

การเปิดเผยตัวตนผ่านการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชาย ในพื้นที่ทวิตเตอร์

เบญจรงค์ ธีระผลิกะ¹

อรรณณ ศิริสวัสดิ์ อภิษยกุล²

วัชรพล พุทธิรักษา³

บทคัดย่อ

บทความชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่อาศัยวิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณาดีจิทัลในการแสวงหาความรู้ โดยมีวัตถุประสงค์สองประการ คือ (1) เพื่อศึกษาคุณลักษณะสำคัญของสื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด และ (2) เพื่อศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการใช้สื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ผลการศึกษาพบว่า มีองค์ประกอบ 3 ประการด้วยกัน หรือ “3A Attributes” ที่เป็นคุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย ประกอบไปด้วย A1) การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง A2) เข้าถึงได้ง่าย และ A3) ความนิรนาม ในประเด็นเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด พบว่า การสนทนามักเริ่มต้นด้วยคำว่า “ดีคับ” ร่วมกับการส่ง “สติ๊กเกอร์” หลังจากนั้นก็เริ่มมีการสอบถามเกี่ยวกับรสนิยมทางเพศ อาทิ “รุก” หรือ “รับ” ร่วมกับการส่ง “ภาพเครื่องเพศ” ให้กันและกันเพื่อประกอบการสื่อสาร และส่วนสุดท้ายคือ รูปแบบในการสื่อสารเพื่อ

* วันที่รับบทความ 11 เมษายน 2565; วันที่แก้ไขบทความ 13 พฤษภาคม 2565; วันที่ตอบรับบทความ 22 พฤษภาคม 2565

¹ นักวิจัยอิสระ และนิสิตปริญญาเอก สาขาการสื่อสาร คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

² อาจารย์ ดร. ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร

³ รองศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาวิทยาศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

สร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ สามารถสรุปได้เป็น “4S model” ที่ประกอบไปด้วย (1) ขั้นสร้างตัวตน (2) ขั้นนำเสนอตัวตน (3) ขั้นเปิดเผยตัวตน ซึ่งประกอบไปด้วย 2 วัตถุประสงค์ที่ซ่อนอยู่คือ วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ และขั้นตอนสุดท้ายคือ (4) ขั้นพิจารณา ถักทอหรือตัดขาดความสัมพันธ์ ยิ่งไปกว่านั้น หลังจากการฝังตัวของผู้วิจัย พบว่าทุกขั้นตอนที่เกิดขึ้นนั้นไม่ได้มีการใช้เวลายาวนาน และสามารถปรับเปลี่ยนกระบวนการสื่อสารได้ตามความพึงพอใจ

คำสำคัญ: ทวิตเตอร์ ชุมชนเสมือน คอนเนคชัน ชายรักชาย

The Self-Disclosure through the Online Communication Intimacy Interaction of Men Who Use the Internet to Find Relationships with Other Men (MIRM) on Twitter

Benjarong Tirapalika⁴

Orawan Sirisawat Apichayakul⁵

Watcharabon Buddharaksa⁶

Abstract

This research paper is qualitative research using a netnography method with two objectives: (1) to investigate the key attributes of Twitter for building intimate relationships among MSM users; and (2) to investigate the content and media usage of Twitter among MSM users to develop intimate relationships. According to the study, Twitter has “3A Attributes” that are important in forming intimate relationships among MSM users: A1) Authorship, A2) Approachable, and A3) Anonymity. On the issue of the content of the communication for building an intimate relationship, it was discovered that talks frequently began with the word “dee krub” and sending of stickers followed by questions about sexual orientation or sexual tastes such as “top” or “bottom”, as well as the sending of “naked pictures” to each other for communication. The final

⁴ Independent researcher and PhD student in Communication, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

⁵ Lecturer, Department of Communication Arts, Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

⁶ Associate Professor, Department of Political Science & Public Administration, Faculty of Social Sciences, Naresuan University

section, “The communication model to create an intimate relationship with MSM users on Twitter”, can be characterized as the “4S model”, which consists of four stages: (1) the stage of self-creation; (2) the stage of self-presentation; (3) the stage of self-exposure consists of 2 hidden objectives (namely, to establish an emotional intimacy relationship and to establish a psychological intimacy relationship); and (4) the stage of self-determination for choosing whether to continue or end a relationship.

Keywords: Twitter, virtual community, connection, MSM

1. ที่มาและความสำคัญ

ในปัจจุบันประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ “ชายรักชาย” มีการนำเสนอในสื่ออย่างกว้างขวาง ทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสื่อใหม่ได้รับความนิยม เพราะนอกเหนือจากการเป็นเพียงพื้นที่นำเสนอข่าวสาร หรือความบันเทิงแบบทั่วไปแล้ว ยังพบว่า สื่อใหม่เป็นพื้นที่แห่งการคัดค้านกับสังคม และการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายอีกด้วย จากปรากฏการณ์และผลสำรวจของกรุงเทพมหานคร (ข่าวสด, 2561; เทียงวันทันเหตุการณ์, 2561) พบว่า ทวิตเตอร์ในฐานะสื่อสังคมออนไลน์และเป็นตัวกลางทางการสื่อสารระหว่างบุคคล ทั้งในประเด็นทั่วไป รวมทั้งประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชายอีกด้วย มีการใช้ทวิตเตอร์เพื่อการ “ยี้ม” ในพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะ สถานีบริการน้ำมัน เป็นต้น หรือเป็นการนัดไป “ยี้ม” ในพื้นที่ส่วนบุคคลต่างๆ เช่น คอนโดมีเนียม เป็นต้น โดยคำว่า “นัดยี้ม” หมายถึง การนัดหมายเพื่อไปมีกิจกรรมทางเพศ ทั้งแบบคู่และแบบหมู่ (สุธาวัฒน์ ดงทอง, 2559; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2560)

ยิ่งไปกว่านั้น จากการสำรวจยังพบว่า มีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจำนวนหนึ่ง นอกจากเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวแล้ว ยังเดินทางมาเพื่อ “นัดยี้ม” ผ่านการนัดหมายในทวิตเตอร์อีกด้วย (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2563ก) จากปรากฏการณ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ทวิตเตอร์กลายเป็นสื่อที่ส่งเสริมการสร้างชุมชนทางเพศไปโดยปริยาย รวมทั้งเป็นพื้นที่ที่มีการเปิดเผยตัวตนในระดับต่างๆ ซึ่งสะท้อนคุณลักษณะของชุมชนออนไลน์ ตามที่ Manuel Castells กล่าวว่า วิวา่ชุมชนออนไลน์ส่งผลให้เกิดวัฒนธรรมแห่งอิสรภาพ (Castells, 2004) ที่เกิดจากการรวมตัวกันของกลุ่มคน โดยมีเจตจำนงหรือความสนใจบางอย่างร่วมกัน และมีปฏิสัมพันธ์กัน (กำจร หลุยยะพงศ์, 2560) โดยที่ผู้ใช้งานสามารถมีส่วนร่วมในบทสนทนาในหัวข้อต่างๆ และบุคคลต่างๆ ที่มีความสนใจเรื่องเดียวกันได้แบบเรียลไทม์ โดยไม่จำเป็นต้องติดตามบัญชีของกันและกัน แต่สามารถกระทำได้ผ่านการใช้ “แฮชแท็ก” ที่จะนำผู้ใช้รายหนึ่งไปสู่วาทสนทนาใหม่ๆ กับบัญชีผู้ใช้รายอื่นๆ ได้ (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2563ก) นอกจากนี้แล้ว สื่อสังคมออนไลน์ยังจัดว่าเป็น “พื้นที่แห่งจินตนาการ” ที่สามารถจะสร้างตัวตนให้เป็นไปตามที่ผู้ใช้

ปรารภนา (Baudinette, 2019a) ซึ่งจากปรากฏการณ์นี้ ทวิตเตอร์จึงกลายเป็นพื้นที่แห่งจินตนาการที่สร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันในระดับต่างๆ จนในที่สุดสามารถสร้างความรู้สึกลึกซึ้งได้เช่นกัน

จากการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยกระบวนการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบตามแนวคิดของ Joanna Briggs Institute ร่วมกับการวิเคราะห์แก่นสาระของ Braun and Clarke ทำให้พบว่า มีการศึกษาจำนวนกว่า 100 การศึกษาผ่านการค้นหาคำสำคัญ อาทิ ชายรักชาย กลุ่มหลากหลายทางเพศ เกย์ เป็นต้น ทว่า เมื่อทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบและวิเคราะห์แก่นสาระพบว่า มีการศึกษาที่มีแก่นสาระคล้ายกัน อาทิ การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มชายรักชาย (กิงรัก อิงควัต, 2542; รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ, 2551; สุธาวัดน์ ดงทอง, 2559; พิมพ์วิภา มิ่งามดี และคณะ, 2563) การคัดจ้างของกลุ่มชายรักชายในประเด็นต่างๆ (ภัทรเวช พึงเฟื่อง, 2557; เอกชัย แสงโสภา, 2562; Kevin Laddapong, 2019; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2563ก) การศึกษามุมมองของกลุ่มชายรักชายและการพยายามหลีกเลี่ยงจากสังคม (บงกชมาศ เอกเอี่ยม, 2532; อนุสรณ์ ศรีแก้ว, 2534; ไชยศิริ บุญยกุลศรีรุ่ง, 2553; สิริภพ แก้วมาก, 2556; วีระยุทธ ปีสาลี, 2557; ศุภณัฐ เดชวิถิ, 2563) เป็นต้น และหากใช้เกณฑ์มิติพื้นที่สื่อตามวิธีการสื่อสารจะได้ 3 มิติ ดังต่อไปนี้

(1) มิติพื้นที่แบบเห็นหน้าเจอตัวกันจริง (ช่วงระยะก่อนหน้าปี พ.ศ. 2540) เป็นการศึกษาในพื้นที่จริงสาธารณะที่การนำเสนอจะเป็นภาพเหมารวม (stereotype) ว่า กลุ่มชายรักชายเป็น “เด็กที่มีปัญหาทางบ้าน” “มีปัญหาด้านจิต” “มีปัญหาด้านสังคม” (เพ็ญมาศ กำเหนิดโทน, 2528) “พาหะนำโรคเอดส์” (บงกชมาศ เอกเอี่ยม, 2532; Jackson, 1995) และ “สิ่งแปลกปลอม” หรือ “น่าเกลียดน่ากลัว” (บุรินทร์ นาคสิงห์, 2555)

(2) มิติพื้นที่ในสื่อดั้งเดิม (ภายหลังจากปี พ.ศ. 2540 เป็นต้น) ที่ การศึกษามุ่งเน้นในพื้นที่สื่อดั้งเดิม มีการนำเสนอภาพตัวแทนของชายรักชายในลักษณะของ “ความเสมอภาค” และ “สิทธิมนุษยชน” ผ่านสื่อภาพยนตร์ที่มีการนำเสนอเรื่องราวของชายรักชาย (ปาณิสรา มงคลวาทิ, 2550; สิริภพ แก้วมาก,

2556; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2559) ซึ่งแตกต่างจากพื้นที่สื่อโทรทัศน์ยุคดิจิทัล พบเรื่องราวของกลุ่มชายรักชายบนพื้นที่รายการโทรทัศน์กลุ่มละครชุด (ซีรีส์) ในช่วงหลังจากปี พ.ศ. 2556 เป็นต้นมา พบว่า มีซีรีส์ชายรักชายจำนวนมาก⁷ รวมทั้งเป็นเหตุให้เกิด “วัฒนธรรมสาววาย” และ “วัฒนธรรมคู่จิ้น” (Baudinette, 2019a; นัทธนัย ประสานนาม, 2562; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2562ข) ที่ส่งผลต่อการติดตาม สื่อสาร รวมกลุ่มของผู้นิยมละครชุดที่เกี่ยวข้องกับชายรักชาย (Baudinette, 2019b)

(3) มิติพื้นที่ออนไลน์ (ภายหลังจากปี พ.ศ. 2550 เป็นต้น) ปรากฏเรื่องราวของกลุ่มชายรักชายเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในพื้นที่ออนไลน์ทั่วไปอย่างหลากหลาย⁸ ตัวอย่างการศึกษาที่น่าสนใจ เช่น รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ (2551) ที่พบว่า พื้นที่สื่อแคมฟร็อกเป็นพื้นที่ที่กลุ่มชายรักชายได้แสดงออกถึงตัวตนทางเพศได้อย่างเสรี รวมทั้ง เนติ สุนทรวารวิทย์ (2553) พบว่า กลุ่มชายรักชายเริ่มใช้พื้นที่ออนไลน์และในพื้นที่ออนไลน์โดยเฉพาะ⁹ ในการแสวงหาความสัมพันธ์เพื่อตอบสนองความต้องการทางเพศตามรสนิยมของตนเอง (GENONLINE.CO, 2561) ดังที่ ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง (2557) และ Kevin Laddapong (2019) นำเสนอว่า เป็นพื้นที่ซึ่งกลุ่มชายรักชายใช้เพื่อแสวงหาความสัมพันธ์และพัฒนาไปสู่การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด และเป็นพื้นที่ที่กลุ่มชายรักชายได้แสดงออกถึงตัวตนทางเพศได้อย่างเสรี (รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ, 2551)

⁷ เช่น *Love Sick: The Series* (ในปี พ.ศ. 2557) *Gay OK Bangkok* (ภาค 1 ในปี พ.ศ. 2559; ภาค 2 ในปี พ.ศ. 2560) *SOTUS: The Series* *พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง* (ในปี พ.ศ. 2559) *Together with Me* *อกหักมารักกับผม* (ในปี พ.ศ. 2560) *What the Duck รักแลนด์* (ในปี พ.ศ. 2561) *ทฤษฎีจีบเธอ (Theory of Love)* (ในปี พ.ศ. 2562) *จูบสุดท้ายเพื่อนายคนเดียว (Dark Blue Kiss)* (ในปี พ.ศ. 2562) *เพราะรักใช่เปล่า (Why R U The Series)* (ในปี พ.ศ. 2563) *เพราะเรารู้กัน 2gether: The Series* (ในปี พ.ศ. 2563) *My Engineer มีข้อป มีเกียรติ มีเมียร้อยจะ* (ในปี พ.ศ. 2563) *เกลียดนักมาเป็นที่รักกันซะดีๆ (ThamType: The Series)* (ในปี พ.ศ. 2563) เป็นต้น (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2562)

⁸ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) อินสตาแกรม (Instagram) ไลน์ (LINE) แคมฟร็อก (Camfrog) เป็นต้น

⁹ เช่น กรินเดอร์ (Grindr) แจ็คดี (Jack'd) ฮอร์เน็ต (Hornet) กายสปาย (GuySpy) บอยอะฮอย (Boyahoy) ไกรวัล (Growlr) บลูดี (Blued) เป็นต้น

นอกเหนือจากสื่อออนไลน์ตามที่ได้นำเสนอไปในข้างต้นแล้ว “ทวิตเตอร์” ยังได้รับการยอมรับในฐานะตัวกลางทางการสื่อสารยอดนิยมของสังคมไทย วัดได้จากอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 30 เป็นอัตราการเติบโตที่สูงที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (BBC News Thai, 2562) รวมทั้งในประเทศไทย สื่อทวิตเตอร์ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีเสรีภาพมากที่สุด โดย ประจักษ์ ก้องกีรติ ได้ให้นิยามทวิตเตอร์ผ่านการอุปมาว่า “ทวิตเตอร์คือผนังห้องน้ำในศตวรรษที่ 21” (BBC News Thai, 2562) ซึ่งคนนับล้านทุกเพศ ทุกช่วงอายุ สามารถเข้าถึงข้อความที่เขียนบนฝาผนังดิจิทัลนี้ รวมทั้งกลุ่มชายรักชายเช่นกันที่ได้เข้ามาใช้พื้นที่สื่อนี้พบปะและสร้างความสัมพันธ์กันอย่างมากมาย แม้สื่อทวิตเตอร์จะไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อเป็นชุมชน แต่ในปัจจุบันคงไม่เกินจริงหากจะกล่าวว่าทวิตเตอร์มีสถานะเป็นพื้นที่สื่อแห่ง “ชุมชน” ที่เปิดรับสำหรับกลุ่มชายรักชายต่อกิจกรรมการสื่อสารอันหลากหลายดังตัวอย่างที่ได้กล่าวไปแล้ว

ด้วยคุณสมบัติที่กล่าวข้างต้น สื่อทวิตเตอร์จึงกลายเป็นชุมชนออนไลน์ที่ใช้ในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างชายรักชาย โดยที่ผู้ใช้งานทุกคนสามารถสร้างเนื้อหาและประเด็นที่สนใจได้ด้วยตนเอง รวมทั้งสามารถหลีกเลี่ยงบรรทัดฐานแบบรักต่างเพศของสังคมที่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มบุคคลผู้มีความหลากหลายทางเพศ การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์นั้นจำต้องใช้เวลานาน อีกทั้งมีจำนวนขั้นตอนและกระบวนการที่ซับซ้อน ดังที่ สิตลา ชาญวิเศษ (2559) กล่าวว่า ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันนั้น จำเป็นที่จะต้องใช้ระยะเวลาและมีขั้นตอนจำนวนมากกว่าที่บุคคลจะรู้จักหรือสนิทสนมกัน รวมทั้งเป็นพื้นที่การสร้างตัวตนตามที่ตนเองต้องการ และอาจไม่ได้เป็นความจริงทั้งหมด (ดารินทร์ สวัสดิ์เสวี, 2545) ประเด็นนี้เองส่งผลให้เรื่องความไว้วางใจระหว่างกันสามารถเกิดขึ้นได้เพียงแค่ระดับหนึ่งเท่านั้น (โกสินทร์ รัตนคร, 2552)

จากข้อมูลข้างต้นยังไม่ปรากฏการศึกษาประเด็นสื่อทวิตเตอร์ในประเด็นพฤติกรรมการใช้สื่อ รูปแบบ เนื้อหา หรือแม้กระทั่งขั้นตอนการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ซึ่งเป็นช่องว่างของงานวิจัยด้านสื่อสารศึกษา ผู้วิจัยจึงเห็นแง่มุมที่น่าสนใจในการศึกษาประเด็น “การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายบนพื้นที่สื่อทวิตเตอร์”

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะสำคัญของสื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด
2. เพื่อศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการใช้สื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

3. ภาพรวมของทวิตเตอร์

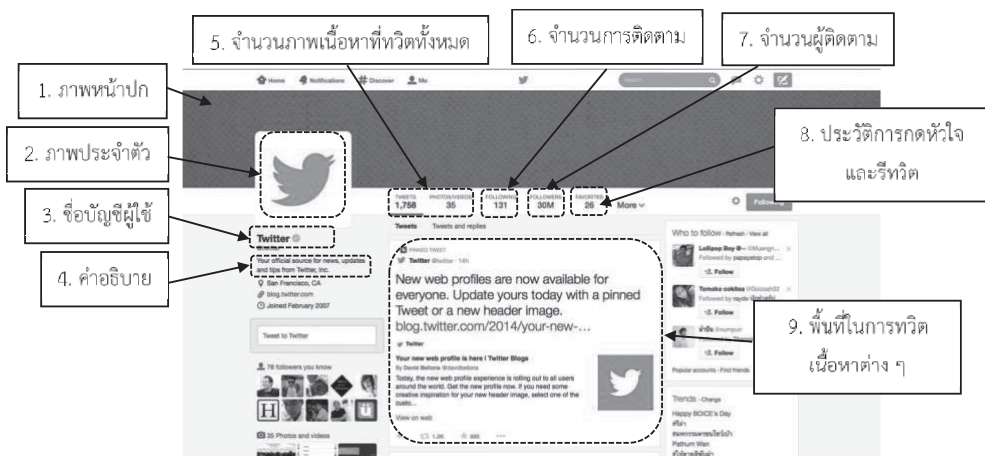
ผู้วิจัยสามารถสรุปคุณลักษณะของทวิตเตอร์ได้ 4 ประการ คือ (1) เป็นเครือข่ายการสื่อสารที่เน้นนำเสนอเนื้อหาสั้นๆ เช่น ประเด็นหรือหัวข้อ (2) เป็นสื่อที่รวบรวมและจัดระบบระเบียบข้อมูลผ่านโหนดแฮชแท็ก เพื่อง่ายต่อการสร้างชุมชนตามความสนใจของผู้ใช้ (3) เป็นสื่อที่ผู้ใช้สามารถแสดงความรู้สึกได้หลากหลายทั้งผ่านการเขียนข้อความ หรือสัญลักษณ์ เช่น หัวใจ หรือการรีทวีต (retweet) โดยไม่จำเป็นต้องเป็นเพื่อนกัน (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2560) (4) เป็นสื่อที่มีความเป็นส่วนตัวสูง เนื่องจากทวิตเตอร์ถูกออกแบบเอาไว้ไม่ให้ผู้ใช้รายอื่นค้นประวัติต่างๆ ของผู้ใช้อีกคนได้ จะมีเพียง 2 ประเด็น คือ ความชอบ (การกดหัวใจ) และความสนใจ (การรีทวีตหรือแชร์) เท่านั้นที่สามารถค้นพบได้ในทวิตเตอร์

ในประเด็นความเป็นส่วนตัว ทวิตเตอร์จัดสรรให้สำหรับผู้ใช้หลายส่วน เช่น การตั้งค่าการมองเห็นโปรไฟล์ส่วนตัว บัญชีอื่นไม่สามารถเห็นบัญชีของเราได้ รวมทั้งตำแหน่งที่ตั้งที่สามารถกำหนดให้เป็นความลับหรือเปิดเผยได้ สามารถปิดหรือเปิดการค้นหาจากอีเมลและเบอร์โทรศัพท์ของผู้ใช้ได้ และผู้ใช้สามารถปิดใช้งานการตั้งค่ารับข้อความโดยตรงได้ เมื่อไม่ต้องการที่จะติดต่อกับผู้ใช้รายอื่นๆ ได้ โดยทั้งหมดนั้นสามารถปรับแต่งได้ตามความต้องการของผู้ใช้ อีกทั้งสามารถควบคุมสิ่งที่คุณ “มองเห็น” บนทวิตเตอร์ โดยผู้ใช้สามารถเลิกติดตาม (unfollow) บัญชีผู้ใช้ต่างๆ ได้ อีกทั้งสามารถปิดบุคคลที่ผู้ใช้ไม่ต้องการมองเห็น (mute) ผ่านการตั้งค่าปิดการมองเห็นทั้งที่เป็นคำเฉพาะ บทสนทนา วลี ชื่อผู้ใช้ อีโมจิ หรือแม้แต่แฮชแท็ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นเนื้อหาที่มีความอ่อนไหว

(Sensitive Media Policy, 2022) ทวิตเตอร์ไม่มีนโยบายที่จะจำกัดการนำเสนอ ในกรณีนี้ทวิตเตอร์จึงมีลักษณะเป็นพื้นที่สาธารณะค่อนข้างเข้มข้นและเปิดโอกาส ให้ปัจเจกชน “ประกอบสร้างตัวตน” อย่างอิสระมากกว่าแพลตฟอร์มอื่น

ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ใช้สามารถควบคุมสิ่งที่คนอื่นเห็นบนทวิตเตอร์ของตน ได้ผ่านการบล็อก (advanced block) เพื่อไม่ให้ผู้อื่นเห็นการเคลื่อนไหวของตน อีกทั้งผู้ใช้สามารถปิดการแท็กรูปภาพ กล่าวคือ การปิดการมองเห็นภาพหรือวิดีโอ ต่างๆ ระหว่างกันได้ และสุดท้ายคือ การปกป้องทวิต เมื่อตั้งค่าปกป้องทวิต การตั้งค่านี้จะทำให้บัญชีเป็นส่วนตัว และหากบัญชีอื่นที่ต้องการจะติดตาม ก็จะต้องส่งคำร้องขอมาหาเจ้าของบัญชีก่อนที่จะติดตามได้ (Twitter Privacy Policy, 2020) การแสดงหน้าจอของทวิตเตอร์ประกอบด้วย 9 ส่วน ได้แก่ (1) ภาพหน้าปก (2) ภาพประจำตัว (3) ชื่อบัญชีผู้ใช้ (4) คำอธิบาย (5) จำนวนภาพเนื้อหาที่ทวิตทั้งหมด (6) จำนวนการติดตาม (7) จำนวนผู้ติดตาม (8) ประวัติการกดหัวใจและรีทวีต (9) พื้นที่ในการทวิตเนื้อหาต่างๆ เช่น ข้อความ ภาพนิ่ง วิดีโอคลิป เป็นต้น ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 ภาพการแสดงผลของบัญชีผู้ใช้



ที่มา: pinterest.com (2014)

4. นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

1. การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด หมายถึง ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสาร โดยอาศัยข้อความต่างๆ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว สัญลักษณ์ และการใช้ศัพท์เฉพาะต่างๆ ในการสร้างความสนิทสนมหรือความใกล้ชิดระหว่างกัน โดยในระดับความใกล้ชิดนั้นอ้างอิงจากการเปิดเผยตัวตน

ในครั้งนี้ผู้วิจัยทำการสังเคราะห์แนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดขึ้นมาใหม่ เรียกว่า “GCDCTA model” ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนด้วยกันดังนี้ (1) ขั้นทักทาย (Greeting) ในสถานะคนแปลกหน้า (strangers) (2) ขั้นเล่าเรื่อง (Chitchat) ในสถานะคนรู้จัก (acquaintance) (3) ขั้นพูดคุยจริงจัง (Dialogue) ในสถานะเพื่อน (friend) (4) ขั้นสร้างความเกี่ยวพัน (Connection) ในสถานะเพื่อนสนิท (close friend) (5) ขั้นเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust) ในสถานะคู่หู (buddy) และขั้นสุดท้ายคือ (6) ขั้นสนิทแนบแน่น (Affection) ในสถานะคู่รัก (couple)

2. การเปิดเผยตัวตน ในการศึกษาครั้งนี้ มิใช่เป็นการเปิดเผยตัวตนของกลุ่มคนรักเพศเดียวกันต่อบุคคลรักต่างเพศ แต่เป็นการเปิดเผยตัวตนของตัวผู้เข้าร่วมการวิจัย (research participants) ต่อคู่ของตนที่เป็นคนรักเพศเดียวกัน โดยเป็นขั้นตอนในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน อาทิ การเริ่มต้นจากการถามรายละเอียดส่วนตัวในระดับต่างๆ ทั้งการเปิดเผยตนเอง เรื่องส่วนตัว อารมณ์ความรู้สึกระหว่างกันอย่างมาก โดยในการศึกษานี้ นิยามการเปิดเผยตัวตนไว้ว่า การที่คู่สนทนาเปิดเผยเรื่องราวหรือข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองตามที่ตนเองพึงพอใจให้แก่คู่สนทนาหรือสมาชิกอื่นในทวิตเตอร์ได้รับทราบ เป็นต้น

ทั้งนี้ การเปิดเผยตัวตนในบริบทของการศึกษานี้ หมายความว่า การที่คู่สนทนาเปิดเผยเรื่องราวหรือข้อมูลส่วนบุคคลของตนเองตามที่ตนเองพึงพอใจ กล่าวคือ หากคุณเอ็กซ์ เป็นชายรักชายซึ่งประกอบอาชีพเป็นแพทย์ และมีสถานที่ทำงานอยู่บริเวณใกล้กับกระทรวงการต่างประเทศ สิ่งที่คุณเอ็กซ์จะเปิดเผยต่อคู่สนทนาจะขึ้นอยู่กับขีดขั้นของความสัมพันธ์กับคู่สนทนา โดยในขั้นแรกอาจ

เปิดเผยแค่ตนเองประกอบอาชีพอาชีพหนึ่ง ซึ่งอยู่บริเวณอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิ และหากสนิทสนมขึ้นอีก คุณเอ็กซ์อาจเปิดเผยว่า ตนเองเป็นนักศึกษาแพทย์ปีสุดท้าย และทำงานอยู่ในละแวกถนนศรีอยุธยา หรือหากสนิทสนมมากยิ่งขึ้น คุณเอ็กซ์อาจเปิดเผยตัวตนว่า ตนเองเป็นนายแพทย์ซึ่งทำงานอยู่ที่โรงพยาบาลพญาไท โดยบอกรายละเอียดแทบทั้งหมด ทว่าไม่ได้บอกชื่อจริง เป็นต้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ การเปิดเผยตัวตนนั้นไม่ได้หมายถึงการเปิดเผยข้อเท็จจริงทั้งหมด ทว่าอิงกับขีดชั้นและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) รวมทั้งเหตุผลในระดับปัจเจกบุคคล

3. กลุ่มชายรักชาย หมายถึง กลุ่มผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศที่ชอบพอหรือรักใคร่กลุ่มผู้ชายด้วยกัน ชายรักชายในที่นี้ไม่ใช่กลุ่มที่ต้องการแปลงเพศของตนเองให้เป็นผู้หญิง และไม่ได้แสดงออกด้วยการแต่งตัวเลียนแบบเพศหญิงหรือต้องการเป็นเพศหญิง โดยยังคงมีความต้องการแสดงรูปลักษณะเป็นเพศชาย ดังนั้นกลุ่มชายรักชายในการศึกษานี้ จะประกอบไปด้วยกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทั้งทางกายภาพและจิตวิทยาผ่านการสื่อสารในประเด็นทั่วไป และการสื่อสารในประเด็นเรื่องรสนิยมทางเพศ

4. ทวิตเตอร์ หมายถึง พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ที่ชื่อว่า ทวิตเตอร์ โดยในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเฉพาะชุมชนที่มีเนื้อหาและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชายรักชาย ที่มีปฏิสัมพันธ์หรือการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเท่านั้น ชุมชนหรือพื้นที่ใดๆ ที่ปรากฏนอกเหนือจากกลุ่มและความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้จะไม่อยู่ในขอบเขตการศึกษา

5. รูปแบบของการเปิดเผยตัวตน หมายถึง ลักษณะ ขั้นตอน ลำดับ หรือวิธีการในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ระหว่างกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสาร ผ่านการสอบถามประเด็นต่างๆ การเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวต่างๆ ระหว่างกัน เป็นต้น

6. เนื้อหาของการเปิดเผยตัวตน หมายถึง เนื้อหาในการสร้างปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างกัน เช่น การสื่อสารผ่านการส่งข้อความ หรือการสื่อสารทางการพูดอาจเป็นการ

เปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล การสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล หรือการบอกจุดยืน
เพศสภาพของตนที่เป็นชายรักชาย เป็นต้น

7. รสนิยมทางเพศที่หลากหลาย หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีความ
สนใจหรือพึงพอใจในความใคร่ ความต้องการในการปลดปล่อยทางกามารมณ์
ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ผูกโยงกับเพศภาวะ แต่หมายความว่าถึงกิจกรรมหรือ
พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความปรารถนาทางเพศ

5. แนวคิดและทฤษฎี

1. ทฤษฎีเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ Manuel Castells (2004)
เชื่อว่า “วัฒนธรรมแห่งอิสรภาพนั้นมีความสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดเทคโนโลยี
เครือข่าย...” อีกทั้งเครือข่ายสังคมและชุมชนมักเกิดจากการขาดและต้องการ
เติมเต็ม (Delanty, 2003) ซึ่งการใช้สื่อสังคมออนไลน์ไม่ได้มีแค่ความบันเทิงเท่านั้น
โดยแก่นหลักของสังคมเครือข่ายตามทัศนะ Castells (2004) มีปัจจัยสำคัญที่
มนุษย์ใช้สังคมเครือข่าย คือ การสร้าง และรักษา รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์
ทางสังคมนรูปแบบใหม่ๆ โดยการวิเคราะห์ของ Castells เกี่ยวกับความสำคัญของ
กระบวนการทั้ง 3 คือ (1) ความสำคัญของการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ซึ่ง
Castells เชื่อว่า โครงสร้างทางเศรษฐกิจจะส่งผลต่อการสร้าง การรักษา หรือการยุติ
เครือข่ายทางสังคมระหว่างกัน (2) การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมที่ให้ความสำคัญ
กับการพัฒนากระบวนการทัศน์ ความสามารถของมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (3) ความ
เป็นอิสระของแต่ละบุคคลและเสรีภาพ

Castells สรุปประเด็นเครือข่ายสังคมว่า เป็น “วัฒนธรรมแห่งอิสรภาพ
นั้นมีความสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดเทคโนโลยีเครือข่ายซึ่งในที่สุดก็เป็น
โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับธุรกิจในการดำเนินการปรับโครงสร้างองค์กรใน
แห่งของโลกาภิวัตน์” (Castells, 2004: 22) หากจะสรุปความหมายของชุมชน
เสมือน อาจมีได้หลากหลายความหมาย และสามารถแบ่งตามมิติต่างๆ ได้
เพิ่มเติมอีก เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม แต่หากกล่าวโดยสรุปนั้น อาจ
อธิบายได้ว่า “เป็นการรวมตัวกันของกลุ่มคน โดยมีเจตจำนงหรือความสนใจ

บางอย่างร่วมกัน และมีปฏิสัมพันธ์กัน” (ก่าจร หลุยยะพงศ์, 2560) อีกทั้งในปัจจุบันจะพบว่า เครือข่ายสังคมกลายเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในการรวมตัว เพื่อคัดง้างปฏิเสธองค์ความรู้ หรือความเชื่อ และกฎระเบียบ หรือกฎหมายบางประการที่กีดขี่ประชากรหรือกลุ่มคนต่างๆ ให้ไม่ได้รับความเป็นธรรม ซึ่งปรากฏอยู่ในข้อสรุปของ Castells (2011) ที่กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันเป็นมากกว่าความบันเทิง ทว่าเป็นเครื่องมือในการคัดง้างกับสังคมอีกด้วย โดยการคัดง้างนั้นมักถูกโยงกับแนวคิด “สถาบันแบบเบ็ดเสร็จ” (total institution) ซึ่งการคัดง้างดังกล่าวเป็นการพยายาม “ปฏิเสธ” สถาบันแบบเบ็ดเสร็จที่เกิดขึ้นในสังคม โดยแนวคิดสถาบันแบบเบ็ดเสร็จถูกกล่าวถึงในปี 1961 โดย Goffman (1961) ผ่านงานเขียนรวมเล่ม 4 เรื่อง ที่ชื่อ *Asylums Essays on the Social Situation of Mental Patient and Other Inmates* ซึ่งสรุปได้ว่า บุคคลมักถูกกีดทับควบคุมโดยสถาบัน ไม่ว่าจะอยู่ในสถานภาพใดๆ ก็ตาม มักมีสถาบันกระทำการอยู่เบื้องหลังแทบทั้งสิ้น จนทำให้คนที่อยู่ภายใต้สถาบันนั้นๆ เกิดความไม่พอใจและพยายามขัดขึ้น ต่อรอง คัดง้าง กับสถาบันฯ เพื่อให้ตนเองได้รับความเป็นธรรมหรือเพื่อการเอาตัวรอดในสถานการณ์ที่ยากลำบาก โดย Goffman อธิบายองค์ประกอบของสถาบันเบ็ดเสร็จไว้ 5 กลุ่มด้วยกัน¹⁰ (Goffman, 1961: 4-5) ซึ่งแต่ละสถาบันมีอำนาจหน้าที่ในการละเมิดความเป็นส่วนตัวและอิสระของบุคคลที่เข้าร่วมในสถาบัน

แนวคิดเรื่องสถาบันแบบเบ็ดเสร็จของ Goffman สามารถสรุปได้ว่า เกี่ยวข้องกับการควบคุมภายนอก กล่าวคือ มักมีอำนาจ (ซึ่งในที่นี้คือ สถาบันในการจัดการความรู้ ความคิด สติปัญญา และการแสดงออกทางด้านร่างกาย

¹⁰ ประกอบไปด้วย (1) สถาบันที่มีไว้สำหรับดูแลผู้ที่ด้อยความสามารถในการดำเนินชีวิต และไม่มีพิษมีภัยต่อสังคม เช่น สถานที่อยู่ดูแลคนตาบอด/หูหนวก บ้านพักคนชรา ฯลฯ (2) สถาบันที่มีไว้สำหรับดูแลผู้ที่ด้อยความสามารถในการดำเนินชีวิต แต่ก็อาจสามารถทำร้ายผู้อื่นได้โดยไม่ตั้งใจ เช่น สถานที่อยู่ดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรัง โรคเรื้อรัง โรงพยาบาลจิตเวช (3) สถาบันที่มีไว้สำหรับจัดการควบคุมบุคคลที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อสังคมโดยตรง เช่น เรือนจำ สถานกักกันคนร้าย ค่ายกักกันเชลยศึก (สายพิน ศุภพรหมงคล, 2542; กฤษฎา แก้วเกลี้ยง, 2558) (4) สถาบันที่มีไว้สอนทางด้านศาสนา สำหรับบุคคลที่ต้องการออกจากทางโลก เช่น อาราม สำนักนักบวช ฯลฯ (Gaca, 2003; นารีอัน กาชอ นูรฆอซียะฮ์ เจ๊ะเฮาะ ชัมซู สาอุ และเบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2564; พระไตรปิฎก ฉบับบาลีสยามรัฐ, 2470; มหามกุฏราชวิทยาลัย, 2480) และ (5) สถาบันที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการบรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง เช่น ค่ายทหาร โรงเรียนประจำ โรงเรียนรัฐ ค่ายแรงงาน (ธนศ วงศ์ยานนาวา, 2562)

และจิตใจ) บางอย่างพยายามยึดยึดความรู้สึกนึกคิดให้บุคคลเป็นไปตาม วัตถุประสงค์ของสถาบันหรือโครงสร้างกำหนดขึ้นเพื่อควบคุม กำกับให้เป็นไปตามที่สถาบันนั้นๆ ต้องการ (สายพิณ ศุภุทธมงคล, 2542; เจษฎาภรณ์ พจนา, 2548; กฤษฎา แก้วเกลี้ยง, 2558; อนุสรณ์ อุณโณ, 2563) ซึ่งประเด็นเรื่อง ความหลากหลายทางเพศก็เป็นส่วนหนึ่งที่สถาบันต่างๆ เหล่านี้พยายามควบคุม และกำกับ

ย้อนกลับมาที่ชุมชนเสมือน โดยเฉพาะคำว่า “เสมือน” หมายถึง คุณลักษณะดั้งเดิมบางอย่างของชุมชน ที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของโลกแห่งความเป็นจริงอีกต่อไป แต่นั่นไม่ใช่คุณสมบัติ “เสมือนจริง” ซึ่งหมายความว่า ดูเหมือนหรือรู้สึก “ราวกับว่า” เป็นจริงแต่ไม่จริง (Coyne, 1995) รวมทั้งชุมชนเสมือนนั้น อาจมีลักษณะเพียงแค่ผิวเผินไม่ถาวร เพราะมุ่งเน้นความต้องการเพียงแค่ว่าเจอเท่านั้น (สมสุข หินวิมาน, 2555) อย่างไรก็ตาม ปรากฏการณ์ในการลงพื้นที่ของผู้วิจัยพบว่า ในหลายครั้งสิ่งที่ดูเสมือนนั้นสามารถสร้างประสบการณ์ที่รับรู้ได้จริง ไม่ใช่เพียงสิ่งปลอม ผิวดิน หรือเสมือนเท่านั้น โดยที่การศึกษาครั้งนี้จะ นำแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่มาเป็นกรอบคิดในการวิเคราะห์ คุณลักษณะสำคัญของสื่อทวิตเตอร์ที่ปรากฏนอกเหนือจากคุณลักษณะของ สื่อใหม่ ด้วยประเด็นการศึกษาชุมชนออนไลน์ อีกทั้งยังศึกษาองค์ประกอบของ ชุมชนทวิตเตอร์ว่ามีส่วนประกอบใดบ้างที่สนับสนุนความเป็นชุมชน และพัฒนา ไปสู่การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดได้อย่างไร

2. แนวคิดความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับการเปิดเผยตัวตน ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างบุคคล คือ ความใกล้ชิดเกี่ยวข้องกับความรู้สึกใกล้ชิดทางอารมณ์และความเชื่อมโยงกับบุคคลอื่น ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดมักจะมีทัศนคติของความไว้วางใจ ความห่วงใยและการยอมรับซึ่งกันและกัน (options for sexual health, 2020) ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดมักเกี่ยวข้องกับการไว้วางใจ ความเชื่อใจ ความห่วงใย ความคุ้นเคย การพึ่งพากัน และมุ่งมั่นในการสานสัมพันธ์ระหว่างกัน (Brehm et al., 1992) รวมทั้งจำเป็นที่จะต้องรู้จักคู่สนทนาของกันและกัน หรือที่เรียกว่า “การเปิดเผยตัวตน” โดยบุคคลจะมีความรู้สึกไว้วางใจได้นั้น จำเป็นที่จะต้องรู้จักคู่สนทนาของตนเองมากพอ ส่วนนี้จึงมีความสำคัญอย่างมากในการที่

จะสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกับผู้อื่น โดยการเปิดเผยตัวตนนั่นมักเกี่ยวข้องกับการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคลเพื่อให้ผู้อื่นได้รับทราบ เพื่อการพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ที่ดี และอาจเป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดต่อไปได้ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีรากมาจากทฤษฎีการรูกทางสังคม (SPT) ที่มีใจความสำคัญอยู่ที่ระดับความสัมพันธ์ของการแลกเปลี่ยนหรือระดับของการเจาะลึกทางสังคมที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ปัจเจกบุคคลแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ที่แตกต่างกัน จากเนื้อความข้างต้นจะสังเกตได้ว่าความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นไม่ได้มีการกล่าวถึงประเด็นของกิจกรรมทางเพศร่วมด้วย สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

↑

ชั้น

↓

Altman and Taylor (1987)	Brehm et al. (1992)	Knack and Keefer (1997)	Kelly (2005)	Munroe (2005)	Bruett (2019)
การทำความรู้จัก	การแบ่งปันข้อมูล	ความไม่ไว้วางใจตนเอง	ชั้นไม่มีตัวตน	คนแปลกหน้า	การนัดเดท
การแลกเปลี่ยนข้อมูลชั้นสำรวจ	การฟังพาวาคัยซึ่งกันและกัน	ความไว้วางใจตนเอง	ชั้นสื่อสารข้อเท็จจริง	คนรู้จัก	การตั้งใจฟังในบทสนทนา
การแลกเปลี่ยนข้อมูลชั้นอารมณ์	การเอาใจใส่	ความไว้วางใจในบุคคลอื่น	ชั้นของความเห็นส่วนตัว	เพื่อน	การทำความเข้าใจตนเอง
การแลกเปลี่ยนข้อมูลชั้นคงที่	ความเชื่อมั่นศรัทธา	ความไว้วางใจในความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น	ชั้นแห่งการเปิดเผยความฝัน	เพื่อนสนิท	การมีกิจกรรมร่วมกัน
	การตอบสนอง	ความไว้วางใจในสารที่สื่อสารระหว่างกัน	ชั้นการเปิดเผยอารมณ์	เพื่อนสนิทใกล้ชิด	การท่องเที่ยวด้วยกัน
	การรู้สึกความเป็นกันและกัน		ชั้นเปิดเผยความเจ็บปวด		
	ความมุ่งมั่นที่จะสานสัมพันธ์ต่อไป		ชั้นใกล้ชิด		

ที่มา: สรุปโดยผู้วิจัย โดยนำแนวคิดมาจาก Taylor and Altman (1987), Brehm et al. (1992), Knack and Keefer (1997), Kelly (2005), Munroe (2005) และ Bruett (2019)

ทว่า Bouhoutsos et al. (1983) แย้งประเด็นนี้ไว้ว่า ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นเป็นความรู้สึกนึกคิดทางจิตวิทยา ซึ่งเป็นขั้นของความไว้วางใจทางจิตวิญญาณเป็นหลัก แต่ไม่ได้ปฏิเสธว่า กิจกรรมทางเพศจะเกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ที่มีความใกล้ชิดของบุคคลทั้งสองคน และความสัมพันธ์ทางเพศอาจเกิดขึ้นจากการกระทำทางกายภาพมากกว่าการกระทำที่เกิดขึ้นจากความรัก (Ni, 2013) รวมทั้งจากการศึกษาภายในทวิตเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความสัมพันธ์ เรื่อง “ชายรั้งชาย: ความสัมพันธ์ในชุมชนทวิตเตอร์” (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2560) และการศึกษาเรื่อง “‘กั๊น’ การจัดระเบียบความเป็นชายในทัศนะของกลุ่มชายรักชายในทวิตเตอร์” (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2562ก) หรือแม้กระทั่งการศึกษาอื่นที่เกี่ยวข้องกับประเด็นชายรักชายในทวิตเตอร์ หรือแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับชายรักชาย ดังที่ปรากฏในการทบทวนวรรณกรรมประเด็นชายรักชาย พบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางเพศร่วมด้วยเสมอๆ หรือที่เรียกว่า ความสัมพันธ์ทางเพศหนึ่งคืน (one night stand) ตัวอย่างเช่น งานของ วิภาดา เอี่ยมแยม (2548) เนติ สุนทราราววิทย์ (2553) สุธาวัฒน์ ดงทอง (2559) Kevin Laddapong (2019) เป็นต้น จากตัวอย่างข้างต้นผู้วิจัยจึงขออนุญาตขี้นและสถานะของความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดขึ้นมาใหม่ เพื่อให้สามารถนำประเด็นเรื่องกิจกรรมทางเพศมาอธิบายประกอบด้วยได้ เพื่อให้เข้ากับบริบทที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ดังตารางที่ 2

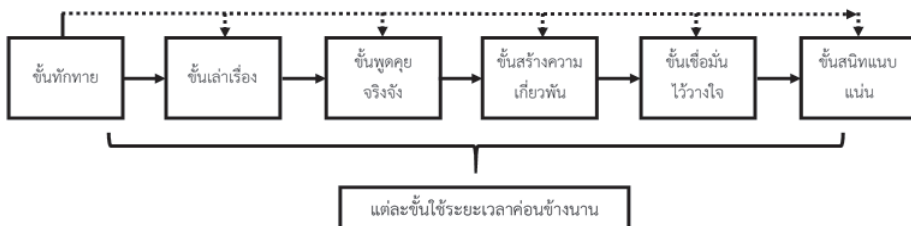
ตารางที่ 2 ตารางสรุปขั้นตอนและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model)

ขั้นของความสัมพันธ์	สถานะ	คำอธิบาย
1. ขั้นทักทาย (Greeting)	คนแปลกหน้า (Strangers)	เป็นขั้นของการทำความรู้จัก มีการแบ่งปันข้อมูล เพราะมีความรู้สึกไม่ไวใจตนเอง เนื่องจากการเริ่มต้นของความสัมพันธ์จากสถานะแรกคือคนแปลกหน้า
2. ขั้นเล่าเรื่อง (Chitchat)	คนรู้จัก (Acquaintance)	หลังจากสร้างความประทับใจแรกพบแล้ว เริ่มมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน ผ่านการถามตอบเรื่องราวระหว่างกันแบบผิวเผิน รวมทั้งตั้งใจฟังในบทสนทนา เริ่มมีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน เริ่มเกิดความรู้สึกไวใจตนเองในการเริ่มต้นความสัมพันธ์ในฐานะคนรู้จักกัน
3. ขั้นพูดคุยจริงจัง (Dialogue)	เพื่อน (Friend)	หลังจากการสื่อสารแบบผิวเผินแล้วนั้น เริ่มมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลชั้นอารมณ์ มีการเอาใจใส่ระหว่างกัน รวมทั้งมีความไวใจในบุคคลอื่น เริ่มรับฟังความเห็นส่วนตัวระหว่างกันในฐานะเพื่อนของเราคนหนึ่ง
4. ขั้นสร้างความเกี่ยวพัน (Connection)	เพื่อนสนิท (Close Friend)	ในฐานะเพื่อนสนิทคนหนึ่ง มีการสื่อสารระหว่างกัน รวมทั้งการแลกเปลี่ยนข้อมูลชั้นคงที่ มีความเชื่อใจไว้วางใจและเชื่อมั่นศรัทธาในความสัมพันธ์ อีกทั้งมีการเปิดเผยความผันผวน ห่วง ความรู้สึกเล็กๆ ร่วมกับการแสดงออกทางอารมณ์ ผ่านการมีกิจกรรมร่วมกัน
5. ขั้นเชื่อมั่นไว้วางใจ (Trust)	คู่หู (Buddy)	มีการตอบสนองระหว่างกันอย่างมากขึ้น รวมทั้งยังมีความไวใจในสารที่สื่อระหว่างกัน มีการเปิดเผยอารมณ์ เริ่มมีกิจกรรมนอกสถานที่ร่วมกัน เช่น การท่องเที่ยวด้วยกัน ในฐานะเพื่อนรัก และกิ๊ก
6. ขั้นสนิทแนบแน่น (Affection)	คู่รัก (Couple)	ในขั้นของความใกล้ชิดมีการเปิดเผยความเจ็บปวด ความทรงจำที่แสนสุขและแสนเศร้าระหว่างกัน มีความรู้สึกที่เป็นกันและกันในฐานะเพื่อนสนิทที่สนิทสนมกันอย่างมาก รวมทั้งอาจถึงขั้นพัฒนากลายเป็นคู่ชีวิต หรือมีกิจกรรมทางเพศเกิดขึ้นระหว่างกันได้อีกด้วย

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

จากคำอธิบายดังกล่าว สามารถสรุปเป็นภาพที่ 2

ภาพที่ 2 แผนภาพการสื่อสารเพื่อความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดจากการสังเคราะห์ของผู้วิจัย



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

จากตารางสรุปขีดขั้นและสถานะในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model) ที่ผู้วิจัยสังเคราะห์ขึ้นเป็นบริบทที่เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยจะนำ GCDCTA model มาพัฒนาใช้ศึกษาในพื้นที่ออนไลน์และอาจหมายรวมถึงในพื้นที่ลูกผสม (ออนไลน์ร่วมกับออฟไลน์) ซึ่งกลุ่มชายรักชายใช้พื้นที่ต่างๆ ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกันเพื่อศึกษารูปแบบและเนื้อหาในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายบนทวิตเตอร์ ร่วมกับการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีความต้องการเฉพาะตัว รวมทั้งการสร้างสรรคขั้นตอน วิธีการ และเนื้อหาในการสื่อสารด้วยตนเอง และเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ดังนั้นจึงต้องศึกษาและวิเคราะห์ผู้รับสารเพื่อที่จะได้ทราบถึงความต้องการต่างๆ ผ่านแนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ซึ่งผู้วิจัยจะกล่าวถึงต่อไป

3. แนวคิดการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ การศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ได้รับอิทธิพลผ่านมุมมองหลังสมัยใหม่ในสื่อและการศึกษาวัฒนธรรม มีผลต่อการวิจัย

ในยุคต่อมาอย่างกว้างขวาง เพราะในอดีตนั้น ความเห็น ทศนคติของผู้รับสารมักไม่ได้รับการสนใจจากนักวิจัย (Ang, 1985) เนื่องจากเชื่อว่า ทศนคติหรือความเห็นที่เกิดขึ้นนั้นมักเกิดขึ้นในท้องถิ่นนั้นๆ เท่านั้น และไม่ได้มีความสำคัญแต่อย่างใด แตกต่างจากความคิด Morley (1989) ซึ่งเชื่อว่า ทศนคติของผู้รับสารนั้นสะท้อนความรู้ ความคิด ทศนคติบางอย่างมีความสำคัญและควรได้รับการศึกษาประเด็นนี้เองจึงถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นของการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่ ดังที่ Morley กล่าวว่า “หากผู้วิจัยอยากเข้าใจประเด็นใดก็ตาม ให้ถามคำถามนั้น ผู้ให้ข้อมูลอาจโกหกหรือให้ข้อมูลจริงก็ได้ แต่อย่างน้อยข้อมูลนั้นก็ผ่านการตอบสนองด้วยกระบวนการคิดผ่านวาทะ คำตอบดังกล่าวถือว่า มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำมาศึกษาต่อได้” รวมทั้ง ธรรมนูญ สามัคคีคารมย์ และคณะ (2551) แนะนำเพิ่มเติมว่า ผู้วิจัยจำเป็นต้องเข้าใจภาษา กฎเกณฑ์ ความแตกต่าง และประเภทบางอย่างที่ผู้ให้ข้อมูลพยายามอธิบายเพื่อตอบคำถาม จึงจะทำให้การศึกษาผ่านการสัมภาษณ์มีความสมบูรณ์มากที่สุด

แนวคิดการศึกษาผู้รับสารแนวใหม่นั้น เป็นแนวคิดที่ได้รับการพัฒนาต่อยอดมาจากทฤษฎีความต้องการและความพึงพอใจ (needs and gratifications theory) เป็นหนึ่งในทฤษฎีที่มีอิทธิพลในการวิจัยสื่อ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเกี่ยวข้องกับวิธีการใช้สื่อของผู้คน ในระยะแรกการวิจัยสื่อเน้นไปที่อิทธิพลและผลกระทบที่สื่อมีต่อผู้ชม ไม่ได้เน้นที่แรงจูงใจเบื้องหลังการใช้สื่อโดยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเริ่มต้นในปี 1940 โดย Morley มองต่างออกไปว่า ผู้รับสารนั้นสามารถมีลักษณะทั้งเป็นผู้กระทำการ (active) และผู้ตั้งรับ (passive) ไปพร้อมๆ กัน โดยแต่เดิมนั้นผู้รับสารมักถูกมองว่าเป็นเพียงผู้กระทำการหรือผู้ตั้งรับเพียงฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งเท่านั้น รวมทั้งการพยายามผสมผสานกรอบการวิเคราะห์ตัวบทและสาร ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากทฤษฎีสัญญาวิทยา ซึ่ง Morley เชื่อว่า ไม่สามารถวิเคราะห์ได้อย่างใดอย่างหนึ่งได้ หรือแยกสารออกจากผู้รับสาร แต่จำเป็นต้องวิเคราะห์ร่วมกัน อีกทั้งผู้รับสารนั้นเป็นหนึ่งในผู้กระทำการทางสังคม เนื่องจากผู้รับสารเองนั้นมีส่วนในการตีความสารที่นำเสนอมาให้ได้ ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นเป็นผลกระทบระยะยาว ในประเด็นการวิเคราะห์

ผู้รับสารตามทัศนะของ Morley นั้นสามารถวิเคราะห์ได้หลายวิธี¹¹

4. แนวคิดเรื่องเพศวิถี โดยประเด็นเรื่องเพศ และกิจกรรมทางเพศ นั้น ไม่ใช่แค่เพียงเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการร่วมเพศในระดับปัจเจกเท่านั้น ทว่า เรื่องเพศมักมีความเกี่ยวข้องกับกฎหมายในพื้นที่นั้นๆ เสมอ ดังคำกล่าวของ นักมานุษยวิทยาวัฒนธรรมอเมริกันชื่อดัง Rubin (2007) ที่ว่า เรื่องของเพศเป็นเรื่องของการเมืองเสมอ ในอดีตมีการโต้เถียงประเด็นเรื่องเพศอย่างรุนแรง และกลายเป็นเรื่องทางการเมือง จนกระทั่งมีการขีดขอบเขตกำกับของเรื่องเพศใหม่ จบจนถึงปัจจุบัน เมื่อกล่าวถึงความหลากหลายทางเพศนั้น เป็นการแสดงให้เห็นถึงการคัดง้างกับโครงสร้างหรือทัศนะแบบเดิมที่สังคมเป็น โดยบรรทัดฐานทางเพศสามารถอ้างอิงถึงข้อตกลงและบรรทัดฐานของสังคมนั้นๆ และกำหนดเรื่องเพศตามปกติให้ประกอบด้วยกิจกรรมทางเพศบางอย่างระหว่างบุคคลที่ต้องตรงตามเกณฑ์อายุ ความสัมพันธ์ภายในครอบครัว ความเชื่อของชนเผ่าต่างๆ เป็นต้น (Bozon et al., 2015) ซึ่งในอดีตบุคคลสามารถร่วมเพศกันได้ตั้งแต่อายุ 15 ปีหรือที่เรียกว่า “กลุ่มวัยเจริญพันธุ์” (สุภาวดี ลิขิตมาศกุล, 2553; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2563) ทว่าในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปตามทัศนคติหรือการให้คุณค่าของสังคม (social value) รวมทั้งศีลธรรมจรรยาที่ถูกประกอบสร้างขึ้นตามความเชื่อทางศาสนาของแต่ละท้องถิ่น จึงส่งผลให้กลายเป็น “ความปกติใหม่” ของสังคมโลก (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2545; ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2562)

จากจุดยืนของวัฒนธรรมศึกษาในประเด็นเรื่องอำนาจว่า เกี่ยวข้องกับการยึดโยงความสัมพันธ์ทางสังคมในทุกระดับ ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงการที่ยึดสังคมหรือกำลังบีบบังคับที่อยู่ใต้บังคับบัญชาของคนกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่มหนึ่งเท่านั้น ทว่า Hall (2006) มองว่า เรื่องอำนาจเป็นความเชื่อมโยงที่เกี่ยวกับการศึกษาทางวัฒนธรรม ผ่านมุมมองในเรื่องอำนาจและการเมือง เพื่อทำการศึกษาและให้

¹¹ ได้แก่ (1) การศึกษาโครงสร้างสังคมของผู้รับสาร (2) การศึกษาจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสาร (3) การศึกษาการเข้าถึงตัวบทที่เกี่ยวข้อง เป็นปัจจัยที่ถูกलिขไปในการศึกษาพฤติกรรมและการเปิดรับสื่อ เนื่องจากมักมีชุดความเชื่อที่ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสื่อนั้นเกิดจากปัจจัยภายในเป็นหลัก เช่น ความสนใจ ทัศนคติ ซึ่งความจริงแล้วอาจมีปัจจัยอื่นๆ ในการเปิดรับสื่อประกอบกันอีก (4) การศึกษากระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร (5) การศึกษาพฤติกรรมกรรมการรับชม และ (6) การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร

ความสำคัญโดยเฉพาะกลุ่มคนตัวเล็กตัวน้อยในสังคม หรือกลุ่มชายขอบเพื่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ดังนั้น ในทัศนะของ Hall อำนาจไม่ได้เป็นกลางหรือเป็นรูปธรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเท่านั้น แต่เป็นเรื่องของตำแหน่งแห่งที่ เกี่ยวข้องกับสถานที่ที่พูด หรือพูดกับใคร และเพื่อจุดประสงค์อะไร (Barker, 2003) กล่าวคือ การพยายามศึกษาอำนาจที่เกิดขึ้นในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของบุคคล และเมื่อนำมามองประเด็นชายรักชายนั่น จะพบว่า เป็นกลุ่มประชากรหนึ่งที่มีมักไม่ได้เป็นผู้มีอำนาจในสังคม แต่เป็นเพียงกลุ่มชายขอบของสังคมเท่านั้น (พิเชฐ สายพันธ์, 2545; ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี, 2546) และเมื่อกล่าวถึงบุคคลหลากหลายทางเพศมักเกี่ยวข้องกับคำว่า “เควีย์ร์” (queer)

คำว่า “queer” พบครั้งแรกในบทความเรื่อง “Queer: Lesbian and Gay Sexualities” ของ De Lauretis (1991) ที่สรุปความได้ว่า “ความต้องการที่จะปฏิเสธเพศแบบคู่ตรงข้าม” ตามมาตรฐานหลักของสังคมที่มีแค่สองเพศเท่านั้น มีการแบ่งเพศวิถีย่างหลากหลาย อาทิ คำนิยามของ เจียรชัย เอี่ยมวรเมธ (2530) ที่พบว่า กลุ่มแรก เพศ หมายถึง ลักษณะภายนอกทางกายภาพ (gender) เช่น เพศชายหรือเพศหญิง กลุ่มที่สอง เพศ หมายถึง กิจกรรมทางเพศ (sexual activity) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเพศ การปฏิบัติทางเพศ ความใคร่ กามารมณ์ เป็นต้น และ กลุ่มที่สาม เพศ หมายถึง การร่วมเพศ หรือการเสพสังวาส (sexual-intercourse) โดย วิลาสินี พิพิษฐกุล และกิตติ กันภัย (2546) อธิบายประเด็นนี้เพิ่มเติมว่า อันที่จริงความหมายในข้อที่สองและสามสามารถให้ความหมายได้เหมือนกัน เนื่องจากในวัฒนธรรมไทยมักไม่นิยามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเพศ หรือพยายามอธิบายประเด็นทางเพศอย่างชัดเจน เพราะคำว่า เพศถูกกระทำให้เป็นคำที่ไม่พึงปรารถนาในการศึกษาและการสนทนาระหว่างกัน ว่า กิจกรรมทางเพศและการร่วมเพศนั้นแตกต่างกันอย่างไร

ในขณะเดียวกัน Peter A. Jackson (1995) ศาสตราจารย์ด้านประวัติศาสตร์ไทยและเพศของไทยในมหาวิทยาลัยแห่งชาติออสเตรเลีย ได้นำเสนอประเด็นของคำว่า “เพศ” ในบริบทของประเทศไทยมักจะมีความเกี่ยวข้องใน 4 ประการด้วยกัน ได้แก่ (1) เพศในชีววิทยา (biological sex)

(2) เพศสภาพ (gender) หมายถึง ความเป็นหญิง ความเป็นชาย ที่มาจากความรู้สึกส่วนตัว (3) รสนิยมทางเพศหรือทัศนคติทางเพศ (sexuality) หมายถึง บทบาท และรสนิยมทางเพศ หรือวิถีชีวิตทางเพศที่อาจไม่ตรงกับเพศ และสุดท้าย (4) การมีเพศสัมพันธ์หรือการร่วมเพศ (sexual intercourse) คือ การร่วมเพศ หรือการมีเพศสัมพันธ์

จากความหมายข้างต้นทั้งหมด สามารถสรุปได้ว่า เพศวิถี (sexuality) หมายถึง วิถีชีวิตทางเพศในทางกามารมณ์ และในด้านความรักความรู้สึก หมายถึงรสนิยมทางเพศ ความรู้สึกดึงดูด ความปรารถนาทางเพศ ความรู้สึกรักชอบพอ รู้สึกใคร่ หรือพฤติกรรมในความสัมพันธ์ทางเพศของบุคคล ความหลากหลายทางเพศมักเป็นประเด็นที่มีความอ่อนไหว ทั้งทางกายภาพและจิตวิทยา และคนป่วยทางจิต (นิธิ เอียวศรีวงศ์, 2545) จากการศึกษาพบว่า มีการแบ่งประเภทได้ดังนี้ (1) แบ่งตามการมองเห็น (คมฉัตร วุฒิโรจน์, 2534) (2) แบ่งตามพฤติกรรม (ประภาพรรณ วงศาโรจน์, 2532; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2562ข) (3) แบ่งตามวิทยาศาสตร์ (วัลลภ ปิยะมโนธรรม, 2532; นที ธีระโรจนพงษ์, 2548) (4) แบ่งตามศาสนา (พระไตรปิฎก ฉบับบาลีสยามรัฐ, 2470; ธเนศ วงศ์ยานนาวา, 2562) (5) แบ่งตามรสนิยม (ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง, 2557; สุรวิวัฒน์ ดงทอง, 2559; Kevin Laddapong, 2019; เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2564) และ (6) แบ่งตามการสืบพันธุ์ (กาญจนา แก้วเทพ และพริศรา แซ่ก้วย, 2547) เป็นต้น

แม้จะมีการจำแนกประเด็นชายรักชายไว้หลายประเภท แต่ในการศึกษาครั้งนี้ นิยามกลุ่มชายรักชายไว้โดยแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ ชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เพื่อสื่อสารในประเด็นทั่วไปและประเด็นที่เกี่ยวข้องกับรสนิยมทางเพศ ดังนั้นกลุ่มชายรักชายในการศึกษาครั้งนี้ จะประกอบไปด้วยกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ผ่านการสื่อสารในประเด็นทั่วไป และการสื่อสารในประเด็นเรื่องรสนิยมทางเพศ อีกทั้งกลุ่มหลากหลายทางเพศ ซึ่งในการศึกษาชิ้นนี้มุ่งเน้นที่กลุ่มชายรักชายที่มักไม่ได้รับการยอมรับในประเด็นความหลากหลายในรสนิยมทางเพศจากสังคม

โดยรอบ จีฬหกระบวณการและแสวงหาพื้นที่ต่างๆ ในการแสดงออกซึ่งตัวตน รวมทั้ง การพยายามในการรวมกลุ่มและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน ซึ่งปัจจุบันพื้นที่ เสมือนเป็นพื้นที่หนึ่งทีกลุ่มชายรักชายเข้ามาเพื่อสร้างพื้นที่ของตนเอง และการ บอกต่อเพื่อให้ชายรักชายอื่นเข้ามาใช้พื้นที่เดียวกัน จึงส่งผลให้เกิดการรวมตัวใน พื้นที่โลกเสมือนจนเกิดเป็นวัฒนธรรมในพื้นที่เสมือน จนกลายเป็นวัฒนธรรมย่อย ทีมีบรรทัดฐาน ค่านิยม ตลอดจนความเชื่อทีมีความแตกต่างจากวัฒนธรรมหลัก ในพื้นที่สาธารณะ

6. วิวิธวิทยา: ชาตัพันธ์วัณณนาติจัทล (Netnography)

ชาตัพันธ์วัณณนาติจัทล เป็นวิธการวิจัยในพื้นที่ออนไลน์ทีมีต้นกำเนิดใน กลุ่มชาตัพันธ์วัณณนาเดิมทางมานุษยวิทยา โดยเป็นวิธการเข้าใจปรากฏการณ์ ทางสังคมในบริบทการสื่อสารในพื้นที่ดิจิทัล อีทังเกี่ยวข้องกับการเก็บรวบรวม ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอข้อมูล และจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ซึ่ง มีวิธการเข้าถึงข้อมูลด้วยวิธการผสมผสาน เช่น การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์ การรวมกลุ่มสนทนา โดยทั้งหมดนั้นเกิดขึ้นภายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ร่วมกับออฟไลน์

Hymes (2003) กล่าวว่า ชาตัพันธ์วัณณนาเป็นเรื่องทีเกี่ยวข้อง กับชีวิตประจำวันในสิ่งทีเราต้องการศึกษา ความสามารถในการเรียนรู้ทาง ชาตัพันธ์วัณณนาเป็นส่วนเสริมสิ่งทีมนุษย์ทุกคนต้องทำ นั่นคือการเรียนรู้ ความหมาย บรรทัดฐาน รวมทั้งรูปแบบวิถีชีวิตงานชาตัพันธ์วัณณนาติจัทลนั้น ถือว่า เป็นการรวบรวมและลดขั้นตอนต่างๆ เช่น การสำรวจภาคสนามด้วยการสังเกตการณ์ แบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ในหลายๆ วิธการ รวมทั้งการแปลข้อมูลจาก รูปแบบในพื้นที่เสมือนได้ถูกนำเสนอแก่นักวิชาการด้านภาษาและการสื่อสาร รวมถึง นักชาตัพันธ์วิทยา เป็นโอกาสในการเก็บรวบรวม จัดเก็บ และจัดเรียงข้อมูลได้ อย่างง่ายดาย เช่น การหาเนื้อหาในฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ การบันทึกการมี ปฏิสัมพันธ์ อาทิ ตัวอักษร คำพูด ข้อความ กระทั่ง จดหมายเหตุ เป็นต้น (Herring, 2004; Androutsopoulos, 2008) โดยการศึกษาแบบชาตัพันธ์วัณณนาติจัทล

มักใช้ร่องรอยการมีการปฏิสัมพันธ์ในพื้นที่ออนไลน์มาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ผ่านวิธีการวิจัยเชิงตีความ ที่ปรับใช้เทคนิคการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในบุคคลของมานุษยวิทยากับการศึกษาปฏิสัมพันธ์ และประสบการณ์ที่แสดงออกผ่านการสื่อสารในพื้นที่เสมือน (Kozinets, 1998) ครอบคลุมสหศาสตร์ อาทิ การวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค การสื่อสาร วัฒนธรรม และชุมชนศึกษา จึงทำให้ผลงานภาคสนามของงานชาติพันธุ์วิทยาดิจิทัลเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่นำไปสู่การวิจัยจากประสบการณ์จนอาจกลายเป็นทฤษฎีจากฐานรากเพื่อใช้ศึกษาในประเด็นต่างๆ ต่อไป (Dong and Blommaert, 2009)

จากตัวอย่างการศึกษาของ Hine เรื่อง *Virtual Ethnography* (2000) และ เรื่อง *Ethnography for the Internet* (2015) ชี้ว่า ในความท้าทายใหม่ๆ ของสื่อ รวมทั้งสถานการณ์ใหม่ๆ ที่นักชาติพันธุ์วิทยาต้องเผชิญเมื่อจำเป็นต้องทำการศึกษาในพื้นที่ดิจิทัล จึงเสนอว่า การศึกษาในปัจจุบันนั้นควรใช้รูปแบบการศึกษาของ Robert V. Kozinets ผ่านงานเขียนเรื่อง *Netnography: Doing Ethnographic Research Online* (Kozinets, 2010) ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับการพัฒนาเพื่อศึกษาชุมชนเสมือนจริง โดยเรียกว่า Netnography ซึ่งได้รับการยอมรับในหมู่นักวิชาการสหวิทยาการอย่างมาก (Hetland and Mørch, 2016) เพื่อใช้ศึกษาปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรม ชุมชน วัฒนธรรมในพื้นที่เสมือน หากสรุปงานชาติพันธุ์วรรณนาดิจิทัลในมุมมองของ Kozinets จะสามารถอธิบายได้ว่า Kozinets เริ่มศึกษาหรือฝังตัว เพื่อเข้าถึงข้อมูลที่ผู้ใช้ระดับปัจเจกหรือกลุ่มย่อยนั้นๆ กระทำในพื้นที่ออนไลน์เป็นอันดับแรก และอาจขยายพื้นที่ไปยังออฟไลน์ต่อไป หากกลุ่มที่ศึกษาใช้พื้นที่ออฟไลน์หรือพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม¹² โดยไม่ได้กำหนดว่าจะศึกษาแค่พื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งเท่านั้น แต่จะศึกษาถึงพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องแบบองค์รวม

¹² (สรุปได้ว่า: online -to-> offline) รวมทั้งต้องคำนึงถึงประเด็นที่นักวิจัยต้องการศึกษา สนใจ หรือใครรู้ ไม่ใช่เลือกที่พื้นที่ที่จะศึกษา (สรุปได้ว่า: topic -to-> location) ซึ่งต่างจากนักชาติพันธุ์วรรณนาที่ทำการศึกษาในพื้นที่ออนไลน์อื่นๆ เพราะส่วนใหญ่นั้นเริ่มศึกษาจากพื้นที่ออฟไลน์แล้วจึงขยายเข้าไปในพื้นที่ออนไลน์ เป็นการเลือกพื้นที่ในการศึกษาก่อนประเด็นที่จะศึกษา (สรุปได้ว่า: location ศึกษา -to-> topic) (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2563ข)

ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้มีเป้าประสงค์เพื่อศึกษาการใช้ชุมชนทวิตเตอร์ เพื่อเปิดเผยตัวตนและการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชาย ซึ่งต้องการศึกษาผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในการสร้างชุมชนออนไลน์ รวมทั้งการปฏิสัมพันธ์ ผ่านการใช้ชุมชนออนไลน์ในชีวิตประจำวันของกลุ่มคน เพื่อศึกษาการใช้ภาษา วัฒนธรรม โครงสร้าง อารมณ์ ความรู้สึก ทศนคติเบื้องหลังการปฏิสัมพันธ์นั้น ซึ่งสามารถเรียกได้ว่า ชุมชนออนไลน์ (online communities) (Kozinets, 2010) ยิ่งไปกว่านั้น นักวิจัยที่เลือกใช้วิธีนี้จำเป็นต้องมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับ วัฒนธรรมที่แวดล้อม ภาษา สัญลักษณ์อันซับซ้อนได้อย่างคล่องแคล่ว จากการ ที่ผู้วิจัยเข้าใช้ชุมชนทวิตเตอร์ที่มีสมาชิกเป็นชายรักชายมาตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2553 จึงทำให้ผู้วิจัยสามารถทำความเข้าใจบริบทแวดล้อมได้เป็นอย่างดีในฐานะ คนใน การเลือกใช้วิธีวิทยานี้ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงปรากฏการณ์ระหว่าง ชายรักชาย กับพื้นที่หรือชุมชนทวิตเตอร์ รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างชายรักชาย ได้อย่างดีขึ้นอีกด้วย

เกณฑ์ในการเลือกพื้นที่ศึกษาในครั้งนี้คือ ชุมชนชายรักชายภายในพื้นที่ ทวิตเตอร์ โดยมีวิธีการเข้าถึงจากการค้นหาแฮชแท็กต่างๆ เช่น “ยสตน” “เค” “เคเด็ก” “ฟิว” “ลอย” “บิน” “ไฮ” “BDSM” “ทาส” “เกย์เด็ก” “เกย์หมี” “โซว์ คว” “แฮดอร์” เป็นต้น และเริ่มติดตามผู้ใช้ในบัญชีต่างๆ ในสนามวิจัย ระยะเวลาหนึ่งจนมีการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น มีการสร้างปฏิสัมพันธ์การ ริวิว การกดหัวใจ การสื่อสารผ่านช่องทางข้อความส่วนตัวระยะเวลาหนึ่ง จึง ทำการขออนุญาตในการสัมภาษณ์เพิ่มเติมหลังจากฝังตัว อีกทั้งความหลากหลาย ของผู้เข้าร่วมวิจัยนั้นคัดเลือกจาก หนึ่ง การบอกต่อ (snowball) สอง การที่ผู้วิจัย ติดตามกลุ่มรสนิยมทางเพศที่หลากหลายจากแฮชแท็กต่างๆ และ สาม จากการ ลงพื้นที่ออฟไลน์ในบางกรณีที่ผู้เข้าร่วมวิจัยร้องขอให้ไปในจุดที่กลุ่มชายรักชาย เข้ามาใช้พื้นที่ อาทิ สวนสาธารณะ สถานีบริการน้ำมัน ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น เนื่องจากผู้วิจัยเข้าเป็นสมาชิกในพื้นที่นี้ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2553 จึงทำให้มีข้อมูลและเครือข่ายในการศึกษาอย่างเพียงพอ และสามารถนำข้อมูล จากประสบการณ์ของผู้วิจัยมาช่วยในการคัดเลือกผู้ร่วมในการวิจัยได้ตรงตาม วัตถุประสงค์

เกณฑ์ในการคัดเลือกผู้เข้าร่วมวิจัยประกอบด้วย หนึ่ง การพยายาม ค้นหาผ่านแฮชแท็กที่หลากหลายในความต้องการในการเข้าไปใช้ทวิตเตอร์ เพื่อ วัตถุประสงค์แบบทั่วไป และเพื่อวัตถุประสงค์ทางเพศ สอง ผู้เข้าร่วมวิจัยต้อง มีอายุ 20 ถึง 45 ปี โดยที่ สุธาวีวัฒน์ ดงทอง (2559) ชี้ว่า อายุของชายรัก ชายที่ใช้ทวิตเตอร์ในการสื่อสารนั้นอยู่ในช่วง 20 ถึง 45 ปีเช่นกัน ซึ่งได้รับการ ยอมรับว่า เป็นกลุ่มอายุที่ใช้ชุมชนออนไลน์เป็นจำนวนมากและเหมาะสมต่อการ ศึกษา (กิงรัก อิงควัต, 2542; Parsons et al., 2007; Landovitz et al., 2013; Thienkrua et al., 2014) เพื่อให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลได้จำนวนมาก ซึ่งจะหา คำอธิบายของปรากฏการณ์ได้มากขึ้นเช่นกัน โดยสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การ วิจัยที่เรียกว่า “การเลือกตัวอย่างตามจุดมุ่งหมายการศึกษา” (กำจร หลุยยะพงศ์, 2555) โดยมีจำนวนผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งหมด 20 คน

ผู้วิจัยเข้าพื้นที่ศึกษาเป็นเวลา 5 เดือน หลังการได้รับการอนุมัติจริยธรรม การวิจัยในมนุษย์ โดยเริ่มตั้งแต่ 29 พฤษภาคม 2563 ถึง 29 ตุลาคม 2563 รวมทั้งพบว่า วันที่มีการเข้าถึงทวิตเตอร์มากที่สุดคือ วันพุธ เวลา 09.00 น. และ วันศุกร์ เวลา 09.00 น. รวมถึงช่วงเวลา 21.00-22.00 น. เป็นต้น (rainmaker, 2561; thumbsup Media Co., 2019)

ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลเชิงชาติพันธุ์วรรณนาดิจิทัล ซึ่งเป็นวิธีการศึกษาที่มีพื้นฐานอยู่บนวิธีการศึกษาแบบหลากหลาย (multi-methods) และสำหรับงาน วิจัยชิ้นนี้ได้วางแผนวิธีการหลักในการเก็บข้อมูลไว้สามวิธีการหลักด้วยกัน ได้แก่ หนึ่ง การสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม สอง เนื้อหาที่ปรากฏ บนพื้นที่สาธารณะที่สะท้อนการสนทนาเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของคู่สนทนาที่ ตอบรับเป็นผู้ร่วมวิจัย และ สาม การสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structure interview) โดยมุ่งเน้นข้อมูลเชิงลึก (Apichayakul, 2014) ซึ่งผู้วิจัยให้ผู้ตอบ ตกลงเข้าร่วมงานวิจัยเป็นผู้เลือกว่าต้องการสัมภาษณ์โดยช่องทางใด เพื่อเป็นการ ให้เกียรติกับผู้เข้าร่วมการวิจัย

สำหรับการสังเกตการณ์นั้น ผู้วิจัยใช้การจดบันทึกและดิงประเด็นต่างๆ ในแต่ละวันออกมา เพื่อทำการวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เนื่องจาก

การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการแบบชาติพันธุ์วรรณนาดิจิทัลแบบผสมผสาน ดังนั้นการเก็บข้อมูลจึงเกิดขึ้นในสนามวิจัยดิจิทัล หรือพื้นที่ทวิตเตอร์ โดยวิธีการเก็บข้อมูลนั้นจะเกิดจากการจับภาพ บันทึกคลิปวิดีโอ รวมทั้งบทสัมภาษณ์ใส่ในกล่องข้อมูลออนไลน์ โดยการเก็บข้อมูลในสนามวิจัยจะทำการบันทึกข้อมูลทั้งหมดลงสมุดประจำตัวของนักวิจัย และจะให้ผู้ร่วมในการวิจัยให้การยินยอมในการเปิดเผยข้อมูลทุกครั้ง ร่วมกับแบบการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้น¹³

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วนด้วยกัน ส่วนแรก การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) โดยการมุ่งหาหรือค้นหาหน่วยที่เล็ก ๆ หรือหน่วยพื้นฐานในระบบการสื่อความหมาย (semiotic system) และค้นหาความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยย่อยเล็กๆ เหล่านั้นในตัวบทใดตัวบทหนึ่ง ความสัมพันธ์นั้นอาจอยู่ในแง่ของคู่ตรงกันข้าม สหสัมพันธ์ และความสัมพันธ์แบบตรรกะ ของ Pierre Guiraud (1975) (กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553) ผ่านการเก็บข้อมูลจาก ข้อความ รูปภาพ คลิปวิดีโอ รวมทั้งเสียงในการเป็นตัวกลางทางการสื่อสาร ส่วนที่สอง การวิเคราะห์แก่นสาระ (thematic analysis) โดยการวิเคราะห์ส่วนนี้ผู้วิจัยใช้การหาแก่นสาระผ่านวิธีการศึกษาที่มีพื้นฐานอยู่บนวิธีการศึกษาแบบหลากหลายในการวิเคราะห์ข้อความ เป็นประโยชน์สำหรับนักวิจัยที่ทำงานด้านการศึกษาทางวัฒนธรรมการศึกษาสื่อมวลชน การสื่อสารมวลชน และแม้แต่ในสังคมวิทยาและปรัชญาเพื่อให้เข้าใจบริบทในการสื่อสารที่กลุ่มชายรักชายใช้ในกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ รวมทั้งมีการรวบรวมปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนโซเชียล บทสนทนา บัญชีรายชื่อผู้ใช้ จำนวนผู้ที่เข้าไปติดต่อสร้างปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในชุมชนโซเชียลในเชิงลึก รวมทั้งเป็นกระบวนการในการศึกษา ทำความเข้าใจระบบความหมาย การให้คุณค่า โครงสร้างสังคมและวัฒนธรรมเกี่ยวกับเพศภาวะและเพศวิถี และอื่นๆ ซึ่งซ่อนเร้นภายใต้ภาษาที่ใช้ (รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ, 2551) ทั้งที่เป็นข้อเขียนภาพ และ

¹³ ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์ของ Roy (2009); Lin and Van der Putten (2012); Riccio (2013); Harper, Serrano, Bruce, and Bauermeister (2016); วัชรินทร์ ภิญโญศาสตร์ (2550); จตุรวิทย์ ทองเมือง (2551); ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง (2557); สุธาวัฒน์ ดงทอง (2559); และ เบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2560, 2563ก) โดยแบ่งหัวข้อการสัมภาษณ์ออกเป็น 6 หัวข้อ ตามทัศนะของ Morley

คำพูด ลักษณะ สัญลักษณ์ โดยการถอดความหมายของภาษาที่ปรากฏชัดเจน และแอบซ่อน ผ่านบริบทของตัวเนื้อหาและเจ้าของภาษานั้น เนื่องจากฐานคิดนี้ ไม่เชื่อเรื่องของความจริงนั้นมีอยู่ แต่เชื่อว่าคุณความจริงนั้นถูกประกอบสร้างขึ้นมา ดังนั้นการวิเคราะห์จึงตีความเพื่อให้ทราบความหมายโดยผู้วิจัยที่ซ่อนอยู่ใน ตัวบทนั้นๆ (เบญจรงค์ ธีระผลิกะ, 2564)

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของงานวิจัยชิ้นนี้ เพื่อค้นหา ความเชื่อมั่น และความถูกต้องสมบูรณ์ จึงใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (triangulation) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลจากแหล่งที่หลากหลายแล้วนำข้อมูลนั้นมาเปรียบเทียบกับ มุมมองแนวคิดทฤษฎี ซึ่ง Jackson and Trochim (2002) กล่าวถึงการตรวจสอบ ความน่าเชื่อถือของงานวิจัย โดยการตรวจสอบสามเส้านี้ในการศึกษาครั้งนี้ จะประกอบไปด้วยข้อมูลจากการสังเกตการณ์ชาติพันธุ์วรรณาชาติจิต การ สัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ร่วมในการวิจัยจำนวน 20 คน และบทจากการวิเคราะห์ ตัวบท รวมทั้งวิเคราะห์แก่นสาระ เพื่อนำทั้งหมดมาตรวจสอบข้อเท็จจริงและความ ผิดพลาดระหว่างกัน เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพส่งผลให้ ตัวของผู้วิจัยเป็นเครื่องมือทางการวิจัยที่สำคัญ รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหา และ การวิเคราะห์แก่นเรื่อง หลังจากการศึกษาและวิเคราะห์จะนำมาตรวจสอบความ น่าเชื่อถือจากการสัมภาษณ์เชิงลึก อีกทั้งการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (data triangulation) คือ การถามคำถามเดียวกันกับบุคคล สถานที่ เวลาที่หลากหลาย ร่วมกับใช้วิธีการสังเกตควบคู่ไปกับการซักถาม เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ ได้ ร่วมกับการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (methodological triangulation) เป็นการใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลที่หลากหลายเพื่อรวบรวมข้อมูล เดียวกัน (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) ตัวอย่างเช่น เมื่อผู้วิจัยได้เริ่มฝังตัว แล้ว และมีการสัมภาษณ์เชิงลึก 2-3 คน ก็จะมีการตรวจสอบบทสัมภาษณ์ แบบสามเส้า รวมทั้งในทุกๆ การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยก็จะทำการตรวจสอบ สามเส้าทุกครั้ง ยิ่งไปกว่านั้น หากผลการศึกษาใดมีผู้ตอบคล้ายคลึงกันมากหรือน้อยเกินไปจนมีนัยสำคัญ ก็จะมีการนำผลการศึกษานั้นสอบถามผู้เข้าร่วมวิจัย คนอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือร่วมกับข้อมูลจากการฝังตัว

7. ผลการศึกษาที่ 1: 3A Attributes: คุณลักษณะสำคัญของทวิตเตอร์ ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มชายรักชาย

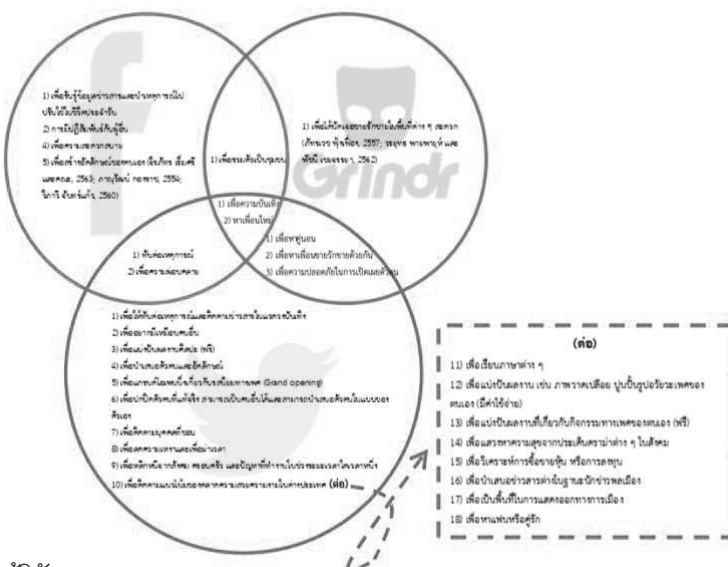
จากการศึกษาพบว่า มีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อทวิตเตอร์จำนวน 22 ประการ ซึ่งมีที่มาจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างชายรักชายและดึงแก่นสาระออกมาได้ ดังนี้ (1) เพื่อหาเพื่อนและมิตรภาพใหม่ๆ (2) เพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์และติดตามข่าวสารในแวดวงบันเทิง (3) เพื่ออยากมีเหมือนคนอื่น (4) เพื่อแบ่งปันผลงานศิลปะ (ฟรี) (5) เพื่อนำเสนอตัวตนและอัตลักษณ์ (6) เพื่อแกรนด์โอเพนนิ่ง (grand opening) เกี่ยวกับรสนิยมทางเพศ (7) เพื่อหาเพื่อนและรวมตัวเป็นสังคมที่มีรสนิยมทางเพศที่คล้ายกัน (8) เพื่อปกปิดตัวตนที่แท้จริง สามารถเป็นคนอื่นได้ และสามารถนำเสนอตัวตนในแบบของตัวเอง (9) เพื่อติดตามบุคคลที่ชอบ (10) เพื่อลดความเหงา และเพื่อฆ่าเวลา (11) เพื่อหลีกเลี่ยงจากสังคม ครอบครัว และปัญหาที่ทำงานในช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง (12) เพื่อติดตามแนวโน้มของตลาดความสวยความงามในต่างประเทศ (13) เพื่อเรียนภาษาต่างๆ (14) เพื่อแบ่งปันผลงาน เช่น ภาพวาดเปลือย ปูนปั้นรูปอวัยวะเพศของตนเอง (มีค่าใช้จ่าย) (15) เพื่อแบ่งปันผลงานที่เกี่ยวกับกิจกรรมทางเพศของตนเอง (ฟรี) (16) เพื่อความบันเทิง (17) เพื่อแสวงหาความสุขจากประเด็นดราม่าต่างๆ ในสังคม (18) เพื่อหาเพื่อน (19) เพื่อวิเคราะห์การซื้อขายหุ้น หรือการลงทุน (20) เพื่อนำเสนอข่าวสารต่างๆ ในฐานะนักข่าวพลเมือง (21) เพื่อเป็นพื้นที่ในการแสดงออกทางการเมือง และ (22) เพื่อหาแฟนหรือคู่รัก

จากข้อมูลข้างต้นทำให้พบว่า พื้นที่ทวิตเตอร์นั้นเป็นพื้นที่แห่งความหลากหลาย ที่ผู้ใช้สามารถค้นหาประเด็นต่างๆ ที่ตนเองสนใจ รวมทั้งติดตามเนื้อหาข่าวสารใหม่ๆ เนื่องจากทวิตเตอร์เป็นสื่อใหม่ที่มีความทันต่อสถานการณ์มากกว่าสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ที่มีในปัจจุบัน

เมื่อนำการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการใช้ทวิตเตอร์ของกลุ่มชายรักชายในการศึกษาครั้งนี้มาวิเคราะห์เปรียบเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์กระแสหลักที่มีผู้ใช้มากที่สุดในปัจจุบันคือ เฟซบุ๊ก ซึ่งใช้ประโยชน์แบบทั่วไป จากการศึกษาของ จิรภัทร เริ่มศรี และคณะ (2563) ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) วิภาวี

จันทร์แก้ว (2560) และเปรียบเทียบสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกออกแบบมาเพื่อใช้ในการนัดหาคู่ หาเพื่อน หรือชู้นอนอย่างกรินเดอร์ ซึ่งใช้ประโยชน์แบบเฉพาะกลุ่ม จากการศึกษาของ ภัทรเวช พุ่งเฟื่อง (2557) วรยุทธ พายพายุห์ และพัชนี เขยจรรยา (2562) เพื่อให้เห็นถึงคุณลักษณะของสื่อ (media attributes) จะพบว่า มีความคล้ายคลึงและความแตกต่างที่สะท้อนให้เห็นถึงความเฉพาะของคุณลักษณะในแต่ละสื่อ ดังภาพที่ 3

ภาพที่ 3 แสดงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของการใช้สื่อทวิตเตอร์ เมื่อเปรียบเทียบกับสื่อสังคมออนไลน์กระแสหลัก เช่น เฟซบุ๊กซึ่งใช้ประโยชน์แบบทั่วไป และสื่อสังคมออนไลน์ที่ใช้เพื่อนัดหาคู่ หาเพื่อน หรือชู้นอน อย่างกรินเดอร์ ซึ่งเป็นการใช้ประโยชน์แบบเฉพาะ



ที่มา: ผู้วิจัย

นอกเหนือจากคุณลักษณะสื่อทั้งสามที่นำเสนอในช่วงต้นแล้วนั้น จากการศึกษาชิ้นนี้ ผู้เข้าร่วมในการวิจัยแทบทั้งหมดแสดงความเห็นตรงกันว่า ทวิตเตอร์

เป็นสื่อที่มีคุณลักษณะเอื้อประโยชน์ต่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ซึ่งจากคุณลักษณะทั้งหมด 22 ประการของสื่อทวิตเตอร์ตามที่ได้นำเสนอข้างต้นนั้น กลุ่มชายรักชายในการศึกษานี้ได้ให้ความสำคัญต่อคุณลักษณะพิเศษ 3 ประการด้วยกัน ที่มีนัยสำคัญอย่างมากต่อการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชาย ซึ่งผู้วิจัยจะเรียกคุณลักษณะสำคัญ 3 ประการนั้นว่า “3A Attributes” ดังนี้

(1) การสร้างตัวตนในแบบของตัวเอง (A-Authorship) ทวิตเตอร์ได้ให้พื้นที่ในการสร้างตัวตนตามแบบที่ตนเองต้องการ เพื่อใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ซึ่งประกอบไปด้วย (1) ชื่อบัญชีผู้ใช้: อักษรแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์ (2) ภาพหน้าปก: อีกหนึ่งตัวช่วยในการสร้างตัวตน (3) ภาพประจำตัว: ภาพตัวแทนตัวตนในพื้นที่ทวิตเตอร์ และ (4) คำอธิบาย: ตัวช่วยในการแนะนำตัวตน ตัวตนเหล่านี้จะสอดคล้องกันทั้งหมด เพื่อให้การเปิดเผยตัวตนนั้นเป็นไปตามที่ตนเองต้องการ และนำการเปิดเผยตัวตนนี้ไปใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดกับชายรักชายอื่น

โดยอาศัย (2) เข้าถึงได้ง่าย (A-Approachable) ในการติดตามประเด็นหรือรสนิยมทางเพศที่ตนเองสนใจ โดยชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์มักนำเสนอเนื้อหาที่ตนเองต้องการนำเสนอพร้อมกับแฮชแท็ก เพื่อให้กลุ่มชายรักชายที่สนใจสามารถติดตามเนื้อหานั้นๆ ได้ตามที่ตนเองต้องการ หลังจากการติดตามค้นหากลุ่มชายรักชายอื่นผ่านการใช้แฮชแท็กแล้ว กลุ่มชายรักชายก็จะเริ่มต้นในการสนทนาเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน โดยเริ่มต้นจากการอ่านประวัติส่วนตัว (bio) แล้วทำตามสิ่งที่ปรากฏ ทว่าสิ่งที่ปรากฏในประวัติส่วนตัวนั้นมักเป็นสิ่งที่ชายรักชายคนนั้นๆ สร้างขึ้นเพื่อติดต่อสื่อสารภายในทวิตเตอร์

ร่วมกับคุณลักษณะพิเศษและสำคัญที่สุดที่ทวิตเตอร์มีให้ ได้แก่ (3) ความนิรนาม (A-Anonymity) ช่วยให้การเปิดเผยตัวตนนั้นมีความปลอดภัย รวมทั้งไม่ถูกสังคมและบุคคลอื่นๆ เบียดขับ ไม่ว่าจะมียุทธสนิยมทางเพศแบบใด ช่วงอายุแบบใด หรือลักษณะทางกายภาพแบบใด เพราะในทุกกลุ่มรสนิยมจะได้รับการตอบรับสังคมและชุมชนรสนิยมทางเพศแบบนี้ๆ โดยไม่มีการติดตาม

หรือ “ล่าแม่มด” ระหว่างกันและกัน เพราะผู้เข้าร่วมวิจัยมีทัศนคติว่า ทุกคนเข้ามาใช้ทวิตเตอร์ก็เพื่อความสนุกสนานส่วนบุคคล จึงไม่จำเป็นที่จะต้องติดตามค้นหา สืบเสาะ ขุดคุ้ยประวัติหรือข้อเท็จจริงระหว่างกัน เพียงแค่ต้องรับรู้ความเสี่ยงหรือสถานการณ์ไม่พึงประสงค์ด้วยตนเอง

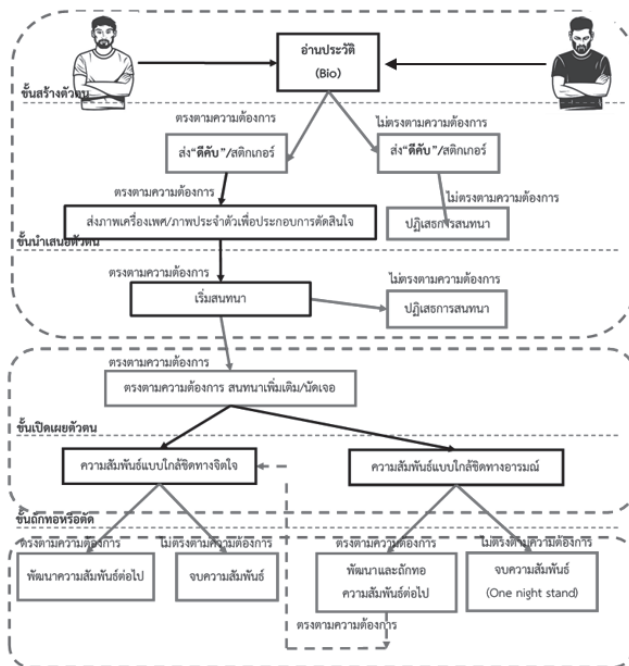
8. ผลการศึกษาที่ 2: “ดีคับ” และ “4S model”: เนื้อหาและรูปแบบในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชาย

บทสรุปเนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด: ดีคับ สติกเกอร์ และภาพเครื่องเพศ เนื้อหาในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกันนั้น มักเป็นเนื้อหาที่มีรูปแบบ กล่าวคือ ในช่วงแรกของการสนทนานั้นจะมีการทักด้วย “ดีคับ” หรือ “ส่งสติกเกอร์” หรือ “ภาพเครื่องเพศ” เพื่อต้องการแสดงวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร รวมทั้งการสอบถามที่ชัดเจนตรงไปตรงมาว่า ตนเองมีความต้องการสื่อสารเพื่อวัตถุประสงค์ใด เช่น เพื่อการมีกิจกรรมทางเพศ หรือเพื่อต้องการค้นหาเพื่อนที่มีรสนิยมทางเพศที่คล้ายคลึงกัน ไว้เพื่อรวมกลุ่มทำกิจกรรมบางอย่างตามที่กลุ่มตกลงกัน หลังจากการสนทนาครั้งแรกหากความต้องการตรงกัน ก็จะเดินทางออกมาในพื้นที่ออฟไลน์เพื่อตกลงตรวจสอบความไว้วางใจ หรือที่เรียกว่า “รอบคัดตัว” โดยเนื้อหาในการสนทนางี้จะชัดเจนตามวัตถุประสงค์ที่ได้ออกมาเจอ โดยที่ไม่มีการอ้อมค้อมใดๆ หากตรงตามความปรารถนาแล้ว ก็จะมีเนื้อหาสารที่สื่อสารเป็นนัยว่า อยากมีโอกาสนเจอกันอีกในครั้งต่อไป เช่น อาจมีการขอหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อ หรือไลน์ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน ทว่าหากไม่ตรงตามปรารถนา ก็จะตัดการสนทนาโดยอาจไม่ได้มีการแลกเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์ส่วนตัว รวมทั้งอาจมีการแสดงสัญญาณการกดไม่ติดตาม เพื่อบอกให้คู่สนทนาของตนเองทราบ

ทั้งนี้จะพบว่า หากจะสรุปเนื้อหาในการสื่อสารจะเป็นเนื้อหาที่กระตุ้นให้คู่สนทนาจับตาดูใจ รวมทั้งเป็นการสื่อสารด้วยอารมณ์ผ่านภาพนิ่ง หรือข้อความต่างๆ ที่ตรงไปตรงมา ในการศึกษาครั้งนี้จะพบเนื้อหาในการสื่อสารระหว่างกันจนสามารถวิเคราะห์และสรุปได้เป็นรูปแบบหรือขั้นตอนในการสื่อสารเพื่อสร้าง

ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ดังหัวข้อต่อไป ผู้วิจัยสามารถสรุปให้เป็นรูปแบบการสื่อสารของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (4S model) ได้ ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4 แสดงรูปแบบการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ (4S model)



ที่มา: ผู้วิจัย

หมายเหตุ:

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

จากผลการศึกษาขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ตลอดระยะการฝังตัว รวมทั้งจากเนื้อหาที่กลุ่มชายรักชายใช้ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด พบรูปแบบที่กลุ่มชายรักชายโดยผู้เข้าร่วมวิจัยใช้ในการสื่อสารระหว่างกันมักประกอบไปด้วย 2 พื้นที่ ผ่านขั้นตอนที่ใช้ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 2 พื้นที่ ประกอบไปด้วย (1) พื้นที่ออนไลน์ ผ่านทวีตเตอร์ในครั้งแรก และอาจพัฒนาไปสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ต่อไป (2) พื้นที่ออฟไลน์ ส่วน 4 ขั้นตอนประกอบไปด้วย (1) ขั้นสร้างตัวตน (2) ขั้นนำเสนอตัวตน (3) ขั้นเปิดเผยตัวตน และ (4) ขั้นถักทอหรือตัดขาด ดังนี้

1. *ขั้นสร้างตัวตน (S: Stage of Self-Creation)* ระยะแรกของการเริ่มต้นในการสื่อสาร มักจะใช้คำอธิบาย (bio) ในการสื่อสารเพื่อการนำเสนอตัวตน ร่วมกับองค์ประกอบต่างๆ อาทิ (1) ชื่อบัญชีผู้ใช้ (2) จำนวนผู้ติดตาม (3) ภาพหน้าปก (4) ภาพประจำตัว และ (5) คำอธิบาย ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 5 ส่วน จะทำงานสอดคล้องกันในการนำเสนอตัวตน เปิดเผยตัวตน โดยเฉพาะประวัติ (bio) ใช้เพื่อบอก และชี้แจงกับบัญชีผู้ใช้อย่างอื่น ๆ ถึงกฎ ระเบียบ ความต้องการของเจ้าของบัญชีผู้ใช้นั้นๆ หากบัญชีผู้ใช้อย่างใดไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ หรือข้อบังคับจะถูกปฏิเสธในการสนทนาทันที หากผู้ใช้อย่างใดทำตามหรือมีคุณลักษณะถูกต้องตามปรารถนาแล้ว ก็จะดำเนินการในขั้นต่อไป ทว่าใครที่ไม่ตรงตามความต้องการของบัญชีผู้ใช้ แม้จะมีการพูดคุยไปเพื่อสนทนา ก็อาจถูกปฏิเสธทันที โดยการปฏิเสธในครั้งแรกไม่ได้หมายถึงการถูกปฏิเสธแบบถาวร ยกเว้นกรณี queerness ที่ผู้ใช้รายนั้นๆ ไม่ปฏิบัติตามกฎที่ปรากฏในคำอธิบาย (bio) เลย อาจมีการปิดกั้นการสนทนาแบบถาวร

ส่วนรายละเอียดที่พบเพิ่มเติมในกลุ่มบีดีเอสเอ็ม (BDSM) คือ เมื่อมีการสนทนาในครั้งแรกนั้น จะมีการกล่าวถึงบทบาทหน้าที่ชัดเจน รวมทั้งจะมีการบอกข้อกำหนดอย่างชัดเจนในครั้งแรก แตกต่างจากชายรักชายอื่น ที่มักเริ่มด้วยการเริ่มต้นบทสนทนาด้วยการส่งภาพและนัดเจอ แต่ของกลุ่มบีดีเอสเอ็มนั้น จะต้องแนะนำตัวอย่างละเอียด รวมทั้งต้องยินยอมในข้อกำหนดต่างๆ ก่อนการข้ามไปยังขั้นตอนต่อไป หากคู่สนทนาปฏิเสธในการให้ข้อมูลต่างๆ ก็จะจบบทสนทนาใน

ทันที เพราะในคำอธิบาย (bio) นั้นจะแสดงตัวตนอย่างชัดเจน เพื่อจะได้สะดวกในการนัดแนะหรือดำเนินการในขั้นต่อไป

2. **ขั้นนำเสนอตัวตน (S: Stage of Self-Presentation)** หากบัญชีผู้ใช้รายใดมีวัตถุประสงค์ในการสื่อสารตรงกัน เช่น เจ้าของบัญชีผู้ใช้นิยมทางเพศเป็นรุก ผู้ที่หัดมาเพื่อสนทนานั้นจะต้องมีลักษณะที่ตรงตามรสนิยมทางเพศ โดยเนื้อหาที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์ในครั้งแรกจะใช้คำว่า “สวัสดี” หรือ “การสวัสดีเกอร์” ระหว่างกัน หลังจากนั้นอาจมีการสอบถามรสนิยมทางเพศ พร้อมกันนั้นก็ให้คู่สนทนาส่งภาพเครื่องเพศ (อวัยวะเพศชาย/ก้น/ภาพร่างกายส่วนต่างๆ) หรือภาพประจำตัวเพิ่มเติม หรือภาพที่ชัดกว่าที่ใช้ในทวิตเตอร์ หากถูกต้องตามปรารถนาแล้วก็จะดำเนินการในขั้นต่อไป

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

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ การนัดเจอเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ หรือความสัมพันธ์ที่ประสงค์จะใกล้ชิดทางอารมณ์เป็นหลัก กล่าวคือ การมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการมีกิจกรรมทางเพศระหว่างกัน และหากการมีกิจกรรมทางเพศในครั้งนั้นๆ สำเร็จ และเป็นไปตามความพึงพอใจของทั้งสองฝ่าย ก็อาจจะพัฒนาความสัมพันธ์ไปได้จนกลายเป็นเพื่อนสนิท คู่ทางธุรกิจ เพื่อนร่วมงาน หรือคู่รักต่อไปได้ ทว่าหากความสัมพันธ์ในครั้งนี้ไม่เป็นไปตามความปรารถนา หลังจากจบกิจกรรมทางเพศแล้ว ก็จะสามารถตัดความสัมพันธ์ระหว่างกันได้ทันทีเช่นกัน เนื้อหาสารที่ใช้ เช่น ภาพนิ่ง วิดีโอคลิป หรือข้อความต่างๆ นั้นก็มักเกี่ยวข้องกับการร่วมเพศ เครื่องเพศต่างๆ

อีกทั้งจากการฝังตัวพบว่า มีวัตถุประสงค์หลักที่เกี่ยวข้องกับเพศและรสนิยมทางเพศอีก 2 ประการย่อยด้วยกัน กล่าวคือ (1.1) วัตถุประสงค์เพื่อการมีเพศสัมพันธ์ระหว่างกัน (1.2) วัตถุประสงค์เพื่อการนัดเจอเพื่อนที่มีรสนิยมทางเพศที่เหมือนกัน เพื่อการค้นหาคู่ คนรู้ใจ หรือคู่รัก ไม่ว่าวัตถุประสงค์ย่อย

ทั้งสองประการนี้จะกระทำให้เกิดผลแบบใดก็ตาม ถึงกระนั้นในทุกวัตถุประสงค์ของความสัมพันธ์ ผู้เข้าร่วมวิจัยส่วนใหญ่ตอบตรงกันว่า จำเป็นต้องมีเรื่องเพศมาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางเพศแบบภายนอกหรือแบบภายใน กล่าวคือ ภายนอกหมายถึงกิจกรรมที่ไม่ได้มีการสอดใส่อวัยวะเพศระหว่างกัน อาจมีการร่วมเพศกับส่วนต่างๆ ของร่างกาย หรือมีกิจกรรมการร่วมเพศทางปาก ทดแทนการสอดใส่ ส่วนภายในหมายถึงการร่วมเพศแบบสอดใส่ โดยทั้งสองกลุ่มของกิจกรรมทางเพศนั้น อาจเกิดในพื้นที่สาธารณะ หรือในพื้นที่เฉพาะ หรือจะเป็นการทำกิจกรรมระหว่างคนสองคน หรือมากกว่าสองคนก็ได้ ตามแต่รสนิยม และความพึงพอใจ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ การนัดเจอเพื่อพบปะหรือการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด หรือความสัมพันธ์ที่ประสงค์จะใกล้ชิดทางจิตใจเป็นหลัก กล่าวคือ การอยากทดสอบความไว้วางใจระหว่างกัน หากตรงตามความต้องการของทั้งคู่แล้ว อาจมีการพัฒนาไปสู่การเป็นแฟนหรือคู่รักได้ โดยอาจสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ในครั้งแรกที่เจอหรือไม่ก็ได้ แต่ถึงกระนั้นจากการฝังตัว การสร้างสัมพันธ์ทางจิตใจก็มักมีส่วนประสมของกิจกรรมทางเพศหรือการร่วมเพศเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย อีกทั้งการทดสอบความไว้วางใจหรือทัศนคติต่างๆ หากไม่ตรงกันก็อาจจบความสัมพันธ์ในครั้งนี้ได้เช่นกัน ดังที่จะกล่าวในส่วนสุดท้าย

4. ขั้นพิจารณาถ้อยคำหรือตัดสินใจ (S: Stage of Self-Determination)

หลังจากคู่สนทนาได้พบเจอ ทั้งเพื่อการสร้างสัมพันธ์ระหว่างกัน การสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ (กิจกรรมทางเพศ) หรือการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ (พบปะ) แล้ว ทั้งสองมีความพึงพอใจระหว่างกัน ก็จะทำการแลกเปลี่ยนหมายเลขโทรศัพท์ บ้างก็แบ่งปันเครือข่ายสังคมออนไลน์ ส่วนตัว บอกรายละเอียดส่วนตัวที่ลึกซึ้ง อาจหมายถึงชื่อจริง อาชีพ ละแวกที่พัก หรือความชอบอื่นๆ ระหว่างกัน เพื่อสานสัมพันธ์ และหลังจากนั้นก็อาจกลับมาสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทั้งทางอารมณ์และจิตใจอีก ทว่าหากคู่สนทนาได้ปฏิสัมพันธ์กันแล้วไม่เป็นไปตามที่ตนเองประสงค์ คาดหวัง ต้องการ ก็จะทำการ

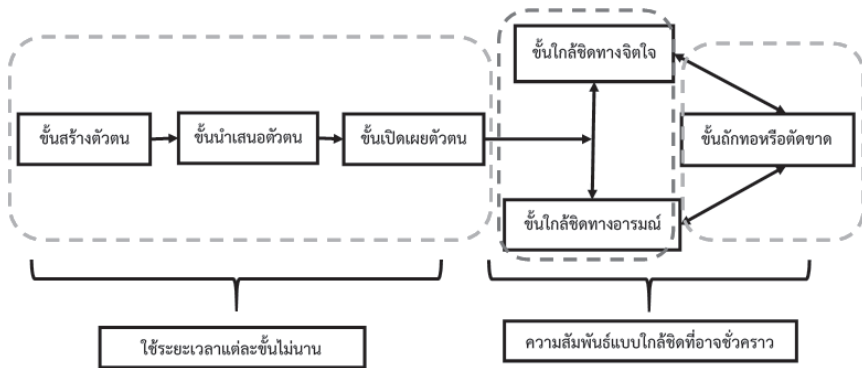
ดัดสัมพันธ์ระหว่างกัน ผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น การไม่แลกหมายเลขโทรศัพท์ส่วนตัว อาจมีการปฏิเสธการนัดพบในรอบต่อไป หรือการยกเลิกการติดตามในช่องทางทวิตเตอร์หรือสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ เพื่อตัดขาดความสัมพันธ์ หากแต่ขั้นตอนนี้อาจไม่ใช่ขั้นตอนการถักทอหรือตัดขาดอย่างแท้จริงนัก เพราะทุกความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นเป็นความสัมพันธ์ที่มีพลวัตในตัวเอง กล่าวคือ สามารถจบลงหรือเริ่มต้นขึ้นเมื่อไรก็ได้ ตามแต่ความสนใจส่วนบุคคลนั้นๆ

แม้ผลการศึกษาที่ปรากฏจะกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของความสัมพันธ์ทั้ง 2 แบบ ทว่าในความเป็นจริงที่เกิดขึ้นนั้น อาจไม่ได้มีแค่ 2 แบบตามข้างต้น เนื่องจากทวิตเตอร์เป็นพื้นที่ออนไลน์ ซึ่งทำให้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น สามารถเปลี่ยนแปลงและพัฒนาได้ตลอดเวลา จึงทำให้ผลการศึกษาที่เกิดขึ้นนี้ อาจเป็นเพียง “ส่วนหนึ่ง” ที่เกิดขึ้นจริงเท่านั้น

สิ่งหนึ่งที่อาจสรุปได้จากข้อมูลการสังเกตการณ์ข้างต้น จะพบว่า กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเพศนั้นมีอยู่ในทุกวัตถุประสงค์ของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ถึงแม้ว่าผู้เข้าร่วมวิจัยบางส่วนจะไม่เห็นด้วยในข้อสรุปดังกล่าว แต่ก็ไม่ได้ปฏิเสธถึงความมีอยู่และการเกิดขึ้นจริงของกิจกรรมนั้นๆ ภายในพื้นที่ออฟไลน์ แม้กิจกรรมดังกล่าวจะถูกสังคมภายนอกมองในแง่ใดๆ ก็ตาม ทว่าในกลุ่มผู้ใช้ทวิตเตอร์กลับมองว่า เป็นการตรวจสอบความไว้วางใจ อีกทั้งอาจพัฒนาเป็นความสัมพันธ์ในระยะยาวได้อีกด้วย

บทสรุปรูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ โดยใช้ 4S model จากขั้นตอนดังกล่าวสามารถสรุปเป็นภาพรูปแบบการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์เป็นตัวอย่างได้ดังภาพที่ 5

ภาพที่ 5 แสดงรูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดภายในทวีตเตอร์



ที่มา: ผู้วิจัย

หมายเหตุ:



หมายถึง กระบวนการตั้งกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์

หมายถึง กระบวนการตั้งกล่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์

รูปแบบหรือขั้นตอนในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดสามารถสรุปได้ว่า มี 4 ขั้นตอนด้วยกัน โดยแต่ละขั้นต่อนั้นเกิดขึ้นและผ่านไป ในระยะเวลาอันสั้น รวมทั้งในแต่ละขั้นตอนมักเกี่ยวข้องกับความเป็นปัจเจกบุคคล ทั้งผู้เริ่มต้นการสนทนาและผู้นำสนทนา เพราะมีเหตุผลในการตัดสินใจขึ้นอยู่กับความพึงพอใจส่วนบุคคลที่เกี่ยวข้องกับลักษณะทางกายภาพและรสนิยมทางเพศ จากการศึกษาจะพบว่า แม้วัตถุประสงค์หลักของการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางอารมณ์ หรือเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทางจิตใจ ทว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเหมือนกันนั่นคือ การที่ทั้งคู่พยายามสร้างกิจกรรมหรือสถานการณ์เพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมทางเพศ และหลังจากนั้นจะพัฒนาต่อไป หรือตัดขาดนั้นอาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในอนาคต หรือในบางกรณีอาจเกิดขึ้นพร้อมกัน ดังตัวอย่างที่ผู้วิจัยนำเสนอไปแล้วข้างต้น

ในขณะเดียวกัน ขั้นตอนในการสื่อสารนั้นไม่สามารถแยกขาดได้จากเนื้อหาในการสื่อสาร เพราะในการก้าวข้ามแต่ละขั้นตอนในการสื่อสารขั้นหนึ่งๆ นั้น จำเป็นที่จะต้องอาศัยเนื้อหา เช่น ภาพถ่าย ข้อความกระตุ้นอารมณ์หรือการตัดสินใจ อีกทั้งความกล้าหาญของคู่สนทนาเพื่อที่จะทำให้ขั้นตอนในการสนทนาสามารถพัฒนาต่อไปได้

9. อภิปรายผล: ทวิตเตอร์อุ้มสม: เมื่อทวิตเตอร์ (พยายาม) เป็นทุกอย่างให้เธอแล้ว

ส่วนที่หนึ่ง อภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การศึกษา ซึ่งจะประกอบด้วย (1) อภิปรายผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะสำคัญของสื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชายสำหรับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด พบว่า คุณลักษณะสำคัญ 3A Attributes นั้นส่งเสริมให้กลุ่มชายรักชายตัดสินใจเข้ามาใช้ทวิตเตอร์และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน (2) อภิปรายผลการศึกษาในวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 2 ศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการใช้สื่อทวิตเตอร์ในกลุ่มผู้ใช้สื่อที่เป็นชายรักชาย เพื่อการเปิดเผยตัวตนเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด พบว่า การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์นั้นมี “การลัดวงจร” จากการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเดิม ส่งผลให้เกิดรูปแบบในการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์รูปแบบใหม่ อย่างไรก็ดี การลัดวงจรนั้นจะพบว่า หากมองแบบผิวเผิน ความสัมพันธ์แบบชายรักชายนั้นเป็นเพียงการกระทำที่ขัดต่อ “โครงสร้างที่สถาปนาอำนาจและค่านิยม” นั้นๆ ขึ้น ทว่าหากมองย้อนไปยังการศึกษาเชิงจิตวิเคราะห์ของ Freud (1955) Freud et al. (1955) และ Regan (2016) ที่พบว่ากิจกรรมทางเพศนั้นเป็นเพียงการร่วมเพศเพื่อการร่วมเพศเท่านั้น โดยปราศจากการนำประเด็นอื่นๆ เช่น ความรู้ ศาสนา สังคม มาอธิบายร่วม ซึ่งเมื่อมองถึงการต่อรองกับอำนาจที่กดทับตามมุมมองของสำนักวัฒนธรรมศึกษาเรื่องเพศนั้น มีรูปแบบด้วยกัน 3 ประการ คือ (1) การมีเพศสัมพันธ์กับเพศเดียวกัน

(2) การจัด “กฎเกณฑ์ทางสังคมที่ผูกติดเช็กกับอื่นๆ” และ (3) การสลับของการเกิดกิจกรรม หรือที่กล่าวได้ว่า “การร่วมเพศเพื่อการร่วมเพศ” (ณัฏ เสรีรักษ์, 2557)

ส่วนที่สอง คุณูปการของการศึกษาในครั้งนี้ที่มีต่อแนวคิดทฤษฎีต่างๆ สามารถสรุปได้ดังภาพที่ 4 ซึ่งแสดงคุณูปการของการศึกษา โดยผู้วิจัยจะนำเสนอไปที่ละประเด็น ได้แก่

1. คุณูปการของการศึกษาที่ 1 เพื่อต่อยอดแนวคิดเครือข่ายสังคม ชุมชน และสื่อใหม่ในยุคออนไลน์ของกลุ่มที่หลากหลาย: อำนาจของการสื่อสารระหว่างบุคคลภายในทวีตเตอร์

การเคลื่อนไหวของปัจเจกบุคคลซึ่งมีความหลากหลายทำให้เกิดชุมชนและสังคมในพื้นที่ออนไลน์ ส่งผลให้เกิดอำนาจทางการสื่อสารและการรวมกลุ่มตามแนวคิดของ Castells (2015) ที่เชื่อว่า การสื่อสารนั้นมีอำนาจในตัวเอง ซึ่งทำให้ผู้ที่ใช้สามารถสื่อสาร นำเสนอ แบ่งปัน แสดงออกในประเด็นต่างๆ ที่หลากหลายโดยอำนาจที่เกิดขึ้นนั้นจะกระทำการบางอย่างกับทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งใน “พื้นที่ลูกผสม” (hybrid space) สามารถอธิบายได้ 4 ประการคือ

(1) อำนาจของเครือข่าย (2) อำนาจเป็นผลมาจากมาตรฐานที่กำหนดขึ้นมาจากปฏิสัมพันธ์ภายในเครือข่ายนี้ (3) อำนาจของเครือข่ายซึ่งเกิดจากอำนาจของผู้กระทำการและมักมีลักษณะเฉพาะในเครือข่ายนั้นๆ และ (4) เครือข่ายสร้างอำนาจ

นอกเหนือจากอำนาจทั้ง 4 ประการตามข้างต้นแล้ว ยังมีอำนาจอีกประการหนึ่งซึ่งถูกพบจากการลงพื้นที่ในการศึกษาครั้งนี้ คือ อำนาจที่มักเกิดจากการเป็นวัฒนธรรมย่อย (subculture) หรือที่นักวิชาการสายมานุษยวิทยาเรียกวัฒนธรรมนี้ว่า วัฒนธรรมย่อยของเกย์ (gay subculture) นั่นคือ

(5) อำนาจที่จะกำหนดความหมายของสัญญาณต่างๆ ให้เป็นไปตามที่ตนเองและกลุ่มตนเองเข้าใจเท่านั้น โดยไม่จำเป็นต้องอ้างอิงกับความหมายที่เป็นสากล เพียงเป็นความหมายที่ตนเองและกลุ่มตนเองเข้าใจเท่านั้น ดังตัวอย่างภาพที่ 6

ภาพที่ 6 ภาพการใช้สัญลักษณ์ที่สื่อความหมายเฉพาะในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยของเกย์



ที่มา: ผู้วิจัย

(6) อำนาจในการกำหนดคุณค่า กล่าวคือ คุณค่าในที่นี้ไม่ได้หมายถึงตัวเงินที่เป็นรูปธรรม ว่าเป็นคุณค่าที่ผู้ใช้สามารถตีค่าคลิปวิดีโอหรือภาพถ่ายเปลี่ยนนั้นว่า มีคุณค่าเท่าไร หากมีคุณค่ามากพอที่ตนเองจะจ่ายได้ ก็สามารถติดต่อไปยังผู้ที่เปิดให้ชมเพื่อชำระเงินและเข้าถึงเนื้อหาสารนั้น รวมทั้งเมื่อการรวมตัวและสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเกิดขึ้นระยะหนึ่งแล้ว ก็มักพัฒนาให้เกิด “ความร่วมมือ” ระหว่างกันอีกด้วย หรือที่ในพื้นที่ทวิตเตอร์เรียกว่า “คอนเนคชัน” (connection)

2. คุณูปการของการศึกษาที่ 2 ทวิตเตอร์พื้นที่ซึ่งแสดงถึงความเท่าเทียมทั้งในประเด็นความหลากหลายทางรสนิยมทางเพศ และการสร้างความสัมพันธ์

จากการฝังตัวพบว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยมักปรากฏรูปร่างหรือลักษณะทางกายภาพที่สามารถจำแนกได้ 2 กลุ่ม ด้วยกันคือ (1) รสนิยมทั่วไป หรือพินช์นิยม และ (2) รสนิยมเฉพาะ¹⁴

กลุ่มรสนิยมทางเพศที่หลากหลาย ซึ่งผู้วิจัยรวบรวมมาได้มี 14 กลุ่มดังต่อไปนี้

(1) กลุ่มหมี หรือกลุ่มผู้มีรูปร่างท้วม (2) กลุ่มบีตีเอสเอ็ม (BDSM) (3) กลุ่มใช้อุปกรณ์ (sex toy) (4) กลุ่มหนู (5) กลุ่มสาวเสียบ (6) กลุ่มผู้ชอบผู้มีอายุ (sugar daddy) (7) กลุ่มร่วมเพศภายนอกเท่านั้น (8) กลุ่มชอบร่วมเพศร่วมกับสารคัดหลั่ง (9) กลุ่มการเกิดอารมณ์ทางเพศจากสิ่งเฉพาะ (fetishism,

¹⁴ การศึกษาครั้งนี้ไม่ได้ต้องการจำแนก ตีตรابطบุคคล เหมารวม ตีค่าบุคคลตามลักษณะทางกายภาพ หรือลดทอนความเป็นมนุษย์ ความเป็นบุคคล เพียงแต่ต้องการนำเสนอถึงปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น จึงจำเป็นที่จะต้องแสดงให้เห็นข้อมูลพื้นฐานที่เกิดขึ้นในทวิตเตอร์เท่านั้น

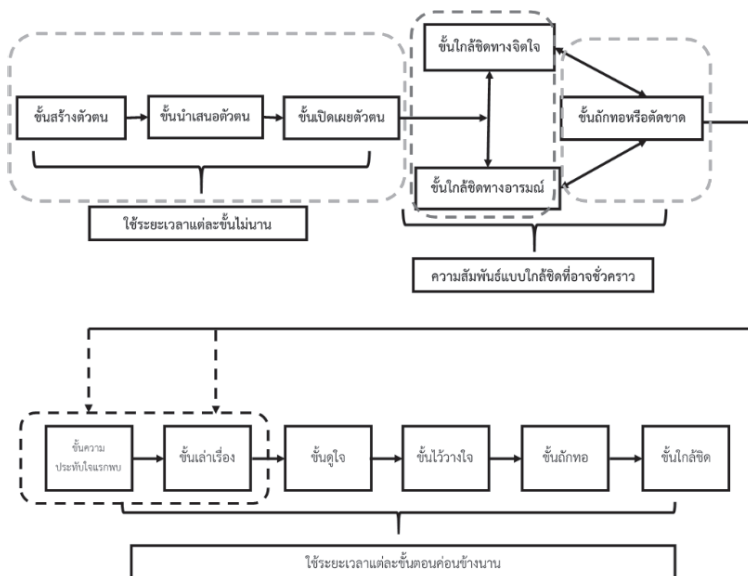
sexual fetishism) เช่น ถุงเท้า กางเกงบอลผิวลื่น ชุดนักเรียนนักศึกษา ชุดพนักงานบริการส่งอาหาร หรือการสำเร็จความใคร่ผ่านการพิมพ์ข้อความกระตุ้นอารมณ์ทางเพศ (10) กลุ่มชอบมีกิจกรรมทางเพศในพื้นที่สาธารณะ หรือที่เรียกว่า “เอด์ดอร์” (outdoor) (11) กลุ่มชอบการร่วมเพศประกอบการใช้สารเสพติด หรือที่เรียกว่า “ไฮ” หรือกลุ่มผู้ใช้สารระเหย หรือเรียกว่า “ป๊อปเปอร์” (popper) (12) กลุ่มคนผิวคล้ำ (13) กลุ่มที่ชอบมีกิจกรรมทางเพศกับบุคคลที่ประกอบอาชีพเฉพาะ เช่น เกษตรกร กลุ่มคนงานชาวต่างชาติ (14) กลุ่มเสื่อใบ เป็นต้น

3. คุณูปการของการศึกษาที่ 3 ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในทวิตเตอร์: การต่อยอดแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (GCDCTA model)

จากผลการศึกษาในครั้งนี้ แตกต่างจากแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดหรือ GCDCTA model ดังที่ทบทวนวรรณกรรมตามการศึกษาของ Munroe (2005) ซึ่งปรากฏอยู่ 5 ขั้นตอน และ Taylor et al. (1973) ซึ่งปรากฏอยู่ 4 ขั้นตอน หรือการศึกษาของ Brehm et al. (1992) ซึ่งปรากฏอยู่ 7 ขั้นตอน รวมทั้ง Kelly (2005) ซึ่งปรากฏอยู่ 7 ขั้นตอน หรือการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายตามการศึกษาของ Tom Bruett (2019) ซึ่งกล่าวถึงขั้นตอนที่ชายรักชายมักกระทำในสังคมต่างประเทศ โดยแนวคิดทั้งหมดนั้นไม่ได้กล่าวถึงขั้นตอนในการมีส่วนร่วมของกิจกรรมทางเพศหรือเนื้อหาทางเพศมาเกี่ยวข้อง นอกเหนือจากการศึกษาของ Bouhoutsos et al. (1983) ที่กล่าวว่า อาจเกิดกิจกรรมทางเพศได้ในขั้นแห่งความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด หรือในสถานะของคู่รักเท่านั้น ทว่าในการศึกษาครั้งนี้พบว่า การสื่อสารในวัฒนธรรมกลุ่มย่อยประเด็นของเรื่องกิจกรรมทางเพศหรือเนื้อหาอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับเพศนั้นถูกหยิบยกมาเป็นองค์ประกอบหลัก หรือขั้นแรกๆ ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน ซึ่งอาจเรียกว่าเป็น “การลัดวงจร” ของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดตามแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด อีกทั้งหากนำประสบการณ์จากการสังเกตการณ์ร่วมกับผลการศึกษาและทฤษฎี อาจทำให้เกิดข้อค้นพบใหม่ประการหนึ่งจากแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเดิม คือ ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายในทวิตเตอร์นั้นอาจเป็น “เพียงส่วนหนึ่ง” ของขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่เกิดขึ้นตามพลวัตของแนวคิดเดิม กล่าวคือ

หากกระบวนการหรือขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายทั้ง 2 วัตถุประสงค์สามารถสลับไปมาได้แล้ว หากต้องการสานสัมพันธ์ในระยะยาวนั้น หลายคู่จำเป็นที่จะต้องศึกษาคู่ของตนเองเชิงลึก (real body) ทั้งการเล่าเรื่อง การดูใจ การวางใจ การถักทอ และกลายเป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในฐานะคู่รักต่อไป ตามแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบเดิมอีกด้วย เพราะการศึกษาดูใจกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น ทำให้เกิดการสื่อสารแบบกันเองเกินจริง (hyperpersonal communication) ซึ่งทำให้คู่สนทนารู้สึกไปเองว่า รู้จักกันดีพอ และสนิทสนมกันอย่างใกล้ชิดและรวดเร็ว ทั้งที่ในความเป็นจริงนั้นอาจไม่ได้รู้จักกันเลย อีกทั้งอาจเป็นการนำเสนอตัวตนเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง (lack of body) เท่านั้น ดังภาพที่ 7

ภาพที่ 7 แสดงคุณลักษณะของทวิตเตอร์ในฐานะพื้นที่ (ก่อน) ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิม



ที่มา: ผู้วิจัย

หมายเหตุ:



หมายถึง กระบวนการดังก่่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์

หมายถึง กระบวนการดังก่่าวเกิดขึ้นในพื้นที่ออฟไลน์

หมายถึง กระบวนการดังก่่าวอาจเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

4. *คุณูปการของการศึกษาที่ 4 เพื่ออธิบายวิถีชีวิตแบบชาติพันธุ์วรรณนา*
ดิจิทัล: การับประยุคต์ใช้ในพื้นที่จริง และผู้ร่วมวิจัยที่มีความต้องการทางเพศ
ที่หลากหลาย

จากจุดเด่นของการศึกษาชาติพันธุ์วรรณนาดิจิทัล (netnography) ในทัศนะของ Kozinets นอกเหนือจากการพยายามศึกษาประเด็นพฤติกรรม วัฒนธรรม รูปแบบของผู้ใช้งานแล้ว ยังชี้ให้เห็นว่า การศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณนา ดิจิทัลนั้นยังแตกต่างจากการศึกษาแบบชาติพันธุ์วรรณนา (ethnography) ดังเดิม 4 ประการด้วยกัน ดังต่อไปนี้

(1) การเข้าถึงพื้นที่ภาคสนามที่หลากหลายเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้เข้าร่วม มีสภาพแวดล้อมแบบไร้พรมแดนอย่างแท้จริง

(2) มีความหลากหลายในการสื่อสาร เมื่อมีการประชุมและการสนทนา แบบตัวต่อตัวเสริมด้วยตัวอักษร ซึ่งนักวิจัยสามารถพิจารณาช่องทางสื่อสาร ต่างๆ ได้

(3) การเชื่อมต่อการสื่อสารข้ามหลายรูปแบบ ผู้วิจัยประยุกต์การเชื่อมต่อ หลากหลายรูปแบบ เพื่อทำการตรวจสอบข้อมูลและการนำเสนอตัวตน บางประการ

(4) สามารถจัดเก็บได้อย่างอัตโนมัติ ถือว่าเป็นคุณูปการสำคัญที่ สื่อสังคมออนไลน์ ในกรณีนี้คือทวิตเตอร์ สามารถจัดเก็บข้อมูลในการสัมภาษณ์ เชิงลึกผ่านการบันทึกบทสนทนาหลังได้รับอนุญาตจากผู้เข้าร่วมวิจัย และนำมา วิเคราะห์ได้ทันที

อย่างไรก็ดี ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาบุคคลที่มีความจำเพาะ เจาะจงอย่างมาก จึงทำให้ผู้เข้าร่วมวิจัยต้องการความเชื่อมั่นไว้มากกว่าการแค่ สัมภาษณ์หรือติดตามผ่านพื้นที่ทวิตเตอร์เท่านั้น ดังนั้น ข้อค้นพบเพิ่มเติมจาก

การนำจุดเด่นของการศึกษาชาติพันธุ์วรรณาดิจิทัล 4 ประการมาใช้ในการณิศึกษาครั้งนี้คือ

(5) พื้นที่ออฟไลน์ส่วนเติมเต็มข้อมูลที่สำคัญ ลดการ “ล้วงความลับ”

(6) การตอบคำถามเรื่อง “รสนิยมทางเพศ”

ในการศึกษาประเด็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ เป็นการศึกษาที่พยายามคลี่ขยายปรากฏการณ์ในการสื่อสารของกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยที่บุคคลภายนอกมักให้ความสนใจประเด็นกิจกรรมทางเพศเท่านั้น ทว่าการศึกษานี้สามารถคลี่ปรากฏการณ์ออกมา ทำให้ทราบว่าเหตุผลหลักของการเข้าใช้ทวิตเตอร์นั้น เกิดขึ้นจากการที่ยังไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมมากนัก ส่งผลให้การนำเสนอตัวตนและเปิดเผยตัวตนจำเป็นต้องแสวงหาพื้นที่อื่นๆ ที่สามารถสร้างและสานสัมพันธ์แบบนิรนามได้

ในขณะเดียวกัน ยังชี้ให้เห็นว่า แม้ทวิตเตอร์อนุญาตให้กระทำการต่างๆ ได้ ถึงกระนั้นยังคงไม่พอทำให้กลุ่มชายรักชายจำเป็นที่จะต้องสื่อสารและสานสัมพันธ์ในบริบท “พื้นที่ลูกผสม” (hybrid space) ตามทัศนะของ Castells (2011) กล่าวคือ กลุ่มชายรักชายใช้พื้นที่ทวิตเตอร์ที่เป็นออนไลน์และออฟไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดระหว่างกัน เพื่อให้เกิดผลตามที่ตนเองปรารถนา ไม่ว่าจะเป็นวัตถุประสงค์ด้านจิตใจที่หมายถึงการต้องการมิตรภาพจากผู้ที่มีรสนิยมทางเพศที่คล้ายคลึงกัน หรือในวัตถุประสงค์ด้านอารมณ์ที่หมายถึงการแสวงหาการร่วมเพศตามรสนิยมของตนเอง ซึ่งในปัจจุบันจะพบว่า มีรสนิยมที่หลากหลายและแตกต่างจากในอดีตที่มักพบว่า รสนิยมทางเพศที่สังคมรับรู้กัน จะมีเพียงฝ่ายรุกที่จะต้องมีการกายกำยำ แสดงออกเป็นผู้ชาย และฝ่ายรับที่จะต้องมีการกายบอบบางและอาจแสดงออกคล้ายผู้หญิง ทว่าสิ่งที่การศึกษานี้พบเพิ่มเติมนั้น จะช่วยทลายกำแพงความไม่รู้ในมุมมองของคนนอก ทั้งการสร้าง ความเท่าเทียม อำนาจในการรวมกลุ่มเพื่อนำเสนอความต้องการ รวมทั้งพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ด้านการสื่อสารศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์ในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด

หากนำประสบการณ์จากการสังเกตการณ์ร่วมกับผลการศึกษาและทฤษฎี อาจทำให้เกิดข้อค้นพบใหม่ประการหนึ่งจากแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดเดิม คือ ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายในทวิตเตอร์นั้น อาจเป็น “เพียงส่วนหนึ่ง” ของขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดที่เกิดขึ้นตามพลวัตของแนวคิดเดิม กล่าวคือ หากกระบวนการหรือขั้นตอนในการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของกลุ่มชายรักชายทั้ง 2 วัตถุประสงค์สามารถสลับไปมาได้แล้ว ถ้าต้องการสานสัมพันธ์ในระยะยาวนั้น หลายคู่จำเป็นต้องศึกษาคู่ของตนเองเชิงลึก (real body) ทั้งการเล่าเรื่อง การดูใจ การวางใจ การถักทอ และกลายเป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในฐานะคู่รักต่อไป ตามแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบเดิมอีกด้วย เพราะการศึกษาดูใจกันผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น ทำให้เกิดการสื่อสารแบบกันเองเกินจริง (hyperpersonal communication) ซึ่งทำให้อุสทนารู้สึกไปเองว่า รู้จักกันดีพอและสนิทสนมกันอย่างใกล้ชิดและรวดเร็ว ทั้งที่ในความเป็นจริงอาจไม่ได้รู้จักกันเลย อีกทั้งอาจเป็นการนำเสนอตัวตนเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง (lack of body) เท่านั้น

ดังนั้น การเริ่มต้นสานความสัมพันธ์ด้านอารมณ์ให้กลายเป็นความสัมพันธ์ด้านจิตใจ จึงมีขั้นตอนคล้ายกันกับการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิม ข้อมูลจากผู้เข้าร่วมวิจัยจำนวนหนึ่ง ซึ่งพัฒนาความสัมพันธ์ทางอารมณ์จนกลายเป็นคู่รักที่ในปัจจุบันนี้ได้ตกลงเป็นคู่รักกันมากกว่า 8 ปี โดยผู้เข้าร่วมวิจัยทั้งสองเน้นย้ำว่า ความสัมพันธ์ที่เกิดจากการสานสัมพันธ์ในทวิตเตอร์ต้องใช้ความเชื่อใจอย่างมาก เพราะหลายคู่ในชุมชนทวิตเตอร์นิยมสร้างความสัมพันธ์แบบเปิด (open relationship) กล่าวคือ การที่ตกลงเป็นคู่รักกันทว่าสามารถไปมีกิจกรรมทางเพศกับผู้อื่นได้รับความนิยมนอย่างมาก อย่างไรก็ตามก็ทำให้ความสัมพันธ์ด้านจิตใจของทั้งคู่ระหว่างกันจบลงอย่างรวดเร็ว แต่ในกรณีของผู้เข้าร่วมวิจัยนั้นทั้งคู่เชื่อใจกันและเรียนรู้ซึ่งกันละกัน โดยการเรียนรู้กันและกันใช้ระยะเวลาประมาณ 2 ปีหลังจากการใกล้ชิดทางอารมณ์ ในการเรียนรู้นั้นเปรียบเสมือนการเรียนรู้คู่รักหนึ่งๆ เนื่องจากต้องเปิดเผยตัวตนในทุกมุม (real body) เพื่อให้อีกฝ่ายหนึ่งเข้าใจและยอมรับ จนกระทั่งสามารถรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกัน

ไว้ได้จนกระทั่งทุกวันนี้ จากกรณีตัวอย่างข้างต้นจะพบว่า รูปแบบการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในทวิตเตอร์ของชายรักชายนั้น เป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดแบบดั้งเดิม ทว่ามีการปรับเปลี่ยนไปให้เหมาะสมกับช่องทางการสื่อสาร และสังคมที่มีความรวดเร็วในการสื่อสาร

ยิ่งไปกว่านั้น หากนำแนวคิดของ Morley (1986) เรื่องผู้รับสารแนวใหม่มาอธิบาย จะพบว่า ตามข้อสันนิษฐานเดิมของ Morley ที่กล่าวว่า คนที่อยู่ในแต่ละชนชั้นจะสามารถเข้าถึงและตีความต่างกัน ในการศึกษาครั้งนี้แย้งข้อสันนิษฐานเดิม โดยพบว่า ชนชั้นของบุคคลไม่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึง รับรู้ และตีความ ทว่ารสนิยมทางเพศและประสบการณ์ทางเพศนั้น จะเป็นตัวช่วยในการเข้าถึง รับรู้ และตีความข้อความต่างๆ ที่เป็นสัญลักษณ์ซึ่งใช้กันในแต่ละกลุ่มให้เข้าใจเนื้อหาสารมากยิ่งขึ้น รวมทั้งในปัจจุบัน สื่อทวิตเตอร์เข้าถึงได้ง่าย และสามารถเข้าใช้ได้เพียงแค่มือถือเท่านั้น จึงพบว่า ชนชั้นไม่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องมากเท่าความต้องการในการสื่อสารหรือวัตถุประสงค์หลักในการเข้าใช้พื้นที่สื่ออื่นๆ

อีกทั้งในปัจจุบัน เมื่อเรื่องเพศสามารถนำมาเป็นประเด็นในการสื่อสารได้ ไม่ว่าจะผ่านโทรทัศน์ในช่องต่างๆ เช่น ละครชุด (ซีรีส์) เนื้อเพลงต่างๆ ทั้งในเนื้อหาแบบรักต่างเพศ หรือรักเพศเดียวกัน รวมทั้งการนำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับเพศต่างๆ ยิ่งไปกว่านั้น การที่สื่อสังคมออนไลน์ออกแบบมาเพื่อให้บุคคลสามารถปฏิสัมพันธ์ได้ในพื้นที่เสมือน จึงทำให้ประเด็นเรื่องเพศนั้นถูกลดกำแพงจากเรื่องต้องห้าม เหลือเพียงเรื่องที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน ส่งผลให้ในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งรักต่างเพศและรักเพศเดียวกันย่อมมีเรื่องทางเพศไปเกี่ยวข้อง ทำให้ขั้นตอนกระบวนการหรือขั้นตอนใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดนั้นถูกพัฒนา ปรับปรุง แยกส่วนออกมา เพื่อให้สะดวกต่อการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ประเด็นข้างต้นผู้วิจัยเห็นสอดคล้องกับ วิภาดา เอี่ยมแย้ม (2548) ในประเด็นของการมีเพศสัมพันธ์ข้ามคืนของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร เพราะการศึกษาชิ้นนั้นชี้ว่า ทั้งหมดเกิดขึ้นจากรู้สึกถูกใจ และยินยอมที่จะมีความสัมพันธ์ทางเพศ เพื่อระบายความต้องการทางเพศและความใคร่ของทั้งสองฝ่ายเพื่อความสนุกสนาน ตื่นเต้น อีกทั้งไม่ต้องมีความผูกพันทางด้านจิตใจต่อกัน

และไม่ต้องรับผิดชอบต่อสัมพันธภาพที่เกิดขึ้นภายหลัง ดังที่ปัจจุบันจะพบสถานะ “เพื่อนเล่น” (friends with benefits: FWB) (ภาณุ สหัสสานนท์, 2561) คือ ความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่เพื่อนทำหน้าที่ร่วมหลับนอนกับเพื่อนเท่านั้น อาจพัฒนาหรือไม่จำเป็นต้องพัฒนาความสัมพันธ์ในขั้นต่อไปก็ได้ แต่โดยมากนั้น มักไม่ได้พัฒนาความสัมพันธ์ต่อไป โดยในอดีตของสังคมไทยเรียกความสัมพันธ์แบบนี้ว่า “เทพอุ้มสม”

“เทพอุ้มสม” มีจุดเริ่มต้นมาจากเจ้าชายอนิรุทธ์เป็นเจ้าชายเมืองทวารพติคราวหนึ่งออกไปล่าสัตว์ในป่า ครั้นค่ำลงก็ประทับนอนในรถทรงใต้ร่มไทร เทพารักษ์เวทนาว่าขาดคู่สุมสงสรวาส จึงอุ้มไปสมสู่นางอุษา ธิดาพระเจ้ากรุงพาดินที่โสณินคร เมื่อเสร็จสู่สมสองสมแล้วอุ้มกลับก่อนสว่าง (สุจิตต์ วงษ์เทศ, 2560) จากประเด็นนี้จะพบว่า ความใกล้ชิดทางอารมณ์ได้รับการพัฒนาคำเรียกและวิธีการจากในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน ผ่านขั้นตอน กาลเวลา และที่สำคัญคือช่องทางในการสื่อสาร ที่ปัจจุบันไม่มีเทวดาหรือเทพในการให้ความช่วยเหลือ มีเพียงเครือข่ายสังคมออนไลน์เท่านั้น อาจเรียกใหม่ภายใต้บริบททวิตเตอร์ได้ว่า “ทวิตเตอร์อุ้มสม” ก็เป็นไปได้ ซึ่ง ภาณุ สหัสสานนท์ (2561) อธิบายเพิ่มเติมว่า ปัจจุบันสถานะนี้ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะสถานะนี้จะไม่รบกวนความสัมพันธ์ของทั้งสองคนจนมากเกินไป ทั้งเรื่องส่วนตัว หรืออนาคตของกันและกัน จึงทำให้ไม่มีความกดดันและความเครียดในความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น รวมทั้งยังเป็นที่แพร่หลาย และได้รับความนิยมในกลุ่มรักต่างเพศอีกด้วย นอกเหนือจากกลุ่มรักเพศเดียวกัน

อีกประเด็นที่น่าสนใจคือ ตามวรรณคดีนั้นมี “เทพ” (angel) ซึ่งเป็นสัญลักษณ์แห่งความดีงามสร้างความชอบธรรมให้กับ “การมีเพศสัมพันธ์เพื่อการมีเพศสัมพันธ์” ซึ่งเป็นลักษณะการสื่อสารระหว่างบุคคลเพื่อสร้างความใกล้ชิดแบบชั่วครว (one night stand) ในขณะที่วรรณคดีต่างๆ เหล่านี้ก็ได้รับการยอมรับให้เป็นมรดก บรรจุลงในแบบเรียนภาษาไทยของนักเรียนมัธยมศึกษา (สถาบันการศึกษา) โดยมีบทสังวาสปรากฏอยู่ในหลายวรรณคดี ทั้งวรรณคดีที่นักวิจัยได้ยกมา รวมทั้งการมีเพศสัมพันธ์แบบหลายคนพร้อมกัน (หรือที่ในพื้นที่ทวิตเตอร์เรียกว่า “การทำงานกลุ่ม”) ของพระลอ พระเพื่อน พระแพง หรือ

แม้แต่ในหลายวรรณคดีมีการถ่ายทอดเรื่องราวการมีเพศสัมพันธ์ในพื้นที่กลางแจ้ง (outdoor) เช่น พระอภัยมณี (ในทะเล) แต่โครงสร้างทางสังคมในปัจจุบัน ทั้งสถาบันกฎหมาย สถาบันศาสนา ค่านิยมฉันทนาของคนในสังคม ได้ให้นิยาม การสร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิด และการมีเพศสัมพันธ์รูปแบบนี้ว่าเป็น “สิ่งผิด บาบ” “สิ่งน่าละอาย” เมื่อไม่มี “เทพอุ้มสม” จึงเป็นเหตุให้กลุ่มชายรักชายต้อง ไปพึ่งพา “ทวิตเตอร์อุ้มสม” แทนดังที่นักวิจัยได้กล่าวมา

ในเมื่อเทพอุ้มสมคือ การมีเพศสัมพันธ์เพื่อเพศสัมพันธ์ และไม่ผิด (???) ด้วยเหตุผลประการใด คนเหล่านี้จึงถูกสถาบันทางสังคมต่างๆ ประทับตราให้การมี เพศสัมพันธ์เพื่อเพศสัมพันธ์ในรูปแบบทวิตเตอร์เป็น “สิ่งผิด” อันเป็นเหตุให้ กลุ่มชายรักชายเหล่านี้ต้องตกอยู่ในสภาวะ “ถูกกดทับซ้ำซาก” ทั้งถูกกดทับ อัตลักษณ์ทางเพศ และถูกกดทับเพศวิถีที่ตนปรารถนา จนต้องหาพื้นที่หรือช่อง ทางให้กับตนเองผ่านสื่อออนไลน์ทวิตเตอร์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ และโยกหา เสรีภาพทางกามารมณ์

สิ่งที่ผู้วิจัยอยากชี้ให้เห็นถึงความสำคัญ คือ ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด ไม่สามารถเกิดขึ้นได้ในพื้นที่ออนไลน์เท่านั้น กล่าวคือ จากประสบการณ์ในการ ลงพื้นที่วิจัยร่วมกับผู้เข้าร่วมวิจัย อีกทั้งการฝังตัวมาตลอดระยะเวลาก่อนทำวิจัย ตั้งแต่ปีพุทธศักราช 2553 พบว่า ทุกความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดทั้งทางอารมณ์และ ทางจิตใจ มักจำเป็นต้องออกมาพบเจอในพื้นที่ออฟไลน์ที่ได้มีการนัดแนะเอาไว้ เพื่อตรวจสอบลักษณะทางกายภาพ น้ำเสียง สีหน้า ท่าทาง ทักษะการสื่อสารระหว่างกัน รวมทั้งการมีกิจกรรมทางเพศระหว่างกัน ซึ่งส่วนนี้เองสอดคล้องกับการศึกษา ของ รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ (2555) จตุรวิทย์ ทองเมือง (2551) ภัทรเวช พึ่งเฟื่อง (2557) นิพนธ์ ดาราวุฒิมาประภรณ์ (2558) สุธาวัฒน์ ดงทอง (2559) Kevin Laddapong (2019) เบญจรงค์ ธีระพลิกะ (2560) และณัฐฉิ ขาวคง (2562) ที่พบว่า การสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดในพื้นที่ ออนไลน์นั้น ยังคงไม่เพียงพอต่อการสานสัมพันธ์ระหว่างกัน สอดรับกับการ ศึกษาในต่างประเทศหลายชิ้นที่กล่าวถึงการสร้างความสัมพันธ์และการสานต่อ ความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดของชายรักชายในพื้นที่ออนไลน์ โดยมากมักเกี่ยวข้อง

กับประเด็นเรื่องเพศ รสนิยมทางเพศ กิจกรรมทางเพศ หรือวัตถุประสงค์ด้านอารมณ์ ดังนั้นผู้ใช้ทุกรายจำเป็นที่จะต้องออกมาเจอหน้าในพื้นที่ออฟไลน์เสมอๆ ตามการศึกษาของ Ross et al. (2005) Parsons et al. (2007) Döring (2009) และ Stahlman et al. (2015)

อย่างไรก็ตาม มีการศึกษาบางชิ้นที่แย้งว่า ความสัมพันธ์ของชายรักชายหากไม่เกี่ยวข้องกับเพศ รสนิยมทางเพศ และกิจกรรมทางเพศ อาจไม่จำเป็นที่จะต้องออกมาเจอกันได้ เพียงแค่ใช้กิจกรรมทางเพศเสมือน (virtual sex) โดยเป็นการมีกิจกรรมทางเพศในพื้นที่ออนไลน์ (Hatfield, 2006; Ben-Ze'ev, 2016) อาทิ การสำเร็จความใคร่ด้วยวิธีต่างๆ ที่อาจมีอุปกรณ์ช่วยเหลือหรือไม่ก็ได้ หรือที่เรียกได้ว่า เป็นความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับหุ่นยนต์ จึงไม่ได้เป็นความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดตามการศึกษาในครั้งนี้ได้ ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจหากตามศึกษาต่อไปในอนาคต

10. ข้อจำกัดในการวิจัย

1. *โควิดนั้นฉันท้องรอด* เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบชาติพันธุ์วรรณนาดิจิทัล อาจดูเหมือนว่าไม่ได้รับผลกระทบจากโรคระบาด (COVID-19) ในครั้งนี้มากนัก ทว่าในความเป็นจริงแล้ว เพื่อให้ผู้วิจัยเข้าใจรูปแบบการสื่อสารเพื่อการสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิด (4S model) ซึ่งการสื่อสารดังกล่าวนี้ใช้พื้นที่ลูกผสมในการสื่อสารและการสานสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชายรักชาย จึงทำให้มีผลกระทบในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลในระยะแรกของการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยเหตุผลการแพร่ระบาดจึงทำให้การไปพบผู้เข้าร่วมวิจัยในพื้นที่ต่างๆ ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยนัดหมายอาจเกิดความเสี่ยงได้ เนื่องจากผู้เข้าร่วมวิจัยมากกว่ากึ่งหนึ่งต้องการพบหน้าเจอตาผู้วิจัย เพื่อทดสอบความเชื่อใจก่อนการให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ และหากไม่ยอมมาพบตามที่ตกลง จะไม่ยอมให้ข้อมูล หรือเปิดเผยข้อมูลทั้งหมด ซึ่งคล้ายกันกับผลการศึกษาที่ค้นพบประเด็นการสื่อสารเพื่อสร้างความสัมพันธ์แบบใกล้ชิดภายในทวิตเตอร์ของกลุ่มชายรักชาย (4S model)

แต่ถึงกระนั้น หลังจากการระบาคที่ลดความรุนแรงลง ผู้วิจัยก็สามารถเดินทางไปในสถานที่ต่างๆ ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยนัดหมายเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ดังผลการศึกษา

2. “เงิน” และ “เวลา” เรื่องไม่ใหญ่ที่ยิ่งใหญ่ เนื่องจากในการลงพื้นที่ ผู้วิจัยมีความต้องการที่จะให้ได้รับข้อมูลที่เป็นจริง รวมทั้งความถูกต้อง (legibility) ความสมบูรณ์ (completeness) ความสอดคล้อง (consistency) ความเที่ยงตรง (accuracy) การได้รับคำตอบที่ชัดเจน (response clarification) เพื่อประโยชน์ทางวิชาการ ผู้วิจัยจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เข้าร่วมวิจัยรายหนึ่งๆ ประมาณ 2-3 ครั้ง ตามที่ผู้เข้าร่วมวิจัยรายนั้นอนุญาตหรือเสนอเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้วิจัยตีความกับสถานการณ์นั้นๆ มากและถูกต้องที่สุด

นอกเหนือจากผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง 20 คนที่ได้กล่าวมาในผลการศึกษแล้ว ผู้วิจัยยังเข้าถึงกลุ่มชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์ด้วยวัตถุประสงค์ “นัดยืม” อื่นๆ ซึ่งมีความเข้มข้นของการกระทำที่แตกต่างกัน เพราะเนื่องจากชายรักชายผู้ใช้ทวิตเตอร์นั้นประกอบไปด้วยกลุ่มย่อย อาทิ (1) “แอคเค่อชื่อดัง” (บัญชีผู้ใช้ที่เป็นชายรักชายผู้มีชื่อเสียง “นัดยืม” เป็นประจำเพื่อสร้างคอนเทนต์ หรืออาจเปิด onlyfans) ซึ่งตอบรับที่จะให้ข้อมูลเช่นกัน (2) เน็ตไอดอล หรือผู้มีชื่อเสียงอันเป็นผลมาจากลักษณะทางกายภาพในส่วนต่างๆ อาทิ หน้าตา กล้ามเนื้อ เครื่องเพชร สนิมที่หลากหลาย (มีการ “นัดยืม” เป็นครั้งคราว) (3) ฟอลโลเวอร์ หรือผู้ติดตามเนื้อหาต่างๆ (ไม่ “นัดยืม” แต่เน้นการติดตามดู) เป็นต้น ทั้งนี้วิธีการสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มคนเหล่านี้ก็อาจแตกต่างกันไปตามความเชี่ยวชาญ ทักษะคติ หรืออุดมการณ์บางอย่าง จึงทำให้การศึกษารั้งนี้ได้รับข้อมูลอย่างหลากหลาย อย่างไรก็ตาม เนื่องจากผู้ตอบรับเข้าร่วมการวิจัยกลุ่มนี้เป็นผู้มีชื่อเสียง การเดินทางไปพบนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้เป็นไปตามผู้ตอบรับรายนั้นๆ กำหนด หลายครั้งที่ผู้ตอบรับเข้าร่วมวิจัยนัดพบในสถานบันเทิง หรือชานชาา รวมทั้งในวันเวลาที่นัดหมายผู้วิจัยไม่สะดวกในการเดินทางไปพบ และมีการขยับไปมาของช่วงเวลาอีกหลายครั้ง ส่งผลทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าสัมภาษณ์ “แอคเค่อ” กลุ่มนี้บางคนได้ เนื่องจากค่าใช้จ่ายและระยะเวลาที่ไม่อำนวย แต่ถึงกระนั้น

ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อมูลจากแหล่งอื่นเพิ่มเติม จนทำให้เชื่อได้ว่า ข้อมูลที่ได้รับระหว่างการลงพื้นที่นั้น ถูกต้องและครบถ้วนเป็นอย่างมาก

ดังนั้น ในการไปพบผู้เข้าร่วมวิจัยในแต่ละครั้งจำเป็นต้องมีช่วงเวลาที่ว่างตรงกัน และมีค่าใช้จ่ายจำนวนหนึ่งเพื่อรับรองผู้เข้าร่วมวิจัย รวมทั้งค่าเดินทางของตัวผู้วิจัยเอง แม้ค่าใช้จ่ายจำนวนนี้จะไม่ได้มากมายนัก ทว่าหากขาดส่วนนี้ไป ก็จะไม่สามารถทำให้ผู้วิจัยเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำมาเสนอให้เกิดประโยชน์ทางวิชาการได้

3. “เอาต์ดอร์” (outdoor) ที่ไม่ได้แปลว่ากลางแจ้งเท่านั้น นอกเหนือจากผู้เข้าร่วมวิจัยทั้ง 20 คน ที่ได้ให้ความกรุณาเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิชาการแล้วนั้น ยังมีผู้ตอบรับเข้าร่วมวิจัยอีกจำนวนหนึ่งที่ประสงค์จะให้ข้อมูลประกอบการศึกษา ทว่าผู้เข้าร่วมวิจัยรายนั้นๆ มีความประสงค์ให้ผู้วิจัยจำเป็นต้องไปร่วมสังเกตการณ์ในพื้นที่สวนสาธารณะต่างๆ ในระยะเวลาค่ำคืนอีกด้วย อาทิ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ถนนสาธารณะ ใต้ทางด่วน บ้าน หรือตึกร้าง เป็นต้น แม้ในสถานที่หรือระยะเวลานั้นอาจไม่ได้มีความอันตรายในชีวิตและทรัพย์สินมากนัก แต่ประเด็นที่ผู้วิจัยให้ความสำคัญคือ ในหลายพื้นที่ที่กลางแจ้งนั้นมักจะมีกฎระเบียบ ข้อบังคับ หรือกฎหมายบางประการที่ไม่ให้บุคคลภายนอกเข้าใช้สถานที่นั้นๆ ในยามวิกาล หากถูกจับก็จะต้องรับโทษสูงสุดตามที่เจ้าของกรรมสิทธิ์ในสถานที่นั้นๆ ตั้งไว้ ส่วนนี้เองทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถไปสังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกในพื้นที่นั้นได้ตามความต้องการของผู้เข้าร่วมวิจัยหลายคน จึงอาจทำให้พบผลการศึกษาบางส่วนไม่ได้นำเสนอประเด็นเอาต์ดอร์มากนัก ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วประเด็นนี้ปรากฏอย่างดาษดื่นในข่าวสารตามหน้าหนังสือพิมพ์ รายการเล่าข่าว และสื่อสังคมออนไลน์

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กฤษฎา แก้วเกลี้ยง (2558). โครงสร้างของสถาบันที่มีการจัดการแบบเบ็ดเสร็จที่นำหลักการชุมชนบำบัดมาประยุกต์ใช้กรณีศึกษาศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ติดยาเสพติดลาดหลุมแก้ว, วิทยาลัยนวัตน์ปัญญาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- กาญจนา แก้วเทพ และพริศรา แซ่ก้วย (2547), *เพศวิถี: วันวาน วันนี้และวันพรุ่งนี้ที่ไม่เหมือนเดิม*, เชียงใหม่: ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2553), *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*, กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กัจจกร หลุยยะพงศ์ (2555), *การสื่อสารกับวาทกรรมอัตลักษณ์ผู้สูงอายุในสังคมไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2560), "หน่วยที่ 10 ทฤษฎีการสื่อสารชุมชน", ใน *ปรัชญานิตยสารและทฤษฎีการสื่อสาร*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- กึ่งรัก อิงควัต (2542), *รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในเขตกรุงเทพมหานคร*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- โกสินทร์ รัตนนคร (2552), *การใช้สื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อเป็นช่องว่างทางการสื่อสารของการเลือกคู่ครอง*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คมฉัตร วุฒิโรจน์ (2534), *ฝ่าโลกเกย์*, กรุงเทพฯ: บริษัท กรุงสยาม จำกัด.
- จตุรวิทย์ ทองเมือง (2551), *ชีวิตของคนที่มีความหลากหลายทางเพศ ในชุมชนเสมือนจริง*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมนุษยวิทยามหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรภัทร เริ่มศรี และคณะ (2563), "การสื่อสารผ่านแฟนเพจเพชฌัญญูกับผลที่เกิดขึ้นต่อเจ้าของแฟนเพจเพชฌัญญู: กรณีศึกษาแฟนเพจเพชฌัญญูที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย", *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 4(1): 68-79.
- เจษฎาภรณ์ พจนา (2548), *ผู้คุมหญิง: ชีวิตกับการใช้อำนาจในสถาบันแบบเบ็ดเสร็จเด็ดขาด*, ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ไชยศิริ บุญกุลศรีรุ่ง (2553), *เพศสภาพและเพศวิถีชายรักชายในภาพยนตร์ไทย*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณภัค เสรีรักษ์ (2557), "การก่อตัวของวิธีคิด 'การร่วมเพศเพื่อการร่วมเพศ' ในสังคมไทย", *ชุมชนอินโดจีน: เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ปริทัศน์* หน่วยวิจัยเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 3(4): 49-66.
- ดารินทร์ สวัสดิ์เสวี (2545), *การแปลงตัวตนในห้องสนทนาบนอินเทอร์เน็ต*, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา (2562), *ว่าด้วยเพศ: จากธรรมชาติ สู่วิถีธรรม จนถึงสุนทรียะ และหุ่นยนต์ (On Sex)*, นนทบุรี: สำนักพิมพ์สมมติ.
- เธียรชัย เอี่ยมวรเมธ (2530), *พจนานุกรมอังกฤษ-ไทย ฉบับใหม่*, กรุงเทพฯ: บำรุงสาส์น.
- นที วีระโรจนพงษ์ (2548), *แกะกล่องเกย์*, กรุงเทพฯ: พลอยสีรุ้ง.
- นันทนัย ประสานนาม (2562), "นวนิยายยาโออิของไทย: การศึกษาเชิงวิเคราะห์", *วารสารวิชาการหอสมุดแห่งชาติ*, 7(2): 16-34.

- นารีอัน กาขอ และคณะ (2564), "การปรับตัวของหญิงรักหญิงมุสลิมในปัตตานี", *วารสารมานุษยวิทยา* 3(1): 3-14.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์ (2545), นิธิ เอียวศรีวงศ์ ว่าด้วย 'เพศ' ความคิด ตัวตน และอคติทางเพศ ผู้หญิง เกย์ เพศศึกษา และกามารมณ์, กรุงเทพฯ: ศิลปวัฒนธรรม ฉบับพิเศษ.
- นิพนธ์ ดาราวุฒิมาประกรณ์ (2558), "วัยรุ่นใช้สื่อออนไลน์อย่างไรในการหาคู่", *ความหลากหลายทางประชากรและสังคมในประเทศไทย ณ ปี 2558*, เอกสารทางวิชาการ หมายเลข 447 สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2558.
- เนติ สุนทราราวิทย์ (2553), *การสร้าง ความหมายและตัวตน "เกย์" ในพื้นที่แห่งความจริงและพื้นที่ไซเบอร์*, วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บงกชมาศ เอกเยี่ยม (2532), *เกย์: กระบวนการพัฒนาและอำรงเอกลักษณ์รกร่วมเพศ*, วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2559), *ปัจจัยที่สนับสนุนการสร้างสรรคเนื้อหาเพศนอกกรอบในภาพยนตร์เรื่อง "รักแห่งสยาม" ของ มะเดี่ยว ชูเกียรติ ศักดิ์วีระกุล*, วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์และนวัตกรรม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- _____. (2560), "ชายรั้งชาย: ความสัมพันธ์ของชุมชนในทวิตเตอร์", *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 5(2): 69-80.
- _____. (2562ข), "เมื่อสื่อพยายาม 'ปรั' เรื่องชายรั้งชายให้เป็นสินค้า", *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเก่า*, 6(2): 95-104.
- _____. (2563ก), "'กั๋น': การเปลี่ยนผ่านความเป็นชายผ่านมุมมองชายรั้งชาย ชายที่ใช้ทวิตเตอร์ในการแสวงหาความสัมพันธ์กับชายอื่น-กรณีศึกษาในทวิตเตอร์", *วารสารสตรีนิยมไทย ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 7(1): 151-182.
- _____. (2563ข), "บทปริทัศน์หนังสือ ว่าด้วยเพศ: จากธรรมชาติ สู่วิถีธรรม จนถึงสุนทรียะและหุ่นยนต์ (On Sex)", *วารสารวิจัยสังคม สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*, 43(2): 221-233.
- _____. (2563ค), "วิธีวิทยาแบบชาติพันธุ์วรรณนาดิจิทัล: วิธีการในการศึกษาพื้นที่เสมือน", *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 8(1): 76-88.
- _____. (2564), "การศึกษาชาติพันธุ์วรรณนาเชิงอัตชีวประวัติของชายรั้งชาย กรณีศึกษาชายผู้ใช้กิจกรรมทางเพศและสารเสพติดในการสร้างมิตรภาพและเครือข่าย", *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 16(2): 195-211.
- ประภาพรณ วงศาโรจน์ (2532), *กระบวนการพัฒนาเอกลักษณ์รกร่วมเพศในหมู่วัยรุ่น*, วิทยานิพนธ์ปริญญาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาณิสรา มงคลวาทิ (2550), *การนำเสนอภาพกลุ่มชายรั้งชายในภาพยนตร์ไทยปี พ.ศ. 2550*, วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปิ่นแก้ว เหลืองอร่ามศรี (2546), *อัตลักษณ์ ชาติพันธุ์ และความเป็นชายขอบ*, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

- ปฐมนิเทศ (2555), การประกอบสร้างตัวตนเกย์ในภาพยนตร์ไทย, วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พระไตรปิฎก ฉบับบาลีสยามรัฐ (2470), เรื่องห้ามบัณฑิตเจาะกมให้อุปสมบท, พระวินัยปิฎก เล่มที่ 4 มหาวรรค ภาคที่ 1.
- พิเชษฐ สายพันธ์ (2545), เกย์: ในฉากชีวิตแห่งสโลมสแกน, กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- พิมพ์วิภา มิ่งามดี และคณะ (2563), "การนำเสนอภาพลักษณ์ของ 'เกย์' และ 'เลสเบี้ยน' ในทวิตเตอร์", วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 1(1): 49-55.
- เพ็ญมาส กำเนิดโทน (2528), การยอมรับของครูต่อนักเรียนเกย์: กรณีศึกษาข้าราชการครูโรงเรียนมัธยมศึกษาในกรุงเทพมหานคร 6 โรงเรียน, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ และมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรเวช พึ่งเพื่อง (2557), การศึกษารูปแบบการบริโภคสื่อประเภทแอปพลิเคชันของกลุ่มผู้รับสารชายรักชาย: กรณีศึกษาแอปพลิเคชัน "Grindr", วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภาณุวัฒน์ กองราช (2554), การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย กรณีศึกษา Facebook, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มหามกุฏราชวิทยาลัย (2480), วินิจฉัยบัณฑิต (บัณฑิตกวดู), ตติยสมันตปาฐกถา อรรถกถาพระวินัย มหาวรรค ตอนที่ 1.
- รณภูมิ สามัคคีคารมย์ และคณะ (2551), เพศวิถีในสื่อนิยม: บริบทเสี่ยงและเสริมต่อสุขภาวะทางเพศ, กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- _____. (2555), "เพศวิถีออนไลน์: โลกาภิวัตน์ของพลเมืองทางเพศของเกย์: อำนาจ และภาพตัวแทนทางเพศบนสมาร์ทโฟน", วารสารเพศวิถีศึกษา, 2: 181-196.
- วรยุทธ พายพายุห์ และพัชนี เขยจรรยา (2562), "การศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแอปพลิเคชันหาคู่บนโทรศัพท์มือถือของกลุ่มชายรักชาย (เกย์)", วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า, 6(2): 45-66.
- วัชรินทร์ ภิญโญศาสตร์ (2550), การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธภาพและการสร้างตัวตน ในเกมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วัลลภ ปิยะมโนธรรม (2532), คู่กับนักจิตวิทยา, กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- วิภาดา เอี่ยมแย้ม (2548), การมีเพศสัมพันธ์ข้ามคืนของวัยรุ่นในกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- วิภาวี จันทรแก้ว (2560), "พฤติกรรมกาการเปิดรับสื่อ ทศนคติ และการใช้ประโยชน์กรณีสึกษาเพชนุกแพนเพจดังตฤณแพนคลับ", *Journal of Communication and Management NIDA*, 2(1): 134-152.
- วิลาลินี พิพิธกุล และกิตติ กันภัย (2546), *เพศและการสื่อสารในสังคมไทย*, กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระยุทธ ปีสาลี (2557), *กรุงเทพฯ ยามราตรี*, กรุงเทพฯ: มติชน.
- ศุภณัฐ เดชวิธิ (2563), *การสื่อสารเพื่อการเปิดเผยตัวตนของผู้ที่มีอัตลักษณ์หลากหลายทางเพศในหน่วยงานราชการ: กรณีศึกษาข้าราชการกรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- สมสุข หินวิมาน (2555), "ท่องไปในโลกการสื่อสารกับโลกาภิวัตน์ด้วยมุมมองแบบทฤษฎีมาร์กซิสต์", *วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 6(1): 113-153.
- สายพิน ศุพุทธมงคล (2542), *คุกกับกคน: อำนาจและการต่อต้านขัดขึ้น*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สิรภพ แก้วมาก (2556), *การสร้างตัวละครหลักและวิธีการเล่าเรื่องชายรักชายในสื่อบันเทิงไทย, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- สิตลา ชาญวิเศษ (2559), *บทบาทเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการพัฒนาความสัมพันธ์แบบโรแมนติก, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- สุจิตต์ วงษ์เทศ (2560), *เทพอุ้มสม คืออยู่ก่อนแต่: วันในดัสแตนด์ในเชิงสื่อกำบรรพ์ของบรรพชนไทย*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์นาดาเอก.
- สุธาวัฒน์ ดงทอง (2559), "นัดยัม: สัมพันธภาพทางเพศสัมพันธ์แบบชั่วคราวของเกย์โดยใช้ทวิตเตอร์", *เอกสารสืบเนื่องจากการสัมมนาทางวิชาการสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาระดับปริญญาตรี คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*.
- สุภางค์ จันทวานิช (2554), *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*, กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อนุสรณ์ ศรีแก้ว (2534), *ปัญหาสังคมในภาพยนตร์ของ ม.จ.ชาติเฉลิม ยุคล, วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*.
- เอกชัย แสงโสภา (2562), *การสื่อสารต่อผู้ต่อรองความเป็นกะเทยผ่านรายการโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอบนยูทูปในยุคดิจิทัล, ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร*.

ภาษาอังกฤษ

- Altman, I. and Taylor, D. (1973), *Social Penetration: The development of Interpersonal Relationships*, New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Androutsopoulos, J. (2008). "Potentials and Limitations of Discourse-Centred Online Ethnography", *Language@internet*, 5(8).
- Ang, I. (1985), *Watching Dallas: Soap Opera and the Melodramatic Imagination*, New York: Methuen.

- Apichayakul, O. (2014), *Uncovering Camwomen: An Ethnographic Study of Young Thai Women Who Portray Themselves Sexually Explicitly in Online Webcam Chatrooms*, unpublished PhD thesis at Loughborough University,
- Barker, C. (2003), *Cultural Studies: Theory and Practice*, London: Sage.
- Baudinette, T. (2019a), "Gay Dating Applications and the Production/Reinforcement of Queer Space in Tokyo", *Continuum*, 33(1): 93-104.
- _____. (2019b), "Lovesick, The Series: Adapting Japanese 'Boys Love' to Thailand and the Creation of A New Genre of Queer Media", *South East Asia Research*, 27(2): 115-132.
- Ben-Ze'ev, A. (2016), "Virtual Relationships: Love and Sex in Cyberspace", in Petrik, A. (ed.), *Philosophy: Sex and Love (Vol.1)*, Farrington Hills: Macmillan Interdisciplinary.
- Berger, S. (1978), "Prior Self-Disclosure, Sex Differences, and Actual Confiding in an Interpersonal Encounter", *Small Group Behavior*, 9(4): 555-562.
- Bouhoutsos, J. et al. (1983), "Sexual Intimacy between Psychotherapists and Patients", *Professional Psychology: Research and Practice*, 14(2): 185-196.
- Bozon, M. et al. (2015), "The History of Sexual Norms: The Hold of Age and Gender", *Women, Gender, History*, 2: 7-23.
- Brehm, S. et al. (1992), *Intimate Relationships*, New York: McGraw-Hill.
- Castells, M. (2004), *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*, Cheltenham: Edward Elgar.
- Coyne, R. (1995), *Designing Information Technology in the Postmodern Age: From Method to Metaphor*, Massachusetts: MIT Press.
- De Lauretis, T. (1991), *Queer Theory: Lesbian and Gay Sexualities*, Bloomington: Indiana University Press.
- Delanty, G. (2003), *Community*, London: Routledge.
- Dong, J. and Blommaert, J. (2009), "Space, Scale and Accents: Constructing Migrant Identity in Beijing", *Multilingua*, 28(1): 1-23.
- Döring, N. (2009), "The Internet's Impact on Sexuality: A Critical Review of 15 Years of Research", *Computers in Human Behavior*, 25(5): 1089-1101.
- Freud, S. (1955), "Beyond the Pleasure Principle", in The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud, Volume XVIII (1920-1922): Beyond the Pleasure Principle, Group Psychology and Other Works: 1-64.
- Freud, S. et al. (1955), *The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud*, London: The Hogarth Press.

- Gaca, K. (2003), *The Making of Fornication: Eros, Ethics, and Political Reform in Greek Philosophy and Early Christianity*, California: University of California Press
- Goffman, E. (1961), *Asylums: Essays on the Condition of the Social Situation of Mental Patients and Other Inmates*, London: Penguin.
- Hall, S. (2006), *Cultural Studies and Its Theoretical Legacies*, London: Routledge.
- Harper, G. et al. (2016), "The Internet's Multiple Roles in Facilitating the Sexual Orientation Identity Development of Gay and Bisexual Male Adolescents", *American Journal of Men's Health*, 10(5): 359-376.
- Herring, S. (2004), "Slouching toward the Ordinary: Current Trends in Computer-Mediated Communication", *New Media & Society*, 6(1): 26-36.
- Hetland, P. and Mørch, A. (2016), "Ethnography for Investigating the Internet", paper presented at the Seminar.net.
- Hine, C. (2000), *Virtual Ethnography*, London: Sage.
- _____. (2015), *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*, London: Bloomsbury Publishing.
- Hymes, D. (2003), *Ethnography, Linguistics, Narrative Inequality: Toward an Understanding of Voice*, Milton Park: Taylor & Francis.
- Jackson, K. and Trochim, W. (2002), "Concept Mapping as an Alternative Approach for the Analysis of Open-Ended Survey Responses", *Organizational Research Methods*, 5(4): 307-336.
- Jackson, P. (1995), *Dear Uncle Go: Male Homosexuality in Thailand*, Chiang Mai: Bua Luang Books.
- Kelly, M. (2005), *The Seven Levels of Intimacy: The Art of Loving and the Joy of Being Loved*, New York: Simon and Schuster.
- Knack, S. and Keefer, P. (1997), "Does Social Capital Have an Economic Payoff?: A Cross-Country Unvestigation", *The Quarterly Journal of Economics*, 112(4): 1251-1288.
- Kozinets, R. (1998), "On Netnography: Initial Reflections on Consumer Research Investigations of Cyberculture", *NA-Advances in Consumer Research*, 25: 366-371.
- _____. (2010), *Netnography: Doing Ethnographic Research Online*, London: Sage.
- Landovitz, R. et al. (2013), "Epidemiology, Sexual Risk Behavior, and HIV Prevention Practices of Men Who Have Sex with Men Using GRindr in Los Angeles, California", *Journal of Urban Health*, 90(4): 729-739.
- Lin, K. and Van der Putten, M. (2012), "Identities in Motion: Cyberspace and Myanmar Men Having Sex with Men", *Research on Humanities and Social Sciences*, 2(4): 36-48.

- Morley, D. (1986), *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*, London: Comedia.
- _____. (1989), "Changing Paradigms in Audience Studies", in Seiter, E. et al. (eds.), *Remote Control: Television, Audiences, and Cultural Power*, London: Sage.
- Munroe, M. (2005), *Waiting and Dating: A Sensible Guide to a Fulfilling Love Relationship*, Shippensburg: Destiny Image Publishers.
- Ni, P. (2013), *Are You Too Nice? 7 Keys to Gain Appreciation & Respect (Relationship Success Series)*, n.p.
- Parsons, J. et al. (2007), "Initiation into Methamphetamine Use for Young Gay and Bisexual Men", *Drug and Alcohol Dependence*, 90(2-3): 135-144.
- Regan, P. (2016), "Sexual Instinct and Sexual Desire", *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Gender and Sexuality Studies*, 1-3.
- Riccio, J. (2013), *All The Web's a Stage: The Dramaturgy of Young Adult Social Media Use*, unpublished MA thesis at Syracuse University.
- Ross, M. et al. (2005), "Characteristics of Men Who Have Sex with Men on the Internet but Identify as Heterosexual, Compared with Heterosexually Identified Men Who Have Sex with Women", *Cyberpsychology & Behavior*, 8(2): 131-139.
- Roy, S. (2009), "Internet Uses and Gratifications: A Survey in the Indian Context", *Computers in Human Behavior*, 25(4): 878-886.
- Rubin, G. (2007), *Thinking Sex: Notes for a Radical Theory of the Politics of Sexuality*, London: Routledge.
- Stahlman, S. et al. (2015), "Characteristics of Men Who Have Sex with Men in Southern Africa Who Seek Sex Online: A Cross-Sectional Study". *Journal of Medical Internet Research*, 17(5): e129.
- Taylor, D. and Altman, I. (1987), *Communication in interpersonal relationships*, in Roloff, M. and Miller, G. (eds.), *Interpersonal Processes: New Directions in Communication Research*, Thousand Oaks: Sage.
- Thienkrua, W. et al. (2014), "Prevalence and Correlates of Willingness to Participate in a Rectal Microbicide Trial among Men Who Have Sex with Men in Bangkok", *AIDS Care*, 26(11): 1359-1369.

สื่อออนไลน์

ข่าวสด (2561), "รปภ.รับ มีกลุ่มคนมาซั่มในสวนลุมพินีจริง เผยสถานที่นิยมเอาท์ดอร์ เจียบบลอดคน" สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565 จาก https://www.khaosod.co.th/special-stories/news_1431035

- ณัฐวุฒิ ขาวคง (2562), “นัดยัม : กระบวนการนัดหมายเพื่อมีเพศสัมพันธ์ผ่านแอปพลิเคชันเกย์”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <http://channel.sac.or.th> > website > video > detail_news.
- เที่ยงวันทันเหตุการณ์ (2561), “กทม. ล้อมคอกห้ามมีเพศสัมพันธ์ในสวนสาธารณะ”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <http://news.ch3thailand.com/ข่าวในประเทศ/75516/กทม-ล้อมคอกห้ามมีเพศสัมพันธ์ในสวนสาธารณะ.html>
- เบญจรงค์ ธีระผลิกะ (2562ก), “ภาพลักษณ์เชิงวัตถุของก้นเพศชายกามารมณ์ออนไลน์ของกลุ่มชายรับชายในทวิตเตอร์”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565 จาก https://www.sac.or.th/databases/sac_research/article-detail.php?articleID=98.
- ภาณุ สหัสสานนท์ (2561), “Friends with benefits หรือเรียกสั้นๆ ว่า F.W.B. คือ ความสัมพันธ์รูปแบบหนึ่งที่เพื่อนทำหน้าที่ร่วมหลับนอนกับเพื่อน”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.facebook.com/PsychologyChula/posts/1906381469476257:0>
- สุภาวดี ลิขิตมาศกุล (2553), “โรคเป็นสาวก่อนวัย ตอนที่ 1 ภาควิชากุมารเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565 จาก <https://www.si.mahidol.ac.th/th/healthdetail.asp?aid=403>.
- อนุสรณ์ อุณโณ (2563), “ความสัมพันธ์ระหว่างหมอ ทหาร และเชื้อไวรัส ผ่านมุมมองของอำนาจในสังคมไทยและสถาบันเบ็ดเสร็จ”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2565 จาก shorturl.asia/LcOYp
- BBC News Thai (2562), “ทวิตเตอร์ คือ ผนังห้องน้ำในศตวรรษที่ 21 แต่มันเป็นฝาผนังที่เข้าถึงคนได้ล้านๆ คน”, retrieved 1 February 2022 from <https://www.bbc.com/thai/thailand-49919169>
- Bruett, T. (2019), “How to Build Intimacy in Gay Relationships”, retrieved 1 February 2022 from <https://is.gd/ACjKaM>
- Castells, M. (2011), “Communication, Power and the State in the Network Society”, retrieved 1 February 2022 from <https://www.sms.cam.ac.uk/media/1189139>.
- GENONLINE.CO. (2561), “รวม ‘APP’ นัดยัม ทางเลือกยอดนิยมของชาวสีรุ้งที่เติบโตอย่างเงียบๆ ในเมืองไทย”, retrieved 1 February 2022 from <http://genonline.co/2018/06/29/rainbows-app/>
- Hatfield, H. (2006), “Virtual Sex: Threat to Real Intimacy? The Online Sexual Revolution May Be Having an Impact on Real-World Relationships”, retrieved 1 February 2022 from <https://www.webmd.com/sex-relationships/features/virtual-sex-threat-to-real-intimacy>
- Laddapong, K. (2019), “พวกเราโดนไล่อะไรมาเล่นในนี้?: โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและอารมณ์ในแอปพลิเคชันกลุ่ม ‘เกย์หมี’-GROWLr”, retrieved 1 February 2022 from <https://thammasat.academia.edu/>

Options for Sexual Health (2020), "Intimacy and Relationships", retrieved 1 February 2022 from <https://www.optionsforsexualhealth.org/facts/sex/intimacy-and-relationships/>

pinterest.com (2014), "New Profile Template", retrieved 1 February 2022 from <https://www.pinterest.com/pin/27028641511049098/>

rainmaker (2561), "Twitter โซเชียลที่เวลาสำคัญที่สุด ทวิตตอนไหนดี ทำยังไงให้คนเห็นเยอะๆ", retrieved 1 February 2022 from <https://www.rainmaker.in.th/twitter-time-importance/>

Sensitive Media Policy (2022), "Sensitive Media Policy", retrieved 1 February 2022 from <https://help.twitter.com/en/rules-and-policies/media-policy>

thumbsup Media Co., L. (2019), "ในแต่ละ Social Media โพสต์เวลาไหนดีที่สุด (อัปเดตล่าสุดปี 2019)", retrieved 1 February 2022 from <https://www.thumbsup.in.th/2019-best-times-for-posting-on-social-media>

Twitter Privacy Policy (2020), "Twitter Privacy Policy", retrieved 1 February 2022 from <https://twitter.com/en/privacy>