

วาทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรี ยุคก่อนและหลัง
กำเนิดนิตยสารแฟชั่นในประเทศไทย
Discourse of Women Swimming-Suit Fashion
Photographs before and after the Emerging of
Fashion Magazines in Thailand

สมศักดิ์ คล้ายสังข์ Somsak Klaysung*

สมสุข ทินวิมาน Somsuk Hinwiman**

บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง วาทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรี ยุคก่อนและหลังกำเนิดนิตยสารแฟชั่นในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาวาทกรรมที่มีอำนาจในการกำหนดกรอบวิธีคิดและวิถีปฏิบัติในการผลิตภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีที่ตีพิมพ์ในนิตยสารแฟชั่น ภายใต้บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม บริบทด้านเพศสภาพ บริบทด้านการถ่ายภาพและบริบทด้านนิตยสารและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในยุคที่ 1 ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 ยุคที่ 2 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 และยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน และเพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบวาทกรรมและอำนาจในการปรับเปลี่ยนชุดความรู้ที่ควบคุมวิธีผลิตของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีในนิตยสารแฟชั่น ภายใต้บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม บริบทด้านเพศสภาพ บริบทด้านการถ่ายภาพ บริบทด้านนิตยสารและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งสามยุค บริบทด้านนิตยสารและสิ่งพิมพ์ บริบทด้านธุรกิจด้านภาพยนตร์ไทย บริบทด้านธุรกิจการโฆษณา และบริบทด้านธุรกิจแฟชั่น โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) เพื่อตีความวาทกรรมที่ปรากฏผ่านการวิเคราะห์ภาพถ่ายแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่ปรากฏบนนิตยสารด้วยเครื่องมือการวิจัย คือตารางการวิเคราะห์วาทกรรมจากภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำ อันได้แก่ องค์ประกอบภาพด้านตัวนางแบบ เสื้อผ้าเครื่องประดับ ฉากหลัง จำนวนนางแบบ เทคนิคการถ่ายภาพ การนำเสนอและจารีตของภาพ ประมวลผลร่วมกับข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญในด้านการถ่ายภาพแฟชั่น และการประกวดนางงามเพื่อเรียบเรียงข้อมูลสรุปและอภิปรายผล

* นักศึกษาหลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

** อาจารย์ที่ปรึกษา

ผลวิจัยพบว่า ในยุคที่ 1 ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 ภายใต้บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม อำนาจรัฐกับระบอบการเมือง เศรษฐกิจและสังคมซึ่งมีความศรัทธาและต้องการให้ประเทศไทย “กลายเป็น” เป็นประเทศที่มีอารยะตามระเบียบแห่งโลกใหม่และนโยบายการสร้างชาติผ่านประกาศรัฐนิยม และการประชาสัมพันธ์รัฐธรรมนูญ รัฐที่แสดงอำนาจในการกดทับความหมายของสตรีในชุดว่ายน้ำ ให้อยู่ภายใต้วาทกรรมของ “ความเป็นชาติกับการลดทอนทางเพศ” อำนาจของรัฐที่มีวิถีในการปฏิบัติต่อภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีในแบบของการเชิดชู กำกับความหมายให้อยู่ในแบบจารีตลดทอนความเป็นเพศลง (Desexualized) ทำให้ไม่สามารถมองเห็นภาพหรือความหมายของชุดว่ายน้ำในการทำหน้าที่เป็นเสื้อผ้าที่สวมใส่เพื่อการว่ายน้ำเลย ซึ่งสตรีในชุดว่ายน้ำจากภาพในยุคที่ 1 นี้ถูกอำนาจรัฐกดทับผู้ชมจะไม่รับรู้ถึงการยั่วยวนทางเพศ จึงยังไม่พบว่ามีการแสดงอำนาจในการต่อรอง ต่ออำนาจในการจ้องมอง (Male Gaze) ของผู้ชม วาทกรรมที่พบคือ อำนาจรัฐสร้างชาตินิยมเพื่อความเป็นสากล เรื่องของราชการ และรัฐนิยม สตรีเป็นศรีแก่รัฐธรรมนูญ ช่วยชาติ ทำเพื่อชาติ นางกวั๊ก ปลุกจิตสำนึกรักษาชาติ วัตถุของชาติ ดอกไม้ของชาติ ยกย่องเชิดชูเคียงคู่รัฐธรรมนูญ

ส่วนในยุคที่ 2 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 พบว่าภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำ ถูกอำนาจทางวาทกรรมกดทับทำให้ไม่เห็นชุดว่ายน้ำหรือชุดว่ายน้ำไม่ได้ทำหน้าที่เพื่อการว่ายน้ำแต่ถูกใช้หรือทำหน้าที่ผ่านรูปแบบภาพ (Visual Model) เพื่อการถ่ายแบบภาพถ่ายแฟชั่นผ่านวิธีการเปิดเผยร่างกาย ดึงดูดทางเพศของสตรีที่อยู่ในสถานะนางแบบ โดยที่มีการแสดงอำนาจในการต่อรองต่ออำนาจในการจ้องมอง (Male Gaze) ของผู้ชมด้วยการนำเสนอร่างกาย (Expose) ได้ในระดับหนึ่ง ซึ่งถือเป็นการเปลี่ยนแปลงกรอบวิธีคิดของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำในแบบจารีตโดยการกดทับจากอำนาจรัฐในยุคที่ 1 มาเป็นการแสดงอำนาจควบคุมและการกดทับทางวาทกรรมของธุรกิจบันเทิงและธุรกิจแฟชั่นผ่านการผลิตภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่ดึงดูดทางเพศ ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจซึ่งยังมีความแตกต่างจากยุคที่ 3 ตรงที่ยุคที่ 2 นี้เน้นความกลมกลืนกับองค์ประกอบต่าง ๆ กระบวนการผลิตภาพแฟชั่นนางแบบในชุดว่ายน้ำตามแบบแนวคิดของแฟชั่นและการโฆษณา โดยใช้ความรู้ด้านศิลปะการถ่ายภาพช่วยทำให้ภาพดูสวยงาม ทั้งนี้ภายใต้การสร้างเรื่องเพศในแบบของความเหมาะสมลงตัว โดยที่วาทกรรมที่พบ คือ เซ็กซี่ เซ็กซี่สตาร์ (Sexy Star) ดาวโป๊ ดาวยั่ว ยั่วยวนโชว์อึ้ม โชว์ขาอ่อนและแฟชั่นเซ็กซี่

สำหรับในยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน เป็นการเปลี่ยนผ่านวาทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำมาสู่ความเซ็กซี่อย่างเต็มรูปแบบ อำนาจของธุรกิจแฟชั่นทำหน้าที่กดทับและผลิตวาทกรรมของภาพชุดว่ายน้ำให้เปลี่ยนแปลงและเลื่อนไปจากหน้าที่หลักคือการสวมใส่เพื่อว่ายน้ำ ไปสู่การทำหน้าที่ในการเปิดเผยร่างกาย ผ่านรูปแบบภาพในแบบภาพถ่ายแฟชั่นเพื่อแสดงออกถึงความเซ็กซี่ ยั่วยวนทางเพศ ดูล้ำสมัย สามารถผสมผสานสิ่งที่ไม่เข้ากันหรือไม่เหมาะสมกันมาอยู่ด้วยกันอย่างลงตัว เน้นความแปลกใหม่ด้วยวิธีคิดแบบ “ใครก็ได้ ที่ไหนก็ได้ เมื่อไรก็ได้” หรือ Whoever, Wherever, Whenever เน้นองค์รวมของภาพ (Total Look) ให้ออกสวยงามและทุกภาพเน้นขายความเซ็กซี่ (Sexy Sale) โดยที่วาทกรรมที่พบคือ ความเป็น

แฟชั่น, สร้างกระแสความสนใจ ไม่เหมาะสม คือ เหมาะสม อะไรก็ได้ที่สวยงาม (Total Look) ขายความเซ็กซี่ (Sexy Sale) ยั่ววนดิ่งดูตทางเพศ ใครก็ได้ ที่ไหนก็ได้ เมื่อไรก็ได้ นางเอกหรือเซเลบริตี้ (Celebrity) Sport Girl, Healthy Girl และมีชื่อเสียงมากเปิดเผยน้อย มีชื่อเสียงน้อยเปิดเผยมาก

รวมถึงการวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า สตรีผู้ที่สวมใส่ชุดว่ายน้ำในยุคที่ 3 นี้ก็ใช้พื้นที่ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำนี้ในการแสดงอำนาจเพื่อต่อรองต่ออำนาจในการจ้องมองของผู้ชมด้วยการนำเสนอร่างกาย (Expose) ได้ในระดับหนึ่งด้วยเช่นกัน ซึ่งเป็นวิธีคิดในการต่อสู้ทางการแสดงออกของผู้หญิงในสังคมยุคโลกาภิวัตน์ที่สามารถกำหนดลัทธิในทางร่างกายของตนเองด้วยความกล้าในการเปิดเผยร่างกายแสดงความเซ็กซี่ยั่ววนทั้งสิ้น

คำสำคัญ: วาทกรรมภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรี, แฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรี, นิตยสารแฟชั่น

Abstract

The research on women swimsuit discourses before and after the emerging of fashion magazines in Thailand focuses on the studying of women swimsuit discourses in Thai fashion magazines, the one with authority to dictate the discourse patterns, frameworks and transformation of women swimsuit discourses in Thai fashion magazines in three eras, namely the First Era (post 1932 revolution until before 1973), the Second Era (1973 – 1998) and the Third Era (1998 onwards) under the context of politics, socioeconomic, sexuality, photography, magazines and printed materials, Thai movie industry, advertising business, and fashion business. The research has been qualitatively conducted using textual analysis to interpret discourses as emerged through the analysis of women swimsuit photographs in the magazines, using the analysis table containing the configuration of models, clothes and ornaments, backgrounds, number of models, photographing techniques, presentation and tradition of the photos. Thus, the collected information, coupled with expert interviews in the fashion photography and beauty pageant contests, arrives at a conclusion and result discussion.

The research reveals that there have been beliefs and needs to transform Thailand into civilized country under the new world order definition during the First Era (post 1932 revolution until before 1973) that have been demonstrated through the politic and socioeconomic contexts. The modernization of the country has been done through state and constitution propaganda. The state has exercised its power to limit women in swimsuits through “the nationalization and de-sexualization”. The authority has treated women swimsuit fashions through the glorification and traditionalization Swimsuits themselves have not been presented as sporting equipments for swimming. Women in swimsuit from the First Era, which have been suppressed by the state authority, have not allured sexual interests from audiences. There have been no evidences in the power bargaining from audiences for gazing. Discourses found during the period have been: “state authority builds patriotism for civilization”, “the preference of government and state”, “good women bring prosperity to the constitution”, “help and do for the country”, “lucky women”, building patriotism spirits”, “properties of the country”, “flowers of the country”, “glorification with the constitution”.

Swimsuit fashions during the Second Era (1973 to 1998) have not been represented as sporting equipments but utilized as a visual model for fashion photographing

through body exposition and feminine sex appeal of the models. There have been some levels of power bargaining with male audiences (from gazing) through body exposition. This has been considered as a transformation of swimsuit fashion frameworks from the tradition suppressed by the state authority during the First Era to the execution of controlling authority and discourse suppression of entertainment and fashion industry through the production of appealing swimsuit fashion photographs for the business interests. The differences from the Third Era have been that the Second Era has emphasized the harmony between elements and the production of swimsuit fashion photographs by models under the fashion and advertising concept through the use of photography knowledge to generate fitted sexual contents. Discourses found during the period were: “sexy”, “sexy stars”, “porn stars”, “provocative stars”, “provoking”, “breast show”, “thigh show”, and “sexy fashion”.

The Third Era (the after 1998 to the present) has been a transformation of swimsuits fashion to the full-scale sexiness. The power of fashion industry suppresses and influences swimsuits to become tools for body exposition instead of their main functions through photos in fashion setting contexts, sexual provocation, and modern. They have been able to mix unmatched or inappropriate items harmoniously under the concept of “whoever, wherever, whenever”. The focus has been on sexy look and sexy sale. Discourses found during the period have been: “fashionably”, “trendy”, “inappropriate is appropriate”, “total look”, “sexy sale”, “sexy provoking”, “whoever, wherever, whenever”, “celebrity”, “sport girl”, “healthy girl”, “the more famous exposes less, the less famous exposes more”.

The research also discloses that models wearing swimsuits in this Third Era have been using swimsuit fashion photographs to bargain the power of audiences by exposing body to certain extent. This is the concept of fighting through expression by women in the globalization era who are able to exercise authority on their own bodies through the expositions that are sexy or provocative.

Keywords: Women swimsuit discourse, Women swimsuit fashion, Fashion magazine

บทนำ

เป็นเวลานานเกือบศตวรรษที่นิตยสารได้ทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการให้ข่าวสาร ข้อมูลความรู้ ความบันเทิงแก่ผู้อ่าน การนำเสนอเนื้อหาทางสังคมเปลี่ยนมาใช้ระบบทุน ระบบการผลิตและการตลาด แปรสภาพวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ให้กลายเป็นทุน มีการผลิตซ้ำเพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดและอำนาจผู้ที่เป็นเจ้าของ ปัจจัยการผลิตมีอำนาจในการนำเสนอข้อมูลเฉพาะด้าน ผู้บริโภคเป็นผู้รับเท่านั้น การครองอำนาจในเนื้อหาตกเป็นของผู้ผลิตสื่อเท่านั้น ด้านนิตยสารก็เช่นเดียวกันได้กลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งแต่เป็นสินค้าชนิดพิเศษที่เรียกว่า “สินค้าทางวัฒนธรรม” (Cultural Commodity) ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษที่สามารถทะลุทะลวงเข้าถึงจิตวิญญาณของผู้ใช้ได้ (เพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์, 2552) คุณสมบัติพิเศษนี้คือความสามารถในการถ่ายทอดรูปแบบของส่วนประกอบในการดำเนินชีวิตของคนกลุ่มต่าง ๆ ในสังคมได้ ไม่เว้นแม้แต่ด้านแฟชั่นการแต่งกายที่นิตยสารเป็นสื่อในการถ่ายทอดวิถีและรูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของชาวต่างชาติเข้ามาสู่สังคมไทยผ่านเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย โดยผ่านนายแบบและนางแบบเป็นผู้นำเสนอ

นิตยสารแฟชั่นเป็นสื่อมวลชนประเภทที่สามารถทำให้เกิดการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ โดยนำเสนอผ่านนายแบบนางแบบด้วยเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ถูกตีค่านำสมัย มุ่งเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการบริโภคนิตยสาร ถือว่านิตยสารเป็นเสมือนเครื่องมือชี้แนะทางการดำเนินชีวิตในสังคมและเป็นสัญลักษณ์ในการแสดงถึงความเป็นคนทันสมัย ในขณะที่กระแสความสนใจส่วนหนึ่งของแฟชั่นปรากฏอยู่ที่ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำซึ่งกลายเป็นพื้นที่การต่อสู้ระหว่างฝ่ายที่ทำงานผู้ผลิตและนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้า ดีไซน์เนอร์ ครีเอทีฟ ช่างภาพ สไตลิสต์ และนางแบบกับฝ่ายผู้ชม ผู้บริโภคและนักวิจารณ์ทั้งหลายที่ทำหน้าที่จ้องมองภาพที่ปรากฏ ซึ่งในการสื่อสารผ่านภาพถ่ายอาจเกิดจากความผิดพลาดในการสื่อสารความหมายซึ่งกันและกันได้ ซึ่งสิ่งที่อาจพบเห็นได้มากขึ้นในภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่อยู่ในกระแสความสนใจของสังคม คือ ความเซ็กซี่ (Sexy) ของชุดว่ายน้ำและวิธีการนำเสนอที่อาจสื่อไปในทางเพศ เน้นสร้างแรงดึงดูดทางเพศไปพร้อม ๆ กับการทำหน้าที่หลักของชุดว่ายน้ำ ผ่านความสวยงาม ความแปลกใหม่ตามกระแสนิยมของแฟชั่น ซึ่งบางครั้งสามารถสร้างความสนใจจากสังคมได้มากและในหลาย ๆ ครั้งก็ประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี ชุดว่ายน้ำที่ดูเปิดเผยเรื่อร่า สถานที่ที่ดูแปลกตาสำหรับชุดว่ายน้ำ วิธีการโพสท่าของนางแบบ อุปกรณ์ประกอบ รวมถึงจารีตของภาพที่ช่างภาพและหนังสือต้องการนำเสนอ แม้แฟชั่นชุดว่ายน้ำจะมีลักษณะคล้ายกันอยู่ก็คือเสื้อผ้าน้อยชิ้น สั้น รัดรูป สิ่งที่มีมักจะถูกสื่อสารออกมาควบคู่กันคือ การเปิดเผยเรื่อร่า ที่มีมักเป็นประเด็นถกเถียงถึงระดับและรูปแบบที่สวยงามเหมาะสมในสังคมไทย

สิ่งที่เข้ามามีอำนาจในการควบคุมระบบวิธีคิด คือ วาทกรรมซึ่งเป็นผลผลิตจากผู้มีอำนาจในแต่ละยุคและช่วงเวลา เป็นเรื่องของความสัมพันธ์และจะเกิดขึ้นเมื่อมีคู่ความสัมพันธ์ในลักษณะที่ฝ่ายหนึ่งสามารถควบคุมอีกฝ่ายหนึ่งได้ตามที่ตนต้องการ ฝ่ายที่มีอำนาจมากกว่าจะควบคุมอีกฝ่ายให้ทำตามที่ตนต้องการและมีเสรีภาพในการกระทำหรือมีอิทธิพลต่อความคิดหรือทัศนคติของอีกฝ่ายหนึ่ง

ทั้งนี้ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในลักษณะไม่สมมาตร (Asymmetrical Relation) กล่าวคือ ฝ่ายที่มีอำนาจมากกว่าจะควบคุมอีกฝ่ายหนึ่ง และจะไม่เกิดการถ่วงกันความสัมพันธ์เชิงอำนาจอาจเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หรือระหว่างกลุ่มในสังคม สถาบันและองค์กร ที่นักภาษาศาสตร์ให้ความสนใจสามารถอ้างอิงตามแนวคิดของแฟร์คล็อฟ (Norman Fairclough, 1989 อ้างถึงใน ฉวีพร พานโพธิ์ทอง, 2556) ที่พูดถึงอำนาจที่มาจากการใช้กำลัง (Power by Coercion) และอำนาจที่มาจากความยินยอมพร้อมใจ (Power by Consent) ซึ่งผู้มีอำนาจสามารถจะเป็นผู้ควบคุมกรอบของแนวคิดทางสังคมผ่านการควบคุมบริบท (Context Control) ซึ่งแตกต่างกันไปตามยุคสมัย

การศึกษาวาทกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำ จึงจำเป็นที่จะต้องศึกษาบริบททางสังคมที่เกี่ยวข้องควบคู่ไปด้วย ในที่นี้ผู้วิจัยทำการศึกษาวาทกรรมของภาพถ่ายแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีที่พบในนิตยสารไทยภายใต้บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม บริบทด้านเพศสภาพ บริบทด้านการถ่ายภาพและบริบทด้านนิตยสาร รวมทั้งบริบทด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องตามยุคสมัย ตั้งแต่ในยุคที่ 1 ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 ยุคที่ 2 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 ซึ่งมีการกำเนิดนิตยสารแฟชั่นไทยเล่มแรกขึ้นมา ชื่อว่า “ลลนา” ขึ้นในปี พ.ศ. 2516 โดยคุณสุวรรณี สุคนธ์เที่ยง และยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน ที่มีกระแสภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำของลูกเกด เมธินี กิ่งโพยม ที่ชื่อว่า Get ready for 2000 ดีพิมพ์ในนิตยสาร IMAGE เดือนกรกฎาคม ปี พ.ศ. 2541 จากภาพที่นางแบบชื่อดัง ในภาพลักษณ์ของนางฟ้ามีปีก สวมชุดว่ายน้ำแบบทูพีซเนื้อผ้ามันวาวขนาดจีวจนแทบไม่สามารถปิดบังเนินอกได้ การเปิดเผยเรือนร่างในภาพแฟชั่นครั้งนั้นสามารถสร้างกระแสความสนใจจากผู้บริโภคและผู้ชมได้เป็นอย่างมาก มีการพูดถึงกันอย่างต่อเนื่องในขณะนั้น การวิจัยครั้งนี้ให้ความสนใจต่อการศึกษาวาทกรรมแฟชั่นผ่านแนวคิดเรื่องวาทกรรมและแนวคิดสัญวิทยา ซึ่งคาดว่าจะสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ต่อวงการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะด้านวงการถ่ายภาพและวงการนิตยสารแฟชั่น เพราะการศึกษาวาทกรรม ซึ่งเป็นการศึกษาการต่อสู้อันซึ่งความหมายของผู้มีอิทธิพลในด้านการสื่อสารซึ่งได้แก่ ดีไซน์เนอร์ ผู้ผลิต นางแบบ สไตลิสต์ และช่างภาพ ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ส่ง (Sender) และนำเสนอความหมายผ่านภาพถ่ายแฟชั่นในนิตยสาร ซึ่งถือว่าเป็นทั้งสื่อกลาง (Message) และช่องทาง (Channel) ตามรูปแบบของกระบวนการสื่อสาร ถือเป็นกระบวนการการสื่อสารความหมายผ่านภาพถ่ายแฟชั่น ซึ่งผู้วิจัยให้ความสนใจในการค้นหาวิเคราะห์เปรียบเทียบวาทกรรมที่มีอำนาจในการกดทับความหมายของภาพถ่ายแฟชั่นที่ถูกผลิตและตีพิมพ์ลงในนิตยสารแฟชั่นในยุคก่อนและหลังกำเนิดนิตยสารแฟชั่นในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาวาทกรรมที่มีอำนาจในการกำหนดกรอบวิธีคิดและวิถีปฏิบัติในการผลิตภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีที่ตีพิมพ์ในนิตยสารแฟชั่น ภายใต้บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม บริบทด้านเพศสภาพ บริบทด้านการถ่ายภาพและบริบทด้านนิตยสารและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในยุคที่ 1 ยุคหลัง

การเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 ยุคที่ 2 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 และยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน

2) เพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบวาทกรรมและอำนาจในการปรับเปลี่ยนชุดความรู้ที่ควบคุมวิธีผลิตของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีในนิตยสารแฟชั่น ภายใต้บริบทด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม บริบทด้านเพศสภาพ บริบทด้านการถ่ายภาพ บริบทด้านนิตยสารและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งสามยุค

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นการเปิดเผยวาทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีในนิตยสารแฟชั่นไทย 3 ยุค คือ ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 และหลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบันว่าคืออะไร และผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดวิถีปฏิบัติของวาทกรรมคือใคร หรือสิ่งใด

2. ได้รับทราบกรอบวิธีคิดและการเปลี่ยนผ่านของวาทกรรมภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีในนิตยสารไทย 3 ยุค คือ ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 และหลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบันภายใต้บริบทต่าง ๆ ทางสังคม ว่ามีวาทกรรมใดคงอยู่หรือเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ซึ่งสามารถนำไปใช้เพื่อการคาดการณ์ถึงวาทกรรมและรูปแบบวิถีปฏิบัติของภาพแฟชั่นในอนาคต ซึ่งอาจเกิดการปรับเปลี่ยนชุดความรู้ เมื่อเวลาผ่านไปและบริบททางสังคมเปลี่ยนแปลงไปด้วย

นิยามศัพท์

วาทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำ หมายถึง กระบวนการสร้างความหมายด้วยภาษาถ้อยคำ กลุ่มคำหรือประโยค ซึ่งมีอำนาจในการกำหนดวิธีหรือกระบวนการในการผลิตด้วยการนิยามความหมายของชุดความรู้เกี่ยวกับภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำ โดยใช้มุมมองและอำนาจของผู้ที่มีอำนาจในการกำหนดความจริงที่ปรากฏขึ้น ในภาพที่ตีพิมพ์ลงในนิตยสารแฟชั่นภายใต้บริบททางสังคม

ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรี หมายถึง ภาพถ่ายที่เน้นการนำเสนอภาพนางแบบที่สวยงามใส่ชุดว่ายน้ำ รูปแบบต่าง ๆ ตามสมัยนิยม ซึ่งตีพิมพ์ในนิตยสารไทย ทั้งนี้อาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการโฆษณาชวนเชื่อ การนำเสนอความเป็นแฟชั่นของเสื้อผ้าด้วยรูปร่างและบุคลิกภาพของนางแบบหรือเพื่อดึงดูด สร้างกระแสความสนใจ จากลักษณะของภาพที่เน้นการเปิดเผยผิวพรรณ สัดส่วน รูปร่าง และอวัยวะที่ควรสงวนของนางแบบ

ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 หมายถึง ยุคของการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชมาเป็นระบอบประชาธิปไตยที่มีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข จนถึงก่อนปี พ.ศ. 2516

ยุค พ.ศ. 2516 – พ.ศ. 2541 หมายถึง ช่วงเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2516 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่ถือกำเนิดนิตยสาร “ลลนา” นิตยสารแฟชั่นเต็มรูปแบบ เล่มแรกของไทย จนถึง พ.ศ. 2541

ยุคหลัง พ.ศ. 2541 หมายถึง ช่วงเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2541 ซึ่งเกิดกระแสความสนใจต่อภาพถ่ายแฟชั่นชุดว่ายน้ำ ของคุณลูกเกด เมทินี กิ่งโพยม เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน

นางแบบ หมายถึง นางแบบซึ่งถ่ายภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำ ซึ่งผู้วิจัยใช้เกณฑ์การวิเคราะห์ภาพ โดยให้ความสนใจ ในองค์ประกอบภาพต่าง ๆ ได้แก่ ลักษณะรูปร่าง หน้าตา ทรงผม สีผิว การโพสท่า และจุดในการจัดมออง

การนำเสนอและจารีตของภาพ หมายถึง วิธีการนำเสนอภาพและวิถีปฏิบัติที่ใช้ในการถ่ายภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่ช่างภาพต้องการนำเสนอให้ผู้ชมรับรู้

สมมติฐานการวิจัย

วาทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีในนิตยสารไทย 3 ยุค คือ ในยุคที่ 1 ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 ยุคที่ 2 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 และยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทด้านต่าง ๆ ทางสังคม

ขอบเขตในการศึกษาวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

เป็นการศึกษากระบวนการประกอบสร้างวาทกรรมและการคงอยู่หรือเปลี่ยนแปลงไปของวาทกรรมภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีที่ตีพิมพ์ลงในปกและเนื้อหาภายในนิตยสารในยุคอนก่อนและหลังกำเนิดนิตยสารแฟชั่นในประเทศไทย ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ยุค ได้แก่ ในยุคที่ 1 ยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 ยุคที่ 2 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 และยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน ภายใต้บริบทด้านต่าง ๆ ทางสังคม โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methods) ด้วยวิธีการวิเคราะห์ด้วยบท (Textual Analysis) ในกรอบของบริบททางการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ของไทย

2. ขอบเขตประชากรและการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรี ที่ตีพิมพ์บนปกและเนื้อหาภายในนิตยสารแฟชั่นไทยในยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 ถึงช่วงก่อนปี พ.ศ. 2516 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 และหลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน

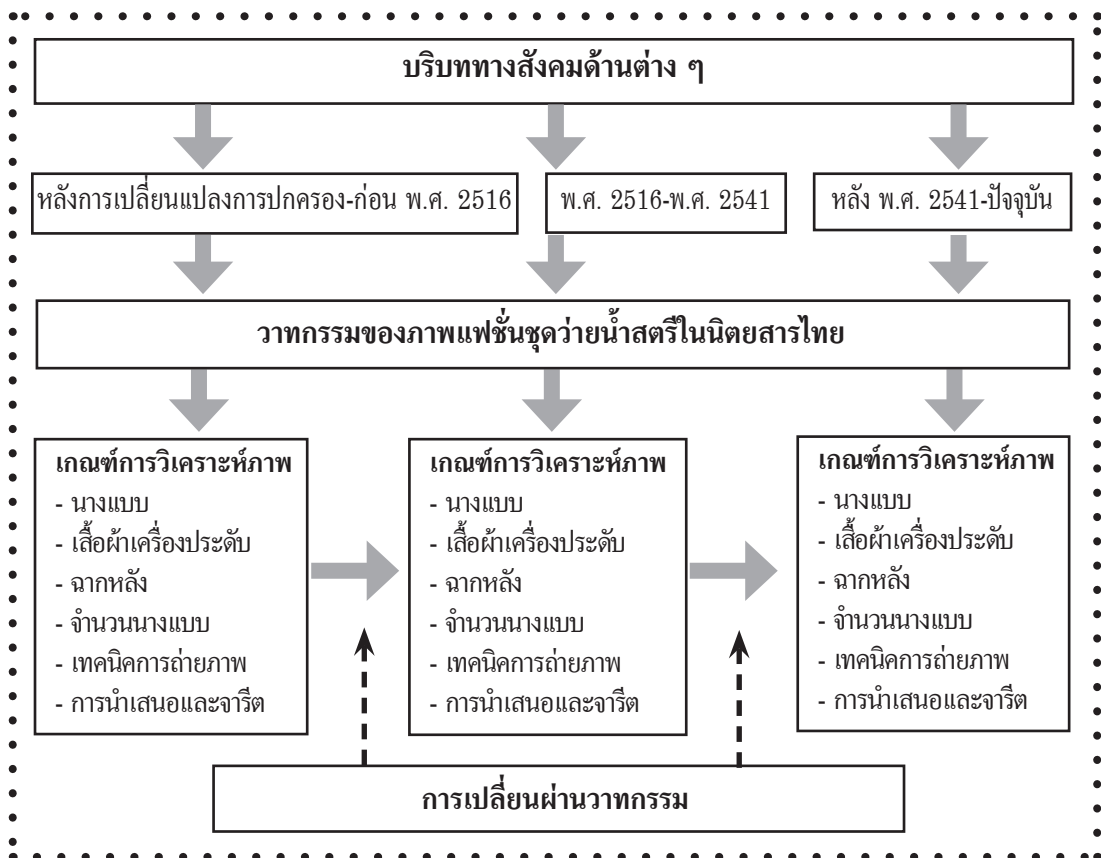
กลุ่มตัวอย่าง คือ ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรี ที่ได้จากการสืบค้นและคัดเลือกโดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งในแต่ละยุคจะมีจำนวนแหล่งที่มา และ

ลักษณะของภาพที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการคัดเลือกตัวอย่างจากภาพแฟชั่นที่สังเกตเห็นความเด่นชัดในรูปแบบและวิธีการนำเสนอของภาพภายใต้บริบททางสังคมที่เปลี่ยนแปลงของทั้ง 3 ยุค จำนวนยุคละ 30 ภาพ

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) ตามเกณฑ์จากเครื่องมือวิจัยที่ออกแบบและพัฒนาจากแนวคิดหลักเกณฑ์การ “อ่านภาพ” (Reading Images) ของ O, Shaughessy and Stadler (2002, p. 86 อ้างถึงในวิโรจน์ สุทธิสีมา, 2551) เป็นแนวคิดหลัก โดยวิเคราะห์ตามองค์ประกอบหลักของภาพ ได้แก่ ตัวนางแบบ เสื้อผ้าเครื่องประดับ ฉากหลัง จำนวนนางแบบ เทคนิคการถ่ายภาพ การนำเสนอและจารีตของภาพ ทำการตีความ วิเคราะห์ว่าทกรรมของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งก็คือ ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีที่ตีพิมพ์บนปกและเนื้อหาด้านในของนิตยสารแฟชั่นไทย ซึ่งมีหน่วยวิเคราะห์ (Unit of Analysis) เป็นภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำ ที่ได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากทั้ง 3 ยุค ๆ ละ 30 ภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) ตามแนวคิดปรากฏการณ์นิยม (Phenomenological Approach) เพื่อวิเคราะห์อภิปรัชญาและเปรียบเทียบวาทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีในนิตยสารไทยในยุคก่อนและหลังกำเนิดนิตยสารแฟชั่นในประเทศไทย

โดยขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. รวบรวม แบ่งยุคและจัดระบบของภาพถ่ายแฟชั่นว่ายน้ำสตรีที่พบตีพิมพ์ในนิตยสาร
2. วิเคราะห์ภาพรายประเด็น ได้แก่ นางแบบ เสื้อผ้าเครื่องประดับ ฉากหลัง จำนวนนางแบบ เทคนิคการถ่ายภาพ การนำเสนอและจารีตของภาพ เพื่อค้นหาวาทกรรมในภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีผ่านตารางวิเคราะห์ภาพ
3. วิเคราะห์ อภิปรัชญาถึงที่มาของวาทกรรมที่พบภายใต้บริบททางสังคมที่เกี่ยวข้องในทั้ง 3 ยุค
4. รวบรวม จัดระบบสังเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบวาทกรรมที่พบในภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีทั้ง 3 ยุค
5. สรุปผลและอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยและแนวคิดเรื่อง วาทกรรม

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์วาทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีภายใต้บริบทต่าง ๆ ทางสังคมในยุคที่ 1 หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง - ก่อน พ.ศ. 2516 ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีอำนาจในการกำหนดกรอบแห่งวาทกรรมของภาพถ่ายแฟชั่นสตรีในยุคที่ 1 ช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองก่อน พ.ศ. 2516 คือ รัฐ เอื้อให้เกิดวาทกรรมที่มีอำนาจในการควบคุมรูปแบบและระบบวิธีคิดต่อภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร ดังนี้ อำนาจรัฐสร้างชาตินิยมเพื่อความเป็นสากล เรื่องของราชการและรัฐนิยม สตรีเป็นศรีแก่รัฐธรรมนูญ ช่วยชาติ ทำเพื่อชาติ นางกวั๊ก ปลุกจิตสำนึกรักชาติ วัตถุประสงค์ของชาติ ยกย่อง เชิดชูเคียงคู่รัฐธรรมนูญ

จากบริบทด้านต่าง ๆ ของสังคมในยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจนถึงก่อนปี พ.ศ. 2516 ซึ่งเป็นยุคก่อนของการกำเนิดนิตยสารแฟชั่นขึ้นในสังคมไทย รัฐบาลถือเป็นผู้มีอำนาจหลักในการควบคุมระบบวิธีคิดของผู้ผลิตและผู้ชมต่อภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่ตีพิมพ์ในนิตยสาร ซึ่งเกือบทั้งหมดเป็นภาพของสาวงามที่เข้าร่วมประกวดบนเวทีนางสาวสยาม นางสาวและเวทีระดับท้องถิ่นอื่น ๆ ทั้งนี้เป็นไปตามแนวคิดของผู้ในระดับนายกรัฐมนตรีที่ต้องการเปลี่ยนแปลงแผนวิธีคิดของคนไทยให้เป็นไปตามระเบียบแห่งโลกใหม่ อันมีประเทศในทวีปยุโรปเป็นแกนกลางแห่งอำนาจ เป็นการให้ “อำนาจรัฐสร้างชาตินิยมเพื่อความเป็นสากล” โดยที่รัฐได้สร้างพิธีกรรมการประกวดนางงามขึ้นมา สิ่งสำคัญคือการประชาสัมพันธ์รัฐธรรมนูญผ่านกิจกรรมการประกวดนางสาวสยาม เมื่อปี พ.ศ. 2477 เป็นต้นมา

รัฐได้ใช้อำนาจในการกำหนดกรอบวิธีคิดต่อสาวงามที่อยู่ในชุดว่ายน้ำในแบบที่รัฐกำหนดขึ้น ทั้งที่เป็นภาพของการเดินอยู่บนเวทีการประกวดและภาพถ่ายสาวงามที่ตีพิมพ์ในหน้านิตยสาร ในแบบของการเชิดชูและลดทอนความเป็นเพศลง (Desexualized) โดยใช้อำนาจในการกดทับไม่ให้ผู้ชมมองว่าเป็นสิ่งดึงดูดทางเพศแต่อย่างใด ภาพของนางงามในชุดว่ายน้ำเหล่านี้ถูกถ่ายทอดด้วยความรู้ด้านการถ่ายภาพในแบบการรายงานข่าว (Journalist) ของสื่อมวลชน ในขณะที่ยุคนี้ยังไม่มีความรู้ด้านการถ่ายภาพแนวศิลปะหรือการจัดองค์ประกอบภาพ (Composition) เข้ามามากับวิธีการนำเสนอภาพของนางงามในชุดว่ายน้ำแต่อย่างใด

ในขณะที่เมื่อเข้าสู่ยุคที่ 2 พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 ผลการวิเคราะห์ว่าทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรี ในยุคนี้พบว่าอำนาจการควบคุมพิธีกรรมต่าง ๆ โดยเฉพาะกิจกรรมการประกวดนางงามซึ่งเป็นพื้นที่ซึ่งพบผู้หญิงสวมใส่ชุดว่ายน้ำลดลง อำนาจการกดทับโดยวาทกรรมของรัฐเบาบางลง กิจกรรมการประกวดนางงามถ่ายทอดไปสู่อำนาจการควบคุมและกดทับโดยธุรกิจบันเทิง ธุรกิจโฆษณา ดังเห็นได้จากการตีพิมพ์โฆษณาผู้สนับสนุนการประกวดอย่างชัดเจนบนเวทีการประกวดนางงามในทุกเวที ในขณะที่ภาครัฐเป็นเพียงผู้สนับสนุนในเชิงพื้นที่หรือท้องถิ่นเท่านั้น

ในยุคนี้ธุรกิจบันเทิงและธุรกิจโฆษณาใช้อำนาจทำให้ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำกลายเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถหาซื้อมาชมเพื่อความบันเทิงได้ สิ่งดึงดูดการบริโภคคือการดึงดูดทางเพศที่เรียกว่าเซ็กซี่ (Sexy) และเมื่อนางแบบที่ถ่ายภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำกลายเป็นดารานักแสดงชื่อดังในภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ก็จะเรียกนางแบบเหล่านั้นว่า เซ็กซี่สตาร์ (Sexy Star) สิ่งปรากฏในเชิงความหมายของวาทกรรมคือ ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำของดารานักแสดงชื่อดังเหล่านั้น มองไม่เห็นชุดว่ายน้ำที่ควรจะทำหน้าที่ของชุดเพื่อการว่ายน้ำแต่กลับถูกอำนาจของธุรกิจภาพยนตร์กดทับไว้ ทำให้เห็นเพียงความโป๊ ความเซ็กซี่ของนางแบบเท่านั้น ซึ่งคำว่า เซ็กซี่ (Sexy) และเซ็กซี่สตาร์ (Sexy Star) เป็นวาทกรรมที่มาจากวิถีปฏิบัติของธุรกิจบันเทิงซึ่งเกิดขึ้นในช่วงแรกของยุคที่ 2 ที่มักใช้พูดถึงภาพนางแบบในชุดว่ายน้ำที่มักพบเห็นตีพิมพ์ในหน้านิตยสารในความหมายของการที่ภาพดูมีลักษณะดึงดูดทางเพศ ซึ่งอาจเกิดจากชุดว่ายน้ำที่สวมใส่ที่อาจมีลักษณะ สั้น รัดรูป เน้นสัดส่วนของนางแบบรวมไปถึง การโพสท่าที่ค่อนข้างเป็นแบบอีโรติก (Erotic) ของนางแบบ ในขณะที่เซ็กซี่สตาร์เกิดขึ้นครั้งแรก จากภาพของคุณฟ้ารุ่ง ชาริรัตน์ อดีตรองนางสาวไทยปี พ.ศ. 2535 ที่หลังจากอำลาตำแหน่งก็ได้รับการติดต่อให้ถ่ายแบบชุดว่ายน้ำตีพิมพ์ลงในนิตยสารจนเธอได้รับสมญานามว่า “เซ็กซี่สตาร์” ของวงการนางแบบ จะเห็นว่าภาพถ่ายแฟชั่นชุดว่ายน้ำในยุคนี้เริ่มที่จะนำเสนอและขายความเซ็กซี่ ไม่ว่าจะอยู่ในนิตยสารแฟชั่นโดยตรงหรือนิตยสารบันเทิงที่สื่อความหมายของภาพในแบบแฟชั่น ซึ่งผู้ชมจะสนใจว่า นางแบบเป็นใคร สวมใส่ชุดว่ายน้ำแบบไหน โพสท่าทางอย่างไรและเซ็กซี่มากน้อยแค่ไหน ซึ่งลักษณะภาพแบบนี้มาจากแนวคิดแฟชั่นจากต่างประเทศที่เข้ามาพร้อมกับชุดความรู้ด้านการถ่ายภาพจากช่างภาพที่จบการศึกษาจากต่างประเทศ ซึ่งพัฒนากระบวนการผลิตภาพแฟชั่นจากแบบสื่อสารมวลชน (Journalist) ในยุคที่ 1 มาเป็นการผลิตและนำเสนอภาพในแบบภาพแฟชั่น (Fashion Photo) แบบชัดเจนแสดงให้เห็น

จากการถือกำเนิดนิตยสารแฟชั่นเล่มแรก คือ นิตยสารลลนา โดยสุวรรณี สุคนธ์เที่ยง ในปี พ.ศ. 2516 หลังจากนั้นจะพบการนำเสนอภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำในนิตยสารด้วยแนวคิดที่ว่า “แฟชั่นก็เซ็กซี่ได้” ซึ่งมักถูกนำเสนอผ่านความรู้ด้านการจัดองค์ประกอบภาพในเชิงศิลปะ (Composition) ผ่านฉากหลังที่หลากหลาย ทั้งนี้อยู่บนแนวคิดการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) และพื้นฐานของความเหมาะสมลงตัว ดาวโป๊ ดาวยั่วและยั่ววนเป็นวาทกรรมที่มักพูดถึงภาพนางแบบที่เป็นนักแสดงในชุดว่ายน้ำ และจะเห็นได้ว่า ในยุคที่ 2 นี้มีการช่วงชิงอำนาจและเปลี่ยนแปลงทางการเมืองค่อนข้างบ่อยครั้งกับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ที่ส่งเสริมการแข่งขันทางการตลาด ธุรกิจการโฆษณาและธุรกิจบันเทิงมีอำนาจในการกำหนดกรอบวิธีคิดทางการนำเสนอภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่ตีพิมพ์ลงนิตยสารในระหว่างปี พ.ศ. 2516 - 2541 ในรูปแบบที่เน้นความเป็นเพศ (Sexualized) ของสตรีวัยสาวซึ่งเป็นวัยเจริญพันธุ์เหมาะสมที่จะสวมใส่ชุดว่ายน้ำเพื่อโชว์ร่างกาย การสร้างความสนใจแรงดึงดูดทางเพศนำเสนอขายความเซ็กซี่ผ่านแนวคิดการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) บนพื้นฐานของความเหมาะสมและลงตัว เพื่อผลประโยชน์ในธุรกิจบันเทิง

ในยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน ผลการวิเคราะห์วาทกรรมของภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรี พบว่า วาทกรรมของภาพถ่ายแฟชั่นที่คอยกำกับวิธีคิดของภาพแฟชั่นในยุคหลังนิตยสารในประเทศไทย มีความหลากหลาย แต่ไม่ซับซ้อน ถูกกำกับโดยอำนาจของธุรกิจโฆษณาที่มุ่งผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นสำคัญ เชื่อมโยงกับธุรกิจแฟชั่นที่คอยกำกับให้ภาพชุดว่ายน้ำต้องมี “ความเป็นแฟชั่น” ซึ่งอาศัยชุดความรู้ด้านศิลปะการถ่ายภาพจากต่างประเทศ เลียนแบบรูปแบบแฟชั่นจากประเทศด้วย คือ เป็นอะไรก็ได้ซึ่งมีความย้อนแย้งกับวิธีการนำเสนอภาพชุดว่ายน้ำในยุคที่ 2 ซึ่งมักจะใช้ความเหมาะสมลงตัวเป็นหลักในการคิด แต่ยุคที่ 3 นี้ เน้นความสวย แปลก แตกต่าง ล้ำสมัย ในแบบแฟชั่นของความ เป็นหลังสมัยใหม่ (Post Modern) ซึ่งเป็นแนวคิดระดับปัจเจกบุคคลตามวัฒนธรรมบริโภคนิยมร่วมสมัยที่ถูกติดมากับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมในยุคที่ 3 ซึ่งเกิดจากความอึดตัวของความทันสมัย (Modern) ในยุคที่ 2 ซึ่งภาพแฟชั่นเน้นความเหมาะสมลงตัว ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอำนาจของแนวคิดแฟชั่นที่ต้องการความสวย แปลก ล้ำสมัย โดยสไตลิสต์และช่างภาพจะเป็นผู้กำหนดความลงตัวในภาพ โดยใช้หลักคิดแบบ “ไม่เหมาะสม คือ เหมาะสม” ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่เกิดขึ้นในยุคนี้จึงมีลักษณะครอบคลุมความคิดในแบบ “ใครก็ได้ ที่ไหนก็ได้ เมื่อไรก็ได้” หรือ Whoever, Wherever, Whenever ผู้ชมจะไม่ถามหาเหตุผลหรือความเป็นมาแต่จะเพ่งมองที่นางแบบและความเซ็กซี่ (Sexy) เป็นหลัก “อะไรก็ได้ในภาพรวม (Total Look) ที่ดูสวยงาม” ในแบบที่ย้อนแย้งกับแนวคิดด้านการถ่ายภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำในยุคที่ 2 ที่เน้นความเหมาะสมลงตัว ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของวิธีผลิตภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำผ่านนิตยสารในยุคที่ 3 นี้ คือ “การขายความเซ็กซี่ (Sexy Sale)” เน้นการ “ยั่ววนดึงดูดทางเพศ” ต่อผู้ชมเน้นความเป็นเพศ (Sexualized) ของสตรีวัยสาวซึ่งเป็นวัยเจริญพันธุ์เหมาะสมที่จะสวมใส่ชุดว่ายน้ำเพื่อโชว์ร่างกาย การสร้างความสนใจแรงดึงดูดทางเพศ นำเสนอขายความเซ็กซี่ผ่านแนวคิดการออกแบบแฟชั่น (Fashion Design) มีวาทกรรมในยุคใหม่ ซึ่งเป็นยุคของผู้หญิงที่ดูแลสุขภาพ

ตัวเองโดยการออกกำลังกายและเล่นกีฬา เรียกว่า “Sport Girl” และผู้หญิงที่มีสุขภาพดีและผิวพรรณดี “Healty Girl” ซึ่งจะนำเสนอภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำที่ถูกควบคุมโดยอำนาจของธุรกิจโฆษณา และอำนาจของธุรกิจแฟชั่นผ่านสื่อนิตยสารที่ต่างก็มุ่งหวังและพึงพิงผลประโยชน์ร่วมกัน

อภิปรายผล

ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ผู้มีอำนาจในการควบคุม วัตถุประสงค์ วิธีการปฏิบัติทางวาทกรรม วิธีการนำเสนอภาพของชุดว่ายน้ำผ่านนางแบบ วิธีการแต่งกาย เทคนิคการถ่ายภาพ การนำเสนอและจาริตของภาพ และการเปลี่ยนผ่านของวาทกรรมในแต่ละยุค ซึ่งจะทำให้เห็นถึงผู้มีอำนาจในการควบคุม เป้าหมายและวิธีการที่แตกต่างกันไปตามยุคสมัย ดังตารางต่อไปนี้

ยุคที่ 1 ช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองจนถึงก่อน พ.ศ. 2516	ยุคที่ 2 ช่วง พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541	ยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 ถึง ปัจจุบัน
รัฐควบคุมวิถีปฏิบัติต่อสตรีเพศบนพื้นที่เวทีประกวดนางงาม ด้วยการจัดการประกวดนางสาวสยามครั้งแรกในปี พ.ศ. 2477	กลุ่มของธุรกิจบันเทิง ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจแฟชั่นและธุรกิจนิตยสารเป็นกลุ่มของผู้ที่มีอำนาจหลักในการกำกับควบคุมระบบวิถีคิดในการผลิตภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำ	ช่วงเวลาของการก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ที่ทำให้การสื่อสารระหว่างคนที่อยู่คนละซีกโลกเป็นไปอย่างง่ายดาย รวดเร็วในทุกสถานที่และเวลา ธุรกิจแฟชั่นได้รับความสนใจและถูกติดตามผ่านสื่อนิตยสารเป็นอย่างมาก
กระทรวงมหาดไทยและหน่วยงานราชการระดับจังหวัด เป็นหน่วยงานเจ้าภาพดำเนินการประกวดนางงาม ด้วยเป็นเหตุผลทางการเมืองเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์รัฐธรรมนูญชักชวนให้ชาวไทยร่วมกันสร้างชาติ	ธุรกิจภาพยนตร์ทำให้อำนาจในการกำหนดวิถีคิดเกี่ยวกับภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำยังคงเปลี่ยนแปลงความหมายของชุดว่ายน้ำเหมือนกับในยุคที่ 1 คือไม่ใช้การสวมใส่เพื่อการว่ายน้ำในแบบที่นักกีฬาว่ายน้ำใช้กัน	ความตื่นเต้นกับกระแสการต้อนรับสหัสวรรษใหม่ในปี ค.ศ. 2000 ซึ่งถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจถึงจุดของการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ทางสังคมอย่างฉับพลัน ทุกสิ่งทุกอย่างถูกมองว่าจะเกี่ยวข้องและได้รับผลกระทบทั้งสิ้นแม้แต่แผนนิตยสารก็ได้รับอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่นี้ด้วย

ยุคที่ 1 ช่วงหลัง การเปลี่ยนแปลงการปกครอง จนถึงก่อน พ.ศ. 2516	ยุคที่ 2 ช่วง พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541	ยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 ถึง ปัจจุบัน
รัฐลดทอนความเป็นเพศของ ภาพสตรีในชุดว่ายน้ำล่าง (Desexualized) และเชิดชู ไว้สูงเคียงคู่รัฐธรรมนูญ	สตรีผู้ที่สวมใส่ชุดว่ายน้ำเริ่ม มีการใช้พื้นที่ภาพแฟชั่นนี้ใน การแสดงอำนาจในการต่อรองฯ ต่ออำนาจในการจ้องมอง (Male Gaze) ของผู้ชมด้วย การนำเสนอร่างกาย (Expose) ได้ในระดับหนึ่งด้วย	กระแสฮือฮาของภาพแฟชั่น ชุดว่ายน้ำของ ลูกเกด เมทินี กัจจิมย์ ในชุดว่ายน้ำแบบทูพีซ ตัวจิ๋วสีเงินมันวาวดูเป็นโลหะ สไตล์มิลเลนเนียมในธีม “Get Ready For 2000” ที่ตีพิมพ์ ในนิตยสาร Image ฉบับเดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2541 หรือตรง กับปี ค.ศ. 1998 ที่คู่ค่อนข่งล้ำยุค
รัฐควบคุมความหมายของ ภาพนางงามในชุดว่ายน้ำให้ อยู่ในแบบจารีต ผู้ชมจะไม่รับ รู้ถึงการยั่วยวนทางเพศ จึงยัง ไม่พบว่ามีการแสดงอำนาจใน การต่อรอง ต่ออำนาจในการ จ้องมอง (Male Gaze) จาก ผู้ชม	ถูกอำนาจของธุรกิจภาพยนตร์ กดทับไว้ ทำให้เห็นเพียงความ โป๊ ความเซ็กซี่ของนางแบบ เท่านั้น ซึ่งคำว่า เซ็กซี่ (Sexy) และเซ็กซี่สตาร์ (Sexy Star) ซึ่งคือดารานักแสดงชื่อดังใน ภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์ เป็นวาทกรรมที่มาจากวิถี ปฏิบัติของธุรกิจบันเทิง	ในยุคที่ 3 นี้กระบวนการผลิต ภาพถ่ายชุดว่ายน้ำถูกควบคุม โดยธุรกิจแฟชั่น การแต่งกาย ของนางแบบจะเป็นลักษณะ ของความเป็นหลังสมัยใหม่ (Post Modern) มากขึ้น ทั้งนี้ขึ้น อยู่กับอำนาจของแนวคิดแฟชั่น ที่ต้องการความสวย แปลก ล้ำสมัย โดยสไตล์ลิสต์และช่างภาพจะเป็น ผู้กำหนดความลงตัวในภาพ
วาทกรรมที่พบ คือ “สตรีเป็น ศรีแก่รัฐธรรมนูญ” “ช่วยชาติ ทำเพื่อชาติ” “วัตถุของชาติ” “ดอกไม้ของชาติ” “นาง แก้ว” “ปลุกจิตสำนึกรักชาติ” “ยกย่อง เชิดชูไว้เคียงคู่ รัฐธรรมนูญ”	ภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำของดารา นักแสดงชื่อดังเหล่านั้น มอง ไม่เห็นชุดว่ายน้ำที่ควรจะทำ หน้าที่ของชุดเพื่อการว่ายน้ำ แต่กลับถูกอำนาจของธุรกิจ ภาพยนตร์กดทับไว้ ทำให้เห็น เพียงความโป๊ วาทกรรมที่พบ	ใช้หลักคิดแบบ “อะไรก็ได้” และ “ความไม่เหมาะสม คือ ความเหมาะสม” “การขาย ความเซ็กซี่ (Sexy Sale)” และ “ยั่วยวนดึงดูดทางเพศ” ภาพ ชุดว่ายน้ำสตรีสามารถปรากฏ อยู่ที่ไหนก็ได้ ด้วยวาทกรรม

ยุคที่ 1 ช่วงหลัง การเปลี่ยนแปลงการปกครอง จนถึงก่อน พ.ศ. 2516	ยุคที่ 2 ช่วง พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541	ยุคที่ 3 หลัง พ.ศ. 2541 ถึง ปัจจุบัน
	<p>ความเซ็กซี่ของนางแบบซึ่งปรากฏขึ้นภายใต้คำว่า เซ็กซี่ (Sexy) และเซ็กซี่สตาร์ (Sexy Star) ที่แสดงให้เห็นว่า “แฟชั่นก็เซ็กซี่ได้” ทั้งนี้ภาพที่พบจากนิตยสารจะเป็นกลุ่มของดารา นักแสดง นางแบบ ถ่ายภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำในลักษณะ ยั่วยวน โฉบฉวย โฉบซาอ่อน ในแบบของแฟชั่นเซ็กซี่ เพื่อผลประโยชน์ทางการตลาดของธุรกิจนิตยสารแฟชั่น</p>	<p>“ใครก็ได้ ที่ไหนก็ได้ เมื่อไรก็ได้” หรือ Whoever, Wherever, Whenever</p>

จากตารางเปรียบเทียบจะพบว่า วาทกรรมของภาพถ่ายแฟชั่นในยุคที่ 1 ช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง จนถึงก่อน พ.ศ. 2516 เกิดขึ้นในยุคที่ประเทศไทยต้องการสร้างชาติตามแบบของการชื่นชมต่อระเบียบแห่งโลกใหม่อันมีประเทศในทวีปยุโรปเป็นแกนกลาง รัฐมีวิถีนโยบายปฏิบัติต่อภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำสตรีในแบบของการเชิดชู บนพื้นที่เวทีประกวดนางงาม ด้วยการจัดการประกวดนางสาวสยามครั้งแรกในปี พ.ศ. 2477 การกำกับความหมายให้อยู่ในแบบจารีต ลดทอนความเป็นเพศลง (Desexualized) ทำให้ไม่สามารถมองเห็นภาพหรือความหมายของชุดว่ายน้ำในการทำหน้าที่เป็นเสื้อผ้าที่สวมใส่เพื่อการว่ายน้ำเลย ซึ่งสตรีในชุดว่ายน้ำจากภาพในยุคที่ 1 นี้ถูกอำนาจรัฐกดทับผู้ชมจะไม่รับรู้ถึงการยั่วยวนทางเพศ ในขณะที่ ในยุคที่ 2 ช่วง พ.ศ. 2516 ถึง พ.ศ. 2541 และยุคที่ 3 ช่วงหลัง พ.ศ. 2541 ถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นช่วงเวลาของการก้าวเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์กลุ่มที่มีอำนาจที่คอยควบคุม กำกับและสร้างการกีดกันระบบวิธีคิดทางวาทกรรมในการผลิตภาพแฟชั่นชุดว่ายน้ำ ถูกเปลี่ยนมือมาเป็นกลุ่มของธุรกิจบันเทิง ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจแฟชั่นและธุรกิจนิตยสาร พบว่า ในยุคที่ 1 การต่อสู้ของสตรีต่อการจ้องมองของผู้ชมยังไม่ปรากฏเพราะว่า รัฐควบคุมความหมายของนางงามในชุดว่ายน้ำให้อยู่ในแบบจารีต ผู้ชมจะไม่รับรู้ถึงการยั่วยวนทางเพศ สตรีในชุดว่ายน้ำบนเวทีการประกวดนางงามเป็นสิ่งที่สูงทรงคุณค่า แต่เมื่อเข้าสู่ยุคที่ 2 เป็นต้นมาพบว่าสตรีผู้สวมใส่ชุดว่ายน้ำเริ่มมีการใช้พื้นที่ภาพแฟชั่นนี้ในการแสดงอำนาจในการต่อรอง ต่ออำนาจในการจ้องมอง (Male Gaze)

ของผู้ชมด้วยการนำเสนอร่างกาย (Expose) ได้ในระดับหนึ่งด้วยและชัดเจนมากขึ้นในยุคที่ 3 ที่นางแบบในชุดว่ายน้ำมีอำนาจในการต่อรองด้วยการนำเสนอร่างกายได้เต็มที่เท่าที่ต้องการ ทำให้การจ้องมองของผู้ชมถูกต่อสู้ด้วยการนำเสนอของนางแบบ และสุดท้ายพบว่าในยุคที่ 1 วาทกรรมที่พบ คือ “สตรีเป็นศรีแก่รัฐธรรมนูญ” “ช่วยชาติ ทำเพื่อชาติ” “วัตถุของชาติ” “ดอกไม้ของชาติ” “นางแก้ว” “ปลุกจิตสำนึกรักชาติ” “ยกย่อง เชิดชูไว้เคียงคู่รัฐธรรมนูญ” ซึ่งเป็นวาทกรรมที่ถูกผลิตขึ้นโดยรัฐในแบบจารีต ในขณะที่ในยุคที่ 2 อำนาจในการผลิตวาทกรรมตกอยู่กับกลุ่มธุรกิจภาพยนตร์กดทับไว้ ทำให้ไม่เห็นการทำงานของตามความหมายของชุดว่ายน้ำแต่เห็นเพียงความโป๊ ความเซ็กซี่ของนางแบบเท่านั้น ซึ่งเป็นการเปลี่ยนผ่านทางวาทกรรมค่อนข้างชัดเจน โดยแสดงออกผ่านวิธีคิดด้วยคำว่า เซ็กซี่ (Sexy) และเซ็กซี่สตาร์ (Sexy Star) ซึ่งคือดารานักแสดงชื่อดังในภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์เป็นวาทกรรมที่มาจากวิถีปฏิบัติของธุรกิจบันเทิง ที่แสดงให้เห็นว่า “แฟชั่นก็เซ็กซี่ได้” โดยอยู่บนความเหมาะสมลงตัว และในยุคที่ 3 กระบวนการผลิตภาพถ่ายชุดว่ายน้ำถูกควบคุมโดยวาทกรรมจากกลุ่มธุรกิจแฟชั่นเกิดการเปลี่ยนผ่านทางวาทกรรมเป็นแบบ “อะไรก็ได้” และ “ความไม่เหมาะสม คือความเหมาะสม” “การขายความเซ็กซี่ (Sexy Sale)” และ “ยั่ววนดึงดูทางเพศ” ภาพชุดว่ายน้ำสตรีสามารถปรากฏอยู่ที่ไหนก็ได้ ด้วยวาทกรรม “ใครก็ได้ ที่ไหนก็ได้ เมื่อไรก็ได้” หรือ Whoever, Wherever, Whenever ซึ่งการเปลี่ยนแปลงวาทกรรมของภาพถ่ายแฟชั่นจากที่พบในยุคที่ 2 และยุคที่ 3 นี้เป็นผลจากการเปลี่ยนมือผู้ควบคุมอำนาจในการกดทับและผลิตวาทกรรมจากรัฐมาสู่กลุ่มของธุรกิจบันเทิง ธุรกิจโฆษณา ธุรกิจแฟชั่นและธุรกิจนิตยสาร ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นปัจจัยหลัก

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำกระบวนการวิจัยที่ใช้ครั้งนี้ไปใช้ เพื่อการจัดการแผนในการพัฒนารูปแบบของกระบวนการผลิต ในวงการแฟชั่นชุดว่ายน้ำ ซึ่งปัจจุบันอยู่ในบริบททางสังคมแบบสื่อออนไลน์ ซึ่งแม้ว่าช่องทางในการนำเสนอจะเปลี่ยนแปลงไปแต่ความสนใจของผู้ชมก็ยังคงสนใจว่า ใคร สวมใส่ชุดแบบไหน เปิดเผยร่างกายอย่างไร ดูลงตัวหรือไม่ และยังคงเป็นการขายความเซ็กซี่ (Sexy Sale) และยั่ววนดึงดูทางเพศเป็นหลัก

2. นอกจากนี้ผู้วิจัยยังเห็นว่าควรมีการศึกษาค้นหาวาทกรรมที่มีอำนาจในการกดทับและควบคุมวิถีปฏิบัติในด้านต่าง ๆ ทางสังคมของสื่อแขนงอื่น ๆ ภายใต้อิทธิพลทางสังคมและช่วงเวลาที่แตกต่างกัน เพื่อจะได้ทราบถึงการกำหนด การควบคุมวิธีการคิดและการกำหนดความหมายของสิ่งต่าง ๆ ผ่านสื่ออีกด้วย

รายการอ้างอิง

- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. (2556). *วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์ : แนวคิดและการนำมาศึกษา วาทกรรมในภาษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พิมพ์ที่โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญพักตร์ ศิริไตรรัตน์. (2552). *การวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารในนิตยสารแฟชั่นสตรี* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รวีเทพ มุสิกะปาน. (2554). *ผู้ทรงอิทธิพลแฟชั่นไทยร่วมสมัย*. (ปริญญาโท วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิโรจน์ สุทธิสีมา. (2551). *มายาคติของผู้หญิงในภาพถ่ายของนิตยสารแนวฮิโรติกไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท บัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
-