

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

นิตยสารปลูกใจเสื่อป่าหมายถึง นิตยสารที่นำเสนอภาพผู้หญิงโป๊ (แต่ไม่เห็นอวัยวะเพศ) เป็นเนื้อหาหลัก โดยมีข้อเขียนประเภทต่างๆ เป็นเนื้อหาประกอบ (วลี “ปลูกใจเสื่อป่า” ในที่นี้อาจฟังดูเป็นสำนวนเก่าๆ แต่ก็มิใช่ข้อได้เปรียบที่สื่อความหมายได้อย่างครอบคลุมตรงประเด็น)

นิตยสารประเภทดังกล่าวมีการผลิตและการเสกกันในสังคมไทยมาเป็นเวลานานแล้ว สามารถแบ่งได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับล่าง ซึ่งตีพิมพ์ด้วยกระดาษปรู๊ฟ ปกบาง เนื้อหาส่วนที่เป็นข้อเขียนประกอบด้วยเรื่องราวประสบการณ์ทางเพศจากผู้อ่าน นิยายแบ่งลงเป็นตอนๆ คอลัมน์ตอบปัญหาทางเพศ โฆษณาอุปกรณ์เพศสงเคราะห์ต่างๆ ฯลฯ ที่สำคัญคือ ราคาค่อนข้างถูก ตัวอย่างได้แก่ ทีเด็ด, นวลนาง, ไทยเพลย์บอย กล่าวได้ว่า นิตยสารระดับที่วานี้มีกลุ่มเป้าหมายหลักอยู่ที่ผู้ชายในชั้นล่างของสังคม แต่มิได้หมายความว่าผู้อ่านจริงจะจำกัดอยู่เพียงผู้ชายกลุ่มดังกล่าว

ส่วนนิตยสารระดับบนนั้น ส่วนใหญ่ใช้กระดาษอาร์ตมันพิมพ์สีสี่เกือบทั้งเล่ม ปกค่อนข้างหนา ข้อเขียนที่ใช้ประกอบในเล่มได้แก่ ข่าว (การเมือง สังคม ธุรกิจ) บทความเกี่ยวกับสไตล์การใช้ชีวิตของผู้ชาย การท่องเที่ยว สารคดี ของสะสม บทความ “คลินิก” ทางเพศ โฆษณาสินค้าต่างๆ ไป นอกเหนือจากปัจจัยที่กล่าวมาซึ่งทำให้นิตยสารกลุ่มนี้ต่างออกไปจากกลุ่มแรก ยังมีปัจจัยด้านราคาที่สูง ทำให้แลดูมีรสนิยม สามารถวางจำหน่ายบนแผงหนังสือได้อย่างสง่าผ่าเผย ส่งผลให้กลุ่มผู้อ่านหลักเป็นชายชนชั้นกลางโดยปริยาย ตัวอย่างของนิตยสารระดับดังกล่าวทั้งในอดีตและปัจจุบันคือ แมน, หนุ่มสาว, Penthouse, formen และ M

ด้วยเหตุที่งานชิ้นนี้มุ่งหมายจะสืบค้นหาภาพเสนอผู้ชาย “ชนชั้นกลาง” ในช่วงปี พ.ศ. 2516 – พ.ศ. 2527 ดังนั้นผู้เขียนจึงเลือกใช้เฉพาะนิตยสารแมนและนิตยสารหนุ่มสาวเป็นแหล่งของการสืบค้นเท่านั้น

ผู้ขายยุคนิตยสาร แมนหนุ่มสาว (ทศวรรษ 2520)

เมื่อพิจารณาถึงบริบททางสังคมที่แวดล้อมการปรากฏตัวของนิตยสารแมน (2516) แม้เป็นช่วงเข้มข้นของกิจกรรมการเคลื่อนไหวในหมู่นักศึกษาประชาชน แต่นิตยสารดังกล่าวก็สามารถเปิดตัวบนแผงได้อย่างสง่างาม เสมือนมิได้รับรู้ถึงความเคลื่อนไหวทางสังคมดังกล่าวเลย โดยเฉพาะเมื่อคำนึงว่ามีการเคลื่อนไหวในแนวสตรีนิยมพุ่งอยู่ในขบวนการดังกล่าวด้วย แม้ว่าจะเป็นเพียงกระแสเล็กๆ ก็ตามที่ ครั้นเมื่อยุค “ประชาธิปไตยเบ่งบาน” ผ่านพ้นไป หลังเหตุการณ์เช่นผ่านนักศึกษาประชาชน (6 ตุลาคม 2519) ก็ได้เกิดนิตยสารหนุ่มสาวติดตามมาในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2519 ถือได้ว่านิตยสารทั้งสองเป็นต้นแบบของนิตยสารปลูกใจเสือป่าสำหรับชายชนชั้นกลางในช่วงทศวรรษดังกล่าว

เมื่อลองพิจารณา “ภาพเสนอ” ของผู้ชายที่ปรากฏในนิตยสารเหล่านี้ โดยดูจากส่วนประกอบต่างๆ ในเล่ม เช่น โฆษณา ข่าวกิจกรรม หรือ สารคดี จะพบว่าโฆษณาในสิ่งพิมพ์เหล่านี้ประกอบไปด้วยสุราไทย เครื่องดื่มบำรุงกำลัง นูห์รี เสื้อผ้า แป้ง น้ำยาล้างจาน และถุงยางอนามัย ในส่วนของข้อเขียนประกอบไปด้วยเรื่องแต่ง เช่น นิยายแบ่งลงเป็นตอนเกี่ยวกับการผจญภัยในป่าโดยเพื่อน พุ่มชะมวง หรือโดยชาลี เคี่ยมกระสินธุ์ ในแมน หรือเรื่องสั้นแนว “เพื่อชีวิต” ในหนุ่มสาว สารคดีเกี่ยวกับสัตว์ป่าหรือชาวพื้นเมืองที่ห่างไกล ข้อเขียนเกี่ยวกับสไตล์การใช้ชีวิตของผู้ชาย เช่น รสนิยมในการเลือกเครื่องเสียงในแมน หรือการแนะนำเพลง หนังสือ ภาพยนตร์ในหนุ่มสาว คอลัมน์สารคดีเกี่ยวกับการเล่นกีฬา หรือแบบทดสอบทางจิตวิทยาในเรื่องที่เกี่ยวกับผู้ชาย เช่น “คุณเป็นชายแค่ไหน” “คุณมีความสุขหรือไม่” เป็นต้น

ข้อเขียนเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงภาพเสนอของผู้ชายว่าเป็นคนที่ใส่ใจกับการแสดงออกทางร่างกาย ตั้งแต่การแต่งตัวจนไปถึงการระงับกลิ่นตัว นำสังเกตได้ว่าภาพการแต่งกายในยุคนี้เน้นเสื้อผ้าที่คล้ายคลึงกับเครื่องแบบราชการ ทั้งในเรื่องรูปแบบและความเรียบร้อย แม้ว่าจะเป็นชุดลำลองก็ตามที่ ขณะเดียวกันกิจกรรมภายนอกบ้านของผู้ชายที่เสนอภาพในยุคนี้ล้วนเป็นเรื่องโลดโผน เช่น การใช้ชีวิตในป่า ซึ่งแม่แบบที่ประสมประสานทั้งการแต่งกายและกิจกรรมโลดโผนนี้ได้แก่ภาพเสนอของ “ทหาร” หรือ “ตำรวจ” นั่นเอง

นำสังเกตอีกด้วยว่า นิตยสารแมนและหนุ่มสาว ซึ่งปรากฏบนแผงท่ามกลางยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองอย่างรวดเร็ว มีเนื้อหาส่วนหนึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมือง อาทิ บทสัมภาษณ์นักเคลื่อนไหวทางการเมือง เช่น นายวัฒนา เขียววิมลแห่งกลุ่มนวพล (แมนฉบับที่ 16)

พ.อ. ณรงค์ กิตติขจร (แมนฉบับที่ 34) เป็นต้น หรือมีสื่อบันทึกเรื่องการลอบสังหารผู้นำชาวนาและผู้นำกรรมกร (แมน ฉบับที่ 47) นอกจากนี้ นักคิดนักเขียนจำนวนหนึ่งที่มีภาพลักษณ์ติดกับการต่อสู้เพื่อประชาชน ก็มีงานปรากฏในหนุ่มสาวเป็นประจำ เช่น เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ สุชาติ สวัสดิ์ศรี ชัยรินทร์ ไชยวัฒน์ ซึ่งการมีชื่อเขียนในสิ่งพิมพ์เหล่านี้ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะความสัมพันธ์ของนักเขียนกับบรรณาธิการนิตยสาร หรืออาจเป็นไปได้ด้วยว่า การที่นิตยสารกลุ่มนี้สามารถมีเนื้อหาทางการเมืองในช่วงที่สิ่งพิมพ์ถูกจับตามองโดยรัฐบาลนั้น เป็นเพราะสถานะของนิตยสารเอง กล่าวคือ ในสายตาของรัฐบาล นิตยสารกลุ่มดังกล่าวคงไม่มีทาง “เป็นพิษเป็นภัย” ต่อความมั่นคงได้ เนื่องจากผู้ซื้อจะเสพภาพของผู้หญิงในเล่มมากกว่า ส่วนข้อเขียนอื่นๆ เป็นเพียงเครื่องประดับของนิตยสารเท่านั้น

ภาพของ “ผู้ชาย” ในยุคนี้เมื่อพิจารณาจากเนื้อหาทุกส่วนในเล่มแล้ว จะพบว่ามีความสืบเนื่องมาจากคติของผู้ชายในสังคมแบบเดิมอันมีรากเหง้ามายาวนาน ดังคติ “อบายมุข 4 “ อันประกอบไปด้วย สุรา นารี พาสี กีฬาบัตร นั่นคือ ผู้ชายเป็นฝ่ายหาความเพลิดเพลินได้จากความเย้ายวนของอบายมุขหากรู้จักความประมาณ ขณะเดียวกัน เนื้อหาทางการเมืองก็ได้มาเติมคุณลักษณะของสำนึกทางสังคมให้กับ “ผู้ชาย” ที่พึงปรารถนาให้สมบูรณ์มากขึ้น ผู้ชายในยุคสมัยนี้จึงเป็นผู้ชายที่เกิดจากการประสมกันระหว่างคุณลักษณะ 2 ด้าน คือ การบริโภคอบายมุข และการมีสำนึกรับผิดชอบทางการเมือง โดยคุณลักษณะด้านอบายมุข เป็นคุณลักษณะหลัก และคุณลักษณะทางการเมืองที่มาเสริมต้องไม่มาบ่อนเซาะด้านของอบายมุข เช่น เรื่องการเคลื่อนไหวเกี่ยวกับผู้หญิงก็ถูกตัดออกไปเพราะขัดกับบรรทัดฐาน “นารี” เป็นต้น ขณะเดียวกัน คุณลักษณะด้านจิตสำนึกทางการเมืองก็ถือได้ว่าเป็นส่วนยื่นต่อมาจากคุณลักษณะ “ความกล้าได้กล้าเสีย” “ความซื่อสัตย์ต่อคำพูด” ฯลฯ ซึ่งเป็นคุณสมบัติของผู้ชายนักเลงแบบเก่า

สมมติฐานของการศึกษา

นิตยสารปลูกใจเสือปามีศักยภาพที่จะบอกหลายสิ่งหลายอย่างเกี่ยวกับทั้ง “ผู้หญิง” และ “ผู้ชาย” แต่ในส่วนที่เกี่ยวกับเพศหญิงนั้น จะพบว่าภาพเสนอผู้หญิงจำกัดอยู่ที่เพียงเรือนร่าง ในฐานะวัตถุทางเพศเพื่อการจ้องดู ส่วนเรื่องของผู้ชาย แม้จะมีใช้เนื้อหาหลักของนิตยสาร กลับมีความหลากหลายรุ่มรวยแฝงอยู่ หากจะว่าไปแล้ว นิตยสารเหล่านี้มีเรื่องตัวตนของผู้ชายให้ขุดค้น

ได้มากกว่าเรื่องตัวตนของผู้หญิงมากมายทีเดียว กล่าวคือ ขณะที่ “ผู้หญิง” มีฐานะเป็นเพียงสินค้าเพื่อการบริโภคในโลกของสิ่งพิมพ์ดังกล่าว “ผู้ชาย” กลับมีฐานะเป็นผู้บริโภคทั้ง “ผู้หญิง” และสรรพสิ่งนานา อย่าง การที่นิตยสารปลูกใจเลื้อป้าเสนอานิยามตัวตนของผู้ชายโดยอิงกับการบริโภคภาพของผู้หญิงในฐานะวัตถุทางเพศ อันถือเป็นด้าน “ดิบเถื่อน” ของผู้ชายซึ่งไม่พึงเปิดเผยอย่างโจ่งแจ้งเกินไปนัก จึงอาจกล่าวได้ว่าตัวตนของผู้ชายที่ถูกเสนอในสื่อเหล่านี้มีความเสแสร้งน้อยกว่าในนิตยสารประเภทอื่นสำหรับผู้ชาย (แต่ก็มีได้หมายความว่าปราศจากการประกอบสร้างเสียเลย)

หนังสือปลูกใจเลื้อป้ามีกระบวนการเสนอภาพผู้ชายอย่างไร ตอบได้ว่า ภาพเสนอ (representation) ของผู้ชายเกิดจากการคัดเลือกคุณลักษณะบางอย่างของผู้ชายที่สอดคล้องกับความคาดหวังโดยรวมของกลุ่มผู้อ่าน โดยมีได้นำเอาคุณสมบัติทุกชนิดของผู้ชายมาเสนอ ยกตัวอย่างเช่น หนังสือปลูกใจเลื้อป้าทุกยุคทุกสมัยตัดเรื่องการบรรลุนิยามของผู้ชายออกไป แต่จะเก็บเรื่องพระเครื่องไว้ เนื่องจากสามารถนำไปโยงกับคุณลักษณะเรื่องอำนาจ หรือเป็นเรื่องการสะสมความมั่งคั่ง หรือบางครั้งอาจโยงให้เกี่ยวกับเรื่องเสน่ห์ เช่น พระขุนแผน เป็นต้น บรรดาคุณสมบัติที่ได้รับการคัดเลือกมาเสนอหรืออาจเรียกว่า “อรรถลักษณะ” เหล่านี้จะถูกขบขันให้โดดเด่นเป็นพิเศษ ซึ่งเมื่อประมวลเข้าด้วยกันแล้ว จะพบว่าล้วนเป็นอรรถลักษณะที่หมุนวนอยู่รอบๆ การบริโภค แต่ก็มีใช้ว่าจะเป็นการบริโภคสิ่งใดก็ได้โดยปราศจากข้อจำกัด การบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารเหล่านี้จึงต้องบ่งบอกถึง “ความเป็นชาย” โดยที่ “ความเป็นชาย” ดังกล่าวก็เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมทางสังคม

แม้ว่าจะไม่มีภาพของผู้ชายในนิตยสารปลูกใจเลื้อป้ามากนัก แต่การพิจารณาองค์ประกอบต่างๆ ในเล่มก็เปิดโอกาสให้ขุดค้นภาพเสนอตัวตนของผู้ชายได้ไม่น้อย ผลจากการขุดค้นเผยให้เห็นว่า ความเป็น “ผู้ชาย” นั้นแท้จริงแล้วเกิดจากการเลือกสรรคิตานิยามที่สังคมแต่ละยุคพึงปรารถนามาขบขันให้กลายเป็นคุณสมบัติของ “ผู้ชาย” ดังนั้น สิ่งที่เราเรียกว่า “ความเป็นชาย” จึงมิใช่แก่นสารใดๆ ที่ถาวร แต่เลื่อนไหลไปตามอนิจจังของประวัติศาสตร์

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษานัยยะของการเสนอภาพเสนอของความเป็นชายในนิตยสารปลุกใจเสือป่า
2. เพื่อศึกษาความเปลี่ยนแปลงของความเป็นชายในนิตยสารปลุกใจเสือป่าในช่วงปี 2516 -2527
3. เพื่อศึกษาการเสนอภาพของความเป็นชายนั้นเชื่อมโยงกับปฏิบัติการทางสังคมอื่นๆ

ขอบเขตและวิธีการศึกษา

องค์ข้อมูล

องค์ข้อมูลที่ผู้ศึกษานำมาวิเคราะห์คือ นิตยสารปลุกใจเสือป่าที่ตีพิมพ์ระหว่างปี 2508 - 2527 ประกอบไปด้วยนิตยสาร 3 กลุ่มหลักๆ ได้แก่

1. นิตยสารที่ตีพิมพ์ในช่วงก่อนปี 2516 จำนวน 22 เล่ม อาทิเช่น อนุทินอัลบั้มชุดของประสิทธิ์ เกตุอธิก, นิตยสารชน, นิตยสารกุญแจใจ, นิตยสารชายขอบสนุก, นิตยสาร sex express และนิตยสารหนุ่ม 73
2. นิตยสาร man (หรือในชื่อ แมน) ซึ่งตีพิมพ์ระหว่างปี พ.ศ.2516 - พ.ศ. 2527 จำนวน 95 ปก, นิตยสาร Modern man ซึ่งตีพิมพ์ระหว่างปี 2518 - 2522 จำนวน 15 ปก , นิตยสารหนุ่มสาวที่ตีพิมพ์ระหว่างปี 2519 - 2526 จำนวน 72 ฉบับ
3. นิตยสารปลุกใจเสือป่าอื่นๆ ที่ตีพิมพ์ระหว่างปี 2522 - 2525 จำนวน 23 ฉบับ ประกอบไปด้วย เอ็กซ์คลูซีฟจำนวน 4 ปก, เอ็กซ์คลูซีฟจำนวน 9 ปก, นิตยสารคุณจำนวน 9 ปก, นิตยสารสยามหนุ่มจำนวน 8 ปก, นิตยสารพลังหนุ่ม จำนวน 4 ปก, นิตยสาร Pm จำนวน 6 ปก และนิตยสารนางแบบจำนวน 10 ปก

หน่วยการวิเคราะห์

หน่วยของการวิเคราะห์ของการศึกษานี้คือภาพเสนอของผู้ชายในนิตยสารแมน และหนุ่มสาวในช่วงปี พ.ศ.2516 - พ.ศ. 2527 ซึ่งเป้าหมายของการวิเคราะห์ก็เพื่อให้เห็นภาพการประกอบสร้างความเป็นชายในยุคสมัยดังกล่าว โดยการวิเคราะห์ผ่านบทบรรณาธิการของนิตยสาร เนื้อเรื่องเด่น หรือสื่อกฎภายในเล่ม และเรื่องเล่าผ่านการบรรยายของหญิงสาวประจำฉบับ ทั้งนี้เพื่อให้เห็นภาพการเปลี่ยนแปลงของความเป็นชายที่น่าเสนอออกมาในช่วงเวลาดังกล่าว

ทบทวนวรรณกรรม และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการศึกษานิตยสารในไทย

ระวีวรรณ ประกอบผล ซึ่งศึกษาประวัติความเป็นมาของนิตยสารในประเทศไทยสรุปว่า ในประเทศไทยนั้น สิ่งพิมพ์ที่เรียกว่า “นิตยสาร” ได้ถือกำเนิดขึ้นมาก่อนสิ่งพิมพ์ประเภท “หนังสือพิมพ์” โดยมีจุดเริ่มต้นที่ “บางกอกกรีตอร์เดอร์” ของหมอบรัดเลย์ ที่ถึงแม้ว่าจะถือกันว่าเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกของไทย แต่หนังสือพิมพ์เล่มนี้ก็มีลักษณะเป็นนิตยสารมากกว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ กล่าวคือในเนื้อหาภายในกลับมีสื่อกฎและเรื่องราวต่างๆ มากกว่าข่าวสารทั่วไปตามแบบหนังสือพิมพ์ของชาติตะวันตก ซึ่งเหตุผลหนึ่งที่ทำให้หนังสือพิมพ์เล่มนี้มีลักษณะเช่นนี้ก็เพราะข้อจำกัดเรื่องเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ไม่สามารถพิมพ์หนังสือรายวันเพื่อออกจำหน่ายได้อย่างสม่ำเสมอ ประกอบกับข้อจำกัดด้านข่าวสารข้อมูลในสมัยการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชที่ไม่เปิดกว้างพอสำหรับการนำเสนอข่าว

เมื่อเทคโนโลยีการพิมพ์พัฒนามากขึ้น การเติบโตของสิ่งพิมพ์ประเภทต่างๆ ก็มีมากขึ้น โดยเฉพาะสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารนั้นมีความเติบโตกว่าสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ ซึ่งนิตยสารสำหรับผู้หญิงได้เกิดขึ้นมาก่อน โดยเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับผู้หญิงตั้งแต่ชื่อเล่มจนถึงเนื้อหาภายใน

ส่วนนิตยสารของผู้ชายโดยเฉพาะนั้น จากการศึกษาระวีวรรณสรุปว่าเริ่มต้นในช่วงทศวรรษ 2510 โดยสามารถแบ่งประเภทตามเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งของของผู้ชายหลงใหล ได้แก่

1. นิตยสารรถ มีเนื้อหาเกี่ยวกับรถยนต์ หรือเครื่องจักรกลต่างๆ ในระยะแรก นิตยสารกลุ่มนี้อาจจัดทำโดยหน่วยงานราชการ เช่น องค์การขนส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ หรือกรมพาหนะทหาร หรือหน่วยงานเอกชน เช่นบริษัทน้ำมันต่างๆ แต่ต่อมาก็เป็นเอกชนทั่วไป เช่น นิตยสารยานยนต์และกรังปรีซ์ ในช่วงปี 2511

2. นิตยสารกีฬา มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬาประเภทต่างๆ เช่น น็อคเอาท์ รายปักษ์ ซึ่งเริ่มตีพิมพ์ตั้งแต่ช่วงรัชกาลที่ 7

3. นิตยสารเครื่องเสียง และอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสินค้าเทคโนโลยี เช่น นิตยสารอิเล็กทรอนิกส์รายเดือน ซึ่งเริ่มตีพิมพ์ตั้งแต่ปี 2516

4. นิตยสารเพศ และกามารมณ์ ซึ่งระวีวรรณให้ความเห็นว่า “นี่เป็นนิตยสารที่จัดทำขึ้นเพื่อผู้ชายโดยแท้” โดยได้รับอิทธิพลมาจาก sex magazine ของอเมริกา โดยเล่มแรกชื่อว่า โฉมงาม ซึ่งตีพิมพ์ในปี 2490 และเริ่มเฟื่องฟูอย่างแพร่หลายในช่วงหลังปี 2518 โดยมี แมน ของ บุรินทร์ วงศ์สงวนเป็นผู้นำตลาด ตามมาด้วย หนุ่มสาว ของปกรณ์ พงศ์วราภา ที่กำเนิดขึ้นตามหลังในปี 2519 เป็นคู่แข่งหลัก เนื้อหาในเล่มจะเน้นหนักไปภาพกึ่งเปลือยของผู้หญิง และข้อเขียนที่มีความหือหาว เล่นสำนวน ด้วยลักษณะเช่นนี้ ทำให้นิตยสารกลุ่มนี้มีผู้อ่าน (ชาย) อยู่ในวงจำกัด

งานของระวีวรรณ จึงเป็นเหมือนบทเริ่มต้นสำหรับการศึกษานิตยสารในประเทศไทย (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530, อ้างถึงในวุฒิชัย ฤๅษณะประกริต, 2549, น 13)

แนวคิดเรื่องการศึกษาความเป็นชาย

งานศึกษาเกี่ยวกับ “ความเป็นชาย” ในสังคมวิชาการของไทย เกิดมาได้ระยะหนึ่งแล้ว ส่วนหนึ่งเป็นการหนึ่งเป็นการศึกษาในสายนิเทศศาสตร์, วารสารศาสตร์ และงานด้านการตลาด มากกว่าจะเป็นการศึกษาในเชิงสังคมศาสตร์อื่นๆ เช่น มานุษยวิทยา, สังคมวิทยา หรือในด้านสตรีศึกษาเองก็ตาม งานส่วนใหญ่มักเป็นไปในแนวการวัดความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เป็นผู้ชาย หรือการวัดทัศนคติของผู้ชายในฐานะผู้บริโภคสินค้าบางประเภทที่เกี่ยวข้อง หรือไม่ก็เป็นงานประเภทศึกษาพฤติกรรมในการเลือกใช้สินค้าหรือบริการของกลุ่มลูกค้าชายในช่วงวัยต่างๆ ยกตัวอย่างเช่น

งานวิทยานิพนธ์คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ของกาญจนา ธานีปรกรณ์ในหัวข้อ “รูปแบบการดำเนินชีวิต และทัศนคติของผู้อ่านชายต่อนิตยสารผู้ชาย กรณีศึกษาเอสไควร์ ฉบับภาษาไทย” ในปี 2544 ซึ่งเป็นงานสำรวจเชิงประชากรศาสตร์ถึงกลุ่ม ผู้บริโภคนิตยสารเอสไควร์ ฉบับภาษาไทย ซึ่งกาญจนานิยามตัวนิตยสารดังกล่าวว่าเป็นนิตยสาร ห้วนอกสำหรับผู้ชาย โดยผลการศึกษาพบว่า ตัวเลขในทางสถิติชี้ให้เห็นว่าผู้อ่านนิตยสารดังกล่าว ส่วนใหญ่จะเป็นโสด และมีลักษณะเป็นชนชั้นกลางในเมือง

งานชิ้นต่อมา คืองานวิทยานิพนธ์ของสาขาวิชาเดียวกัน เรื่อง “พฤติกรรม การเปิดรับ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ของผู้อ่านนิตยสารชาย กรณีศึกษา GM, BOSS, ESQUIRE โดยสมชาติ ยรรยงสติมัน ในปี 2545 ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ ซึ่งผลการวิจัยออกมา คล้ายคลึงกับเล่มแรก

หรืองานวิทยานิพนธ์ของวุฒิชัย กฤษณะประกรกิจแห่งคณะวารสารศาสตร์ฯ ในปี 2549 ที่ศึกษาเรื่อง “การวิเคราะห์ลักษณะบุคคลของผู้เป็นแบบปกนิตยสาร GM ในช่วงปี 2528 - 2548” งานชิ้นนี้ถึงจะเป็นงานที่ใช้วิธีเชิงสถิติในการเก็บข้อมูลคล้ายคลึงกับงาน 2 เล่มแรก แต่วุฒิชัยได้ วิเคราะห์ผลที่ได้เชิงสถิติกับแนวคิดเชิงสังคมศาสตร์ด้านอื่นๆ โดยชี้ให้เห็นว่าลักษณะความเป็น ชายที่ปรากฏบนหน้าปกนิตยสาร GM นั้น มีความเปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่ง ขึ้นอยู่กับการนิยาม ความเป็นชายในแต่ละยุคสมัย

ในอีกด้านหนึ่ง มีงานศึกษาเกี่ยวกับ “ความเป็นชาย” ที่ไม่ได้ใช้วิธีวิทยาในเชิงสถิติอย่าง เดียว อาทิ วิทยานิพนธ์ของอมรรัตน์ รัตนสุร แห่งคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ ศึกษาเรื่อง “การนำเสนอภาพความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม ซึ่งวิเคราะห์นักร้องชายยอดนิยม ระหว่างปี 2531 - 2533 ซึ่งงานชิ้นนี้ (2534) อมรรัตน์ได้เสนอภาพกระบวนการผลิตหรือการสร้าง ความเป็นชายในเพลงไทยสมัยนิยม โดยพยายามถ่ายทอดอุดมคติความเป็นชายตาม “แบบ” ที่ ค่ายเพลงต้องการสร้างออกมา โดยตัวแบบดังกล่าวเป็นแบบแผนความเป็นชายที่ตลาดผู้บริโภค ยอมรับได้ อย่างไรก็ตาม ด้วยเหตุผลตามกลไกตลาดในขณะนั้น ทำให้ตัวแบบของผู้ชายถูกจำกัด โดยแนวเพลงที่ขายได้ ซึ่งโดยมากมักเป็นเพลงเกี่ยวกับความรัก อีกทั้งกลุ่มเป้าหมายยังมุ่ง ครอบคลุมกลุ่มคนฟังที่กว้างขวาง ทำให้ความเป็นชายที่กำหนดขึ้นต้องสอดคล้องกับความคาดหวัง ของกลุ่มคนฟังด้วย ดังนั้นความเป็นชายในเนื้อเพลงจึงถูกจำกัดอยู่ในตัวแบบไม่กี่อย่าง สำหรับผู้ ศึกษาแล้ว งานของอมรรัตน์ชิ้นนี้เป็นการเปิดมุมมองใหม่ๆ ในการวิเคราะห์ “ความเป็นชาย” โดยที่ ความเป็นชายนั้นจะไม่มีรูปแบบที่ตายตัว แต่จะขึ้นกับบริบทอื่นๆ ที่แวดล้อมในช่วงขณะหนึ่ง

งานชิ้นต่อมา ซึ่งเป็นงานที่ถูกอ้างเป็นประจำในการศึกษาความเป็นชายในสังคมวิชาการบ้านเรา นั่นคือ งานของกัจจกร หลุยยะพงศ์ ชื่อว่า “การวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอภาพของความเป็นชายในโฆษณาเบียร์สิงห์” (2539) ในงานชิ้นนี้ กัจจกรได้เสนอแบบแผนภาพของความเป็นชายผ่านการวิเคราะห์โฆษณาเบียร์สิงห์ ออกเป็น 3 ยุค ตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม โดย ยุคแรกจะเป็นภาพของความเป็นชายในสังคมเกษตรกรรม ยุคต่อมาจะเป็นภาพของผู้ชายในสังคมอุตสาหกรรม (ซึ่งเป็นผลมาจากแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งเริ่มตั้งแต่ปี 2504 แต่กัจจกรชี้ให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของความเป็นชายที่มีนัยยะอย่างชัดเจนหลังปี 2508) และยุคที่ 3 เป็นภาพของความเป็นชายในยุคหลังปี 2526 ซึ่งลักษณะความเป็นชายแบบใหม่นี้มีความขัดแย้งกับความเป็นชายในยุคก่อนหน้านี้ โดยส่วนหนึ่งอาจมีผลมาจากการเฟื่องฟูของกระแสสตรีนิยม

ภายหลัง มีการศึกษาประเด็นเรื่องความเป็นชายแบบใหม่อีกอย่างน้อย 2 ชิ้นที่ออกเผยแพร่ในเวลาใกล้เคียงกัน ชิ้นแรกเป็นงานของประภาพร ชินวงศ์ (2546) มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ศึกษารื่อง “pretty boy ปรากฏการณ์ความเป็นชายในอีกรูปแบบหนึ่งในสังคมไทย” ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับปรากฏการณ์ของสังคมที่ผู้ชายหันมาให้ความสำคัญกับเรื่องร่างกายของตัวเอง โดยยังคงมีเพศสถานะ (gender) เป็นชาย โดยประภาพรตั้งข้อสังเกตว่า ลักษณะของ gender ที่เคยเชื่อกันว่าเป็นสิ่งตายตัวนั้น นับวันก็เริ่มจะมีพรมแดนที่พร่าเลือนออกไปทุกขณะ โดยมีสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่ออินเทอร์เน็ตที่มีอิทธิพลต่อการลดพรมแดนระหว่างเพศสถานะไป และมีส่วนอย่างมากในการสร้างเสริมลักษณะความเป็นชายแบบใหม่ๆ ขึ้นมา

ประภาพร ได้แบ่งยุคความเป็นชายในสังคมไทยออกเป็น 3 ช่วง คือช่วงความเป็นไทยแบบดั้งเดิม ตั้งแต่สมัยสุโขทัยจนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น, ช่วงที่ 2 เป็นช่วงปฏิรูปประเทศ สมัยรัชกาลที่ 5 ต่อเนื่องถึงปี พ.ศ. 2542 และช่วงที่ 3 คือช่วงหลังปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมา

ในช่วงแรก เมื่อเอ่ยถึงความเป็นชายจะยึดโยงอยู่กับคุณสมบัติของการเป็นผู้ปกครอง ซึ่งเป็นคติที่ได้รับมาจากอารยธรรมขอมและอินเดีย ที่ให้ความสำคัญและยกย่องเพศชายมากกว่า อย่างไรก็ตาม ในช่วงต้นรัตนโกสินทร์ คติความเป็นชายเริ่มเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งร่องรอยการเปลี่ยนแปลงนี้สามารถพบเห็นได้จากวรรณคดีต่างๆ ที่แต่งและชำระในช่วงต้นรัตนโกสินทร์ เช่นขุนช้างขุนแผน ความเป็นชายในวรรณคดีเหล่านี้เริ่มมีหลากหลาย ไม่ได้จำกัดเฉพาะผู้ชายที่เป็นนักปกครองเท่านั้น นอกจากนี้ยังแลเห็นการเลือนสถานะของผู้ชายของชนชั้นอื่นที่ไม่ใช่ชนชั้นปกครอง

ด้วย เช่นขุนแผนเลื่อนสถานะจากไพร่มาเป็นขุนนาง คติของความเป็นชายในยุคนี้จะมี 2 ด้านประกอบควบคู่กัน คือความเป็นนักรบ กับความเป็นนักรัก

ในช่วงที่ 2 ซึ่งได้แก่ช่วงปฏิรูปประเทศถึงปี พ.ศ. 2542 ซึ่งประภาพรแบ่งการพิจารณาเป็น 2 ช่วง คือจากช่วงปฏิรูปประเทศ ในช่วงรัชกาลที่ 5 ถึง แผนพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 พ.ศ. 2504 ในช่วงนี้ คติเรื่องความเป็นชายได้เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากมีกลุ่มเจ้านาย และคนชั้นสูงกลับมาจากการศึกษาต่างแดน กลุ่มคนเหล่านี้รับเอาวิธีคิดแบบตะวันตกกลับเข้ามาด้วย โดยเฉพาะคติผิวเดียวเมียเดียว และเมื่อจำต้องปฏิรูปประเทศให้ทันสมัย สังคมไทยก็ต้องรับเอามาตรฐานทางศีลธรรมของโลกตะวันตกเข้ามาปรับใช้ เกิดเป็นความเป็นชายในลักษณะ “สุภาพบุรุษ” ส่วนในช่วงหลังพ.ศ. 2504 -พ.ศ. 2542 เป็นช่วงสังคมไทยเริ่มก่อตัวชนชั้นกลางในความหมายแบบในปัจจุบัน โดยในช่วงดังกล่าว เริ่มมีแนวคิดทางอุดมการณ์แฝงเข้ามา ไม่ว่าจะเป็นลักษณะผู้ชายที่พึงปรารถนา ต้องมีลักษณะเห็นใจคนกลุ่มน้อย หรือมีหัวใจคิดทางการเมืองบ้าง

ส่วนผู้ชายในยุคสุดท้าย ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 โดยจุดเปลี่ยนของประภาพรคือการที่ผู้ชายเริ่มหันกลับมาสนใจตัวเองมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย ตั้งแต่เครื่องสำอางของกลุ่มคนทำงาน จนถึงผู้ชายที่ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน ผู้ชายในยุคนี้ใส่ใจกับเรื่องความสำอางเพื่อสร้างความมั่นใจให้ดูดี สะอาดตาในสายตาผู้หญิง

งานของประภาพรไปในทางเดียวกันกับวรรณภรณ์ สุขมาก (2547) ที่ศึกษาเรื่อง “นิตยสารผู้ชายกับกระบวนการสร้างความเป็นชายแบบ “เมโทรเซ็กส์ชวล” งานชิ้นนี้เป็นการศึกษาการนำเสนอภาพตัวแทน (ศัพท์ที่วรรณภรณ์แปลมาจาก representation) ของความเป็นชายในแบบเมโทรเซ็กส์ชวลในนิตยสารผู้ชาย 3 ฉบับ คือ GM, Boss และ Esquire ซึ่งออกจำหน่ายในปี 2547 จำนวน 36 ฉบับ โดยเป็นการวิจัยเนื้อหาในนิตยสารประกอบกับการสัมภาษณ์บรรณาธิการ และตัวแทนบริษัทโฆษณา งานชิ้นนี้ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะภาพเสนอของผู้ชายสมัยใหม่ที่กำหนดในนิตยสารสำหรับผู้ชาย ทั้ง 3 ฉบับ ต่างนำเสนอภาพของผู้ชายที่เน้นการดูแลตัวเอง (ในทัศนะของผู้ศึกษาแล้ว คำว่า เมโทรเซ็กส์ชวล กับ pretty boy นั้นมีความหมายใกล้เคียงกันอย่างมาก) มีส่วนอย่างมากในการกำหนดแนวคิดของผู้ชายสมัยใหม่ในสังคม

กรอบทฤษฎี และวิธีวิทยาในการศึกษา

ในงานชิ้นนี้ ผู้ศึกษาอาศัยกรอบแนวคิด 2 แนวเป็นหลักในการทำวิทยานิพนธ์ นั่นคือ แนวคิดเรื่องภาพเสนอทางวัฒนธรรม (representation) และ เพศสถานะ (gender)

ภาพเสนอ (representation)

สจิวต์ ฮอลล์ (Hall, 1997, p. 15) อธิบายว่ากระบวนการสร้างภาพเสนอเป็นส่วนสำคัญของกระบวนการที่ความหมายถูกผลิตขึ้นและแลกเปลี่ยนกันในกลุ่มสมาชิกของวัฒนธรรมหนึ่งๆ ในการผลิตความหมายผ่านภาษา เราใช้สัญลักษณ์ต่าง ๆ ประกอบเข้าเป็นภาษาต่างมากมายเพื่อสื่อความหมายกับคนอื่น ภาษาใช้สัญลักษณ์แทนวัตถุ คน หรือเหตุการณ์ในโลกแห่ง “ความเป็นจริง” แต่ขณะเดียวกันก็ยังแทนวัตถุในจินตนาการ โลกแฟนตาซี หรือความคิดที่เป็นนามธรรมซึ่งไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของโลกแห่ง “ความเป็นจริง” เช่นกัน

สจิวต์ ฮอลล์ จำแนกแนวทางการวิเคราะห์ภาพเสนอออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มแรกเรียกว่า “แนวถ่ายสะท้อน” (reflective approach) ซึ่งมองว่าภาษาหรือสื่อสามารถสะท้อนโลกของความเป็นจริงไปสู่ผู้รับสาร ได้อย่างตรงไปตรงมาเหมือนกระจกเงา รวมทั้งมองว่าวัตถุแต่ละชิ้นล้วนมีความหมายอันเป็นแก่นแกนและเป็นสากลแฝงฝังอยู่แล้ว

กลุ่มที่สองคือ “แนวเจตจำนงค์ของผู้แต่ง” (intentional approach) ซึ่งมุ่งค้นหาว่าความหมายที่สื่อผ่านภาพเสนอนั้นถูกต้องตรงตามจุดมุ่งหมายของผู้แต่งหรือไม่ กลุ่มที่สามคือ “แนวประกอบสร้าง” (constructionist approach) ซึ่งมองว่าความหมายมิได้มีอยู่แล้วในตัววัตถุแต่ละชิ้น แต่เกิดจากราสรางมันขึ้นมา โดยวัตถุแต่ละชิ้นมีความหมายเพราะอยู่ในตรรกะหรือระบบของการเสนอภาพนั้นๆ อีกทั้งมีกรอบทางวัฒนธรรมของสังคมเป็นตัวกำกับอีกชั้นหนึ่ง (Hall, 1997: pp. 24-25)

ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับโลกแห่ง “ความเป็นจริง” ไม่ได้เป็นแบบสะท้อนอย่างตรงไปตรงมา ภาษาไม่ได้ทำหน้าที่เป็นกระจกสะท้อนโลก ความหมายถูกผลิตขึ้นจากภาษา กระบวนการสร้างภาพเสนอเกิดจากสมาชิกของวัฒนธรรมหนึ่งๆ ใช้ภาษาเพื่อผลิตความหมาย (ภาษาในที่นี้นิยามอย่างกว้างๆ ว่าเป็นระบบใดๆ ที่จัดวางสัญลักษณ์ต่างๆ กับระบบการกำหนด

ความหมายสัญญา) คำนิยามนี้ได้พุ่งเป้าข้อสรุปที่ว่า ทุกสิ่งทุกอย่างไม่ว่าจะเป็นวัตถุ คน เหตุการณ์ ในโลกนี้ล้วนแล้วแต่ไม่มีความหมายที่แท้จริงและตายตัว เราทุกคนในสังคมหรือในวัฒนธรรมของมนุษย์ต่างหากที่เป็นผู้ทำให้สิ่งต่างๆ มีความหมาย เราเองต่างหากเป็นผู้กำหนดความหมาย (Hall, 1997, p. 61) แบ่งออกเป็น 2 ระบบที่แตกต่างกันแต่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ระบบแรกคือกระบวนการที่คอนเสิร์ตก่อรูปขึ้นในความคิด ทำหน้าที่เป็นกระบวนการนำเสนอภาพทางความคิดที่จัดแบ่งประเภทและจัดระเบียบโลกให้เป็นกลุ่มก้อนซึ่งมีความหมาย เมื่อเรามีคอนเสิร์ตของบางสิ่ง ก็อาจพูดได้ว่าเรารู้ “ความหมาย” ของมัน แต่เราจะไม่สามารถสื่อสารความหมายนี้ได้หากขาดกระบวนการที่สอง นั่นคือ ภาษา ภาษาประกอบด้วยสัญญาณที่ถูกจัดให้อยู่ในรูปความสัมพันธ์อันหลากหลาย สัญญาจะสื่อความหมายได้ก็ต่อเมื่อเรามีรหัสซึ่งจะนำเราไปสู่การแปลงคอนเสิร์ตให้เป็นภาษา และภาษาให้เป็นคอนเสิร์ต รหัสเหล่านี้มีความสำคัญต่อความหมายและการนำเสนอภาพ รหัสเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่มาจากธรรมชาติ แต่เป็นผลจากขนบธรรมเนียมของสังคม รหัสเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรม หรือเป็น “แผนที่แห่งความหมาย” ที่เรามีร่วมกันโดยที่เราซึมซับเข้ามาอย่างไม่รู้ตัวเมื่อเราเข้าเป็นสมาชิกของวัฒนธรรมที่เราอยู่ (Hall, 1997, pp. 28-29)

มโนทัศน์ “ภาพเสนอ” หรือ “การเสนอภาพ” เป็นแนวคิดสำคัญ เพราะการศึกษาค้นคว้านี้ต้องการวิเคราะห์ว่าในนิตยสารแนวโป๊เปลือยทั้งสองฉบับนำเสนอภาพผู้ชายอย่างไร มีลักษณะที่คล้ายคลึงหรือแตกต่างจากในอดีตและอนาคตหรือไม่ ซึ่งการศึกษาค้นคว้านี้ใช้แนวประกอบสร้างเป็นหลัก เพราะมองว่าภาพเสนอเป็นภาพจำลองสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งนำเสนอผ่านนิตยสารหรือประดิษฐ์ภรณ์ทางวัฒนธรรมอื่นๆ ในฐานะที่ภาพจำลองนั้นสร้างขึ้นจากการคัดเลือก ประมวล แต่ง ขั้บเน้น คุณลักษณะบางอย่างจากความเป็นจริงตามคติความเชื่อและค่านิยมบางประการ รายละเอียดต่างๆ ที่ปรากฏในภาพเสนอหนึ่งๆ จึงร่วมกันทำหน้าที่สื่อความหมายและคุณค่าอย่างใดอย่างหนึ่งในเชิงสังคม-วัฒนธรรมเกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ ภาพเสนอมิได้เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าความเป็นจริงเป็นเช่นไร เพราะมิใช่ภาพถ่ายสะท้อน แต่บ่งบอกให้ทราบว่า ผู้คนในสังคม (อย่างน้อยก็กลุ่มหนึ่ง) มีความเชื่อ ความคาดหวัง และให้ความหมาย คุณค่าต่อสิ่งที่ถูกนำเสนออย่างไร

เพศสถานะ (gender)

มีคำ 2 คำที่มักมีการตีความและถูกใช้ในความหมายที่กำกวมตั้งแต่การแบ่งแยกสรีระหรือลักษณะประชากรหญิง-ชาย จนรวมไปถึงความหมายในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ คำ 2 คำดังกล่าวคือ sex หรือเพศภาวะ และ gender หรือเพศสถานะ

Sex หรือเพศภาวะ ทฤษฎีสตรีนิยมส่วนใหญ่ต่างได้นิยามคำว่า sex ให้ความหมายเฉพาะเพศในเชิงชีววิทยาของบุคคลเท่านั้น ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายที่มีสรีระบ่งบอกว่าเป็นหญิงหรือชายในทางกายภาพ การจำกัดความหมายนี้เป็นเพราะนักสตรีนิยมต้องการจำแนกคำว่า sex ออกจากคำว่า gender ทั้งนี้เพื่อลดรูปความหมายของคำว่าเพศภาวะให้เหลือเพียงเรื่องทางชีวภาพเท่านั้น ส่วนเรื่องบทบาททางเพศนั้นต้องทำความเข้าใจใหม่ว่าไม่ได้ถูกกำหนดมาจากธรรมชาติ แอน โอคเลย์ ได้ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า ความแตกต่างทางเพศภาวะ (sex differences) อาจจะถูกมองว่าเป็นเรื่องที่สัมพันธ์กับสรีระและความเป็นธรรมชาติ ส่วนเรื่องของความแตกต่างทางเพศสถานะ (gender differences) นั้นสามารถอธิบายได้จากแง่มุมวัฒนธรรมทางสังคมเท่านั้น (Oakley, 1972 อ้างถึงใน วิลสัน พิพิธกุล และกิตติ กันภัย, 2546, น. 11)

ความแตกต่างทางเพศภาวะ เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่นักสตรีนิยมให้ความสำคัญงานวิจัยในด้านนี้จะมุ่งไปที่การทำความเข้าใจ และอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ ว่า ความแตกต่างในทางสรีระของชายหญิงสืบเนื่องมาจากอะไร มีวิธีแห่งความแตกต่างอะไรบ้าง เช่น การอธิบายว่าผู้หญิงมีปัจจัยทางเพศที่ส่งผลต่อจริยธรรมแตกต่างกับผู้ชายในลักษณะที่ผู้หญิงจะไม่มุ่งไปสู่ความเป็นปัจเจกนิยมเท่าผู้ชาย แต่จะมุ่งระดับความสัมพันธ์ที่ได้แสดงออกถึงการดูแลเอาใจใส่ หรือความรับผิดชอบ (วิลสัน พิพิธกุล และกิตติ กันภัย, 2546 ,น. 11)

ในทางจิตวิทยา คำว่าเพศภาวะถูกนำมาอธิบายประกอบแนวคิดเรื่องพัฒนาการของมนุษย์ ซึ่งหมายรวมถึงพัฒนาการของบทบาททางเพศของปัจเจกบุคคลด้วย คำอธิบายทางจิตวิทยามักได้รับการวิจารณ์จากนักทฤษฎีสตรีนิยมว่ามีความคับแคบ เพราะเน้นมองจากระดับภายในมากเกินไป จนทำให้การอธิบายเรื่องของความแตกต่างระหว่างเพศในเชิงสังคมและวัฒนธรรมผิดพลาดไป นักจิตวิทยาจำนวนหนึ่งเชื่อว่า ความแตกต่างระหว่างโครโมโซมและฮอร์โมนคือสาเหตุสำคัญของความแตกต่างทางพฤติกรรมระหว่างหญิงและชาย ซึ่งมีผลในการกำหนดคุณลักษณะและบทบาทที่แสดงออกถึงความเป็นชายและความเป็นหญิง นักจิตวิทยากลุ่มนี้จึงเน้นการวิจัยเพื่อสนับสนุนสมมุติฐานดังกล่าวด้วยการติดตามพัฒนาการของผู้หญิงและผู้ชายสำรวจการทำงานขององค์ประกอบหลักภายในจิตของมนุษย์ อันได้แก่จิตสำนึก-จิตใต้สำนึก-จิตไร้

สำนึก ซึ่งทำหน้าที่เป็นแรงขับเคลื่อน และเก็บกดทางเพศให้บุคคลแสดงออกหรือมีพฤติกรรมไปตามแรงขับเคลื่อน อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่มุ่งศึกษาพัฒนาการทางเพศด้วยแนวคิดของสตรีและระบบภายในจิตนี้ ทำให้แนวคิดนี้ถูกวิจารณ์ว่าเป็นการมองเรื่องเพศจากองค์ประกอบทางธรรมชาติ หรือชีววิทยามากเกินไป

ส่วน gender หรือเพศสถานะ มีความหมายครอบคลุมถึงเรื่องความเป็นผู้หญิง ความเป็นผู้ชายที่ไม่ได้ถูกกำหนดโดยระบบทางสรีระ หรือทางชีววิทยา แต่จะถูกกำหนดจากปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม และปัจจัยอื่นๆ ที่ทำให้สังคมเกิดความคาดหวังต่อความเป็นหญิงความเป็นชายในแง่มุมต่างๆ เช่น สถานภาพของผู้หญิงและผู้ชายในบริบทครอบครัว (ในฐานะแม่ เมีย ภรรยา ลูกสาว พ่อ สามี ลูกชาย ฯลฯ) หรือในบริบทของการทำงานในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งผู้หญิงมีสถานะที่เป็นรองกว่า นอกจากการศึกษาเรื่องสถานะแล้ว สังคมยังคาดหวังต่อบทบาทของชายหญิงด้วย เช่น บทบาทของผู้ชายบนพื้นที่สาธารณะ นอกจากนี้ ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคมยังมีส่วนช่วยกำหนดความเชื่อ ทศนคติ มายาคติ รวมทั้งประเพณีปฏิบัติต่างๆ ที่ถูกทำให้กลายมาเป็นบรรทัดฐานทางสังคมในเรื่องหญิงและชาย เช่น ค่านิยมรักนวลสงวนตัว หรือมายาคติเรื่องความงามของผู้หญิง เป็นต้น

ซีโมน เดอ โบวัวร์ นักสตรีนิยมชาวฝรั่งเศส เสนอว่า การที่เด็กคนหนึ่งเกิดมาโดยมีเพศสภาวะเป็นผู้หญิงนั้น ไม่ได้มีอะไรบ่งบอกเลยว่าเขามีสถานะที่ดีด้อยกว่า แต่บุคคลรายรอบเขาต่างหากที่ทำให้เขาดูด้อยไป หลังจากนั้น ด้วยระบบการเลี้ยงดู และการศึกษา ก็มีผลทำให้เด็กหญิงรับค่านิยม ความเชื่อ และทัศนคติเกี่ยวกับความแตกต่างทางเพศสถานะนี้ไป และทำหน้าที่เพื่อปลูกฝังให้คนรุ่นต่อไป กระบวนการหรือกลไกที่ทำหน้าที่ตอกย้ำค่านิยมทางเพศสถานะนี้ เรียกกันว่า กระบวนการขัดเกลาทางสังคม ด้วยกระบวนการนี้เองทำให้นักสตรีนิยมสรุปว่า เพศสถานะเป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคม การขูดหารากเหง้า หรือที่มาของการประกอบสร้างจึงเป็นเป้าหมายของนักสตรีนิยมตีแผ่ เพื่อยุติความไม่เท่าเทียมกับระหว่างเพศ อันเนื่องจากค่านิยมเรื่องเพศสถานะที่มีฝ่ายหนึ่งกุมอำนาจเหนือกว่าอีกฝ่ายหนึ่งโดยอ้างเงื่อนไขทางเพศสภาวะ (วิลสัน พิพิฑกุล และกิตติ กันภัย, 2546 ,น. 11)

การปลูกฝังเรื่องความแตกต่างทางเพศสถานะในโครงสร้างความสัมพันธ์ทางอำนาจนี้ ไม่เพียงปรากฏแต่ในความสัมพันธ์ระหว่างหญิง-ชายเท่านั้น ยังปรากฏในกลุ่มรักร่วมเพศด้วย (Butler, 1990, pp. 6-7) ซึ่งเป็นนักคิดสตรีนิยมอีกคนหนึ่งที่ปฏิเสธแนวคิดที่เชื่อว่าเพศสถานะถูกกำหนดโดยเพศสภาวะโดยเพศสภาวะเป็นเรื่องของธรรมชาติ ส่วนเพศสถานะเป็นส่วนของวัฒนธรรมที่เป็นผลมาจากเพศสภาวะอีกทีหนึ่ง Butler เห็นว่าเพศสภาวะ เพศสถานะ และความ

ปรารถนาเพศตรงข้ามล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างให้ดูเป็นธรรมชาติ เพราะทั้งสามสิ่งสอดคล้องกันไปทางเดียวกันอย่างเป็นระบบตามแนวคิดของฟรอยด์ Butler ใช้ตัวอย่างของกะเทยแต่งหญิงชี้ให้เห็นข้อบกพร่องของแนวคิดแบบฟรอยด์ โดยตั้งข้อสังเกตว่า หากเพศสถานะเป็นสิ่งที่เกิดจากวัฒนธรรมซึ่งเป็นผลมาจากเพศทางกายภาพจริง เหตุใดเพศสถานะจึงบังเอิญมีเพียงแค่สองเพศ ชาย/หญิง เช่นเดียวกับเพศภาวะ และเพศภาวะกับเพศสถานะจะต้องเป็นคู่ที่ตรงกัน กล่าวคือคนที่มียีนร่างกายเป็นชายจึงต้องมีเพศสถานะชาย คนที่มียีนร่างกายเป็นหญิงต้องมีเพศสถานะหญิงเท่านั้น ด้วยเหตุนี้เกร์นีย์กะเทยแต่งหญิงซึ่งมียีนร่างกายเป็นชายแต่มีเพศสถานะเป็นหญิงจึงแสดงให้เห็นว่าแนวคิดนี้ไม่ได้เป็นสากลดังที่เราคิดกัน Butler จึงเสนอว่าหรือว่าความจริงแล้วเพศสถานะต่างหากที่เป็นตัวกำหนดให้เพศภาวะมีแค่สอง เพื่อให้สอดคล้องกับความปรารถนาในเพศตรงข้าม ซึ่ง Butler วิจารณ์ว่าถูกทำให้กลายเป็นเพศวิถีแบบ “ภาคบังคับ” (Compulsory Heterosexuality)

ดังนั้น เพศสถานะจึงเป็นการสวมบทบาทเพื่อสร้างเพศสถานะในรูปแบบที่ถูกอ้างว่าเป็นในแง่เพศสถานะจึงเป็นผู้กระทำ ถึงแม้ว่าเพศสถานะซึ่งเป็นองค์ประธานผู้กระทำจะไม่ได้ดำรงอยู่ก่อนการกระทำนั้นก็ตาม (Butler, 1990, p. 25) คำพูด การกระทำ ที่ทำ และความปรารถนาที่ถูกทำให้ชอบธรรม ได้สร้างภาพลวงว่ามีแก่นแท้ของเพศสถานะอยู่ภายใน และภาพลวงนี้มีอยู่เพื่อกฎเกณฑ์แห่งเพศวิถีในกรอบของรักต่างเพศซึ่งเป็นไปเพื่อการผลิตลูกนั่นเอง (Butler, 1990, p. 136) เพศสถานะจึงเป็นกระบวนการสร้างที่เผยให้เห็นต้นกำเนิดของตัวเอง ข้อตกลงร่วมที่จะสวมบทบาท ผลิตและธำรงรักษาเพศสถานะแบบคู่ตรงข้ามให้เป็นเรื่องแต่งทางวัฒนธรรมถูกบังคับด้วยความน่าเชื่อถือของผลผลิตและการลงโทษผู้ที่ไม่เชื่อฟัง (Butler, 1990, p. 140) กล่าวโดยสรุปแล้ว Butler เชื่อว่าเพศสถานะต่างหากที่เป็นตัวกำหนดเพศภาวะ โดยปกปิดกระบวนการให้ดูเหมือนว่าเพศสถานะเป็นผลมาจากเพศภาวะ ดังนั้นความเป็นหญิงเป็นชายจึงเป็นการสวมบทบาทมากกว่าจะเป็นไปตามธรรมชาติ โดยทั้งหมดนี้เป็นไปเพื่อเป้าหมายในการผลิตลูก นำไปสู่การสถาปนาให้รักต่างเพศเป็นบรรทัดฐาน หรือ “ภาคบังคับ” นั่นเอง

กล่าวโดยสรุป การศึกษาเรื่องเพศสถานะก็คือ การพิจารณาเรื่องความเป็นหญิงความเป็นชายที่ถูกสร้างขึ้นโดยวัฒนธรรมและสังคม การจะทำความเข้าใจเพศสถานะจะต้องพิจารณาปัจจัยและบริบทแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย ดังนั้นเพศสถานะจึงไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือใช้เพศภาวะมาเป็นตัวกำหนด