

Independent Study Title Exploitative Images of Thai Women in the Tabloid
Gossip Star

Author Ms. Rakchanok Chearmuangpan

Degree Master of Arts (English)

Independent Study Advisory Committee

Assoc. Prof. Suphanee Jancamai Chairperson

Asst. Prof. Dr. Wilailak Saraithong Member

Asst. Prof. Phanit Boonyawatthana Member

ABSTRACT

The study Exploitative Images of Thai Women in Tabloid “Gossip Star” aims to examine how Thai women are exploited. The data collection is made from the tabloid *Gossip Star* dating from 2004 to 2006 totaling 144 issues. The total samples of 96 were gathered from various sections in the magazine regardless of the headings or sections.

Through the analysis, it can be categorized in two aspects: the portrayal of Thai women through verbal language and the representation of women through non-verbal language. The mechanisms used to analyse are Media Discourse and Camera Angle theories, and Audiece Analysis.

The study found that media exploits Thai women in both verbal and visual languages in *Gossip Star*. The exploitation of Thai women is obviously seen to concentrate around their breasts- women’s wholeness is dissected and media chooses

to display only their breasts to attract the viewers' attention, sexuality, roles and images as well as materialism. These Thai women are stereotyped as being submissive, subservient and financially dependent on men. They have become seductresses, temptresses as well as shameless beings. The media pries into their privacy and exposes their secrets to the audience.

Gossip Star also has the influence to shape or to frame the readers' perception through the portrayal of the women's image. Not only are the celebrities exploited but also the readers are misled. The persuaders break down their audiences into small units, all love to gossip and to pry into the private life of celebrities. That's why those celebrities are targeted for revealing their life to the public. It is clearly seen that media uses celebrities as a key factor to catch the audience's attention. The audiences consume the distorted messages and images that media constructs. Consequently, the bombarded images cause the society to scrutinize and misjudge them. All in all both parties have become the victims of the media consumption. The sole reason is that media wants to promote the marketing value of their publishing.

ชื่อเรื่องการค้าค้นคว้าแบบอิสระ ภาพลักษณ์ที่แสดงการถูกเอาเปรียบผู้หญิงไทยในนิตยสาร
ก๊อชชিপสตาร์

ผู้เขียน นางสาวรัชนีชนก เชื้อเมืองพาน

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ)

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้าค้นคว้าแบบอิสระ

รศ. สุภาณี	จันทร์คำอ้าย	ประธานกรรมการ
ผศ. ดร. วิไลลักษณ์	สาหร่ายทอง	กรรมการ
ผศ. ผาณิต	บุญยวรรธนะ	กรรมการ

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์ที่ถูกเอาเปรียบผู้หญิงไทยในนิตยสาร “ก๊อชชিপสตาร์” ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยนำมาจากนิตยสาร “ก๊อชชিপสตาร์” ซึ่งออกวางแผงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 - 2548 รวมทั้งสิ้น เป็นจำนวน 144 ฉบับ ตัวอย่างที่นำมาเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จำนวน 96 ฉบับ

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่แสดงการถูกเอาเปรียบสามารถวิเคราะห์ได้เป็น 2 ประเภท คือ ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ถูกแสดงผ่านทางภาษาเขียน และภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ถูกแสดงผ่านทางภาพ ทฤษฎีที่นำมาวิเคราะห์คือ ทฤษฎีดิสคอร์ดส, ทฤษฎีของมัมกอลิ่ง และทฤษฎีการวิเคราะห์ผู้รับสาร

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามทฤษฎีที่กล่าวมาข้างต้น พบว่า สื่อได้เอาเปรียบผู้หญิงที่เป็นที่สนใจของประชาชน ผ่านทางภาษาเขียนและผ่านทางภาษาภาพ โดยสื่อนำเสนอผู้หญิงซึ่งเน้นไปทางหน้าอก ความเป็นตัวตนของผู้หญิงถูกตัดออกไป คงเหลือเพียงการนำเสนอเฉพาะหน้าอกเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน, สื่อยังเน้นการแสดงออกทางเพศ, บทบาทและหน้าที่ รวมไปถึงเป็นผู้ที่เห็นแก่เงินและวัตถุ ผู้หญิงที่ถูกแสดงภาพลักษณ์ผ่านสื่อจะถูกกำหนดให้เป็นผู้หญิงที่ว่าง่าย, อยู่ใต้อาณัติของผู้ชาย และเป็นผู้ต้องพึ่งผู้ชายในการหาเลี้ยงดู นอกจากนี้ ผู้หญิงยังกลายเป็นสิ่งชั่วร้าย

ทางเพศ และเป็นผู้ที่ไม่รู้จักอายุ และสื่อยังพยายามที่จะล้วงความเป็นส่วนตัวของผู้หญิงเหล่านี้ ออกมาตีแผ่

นิตยสาร “ก๊อชชุปสตาร์” ยังมีอิทธิพลในการจัดกรอบความคิดของผู้อ่านผ่านการนำเสนอ ภาพลักษณ์ของผู้หญิง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าไม่เพียงแต่ผู้หญิงเท่านั้นที่ถูกเอาเปรียบแต่ยังมีผู้อ่านที่ทำให้ถูกเข้าใจผิดๆ เกี่ยวกับการนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิง สื่อได้วิเคราะห์ผู้อ่านและได้แบ่งผู้อ่าน นิตยสารฉบับนี้เป็น 2 กลุ่ม คือ ผู้ที่ชอบเรื่องซุบซิบของผู้อื่น และผู้ที่ชอบอยากรู้เรื่องส่วนตัวของ ดารา และสิ่งนี้คือเหตุผลว่า เหล่าดาราทั้งหลายตกเป็นเป้าหมายในการตีแผ่ชีวิตส่วนตัวของพวกเขา ผู้สวาทารณชน ดังนั้น จะเห็นได้ชัดเจนว่าสื่อเลือกความเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นปัจจัยหลักในการที่จะทำให้อ่านสนใจในนิตยสาร และผู้อ่านก็ได้บริโภคข้อมูล และภาพที่บิดเบือนจากความเป็นจริง จากสิ่งที่สื่อนำเสนอ ผลก็คือข้อมูลและภาพของดาราผู้หญิงเหล่านี้ถูกตีแผ่ไปทั่ว ทำให้อ่านใน สังคมตัดสินผู้หญิงเหล่านั้นจากภาพลักษณ์ที่สื่อได้นำเสนอเท่านั้น ทั้งหมดนี้แสดงถึง ทั้งผู้หญิงและ ผู้อ่านต่างเป็นเหยื่อของสื่อเพียงเพื่อต้องการขายนิตยสารให้ได้มากที่สุด

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved