บทที่ 4

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูล

การศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การศึกษากระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกายที่สะท้อนอัตลักษณ์เกย์” ได้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลรวบรวมจากแบบสอบถามเพื่อศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มเกย์ จำนวน **10** คน โดยเลือกผู้สัมภาษณ์จากเกย์ที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ที่ยอมเปิดเผยความเป็นเกย์ต่อสังคม ในบทนี้ ผู้วิจัยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษารูปแบบการแต่งกายและการสรรค์สร้างประกอบสร้างเสื้อผ้าของกลุ่มเกย์นั้น มีการสะท้อนอัตลักษณ์ผ่านเสื้อผ้าอย่างไร รวมทั้งเพื่อศึกษาความคิดเห็น, ทัศนคติและความต้องการของเกย์ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าในรูปแบบไหน เพื่อให้เกิดความเข้าใจและมองการแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มเกย์ได้อย่างชัดเจนโดยผ่านการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

1. คุณฮันนี่(Hunny)

คุณฮันนี่(Hunny) ปัจจุบันทำงานในตำแหน่งกราฟฟิคดีไซต์ของบริษัทแห่งหนึ่งในอุตสาหกรรมจังหวัดลำพูนมีรูปร่างที่ค่อนข้างเจ้าเนื้อและเป็นคนที่ชอบแต่งตัว แต่เมื่อใดที่คุณฮันนี่(Hunny) ต้องการอัพเดทแนวเสื้อผ้าใหม่ๆคุณฮันนี่ (Hunny) จะหาข้อมูลเสื้อผ้าผ่านทางอินเทอร์เน็ทจากหน้าเว็บไซต์ต่างๆ และเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลกาดสวนแก้วเพื่อนำมาตกแต่งเพิ่มเติม

<u>รูปภาพที่ 4.1</u> คุณฮันนี่(Hunny)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

คุณฮันนี่ (Hunny) ได้กล่าวว่า การแต่งตัวของเค้านั้นส่วนใหญ่จะเลือกใส่เสื้อเชิ๊ตแขนสั้น เพราะดูสุภาพเรียบร้อยสามารถสวมใส่ไปทำงานหรือไปติดต่อธุระทางราชการและไม่ทำให้เกิดความร้อนมากจนเกินไป แต่เสื้อเชิ้ตที่ซื้อมาส่วนใหญ่จะเป็นเสื้อเชิ้ตสีพื้นเรียบๆ เช่นสีฟ้า สีขาว สีครีม สีดำไม่มีเทคนิคการตัดเย็บใดๆทั้งสิ้น ต้องนำเสื้อผ้ามาตกแต่งเพิ่ม ถ้าหากเป็นเสื้อเชิ้ตที่มีลวดลายก็จะเป็นลวดลายที่เหมาะจะสวมใส่ตามชายหาด ไม่เหมาะอย่างยิ่งที่จะสวมใส่เพื่อไปเที่ยวสถานบันเทิงยามราตรี [1]

รูปภาพที่ 4.2 เสื้อเชิ้ตแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยเข็มกลัดเพชรของคุณฮันนี่(Hunny)

จากรูปภาพเสื้อเชิ้ตแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยเข็มกลัดเพชรนั้นหมายถึงการเลือกใช้วัสดุที่มาตกแต่งบนตัวเสื้อผ้านั้นต้องมีความแวววาวและตกแต่งเพียงเล็กน้อย เนื่องด้วยลวดลายบนตัวเสื้อผ้าซึ่งเป็นลวดลายรูปใบไม้ลักษณะเส้นโค้งมน, พลิ้วไหวและการใช้สีที่สมดุลตามหลักองค์ประกอบศิลป์ได้สร้างความโดดเด่นได้ดี

จากการสัมภาษณ์คุณฮันนี่ (Hunny) ได้กล่างถึงแรงบันดาลใจในการเลือกตกแต่งด้วยลวดลายของใบไม้ดอกไม้เพราะว่าได้แรงบันดาลใจมาจากการอ่านนิตยสารแอล (Elle) ที่นำเสนอชุดกระโปรงสีเขียวลาดดอกไม้สีชมพูของเสื้อผ้ายี่ห้อดีแอนด์จี (D&G) ที่ให้ความรู้สึกถึงความสดใสและอ่อนหวานจึงอยากนำมาตกแต่งบนตัวเสื้อ“เมื่อเสื้อผ้าตกแต่งสวยงามถูกใจใส่กี่ครั้งก็มั่นใจสุดฤทธิ์”[2]

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

---

[1] คุณฮันนี่ (Hunny), สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2550.

[2] คุณฮันนี่ (Hunny), สัมภาษณ์, 11 สิงหาคม 2550.

รูปภาพที่ 4.3 กระโปรงเพ้นท์ลายดอกไม้ของดีแอนด์จี (D&G) รูปจากนิตยสารแอล (Elle)

รูปภาพที่ 4.4 เสื้อเชิ้ตแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยลูกปัดเพชรของคุณฮันนี่ (Hunny)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปภาพที่ 4.5 ลวดลายการตกแต่งที่โค้งมลและปักด้วยลูกปัดเพชรของคุณฮันนี่(Hunny)

รูปภาพที่ 4.6 ลวดลายที่โค้งมลและใช้เทคนิคการปักของเสื้อคุณฮันนี่ (Hunny)

คุณฮันนี่(Hunny) ได้ทำการตกแต่งเสื้อผ้าด้วยเทคนิคการปัก เห็นได้จากตัวอย่างจากรูปภาพที่4.2 และยังวาดลวดลายที่มีความโค้งมน, พลิ้วไหว ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับลวดลายของเสื้อเชิ้ตแขนสั้นจากรูปภาพที่4.5 สะท้อนได้ว่า ลูกปัดเพชรและลวดลายที่โค้งมน ได้สะท้อนอัตลักษณ์ของคุณฮันนี่ (Hunny) ผ่านเสื้อผ้าที่ได้มีการตกแต่ง ทั้ง 2 ตัวที่กล่าวมาข้างต้น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการสัมภาษณ์สิ่งที่คุณฮันนี่(Hunny) ได้นำมาตกแต่งเพิ่มเติมนั้น ได้นำตัวอย่างมาจากการดูนิตยสารอิมเมจ (Image) เป็นส่วนใหญ่โดยการนำลวดลายจากนิตยสารมาวาดตกแต่งเสื้อผ้าให้กับตนเอง หรือนำตัวอย่างจากการใช้วัสดุที่นำมาตกแต่งในเสื้อผ้าแฟชั่นในนิตยสารมาเลือกใช้ตกแต่งเสื้อผ้าของตนเอง และลวดลายที่คุณฮันนี่ (Hunny) ใช้ตกแต่งเป็นประจำคือลายโค้งมลโดยนำมาวาดเองลงบนเสื้อผ้า คุณฮันนี่ (Hunny) ได้กล่าวว่า “ปรกติก็ดูตามนิตยสารทั่วไปนี้แหล่ะแต่ก็เลือกๆลวดลายเอามาใช้แต่Conceptของชุดนั้นๆมาตกแต่งเสื้ออีกที” [3] ดังตัวอย่างรูปภาพดังต่อไปนี้เป็นรูปภาพลวดลายที่ได้นำมาวาดลงบนตัวเสื้อของคุณฮันนี่ (Hunny) เอง

รูปภาพที่ 4.7 เสื้อเชิ้ตแขนยาวลายโค้งมล รูปจากนิตยสารอิมเมจ (Image)

2. คุณไคลี่ (KyLie)

คุณไคลี่ (KyLie) ปัจจุบันทำงานเป็นนักออกแบบผลิตภัณฑ์อิสระ (Freelance) อีกทั้งยังชอบเที่ยวสถานบันเทิงยามราตรีในวันพุธ, วันศุกร์และวันเสาร์ ซึ่งสถานที่ที่คุณไคลี่ (KyLie) ชอบไปเที่ยวมากที่สุดคือร้านมังกี้ คลับ และร้านมัลดาเลย์ ในที่นี้เสื้อผ้าของคุณคุณไคลี่ (KyLie) จึงมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาแต่สิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ในการเลือกซื้อเสื้อผ้าคือ ความแวววาวของลูกปัดเพชรเพราะมีการสะท้อนของแสงไฟภายในร้าน มันสามารถสร้างความโดดเด่นขึ้นมาได้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

3 คุณฮันนี่ (Hunny), สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2550.

รูปภาพที่ 4.8 คุณไคลี่ (KyLie)

รูปภาพที่ 4.9 เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นใช้วัสดุที่มีความแวววาวตกแต่งของคุณไคลี่ (KyLie)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>รูปภาพที่ 4.10</u> เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นใช้วัสดุที่มีความแวววาวตกแต่งของคุณไคลี่ (KyLie)

"คุณไคลี่ (KyLie) ได้กล่าวว่า เสื้อผ้าที่มีการตกแต่งด้วยวัสดุมีความแวววาวจะเป็นที่ชื่นชอบมากที่สุด แต่เสื้อผ้าที่เลือกมาให้ 2 ตัวนี้ ไม่ได้นำมาตกแต่งเพิ่มเติมเองครับ เพราะว่าผมไม่มีความ สามารถทางด้านแฟชั่น แต่จะเลือกซื้อตามร้านเสื้อผ้าทั่วไป ก็หานานหน่อยครับกว่าจะเจอเสื้อผ้าที่ถูกใจ"[4]

จากการสัมภาษณ์สิ่งที่ได้เป็นแรงบันดาลใจในการเลือกซื้อและตกแต่งเสื้อผ้าของคุณไคลี่ (KyLie) ในช่วงนั้นได้มาจากการดูแฟชั่นเสื้อผ้าจากอินเทอร์เน็ท เว็บไซต์ของเสื้อผ้ายี่ห้อดังจากเมืองนอก สิ่งที่คุณไคลี่ (KyLie) ได้บอกถึงสิ่งที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของตนเองคือ ความแวววาว เพราะเมื่อสวมใส่จะช่วยให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นใจในตนเอง รู้สึกถึงความโดดเด่นจากกลุ่มเกย์ท่านอื่นในบริเวณนั้นๆในสถานบันเทิง[5]

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

[4] คุณไคลี่ (Kylie), สัมภาษณ์, 13 สิงหาคม 2550.

[5] คุณไคลี่ (Kylie), สัมภาษณ์, 14 สิงหาคม 2550.

รูปภาพที่ 4.11 เสื้อแจ๊คเก็ตที่มีความแวววาว รูปภาพจากนิตยสารอิมเมจ (Image)

จากบทสัมภาษณ์นี้สามารถระบุได้ว่าเสื้อผ้าที่มีวัสดุตกแต่งมีความแวววาว สามารถสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของคุณไคลี่ (KyLie) ได้อย่างเด่นชัด แม้จะไม่สามารถออกแบบตกแต่งเสื้อผ้าด้วยตนเองได้แต่ก็ใช้ความพึงพอใจในลวดลายและรูปแบบเสื้อผ้าเป็นปัจจัยการเลือกซื้อ

3. คุณอุ๋ย (Oui)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปภาพที่ 4.12 คุณอุ๋ย (Oui)

บุคคลที่จะกล่าวถึงคือ คุณอุ๋ย (Oui)เป็นผู้หนึ่งที่ชอบแต่งตัวและตกแต่งเสื้อผ้าด้วยตนเอง เพราะปัจจุบันนี้คุณอุ๋ย (Oui) ทำงานเป็นนักออกแบบเสื้อผ้าและของตกแต่งบ้านแห่งหนึ่งย่านถนน

นิมาน เหมินทร์ จ.เชียงใหม่ ด้วยความที่คุณอุ๋ย (Oui) คลุกคลี อยู่ในวงการแฟชั่นเป็นระยะเวลาร่วม 10 ปี จึงมีความคิดเห็นต่อการแต่งกายของตนเองและของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ว่า “พี่หน่ะมีเสื้อผ้าเยอะมาก รวมๆร้อยกว่าชุด 1เดือนจะส่งเสื้อผ้าซัก 1ครั้ง เพราะมีเสื้อผ้าใส่ครบ 30วันโดยไม่ซ้ำกันและส่วนใหญ่พี่จะไปซื้อเสื้อผ้าร้านมือสองเพราะราคาถูกดีแล้วนำมาตกแต่งเองประหยัดมากคะคุณน้อง แล้วก็ไม่ซ้ำใครด้วย ส่วนเทคนิคที่ใช้ก็จะใช้ปัก มันง่าย ลงมือปักได้เลย ไม่ต้องรอช่าง ถ้าปักแล้วหรือตกเทรน์ ไม่สวยเริ่ดพอคู่ควรก็เอาออกทำใหม่ได้” [6]

<u>รูปภาพที่ 4.13</u> เสื้อยืดคอกลมแขนยาวใช้วัสดุที่มีความแวววาวตกแต่งของคุณอุ๋ย (Oui)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

[6] คุณอุ๋ย (Oui), สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2550.

รูปภาพที่ 4.14 เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นใช้เทคนิกการปักตกแต่งของคุณอุ๋ย (Oui)

รูปภาพที่ 4.15 เสื้อยืดคอกลมแขนยาวใช้เทคนิกการปักตกแต่งของคุณอุ๋ย (Oui)

การปักลวดลายต่างๆและใช้วัสดุหลากชนิด ทำให้เกิดผิวสัมผัส, เกิดมิติและลูกเล่นบนพื้นผิวเสื้อผ้า จึงเป็นสิ่งแรกที่คิดถึงของคุณอุ๋ย (Oui) ส่วนความหมายที่สะท้อนของอัตลักษณ์ผ่านเสื้อผ้าของคุณอุ๋ย (Oui) นั้น คือความกลมกลืนอย่างโดดเด่น ดังตัวอย่างรูปภาพที่4.14 ได้มีการเลือกใช้วัสดุที่มีสีโทนเดียวกับเสื้อให้กลมกลืนกับเสื้อผ้าแต่มีความโดดเด่นของผิวสัมผัส

จากการสัมภาษณ์พูดคุยคุณอุ๋ย (Oui) นิยมติดตามแฟชั่นเสื้อผ้าจากเว็บไซต์ของยี่ห้อเสื้อผ้าต่างแต่ยี่ห้อที่คุณอุ๋ย (Oui) ชื่นชอบมากที่สุดคือยี่ห้อดีแอนด์จี (D&G) ซึ่งยี่ห้อนี้ได้นำความแวววาวของสีทองและเทคนิคการปักเพื่อให้เกิดผิวสัมผัส สิ่งเหล่านี้คือแรงบันดาลใจในการหยิบนำมาตกแต่งเสื้อผ้าของคุณอุ๋ย (Oui) ซึ่งให้ความรู้สึกถึงความโดดเด่นและกลมกลืน คุณอุ๋ย (Oui)ให้สัมภาษณ์ว่า “ดูเสื้อตัวนี้สิ (รูปภาพที่ 4.13) พี่ใช้ดิ้นทองปักให้มันดูแรดขึ้นมา มันดูเข้ากันกับรองเท้าสีทองของ ดีแอนด์จี (D&G) มากๆ และก็เสื้อตัวนี้ (รูปภาพที่ 4.14) พี่ปักเพิ่มเพราะว่าเสื้อยืดสีขาวมันธรรมดาๆไป อยากให้มันมีtexture นิดหน่อย เสื้อผ้าของพี่ส่วนใหญ่จะตกแต่งไม่ให้มันเด่นมากแต่ขอแอบมีอะไรแต่งต่างจากทั่วๆไปนิดหนึ่ง มันทำให้รู้สึกว่าฉันสวยเริ่ดกว่าใคร”[7] สิ่ง

[7] คุณอุ๋ย (Oui), สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2550.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกนึกคิดของคุณอุ๋ย (Oui) ว่าอยู่ในกระบวนการของการแสวงหาความโดดเด่นเป็นแรงขับเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของตนเองออกมา

รูปภาพที่ 4.16 รองเท้าของดีแอนด์จี (D&G) ที่ใช้สีทองตกแต่ง รูปจาก www.dolcegabbana.it

รูปภาพที่ 4.17 กางเกงสีเหลืองทองของดีแอนด์จี (D&G) ได้ใช้เทคนิคการปักตกแต่ง รูปจาก www.dolcegabbana.it

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

3. คุณแพทตี้ (Patty)

คุณแพทตี้ (Patty) ปัจจุบันรับจ้างอิสระ(Freelance) รับออกแบบเสื้อผ้าและของตกแต่งบ้านให้กับร้านค้าบริเวณถนนนิมานเหมินทร์ และผ่านเวทีประกวดการแข่งขันการออกแบบเสื้อผ้ามาอย่างโชกโชน เสื้อผ้าของคุณคุณแพทตี้ (Patty) ส่วนใหญ่มีการตกแต่งเพิ่มเติมเสื้อผ้าขึ้นมาใหม่เกือบทุกชิ้นด้วยเหตุผลบางอย่างของคุณแพทตี้ (Patty) ได้ กล่าวจากการสัมภาษณ์ว่ากล่าวว่า “รูปแบบเสื้อผ้าของฉันนั้นมีหลายรูปแบบแต่ส่วนมากจะเป็นเสื้อยืด การตกแต่งก็ขึ้นอยู่ว่าเป็นผ้าแบบไหน เสื้อแบบใด เพราะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมเป็นหลัก เช่นสีกับความสมดุล พื้นเสื้อเป็นสีแดงแล้วพิมพ์ลวดลายใช้สีเขียว มันก็อีกาคาบพริกชัดๆนะจ๊ะ ”[8]

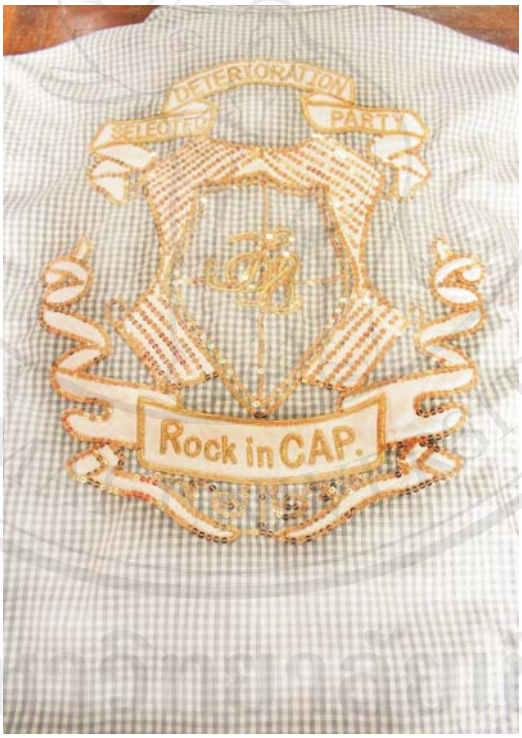
รูปภาพที่ 4.18 คุณแพทตี้ (Patty)

การใช้เทคนิคต่างๆในการตกแต่งเสื้อผ้าสามารถสร้างสรรค์เพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของคุณแพทตี้ (Patty) ได้หลากหลายรูปแบบและเทคนิคที่คุณแพทตี้ (Patty) ใช้คือ เทคนิกการปักด้วยด้ายสีทองการปักเพื่อให้เกิดมิติและการเย็บตีเกร็ด อย่างไรก็ดี แม้จะใช้หลากหลายเทคนิคการตกแต่ง แต่สิ่งหนึ่งที่เหมือนกันคือสามารถสร้างผิวสัมผัสที่มีมิติเกิดขึ้น ดังตัวอย่างรูปภาพที่ 4.19 – 4.21

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

[8] คุณแพทตี้ (Patty), สัมภาษณ์, 8 สิงหาคม 2550.

รูปภาพที่ 4.19 เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นสีชมพูลายดอกกุหลาบของคุณแพทตี้ (Patty)



รูปภาพที่ 4.20 เสื้อเชิ้ตแขนยาวปักด้วยวัสดุแววววาวของคุณแพทตี้ (Patty)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปภาพที่ 4.21 เสื้อเชิ้ตแขนยาวตีเกร็ดเหนืออกเสื้อของคุณแพทตี้ (Patty)

รูปภาพที่ 4.22 กางเกงพิมพ์ลายดอกทิวลิปของพราด้า (prada) รูปจาก www.prada.com

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากรูปภาพที่ 4.22 กางเกงพิมพ์ลายดอกทิวลิปของพราด้า (prada) เป็นลายที่คุณแพทตี้ (Patty) นำมาใช้ตกแต่งเสื้อผ้าจะเห็นตัวอย่างได้จากรูปภาพที่ 4.19 เป็นรูปเสื้อยืดคอกลมสีชมพูซึ่งถูกแต่งลวดลายดอกไม้ ซึ่งคุณแพทตี้ (Patty) ได้หยิบแนวคิดของลวดลายมาใช้เป็นแนวคิดในการตกแต่งเสื้อผ้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของตนเองออกมา

4. คุณเปเป้ (Pepea)

แหล่งข้อมูลคนที่ห้าคือ คุณเปเป้ (Pepea) สำหรับคุณเปเป้ (Pepea) แล้วการแต่งกายคล้ายผู้หญิงถือว่าเป็นเรื่องปรกติเพราะปัจจุบันการทำงานของคุณเปเป้ (Pepea) คือการแสดงโชว์คาบาเร่ย์ แต่เสื้อผ้าที่เลือกส่วมใส่ตามสถานบันเทิงคุณเปเป้ (Pepea) กลับเลือกเสื้อที่มีลวดโค้งมน, พริ้วไหว แสดงถึงความอ่อนช้อยของผู้หญิง

รูปภาพที่ 4.23 คุณเปเป้ (Pepea)

"เสื้อผ้าอ่ะ ไปซื้อนู้นกรุงเทพแถวสยาม แต่ที่เชียงใหม่ก็ซื้อนะแถวๆหน้ามอ ส่วนมากก็ชอบซื้อเสื้อยืดทั่วไปๆเพราะยับยากใส่ได้ทั้งวัน ไม่ต้องห่วงไรเลย อีกอย่างใส่แล้วสบายดี สีโปรดที่ซื้อเสื้อบ่อยๆก็ไม่มีย่ะ แต่จะเน้นที่ลวดลายมากกว่า ชอบเส้นประมาณนี้อะ (ตัวอย่างจากรูปภาพที่ 4.24)"[9]

ลวดลายที่คุณเปเป้ (Pepea) อ้างถึงคือลวดลายที่มีความพลิ้วไหว, กราฟฟิกเส้นโค้งมน, รูปแบบลายเส้นอิสระแรงบันดาลใจและแนวคิดในการการตกแต่งของคุณเปเป้ (Pepea) ได้มาจากภาพกราฟิคพิมพ์ลายบนกระเป๋าพราด้า (Prada) ซึ่งมีเป็นลายโค้งมล, พลิ้วไหว, ดอกไม้และหญิงสาวซึ่ง สิ่งเหล่านี้ถูกสะท้อนนออกมาเป็นอัตลักษณ์ของคุณเปเป้ (Pepea) ผ่านเสื้อยืดสีเขียวเห็นตัวอย่างได้จากรูปภาพ
ที่4.24 คุณเปเป้ (Pepea) กล่าวว่า "เสื้อตัวนี่ใส่แล้วรู้สึกมั่นใจและก็รู้สึกว่ามันหวานเหมือนผู้หญิงแต่ก็แอบแมนนิดหนึ่ง"

[9] คุณเปเป้ (Pepea), สัมภาษณ์, 17 สิงหาคม 2550.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปภาพที่ 4.24 เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นสีเขียวลายโค้งมนของคุณเปเป้ (Pepea)

รูปภาพที่ 4.25 ลายพิมพ์บนกระเป๋าของของพราด้า (prada) รูปจาก www.prada.com

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

6. คุณท๊อฟฟี่ (Tofy)

รูปภาพที่ 4.26 คุณท๊อฟฟี่ (Tofy)

จากการสัมภาษณ์และคลุกคลีอยู่กับคุณท๊อฟฟี่ (Tofy) ช่วงเวลาหนึ่งทำให้ทราบว่าคุณท๊อฟฟี่ (Tofy) ทำงานอยู่ทั้งในจังหวัดเชียงใหม่และกรุงเทพฯเป็นฝ่ายเสื้อผ้าให้กับนิตยสารเล่มหนึ่งและมีร้านขายเสื้อผ้ายี่ห้อของตนเองอีกหนึ่งแห่ง ด้วยมีความเป็นศิลปินอยู่ในตัวตนอยู่แล้ว เสื้อผ้าที่เลือกมาได้สะท้อนอัตลักษณ์ได้อย่างดี

รูปภาพที่ 4.27 เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นเย็บตีเกร็ดด้านหลังเสื้อของคุณท๊อฟฟี่ (Tofy)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

<u>รูปภาพที่ 4.28</u> เสื้อยืดคอกลมแขนสั้นพิมพ์สีทองของคุณท๊อฟฟี่ (Tofy)

<u>รูปภาพที่ 4.29</u> เสื้อผ้าที่ใช้เทคนิคการป้ายสีของดีแอนด์จี (D&G) รูปภาพจากนิตยสารแอล (Elle)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากรูปภาพที่ 4.29 เป็นรูปเสื้อผ้าของดีแอนด์จี (D&G) ที่ใช้เทคนิคการป้ายสีลงบนผืนผ้า ได้กลายเป็นแรงบันดาลใจในการตกแต่งเสื้อผ้าของคุณท๊อฟฟี่ (Tofy) โดยหยิบใช้เทคนิกการป้ายสีนำมาตกแต่งดังตัวอย่างจากที่สะท้อนอัตลักษณ์ของคุณท๊อฟฟี่ (Tofy) คือเสื้อคอกลมแขนสั้นพิมพ์ทอง (รูปภาพที่ 4.28) และกางเกงสีเขียวขาสั้นป้ายด้วยสีขาว (รูปภาพที่ 4.30-4.31)

รูปภาพที่ 4.30 กางเกงขาสั้นป้ายสีของคุณท๊อฟฟี่ (Tofy)

รูปภาพที่ 4.31 ขากางเกงใช้เส้นด้ายแปะให้เกิดลวดลายโค้งมนของคุณท๊อฟฟี่ (Tofy)

รูปภาพที่ 4.32 กางเกงปักด้วยเส้นด้ายสีทองคุณท๊อฟฟี่ (Tofy)

จากรูปภาพที่ 4.27 – 4.32 เสื้อผ้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของคุณท๊อฟฟี่ (Tofy) สังเกตพบว่าสีทองหรือสิ่งที่มีความแวววาวถูกเลือกเป็นวัสดุตกแต่ง คุณท๊อฟฟี่ (Tofy) อธิบายถึงเทคนิกการตกแต่งเสื้อผ้าของเข้าว่า “พี่หน่ะชอบใส่กางเกงขาสั้นเพราะมันสบาย กางเกงพวกนี้ก็ออกแบบใส่เองบ้าง อย่างตัวนี้(รูปภาพที่4.32) ก็ทำมาขายด้วย พี่สั่งให้เค้าทอใส่ดิ้นทองตลอดทั้งผื่นผ้า ตัด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ออกมามีแค่ไม่กี่ตัวเองจ้า รับรองไม่มีใส่เดินมาชนกัน” [10] ในที่นี้กระบวนการสร้างความโดดเด่นได้ปรากฏอยู่ในบทสัมภาษณ์ของคุณคุณท๊อฟฟี่ (Tofy) อย่างชัดเจน จากการสัมภาษณ์แหล่งที่มาของแนวคิดการออกแบบผืนผ้าโดยการทอลวดลายลงบนผ้าของคุณท๊อฟฟี่ (Tofy) ได้มาจาก ชุดกระโปรงสีทองของดีแอนด์จี (D&G) ซึ่งได้ทอลวดลายลงบนผืนผ้าเกิดผิวสัมผัสมีมิติเพิ่มมากขึ้น

รูปภาพที่ 4.33 ชุดกระโปรงสีทองของดีแอนด์จี (D&G) ที่ใช้เทคนิคการทอลวดลายบนผ้า
รูปจาก www.dolcegabbana.it

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

[10] คุณท๊อฟฟี่ (Tofy), สัมภาษณ์, 15 สิงหาคม 2550.

7. คุณนิมซี่ (Nimsy)

รูปภาพที่ 4.34 คุณนิมซี่ (Nimsy)

บุคคลที่จะกล่าวต่อไปคือ คุณนิมซี่ (Nimsy) ปัจจุบันนี้คุณนิมซี่ (Nimsy) เป็นเจ้าของร้านดอกไม้แห่งหนึ่งในจังหวัดลำปางและคุณนิมซี่ (Nimsy) ได้จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีสาขาด้านการออกแบบจึงทำงานเป็นนักออกแบบเสื้อผ้าอิสระ (Freelance) ควบคู่ไปด้วย คุณนิมซี่ (Nimsy)ได้นิยามตัวเองว่าเป็นคนชอบแต่งตัวแนวหวาน โดยใช้สีชมพูหรือสีพาสเทล (Pastel)[11] เป็นหลักในการเลือกซื้อเสื้อผ้าหรือแม้กระทั้งการตกแต่งเพิ่มเติม จากการสัมภาษณ์ คุณนิมซี่ (Nimsy) พบว่าได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการแต่งกายมากซึ่งเน้นภาพลักษณ์ของตนเองเพื่อให้มีบุคลิกที่ดีในสายตาของ
ผู้พบเห็น โดยคุณนิมซี่ (Nimsy)ได้เล่าบอกถึงลายละเอียดการแต่งตัวของเขาว่า

“พี่ไม่ค่อยแต่งตัวอะไรมากพี่เป็นคนซอฟๆ (Soft)[12] ขอแค่มีเข็มกลัดเพชรมาติดเพื่อความเก๋เล็กน้อยก็โอเคแล้ว ไม่อยากแต่งตัวเวอร์เดียวจะกลายเป็นกระเทยไปซะ ไม่ควรคะ เพราะเดี๋ยวเค้าจะหาว่าเป็นตู้เพชรเคลื่อนที่ ขอกิ๊บเก๋เล็กๆก็พอ สมัยก่อนตอนเรียนจบป.ตรีใหม่ พี่ก็แต่งสาว[13]เลยคะ เพราะช่วงนักศึกษาต้องแต่งแบบนักศึกษาชายทั่วไป พอเรียนจบปุ๊บแต่งสาวบั๊ป ต่อจากนั้นซักพักแต่งสาว

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

[11] สีพาสเทล (Pastel) คือโทนสีที่มีสีขาวผสมอยู่ด้วย โดยให้ความรู้สึกอ่อนหวาน,ละมุมลไมในการมองเห็น

[12] “คนซอฟ” คือ คนที่มีกิริยาไม่กระโตกกระตาก, นิ่ง, เรียบร้อย,ส่วนใหญ่ใช่กับกระเทยที่ไม่แสดงกิริยามั่นใจตนเองจนเกินไป (คำอธิบายโดยผู้วิจัย)

[13] “แต่งสาว” ในความหมายของบทสัมภาษณ์นี้คือ พฤติกรรมการแต่งกายที่เลียนแบบคล้ายผู้หญิง แต่งหน้าทาปาก สวมใส่กระโปรง ไว้ผมยาว ทาสีเล็บมือ แสดงอาการกระตุ้งกระติ้งอย่างโจ่งแจ้ง (คำอธิบายโดยผู้วิจัย)

แต่งกระเทยไม่อินเทรน์[14]แล้วคะคุณน้อง พี่ก็เลยเปลี่ยนสไตล์การแต่งตัวใหม่กลับมาแต่งตัวแบบผู้ชายแรดๆค่ะ” [15]

<u>รูปภาพที่ 4.35</u> เสื้อยืดแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยเข็มกลัดเพชร คุณนิมซี่ (Nimsy)

<u>รูปภาพที่ 4.36</u> เสื้อยืดแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยลูกปัดเพชร คุณนิมซี่ (Nimsy)

<u>รูปภาพที่ 4.37</u> เสื้อยืดแขนสั้นที่มีการตกแต่งด้วยเข็มกลัดเพชร คุณนิมซี่ (Nimsy)

[14] “ไม่อินเทรน์” หมายถึงแฟชั่นไม่ได้รับความนิยมในกระแสสังคม (คำอธิบายโดยผู้วิจัย)

[15] คุณนิมซี่ (Nimsy), สัมภาษณ์, 20 สิงหาคม 2550.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากรูปภาพที่ 4.35-4.37 สังเกตพบว่าเสื้อผ้าของคุณนิมซี่ (Nimsy)จะใช้การตกแต่งเพิ่มเติมโดยใช้ลูกปัดเพชรและเข็มกลัดเพชรซึ่งคุณนิมซี่ (Nimsy) ได้แนวคิการออกแบบและแรงบันดาลใจมาจาก เสื้อผ้ายี่ห้อพราด้า (Prada) ชุดสีทองตกแต่งด้วยลูกปัดสีทองที่ให้ความรู้สึกเรียบง่ายแต่โดดเด่น

รูปภาพที่ 4.38 ชุดสีทองปักตกแต่งด้วยลูกปัดสีทองของพราด้า (Prada) รูปจาก www.prada.com

8. คุณบ๊อบบี้(Boby)

รูปภาพที่ 4.39 คุณบ๊อบบี้ (Boby)

ปัจจุบัน คุณบ๊อบบี้(Boby) ทำงานเป็นหัวหน้าช่างแผนกตัดเย็บของร้านค้าเสื้อผ้าฝ้ายแห่งหนึ่งย่านอำเภอสันกำแพงมีหน้าที่ดูแลในส่วนการตกแต่งรายละเอียด (Detail) ของเสื้อผ้า สำหรับเสื้อที่คุณบ๊อบบี้ (Boby) ได้เลือกมานั้นเป็นเสื้อยืดแขนสั้นคอกลม พิมพ์ลวดลายรูปใบไม้ ลักษณะเส้นมีความพลิ้วไหว, โค้งมลลวดลายสีฟ้า, สีเทาและสีดำ จัดอยู่ในกลุ่มสีโทนเย็น คุณบ๊อบบี้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(Boby)ได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “ เสื้อผ้าฉันจะเป็นเสื้อยืดกับเสื้อเชิ้ตซะส่วนใหญ่ แต่ขอมีลวดลายเก๋ๆ ด้วยน่ะ มันทำให้รู้สึกสวยเฉี่ยวเกี่ยวหนุ่ม เมื่อก่อนก็แต่งตัวแบบผู้ชายนี้แหล่ะ ไม่เคยแต่งหญิงเลย เพราะหน้าตาไม่ให้ เสื้อตัวนี้ฉันใส่แล้วรู้สึกมั่นใจ มันพอดีตัว ลวดลายไม่เยอะมาก ไม่เรียบเชย ไม่เวอร์เกินไป” [16] เราจะเห็นได้จากตัวอย่าง รูปภาพที่ 4.41 ซึ่ง คุณบ๊อบบี้(Boby) ได้แรงบันดาลใจในการออกแบบตกแต่งเสื้อยืดสีขาวที่สะท้อนอัตลักษณ์มาจากเสื้อพิมพ์ลายใบไม้ของกุชชี่ (Gucci)

รูปภาพที่ 4.40 เสื้อพิมพ์ลายใบไม้ของกุชชี่ (Gucci) รูปภาพจาก www.guici.com

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

[16] คุณบ๊อบบี้ (Boby), สัมภาษณ์, 24 สิงหาคม 2550.

รูปภาพที่ 4.41 เสื้อยืดแขนสั้นพิมพ์ลวดลายใบไม้ลักษณะเส้นโค้งมน คุณบ๊อบบี้ (Boby)

9. คุณนัทตี้ (Nutty)

รูปภาพที่ 4.42 คุณนัทตี้ (Nutty)

บุคคลที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้คือ คุณนัทตี้ (Nutty) ปัจจุบันทำงานบริษัทรับจัดงานกิจกรรม (Organize)แห่งหนึ่ง ต้องออกไปพบปะลูกค้าอยู่สม่ำเสมอ จึงให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพของตนเองอย่างมาก คุณนัทตี้ (Nutty)ได้บอกถึงรูปแบบการแต่งตัวและการเลือกซื้อว่า “ฉันจะให้

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ความสำคัญของเสื้อแจ๊กเก็ตเพราะว่าเวลาไปพบลูกค้าก็หยิบเสื้อแจ๊กเก็ตมาใส่ได้เลยไม่ต้องห่วงว่าวันนั้นจะใส่เสื้ออะไรมาข้างใน แล้วเสื้อต้องมีลวดลายเก๋ๆดูเหมือนได้ผ่านการออกแบบมาแล้วอย่างดี มันสร้างความมั่นใจว่า ฉันก็มีรสนิยมการเลือกใช้ของเหมือกันนะย่ะ อะไรประมาณนี้ แต่ว่าเสื้อผ้าต้องไม่ดูสาวแตกมากน่ะ อย่างงั้นไม่ไหวไม่อยากเป็นกะเทย” [17]

<u>รูปภาพที่ 4.43</u> เสื้อแจ็คเก็ตลายทางและเสื้อแจ๊คเก็ตที่ใช้เทคนิคการตัดต่อของกุชชี่ (Gucci) รูปภาพจาก www.gucci.com

จากการสัมภาษณ์คุณนัทตี้ (Nutty) ต้องการเสื้อผ้าที่ยังคงมีลักษณะคล้ายรูปแบบทางเพศชายแต่ไม่เหมือน ซึ่งได้แรงบันดาลใจในการเลือกซื้อเสื้อแจ็คเก็ตมาจาก ยี่ห้อกุชชี่ (Gucci) เป็นเสื้อแจ็คเก็ตลายทางและเสื้อแจ็คเก็ตที่ใช้เทคนิคการตัดต่อ “ฉันเลือกดูเสื้อผ้าจากเว็บไซต์อ่ะ ส่วนใหญ่จะดูเสื้อผ้ายี่ห้อ กุชชี่ (Gucci) เพราะมีแบบเสื้อแจ็คเก็ตผู้ชายเยอะและดูไม่สาวแตกจนเกินไป เหมือนเสื้อตัวนี้ (รูปภาพที่ 4.44) ใส่แล้วรู้สึกก๊บเก๋ เพราะว่ามีลวดลายอยู่ข้างหลัง ไม่ใช่เสื้อทื่อๆไม่มีลวดลายนั้นก็ดูเชยเกินไป”

[17] คุณนัทตี้ (Nutty), สัมภาษณ์, 25 สิงหาคม 2550.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปภาพที่ 4.44 เสื้อแจ๊คเก็ตแขนยาวพิมพ์ลายของคุณนัทตี้ (Nutty)

ชัดเจนว่า “กระแสแฟชั่น”ไม่ได้มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าของคุณคุณนัทตี้ (Nutty) เท่าที่ควร แต่จะให้ความสำคัญกับสิ่งที่สะท้อนออกมาเป็นความหมายแฝง ต่อผู้พบเห็น เช่นการคำนึงถึงการบ่งบอกถึงความมีรสนิยมดีในการเลือกใช้ นั้นคืออัตลักษณ์ทางสังคม

10. คุณเรนนี่ (Rainy)

รูปภาพที่ 4.45 คุณเรนนี่ (Rainy)

เสื้อเชิ้ตแขนยาวสีขาว, เสื้อคอโปโลสีขาว, เส้นกราฟิกลวดลายโค้งมล พลิ้วไหว, ตกแต่งเสื้อผ้าด้วยการปักลวดลายต่างๆ เป็นเทคนิกการตกแต่งและสี ที่ชื่นชอบของคุณเรนนี่ (Rainy)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เนื่องจากคุณเรนนี่ (Rainy)ในปัจจุบันทำงานเป็นฝ่ายการตลาดของบริษัทเครื่องสำอางแห่งหนึ่งต้องพบปะลูกค้าและประชุมกับผู้บริหารจึงสวมใส่เสื้อ 2 รูปแบบ คือเสื้อเชิ๊ตแขนยาวสวมใส่ช่วงเวลาเข้าประชุมกับผู้บริหารและเสื้อเชิ้ตคอโปโลสวมใส่ช่วงเวลาเมื่อต้องออกไปพบปะกับลูกค้า จากการสัมภาษณ์คุณเรนนี่ (Rainy) ได้กล่าวถึงการแต่งกายของตนเองว่า “เสื้อผ้ามีทั้งตกแต่งเองและไม่ได้ตกแต่ง ขึ้นอยู่กับตัวเสื้อผ้าว่ามีลายมากน้อยแค่ไหน มันทนไม่ได้เวลาเดินๆไปเจอเกย์ที่ใส่เสื้อผ้าเก๋ๆ ดูดีกว่า ถ้าหากว่าเป็นเกย์ควีนเหมือนกันน่ะ จะรู้สึกตัวเองเชย ต้องขอตกแต่งให้สวยเปรี้ยว สูสีกัน” [18]

<u>รูปภาพที่ 4.46</u> เสื้อเสื้อเชิ้ตแขนยาวพิมพ์ลายของคุณเรนนี่ (Rainy)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

[18] คุณเรนนี่ (Rainy), สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2550.

รูปภาพที่ 4.47 เสื้อยืดคอโปโลแขนสั้นใช้เทคนิกการปักตกแต่งของคุณเรนนี่ (Rainy)

จากรูปภาพที่ 4.47 สังเกตได้ว่าเสื้อยืดคอโปโลแขนสั้นคุณเรนนี่ (Rainy) ซึ่งเป็นเสื้อกึ่งทางการและลำลอง ได้มีการตกแต่งด้วยการปักลวดลายที่มีความโค้งมน ปีกด้วยด้วยสีเดียวกับเนื้อผ้าเกิดความขัดแย้งกันระหว่างความต้องการความโดดเด่นและความกลมกลืนสะท้อนให้เห็นว่าการแต่งกายของคุณคุณเรนนี่(Rainy) และกลุ่มเกย์นั้นมีรูปแบบที่โดดเด่นในความเป็นตัวตนแต่ไม่ต้องการแตกต่างจากสังคมรอบข้าง

รูปภาพที่ 4.48 ชุดสีทองพิมพ์ลายดอกไม้และปักด้วยด้ายสีทองของกุชชี่ (Gucci)
รูปจากนิตยสารแอล (Elle)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปภาพที่ 4.49 เสื้อสีฉูดฉาดลายดอกไม้ของพราด้า (Prada) รูปจาก www.prada.com

สิ่งที่เป็นแรงบันดาลใจในการตกแต่งเสื้อผ้าและเลือกซื้อของคุณ คุณเรนนี่(Rainy) ได้มาจากชุดชุดสีทองพิมพ์ลายดอกไม้ (รูปภาพที่4.48) และปักด้วยด้ายสีทองของกุชชี่ (Gucci) ซึ่งนำเทคนิคการปักด้วยด้ายสีทองมาประยุกต์ใช้กับเสื้อยืดคอโปโลสีขาวที่ใช้การปักตกแต่งด้วยด้ายสีขาวเกิดความกลมกลืนกับสีของเสื้อ และอีกชุดหนึ่ง (รูปภาพที่4.49) คือเสื้อสีฉูดฉาดลายดอกไม้ของพราด้า (Prada) เป็นลวดลายที่คุณเรนนี่ (Rainy) นำมาเป็นตัวอย่างในการเลือกซื้อเสื้อเชิ๊ตแขนสั้นลายดอกไม้ที่คุณเรนนี่ (Rainy) กำลังสวมใส่ (รูปภาพที่4.45) “ปรกติเสื้อผ้าที่ใส่บางตัวก็ตกแต่งเพิ่ม บางตัวก็ไม่ตกแต่งเพิ่มขึ้นอยู่กับสีและลวดลายของผ้ามากกว่า ถ้าลวดลายเยอะก็ไม่ทำอะไรล่ะ ถ้าเป็นเสื้อยืดธรรมดาๆหรือเสื้อโปโลก็จะตกแต่งแต่เอาลวดลายจากนิตยสารแฟชั่นทั่วไปนี้แหล่ะ และเสื้อที่เลือกมาใส่แล้วจะภูมิใจเล็กๆเช่นเสื้อโปโลสีขาวใส่แล้วไม่มีใครเหมือนแน่นอน อย่างน้อยก็เด่นกว่าเพื่อนร่วมงานคนอื่นๆที่ใส่แต่เสื้อโปโลธรรมดาๆ ฉันขอแอบเปรี๊ยวเฉียวเล็กๆ”[19] เราจะเห็นได้ว่ารูปแบบแนวคิดการแต่งกายของคุณเรนนี่(Rainy)นั้นต้องการความกลมกลืนแต่โดดเด่นในตัวของมันเองซึ่งแนวคิดนี้ไม่ได้มีแต่ในคุณเรนนี่(Rainy) คนเดียวเท่านั้น แต่มันยังมีในกลุ่มเกย์ทั้ง10ท่าน อีกด้วย

[19] คุณเรนนี่ (Rainy), สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2550.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากการสัมภาษณ์เกย์ทั้ง 10 คน ข้อมูลที่ได้พบว่าการตกแต่งเพิ่มเติมของเกย์ ทั้ง 10 คนมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันซึ่งแต่ละคนมีปัจจัยในการเลือกเสื้อผ้าและการตกแต่งตามแนวคิดของวัฒนธรรมบริโภคนิยม ซึ่งมี 2 กระบวนการในการแสดงตัวตนให้เป็นส่วนร่วมในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนั้นๆ ได้แก่ **1.กระบวนการเลียนแบบ** (Imitation Process) คือการสังเกตการณ์สิ่งรอบๆตัว แฟชั่นเสื้อผ้า สิ่งของเครื่องใช้ที่ได้รับความนิยม เพื่อเลือกใช้ตามกระแสแฟชั่น ดังเช่นบทสัมภาษณ์ของนิ่มซี่ (Nimmy) ที่เมื่อก่อนแต่งกายคล้ายผู้หญิงแล้วปรับเปลี่ยนการแต่งกายในรูปแบบผู้ชาย แต่ในลวดลายบนเสื้อผ้ากลับมีความต้องการที่จะมีการตกแต่งที่สามารถสร้างความรู้สึกโดดเด่นกว่าผู้อื่น ซึ่งตรงกับ **2.กระบวนการแสวงหาความโดดเด่น** (Distinction Process) และผลจากการสัมภาษณ์เกย์เพื่อศึกษากระบวนการออกแบบตัวตน ผ่านการเลือกซื้อและตกแต่งเสื้อผ้าของกลุ่มเกย์ พบว่าอัตลักษณ์ร่วมของเกย์ ทั้ง10 คน มีดังนี้

การเลือกซื้อ – ในแต่ละเดือนกลุ่มผู้ถูกสัมภาษณ์จะเลือกซื้อเสื้อผ้าเดือนละ 3-4 ชิ้น เป็นเสื้อผ้าที่ไม่มีตราสินค้า(ยี่ห้อ) ส่วนใหญ่เลือกซื้อเสื้อยืดแขนสั้นพอดีตัวจนถึงรัดรูปเน้นโชว์รูปร่างกับกางเกงยีนส์ซึ่งมีราคาไม่เกิน 500 บาท ต่อชิ้น เห็นได้จากบทสัมภาษณ์ของคุณไคลี่(Kylie) “เมื่อก่อนแต่งตัวเป็นผู้ชายเลยจ่ะ เพราะไม่ได้เปิดเผยกับพ่อแม่แบบตรงๆไม่กล้าบอก แล้วท่านก็คงจะเริ่มรู้ๆว่าลูกเป็นเกย์ก็เลยมาถาม เราเลยบอกความจริงไปต่อมาเลยกล้าแต่งตัวมากขึ้น ใส่เสื้อก็ขอรัดรูปนิดๆ ใส่เสื้อปักเพชร หรือเสื้อที่ลวดลายเยอะๆ รู้สึกเริ่ดกว่าคนอื่นเล็กน้อยก็รู้สึกดีมากจ่ะ” [20] และยังเลือกซื้อเสื้อผ้าที่การตัดเย็บด้วยการตีตะเข็บ,เดินเส้นที่ทำให้เกิดลวดลาย (Texture) เพื่อไม่ให้เสื้อผ้าดูเรียบจนเกินไป

ส่วนสถานที่ที่กลุ่มเกย์นี้นิยมไปเลือกซื้อคือร้านค้าภายในเซ็นทรัลกาดสวนแก้วและร้านค้าภายในห้างโรบินสันแอร์พอรทพลาซ่าบริเวณชั้นG และเสื้อผ้าบางชิ้นต้องนำมาตกแต่งเพิ่มเติมตามความชอบส่วนตัว

การตกแต่ง – เทคนิคการตกแต่งนั้นกลุ่มเกย์ผู้ให้สัมภาษณ์นิยมใช้เทคนคนิกตกแต่งด้วยการปัก ทั้งการปักลูกปัดเพชรลูกปัดเลื่อมเพิ่ม, ปักด้นเป็นลวดลาย รวมไปถึงการเย็บตกแต่งลูกไม้เพิ่มเติม ซึ่งลวดลายที่นิยมใช้ในการตกแต่งคอลวดลายที่มีความโค้งมน เช่นรูปดอกไม้, เคลือเถาว์และลายเส้นพริ้วไหว ดังบทสัมภาษณ์ของคุณฮันนี่ (Hunny) “ชั้นแต่งตัวแรงกว่านี้ ต้องเพชรเท่านั้นต้องสีสันสดใสและดูดีไฮโซ ตอนนี้ขอแค่เพชรเล็กๆไม่ให้ดูเชย เสื้อผ้าปักลวดลายบ้างให้มีเท็กเจอร์

[20] คุณไคลี่ (Kylie), สัมภาษณ์, 13 สิงหาคม 2550.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

(Texture) หรืออะไรก็ได้มาตกแต่งที่ไม่ทำให้ราบเรียบจนเกินไป” [21]มันสะท้อนให้เห็นถึงความอ่อนโยนอ่อนหวานคล้ายเพศหญิงที่แฝงอยู่ภายในจิตใจของเกย์ซึ่งเป็นคุณลักษณะของเพศหญิงที่เป็นภาพตัวทางสังคมมอบให้

จากที่กล่าวข้างต้นนี้ ผลจากการสัมภาษณ์ที่ได้นำมาวิเคราะห์และประมวลผลนำไปสู่การสร้างแบบสอบถามเพื่อทราบถึงลักษณะร่วมของรูปแบบเครื่องแต่งกายที่แสดงออกทางตัวตนของกลุ่มเกย์ในสถานบันเทิงอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อไป

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

[21] คุณฮันนี่ (Hunny), สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2550.

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม

การศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง “การศึกษากระบวนการออกแบบเครื่องแต่งกายที่สะท้อนอัตลักษณ์เกย์” ได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลรวบรวมจากแบบสอบถามเพื่อศึกษาถึงความต้องการของกลุ่มเกย์ จำนวน **40** คน จากการพบเจอในแต่ละสถานที่โดยสังเกตจากอากัปกิริยาและการสอบถาม ซึ่งสถานที่เก็บข้อมูลวิเคราะห์พฤติกรรมนั้นคือสถานบันเทิง อำเภอเมืองเชียงใหม่ จำนวนทั้งสิ้น **6** สถานที่ด้วยกัน ดังนี้

1. ร้านวอมอัพ คาเฟ่ จำนวน **4** คน
2. ร้านแฟชั่น ปารีส จำนวน **7** คน
3. ร้านมันดาเลย์ จำนวน **12** คน
4. ร้านมังกี้ คลับ จำนวน **5** คน
5. ร้านริเวอร์ไซต์ จำนวน **3** คน
6. ร้านดิสคัฟเวอร์รี่ จำนวน **9** คน

โดยแบบสอบถามจะมีคำถามรวมทั้งสิ้นจำนวน **20** ข้อ ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

- **ส่วนที่ 1** ข้อมูลพื้นฐาน
  จำนวน 4 ข้อ
- **ส่วนที่ 2** พฤติกรรมการแต่งกาย
  จำนวน 7 ข้อ
- **ส่วนที่ 3** ข้อมูลของรูปแบบเสื้อผ้าและของการเลือกซื้อเสื้อผ้า
  จำนวน 4 ข้อ
- **ส่วนที่ 4** ข้อมูลของความต้องในการดัดแปลง, ตกแต่งและเพิ่มเติมเสื้อผ้า
  จำนวน 2 ข้อ
- **ส่วนที่ 5** ข้อมูลของรูปแบบเสื้อผ้าและความต้องการที่สัมพันธ์กับสังคม
  จำนวน 3 ข้อ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม[22] ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มเกย์ที่มาท่องเที่ยวภายในสถานบันเทิงและรอบๆบริเวณสถานบันเทิง ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ที่เป็นพื้นที่ศึกษาทั้ง 6 แห่ง[23] โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ระยะเวลาตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2550 ถึง เดือนกรกฎาคม 2550

<u>ส่วนที่ 1</u> <u>ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มเกย์</u>

ข้อที่ 1 อายุ

ช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 18 ปี	-	-
18 ปี – 25 ปี	**32**	**80 %**
26 ปี – 33 ปี	8	20 %
34 ปี – 41 ปี	-	-
<u>รวม</u>	**<u>40</u>**	**<u>100 %</u>**

<u>ตารางที่ 1</u> แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามอายุ

จากตารางที่ 1 พบว่ากลุ่มเกย์ที่ท่องเที่ยวยามราตรีในสถานบันเทิง ส่วนใหญ่มากที่สุดมีอายุอยู่ในช่วง 18 ปี – 25 ปี ถึงร้อยละ 80 รองลงมาคือช่วงอายุ 26 ปี – 33 ปี มีจำนวนร้อยละ 20 ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งมีรายได้ดี มีกำลังในการซื้อสูงมีการศึกษาดีและไม่มีภาระหน้าที่ดูแลครอบครัวอันประกอบด้วย ภรรยาและบุตร

สังเกตได้ว่ากลุ่มช่วงอายุ 18ปี – 25 ปี เป็นช่วงอายุของกลุ่มวัยนักเรียนนักศึกษา ซึ่งเป็นช่วงของการเรียนในระดับอุดมศึกษาถึงวัยเริ่มทำงาน เป็นกลุ่มที่มีอิสระในการใช้ชีวิตในมหาลัยและพักอาศัยในหอพัก ที่ไม่มีความรับผิดชอบในส่วนของการประกอบอาชีพเลี้ยงตน จึงมีโอกาสท่องเที่ยวยามราตรีและช่วงเวลาดื่มกินได้มากกว่า กลุ่มเกย์ในวัยอื่นๆ ซึ่งคล้ายกับพฤติกรรมของวัยรุ่นชายและหญิงในยุคปัจจุบัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

[22] ดูแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณได้ในภาคผนวก ก

[23] สถานที่ที่เก็บข้อมูลทั้ง 6 แห่ง ดังนี้ ร้านวอมอัพ ค่าเฟ่, ร้านแฟชั่น ปารีส, ร้านมันดาเลย์, ร้านมังกี้ คลับ, ร้านริเวอร์ไซด์, ร้านดิสดัฟเวอร์รี่

ข้อที่ 2 ระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมปลาย	-	-
มัธยมปลาย / ปวช.	1	2.5 %
อนุปริญญา / ปวส.	2	5 %
ปริญญาตรี	**34**	**85 %**
สูงกว่าปรีญญาตรี	3	7.5 %
รวม	**40**	**100 %**

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามระดับการศึกษา

จากตารางที่ 2 พบว่ากลุ่มเกย์ตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาขั้นปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด ถึงร้อยละ 85 รองลงมาคือระดับขั้นมัธยมปลายหรืออาชีวะ มีจำนวนร้อยละ 25 จากการสังเกตพบว่า ระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุดเพราะเป็นช่วงวัยที่สามารถเข้าสถานบันเทิงได้ถูกต้องตาม กฎหมายกำหนดคือช่วงอายุ 18 ปีบริบูรณ์ สำหรับร้านที่ปิดกิจการเวลา เที่ยงคืน หรือ 24:00 นาฬิกา และช่วงอายุ 20 ปีบริบูรณ์ สำหรับร้านที่ปิดกิจการเวลา ตีสอง หรือ 02:00 นาฬิกา

ข้อที่ 3 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน / นักศึกษา	**18**	**45 %**
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	2	5 %
พนักงานบริษัท / องค์กรเอกชน	14	35 %
รับราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ	2	5 %
รัฐวิสาหกิจ	-	-
ว่างงาน / อยู่กับพ่อแม่	-	-
อาชีพอื่นๆ	4	10 %
รวม	**40**	**100 %**

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามอาชีพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

จากตารางที่ 3พบว่ากลุ่มอาชีพของนักเรียน/นักศึกษามีจำนวนมากที่สุด ถึงร้อยละ 45 รองลงมาคือกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท / องค์กรเอกชน จำนวนร้อยละ 35 และจำนวนร้อยละ 5 คือ กลุ่มอาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว และ รับราชการ / เจ้าหน้าที่ของรัฐ แต่กลุ่มที่น่าสนใจคือกลุ่มอาชีพอันดับรองลงมาคือกลุ่มอาชีพอาชีพพนักงานบริษัท / องค์กรเอกชน เพราะกลุ่มนี้มีกำลังซื้อและบริโภคอย่างแท้จริงเพราะสามารถหาเงินเองได้ไม่ใช่กำลังซื้อแฝงเหมือนกลุ่มอาชีพของนักเรียน/นักศึกษา ผู้วิจัยพบว่าเกย์นั้นไม่ได้จำแนกหรือเฉพาะเจาะจงไปสู่อาชีพใดอาชีพหนึ่ง จากที่กล่าวข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเกย์นั้นไม่ได้มีแต่ในวงการบันเทิงและแฟชั่นเท่านั้นแต่มันยังแฝงอยู่ในทุกสาขาอาชีพ

ข้อที่ 4 รายได้

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเทียบเท่ากับ 5,000 บาท	12	30 %
5,001 – 10,000 บาท	**18**	**45 %**
10,000 – 20,000 บาท	6	15 %
20,001 – 30,000 บาท	-	-
30,001 – 40,000 บาท	4	10 %
40,001 บาท ขึ้นไป	-	-
รวม	**40**	**100 %**

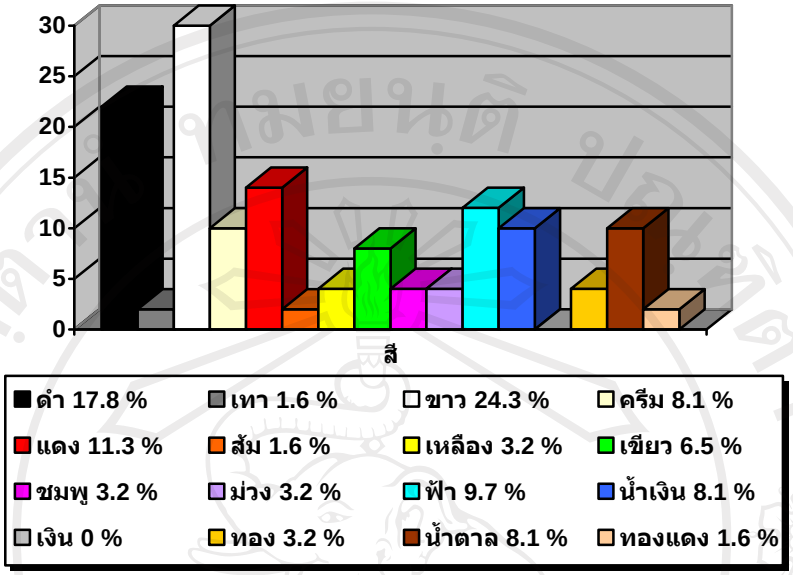
ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามรายได้

จากตารางที่ 4 พบว่าอันดับที่2 มีระดับของรายได้ในช่วง 5,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 30 ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอาชีพนักเรียนนักศึกษา ส่วนกลุ่มอาชีพพนักงานบริษัท/องค์กรเอกชน, อาชีพราชการ ระดับของรายได้อยู่ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 45 ซึ่งเป็นอันดับ1 และอันดับที่ 3 คือระดับรายได้ 10,000 – 20,000 บาท มีจำนวนร้อยละ 15 และอาชีพที่มีรายได้ 30,000 บาทขึ้นไปมีจำนวนนวนถึงร้อยละ 10 คืออาชีพรับจ้างชั่วคราว ได้แก่ 1.ดีไซต์เนอร์และชั่งภาพ, 2. โปรแกรมเมอร์และ เว็บมาสเตอร์, 3.เว็บมาสเตอร์และกราฟฟิกดีไซต์, 4.สถาปนิก หรือเกย์ที่มีความสามารถหลายๆด้าน ในขณะนี้ ลูกค้ามีรูปแบบการใช้ชีวิต ความชอบที่แตกต่างกันไป ตอนนี้กลุ่มลูกค้าจึงมีการแบ่งเป็นตลาดเฉพาะกลุ่มนั้นๆ (Niche Market) และมันมีโอกาสที่จะสามารถกลายเป็นกลุ่มตลาดที่ใหญ่ขึ้นได้ในอนาคต (Mass Market)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการแต่งกาย

ข้อที่ 5 ความนิยมในการเลือกซื้อสีเสื้อผ้า

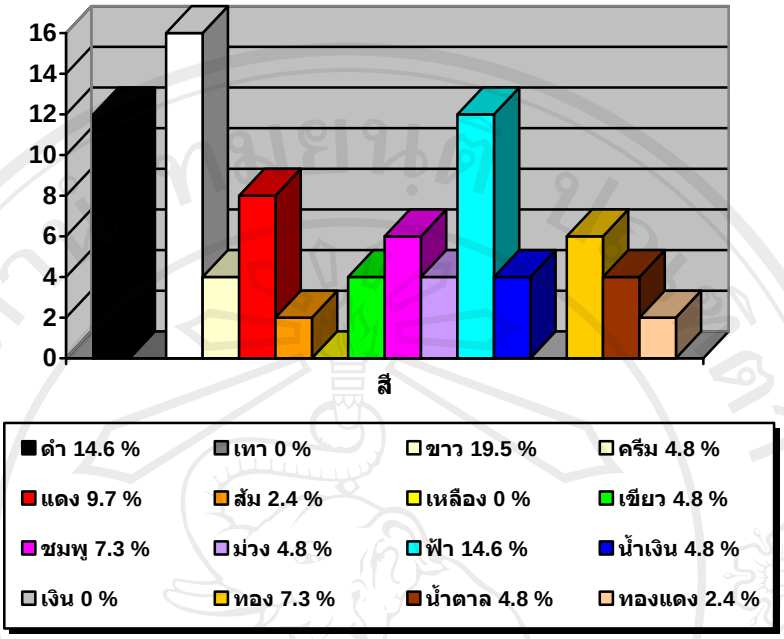


แผนภูมิที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามสีเสื้อผ้าที่นิยมเลือกซื้อ

จากแผนภูมิที่ 1 พบว่าสีขาวเป็นสีที่ได้รับความนิยมในการเลือกซื้อมากที่สุด มีจำนวนร้อยละ 24.3 รองลงมาคือสีดำ มีจำนวนร้อยละ 17.8 ผู้วิจัยพบว่าสีของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่กลุ่มเกย์ส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อคือ สีขาว รองลงมาคือสีดำและสีโทนอ่อน ซึ่งสังเกตได้ว่ามีสีฉูดฉาดเช่นสีแดงแค่สีเดียวเท่านั้นที่กลุ่มเกย์นิยมเลือกซื้อส่วมใส่เพื่อสร้างความโดดเด่นในบางโอกาส แต่สีที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือสีน้ำเงิน สีฟ้า สีครีม ซึ่งมันสามารถใส่ได้ทุกเวลา ทุกโอกาส แม้ว่ากระแสแห่งแฟชั่นจะหมุนเปลี่ยนไปตามฤดูกาลไม่หยุดนิ่ง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อที่ 6 สีที่มีความชื่นชอบเป็นการส่วนตัว



แผนภูมิที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามสีที่มีความชื่นชอบ

จากแผนภูมิที่ 2 พบว่าสีที่กลุ่มเกย์มีความชื่นชอบเป็นการส่วนตัวส่วนใหญ่แล้วคือสีขาว จำนวนร้อยละ 19.5 รองลงมาคือสีดำ จำนวนร้อยละ 14.6 และสีฟ้า จำนวน ร้อยละ 14.6 ซึ่งมีจำนวนที่เท่ากัน เห็นได้ว่าสีที่กลุ่มเกย์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสีโทนอ่อนที่ให้ความรู้สึกที่เบาสบาย ผ่อนคลาย ซึ่งในปัจจุบัน สัญญะของสีที่สังคมมอบให้กับกลุ่มเกย์คือ สีม่วง (Color of Meaning) มันไม่มีความสัพพันธ์กันเลยกับสีที่กลุ่มเกย์ส่วนใหญ่ชอบ ในเรื่องนี้สีที่เป็นตัวแทน (Sign) ไม่สามารถนำมาใช้ทางด้านการออกแบบและการตลาด แต่สามารถใช้ประโยชน์ในการนำมาเป็นจุดยืนของอัตลักษณ์ร่วมโดยใช้สีม่วงเป็นที่สะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มเกย์ จากแบบสอบถามพบว่าสีขาว, สีดำ และสีฟ้า ตามลำดับคือสีที่กลุ่มเกย์มีความชื่นชอบเป็นส่วนใหญ่ ในผลจากแผนภูมินี้เราสามารถนำไปใช้เป็นสีต้นแบบในการผลิตเสื้อและหลักการตลาดเสื้อผ้าเกย์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อที่ 7 ความถี่ในจำนวนชิ้นในการซื้อเสื้อผ้าใน1 เดือน

ปริมาณเสื้อผ้า	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ชิ้น	-	42.5 %
3 – 4 ชิ้น	**-**	**47.5 %**
5 – 6 ชิ้น	-	5 %
10 ชิ้นขึ้นไป	-	5 %
	รวม	**100 %**

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความถี่ในการซื้อเสื้อผ้า

จากตารางที่ 5 เห็นได้ว่าความถี่ในการซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มเกย์นั้นอันดับหนึ่งมีความถี่ 3-4 ชิ้น ต่อเดือนจำนวนร้อยละ 47.5 และรองลงมามีจำนวนร้อยละ 42.5 คือซื้อเดือนละ 1-2 ชิ้น สังเกตได้ว่าอันดับ 1และ2 มีผลต่างไม่ห่างกันมากนัก มันสามารถทราบถึงกลุ่มกำลังการซื้อสามารถแบ่งแยกได้ 2กลุ่มคือ 1.กลุ่มวัยทำงานที่มีกำลังซื้อและเป็นกำลังซื้อหลักที่สามารถซื้อเสื้อผ้าได้มากหลายชิ้น 2.กลุ่มวัยนักเรียน/นักศึกษาซึ่งเป็นกลุ่มกำลังซื้อแฝง มีการซื้อ 1-2 ชิ้นต่อเดือน แต่ทั้ง 2 กลุ่มนี้มีจุดร่วมเหมือนกันคือ มีการซื้อเสื้อผ้าใหม่ทุกเดือน เป็นการปรับและพัฒนาบุคลิกของตนเองแก่ผู้พบเห็นอยู่เสมอ เพื่อผลต่างๆที่ตามมา ซึ่งจะกล่าวในผลของแบบสอบถามข้อที่ 20

ข้อที่ 8 ความชอบในลวดลายของเสื้อผ้า

ลวดลายเสื้อผ้า	จำนวน	ร้อยละ
ลายทางแนวนอน	-	12.2 %
ลายทางแนวตั้ง	-	10.2 %
ลายดอกไม้	-	10.2 %
รูปหน้าคน	-	-
ลายการ์ตูน	-	10.2 %
รูปคน	-	8.1 %
เสื้อศิลปินทำขาย, ทำแจก	-	4 %
ตัวหนังสือ, คำโดนใจ	-	8.1 %
ลายกราฟฟิก,วงกลม,วงรี,เส้นโค้ง	**-**	**28.5 %**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ลายกราฟฟิก,สี่เหลี่ยม,เส้นตรง,มีเหลี่ยมมุม	-	12.2 %
รวม	**-**	**100 %**

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความชื่นชอบในลวดลายของเสื้อผ้า

จากตารางที่ 6 ลวดลายบนเสื้อผ้าที่กลุ่มเกย์มีความชอบนั้น พบว่าลายกราฟฟิก, วงกลม, วงรีเส่นโค้ง เป็นลาย อันดับที่ 1 มีจำนวนร้อยละ 28.5 ส่วนลวดลายแนวนอนกับลายกราฟฟิก, สี่เหลี่ยม, เส้นตรง มีจำนวนร้อยละ 12.2 เท่ากัน ซึ่งเป็นอันดับ 2 ของแผนภูมินี้ และอันดับ 3 มีจำนวนร้อยละ 10.2 คือลายการ์ตูน, ลายดอกไม้และลายทางแนวตั้ง เห็นได้ว่าลวดลายที่ให้ความรู้สึกพริ้วไหว, โค้งมน, ลื่นไหลไปกับสายตา จะได้รับความชื่นชอบมากเพราะในหลักทฤษฎีของเส้นและสี ได้อธิบายถึงอิทธิพลต่อความรู้สึก

ข้อที่ 9 รูปแบบเสื้อผ้ากับความถี่ในการส่วมใส่

รูปแบบเสื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อแขนยาว	-	-
เสื้อแขนสั้น	**40**	**100 %**
รวม	**40**	**100 %**

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความนิยมในการเลือกสวมใส่เสื้อ

ผลจากการกรอกแบบสอบถาม ในตารางที่ 7 นี้ เสื้อแขนสั้น มีจำนวนร้อยละ 100 เต็ม ในการถูกเลือกสวมใส่ ส่วนเสื้อแขนยาวมีผลเป็น ร้อยละ 0 เพราะเนื่องด้วยสถานที่ในการแจกแบบสอบถามเป็นสถานบันเทิง ซึ่งกลุ่มเกย์ผู้มาท่องเที่ยวได้เลือกมาผ่อนคลาย เสื้อผ้าที่สวมใส่จึงเป็นชุดลำลอง ส่งผลต่อการตัดสินใจถึงการเลือกที่จะตอบเสื้อแขนสั้นมากกว่า

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ข้อที่ 10 รูปแบบกางเกงกับความชอบในการส่วมใส่

รูปแบบกางเกง	จำนวน	ร้อยละ
กางเกงยีนส์	**-**	**87.5 %**
กางเกงผ้าทรงตรง	-	12.5 %

	รวม	**40**	**100 %**

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความถี่ในการเลือกสวมใส่กางเกง

จากตารางที่ 8 ในการเลือกสวมใส่กางเกงนั้น จากที่กล่าวข้างต้นในผลการสรุปแบบสอบถามข้อที่ 1,3 และ4 มีผลให้ กางเกงยีนส์ถูกเลือกเป็นอันดับแรก มีจำนวนถึงร้อยละ 87.5 และกางเกงผ้าทรงตรง มีจำนวนร้อยละ 12.3

ข้อที่ 11 ความถี่ในการสวมใส่เสื้อ

รูปแบบเสื้อ	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อเชิ๊ต	5	12.5 %
เสื้อยืด	**26**	**65 %**
เสื้อคอโปโล	9	7.5 %
รวม	**40**	**100 %**

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์จำแนกตามความถี่ในการเลือกสวมใส่เสื้อ

ความถี่ในการสวมใส่เสื้อของกลุ่มเกย์ จากตารางที่ 9 นี้ พบว่ารูปแบบเสื้อยืดถูกเลือกมากเป็นอันดับ 1 จำนวน 26 คน จาก 40 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม รองลงมาคือรูปแบบเสื้อคอโปโล จำนวน 9 คน และรูปแบบเสื้อเชิ้ต จำนวน 5 คน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลของรูปแบบเสื้อผ้าและของการเลือกซื้อเสื้อผ้า

ข้อที่ 12 สถานที่ที่นิยมเลือกซื้อเสื้อผ้า

สถานที่	จำนวน	ร้อยละ
หน้ามหาวิทยาลัยเชียงใหม่	8	13.7 %
ตลาดวโรรส, กาดหลวง	6	10.3 %
ร้านเสื้อผ้ามือสอง	6	10.3 %
ย่านร้านค้าติดกับโรงแรมเชียงใหม่ออร์คิท	-	-
โบ้เบ้ – เซ็นทรัลกาดสวนแก้ว	10	17.2 %

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ชั้นG – โรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า	**16**	**27.5 %**
ตลาดนัดแถวบ้าน	-	-
วังหลัง – ท่าพระจันทร์	2	3.4 %
ประตูน้ำ	-	-
สำเพ็ง	2	3.4 %
สยาม, เซ็นเตอร์พ้อยท์	4	6.8 %
พาราก้อน	2	3.4 %
ไม่ซื้อ – ตัดเย็บใส่เอง	-	-
ที่อื่นๆ.....	2	3.4 %
รวม	**58**	**100 %**

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่เลือกซื้อเสื้อผ้าของกลุ่มเกย์

จากตารางที่ 10 พบว่าสถานที่ ที่กลุ่มเกย์นิยมไปเลือกซื้อส่วนใหญ่ คือ ห้างโรบินสันแอร์พอร์ตพลาซ่า ชั้น G มีจำนวนร้อยละ 27.5 รองลงมาคือ ที่เซ็นทรัลกาดสวนแก้ว ชั้น3 โบ้เบ้ มีจำนวนร้อยละ 17.2 ส่วนตลาดวโรรสหรือกาดหลวง และร้านเสื้อผ้ามือสอง มีค่าร้อยละที่เท่าๆกัน คือ 10.3 ซึ่งเป็นอันดับ 3 จากการสังเกตพบว่าสถานที่กลุ่มเกย์นิยมเลือกซื้อนั้น จะเป็นสถานที่ ที่มีร้านค้าขายในราคาระดับปานกลาง ไม่มียี่ห้อ เป็นเสื้อผ้าที่ผลิตในระบบอุตสาหกรรมโรงงาน เน้นรูปแบบแต่มาจากการคัดลอกจากยี่ห้อดัง ราคาถูก ตามแฟชั่น

ข้อที่ 13 ความนิยมในการเลือกซื้อของยี่ห้อ(Brand) เสื้อผ้า

ยี่ห้อ (Brand)	จำนวน	ร้อยละ
ลาคอส – Lacost	8	16.6 %
โซดา - Soda	4	8.3 %
โดมอน – Domon	2	4.1 %
แช๊บซ์- Chaps	4	4.1 %
แดปเปอร์ – Dapper	6	12.5 %
อาร์มานี่ – Armani	2	4.1 %
จัสปาล- Jaspal	8	16.6 %
อื่นๆระบุ.....	**16**	**33.3 %**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

	รวม	**50**	**100 %**

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของยี่ห้อเสื้อผ้าที่นิยมเลือกซื้อของกลุ่มเกย์

ข้อที่ 14 ปัจจัยในการเลือกซื้อ

ปัจจัยการตัดสินใจ	จำนวน	ร้อยละ
ความชอบ	38	95 %
ราคาประหยัด	26	65 %
เพื่อนแนะนำ	20	50 %
ยี่ห้อ / Brand	16	40 %
รวม	**58**	**100 %**

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์เป็นลำดับของปัจจัยในการตัดสินใจ

ผลจากการสรุปจากแบบสอบถามข้อที่ 14 มีความสัมพันธ์ที่บ่งบอกถึงปัจจัยในการเลือกซื้อของกลุ่มเกย์ ซึ่งอันดับ1 คือความชอบ มีจำนวนถึง 38 คน ต่อ 40 คน ที่เลือก ปัจจัยรองลงมาคือ ราคาประหยัด, เพื่อนแนะนำ และยี่ห้อ ตามลำดับ จากการสังเกตพบว่ายี่ห้อของเสื้อผ้านั้นไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเป็นหลัก แต่จะเน้นที่ ราคาประหยัดและความชอบเป็นส่วนใหญ่

ข้อที่ 15 การชี้นำหรือปัจจัยในการตัดสินใจ

การชี้นำในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้า	จำนวน	ร้อยละ
ไปคนเดียว – เลือกซื้อตัดสินใจด้วยตัวเอง	11	27.5 %
ไปซื้อกับเพื่อน – ให้เพื่อนช่วยตัดสินใจ	9	22.5 %
ไปซื้อกับเพื่อน – เลือกซื้อตัดสินใจด้วยตัวเอง	**20**	**50 %**
รวม	**40**	**100 %**

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มเกย์ในปัจจัยการตัดสินใจของเพื่อน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อ การไปซื้อกับเพื่อน - เลือกซื้อตัดสินใจด้วยตัวเอง ถูกเลือกเป็นอันดับ 1 จำนวน 20 คน หรือร้อยละ 50 อันดับ 2 คือการไปคนเดียว - เลือกซื้อตัดสินใจคนเดียว จำนวน 11 คน หรือร้อยละ 27.5 พบว่าเกย์มีความมั่นใจตนเองและสามารถเลือกสรรค์สิ่งที่แสดงอัตลักษณ์ของตนเองได้อย่างดี ส่วนอันดับ 3 คือ การเลือกซื้อโดยไปกับเพื่อน - ให้เพื่อนช่วยตัดสินใจ มีจำนวน 9 คน หรือร้อยละ 22.5 นั้นคือการให้บุคคลอื่นตัดสินใจให้แทนตัวเอง สร้างอัตลักษณ์แทนตนเอง โดยผู้ที่ตัดสินใจแทนให้นั้นส่วนใหญ่เป็นคนรัก หรือเพื่อนที่มีความสัมพันธ์สนิทสนมต่อกันมาก

ส่วนที่ 4 ข้อมูลของความต้องในการดัดแปลง, ตกแต่งและเพิ่มเติมเสื้อผ้า

ข้อที่ 16 การตกแต่งเสื้อผ้าที่บ่งบอกความเป็นตัวตน (เลือกได้มากกว่า 1ข้อ)

รูปแบบลวดลายเสื้อผ้า	จำนวน	อันดับ
เสื้อผ้าปักลูกปัดเพชร	7	5
เสื้อผ้าสีสดๆแรง	9	3
เสื้อผ้าของใช้สีม่วง	-	
เสื้อผ้าแบรน์เนมมียี่ห้อ, เรียบหรู, มีราคา	9	3
เสื้อลายดอกไม้	2	
เสื้อลายกราฟฟิกสุดโต่ง	8	4
เสื้อผ้ารัดรูป, พอดีตัว, โชว์รูปร่าง	11	2
เสื้อผ้าลายผีเสื้อ	-	
เสื้อผ้ามีการตัดเย็บเช่น ตีตะเข็บ,เดินเส้น (Texture)	**15**	**1**
เสื้อผ้าที่มีลูกไม้ตกแต่ง	2	
เสื้อผ้าที่มีคำ(Text) เกี่ยวกับความรักและเซ็กซ์	3	
รวม	**66**	

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและร้อยละของลวดลายที่แสดงออกถึงความเป็นตัวตนของกลุ่มเกย์

ในข้อนี้เป็นการสอบถามถึงการแต่งกายที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ตัวตนของเกย์ว่าใช้รูปแบบเสื้อผ้ารูปแบบใดที่สามารถแสดงออกความเป็นตัวตนได้มากที่สุด

รูปแบบลวดลายบนเสื้อผ้าต่างๆนั้นสิ่งที่บ่งชี้ให้เห็นถึงอัตลักษณ์ตัวตนของกลุ่มเกย์ส่วนใหญ่ คือเสื้อผ้าที่มีการตัดเย็บตกแต่งแบบต่างๆ เช่น ตีตะเข็บ, เดินเส้น ถูกเลือกเป็นอันดับ 1ซึ่งเป็น

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

รูปแบบที่ให้รายละเอียดบนเนื้อผ้าซึ่งเหมือนกับจะกลืนเป็นส่วนเดียวกันแต่มีความแตกต่าง รองลงมาคือ รูปแบบเสื้อผ้ารัดรูป, พอดีตัว, โชว์รูปร่าง ซึ่งเป็นการใช้เสื้อผ้าเน้นให้รูปร่างที่สวยงามถูกผลักให้โดดเด่นออกมาแสดงให้เห็นถึงการใส่ใจดูแลตัวเองอยู่สม่ำเสมอ

ข้อที่ 17 การแต่งกายที่บ่งบอกความเป็นเกย์ (เลือกได้มากกว่า 1ข้อ)

รูปแบบลวดลายเสื้อผ้า	จำนวน	อันดับ
เสื้อผ้าปักลูกปัดเพชร	11	3
เสื้อผ้าสีสดๆแรง	8	5
เสื้อผ้าของใช้สีม่วง	-	
เสื้อผ้าแบรน์เนมมียี่ห้อ, เรียบหรู, มีราคา	5	
เสื้อลายดอกไม้	7	
เสื้อลายกราฟฟิกสุดโต่ง	2	
เสื้อผ้ารัดรูป, พอดีตัว, โชว์รูปร่าง	**17**	**1**
เสื้อผ้าลายผีเสื้อ	-	
เสื้อผ้ามีการตัดเย็บเช่น ตีตะเข็บ,เดินเส้น (Texture)	9	4
เสื้อผ้าที่มีลูกไม้ตกแต่ง	5	
เสื้อผ้าที่มีคำ(Text) เกี่ยวกับความรักและเซ็กซ์	13	2
รวม	**77**	

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและร้อยละของลำดับลวดลายเสื้อผ้าที่บ่งบอกถึงความเป็นเกย์

จากแบบสอบถามข้อที่ 17 นี้เป็นการสอบถามถึงมุมมองของกลุ่มเกย์ที่มองกลุ่มเกย์ด้วยกันว่าเสื้อผ้ารูปแบบใดที่สามารถบ่งชี้ได้ถึงพฤติกรรมเกย์ ในตารางที่ 7 นี้ พบว่า เสื้อผ้ารัดรูป, พอดีตัว, โชว์รูปร่าง ถูกเลือกเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือเสื้อผ้าที่มีคำ(Text) เกี่ยวกับความรักและเซ็กซ์ และเสื้อผ้าปักลูกปัดเพชร ถัดมาตามลำดับ

ส่วนที่ 5 ข้อมูลของรูปแบบเสื้อผ้าและความต้องการที่สัมพันธ์กับสังคม

ข้อที่ 18 ความชื่นชอบของสถานที่ยามราตรีในการดื่ม กิน สังสรรค์

สถานที่ท่องเที่ยวยามราตรี	จำนวน	ร้อยละ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ร้านวอมอัพ คาเฟ่	4	10 %
ร้านแฟชั่น ปารีส	2	5 %
ร้านมัลดาเลย์	**18**	**45 %**
ร้านมังกี้คลับ	10	25 %
ร้านริเวอร์ไซต์	4	10 %
ร้านดิสคัฟเวอร์รี่	2	5 %
รวม	**40**	**100 %**

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่ที่ได้รับความนิยมในการท่องเที่ยวของกลุ่มเกย์

สถานที่ที่ได้รับความนิยมสำหรับดื่มกิน,พักผ่อน ยามราตรี คือ ร้านมันดาเลย์ จำนวน 18 คน หรือร้อยละ 45 ส่วนที่ที่ได้รับความนิยมรองลงมาคือ ร้านมังกี้ คลับ จำนวน 10 คน หรือร้อยละ 25 จากการสำรวจพบว่า ร้านมัลดาเลย์นั้นมีการเปิดบริการถึงเวลา 04:00 น. ซึ่งเป็นร้านที่กลุ่มเกย์และนักท่องเที่ยวยามราตรีได้มาดื่มกิน ต่อจากร้านอื่น จึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ร้านมัลดาเลย์ได้รับความนิยมเป็นส่วนใหญ่

ข้อที่ 19 ความแตกต่างสร้างความโดดเด่น

ความแตกต่างของเสื้อผ้าสร้างความโดดเด่น	จำนวน	ร้อยละ
เสื้อผ้าสีสวยสดใสกว่าใคร	2	5 %
เสื้อผ้าราคาแพง, ยี่ห้อดัง	4	10 %
เสื้อผ้าลวดลายไม่ซ้ำแบบใคร	23	57.5 %
ไม่โดดเด่น, เฉยๆกลมกลืนไปกับฝูงชน	11	27.5 %
รวม	**40**	**100 %**

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของเสื้อผ้าสร้างความโดดเด่นในตัวบุคคล

จากตารางการสำรวจการเลือกสวมใส่เสื้อผ้าสร้างความโดดเด่นนั้น เสื้อผ้าลวดลายไม่ซ้ำแบบใคร ถูกเลือกเป็นอันดับ 1 จำนวน 23 คน หรือร้อยละ 57.5 ซึ่งสอดคล้องกับคำสัมภาษณ์ของโอ“ส่วนมากก็เปิดตามหนังสือแฟชั่น ดูนายแบบแต่งตัว ก็เลือกๆที่มันเหมาะกับตัวเรามากที่สุด จะได้ดูดี แต่ต้องไม่แพง ที่น่ากลัวที่สุดก็คือ ใส่เสื้อไปแล้วดันเจอคนใส่เสื้อลายเหมือนกัน จะ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

กลายเป็นว่าเราใส่เสื้อโหล ขอตายดีกว่า” [24] เห็นได้ว่าการใส่เสื้อซ้ำกันนั้น เป็นการตอกย้ำระดับรสนิยมการเลือกสิ่งของของผู้ใช้นั้นอยู่ในระดับที่ไร้รสนิยม แต่ร้อยละ 27.5 หรือจำนวน 11คน ที่เลือกอยู่ในอันดับ 2 นั้นคือลวดลายไม่โดดเด่น, เฉยๆกลมกลืนกับสังคม สะท้อนให้เห็นว่ายังมีเกย์บางกลุ่มที่ไม่ต้องการเปิดเผยตนอย่างโจ่งแจ้งแต่ก็ไม่ปกปิด

ข้อที่ 20 ผลที่ได้จากการไปสถานบันเทิง ดื่ม กิน สังสรรค์

ผลทางตรงจากการสังสรรค์ตามสถานบันเทิง	จำนวน	ร้อยละ
ให้ความเพลิดเพลิน, ผ่อนคลาย	**28**	**30.4 %**
ได้ประสบการณ์ใหม่ๆเพื่อนใหม่เพิ่มขึ้น	18	19.5 %
สร้างความสัมพันธ์ใหม่ๆ (คู่รัก)	6	6.5 %
ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนอื่นๆ	16	17.3 %
สานความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน	20	21.7 %
มีประโยชน์ต่อหน้าที่การงานและพบปะลูกค้า	4	4.3 %
รวม	**92**	**100 %**

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของผลทางตรงจากการดื่ม กิน สังสรรค์ยามราตรีตามสถานบันเทิง

ผลที่ได้จากการดื่ม กิน สังสรรค์ ในสถานบันเทิงแห่งต่างๆในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่นั้น ส่วนใหญ่ให้ความเพลิดเพลิน, ผ่อนคลาย จำนวนร้อยละ 30.4 รองลงมาคือ สานความสัมพันธ์ในกลุ่มเพื่อน จำนวนร้อยละ 21.7 และยังได้ประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อนใหม่เพิ่มขึ้น จำนวนร้อยละ 19.5 แต่สิ่งที่น่าสังเกตคือ จำนวนร้อยละ 6.5 ของการสร้างความสัมพันธ์ใหม่ (คู่รัก) ถูกเลือกเป็นสิ่งเกือบสุดท้ายรองจาก การมีประโยชน์ต่อหน้าที่การงานและพบปะลูกค้า ร้อยละ 4.3 นั้น มันเกิดความแตกต่างระหว่าง (ตัวเลือกข้อ-ได้ประสบการณ์ใหม่ๆเพื่อนใหม่) ที่มีค่าร้อยละมากกว่า (ตัวเลือกข้อ-การสร้างความสัมพันธ์ใหม่ๆในแบบคู่รัก) บ่งชี้ได้ว่ากลุ่มเกย์ส่วนหนึ่งมีปัจจัยในการแต่งตัวเพื่อสร้างความโดดเด่นและความมีบุคลิกภาพที่ดีต่อสายตาของเกย์ท่านอื่นๆ เพื่อเกิดความสัมพันธ์ใหม่ๆในแบบคู่รัก บ่งชี้ถึงเสื้อผ้าก็มีความสำคัญต่อการออกไปพักผ่อน,สังสรรค์ตามสถานบันเทิงของกลุ่มเกย์ได้ไม่มากก็น้อย

[24] โอ, สัมภาษณ์,13 มกราคม 2550

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved