

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ภาพตัวแทนหญิงรักหญิงในสื่อบันเทิงไทย: กรณีศึกษา
ผลงานของผู้ผลิตที่เป็นหญิงรักหญิง

ผู้เขียน

ว่าที่ ร.ต.หญิง วิราภรณ์ ดวงอยู่สาร

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การสื่อสารศึกษา)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง ภาพตัวแทนหญิงรักหญิงในสื่อบันเทิงไทย: กรณีศึกษา ผลงานของผู้ผลิตที่เป็นหญิงรักหญิง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ภาพตัวแทนหญิงรักหญิงในสื่อบันเทิงไทยที่เป็นผลงานของผู้ผลิตที่เป็นหญิงรักหญิง และเพื่อวิเคราะห์การถอดรหัสของผู้รับสารหญิงรักหญิงจากการรับชมสื่อบันเทิงไทย โดยใช้แนวคิดเรื่องหญิงรักหญิง (Lesbian) แนวคิดเรื่องการเล่าเรื่อง (Narrative) แนวคิดสัญวิทยา (Semiology) และแนวคิดเรื่องการเข้ารหัส-ถอดรหัสของผู้รับสาร (Encoding & Decoding)

ในการวิเคราะห์ด้วยบท (Textual Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างสื่อบันเทิงไทย ได้แก่ สื่อภาพยนตร์ สื่อละคร (series) และสื่อมิวสิกวิดีโอ ผ่านองค์ประกอบการเล่าเรื่อง (Narrative) ผลการวิเคราะห์ภาพตัวแทนหญิงรักหญิงในสื่อบันเทิงไทยพบว่า ผู้ผลิตหญิงรักหญิงประกอบสร้างความหมายให้แก่ภาพตัวแทนหญิงรักหญิงใน 6 ประเด็น ดังนี้ (1) ประเด็นการยอมรับทางสังคม หญิงรักหญิงถูกบุคคลใกล้ชิดและผู้อยู่แวดลอมแสดงพฤติกรรมไม่ยอมรับในลักษณะต่างๆ (2) ประเด็นลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างหญิงรักหญิงมีความความเข้าใจและให้อภัยซึ่งกันและกัน (3) ลักษณะนิสัย มีความมั่นคงในรักและดูแลห่วงใยกันและกัน (4) บุคลิกลักษณะภายนอกของทอมและดี้มีความสอดคล้องกับภาพตัวแทนหญิงรักหญิงของคนในสังคม (5) การแสดงออกถึงความรักระหว่างทอมดี้เป็นสิ่งที่ต้องปิดบังและกระทำในพื้นที่ส่วนตัวเท่านั้น และ (6) บทสรุปความรักที่เกิดขึ้นระหว่างทอมดี้จะสมหวังเมื่อมีความเข้าใจ ให้อภัยกันและสังคมยอมรับ

ในการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth interview) กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารหญิงรักหญิงที่รับชมสื่อบันเทิงไทยและมีโลกประสบการณ์จริงแตกต่างกันในสองกลุ่มคือ กลุ่มทอมและกลุ่มดี้ ผลการวิเคราะห์การถอดรหัสของผู้รับสารหญิงรักหญิงจากการรับชมสื่อบันเทิงไทยพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้รับสารหญิงรักหญิงทั้ง 2 กลุ่มได้แก่ทอมและดี้ส่วนใหญ่ถอดรหัสและตีความหมายภาพตัวแทนหญิงรักหญิงด้วยจุดยืนเดียวกับผู้ส่งสารที่เข้ารหัสมา (preferred reading) ใน 5 ประเด็น ได้แก่ (1) ลักษณะความสัมพันธ์ (2) การแสดงออกถึงความรัก (3) บุคลิกลักษณะภายนอก (4) ลักษณะนิสัย และ (5) บทสรุปความรัก และถอดรหัสภาพตัวแทนหญิงรักหญิงแตกต่างออกไปจากจุดยืนเดียวกับผู้ส่งสาร (opposite reading) ในประเด็นในเรื่อง "การยอมรับทางสังคม" ที่กลุ่มตัวอย่างทั้งทอมและดี้ไม่เห็นด้วยและตีความความหมายแตกต่างไปจากผู้ผลิตสื่อบันเทิง เนื่องจากผู้รับสารหญิงรักหญิงมีโลกของประสบการณ์จริงที่แตกต่างไปจากภาพตัวแทนที่สื่อนำเสนอ จึงเป็นตัวแปรสำคัญในการต่อรองหรือปฏิเสธของกลุ่มตัวอย่างหญิงรักหญิงเป็นอย่างยิ่ง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Thesis Title	Representation of Lesbians in Thai Entertainment: Case Study of Works by Lesbian Producers
Author	Acting Sub.Lt. Wirapon Dwongyusarn
Degree	Master of Arts (Communication Studies)
Advisor	Dr. Kwanfa Sriprapandh

ABSTRACT

The objectives of this qualitative research entitled "Representation of Lesbians in Thai Entertainment: Case Study of Works by Lesbian Producers." are to analyze representation of lesbians in Thai entertainment media by lesbian producers and to decode the data the receivers receive by employing the lesbian theory, narratology, semiology, and the concept of encoding and decoding.

The samples in textual analysis including movies, series, and music videos were analyzed using element of narration, and the result shows that the lesbian producers construct of the meaning of the representation. The semiosis includes 6 topics as follows: 1) social acceptance, lesbians often bring rejected by people around them, 2) lesbian relationship, particularly understanding and forgiveness, 3) characteristics, especially having one love and great care of their partner, 4) representation of Butch and Femme having particular personality traits of Thai lesbians, 5) Butch and Femme expressions of love must be concealed or done privately, and 6) lesbian relationship would be good under three conditions: having understanding from each other, having forgiveness, and gaining social acceptance.

In-depth interview was carried out in audience analysis, and the samples include two groups of Butch and Femme media receivers. The result of this analysis shows that majority of the samples adopt preferred reading as method of decoding. This can be categorized into 5 subjects as follows:

1) types of relationship, 2) expressions of love, 3) personality traits, 4) characteristics, and 5) the conclusion of love. The analysis also suggests that in terms of social acceptance, opposite reading is employed as method of decoding. The samples disagree and differently interpret from the producers' intention as the samples have different real-world experience from the representation. It can be said that this is the key to negotiate and opposite reading of the samples.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved