

Cherngchai Magazine: The Origin of Masculine Images Consumption of Thai Gay Men

Narupon Duangwises

Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre,
Taling Chan, Bangkok 10170, Thailand

*Corresponding author's e-mail: narupon.d@sac.or.th

Received: November 20, 2019

Revised: March 13, 2020

Accepted: April 21, 2020

“นิตยสารเชิงชาย” จุดกำเนิดของการบริโภค

ภาพความเป็นชายของเกย์ไทย

นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 10170

อีเมล: narupon.d@sac.or.th

บทคัดย่อ

บทความเรื่องนี้เป็นการศึกษาเนื้อหาและภาพของนายแบบที่เผยแพร่ในนิตยสารเชิงชาย ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของนิตยสารเกย์ไทยในช่วงทศวรรษ 2520 ผู้เขียนได้นำแนวคิดเรื่อง “ดินแดนเพศในฝัน” ของ Linda Williams และแนวคิดเรื่อง “ประสบการณ์ทางกามารมณ์” ของ Fred Fejes มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของสื่อโป๊เปลือยของเกย์ที่สังคมมองว่าเป็น “สื่อลามก” ผู้เขียนต้องการเสนอว่าเรือนร่างของนายแบบที่ถูกทำให้เป็นความเย้ายวนทางเพศไม่เพียงแต่ช่วยตอบสนองความต้องการของเกย์ แต่นิตยสารเชิงชายยังเป็นภาพสะท้อนของวัฒนธรรมบริโภคที่ช่วยสร้างประสบการณ์และกระบวนการเรียนรู้ตัวตนและความรู้สึกทางเพศให้กับชายรักชายในสังคมไทยซึ่งพวกเขาถูกปิดกั้นและไม่ได้รับการยอมรับในพื้นที่สาธารณะ

คำสำคัญ: นิตยสารเชิงชาย, เกย์ไทย, ความเป็นชาย, ดินแดนเพศในฝัน, ประสบการณ์ทางกามารมณ์

Cherngchai Magazine: The Origin of Masculine Images Consumption of Thai Gay Men

Narupon Duangwises

Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre,
Taling Chan, Bangkok 10170, Thailand

*Corresponding author's e-mail: narupon.d@sac.or.th

Abstract

This article is a study of the content and images of male models published in Cherngchai magazine, which was the origin of Thai gay magazines in the 1980s. The author uses the concept of Linda Williams's "Sexual Utopia" and the concept of Fred Fejes's "erotic experience" as a framework for analysis to understand the role of gay magazine that society considers as an "obscene pornography". The author would like to suggest that the masculine body of a male model that is sexually seductive not only meets the needs of gay men, but it also reflects the consumer culture that contributes to broadening personal experiences, promoting sexual-self learning process, and developing sexual feelings for male homosexuals in Thai society in which homosexuality has been curbed and disapproved in public areas.

Keywords: Cherngchai magazine, Thai gay men, Masculinity, Sexual Utopia, Erotic experience

บทนำ

การศึกษาความเป็นชายในชุมชนเกย์ไทยในมิติวัฒนธรรมบริโภค มีการศึกษาด้วยกรอบแนวคิดแบบวัตถุนิยม (Materialist Approach) ซึ่งสนใจการสร้างเรือนร่างความเป็นชายที่เกย์ใช้เพื่อตอบสนองอัตลักษณ์ทางเพศและระบบการตลาดนำเรือนร่างชายมาเป็นสินค้าเพื่อแสวงหาประโยชน์ทางธุรกิจ การศึกษาของ Duangwises (2003, 2006, 2010a, 2010b, 2013) ชี้ให้เห็นการเติบโตของธุรกิจสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารเกย์และสถานประกอบการต่างๆ ที่นำเรือนร่างชายมาเป็นสินค้าตั้งแต่ช่วงทศวรรษ 2520 เป็นต้นมา การศึกษาของ Samakkeekarom et al. (2009, 2012) และ Duangwises et al. (2014) อธิบายเกี่ยวกับการแสดงความเป็นชายของเกย์วัยรุ่นในสังคมออนไลน์เพื่อแสดงตัวตนและใช้เป็นเครื่องมือในการแสวงหาคนรักและคู่นอน การศึกษาเหล่านี้มองความเป็นชายของเกย์ในฐานะสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ซึ่งหล่อหลอมให้เกย์ยกย่องเชิดชู “ภาพลักษณ์ความเป็นชาย” ที่จะต้องไม่แสดงกิริยาท่าทางเหมือนผู้หญิง (ออกสาว) และพยายามจัดระเบียบและแก้ไขปรับปรุงเรือนร่างให้มีความเป็นชายในแบบอุดมคติที่ระบบการตลาดของเกย์ได้สร้างเอาไว้ อย่างไรก็ตาม แม้วาระบบทุนนิยมจะเปิดโอกาสให้เกย์ได้แสดงอัตลักษณ์ความเป็นชาย (Jackson, 2011) แต่ก็อยู่ใต้โครงสร้างอำนาจทางการตลาดในช่วงทศวรรษ 2520 ซึ่งในช่วงนี้ภาพลักษณ์ความเป็นชายตามอุดมคติจะต้องเป็น “ผู้ชายที่ทันสมัย” ที่แสดงออกด้วยการแต่งกายตามแฟชั่นและมีรสนิยมในการใช้สินค้าที่ส่งเสริมบุคลิกภาพของตนเอง รู้จักดูแลรูปร่างหน้าตาของตัวเองให้มีเสน่ห์ทางเพศ ซึ่งสะท้อนแบบแผนชีวิตของชนชั้นกลางในเมือง

ในบทความนี้จะชี้ให้เห็นจุดกำเนิดของการบริโภคภาพความเป็นชายในกลุ่มเกย์ไทย ซึ่งนิตยสารเชิงชายคือสื่อสิ่งพิมพ์รุ่นแรกที่กล้านำ “เรือนร่างผู้ชาย” มาเป็นจุดขาย และชักจูงให้กลุ่มเกย์เข้ามาเสพเพื่อปลดปล่อยความปรารถนาของตัวเอง ทั้งนี้ นิตยสารเชิงชายเกิดขึ้นก่อนที่จะมีนิตยสารของชาวเกย์โดยตรง ซึ่งจะตีพิมพ์ในเวลาต่อมา เช่น นิตยสารมิถุนา นีออน มรกต และมิดเวย์ เป็นต้น แม้ว่าในช่วงกลางทศวรรษ 2520 สถานประกอบการประเภทบาร์เกย์ บาร์อะโกโก้ จะเกิดขึ้นอย่างแพร่หลายและ

มีการนำผู้ชายมาให้บริการทางเพศแก่ลูกค้าแล้วก็ตาม (Duangwiset, 2010b) แต่ยังไม่มียี่ห้อสิ่งพิมพ์ใดที่นำเอาภาพเรือนร่างผู้ชายมานำเสนอต่อผู้อ่านที่เป็นเกย์อย่างมีนัยยะสำคัญเท่ากับนิตยสารเชิงชาย การย้อนกลับไปศึกษาจุดกำเนิดของการบริโภคภาพความเป็นชายในนิตยสารเชิงชายของบทความนี้ จะช่วยให้เกิดความเข้าใจใน 2 ประเด็น คือ 1) นิตยสารเชิงชายมีความสำคัญในฐานะเป็นนิตยสารเล่มแรกที่ประกาศอย่างชัดเจนว่าเกย์คือกลุ่มเป้าหมายสำคัญ และต้องการทำให้เกย์ได้พบกับสิ่งที่ปรารถนา นั่นคือการได้เห็นเรือนร่างเปลือยของผู้ชาย และ 2) นิตยสารเชิงชายสะท้อนบริบทสังคมไทยในช่วงทศวรรษ 2520 ที่ชุมชนเกย์ในกรุงเทพฯ กำลังก่อร่างสร้างตัวภายใต้การใช้ชีวิตในบาร์และสถานเริงรมย์ยามค่ำคืน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีทุนทรัพย์ในการจับจ่ายใช้สอย ทำให้เกิดการผลิตนิตยสารเชิงชายในฐานะเป็นสินค้าชนิดหนึ่งตอบสนองความต้องการของเกย์ ทั้งสองประเด็นนี้จะช่วยให้เราเข้าใจการเริ่มต้นของการสร้าง การเสพ และการแสดงความเป็นชายในชุมชนเกย์ที่อยู่ในเขตเมืองกรุงเทพฯ

องค์ความรู้และกรอบแนวคิดในการศึกษา

Williams (1989) และ Fejes (2002) ตั้งข้อสังเกตว่าเท่าที่ผ่านมาการศึกษา นิตยสารโป๊เปลือยและสื่อที่กระตุ้นการมกจะโต้เถียงกันด้วยแนวคิดที่ตรงกันข้ามระหว่างกลุ่มที่มองว่าสื่อโป๊เปลือยคือวิธีการใช้อำนาจของผู้ชายที่ใช้ผู้หญิงเป็นวัตถุที่ตอบสนองความต้องการทางเพศ กับกลุ่มที่มองว่าสื่อโป๊เปลือยคือช่องทางปลดปล่อยอิสระและเสรีภาพทางเพศ ข้อโต้เถียงนี้ผลิตซ้ำคู่ตรงข้ามระหว่างกลุ่มที่เคร่งครัดศีลธรรมกับกลุ่มที่เรียกร้องเสรีภาพ แต่ Williams (1989) เสนอมุมมองในการศึกษาที่ต่างออกไปโดยมองว่าสื่อโป๊เปลือยคือกลไกของอำนาจที่ต้องการสถาปนา “ความจริง” เกี่ยวกับเพศภาวะ เพศวิถี เซ็กส์ และกามารมณ์ กล่าวคือสื่อโป๊เปลือยกำลังผลิตซ้ำความรู้ที่อธิบายว่าเซ็กส์และความต้องการทางเพศของมนุษย์เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ เป็นแรงขับเคลื่อนตามสัญชาตญาณ และแสดงออกมาตามความรู้สึกจากภายใน Williams ได้แย้งว่าการนำเสนอเพศภาวะและเพศวิถีในสื่อโป๊เปลือยผลิตซ้ำคู่ตรงข้ามระหว่างหญิงชาย ซึ่งถูกสร้างขึ้นภายใต้บรรทัดฐานแบบรักต่างเพศ (Heteronormativity) ซึ่งมีใช้สิ่งที่

เกิดขึ้นเอง แต่ถูกประกอบสร้างขึ้นในสังคมภายใต้ความรู้แบบเหตุผลนิยมของตะวันตก (Ahmed, 2006; Butler, 1990; Connell, 1987; Herek, 1986; Jackson, 1999; Katz, 1995) ประเด็นนี้ Foucault (1990) ได้วิจารณ์ว่าสถาบันความรู้แบบวิทยาศาสตร์ได้สร้างความชอบธรรมให้กับความสัมพันธ์คู่ตรงข้ามของหญิงชาย ในฐานะที่เป็นเครื่องมือของกลไกอำนาจทางการเมืองของชนชั้นกษัตริย์และรับใช้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ความสัมพันธ์แบบรักต่างเพศจึงมีสิทธิพิเศษและถูกยกให้อยู่สูงกว่าความสัมพันธ์แบบอื่น หรือเรียกว่า “ความเป็นรักต่างเพศที่ควบคุมกดทับ” (compulsory heterosexuality) (Rich, 1980) ดังนั้น การนำเสนอภาพเปลือยของผู้หญิงเพื่อกระตุ้นเร้าอารมณ์ทางเพศของผู้ชายจึงเป็นรูปแบบของการยืนยัน “ความจริงแท้” เกี่ยวกับการมรณ์ของรักต่างเพศ ที่ผู้หญิงและผู้ชายต่างใช้สรีระทางเพศเป็นเครื่องมือในการปรนเปรอและเติมเต็มความต้องการของตน (Jagose, 2012)

ในกรณีสื่อโป๊เปลือยของเกย์ Fejes (2002) อธิบายในทำนองเดียวกันว่าสื่อโป๊เปลือยของเกย์กำลังสร้าง “อุดมคติทางเพศ” (sexual utopias) ที่ทำให้เกย์รู้สึกว่าการได้ดูสรีระของเพศชายคือการได้ปลดปล่อยและเติมเต็มความปรารถนา ขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดความรู้สึกว่าตนกำลังท้าทายบรรทัดฐานสังคมที่ความรักไคร่ระหว่างผู้ชายเป็นสิ่งต้องห้าม สื่อที่ตอบสนองการมรณ์ของเกย์คือเครื่องมือสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์และตัวตนของเกย์ (Burger, 1995; Waugh, 1996; McKee, 1999) ซึ่งต่างไปจากสื่อโป๊เปลือยของผู้ชายที่การสร้างอัตลักษณ์ “ความเป็นชายแบบขึ้นนำ” (hegemonic masculinity) เกิดขึ้นในพื้นที่ทางสังคมมากกว่า (Chapman, 1988; Connell, 1990; Lichterman, 1989; Messner, 1987) Fejes (2002) กล่าวว่า การศึกษาสื่อโป๊เปลือยของเกย์เท่าที่ผ่านมามักจะมองว่าเกย์ผลิตซ้ำอำนาจแบบชายเป็นใหญ่ที่ใช้สื่อโป๊เปลือยเพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศเป็นสำคัญ (Stoltenberg, 1992) แต่สิ่งที่สื่อโป๊เปลือยของเกย์ต่างไปจากสื่อโป๊เปลือยของผู้ชายก็คือจะไม่มีกรนำเสนอภาพสรีระของเพศหญิง (Dworkin, 1989) ดังนั้น สื่อโป๊เปลือยของเกย์ไม่อาจเป็นภาพสะท้อนวัฒนธรรมชายเป็นใหญ่ได้เหมือนกับสื่อโป๊เปลือยของผู้ชาย รวมทั้งไม่สามารถนำวิคิดและคำอธิบายแบบสตรีนิยมมาใช้วิเคราะห์ได้เช่นเดียวกัน

Fejes (2002) กล่าวว่ากามารมณ์ของเกย์มิได้วางอยู่บนโครงสร้างอำนาจแบบเดียวกับรักต่างเพศ โดยเฉพาะเรื่องการสร้างความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้ามที่รองรับการสร้างครอบครัวและการมีบุตรเพื่อสืบทายาท แต่กามารมณ์และอัตลักษณ์ทางเพศของเกย์ถูกสร้างขึ้นนอกโครงสร้างดังกล่าว สิ่งสำคัญที่ทำให้เกย์สร้างตัวตนได้ก็คือการมีความปรารถนาที่ไม่หยุดนิ่ง กล่าวคือ กามารมณ์ของเกย์วางอยู่บนการตอบสนองความปรารถนา ความรู้สึกเสนาหาคู่เรือนร่างเพศชาย ซึ่งด้านหนึ่งอยู่นอกกรอบจารีตทางสังคม แต่อีกด้านหนึ่งเกี่ยวข้องกับบรรทัดฐานทางเพศที่ถูกกำกับและควบคุมโดยสังคม ซึ่งสังคมมองว่า “เบี่ยงเบนทางเพศ” หรือ “ผิดปกติทางจิต” การที่เกย์แสดงความปรารถนาต่อลักษณะความเป็นชายจึงเป็นทั้งการทำหายและตอกย้ำบรรทัดฐานแบบรักต่างเพศ นั่นคือการนำเอาเชื้อสัระหว่างผู้ชายมาสร้างวัฒนธรรมและผลิตหมวดหมู่ของเพศวิถีที่ต่างไปจากคู่หญิงชาย ซึ่งการสร้างสิ่งเหล่านี้ก็คือการย้อนกลับไปยืนยัน “การดำรงอยู่” ของบรรทัดฐานรักต่างเพศนั่นเอง (Oswald et al., 2006; Theodore & Basow, 2000)

ในประเด็นความเป็นชายที่เป็นเป้าหมายแห่งความปรารถนาของเกย์ มิใช่ภาพจำลองหรือเงาสะท้อนความเป็นชายในระบบรักต่างเพศ หากแต่เป็นการทำให้ “ความเป็นชาย” ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่และมีรูปแบบที่หลากหลาย การศึกษาความเป็นชายในวัฒนธรรมเกย์เท่าที่ผ่านมามักจะอธิบายด้วยกรอบความคิดแบบคู่ตรงข้าม โดยมองว่าการแสดงความเป็นชายของเกย์คือการทำหาย เป็นปฏิปักษ์ และต่อต้านบทบาทผู้ชายแบบรักต่างเพศที่ต้องแสดงความแข็งแกร่ง กล้าหาญ และทรหดอดทน ทั้งนี้มีความเชื่อว่าเกย์คือผู้ที่แสดงบทบาททางเพศที่อยู่นอกบรรทัดฐานและกฎระเบียบที่สังคมกำหนด รวมทั้งยังเชื่อว่าบทบาททางเพศของเกย์มีความเป็นหญิงเจือปนอยู่ ซึ่งทำให้เกิดการเหมารวมและตีตราว่าเกย์จะมีพฤติกรรมและอารมณ์แบบผู้หญิง (Bronski, 1998; Carrigan et al., 1985) ความเชื่อเหล่านี้มีผลต่อการสร้างคำอธิบายที่ว่าผู้ชายรักต่างเพศจะมีการเกลียดกลัวเกย์ เพราะเกย์ทำลายล้างบทบาทผู้ชายตามอุดมคติของสังคม (Herek, 1986)

Levine (1979, 1998) และ Bronski (1998) กล่าวว่าอัตลักษณ์ใหม่ของเกย์เกิดขึ้นอย่างชัดเจนหลังสงครามโลกครั้งที่สอง โดยประกอบด้วย 2 ลักษณะ ซึ่งถือเป็นการปฏิวัติบทบาททางเพศแบบเก่า นั่นคือ การไม่ยึดติดกับความเป็นชายที่เข้มแข็งแบบจารีต และการเสริมให้ความเป็นชายมีพลังมากกว่าปกติ (homoerotic hypermasculinity) (Goltz, 2010; Hancock, 2015) การศึกษาของ Johnson and Johnson (1988) และ Sanchez et al. (2010) ชี้ว่าเกย์พยายามแสดงและดำรงรักษาความเป็นชายในแบบเดียวกับบรรทัดฐานรักต่างเพศ กล่าวคือ ความเป็นชายของเกย์มีลักษณะไม่ต่างจากผู้ชาย รวมทั้งในวัฒนธรรมเกย์ มีความนิยมความเป็นชายมากกว่าความเป็นหญิง มีการแบ่งแยกคุณค่าให้เกย์ที่มีลักษณะเป็นชายอยู่เหนือกว่าเกย์ที่แสดงออกแบบผู้หญิง ในแง่นี้ วัฒนธรรมเกย์ก็ยังคงผลิตซ้ำความไม่เท่าเทียมระหว่างความเป็นหญิงและความเป็นชาย ตัวอย่างในการศึกษาของ Bergling (2001) และ Sanchez et al. (2009) อธิบายให้เห็นว่าการแสดงความเป็นชายของเกย์ในสังคมอเมริกัน เน้นการทำให้รูปร่างหน้าตา กิริยาท่าทาง และการแสดงอารมณ์ของตัวเองดูสมเป็นชาย เพื่อที่จะใช้สิ่งนี้สร้างความรักและความสัมพันธ์ทางกามารมณ์ กล่าวคือ วัฒนธรรมเกย์ได้นำเอา “ความเป็นชาย” มาเป็นเครื่องมือที่จะสร้างอัตลักษณ์และแสวงหาความสุขทางเพศเป็นสำคัญ

เช่นเดียวกับการศึกษาของ Taywaditep (2001), Eguchi (2011) และ Sanchez & Vilain (2012) พบว่าในวัฒนธรรมเกย์แบบตะวันตกมีการรังเกียจและไม่ชอบเกย์ที่แสดงพฤติกรรมคล้ายผู้หญิง ทำให้เกย์ที่แสดงท่าทางและอารมณ์เหมือนผู้หญิงไม่ใช่บุคคลที่น่าปรารถนาทางเพศ ความรังเกียจนี้เกิดขึ้นบนโครงสร้างที่แบ่งแยกความเป็นหญิงและชายออกจากกัน และการเชิดชูความเป็นชายให้เหนือและสูงกว่า สิ่งนี้ได้นำไปสู่การกดทับและการเหยียดหยามเกย์ที่ไม่แสดงความเป็นชาย ในสังคมเกย์จึงมีการแบ่งแยกกันเอง Donaldson (1993) กล่าวว่าในสังคมเกย์ สิ่งที่ทำให้เกย์หลงใหลและนิยมชมชอบมิใช่การแสดงอัตลักษณ์เกย์ หากแต่เป็นการแสดงความเป็นชายที่มีเสน่ห์ทางเพศ ฉะนั้น สิ่งที่หล่อหลอมให้เกิดวัฒนธรรมแห่งความปรารถนาทางเพศในสังคมเกย์ จึงมิใช่อื่นใดนอกจากการดำรงรักษาและผลิตซ้ำความเป็นชายตามบรรทัด

ฐาน Ravenhill and Visser (2017) อธิบายในทำนองเดียวกันว่าเกย์พยายามสร้างความ เป็นชายตามแบบจารีตนิยม เพื่อให้ตนเองมีค่าและใช้เป็นทุนในการสร้างตัวตน ซึ่งทำให้เกย์ชื่นชอบผู้ที่แสดงบทบาทฝ่ายรุกมากกว่าผู้ที่เป็นฝ่ายรับ Edwards (2005) ตั้งข้อสังเกตว่าการอธิบายอัตลักษณ์ของเกย์ในทำนองนี้จะอธิบายถึงการแสดงออกใน ความเป็นชายแบบน้อยเกินไป หรือมากเกินไป ในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งเป็นวิธีคิดแบบโลก ตะวันตก

Bronski (1998) อธิบายว่าทำให้เรือนร่างของเพศชายดูเย้ายวนทางเพศ ในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา เป็นผลมาจากอิทธิพลของวัฒนธรรมเกย์ โดยชี้ให้เห็นว่าแต่เดิม ภาพลักษณ์ผู้ชายจะต้องเรียบขรึมหนักแน่น หัวหาญ อดทน ค่อยๆ เปลี่ยนไปสู่การมี อารมณ์อ่อนไหวและเปิดเผยความรู้สึกมากขึ้น สิ่งสำคัญคือการเผยให้เห็นเรือนร่างที่ เย้ายวนทางเพศมากขึ้น คือการทำให้ร่างเพศชายเป็นร่างที่ต้องแสดงอารมณ์ทางเพศ ซึ่งจะถูกเชยชมในฐานะวัตถุที่ตอบสนองกามารมณ์ ซึ่งจะเป็นสินค้าสำคัญในวัฒนธรรม บริโภค (Jung, 2011; Rohlinger, 2002) ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1950 ร่างกายของ ผู้ชายจะกลายเป็นพื้นที่การต่อสู้ทางวัฒนธรรม นิตยสารเกี่ยวกับการบริหารร่างกาย กลายเป็นนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกย์ เพราะนำเสนอซีรีส์ระเทศชายอย่าง เปิดเผย นิตยสารเกย์ในสหรัฐอเมริกาจึงเน้นนำเสนอภาพนายแบบที่มีกล้ามเนื้อโต ซึ่ง ทำให้ความเป็นเกย์กับความเป็นชายเข้ามาใกล้ชิดกันมากขึ้น อารมณ์ทางเพศของเกย์ กับเรือนร่างของผู้ชายที่เย้ายวนมีความสัมพันธ์กันมากขึ้น ร่างกายที่บึกบึนแบบผู้ชาย ผสมผสานกับความอ่อนไหวของเกย์มากขึ้น ทำให้เกิดการสร้างความ เป็นชายแบบเกย์ (homomascularity) เช่น ภาพวาดของ Tom of Finland ที่นำเสนอภาพผู้ชายมี กล้ามใหญ่ ไว้หนวดเครา แต่มีเอวคอดเล็กเหมือนผู้หญิง (Hooven, 1993; Lahti, 1998; Ramakers, 2000)

จากข้อถกเถียงเรื่องความเป็นชายและความปรารถนาทางเพศของเกย์จาก นักวิชาการหลายคนทีกล่าวนำข้างต้น นำมาสู่ความคิดของ Fejes (2002) ที่ว่า วัฒนธรรมเกย์มิได้มีเอกภาพหรือมีเพียงหนึ่งเดียว ในสังคมตะวันตก สังคมเกย์มีการ แยกย่อยออกเป็นกลุ่มต่างๆ ตามเงื่อนไขและสภาพแวดล้อม รวมถึงการแสดงออกและ

การขึ้นขอความเป็นชายของเกย์แต่ละกลุ่มก็ต่างกันไป ดังนั้น การทำความเข้าใจวิธีการบริโภคความเป็นชายในสื่อโปเปลื้อยของเกย์ก็จำเป็นต้องหลีกเลี่ยงการสร้างคำอธิบายแบบเหมารวมว่าเกย์ทุกคนจะขึ้นขอความเป็นชายแบบเดียวกัน เมื่อนำแนวคิดเรื่องดินแดนเพศในฝัน (Sexual Utopias) ของ Williams (1989) และแนวคิดเรื่องประสบการณ์ทางกามารมณ์ (erotic experience) ของ Fejes (2002) มาเป็นแนวทางศึกษาเรื่องนี้ เราอาจมองว่าสื่อโปเปลื้อยของเกย์ดำรงอยู่ในสังคมในฐานะเป็น “จินตนาการและความฝันทางเพศ” ที่ทำให้เกย์แต่ละคนเข้ามาสัมผัสและมองดูภavnายแบบซึ่งเป็นบุคคลที่มีชีวิตอยู่ในโลกของความจริง

ในบทความนี้จะนำกรอบความคิดของ Williams (1989) และ Fejes (2002) มาอธิบายให้เห็นว่านิตยสารเชิงชายคือตัวอย่างแรกของสื่อสิ่งพิมพ์ในสังคมไทยที่สร้างจินตนาการและประสบการณ์ทางเพศให้เกย์ภายใต้สังคมที่ยังไม่ยอมรับพฤติกรรมชายรักชาย นิตยสารเชิงชายคือหลักฐานสำคัญที่ชี้ให้เห็นว่าภavnายแบบและความเป็นชายได้ช่วยให้เกย์ไทยสามารถสัมผัสและจ้องมองวัตถุแห่งความปรารถนาได้อย่างเป็นรูปธรรม บทความนี้ต้องการลบมายาคติของสังคมที่มองสื่อของเกย์ในเป็น “สื่อลามกอนาจาร” และชี้ชวนให้เกิดความเข้าใจใหม่ว่า นิตยสารเชิงชายคือประสบการณ์ทางกามารมณ์ที่เป็นเรื่องปกติของมนุษย์ ซึ่งเกย์ไทยได้ใช้เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ตัวตนและความรู้สึกทางเพศ

นิตยสารเชิงชายกับการมีอยู่ของกลุ่มเกย์

ในเดือนพฤศจิกายน ปี พ.ศ.2525 (ค.ศ.1982) นิตยสารเชิงชายได้ถือกำเนิดขึ้นในวงการสิ่งพิมพ์ไทย โดยวางจำหน่ายในราคา 20 บาท กลุ่มเป้าหมายคือผู้หญิงและผู้ชายที่ต้องการรู้เรื่องราวและเห็นเรือนร่างของผู้ชาย ต้องการแสดงอารมณ์ปรารถนาทางเพศต่อผู้ชาย ซึ่งจะมีการระบุไว้อย่างอย่างชัดว่า “เพื่อเน้นถึงสรีระแห่งความเป็นชาย” มีนำเสนอด้วยเรื่องราวประสบการณ์ความรักและเซ็กส์ บทความเชิงสารคดีและความรู้เกี่ยวกับอาหาร กีฬา เทคโนโลยี กฎหมาย และการท่องเที่ยว บทสัมภาษณ์บุคคล เรื่องสั้น เรื่องแปล คอลัมน์หาคู่ ภาพแฟชั่น ภavnายแบบและนางแบบ และ

ภาพนู้ดผู้ชาย ในหน้าปกของนิตยสารเชิงชายฉบับแรกมีข้อความเขียนว่า “พลังแห่งความเป็นชายเป็นได้ทั้งหนามแหลมและกลีบดอกที่อ่อนไหว คุณเองก็อาจเป็นเช่นนั้น” แต่นิตยสารเชิงชายตีพิมพ์เพียง 2 ฉบับ และได้หยุดลงไปในเดือนธันวาคม ปี พ.ศ.2525

บทบรรณาธิการของนิตยสารเชิงชายเล่มแรก อธิบายว่า

“เชิงชาย กับคำกล่าวที่ว่าพลังแห่งความเป็นชายเป็นได้ทั้งหนามแหลมและกลีบดอกที่อ่อนไหวนั้น คงมีผิดไปจากความหมายนี้ และกับความรัก ความต้องการ และความเป็นจริง คือความผูกพันที่แบ่งแยกไม่ได้จาก “เชิงชาย” อารมณ์ไฝหา จุดหมายของอารมณ์ที่ไม่แตกต่างกัน จะมีก็แต่เพียงการกระทำ และความเป็นจริงเท่านั้น ความแข็งแกร่งและความอ่อนไหว คือรูปแบบที่แสดงออกให้รู้ในอารมณ์ สิ่งสนองตอบเป็นความปรารถนาที่แน่นอน “เชิงชาย” เป็นนิตยสารฉบับหนึ่งที่กล้าสัมผัสกับอารมณ์ความต้องการเช่นนี้ เราสร้างงานนี้เพื่อใคร ใช่.....นี่คือคำถาม และ...คำตอบของมัน คุณคงทราบโดยแน่ชัดเมื่อคุณเปิดหน้าสุดท้ายของ “เชิงชาย” “เชิงชาย” คือสิ่งที่รองรับอารมณ์ ทุกหน้ากระดาษคืองานของเราเพื่อตัวคุณ เพียงหน้าแรกของ “เชิงชาย” คงทำให้ผู้มีไฟปรารถนาเช่นเดียวกับเราทราบถึงอารมณ์การทำงานของพวกเรา เรากำลังเสนอตัวออกมารองรับอารมณ์ของคุณ เพื่อสังคมรับรู้ความรัก ความต้องการ และความเป็นจริงที่มีอยู่ในตัวคุณ...” (Cherngchai Magazine, 1982)

จากข้อความข้างต้นแสดงให้เห็นว่านิตยสารเชิงชายต้องการนำเสนออารมณ์ปรารถนาที่มีต่อผู้ชาย โดยมุ่งหวังว่าสังคมจะเปิดกว้างให้ผู้หญิงและผู้ชาย(ที่ชอบเพศเดียวกัน) แสดงความรู้สึกและความต้องการทางเพศของตัวเอง ผ่านการมองดูสรีระทางกายของผู้ชาย การได้อ่านเรื่องสั้น อ่านนิยาย และอ่านประสบการณ์ทางเพศที่บอกเล่าเกี่ยวกับความต้องการทางเพศ ซึ่งเป็นการแสดงออกในพื้นที่ส่วนตัว การอ่านเรื่องราวและดูภาพผู้ชายที่เช็กซีในนิตยสารเชิงชาย จึงช่วยสร้างจินตนาการทางเพศ ทำให้นิตยสารเชิงชายเปรียบเสมือนเป็นสื่อทางเลือกที่เปิดโอกาสให้ผู้หญิงและผู้ชายที่

ขอบเพศเดียวกันได้แสดงตัวตน ท่ามกลางสังคมที่ยังคงปิดกั้นมิให้ผู้หญิงและเกย์ได้เปิดเผยความปรารถนาทางเพศ ขณะเดียวกันก็เปรียบเสมือนเป็นตำราเพศศึกษาฉบับประชาชน ที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับสุขภาพทางเพศและอัตลักษณ์ทางเพศที่หลากหลาย อาจกล่าวได้ว่านิตยสารเชิงชายคือสื่อสิ่งพิมพ์แรกที่พยายามตระหนักถึงการมีอยู่ของกลุ่มคนที่เป็น “เกย์” แม้ว่าเนื้อหาจะมีส่วนผสมของการแสดงความรักและความปรารถนาแบบรักต่างเพศ แต่เป้าหมายที่ชัดเจนก็ยังคงกล่าวถึงผู้ชายที่รักเพศเดียวกันอย่างเปิดเผย เห็นได้จากการมีข้อเสนอให้กลุ่มเกย์ที่ต้องการดูภาพลับเฉพาะของนายแบบส่งบัตรไปขอรับภาพได้ฟรี ดังข้อความที่ว่า “จู้... จู้! อย่างน้อยใจ เมื่อถูกเรียกว่าเกย์ เราอาจเป็นเพื่อนที่ดีของคุณ” (Cherngchai Magazine, 1982) ผู้อ่านที่เป็นเกย์จะตัดบัตรที่มีข้อความในกรอบสี่เหลี่ยมจัตุรัสว่า “ตัดบัตรนี้ส่งกลับ “เชิงชาย” คุณจะรับภาพ “นายแบบลับเฉพาะ” จากเราทันที” ข้อความทั้งสองนี้แสดงว่านิตยสารเชิงชายกำลังเชิญชวนให้เกย์ได้ปลดปล่อยความต้องการทางเพศและคอยติดตามภาพลับเฉพาะของนายแบบ เพื่อที่นิตยสารเชิงชายจะได้มีกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเกย์มากขึ้น

ในคอลัมน์คุยของระยะ รติรส ซึ่งเป็นการตอบจดหมายของผู้อ่านที่ส่งความคิดเห็นมาถึงกองบรรณาธิการนิตยสารเชิงชาย จะพบว่ามีกลุ่มเกย์ส่งจดหมายมาจำนวนหนึ่งเพื่อแสดงความรู้สึกว่านิตยสารเชิงชายคือสื่อที่เข้าใจชีวิตของชาวเกย์ ดังตัวอย่างต่อไปนี้

“ขอบคุณ คุณทั้งคณะที่ได้แนะนำนิตยสาร “เชิงชาย” ให้ทราบ สำหรับคำแนะนำที่จะให้กับ “เชิงชาย” นั้น ผมมีความคิดเห็นว่าสาระบันเทิงภายในเล่มนั้นควรมีบทความและการตีข้อความของเนื้อเรื่องโดยใช้หลักจิตวิทยา เพื่อเขียนบรรยายถึงข้อคิดและให้ความเห็นใจ ความยุติธรรม แก่พวก “ปัญหาสังคม” ที่ยังไม่ยอมรับในกลุ่มสังคมบ้านเมืองเรา ควรชี้แจงให้มนุษย์ที่อยู่บนโลกเดียวกันได้เข้าใจถึงจุดของการเกิดปัญหาต่อกลุ่มสังคมเล็กๆ อย่างพวกเราอย่ามองคนพวกนี้อย่างตัวประหลาดซึ่งมีอวัยวะอย่างคนทั่วไปครบทุกประการ” (Cherngchai Magazine, 1982)

คำตอบของระยะ รติรส ต่อจดหมายข้างต้น มีดังนี้

“ผมเข้าใจถึงถึงความรู้สึกของคุณได้ดีครับ เพราะเหตุนี้ “เชิงชาย” จึงเกิดขึ้นมา ผมต้องการให้มนุษย์เราอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ไม่ว่าจะเป็นใครมาจากไหนก็ตาม ล้วนมีเลือดเนื้อและวิญญาณอย่างเดียวกัน ต้องการได้ “ความรัก” “ความเข้าใจ” “ความเอาใจใส่” และได้รับ “การยกย่อง” เหมือนกัน “คนเห็นคนเป็นคนนั้นแหละคน” นี่คือนิยามประจำใจของผมและทุกคนใน “เชิงชาย” ความทุกข์ของคุณคือความทุกข์ของผม “เชิงชาย” จะไม่ทำให้พวกคุณพบกับความผิดหวังอย่างแน่นอน ฉบับหน้าเรามีเรื่องของพวกคุณที่เข้มข้นมากยิ่งขึ้น ช่วยบอกต่อกันไปด้วยนะครับ” (Cherngchai Magazine, 1982)

จากจดหมายข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเกย์คือกลุ่มผู้อ่านที่สำคัญส่วนหนึ่งของนิตยสารเชิงชาย ซึ่งคาดหวังว่านิตยสารเชิงชายจะเป็นกระบอกเสียงและเป็นตัวแทนเพื่อสร้างความเข้าใจที่ดีแก่สังคมเกี่ยวกับการดำรงชีวิตของเกย์ ซึ่งมักจะถูกดูหมิ่นเหยียดหยาม และถูกตีตราเป็น “ตัวประหลาด”

ในคอลัมน์ภาษาอารมณ์ดอกไม้ (Cherngchai Magazine, 1982) มีการอธิบายความหมายของคำศัพท์ภาษาอังกฤษและคำแสลงที่บ่งบอกอัตลักษณ์และคุณลักษณะทางเพศที่แตกต่างจากชายและหญิง ดังเช่นตัวอย่างคำอธิบายที่ว่า คำว่า “คิง” หมายถึงโฮโมเซ็กชวล (homosexual) ที่เป็นผู้ชาย คำว่า “ควีน” หมายถึงโฮโมเซ็กชวลที่แต่งตัวและมีท่าทางเป็นผู้หญิง คำว่า “ลูกไก่” หมายถึงโฮโมเซ็กชวลหนุ่มๆ คำว่า “อาหารทะเล” หมายถึงโฮโมเซ็กชวลเก่าแก่ไม่มีใครสนใจ คำว่า “คุณป้า” หมายถึงโฮโมเซ็กชวลที่สูงอายุ คำว่า “แดร็กควีน” (Drag Queen) หมายถึงโฮโมเซ็กชวลที่แต่งตัวเป็นหญิง (แสดงท่าทางกิริยาเหมือนผู้หญิง ส่วนมากจะใช้เรียกเกย์ที่เป็นนักแสดงโชว์ หรือนางโชว์ในบาร์เกย์) คำว่า “ทริค” (Trick) หมายถึงคู่นอนชั่วคราวของโฮโมเซ็กชวล คำว่า “บูทช์” (Butch) หมายถึงโฮโมเซ็กชวลที่มีร่างกายใหญ่โต มีกล้ามเนื้อเป็นมัดๆ เป็นต้น การอธิบายคำศัพท์และคำแสลงเหล่านี้ได้นำคำ

นิยามอัตลักษณ์ทางเพศในสังคมตะวันตกมาเผยแพร่ในสังคมไทย ซึ่งเป็นการยืนยันว่า นิติสารเชิงชายเปิดรับการมีอยู่ของกลุ่มเกย์ที่มีการแสดงพฤติกรรมและความปรารถนาทางเพศเป็นของตัวเอง

เรื่องสั้นในนิติสารเชิงชาย นำเรื่องราวชีวิตของชายรักชายมาตีแผ่ ตัวอย่างเรื่อง “คนรักของอ๊อต” (Cherngchai Magazine, 1982) ที่บ่งบอกถึงชีวิตที่น่าเศร้าและความตายของอ๊อต อ๊อตคือตัวละครชายที่มีกิริยาท่าทางคล้ายผู้หญิงที่มีความรักกับชายคนหนึ่งที่ยาวน้อยกว่า อ๊อตเชื่อใจและไว้วางใจให้ชายคนรักนำเงินไปลงทุนสร้างฟาร์มไก่ แต่เมื่อได้เงินไปแล้ว ผู้ชายคนนั้นก็หายไป เมื่อผ่านไปประมาณห้าเดือน เขาก็กลับมาหาอ๊อตและบอกว่าเขามีปัญหาในการทำฟาร์มไก่ จำเป็นต้องหาเงินเพิ่ม เขาจึงอ้อนวอนขอร้องให้อ๊อตเอาโฉนดที่ดินไปจำนองเพื่อจะนำเงินไปทำฟาร์มไก่ อ๊อตใจอ่อนจึงยอมนำโฉนดที่ดินไปจำนองและให้เงินผู้ชายคนนั้น หลังจากนั้นเขาก็หายหน้าไป อ๊อตพยายามออกตามหาเขา จนในที่สุดก็พบว่าเขาได้เสียชีวิตลงแล้วกับผู้หญิงคนหนึ่งจนตั้งครรรค์ ผู้ชายคนนั้นสารภาพว่าเขาไม่ได้รักอ๊อต และพยายามตบตีและข่มขืนอ๊อต ห้ามไม่ให้อ๊อตไปยุ่งเกี่ยวกับเขาอีก ในที่สุดอ๊อตตัดสินใจกินยาฆ่าตัวตาย เรื่องสั้นนี้สะท้อนให้เห็นชีวิตรักที่ไม่สมหวังของคนที่เป็นเกย์ ซึ่งนิติสารเชิงชายต้องการสื่อให้กลุ่มเกย์เข้าใจว่าความรักระหว่างชายกับชายเป็นเรื่องน่าเศร้า

ในบทสัมภาษณ์พิเศษ หัวข้อปรัชญาและความรักของด็อกเตอร์หนุ่ม ดร.เสรี วงศ์มณฑา (Cherngchai Magazine, 1982) มีการนำเสนอประสบการณ์ชีวิตรักและความสัมพันธ์ระหว่างเสรี วงศ์มณฑากับผู้ชาย ซึ่งชีวิตของเสรีคือภาพสะท้อนปัญญาชนคนชั้นกลางที่มีการศึกษา เป็นที่รู้จักของสังคม และกล้าเปิดเผยตัวเป็นเกย์ที่ทำทาบบรรทัดฐานทางสังคมในเวลานั้น เสรีกล่าวว่า

“ที่มีความรู้สึกว่ายากประกาศ (เปิดเผยตัวเป็นเกย์) เพราะแน่ใจว่าเรามีความน่ารักพอ อาจจะเปลี่ยนภาพพจน์ของเกย์ที่ว่าเกย์ชั่ว หิวรัก ชี้อวด นี่เป็นภาพพจน์ของเกย์ที่ทุกคนรู้จักใช้ไหม ถ้าคนอย่างเราไปซัดซะอีกคน ใจภาพนั้นก็ยังคงชดอยู่อย่างนั้น หากเราเดินออกมา มันทำให้ภาพนั้นเลื่อน...ก็อย่างที่เคยมุดหัวว่าเปิดเผยตัวออกมาเป็นการเสียโอกาสของตัวเอง เพราะ

คนหลายคนที่เขาเป็น แล้วเขาไม่บอก เขาสามารถขึ้นไปอยู่ในตำแหน่งสูงๆ อะไรมากมายกายกอง แล้วดูเราซิ ไม่มีทางได้เป็นอะไร” (Cherngchai Magazine, 1982)

อย่างไรก็ตาม ตัวอย่างความรักของเสรีเป็นความรักระหว่างผู้ชายที่เป็นรักต่างเพศกับเสรีที่เป็นเกย์ที่มีจิตใจแบบผู้หญิง ซึ่งเสรีให้สัมภาษณ์ว่าผู้หญิงเหมือนเพศเดียวกับตนเอง (Cherngchai Magazine, 1982) หมายถึงฝ่ายหนึ่งนิยามตัวเองเป็นผู้ชาย ใช้ชีวิตแบบผู้ชายและยังคงมีความต้องการทางเพศกับผู้หญิง ในขณะที่เสรีนิยามตัวเองเป็นเกย์ แต่มีความรักความเสน่หากับผู้ชายที่ไม่ได้เป็นเกย์ ดังเช่นคำบอกเล่าที่บทสัมภาษณ์ที่ว่า

“...ไม่มีใครกลับมาหอรอก เพราะทุกคนแต่งงานกันไปแล้วทั้งนั้น ส่วนแฟนที่มีอยู่เป็นแฟนปกติ ผู้ชายที่ปกติเขาก็ต้องมีแฟน ที่จริงเรามีอารมณ์กับอู๊ดเป็นรายแรก ที่เราไปจีบเขา ไปพูดกับเขา จนเขาสงสารเห็นใจ และยินดีทำอะไรกับเราโดยที่จิตใจมิได้ฝักใฝ่ทางด้านนี้โดยตรง เพราะเขามีแนวโน้มจะชอบผู้หญิง...” (Cherngchai Magazine, 1982)

จากเรื่องราวที่ปรากฏอยู่ในคอลัมน์ต่างๆ ของนิตยสารเชิงชายที่ยกตัวอย่างมาข้างต้น ชี้ให้เห็นว่านิตยสารเชิงชายพยายามนำเสนอประเด็นที่สอดคล้องกับความสนใจของผู้อ่านที่เป็นเกย์ ซึ่งเปรียบเสมือนการรับรู้ว่เกย์คือกลุ่มเป้าหมายสำคัญที่ต้องการเสพสื่อเฉพาะทาง เพราะในช่วงเวลานั้น (ทศวรรษ 2500-2520) สื่อสิ่งพิมพ์กระแสหลักในท้องตลาดจะเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ชายที่ต้องการเสพเรื่องราวเซ็กส์และภาพนู้ดของผู้หญิง เช่น นิตยสารหนุ่มสาว นิตยสารแมน นิตยสารหนุ่ม นิตยสารเพียว นิตยสารระทึก ฯลฯ ซึ่งสื่อเหล่านี้รู้จักกันในนาม “หนังสือปลุกใจเสือป่า” หรือ “หนังสือปกขาว” เมื่อนิตยสารเชิงชายนำเสนอเรื่องและภาพนู้ดผู้ชาย ก็เท่ากับเป็นสื่อแนวใหม่ที่กลุ่มเกย์และผู้หญิงจะใช้เป็นที่ปลดปล่อยความปรารถนาทางเพศ

การนำเสนอ “ความเป็นชาย” ในนิตยสารเชิงชาย

นิตยสารเชิงชายเปรียบเสมือนเป็นพื้นที่ทางสังคมแบบใหม่ที่มีการโน้มนำและชักชวนให้คนในสังคมโดยเฉพาะผู้หญิงและกลุ่มเกย์เข้ามาพูด แสดงความคิดเห็น และเรียนรู้พฤติกรรม อารมณ์ บุคลิกลักษณะ และเรือนร่างของผู้ชายผ่านเรื่องเล่า เรื่องสั้น บทความ และภาพถ่าย ซึ่งในช่วงทศวรรษ 2520 สังคมไทยยังไม่ได้มองผู้ชายในฐานะ “วัตถุทางเพศ” แต่มองในฐานะผู้นำทางความคิด มีบทบาททางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม การนำเสนอเรื่องราวของผู้ชายจึงเน้นเรื่องราวของการเป็นผู้นำ สิ่งพิมพ์สำหรับผู้ชายจึงนำเรื่องราวที่ผู้ชายสนใจมานำเสนอ โดยเฉพาะการนำภาพและเรื่องราวของผู้หญิงมาดำเนินเรื่อง สื่อสิ่งพิมพ์กระแสหลักจึงเป็นผลผลิตของบรรทัดฐานรักต่างเพศที่เน้นความสัมพันธ์คู่ตรงข้ามของหญิงและชาย ภาพและเรื่องราวของผู้หญิงจะถูกนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชาย แต่นิตยสารเชิงชายได้ทำในสิ่งตรงกันข้าม โดยนำเอาความเป็นชายมาทำให้มีเสน่ห์ทางเพศและกระตุ้นอารมณ์ทางเพศเพื่อให้เกย์ (และผู้หญิง) ได้ปลดปล่อยอารมณ์ความปรารถนาและเสพความเป็นชายตามที่ต้องการ ดังนั้น นิตยสารเชิงชายจึงนำเสนอ “ความเป็นชาย” อย่างเปิดเผย

ภาพสรีระความเป็นชาย

ภาพชายหนุ่มในนิตยสารเชิงชายประกอบด้วย 3 รูปแบบ แบบที่หนึ่งคือภาพชายหนุ่มที่แต่งกายด้วยเสื้อผ้าตามสมัยนิยม คล้ายกับการโฆษณาเสื้อผ้า แบบที่สองคือภาพชายหนุ่มที่ถอดเสื้อ เปลือยร่างกายท่อนบน และสวมกางเกงขั้วใน และแบบที่สามคือภาพชายหนุ่มไม่สวมเสื้อผ้า แต่จะไม่เปิดเผยให้เห็นอวัยวะเพศ หากผู้อ่านที่เป็นเกย์ต้องการเห็นภาพเปลือยของนายแบบจะต้องส่งบัตรไปขอรับภาพลับเฉพาะจากกองบรรณาธิการนิตยสารเชิงชายโดยตรง

ภาพชายหนุ่มทั้งสามลักษณะ คือสัญลักษณ์หรือภาพตัวแทนของผู้ชายในทศวรรษ 2520 ซึ่งเป็นทศวรรษหลังเหตุการณ์ความรุนแรงทางการเมืองและการเติบโตของสำนักประชาธิปไตยและการเรียกร้องสิทธิพลเมือง เป็นช่วงเวลาที่ยุวกาฬกำลังมีบทบาทในสังคม มีความกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นต่อปัญหาต่างๆ ที่พวกเขาารู้สึกว่าไม่

เป็นธรรม หรือเป็นการเอาเปรียบประชาชน ทศวรรษนี้เป็นช่วงที่วัฒนธรรมอเมริกัน และญี่ปุ่นเข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของคนหนุ่มสาว ซึ่งวงวิชาการไทยยังคงขาดการศึกษาและการทำความเข้าใจบริบทสังคมในช่วงเวลานี้ เท่าที่ผ่านมาการวิเคราะห์หรือสรรเสริญภาพของคนรุ่นใหม่จึงมองข้ามมิติทางด้านอารมณ์ความรู้สึกและการแสดงออกทางเพศ ผู้เขียนจึงพยายามทำความเข้าใจว่านิตยสารแนวอีโรติก เช่น นิตยสารเซ็กซี่คือบันทึกของประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเกี่ยวกับการแสดงตัวตนทางเพศ ที่ท้าทายขนบธรรมเนียมและจารีตประเพณี ซึ่งอาจเป็นหลักฐานที่ทำให้เห็นการคลี่คลายของการสร้างเสน่ห์ทางเพศให้กับเรือนร่างผู้ชาย อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนเชื่อว่า นิตยสารเซ็กซี่ไม่เคยถูกนำมาศึกษา และมักจะถูกมองข้ามไปจากวงวิชาการไทย การชี้ที่ผู้เขียนหยิบนิตยสารนี้มาเป็นประเด็นศึกษาก็เพื่อตั้งข้อสังเกตเพื่อทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างชีวิตของหนุ่มสาว ซึ่งรวมถึงกลุ่มเกย์ที่กำลังแสวงหาอิสระทางเพศ และอาจเลือกนิตยสารเซ็กซี่เป็นเครื่องมือที่จะได้ปลดปล่อยจินตนาการทางเพศที่สังคมปิดกั้นไว้

ความเป็นชายในฐานะคู่ตรงข้ามกับความเป็นหญิง

นิตยสารเซ็กซี่ได้นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับความสัมพันธ์แบบคู่ตรงข้ามระหว่างชายและหญิง ตัวอย่างเช่นในคอลัมน์เซ็กซี่ชายนัดพบ มีการสัมภาษณ์นักแสดงหญิงชื่อกาญจนา นิมนวล ซึ่งมีชื่อเสียงในช่วงปี พ.ศ.2525 กาญจนาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้ชายไทยในประเด็นต่างๆ ได้แก่

ประเด็นความเห็นแก่ตัว

“...ผู้ชายบางคนออกจะหลงตัวเองมากเกินไป ไม่มีความจริงใจ ในบั้นปลายจะไม่มียะไรเลย เพราะเขาเลือกมากเกินไป บางคนก็ฉลาญเงินพ่อแม่ เกลียดมากเลย ผู้ชายแบบนี้ เห็นแก่ตัวคบไม่ได้ ยิ่งเห็นผู้หญิงอ้วนท้องขึ้นรถเมล์มาแล้วไม่ลุกให้

นั่ง ก็เหลือเกินแล้ว ผู้ชายไทยสมัยนี้เห็นแก่ตัวมาก เพราะเขาคิดถึงความสุขของตัวเองมากกว่าคนอื่น เขาคงคิดว่า ที่เห็นแก่ตัวนี้เนื่องจากเศรษฐกิจรัดตัวเข้ามา จึงต้องรักตัวเองเข้าไว้ก่อน” (Cherngchai Magazine, 1982)

ประเด็นการมีภรรยาหลายคน

“...คุณสมบัติของชายไทยอีกอย่างคือร้ายมาก เราต้องตามเขาให้ทัน ผู้ชายที่มีเมียมากนะ โอ้ย มีมานานแล้ว เราต้องยอมรับข้อนี้ สมัยนี้ไม่มีใครมีภรรยาคนเดียว มีนะมีได้แต่ต้องเจียมบอด้ว่าฐานะของเขาดีพอที่จะไม่ทำให้ครอบครัวต้องเดือดร้อนหรือเปล่า ถ้าฐานะดี โอเค มีไปเลย ต้องต้องเฉลี่ยความยุติธรรมให้เท่าๆ กันด้วย ถึงอย่างไรผู้ชายก็คือผู้ชาย เมียต้องตามหลัง น้อยคนที่จะยอมให้เมียขึ้นเสียง” (Cherngchai Magazine, 1982)

ประเด็นฐานะทางเศรษฐกิจ

“...ผู้ชายสมัยนี้อายุแค่ 33-34 เขากลับ กล้าลงทุน กล้าเสี่ยง เจ๊งก็เจ๊งไปเลย ขวนขวายจนมีบ้านหลังใหญ่ มีที่ดิน” (Cherngchai Magazine, 1982)

ประเด็นการเลือกคู่

“...ชอบผู้ชายที่ทำแต่งงาน งาน และงาน ชอบคนที่ทำอะไรก็แล้วแต่ที่เรื่องงานจะต้องมาก่อน ความรักมาทีหลัง นิสยพอใช้ได้ ถ้าเขาผิวดำเพราะมัวไปยุ่งแต่งงาน จะไม่ต่อว่าเขาเลย ถ้าจะรักใครสักคนหนึ่ง จะเลือกนักธุรกิจ ข้าราชการ ไม่ชอบ เพราะข้าราชการ เขาก็ทำไปแค่นั้น แต่นักธุรกิจ เขาจะไม่อยู่เฉย ต้องวิ่งเต้น” (Cherngchai Magazine, 1982)

จากความคิดของกาญจนาที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าความเป็นชายจะมาพร้อมกับความคาดหวังทางสังคม ที่ผู้ชายจะต้องแสดงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในครอบครัวและหน้าที่การงาน ในสังคมไทยช่วงทศวรรษ 2520 เป็นช่วงที่คนหนุ่มสาวกำลังแสวงหาความสำเร็จทางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันในตลาดแรงงานอย่างเข้มข้น ทำ

ให้ผู้ชายถูกคาดหวังว่าจะต้องเป็นที่พึ่ง เป็นผู้นำ กล้าหาญ มีรายได้ที่มั่นคง และประสบความสำเร็จในอาชีพ ซึ่งเป็นอุดมคติสำคัญในระบบทุนนิยม นอกจากนั้น ยังสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนความคิดต่อความเป็นชาย ซึ่งเดิมจะให้ความสำคัญกับผู้ชายในระบบราชการที่มีการจัดลำดับช่วงชั้นตามระบบอาวุโส เปลี่ยนไปสู่การเป็นผู้ชายในภาคธุรกิจที่ต้องมีความรับผิดชอบในหน้าที่ และต้องแสดงความรู้ความสามารถในงานเพื่อพิสูจน์และสร้างความสำเร็จให้ตัวเอง ความเป็นชายแบบใหม่นี้ถูกสร้างขึ้นพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตแบบปัจเจกนิยมที่ผู้ชายต้องเข้ามาทำงานในเมือง มีความเป็นอิสระจากครอบครัว สามารถแสวงหาสิ่งที่ตนเองต้องการได้ด้วยตัวเอง ความเป็นชายลักษณะนี้จะกลายเป็นเป้าหมายของการสร้างอัตลักษณ์และการเป็นวัตถุทางเพศที่ถูกนำเสนอให้น่าหลงใหลโดยสื่อชนิดต่างๆ

ในบทความเรื่อง “ลองพิจารณาตัวคุณซิ” อธิบายให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชาย ซึ่งถูกแยกให้เป็นคู่ตรงข้าม โดยฝ่ายชายจะต้องพิจารณาตัวเองว่ามีคุณสมบัติและแสดงบทบาทที่เหมาะสมกับผู้หญิงหรือไม่ ตัวอย่างเช่น

“คุณเป็นคนสุภาพ มีมารยาท กับคนอื่นๆ บ้างไหม คุณเคยใช้คำว่าขอบคุณ ขอบใจ ขอโทษ หรือยกมือไหว้เคารพผู้ใหญ่บ้างไหม คุณเคยพูดนิทานหรือวิจารณ์ผู้หญิงแล้วเปรียบเทียบไปในทางเสียหายหรือไม่ คุณเคยใช้อารมณ์โกรธหรือความไม่พอใจในคนรัก และคนอื่นๆ หรือเปล่า คุณเคยช่วยถือสิ่งของต่างๆ ให้กับคนรักของคุณหรือไม่ คุณเคยซื้อของขวัญให้กับคนรักของคุณหรือคนสนิทของคุณ เนื่องในโอกาสพิเศษ เช่น วันขึ้นปีใหม่ วันเกิด ฯลฯ หรือไม่ เวลาเดินเล่นหรือเดินซื้อของ คุณเดินไปก่อนคนรักของคุณหรือไม่ คุณเคยตำหนิคนรักของคุณในใจบ้างไหม คุณเคยคิดจะบอกคนรักของคุณว่าคุณชอบหรือไม่ชอบอะไรบ้างไหม คุณให้เกียรติคนรักของคุณเพียงใด คุณเคยใช้คำพูดที่ทำให้คนรักของคุณน้อยใจหรือไม่... คุณได้พิจารณาตัวคุณแล้วใช่ไหม คุณสมบัติเหล่านี้ ถ้าสิ่งไหนที่ขาดตกบกพร่องไป หรือเป็นสิ่งที่คุณคิดไม่ถึง ก็ต้องแก้ไขปรับปรุงตัวให้ดีขึ้น ถ้าคุณมีอยู่แล้วหรือปฏิบัติเป็นประจำ ขอให้คุณจงรักษามันไว้เหมือนสมบัติอันมีค่าต่อไป โลกของความรักจะเป็นของคุณ และ

คนที่คุณรักจะประทับใจไปอีกนานแสนนาน เพราะคุณมีคุณสมบัติประจำตัว ซึ่งนอกเหนือจากทรัพย์สินเงินทองของมีค่า และคุณจะไม่พบกับความผิดหวัง เป็นแน่” (Cherngchai Magazine, 1982)

จากคำอธิบายข้างต้น ชี้ให้เห็นว่าผู้ชายจะต้องฝึกฝนตนเองให้มีพฤติกรรมที่เหมาะสมเป็นไปตามความคาดหวังของคนรัก นั่นคือต้องรู้จักดูแลเอาใจใส่คนรัก มีความละเอียดอ่อนทางอารมณ์ เพื่อทำให้ความสัมพันธ์ดำเนินไปอย่างราบรื่น การปรับปรุงและพัฒนาคุณสมบัติดังกล่าว ทำให้ความเป็นชายมีใช้ความแข็งแกร่งด้าน แต่ต้องเป็นความสุภาพอ่อนโยน คุณสมบัตินี้เป็นความคาดหวังในสังคมนิยม ที่ต้องการทำให้ผู้ชายมีใช้เป็นเพียงแรงงานที่สร้างรายได้และมั่นคงทางเศรษฐกิจ แต่ยังคงสร้างความสมบูรณ์และความสุขในครอบครัวด้วย

ความเป็นชาย สรีระ และกามารมณ์

นิตยสารเชิงชานาเสนอเรื่องราวที่ผู้ชายจะต้องหันมาสนใจและใส่ใจกับกิจกรรมและพฤติกรรมทางเพศของตัวเองมากขึ้น เห็นได้จากบทความเรื่อง “ทดสอบสมรรถภาพทางเพศด้วยตัวเอง” เป็นการอธิบายให้ผู้ชายเข้าใจว่าอะไรคือความสามารถทางเพศ ความสมบูรณ์ของร่างกายจะส่งผลต่อการทำกิจกรรมทางเพศของตนเองอย่างไร การถึงจุดสุดยอดของผู้ชายจะกลายเป็นดัชนีชี้วัดสมรรถภาพและความสำเร็จในเรื่องเซ็กส์และกามารมณ์ของผู้ชาย เรือนร่างและสรีระของเพศชายจะมีความสำคัญมากขึ้น สิ่งเหล่านี้คือการให้คุณค่าแก่ความเป็นชายในเชิงวัตถุ และเป็นเป้าหมายหลักของการสร้างความเป็นชายภายใต้อุดมการณ์ความสุขทางเพศ

ตัวอย่างคำแนะนำเกี่ยวกับการสร้างสมรรถภาพทางเพศ ดังข้อความต่อไปนี้

“ผู้ชายที่มีสมรรถภาพทางเพศปกติจะไม่รักผู้หญิงในเวลาเดียวกันหลายคน ไม่เปลี่ยนคู่วางบ่บ่ และไม่ชอบการแลกเปลี่ยนคู่นอนกับผู้ชายอื่น มองโลกในแง่ดี ไม่เห็นเรื่องเพศเป็นเรื่องน่ารังเกียจ และให้คุณค่าของกามารมณ์ในทางสาย

กลาง คือไม่มากหรือน้อยเกินไป กับต้องมีความเชื่อมั่นในตนเองดีพอสมควรด้วย” (Cherngchai Magazine, 1982)

“การหย่อนสมรรถภาพทางเพศเกิดจากการแปรปรวนของจิตใจ เช่น เหนื่อยอ่อนเพลีย ตกใจกลัว ความรู้สึกที่ตนเองผิดหรืออาย บอกบอกว่าอาการเหล่านี้จะช่วยให้ตรงจุดยุทธศาสตร์ของคุณไม่ขยายเท่าที่ควร จึงไม่สามารถฝึกภาคปฏิบัติกับคนรักของคุณได้ การเจ็บป่วยแบบสามวันดีสี่วันไข้ หรือเป็นโรคประสาท หรือมีความพิการของเส้นประสาทที่ควบคุมความรู้สึกทางกายอยู่ ก็อาจทำให้เกิดกามตายด้านได้เช่นกัน การขาดจินตนาการทางเพศ และล้มเหลวในการปฏิบัติกิจทางเพศบ่อยๆ เป็นสัญญาณแสดงว่าสมรรถภาพทางเพศของคุณเริ่มอ่อนแอลงแล้ว สัญญาณอันตรายอีกอย่างหนึ่งคือ ชอบช่วยตัวเองอยู่เป็นประจำ ความจริงการช่วยตัวเองเป็นเรื่องธรรมดาในทางเพศถ้าเป็นครั้งคราว การปฏิบัติอยู่บ่อย ๆ ทำให้สมรรถภาพในการทำงานเสื่อมถอย บางคนใช้แทนการร่วมทางเพศไปเลยก็มี แสดงถึงจิตใจอ่อนแอ ไม่มีความยับยั้งชั่งใจ” (Cherngchai Magazine, 1982)

ในบทความเรื่อง “ธรรมชาติทางเพศของผู้ชาย” กล่าวว่า

“...ธรรมชาติของผู้ชายในทุกเรื่อง ไม่เฉพาะแต่เรื่องเพศที่เขาจะต้องมีความเป็นหนึ่งอยู่เสมอ แต่เรื่องเพศจะต้องนำหน้ามาก่อนเรื่องใด ถ้าจะพิสูจน์ความเป็นชายชาตรีกันละก็ อยู่ตรงที่ใครจะพบกับความสำเร็จในสัมพันธภาพทางเพศมากกว่ากันต่างหาก อย่างไรก็ตามความรู้สึกเช่นนี้ออกไปจากความคิดของผู้ชายคนไหนไม่ได้ง่ายนักหรอก เนื่องจากธรรมชาติของเขาเป็นเช่นนั้น ผู้หญิงจะต้องเข้าใจธรรมชาติข้อนี้ของผู้ชายให้ดีเสียก่อน ความจริงอีกอย่างหนึ่งเกี่ยวกับผู้ชายในเรื่องเพศ ก็คือ เขาจะมีความต้องการทางเพศมากกว่าผู้หญิง ผู้ชายที่ควบคุมความต้องการทางเพศของเขาไว้ได้ หมอบอกว่าพวกนี้

จะผ่อนคลายความต้องการทางเพศด้วยการพูดคุยในแง่บวกขึ้นในเรื่องเพศกับเพื่อนฝูงเป็นทางออก” (Cherngchai Magazine, 1982)

ในบทความเรื่อง “เสริมพลังเช็กส์ด้วยคุณค่าอาหาร” อธิบายว่า “วัยหนุ่มถือว่าเป็นวัยที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในชีวิต เพราะอุดมไปด้วยพลังกำลัง สติปัญญา ความนึกคิดที่สร้างสรรค์และเช็กส์ แต่สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์ที่สุด ดีที่สุดนั้น จะต้องอาศัยอาหาร ต่อไปนี้เป็นปริมาณอาหารที่ร่างกายวัยหนุ่มต้องการในแต่ละวัน เนื้อสัตว์ 200 กรัม นม 3-5 ถ้วยแก้ว ไข่ 1 ฟอง ผักใบเขียวและผักอื่นๆ 1-2 ถ้วยตวง ผลไม้มีโอละครั้ง-1 ผล ข้าวสุก 5-6 ถ้วยตวง ไขมันหรือน้ำมัน 2 ครั้ง-3 ช้อนโต๊ะ นอกจากนั้นต้องกินอาหารทะเลและเครื่องในสัตว์ อย่างน้อยอาทิตย์ละ 1-2 ครั้ง” (Cherngchai Magazine, 1982)

จากคำอธิบายข้างต้น จะเห็นการนำความรู้ทางการแพทย์ สุขภาพอนามัย โภชนาการ และจิตวิทยาเข้ามาประกอบเพื่อชี้ว่าสมรรถภาพทางเพศของผู้ชายเป็นเรื่องทางร่างกาย เช่น ความผิดปกติของระบบประสาท และการรับประทานอาหาร ดังนั้น การสร้างความสมบูรณ์แข็งแรงของร่างกายจะมีความสำคัญและช่วยให้มีความสุขทางเพศ ประกอบกับการสร้างความพอดีให้กับการทำกิจกรรมทางเพศ เช่น มีคู่รักคนเดียว ไม่เปลี่ยนคู่นอน ไม่สำเร็จความใคร่มากเกินไป จะช่วยทำให้ผู้ชายมีความแข็งแรงทางเพศ คำอธิบายลักษณะนี้คือการทำให้ “ความเป็นชาย” เป็นเรื่องทางวัตถุและเป็นสิ่งที่ธรรมชาติสร้างไว้แล้ว เปลี่ยนไม่ได้ เป็นการเน้นย้ำว่าสรีระทางเพศของผู้ชายมีความสำคัญมากที่สุด ความต้องการทางเพศของผู้ชายจึงเป็นสิ่งที่ปิดกั้นมิได้ แต่ผู้ชายต้องรู้จักควบคุมและใช้ให้ถูกกาลเทศะ การทำให้ความเป็นชายเท่ากับหรือเป็นสิ่งเดียวกับความใคร่และกามารมณ์ คือการทำงานของอำนาจความรู้วิทยาศาสตร์และกระบวนการค้นแบบเหตุผลที่สร้างระเบียบกฎเกณฑ์ของความเป็นชายที่พิสูจน์ได้ในเชิงประจักษ์ รวมทั้ง หลักคำสอนทางพุทธศาสนาเรื่องทางสายกลาง ทำให้ผู้ชายใน

สังคมไทยบางกลุ่มควบคุมความต้องการทางเพศของตนเองให้อยู่ในความพอดี ไม่แสดงความต้องการมากเกินไปหรือน้อยเกินไป ซึ่งผู้เขียนเชื่อว่าการควบคุมตนดังกล่าวนี้ อาจจะพบได้ในกลุ่มผู้ชายชนชั้นกลางที่มีการศึกษา และอาจจะมีค่านิยมทางเพศ แตกต่างจากผู้ชายชนชั้นอื่น

ความเป็นชายกับความหล่อ

ในคอลัมน์เชิงชายชวนคุย มีการสัมภาษณ์ช่วงทำผม ชื่อคุณฐิตาพร วิจิตร ทฤษฎี ซึ่งเรียนวิชาทำผมมาจากประเทศอังกฤษ ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการดูแลตัวเองของผู้ชาย ดังคำกล่าวต่อไปนี้

“ผู้ชายสมัยนี้ควรจะพิถีพิถันในเรื่องการแต่งตัวให้มากขึ้น อย่าปล่อยให้ตัวเอง แลดูเซย”

คำกล่าวข้างนี้ ทำให้เห็นทัศนคติเกี่ยวกับการดูแลรูปร่างหน้าตาของผู้ชาย โดยสังคมคาดหวังว่าผู้ชายที่ดูแลตัวเองจะเป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับ หมายถึง ผู้ชายไม่ควรปล่อยให้ตัวเองดูโทรม หรือน่ามอง การแสดงออกในความเป็นชายจึงต้องรู้จักการแต่งตัว เลือกใส่เสื้อผ้าและทำผมให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ภายใต้บริบทสังคมไทย สมัยใหม่ในช่วงทศวรรษ 2520 กระแสวัฒนธรรมอเมริกันและแฟชั่นตะวันตกมีผลทำให้การดูแลรูปร่างหน้าตาของผู้ชายเป็นเรื่องจำเป็น ซึ่งในการศึกษาภาพลักษณ์ผู้ชายใน นิตยสาร GQ ของสหรัฐอเมริกา ในปี 1985-2000 โดย Mason (2003) พบว่าผู้ชายจะถูกนำเสนอให้มีภาพลักษณ์ที่หล่อเท่ สะอาดและสง่างาม ซึ่งภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้สอดคล้องกับบทบาทของผู้ชายในแวดวงธุรกิจที่มีความพิถีพิถันในการแต่งตัวเพื่อการออกงาน สังคม

ข้อพิจารณาเรื่อง “ความเป็นชาย” ในนิตยสารเชิงชาย

จากตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้น จะพบว่านิตยสารเชิงชายได้บุกเบิกการนำผู้ชาย มาถ่ายแบบเปลือยแต่ไม่โป้ ภายใต้คำโฆษณาว่า “นิตยสารรายเดือนเพื่อเน้นถึงสรีระ

แห่งความเป็นชาย” รูปภาพ เนื้อหา เรื่องราว บทสัมภาษณ์ เรื่องสั้น บทความในคอลัมน์ต่างๆ ของนิตยสารเชิงชาย สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าผู้จัดทำนิตยสารได้นำความรู้เกี่ยวกับเพศภาวะหญิงชายแบบตะวันตกมาเผยแพร่ ทำให้เกิดการผลิตซ้ำภาพความเป็นชายแบบรักต่างเพศที่จะต้องแสดงอารมณ์ความรู้สึกที่ตรงข้ามกับผู้หญิง ดังประโยคที่ว่า “พลังแห่งความเป็นชายเป็นได้ทั้งหนามแหลมและกลีบดอกที่อ่อนไหว” แสดงให้เห็นลักษณะคู่ตรงข้ามระหว่างความรุนแรง (หนามแหลม) กับความนุ่มนวล (กลีบดอกที่อ่อนไหว) เมื่อมีการนำเสนอความเป็นชายในลักษณะนี้ก็หมายถึงการทำให้สรีระความเป็นชายคือเป้าหมายของการครอบครอง และการได้พบความสุขทางเพศ ดังประโยคที่ว่า “เพื่อนั้นถึงสรีระแห่งความเป็นชาย” ในหลายคอลัมน์ มีการให้ความสำคัญกับการดูแลสรีระของเพศชาย และการทำให้ผู้อ่านตระหนักถึงการสร้างความสุขทางเพศและกามารมณ์

ในการนำเสนอภาพเปลือยของนายแบบ คือหลักฐานที่บ่งชี้ว่าสรีระของเพศชายในกรอบความคิดแบบรักต่างเพศมีอิทธิพลต่อการสร้างจินตนาการทางเพศของกลุ่มเกย์ ดังคำอธิบายที่ว่า “จู้... จู้! อย่างน้อยใจ เมื่อถูกเรียกว่าเกย์ เราอาจเป็นเพื่อนที่ดีของคุณ ตัดบัตรนี้ส่งกลับ “เชิงชาย” คุณจะได้รับภาพ “นายแบบลับเฉพาะ” จากเราทันที” ข้อความนี้สะท้อนความคิดสำคัญในสังคมเกย์ตามการวิเคราะห์ของ Donaldson (1993) ว่าสิ่งที่ทำให้เกย์หลงใหลและนิยมชมชอบมิใช่การแสดงอัตลักษณ์เกย์ หากแต่เป็นการแสดงความเป็นชายที่มีเสน่ห์ทางเพศ หากย้อนไปดูคูภพนายแบบในนิตยสารเชิงชาย จะพบว่านายแบบที่ถูกนำมาแสดงจะเป็นผู้ชายผิวขาว ซึ่งสะท้อนให้เห็นค่านิยมทางสังคมที่เชื่อว่าผู้ชายผิวขาวมีเสน่ห์ทางเพศมากกว่าผู้ชายผิวดำ เกย์ไทยจะให้ความสำคัญต่อรูปร่างหน้าตาและสรีระ มากกว่าการนิยมเรือนร่างที่มีมัดกล้ามเนื้อใหญ่โต ซึ่งเป็นข้อแตกต่างที่สำคัญที่ทำให้เกย์ไทยต่างไปจากเกย์ตะวันตกและเกย์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก (Hooven, 2002; Johnson, 2010; Khoo & Karan, 2007) ผู้ชายผิวขาวที่มีหน้าตาเหมือนคนจีน มีรูปร่างสมส่วน ไม่มีกล้ามเนื้อใหญ่เกินไป จะเป็นที่นิยมของเกย์ไทย

ประเด็นนี้ทำให้เข้าใจได้ว่าการเสพความเป็นชายในสังคมเกย์ไทยมาพร้อมกับการให้คุณค่าต่อสปีชีส์เชื้อชาติ ซึ่งหมายถึง การบ่งบอกช่วงชั้นของการเสพความเป็นชาย โดยผู้ชายผิวขาวจะมีเสน่ห์ทางเพศสำหรับเกย์ ดังนั้น การนิยมผิวขาวจึงถูกสถาปนาขึ้นในวัฒนธรรมเกย์ไทยผ่านการเสพภาพเปลือยของนายแบบ นิตยสารเชิงชายที่นำเสนอภาพนายแบบผิวขาว ซึ่งมีรูปลักษณะที่บ่งบอกเชื้อชาติแบบชาวจีน จะกลายเป็นจุดเริ่มต้นของการยกย่องเชิดชูผิวขาว ผู้ชายที่มีเชื้อสายจีน หรือเป็นลูกครึ่งจีน จึงได้รับความนิยมในชุมชนเกย์ไทยเป็นอย่างมาก (Duangwiset, 2003)

นิตยสารเชิงชายในฐานะเป็น “ดินแดนเพศในฝัน” และ “ประสบการณ์ทางกามารมณ์”

จากแนวคิดเรื่อง “ดินแดนเพศในฝัน” ของ Williams (1989) และแนวคิด “ประสบการณ์ทางกามารมณ์” ของ Fejes (2002) ผู้เขียนจะนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นว่าเรื่องราวของความเป็นชายและภาพของนายแบบที่ปรากฏในนิตยสารเชิงชายคือพรหมแดนแห่งประสบการณ์ที่ช่วยต่อเติมความฝันและความปรารถนาทางเพศของเกย์ ซึ่งอาศัยภาพลักษณ์และบุคลิกลักษณะของผู้ชายรักต่างเพศมาเป็นเครื่องมือ ภาพลักษณ์ดังกล่าวมาพร้อมกับความทันสมัยที่ผู้ชายต้องมีความคิด มีอิสระ มีความมุ่งมั่น เป็นตัวของตัวเอง และมีมารยาทในการเข้าสังคม ในขณะเดียวกันก็ยังมีเสน่ห์ทางเพศ รู้จักดูแลรักษารูปร่างหน้าตาและสุขภาพ พิถีพิถันในการแต่งตัว และรู้จักเลือกรับประทานอาหารเพื่อให้ตนเองมีความสมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ และมีสมรรถภาพทางเพศ ภาพลักษณ์ดังกล่าวนี้วางอยู่บนฐานคิดที่ว่าธรรมชาติผู้ชายคือการมีพลังและความต้องการทางเพศ

นิตยสารเชิงชายนำเสนอภาพลักษณ์ผู้ชายที่เป็นผู้ที่ต้องอยู่ในความสมดุล เพื่อเป้าหมายของการสร้างความรักและเซ็กส์ที่สมบูรณ์ ภาพลักษณ์นี้คือตัวแทนของผู้ชายรุ่นใหม่ที่มีการศึกษาและอาศัยอยู่ในเมือง ซึ่งเป็นชนชั้นกลางที่กำลังแสวงหาความเจริญก้าวหน้าทางการทำงานและชีวิตทางเพศ ซึ่งไม่แตกต่างจากเกย์ที่แสดงบทบาทเป็นชายตามที่สังคมคาดหวัง เพียงแต่เขาไม่สามารถเปิดเผยตัวตนและความปรารถนาทาง

เพศต่อสังคมได้ เกย์ที่มีลักษณะเช่นนี้จึงถูกสังคมเหมารวมว่าเป็น “ผู้ชาย” สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ ผู้ชายที่มีความสนใจเพศเดียวกันจะไม่สามารถพูดและแสดงความรู้สึกของตัวเองออกมาได้ ถึงแม้ว่าเขาจะรู้สึกชอบและมีความรักกับผู้ชายคนอื่น เขาก็จะต้องปกปิดความรู้สึกของตนเอาไว้ วิธีการที่จะเติมเต็มความรู้สึกนี้ได้ก็คือการเข้าไปอ่านและดูภาพผู้ชายในนิตยสารเชิงชาย ซึ่งเปรียบเสมือนดินแดนเพศในฝันที่เขาไม่สามารถหาเจอในโลกความจริง

เมื่อเกย์ได้มีโอกาสอ่านเรื่องราวเกี่ยวกับความรัก ความสัมพันธ์ทางเพศในเรื่องสั้น และบทสัมภาษณ์ของเกย์ที่เปิดเผยตัวตนต่อสังคม พร้อมกับได้สั่งซื้อภาพลับของนายแบบที่เห็นรูปอย่างเปิดเผยซึ่งเกย์จะนำไปใช้สร้างจินตนาการเพื่อสำเร็จความใคร่และปลดปล่อยความปรารถนาทางเพศที่เขาไม่สามารถทำเช่นนี้ได้กับผู้ชายที่มีชีวิตในโลกความจริง สิ่งเหล่านี้คือประสบการณ์ทางกามารมณ์ที่ทำให้เกย์ตระหนักรู้ว่าตนเองเป็นใคร ท่ามกลางสังคมที่ยังไม่ยอมรับความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชาย การเปิดโอกาสให้เกย์ได้เรียนรู้กามารมณ์ของตนเองเป็นสิ่งสำคัญมาก อาจกล่าวได้ว่า นิตยสารเชิงชายคือ “ตำราเรียน” แบบที่ไม่เป็นทางการที่ส่งเสริมและช่วยเหลือให้เกย์ได้รู้จักความรัก ความปรารถนาและความสัมพันธ์ทางเพศที่ผู้ชายจะมอบให้แก่กัน

การใช้ภาพนายแบบเป็นเครื่องมือในการปลดปล่อยความปรารถนาทางเพศในพื้นที่ส่วนตัวและกระทำแบบลับๆ คือรูปแบบของกามารมณ์อีกรูปแบบหนึ่งที่ปรากฏขึ้นมาในสังคมไทยในช่วงทศวรรษ 2520 ผู้เขียนขอเรียกกามารมณ์ในรูปแบบนี้ว่า “ความใคร่ที่ซ่อนเร้น” ซึ่งเกย์จะไม่แสดงออกในพื้นที่สาธารณะ แต่จะกระทำในพื้นที่ส่วนตัว กามารมณ์ของเกย์ (Homoeroticism) ไม่เคยถูกรับรู้และถูกปฏิเสธจากสังคมไทย การปรากฏขึ้นของนิตยสารเชิงชายจึงเท่ากับเป็นการจารึกและบันทึกของการมีอยู่ของกามารมณ์ประเภทนี้ จะเห็นได้ว่าการทำความเข้าใจการดำรงอยู่ของนิตยสารเชิงชายไม่ใช่แค่เพียงการศึกษาเนื้อหาและเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นชาย อารมณ์และความปรารถนาทางเพศของเกย์เท่านั้น แต่ยังเป็นการมองเห็น “ความหลากหลายของกามารมณ์” ในสังคมซึ่งถูกปกปิดเอาไว้ภายใต้กฎระเบียบและบรรทัดฐานทางเพศที่ให้ความสำคัญเฉพาะกามารมณ์แบบรักต่างเพศเท่านั้น

จากความคิดของ Fejes (2002) ที่อธิบายว่าตัวตนทางเพศของเกย์ไม่เคยได้รับการยอมรับในสังคม แต่สื่อโป๊เปลือยของเกย์ได้ช่วยทำให้ตัวตนของเกย์ปรากฏขึ้นและสัมผัสได้จริง ซึ่งทำให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “ดินแดนความฝันที่ได้รับการยืนยัน” (affirmative utopias) เช่นเดียวกับนิตยสารเชิงชายในสังคมไทย ที่เป็นหลักฐานที่บ่งชี้ว่าตัวตนทางเพศของเกย์จะไม่ถูกปฏิเสธแต่จะได้รับการยืนยันดังคำอธิบายในปกของนิตยสารเชิงชายว่า “พลังแห่งความเป็นชายเป็นได้ทั้งหนามแหลมและกลีบดอกที่อ่อนไหว คุณเองก็อาจเป็นเช่นนั้น” ซึ่งเป็นการบ่งบอกว่าตัวตนของเกย์คือผู้ที่มีความแข็งแกร่งและอ่อนไหวในเวลาเดียวกัน รวมทั้งประโยคที่ว่า “จู้... จู้! อย่าน้อยใจ เมื่อถูกเรียกว่าเกย์ เราอาจเป็นเพื่อนที่ดีของคุณ” ซึ่งตอกย้ำว่านิตยสารเชิงชายจะอยู่เคียงข้างเกย์และทำให้เกย์พบกับความฝันที่เป็นจริง

บทสรุป

บทความเรื่องนี้ต้องการจะชี้ให้เห็นว่าการเสพความเป็นชายในนิตยสารเชิงชายของเกย์ไทย คือรูปแบบของการแสดงความปรารถนาทางเพศและช่วยสร้างประสบการณ์ทางกามารมณ์ ซึ่งเป็นสิ่งที่สังคมไทยมองข้ามและมักจะตีตราแบบเหมารวมว่าสื่อโป๊เปลือยทั้งหมดคือความลามกและทำให้สังคมเสื่อมเสียทางศีลธรรม ผู้เขียนต้องการจะชี้ให้เห็นว่าประสบการณ์ทางกามารมณ์มักจะถูกมองข้ามเสมอในแวดวงวิชาการ เพราะเป็นประเด็นที่สังคมไม่กล้าพูดอย่างเปิดเผย การทำความเข้าใจใหม่ว่านิตยสารเชิงชายคือสื่อที่ช่วยให้เกย์รู้จักและแสดงความปรารถนาทางเพศ จะทำให้เรามองสื่อประเภทนี้ในเชิงบวกและมองเห็นมิติของความเป็นมนุษย์ของเกย์มากขึ้น ถึงแม้ว่าบริบทของการผลิตสื่อประเภทนี้จะวางอยู่บนฐานคิดเรื่องการนำเรือนร่างผู้ชายมาเป็นสินค้าทางเพศภายในระบบทุนนิยม แต่สื่อประเภทนี้ก็เป็นบันทึกทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมที่สังคมไทยกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่สังคมของปัจเจกนิยมและบริโภคนิยม ที่กลุ่มเกย์ชนชั้นกลางในเมืองพยายามแสวงหาความสุขส่วนตัว และปลดปล่อยความปรารถนาทางเพศ โดยมีสื่อสิ่งพิมพ์แนวโป๊เปลือยเป็นเครื่องมือในการแต่งแต้มและเติมเต็มจินตนาการและความฝัน

หากถามว่าสังคมไทยเริ่มสนใจเส้นทางเพศของเรือนร่างผู้ชายเมื่อไหร่ เราอาจนึกภาพไม่ชัดเจนมากนักและอาจคิดว่าสังคมไทยเพิ่งนำเรือนร่างผู้ชายมาเป็นสินค้าในยุคอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ แต่เมื่อย้อนกลับไปเกือบ 40 ปีที่แล้วในช่วงปี พ.ศ.2525 (ค.ศ.1982) เราจะพบว่านิตยสารเชิงชายคือหลักฐานสำคัญที่ช่วยทำให้เห็นภาพที่ชัดเจนมากขึ้นเกี่ยวกับกระบวนการทำให้ “เรือนร่างชาย” กลายเป็นสินค้าทางเพศในสังคมไทย พร้อมๆ กับการมองเห็นดินแดนเพศในฝันและประสบการณ์ทางกามารมณ์ของเกย์ที่แทรกตัวและพยายามต่อสู้ดิ้นรนอยู่ในบรรทัดฐานแบบรักต่างเพศที่เคร่งครัด

Reference

- Ahmed, S. (2006). *Queer phenomenology: Orientations, objects, others*. Durham: Duke University Press.
- Bergling, T. (2001). *Sissyphobia: Gay men and effeminate behavior*. New York: Harrington Park Press.
- Bronski, M. (1998). *The pleasure principle: sex, backlash, and the struggle for gay freedom*. New York: St. Martin's Press.
- Burger, J. R. (1995). *One-handed histories: The eroto-politics of gay male video pornography*. New York: Harrington Press.
- Butler, J. (1990). *Gender trouble*. New York: Routledge.
- Carrigan, T., Connell, B., & Lee, J. (1985). Toward a new sociology of masculinity. *Theory and Society*, 14(5), 551-604.
- Chapman, R. (1988). *The great pretender: Variations in the new Man theme*. In Chapman, R., & Rutherford, J. (Eds.). *Male order: Unwrapping masculinity*. (pp. 225-249). London: Lawrence and Wishart.
- Cherngchai Magazine. (1982). 1(1). Retrieved from http://thairainbowarchive.anu.edu.au/commercial_1980s/cherngchai/contents.htm
- Connell, R. W. (1987). *Gender and power: Society, the person and sexual politics*. Sydney Boston: Allen & Unwin.
- Connell, R. W. (1990). *An iron man: The body and some contradictions of hegemonic masculinity*. In Messner, M., & Sabo, D. (Eds.). *Sport, men and the gender order*. (pp. 83-114). Champaign Ill: Human Kinetics Books.

- Donaldson, M. (1993). What is hegemonic masculinity? *Theory and Society, Special Issue: Masculinities*, 22(5), 643-657.
- Duangwises, N. (2003). Naked man: Pornography and sexual life of Thai gay male. *Rattasartsarn*, 25(2), 164-203.
- Duangwises, N. (2006). Exposing body: Thai gay men in sauna space. *Rattasartsarn*, 27(3), 56-98.
- Duangwises, N. (2010a). Mithuna magazine: The normativity of Thai gay middle-class. *Rattasartsarn*, 31(3), 89-132.
- Duangwises, N. (2010b). *Gay Movement in Thai society: Practices and paradigms*. Dissertation, Thammasat University.
- Duangwises, N. (2013). *The masculine images on coyote boy's body: Reflection of Bangkok gay consumer culture*. In Duangwises, N., & Jackson, P. A. (Eds.). *Different color of gender: Cultural pluralism and sex/gender diversity in Thailand*. (pp. 120-151). Bangkok: Sirindhorn Anthropology Centre.
- Duangwises, N., Iamsilpa, R., Topananan, S., Boonmongkon, P., Ojanen, T. T., & Guadamuz, T. E. (2014). *BlackBerry smartphones and sexuality among queer university students in Bangkok*. In Boonmongkon, P., & Ojanen, T. T. (Eds.), *Mobile sexualities: Transformations of gender and sexuality in Southeast Asia* (pp. 281-356). Salaya, Nakhon Pathom: Southeast Asian Consortium on Gender, Sexuality and Health.
- Dworkin, A. (1989). *Pornography*. New York: Plume.
- Edwards, T. (2005). *Queering the pitch? Gay masculinities*. In Kimmel, M. S., Hearn, J., & Connell, R. W. (Eds.) *Handbook of studies on men & masculinities* (pp.51-71). London: SAGE Publication.

- Eguchi, S. (2011). Negotiating sissyphobia: A critical/interpretive analysis of one “femme” gay Asian body in the heteronormative world. *The Journal of Men’s Studies*, 19(1), 37-56.
- Fejes, F. (2002). Bent passions: Heterosexual masculinity, pornography, and gay male identity. *Sexuality & Culture*, 6(3), 95-113.
- Foucault, M. (1990). *The history of sexuality, volume 1: An introduction*. New York: Vintage Books.
- Goltz, D. B. (2010). Laughing at absence: Instinct magazine and the hyper-masculine gay future? *Western Journal of Communication*, 71(2), 93-113.
- Hancock, J. H. (2015). Chelsea on 5th Avenue: Hypermasculinity and gay clone culture in the retail brand practices of Abercrombie & Fitch. *Fashion Practice*, 1(1), 63-85.
- Herek, G. M. (1986). On heterosexual masculinity: Some psychical consequences of the social construction of gender and sexuality. *American Behavioral Science*, 29(5), 563-577.
- Hooven, F. V. III. (2002). *Beefcake: The muscle magazines of America 1950-1970*. London: Taschen.
- Hooven, F.V. III, (1993). *Tom of Finland: His life and time*. New York: St. Martin’s Press.
- Jackson, P. A. (2011). *Queer Bangkok: 21st century markets, media, and rights*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Jackson, S. (1999). *Heterosexuality in question*. London: Sage.
- Jagose, A. (2012). *Orgasmology*. Durham, NC: Duke University Press.
- Johnson, C., & Johnston, R. (1988). *The making of homosexual men*. In Burgmann, V., & Lee, J. (Eds.) *Staining the wattle: A people's history*

- of Australia since 1788. (p p . 8 7 - 9 9) . Fitzroy: McPhee Gribble/Penguin.
- Johnson, D. K. (2010). Physique pioneers: The politics of 1960s gay consumer culture. *Journal of Social History, Summer*, 867-892.
- Jung, J. (2011). Advertising images of men: Body size and muscularity of men depicted in Men's Health magazine. *Journal of Global Fashion Marketing*, 2(4), 181-187.
- Katz, J. N. (1995). *The Invention of Heterosexuality*. New York: Dutton.
- Khoo, M., & Karan, K. (2007). Macho or metrosexual: The branding of masculinity in FHM magazine in Singapore *Intercultural Communication Studies*, XVI(1), 34-45.
- Lahti, M. (1998). *Dressing up in power: Tom of Finland and gay male body politics*. In Lofstrom, J. (Ed.). *Scandinavian homosexualities: essay on gay and lesbian studies*. (pp.185-206). New York: Harrington Park Press.
- Levine, M. P. (1979). Gay ghetto. *Journal of Homosexuality*, 4(4), 363-377.
- Levine, M. P. (1998). *Gay macho: The life and death of the homosexual clone*. New York: New York University Press.
- Lichterman, P. (1989). Making a politics of masculinity. *Comparative Social Research*, 11, 185-208.
- Mason, M. (2003). *A content analysis of the portrayal of men in advertising: Gentlemen's quarterly 1985-2000*. Thesis, Rochester Institute of Technology.
- McKee, A. (1999). Australian gay porn videos: The national identity of despised cultural objects. *International Journal of Cultural Studies*, 2(2), 178-198.

- Messner, M. (1987). *The meaning of success: The athletic experience and the development of male identity*. In Brod, H., (Ed.) *The making of masculinities: the new men's studies*. (pp. 193-210). Boston: Allen and Unwin.
- Oswald, R. M., Blume, L. B., & Marks, S. R. (2005). *Decentering heteronormativity: A model for family studies*. In Bengston, V., Acock, A., Allen, K., Dilworth-Anderson, P., & Klein, D. (Eds.). *Sourcebook of family theory and research*. (pp. 143- 165). Thousand Oaks: Sage
- Ramakers, M. (2000). *Dirty pictures: Tom of Finland, homosexuality and masculinity*. New York: St. Martin Press.
- Ravenhill, J. P., & Visser, R. O. D. (2017). Perceptions of gay men's masculinity are associated with their sexual self-label, voice quality and physique. Retrieved from <https://www.researchgate.net>
- Rich, A. C. (1980). Compulsory heterosexuality and lesbian experience. *Signs: Journal of Women in Culture and Society*, 5(4), 631-660.
- Rohlinger, D. (2002). Eroticizing men: Cultural influences on advertising and male objectification. *Sex Roles*, 46(3/4), 61-74.
- Samakkeekarom, R., Boonmongkon, P., & Chanthong, W. (2009). *Camfrog and sexuality of the Thai male adolescent in cyberspace: power structure and sexual agency*. In *Proceedings of the 1st annual sexuality studies in Thai society: Critique of knowledge and traditions of sexuality practices in Thai society* (pp. 230- 240). Bangkok: The Establishment Project of Public Health Policy Study Office, Mahidol University.

- Samakkeekharom, R., Ojanen, T. T., Boonmongkon, P., & Guadamuz, T. (2012). Online sexuality: Globalization of gay sexual citizenship, power and sexual representations on smartphones. *Sexuality Studies Journal*, 2(2), 181-196.
- Sanchez, F. J., & Vilain, E. (2012). Straight-acting gays: The relationship between masculine consciousness, anti-effeminacy, and negative gay identity. *Archive of Sexual Behavior*, 41(1), 111-119.
- Sanchez, F. J., Greenberg, S. T., Liu, W. M., & Vilain, E. (2009). Reported effects of masculine ideals on gay men. *Psychology of Men & Masculinity*, 10(1), 73-87.
- Sanchez, F. J., Westefeld, J. S., Liu, W. M., & Vilain, E. (2010). Masculine gender role conflict and negative feelings about being Gay. *Professional Psychology, Research and Practice*, 41(2), 104-111.
- Stoltenberg, J. (1992). Pornography, homophobia and male supremacy. In Itzin, C. (Ed.). *Pornography: Women, violence and civil liberties*. (pp. 245-274). Oxford: Oxford University Press.
- Taywaditep, K. J. (2001). Marginalization among the marginalized: Gay men's anti-effeminacy attitudes. *Journal of Homosexuality*, 42(1), 1-28.
- Theodore, P. S., & Basow, S. A. (2000). Heterosexual masculinity and homophobia: A reaction to the self? *Journal of Homosexuality*, 40(2), 31-48.
- Waugh, T. (1996). *Hard to imagine: Gay male eroticism in photography and film from their beginnings to Stonewall*. New York: Columbia University Press.

Williams, L. (1989). *Hard core: Power, pleasure and the 'frenzy of the visible*. Berkeley: University of California Press.