

# ไบแมนรูก : “ความเป็นชาย” กับปัญหาตัวตนเกย์ไทยในไซเบอร์สเปซ

## Homomascularity and Problematized Thai Gay Identity in Cyberspace

ดร.นฤพนธ์ คิ้วงวิเศษ

บทความเรื่องนี้ต้องการทำความเข้าใจตัวตนของเกย์ไทยในเว็บไซค์ ซึ่งมีการสื่อภาพลักษณ์ การให้ความหมาย และการใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับ “ความเป็นชาย” เพื่อบอกว่าการดำเนินชีวิตและจิตสำนึกของเกย์อาศัยความเป็นชายในการสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อน คนรัก และคนรอบข้าง ความเป็นชายของเกย์ไทยค่อยพัฒนาไปอย่างซับซ้อน สัมพันธ์หรือเกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารในยุคโลกาภิวัตน์ การถ่ายเทความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์เกย์ผ่านอินเทอร์เน็ตดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ภาพลักษณ์เกย์แบบตะวันตกเข้ามาสู่อินเทอร์เน็ตผ่านเว็บบอร์ด การพูดสนทนาทางเอ็มเอสเอ็น เว็บแคม และแคมฟร็อก ปรากฏการณ์เหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือสื่อสารชนิดใหม่ แต่ยังเป็น “อำนาจใหม่” ในการจัดระเบียบความคิดเกี่ยวกับความเป็นเกย์ในปัจจุบัน

เรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นชายของเกย์ไทย มีความสำคัญมาก เนื่องจากสังคมไทยมักจะมองเกย์ไม่ต่างจากกะเทย ในขณะที่ภาพลักษณ์กะเทยถูกมองว่ามี “ความเป็นหญิง” อยู่ในตัวเอง ภาพลักษณ์ของเกย์ก็ถูกมองไปในทำนองเดียวกัน ความเข้าใจของคนภายนอกกลายเป็นสิ่งที่เกย์ไทยหลายคนปฏิเสธ เพราะพวกเขามีอัตลักษณ์ที่ต่างไปจากกะเทย การเน้นเรื่อง “ความเป็นชาย” ของเกย์จึงมีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ ท่ามกลางความคิดกระแสหลักที่สร้างจากสื่อมวลชนและวัฒนธรรมป๊อปที่นิยมนำเสนอภาพของกะเทยในแนว “แต่งหญิง” ปากจัด ลามก และเป็นตัวตลก การเหมารวมว่าเกย์เหมือนกับกะเทยจึงเป็นความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน

อย่างไรก็ตาม “ความเป็นชาย” เป็นทั้งเครื่องมือส่งเสริมภาพด้านบวกของเกย์ และเป็นการต่อต้านภาพด้านลบของกะเทย ความขัดแย้งในภาพลักษณ์นี้เป็นปรากฏการณ์ในยุคที่สังคมเกย์ไทยกำลังพัฒนาตัวเองขึ้น ชุมชนเกย์ต้องการแบบแผนการดำเนินชีวิตที่ต่างออกไป และแบบแผนเหล่านั้นต้องการแสวงหาคคุณค่า นิยาม สัญลักษณ์ และความหมายใหม่ เกย์ไทยไม่ต้องการถูกเรียกว่า “กะเทย” และปรารถนาที่จะยกย่องคุณลักษณะแบบชายให้มากที่สุด ความพยายามดังกล่าวสะท้อนให้เห็นได้ชัดเจนในเว็บไซค์ของเกย์หลายแห่ง

ในบทความนี้จะศึกษาเว็บไซค์เกย์ที่ชื่อ thaiigmc.com เว็บแห่งนี้มีเนื้อหาหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการให้ข่าวสารเกี่ยวกับเกย์ สิทธิของเกย์ สุขภาพ ความรัก ดาราที่เป็นเกย์ มีเว็บบอร์ดโพสรูปสมาชิกหรือนายแบบ การโหวตรูปสมาชิก มีพื้นที่ให้เกย์สร้างอัลบั้มรูปของตัวเอง มีห้องแกลเลอรีภาพนายแบบไทย เอเชีย ยุโรป และมีบอร์ดเอ็มเอสเอ็นเพื่อเป็นช่องทางสื่อสารของเกย์ที่ต้องการติดต่อเพื่อนใหม่ สิ่งที่น่าสนใจคือเนื้อที่โฆษณาในเว็บไซต์จะเป็นสินค้าบริการที่เน้นความเป็นชายอย่างเข้มข้น ผู้วิจัยจะศึกษาเนื้อหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพ ข้อความ คำโฆษณา และเรื่องราวที่ปรากฏอยู่ในเว็บเพื่อเปิดเผยให้เห็นปัญหาของวิถีคิด ค่านิยม ความเชื่อและโลกทัศน์ของเกย์ที่ปรากฏอยู่ โดยหวังว่าจะนำไปสู่ข้อถกเถียงใหม่ๆ เกี่ยวกับการทำความเข้าใจ “ความเป็นชาย” ในเว็บเกย์มากยิ่งขึ้น

คำถามในการวิจัย

ผู้วิจัยเริ่มต้นจากข้อสงสัยที่ว่า อัตลักษณ์เกย์ (Gay Identity) และความเป็นชาย (Masculinity) มีความสัมพันธ์กันอย่างไร สองสิ่งนี้ดำรงอยู่พร้อมกันภายใต้เงื่อนไขอะไรบ้าง

หาก “ตัวตน” ของความเป็นเกย์จะไม่สมบูรณ์ถ้าหากขาดความเป็นชาย เท่ากับว่าอัตลักษณ์เกย์ดำรงอยู่อย่างเลื่อนลอยมิได้ อัตลักษณ์เกย์อาจต้องอาศัยการนิยามความเป็นชายเอาไว้ สร้างความเป็นชายผ่านเรื่อร่า การแสดงออก ท่าทาง อากาาร พฤติกรรม และอาจรวมถึงวิถีคิด แต่สิ่งที่เป็นปัญหาก็คือ ความเป็นชายของเกย์ เหมือนหรือแตกต่างจากความเป็นชายของ “ผู้ชาย” (รักต่างเพศ) วิธีการแสดงออกทางร่างกายและความคิดของ เกย์กับผู้ชายเหมือนหรือต่างกันอย่างไร เมื่อเปรียบเทียบกับการแสดงออกของกะเทย อัตลักษณ์เกย์สามารถแยก ขาดจากอัตลักษณ์ผู้ชายได้หรือไม่ อัตลักษณ์ที่ปรากฏบน “ร่างกาย” กับที่อยู่ใน “ความคิด” จะสะท้อนคุณค่าของ ความเป็นชายของเกย์ได้อย่างไร มีความลงตัวหรือความขัดแย้งเกิดขึ้นในการแสดงความเป็นชายบ้างหรือไม่ ประเด็นคำถามเหล่านี้มีความสำคัญมากในการวิจัย

ผู้วิจัยเชื่อว่า Gay Identity มีใช้สิ่งที่มีอยู่ในธรรมชาติ หรือมีความคงที่ หากแต่ถูกสร้างขึ้นผ่านบริบท ทางสังคมวัฒนธรรมและเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย อัตลักษณ์แบบชายที่เกย์พยายามสร้างขึ้นในปัจจุบัน ล้วน เป็นผลมาจากแรงเสียดทาน การปรับตัว เพื่อที่จะทำให้เกย์เกิดความมั่นใจ ซึ่งไม่ได้ยืนยันว่าความเป็นชายของเกย์ จะดำรงอยู่อย่างถาวรในสถานการณ์ที่ต่างออกไป ในอดีตที่ผ่านมาเราเคยเห็นประวัติศาสตร์ของเกย์ตะวันตกที่ ออกมาต่อสู้เรื่องสิทธิเสรีภาพในช่วงทศวรรษที่ 1970 เกย์ในยุคนั้นแสดงตัว เปิดเพศตัวโดยอาศัย ภาพลักษณ์ของผู้ชายเพื่อที่จะทำให้สังคมรับรู้พวกเขาไม่ได้อ่อนแอ หรือกระด้างกระดิงแบบผู้หญิง เกย์ต้องการ สร้างอัตลักษณ์ให้กับตัวเอง เช่น ไว้หนวด ออกกำลังกายใหญ่โต สวมกางเกงยีนส์ และใส่เสื้อรัดรูปเพื่อ แสดงความเป็นชาย การแสดงออกเหล่านี้คือตัวอย่างของการแต่งเติมอัตลักษณ์ทางเพศ และยืนยันว่า gay identity มิได้อยู่ในยีนส์หรือโฮโมน

อัตลักษณ์เกย์ และอัตลักษณ์แบบผู้ชาย อาจมีความหลักกันหลายประการ ผู้วิจัยหวังว่าการตั้งคำถาม เรื่องความสัมพันธ์และความขัดแย้งระหว่างสองสิ่งนี้จะช่วยให้เราเข้าใจกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ ซึ่งมีไม่เพียง การลอกเลียนแบบ หากแต่เป็นการคลี่คลายเปลี่ยนผ่านจากสิ่งหนึ่งไปสู่อีกสิ่งหนึ่ง และกระบวนการเปลี่ยนผ่านนี้ ก็ผ่านประสบการณ์ทางความคิดและพฤติกรรมในสังคมของชายรักชาย ซึ่งจะกล่าวในลำดับต่อไป

## การศึกษา “ความเป็นชาย” ในวัฒนธรรมเกย์

ไมเคิล บรอนสกี (1998)<sup>1</sup> อธิบายว่าการทำให้เรื่อร่าของเพศชายคู่อายุทางเพศในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา เป็นผลมาจากอิทธิพลของวัฒนธรรมเกย์ ในอดีตภาพลักษณ์ที่เจียบขริมแต่เข้มแข็งของคาราเช่น คล้าก เกเบิล ,แกรี คูเปอร์ และฮัมฟรีย์ โบการ์ต เปลี่ยนไปสู่ภาพลักษณ์ที่อ่อนไหวและเปราะบางของริชาร์ด เกียร์ , ริเวอร์ ฟินิกซ์ ไปจนถึงเจ็ค จิลเลนฮาล ภาพลักษณ์เหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่าความเป็นชายในสังคมอเมริกันเปลี่ยนจากความห้าวหาญ เก็บงำความรู้สึก ไปสู่ความอ่อนคลายและเปิดเผย เปลี่ยนจากการควบคุมทางเพศไปสู่การ

1

Michael Bronski, “The Eroticized Male Body” in **The Pleasure Principle : Sex, Backlash , and the Struggle for Gay Freedom.** St.Martin’s Press, New York. 1998. Pp.81-108.

ปลดปล่อยอารมณ์ หลายๆปัจจัยมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ แต่ปัจจัยที่สำคัญที่สุดคือ การแสดงความเข้ายวนทางเพศของเกย์ บรอนสกีเชื่อว่าในช่วงเวลาปัจจุบัน ร่างกายของเพศชายที่เข้ายวนกลายเป็นเรือนร่างที่ถูกกระทำ ร่างที่แสดงอารมณ์ทางเพศ และเป็นเครื่องหมายของความอ่อนแอ ตรงข้ามกับวัฒนธรรมกรีกโบราณที่มีการเปิดเผยเรื่องเพศมากกว่าปัจจุบัน ในยุคนั้น ร่างของเพศชายจะหมายถึงอำนาจและความงาม เช่นรูปปั้นของเทพเจ้าอพอลโล ,ซีลิวส , ไดโอนิซุส และเทพเจ้าอื่นๆ ร่างของเทพจะมีความหมายเกี่ยวกับความสมบูรณ์ ความสง่างาม และความมีเสน่ห์ทางเพศ ในยุคอุตสาหกรรม การสร้างเสน่ห์ทางเพศให้กับร่างของเพศชายไม่อาจแยกออกจากอำนาจที่พัวพันกับความเข้ายวนทางเพศได้ เพราะสิ่งที่ทำให้เพศชายดูเซ็กซี่ก็คือความสามารถและอิสระในการที่จะแสดงออกถึงความเป็นตัวเอง

ในสังคมตะวันตกที่มีการแบ่งแยกความเป็นชาย ออกจากความเป็นหญิงอย่างชัดเจน ทำให้การแสดงออกของความรักเพศเดียวกันถูกเพ่งเล็งมากขึ้น ในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 สังคมยุโรปและอเมริกา ระบุว่าผู้ที่ เป็นโฮโมเซ็กช่วลคือผู้ที่แสดงออกแบบผู้หญิง<sup>2</sup> ก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง ผู้ชายมักจะปกปิดร่างกายของตัวเองเมื่ออยู่ชายหาด แต่เมื่อวัฒนธรรมการอาบน้ำของทหารเกิดขึ้นทำให้แฟชั่นของผู้ชายเปลี่ยนไป ผู้ชายจะสวมชุดอาบน้ำและกลายเป็นแฟชั่นที่นิยมสำหรับการไปชายหาด ชายรักชายที่อยู่ในกองทัพมีโอกาสพบกับคนที่มึรสนิยมเหมือนกัน การซึบซับความเป็นชายและการแสดงความรักระหว่างผู้ชายก่อตัวขึ้นในช่วงเวลานี้ บรอนสกีกล่าวว่าอัตลักษณ์ใหม่ของเกย์เกิดขึ้นอย่างชัดเจนหลังสงครามโลกครั้งที่สอง โดยประกอบด้วย 2 ลักษณะ ซึ่งถือเป็นการปฏิวัติบทบาททางเพศแบบเก่า นั่นคือ การไม่ยึดติดกับความเป็นชายที่เข้มแข็ง และการเสริมให้ความเป็นชายมีพลังมากกว่าปกติ

การไม่ยึดติดความเป็นชายแบบเข้มแข็ง หมายถึง การแสดงอารมณ์ความรู้สึกมากขึ้น สนใจแฟชั่นและการแต่งกายมากขึ้น มีการเปิดเผยเรือนร่างมากขึ้น ใส่เครื่องประดับมากขึ้น มีความคิดเรื่องเสื้อผ้าทำให้ผู้ชายดู “เซ็กซี่” ส่วนการเสริมความเป็นชายให้มีพลังเพิ่มขึ้น หมายถึงการบริหารเรือนร่างให้มีมัดกล้ามเนื้อ ไม่อ้วน ไม่มีพุงหรือใส่เสื้อผ้าที่เน้นความเป็นชาย เช่น กางเกงยีนส์ รองเท้าบู๊ท หมวกควาวยอ ชุดหนัง เครื่องแบบทหาร การแสดงออกด้วยเรือนร่างและการแต่งกายในลักษณะนี้ ชาวอเมริกันในทศวรรษที่ 1950 มองว่าเป็นการทำลายจารีตประเพณี แหกกฎระเบียบต่อต้านสังคม ซึ่งเป็นคุณลักษณะของโฮโมเซ็กช่วล ภาพลักษณ์ความเป็นชายที่อยู่ในโฮโมเซ็กช่วลในช่วงนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ของคนที่มีปัญหา เป็น “คนนอกคอก” ดาราภาพยนตร์ที่เป็นตัวแทนภาพลักษณ์ดังกล่าว คือ เจมส์ ดีน

บรอนสกีกล่าวว่า ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1950 ร่างกายของผู้ชายจะกลายเป็นพื้นที่การต่อสู้ทางวัฒนธรรม นิตยสารเกี่ยวกับการบริหารร่างกายหลายฉบับ เช่น Strength, Iron, Muscle Power และ Iron Man กลายเป็นนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกย์ เนื่องจากเป็นเรื่องของผู้ชายที่เข้ายวนทางเพศโดยตรง ในขณะที่นิตยสารเหล่านี้มิได้มีจุดประสงค์เพื่อให้เกย์อ่าน แต่ความเป็นรักต่างเพศที่แสดงออกผ่านเรือนร่างของผู้ชายอย่างโจ่งแจ้งนั้นเป็นการเชื้อเชิญให้ผู้ชายมองดูและชื่นชมร่างกายของผู้ชายด้วยกันเอง นิตยสารเหล่านี้กลายเป็นเครื่องหมายที่บ่งชี้ว่าความใคร่แบบโฮโมเซ็กช่วลกำลังถูกเปิดเผยต่อสาธารณะ ความนิยมในการบริหารร่างกายเห็นได้จากนิตยสารเกย์หลายฉบับ เช่น Vim, Physique Pictorial, Adonis, Grecian Quarterly, TM นิตยสารเหล่านี้

2  
Vernon A. Rosario II. “Pointy Penises, Fashion Crimes, and Hysterical Mollies.” In Jeffrey Merrick and Bryant T. Ragan, jr. **Homosexuality in Modern France**. Oxford University Press, Oxford. 1996. p.154.

ทำให้ความเป็นเกย์กับความเป็นชายเข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น อารมณ์ทางเพศของเกย์กับเรือนร่างของผู้ชายที่เข้า  
ยวนมีความสัมพันธ์กันมากขึ้น ร่างกายที่บึกบึนแบบผู้ชายผสมกับความอ่อนไหวของเกย์มากขึ้น ทำให้เกิดการ  
ผสมรวมจนเกิดอัตลักษณ์แบบเกย์ เห็นได้จากภาพวาดของทอม ออฟฟินแลนด์ ที่เป็นผู้ชายมีกล้ามเนื้อ ไร้หนวด  
เครา แต่มีเอวคอดเล็กเหมือนผู้หญิง

เรือนร่างของเกย์ถูกหล่อหลอมมาจากการผสมผสานระหว่างร่างที่บึกบึนกับร่างที่อ่อนแอ เป็นการนำ  
ลักษณะของผู้ชายมารวมกับเกย์ ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของเกย์เปลี่ยนแปลงไป ในอดีตเกย์ในตะวันตกเคยถูก  
อธิบายว่าเป็นบุคคลที่ขาดตกบกพร่องทางเพศ อารมณ์ และร่างกาย แต่เมื่อเกย์มีภาพลักษณ์ที่ผสมผสานทำให้เกย์  
มีตัวตนใหม่และเกิดความภาคภูมิใจมากขึ้น ในช่วงทศวรรษที่ 1980 ภาพโฆษณาของคัลวิน ไคลน์ ที่  
นำเสนอผู้ชายในชุดชั้นใน ทำให้ความเป็นเกย์เด่นชัดขึ้น บรอนสกีกล่าวว่าวัฒนธรรมเกย์แสดงความเป็นเพศที่มี  
รูปแบบของตัวเอง สังคมเคยบอกว่าเกย์ไม่มีความเป็นชาย แต่เกย์สมัยใหม่ได้สร้างความเป็นชายขึ้นมา บรอนสกี  
ตั้งข้อสังเกตว่าตัวแบบของความเป็นเกย์อาจมาพร้อมกับขบวนการเรียกร้องสิทธิเสรีภาพ เกย์แต่ละคนอาจเลือก  
แสดงออกในแบบอ่อนหวาน หรือแบบชายบึกบึน ตัวแบบเหล่านี้ยังไม่มีข้อยุติ

ตัวแบบเกย์ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1970 ได้แก่การแต่งกายด้วยยีนส์รัดรูป สวมรองเท้าบู๊ต เสื้อสีกหลากหลาย  
ตัดผมสั้น และไร้หนวด คือภาพลักษณ์สำหรับการแสดงออกของเกย์ต่อสาธารณะ หรือรู้จักในนาม Gay Clone  
ซึ่งเป็นตัวแบบที่ได้รับการยอมรับทางสังคม เพราะทำให้เกย์มีความใกล้เคียงกับผู้ชาย ตัวแบบเกย์ในทศวรรษที่  
1980 คือความเชิดชู้ของเรือนร่าง เกย์ต้องทำให้ร่างกายมีกล้ามเนื้อ ต้องเปิดเผยเรือนร่าง เกย์ไอคอลลินยุคนี้ คือมาร์  
กี้ มาร์ค ร่างกายแบบชายชาติได้กลายเป็นวัตถุทางเพศและเป็นสินค้าที่แพร่หลายและพบเห็นได้ในแหล่งบันเทิง  
ของชาวเกย์ อาจกล่าวได้ว่า ภาพลักษณ์แบบชายถูกทำให้เข้มข้นมากเมื่ออยู่ในบริบททางการค้า

การศึกษาของทิม เอ็ดเวิร์ด (2005)<sup>3</sup> กล่าวว่าการอธิบายโฮโมเซ็กชวลมักจะอธิบายจากปัญหาเพศ  
สภาพ หรือ Gender โฮโมเซ็กชวล หรือเกย์มักถูกกล่าวหาว่าเป็นผู้ชายที่ผิดปกติ ขาดความเป็นชาย มีความเป็น  
หญิง ล้ำสอน และมักมากในกาม การศึกษาประวัติศาสตร์ของโฮโมเซ็กชวลมักจะถูกพูดถึงเรื่อง “ความเป็นชาย”  
ในทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าจะ “การขาด” หรือ “มีมากเกินไป” ทั้งนี้อยู่บนวัฒนธรรมของความบันเทิง แฟชั่น  
และรูปร่างหน้าตา เอ็ดเวิร์ดเชื่อว่าคำอธิบายอัตลักษณ์เกย์ด้วยแนวคิดแบบนี้เป็นเพียงการตอกย้ำเรื่อง “การ  
เปิดเผยตัว” และเชิดชู้ pluralism ที่ต้องการให้สังคมยอมรับเกย์

เอ็ดเวิร์ดเชื่อว่าอัตลักษณ์แบบชายใน Gay Clone เป็นสิ่งเดียวกับขบวนการเรียกร้องสิทธิเสรีภาพของเกย์  
ความเป็นชายในวัฒนธรรมเกย์เป็นการยอมรับอำนาจเพศชายเป็นใหญ่ ทำให้เกย์ตกอยู่ใต้สังคมที่มีสองมาตรฐาน  
ที่กำหนดโดยรักต่างเพศ มาตรฐานหนึ่งมองว่าเกย์เป็นคนล้ำสอนทางเพศ อีกมาตรฐานหนึ่งมองว่าเพศที่ล้ำสอน  
คือเพศชาย เมื่อเกย์นำภาพลักษณ์แบบชายมาใช้ก็เท่ากับว่าถูกตอกย้ำว่าเป็นคนที่ล้ำสอนมากกว่า

การศึกษาของแคร์ริแกน (1985) อธิบายว่าความเป็นชายในวัฒนธรรมเกย์อเมริกัน ยกย่องเฉพาะคน  
ผิวขาวที่มีฐานะดี การศึกษาดี ในขณะที่ความเป็นชายของคนผิวดำจะถูกดูหมิ่นเหยียดหยาม<sup>4</sup> การให้คุณค่าความ  
เป็นชายแบบผิวขาวเป็นการเมืองเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศ การศึกษาของเซดจ์วิก (1985) อธิบายว่าอัตลักษณ์

3  
Tim Edwards. “Queering the Pitch? Gay Masculinities” in Michael S. Kimmel, Jeff Hearn  
and R. W. Connell (eds.) **Handbook of Studies on Men & Masculinities**. SAGE Publication, London.  
2005.

4  
Tim Edwards. 2005 Ibid. p.59.

ของโฮโมเซ็กซ์ชวลเป็นอัตลักษณ์ที่ต้องพึง “ความเป็นชาย” เริ่มมาตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 19 การศึกษาของเบ็ค (1997) อธิบายว่าความเป็นชายในสังคมเกย์เป็นวาทกรรมที่ต้องการทำให้ความเป็นโฮโมเซ็กซ์ชวลหายไป และ ขณะเดียวกันก็มีการแสดงออกถึงความเป็นโฮโมเซ็กซ์ชวลแบบถาวร กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชาย ถูกสร้างและถูกทำลายโดยความหมายของโฮโมเซ็กซ์ชวล โฮโมเซ็กซ์ชวลเปรียบเสมือนเครื่องมือในการทำให้ “ความเป็นชาย” ดำรงอยู่ การแสดงออกแบบชายรักชาย จึงเป็นการแสดงถึง “ความเป็นชาย” ภาพที่ปรากฏก็คือ เกย์ต้องแสดงแบบผู้ชาย เบ็คเชื่อว่าอัตลักษณ์ของเกย์ต้องเน้นความเป็นชายมากกว่าผู้ชาย

จะเห็นได้ว่าสังคมเกย์เต็มไปด้วยภาพลักษณ์ของความเป็นชาย ไม่ว่าจะเป็นบาร์ ในท์คลับ โรงอาบน้ำ ในนิตยสาร หรือแม้แต่ในเว็บไซต์ เกย์สามารถเห็นรูปร่างหน้าตาของความเป็นชาย วัฒนธรรมเกย์จึงเป็นเรื่อง ของการ “มอง” และ “แสดง”<sup>5</sup> เป็นการทำให้ความเป็นชายของเกย์เป็นเรื่องทางวัตถุ เซ็กซ์ของเกย์กลายเป็นเรื่อง ทางวัตถุที่พบเห็นในโฆษณาหนังโป๊ แฟชั่น และสื่อบันเทิงต่างๆ โดยเฉพาะในยุคอินเทอร์เน็ต ทำให้เซ็กซ์ของเกย์ กลายเป็นแบบเดียวกันทั่วโลก คือเน้นเรือนร่างแบบชายและทำให้ความเป็นชายเป็นวัตถุทางเพศ ความสัมพันธ์ ระหว่างการมรดกกับกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางเพศของเกย์คือการเมืองของอัตลักษณ์ ซึ่งมักจะถูกอธิบาย ว่าสองสิ่งนี้ต่างกัน เมื่อทั้งการมรดกและอัตลักษณ์เป็นเรื่องของอำนาจ การพูดถึงความเป็นชายมากหรือน้อย ของเกย์ ก็มีใช้ประเด็นสำคัญ แต่การพูดถึงความเป็นชายของเกย์เป็นการให้อำนาจของ “เพศทางสังคม”<sup>6</sup>

เอ็ดเวิร์ด (2005) อธิบายว่าการเมืองเรื่องอัตลักษณ์ ทำให้เกิดการแบ่งแยกคุณค่า จะมีคุณค่าแบบหนึ่ง ดี อีกแบบหนึ่งไม่ดี อัตลักษณ์เกย์ที่เน้นความเป็นชายถูกมองว่าดี แต่การแสดงความเป็นหญิงของเกย์ถือว่าไม่ดี ทั้งๆที่ความเข้มข้นของความเป็นชายและหญิงในอัตลักษณ์เกย์มีความซับซ้อนมาก การพูดถึงความเป็นชายของ เกย์จึงสะท้อนความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เพราะเกย์ผิวขาวเท่านั้นที่มีพื้นที่แสดงออกมากกว่าเกย์ผิวดำ เอ็ดเวิร์ด เชื่อว่ามิติทางสังคมและอารมณ์ไม่อาจแยกออกจากกันได้ แม้ว่าการทำความเข้าใจอัตลักษณ์ของเกย์จำเป็นต้อง เข้าใจ “ความเป็นชาย” ด้วย แต่ความเป็นชายไม่ได้มีเพียงแบบเดียว สิ่งสำคัญคือเราจะเข้าใจความหลากหลาย ของ “ความเป็นชาย” ที่มีอยู่ในเกย์ได้อย่างไร เพราะสังคมเกย์ไม่ได้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน แต่มีความหลากหลาย ทั้งเชื้อชาติ ชนชั้น อายุ การศึกษา และถิ่นที่อยู่

## ความเป็นชายในเว็บไซต์เกย์

เว็บไซต์ไทยจีเอ็มซี มีพื้นที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นชายอยู่ในหลายๆส่วน ได้แก่ ห้องโพสรูป ห้องแกลเลอรี พื้นที่โฆษณา และบอร์ดเอ็มเอสเอ็น บทความเรื่องนี้จะเน้นศึกษาความเป็นชายในพื้นที่สี่ส่วนนี้

### ส่วนที่ 1 ห้องโพสรูป

ห้องโพสรูปหรือ Picture Post เป็นพื้นที่ที่เกย์จะเข้าไปโพสรูปของตัวเองเพื่อหาเพื่อน หรือหาคนรัก คน คนช่วยเหลือ อุปการะเลี้ยงดู เกย์ที่เข้ามาโพสจะต้องสมัครเป็นสมาชิกของเว็บไซต์ ผู้โพสสามารถโพสรูปได้ มากกว่า 1 ภาพ และต้องบอกข้อมูลตามที่เจ้าของเว็บไซต์กำหนด ได้แก่ อายุ น้ำหนัก ส่วนสูง จังหวัด และ

5 Tim Edwards. 2005 Ibid. p.63.

6 Tim Edwards. 2005 Ibid. p.64.

ลักษณะทางเพศ เช่น รุก รับ ไปเซ็กชวล ฯลฯ นอกเหนือจากนั้นผู้โพสต์สามารถบอกเบอร์โทรศัพท์ หรืออีเมลของตนเอง พร้อมทั้งเขียนข้อความที่ต้องการลงไป ตัวอย่างเช่น

“ผมไอซ์ครับหาแฟนน่ารักจริงใจคบกันนานๆดูแลไอซ์ได้ใครจริงใจยินดีคบกันเป็นแฟนฝากเบอร์โทรไว้ นะครับเดียวไอซ์โทรกลับ”

“ชมแล้วโหวดให้ผมด้วยครับ ขอขอบคุณ”

“ชื่อแมนคับ 19 ปี อยากรู้คนคุยด้วย อยู่หาดใหญ่ ขอที่เป็นรูกะคับ ขออายุไม่เกิน30 ปีนะ โทรมาได้เลย”

“แพ่งค์ครับ หาแฟนวัยทำงานจริงใจดูแลเลี้ยงดูแพ่งค์ได้คุยกันนะครับเดี๋ยวนะครับ”

“หวัดดีครับ ไอซ์ ครับ รุกอกหัก หาแฟนรับน่ารักนิสัยดีไว้คบสักคนครับ”

“เอสคับ เบื่อ เหงา เศร้า เซ็ง อยากรู้คนคุยด้วย ใจใครว่างอยากรู้จักโทรมาคุยกันนะคับแบบแมนๆคับ”

“ก็แค่ คนธรรมดาอะคับ...ผมรับคับ...19 เรียนปี 2 minato\_hi@hotmail.com.... ใจก็แอดคุยกันได้คับ ขอที่เป็นรูกน่ารัก...คุยกันคับฟฟฟฟ”

“อยากรู้คนสอนรัก เบื่อจ้งกับชีวิตที่ไม่เคยมีรัก”

“ผมก็แค่ผู้ชายหน้าตาบ้านๆ อยากรู้เพื่อนคุยเขอะๆ ยังไงก็แวะมาทักทายบ้างนะคับ”

“หากิ่งผู้ใหญ่ชาติดี ที่สามารถทำหน้าที่แฟนได้อย่างสมบูรณ์ครับ”

“โคราครับในเมืองแมนๆคับ25/64/180หุ่นดีขาวสูงคมเข้มเหงาๆหาเพื่อนแมนๆคับ โสดอยู่หาแฟนจิงจัยโทรมานะคับ”

“ผมอยู่แถว รังสิตครับ อยากรู้เพื่อนครับผมนิสัยดีครับ ผมไม่มีวันนะครับ พวกที่มัวไปวันๆขอร้องอย่าเข้ามานะครับ ผมแมนครับ เซอๆดีๆเทรนญี่ปุ่นครับนิสัยดี โทรมาเล่นด้วยกันได้นะครับเพื่อน มาเป็นเพื่อนกันนะครับ ลองโทรมาคุยนะ”

“hi looking for someone takecare me ดีคับ หาพี่ชายใจดีดูแล หาพี่ชายพาไปดูหนัง ให้ค่าขนม สนใจแอดมา”

“หาแฟน เพื่อน แมนๆเหมือนกันคับ คุยกันนะคับ”

“คืนนี้ว่างคับ หากคนมาเสียวกันคับ ค่วน ในเมืองยิ่งดีคับ ถ้าผมพูดกวนตีนก็ขอโทษนะคับ ผมมันเป็นผู้ชายแมนๆคับ ยังไงอย่าตกใจนะคับ”

“อยู่คนเดียวลำพัง ฉันทยังห่วย อยู่ที่ไหนฉันทคิดถึงแต่เธอ ไม่เคยมีวันใดที่ใจพรั่นพร้อ ตั้งแต่ในวันที่เธอไปจากฉันท รับสมัครพี่ชายที่ปรึกษาค่วน ขอพี่ที่วัยทำงานแล้วหรืออายุ 30 ขึ้นครับ”

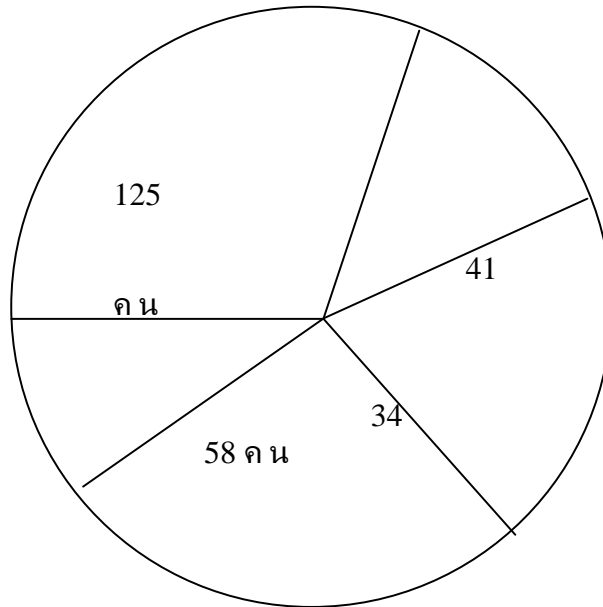
“แมน ๆ ครับ แถวรามคำแหง ลาดพร้าว หาเพื่อน หาแฟน คุยกัน msn”

ในห้องโพสต์รูปของแต่ละคนจะมีการนับจำนวนคนที่เข้าไปดู และจำนวนคะแนนที่คนเข้าไปโหวดคะแนนจะเริ่มจาก 1-5 เกย์คนใดได้คะแนนโหวดสูงสุดประจำสัปดาห์ หรือประจำเดือนก็จะนำไปโชว์ให้คนอื่นอู้ นอกจากนั้นคนที่เข้าไปในห้องสามารถโพสต์ข้อความไปถึงเจ้าของห้องนั้นได้ สิ่งที่จะทำให้ได้รับคะแนนโหวดสูงๆ คือหน้าตาของเจ้าของ ถ้าเป็นคนหน้าตาดี หล่อหรือน่ารักก็จะได้รับคะแนนโหวดมาก ดังนั้นเจ้าของห้องต้องเลือกรูปภาพของตัวเองที่ดูดีมาโพสต์ในเว็บไซต์ ถ้าเป็นรูปนู้ดก็จะยิ่งมีคนเข้ามาดูมากขึ้น เช่น ใ้กางเกงใน หรือเปลือยหมด นอกจากนั้นเว็บมาสเตอร์ยังโหวดให้กับคนที่ชื่นชอบด้วย ผู้ที่ได้โหวดจากเว็บ

มาสเตอร์ จะถูกโชว์ไว้เป็นพิเศษ การโหวตรูปเป็นกิจกรรมที่นิยมในหมู่เกย์วัยรุ่น เพราะแต่ละคนต้องการเรียกคะแนนนิยม คล้ายๆกับการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม การโหวตรูปในเว็บไซต์ ผู้โหวตอาจนำภาพของคนอื่นมาโหวต ซึ่งอาจเป็นภาพของดารา นายแบบ นักร้อง หรือผู้ชายที่มีรูปร่างดี หน้าตาดี เจ้าของห้องกับรูปภาพอาจไม่ใช่คนๆ เดียวกัน

การสำรวจเชิงสถิติจำนวนผู้ที่เข้าไปโหวตรูปจำนวน 343 คน พบว่ากลุ่มคนที่เข้ามาโหวตรูปส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-25 ปี จำนวน 134 คน รองลงไปอยู่ในช่วงอายุ 15-20 ปี จำนวน 119 คน ช่วงอายุระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 66 คน และผู้ที่มีอายุมากกว่า 30 ปี จำนวน 24 คน ผู้ที่มีอายุน้อยที่สุดมีอายุ 15 ปี อายุมากที่สุด 45 ปี หากพิจารณาตามแหล่งที่อยู่พบว่าคนกรุงเทพฯจะเข้าไปโหวตรูปมากที่สุด จำนวน 170 คน รองลงไปเป็นกลุ่มคนภาคกลาง 73 คน ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 50 คน ภาคเหนือ 27 คน และภาคใต้ 23 คน การที่เกย์กรุงเทพฯเข้ามาในเว็บไซต์มากที่สุดแสดงให้เห็นว่าชีวิตในเมืองสัมพันธ์กับการใช้คอมพิวเตอร์ และการใช้ชีวิตของเกย์ ชีวิตเมืองกับเกย์จึงเกี่ยวข้องกัน ในฐานะที่เมืองเป็นพื้นที่ทางสังคม เมืองมีสถานบริการและมีแหล่งพบปะกันของชาวเกย์ เช่น บาร์ ชานา ดิสโก้เธค ร้านอาหาร สวนสาธารณะ ฯลฯ เกย์สามารถพบเพื่อนหรือคนรักได้ง่ายเมื่อมาอยู่ในสังคมเมือง ประวัติศาสตร์ของชุมชนเกย์ในตะวันตก และในเมืองใหญ่ๆของโลกก็มีแหล่งกำเนิดมาจากชุมชนเมืองเช่นกัน นอกจากนี้ อินเทอร์เน็ตก็เป็นเทคโนโลยีสื่อสารที่หาได้ง่ายในเมือง เกย์สามารถใช้อินเทอร์เน็ตในบ้านหรือในร้านเพื่อติดต่อสื่อสารกับเกย์คนอื่นๆได้ตลอด 24 ชั่วโมง อย่างไรก็ตามเกย์ที่อยู่ในกรุงเทพฯอาจย้ายถิ่นมาจากต่างจังหวัดเพื่อเรียนหนังสือหรือทำงาน ซึ่งทำงานจำนวนเกย์ในกรุงเทพฯมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ

ข้อสังเกตเกี่ยวกับการบอกลักษณะทางเพศ หรือบทบาททางเพศของผู้ที่เข้ามาโหวตรูป พบว่าส่วนใหญ่ไม่นิยมเปิดเผยว่าตนเองมีบทบาทอย่างไร มีผู้ไม่บอกจำนวน 125 คน ส่วนผู้ที่บอกส่วนใหญ่ระบุว่ามีบทบาทเป็นรับ จำนวน 85 คน แสดงบทบาทเป็นฝ่ายรุก 58 คน แสดงบทบาทได้ทั้งรุกและรับ จำนวน 34 คน และไบเซ็กชวล 41 คน ในจำนวนนี้มีผู้ที่บอกว่าเป็นกะเทย 3 คน กะเทยกลุ่มนี้เขียนอธิบายตัวเองว่าเป็นกะเทยผมหาว ไม่ได้แปลงเพศ ต้องการหาไบรูกมานอนกอด เมื่อพิจารณาจากรูปถ่ายจะเห็นว่าเขาไว้ผมหาว แต่งตัวเป็นหญิง แต่งหน้าเป็นหญิง ทาลิปสติก ทาแก้ม เขียนคิ้ว และใส่ต่างหู กะเทยเหล่านี้ไม่ได้รับการโหวต และไม่มีคะแนน



แผนภูมิแสดงลักษณะทางเพศและบทบาททางเพศของผู้ที่อยู่ในเว็บไซต์ไทยจีเอ็มซี

สถิติดังกล่าวเป็นเพียงสิ่งที่ปรากฏในเว็บไซต์ ซึ่งการระบุอายุ ถิ่นที่อยู่อาศัย และลักษณะทางเพศอาจเปลี่ยนแปลงได้ ถ้าหากผู้ที่ไม่ได้บอกตามความจริง อย่างไรก็ตามข้อสังเกตในที่นี้คือ กลุ่มคนที่นิยมเข้าไปโพสรูปส่วนใหญ่มักจะกำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา หรือเพิ่มเริ่มต้นทำงานใหม่ๆ บางคนกำลังหางานทำ เป็นช่วงวัยที่กำลังแสวงหาและเรียนรู้อัตลักษณ์ทางเพศของตนเอง กลุ่มคนเหล่านี้ไม่ได้บอกว่าตนเองเป็นกะเทย แต่มักจะอธิบายว่าเป็นแมน ผู้ที่ได้รับคะแนนโหวตมากมักจะผู้แสดงบทบาทเป็นรุก หรือไบเซ็กชวลและมีรูปร่างหน้าตาดี การนิยมผู้ที่เป็รูกหรือไบเซ็กชวลแสดงให้เห็นว่า ชุมชนเกย์ให้ความสำคัญหรือคุณค่าของความเป็นชายที่มีอยู่ในบุคคลที่แสดงบทบาททรูหรือเป็นไบเซ็กชวล

## ส่วนที่ 2 ห้องแกลเลอรี

ห้องแกลเลอรี หรือ Gallery Room เป็นห้องรูปภาพของนายแบบ หรือนักแสดงหน้าตาและรูปร่างดี มีทั้งคนไทย เอเชีย ตะวันตก และลูกครึ่ง ภาพผู้ชายเหล่านี้ส่วนใหญ่หุ่นดี หุ่นน้อย ส่วนใหญ่จะโชว์เรือนร่างที่เหมือนนักกีฬา หุ่นดี เซ็กซี่ มีกล้ามเนื้อสวยงาม เป็นภาพที่มาจากนิตยสารไทย หรือมาจากเว็บไซต์ต่างประเทศ เว็บมาสเตอร์จะเป็นผู้ที่นำภาพชายหนุ่มมาโพสต์ไว้ และยินดีที่จะรับคำแนะนำจากผู้ชม หรือผู้ชมท่านใดมีภาพชายหนุ่มสามารถส่งมาให้เว็บมาสเตอร์ได้ ภาพชายหนุ่มในเว็บไซต์จะมีคำอธิบายของเว็บมาสเตอร์ ซึ่งบรรยายถึงความเป็นชาย ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“หนุ่มคนสุดท้ายกับกางเกงในตัวน้อย แต่ก็ไม่น้อยเท่าไรนะ อีอิ ใหญ่กว้างแบบนี้หุ่นดีอีกหนึ่งคนครับ”

“ภาพที่สอง ทิ้งเสื้อแดงไปซะ โชว์หน้าท้องที่แบนเรียบ ใครอยากหน้าท้องแบบนี้คงต้องมันออกกำลังกายเท่านั้นครับ อย่างน้องคนนี้ ดูไว้ดูไว้”



“ภาพนี้ดูแล้วน่ารักครับ คุณคะ เข้มๆ แบบนี้คงทำให้ใครๆ ใจละลายกันหลายคน หุ่นดีแบบไทยๆ คุณจริงๆ ครับ”

“อัลบั้มนี้เป็นภาพชุดของ บอย โชคชัย ถอดเสื้ออวดกล้ามเนื้อ ผมขอเรียกว่ากล้ามเนื้อใสๆ ก็แล้วกันครับ อายุยังน้อยแต่หุ่นเหลือกิน เอ๊ย! เหลือเกินจริงๆ อาามาฝากกันเช่นเคยนะครับ ลองดูเอาเองว่าน้องเขาน่ารักจริงๆ”

### ส่วนที่ 3 พื้นที่โฆษณา

พื้นที่โฆษณาจะเป็นการขายสินค้าและบริการต่างๆ ได้แก่ ยาบำรุงผม ขน คิ้ว เครา จอนให้หน้าผก สมุนไพรเพิ่มขนาดอวัยวะเพศชาย และสมรรถภาพทางเพศ ลูกยางอนามัย ครีมหล่อลื่น สเปรย์ชะลอการหลั่ง เครื่องมือบริหารกล้ามเนื้อห้องคลอดแข็งตัว และอาหารเสริมเพิ่มกล้ามเนื้อ นอกจากนี้ยังมีโฆษณาเว็บไซต์เกี่ยวกับภพนายแบบ

ข้อสังเกตเกี่ยวกับสินค้าประเภทยาบำรุง ยาเพิ่มขนาด หรือยาสร้างกล้ามเนื้อ คือ ยาประเภทนี้มีไว้สำหรับผู้ชายทั่วไปด้วย เจ้าของสินค้าเห็นว่าเคยเป็นกลุ่มผู้ชายที่เป็นลูกค้าสำคัญ ซึ่งอาจต้องการสินค้าเหล่านี้เพื่อทำให้ตัวเองดูสมเป็นชาย แต่เคยต้องการยาบำรุงสุขภาพเหล่านี้จริงหรือไม่ โดยเฉพาะเคยที่ยังเป็นวัยรุ่นอาจไม่ต้องการยาเหล่านี้ เพราะยาบำรุงต่างๆ อาจจำเป็นสำหรับผู้ชายที่มีอายุซึ่งร่างกายกำลังเสื่อมไปตามธรรมชาติ เช่น ผมร่วง อวัยวะเพศไม่แข็งตัว อ้วน มีพุง กล้ามเนื้อไม่แข็งแรง เป็นต้น ยาบำรุงร่างกายจึงอาจไม่จำเป็นสำหรับกลุ่มเคยที่มีร่างกายแข็งแรง

### ส่วนที่ 4 บอร์ดเอ็มเอสเอ็น

บอร์ดเอ็มเอสเอ็น หรือการสนทนาผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นพื้นที่สำหรับผู้ที่ต้องการหาเพื่อนคุย ใครที่ต้องการโพสต์ข้อความหาเพื่อน จำต้องเข้าไปกรอกข้อมูลในเว็บไซต์ โดยบอกชื่อ อายุ อีเมล จากนั้นเว็บมาสเตอร์ก็จะนำข้อมูลทั้งหมดลงในเว็บไซต์ โดยเรียงลำดับตามเวลาที่โพสต์ ข้อความที่โพสต์ในเว็บไซต์ มีทั้งการหาเพื่อนเที่ยว หาเพื่อนคุย หาแฟน หาพี่ชาย หาเซ็กซ์ หรือขายบริการทางเพศ และคำที่มักจะพบบ่อยๆ คือคำว่า แมนๆ เกย์ส่วนใหญ่ไม่ชอบคนอ้วน ไม่ชอบคนแก่ ไม่ชอบคนออกสาว ผู้ที่บอกว่าตนเองเป็นแมนบางครั้งมีรสอิมทางเพศเป็นรับ แต่ต้องเน้นคำว่า “แมน” และ “ไม่แสดงออก” เพื่อที่จะยืนยันว่าตนเองไม่สาว ความเป็นสาวจึงดูน้อยกว่าความเป็นแมน

ตัวอย่างข้อความในบอร์ดเอ็มเอสเอ็น ได้แก่

“แมนๆ วันทำงาน อยู่ระยอง หาเวียทำงานแมนๆ จริงใจ ไม่มีมั่ว คุยกันครับ”

“อยากได้คนแก่แมนแมน เข้มเข้มครับ”

“หาไบแมนๆ ไม่สาว เชียงใหม่ เหงาๆ คบที่จ๊ัย ขออายุไม่เกิน 20 นะคับ ขอแมนเท่านั้น”

“มีใครว่าง อยาก ขอมีกล้องแมนๆ คุยกันคับ ก่อนนอน”

“รับเวีย อยู่บางกะปิ หากคนคุยแมนๆ”

“หาแฟนโบทแมนๆ จริงใจ จริงจัง อายุใกล้เคียง ไม่คุยกับคนกำลังเจียน”

“ผมโบทแมน แถวบางนา อยากเจอคิงไบที่ใหญ่จริง ใกล้เคียงคุยกันได้”

“เด็กปี้มน้ำมัน หรือรปภ.ที่เป็นไบรุกแมนๆ เก๋อ้นๆ เสียวกันครับ ผมไปรับแมน บางนา”

จากข้อมูลในเว็บไซต์ไทยจีเอ็มซีทำให้เข้าใจว่ากลุ่มเกย์ที่เข้าไปใช้เว็บไซต์เป็นกลุ่มเยาวชนที่ต้องการหาคนรัก หรือเซ็กซ์ โดยเน้นที่หน้าตารูปร่างดี มีความเป็นแมน ความเป็นชายในเว็บไซต์จึงจำกัควงที่แคบมาก เฉพาะกลุ่มเกย์ที่อ่อนเยาว์อายุ 15-25 ปี อาจกล่าวได้ว่าสังคมเกย์ไทยปัจจุบัน เป็นสังคมของเกย์วัยรุ่นที่เติบโตมาพร้อมกับอินเทอร์เน็ต วัฒนธรรมป๊อป สถานะเรจิมย์ และความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มเกย์วัยรุ่นมีเวลาว่างในการใช้อินเทอร์เน็ต ส่วนกลุ่มเกย์ที่มีอายุมากกว่า 30 ปีขึ้นไปเป็นวัยทำงานและมีภาระอื่นๆ ไม่ค่อยมีเวลาว่างในการใช้อินเทอร์เน็ต โลกของเกย์ในเว็บไซต์จึงเป็นโลกของความอ่อนเยาว์ ความสดใส การมีอุดมคติเกี่ยวกับความรัก ความฝันในการมีคู่ครอง และเซ็กซ์

## ค่าของความเป็นชายและความเป็นหนุ่ม

ภายในเว็บไซต์ไทยจีเอ็มซี เป็นตัวอย่างของการแสดงออกและความชื่นชอบความเป็นชาย ซึ่งคล้ายๆกับเว็บไซต์เกย์อีกหลายแห่ง เท่าที่ผู้เขียนสำรวจเว็บไซต์เกย์ที่มีบอร์ดโพสรูป จะพบว่ากลุ่มเกย์ส่วนใหญ่เป็นมีอายุระหว่าง 18-25 ปี เป็นกลุ่มที่เข้าไปโพสรูปและหาเพื่อน หาแฟน หรือหาเซ็กซ์ กลุ่มเกย์เหล่านี้พยายามแสดงตัวว่าเป็นแมนและต้องการเพื่อนที่เป็นแมนเหมือนกัน สิ่งนี้ทำให้เข้าใจว่าการแสดงออกเป็นผู้ชายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการสร้างสังคมเกย์ไทยในเว็บไซต์ นอกจากนั้นความต้องการในเรื่องรูปร่างเป็นชายก็เป็นสิ่งที่มีค่า อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาถึงความเป็นเกย์ กับการเป็นไบเซ็กชวล ยังมีสิ่งที่ซับซ้อนเกิดขึ้น

เมื่อมองจากความเป็นเกย์ ซึ่งแบ่งแยกบทบาททางเพศที่สำคัญเป็นสามแบบ คือ รุก รับ และ โบท (หมายถึงได้ทั้งรุกและรับ) ส่วนความเป็นไบเซ็กชวล หมายถึงผู้ที่มีความพึงพอใจทางเพศทั้งชายและหญิง สำหรับไบที่เข้ามาหาเพื่อนในไทยจีเอ็มซี พยายามบอกตัวเองว่าเป็นไบที่แสดงบทบาทเป็นรุก ผู้ชายที่เป็นไบมักต้องการเพื่อนที่เป็นไบหรือเป็นรุกเหมือนกัน กลุ่มไบเซ็กชวล<sup>7</sup> อาจเป็นกลุ่มที่คลุมเคลือมากที่สุดในการแสดงอัตลักษณ์ทางเพศ แม้ว่าเว็บไซต์จะเป็นช่องทางสื่อสาร ทำให้ไบเข้ามาสู่โลกของชายรักชาย แต่ไบก็เป็นภาพสะท้อนของความหลากหลายของการแสดงความเป็นชาย เพราะไบหลายคนไม่ได้นิยามว่าตนเองเป็น “เกย์” ส่วนเกย์ที่เป็นรุกมักจะชอบเกย์ที่เป็นแมน ความเป็นแมนในที่นี้อาจหมายถึงการแสดงออกแบบผู้ชาย ไม่สาว ไม่เป็นกะเทย ไม่เหมือนผู้หญิง ความเป็นแมนในเชิงรูปธรรมคือรูปร่างหน้าตา แต่ในเชิงนามธรรมเป็นเรื่องยากที่จะพบเห็นได้ในเว็บไซต์ เช่น คิดแบบผู้ชาย ฯลฯ ในขณะที่เกย์ที่เป็นรับมักจะค้นหาเกย์ที่เป็นรุกหรือเป็นไบ แม้ว่าเกย์รับจะไม่แสดงออกแบบกะเทย แต่ก็มักถูกมองว่ามีความเป็นชายน้อย หากจัดลำดับความเป็นชายในเว็บไซต์จะพบว่ากลุ่มที่มีความเป็นชายสูงสุดคือกลุ่มไบรุก รองลงมาคือเกย์รุก อันดับสามคือเกย์โบท และลำดับสุดท้ายคือ

7

การศึกษาของอัลเฟร็ด คินซี<sup>7</sup> ในปี ค.ศ.1948 พบว่าผู้ชายประมาณ 46 % มีพฤติกรรมทั้งเพศแบบไบเซ็กชวล จากระนาบของพฤติกรรมทางเพศตั้งแต่ 0-6 กลุ่มที่อยู่ค่าศูนย์หมายถึงพวกรักต่างเพศ ผู้ที่อยู่ค่าหก หมายถึงพวกรักเพศเดียวกัน ส่วนผู้ที่อยู่ระหว่าง 1-5 คือผู้ที่มีแนวโน้มที่จะรักได้ทั้งสองเพศ อย่างไรก็ตาม ความเป็นไบเซ็กชวลยังสัมพันธ์กับรูปแบบการใช้ชีวิต อาจมีไข่อัตลักษณ์ทางเพศ แต่เป็นพฤติกรรมของบุคคลที่สามารถมีเซ็กซ์ได้กับคนที่เขาพอใจ การศึกษาของซิกมันด์ ฟรอยด์พบว่าพฤติกรรมแบบไบเซ็กชวลเกิดขึ้นกับใครก็ได้ ในเวลาใดก็ได้ เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาอัตลักษณ์ทางเพศของบุคคล พฤติกรรมไบเซ็กชวลเป็นความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับรสนิยมทางเพศ และบุคคลก็มีแนวโน้มว่าจะเลือกรสนิยมอย่างใดอย่างหนึ่งเมื่อผ่านกระบวนการพัฒนานี้ไปแล้ว การศึกษาของฟริตซ์ โคลน์อาร์มและสังคมนับเป็นสิ่งสำคัญในการแสดงพฤติกรรมไบเซ็กชวล การศึกษาทางมานุษยวิทยาอธิบายว่าในแต่ละวัฒนธรรมให้คุณค่ากับไบเซ็กชวลต่างกัน

เก็รับ จากสถิติจำนวนเก็ที่เข้ามาในไทยจีเอ็มซีพบว่ากลุ่มเก็รับจะมีมากกว่ากลุ่มอื่นๆ ซึ่งมักไม่ค่อยมีใครสนใจพวกเขามากนัก ตรงข้ามกับเก็รูกหรือไบที่มีคนสนใจมาก ถ้าหน้าตาดีก็จะเป็นที่ชื่นชอบมากยิ่งขึ้น

หน้าตาจึงเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะเก็รับบางคนที่มีหน้าตาดีก็จะได้รับความนิยมจากคนอื่นๆ เช่นกัน หน้าตาจึงเปรียบเสมือนใบเบิกทางที่จะได้เพื่อนหลายๆ สิ่งนี้อาจสะท้อนว่าสังคมเก็ไทยต้องการสร้างสัมพันธ์กับคนด้วยเงื่อนไขของหน้าตา เนื่องจากเก็ส่วนใหญ่ในไทยจีเอ็มซีมีอายุระหว่าง 15-25 ปี ทำให้การมีหน้าตาดีเป็นเรื่องของวัยหนุ่ม เก็ที่มีอายุระหว่าง 15-25 ปีเป็นผู้ที่ร่างกายแข็งแรง กล้ามเนื้อเต่งตึงและสดใส วัยดังกล่าวนี้กลายเป็นที่นิยมของเก็ที่อยู่ในไทยจีเอ็มซี (อาจรวมถึงเว็บไซต์เก็อื่นๆด้วย) สำหรับเก็ที่มีอายุมากขึ้นอาจไม่เป็นที่นิยมเพราะรูปร่างหน้าตาอาจไม่สดใสเหมือนวัยหนุ่ม และบางคนอาจอ้วนหรือศริษะล้าน สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าความมีอายุไม่ค่อยมีคุณค่า เมื่อเทียบกับความอ่อนเยาว์ ดังนั้น การอยู่ในสังคมเว็บไซต์ได้ จำเป็นต้องมีวัยอ่อนเยาว์ และมีหน้าตาดี อย่างไรก็ตาม การไม่พูดความจริงและการนำรูปภาพของคนอื่นมาแอบอ้างเป็นสิ่งที่ไม่ควรพบเห็นได้เสมอๆ ในเว็บไซต์ สิ่งนี้จึงเป็นอันตรายต่อการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเก็

ผู้ที่ได้รับคะแนนโหวตมากที่สุดในเว็บไทยจีเอ็มซี คือ ผู้ใช้ชื่อว่าเอ็ม 2532 อายุ 20 ปี บทบาทเป็นรูก ได้คะแนน 2,239 คะแนน มีผู้เข้าชม 19,835 ครั้ง คะแนนโหวตอันดับสอง คือพิเศก อายุ 19 ปี บทบาทเป็นไบเซ็กชวล ได้คะแนน 1,650 คะแนน มีผู้เข้าชม 10,777 ครั้ง อันดับสาม คือนานาซ่า อายุ 19 ปี บทบาทเป็นรับ ได้คะแนน 1,536 คะแนน มีผู้เข้าชม 21,160 ครั้ง จากคะแนนโหวตและจำนวนผู้เข้าชมตัวเลขอาจไม่สัมพันธ์กัน เพราะการมีคนเข้าไปชมมากๆ ไม่ได้หมายถึงการได้รับคะแนนโหวตมาก แต่ผู้ที่เข้าไปชมภาพอาจไม่ได้โหวต แต่เข้าไปเพื่อดูหน้าตาและรูปร่างของเจ้าของภาพ ถ้าเป็นภาพนู้ดก็จะมีคนเข้าไปชมมากเช่นกรณีของนานาซ่าที่นำภาพเปลือยของตนเองมาโพสต์ไว้ นานาซ่ามีคะแนนโหวตน้อยกว่าพิเศกและเอ็ม 2532 แต่มีผู้เข้าไปชมมากกว่า นอกจากนี้ เว็บมาสเตอร์ยังมีโปรแกรมค้นหาผู้ที่ได้รับคะแนนโหวตมากที่สุด ทำให้ง่ายต่อการเข้าไปชมผู้ที่ได้รับคะแนนสูงๆ โปรแกรมสืบค้นนี้ช่วยให้ผู้ที่ได้รับคะแนนโหวต ได้คะแนนเพิ่มขึ้น

ชื่อ	อายุ	บทบาททางเพศ	คะแนนโหวต	จำนวนการเข้าชม / ครั้ง
เอ็ม 2532	20	รูก	2,239	19,835
พิเศก	19	ไบเซ็กชวล	1,650	10,777
นานาซ่า	19	รับ	1,536	21,160
โชดา	20	ไม่ระบุ	1,180	12,238
ชเว่น	16	รูก	856	7,870
กิตติพัฒน์	22	ไบเซ็กชวล	523	8,460
ลีโอ-มาร์	34	ไม่ระบุ	495	3,017
ฮอลล์	20	รูก	488	5,126
ลิตเติลดีออก	26	ไบเซ็กชวล	442	3,167
ยาย่า	21	รูก	416	4,123

ตารางแสดงผู้ที่ได้รับคะแนนโหวตมากที่สุด 10 อันดับในไทยจีเอ็มซี

ในจำนวนผู้ได้รับคะแนนโหวตสูงสุด 10 อันดับแรก ส่วนใหญ่จะเป็นผู้แสดงบทบาทเป็นรุก และไบเซ็กชวล มีผู้แสดงบทบาทเป็นรับเพียง 1 คน และไม่ระบุบทบาทอีก 2 คน คนเหล่านี้มีอายุระหว่าง 19-20 ปี ยกเว้นลิโอ-มาร์ ที่อายุ 34 ปี แต่ได้รับคะแนนโหวตสูงเพราะโพสรูปที่มีรูปร่างดีเหมือนนักกีฬา ในกลุ่มคนที่ได้รับคะแนนโหวตสูงๆ และมีผู้เข้าไปชมภาพจำนวนมาก ได้แก่ผู้ใช้ชื่อว่าองศ์ชายพิช อายุ 20 ปี หน้าตาดี พักอยู่ในกรุงเทพฯ บทบาททางเพศเป็นไบเซ็กชวล ผู้ที่เข้าไปโหวตให้กับองศ์ชายพิชส่วนใหญ่เป็นคนที่หน้าตาดี เช่นเดียวกับเขา ผู้ที่เข้าไปโหวตให้เขาจะเขียนข้อความแสดงความคิดเห็นไว้ เช่น นำกินจัง แวะมาให้กินบ้างนะ, แวะมาโหวตให้คนน่ารัก, ว่างๆแอดมาคุยกันนะ, ขอเบอร์ได้มั๊ยครับ ผมอยากคุยกับชายได้รีป่าว, มาทักทายคนน่ารักคงมีมิตรภาพที่ดีให้กันนะครับ, พี่พิชยังจำกันได้ไหมที่ผมเข้าไปขอเบอร์ที่ทอดก.หรือผมมันไม่น่ารักพอสำหรับพี่, แวะมาโหวตให้แล้วครับ สเปกเลย, หุ่นดีจัง น่ารักด้วย เป็นต้น

ผู้ใช้ชื่อลิตเติ้ลดีด็อก เป็นผู้ที่ได้รับคะแนนโหวต 442 คะแนน มีผู้คลิกเข้าไปชมทั้งหมด 3,136 ครั้ง ลิตเติ้ลดีด็อกระบุว่าตนเป็นไบเซ็กชวล อายุ 26 ปี พักในกรุงเทพฯ ผู้ที่โหวตให้เขาแสดงความคิดเห็นต่างๆ เช่น น่ารักมากอยากเป็นแฟนด้วย, อยากจะทำความรู้จักด้วย, น่ารักดี อยากไปหาครับอยู่แถวไหน ว่างๆโทรคุยกันครับ, ขอแสดงความยินดีด้วยครับที่ขึ้นท็อปโหวต, ทำงัดดีละ จะพาคุณไปเที่ยวทะเล, นายเล่นเอ็มไหมครับ มาคุยกันหน่อยดี เป็นต้น ผู้ที่ได้รับคะแนนโหวตจากเว็บมาสเตอร์ ได้แก่ผู้ใช้ชื่อว่ากันซ์ อายุ 18 ปี เป็นเกย์รัก มีผู้เข้าไปชมภาพของเขา 2,054 ครั้ง ความคิดเห็นที่มีต่อกันซ์ ได้แก่ น่ารักคับ น่ารักมาก ผมขอโหวตให้นะ, อยากรู้จักโทรมานะครับ เราแมนๆไม่ออกสาวครับ, น่ารักจัง งามมาคุยกันนะ, แวะมาโหวตให้คนน่ารักครับ, ผมเป็นรุกครับ สนใจนายครับ, น่ารักจังครับ เหมือนเด็กเกาหลีเลย เป็นต้น

คนอื่นๆที่ได้รับความนิยมมากได้แก่ ผู้ที่ใช้ชื่อว่ากูดลักศูนย์หนึ่ง อายุ 21 ปี บทบาทเป็นโบทรุก ผู้ใช้ชื่อเอ็บบิโซลท อายุ 20 ปี บทบาทเป็นไบเซ็กชวล ผู้ใช้ชื่อไนซ์บอย6969 อายุ 23 ปี บทบาทเป็นรุก ผู้ใช้ชื่อชเว่น อายุ 16 ปี บทบาทเป็นรุก จะเห็นว่าผู้ที่ได้รับความนิยมและได้คะแนนโหวตสูงๆ มักจะเป็นคนหน้าตาดี น่ารัก และที่สำคัญคือมีบทบาทเป็นรุกหรือไบเซ็กชวล

บุคลิกลักษณะทางสรีระของเกย์ที่เป็นรุกในความคิดเห็นของชาวเกย์ จะต้องเป็นสรีระแบบชาย แสดงความแข็งแรง ไปจนถึงมีกล้ามเนื้อแบบนักกีฬา หน้าตาคมเข้มสมเป็นชาย ส่วนคดีเกี่ยวกับเกย์รับ จะต้องเป็นผู้ที่ผู้ชายหน้าหวาน ร่างกายไม่มีกล้ามเนื้อเหมือนเกย์รัก และมีท่าทางคล้ายกะเทย ความคิดเห็นดังกล่าวนี้อาจไม่เป็นไปตามนี้ เพราะเกย์ที่บอกว่าเป็นรุกบางคนมีรูปร่างผอมบาง หน้าหวาน หุ่นไม่เหมือนนักกีฬา เกย์รับบางคนมีรูปร่างเหมือนนักกีฬา และไว้หนวดเครา นอกจากนี้ผู้ที่บอกว่าเป็นไบเซ็กชวลบางคนก็มีท่าทางออกสาว ไม่เหมือนผู้ชายที่เป็นแมน

## ความเป็นชายจากสรีระ และบทบาทบนเตียง

จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าความเป็นชายที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ไทยจีเอ็มซี มีลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ ความเป็นชายที่เกิดจากสรีระ และความเป็นชายจากบทบาทบนเตียง หรือรสนิยมทางเพศ เว็บไซต์ไทยจีเอ็มซีมีพื้นที่หลายส่วนที่แสดงภาพลักษณะเกี่ยวกับสรีระของผู้ชาย เช่น ภาพนายแบบ ภาพโฆษณา และภาพของสมาชิก

ในบอร์โดโปสตรูป ภาพเหล่านี้เปิดเผยให้เห็นสรีระและร่างกายของผู้ชาย การศึกษาของโทมัส วูธ (1998)<sup>8</sup> อธิบายว่าภาพลักษณ์ของเกย์แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ หนึ่งภาพลักษณ์ที่เป็นวัตถุทางเพศ ร่างกายของเกย์จะกลายเป็นพื้นที่สำหรับการอ้างอิงทั้งด้านความคิดและชีววิทยา เรือนร่างและสรีระของเกย์จะถูกพรรณนาจนเห็นภาพ ซึ่งการพรรณานี้ทำให้เห็นด้านจิตใจและด้านร่างกายไปพร้อมๆกัน สอง ภาพลักษณ์ของความรู้สึกรักใคร่คิด ในบางครั้งการเสนอตัวตนของเกย์จะใช้เสียงพูดของเกย์เป็นสื่อในการแสดงออก ตัวตนของเกย์พัฒนาไปสู่ความต้องการทางเพศที่ปรากฏอยู่บนเรือนร่างที่เป็นผู้ชายมากขึ้น แต่จิตสำนึกและความรู้สึกของเกย์ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองมีความลึกลับเกิดขึ้น กล่าวคือในขณะที่ตนเองมีร่างกายแข็งแกร่งสมชายชาตรี แต่จิตใจยังรู้สึกอ่อนไหวเหมือนเด็กหนุ่ม

ความเป็นชายจากสรีระในไทยจีเอ็มซี สอดคล้องกับคำอธิบายของวูธ กล่าวคือ ตัวตนของเกย์ในไทยจีเอ็มซีพัฒนาขึ้นพร้อมกับความต้องการทางเพศที่มีอยู่ในร่างกายของเกย์รุกหรือไบเซ็กชวล เป็นร่างกายที่ดูเป็นแมน สมเป็นชาย หน้าตาดี อ่อนเยาว์ และน่ารัก เกย์ไทยในเว็บไซด์แห่งนี้ สร้างสัมพันธ์ทางสังคมโดยอาศัยรูปร่างหน้าตา เกย์เลือกที่จะเข้าหาคนที่หล่อและน่ารักมากกว่าคนที่แสดงกริยาแบบผู้หญิงหรือกะเทย ถ้าคนๆนั้นหน้าตาไม่ดี หรือมีอายุมาก ก็จะไม่ได้รับความนิยมน วูธกล่าวว่าภาพลักษณ์แบบสตรีเพศของเกย์ เป็นการแสดงถึงมิติทางด้านอารมณ์ ตรงข้ามกับความเข้มแข็งที่มีอยู่ในสรีระกล้ามเนื้อ

สำหรับความเป็นชายที่มาจากบทบาทบนเตียง หรือรสนิยมทางเพศ หมายถึง บทบาทฝ่ายรุก ซึ่งมีอยู่ในเพศชาย เพราะเพศชายถูกคาดหมายว่าต้องเป็นฝ่ายกระทำ ถ้าเกย์คนใดแสดงบทบาทเป็นฝ่ายรุก เกย์คนนั้นก็จะถูกมองว่ามีความเป็นชายมากกว่าฝ่ายที่ถูกกระทำ ทั้งความเป็นชายทางสรีระและบทบาทบนเตียงล้วนเป็นสิ่งที่นิยามจากวัตถุ ส่งผลให้ตัวตนของเกย์เป็นวัตถุทางเพศ วูธกล่าวว่า ยิ่งเกย์มีตัวตนที่ชัดเจนมากเท่าใด เพศสภาวะ (sexuality) ของเกย์ก็ยิ่งชัดเจนเท่านั้น ประเด็นที่น่าสนใจที่วูธได้เสนอคือเรื่องตัวตนเกย์ที่ถูกทำให้กลายเป็นรูปธรรมผ่านสรีระและอารมณ์ความคิด ผู้เขียนเชื่อว่าตัวตนเกย์ในมิติทางร่างกายถูกให้ความหมายผ่าน “ความเป็นชาย” ขณะที่ตัวตนในมิติทางอารมณ์ความรู้สึกถูกให้ความหมายผ่านพฤติกรรมบนเตียง

ตัวตนเกย์ในไทยจีเอ็มซีกำลังถูกสร้างให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน ทุกๆที่เต็มไปด้วยความหลากหลายของการแสดงออก จะพบว่าผู้ที่เป็นสมาชิกในไทยจีเอ็มซีมีทั้งคนที่หน้าตาดีและไม่ดี มีรสนิยมทางเพศที่หลากหลาย และการแสดงความเป็นชายก็เข้มข้นต่างกันในแต่ละคน บทบาทรุกหรือรับอาจไม่สัมพันธ์กับการมีร่างกายแข็งแรงหรือผอมบาง ผู้ที่มีหน้าหวานเหมือนผู้หญิง อาจมีชอบแสดงบทบาทเป็นรุก ในขณะที่ผู้ที่มีหุ่นเหมือนนักกีฬา บึกบึน มีกล้ามเนื้อแข็งแรงอาจชอบแสดงบทบาทเป็นฝ่ายรับ เป็นไปได้ที่พฤติกรรมบนเตียงอาจตรงข้ามกับสรีระทางร่างกายและท่าทางในชีวิตประจำวัน และสิ่งที่น่าสนใจก็คือความเป็นเกย์ในเว็บไซด์ไทยจีเอ็มซี มีภาพที่ขัดแย้งกันสองระดับ คือ

หนึ่ง ภาพลักษณ์เกย์แบบแมนที่เว็บมาสเตอร์กำลังสร้างขึ้น และสองปฏิบัติการของความเป็นชายที่สมาชิกในเว็บไซด์กำลังสร้างขึ้น ความแตกต่างของสองสิ่งนี้คือเรื่องทำทฤษฎีการศึกษา “อัตลักษณ์เกย์” ในไซเบอร์สเปซ ภาพลักษณ์เกย์แมน หรือ masculine gay stereotype เป็นภาพลักษณ์เกย์ที่ถูกสร้างมาตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 และเจริญรุ่งเรืองแพร่หลายในสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ บาร์เกย์ จนถึงเว็บไซด์ ภาพลักษณ์แบบแมน

8 Thomas Waugh. “The Third Body Patterns in the Construction of the Subject in Gay Male Narrative Film” in Nicholas Mirzoeff (ed.) **The Visual Culture Reader**. Routledge, London. 1998. Pp.636-650.

ของเกย์คือภาพที่ถูกสร้างขึ้นในวัฒนธรรมบริโกล<sup>9</sup> และวัฒนธรรมป๊อป เพื่อตอบสนองเกย์ที่อาศัยอยู่ในเมือง และเกี่ยวข้องกับการเมืองเรื่องอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องจำนวนมากออกมาจากชอกหลีบ และเปิดเผยตัวตนแก่สังคม<sup>10</sup> กลุ่มนายทุนหลายคนเห็นผลกำไรที่จะผลิตสินค้าเพื่อชาวเกย์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี สินค้าและบริการจำนวนมากจึงถูกผลิตออกมา เช่น เสื้อผ้า น้ำหอม เครื่องสำอาง ฯลฯ การโฆษณาสินค้าเหล่านี้ก็มักจะใช้ภาพผู้ชายเป็นเครื่องกระตุ้นให้เกย์หันมาสนใจ เรื่องราวเหล่านี้ก็คือบริบทของการเกิดขึ้นของอัตลักษณ์แบบผู้ชายของเกย์ ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ที่ครอบงำไปทั่วโลกในยุคโลกาภิวัตน์ สหรัฐอเมริกามีบทบาทขึ้นอัตลักษณ์ดังกล่าวนี้ จะพบว่าไทยจีเอ็มซี พยายามนำเสนอภาพโฆษณานายแบบที่หน้าตาดี หุ่นดี มีการโฆษณาขายบำรุงสำหรับสมรรถภาพทางเพศ ยาเร่งกล้ามเนื้อ เร่งปลูกผม ยาปลูกเซ็กซ์ ยาช่วยเพิ่มขนาดองคชาติ และสเปรย์ชะลอการหลั่ง ภาพผู้ชายที่ปรากฏอยู่ในโฆษณาเหล่านี้คือภาพตายตัวของเกย์แบบแมนที่ไหลบ่ามาสู่ไทยจีเอ็มซีนายแบบเหล่านั้นส่วนใหญ่เป็นชาวตะวันตกที่มีรูปร่างเต็มไปด้วยกล้ามเนื้อ หน้าตาดี หุ่นเป็นนักกีฬา ความเป็นชายที่ดูสมบูรณ์แบบนี้เป็นเพียงภาพตัวแทนที่มีไว้เพื่อให้เกย์จ้องมองและเติมเต็มอารมณ์ทางเพศ เป็นการเสพความสุขจากเรือนร่าง ซึ่งอยู่ในฐานะเป็นสินค้า

ส่วนปฏิบัติการของความเป็นชายที่เกิดจากสมาชิกในเว็บไซต์ หรือ masculinity in everyday practices เป็นภาพอีกด้านหนึ่งที่ทำให้ “ความเป็นชาย” ของเกย์ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่ หรือเป็นด้านตรงข้ามกับภาพลักษณะตายตัวที่อยู่ในห้องแล็บหรือนายแบบหรือในโฆษณา การปฏิบัติการของสมาชิกในไทยจีเอ็มซีเห็นได้จากบอร์ดโพสรูปและบอร์ดเอ็มเอสเอ็น การปฏิบัติการความเป็นชายในที่นี้หมายถึง การโพสรูปและข้อความเพื่อระบุว่าตนเองเป็นใคร คิดอย่างไร และต้องการอะไร สมาชิกในไทยจีเอ็มซีแต่ละคนใช้ภาพถ่ายของตัวเองเพื่อเป็นตัวแทนของความเป็นชาย และบอกรสนิยมทางเพศของตน จากบอร์ดโพสรูปจะพบวิธีคิดและทัศนคติต่อความเป็นชายที่ให้คุณค่ากับรูปร่างหน้าตาและความอ่อนเยาว์ ซึ่งได้กล่าวมาแล้ว นอกจากนั้นยังพบสังคมในหมู่สมาชิกที่มีการแลกเปลี่ยนเบอร์โทรศัพท์ หรืออีเมล

ประเด็นที่น่าสนใจคือ ความเป็นชายที่ถูกปฏิบัติโดยสมาชิกมีส่วนคล้ายและส่วนต่างจากความเป็นชายในอุดมคติที่สร้างจากภาพโฆษณา กล่าวคือ ส่วนที่คล้ายได้แก่การเน้นเรื่องรูปร่างหน้าตาและสรีระ การแสวงหาความพึงพอใจทางเพศจากเรือนร่าง และการสร้างอัตลักษณ์ทางเพศผ่านเรือนร่าง เกย์ในไทยจีเอ็มซีเชื่อว่าการแสดงออกแบบ “ชาย” เป็นสิ่งที่มีค่ามากกว่าการแสดงความเป็นหญิง หรือ “เป็นสาว” ในแง่นี้ทำให้เข้าใจว่าความเป็นหญิงกำลังถูกกดทับ หรือถูกกำจัดออกไปจากชุมชนเกย์ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่พบเห็นได้ทั่วไปในเมืองใหญ่ๆ ทั่วโลก เกย์ในไทยจีเอ็มซีเป็นกลุ่มเกย์วัยรุ่นที่กำลังเรียนรู้ที่จะสร้างอัตลักษณ์ทางเพศ และเมื่อพวกเขาพบกับตัวแบบความเป็นชาย ก็จะทำให้ง่ายต่อการแสดงตัวตนกับผู้อื่น เพราะความเป็นแมนนำไปสู่ความสัมพันธ์แบบอื่นๆ ได้หลายแบบ ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน คู่นอน หรือคนรัก เกย์แมนในไทยจีเอ็มซีจึงเป็นภาพสะท้อนของโลกาภิวัตน์ในยุคที่ “ความเป็นชาย” มีคุณค่าในเชิงบริโกล

อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนไม่ต้องการจะบอกว่า เกย์ไทยถูกรองงาจากวัฒนธรรมเกย์ตะวันตก แต่ยังมีแง่มุมอื่นๆที่ทำให้เกย์ไทยต่างไปจากสังคมเกย์อื่นๆ ข้อสังเกตประการหนึ่งก็คือ เกย์วัยรุ่นในไทยจีเอ็มซีเป็นภาพ

9 Michael Bronski, **The Pleasure Principle**. St.Martin's Press, New York. 1998. Pp.140-147.

10 Gary R. Hicks. "Media at the Margin : Homoerotic Appeals to the Gay and Lesbian Community" in Tom Reichert and Jacqueline Lambiase(eds.) **Sex in Advertising**. Lawrence Erlbaum Associates, London. 2003. Pp.229-245.

ตัวแทนของกลุ่มเกย์รุ่นใหม่ที่เติบโตมากับวัฒนธรรมป๊อป พวกเขาเห็นตัวแบบเกย์มากมายในสื่อภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ นิตยสาร นวนิยาย การ์ตูนและอินเทอร์เน็ต ข้อมูลข่าวสารเหล่านี้สะท้อนภาพเกย์ที่ชีวิตในเมือง มีฐานะดี มีการศึกษา และมีรูปร่างหน้าตาดี เกย์วัยรุ่นกลายเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญในภาคธุรกิจ เว็บไซต์หลายแห่งจึงเปิดพื้นที่ให้เกย์เข้าไปสร้างบล็อกหรือเว็บไซต์ส่วนตัว เกย์จึงนิยมสร้างพื้นที่ส่วนตัวในไซเบอร์สเปซเพื่อโพสรูปของตัวเอง พวกเขาต้องเลือกรูปที่ดูดีที่สุด หล่อที่สุด หุ่นดีที่สุดเพื่อเรียกคะแนนโหวต เนื่องจากการได้คะแนนโหวตมากๆเท่ากับการกลายเป็นคนที่มีชื่อเสียง ทำให้เกิดความภูมิใจ แม้จะอยู่ในเว็บไซต์ก็ตาม

เกย์ที่ได้รับคะแนนโหวตมากๆในไทยจีเอ็มซีก็ล้วนเป็นคนที่มีหน้าตาดี มีอายุน้อยระหว่าง 15-25 ปี อยู่ในระหว่างการศึกษา เป็นวัยของความสดใส มีความฝันและจินตนาการ อาจกล่าวได้ว่าพื้นที่เกย์ในเว็บไซต์เป็นพื้นที่สำหรับเกย์วัยรุ่นเท่านั้น จากการที่ผู้เขียนลองสำรวจเว็บไซต์ของเกย์ไทย พบว่าส่วนใหญ่เป็นเว็บที่เน้นการโพสรูปและการหาเพื่อน เว็บเหล่านี้เต็มไปด้วยโฆษณาสินค้าเพื่อความบันเทิง หรือเพื่อความรุ่มรวย ไม่ค่อยมีเว็บที่นำเสนอข้อมูลเชิงวิชาการ หรือบทเรียนชีวิตของเกย์ที่เป็นผู้ใหญ่ ชีวิตเกย์ไทยในไซเบอร์สเปซจึงเป็นชีวิตแบบวัยรุ่น เน้นความสนุกเฮฮา ชั่วครั้งชั่วคราว หิวหิว แต่ไม่คงที่ สิ่งนี้อาจต่างไปจากสังคมเกย์ในตะวันตก ซึ่งกลุ่มเกย์ที่ใช้อินเทอร์เน็ตมักจะมีอยู่ในวัยทำงาน<sup>11</sup>

ผู้เขียนไม่ได้เชื่อว่าความสนุกสนานเฮฮาของเกย์วัยรุ่น ถูกหรือผิด แต่อาจเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับเกย์วัยรุ่นที่กำลังทดลองสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมกับเพื่อนที่มีรสนิยมทางเพศแบบเดียวกัน กิลเบิร์ต เฮอร์ต และแอนดรูว์ บ็อกเซอร์(1993) เคยศึกษาพัฒนาการของเกย์วัยรุ่นในสหรัฐอเมริกา พบว่าเกย์วัยรุ่นมีข้อสงสัยเกี่ยวกับบรรทัดฐานทางเพศที่สังคมกำหนด พวกเขาต้องการรู้และแสวงหาสิ่งใหม่ๆ ประสบการณ์ในช่วงวัยที่โตขึ้นจะมุ่งไปที่การปลุกเร้าอารมณ์ทางเพศ และการถึงจุดสุดยอดทางเพศ สิ่งเหล่านี้อาจได้รับอิทธิพลจากความรู้สึกที่เกิดจากอดีต เป็นช่วงเวลาที่การกระตุ้นอารมณ์และการหาประสบการณ์ทางเพศจากคนเพศเดียวกัน<sup>12</sup>

เว็บไซต์ไทยจีเอ็มซี อาจเป็นเครื่องมือให้เกย์วัยรุ่นไทยรู้จักโลกทางกามารมณ์ของคนรักเพศเดียวกัน และเชิญชวนให้เกิดการกระตุ้นอารมณ์ทางเพศ และการมีเซ็กซ์ เพียงแต่ว่าโลกกามารมณ์ในไทยจีเอ็มซีมีไว้สำหรับเกย์รุกที่เป็นแมน หรือไบเซ็กชวลซึ่งมีรูปร่างหน้าตาดี การศึกษาของเดวิด เอฟ ซอร์ว (1997)<sup>13</sup> พบว่าเกย์ในสหรัฐต้องการติดต่อกับคนผ่านเว็บไซต์โดยเลือกจากหน้าตาเป็นสำคัญ ปฏิบัติการที่พบในบอร์ดีโพสรูปเน้นการสื่อสารเชิงอารมณ์ ไม่ว่าจะ เป็นมิตรภาพ ความรักหรือความใคร่ เป็นการทำให้สรีระร่างกายเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ในขณะที่มิติทางความคิดสูญหายไป ในบอร์ดีโพสรูปจึงไม่ค่อยมีใครถามว่า “คุณคิดอย่างไร” แต่มักจะถามว่า “ผมต้องการอะไรจากคุณ” สิ่งนี้สะท้อนว่าเกย์สนใจอารมณ์ของตัวเองมากกว่า

เกย์วัยรุ่นที่เข้ามาในไทยจีเอ็มซี คือผู้ที่มีคอมพิวเตอร์ใช้ส่วนตัว และมีอินเทอร์เน็ตที่บ้าน พวกเขานิยมเข้าเว็บไซต์ในเวลากลางคืน วิธีนี้เป็นการติดต่อสื่อสารที่ง่าย สะดวก และประหยัด การสื่อสารแบบนี้ไม่จำเป็นต้องพบเจอหน้าแบบตัวต่อตัว แต่สื่อสารผ่านข้อความและภาพ เดวิด เอฟ ซอร์วก็กล่าวว่าการสื่อสารผ่าน

<sup>11</sup> David F. Shaw. “Gay Men and Computer Communication: A Discourse of Sex and Identity in Cyberspace.” In Steven G. Jones (ed.) **Virtual Culture: Identity & Communication in Cybersociety**. SAGE Publications, London. 1997. pp.133-145.

<sup>12</sup> Gilbert Herdt and Andrew Boxer (ed.) **Children of Horizons**. Beacon Press, Boston. 1993. Pp.176-186.

<sup>13</sup> David F. Shaw. 1997. Ibid. p.142.

อินเทอร์เน็ตของเกย์มีความไม่ลงรอยในตัวเอง เพราะในขณะที่เกย์สื่อสารแบบไม่เห็นตัว พวกเขาก็พยายามหาวิธีการสื่อสารที่เห็นตัวด้วย จะเห็นว่าเกย์แต่ละคนได้ทิ้งเบอร์โทรศัพท์ไว้ในบอร์ด เพื่อที่จะพูดคุยกันหรือนัดพบกันในอนาคตต่อไป ลีโอ เบอร์ชานี (1988)<sup>14</sup> อธิบายว่าการสื่อสารแบบไม่เห็นตัวมาพร้อมกับอำนาจที่มีเล่ห์เหลี่ยม เพราะการปกปิด หลอกลวง ไม่พูดความจริงในอินเทอร์เน็ตสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา สถานะการไม่รู้หน้ารู้ใจทำให้เกิดอำนาจแห่งความฉ้อฉล อำนาจนี้ปรากฏอยู่ในร่างที่ไร้ร่างของผู้ใช้อินเทอร์เน็ต

ภาพและข้อความในบอร์ด จึงเต็มไปด้วยจินตนาการ และเบื้องหลังคือความไม่แน่นอนของความจริง ตัวตนของเกย์ในบอร์ดเป็นเพียงคำอธิบายที่โลดเล่นไปตามอำนาจแห่งความฉ้อฉล ไม่มีใครควบคุมนอกจากผู้ที่สร้างคำอธิบายเหล่านั้น เจ้าของภาพถ่ายรู้ว่าตัวเองต้องการอะไร ถ้าเขาไม่สนุกที่จะสร้างจินตนาการ เขาก็อันตรายไปได้ตลอดเวลา เกย์ที่เข้ามาดูภาพและโหวตภาพก็กำลังสร้างจินตนาการให้ตนเองเช่นกัน พวกเขาชื่นชอบคนอื่นที่รูปร่างหน้าตาเพื่อแต่งเติมจินตนาการเกี่ยวกับมิตรภาพหรือกามารมณ์

### ตัวตนเกย์ไทยในไซเบอร์สเปซ การรื้อสร้างภาพตัวตน

ผู้เขียนตั้งข้อสงสัยว่า “ความเป็นชาย” ในอัตลักษณ์เกย์นำไปสู่ข้อถกเถียงทางทฤษฎีอย่างไร จากมุมมองแบบแก่นแท้นิยมหรือ essentialism เชื่อว่าอัตลักษณ์เป็นสิ่งที่มีความคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลง ตรงข้ามกับมุมมองแบบเคียวรี่ ซึ่งอธิบายว่าความเชื่อเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่เป็นแก่นแท้มองข้ามความสัมพันธ์เชิงอำนาจ เพราะความเป็นชาย หรืออัตลักษณ์เพศชายถูกสร้างมาจากฐานคิดแบบรักต่างเพศที่ให้อำนาจแก่เพศชายเพียงฝ่ายเดียว ความเป็นชายที่อยู่ในเพศชายอย่างครบถ้วนสมบูรณ์และไม่เปลี่ยนแปลงเป็นความเชื่อที่มีอคติ เพื่อที่จะยกย่องให้ผู้ชายมีค่าพิเศษ หรือมีอำนาจบ่งการสิ่งต่างๆ ความมีอคติยังรวมถึงการอธิบายในเชิงพัฒนาการทางอารมณ์ จิตวิทยา พฤติกรรม และบุคลิกภาพ ซึ่งเคยกล่าวว่าความเป็นชายค่อยๆเติบโตและพัฒนาผ่านการเรียนรู้ตามช่วงวัย ต่างๆจากเด็กไปจนถึงผู้ใหญ่ มีลำดับขั้นพัฒนาการทางสรีระและฮอร์โมนเพื่อไปถึงบันไดขั้นสุดท้ายของภาวะเจริญพันธุ์ ความเป็นชายที่อยู่ในฮอว์โมนเพศกลายเป็นแก่นแท้ที่ผู้ชายทุกคนต้องนำไปอธิบายอัตลักษณ์ทางเพศของตน<sup>15</sup>

คำอธิบายเชิงจิตวิทยา คือการแสวงหาความจริงของเพศวิถีซึ่งเต็มไปด้วยความลำเอียง เมื่อมีการพูดถึงอัตลักษณ์ของโฮโมเซ็กชวลตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา เพศวิถีของผู้ชายก็เริ่มมีปัญหานักวิชาการเช่น คาร์ล เฮนริช อุลริชส์, เคิร์ตเบนนิช, เฮฟลีค เอลลิส, แม็กนัส เฮิร์ชเฟลด์ ต่างชี้ให้เห็นว่าอัตลักษณ์ของโฮโมเซ็กชวลก็เกิดจากจิตวิทยาเหมือนกัน แม้ว่าจะคิดแบบแก่นแท้นิยม แต่พวกเขาทำให้เกิดข้อถกเถียงว่าความเป็นชายไม่ได้มีอยู่ใน “ผู้ชาย” เท่านั้น ในช่วงทศวรรษที่ 1950 เมื่อเกิดแนวคิดเรื่องบทบาททางเพศ (gender role) ทำให้การอธิบายความเป็นชายและความเป็นหญิงไม่ได้ผูกติดอยู่กับเพศเชิงจิตวิทยาอีกต่อไป ความเป็นชายเริ่มถูกมองว่าเป็นสิ่งที่สังคมสร้างขึ้นและหยาบยื่นให้กับบุคคล บทบาทความเป็นชายจึงเป็นเรื่องทางสังคม มิใช่ข้อกำหนดจากพันธุกรรม

<sup>14</sup> David F. Shaw. 1997. Ibid.

<sup>15</sup> Alan Petersen. **Unmasking the Masculine**. SAGE Publications, London. 1998. p.114.



ในปี ค.ศ.1964 โรเบิร์ต สโตลเลอร์ เสนอแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ในบทบาททางเพศ หรือ Gender Identity เพื่ออธิบายว่าอัตลักษณ์ของทางเพศของบุคคลเกิดจากการแสดงบทบาทความเป็นชายหรือหญิงได้ เช่น ผู้ชายที่ผ่าตัดแปลงเพศเป็นหญิงสามารถแสดงอัตลักษณ์เป็นผู้หญิงได้ อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้วิจารณ์ว่าทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาททางเพศวางอยู่บนฐานคิดของรักต่างเพศที่แยกความเป็นชายและหญิงออกจากกัน ซึ่งทำให้อำนาจของรักต่างเพศยังคงดำเนินต่อไปและครอบงำการอธิบายเรื่องเพศ จะพบว่าไฮโมเซ็กซ์ชวลก็ถูกอธิบายด้วยบทบาททางเพศระหว่างความเป็นหญิงและชายเช่นกัน เช่น เกย์ที่เป็นรุกมีนัยยะของความเป็นชาย เกย์ที่เป็นรับมีนัยยะของความเป็นหญิง ฯลฯ การรื้อทำลายคู่ตรงข้ามระหว่างชายหญิง อาจต้องตั้งคำถามว่า “ความเป็นชาย” หมายถึงอะไร

ทฤษฎีเกย์รื้อตั้งคำถามต่อเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศ วิพากษ์ความคิดที่เชื่อว่าเพศมีแก่นแท้ตามธรรมชาติ และความคงที่ของการแสดงบทบาททางเพศ เกย์รื้อชี้ให้เห็นปัญหาของการแบ่งเพศวิถีเป็นสองประเภทระหว่างรักต่างเพศและรักเพศเดียวกัน เพราะทั้งสองประเภทยังมีฐานคิดเดียวกันที่เชื่อว่าตัวตนทางเพศเป็นสิ่งตายตัว ดังนั้นการอธิบายว่าอัตลักษณ์เกย์เป็นสิ่งที่ก็เป็นปัญหาเช่นเดียวกัน ผู้เขียนตั้งข้อสังเกตว่า “ความเป็นชาย” ที่อยู่ในไฮโมเซ็กซ์ชวลมีลักษณะเป็น Gender Identity หมายถึงเกย์แสดงบทบาทเป็น “ชาย” เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม แต่บทบาทนี้ไม่มีความคงที่ ความเป็นชายอาจไม่เหมือนกับคำว่า “เกย์” เนื่องจากเกย์เป็นสรรพนามเรียกตัวเองของชายรักชาย ฉะนั้น คำว่าเกย์จึงมิใช่บทบาททางเพศ การอธิบายอัตลักษณ์ของเกย์ที่ผ่านมาเป็นการอธิบายพฤติกรรมทางเพศที่แสดงผ่านสังคมวัฒนธรรม และผู้ที่แสดงอัตลักษณ์เกย์ได้ต้องเป็นผู้ที่เปิดเผยมารมณ์ทางเพศแก่คนอื่น ๆ การเปิดตัวจึงเป็นส่วนสำคัญของการมีจิตสำนึกแบบเกย์

เมื่อชายรักชายพัฒนาจิตสำนึกแบบเกย์แล้ว คนๆ นั้นก็จะนำบทบาทแบบ “ชาย” มาแสดง เพราะความเป็นชายเป็นสิ่งที่มีความหมายในวัฒนธรรมเกย์ การแสดงความเป็นชายของเกย์คือการตอกย้ำคู่ตรงข้ามระหว่างชายหญิง กล่าวคือเกย์ที่แสดงความเป็นชายมีคุณค่าแบบหนึ่ง ส่วนเกย์ออก “สาว” หรือเกย์ที่แสดงความเป็นหญิงจะถูกให้คุณค่าอีกแบบหนึ่ง เราจะพบความคิดแบบรักต่างเพศเกิดขึ้นในสังคมเกย์ไทย ดังเช่นหลักฐานในไทยจีเอ็มซี วัฒนธรรมเกย์ไทยให้ความสำคัญกับ gender role เพราะทุกคนถูกคาดหวังว่าต้องแสดงบทบาททางเพศอย่างใดอย่างหนึ่ง การใช้ความเป็นชายของเกย์ไทยอาจเป็นประโยชน์มากกว่า เพราะไม่ต้องการให้คนอื่นมองว่าตนเองเป็นกะเทย

ถึงที่สุดแล้ว “อัตลักษณ์เกย์” ในสังคมไทยอาจไม่มีอยู่จริง เพราะชายรักชาย หรือชายที่มีเพศสัมพันธ์กับคนเพศเดียวกันยังคงใช้ชีวิตแบบผู้ชายทั่วไป คนกลุ่มนี้มีการดำเนินชีวิตที่ต่างไปจากกะเทย หรือผู้ชายแต่งหญิง กลุ่มชายรักชายยังคงแสดงบทบาททางเพศและอัตลักษณ์แบบผู้ชาย คำถามคืออัตลักษณ์เกย์จะเกิดขึ้นตรงไหน เมื่อพิจารณาดูในไทยจีเอ็มซี จะพบว่าอัตลักษณ์เกย์ค่อนข้างคลุมเครือ ไม่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีเพียงการบอกถึงพฤติกรรมบนเตียงและรสนิยมทางเพศว่าเป็นแบบไหน (รุก รับ ได้ทั้งสองอย่าง หรือไบเซ็กซ์ชวล) แต่พฤติกรรมบนเตียงไม่สามารถยืนยันว่าคนๆ นั้นมีจิตสำนึกแบบเกย์ ฉะนั้นเรื่องที่สำคัญกว่าอัตลักษณ์คือกระบวนการสร้างสำนึกของการมีตัวตน (Subjectivity of Consciousness)

ถ้าเว็บไซต์ไทยจีเอ็มซีเป็นเครื่องมือให้เกย์ไทยสร้างจิตสำนึกแบบเกย์ ก็เท่ากับว่าไทยจีเอ็มซีกำลังสร้างความหมายของการเป็นเกย์ ผ่านเรื่องราวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาสินค้า การโพสรูปนายแบบ การให้พื้นที่สำหรับการโพสรูปหรือสนทนา สิ่งเหล่านี้มีบทบาทสำคัญสำหรับเกย์วัยรุ่นไทย แต่วัยรุ่นจะเปิดเผยตัวมากน้อยแค่ไหนเป็นเรื่องที่คาดเดาไม่ได้ เพราะยังมีคนอีกจำนวนมากที่ไม่ระบุรสนิยมบนเตียงของตนเอง อาจเป็นไปได้ว่าวัยรุ่นที่เข้ามาในไทยจีเอ็มซียังคงแสดงบทบาทผู้ชายในชีวิตประจำวัน และอาจปกปิดอารมณ์ทางเพศของตัวเอง

ข้อสังเกตประการหนึ่งคือ เมื่อเดินไปตามท้องถนน เราอาจมองเห็นกะเทย ผู้ชาย ผู้หญิง เพราะดูจากกิริยาท่าทาง และการแต่งตัว แต่เรามองไม่เห็นความเป็นเกย์ ยกเว้นคนๆ นั้นจะแสดงสัญลักษณ์บางอย่าง เช่น จับมือถือแขน กอดจูบผู้ชาย ฯลฯ ความเป็นเกย์ไม่สามารถตัดสินได้จากการแต่งกาย หรือกิริยาท่าทาง แต่ต้องอาศัยบริบท

จะเห็นว่าพื้นที่ทางสังคมของเกย์เป็นสิ่งจำเป็นมากในการแสดงตัวตน เกย์ที่มาพบกันในสถานที่เฉพาะ เช่น บาร์ ชานา ร้านอาหาร หรือเว็บไซต์ จะรู้ว่าตนเองต้องการอะไร และมีใครบ้างที่มีจิตสำนึกแบบเดียวกัน อัตลักษณ์เกย์จึงไม่มีแก่นแท้ มีอัตลักษณ์เนื้อแท้ แต่เป็นอัตลักษณ์เชิงบริบท หรือ **Contextual Identity** เป็นเรื่องของ การปกปิดหรือเปิดเผย เป็นเรื่องของ การเข้าสังคมหรือแยกตัว เป็นเรื่องของ พฤติกรรมและความรู้สึก และเป็นเรื่องของ การเน้นความเป็นชาย ทิม เอ็ดเวิร์ดกล่าวว่า “ความเป็นชาย” ของเกย์มีความไม่ลงรอยในตัวเอง เพราะมันค่อยๆ พัฒนาขึ้นจนมีความเข้มข้นในยุคเรือก่องสิทธิเสรีภาพทำให้เกิดวัฒนธรรมแบบ clone culture ที่ เกย์หันมาใส่ใจกับร่างกายแบบชายชาตรีและปฏิเสธร่างกายและอารมณ์แบบผู้หญิง<sup>16</sup>

ในเว็บไซต์ไทยจีเอ็มซี มีภาพตัวแทนของการแสดงบทบาทเป็นรุก รับ ได้ทั้งสองแบบ และไบเซ็กชวล กล่าวคือ บุคคลที่ต้องการสมัครเป็นสมาชิกในบอร์ดโพสรูปต้องเข้าไปกรอกข้อมูลส่วนตัว และมีคำถามเกี่ยวกับ เพศวิถีของตัวเอง บุคคลต้องเลือกว่าตนเองมีรสนิยมทางเพศเป็นอย่างไร แต่มีคนกลุ่มใหญ่ที่ไม่ระบุ ตัวเลือกรสนิยมทางเพศในไทยจีเอ็มซี ก่อนข้างเป็นตัวเลือกรสำเร็จรูป บุคคลต้องตัดสินใจเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งซึ่งอาจไม่ตรงกับรสนิยมของตัวเอง หรือไม่มั่นใจว่าตนเองมีรสนิยมเป็นอย่างไร ตัวเลือกรสนิยมทางเพศในไทยจีเอ็มซีมี ทั้งหมด 6 แบบ คือ รุก รับ ไบเซ็กชวลรุก ไบเซ็กชวลรับ โบทรุก และโบทรับ ตัวเลือกรดังกล่าวสะท้อนความคิด เรื่องบทบาททางเพศ หรือ gender role ซึ่งแบ่งแยกสองสิ่งออกจากกัน อย่างหนึ่งเป็น “รุก” เทียบเท่าผู้ชาย อีกอย่างหนึ่งเป็น “รับ” เทียบเท่าผู้หญิง ดังนั้นเกย์แต่ละคนต้องเลือกว่าตนเองจะเป็นแบบไหน สิ่งนี้ตอกย้ำการร่วมรักทางทวารหนักในสังคมเกย์ให้เข้มข้นขึ้น ทำให้เกย์มีจินตนาการทางเพศจำกัดอยู่แต่เรื่องรุกรับ เราไม่เห็นการแสดงบทบาทอื่นๆ

บิล ไวน์ทรับอธิบายว่าการร่วมรักทางทวารหนักเป็นการตอกย้ำความคิดแบบรักต่างเพศ ไวน์ทรับเสนอว่าเกย์ควรร่วมรักแบบถูไถ หรือ Frottage หมายถึงไม่มีการสอดใส่ทางทวารหนัก ไม่มีใครเป็นรุกและรับ ไม่มีใครถูกกระทำหรือฝ่ายกระทำ แต่เกย์ควรแสดงบทบาทเท่าเทียม โดยการสัมผัส คลอเคลีย ใช้องคชาตถูไถซึ่งกันและกันเพื่อให้ถึงจุดสุดยอด การกอดจูบและสัมผัสองคชาตด้วยมือ หรือใช้องคชาตถูไถไปบนร่างกาย หรือองคชาตของอีกฝ่ายหนึ่งเป็นการเน้นความสำคัญของเพศชาย เสมือนกับการต่อสู้นักกรบ ของนักมวยปล้ำ หรือนักมวย กีฬาของผู้ชายหลายชนิด ผู้ชายจะมีการสัมผัสร่างกายของกันและกัน ไวน์ทรับเชื่อว่าเช็ทซ์ทางทวารหนักกำลังครอบงำให้เกย์ล้มเช็ทซ์แบบอื่นๆ ปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นหลังทศวรรษที่ 1970 นับตั้งแต่ที่มีหนังโป๊ ภาพโป๊ นวนิยายอีโรติก ศิลปะ หรือการ์ตูนของเกย์ ล้วนแต่นำเสนอเช็ทซ์ทางทวารหนัก ซึ่งทำให้เกย์ที่ตกอยู่ในบทบาทรับถูกมองว่ามีความเป็นหญิง ถ้าต้องการลบภาพความเป็นหญิงออกไป เกย์ก็ต้องเปลี่ยนวิธีการมีเช็ทซ์ โดยเลิกร่วมรักทางทวารหนักและหันมามีเช็ทซ์แบบถูไถ<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Tim Edwards. 2005. Ibid. p.51.

<sup>17</sup> <http://www.heroichomosex.org/crw/frot/revo.html> และนฤพนธ์ คิววิเศษ. องคชาต อวัยวะแห่งกามารมณ์ ของชายรักชาย เอกสารไม่พิมพ์เผยแพร่ กรุงเทพฯ 2550. หน้า 73-77.

อย่างไรก็ตาม การร่วมรักแบบฟรืดเทจ อาจเป็นวิธีการหนึ่งที่เกิดขึ้นในขณะที่เกย์มีเพศสัมพันธ์ แต่เกย์อาจไม่หยุดอยู่แค่การถูไถองคชาต เพราะต้องการสอดใส่ทางทวารหนัก เกย์บางคนพึงพอใจและมีความสุขจากการสอดใส่ทางทวารหนักเพื่อถึงจุดสุดยอด แต่บางคนอาจพึงพอใจที่จะช่วยกันสำเร็จความใคร่โดยปราศจากการสอดใส่ สิ่งนี้เป็นเรื่องส่วนตัวของแต่ละคน อาจกล่าวได้ว่าทั้งการร่วมรักแบบสอดใส่หรือไม่สอดใส่ก็ล้วนนั้นหรือให้คุณค่าต่อบทบาท “ความเป็นชาย” ของเกย์

การศึกษาของปีเตอร์ นาร์ดี (2000)<sup>18</sup> อธิบายว่าการปฏิบัติเพื่อความเป็น “ชาย” ของเกย์ แตกต่างจากการปฏิบัติของ “ผู้ชาย” เพราะความเป็นชายมิได้ผูกติดอยู่กับเพศชาย แต่ความเป็นชายมีความหลากหลาย เกย์กำลังท้าทาย เปลี่ยนแปลง หรือปรับแต่งความเป็นชายแบบรักต่างเพศ ความเป็นชายของเกย์เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ประสิทธิภาพ และสถานการณ์ ความเป็นชายของเกย์ในไทยจีเอ็มซีสะท้อนว่าบทบาทรุกมีคุณค่ามาก และเว็บไซต์ไทยจีเอ็มซีจึงเป็นเครื่องมือของการต่อยุ่ gender role ซึ่งย้ำว่าการปฏิบัติแบบผู้ชายคือเป็นฝ่ายกระทำ เป็นการปฏิบัติที่จะได้รับความนิยม นัยยะแฝงเร้นของไทยจีเอ็มซี คือการบอกว่าแสดงความเป็นชายให้มากที่สุดเพื่อที่จะทำให้ความรักและความใคร่เป็นจริงได้มากที่สุด

## บทส่งท้าย

ผู้เขียนมีความเห็นว่า “ความเป็นชาย” ในวัฒนธรรมเกย์ไทยแตกต่างจาก ความเป็นชายของเกย์ในโลกตะวันตก ถึงแม้ว่าเกย์ไทยจะรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเกย์จากที่อื่นๆ แต่เกย์ไทยมิได้ตกอยู่ใต้วาทกรรมความเป็นชายของเกย์ตะวันตกเพียงอย่างเดียว หากแต่ได้สร้างความหมายให้กับตัวเองภายใต้บริบททางสังคม วัฒนธรรม และชีวิตประจำวัน เมื่อเปรียบเทียบเกย์ไทยกับตะวันตกในประเด็นเรื่อง “ความเป็นชาย” จะพบว่าเงื่อนไขของการแสดงความเป็นชายอาจไม่เหมือนกัน กล่าวคือ เกย์แบบชายในวัฒนธรรมอเมริกัน เป็นการแสดงและ “เปิดเผย” อัตลักษณ์ทางเพศเพื่อให้สังคมยอมรับและยืนยันในสิทธิและเสรีภาพทางเพศของตน ในขณะที่เกย์ไทยใช้ความเป็นชายเพื่อที่จะสร้างความ “กลมกลืน” ในสังคมโดยไม่จำเป็นต้องเปิดเผยตัวเองหรืออยากได้สิทธิ แต่สิ่งนี้อาจมิใช่เรื่องราวทั้งหมดของการแสดงความเป็นชายที่เกย์ไทยกำลังเผชิญหน้าอยู่ เนื่องจากในโลกปัจจุบันการแยกความต่างและความเหมือนเป็นสิ่งที่ทำได้ยากขึ้น แม้แต่ในชุมชนเกย์ออนไลน์ การแสดงความเป็นชาย รวมทั้งอุดมคติและความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นชายก็มีความหลากหลาย เกย์แต่ละคนเติบโตมาด้วยฐานะ การศึกษา และประสบการณ์ที่ต่างกัน จึงเป็นเรื่องยากที่จะสรุปแบบง่ายๆว่าเกย์ไทยคือใคร การสร้างภาพตัวแทนของเกย์จึงเป็นไปได้

ทอม โบเอลสทอร์ฟ (1999)<sup>19</sup> อธิบายว่าการเปิดเผยตัวของเกย์ในอินโดนีเซีย เป็นผลมาจากศาสนาคริสต์ที่แผ่เข้ามาในยุคอาณานิคม ทั้งๆที่วัฒนธรรมอินโดนีเซียไม่สนใจว่าเรื่องเพศต้องปกปิดหรือเปิดเผย ไม่

18

Peter Nardi (ed.)

Gay Masculinities. SAGE Publication, London. 2000. p.7.

19

Jon Binnie. The Globalization of Sexuality. Sage Publication, London. 2004. p.79.

เกี่ยวข้องกับการแสดงอัตลักษณ์ แต่เป็นเรื่องของการรักษาพรหมแดนทางสังคมระหว่างการนิเทศกับความรู้เห็น ผู้เขียนเชื่อว่าเกย์ในวัฒนธรรมไทยก็มีท่าที่ไม่ต่างจากเกย์อื่นใดในเอเชีย การควบคุมทางสังคมที่เกิดจากการนิเทศลับหลัง หรือการแอบซ่อน เป็นพฤติกรรมที่เกย์ไทยพยายามที่จะไกล่เกลี่ย บางครั้งมิใช่การเปิดเผยตัว แต่เป็นการใช้คำพูดแบบที่เล่นทีจริง ทำให้เกิดความสงสัยเพื่อที่จะทำให้ความสัมพันธ์ทางสังคมดำเนินต่อไป

เว็บไซต์เกย์ที่เกิดขึ้นมากมายในปัจจุบัน นักวิชาการบางคนตั้งข้อสังเกตว่าเป็นเหมือนโลกในอุดมคติที่ช่วยให้เกย์ได้รู้จักอัตลักษณ์และชุมชนของตัวเอง หรือหลีกเลี่ยงไปจากกรงขังของรักต่างเพศและอำนาจจารีตประเพณี<sup>20</sup> นักวิชาการบางคนเชื่อว่าอินเทอร์เน็ตสร้างโอกาส พื้นที่ กามารมณ์และสังคมแบบใหม่ให้กับเกย์<sup>21</sup> แคนเนล ชาง (1996)<sup>22</sup> อธิบายว่าอินเทอร์เน็ตทำให้เกย์วัยรุ่นเข้าไปอยู่ในโลกของการบริโภคสินค้า โดยไม่ต้องออกไปเที่ยวตามบาร์ เพราะอายุยังไม่ถึง เกย์วัยรุ่นยุคใหม่เรียนรู้อัตลักษณ์ทางเพศผ่านเว็บไซต์ โดยไม่ต้องมีสังคม เป็นการเรียนรู้ด้วยตัวเอง เกย์วัยรุ่นที่ใช้เว็บไซต์อาจเป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในเมืองและมีทักษะในการใช้เทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ แต่เกย์วัยรุ่นบางคนก็ไม่มีโอกาสเข้าถึงอินเทอร์เน็ต นีน่า เวคฟอร์ด(2000) กล่าวว่าอินเทอร์เน็ตทำให้ความไม่เท่าเทียมระหว่างผู้ที่เป็นเกย์ขยายกว้างออกไปมากขึ้น

บทความนี้ได้ชี้ให้เห็นข้อจำกัดของการอธิบายอัตลักษณ์เกย์แบบเดิมๆที่เชื่อว่ามีเอกภาพ จับต้องได้ หรือมีเนื้อแท้ (Authenticity) และการค้นรูปแบบโพสตรูมเดิร์นที่เชื่อว่าเพศสภาพไม่นิ่งหรือไหลลื่น บทความนี้ไม่ต้องการตอบโต้แบบReductionist ที่แยกว่าอะไรเป็นเหตุที่ทำให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ได้วิพากษ์วิจารณ์ถึงปัญหาการแยกขั้วในระดับครอบงำของวาทกรรมกับระดับปฏิบัติการส่วนบุคคล ปัญหาคู่ตรงข้ามระหว่างผู้กระทำและผู้ถูกกระทำ ซึ่งพิจารณาได้จากการทำให้เกย์เป็น “อัตลักษณ์สากล” ผ่านอินเทอร์เน็ต ขณะที่ชี้ให้เห็นปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ที่ “กำลัง” อธิบายว่าตนเองเป็นเกย์หรือไม่เป็นเกย์อย่างไร โดยอาศัยวาทกรรมความเป็นชาย ไม่ว่าจะเป็นการเป็นรุก เป็นไบ แมน หรือการดูไม่ออกว่าเป็น วาทกรรมเหล่านี้ไม่ได้ทำให้ผู้เขียนเชื่อว่าเกย์ไทยกำลังสร้างอัตลักษณ์ที่ลื่นไหล แต่กลับคิดว่าอัตลักษณ์กำลังหายไปและคลุมเคลือมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นการพูดถึง “ความเป็นชาย” ในแง่ที่เป็นอัตลักษณ์ของเกย์ จึงมิใช่อัตลักษณ์ที่จะตอบโต้โต้แย้งซึ่งแบ่งแยกความเป็นชายออกจากความเป็นหญิง โจทย์ใหม่ของการตอบคำถามในบทความนี้ก็คือ ปัญหาของการสร้าง “สำนึกแห่งอัตลักษณ์” เป็นปัญหาความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ทำให้ตัวตนทางเพศของเกย์กลายเป็นเรื่องของการสร้างสำนึกที่ไม่มีวันเสร็จสมบูรณ์อีกต่อไป

## บรรณานุกรม

Alan Petersen. **Unmasking the Masculine**. SAGE Publications, London. 1998.

20 Jon Binnie.2004. Ibid.p.44.

21 Catharina Landstrom. “Queering Space for New Subject.” In An International and Interdisciplinary Journal of Postmodern Cultural Sound, Text and Image. Volume 4, November-December 2007.

22 Russell Leong. [Asian American sexualities : dimensions of the gay and lesbian experience](#). New York : Routledge, 1996.

- Catharina Landstrom. "Queering Space for New Subject." In An International and Interdisciplinary Journal of Postmodern Cultural Sound, Text and Image. Volume 4, November-December 2007.
- Gilbert Herdt and Andrew Boxer (ed.) **Children of Horizons**. Beacon Press, Boston. 1993.
- Jeffrey Merrick and Bryant T. Ragan, jr. **Homosexuality in Modern France**. Oxford University Press, Oxford. 1996.
- Jon Binnie. **The Globalization of Sexuality**. Sage Publication, London. 2004
- Michael Bronski, **The Pleasure Principle**. St.Martin's Press, New York. 1998.
- Michael S. Kimmel, Jeff Hearn and R. W. Connell (eds.) **Handbook of Studies on Men & Masculinities**. SAGE Publication, London. 2005.
- Nicholas Mirzoeff (ed.) **The Visual Culture Reader**. Routledge, London. 1998.
- Peter Nardi (ed.) **Gay Masculinities**. SAGE Publication, London. 2000.
- Russell Leong. [Asian American sexualities : dimensions of the gay and lesbian experience](#). New York : Routledge, 1996.
- Steven G. Jones (ed.) **Virtual Culture: Identity & Communication in Cybersociety**. SAGE Publications, London. 1997.
- Tom Reichert and Jacqueline Lambiase(eds.) **Sex in Advertising**. Lawrence Erlbaum Associates, London. 2003.

นฤพนธ์ คิ้วงวิเศษ. อังคชาต อัยวะแห่งกามารมณ์ของชายรักชาย เอกสารไม่พิมพ์เผยแพร่ กรุงเทพฯ 2550.

เว็บไซต์

<http://www.heroichomosex.org/crw/frot/revo.html>

