพฤติกรรมของความสัมพันธ์นั้น (H. Reis, Patrick, Higgins, & Kruglanski, 1996) โดยการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดผ่านการเปิดเผยตัวตนจะขึ้นระหว่างกันได้ตอบซ้ำไปซ้ำมา ระยะเวลาอันระหว่างกัน โดยการแสดงออกนั้น เน้นองค์ประกอบพื้นฐาน 2 ประการเป็นหลัก (1) การเปิดเผยตนเอง และ (2) การตอบสนองของคู่สนทนา

ในพื้นที่ทางกายภาพ การเปิดเผยตัวตนอาจทำได้ยุ่งยากเนื่องจากต้องอาศัยหลายขั้นตอนในการทำความเข้าใจตามแนวคิดข้างต้น ในทางกลับกันสำหรับพื้นที่เสมือนแล้ว ยิ่งโดยเฉพาะเรื่องเพศ การศึกษาในต่างประเทศพบว่าบุคคลทั่วไปใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาคู่อรักหรือคู่นอนได้ง่ายกว่าในพื้นที่กายภาพ (McKirnan, Houston, & Tolou-Shams, 2007; Sautter, Tippet, & Morgan, 2010) ที่เป็นเช่นนั้นอาจเป็นผลมาจากอินเทอร์เน็ตอนุญาตให้มีการเปิดเผยตัวตนของผู้ใช้จึงมี

สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับการศึกษาเรื่องเพศ (Albright, 2008; Daneback, Månsson, & Ross, 2007; Grov, Gillespie, Royce, & Lever, 2011) รวมทั้งอินเทอร์เน็ตทำให้กิจกรรมมากมายมีประสิทธิภาพมากขึ้นและทำให้เกิดการค้นหาคู่ทางเพศที่มีความสนใจเฉพาะเจาะจงได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อีกทั้งอินเทอร์เน็ตให้โอกาสในการหาเพื่อนหลายคนสำหรับผู้ที่สนใจจะทำเช่นนั้น

การใช้อินเทอร์เน็ตในบริบททางเพศจะช่วยให้ลดความเสี่ยงในการเปิดเผยตัวตนมากขึ้น เพราะการเปิดเผยตัวตนมีความสำคัญต่อการค้นหาความสัมพันธ์และการค้นหาปฏิสัมพันธ์ในด้านต่าง ๆ รวมทั้งเรื่องเพศอีกด้วย Lever, Grov, Royce, and Gillespie (2008) กล่าวว่า ชายรักชายมีวัตถุประสงค์สำคัญที่เลือกใช้อินเทอร์เน็ตในการค้นหาคู่ทางเพศ เพราะความง่ายในการค้นหาคู่ทางเพศ รวมทั้งในอินเทอร์เน็ตมีความปลอดภัยส่วนบุคคลสูงกว่าในพื้นที่อื่น ๆ

อย่างไรก็ดี มักพบเห็นการสื่อสารในพื้นที่เสมือนนั้นใช้รายละเอียดส่วนบุคคล เป็นนามแฝง และการเปลี่ยนแปลงข้อมูล หรือบริบททางสังคม (Henderson & Gilding, 2004) กล่าวคือ การเปิดเผยตัวบุคคลส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล จึงสามารถอนุมานได้ถึงความความคล้ายคลึงกันส่งผลต่อความไว้วางใจในระดับหนึ่ง โดยความคล้ายคลึงกันนี้อาจหมายถึงการมีรสนิยมทางเพศที่คล้ายคลึงกัน บทสนทนาที่เป็นกลุ่มหรืออยู่ในหัวข้อเดียวกัน เป็นต้น

ประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจคือ Sztompka ซึ่งเพิ่มเติมว่า บุคคลบางกลุ่มจำเป็นต้องแสวงหาพื้นที่ใหม่ ๆ เพื่อรวมตัวของบุคคลที่ชอบหรือพอใจบางประเด็นเหมือนกัน จึงจะทำให้สามารถมีประเด็นในการสนทนา และกล้าเปิดเผยตัวตนมากยิ่งขึ้นอีกด้วยในเวลาต่อไป (Sztompka, 1999) อีกทั้งการเปิดเผยตัวตนนั้นยังจำเป็นต้องอาศัยความไว้วางใจร่วมด้วย กล่าวคือความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อมั่นในผู้อื่นหรือกลุ่มคนที่จะมีปฏิสัมพันธ์ร่วมด้วยตามคาดหวัง โดยมักมีบทบาทในการเป็นทุนทางสังคม กล่าวคือ เป็นองค์ประกอบที่อำนวยความสะดวกให้เกิดกิจกรรมใหม่ ๆ ร่วมกัน ซึ่งจะช่วยให้ลดระยะเวลาและการใช้ทรัพยากรในการสื่อสารเพื่อทำการตรวจสอบก่อนเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Knack & Keefer, 1997)

โดยมีองค์ประกอบในการตรวจสอบความเชื่อใจ ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบด้วยกันดังต่อไปนี้

- 1) ตรวจสอบตนเองว่ามีความซื่อตรงกับผู้อื่นเพียงใด
- 2) ตรวจสอบบุคคลอื่นว่าสามารถเชื่อใจบุคคลนั้น ๆ ได้เพียงใด
- 3) ความไว้วางใจในความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น หรือความรู้สึกจริงใจในความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นภายในพื้นที่เสมือนว่าเป็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจริงเพียงใด หรือรู้สึกเพียงเสมือนจริงเท่านั้น
- 4) ความไว้วางใจในเนื้อหาที่สื่อระหว่างกัน เพราะในพื้นที่เสมือนมีเพียงตัวอักษรเท่านั้น

ซึ่ง สุชาดา วัฒนอมรเกียรติ (2548) อธิบายสนับสนุนเพิ่มเติมว่า การสื่อสารผ่านตัวอักษรต่างจากการสื่อสารแบบเผชิญหน้าโดยตรง จึงอาจทำให้ความไว้วางใจแตกต่างกัน แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า การสื่อสารผ่านตัวอักษรไม่น่าเชื่อถือ เพราะการสื่อสารผ่านตัวอักษรจะมีขั้นตอนในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ ระหว่างกันเสมอ และแตกต่างกันไปในแต่ละกรณี

ในทางกลับกัน จากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องข้างต้นเป็น การศึกษาการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในกลุ่มบุคคลทั่วไป ผู้วิจัยจึงพยายามค้นหาวิธีการ หรือ รูปแบบในประเด็นการศึกษาการสร้างสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายเพิ่มเติมจึงพบว่า Tom Bruett (2019) รวบรวมขั้นตอนในการสร้างสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายในประเทศสหรัฐอเมริกาไว้ 5 ประการด้วยกัน ดังต่อไปนี้

1) การนัดเดท (Date night) เป็นช่วงเวลาในการเริ่มต้นทำความรู้จักกับเพื่อนใหม่ ๆ ผ่านช่องทางต่าง ๆ

2) การตั้งใจฟังในบทสนทนาต่าง ๆ ระหว่างกัน (Ask questions and really listen to the answers) การตั้งใจฟัง ถามคำถามและฟังคำตอบจริง ๆ เราทุกคนต้องการที่จะเห็น และได้ยินโดยคู่ค้าของเรา ถามคู่ของคุณเกี่ยวกับสิ่งที่สำคัญสำหรับพวกเขาและรับฟังจริง ๆ ติดตามคำถามปลายเปิด ให้พื้นที่พิเศษไม่แบ่งและดูแลพวกเขาเพื่อแบ่งปันเกี่ยวกับตัวเอง

3) การทำความเข้าใจตนเอง (Do some work on yourself) คือ การพยายามทำความเข้าใจตนเองผ่านการทำกิจกรรมกับสังคมหมู่มาก เพื่อให้เข้าใจตนเองมากยิ่งขึ้น ก่อนทำความเข้าใจคู่หรือบุคคลที่จะสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ซึ่งขั้นตอนนี้มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นขั้นตอนที่สำรวจความต้องการของตนเองว่าทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นกับคู่เดานั้นเป็นไปตามความต้องการของตนเองหรือไม่ รวมทั้งยังเป็นการพิสูจน์ความเข้ากันได้ระหว่างกันอีกด้วย

4) การมีกิจกรรมร่วมกัน (Start a project together) เริ่มทำกิจกรรมด้วยกัน พยายามหากิจกรรมหรือร่วมสร้างกิจกรรมเพื่อที่จะได้มีเวลาทำด้วยกัน เพื่อทำความเข้าใจระหว่างกัน และแก้ปัญหาร่วมกัน

5) การท่องเที่ยวด้วยกัน (Plan a trip) วางแผนการเดินทางร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางไปที่ร้านขายของชำหรือต่างประเทศด้วยกัน การวางแผนบางอย่างด้วยกันเป็นอีกวิธีในการสร้างความผูกพัน เป็นต้น

จากแนวคิดความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตนข้างต้น สามารถสรุปเป็นตารางที่ 1 ได้ดังต่อไปนี้

โดยขึ้นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นอาจตกอยู่สถานะใดก็ได้ทั้ง เพื่อนสนิท กิ๊ก คู่นอน คนรัก หรือคู่รัก โดย Brehm et al. (1992) อธิบายเพิ่มเติมว่า ในสถานะสนิทหรือใกล้ชิดนั้น ในมุมมองของคู่รักหรือคู่สมรส มักเกี่ยวข้องถึงขั้นของการมีกิจกรรมทางเพศอีกด้วย

ทว่า Bouhoutsos, Holroyd, Lerman, Forer, and Greenberg (1983) กล่าวเพิ่มเติมในประเด็นนี้ไว้ว่า ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นเป็นความรู้สึกนึกคิดทางจิตวิทยา ซึ่งเป็นขั้นของความไว้วางใจทางจิตวิญญาณเป็นหลัก อาจไม่ได้หมายรวมไปถึงกิจกรรมทางเพศ แต่ไม่ได้ปฏิเสธว่า กิจกรรมทางเพศนั้นจะเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่มีความใกล้ชิดของบุคคลทั้งสองคน อีกทั้งความสัมพันธ์ทางเพศอาจเกิดขึ้นจากการกระทำทางกายภาพมากกว่าการกระทำที่เกิดขึ้นจากความรัก (Preston Ni, 2013) รวมทั้งจากการศึกษาภายในทวิตเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์เรื่อง ชายรับชาย : ความสัมพันธ์ในชุมชนทวิตเตอร์ (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2560) และการศึกษาเรื่อง “ก้น” การจัดระเบียบความเป็นชายในทัศนะของกลุ่มชายรับชายในทวิตเตอร์ (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2562a) หรือแม้กระทั่งการศึกษาอื่นที่เกี่ยวข้องกับประเด็นชายรักชายในทวิตเตอร์ หรือแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับชายรักชายดังที่ปรากฏในการทบทวนวรรณกรรมประเด็นชายรักชาย พบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเพศร่วมด้วยเสมอ ๆ หรือที่เรียกว่าความสัมพันธ์ทางเพศหนึ่งคืน (one night stand) ตัวอย่างเช่น เนติ สุทธรรวราวิทย์ (2553) และวิภาดา เอี่ยมแยม (2548) เป็นตัวอย่างของการมีเพศสัมพันธ์โดยอาจไม่ต้องผ่านขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทั้งคู่รักต่างเพศ และคู่รักเพศเดียวกัน โดยสามารถเกิดขึ้นและจบลงในหนึ่งคืน

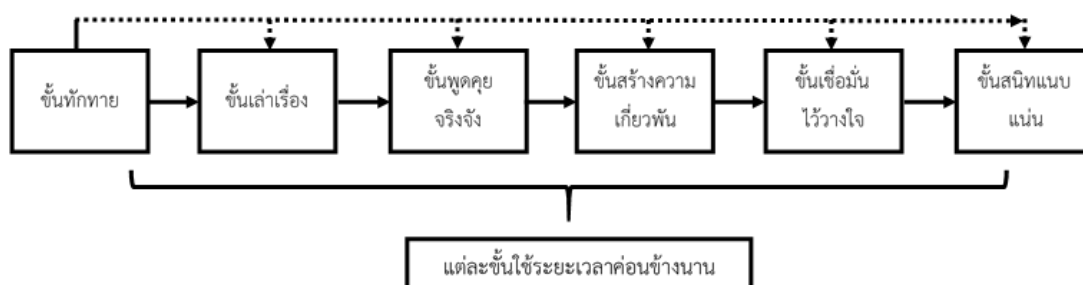
เนื่องจากขั้นแห่งความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดดังที่กล่าวมาข้างต้น ร่วมกับการทบทวนวรรณกรรมทำให้พบว่าสามารถจำแนกออกได้ทั้งความใกล้ชิดทางสถานภาพเพื่อสนิท กิ๊ก คนรัก เป็นต้น และความใกล้ชิดทางจิตใจขั้นของความสัมพันธ์ เช่น ความสัมพันธ์คู่นอน ความสัมพันธ์ทางเพศหนึ่งคืน การศึกษาขั้นนี้เน้นที่ขั้นตอนและการพัฒนาความสัมพันธ์ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ทั้งทางจิตวิทยาและกายภาพ ดังที่ ผู้วิจัยจึงสังเคราะห์จัดขึ้นในการพัฒนาความสัมพันธ์ใกล้ชิดเพื่อใช้ในการศึกษาคั้งนี้ทั้งหมด 6 ขั้นตอน ดังนี้ (1) ขั้นความประทับใจแรกพบ (2) ขั้นเล่าเรื่อง (3) ขั้นดูใจ (4) ขั้นไว้วางใจ (5) ขั้นถักทอ (6) ขั้นใกล้ชิด ดังที่ปรากฏในตารางที่ 2 และแผนภาพประกอบที่ 2 ดังต่อไปนี้ (ด้านล่าง)

ตาราง 2 ตารางแสดงการสังเคราะห์ขั้นตอน สถานะ และคำอธิบายของขั้นตอนในการสร้าง
ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model)

ขั้นความสัมพันธ์	สถานะ	คำอธิบาย
1. ขั้นทักทาย (Greeting)	คนแปลกหน้า (Strangers)	เป็นขั้นของการทำความรู้จัก มีการแบ่งปันข้อมูล เพราะมีความรู้สึกไม่ไวใจตนเอง เนื่องจากเป็นการเริ่มต้นของความสัมพันธ์จากสถานะแรกคือคนแปลกหน้า
2. ขั้นเล่าเรื่อง (Chitchat)	คนรู้จัก (Acquaintance)	หลังจากสร้างความประทับใจแรกพบแล้ว เริ่มมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ผ่านการถามตอบเรื่องราวระหว่างกันแบบผิวเผินรวมทั้ง ตั้งใจฟังในบทสนทนาเริ่มมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เริ่มเกิดความรู้สึกไวใจตนเองในการเริ่มต้นความสัมพันธ์ในฐานะคนรู้จักกัน
3. ขั้นพูดคุยจริงจัง (Dialogue)	เพื่อน (Friend)	หลังจากการสื่อสารแบบผิวเผินแล้วนั้น เริ่มมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลชั้นอารมณ์ มีการเอาใจใส่ระหว่างกัน รวมทั้งมีความไวใจในบุคคลอื่น เริ่มรับฟังความเห็นส่วนตัวระหว่างกันในฐานะเพื่อนของเราคนหนึ่ง
4. ขั้นสร้างความ เกี่ยวพัน (Connection)	เพื่อนสนิท (Close Friend)	ในฐานะเพื่อนสนิทคนหนึ่ง มีการสื่อสารระหว่างกันรวมทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลขั้นคงที่ มีความเชื่อใจไว้วางใจและเชื่อมั่นศรัทธาในความสัมพันธ์อีกทั้งมีการเปิดเผยความฝัน ความหวัง ความรู้สึกลึก ๆ ร่วมกับการแสดงออกทางอารมณ์ผ่านการมีกิจกรรมร่วมกัน
5. ขั้นเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust)	คู่หู (Buddy)	มีการตอบสนองระหว่างกันอย่างมากขึ้น รวมทั้งยังมีความไวใจในสารที่สื่อระหว่างกัน มีการเปิดเผยอารมณ์ เริ่มมีกิจกรรมนอกสถานที่ร่วมกันเช่น การท่องเที่ยวด้วยกัน ในฐานะเพื่อนรัก และกิ๊ก
6. ขั้นสนิทแนบแน่น (Affection)	คู่รัก (Couple)	ในขั้นของความใกล้ชิดมีการเปิดเผยความเจ็บปวด ความทรงจำที่แสนสุขและแสนเศร้าระหว่างกัน มีความรู้สึกที่เป็นกันและกัน ในฐานะเพื่อนสนิทที่สนิทสนมกันอย่างมาก รวมทั้งอาจถึงขั้นพัฒนา กลายเป็นคูชีวิต หรือมีกิจกรรมทางเพศเกิดขึ้น ระหว่างกันได้อีกด้วย

ที่มา : พัฒนารูปแบบโดยผู้วิจัย โดยนำแนวคิดมาจาก (1978), Taylor and Altman (1987), Brehm, et al. (1992), Kelly (2005), Munroe (2005) และ Tom Bruett (2019)

และสามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพ 2 แผนภาพการสื่อสารเพื่อความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดจากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย

ที่มา : พัฒนารูปแบบโดยผู้วิจัย โดยสังเคราะห์จากงานของ Berger (1978), Taylor and Altman

(1987), Brehm, et al. (1992), Kelly (2005), Munroe (2005) และ Tom Bruett (2019)

จากตารางสรุปขั้นตอนและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด หรือ GCDCTA model ที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ข้างต้นนั้น เป็นบริบทที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์เท่านั้น อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจะนำผลการสังเคราะห์ข้างต้นมาใช้ในการศึกษาในพื้นที่ออนไลน์ และอาจหมายรวมถึงในพื้นที่ลูกผสม คือ ออนไลน์ร่วมกับออฟไลน์ ซึ่งกลุ่มชายรักชายจะใช้พื้นที่ต่าง ๆ ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ขั้นตอนข้างต้น ผู้วิจัยจะนำขั้นตอนต่าง ๆ ไปใช้ศึกษารูปแบบและเนื้อหาในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายบนทวิตเตอร์ ร่วมกับการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีความต้องการเฉพาะตัว รวมทั้งการสร้างสรรค์ขั้นตอน วิธีการ รวมทั้งเนื้อหาในการสื่อสารด้วยตนเอง และเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้นจึงต้องศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการต่าง ๆ ผ่านแนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวถึงต่อไป

3.3 แนวคิดการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่

การศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ได้รับอิทธิพลผ่านมุมมองหลังสมัยใหม่ในสื่อและการศึกษา วัฒนธรรมมีผลต่อการวิจัยในยุคต่อมาอย่างกว้างขวาง เพราะในอดีตนั้น ความเห็น ทศนคติของผู้รับสารมักไม่ได้รับการสนใจจากนักวิจัย (Ang, 1985) เนื่องจากเชื่อว่าทศนคติหรือความเห็นที่เกิดขึ้นนั้น มักเกิดขึ้นในท้องถิ่นนั้น ๆ เท่านั้น และได้มีคำสำคัญ แตกต่างจากความคิดของ David Morley ซึ่งเชื่อว่าทศนคติของผู้รับสารนั้นสะท้อนความรู้ ความคิด ทศนคติบางอย่าง ประเด็นนี้เองจึงถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ที่ว่า “หากผู้วิจัยอยากเข้าใจประเด็นใดก็ตาม หากถามคำถามนั้น ผู้ให้ข้อมูลอาจโกหกหรือให้ข้อมูลจริงก็ได้ แต่อย่างน้อยข้อมูลนั้นก็ผ่านการตอบสนองด้วยกระบวนการคิดผ่านวาทะ ซึ่งคำตอบดังกล่าวถือว่ามีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมาศึกษาตีความต่อได้

และจะทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าใจภาษา รวมทั้งประเภท กฎเกณฑ์ ความแตกต่าง และประเภท บางอย่างที่ทำให้ข้อมูลพยายามอธิบายเพื่อตอบคำถาม” (Morley, 1989)

แนวคิดการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่นั้น เป็นแนวคิดที่พัฒนาและต่อยอดมาจากแนวคิดการใช้และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) หรือที่เรียกว่า ทฤษฎีความต้องการและความพึงพอใจ (Needs and Gratifications Theory) เป็นหนึ่งในทฤษฎีที่มีอิทธิพลในการวิจัยสื่อ ทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจเกี่ยวข้องกับวิธีการใช้สื่อของผู้คน ในระยะแรกการวิจัยสื่อเน้นไปที่อิทธิพลและผลกระทบที่สื่อมีต่อผู้ชม โดยไม่ได้เน้นที่แรงจูงใจเบื้องหลังการใช้สื่อ โดยทฤษฎีการใช้และความพึงพอใจเริ่มต้นในปี 1940 นักวิจัยเริ่มเห็นรูปแบบภายใต้มุมมองของการใช้งานและทฤษฎีความพึงพอใจในผู้ฟังวิทยุ (Lazarsfeld, 1940) งานวิจัยเกี่ยวข้องกับหัวข้อต่าง มักเกี่ยวข้องกับหัวข้อ การวิจัยด้านผลกระทบของสื่อ (McQuail, 1994) รวมทั้งหัวข้อการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่ดึงดูดผู้ชม และประเภทของสื่อหรือประเภทของเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของผู้ชม สังคม และจิตวิทยา (Cantril & Allport, 1935) การวิจัยผลกระทบของสื่ออื่น ๆ พยายามค้นหาแรงจูงใจ และรูปแบบการคัดเลือกผู้ชมสำหรับสื่อใหม่

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ให้ความสนใจเชิงหน้าที่นิยม (Functionalism) เพราะเชื่อการใช้ประโยชน์และหน้าที่ของสื่อต่อผู้บริโภคว่า ผู้บริโภคนั้นใช้สื่อเพราะหน้าที่อะไร และได้รับความพึงพอใจ มากน้อยเท่าไร อย่างไร ดังปรากฏในการศึกษาของ Perse and Courtright (1993) พบความต้องการพื้นฐานในการใช้สื่อใหม่กับมนุษย์ 11 ประการด้วยกัน ประกอบด้วย (1) เพื่อผ่อนคลาย (2) เพื่อความบันเทิง (3) เพื่อให้ลืมปัญหาต่าง ๆ (4) เพื่อมีกิจกรรมบางอย่างกับเพื่อน (5) เพื่อเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวเองและคนอื่น ๆ (6) เพื่อฆ่าเวลา (7) เพื่อความตื่นเต้น (8) เพื่อลดความเหงา (9) เพื่อกิจวัตรประจำวัน (10) เพื่อให้คนอื่นรู้ว่าฉันเป็นห่วงและสนใจความรู้สึกของพวกเข และ (11) เพื่อให้ใครบางคนทำอะไรให้เรา หลังจากนั้นมีการศึกษาหลายชิ้นพยายามพัฒนาวัตถุประสงค์การใช้สื่อของมนุษย์ อาทิ A. M. Rubin (1981) และ McQuail (1972) หรือการศึกษาเรื่อง Net Gen Norms ของ Tapscott (2011) โดยการศึกษาทั้ง 3 ชิ้น หากสังเกตจะพบประเด็นที่มีความคล้ายคลึงกัน 2 ประเด็นด้วยกันคือ (1) การหลีกเลี่ยงจากโลกแห่งความจริง (2) การสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวกับบุคคลอื่น ๆ

จากความคล้ายคลึงข้างต้นสามารถอธิบายให้เห็นถึงประเด็นวิธีการใช้สื่อ ซึ่งสะท้อนความเป็นผู้กระทำการ (Active user) ผสมผสานกับความเป็นผู้ตั้งรับ (Passive user) นั้นหมายความว่า ผู้ใช้ต้องการสร้างเนื้อหา และพื้นที่ของตนเองมากกว่าถูกกำหนดโดยใคร ๆ สอดคล้องกับข้อสนับสนุนของ กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน (2553) ที่ว่า “ผู้รับสารไม่เคยมีลักษณะเป็นผู้กระทำ หรือผู้ถูกกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ทั้งสองอย่างอาจเกิดขึ้นได้ในผู้รับสารคนเดียวกัน ดังนั้น คำถาม

จึงน่าจะอยู่ที่ว่า เงื่อนไขแบบใดที่ผู้รับสารจะถูกกระทำ และเงื่อนไขแบบใดที่ผู้รับสารจะกลายเป็นผู้ถูกกระทำมากกว่า”

การศึกษาวิธีการใช้สื่อผ่านทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ นั้นอาจไม่เพียงพอต่อการทำความเข้าใจกลุ่มผู้ใช้ที่เปลี่ยนไปและหลากหลาย ตามกระบวนทัศน์คตินิยมการหน้าที่ (functionalist) ที่อาจทำให้ลืมนึกว่ามีประเด็นอื่น ๆ เช่นในปัจจุบันหากต้องการศึกษาในมิติเชิงคุณภาพหรือในประเด็น “ลักษณะแบบแผนการบริโภค (Pattern of consumption)” นั้นจำเป็นต้องใช้ทฤษฎีใหม่ ๆ ในแสวงหาคำตอบ โดยเฉพาะหากต้องการศึกษา “มิติเชิงคุณภาพของการบริโภคสื่อ” (กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล, 2555) ดังนั้นแนวคิดการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ที่ได้รับการพัฒนามานั้น ‘เหมาะสม และสามารถเข้าถึงข้อมูลในการศึกษาได้อย่างเพียงพอ’

ที่มาของการศึกษา ‘ผู้รับสารแนวใหม่’ นั้น ได้รับการพัฒนาต่อยอดจากทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ โดยศูนย์การศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัย (The Centre for Contemporary Cultural Studies) ในเบอร์มิงแฮม ประเทศอังกฤษ ในปีคริสต์ศักราช 1970 โดยมีนักคิดคนสำคัญคือ Stuart Hall ซึ่งเชื่อว่า วัฒนธรรมอยู่ในฐานะที่เป็นระบบการจัดจำแนกประเภทและโครงร่างของความคิดและภาษาที่ทุกสังคมจำเป็นต้องมีเพื่อการดำรงอยู่ของตน (Hall, 1980) ในยุคแรกวัฒนธรรมศึกษาจะทำการศึกษาวรรณกรรมในฐานะที่วัฒนธรรมเป็นของสูง มีค่า เป็นมรดกสำคัญของสังคม จึงจำเป็นต้องศึกษาเพื่อเข้าถึง ประเมินคุณค่า เรียนรู้วิธีบริหารจัดการวัฒนธรรม ไปจนถึงการเรียนรู้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชนกลุ่มต่าง ๆ (นันท์วัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2558)

หลังจากนั้น Peck (2001) อธิบายเพิ่มเติมว่า วัฒนธรรมศึกษาได้ถูกปรับเปลี่ยนวิธีคิดเพิ่มเติม เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากนักปรัชญาหลายท่านเพิ่มเติม เช่น Ferdinand de Saussure อธิบายภาษาในฐานะสิ่งที่ถูกให้ความหมายโดยกลุ่มคนมากกว่าตัวของภาษาเอง Roland Barthes อธิบายเรื่องสัญลักษณ์ในภาษา โดยทั้งสองได้รับการพัฒนาในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง “ตัวหมาย” และ “ตัวหมายถึง” เป็นต้น รวมทั้ง Louis Althusser อธิบายเรื่องการก่อตัวของวัฒนธรรม สังคมมักถูกกำหนดไว้เชิงโครงสร้างอย่างซับซ้อนและไม่ตายตัว ยิ่งไปกว่านั้น Antonio Gramsci อธิบายว่าสังคมในที่นี้หมายถึงชุมชน ไม่ได้เชื่อว่าเศรษฐกิจเป็นตัวกำหนดในระยะแรก แต่จะเป็นหัวข้อหรือประเด็นสุดท้ายในการนำมาวิเคราะห์เพิ่มเติม เน้นประเด็นของโครงสร้างส่วนบน ผนวกกับอุดมการณ์ในการสร้างสามัญสำนึกเพื่อใช้ในการคัดง้างทางการเมืองต่อไป (นันท์วัฒน์ ฉัตรอุทัย, 2558)

จากอิทธิพลข้างต้นส่งผลให้ วัฒนธรรมศึกษามีความหมายใหม่ที่หมายความว่า การศึกษาที่ไม่ได้มุ่งแค่มรดกอันล้ำค่าของมนุษยชาติเท่านั้น หากแต่มุ่งศึกษา และทำความเข้าใจไปที่มนุษย์ทุกคนเท่าเทียมกัน และเคารพซึ่งกันและกันในฐานะเป็นวิถีชีวิตของมนุษย์ (Culture as a way of life) (Peck, 2001) จึงส่งผลให้ศูนย์การศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัยสนใจประเด็นสื่อและการใช้วิธีการทาง

ชาติพันธุ์วรรณามารวมกันในการศึกษา โดยงานชิ้นสำคัญเป็นของ David Morley ในปี 1986 ผ่านการตีความผู้ชมด้วยวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วิทยาในการบริโภคสื่อของ Morley ซึ่งเกี่ยวข้องกับศึกษาเชิงชาติพันธุ์วิทยาคั้งแรกที่เกี่ยวข้องกับผู้ชมทั่วประเทศ (Drotner, 1993) ผ่านรูปแบบการเข้ารหัส / ถอดรหัสที่ Morley ใช้ในการตีความการสัมภาษณ์นั้นได้ให้ประเด็นความสำคัญกับแหล่งที่มาของความหมายมากกว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบทและผู้ชม

จากการศึกษาพบว่าผู้ชมจะรับหนึ่งในสามบทบาทเสมอ ประกอบด้วย (1) ตำแหน่งแห่งการครอบงำหรือมีอำนาจ หมายถึงตำแหน่งแห่งการเข้ารหัสนั้น ๆ (2) ตำแหน่งแห่งการต่อรอง หมายถึงตำแหน่งแห่งการต่อรองในส่วนประสมที่ผู้อ่านสัญลักษณ์นั้นยอมรับได้ (3) ตำแหน่งตรงข้าม หมายถึงตำแหน่งแห่งการตอบโต้และหรือปฏิเสธทันที (Gray, 2006; Hall, 1980; Moores, 1993; Morley, 1986) รวมทั้งสื่อจะไม่มีหมายใด ๆ เลยหากปราศจากการเชื่อมโยงประสบการณ์ชีวิต ภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม และความรู้สึกนึกคิดที่แตกต่างหลากหลายร่วมกับกระบวนการของการตีความกับสื่อ นั้น ดังนั้นภายใต้สถานการณ์ทางสังคม ณ เวลา และสถานที่หนึ่ง ๆ เงื่อนไขทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ทางสังคมมีส่วนสัมพันธ์อย่างสำคัญต่อการทำความเข้าใจกิจกรรม การชมรายการโทรทัศน์ (กาญจนา แก้วเทพ, 2547)

โดย Morley มองว่าผู้รับสารนั้นสามารถมีลักษณะทั้งเป็นผู้กระทำการ (Active) และผู้ตั้งรับ (Passive) ไปพร้อม ๆ กัน โดยแต่เดิมนั้นผู้รับสารมักถูกมองว่าเป็นเพียงผู้กระทำการหรือผู้ตั้งรับเพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น รวมทั้งการพยายามผสานกรอบการวิเคราะห์ตัวบทและสาร ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีสัญญา ซึ่ง Morley เชื่อว่าไม่สามารถวิเคราะห์เพียงสารกับผู้รับสารจากกันได้ แต่จำเป็นต้องวิเคราะห์ร่วมกัน อีกทั้งผู้รับสารนั้นเป็นหนึ่งในผู้กระทำการทางสังคม เนื่องจากผู้รับสารเองนั้นมีอำนาจในการตีความสารที่นำเสนอมาให้ได้ ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลกระทบระยะยาว ในประเด็นการวิเคราะห์ผู้รับสารนั้นตามทัศนะของ Morley นั้นสามารถวิเคราะห์ได้หลายวิธี เช่น

1) การศึกษาโครงสร้างสังคมของผู้รับสาร ได้แก่การใช้เกณฑ์ประชากรศาสตร์ เช่น อายุ รายได้ ระดับการศึกษา รวมทั้งตัวแปรเรื่องชนชั้นเข้ามาวิเคราะห์โดยมีแนวคิดเบื้องหลังว่าผู้ใช้ที่อยู่ในแต่ละชนชั้น ซึ่งในที่นี้หมายถึงแต่ละกลุ่มของรสนิยมทางเพศ นั้นจะสามารถเข้าถึงและตีความต่างกัน ซึ่งในกรณีนี้คือสื่อทวิตเตอร์

2) การศึกษาจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสาร เพื่อศึกษาประเด็นดังกล่าวจำเป็นต้องกำหนดขอบเขตคุณลักษณะของประชากรให้แคบลง เช่น จุดยืนทางการเมือง วัฒนธรรม มาใช้เพื่อศึกษาว่าผู้รับสารมีความแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งในกรณีนี้ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องเคเวียร์มาเป็นประเด็นในการศึกษาจุดยืนผ่านการสอบถามเรื่องมุมมองเรื่องชายรักชายในปัจจุบันในทัศนะของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ว่ามีทัศนะอย่างไร ก้าวพ้นถึงจุดที่เรียกว่าเคเวียร์ หรือการพ้นสถานะทางเพศหรือไม่ อย่างไร

3) การศึกษาการเข้าถึงตัวบทที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยที่ถูกเชื่อมโยงในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เนื่องจากมักมีชุดความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนั้นเกิดจากปัจจัยภายในเป็นหลัก เช่น ความสนใจ ทศนคติ ซึ่งความจริงแล้วอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ในการเปิดรับสื่อประกอบกันอีก

4) การศึกษากระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร ซึ่ง Morley แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนด้วยกัน ประกอบไปด้วย (1) จดจำได้ (recognition) (2) การเข้าใจในเนื้อหาสาร (comprehension) (3) การตีความหมายจากสาร (interpretation) ซึ่งโดยมากมักขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมของผู้รับสาร และ (4) การมีปฏิกิริยาตอบสนอง (response)

5) การศึกษาพฤติกรรมการรับชม มักเกี่ยวข้องกันกับการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร โดยในปัจจุบันได้รับการขยายออกไปจนถึงประเด็นของพฤติกรรมการรับชม โดยสามารถแยกออกไปได้ 4 มิติด้วยกัน (1) ความสนใจในการเปิดรับ (2) ลักษณะของการคิดไตร่ตรองในการดู หมายถึง วิธีการในการเปิดรับของผู้รับสารนั้นเป็นแบบใด เชื่อหมด ไม่เชื่อหมด ไตร่ตรองตาม เป็นต้น (3) ช่วงเวลาที่ดู ในประเด็นนี้หมายถึงผู้รับสารเปิดรับสารในช่วงเวลาใด หมายความว่าอย่างไร (4) กิจกรรมที่ทำระหว่างรับสื่อ

6) การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร กล่าวคือ เป็นขั้นตอนของการศึกษาผลกระทบหลังจากการรับสื่อนั้น ๆ เพราะตามทัศนะของ Morley ข้างต้นนั้นกล่าวถึงผลกระทบนั้นจะเป็นผลกระทบระยะยาวที่มีต่อผู้รับสาร

จากตัวอย่างการศึกษาในประเทศไทย และมีกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกันคือการศึกษาเรื่องแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของผู้ชายและผู้หญิง (สุระ ศรีศศิ, 2550) โดยพยายามศึกษาว่าเพศชายและเพศหญิงมีแบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไรซึ่ง แตกต่างกัน โดยเฉพาะการบริโภคเกี่ยวกับเรื่องเพศเป็นหลัก เนื่องจากในพื้นที่สาธิตธรรมมีเส้นศีลธรรมกันอยู่ จึงทำให้เพศชายโดยทั่วไปหันไปใช้พื้นที่ออนไลน์ในการเสพสื่อเรื่องเพศ โดยภาพรวมในการศึกษามีความคล้ายคลึงกันกับการศึกษาของ Morley (1986) รวมทั้งการศึกษาของ ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง (2557) ซึ่งพยายามพัฒนาการศึกษาการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ โดยพัฒนาต่อยอดมาในประเด็นของชายรักชายโดยใช้กริเตอร์ ซึ่งได้นำมาเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ให้เห็นผู้รับสารแนวใหม่ว่ามีประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการรับสื่อ ทำให้พบว่าความไว้วางใจนั้นเป็นสิ่งที่ถูกพบ นอกเหนือจากการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่

สำหรับการศึกษาค้นนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ตามที่ได้นำเสนอในข้างต้นนี้ มาพัฒนาเป็นแนวทางการวิเคราะห์ เพื่อนำมาคลี่ปรากฏการณ์ชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร ว่ากลุ่มชายรักชายมีทัศนคติต่อกลุ่ม ต่อชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่อย่างไร รวมทั้งศึกษาจุดยืนทางการเมือง วัฒนธรรมของชายรักชายว่าเป็นอย่างไร อีกทั้งวิธีการเข้าถึงทวิต

เตอร์ การตีความเนื้อหา การรับรู้ และศึกษาผลกระทบที่มีต่อชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน

3.4 แนวคิดเรื่องเพศวิถี

เมื่อกล่าวถึงความหลากหลายทางเพศนั้น เป็นการแสดงให้เห็นถึงต่อสู้อย่างตรงและการคัดง้างกับโครงสร้าง และทัศนแบบเดิมที่สังคมเป็น โดยบรรทัดฐานทางเพศสามารถมีอ้างอิงถึงข้อตกลงและบรรทัดฐานของสังคมนั้น ๆ และกำหนดเรื่องเพศตามปกติให้ประกอบด้วยกิจกรรมทางเพศบางอย่างระหว่างบุคคลที่ต้องตรงตามเกณฑ์อายุ ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว ความเชื่อชนเผ่า ต่าง ๆ เป็นต้น (Bozon, Rennes, & Reynolds, 2015) ซึ่งในอดีตบุคคลสามารถร่วมเพศกันได้ตั้งแต่อายุ 15 ปี หรือที่เรียกว่า ‘กลุ่มวัยเจริญพันธุ์’ (สุภาวดี ลิขิตมาศกุล, 2553) ทว่าในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปตามทัศนคติหรือการให้คุณค่าของสังคม (social value) รวมทั้งศีลธรรมจรรยาที่ถูกประกอบสร้างขึ้นตามความเชื่อ ศาสนาของแต่ละท้องถิ่น จึงส่งผลให้กลายเป็น “ความปกติใหม่” ของสังคมโลก

กรณีตัวอย่างอีกประการหนึ่งเช่นความสัมพันธ์ในครอบครัวที่เกี่ยวกับเรื่องเพศนั้น การร่วมประเวณีระหว่างพี่น้องในอดีตเป็นที่ยอมรับตามฐานคิดของชนชั้นสูง ที่ต้องการรวบอำนาจการปกครองของอาณาจักรซึ่งเกิดขึ้นทั่วโลก (Fleming, 1973) ทว่าในปัจจุบันนั้นกลับมองว่าเป็นสิ่งที่ไม่ถูกไม่ควร

ในสังคมส่วนใหญ่ คำว่า “ปกติ” หมายถึง ช่วงหรือสเปกตรัมของพฤติกรรมที่ที่สังคมนั้นขีดขึ้น เป็นลักษณะของสีขาวและดำ ผิดหรือถูก เท่านั้น (Bozon et al., 2015) เป็นที่น่าสังเกตว่า ช่วงของพฤติกรรมนั้น ๆ มักไม่ได้ถูกทำให้เป็นพฤติกรรมที่สามารถ “ยอมรับได้” ซึ่งไม่ได้หมายความว่าถูกหรือผิด แต่เป็นการกระทำที่สามารถเข้าใจได้ถึงความแตกต่างทางความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ ของคนในแต่ละกลุ่มของสังคมหรือโลก

โดยประเด็นเรื่องเพศ และกิจกรรมการเพศนั้น ไม่ใช่แค่เพียงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการร่วมเพศในระดับปัจเจกเท่านั้น ทว่าเรื่องเพศมักมีความเกี่ยวข้องกับกฎหมายในพื้นที่นั้น ๆ เสมอ ๆ ดังคำกล่าวของนักมานุษยวิทยาวัฒนธรรมอเมริกันชื่อดัง Gayle S. Rubin ที่ว่า

“ Sex is always political. But there are historical periods in which sexuality is more sharply contested and more overtly politicized. In such periods, the domain of erotic life is, in effect, renegotiated”

(G. S. Rubin, 2007, p. 143)

คำกล่าวข้างต้นของ G.S. Rubin สะท้อนให้เห็นว่า เรื่องของเพศเป็นเรื่องของการเมืองเสมอ ในอดีตมีการโต้เถียงประเด็นเรื่องเพศอย่างรุนแรงและกลายเป็นเรื่องทางการเมือง จนกระทั่งมีการขีดขอบเขตของเรื่องเพศใหม่ จวบจนถึงปัจจุบัน หากมองภาพการนำเรื่องเพศมาพูดถึงในประเด็นการเมืองนั้น เกิดขึ้นจากการที่บุคคลแต่ละคนมีความแตกต่างกัน รวมทั้งอยู่อย่างกระจัดกระจาย จนกระทั่งมีการรวบรวมแผ่นดินถิ่นแคว้น มีการกวาดต้อนประชากรจากที่ต่าง ๆ เข้ามาเป็นพลเมืองชั้นล่าง เพื่อสละตัวในการปกครองคนหมู่มากรวมทั้งเพื่อเป็นการแบ่งเชื้อชาติ วรรณะ ชนชั้น และเพศ เพราะเป็นความจริงประการหนึ่งคือประชากรบางกลุ่มจะไม่มีตัวแทนในโครงสร้างทางการเมืองที่เป็นที่ยอมรับในสังคมขนาดใหญ่ (Kate Millett, 1969)

จากชนชั้นที่เกิดขึ้นจึงบังคับให้บุคคลที่อยู่ชนชั้นต่ำกว่าต้องยอมรับว่าความสัมพันธ์ระหว่างเชื้อชาตินั้นเป็นความสัมพันธ์ทางการเมืองอย่างแท้จริง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการควบคุมทั่วไปของกลุ่มหนึ่งซึ่งกำหนดโดยการเกิดของอีกกลุ่มหนึ่งอยู่เหนืออีกกลุ่มหนึ่ง และมีสิทธิโดยกำเนิดที่จะปกครองกลุ่มคนอีกกลุ่มหนึ่ง รวมทั้งโครงการที่มีอำนาจเหนือในประเด็นด้านเพศ ทำให้เชื่อได้ว่าสถานการณ์ทางการเมืองที่แท้จริงเกิดขึ้นระหว่างเชื้อชาติ ศาสนา และเพศต่าง ๆ เพื่อให้สถานการณ์กดขี่ยาวนานขึ้น ส่งผลให้กลุ่มคนที่อยู่ต่ำกว่าไม่มีอำนาจในการแก้ไขผ่านสถาบันทางการเมืองที่มีอยู่ และถูกขัดขวางจากการรวมตัวกันเป็นการต่อสู้ทางการเมืองตามแบบแผน จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นได้ว่า ประเด็นเรื่องเพศถูกจัดระเบียบ กดทับ บังคับ โดยผู้ปกครองมาอย่างยาวนาน ให้เป็นไปตามสิ่งที่บุคคลผู้มีอำนาจต้องการ หากไม่เป็นไปตาม “ชนบ” หรือแบบแผนที่สังคมนั้นต้องการก็จะถูกจัดการปราบปราม ลงโทษด้วยวิธีการต่าง ๆ ดังกรณีที่สำคัญคือ เหตุการณ์สโตนวอลล์ ในวันที่ 28 มิถุนายน คริสต์ศักราช 1969 เจ้าหน้าที่ตำรวจบุกเข้าจับกุมตัวผู้ที่เข้ามาใช้บริการในบาร์เกย์ ที่ชื่อว่า “สโตนวอลล์ อิน” (Stonewall Inn) ซึ่งมีการปราบปรามกลุ่ม LGBT+ อย่างรุนแรง กลายเป็นชนวนให้ผู้มีความหลากหลายทางเพศและประชาชนจำนวนมาก ออกมาเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องสิทธิ ความเท่าเทียม และต่อสู้เพื่อเสรีภาพในการแสดงออกทางตัวตน จากเหตุการณ์สโตนวอลล์ส่งผลให้เกิด “LGBT PRIDE MONTH” ในเวลาต่อมาและขยายไปในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลก

จากจุดยืนของวัฒนธรรมศึกษา ในประเด็นเรื่องอำนาจ ว่าเกี่ยวข้องกับการยึดโยงความสัมพันธ์ทางสังคมในทุกระดับ ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงการที่ยึดสังคม หรือกำลังบีบบังคับที่อยู่ได้บังคับบัญชาของคนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ทว่า Hall (2006) มองว่า เรื่องอำนาจ เป็นความเชื่อมโยงที่เกี่ยวกับการศึกษาทางวัฒนธรรม ผ่านมุมมองในเรื่องอำนาจและการเมือง เพื่อทำการศึกษาและให้ความสำคัญโดยเฉพาะกลุ่มคนตัวเล็กตัวน้อยในสังคม หรือกลุ่มชายขอบเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ดังนั้น ในทัศนะของ Hall อำนาจไม่ได้เป็นกลางหรือเป็นรูปธรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของตำแหน่งแห่งที่ ที่เกี่ยวข้องกับ สถานที่ที่พูด หรือพูดกับใคร และเพื่อ

จุดประสงค์อะไร (Barker, 2003) กล่าวคือการพยายามศึกษาอำนาจที่เกิดขึ้นในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของบุคคล และเมื่อนำมามองประเด็นชายรักชายนั้น ชายรักชายเป็นกลุ่มประชากรหนึ่งที่มักไม่ได้กล่าวถึงว่าเป็นผู้มีอำนาจในสังคม ทว่าเป็นเพียงกลุ่มชายขอบของสังคมหนึ่ง ๆ เท่านั้น (ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2546)

เมื่อกลับมาพิจารณานิยามและการศึกษาในประเด็นเพศวิถี มักเกี่ยวข้องกับความหลากหลายและความซับซ้อน ซึ่งไม่สามารถระบุชัดเจนว่าเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เฉพาะ โดยในชีวิตประจำวันของมนุษย์นั้นมักมีความเกี่ยวข้องกับเพศผ่านประเด็นอัตลักษณ์ทางเพศ บทบาททางเพศ รสนิยมทางเพศ ความรู้สึกทางเพศ ความสุขทางเพศ ความใกล้ชิดและการสืบพันธุ์ทางเพศ ซึ่งประเด็นของเพศนั้นเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ของบุคคลคนนั้น มักแสดงออกผ่านความคิดเกี่ยวกับเพศ จินตนาการ ความปรารถนา ความเชื่อ ทศนคติ ค่านิยม พฤติกรรม (World Health Organization, 2020) รวมทั้งวาทกรรมต่าง ๆ เช่น เพศที่สาม และ เพศผิดปกติ (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2545) เป็นต้น และมักเกี่ยวข้องกับรูปแบบของอารมณ์ความรู้สึก ความสนใจที่เกี่ยวข้องกับเพศทั้งหญิงชาย และไม่ใช้ทั้งหญิงและชายหรือที่ปัจจุบันเรียกว่าเพศที่สาม (Kazdin, 2000)

ในประเด็นของเพศวิถีได้รับอิทธิพลในการประกอบสร้างความคิด ความหมายของเพศผ่านประเด็นชีววิทยา จิตวิทยา สังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม กฎหมาย ประวัติศาสตร์ ศาสนา และจิตวิญญาณของมนุษย์หรือคนในสังคมนั้น ๆ ซึ่งคำว่า “Sexuality” ในภาษาอังกฤษมีที่มาจากคำว่า Sex ในนิยามของ เอียร์ชีย์ เอี่ยมวรมธ (2530) ได้จำแนกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเพศในภาษาไว้ 3 กลุ่มด้วยกัน ดังนี้

กลุ่มแรก เพศ หมายถึง ลักษณะภายนอกทางกายภาพ (gender) เช่น เพศชายหรือเพศหญิง

กลุ่มที่สอง เพศ หมายถึง กิจกรรมทางเพศ (sexual activity) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ การปฏิบัติทางเพศ ความใคร่ กามารมณ์ เป็นต้น และ

กลุ่มที่สาม เพศ หมายถึง การร่วมเพศ หรือ การเสพสังวาส (sexual intercourse) โดย วิลาสินี พิพิธกุล และ กิตติ กันภัย (2546) อธิบายประเด็นนี้เพิ่มเติมว่า อันที่จริงความหมายในข้อที่สองและสามสามารถให้ความหมายได้เหมือน เนื่องจากในวัฒนธรรมไทยมักไม่นิยามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเพศ หรือพยายามอธิบายประเด็นทางเพศอย่างชัดเจน เพราะคำว่าเพศถูกกระทำให้เป็นคำที่ไม่พึงปรารถนาในการศึกษาและการสนทนาระหว่างกัน ว่ากิจกรรมทางเพศและการร่วมเพศนั้นแตกต่างกันอย่างไร

รวมทั้ง P. A. Jackson (1995) ศาสตราจารย์ด้านประวัติศาสตร์ไทยและเพศของไทยในมหาวิทยาลัยแห่งชาติดอัสเตรเลีย ได้นำเสนอประเด็นของความหมายของคำว่า “เพศ” ในบริบทของประเทศไทยมักจะมีความหมายใน 4 ประการด้วยกัน ได้แก่

- 1) เพศในชีววิทยา (biological sex) คือ เพศสภาพ (gender)
- 2) เพศสภาพ (gender) หมายถึง ความเป็นหญิง ความเป็นชายที่มาจากความรู้สึกส่วนตัว
- 3) รสนิยมทางเพศหรือทัศนคติทางเพศ (sexuality) หมายถึง บทบาท และรสนิยมทางเพศ หรือวิถีชีวิตทางเพศที่อาจไม่ตรงกับเพศ และสุดท้าย
- 4) การมีเพศสัมพันธ์หรือการร่วมเพศ (sexual intercourse) คือ การร่วมเพศ หรือการมีเพศสัมพันธ์

จากความหมายข้างต้นทั้งหมดสามารถสรุปได้ว่า เพศวิถี (sexuality) หมายถึง วิถีชีวิตทางเพศในทางกามารมณ์ และในด้านความรักความรู้สึก หมายถึงรสนิยมทางเพศ ความรู้สึกดึงดูด ความปรารถนาทางเพศ ความรู้สึกรักชอบพอ รู้สึกใคร่ หรือพฤติกรรมในความสัมพันธ์ทางเพศของบุคคล

เนื่องจากประเด็นความหลากหลายทางเพศมักเป็นประเด็นที่มีความอ่อนไหว ทั้งทางกายภาพ และจิตวิทยา มีงานศึกษาที่หลากหลายผู้วิจัยจึงรวบรวมและจัดกลุ่มได้ดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มเกิดมาเพื่อเป็นเกย์ (born to be) เกิดจากพันธุกรรม (genetic) ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับยีน (gene) ที่ทำให้ออร์โมน (hormone) ต่าง ๆ ผิดไปจากคนส่วนใหญ่ รวมทั้งรอยหยักในสมองที่แตกต่างกัน รวมทั้งตำแหน่งบนโครโมโซม X ที่เรียกว่า Xq28 Halmer ของ Dean Hamer ซึ่งโครโมโซม ดังกล่าวมีส่วนในการช่วยกำหนดรสนิยมทางเพศได้ (นที ธีระโรจนพงษ์, 2548; วัลลภ ปิยะมโนธรรม, 2532)

กลุ่มที่ 2 คือ สภาพแวดล้อมการเลี้ยงดู กล่าวคือ ในบางครอบครัวแม่อาจเป็นหัวหน้าครอบครัว ส่งผลให้ลูกชายซึมซับพฤติกรรมและความรู้สึกของแม่ได้ รวมทั้งในบางกรณีสภาพเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันนั้น การประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางเพศ มักมีรายรับที่สูงและสะดวกสบาย แม้ในระยะแรกชายผู้นั้นอาจไม่ได้มีรสนิยมทางเพศแบบรักเพศเดียวกัน แต่เมื่อทำไประยะหนึ่งอาจทำให้ชิน หรืออาจมีการเลียนแบบพฤติกรรมระหว่างกัน กลายเป็นผู้มีรสนิยมแบบรักสองเพศ และในที่สุดอาจเปลี่ยนเป็นผู้รักเพศเดียวกัน (ประภาศรี จีระยิ่งมงคล, 2006)

กลุ่มที่ 3 เชื่อว่ารสนิยมทางเพศทั้งหมดนั้นเกิดขึ้นตามการพยายามจัดระเบียบของโครงสร้างร่วมกับแนวคิดทางศาสนา ที่พยายามทำให้เรื่องเพศ รสนิยมทางเพศ ความต้องการทางเพศ ต้องถูกระเบียบแบบแผนตามช่วงระยะเวลาที่มีโครงสร้างนั้น ๆ ปกครอง เช่น ในยุคโบราณที่เชื่อว่าความเป็นเพศนั้นต้องการเติมเต็ม ตัวอย่างเช่น ในชนเผ่าแซมเบียเชื่อว่าผู้ชายเกิดมาไม่ได้มีความเป็นชายมาด้วย ทว่าต้องมีการเติมเต็มความเป็นชายโดยที่ต้องร่วมเพศกับผู้ชายที่มีสถานะเป็นผู้ปกครองแม่ทัพ หัวหน้าทหารเพื่อส่งผ่านความเป็นชาย ความเป็นชายจะสมบูรณ์ก็เมื่อเด็กผู้ชายคนนั้นสามารถมีครอบครัวและมีบุตรเป็นของตนเอง หรือการเข้ามาของความเชื่อด้านศาสนาคริสต์ที่ว่าเรื่องเพศเป็น

บาป ไม่ถูกต้อง ต้องปกปิด ทว่าเมื่อต้องการมีความสุขทางเพศก็ต้องกระทำต่อหน้าพระเจ้า ผ่านการแต่งงานในโบสถ์ โดยบาทหลวงของศาสนาที่ถูกต้อง และเพศที่นอกเหนือหญิง ชาย (อดัม อีฟ) จะถูกทำให้เป็นคนบาปและไม่เป็นที่รักของพระเจ้า เป็นต้น ซึ่งชุดความเชื่อดังกล่าวนั้นส่งผลให้ความหลากหลายทางเพศกลายเป็นสิ่งผิดปกติไปโดยปริยายเพราะไม่ได้เกิดจากพระเจ้าหรือกระทำในนามของพระเจ้า (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2562; นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2545) หรือในบางกรณีเกิดจากความไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตแบบรักต่างเพศ เปื้อนหน่าย จึงทำให้เริ่มมีการทดลองเรียนรู้สิ่งใหม่ในชีวิต และกลายมาเป็นผู้ที่มีรสนิยมทางเพศแบบรักเพศเดียวกัน (ไชโย นิธิอุบัตติ, 2558; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2560)

จากข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงการพยายามทำให้ผู้ที่มีรสนิยมทางเพศแบบรักเพศเดียวกันนั้น “ไม่ปรกติ” เพราะความบกพร่องทางร่างกาย ทางสภาพแวดล้อม และไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตคู่ จากเหตุผลข้างต้นส่งผลให้ประเด็นหรือกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือเกย์หรือชายรักชายกลายเป็นบุคคลหรือกลุ่มคนที่มักไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมรอบข้าง

ในประเด็นเพศวิถีนี้นักถูกเสนอให้อธิบายโดยอ้างอิงถึงทฤษฎีควีเยอร์ (Queer) โดยคำว่า *ควีเยอร์* ปรากฏครั้งแรกในงานศึกษาของ De Lauretis (1991) วารสาร Feminist Cultural Studies Journal เรื่อง Queer: Lesbian and Gay Sexualities โดยสรุปสามารถอธิบายทฤษฎีควีเยอร์ว่า “การที่จะต้องการปฏิเสธเพศแบบคู่ตรงข้าม” ตามมาตรฐานหลักของสังคมที่มีแค่สองเพศเท่านั้นคือ ‘หญิงกับชาย’ ซึ่งเป็นการสร้างอคติทางเพศสำหรับความหลากหลายที่เกี่ยวกับเพศอื่น ๆ จนกระทั่งแนวคิดควีเยอร์ถูกจัดระเบียบครั้งใหญ่ในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 โดยมีการจำแนกกลุ่มเพศอย่างชัดเจน รวมทั้ง Michel Foucault ผู้พัฒนาแนวคิดและตำราชื่อ “History of Sexuality” ตั้งคำถามว่า ความรู้และทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์จะช่วยให้เราทำความเข้าใจประเด็นทางเพศมากขึ้นจริงหรือ เนื่องจากความรู้และทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์นั้นส่งผลให้มีการจัดระเบียบเพศในเป็นมิติทางชีววิทยา โดยแบ่งความเป็นหญิงชายโดยใช้อวัยวะเพศ หากมีอวัยวะเพศชายก็จะเป็นเพศชาย มีอวัยวะเพศหญิงก็จะเป็นเพศหญิง และจำเป็นต้องแสดงออกตามเพศหรืออวัยวะเพศที่ตนเองมีเท่านั้น หากการแสดงออกไม่ตรงกับอวัยวะเพศที่มีก็จะถูกสังคมรังเกียจ (Foucault, 1998)

หากบุคคลที่แสดงบทบาททั้งชายและหญิง ซึ่งไม่ตรงกับอัตลักษณ์และพฤติกรรมทางเพศของมนุษย์จะถูกปฏิเสธ เบียดขับ กล่าวหาว่าผิดปกติ ผิดธรรมชาติไปโดยปริยาย ดังนั้นคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับเพศ เช่น รักต่างเพศ รักสองเพศ รักร่วมเพศ จึงเป็นวาทกรรมที่ถูกจัดระเบียบและสร้างขึ้นโดยสถาบันต่าง ๆ ทางสังคม (Foucault, 1978; นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2015) คำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับเพศ 3 กลุ่มนั้นสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ ดังต่อไปนี้

1) การรักเพศตรงข้าม (heterosexuality) หมายถึงการที่บุคคลรักใคร่ชอบพอ พึงพอใจ หรือมีความรู้สึกดึงดูดทางเพศต่อบุคคลที่มีอัตลักษณ์หรือการแสดงออกทางเพศที่ตรงข้ามกับตนเอง เช่น ความรักระหว่างชายกับหญิง

2) การรักสองเพศ (bi-sexuality) การที่บุคคลรักใคร่ชอบพอ พึงพอใจ หรือมีความรู้สึกดึงดูดทางเพศต่อบุคคลที่มีอัตลักษณ์หรือการแสดงออกทางเพศที่ตรงข้ามกับตนเอง และบุคคลที่แสดงออกทางเพศแบบเดียวกับตนเอง

3) การรักเพศเดียวกัน (homosexuality) หมายถึงการที่บุคคลรักใคร่ชอบพอ พึงพอใจ หรือมีความรู้สึกดึงดูดทางเพศต่อบุคคลที่มีการแสดงออกทางเพศแบบเดียวกับตนเอง โดยพบคำศัพท์ที่เกี่ยวข้องกับรักเพศเดียวกันเพิ่มเติม เช่น “เพศวิถีหลากหลาย” (นภาพรณ หะวานนท์ กิตติกร สันติประภา อุษณีย์ ธโนศวรรย์ และธีรวัลย์ วรรณโณทัย, 2555) “เพศนอกขนบ” (กนกวรรณ ธรารวรรณ, 2555) หรือคำว่า “เพศนอกกลุ่ม” มีนิยามมาจากการที่ในสังคมไทยปัจจุบันคงสงวนไว้ในการระบุเพศ หากเกิดมาแล้วมีอวัยวะเพศชาย ก็จะนำทารกคนนั้นบรรจุไว้ในสถานะผู้ชาย มีคำนำหน้าว่า เด็กชาย, นาย เป็นต้น เช่นกันหากเด็กที่เกิดมามีอวัยวะเพศเป็นหญิง ก็จะนำเด็กคนนั้นบรรจุไว้ในสถานะผู้หญิง มีคำนำหน้าชื่อว่า เด็กหญิง, นางสาว, นาง ตามลำดับ โดยไม่ได้คำนึงถึงพฤติกรรมทางเพศวิถีว่าทารกคนนั้นอาจไม่ต้องการเป็นผู้หญิงหรือมีความต้องการแบบผู้หญิง หรือทารกผู้นั้นอาจไม่ต้องการเป็นผู้ชายหรือเพศวิถีเป็นผู้ชาย (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2560)

ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นที่ผู้มีความหลากหลายทางรสนิยมเพศ ในกลุ่มประชากรที่เป็นชายรักชาย หรือที่เรียกอีกอย่างว่า “เกย์” ที่หมายความว่า ผู้ชายที่รักผู้ชายด้วยกันทางอารมณ์และหรือทางความสัมพันธ์ทางเพศหรือทางกายภาพ” หรือคำว่า “MSM” (Men who have sex with men) อีกทั้งคำว่า ชายรักชาย ซึ่งมีความหมายว่า ผู้ชายที่รักผู้ชายด้วยกัน เป็นคำที่นิยมใช้เรียกผู้ชายที่เป็นเกย์ (บุษกร สุริยสาร, 2557) รวมทั้งคำว่า “เพศนอกกรอบ” (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, 2556), “กลุ่มชายรักชาย” (homosexual man) (Trumbach, 1998), “คนชายขอบทางเพศ” (พิเชฐ สายพันธ์, 2545), “ชายรับชาย” (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2560), “Global Queering” (D. Altman, 1996), “Men who use the Internet to seek sex with other Men (MISM)” (Brennan et al., 2015), “Men who have sex with men (MSM)” (Muñoz-Laboy, 2004), Men who use the Twitter to seek relationship with other Men (MTRM) (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2563a), Men who have sex and use drugs to build camaraderie and networks with one another (MSDA) (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2021) เป็นต้น

นอกเหนือจากการจำแนกข้างต้นแล้ว ยังมีการจำแนกตามพฤติกรรมทางเพศหรือวัตถุประสงค์ทางเพศอีกหลายประเด็นด้วยกัน ดังที่รวบรวมและนำเสนอต่อไปนี้

ประเภทแรก แบ่งด้วยลักษณะทางกายภาพที่สามารถมองเห็นได้จากภายนอก โดยสามารถแบ่งได้เป็น (1) แมน (2) ออกสาว (3) แต่งหญิง (คมฉัตร วุฒิโรจน์, 2534; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2561)

ประการที่สอง แบ่งด้วยสถานภาพบนเตียง ในประเด็นนี้นั้นไม่สามารถสอบถามหรือจำกัดจำแนกให้เห็นได้เชิงกายภาพแต่สามารถใช้เกณฑ์ทั่วไปคือ (1) สถานภาพบนเตียงเป็นรุก (2) สถานภาพบนเตียงเป็นรับ (3) สถานภาพบนเตียงเป็นโบท หรือเป็นได้ทั้งรุกและรับ (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2562a; ประภาพรณ วงศาโรจน์, 2532)

ประการที่สาม แบ่งด้วยรสนิยมส่วนตัวซึ่งสามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่า สามารถพบได้ถึง 5 กลุ่มด้วยกัน (1) แมน ๆ (2) ออกสาว (3) แต่งหญิง (4) สาวสอง (Transgender) (5) สามารถมีกิจกรรมทางเพศได้ทั้งหญิงและชายหรือ “ไบ” (Bisexual) (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2561)

รวมทั้งหากแบ่งตามลักษณะทางร่างกายตามการศึกษาของกลุ่มชายรักชายในกรีนเดอร์ ของภัทร เวช พุ่งเพื่อง (2557) จะพบอีก 7 กลุ่มด้วยกัน ประกอบด้วย

- 1) ชายรักชายที่มีลักษณะสมส่วน (Average) หมายถึง ชายรักชายรูปร่างสมส่วนไม่อ้วน ไม่ผอม
- 2) ชายรักชายที่มีลักษณะผอมบาง (Slim) หมายถึง ชายรักชายที่รูปร่างผอมบาง
- 3) ชายรักชายที่มีลักษณะกล้ามเนื้อ (Muscular) หมายถึง ชายรักชายที่รูปร่างที่ประกอบไปด้วยกล้ามเนื้อ
- 4) ชายรักชายที่มีลักษณะกระชับ (Toned) หมายถึง ชายรักชายที่รูปร่างสมส่วนและมีลักษณะของกล้ามเนื้อขึ้นบาง ๆ
- 5) ชายรักชายที่มีลักษณะรูปร่างใหญ่ (Large) หมายถึง ชายรักชายที่รูปร่างลักษณะสูง
- 6) ชายรักชายที่มีลักษณะหมี (Bear) หมายถึง ชายรักชายที่มีรูปร่างลักษณะใหญ่แต่มีการเล่นกล้ามจนมีลักษณะคล้ายหมีและที่สำคัญในร่างกายจะมีขนจำนวนมาก (Kevin Laddapong, 2019)
- 7) ชายรักชายที่มีลักษณะกำยำล่ำสัน (Stocky) หมายถึง ชายรักชายที่มีรูปร่างลักษณะอวบอ้วน เป็นต้น

นอกเหนือจากนั้น Zoe Tierney in Mindcology (2017) ทำการศึกษาและจำแนกประเภทตามความต้องการทางเพศ หรือกิจกรรมทางเพศ (LGBTQ+) ได้ 10 กลุ่ม หากแต่เกี่ยวข้องกับประชากรกลุ่มหลากหลายทางเพศสามารถนำเสนอได้ 8 กลุ่ม ประกอบไปด้วย

- 1) Asexuality กลุ่มไร้ความรู้สึกทางเพศ

2) Demisexuality กลุ่มคนที่มีความรู้สึกอยากมีอะไรเฉพาะกับคนที่รู้สึกผูกพันมาก ๆ เท่านั้น

3) Homosexuality กลุ่มคนที่มีอารมณ์ความรู้สึกรักใคร่ต่อเพศเดียวกัน

4) กลุ่มคนที่มีอารมณ์ความรู้สึกรักใคร่ต่อเพศเดียวกัน กลุ่มคนที่มีอารมณ์ความรู้สึกต่อทุกสิ่งอย่างที่เป็น เพศชาย/ผู้ชาย/มีความเป็นชาย หรือพูดอีกอย่างว่าไร้ความรู้สึกต่อเพศหญิงโดยสิ้นเชิง

5) Bisexuality กลุ่มคนที่มีอารมณ์ความรู้สึกรักใคร่ต่อทั้งเพศหญิงและเพศชาย

6) Queer กลุ่มคนที่เชื่อว่าเพศไม่ใช่สิ่งที่ต้องมาตีตราว่าคุณคือเพศนั้นเพศนี้ เพราะเพศก็แค่สิ่งสมมติ

7) Pansexuality กลุ่มคนที่มีอารมณ์ความรู้สึกรักใคร่ต่อทุกเพศ

8) Kink กลุ่มคนที่ชอบเกี่ยวกับกิจกรรมทางเพศแบบรุนแรง หรือที่เรียกว่า BDSM โดยรสนิยมหรือความชอบแบบ BDSM นั้น หมายถึงกิจกรรมทางเพศ 5 ประเภทที่จะประกอบไปด้วย ความเป็นทาส หรือสถานะที่ถูกพันธนาการ (Bondage), การลงโทษ (Discipline), การปกครอง (Dominance) และการยอมจำนน (Submission), การมีความสุขจากการทำให้ผู้อื่นเจ็บปวด (Sadism) และการมีความสุขจากการถูกผู้อื่นทำให้เจ็บปวด (Masochism) (BBC Thai, 2018; David J Linden, 2015) นอกเหนือจากนั้น ในการศึกษาของ สุธาวัดน์ ดงทอง (2559) แบ่งกลุ่มผู้ชายรักชายผู้ใช้โซเชียลมีเดียเป็น 2 กลุ่มด้วยกัน (1) ผู้แสดง (actor) และ (2) ผู้ชม (audience)

อีกประเด็นหนึ่งในการจัดกลุ่มเพื่อพยายามนิยามเพศกลุ่มต่าง ๆ หรือการนิยามชื่อเรียกตามความต้องการทางเพศต่าง ๆ นั้น มักจัดโดยอิงอัตลักษณ์ทางเพศ ความพึงพอใจทางเพศ และพฤติกรรมทางเพศ (White, Bondurant, & Travis, 2000) มีการศึกษาของนภภรณ์ หะวานนท์ กิตติกร สันคติประภา อุษณีย์ ธโนศวรรย์ และธีรวัลย์ วรรณโนทัย (2555) ได้ทำการจำแนกความซับซ้อนของเพศวิถีถูกเสนอในรูปของวงกลมที่ซ้อนทับกันของมิติต่าง ๆ ประกอบด้วยมิติ

- 1) มิติความปรารถนาทางเพศ (sensuality)
- 2) มิติความผูกพันทางเพศ (sexual intimacy)
- 3) มิติอัตลักษณ์ทางเพศ (sexual identity)
- 4) อนามัยเจริญพันธุ์และอนามัยทางเพศ (reproductive and sexual health)
- 5) มิติการนำเรื่องเพศมาควบคุมความสัมพันธ์ (sexualization)

รวมทั้งในงานศึกษาของกาญจนา แก้วเทพ และพรศรา แซ่ก้วย (2547) ได้จำแนกประเด็นเรื่องเพศไว้ในหนังสือเรื่องการศึกษาเรื่องเพศวิถี: ค้นหา อารมณ์ การกดขี่ การต่อสู้ไว้ 2 กลุ่มด้วยกัน

1) เพศวิถีที่ก่อให้เกิดการสืบพันธุ์ (Reproduction) กล่าวคือการเสพสังวาสระหว่างเพศหญิงและเพศชายตามความต้องการในการเจริญพันธุ์ตามธรรมชาติ อธิบายเพิ่มเติมได้ว่าเกิดจากการสมรส นอกการสมรส เป็นต้น และ

2) เพศวิถีที่ไม่ก่อให้เกิดการสืบพันธุ์ หรือสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ 3 กลุ่มด้วยกันประกอบไปด้วย

2.1) การมีกิจกรรมการเพศเพื่อสำเร็จความใคร่เท่านั้น (Orgasm) โดยกาญจนา (2547) จำแนกเพิ่มเติมประกอบไปด้วย

(1) ต่างเพศ

(2) เพศเดียวกัน

(3) ทั้งต่างเพศและเพศเดียวกัน

(4) เป็นคู่

(5) เป็นหมู่

2.2) เพศสัมพันธ์กับสัตว์

2.3) เพศสัมพันธ์กับสิ่งของ

จากการศึกษาของกาญจนา สามารถสรุปได้ว่า กลุ่มชายรักชายถูกจัดอยู่ในกลุ่มที่มีกิจกรรมทางเพศเพื่อสำเร็จความใคร่เท่านั้น (orgasm) เพราะไม่สามารถที่จะมีกิจกรรมทางเพศเพื่อการสืบพันธุ์ได้ (reproduction) หากจะกล่าวถึงกิจกรรมเพื่อสำเร็จความใคร่นั้น มีการศึกษาและรวบรวมไว้ว่าสามารถเกิดกิจกรรมต่าง ๆ ได้ ดังต่อไปนี้

1) การจูบอย่างต็มด้า (french kiss)

2) การทำออร์ลเซ็กซ์ (aussie kiss)

3) การทำออร์ลเซ็กซ์กับอวัยวะ (balls on chin)

4) การทำให้เกิดการหลั่งของฝ่ายชาย (banana juice)

5) กิจกรรมภายนอกกับร่างกาย (hotdog in a Hallway)

6) การทำออร์ลเซ็กซ์อย่างรุนแรง (cheese grater)

7) การใช้นิตยสารในการปลุกอารมณ์ (cliterature)

8) การร่วมรักแบบไม่ได้สอดใส่ (frottage)

9) การใช้ลิ้นกระตุ้นอารมณ์ทางทวารหนัก (toss salad) และ

10) การทำออร์ลเซ็กซ์ขณะในปากมีลูกอมรสมินต์ (menthol) เป็นต้น (Dalzell &

Victor, 2007; DeConick, 2003)

จากข้อมูลที่กำลังมาข้างหน้าทั้งหมดจะพบว่า ประเด็นทางเพศนั้นเกี่ยวข้องกับการเมือง สังคม และอำนาจกระทำการ ยิ่งไปกว่านั้นประเด็นชายรักชายเอง ก็เป็นการพยายามต่อสู้ ต่อรอง คัดจ้างกับ โครงสร้างทั้งการต่อสู้ด้วยพลังกำลัง หรือการต่อสู้ด้วยการศึกษาวิจัยดังที่เห็นจากการทบทวนวรรณกรรมมาแล้วนั้น การต่อสู้หรือขัดขืนนั้นคือ “การไม่ทำตามชนบทที่สังคมวางไว้” ว่า ความสัมพันธ์ที่มาพร้อมความรัก กิจกรรมการเพศ หรือครอบครัวนั้น จะถูกจำกัดให้อยู่กับเพศทวิลักษณ์เท่านั้น ดังทัศนะของ ซิกมันด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud) ที่กล่าวถึงความต้องการทางเพศเกี่ยวข้อง กับสัญชาตญาณที่ติดตัวมาแต่กำเนิด โดยที่พฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากแรงจูงใจหรือแรงขับพื้นฐานที่กระตุ้นให้บุคคลมีพฤติกรรม คือ สัญชาตญาณทางเพศ (Sexual instinct) (Freud, Strachey, & Freud, 1955)

กล่าวคือ สัญชาตญาณทางเพศ (The Life Drive - Eros) นั้น เป็นแรงผลักดันพื้นฐานหรือความอยากที่จะรักษาสายเผ่าพันธุ์โดยการผสมพันธุ์ (Animal sex) ที่กระทำเพื่อตอบสนองความต้องการทางร่างกายผ่านกิจกรรมทางเพศ อีกทั้งหากอธิบายโดยทฤษฎีวิเคราะห์ได้กล่าวถึงสัญชาตญาณที่ประกอบด้วยแรงขับที่เราอารมณ์ ซึ่งไม่เพียงแต่การมีเพศสัมพันธ์ทางอวัยวะเพศเท่านั้น แต่ยังรวมถึงอาการทางทวารหนักและทางปาก และการนำพลังงานที่เราอารมณ์ไปสู่การแสวงหาศิลปะ วิทยาศาสตร์ และอื่น ๆ ที่ตอบสนองทางอารมณ์ โดยที่ Freud มองว่าสัญชาตญาณทางเพศเป็นส่วนหนึ่งของสัญชาตญาณของชีวิต ที่รวมถึงแรงกระตุ้นความหิวกระหาย และต้องการกำจัด เป็นต้น (Freud, 1955; Regan, 2016)

จากข้อมูลที่ Freud ได้ศึกษาและนำเสนอ นั้น แสดงให้เห็นว่ากิจกรรมการเพศนั้น เป็นแรงขับสำคัญของมนุษย์ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับความป็นคู่รัก แฟน หรือคู่ชีวิต ทว่าเป็นการกล่าวถึงกิจกรรมการเพศที่มีเพื่อส่งแรงขับภายในร่างกายและจิตใจออกไปเท่านั้น

ประเด็นที่น่าสนใจคือ เมื่อนำสถาบันเบ็ดเสร็จ ที่อ้างอิงว่า สถาบันศาสนาและอิทธิพลของคริสตจักร การแพทย์ และสังคมต่าง ๆ ส่งผลให้ เรื่องกิจกรรมการเพศกลายเป็นกฎธรรมชาติของสังคม (Social rule of sexuality) ได้ ก็ต่อเมื่ออ้างอิงเงื่อนไข ตามหลักการทางศาสนาและสังคม ที่ว่าจะมีกิจกรรมทางเพศได้ก็ต่อเมื่อมีความรู้สึกตกลงปลงใจ และก้าวเข้าสู่พิธีกรรมทางศาสนาต่อหน้าพระผู้เป็นเจ้า (Gaca, 2003; Jordan, 1997; Katz, 1994) เพื่อมีกิจกรรมทางเพศ โดยเล็งเห็นผลว่ากระทำขึ้นแล้วจะมีมนุษย์เกิดขึ้นมาเพื่อขยายเผ่าพันธุ์และเพิ่มจำนวนของศาสนิกชนของพระเจ้าในอนาคตได้ โดยข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปให้เห็นแนวทางได้ว่า

1) กิจกรรมทางเพศนั้นจำเป็นต้องมีกับเพศตรงข้าม (หญิงชายเท่านั้น) ไม่รวมการร่วมเพศทางเวจเมรค การสำเร็จความใคร่ด้วยวิธีต่าง ๆ ทั้งหมดนี้ถูกตีตราว่าเป็นผู้ป่วยทางจิต หรือคนบาป เป็นต้น

2) จะมีได้ก็ต่อเมื่อผ่านพิธีกรรมหรือได้รับความยินยอมจากศาสนา วัฒนธรรม ชุมชน หรือ กฎเกณฑ์ที่ถูกประกอบสร้างจากอำนาจของรัฐ รวมทั้งการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ที่หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์ที่สำคัญต่อการอยู่รอด การสืบพันธุ์ และการเลี้ยงลูก เป็นต้น (Frijda & Mesquita, 1994) หรือที่ Gonzaga, Turner, Keltner, Campos, and Altemus (2006) ได้รวบรวมพฤติกรรมของมนุษย์ที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างกัน อาทิ ความอภัย ความหึงหวง ความกลัว ความหวงใย ความเสนาหา ความปรารถนาความหลงใหล ความมุ่งมั่น ความใกล้ชิด ความผูกพัน ความรักที่เร่าร้อน ความใคร่ แรงดึงดูด/ความต้องการทางเพศ ความเห็นอกเห็นใจ ความรักโรแมนติก ความรักเพื่อต้องการที่จะสืบพันธุ์ ความหลงใหลในสรีระ พันธะ คำมั่นสัญญา หรือการหลงใหลที่พร้อมจะส่งผลต่อความรัก และการร่วมเพศ

3) มักมีความเกี่ยวข้องกับความรัก หรือเริ่มต้นจากความรักแล้วขยายไปสู่กิจกรรมทางเพศ โดยไม่ได้กลับไปมองยังจุดเริ่มต้นของกิจกรรมทางเพศว่าเป็นเพียง “การร่วมเพศเพื่อการร่วมเพศ” เท่านั้น โดยไม่นำไปผสมผสานกับประเด็นต่าง ๆ (ณภัค เสรีรักษ์, 2557) เช่น สถาบันทางสังคม ความรัก หรือแม้กระทั่งมิตรภาพระหว่างกัน

แม้จะมีการจำแนกทางในประเด็นชายรักชายไว้หลายประเภท แต่ในการศึกษารังนี้ นิยามกลุ่มชายรักชายไว้โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ ซึ่งต้องการศึกษารูปแบบและเนื้อหาของ การสร้างความสัมพันธ์ และคุณลักษณะของสื่อ คือ ชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เพื่อสื่อสารในประเด็นแบบทั่วไป และประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบรรณนิยทางเพศ

กล่าวโดยสรุปการศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษากลุ่มชายรักชายที่มักไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม โดยรอบต่อสถานภาพทางเพศของตนเองเท่าไรนัก ชายรักชายเหล่านี้จึงหากระบวนการตลอดจนพื้นที่ในการแสดงออกซึ่งตัวตน และพยายามรวมกลุ่มสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งปัจจุบันพื้นที่ที่ตอบสนองต่อความปรารถนาได้อย่างประจวบเหมาะคือพื้นที่เสมือนเช่นทวิตเตอร์ ที่ได้กลายมาเป็นพื้นที่ที่กลุ่มชายรักชายเข้ามาเพื่อสร้างอาณาบริเวณของตนเอง และบอกต่อเพื่อให้ชายรักชายอื่นเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของปฏิสัมพันธ์ต่อกัน ด้วยเหตุนี้ การรวมตัวในพื้นที่โลกเสมือนเช่นทวิตเตอร์จึงเกิดเป็นวัฒนธรรมเฉพาะในพื้นที่เฉพาะ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นวัฒนธรรมย่อย ที่มีบรรทัดฐาน ค่านิยม ตลอดจนความเชื่อที่มีความเฉพาะ และแตกต่างจากวัฒนธรรมหลักในพื้นที่ดั้งเดิมนั่นเอง

3.5 บทสรุปแนวคิดและทฤษฎี

จากการนำเสนอเนื้อหาแนวคิดทฤษฎีหลักที่ใช้ในงานศึกษาวิจัยข้างต้น สรุปสาระสำคัญที่ผู้วิจัยนำมาใช้เป็นกรอบคิดสำหรับการก้าวเดินและการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย มีดังต่อไปนี้

ประการแรก ผู้วิจัยอาศัยจุดยืนทางแนวคิดทฤษฎีสำหรับการศึกษา โดยอยู่ระหว่างฝั่งแนวคิดการปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic interaction) ที่สนใจศึกษาการสื่อสารของบุคคลในระดับจุลภาคผ่านการตกลงร่วมกันในรหัสถอดรหัสสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อปฏิสัมพันธ์กันในชีวิตประจำวัน ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งในที่นี้คือพื้นที่ทวิตเตอร์ และฝั่งแนวคิดวัฒนธรรมศึกษา (Cultural studies) ที่พยายามศึกษาอำนาจของผู้กระทำการสื่อสารที่จำเป็นต้องอาศัยเงื่อนไขประกอบในการสื่อสาร ในกรณีนี้เรื่องเพศหรือกิจกรรมการเพศนั้นมักถูกอำนาจกำกับเบื้องหลังเพื่อไม่ให้พูดถึงเรื่องเพศ (ชายรักชาย) ในพื้นที่สาธารณะได้ รวมทั้งมุ่งอธิบายวัฒนธรรมของชนกลุ่มหนึ่งที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันผ่านสื่อออนไลน์ เช่นสื่อทวิตเตอร์ที่เปิดกว้างให้ระดับมวลชนสามารถเข้าถึงได้

อีกทั้งการนำแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ มาร่วมในการศึกษาธรรมชาติของการรวมตัวกันในระดับปัจเจกเพื่อกระทำการอย่างหนึ่งอย่างใด ซึ่งในที่นี้เป็นการรวมตัวกันเพื่อการพูดถึง “ประเด็นเรื่องเพศ” ในพื้นที่ชุมชนออนไลน์ทางเพศ อย่างไรก็ตามแม้จะมีการพูดคุยอย่างหลากหลายในประเด็นเรื่องเพศ ทว่าแนวคิดดังกล่าวยังสะท้อนให้เห็นถึงการส่งเสริมประเด็นเรื่องอำนาจของชุมชนเพื่อเป็นกรอบในการทำให้ชุมชนแห่งนี้เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ทั้งในแง่อำนาจของปัจเจกที่รวมตัวกันเพื่อกำหนดข้อตกลงบางอย่างขึ้น อำนาจในการนำเสนอตัวตนในแบบที่ตนเองและสมาชิกในชุมชนนี้เข้าใจ ตกลง ยอมรับ และอำนาจในการลงโทษเมื่อผู้ใ้รายใดก็ตามไม่ปฏิบัติตามข้อตกลง ยิ่งไปกว่านั้นมีการพยายามอธิบายประเด็นการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน นอกจากนี้เมื่อนำแนวคิดสถาบันเบ็ดเสร็จมาอ่านปรากฏการณ์ทั้งหมดจะพบว่าประเด็นเรื่องเพศนั้นมักถูกจัดการ จัดระเบียบจากทั้ง 5 สถาบัน จึงส่งผลให้ชายรักชายจำเป็นที่จะต้องหาพื้นที่ใหม่ ๆ ในการปฏิสัมพันธ์และเปิดเผยตัวตนกันในฐานะผู้ใช้สื่อ หรือผู้รับสารซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวในประการต่อไป

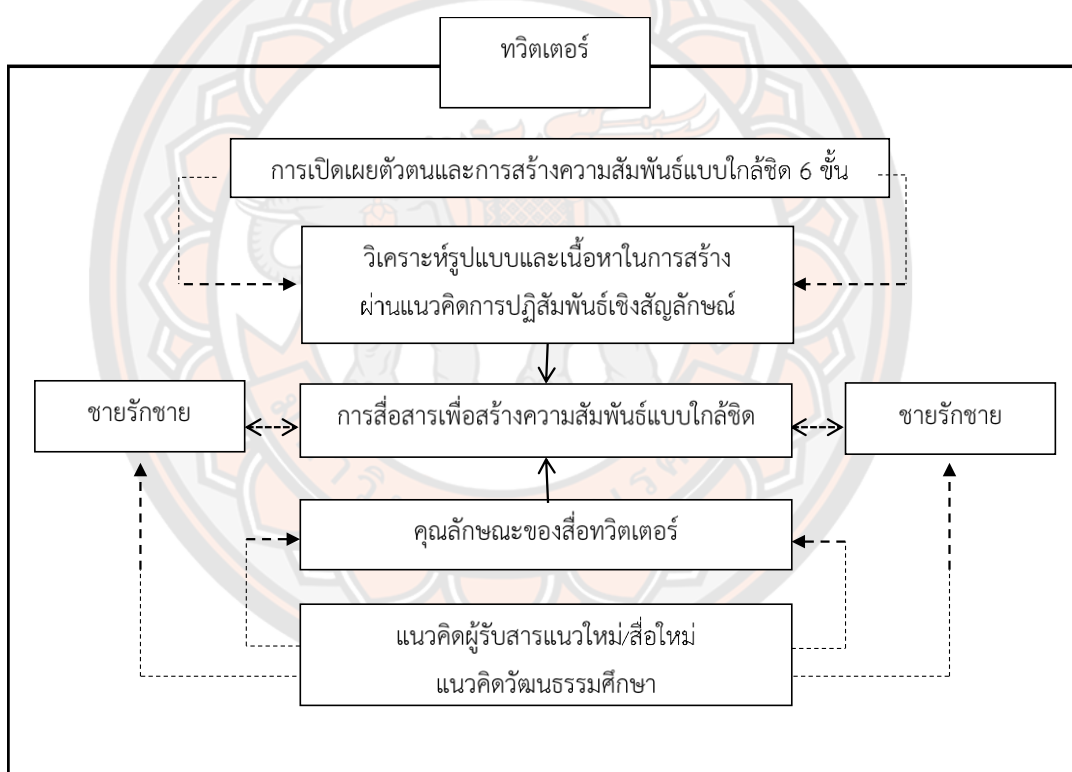
ประการที่สอง ผู้วิจัยนำทฤษฎีการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ เพื่อศึกษาวิธีการคิดและวิเคราะห์การรับสารของผู้รับสารแนวใหม่รวมทั้งพยายามศึกษาการใช้ประโยชน์ของทวิตเตอร์ในมุมมองของชายรักชายว่ามีประโยชน์ใดอีกบ้าง ซึ่งอาจส่งเสริมให้ผู้วิจัยพบคุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์เพิ่มเติมอีกด้วย โดยใช้เครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ศึกษาและคลี่ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอีกชั้นหนึ่ง

ประการที่สาม ผู้วิจัยจะนำแนวคิดความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ผ่านแผนภาพสรุปการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างบุคคล 6 ขั้นตอนที่พัฒนาขึ้น มาใช้ทำความเข้าใจ ขั้นตอน วิธีการ ระยะเวลาที่ผู้ใช้จากความสัมพันธ์ทั่วไปจนเกิดความสัมพันธ์โดยผลการศึกษา

อาจมีความเหมือนหรือแตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยให้เกิดการต่อยอดองค์ความรู้หรือท้าทายแนวคิดเดิมในมุมมองของการสื่อสารกลุ่มย่อยแบบชายรักชายต่อไป

ประการที่สี่ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเรื่องชายรักชายที่ได้รับการศึกษาและแบ่งกลุ่มตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยต่าง ๆ มาสังเคราะห์และจัดแบ่งใหม่ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาคั้งนี้ที่ต้องการศึกษาว่าทวิตเตอร์ในมุมมองชายรักชายปัจจุบันมีประโยชน์ต่อการนำเสนอตัวตน การรวมกลุ่มสมาชิก รวมทั้งการแสวงหาความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดอย่างไร

ทั้งนี้สามารถนำเสนอเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังแผนภาพที่ 3 ดังต่อไปนี้



ภาพ 3 ภาพแสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา : โดยผู้วิจัย

บทที่ 4

ระเบียบวิธีวิจัย

ภายในบทระเบียบวิธีวิจัยนี้แบ่งการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 9 ส่วน ได้แก่ **ส่วนที่หนึ่ง** ความหมายของชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล เป็นการศึกษาทางชาติพันธุ์วิทยาซึ่งสนับสนุนการศึกษา “ตามที่เป็นอยู่” ของปรากฏการณ์ จึงทำให้ผู้วิจัยเห็นปฏิสัมพันธ์ได้ชัดเจน **ส่วนที่สอง** เกณฑ์การเลือกทิวเตอร์ในการศึกษา และผู้ร่วมในการวิจัยที่เป็นชายรักชาย **ส่วนที่สาม** ช่วงระยะเวลาในการศึกษา ผู้วิจัยจะเข้าไปใช้ในซึ่งในระยะเวลาในการศึกษาเป็นทุกวัน โดยแบ่งเวลาออกเป็น 4 ช่วง **ส่วนที่สี่** เครื่องมือสำหรับการวิจัย ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลเชิงชาติพันธุ์วรรณา **ส่วนที่ห้า** วิธีการลงพื้นที่เก็บข้อมูล เป็นขั้นตอนในการลงพื้นที่ในการวิจัย โดยอาศัยการเก็บข้อมูลทั้งในพื้นที่ออนไลน์ และออฟไลน์ **ส่วนที่หก** วิธีวิเคราะห์ข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบการศึกษาวเคราะห์ข้อมูล ออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกการวิเคราะห์ด้วยบท และการวิเคราะห์แก่นสาระ **ส่วนที่เจ็ด** การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของการวิจัย โดยผู้วิจัยจะกล่าวถึงการตรวจสอบความน่าเชื่อถือในการวิจัยโดยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า **ส่วนที่แปด** การนำเสนอข้อมูลในการวิจัย และ **ส่วนที่เก้า** กรอบแนวคิดในการรวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูล โดยที่ผู้วิจัยอธิบายถึงรูปแบบในการนำเสนอข้อมูลจากผลการวิจัย ซึ่งในครั้งนี้จะแยกออกเป็นสองส่วนตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล

ชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล (Netnography) เป็นวิธีการวิจัยในพื้นที่ออนไลน์ที่มีต้นกำเนิดในกลุ่มชาติพันธุ์วรรณาเดิมทางมานุษยวิทยา คือวิธีการในการเข้าใจปฏิสัมพันธ์ ปรากฏการณ์ทางสังคมในบริบทการสื่อสารในพื้นที่ดิจิทัล อีกทั้งเกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอข้อมูล และจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์อีกด้วย โดยมีวิธีการในการเข้าถึงข้อมูลด้วยวิธีการผสมผสาน เช่น การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ การรวมกลุ่มสนทนา ซึ่งทั้งหมดนั้นเกิดขึ้นภายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งสามารถบันทึกได้ทันที

Hymes (2003) กล่าวว่า ชาติพันธุ์วรรณาเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันในสิ่งที่เราต้องการศึกษา ความสามารถในการเรียนรู้ทางชาติพันธุ์วรรณาเป็นส่วนเสริมสิ่งที่มนุษย์ทุกคนต้องทำ นั่นคือการเรียนรู้ความหมาย บรรทัดฐาน รวมทั้งรูปแบบวิถีชีวิตงานชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลนั้น ถือว่าเป็นการรวบรวมและลดขั้นตอนต่าง ๆ เช่น การสำรวจภาคสนามด้วยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์ในหลาย ๆ วิธีการ รวมทั้งการแปลข้อมูลจากรูปแบบในพื้นที่เสมือนได้ถูกนำเสนอแก่นักวิชาการด้านภาษาและการสื่อสาร รวมถึงนักชาติพันธุ์วิทยา เป็นโอกาสในการเก็บรวบรวม จัดเก็บ และจัดเรียงข้อมูลได้อย่างง่ายดาย เช่น การหาเนื้อหาในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ การบันทึกการ

ปฏิสัมพันธ์ อาทิ ตัวอักษร, คำพูด, ข้อความ, กระตุ้, จดหมายเหตุ เป็นต้น (Androutsopoulos, 2008; Herring, 2004) โดยการศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล มักใช้ร่องรอยในการมีการปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ออนไลน์มาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ ผ่านวิธีการวิจัยเชิงตีความ ที่ปรับใช้เทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในบุคคลของมานุษยวิทยากับการศึกษาปฏิสัมพันธ์ และประสบการณ์ที่แสดงออกผ่านการสื่อสารในพื้นที่เสมือน (Kozinets, 1998) ครอบคลุมสหศาสตร์ อาทิ การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสาร วัฒนธรรม และชุมชนศึกษา จึงทำให้ผลงานภาคสนามของงานชาติพันธุ์วิทยาดิจิทัลเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่นำไปสู่การวิจัย จากประสบการณ์จนอาจกลายเป็นทฤษฎีจากฐานรากเพื่อใช้ศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ต่อไป (Dong & Blommaert, 2009)

จากบทความเรื่อง Ethnography for Investigating the Internet ของ Per Hetland และ Anders I. Mørch การศึกษาด้านชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลนั้นพบว่า หนึ่งในนักวิจัยกลุ่มแรก ๆ ใช้คำว่า "Virtual ethnography" โดย Bruce Mason ในปี 1996 และได้รับการศึกษา ปรับปรุง ต่อยอด โดย Hine ผ่านงานเขียนอีกหลายชิ้น แต่ในการศึกษาชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลของ Hine มักเป็นการวิพากษ์ตรวจสอบการเข้าถึง การใช้แบบผสมระหว่างการศึกษาพื้นที่ออนไลน์ โดยผู้วิจัยอยู่ในพื้นที่จริงมากกว่าที่จะเข้าไปใช้และทำความเข้าใจปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการฝังตัวเพื่อศึกษาอยู่ในพื้นที่ออนไลน์ (Hetland & Mørch, 2016)

การศึกษาของ Hine (2000, 2015) เรื่อง Virtual Ethnography (2000) และ เรื่อง Ethnography for the Internet (2015) ชี้ว่า ในความท้าทายใหม่ ๆ ของสื่อ รวมทั้งสถานการณ์ใหม่ ๆ ที่นักชาติพันธุ์วิทยาที่ต้องเผชิญเมื่อจำเป็นต้องทำการศึกษาในพื้นที่ดิจิทัล เสนอว่าการศึกษาในปัจจุบันนั้น ควรใช้รูปแบบการศึกษาของ Professor Robert V. Kozinets ผ่านหนังสือและบทความวิชาการเรื่อง Netnography: Doing Ethnographic Research Online (Kozinets, 2010) ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับการพัฒนาเพื่อศึกษาชุมชนเสมือนจริง โดยเรียกว่า Netnography โดยได้รับการยอมรับในหมู่นักวิชาการสหวิทยาการ เพื่อใช้ศึกษาปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ชุมชน วัฒนธรรมในพื้นที่เสมือน (Hetland & Mørch, 2016)

หากสรุปงานชาติพันธุ์วรรณาในมุมมองของ Kozinets จะสามารถสรุปได้ว่า Kozinets เริ่มศึกษาหรือ ฝังตัว เพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ใช้ระดับปัจเจกหรือกลุ่มนั้น ๆ กระทำในพื้นที่ออนไลน์เป็นอันดับแรก และอาจขยายพื้นที่ไปยังออฟไลน์ต่อไป (Hine, 2000) หากกลุ่มที่ศึกษาใช้พื้นที่ออฟไลน์หรือพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม (สรุปได้ว่า : พื้นที่ออนไลน์ -ไปยัง-> พื้นที่ออฟไลน์) รวมทั้งต้องคำนึงถึงประเด็นที่นักวิจัยต้องการศึกษาสนใจ หรือ ใครู้ (topic) ไม่ใช่เลือกที่พื้นที่ที่จะศึกษา (location) (สรุปได้ว่า : ประเด็นในการศึกษา -ไปยัง-> พื้นที่ศึกษา)

ซึ่งต่างจากนักชาติพันธุ์วรรณาที่ทำการศึกษาในพื้นที่ออนไลน์อื่น ๆ เพราะส่วนใหญ่นั้นเริ่มศึกษาจากพื้นที่ออฟไลน์แล้วจึงขยายเข้าไปในพื้นที่ออนไลน์ เป็นการเลือกพื้นที่ในการศึกษาก่อนประเด็นที่จะศึกษา (สรุปได้ว่า : เลือกพื้นที่ (location) ศึกษา -ไปยัง-> ประเด็นศึกษา (topic))

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้มีเป้าประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ชุมชนทวิตเตอร์เพื่อเปิดเผยตัวตน และการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชาย ซึ่งต้องการศึกษาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างชุมชนออนไลน์ รวมทั้งการปฏิสัมพันธ์ผ่านการใช้ชุมชนออนไลน์ในชีวิตประจำวันของกลุ่มคนเพื่อศึกษาการใช้ภาษา วัฒนธรรม โครงสร้าง อารมณ์ ความรู้สึก ทศนคติเบื้องหลังการปฏิสัมพันธ์นั้น ซึ่งสามารถเรียกได้ว่าชุมชนออนไลน์ (online communities) (Kozinets, 2010) ยิ่งไปกว่านั้น นักวิจัยที่เลือกใช้วิธีนี้จำเป็นต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่แวดล้อม ภาษา สัญลักษณ์อันซับซ้อนได้อย่างคล่องแคล่ว จากการที่ผู้วิจัยเข้าใช้ชุมชนทวิตเตอร์ที่มีสมาชิกเป็นชายรักชายมาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2553 จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถทำความเข้าใจบริบทแวดล้อมได้เป็นอย่างดีในฐานะคนใน การเลือกใช้วิธีวิทยานี้ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงปรากฏการณ์ระหว่างชายรักชาย กับพื้นที่หรือชุมชนทวิตเตอร์ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างชายรักชายได้อย่างดีขึ้นอีกด้วย

รูปแบบของวิธีวิทยาชาติพันธุ์วรรณา จะช่วยให้การสนทนา การรวบรวมข้อมูลที่มาจากบุคคลที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันหรือภูมิหลังทางวัฒนธรรม เข้าใจกันมากขึ้น รวมทั้งลดอคติในมุมมองของคนนอกต่อการศึกษาคนในได้ (Marcus & Fischer, 2014) โดยจุดเปลี่ยนของชาติพันธุ์วิทยาให้เป็นมากกว่าวิธีวิทยาของกลุ่มมานุษยวิทยาแต่ให้เหมาะสมกับชาติพันธุ์วรรณาในสื่อ (media ethnography) ประกอบด้วย 4 ลักษณะที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1) การใช้สื่อถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันมากกว่าที่จะแยกเป็นขอบเขตที่สามารถศึกษาแยกได้

2) ชาติพันธุ์วิทยาเกี่ยวข้องกับการสร้างมุมมองความพึงพอใจและกิจกรรมการผลิตความหมายจากมุมมองของผู้ชม ผู้อ่าน หรือผู้ฟังมากกว่าจากมุมมองของนักวิชาการ ผู้ผลิต หรือนักวิจัย

3) ชาติพันธุ์วรรณายังหมายถึงการลงทุนเพื่อศึกษาประเด็นทางการเมืองเพื่อการยอมรับว่า การใช้สื่อส่วนใหญ่เพื่อเป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง การนับจำนวนผู้ชม ซึ่งใช้ในการกำหนดอัตราค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายในองค์กร มากกว่าที่จะได้รับความเข้าใจพฤติกรรม หรือความต้องการใช้สื่อของผู้ใช้สื่อนั้น ๆ

4) ลักษณะสุดท้ายของคำว่า “ชาติพันธุ์” คือเป้าหมายในการพัฒนาความเข้าใจทางทฤษฎีของการปฏิบัติที่ถูกสังเกตหรือมีส่วนร่วมหรือที่ถูกสร้างขึ้นใหม่ผ่านการสัมภาษณ์ที่ยาวนานและเปิดกว้าง ตัวอย่างเช่น บทสัมภาษณ์ของการวิจัยผู้ชมใหม่ได้มุ่งเน้นผลที่ไม่ครอบคลุมทุกประเด็น เช่น การสัมภาษณ์น้อยเกินไปข้อมูลน้อยเกินไปเกี่ยวกับทางเลือกที่นักวิจัยทำ และเกี่ยวกับวิธีที่ในการ

ตีความที่เฉพาะเจาะจง และยังเกี่ยวกับการเมือง การต่อต้านในชีวิตประจำวัน หรือความสนใจไม่เพียงพต่อการเมืองในสถาบันและความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Morley, 1986)

สามารถสรุปได้ว่า ชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล หมายถึง วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพที่ประยุกต์วิธีการวิจัยแบบชาติพันธุ์วรรณาเดิมเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรม และการรวมตัวจนกลายเป็นชุมชนที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ (Kozinets, 2002; Kozinets, Dolbec, & Earley, 2014)

โดยจุดเด่นของการศึกษาชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล (Netnography) ในทัศนะของ Kozinets นอกเหนือจากการพยายามศึกษาประเด็นพฤติกรรม วัฒนธรรม รูปแบบของผู้ใช้งานแล้ว ยังชี้ให้เห็นว่าการศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลนั้นยังแตกต่างจากการศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณา (Ethnography) ดังเดิม 4 ประการด้วยกัน ดังต่อไปนี้

1) การเข้าถึงพื้นที่ภาคสนามที่หลากหลายเพิ่มขึ้น กล่าวคือ การเกิดขึ้นของชุมชนและวัฒนธรรมในพื้นที่เสมือนหรือดิจิทัล ทำให้ผู้เข้าร่วมมีสภาพแวดล้อมแบบไร้พรมแดนอย่างแท้จริง สมาชิกที่กระจายตัวทางภูมิศาสตร์สามารถพบปะ และสื่อสารกันได้ทุกที่ และทุกเวลา โดยปราศจากข้อจำกัดต่าง ๆ

2) มีความหลากหลายในการสื่อสาร หมายถึง มีหลากหลายวิธีที่นักวิจัยและสมาชิกในชุมชน หรือสนามการวิจัยมีความสัมพันธ์ในหลาย ๆ ช่องทางทางการสื่อสารรวมถึงการโต้ตอบแบบตัวต่อตัวได้ทันทีหากเกิดประเด็นต่าง ๆ เกิดขึ้น เมื่อมีการประชุมและการสนทนาแบบตัวต่อตัวเสริมด้วยตัวอักษร ซึ่งนักวิจัยสามารถพิจารณาช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ได้

3) การเชื่อมต่อการสื่อสารข้ามหลายรูปแบบ หมายถึง การศึกษาเพียงแค่ข้อความใดข้อความหนึ่งอาจไม่เพียงพอต่อการตีความ หากนักวิจัยต้องการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ นั้นสามารถดาวน์โหลดโพสต์ต่าง ๆ รวมทั้งภาพ เสียงต่าง ๆ มาเก็บไว้ศึกษาได้ เพราะการศึกษาในพื้นที่เสมือนนั้นไม่สามารถสรุปได้จากข้อมูลเพียงครั้งเดียวได้ อีกทั้ง เบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2563b) กล่าวเพิ่มเติมว่า นักวิจัยสามารถลงพื้นที่ได้บ่อยครั้งตามต้องการ รวมทั้งยังสามารถเปรียบเทียบข้อมูลที่บันทึกในแต่ละครั้งว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ และสามารถนำความเหมือนและแตกต่างนั้นมาวิเคราะห์เพิ่มเติมได้ในอนาคต

4) สามารถจัดเก็บได้อย่างอัตโนมัติ กล่าวคือ การเรียงลำดับและการจัดเก็บถาวรบนอินเทอร์เน็ตซึ่งคล้ายกับการเข้าถึงการบันทึก โดยปัจจุบันจะสามารถสังเกตได้ว่าการเก็บข้อมูลนั้นสามารถจับเก็บได้ทั้งข้อมูลเอกสารและข้อมูลทางการศึกษา (Kozinets, 2010) ซึ่งจากจุดแข็ง 4 ประการของชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลมีความเหมาะสม รวมทั้งสามารถทำให้ผู้วิจัยเข้าถึงข้อมูลอย่างรอบด้าน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความครบถ้วนของข้อมูลที่ศึกษา (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2563b)

หากกลับมาทบทวนการศึกษาชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลในประเทศไทยพบว่า มีการใช้วิธีวิทยาแบบเต็มรูปแบบไม่มากมากนัก โดยงานศึกษาด้านชาติพันธุ์วิทยาดิจิทัลนั้น ต้องกระทำในกลุ่มศึกษาพื้นที่ออนไลน์ ด้วยวิธีการ “ฝังตัว” ในสนามวิจัยออนไลน์ โดยผู้วิจัยเข้าไปในวิจัยภาคสนามแล้วระยะหนึ่งเพื่อเข้าถึงข้อมูล อย่างไรก็ดี “ระยะเวลาหนึ่ง” นั้น มีการศึกษาหลายชิ้นแนะนำช่วงเวลาศึกษาไว้หลากหลายเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เพียงพอในการศึกษาและวิเคราะห์ เช่น การศึกษาของ Lindblad and Ostberg (2011) กล่าวว่าฝังตัวเพื่อศึกษาถึง 24 เดือน หรือในการศึกษาของ Kozinets (2019) กล่าวถึงช่วงระยะเวลาในการฝังตัวไว้น้อยกว่า 12 เดือน หรือในการศึกษาเรื่อง “ก้น” : การเปลี่ยนผ่านความเป็นชายผ่านมุมมองชายรับชายเกย์ที่ใช้ทวิตเตอร์ในการแสวงหาความสัมพันธ์กับเกย์อื่นกรณีศึกษาในทวิตเตอร์ ใช้เวลาในการฝังตัว 15 เดือน (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2562a) หรือการศึกษาของ รมณูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ (2012) เรื่อง Online Sexuality: Globalization of gay sexual citizenship, power and sexual representations on smartphones โดยอาศัยกระบวนการ วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณา โดยการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสมาชิกในแอปพลิเคชัน Grindr ใช้ระยะเวลา 6 เดือนเท่านั้น จึงได้ข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์

ดังนั้น การศึกษาชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลจึงอาจไม่สามารถสรุปได้เป็นระยะเวลาตายตัวได้นานเท่าไรจึงจะเพียงพอในการอิมมัลของข้อมูล อาจมีเพียงนักวิจัยเท่านั้นที่ทราบว่า “ระยะเวลาหนึ่ง” ในขณะนั้น นักวิจัยมีข้อมูลครบถ้วนในการตอบวัตถุประสงค์การศึกษาเพียงพอ ครบถ้วนถูกต้องแล้วหรือไม่ (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2563b)

ร่วมกับ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นธรรมชาติที่เลือกนำมาใช้ เช่น การสังเกตการณ์ทั้งมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ทั้งไม่เป็นทางการ กึ่งทางการ เป็นทางการ การร่วมกิจกรรมบางอย่างกับชุมชน หรือที่เรียกว่า “การศึกษาแบบหลากหลาย” จนทำให้ให้นักวิจัยเข้าใจพฤติกรรม ความคิด และความหมายของการกระทำของผู้คนในสังคมหรือชุมชนได้ หรือที่เรียกว่า การพยายามเปลี่ยนฐานะของตนเองจากการเป็นคนนอกเข้าสู่ฐานะของคนในในมุมมอง “อยู่ที่นี่” เพื่อที่จะมีประสบการณ์และความรู้สึกร่วมกับกลุ่มคนที่เราสนใจศึกษา (บุญเลิศ วิเศษปรีชา, 2560) นอกจากประเด็นดังกล่าวแล้ว นักวิจัยจำเป็นต้องเข้าใจ คำนึงกับสนามในการวิจัยอีกด้วย เพื่อมุ่งอธิบายและตีความข้อมูลทางสังคม เจตคติ ความเชื่อ ความรู้สึก วัฒนธรรม ภาษา และพฤติกรรมของมนุษย์ วิถีชีวิตของกลุ่มคนในสังคม

แม้จะพบว่าในปัจจุบันมีการศึกษาจำนวนไม่น้อยกล่าวว่าทำการศึกษาปรากฏการณ์ในพื้นที่ออนไลน์ แต่ไม่ได้ใช้วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล เนื่องจากเป็นเพียงการศึกษาการให้ความสำคัญระหว่างปฏิสัมพันธ์ของบุคคลภายในเครือข่ายนั้น (communities online) มากกว่าที่จะศึกษาเป็นองค์รวมทั้งบุคคลต่อชุมชน และบุคคลต่อบุคคล (Kozinets, 2010; วิลาสินี พนานครทรัพย์, 2018) อีกทั้งการศึกษาหลายชิ้นไม่ได้ใช้การศึกษา “ตามที่เป็นอยู่” หมายถึง การที่ผู้วิจัยพยายามเข้า

ไป “ยุ่งเหยิง” กับประชากรและสภาพแวดล้อมในพื้นที่ที่จะศึกษา อีกทั้งการนำเสนอข้อมูลนั้นไม่ได้พยายามนำเสนอให้ผู้อ่านรู้สึก “เหมือนอยู่ที่นั่น” เพื่อถ่ายทอดสิ่งที่ผู้วิจัย “ค้นพบ” ไม่ใช่แค่ “ภาพตัวแทน” ของชุมชนหรือพื้นที่ศึกษาเท่านั้น (บุญเลิศ วิเศษปรีชา, 2560)

จากคำนิยามข้างต้น ผู้วิจัยพบตัวอย่างการศึกษาส่วนหนึ่งที่ใช้วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณา ดิจิทัล อาทิ การศึกษาของ ณัฐวุฒิ ขาวคง นักร้อง : กระบวนการนัดหมายเพื่อมีเพศสัมพันธ์ผ่าน แอปพลิเคชันเกย์ คล้ายคลึงกับการศึกษาของสุธาวัฒน์ ดงทอง (2559) ซึ่งพยายามศึกษาผ่านการถอดความหมายผ่านภาพประจำตัวในแอปพลิเคชันกรินเดอร์ 120 ตัวอย่าง (ณัฐวุฒิ ขาวคง, 2562) พบว่า กลุ่มชายรักชายนิยมใช้แอปพลิเคชันเพื่อการนัดยืมอยู่ 4 แอปพลิเคชัน ได้แก่ Jack’d , Grindr, Hornet และ Blued

อีกการศึกษาหนึ่งของ สิริกร ทองมาตร และยุติ มุกดาวิจิตร ศึกษาแฟนคลับเนื้อหาพิศขันและความสัมพันธ์ของผู้อ่านบนพื้นที่ดิจิทัล เพื่อทำความเข้าใจกลุ่มผู้เขียน-ผู้อ่านแฟนพิศขันศิลปินเกาหลี ในฐานะทางเลือกบนโลกดิจิทัลที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก พบว่าชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลเป็นตัวช่วยในการสื่อสารระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านอย่างมาก แต่ในขณะเดียวกันก็พบว่าความสัมพันธ์ของผู้เขียนต่อผู้อ่านจะเป็นลักษณะของการเป็นผู้คอยนำ หรือ “จำฝูงในโลกดิจิทัล” ยิ่งไปกว่านั้นวิธีนี้ยังสนับสนุนให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลได้ตลอดเวลา (สิริกร ทองมาตร และ ยุติ มุกดาวิจิตร, 2561) เป็นต้น

จากการศึกษาข้างต้นพบว่า ชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล ในมุมมอง Professor Robert Kozinets เป็นตัวช่วยสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำความเข้าใจพฤติกรรมการใช้สื่อได้ โดยพบเพิ่มเติมว่าโลกออนไลน์ช่วยให้ผู้วิจัยและผู้ร่วมในการวิจัยสามารถเปิดเผยข้อมูลระหว่างกันได้อย่างไม่เคอะเขิน

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ เลือกวิธีในการเข้าถึงข้อมูลแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล โดยวิธีการเข้าถึงข้อมูลที่หลากหลายวิธีการ เช่น การสังเกตการณ์ทั้งมีส่วนร่วม และไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ ทั้งไม่เป็นทางการ กึ่งทางการ และเป็นทางการ รวมทั้งยังมีการเข้าร่วมกิจกรรมบางอย่างกับชุมชนหรือสนามวิจัยในทวิตเตอร์อีกด้วย โดยการลงสนามวิจัยทั้งในพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์ หากผู้เข้าร่วมวิจัยประสงค์ เพื่อให้ผู้วิจัยเข้าถึงข้อมูลอย่างครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้

4.2. เกณฑ์การเลือกพื้นที่ และผู้ร่วมในการวิจัย

4.2.1 เกณฑ์ในการเลือกพื้นที่

เกณฑ์ในการเลือกพื้นที่ศึกษาในครั้งนี้คือชุมชนชายรักชายภายในพื้นที่ทวิตเตอร์ โดยมีวิธีการเข้าถึงจากการค้นหาแฮชแท็กต่าง ๆ เช่น ‘ยสตน’ ‘เค’ ‘เคเด็ก’ ‘ฟิว’ ‘ลอยหรือบิน’ ‘ไฮ’ ‘BDSM’ ‘ทาส’ ‘เกย์เด็ก’ ‘หมี’ ‘โหว์คว’ ‘เ้าดอร์’ เป็นต้น และเริ่มติดตามผู้ใช้ในบัญชีต่าง ๆ และสนามวิจัย ในระยะเวลาหนึ่งจนมีการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น มีการสร้างปฏิสัมพันธ์การทวิต

การกดหัวใจ การสื่อสารผ่านช่องทางข้อความส่วนตัวระยะเวลาหนึ่ง จึงทำการขออนุญาตในการสัมภาษณ์เพิ่มเติมหลังจากฝังตัว อีกทั้งความหลากหลายของผู้เข้าร่วมวิจัยนั้นคัดเลือกจาก **หนึ่ง** การบอกต่อ (snowball) **สอง** การที่ผู้วิจัยติดตามกลุ่มรสนิยมทางเพศที่หลากหลายจากแฮชแท็กต่าง ๆ และ **สาม** จากการลงพื้นที่ออฟไลน์ในบางกรณีให้ผู้เข้าร่วมวิจัยร้องขอให้ไปในจุดที่คาดว่ากลุ่มชายรักชายเข้ามาใช้พื้นที่นี้ อาทิ สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น เนื่องจากผู้วิจัยเข้าเป็นสมาชิกในพื้นที่นี้ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2553 จึงทำให้มีข้อมูลและเครือข่ายในการศึกษาอย่างเพียงพอ และสามารถนำข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้วิจัยมาร่วมในการคัดเลือกผู้ร่วมในการวิจัยได้

4.2.2 เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้ร่วมในการวิจัย

เนื่องจากการศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบและเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชาย จึงทำให้ผู้ร่วมในการวิจัยทั้งหมดนั้นต้องเป็นกลุ่มชายรักชายและจำเป็นต้องมีประสบการณ์ในการใช้ทวิตเตอร์ ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้นในหัวข้อที่ 3.3 แนวคิดการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ ว่าการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งความใกล้ชิดทางสถานะ และความใกล้ชิดทางจิตใจของความสัมพันธ์

ดังนั้นเกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัยประกอบด้วย **หนึ่ง** การพยายามค้นหาผ่านแฮชแท็กที่หลากหลายในความต้องการในการเข้าไปใช้ทวิตเตอร์ เพื่อวัตถุประสงค์แบบทั่วไป และเพื่อวัตถุประสงค์ทางเพศ **สอง** ผู้เข้าร่วมวิจัยต้องมีอายุ 20 ถึง 45 ปี โดยสุธาวัฒน์ ดงทอง (2559) ชี้ว่าอายุของชายรักชายที่ใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารนั้นอยู่ในช่วง 20 ถึง 45 ปีเช่นกัน ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นกลุ่มอายุที่ใช้ชุมชนออนไลน์เป็นจำนวนมากและเหมาะสมต่อการศึกษา (Landovitz et al., 2013; Parsons et al., 2007; Thienkrua et al., 2014; กิ่งรัก อิงควัต, 2542) เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้จำนวนมากเพื่อที่จะได้หาคำอธิบายของปรากฏการณ์ได้มากขึ้นเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยสามารถเรียกได้ว่า “การเลือกตัวอย่างตามจุดมุ่งหมายการศึกษา” (กำจร หลุยยะพงศ์, 2555)

โดยมีข้อมูลอย่างสังเขปของผู้เข้าร่วมวิจัย ทั้ง 20 คน ดังตารางที่ 3 ดังต่อไปนี้

ตาราง 3 แสดงข้อมูลอย่างสังเขปของผู้เข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งแสดงช่วงอายุ ระดับการศึกษา ลักษณะทางกายภาพ และวันที่ผู้วิจัยขออนุญาตผู้เข้าร่วมวิจัยสัมภาษณ์ จำนวน 20 ท่าน

ผู้เข้าร่วมวิจัย	อายุ	ระดับการศึกษา	ลักษณะทางกายภาพ ²	วันที่สัมภาษณ์
คุณA	20 - 45 ปี	ปริญญาเอก	หมี	8 พฤษภาคม 2563
คุณB	20 - 45 ปี	ปริญญาโท	มีกลิ่น	9 กรกฎาคม 2563
คุณC	20 - 45 ปี	ปริญญาตรี	สมส่วน	29 กรกฎาคม 2563
คุณD	20 - 45 ปี	ปริญญาตรี	รูปร่างใหญ่	9 กรกฎาคม 2563
คุณE	20 - 45 ปี	ปริญญาโท	มีกลิ่น	29 มิถุนายน 2563
คุณF	20 - 45 ปี	ปริญญาตรี	สมส่วน	21 มิถุนายน 2563
คุณG	20 - 45 ปี	ปริญญาโท	มีกลิ่น	1 มิถุนายน 2563
คุณH	20 - 45 ปี	ปริญญาโท	มีกลิ่น	31 พฤษภาคม 2563
คุณI	20 - 45 ปี	ปริญญาโท	หมี	31 พฤษภาคม 2563
คุณJ	20 - 45 ปี	ปริญญาโท	กระชับ	10 มิถุนายน 2563
คุณK	20 - 45 ปี	ปริญญาตรี	สมส่วน	3 มิถุนายน 2563
คุณL	20 - 45 ปี	ปริญญาเอก	ผอมบาง	1 มิถุนายน 2563
คุณM	20 - 45 ปี	ปริญญาโท	กำยำล่ำสัน	29 พฤษภาคม 2563
คุณN	20 - 45 ปี	ปริญญาตรี	ผอมบาง	29 พฤษภาคม 2563
คุณO	20 - 45 ปี	ปริญญาตรี	รูปร่างใหญ่	1 มิถุนายน 2563
คุณP	20 - 45 ปี	ปริญญาโท	ผอมบาง	13 มิถุนายน 2563
คุณQ	20 - 45 ปี	ปริญญาตรี	กำยำล่ำสัน	23 มิถุนายน 2563
คุณR	20 - 45 ปี	ปริญญาตรี	รูปร่างใหญ่	10 กรกฎาคม 2563
คุณS	20 - 45 ปี	ปริญญาโท	กระชับ	28 พฤษภาคม 2563
คุณT	20 - 45 ปี	ปริญญาตรี	หมี	10 สิงหาคม 2563

ที่มา : โดยผู้วิจัย

อย่างไรก็ดี นอกเหนือจากเกณฑ์คัดเข้าแล้ว ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัยนั้นจะมีเกณฑ์ในการคัดออกที่จะประกอบไปด้วย หากผู้เข้าร่วมวิจัยรายใดไม่ต้องการให้เปิดเผยข้อมูลทั้งหมด ไม่ว่าจะบทสัมภาษณ์ ภาพ เสียง แม้เพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง รวมทั้งหากผู้เข้าร่วมวิจัยประสงค์จะออกจากการวิจัย ผู้วิจัยจึงจะคัดผู้เข้าร่วมวิจัยรายนั้นออกจากจากวิจัยโดยจะไม่ส่งผลเสียต่อผู้เข้าร่วมวิจัย ทั้งด้านข้อมูลส่วนบุคคลและข้อมูลในการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน

² จากการทบทวนวรรณกรรมในหัวข้อ 3.4 แนวคิดเรื่องเพศวิถี (หน้า 33) ที่มีการแบ่งลักษณะทางกายภาพไว้ 7 กลุ่มด้วยกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยขอใช้คำนามแทนผู้ให้ข้อมูลว่า “ผู้เข้าร่วมวิจัย” (research participants) ตามแนวทางศึกษาของกลุ่มมานุษยวิทยาที่มักให้เกียรติผู้ร่วมในการวิจัยที่ไม่เป็นเพียงกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น แต่เทียบเท่าทีมผู้วิจัยหรือผู้วิจัยร่วม (บุญเลิศ วิเศษปรีชา, 2560; ศิริพันธ์ กิตติสุขสถิต, 2559) รวมทั้งการคัดเลือกผู้ร่วมในการวิจัยนั้นสิ่งแรกที่ผู้วิจัยคำนึงถึงมากที่สุดคือ “การตกลงปลงใจ” ในการเปิดเผยข้อมูลเป็นปฐม กล่าวคือ การได้รับอนุญาต รวมทั้ง ยินดี และเต็มใจให้เปิดเผยข้อมูลในการศึกษาทั้งหมดผ่านทางวาจา ร่วมกับการลงนามในเอกสารประกอบของคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

4.3 ช่วงระยะเวลาในการศึกษา

ผู้วิจัยจะเข้าพื้นที่ศึกษาเป็นเวลา 5 เดือน โดยเริ่มตั้งแต่ 29 พฤษภาคม 2563 – 29 ตุลาคม 2563 รวมทั้งพบว่าในวันที่มีการเข้าถึงทวิตเตอร์มากที่สุดคือ วันพุธ เวลา 9.00 น. และ วันศุกร์ เวลา 9.00 น. รวมถึงช่วงเวลา 21.00 – 22.00 น. และช่วงต่อมาคือ วันอังคาร และ วันพุธ ในส่วนของช่วงเวลาปลอดภัยคือ วันจันทร์-ศุกร์ 8.00-16.00 ส่วนช่วงเวลาที่มีการเข้าใช้น้อยที่สุดคือ วันเสาร์ และ ทุกวันเวลา 22.00-4.00 น. (rainmaker, 2561; thumbsup Media Co., 2019)

ซึ่งในการศึกษานี้จะเลือกช่วงเวลาในการศึกษาเป็นทุกวัน จันทร์ – อาทิตย์ โดยแบ่งเวลาออกเป็น 4 ช่วง คือช่วงแรก 07.00 – 09.00 น. ช่วงที่สอง 11.30 – 13.30 น. ช่วงที่สาม 17.30 – 19.30 น. และช่วงสุดท้ายคือ 21.00 – 23.00 น.

4.4 เครื่องมือสำหรับงานวิจัย

ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลเชิงชาติพันธุ์วรรณา ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาที่มีพื้นฐานอยู่บนวิธีการศึกษาแบบหลากหลาย (multi-methods) และสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้ได้วางแผนวิธีการหลักในการเก็บข้อมูลไว้สามวิธีการหลักด้วยกัน ได้แก่ **หนึ่ง** การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม **สอง** เนื้อหาที่ปรากฏบนพื้นที่สาธารณะที่สะท้อนการสนทนาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของคู่สนทนาที่ตอบรับเป็นผู้ร่วมวิจัย และ **สาม** การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structure interview) โดยมุ่งเน้นข้อมูลเชิงลึก (Apichayakul, 2014) ซึ่งผู้วิจัยให้ผู้ตอบตกลงเข้าร่วมงานวิจัยเป็นผู้เลือกกว่าต้องการสัมภาษณ์โดยช่องทางใด เพื่อเป็นการให้เกียรติกับผู้เข้าร่วมวิจัย

สำหรับการสังเกตการณ์นั้นผู้วิจัยใช้การจดบันทึก และตั้งประเด็นต่าง ๆ ในแต่ละวันออกมาเพื่อทำการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลแบบผสมผสาน ดังนั้นการเก็บข้อมูลจะเกิดขึ้นในสนทนาวิจัยดิจิทัล หรือพื้นที่ทวิตเตอร์ โดยวิธีการเก็บข้อมูลนั้นจะเกิดจากการจับภาพ บันทึกคลิปวิดีโอ รวมทั้งบทสัมภาษณ์ใส่ในกล่องข้อมูล

ออนไลน์ โดยการเก็บข้อมูลในสนามวิจัยจะทำการบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงสมุดประจำตัวของนักวิจัย และจะให้ผู้ร่วมในการวิจัยให้การยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลทุกครั้ง

โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์ของ Lin and Van der Putten (2012), Harper, Serrano, Bruce, and Bauermeister (2016), Riccio (2013), Roy (2009), จตุรวิทย์ ทองเมือง (2551), สุรวัดน์ ดงทอง (2559) ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง (2557) และ วัชรินทร์ ภิญโญศาสตร์ (2550) เบญจรงค์ ธีระพลิกะ (2563a) โดยแบ่งหัวข้อการสัมภาษณ์ออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คือ การศึกษาโครงสร้างสังคมของผู้รับสาร

ส่วนที่ 2 คือ การศึกษาจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสาร

ส่วนที่ 3 คือ การศึกษาการเข้าถึงตัวบท

ส่วนที่ 4 คือ การศึกษากระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร

ส่วนที่ 5 คือ การศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับชม

ส่วนที่ 6 คือ การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร

ซึ่งมีคำถามย่อยรวมจำนวนทั้งหมด 8 คำถาม (รายละเอียดดูในภาคผนวก)

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการแบบชาติพันธุ์วรรณาเชิงทฤษฎี ดังนั้นการเก็บข้อมูลจะเกิดขึ้นในสนามวิจัยดิจิทัล หรือพื้นที่ทวิตเตอร์ โดยวิธีการเก็บข้อมูลนั้นจะเกิดจากการจับภาพ บันทึกคลิป วิดีโอ รวมทั้งบทสัมภาษณ์ในกล่องข้อมูลออนไลน์ การเก็บข้อมูลในสนามวิจัยนั้นจะทำการบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงสมุดประจำตัวของนักวิจัย และจะให้ผู้ร่วมในการวิจัยให้การยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลทุกครั้ง อย่างไรก็ตาม หากผู้เข้าร่วมวิจัยประสงค์ให้นักวิจัยไปพบในพื้นที่ออฟไลน์เพิ่มเติมผู้วิจัยก็จะเดินทางไปพบเพื่อสร้างความเข้าใจ ความเชื่อมั่น การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และสอบถามบางประการข้อมูลเพิ่มเติม

ภายหลังจากที่ผู้วิจัยออกแบบคำถามในการสัมภาษณ์ผู้ร่วมการวิจัยเรียบร้อยแล้ว ได้นำส่งเพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสองท่าน ได้แก่ อาจารย์ ดร.อรรธรณ ศิริสวัสดิ์ อภิขยกุล และ รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรพล พุทธิรักษา และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกอีกหนึ่งท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ พิจารณา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและน่าเชื่อถือสำหรับการสัมภาษณ์งานวิจัยต่อไป

4.5 วิธีการลงพื้นที่เก็บข้อมูล

ในช่วงแรกของการศึกษาครั้งนี้ผ่านไปด้วยความยากลำบาก เนื่องจากกระบวนการในการตรวจจับพฤติกรรมที่เสี่ยงต่อความมั่นคงและศีลธรรมผ่านกระบวนการทวิตเตอร์ไทยแลนด์ (Twitter Thailand) จึงทำให้กลุ่มผู้ร่วมในการศึกษาไม่ยินดีที่จะเปิดเผยข้อมูลในระยะแรก แม้ว่า

ผู้วิจัยจะฝังตัวในพื้นที่มาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2553 รวมทั้งเนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 ส่งผลให้กลุ่มชายรักชายบางส่วนปรับเปลี่ยนพื้นที่ในการแสวงหาความสัมพันธ์ระหว่างกัน อีกทั้งในผู้ร่วมวิจัยหลายคนไม่อยากจะเปิดเผยตัวตนเพื่อประโยชน์ทางวิชาการ ทำให้ผู้วิจัยเองมีความกังวลว่าจะได้รับข้อมูลมาประกอบในการศึกษาครั้งนี้หรือไม่ กระทั่งผู้วิจัยได้ปรับวิธีการในการเข้าถึงพื้นที่แบบใหม่ ซึ่งแต่เดิมนั้นผู้วิจัยลงพื้นที่วิจัยแบบผสมผสานระหว่างพื้นที่เสมือนซึ่งในกรณีนี้หมายถึงทวิตเตอร์ และพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนรถไฟ สะพานควาย สวนจตุจักร สวนนวมินทร์ภิรมย์ สนามบินดอนเมือง เตาปูน เป็นต้น เป็นวิธีการที่ศึกษาและลงพื้นที่เก็บข้อมูลในพื้นที่ทวิตเตอร์ทั้งหมด

โดยในช่วงระยะเวลา 2 เดือนถึง 3 เดือนแรกนักวิจัยได้พบน้องคนหนึ่ง ผู้วิจัยใช้ชื่อว่า “ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณD” ซึ่งผู้วิจัยปฏิสัมพันธ์มาระยะหนึ่งแล้ว จึงขออนุญาตสอบถามข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมเพื่อใช้ในการวิจัยและ “ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณD” ก็ยินดีที่จะให้ข้อมูล รวมทั้งยังพาผู้วิจัยไปเจอเพื่อน ๆ ของเขาที่ใช้ทวิตเตอร์เพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดอยู่ด้วยกัน ผู้วิจัยได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยอย่างมาก ทว่าปัญหาที่ตามมาคือเพื่อน ๆ ของ “ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณD” ไม่ประสงค์จะให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัย แม้ผู้วิจัยจะแจ้งว่าข้อมูลทั้งหมดนั้นจะถูกปิดเป็นความลับ แต่ก็ไม่รับการยอมรับและไม่ยินยอมให้ข้อมูลกับงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงพยายามที่จะแสวงหาผู้ร่วมในการวิจัยอีกครั้งหนึ่งโดยผ่านเพื่อนในทวิตเตอร์ของผู้วิจัย และเพื่อนผู้ของวิจัยจึงแนะนำเพื่อนคนอื่น ๆ ผ่านทางทวิตเตอร์ให้เพิ่มเติม

ถึงกระนั้น การสัมภาษณ์ครั้งแรกผ่านไป ผู้เข้าร่วมวิจัยได้แสดงทัศนคติเพิ่มเติมนอกเหนือจากข้อมูลในการวิจัยไว้ว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณB กล่าวว่า “...ไม่มีใครอยากให้ไปลากไล่ความลับเค้าหรอก น้อง ทุกคนเข้ามาก็ต้องการเป็นส่วนตัว เป็นความลับทั้งนั้นแหละ เค้าอยากมีแค่ที่ตอบสนองเค้าได้ ถ้าอยากคุย ต้องไม่มาทักวิจัย ต้องมานัดเจ็ดจริง ๆ แล้วค่อยชวนเค้าคุย...”

และผู้เข้าร่วมวิจัยคุณA, แนะนำเพิ่มเติมว่า “...อย่าคิดจะเอาคำถาม (แบบสัมภาษณ์-ผู้วิจัย) ไปยื่นถามใครมั่ว ๆ เค้าจะทุบเอา เราก็ไม่ได้สนใจเรื่องทำวิจัยอะไรอะไร แค่มกินข้าวเจอหน้าเจอตากันก็พอถามกันได้...” ผู้วิจัยจึงปรับวิธีการในการเข้าถึงข้อมูลใหม่ให้หลากหลายขึ้น อาทิ การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structure interview) โดยมุ่งเน้นข้อมูลเชิงลึก ยิ่งไปกว่านั้นการพยายามในการปรับวิธีการสอบถามข้อมูลรวมทั้งการปรับตัวผู้วิจัยเองให้กลายเป็นชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ใช้บัญชีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ ผ่านการใช้ภาพประจำตัว การใช้ภาพปก คำอธิบาย รวมทั้งการเริ่มในการรีทวีตคลิปวิดีโอต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกามกิจตามคำแนะนำของคุณP หลังจากนั้นผ่านไป 4 เดือน ผู้วิจัยจึงมีความคุ้นชินกับบัญชีผู้ใช้คนอื่น ๆ จนครบจำนวน 20 คน

โดยวิธีการที่หลากหลายนั้น ผู้วิจัยได้ทำตามในสิ่งที่ผู้เข้าร่วมวิจัยประสงค์ เช่น หากผู้เข้าร่วมวิจัยคนใดยินดีให้ข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ในทวิตเตอร์ได้ ก็จะมีการสัมภาษณ์ในทวิตเตอร์ทันที หรือ

หากผู้เข้าร่วมวิจัยคนใดประสงค์จะให้ข้อมูลในพื้นที่ outdoor จำนวน 2-3 ครั้ง ผู้วิจัยก็จะตามไปลงพื้นที่ outdoor ด้วย หรือหากผู้ร่วมวิจัยบางรายจะให้ข้อมูลก็ต่อเมื่อได้ออกมาเที่ยวต่างจังหวัดคล้ายการเป็นคู่รักของกันและกัน จำนวน 3 ครั้ง ผู้วิจัยก็จะเดินทางไปด้วยโดยระหว่างทางจะมีการเก็บข้อมูลพร้อมกันด้วยเช่นกัน หรือหากผู้ร่วมวิจัยรายใดชอบให้ข้อมูลในคืนวันศุกร์หลังเลิกงาน ผู้วิจัยก็จะเดินทางไปพบโดยมีการนัดทานข้าว และเลือกซื้อของใช้รวมทั้งส่งขึ้นรถแท็กซี่กลับบ้าน ยิ่งไปกว่านั้นผู้เข้าร่วมวิจัยบางคนจะสบายใจที่จะเล่าเรื่องต่าง ๆ เมื่อได้อยู่คนเดียวในโรงแรม ที่มีการจัดเตรียมอุปกรณ์ทางเพศ (sextoy) เพื่อให้เกิดความรู้สึกอบอุ่น และผ่อนคลาย จึงพร้อมให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยก็ยินดีจะติดตามไปในพื้นที่นั้น ๆ เพื่อแสวงหาข้อมูลมาใช้ในการวิจัย อีกทั้งผู้เข้าร่วมวิจัยบางคนนิยมให้ข้อมูลเมื่อได้ออกมาเที่ยวในพื้นที่คนพลุกพล่าน เช่น สวนรถไฟ ตลาด อ.ต.ก. จตุจักร ผู้วิจัยก็จะเดินทางไปในพื้นที่นั้น ๆ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมวิจัยเกิดความตกลงปลงใจในการให้ข้อมูลและได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนที่สุด หรือผู้เข้าร่วมวิจัยบางคนนิยมให้สัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ เป็นกลุ่ม คณะ ผ่านโปรแกรม Zoom เพื่อลดความเขินอายและให้ข้อมูลได้ครบถ้วน ผู้วิจัยก็จัดให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกในโปรแกรม Zoom ตามที่ผู้วิจัยรายนั้นต้องการ เป็นต้น (ซึ่งส่วนนี้จะถูกนำเสนอในส่วนของคุณูปการของการศึกษาที่ 4 เพื่ออธิบายวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล : การปรับประยุกต์ใช้ในพื้นที่จริง และผู้ร่วมวิจัยที่มีความต้องการหลากหลาย)

ดังนั้น ผู้วิจัยให้ความสำคัญต่อการลงพื้นที่วิจัย ทั้งในพื้นที่ออนไลน์ ผ่านทวิตเตอร์ และในพื้นที่ออฟไลน์ต่าง ๆ ดังที่กล่าวไปแล้ว เพื่อความสบายใจและเต็มใจของผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นหลัก เพื่อความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูลมากที่สุด รวมทั้งเพื่อการศึกษาตามที่เป็นอยู่โดยไม่ไปยุ่งเหยิงกับปรากฏการณ์จนทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยวิตกกังวล และไม่รู้สึกปลอดภัย อีกทั้งมีการสร้างความเชื่อมั่นไว้ใจระหว่างผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมวิจัย ผ่านการนัดพบในช่วงเวลาที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสบายใจหรือเต็มใจ 3 - 4 ครั้ง

การสัมภาษณ์เชิงลึก การแฝงตัว และการลงพื้นที่การวิจัยทุกครั้ง ผู้วิจัยตระหนักถึงความปลอดภัยของตัวผู้วิจัยเองในทุกครั้ง และได้ผ่านการปรึกษา แนะนำ และเห็นชอบจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทุกครั้ง

4.6 วิธีวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยออกแบบการศึกษาวเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ส่วนแรกการวิเคราะห์ตัวบท (Textual analysis) โดยการมุ่งหาหรือค้นหาคำหน่วยที่เล็ก ๆ หรือหน่วยพื้นฐานในระบบการสื่อความหมาย (semiotic system) และค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยย่อยเล็ก ๆ เหล่านั้นในตัวบทใดตัวบทหนึ่ง ความสัมพันธ์นั้นอาจอยู่ในแง่ของคู่ตรงกันข้าม สหสัมพันธ์ และความสัมพันธ์แบบตรรกะ ของ Pierre Guiraud (1975) (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน,

2551) ผ่านการเก็บข้อมูลจาก ข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ รวมทั้งเสียงในการเป็นตัวกลางทางการสื่อสาร ส่วนที่สอง การวิเคราะห์แก่นสาระ (Thematic analysis) การวิเคราะห์ส่วนนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หาแก่นสาระผ่านวิธีการศึกษาที่มีพื้นฐานอยู่บนวิธีการศึกษาแบบหลากหลาย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยทำพร้อม ๆ กันกับการลงพื้นที่วิจัย โดยที่เริ่มต้นจากการฝังตัวในฐานะนักชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลระยะหนึ่ง เพื่อให้เข้าใจตัวบทและปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างกัน หลังจากนั้นจึงเริ่มทำการวิเคราะห์การใช้สื่อทวิตเตอร์ของกลุ่มชายรักชายเพื่อที่จะค้นหาคุณลักษณะที่สำคัญในการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ร่วมกันกับการลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมวิจัย ในช่องทางและสถานที่ต่าง ๆ โดยมีการตรวจสอบของข้อมูลในการวิเคราะห์ระหว่างกันเพื่อให้ข้อมูลที่ได้นั้นถูกต้องและครบถ้วนที่สุด ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวในประเด็นต่อไป

ในการวิเคราะห์ข้อความนั้น เป็นประโยชน์สำหรับนักวิจัยที่ทำงานด้านการศึกษาทางวัฒนธรรมการศึกษาสื่อมวลชนการสื่อสารมวลชนและแม้แต่ในสังคมวิทยาและปรัชญาเพื่อให้เข้าใจบริบทในการสื่อสารที่กลุ่มชายรักชายใช้ในกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ รวมทั้งมีการรวบรวมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนโซเชียล บทสนทนา บัญชีรายชื่อผู้ใช้ จำนวนผู้ที่เข้าไปติดต่อสร้างปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนโซเชียลในเชิงลึกรวมทั้งเป็นกระบวนการในการศึกษา ทำความเข้าใจระบบความหมาย การให้คุณค่า โครงสร้างสังคมและวัฒนธรรมเกี่ยวกับเพศสถานะและเพศวิถี และนัยยะอื่น ๆ ซ่อนเร้นภายใต้ภาษาที่ใช้ (ธณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ, 2551) ทั้งที่เป็นข้อเขียน ภาพ และคำพูด ลักษณะ สัญลักษณ์ โดยการถอดความหมายของภาษาที่ปรากฏชัดเจนและแอบซ่อนผ่านบริบทของตัวเนื้อหาและเจ้าของภาษานั้น เนื่องจากฐานคิดนี้ไม่เชื่อเรื่องของความจริงนั้นมีอยู่ แต่เชื่อเรื่องความจริงนั้นถูกประกอบสร้างขึ้นมา ดังนั้นการวิเคราะห์จึงตีความเพื่อให้ทราบความหมายโดยผู้วิจัยที่ซ่อนอยู่ในตัวบทนั้น ๆ

โดยมีเกณฑ์ในการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ตามแนวคิด Morley (1986) ดังต่อไปนี้

1) การศึกษาโครงสร้างสังคมของผู้รับสาร ได้แก่การใช้เกณฑ์ประชากรศาสตร์ เช่น อายุ รายได้ ระดับการศึกษา รวมทั้งตัวแปรเรื่องชนชั้นเข้ามาวิเคราะห์โดยมีแนวคิดเบื้องหลังว่า “คนที่อยู่ในแต่ละชนชั้นนั้นจะสามารถเข้าถึงและตีความรายการโทรทัศน์ (ซึ่งเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ซึ่งในกรณีนี้คือสื่อทวิตเตอร์) ที่แตกต่างกัน”

โดยมีคำถามดังต่อไปนี้ (1) ชื่อผู้ใช้ (2) ช่วงอายุ (20-45 ปี) (3) ลักษณะทางร่างกาย (สมส่วน, ผอมบาง, กล้าม, กระชับ, ใหญ่, หมี/กำยำล่ำสัน) (4) สถานะภาพในปัจจุบัน

2) การศึกษาจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสาร เพื่อศึกษาประเด็นดังกล่าว นั้นจำเป็นต้องกำหนดขอบเขตคุณลักษณะของประชากรให้แคบลง เช่น จุดยืนทางการเมือง วัฒนธรรม มาใช้เพื่อศึกษาว่าผู้รับสารมีความแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งในกรณีนี้ผู้วิจัยนำแนวคิดเรื่องเควีย์ร์มาเป็นประเด็นในการศึกษาจุดยืนผ่านการสอบถามเรื่องมุมมองเรื่องชายรักชายในปัจจุบันใน

ทัศนคติของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ว่ามีทัศนคติอย่างไร ก้าวพ้นถึงจุดที่เรียกว่าเควียร์ หรือการผันสถานะทางเพศหรือไม่อย่างไร ตัวอย่างคำถามเช่น คุณคิดว่าปัจจุบันชายรักชายเป็นอย่างไร และคุณคิดว่าทวิตเตอร์ทำให้ภาพใหญ่ของชายรักชายเป็นอย่างไร

3) การศึกษาการเข้าถึงตัวบทที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยที่ถูกลิ้มไปในการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ เนื่องจากมักมีชุดความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนั้นเกิดจากปัจจัยภายในเป็นหลัก เช่น ความสนใจ ทัศนคติ ซึ่งความจริงแล้วอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ในการเปิดรับสื่อประกอบกันอีก โดยมีคำถามดังต่อไปนี้ เพราะเหตุใดท่านจึงเข้าใช้ทวิตเตอร์ เป็นต้น

4) การศึกษากระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร ซึ่ง Morley แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนด้วยกัน ประกอบไปด้วย (1) จดจำได้ (2) การเข้าใจในเนื้อหาสาร (3) การตีความหมายจากสาร และ (4) การมีปฏิกิริยาตอบสนอง

5) การศึกษาพฤติกรรมการรับชม มักเกี่ยวข้องกันกับการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับสาร โดยในปัจจุบันได้รับการขยายออกไปจนถึงประเด็นของพฤติกรรมการรับชม โดยสามารถแยกออกไปได้ 4 มิติด้วยกัน (1) ความสนใจในการเปิดรับ (2) ลักษณะของการคิดไตร่ตรองในการดู หมายถึงวิธีการในการเปิดรับของผู้รับสารนั้นเป็นแบบใด เชื่อหมด ไม่เชื่อหมด ไตร่ตรองตาม เป็นต้น (3) ช่วงเวลาที่ดู ในประเด็นนี้หมายถึงผู้รับสารเปิดรับสารในเวลาใด หมายความว่าอย่างไร (4) กิจกรรมที่ทำระหว่างรับสื่อ

6) การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร กล่าวคือ เป็นขั้นตอนของการศึกษาผลกระทบหลังจากการรับสื่อนั้น ๆ เพราะตามทัศนคติของ Morley ข้างต้นนั้นกล่าวถึงผลกระทบนั้นจะเป็นผลกระทบระยะยาวที่มีต่อผู้รับสาร ซึ่งประเด็นนี้เกี่ยวข้องกับความพยายามในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่เกิดขึ้นกับกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์

4.7 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัยขึ้นนี้เพื่อหา ความเชื่อมั่น (Reliability) และ ความถูกต้องสมบูรณ์ (Validity) จึงใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ได้แก่การศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่หลากหลายแล้วนำข้อมูลนั้นมาเปรียบเทียบในมุมมองแนวคิดทฤษฎีที่หลากหลาย

จาก K. M. Jackson and Trochim (2002) กล่าวถึงการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัย โดยการตรวจสอบสามเส้าในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะประกอบไปด้วย ข้อมูลจากการสังเกตการณ์ชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล การสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ร่วมในการวิจัยจำนวน 20 คน และบทจากการวิเคราะห์ตัวบท รวมทั้งวิเคราะห์แก่นสาระ เพื่อนำทั้งหมดมาตรวจสอบข้อเท็จจริงและความผิดพลาดระหว่างกัน

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยตัวของผู้วิจัยเป็นเครื่องมือทางการวิจัยที่สำคัญ รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิเคราะห์แก่นเรื่อง หลังจากการศึกษาและวิเคราะห์จะนำมาตรวจสอบความน่าเชื่อถือจากการสัมภาษณ์เชิงลึก รวมทั้งการตรวจสอบสามเส้าการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulate) คือการถามคำถามเดียวกันกับบุคคล สถานที่ เวลาที่ หลากหลาย ร่วมกับใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้ รวมทั้งการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulate) เป็นการใช่วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายเพื่อรวบรวมข้อมูลเดียวกัน (สุภางค์ จันทวานิช, 2554)

ตัวอย่างเช่น เมื่อผู้วิจัยได้เริ่มฝังตัวแล้ว และมีการสัมภาษณ์เชิงลึกครบ 2-3 คน ก็จะมีการตรวจสอบบทสัมภาษณ์แบบสามเส้า รวมทั้งในทุก ๆ การสัมภาษณ์ผู้วิจัยก็จะทำการตรวจสอบสามเส้าทุกครั้ง ยิ่งไปกว่านั้น หากผลการศึกษาใดมีผู้ตอบคล้ายคลึงกันมากหรือน้อยเกินไปจนมีนัยสำคัญก็จะทำการนำผลการศึกษานั้นสอบถามผู้เข้าร่วมวิจัยท่านอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือร่วมกับข้อมูลจากการฝังตัว อีกทั้ง ระหว่างการศึกษาทุกกระบวนการจะผ่านการอ่านและให้ข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาหลักและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมเสมอ

จากกระบวนการที่ผู้วิจัยกล่าวข้างต้นเพื่อให้เห็นวิธีการในการที่จะปรับลดอคติทั้งเชิงบวก และเชิงลบในการทำวิจัยที่มีความสุ่มเสี่ยงทั้งข้อมูลและการลงพื้นที่ในมุมมองของคนนอก รวมทั้งเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของข้อมูลและกระบวนการแสวงหาความรู้

4.8 การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากการศึกษาวิจัย จะใช้รูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์จากข้อมูลที่นำเสนอไปในข้างต้น โดยจะแบ่งเนื้อหาการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 : คุณลักษณะสำคัญของสื่อ (media attributes) ทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (intimacy relationship) ผ่านการศึกษาแบบการวิเคราะห์แก่นเรื่อง

ส่วนที่ 2 : เนื้อหาและรูปแบบ (content and pattern) ของการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดบนสื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชาย ผ่านการศึกษาแบบการวิเคราะห์เนื้อหา

ในส่วนการนำเสนอข้อมูลบทสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์ในชุมชนทวิตเตอร์นั้นมีการจัดการอย่างเป็นระบบ รวมทั้งการไม่เปิดเผยชื่อและการรักษาความลับ ตามหลักจริยธรรมพื้นฐานในการวิจัยในมนุษย์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของผู้ของกลุ่มผู้ร่วมในการวิจัยในบริบทชุมชนเสมือน โดยการวิจัยเรื่อง การเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายบนพื้นที่ทวิตเตอร์ โครงการวิจัยเลขที่ P2-0010/2563 ได้รับการรับรองจาก คณะกรรมการจริยธรรม

การวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยนเรศวร เลขที่ อว 0603.01.13(1)/NU-IRB 1332 เมื่อวันที่ 28 เดือน เมษายน ปีพุทธศักราช 2563

เพิ่มเติมอนุมัติรับรองต่อเนื่องโครงการวิจัยเลขที่ P2-0010/2563 เลขที่ อว 0603.01.13(1)/NU-IRB 1587 ลงวันที่ 7 มิถุนายน 2564 และบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร อนุมัติให้ทำวิจัย ในครั้งที่ 046/2563 ลงวันที่ 27 เดือน พฤษภาคม ปีพุทธศักราช 2563

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ปฏิบัติตามหลักการของจริยธรรมในการวิจัยในมนุษย์อย่างเคร่งครัด เพราะการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จำเป็นต้องศึกษาวัฒนธรรม พฤติกรรม ความเชื่อและทัศนคติของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ชีวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยทางร่างกายและจิตใจของผู้เข้าร่วมวิจัยโดยตรง

แต่กระนั้นการปฏิบัติตามกฎและระเบียบเชิงเอกสารกลับทำให้ทัศนคติของผู้ร่วมในการวิจัยนั้นสะท้อนออกมาในแง่ลบ เพราะทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยครั้งนี้มีความรู้สึก “อึดอัด” ตามคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยคุณA หนึ่งในผู้เข้าร่วมวิจัยที่ว่า

“จะเอาอะไรกันนักกันหนา อยากจะร่วมมือ แต่เซ็นอะไรแบบนี้มันส่วนตัว
ตรงไหน ถ้าจะให้เซ็นก็ไม่ใช่สัมผัส (สัมภาษณ์-ผู้วิจัย) ยุ่งยาก เลิกเอา”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณA, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2563)

สอดคล้องกันกับการศึกษาของ Apichayakul (2014) ที่กล่าวถึงความพึงพอใจของผู้ร่วมในการวิจัยนั้นสำคัญที่สุด รวมทั้งการศึกษาแบบชาติพันธุ์วิทยานั้นจำเป็นต้องศึกษาตามที่เป็นอยู่โดยนักวิจัยจะต้องไปปรับบริบทสถานการณ์ หรือสนามในการวิจัยให้ผลการวิจัยนั้นผิดแปลกไปจากธรรมชาติเดิม (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2563b) ดังนั้นนักวิจัยจึงต้องพยายามฝังตัว แฝงตัว ปรับตัวให้เข้าใจสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์ที่ตนเองต้องเข้าไปศึกษาจึงจะทำให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องตามวัตถุประสงค์การวิจัยมากที่สุด (บุญเลิศ วิเศษปรีชา, 2546)

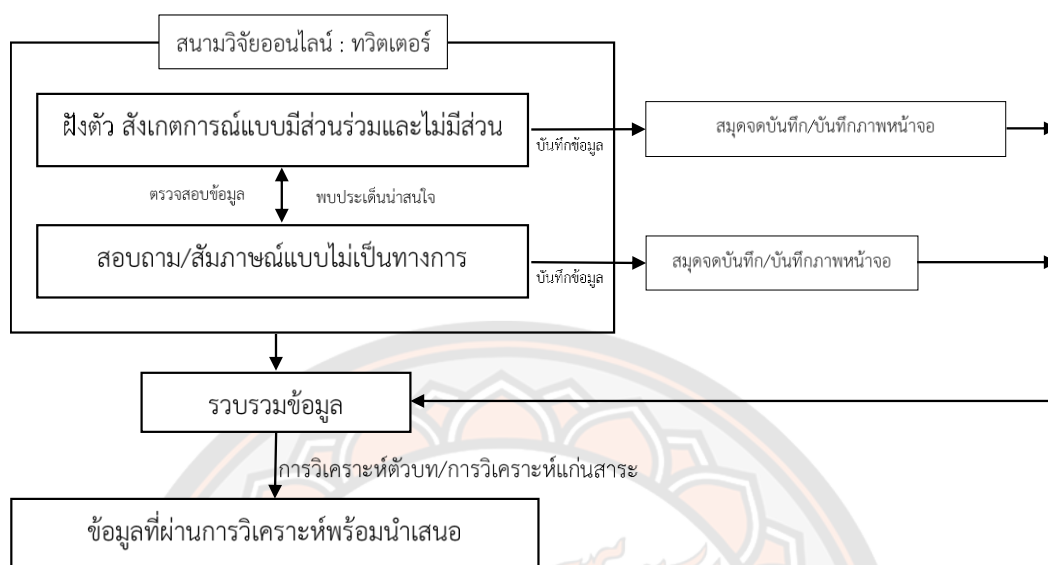
ดังนั้น การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงปฏิบัติตามข้อบังคับจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์รวมทั้งการปฏิบัติความสมัครใจของผู้ร่วมวิจัยเป็นสำคัญ หากผู้ร่วมในการวิจัยคนใด ไม่ยินยอมจะลงนามในเอกสาร แต่อนุญาตด้วยวาจาแล้วผู้วิจัยก็จะถือว่าข้อมูลนั้นได้รับการอนุญาตให้เผยแพร่ เสมือนการลงนามในเอกสารยินยอมแล้ว เพราะผู้วิจัยจำเป็นต้องปรับตนเองให้เข้ากับบริบทหรือสถานการณ์ที่จะศึกษา โดยไม่ให้กระทบกับสภาพแวดล้อมตามที่มีอยู่จริง ไม่รบกวนกลุ่มศึกษานั้นเป็นวิธีการที่สำคัญในการเข้าไปยังสนามการวิจัย (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2563b) โดยข้อมูลส่วนบุคคลทั้งหมดได้รับการคุ้มครอง ไม่เปิดเผยชื่อและการรักษาความลับผ่านการใช้ “นามแฝง” (pseudonym) ที่ผู้อื่นไม่สามารถระบุตัวตนของผู้ร่วมวิจัยจริงได้ โดยอาศัยหลักในการเคารพผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้วิจัยจะ

เปลี่ยนแปลงชื่อจริงและบัญชีรายชื่อในทวีตเตอร์ของผู้ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ให้เป็นความลับเพื่อปกป้องตัวตนของผู้เข้าร่วมวิจัย ซึ่งผู้เข้าร่วมวิจัยท่านหนึ่ง จะถูกแทนที่ด้วยอักษรภาษาอังกฤษตัวหนึ่ง อาทิ ผู้เข้าร่วมวิจัยชื่อ... จะถูกแทนที่ด้วย ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ Z เป็นต้น โดยการแสดงผลของข้อมูลนั้น ผู้วิจัยทำการจัดระบบเพื่อการอ้างอิงหลักฐานได้อย่างมีระบบ ผ่านหลักการต่าง ๆ ต่อไปนี้

หลักความเคารพในบุคคล (Respect for person) โดยการให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนจนผู้ร่วมในการวิจัยเข้าใจเป็นอย่างดีและตัดสินใจอย่างอิสระในการให้ความยินยอมเข้าร่วมในการวิจัย และให้ความสำคัญ ถ้าการศึกษาเกี่ยวข้องกับประชากรกลุ่มเปราะบาง (vulnerable population) และประเด็นการศึกษาที่มีความอ่อนไหว (sensitive issues) (Apichayakul, 2014; British Sociological Association, 2002; Roberts, Smith, & Pollock, 2004) หลักการให้ประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ผู้ร่วมในการวิจัย (Risk and Benefit) โดยการระบุว่าผู้ร่วมในการวิจัยจะได้รับประโยชน์อะไรบ้าง และความเสี่ยงที่อาจเกิดต่อตัวผู้ร่วมในการวิจัยมีอะไรบ้าง การรักษาความลับของผู้ร่วมในการวิจัย (Privacy and Confidentiality) โดยในแบบบันทึกข้อมูลจะไม่สามารถระบุถึงผู้ร่วมในการวิจัย โดยจะมีการทำลายข้อมูลหลังการวิจัยเสร็จสิ้นภายใน 2 ปี

รวมทั้งการใส่รหัสในการเก็บข้อมูล มีการจัดเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เป็นอย่างดี และที่สำคัญที่สุดผู้ร่วมในการวิจัยสามารถถอนตัวได้ตลอดเวลาตามที่ต้องการ (บุปผา ศิริรัศมี จรรยา เศรษฐบุตร และเบญจมา ยอดดำเนิน-แอ็ดติกัจ, 2544; เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2563b) รวมทั้งผู้ทำวิจัยจะเริ่มต้นด้วยอธิบายข้อมูลให้กับผู้ร่วมในการวิจัย และมีการแจกเอกสารข้อมูล แบบขอความยินยอมให้ผู้ร่วมในการวิจัยนำกลับไปพิจารณา ก่อนตัดสินใจร่วมให้ข้อมูล ทศนคติต่าง ๆ ก่อนทำการเก็บข้อมูล บันทึกเสียง โดยไม่บันทึกภาพระหว่างเก็บข้อมูล ยิ่งไปกว่านั้นผู้ร่วมในการวิจัยมีอิสระที่จะปฏิเสธหรือถอนตัวจากการวิจัยในครั้งนี้อะไรก็ได้ ตามแต่ที่ผู้ร่วมในการวิจัยต้องการ

4.9 กรอบแนวคิดในการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล



ภาพ 4 แผนภาพแสดงขั้นตอนและแนวคิดในการวิเคราะห์ข้อมูล

ที่มา : โดยผู้วิจัย

บทที่ 5

3A Attributes : คุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย

ภายในบทนี้แบ่งการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ **ส่วนที่หนึ่ง** คุณลักษณะทั่วไปของทวิตเตอร์ ผลการศึกษาพบว่า ในฐานสื่อทวิตเตอร์มีคุณลักษณะ (media attribute) ที่ปรากฏจากการศึกษาขึ้นนี้จำนวน 22 ประการด้วยกันจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ **ส่วนที่สอง** คุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย ซึ่งประกอบไปด้วย 3A Attributes ดังนี้ **A1 การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง (A – Authorship)** เนื้อหาส่วนนี้นำเสนอถึงวิธีการที่กลุ่มชายรักชายสามารถสร้างและนำเสนอตัวตนในแบบที่ตนเองต้องการเพื่อนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน **A2 เข้าถึงได้ง่าย (A - Approachable)** นำเสนอคุณลักษณะสำคัญที่ว่าทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากต้องการเข้าถึงเนื้อหาใดเป็นการเฉพาะก็สามารถค้นหาผ่านแฮชแท็กได้ทันที และ **A3 ความนิรนาม (A – Anonymity)** กล่าวถึงกลุ่มชายรักชายเริ่มปฏิสัมพันธ์กันในขั้นแรกด้วยความไม่รู้จักกัน แม้หลังจากนั้นจะมีการปฏิสัมพันธ์ไประยะหนึ่งแล้ว อาจเกิดความสนิทสนม ทว่า ความรู้จักตัวตนของคู่สนทนาอาจไม่ได้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย และ **ส่วนที่สาม** บทสรุปนำเสนอคุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย โดยอ้างอิงจากสามส่วนหลัก หรือ 3A Attributes ดังต่อไปนี้

5.1 คุณลักษณะทั่วไปของทวิตเตอร์

หากกล่าวถึงการพยายามศึกษาเพื่อค้นหาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratifications Theory) ซึ่งศึกษาเกี่ยวข้องกับวิธีการใช้สื่อของผู้คน รวมทั้งส่งอิทธิพลและผลกระทบที่มีต่อผู้ชม โดยหากจะกล่าวถึงการศึกษาขั้นต้น ๆ จะทำการวิเคราะห์ถึงการใช้ประโยชน์ของสื่อใหม่เชิงหน้าที่ ที่สื่อนั้น ๆ ได้มีอิทธิพลสู่ผู้ใช้ อาทิ การศึกษาของ Perse and Courtright (1993) พบความต้องการพื้นฐานในการใช้สื่อใหม่กับมนุษย์ 11 ประการด้วยกัน ประกอบด้วย (1) เพื่อผ่อนคลาย (2) เพื่อความบันเทิง (3) เพื่อให้ลืมปัญหาต่าง ๆ (4) เพื่อมีกิจกรรมบางอย่างกับเพื่อน (5) เพื่อเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เกี่ยวกับตัวเองและคนอื่น ๆ (6) เพื่อฆ่าเวลา (7) เพื่อความตื่นเต้น (8) เพื่อลดความเหงา (9) เพื่อกิจวัตรประจำวัน (10) เพื่อให้คนอื่นรู้ว่าฉันเป็นห่วงและสนใจความรู้สึกของพวกเขา และ (11) เพื่อให้ใครบางคนทำอะไรให้เรา

หากมองกลับมายังการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งผู้ใช้สื่อ (media users) เป็นประชากรกลุ่มชายรักชายที่ใช้สื่อทวิตเตอร์อย่างหลากหลายประเด็น เพื่อนำประโยชน์นั้น ๆ มาตอบสนองความพึงพอใจของ

ตนเองและสมาชิกชายรักชายด้วยกัน จากการศึกษาพบว่า มีการใช้ประโยชน์จากสื่อทวิตเตอร์จำนวน 22 ประการ ซึ่งมีที่มาจากการสัมภาษณ์และดึงแก่นสาระออกมาได้ ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อหาเพื่อนและมีมิตรภาพใหม่ ๆ
- 2) เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และติดตามข่าวสารในแวดวงบันเทิง
- 3) เพื่ออยากมีเหมือนคนอื่น
- 4) เพื่อแบ่งปันผลงานศิลปะ (ฟรี)
- 5) เพื่อนำเสนอตัวตนและอัตลักษณ์
- 6) เพื่อแกรนด์โอเพนนิ่งเกี่ยวกับรสนิยมทางเพศ (Grand opening)
- 7) เพื่อหาเพื่อนและรวมตัวเป็นสังคมที่มีรสนิยมทางเพศที่คล้ายกัน
- 8) เพื่อปกปิดตัวตนที่แท้จริง สามารถเป็นคนอื่นได้ และสามารถนำเสนอตัวตนในแบบของตัวเอง

ตัวเอง

- 9) เพื่อติดตามบุคคลที่ชอบ
- 10) เพื่อลดความเหงาและเพื่อฆ่าเวลา
- 11) เพื่อหลีกเลี่ยงจากสังคม ครอบครัว และปัญหาที่ทำงานในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง
- 12) เพื่อติดตามแนวโน้มของตลาดความสวยความงามในต่างประเทศ
- 13) เพื่อเรียนภาษาต่าง ๆ
- 14) เพื่อแบ่งปันผลงาน เช่น ภาพวาดเปลือย ปูนปั้นรูปอวัยวะเพศของตนเอง (มีค่าใช้จ่าย)
- 15) เพื่อแบ่งปันผลงานที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางเพศของตนเอง (ฟรี)
- 16) เพื่อความบันเทิง
- 17) เพื่อแสวงหาความสุขจากประเด็นดราม่าต่าง ๆ ในสังคม
- 18) เพื่อหาเพื่อน
- 19) เพื่อวิเคราะห์การซื้อขายหุ้น หรือการลงทุน
- 20) เพื่อนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ ในฐานะนักข่าวพลเมือง
- 21) เพื่อเป็นพื้นที่ในการแสดงออกทางการเมือง
- 22) เพื่อหาแฟนหรือคู่รัก

จากข้อมูลข้างต้นทำให้พบว่าพื้นที่ทวิตเตอร์นั้นเป็นพื้นที่แห่งความหลากหลาย ที่ผู้ใช้สามารถค้นหาประเด็นต่าง ๆ ที่ตนเองสนใจ รวมทั้งติดตามเนื้อหาข่าวสารใหม่ ๆ เนื่องจากทวิตเตอร์เป็นสื่อใหม่ที่มีความทันต่อสถานการณ์มากกว่าสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ที่มีในปัจจุบัน ตามทัศนะของผู้ใช้ดังกล่าวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“ผมใช้เรียนภาษาอังกฤษพี กับภาษาจีนด้วย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณC, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 กรกฎาคม 2563)

“ก็เอาไว้อัดคลิป เอาไว้นัด_ด”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณS, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2563)

“ทวิตเตอร์มันโซว์ดราม่าเร็วกว่าเฟซ หรือไลน์ แคมข้อมูลอะไรใหม่ ๆ ก็มาจากทวิตเตอร์ทั้งนั้น รู้ก่อน เม้าก่อน”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณM, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2563)

“ที่บ้านไม่เล่น เราคิดเรื่องการเมืองไม่เหมือนกัน ไม่อยากตีกับที่บ้าน ไร้สาระ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563)

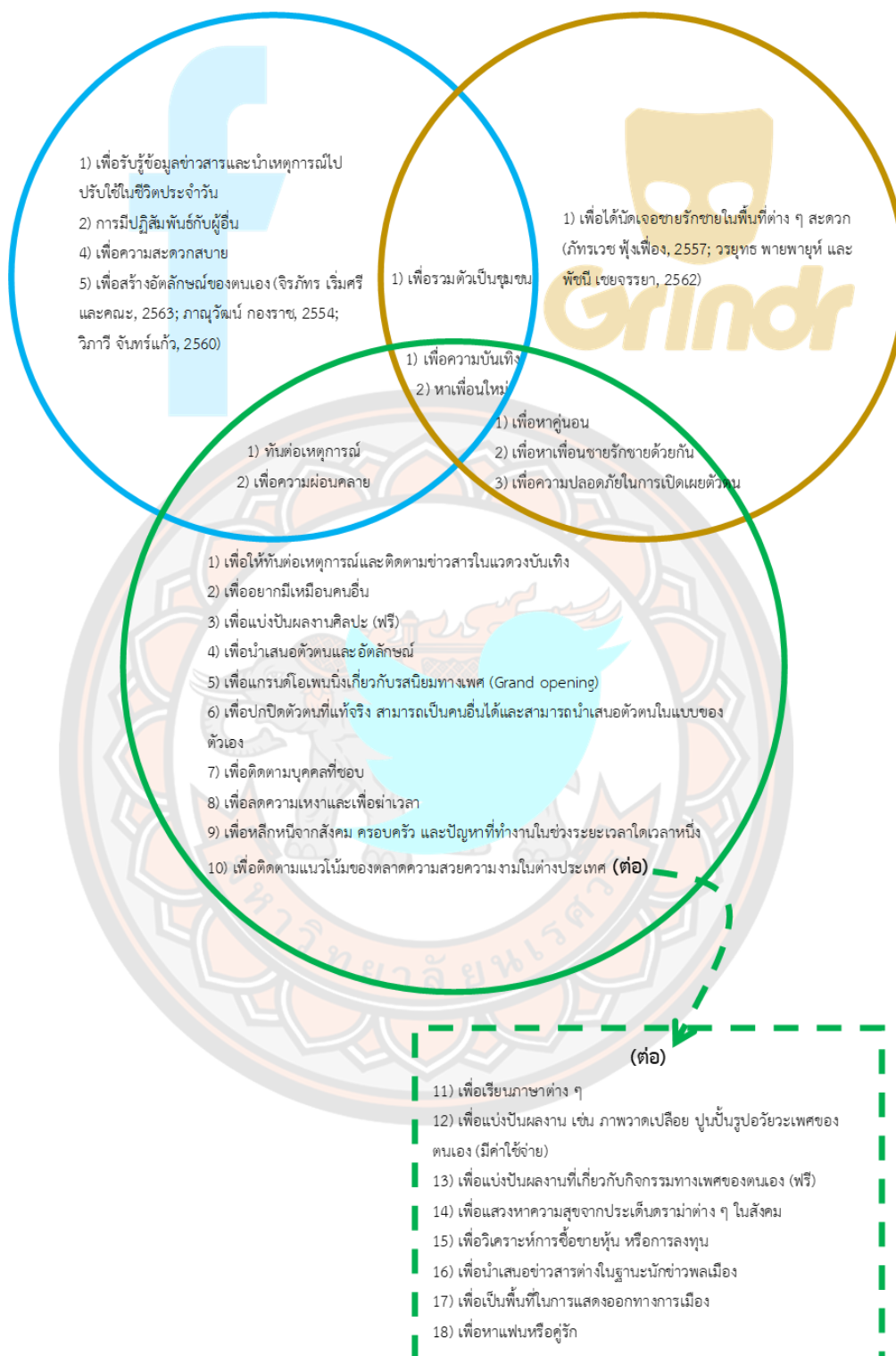
“มีไว้อัดหน้าจอไป ๆ มา ๆ ก็เป็นความบันเทิงอย่างหนึ่ง ในเวลาที่เบื่อสุดขีด”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณQ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2563)

“ทวิตใช้งานนะ ไม่ต้องยียันอะไรยุ่งยาก สมัครแล้วใช้ได้เลย นัด_ด ได้เลย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณA, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2563)

เมื่อนำการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจการใช้ทวิตเตอร์ของกลุ่มชายรักชายในการศึกษาครั้งนี้ มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์กระแสหลักที่มีผู้ใช้มากที่สุดในปัจจุบันคือเฟซบุ๊ก ซึ่งใช้ประโยชน์แบบทั่วไป จากการศึกษาของจิรภัทร เริ่มศรี และคณะ (2563) ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) วิภาวี จันทร์แก้ว (2560) และเปรียบเทียบสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อใช้ในการนัด หาคู่ หาเพื่อน หรือคู่นอนอย่างกรินเดอร์ ซึ่งใช้ประโยชน์แบบเฉพาะกลุ่ม จากการศึกษาของภัทรเวช พุ่งเฟื่อง (2557) วรยุทธ พายพายุห์ และ พัทธนี เขยจรรยา (2562) เพื่อให้เห็นถึงคุณลักษณะของสื่อ (media attributes) จะพบว่ามีความคล้ายคลึงและความแตกต่างที่สะท้อนให้เห็นถึงความเฉพาะของคุณลักษณะในแต่ละสื่อ ดังภาพ 5 (ด้านล่าง)



ภาพ 5 แสดงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของการใช้สื่อทวิตเตอร์ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์กระแสหลักเช่นเฟซบุ๊กซึ่งใช้ประโยชน์แบบทั่วไป และสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เพื่อนัดหาคู่หาเพื่อน หรือคู่นอน อย่างกรีนเดอร์ซึ่งการใช้ประโยชน์แบบเฉพาะ

ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : วงกลมสีฟ้าเป็นสัญลักษณ์แทนเฟซบุ๊ก

วงกลมสีน้ำตาลเป็นสัญลักษณ์แทนกรินเดอร์ และ

วงกลมสีเขียวเข้มเป็นสัญลักษณ์แทนทวิตเตอร์

จากแผนภาพจะพบว่าสามารถแบ่งพื้นที่ออกได้เป็น 7 ส่วนด้วยกัน อันได้แก่ (1) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อเฟซบุ๊กที่ไม่พบในสื่ออื่น (2) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะร่วมระหว่างสื่อเฟซบุ๊กกับสื่อกรินเดอร์ (3) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อกรินเดอร์ที่ไม่พบในสื่ออื่น (4) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะร่วมระหว่างสื่อเฟซบุ๊กกับสื่อทวิตเตอร์ (5) ส่วนที่เป็นลักษณะร่วมระหว่างกันทั้งสื่อเฟซบุ๊ก สื่อกรินเดอร์และสื่อทวิตเตอร์ (6) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะร่วมระหว่างสื่อกรินเดอร์กับสื่อทวิตเตอร์ และ (7) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อทวิตเตอร์ที่ไม่พบในสื่ออื่น (หมายเหตุ: สื่ออื่นในที่นี้หมายถึงสื่ออีกสองสื่อในแผนภาพ)

(1) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อเฟซบุ๊กที่ไม่พบในสื่ออื่น จากแผนภาพพบว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในพื้นที่ดังกล่าวนี้อยู่ 4 ลักษณะด้วยกันคือ (ก) เพื่อรับรู้ข้อมูลข่าวสารและนำเหตุการณ์ไปปรับใช้ในชีวิตประจำวัน (ข) การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (ค) เพื่อความสะดวกสบาย และ (ง) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของตนเอง จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะทั้งสี่ส่วนนี้มีความเชื่อมโยงกัน หากนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตารางขีดขั้นและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่า สามารถจัดให้อยู่ในขั้นตกทายในสถานะคนแปลกหน้า หรือขั้นพูดคุยจริงจังในสถานะเพื่อน หรือหากสนิทสนมในระดับมากก็จะพัฒนาจนอยู่ในขั้นสร้างความเกี่ยวพันในสถานะเพื่อนสนิทได้ รวมทั้งเป็นความต้องการที่เปิดเผยตนเอง ผ่านการเล่าเรื่องตนเองต่อสังคม เพื่อทำความรู้จักกับสังคมโดยทั่วไป ไม่เป็นการจำเพาะ

(2) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะร่วมระหว่างสื่อเฟซบุ๊กกับสื่อกรินเดอร์ จากแผนภาพพบว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในพื้นที่ดังกล่าวนี้อยู่ 3 ลักษณะด้วยกันคือ (ก) เป็นพื้นที่รวมตัวเป็นชุมชน (ข) เป็นพื้นที่เพื่อความบันเทิง และ (ค) เป็นพื้นที่หาเพื่อนใหม่ จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะทั้งสามส่วนนี้มีความเชื่อมโยงกัน หากนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตารางขีดขั้นและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่า สามารถจัดให้อยู่ในขั้นเล่าเรื่องในสถานะคนรู้จัก หรือขั้นพูดคุยจริงจังในสถานะเพื่อน หรือหากสนิทสนมในระดับมากก็จะพัฒนาจนอยู่ในขั้นสร้างความเกี่ยวพันในสถานะเพื่อนสนิทได้ในอนาคตหากมีเงื่อนไข หรือข้อตกลงบางอย่างตรงกันประกอบ

(3) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อกรินเดอร์ที่ไม่พบในสื่ออื่น จากแผนภาพพบว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในพื้นที่ดังกล่าวนี้อยู่ 1 ลักษณะด้วยกันคือ (ก) เพื่อได้นัดเจอชายรักชายในพื้นที่ต่าง ๆ สะดวก จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะหนึ่งส่วนนี้มีความเชื่อมโยงกัน หากนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตารางขีดขั้นและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่าสามารถจัดให้อยู่ในขั้นสนิทแนบแน่นหรือคู่รัก ตามคำนิยามที่ว่าในขั้นของความใกล้ชิดมีการเปิดเผยความเจ็บปวด ความทรงจำที่แสนสุขและแสนเศร้าระหว่างกัน มีความรู้สึกที่เป็นกันและกัน ในฐานะเพื่อนสนิทที่สนิทสนมกันอย่างมาก รวมทั้งอาจถึงขั้นพัฒนากลายเป็นคู่ชีวิตหรือมีกิจกรรมทางเพศเกิดขึ้นระหว่างกันได้อีกด้วย ทว่าในความเป็นจริงของปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในสื่อกรินเดอร์อาจเป็นการเกิดความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดทางร่างกายเพียงแค่ครั้งเดียวก็เป็นได้ ส่วนนี้เองจะทำให้เห็นว่าสื่อกรินเดอร์มีคุณลักษณะพิเศษที่ช่วยให้คู่สนทนาทั้งสองคนสามารถเดินทางมาเพื่อร่วมเพศกันได้ โดยอาจไม่ต้องทำความรู้จักกัน

(4) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะร่วมระหว่างสื่อเฟซบุ๊กกับสื่อทวิตเตอร์ จากแผนภาพพบว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในพื้นที่ดังกล่าวนี้อยู่ 2 ลักษณะด้วยกันคือ (ก) ท้นต่อเหตุการณ์ และ (ข) เพื่อความผ่อนคลายจะเห็นได้ว่าคุณลักษณะทั้งสองส่วนนี้มีความเชื่อมโยงกัน หากนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตารางขีดขั้นและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่า อาจอยู่ในขั้นต้นของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน กล่าวคือเป็นขั้นแห่งการสร้างบรรยากาศให้ผ่อนคลายต่อการพัฒนาก่อนความสัมพันธ์ โดยทั้งสองสื่อที่กล่าวมามีความรวดเร็วในการติดตามข่าวสารและประเด็นต่าง ๆ แต่ถึงกระนั้นจากการลงพื้นที่วิจัยและสอบถามผู้เข้าร่วมวิจัยพบว่า การที่นิยมใช้สื่อทวิตเตอร์มากกว่าสื่อเฟซบุ๊กเป็นเพราะครอบครัว ในที่นี้หมายถึงพ่อแม่ ญาติพี่น้องไม่ได้ใช้ด้วย ทำให้การแสดงออกทางการเมืองในประเด็นที่อาจจะขัดกับคนในครอบครัวสามารถทำได้เต็มที่ อีกทั้งผู้เข้าร่วมวิจัยแทบทั้งหมดยังกล่าวว่าสื่อทวิตเตอร์มีการรายงานข่าวได้รวดเร็วกว่าเฟซบุ๊กอันเนื่องมาจากการเข้าถึงง่าย และการใช้เพียงแค่มือถือก็ทำได้ ทำให้เกิดการสรุปความได้ง่ายกว่า และสามารถแชร์ (รีทวีต) ได้ทันทีเพียงแค่การกดปุ่มครั้งเดียว หรือในประเด็นเพื่อนใหม่นั้นก็สอดคล้องกับการที่คนในครอบครัวไม่รู้จัก และสามารถเข้าใช้ได้ง่าย ทำให้เมื่อไม่ต้องการปฏิสัมพันธ์กับใครหรือกลุ่มใดก็ทำได้ทันทีคือการลบบัญชีผู้ใช้แล้วสร้างใหม่ รวมทั้งหนึ่งคนสามารถสร้างได้หลายบัญชีผู้ใช้เพื่อปฏิสัมพันธ์กับคนหรือสังคมในแบบที่ตนเองเลือกได้ตามความต้องการ การเข้าใช้ได้ง่ายหรือสามารถเปลี่ยนได้ตามความสนใจ รวมทั้งสามารถสร้างบัญชีได้จำนวนตามแต่ความต้องการของสื่อทวิตเตอร์นั้น เป็นคุณลักษณะสำคัญที่ทำให้กลุ่มชายรักชายเองมีความนิยมในการเข้าใช้สื่อดังกล่าว

(5) ส่วนที่เป็นลักษณะร่วมระหว่างกันทั้งสื่อเฟซบุ๊ก สื่อกรินเดอร์และสื่อทวิตเตอร์ จากแผนภาพพบว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในพื้นที่ดังกล่าวนี้อยู่ 2 ลักษณะด้วยกันคือ (ก) เพื่อความบันเทิงและ (ข) เพื่อหาเพื่อนใหม่ โดยในประเด็น “เพื่อหาเพื่อนใหม่” หากเมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตารางขีดขึ้นและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) จะอยู่ในขั้นคนแปลกหน้าที่ต้องการทำความรู้จักกันและอาจพัฒนาหรือสานความสัมพันธ์ต่อไปได้ และหากกล่าวให้เกี่ยวข้องกับการศึกษาค้นคว้าจะพบว่า ขั้นคนของคนแปลกหน้านั้นเป็นขั้นที่สามารถเกิดขึ้นได้จากทั้งสามสื่อซึ่งอาจไม่เกี่ยวข้องหรือเกี่ยวข้องกับเพศ รสนิยมทางเพศก็ได้ อันเนื่องมาจากธรรมชาติของมนุษย์ที่เป็นสัตว์สังคมจำเป็นต้องมีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันเสมอ ๆ ส่วนนี้พบว่าความบันเทิงนั้นอาจจำแนกได้แตกต่างกันในแต่ละสื่อ รวมทั้งอีกความหมายของความบันเทิงที่พบในการศึกษาค้นคว้านี้ซึ่งผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวนหนึ่งให้คำนิยามของการแสวงหาความบันเทิงไว้ว่า “มีไว้รู้ตลกหัวจ่อไป ๆ มา ๆ ก็เป็นความบันเทิงอย่างหนึ่ง ในเวลาที่เบื่อสุดขีด” จากตัวอย่างบทสัมภาษณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าอาจไม่มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหาสื่อก็เป็นได้ เพราะความบันเทิงในแต่ละบุคคลนั้นสามารถตีความได้อย่างหลากหลาย

(6) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะร่วมระหว่างสื่อกรินเดอร์กับสื่อทวิตเตอร์ จากแผนภาพพบว่ามีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในพื้นที่ดังกล่าวนี้อยู่ 3 ลักษณะด้วยกันคือ (ก) เพื่อหาเพื่อน (ข) เพื่อหาเพื่อนชายรักชายด้วยกัน และ (ค) เพื่อความปลอดภัยในการเปิดเผยตัวตน จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะทั้งสามส่วนนี้มีความเชื่อมโยงกัน หากนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตารางขีดขึ้นและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่า สามารถจัดให้อยู่ในขั้นเชื่อมั่นไว้วางใจ ในฐานะคู่หูที่มีการตอบสนองระหว่างกันอย่างมากขึ้น รวมทั้งยังมีความไว้วางใจในสารที่สื่อระหว่างกัน มีการเปิดเผยอารมณ์ เริ่มมีกิจกรรมนอกสถานที่ร่วมกัน เช่น การท่องเที่ยวด้วยกัน ในฐานะเพื่อนรัก และก๊ิกสนิทแนบแน่นหรือคู่รัก ประเด็นที่น่าสนใจคือแม้สื่อกรินเดอร์และสื่อทวิตเตอร์ในทัศนะของกลุ่มชายรักชายอาจไม่ได้มีความแตกต่างกันในประเด็นหลักของการใช้ประโยชน์ ทว่าในรายละเอียดนั้นกลับแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง อันเนื่องมาจาก ชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์นั้นแม้จะสนใจประเด็นในการหาเพื่อนเหมือนกันแต่ถึงกระนั้นก็ต้องการหาเพื่อนที่สามารถปรับเปลี่ยนหน้าที่ไปเป็นอย่างอื่นได้อีก อาทิ เป็นเพื่อนในที่ทำงาน เพื่อนสนิท คู่ขายสินค้า รวมทั้งการเป็นคอนเนกชัน (ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวต่อไปในส่วน A ลำดับที่ 2 : เข้าถึงได้ง่าย (A - Approachable)) หรือในประเด็นความปลอดภัยในการนำเสนอตัวตน แม้ว่าทั้งในสองสื่อสามารถเป็นพื้นที่ในการนำเสนอตัวตนได้ แต่เมื่อนำเสนอแล้วชายรักชายผู้ใช้สื่อก็ต้องการจะให้มีเพื่อนที่คล้าย ๆ กันสามารถเข้ามาเห็น เข้ามาชม เข้ามาทักทายได้ง่าย ดังนั้นการใช้งานในสื่อกรินเดอร์ที่เข้าใช้ยากกว่า เพราะจำเป็นต้อง ดาวโหลด แอปพลิเคชัน ต้องยืนยันตัวตน และอื่น ๆ อีกหลายขั้นตอน ทำให้ผู้ใช้ที่ไม่สะดวกในการเพิ่ม

แอปพลิเคชันไม่ยากเข้าถึง และรู้สึกถึงการเข้าถึงได้ยาก จึงทำให้สื่อกรีนเดอร์เข้าถึงได้ยากกว่าสื่อทวิตเตอร์ เป็นต้น

และ (7) ส่วนที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อทวิตเตอร์ที่ไม่พบในสื่ออื่น จากแผนภาพพบว่ามี การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในพื้นที่ดังกล่าวมีอยู่ 18 ลักษณะด้วยกันคือ (ก) เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และติดตามข่าวสารในแวดวงบันเทิง (ข) เพื่ออยากมีเหมือนคนอื่น (ค) เพื่อแบ่งปันผลงานศิลปะ (ฟรี) (ง) เพื่อนำเสนอตัวตนและอัตลักษณ์ (จ) เพื่อแกรนด์โอเพนนิ่งเกี่ยวกับรสนิยมทางเพศ (Grand opening) (ฉ) เพื่อปกปิดตัวตนที่แท้จริง สามารถเป็นคนอื่นได้และสามารถนำเสนอตัวตนในรูปแบบของตัวเอง (ช) เพื่อติดตามบุคคลที่ชอบ (ซ) เพื่อลดความเหงาและเพื่อฆ่าเวลา (ฌ) เพื่อหลีกเลี่ยงจากสังคม ครอบครัว และปัญหาที่ทำงานในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง (ญ) เพื่อติดตามแนวโน้มของตลาดความสวยงามในต่างประเทศ (ฎ) เพื่อเรียนภาษาต่าง ๆ (ฏ) เพื่อแบ่งปันผลงาน เช่น ภาพวาดเปลือย ปูนปั้นรูปอวัยวะเพศของตนเอง (มีค่าใช้จ่าย) (ฐ) เพื่อแบ่งปันผลงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเพศของตนเอง (ฟรี) (ฑ) เพื่อแสวงหาความสุขจากประเด็นรามาต่าง ๆ ในสังคม (ฒ) เพื่อวิเคราะห์การซื้อขายหุ้น หรือการลงทุน (ณ) เพื่อนำเสนอข่าวสารต่างในฐานะนักข่าวพลเมือง (ด) เพื่อเป็นพื้นที่ในการแสดงออกทางการเมือง และ (ต) เพื่อหาแฟนหรือคู่รักจะเห็นว่าคุณลักษณะทั้งสิบแปดส่วนนี้มีความเชื่อมโยงกัน หากนำมาวิเคราะห์ร่วมกับตารางขีดขึ้นและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่า สามารถจัดให้อยู่ในชั้นพูดคุยจริงจัง ในฐานะเพื่อน และชั้นพยายามสร้างความเกี่ยวพัน ในฐานะเพื่อนสนิท โดยคุณลักษณะร่วมดังกล่าวมีอยู่ในระหว่างสองขั้นตอนของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด กล่าวคือ ถึงแม้จะมีลักษณะผู้คุยจริงจังในฐานะเพื่อนที่มีรสนิยมทางเพศเหมือนกันแล้วก็มีความพยายามในการสร้างความเกี่ยวพันผ่านกิจกรรมทางเพศ ภาพเครื่องเพศ หรือการนำเสนอต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเพศอีกด้วย ดังนั้นจึงมีความกำกวมระหว่างสองขั้นตอนและสถานะในความสัมพันธ์

นอกเหนือจากคุณลักษณะสื่อทั้งสามที่นำเสนอในข้างต้นแล้วนั้น จากการศึกษาขึ้นนี้ ผู้เข้าร่วมในการวิจัยเกือบทั้งหมดแสดงความเห็นตรงกันว่าสื่อทวิตเตอร์เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเอื้อประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดใกล้ชิดระหว่างกัน ซึ่งจากคุณลักษณะทั้งหมด 22 ประการของสื่อทวิตเตอร์ตามที่ได้นำเสนอข้างต้นนั้น กลุ่มชายรักชายในการศึกษานี้ได้ให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะพิเศษ 3 ประการด้วยกันที่มีนัยสำคัญอย่างมากต่อการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชาย ซึ่งผู้วิจัยจะเรียกคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการนั้นว่า **3A Attributes** ดังที่จะกล่าวในหัวข้อต่อไป

5.2 3A Attributes : คุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย

A ลำดับที่ 1 : การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง (A - Authorship)

จากการศึกษาพบว่า ก่อนการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกันในทวิตเตอร์ของกลุ่มชายรักขายนั้น ทุกคนจำเป็นที่จะต้องสร้าง “ตัวตน” ขึ้นมาในพื้นที่ทวิตเตอร์เพื่อใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ผู้เข้าร่วมวิจัยให้ข้อมูลไปในทิศทางเดียวกันว่า การสร้างตัวตนในทวิตเตอร์เพื่อใช้ในการสื่อสารระหว่างกันผ่านการสร้างบัญชีผู้ใช้ของทวิตเตอร์ โดยมีองค์ประกอบหลักที่คำนึงถึง 4 ส่วนด้วยกัน ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น “การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง” องค์ประกอบดังกล่าวได้แก่

- 1) ชื่อบัญชีผู้ใช้ : กลุ่มของตัวอักษรแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์
- 2) ภาพหน้าปก : อีกหนึ่งตัวช่วยในการสร้างตัวตน
- 3) ภาพประจำตัว : ภาพตัวแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์
- 4) คำอธิบาย : ตัวช่วยในการแนะนำตัวตน ดังภาพประกอบที่ 6 (ด้านล่าง)



ภาพ 6 ภาพแสดงหน้าบัญชีผู้ใช้ภายในทวิตเตอร์

ที่มา : โดยผู้วิจัย

ในการสร้างตัวตนของตนเองมีความจำเป็นที่จะต้องสร้างทุกองค์ประกอบให้สอดคล้องกับความต้องการและวัตถุประสงค์ที่จะสื่อสาร โดยที่ชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบ

ใกล้ชิดนั้นให้ความสำคัญที่จะสร้างให้ทั้ง 4 องค์ประกอบสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันกับสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ดังที่ผู้วิจัยนำเสนอ ดังนี้

5.1.1 ชื่อบัญชีผู้ใช้ : กลุ่มของตัวอักษรแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์

ชื่อบัญชีผู้ใช้ หรือ “แอคเคาท์ทวิต” ถือว่าเป็นสิ่งแรกในการแนะนำตัวเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน จากการศึกษาผ่านผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมด พบว่าชื่อบัญชีผู้ใช้นั้นมักเป็น “นามแฝง” โดยผู้วิจัยสามารถรวบรวมชื่อบัญชีผู้ใช้ได้เป็นกลุ่มต่างได้ 6 กลุ่ม ดังนี้ 1) ชื่อภาษาไทย (ตาราง 4) 2) ชื่อภาษาอังกฤษ (ตาราง 5) 3) ชื่อเพื่อบอกถึงรสนิยมทางเพศ (ตาราง 6) 4) ชื่อจากลักษณะทางกายภาพ (ตาราง 7) 5) ชื่อจากสถานศึกษา (ตาราง 8) 6) ชื่อจากอาชีพ (ตาราง 9) ดังตารางผลการศึกษาต่อไปนี้ ตามลำดับ

ตาราง 4 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อภาษาไทย

กลุ่มชายรักชาย	ตัวอย่างชื่อบัญชีผู้ใช้
1. ชื่อภาษาไทย	แจ็ก/ต่าย/ไมค์/เตชิน/คิง/เป็ดมีไ้เียด/□แอบเสียวควย/สายหิ้น/พล

ที่มา : โดยผู้วิจัย

โดยชื่อภาษาไทยที่ปรากฏนั้นมักเป็นคำ หรือกลุ่มคำที่แสดงออกถึงความต้องการที่จะนำเสนอตัวตนได้ดำนนั้น ๆ อาทิ การมีรสนิยมทางเพศเป็นรุก หรือการใช้ชื่อล้อลงจริง ๆ รวมทั้งมีการใช้สรรพนามแทนอวัยวะเพศเพื่อมาเป็นชื่อประจำตัว

ตาราง 5 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อภาษาอังกฤษ

กลุ่มชายรักชาย	ตัวอย่างชื่อบัญชีผู้ใช้
2. ชื่อภาษาอังกฤษ	P/Oat/M/U/mai/chai/Teenutt/NeosizeXL VIP/LoveLittleCat/Jack/ kevin0713/ CNXTop/dimond

ที่มา : โดยผู้วิจัย

จากการลงพื้นที่พบว่า กลุ่มชายรักชายนิยมใช้นามแฝงในการสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งทั้งหมดสะท้อนกับความต้องการในแต่ละบุคคล เช่น การใช้ชื่อภาษาอังกฤษนั้น ทำให้สามารถสื่อสารกับชาวต่างชาติได้โดยสะดวก ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“ผมใช้ชื่อภาษาอังกฤษที่ ผมชอบเกย์ได้ห้วน เกย์ได้ห้วนเค้าเล่นเยอะ เค้าน่ารัก ผมพิมพ์อึ้ง (ภาษาอังกฤษ-ผู้วิจัย) ได้ ตอนนี้เรียนนานาชาติไง เลยใช้ให้เป็นประโยชน์ (หัวเราะ) เคยคุย เคยได้นะ เค้ามาก็มาหา มาเที่ยวสนุกกัน ทั้งฝรั่งทั้งได้ห้วน แถมผมยังได้ภาษาจีนด้วย เค้าสอนให้ ... แต่ไม่คบเป็นแฟนนะ เพราะหวัง ไม่อยากจะให้ใครได้ของเรา ง่ายๆ ไม่อยากมีแฟนในนี้ มันสมัครง่าย นัดเจอง่าย ผมไม่

อยากมีแฟนที่นั่นคนอื่นอีก”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณC, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 กรกฎาคม 2563)

ตาราง 6 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อเพื่อบอกถึงรสนิยมทางเพศ

กลุ่มชายรักชาย	ตัวอย่างชื่อบัญชีผู้ใช้
3. ชื่อเพื่อบอกถึงรสนิยมทางเพศ	Bii/Master/คิง/BM./Bi Top 8.5/HDSMZ/(รุก/รับ)เพียวเพียว/Nine_bdsm/ชายแท้แมนๆ/anonymous/ รับงานทุกประเภท/SuperKuayXL/ชื่อ บอล เป็นมาสเตอร์/ได้หมดไม่เล่นไฮครับ/asiaboybutt/bimanmun32

ที่มา : โดยผู้วิจัย

ในส่วนของกลุ่มชายรักชายที่ใช้ชื่อเพื่อบอกถึงรสนิยมทางเพศพบว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยคิดเห็นว่า

“จะได้มีคนให้นัดเยอะ เพราะ Group sex หรือ จัดหมู่ ที่ร่วมเพศกันเกิน 2 คน มันคือรสนิยมประเภทหนึ่ง บางคนชอบ 3-5 คนก็เยอะแล้ว แต่ผม 20 คน+ (มากกว่า 20 คน-ผู้วิจัย) ทำไม่ถึงเยอะ ไม่ใช่เหตุผลเรื่องเงิน แต่เป็นเพราะความหลากหลาย รุกได้รับหลายคน รับได้โดนรุกหลายคนแล้วผมก็ไม่น้อย (น้อยใจ-ผู้วิจัย) นะ ถ้าไปตีว (ตกลง-ผู้วิจัย) นอกกรอบแล้วไม่มาหมู่อีก สิทธิของทุกคน ทุกคนสนุกผมโอเค”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณN, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2563)

ตาราง 7 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อจากลักษณะทางกายภาพ

กลุ่มชายรักชาย	ตัวอย่างชื่อบัญชีผู้ใช้
4. ชื่อจากลักษณะทางกายภาพ	พีหมี/หมี/BEARMODE/GYL top 0.97% OF/Hamburger bear/bearbadboy/SuperKuayXL

ที่มา : โดยผู้วิจัย

กลุ่มชายรักชายที่ใช้ชื่อจากลักษณะทางกายภาพ เช่น “พีหมี” หมี ที่มีลักษณะทางกายภาพรูปร่างใหญ่ ความอ้วนของเกย์หมีมักไม่ทำให้เกิดอาการอึดอัดเหมือนอย่างคนอ้วนทั่วไป โดยชื่อที่สะท้อนลักษณะทางกายภาพมักถูกนำไปผูกโยงกับลักษณะทางกายภาพที่ผู้วิจัยได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 หน้า อาทิ ชายรักชายที่มีลักษณะหมี (Bear) หมายถึง ชายรักชายที่มีรูปร่างลักษณะใหญ่แต่มีการเล่นกล้ามจนมีลักษณะคล้ายหมี ที่สำคัญในร่างกายจะมีขนจำนวนมาก (Kevin Laddapong, 2019) หรือชายรักชายที่มีลักษณะกำยำล่ำสัน (Stocky) หมายถึง ชายรักชายที่มีรูปร่างลักษณะอวบอ้วน เป็นต้น อีกทั้งมีการนำเสนอภาพแทนอวัยวะเพศมาร่วมประติษฐ์เป็นชื่อเพื่อใช้ในการนำเสนอตัวตนอีกด้วย อาทิ SuperKuayXL เป็นต้น

ตาราง 8 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อจากสถานศึกษา

กลุ่มชายรักชาย	ตัวอย่างชื่อบัญชีผู้ใช้
5. ชื่อจากสถานศึกษา	Mornor/เด็ก KU/CU Master/Dek CU/Beamcu/gusto_cu/cufuckoff/ /MornorMidnight/BUUชอบโพน/D4RKRRANGSIT

ที่มา : โดยผู้วิจัย

หรือในกลุ่มชายรักชายที่ใช้ชื่อจากสถานศึกษา โดยชื่อดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับบัญชีผู้ใช้ ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“ผมเรียนคณะแพทยอยู่ที่จุฬาฯ สะดวกดีนะครับ หลายคนเค้าใช้กันเหมือนเราจะเห็นเด็ก คลิปเด็กใส่ชุดนักเรียนดัง ๆ เหมือนพวกโรงเรียนสวนกุหลาบ โรงเรียนเซนต์คาเบรียล เรียนจุฬา เกษตร มช. มันช่วยให้คนกดหัวใจเยอะนะ ติดตามเยอะด้วย ผมคิดว่าผมก็เรียนอยู่ ไม่ผิดนะ เลยเอามาตั้งชื่อ คนก็ติดตามเยอะนะ ทักมาเยอะเลย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณL, ผู้ให้สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม 2563)

“ชื่อผมใช้ชื่อมหาลัยนะ มันจะได้เจาะว่าผมอยู่แถวนี้เรียนที่นี่ ถ้าอยากตีว
(ตกลง-ผู้วิจัย) อยากคุยจะได้เผื่อนัดเจอเลย ผมไม่ชอบคุยกับคนไกลกันพี่ ชี้เกียจ
รอ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2563)

ตาราง 9 ตารางแสดงตัวอย่างบัญชีผู้ใช้ : ชื่อจากอาชีพ

กลุ่มชายรักชาย	ตัวอย่างชื่อบัญชีผู้ใช้
6. ชื่อจากอาชีพ	ทหารเงียน/เียดทหาร/MedCU/ใบรูกเฮอร์ชั่นเทพ#Engineer dark side/ไบแมนช่าง เซอร์ๆ/ผู้กองเอ็นอุ่นดันเสียว/ดร.หิน กามถาวร

ที่มา : โดยผู้วิจัย

รวมทั้งกลุ่มที่นำเอาอาชีพมาเป็นชื่อบัญชีผู้ใช้ ด้วยเหตุผลบางประการ ดังตัวอย่างคำกล่าว
ของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“ชื่อจะบอกน้องได้น้องอยู่ในกลุ่มไหน แบบไหน จะได้ง่ายในการนัดหรือ
ว่า DM (ข้อความส่วนตัว-ผู้วิจัย) พี่ชอบทหารคนใส่ชุดทหารพี่ก็เป็นทหารเลยใช้ชื่อ
แบบนี้ง่ายดี”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณG, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2563)

ในประเด็นของบัญชีผู้ใช้แสดงให้เห็นว่าทวิตเตอร์เปิดโอกาสให้กลุ่มชายรักชายสามารถสร้าง
ตัวตน นำเสนอตัวตน และเปิดเผยตัวตน ได้ตามที่ตนเองต้องการ ผ่านการตั้งชื่อและให้ความหมาย
ด้วยตนเอง ซึ่งความหมายสามารถอ้างอิงจากชุมชนหรือกลุ่มที่ตนเองสนใจ เพื่อประโยชน์ในการสร้าง
ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกันในอนาคต

อีกประเด็นที่น่าสนใจคือที่ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณC กล่าวว่า “อยากมีความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทาง
อารมณ์ (คู่นอน หรือ ความสัมพันธ์คินเดียว หรือในปัจจุบันเรียกว่าเพื่อนที่มีผลประโยชน์ต่อกัน –
Friends With Benefits: F.W.B.) กับบุคคลในทวิตเตอร์ แต่ไม่อยากมีความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทาง
จิตใจ (แฟน คู่รัก หรือคู่ชีวิต) จากทวิตเตอร์” ประเด็นนี้เป็นข้อสังเกตว่าความสัมพันธ์ในทวิตเตอร์

อาจไม่สามารถสานต่อในระยะยาวได้ หรือหากสานสัมพันธ์ระยะยาวได้อาจเกิดความไม่ไว้วางใจระหว่างกัน จึงทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ C เลือกที่จะใช้ทวิตเตอร์เพียงค้นหาความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ รวมทั้งเพื่อต้องการพัฒนาศักยภาพตนเอง มากกว่าการใช้ทวิตเตอร์เพื่อค้นหาความสัมพันธ์ระยะยาว ทว่ากรณีผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ C ก็ไม่อาจอนุมานได้ว่าชายรักชายส่วนใหญ่ หรือทั้งหมดในพื้นที่ทวิตเตอร์เห็นด้วย คล้อยตาม เพราะผู้วิจัยพบกรณีที่ชายรักชายสามารถมีความสัมพันธ์ระยะยาวได้ ซึ่งจะกล่าวในส่วนต่อไป

ข้อบัญญัติผู้ใช้จากการฝังตัวสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้อีกกว่า ในกรณีชื่อภาษาไทย ภาษาอังกฤษ มักมีการใช้ชื่อจริงแฝงไว้ด้วยเช่นกัน การใส่ชื่อหรือพยัญชนะตัวใดตัวหนึ่งไว้ในบัญชีผู้ใช้นั้นเปรียบเสมือนตัวแทนแห่งตัวตนของเจ้าของบัญชีผู้ใช้ รวมทั้งการใช้ชื่อย่อ สัญลักษณ์บางอย่างยังช่วยให้ปกปิดตัวตนจริง อีกทั้งยังปลูก กระตุ้น ความต้องการในการสร้างสัมพันธ์กับบัญชีผู้ใช้อื่น ๆ เพิ่มเติมอีกด้วย และจากผลการศึกษาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าทวิตเตอร์มีส่วนช่วยให้ผู้ใช้ทุกรายสามารถสร้างตัวตน นำเสนอตัวตน และเปิดเผยตัวตนตามที่ตนเองต้องการ โดยไม่จำเป็นต้องว่าตัวตนจะต้องคงอยู่เสมอ สามารถสลับไปมาได้ตามแต่ใจของผู้ใช้รายนั้นปรารถนา และสามารถเปลี่ยนได้ตลอดเวลา โดยไม่มีข้อจำกัดหลังการเปลี่ยนเหมือนในกรณีของเฟซบุ๊กที่กำหนดว่าหลังจากการเปลี่ยนในครั้งหนึ่ง ๆ ห้ามเปลี่ยนชื่อบัญชีอีกภายใน 60 วัน

ในส่วนต่อไป ผู้วิจัยจะนำเสนอผลของภาพหน้าปก ซึ่งส่วนนี้เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการสร้างบัญชีผู้ใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน

5.1.2 ภาพหน้าปก : อีกหนึ่งตัวช่วยในการสร้างตัวตน

ภาพหน้าปกมักถูกใช้เพื่อสร้างตัวตนและนำเสนอตัวตนของเจ้าของบัญชีรายชื่อผู้ใช้จากข้อมูลของผู้เข้าร่วมวิจัย พบว่า ภาพที่ถูกใช้เป็นภาพหน้าปก สามารถจัดประเภทได้ 3 ประเภทด้วยกัน โดยเรียงจากมากไปหาน้อย ได้ดังต่อไปนี้ 1) ภาพถ่ายกามกิจ 2) ภาพถ่ายตนเอง 3) ภาพถ่ายอื่น ๆ

ข้อมูลจากผู้เข้าร่วมวิจัยมากกว่าครึ่งใช้ภาพกามกิจเป็นภาพหลักของในภาพหน้าปกของบัญชีผู้ใช้ รองลงมาใช้ภาพตนเอง รวมทั้งภาพทิวทัศน์ตามลำดับ

โดยสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่า ภาพถ่ายตนเองกลับเป็นภาพถ่ายเปลือยส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นการเปลือยร่างกายท่อนบน หรือในส่วนของท่อนล่าง ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

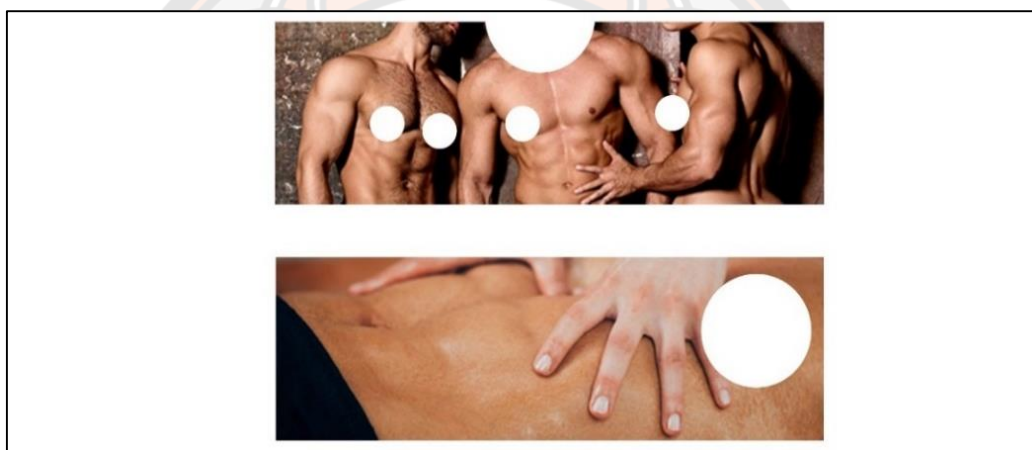
“ภาพที่ใช้เป็นภาพค_ยของผมเอง ผมอยากให้คนที่จะมาติดตามรู้ว่าผมเป็นไบ และผมจะตีว (ตกลง-ผู้วิจัย) รัปได้ง่ายขึ้น ภาพก่อนหน้านี้นี้จะเป็นภาพผมเองถ่ายกับวิวทะเล แต่ผมเปลือยหน้านะ ให้ติดหน้าอกชัด ๆ มันต้องขายของ (หัวเราะ)”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563)

“ก็เอาไว้ดูคลิป เอาไว้เน็ตดู ก็ต้องใช้รูปที่มันโชว์ของ จะให้ลงรูปบัตร
นักศึกษาหรือ (หัวเราะ) พวกครูจะได้ชอบ หรือน้องไม่ชอบ (หัวเราะ)”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณS, ผู้ให้สัมภาษณ์, 28 พฤษภาคม 2563)

รวมทั้ง กลุ่มชายรักชายมักใช้ภาพหนึ่งที่สอดคล้องกันกับรสนิยมทางเพศในการติดต่อสื่อสาร
ระหว่างกัน และมักใช้ลักษณะทางกายภาพ ในที่นี้คือ ‘รูปร่างลักษณะ’ มาประกอบบนชื่อบัญชีผู้ใช้
ตัวอย่างเช่น ภาพถ่ายกามกิจ (ดังภาพที่ 7 ด้านล่าง) และ ภาพถ่ายตนเอง (ดังภาพที่ 8 ด้านล่าง)



ภาพ 7 ลักษณะภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพปก : ภาพถ่ายกามกิจ

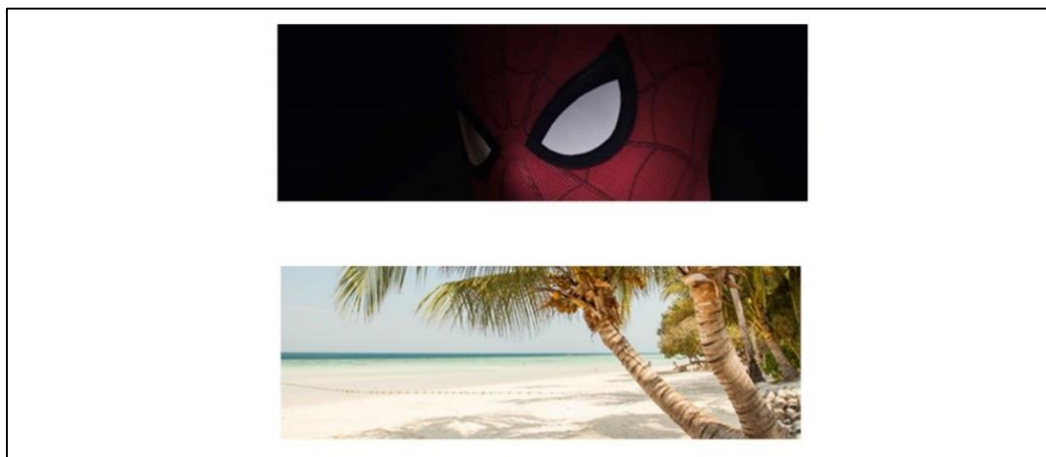
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 8 ลักษณะภาพถ่ายที่ใช้เป็นภาพปก : ภาพถ่ายตนเอง

ที่มา : โดยผู้วิจัย

และสุดท้ายคือภาพอื่น ๆ ซึ่งมักประกอบด้วย ภาพการ์ตูน ภาพทิวทัศน์ ภาพกราฟิกต่าง ๆ ดังตัวอย่างในภาพที่ 9 (ด้านล่าง)



ภาพ 9 ลักษณะภาพที่ใช้เป็นภาพปก : ภาพอื่น ๆ

ที่มา : โดยผู้วิจัย

ส่วนของภาพหน้าปก พบว่าภาพที่ชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน มักใช้ภาพถ่ายที่เกี่ยวข้องกับกามกิจเป็นภาพหน้าปก โดยลักษณะของภาพเกี่ยวข้องกับการร่วมเพศ การทำรักด้วยปาก (oral sex) และภาพอุปกรณ์ที่ใช้ร่วมเพศ (sex toys) เครื่องเพศต่าง ๆ เช่น อวัยวะเพศ ทวารหนัก เป็นต้น ส่วนภาพถ่ายตนเองมักเป็นภาพถ่ายส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย เช่น หน้าท้อง หน้าอก ใบหน้า ไหล่ กัน และในกรณีของภาพทิวทัศน์ จะเป็นภาพที่สามารถค้นหาได้จากอินเทอร์เน็ตทั่วไป ซึ่งอาจสะท้อนกับจังหวัดหรือพื้นที่ ๆ เจ้าของบัญชีทวิตเตอร์อาศัยอยู่ตามที่ตนเองใส่สัญลักษณ์ไว้เพื่อรอกการตีความจากผู้อื่น

ในส่วนต่อไป ผู้วิจัยจะนำเสนอผลของภาพประจำตัวของผู้เข้าร่วมวิจัยให้มีความสำคัญนอกเหนือจากภาพสวย หรือนายแบบหล่อ เพราะสิ่งที่สำคัญคือภาพต้องแสดงวัตถุประสงค์แห่งการสื่อสาร

5.1.3 ภาพประจำตัว : ภาพตัวแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์

ภาพประจำตัวของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ข้อมูลจากผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมดพบว่า ภาพที่ถูกใช้เป็นภาพประจำตัวพบ 3 ประเภทด้วยกัน โดยภาพที่ใช้มากที่สุดคือ 1) ภาพถ่ายเรือนร่างและหรือภาพเปลือย รองลงมา 2) ภาพถ่ายใบหน้าตนเอง และ 3) ภาพอื่น ๆ ตามลำดับ จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกันระหว่างภาพหน้าปก ที่ผู้เข้าร่วม

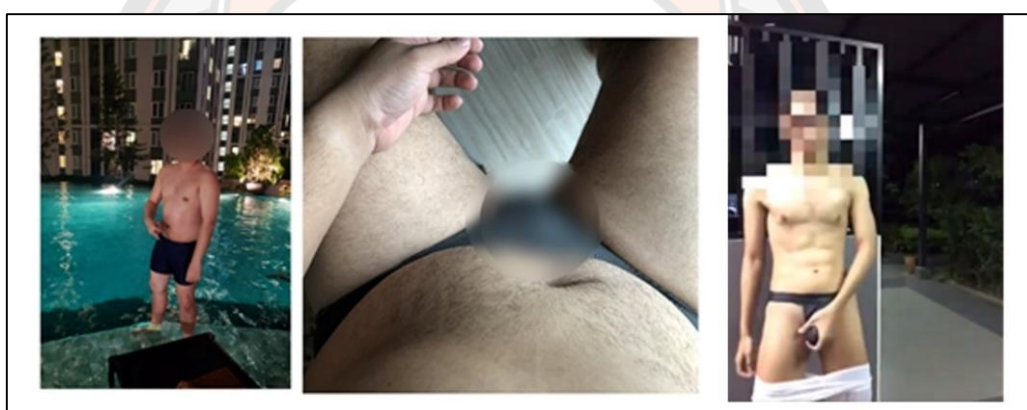
วิจัยใช้เป็นภาพถ่ายกิจกรรมกิจและภาพถ่ายตนเอง ซึ่งทั้งสองแสดงให้เห็นถึงความต้องการในการสื่อสารของผู้ใช้แต่ละรายว่ามีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารอย่างไร

1) การใช้ภาพเรือนร่างและหรือภาพเปลือยได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มชายรักชาย ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“ผมไม่เคยใช้รูปตัวเองเลย เพราะไม่ชอบอะ ผมมีทวิตเตอร์ 2 อัน อันนึงไว้ใช้ทั่ว ๆ ไป อีกอันนึงไว้ดูคลิปบ้าง นัด_ดบ้าง เลยไม่อยากให้มันซ้ำกัน ไม่อยากให้ใครรู้ว่าเราเป็นเกย์”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2563)

ดังตัวอย่างภาพประกอบที่ 10 (ด้านล่าง)



ภาพ 10 ลักษณะภาพที่ใช้เป็นภาพประจำตัว : ภาพถ่ายเรือนร่างและหรือภาพเปลือย
ที่มา : โดยผู้วิจัย

เนื่องจากทวิตเตอร์ยังคงตอกย้ำภาพของการสร้างตัวตน นำเสนอตัวตน และเปิดเผยตัวตนตามที่ตนเองปรารถนา รวมทั้งทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ชนิดหนึ่ง ที่มีจุดเด่นเรื่องการใช้สามารถแบ่งปันภาพต่าง ๆ ได้โดยไม่มีการปิดกั้น หรือการรายงานความไม่เหมาะสม

จากตัวอย่างคำสัมภาษณ์ข้างต้นจะพบว่ากลุ่มชายรักชายจะมีบัญชีผู้ใช้มากกว่าหนึ่ง โดยทุกบัญชีจะไม่มีมีความเกี่ยวข้องกัน เป็นผลมาจากการที่สังคมไม่ยอมรับการเป็นชายรักชาย หรือหากยอมรับก็เป็นเพียงกันยอมรับให้อยู่ในสถานะของชายรักชายที่เป็นชายรักชาย ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับการร่วมเพศ กิจกรรมทางเพศ หรือ การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์ระหว่างกัน ถึงกระนั้นก็ยังมิชายรักชายอีกส่วนหนึ่งที่คิดว่าทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชีวิตทั้งการนั่งรถร่วมเพื่อน การค้นหาเพื่อน การหางาน การติดตามข่าวสารสามารถเกิดขึ้นในบัญชีเดียวกันได้ จึงใช้ภาพส่วนตัวร่วมกับภาพเครื่องเพศ

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า โดยปกติแล้วการสื่อสารระหว่างบุคคล คู่สนทนาสามารถสื่อสารด้วยข้อความและภาพประกอบต่าง ๆ ได้ แต่ในกรณีพื้นที่ทวิตเตอร์ ผู้ใช้จำนวนมากนิยมสื่อสารผ่านการใช้ “ภาพเครื่องเพศ” หรือ ภาพโป๊เปลือย เพื่อสื่อสารระหว่างกัน ทั้งภาพปกและภาพประจำตัวจะพบว่า ทั้งสองส่วนมีความสอดคล้องกัน และภาพดังกล่าวทำหน้าที่กระบอกเสียงในการสื่อสารว่าผู้ใช้รายนั้น ๆ มีความประสงค์เพื่ออะไร ยิ่งไปกว่านั้น หากนำมามองผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิม หรือ GCDCTA model ดังที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปในบทที่ 2 (หัวข้อ 3.2 แนวคิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตน) จะพบว่าประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเพศ เครื่องเพศมักเกิดขึ้นเมื่อบุคคลเกิดความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ประเด็นนี้เองจึงทำให้เกิด “การลัดวงจร” ของการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในบริบททวิตเตอร์หรือไม่

2) ภาพที่กลุ่มชายรักชายนิยมใช้เป็นอันดับที่สองคือ ภาพใบหน้าที่ตนเอง ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมวิจัยที่ว่า

“เอาจริง ๆ นะทวิตเตอร์มันไม่ต่างจากเฟซบุ๊ก ใจคืออะไรเลย มันเป็นสังคมออนไลน์หนึ่ง ๆ นี่แหละ แค่ว่าทวิตเตอร์มันมีลักษณะพิเศษอะไรสักอย่างที่ทำให้เราสามารถโจรค์_y แล้วใช้นัด_e ได้ คิดดูเล่น ๆ ว่าเราใช้มันตามข่าวการเมือง ดารา เกาหลี นัด_e ครอบในแอปเดียว ทำไมเราถึงจะไม่ใช้กัน”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณA, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2563)

ดังตัวอย่างภาพประกอบที่ 11 (ด้านล่าง)

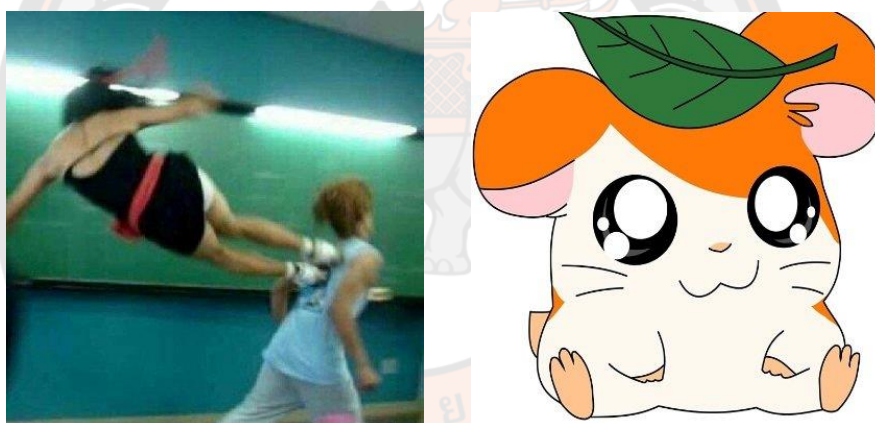


ภาพ 11 ลักษณะภาพที่ใช้เป็นภาพประจำตัว ภาพถ่ายใบหน้าตนเอง

ที่มา : โดยผู้วิจัย

จากคุณลักษณะของทวิตเตอร์ และระเบียบที่ทวิตเตอร์ตั้งขึ้นส่งผลให้กลุ่มชายรักชายมักนำเสนอตัวตน เปิดเผยตัวตนตามที่ตนเองปรารถนา ซึ่งการใช้ภาพนั้นมักใช้ภาพนิ่งที่สอดคล้องกันกับข้อบัญญัติในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน และมักใช้ลักษณะทางกายภาพ ในที่นี้คือรูปร่างลักษณะมาประกอบบนข้อบัญญัติผู้ใช้ รวมทั้ง จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เพิ่มเติม พบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยมักใช้ภาพอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายเป็นภาพประจำตัว โดยสามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ว่าเป็นภาพของสัดส่วนในร่างกายที่ผ่านการออกกำลังกาย เช่น หน้าอก หน้าท้อง แขนงกล้ามเนื้อรูปตัววีหรือวีไลน์ (V-line) รุทวาร แก้มก้น อวัยวะเพศ ส่วนกรณีภาพหน้าตนเองจะผ่านการเบลอ ให้เหลือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง เช่น ดวงตา เป็นต้น

3) ภาพอื่น ๆ มักเป็นภาพการ์ตูน ที่สะท้อนตัวตนของผู้เป็นเจ้าของบัญชีผู้ใช้ ดังตัวอย่างภาพประกอบที่ 12 (ด้านล่าง)



ภาพ 12 ลักษณะภาพที่ใช้เป็นภาพประจำตัว : ภาพอื่น ๆ
ที่มา : โดยผู้วิจัย

ในส่วนของภาพประจำตัว พบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมดจะใช้ภาพเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในส่วนของกิจกรรมทางเพศระหว่างกันทั้งสิ้น แม้ว่าภาพที่ใช้ในการสื่อสารระหว่างกันจะแสดงให้เห็นสุนทราภรณ์ถึงรสนิยมหรือความต้องการของเจ้าของบัญชี แต่นั่นเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น เพราะการสร้างความสัมพันธ์นั้นจำเป็นต้องเริ่มจากการสนทนาและตกลงระหว่างกัน โดยทั้งหมดนั้นผู้วิจัยจะกล่าวในส่วนหลังต่อไป

ในส่วนต่อไปนั้น ผู้วิจัยจะนำเสนอผลของประวัติ (Bio) ซึ่งทำหน้าที่เป็นคำอธิบาย ระเบียบข้อตกลงบางประการระหว่างกัน

5.1.4 คำอธิบาย : ตัวช่วยในการแนะนำตัวตน

ประวัติ (Biography - Bio) โดยคำอธิบายของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน เปรียบเสมือนเป็นคำนิยาม ข้อตกลง กติกา หรือการแนะนำตัวก่อนเริ่มในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันมักมีคำแนะนำ ประวัติ รสนิยมทางเพศ หรือข้อจำกัดบางอย่างที่ต้องการบอกหรือสื่อสารให้แก่บัญชีผู้ใช้อื่น ๆ ในการทำความเข้าใจ ซึ่งตลอดวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะเรียกประวัติว่า “คำอธิบาย (Bio)”

จากการลงพื้นที่พบว่าในกลุ่มของคำที่ใช้ในการสื่อสารในส่วนของคำอธิบาย (Bio) สามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) คำหรือข้อความที่บอกรสนิยมทางเพศ 2) คำหรือข้อความที่บอกถึงกฎข้อบังคับ หรือข้อจำกัด 3) คำหรือข้อความที่บอกถึงพื้นที่ที่ชายรักชายคนนั้นอาศัยอยู่ อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัยมักใช้คำหรือข้อความทั้ง 3 ประเภทร่วมกัน ดังผลในตาราง 10 11 12 ต่อไปนี้

ตาราง 10 ตารางแสดงประวัติ (Bio) ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ : ประเภทคำหรือข้อความที่บอกรสนิยมทางเพศ

ตารางแสดงประวัติ (Bio) ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ : ประเภทคำหรือข้อความที่บอกรสนิยมทางเพศ
รับ หมี ขี้เจียน นิด เดียว หมู่ safety first
คุยได้ ทัก เจียน
ใส่ใส่คุยได้ รับ รุก ได้หมด
รับได้ รุกได้
เจียนทัก..... ภายนอกนะ นิดได้ภายนอก
24 174 69 ไบรูก ชอบเย็ดทหาร อยากเย็ดกันทักมาครับ
นายหรือทาส อยากเล่นอยากลองก็จัด dm มา
ตัวเล็ก_ดก่ง ขี้เจียน k 7.5 สนใจสินค้า ป๊อปเปอร์ วิ่ง เสียว มัน ทักได้เลย
นายหรือทาส อยากเล่นอยากลองก็จัด dm มา
ตี ใส่แว่น นิดได้ DM มาครับ
อย่าแหกผมเลย มา_ดกันดีกว่า

ที่มา : โดยผู้วิจัย

ตาราง 11 ตารางแสดงประวัติ (Bio) ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ : คำหรือข้อความที่บอกถึงกฎข้อบังคับ หรือข้อกำหนด

ตารางแสดงประวัติ (Bio) ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ : คำหรือข้อความที่บอกถึงกฎข้อบังคับ หรือข้อกำหนด
เอาไว้อดคลิป นิดได้
แมน ๆ ไม่เปิดเผย มีเมีย (ทหารผมเคยเป็นแต่ตอนนี้ไม่ได้เป็นแล้วคับ) อ่านก่อนถาม
ด้านมืด ความลับ ทักทาย คุยกันคับ
safe /no drugs /fun only
ดมโป๊ป ล้อคค_ย ก็เนียนสิครับ อ่านนก่อน
#รับ #Bottom #OnPrep หารุก/ใบคุยกัน ไม่เล่นยาและสารเสพติดทุกชนิด
รับครับ เกย์อายุเยอะ

ที่มา : โดยผู้วิจัย

ตาราง 12 ตารางแสดงประวัติ (Bio) ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ : คำหรือข้อความที่บอกถึงพื้นที่ที่ชายรักชายคนนั้นอาศัยอยู่

ตารางแสดงประวัติ (Bio) ของผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ : คำหรือข้อความที่บอกถึงพื้นที่ที่ชายรักชายคนนั้นอาศัยอยู่
เจียนนัดได้ พิดโลก พิจิตร ไม่สด ไม่ยา ไม่แก ไม่สาว อ่านก่อนนัด
เกย์กำแพงเพชรคับ

ที่มา : โดยผู้วิจัย

หนึ่งในผู้เข้าร่วมวิจัยกล่าวว่า

“พี่แก่แล้ว ไม่มีใครอยากนอนกับคนแก่หรอก พี่ไม่ได้สนใจแค่นอนนะ แต่อยากเจอคนที่ชอบคนแก่ พี่จะรู้สึกโล่งใจว่าโลกน่าอยู่ แล้วคิดดูพี่ชอบเล่นอุปกรณ์ด้วย เป็นคนแก่ด้วย ชอบสาวเสียบด้วย เป็นคนแก่ที่เป็นเกย์ในสังคมนี้ มันไม่ง่ายเลยนะ ยังดีมีทวิตเตอร์ช่วยให้หายเหงาบ้าง”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ G, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2563)

ส่วนหนึ่งของบทสัมภาษณ์พบว่า คำอธิบาย (Bio) ของทวิตเตอร์ช่วยให้กลุ่มอายุที่ไม่เป็นที่ยอมรับ สามารถเปิดเผยตัวตน รวมทั้งสานสัมพันธ์กับบุคคลอื่นที่มีรสนิยมทางเพศเหมือนกันให้เจอกันได้ง่ายขึ้น รวมทั้งยังช่วยให้กลุ่มชายรักชายในช่วงอายุที่ไม่ได้รับความนิยมนั้นสามารถสร้างพื้นที่ของตนเองในการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนที่ร่วมอายุเดียวกันได้อีกด้วย ซึ่งผู้เข้าร่วมวิจัยใช้คำอธิบาย (Bio) เพื่ออธิบายลักษณะและความประสงค์ของตนเอง เช่น รสนิยมทางเพศ อายุ น้ำหนัก ข้อตกลงเบื้องต้นต่าง ๆ รวมทั้งช่องทางอื่น ๆ ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เพื่อทำความเข้าใจระหว่างกันก่อนจะติดต่อสื่อสารผ่านข้อความส่วนตัวระหว่างกัน ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“เพราะถ้าไม่อ่านแล้วทำตามข้อกำหนดจะถูกแบนทันที ร้าคาญ ถามอยู่ได้ ว่ารุกรับ ก็เขียนบอกแล้ว ผมบอกเลยนะถ้าไม่มีรูปผมไม่คุย มันเป็นกฎของผมเอง ใครอยากคุย อยากเจอ ต้องส่งรูป เหมือนสวยเหมือนเลือกได้นะ (หัวเราะ)”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ D, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2563)

พบว่าคำอธิบาย (Bio) นั้นเป็นเสมือน การเปิดเผยตัวตน ซึ่งเป็นการนำเสนอตัวตนรูปแบบหนึ่ง ในการนำเสนอตัวตนเพื่อใช้ในการสื่อสารกับผู้ใช้คนอื่น ๆ โดยการตั้งค่าประวัติส่วนตัวเป็นขั้นแรกในการทำความรู้จัก หรือการเปิดเผยตัวตนต่อสังคมชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ ผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ข้างต้น และในส่วนต่อไปจะเป็นการเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารแบบสองทางผ่านช่องสนทนาส่วนบุคคล ในส่วนนี้จะเป็นส่วนของการเริ่มต้นสนทนาระหว่างกันเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์และพัฒนาความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดต่อไป ในประเด็นต่อไปผู้วิจัยจะนำเสนอคุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ประการต่อมาคือ การเข้าถึงได้ง่าย (A - Approachable) ผ่านแฮชแท็กที่สามารถพาผู้ใช้นั้น ๆ ไปถึงตัวบทที่ต้องการได้ ดังต่อไปนี้

A ลำดับที่ 2 : เข้าถึงได้ง่าย (A - Approachable)

ทวิตเตอร์เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายดาย เพียงแค่สมัครเข้าเป็นสมาชิก (ตั้งขั้นตอนการสมัครในหน้าที่ 6 หัวข้อ 1.3 ภาพรวมของทวิตเตอร์) ก็สามารถเข้าใช้ได้ทันที ซึ่งในกรณีชายรักชายหลังจากสมัครเป็นที่เรียบร้อยแล้วก็จะเริ่มค้นหาความสัมพันธ์กับชายรักชายอื่นผ่านการเข้าถึงตัวบทหรือการเข้าถึงเนื้อหาที่ผู้ใช้แต่ละรายสนใจ มักมีจุดเริ่มต้นจากการค้นหาชื่อย่อคำ หรือแฮชแท็ก (hashtag) หรือวลีสั้น ๆ ตามที่ตนเองสนใจเพื่อที่จะนำตนเองผ่านบัญชีผู้ใช้ให้ไปเจอกับบุคคล กลุ่มบุคคล กลุ่มรสนิยมทางเพศตามที่ตนเองสนใจ จากการลงพื้นที่พบว่ามีย่อยจำนวนมากที่ใช้แฮชแท็กในการรวมกลุ่มเนื้อหา ยิ่งไปกว่านั้นเป็นการสร้างชุมชนเสมือนระหว่างกัน โดยแฮชแท็กที่ใช้นั้นมีตัวอย่างดังนี้ #เย็ดเด็ก #เช็กหมู #BDSM #ไฮ #เคอร์รี่ #kerry #ทาส #daddy #แตกนอก

#สอตุรุ #ปั้ม #มน #CU #ยสตน #สค #bears #men #love #muscle เป็นต้น จากการติดตาม แอชแท็กข้างต้นทำให้ผู้วิจัยก้าวเข้าไปพบกลุ่มสนิยมทางเพศที่หลากหลายจำนวนมาก อาทิ กลุ่มคน อวบ กลุ่มหมี กลุ่มบีตีเอสเอ็ม (BDSM) กลุ่มใช้อุปกรณ์ กลุ่มหมู่ กลุ่มสาวเสียบ กลุ่มผู้ชอบผู้มีอายุ (sugar daddy) กลุ่มร่วมเพศภายนอก กลุ่มชอบร่วมเพศร่วมกับสารคัดหลั่ง กลุ่มการเกิดอารมณ์เพศ จากสิ่งเฉพาะ (fetishism, sexual fetishism) กลุ่มชอบมีกิจกรรมทางเพศในพื้นที่สาธารณะ กลุ่ม ชอบการร่วมเพศประกอบการใช้สารเสพติด เป็นต้น

กลุ่มข้างต้นเป็นการรวมกลุ่มตามเนื้อหาที่ตนเองสนใจผ่านการใช้แอชแท็ก โดยเริ่มจากความ ต้องการระดับปัจเจก สู่การรวมตัวเป็นกลุ่มย่อย ๆ และรวมเป็นชุมชนใหญ่แบบหลวม ๆ ทั้งภายใน ทวิตเตอร์และภายนอก ซึ่งสอดคล้องกับการรวมตัวจนกลายเป็นชุมชนเล็ก ๆ ของผู้มีความสนใจที่ คล้ายคลึงกัน ตามแนวคิดของ Delanty (2003) ซึ่งกล่าวว่า “การเกิดชุมชนใหม่ มักมาจากภาวะการณ ฆาตและปรารถนาให้เกิดการเติมเต็มความต้องการ” โดยภาวะของการขาด นั้นสามารถอธิบายได้ว่า เป็นการขาดหายไปของการสร้าง และเปิดเผยตัวตน รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดอย่าง เปิดเผยในพื้นที่ออฟไลน์ เนื่องจากโครงสร้างแบบคู่รักต่างเพศทำให้เกิดมุมมองที่เกี่ยวข้องกับคู่ตรง ข้าม เพราะสังคมเชื่อว่าโครงสร้างแบบรักต่างเพศคือความถูกต้อง ส่งผลให้ความรักแบบเพศเดียวกัน จึงกลายเป็นความผิด

แม้ปัจจุบันจะมีความพยายามในการพัฒนาและทำความเข้าใจเรื่องความแตกต่างทั้งทาง กายภาพและจิตใจของมนุษย์ แต่โครงสร้างที่ครอบงำอยู่อย่างยาวนานก็ไม่สามารถทำให้ชุดความเชื่อ ดังกล่าวหายไป ทวิตเตอร์ที่เปรียบเสมือนโลกคู่ขนานนั้นก็ก่อตั้งชุมชนเสมือนขึ้นเพื่อสร้าง นำเสนอ และเปิดเผยตัวตน และพยายามในการแสวงหาและสร้างความสัมพันธ์กับชายรักชายอื่น ซึ่งไม่ สามารถทำได้ในพื้นที่ออฟไลน์ ซึ่ง Samakkeekarom and Boonmongkon (2011) อธิบายประเด็น นี้เพิ่มเติมว่า ในพื้นที่ออนไลน์สามารถค้นหาคู่ขนานชั่วคราวที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการทาง เพศที่เฉพาะเจาะจงได้ หรือในบางกรณีอาจบางคนแสวงหาความสัมพันธ์ระยะยาวได้อีกด้วย สิ่งหนึ่งที่ สะท้อนจากคำสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นว่าทวิตเตอร์เป็นสถานที่ในการเปิดเผยตัวตนที่หลากหลาย และสามารถสลับได้ตามความต้องการ รวมทั้งทวิตเตอร์ยังสามารถสร้างความเป็นมิตรระหว่างกลุ่ม ชายรักชายได้ โดยผู้เข้าร่วมวิจัยคนหนึ่ง กล่าวว่า

“เรามองว่า แอชแท็กในทวิตเตอร์มันช่วยให้เราเจอคนที่หลากหลาย มากกว่าแอปอื่นอะ เหมือนโกรว์ล (Growlr แอปพลิเคชันที่ออกแบบมาเพื่อชายรัก ชายที่มีหุ่นคล้ายกับหมี มีกล้ามเนื้อ อาจมีหน้าท้อง หรือในบางรายอาจลงพุง – ผู้วิจัย) เนี่ยเป็นแอปเฉพาะเลย รู้ไหมว่าชีวิตการเป็นแบบหมีหรือคนอ้วนแบบกลุ่มที่เราชอบ

หรือที่เราเป็นมันอยู่ยากมากเลยนะ ที่จะอยู่ในโลกเกย์ ๆ ทั่ว ๆ ไป แต่ทวิตเตอร์มันก็ช่วยให้เราหาได้ง่ายขึ้นมันไม่เห็นยุ่งยากตรงไหนเลย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณA, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2563)

แอชแท็ก ยังเป็นส่วนที่ช่วยให้กลุ่มคนที่มีความชอบหรือสนใจในประเด็นเดียวกันได้มาพบกัน และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน จากประเด็นดังกล่าวข้างต้นส่งเสริมให้ทวิตเตอร์กลายเป็นชุมชนหรือสังคมของผู้ที่มีความชอบหรือสนใจในลักษณะในประเด็นเดียวกัน จึงทำให้การรวมตัวในพื้นที่ทวิตเตอร์ เกิดและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากสภาพแวดล้อมหรือบริบทในพื้นที่ออนไลน์ไม่ได้เอื้อต่อการนำเสนอตัวตน และการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดโดยทั่วไป เพราะผลกระทบจากทัศนคติของโครงสร้างแบบรักต่างเพศ ดังข้อมูลที่ผู้เข้าร่วมวิจัยกล่าวเพิ่มเติมว่า

“อยากจะพูดอะ คือเราแค่รู้สึกทำไมคนหลายคนนะชอบมองว่าการนัดเยอะมันไม่ดี รู้ไหมว่าจริง ๆ แล้วการที่เรานัดมันมีอะไรมากกว่าแค่นั้นนะ เรามีเพื่อนเรามีพี่ เรามีน้อง จากตรงนี้ เราไม่เข้าใจว่าคนที่มาว่ามันไม่ดี ก็คือคนอื่นหมดเลย ทั้งที่คนอื่นไม่เคยเข้ามาใช้ คนอื่นไม่เคยเข้ามาดู คนอื่นไม่เคยเข้ามายุ่งคนอื่นไม่เคยเข้ามา แม้แต่สมัคร แต่ก็จะมีมองว่ามันไม่ดีมันมีแต่ภาพเสียหายเราอยากจะถามกลับไปเหมือนกันว่าเคยถามบ้างไหมเคยรู้สึกบ้างไหมว่าทำไมพื้นที่ของเรามันถึงไม่มี บ้างลองดูสิเหมือนข่าวที่เกิดขึ้นก่อนหน้านี้เราไปจับกันในรัฐสภาดูสิ ลองเราไปเที่ยวสักทีนึงแล้วลองแบบใส่กางเกงขาสั้นจับกันดูสิ หรือรูปถ่ายงานแต่งงานวิวดูดี อย่างนี้คุณก็ไปตาไปว่าเขา แต่พอเรามาทำในที่ของเราบ้างก็กลับมาบอกว่าที่ของเราไม่ดี มีแต่คนไม่ดีคนที่ใช้ก็ไม่ได้ เราคิดคนอื่นหรือใคร ๆ ก็ตามควรจะมีมองควรจะคิดอะไรเยอะๆ มันสำคัญมากเลยนะ เราไม่ได้ว่า เราไม่รู้ว่ามีข้อจำกัดหรือข้อกำหนดอะไรยังไง แต่รู้สึกว่ามันก็เป็นเรื่องทั่วไปมัย ผู้หญิงผู้ชายทั่วไปก็ซื้อกะหรี่ (ผู้ประกอบอาชีพขายบริการ (sex worker) – ผู้วิจัย) กันเยอะแยะ ทวิตเตอร์ไม่ใช่มีเฉพาะชายกับชาย มีทุกแบบหญิงหญิง ชายชาย ชายหญิง ชายหญิงกับสัตว์ คนกับสิ่งของ แต่ทำไมกลับมามองว่า ทวิตเตอร์เป็นชายรักชายนี่มันไม่ดี มันเลวมันบาป เราแค่สงสัย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณB, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 กรกฎาคม 2563)

จากการศึกษาพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยมักรักษาสถานภาพความสัมพันธ์ระหว่างกันไว้ โดยวัตถุประสงค์หลักก็เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกี่ยวข้องการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทั้งทางอารมณ์ และในบางคนอาจขยายไปทางจิตใจ เนื่องจากผู้เข้าร่วมวิจัยมองว่า สถานการณ์ที่เกิดขึ้นใน

ทวิตเตอร์เป็นเพียงการบริโภคสื่อที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงที่สามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศนั้นยังสามารถพัฒนาต่อไปได้เป็นเครือข่ายระหว่างกัน หรือ “คอนเนคชั่น” (connection) เช่น การชวนร่วมทำงานในบริษัท หรืองานการจัดงานกิจกรรมต่าง ๆ (event) การรณรงค์ (campaign) บางอย่างได้โดยตรง เช่น การส่งเสริมให้กลุ่มชายรักชายรับประทานยาเพร็พ (PrEP)³ หรือยาเป๊ป (PEP)⁴ การก่อตั้งกลุ่มของผู้ที่มีรสนิยมทางเพศที่คล้ายคลึงกัน เช่น กลุ่มหมี กลุ่มบีตีเอสเอ็ม (BDSM) กลุ่มใช้อุปกรณ์ กลุ่มหมู กลุ่มสาวเสียบ กลุ่มผู้ชอบผู้มีอายุ (sugar daddy) กลุ่มร่วมเพศภายนอก กลุ่มชอบร่วมเพศร่วมกับสารคดีหลัง กลุ่มการเกิดอารมณ์เพศจากสิ่งเฉพาะ (fetishism, sexual fetishism) กลุ่มชอบมีกิจกรรมทางเพศในพื้นที่สาธารณะ กลุ่มชอบการร่วมเพศประกอบการใช้สารเสพติด เป็นต้น หรือการนำเสนอที่פק ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มชายรักชายโดยเฉพาะในจังหวัดต่าง ๆ เป็นต้น

หากมองประเด็นชายรักชายในทัศนะของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ ทำให้เชื่อได้ว่าเป็นผลพวงของสังคมโครงสร้างแบบรักต่างเพศ เพราะเนื่องจากมักพบกลุ่มคนที่กล่าวคำ “ผรุสวาท” ให้กลุ่มคนรักเพศเดียวกันทั้ง “ผิดปกติ” “พวกผิดเพศ” หรือหากมีคู่รักก็มักมีคำต่อท้ายว่า “คู่รักฟักทองบด” จึงทำให้หลายครั้งเพื่อที่จะโต้แย้ง บางรายก็กลัวในการแสดงออกและโต้แย้ง รวมทั้งเหตุผลที่สำคัญก็เพราะ ทวิตเตอร์สามารถช่วยให้เจอชุดของความสัมพันธ์ ชุดของสื่อที่ตนเองสร้างและสนใจ ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“ถ้ามองในมุมมองของผม ผมว่าเราก็คืออยู่แบบนี้สบายดีแล้ว ถ้าในทวิตเตอร์เอง เป็นพื้นที่ ๆ หนึ่งที่เรารู้ใช้เพื่อความบันเทิง ผมใช้โซเชียลทุกอย่างทั้ง เฟซบุ๊ก อินสตา

³ เพร็พ (PrEP) ย่อมาจาก Pre-Exposure Prophylaxis คือยาที่ใช้ในการป้องกันเชื้อเอชไอวี (HIV) ก่อนการสัมผัสโรค โดยการรับประทานยาวันละหนึ่งเม็ดทุกวัน เพร็พ (PrEP) ไม่สามารถป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อื่น ๆ ได้ จึงยังจำเป็นต้องใช้ถุงยางอนามัยในการป้องกันโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์อื่น ๆ เพร็พ (PrEP) เหมาะสำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงติดเชื้อเอชไอวีสูง ได้แก่: 1) ชายที่มีเพศสัมพันธ์ชาย 2) ผู้ที่มีเพศสัมพันธ์กับผู้ที่มีเชื้อเอชไอวี 3) ผู้ที่มีคู่นอนหลายคน 4) ผู้ที่ทำงานบริการทางเพศ 5) ผู้ที่มาขอรับบริการ Post-Exposure Prophylaxis (PEP) อยู่เป็นประจำโดยไม่สามารถลดพฤติกรรมเสี่ยงลงได้ 6) ผู้ที่ใช้สารเสพติดชนิดฉีด และ 7) ผู้ที่มีโรคติดต่อทางเพศสัมพันธ์ภายใน 6 เดือนที่ผ่านมา (Thai Red Cross AIDS Research Centre, 2014)

⁴ PEP ย่อมาจาก Post-Exposure Prophylaxis เป็นยาป้องกันการติดเชื้อเอชไอวี (HIV) ในกรณีฉุกเฉิน ที่ต้องรับประทานให้เร็วที่สุดหลังสัมผัสความเสี่ยงที่จะติดเชื้อเอชไอวี โดยจะต้องเริ่มรับประทานภายใน 72 ชั่วโมงหลังมีความเสี่ยง และรับประทานติดต่อกันนาน 28 วัน โดยยาเป๊ป (PEP) มีไว้สำหรับผู้ที่มีความเสี่ยงต่อการสัมผัสเชื้อเอชไอวี มาภายในระยะเวลาไม่เกิน 72 ชั่วโมง ซึ่งจะใช้ในกรณีดังนี้ 1) มีเพศสัมพันธ์กับผู้ที่มีเชื้อเอชไอวีและไม่ได้ใช้ถุงยางอนามัย ถุงยางอนามัยหลุดหรือฉีกขาด 2) ถูกฉีดยาเสพติดทางเพศ และ 3) ใช้เข็มฉีดยาร่วมกับผู้อื่น (Thai Red Cross AIDS Research Centre, 2014)

แกรม ยูทูบ ฟินเทอร์เรส แจ็คดี ทุกอย่างเลยผมก็ใช้ แต่ว่าทวิตเตอร์ มันดี มันเจ๋ง มันสะดวกจริง ๆ แล้วผมมองว่าทวิตเตอร์ มันก็ไม่ได้ช่วยสร้างความเท่าเทียมหรือว่าผมเข้าใจผิดก็ไม่รู้นะแต่ผมก็มองแค่ว่ามันเป็นแค่แอป เป็นแค่โซเชียลมีเดียที่เป็นแค่โซเชียลมีเดียเฉย ๆ ดีตรงที่ว่าเราสามารถจะตามสังคมตามข่าวไปพร้อมกับการดูอะไรพวกนี้ได้อะ เพราะว่าฟีดลอคคิดดูนะถ้าเราใช้แอปอื่น ๆ ที่มันเฉพาะ ๆ เราก็จะได้เห็นเฉพาะที่เราต้องเห็นแต่เราจะไม่สามารรถเห็นเรื่องอื่นได้เลยนะ ที่จริงแล้วผมใช้มันพร้อมกันเลยนะบางทีก็ใช้ดู บางทีก็เอาไว้อ่าน บางทีก็ตามดารา ตามข่าว บางทีก็ตามแฮชแท็ก”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณD, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2563)

สิ่งที่สะท้อนจากคำสัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมวิจัยคุณD ได้สะท้อนให้เห็นว่าทวิตเตอร์เป็นพื้นที่ในการเปิดเผยตัวตนที่หลากหลาย ตรงไปตรงมา และเป็นไปตามความต้องการของผู้ใช้ ยิ่งไปกว่านั้นผู้เข้าร่วมวิจัยอีกคนกล่าวเพิ่มเติมว่า

“เราก็ไม่ได้คิดเรื่อง LGBT หรือว่าควียร์ หรือว่าอะไรนะ เรามองว่าเราก็เป็นคนธรรมดาอะ เราก็แค่เราชอบที่เราเป็นอย่างนี้เราไม่ได้สนใจว่าใครจะมองเรายังไง หรือว่าเราอาจจะไปเป็นพวกโลกส่วนตัวสูงมั้ง แต่เรารู้สึกว่าการเป็นแบบเราหรือเป็นที่เราเป็นนี่ มันไม่ได้ไปรบกวนใครอะ เราก็ทำงานได้เราก็เลี้ยงพ่อแม่ได้ เราก็ทำทุกอย่างด้วยตัวเราเองอะ เราไม่เคยต้องรบกวนใครหรือรบกวนที่บ้านอะไรเลย เพราะฉะนั้นแล้วเรารู้สึกว่ามันไม่จำเป็นที่จะต้องไปเถียงอะไรกับใครอะ เรารู้สึกว่าแค่เรามีกินคนที่บ้านมีกินก็พอแล้ว ส่วนเรื่องแฟนหรือเราไม่เคยคิดเรื่องแฟนจริง ๆ ไม่รู้สิ! อาจจะเพราะว่าเราชอบอยู่คนเดียวมั้ง เราเป็นคนขี้เหงานะ แต่เราแค่รู้สึกว่า มันไม่จำเป็นต้องมีใครเป็นตัวเป็นตนอะ เราอยู่กับตัวเองทำงานแล้วถ้าเกิดว่าเราต้องการ เงินเราก็ไปเอาทวิตเตอร์มี

เรามองว่า แฮชแท็กกับทวิตเตอร์มันมันก็แค่ช่วยให้เราเจอคนที่หลากหลายมากกว่าแอปอื่น ๆ เหมือนโกลว์เนี่ยเป็นแอปเฉพาะเลย รู้ไหมว่าชีวิตการเป็นแบบหมี่หรือคนอ้วนแบบกลุ่มที่เราชอบหรือที่เราเป็นมันอยู่ยากมากเลยนะ ที่จะอยู่ในโลกเกย์ ๆ ทั่ว ๆ ไป แต่ทวิตเตอร์มันก็ช่วยให้เราหาได้ง่ายขึ้นมันไม่เห็นยุ่งยากตรงไหนเลย เราก็เลยมองว่าเราไม่จำเป็นต้องไป ไปต่อสู้อะไรไปสู้ไปยืนพรบ. อะไรพวกนี้นะ เราคิดว่ามันต่างคนต่างอยู่อยู่ แล้วก็ทุกคนก็ ก็มีอนาคตของตัวเองอะ

เหมือนนาย ไข่ใหม่อะ มันไม่จำเป็นต้องให้มีใครมาดูแลเราเพราะว่าเราดูแลตัวเองได้
เราคิดอย่างนั้น”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณA, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2563)

จากผลการศึกษาข้างต้นพบว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยแสดงมุมมองว่า สังคมไทยยังไม่ยอมรับกลุ่มชายรักชายมากเท่าที่ควร หรือหากยอมรับก็จะเป็นการยอมรับแบบมีเงื่อนไขประกอบเสมอ ๆ เช่น หากเป็นชายรักชายแล้วต้องเป็นคนดี หรือต้องเรียนเก่ง ต้องรับงานแสดงในองค์กรได้ หรือต้องมีฐานะดี หากไม่มีเงื่อนไขหรือคุณสมบัติดังกล่าวผู้เข้าร่วมวิจัยก็มักแสดงความเห็นว่ายากที่สังคมแวดล้อมจะยอมรับ จึงส่งผลให้กลุ่มชายรักชายมีทัศนคติลบและเฉยเมยต่อการเปิดเผยตัวตนและสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในพื้นที่ออฟไลน์ แม้ในปัจจุบันจะมีการพยายามประกอบสร้างภาพชายรักชายใหม่ ๆ ซึ่งเป็นผลผลิตมาจากชุดความคิดทุนนิยมที่ได้รับมาจากประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น เป็นต้น (Baudinette, 2019b; Matt Brennan, 2018) ผ่านละครชุด (ซีรีส์) จำนวนมาก⁵ ยิ่งไปกว่านั้น เกิดจากบริบทของสังคมโลกเปิด อันเนื่องมาจากการไหลของเทคโนโลยีร่วมกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ทำให้สามารถรับเอาความคิดในเรื่องการยอมรับทางเพศที่หลากหลายอันเป็นกระแสในระดับนานาชาติมาช่วยปรับเปลี่ยนทัศนคติในสังคมไทยให้เปิดกว้างยิ่งขึ้น เช่น ประเด็นที่ AMAZON เลิกขายหนังสือทุกเล่ม ที่บอกว่า LGBT+ คือโรคทางจิต ซึ่งเป็นความเชื่อที่ถูกยกเลิกไปแล้วตั้งแต่ปีค.ศ. 1973 แต่ยังมีนักเขียนที่ผลิตซ้ำอยู่แม้ผ่านมาแล้ว 48 ปี (Jordan Robledo, 2021) หรือการที่ Elliot Page นักแสดงชาวแคนาดาซึ่งเป็นผู้ชายข้ามเพศคนแรกที่ได้ขึ้นหน้าปกของนิตยสาร TIME (Katy Steinmetz, 2021)

รวมทั้ง บริษัท Marvel เปิดตัว ตัวละครใหม่ ชื่อ Aaron Fischer ฮีโร่ที่เป็น LGBT+ โดยให้คำอธิบายว่าเขาเป็น “กัปตันอเมริกาแห่งทางรถไฟ” เป็นครั้งแรกในรอบ 80 ปี (James Hibberd, 2021) ยิ่งไปกว่านั้น การเปลี่ยนแปลงที่ยิ่งใหญ่ในประเทศอังกฤษ เนื่องจากรัฐบาลนำรูป Alan Turing นักคณิตศาสตร์ชาวอังกฤษผู้แกะรหัสลับของฝ่ายเยอรมันในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง และ

⁵ เช่น Lovesick the Series [ในปี พ.ศ. 2557] Gay OK Bangkok [ภาค 1 ในปี พ.ศ.: 2559, ภาค 2 ในปี พ.ศ.: 2560] Sotus The Series พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง [ในปี พ.ศ. 2559] Together With Me ออกหักมารักกับผม [ในปี พ.ศ. 2560] What the Duck รักแลนด์ดิ้ง [ในปี พ.ศ. 2561] ทฤษฎีจีบเธอ (Theory of Love) [ในปี พ.ศ. 2562] จูบสุดท้ายเพื่อนายคนเดียว (Dark Blue Kiss) [ในปี พ.ศ. 2562] เพราะรักไข่เปล่า (Why R U The Series) [ในปี พ.ศ. 2563] เพราะเราคู่กัน together The Series [ในปี พ.ศ. 2563] My Engineer มีชื่อป มีเกียร์ มีเมียรัยยังวะ [ในปี พ.ศ. 2563] เกลียดนักมาเป็นที่รักกันซะดี ๆ (ThamType The Series) [ในปี พ.ศ. 2563] เป็นต้น และเรื่องล่าสุดคือเรื่อง แพลร์รักฉันด้วยใจเธอ (I Told Sunset About You) [2563] เป็นต้น (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2019, 2562b)

เป็นผู้ให้กำเนิด ‘อินิกมา’ คอมพิวเตอร์เครื่องแรกของโลกมาใส่ไว้บนธนบัตร 50 ปอนด์เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองความสำเร็จ และคุณค่า เนื่องจากในปี 1952 Turing ถูกจับเพราะรู้ว่าเป็นเกย์ และมีความสัมพันธ์กับผู้ชาย เนื่องจากในสมัยนั้นการเป็นเกย์ถือว่าผิดกฎหมาย ทำให้เขาได้รับการลงโทษด้วยการฉีดฮอร์โมนเป็นเวลา 12 เดือน และเขาได้ฆ่าตัวตายด้วยไซยาไนด์ในปี 1954 (Rupert Jones, 2021) เป็นต้น

อย่างไรก็ดี หากย้อนมองในมุมของการที่สื่อพยายามจะช่วยให้สังคมรับรู้ เข้าใจกลุ่มชายรักชายมากขึ้นถือว่าการตี ทว่าภาพตัวแทนที่ถูกสร้างขึ้นกลับกลายเป็น “กับดักทางความคิด” (trap ridden thinking) ที่สื่อสร้างขึ้น และที่สุดผู้สร้างสื่อก็ตกลงไปใน “กับดักทางความคิด” นี้เองเช่นกัน เพราะจะไม่สามารถปรับเปลี่ยนภาพของชายรักชายให้หลากหลายได้ เนื่องจากสิ่งที่ตนเองสร้างนั้นสามารถพัฒนามาเป็นรายรับได้ (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ, 2019) จึงทำให้ยังคงอยู่ในกับดักของ “พิมพ์นิยม” ที่ตนเองประกอบสร้างและผลิตซ้ำขึ้น โดยพิมพ์นิยมนั้นมักมีลักษณะ ผิวขาว รูปร่างเล็ก ดีรูปรางดี อาจมีกล้ามเนื้อ ส่วนสูงตามมาตรฐานสากล “ไม่ออกสาว” โดยหลงลืมไปว่าในสังคมนั้นยังมีสมาชิกที่ไม่ได้มีลักษณะ “พิมพ์นิยม” อีกจำนวนมาก เพราะเนื้อหาทั้งหมดนั้นถูกปรับให้เข้ากับผู้จัดในท้องถิ่นนั้น ๆ (Glocalization) เพื่อให้ผู้ชมเข้าใจถึงเนื้อหาและซึมซับอุดมการณ์ต่าง ๆ โดยไปอิงจากละครกระแสหลักแบบรักต่างเพศ ไม่ว่าจะเป็นรายละเอียดทั้ง โครงเรื่อง ตัวละคร การแสดง การนำเสนอต่าง ๆ พฤติกรรม ซึ่งไม่เพียงแต่ไปอิงสิ่งเหล่านั้นเท่านั้น แต่ยังไปหยิบเอาบรรทัดฐานรักต่างเพศมาใส่ เพียงแค่เปลี่ยนตัวละครให้เป็นชายล้วนเท่านั้น จนก่อเกิดเป็นบรรทัดฐานคนรักเพศเดียวกัน อันเป็นการกดทับกลุ่มคนหลากหลายทางเพศ (ปรเมศวร์ ตั้งสถาพร; พิชรีพร หงษ์ทอง, 2020) ไปในตัวเมื่อมีการนำเสนอละครชุดในทุก ๆ ครั้งและทุก ๆ เรื่อง ดังนั้นจึงอาจไม่ส่งผลดีต่อการเข้าใจการกระทำ พฤติกรรม และทัศนคติที่กลุ่มชายรักชายควรจะเป็น

หลังจากการค้นหาคูบุคคล กลุ่มคน และรสนิยมที่ตนเองต้องการผ่านแฮชแท็กเรียบร้อยแล้ว หากผู้ใช้รายใดเจอบุคคล หรือกลุ่มรสนิยมที่ตนเองต้องการแล้วก็จะเริ่มต้นอ่านคำอธิบาย (Bio) ของบัญชีที่ต้องการปฏิสัมพันธ์เพื่อเริ่มต้นสนทนา ถึงกระนั้นการเริ่มต้นสนทนาของคู่สนทนายังไม่มีข้อมูลระหว่างกันมากพอ โดยไม่ทราบว่าคุณอีกฝ่ายหนึ่งมีหน้าตาเป็นอย่างไร ชื่ออะไร ลักษณะทางกายภาพอย่างไร หรือแม้กระทั่งรสนิยมทางเพศเป็นอย่างไร ทว่าข้อมูลที่ทราบมีเพียงรายละเอียดที่ปรากฏใน 5 องค์ประกอบในการสร้างตัวตนของตนเองเท่านั้น จึงทำให้การรับรู้ข้อมูลระหว่างกันเป็นเพียงข้อมูลที่ถูกสร้างขึ้น หรือที่สามารถเรียกได้ว่า “ไม่รู้จักฉันไม่รู้จักเธอ แต่เรารู้จักกัน” โดยในประเด็นต่อไป ผู้วิจัยจะนำเสนอความนิรนาม (A – Anonymity) ดังต่อไปนี้

A ลำดับที่ 3 : ความนิรนาม (A – Anonymity)

นอกเหนือจากคุณลักษณะทั่วไปของสื่อใหม่แล้ว จากการศึกษาพบคุณลักษณะพิเศษของทวิตเตอร์ที่เป็นตัวช่วยในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์คือ ความนิรนาม (anonymous) หรือ “ตัวตนที่ถูกปกปิดให้เป็นความลับ” หรือ “ไม่รู้จักฉันไม่รู้จักเธอ แต่เรารู้จักกัน” เป็นผลมาจากการที่ผู้ใช้ทุกคนสามารถสมัครเข้าใช้ได้ โดยมีเพียงแค่อีเมล ในการยืนยันตัวตนเท่านั้น อีกทั้งสามารถตั้งค่าชื่อบัญชีได้ตามความต้องการ และใช้ภาพตามที่ตนเองต้องการ ซึ่งผู้วิจัยได้กล่าวไปแล้วข้างต้น

โดยขั้นตอนและเนื้อหาในการสนทนานั้นผู้วิจัยจะเสนอเสนอในบทถัดไป อย่างไรก็ตาม มีประเด็นที่ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตถึงความนิรนามในการสร้างความสัมพันธ์มีความน่าเชื่อถือหรือปลอดภัยได้อย่างไร จากความตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ A แสดงให้เห็นว่าความนิรนามมีส่วนสำคัญในการทำให้กลุ่มชายรักชายสามารถนัดพบและสร้างสัมพันธ์กับชายรักชายอื่นได้อย่างหลากหลาย และทั่วถึง รวมทั้งสะดวกสบายที่จะสร้างและเปิดเผยตัวตนตามที่ตนเองปรารถนา

หลังจากสังเกตการณ์และสอบถามผู้เข้าร่วมวิจัยเพิ่มเติม พบว่า แม้ผู้เข้าร่วมวิจัยจะใช้ทวิตเตอร์ร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ แต่ถึงกระนั้น หากต้องการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกลุ่มชายรักชายมักนิยมเข้ามาใช้ในพื้นที่ทวิตเตอร์เพราะความนิรนามของทวิตเตอร์ จากการสอบถามและสังเกตการณ์มาในระยะเวลาหนึ่งพบว่าเหตุผลสำคัญของการเข้ามาใช้เหตุที่เข้ามาใช้ทวิตเตอร์ก็ด้วยเหตุผลเดิมคือสังคมรอบข้างไม่ได้ยอมรับกลุ่มชายรักชายมากนัก แม้จะสังเกตว่าในปัจจุบันมีการพยายามนำเสนอเรื่องราวของกลุ่มชายรักชายผ่านสื่อสารมวลชนต่าง ๆ ทั้งภาพยนตร์ ละครชุด หรือแม้กระทั่งในข่าวสารทั่วไป ถึงกระนั้นการยอมรับกลุ่มชายรักชายนั้นกลับเป็นการยอมรับที่มีเงื่อนไขและเป็นการยอมรับที่ขึ้นอยู่กับปัจเจกบุคคลนั้น ๆ

การยอมรับอย่างมีเงื่อนไขมักเกี่ยวข้องกับการที่กลุ่มชายรักชายคนนั้น หรือกลุ่มนั้นต้องปฏิบัติตามความต้องการของสังคม อาจต้องมีความรู้ความสามารถ ยิ่งไปกว่านั้นหากมีฐานะก็อาจได้รับการยอมรับและยกย่องจากสังคม อาทิ หากการเป็นชายรักชายเกิดขึ้นกับนักเรียนนักศึกษา หากนักเรียนนักศึกษารายนั้นต้องการได้รับการยอมรับจากสังคมในฐานะผู้มีรสนิยมที่หลากหลายก็จำเป็นที่จะต้องมีการเรียนดีเด่น หรือจำเป็นต้องได้รับการมอบรางวัลประกาศรางวัล หรือต้องได้รับเกียรตินิยม รางวัลเรียนดี หรือจำเป็นที่จะต้องมีทักษะบางประการที่โดดเด่น เช่น สามารถแต่งหน้า ทำผม ทักษะในการแสดงระบำรำฟ้อน หรือต้องมีฐานะทางการเงินที่ดี และสามารถเข้าร่วมบริจาคให้องค์กรการกุศลต่าง ๆ ได้บ่อยครั้ง และครั้งละจำนวนมาก หรือจำเป็นต้องมีความรู้ที่สามารถนำเสนอ สอน บรรยายในสถานที่ต่าง ๆ ได้ ยิ่งไปกว่านั้น อาจจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ที่สามารถนำเสนอ สอน หุ่นดี มีกล้ามเนื้อ ผิวดี ทรงผมดีดูสะอาดตา จึงจะได้รับการยอมรับจากสังคม จะเห็นได้ว่าหากชายรักชายคนใดไม่มีคุณสมบัติดังกล่าวก็อาจไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม รวมทั้งหากประกอบอาชีพที่ต้องมี

ความเป็นชายสูงตามมายาคติของสังคม เช่น ทหาร ตำรวจ นักบิน เป็นต้น ถึงแม้ว่าความเป็นชายนั้นจะไม่ได้มีความเกี่ยวข้องกันกับรสนิยมทางเพศอย่างไรก็ดีในมายาคติแบบสังคมไทยนั้นมักเชื่อว่าความเป็นชายในอาชีพที่มีความเข้มแข็งนั้นจำเป็นต้องเป็นชายแท้ (straight) เท่านั้น ซึ่งความเชื่อดังกล่าวผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าสอดคล้องกับสถาบันแบบเบ็ดเสร็จที่กำหนดกฎเกณฑ์เหล่านี้ ส่งผลให้อาชีพดังกล่าวห้ามแสดงออกว่าตนเองเป็นชายรักชาย เพราะอาจส่งผลต่อหน้าที่การงานได้ ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมวิจัยที่ว่า

“ถ้าสังคมมันรับได้จริง ๆ เหมือนที่มันพูด ผมก็ไม่ต้องเปิดแอคหรือ ผมเป็นทหารแล้วเป็นเกย์ คิดว่าสังคมเค้าโอเคหรือ ... แล้วไง”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณG, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2563)

“ก็สร้างแต่หนังเกย์แบ้ว ๆ ใส่ใสใจ เรามันไม่แบ้วใจ ไม่ชวนให้จิ้น อยู่ไหนหรือ แล้วลองคิดดูถ้าหนังพวกนั้นสร้างแบบหลากหลาย คนจะสนใจหรือ เค้าก็ต้องเลือกสร้าง สรุปสร้างแล้วยังไงก็ไม่ได้ช่วยให้คนอื่นเข้าใจเราอยู่ดี”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณA, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2563)

“น้องคิดว่าอาชีพของพี่ (อาจารย์มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในภาคกลาง-ผู้วิจัย) มันทำให้พี่เปิดได้หรือครับ เค้าก็ชอบให้เราช่วยแสดงตามงานปีใหม่เท่านั้นแหละ แต่จริง ๆ เค้าไม่โอหรือถ้าเราจะ grand opening อะ ไม่ต้องพูดถึงผู้ใหญ่หรือ ผู้หญิงบางคนในที่ทำงานพี่ยังรับไม่ได้เลย แล้วเรียกอยู่ได้ แม่แม่!! ไม่ได้อยากเป็นแม่ ใจ อยากเป็นผู้ชายธรรมดาที่รักผู้ชายธรรมดาใจ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณB, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2563)

“ลองคิดดู เราเลือกได้หรือ เกิดในบ้านคนจีน เราสาว ๆ หน่อยพ่อก็รับไม่ได้แล้ว เราแค่อยากเป็นตัวเราเอง”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณL, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2563)

“ผมเล่นทาส คนอื่นก็มองมันไม่ดี ผมไม่ได้แคร์นะว่าใครมองใจ แต่มันก็อยู่ในสังคมแบบนี้หะ มันจะไม่แคร์บ้างไม่ได้หรอก มันก็ต้องมีนอยด์ (นอยใจ-ผู้วิจัย) กันบ้างแหละ พวกละครหลังข่าวเอาไปทำให้รสนิยมแบบผมดูเลวแล้ว แล้วคิดว่าถ้าไม่ใช่พวกเดียวกัน เค้าจะเข้าใจหรือ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณQ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 23 มิถุนายน 2563)

“ผมเคยคิดว่าผมเป็นโรคจิตนะ ไม่เคยรู้เลยว่ามีคนชอบเหมือนกัน มาเจอในทวิตเตอร์ เจอเพื่อน เจอสังคมใหม่ ๆ “

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณR, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 กรกฎาคม 2563)

“ทวิตช่วยชีวิตพี่มาก ทำให้พี่น้องสาวเสียได้ง่ายและบ่อย ๆ ที่สำคัญพี่ชอบกินงูด้วย (กินงู หมายถึง การที่ผู้ชายทำออร์แกสม์ให้สาวประเพศสอง -ผู้วิจัย)”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณH, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2563)

ผลจากปัญหาและความไม่พอใจข้างต้น ส่งผลให้กลุ่มชายรักชายนิยมที่จะแสดงตนเป็นนิรนามเพื่อให้ตนเองปลอดภัย และไม่มีใครที่สามารถค้นหาหรือสืบสาวไปยังตัวตนจริงได้ ส่งผลให้ทวิตเตอร์กลายเป็นชุมชนที่เป็นมิตรของกลุ่มชายรักชาย โดยความเป็นมิตรที่พบนั้น เกิดจากการที่กลุ่มชายรักชายสามารถเปิดเผยตัวตนได้อย่างอิสระตามที่ตนเองปรารถนา โดยไม่ต้องกลัวว่าจะมีใครมาดุด่า ตีตรา หรือใช้ถ้อยคำพรุสวาส ในการแสดงความคิดเห็น ยิ่งไปกว่านั้น ทวิตเตอร์ยังเป็นส่วนช่วยให้กลุ่มคนที่มีความชอบหรือสนใจในประเด็นเดียวกัน ซึ่งในที่นี้หมายถึงกลุ่มผู้ที่มีความต้องการหรือรสนิยมที่เฉพาะกลุ่มได้มาพบปะ และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยการเข้ามาใช้ทวิตเตอร์ของกลุ่มชายรักชายนั้นมักเกี่ยวข้องกับ การใช้เพื่อแสดงออกหรือปลดปล่อยความต้องการบางอย่าง ซึ่งไม่สามารถแสดงออกได้ในพื้นที่สาธารณะทั่วไป เพราะสังคมส่วนใหญ่นั้นยังคงมีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเมื่อกล่าวถึงความหลากหลายทางเพศหรือความหลากหลายทางรสนิยมทางเพศ อาทิ การนัดเพื่อมีเพศสัมพันธ์กับบุคคลอื่น การเผยแพร่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศสัมพันธ์ของตนเองกับคู่ให้ผู้อื่นได้ชม หรือการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการสำเร็จความใคร่ของตนเองในที่ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใช้คนอื่นรู้รวมทั้งสามารถเชิญชวนให้ผู้ชมที่มีรสนิยมทางเพศที่คล้ายคลึงกันมาร่วมสร้างกิจกรรมด้วยกันได้ตามความต้องการ (ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563) ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“เราใช้ทวิตเตอร์หลัก ๆ หลายอย่างนะ ถ้าจะตอบจากแอดนี่ก็ต้องตอบว่าใช้หลัก ๆ เพื่อนัด_ด แต่ไม่ได้หมายถึงนัด_ดอย่างเดียว แต่หมายถึงดูคลิป ทวิตคลิป ที่อื่นมันไม่มีไง ทวิตเตอร์เป็นที่เดียวที่มีและดูฟรี และที่สำคัญที่สุดคือมันเร็ว คลิปมันใหม่ ดาราใคร ๆ แะาก็ลง เราก็เลยได้ดู เพราะทุกคนแชร์ เราว่าแชร์ผลงาน

กับนัด_ด กับเสนอดัวมันคือก้อนเดียวกัน มันเกิดพร้อม ๆ กัน เราลงคลิปชักวู_ว ก็เพื่อโชว์ เพื่อแลกเปลี่ยนกับคนอื่น ๆ ได้ดู คนอื่นก็ลง สลับกันดู”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563)

“หลัก ๆ เพื่อนัด_ด แต่ไม่ได้หมายถึงนัด_ดอย่างเดียว แต่หมายถึงคูคลิป ทวิตคลิป ที่อื่นมันไม่มีเงิ ทวิตเตอร์เป็นที่เดียวที่มีและดูฟรี และที่สำคัญที่สุดคือมันเร็ว คลิปมันใหม่ ดาราใคร ๆ เค้าก็ลง เราก็เลยได้ดู เพราะทุกคนแชร์ เราว่าแชร์ผลงานกับนัด_ด”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณS, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563)

“จะได้มีคนให้นัดเยอะ เพราะ Group sex หรือ จัดหมู่ ที่ร่วมเพศกันเกิน 2 คน มันคือรสนิยมประเภทหนึ่ง บางคนชอบ 3-5 คนก็เยอะแล้ว แต่ผม 20 คน+ (มากกว่า 20 คน-ผู้วิจัย) ทำไม่ถึงเยอะ ไม่ใช่เหตุผลเรื่องเงิน แต่เป็นเพราะความหลากหลาย รุกได้รับหลายคน รับได้โดนรุกหลายคนแล้วผมก็ไม่น้อย (น้อยใจ-ผู้วิจัย) นะ ถ้าไปตีว (ตกลง-ผู้วิจัย) นอกกรอบแล้วไม่มาหมู่อีก สิทธิของทุกคน ทุกคนสนุกผมโอเค”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณN, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2563)

จากการฝังตัวตลอดระยะเวลานั้นพบว่ามิตถุประสงค์หลักที่เกี่ยวข้องกับเพศและรสนิยมทางเพศ 2 ประการด้วยกัน 1) มิตถุประสงค์เพื่อการมีเพศสัมพันธ์ระหว่างกัน 2) มิตถุประสงค์เพื่อการนัดเจอเพื่อนที่มีรสนิยมทางเพศที่เหมือนกัน เพื่อการค้นหาคู่ คนรู้ใจ หรือคู่รัก เป็นต้น ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“เงีย_เราก็นัดเอาทวิตเตอร์มี เรามองว่า ทวิตเตอร์มันมันก็แค่ช่วยให้เราเจอคนที่หลากหลายมากกว่าแอปอื่น เหมือนโกลว์เนี่ยเป็นแอปเฉพาะเลย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณA, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2563)

“เราคิดว่ามันสดดี ทวิตเตอร์อัปเดตคลิปตลอด”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณK, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563)

หรือ ที่ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณP กล่าวว่า

“ที่อื่นมีเธอ ที่เค้าเปิดเผยแบบนี้ ถึงมีก็ไม่มากขนาดนี้ เราได้เห็น
หลากหลาย แถมมีเค (อวยวะเพศชาย – ผู้วิจัย) เป็นสวนเลย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณP, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2563)

ในอีกมุมหนึ่งพบว่าการใช้ทวิตเตอร์นั้นเพื่อการค้นหาพันธมิตร หรือเพื่อนผู้มีรสนิยมทางเพศ
คล้ายกัน ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“ช่วยผมได้เยอะเลยนะ หลายคนเจอกันแล้วยังสานสัมพันธ์กลายเป็นพี่ที่
ทำงานในปัจจุบันนี้ก็ดี 5555 (หัวเราะ)”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563)

“ไม่ว่าจะนัดมา_ด หรือมาเจอเฉย ๆ มันก็ต้องมีการเช็คของกันหน่อย เพื่อ
ต่อไปจะได้สานสัมพันธ์ จะได้รู้ใส่รู้ฟงกันไว้”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณI, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2563)

หลังจากผู้ใช้ได้ใช้ความนิรนามในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันซึ่งเป็นผลมา
จากการไม่สามารถเปิดเผยตัวตนจริงให้ผู้อื่นทราบได้ว่าตนเองเป็นชายรักชายด้วยเหตุผลต่าง ๆ ดังที่
กล่าวมาแล้ว และความสนิทสนมหรือปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเป็นความสัมพันธ์แบบไม่รู้จักรู้จัก
เธอ แต่เรารู้จักกัน หรือความนิรนาม กล่าวคือผู้ใช้แต่ละคนนั้นรู้จักกันเพียงข้อมูลที่ปรากฏใน
คำอธิบายหรือ Bio หรือในบางกรณีอาจมีการบอกข้อมูลเชิงลึกระหว่างกันและกัน ทว่าข้อมูลที่
เปิดเผยนั้นอาจไม่ได้เป็นข้อมูลที่ถูกต้องหรือครบถ้วน เพียงเป็นข้อมูลที่ใช้เพื่อประกอบการตัดสินใจใน
การนัดออกมาเจอเท่านั้น เพราะอย่างไรก็ตาม การเปิดเผยข้อมูลหรือข้อเท็จจริงไปก็อาจส่งผลร้ายต่อ
หน้าที่การงานของตนเองในชีวิตประจำวันหรือในพื้นที่ออฟไลน์

5.3 บทสรุป 3A Attributes : คุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์เพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์แบบ ใกล้ชิด

จากข้อสันนิษฐานเบื้องต้นที่ตั้งไว้ก่อนเริ่มกระบวนการวิจัยที่ว่าคุณลักษณะของทวิตเตอร์มี
ส่วนที่ความคล้ายคลึงกันกับคุณลักษณะของสื่อใหม่ที่เป็นสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่น ทั้งสื่อสังคม
ออนไลน์ทั่วไป เช่น เอ็มเอสเอ็น (MSN) ไฮไฟว์ (Hi5) เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม
(Instagram) ไลน์ (LINE) แคมฟร็อก (Camfrog) หรือที่ถูกออกแบบมาเฉพาะกลุ่มชายรักชาย เช่น
กรินเดอร์ (Grindr) แจ็คดี (Jack'd) ฮอร์เน็ต (Hornet) เกย์สไปร์ (Guyspy) บอยอะฮอย (Boyahoy)

โกรว์ล (Growlr) บลูดี (Blued) เป็นต้น ทว่าทวิตเตอร์กลับได้รับการยอมรับให้เป็นตัวกลางทางการสื่อสารระหว่างกันมากกว่าด้วยเหตุผลความเป็นนิรนามและระบบการจัดการของทวิตเตอร์ จากการศึกษาพบว่านอกเหนือจากคุณลักษณะสำคัญบางประการของเครือข่ายสังคม สื่อใหม่ และทวิตเตอร์แล้ว คุณลักษณะสำคัญเฉพาะที่พบในการศึกษาครั้งนี้คือ **3A Attributes** คือ 1) การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง (A – Authorship) ทวิตเตอร์ได้ให้พื้นที่ในการสร้างตัวตนตามแบบที่ตนเองต้องการเพื่อใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ชื่อบัญชีผู้ใช้ : อักษรแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์ 2) ภาพหน้าปก : อีกหนึ่งตัวช่วยในการสร้างตัวตน 3) ภาพประจำตัว : ภาพตัวแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์ 4) คำอธิบาย : ตัวช่วยในการแนะนำตัวตน ตัวตนเหล่านั้นจะสอดคล้องกันทั้งหมด เพื่อให้การเปิดเผยตัวตนนั้นเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และนำการเปิดเผยตัวตนนี้ไปใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกับชายรักชายอื่น

โดยอาศัย 2) เข้าถึงได้ง่าย (A - Approachable) ในการติดตามประเด็น หรือรสนิยมทางเพศที่ตนเองสนใจ โดยชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์มักนำเสนอเนื้อหาที่ตนเองต้องการนำเสนอพร้อมกับแฮชแท็ก เพื่อให้กลุ่มชายรักชายที่สนใจสามารถติดตามเนื้อหานั้น ๆ ได้ตามที่ตนเองต้องการ หลังจากการติดตาม ค้นหากลุ่มชายรักชายอื่นผ่านการใช้แฮชแท็กแล้ว กลุ่มชายรักชายก็จะเริ่มต้นในการสนทนาเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน โดยเริ่มต้นจากการอ่านประวัติส่วนตัว (bio) แล้วทำตามสิ่งที่ปรากฏ ทว่าสิ่งที่ปรากฏในประวัติส่วนตัวนั้นมักเป็นสิ่งที่ชายรักชายคนนั้น ๆ สร้างขึ้นเพื่อติดต่อสื่อสารภายในทวิตเตอร์

ร่วมกับ คุณลักษณะพิเศษและสำคัญที่สุดที่ทวิตเตอร์มีให้ ได้แก่ 3) ความนิรนาม (A – Anonymity) ช่วยให้การเปิดเผยตัวตนนั้นมีความปลอดภัย รวมทั้งไม่ถูกสังคมและบุคคลอื่น ๆ เบียดขับไม่ว่าจะมีรสนิยมทางเพศแบบใด ช่วงอายุแบบใด หรือลักษณะทางกายภาพแบบใด เพราะในทุกกลุ่มรสนิยมจะได้รับการตอบรับสังคมและชุมชนรสนิยมทางเพศแบบนั้น ๆ โดยไม่มีการติดตามหรือ “ล่าแม่มด” ระหว่างกันและกันเพราะผู้เข้าร่วมวิจัยมีทัศนคติว่าทุกคนเข้ามาใช้ทวิตเตอร์ก็เพื่อความสุขและสนุกสนานส่วนบุคคล จึงไม่จำเป็นที่จะต้องติดตาม ค้นหา สืบเสาะ ชุตคุ้ย ประวัติหรือข้อเท็จจริงระหว่างกัน เพียงแค่ต้องรับรู้ความเสี่ยงหรือสถานการณ์ไม่พึงประสงค์ด้วยตนเอง

อย่างไรก็ดี แม้ว่า **3A Attributes** จะเป็นคุณลักษณะสำคัญที่พบในการเปิดเผยตัวตนและการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายก็ตาม แต่หากวิเคราะห์ในเชิงลึกแล้ว จะพบว่า ทุกการกระทำของ A แต่ละตัวนั้นจำเป็นต้องอาศัยเงื่อนไขต่าง ๆ ในการบูรณาการเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด อาทิ A ลำดับที่ 1 คือ การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง (A – Authorship) อาจย้อนแย้งกันกับความเป็นจริงและความเป็นนิรนาม หรือ A ลำดับที่ 3 คือ ความนิรนาม (A – Anonymity) เพราะอย่างไรก็ตามเมื่อสร้างตัวตนอย่างไรแต่เมื่อจำเป็นที่จะต้องออกมาเจอกันในพื้นที่ออนไลน์ก็ยังคงจำเป็นที่จะต้องเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลบางประการเช่นกัน เช่น หน้าตา

จริง รูปร่างจริง หรือแม้กระทั่งการนัดเจออาจจำเป็นต้องใช้เบอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือแอปพลิเคชันไลน์ (Line) ในการนัดแนะ ตกลง เพื่อออกมาปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ออฟไลน์ต่อไป ดังนั้นความลับหรือความเป็นนิรนามอาจถูกทำลายอีกครั้งเมื่อจำเป็นต้องไปเปิดตัวต่อหน้ากันและกัน



บทที่ 6

“ดีคับ” และ “4S model” : เนื้อหาและรูปแบบในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่ม ชายรักชาย

ภายในบทนี้แบ่งการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ **ส่วนที่หนึ่ง** ประเด็นเนื้อหาในการสนทนา : “ดีคับ” “สติ๊กเกอร์” และ “ภาพเครื่องเพศ” เนื้อหาที่กลุ่มชายรักชายใช้ในการสื่อสาร ซึ่งประกอบไปด้วย 1) ประเด็นการสนทนาที่เริ่มต้นด้วยคำทักทายทั่วไป เช่น ดีคับ และ สติ๊กเกอร์ 2) ประเด็นการสนทนาที่เริ่มต้นด้วยคำทักทายที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศ อาทิ “รุก” “รับ” ร่วมกับการส่ง “ภาพเครื่องเพศ” ให้กันและกัน 3) บทสรุปเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด : ดีคับ สติ๊กเกอร์ และภาพเครื่องเพศ และ **ส่วนที่สอง** 4S model : รูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ ซึ่งประกอบไปด้วย 1) บทสรุปรูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ โดยใช้ 4S model โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

6.1 ประเด็นในการสนทนา : “ดีคับ” “สติ๊กเกอร์” และ “ภาพเครื่องเพศ” เนื้อหาที่กลุ่มชายรักชายใช้ในการสื่อสาร

6.1.1. ประเด็นการสนทนาที่เริ่มต้นด้วยคำทักทายทั่วไป เช่น ดีคับ และ สติ๊กเกอร์

เนื้อหาในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดมักประกอบไปด้วย หัวข้อในการสนทนา คำถามที่ใช้ในการคุยครั้งแรก และระยะเวลาในการสร้างความสัมพันธ์ โดยในส่วนนี้เป็นประเด็นสำคัญของการเริ่มต้นในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ ซึ่งมักจะเริ่มต้นจากการอ่านคำอธิบาย (bio) ตามมาด้วยการใช้สติ๊กเกอร์หรืออีโมจิ รวมทั้งคำว่า “ดีคับ” ในการเริ่มต้นการสนทนา หลังจากนั้นจะมีการนำเสนอตัวตนในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดย ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณD อธิบายว่า ความสัมพันธ์มักขึ้นอยู่กับหลายความต้องการ แต่ทั้งหมดต้องมีความต้องการบางอย่างที่ตรงกัน ไม่ใช่แค่รุกหรือรับ ไม่ใช่แค่ผิวขาวหรือผิวดำ นอกเหนือจากนั้นยังพบว่า การปฏิสัมพันธ์นั้นยังเกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศบางอย่างอีกด้วย ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“เราไม่ได้ใช้เวลาานมากนะในการที่จะเริ่มคุยกับใคร ส่วนมากมันจะมาจากการที่เราเห็นเซาริวิทคลิปรหรือเนื้อหาที่ตรงใจเรา เช่น เราเป็นคนชอบเล่น (เซ็กซ์ทอย (sex toys) - ผู้วิจัย) ที่นี้ถ้าเกิดใครสักคนหนึ่งที่เล่นเซ็กซ์ทอยแล้วก็มารับด้วยเนียร์วิทหรือว่ากดหัวใจหรือลงภาพที่แบบนี้ เราก็จะทักไปคุยกับเขาแล้วก็จะถามเลยว่าชอบแบบนี้หรอ นิดได้ไหมสนใจหรือเปล่า ถ้าเขาตอบว่านิดได้แล้วก็สนใจเราก็จะนัดเลยเอาวันที่เราและเขาสะดวก เราไม่รู้จักคนปลายทางแต่ที่เราแค่รู้สึกว่ามันก็ไม่จำเป็นต้องรู้จักอะไรกันนะ เพราะว่ามันก็เป็นแค่ช่วงระยะเวลาหนึ่ง มันไม่ได้แบบเป็นคู่ที่อยู่กันตลอดหรือเป็นเพื่อนร่วมงานหรือเป็นอะไรอะ ปกติเราไม่เคยคุยกับใครนาน ถ้าเป็นเรื่องงานผู้ร่วมงานก็อีกเรื่องนึง แต่ถ้านัด _ ดก็นัดเราไม่ได้ใช้เวลากับการนัด _ ดเยอะ คิดว่าปิด 1 จ๊อบหรือปิด 1 ครั้งก็พอก็พอ ถ้าเกิดถูกใจก็จะนัดใหม่

และเราก็ไม่ได้จำเป็นต้องรู้ว่าเขาเป็นใครหรือเขาก็ไม่จำเป็นต้องรู้ว่าเราเป็นใครรู้แค่เราซื้อหมีอายุเท่านี้ชอบแบบนี้ แล้วเขาอายุเท่านี้ชอบแบบนี้แล้วก็ไปเจอกันในที่ ๆ เราคิดว่าปลอดภัย มันแปลกนะว่าคนที่เรานัดเจอส่วนใหญ่มักจะเซฟเซ็กซ์หมดเลยคือเขาก็ปลอดภัยเราก็ปลอดภัยแล้วยังไม่เคยเจอนะที่แบบนั้นแล้วก็ล็กเล็กขโมยน้อยหลังจากนั้นเราก็เป็นเพื่อนกันได้อีก แต่แปลกว่าคนส่วนใหญ่มักจะมองว่าการนัดในทวิตเตอร์หรือนัดในแอปเนี่ยมันเป็นสิ่งไม่ดีอะ มุมกลับกัน เรามองว่ามันดีนะเว้ยลองคิดดูสิว่าเราก็มีแค่กิจกรรมทางเพศเสร็จแล้วก็จบแล้วก็จบเราจะไปยุ่งวุ่นวายอะไรกันหนา”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ A, ผู้ให้สัมภาษณ์, 8 พฤษภาคม 2563)

ยิ่งไปกว่านั้น หากบัญชีผู้ใช้รายใดกังวลเรื่องหน้าที่การงานหรืออาชีพ ก็จะมีวิธีการในการสื่อสารที่แตกต่างกัน ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ที่ว่า

“ที่พี่มาเจอก็เพราะว่าพี่เชื่อว่าเราน่าจะไม่ใช่คนที่พี่รู้จัก พี่กับเราใช้เวลาคุยกันก็สักพัก นึงเนอะกว่าจะมาเจอ อาจจะเป็นเพราะว่าเราอยู่ไกลกันนะแต่ถ้าเราอยู่ใกล้กันก็อาจจะมีโอกาสได้เจอเร็วกว่านี้ แต่ก็เหมือนที่เห็นอะก็มันต้องมันต้องมีขั้นตอนบางอย่างคือพี่ก็กลัวว่าความลับพี่จะหลุดแล้วพี่ก็มองว่าถ้ามันหลุดไปมันจะส่งผลกระทบต่อหน้าที่การงานก็เลยใช้เวลาในการที่จะคุยกับเราหรือให้เราส่งรูป ให้เราส่งโล (location - ผู้วิจัย) ให้เราส่งไลน์ มาสักพักนึงกว่าที่พี่จะออกมาเจอหรือส่งรูปจริง ๆ พี่ให้ดู เพราะว่าพี่ก็กลัวว่าความลับพี่มันจะหลุด”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณB, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2563)

“เราไม่ได้ใช้เวลานานนะรู้สึกว่ามันไปทำไมอะ วันนั้นก็เยอะแล้วอะ ฮ่า ฮ่า ก็เพราะว่าทุกคนก็อยากจะเข้ามาเพื่อใช้มันเป็นตัวช่วยในการนัด-ดหรือได้เจอคนอื่นอะที่เราไม่สามารถเจอได้มันมีวิธีใช้คืออยู่นะว่าคนที่เราจะไปเจออะ ปลอดภัยหรือเปล่าหรือว่าตรงกับสเปคเราจริงไหม นอกจากส่งภาพแล้วก็คือนัดไปที่นั่นแล้วก็ให้เค้ารอตรงนั้นให้บอกว่าบอกว่าใส่เสื้อสีอะไร ลักษณะยังไงเราก็ไปแอบอีกที่นึงแล้วก็ดูว่าที่เขาบอกเรามันตรงไหมมันจริงหรือเปล่า มันก็ปลอดภัยนะมันไม่ได้ยุ่งยากสำคัญคือหลายคนที่เคยนัด-ดแล้วก็ก็เป็นเพื่อนก็มีนะเหมือนงานตอนที่เรากำลังอยู่ ก็ได้จากนัด-ดนี้แหละแนะนำไป ครั้งเดียวเองหลัง ๆ เขาก็ชวนไปทำงานชวนไปเจอคอนเนกชั่นของเขาอะไรเงี้ย มันได้ประโยชน์ที่สำคัญคือพอมันจากงานนัด-ดหรือเราไม่นัดแล้วก็ก็เป็นเพื่อนกันได้มันไม่ได้เป็นเรื่องคอขาดบาดตายอะไร เราว่ามันสะดวกแล้วก็มันก็ปลอดภัยนะในมุมมองเราอะนะ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563)

หรือในกลุ่มชายรักชายแบบบีดีเอสเอ็ม (BDSM) จะมีวิธีการในการสื่อสารที่คล้ายคลึงกัน เช่น การชักชวนให้ไปร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่กลุ่มของตนเองจัด ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามรสนิยมที่หลากหลายภายในกลุ่มบีดีเอสเอ็ม ตามตัวอย่างบทสัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมวิจัย

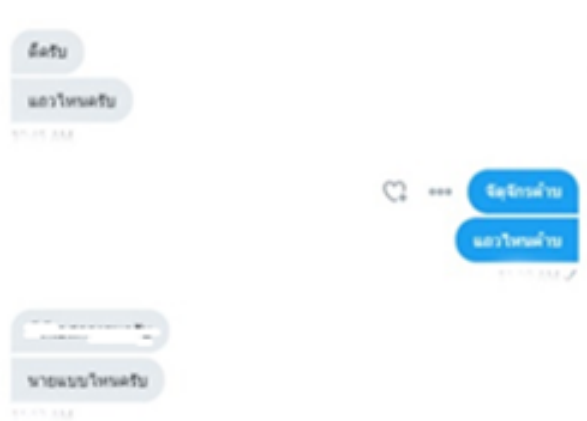
“จริง ๆ มันก็เหมือนกันแหละกับคนอื่นครับ มันต่างกันนิดเดียวตรงที่ว่าเราต้องบอกให้ชัดว่าเราจะเป็นทาสหรือจะเป็นนาย (นายทาส หรือ Master - ผู้วิจัย) แต่ส่วนใหญ่ที่เราตกไปคุยเราอยากจะให้คนที่เราชวนคุยเป็นนายทาสมากกว่าครับ เราก็จะถามว่าสะดวกเจอตัวหรือสั่งออนไลน์ หมายความว่าถ้าซื้อไลน์เข้ามาจ่ายผ่าน True Money wallet ก็สั่งการออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันหรือผ่านช่องทางที่มีคนดูแล แต่ถ้าเจอตัว ก็ไม่ต้องจ่ายมาบางที่เราไปเพราะเรากับนาย ชอบเหมือนกันครับ เราจะช่วยคนที่เขามาร่วมกับเราเขาสั่งอะไรแล้วก็ทำหมดครับ ทั้งร้องส่งเสียง เอาส้วตัวเองหรือแล้วแต่ที่นายจะดีไซน์ (ออกแบบ - ผู้วิจัย) มา เพราะเราทำได้หมดครับ มันขึ้นอยู่กับว่าคนที่มาชอบแบบไหน ที่สำคัญก็คือทั้งเราทั้งนายเสร็จทั้งคู่ (สำเร็จความใคร่ - ผู้วิจัย) โดยที่เรากับเขาไม่ต้องเจอหน้ากันจริง ๆ มีนายหลายคนเขาไม่ยอมมาเจอครับ เขาแค่ต้องการให้มันแตกให้มันเสร็จ (สำเร็จความใคร่ - ผู้วิจัย) แล้วก็จบแล้วครับ หลังจากนั้นก็จะมาใหม่มันก็สนุกดีนะ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณR, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 กรกฎาคม 2563)

จะพบว่าหัวข้อหลักในการเปิดการสนทนาหรือการเปิดเผยตัวตนจะเกี่ยวข้องกันกับความ ต้องการของผู้เข้าร่วมวิจัยนั้น ๆ เป็นหลัก โดยการสังเกตจากพฤติกรรมการใช้สื่อของบัญชีอื่น ๆ ที่ตน สนใจ รวมทั้งมีการเริ่มสร้างความสัมพันธ์ผ่านข้อความส่วนตัว โดยเริ่มต้นจากการถามรสนิยมทางเพศ ก่อนว่ามีลักษณะอย่างไร พร้อมจะนัดหรือไม่ หรือคู่สนทนาต้องการให้ตรวจสอบบัญชีผู้มาก่อน เช่น การขอภาพถ่ายในขณะนั้น การขอไลน์ส่วนตัว หรือการวิธีการต่าง ๆ อีกทั้งเมื่อเดินทางไปยังจุดนัด พบจะมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือผ่านการ “ซูมมอ” จากสถานที่ต่าง ๆ เพื่อที่จะได้ทราบถึง ข้อเท็จจริงก่อนมีการเจอแบบเห็นหน้าเห็นตา

โดยการเปิดเผยตัวตน ในบริบทของการศึกษาครั้งนี้ หมายความว่า การที่คู่สนทนาเปิดเผย เรื่องราวหรือข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองตามที่ตนเองพึงพอใจ กล่าวคือ หากนายแดง เป็นชายรักชาย ซึ่งประกอบอาชีพเป็นนายแพทย์และมีสถานที่ทำงานอยู่บริเวณใกล้ ๆ กระทรวงการต่างประเทศ สิ่ง ที่ นายแดงจะเปิดเผยต่อคู่สนทนาจะขึ้นอยู่กับขีดขั้นของความสัมพันธ์กับคู่สนทนา โดยในขั้นแรกอาจ เปิดเผยแค่ตนเองประกอบอาชีพหนึ่งซึ่งอยู่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และหากสนิทสนมขึ้นอีก นาย แแดงอาจเปิดเผยว่าตนเองเป็นนักศึกษาแพทย์ปีสุดท้ายและทำงานอยู่แถวถนนศรีอยุธยา หรือหาก สนิทสนมมากยิ่งขึ้นนายแดงอาจเปิดเผยตัวตนว่าตนเองเป็นนายแพทย์ซึ่งทำงานอยู่ที่โรงพยาบาลแห่ง นั้นโดยบอกรายละเอียดทั้งหมด ทว่าไม่ได้บอกชื่อจริง เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้การเปิดเผยตัวตน นั้นไม่ได้หมายถึงการเปิดเผยข้อเท็จจริงทั้งหมด ทว่ามีขีดขั้นของการเปิดเผยตัวตนตามขั้นของ ความสัมพันธ์

จากการฝังตัวพบเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อเปิดเผยตัวตนและสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ทั้งหมด 2 ขั้นด้วยกัน โดยเนื้อหาในขั้นแรกของการสนทนายระหว่างกันนั้น มักเริ่มต้นบทสนทนาด้วย สติ๊กเกอร์หรืออีโมจิ (Emoji) หรือการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยคำว่า “สวัสดี” ดังภาพ 13



ภาพ 13 ภาพตัวอย่างแสดงการเริ่มต้นบทสนทนาผ่านการทักทายทั่วไป

ที่มา : โดยผู้วิจัย

เหตุผลหนึ่งของการส่งอิโมจิแทนการเริ่มต้นบทสนทนาหรือแนะนำตัวแทนข้อความ เพราะความสะดวกในการเริ่มต้นสนทนาระหว่างกัน

“ที่ส่งสติ๊กเกอร์ ไม่รู้จะเริ่มพูดยังไงดีเลยส่งสติ๊กเกอร์ให้ง่ายกว่า”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณG, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2563)

รวมทั้ง ในบางกรณีทวิตเตอร์ช่วยในการลดความกดดันในครั้งแรกของการสื่อสารระหว่างกัน

“สติ๊กเกอร์ช่วยให้เราลดความกดดันได้ เพราะใคร ๆ ก็ชอบทัก ออ. นน.

สส. (อายุ น้ำหนัก ส่วนสูง - ผู้วิจัย) เราว่ามันเสียมารยาทนะ เราก็ไม่ชอบ ลองคิดดูดิ ไม่รู้จักกันแต่ก็ดันทักว่า นน. สส. ออ. เท่าโห้ มันดูเสือกไป (หัวเราะ)”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563)

อีกทั้งการเปิดเผยตัวตนในครั้งแรกจะช่วยในการสร้างความประทับใจ การให้เกียรติ และการรักษามารยาททางสังคมอีกด้วย

“ถ้าไม่ให้ทักดีคับ จะให้เค้าคุยยังไงอะ เค้าว่ามันสุภาพดีนะ ใครจะชอบให้ถามชื่อ ทวิตเค้าก็มีชื่ออยู่แล้ว ไม่จำเป็น คนชอบคิดว่าทวิตเตอร์มีแต่นัด_ด เราก็นัดนะ แต่ถ้าใครสนใจແກຣຸບແລ້ວนัดได้นะ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณP, ผู้ให้สัมภาษณ์, 13 มิถุนายน 2563)

“ที่จริงไม่ชอบให้ใครทักว่าดี หรือส่งสติ๊กเกอร์นะในเฟซบุ๊ก แต่พอเป็นทวิตเตอร์โอเคเฉยเลย ฮ่า ฮ่า ฮ่า”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณM, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2563)

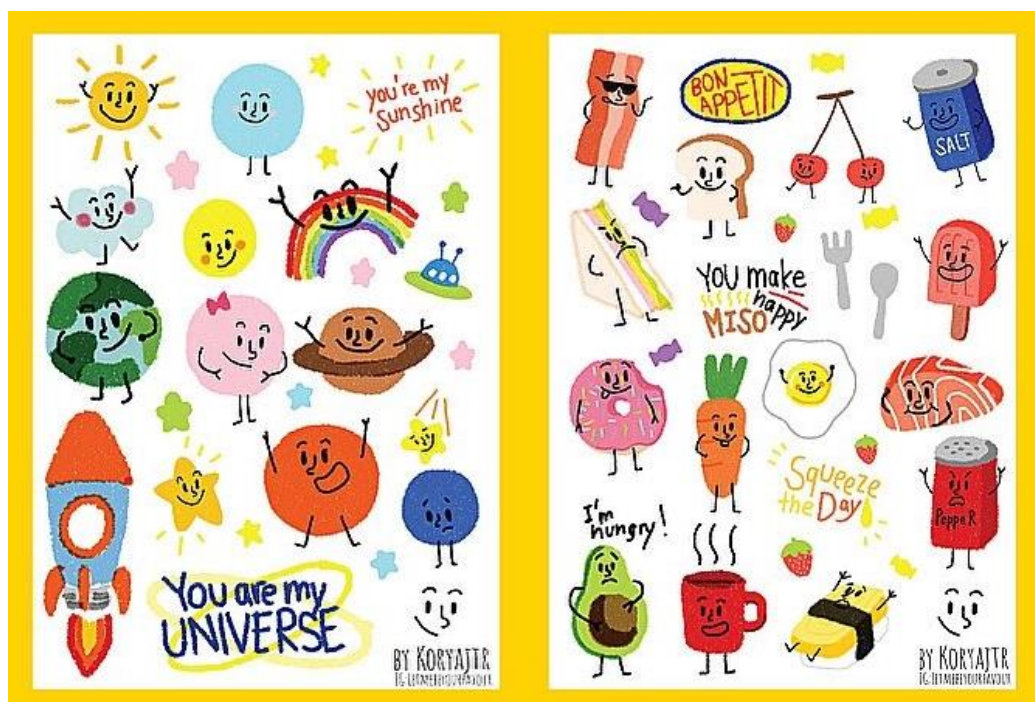
แม้ว่าในอดีตการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มชายรักชายมักเริ่มต้นด้วย “อย นน สส” (ที่หมายถึง อายุ น้ำหนัก ส่วนสูง ดังคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัย อาทิ ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE (ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2563) และผู้เข้าร่วมวิจัยคุณB (ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2563) ซึ่งหมายความว่า อายุ น้ำหนัก ส่วนสูง หรือถาวรสนิยมทางเพศ แต่ในปัจจุบันพบว่าเปลี่ยนแปลงไปมีการให้เกียรติคู่สนทนามากขึ้น รวมทั้งเมื่อเข้ามาฝั่งตัวแล้วจะพบว่ากลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์มักจะสื่อสารกันด้วยความสุภาพ ให้เกียรติคู่สนทนา รวมทั้งทั้งสองฝ่ายจะปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ ของคู่สนทนา เพื่อพยายามในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันในครั้งแรก แต่ไม่ได้หมายความว่าไม่มีผู้ไม่ปฏิบัติตามกฎ ซึ่งผู้ไม่ปฏิบัติตามกฎก็จะถูกลงโทษโดยอาศัยระเบียบวิธีประจำในทวิตเตอร์ในการจัดการ เช่นการบล็อก การกดยางาน การปฏิเสธการสนทนา ระหว่างกัน

ข้อมูลเพิ่มเติมประการหนึ่งจากการใช้สติ๊กเกอร์ อีโมจิ GIF ที่ชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดใช้กัน พบว่าลักษณะรายละเอียดของสติ๊กเกอร์ อีโมจิ GIF เหล่านี้เป็นสติ๊กเกอร์ทั่วไป (ตามภาพประกอบที่ 14 15 และ 16) ซึ่งการเลือกใช้ไม่ได้มีข้อกำหนดที่ตายตัว อาทิ ภาพยิ้ม หรือ การยกมือพนมเท่านั้น ทว่าสติ๊กเกอร์ อีโมจิ GIF ที่ใช้กลับเป็นสติ๊กเกอร์ที่เลือกตามความสะดวกในการสนทนา ยกเว้นบางกรณีเช่น การตอบรับการนัด หรือตอบรับการสร้างปฏิสัมพันธ์อาจใช้สติ๊กเกอร์ยิ้ม หรือขอบคุณ



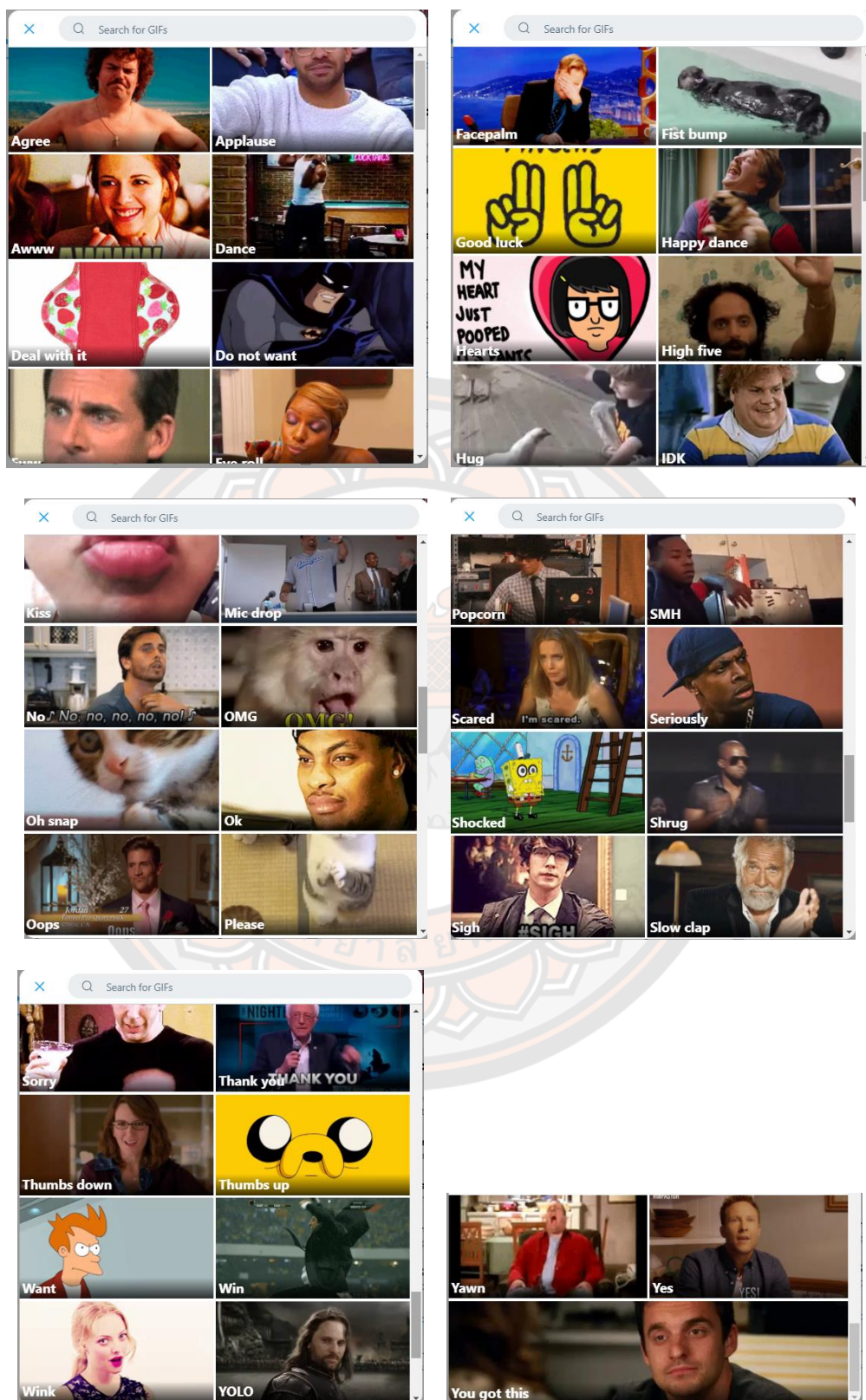
ภาพ 14 แสดงตัวอย่างสติกเกอร์ หรือ อีโมจิพื้นฐานที่ปรากฏในโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งนิยมใช้ในทวีตเตอร์

ที่มา : <https://twitter.com/Letmebeyourfav1/status/1140536042375618562/photo/1>



ภาพ 15 แสดงอีโมจิพื้นฐานที่ปรากฏในทวิตเตอร์ ซึ่งสามารถเลือกใช้ได้อย่างเสรี

ที่มา : <https://twitter.com/Letmebeyourfav1/status/1140536042375618562/photo/1>



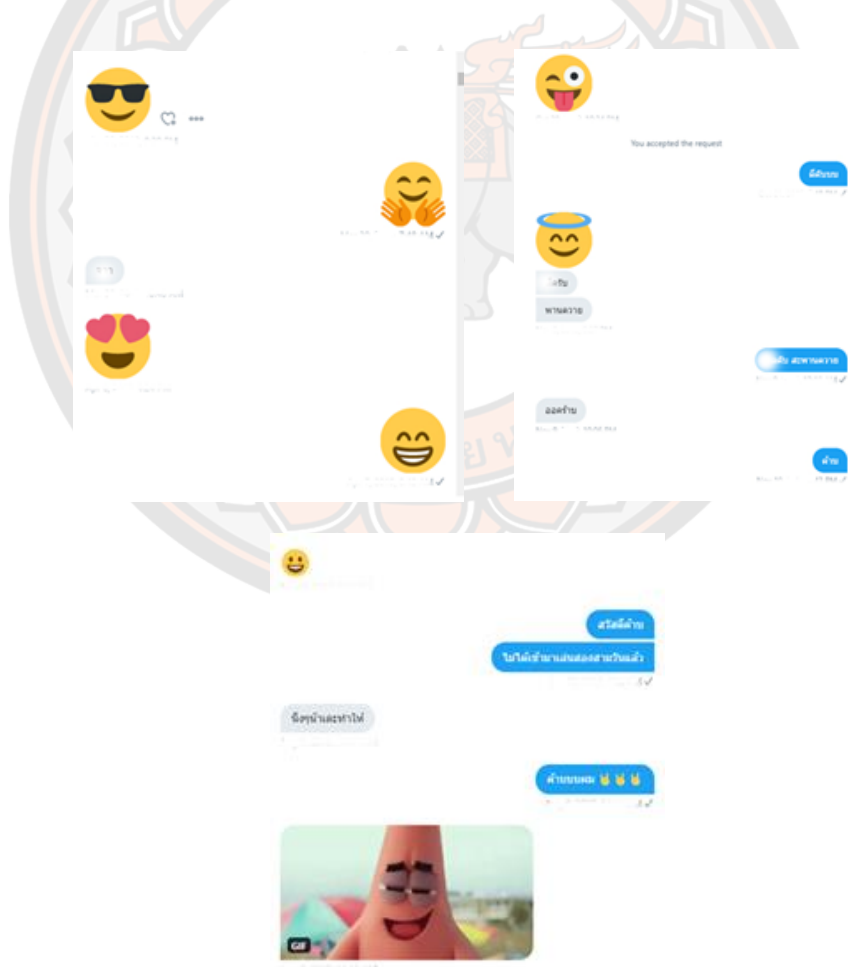
ภาพ 16 แสดง GIF พื้นฐานที่ปรากฏในทวิตเตอร์

ที่มา : <https://twitter.com/i/foundmedia/search>

หากกล่าวถึง GIF ในปัจจุบันนั้นพบว่า GIF (อ่านว่า จีฟ) ย่อมาจาก Graphic Interchange Format เป็นไฟล์ภาพที่เว็บสามารถแสดงผลได้เช่นเดียวกับ JPEG แต่ที่แตกต่างคือ GIF เป็นไฟล์ภาพแบบ Lossless Compression หรือ ไม่มีการสูญเสียข้อมูลเมื่อเกิดการเซฟหรือบีบอัดไฟล์ภาพ และวิธีการบีบอัดไฟล์ของ GIF นั้นเรียกว่า Lempel-Ziv-Welch (LZW) ซึ่งเป็นลิขสิทธิ์ของบริษัท Unisys และ Computer Serve (natchaphak, มปป) นอกเหนือจากภาพ GIF ที่ผู้วิจัยนำมาแสดงแล้วนั้น ผู้เข้าใช้ทวิตเตอร์ทุกรายสามารถสร้าง GIF ของตนเองในการสื่อสารได้อย่างเสรีเช่นกัน

ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า สติ๊กเกอร์ อีโมจิ GIF ซึ่งถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มอารมณ์ในการสื่อสารเพื่อความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ไม่ได้มีกฎเกณฑ์ที่ตายตัวในการเลือกใช้ เพราะผู้ใช้นั้น ๆ สามารถคัดเลือกมาใช้ได้ตามความต้องการของตนเอง

ตัวอย่างการใช้งานจริง ในกรณีการใช้สติ๊กเกอร์ อีโมจิ GIF ดังภาพประกอบที่ 17 (ด้านล่าง)



ภาพ 17 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยสติ๊กเกอร์ อีโมจิ Gif

ที่มา : โดยผู้วิจัย

6.1.2. ประเด็นการสนทนาที่เริ่มต้นด้วยคำทักทายที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศ อาทิ “รุก” “รับ” ร่วมกับการส่ง “ภาพเครื่องเพศ” ให้กันและกัน

นอกเหนือจากการทักทายด้วยสติ๊กเกอร์หรือ “ดีคัป” และกลุ่มชายรักชายจะแจ้งคู่สนทนาให้ส่งภาพส่วนตัว หรือภาพเครื่องเพศ (เช่น ภาพใบหน้า ภาพหุ่น ภาพอวัยวะเพศ ภาพก้น หรือภาพอื่นใด) เพื่อตรวจสอบลักษณะทางการภาพ รวมทั้งมีการตรวจสอบรสนิยมทางเพศของกันและกัน ในกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างในทวิตเตอร์ การเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการบอกรสนิยมทางเพศของตนเองกับคู่สนทนา และการถามสถานที่ หรือระแวกที่พักอาศัย เพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดต่อไป อาทิ “รุก” เพื่อบอกว่าตนเองมีรสนิยมทางเพศเป็นฝ่ายรุก “รับ” เพื่อบอกว่าตนเองมีรสนิยมทางเพศเป็นฝ่ายรับ หรือคำว่า “แบบไหน” เป็นต้น หลังจากนั้นอาจมีการขอรูปภาพเครื่องเพศของคู่สนทนา ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“ก็เราจะถามก่อนว่าเขาเป็นรุกหรือรับ หรือเป็นไบ ถ้าเขาเป็นรุกเราก็จะคุยต่อถ้าไปรับก็เหมือนกันเราก็จะไม่คุยก็อาจจะถามอายุถามน้ำหนักขอดูรูปถ้าเขาไม่ให้รูปมาก็ไม่คุยจริง ๆ ไม่นานนะผมคิดว่าเหมือนพี่คนนั้นที่ผมเจอเขาก็เราคุยกันแป๊บหนึ่งแล้วเราก็ไปมีอะไรกันเพราะว่ามันเป็นช่วงเวลาสั้น ๆ ถ้าเกิดว่าเขากับเราเข้ากันได้ ก็ไปมีอะไรกันแล้วก็จบ แล้วก็แยก มันแค่นั้นเองเราไม่ต้องใช้เวลาเยอะ เพราะว่าถ้าใช้เวลาเยอะเดี๋ยวมันน่าเบื่อ ผมไม่ชอบด้วย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณD, ผู้ให้สัมภาษณ์, 9 กรกฎาคม 2563)

“ต้องถาม แล้วก็ถามจริง ๆ เพราะจะนัดมา_ด ถ้าถูกใจ ตรงใจ ก็จะได้พัฒนาต่อ ถามเลยว่านัด_ดหรือเปล่า ภายนอกมัย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณI, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2563)

“ถามสิ ทำไมไม่หละ เดี๋ยวนี้เค้าสลับได้หมดแหละ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณN, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2563)

“เรามองว่าความเหมือนกันระหว่างการสนทนากับเซ็ก เพราะมันเป็นการสื่อสารอย่างหนึ่ง หลายครั้งการสนทนามันโคตรจะดี โคตรจะเจ๋งกว่าเซ็กอีก เอาดี ๆ เราไม่ได้ปฏิเสธว่าการใช้ทวิต (ทวิตเตอร์-ผู้วิจัย) ของเราเพื่อเซ็กแต่เรามองว่าหลาย

ครั้งเลย ที่เราสนิทกับคน ๆ นึงผ่านการพูดคุย แล้วนำไปสู่เซ็ก sex แล้วก็นำไปสู่การเป็นเพื่อนที่สนิทสนมกัน เรารว่ามันเป็นไปได้ทุกอย่าง”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ¹, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2563)

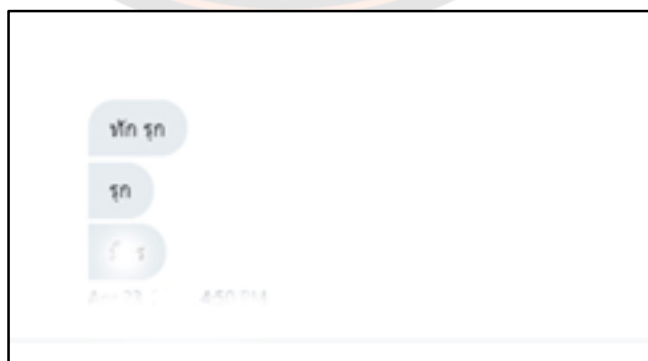
“ปกติก็ถามตรง ๆ นะ จะได้ไม่เสียเวลา ปกติก็ถามเลยว่าเป็นรับใช้มั้ย”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ², ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 มิถุนายน 2563)

หรือตัวอย่างภาพประกอบ ดังภาพที่ 18 และภาพที่ 19 ดังต่อไปนี้ (ด้านล่าง)



ภาพ 18 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการบอกความต้องการทางเพศ รสนิยมทางเพศ ภาพถ่าย และการถามสถานที่พักอาศัย
ที่มา : โดยผู้วิจัย



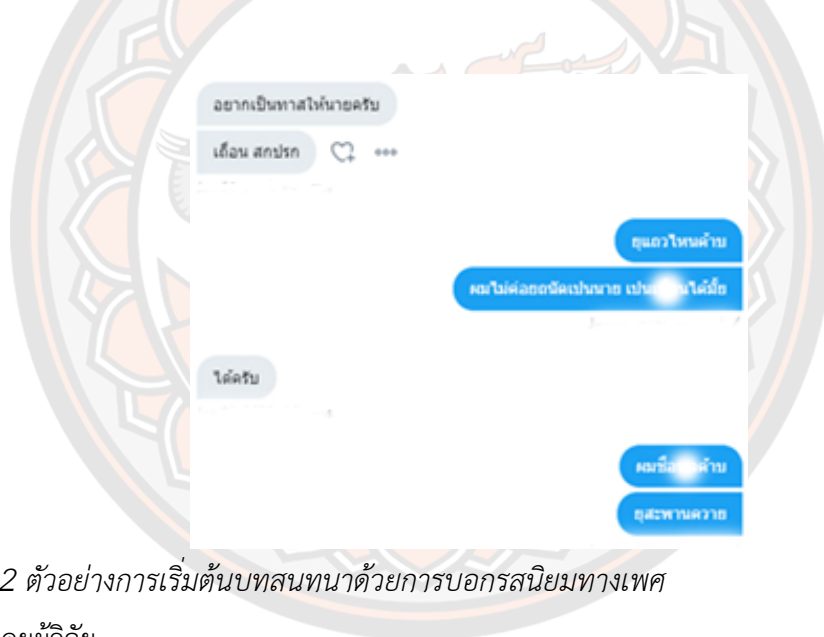
ภาพ 19 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการบอกรสนิยมทางเพศ ภาพถ่าย และการถามสถานที่พักอาศัย 1
ที่มา : โดยผู้วิจัย

ประเด็นหลักในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน นิยมความสะดวก รวดเร็วเพื่อจะได้สะดวก ในการตกลงในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน

“มันง่ายมากนะพี่ มันไม่จำเป็นต้องถามน้ำหนักส่วนสูง มันจะได้จบว่าเค้า พร้อมจะไปต่อกับเรามั้ย บางทีเคยคุยกันนานมาก แต่พอนัดแล้วดันเป็นรับ เหมือนกัน เสียเวลามาก ผมเคยเจอนะ นัดกันสุดท้ายก็รับเหมือนกัน ทีหลังเลยขอ รูปกับถามเลยว่ารึกรับ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณE, ผู้ให้สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2563)

ในกลุ่มบีตีเอสเอ็ม (BDSM) มักใช้ประโยคที่บ่งบอกถึงรสนิยมทางเพศแบบบีตีเอสเอ็ม (BDSM) ตัวอย่างเช่น “อยากเป็นทาสในนายครับ เกือบ สกปรก” ดังตัวอย่างภาพที่ 22 (ด้านล่าง)



ภาพ 22 ตัวอย่างการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการบอกรสนิยมทางเพศ
ที่มา : โดยผู้วิจัย

ในกลุ่มชายรักชายที่มีรสนิยมทางเพศที่หลากหลาย ซึ่งในที่นี้คือกลุ่มบีตีเอสเอ็ม (BDSM) ย่อมาจาก

Bondage ที่หมายถึง ความเป็นทาส หรือสภาวะที่ถูกพันธนาการ
Discipline หมายถึง การลงโทษ หรือ Dominance หมายถึง การปกครอง และ
Submission หมายถึง การยอมจำนน หรือ Sadism หมายถึง การมีความสุขจากการทำให้ผู้อื่นเจ็บปวด และ
Masochism หมายถึง การมีความสุขจากการถูกผู้อื่นทำให้เจ็บปวด

โดยกลุ่มผู้ที่นิยมแบบกลุ่มบีทีเอสเอ็ม มักเริ่มต้นด้วยการแนะนำตัวในลักษณะการแทนตนเองว่าเป็นทาส หรือเป็นบ่าวที่คุยกับ Master หรือนาย ดังที่ผู้เข้าร่วมวิจัยคนหนึ่งมักแนะนำตัวผ่านการใช้สัญญาว่า

“อยากเป็นทาสของนาย อยากถูกนายกระแทก แรง ๆ ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณR, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 กรกฎาคม 2563)

เนื่องจากในกลุ่มบีทีเอสเอ็มนั้น การแนะนำตัวด้วยการเสนอความเป็นทาส หรือเป็นนายทาสนั้น เป็นการเชิญชวนให้คู่สนทนามีปฏิสัมพันธ์ และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“เพราะกลุ่มนี้มักโดนคนทั่วไปแม้แต่ชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันบางคนมองว่า “โรคจิต” แต่จริง ๆ แล้วมันเป็นแค่ความชอบส่วนบุคคล เราเลยบอกเลยแนะนำไปก่อนเลยว่าเรา BDSM ถ้าใครไม่ชอบเค้าก็จะได้ไม่ต้องมาหาเรื่องหรือมาว่ากัน BDSM มีคนชอบเล่นกันเยอะนะ แค่หลายคนไม่เคยลอง พอลองแล้วก็ชอบ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณR, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 กรกฎาคม 2563)

“รูปถ่ายสำคัญนะ เพราะในนี้ไม่ค่อยมีใครใช้รูปจริงหรอก เราคุยกันได้ ภาพแบบไหนก็ได้ถ้าไม่นัด แต่ถ้านัด สิ่งแรกที่ต้องแลกคือภาพ เราต้องรู้อะไรเราจะได้ _ดกับคนหรือผี มันธรรมดาตามาก ใคร ๆ ก็ทำกัน มันเป็นกฎเป็นมารยาท ชื่อหรืออาชีพอะไรไปทำไม เราไม่สนใจ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณM, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 พฤษภาคม 2563)

ประเด็นหนึ่งที่น่าสนใจคือ การเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารระหว่างกันในช่องสนทนาจะสังเกตได้ว่าการถามชื่อสกุลจริง หรืออาชีพ หน้าที่การงาน ไม่ได้มีความสำคัญในการเปิดเผยตัวตนระหว่างกัน สิ่งที่ถูกให้ความสำคัญกลับเป็นสถานภาพทางเพศ รสนิยมทางเพศ ลักษณะทางกายภาพ เพื่อใช้ในการตัดสินใจที่จะสานสัมพันธ์ต่อ แม้อาจจะดูไม่น่าแปลกใจนักสำหรับบุคคลทั่วไป ทว่าสิ่งหนึ่งที่ผู้เข้าร่วมวิจัยปฏิบัติคือการทำตามคำอธิบายนที่คู่สนทนาดังไว้ ดังตัวอย่างภาพที่มีการส่งหรือนำเสนอระหว่างกัน โดยการนำเสนอตัวตนข้างต้นมักใช้ภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวเป็นตัวช่วยในการนำเสนอตัวตน ซึ่งทั้งหมดผู้ใช้จะใช่วิธีการในการสื่อสารด้วยอารมณ์ความรู้สึกผ่านข้อความหรือตัวสาร

ที่ส่งไป เนื้อหารูปแบบที่ข้อความดึงดูด รวมทั้งเร่งให้ผู้ชมรายอื่น ๆ มีปฏิกิริยาตอบสนองอย่างรวดเร็ว และทันที ไม่ว่าจะเป็นการทักถล่มข้อความ หรือการแสดงความเห็น การกดรีทวีต เป็นต้น ตัวอย่างเช่น ภาพเพื่อการนำเสนอตัวตนทั่วไป (ดังภาพที่ 23 ด้านล่าง) ภาพเพื่อการนำเสนอตัวตนเกี่ยวกับบรรณนิยทางเพศ (ดังภาพที่ 24 ด้านล่าง)



ภาพ 23 ภาพเพื่อการนำเสนอตัวตนทั่วไป

ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 24 ภาพเพื่อการนำเสนอตัวตนเกี่ยวกับบรรณนิยทางเพศ

ที่มา : โดยผู้วิจัย

6.1.3 บทสรุปเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด : ดีคั๊บ สติ๊กเกอร์ และภาพเครื่องเทศ

เนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกันนั้นมักเป็นเนื้อหาที่มีรูปแบบ กล่าวคือในช่วงแรกของการสนทนานั้นจะมีการทักด้วย “ดีคั๊บ” หรือ “ส่งสติ๊กเกอร์” หรือ “ภาพเครื่องเทศ” เพื่อต้องการแสดงวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร รวมทั้งการสอบถามที่ชัดเจนตรงไปตรงมาว่าตนเองมีความต้องการสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น เพื่อการมีกิจกรรมการเพศ หรือ เพื่อต้องการค้นหาเพื่อนที่มีรสนิยมทางเพศที่คล้ายคลึงกัน เพื่อรวมกลุ่มเพื่อทำกิจกรรมบางอย่างตามที่กลุ่มตกลงกัน หลังจากการสนทนาครั้งแรกหากความต้องการตรงกันก็จะเดินทางออกมาในพื้นที่ออฟไลน์เพื่อตกลง ตรวจสอบความไว้วางใจหรือที่เรียกว่า “รอบคัดตัว” โดยเนื้อหาในการสนทนายังจะชัดเจนตามวัตถุประสงค์ที่นัดออกมาเจอโดยที่ไม่มีการอ้อมค้อมใด ๆ หากตรงตามความปรารถนาแล้วก็จะมีการสื่อสารเป็นนัยยะว่าอยากมีโอกาสเจอกันอีกในครั้งต่อไป เช่น อาจมีการขอเบอร์ติดต่อ หรือไลน์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทว่าหากไม่ตรงตามปรารถนาก็จะตัดการสนทนาโดยอาจไม่ได้มีการแลกเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ส่วนตัว รวมทั้งอาจมีการแสดงสัญญาณการกดไม่ติดตามเพื่อบอกให้คู่สนทนาของตนเองทราบ สามารถสรุปเนื้อหาในแต่ละขั้นตอนของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ได้ดัง ตาราง 13 14 15 16 ดังต่อไปนี้ (ด้านล่าง)

ตาราง 13 แสดงผลสรุปของขั้นตอน เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ในขั้นที่ 1 ขั้นก่อนส่งข้อความไปยังกล่องข้อความส่วนตัว

ขั้นตอนที่เกิด	เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด	หมายเหตุ
1) ก่อนส่งข้อความไปยังกล่องข้อความส่วนตัว	อ่านคำอธิบาย (Bio) ซึ่งเนื้อหาในคำอธิบายมักเกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศ กฎ หรือความต้องการเฉพาะ	ตามหัวข้อ 1.5 คำอธิบาย : คำนิยามในการเปิดเผยตนเอง หน้า 93

ที่มา : โดยผู้วิจัย

ตาราง 14 แสดงผลสรุปของขั้นตอน เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ในขั้นที่ 2 ขั้น
เมื่อส่งข้อความไปยังกล่องข้อความส่วนตัว (DM)

ขั้นตอนที่เกิด	เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด	หมายเหตุ
2) เมื่อส่ง ข้อความไปยัง กล่องข้อความ ส่วนตัว (DM)	ในกรณีวัตถุประสงค์เรื่องทั่วไป มักใช้ ดีคัป/ สติ๊กเกอร์/อีโมจิ รวมทั้งจะมีการให้คู่สนทนาส่งภาพ เครื่องเพศประกอบการตัดสินใจ อีกทั้งมีการเข้า วัตถุประสงค์ของการสนทนาทันที	ตามผล การศึกษาใน หัวข้อ 6.2
	ในกรณีวัตถุประสงค์เรื่องเพศ มักมีลักษณะทั้งอวัจน ภาษาและวัจนภาษาที่กระตุ้นให้กระทำการอย่างหนึ่ง อย่างใด เช่น การมีกิจกรรมทางเพศ หรือการสาน สัมพันธ์โดยการถามสถานะภาพในปัจจุบัน หรือมีการ แนะนำตัวและบอกวัตถุประสงค์หากต้องการสนทนาใน ประเด็นทั่วไป โดยทั้งหมดนั้นจะเป็นไปตามสิ่งที่แจ้งไว้ใน คำอธิบาย (Bio) ทั้งสิ้น รวมทั้งมีการส่งภาพอวัยวะเพศ ขณะแข็งตัวเพื่อเชิญชวนคู่สนทนาให้ตอบรับปฏิสัมพันธ์ เป็นต้น	

ที่มา : โดยผู้วิจัย

ตาราง 15 แสดงผลสรุปของขั้นตอน เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ในขั้นที่ 3 ขั้น
เมื่อนัดออกมาในพื้นที่ออฟไลน์

ขั้นตอนที่เกิด	เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด	หมายเหตุ
3) เมื่อนัด ออกมาในพื้นที่ ออฟไลน์	ในกรณีวัตถุประสงค์ทั่วไปหากตรงตามความปรารถนาหรือรสนิยมก็จะใช้อวัจนะและวัจนภาษาแสดงสัญญาณว่าจะมีการตกลงนัดกันใหม่อีกครั้ง พร้อมถามเบอร์โทรศัพท์ ไลน์ส่วนตัว หรือถามละแวกที่อยู่อาศัย หรือหากไม่ตรงตามความต้องการก็จะปฏิเสธในครั้งแรกที่เจอกันทันที	ตามหัวข้อ 4S model : รูปแบบ ในการสื่อสารเพื่อ สร้างความสัมพันธ์ แบบใกล้ชิดของ ชายรักชายผู้ใช้ ทวิตเตอร์
	ในกรณีวัตถุประสงค์เรื่องเพศ หากตรงตามความปรารถนาหรือรสนิยมก็จะใช้อวัจนะและวัจนภาษาแสดงสัญญาณว่าจะมีการตกลงนัดกันใหม่อีกครั้งหลังมีกิจกรรมทางเพศ เช่น การขอเบอร์โทรศัพท์ ไลน์ส่วนตัว หรือถามละแวกที่อยู่อาศัย กรณีหากไม่ตรงตามความปรารถนาหรือรสนิยมก็จะใช้อวัจนะและวัจนภาษาแสดงสัญญาณว่าจะไม่มีการนัดกันใหม่ เช่น การจากลาโดยไม่ถามข้อมูลส่วนตัว หรือการแสดงออกบางประการ เช่น การไม่ส่งขึ้นรถแท็กซี่ การกตเล็กติดตามในทวิตเตอร์ เป็นต้นอีกส่วนหนึ่ง	

ที่มา : โดยผู้วิจัย

ตาราง 16 แสดงผลสรุปของขั้นตอน เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ในขั้นที่ 4 ขั้นหลังจากพบกันในพื้นที่ออฟไลน์

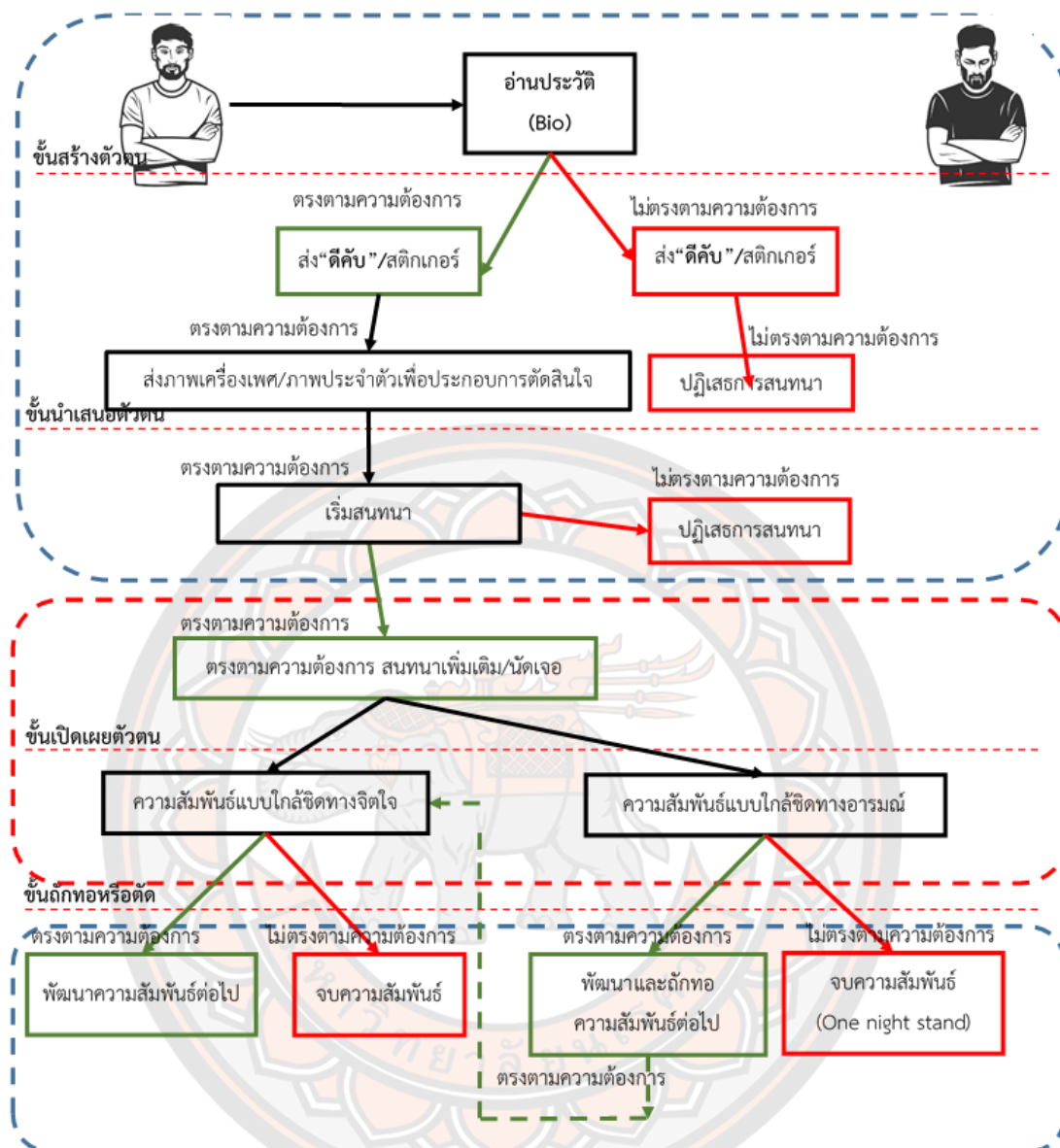
ขั้นตอนที่เกิด	เนื้อหาที่ใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด	หมายเหตุ
4) หลังจากพบกันในพื้นที่ออฟไลน์	เริ่มมีการแสดงออกมาขึ้นในหน้าบัญชีทวิตเตอร์ ส่วนตัวของอีกฝ่าย เช่น การกดหัวใจ การทวิตความเห็นต่าง ๆ โดยใช้สัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นว่ากำลังติดตาม หรือทั้งสองคนเคยเจอกันแล้ว ผ่านการพิมพ์ข้อความที่สนทนาลงในสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ทั้งในทวิตเตอร์ และสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ที่ทั้งคู่มีของกันและกัน เป็นต้น	ตามหัวข้อ 4S model : รูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์

ที่มา : โดยผู้วิจัย

โดยจะพบว่าหากจะสรุปเนื้อหาในการสื่อสารจะเป็นเนื้อหาที่กระตุ้นให้คู่สนทนาปรับตัวสนใจรวมทั้งเป็นการสื่อสารด้วยอารมณ์ผ่านภาพนิ่ง หรือข้อความต่าง ๆ ที่ตรงไปตรงมา ในการศึกษาครั้งนี้จะพบเนื้อหาในการสื่อสารระหว่างกัน จนสามารถวิเคราะห์และสรุปได้เป็นรูปแบบหรือขั้นตอนในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ดังหัวข้อต่อไป

6.2 4S model : รูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์

จากตัวอย่างเนื้อหาและบทสัมภาษณ์ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปให้เป็นรูปแบบการสื่อสารของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (4S model) ได้ ดังภาพ 25 ต่อไปนี้



ภาพ 25 แสดงรูปแบบการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ชีวิต
 เตอร์ (4S model)
 ที่มา : โดยผู้วิจัย

หมายเหตุ :

-  หมายถึง ตรงตามความต้องการ และอาจสานสัมพันธ์ไปในขั้นต่อไป
-  หมายถึง ขั้นตอนแห่งการขยายความสัมพันธ์จากเรื่องกายภาพมาสู่ความสัมพันธ์ทางอารมณ์
-  หมายถึง ไม่ตรงตามความต้องการ และอาจยุติการสานสัมพันธ์
-  หมายถึง ขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์
-  หมายถึง กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ เช่น ทวิตเตอร์
-  หมายถึง กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์

จากผลการศึกษาขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ตลอดระยะการฝังตัว รวมทั้งจากเนื้อหาที่กลุ่มชายรักชายใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด พบรูปแบบที่กลุ่มชายรักชายโดยผู้เข้าร่วมวิจัยใช้ในการสื่อสารระหว่างกันมักประกอบไปด้วย 2 พื้นที่ ผ่านขั้นตอนที่ใช้ 4 ขั้นตอน ดังนี้

2 พื้นที่ ประกอบไปด้วย

1. พื้นที่ออนไลน์ ผ่านทวิตเตอร์ในครั้งแรก และอาจพัฒนาไปสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ ต่อไป
2. พื้นที่ออฟไลน์

4 ขั้นตอน ประกอบไปด้วย

1. ขั้นสร้างตัวตน
2. ขั้นนำเสนอตัวตน
3. ขั้นเปิดเผยตัวตน
4. ขั้นถักทอหรือตัดขาด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ขั้นสร้างตัวตน (S: Stage of Self-Creation) ระยะแรกของการเริ่มต้นในการสื่อสาร มักจะใช้คำอธิบาย (Bio) ในการสื่อสารเพื่อนำเสนอตัวตน ร่วมกับองค์ประกอบต่าง ๆ อาทิ 1) ชื่อ บัญชีผู้ใช้ 2) จำนวนผู้ติดตาม 3) ภาพหน้าปก 4) ภาพประจำตัว และ 5) คำอธิบาย ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 5 ส่วนจะทำงานสอดคล้องกันในการนำเสนอตัวตน เปิดเผยตัวตน โดยเฉพาะประวัติ (Bio) ใช้เพื่อบอก และชี้แจงกับบัญชีผู้ใช้รายอื่น ๆ ถึงกฎ ระเบียบ ความต้องการของเจ้าของบัญชีผู้ใช้นั้น ๆ หากบัญชีผู้ใช้รายใดไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือข้อบังคับจะถูกปฏิเสธในการสนทนาทันที หากผู้ใช้

รายใดทำตามหรือมีคุณลักษณะถูกต้องตามปรารถนาแล้วก็จะดำเนินการในขั้นต่อไป ทว่าใครที่ไม่ตรงตามความต้องการของบัญชีผู้ใช้แม้จะมีการพูดคุยไปเพื่อสนทนาก็อาจถูกปฏิเสธทันที โดยการปฏิเสธในครั้งแรกไม่ได้หมายถึงการถูกปฏิเสธแบบถาวร ยกเว้นกรณีที่ผู้ใช้รายนั้น ๆ ไม่ปฏิบัติตามกฎที่ปรากฏในคำอธิบาย (bio) เลย อาจมีการปิดกั้นการสนทนาแบบถาวร

พบเพิ่มเติมของกลุ่มหลากหลายทางเพศ เช่น กลุ่มบีตีเอสเอ็ม คือเมื่อมีการสนทนาในครั้งแรกนั้นจะมีการกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ชัดเจน รวมทั้งจะมีการบอกข้อกำหนดอย่างชัดเจนในครั้งแรก แตกต่างจากชายรักชายอื่น ที่มักเริ่มด้วยการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการส่งภาพและนัดเจอ แต่ของกลุ่มบีตีเอสเอ็ม นั้นจะต้องแนะนำตัวอย่างละเอียดรวมทั้งต้องยินยอมในข้อกำหนดต่าง ๆ ก่อนการข้ามไปยังขั้นตอนต่อไป หากคู่สนทนาปฏิเสธในการให้ข้อมูลต่าง ๆ ก็จะจบบทสนทนาในทันที เพราะในคำอธิบาย (Bio) นั้นจะแสดงตัวตนอย่างชัดเจน เพื่อจะได้สะดวกในการนัดแนะหรือดำเนินการในขั้นต่อไป

2. ขั้นนำเสนอตัวตน (S : Stage of Self-Presentation) หากบัญชีผู้ใช้รายใดมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารตรงกัน เช่น เจ้าของบัญชีผู้ใช้มีรสนิยมทางเพศเป็นรุก ผู้ที่หักมาเพื่อสนทนานั้นจะต้องมีลักษณะที่ตรงตามรสนิยมทางเพศ โดยเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครั้งแรกจะใช้คำว่า “ดีคับ” หรือ “การส่งสติ๊กเกอร์” ระหว่างกัน หลังจากนั้นอาจมีการสอบถามรสนิยมทางเพศ พร้อมกันนั้นก็ให้คู่สนทนาส่งภาพเครื่องเพศ (อวัยวะเพศชาย/ก้น/ภาพร่างกายส่วนตัวต่าง ๆ) หรือภาพประจำตัวเพิ่มเติม หรือภาพที่ชัดกว่าที่ใช้ในทวิตเตอร์ หากถูกต้องตามปรารถนาแล้วก็จะดำเนินการในขั้นต่อไป

3. ขั้นเปิดเผยตัวตน (S : Stage of Self-Exposure) หลังจากนั้นอาจมีการนัดในการพบปะ เจอหน้าเจอตากันในพื้นที่ออฟไลน์ต่อไป โดยการนัดเจอสามารถจัดได้เป็น 2 วัตถุประสงค์ด้วยกัน

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ (To establish an emotional intimacy relationship) การนัดเจอเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์หรือความสัมพันธ์ที่ประสงค์จะใกล้ชิดทางอารมณ์เป็นหลัก กล่าวคือการมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการมีกิจกรรมทางเพศระหว่างกัน และหากการมีกิจกรรมทางเพศในครั้งนั้น ๆ สำเร็จและเป็นไปตามความพึงพอใจของทั้งสองฝ่ายก็อาจจะพัฒนาความสัมพันธ์ไปได้จนกลายเป็นเพื่อนสนิท คู่ทางธุรกิจ เพื่อร่วมงาน หรือคู่รักต่อไปได้ ทว่าหากความสัมพันธ์ในครั้งนั้นไม่เป็นไปตามความปรารถนาหลังจากจบกิจกรรมทางเพศแล้วก็จะสามารถตัดความสัมพันธ์ระหว่างกันได้ทันทีเช่นกัน

เนื้อหาสาระที่ใช้เช่น ภาพนิ่ง วิดีโอคลิป หรือข้อความต่าง ๆ นั้นก็มักเกี่ยวข้องกับการร่วมเพศ เครื่องเพศต่าง ๆ

อีกทั้งจากการฝังตัวพบว่ามัตถุประสงค์หลักที่เกี่ยวข้องกับเพศและรสนิยมทางเพศ อีก 2 ประการย่อยด้วยกัน กล่าวคือ 1.1) มัตถุประสงค์เพื่อการมีเพศสัมพันธ์ระหว่างกัน และ 1.2) มัตถุประสงค์เพื่อการนัดเจอเพื่อนที่มีรสนิยมทางเพศที่เหมือนกัน เพื่อการค้นหาคู่ คนรู้ใจ หรือคู่รัก ไม่ว่าจะเป็นมัตถุประสงค์ย่อยทั้งสองประการนี้จะกระทำให้เกิดผลแบบใดก็ตาม ถึงกระนั้นในทุกมัตถุประสงค์ของความสัมพันธ์ ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ตอบตรงกันว่าจำเป็นต้องมีเรื่องเพศมาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมภายนอก หรือภายใน กล่าวคือ ภายนอกหมายถึงกิจกรรมที่ไม่ได้มีการสอดใส่ อวัยวะเพศระหว่างกัน อาจมีการรวมเพศกับส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย หรือมีกิจกรรมการรวมเพศทางปากทดแทนการสอดใส่ ส่วนภายในหมายถึงการร่วมเพศแบบสอดใส่ โดยทั้งสองกลุ่มของกิจกรรมทางเพศนั้นอาจเกิดในพื้นที่สาธารณะ หรือในพื้นที่เฉพาะ หรือจะเป็นการทำกิจกรรมระหว่างคนสองคน หรือมากกว่าสองคนก็ได้ ตามแต่รสนิยมและความพึงพอใจ

มัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ (To establish a psychological intimacy relationship)

การนัดเจอเพื่อพบปะหรือการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด หรือความสัมพันธ์ที่ประสงค์จะใกล้ชิดทางจิตใจเป็นหลัก กล่าวคือการอยากทดสอบความไว้วางใจระหว่างกัน หากตรงตามความต้องการของทั้งคู่แล้วอาจมีการพัฒนาไปสู่การเป็นแฟน หรือคู่รักได้ โดยอาจสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ในครั้งแรกที่เจอหรือไม่ก็ได้ แต่ถึงกระนั้นจากการฝังตัวการสร้างความสัมพันธ์ทางจิตใจก็มักมีส่วนประกอบของกิจกรรมทางเพศ หรือการร่วมเพศเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย อีกทั้งการทดสอบความไว้วางใจหรือทัศนคติต่าง ๆ หากไม่ตรงกันก็อาจจบความสัมพันธ์ในครั้งนี้ได้เช่นกัน ดังที่จะกล่าวในส่วนสุดท้าย

4. ขั้นพิจารณาถ้อยทอดหรือตัดขาด (S : Stage of Self-Determination) - Choosing whether to continue or end a relationship

หลังจากคู่สนทนา ได้พบเจอทั้งเพื่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ (กิจกรรมทางเพศ) หรือการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ (พบปะ) แล้ว ทั้งสองมีความพึงพอใจระหว่างกันก็จะทำการแลกเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ บ้างก็แบ่งปันเครือข่ายสังคมออนไลน์ส่วนตัว บอกรายละเอียดส่วนตัวที่ลึกซึ้ง อาจหมายถึงชื่อจริง อาชีพ ระบุว่าที่พัก หรือความชอบอื่น ๆ ระหว่างกัน เพื่อสานสัมพันธ์ และหลังจากนั้นก็อาจกลับมาสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทั้งทางอารมณ์และจิตใจอีก ทว่าหากคู่สนทนาได้ปฏิสัมพันธ์กันแล้วไม่เป็นไปตามที่ตนเอง

ประสงค์ คาดหวัง ต้องการ ก็จะทำให้การติดสัมพันธ์ระหว่างกัน ผ่านสัญลักษณ์ต่าง ๆ เช่น การไม่แลกเบอร์โทรศัพท์ส่วนตัว อาจมีการปฏิเสธการนัดพบในรอบต่อไป หรือการยกเลิกการติดตามในช่องทางทวิตเตอร์หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เพื่อตัดขาดความสัมพันธ์ หากแต่ขั้นตอนนี้อาจไม่ใช่ขั้นตอนการลักทอหรือตัดขาดอย่างแท้จริงนัก เพราะทุกความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเป็นความสัมพันธ์ที่มีพลวัตในตัวเอง กล่าวคือสามารถจบลงหรือเริ่มต้นขึ้นเมื่อไหร่ก็ได้ ตามแต่ความสนใจส่วนบุคคลนั้น ๆ

แม้ผลการศึกษาที่ปรากฏจะกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของความสัมพันธ์ทั้ง 2 แบบ ทว่าในความเป็นจริงที่เกิดขึ้นนั้น อาจไม่ได้มีแค่ 2 แบบตามข้างต้น เนื่องจากทวิตเตอร์เป็นพื้นที่ออนไลน์จึงทำให้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น สามารถเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้ตลอดเวลา จึงทำให้ผลการการศึกษาที่เกิดขึ้นนี้อาจเป็นเพียง “ส่วนหนึ่ง” ที่เกิดขึ้นจริงเท่านั้น

สิ่งหนึ่งที่อาจสรุปได้จากข้อมูลการสังเกตการณ์ข้างต้น จะพบว่ากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเพศนั้นมียอยู่ในทุกวัตถุประสงค์ของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ถึงแม้ว่าผู้เข้าร่วมวิจัยบางส่วนจะไม่เห็นด้วยในข้อสรุปดังกล่าว แต่ก็ไม่ได้ปฏิเสธถึงความมีอยู่และการเกิดขึ้นจริงของกิจกรรมนั้น ๆ ภายในพื้นที่ออนไลน์ แม้กิจกรรมดังกล่าวจะถูกสังคมภายนอกมองในแง่ใด ๆ ก็ตาม ทว่าในกลุ่มผู้ใช้ทวิตเตอร์กลับมองว่าเป็นการตรวจสอบความไว้วางใจ อีกทั้งอาจพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ในระยะยาวได้อีกด้วย

ผู้เข้าร่วมวิจัยบางส่วน กล่าวว่า ทั้งสองใช้ทวิตเตอร์มาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2556 โดยประมาณ และนัดเจอกัน หลังจากนัดเจอกันก็มีกิจกรรมทางเพศกัน 2-3 ครั้ง ซึ่งในระหว่างนั้นไม่ได้ตกลงเป็นแฟนกัน แต่ทั้งคู่ก็ไม่ได้ไปมีเพศสัมพันธ์กับใครอื่น จนกระทั่งเข้ามาปีที่ 2 จึงตกลงเป็นคู่รักกัน รวมระยะเวลาทั้งหมดนั้น 7 ปี โดยทั้งคู่เล่าว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นต้องใช้ความเชื่อใจอย่างมาก รวมทั้งความซื่อสัตย์ระหว่างกัน ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“ผมคิดว่ามันไม่ใช่เรื่องเกย์ หรือเรื่องนัด-ต แต่มันเป็นเรื่องความมีมนุษยธรรม เราไม่ได้ตั้งใจจะคบกันในครั้งแรกที่เจอ แต่ดันบังเอิญ เราทำอาชีพเดียวกัน อยู่ทีเดียวกัน เวลาพักเราก็น้อยเหมือนกัน เข้าใจกันมาก เลยเปลอ ๆ ก็ตัดสินใจคบกัน

ผมเจอพี่เค้าครั้งแรกยังตกใจเลยว่าจะไม่คิดว่าคนนั้นที่เราเจอที่ทำงานจะเป็นคนเดียวกันในคืนนี้ หลังจากนั้นเราก็จอกันที่โรงพยาบาลทุกวัน วันไหนผมมีคนไข้ตึก พี่เค้าก็จะมาแซว เอาขนมมาฝาก เราคบกันและไม่มีใครรู้ว่าเรารู้จักกันผ่านทวิตเตอร์ มันคงตลกน่าดู (อีกคนพูดแทรกกว่า - ไม่ใช่ที่เราไม่อยากจะบอกนะ แต่ไม่รู้จะบอกทำไม) จริง ก็เห็นว่าเราคบกันรักกันก็พอแล้ว ที่บ้านก็รู้แหละ เคยพาไปเจอแม่แล้ว

บอกว่าคบกับพี่เค้า ก็ธรรมดา มันอยู่ที่ตัวคน เพศทั่วไป มั่วก็เยอะ เกย์ที่ดีก็เยอะ มันอยู่ที่คน”

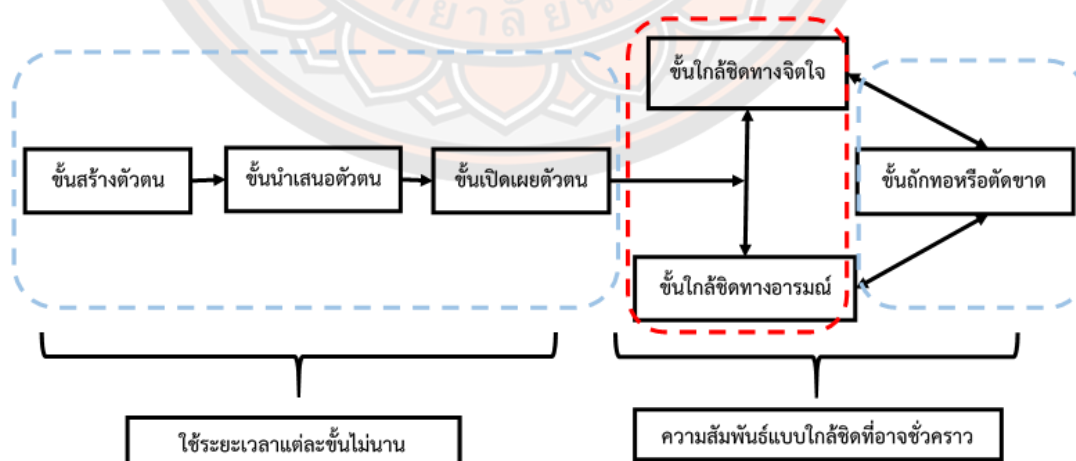
(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ, ผู้ให้สัมภาษณ์, 31 พฤษภาคม 2563)

จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากทวิตเตอร์ ซึ่งครั้งแรกเพียงต้องการให้เป็นความสัมพันธ์ชั่วคราว ก็สามารถพัฒนาให้กลายเป็นความสัมพันธ์ระยะยาวได้ ดังนั้นไม่อาจสรุปได้เสียทีเดียวว่า ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในทวิตเตอร์ จะมีเพื่อความสัมพันธ์ชั่วคราวข้ามคืน ทว่าสิ่งหนึ่งที่พบจากบทสัมภาษณ์คือ การที่เมื่อทั้งสองตั้งใจจะสานสัมพันธ์ก็จำเป็นต้องใช้ระยะเวลา 2 ปีในการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน นั้นอาจหมายความว่ารูปแบบในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในกรณีทวิตเตอร์นั้น อาจเป็นเพียงส่วนแรกของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดตามแนวคิดดั้งเดิมหรือไม่

อีกกลุ่มหนึ่งของผู้เข้าร่วมวิจัยที่สานสัมพันธ์ต่อจากความสัมพันธ์ชั่วคราวนั้น กล่าวว่าจำเป็นต้องใช้ระยะเวลาประมาณ 1 ปีก่อนตกลงคบกันเพื่อขยายเป็นความสัมพันธ์ด้านจิตใจ ซึ่งใช้เวลาน้อยกว่าคู่แรก ทว่าปัจจุบันก็คบกันมาประมาณ 10 ปี

6.2.1. บทสรุปรูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ โดยใช้ 4S model

จากขั้นตอนดังกล่าวสามารถสรุปเป็นภาพรูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เป็นตัวอย่างได้ดัง ภาพที่ 26 ต่อไปนี้



ภาพ 26 แผนภาพแสดงรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดภายในทวิตเตอร์

ที่มา : โดยผู้วิจัย

หมายเหตุ :



หมายถึง กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์



หมายถึง กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์

รูปแบบหรือขั้นตอนในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดสามารถสรุปได้ว่ามี 4 ขั้นตอนด้วยกัน โดยแต่ละขั้นตอนนั้นเกิดขึ้นและผ่านไปในช่วงเวลาอันสั้น รวมทั้งในแต่ละขั้นตอนมักเกี่ยวข้องกับความเป็นปัจเจกบุคคล ทั้งผู้เริ่มต้นการสนทนาและผู้นำสนทนา เพราะมีเหตุผลในการตัดสินใจขึ้นอยู่กับความพึงพอใจส่วนบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพและรสนิยมทางเพศ จากการศึกษาจะพบว่าแม้วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์หรือเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ ทว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเหมือนกันนั้นคือการที่ทั้งคู่พยายามสร้างกิจกรรมหรือสถานการณ์เพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมทางเพศ และหลังจากนั้นจะพัฒนาต่อไป หรือตัดขาดนั้นอาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต หรือในบางกรณีอาจเกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ดังตัวอย่างที่ผู้วิจัยนำเสนอไปแล้วข้างต้น

รวมทั้งขั้นตอนในการสื่อสารนั้นไม่สามารถแยกขาดได้จากเนื้อหาในการสื่อสาร เพราะในการก้าวข้ามแต่ละขั้นตอนในการสื่อสารขั้นหนึ่ง ๆ นั้นจำเป็นที่จะต้องอาศัยเนื้อหาต่าง ๆ เช่น ภาพถ่ายข้อความกระตุ้นอารมณ์ หรือการตัดสินใจ อีกทั้งความกล้าหาญของคู่สนทนาเพื่อที่จะทำให้ขั้นตอนในการสนทนาสามารถพัฒนาต่อไปได้

บทที่ 7

ทวิตเตอร์อุ้มสม : เมื่อทวิตเตอร์ (พยายาม) เป็นทุกอย่างให้เธอแล้ว

ภายในบทนี้แบ่งการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ **ส่วนที่หนึ่ง** อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา ซึ่งจะประกอบด้วย (1) อภิปรายผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะสำคัญของสื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด พบว่าคุณลักษณะสำคัญ 3A นั้นส่งเสริมให้กลุ่มชายรักชายตัดสินใจก้าวเข้ามาใช้ทวิตเตอร์และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน (2) อภิปรายผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 2 ศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการใช้สื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายเพื่อการเปิดเผยตัวตนเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด พบว่า การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์นั้นมีการ “ลัดวงจร” จากการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเดิม ส่งผลให้เกิดรูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์รูปแบบใหม่ **ส่วนที่สอง** คุณูปการของการศึกษาในครั้งนี้ที่มีต่อแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ **ส่วนที่สาม** ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป และ **ส่วนที่สี่** ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

7.1. อภิปรายผลการศึกษา

7.1.1 อภิปรายผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะสำคัญของสื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

จากผลการวิจัยที่นำเสนอในบทก่อนหน้า ผู้วิจัยพิจารณาเห็นว่าประเด็นที่น่าสนใจในส่วนของคุณลักษณะของทวิตเตอร์ที่สำคัญกับกลุ่มชายรักชายที่ทำการศึกษา ดังต่อไปนี้

ประการแรก เมื่อนำคุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ที่มีต่อการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ (3A Attributes) ซึ่งประกอบไปด้วย การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง (A – Authorship) เข้าถึงได้ง่าย (A - Approachable) และ ความนิรนาม (A – Anonymity) มาเทียบกับขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด หรือ GCDCTA model ที่ผู้วิจัยได้นำเสนอไปในบทที่ 2 (หัวข้อ 3.2 แนวคิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตน หน้า 38) สามารถสรุปเป็นตารางที่ 17 ที่แสดงถึงขีดขั้นความสัมพันธ์ พื้นที่การสื่อสาร คุณลักษณะพิเศษที่มีความเกี่ยวข้องกันในแต่ละขั้นตอน ดังที่ปรากฏต่อไปนี้

ตาราง 17 แสดงขีดขั้นความสัมพันธ์ พื้นที่การสื่อสาร คุณลักษณะสำคัญที่เอื้อต่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ที่มีความเกี่ยวข้องกันในแต่ละขั้นตอน

ขั้นของความสัมพันธ์	พื้นที่ในการสื่อสาร	คุณลักษณะพิเศษ
Greeting ขั้นทักทาย	Online	A – Authorship การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง
Chitchat ขั้นเล่าเรื่อง		A - Approachable เข้าถึงได้ง่าย
Dialogue ขั้นพูดคุยจริงจัง		
Connection ขั้นสร้างความเกี่ยวพัน		A – Anonymity ความนิรนาม
Trust ขั้นเชื่อมั่นไว้วางใจ		
Affection ขั้นสนิทแนบแน่น	Offline	ออกมาเจอในพื้นที่จริง

ที่มา : โดยผู้วิจัย

หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์สี สีฟ้า ปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นในพื้นที่ทวิตเตอร์ และ สีเขียว ปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์

จากตารางที่ 17 ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าในขั้นตอนแรกคือการสร้างตัวตนเป็นขั้นที่ผู้ใช้พยายามที่จะสร้างตัวตนตามที่ตนเองปรารถนาเพื่อแสดงความสัมพันธ์หรือทำความรู้จักกับผู้อื่น รายอื่น ๆ ในฐานะของคนแปลกหน้า รวมทั้งข้อสำคัญที่ต้องเกิดขึ้นร่วมด้วยคือการเล่าเรื่องของตนเองผ่านการใช้คำอธิบาย (Bio) เพื่อให้คู่สนทนาสามารถทำความรู้จักในขั้นต้นได้ พร้อมกันนั้นก็จะเริ่มค้นหาความสัมพันธ์ผ่านแฮชแท็กตามเนื้อหาหรือกลุ่มบุคคลที่ตนเองสนใจ อย่างไรก็ตามแม้ว่าจะสามารถสร้างความรู้จักระหว่างกันได้ในฐานะเพื่อน และพัฒนาให้กลายเป็นเพื่อนสนิทได้หากมีความต้องการหรือรสนิยมทางเพศที่หลากหลายตรงกัน ทว่าการเป็นเพื่อนสนิทสำหรับกรณีทวิตเตอร์ไม่ได้

หมายรวมถึงบอกเล่าข้อมูลส่วนบุคคลที่แท้จริง อาจเพียงแค่แลกเปลี่ยนส่วนตัวของกันและกันเพื่อให้พิจารณาก่อนออกมาเจอกันในพื้นที่ออฟไลน์ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า การสร้างตัวตนในแบบของตัวเองนั้นอาศัยเงื่อนไขต่าง ๆ ประกอบ

ผลการศึกษาข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ทวิตเตอร์กับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดมีส่วนเชื่อมโยงกัน โดยทวิตเตอร์เป็นสื่ออันเป็นตัวช่วยสำคัญในการค้นหามิตรภาพ และกลุ่มบุคคลที่มีความต้องการหรือรสนิยมตรงกัน สิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยพบในบริบททวิตเตอร์แม้ว่าจะมีลำดับขั้นหรือขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดโดยอาศัยคุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ และผู้เข้าร่วมวิจัยหลายคนก็เปิดเผยว่าในบางกรณีหากความต้องการตรงกันมากก็ไม่จำเป็นที่จะต้องมีขั้นตอนดังที่ปรากฏ อาจเกิด “การลัดวงจร” ได้เป็นครั้งคราวได้

โดย “การลัดวงจร” ในที่นี้หมายถึง การสร้างความสัมพันธ์และใกล้ชิดในครั้งนั้น ๆ อาจไม่จำเป็นที่ลำดับขั้นของความสัมพันธ์จะต้องดำเนินไปที่ละขั้น เพราะในแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดจำเป็นที่จะต้องเกิดขึ้นทีละขั้นตอน และแต่ละขั้นตอนใช้ระยะเวลาที่ยาวนาน ทว่าในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์อาจเพียงแคร์จิกเพียงนามแฝง หลังจากนั้นมีการส่งภาพเครื่องเพศและสามารถออกมาทำกิจกรรมทางเพศได้เลยภายในหนึ่งวันหรือน้อยกว่านั้น รวมทั้งบางรายใช้พื้นที่สาธารณะ เช่น ห้องน้ำสาธารณะ สระว่ายน้ำ ในการเชยชวนและเริ่มมีกิจกรรมได้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องใช้ระยะเวลานานนัก ถึงกระนั้นการลัดวงจรนั้นอาจไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยในทุกกรณี ดังนั้นข้อมูลและแผนภาพที่ปรากฏจึงเป็นขั้นตอนที่เกิดขึ้นจริงใหญ่เท่านั้น

อีกทั้ง หากอธิบายประเด็น “การลัดวงจร” นั้นจะพบว่า หากมองแบบผิวเผินนั้น ความสัมพันธ์แบบชายรักชายนั้นเป็นเพียงการกระทำที่ขัดต่อ “โครงสร้างที่สถาปนาอำนาจและค่านิยม” นั้น ๆ ขึ้น ทว่าหากมองย้อนไปยังการศึกษาเชิงจิตวิเคราะห์ของ Freud (1955); Freud et al. (1955) Regan (2016) ที่พบว่ากิจกรรมทางเพศนั้นเป็นเพียงการร่วมเพศเพื่อการร่วมเพศเท่านั้น โดยปราศจากการนำประเด็นอื่น ๆ เช่น ความรู้ ศาสนา สังคมมาอธิบายร่วม ซึ่งเมื่อมองถึงการต่อรองกับอำนาจที่กดทับตามมุมมองของสำนักวัฒนธรรมศึกษาเรื่องเพศนั้นมีรูปแบบด้วยกัน 3 ประการ คือ

1) การมีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกัน โดยไม่อิงกับกฎระเบียบหรือความเชื่อทางศาสนาที่ว่าหญิงและชายเท่านั้นจึงจะมีกิจกรรมทางเพศได้ นี่เป็นจุดหนึ่งที่กลุ่มชายรักชายทำการตอบโต้ระเบียบและโครงสร้างทางศาสนาแต่เดิม อย่างไรก็ตามหากมองในอีกมุมหนึ่ง การตอบโต้ในครั้งนี้อาจเกิดขึ้นจากการต้องการปฏิสัมพันธ์กันโดยไม่อยากอิงแอบกับโครงสร้างก็เป็นได้ ซึ่งต้องจำแนกตามสถานการณ์หรือเงื่อนไขในครั้งนั้น ๆ เหมือนคำว่า Queer ที่แปลว่า ตัวประหลาด แต่กลุ่ม LGBT+ ก็รู้สึกยินดี และไม่ได้รู้สึกเป็นอื่นแต่อย่างใด

2) การจัด “กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ผูกติดเช็กซ์กับอื่นๆ” เรามักจะคุ้นชินกับกิจกรรมทางเพศว่าเป็นส่วนต่อมาจากความรัก ซึ่งประเด็นนี้ผู้ติดเช็กซ์กับความเชื่อทางศาสนา ศีลธรรม และสถาบันทางสังคม ที่กล่าวว่ากิจกรรมทางเพศนั้นจะต้องมีขึ้นกับคนที่รัก และควรต้องมีเพศสัมพันธ์กับคนที่แต่งงานด้วยเท่านั้น ภายใต้สายตาของพระผู้เป็นเจ้าหรือสิ่งเหนือธรรมชาติที่เป็นสักขีพยาน แต่จากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า กลุ่มชายรักชายที่ใช้ทวิตเตอร์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดนั้น ไม่ได้ผูกติดเช็กซ์กับระบบความคิดความเชื่อตามที่กล่าวไปก่อนหน้านี้ แต่ต่อต้านความคิดหลักทางสังคมเกี่ยวกับการร่วมเพศของมนุษย์ โดยมองเช็กซ์ก็คือเช็กซ์ คือกิจกรรมหนึ่ง จึงทำให้เกิดกรณีความสัมพันธ์คนเดียว หรือในการศึกษาครั้งนี้เรียกว่าความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ (an emotional intimacy relationship) ดังที่เสนอไปในผลการศึกษา

และสุดท้าย 3) การสลับของการเกิดกิจกรรม กล่าวคือจากการศึกษานั้นพบว่า ความสัมพันธ์ภายในทวิตเตอร์นั้น มักจะเป็นรูปแบบของการมีกิจกรรมทางเพศก่อนแล้วจึงพัฒนาเป็นความรักระหว่างกัน กล่าวคือในขณะที่ชนบของสังคมสร้างกฎเกณฑ์ได้ว่า มีรักก่อนจึงมีเช็กซ์ แต่การศึกษานี้กลับพบว่า “มีเช็กซ์กันก่อน แล้วค่อยมีรักกันทีหลัง (ถ้าไปด้วยกันได้)” จะเห็นว่าเป็นการสลับกลับกันกับชนบของสังคมไทยในเรื่องของเช็กซ์กับความรัก

สำหรับประเด็นการรวมตัวเป็นสังคมนั้น สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ด้วยแนวคิดเรื่องเครือข่ายสังคมของ Castells (2004) ที่กล่าวถึงสังคม ชุมชนเสมือนว่าเป็นวัฒนธรรมแห่งอิสรภาพมีความสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดเทคโนโลยีเครือข่ายซึ่งในที่สุดก็เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับธุรกิจในการดำเนินการปรับโครงสร้างองค์กรในแง่ของโลกาภิวัตน์ มักมีวัตถุประสงค์สำคัญในการสร้างชุมชน ซึ่งประกอบไปด้วย (1) ความสำคัญของการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ (2) การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรม ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากระบวนการทัศน์ความสามารถของมนุษย์เป็นศูนย์กลาง และ (3) คุณค่าของความเป็นอิสระของแต่ละบุคคล และเสรีภาพที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมนี้ ทำให้โครงสร้างเครือข่ายแบบเปิดสำหรับการสื่อสาร ดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญของการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ

สังคมไทยใช้ระบบเศรษฐกิจแบบผสมแต่ค่อนข้างไปทางทุนนิยม ซึ่งเอกชนมีบทบาทในการผลิตด้านต่าง ๆ มากกว่ารัฐบาลเอกชนมีสิทธิ์ในทรัพย์สินและปัจจัยการผลิต (เสาวณิต จุลวงศ์, 2561) มีเสรีภาพในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ค่อนข้างไปทางทุนนิยม โดยทุนนิยมนั้นสนับสนุนการเป็นปัจเจกบุคคล ตามแนวทางของมาร์คส์จากหนังสือเรื่อง Alienation: Marx's Conception of Man in Capitalist Society ของ Ollman and Bertell (1976) ซึ่งส่งผลให้เกิดการแปลกแยกของบุคคลที่ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ รอบตัว 4 ประการด้วยกัน

- 1) ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับปัจจัยการผลิต
- 2) ความสัมพันธ์ของมนุษย์ละสินค้าบริการ
- 3) ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับมนุษย์
- 4) ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับเผ่าพันธุ์ของตัวเอง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้มองในประเด็น ความสัมพันธ์ของมนุษย์กับมนุษย์ ดังนี้

ในประเด็นของความสัมพันธ์ของมนุษย์กับมนุษย์ (Man's relation to his fellow men) โดย พจนา วลัย (2013) พยายามชี้ประเด็นนี้ไว้ว่า เนื่องจากมนุษย์ให้ความสำคัญกับการมีอยู่ของทรัพย์สินและรายได้ที่จะได้รับ ดังนั้นมนุษย์อาจไม่จำเป็นที่จะต้องสานสัมพันธ์กันในพื้นที่ออฟไลน์ กล่าวคือเมื่อมนุษย์จำเป็นที่จะต้องกลายเป็นแรงงานให้นายทุนเพื่อแลกกับผลประโยชน์ที่จะได้รับ ดังนั้นสิ่งที่มนุษย์คนนั้น ๆ สนใจจึงเป็นเพียงค่าตอบแทนมากกว่าการที่มนุษย์คนนั้นจะสานสัมพันธ์เพื่อวัตถุประสงค์ด้านความสัมพันธ์ที่ยืนยาวหรือใกล้ชิด เพราะหากสถานที่ทำงานที่ทำอยู่นั้นไม่สามารถตอบโจทย์ในประเด็นของผลที่ได้รับแล้วสถานที่ทำงานนั้นอาจเป็นเพียงพื้นที่ชั่วคราว

ตัวอย่างเช่น นาย ก. สร้างตัวตนว่าตนเองนิยมการเข้าร้านกาแฟ หรือร้านกาแฟพหุ โดยใช้ภาพถ่ายต่าง ๆ เพื่อเล่าเรื่องให้ผู้ใช้อื่น ๆ ในทวิตเตอร์ทราบถึงลักษณะนิสัย ถึงกระนั้นภาพที่ใช้ในการเล่าเรื่อง อาจเป็นภาพที่ถูกถ่ายขึ้นเมื่อเข้าไปใช้บริการในอดีตก็เป็นได้ ดังนั้นโครงสร้างทางเศรษฐกิจในปัจจุบันจึงส่งผลให้บุคคลในสังคมมีชีวิตเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองในแต่ละช่วงชีวิตเท่านั้น อาทิ ความต้องการนำเสนอตัวตน ความต้องการในการใช้ชีวิต รวมทั้งความต้องการในการเล่าเรื่อง เป็นต้น

2. การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรม

การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมมักเกี่ยวข้องกับการพัฒนาและปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ โดยให้ความสำคัญกับความสามารถของมนุษย์เป็นศูนย์กลาง โดยกระบวนทัศน์การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมนั้น Goffman (1968) อธิบายการปฏิเสธเรื่องสถาบันเบ็ดเสร็จ (Total institution) ว่าการปฏิเสธสถาบันแบบเบ็ดเสร็จนั้น คือการปฏิเสธแนวทางอย่างเป็นทางการของสถาบันหรือโครงสร้างทางสังคมที่ครอบงำความคิดหรือการกระทำนั้น ๆ ทั้งการไม่ทำในสิ่งที่สถาบันต้องการ และการไม่ยอมรับในสิ่งที่สถาบันมอบให้ ซึ่ง วิจิตร ประพงษ์ (2563) กล่าวว่าปัจจุบันการปฏิเสธสถาบันเบ็ดเสร็จนี้มีจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะเรื่องเพศเท่านั้น ยังมีประเด็นการศึกษา สังคม เศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรมในระดับมหภาคอีกด้วย รวมทั้งความเป็นอิสระของแต่ละบุคคลและเสรีภาพที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมนี้ทำให้โครงสร้างเครือข่ายแบบเปิดสำหรับการสื่อสารนั้นเกี่ยวข้องกับแนวคิดเพศวิธีร่วมกับสื่อใหม่

เนื่องจากความนิรนามของทวิตเตอร์ทำให้ปลอดภัย และอิสระในการสร้างตัวตน เพราะเมื่อบุคคลที่แสดงบทบาททั้งชายและหญิงไม่ตรงกับลักษณะทางกายภาพและพฤติกรรมทางเพศของมนุษย์มักจะถูกปฏิเสธ เบียดขับ และถูกกล่าวหาว่า ผิดปกติ ผิดธรรมชาติไปโดยปริยาย ตามชุดความคิดแบบโครงสร้างชายเป็นใหญ่ รวมทั้งในประเด็นของความเชื่อด้านศาสนาที่กระทำการเป็นระยะ ๆ ต่อผู้มีรสนิยมทางเพศที่หลากหลาย ดังคำอธิบายที่เกี่ยวข้องกับเพศ เช่น รักต่างเพศ รักสองเพศ รักร่วมเพศ จึงเป็นวาทกรรมที่ถูกจัดระเบียบและสร้างขึ้นโดยสถาบันต่าง ๆ ทางสังคม (Foucault, 1978; นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, 2015) ทำให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งในที่นี้ชี้เฉพาะกลุ่มชายรักชายนั่น พยายามในการแสวงหาพื้นที่ต่าง ๆ ในการสร้างความสัมพันธ์และนำเสนอตัวตนให้รอดพ้นจากสายตาของโครงสร้างแบบรักต่างเพศที่ครอบงำตามกระบวนทัศน์แบบการเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรม ซึ่งปฏิเสธเรื่องสถาบันเบ็ดเสร็จ (total institution) แม้ในปัจจุบันสภาพสังคมเสมือนว่ายอมรับแล้ว ทว่าการยอมรับความหลากหลายทางรสนิยมทางเพศนั้นเป็นการยอมรับที่มีเงื่อนไขเป็นตัวกำกับในการยอมรับครั้งนั้น ๆ แต่ถึงกระนั้น การสร้างตัวตน ความเป็นนิรนามนั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยเงื่อนไขประกอบในแต่ละครั้งที่ตัดสินใจ เพื่อให้วิธีการในแต่ละคุณสมบัติพิเศษในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นเกิดผลตามที่ผู้ใช้รายนั้น ๆ ประารถนา อาทิ หากต้องการสร้างตัวตนโดยไม่ปกติ กล่าวคือ ใช้ภาพจริง ชื่อจริงในการปฏิสัมพันธ์ ก็อาจเป็นการง่ายเมื่อเข้าสู่รอบคืดตัวหรือการเจอหน้าเจอตากันจริง แต่อาจไม่นิรนาม อย่างไรก็ดี หากผู้ใช้รายใดสร้างตัวตนในแบบที่ตนเองปรารถนา โดยเกินจากความเป็นจริงมากเกินไป เพื่อปกป้องความเป็นนิรนาม ก็จะส่งผลให้เมื่อออกมาเจอกันหน้าเจอตาจริง ๆ เพราะความนิรนามที่สร้างขึ้นนั้นก็ต้องถูกทำให้พังทลายลงในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน เพราะบุคคลต้องพบหน้าเจอตากันจริง เป็นต้น

นอกจากคำสัมภาษณ์ที่ได้นำเสนอไปแล้วใน หัวข้อ 5.2 ประเด็น การเข้าถึงได้ง่าย (A - Approachable) ยังไปในทิศทางเดียวกันกับการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 ที่พบว่า ในอดีตกลุ่มชายรักชายพยายามสร้างพื้นที่ออฟไลน์เฉพาะต่าง ๆ เช่น ผับ บาร์ ชวน่า เพื่อเปิดเผยตัวตนและการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ตามการศึกษาของ จตุพร บุญ-หลง (2548) และ บงกช ภาส เอกเอี่ยม (2532) รวมทั้งการศึกษาของ Benotsch et al. (2002) เพื่อใช้พื้นที่เหล่านั้นในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน รวมทั้งแสดงออกถึงความต้องการตามรสนิยมทางเพศ ทว่าพื้นที่ดังกล่าวไม่เพียงพอสำหรับกลุ่มชายรักชายทุกคนในพื้นที่ต่าง ๆ เมื่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตพัฒนาจนสามารถเชื่อมต่อบุคคลในที่ต่าง ๆ ให้ได้พบกัน กลุ่มชายรักชายจึงใช้พื้นที่ออนไลน์ผ่านเว็บไซต์ที่สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการสร้างและเปิดเผยตัวตนตามรสนิยมทางเพศของตน ตามการศึกษาของ พจมาน มูลทรัพย์ (2551) อภิญา เสี่ยงสืบชาติ (2552) เนติ สุนทราราววิทย์ (2553) และ ชินวร ฟ้าดิษฐ์ (2014) จนกระทั่งพัฒนามาใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ตามกระแสโลกาภิวัตน์ ตามการศึกษาของ รณภูมิ สามีคศิริกรรมย์ และคณะ (2012) นิพนธ์ ดาราวุฒิมาประกรณ์ (2558) จตุรวิทย์ ทองเมือง (2551)

ภัทรเวช พุ่งเฟื่อง (2557) สุธาวัฒน์ ดงทอง (2559) Kevin Laddapong (2019) เบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2560) และ ณัฐวุฒิ ขาวคง (2562) และกลุ่มชายรักชายก็ยังคงแสวงหาพื้นที่ใหม่ ๆ ในการเปิดเผยตัวตนและสร้างความสัมพันธ์ ด้วยปัจจัยด้านสังคมในการปิดกั้นและการไม่ยอมรับรวมทั้งโครงสร้างของสังคมแบบรักต่างเพศ จึงทำให้กลุ่มชายรักชายไม่กล้าเปิดเผยตัวตนเนื่องจากประเด็นบุคคลแวดล้อมที่อาจส่งผลต่อหน้าที่การงานหรือครอบครัว กระทั่งใช้ทวิตเตอร์เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน

ความเป็นนิรนาม จึงช่วยให้เครือข่ายสังคมออนไลน์แห่งนี้เปรียบเสมือนชุมชนทางเพศไปโดยปริยาย ถึงแม้วัตถุประสงค์หลักของการเข้าใช้ทวิตเตอร์จะประกอบไปด้วยเหตุผลอื่น ๆ ก็ตาม โดยการใช้พื้นที่แห่งนี้ในการพบปะกัน แต่สิ่งที่เหมือนกันนั่นคือการที่ทั้งสองฝ่ายทดสอบความเชื่อใจระหว่างกัน ก่อนการนำเสนอตัวตนหรือการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด รวมทั้งการ “นัดพบ” ในพื้นที่ออฟไลน์เพื่อทดสอบอีกครั้ง การนัดพบนั้นเหตุปัจจัยที่ทำให้ชายรักชายกล้าที่จะเปิดเผยตัวตน เพราะเนื่องจากทั้งคู่รับรู้แล้วว่าต่างคนเป็นชายรักชายด้วยกัน ที่ประสบปัญหา มีวัตถุประสงค์หรือความต้องการในประเด็นเดียวกัน และต้องการหาทางออกเหมือนกัน จึงทำให้ไม่รู้สึกเขินอายและกล้าที่จะเปิดเผยตัวตนได้ ซึ่งผลการศึกษาที่ได้กล่าวมาทั้งหมดในประเด็นขององค์ประกอบในการสร้างตัวตน นำเสนอตัวตน และเปิดเผยตัวตนผ่านการสร้างบัญชีผู้ใช้สามารถสรุปผลการศึกษได้ว่ากลุ่มชายรักชายใช้ทวิตเตอร์เพื่อสร้างตัวตน นำเสนอตัวตน และเปิดเผยตัวตนนั้นสามารถสร้างขึ้นได้อย่างอิสระ ตามความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างเต็มที่ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Lee et al. (2003) รวมทั้ง Yap and Bock (2005) และ เบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2563a) โดยอิงกับเงื่อนไขสถานการณ์เฉพาะหน้า หรือความปรารถนาในการสร้างตัวตนประกอบด้วยเสมอ ๆ

ยิ่งไปกว่านั้น ทวิตเตอร์ยังอนุญาตให้สร้างสรรค์เนื้อหาตามที่ตนเองต้องการนำเสนอ และการใช้คำศัพท์หรือสัญลักษณ์เฉพาะบางอย่างซึ่งเปรียบเสมือนรหัสผ่าน หากผู้ที่เข้ามาใช้หรือพบหน้าบัญชีนี้แล้วไม่ใช่กลุ่มที่มีความชอบหรือรสนิยมทางเพศที่คล้ายคลึงกันก็มักจะไม่สามารถไต่หัดนั้นออก เพราะแม้เข้าถึงข้อมูลนั้นแต่ก็ไม่สามารถถอดรหัสของข้อมูลนั้นออก

เมื่อนำคุณลักษณะทั้งทั่วไปและคุณลักษณะพิเศษของทวิตเตอร์ไปเปรียบเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์ชนิดอื่น ๆ จะพบว่าความแตกต่างนั้นมีอยู่ 3 ประการด้วยกัน

ประการที่หนึ่ง คือ การที่ผู้ใช้สามารถทวีตภาพนิ่งและวิดีโอคลิป ซึ่งเกี่ยวข้องกับเพศกิจกรรมทางเพศ รสนิยมทางเพศได้โดยไม่มีการปกปิด หรือถูกปิดกั้นโดยทวิตเตอร์ตามระเบียบและข้อบังคับของทวิตเตอร์

ประการที่สอง คือ การปกปิดข้อมูลบางประการ กล่าวคือในสื่อสังคมออนไลน์ทั่วไปมักมีการให้ยืนยันตัวตน ตัวบุคคลผ่านอีเมล เบอร์โทรศัพท์ หรืออื่น ๆ ซึ่งสามารถทำให้ผู้ใช้รายต่าง ๆ สามารถติดตามจนกระทั่งไปเจอบุคคลนั้น ๆ ได้โดยไม่ยากนัก ทว่าทวิตเตอร์นั้นในอดีตอาจจะบดบังตัวตน

เพียงอย่างเดียวหนึ่งเท่านั้น โดยไม่จำเป็นต้องระบุทุกอย่าง อย่างไรก็ตามก็มีประเด็นน่าสนใจที่ว่าทวิตเตอร์ประกาศจะให้เตรียมใช้ระบบการยืนยันตัวตนใหม่โดยเริ่ม 20 มกราคม 2564 (เป็นช่วงหลังจากจากผู้วิจัยเก็บข้อมูลวิจัยแล้ว และอยู่ระหว่างการเขียนรายงานการวิจัย) อาจมีผลบางประการกับผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชายหรือไม่ ถึงกระนั้นการประกาศให้ยืนยันตัวบุคคลใหม่ก็อาจไม่ทำให้กลุ่มผู้ใช้มีปัญหาหนัก เนื่องจากแต่เดิมนั้นการยืนยันด้วยอีเมลก็เพียงพอต่อการเข้าใช้ได้ และหากมีประเด็นปัญหาใดเกิดขึ้น ทวิตเตอร์จะเป็นผู้ปรับกฎระเบียบเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นสำคัญ

และ **ประการที่สาม** ซึ่งผู้วิจัยพินิจพิเคราะห์ว่าเป็นประการสำคัญ คือ เนื่องจากทวิตเตอร์มีวิธีการใช้ที่เฉพาะกลุ่ม โดยรูปแบบของทวิตเตอร์ที่ผู้ใช่มัก “ทวิต” ข้อความสั้น ๆ และมักมีการเข้ารหัสไว้ จึงทำให้การที่บุคคลภายนอกเข้ามาใช้แล้วมักคิดว่าทวิตเตอร์ใช้ยาก รวมทั้งมีการนำเสนอข้อความส่วนใหญ่อาจไม่น่าสนใจเท่าสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ เช่น อินสตาแกรมที่นำเสนอภาพ ซึ่งสามารถปรับแก้ไขให้สวยงามได้ภายในแอปพลิเคชัน หรือเฟซบุ๊กที่มีการนำเสนอแบบผสมผสานทั้งภาพ เสียง คลิปวิดีโอ การแบ่งปันลิงค์ต่าง ๆ จุดนี้เองทำให้ผู้ปกครองหรือบุคคลอื่น ๆ มักไม่เข้ามาใช้ หรือหากเข้ามาใช้ก็จะถอดรหัสหรือสัญลักษณ์นั้น ๆ ไม่ถูกต้อง จึงกลายเป็นจุดสำคัญของทวิตเตอร์อย่างมาก

หากจะกล่าวถึงรหัสในการศึกษาครั้งนี้พบว่ารหัสผ่านนั้นจะถูกนำไปประกอบกับองค์ประกอบพื้นฐานของทวิตเตอร์คือ 1) ชื่อบัญชี 2) ผู้ติดตาม 3) ภาพปก 4) ภาพประจำตัว และ 5) ประวัติ

โดยใช้ **ชื่อบัญชี (Account)** เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เป็นหลัก ทว่าส่วนใหญ่นั้นมักเป็นนามแฝง ซึ่งใกล้เคียงกับการศึกษาของ อาทิตา เมืองยม (2547) ซึ่งผู้ใช่มักใช้ “นามแฝง” ในการเปิดเผยตัวตนในพื้นที่เสมือนครั้งแรก ทว่ามีความแตกต่างในรายละเอียด เพราะในการศึกษาครั้งนี้พบว่าชื่อที่ใช้นั้นมักเป็นไปตามความต้องการของตนเองและรสนิยมทางเพศเป็นหลัก โดยประกอบไปด้วย 1) ชื่อภาษาไทย 2) ชื่อภาษาอังกฤษ 3) ชื่อเพื่อบอกถึงรสนิยมทางเพศ 4) ชื่อจากลักษณะทางกายภาพ 5) ชื่อจากสถานศึกษา และ 6) ชื่อจากอาชีพ จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่า **ชื่อสถานศึกษา** หรือแม้กระทั่งชื่อจาก**อาชีพ**นั้นยังไม่เคยมีการศึกษาใดค้นพบมาก่อน จากการทบทวนวรรณกรรม ทั้งจากการศึกษาของจตุรวิทย์ ทองเมือง (2551) ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง (2557) สุชาวัฒน์ ดงทอง (2559) Kevin Laddapong (2019) เบญจรงค์ ธีระพลิกะ (2560) หรือการศึกษาในต่างประเทศ เช่น Parsons et al. (2007) หรือ Chan (2016) เป็นต้น โดยการศึกษาทั้งหมดนั้นทำการศึกษากลุ่มชายรักชายผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน แม้ว่าจะทำการศึกษาข้อมูลส่วนตัวของผู้เข้าร่วมวิจัย ทว่าไม่ปรากฏรายละเอียดส่วนนี้ในผลการศึกษา

โดยชื่อทั้งหมดนั้นมีวัตถุประสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ Henderson and Gilding (2004) กล่าวว่า การเปิดเผยตัวบุคคลส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูล ซึ่งความคล้ายคลึงกันส่งผลต่อความไว้วางใจ โดยความคล้ายคลึงกันนั้น อาจหมายรวมถึง การมีรสนิยมทางเพศที่คล้ายคลึงกัน บทสนทนาที่เป็นกลุ่มหรืออยู่ในหัวข้อเดียวกัน เป็นต้น เนื่องจากความสะดวกและปลอดภัยแก่ผู้ใช้จริง เพราะหากเปิดเผยชื่อจริงสกุลจริงอาจกระทบต่อหน้าที่การงานและความปลอดภัย ส่วนนี้เป็นผลมาจากโครงสร้างแบบรักต่างเพศอีกเช่นกัน ที่ทำให้ชายรักชายพยายามไม่ใช้ชื่อหรือภาพที่บอกถึงตัวตนเองตนเองอย่างเปิดเผยในระยะแรกเริ่ม จนกว่าในระยะต่อมาจะมีความไว้วางใจและจะเปิดเผยก็ตาม

อีกทั้ง ในชุมชนเสมือนนั้นอนุญาตให้ผู้ใช้ สามารถสร้างการตอบโต้และเข้าร่วมกลุ่มได้ตามอัธยาศัย (Jones & Rafaeli, 2000) สามารถตั้งกลุ่มในการสื่อสารระหว่างกันได้โดยไม่ต้องจำเป็นต้องขออนุญาตหรือกังวลถึงความซ้ำซ้อนของกลุ่มที่ตั้งขึ้น เพราะผู้ใช้ทุกคนสามารถสร้างสารและเนื้อหาสารได้ตามที่ตนเองต้องการ แม้การเข้าถึง หรือเข้าใช้นั้นไม่ยุ่งยากนัก แต่การพูดคุยสื่อสารกันในเนื้อหา มักใช้สัญลักษณ์หรือคำศัพท์เฉพาะ ในชุมชนทวิตเตอร์ยังแตกต่างจากพื้นที่อื่นในประเด็นของจำนวนผู้ติดตาม (follower) เพราะในพื้นที่แห่งนี้จำนวนผู้ติดตามนั้นมีความสำคัญระดับหนึ่งเท่านั้น แตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ที่จำเป็นต้องมีจำนวนผู้ติดตามจำนวนมากเพื่อแสดงถึงความเป็นที่นิยม และเป็นผู้ทรงอิทธิพล (influencer) เพราะที่สุดแล้วจำนวนของผู้ที่ติดต่อสื่อสารหรือรีทวีต กดหัวใจ หรือผู้ที่ทำการปฏิสัมพันธ์จริงเท่านั้นที่สำคัญกว่าจำนวนที่แสดงอยู่ในหน้าบัญชีผู้ใช้

ภาพปก (Cover picture) ที่ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ใช้นั้นเป็นภาพระหว่างมีกิจกรรม ซึ่งแตกต่างกันในรายละเอียดว่าภาพนั้นมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารอย่างไร เช่น หากมีรสนิยมทางเพศเป็นรูกก็จะใช้ภาพอวัยวะเพศชาย ภาพถ่ายเรือนร่าง/เปลือย ภาพถ่ายใบหน้าตนเอง และภาพอื่น ๆ ยิ่งไปกว่านั้น ในกลุ่มผู้ใช้อุปกรณ์ทางเพศ (sex toys) ก็มักจะนำอุปกรณ์นั้นมาเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอ ในส่วนนี้นั้นยังไม่ปรากฏการศึกษาใดที่ศึกษาการใช้ภาพปกเป็นภาพหนึ่งในการแสวงหาและการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ดังนั้นการศึกษาชิ้นนี้จึงอาจเป็นการศึกษากลุ่มแรก ๆ ที่พบว่าภาพปกนั้นยังสามารถสื่อสารและแสดงออกได้ถึงรสนิยมทางเพศ และความต้องการในการสื่อสารประเด็นต่าง ๆ ได้

ภาพประจำตัว (Profile picture) พบว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ใช้ภาพเปลือยส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย มากกว่าภาพใบหน้าตนเอง ซึ่งส่วนนี้แตกต่างจากสื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ อย่างมากที่สื่อสังคมออนไลน์อื่น ๆ นั้นมักใช้ภาพใบหน้าตนเองในรูปประจำตัว ซึ่งมีส่วนคล้ายคลึงกับการศึกษาในอดีต ของ Shum (2014) ที่ภาพประจำตัวหรือภาพที่นำเสนอใช้นั้นมักใช้ภาพ 6 ประเภทด้วยกัน คือ 1) ภาพตนเอง 2) ภาพในชีวิตประจำวัน 3) ภาพในการเดินทาง 4) ภาพอวัยวะเพศทั้งสี่ และ 5) ขาวดำ ทว่าในการศึกษาครั้งนี้เพิ่มเติมในรายละเอียดที่ว่าภาพที่ใช้ในปัจจุบันนั้นมีการ

เปลี่ยนแปลงไปให้สอดคล้องกับรสนิยมทางเพศของผู้ใช้เอง ซึ่งพบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยแสดงเจตนาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่เกี่ยวข้องกับการมีกิจกรรมทางเพศ จากการสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เพิ่มเติม พบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยนั้นมักใช้ภาพอวัยวะต่าง ๆ ของร่างกายอีกด้วย เช่น หน้าอก หน้าท้อง แขนงลำคอรูปตัววีหรือวีไลน์ (V-line) รูทวาร แก้มก้น อวัยวะเพศ รวมทั้งนิยมใช้ภาพเคลื่อนไหวไม่เกิน 2 นาทีมาเป็นตัวช่วยในการนำเสนอตัวตน ซึ่งเนื้อหาที่น่าสนใจมักเกี่ยวข้องกับการมีกิจกรรมทางเพศ ซึ่งไม่มีความแตกต่างกับพฤติกรรมการนำเสนอตัวตนของชายรักชายในประเทศเยอรมนีในเว็บไซต์หาคู่ชายรักชายออนไลน์เพราะกลุ่มชายรักชายใช้ภาพเปลี่ยนในโปรไฟล์เพื่อคัดเลือกรักการออกเดท (Lemke & Merz, 2018)

ส่วนสุดท้ายคือ **คำอธิบาย (Bio)** ในส่วนนี้พบว่า เนื้อหาจากผู้เข้าร่วมวิจัยนั้นเกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศ เช่น รุก รับ ยิ่งไปกว่านั้นคือ กลุ่มหมี กลุ่มบีตีเอสเอ็ม (BDSM) กลุ่มใช้อุปกรณ์ กลุ่มหมู กลุ่มสาวเสียบ กลุ่มผู้ชอบผู้มีอายุ (sugar daddy) กลุ่มร่วมเพศภายนอก กลุ่มชอบร่วมเพศร่วมกับสัตว์ กลุ่มการเกิดอารมณ์เพศจากสิ่งเฉพาะ (fetishism, sexual fetishism) กลุ่มชอบมีกิจกรรมทางเพศในพื้นที่สาธารณะ กลุ่มชอบการร่วมเพศประกอบการใช้สารเสพติด เป็นต้น มักปรากฏข้อกำหนด กฎ ระเบียบบางประการ จนกลายเป็นวิถีประจำในทวิตเตอร์ หากผู้ใดต้องการมาสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันจำเป็นต้องรู้ เช่น ต้องมีภาพประจำตัว ที่เป็นรูปหน้าจริงหรือในช่องการสนทนาที่จำเป็นต้องส่งภาพถ่ายส่วนตัวให้คู่สนทนาก่อนเริ่มการสนทนา เป็นต้น เพราะหากคู่สนทนาไม่ทำตามจะถูกตัดการสนทนาทันที

ในส่วนนี้สามารถอธิบายเพิ่มเติมในแนวคิดเครือข่ายสังคม ซึ่งอธิบายไว้ว่า เครือข่ายสังคมมักประกอบไปด้วยตัวแสดง (actor) ที่มีความเกี่ยวข้อง (relation) กันตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งแต่ละตัวแสดงที่รับบทบาทนั้นอยู่ ทว่าแต่ละตัวแสดงมิได้มีเพียงบทบาทเดียว หากแต่มีหลายบทบาทที่จะต้องกระทำในแต่ละวันแต่ละบุคคล กล่าวคือในชุมชนทวิตเตอร์ของชายรักชายนั้นบุคคลผู้ใช้งานทั้งหมดจะกระทำการเป็นทั้งผู้แสดงและผู้ชม เพราะหากผู้ใช้รายใดต้องการนำเสนอเนื้อหาของตนเองก็สามารถสร้างขึ้นและนำเสนอในหน้าบัญชีส่วนตัวได้ทันที

3. คุณค่าของความเป็นอิสระของแต่ละบุคคล และเสรีภาพที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

ในประเด็นนี้ Castells (2004) อธิบายว่า วัฒนธรรมแห่งอิสรภาพนั้นมีความสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดเทคโนโลยีเครือข่าย ซึ่งในที่สุดก็เป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับธุรกิจในการดำเนินการปรับโครงสร้างองค์กรในแง่ของโลกาภิวัตน์ สามารถอธิบายได้ว่าการรวมตัวนั้นเกิดขึ้นเพราะปัจจัยทางธุรกิจที่ได้รับการส่งเสริมและพัฒนาให้กลุ่มผู้บริโภคนั้นเข้ามาใช้บริการ ซึ่งอยู่ใน

มุมมองขององค์กรธุรกิจ ซึ่งยังไม่ได้กล่าวถึงพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้ใช้สื่อที่ในปัจจุบันมีบทบาทเชิงรุกมากยิ่งขึ้น

โดย Levy and Windahl (1985) กล่าวถึงประเด็นนี้ไว้ว่า “ผู้รับสารมีบทบาทเชิงรุก” (active audience) คือผู้รับสารมีพฤติกรรมที่เป็นอิสระและเป็นผู้เลือกในกระบวนการสื่อสารด้วยตนเอง และเมื่อมีผู้รับชมใดสนใจหรือชื่นชอบเนื้อหา ก็สามารถที่จะกดหัวใจและรีทวิตเพื่อเผยแพร่เนื้อหานั้น ๆ ให้ผู้อื่นได้ชมต่อ และหากเนื้อหาดังกล่าวตรงตามรสนิยมทางเพศของตนเองก็สามารถส่งข้อความส่วนตัวเพื่อสานสัมพันธ์และดำเนินการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดได้ทันที รวมทั้งความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในทวิตเตอร์นั้นหลายครั้งเป็นไปตามทฤษฎีของการแลกเปลี่ยน เพราะผู้ใช้บัญชีแต่ละคนนั้นได้กระทำการหลายส่วน ไม่เพียงแต่สิ่งที่ผู้แสดงต้องการคือการเผยแพร่เนื้อหาที่ตนเองสร้างเท่านั้น เพราะผู้ใช้สื่อไม่เพียง แต่รับข้อมูลเท่านั้น แต่มีส่วนร่วมอย่างมากในสร้างข้อความเนื้อหา ภายในบริบทส่วนตัวและสังคมของพวกเขา ซึ่ง Chandler and Munday (2011) อธิบายเพิ่มเติมว่า ในหลายครั้งของการสื่อสารระหว่างกันมักเกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านวัตถุและจิตใจระหว่างกันเสมอ ในกรณีของทวิตเตอร์ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สะท้อนภาพดังกล่าวนี้เช่นกัน

โดย **การเปลี่ยนแปลงในด้านวัตถุ** ของการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ผู้ใช้ทั้งสองฝ่ายยินดีที่จะแลกเปลี่ยนภาพตนเอง และภาพเครื่องเพศ (เช่น ภาพอวัยวะเพศ ออก กัน มัดกลาม ภาพการร่วมเพศ การทำออร์ลเซ็ก) รวมทั้งคลิปวิดีโอต่าง ๆ ให้คู่สนทนาได้ชม เพื่อใช้ในการสานต่อความสัมพันธ์ที่อาจเกิดขึ้นได้หากตรงตามความต้องการของคู่สนทนา รวมทั้งเป็นการนำเสนอว่าตนเองมีความเชี่ยวชาญในด้านนั้น ๆ มากกว่าผู้อื่น อาจแตกต่างกันระหว่างบุคคลหรือคู่สนทนานั้น ๆ ว่าต้องการจะดู หรือ ทราบอะไรเพิ่มเติม หรือในอีกกรณีเพื่อการร่วมเพศในพื้นที่สาธารณะผ่านการสำเร็จความใคร่ อาจมีการโอนเงินเพื่อใช้เป็นค่าดำเนินการเพื่อมีการสำเร็จความใคร่ผ่านการวิดีโอคอล (Video call) เป็นต้น

และสำหรับ **การเปลี่ยนแปลงในด้านจิตใจ** ของการศึกษาครั้งนี้พบว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ได้เริ่มต้นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ซึ่งสามารถสานต่อไปเป็นคู่รักได้ด้วยวิธีการลงภาพเคลื่อนไหวของตนเองเช่นกัน หรือในหลายกรณีนั้นสามารถพัฒนาให้กลายเป็นความร่วมมือหรือ “คอนเนกชัน” ในธุรกิจระหว่างกันมากกว่าแค่เรื่องของกิจกรรมทางเพศเท่านั้น

จากการอภิปรายในข้างต้น **ผู้วิจัยขอสรุปว่า** ความเป็นชุมชนของกลุ่มชายรักชายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ทวิตเตอร์ของการศึกษาครั้งนี้ คุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ในฐานะสื่อที่ปรากฏเด่นชัดคือความนิรนาม รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมการสื่อสารในยุคสื่อสังคมออนไลน์ที่เชื่อว่ามีมนุษย์เป็นศูนย์กลางของการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ ตามแต่ใจของตนเองจะปรารถนา อีกทั้งการมีสิทธิการแสดงออกได้ตามรสนิยมทางเพศที่ตนเองปรารถนาในพื้นที่หรือสื่อนั้น ๆ ดังที่ทวิตเตอร์เป็น จึงทำให้ทวิตเตอร์มีความเป็นชุมชนที่เสรีในการแสดงออกประเด็นเรื่องเพศ รสนิยมทางเพศ รวมทั้งการ

เปิดเผยตัวตนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น แม้จะมีความนิรนามสูง ทว่าหากผู้ใช้รายนั้นต้องการที่จะออกมาปฏิสัมพันธ์กับชายรักชายอื่นในพื้นที่ออนไลน์ ความนิรนามนั้นอาจถูกทำลายและจำเป็นที่จะต้องเปิดเผยตัวตนที่แท้จริงทั้งหมด หรือบางส่วน เพื่อทำความรู้จักกับคู่สนทนาในครั้งนั้น ๆ

7.1.2 อภิปรายผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 2 ศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการใช้สื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายเพื่อการเปิดเผยตัวตนเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลในหัวข้อนี้โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ได้แก่ ส่วนที่เป็นประเด็นของเนื้อหา และส่วนที่เป็นประเด็นรูปแบบ

ในส่วนที่เป็น **ประเด็นเนื้อหา** จากข้อสันนิษฐานเบื้องต้นที่ว่า การปฏิสัมพันธ์จะเริ่มต้นด้วยการทักทาย มีการถามชื่อ อายุ ที่อยู่ปัจจุบัน และเริ่มสนทนาระหว่างกัน โดยเนื้อหาที่เปิดเผยนั้นเป็นข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงเพื่อประกอบการตัดสินใจ ทว่าในการศึกษาครั้งนี้พบว่า เนื้อหาที่ใช้นั้นมักมีความเกี่ยวข้องกับผู้ใช้รายนั้น ๆ จริง แต่ไม่ทั้งหมด หรือเพียงบางส่วนเท่านั้น เช่น การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของบุคคลทั่วไปคือการสอบถามชื่อ อายุ อาชีพ แต่ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในทวิตเตอร์นั้นมักใช้ชื่อ 6 ประเภท ประกอบด้วย 1) ชื่อภาษาไทย อาทิ แจ็ก/ต่าย/พล เป็นต้น 2) ชื่อภาษาอังกฤษ อาทิ Oat/M/U เป็นต้น 3) ชื่อเพื่อบอกถึงรสนิยมทางเพศ อาทิ Bii/Master เป็นต้น 4) ชื่อจากลักษณะทางกายภาพ อาทิ พี่หมี/หมี เป็นต้น 5) ชื่อจากสถานศึกษา อาทิ เด็ก KU/CU Master เป็นต้น และ 6) ชื่อจากอาชีพ อาทิ ทหารเงินเดือน/เย็ดทหาร เป็นต้น ซึ่งชื่อที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแทนตนเองในการสื่อสาร รวมทั้งบอกถึงรสนิยมทางเพศ

อีกทั้งในบทสนทนาจำเป็นต้องส่งภาพเครื่องเพศให้คู่สนทนาได้เห็นและตัดสินใจในการขยับความสัมพันธ์ และหากสมปรารถนาแล้วก็จะนัดออกมาเพื่อพบเจอและประกอบกิจกรรมทางเพศระหว่างกัน ซึ่งในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทั่วไป (นำเสนอในหัวข้อ 3.2 แนวคิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตน) การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ รวมทั้งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเพศมักจะเกิดขึ้นในขั้นสุดท้ายของการสร้างความสัมพันธ์ ในประเด็นอายุ หรือที่อยู่อาศัยนั้น หากผู้ใช้รายนั้น ๆ ไม่ผ่าน “รอบคัดตัว” แล้วก็จะไม่มีการถามถึงหรือไม่ได้ให้ความสำคัญ

ตัวอย่างเช่น หาก นาย ก. ต้องการปฏิสัมพันธ์กับ นาย ข. และนาย ก. ก็มีคุณสมบัติตรงตามที่นาย ข. กำหนดในคำอธิบาย (Bio) แล้วก็จะเริ่มมีการสนทนาระหว่างกัน อย่างไรก็ตาม หากนาย ก. ไม่ได้มีลักษณะทางกายภาพหรือรสนิยมตรงกันกับนาย ข. นาย ก. ก็จะถูกปฏิเสธในการสานสัมพันธ์ต่อทันที โดยไม่จำเป็นที่จะต้องถามระแวกที่อยู่อาศัย อายุ หรือ อาชีพ เป็นต้น

จึงทำให้การค้นพบในครั้งนี้แตกต่างไปจากแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิมที่เนื้อหาในการสื่อสารมักใช้ชื่อจริง นามสกุลจริง ที่อยู่อาศัย เบอร์โทรศัพท์ ภาพถ่ายครึ่งตัว เต็มตัว เพื่อเป็นตัวช่วยในการสร้างความสัมพันธ์และประกอบการค้าสินค้า

และหากนำการศึกษาในครั้งนี้เปรียบเทียบกับการศึกษาเรื่อง Tearoom Trade: Impersonal Sex in Public Places (Tearoom Trade study) ของ Humphreys (1975) ซึ่งเป็นงานวิจัยที่ได้รับการยกตัวอย่างเสมอ ๆ สำหรับการวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเพศของกลุ่มชายรักชาย และการฝังตัวของผู้ทำวิจัย ทว่าการศึกษา Tearoom Trade study นั้นมักถูกนำมาเป็นกรณีศึกษาด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์เท่านั้น มีจำนวนจำกัดเท่านั้นที่มักนำผลการศึกษามาอภิปรายผลร่วมด้วย อย่างไรก็ตาม หากมองผิวเผินนั้น การศึกษาชิ้นนี้อาจมีความ “คล้าย” กันในแง่ของเนื้อหาและรูปแบบในการแสวงหากิจกรรมทางเพศ ทว่า หากนำการศึกษาทั้ง 2 ชิ้นนี้มาเปรียบเทียบกัน จะพบว่ามีความเหมือนและความแตกต่างในหลายจุดด้วยกัน

ประเด็นที่สำคัญของการเข้าไปใช้พื้นที่ห้องน้ำสาธารณะในการศึกษา Tearoom Trade study นั้นเพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่อาจพัฒนาต่อไปได้ เหมือนกันกับในกรณี Twitter's relationship study เพื่อตอบสนองความต้องการในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ทว่าสามารถจำแนกได้ทั้งทางจิตใจที่สามารถพัฒนาต่อไปเป็นแฟนหรือคู่รักได้ และทางอารมณ์ที่อาจหรือไม่อาจพัฒนาต่อไปได้

โดยมีวัตถุประสงค์ในการเข้าใช้ที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ การที่สังคมรอบข้างไม่ได้ให้การยอมรับกลุ่มชายรักชาย รวมทั้งในหลายกรณีการไม่ได้ยอมรับนำไปสู่การลงโทษทั้งทางสังคมและทางกฎหมาย จึงทำให้กลุ่มชายรักชายจำเป็นต้องแสวงหาพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งใช้สัญญาณเพื่อตรวจสอบว่าผู้ที่เข้ามาใช้สถานที่แห่งนี้ว่าเป็นชายรักชายเหมือนกัน หรือมีรสนิยมทางเพศเหมือนกันหรือไม่ โดยในกรณี Tearoom Trade study นั้นจะเรียกห้องน้ำที่ใช้ว่า ฤดูกาลล่าสัตว์ (hunting season) หรือ พื้นที่ล่าสัตว์ (hunting area) และบทสนทนาเพื่อเริ่มต้นความสัมพันธ์นั้นในกรณี Tearoom Trade study จะใช้คำว่า “Not so hard!” or “Thanks” ในกรณี Twitter's relationship study นั้นจะเริ่มต้นด้วย อ่าน Bio / ดีคัป / สติ๊กเกอร์ จากการวิเคราะห์ให้เห็นถึงเหตุของการเข้าใช้และผลในการเข้าใช้ พบว่า Twitter's relationship study นั้นภาพรวมนั้นเกี่ยวข้องกับการแสวงหาความสัมพันธ์ และพัฒนาไปสู่ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ทั้งทางจิตใจและทางอารมณ์ ในขณะที่ใน Tearoom Trade study นั้นให้ความสำคัญกับกิจกรรมทางเพศที่เกิดขึ้น และไม่อาจพัฒนาความสัมพันธ์ต่อไปได้ ยิ่งไปกว่านั้นสิ่งที่ Twitter's relationship study พบคือ การเป็นตัวช่วยทำให้เกิดความเท่าเทียมในการนำเสนอตัวตน ไม่ว่าจะเป็นความหลากหลายในรสนิยมใดก็ตามสามารถเข้ามาใช้และอาจพัฒนาความสัมพันธ์ต่อไปได้

ในส่วนที่เป็น **ประเด็นของรูปแบบ** จากข้อสันนิษฐานเบื้องต้นที่ว่า รูปแบบการสื่อสารระหว่างกลุ่มชายรักชายโดยใช้ทวิตเตอร์เป็นสื่อกลางในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้น จะเริ่มต้นด้วยการทักทาย มีการถามชื่อ อายุ ที่อยู่ในปัจจุบัน และเริ่มสนทนาระหว่างกัน หลังจากนั้นใช้ระยะเวลาประมาณหนึ่ง และอาจมีขั้นตอนในการเปิดเผยตัวตนก่อนจะเริ่มสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดตามทฤษฎีแนวคิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตน (นำเสนอในหัวข้อ 3.2 แนวคิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตน) และอาจมีการนัดเจอกันในพื้นที่ออฟไลน์ จากการศึกษาพบว่าการทักทายและแนะนำตัวจริง ทว่าไม่มีการถามข้อมูลส่วนตัว เช่น ชื่อจริง อายุจริง ที่อยู่จริง กลับพบแต่เพียงการทักทายว่า “ดีคับ” ส่งสติ๊กเกอร์ และภาพเครื่องเพศเท่านั้น อีกทั้งรูปแบบที่ใช้ในการสื่อสารเป็นการใช้ตัวบทแบบเพื่อนสนทนากัน ไม่ได้เป็นทางการ อีกทั้งจากผลการศึกษาจะพบว่าทวิตเตอร์มีส่วนช่วยในการเปิดเผยตัวตน การรวบรวมกลุ่มระหว่างกลุ่มชายรักชายที่มีความหลากหลายให้ได้มาพบเจอกันด้วยการใช้แฮชแท็กในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน เนื่องจากในพื้นที่ออฟไลน์นั้นไม่อาจสามารถทำได้ หรือหากทำได้ก็ไม่หลากหลายและกว้างขวางมากพอ ดังตัวอย่างคำกล่าวของผู้เข้าร่วมวิจัยที่กล่าวไว้ว่า

“เราเห็นมิตรภาพจากทวิตเตอร์นะ เราคิดว่าด้วยความที่ทุกคนมันมาเพื่อเหตุผลเดียวกันนะ เพราะฉะนั้นแล้วมันก็จะมีความเก๋บางอย่างที่ทุกคนทำตาม สมมติจะถนัดแล้วใช่ไหม ถ้าเราไม่ได้ต้องการจะถ่ายวิดีโออะ แต่เราต้องการถ่ายเงี้ย สิ่งที่เราจะทำคือเราต้องเบลอนหน้าเขาหรือไม่ก็ให้เขาเอาหน้ากากมาใส่ บางคนเข้ามาเพื่อเพื่อขายบางอย่างขายของ เช่น ป๊อปเปอร์ ขายยาปลูกเช็กส์อะไรเงี้ย หรือจะขายของเล่น ให้ดูคลิปในกลุ่ม มันก็จะเป็นมารยาทว่าเขาจะไม่เข้ามาทักคนอื่น ๆ นอกจากให้คนอื่นที่สนใจทักไปคุยเอง แล้วว่ามันก็มีความเก๋บางอย่างมันมีมารยาทบางอย่างอะ รู้ไหมว่าจริง ๆ แล้วในที่ที่เรามองว่ามันมันดูเฮงซวยที่สุดในสังคมหรือที่คนอื่นมองว่ามันไม่ดีอะ เพราะทุกคนมีเหตุผลเดียวกัน เพราะฉะนั้นแล้วมารยาทบางอย่างมันก็จะเกิดขึ้น เช่นอย่างที่เราบอกไปว่าเรากับนายคุยกันก็เป็นเพราะว่าเราทักมาคุยกันด้วยเหตุผลบางอย่าง เราจะไม่ถามว่านายชื่ออะไร นายทำงานที่ไหน นายประกอบอาชีพอะไร เงินเดือนเยอะไหม มีแฟนมั๊ย แต่สิ่งที่เราสนใจคือ หน้าตาเป็นยังไง เป็นรูกเป็นรับหรือเป็นแบบไหน เล่นของเล่นได้ไหม หรือว่านายชอบชาติสหรือเปล่า หรือว่าใช้ของเล่นไหมถ้าเราสามารถจะยอมให้ได้เราก็จะยอมให้ ใช่ว่าถ้าเกิดว่ามันหนักไปอะไ้สักกู่แหมมือเราไม่ไหว เราก็อาจจะปฏิเสธไปสิ่งที่มันมีเหมือนกัน คือเราจะไม่ยุ่งเรื่องส่วนตัวของเขาอะเหมือนที่เราไม่ยุ่งเรื่องส่วนตัวนาย”

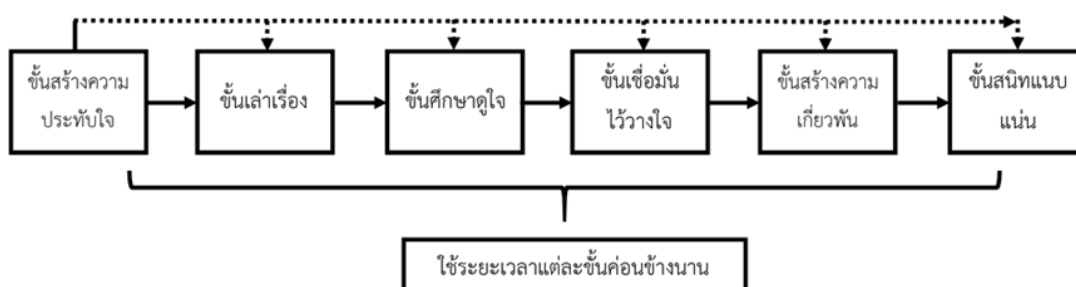
(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณR, ผู้ให้สัมภาษณ์, 10 กรกฎาคม 2563)

“ดูจากข้างนอกก็คงคิดว่าเรามาเพราะ sex ซึ่งก็ไม่เลียง เพราะ sex จริง ๆ แต่ถ้ามาใช้จริง ๆ จะรู้ว่าเราต้องการการเป็นกลุ่มก้อน จะได้ไม่รู้สึกโดดเดี่ยว แคร่รู้จักชื่อปลอมก็อุ่นใจแล้วจริง ๆ ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ L, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2563)

จากตัวอย่างบทสัมภาษณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า ทวิตเตอร์นั้นกลายเป็นตัวกลางที่สำคัญอย่างมีนัยสำคัญในการสื่อสารระหว่างกลุ่มชายรักชายไปโดยปริยาย สิ่งหนึ่งที่สำคัญคือการกำหนดสถานภาพหรือรสนิยมทางเพศ แม้ความสัมพันธ์ในทวิตเตอร์มีหลายรูปแบบทั้งที่ไม่เกี่ยวข้องกับเพศและเกี่ยวข้องกับเพศ รสนิยมทางเพศมีผลต่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน รสนิยมทางเพศมีความสำคัญหรือเป็นประเด็นหลักในการวางตำแหน่งของตนเองก่อนการสร้างความสัมพันธ์ โดยองค์ประกอบในการรับรู้สารระหว่างกลุ่มชายรักชายนั้น ใช้สัญลักษณ์ และที่สำคัญที่สุดนั้นคือประสบการณ์ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จึงทำให้ผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความสามารถในการตีความเข้าใจความได้แตกต่างกัน ในการศึกษาครั้งนี้จะพบเนื้อหาในรูปแบบและเนื้อหาในการสื่อสารนั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นพร้อม ๆ กัน ร่วมกับการตัดสินใจในการนัดเจอ หรือสานต่อความสัมพันธ์ ซึ่งจะพบว่าเนื้อหาทั้งหมดนั้นมักแรงให้เกิดการตัดสินใจ

จากการอธิบายในข้างต้น **ผู้วิจัยขอสรุปว่า** จากขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด 6 ขั้นตอน หรือ GCDCTA model ในบทที่ 3 ซึ่งผู้วิจัยได้สังเคราะห์ขั้นตอนของความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดและสถานภาพไว้ 6 ขั้น ดังนี้ 1) ขั้นความประทับใจแรกพบ 2) ขั้นเล่าเรื่อง 3) ขั้นดูใจ 4) ขั้นไว้วางใจ 5) ขั้นถักทอ 6) ขั้นใกล้ชิด โดยแต่ละขั้นนั้นใช้ระยะเวลายาวนานในการทดสอบและขยับขั้นตอนของความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ดังภาพที่ 27 ได้ดังนี้



ภาพ 27 แผนภาพการสื่อสารเพื่อความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดจากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย (GCDCTA model)

ที่มา : พัฒนารูปแบบโดยผู้วิจัย Berger (1978), Taylor and Altman (1987), Brehm, et al. (1992), Kelly (2005), Munroe (2005) และ Tom Bruett (2019)

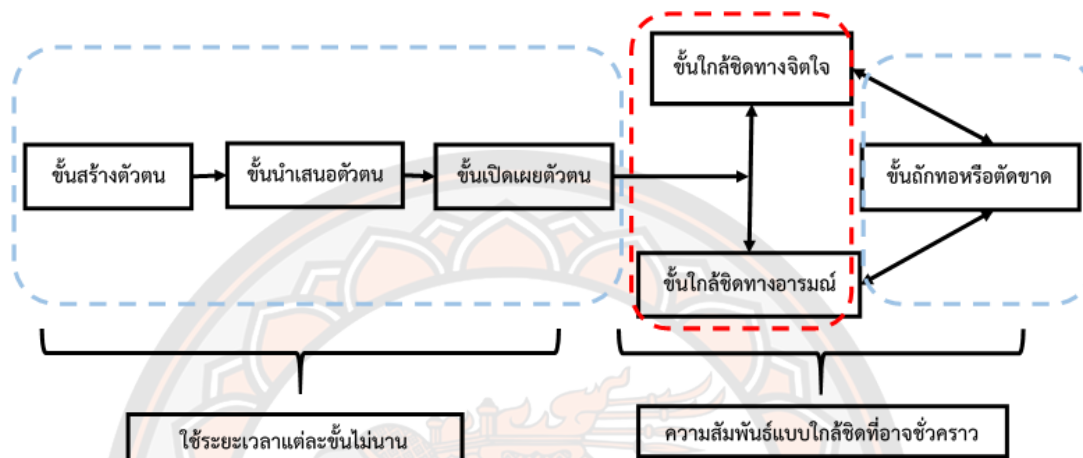
ทว่า จากการศึกษาพบว่าประเด็นรูปแบบและเนื้อหาพบว่าการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของผู้เข้าร่วมวิจัยเป็นสิ่งที่ซับซ้อน รวมทั้งดำเนินการไปพร้อม ๆ กัน และยังพบว่าองค์ประกอบทั้งหมดนั้นถูกนำมาผสมผสานกันโดยไม่สามารถแยกจากกันได้ ไม่ว่าจะเป็นภาพ เสียง ข้อความ เพราะเมื่อสร้างบัญชีผู้ใช้แล้วก็ตั้งชื่อตามที่ตนเองต้องการ หลังจากนั้นเลือกภาพประจำตัว ภาพหน้าปก และคำอธิบาย (Bio) ให้สอดคล้องกันกับวัตถุประสงค์ที่ตนเองสื่อสาร โดยอาศัยพื้นที่สำคัญคือทวิตเตอร์ ซึ่งอยู่ในฐานะตัวกลางทางการสื่อสาร

ตัวอย่างเช่น นาย ก ต้องการใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดด้วยวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ประการ คือการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดด้านทางอารมณ์และจิตใจ นาย ก ก็อาจตั้งชื่อทวิตเตอร์ด้วยชื่อตนเอง อาจใช้ภาพหน้าปกเป็นภาพตนเองกำลังขี่บิ๊กไบค์ (Bigbike) ภาพประจำตัวเป็นลักษณะภาพเปลือยของตนเอง ร่วมกับเขียนคำอธิบายว่า “ชื่อ ก ครับ อายุ 31 ปี เป็นรูก หาคณจริงใจ ไม่มีรูปไม่คุย ไม่ยาไม่หมู” เป็นต้น

อีกทั้ง ประเด็นการรักษาความปลอดภัยและความลับของกลุ่มสนทนาและเกิดขึ้นผ่านการใช้ความไว้วางใจในการเริ่มต้นจากการสนทนาตั้งแต่ครั้งแรก เสมือนเป็นการเริ่มต้นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน เพราะก่อนมีการสนทนานั้นจำเป็นต้องส่งภาพของกลุ่มสนทนามทั้งในบางรายจำเป็นที่จะต้องส่งภาพเครื่องเพศไปพร้อม ๆ กันเหมือนกันส่งข้อเสนอในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ซึ่งจะพบว่าโดยปกติของการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันนั้นมักเริ่มต้นจากการแนะนำตัว กล่าวคือมีการแนะนำชื่อจริง นามสกุลหน้าที่การงาน อีกทั้งจะใช้ระยะเวลาในการศึกษาดูใจ ทดสอบความไว้วางใจระหว่างกันการถกทอความสัมพันธ์จนกระทั่งความสัมพันธ์สูงจนจึงจะก้าวไปสู่กิจกรรมทางเพศหรือความลึกซึ้งทางอารมณ์ หรือจากการทบทวนวรรณกรรมพบ 6 ขั้นตอนของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด โดยเริ่มต้นจาก ขั้นความประทับใจแรกพบ ขั้นเล่าเรื่อง ขั้นดูใจ ขั้นไว้วางใจ ขั้นถกทอ และสุดท้ายคือขั้นใกล้ชิด หรือ GCDCTA model สามารถสรุปเส้นของความสัมพันธ์ได้ว่า เริ่มจากการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางจิตใจ (รู้จัก ไว้วางใจ เชื่อใจ ใกล้ชิดทางใจ) และขยายไปสู่ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ (จับมือ กอด หอม ถึงกิจกรรมทางเพศ)

อย่างไรก็ดี ในบางรายอาจมีการสานสัมพันธ์ต่อไปเป็นเพื่อน คนรู้จัก หรือในบางรายก็กลายเป็นคู่รักได้ สามารถสรุปเส้นของความสัมพันธ์ได้ว่า เริ่มจากการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์ (จับมือ กอด หอม ถึงกิจกรรมทางเพศ) และขยายไปสู่ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ (รู้จัก ไว้วางใจ เชื่อใจ ใกล้ชิดทางใจ) หรือสามารถสรุปได้ว่า เป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่อาจจะชั่วคราว โดยไม่ต้องใช้ระยะเวลานานในการสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ สามารถสรุปเป็นภาพที่ 28

ได้ดังนี้ แสดงรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดภายในทวิตเตอร์ ซึ่งสอดคล้องกันกับข้อสันนิษฐานในการวิจัยที่ว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นอาจเป็น “ความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางกายภาพแต่เพียงชั่วคราว” ซึ่ง “ไม่ต้องใช้เวลานาน” และยังพบอีกว่าผู้เข้าร่วมวิจัยมากกว่าครึ่งมักจะมี “กิจกรรมทางเพศ” เป็นส่วนประกอบในการสร้างและสานสัมพันธ์ระหว่างกัน



ภาพ 28 แผนภาพแสดงรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดภายในทวิตเตอร์

ที่มา : โดยผู้วิจัย

หมายเหตุ :

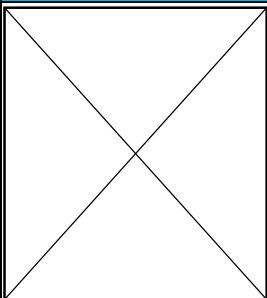


หมายถึง กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์

หมายถึง กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์

อีกทั้งสามารถสร้างตารางเปรียบเทียบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิมกับการสื่อสารเพื่อการสร้างสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ ใน ตารางที่ 18 แสดงพื้นที่การสื่อสาร คุณลักษณะพิเศษ ขีดขั้นความสัมพันธ์ และการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ในแต่ละขั้นตอน (ด้านล่าง) อย่างไรก็ดี ไม่ใช่เพียง “ความสัมพันธ์ใกล้ชิดทางกายภาพแต่เพียงชั่วคราว” ซึ่ง “ไม่ต้องใช้เวลานาน” เท่านั้น ยังพบอีกว่าหากต้องการสานสัมพันธ์ต่อไปนั้นก็ สามารถทำได้ โดยความสนใจของทั้งคู่สนทนา ซึ่งจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ ทำความรู้จัก และสานสัมพันธ์ต่อไป ดังคุณูปการในการศึกษา ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอในหัวข้อต่อไป

ตาราง 18 แสดงขีดขั้นความสัมพันธ์ พื้นที่การสื่อสาร คุณลักษณะพิเศษ และการสื่อสารเพื่อสร้าง
ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่มีความเกี่ยวข้องกันในแต่ละขั้นตอน

ขั้นของความสัมพันธ์	พื้นที่สื่อสาร	คุณลักษณะพิเศษ	การสื่อสารเพื่อสร้าง ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด
Greeting ขั้นทักทาย	Online	A – Authorship เข้าถึงได้ง่าย	S: Stage of Self-Creation ขั้นสร้างตัวตน
Chitchat ขั้นเล่าเรื่อง		A – Approachable เข้าถึงได้ง่าย	S : Stage of Self- Presentation ขั้นนำเสนอตัวตน
Dialogue ขั้นพูดคุยจริงจัง			S : Stage of Self-Exposure ขั้นเปิดเผยตัวตน
Connection ขั้นสร้างความ เกี่ยวพัน		A – Anonymity ความนิรนาม	
Trust ขั้นเชื่อมั่นไว้วางใจ			
Affection ขั้นสนิทแนบแน่น	Offline		S : Stage of Self- Determination ขั้นพิจารณาถกทอหรือตัดขาด
	In between		

ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : ความหมายของสัญลักษณ์

 สีฟ้า ปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นในพื้นที่ทวีตเตอร์ และ

 สีเขียว ปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์

 สีเหลือง ปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นในพื้นที่ผสม ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และ



ไม่เกิดปฏิสัมพันธ์ อันเนื่องมาจากคุณสมบัติพิเศษของทวีตเตอร์นั้นเป็นตัวช่วยให้เจอกันภายในพื้นที่ออนไลน์ ทว่าในพื้นที่ออฟไลน์นั้นส่งผลให้เกิด “4S model”

จากตารางที่ 18 แสดงขีดขึ้นความสัมพันธ์ พื้นที่การสื่อสาร คุณลักษณะพิเศษ และการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่มีความเกี่ยวข้องกันในแต่ละขั้นตอน นั้นแสดงให้เห็นว่า ขีดขึ้นของความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ระบุขึ้นของความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดไว้ในระยะสุดท้าย เมื่อบุคคลมีความสนิทสนมกันมากพอ รวมทั้งขั้นนี้มักเกิดขึ้นในครอบครัวหรือคู่สามีภรรยาเท่านั้น ซึ่งขั้นนี้จะเป็นขั้นที่อยู่อย่างถาวรตามการทบทวนวรรณกรรม ทว่าความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดภายในทวีตเตอร์ของกลุ่มชายรักชาย (4S model) นั้นพบว่าความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นสามารถเกิดขึ้นได้ตั้งแต่ขั้นเปิดเผยตัวตนเพื่อทำตามวัตถุประสงค์ที่ตนเองต้องการ และอาจบอกเลิกหรือปฏิเสธความสัมพันธ์ได้หากคู่สนทนาพิจารณาหรือตัดสินใจแล้วว่าความสัมพันธ์นี้ไม่เป็นไปตามที่ตนเองปรารถนา

อีกทั้งจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยสมบูรณ์ในพื้นที่ออนไลน์ หากปราศจากการพบหน้าเจอตาในพื้นที่ออฟไลน์ ประเด็นนี้จึงยืนยันว่ารูปแบบการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวีตเตอร์ (4S model) ยังจำเป็นที่จะต้องใช้พื้นที่แบบผสม ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมก่อนหน้านี้ ทั้งการศึกษาของ รมณูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ (2012) นิพนธ์ ดารารุฒิมาประภรณ์ (2558) จตุรวิทย์ ทองเมือง (2551) ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง (2557) สุธาวัดน์ ดงทอง (2559) Kevin Laddapong (2019) เบญจรงค์ ธีระพลิกะ (2560) และ ณัฐวุฒิ ขาวคง (2562) ที่ทำการศึกษาประเด็นความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งอธิบายไว้ว่าความสัมพันธ์ในครั้งนั้น ๆ ซึ่งอาจเป็นสาระสำคัญของสิ่งมีชีวิตที่เรียกว่า “คน” (human being) เนื่องจากมนุษย์เป็นสัตว์สังคม และการรวมกลุ่มนั้นก่อให้เกิดอำนาจบางอย่างขึ้นเสมอ ๆ ดังนั้นการที่ออกมาเจอกันในพื้นที่ออฟไลน์อาจเป็นการยิ่งสร้างความไว้วางใจระหว่างบุคคลได้ในระดับหนึ่ง ดังที่ผู้วิจัยจะกล่าวต่อไปในประเด็น คุณูปการของการศึกษาที่ 1 เพื่อต่อยอดแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ของกลุ่มที่หลากหลาย : อำนาจของการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในทวีตเตอร์ ซึ่งจะปรากฏในส่วนต่อไป

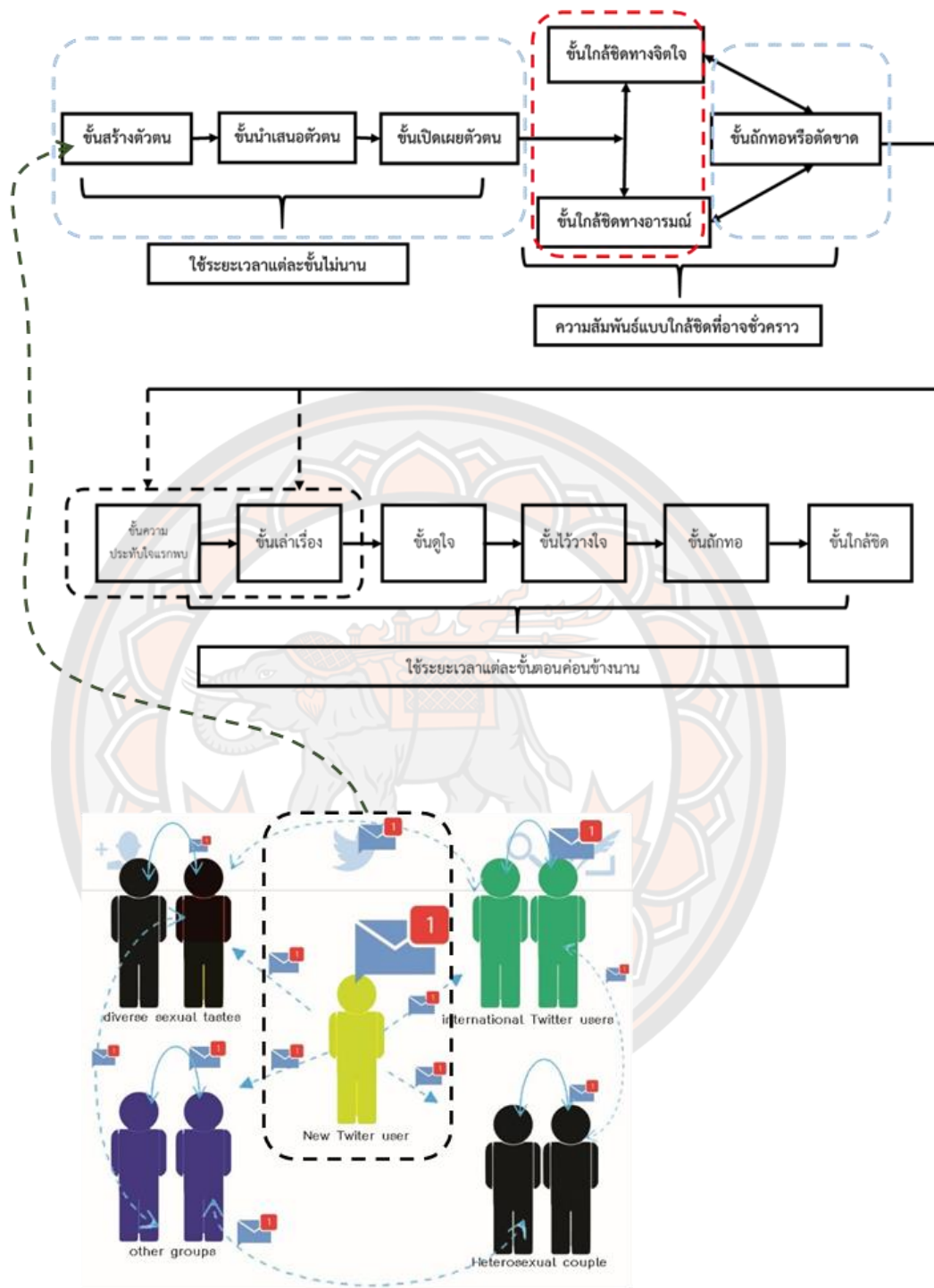
7.2. คุณูปการของการศึกษาในครั้งนี้มีต่อแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ

คุณูปการของการศึกษาสามารถสรุปได้ดังแผนภาพที่ 29 (ด้านล่าง) ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอไปที่ละเอียดได้แก่

1. **คุณูปการของการศึกษาที่ 1** เพื่อต่อยอดแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ของกลุ่มที่หลากหลาย: อำนาจของการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในทวิตเตอร์
2. **คุณูปการของการศึกษาที่ 2** ทวิตเตอร์พื้นที่ซึ่งแสดงถึงความเท่าเทียมทั้งในประเด็นความหลากหลายทางรสนิยมทางเพศ และการสร้างความสัมพันธ์ และ
3. **คุณูปการของการศึกษาที่ 3** ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในทวิตเตอร์: การต่อยอดแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model)
4. **คุณูปการของการศึกษาที่ 4** เพื่ออธิบายวิถีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล : การปรับประยุกต์ใช้ในพื้นที่จริง และผู้ร่วมวิจัยที่มีความต้องการทางเพศที่หลากหลาย

ในการศึกษาประเด็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ เป็นการศึกษาที่พยายามคลี่คลายปรากฏการณ์ในการสื่อสารของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยที่บุคคลภายนอกนั้นมักให้ความสนใจประเด็นกิจกรรมทางเพศเท่านั้น ทว่าการศึกษานี้สามารถคลี่ปรากฏการณ์ออกมาทำให้ทราบว่าเหตุผลหลักของการเข้าใช้ทวิตเตอร์นั้นเกิดขึ้นจากการที่สังคมยังไม่ได้ให้การยอมรับจากสังคมมากนัก ส่งผลให้การนำเสนอตัวตน และเปิดเผยตัวตนนั้นจำเป็นต้องแสวงหาพื้นที่อื่น ๆ ที่สามารถสร้างและสานสัมพันธ์แบบนิรนามได้

อีกทั้งยังชี้ให้เห็นว่าแม้ทวิตเตอร์อนุญาตให้กระทำการต่าง ๆ ได้ถึงกระนั้นยังคงไม่พอ ทำให้กลุ่มชายรักชายจำเป็นต้องสื่อสารและสานสัมพันธ์ในบริบท “พื้นที่ลูกผสม” (hybrid space) แห่งนี้ กล่าวคือ กลุ่มชายรักชายใช้พื้นที่ทวิตเตอร์ที่เป็นออนไลน์และออฟไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน เพื่อให้เกิดผลตามที่ตนเองปรารถนา ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ด้านจิตใจ กล่าวคือ การต้องการมิตรภาพจากผู้ที่มีรสนิยมทางเพศที่คล้ายคลึงกัน หรือในวัตถุประสงค์ด้านอารมณ์ กล่าวคือ การแสวงหาการร่วมเพศตามรสนิยมของตนเอง ซึ่งในปัจจุบันจะพบว่ามีรสนิยมที่หลากหลายและแตกต่างจากในอดีต ที่พบว่ารสนิยมทางเพศที่สังคมรับรู้กันจะมีเพียงฝ่ายรุกที่จะต้องมีร่างกายกำยำ แสดงออกเป็นผู้ชาย และฝ่ายรับที่จะต้องมีร่างกายเบาบางและอาจแสดงออกคล้ายผู้หญิง ทว่าสิ่งที่การศึกษานี้พบเพิ่มเติมจะช่วยคลายกำแพงความไม่รู้ในมุมมองของคนนอก ทั้งการสร้าง ความเท่าเทียม อำนาจในการรวมกลุ่มเพื่อนำเสนอความต้องการ รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ด้านการสื่อสารศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ดังที่ผู้วิจัยจะนำเสนอต่อไป



ภาพ 29 แผนภาพแสดงคุณูปการของการศึกษา

ที่มา : โดยผู้วิจัย

7.2.1 คุณูปการของการศึกษาที่ 1 เพื่อต่อยอดแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ของกลุ่มที่หลากหลาย : อำนาจของการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในทวิตเตอร์



ภาพ 30 แสดงคุณูปการของการศึกษาที่ 1 เพื่อต่อยอดแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ของกลุ่มที่หลากหลาย : อำนาจของการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในทวิตเตอร์
ที่มา : โดยผู้วิจัย

การเคลื่อนไหวของปัจเจกบุคคลซึ่งมีความหลากหลายทำให้เกิดชุมชนและสังคมในพื้นที่ออนไลน์ นั้นส่งผลให้เกิดอำนาจทางการสื่อสารและการรวมกลุ่ม ตามแนวคิดของ Castells (2015) ที่เชื่อว่าการสื่อสารนั้นมีอำนาจในตัวเองซึ่งสามารถทำให้ผู้ที่ใช้มันสามารถสื่อสาร นำเสนอ แบ่งปัน แสดงออกในประเด็นต่าง ๆ ที่หลากหลาย โดยอำนาจที่เกิดขึ้นนั้นจะกระทำการบางอย่างกับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน “พื้นที่ลูกผสม” (hybrid space) สามารถอธิบายได้ 4 ประการ คือ

1.1 อำนาจของเครือข่าย

อำนาจของเครือข่าย นั้นขึ้นอยู่กับผู้กระทำการเป็นหลัก ซึ่งในกรณีนี้คือชายรักชายระดับปัจเจกที่กระทำการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ซึ่งกระทำการทั้งในพื้นที่ออนไลน์ผ่านทวิตเตอร์ด้วยภาพนิ่ง วิดีโอคลิป สัญลักษณ์ต่าง ๆ และในพื้นที่ออฟไลน์ผ่านพื้นที่สาธารณะ เช่น สถานับริการน้ำมัน หรือในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ โดยการกระทำนั้นเพื่อต้องการแสดงออกให้ชายรักชายคนอื่น ๆ ในเครือข่ายสังคมออกมารวมตัวและแสดงออกถึงความต้องการอย่างเปิดเผย โดยการแสดงออกนั้นมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกัน ทว่าเนื้อหาในการนำเสนอ นั้นเป็นไปตามความต้องการระดับปัจเจก

1.2 อำนาจเป็นผลมาจากมาตรฐานที่กำหนดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ภายในเครือข่ายนี้

อำนาจเป็นผลมาจากมาตรฐานที่กำหนดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ภายในเครือข่ายนี้ ซึ่งในกรณีนี้ อำนาจไม่ได้เกิดจากการแยกตัวออก (exclusion) แต่เกิดมาจากการรวมกัน (inclusion) ในการรวมตัวในทวิตเตอร์นั้นจะส่งผลให้ชายรักชายที่อยู่ในสังคมไทยได้เห็นถึงความหลากหลายในรสนิยม ซึ่งในอดีตนั้นมักถูกตีตราว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับความป่วยทางจิตใจ ทำให้ต้องปกปิดตัวตนและรสนิยม การเข้ามารวมตัวนั้นจะทำให้ชายรักชายที่มีรสนิยมหลากหลายได้สร้างอำนาจในการนำเสนอความต้องการของตนเอง ผ่านการประกอบสร้างตัวตนตามที่ตนเองต้องการทั้งการใช้ภาพนิ่ง วิดีโอ คลิป หรืออำนาจในการส่งสาร การตีความตามที่ตนเองต้องการและปรารถนา

รวมทั้งสามารถแสดงให้เห็นได้ว่าที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเพียงรสนิยมไม่ใช่ความป่วยทางจิต ยิ่งไปกว่านั้นในการรวมตัว มักมีนักวิชาการที่เป็นชายรักชายและมีรสนิยมทางเพศในแบบนั้น ๆ ให้ความเข้าใจ รวมทั้งนำเสนอผลการศึกษาในต่างประเทศประกอบด้วยว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นเพียงความหลากหลายทางรสนิยมเท่านั้น ส่วนนี้มักถูกนำมาอธิบายในแวดวงวิชาการเสมอ ๆ

1.3 อำนาจของเครือข่ายซึ่งเกิดจากอำนาจของผู้กระทำการและมักมีลักษณะเฉพาะในเครือข่าวนั้น ๆ

ในเครือข่ายชายรักชายภายในทวิตเตอร์แห่งนี้ นอกเหนือจากการรวมกลุ่มรสนิยมที่หลากหลายแล้ว ยังมีการปรากฏตัวของผู้มีอำนาจนอกเหนือเรื่องเพศอีกด้วย กล่าวคือเนื่องจากมีการรวมตัวของปัจเจกที่หลากหลาย ดังนั้นอาชีพของปัจเจกแต่ละคนก็มีความหลากหลายอีกด้วย และเมื่อชายรักชายคนใดเริ่มสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกันก็มักจะเปิดเผยข้อมูลบางอย่างระหว่างกัน หนึ่งในนั้นคือเรื่องหน้าที่การงาน ประเด็นนี้เองจึงส่งผลให้ชายรักชายบางคนมักชักชวนคู่สนทนาของตนเองไปร่วมกิจกรรมหรืองานที่ตนเองทำอยู่ ซึ่งส่วนนี้เรียกว่า “คอนเนกชั่น” หรือความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ โดยผู้วิจัยจะกล่าวในส่วนต่อไป

1.4 เครือข่ายสร้างอำนาจ

อำนาจนั้นมาจากการวางโปรแกรมเครือข่ายเฉพาะที่มีความสนใจอย่างจำเพาะและค่านิยมบางอย่างของโปรแกรมเมอร์ ซึ่งในที่นี้ ผู้วิจัยมองถึงคุณลักษณะพื้นที่ของทวิตเตอร์นั้นคือ อัลกอริทึม (algorithm) ของทวิตเตอร์ ที่ถือว่าเป็นตัวช่วยทางอ้อมที่จัดสรรเนื้อหา หรือประเด็นที่ผู้ใช้เข้าไปใช้บ่อย และระยะเวลาในการเข้าใช้ค่อนข้างนาน ยิ่งไปกว่านั้นยังสามารถคัดสรรประชากรที่อยู่ใกล้เคียงกับผู้ใช้ในขณะนั้นให้มาเจอกันผ่านช่อง “แนะนำสำหรับคุณ” (suggested) เพื่อแนะนำบุคคลอื่นที่อยู่ใกล้เคียงกัน สนใจเนื้อหาคล้ายคลึงกันมาให้

ในการศึกษาพบว่าความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นเกิดจากแนวระนาบ หรือความต้องการระดับปัจเจก หลาย ๆ ปัจเจกมารวมกัน เป็นการรวมกันแบบหลวม ๆ ไม่มีข้อบังคับจากโครงสร้างในสร้างและการพัฒนาความสัมพันธ์จากระดับปัจเจกสู่ระดับนานาชาติ หรือที่สามารถเรียกได้ว่าเป็นการปฏิเสธเรื่องสถาบันเบ็ดเสร็จ (Total institution) ตามแนวคิดของ Goffman (1961) ที่กล่าวถึงคนในสังคมนั้นมักถูกสถาบันเบ็ดเสร็จกดทับ สอดส่อง เสมอ ๆ Goffman อธิบายองค์ประกอบของสถาบันเบ็ดเสร็จไว้ 5 กลุ่มด้วยกัน โดยในการศึกษาครั้งนี้พบว่าประเด็นชายรักชายนั้นถูกสถาบันอย่างน้อย 2 สถาบันในการกดทับ กำกับ สอดส่อง โดยสถาบันแรกคือ สถาบันที่มีไว้สอนทางด้านศาสนา สำหรับบุคคลที่ต้องการออกจากทางโลก เช่น อาราม สำนักนักบวช ฯลฯ ซึ่งสถาบันนี้กระทำการผ่านความบาป ความผิดปกติ ไม่ถูกต้องตามหลักศาสนาผ่านคำว่า “บั้นเพาะเก้” และเบียดขับกลุ่มชายรักชายให้ออกจากพื้นที่นี้ไป รวมทั้งสถาบันที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการบรรลุมัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น ค่ายทหาร โรงเรียนประจำ ค่ายแรงงาน โรงพยาบาล เป็นต้น

ในกรณีสถาบันทหาร ซึ่งความเป็นชายนั้นจำเป็นที่จะต้องมียากกว่าสถาบันต่าง ๆ จึงทำให้กลุ่มชายรักชายจึงไม่สามารถนำเสนอตัวตน และแสดงออกได้ว่าตนเองเป็นชายรักชายได้ เพราะอาจส่งผลกระทบกับอาชีพและการเจริญก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ ดังตัวอย่างบทสัมภาษณ์ของผู้เข้าร่วมวิจัยที่ว่า

“ถ้าสังคมมันรับได้จริง ๆ เหมือนที่มันพูด ผมก็ไม่ต้องเปิดแอดหอก ผมเป็นทหารแล้วเป็นเกย์ คิดว่าสังคมเค้าโอเคเหอ ... แล้วไง ผมไม่แคร์”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ G, ผู้ให้สัมภาษณ์, 1 มิถุนายน 2563)

หรือในสถาบันการศึกษา ผู้เข้าร่วมวิจัยกล่าวว่า

“น้องคิดว่าอาชีพของพี่ (อาจารย์มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง-ผู้วิจัย) มันทำให้พี่เปิดได้เหอครับ เค้าก็ชอบให้เราช่วยแสดงตามงานปีใหม่เท่านั้นแหละ แต่จริง ๆ เค้าไม่โอหอกถ้าเราจะ grand opening อะ ไม่ต้องพูดถึงผู้ใหญ่หอก ผู้หญิงบางคนในที่ทำงานที่ยังรับไม่ได้เลย แล้วเรียกอยู่ได้ แม่แม่!! ไม่ได้อยากเป็นแม่ใจ อยากเป็นผู้ชายธรรมดาที่รักผู้ชายธรรมดาใจ”

(ผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ B, ผู้ให้สัมภาษณ์, 29 กรกฎาคม 2563)

จะพบว่าแต่ละสถาบันข้างต้นนั้นมีอำนาจและหน้าที่ในการละเมิดความเป็นส่วนตัวและหน้าที่ตามความอิสระ โดยจะสังเกตได้ว่าสถาบันทั้งหมดนั้นมีหน้าที่ในการจำกัดสิทธิหน้าที่พลเมือง

ของบุคคล เมื่อบุคคลนั้นเข้าร่วมเป็นสมาชิกของสถาบันนั้น ๆ รวมทั้งสถาบันนั้น ๆ จะกระทำการให้ความรู้ ความคิดหรือแนวทางที่เป็นไปตามที่สถาบันนั้น ๆ ประารถนาให้สมาชิกเป็น โดยหลักการและเหตุผลนั้นจะต้องถูกยกเลิกไป จะพบว่าความคิดเรื่องสถาบันแบบเบ็ดเสร็จของ Goffman นั้น จะเกี่ยวข้องกับการควบคุมภายนอก กล่าวคือ มีอำนาจ ซึ่งในที่นี้คือสถาบันในการจัดการความรู้ ความคิด สติปัญญา และการแสดงออกทางด้านร่างกายและจิตใจ รวมทั้งยึดยึดความรู้สึกรักนึกคิดให้เป็นไปตามที่สถาบันหรือโครงสร้างกำหนดขึ้น

โดยจะพบว่า หากมองย้อนกลับมาในสังคมไทยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางเพศนั้น มีการจัดการผ่านสถาบันต่าง ๆ เช่นเดียวกัน ดังนั้นจะพบว่า การรวมกลุ่มในหลายเหตุการณ์มักเป็นการรวมเพื่อต่อต้านแนวคิด สถาบันนั้น ๆ เช่น การชุมนุมประท้วง การแต่งการไม่เหมาะสมในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อเป็นการแสดงออกเชิงสัญลักษณ์ว่าไม่ยินยอม ทั้งในพื้นที่สาธารณะและพื้นที่สังคมออนไลน์ หลายครั้งจึงต้องกระทำการปฏิเสธสถาบันเบ็ดเสร็จผ่านวิธีการต่าง ๆ เพราะทุกบัญชีรายชื่อเน้นดำเนินการตามความต้องการระดับปัจเจก เพื่อขับเคลื่อนอุดมการณ์และความต้องการในระดับปัจเจก

ตัวอย่างเช่น นาย ก. มีความรสนิยมแบบสาวเสียบ นาย ก. ก็สามารถเปิดเผยตัวตนในทวิตเตอร์ได้ว่าชอบแบบสาวเสียบ แต่ในเวลาเดียวกัน นาย ก. ก็สามารถรวมตัวในฐานะพ่อบ้านที่ดีของชุมชนทวิตเตอร์ได้เช่นกัน รวมทั้ง นาย ก. ไม่จำเป็นต้องสร้างกลุ่มหรือมีข้อกำหนดกลุ่มเชิงโครงสร้าง เพียงแต่ นาย ก. ใช้แฮชแท็ก เพื่อสื่อสารกับปัจเจกอื่น ๆ ว่าตนเองชอบสาวเสียบเท่านั้น จะสังเกตว่าจุดเชื่อมระหว่างปัจเจกนั้นอยู่ที่แฮชแท็ก ซึ่งมักเปิดเผยรสนิยมทางเพศที่ตนเองระบุตัวตนไว้ในกลุ่มต่าง ๆ เช่น กลุ่มหมี กลุ่มบีตีเอสเอ็ม (BDSM) กลุ่มใช้อุปกรณ์ กลุ่มหมี กลุ่มสาวเสียบ กลุ่มผู้ชอบผู้มีอายุ (sugar daddy) กลุ่มร่วมเพศภายนอก กลุ่มชอบร่วมเพศร่วมกับสารคัดหลั่ง กลุ่มการเกิดอารมณ์เพศจากสิ่งเฉพาะ (fetishism, sexual fetishism) กลุ่มชอบมีกิจกรรมทางเพศในพื้นที่สาธารณะ กลุ่มชอบการร่วมเพศประกอบการใช้สารเสพติด เป็นต้น

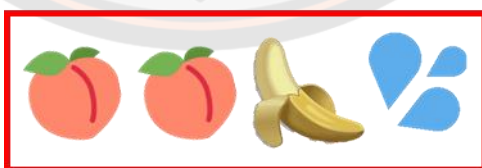
จากข้างต้นนั้นเป็นเพียงส่วนหนึ่งของความหลากหลายทางรสนิยมทางเพศของกลุ่มชายรักชาย แม้ในการศึกษานี้ไม่สามารถนำเสนอกลุ่มหรือความหลากหลายทางรสนิยมได้ทั้งหมดเนื่องจากพื้นที่ทวิตเตอร์ไม่มีข้อจำกัดทางพื้นที่และระยะเวลาตามคุณสมบัติของสื่อใหม่ รวมทั้งรสนิยมทางเพศที่นำเสนอขึ้นก็เป็นสิ่งที่ปรากฏในช่วงเวลาของการทำวิทยานิพนธ์ อาจมีบางกลุ่มที่หายไปแล้วหรือบางกลุ่มยังไม่เกิดขึ้น ทว่าจากทั้งหมดนั้นสามารถสะท้อนให้เห็นว่าแม้ความหลากหลายที่เกิดขึ้นนั้นจะมีมากมายเพียงใด ทวิตเตอร์ โดยแฮชแท็กสามารถรวบรวมกลุ่มของบุคคลที่หลากหลายไว้ด้วยกัน รวมทั้งยังอนุญาตให้กลุ่มบุคคลสามารถสร้างและนำเสนอตัวตนได้ตามที่ตนเองต้องการ นอกเหนือจากการใช้แฮชแท็กและสัญลักษณ์บางอย่างในการเป็นตัวช่วยในการรวมกลุ่มและจำแนกได้ตามที่ต้องการแล้ว ทวิตเตอร์ยังอนุญาตให้บุคคลสามารถนำเสนอภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหวต่าง ๆ ที่มี

เนื้อหาเกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศ การร่วมเพศ ได้โดยไม่มีการปิดหรือบล็อกเนื้อหาเหล่านั้น ทำให้กลุ่มชายรักชายที่มีรสนิยมที่หลากหลายสามารถเข้ามาใช้พื้นที่นี้ได้อย่างสะดวก เพราะหากจะนำเรื่องรสนิยมทางเพศที่ได้กล่าวไปในตอนต้นนำเสนอในพื้นที่ออฟไลน์ สังคมภายนอกนั้นอาจปิดกั้นและลดทอนคุณค่าของความหลากหลายในตัวมนุษย์คน ๆ หนึ่งได้

ฉะนั้น ทวิตเตอร์จึงเปรียบเสมือนสถานบันเทิง เช่น ผับ บาร์ เซานา หรือพื้นที่เฉพาะต่าง ๆ ในพื้นที่ออฟไลน์ที่กลุ่มชายรักชายเข้ามาใช้บริการ แม้ในพื้นที่ออฟไลน์จะปรากฏผับ บาร์ เซานาที่หลากหลายสำหรับกลุ่มคนต่าง ๆ ทว่ากลุ่มชายรักชายก็เลือกใช้เฉพาะพื้นที่ของตนเองเท่านั้น คล้ายคลึงกับทวิตเตอร์แม้จะมีพื้นที่ที่หลากหลายมิติแต่กลุ่มชายรักชายก็จะเลือกใช้ในพื้นที่ของตนเองเพียงเท่านั้น ด้วยเหตุผลที่สำคัญคือการที่สังคมยังคงไม่ก้าวข้ามความหลากหลายและความเท่าเทียมกันของมนุษย์จึงทำให้กลุ่มชายรักชายไม่สามารถสร้างตัวตนตามที่ตนเองต้องการและนำเสนอในแบบที่เคำปรารถนาได้ เพราะหากสร้างและนำเสนอออกไปก็จะส่งผลต่อหน้าที่การงาน รวมทั้งสังคมแวดล้อมอีกด้วย ดังตัวอย่างคำสัมภาษณ์ที่ได้กล่าวไปในผลการศึกษาข้างต้น

สิ่งที่นอกเหนือจากอำนาจทั้ง 4 ประการตามข้างต้นแล้ว ยังมีอำนาจอีกประการหนึ่งซึ่งถูกพบจากการลงพื้นที่คือ อำนาจที่มักเกิดจากการเป็นวัฒนธรรมย่อย (sub-culture) หรือที่นักวิชาการมานุษยวิทยาเรียกวัฒนธรรมนี้ว่า วัฒนธรรมย่อยของเกย์ (gay sub-culture) (ปุรินทร์ นาคสิงห์, 2558) นั่นคือ

1.5 “อำนาจที่จะกำหนดความหมายของสัญลักษณ์” ต่าง ๆ ให้เป็นไปตามที่ตนเองและกลุ่มตนเองเข้าใจเท่านั้น โดยไม่จำเป็นต้องอ้างอิงกับความหมายที่เป็นสากล เพียงเป็นความหมายที่ตนเองกลุ่มตนเองเข้าใจเท่านั้น ดังตัวอย่าง ภาพประกอบที่ 31



ภาพ 31 ภาพแสดงตัวอย่างสัญลักษณ์ที่กลุ่มชายรักชายใช้ในการสื่อสาร
ที่มา : โดยผู้วิจัย

จากตัวอย่างจะพบว่ามีสัญลักษณ์รูปพิช รูปกล้วย และรูปหัวใจหรือเม็ดฝن หากบุคคลภายนอกชุมชนชายรักชายเห็น อาจตีความไปได้ว่าเป็นผลไม้ หรือน้ำผลไม้ต่าง ๆ ทว่าในพื้นที่ทวิตเตอร์นั้นกลับตีความสัญลักษณ์เหล่านี้ว่า

รูปลูกพีช แทน กัน

รูปกล้วย แทน อวัยวะเพศชาย และ

น้ำฝนหรือเหงื่อ แทน การสำเร็จความใคร่ (Orgasm) หรือที่ในทวิตเตอร์เรียกว่า “น้ำแตก”
 ดังนั้นจะพบว่า อำนาจในการกำหนดความหมายของสัญญะนั้น เกิดขึ้นภายในชุมชนและเป็นข้อตกลง
 ภายในชุมชนนั้น ๆ อีกทั้ง

1.6 “อำนาจในการกำหนดคุณค่า” กล่าวคือ คุณค่าในที่นี้ไม่ได้หมายถึงตัวเงินที่เป็น
 รูปธรรม ทว่าเป็นคุณค่าที่ผู้ใช้สามารถตีค่าคลิปวิดีโอ ภาพถ่ายเปลือยนั้นว่ามีคุณค่าเท่าไร หากมี
 คุณค่ามากพอที่ตนเองจะจ่ายได้ ก็สามารถติดต่อไปยังผู้ที่เปิดให้ชมเพื่อชำระเงินและเข้าถึงเนื้อหาสาร
 นั้น กล่าวคือนายเอกเป็นชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์และมีความพึงพอใจที่จะเปิดวิดีโอคอลเพื่อสำเร็จ
 ความใคร่กับบุคคลต่าง ๆ โดยระบุค่าบริการไว้ หากนายเอ็มสนใจลักษณะทางกายภาพ หรือรสนิยมทาง
 เพศที่นายเอกเป็นก็สามารถติดต่อไปที่นายเอกเพื่อเปิดวิดีโอคอลเพื่อช่วยในการสำเร็จความใคร่
 ระหว่างกัน หลังจากเสร็จกิจกรรมนั้น ๆ แล้วอาจมีการตกลงค่าใช้จ่ายหรือไม่จำเป็นที่จะต้องชำระ
 ค่าใช้จ่ายนั้น ๆ ในครั้งนี้ได้ ตามที่นายเอกประสงค์ ดังนั้นคุณค่าเชิงตัวเงินนั้นอาจไม่ได้มีผลต่อการ
 สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันในบางกรณี

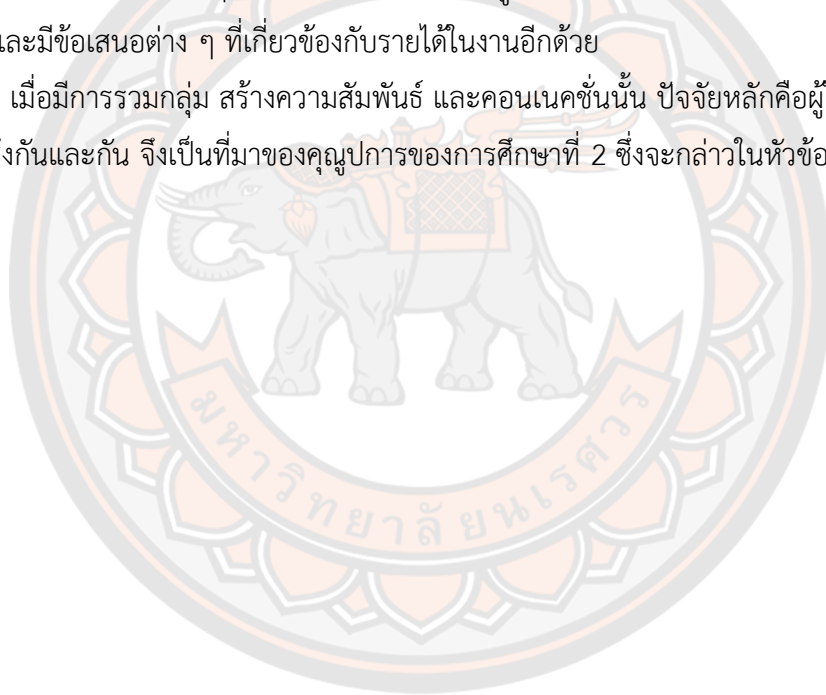
ยิ่งไปกว่านั้น เมื่อการรวมตัวและสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเกิดขึ้นระยะหนึ่งแล้ว ก็มัก
 พัฒนาให้เกิด “ความร่วมมือ” ระหว่างกันอีกด้วย หรือที่ในพื้นที่ทวิตเตอร์เรียกว่า “คอนเนกชั่น”
 (Connection) ซึ่งจะเกิดขึ้นหลังการเปิดเผยตัวตนและการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด กล่าวคือ
 การการค้นหาความร่วมมือผู้ใช้ทวิตเตอร์จำนวนไม่น้อยมักเข้ามาใช้ทวิตเตอร์เพื่อแสวงหาความ
 ร่วมมือระหว่างกัน หรือสามารถเรียกได้ว่า การหาคอนเนกชั่น โดยปกตินั้นการแสวงหาคอนเนกชั่นมัก
 เกี่ยวข้องกับการประชุม การอบรม การเสวนา หรือในการทำธุรกิจต่าง ๆ ทว่าในทวิตเตอร์เองนั้นคอน
 เนกชั่นเกิดขึ้นหลังจากการออกมาเจอในพื้นที่ออฟไลน์แล้ว อาจมีเพศสัมพันธ์หรือไม่ก็ได้ หลังจาก
 กิจกรรมนั้นจบลง จะเกิดการแลกเปลี่ยนการติดต่อ (Contact) ระหว่างกันไว้หากต้องการสานสัมพันธ์
 หลังจากนั้นก็จะมีการติดต่อกันให้ไปช่วยหรือร่วมงานบางคนที่เหมาะสมกับคู่สนทนารายนั้น ๆ

เช่น นาย ข. เป็นพนักงานขาย และ นาย จ. เป็นพนักงานฝ่ายการตลาดอีกบริษัท วันหนึ่ง
 นาย ข. กับ นาย จ. มีการนัดกันออกมาปฏิสัมพันธ์ หลังจากจบกิจกรรมแล้ว หากบริษัทของ นาย จ.
 ต้องการพนักงานคนใหม่ ในเงินเดือนและค่านายหน้า (commission fee) ที่สูงกว่า นาย จ. ก็จะชวน
 นาย ข. ย้ายบริษัทมาร่วมงาน เป็นต้น

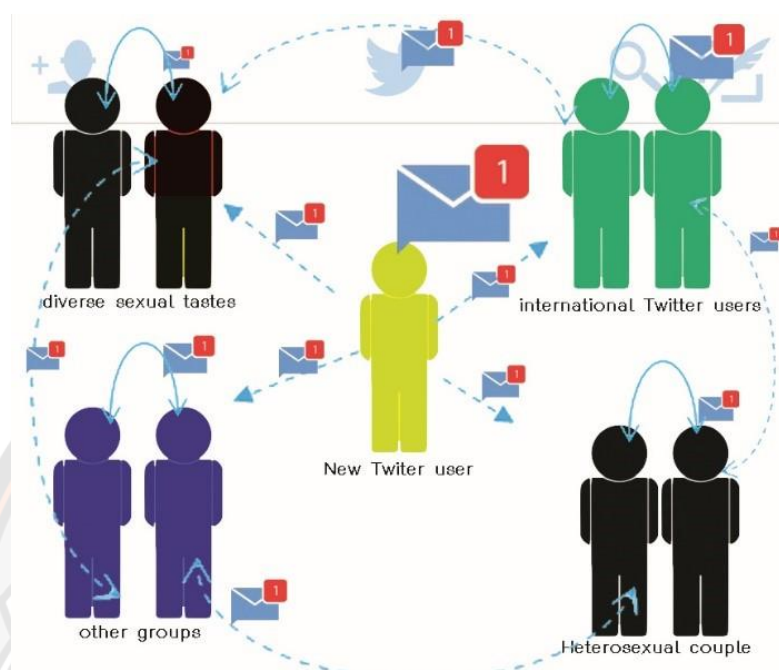
นอกเหนือจากตัวอย่างข้างต้นแล้ว ความสัมพันธ์ที่ถูกพัฒนาเป็น “คอนเนกชั่น” นั้น หากนำ
 แนวคิดของ Morley (1986) มาอธิบายปัจจัยที่ส่งเสริมในการรวมกลุ่มนั้นมีหลากหลายผู้เข้าร่วมวิจัย
 ที่เล่าว่า การสำเร็จความใคร่ในพื้นที่ต่าง ๆ การถ่ายภาพหรือคลิปวิดีโอ และแบ่งปันในทวิตเตอร์นั้น

กลายเป็นตัวช่วยที่สำคัญอย่างมาก โดยการศึกษาพฤติกรรมระหว่างใช้สื่อจากกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย ส่วนมากเปิดเผยว่ามักมีการสำเร็จความใคร่ระหว่างการใช้สื่อ ซึ่งการสำเร็จความใคร่นั้นสามารถทำได้ทุกที่ทุกเวลา ตามแต่ผู้ใช้รายนั้น ๆ ประการอื่น อีกทั้งหากอยู่ที่ทำงานก็จะใช้พื้นที่ห้องน้ำในที่ทำงาน หรืออยู่ในสถานศึกษาก็จะใช้ห้องน้ำในสถานศึกษา โดยพฤติกรรมที่เกิดขึ้นนั้นยังเป็นตัวช่วยให้กลุ่มชายรักชายที่มีรสนิยมการถ่ายภาพหรือคลิปวิดีโอสามารถใช้ทวิตเตอร์เป็นที่เผยแพร่เนื้อหาดังกล่าว และในหลายครั้งยังช่วยทำให้ชายรักชายสามารถพบเจอชายรักชายด้วยกันจากที่ทำงานหรือสถานศึกษานั้น ๆ ก่อให้เกิดเป็นคอนเนกชันระหว่างกัน ซึ่งเป็นผลกระทบทางบวกในระยะยาวตามแนวคิด Morley (1986) กล่าวคือจากผู้เข้าร่วมวิจัยหลายคนมีการเปิดเผยข้อมูลว่าในหลายครั้งนั้น การออกไปร่วมกิจกรรมในพื้นที่ออฟไลน์ก็มักได้ความร่วมมือต่าง ๆ จากกลุ่มชายรักชายที่ตนเองไปพบ ทั้งได้งาน event ต่าง ๆ ได้เพื่อนร่วมงาน ได้พบผู้บริหารในบางองค์กร ซึ่งมีการชักชวนให้ย้ายที่ทำงานและมีข้อเสนอต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรายได้ในงานอีกด้วย

เมื่อมีการรวมกลุ่ม สร้างความสัมพันธ์ และคอนเนกชันนั้น ปัจจัยหลักคือผู้ใช้ทุกรายมีการให้เกียรติซึ่งกันและกัน จึงเป็นที่มาของคุณูปการของการศึกษาที่ 2 ซึ่งจะกล่าวในหัวข้อต่อไป



7.2.2 คุณูปการของการศึกษาที่ 2 เพื่อต่อยอดแนวคิดความหลากหลายทางเพศ : ทวิตเตอร์เวทีแห่งความหลากหลาย ทั้งทางรสนิยมทางเพศ และการสร้างความสัมพันธ์



ภาพ 32 ภาพแสดงคุณลักษณะของทวิตเตอร์ในฐานะพื้นที่แห่งความเท่าเทียม ทั้งในประเด็นความหลากหลายทางรสนิยมทางเพศ และการสร้างความสัมพันธ์
ที่มา : โดยผู้วิจัย

จากการฝังตัว ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เข้าร่วมวิจัยมักกล่าวว่า ทวิตเตอร์นั้นเปรียบเสมือนพื้นที่แห่งความเท่าเทียมทางลักษณะกายภาพ (รูปลักษณ์ภายนอก) ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งแตกต่างจากพื้นที่ออนไลน์ ที่กลุ่มผู้มีรสนิยมที่หลากหลายมักถูกตีตรา Robinson (2015) กล่าวว่ามียังปัจจัยที่หลากหลาย เช่น ปัจจัยทางการเมือง วัฒนธรรม และสังคม ส่งผลต่อการสร้างภาพจำและกำหนดวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับเพศ รสนิยมทางเพศอีกด้วย จากปัจจัยข้างต้นรวมทั้งโครงสร้างแบบรักต่างเพศ จึงทำให้สังคมมักไม่ให้การยอมรับประเด็นความหลากหลายทางเพศ รวมถึงลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างไปจากภาพจำของบุคคลในสังคม เช่น เป็นเกย์เท่ากับต้องขาว เป็นกะเทยเท่ากับต้องสวยเหมือนผู้หญิง (ซึ่งประเด็นนี้คือสาวประเภทสอง ที่หลายครั้งไม่ได้นิยามตนเองว่าเป็นกะเทย แต่มักสื่อสารว่าตนเองเป็นสาวประเภทสอง หรือ “สาวสอง” ทว่ากะเทยทุกคนนั้นอาจไม่ได้มีความต้องการสวยเหมือนผู้หญิงก็ได้ เป็นเกย์แล้วจะต้องมีกล้ามเนื้อ มีซิกแพค (six pack) หรือยิ่งไปกว่านั้นคือ เป็นเกย์แล้วต้องชอบผู้ชาย (straight) เท่านั้น

โดยข้อเท็จจริงแล้วนั้นเกย์มักมีรสนิยมทางเพศหรือมีชอบกับกลุ่มเกย์ (แม้ส่วนนี้ยังไม่มีข้อสรุป แต่จากการสำรวจของผู้วิจัยในการศึกษาค้นคว้าพบว่าเกย์นั้นมักให้ความสนใจเกย์ด้วยกันมากกว่าผู้ชาย ฉะนั้นการศึกษาค้นคว้าจึงพยายามชี้ว่าความหลากหลายทั้งหมดนั้นเกิดจากรสนิยมส่วนบุคคลเท่านั้น) ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นภาพจำจนกลายเป็นการตีตราให้บุคคลนั้นจำเป็นต้องเป็นไปตามที่สังคมเห็นและจินตนาการขึ้น โดยไม่พินิจพิจารณาว่าภาพที่ถูกสร้างขึ้นนั้นเพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจหรือการตลาดโดยเฉพาะ เพราะในสังคมแห่งนี้บุคคลมีลักษณะทางกายภาพที่หลากหลายเนื่องด้วยเชื้อชาติและที่มา จากภาพจำและการติดราดังกล่าวนั้นส่งผลให้สังคมมีความเห็นที่คล้อยตามกับภาพที่ถูกประกอบสร้างดังกล่าว

จากการฟังตัว พบว่าผู้เข้าร่วมวิจัยมักปรากฏรูปร่าง หรือลักษณะทางกายภาพ ที่สามารถจำแนกได้ 2 กลุ่ม ด้วยกันคือ 1) รสนิยมทั่วไป หรือ ฟิมพ์นิยม” และ 2) รสนิยมเฉพาะ

โดยการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ต้องการจำแนก ตีตราบุคคล เหมารวม ตีค่าบุคคลตามลักษณะทางกายภาพ หรือลดทอนความเป็นมนุษย์ ความเป็นบุคคล เพียงแต่ต้องการนำเสนอถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องแสดงให้เห็นข้อมูลพื้นฐานที่เกิดขึ้นในทวิตเตอร์เท่านั้น สามารถอธิบายกลุ่มต่าง ๆ ได้ดังนี้

2.1 กลุ่มรสนิยมทั่วไป (general sexual tastes) หรือ “ฟิมพ์นิยม” มักมีลักษณะเป็นไปตามที่สังคมทั่วไปและสังคมชายรักชายคิดและจินตนาการ เบญจรงค์ ธิระผลิกะ (2563a) อธิบายลักษณะฟิมพ์นิยมไว้ว่า มักมีรูปร่างลักษณะที่ดี กล่าวคือ มีกล้ามเนื้อ ผิวขาว สมส่วน (ในบางรสนิยมชอบบุคคลที่มีลักษณะตัวเล็ก หรือในบางรสนิยมชอบบุคคลที่มีลักษณะตัวใหญ่ที่เรียกว่า หมี) เป็นต้น ซึ่งลักษณะทางกายภาพเหล่านี้มักสะท้อนหรือปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ ละครชุด (ซีรีส์) มิวสิกวิดีโอ โดยปฐนรินทร์ นาคสิงห์ (2558) เรียกสิ่งที่เกิดขึ้นนั้นว่าวัฒนธรรมย่อยของเกย์ (gay sub-culture) ซึ่งลักษณะทางกายภาพดังกล่าวนี้ สามารถอนุมานได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของความเชื่อที่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมย่อยของเกย์ รวมทั้งประชากรกลุ่มนี้นั้นมักถูกประกอบสร้างและพัฒนาเพื่อให้กลายเป็น “คู่จิ้น” (the imagined couple) ซึ่งแต่เดิมนั้นใช้เรียกกันในกลุ่มของสาววายเฉพาะ หรือ วัฒนธรรมวาย (Yaoi culture) (Baudinette, 2019b; นัทธนัย ประสานนาม, 2562; เบญจรงค์ ธิระผลิกะ, 2562b) เพื่อเหตุผลทางการตลาดและธุรกิจ จนกลายเป็นภาพจำหรือการเหมารวมไปแล้วว่า ชายรักชายทุกคนจะต้องมีลักษณะทางกายภาพตามข้างต้นเท่านั้นถึงจะเป็นชายรักชายที่ “สมบูรณ์แบบ และสังคมจะให้การยอมรับ” (Karoornporn Chetpayark, 2018)

2.2 กลุ่มรสนิยมเฉพาะ (specific sexual tastes) หรือ กลุ่มคนที่มีลักษณะทางกายภาพที่ได้รับความนิยมเฉพาะกลุ่ม เช่น ผิวไม่ขาว ไม่มีกล้ามเนื้อ ผอมแห้งหรืออ้วนมาก มีอายุ

ออกสาว เป็นต้น โดยกลุ่มรสนิยมเฉพาะนั้นแทบไม่สามารถเปิดเผยตัวตนหรือสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในพื้นที่ออนไลน์ได้อย่างเปิดเผยนัก เนื่องจากภาพจำที่เกิดขึ้นจากผลผลิตของสื่อผ่านซีรีส์ต่าง ๆ จึงทำให้กลุ่มรสนิยมเฉพาะมักไม่เป็นที่นิยมในสังคมทั่วไป และสังคมชายรักชายบางกลุ่ม ซึ่งมักปรากฏคำพูดที่ดูถูกและเบียดขับ เช่น “กะเทยควาย” “กะเทยยัก” “ออกสาว” (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ และ วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์, 2564) รวมทั้งบุคคลดังกล่าวมักปรากฏเป็นตัวตลกใน ภาพยนตร์ละครชุด (ซีรีส์) มีลิสกวีดีโอ และจะไม่ประสบความสำเร็จในชีวิต รวมทั้งเรื่องความรักอีกด้วย (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2562b)

นอกเหนือจากกลุ่มซึ่งจำแนกตามลักษณะทางกายภาพข้างต้นแล้ว พื้นที่ทวิตเตอร์ได้เปิดโอกาสให้กลุ่มรสนิยมทางเพศที่หลากหลายเข้ามานำเสนอตัวตนและสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันจนกลายเป็นการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกันอย่างกว้างขวาง มักปรากฏกลุ่มรสนิยมทางเพศที่หลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยรวบรวมมาได้ 14 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

- 1) กลุ่มหมี หรือกลุ่มผู้มีรูปร่างท้วม
- 2) กลุ่มบีตีเอสเอ็ม (BDSM)
- 3) กลุ่มใช้อุปกรณ์ (sex toy)
- 4) กลุ่มหนู
- 5) กลุ่มสาวเสียบ
- 6) กลุ่มผู้ชอบผู้มีอายุ (sugar daddy)
- 7) กลุ่มร่วมเพศภายนอกเท่านั้น
- 8) กลุ่มชอบร่วมเพศร่วมกับสารคัดหลั่ง
- 9) กลุ่มการเกิดอารมณ์เพศจากสิ่งเฉพาะ (fetishism, sexual fetishism) เช่น ถูงเท้า กางเกงบอดี้วิลัน ชุตนักเรียนนักศึกษา ชุตพนักงานบริการส่งอาหาร หรือการสำเร็จความใคร่ผ่านการพิมพ์ข้อความกระตุ้นอารมณ์ทางเพศ
- 10) กลุ่มชอบมีกิจกรรมทางเพศในพื้นที่สาธารณะ หรือที่เรียกว่า “เฮ้าดอร์” (outdoor)
- 11) กลุ่มชอบการร่วมเพศประกอบการใช้สารเสพติด หรือที่เรียกว่า “ไฮ” หรือ กลุ่มผู้ใช้สารระเหย หรือเรียกว่า “ป๊อปเปอร์” (popper)
- 12) กลุ่มคนผิวคล้ำ
- 13) กลุ่มที่ชอบมีกิจกรรมทางเพศกับบุคคลที่ประกอบอาชีพเฉพาะ เช่น เกษตรกร กลุ่มคนงานชาวต่างชาติ
- 14) กลุ่มเสื่อใบ ดังตัวอย่างภาพกิจกรรมหรือภาพซึ่งนำเสนอรสนิยมทางเพศที่หลากหลาย ดังภาพประกอบ (ด้านล่าง)

อาทิ งานปาร์ตี้ Black Moon สำหรับชาว LGBT ผู้ชื่นชอบในชุดหนัง ชุดยาง Rubber Latex Bondage BDSM จัดโดยร้าน forfun ที่โรงแรมโนโวเทล ดังภาพที่ 7.4 (ด้านล่าง) ซึ่งเริ่มมีการประชาสัมพันธ์และเชิญชวนจากพื้นที่ทวิตเตอร์ และภาพของรสนิยมทางเพศที่หลากหลายซึ่งปรากฏในพื้นที่ทวิตเตอร์ ดังต่อไปนี้



ภาพ 33 ตัวอย่างภาพกิจกรรมของผู้มีรสนิยมทางเพศแบบ BDSM ที่พัฒนาความสัมพันธ์แบบปัจเจกสู่ความสัมพันธ์แบบกลุ่ม จากพื้นที่ออนไลน์ สู่พื้นที่ออฟไลน์

ที่มา : <https://www.facebook.com/GthaiMovie/photos/pcb.4694165780655354/4694159770655955>



ภาพ 34 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มรสนิยมบุคคลที่มีผิวสีเข้ม

ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 35 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มชอบมีกิจกรรมทางเพศในพื้นที่สาธารณะ
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 36 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มชอบการร่วมเพศประกอบการใช้สารเสพติด
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 37 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มที่มีกิจกรรมทางเพศกับกลุ่มเกษตรกร
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 38 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มที่มีกิจกรรมทางเพศ
กับกลุ่มคนงาน
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 39 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มที่มีกิจกรรมทางเพศ
กับกลุ่มคนงานชาวต่างชาติ
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 40 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มที่มีกิจกรรมทางเพศ
กลุ่มการเกิดอารมณ์เพศจากสิ่งเฉพาะ : ชุदनนักเรียน
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 41 ภาพแสดงความหลากหลายของรสนิยมทางเพศในทวิตเตอร์ ใน กลุ่มชอบมีกิจกรรมทางเพศกลุ่มการเกิดอารมณ์เพศจากสิ่งเฉพาะ : ชุดแกร็บ (Grab)
ที่มา : โดยผู้วิจัย

นอกเหนือจากประเด็นพื้นที่แห่งความเท่าเทียมประเด็นความหลากหลายทางเพศแล้ว ยังพบประเด็นของความเท่าเทียมในการสร้างความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์แบบนิรนาม (Anonymous relationship) หรือความสัมพันธ์แบบไม่มีชื่อเรียกอีกด้วย กล่าวคือการสร้างความสัมพันธ์แบบนิรนาม หรือการสานสัมพันธ์แบบนิรนาม จากกลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัยทำให้พบว่าความสัมพันธ์แบบนิรนาม ช่วยให้บุคคลที่มีความต้องการในการสร้างความสัมพันธ์แบบไม่ต้องเปิดเผยตัวตน หรือไม่อาจเปิดเผยตัวตนได้สามารถสร้างความสัมพันธ์กันได้ เช่น กรณีผู้เข้าร่วมวิจัยคุณ H ที่ชอบในการมีความสัมพันธ์กับสาวเสียบ ซึ่งไม่สามารถเปิดเผยความต้องการนี้ได้ในชีวิตประจำวันเนื่องจากการรับราชการทหารและการมีครอบครัวแล้ว ยิ่งทำให้ไม่สามารถเปิดเผยตัวตนได้ หรือในอีกหนึ่งกรณีคือการมีความสัมพันธ์ทางเพศด้วยการใช้ตัวอักษร ในการพิมพ์ข้อความที่มีเนื้อหาเพื่อปลุกเร้าอารมณ์ทางเพศระหว่างกัน หลังจากนั้นมีการสำเร็จความใคร่ เมื่อเสร็จเรียบร้อยแล้วทั้งคู่ก็จะแยกไปใช้ชีวิตของตนเอง เมื่อมีความต้องการก็อาจกลับมาร่วมสำเร็จความใคร่ผ่านตัวอักษรอีกครั้ง

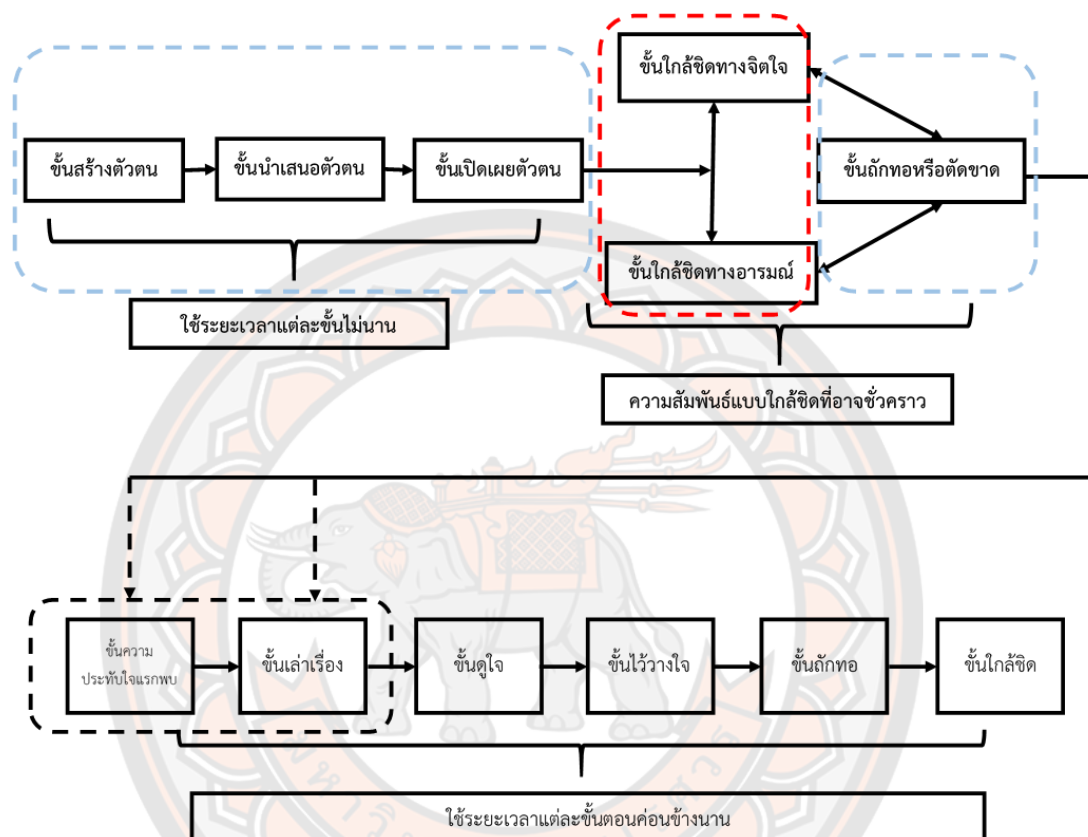
ยิ่งไปกว่านั้น ยังพบการมีกิจกรรมทางเพศผ่านวิดีโอคอล (video call) คือการที่คู่สนทนามีการติดต่อกันผ่านการใช้วิดีโอคอล ระหว่างการสนทนานั้นมีการปลุกเร้าอารมณ์ของคู่สนทนาและสำเร็จความใคร่ระหว่างกัน ไม่ว่าจะสำเร็จความใคร่ด้วยตนเอง หรือการใช้อุปกรณ์ร่วมระหว่างการสำเร็จความใคร่ และเมื่อเสร็จสิ้นแล้วต่างคนก็กลับไปใช้ชีวิตประจำวันของตนเอง โดยทั้งคู่นั้นไม่จำเป็นต้องรู้จักรายละเอียดหรือข้อมูลส่วนตัวระหว่างกัน และอาจไม่จำเป็นต้องพัฒนาให้กลายเป็นบุคคลที่รู้จักกันได้ หรือในอีกผู้เข้าร่วมวิจัยกล่าวถึงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการ “ส่งเสีย” หรือ

“เลียดู” โดยความสัมพันธ์แบบนี้มันมักเกิดขึ้นและจบลงโดยไม่จำเป็นต้องพัฒนามาเป็นคู่รัก หรือครอบครัวก็ได้ ซึ่งผู้เข้าร่วมวิจัยกล่าวเพิ่มเติมว่าความสัมพันธ์แบบนี้มันเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และมักเกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพแบบพิมพ์นิยม โดยสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยต่าง ๆ ทำให้ความสัมพันธ์แบบนี้สามารถจบลงได้แบบรวดเร็วเช่นกัน

แม้ในการศึกษาครั้งนี้จะพบว่าทวิตเตอร์พื้นที่แห่งความเท่าเทียม ทว่าความเท่าเทียมที่เกิดขึ้นนั้นเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการเปิดช่องทางหรือพื้นที่ให้บุคคลที่มีรสนิยมหรือความหลากหลายทางเพศได้ปรากฏตัวมากขึ้น สามารถแสดงออกได้ถึงตัวตน และรสนิยม แต่ “อาจยัง” ไม่ถึงขั้นของการก้าวพ้นเพศวิถีหรือเคียวร์ (Queer) ดังเหตุผลที่กล่าวไปในช่วงแรกแล้วว่า ยังคงพบการแบ่งแยกความแตกต่างทางกายภาพอยู่เป็นระยะ ๆ ของการใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน สามารถสังเกตได้จากการปรากฏข้อกำหนดหรือข้อตกลงในคำอธิบายประวัติ (Bio) ซึ่งมักชี้ชัดว่าต้องการสนทนาเฉพาะกลุ่มทางกายภาพใดกายภาพหนึ่งเท่านั้น เช่น เกย์ผิวขาว เกย์พิตเนส ห้ามออกสาว ไม่เอาแก่ เป็นต้น จากผลการศึกษาข้างต้นจะพบว่า กลุ่มคนที่มีอายุ หรือออกสาวก็มักจะไม่ได้รับการยอมรับในกลุ่มชายรักชายทั่วไป และอาจไม่สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างทั่วไป นอกเหนือจากกลุ่มรสนิยมเฉพาะ อย่างไรก็ตาม การเปิดพื้นที่ให้กลุ่มที่มีความหลากหลายในรสนิยมทางเพศนั้นก็เป็จุดเริ่มต้นที่ดีในการนำพากลุ่มชายรักชายเองและสังคมก้าวพ้นเรื่องราวของเพศวิถีหรือเคียวร์ (Queer) ได้ในอนาคต

จากข้อค้นพบข้างต้นนั้น อาจพัฒนาจากความเท่าเทียม และความสัมพันธ์แบบนิรนามให้กลายเป็นความสัมพันธ์แบบมีชื่อเรียกต่อไปได้ และรวมถึงการพัฒนากลายเป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดตามคุณูปการของการศึกษาข้อถัดไปได้

7.2.3 คุณูปการของการศึกษาที่ 3 เพื่อต่อยอดแนวคิดการสื่อสารศึกษา : ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในทวิตเตอร์ : การต่อยอดแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model)



ภาพ 42 ภาพแสดงคุณลักษณะของทวิตเตอร์ในฐานะพื้นที่ (ก่อน) ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิม

ที่มา : โดยผู้วิจัย

หมายเหตุ :



หมายถึง กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์

หมายถึง กระบวนการดังกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์

หมายถึง กระบวนการดังกล่าวอาจเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ ที่ปรากฏในบทที่ 6 ข้างต้น แตกต่างจากแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ดังที่ทบทวนวรรณกรรมตามการศึกษาของ Munroe (2005) ปรากฏมี 5 ขั้นตอน และ Taylor, Wheeler, and Altman (1973) ปรากฏมี 4 ขั้นตอน

หรือการศึกษาของ Brehm et al. (1992) ปรากฏมี 7 ขั้นตอน รวมทั้ง M. Kelly (2005) ปรากฏมี 7 ขั้นตอน หรือการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายตามการศึกษาของ Tom Bruett (2019) ซึ่งกล่าวถึงขั้นตอนที่ชายรักชายมักกระทำในสังคมต่างประเทศ โดยแนวคิดทั้งหมดนั้นไม่ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการมีส่วนร่วมของกิจกรรมทางเพศหรือเนื้อหาทางเพศมาเกี่ยวข้อง

นอกเหนือจากการศึกษาของ Bouhoutsos et al. (1983) ที่กล่าวว่า อาจเกิดกิจกรรมทางเพศได้ในขั้นแห่งความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด หรือในสถานะของคู่รักเท่านั้น ทว่าในการศึกษาค้นคว้านี้พบว่าการสื่อสารในวัฒนธรรมกลุ่มย่อยประเด็นของเรื่องกิจกรรมทางเพศหรือเนื้อหาอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับเพศนั้นถูกหยิบยกมาเป็นองค์ประกอบหลัก หรือขั้นแรก ๆ ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่าง ไม่ว่าจะเป็นการสอดใส่ หรือการร่วมเพศภายนอก หรือการใช้ทสันทนาเพื่อกระตุ้นในการสำเร็จความใคร่ อาจเป็นผลมาจากบริบทแวดล้อมที่เป็นชุมชนแห่งการแสดงออกและมีการแสวงหาพฤติกรรมทางเพศ จึงทำให้บุคคลที่เข้าร่วมในพื้นที่แห่งนี้จะต้องนำเสนอตัวตนเปิดเผยตัวตน และสร้างตัวตนให้เหมาะสมกับบริบท ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น “การลัดวงจร” ของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดตามแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ดังผลการศึกษาที่กล่าวไปแล้วตอนต้นว่าสามารถแบ่งความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในงานศึกษาขั้นนี้ได้ 2 ประเด็นด้วยกันคือ 1) รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ และ 2) รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ แต่ทั้งสองประเด็นนั้นสามารถสลับการเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาตามแต่ความต้องการของคู่สนทนา

อีกทั้งหากนำประสบการณ์จากการสังเกตการณ์ร่วมกับผลการศึกษาและทฤษฎี อาจทำให้เกิดข้อค้นพบใหม่ประการหนึ่งจากแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเดิม คือ ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายในทวิตเตอร์นั้นอาจเป็น “เพียงส่วนหนึ่ง” ของขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่เกิดขึ้นตามพลวัตของแนวคิดเดิม กล่าวคือ หากกระบวนการหรือขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายทั้ง 2 วัตถุประสงค์สามารถสลับไปมาได้แล้ว หากต้องการสานสัมพันธ์ในระยะยาวนั้นหลายคู่จำเป็นต้องศึกษาคู่ของตนเองเชิงลึก (real body) ทั้งการเล่าเรื่อง การดูใจ การวางใจ การถักทอ และกลายเป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในฐานะคู่รักต่อไป ตามแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบเดิมอีกด้วย เพราะการศึกษาดูใจกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นทำให้เกิด การสื่อสารแบบกันเองเกินจริง (hyperpersonal communication) ซึ่งทำให้คู่สนทนารู้สึกไปเองว่ารู้จักกันดีพอและสนิทสนมกันอย่างใกล้ชิดและรวดเร็ว ทั้งจริงในความเป็นจริงนั้นอาจไม่ได้รู้จักกันเลย อีกทั้งอาจเป็นการนำเสนอตัวตนเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง (lack of body) เท่านั้น

ดังนั้น การเริ่มต้นสานความสัมพันธ์ด้านอารมณ์ให้กลายเป็นความสัมพันธ์ด้านจิตใจจึงมีขั้นตอนคล้ายกันกับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิม ข้อมูลจากผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวน

หนึ่ง ซึ่งพัฒนาความสัมพันธ์ทางอารมณ์จนกลายเป็นคู่รักที่ในปัจจุบันนี้ได้ตกลงเป็นคู่รักกันมากกว่า 8 ปี โดยผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งสองเน้นย้ำว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดจากการสานสัมพันธ์ในทวิตเตอร์นั้นต้องใช้ความเชื่อใจอย่างมาก เพราะหลายคู่ในชุมชนทวิตเตอร์นิยมสร้างความสัมพันธ์แบบเปิด (open relationship) กล่าวคือ การที่ตกลงเป็นคู่รักกัน ทว่าสามารถไปมีกิจกรรมทางเพศกับผู้อื่นได้ ๆ ได้รับความนิยมนอย่างมากอย่างไรก็ดีจะทำให้ความสัมพันธ์ด้านจิตใจของทั้งคู่ระหว่างกันจบลงอย่างรวดเร็ว แต่ในกรณีของผู้เข้าร่วมวิจัยนั้นทั้งคู่เชื่อใจกันและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน โดยการเรียนรู้กันและกันนั้นใช้ระยะเวลาประมาณ 2 ปีหลังจากการใกล้ชิดทางอารมณ์ ในการเรียนรู้ที่เปรียบเสมือนการเรียนรู้คู่รักหนึ่ง ๆ เนื่องจากต้องเปิดเผยตัวตนในทุกมุม (real body) เพื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าใจและยอมรับจนกระทั่งสามารถรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันไว้ได้จนกระทั่งทุกวันนี้ จากกรณีตัวอย่างข้างต้นจะพบว่ารูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในทวิตเตอร์ของชายรักชายนั้นเป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิม ทว่ามีการปรับเปลี่ยนไปให้เหมาะสมกับช่องทางกสนสื่อสารและสังคมที่มีความรวดเร็วในการสื่อสาร

ยิ่งไปกว่านั้น หากนำแนวคิดของ Morley (1986) เรื่องผู้รับสารแนวใหม่มาอธิบายจะพบว่าตามข้อสันนิษฐานเดิมของ Morley ที่กล่าวว่า คนที่อยู่ในแต่ละชนชั้นนั้นจะสามารถเข้าถึงและตีความต่างกัน ในการศึกษาครั้งนี้แย้งข้อสันนิษฐานเดิม ในการศึกษาครั้งนี้พบว่าชนชั้นของบุคคลไม่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึง รับรู้ และตีความ ทว่ารสนิยมทางเพศและประสบการณ์ทางเพศนั้นจะเป็นตัวช่วยในการเข้าถึง รับรู้ และตีความข้อความต่าง ๆ ที่เป็นสัญลักษณ์ซึ่งใช้กันในแต่ละกลุ่มให้เข้าใจเนื้อหาสาระมากยิ่งขึ้น รวมทั้งในปัจจุบันสื่อทวิตเตอร์นั้นเข้าถึงได้ง่ายและสามารถเข้าใช้ได้เพียงแค่มือถือเท่านั้นก็สามารถเข้าใช้ได้ จึงพบว่าชนชั้นนั้นไม่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องมากเท่าความต้องการในการสื่อสารหรือวัตถุประสงค์หลักในการเข้าใช้พื้นที่สื่อ นั้น ๆ

อีกทั้งในปัจจุบัน เมื่อเรื่องเพศสามารถนำมาเป็นประเด็นในการสื่อสารได้ ไม่ว่าจะผ่านโทรทัศน์ ในช่องทางต่าง ๆ ละครชุด (ซีรีส์) เนื้อเพลงต่าง ๆ ทั้งในเนื้อหาแบบรักต่างเพศ หรือรักร่วมเพศ รวมทั้งการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเพศต่าง ๆ ยิ่งไปกว่านั้น การที่สื่อสังคมออนไลน์ออกแบบมาเพื่อให้บุคคลสามารถปฏิสัมพันธ์ได้ในพื้นที่เสมือน จึงทำให้ประเด็นเรื่องเพศนั้นถูกลดกำแพงจากเรื่องต้องห้าม เหลือเพียงเรื่องที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่รักต่างเพศและรักเพศเดียวกันย่อมมีเรื่องทางเพศไปเกี่ยวข้อง ทำให้ขั้นตอนกระบวนการหรือขั้นตอนใด ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นถูกพัฒนา ปรับปรุง แยกส่วนออกมาเพื่อให้สะดวกต่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน

ประเด็นข้างต้นผู้วิจัยเห็นสอดคล้องกันกับ วิภาดา เอี่ยมแย้ม (2548) ในประเด็นของการมีเพศสัมพันธ์ข้ามคืนของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร เพราะการศึกษาชิ้นนั้นชี้ว่าทั้งหมดเกิดขึ้นจากรู้สึกถูกใจ และยินยอมที่จะมีความสัมพันธ์ทางเพศ เพื่อระบายความต้องการทางเพศและความใคร่ของทั้ง

สองฝ่าย เพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้น อีกทั้งไม่ต้องมีความผูกพันทางด้านจิตใจต่อกัน และไม่ต้องรับผิดชอบต่อสัมพันธภาพที่เกิดขึ้นภายหลัง ดังที่ปัจจุบันจะพบสถานะ “เพื่อนเล่น” (Friends with benefits : FWB) (ภาณุ สหัสสานนท์, 2018) คือ ความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่เพื่อนทำหน้าที่ร่วมหลับนอนกับเพื่อนเท่านั้น อาจพัฒนาหรือไม่จำเป็นต้องพัฒนาความสัมพันธ์ในขั้นต่อไปก็ได้ แต่โดยมากนั้น มักไม่ได้พัฒนาความสัมพันธ์ต่อไป

โดยในอดีตของสังคมไทยเรียกความสัมพันธ์แบบนี้ว่า “เทพอุ้มสม” กล่าวคือมีจุดเริ่มต้นมาจาก เจ้าชายอนิรุทธิ์เป็นเจ้าชายเมืองทวารพดี คราวหนึ่งออกไปล่าสัตว์ในป่า ครั้นค่ำลงก็ประทับนอนในรถทรงใต้ร่มไทร เทพารักษ์เวทนาว่าขาดคู่สมสรวงสาหัส จึงอุ้มไปสมสู่นางอุษา ธิดาพระเจ้ากรุงพาวนที่โสณนคร เมื่อเสร็จคู่สมสองสมแล้วอุ้มกลับก่อนสว่าง (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2560) จากประเด็นนี้จะพบว่า ความใกล้ชิดทางอารมณ์ได้รับการพัฒนาคำเรียกและวิธีการจากในอดีตมาจนถึงปัจจุบันผ่านขั้นตอนกาลเวลา และที่สำคัญคือช่องทางในการสื่อสารที่ปัจจุบันไม่มีเทวดาหรือเทพในการให้ความช่วยเหลือ มีเพียงเครือข่ายสังคมออนไลน์เท่านั้น อาจเรียกใหม่ภายใต้บริบททวิตเตอร์ได้ว่า “ทวิตเตอร์อุ้มสม” ก็เป็นไปได้โดยอาศัยเงื่อนไขบางประการประกอบกัน เพื่อให้ความอุ้มสมในแต่ละกรณีสำเร็จ

ซึ่ง ภาณุ สหัสสานนท์ (2018) คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อธิบายว่าปัจจุบันสถานะนี้ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะสถานะนี้จะไม่รบกวนความสัมพันธ์ของทั้งสองคนจนมากเกินไป ทั้งเรื่องส่วนตัว หรืออนาคตของกันและกัน จึงทำให้ไม่มีความกดดันและความเครียดในความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งยังเป็นที่พักผ่อนและได้รับความนิยมในกลุ่มรักต่างเพศอีกด้วย นอกเหนือจากกลุ่มรักเพศเดียวกัน

สิ่งที่ผู้วิจัยอยากชี้ให้เห็นถึงความสำคัญ คือ การที่ทั้งคู่แห่งความสัมพันธ์ทั้งสองนั้นมีการตื่นรู้เรื่องการป้องกันตัวจากผลที่กำลังจะเกิดขึ้นตามมาในอนาคตอันใกล้ เพราะจะพบว่าหากไร้การป้องกันทั้งคู่ปฏิสัมพันธ์รักต่างเพศและรักเพศเดียวกันคือโรคระบาดทางเพศ รวมทั้งการตั้งครรภ์ที่ไม่พึงประสงค์ ประเด็นนี้มีความสำคัญอย่างมากในสังคมแห่งทวิตเตอร์และสถานะเพื่อนเล่นในการที่จะต้องพูดถึงหรือให้คำแนะนำ ถึงผลต่าง ๆ ที่ตามมา หากทั้งสองกลุ่มนั้นขาดความระมัดระวัง

ในการศึกษาชิ้นนี้สามารถสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในพื้นที่ออนไลน์เท่านั้น กล่าวคือ จากประสบการณ์ในการลงพื้นที่วิจัยร่วมกับผู้เข้าร่วมวิจัย อีกทั้งการฝังตัวมาตลอดระยะเวลาการทำวิจัยตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2553 พบว่าทุกความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทั้งทางอารมณ์และทางจิตใจมักจำเป็นต้องออกมาพบเจอในพื้นที่ออฟไลน์ที่ได้มีการนัดแนะเอาไว้ เพื่อตรวจสอบลักษณะทางกายภาพ น้ำเสียง สีหน้า ท่าทาง ทักษะการระหว่างกัน รวมทั้งการมีกิจกรรมทางเพศระหว่างกัน ซึ่งส่วนนี้เองสอดคล้องกับการศึกษาของ รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ (2012) นิพนธ์ ดาราวุฒิมาประภรณ์ (2558) จตุรวิทย์ ทองเมือง (2551) ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง (2557) สุธาวรรณ ดงทอง (2559) Kevin Laddapong (2019) เบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2560) และ ณัฐวุฒิ ขาวคง (2562) ที่

พบว่าการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในพื้นที่ออนไลน์นั้นยังคงไม่เพียงพอต่อการสานสัมพันธ์ระหว่างกัน สอดรับกับการศึกษาในต่างประเทศหลายชิ้นที่กล่าวถึงการสร้างความสัมพันธ์และการสานต่อความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายในพื้นที่ออนไลน์นั้นโดยมากมักเกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องเพศ รสนิยมทางเพศ กิจกรรมทางเพศ หรือวัตถุประสงค์ด้านอารมณ์ ดังนั้นผู้ใช้ทุกรายจำเป็นที่จะต้องออกมาเจอหน้าเจอหน้าในพื้นที่ออฟไลน์เสมอ ๆ ตามการศึกษาของ Parsons et al. (2007) Döring (2009) Ross et al. (2005) และ Stahlman et al. (2015)

อย่างไรก็ตาม มีการศึกษาบางชิ้นที่แย้งว่าความสัมพันธ์ของชายรักชายหากไม่เกี่ยวข้องกับเพศ รสนิยมทางเพศ และกิจกรรมทางเพศ อาจไม่จำเป็นที่จะต้องออกมาเจอกันได้ เพียงแค่ใช้กิจกรรมทางเพศเสมือน (virtual Sex) โดยเป็นการมีกิจกรรมทางเพศในพื้นที่ออนไลน์ (Aaron Ben-Ze'ev, 2016; Heather Hatfield, 2006) อาทิ การสร้างความใคร่ด้วยวิธีต่าง ๆ อาจมีอุปกรณ์ช่วยเหลือหรือไม่ก็ได้ ทว่าความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นไม่อาจอนุมานได้ว่าเป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดตามการศึกษาในครั้งนี้ได้

แม้ว่าในวัตถุประสงค์ทางอารมณ์นั้นอาจใช้ระยะเวลาในการตรวจสอบน้อยแต่ก็ต้องมีการตรวจสอบเช่นกัน ในที่นี้ไม่ได้หมายความว่า การสื่อสารผ่านสื่อใหม่นั้นเชื่อถือได้น้อยแต่การสื่อสารระหว่างบุคคลตามกลุ่มนิเทศศาสตร์นั้นจำเป็นต้องมีการรับรู้ทั้งวัจนภาษา หมายถึง คำพูดต่าง ๆ ว่าทัศนคติตรงกับตัวอักษรที่ผ่านการพิมพ์หรือไม่ กับและอวัจนภาษาหมายถึง ท่าทาง น้ำเสียง สายตาต่าง ๆ อาทิ ปฏิกิริยา กล่าวคือ ทั้งอาทิกับปฏิกิริยาเกิดขึ้นตามธรรมชาติวิสัย เกิดจากอารมณ์แรงเป็นเครื่องเร้าสัญลักษณ์แสดงออกที่ร่างกาย และสัมผัสภาษาว่าเป็นอย่างไร เชื่อถือได้หรือไม่ ก่อนมีการพัฒนาไปยังความสัมพันธ์ขั้นต่อไป นอกเหนือจากการตรวจลักษณะทางกายภาพทางเพศว่าตรงตามภาพหรือ “ตรงปก” หรือไม่ แล้วยังเกี่ยวข้องกับการตรวจสอบความเชื่อใจ ความปลอดภัย ระหว่างกันว่าคู่สนทนานั้นไม่ได้เป็นบุคคลอันตรายหรือเข้ามาเพื่อหลอกลวงหรือไม่

7.2.4 คุณูปการของการศึกษาที่ 4 เพื่ออธิบายวิถีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล : การปรับประยุกต์ใช้ในพื้นที่จริง และผู้ร่วมวิจัยที่มีความต้องการทางเพศที่หลากหลาย

ในการวิจัยครั้งนี้อาศัยวิถีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล ซึ่งได้รับการพัฒนาโดย Professor Robert V. Kozinets จาก University of Southern California ซึ่งพัฒนาขึ้นเพื่อทำการศึกษาวัฒนธรรม ชุมชน และสมาชิกในพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งปัจจุบันมีความสำคัญอย่างมากอันเนื่องมาจากการไหลบ่าของกระแสโลกาภิวัตน์ โดยงานชาติพันธุ์วรรณาในมุมมองของ Kozinets สามารถสรุปได้ว่าจะเริ่มศึกษา หรือ ฝังตัว เพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ใช้ระดับปัจเจกหรือกลุ่มนั้น ๆ กระทำในพื้นที่ออนไลน์เป็นอันดับแรก และอาจขยายพื้นที่ไปยังออฟไลน์ต่อไป (Hine, 2000) หากกลุ่มที่ศึกษาใช้พื้นที่ออฟไลน์หรือพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติม รวมทั้งคำนึงถึงประเด็นที่นักวิจัยต้องการศึกษาสนใจ หรือ ใครู้ (topic)

มากกว่าการเลือกพื้นที่ศึกษา (location) ซึ่งต่างจากนักชาติพันธุ์วรรณาที่ทำการศึกษาในพื้นที่ออนไลน์อื่น ๆ เพราะส่วนใหญ่นั้นเริ่มศึกษาจากพื้นที่ออฟไลน์แล้วจึงขยายเข้าไปในพื้นที่ออนไลน์

ในการศึกษครั้งนี้มีเป้าประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากชุมชนทวิตเตอร์เพื่อเปิดเผยตัวตน รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชาย ซึ่งต้องการศึกษาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างชุมชนออนไลน์ อีกทั้งการปฏิสัมพันธ์ผ่านการใช้ชุมชนออนไลน์ในชีวิตประจำวันของกลุ่มคน เพื่อศึกษาการใช้ภาษา วัฒนธรรม โครงสร้าง อารมณ์ ความรู้สึก ทักษคติ เบื้องหลังการปฏิสัมพันธ์นั้น โดยนำจุดเด่นของการศึกษาชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล (Netnography) มี 4 ประการ มาใช้ในการแสวงหาความรู้ ดังต่อไปนี้

1) การเข้าถึงพื้นที่ภาคสนามที่หลากหลายเพิ่มขึ้น กล่าวคือการเกิดขึ้นของชุมชนและวัฒนธรรมในพื้นที่เสมือนหรือดิจิทัล ทำให้ผู้เข้าร่วมมีสภาพแวดล้อมแบบไร้พรมแดนอย่างแท้จริง สมาชิกที่กระจายตัวทางภูมิศาสตร์สามารถพบปะ และสื่อสารกันได้ทุกที่ และทุกเวลา โดยปราศจากข้อจำกัดต่าง ๆ ซึ่งในการศึกษครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การเข้าถึงพื้นที่อย่างหลากหลาย ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านพื้นที่ทวิตเตอร์ การฝังตัวในฐานะคนใน หรือ “แอคเคอร์” คนหนึ่งเพื่อสังเกตวิธีการในการสื่อสาร การใช้ภาพประจำตัว ชื่อประจำตัว และองค์ประกอบต่าง ๆ ในการเป็นคนในเพื่อทำให้เห็นชุมชนแห่งนี้ “ตามที่เป็นอยู่” มากที่สุด

2) มีความหลากหลายในการสื่อสาร หมายถึง มีหลากหลายวิธีที่นักวิจัยและสมาชิกในชุมชน หรือสนามการวิจัยมีความสัมพันธ์ในหลาย ๆ ช่องทางทางการสื่อสารรวมถึงการโต้ตอบแบบตัวต่อตัวได้ทันทีหากเกิดประเด็นต่าง ๆ เกิดขึ้น เมื่อมีการประชุมและการสนทนาแบบตัวต่อตัวเสริมด้วยตัวอักษร ซึ่งนักวิจัยสามารถพิจารณาช่องทางสื่อสารต่าง ๆ ได้ ซึ่งในการศึกษครั้งนี้ นั้น ผู้วิจัยได้ใช้สื่ออื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อให้ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล เพราะผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวนหนึ่งมีความประสงค์ที่จะให้ข้อมูลผ่านการพิมพ์ข้อความสั้น ๆ ในช่องข้อความของทวิตเตอร์ และยังไม่ยินดีที่จะออกมาให้ข้อมูลภายนอก อันเนื่องมาจากการแพร่กระจายของโรคระบาด โควิด - 19 จึงจำเป็นที่จะต้องใช้ความหลากหลายในช่องทางการสื่อสาร เช่น โปรแกรม Zoom หรือ Microsoft Team เพื่อสัมภาษณ์

3) การเชื่อมต่อการสื่อสารข้ามหลายรูปแบบ หมายถึง การศึกษาเพียงแค่ข้อความใดข้อความหนึ่งอาจไม่เพียงพอต่อการตีความ หากนักวิจัยต้องการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ นั้นสามารถดาวน์โหลดโพสต์ต่าง ๆ รวมทั้งภาพ เสียงต่าง ๆ มาเก็บไว้ศึกษาได้ เพราะการศึกษาในพื้นที่เสมือนนั้นไม่สามารถสรุปได้จากข้อมูลเพียงครั้งเดียวได้ อีกทั้ง เบญจรงค์ ถิระผลิกะ (2563b) เบญจรงค์ ถิระ

ผลึกะ (2563b) กล่าวเพิ่มเติมว่านักวิจัยสามารถลงพื้นที่ได้บ่อยครั้งตามต้องการ รวมทั้งยังสามารถเปรียบเทียบข้อมูลที่บันทึกในแต่ละครั้งว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่ และสามารถนำความเหมือนและแตกต่างกันนั้นมาวิเคราะห์เพิ่มเติมได้ในอนาคต ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยประยุกต์การเชื่อมต่อหลากหลายรูปแบบเพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลและการนำเสนอตัวตนบางประการ ซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถเก็บข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์ได้แค่ครั้งเดียว หรือการพบปะแค่เพียงหนึ่งครั้ง อันเนื่องมาจากความปลอดภัยของผู้เข้าร่วมวิจัยและผู้วิจัยเอง ที่จำเป็นต้องป้องกันตนเองจากโรคระบาด โควิด - 19 จึงทำให้ผู้วิจัยใช้คุณลักษณะพิเศษในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่พบในการศึกษาครั้งนี้คือ A ลำดับที่ 1 คือ การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง (A - Authorship) โดยการสร้างบัญชีผู้ใช้อื่น ๆ เพื่อใช้ในการตรวจสอบบทสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์เพื่อให้ข้อมูลที่ได้รับถูกต้องและครบถ้วนที่สุด มากกว่าการรับฟังบทสัมภาษณ์เพียงแค่ครั้งเดียวหรือเพียงมุมใดมุมหนึ่งเท่านั้น

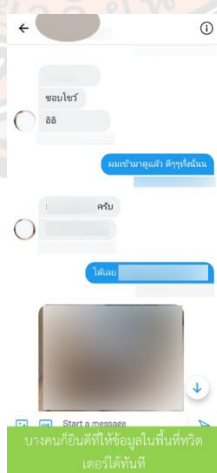
4) สามารถจัดเก็บได้อย่างอัตโนมัติ กล่าวคือ การเรียงลำดับและการจัดเก็บถาวรบนอินเทอร์เน็ตซึ่งคล้ายกับการเข้าถึงการบันทึก โดยปัจจุบันจะสามารถสังเกตได้ว่าการเก็บข้อมูลนั้นสามารถจับเก็บได้ทั้งข้อมูลเอกสารและข้อมูลทางการศึกษา (Kozinets, 2010) ซึ่งจากจุดแข็ง 4 ประการของชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัลมีความเหมาะสม รวมทั้งสามารถทำให้ผู้วิจัยเข้าถึงข้อมูลอย่างรอบด้าน (เบญจรงค์ ธิระผลึกะ, 2563b) ซึ่งถือว่าเป็นคุณูปการสำคัญที่สื่อสังคมออนไลน์ในกรณีนี้คือทวิตเตอร์สามารถจัดเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านการบันทึกบทสนทนาหลังได้รับอนุญาตจากผู้เข้าร่วมวิจัย และนำมาวิเคราะห์ได้ทันที โดยไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องมืออื่น ๆ ในการจัดเก็บ บันทึกเพิ่มเติม อีกทั้งมีความปลอดภัยในการจัดเก็บข้อมูล อันเนื่องมาจากการเข้าใช้ทวิตเตอร์ทุกครั้งจำเป็นต้องใส่รหัสผ่านเพื่อยืนยันตัวตนเข้าไปในระบบทวิตเตอร์

อย่างไรก็ดี ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาบุคคลที่มีความจำเพาะเจาะจงอย่างมาก จึงทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยเอาต้องการความเชื่อมั่นไว้มากกว่าการแค่สัมภาษณ์หรือติดตามผ่านพื้นที่ที่ทวิตเตอร์เท่านั้น ดังนั้นข้อค้นพบเพิ่มเติมจากการนำจุดเด่นของการศึกษาชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล 4 ประการมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ

5) พื้นที่ออนไลน์ส่วนเติมเต็มข้อมูลที่สำคัญ ในการศึกษาประเด็นที่มีความเฉพาะ เช่นการศึกษาครั้งนี้ การลงพื้นที่ออนไลน์นั้นจึงมีความจำเป็นในการได้รับข้อมูลเชิงลึกเพื่อประกอบกับการศึกษาปฏิสัมพันธ์อื่น ๆ บนพื้นที่ออนไลน์ ตลอดจนการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ ตลอดจนสร้างความเชื่อมั่น (trust) ให้กับผู้เข้าร่วมวิจัย เนื่องจากผู้เข้าร่วมวิจัยบางส่วนต้องการป้องกันความลับของตน โดยมีข้อกังวลว่า ผู้วิจัยอาจจะไปบอกบุคคลที่รู้จักสนิทสนมในชีวิตประจำวัน

หรือเพื่อนร่วมงาน หรือบุคคลในครอบครัวเข้ามา “ล้วงความลับ” ในการเป็นชายรักชายที่อาศัยพื้นที่ทวิตเตอร์ในการนำเสนอตัวตน เปิดเผยตัวตน และสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน รวมทั้งยังมีการแบ่งปันภาพเครื่องเพศ หรือภาพเคลื่อนไหวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเพศในแบบต่าง ๆ ทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยกังวลว่าผู้วิจัยต้องการที่จะล้วงความลับ จึงเสนอให้ออกมาพบเจอกันในพื้นที่ออฟไลน์ต่าง ๆ นอกจากจะเป็นการเปิดเผยตัวตนแล้ว ยังเป็นการตรวจสอบความไว้วางใจระหว่างกันอีกด้วย

อีกประการคือ 6) การตอบคำถามเรื่อง “รสนิยมทางเพศ” โดยงานศึกษาในวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาจะให้ความสำคัญกับการเป็นคนใน และการศึกษาโดยมุ่งเหิงกับปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา ยิ่งเฉพาะในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจำเป็นที่จะต้อง “แสดงตัวตนว่าเป็นชายรักชาย” เพื่อให้ผู้เข้าร่วมวิจัยทราบถึงจุดยืนเรื่องเพศ ยิ่งไปกว่านั้นคือการที่จำเป็นจะต้องนำเสนอภาพเครื่องเพศของตนเอง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมวิจัยไว้วางใจและเปิดเผยตัวตนของตนเองออกมาเช่นกัน หลังจากมีปฏิสัมพันธ์กันระยะหนึ่งแล้ว จึงขออนุญาตสอบถามถึงความยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลเพื่อใช้ในการศึกษา แม้ว่าผู้วิจัยจะแจ้งว่าการศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนนิพนธ์ รวมทั้งข้อมูลทั้งหมดจะปกปิดเป็นความลับ ก็มีผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวนหนึ่งไม่ยินยอมให้ข้อมูลในระยะแรก ผู้วิจัยจึงจำเป็นที่จะต้องใช้เวลาในการตัดสินใจ และ/หรือ เปลี่ยนรูปแบบในการขอข้อมูลเพื่อทำการศึกษา รวมทั้งมีการทำตามความประสงค์ของผู้เข้าร่วมวิจัย อาทิ การเดินทางไปต่างจังหวัดในฐานะเพื่อนเที่ยว หรือการเดินทางไปในพื้นที่ outdoor เพื่อให้ผู้เข้าร่วมวิจัยและเพื่อนของผู้เข้าร่วมวิจัยทราบและไว้วางใจ เป็นต้น ดังที่กล่าวไปแล้วในผลการศึกษาข้างต้น ดังภาพประกอบที่ 43-48 (ด้านล่าง)



ภาพ 43 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลผ่านการสอบถามในช่อง DM

ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 44 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลผ่านการใช้เวลาด้วยกันในคืนวันศุกร์ เช่น การซื้อของใช้ส่วนตัวด้วยกัน และส่งขึ้นรถแท็กซี่กลับบ้าน
ที่มา : โดยผู้วิจัย



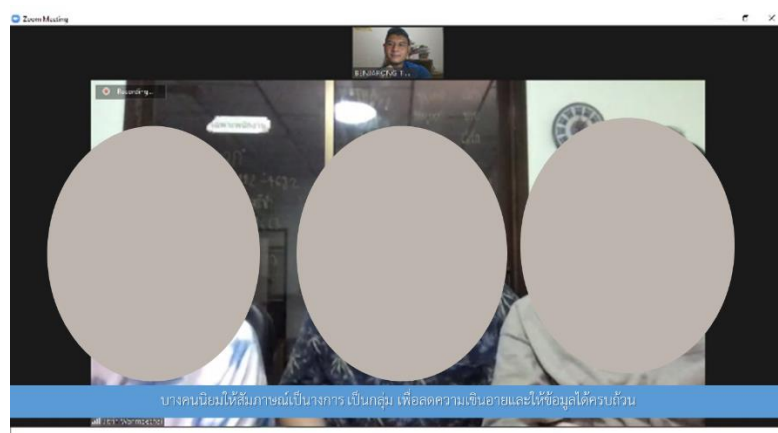
ภาพ 45 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลเมื่อลงพื้นที่เฝ้าดอร์ด้วยกัน โดยที่ผู้เข้าร่วมวิจัยจะพาผู้วิจัยไปในพื้นที่เฝ้าดอร์ต่าง ๆ
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 46 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลเมื่อไปรับประทานอาหารว่างด้วยกัน รวมทั้งมีการปรึกษางานวิจัย หรือตรวจการบ้านให้กันและกัน
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 47 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลเมื่อผู้เข้าร่วมวิจัยอยู่ในโรงแรม พร้อมกับอุปกรณ์ sextoy อยู่ด้วย จึงพร้อมจะให้ข้อมูล
ที่มา : โดยผู้วิจัย



ภาพ 48 แสดงความหลากหลายในการลงพื้นที่เก็บข้อมูล ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยสะดวกในการให้ข้อมูล : กรณีนี้ผู้เข้าร่วมวิจัยยินดีที่จะให้ข้อมูลออนไลน์ด้วยการใช้โปรแกรม ZOOM พร้อม ๆ กันเพื่อข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้อง
ที่มา : โดยผู้วิจัย

ถึงแม้ว่าการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะทำให้ผู้อ่านที่สนใจสงสัยว่า การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ดูเหมือนจะใช้วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนาแบบดั้งเดิม ที่ลงสนามวิจัยในพื้นที่จริง (Fieldwork) มากกว่าแค่ในพื้นที่ดิจิทัล เพราะมีการออกไปเจอผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวนมาก จึงอาจทำให้ผู้นิยมศึกษามองว่าการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ไม่สามารถใช้วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนาดิจิทัลได้อย่างครบถ้วนหรือวิธีวิทยานี้อาจไม่เหมาะสมกับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้หรือไม่

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจึงขอยกหลักการพื้นฐานของวิธีวิทยานี้มาอธิบายให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เพราะหากย้อนกลับไปยังคำนิยามของวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนาดิจิทัล ซึ่งได้รับการพัฒนาโดย Professor Robert V. Kozinets จะพบว่า Kozinets ให้ความสำคัญกับการศึกษา หรือ การฝังตัวแบบไม่ยุ่งเหยิงกับปรากฏการณ์ที่ต้องการศึกษา เพื่อให้เข้าถึงข้อมูลที่ใช้ในระดับปัจเจกหรือกลุ่มนั้น ๆ โดยทำในพื้นที่ออนไลน์หรือดิจิทัลเป็นอันดับแรก และอาจขยายพื้นที่ไปยังออฟไลน์ต่อไป เพราะหากกลุ่มที่ศึกษาใช้พื้นที่ออฟไลน์หรือพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อแสวงหาความรู้ ผู้วิจัยก็สามารถออกไปเพื่อศึกษาวัฒนธรรมในพื้นที่นั้น ๆ ประกอบการแสวงหาความรู้ได้ รวมทั้งคำนึงถึงประเด็นที่นักวิจัยต้องการศึกษาสนใจ หรือ ใครู้ (topic) มากกว่าสถานที่ที่จะศึกษา (location) (Hine, 2000; Kozinets et al., 2014) ซึ่งการศึกษาค้นคว้านี้เองก็สนใจประเด็นการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เป็นสื่อกลางในการสื่อสาร นั้นหมายความว่า ผู้วิจัยสนใจประเด็นการปฏิสัมพันธ์กันของกลุ่มชายรักชายในพื้นที่ออนไลน์ และเพื่อให้ได้ข้อมูลและเป็นการ

ให้ความเคารพต่อผู้เข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิจัยให้สอดคล้องกับความรู้สึกของผู้ร่วมวิจัย โดยการไปในพื้นที่ต่าง ๆ ที่ผู้เข้าร่วมวิจัยใช้เพื่อแสวงหาความรู้มาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการศึกษา จึงอาจพูดได้ว่าผู้วิจัยได้ปฏิบัติตามวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดีจ้อย่างครบถ้วน ดังเหตุผลที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น

แม้ในการศึกษครั้งนี้มีความมุ่งเน้นศึกษาการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชาย ผู้ใช้ทวิตเตอร์ ซึ่งสามารถสรุปได้แล้วว่า ทวิตเตอร์มีจุดเด่นผ่าน **3A Attributes** ทำให้ชายรักชายสามารถสร้างและขยายความสัมพันธ์กันได้อย่างสะดวก ผ่านองค์ประกอบในการสร้างและนำเสนอตัวตน 5 ประการ จึงทำให้เกิด 2 ระดับของความสัมพันธ์ ทั้งความใกล้ชิดทางอารมณ์และใกล้ชิดทางจิตใจ ด้วย 6 ขั้นตอนและสามารถพัฒนาต่อยอดในความสัมพันธ์ที่นอกเหนือจากแค่ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่เกี่ยวข้องกับจิตใจหรืออารมณ์ (4S model) ยังพบว่าเกิดความสัมพันธ์ในฐานะคอนเนกชัน สำหรับคู่สนทนา ผลลัพธ์จากการศึกษาพบประเด็นต่าง ๆ เพิ่มเติม เช่น หากเกิดความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในระยะยาวขึ้น กลุ่มชายรักชายมีรูปแบบและเนื้อหาอย่างไรที่ใช้ในการสานสัมพันธ์ระหว่างกันนั้น หรือหากไม่สามารถพัฒนาเป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระยะยาว แต่เป็นความสัมพันธ์แบบเพื่อนเล่น ซึ่งสามารถสร้างคอนเนกชันระหว่างชายรักชายในฐานะจากคู่สนทนาสู่เพื่อนร่วมงานหรือคู่ค้าทางธุรกิจนั้นสามารถพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ในระยะยาวได้อีกหรือไม่ ในอีกหลายกรณีที่ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลที่มีอย่างมหาศาล จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป ดังนี้

7.3. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการศึกษานี้เกิดขึ้นจากที่ผู้วิจัยสังเกตการณ์ปรากฏการณ์ตลอดระยะเวลาการศึกษาว่าผู้วิจัยไม่อาจขยายการศึกษาเพิ่มเติมต่อไปได้ เนื่องจากประเด็นข้างต้นนั้นอยู่นอกเหนือจากขอบเขตการศึกษาที่ตั้งไว้ตั้งแต่แรก จึงขอเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป 3 ส่วนด้วยกัน

7.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารุ่นต่อไปที่เกี่ยวข้องกับการนำแนวคิดทฤษฎีอื่น ๆ มาวิเคราะห์ปรากฏการณ์ชายรักชายในพื้นที่ออนไลน์และออฟไลน์

เนื่องจากการลงพื้นที่พบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทุนทางสัญลักษณ์ (ร่างกาย เชื้อชาติ อาชีพ รายได้) ด้านกฎหมายความเท่าเทียม เป็นต้น ยิ่งจะช่วยสนับสนุนแนวคิดหรือข้อค้นพบใหม่ ๆ เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมทั้งด้านกฎหมายความเท่าเทียม ทั้งด้านสังคม ทั้งอาจนำไปสู่การปรับประยุกต์ประเด็นที่จะถูกนำมาเสนอเป็นภาพยนตร์ ละครชุด (ซีรีส์) ให้มีความหลากหลายทางเพศและความหลากหลายด้านรสนิยมเพื่อลดการตีตรา และนำไปสู่การศึกษาและเผยแพร่องค์ความรู้เหล่านี้ต่อไป เพราะทวิตเตอร์ไม่ได้เป็นเพียงพื้นที่แห่งความสนุกสนานเท่านั้น

7.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไปผ่านพื้นที่ศึกษาที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไป

จากการลงพื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้พบว่าเริ่มมีการการขยายตัวจากออนไลน์ไปสู่ออฟไลน์ โดยการขยายตัวครั้งนี้นั้นเป็นการขยายตัวไปเพื่อสร้างพื้นที่ให้ชายรักชายได้ใช้เพื่อพบเจอกันโดยเฉพาะ ซึ่งรายละเอียดสถานที่ ความต้องการนั้นอ้างอิงมาจากทวิตเตอร์ ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจว่ามีขั้นตอนหรือวิธีการอย่างไร การออกไปเจอในพื้นที่ออฟไลน์กลุ่มผู้มีความนิยมทางเพศมีการระวังตัวบ้างไหมอย่างไร ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่โครงสร้างพยายามจัดระเบียบชายรักชายใหม่ ไม่ว่าจะเป็นการร้องขอให้ทวิตเตอร์ระงับการเผยแพร่เนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบันซึ่งทวิตเตอร์ปฏิเสธในขณะที่การศึกษาชิ้นนี้กำลังดำเนินการ

อีกทั้งระหว่างการศึกษาพบว่ากลุ่มชายรักชายใช้เริ่มไปใช้แอปพลิเคชันเวโร (Vero) ร่วมไปกับทวิตเตอร์ โลว์ และ OnlyFans ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มใหม่ โดยมีวิธีใช้งานคือหากมีผู้ใ้รายใดต้องการเปิดห้องก็สามารถเปิดได้อย่างง่ายดาย ทว่าหากผู้ใ้รายอื่นต้องการเข้ามาชมภาพนิ่งหรือคลิปวิดีโอจะมีค่าใช้จ่ายในการเข้าชม รวมทั้งในระยะเวลาการวิจัยเกิดโรคระบาด (โควิด-19) ทำให้กลุ่มชายรักชายจำนวนมากต้องการหาอาชีพเสริม แพรตฟอร์มนี้จึงขยายตัวอย่างรวดเร็ว ยิ่งไปกว่านั้นระหว่างการวิจัยมีการประกาศจากรัฐบาลว่าจะกวาดล้างบัญชีผู้ใ้ที่นำเสนอเรื่องเพศ และการเมือง ถึงกระนั้นทวิตเตอร์ก็ไม่ได้ลบหรือระงับบัญชีต่าง ๆ ตามที่รัฐบาลไทยร้องขอ จากข้อมูลข้างต้นจะพบว่าพื้นที่ของชายรักชายนั้นสามารถปรับเปลี่ยนไปได้ตามเงื่อนไขต่าง ๆ ที่เข้ามาปะทะ ซึ่งคล้ายกันกับผลการทบทวนวรรณกรรมที่ในอดีตกลุ่มชายรักชายใช้สถานบันเทิงเป็นพื้นที่ในการสร้างความสัมพันธ์กัน จนกลายมาเป็นพื้นที่ทวิตเตอร์ และอาจเปลี่ยนไปเป็นพื้นที่อื่น ๆ ในอนาคต ดังนั้นหากพื้นที่แตกต่างรูปแบบในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกันนั้นจะแตกต่างหรือไม่ จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจหากทำการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต

อย่างไรก็ดี ในอนาคตโครงสร้างคงจะต้องพยายามจัดระเบียบประเด็นนี้อีกครั้ง กลุ่มชายรักชายจะมีวิธีการอย่างไรในการต่อสู้หรือต่อรอง รวมทั้งวิธีการใหม่ ๆ ใดเพื่อแสวงหา ค้นหา และสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดให้เกิดขึ้น ซึ่งจากการลงพื้นที่พบการช่วงชิงพื้นที่แล้ว อย่างน้อย 1 กรณี คือการเป็นเพื่อนเที่ยวในจังหวัดใหญ่ ๆ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย ขอนแก่น สุโขทัย กรุงเทพมหานคร เกาะต่าง ๆ ในสุราษฎร์ธานี ตราด สตูล ภูเก็ต สงขลา (หาดใหญ่) หากผู้ใ้ทวิตเตอร์รายใดต้องการใช้บริการให้ติดต่อไปที่กล่องข้อความส่วนตัว (DM) เพื่อตกลงราคา ระยะเวลา หรือกิจกรรมเสริมต่าง ๆ โดยผู้ให้บริการจะเป็นคนขับรถให้พร้อมกับรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (รถที่ใช้ในการบริการนั้นมักเป็นรถหรูที่มีราคาแพงของผู้ให้บริการเอง) ซึ่งการวางแผนท่องเที่ยวที่นี้นั้นอาจให้ผู้รับจ้างวางแผนหรือวางแผนร่วมกันก็ได้ โดยผู้ที่เป็นคนขับรถนั้นแสดงออกว่าตนเองมีความสามารถที่จะประกอบกิจกรรมทางเพศได้ทุกรูปแบบตามแต่ผู้ว่าจ้างจะปรารถนา ทั้งหมดนี้จะทำการตกลงผ่านทวิตเตอร์เท่านั้น รวมทั้งอาจต้องยินยอมให้มีการรีวิวการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางเพศให้สมาชิกคนอื่น ๆ ในทวิตเตอร์เข้าชมได้

อย่างไรก็ดีการรื้อฟื้นส่วนใหญ่มักยินยอมให้เผยแพร่แทบทั้งสิ้น ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในขณะที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ ซึ่งผู้วิจัยมีโอกาสนำบริการและสอบถามถึงรายได้โดยเฉลี่ยและพบว่ารายได้โดยเฉพาะนั้นมากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน โดยไม่จำเป็นที่จะต้องแสดงบัญชีรายรับกับหน่วยงานรัฐ

7.3.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษารั้งต่อไปที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดความหลากหลายทางรสนิยมทางเพศ

เนื่องจากการลงพื้นที่พบว่าลักษณะทางกายภาพและรสนิยมทางเพศนั้นไม่สามารถนำมาเหมารวมเป็นเรื่องเดียวกันได้แล้ว จากการศึกษาครั้งนี้พบเพศชายที่แสดงออกว่าเป็นผู้ชาย (straight) และปฏิเสธในการเป็นชายรักชายเริ่มเข้าร่วมกิจกรรมในกลุ่มต่าง ๆ ที่ตั้งขึ้นโดยกลุ่มชายรักชายเป็นจำนวนมาก และพบต่อไปอีกว่าในหลายกรณีมีความพึงพอใจต่อการถูกกระทำ กล่าวคือ มีผู้ชายหลายรายที่พอใจรสนิยมทางเพศแบบรับ และมักเข้าร่วมกิจกรรมในกลุ่มต่าง ๆ โดยมีรสนิยมทางเพศแบบรับ และยังคงพึงพอใจในการเป็นผู้ชาย แสดงออกเป็นผู้ชาย และมีคู่สมรส คู่รัก แฟน ที่เป็นผู้หญิง ดังนั้นในการศึกษารั้งต่อไป อาจจำเป็นต้องนิยามหรืออธิบายปรากฏการณ์รสนิยมทางเพศให้อยู่เหนือเพศสภาวะหรือเพศวิถี เนื่องจากหากใช้เพศวิถีหรือเพศสภาวะมักมีการแบ่งแค่ความเป็นชาย ความเป็นหญิง และความเป็นอื่น ซึ่งความเป็นอื่นนั้นอาจมีแค่ชายรักชาย หญิงรักหญิง หรือรักและรับเท่านั้น

อันเนื่องมาจาก ในปัจจุบันมีลักษณะทางกายภาพเป็นผู้ชาย มีการออกกำลังกายจนมีกล้ามเนื้อเด่นชัดจะต้องมีรสนิยมทางเพศเป็นรุกเสมอไป หากติดกับดักนี้เมื่อไหร่จะทำให้ผู้วิจัยอาจไม่สามารถเข้าถึงพื้นที่ ผู้เข้าร่วมวิจัย และอธิบายปรากฏการณ์นั้น ๆ ได้อย่างเพียงพอ และอาจส่งเสริมให้เกิดผลิตซ้ำอุตสาหกรรมที่ไม่ถูกต้องให้เกิดขึ้นในสังคมไทยแบบไม่มีวันรู้จบ รวมทั้งในปัจจุบันเนื่องจากสังคมให้ความสำคัญกับสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น และการศึกษาครั้งนี้พบว่าในพื้นที่สาธารณะ (ออฟไลน์) มีกลุ่มผู้หลากหลายทางเพศออกไปจับจอง

อีกสิ่งหนึ่งจากการลงพื้นที่ พบประเด็นที่นอกเหนือจากขอบเขตในการศึกษาในครั้งนี้อีก ประเด็นหนึ่งคือเริ่มพบการขยายตัวของกลุ่มชายรักชายบางคนนิยมที่จะมีกิจกรรมทางเพศกับอุปกรณ์ต่าง ๆ (sex toys) และเมื่อสอบถามเหตุผลได้ความว่า เพื่อความปลอดภัยทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต กล่าวคือ เพื่อความปลอดภัยจากโรคติดต่อทางเพศ เพราะการมีกิจกรรมทางเพศกับมนุษย์อาจไม่ปลอดภัยเสียแล้ว รวมทั้งบางคนนิยมแอบถ่ายภาพนิ่ง วิดีโอคลิปแล้วเผยแพร่ในทวิตเตอร์ หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ จึงทำให้รู้สึกไม่ปลอดภัย และประเด็นสำคัญคือการร่วมเพศกับคนนั้นหลายครั้งไม่ช่วยให้ตนเองสำเร็จความใคร่จึงทำให้รู้สึกว่าการมีกิจกรรมทางเพศกับมนุษย์ทำให้เสียเวลาและไม่มีความสุขอีกต่อไป ทว่าการร่วมเพศกับหุ่นยนต์นั้น (อวัยวะเพศปลอม ตุ๊กตายาง อุปกรณ์/เครื่องจักรที่ถูกพัฒนาเพื่อทำหน้าที่แทนฝ่ายรุก หรือ sex machine เป็นต้น) ช่วยให้ตนเองปลอดภัยทั้งจาก

โรคติดต่อ และสามารถทำให้ตนเองสำเร็จความใคร่ได้และมีความสุข โดยในจำนวนนั้นมีบางคนถ่ายเป็นคลิปปวีดีโอขณะมีกิจกรรมทางเพศกับหุ่นยนต์และเผยแพร่เพื่อสร้างกลุ่มรสนิยมทางเพศที่หลากหลาย โดยที่ทุกคนยังไม่เคยเจอกันเจอตากันแต่แลกเปลี่ยนคลิปปวีดีโอของตนเองระหว่างกัน จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปของพฤติกรรมและทัศนคติของกลุ่มชายรักชาย

ดังนั้นประเด็นที่น่าสนใจคือ ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดตามแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) อาจไม่เพียงพออีกต่อไปสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกรณีบุคคลและหุ่นยนต์ จะมีวิธีการใด หรือรูปแบบใดอีกหรือไม่ที่สามารถอธิบายการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและหุ่นยนต์ (อุปกรณ์ในการร่วมเพศ) ในแง่มุมของการทำความเข้าใจการเลือกซื้อ การปลูกเร้าอารมณ์ หรือความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างคนกับหุ่นยนต์ ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าในอนาคตอันใกล้นี้ ประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างคนและหุ่นยนต์จะมีจำนวนมากขึ้น ในสังคมโลกที่เต็มไปด้วยเชื้อโรค โรคระบาด ความไม่ปลอดภัยในชีวิต หน้าที่การงาน และทรัพย์สิน

7.3.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไปที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างรัฐ

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าทวิตเตอร์มีคุณสมบัติพิเศษ 3A Attributes ซึ่งหนึ่งในนั้นคือความเป็นนิรนาม (A – Anonymity) ด้วยเหตุที่ยกคุณลักษณะความเป็นนิรนามมาอภิปราย เป็นผลมาจากผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมดกล่าวว่า การที่เข้าใช้ทวิตเตอร์นั้นเพราะมีความปลอดภัยในการนำเสนอตัวตน เนื่องจากในปัจจุบันความเป็นชายรักชาย หรือในกรณีเป็นผู้หลากหลายทางเพศสำหรับสังคมไทยนั้น ยังคงเป็นสิ่งที่สามารถเรียกว่า “ถูกผีลูกคน” กล่าวคือ แม้จะมีการยอมรับจากภาครัฐ และภาคเอกชน ว่ากลุ่มผู้หลากหลายทางเพศนั้นเป็นคน เป็นมนุษย์ใกล้เคียงกัน เท่าเทียมกัน ทว่าในความเป็นจริงแล้วสิ่งที่ปรากฏกลับแตกต่างอย่างสิ้นเชิง

เช่น ในหนังสือแบบเรียนของกระทรวงศึกษาธิการเพื่อให้นักเรียนได้เรียนนั้นยังคงมีข้อความดูหมิ่นเหยียดหยาม อาทิ หนังสือสุขศึกษา ชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 4 ระบุค่านิยมทางเพศ ว่า ผู้หญิงไม่ควรแสดงความต้องการทางเพศแม้สมรสแล้ว และเรื่องการคบเพื่อน หากคบเพื่อนที่มีพฤติกรรมไม่ถูกต้อง เช่น ชอบเที่ยวกลางคืน มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศ จะทำให้เกิดความเดือดร้อนไม่มีอนาคต หรือในหนังสือสุขศึกษา ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 พูดถึงปัญหาการเบี่ยงเบนทางเพศ ว่า สามารถพบได้ทั้งในเพศหญิงและชาย ซึ่งคน ๆ นั้น จะแสดงออกถึงพฤติกรรมทางเพศที่ไม่เหมาะสม อาทิเช่น เกย์ เลสเบียน ทำให้สังคมเกิดความรังเกียจถึงและไม่ถูกต้องตามบรรทัดฐานที่สังคมได้กำหนดไว้ และยังพบว่าในหนังสือเรียนดังกล่าวยังระบุว่า การคบเพื่อนที่มีพฤติกรรมเบี่ยงเบนทางเพศยังส่งผลให้ครอบครัวเดือดร้อน และไม่มีอนาคตอีกด้วย นอกเหนือจากนั้น ขาวสด (2562) ยังรายงานข่าวประเด็นครูสาว

ข้ามเพศถูกผู้บริหารโรงเรียนเหยียดเพศด้วยการไม่อนุญาตให้สวมกระโปรงมาสอนหนังสือรวมทั้งออกคำสั่งให้สวมกางเกง และตัดผมสั้นแบบผู้ชายเวลาทำการสอน หากไม่ทำตามให้ลาออกจากราชการ

จากตัวอย่างสถานการณ์ที่ปรากฏตอกย้ำว่าในสังคมไทยภายใต้การดำเนินงานบริหารงานแบบรัฐไทยนั้นยังไม่มี การดำเนินการเรื่องความหลากหลายทางเพศอย่างเป็นรูปธรรม และยังคงมีการเหยียด ช่มชู้ ดูถูก จึงทำให้กลุ่มผู้มีความหลากหลายทางเพศจำเป็นที่ต้องแสวงหาพื้นที่ในการแสดงออกในการนำเสนอตัวตนและสร้างความสัมพันธ์กับกลุ่มชายรักชายอื่น อีกทั้งเมื่อกลุ่มชายรักชายมีวิวัฒนาการที่มากขึ้น สถานการณ์ที่กดทับเหล่านี้จะยิ่งทำให้กลุ่มชายรักชายถูกเบียดขับออกไปจากพื้นที่ที่เรียกว่าเป็นพื้นที่ปรกติสาธารณะ กล่าวคือ พื้นที่ที่รัฐสามารถเข้ามาแสดงทัศนคติผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านตำราเรียน หรือผู้นำชุมชน ให้ไปสู่พื้นที่ส่วนบุคคล อาทิ ชุมชนของชายรักชาย ร้านเสริมสวย ร้านจัดดอกไม้ ร้านอุปกรณ์ประกอบการแสดง พื้นที่สถานบันเทิง หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่มีกลุ่มชายรักชายเป็นเจ้าของกิจการ หรือมีสมาชิกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชายรักชาย เพื่อให้รู้สึกปลอดภัยในการสร้างความสัมพันธ์และการแสวงหาความร่วมมือหรือ “คอนเนกชั่น” ต่าง ๆ เพราะในสังคมไทยไม่ใช่ชายรักชายทุกคนจะได้รับการยอมรับถึงการมีตัวตนอยู่ หากชายรักชายผู้นั้นไม่ได้มีทุนบางอย่างมาประกอบร่างสร้างตัวตน (เบญจรงค์ ธีระพลิกะ และ วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์, 2564)

ดังนั้นการศึกษาในครั้งนี้จึงพยายามตอกย้ำให้โครงสร้างเห็นว่าการจัดการประเด็นความหลากหลายทางเพศนั้นยังคงเป็น “ลูกผีลูกคน” ที่ไม่สามารถที่จะสรุปได้ว่ารัฐและสังคมภายใต้รัฐเชื่อว่าเท่าเทียมกันโดยแท้จริง การศึกษาในอนาคตจึงควรให้ความสำคัญในประเด็นการดำรงชีวิตของชายรักชายภายใต้การบงการจากรัฐ ทั้งในประเด็น อาชีพ การสื่อสาร การดำรงชีวิต การตัดสินใจรับบุญบุญธรรม การสมรสในเพศเดียวกัน เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้จะส่งผลต่อการใช้ชีวิตของกลุ่มชายรักชายในอนาคตอันใกล้ อันเนื่องมาจากการใช้ชีวิตทั้งหมดต้องอาศัยองค์ความรู้ของรัฐบาลในการตัดสินใจ อำนวยความสะดวกทั้งในประเด็นการออกกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการจัดการทรัพย์สิน การตัดสินใจทางการแพทย์ การรับบุตรบุญธรรม การสมรสหรือประเด็นอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับรัฐของกลุ่มชายรักชาย การศึกษาชิ้นนี้ยังคงยืนยันว่ารัฐยังจำเป็นที่ต้องรีบดำเนินการทั้งหมดให้รวดเร็วที่สุดก่อนปัญหาเหล่านี้จะก่อให้เกิดการประท้วง การเรียกร้องเรื่องความเท่าเทียมที่อาจร้ายแรง เกิดการสูญเสียเทียบเท่าในนานาอารยประเทศที่เกิดขึ้นแล้ว

อาทิ เหตุการณ์สโตนวอลล์ ในวันที่ 28 มิถุนายน คริสต์ศักราช 1969 เจ้าหน้าที่ตำรวจบุกเข้าจับกุมตัวผู้ที่เข้ามาใช้บริการในบาร์เกย์ ที่ชื่อว่า "สโตนวอลล์ อิน" (STONEWALL INN) พร้อมทั้งใช้ความรุนแรงในการปราบปรามผู้มีความหลากหลายทางเพศ สร้างความไม่พอใจให้กลุ่ม LGBT เป็นอย่างมาก จากเหตุการณ์ปราบปรามจลาจลในครั้งนั้น กลายเป็นชนวนให้ผู้มีความหลากหลายทางเพศและประชาชนจำนวนมาก ออกมาเคลื่อนไหวเพื่อเรียกร้องสิทธิ ความเท่าเทียม และต่อสู้เพื่อเสรีภาพในการแสดงออกทางตัวตน โดยเริ่มจากการเคลื่อนไหวในมหานครนิวยอร์ก ก่อนจะขยายไปยังเมืองใหญ่

อื่น ๆ ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งจากเหตุการณ์สโตนวอลล์ส่งผลให้เกิด "LGBT PRIDE MONTH" ในเวลาต่อมาและขยายไปในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลก

7.4 ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้

7.4.1 โควิดนั้นฉันต้องรอด

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบชาติพันธุ์วรรณาเชิงทฤษฎี อาจดูเหมือนว่าไม่ได้รับผลกระทบจากโรคระบาด (COVID-19) ในครั้งนี้มากนัก ทว่าในความเป็นจริงแล้ว เพื่อให้ผู้วิจัยเข้าใจรูปแบบการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (4S model) ซึ่งการสื่อสารดังกล่าวนั้นใช้พื้นที่ถูกผสมในการสื่อสารและการสานสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชายรักชาย จึงทำให้มีผลกระทบในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในระยะแรกของการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยเหตุการณ์แพร่ระบาดจึงทำให้การไปพบผู้เข้าร่วมวิจัยในพื้นที่ต่าง ๆ ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยนัดหมายอาจเกิดความเสี่ยงได้ เนื่องจากผู้เข้าร่วมวิจัยมากกว่ากึ่งหนึ่งต้องการพบหน้าเจอตาผู้วิจัยเพื่อทดสอบความเข้าใจก่อนการให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ และหากไม่ยอมมาพบตามที่ตกลงจะไม่ยอมให้ข้อมูล หรือเปิดเผยข้อมูลทั้งหมด ซึ่งคล้ายกันกับผลการศึกษาที่ค้นพบประเด็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดภายในทวิตเตอร์ของกลุ่มชายรักชาย (4S model)

แต่ถึงกระนั้น หลังจากการระบอบที่ลดความรุนแรงลง ผู้วิจัยก็สามารถเดินทางไปในสถานที่ต่าง ๆ ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก และนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ดังผลการศึกษา

7.4.2 “เงิน” และ “เวลา” เรื่องไม่ใหญ่ที่ยิ่งใหญ่

เนื่องจากการลงพื้นที่ ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะให้ได้รับข้อมูลที่เป็นจริง รวมทั้งความถูกต้อง (legibility) ความสมบูรณ์ (completeness) ความสอดคล้อง (consistency) ความเที่ยงตรง (accuracy) การได้รับคำตอบที่ชัดเจน (response clarification) เพื่อประโยชน์ทางวิชาการ ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เข้าร่วมวิจัยรายหนึ่ง ๆ ประมาณ 2-3 ครั้ง ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยรายนั้น ๆ อนุญาตหรือเสนอเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้วิจัยตีความกับสถานการณ์นั้น ๆ มากและถูกต้องที่สุด

อีกทั้ง นอกเหนือจากผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง 20 คนที่ได้กล่าวมาในผลการศึกษาแล้ว ยังมีกลุ่มผู้ตอบรับเข้าร่วมการวิจัยอีกกลุ่มหนึ่งที่เป็น “แอคเคอช็อดัง” (บัญชีผู้ใช้ที่เป็นชายรักชายผู้มีชื่อเสียง) ซึ่งตอบรับที่จะให้ข้อมูลเช่นกัน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้ตอบรับเข้าร่วมการวิจัยกลุ่มนี้เป็นผู้มีชื่อเสียงการเดินทางไปพบนั้นจำเป็นต้องให้เป็นไปตามผู้ตอบรับรายนั้น ๆ กำหนด หลายครั้งที่ผู้ตอบรับเข้าร่วมวิจัยนัดพบในสถานบันเทิง หรือชานา รวมทั้งในวัน เวลาที่นัดหมายผู้วิจัยไม่สะดวกในการ

เดินทางไปพบ และมีการขยับไปมาของช่วงเวลาอีกหลายครั้ง ส่งผลทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าสัมภาษณ์ “แอคเค่อ” กลุ่มนี้บางคนได้ เนื่องจากค่าใช้จ่ายและระยะเวลาที่ไม่อำนวย แต่ถึงกระนั้นผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลจากแหล่งอื่นเพิ่มเติม จนทำให้เชื่อได้ว่าข้อมูลที่ได้รับระหว่างการลงพื้นที่นั้น ถูกต้องและครบถ้วนเป็นอย่างมาก

ดังนั้นในการไปพบผู้เข้าร่วมวิจัยในแต่ละครั้งจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ที่วางตรงกันและมีค่าใช้จ่ายจำนวนหนึ่งเพื่อรับรองผู้เข้าร่วมวิจัย รวมทั้งค่าเดินทางของตัวผู้วิจัยเอง แม้ค่าใช้จ่ายจำนวนนี้จะไม่ได้มากมายนัก ทว่าหากขาดส่วนนี้ไปก็จะไม่สามารถทำให้ผู้วิจัยเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำมาเสนอให้เกิดประโยชน์ทางวิชาการได้

7.4.3. “แฮตเตอร์” (outdoor) ที่ไม่ได้แปลว่ากลางแจ้งเท่านั้น

นอกเหนือจากผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง 20 ท่านที่ได้ให้ความกรุณาเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิชาการแล้วนั้น ยังมีผู้ตอบรับเข้าร่วมวิจัยอีกจำนวนหนึ่งที่ประสงค์จะให้ข้อมูลประกอบการศึกษา ทว่าผู้เข้าร่วมวิจัยรายนั้น ๆ มีความประสงค์ให้ผู้วิจัยจำเป็นที่จะต้องไปร่วมสังเกตการณ์ในพื้นที่สวนสาธารณะต่าง ๆ ในระยะเวลาค่ำคืนอีกด้วย อาทิ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ถนนสาธารณะ ใต้ทางด่วน บ้านหรือตึกร้าง เป็นต้น แม้ในสถานที่หรือระยะเวลานั้นอาจไม่ได้มีความอันตรายในชีวิตและทรัพย์สินมากนัก แต่ประเด็นที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญคือในหลายพื้นที่กลางแจ้งนั้นมีกฎระเบียบข้อบังคับ หรือกฎหมายบางประการที่ไม่ให้บุคคลภายนอกเข้าใช้สถานที่นั้น ๆ ในยามวิกาล หากถูกจับก็จะต้องรับโทษสูงสุดตามที่เจ้าของกรรมสิทธิ์ในสถานที่นั้น ๆ ตั้งไว้ ส่วนนี้เองทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถไปสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกในพื้นที่นั้น ๆ ได้ตามความต้องการของผู้เข้าร่วมวิจัยหลายคน จึงอาจทำให้พบผลการศึกษาบางส่วนไม่ได้นำเสนอประเด็นแฮตเตอร์มากนัก ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วประเด็นนี้ปรากฏอย่างดาษดื่นในข่าวสารตามหน้าหนังสือพิมพ์ รายการเล่าข่าว และสื่อสังคมออนไลน์

แต่ถึงกระนั้น ผู้เข้าร่วมวิจัยบางส่วนที่มีประสบการณ์ในการแฮตเตอร์ได้แบ่งปันประสบการณ์ในครั้งนั้น ๆ แก่ผู้วิจัย โดยการเชิญชวนให้ไปในสถานที่แฮตเตอร์และเล่าประสบการณ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในสถานที่จริง แต่เป็นในช่วงเวลากลางวันที่มีบุคคลพลุกพล่านและปลอดภัยทั้งผู้วิจัยและผู้เข้าร่วมวิจัย

ภาคผนวก

ตัวอย่างแบบสัมภาษณ์คำถามเกี่ยวข้องกับข้อมูลส่วนบุคคล

1. การศึกษาโครงสร้างสังคมของผู้รับสาร

1. ชื่อผู้ใช้

- 1.1 นามแฝง
- 1.2 สื่อความหมายเรื่อง
- 1.3 บอกตำแหน่งสถานที่
- 1.4 บอกสัญชาติ/ความสามารถทางภาษา
- 1.5 บอกสถานะ
- 1.6 อื่น ๆ

2. ช่วงอายุ (20-45 ปี)

3. เชื้อชาติ

4. ลักษณะทางร่างกาย

- 4.1 สวมส่วน
- 4.2 ผอมบาง
- 4.3 กล้าม
- 4.4 กระชับ
- 4.5 ใหญ่
- 4.6 หนี/กำยำล่ำสัน

5. สถานะภาพในปัจจุบัน

2. การศึกษาจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสาร

1. เครือข่าย

- 1.1 คุณคิดว่าปัจจุบันชายรักชายเป็นอย่างไร
- 1.2 คิดว่าทวิตเตอร์ทำให้ภาพใหญ่ของชายรักชายเป็นอย่างไร
- 1.3 อื่น ๆ

3. การศึกษาการเข้าถึงตัวบท

1. เหตุจูงใจใดจึงเลือกใช้ทวิตเตอร์

- 1.1 จากความนิยม
- 1.2 จากการแนะนำจากสื่อ
- 1.3 ด้วยระบบสังคม
- 1.4 การถูกออกแบบมาให้เหมาะสม (คุณสมบัติของทวิตเตอร์)

- 1.5 แสงหามิตรภาพ
- 1.6 ต้องการทางออก
- 1.7 เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้
- 1.8 เพื่อความผ่อนคลาย
- 1.9 การเผยแพร่ตัวตน
- 1.10 การเผยแพร่ผลงาน
- 1.11 การมีความสนใจตรงกัน
- 1.12 การทำงานร่วมกัน

4) การศึกษากระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร (กระบวนการสร้างความสัมพันธ์)

1. รูปแบบการสื่อสารของผู้เล่น

- 1.1 หัวข้อในการสนทนา
- 1.2 คำถามที่ใช้ในการคุยครั้งแรก
- 1.3 เวลาต้องการรู้จักใครใช้เวลานานมั้ย
- 1.4 จุดประสงค์หลักของการใช้ทวิตเตอร์เพื่ออะไร
- 1.5 คุณเห็นอะไรในทวิตเตอร์บ้าง (อะไรบ้างที่ไม่สามารถทำได้ในพื้นที่สาธารณะที่คุณพบ)
- 1.6 คุณแสวงหาอะไรในทวิตเตอร์ (ลักษณะที่มองหาความสัมพันธ์)
- 1.7 คุณคาดหวังอะไรจากทวิตเตอร์บ้าง
- 1.8 คุณมีมุมมองกับมิตรภาพของทวิตเตอร์ยังไง
- 1.9 ภาษาที่ใช้ระหว่างกัน มีคำศัพท์เฉพาะมั้ย (ตัวอย่าง คำอธิบาย ใช้คำศัพท์เฉพาะ

ทำไม)

5. การศึกษาพฤติกรรมการรับชม

1. ท่านเข้าร่วมกิจกรรมในรูปแบบใด

- 1.1 อ่านตอบ
- 1.2 ติดตามข่าวสาร
- 1.3 ติดตามดารา
- 1.4 เขียนทวิตเตอร์ทั่วไป
- 1.5 เขียนทวิตเตอร์เฉพาะ

2. ความสนใจในการเปิดรับ

- 2.1 ระยะเวลาที่เข้าใช้แต่ละครั้ง/ นานมาก/นาน/ไม่นาน
- 2.2 ความถี่ต่อสัปดาห์

2.3 ช่วงเวลาที่ใช้

3. ลักษณะการคิดไตรตรองขณะดู

3.1 เลือกเฉพาะที่ตนเองสนใจ เช่น

4. ช่วงเวลาที่ดู

4.1 ดูคนเดียว/กับเพื่อน/กับแฟน/ ...

5. กิจกรรมที่ทำระหว่างใช้สื่อ

6. คุณคิดว่าผู้ใช้คนอื่นมีผลต่อการเข้าใช้ทีวีเตอร์ของคุณบ้างมั๊ย

7. คุณสร้างมิตรภาพระหว่างกันอย่างไร (คู่สนทนา)

7.1 ความประทับใจแรกพบ

7.2 ความดึงดูดรูปร่างหน้าตา

7.3 ความไว้วางใจ

7.4 ความคล้ายคลึงกัน

8. ระยะเวลาในการพูดคุยระหว่างกันก่อนจะเล่าเรื่องส่วนตัวจริง ๆ (หากเปิดเผยตัวจริง ๆ)

6. การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร

1. หลังจากคุยในทีวีเตอร์แล้ว เคยสานสัมพันธ์ในพื้นที่สาธารณะบ้างมั๊ย

1.1 ท่านได้ร่วมกิจกรรมภายนอกอะไรบ้าง

1.2 ท่านเคยไปร่วมพื้นที่เฉพาะของชายรักชายหรือไม่

1.3 มีวิธีในการรักษาความสัมพันธ์อย่างไร

บรรณานุกรม

- Aaron Ben-Ze'ev. (2016). Virtual Relationships: Love and Sex in Cyberspace. In A. Z. James Petrik (Ed.), *Philosophy: Sex and Love* (Vol. 1, pp. 353-384): Macmillan Interdisciplinary.
- Albright, J. M. (2008). Sex in America online: An exploration of sex, marital status, and sexual identity in Internet sex seeking and its impacts. *Journal of Sex Research*, 45(2), 175-186.
- Altman, D. (1996). On global queering. *Australian Humanities Review*, 2(2), 1-8.
- Altman, I., & Taylor, D. A. (1973). *Social penetration: The development of interpersonal relationships*: Holt, Rinehart & Winston.
- Androutsopoulos, J. (2008). Potentials and limitations of discourse-centred online ethnography. *Language@ internet*, 5(8).
- Ang, I. (1985). Watching Dallas: soap opera and the melodramatic imagination, trans. Della Couling (*New York: Methuen*, 1985), 11.
- Apichayakul, O. S. (2014). *Uncovering Camwomen: an ethnographic study of young Thai women who portray themselves sexually explicitly in online webcam chatrooms*. Loughborough University,
- Balkan Insight. (2020). A THIRD OF POLAND DECLARED 'LGBT-FREE ZONE'. Retrieved from <https://bit.ly/37YtOnG>
- Barker, C. (2003). *Cultural studies: Theory and practice*: Sage.
- Baudinette, T. (2019a). Gay dating applications and the production/reinforcement of queer space in Tokyo. *Continuum*, 33(1), 93-104.
- Baudinette, T. (2019b). 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.
- BBC news Thai. (2562). "ทวิตเตอร์ คือ ผนังห้องน้ำในศตวรรษที่ 21 แต่มันเป็นฝาผนังที่เข้าถึงคนได้ล้าน ๆ คน...". Retrieved from <https://www.bbc.com/thai/thailand-49919169>
- BBC Thai. (2018). BDSM และการสมยอม: เล่นอย่างไรไม่ให้ข้ามเส้นจนกลายเป็นการล่วงละเมิด? Retrieved from <https://www.bbc.com/thai/international-44140482>

- BBC Thai NEWS. (2020). LGBTQ+: แต่งงานเพศเดียวกัน, บริจาคเลือด, ห้ามบำบัดแก้เพศวิถี
ประเด็นเด่นในปี 2020. Retrieved from <https://www.bbc.com/thai/international-55325742>
- Benotsch, E. G., Kalichman, S., & Cage, M. (2002). Men who have met sex partners via the Internet: prevalence, predictors, and implications for HIV prevention. *Archives of sexual behavior*, 31(2), 177-183.
- Berger, S. E. (1978). Prior Self-Disclosure, Sex Differences, and Actual Confiding in an Interpersonal Encounter. *Small Group Behavior*, 9(4), 555-562.
- Berscheid, E., & Reis, H. T. (1998). Attraction and close relationships.
- Blumler, J. G. (1979). The role of theory in uses and gratifications studies. *Communication research*, 6(1), 9-36.
- Bouhoutsos, J., Holroyd, J., Lerman, H., Forer, B. R., & Greenberg, M. (1983). Sexual intimacy between psychotherapists and patients. *Professional Psychology: Research and Practice*, 14(2), 185-196.
- Bozon, M., Rennes, J., & Reynolds, S. (2015). The history of sexual norms: the hold of age and gender. *Clio. Women, Gender, History*(2), 7-23.
- Brehm, S. S., Miller, R. S., Perlman, D., & Campbell, S. M. (1992). *Intimate relationships*: McGraw-Hill New York.
- Brennan, D. J., Lachowsky, N. J., Georgievski, G., Rosser, B. R. S., MacLachlan, D., Murray, J., & Team, C. C. R. (2015). Online outreach services among men who use the Internet to seek sex with other men (MISM) in Ontario, Canada: An online survey. *Journal of medical Internet research*, 17(12), e277.
- British Sociological Association. (2002). *Statement of ethical practice for the British Sociological Association*: British Sociological Association.
- Cantril, H., & Allport, G. W. (1935). The psychology of radio.
- Carpenter, A., & Greene, K. (2015). Social penetration theory. *The international encyclopedia of interpersonal communication*, 1-4.
- Castells, M. (2004). *The network society A cross-cultural perspective*: Edward Elgar.
- Castells, M. (2015). *Networks of outrage and hope: Social movements in the Internet age*: John Wiley & Sons.
- Chan, L. S. (2016). Self-Presentations on Gay Networking Apps: Comparing American and

Chinese Guys who Meet Guys on Jack'd.

Chandler, D., & Munday, R. (2011). *A dictionary of media and communication*: OUP Oxford.

Coyne, R. (1995). *Designing information technology in the postmodern age: From method to metaphor*: Mit Press.

Dalzell, T., & Victor, T. (2007). *Sex slang*: Routledge.

Daneback, K., Månsson, S.-A., & Ross, M. (2007). Using the Internet to find offline sex partners. *Cyberpsychology & behavior*, 10(1), 100-107.

David J Linden. (2015). The Neurobiology of BDSM Sexual Practice. Retrieved from <https://www.psychologytoday.com/us/blog/the-compass-pleasure/201503/the-neurobiology-bdsm-sexual-practice>

Davis, E. M. (2017). *Digital dating: online dating profiles of older and younger gay, lesbian, and heterosexual adults*.

De Lauretis, T. (1991). *Queer theory: Lesbian and gay sexualities*: Indiana Univ Pr.

DeConick, A. D. (2003). The Great Mystery of Marriage. Sex and Conception in Ancient Valentinian Traditions. *Vigiliae christianae*, 57(3), 307-342.

Delanty, G. (2003). Virtual community: belonging as communication. In: Community.

Derlega, V. J. (2013). *Communication, intimacy, and close relationships*: Elsevier.

Diana Marszalek. (2018). Sinclair Partners to Revamp, Relaunch Sports Network ; A new multi-platform sports network will deliver programming on-air and on digital. Retrieved from <https://www.broadcastingcable.com/news/sinclair-partners-revamp-relaunch-sports-network-164905>

Dijk van Jan, A. (2006). The network society. Social aspects of new media. In: London–Thousand Oaks–New Delhi: SAGE Publications.

Dong, J., & Blommaert, J. (2009). Space, scale and accents: Constructing migrant identity in Beijing. In: Walter de Gruyter GmbH & Co. KG.

Döring, N. M. (2009). The Internet's impact on sexuality: A critical review of 15 years of research. *Computers in Human Behavior*, 25(5), 1089-1101.

Drotner, K. (1993). Media ethnography: an other story? In *Nordisk forskning om kvinnor och medier* (pp. 25-40): Nordicom.

Femalefirst.co.uk. (2019). Bohemian Rhapsody released in China with homosexuality

references removed. Retrieved from

<https://www.femalefirst.co.uk/movies/movie-news/bohemian-rhapsody-released-china-homosexuality-references-removed-1188979.html>

Fleming, P. H. (1973). The politics of marriage among non-Catholic European royalty. *Current Anthropology*, 14(3), 231-249.

Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality*. Vol. 1. Translated by R. Hurley. In: New York: Vintage Books.

Foucault, M. (1998). *The will to knowledge: The history of sexuality vol. I*.

Freud, S. (1955). Beyond the pleasure principle. In *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud, Volume XVIII (1920-1922): Beyond the Pleasure Principle, Group Psychology and Other Works* (pp. 1-64).

Freud, S., Strachey, J., & Freud, A. (1955). The standard edition of the complete psychological works.

Frijda, N. H., & Mesquita, B. (1994). The social roles and functions of emotions.

Gaca, K. L. (2003). *The making of fornication: Eros, ethics, and political reform in Greek philosophy and early Christianity*: Univ of California Press.

GENONLINE.CO. (2561). รวม “APP” นัดยั้ม ทางเลือกยอดนิยมของชาวสีรุ้งที่เติบโตอย่างเงียบๆในเมืองไทย. Retrieved from <http://genonline.co/2018/06/29/rainbows-app/>

Goffman, E. (1961). *Asylums: Essays on the Condition of the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*. In: London, Penguin.

Goffman, E. (1968). *Asylums: Essays on the social situation of mental patients and other inmates*: AldineTransaction.

Gonzaga, G. C., Turner, R. A., Keltner, D., Campos, B., & Altemus, M. (2006). Romantic love and sexual desire in close relationships. *Emotion*, 6(2), 163.

Gray, A. (2006). *Video playtime: The gendering of a leisure technology*: Routledge.

Grov, C., Gillespie, B. J., Royce, T., & Lever, J. (2011). Perceived consequences of casual online sexual activities on heterosexual relationships: A US online survey. *Archives of Sexual Behavior*, 40(2), 429-439.

Hagel, J., & Armstrong, A. (1997). Net gain: expanding markets through virtual communities. Harvard Business School Press. *The McKinsey Quarterly*.

- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding'in Hall, S., Hobson, Lowe & Willis (ed.) *Culture, Media. Language: Working Papers in Cultural Studies*. Birmingham: Hutchinson Group.
- Hall, S. (2006). *Cultural studies and its theoretical legacies*: Routledge.
- Han, C. s. (2008). No fats, femmes, or Asians: The utility of critical race theory in examining the role of gay stock stories in the marginalization of gay Asian men. *Contemporary Justice Review*, 11(1), 11-22.
- Hanson, B. (1983). The" Westoxication" of Iran: Depictions and Reactions of Behrangi, al-e Ahmad, and Shariati. *International Journal of Middle East Studies*, 15(1), 1-23.
- Harper, G. W., Serrano, P. A., Bruce, D., & Bauermeister, J. A. (2016). The internet's multiple roles in facilitating the sexual orientation identity development of gay and bisexual male adolescents. *American journal of men's health*, 10(5), 359-376.
- Heather Hatfield. (2006). Virtual Sex: Threat to Real Intimacy? The online sexual revolution may be having an impact on real-world relationships. Retrieved from <https://www.webmd.com/sex-relationships/features/virtual-sex-threat-to-real-intimacy>
- Henderson, S., & Gilding, M. (2004). 'I've never clicked this much with anyone in my life': trust and hyperpersonal communication in online friendships. *New media & society*, 6(4), 487-506.
- Herring, S. C. (2004). Slouching toward the ordinary: Current trends in computer-mediated communication. *New media & society*, 6(1), 26-36.
- Hetland, P., & Mørch, A. I. (2016). *Ethnography for investigating the Internet*. Paper presented at the Seminar. net.
- Hine, C. (2000). *Virtual ethnography*: Sage.
- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet: Embedded, embodied and everyday*: Bloomsbury Publishing.
- Holton, A. E., Baek, K., Coddington, M., & Yaschur, C. (2014). Seeking and sharing: Motivations for linking on Twitter. *Communication Research Reports*, 31(1), 33-40.
- hootsuite. (2020). How the Twitter Algorithm Works in 2020 and How to Make it Work for You. Retrieved from <https://blog.hootsuite.com/twitter-algorithm/>

- Humphreys, L. (1975). *Tearoom trade, enlarged edition: Impersonal sex in public places*: Transaction Publishers.
- Hymes, D. (2003). *Ethnography, linguistics, narrative inequality: Toward an understanding of voice*: Taylor & Francis.
- ITOPPLUS Digital Marketing Services. (2020). รู้จักกอรี่ทิม = ไขความลับโลกออนไลน์. Retrieved from <https://www.facebook.com/itopplus/photos/pcb.3213817548705055/3213803172039826>
- Jackson, K. M., & Trochim, W. M. (2002). Concept mapping as an alternative approach for the analysis of open-ended survey responses. *Organizational Research Methods*, 5(4), 307-336.
- Jackson, P. A. (1995). *Dear uncle go: Male homosexuality in Thailand*: Bua Luang Books.
- James Hibberd. (2021). Marvel Reveals First Gay Teen Captain America. Retrieved from <https://www.hollywoodreporter.com/heat-vision/marvel-reveals-its-first-gay-teen-captain-america>
- Jones, Q., & Rafaeli, S. (2000). Time to split, virtually: 'Discourse architecture' and 'community building' create vibrant virtual publics. *Electronic Markets*, 10(4), 214-223.
- Jordan, M. D. (1997). *The invention of sodomy in Christian theology*: University of Chicago Press.
- Jordan Robledo. (2021). Amazon will no longer sell books that describe the LGBTQ+ identity as a mental illness. Retrieved from https://www.gaytimes.co.uk/culture/amazon-will-no-longer-sell-books-that-describe-the-lgbtq-identity-as-a-mental-illness/?fbclid=IwAR2ZjGFDO-DQS5b3RBVZ_Nk_CVr-aB1AM70g9WIHpfUHU1nhXpHDknwYocM
- Karoonporn Chetpayark. (2018). สังคมไทยยอมรับ LGBT แบบมีเงื่อนไข กำแพงปิดกั้นความหลากหลายทางเพศ ในมุมมองของครูเคท. Retrieved from <https://thematter.co/social/lgbt-inequality-with-kruth/48901>
- Kate Millett. (1969). Chapter 2 of "Sexual Politics" Theory of Sexual Politics. Retrieved from <https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/us/millett.htm>.

from Philosophy Archive @ marxists.org

<https://www.marxists.org/reference/subject/philosophy/works/us/millett.htm>

Katy Steinmetz. (2021). Elliot Page Is Ready for This Moment. Retrieved from

https://time.com/5947032/elliott-page/?fbclid=IwAR1pOrb0ILLsLnNflpoH7wDapb-qBtE74owFqjN9TA2rgyY_kdyDgnMhOwo

Katz, J. N. (1994). *The Age of Sodomitical Sin, 1607-1740*.

Kazdin, A. E. (2000). *Encyclopedia of psychology* (Vol. 8): American Psychological Association Washington, DC.

Kelly, M. (2005). *The Seven Levels of Intimacy: The Art of Loving and the Joy of Being Loved*: Simon and Schuster.

Kelly, R. (2009). Twitter study august 2009: Twitter study reveals interesting results about usage. *San Antonio, Texas: Pear Analytics. Pobrano*, 5.

Kevin Laddapong. (2019). พวกเราโดนไล่อะไรในนี้?: โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและอารมณ์ในแอปพลิเคชันกลุ่ม "เกย์หมี" -- GROWLr. Retrieved from <https://thammasat.academia.edu/>

Knack, S., & Keefer, P. (1997). Does social capital have an economic payoff? A cross-country investigation. *The Quarterly journal of economics*, 112(4), 1251-1288.

Kozinets, R. V. (1998). On netnography: Initial reflections on consumer research investigations of cyberculture. *ACR North American Advances*.

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.

Kozinets, R. V. (2010). *Netnography: Doing ethnographic research online*: Sage publications.

Kozinets, R. V. (2019). *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research*: SAGE Publications Limited.

Kozinets, R. V., Dolbec, P.-Y., & Earley, A. (2014). Netnographic analysis: Understanding culture through social media data. *The SAGE handbook of qualitative data analysis*, 262-276.

Landovitz, R. J., Tseng, C.-H., Weissman, M., Haymer, M., Mendenhall, B., Rogers, K., . . . Shoptaw, S. (2013). Epidemiology, sexual risk behavior, and HIV prevention practices of men who have sex with men using GRINDR in Los Angeles,

- California. *Journal of Urban Health*, 90(4), 729-739.
- Lazarsfeld, P. F. (1940). Radio and the printed page; an introduction to the study of radio and its role in the communication of ideas.
- Lee, F. S., Vogel, D., & Limayem, M. (2003). Virtual community informatics: A review and research agenda. *Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA)*, 5(1), 5.
- Lemke, R., & Merz, S. (2018). The prevalence and gratification of nude self-presentation of men who have sex with men in online-dating environments: Attracting attention, empowerment, and self-verification. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21(1), 16-24.
- Lever, J., Grov, C., Royce, T., & Gillespie, B. J. (2008). Searching for love in all the “write” places: Exploring Internet personals use by sexual orientation, gender, and age. *International Journal of Sexual Health*, 20(4), 233-246.
- Levine, P. (2003). *Prostitution, race, and politics: policing venereal disease in the British Empire*: Psychology Press.
- Levy, M., & Windahl, S. (1985). The Concept of Audience Activity” dalam Rosengren, Werner dan Palmgreen (eds.) Dalam Media Gratification Research., 109-122. *Beverly Hills: Sage*.
- Lin, K. S., & Van der Putten, M. (2012). Identities in motion: cyberspace and Myanmar men having sex with men. *Research on Humanities and Social Sciences*, 2(4), 36-48.
- Lindblad, E., & Ostberg, J. (2011). The cultural role of stigmatized youth groups: the case of the Partille Johnnys of Sweden. *Research in Consumer Behavior*, 13, 127-143.
- Manuel Castells. (2011). Communication, Power and the State in the Network Society. Retrieved from <https://www.sms.cam.ac.uk/media/1189139>. Retrieved 21 November <https://www.sms.cam.ac.uk/media/1189139>
- Marcus, G. E., & Fischer, M. M. (2014). *Anthropology as cultural critique: An experimental moment in the human sciences*: University of Chicago Press.
- Matt Brennan. (2018). Glow Up: On Queer Eye, Capitalism and Gay Identity. *QUEER EYE*. Retrieved from <https://www.pastemagazine.com/tv/queer-eye/glow-up-on->

[queer-eye-capitalism-and-gay-identity/](#)

- McKirnan, D., Houston, E., & Tolou-Shams, M. (2007). Is the Web the culprit? Cognitive escape and Internet sexual risk among gay and bisexual men. *AIDS and Behavior*, 11(1), 151-160.
- McKnight, S. (2003). Calling Jesus Mamzer. *Journal for the Study of the Historical Jesus*, 1(1), 73-103.
- McQuail, D. (1972). *Sociology of mass communications: Selected readings* (Vol. 961): Penguin (Non-Classics).
- McQuail, D. (1994). The rise of media of mass communication. *Mass communication theory: An introduction*, 1-29.
- Moore, S. (1993). *Interpreting audiences: The ethnography of media consumption* (Vol. 8): Sage.
- Morley, D. (1986). Family television: cultural power and domestic leisure. London: Comedia Pub. Group.
- Morley, D. (1989). Changing paradigms in audience studies. *Remote control: Television, audiences, and cultural power*, 16-43.
- Munroe, M. (2005). *Waiting and dating: A sensible guide to a fulfilling love relationship*: Destiny Image Publishers.
- Muñoz-Laboy, M. A. (2004). Beyond 'MSM': Sexual desire among bisexually-active Latino men in New York City. *Sexualities*, 7(1), 55-80.
- natchaphak. (มปป). ความแตกต่างของ JPG / GIF / PNG. Retrieved from <https://natchaphak.wordpress.com/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%81%E0%B8%95%E0%B8%81%E0%B8%95%E0%B9%88%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87-jpg-gif-png/>
- Ollman, B., & Bertell, O. (1976). *Alienation: Marx's conception of man in a capitalist society* (Vol. 9): Cambridge University Press.
- Options for sexual health. (2020). INTIMACY AND RELATIONSHIPS. Retrieved from <https://www.optionsforsexualhealth.org/facts/sex/intimacy-and-relationships/>
- Parsons, J. T., Kelly, B. C., & Weiser, J. D. (2007). Initiation into methamphetamine use for young gay and bisexual men. *Drug and alcohol dependence*, 90(2-3), 135-144.

- Peck, J. (2001). Itinerary of a Thought: Stuart Hall, Cultural Studies, and the Unresolved Problem of the Relation of Culture to "Not Culture". *Cultural Critique*(48), 200-249.
- Perse, E. M., & Courtright, J. A. (1993). Normative images of communication media mass and interpersonal channels in the new media environment: Mass and interpersonal channels in the new media environment. *Human communication research*, 19(4), 485-503.
- Phua, V. C., & Kaufman, G. (2003). The crossroads of race and sexuality: Date selection among men in internet "personal" ads. *Journal of Family Issues*, 24(8), 981-994.
- pinterest.com. (2014). New profile template. Retrieved from <https://www.pinterest.com/pin/270286415111049098/>
- positioningmag. (2019). 4 เหตุผลที่คนไทยใช้ทวิตเตอร์. Retrieved from <https://positioningmag.com/1219553>
- Preston Ni. (2013). *Are You Too Nice? 7 Keys to Gain Appreciation & Respect (Relationship Success Series)*.
- rainmaker. (2020). อัปเดตอัลกอริทึม Twitter 2020 อะไรที่คนทวิตต้องรู้. Retrieved from <https://www.rainmaker.in.th/algorithm-twitter-2020/>
- rainmaker. (2561). Twitter โซเชียลที่เวลาสำคัญที่สุด ทวิตตอนไหนดี ทำยังไงให้คนเห็นเยอะ ๆ. Retrieved from <https://www.rainmaker.in.th/twitter-time-importance/>
- Regan, P. C. (2016). Sexual Instinct and Sexual Desire. *The Wiley Blackwell encyclopedia of gender and sexuality studies*, 1-3.
- Reis, H., Patrick, B., Higgins, E., & Kruglanski, A. (1996). Social psychology: Handbook of basic principles. In: New York, NY, US: Guilford Press.
- Reis, H. T., & Shaver, P. (1988). Intimacy as an interpersonal process. *Handbook of personal relationships*.
- Rheingold, H. (1993). *The virtual community: Finding connection in a computerized world*: Addison-Wesley Longman Publishing Co., Inc.
- Riccio, J. R. (2013). All The Web's a Stage: The Dramaturgy of Young Adult Social Media Use.
- Roberts, L., Smith, L., & Pollock, C. (2004). Conducting ethical research online: Respect for individuals, identities and the ownership of words. In *Readings in virtual*

research ethics: Issues and controversies (pp. 156-173): IGI Global.

Robinson, B. A. (2015). "Personal preference" as the new racism: Gay desire and racial cleansing in cyberspace. *Sociology of Race and Ethnicity*, 1(2), 317-330.

Ross, M. W., Månsson, S.-A., Daneback, K., & Tikkanen, R. (2005). Characteristics of men who have sex with men on the Internet but identify as heterosexual, compared with heterosexually identified men who have sex with women. *Cyberpsychology & behavior*, 8(2), 131-139.

Ross, M. W., Tikkanen, R., & Månsson, S.-A. (2000). Differences between Internet samples and conventional samples of men who have sex with men: implications for research and HIV interventions. *Social science & medicine*, 51(5), 749-758.

Roy, S. K. (2009). Internet uses and gratifications: A survey in the Indian context. *Computers in Human Behavior*, 25(4), 878-886.

Rubin, A. M. (1981). An examination of television viewing motivations. *Communication research*, 8(2), 141-165.

Rubin, G. S. (2007). *Thinking sex: Notes for a radical theory of the politics of sexuality*: Routledge.

Rupert Jones. (2021). New £50 note featuring Alan Turing to enter circulation in June. Retrieved from https://www.theguardian.com/science/2021/mar/25/new-50-note-alan-turing-banknote-enigma?CMP=Share_iOSApp_Other&fbclid=IwAR2-o9g0U4W6BJtC0m2lunkgJyDBWjRnw4EaPa1Vlk4NV1rBodkQoFxUw4g

Samakkeekarom, R., & Boonmongkon, P. (2011). Cyberspace, power structures, and gay sexual health: the sexuality of Thai men who have sex with men (MSM) in the Camfrog on-line web-cam chat rooms.

Sano, D. (2009). Twitter creator Jack Dorsey illuminates the site's founding document. Retrieved May, 7, 2011.

Sautter, J. M., Tippet, R. M., & Morgan, S. P. (2010). The social demography of Internet dating in the United States. *Social Science Quarterly*, 91(2), 554-575.

Shum, K. F. (2014). Self-presentation and Impression Formation through Photographs in an LGBT Online Dating Community. In.

Slaughter, A. (2004). *A New World Order*. Princeton: Princeton University Press.

Spangler, T. (2017). Twitter Pushes Live-Video Deals With MLB, NFL, Viacom, BuzzFeed,

- Live Nation, WNBA and More. Retrieved from <https://is.gd/nuHS2g>
- SPECTRUM. (2020). โปแลนด์อนุมัติแล้วพื้นที่ LGBT ห้ามเข้า. Retrieved from <https://is.gd/lbnEfE>
- Sprecher, S., & Hendrick, S. S. (2004). Self-disclosure in intimate relationships: Associations with individual and relationship characteristics over time. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 23(6), 857-877.
- Stahlman, S., Grosso, A., Ketende, S., Mothopeng, T., Taruberekera, N., Nkonyana, J., . . . Baral, S. (2015). Characteristics of men who have sex with men in southern Africa who seek sex online: a cross-sectional study. *Journal of medical Internet research*, 17(5), e129.
- Sztompka, P. (1999). *Trust: A sociological theory*: Cambridge University Press.
- Tapscott, D. (2011). The eight net gen norms. *The digital divide*, 130-159.
- Taylor, D. A., & Altman, I. (1987). Communication in interpersonal relationships: Social penetration processes.
- Taylor, D. A., Wheeler, L., & Altman, I. (1973). Self-disclosure in isolated groups. *Journal of Personality and Social Psychology*, 26(1), 39.
- Thai Red Cross AIDS Research Centre. (2014). เพร็พ (PrEP), เป๊ป (PEP) คืออะไร. Retrieved from <https://th.trcarc.org/th/clinic/prep-pep/386-prep-pep>
- ThaiPBS. (2562). นักข่าวพลเมือง : ครูข้ามเพศ โรงเรียนวัดสร้างโชค จ.แพร่. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=Gn6400MaKvU>
- Thienkrua, W., Todd, C. S., Chaikummao, S., Sukwicha, W., Yafant, S., Tippanont, N., . . . Holtz, T. H. (2014). Prevalence and correlates of willingness to participate in a rectal microbicide trial among men who have sex with men in Bangkok. *AIDS care*, 26(11), 1359-1369.
- thumbsup Media Co., L. (2019). ในแต่ละ Social Media โพสต์เวลาไหนปังสุด (อัปเดตล่าสุดปี 2019). Retrieved from <https://www.thumbsup.in.th/2019-best-times-for-posting-on-social-media>
- Tom Bruett. (2019). How to build intimacy in gay relationships. Retrieved from <https://is.gd/ACjKaM>
- Trumbach, R. (1998). *Sex and the Gender Revolution, Volume 1: Heterosexuality and the Third Gender in Enlightenment London* (Vol. 1): University of Chicago Press.
- Twitter Privacy Policy. (2020). Twitter Privacy Policy. Retrieved from

<https://twitter.com/en/privacy>

Vanderheiden, E. (2021). "A Friend? A Single Soul Dwelling in Two Bodies." *Friendship—a Special Kind of Love. International Handbook of Love: Transcultural and Transdisciplinary Perspectives*, 135.

Wellman, B., & Berkowitz, S. D. (1988). *Social structures: A network approach* (Vol. 2): CUP Archive.

Wertime, K., & Fenwick, I. (2011). *DigiMarketing: The essential guide to new media and digital marketing*: John Wiley & Sons.

White, J. W., Bondurant, B., & Travis, C. B. (2000). Social constructions of sexuality: Unpacking hidden meanings.

Workpoint News. (2020). "แฮชแท็ก" อารุททรงพลังในการพลิกโฉมการเมือง-สังคมโลก. Retrieved from <https://workpointnews.com/2020/02/26/hashtag/>

World Health Organization. (2020). Sexual and reproductive health. Retrieved from https://www.who.int/reproductivehealth/topics/sexual_health/sh_definitions/en/

Yap, L. X., & Bock, G.-W. (2005). An empirical investigation of the effects of size on strength of relationship and commitment in a virtual community.

Zoe Tierney in Mindcology. (2017). A Quick Guide To The 9 Most Common Sexual Orientations. Retrieved from <https://mindcology.com/relationships/quick-guide-9-common-sexual-orientations/>

กนกวรรณ ธารารณ. (2555). รัฐไทยกับชีวิตคู่แบบเพศวิถีนอกขนบ. In ประชากรและสังคม 2555 : ประชากรชายขอบและความเป็นธรรมในสังคมไทย (pp. 145-164). นครปฐม: สำนักพิมพ์ ประชากรและสังคม.

กรมการกงสุลเพื่อคนไทย. (2562). รู้ไว้ก่อนไปบรูไน. Retrieved from <https://www.facebook.com/ThaiConsular/posts/1435968416540302>

กฤษฎา แก้วเกลี้ยง. (2558). โครงสร้างของสถาบันที่มีการจัดการแบบเบ็ดเสร็จ (*Total Institution*) ที่นำหลักการชุมชนบำบัด (*Therapeutic Community*) มาประยุกต์ใช้กรณีศึกษาศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติด ลาดหลุมแก้ว. (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยาฉบับพิเศษ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

กาญจนา แก้วเทพ. (2547). การศึกษาสื่อมวลชนด้วยทฤษฎีวิพากษ์ (Vol. 4). กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).

- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2553). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับ
สื่อสารศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และนิคม ชัยขุนพล. (2555). คู่มือสื่อใหม่ศึกษา: โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่าย
วิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ และพริศรา แซ่ก้วย. (2547). เพศวิถี : วันวาน วันนี้และวันพรุ่ง ที่จะไม่เหมือนเดิม.
เชียงใหม่: ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2551). สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมือง.
กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนภาพพิมพ์.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2555). การสื่อสารกับวาทกรรมอัตลักษณ์ผู้สูงอายุในสังคมไทย. (นิเทศศาสตรดุษฎี
บัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์. (2560). หน่วยที่ 10 ทฤษฎีการสื่อสารชุมชน. In กาญจนา แก้วเทพ (Ed.), ปรัชญา
นิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร (pp. 10-11 - 10-86). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กิ่งรัก อิงควัด. (2542). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของ
กลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- โกสินทร์ รัตนคร. (2552). การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นช่องว่างทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง.
(นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ข่าวสด. (2561). รปภ.รับ มีกลุ่มคนมาซั่มในสวนลุมพินีจริง เผยสถานที่นิยมเอาต์ดอร์ เจียบ ปลอดคน.
Retrieved from https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_1431035
- ข่าวสด. (2562). ครูข้ามเพศ ร่ำไห้เปิดใจ โดนบีบให้ออกราชการ เพราะแต่งหญิงไปสอน! Retrieved
from https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_2723501
- คมฉัตร วุฒิโรจน์. (2534). ฝ่าโลกเกย์. กรุงเทพมหานคร: บริษัท กรุงสยาม จำกัด.
- จตุพร บุญ-หลง. (2548). ชีวิตติดเบอร์ : ตัวตนและเพศวิถีของเกย์ "ควิง" ในเซานา M. (ศิลปศาสตรมหา
บัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- จตุรวิทย์ ทองเมือง. (2551). ชีวิตของคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ในชุมชนเสมือนจริง.
(มานุษยวิทยามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- จักรพันธ์ จารุภูมิ. (2554). การทำเหมืองข้อความเว็บไซต์สังคมออนไลน์เพื่อวิเคราะห์กระแสการเมือง
กรณีศึกษาข้อความสั้นเว็บไซต์ทวิตเตอร์. (วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
พระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร.
- จิรภัทร เริ่มศรี และคณะ. (2563). การสื่อสารผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊กกับผลที่เกิดขึ้นต่อเจ้าของแฟนเพจ

- ชบุ๊: กรณีศึกษา แพนเพจเฟซบุ๊กที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 4(1), 68-79.
- จุติมาศ เกลี้ยงเกลา และ พรทิพย์ เย็นจะบก. (2556). การศึกษาภาพลักษณ์ของกลุ่มศิลปินนักร้องเกาหลีได้ผ่านสื่อใหม่และพฤติกรรมแฟนคลับ. Paper presented at the เรื่องเต็มการประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 51: สาขาศึกษาศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ และบริหารธุรกิจ, สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- เจษฎาภรณ์ พจนนา. (2548). ผู้คุมหญิง : ชีวิตกับการใช้อำนาจในสถาบันแบบเบ็ดเสร็จเด็ดขาด. มหาวิทยาลัยขอนแก่น,
- ชญานัฐฐาสร์ ช่อนกลิ่น. (2556). วิถีชีวิตชายขายตัวในบาร์เกย์ย่านสุรวงศ์ กรุงเทพมหานคร. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ชาลินี โชติจรงค์. (2556). การวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบการสร้างสัมพันธ์ภาพระหว่างผู้หญิงไทยกับผู้ชายต่างชาติบนเว็บไซต์บริการจัดหาคู่. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ชินวร พาดิษฐ์. (2014). เว็บไซต์เกย์: พื้นที่สาธารณะสำหรับคนชายขอบ (GAY WEBSITES: A PUBLIC SPHERE FOR MARGINAL PEOPLE). วารสารดำรงวิชาการ, 8(1), 81-101.
- ไชยศิริ บุญยุคศรีรุ่ง. (2553). เพศสภาพและเพศวิถีชายรักชายในภาพยนตร์ไทย. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ไชโย นิธิอุบัติ. (2558). พฤติกรรมทางสังคมกับสุขภาพจิตของวัยรุ่นชายรักชาย. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 5(2), 1-12.
- ซัมซุ สาอ. (2564). จากมุสลิมสู่ “มูรตัด” : กระบวนการสร้างตัวตนของอดีตมุสลิมไทยที่เป็นเกย์. วารสารมานุษยวิทยาศาสนา, 3(1), 65-97.
- ฐิติวัฒน์ สมิตินันท์. (2555). การสร้างตัวละครเพศที่สามในภาพยนตร์ไทย. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- ณภัค เสรีรักษ์. (2557). การก่อตัวของวิถีคิด “การร่วมเพศเพื่อการร่วมเพศ” ในสังคมไทย. ชุมทางอินโดจีน: เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปริทัศน์ หน่วยวิจัยเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 3(4), 49-66.
- ณฤทธิ์ พงษ์สร. (2561). การแสดงตัวตนของผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์บน Facebook ของ Generation C ในกรุงเทพมหานคร (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร.
- ณัฐวุฒิ ขาวคง. (2562). นัดยิม : กระบวนการนวดหมายเพื่อมีเพศสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเกย์. Retrieved from <http://channel.sac.or.th> > website > video > detail_news.

Retrieved July 6,, from ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

<http://channel.sac.or.th> > website > video > detail_news

ดาร์วิน เมตตาริกานนท์. (2526). โสเภณีกับนโยบายของรัฐบาลไทย พ.ศ. 2411-2503. (อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร

ดารินทร์ สวัสดิ์เสวี. (2545). การแปลงตัวตนในห้องสนทนาบนอินเทอร์เน็ต. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ทศสิทธิ์ ไพบูลย์นันทพงศ์. (2554). การจัดหมวดหมู่ข้อมูล จากการทำเหมืองข้อมูลของทวิตเตอร์ กรณีศึกษา #tutorial. (วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, กรุงเทพมหานคร

เที่ยงวันทันเหตุการณ์. (2561). กทม.ล้อมคอกห้ามมีเพศสัมพันธ์ในสวนสาธารณะ. Retrieved from <http://news.ch3thailand.com/ข่าวในประเทศ/75516/กทม-ล้อมคอกห้ามมีเพศสัมพันธ์ในสวนสาธารณะ.html>

ธเนศ วงศ์ยานนาวา. (2562). ว่าด้วยเพศ: จากธรรมชาติ สู่จริยธรรม จนถึงสุนทรียะ และหุ่นยนต์ (*On Sex*) (4 ed.). นนทบุรี: สำนักพิมพ์สมมติ.

รัชชัย วงศ์กิจรุ่งเรือง. (2552). Twitter เสียง (จากนกตัวเล็ก ๆ) นี้ที่ดัง. นิตยสารสารคดี.

ธีระ บุชบกแก้ว. (2553). กลวิธีทางภาษากับการนำเสนออัตลักษณ์ของตนเองโดยกลุ่มเกย์ออนไลน์. (อักษรศาสตร์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

เจียรชัย เอี่ยมวรเมธ. (2530). พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย ฉบับใหม่. กรุงเทพมหานคร: บำรุงสาส์น.

นที ธีระโรจนพงษ์. (2548). แกะกล่องเกย์ กรุงเทพมหานคร: พลอยสีรุ้ง.

นภาพร หะวานนท์ กิตติกร สันคติประภา อุษณีย์ ธโนศวรรย์ และธีรวัลย์ วรรณนัย. (2555). การสร้างความฉลาดรู้เรื่องเพศในวัฒนธรรมบริโภค. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

นฤพนธ์ ดั้ววิเศษ. (2015). เควียร์กับการวิพากษ์มานุษยวิทยากระแสหลัก. Retrieved from

<https://www.sac.or.th/databases/anthropology-concepts/articles/1>

นฤพนธ์ ดั้ววิเศษ. (2556). พื้นที่ของเพศนอกกรอบในสังคมไทยในมิติการเมืองและวัฒนธรรม.

Retrieved from http://www.sac.or.th/main/content_detail.php?content_id=733

นัทธนัย ประสานนาม. (2562). นวนิยายอาโออิของไทย : การศึกษาเชิงวิเคราะห์. วารสารวิชาการหอสมุดแห่งชาติ, 7(2), 16-34.

นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย. (2558). เส้นทางความคิดของ สจ๊วต ฮอลล์ และวัฒนธรรมศึกษา. In นันทวัฒน์ ฉัตรอุทัย (Ed.), จักรวรรดิสังคมศาสตร์: 50 ปี สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา เชียงใหม่ (Vol. 1, pp. 141-160). เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

นาริฮัน กาซอ นูรูหมอซือฮะฮ์ เจ๊ะเฮาะ ชัมซู สาอุ และ เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2564). การปรับตัวของหญิง
รักหญิงมุสลิมในปัตตาน. วารสารมานุษยวิทยาศาสนา, 3(1), 3-14.

นิชากรณ์ พันธคง เสาวลักษณ์ อร่ามพงศานุวัต และนริศรา นาคเมธิ. (2560). การแนะนำลูกค้า
กลุ่มเป้าหมายบนทวิตเตอร์สำหรับสินค้าผ้าทอพื้นเมืองภาคใต้. Paper presented at the การ
ประชุมทางวิชาการระดับชาติด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศครั้งที่ 13,
กรุงเทพมหานคร.

นิธิ เอียวศรีวงศ์. (2545). นิธิ เอียวศรีวงศ์ ว่าด้วย "เพศ" ความคิด ตัวตน และอคติทางเพศ ผู้หญิง เกย์
เพศศึกษา และกามารมณ์. กรุงเทพมหานคร: ศิลปวัฒนธรรม ฉบับพิเศษ.

นิพนธ์ ดาราวุฒิมาประกรณ์. (2558). วัยรุ่นใช้สื่อออนไลน์อย่างไรในการหาคู่. Paper presented at
the การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 “ประชากรและสังคม 2558”, กรุงเทพฯ.

เนติ สุนทราราววิทย์. (2553). การสร้างความหมายและตัวตน “เกย์” ในพื้นที่แห่งความจริงและพื้นที่ไซ
เบอร์. (ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สงขลา.

บงกชมาศ เอกเอี่ยม. (2532). เกย์ : กระบวนการพัฒนาและอ้างเอกลักษณ์รักร่วมเพศ. (สังคม
สงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

บิณยามิน เจ๊ะเซ็งบุกรี ดอเลาะ ชัมซู สาอุ และ เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2564). ชีวิตและการปรับตัวของ
ทอมบอยมุสลิม (มะห์). วารสารมานุษยวิทยาศาสนา, 3(1), 50-64.

บุญเลิศ วิเศษปรีชา. (2546). เปิดพรมแดน : โลกของคนไร้บ้าน. (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

บุญเลิศ วิเศษปรีชา. (2560). การหวนกลับมาของงานชาติพันธุ์วรรณา: “อยู่ที่นั่น” กับคนไร้บ้านใน
มะนิลา ประเทศฟิลิปปินส์. วารสารธรรมศาสตร์, 36(2), 1-32.

บุปผา ศิริรัชมี จรรยา เศรษฐบุตร และเบญจา ยอดดำเนิน-แอ็ดติง. (2544). จริยธรรมสำหรับการ
ศึกษาวิจัยในคน นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

บุษกร สุริยสาร. (2557). อัตลักษณ์และวิถีทางเพศในประเทศไทย. องค์การแรงงานระหว่างประเทศ
ประจำประเทศไทย กัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. กรุงเทพมหานคร:
องค์การแรงงานระหว่างประเทศ.

เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2019). GAY OK BANGKOK, THE STORY TELLING OF QUEER IN POP
CULTURE. วารสารวิจัยพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 14(1), 410-425.

เบญจรงค์ ธีระผลิกะ. (2021). **MSDA AUTO ETHNOGRAPHY: A
STUDY OF MEN WHO HAVE SEX AND USE DRUGS
TO BUILD CAMARADERIE AND NETWORKS**

WITH ONE ANOTHER. *Phranakhon Rajabhat Research Journal*
(*Humanities and Social Sciences*), 16(2), 195-211.

- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2559a). ปัจจัยที่สนับสนุนการสร้างสรรคเนื้อหาเพศนอกกรอบในภาพยนตร์เรื่อง “รักแห่งสยาม” ของ มะเดี่ยว ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม)). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2559b). ปัจจัยที่สนับสนุนการสร้างสรรคเนื้อหาเพศนอกกรอบในภาพยนตร์เรื่อง “รักแห่งสยาม” ของ มะเดี่ยว ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล. วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 28(1), 143-149.
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2560). ชายรับชาย: ความสัมพันธ์ของชุมชนในทวิตเตอร์. วารสารวิชาการ นวัตกรรมสื่อสารสังคม (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) วิทยาลัยนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 5(2), 69-80.
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2561). การทบทวนความรู้ “ชายรับชาย” ในพื้นที่ของสื่อใหม่. วารสารวิชาการ วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 11(3), 288-318.
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2562a). ภาพลักษณ์เชิงวัตถุของกันเพศชายกามารมณ์ออนไลน์ของกลุ่มชายรับชายในทวิตเตอร์. Retrieved from https://www.sac.or.th/databases/sac_research/article-detail.php?articleID=98. from ศูนย์มานุษยวิทยาสลรินธร (องค์การมหาชน) https://www.sac.or.th/databases/sac_research/article-detail.php?articleID=98
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2562b). เมื่อสื่อพยายาม “ปรุง” เรื่องชายรับชายให้เป็นสินค้า. วารสารวิจัยราชภัฏภูเก็ต, 6(2), 95-104.
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2563a). “กัน” : การเปลี่ยนผ่านความเป็นชายผ่านมุมมองชายรับชาย ชายที่ใช้ทวิตเตอร์ในการแสวงหาความสัมพันธ์กับชายอื่น-กรณีศึกษาในทวิตเตอร์ วารสารสตรีนิยมไทย ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 7(1 (2020)), 151-182.
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2563b). วิถีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล : วิธีการในการศึกษาพื้นที่เสมือน. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม 8(1), 76-88.
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ. (2564). บทปริทัศน์หนังสือเรื่อง “ว่าด้วยเพศ: จากธรรมชาติ สู่วิถีธรรมจนถึงสุนทรียะและหุ่นยนต์ (On Sex)”. วารสารวิจัยสังคม สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 43(2), 221-233.
- เบญจรงค์ ธีระพลิกะ และ วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์. (2564). ผู้สูงอายูชายรับชาย : ภาพตัวแทนที่ขาดหายในสังคมไทย. วารสารสตรีนิยมไทย ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,

8(1), 1-24.

ปภัสสร ชัยวงศ์ และ พิมพ์ภา เจริญจิตร. (2018). คิดจากเคส: ส่องความสำเร็จจากการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับแฟนคลับของ “เป็กห้องแตก” เป็ก ผลิตโชค อายนบุตร จากมุมมองการสร้างแบรนด์บุคคล. วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา, 11, 82-103.

ปรเมศวร์ ตั้งสถาพร; พิชรีพร หงษ์ทอง. (2020). กตข้ำ กตซ้อน: บรรทัดฐานความรักเพศเดียวกัน กับชีรีส์วาย. Retrieved from

<https://spectrumth.com/2020/02/04/%e0%b8%81%e0%b8%94%e0%b8%8b%e0%b9%89%e0%b8%b3-%e0%b8%81%e0%b8%94%e0%b8%8b%e0%b9%89%e0%b8%ad%e0%b8%99-%e0%b8%9a%e0%b8%a3%e0%b8%a3%e0%b8%97%e0%b8%b1%e0%b8%94%e0%b8%90%e0%b8%b2%e0%b8%99%e0%b8%84/>

ประภาพรรณ วงศาโรจน์. (2532). กระบวนการพัฒนาเอกลักษณ์รกร่วมเพศในหมู่วัยรุ่น. (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยาฉบับพิเศษ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

ประกาศรี จีระยิ่งมมงคล. (2006). เกิดมาเพื่อเป็นเกย์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์;สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา;กระทรวงศึกษาธิการ;กระทรวงเกษตรและสหกรณ์;กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี;กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม;กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร;สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ;สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ปรินดา เริงศักดิ์. (2557). การเปิดเผยตนเองกับการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊ก. วารสารนักบริหาร, 34(1), 69-79.

ปัทพร เลิศสหพันธ์. (2558). บทบาทและการสื่อสารของตัวแทนศิลปิน "บอท" บนทวิตเตอร์. (นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

ปาณิสรา มงคลวาที. (2550). การนำเสนอภาพกลุ่มชายรักชายในภาพยนตร์ไทยปี พ.ศ. 2550. (นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

ปริญทร์ นาคสิงห์. (2555). การประกอบสร้างตัวตนเกย์ในภาพยนตร์ไทย. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (สหวิทยาการ)). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

ปริญทร์ นาคสิงห์. (2558). เพศวิถีของ “ชายชอบชาย” ในห้องน้ำสาธารณะ. วารสารสังคมวิทยา มานุษยวิทยา, 34(1), 9-30.

พจนา วลัย. (2013). Alienation: การสร้างสภาวะแปลกแยกโดยระบบทุนนิยม (ตอนที่ 1). Retrieved from <https://prachatai.com/journal/2013/02/45514>

พจมาน มูลทรัพย์. (2551). เรื่องเล่าของเกย์ในชุมชนวรรณกรรมออนไลน์ : กรณีศึกษากลุ่ม. (อักษรศา

- สตรีมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- พนิดาพร จงราเชนทร์. (2017). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบบุคลิกภาพกับมิติของความรักวารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 25(47), 199-220.
- พระไตรปิฎก ฉบับบาลีสยามรัฐ. (2470). เรื่องห้ามบัณฑิตจะกัมมิให้อุปสมบท: พระวินัยปิฎก เล่มที่ 4 มหาวรรค ภาคที่ 1.
- พัน นิลพันธุ์ ฉัตรไชยยันต์. (2555). เครือข่ายสังคมกับชุมชนออนไลน์: พัฒนาการ ความหมาย และรูปแบบการขยายเครือข่าย. วารสารนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 30(4), 18-29.
- พิเชฐ สายพันธ์. (2545). เกย์: ในฉากชีวิตแห่งสี่ลมสถาน. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- พิมพ์วิภา มิงามดี และคณะ. (2020). การนำเสนอภาพลักษณ์ของ “เกย์” และ “เลสเบี้ยน” ในทวิตเตอร์. วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 1(1), 49-55. Retrieved from <https://js.human.nrru.ac.th/index.php/humanities/article/view/22>
- เพ็ญมาศ กำเหนิดโทน. (2528). การยอมรับของครูต่อนักเรียนเกย์: กรณีศึกษาข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร 6 โรงเรียน. (สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง. (2557). การศึกษารูปแบบการบริโภคสื่อประเภทแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้รับสารชายรักชาย: กรณีศึกษาแอปพลิเคชัน "Grindr". (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ภาณุ สหัสสานนท์. (2018). Friends with benefits หรือเรียกสั้นๆ ว่า F.W.B. คือ ความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่เพื่อนทำหน้าที่ร่วมหลับนอนกับเพื่อน Retrieved from <https://www.facebook.com/PsychologyChula/posts/1906381469476257:0>
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย กรณีศึกษา Facebook. (วิทยาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
- ภาสกร จิตรไคร์รวญ. (2552). เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- มหามกุฏราชวิทยาลัย. (2480). วินิจฉัยบัณฑิตเกย์ (ปัญหาวัตถุ): ตติยสมันตปาสาทิกา อรรถกถาพระวินัย มหาวรรค ตอนที่ 1.
- เมธาวี พิชะพัฒน์. (2553). ความน่าเชื่อถือของเครือข่ายสังคมทวิตเตอร์และสื่อกระแสหลัก. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

- รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ. (2012). เพศวิถีออนไลน์: โลกาภิวัตน์ของพลเมืองทางเพศของเกย์ :
อำนาจ และภาพตัวแทนทางเพศบนสมาร์ทโฟน. วารสารเพศวิถีศึกษา, 2(2555), 181-196.
- รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ. (2551). เพศวิถีในสื่อนิยม: บริบทเสี่ยงและเสริมต่อสุขภาวะทางเพศ.
กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสถาบันวิจัย
ประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รติกร สูงสมสกุล และ ณัฐชา วัฒนประภา. (2562). การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์บนทวิต
เตอร์เชิงลบ. Paper presented at the การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของ
นักศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2 วันที่ 19 มกราคม 2562 ณ คณะ
มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เรขณพัศ ภาสกรณ. (2554). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และการเปิดรับสื่อของชาย
รักชายในเขตกรุงเทพมหานคร. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
กรุงเทพมหานคร.
- วงศ์กร ศันสนียรัตน์. (2556). การสร้างตราสินค้าบุคคลของนักข่าวโทรทัศน์ภาคสนามผ่านทวิตเตอร์.
(นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- วรยุทธ พายพายุห์ และ พัทธี เชยจรรยา. (2562). การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของ
แอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์). วารสารนิเทศศาสตร์และ
นวัตกรรม นิต้า 6(2), 45-66.
- วัชรินทร์ ญาณุศาสตร์. (2550). การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพและการสร้างตัวตน ในเกมออนไลน์
ของวัยรุ่นไทย. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- วันดี สันติวุฒิมณี. (2560). เกิดมาเพื่อเป็นเกย์ : สำนวนงานวิจัยชายรักชายในอุษาคเนย์. Retrieved
from <https://www.the101.world/research-on-gender-and-sexual-identity-in-sea/>
- วัลลภ ปิยะมโนธรรม. (2532). คู่กับนักจิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์.
- วิจิตร ประพงษ์. (2563). ความ(ไม่)เป็นหญิง ความ(ไม่)เป็นชาย ความ(ไม่)เป็นคน (วิจิตร ประพงษ์ Ed.
Vol. 1). เชียงใหม่: ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วิภาดา เอี่ยมแย้ม. (2548). การมีเพศสัมพันธ์ข้ามค่านิยมของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร. (วิทยาศาสตร์
มหาบัณฑิต (เพศศาสตร์)). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- วิภาวี จันทร์แก้ว. (2560). พฤติกรรมการเปิดรับสื่อ ทศนคติ และการใช้ประโยชน์กรณีศึกษาเฟซบุ๊ก
แฟนเพจดังตฤณแฟนคลับ. *Journal of Communication and Management NIDA.*, 2(1),
134 – 152.

- วิลาสินี พนานครทรัพย์. (2018). วิธีการวิจัยเชิงชาติพันธุ์วรรณาในชุมชนออนไลน์. วารสารธรรมศาสตร์, 36(2), 58-77.
- วิลาสินี พิพิธกุล และ กิตติ กันภัย. (2546). เพศและการสื่อสารในสังคมไทย. Retrieved from กรุงเทพมหานคร:
- วีระยุทธ ปีสาลี. (2557). กรุงเทพฯ ยามราตรี. กรุงเทพมหานคร: มติชน.
- ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต. (2559). เอกสารประกอบการอบรมจริยธรรมการวิจัยในคน สำหรับการวิจัยสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ หัวข้อประเด็นจริยธรรมที่ควรให้ความสำคัญสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. Retrieved from <http://unrn.rac.oop.cmu.ac.th/unrn/document/97eed2aa1d4754cf515bcc59e30506f9.pdf>
- ศุภณัฐ เดชวิถิ. (2563). การสื่อสารเพื่อการเปิดเผยตัวตนของผู้ที่มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศในหน่วยงานราชการ: กรณีศึกษาข้าราชการกรุงเทพมหานคร. (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สมสุข หินวิมาน. (2555). ท่องไปในโลกการสื่อสารกับโลกาภิวัตน์ด้วยมุมมองแบบทฤษฎีมาร์กซิสต์. วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 6(1), 113-153.
- สมักร์ กอเข้ม. (2561). ปอแน : ความเป็นมุสลิมกับการเป็นเกย์ในสามจังหวัดภาคใต้. Retrieved from <https://thematter.co/thinkers/queer-muslim/45069>
- สมัชชา นิลปัทม์. (2016). “อำนาจ” และ “สังคมเครือข่าย” ข้อพิจารณาอย่างย่อและเร็ว. Retrieved from https://deepsouthwatch.org/th/node/8545#_ftn2
- สายพิน ศุพุทธมงคล. (2542). คู่กับคน : อำนาจและการต่อต้านชัดเจน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิรภพ แก้วมาก. (2556). การสร้างตัวละครหลักและวิธีการเล่าเรื่องชายรักชายในสื่อบันเทิงไทย. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สิริกร ทองมาตร และ ยุกติ มุกดาวิจิตร. (2561). แพนฟิคชันบนพื้นที่ดิจิทัล : กรณีศึกษาแฟนฟิคชันศิลปินเกาหลี. Paper presented at the การสัมมนาเครือข่ายนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ครั้งที่ 17, ณ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สิริเสาวภา ฤกษ์นันท์. (2556). พฤติกรรมการสื่อสารและการเปิดเผยตนเองของผู้ใช้งานเว็บไซต์เฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม., กรุงเทพมหานคร.
- สิตลา ชาญวิเศษ. (2559). บทบาทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการพัฒนาความสัมพันธ์แบบโรแมนติก. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.

- สุจิตต์ วงษ์เทศ. (2560). เทพอุ้มสม คืออยู่ก่อนแต่ง, วันไนต์สแตนดาร์ด ใน เช็กส์ติกด้าบรพพ์ ของบรรพชนไทย: สำนักพิมพ์นาตาแฮก.
- สุชาดา วัฒนอมรเกียรติ. (2548). แรงจูงใจใน กิลด์วอร์ กับการรวมทีมใน ไชเบอร์สเปซ และการต่อเชื่อมสู่โลกของความเป็นจริง. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- สุจิตา เรืองรองหิรัญญา. (2554). การบริหารงานข่าวบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ "ทวิตเตอร์" ของเครือข่ายเนชั่น. (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุธาวัฒน์ ดงทอง. (2559). นัดยัม: สัมพันธภาพทางเพศสัมพันธ์แบบชั่วคราวของเกย์โดยใช้ทวิตเตอร์. Paper presented at the สัมมนาวิชาการสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาระดับปริญญาตรี คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2554). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุภาวดี ลิขิตมาศกุล. (2553). โรคเป็นสาวก่อนวัย ตอนที่ 1. Retrieved from <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=403>. from ภาควิชากุมารเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=403>
- สุระ ศรีศิริ. (2550). แบบแผนการบริโภคสื่อทางเพศของผู้ชายและผู้หญิง. (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- เสาวณิต จุลวงศ์. (2561). ทฤษฎีวิพากษ์ในวรรณกรรมไทย. วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 14(1), 9-52.
- อนุสรณ์ ศรีแก้ว. (2534). ปัญหาสังคมในภาพยนตร์ของ ม.จ.ชาติรีเฉลิม ยุคล. (นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- อนุสรณ์ อุณโณ. (2020). ความสัมพันธ์ระหว่างหมอ ทหาร และเชื้อไวรัส ผ่านมุมมองของอำนาจในสังคมไทยและสถาบันเบ็ดเสร็จ. Retrieved from shorturl.asia/LcOYp
- อู๋ อามินะฮ์ บิลาล ฟิลิปส์ และ อิช ชีฟาร์. (2017). จุดยืนของคำสอนอิสลามต่อกลุ่มคนรักร่วมเพศ. Retrieved from <https://deepsouthwatch.org/th/node/11194>
- อภิญา เสี่ยงสืบชาติ. (2552). การพัฒนาเว็บไซต์สำหรับสังคมเกย์ชาวไทย. (ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- อาทิตยา เมืองยม. (2547). การสร้างสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตของผู้ใช้การสนทนา (Chat). (วารสารศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

เอกชัย แสงโสภา. (2562). การสื่อสารต่อผู้ต่อรองความเป็นกะเทยผ่านรายการโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอ
บนยูทูปในยุคดิจิทัล. (ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร, สถาบันพระปกเกล้า.

Retrieved from

[https://www.kpi.ac.th/media/pdf/research/179_7dd5d426057a4bc3c4a3a227edc
bc351.pdf](https://www.kpi.ac.th/media/pdf/research/179_7dd5d426057a4bc3c4a3a227edc
bc351.pdf)

