

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแสดงตัวตนทางสังคมของกลุ่มเกย์
ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา Facebook Pages



สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
กุมภาพันธ์ 2558

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแสดงตัวตนทางสังคมของกลุ่มเกย์
ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา Facebook Pages



ปราชญา เทพเทวิน

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เสนอต่อมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

ลิขสิทธิ์ © by Chiang Mai University
All rights reserved

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กุมภาพันธ์ 2558

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแสดงตัวตนทางสังคมของกลุ่มเกย์
ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา Facebook Pages

ปราชญ์ เทพเทวิน

การค้นคว้าแบบอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ

คณะกรรมการสอบ

อาจารย์ที่ปรึกษา



(ดร.ทัศนัย เศรษฐเสรี)

ประธานกรรมการ



(ดร.วสันต์ ปัญญาแก้ว)

กรรมการ

(ดร.วสันต์ ปัญญาแก้ว)

กรรมการ

(รองศาสตราจารย์วันชัย เพิ่มมแดง)

25 กุมภาพันธ์ 2558

© ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาวิจัยในหัวข้อ การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแสดงตัวตนทางสังคมของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา เฟสบุ๊ก เพจ ของนักศึกษาสาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาและอนุเคราะห์ช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก อาจารย์วสันต์ ปัญญาแก้ว ผู้ให้ความกรุณารับเป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำ ข้อคิด และให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูล แนวทางการทำวิจัยที่ต้องตามระเบียบวิธี จึงทำให้งานวิจัยชิ้นนี้เสร็จสมบูรณ์ไปด้วยดี ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณนักศึกษาและเจ้าหน้าที่ ตลอดจนบุคลากร อาจารย์ในสาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ทุกท่านที่ได้ช่วยกรุณาให้ความรู้ ประสานดำเนินงานรวมถึงแนะนำข้อเสนอแนะอื่นๆ จนทำให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จได้

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ญาติพี่น้องทุกท่านของผู้ศึกษา ที่คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจ ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อนๆ ทุกคนที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจเสมอมาจนการศึกษาในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ปราชญา เทพเทวิน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

หัวข้อการค้นคว้าแบบอิสระ	การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแสดงตัวตนทางสังคมของกลุ่มเกย์ ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา Facebook Pages
ผู้เขียน	นายปราชญา เทพเทวิน
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ)
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.วสันต์ ปัญญาแก้ว

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระฉบับนี้มุ่งศึกษาบทบาทสื่อสังคมออนไลน์กับวิถีชีวิตเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยวิเคราะห์ผ่านกรณีศึกษา เฟซบุ๊กเพจชุมชนเกย์ออนไลน์ ทั้งนี้โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาชุมชนเกย์ในสังคมออนไลน์และออฟไลน์ (2) เพื่อศึกษากระบวนการสร้างภาพแทนสื่อมวลชนไทยต่อชุมชนเกย์เชียงใหม่ (3) เพื่อสังเคราะห์ให้ได้แนวคิดในการออกแบบสื่อสะท้อนกระบวนการต่อร่องระหว่างชุมชนเกย์ในสังคมไทย

ผลการศึกษาพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีแนวโน้มเพื่อติดตามบริบทข่าวสารหรือการค้นคว้าหาความสนใจต่างๆที่แตกต่างออกไปจากการนำเสนอของสื่อกระแสหลักและการแสวงหาพื้นที่สาธารณะเพื่อสื่อสารความคิดเห็นของตนเอง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของชุมชนเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มักที่จะนำเสนอเรื่องเพศ การหาเพื่อน ความสนใจทางเพศและการค้นหาข้อมูลแห่งท่องเที่ยว สถานบันเทิง การกินการใช้ชีวิต การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ไม่สามารถแสดงออกได้ในชีวิตประจำวันแต่สามารถแลกเปลี่ยนพูดคุยกับสมาชิกกลุ่มเพจสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเกย์เชียงใหม่ให้กระจายออกไปจนทำให้เกิด “ชุมชน” ในโลกออนไลน์ เพื่อเป็นพื้นที่ใหม่ในการแสดงออกซึ่งรสนิยม/ตัวตนตลอดจนทัศนคติทางสังคม ชุมชนแบบใหม่ที่กำลังถูกประกอบสร้างขึ้นอย่างสร้างสรรค์ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการบริโภคข่าวสารของชาวเกย์สะท้อนเห็นถึงความหมายของกลุ่มที่แตกต่างหลากหลายมากขึ้น โดยมีสื่อใหม่เป็นตัวช่วยสร้างช่องทาง/กระบวนการสร้างพื้นที่ทางสังคมใหม่นี้

Independent Study Title The Using of Social Media to Present Their Social Identity
Among The Gay Groups in Chiang Mai. A Case Study
Facebook Pages

Author Mr.Prachaya Thepthewin

Degree Master of Arts (Media Arts and Design)

Advisor Dr. Wasan Panyagaew

ABSTRACT

This independent study is aimed to study the using of social media to present their social identity among the gay groups in Chiang Mai, by focusing on a case study of Facebook Page. The objectives of study are (1) to study the gay community in online and offline (2) to study the process of creating a visual representation of the gay community in Chiang Mai Press Thailand (3) to synthesize the design concept reflects the bargaining process between the gay communities in Thailand.

The study found the use of social media among gay groups reflects the movement in the field of media in Thailand. By exploring this online media, the users are interested in news and general learning, which is quite different from the mainstream media structural where people seek to communicate their opinions under the control of the state. The use of social media by gay groups in Chiang Mai is a place for, sexual orientation, finding partners, and searching of tourist attractions, entertainment, eating and living. These groups are able to exchange experiences and opinions on the subject that they cannot express in the real life. In this online space, they can communicate with members of the group page to create gay subcultures. This social has become a place for their new social movement that allow to express their opinions and create a new channel for communication there in society.

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
ABSTRACT	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญแผนภูมิ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
1.4 นิยามศัพท์	3
1.5 การนำเสนอผลการศึกษา	4
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	5
2.1 แนวคิดทฤษฎี	5
2.1.1 สัญญาวิทยา(Semiotics) และการวิเคราะห์ภาพตัวแทน (Representation)	5
2.1.2 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์(Identity)	13
2.1.3 แนวคิดวัฒนธรรมย่อย(Subculture)	18
2.2 ทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	26
3.1 การกำหนดกรอบความคิด	26
3.2 ขอบเขตการศึกษา	28
3.3 ระเบียบวิธีการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล	29
3.4 แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล	30

	หน้า
บทที่ 4 ผลการศึกษา	32
4.1 แนวคิดและความเป็นมาของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่ม เกษียณในจังหวัดเชียงใหม่	32
4.2 การนำเสนอ“ข้อมูล” เกี่ยวกับความสนใจของกลุ่มเกษียณใหม่ ทาง Facebook Fan page	33
4.3 แนวทางการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มเกษียณใหม่และพฤติกรรม การบริโภคสื่อสังคมออนไลน์	38
บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา	48
5.1 การออกแบบสื่อศิลปะที่จัดแสดงนิทรรศการ	52
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	61
ภาคผนวก ก การเก็บข้อมูลสังเกตการณ์	62
ประวัติผู้เขียน	70

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงการจัดกลุ่มกิจกรรมหลักของสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กเพจ Facebook page	35
ตารางที่ 4.2 แสดงการกิจกรรมของสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ Facebook pages ที่กลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสนใจและเข้าใช้ คือ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai”	36
ตารางที่ 4.3 แสดงการการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ Facebook pages ของผู้ใช้/ผู้บริโภครวมกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่คือ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai”	38

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 2.1 แสดงการทำงานของมายาคติ	7
ภาพที่ 4.1 กรณีตัวอย่างการนำเสนอข้อความหาผู้บนกระดานข่าว เฟซบุ๊กเพจเชียงใหม่ Gay Chiang Mai	43
ภาพที่ 4.2 กรณีตัวอย่างการนำเสนอภาพส่วนตัวและหาผู้บนกระดานข่าวเฟซบุ๊กเพจ เชียงใหม่ Gay Chiang Mai	44
ภาพที่ 4.3 กรณีตัวอย่างการนำเสนอข้อความหาจากผู้ใช้ผู้บริโภค (หรือกลุ่ม Fan pages) บนกระดานข่าวเฟซบุ๊กเพจเชียงใหม่ Gay Chiang Mai	45
ภาพที่ 5.1 ผลงานภาพยนตร์สั้น (Shot Flim)พื้นที่ปิดและเปิดเผย (Conceal and Reveal Space)	53
ภาพที่ 5.2 การจำลองพื้นที่ที่ปกปิดและเปิดเผยของเรื่องราวในภาพยนตร์สั้น	54
ภาพที่ 5.3 การสลับสถานะภาพทางเพศของตัวละครในภาพยนตร์สั้น	55
ภาพที่ 5.4 การแสดงช่องทางการสื่อสารบนพื้นที่ใหม่ (สังคมออนไลน์)ในภาพยนตร์สั้น	56
ภาพที่ 5.5 บทสรุปของเรื่องราวในภาพยนตร์สั้น	57

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความจริงสี่และภาพตัวแทน

หน้า

9



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมีจำนวนมากอินเทอร์เน็ตกลายเป็นแหล่งแห่งการแบ่งปันและแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ใหญ่ที่สุดในโลกและทำให้เกิดการเปลี่ยนรูปแบบการสื่อสารจากยุคการสื่อสารแบบดั้งเดิมในโลกแห่งความเป็นจริงเช่นการพบปะพูดคุยสนทนาเห็นหน้าพบเจอตัวกันของกลุ่มสนทนาหรือการเขียนหรือส่งจดหมายทางไปรษณีย์เป็นต้นมาสู่การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารในยุคดิจิทัลแห่งโลกเสมือนจริง (Virtual World) ก่อให้เกิดยุคแห่งการสื่อสารข้ามชาติ ทำให้คนจำนวนมากทั่วโลกมีการดำเนินชีวิตทั้งในสังคมของโลกแห่งความเป็นจริงและสังคมแห่งโลกเสมือนจริง

เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ของการสื่อสารระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ตโดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ซึ่งทำให้ผู้คนสามารถที่จะแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลตามประโยชน์กิจกรรมหรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและกันจนในปัจจุบันนักการตลาดได้มองเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ประเภทหนึ่งโดยพวกเขาเปลี่ยนจากการเรียกเครือข่ายสังคมออนไลน์มาเป็น “สื่อสังคม” (Social Media) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เป็นที่นิยมมากจนกลายเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นบริการพื้นฐานของเว็บไซต์ ที่ผู้ใช้/ผู้บริโภคสามารถใช้สร้างพื้นที่และแสดงตน ตลอดจนสื่อสารความคิดให้เป็นที่รับรู้ เป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไปในพื้นที่ส่วนตัว ชุมชนเฉพาะกลุ่ม รวมจนไปถึงในพื้นที่สาธารณะด้วยการสร้าง “หน้าต่างทางสังคม” (Web Page) ของตนเองและอนุญาตให้ผู้อื่นที่ใช้บริการเครือข่ายเดียวกันเข้ามาร่วมแบ่งปันประสบการณ์กับผู้อื่นๆได้

สื่อออนไลน์มีบทบาทอย่างสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของชนชั้นกลางในสังคมไทย ผู้คนจำนวนมากไม่สามารถออกห่างจากโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตได้ กระทั่งบ่อยครั้งนำไปสู่พฤติกรรมสังคมที่ไม่คำนึงถึงมารยาทสังคมและไม่อาจอยู่กับตัวนิ่งๆ ได้นาน ไม่สนใจคนรอบข้าง ทว่าสนใจความสัมพันธ์หรือสิ่งที่อยู่บนโลกออนไลน์ จนกลายเป็นปรากฏการณ์ที่เรียกกันว่า “สังคมก้มหน้า” โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนรุ่นใหม่ที่เกิดโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีการสื่อสาร มีความรู้สึก “เหงา” และ

“โดดเดี่ยว” อย่างรุนแรงหากไม่สามารถติดต่อใครได้แม้จะเป็นเพียงช่วงเวลาสั้นๆ เมื่อไม่สามารถหาความพอใจได้จากการอยู่คนเดียว “การเข้าสังคม” ผ่านสื่อออนไลน์นอกจากจะสร้างความ “สนุก” มากขึ้น ด้วยเพราะนอกจากจะติดตามมิตรสหายกลุ่มเก่าได้อย่างใกล้ชิดยังมีโอกาสต่างๆ ในการทำความรู้จักกับคนใหม่ๆ ที่ดูจากพื้นฐานด้านอาชีพการงาน หรือการดำเนินชีวิตจริงแล้วอาจไม่มีโอกาสโคจรมาพบกัน นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังเปิดโอกาสให้มีการโต้ตอบกัน แลกเปลี่ยนมุมมองความคิดต่างๆ ทั้งในทางการเมือง วงการบันเทิง และเศรษฐกิจ สังคม ปัจจุบันมีผู้ใช้หลากหลายกลุ่มที่หันมาใช้สื่อสังคมเพื่อสร้างพื้นที่กลุ่ม หรือชุมชนออนไลน์ของตนเอง อาทิ ชุมชนเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมสถานศึกษา เพื่อนร่วมสมาคม ชุมชนในเมือง ชุมชนคนรสนิยมเดียวกัน ชุมชนของแฟนบอล แฟนคลับดารา

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของชุมชนชาวเกย์ในเมืองใหญ่ (คือเมืองเชียงใหม่) ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมอีกกลุ่มหนึ่ง ท่ามกลางกลุ่มต่างๆ ที่หลากหลาย ชุมชนชาวเกย์ในบริบทสังคมไทยถือเป็น “คนนอก” มีวัฒนธรรมเครือข่ายความสัมพันธ์ของตัวเอง ฉะนั้นสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นพื้นที่ใหม่และมีบทบาทอย่างสำคัญต่อชีวิตทางสังคมของพวกเขา สำหรับชุมชนชาวเกย์ สื่อออนไลน์ไม่เพียงเป็นช่องทางในการสร้างชุมชนเสมือน (Virtual Community) ซึ่งสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งตัวอักษร เสียงภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวได้อย่างอิสระ ทว่ายังกลายเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ขยายตัวไปในกลุ่มสังคมต่างๆ แยกย่อยออกไปอีกตามความสนใจ มีการสร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม สร้างอัตลักษณ์ของกลุ่ม ผ่านการใช้สัญลักษณ์และสื่อที่แสดงออกถึงรสนิยมทางเพศไม่รักเพศหญิงแต่รักเพศเดียวกัน

ปัจจุบันได้เกิดพื้นที่สื่อออนไลน์ทางเว็บไซต์ที่เปิดขึ้นมาสนองต่อความต้องการของกลุ่มชาวเกย์จำนวนมาก การแพร่กระจายสื่อใหม่ ไม่ได้เป็นพื้นที่ที่สื่อปิดอีกต่อไป แต่มีการเข้าถึงข้อมูลง่ายขึ้น มีการแสดงอัตลักษณ์อย่างโดดเด่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (คือ Facebook) และกลายเป็นทางเลือกของกลุ่มเกย์ ไม่มีการปกปิดแอบแฝงเหมือนในอดีต การศึกษาวิจัยครั้งนี้ต้องการจะทำความเข้าใจและอธิบายว่า สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญที่ทำให้กลุ่มเกย์สามารถสร้างพื้นที่ทางสังคมผ่านสื่อออนไลน์ และใช้สร้างเครือข่ายทางสังคมอย่างไร และแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิด รสนิยม และการสร้างตัวตนทางสังคมใหม่จนอาจส่งผลอย่างสำคัญต่อการดำเนินชีวิตจริงๆ ของพวกเขาในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

คำถามของการศึกษาวิจัย

1. สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญที่ทำให้กลุ่มเกย์สามารถสร้างพื้นที่ทางสังคมผ่านสื่อออนไลน์อย่างไร
2. กลุ่มเกย์ใช้สร้างเครือข่ายทางสังคมและแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิด รสนิยมและการสร้างตัวตนทางสังคมใหม่ของพวกเขาในสังคมไทยยุคปัจจุบันอย่างไร

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสร้างชุมชนชาวเกย์ผ่านการใช้และการบริโภคสื่อในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ว่าดำเนินไปอย่างไร
2. เพื่อศึกษาว่ากระบวนการสร้างชุมชนในพื้นที่สื่อออนไลน์ (Facebook) ดังกล่าวข้างต้นเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์ไปกับชีวิตประจำวันของเหล่าชาวเกย์อย่างไร
3. เพื่อสังเคราะห์ได้แนวคิดในการออกแบบสื่อสะท้อนกระบวนการต่อรองของชุมชนชาวเกย์ผ่านพื้นที่สื่อออนไลน์ (Facebook) ในสังคมไทย

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างชุมชนชาวเกย์ในพื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ผ่านการใช้และการบริโภคสื่อ
2. ได้ความเข้าใจใหม่ เกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์และวิถีทางวัฒนธรรมของชาวเกย์ที่ปรากฏผ่านภาพตัวแทนในพื้นที่สื่อออนไลน์ (Facebook) ความเข้าใจกระบวนการสร้างภาพแทนของสื่อออนไลน์ต่อชุมชนเกย์
3. ได้แนวคิดในการออกแบบสื่อที่สะท้อนกระบวนการต่อรองระหว่างชุมชนเกย์ในสังคมไทย

1.4 นิยามศัพท์

เกย์ คือ ผู้ชายที่มีรสนิยมทางเพศชอบเพศชายด้วยกัน แต่ยังคงพอใจในเพศชายของตนเอง การแต่งตัวยังคงลักษณะแบบผู้ชาย

สื่อสังคมออนไลน์ คือ สื่อที่ผู้ส่งสารแบ่งปันสาร ซึ่งอยู่ในรูปแบบต่างๆ ไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยตนเอง

แอปพลิเคชัน โปรแกรมประเภทหนึ่ง ที่รับรองการทำงานเฉพาะทาง ใช้สำหรับการใช้งานบนโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือคอมพิวเตอร์ที่มีการเชื่อมต่อสื่อสังคมออนไลน์

Like ฟังก์ชันการกดเพื่อแสดงความชื่นชอบต่อรูปภาพ ข้อความ หรือเพจในเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลอยู่ในโลกที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ต่างๆ

ความหมายตรง (Denotation) เป็นระดับความหมายที่เกี่ยวข้องกับความจริงระดับธรรมชาติ เป็นความหมายที่เป็นที่รับรู้และเข้าใจได้สำหรับผู้รับสารส่วนใหญ่ การอธิบายความหมายของศัพท์ในพจนานุกรมก็เป็นความหมายโดยตรง

ความหมายแฝง (Connotation) เป็นการตีความหมายของสัญลักษณ์ โดยเป็นระดับที่พวงเอาปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยซึ่งเป็นการอธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้และคุณค่าทาง

มายาคติ (Myth) วิธีคิดแต่ละสังคมวัฒนธรรมที่มีต่อเรื่องหนึ่งและเป็นวิธีการสรุปแนวคิด (Conceptualization) เกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มายาคติปรากฏได้ในทุกสังคมรวมถึงสังคมสมัยใหม่ด้วย

ไทม์ไลน์ (Timeline) แผนผังแสดงการพัฒนาหรือลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามลำดับเวลา โดยขึ้นอยู่กับหัวข้อที่น่าสนใจ และช่วงเวลาที่น่าสนใจ ไทม์ไลน์ถูกใช้ในการแสดงผลเพื่อง่ายต่อการศึกษาค้นคว้า โดยทั่วไปจะใส่เฉพาะหัวข้อสำคัญไม่ลงรายละเอียดมากนัก

1.5 การนำเสนอผลการศึกษา

การนำเสนอผลการศึกษาค้นคว้าอิสระเรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแสดงตัวตนทางสังคมของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา Facebook page แยกออกเป็น บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย บทที่ 4 ผลการศึกษา บทที่ 5 สรุปและอภิปรายผลการศึกษา และการออกแบบสื่อศิลปะที่จัดแสดงนิทรรศการ

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อแสดงตัวตนทางสังคมของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ ผ่านการสร้างภาพตัวแทนใน Facebook Pages “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” ประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีสำคัญคือ 1. แนวคิดสัญวิทยา (semiology) และการวิเคราะห์ภาพตัวแทน (representation analysis) 2. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ Identity 3. แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อย (subculture) การนำเสนอในบทนี้แยกออกเป็น 2 ส่วนคือ 2.1 การทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา และ 2.2 ทบทวนงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

2.1.1 สัญวิทยา (semiology) และการวิเคราะห์ภาพตัวแทน (representation analysis)

เป็นศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับระบบของสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในความคิดของมนุษย์อันถือเป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่อยู่รอบตัวของเราสัญลักษณ์อาจจะได้แก่ภาษารหัสสัญญาณเครื่องหมายฯลฯหรือหมายถึงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้มีความหมายแทนของจริงตัวจริงในตัวตนและในบริบทหนึ่งในแง่ของการสื่อสารของสารสนเทศในสิ่งมีชีวิต Semiotics เป็นคำที่นักปรัชญาชาวอเมริกัน Charles Sanders Peirce (ค.ศ.1839 - 1914) เป็นผู้ริเริ่มใช้และทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายส่วนคำว่า Semiology เป็นคำที่ตั้งขึ้นโดยนักภาษาศาสตร์ Ferdinand de Saussure (ค.ศ. 1857-1913) นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการอีกหลายคนนำเอาแนวคิดเรื่องสัญวิทยาไปพัฒนาต่อซึ่งจะกล่าวถึงอีกคนได้แก่ Roland Barthes (ค.ศ. 1915-1980) ในการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับสัญศาสตร์และสัญวิทยานั้นมีเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของการศึกษาสอดคล้องและคล้ายคลึงกันนั่นคือการศึกษาวิธีการสื่อความหมายขั้นตอนและหลักการในการสื่อความหมายตลอดจนเรื่องการทำความเข้าใจในความหมายของสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมหนึ่งๆ

รูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์

การศึกษาเกี่ยวกับสัญศาสตร์จะเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์เพื่อที่ว่าความหมายถูกสร้างและถูกถ่ายทอดอย่างไรซึ่ง Saussure อธิบายว่าในทุกๆ สัญลักษณ์ต้องมีส่วนประกอบทั้ง 2 อย่าง ได้แก่

1.1.1 รูปสัญลักษณ์ (Signifier) คือสิ่งที่เราสามารถรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสเช่นการมองเห็น ตัวอักษรรูปภาพหรือการได้ยินคำพูดที่เปล่งออกมาเป็นเสียง (Acoustic-image)

1.1.2 ความหมายสัญลักษณ์ (Signified) หมายถึงความหมายคำนิยามหรือความคิดรวบยอด (Concept) ที่เกิดขึ้นในใจหรือในความคิดของผู้รับสารความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์แต่ละตัวนั้น เกิดขึ้นโดยตรรกะว่าด้วยความแตกต่าง (The logic of difference) หมายถึงความหมายของสัญลักษณ์แต่ละตัวมาจากการเปรียบเทียบว่าตัวมันแตกต่างจากสัญลักษณ์ตัวอื่นๆในระบบเดียวกัน ซึ่งหากไม่มีความแตกต่างแล้วความหมายก็เกิดขึ้นไม่ได้ทั้งนี้ความต่างที่ทำให้ค่าความหมายเด่นชัดที่สุดคือความต่างแบบคู่ตรงข้าม (Binary opposition) เช่นขาว-ดำดี-เลวร้อน-เย็นหรืออธิบายอีกอย่างคือความหมายของสัญลักษณ์หนึ่งเกิดจากความไม่มีหรือไม่เป็นของสัญลักษณ์อื่น (สรณี วงศ์เป็ยสังข์, 2544)

ความหมายตรงและความหมายแฝง

ในการทำงานของขั้นตอนการแสดงความหมายของสัญลักษณ์นั้นจะมีความสัมพันธ์ระหว่างรูปสัญลักษณ์และความหมายสัญลักษณ์ตลอดเวลาซึ่ง Barthes ได้ให้แนวคิดในการวิเคราะห์ความหมาย 2 ชนิดคือ

ความหมายตรง (Denotation) เป็นระดับของความหมายที่เกี่ยวข้องกับความจริงระดับธรรมชาติ เป็นความหมายที่ผู้ใช้สามารถเข้าใจได้ตรงตามตัวอักษรจัดอยู่ในลักษณะของการอธิบายหรือพรรณนา (Descriptive level) และเป็นความหมายที่เป็นที่รับรู้และเข้าใจได้สำหรับผู้รับสารส่วนใหญ่ยกตัวอย่าง เช่นเมื่อเรากล่าวถึงช้างก็จะนึกถึงลักษณะของสัตว์ที่มีรูปร่างใหญ่มีงาและงวง เป็นต้นการอธิบายความหมายของคำศัพท์ในพจนานุกรมก็เป็นความหมายโดยตรงเช่นกัน (ภักพงศ์ อัครเสรี, 2548)

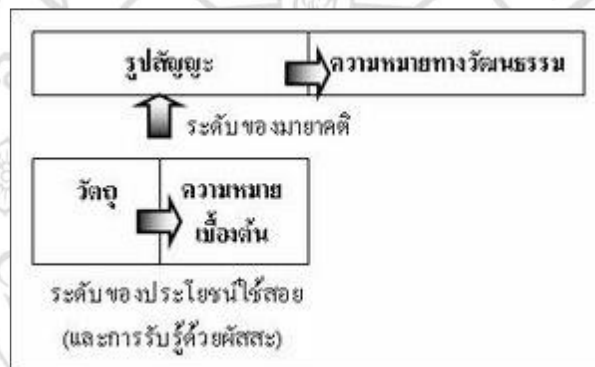
ความหมายแฝง (Connotation) เป็นการตีความหมายของสัญลักษณ์โดยเป็นระดับที่พ่วงเอาปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยซึ่งเป็นการอธิบายถึงปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้ใช้และคุณค่าทางวัฒนธรรมของเขาความหมายแฝงหรือความหมาย ในระดับที่สองนี้สร้างขึ้นบนพื้นฐานของความหมายตรงของสัญลักษณ์ตัวเดียวกัน ซึ่งกระบวนการเกิดขึ้นของความหมายแฝงนี้เกิดขึ้นเมื่อ สัญลักษณ์ ในความหมายระดับแรกถูกนำไปใช้เป็นรูปสัญลักษณ์ โดยมีการผูกโยงรวมเข้ากับ ความหมายใหม่จึงเกิดเป็นความหมายแฝง ซึ่งกระบวนการนี้เองที่ Barthes ใช้ชื่ออธิบายการเกิด Myth (มายาคติ) ซึ่ง Barthes ได้อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการดังกล่าวไว้ดังนี้ “มายาคติเป็นระบบสื่อความหมายซึ่งมีลักษณะพิเศษตรงที่มันก่อตัวขึ้นบนกระแสนการสื่อความหมายที่มีอยู่ก่อนแล้วจึงถือได้ว่ามายาคติเป็นระบบสัญลักษณ์ ในระดับที่สองสิ่งที่เป็นหน่วยสัญลักษณ์(ผลลัพธ์จากการประกอบของรูปสัญลักษณ์กับความหมาย) ในระบบแรกกลายมาเป็นเพียงรูปสัญลักษณ์ในระบบที่สอง ขอขำในที่นี้ว่าเป็นวัสดุสำหรับสร้างวาทะแห่งมายาคติ (เช่นภาษา ภาพถ่าย ภาพวาด โปสเตอร์ พิธีกรรม วัตถุ ฯลฯ) ไม่ว่าในเบื้องต้นนั้นจะมีความแตกต่างหลากหลายเพียงใดก็ตามแต่ครั้งเมื่อถูกจับยึดโดยมายาคติแล้ว

ก็จะถูกทอนให้เหลือเป็นเพียงรูปสัญลักษณ์เพื่อสื่อถึงสิ่งอื่นเสมอ” (วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2544) อย่างไรก็ตามการสื่อความหมายในระดับของความหมายแฝงนี้มีแนวโน้มในการสื่อความหมายที่แตกต่างกันซึ่งขึ้นอยู่กับระดับของการสื่อความหมายโดยแบ่งออกเป็น 2 ระดับได้แก่

ระดับของปัจเจก (Individual connotations)

ในการทำความเข้าใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคลนั้นเป็นการเรียนรู้วิธีการมองโลกและการที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์กับโลก

ระดับของวัฒนธรรม (Cultural connotations) การสื่อความหมายในระดับนี้แสดงถึงการที่วัตถุในวัฒนธรรมได้พ่วงเอาความสัมพันธ์และการสื่อความหมายเข้ามาในตัวมันและมีส่วนร่วมในการให้ความหมายกับผู้คนในวัฒนธรรมยกตัวอย่างเช่นการมอบดอกกุหลาบที่คนให้การยอมรับในเชิงวัฒนธรรมเข้าใจร่วมกันว่าเป็นการแสดงถึงความรัก (สมเกียรติ ตั้งนโม, 2550)



ภาพที่ 2.1 แสดงการทำงานของมายาคติ (วรรณพิมล อังคศิริสรรพ, 2544 : 11)

ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดสัญวิทยามาใช้ในการศึกษาหาความสัมพันธ์ความหมายของสัญลักษณ์ในชุมชนเกษตรศึกษาทั้งความหมายตรงและความหมายแฝงของกลุ่มสังคมเกษตรแนวความคิดนี้จะทำให้เข้าใจถึงความหมายแฝงในการสื่อสารของกลุ่มสังคมต่อสังคมเกษตรด้วยกันทั้งในระดับปัจเจก รวมไปถึงระดับของวัฒนธรรมของชุมชนเกษตรในสังคมไทย

ภาพตัวแทน (Representation)

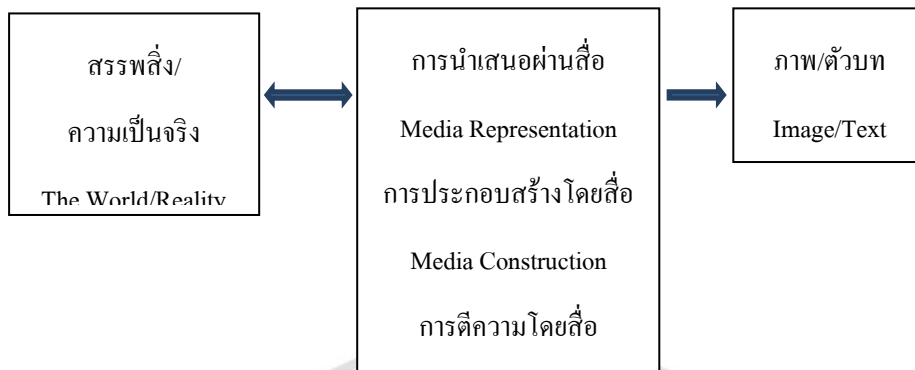
การนำเสนอภาพแทน เป็นแนวทางการศึกษาด้านวัฒนธรรมของสำนักปรากฏการณ์นิยมซึ่งให้ความสำคัญกับแนวคิดการประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม สำนักวัฒนธรรมศึกษาไทยได้อธิบายเรื่อง “ภาพตัวแทน” (Representation) ว่ามิใช่สิ่งหรือผลผลิตที่เคยเป็นอยู่หรือมีอยู่หากแต่เป็นผลผลิตที่มีการประกอบสร้างขึ้นมาใหม่อยู่ตลอดเวลา (Reproduce) ไม่ว่าจะป็นรูปภาพข้อเขียนหลักฐานซึ่งภาพตัวแทนนั้นจะออกมาเป็นอย่างไรก็ยอมแล้วแต่ว่าภาพตัวแทนนั้นจะถูกนำเสนออย่างไร นอกจากนี้แนวความคิดเกี่ยวกับภาพตัวแทนยังระบุว่าการนำเสนอภาพตัวแทนของสิ่งๆหนึ่ง

ในช่วงเวลาหนึ่งในกระบวนการประกอบสร้างความหมายนั้น จะไม่ได้มีเพียงหนึ่งเดียวแต่มีได้หลากหลายและแต่ละภาพตัวแทนนั้นต่างแข่งขันกันเพื่อให้ภาพของตนขึ้นมาอยู่เหนือกว่าหรือจริงกว่าภาพอื่นๆ ดังนั้นคำว่า Representation ที่ใช้ในที่นี่มิได้มีความหมายเพียงแค่ภาพที่เรามองเห็นเท่านั้น แต่ในทางปฏิบัติศัพท์เฉพาะคำนี้ยังครอบคลุมถึงกระบวนการต่างๆ ในการเสนอภาพออกมาอีกด้วย ในที่นี้จึงขอใช้คำว่า “การนำเสนอภาพตัวแทน” เมื่อกล่าวถึงคำว่า Representation ในความหมายที่สื่อถึงกระบวนการนำเสนอและใช้คำว่า “ภาพตัวแทน” ในความหมายที่สื่อถึงภาพเพียงอย่างเดียว (สุรเดช โชติอุดมพันธุ์ : วาทกรรมภาพแทนและอัตลักษณ์) โดยในวิชาสื่อศึกษา (Media Studies) สามารถแปลความหมายในนัยต่างๆ ได้ 3 ประการคือ

1. มีลักษณะคล้ายคลึง (To look like or to resemble)
2. เป็นตัวแทนของสิ่งของหรือบุคคล (To stand in for something or someone)
3. นำเสนอครั้งใหม่หรือนำเสนอซ้ำ (To present a second time or to re-present)

ทั้งสามนัยข้างต้นนั้นสามารถสรุปความได้ว่าการนำเสนอภาพตัวแทนเป็นการนำ “ความจริง” หรือภาพต้นแบบมานำเสนอซ้ำอีกครั้งใหม่ภาพที่ถูกนำเสนอจึงมิได้มีคุณสมบัติเท่าเทียมกับความจริงดั้งเดิมแต่เป็นเพียง “ตัวแทน” ที่ “คล้ายคลึง” กับความจริงต่อภาพต้นแบบเท่านั้น โดยนัยนี้ปรัชญาปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) อธิบายว่า “ภาพตัวแทนมิใช่สิ่งที่เคยเป็นอยู่หรือมีอยู่แต่เป็นผลผลิตของการประกอบสร้างขึ้นมาใหม่ตลอดเวลาภาพตัวแทนจะมีลักษณะเป็นอย่างไรจึงขึ้นอยู่กับว่าภาพนั้นจะถูกนำเสนอออกมาอย่างไรหรือกล่าวในแง่ภาษาคือภาพตัวแทนนั้นถูกนิยามหรือถูกเล่าเรื่องในลักษณะใด (กาญจนา แก้วเทพ, สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย, 2555) อาจกล่าวได้ว่าสาเหตุที่ภาพตัวแทนแปรเปลี่ยนไปจากภาพต้นแบบนั้น เพราะรูปลักษณะและคุณสมบัติบางประการถูก “สื่อกลาง” ที่ใช้นำเสนอบิดเบือนลักษณะของภาพต้นแบบไปในชีวิตประจำวัน สื่อกลางที่เป็นเครื่องมือในการนำเสนอภาพตัวแทนนั้น มิได้มีเพียงรูปภาพตามความหมายนัยตรงของคำว่า ภาพเท่านั้นแต่ยังหมายถึงสื่อชนิดอื่นๆทุกชนิดที่มีความสามารถในการนำเสนอได้ ทั้งภาพถ่าย ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ ภาพยนตร์ ภาษา รวมทั้ง

วงจรรูปภาพและอวัจนภาษา ล้วนแต่เป็นสื่อที่สามารถนำเสนอภาพตัวแทนได้ทั้งสิ้น ไมเคิล โอชอจเนสซี (Michael O'Shaughnessy) และเจน สเตเดออร์ (Jane Stadler) ได้เสนอแผนภูมิแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความจริงต่อภาพต้นแบบและภาพตัวแทนไว้ดังนี้



แผนภูมิที่ 2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างความจริงสื่อและภาพตัวแทน

จากแผนภูมิดังกล่าว สรรพสิ่งและความเป็นจริงต่าง ๆ ล้วนแต่ถูกเสนอผ่านสื่อในกระบวนการนำเสนอ สื่อย่อมมีบทบาทในการบิดเบือนภาพของสรรพสิ่งเหล่านี้ด้วยวิธีการต่างๆ ได้แก่ การนำเสนอคือการให้ความหมายแก่สิ่งต่างๆ การประกอบสร้างคือการดึงเอาความหมายต่างๆ ในวัฒนธรรมมาให้ความหมายแก่สิ่งที่ถูกนำเสนอไปในทิศทางที่ผู้ส่งสารเข้าใจและในที่สุดก็จะได้ภาพหรือตัวบทซึ่งมีลักษณะแปรเปลี่ยนไปจากสรรพสิ่งที่เป็นต้นแบบเพราะผ่านกระบวนการทั้งสามข้างต้นมาแล้ว

นอกจากนี้ จะสังเกตได้ว่า ลูกศรที่อยู่ระหว่างกรอบที่ 1 สรรพสิ่ง/ความเป็นจริงกับกรอบที่ 2 การนำเสนอผ่านสื่อ การประกอบสร้างผ่านสื่อ และการตีความ โดยสื่อ นั้นเป็นลูกศรสองด้าน เพราะมันสะท้อนเรื่องภาพตัวแทนเชื่อว่ามนุษย์ไม่อาจประจักษ์ถึงความจริงแท้ (Reality) ได้โดยง่าย หากแต่ความจริงแท้ที่เราเข้าใจนั้นก็ถูกนำเสนอผ่านสื่อเช่นกัน จึงต้องมีหัวลูกศรชี้กลับเพื่อสื่อถึงว่าตัวของ “ความจริง” เองก็มีที่มาจากการนำเสนอภาพตัวแทนด้วย

อนึ่ง การที่เราเรียกภาพที่ถูกเสนอผ่านสื่อว่าเป็น “ตัวบท” (Text) นั้น เพราะรูปลักษณ์ของภาพนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นภาพตัวอักษร หรือสัญลักษณ์เพียงอย่างเดียวอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ภาพตัวแทนนั้นมีความหมายกว้างครอบคลุมถึงวัตถุทุกชนิดที่ผู้รับสารสามารถรับรู้ได้ทางโตดประสาทและเอื้อต่อการศึกษาวิเคราะห์ดังที่ โอซอว์ เนสซี และสเตลเลอร์ อธิบายว่า ตัวบทคือสื่อทุกชนิดเช่น ภาพถ่าย โฆษณา ภาพยนตร์ นิตยสาร เว็บไซต์ รายการโทรทัศน์ บทความ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ทั้งนี้ ตัวบทต้องสามารถที่จะถูกผลิตซ้ำได้ และสามารถนำมาวิเคราะห์ได้

จากความหมายที่เสนอมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่า ประเด็นสำคัญของการนำเสนอภาพตัวแทนนั้นคือความไม่เท่าเทียมกันระหว่างภาพต้นแบบกับภาพตัวแทนอันเนื่องมาจากบทบาทของ “สื่อ” ที่ใช้ นำเสนอภาพตัวแทน สจิวต์ ฮอลล์ (Stuart Hall) นักวิชาการวัฒนธรรมศึกษาได้เสนอว่า สื่อที่มีบทบาทสำคัญที่สุดในการเสนอภาพตัวแทนนั้นคือ “ภาษา” เพราะมนุษย์คิดและเข้าใจสิ่งต่างๆ ผ่านภาษาทั้งสิ้น

เขาอธิบายว่ากระบวนการเสนอภาพตัวแทน (System of Representation) มีสองขั้นตอนขั้นตอนแรกมนุษย์มี “มโนทัศน์” (ซึ่งหมายถึงภาษาสามัญทั่วไปที่มนุษย์ใช้แปลความคิดออกมา) เกี่ยวกับสิ่งต่างๆ อยู่ในสมองมโนทัศน์เหล่านี้ หมายรวมถึงรูปธรรมเช่นแก้วน้ำแก้วร้อนไม้และนามธรรมเช่นความคิด ความชั่วความสุขความทุกข์มโนทัศน์ เหล่านี้จะมีอยู่ในสมองการนำเสนอผ่านสื่อของมนุษย์อยู่แล้ว เพราะได้ผ่านการเรียนรู้สั่งสมหรือจากประสบการณ์ของปัจเจกบุคคลในสังคมจากนั้น ในขั้นตอนต่อมามนุษย์จะได้รับสารผ่านตัวบทด้วยวิธีการต่างๆ เช่น ดู ฟัง พุด คุย อ่าน ฯลฯ ในขั้นตอนนี้ภาษาจะเข้ามามีบทบาทคือ เป็นรหัสที่ช่วยให้มนุษย์สามารถเชื่อมโยงสารดังกล่าวเข้ากับมโนทัศน์ในสมองของตนได้ ตัวอย่างเช่น เมื่อเราได้ยินคำว่าแก้วน้ำเราก็จะสามารถเชื่อมโยงคำนี้เข้ากับภาชนะทรงกระบอกสำหรับใช้บรรจุของเหลวที่ใช้ดื่มได้ทันทีเพราะเรามีข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเสียงของคำว่าแก้วน้ำกับวัตถุอันได้แก่ภาชนะดังกล่าวอยู่ในสมอง (ฮอลล์ เรียกว่า “มโนทัศน์” เกี่ยวกับแก้วน้ำ 1) (Stuart Hall, Representation: Cultural Representations and Signifying Practices, P16-22)

ด้วยเหตุที่ภาษาเป็นสื่อสำคัญที่สุดในการนำเสนอภาพตัวแทนฮอลล์ จึงให้ความหมายของ “การนำเสนอภาพตัวแทน” ว่าหมายถึง “การใช้ภาษาเพื่อกล่าวถึงหรือนำเสนอสรรพสิ่ง โดยมีภาระเน้นย้ำความหมาย” หรือกล่าวโดยละเอียดคือ “การนำเสนอภาพตัวแทนเป็นกระบวนการผลิตความหมายจากมโนทัศน์ในความคิดของเราผ่านทางภาษาภาพตัวแทน เป็นสิ่งที่เชื่อมโยงมโนทัศน์ในความคิดของเราผ่านทางภาษาภาพตัวแทน เป็นสิ่งเชื่อมโยงมโนทัศน์กับภาษาเข้าด้วยกันเพื่อใช้อ้างอิงถึงโลกแห่งความจริงหรือแม้แต่โลกจินตนาการ ในการให้ความหมายของภาพตัวแทนนั้น (นพพร ประชากุล) อธิบายว่าการนำเสนอภาพตัวแทน “เลือกเอาคุณลักษณะบางอย่างมาจับแน่นแล้วนำเสนอออกมา ประหนึ่งว่าเป็นตัวแทนของทั้งหมดตัวอย่างเช่น มนุษย์คนหนึ่งอาจจะมีทั้งข้อดีและข้อเสียแต่การนำเสนอภาพตัวแทน มนุษย์คนดังกล่าวอาจจะเลือกเฉพาะด้านดีมานำเสนอให้เป็นวีรบุรุษหรือ อาจจะเลือกเฉพาะด้านที่ไม่ดีมานำเสนอให้เป็นผู้ร้ายก็ได้หรือการรณรงค์ท้องเที่ยวตลาดโบราณแนวตลาดร้อยปี อาจจะเลือกเน้นประชาสัมพันธ์เฉพาะสิ่งที่มีคุณลักษณะแบบโบราณ เช่น ของเล่น อาหารการกิน และการแต่งกายของคนในตลาดที่ทันสมัยไปแล้วทุกๆ ที่จริงๆ แล้วในตลาดนั้นอาจจะมีสินค้าและผู้คนที่ทันสมัยตามปกติรวมอยู่ด้วยก็ได้

คำว่า Representation ในภาษาอังกฤษนั้นเสนอแนวคิดที่อาจจะไม่สามารถแปลได้ด้วย “ภาพแทน” ทั้งหมดเนื่องจากคำว่า “ภาพแทน” เป็นผลผลิตหรือวัตถุสำเร็จหากแต่คำว่า Representation นั้นยังหมายรวมถึงกระบวนการนำเสนอด้วยดังนั้นจึงอาจจะแปลได้ว่า “การนำเสนอภาพแทน” อีกด้วยนอกจากนั้นคำว่า Representation ยังมีแง่มุมของ “การนำมาเสนอใหม่” (Re-presentation) และ “การเป็นตัวแทน” ดังนั้น “ภาพแทน” จึงเป็นเพียงแง่ความหมายนัยยะหนึ่งของคำที่ซับซ้อนคำนี้ เหมือนที่สจวร์ต ฮอลล์ (Stuart Hall) นักวัฒนธรรมศึกษาได้นิยาม Representation ว่าเป็นการผลิตสร้างความหมายโดยการใช้ระบบสัญลักษณ์ (Hall, 1997: 15) เป็นการพยายามที่จะเชื่อมโยงแนวคิด

(Concepts) กับระบบสัญลักษณ์เข้าด้วยกันหรือเป็นการเสนอแนวคิดผ่านระบบสัญลักษณ์นั่นเอง ฮอลล์ (1997: 17-19) พิจารณาว่าระบบการนำเสนอภาพแทนนั้นเกิดขึ้นในสองระดับด้วยกันคือ

1. ในระดับของการนำเสนอภาพแทนในใจ (Mental representation) เป็นการตีความความจริงรอบตัวมนุษย์ซึ่งเป็นกระบวนการกลั่นกรองสิ่งที่เกิดขึ้นรอบตัวให้เป็นความรู้หรือความคิดหนึ่งๆที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ

2. ในระดับของการนำเสนอภาพแทนภายนอกเป็นการสื่อสารความคิดหรือความรู้ที่อยู่ในหัวสมองออกมาให้ผู้อื่นรับทราบโดยระบบสัญลักษณ์ต่างๆเช่น ภาษา เป็นต้น ดังนั้นจะเห็นได้ว่า

การนำเสนอภาพแทนนั้นมีขั้นตอนที่กลั่นกรอง“ความจริง” อย่างน้อยสองระดับคือการกลั่นกรองและจัดการเรียบเรียงความรู้ความคิดในหัวสมองมนุษย์และการกลั่นกรองและจัดการเรียบเรียงภายนอกโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ เช่น ภาษา

แนวคิดเรื่องภาษาและวาทกรรมดังกล่าวทำให้ ฮอลล์ (1997 : 25) เสนอวิธีการศึกษาการนำเสนอภาพแทนในเชิงการ “สร้าง” ความหมาย (Constructionist approach) ซึ่งตั้งอยู่บนความเชื่อพื้นฐานที่ว่า การนำเสนอภาพแทนนั้น ไม่ได้เป็นกระบวนการที่โปร่งใสหรือเป็นเพียงการถ่ายทอดสิ่งรอบข้างโดยตรงโดยไม่ได้มีการบิดเบือน หากแต่เป็นกระบวนการที่แอบแฝงการผลิตความหมาย กล่าวคือในขณะที่สิ่งรอบข้างไม่ได้มีความหมายในตัวของมันเอง แต่นักเขียนหรือผู้นำเสนอภาพแทนนั้นใส่ “ความหมาย” ลงไปในกระบวนการนำเสนอจากแง่มุมดังกล่าวผู้เขียนหรือผู้นำเสนอนับว่ามีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นผู้กำหนดกรอบและให้ความหมายกับสิ่งรอบข้างที่ไม่ได้มีความหมายในตัวของมันเองตัวอย่างที่น่าสนใจที่ ฟูก็อด์ ศึกษาที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนี้คือประเด็นเพศสถานะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นของรักร่วมเพศจะเห็นได้ว่าเรื่องของรักร่วมเพศเป็นเรื่องที่มีมานานตั้งแต่สมัยกรีกโรมัน ซึ่งมองเห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างชายกับชายเป็นเรื่องปกติ แนวคิดในการกำหนดความเป็นรักร่วมเพศ (Homosexuality) เพิ่งเกิดขึ้นในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 19 ที่เริ่มแบ่งแยกรักร่วมเพศออกจากรักต่างเพศและให้ความหมายในเชิงคุณค่าว่าแบบแรกเป็นแบบที่ “ผิดปกติ” และแบบหลังเป็นแบบที่ “ปกติ” ทั้งๆ ที่ก่อนหน้านี้ สมัยกรีกโรมันรักร่วมเพศมักจะถูกมองว่าเป็นการถ่ายทอดความรู้เรื่องเพศสัมพันธ์จากชายที่มีอายุมากกว่าสู่ชายที่มีอายุน้อยกว่า ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสัมพันธ์ระหว่างคนเพศเดียวกันเป็นสิ่งที่ไม่มีมีความหมายในตัวของมันเองหากแต่วาทกรรมของแต่ละยุคสมัยให้ “ค่า” และ “ความหมาย” กับความสัมพันธ์ดังกล่าวแตกต่างกันและความแตกต่างนี้เองสามารถพบได้ใน “ภาพแทน” ไม่ว่าจะเป็นในตัวบทหรือเรื่องเล่าต่างๆเช่นวรรณกรรมหรือบทสนทนาในแต่ละยุคสมัยซึ่งเป็นประจักษ์พยานที่ผลิตซ้ำวาทกรรมไม่ว่าจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตามการเชื่อมโยงระหว่างวาทกรรมและการนำเสนอภาพแทน จึงนำไปสู่การศึกษาตัวตนของผู้นำเสนอหรืออัตลักษณ์ (Identity) เนื่องจากอัตลักษณ์ของผู้นำเสนอมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการเข้าใจเรื่องการยอมรับและการต่อรองกับวาทกรรม

นอกจากนั้นแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ก็มีการพัฒนาเช่นเดียวกันในช่วงหลังจากเดิมที่อัตลักษณ์ของปัจเจกชนนั้นขึ้นอยู่กับกลุ่มหรือชนชั้น เช่น กำหนดว่าตนเป็นชนชั้นกลางหรือชนชั้นกรรมาชีพ และต้องต่อสู้เพื่อชนชั้นของตนมาเป็น แนวคิดของอัตลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและลักษณะทางกายภาพด้านอื่นๆ มากยิ่งขึ้นเช่น ชาติพันธุ์ เพศสถานะ เพศสรีระ อายุ ความพิการ

อุดมการณ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติแง่มุมต่างๆ เหล่านี้เชื่อมโยงกับวาทกรรมของความหลากหลายทางวัฒนธรรมและแนวคิดที่ทำให้มนุษย์เริ่มเปิดกว้าง และยอมรับอัตลักษณ์ที่หลากหลายซับซ้อนมากยิ่งขึ้น กระบวนการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์อาจจะเกิดขึ้นได้หลากหลายรูปแบบแต่โดยรวมแล้วจะเกิดการสรรหาความแตกต่าง (Difference) ระหว่าง “ความเป็นตัวตน” และ “ความเป็นอื่น” (Hall 1997: 234-238) ยกตัวอย่างเช่น ในการกำหนดอัตลักษณ์ในเชิงชาติพันธุ์อาจจะนำเอาแง่มุมเกี่ยวกับประเด็นทางประวัติศาสตร์มาเชื่อมโยงกับประเด็นทางกายภาพคือตัวเส้นพรมแดนบนแผนที่ที่กำหนดความแตกต่างระหว่างชาติพันธุ์ หรืออาจจะใช้ภาษา การแต่งกาย อาหาร มาเป็นองค์ประกอบในการสรรหาความแตกต่างอีกด้วย ส่วนใหญ่แล้วความแตกต่างมักจะทำให้เกิดเป็นขั้วตรงข้าม (Binary opposition) และพยายามจัดแบ่ง “ความเป็นตัวตน” และ “ความเป็นอื่น” ให้เข้าช่องที่แตกต่างดังกล่าวตัวอย่างสำคัญในกรณีนี้คือ อัตลักษณ์ของความเป็นชายและความเป็นหญิงอารยธรรมตะวันตกมักจะแบ่งขั้วความแตกต่างระหว่างชายหญิงไม่เพียงแค่ระดับกายภาพหรือ ทางสรีระเท่านั้น แต่ยังแบ่งแยกในระดับของจิตใภายในอีกด้วยกล่าวคือ ในขณะที่ผู้ชายมักจะเป็นฝ่ายที่ใช้เหตุผลและพลังกำลังผู้หญิงมักจะเป็นฝ่ายที่ใช้อารมณ์ขาดเหตุผลและอ่อนแอ การแบ่งขั้วตรงข้ามนั้นมักจะมีการให้ “คุณค่า” เช่นกันในกรณีการแบ่งแยกชายหญิงจะเห็นได้ชัดว่าอารยธรรมตะวันตกให้ความสำคัญกับความเป็นชายสูงกว่าความเป็นหญิง (Cixous, 1989) นอกจากการสรรหาความแตกต่างแล้วกระบวนการสร้างและนำเสนออัตลักษณ์ ยังต้องพึ่งพาระบบการแบ่งแยก (Classificatory system) อีกด้วย (Woodward, 1997 : 29-35) เช่น ในกรณีของชนชั้นอาจจะใช้เงินตราและสถานะทางสังคมเข้ามาเป็นมาตรฐาน การแบ่งแยกและแบ่งชนชั้นออกเป็นชั้นสูง ชนชั้นกลาง และชนชั้นกรรมาชีพตามแต่รายได้และสถานะทางสังคมของครัวเรือนหนึ่งๆ และมีการให้ “คุณค่า” อย่างเบ็ดเสร็จในระบบการแบ่งแยกนั้นในฐานะที่อัตลักษณ์ในแง่หนึ่งก็คือ “ภาพแทน” ของคนคนหนึ่งซึ่งเกี่ยวพันกันกับการนำเสนอภาพแทน ซึ่งมีการให้ความหมายกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ จึงเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับวาทกรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่วาทกรรมเข้ามามีบทบาทในการสรรหาความแตกต่างและระบบการแบ่งแยก ดังจะเห็นได้จากกรณีการแบ่งแยกชายหญิงซึ่งใช้เหตุผลและกำลังเป็นมาตรฐาน และจากกรณีของชนชั้นซึ่งใช้เงินตราและสถานะทางสังคมเป็นมาตรฐาน ล้วนแล้วแต่เกี่ยวพันกับวาทกรรมของระบบทุนนิยมที่เน้นให้คนใช้เหตุผลหรือพลังกำลังหรือตัวจักรสำคัญ ในการสร้างภาวะที่ได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยที่ผลสำเร็จจะวัดจากตัวเงินหรือวัตถุเป็นหลักจากแนวโน้มและการตระหนักถึงความเกี่ยวพันกับวาทกรรม และกระบวนการนำเสนอภาพแทนกระบวนการสร้าง

อัตลักษณ์ร่วมสมัย จึงอาจจะมีลักษณะของการพยายามก้าวข้ามและพยายามจะกำหนดอัตลักษณ์ที่ ทอดข้ามระดับชนชั้นของระบบการแบ่งแยก เพื่อต่อต้านการสรรหาความแตกต่างและระบบการ แบ่งแยกซึ่งเป็นการทำให้กระบวนการ สร้างอัตลักษณ์ดูเป็นเรื่องง่ายดายและขาดพลวัต

จากแนวทางการศึกษาภาพตัวแทนที่กล่าวมาทั้งหมด ผู้ศึกษาเห็นว่า โน้ตทัศน์เรื่องภาพตัวแทน นั้นเป็นมโนทัศน์ที่สอดคล้องกับปัญหาของการวิจัยในครั้งนี้ เพราะมโนทัศน์ที่ใช้วิพากษ์การเสนอ ภาพตัวแทนของเกย์ใน สื่อออนไลน์ ไม่ได้สะท้อนความจริงของภาพต้นแบบอย่างเต็มที่เช่นเดียวกับ ภาพของเกย์ในสังคมออฟไลน์ การใช้แนวคิดนี้จะทำให้เห็นถึงการสร้างภาพแทนของสื่อออนไลน์ต่อ ชุมชนเกย์อย่างไร

2.1.2 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ Identity

อัตลักษณ์คือความรู้สึกนึกคิดต่อตนเองว่า "เราเป็นใคร" ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสังสรรค์ ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้นและในขณะเดียวกันมโน ทัศน์อัตลักษณ์จะถูกกล่าวควบคู่ไปกับเรื่องของอำนาจนิยามความหมายหรือ การสร้างภาพแทนความ จริง (Representation) เมื่ออัตลักษณ์ไปสัมพันธ์กับแนวคิดที่กล่าวมาข้างต้นแล้วคุณจะมี ความหมายที่แตกต่างจากความหมายที่เข้าที่เข้าใจกันโดยสามัญสำนึกมาก อัตลักษณ์แตกต่างจากบุคลิกภาพใน ประเด็นที่สำคัญหลายประการเราอาจมีบุคลิกภาพร่วมกับบุคคลอื่นแต่การมีอัตลักษณ์ร่วมมีนัยของ การเกี่ยวพันกับการตื่นตัว (Active) บางอย่างในตัวของเราเช่นเราเลือกที่จะแสดงตัวตนกับกลุ่ม หรืออัตลักษณ์ที่เฉพาะ ซึ่งบางครั้งเราอาจมีตัวเลือกมากกว่าคนอื่นและอัตลักษณ์ต้องการความ ตระหนัก (Awareness) บางอย่างที่เกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็นของเราบุคลิกภาพอธิบายลักษณะต่างที่ บุคคลทั่วไปน่าจะมี เช่น การเข้าสังคมเก่งหรืออาจเป็นคุณลักษณะภายใน แต่อัตลักษณ์ต้องการ พื้นฐานบางอย่าง อาจถูกจัดประเภทด้วยการมีลักษณะบุคลิกภาพ แต่เราต้องแสดงตนเอง (นั่นคือการ ยอมรับอย่างตั้งใจ) กับอัตลักษณ์ความสำคัญของการแสดงตัวตน (Marking oneself) คือการมีอัต ลักษณ์เหมือนกับกลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างกับอีกกลุ่มอื่นหากลองคิดถึงสถานการณ์ที่เราพบกับ ใครสักคนในครั้งแรกและเรากำลังพยายามค้นหาว่าเขาคือใครด้วยการตั้งคำถามว่าเขามาจากไหนและ เขาทำอะไรในสถานการณ์ต่างๆถึงเหล่านี้เป็นการกำลังพยายามค้นหาสิ่งเกี่ยวกับตัวของบุคคลนี้และ สิ่งที่ทำให้เขาเหมือนกับเราด้วย (สิ่งที่มีร่วมกับเขา) และสิ่งที่ทำให้เขาแตกต่างจากเราหรือ การ พิจารณาถึงสถานการณ์การเดินทางไกล สถานที่ที่คุณจะไปคุณได้ยินเสียงคนกลุ่มหนึ่ง กำลังสนทนา แล้วพูดภาษาเดียวกับคุณ คุณจะรับรู้ด้วยความรู้สึกรู้ของการระลึก (Recognition) และความเป็น เจ้าของร่วมกับกลุ่มนั้น การที่คุณมีบางอย่างร่วมกัน ได้นำเสนอช่วงของการระลึกและการมีบางอย่าง ร่วมกับผู้อื่น ผู้ที่มีอัตลักษณ์ร่วมกับคุณ อัตลักษณ์ถูกแสดงออกให้เห็นด้วยการคล้ายกัน นั่นคือมัน เกี่ยวกับบุคคลที่เหมือนเราและความแตกต่างของบุคคลที่ไม่เหมือนกับเรา

ลักษณะสำคัญอัตลักษณ์ยังเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆ จะกระทำโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลากหลายรูปแบบ ในอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ก็ยังเกี่ยวข้องกับมิติ "ภายใน" ของความเป็นตัวเราอย่างมากทั้งในด้านของอารมณ์ความรู้สึกเรา เพราะมนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเอง ในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลกและปริณทลของอัตลักษณ์และตัวตนที่มันซ้อนทับกันอยู่ จึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น 2 ระดับคือ ระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social identity) ที่จะใช้แสดงตนเช่นการที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่และระบบคุณค่าที่ติดตัวมาความเป็น พ่อ ความเป็นเพื่อน ความเป็นสามีภรรยา เข็มโรงเรียน ผ้าที่พันคอของทีม ภาษาหรือบางที่อาจเห็นได้จากเสื้อผ้าที่ใส่ สัญลักษณ์และการสร้างภาพแทนความจริง (Representation) เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เราอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้างความต่างจากคนอื่นในความเข้าใจนี้เองแม้ว่าในฐานะของบุคคลเราควรยอมรับในอัตลักษณ์ต่างๆ อย่างตั้งใจอัตลักษณ์เหล่านั้นยังเป็นผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่และความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น อัตลักษณ์จึงได้จัดเตรียมการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่เขาอาศัยอยู่นอกจากนี้อัตลักษณ์ยังรวมถึงเรื่องราว "ฉันมองตัวฉันเองอย่างไรและคนอื่นมองฉันอย่างไร" มันเข้าไปเกี่ยวกับตัวตน (Self) และสิ่งที่อยู่ภายในมันเป็นการกำหนดตำแหน่งที่ระลึกจากสังคมซึ่งเกิดขึ้นจากการที่คนอื่นรับรู้ด้วยไม่ใช่แค่เรารับรู้เท่านั้นอย่างไรก็ตามการที่เรามองตัวเราอย่างไรและคนอื่นมองเราอย่างไรมันอาจไม่สอดคล้องกันเสมอไป

อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นมาได้อย่างไร มันถูกก่อตัวขึ้นมาโดยผ่านการปฏิสังสรรค์ระหว่างบุคคลในบุคคลหนึ่งๆ ก็จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลายและเมื่อบุคคลยอมรับในอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งในขณะเวลานั้นมันมีกระบวนการที่แตกต่างกันในการแทนที่ ในขณะที่บุคคลทำการกำหนดตำแหน่งของตนเองและถูกกำหนดตำแหน่งในทางสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ได้ดำเนินถึงจุดเน้นที่ความแตกต่างความหลากหลายหลายในการสร้างอัตลักษณ์ที่เท่าเทียมกับการตั้งคำถามว่า อัตลักษณ์ทั้งหลายนี้ได้เชื่อมโยงกับสังคมได้อย่างไร การมุ่งเป้าหมายไปที่ความสำคัญต่อมุมมองทางสังคมของอัตลักษณ์จะนำเราไปสำรวจโครงสร้างต่างๆ โดยผ่านชีวิตของเราที่ถูกจัดการอัตลักษณ์ต่างๆ ของเราที่ถูกจัดเก็บไว้เข้าที่ด้วยโครงสร้างต่างๆ ทางสังคมและเราก็มีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเองด้วยเช่นกัน

การเปลี่ยนแปลงความหมายของอัตลักษณ์ที่ปรากฏขึ้นมา มีความสัมพันธ์อย่างมากกับการทำความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในปัจจุบัน ในบริบทของปัจจุบันมีเวลาที่เร่งเร็วขึ้นและมีพื้นที่ที่ดูหดแคบเข้ามาเพราะการปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างหลากหลายและซับซ้อนและรวดเร็วการเปลี่ยนแปลง ประสบการณ์เกี่ยวกับเวลาพื้นที่และแบบแผนการให้คุณค่าการใช้ชีวิตประจำวันมีผลอย่างยิ่งต่อความรู้สึก ที่เรามีเกี่ยวกับตนเองสิ่งที่

เคยเป็นมาตรฐานของระบบคุณค่าและการนิยามอัตลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็คุณค่าทางศาสนาค่านิยมเรื่องเพศ คุณค่าประเพณี วัฒนธรรมเก่าๆ หรือค่านิยมของกลุ่มชาติพันธุ์ ล้วนแล้วกระทบกระทั่งในรูปแบบต่างๆ จากพลังของโลกาภิวัตน์ การปรับเปลี่ยนนี้แสดงออกได้หลายลักษณะทั้งในระดับจุลภาค ในแง่แบบแผนชีวิตประจำวันของปัจเจกชน ในแง่การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นจนถึงระดับที่กลายเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม เราจะเห็นได้จากขบวนการทางศาสนาชาติพันธุ์และวัฒนธรรมใหม่ได้เกิดขึ้นมาราวกับดอกเห็ดในประเทศต่างๆ มันเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ทำให้ต้องมีการทบทวนคำว่า "วัฒนธรรม" หรือ "ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม" กันใหม่ขบวนการเหล่านี้ต้องการเสนอความหมายและทิศทางใหม่ในเชิงสังคมวัฒนธรรมกระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของกลุ่มเกิดจากการผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อน

อัตลักษณ์กับการสร้างตัวตนในบริบทโลกาภิวัตน์

โลกาภิวัตน์ไม่เพียงเป็นบริบทเท่านั้น แต่มันยังเป็นหัวใจหลักของการเกิดการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในยุคปัจจุบันเลยทีเดียวมันเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน การปฏิวัติวิถีของระบบการสื่อสารคมนาคม ได้ทำลายความต่างในเรื่องของมิติพื้นที่และมิติเวลา ทำให้การติดต่อสัมพันธ์กันถี่ขึ้นและเข้มข้นขึ้น ทำให้โลกดูหดแคบเข้า ทำให้การหิบบ่มผสมผสานทางวัฒนธรรมซับซ้อนและหลากหลาย สิ่งเหล่านี้กระทบต่อจิตสำนึกทำให้เกิดการทบทวนค้นหาตำแหน่งของตนเองในอีกด้านหนึ่งการทบทวนและการสร้างความหมายใหม่ๆ แก่อัตลักษณ์ นำไปสู่การเสนอค่านิยมและแบบแผนชีวิตแบบใหม่ขึ้นมา ทำให้การสร้างภาพอัตลักษณ์กลายเป็นส่วนสำคัญของระบบบริโภคนิยมและการเปลี่ยนแปลงของจิตสำนึก และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับตนเองโดยมุ่งศึกษากรณี ตัวอย่างของการสร้างอัตลักษณ์ในสื่อออนไลน์ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นการจำลองโลกที่มีลักษณะ กึ่งนามธรรมที่ขนานกับโลกของความเป็นจริง สำหรับ Baudrillard สื่อทุกวันนี้ประกอบด้วยโลก (ทัศน์) ที่ลอกเลียนความจริง, ความจริงที่เหนือจริง (Hyper-real), เช่นการนำเสนอความลามกอนาจาร (ในความหมายเชิงเทคนิคของเขา), และวิธีการวิภาษวิธีอันหนึ่งเกี่ยวกับสื่อและสังคมที่ได้รับการหคให้สั้นลง ในเรื่องราวใหม่อันหนึ่งซึ่งเป็นการกำหนดโดยเทคโนโลยี David Harvey (1995) ได้ชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิตของระบบทุนนิยมในปัจจุบันมันมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์เรื่องของเวลาและสถานที่อย่างไร โดยระบบทุนมันมีผลในการบีบมิติพื้นที่ให้หดแคบเข้ามาซึ่งเกิดขึ้นโดยสัมพันธ์กับการเร่งมิติเวลาให้หมุนเร็วขึ้นและเข้มข้นขึ้นตรรกะของของทุนนำไปสู่การลดการกีดขวางของระยะทางและพื้นที่ เพื่อให้ทุนเคลื่อนย้ายและมีอัตราการหมุนที่เร็วขึ้น มีผลในการบีบเวลาและบีบพื้นที่โลกให้แคบลงหรืออีกนัยหนึ่งคือ นำไปสู่การละลายทั้งเวลาและพื้นที่ (Annihilation of space and time) Stuart Hall (1993) โดยเขาได้ชี้ให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของคนในยุคโลกาภิวัตน์มันถูกสลายและต้นคลอนอย่างรุนแรงและในอย่างรวดเร็วใน 2 ระดับด้วยกัน (Double displacement) กล่าวคือ

ในระดับของพื้นที่และระดับของตัวตนในระดับของพื้นที่โลกาภิวัตน์ ทำให้การโยกย้ายถิ่นไปมาของ
ผู้คนอย่างรวดเร็วและการกระทำได้ทำในปริมาณที่มากอันเป็นผลมาจากการคมนาคมสื่อสารที่
สะดวกเร็วและราคาถูกลงนำไปสู่บุคคลประเภทใหม่ อัตลักษณ์ใหม่ที่เรียกว่า Diaspora หรือ
บรรดาผู้ที่อพยพย้ายไปอยู่ต่างถิ่นแต่ยังมีความผูกพันเหนียวแน่นกับวัฒนธรรมสังคมบ้านเกิดของ
ตัวเอง แทนที่จะยอมกลืนกลายเข้ากับวัฒนธรรมและสังคมที่ตนเองเข้าไปอยู่ แต่ในขณะก็มีได้พื้น
หวานที่จะกลับไปหวานหาอดีตของตนเพราะรู้ว่ามันเป็นสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ แต่กลับอยู่ในวัฒนธรรมใหม่โดย
"ไม่ยอมสูญเสียอัตลักษณ์เดิมของตนเองกลุ่มคนเหล่านี้อาจเรียกได้ว่า "หลายบ้าน" "หลายอัตลักษณ์"
"อัตลักษณ์ซ้อน" หรืออัตลักษณ์ลูกผสมคนกลุ่มนี้ถือเป็นอัตลักษณ์แบบใหม่ที่เกิดในโลกโลกาภิวัตน์
ยุค ยิ่งไปกว่านั้นโลกาภิวัตน์ยังได้สร้างพื้นที่ชนิดใหม่ขึ้นมาเรียกว่า Electronic space อย่าง Internet
ที่ก้าวข้ามพรมแดนรัฐชาติ โดยกลายเป็นชุมชนแบบใหม่ ที่ไม่ขึ้นกับพื้นที่วิถีคิดกับชุมชนแบบเก่า
ส่วนในระดับของตัวตนนั้น Hall เห็นว่าคนในโลกยุคโลกาภิวัตน์ แทบไม่รู้เลยว่าตัวเองเป็นใครหรือ
เป็นอะไร เนื่องจากโลกสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้คนต้องดิ้นรนต่อสู้ไขว่คว้า
แสวงหาเพื่อสร้างหรือไม่เพื่อตรึงอัตลักษณ์ตัวตนของตัวเองเอาไว้และนี่คือการเมืองอัตลักษณ์ เป็น
การเมืองของยุคโลกาภิวัตน์ ในประเด็นการต่อสู้เคลื่อนไหวและเรียกร้องทางการเมืองจะวนเวียนอยู่
กับเรื่องของอัตลักษณ์เป็นสำคัญไม่ว่าจะเป็นการสร้าง การผลิต การเสพยา การผลิตซ้ำหรือ
การทำให้อัตลักษณ์ของตัวเองบริสุทธิ์ ทั้งในระดับของท้องถิ่น ระดับชาติ ระดับโลกหรือแม้แต่ใน
สังคมที่ไม่มีพื้นที่ทางการเมืองก็ตาม (ในทัศนะของผู้ศึกษา) นัยนี้อัตลักษณ์จึงมีใช้สิ่งหยุดนิ่งแน่น
นอนตายตัวแต่เป็นเวทีของการต่อสู้ที่แหลมคมเพื่อช่วงชิงความเป็นเจ้าในการสร้างค่านิยมหรือเป็น
ผู้ให้ความหมายกับสิ่งต่างๆที่ประกอบขึ้น เป็นตัวเราและของผู้อื่นเมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว Hall จึงสรุปไว้
ว่า "เอกลักษณ์เผยปรากฏตัวขึ้นในฐานะที่เป็นพื้นที่และเป็นเวทีที่ยังหาข้อยุติลงตัวไม่ได้หรือเป็น
ประเด็นปัญหาที่ยังตกลงกันไม่ได้ในพื้นที่หรือในเวทีแห่งนี้ Baudrillard เขาอ้างว่าการมีลักษณะที่เป็น
ภายในเกี่ยวกับการถ่ายทอดสื่อในจอภาพภายในจิตใจของเรา ได้ไปขจัดความแตกต่างระหว่างพื้นที่ที่
สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัวทั้งไปรวมทั้งได้ไปลบพื้นที่ภายในและพื้นที่ภายนอกออกไปด้วย-พื้นที่
เหล่านี้ได้ถูกแทนที่โดยพื้นที่สื่อ (Media space)

สำหรับเรื่องของประสบการณ์เวลาและพื้นที่ที่ที่ทดแทนนั้น เป็นปรากฏอย่างเข้มข้นชัดเป็น
อย่างมากและเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญคือ การมีการปฏิวัติระบบการสื่อสาร โลก ทั้งโลกถูกทำให้รู้สึกว่
เล็กหรือแคบลงในมิติของเวลาและสถานที่ "หมู่บ้านโลก" (Global village) เราสามารถเห็นเป็น
รูปธรรมที่ชัดเจนจากจอโทรทัศน์ระบบดาวเทียม Internet เป็นต้นมันทำให้คนที่อยู่คนละมุมโลก
สามารถรับรู้ข้อมูลเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นพร้อมกัน เช่น การถ่ายทอดโอลิมปิก การถ่ายทอดฟุตบอลโลก
การสนทนาผ่าน Internet ส่ง e-mail เป็นต้น เทคโนโลยีสามารถเอาชนะความต่างของเวลาและ
สถานที่การปฏิวัติการสื่อสารทำให้กลายเป็น Cyberspace ความหมายของสถานที่แบบเก่าที่เรารับรู้ได้

โดยการมีประสบการณ์ตรงคือ ได้เห็นอยู่ที่นั่น ได้ความหมายโดยสถานที่ที่กลายมามีลักษณะนามธรรมมากขึ้น เราติดต่อกับใครสักคนที่ไม่เคยรู้จักไม่เคยพบเห็นมาก่อนบนจอคอมพิวเตอร์แต่ "พื้นที่" ในจอแค่นี้กลับไม่มีขอบเขตจำกัดพื้นที่ โลกที่เป็นรูปธรรมกับมีข้อจำกัดมากมาย พื้นที่บนจอเป็นพื้นที่ที่อยู่นอกเหนือความสามารถของเราที่จะวาดภาพองค์รวมและเข้าหรือ ครอบคลุมความเป็นไปของระบบอันซับซ้อนของระบบทั้งหมดนี้ได้

อาณาจักรออนไลน์เป็นชุมชนนามธรรม (Abstract community) มันแทนที่การพบปะสื่อสารแบบซึ่งๆ หน้าหรือแบบเดิมเป็นการสื่อสารแบบขยายซึ่งมันไม่ขึ้นกับการติดต่อทางกายภาพ ความเป็นนามธรรมนี้ มันรวมไปถึงการดึงปัจเจกออกจากการผูกติดอยู่กับสิ่งที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของอัตลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องตัวแปรทางเพศ ชนชั้นชาติพันธุ์ ในโลกของออนไลน์คุณสามารถลบตัวตนเก่าๆ และสร้างตัวตนใหม่ในชื่อใหม่ที่ไม่มีการรู้จักได้พบหรือได้เห็นเป็นตัวตนในจินตนาการล้วนๆ (Disembodied self) ความรู้สึกของปัจเจกชนในระบบนี้ อาจมีลักษณะที่ขัดแย้งในด้านหนึ่ง อาณาจักรออนไลน์สร้างมนุษย์ที่คิดแบบคอมพิวเตอร์ พูดและติดต่อสื่อสารกันด้วยภาษาออนไลน์ สร้างวิถีคิดและการใช้เหตุผลแบบกลไก เป็นระบบที่มีความเหมือนๆ กันมีแค่สมาชิกของกลุ่มสามารถเพิ่มความมั่นใจ ความรู้สึกเชิงอำนาจแก่ปัจเจกที่อยู่หน้าจอ ซึ่งเขารู้สึกว่ามีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีในการสร้างสรรค์ คิดค้นเขียนแบบและควบคุมปัจจุบัน รวมทั้งเอาชนะสิ่งต่างๆ หรือมิติที่มองไม่เห็นที่อยู่นอกจอได้ นี่คือจุดที่โลกของคอมพิวเตอร์ต่างจากระบบสื่อสารที่ผ่านมานั้นเพิ่มพลังจินตนาการและความเป็นผู้สร้างแก่ปัจเจก ยังมีงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นถึงการที่มีการปฏิสัมพันธ์ผ่านระบบออนไลน์ มิใช่เป็นไปเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจหรือบริโภคสื่อเท่านั้นแต่ยังส่งเสริมให้มีความต้องการรวมกลุ่มและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีอีกด้วย

แต่อย่างไรก็ตามเราจะเห็นว่าระบบสื่อสารดังกล่าว อยู่ภายใต้การควบคุมและแข่งขันภายในกลุ่มทุนข้ามชาติยักษ์ใหญ่เพียงไม่กี่บริษัทเท่านั้น กลุ่มบริษัทดังกล่าวผลิตสิ่งที่ที่เรียกว่า Hardware ในรูปของโปรแกรมต่างๆ แต่สิ่งที่มีมันสร้างขึ้นโดยตัวของมันเอง อาคารอย่างหนึ่งที่โลกคอมพิวเตอร์มันสร้างคือ การเสพยาเสพติด เกมส์และโปรแกรมใหม่ ที่มีไม่รู้จักมีผลทำให้ปัจเจกชนขาดความซับซ้อนของโลกข้างนอกที่เป็นจริง นอกจากนี้คอมพิวเตอร์ยังได้เปลี่ยนแปลงประสบการณ์เกี่ยวกับร่างกายของตัวเองในด้านหนึ่ง รู้สึกเหมือนว่าร่างกายเรามีอิสระเพิ่มมากขึ้นการสร้างภาพบนจอทำให้เราบินได้ เดินทะเลดูกำแพงทะเลลูมิคืออยู่ในที่ที่เราฝันและเราสามารถสร้างมันขึ้นมาได้ แต่ในอีกด้านหนึ่งคอมพิวเตอร์ได้ลดหรือทำลายความรู้สึกและสัมผัสแท้จริงของร่างกายลง มิได้ให้ประสบการณ์ทางกายในบริบททางกายภาพจริงๆ ความรู้สึกสัมผัสทางกายมันไม่สามารถซึมเข้ามาในกาย (Internalized) แต่ได้ถูกแปรรูปไปให้เป็นสัมผัสภายนอก (Externalized) ผ่านจอที่มองเห็นแทน (Simon Cooper, 1997 : 96 - 98) ในแง่นี้คอมพิวเตอร์ทำให้สัมผัสทางกายลดลงและเลื่อนหายแต่คอมพิวเตอร์ได้ชดเชยสิ่งนี้ด้วยการทำให้ปัจเจกชนรู้สึกถึงการมีอำนาจมากขึ้น เมื่อสามารถเพิ่มและควบคุม "ความเร็ว"

อย่างไรก็ตามสิ่งที่คอมพิวเตอร์หยิบยื่นให้นั้นมันคือ เสรีภาพแต่มันเป็นเสรีภาพในพื้นที่ที่เป็นนามธรรม เมื่อประสบการณ์ในเชิงพื้นที่มันเลือนหายกลายเป็นนามธรรมพื้นฐานของมนุษย์ในฐานะประสบการณ์ยังคงอยู่ ถูกทำให้เลือนรางลง โดยผ่านกาลเวลาและเสรีภาพในคอมพิวเตอร์โดยที่ถูกรวบยื่นให้จึงเป็นแค่เพียงภาพลวงตา

นอกจากนี้ขณะที่ "ความเป็นสมัยใหม่" อาจได้รับการสร้างอัตลักษณ์ขึ้นมาในฐานะที่เป็นกระบวนการเกี่ยวกับความแตกต่างเพิ่มมากขึ้นของอาณาจักรของชีวิต (Max Weber ถูกตีความโดย Habermas), "ความเป็นหลังสมัยใหม่" อาจได้รับการตีความในฐานะที่เป็นกระบวนการหนึ่งของการต่อต้านความแตกต่าง (De-differentiation) และการระเบิดหรือปะทุขึ้นภายในของผลที่ตามมาการมีลักษณะที่เป็นภายในเกี่ยวกับการถ่ายทอดสื่อในจอภาพภายในจิตใจของเรา ได้ไปจัดความแตกต่างระหว่างพื้นที่สาธารณะและพื้นที่ส่วนตัวซึ่งไปรวมทั้งได้ไปลบพื้นที่ภายในและพื้นที่ภายนอกออกไปด้วย - พื้นที่เหล่านี้ได้ถูกแทนที่โดยพื้นที่สื่อ (Media space)

2.1.3 แนวคิดวัฒนธรรมย่อย Subculture

“วัฒนธรรมย่อย” (Subculture) ก่อนคำว่า “วัฒนธรรมย่อย” หากพิจารณาจากคำในภาษาอังกฤษ “subculture” หมายถึง “วัฒนธรรมภายในวัฒนธรรม” (Culture within a culture) (M O'Brien and M Yar, Criminology) โดยอธิบายให้ละเอียดมากขึ้น “วัฒนธรรม” หมายถึง แบบอย่างการดำเนินชีวิตของชนหมู่ใดหมู่หนึ่ง (พฤกษศาสตร์ ชุมพล. ระบบการเมือง, หน้า 93) “วัฒนธรรมย่อย (Subculture) คือแบบแผนการดำเนินชีวิตที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าที่แตกต่างหรือเบี่ยงเบนไปจากแบบแผนการดำเนินชีวิตของคนส่วนใหญ่ในสังคม (E McLaughlin and J Muncie, The SAGE Dictionary of Criminology)

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมขนาดใหญ่ที่มีจำนวนสมาชิกไม่ต่ำกว่าหมื่นแสนล้านๆคนขึ้นไปและพลเมืองในแต่ละสังคมมักแบ่งออกเป็นคนหลายกลุ่มที่แตกต่างกันทำให้กลายเป็นสังคมที่มีความแตกต่างกันไปในหมู่สมาชิกของสังคมสังคมดังกล่าวจึงมักจะมีวัฒนธรรมใน 2 ระดับคือวัฒนธรรมทั่วไปและวัฒนธรรมย่อยขึ้นอยู่กับจำนวนของสมาชิกที่เข้าร่วมในวัฒนธรรมนั้นๆ

วัฒนธรรมทั่วไปที่ Linton (งามพิศ สัตย์สงวน, 2543, หน้า 30) เรียกว่าวัฒนธรรมทั่วไป (General culture) และที่ Redfield (งามพิศ สัตย์สงวน, 2543, หน้า 30) เรียกว่าวัฒนธรรมใหญ่ (Great tradition) นั้นหมายถึงวัฒนธรรมที่เป็นหลักในการดำเนินชีวิตทั่วไปของสมาชิกจำนวนมากของสังคมหรือเป็นวัฒนธรรมที่คนจำนวนมากในสังคมมีอยู่ร่วมกันส่วนต่างๆ ของวัฒนธรรมดังกล่าวจะรวมตัวกันทำให้เกิดระเบียบในสังคมแต่ละคนจะรู้ว่าสามารถหวังอะไรจากผู้อื่นและผู้อื่นจะปฏิบัติตัวกับเขาอย่างไรบ้างเช่น ในสังคมไทยคนไทยส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธพูดภาษาไทยภาคกลางเข้าเรียนในระบบการศึกษาที่เป็นทางการจัดโดยรัฐบาลไทยมีระบบการปกครองที่แบ่งออกเป็นสามส่วนภูมิภาคส่วนท้องถิ่นที่เหมือนกันทั้งประเทศมีกฎหมายออกมาบังคับใช้กับทุกคนไม่มีข้อยกเว้น

นอกจากนั้นคนไทยส่วนใหญ่มีค่านิยมในการนับถือผู้ใหญ่เคารพผู้อาวุโสเชิดชูพระมหากษัตริย์ คนไทยส่วนใหญ่ปฏิบัติตามประเพณีต่างๆ เช่น วันขึ้นปีใหม่ สงกรานต์ ลอยกระทง งานวันสำคัญทางศาสนาและงานศพ เป็นต้น ส่วนต่างๆ ของวัฒนธรรมเหล่านี้รวมกันอยู่

ความหมายของวัฒนธรรมย่อยยังคงอยู่ในช่วงของการโต้เถียงกันเสมอและรูปแบบของวัฒนธรรมย่อยก็ยังมีข้อขัดแย้งกับการให้ความหมายที่เฉพาะเจาะจงในงานเขียนของ Dick Hebdige (1994) มีหลายส่วนที่ได้กล่าวถึงรายละเอียดของกระบวนการ โดยการอธิบายว่าวัตถุ ถูกทำให้มีความหมายและมีความหมายอีกครั้งในแง่ “รูปแบบหรือลีลา” ในวัฒนธรรมย่อย Genet (1967) ได้ อธิบายว่ากระบวนการนี้ เริ่มต้นขึ้นกับคติอาชญากรรมซึ่งต่อต้านกับธรรมชาติ ในกรณีนี้การเบี่ยงเบนที่แท้จริงอาจจะดูไม่รุนแรงมากนักดังตัวอย่างเช่น การบิดขมวดผมปอยข้างหน้าของผู้ชาย (ในยุคของ Elvis Presley) ความรู้ที่ได้รับมาภายหลังของการใช้รถมอเตอร์ไซด์ทรงเตี้ยของผู้ใหญ่และเด็กหรือการใช้เครื่องบันทึกเสียงและการจำแนกประเภทของชุดที่สวมใส่ แต่ในท้ายที่สุดของกระบวนการสร้างสมสิ่งดังกล่าวให้เป็นรูปแบบหรือ ลีลาในการแสดงที่ท้าทายหรือ ความรู้สึกถูกในรอยยิ้มหรือ การยิ้มเยาะสิ่งเหล่านี้เป็นสัญญาณของการปฏิเสธ Genet คิดว่าคำปฏิเสธเหล่านี้คือ การทำให้มันเลวร้ายลง การแสดงออกเหล่านี้มีความหมายที่ซึ่งรอยยิ้มและการยิ้มเยาะ มีการใช้บางคุณค่า ซึ่งตรงข้ามกับความเป็นจริงในตอนท้าย การวิเคราะห์ Genet กล่าวว่าพวกเขาเหล่านี้เหมือนกับพวกนักเลงที่คิดรูปผู้หญิงสวยไว้ที่ข้างฝาหรือพวกนักโทษที่วาดรูปหรือเขียนข้อความบนฝาผนัง กลุ่มคนเหล่านี้ ถูกบีบคั้นจากคนในสังคม ไม่ได้รับการยอมรับหรือยกย่องจากคนทั่วไปในสังคม ดังนั้นการแสดงออกดังกล่าวจึงเหมือนกับการแสดงอำนาจในการต่อต้านกฎระเบียบหรือบรรทัดฐานของสังคม (Dick Hebdige, 1994, pp. 3-4)

ส่วนมุมมองในการให้ความหมายของวัฒนธรรมย่อยของ Robert Prus (1996 pp. 85-86) ได้กล่าวถึงวัฒนธรรมย่อยเอาไว้ว่า เป็นวิถีชีวิตของคนกลุ่มหนึ่งในชุมชนหนึ่งภายในขอบเขตของชุมชนหนึ่งวัฒนธรรมย่อย ได้ถูกแสดงลักษณะพิเศษต่างๆ โดยการปฏิรังสรรค์ความต่อเนื่องกันและความ เป็นลักษณะเฉพาะของคนในและคนนอกสมาชิกในชุมชน แต่ละคนอาจจะยึดเอาในการมีส่วนร่วม ของตัวเอง โดยเฉพาะในวัฒนธรรมย่อยทั้งแบบช่วงเวลาระยะสั้นและระยะยาว การมองวัฒนธรรมย่อยด้วยทัศนคติที่ดีและด้วยความเคารพต่อการอธิบายลักษณะของสมาชิกภายในกลุ่มเป็นสิ่งที่ มีประโยชน์ คนที่มีความเหมือนกันจะประสบความสำเร็จในฐานะของผู้มีส่วนร่วมกิจกรรมต่างๆ ถูกเข้าใจว่ามีผลกระทบต่อบริบทโดยรวม ข้อผูกมัดต่างๆ ของผู้มีส่วนร่วมได้พัฒนาจากคนหนึ่งกับอีกหลายๆ คนและชนิดของข้อผูกมัดกลุ่มคนได้รวมถึงการทำให้สมาชิกมีความเคารพและเชื่อฟัง

ตามที่ Simon (1969 อ้างใน Robert Prus, 1996, pp. 85) ได้ทำการสำรวจพลวัตแนวทางการปฏิบัติและธรรมชาติของการปฏิสังสรรค์ของวัฒนธรรมย่อยที่รวมอยู่ด้วยกันนั้นพบว่าวัฒนธรรมย่อย มีความสำคัญมากที่ต้องคิดถึงความกำกวมการเปลี่ยนแปลงแนวทางและธรรมชาติของการนำไปสู่

วัฒนธรรมย่อยการทำงาน ในที่นี้สามารถทำให้การมีความสัมพันธ์กันของการเบี่ยงเบนที่เกี่ยวข้องนั้นชัดเจนมากยิ่งขึ้น มนุษย์จะแสวงหาวัฒนธรรมย่อยแต่พวกเขาอาจจะกระตือรือร้นหาสมาชิกใหม่หรือคัดเลือกและปฏิเสธโดยสมาชิกในกลุ่มวัฒนธรรมย่อยถ้าหากพวกเขาต้องเผชิญหน้ากับงานที่ยากลำบากและหมดความสนใจกับสิ่งเหล่านั้นหากหมดเวลา ดังนั้นภาวะของผู้ที่มาพักพิง การปฏิเสธและการก่อให้เกิดการกีดกันโดยควบคุมตัวแทนอาจจะส่งเสริมให้การเบี่ยงเบนขึ้นที่สอง(Lermert, 1951, 1957 อ้างใน Robert Prus, 1996, pp. 86)

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้ความหมายวัฒนธรรมย่อยคนอื่นๆ ในงานเขียนของ (งามพิศสัย สวงวน, 2543 หน้า 30-31) มีนักคิดหลายคนให้ความหมายของวัฒนธรรมย่อยไว้หลากหลาย เช่น ลินตันและนัคดา (Linton and Nadda) เรียกว่าวัฒนธรรมเฉพาะ (Culture specialities) เรดฟิลด์ (Redfield) เรียกว่าวัฒนธรรมเล็ก (Little tradition) และแกมส์ (Gamst) และนอร์แบ็ค (Norbeck) เรียกว่าวัฒนธรรมย่อย (Subspecific) คือ ส่วนต่างๆของวัฒนธรรมที่ใช้กันในกลุ่มของคนบางกลุ่มเท่านั้น ไม่ได้ใช้กันในทุกกลุ่มคนหรือ โดยคนจำนวนมากในสังคมวัฒนธรรมย่อยมัก เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมทั่วไปด้วย วัฒนธรรมย่อยจะเด่นชัดในสังคมที่มีความแตกต่างในหมู่ประชากร ดังนั้นในสังคมจึงมักจะไม่มีวัฒนธรรมทั่วไปแต่เพียงประการเดียว แต่จะมีแกนกลางที่เป็นวัฒนธรรมทั่วไปและมีวัฒนธรรมย่อยอยู่จำนวนหนึ่งในสังคมนั้น ด้วยแบบแผนวัฒนธรรมบางอย่างมีอยู่ร่วมกันเฉพาะในกลุ่มคนที่มีสถานภาพทางสังคมบางอย่างเท่านั้น กลุ่มคนดังกล่าวนอกจากจะปฏิบัติตามวัฒนธรรมทั่วไปบางอย่างแล้ว ยังปฏิบัติตามวัฒนธรรมย่อยเฉพาะกลุ่มตัว ซึ่งมีเอกลักษณ์ของตัวเองด้วยวัฒนธรรมย่อยดังกล่าวแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ได้หลายประเภทตามสถานภาพทางสังคมประเภทต่างๆดังนี้คือ สถานภาพทางเพศ อายุ อาชีพ สถานภาพทางชนชั้น เป็นต้น

จากการให้คำนิยามหรือความหมายของคำว่าวัฒนธรรมย่อยจะพบว่า วัฒนธรรมย่อยเป็นการหยิบยกเอาความหมายหลากหลายแห่งวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่ม ที่มีอยู่ในสังคมขึ้นมาพิจารณา ซึ่งวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มแต่ละชนชาตินั้น ในพฤติกรรมที่เป็นจริงหาได้แยกออกจากกันโดยสิ้นเชิงไม่ แต่มีการปะทะติดต่อสัมพันธ์กันระหว่างวัฒนธรรมอยู่เสมอ ดังนั้นวัฒนธรรมย่อยจึงมักแทรกอยู่ในวัฒนธรรมเกือบทุกวัฒนธรรม

จากแนวทางการศึกษาแนวคิดวัฒนธรรมย่อยทั้งหมดได้นำแนวคิดวัฒนธรรมย่อย ผู้ศึกษาเห็นว่าการนำมาแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยสอดคล้องกับชุมชนเกย์ ซึ่งกลายเป็นวัฒนธรรมย่อยโดยแบ่งแยกประเภทจากวัฒนธรรมหลัก ตามแนวคิดวัฒนธรรมย่อยและประยุกต์แนวคิดนี้ เพื่อใช้ในการศึกษาถึงกระบวนการทางสังคมที่มีผลต่อชุมชนทางเลือก (ชุมชนเกย์) ในจังหวัดเชียงใหม่อย่างไร

2.2 ทบทวนงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

เกย์ (gay) หมายถึง บุคคลที่มีรสนิยมทางเพศแบบรักเพศเดียวกัน เดิมคำว่า “เกย์” ในภาษาอังกฤษมีความหมายว่า “ไร้กังวล” “มีความสุข” “ความสำราญใจ” “เฉียบแหลมและน่าประทับใจ” แต่ในทุกวันนี้คำว่า “เกย์” มีความหมายทางวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มรักร่วมเพศและอาจมีความหมายร่วมกระบวนทัศน์ความเป็นเกย์เช่นเพลงเกย์, หนังสือหรืออาจหมายถึงภาพรวมของความสัมพันธ์ระหว่างเพศเดียวกันแม้คำว่าเกย์ไม่ได้จำกัดความทางเพศแต่มักใช้เฉพาะกับกลุ่มผู้ชายรักเพศเดียวกันในขณะที่คำจำกัดความทางเพศอย่างเลสเบียนก็ใช้เฉพาะกลุ่มผู้หญิงรักเพศเดียวกัน

เรื่องเพศในสังคมไทยปัจจุบันมีการถกเถียงกันมากขึ้น ทั้งเรื่องความแตกต่างอันหลากหลายที่คนไทยต้องเรียนรู้และยอมรับ ไม่ว่าจะ เป็นหญิงรักหญิง หรือชายรักชาย หนึ่งในรสนิยมทางเพศที่ใช้เรียก “ชายรักชาย” คือคำว่า “เกย์” เริ่มเป็นที่รู้จักตั้งแต่ปี พ.ศ. 2500 (ดร.นฤพนธ์ คิ้ววิเศษ: การบรรยายวิชาการในชุดพหุวัฒนธรรมกับความหลากหลายทางเพศเรื่อง “5 ทศวรรษของวัฒนธรรมเกย์ไทย เราเรียนรู้อะไรบ้าง”) กล่าวว่า ในทศวรรษ 2500 คนไทยได้รู้จักกับคำว่า “เกย์” ผ่านคดีฆาตกรรม “คาร์เรล เบอรัรีแกน” เจ้าของและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอกเวิลด์ ในปี 2508 โดยเชื่อว่าเป็นฝีมือของกลุ่มฯ สื่อนำเสนอว่า “เกย์” หมายถึง โสเภณีชาย และ “โฮโมเช็กชวล” คือผู้ชายที่สมสู่กับผู้ชายชอบสมสู่กับกะเทยและเด็กหนุ่ม

ผู้ศึกษาตั้งข้อสันนิษฐานว่า “เกย์” คือผู้ชายที่มีการสมสู่กับโสเภณีชายโดยไม่ได้มีนัยความรักทางเพศที่สวยงามเหมือนภาพที่เห็นผ่านทางสื่อในปัจจุบันมีลักษณะของอำนาจคือเป็นผู้ซื้อกับผู้ถูกซื้อ ไม่ได้เป็นเรื่องความรักโรแมนติกแต่อย่างใดการหลอกลวงการฆาตกรรมซึ่งในสังคมวัฒนธรรมไทยสมัยนั้น “เกย์” ไม่สามารถยอมรับได้สังคมไทยจึงเข้าใจว่า “เกย์” เป็นผู้ชายขายตัวและเป็นวัฒนธรรมตะวันตกที่ไม่ดีจากการรับสื่อผ่านข่าวฆาตกรรมชาวต่างชาติดังกล่าวกลายเป็นมายาคติสร้างการรับรู้ว่าเกย์ในสายตาของวัฒนธรรมสังคมไทยนั้นเป็นสิ่งที่ผิดและยอมรับไม่ได้จากงานดังกล่าวทำให้เห็นถึงการพัฒนาและบทบาทของสื่อที่มีผลต่อพื้นที่ทางสังคมของเกย์โดยในช่วงปีพ.ศ. 2510 “เกย์” ถูกนิยามให้เป็นที่มาพร้อมกับความทุกข์การเป็นเกย์เกิดจากความขัดแย้งทางสังคมพื้นฐานสิ่งแวดล้อมการเลี้ยงดูจากครอบครัวอื่นๆทำให้เกิดคลุ้มให้คำปรึกษาและหนังสือชีวิตเสรีชาวเกย์รวมไปถึงความเชื่อว่าถ้าแต่งงานกับผู้หญิงจะทำให้หายเป็นเกย์

ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์เป็นสื่อที่มีบทบาทต่อกลุ่มรักร่วมเพศอย่างมากในช่วง 30 ปีที่ผ่านมา จากยุคเริ่มต้นของความเป็นเกย์ การสื่อสารระหว่างกลุ่มรักร่วมเพศด้วยกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลกันนั้นกลายเป็นเรื่องที่ล้าหลังและไม่ใช่การสื่อสารหลักของสังคมเกย์อีกแล้ว สื่อสิ่งพิมพ์หนังสือนิตยสาร

เฉพาะกลุ่มผู้รักร่วมเพศ เกย์ ได้สร้างพื้นที่สัญญาณในการสื่อสาร สร้างอุดมคติทางสังคมวัฒนธรรม กลุ่มเกย์ บรรทัดฐานความเชื่อ ฯลฯ ในสังคมเกย์

จากข้อความข้างต้นจะเห็นได้ว่าการสื่อสารเป็นเรื่องสำคัญมากต่อกลุ่มวัฒนธรรมย่อย โดยการสื่อสารระหว่างกันจะประกอบไปด้วยผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ซึ่งสารจะถูกส่งผ่านสื่อ (ตัวกลาง) เพื่อให้ผู้รับสารสามารถรับสารได้ กล่าวคือ ตั้งแต่โบราณกาลมาสื่อที่ใช้สื่อสารกันนั้นมักเพื่อติดต่อระหว่างคนไม่กี่คน โดยมากเป็นการสื่อสารด้วยรูปภาพ หรือตัวอักษร เมื่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการสื่อสารมีมากขึ้น การสื่อสารจึงพัฒนามาเป็นรูปแบบของการสื่อสารด้วยเสียง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น ล้วนแต่เป็นการสื่อสารแบบมัลติมีเดีย หรือการสื่อสารทั้งภาพและเสียง เช่น โทรทัศน์ เป็นต้น ล้วนแต่เป็นการสื่อสารทางเดียวคือจากผู้ส่งสารถึงผู้รับสารเท่านั้น อีกทั้งความแพร่หลายของสื่อเหล่านี้ มักจะอยู่แค่พื้นที่ภายในประเทศเป็นหลัก เพราะการสื่อสารระหว่างประเทศทำได้ยากลำบากต้องใช้เวลามาก การแพร่หลายของข่าวสารระหว่างประเทศจึงมักเป็นข่าวที่ล่าช้ามาก แต่เมื่อเทคโนโลยีผ่านดาวเทียม และอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในด้าน การสื่อสารมากขึ้น การเผยแพร่ของข่าวสารจึงเป็นไปอย่างรวดเร็วทันสถานการณ์ คนที่อยู่มุมโลกหนึ่งสามารถทราบความเป็นไปของอีกมุมโลกหนึ่งได้ภายในเวลาไม่กี่วินาที ซึ่งเป็นการชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นการสื่อสารที่รวดเร็วเพียงใดเมื่อเทียบกับการสื่อสารด้วยวิธีอื่น ความรวดเร็วและความสามารถในการเข้าถึงได้โดยง่าย เนื่องจากปัจจุบันเราสามารถใช้อินเทอร์เน็ตแบบเคลื่อนที่หรือพกพาได้ทั้งในรูปแบบอินเทอร์เน็ตแบบพกพาและอินเทอร์เน็ตผ่านมือถือทำให้สื่อหันมาให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ข่าวสารผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้น

จากบทความ “ความคิดปกติ การเมืองและสื่อ” โดย สจ๊วต ฮอลล์ ได้กล่าวไว้ใน “รูปแบบ” หลายๆ อย่างของความคิดปกติทางสังคม อาจเกิดการขัดแย้งกันของส่วนต่างๆ หรือตำแหน่งต่างๆ ที่อาจจะไม่ได้มีการขัดแย้งกันตั้งแต่แรก แต่ไม่มีใครพยายามตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นจากระบบของลำดับชั้นทางอำนาจ จากแนวความคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า “รูปแบบ” ของการกระทำที่ผิดปกตินั้น เกิดขึ้นมาจากกระบวนการที่ทำให้ “รูปแบบ” ของการกระทำเหล่านั้นเป็น “ปัญหาของสังคม” ผ่านระบบการตีตราให้คุณค่า และก่อให้เกิดการปะทะเผชิญหน้ากันระหว่างการกระทำและการควบคุม ซึ่งที่แท้จริงแล้วสิ่งต่างๆ เหล่านี้ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบทางการเมืองทั้งสิ้น

ดังนั้น “สื่อเกย์” ถูกเข้าใจว่าเป็น “สิ่งที่ผิดปกติ” ตามความหมายของ สจ๊วต ฮอลล์ แล้วสิ่งที่ผิดปกตินี้เป็นผลผลิตทางการเมือง เกิดขึ้นจากความขัดแย้งทางความคิด อุดมการณ์และความเชื่อ ส่งผลให้เกิดการควบคุมและกำหนดคุณค่าของมัน แน่แน่นอนว่าสิ่งที่ฮอลล์พูดถึงไม่ได้มีความหมายเฉพาะเจาะจงไปที่ “สื่อเกย์” แต่สิ่งนั้นสามารถเปิดประเด็นให้คิดเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับ “สื่อเกย์” กับ

“ความคิดปกติ” ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแคในระดับปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน แต่ทว่าการตีตรายังก้าวข้ามไปยังระดับของการบันทึก การส่งต่อ การกระจายข่าว หรือมันคือ “รูปแบบความจริง” เพราะนอกจากจะเป็นการนำเสนอแล้วยังเป็นการตอกย้ำถึงความเป็นไป มันเป็นตัวกำเนิดของการเกิดขึ้นของวาทกรรมที่สร้างการแบ่งแยกระหว่างอะไรคือความปกติและอะไรคือความคิดปกติ สื่อใดที่นำเสนอความปกติและสื่อใดที่นำเสนอความคิดปกติ ดังนั้นในมุมมองจากวาทกรรมกระแสหลักแล้ว “สื่อเกย์” จึงกลายเป็น “ผลผลิตที่สร้างการตอกย้ำถึงรูปแบบความจริงที่คิดปกติ” สำหรับเกย์หลายๆ คน มุมหนึ่ง “สื่อสังคมออนไลน์เกย์” ทำหน้าที่ เปิดเผย ต่อชุมชนเกย์ถึงรูปแบบความจริงของชีวิตเกย์ รูปแบบของการใช้ชีวิต นำเสนอภาพสังคมเกย์ สถานที่ที่ควรจะไป การแต่งตัวที่ควรจะเป็น ในอีกมุมหนึ่ง “สื่อสังคมออนไลน์เกย์” ทำหน้าที่ปิดบังต่อชุมชนที่ไม่ใช่เกย์ เพื่อป้องกันการถูกรุกรานจากคนที่มองว่าเป็นรูปแบบความจริงที่คิดปกติ ซ่อนเร้นจากสายตาที่ตำหนิ ตีตรา มองว่ารูปแบบการใช้ชีวิตแบบนี้เป็นสิ่งผิด ดังนั้นสื่อเกย์จึงทำหน้าที่ทั้งเปิดเผยและปิดบังในเวลาเดียวกัน ทำหน้าที่ปกป้องต่อความจริงที่เป็นสาระของชีวิตเกย์และทำหน้าที่สื่อสารความจริงที่สังคมมอบให้ในรูปแบบที่ต้องการให้เกย์เป็น สื่อหรือช่องทางในการติดต่อในลักษณะของการสื่อสารแบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่บุคคลทั่วไปสามารถนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองออกสู่สาธารณะ โดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันมีแหล่งให้บริการเครือข่ายทางสังคมเกิดขึ้นในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ในที่นี้ยกตัวอย่างเวปไซด์ facebook ที่เปิดบริการสามารถ file sharing, video sharing, กระดานข่าว web board เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นช่องทางใหม่ให้กับชุมชนเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล มีการใช้พื้นที่ในสื่อออนไลน์ในการติดต่อ สร้างสัมพันธ์รวมถึงมีบทบาทในการดำรงชีวิตของเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่จนถึงส่งผลต่อชีวิตในโลกออฟไลน์

สุญาณี เย็นใจ (2554) ภาพแทนความเป็นชายในนิตยสารเอสไควร์ Representation of masculinity in the Esquire magazine. โดยศึกษาหลักสองประการด้วยกันประการแรกเพื่อศึกษาภาพในการสร้างความเป็นชายในนิตยสารเอสไควร์และประการที่สอง เพื่อการศึกษาภาษาในการสร้างความเป็นชายในนิตยสารเอสไควร์ในบริบทสังคมไทย ผลจากการศึกษาพบว่าประการที่หนึ่งกระบวนการในการสร้างความเป็นชายจากสื่อ นิตยสารเอสไควร์ พบว่าสื่อได้นำเสนอภาพตัวแทนความเป็นชาย โดยให้ความสนใจต่อการจัดการร่างกายของตนเอง โดยส่วนหนึ่งเพื่อความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่เปลี่ยนตนเองเพื่อหน้าที่การงานที่ดีขึ้นและมีแรงดึงดูดต่อเพศตรงข้าม ประเด็นที่สองคือภาพและภาษาโฆษณาที่แนะนำให้เสนอจากสื่อ นิตยสารเอสไควร์ สะท้อนให้เห็นการหิบบ่มคำและพฤติกรรมที่แสดงความเป็นหญิงในเชิงเพศทางวัฒนธรรมมาเป็นตัวประกอบสร้างความเป็นชายทำให้เส้นแบ่งพรมแดนทางเพศที่เคยแบ่งความเป็นเพศไว้อย่างชัดเจน เกิดการลื่นไหลและก้าวข้ามความเป็นเพศได้อย่างอิสระ

ดร.นฤพนธ์ คิ้วพิเศษ Naked Man: Pornography and the Sexual Life of Thai Gay Male โดย การเก็บข้อมูลการพัฒนาของนิตยสารเกย์ของไทยที่ตีพิมพ์ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2523 (1980) เพื่อใช้เป็น ข้อมูลในการวิเคราะห์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของเกย์ไทย โดยมองนิตยสารเกย์ในฐานะที่เป็น ภาพสะท้อนของการพัฒนาเศรษฐกิจทุนนิยมที่นับวันตลาดของธุรกิจที่เกี่ยวกับเกย์ เช่น นิตยสาร ก็ยิ่ง จะใหญ่และกว้างขึ้นเพื่อรองรับความหลากหลายที่จะเกิดขึ้น และที่สำคัญภาพสะท้อนที่ได้จาก นิตยสารเกย์เหล่านี้สามารถทำให้เข้าใจได้ถึงการเปลี่ยนแปลงของอัตลักษณ์ทางเพศของเกย์ไทยที่มี ความสัมพันธ์อย่างลึกซึ้งต่อ โครงสร้างทางชนชั้น ทางวัฒนธรรมทางสังคม โดยแบ่งกลุ่มของนิตยสาร เกย์ออกเป็นสองช่วง ช่วงแรกคือกลุ่มของนิตยสารเกย์ที่ตีพิมพ์ในช่วงปี 2523 (1980) ที่มีความต้องการ ในการนำเสนอความเป็นเกย์และวัฒนธรรมเกย์ในสังคมเมือง และในช่วงที่สองคือกลุ่มของนิตยสาร เกย์ที่ตีพิมพ์ในช่วงปี 2523 (1980) ไปจนถึง 2533 (1990) ที่มีความต้องการที่จะต่อยอดความเป็นเกย์ ต้องการสร้างและนำเสนอความแตกต่างระหว่างชนชั้นสูงและชนชั้นล่างภายในกลุ่มสังคมเกย์ไทย

งานวิจัยที่ทำเกี่ยวกับ “สื่อเกย์” ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการผลิตสร้าง หรือสะท้อน ความสัมพันธ์ทางสังคม Dear Uncle Go: A Go Paknam: Male Homosexuality in Thailand ของ ปีเตอร์ แจ็คสัน (Peter Jackson) เป็นงานวิจัยชิ้นแรกๆ ที่ทำความเข้าใจความเป็นเกย์อัตลักษณ์ทางเพศ วิถีของชุมชนเกย์ในสังคมไทยที่ศึกษาผ่าน “สื่อ” งานวิจัยชิ้นนี้เป็นความท้าทายในช่วงเวลาอดีต เพราะเวลานั้น ข้อมูลเกี่ยวกับเกย์อัตลักษณ์ทางเพศ และวาทกรรมที่เกี่ยวกับเกย์ในสังคมไทยมีอยู่ น้อยมาก ซึ่งแหล่งข้อมูลที่สำคัญจุดหนึ่งที่แจ็คสันพบเป็นนิตยสารที่ถูกเข้าใจว่าเป็น “ประวัติศาสตร์ที่ เรียนรู้นอกกระแส” นั่นคือ ข้อมูลจากคอลัมน์ตอบปัญหาของ โก้ปากน้ำ ที่เขียนลงในนิตยสาร แปลก ตั้งแต่ในปี 2518 (1975) ซึ่งในคอลัมน์นี้มีคนที่ เป็นเกย์อยู่จำนวนมากที่ส่งจดหมายเข้าไปถามปัญหา ต่อ “ความเป็นเกย์” ของตัวเองที่กำลังประสบอยู่แน่นอนว่า แปลก ไม่ใช่ นิตยสารเกย์ แต่สิ่งที่ปรากฏ จากคำถามและคำตอบที่เกิดขึ้นจากคอลัมน์นี้ทำให้สามารถเข้าใจถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคมขณะนั้น ความเชื่อและอคติที่มีต่ออัตลักษณ์ความเป็นเกย์ และสำหรับคนที่ เป็นเกย์ แปลก และคอลัมน์ โก้ ปากน้ำ ถือได้ว่าเป็นครั้งแรกที่สามารถเชื่อมต่อถึงกันได้ ก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็นชุมชนขึ้น สำหรับปีเตอร์แล้ววัตถุดิบที่ได้จากจดหมายที่เขียนถามตอบกันนี้ กลายเป็นวัตถุดิบทางการวิจัยที่มี คุณค่า เพราะสามารถทำให้เข้าใจถึงวาทกรรมเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศและวาทกรรมเรื่องพฤติกรรม ทางเพศในสังคมชุมชนเกย์ในเวลานั้น หรือในอีกความหมายหนึ่งคือสามารถใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจาก การเก็บรวบรวมนี้ใช้ในการ “ตีความอัตลักษณ์และความเป็นเกย์ในสังคมไทย” ในช่วงเวลาดังกล่าว

จากการสำรวจองค์ความรู้ทั้งทางด้านแนวคิดทฤษฎีสำคัญและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องปรากฏว่า ผู้ศึกษาได้เข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการสร้างวัฒนธรรมย่อย ซึ่งในกลุ่มเป้าหมายของการศึกษาในครั้งนี้ คือ ชุมชนชาวเกย์ (ในเมืองเชียงใหม่) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook ว่าดำเนินไปอย่างไรผ่านการ

ใช้สื่อและการบริโภคสื่อ และกระบวนการสร้างชุมชนในพื้นที่สื่อออนไลน์ Facebook ดังกล่าว เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการใช้ชีวิตประจำวันของชาวเกย์อย่างไร การแสดงหรือการประกอบสร้างอัตลักษณ์กลุ่มชาวเกย์ (ในเมืองเชียงใหม่) ผ่านพื้นที่สื่อออนไลน์ดังกล่าวดำเนินไปอย่างไรในบริบทของการโต้ตอบการสร้างภาพแทนเกี่ยวกับเกย์พื้นที่สื่อกระแสหลักในสังคมไทยและนำผลการศึกษานำมาวิเคราะห์ให้ได้แนวคิดในการออกแบบสื่อที่สะท้อนกระบวนการต่อรองของชุมชนชาวเกย์ผ่านพื้นที่สื่อออนไลน์ Facebook ในสังคมไทย



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

จากบทที่ 2 ซึ่งได้ทบทวนแนวคิดทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปในบทนี้จะได้ นำเสนอกรอบแนวคิดที่สร้างขึ้นและระเบียบวิธีการวิจัยต่างๆ ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า เพื่อที่จะตอบ ดำเนินรวบรวมข้อมูล เพื่อนำไปสู่การตีความวิเคราะห์และตอบคำถามของการวิจัย ในการวิจัยเรื่อง การใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อสร้างชุมชนของชาวเกย์และแสดงอัตลักษณ์ทางสังคมของกลุ่มเกย์ใน จังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษา Facebook Pages เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai การนำเสนอในบทนี้แยก ออกเป็น 4 ส่วนคือ

- 3.1 การกำหนดกรอบความคิด
- 3.2 ขอบเขตการศึกษา
- 3.3 ระเบียบวิธีการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 แนวทางการวิเคราะห์ตีความ

3.1 การกำหนดกรอบแนวคิด

ปัจจุบันเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Online Social Network) ได้กลายเป็นปรากฏการณ์ของการ สื่อสารระหว่างบุคคลในโลกอินเทอร์เน็ตโดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างชุมชนออนไลน์ซึ่งทำให้ผู้คน สามารถที่จะแลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลตามประโยชน์กิจกรรมหรือความสนใจเฉพาะเรื่องซึ่งกันและ กันจนในปัจจุบันนักการตลาดได้มองเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ประเภท หนึ่งโดยพวกเขาเปลี่ยนจากการเรียกเครือข่ายสังคมออนไลน์มาเป็น “สื่อสังคม” (Social Media) ซึ่ง เป็นช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ที่เป็นที่นิยมมากจนกลายเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งของผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันเพราะเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นบริการพื้นฐานของเว็บไซต์ ที่ผู้ใช้/ ผู้บริโภคสามารถใช้สร้างพื้นที่และแสดงตน ตลอดจนสื่อสารความคิดให้เป็นที่รับรู้ เป็นที่รู้จักแก่คน ทั่วไปในพื้นที่ส่วนตัว ชุมชนเฉพาะกลุ่ม รวมจนไปถึงในพื้นที่สาธารณะด้วยการสร้าง “หน้าต่างทาง สังคม” (Web Page) ของตนเองและอนุญาตให้ผู้อื่นที่ใช้บริการเครือข่ายเดียวกันเข้ามาร่วมแบ่งปัน ประสบการณ์กับผู้ใช้นั้นๆ ได้

สื่อออนไลน์มีบทบาทอย่างสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของชนชั้นกลางในสังคมไทย ผู้คนจำนวนมากไม่สามารถออกห่างจากโทรศัพท์มือถือและอินเทอร์เน็ตได้ กระทั่งบ่อยครั้งนำไปสู่พฤติกรรมสังคมที่ไม่คำนึงถึงมารยาทสังคมและไม่อาจอยู่กับตัวนิ่ง ๆ ได้นาน ไม่สนใจคนรอบข้าง ทว่าสนใจความสัมพันธ์หรือสิ่งที่อยู่บนโลกออนไลน์ จนกลายเป็นปรากฏการณ์ที่เรียกกันว่า “สังคมก้มหน้า” โดยเฉพาะอย่างยิ่งคนรุ่นใหม่ที่เกิดโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีการสื่อสาร มีความรู้สึก “เหงา” และ “โดดเดี่ยว” อย่างรุนแรงหากไม่สามารถติดต่อกับใครได้แม้จะเป็นเพียงช่วงเวลาสั้นๆ เมื่อไม่สามารถหาความพอใจได้จากการอยู่คนเดียว “การเข้าสังคม” ผ่านสื่อออนไลน์นอกจากจะสร้างความ “สนุก” มากขึ้น ด้วยเพราะนอกจากจะติดตามมิตรสหายกลุ่มเก่าได้อย่างใกล้ชิดยังมีโอกาสง่ายๆ ในการทำความรู้จักกับคนใหม่ๆ ที่ดูจากพื้นฐานด้านอาชีพการงาน หรือการดำเนินชีวิตจริงแล้วอาจไม่มีโอกาสโคจรมาพบกัน นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ยังเปิดโอกาสให้มีการโต้ตอบกัน แลกเปลี่ยนมุมมองความคิดต่างๆ ทั้งในทางการเมือง วงการบันเทิง และเศรษฐกิจ สังคม ปัจจุบันมีผู้ใช้หลากหลายกลุ่มที่หันมาใช้สื่อสังคมเพื่อสร้างพื้นที่กลุ่ม หรือชุมชนออนไลน์ของตนเอง อาทิ ชุมชนเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมสถานศึกษา เพื่อนร่วมสมาคม ชุมชนในเมือง ชุมชนคนรสนิยมเดียวกัน ชุมชนของแฟนบอล แฟนคลับดารา

จากปรากฏการณ์ดังกล่าว การศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจที่จะศึกษาการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของชุมชนชาวเกย์ในเมืองใหญ่ (คือเมืองเชียงใหม่) ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมอีกกลุ่มหนึ่ง ท่ามกลางกลุ่มต่างๆ ที่หลากหลาย ชุมชนชาวเกย์ในบริบทสังคมไทยถือเป็น “คนนอก” มีวัฒนธรรมเครือข่ายความสัมพันธ์ของตัวเอง ฉะนั้นสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นพื้นที่ใหม่และมีบทบาทอย่างสำคัญต่อชีวิตทางสังคมของพวกเขา สำหรับชุมชนชาวเกย์ สื่อออนไลน์ไม่เพียงเป็นช่องทางในการสร้างชุมชนเสมือน (Virtual Community) ซึ่งสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งตัวอักษร เสียงภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวได้อย่างอิสระ ทว่ายังกลายเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ขยายตัวไปในกลุ่มสังคมต่างๆ แยกย่อยออกไปอีกตามความสนใจ มีการสร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม สร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผ่านการใช้สัญลักษณ์และสื่อที่แสดงออกถึงรสนิยมทางเพศไม่รักเพศหญิงแต่รักเพศเดียวกัน

วัฒนธรรมดังกล่าวในสังคมปัจจุบันทำให้เกิดพื้นที่สื่อออนไลน์ทางเว็บไซต์ที่เปิดขึ้นมาสนองต่อความต้องการของกลุ่มชาวเกย์จำนวนมาก การแพร่กระจายสื่อใหม่ ไม่ได้เป็นพื้นที่สื่อปิดอีกต่อไป แต่มีการเข้าถึงข้อมูลง่ายขึ้น มีการแสดงอัตลักษณ์อย่างโดดเด่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (คือ Facebook) และกลายเป็นทางเลือกของกลุ่มเกย์ ไม่มีการปกปิดแอบแฝงเหมือนในอดีต ผู้วิจัยจึงตั้งข้อสังเกตว่า สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญที่ทำให้กลุ่มเกย์ สามารถสร้างพื้นที่ทางสังคมผ่านสื่อ

ออนไลน์และใช้สร้างเครือข่ายทางสังคมและแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิด รสนิยม และการสร้างตัวตนทางสังคมใหม่จนอาจส่งผลอย่างสำคัญต่อการดำเนินชีวิตจริงๆ ในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

การศึกษาเรื่อง “สื่อสังคมออนไลน์” ในสังคมไทยปัจจุบัน กรณีศึกษา : เฟสบุ๊กแฟนเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” มุ่งที่จะศึกษาบทบาทและความสำคัญของ “สื่อสังคมออนไลน์” ในการสร้างพื้นที่สาธารณะ โดยมุ่งประเด็นการศึกษาถึงช่วงเดือน พฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม 2556 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มียังจำนวนเพิ่มของสมาชิกเพจ หรือผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก และมีนำเสนอข้อมูลข่าวสารร่วมถึงกิจกรรมอย่างต่อเนื่องบนกระดานข่าวสนทนาของเว็บเพจ ช่วงเวลาดังกล่าวทำให้เห็นถึงกิจกรรมการสื่อสาร และการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มหรือผู้บริโภคน เฟสบุ๊กแฟนเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” ดังกล่าวผ่านการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการบริโภคข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ผ่านการวิเคราะห์การใช้สื่อใหม่ คือ Facebook Fanpage ของ กลุ่มเกย์เมืองใหญ่ (กลุ่มเกย์เชียงใหม่) โดยมองว่าปัจจุบันสื่อใหม่โลกอินเทอร์เน็ต ได้เพิ่มบทบาทความสำคัญ ถูกใช้เป็นเครื่องมือ หรือช่องทางการสื่อสารของกลุ่มคน โดยเฉพาะกลุ่มชนชั้นกลาง กระทั่งนำไปสู่การสร้างพื้นที่ทางการสื่อสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมย่อยแบบใหม่ (บนโลกอินเทอร์เน็ต) ที่น่าสนใจและมีความสำคัญต่อกลุ่มวัฒนธรรมย่อย พื้นที่ทางการสื่อสารแบบใหม่ดังกล่าว อาจตีความได้ว่าคือพื้นที่ทางสังคม หรือพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ ที่กลายเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิด ข่าวสารข้อมูล กิจกรรม และการแสดงออกทางเพศสภาพของวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์) ในช่วงเวลานั้นๆ กล่าวคือการใช้สื่อใหม่ทั้งของผู้ผลิตสื่อ (เจ้าของ Fanpage) และผู้ใช้/ ผู้บริโภค ผู้ติดตามข่าวสาร ได้ก่อให้เกิดชุดต่างๆ ของปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านการสื่อสารในโลกอินเทอร์เน็ต กระทั่งนำไปสู่กระบวนการประกอบสร้างพื้นที่ทางสังคมแบบใหม่ เป็นพื้นที่สาธารณะที่เปิดโอกาสในผู้คน กลุ่มวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์) ในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

ดังที่ได้เสนอไปในบทที่ 1 การศึกษาครั้งนี้ มีคำถามการวิจัย 2 ข้อด้วยกันคือ

1. สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญที่ทำให้กลุ่มเกย์สามารถสร้างพื้นที่ทางสังคมผ่านสื่อออนไลน์ และ
2. กลุ่มเกย์ใช้สร้างเครือข่ายทางสังคมและแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิด รสนิยมและการสร้างตัวตนทางสังคมใหม่จนอาจส่งผลอย่างสำคัญต่อการดำเนินชีวิตจริงๆ ในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

3.2 ขอบเขตและพื้นที่การศึกษา

เฟสบุ๊กแฟนเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” ถูกสร้างขึ้นเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2555 จากข้อมูลทางเฟสบุ๊กเพจนี้ กลุ่มเป้าหมายมีอายุตั้งแต่ 18 - 24 ปี และความนิยมของผู้ที่เข้าชมหน้า

เฟรนด์อยู่ในเขตจังหวัดเชียงใหม่ถึงกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันมีจำนวนผู้กดไลค์ (Like) เป็นสมาชิกแฟนเพจ 11,973 คน มีการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับเพศศึกษา การโศกสลด วิถีชีวิตต่างๆ เพื่อสร้างการติดตามของสมาชิกแฟนเพจ (Fan page) มีการฝาก Link เพื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิก มีการลงภาพสร้างของนายแบบชายในลักษณะเปลือยร่างกายส่วนบนหรือเสื้อผ้าน้อยชิ้นเพื่อสร้างการติดตามและเพิ่มจำนวนสมาชิก มีการสร้างภาพแทนของสัญลักษณ์ “กลุ่มเกย์” เพื่อสร้างสังคมเกย์ในโลกออนไลน์มีการแลกเปลี่ยนติดต่อสนทนาระหว่างสมาชิกและเพิ่มช่องทางจากสื่อใหม่ในโลกออนไลน์ให้สมาชิกแฟนเพจ (Fan page) คาดหวังการพบเจอในโลกออฟไลน์

การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้กำหนดช่วงเวลาของการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เฟสบุ๊กแฟนเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” ในการสังเกตคือ 19.00 - 23.00 น. ของทุกวัน (จากการเก็บข้อมูลเบื้องต้นพบว่าเป็นเวลาที่คนใช้งานมากที่สุด) เป็นระยะเวลา 6 เดือน ในส่วนของขอบเขตเนื้อหาหรือพื้นที่การศึกษา งานศึกษานี้มุ่งกำหนดความสนใจไปที่การวิเคราะห์ศึกษา การนำเสนอกิจกรรม ข่าวสารและข้อมูลต่างๆ ผ่าน Facebook (<http://www.facebook.com>) และการปฏิสัมพันธ์ หรือโต้ตอบของกลุ่ม Fanpage ผู้บริโภคหรือกลุ่มเฟสเพจสื่อใหม่นี้ โดยมุ่งพิจารณากิจกรรมที่สนใจ และการแสดงความคิดเห็น ผ่านข้อความ ผ่านการสนทนาบนกระดานข่าว หรือการแสดงออกผ่านสื่อสัญลักษณ์ต่างๆ ของตัวโปรแกรม เช่น กด Like หรือสร้าง Link ใหม่ ไปยังเพจหรือกลุ่มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นหรือกิจกรรมเดิม (เรื่องตั้งต้น) นั้นๆ

3.3 ระเบียบวิธีวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์เชิงการตีความ ผ่านกิจกรรมการสื่อสารที่เกิดขึ้นในโลกอินเทอร์เน็ต กล่าวคือเป็นวิธีการศึกษาที่นักสังคมวิทยาเรียกว่า การวิเคราะห์ตีความตัวบท (Textual analysis) โดยกำหนด “พื้นที่ของการวิจัย” (Research site) คือเว็บไซต์เฟซบุ๊ก Facebook ที่เปิดพื้นที่ขึ้นมาในโลกของการสื่อสารผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ข้อมูลส่วนใหญ่จึงได้มาจาก ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้แก่ ข่าวสารต่างๆ ที่สื่อสารผ่านเฟซบุ๊กเพจ Facebook pages ของกลุ่มเกย์ โดยเฉพาะการนำเสนอข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ เพื่อสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้รับสาร (หรือกลุ่ม Fan pages) โดยผู้ศึกษาทำหน้าที่เป็นผู้สังเกตการณ์ รวบรวมประเด็นต่างๆ ที่นำเสนอ และทำการบันทึกการสนทนาระหว่างผู้สื่อสารบนกระดานสนทนาของเว็บไซต์ โดยกำหนดการสังเกตรวบรวมข้อมูลคือ ช่วงเวลา 6 เดือน ข้อมูลนี้ยังรวมถึง การนำเสนอข้อมูล กิจกรรม การประกอบสร้างอัตลักษณ์ โดยยกตัวอย่างศึกษาจากเฟซบุ๊กเพจส่วนตัวของผู้รับสารหรือผู้บริโภค (กลุ่ม Fan pages) ที่แสดงตัวเป็นเกย์ ถึงความเหมือนและแตกต่างในการนำเสนอของข้อมูลสื่อ โดยมีการรวบรวม

ถึงจำนวนผู้ที่แสดงความคิดเห็นและกดถูกใจในประเด็นที่มีผู้ให้ความสนใจแสดงความคิดเห็น โดยจัดกลุ่มกิจกรรมต่างๆ ของสื่อออนไลน์กลุ่มเกย์ รวมถึงสถานะทางสังคมของผู้ใช้กลุ่ม Fan pages ภูมิปัญญา เพศ การศึกษา และทักษะในการแสดงความคิดเห็นของผู้ร่วมแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของจำนวนผู้ที่ติดตามมากที่สุดในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาดังกล่าว เพื่อที่จะได้นำมาประกอบวิเคราะห์ตีความการแสดงผล การแลกเปลี่ยนข่าวสารทางการเมืองของพวกเขาในพื้นที่สังคม ซึ่งกลายมาเป็นพื้นที่สาธารณะดังกล่าว

นอกจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากเว็บไซต์ดังกล่าว การศึกษาครั้งนี้ยังต้องให้ความสำคัญกับ 2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) อันได้แก่ ข้อมูลซึ่งรวบรวมมาจากบทความ บทสัมภาษณ์ ข่าว รายการทีวีออนไลน์ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึง เอกสาร หนังสือ งานศึกษา วิทยานิพนธ์ หรือรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง และเว็บไซต์ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อจะใช้เป็นข้อมูลประกอบการตีความเพื่อตอบคำถามการวิจัยที่ตั้งไว้

3.4 แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมเก็บข้อมูลจากแหล่งต่างๆ มาวิเคราะห์ โดยใช้ผู้ศึกษาเป็นผู้วิเคราะห์ บางส่วนเริ่มวิเคราะห์พร้อมกับการเก็บข้อมูล และรวบรวมนำข้อมูลมาอภิปรายกับผู้เชี่ยวชาญในการรายงานผลการศึกษาและ

ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์ นำข้อมูลประเภท สื่อมวลชน สื่อออนไลน์ กลุ่ม รูปภาพที่เก็บมาทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดยใช้ตัวผู้ศึกษาเป็นผู้วิเคราะห์ จัดหมวดหมู่ ประเภท และตีความการสื่อความหมาย แนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลจะเริ่มจาก การจัดหมวดหมู่ให้กับข้อมูลเพื่อพยายามตอบคำถามการวิจัย 2 ข้อคือ

1. สื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญที่ทำให้กลุ่มเกย์สามารถสร้างพื้นที่ทางสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ในส่วนนี้จะพยายามรวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ แนวคิด วัตถุประสงค์ และเป้าหมายของการสื่อสาร หรือการเผยแพร่ของผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคข่าวสารกลุ่มเป้าหมาย ว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไรและมีการดำเนินกิจการต่างๆ อย่างไร

2. กลุ่มเกย์ใช้สร้างเครือข่ายทางสังคมและแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิด รสนิยมและการสร้างตัวตนทางสังคมใหม่จนอาจส่งผลอย่างสำคัญต่อการดำเนินชีวิตจริงๆ ในสังคมไทยยุคปัจจุบัน ในการนำเสนอข้อมูลรวมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เสนอโดยเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่าง จากการนำเสนอข้อมูลกับสื่อกระแสหลัก และจากนั้นจึงจะพยายามจัดลำดับประเด็นต่างๆ

ตามความนิยมของ Fan pages ผู้บริโภคใช้สื่อออนไลน์เพื่อที่จะได้นำไปวิเคราะห์ตีความในระดับต่อไปคือ

3. การวิเคราะห์แนวทางการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มเชียงใหม่ และแบบแผนของการบริโภคข่าวสารของผู้ใช้สื่อออนไลน์ (ผ่าน Facebook fan pages) ว่านำไปสู่การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมบนพื้นที่สาธารณะในรูปแบบใหม่ของกลุ่มเชียงใหม่ สื่อออนไลน์นั้นมีบทบาทสำคัญที่ทำให้กลุ่มเชียงใหม่สามารถสร้างพื้นที่ทางสังคมในสื่อออนไลน์จนอาจส่งผลรวมถึงชีวิตจริงได้หรือไม่ มีปัจจัยทางสังคม การศึกษา และเพศ เข้ามาเกี่ยวข้อง หรือมิติทางสังคมวิทยาของผู้ใช้สื่อออนไลน์เหล่านี้จะทำให้เราเข้าใจถึงบทบาท ความสำคัญของสื่อออนไลน์นั้นมีผลต่อวิถีชีวิตได้อย่างไร



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

การนำเสนอในบทนี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ การนำเสนอผลการศึกษามุ่งตอบคำถามการวิจัยและเรียงลำดับตามแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้อภิปรายในบทที่ 3 ก่อนหน้านี้ โดยเริ่มจาก

(1) แนวคิดและความเป็นมาการใช้สื่อของเกย์ นำเสนอตัวเองต่อสาธารณะและการใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคข่าวสาร (กลุ่มเกย์เชียงใหม่)

(2) การนำเสนอ “ข่าวสาร” เกี่ยวกับความสนใจของกลุ่มเกย์เชียงใหม่ Facebook Fan page

(3) แนวทางการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มเกย์เชียงใหม่ และพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้สื่อใหม่ (ผ่าน Facebook Fan page) ว่าท้ายที่สุดก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารและกลายเป็น “พื้นที่สาธารณะ” ในโลกออนไลน์หรือไม่อย่างไร เพื่อที่จะพยายามตีความทำความเข้าใจบทบาทความสำคัญของสื่อออนไลน์การใช้ “สื่อออนไลน์” ของกลุ่มเกย์เชียงใหม่ในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

4.1 แนวคิดและความเป็นมาของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่

จากบทความ “ความผิดปกติ การเมืองและสื่อ” โดย สจ๊วต ฮอลล์ ได้กล่าวว่า ใน “รูปแบบ” หลายๆ อย่างของความผิดปกติทางสังคม อาจเกิดการขัดแย้งกันของส่วนต่างๆ หรือตำแหน่งต่างๆ ที่อาจจะไม่ได้มีการขัดแย้งกันตั้งแต่แรก แต่ไม่มีใครพยายามตั้งคำถามเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นจากระบบของลำดับชั้นทางอำนาจ จากแนวความคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า “รูปแบบ” ของการกระทำที่ผิดปกตินั้น เกิดขึ้นมาจากกระบวนการที่ทำให้ “รูปแบบ” ของการกระทำเหล่านั้นเป็น “ปัญหาของสังคม” ผ่านระบบการตีตราให้คุณค่า และก่อให้เกิดการปะทะเผชิญหน้ากันระหว่างการกระทำและการควบคุม ซึ่งที่แท้จริงแล้วสิ่งต่างๆ เหล่านี้ถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบทางการเมืองทั้งสิ้น

ดังนั้น “สื่อเกย์” ถูกเข้าใจว่าเป็น “สิ่งที่ผิดปกติ” ตามความหมายของ สจ๊วต ฮอลล์ แล้วสิ่งที่ผิดปกตินี้เป็นผลผลิตทางการเมือง เกิดขึ้นจากความขัดแย้งทางความคิด อุดมการณ์และความเชื่อส่งผลให้เกิดการควบคุมและกำหนดคุณค่าของมัน แน่แน่นอนว่าสิ่งที่ฮอลล์พูดถึงไม่ได้มีความหมายเฉพาะเจาะจงไปที่ “สื่อเกย์” แต่สิ่งนั้นสามารถเปิดประเด็นให้คิดถึงเกี่ยวกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับ “สื่อเกย์” กับ “ความผิดปกติ” ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ในระดับปฏิบัติการในชีวิตประจำวัน แต่ทว่าการตีตรายัง

ก้าวข้ามไปยังระดับของการบันทึก การส่งต่อ การกระจายข่าว หรือมันคือ “รูปแบบความจริง” เพราะสื่อนอกจากจะเป็นการนำเสนอแล้วยังเป็นการตอกย้ำถึงความเป็นไป มันเป็นต้นกำเนิดของการเกิดขึ้นของวาทกรรมที่สร้างการแบ่งแยกระหว่างอะไรคือความปกติและอะไรคือความผิดปกติ สื่อใดที่นำเสนอความปกติและสื่อใดที่นำเสนอความผิดปกติ ดังนั้นในมุมมองจากวาทกรรมกระแสหลักแล้ว “สื่อเกย์” จึงกลายเป็น “ผลผลิตที่สร้างการตอกย้ำถึงรูปแบบความจริงที่ผิดปกติ”

สำหรับเกย์เชียงใหม่หลายๆ คน มุมหนึ่ง “สื่อสังคมออนไลน์เกย์” ทำหน้าที่ เปิดเผย ต่อชุมชนเกย์ถึงรูปแบบความจริงของชีวิตเกย์ รูปแบบของการใช้ชีวิต นำเสนอภาพสังคมเกย์ สถานที่ที่ควรจะไป การแต่งตัวที่ควรจะเป็น ในอีกมุมหนึ่ง “สื่อสังคมออนไลน์เกย์” ทำหน้าที่ปิดบังต่อชุมชนที่ไม่ใช่เกย์ เพื่อป้องกันการถูกรุกรานจากคนที่มองว่าเป็นรูปแบบความจริงที่ผิดปกติ ซ่อนเร้นจากสายตาที่ตำหนิ ตีตรา มองว่ารูปแบบการใช้ชีวิตแบบนี้เป็นสิ่งผิดปกติ ดังนั้นสื่อสังคมออนไลน์เกย์ จึงทำหน้าที่ทั้งเปิดเผยและปิดบังในเวลาเดียวกัน ทำหน้าที่ปกป้องต่อความจริงที่เป็นสาระของชีวิตเกย์และทำหน้าที่สื่อสารความจริงที่สังคมมอบให้ในรูปแบบที่ต้องการให้เกย์เป็น

สื่อออนไลน์หรือช่องทางในการติดต่อในลักษณะของการสื่อสารแบบสองทางผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อรูปแบบใหม่ที่บุคคลทั่วไปสามารถนำเสนอและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองออกสู่สาธารณะ โดยใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สื่อสารประเภทต่างๆ ซึ่งในปัจจุบันมีแหล่งให้บริการเครือข่ายทางสังคมเกิดขึ้นในระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นจำนวนมาก ในที่นี้ยกตัวอย่างเว็บไซต์ Facebook ที่เปิดบริการสามารถ File sharing, Video sharing, กระดานข่าว Web board เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นช่องทางใหม่ให้กับชุมชนเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นพื้นที่ในการติดต่อสื่อสาร แลกเปลี่ยนข้อมูล มีการใช้พื้นที่ในสื่อออนไลน์ในการติดต่อ สร้างสัมพันธกรรมถึงมีบทบาทในการดำรงชีวิตของเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่จนถึงส่งผลกระทบต่อชีวิตในโลกออฟไลน์

4.2 การนำเสนอ “ข้อมูล” เกี่ยวกับความสนใจของกลุ่มเกย์เชียงใหม่ทาง Facebook Fan page

จากการสังเกตการณ์และรวบรวมข้อมูลการนำเสนอประเด็นต่างๆ ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ผลการศึกษาผู้ศึกษาได้นำเสนอเฟซบุ๊กเพจสังคมหรือชุมชนเกย์ ที่กลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสนใจและเข้าใช้บริการโดยมีจำนวนผู้ใช้ผู้บริโภคร (หรือกลุ่ม Fan pages) จำนวนมากกว่า 10,000 คน คือเฟซบุ๊กเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกลุ่มเกย์และความสนใจต่างๆ ของสังคมเกย์ เข้าถึงได้ที่ (www.facebook.com/pages/เกย์เชียงใหม่-Gay-Chiangmai) พบว่า มีการนำเสนอประเด็นข้อมูลต่างๆ ที่เหมือนกับสื่อกระแสหลักและแตกต่างกับสื่อกระแสหลัก ด้วยการเพิ่มความสนใจของกลุ่มเกย์ ซึ่งเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย มีการ

ฝาก Link เพื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้ผู้บริโภคร (หรือกลุ่ม Fan pages) มีการแบ่งปันภาพเปลือยและคลิปวิดีโอของเพศชายกับชายอย่างแพร่หลาย

รูปแบบของการนำเสนอของเฟซบุ๊กเพจสังคมเกย์ เกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลต่างๆ ในเฟซบุ๊กเพจ ผู้ศึกษาได้แบ่งกลุ่มกิจกรรมออกเป็น 7 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. ประวัติโดยย่อ Profile ข้อมูลส่วนตัวของเฟซบุ๊กเพจ Facebook Pages ประกอบด้วยรูปภาพประวัติ จำนวนผู้ใช้ผู้บริโภคร (หรือกลุ่ม Fan pages) ที่ให้ความสนใจหรือติดตามเพจ ซึ่งในที่นี้หมายถึง กลุ่มประชากรเกย์

2. ไทม์ไลน์ Timeline แผนผังแสดงการพัฒนาหรือลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นตามลำดับเวลา โดยขึ้นอยู่กับหัวข้อที่น่าสนใจ และช่วงเวลาที่น่าสนใจ ไทม์ไลน์ถูกใช้ในการแสดงผลเพื่ออำนวยความสะดวกการศึกษาข้อมูล โดยทั่วไปจะใส่เฉพาะหัวข้อสำคัญไม่ลงรายละเอียดมากนัก

3. เกี่ยวข้องกับ About แสดงข้อมูลเกี่ยวกับประวัติหรือเว็บไซต์ เช่น ประวัติความเป็นมา เป็นต้น

4. รูปภาพ Photo ฟังก์ชันเพื่อใช้จัดเก็บการอัปโหลดไฟล์ภาพลงในเฟซบุ๊กเพจส่วนตัว สามารถสร้างจัดหมวดหมู่ของไฟล์ภาพได้เพื่อให้กลุ่มผู้ใช้ ผู้บริโภคร (หรือกลุ่ม fan pages) สามารถเข้าชมและสามารถที่จะคลิกเพื่อนำไปแบ่งปันหรือเผยแพร่ให้กับคนอื่นต่อ

5. लाई Likes ฟังก์ชันการกดเพื่อแสดงความชื่นชอบต่อรูปภาพ ข้อความ หรือเพจในเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) รูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลอยู่ในโลกที่แสดงออกมาในรูปของกิจกรรม (Activities) ความสนใจ (Interests) และความคิดเห็น (Opinions) ต่างๆ

6. วิดีโอ Videos ฟังก์ชันเพื่อใช้จัดเก็บการอัปโหลดไฟล์หรือคลิปไฟล์วิดีโอลงในเฟซบุ๊กเพจส่วนตัว สามารถสร้างจัดหมวดหมู่ของไฟล์วิดีโอได้เพื่อให้กลุ่มผู้ใช้ ผู้บริโภคร (หรือกลุ่ม fan pages) สามารถเข้าชมและสามารถที่จะคลิกเพื่อนำไปแบ่งปันหรือเผยแพร่ให้กับคนอื่นต่อไปได้

7. ข้อความ Notes การเขียนบทความส่วนตัว คล้ายกับการเขียนบนกระดานข้อความส่วนตัวทั่วไป อาจเป็นเรื่องที่คุณต้องการให้คนอื่น ๆ ทราบความคิดเห็นหรืออาจเป็นเรื่องที่ประทับใจ นอกจากนี้ยังสามารถกำหนดให้บุคคลใดอ่านได้บ้าง โดยการกำหนดตั้งค่าภายใน Facebook

ตารางที่ 4.1 แสดงการจัดกลุ่มกิจกรรมหลักของสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ Facebook page

ประวัติโดยย่อ (Profile)	ไทม์ไลน์ (Timeline)	เกี่ยวข้องกับ (About)	รูปภาพ (Photo)	ไลค์ (Likes)	วิดีโอ (Videos)	ข้อความ (Notes)
รูปประวัติ profile picture	รูปภาพ	ปีที่จัดตั้ง	อัลบั้ม ภาพ	ประชากรผู้ใช้ ผู้บริโภคร (หรือ กลุ่ม fan pages)	คลิป วิดีโอ	บทความ
ประชากร people	คลิปวิดีโอ	สถานที่		เพจที่สนใจ		
ผู้ติดตาม following	บทความ	เพศ		กลุ่มอายุ		
ข่าวสาร, ข้อความ message	ข่าว	เบอร์โทร ติดต่อ		สถานที่จัดตั้ง		
เก็บรักษา save	ข้อความ	อีเมล				
เตือนแก้ไข suggest edit	ลิงค์ link					
รายงานเพจ report pages						
บล็อกเพจ block pages						
แบ่งปัน share						

4.2.1 Facebook page เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang mai

เฟซบุ๊กแฟนเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” ถูกสร้างขึ้นเมื่อวันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2555 จากข้อมูลทางเฟซบุ๊กเพจนี้ กลุ่มเป้าหมายมีอายุตั้งแต่ 18-24 ปี และความนิยมของผู้ที่เข้าชมหน้าเฟจนี้อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยในช่วงเดือนพฤษภาคมเป็นช่วงที่มีจำนวนผู้กดไลค์ (like) สูงสุด จากความนิยมของผู้เป็นสมาชิก และปัจจุบันมีจำนวนผู้กดไลค์ (Like) เป็นสมาชิกแฟนเพจ 11,970 คน มีการนำเสนอการประชาสัมพันธ์ ให้ความรู้เกี่ยวกับเพศศึกษา การโพสคลิปวิดีโอต่างๆ เพื่อ

สร้างการติดตามของสมาชิกแฟนเพจ (Fan page) มีการฝาก Link เพื่อประชาสัมพันธ์ช่องทางในการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิก มีการลงภาพสร้างของนายแบบชายในลักษณะเปลือยร่างกายส่วนบนหรือเสื้อผ้าน้อยชิ้นเพื่อสร้างการติดตามและเพิ่มจำนวนสมาชิก มีการสร้างภาพแทนของสัญลักษณ์ “กลุ่มเกย์” เพื่อสร้างสังคมเกย์ในโลกออนไลน์มีการแลกเปลี่ยนติดต่อสนทนาระหว่างสมาชิกและเพิ่มช่องทางจากสื่อใหม่ในโลกออนไลน์ให้สมาชิกแฟนเพจ (Fan page) คาดหวังการพบเจอในโลกออฟไลน์

ตารางที่ 4.2 แสดงการกิจกรรมของสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ Facebook pages ที่กลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสนใจและเข้าใช้ คือ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai”

เดือน/ปี	กระดานข่าวเฟซบุ๊กเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang mai”
พฤษภาคม 2556	<ul style="list-style-type: none"> - แบ่งปันลิงค์กลุ่มเฟซบุ๊กเพจอื่น - แบ่งปันลิงค์กลุ่มเฟซบุ๊กสัตว์เลี้ยงแสนรัก - http://www.facebook.com/groups/228397593126 - ภาพการ์ตูนตลกภาษาพื้นถิ่นภาคเหนือ - เรื่องตลกจากผู้จัดตั้งเฟซบุ๊กเพจ - ภาพเพศชายเปลือย - คลิปวิดีโอ - โฆษณาภาพยนตร์ ลิงค์คู่มือออนไลน์ - ภาพแบ่งปันจากเฟซบุ๊กเพจอื่น - ประชาสัมพันธ์ประเพณีเตียวขึ้นคอย 23 พ.ค. 2556 แจ้งผู้ใช้เรื่องการจรรยาบรรณ - บทความให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ HIV

Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

ตาราง 4.2 (ต่อ) แสดงการกิจกรรมของสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ Facebook pages ที่กลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ให้ความสนใจและเข้าใช้ คือ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang mai”

เดือน/ปี	กระดานข่าวเฟซบุ๊กเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang mai”
มิถุนายน 2556	<ul style="list-style-type: none"> - คลิปวิดีโอภาพยนตร์เกย์ Gthaimovie พี่ต้าพระ โขนง - ภาพเพศชายเปลือย - ภาพศิลปินดาราราย - บทความให้ความรู้เรื่องเบี่ยงเบนทางเพศมีกี่ประเภท
กรกฎาคม 2556	<ul style="list-style-type: none"> - เชิญชวนและแบ่งปันสถานที่จังหวัดเชียงใหม่ - ลงข้อความที่อยู่ติดต่อเพื่อสามารถคุยกันได้นอกสื่อสังคมออนไลน์ - ลงข้อความเชิญชวนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่เพื่อนัดพบมีเพศสัมพันธ์
สิงหาคม 2556	<ul style="list-style-type: none"> - ลงข้อความเชิญชวนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่เพื่อนัดพบมีเพศสัมพันธ์

จากข้อมูลที่นำเสนอในตารางข้างต้นจะเห็นว่า การนำเสนอข้อมูลของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” ในช่วงเดือน พฤษภาคม ถึงเดือนสิงหาคม 2556 นั้นมีทั้งส่วนที่นำเสนอประเด็นต่างๆ ซึ่งในส่วนนี้มักจะเป็นลักษณะผิวเผิน ไม่มีการเจาะลึก หรือนำประเด็นเหล่านั้นมาวิเคราะห์ถึงเบื้องลึกเป็นเพียงการติดตามสถานการณ์รายวัน โดยส่วนใหญ่ประเด็นลักษณะทั่วไปของเฟซบุ๊กเพจเกย์ จะนำเสนอภาพเพศชายที่แสดงให้เห็นที่ชั้นในชายหรือภาพเปลือยของเพศชาย เพื่อสร้างการติดตามและความสนใจของผู้ใช้ การลงข้อความและลิงค์เฟซบุ๊กเพจอื่นตามความสนใจของแต่ละกลุ่ม รวมถึงคลิปวิดีโอซึ่งเมื่อดูจากข้อมูลในตารางเฟซบุ๊กเพจ

ส่วนในกรณีของการนำเสนอประเด็นที่เจาะลึก พบว่าในประเด็นการสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้ผู้บริโภคร (หรือกลุ่ม Fanpage) การนำเสนอของข้อมูลของเฟซบุ๊กแฟนเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” นั้นในช่วงเวลาทำการศึกษาในประเด็นที่แตกต่างนั้น เฟซบุ๊กเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai” มีการลงข้อความและที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัวของผู้ใช้ผู้บริโภคร (หรือกลุ่ม Fan pages) พร้อมภาพส่วนตัว เพื่อเป็นการแสดงหรือเชิญชวนให้ผู้ใช้คนอื่นสามารถทำความรู้จักและติดต่อได้นอกจากสื่อสังคมออนไลน์ มีการให้ผู้ใช้แสดงความคิดเห็นเรื่องการนัดพบหรือสถานที่เพื่อนัดพบและสร้างสัมพันธ์กิจกรรมทางเพศนอกสื่อสังคมออนไลน์ สร้างความต้องการของผู้ใช้ให้

เกิดการติดตามเพจต่อ และมีจำนวนผู้ใช้/ผู้บริโภคร (หรือกลุ่ม Fan pages) เป็นจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

4.3 แนวทางการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มเกย์เชียงใหม่และพฤติกรรมการบริโภคสื่อสังคมออนไลน์

จากการศึกษาแนวทางการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มเกย์เชียงใหม่และพฤติกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้ใช้สื่อใหม่ (ผ่าน Facebook Fan page) ว่าท้ายที่สุดก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางการสื่อสารและกลายเป็น “พื้นที่สาธารณะแบบใหม่” ในโลกออนไลน์หรือไม่อย่างไรเพื่อที่จะพยายามตีความทำความเข้าใจบทบาทความสำคัญของสื่อใหม่การใช้ “สื่อสังคมออนไลน์” ของกลุ่มเกย์เชียงใหม่ในสังคมเมืองไทยยุคปัจจุบัน

ตารางที่ 4.3 แสดงการการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ Facebook pages ของผู้ใช้/ผู้บริโภครกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai”

เดือน/ปี	กระดานข่าวผู้ใช้/ผู้บริโภครเฟซบุ๊กเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang mai”
พฤษภาคม 2556	<ul style="list-style-type: none"> - การลงข้อความหาญุ่ ระบุข้อมูลส่วนตัว เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ - โฆษณาร้านนวดสปาพร้อมนำเสนอโปรมอขันประจำเดือน ภาพเพศชายเปลือย, ลิงเว็บไซค์ดอญุ่กร, เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ - ลงข้อความแสดงสถานทางเพศเกย์ของตน - ลิงเฟซบุ๊กเพจ “สมาคมเกย์โสดหารักแท้” - ภาพส่วนตัวของใช้/ผู้บริโภคร - โฆษณาร้านนวดสปาพร้อมนำเสนอโปรมอขันประจำเดือน ภาพเพศชาย
มิถุนายน 2556	<ul style="list-style-type: none"> - การลงข้อความหาญุ่ ระบุข้อมูลส่วนตัว เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ - แสดงสถานทางเพศเกย์ของตน - ภาพเพศชายเปลือย - เปลือย, ลิงเว็บไซค์ดอญุ่กร, เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ - ลงข้อความแสดงสถานทางเพศเกย์ของตน - ลิงเฟซบุ๊กเพจ “สะพานขาว น้ำตกห้วยแก้ว” - ภาพส่วนตัวของใช้/ผู้บริโภคร - ใช้/ผู้บริโภครชาวต่างประเทศ ลงข้อความหาญุ่และนัดพบเพื่อมีเพศสัมพันธ์

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) แสดงการการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจ Facebook pages ของผู้ใช้/ผู้บริโภครวมกลุ่มกันในจังหวัดเชียงใหม่ คือ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai”

เดือน/ปี	กระดานข่าวผู้ใช้/ผู้บริโภครวมกลุ่มกันในจังหวัดเชียงใหม่ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang mai”
กรกฎาคม 2556	<ul style="list-style-type: none"> - การลงข้อความหาผู้ ระบุข้อมูลส่วนตัว เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ - ลงข้อความแสดงสถานทางเพศเกย์ของตน - ผู้ใช้/ผู้บริโภครวมกลุ่มจากต่างประเทศ ลงข้อความหาผู้และนัดพบเพื่อมีเพศสัมพันธ์ - ลิงเชิญชวนร่วมกลุ่ม “ชื่อ ขาย ให้เช่าเชียงใหม่” - ลงภาพส่วนตัว พร้อมข้อความหาผู้ต่างสถานะทางเพศเกย์ของตน วิทยาลัยทำงาน - ภาพส่วนตัว
สิงหาคม 2556	<ul style="list-style-type: none"> - การลงข้อความหาผู้ ระบุข้อมูลส่วนตัว เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ - ลงข้อความแสดงสถานทางเพศเกย์ของตน - บทความ, ข้อความให้กำลังใจ - ลิงเชิญชวนร่วมกลุ่ม “ชื่อ ขาย ให้เช่าเชียงใหม่” - ลงข้อความต้องการความช่วยเหลือ หาที่อยู่อาศัยเนื่องจากย้ายเข้ามาทำงานในเชียงใหม่ - ภาพส่วนตัว - โฆษณาร้านนวดสปาพร้อมนำเสนอโปรโมชั่นประจำเดือน ภาพเพศชายร้านนวดสปา ถนนศิริมงคลอาจารย์ ซอย7 กรรไกรทอง เชียงใหม่ - โปสเตอร์ภาพส่วนตัวชายเปลือยร่างกายท่อนบน - ประชาสัมพันธ์ “กรมการพัฒนาชุมชน เปิดสอบอาสาพัฒนา (อสพ.) จำนวน 200 อัตราพร้อมลิงค์รายละเอียดสำหรับผู้สนใจ รายได้ต่อเดือน 15,000 บาท - ลงข้อความพร้อมแบ่งปันสถานที่แสดงสถานที่อยู่ของตนให้ผู้ใช้/ผู้บริโภครวมกลุ่มอื่นทราบ และเชิญชวนให้เกิดการนัดพบและมีเพศสัมพันธ์ร่วมกัน
กันยายน 2556	<ul style="list-style-type: none"> - การลงข้อความหาผู้ ระบุข้อมูลส่วนตัว เบอร์โทรศัพท์ติดต่อ - ลงข้อความต้องการความช่วยเหลือ ต้องการหางานในจังหวัดเชียงใหม่ทำเนื่องจากย้ายที่อยู่ตามครอบครัว พร้อมให้เบอร์โทรศัพท์ติดต่อและแสดงสถานะทางเพศเกย์ของตน - ประชาสัมพันธ์ชักชวนเข้ากลุ่ม Gay love exercise สำหรับผู้ที่สนใจออกกำลังกายและไม่อยากเสียค่าเข้าสถานออกกำลังกายในราคาแพง

ตารางที่ 4.3 (ต่อ) แสดงการการใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟชบุ๊กเพจ Facebook pages ของผู้ใช้/ผู้บริโภครวม กลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ คือ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai”

เดือน/ปี	กระดานข่าวผู้ใช้/ผู้บริโภครวมเฟชบุ๊กเพจ “เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang mai”
กันยายน 2556	<ul style="list-style-type: none"> - คลิปวิดีโอพร้อมลิง 15 Weeks Body Transformation Freeletics - ลงข้อความ “พยายามตั้งนานจะหาเฟชบุ๊กเพจนี้เจอ” พร้อมเชิญชวนให้เข้ามาคุยกับคนผ่านเฟชบุ๊กเพจนี้ พร้อมให้เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อ - แสดงสถานะเพศเกย์ของตน พร้อมข้อความต้องการหาผู้เลี้ยงดูอุปการะ - ประชาสัมพันธ์ เส้นทางการเดินทางโดยสารใหม่ เชียงใหม่ – กาญจนบุรี ของบริษัทเดินรถเอกชน - ภาพคู่รักชายรักชายแสดงความรักด้วยการจูบและเปลือยร่างกายท่อนบน - โฆษณาสินค้าน้ำหอม พร้อมเชิญรวมกิจกรรมเพียงแบ่งปันภาพในเพจส่วนตัวของผู้ใช้เพื่อลุ้นรางวัลจากทางเฟชบุ๊กเพจที่ฝากประชาสัมพันธ์กิจกรรม - ลงลิงกลุ่ม “HIV Chiang Mai” สำหรับผู้ที่ติดเชื้อ HIV ในเชียงใหม่เพื่อร่วมคุยแลกเปลี่ยนให้กำลังใจกัน
ตุลาคม 2556	<ul style="list-style-type: none"> - การลงข้อความหาคู่ ระบุข้อมูลส่วนตัว เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อ - ภาพส่วนตัว - ภาพส่วนตัวแสดงสถานะเพศเกย์ของตน - ประชาสัมพันธ์ รถเช่า VIP รุ่นล่าสุด รถบัส รถตู้ พร้อมคนขับสุภาพ “Best Thai Travel” และเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อ - ผู้ใช้ (นักศึกษาปริญญาโท) ต้องการนัดหมายผู้ใช้เพื่อขออาสาสมัครที่เป็นกลุ่มชายรักชายเพื่อเข้าร่วมโครงการ

การที่เกิดเป็นเครือข่ายสังคมออนไลน์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยมากขึ้นในปัจจุบัน มีผลมาจากการพัฒนาของระบบเทคโนโลยีที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารหรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นต่างๆ เกิดเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลช่องทางใหม่ซึ่งส่วนใหญ่จะเริ่มพัฒนามาตั้งแต่ไม่รู้จักกันมาก่อนจนพัฒนากลายเป็นเพื่อนกันในเวลาต่อมอดังนั้นการใช้บริการของเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้เพื่อแสดงตัวตนทางสังคมให้เป็นที่ยอมรับนั้นกลุ่มที่นับว่าเป็นผู้บริโภครวมอย่างเด่นชัดก็คือกลุ่มผู้ใช้ที่เป็นกลุ่มเกย์

ลักษณะการใช้อินเทอร์เน็ตของกลุ่มเกย์ในปัจจุบันการสื่อสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เริ่มมีความรุนแรง ก่อให้เกิดรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบใหม่ ที่มีแนวโน้มหลีกเลี่ยงความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว และจะให้ความสนใจกับบุคคลอื่นที่อยู่ในสังคมออนไลน์มากกว่า ซึ่งมีผลทำให้เกิดช่องว่างระหว่างคนในครอบครัว ความรักและความผูกพันลดน้อยลง แต่ในขณะเดียวกันการที่มีการใช้บริการผ่านเว็บไซต์ต่าง ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ช่วยตอบสนองความต้องการความเพติดเพลิน ความสนุกสนานจากเว็บไซต์นั้นๆ รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูล การสื่อสารกับกลุ่มคนรู้จัก การแสดงออกได้อย่างอิสระเสรีไร้ขีดจำกัด การแสดงฐานะตัวตนที่แท้จริง และยังช่วยส่งเสริมเพิ่มความรู้ทางการศึกษาด้วยการแลกเปลี่ยนข้อมูล

ระบบอินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนดาบสองคมที่มีทั้งผลดีและผลเสียต่อผู้ที่ใช้บริการ และด้วยเหตุที่ไม่สามารถควบคุมเหตุการณ์ต่างที่เกิดขึ้นบนระบบอินเทอร์เน็ตได้นั้น จึงทำให้เกิดความเสี่ยงขึ้นต่อผู้ใช้บริการ ทั้งนี้ก็มีผลเนื่องมาจากการที่ผู้ใช้บริการมีการใช้บริการมากเกินไป หรือจากอิทธิพลทางสังคมที่ทำให้ต้องเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของสังคมออนไลน์ มีการแสดงออกซึ่งตัวตน รวมถึงข้อมูลในเรื่องส่วนตัวอาจมีการถูกละเมิดความเป็นส่วนตัว การโจรกรรมข้อมูลหรือรูปภาพ การเปิดเผยข้อมูลที่ปราศจากการกลั่นกรองซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อสิ่งต่างๆ หรือบุคคลที่อ้างถึง หรือมีส่วนเกี่ยวข้องได้รับความเสียหาย ดังนั้นในฐานะผู้บริโภคจึงต้องมีการแบ่งเรื่องราวที่เป็นจริงหรือเท็จ ออกได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ใช้ต่างทราบดีกว่า การที่เข้าไปใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์แล้วนั้นย่อมมีผลกระทบอย่างไร ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการที่ใช้บริการไม่ว่าจะเป็นเรื่องข้อมูลส่วนตัว การแสดงออก การนำเสนอสินค้า ข้อมูลด้านการบริการ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สามารถเลือกรับได้ โดยอาจจะได้ทั้งความเป็นจริงและข้อมูลที่เป็นเท็จ จึงเป็นความเสี่ยงที่เกิดขึ้นต่อผู้ใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์จะสามารถรับรู้ได้

การใช้สื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพงเกย์ ของกลุ่มเกย์เชียงใหม่ โดยเกิดขึ้นจากการที่ผู้จัดหรือผู้ผลิตมองเห็นแนวโน้มการเติบโตอย่างรวดเร็วของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลก และการเห็นความสำคัญของการใช้สื่อออนไลน์และพฤติกรรมการบริโภคของข้อมูลข่าวสารที่เปลี่ยนไปอย่างมากของคนรุ่นใหม่ในสังคมไทย โดยเฉพาะกลุ่มเกย์ในเขตเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ที่กลายเป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์กลุ่มใหญ่ในโลกอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันสื่อออนไลน์ในโลกอินเทอร์เน็ต ได้เพิ่มบทบาทความสำคัญ ถูกใช้เป็นเครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารของผู้คนกลุ่มต่างๆ กระทั่งนำไปสู่การสร้างพื้นที่ทางการสื่อสารเกี่ยวกับกลุ่มเกย์แบบใหม่ (บนโลกอินเทอร์เน็ต) มีความสำคัญมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะ ความเป็นพื้นที่ทางสังคม หรือพื้นที่สาธารณะแบบใหม่ ที่กลายเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความต้องการ ข้อมูลข่าวสาร และการแสดงออกซึ่งความคิดเห็นต่อเหตุการณ์ต่างๆ ในช่วงเวลานั้นๆ ที่ได้ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมผ่านการสื่อสารในโลกอินเทอร์เน็ต กระทั่งนำไปสู่กระบวนการประกอบสร้างพื้นที่ทางสังคมแบบใหม่

เกย์ในสังคมไทยในปัจจุบันได้มีกระบวนการนำเสนอเทคโนโลยีที่ทันสมัยใหม่ๆ เข้ามาใช้เช่น การสื่อสารข้อมูลข่าวสารและการหาคู่ของสังคมเกย์เป็นเรื่องที่เปิดกว้างและสะดวกมากขึ้น โดยการใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องในการสร้างอัตลักษณ์ทางสังคมเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับอีกฝ่าย โดยต่างฝ่ายต่างนำเสนอภาพลักษณ์ทางสังคมของตนเพื่อเป็นการสนับสนุนและนำเสนอฝ่ายตรงข้าม และใช้สังคมออนไลน์เฟซบุ๊กเพจเกย์เป็นตัวกลาง โดยจากกระแสสังคมออนไลน์แซร์คลิปวิดีโอ เหตุการณ์ชายรักชายคู่หนึ่งประกาศขอแต่งงานหลังจากจบพิธีการแต่งงานของกลุ่มชายแท้ๆ โดยสังคมออนไลน์ได้กล่าวถึงกระแสดังกล่าวด้วยการใช้หัวข้อ พอร์ชอาร์ม ซึ่งเป็นชื่อของคู่รักดังกล่าว ซึ่งจากเหตุการณ์นี้เมื่อมองในกระดานข่าวของเว็บไซต์เฟซบุ๊กเพจแล้ว อาจดูเหมือนเป็นฉากละคร หรือแค่เรื่องสนุกกันในหมู่เพื่อนฝูง แต่ไม่ใช่เลยทั้งหมดกลับเป็นเรื่องจริง โดยผู้แชร์ให้ข้อมูลว่า หลังจากที่ป้าสาว (ชายจริงหญิงแท้) แต่งงานกันเสร็จเรียบร้อย ช่วงเวลาที่เดินเก็บภาพแขกเพื่อนร่วมงานรวมถึงเพื่อนๆ คู่ป้าสาว ทันใดนั้นเองเหตุการณ์โรแมนติคก็เกิดขึ้น มีการขอแต่งงานเกิดขึ้นอีกคู่ โดยฝ่ายชายได้คุกเข่าขอแต่งงานจากผู้ชายคนที่อยู่ตรงหน้าขอเขา เพื่อนๆ ในพิธีต่างร่วมแสดงความยินดีและเซอร์ไพรส์กันใหญ่เพราะไม่เคยเห็นผู้ชายนั่งคุกเข่าขอผู้ชายแต่งงานแบบนี้เลย กลายเป็นกระแสสังคมในหมู่ชาวเกย์ สร้างความฝันของกลุ่มเกย์ในสังคมไทยให้มีความหวังกันขึ้นมาอย่างฉับพลัน ไม่เว้นแม้แต่หมู่คนในวงการบันเทิงที่เปิดเผยและแสดงตนว่าตัวเองเป็นเกย์ เนื่องจากเฟซบุ๊กเพจ เป็นพื้นที่สาธารณะและต่างมีแนวคิดหรือวัตถุประสงค์ที่เหมือนกัน โดยการรวมตัวกันในชุมชนออนไลน์ จึงปรากฏมิติทางสังคมเกย์ในปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงคู่เครือข่ายทางสังคมในรูปแบบใหม่ New Social Network กระแสสังคมปัจจุบันทำให้สื่อออนไลน์ ที่มีลักษณะเป็นกระแสใหม่สังคมไทยที่ตอบสนองคนรุ่นใหม่ในโลกออนไลน์

เมื่อทำการศึกษาข้อมูลเรื่องการหาคู่ของชาวเกย์ในสังคมไทยปัจจุบัน จากบทความของสำนักข่าวรอยเตอร์ส 21 สิงหาคม 2556 ได้ระบุว่า “ประเทศไทยฉายแววเป็นสวรรค์ของนักท่องเที่ยวชาวรักร่วมเพศ หากรัฐประกาศให้เพศเดียวกันสามารถแต่งงานได้ ซึ่งทุกวันนี้นักท่องเที่ยวเอเชียจากหลายชาติรู้สึกสบายใจกับการได้มาเที่ยวประเทศไทย เพราะสามารถแสดงออกได้อย่างเปิดเผย” รายงานยังระบุอีกว่าในขณะที่ประเทศอื่นๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างพม่า มาเลเซีย สิงคโปร์ และบรูไนต่อต้านการมีความสัมพันธ์แบบชายรักชาย หญิงรักหญิง แต่ประเทศไทยกลับเปิดกว้างเรื่องความรักไม่จำกัดเพศ จนกลายเป็นสวรรค์ของบรรดาผู้รักร่วมเพศทั้งหลายในเอเชีย ที่จะเดินทางมาพักผ่อน โดยไม่ต้องอึดอัดกับการแสดงออกกับผู้รักร่วมเพศเหมือนกับที่อยู่ในประเทศของตน

ถึงแม้การศึกษานี้จะสามารถชี้ให้เห็นถึงการเปิดกว้างมากขึ้นของสังคมไทยในปัจจุบันที่มีพื้นที่ในกลุ่มเกย์ได้สามารถใช้ชีวิตในสังคมไทยได้ตามต้องการ แต่สิ่งที่ยังคงเป็นไปไม่ได้และอาจต้องใช้เวลานานคือเรื่องการจัดระเบียบสมรสอย่างถูกกฎหมายสำหรับกลุ่มรักร่วมเพศในประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติ ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ฉบับที่ 10 พุทธศักราช 2553 หมวดที่ 2

เงื่อนไขแห่งการสมรส มาตรา 1448 ได้ระบุว่า การสมรสจะทำได้ก็ต่อเมื่อ ชายและหญิงเท่านั้น เหตุการณ์ดังกล่าวอาจเป็นอิทธิพลทำให้เริ่มเห็นกระแสสังคมเกย์ในประเทศไทยบางกลุ่มปรับเปลี่ยนมุมมองเรื่องสิทธิทางกฎหมายนั้นไม่จำเป็นต่อกลุ่มสังคมนี้อีกต่อไป หลังจากนั้นเกิดการลงคลิปวิดีโอขอแต่งงานของคู่รักชายรักชายคู่หนึ่ง และกลายเป็นกระแสในโลกอินเทอร์เน็ต ถึงความถูกต้องกาลเทศะ อื่นๆ รวมถึงสิทธิทางสังคม

จากเหตุการณ์ดังกล่าวอาจสามารถวิเคราะห์ตีความได้ว่าสื่อออนไลน์มีบทบาทสำคัญที่ทำให้กลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสร้างพื้นที่ทางสังคมในสื่อออนไลน์และส่งผลกระทบต่อชีวิตจริงได้ ทัศนียภาพตัวอย่างดังนี้

แสดงกรณีตัวอย่างประเด็นการนำเสนอการหาคู่ของกลุ่มเกย์ในเฟซบุ๊กเพจ เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai



ภาพที่ 4.1 กรณีตัวอย่างการนำเสนอข้อความหาคู่บนกระดานข่าว เฟซบุ๊กเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai

แสดงกรณีตัวอย่างประเด็นการนำเสนอการหาคู่ของกลุ่มเกย์ในเฟซบุ๊กเพจ เกย์เชียงใหม่ Gay
Chiang Mai



ภาพที่ 4.2 กรณีตัวอย่างการนำเสนอภาพส่วนตัวและหาคู่บนกระดานข่าวเฟซบุ๊กเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

แสดงกรณีตัวอย่างประเด็นการนำเสนอการหาคู่ของกลุ่มเกย์ในเฟซบุ๊กเพจ เกย์เชียงใหม่ Gay

Chiang Mai



ภาพที่ 4.3 กรณีตัวอย่างการนำเสนอข้อความหาคู่จากผู้ใช้ผู้บริ โภค (หรือกลุ่ม Fan pages) บนกระดานข่าวเฟซบุ๊กเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai

ความหมายของการแสดงตัวตนทางสังคมของกลุ่มเกย์ผ่านสื่อออนไลน์

การติดตามบุคคลทางสังคมบนโลกออนไลน์ เนื่องจากเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์มีช่องทางมากขึ้นอย่างที่เป็นนิยมใน ขณะนี้คือ Facebook, Twitter, Youtube การสร้างควมมีตัวตนบน โลกออนไลน์จึงเพิ่มมากขึ้น

การสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์คือการสร้างตัวเองให้เป็นที่นิยมในหมู่แวดวงสังคม นั้น โดยใช้ อินเทอร์เน็ตมีช่องทางที่หลากหลายยกตัวอย่างเช่น การลงข้อความ การลงคลิปวิดีโอของตนเองที่มี เนื้อหาน่าสนใจ ให้ความบันเทิง หรือ บางครั้งอาจสะท้อนความรุนแรงด้วยการด่าด้วยวาจาหยาบคาย หรือการแสดงพฤติกรรม ที่ไม่เหมาะสม อนาคตหรือการทำร้ายคดี ในช่วงปีที่ผ่านมาคนดังที่เกิด

จากการสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์นี้มีมากมาย ยกตัวอย่างของกรณี พอร์ชและอาร์ม คู่ชายรักชายขอ แต่งงานที่ดังจากการลงคลิปวิดีโอเลียนแบบศิลปินคารานักร้องในสื่อสังคมออนไลน์ การ สร้างตัวตน เริ่มมีมากขึ้นใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านทางสังคมออนไลน์อย่างไม่ เหมาะสม จากนั้นเมื่อมีเกิดการ แบ่งปันส่งต่อไปอย่างกว้างขวาง รวดเร็ว บุคคลเหล่านั้นก็เริ่มเป็นที่รู้จักและโด่งดังถึง แต่ความนิยมใน ความฉาวก็ไม่เป็นที่สิ้นสุดเมื่อสื่อมวลชนเริ่มมีการให้ความ สำคัญ ให้ความสนใจ จนถึงขั้นออก รายการทางโทรทัศน์อีกหลายรายการ เพิ่มความเป็นที่รู้จักมากขึ้น

จากกรณีการสร้างตัวตนบนโลกออนไลน์แล้ว สื่อสังคมออนไลน์ยังเป็นส่วนหนึ่งในการตีแผ่ ความจริงของสังคมในหลายหลายเรื่องราว นำความอิทธิพลบทบาทของสื่อและสื่อสังคมออนไลน์ นั้นมีการแบ่งปันให้กันได้เห็น อย่างตลอดเวลา อย่างที่ผ่านมานี้ไม่นานกับกรณีของลงคลิปการแต่งงาน ของคู่เกย์ พอร์ชและอาร์ม อาจถือเป็นจุดเริ่มต้นของประเด็นข่าวนี้อยู่ที่การลงคลิปเพียงครั้งเดียวและ คลิปถูก ส่งต่ออย่างรวดเร็วภายในระยะเวลาชั่วข้ามคืน เช้าวันรุ่งขึ้นคลิปวิดีโอดังกล่าวก็กลายเป็นข่าว หน้า 1 ของหน้าหนังสือพิมพ์และเป็นประเด็นข่าวในรายการเล่าข่าวทางโทรทัศน์ การสร้างตัวตนบน สังคมออนไลน์ไม่ใช่สิ่งที่ผิดแต่การเลือกใช้ช่องทางวิธีการใน การสร้างตัวตนนั้นควรจะเป็น ไปอย่าง สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะ เนื่องจากการเปิดกว้างของสื่อและการแพร่กระจายที่ เป็นไปอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การกระทำทุกสิ่งบนโลกออนไลน์เสมือนมีการจับตามองอยู่อย่าง ตลอดเวลา เพราะฉะนั้นก่อนลงบนกระดานข่าวเฟซบุ๊กเพจกลุ่มนั้นๆ หรือกระทำการใดๆ ควรคิดให้ รอบคอบ ไตร่ตรองให้ดีว่ามีผลกระทบต่อบุคคลและสังคมหรือไม่ ซ้ำร้ายหากกระทำด้วยความคิด ครอบงอมอาจจะผิด พรบ.คอมพิวเตอร์หรือกฎหมายหมิ่นประมาทและ อื่นๆ

ภาษาวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์)

จากการสังเกตการศึกษากระดานข่าวบน เฟซบุ๊กเพจ เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai นอกจาก การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ที่เป็นที่น่าสนใจของผู้ใช้ผู้บริโภค (หรือกลุ่ม Fanpage) แล้ว นั้น จากพฤติกรรมการใช้ของสมาชิกเฟซบุ๊กเพจดังกล่าว ยังทำให้ทราบถึงการแสดงออกพฤติกรรม ทางเพศของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์) มีหลากหลายถูกถ่ายทอดผ่านคำที่บ่งบอกถึงรูปแบบเพศ ตรงข้ามซึ่งใช้ในเพศหญิงและชาย แต่กลับใช้เพื่อแสดงสถานะเพศในกลุ่มเกย์ โดยคำที่พบแยกเป็น กลุ่มใหญ่ได้ 2 กลุ่มคือ

เกย์คิง (เกย์รุก, รุก) หมายถึง ชายที่รสนิยมทางเพศในเพศเดียวกัน Homosexual ใน รูปแบบที่เป็นฝ่ายชาย เป็นฝ่ายกระทำหรือผู้รุก

เกย์ควีน (เกย์รับ, รับ) หมายถึง ชายที่รสนิยมทางเพศในเพศเดียวกัน Homosexual ใน รูปแบบที่เป็นฝ่ายหญิง เป็นฝ่ายถูกกระทำหรือผู้รับ

ซึ่งทำให้เกิดพฤติกรรมการติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลส่วนตัว ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ส่วนตัว เพื่อติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ใช้โซเชียล โลก (หรือกลุ่ม Fanpage) และส่งผลกระทบต่อติดต่อสื่อสารกันนอกสื่อสังคมออนไลน์ได้

บทสรุปท้ายบท

จากการศึกษา เฟสบุ๊กแฟนเพจ เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang mai สื่อใหม่อินเทอร์เน็ต สามารถสร้างพื้นที่สาธารณะและสังคมใหม่ขึ้น เกิดการรวมกลุ่มกันขึ้นภายใต้การแสดงตัวตน และการแสดงความคิดเห็นที่เสรีมากขึ้น โดยมีสื่อคอมพิวเตอร์เข้ามาเป็นสื่อกลาง ในด้านหนึ่งของการสื่อสารแบบเสมือนจริงนี้ (Cyber Space) แตกต่างไปจากการสื่อสารอย่างเดิม ที่ผู้ชม/ผู้ฟังสามารถเป็นเพียงผู้รับสารได้อย่างเดียว ซึ่งกรณีการศึกษา เฟสบุ๊กแฟนเพจ เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang mai เป็นการเผชิญหน้าในรูปแบบการสื่อสารสองทาง ที่ผู้ติดตามสามารถตอบโต้ แสดงความคิดเห็น หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลอื่นได้ อาจก่อให้เกิดการเข้ามามีส่วนร่วมของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์) มากขึ้น เครือข่ายสังคมออนไลน์ของชุมชนชาวเกย์ในเมืองใหญ่ (คือเมืองเชียงใหม่) ซึ่งถือเป็นกลุ่มผู้ใช้สื่อสังคมอีกกลุ่มหนึ่ง ท่ามกลางกลุ่มต่างๆ ที่หลากหลาย ชุมชนชาวเกย์ในบริบทสังคมไทยถือเป็น “คนนอก” มีวัฒนธรรมเครือข่ายความสัมพันธ์ของตัวเอง ฉะนั้นสื่อสังคมออนไลน์จึงกลายเป็นพื้นที่ใหม่และมีบทบาทอย่างสำคัญต่อชีวิตทางสังคมของพวกเขา สำหรับชุมชนชาวเกย์ สื่อออนไลน์ไม่เพียงเป็นช่องทางในการสร้างชุมชนเสมือน (Virtual Community) ซึ่งสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลทั้งตัวอักษรเสียงภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวได้อย่างอิสระ ทว่ายังกลายเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ขยายตัวไปในกลุ่มสังคมต่างๆ แยกย่อยออกไปอีกตามความสนใจ มีการสร้างวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม สร้างอัตลักษณ์ของกลุ่ม ผ่านการใช้สัญลักษณ์และสื่อที่แสดงออกถึงรสนิยมทางเพศไม่รักเพศหญิงแต่รักเพศเดียวกัน

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

บทที่ 5

สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

กลุ่มเกย์เชียงใหม่ ในสังคมออนไลน์นอกจากจะถือเป็นปรากฏการณ์ที่สะท้อนความเคลื่อนไหวในแวดวงสื่อในสังคมไทย ยังสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ตและพฤติกรรมการใช้สื่อของชาวเมืองเชียงใหม่ซึ่งส่วนใหญ่คือชนชั้นกลางในเมืองใหญ่ โดยเฉพาะการใช้สื่อใหม่เพื่อติดตามบริบทข่าวสารหรือการค้นคว้าหาความสนใจต่างๆ ที่แตกต่างออกไปจากการนำเสนอของสื่อกระแสหลักและการแสวงหาพื้นที่สาธารณะเพื่อสื่อสารความคิดเห็นของตนเองในเงื่อนไขเชิงโครงสร้างที่สื่อส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในการกำกับควบคุมของรัฐ

ในเชิงของการวิเคราะห์ งานศึกษาชิ้นนี้มุ่งเน้นความสนใจไปที่การพิจารณาการใช้สื่อออนไลน์ (คือ เฟซบุ๊กเพจ ของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่) กับการประกอบสร้างพื้นที่สาธารณะในสังคมไทย จากการศึกษาพบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์ของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีแนวโน้มที่จะนำเสนอเรื่องเพศ การหาเพื่อน ความสนใจทางเพศ และการค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว สถานบันเทิง การกิน การใช้ชีวิต การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องที่ไม่สามารถแสดงออกได้ในสังคมออฟไลน์แต่สามารถแลกเปลี่ยนพูดคุยกับสมาชิกกลุ่มเพจสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มเกย์เชียงใหม่ให้กระจายออกไป ในส่วนของพฤติกรรมการใช้สื่อของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่คือผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์ (กรณีศึกษา กลุ่มผู้ติดตาม เฟซบุ๊กเพจเกย์เชียงใหม่และเกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai) พบว่า ปัจจุบันการแพร่กระจายของเทคโนโลยีและเครือข่ายการสื่อสารในโลกออนไลน์สอดคล้องสัมพันธ์ไปกับการตื่นตัวและมีส่วนร่วมทางสังคมของกลุ่มเกย์เชียงใหม่ที่ต้องการสร้างชุมชนการสื่อสารในพื้นที่สาธารณะในกลุ่มเฉพาะ เพื่อแสดงออกในความเห็นในสังคมประชาธิปไตย และการเคลื่อนไหวทางสังคมรูปแบบใหม่ ผ่านการมีส่วนร่วมในพื้นที่สาธารณะ หรือชุมชนแบบใหม่ที่กำลังถูกประสมสร้างขึ้นอย่างสร้างสรรค์ผ่านการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการบริโภคข่าวสารของพวกเขาจนมีอิทธิพลต่อการใช้ชีวิตออฟไลน์ของชุมชนเกย์ในสังคมไทยยุคปัจจุบัน

กล่าวได้ว่า เฟซบุ๊กเพจเกย์เชียงใหม่ พยายามที่จะนำเสนอและใช้ “สื่อออนไลน์” ในการทางด้านการเชื่อมต่อกับกลุ่มวัฒนธรรมย่อย “กลุ่มเกย์” ด้วยแนวคิดการนำเสนอเนื้อหาข่าวสารที่เป็น “ทางเลือก” ที่ตอบสนองต่อกับเพศสภาวะในสังคมไทย จากยุคสมัยที่ความต้องการพื้นที่ทางสังคมที่

มีต่อกลุ่มวัฒนธรรมย่อย “กลุ่มเกย์” มีน้อยและไม่อาจถูกยอมรับจากในสังคมไทยส่วนใหญ่ สังคมออนไลน์และสื่ออินเทอร์เน็ตจึงเป็นทางเลือกใหม่ที่ต่างจากสื่อกระแสหลักและสามารถบริโภคข้อมูลข่าวสารทั้งกระแสหลักความสื่อทางเลือกไปได้พร้อมๆกัน ตอบสนองต่อความต้องการของตนเอง และอาจไม่มีความต้องการพื้นที่ในโลกออฟไลน์อีกต่อไป เพราะเฟสบุ๊กแฟนเพจกลุ่มวัฒนธรรมย่อยสามารถสร้างความคาดหวังและสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มเกย์ให้ดำเนินต่อยังโลกออฟไลน์ได้ ดำเนินการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในบริบทของสังคมการเมืองไทยยุคปัจจุบัน จึงถือเป็นตัวสะท้อนความเคลื่อนไหวของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ในสังคมไทยยุคสมัยที่แนวโน้มการเติบโตของผู้ใช้สื่ออินเทอร์เน็ต

พฤติกรรมกรรมการบริโภคข่าวสารของผู้คนมีการเปลี่ยนแปลงและขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ กลุ่มเกย์ที่อาศัยในเขตเมือง (กลุ่มเป้าหมายของ เฟสบุ๊กแฟนเพจเกย์เชียงใหม่) ซึ่งกลายเป็นผู้ใช้สื่อออนไลน์ของชุมชนเกย์เชียงใหม่กลุ่มใหญ่ในโลกอินเทอร์เน็ต การนำเสนอประเด็นต่างๆเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีทั้งที่เป็นไปในทางเดียวกันกับการนำเสนอข้อมูลของสื่อกระแสหลัก และที่น่าสนใจยิ่งคือการนำเสนอข้อมูลของเฟสบุ๊กแฟนเพจเกย์เชียงใหม่และเกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai ในเนื้อหาและท่าทีที่แตกต่างออกไป กระทั่งกลายเป็นตัวดึงดูดความนิยมจากผู้ใช้ออนไลน์กลุ่มหนึ่ง ในส่วนที่นำเสนอข้อมูลไปในทางเดียวกันนั้นพบว่า ข้อมูลที่เสนอมักจะเป็นไปในลักษณะผิวเผิน ไม่มีการเจาะลึก เป็นเพียงการติดตามสถานการณ์รายวัน ส่วนในกรณีของการนำเสนอข้อมูล ภาพ หรือข้อความในประเด็นที่แตกต่างออกไปหรือเป็นความสนใจเฉพาะกลุ่มนั้น พบว่าในขณะที่การนำเสนอข้อมูลของสื่อกระแสหลักในประเด็นเดียวกันนั้นมักจะนำเสนอข่าวในลักษณะติดตามรายวัน ไม่มีการเจาะลึก วิพากษ์วิจารณ์ ในส่วนของเฟสบุ๊กแฟนเพจเกย์เชียงใหม่และเกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai นั้น กลับมีความพยายามที่จะนำเสนอ ช่องทางที่ตอบสนองต่อกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์) ให้กับผู้ใช้ผู้บริโภค (หรือกลุ่ม Fanpage) มีการเลือกสื่อหรือข่าวสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเกย์และข้อมูลเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม ในบางประเด็น ในขณะที่เดียวกันก็พบว่า เฟสบุ๊กแฟนเพจ เกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai มีการนำเสนอข้อมูลเฉพาะที่ต้องการสื่อสารเฉพาะสมาชิกภายในกลุ่มเฟสบุ๊กแฟนเพจดังกล่าวเท่านั้น และผู้ที่ต้องการเข้าถึงข้อมูลต้องทำการขอและได้รับการยอมรับจากเจ้าของหรือผู้สร้างเฟสบุ๊กแฟนเพจนี้ก่อน จึงจะเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้ หรือมีการตั้งระบบการป้องกันหรือระบบการสมัครเข้าร่วมเป็นสมาชิกเฟสบุ๊กแฟนเพจดังกล่าวก่อนจึงจะสามารถเข้าถึงข้อมูลนั้นๆ ได้ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคลิปวิดีโอหรือสื่อภาพเคลื่อนไหวในลักษณะกิจกรรมทางเพศชายรักชาย

ในส่วนของการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภค (กลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่) งานศึกษานี้พบข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า กลุ่มผู้ใช้ เฟซบุ๊กแฟนเพจเชียงใหม่และเกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai ส่วนใหญ่นอกจากจะเป็น กลุ่มที่ติดตามให้การสนับสนุนในเรื่องเพศสภาพในจังหวัดเชียงใหม่ (จึงเป็นกลุ่ม Fanpage กลุ่มใหญ่ของเกย์เชียงใหม่) พวกเขาใช้สื่อออนไลน์เพื่อเข้ามาติดตามบริโภคข้อมูลในแฟนเพจดังกล่าว ส่วนหนึ่งเพื่อแสวงหาช่องทางการสื่อสารที่แตกต่างออกไปจากการนำเสนอของสื่อกระแสหลัก โดยเฉพาะในเงื่อนไขที่ พื้นที่สาธารณะในการแสดงออกในเรื่องเพศสภาพ หรือเกี่ยวข้องกับกลุ่มเกย์ในสังคมไทยยังคงมีอยู่อย่างจำกัด สื่อกระแสหลักก็อยู่ในการควบคุมของรัฐ การใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มเกย์เชียงใหม่กลุ่มนี้ซึ่งส่วนใหญ่คือชนชั้นกลาง จึงมีแนวโน้มที่ดำเนินไปในลักษณะการแสวงหาข้อมูล และความสนใจที่แตกต่างจากกระแสสังคมหลัก ข้อมูลเกี่ยวกับทางอุดมการณ์ของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ซึ่งท้ายที่สุดอาจจะไปสู่การก่อเกิดสำนึกและความตระหนักทางความต้องการพื้นที่ทางสังคมในโลกออฟไลน์นั้นควบคู่กันมากขึ้น

กลุ่มผู้ใช้สื่อออนไลน์เหล่านี้ ส่วนใหญ่ (ผ่านระบุสถานะตัวเอง) มีสัดส่วนเป็นกลุ่มเพศชายที่รักชอบในเพศชายด้วยกัน ในด้านการศึกษาหรืออาชีพ พบว่า กลุ่มผู้ใช้สื่อ ส่วนมากกำลังอยู่ในวัยศึกษาเล่าเรียนและ/หรือจบการศึกษา (ซึ่งอยู่ในระดับปริญญาตรีขึ้นไป) และทำงานในภาคธุรกิจเอกชน ขณะที่สัดส่วนของผู้ใช้สื่อที่ประกอบอาชีพในภาครัฐ หรือรัฐวิสาหกิจ ก็มีน้อยกว่ามาก น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่าภูมิปัญญาของผู้ใช้สื่อใหม่มีแบบแผนที่แสดงความแตกต่างกันอย่างชัดเจน กล่าวคือผู้ใช้สื่อออนไลน์กลุ่มนี้ส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในเขตเมืองเชียงใหม่ และเขตภาคเหนือตอนบน นี้อาจตีความได้ว่า บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อวิถีชีวิตเกย์นั้นส่วนใหญ่ผู้ใช้อาศัยอยู่ในเขตเมือง เช่นอำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ นั่นคือกลุ่มชนชั้นกลางที่มีความตื่นตัวความต้องการข้อมูลต่างๆ เพื่อตอบสนองต่อตัวเองนั้นสูงกว่า ดังสะท้อนผ่านการใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางแสวงหาข้อมูลที่แตกต่างจากการนำเสนอสื่อกระแสหลัก และข่าวสารต่างๆ เช่น ข่าวบันเทิงส่วนใหญ่ที่ผู้บริโภคข่าวสารกลุ่มนี้ให้ความสนใจมากที่สุด ในลำดับต่อๆ มาก็เป็นเรื่องราวของการแฟชั่น ธุรกิจ เศรษฐกิจการเมือง และการศึกษาตามลำดับ (หากตีความว่ากลุ่มผู้ใช้สื่อใหม่ที่เป็น Fan page ของกลุ่มเกย์ในจังหวัดเชียงใหม่ มีอุดมการณ์สนับสนุนเฟซบุ๊กแฟนเพจสื่อนี้)

การใช้เฟซบุ๊กเกย์เชียงใหม่และเกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai นำเสนอข้อมูลต่างๆ ที่ติดตามสถานการณ์รายวันเช่นเดียวกับสื่อกระแสหลัก ขณะเดียวกันก็มีการนำเสนอประเด็นที่แตกต่าง ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์เชียงใหม่) ทำให้กลุ่มผู้ที่ติดตามบริโภคข่าวสารข้อมูล ที่เป็น Fan page สามารถรับข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยน และแสดงความคิดเห็น บนกระดานสนทนาได้ นี่ก็คือคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ เช่น เฟซบุ๊กเกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai ซึ่ง

เป็นพื้นที่ของการสื่อสารบนอินเทอร์เน็ตในรูปแบบสื่อสองทิศทาง (two-way) ที่ผู้ผลิตสื่อและผู้ใช้สื่อ
บริโภคข้อมูลสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อกันได้ มากไปกว่านั้น ในกรณีของสื่อสังคมออนไลน์นี้
ผู้ใช้สื่อบริโภคข้อมูลยังเป็นที่ทั้งผู้ใช้และผู้ผลิตสื่อ หรือส่งสารได้ไปในเวลาเดียวกัน โดยนัยนี้อาจ
กล่าวได้ว่า ปัจจุบัน วัฒนธรรมการใช้สื่อ ผ่านสื่อใหม่ในโลกอินเทอร์เน็ต นอกจากเพื่อเป็นเครื่องมือ
ในการแสวงหาความต้องการหรือข้อมูลเพื่อสนองผู้บริโภค การสื่อสารความเห็นต่างๆ ยังอาจเป็น
เรื่องของการต่อสู้เคลื่อนไหวทางพื้นที่สังคมของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์เชียงใหม่)

เฟซบุ๊กแฟนเพจเกย์เชียงใหม่และเกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai เป็นสื่อทางเลือกรูปแบบสอง
ทางสามารถสะท้อนให้เห็นว่า สื่อใหม่อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างพื้นที่ ระเบียบสังคม และสังคมแบบ
ใหม่ ขึ้น เกิดการรวมกลุ่มกันขึ้นภายใต้การแสดงตัวตน และการแสดงความคิดเห็นที่เสรีมากขึ้นใน
ลักษณะของการมีส่วนร่วมและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น
เพื่อเป็นการสร้างพื้นที่ในการใช้ต่อรองกับอำนาจรัฐ ที่อาจนำไปสู่การเคลื่อนไหวทางสังคมต่างๆ ซึ่ง
สอดคล้องไปกับแนวคิดเรื่องความเป็นพลเมือง (Citizenship) ซึ่งเน้นให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่
ทัดเทียมกันและเข้าสู่การเป็นประชาสังคมที่ผู้คนมีความตื่นตัวทางการเมืองสร้างอัตลักษณ์บนพื้น
สาธารณะให้มีตัวตนในสังคมหลัก อยากรับรู้และมีส่วนร่วมทางการเมือง ผ่านการเคลื่อนไหวในสังคม
ออนไลน์ เพื่อสร้างอำนาจในการต่อรองพื้นที่ทางสังคมออนไลน์หรือสังคมหลัก ในการกำหนดการ
เปลี่ยนแปลง (ที่แต่เดิมมักกำหนดโดยรัฐเพียงด้านเดียว) และแก้ปัญหาต่างๆ ในสังคมไปพร้อมๆ กัน

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับแบบแผนการใช้สื่อเพื่อบริโภคข่าวสารในสังคมไทย ยุคโลกาภิ
วัตน์ เช่นงานศึกษาของ ชีรภัทร วรรณฤมล และวสันต์ ปัญญาแก้ว เรื่อง “Good morning Chiang Mai
การบริโภคข่าวสารของชาวเชียงใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์” ซึ่งพบว่า ในกรณีของการติดตามรับฟัง
รายการวิทยุซึ่งเน้นเสนอรายการข่าวสารระดับข้ามชาติ (จากกรุงเทพฯ ถึงเมืองเชียงใหม่ ผ่าน เสียง
อเมริกาภาษาไทย) และข่าวสารด้านเทคโนโลยีและความทันสมัยด้านอื่นๆ แก่คนเชียงใหม่ (เมื่อ
ราวๆ 10 ปีที่แล้ว) การติดตามข่าวสารของผู้บริโภค (ในที่นี้คือกลุ่มผู้ฟังวิทยุ) ไม่ได้มี
ความหมายแค่เพียงการบริโภคข่าวสารในเชิงประโยชน์ใช้สอย และการบริโภคในเชิงสังคม (social
uses) หรือการใช้ข่าวสาร/สื่อกลางนั้น เพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินชีวิต แต่ยังเป็นการบริโภค
ข่าวสารเชิงสัญลักษณ์ ในแง่ที่ว่า รายการวิทยุที่รับฟังนั้นสะท้อนอัตลักษณ์ ภาพลักษณ์ความเป็นคน
ทันสมัยทันโลกของพวกเขา งานศึกษานี้พบว่า ในกรณีของการบริโภคข่าวสารผ่านสื่อใหม่ใน
สังคมไทยที่ปัจจุบันการแพร่กระจายของตัวเทคโนโลยีและเครือข่ายการสื่อสารไร้สายในโลก
อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้อย่างง่ายดายมากยิ่งขึ้นเรื่อยๆ การบริโภคข่าวสารของผู้ใช้สื่อใหม่

นอกจากจะเป็นไปในทำนองเดียวกัน คือเป็นการบริโภคข่าวสารในเชิงประโยชน์ใช้สอย และการบริโภคในเชิงสังคม การบริโภคข่าวสารของผู้คนผ่านการใช้สื่อใหม่

ในกรณีนี้สะท้อนให้เห็นแนวโน้มถึงการตื่นตัวและมีส่วนร่วมทางสร้างตัวตนบนพื้นที่สังคมหลักและการใช้สื่อออนไลน์บนโลกอินเทอร์เน็ตเพื่อสร้างชุมชนการสื่อสารในที่สาธารณะ หรือการสร้างพื้นที่ทางสังคมแบบใหม่ขึ้นมาอีกด้วย การใช้สื่อออนไลน์ ของกลุ่มผู้บริโภคข่าวสารในสังคมไทยยุคปัจจุบัน จึงสะท้อนถึงบทบาทและความสำคัญของสื่อใหม่อินเทอร์เน็ตสามารถสร้างพื้นที่ทางสังคมแบบใหม่ ที่เกิดจากการรวมกลุ่มกันขึ้นมาของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยซึ่งส่วนใหญ่คือชนชั้นกลางในเขตเมือง ภายใต้การแสดงตัวตน และการแสดงความคิดเห็นที่เสรีมากขึ้น โดยมีสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามาเป็นสื่อกลาง ในด้านหนึ่งของการสื่อสารใน “โลกเสมือนจริง” นี้แตกต่างไปจากการสื่อสารผ่านสื่อประเพณีแบบเดิม (คือ โทรทัศน์และวิทยุ) ที่ผู้ชม/ผู้ฟัง มีแนวโน้มที่จะกลายเป็นเพียงผู้รับสารอย่างเดียว ในกรณีของการสื่อสารผ่านสื่อใหม่ในโลกอินเทอร์เน็ต จะเห็นว่าเป็นการเผชิญหน้าในรูปแบบการสื่อสารสองทาง ที่ผู้บริโภคข่าวสารสามารถโต้ตอบแสดงความคิดเห็นต่อผู้ผลิตสื่อ หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างบุคคลอื่นๆ ได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคข่าวสารได้รับรู้และเรียนรู้ประสบการณ์ต่างๆ กล่าวได้ว่า “สื่อออนไลน์” (Online media) เป็นสื่อระหว่างบุคคลผ่านโลกของการสื่อสารไร้สาย หรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นรูปแบบของการสื่อสารหลายระดับที่รวมอยู่ในสื่อเดียว เป็นกระบวนการสื่อสารที่ผู้บริโภคสื่อไม่เพียงแต่จะมีสถานะเป็นผู้รับข่าวสารเพียงด้านเดียว แต่ทว่าสามารถแสดงความคิดเห็นโต้ตอบได้อย่าง “เสรี” ไม่ปิดกั้น เนื่องจากความรวดเร็วของการสื่อสารที่ตัดข้ามพื้นที่และเวลา กระบวนการเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นว่า การสื่อสารผ่านสื่อใหม่ มีส่วนอย่างสำคัญต่อแบบผ่านการบริโภคข้อมูลข่าวสารของผู้คนในเงื่อนไขใหม่ เป็นการสร้างจิตสำนึกทางการเมืองมีตัวตนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ที่สามารถนำไปสู่กระบวนการเคลื่อนไหวและต่อรองอำนาจรัฐ ผ่านการรวมกลุ่มเพื่อขยายพื้นที่สาธารณะสำหรับการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์) กระทั่งเกิดการเคลื่อนไหวต่อสู้ทางสังคม กลายเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องของการเคลื่อนไหวของกลุ่มสังคมวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์) ในสังคมเมืองไทยปัจจุบัน

5.1 การออกแบบสื่อศิลปะที่จัดแสดงนิทรรศการ

งานนิทรรศการนี้จัดขึ้นที่แกลอรีแสดงผลงาน มินิมอล ถนนนิมมานเหมินท์ ซอย 13 จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 10 พฤศจิกายน 2557 ชื่อผลงาน พื้นที่ปกปิดและเปิดเผย (Conceal and Reveal Space) เป็นงานลักษณะ ภาพยนตร์สั้น (Shot Film) ซึ่งตัวงานมีเนื้อหาที่กล่าวถึงสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตที่สะท้อนถึงภาวะที่เป็นปัญหาของการสื่อสารในสังคมไทยคือ พื้นที่สาธารณะทางสังคมและเสรีภาพในการสื่อสาร แม้สื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนรูปแบบการแสดงความคิดเห็นของคนใน

สังคมไทย ผู้คนมีพื้นที่ที่สามารถแสดงออกได้มากขึ้น การแสดงความคิดเห็นของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์ในเมืองใหญ่) จังหวัดเชียงใหม่ ในพื้นที่สังคมออนไลน์จึงเป็นการเพิ่มโอกาสในการติดต่อสื่อสารของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (กลุ่มเกย์) มากขึ้นด้วย เพศสภาพเป็นที่ยอมรับและเปิดกว้างมากขึ้นในสังคมไทย สามารถเข้าชมผลงานได้ที่ <http://youtu.be/CjTSQzgoUko>



ภาพที่ 5.1 ชื่อผลงาน พื้นที่ปกปิดและเปิดเผย (Conceal and Reveal Space)
เป็นงานลักษณะ ภาพยนตร์สั้น (Shot Flim)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



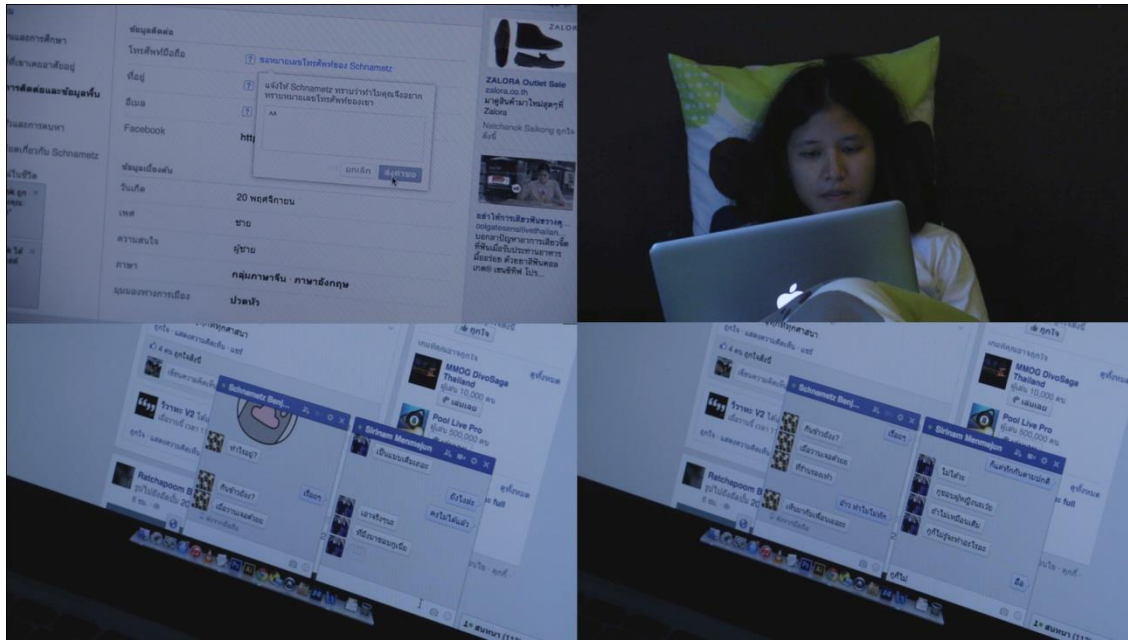
ภาพที่ 5.2 การจำลองพื้นที่ปกปิดและเปิดเผยของเรื่องราวในภาพยนตร์สั้น
นำเสนอเรื่องราวของชายที่มีเพศสภาพอยู่ในห้องที่มีออสลัว เหมือนการหลบซ่อน ปกปิด ปลีกตัวออก
จากสังคมหลัก ใช้ชีวิตอยู่ภายในห้องโดยจำลองความรู้สึกนึกคิดในโลกที่ตนสร้าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 5.3 การสลับสถานะภาพทางเพศของตัวละครในภาพยนตร์สั้น
นำเสนอการใช้ตัวละครสลับบทบาทของเพศชายและหญิง โดยตัวละครหญิงแสดงบทบาทชาย (เกย์)
และตัวละครชายแสดงบทบาทของเพศหญิง (แม่) เพื่อสร้างมิติใหม่ของเพศสภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 5.4 การแสดงช่องทาง การสื่อสารบนพื้นที่ใหม่ (สังคมออนไลน์) ในภาพยนตร์ต้น นำเสนอวิถีการสื่อสารของเกย์ในสังคมเมืองใหญ่ (จังหวัดเชียงใหม่) บนพื้นที่สังคมออนไลน์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 5.5 บทสรุปของเรื่องราวในภาพยนตร์สั้น
แสดงการเปลี่ยนแปลง ซึ่งให้เห็นถึงเรื่องราวในตอนต้นก่อนที่ดำเนินมาถึงท้ายเรื่องนั้น เป็นมโนภาพที่ไม่
เป็นจริง การกลับมาของบทบาทเพศสภาพในการใช้ชีวิตจริงที่อยู่ในสังคม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. **แนวทางการศึกษาสื่อมวลชนโดยใช้ทฤษฎีวิพากษ์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541
- กาญจนา แก้วเทพ. **แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา**. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการสำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2553.
- กาญจนา แก้วเทพ. **สื่อและวัฒนธรรมศึกษากับสังคมไทย**. รัฐศาสตร์สาร, 2555
- กาญจนา แก้วเทพ และคณะ. **มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัทเอดิชั่น เพรส โปรดักส์,
2543.
- งามพิศ สัตย์สงวน. **หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : รามการพิมพ์, 2543
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. **สัตววิทยา/หลักโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์**. กรุงเทพฯ: วิทยา,
2545
- ปรีตตา เฉลิมเผ่า กอนันทกุล. **ไม่มีสังคมใดเหนือกว่าสังคมอื่น: วรรณคดีในการศึกษา
มานุษยวิทยาของ Claude Levi Strauss** วารสารสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา. ปีที่2 ฉบับ
ที่2, 2557
- ธีรยุทธ บุญมี. **การปฏิวัติศาสตร์ของโซซัวร์ เส้นทางสู่โพสต์โมเดิร์นนิสึม**. กรุงเทพฯ: วิทยา, 2551
- ธีรยุทธ บุญมี. **มิเชล ฟูโกต์**. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ: วิทยา, 2551
- ธีรภัทร วรรณฤมล และวสันต์ ปัญญาแก้ว. **รายการวิจัย เรื่อง Good Morning Chiang Mai การ
บริโภค “ข้าวสาร” ของชาวเชียงใหม่ในยุคโลกาภิวัตน์, ภาควิชาสื่อสารมวลชน
คณะมนุษยศาสตร์ และภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 2543.**
- มนทกานต์ ศปนิยางกูร. **พัฒนาการของสื่อประชาชนสังคมไทยบนอินเทอร์เน็ต**. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารทฤษฎี คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545. \
- ภัคพงศ์ อัครเศรณี. **การออกแบบสถาปัตยกรรมเพื่อสื่อความหมาย โดยประยุกต์ใช้หลักการของ
วิชาสัตวศาสตร์**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2548
- พฤทธิสารณ ชุมพล. **ระบบการเมือง**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539
- วรรณพิมล อังคศิริสรรพ. **มายาคติ สรรนิพนธ์ จาก Mythologies ของ Roland Barthes**. กรุงเทพฯ
2544

- วสันต์ ปัญญาแก้ว. **ชีวิตข้างถนน, เชียงใหม่** : โรงพิมพ์นพบุรีการพิมพ์ 2543.
- ธเนศ วงศ์ยานนาวา. **เพศ จากธรรมชาติ สู่อริยธรรม**. กรุงเทพฯ : มติชน, 2551
- เสกสรร ประเสริฐกุล. **สื่อออนไลน์ Born to be Democracy**. โครงการศึกษา “สื่อใหม่” ในวิกฤติความ
ขัดแย้งทางการเมือง. สำนักพิมพ์ ประชาไท มกราคม, 2554.
- สรณี วงศ์เบ็ญสัจจ์. **วาทกรรมสื่อโฆษณาการท่องเที่ยว: ภาพแทน ตัวตน และความเป็นไทย**.
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544
- สรณี วงศ์เบ็ญสัจจ์. **สัญญาะกับการสร้างและสื่อความหมายในสื่อโฆษณา**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544
- สมเกียรติ ตั้งนโม. (แปลและเรียบเรียง). 2547. **สัญศาสตร์ – Semiology (the science of sign)**.
[ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
http://www.finearts.cmu.ac.th/thai/articles/detail_article.php?v2=47002, 2550
_____. (แปลและเรียบเรียง). **สัญศาสตร์ การศึกษาเรื่องเครื่องหมาย – Semiology the
study of signs**. มหาวิทยาลัยเที่ยงคืน [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.midnightuniv.org/midarticle/newpage12.html>, 2550
- สุรเดช โชติอุดมพันธ์. **วาทกรรมภาพแทนและอัตลักษณ์**. วารสารอักษรศาสตร์ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2551
- ศุภลักษณ์ ปัญญา. **การศึกษาบทบาทของผีในนิทานพื้นบ้านล้านนา**. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2553
- มูลนิธิสานแสงอรุณ. **โลกจริง-โลกเสมือน**. กรุงเทพฯ, 2553
- Hawkes Terence. **Linguistic and Anthropology, Science of Sign, In Structuralism and
Semiotics**, Methuen and co Ltd. 1977
- Hugh J. Silverman. **French Structuralism and After De Saussure, Levi-
Strauss, Barthes, Foucault** In Continental Philosophy in The 20th Century edited by Richard
Kearney, Routledge history of Philosophy volume8. 1994
- Hebdige, Dick. **Subculture – the meaning of style**. Routledge, London. 1994
- Levi-Strauss, Claude. **Introduction to the work of Marcel Mauss**, Translated by Felicity Baker
Routledge and Kegan Paul London. 1987
- Levi-Strauss, Claude. **Structural Anthropology Volume1 Translated from the French by
Monique, Laution**, Basic Book Inc Publisher New York. 1976

Levi-Strauss, Claude. **Introduction History and anthropology, Effective of Symbol and Structural Analysis in Linguistics and in Anthropology**, In Structural Anthropology Volume 2 Translated from French by Claire Jacobson and Brooke Grundfest Schoepf, Basic Book. 1963

Levi-Strauss, Claude. **Anthropology and Myth Lecture 1951-1982, Translated by Roy Willish**, Basil Blackwell. 1984

Peter Jackson. **Dear Uncle Go: A Go Paknam : Male Homosexuality in Thailand**. 1997

Singer, Milton B. **Man's glassy essence exploration in semiotic anthropology**, Indiana university press. 1984

Simon Cooper. **Anthropological Thought and Theory**. 1997

Stuart Hall. **Representation: Cultural Representations and Signifying Practices**. 1997

Woodward. K. **Identity and difference. United Kingdom : The Open University**. 1997



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาคผนวก

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาคผนวก ก

การเก็บข้อมูลสังเกตการณ์

1. ข้อมูลของการนำเสนอข่าวสารและข้อความของการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของเฟสบุ๊กแฟนเพจเชียงใหม่ Gay Chiang Mai ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ถึงเดือนสิงหาคม 2556

1.1 ข้อมูลกระดานข่าวสนทนาเฟสบุ๊กแฟนเพจเชียงใหม่ Gay Chiang Mai



ภาพที่ ก.1 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเชียงใหม่ Gay Chiang Mai

นำเสนอการแบ่งปันลิงค์กลุ่มเฟสบุ๊กเพจอื่น



ภาพที่ ก.2 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai
นำเสนอภาพเพศชายเปลือย



เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai

May 31, 2013 near Chiang Mai

การมีเพศสัมพันธ์ โดยไม่ได้ป้องกัน เพียงครั้งเดียว อาจทำให้เรา เสียใจไปตลอดชีวิตได้
อย่าให้อารมณ์เพียงชั่ววูบ ทำลาย ชีวิตคุณ เช็กที่ปลอดภัยสำหรับเกย์ เป็นอย่างไร คุณ
เคย เรียนรู้ หรือไม่?

กิจกรรมทางเพศซึ่งทำให้เกิดการถ่ายทอดหรือติดต่อของโรคเอดส์ได้ ต้องประกอบไปด้วยสิ่งเหล่านี้ :

ผู้ที่มีเชื้อเอดส์ (HIV+)

ของเหลวจากร่างกายซึ่งมีเชื้อ HIV อยู่ เช่น เลือด น้ำอสุจิ น้ำเมือกหล่อลื่นจากอวัยวะ
เพศ (pre cum)

เชื้อ HIV ที่มากพอในของเหลว นั้น

คนอื่นหนึ่งคน

วิธีที่เชื้อ HIV จะถ่ายทอดเข้าสู่กระแสเลือด ของอีกคนหนึ่ง

ถ้าปราศจากสิ่งใดสิ่งหนึ่งข้างต้น โรคเอดส์ไม่สามารถติดต่อหรือถ่ายทอดได้
การจูบและกอดโรค เอดส์ไม่สามารถถ่ายทอดหรือติดต่อได้ทางน้ำลาย เนื่องจากใน
น้ำลายมีปริมาณเชื้อ HIV น้อยมาก ยังไม่มีหลักฐานว่าการจูบและการกอดนั้นนำมาสู่การ
แพร่เชื้อ HIV อย่างไรก็ตามน้ำลายสามารถทำให้เราติดเชื้อโรคอย่างอื่นได้ เช่น ไวรัสตับ
อักเสบบี ฯลฯ ควรหลีกเลี่ยงการจูบในกรณีนี้ :

มีแผลเปิด บริเวณปากหรือในช่องปาก

มีเลือดออก ที่ริมฝีปากหรือเหงือก (เนื่องจากมีเลือดออก เชื้อ HIV สามารถถ่ายทอดได้
ในกรณีนี้ แต่โอกาสค่อนข้างน้อย)

การช่วยตัวเองหรือสำเร็จความใคร่ HIV ไม่สามารถติดต่อหรือถ่ายทอดได้โดย :

ภาพที่ ก.3 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai นำเสนอความรู้
ผู้บริโภคหรือผู้ใช้ (สมาชิก Fanpage) ลงบทความให้ความรู้เรื่องโรคเอดส์ HIV



เกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai shared a link.
June 2, 2013 near Chiang Mai

<http://www.youtube.com/watch?v=lrXayrLMB8g>



GTHAI MOVIE 6 I พี่..พระโขง

www.facebook.com/ThaiMoviesFans

WWW.YOUTUBE.COM

Gthaimovie พี่ล่าพระโขง Part 1

Like · Comment · Share

14 4

ภาพที่ ก.4 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai นำเสนอ
คลิปวิดีโอภาพยนตร์เกย์Gthaimovieพี่ล่าพระโขง

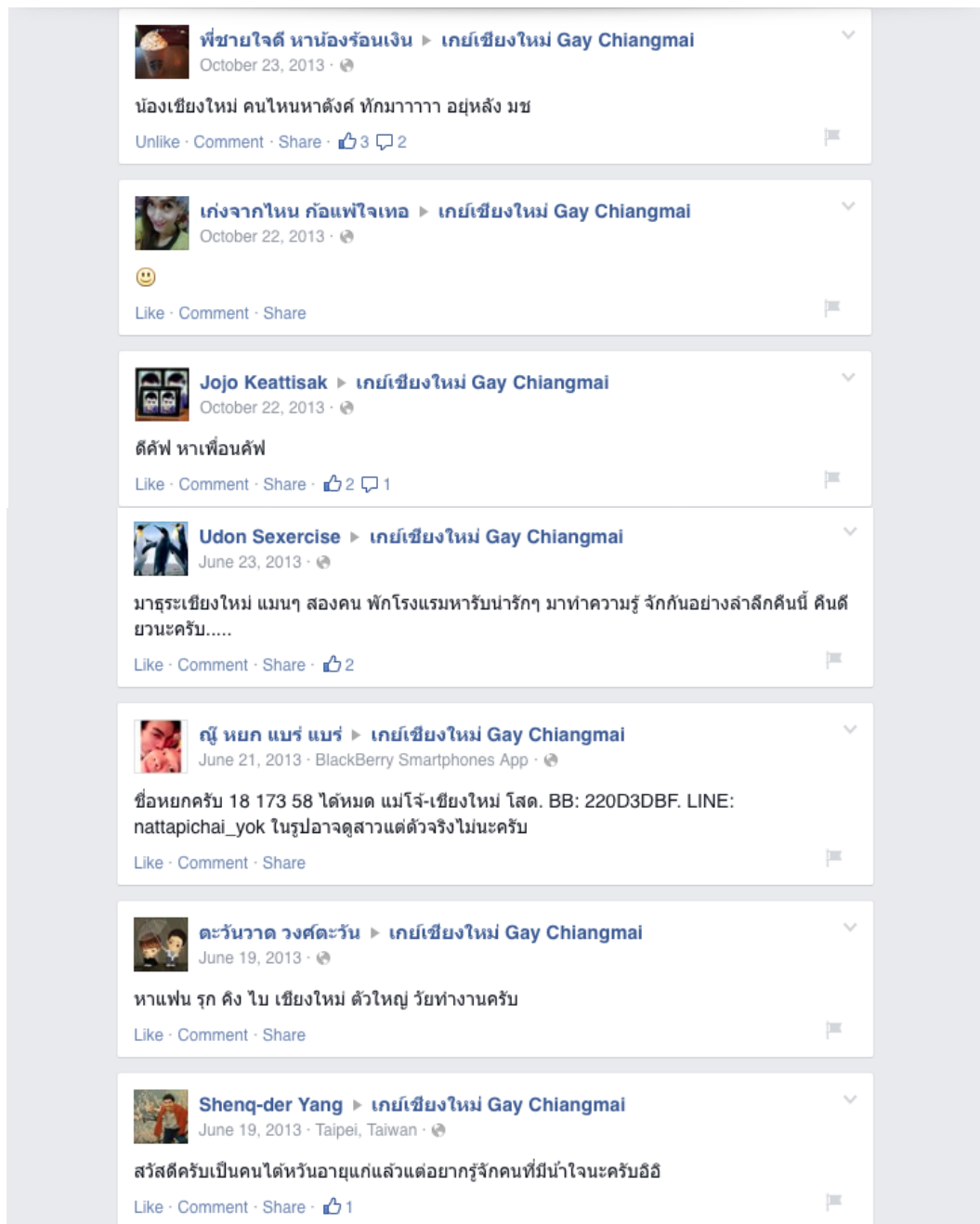
ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ ก.5 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai
นำเสนอการแบ่งปันจากเฟซบุ๊กเพจอื่น



ภาพที่ ก.6 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai
นำเสนอการลงข้อความที่อยู่ติดต่อเพื่อสามารถคุยกันได้นอกสื่อสังคมออนไลน์



ภาพที่ ก.7 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai

นำเสนอข้อความเชิญชวนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่เพื่อนัดพบมีเพศสัมพันธ์



เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai

June 26, 2013

เรื่องเพศ



คนที่มียาบหากทางเพศเชียงใหม่ก็มีประเภทกันแนมมี 6 ประเภทดังนี้ 1. กะเทย (HERMAPRODITE) 2. สักเพศ (TRANSVESTITE) 3. เปลี่ยนเพศ (TRANSSEXUAL) 4. รักต่างเพศ (HERTEROSEXUAL) 5. รวมเพศ (BISexual) 6. รักร่วมเพศ (HOMOSEXUAL)

1. กะเทยทางการแพทย์เรียกเฉพ...

Continue Reading ...

Like · Comment · Share

13

ภาพที่ ก.8 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai นำเสนอบทความให้ความรู้เรื่องเบี่ยงเบนทางเพศมีกี่ประเภท



Borwornkit Vigsitkul ▶ เกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai

August 24, 2013

แชร์ด่วนเลย ! แชร์ด่วน! กรมการพัฒนาชุมชน เปิดสอบอาสาพัฒนา (อสพ.) จำนวน 200 อัตรา เงินเดือน 15,000 บาท <http://xn--12clj5bojlg2ec4frb5ccc9ap2rvf.com/web.../index.php...>



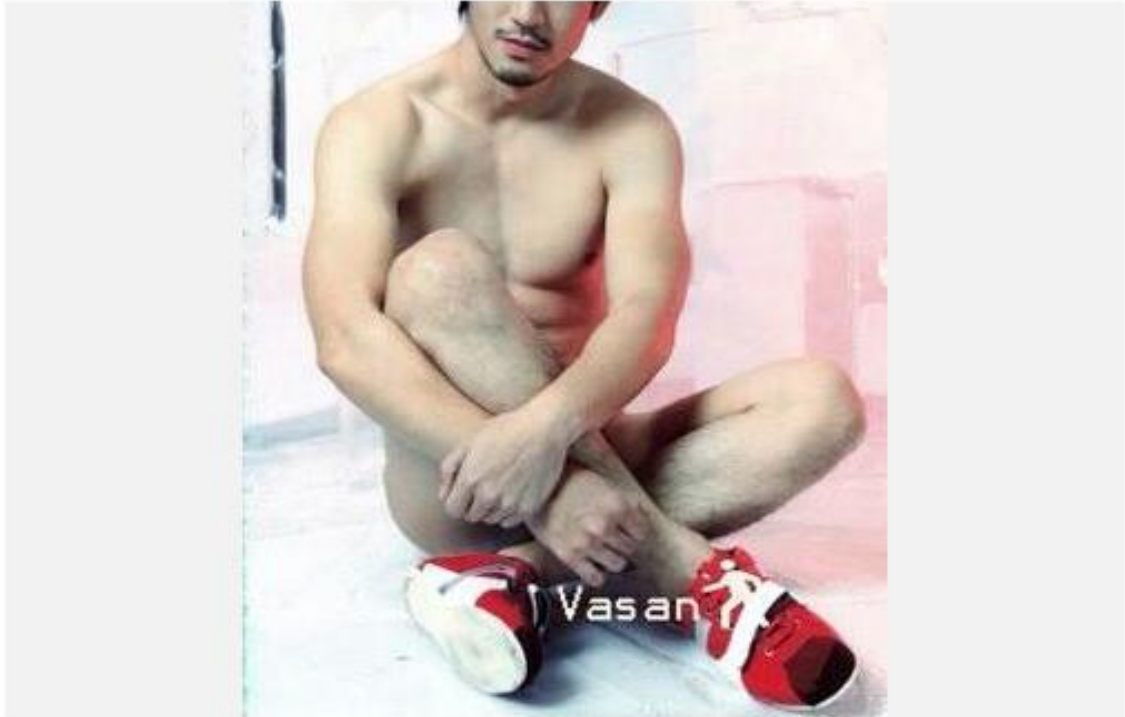
Like · Comment · Share

ภาพที่ ก.9 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai นำเสนอบทความประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ ให้ผู้บริโภครหรือผู้ใช้ (กลุ่ม Fanpage)



เกย์เชียงใหม่ Gay Chiangmai
May 16, 2013

มาเล่นกีฬากันเถอะ



Like · Comment · Share

60 1 Share

ภาพที่ ก.10 ภาพกระดานสนทนา แฟนเพจเกย์เชียงใหม่ Gay Chiang Mai

นำเสนอภาพดาราศิลปินชาย ให้ผู้บริโภครู้หรือผู้ใช้ (กลุ่ม Fanpage)

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล

นายปราชญา เทพเทวิน

วัน เดือน ปีเกิด

12 มีนาคม 2529

ประวัติการศึกษา

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น

โรงเรียนวัด โนทัยพายัพเชียงใหม่

สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย

โรงเรียนวัด โนทัยพายัพเชียงใหม่

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สาขาออกแบบประยุกต์ศิลป์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved