

สตรีนิยมและวัฒนธรรมศึกษา (Feminism and Cultural Studies)

ดร.กาญจนา แก้วเทพ

คณะนิเทศศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(1) จุดร่วมและจุดต่างระหว่างสตรีนิยมและวัฒนธรรมศึกษา

สำหรับผู้ที่สนใจแนวทางการศึกษาของสตรีนิยม (Feminism) คงจะทราบดีว่า ในกลุ่มสตรีนิยมเองก็มีสาขาปลีกย่อยแยกออกไปกับอีกหลายแนวทางเช่น Liberal/Marxist/Radical Postmodernist/Cultural Feminism ซึ่งในข้อเขียนที่จะกล่าวต่อไปนี้จะหยิบเข้าไปใกล้กับแนวทาง Cultural Feminism มากที่สุด

และแม้แต่ในกลุ่ม Cultural Feminism เอง ก็ยังแยกแยะออกเป็นอีกหลายกลุ่มอันเนื่องมาจากค่านิยมอันหลากหลายของคำว่า "วัฒนธรรม" สำหรับแนวทาง "วัฒนธรรมศึกษา" ที่จะกล่าวถึงอย่างละเอียดต่อไปในบทความนี้ จะหมายถึงกลุ่ม "วัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์" (Critical Cultural Study) หรือที่รู้จักกันในนามของ British Cultural Study แห่งสำนักเบอร์มิงแฮม (Birmingham) โดยที่ผู้เขียนจะถือเอาแนวคิดด้านวัฒนธรรมศึกษาเป็นตัวตั้ง และประสานแนวทางของสตรีนิยมเข้าไปร่วมพิจารณา

Sarah Franklin และคณะ (อ้างใน Storey, 1993) ประมวลสรุปจุดร่วมและจุดต่างระหว่างสตรีนิยมและวัฒนธรรมศึกษาเอาไว้โดยเริ่มกล่าวว่า ทั้งสองแนวคิดนั้นได้พัฒนาต่อตัวมาเป็นระยะเวลานานพอสมควรแล้วทั้งในแวดวงวิชาการและในทางปฏิบัติของสังคม โดยมีจุดร่วมกันดังนี้

(1) ทั้งสองศาสตร์ต่างให้ความสนใจกับแนวคิดหลัก ๆ 3 แนวคิดคือ ความรู้ อำนาจ และ "การเมือง" หรืออาจกล่าวได้ว่าทั้งสองแนวทางต่างสนใจ "การเมืองของความรู้" (Politics of Knowledge) โดยมีความเชื่อว่า ความรู้ไม่เคยเป็นกลาง ความรู้ต้องเข้าข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง และความรู้ที่ตนเองเป็นอาวุธในการสร้างอำนาจ

ตีพิมพ์ใน **อยู่ชายขอบ มองลอดความรู้** อานันท์ กาญจนพันธ์ (บรรณาธิการ)

สำนักพิมพ์มติชน 2549

(2) สืบเนื่องจากแนวคิดประการแรก ทั้งสตรีนิยมและวัฒนธรรมศึกษาจึงคัดค้านการแยกตัวระหว่างโลกวิชาการและภาคปฏิบัติของการของสังคม แต่กลับเสนอว่าจะต้องเชื่อมโยงโลกทั้งสองเข้าด้วยกัน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดชัดเจนของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาก็คือ หลังจากที่ทีมงานค้นคว้าวิจัยอย่างเป็นทางการแล้ว ผลการวิจัยนั้นจะต้องถูกนำไปเผยแพร่ต่อสาธารณะหรือไปผลักดันเคลื่อนไหวระดับนโยบายทางวัฒนธรรม สตรีนิยมก็เช่นเดียวกัน

(3) ทั้งสองแนวทางล้วนส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างสาขาวิชาที่เรียกว่า (สหวิทยาการ) (Interdisciplinary) ดังเช่นในมหาวิทยาลัยหลายแห่ง โครงการสตรีศึกษาจะมีลักษณะ "ระหว่างภาควิชา" (inter-department) นักวิชาการสตรีนิมนั้นจะมีภูมิหลังทางวิชาการที่หลากหลาย เช่นเดียวกับประวัติศาสตร์การต่อสู้ของสำนักเบอร์มิงแฮมที่ไม่ยอมเข้าสังกัดภาควิชาใดวิชาหนึ่งในมหาวิทยาลัย เหตุผลเบื้องหลังการถือเอาลักษณะ "สหวิทยาการ" เป็นหลักก็ยี่ดั้นเนื่องจากทั้งสตรีนิยมและวัฒนธรรมศึกษาเชื่อว่า ความเป็นจริงนั้นมีลักษณะหลากหลาย ต้องมองจากหลายแง่มุม การศึกษาจากแง่มุมเดียวของแต่ละศาสตร์มักทำให้ภาพความเป็นจริงขาดแห่งไม่สมบูรณ์ นี่ก็เท่ากับว่า ทั้งสองศาสตร์กำลังท้าทายลักษณะการแบ่งแยกงานกันทำทางวิชาการอย่างสมบูรณ์เบ็ดเสร็จแบบที่มีอยู่

(4) ทั้งสองศาสตร์ต่างท้าทายบทบาททางวิชาการตามแบบที่มีอยู่ เช่น การแยกขาดระหว่างผู้ที่ศึกษากับผู้ถูกศึกษา (Subject/object of study) ในขณะที่นักสตรีนิยมที่เป็นผู้หญิงจะเห็นว่าตนเองก็ไม่ได้แตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างสตรีที่ศึกษามากน้อยเท่าใดนัก หรือการแยกขาดระหว่าง "ประสบการณ์ส่วนตัว" กับ "หลักการทฤษฎี" ซึ่งเห็นได้ชัดเจนอีกเช่นเดียวกันในกรณีของสตรีนิยมที่ได้วิพากษ์ว่า บรรดาทฤษฎีด้านสังคมที่ก่อตัวขึ้นมานั้น ล้วนแต่ขจัดเอาประสบการณ์ส่วนตัวของผู้หญิงออกไปแล้วทั้งสิ้น หรือในกรณีของเจ้าสำนักวัฒนธรรมศึกษารุ่นปัจจุบัน คือ S. Hall ซึ่งให้ความสนใจเรื่อง "Subculture" "Ethnicity" S.Hall เองยอมเข้าใจทฤษฎีที่เขาศึกษาได้ดียิ่ง เพราะตัวเขาเองก็เป็นคนผิวดำ ดังนั้น ทุกครั้งที่มีการบรรยาย S. Hall จึงอ้างอิงประสบการณ์ส่วนตัวของเขาเป็นกรอบอ้างอิงของทฤษฎีอยู่เสมอ

สำหรับการท้าทายของสำนักวัฒนธรรมศึกษานั้น จะเห็นการเคลื่อนย้ายประเด็นศึกษาในแต่ละสาขาวิชาได้อย่างเด่นชัด เช่น การเคลื่อนย้ายความสนใจจากการศึกษาวรรณกรรมมาสู่การศึกษาวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) จากการศึกษาประวัติศาสตร์แบบดูตัวบุคคลสำคัญเป็นหลัก มาสู่การศึกษาประวัติศาสตร์แบบไม่มีตัวบุคคล (เช่น ประวัติศาสตร์แห่งความบ้าของ M. Foucault) ในสาขาสื่อมวลชน จากความสนใจเรื่องผลกระทบของสื่อมวลชน ได้โยกย้ายมาสู่ความสนใจเรื่องผู้รับสื่อได้ผนวกเอาสื่อมวลชนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของเขาได้อย่างไร เป็นต้น

นอกจากจุดร่วมระหว่างทั้งสองศาสตร์ที่ได้กล่าวมาแล้ว สตรีนิยมและวัฒนธรรมศึกษาก็มีข้อที่แตกต่างกันบางประการ ข้อแตกต่างประการแรกก็คือ อายุของศาสตร์ สตรีนิยมนั้นถือเป็นรุ่นพี่แก่พรรษากว่าวัฒนธรรมศึกษาอยู่มาก ซึ่งหมายความว่าในแง่องค์ความรู้แล้ว สตรีนิยมย่อมจะมีการสั่งสมเพิ่มพูนมากกว่าวัฒนธรรมศึกษาซึ่งเพิ่งเริ่มก่อตัวเมื่อประมาณทศวรรษ 1950 นี้เอง และเนื่องจากทั้งสองศาสตร์ต่างมีลักษณะวิพากษ์ (critical) ด้วยกันทั้งคู่ เมื่อศาสตร์ทั้งสองเริ่มตั้งคำถามกับโลกวิชาการ และโลกแห่งความเป็นจริง ทั้งคู่ก็ย่อมได้รับปฏิกิริยาตอบโต้กลับมาก ในแง่นี้ สตรีนิยมได้ผ่านการประมือกับศาสตร์ต่าง ๆ ที่มีอยู่มาชุกชอมมากกว่า โดยผ่านกลยุทธการทำลายล้างแบบต่าง ๆ เช่น ลัทธิยกเอาตัวแทน/ข้อยกเว้นมาเป็นข้ออ้างข้อสรุปทั่วไป (Tokenism) กลยุทธ "การเพิ่มผู้หญิงลงไปในเรื่องต่าง ๆ สักเล็กน้อยแล้วคนให้เข้ากัน" ก็เป็นอันว่าแก้ปัญหาความไม่เสมอภาคทางเพศได้แล้ว กลยุทธ "การผนวกเข้ามาเป็นพวก" (co-optation) กลยุทธการทำให้อะไรผู้หญิงเป็นเรื่องเล็ก (Marginalization) แต่สำหรับวัฒนธรรมศึกษานั้น ประวัติศาสตร์แห่งการประลองกำลังยังเริ่มต้นมาได้ไม่นานนัก

ความแตกต่างประการที่สองอาจจะอยู่ที่วิธีการทำงานทางวิชาการระหว่างศาสตร์ทั้งสอง สำหรับวิธีการของสตรีนิยมนั้น จะใช้วิธีการเพิ่มมุมมองของเพศสภาพ (gender) เข้าไปในทุกสาขาวิชา เช่น เพิ่มประสบการณ์ของผู้หญิงเข้าไปในทางทฤษฎี เพิ่มหัวข้อที่หลงหายไปจากความสนใจของนักวิชาการกระแสชาย (Malestream) เช่น ปัญหาการใช้ความรุนแรงต่อสตรีเข้าไปในหัวข้อสังคมวิทยา ฯลฯ ในขณะที่วัฒนธรรมศึกษานั้นจะมีวิธีการทำงานด้วยการผสมผสานบรรดาองค์ความรู้จากศาสตร์/สำนักบรรพบุรุษเพื่อมาก่อร่างสร้างเป็นแนวทางเฉพาะของตัวเองมากกว่า (ดังที่จะได้กล่าวถึงรายละเอียดในตอนต่อไป)

(2) ขอแนะนำให้รู้จัก "วัฒนธรรมศึกษา"

เนื่องจากคำว่า "วัฒนธรรม" นั้น มีคำนิยามนับเป็นเรือนร้อย ดังนั้น วัฒนธรรมศึกษาก็ย่อมมีมากมายหลากหลายกลุ่ม ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า ในบทความนี้จะเจาะจงแต่เฉพาะ "กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์" (Critical cultural study) ที่มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่มหาวิทยาลัยเบอร์มิงแฮม สำนักนี้เพิ่งเริ่มก่อตัวเป็นรูปร่างชัดเจนในประเทศอังกฤษ เมื่อช่วงปีค.ศ.1960 หากนับเอาการวางศิลาฤกษ์ก่อตั้งศูนย์ศึกษาวัฒนธรรมร่วมสมัย (Centre for Contemporary Cultural Study) เป็นจุดตั้งต้น นักวิชาการที่รู้จักกันในสำนักนี้ก็เช่น สามทหารเสือผู้ร่วมก่อตั้งคือ R. Williams R.Hoggart และ E.P. Thompson สำหรับรุ่นหลัง ๆ ที่โด่งดังก็เช่น S. Hall, D. Morley, C. Whannel ฯลฯ รวมทั้งกลุ่มนักสตรีนิยมในสำนักนี้เช่น A. McRobbie, J. Radway, I. Ang, J. Winship เป็นต้น

เนื่องจากสำนักวัฒนธรรมศึกษาเป็นสำนักคิดรุ่นหลัง จึงมีลักษณะร่วมกับสำนักน้องใหม่ โดยทั่วไปคือเป็นพันธุ์ผสม (Hybrid) มาจากหลาย ๆ สำนัก/สาขา เช่น มาจากสายประวัติศาสตร์ (ในแบบฉบับของ M. Foucault) สายวรรณกรรมและภาษาศาสตร์ (ในแบบฉบับของ F. de Saussure) หรือสังคมวิทยาเชิงวิพากษ์ ฯลฯ แต่ในท่ามกลางสายพันธุ์อันหลากหลายของบรรพบุรุษนี้ สายพันธุ์ที่เป็นหลักคือสายเศรษฐศาสตร์การเมือง แต่ทว่าในชั้นลูกหลานนี้ก็มิมีหน้าตาที่แตกต่างไปจากรุ่นพ่อแม่ เนื่องจากนักคิดสายเศรษฐศาสตร์การเมืองดั้งเดิมนั้นจะสนใจการผลิตสินค้า (commodity production) ที่เป็นสิ่งของเครื่องใช้ แต่วัฒนธรรมศึกษาจะสนใจการผลิตวัฒนธรรม (cultural production) รวมทั้งนักวิชาการบางคนก็ให้ความสนใจกับขั้นตอนการบริโภควัฒนธรรม (cultural consumption) มากกว่าขั้นการผลิต

จากข้อเท็จจริงที่ว่า สำนักวัฒนธรรมศึกษาเกิดมาจากการเลือกประสมประสานแนวคิดด้านวัฒนธรรมจากหลายศาสตร์ ดังนั้น สำนักนี้จึงต้องสร้างเอกลักษณ์ให้เห็นลักษณะเฉพาะตัวที่แตกต่างจากสำนักที่มีอยู่แล้วดังนี้

(1) เมื่อเทียบวัฒนธรรมศึกษากับวิชามานุษยวิทยา ก็จะมี ความแตกต่างอยู่ 2-3 ประการ คือ ประการแรก วัฒนธรรมศึกษาจะไม่สนใจมิติเชิงสุนทรีย์ (Aesthetic value) หรือมิติเชิงศีลธรรม (Morality) ของวัฒนธรรม หากแต่จะสนใจ "มิติเชิงการเมือง" (political) ของวัฒนธรรม โดยพิจารณาว่าในปริบทของวัฒนธรรมนี้เองที่เป็นเวทีต่อสู้ทางการเมือง (การช่วงชิงอำนาจ) ที่สำคัญ แนวคิดที่เป็นหัวใจ (key concept) ของวัฒนธรรมศึกษาจึงเป็นเรื่อง "อำนาจ" นอกจากนี้ วัฒนธรรมศึกษาได้ยกเลิกแนวคิดด้านมานุษยวิทยาบางสำนักที่เห็นว่าวัฒนธรรมเป็นประดุกาวใจที่หล่อหลอมรวมผู้คนให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน วัฒนธรรมศึกษากลับเห็นว่า วัฒนธรรมเป็นอาณาเขตหรือปฏิบัติการแห่งความขัดแย้งที่มีการต่อสู้เพื่อการสร้างและสร้างซ้ำกลุ่มสังคมกลุ่มต่าง ๆ เช่น การต่อสู้ระหว่างกลุ่มการใส่สายเดียวกับกลุ่มคนที่ใส่เสื้อไม่มีสาย เป็นต้น

(2) เมื่อเทียบวัฒนธรรมศึกษากับกลุ่ม Culture and Civilization ในประเทศอังกฤษยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่ออิทธิพลจากวัฒนธรรมอเมริกันไหลบ่าเข้าไปในประเทศอังกฤษ ซึ่งเคยถือตนว่าเป็นจุดยอดของวัฒนธรรมชั้นสูง (High culture) ก็ได้ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มของบรรดาองค์กรพิทักษ์วัฒนธรรมอันงดงามสูงส่งและดีงามของอังกฤษเอาไว้ คือ กลุ่ม "Culture and Civilization" ที่มี M. Arnold เป็นหัวหน้าขบวน กลุ่มนี้มีภารกิจหลักคือ การโจมตีวัฒนธรรมประชานิยม โดยเฉพาะที่ปรากฏในรูปของผลงานสื่อมวลชน (หนังสือลึ่วู้ด/ ภาพ pin-up / เพลงป๊อปของอเมริกัน ฯลฯ) ว่าเสื่อมโทรมทั้งในแง่สุนทรีย์ และต่ำทรามทั้งในแง่ศีลธรรม (เช่น โฆษณาทางวิทยุ ทำให้ผู้คนเกิดจิตใจโลภโมโหสัน) และเรียกร้องให้ชาวอังกฤษหันไปพิทักษ์วัฒนธรรมอันดี

งามแบบอังกฤษเอาไว้

สำนักวัฒนธรรมศึกษามีแนวทางที่ตรงกันข้ามกับกลุ่ม Culture and Civilization โดยเริ่มต้นตั้งแต่การปฏิเสธว่า ปริณทลที่ทางกลุ่มสนใจศึกษานั้น มิใช่ "ศิลปะวัฒนธรรม" หากแต่เป็น "ชีวิตวัฒนธรรม" โดยเฉพาะชีวิตวัฒนธรรมที่กำลังเป็นอยู่จริง (lived experience) ในชีวิตประจำวันของสังคมปัจจุบัน (daily life experience) เมื่อเชื่อมโยงมาถึงสตรีนิยม สำนักวัฒนธรรมศึกษาก็จะสนใจประสบการณ์การทำความ การตั้งท้อง การเลี้ยงลูก ฯลฯ ซึ่งเป็นชีวิตประจำวันที่เป็นจริงของผู้หญิงปัจจุบัน หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า วัฒนธรรมศึกษาจะสนใจ "วัฒนธรรมร่วมสมัย" ดังที่ปรากฏอย่างเด่นชัดในชื่อของศูนย์ศึกษาที่เบอร์มิงแฮม

เมื่อข้ามพากมาสนใจวัฒนธรรมร่วมสมัย สำนักวัฒนธรรมศึกษาย่อมหนีไม่พ้นที่จะต้องมองเห็นผลงานสื่อมวลชนที่กลายเป็นส่วนเสี้ยวที่สำคัญของชีวิตประจำวันของผู้คนสมัยใหม่ และในวงท่าที่ตรงกันข้ามกับกลุ่ม Culture and Civilization ที่รังเกียจเหยียดหยามผลงานสื่อมวลชนสมัยใหม่ สำนักวัฒนธรรมศึกษากลับพลิกมุมมองในด้านบวกหรือขยายมุมมองให้กว้างขวางขึ้นต่อสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตวัฒนธรรมยุคใหม่ วัฒนธรรมศึกษาจะให้ความสนใจศึกษาว่า สื่อมวลชนมีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมอื่น ๆ ในชีวิตของประชาชนอย่างไร เช่น รายการแฟชั่น มิวสิกวิดีโอ มีความสัมพันธ์กับวิธีการแต่งกาย ความนึกคิดเกี่ยวกับร่างกาย เสื้อผ้ากับความรัก ฯลฯ อย่างไรบ้าง เป็นต้น

(3) เมื่อเทียบวัฒนธรรมศึกษากับกลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมือง ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า อันที่จริง วัฒนธรรมศึกษาก็เป็นการสืบทอดแนวคิดของเศรษฐศาสตร์การเมืองนั่นเอง เช่น การสืบทอดแนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตและการผลิตซ้ำ (Production & Reproduction) หากทว่าได้ขยายจากการผลิตสินค้าจับต้องมองเห็นได้ มาเป็นการผลิตวัฒนธรรมที่อาจจะมีทั้งสิ่งที่จับต้องมองเห็นได้ (เช่น วัตถุธรรมต่าง ๆ) และสิ่งที่ไม่อาจจับต้องมองเห็น แต่ทว่าดำรงอยู่ เช่น ความนึกคิด ความเชื่อ มายาคติ ฯลฯ ตัวอย่างเช่น การสร้าง/การฉาย/การดูหนังเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและสืบทอดมายาคติเกี่ยวกับครอบครัวและความเป็นหญิงได้อย่างไรบ้าง

นอกจากจะขยายแนวคิดเรื่องกระบวนการผลิตออกไปแล้ว กลุ่มวัฒนธรรมศึกษายังได้ขยายเกณฑ์ (Categories) ที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ แต่เดิมนั้น กลุ่มเศรษฐศาสตร์การเมืองจะสนใจเกณฑ์เรื่อง "ชนชั้น" และ "ความขัดแย้งทางชนชั้น" เป็นหลัก โดยถือว่าความขัดแย้งของเกณฑ์อื่น ๆ นั้น ค่อนข้างจะเป็นรองและมักต้องมาขึ้นต่อเกณฑ์เรื่องชนชั้น แต่ทว่ากลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเห็นว่าบรรดาเกณฑ์อื่น ๆ เช่น เชื้อชาติ ชาติพันธุ์ เพศสภาวะ (gender) รุ่น (generation) ล้วนเป็นเกณฑ์ที่มีความสำคัญต่อมิติทางวัฒนธรรมไม่น้อยไปกว่าเรื่องชนชั้น และแทนที่จะมาขึ้นต่อเรื่องชนชั้น เราน่าจะพิจารณาดู "การทำงานร่วม" ระหว่างเกณฑ์ประเภทหลังกับชนชั้นมากกว่า

ส่วนข้อแตกต่างประการสุดท้ายระหว่างวัฒนธรรมศึกษากับเศรษฐศาสตร์การเมืองก็คือการเคลื่อนย้ายจุดเน้นหนักของการวิเคราะห์จากขั้นตอนของ**การผลิต** (production) ไปสู่ขั้นตอนของ**การบริโภค** (consumption) อันเป็นการพัฒนาการวิเคราะห์ของเศรษฐศาสตร์การเมืองให้สอดคล้องกับพัฒนาการของสังคม ในศตวรรษที่ 19 ระบบทุนนิยมยังมีปัญหาเรื่องการผลิตให้พอเพียง แต่ในศตวรรษที่ 20 นี้ พลังการผลิตโดยเฉพาะด้านความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดปริมาณสินค้าล้นตลาด ปัญหาหลักของระบบทุนนิยมในศตวรรษที่ 20 จึงเป็นการแสวงหาหนทางให้ผู้คนได้บริโภคให้มากที่สุดอย่างรวดเร็วที่สุด

นอกเหนือจากการบริโภคสินค้าแล้ว กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาซึ่งได้รับอิทธิพลทางความคิดจากสำนักสัญวิทยาวิทยา (Semiology) ยังให้ความสนใจกับ "การบริโภคสัญญา" (Sign Consumption) ซึ่งเพิ่มความสำคัญจนอาจก้าวแซ่งหน้าการบริโภคตัวสินค้าจริง ๆ ไปแล้ว หรือกล่าวในภาษาเศรษฐศาสตร์การเมืองก็คือ เป็นปรากฏการณ์ที่การบริโภคมูลค่าเชิงสัญญา (symbolic value) สำคัญกว่ามูลค่าการใช้สอย (use value)

(3) สำนักเบอร์มิงแฮมเป็นใคร/คิดอย่างไร

ดังที่ได้กล่าวถึงแนวทางของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาวิพากษ์ไปบ้างแล้วคร่าว ๆ แต่เนื่องจากในแนวทางของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษาเชิงวิพากษ์นี้ยังมีกลุ่มย่อย ๆ อีกหลายกลุ่ม เช่น กลุ่ม French Cultural Study/American Cultural Study/Third-world Cultural Study ฯลฯ ในที่นี้จึงจะขอตั้งภาพให้แคบเข้ามาอยู่ที่กลุ่มเฉพาะที่ชื่อว่า British cultural study หรือสำนักเบอร์มิงแฮม เนื่องจากกลุ่มนี้มีความโดดเด่นมากที่สุดในแนววัฒนธรรมศึกษาของยุคปัจจุบัน

เพื่อให้เข้าใจสำนักเบอร์มิงแฮมให้กระจ่างขึ้น ในที่นี้จะนำเสนอบริบททางสังคมที่กลุ่มก่อตัวขึ้น และข้อตกลงเบื้องต้น (Basic assumptions) ของสำนักเบอร์มิงแฮมพอสังเขป

(3.1) บริบททางสังคมที่ให้เกิดแก่นักคิด

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า สำนักวัฒนธรรมศึกษาแบบอังกฤษมีลักษณะร่วมเหมือนนักคิดทางวิชาการที่เกิดในช่วงหลังของศตวรรษที่ 20 กล่าวคือ มีลักษณะเป็นลูกผสม (Hybridization) เนื่องจากเป็นนักคิด "รุ่นหลัง" ที่เกิดขึ้นเมื่อมีนักคิดต่าง ๆ เกิดขึ้นอย่างแพร่หลายมาก่อนแล้ว สำนักเบอร์มิงแฮมจึงได้ผสมผสานคัดเลือกแนวคิดจากสำนักอื่น ๆ ที่มีมาล่วงหน้าเช่นสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง โครงสร้างนิยม จิตวิเคราะห์ สัญญาวิทยา สังคมวิทยา เชิงวัฒนธรรม ฯลฯ มาใช้ในการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมในยุคสมัยปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้วิธีการศึกษาของสำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงมีลักษณะ**สหสาขาวิชา** (Interdisciplinary)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการก่อตัวของความคิดชุดหนึ่ง ๆ มิได้ตกมาจากฟ้าหรือเกิดขึ้นบนความว่างเปล่า หากทว่าจะต้องมีเงื่อนไข/บริบททางสังคมเป็นตัวที่ทั้งให้กำเนิด/ทั้งหล่อเลี้ยงความคิดนั้น ประจวบกับที่รองรับเชื้อกลัวยไม้ ในกรณีของสำนักเบอร์มิงแฮมก็มีบริบทที่เป็นจริงของสังคมอังกฤษในช่วงทศวรรษ 1950 เป็นตัวก่อให้เกิดและหล่อเลี้ยงเช่นกัน

- **บริบทแรก**ที่มีผลกระทบอย่างกว้างขวางต่อมิติทางวัฒนธรรมของสังคมอังกฤษก็คือ หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 บรรดาผลิตผลทางวัฒนธรรมแบบประชานิยม (Popular culture) ได้ทะลักไหลจากสหรัฐอเมริกาเข้ามาสู่สังคมอังกฤษ (เนื่องจากอเมริกาเป็นประเทศที่ปลอดภัยจากสงครามโลกและมีเวลาพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ในขณะที่บรรดาประเทศในยุโรปที่เคยเป็นถิ่นของการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เช่น อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี ฯลฯ กำลังล้มลุกคลุกคลานจากพิษสงคราม) ในหนังสือของ R. Hoggart (1967) ชื่อ *The Use of Literacy* ได้พรรณนาให้เห็นความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมของกรรมกรอังกฤษช่วงก่อนและหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ก่อนหน้าสงครามโลกนั้น ลักษณะวัฒนธรรมของกรรมกรอังกฤษเป็นแบบ "เป็นผู้สร้างวัฒนธรรมเองผู้ใช้เอง" เช่น การมีสมาคมพวกผู้ชาย (Men's Club) การจับกลุ่มพูดคุยกันใน Pub การจับกลุ่มเล่นดนตรีตามท้องถนน เล่นฟุตบอล การกินข้าวกันในครอบครัวในวันหยุด ฯลฯ เนื้อหาและรูปแบบวัฒนธรรมเช่นนี้มีลักษณะใกล้ชิดกับชีวิตของประชาชน แต่หลังจากสงครามโลก วัฒนธรรมของกรรมกรอังกฤษก็ได้เปลี่ยนไปเป็น "ผู้ใช้วัฒนธรรมที่คนอื่นสร้างมาให้" เช่น คนงานเริ่มไปดูหนังฮอลลีวู้ดแทนการเข้าสมาคมผู้ชาย เริ่มฟังแผ่นเสียงนักร้องสหรัฐแทนการแต่งเพลงร้องเองในวงเหล้า ฯลฯ เนื้อหาและรูปแบบวัฒนธรรมดังกล่าวห่างไกลจากชีวิตประชาชน (น่าสังเกตว่าวัฒนธรรมใหม่นี้ล้วนเป็นผลิตกรรมของสื่อมวลชนทั้งสิ้น)

(ในกรณีของสังคมไทยก็เกิดปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันโดยอาจมีจุดเปลี่ยนอยู่ที่ช่วงมีแผนพัฒนาประเทศ ก่อนหน้านั้น ชาวบ้านในหมู่บ้านภาคเหนือมีการสร้างเครื่องดนตรีสะล้อซอซึงร้องเล่นกันเองในหมู่บ้าน มีการจับกลุ่มสังสรรค์กัน แต่เมื่อมีผลงานจากสื่อมวลชนเข้าไปรูปแบบและเนื้อหาวัฒนธรรมแบบเดิมก็ต้องหลีกทางให้แก่วัฒนธรรมแบบใหม่)

ท่ามกลางกระแสการไหลบ่าของวัฒนธรรมจากภายนอกที่เข้ามาแทนที่วัฒนธรรมแบบเดิมของอังกฤษ จุดประกายให้ผู้คนในแวดวงต่าง ๆ มีปฏิกิริยาตอบโต้ออกมา ในแวดวงวิชาการ เกิดการรวมกลุ่มของนักวิชาการในนามกลุ่ม Culture & Civilization ที่ต้องการปกป้องวัฒนธรรมชั้นดีของอังกฤษ ในแวดวงนักเขียน เกิดนักประพันธ์เช่น C. Dickens ที่เขียนงานสะท้อนภาพสังคมอังกฤษ แม้แต่ในแวดวงกลุ่มครู ก็ได้มีการจัดการประชุมสัมมนาเกี่ยวกับพันธกิจในการรักษาวัฒนธรรมแบบอังกฤษไว้ (เราอาจพอนึกภาพเทียบเคียงกับปี่ณรงค์วัฒนธรรมไทยได้บ้าง) ในท่ามกลางกระแสเหล่านี้เปิดโอกาสให้บรรดานักคิดของสำนักเบอร์มิงแฮม เช่น R. Hoggart,

R. Williams, S. Hall, C. Whannel ได้ก้าวเข้าไปร่วมกับกระแสดังกล่าว และได้ค่อย ๆ พัฒนาแนวคิดของตนเองมาเป็นลำดับ

- **บริบทเงื่อนไขประการที่สอง** คือการพัฒนาระบบทุนนิยมในประเทศอังกฤษที่ก่อตั้งมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 16 จนสามารถสั่งสมความมั่งคั่งได้มากพอที่จะเขยิบขึ้นไปสู่การเป็น "รัฐสวัสดิการ" (welfare state) ที่สามารถนำเอาบางส่วนเสียของความมั่งคั่งของสังคมไปแจกจ่ายให้แก่คนชั้นล่าง เช่น การให้ทุนเรียนดีแก่ลูกคนจน การจัดโครงการการศึกษาผู้ใหญ่ การรณรงค์โครงการอ่านออกเขียนได้ (ในกรณีของไทย คงจะเป็นประมาณ 30 บาทรักษาทุกโรค โครงการกองทุนหมู่บ้าน ฯลฯ) ผลพวงจากโครงการดังกล่าวทำให้ลูกคนงานบางส่วนมีโอกาสได้เรียนมหาวิทยาลัย เช่น R. Hoggart & R. Williams สองเสาหลักของสำนักเบอร์มิงแฮม นอกเหนือจากภูมิหลังที่มาจากชนชั้นล่างในสังคมแล้ว เจ้าสำนักทั้งสองท่านนี้ยังมีโอกาสได้ทำงานกับชนชั้นล่างมาตลอดชีวิตการทำงาน นี่จึงช่วยให้คำอธิบายว่า เพราะเหตุใดทั้งสองท่านซึ่งเคยร่วมเข้าขบวนพิทักษ์วัฒนธรรมชั้นสูงของอังกฤษในกลุ่ม Culture & Civilization จึงถอนตัวออกมา และเป็นเหตุผลเดียวกันที่แม้สำนักเบอร์มิงแฮมจะได้รับอิทธิพลทางความคิดมาจากสำนักแฟรงเฟิร์ต (Frankfurt School) อันเป็นสาขาหนึ่งของสำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองในเยอรมัน แต่ทว่าในขณะที่สำนักแฟรงเฟิร์ตเห็นว่ามีแต่วัฒนธรรมชั้นสูงเช่นเพลงคลาสสิก ละครโอเปร่า ฯลฯ เท่านั้นที่จะมากอบกู้วัฒนธรรมมวลชน (Mass culture) ให้รอดพ้นจากความตกต่ำทางวัฒนธรรมได้ แต่ R. Williams & R. Hoggart กลับเห็นว่าวัฒนธรรมชั้นดีเหล่านั้นไม่มีพลังเพียงพอจะต่อกรกับ Mass culture ได้ และมีแต่จะต้องอาศัยไหว้วานพลังของวัฒนธรรมประชานิยม (Popular culture) เป็นกำลังหลักเท่านั้น

- **บริบททางวัฒนธรรมและทางการเมือง** ที่มีผลต่อการพัฒนาแนวทางของสำนักเบอร์มิงแฮมอีก 2 บริบท บริบทแรกคือ การเปลี่ยนแปลงทิศทางของวัฒนธรรมในประเทศอังกฤษ แต่เดิมนั้น ทิศทางของวัฒนธรรมในสังคมอังกฤษคือ ทิศทางของ "ศิลปะวัฒนธรรม" อันหมายถึงงานศิลปะ วรรณกรรม จิตรกรรม ฯลฯ แต่ในช่วงหลังสงครามโลกนั้น ทิศทางของวัฒนธรรมกลับหันเหไปสู่เรื่อง "ชีวิตวัฒนธรรม" อันหมายถึงวัฒนธรรมที่มีอยู่ในวิถีชีวิตประจำวัน ดังที่มีการกล่าวคำขวัญว่า "Art is dead, let's create daily life" เช่น ชาวอังกฤษเริ่มไม่ประดับฝาผนังด้วยรูปวาดจากฝีมือจิตรกร หากแต่นำเอารูปถ่ายดารารูปสมาชิกในครอบครัว (ที่เรียก pin-up) มาติดไว้แทน เป็นต้น

อีกเหตุการณ์หนึ่งคือ การเปลี่ยนทิศทางของกระแสความคิดทางการเมืองแบบก้าวหน้าในยุโรป ก่อนหน้าสงครามโลก ปัญญาชนฝ่ายก้าวหน้าในยุโรปมักจะได้เดินแนวทางลัทธิมาร์กซ์ที่มี

สังคมนิยมแห่งแรกของโลกคือรัสเซียเป็นผู้นำ แต่ทว่าเมื่อเกิดเหตุการณ์ที่รัสเซียบุกฮังการีในปี 1956 ซึ่งเท่ากับเป็นการทรยศหลักการของลัทธิมาร์กซ์ที่ใช้สังคมนิยมแบบทุนนิยมมาย่ำยีประเทศอื่น ๆ ปัญญาชนก้าวหน้าในยุโรปก็ต้องออกห่างจากการกระทำดังกล่าว นักคิดเช่น R. Williams ที่เคยยึดถือลัทธิมาร์กซ์เป็นแกนความคิด ก็ต้องหันกลับมาทบทวนไตร่ตรองและแสวงหาเส้นทางเดินใหม่

(3.2) ข้อตกลงเบื้องต้น (Basic Assumptions)

เนื่องจาก "วัฒนธรรม" เป็นแนวคิดที่มีความหมายหลากหลาย (ในปี 1952 มีนักวิชาการบางท่านสำรวจความหมายนั้นได้เป็นร้อยๆ นิยาม) และยังเป็นเวทีที่ทุกคนสามารถเข้ามาร่วมเล่นได้ ดังนั้น สำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงจำเป็นต้องระบุ "ท่าแม่บท" ของตนเองเสียก่อนว่าเป็นอย่างไรบ้าง ข้อตกลงเบื้องต้นของสำนักวัฒนธรรมศึกษาจะเกี่ยวข้องกับ "วัฒนธรรม" เป็นส่วนใหญ่

(i) นิยามของคำว่า "วัฒนธรรม"

การนิยามดูเหมือนจะเป็น "ลูกบิด" สำหรับเปิดประตูไปสู่ห้องแห่งวิชาการของสำนักต่าง ๆ โดยอาศัยการจัดประเภทคำนิยามของวัฒนธรรมตามทัศนะของ J.B. Thompson (1995) จะมีนิยามอยู่ 4 ประเภทดังนี้

(1) **แบบ Classic** วัฒนธรรมหมายถึงการพัฒนาด้านภูมิปัญญาและจิตวิญญาณ (มีความหมายใกล้เคียงกับคำว่า "อารยธรรม") ผลผลิตทางวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่ดีที่สุดในที่มนุษย์เคยพูด เคยคิด เคยกระทำมา

(2) **แบบ Descriptive** เป็นการนิยามด้วยการพรรณนาคุณลักษณะต่าง ๆ ของวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ จริยธรรม ข้าวของเครื่องใช้ อุปนิสัยของคนในสังคม การละเล่น ฯลฯ

(3) **แบบ Symbolic** จะพิจารณาวัฒนธรรมในรูปของสัญลักษณ์ (sign) ที่มีความหมาย (Meaning) อันถูกสังคมนั้นประกอบสร้างขึ้นมา การศึกษาวัฒนธรรมจึงต้องเข้าใจความหมายที่ซ่อนอยู่ในสัญลักษณ์เหล่านี้

(4) **แบบ Structural** เป็นการนิยามที่ก้าวต่อมาจากกลุ่ม symbolic คือ การขยายเรื่องสัญลักษณ์ให้มาสัมพันธ์กับบริบททางสังคม โดยถือว่า สัญลักษณ์นั้นไม่ได้เกิดในความว่างเปล่า ดังนั้น การศึกษาจึงต้องเริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิต การกระจาย และการบริโภคสัญลักษณ์เหล่านั้น (Production/Distribution/Consumption of Meaning) ที่มีอยู่ในบริบทสังคมหนึ่ง ๆ

ในคำนิยามแบบสุดท้ายนี้เองเป็นชุดคำนิยามที่สำนักวัฒนธรรมศึกษาใช้อยู่ ดังเช่น S. Hall (1999) ผู้อำนวยการศูนย์ CCCS คนที่สองได้เขียนบทความอธิบายกระบวนการใส่รหัส (encoding) และถอดรหัส (Decoding) ของงานโทรทัศน์ซึ่งอยู่ในขั้นตอนของการผลิตและการ

บริโภครวมความหมายเอาไว้อย่างละเอียด โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักวัฒนธรรมศึกษาจะให้ความสนใจกับสิ่งที่ทางวิชาการมักจะมองผ่านเลยไปคือ สามัญสำนึก (commonsense) อันเป็นวัฒนธรรมที่ประชาชนทั่วไปใช้กันอยู่อย่างเป็นปกติวิสัยและยอมรับกันโดยปริยาย (Taken for granted)

และจากคำนิยามสุดท้ายของ J.B. Thompson นี้เองที่สำนักเบอร์มิงแฮมให้ความสนใจเป็นพิเศษ นักวิชาการในสำนักได้นำเอาแนวคิดของนักสัญวิทยาวิทยาหุ่นบุกเบิกเช่น F. de Saussure และ C. Peirce ที่เสนอว่า สัญญา (Sign) นั้นคือสิ่งที่มีความหมาย (meaning) มากไปกว่าตัวของมันเอง ดังนั้น เมื่อใดที่กุหลาบดอกหนึ่งไม่ได้เป็นเพียงดอกไม้ดอกหนึ่ง หากแต่ยืนแทนความหมายของความรัก ความเจ็บปวด ความทรงจำ สำหรับใครบางคน/คนบางกลุ่ม ในบางบริบทของเวลาและสถานที่ เมื่อนั้น ดอกกุหลาบนั้นก็ได้กลายเป็น "สัญญา" ไปแล้ว ตัวอย่างขวดโค้กที่กินหมดแล้วในสายตาสองนักบินอเมริกันและนิเซา ชาวบรูซแมน ในหนังเรื่อง The God must be crazy จึงมีความหมายที่แตกต่างกัน

สัญญามีใช้คุณสมบัติที่เกิดมาจากธรรมชาติ (natural) หากแต่เกิดมาจากการมอบความหมายให้ (assign) หรือที่เรียกว่าเกิดจากการประกอบสร้าง (construct) ของแต่ละสังคมในแต่ละช่วงเวลา เมื่อมีการประกอบสร้างความหมายได้ ก็ย่อมมีการรื้อถอนความหมายเดิม (Deconstruct) และสามารถซ่อมสร้างเสริมความหมายใหม่ลงไป (Reconstruct) ตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์ประเภทผู้หญิงแกร่งในหลาย ๆ แบบ เช่น G.I. Jane/The First Wife's Club/The Piano ฯลฯ จึงเป็นการรื้อถอนความหมายเดิมว่า "ผู้หญิงเป็นอะไร" (อ่อนแอ/ยึดสามีเป็นสรณะ/ไม่มีปากมีเสียง ฯลฯ) พร้อมทั้งเสริมใส่ความหมายใหม่ๆ เข้าไป เช่นเดียวกับภาพยนตร์ที่นำเสนอ "ภาพตัวแทนผู้ชายแบบใหม่" ด้วยเหตุนี้ สำนักเบอร์มิงแฮมจึงให้ความสนใจกับกระบวนการให้คำนิยาม (Definition) เพราะกระบวนการดังกล่าวเป็นรูปแบบที่ตรงไปตรงมาและขั้นที่สุดของการให้ความหมาย (ตัวอย่างเช่น เพลงบรรยายผู้หญิงที่ว่า "อนิจจานารีนี้แสนแปลก...เป็นงูพิษเป็นมิตรแท้ เป็นมีดคม) รวมทั้งสนใจอย่างยิ่งยวดกับสงครามการให้คำนิยาม (War of definition) ตัวอย่างเช่น ลองเทียบเพลงที่กล่าวถึงผู้หญิงที่กล่าวไปข้างต้นกับเพลง I am a woman บ้าง

(ii) ในสังคมหนึ่ง ๆ มีหลากหลายวัฒนธรรม

ในขณะที่เราอาจจะคุ้นเคยกับคำกล่าวที่ว่า "คนไทยเป็นคนรักสนุก" ที่ฟังแล้วดูประหนึ่งว่าคนไทยนั้นมีวัฒนธรรมอยู่อย่างเดียว (Culture - C ตัวใหญ่ตัวเดียว) คือมีคุณลักษณะที่รักสนุก (อันเป็นเบื้องหลังแนวคิดที่ว่า ในโทรทัศน์ต้องมีภาษาไทยที่เป็นมาตรฐานอยู่แบบเดียว) สำนักวัฒนธรรมศึกษาลับเห็นว่า ในสังคมไทยนั้นมีวัฒนธรรมอยู่หลายอย่าง (cultures - c ตัวเล็กหลายๆตัว) เพราะฉะนั้นคำกล่าวที่ว่า "คนไทยเป็นอย่างไรในเรื่องความรักสนุกนั้น ก็อาจจะมีคนไทยบางกลุ่มที่รักสนุกอย่างมาก แต่อาจจะมีความบางกลุ่มที่ไม่รักสนุกเอาเสียเลย

เช่นเดียวกับวัฒนธรรมในการเปรียบเทียบหญิงและชาย โดยทั่วไป เรายังจะได้ยินคำกล่าวที่ว่า สังคมไทยมีวัฒนธรรมที่ถือว่า "ผู้ชายเป็นข้างเท่าหน้า ผู้หญิงเป็นข้างเท่าหลัง" อย่างไรก็ตาม คำกล่าวนี้ก็เพียง "วัฒนธรรมหนึ่งในท่ามกลางหลาย ๆ วัฒนธรรมของไทย" เพราะในสังคมไทยภาคเหนือ กลับมีคำเปรียบเทียบว่า "ชายและหญิงเป็นเสมือนล้อสองข้างของเกวียน ต้องเดินควบคู่กันไปเสมอ ส่วนในสังคมไทยภาคอีสานก็มีวัฒนธรรมเปรียบเทียบว่า "ชายเป็นแห หญิงเป็นข้อง ชายก่อ หญิงสาน" การงานสิ่งใด หากขาดเพศใดเพศหนึ่ง การงานนั้นก็จะไม่บรรลุเป้าหมาย เป็นต้น

แม้ว่าแนวคิดที่ว่าในสังคมหนึ่ง ๆ จะมี "หลาย" วัฒนธรรมนั้นได้มีปรากฏขึ้นบ้างแล้วในกลุ่มนักคิดด้านมานุษยวิทยาเช่น Redfield ที่เสนอว่า ในสังคมชาวนามีทั้งวัฒนธรรมหลวง (Great Tradition) และวัฒนธรรมราษฎร์ (Little Tradition) แต่ทว่าการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ นั้น นักมานุษยวิทยาอาจจะเน้นด้านการแลกเปลี่ยนกันระหว่างวัฒนธรรมเหล่านี้ ในขณะที่สำนักวัฒนธรรมศึกษาจะเน้นที่ความขัดแย้งระหว่างวัฒนธรรมต่าง ๆ มากกว่า ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากพื้นฐานแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองที่พิจารณาว่า ในแต่ละสังคมนั้นจะมีความขัดแย้งเป็นพลังพื้นฐานของสังคม A. Gramsci จึงได้ขยายแนวคิดต่อมาว่า เมื่อมีความขัดแย้งทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง และวัฒนธรรม คนแต่ละกลุ่มในสังคมจึงต้องต่อสู้กันในทุกบริบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปริมณฑลทางวัฒนธรรม ดังนั้น จึงอาจตีความได้ว่า อาการเหยียดหยามละครโทรทัศน์ว่า "น้ำเน่า" นั้น ก็เป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่กลุ่มชนชั้นสูงและชั้นกลางใช้ปาระเบิดเข้าใส่วัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) เช่นเดียวกับข้อความทำยถลิลล้อประเภทที่ว่า "ผิวเผลอแล้วเจอกัน" ก็อาจจะเป็นสงครามระหว่างเพศบนท้องถนน Gramsci ชื่อนานามกระบวนการต่อสู้ทางวัฒนธรรมดังกล่าวว่า "Hegemony" ที่คนแต่ละกลุ่มพยายามดำเนินการเพื่อสถาปนาให้วัฒนธรรมของกลุ่มตนมีความชอบธรรมและกลายเป็น "วัฒนธรรมหลัก" (Dominant culture) ของสังคม ตัวอย่างเช่น การออกเสียงแบบไทยกรุงเทพเท่านั้นที่มีความชอบธรรม ส่วนภาษาไทยที่มีหางเสียงทองแดง (แบบคนใต้) เสียง "ง" ขึ้นจมูก (แบบคนเหนือ) เสียง "ร" ที่ไม่มีการกระดกลิ้น (แบบลาว) ล้วนไม่ถูกต้องทั้งสิ้น

จากแนวคิดที่ว่าสังคมหนึ่ง ๆ มีหลากหลายวัฒนธรรมนั้น หากเรานำเอาเกณฑ์เรื่อง "เพศสภาพ" มาแบ่ง เราก็ต้องกล่าวว่า "วัฒนธรรมแบบผู้หญิง" นั้นมีทั้งจุดร่วมและที่สำคัญคือมีจุดต่างจาก "วัฒนธรรมแบบผู้ชาย" และจากมุมมองของนักสตรีนิยม นอกจากนั้นสังคมแบบถือชายเป็นใหญ่จะไม่ยอมรับการดำรงอยู่ของวัฒนธรรมแบบผู้หญิงด้วยการกดทับวัฒนธรรมแบบผู้หญิงเอาไว้ (เช่น ไม่ยอมรับระบบการบริหารที่ไม่เน้นลำดับชั้นแบบผู้หญิง) หากไม่สามารถกดทับได้ ก็ใช้กลยุทธ์ลดคุณค่า (degrade) วัฒนธรรมแบบผู้หญิงไปเลย เช่น วัฒนธรรมแบบผู้ชายจะให้

ความสำคัญกับการสื่อสารแบบเป็นทางการ ส่วนผู้หญิงจะใช้รูปแบบการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการ เมื่อผู้หญิงจับกลุ่มคุยกัน รูปแบบการปฏิบัติด้านการสื่อสารดังกล่าวจึงถูกตีตราว่า เป็นการชู้ชบิโนินทา ซึ่งล้วนมีนัยยะทางลบทั้งสิ้น

(iii) วัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture)

จากแนวคิดที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น 2-3 แนวคิดที่ว่า สำนักวัฒนธรรมศึกษาให้ความสนใจกับ "วัฒนธรรมร่วมสมัย" รวมทั้งสนใจการต่อสู้ทางวัฒนธรรม (cultural hegemony) ประกอบกับภูมิหลังทางวัฒนธรรมของนักคิดในสำนักนี้เช่น R. Williams และ R. Hoggart ที่มาจากครอบครัวคนงาน เหตุปัจจัยเหล่านี้เมื่อประกอบกันเข้าทำให้เกิดแนวคิดที่ตกผลึกว่า ประเภทของวัฒนธรรมที่สำนักวัฒนธรรมศึกษาจะให้รวมศูนย์ความสนใจในการศึกษาก็คือ "วัฒนธรรมประชานิยม" นั่นเอง

การที่ "วัฒนธรรมประชานิยม" มาเข้าตากรรมการในสำนักนี้นั้นก็เนื่องมาจากทัศนคติที่มองวัฒนธรรมประชานิยมของสำนักวัฒนธรรมศึกษานั้นมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากนักวิชาการสาขาอื่น ๆ ในขณะที่กลุ่มองค์กรวิชาชีพที่ศึกษาระดับสูงเช่นกลุ่ม Culture & Civilization จะมองวัฒนธรรมประชานิยมอย่างเหยียดหยาม เพราะเป็นวัฒนธรรมที่ไร้ซึ่งสุนทรีย์และตกต่ำในแง่ศีลธรรมหรือสำนักแฟรงเฟิร์ตที่แม้เชื่อมั่นในพลังมวลชน แต่ก็ยังเห็นว่า วัฒนธรรมประชานิยมนั้นเป็นอาณาบริเวณที่ประชาชนจะถูกครอบงำมอมเมา เช่น ละครน้ำเน่าที่ให้ความหวังลมๆแล้งๆแก่คนยากจน ฯลฯ แต่สำนักวัฒนธรรมศึกษากลับยอมรับข้อคิดของสำนักแฟรงเฟิร์ตเพียงครั้งเดียวว่า แม้ว่าบางอาณาบริเวณของวัฒนธรรมประชานิยมจะถูกใช้เพื่อการครอบงำมอมเมาประชาชนก็ตาม แต่ทว่าก็ยังมีส่วนในพื้นที่ยังเหลือที่ว่างให้มีการต่อต้าน การต่อรอง การปฏิเสธ วัฒนธรรมหลัก ดังเช่นตัวอย่างงานวิเคราะห์รายการเกมโชว์ของ J. Fiske (1989) ที่แสดงให้เห็นว่า รายการ Price is Right ซึ่งเป็นรายการเกมโชว์ที่ใช้แม่บ้านมาเล่นทายราคาสินค้านั้น เป็นการเปิดเวทีที่สาธารณะที่แสดงให้เห็นว่า "ความรู้ของผู้หญิง" เป็นความรู้ที่มีคุณค่า เป็นต้น R. Williams จึงกล่าวว่า ในบริบทของวัฒนธรรมประชานิยมนี้แหละที่เราสามารถจะแสวงหาและค้นพบหน่ออ่อนของการเปลี่ยนแปลงสังคมได้

ในกรณีของสตรีนิยมกับวัฒนธรรมศึกษาของไทยนั้น มีงานวิจัยหลายชิ้นที่ดำเนินรอยตามงานของ J. Fiske คือการหยิบเอาบรรดารายการต่าง ๆ ที่ถูกรับรู้เป็น "รายการของผู้หญิง" มาศึกษานับตั้งแต่รายการทำครัว ละครโทรทัศน์ ล่วงไปจนกระทั่งถึงรายการที่ติดยึดห้อยเอาไว้อย่างชัดเจนว่าเป็นรายการผู้หญิง (เช่น ผู้หญิงอยากรู้ ครบเครื่องเรื่องผู้หญิง ฯลฯ) เป็นที่น่าสังเกตว่า รายการของผู้หญิงเหล่านี้มักจะมีคุณค่าต่ำเนื่องจากเป็นรายการบันเทิง เป็นรายการเบา ๆ ไม่น่าสาระ เป็นเรื่องภายในครอบครัว ไม่ใช่เรื่องคอขาดบาดตายระดับประเทศชาติ หรือมิฉะนั้นก็มีข้อกล่าวหา

ยอดนิยมประจำศตวรรษว่า เนื้อหาของรายการเหล่านี้ เช่น ละครโทรทัศน์มีลักษณะซ้ำซากวนเวียนไปมาแบบน้ำเน่า สำหรับข้อกล่าวหาสุดท้ายนี้ หากมีการถอดคดีทางเพศออกจากมุมมองของผู้ชมแล้วก็จะเห็นว่า ในเนื้อหาของละครโทรทัศน์นั้นมีความหลากหลายและพัฒนาก้าวไปมากกว่าเนื้อหาของรายการข่าวการเมืองหรือการประชุมรัฐสภาเสียอีก แต่เหตุผลเดียวที่ทำให้บรรดารางการที่ถูกกล่าวถึงมานั้น มีคุณค่าต่ำติดดิน ก็มีสาเหตุผลในตัวเนื้อหาของรายการนั่นเอง หากแต่เป็นเพราะเป็น "รายการที่ผู้ชมส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง" ต่างหาก

ผลการวิจัยเรื่องแฟนประจำของรายการทำอาหารของชไมพร (2541) พบว่า ผู้ชมสตรีได้ใช้ประโยชน์จากรายการดังกล่าวอย่างสร้างสรรค์มาก เช่น ใช้เป็นพื้นที่สำหรับการดัดแปลงวิธีเริ่มสร้างสรรค์พัฒนาตนเอง ใช้เป็นที่สร้างเครือข่ายความสัมพันธ์กับเพื่อนผู้หญิงคนอื่น ๆ เช่นเดียวกับเรื่องแฟนประจำของรายการละครโทรทัศน์ของไสลทิพย์ (2535) ที่พบเช่นเดียวกันว่า ผู้ชมสตรีใช้ละครโทรทัศน์เป็นช่องทางในการสำรวจปัญหาต่าง ๆ ที่ยังไม่ได้เกิดขึ้นกับตนเองโดยตรง เช่น ปัญหาการทำแท้ง ปัญหาสามีนอกใจ ฯลฯ รวมทั้งการใช้เนื้อหาจากละครโทรทัศน์เป็นเครื่องเชื่อมประสานความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนฝูง J. Fiske เองก็เคยเสนอว่า ละครโทรทัศน์เป็นเวทีที่หยิบยกเอาปัญหาที่แท้จริงที่ผู้หญิงต้องเผชิญหน้าอยู่มาพูดถึงและนำเสนอหนทางแก้ไขอย่างไม่ค่อยปรากฏในรายการข่าวหรือรายการประเภทสนทนาปัญหาบ้านเมืองเลย

งานวิทยานิพนธ์ไทยบางเล่มต่อยอดข้อคิดของ R. Williams ที่ว่า ในวัฒนธรรมประชานิยม นั้นมักมีหน่ออ่อนของอุดมการณ์/วัฒนธรรมที่ต่อต้าน/ต่อรอง/ปฏิเสธอุดมการณ์/วัฒนธรรมหลักอยู่ ไม่ว่าจะวิเคราะห์ในระดับของขั้นตอนการผลิต (ศึกษาผู้ผลิต) การวิเคราะห์จากตัวเนื้อหาสาร หรือการวิเคราะห์จากระดับผู้รับสาร ตัวอย่างเช่นงานศึกษาชีวิตและการทำงานของนักประพันธ์เพลงลูกทุ่ง "ลพ บุรีรัตน์" ที่ ขจร (2540) ได้สาธิตให้เห็นว่านักประพันธ์เพลงลูกทุ่งที่ก่อร่างสร้างวัฒนธรรมมาจากนอกปริมณฑลของระบบทุนนิยมนั้น เมื่อจำเป็นต้องถูกผนวกเข้ามาใต้อาณัติของระบบการผลิตวัฒนธรรมเพลงให้กลายเป็นสินค้า นักประพันธ์เพลงลูกทุ่งคนนี้ได้พยายามต่อรองกับระบบธุรกิจอุตสาหกรรมเพลงลูกทุ่งอย่างไรบ้าง

(iv) วัฒนธรรมของใคร/เคลื่อนไหว/และสืบทอด

ท่าที่ต่อวัฒนธรรมของสำนักวัฒนธรรมศึกษาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของสำนักนี้ที่ควรกล่าวถึงเพื่อต่อยอดในที่นี้มีอยู่อีก 2-3 ประการคือ ประการแรก จากอิทธิพลทางความคิดของแนวคิดยุคหลังสมัยใหม่ (Post-modernism) ที่มีพื้นฐานคือการถ้อยถนอมมาลบลบเส้นกันแบ่งระหว่างสิ่งต่าง ๆ สำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงยกเลิกไว้กั้นระหว่างวัฒนธรรมชั้นสูง (High Culture) ชั้นกลางและชั้นล่าง (Low Culture) ออกไปหมด กล่าวคือ "วัฒนธรรมนั้นไม่มีสูง ไม่มีต่ำ มีแต่วัฒนธรรมของใคร" เท่านั้น

ด้วยแนวคิดดังกล่าว สำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงไม่เชื่อถือในเรื่องคุณค่าสากล (Universal value) ที่จะนำมาใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐานในการวินิจฉัยวัฒนธรรมต่าง ๆ หากแต่เชื่อว่าวัฒนธรรม/คุณค่าแต่ละอย่างล้วนแล้วแต่ผูกพันสัมพันธ์/แปรผันไปตามบริบท (contextual) ตัวอย่างเช่น "คุณค่าของข่าว" (News Value) ที่เราใช้กันอยู่ทุกวันนี้เป็นวัฒนธรรมที่ประดิษฐ์ขึ้นมาจากชนชั้นกลางในประเทศตะวันตกเมื่อศตวรรษที่ 18 เท่านั้น กล่าวคือ ชนชั้นกลางในประเทศตะวันตกเมื่อศตวรรษที่ 18 นั้น มีความต้องการเฉพาะที่จะ "กระหายประสบการณ์แบบใหม่ ๆ" อันเป็นความต้องการที่จะหนีไปจากเรื่องราวของวีรบุรุษเจ้าเก่าในมหากาพย์เรื่องเดิม ๆ ของยุคศักดินา จากความต้องการนั้นจึงได้ระบุ "ความแปลกใหม่" (Novelty) ให้เป็นคุณสมบัติข้อหนึ่งของข่าว แต่ทว่าความต้องการดังกล่าวนั้นก็ไม่ใช่จำเป็นต้องเป็นความต้องการของบรรดาแฟนละครโทรทัศน์ไทยในปี พ.ศ.2545 ซึ่งสามารถจะดูละครเรื่อง "บ้านทรายทอง" ได้หลาย ๆ ครั้งในรอบหนึ่งทศวรรษ เป็นต้น

ในขณะที่ที่วัฒนธรรมศึกษาในยุคแรก ๆ นั้น มักจะให้ความสนใจกับเกณฑ์ 2 เกณฑ์คือเรื่อง "ชนชั้น" และ "รุ่นวัย" (generation) ดังเช่น งานวิจัยยุคแรก ๆ ของ D.Morley ซึ่งลงไปศึกษาพฤติกรรมกรรมการชมรายการนิตยสารทางอากาศเรื่อง "Nationwide" ในประเทศอังกฤษ แม้ว่าจะใช้เกณฑ์มากมายหลายอย่างในการแบ่งกลุ่มตัวอย่าง แต่ทว่านักวิชาการสำนักวัฒนธรรมศึกษาก็เหมือนกับนักวิชาการสายทั่ว ๆ ไป คือมักจะตกม้าตายประเด็นเรื่องเพศ เนื่องจาก Morley ไม่ได้คิดว่าเรื่อง "เพศ" จะเป็นตัวแปรสำคัญ หากทว่าผลการวิจัยก็ได้ฟ้องว่า "เพศ" เป็นตัวแปรที่ชัดเจนถึงความแตกต่างระหว่างผู้ชมได้ดีกว่าตัวแปรอื่น ๆ ด้วยเหตุนี้ กลุ่มผู้หญิงในสำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงได้เริ่มวิจารณ์กลุ่มนักวิชาการวัฒนธรรมศึกษาในยุคแรก ๆ ว่า เป็น "วัฒนธรรมศึกษาแบบผู้ชาย" เท่านั้น และเริ่มรวมตัวกันใช้มุมมองแบบผู้หญิงในแนววัฒนธรรมศึกษา ดังที่ปรากฏในเอกสารงานเขียนชื่อ Women Take issues เป็นต้น กลุ่มผู้หญิงปีนี้นำเอาประเด็นใหม่ ๆ เช่น เรื่อง Sexuality/ความปรารถนา (desire) และความรื่นรมย์ (pleasure) เข้ามาเป็นเกณฑ์ใหม่ ๆ ในการวิเคราะห์ของวัฒนธรรมศึกษาซึ่งเคยมองข้ามไป

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่กลุ่มสตรีนิยมเห็นพ้องกับแนวคิดวัฒนธรรมศึกษาก็คือ วัฒนธรรมนั้นไม่มีสูงไม่มีต่ำ มีแต่ว่าเป็นวัฒนธรรมของใคร วัฒนธรรมของผู้ชายหรือวัฒนธรรมของผู้หญิง ซึ่งมีความแตกต่างกัน ดังตัวอย่างเช่น หากเราวิเคราะห์เรื่องเล่าพื้นบ้านเกี่ยวกับวิธีการตัดต้นไม้ของผู้หญิงและผู้ชายที่เล่าว่า ผู้ชายจะมีวิธีการตัดต้นไม้ด้วยการปีนขึ้นไปบนยอด แล้วเอขวานผ่ากลางต้นไม้ตั้งแต่ยอดลงมาถึงโคนต้น แล้วจึงโค่นให้ล้ม ส่วนผู้หญิงนั้นจะโค่นต้นไม้ให้ล้มลงราบกับพื้นดินก่อน แล้วจึงค่อยผ่ากลาง นิทานเรื่องนี้สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมวิถีคิดที่แตกต่างกันระหว่างหญิงกับชาย กล่าวคือ ผู้ชายจะคิดในแนวดิ่ง (Vertical) ในขณะที่ผู้หญิงจะคิดในแนวราบ (Horizontal) เป็นต้น

จากแนวคิดที่เริ่มต้นว่า วัฒนธรรมนั้นไม่มีสูงไม่มีต่ำ มีแต่วัฒนธรรมของใครเท่านั้น สำนักวัฒนธรรมศึกษาได้นำมาผูกโยงเรื่องของใครนี่เข้ากับเรื่อง "อำนาจทุกด้าน" ที่ใครคน(กลุ่ม)นั้นจะสามารถผลิต (ใส่ความหมาย/ตัดแปลงความหมาย) จะแพร่กระจาย และจะบริโภค (ตีความหมาย/แปลงความหมาย) ได้มากน้อยเพียงใด ตัวอย่างเช่น ในนิทานพื้นบ้านเรื่อง "ขุนช้างขุนแผน" นั้น ทั้ง ๆ ที่ตัวละครหลักมีถึง 3 ตัว แต่ชื่อเรื่องก็ให้ความสำคัญแก่ผู้ชาย 2 คนเท่านั้น ส่วนในการตีความนั้น ทั้ง ๆ ที่ตัวขุนแผนมีเมียหลายคน แต่การผลิตความหมายแก่ขุนแผนนั้นก็กลับเป็นไปในทางบวกทั้งหมด คือเป็นผู้ชายเจ้าเสน่ห์ ที่มีการผลิตซ้ำสืบทอดความหมายดังกล่าวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสร้างพระขุนแผน คำกล่าวเปรียบเทียบ ฯลฯ ในทางตรงกันข้าม นางพิมที่มีผู้ชาย 2 คน และถูกบังคับให้ตัดสินใจเลือกเอาเพียงคนเดียว เมื่อเลือกไม่ได้ ก็ถูกตีความหมายว่าเป็น "นางวันทองสองใจ" การที่ความหมายดังกล่าวถูกผลิตซ้ำและสืบทอดมาได้เช่นนั้นก็เพราะวรรณกรรมเรื่องนี้เกิดขึ้นในบริบทที่กลุ่มผู้ชายมีอำนาจเป็นใหญ่

นี่จึงเป็นไปตามแนวทางที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า สำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงสนใจการต่อสู้ด้านการสร้างสัญญาและการให้ความหมายของคนกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะการให้ความหมายในรูปแบบของการให้คำนิยามที่เรียกว่า "สงครามแห่งการนิยาม" (war of definition) ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับสตรีศึกษาก็เช่น การตีความใหม่แก่อาดัมและอีฟ โดยที่การเล่าเรื่องแบบเดิมนั้น จะโยนความผิดทั้งหมดมาให้อีฟซึ่งเป็นผู้หญิงที่กล้าขัดขืนคำสั่งของพระเจ้า หรือมีภาพลักษณ์ว่า การเป็นผู้หญิงนั้นง่ายต่อการถูกหลอกลวง (จากงู) การต่อสู้ในการเปลี่ยนคำว่า "Prostitute" มาเป็น "Sex worker" (หรือในกรณีของไทยจาก "โสเภณี" มาเป็น "ผู้ชายบริการทางเพศ") การเปลี่ยนแปลงคำว่า "chairman" มาเป็น "chairperson" การเปลี่ยนการเรียกผู้ที่ถูกข่มขืนจากเดิมที่เรียกว่า "เหยื่อ" (victim) มาเป็น "ผู้รอด" (survival) เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจจะเกิดมาจากผลจากการต่อสู้ช่วงชิงการนำของคนกลุ่มต่าง ๆ หรือการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทแวดล้อมที่ผันแปรไปเป้าหมายของการศึกษาของวัฒนธรรมศึกษาจึงมิใช่การวิเคราะห์เชิงสุนทรียศาสตร์หรือเชิงจริยธรรม หากแต่เป็นเป้าหมายทางการเมือง ในความหมายของการต่อสู้ช่วงชิงอำนาจในการสร้าง/ผลิต/กระจายความหมายของวัฒนธรรมนั่นเอง

เรื่องของการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาของวัฒนธรรมดังกล่าวนี้ อาจทำให้เราต้องหันกลับมาทบทวนแนวคิดเรื่อง "การสืบทอดวัฒนธรรม" สำนักวัฒนธรรมศึกษามีข้อเสนออย่างชัดเจนว่า การสืบทอดวัฒนธรรมนั้นจะมีกระบวนการคู่ขนานเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา กล่าวคือในด้านหนึ่งก็สืบทอดเหมือนของเดิม แต่ในอีกด้านหนึ่งก็ต้อง**ดัดแปลงปรับปรุง** ตัวอย่างเช่น ศิวาพร (2537) พบว่า ละครจักรๆวงๆ ที่นำมาสืบทอดในละครโทรทัศน์ทางช่อง 7 และช่อง 3 นั้น มีความแตกต่างกัน ในช่วงที่ช่อง 7 มักนำนิทานไทยที่มีมาแต่โบราณ (Traditional Thai Folktales) มา

ผลิต แต่ทว่าช่อง 3 ซึ่งก็ผลิตละครที่ดูเหมือนจะเป็นละครจักรวาลๆ เหมือนกัน แต่ส่วนใหญ่แล้ว จะเป็นนิทานที่แต่งขึ้นมาใหม่ เพียงแต่ใช้บรรยากาศแบบโบราณที่ยังคงมีเจ้าชาย-เจ้าหญิงแบบ จักรวาลๆ อยู่ นอกจากนั้น ยังมีข้อสังเกตจากผู้ศึกษาว่า บรรดาตัวละครหญิงหลายตัวในนิทาน จักรวาลๆ เหล่านี้ จะมีลักษณะเป็น "หญิงแกร่ง หญิงแกร่ง และหญิงกล้า" เพิ่มขึ้นมากอย่างเห็นได้ ชัดเจน ซึ่งอาจจะเป็นการเอาใจกลุ่มผู้ชมสตรีในยุคที่กระแสสตรีนิยมเป็นที่รับรู้กัน และในอนาคต ระยะเวลา ละครจักรวาลๆ ที่มีตัวละครหญิงแบบดังกล่าวก็อาจจะทำหน้าที่ค่อย ๆ อบรมบ่มเพาะ บรรดาลูกหลานสตรีของเราให้มี "ตัวแบบ" (role model) สำหรับเลือกให้หลากหลายมากขึ้น

(v) ความสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวบท" กับ "บริบท" (text-context)

ดังที่ได้กล่าวมาบ้างแล้วข้างต้นว่า คำนิยามของคำว่า "วัฒนธรรม" ตามทัศนะของ วัฒนธรรมศึกษานั้นจะหมายถึงกระบวนการผลิต **สัญลักษณ์** ในท่ามกลาง **โครงสร้าง/บริบท** สังคม หนึ่งๆ ดังนั้น การวิเคราะห์ทำความเข้าใจ **ตัวบท** นั้น จึงต้องดำเนินควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ **บริบท สังคม** อยู่เสมอ ตัวอย่างเช่นงานวิเคราะห์ตัวบทภาพยนตร์เรื่อง Rambo ของสำนักแพรงเพิร์ตที่ได้ วางแบบอย่างของการวิเคราะห์หรือวงจรวงจร (production-distribution-consumption) เอาไว้ หลังจากทีวิเคราะห์พบว่าวีรบุรุษแบบ Rambo นั้นมีลักษณะ "เป็นผู้ชายอย่างมาก" (Masculinist hero) (เช่น ใช้กำลังตัดสินปัญหา) เพื่อจะตอบคำถามว่า เพราะเหตุใดจึงมีการสร้างวีรบุรุษแบบนี้ ขึ้นมา ก็จำเป็นต้องถอยห่างออกมาดูภาพกว้างของสังคมอเมริกันในช่วงหลังพ่ายแพ้สงคราม ใน กรณีของสังคมไทย เราอาจตั้งข้อสังเกตได้เช่นเดียวกันว่า เพราะเหตุใด ละครโทรทัศน์ไทยยุคหลัง เศรษฐกิจจึงมีลักษณะ "ลงไปข้างล่าง" (เช่น ละครเรื่องแม่คำ/หงษ์ฟ้ากับสมหวัง) "ถอยหลังไปตั้ง หลักรุ่นชนบท" (เช่น กำนันหญิง ฟ้าเพียงดิน) หรือมีลักษณะ "ถอยกรูดกลับไปหาอดีต" (เช่น แผลเก่า) เป็นต้น

สำหรับข้อถกเถียงที่มีมานานพอสมควรแล้วในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง "ตัวบท" กับ "บริบท" ซึ่งมาจาก 2 ทฤษฎีคือ ตัวบทนั้นเป็น **ภาพสะท้อน** ของโครงสร้างสังคม (จากทฤษฎี Reflection) หรือตัวบทเป็นตัว **ประกอบสร้าง** โครงสร้างสังคม/โครงสร้างวิถีคิดของผู้คน (จาก ทฤษฎี Social Construction of Reality) จุดยืนของสำนักวัฒนธรรมศึกษาก็คือ ตัวบทนั้นทำหน้าที่ ทั้งสะท้อนสภาพสังคมและทั้งประกอบสร้างโครงสร้างสังคมไปพร้อม ๆ กัน หน้าที่ของการ วิเคราะห์ก็คือ การค้นหาว่าในส่วนใดที่สะท้อน สะท้อนอย่างไร ในส่วนใดที่ประกอบสร้างและ ประกอบสร้างอย่างไร

ตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสตรีนิยมก็เช่น ในช่วงปีพ.ศ.2545 มีละครโทรทัศน์เรื่อง "หงษ์ฟ้า กับสมหวัง" ที่กล่าวถึงตัวละคร 2 ตัวคือ "หงษ์ฟ้า" นางเอกที่เป็นลูกสาวเจ้าของวงดนตรีลูกทุ่ง และ "สมหวัง" พระเอกที่ไต่เต้าจากเด็กร้านตัดเย็บเสื้อขึ้นมาเป็นนักร้องลูกทุ่งที่มีชื่อเสียง ในละครเรื่องนี้

ตัวละครหญิงเช่น หงษ์ฟ้า นั้นเป็นผู้หญิงที่ต้องเสียสละทุกอย่าง แม้จะเรียนมาสูง ๆ แต่ก็ต้องมารับผิดชอบรับผิดชอบเรื่องการดูแลความอยู่รอดและทุกข์สุขของคนทุกคนในวงดนตรี ในขณะที่ตัวละครชายเช่นสมหวังนั้น ไม่มีภาระอะไรที่ต้องรับผิดชอบเลยแม้แต่ลูกที่เคยเลี้ยงดูมา กล่าวเฉพาะในแง่นี้ หากใช้แนวคิดเรื่องสื่อเป็นภาพสะท้อนสังคม (Reflection Theory) เราก็อาจจะต้องคำถามว่า ละครเรื่องนี้ได้ส่องสะท้อนให้เห็นถึงการเรียกร้องความรับผิดชอบต่อครอบครัวที่มีอย่างแตกต่างกันระหว่างลูกผู้หญิงและลูกผู้ชายหรือเปล่า

ในอีกด้านหนึ่ง มีนางเอกละครโทรทัศน์จำนวนมากที่มาในแบบแผนของ "นางแมวป่าหรือแม่ปูเปรี้ยวหรือแม่แต่สาวแกร่ง" วิธีการเล่าเรื่องที่เป็นแบบฉบับที่เกี่ยวกับนางเอกเหล่านี้ก็คือ เมื่อช่วงเวลา "ก่อน" จะพบพระเอก บรรดานางเอกเหล่านี้จะมีลักษณะอิสระเป็นตัวของตัวเอง สนใจการทำงานและทำตามความปรารถนาของตัวเอง แต่พอ "หลังจาก" ที่พบพระเอกแล้ว เธอก็จะกลายเป็นคนละคน (ตัวอย่างเช่น คุณนายร้อยแแก้วจากเรื่อง "ตกกระได หัวใจพลอยโจน" ที่เริ่มอ่อนแอ ไร้เหตุผล/ทำงานตกๆหล่นๆหลังจากพบกับพระเอก) ผู้เขียนไม่แน่ใจว่า ในโลกแห่งความเป็นจริงนั้นจะเป็นอย่างไร แต่พอ "การประกอบสร้าง" (construct) ภาพการเคลื่อนไหวของผู้หญิงในจอโทรทัศน์เช่นนี้ ก็อาจจะทำให้ในโลกแห่งความเป็นจริงมีผู้หญิงเก่งจำนวนไม่น้อยให้สัมภาษณ์ว่า ไม่ว่าจะอยู่นอกบ้านจะเก่งกาจมากน้อยเพียงใด เข้ามาในบ้านแล้วก็ไม่ควรทำตัวให้เฉลียวฉลาดเกินสามี เป็นต้น ซึ่งหมายความว่า ระหว่างโลกแห่งชีวิตที่เป็นจริงกับโลกแห่งสัญลักษณ์ในจอโทรทัศน์นั้นมีร่องรอยที่เรื่องราวต่าง ๆ สามารถเชื่อมผ่านถึงกันได้ (Fluidity)

4. แนวคิดหลัก ๆ ของวัฒนธรรมศึกษา

ในที่นี้จะขอเสนอแนวคิดที่เป็นแกนหลักของสำนักวัฒนธรรมศึกษาที่สตรีนิยมสามารถสอดคล้องประสานไปได้ ดังต่อไปนี้

(4.1) วัฒนธรรมคือพื้นที่ที่มีปฏิบัติการด้านการสร้างและใช้ระบบสัญลักษณ์ได้บริบทสังคม (Culture and Sign System)

จากการให้คำนิยามของ "วัฒนธรรม" ของสำนักวัฒนธรรมศึกษาที่ได้กล่าวไปข้างต้น สำนักวัฒนธรรมศึกษาได้อาศัยอิทธิพลทางความคิดจากนักสัญวิทยาวิทยาคนสำคัญเช่น F. de Saussure และ R. Barthes เป็นแนวทางในการวิเคราะห์วัฒนธรรม ในขณะที่ Saussure ได้วางระบบการวิเคราะห์ความหมายและรหัส (Code) เอาไว้อย่างยอดเยี่ยม R. Barthes ก็ได้นำเอาแนวคิดเรื่องสัญวิทยาผูกเข้ากับแนวคิดเรื่องโครงสร้างอำนาจในสังคม (Social Structure of Power) Barthes เสนอว่า เรามีได้วิเคราะห์สัญวิทยาเพียงเพื่อจะเข้าใจว่าความหมายแต่ละตัวคืออะไรเท่านั้น หากแต่เราต้องให้ความสนใจพลังอำนาจของสัญวิทยาที่ทำให้คนเกิดการยอมรับร่วมกัน ตัวอย่างที่เห็นได้

อย่างง่ายตายที่สุดก็คือ สัญญา "เงินตรา" ที่มีอำนาจขนาดทำให้ "มีเงินเรียกน้อง มีทองเรียกพี่" หรือ "เห็นเงินหน้าดำ เห็นค่าน้ำเศร้า" "มีเงิน ใช้ผีไม่แบ่งได้" (ภษิตจีน) (ลอกนึกถึงสัญญาที่เป็น "แหวน" ในเรื่อง The Lord of the Rings ก็คงพอจะเข้าใจอำนาจของสัญญาได้)

เนื่องจากการยอมรับร่วมกันหรือการยอมรับอย่างสมยอม (consent) เป็นเงื่อนไขเบื้องต้นที่จะทำให้คนเรายอมค้อมหัวให้แก่ระบบที่เป็นไปเองอย่างไม่รู้ตัวหรือโดยปริยาย ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงเรื่องสามัญสำนึก และกลุ่มอาการ taken for granted ซึ่ง Barthes กล่าวว่า พลังการบีบรัดของสังคมสมัยใหม่นั้นไม่ได้อยู่ที่การบีบบังคับจากภายนอก หากแต่เป็น "การบีบคั้นจากภายใน" คือ การใช้รหัสและสัญญาเดียวกัน ดังนั้น สัญญาจึงเข้ามาเกี่ยวข้องกับโครงสร้างอำนาจที่ว่า **ใครมีอำนาจในการสร้างและแพร่กระจายสัญญาและความหมายในสังคม** กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การวิเคราะห์สัญญาจะทำให้เราเข้าใจกระบวนการครอบงำทางวัฒนธรรม (cultural hegemony) นั้นเอง

(4.2) แนวคิดเรื่องอำนาจ (Power)

ดังที่ได้เกริ่นมาบ้างแล้วข้างต้นว่า สำนักวัฒนธรรมศึกษานั้นมีแกนหลักแกนหนึ่งของความคิดคือเรื่องวัฒนธรรมกับพลังอำนาจ และ "อำนาจ" ที่วัฒนธรรมศึกษานำมาใช้ นั้น ได้รับอิทธิพลมาจากนักคิดผู้โด่งดังในศตวรรษที่ 20 นี้คือ M. Foucault ความสนใจในเรื่องอำนาจของสำนักวัฒนธรรมศึกษานั้นมีปรากฏอยู่ทั้งในแง่มุมมองการวิเคราะห์หรืออย่างเป็นวิชาการ และทั้งในเชิงภาคปฏิบัติการของสำนัก คือการนำข้อเสนอแนะด้านนโยบายทางวัฒนธรรมไปรณรงค์ผลักดันให้เป็นจริงในสังคม

ในทัศนะของ Foucault เขาได้ให้คำนิยามของ "อำนาจ" แตกต่างจากที่เคยเข้าใจกันมาโดยสิ้นเชิง กล่าวคือ อำนาจไม่ใช่แรงที่ใช้บังคับ แต่ทว่าเป็นกลวิธีเกี่ยวกับการทำหน้าที่แบบต่าง ๆ (Power is a strategy attributable to functions, disposition, manueur tactic technic) อำนาจนี้ไม่ได้เกิดมาจากมิติเศรษฐกิจ-การเมืองเท่านั้น หากแต่เป็นเครือข่ายเล็กๆ ที่กระจายตัวในที่ต่าง ๆ (indefinite network-micro-power) กล่าวคือ อำนาจไม่ใช่เรื่องที่นายทุนกระทำต่อคนงานหรือรัฐกระทำต่อประชาชนเท่านั้น หากแต่เป็นเรื่องที่คนทุกคนต้องเข้ามาเกี่ยวข้องกับอำนาจไม่ว่าในทางใดก็ทางหนึ่ง นั่นก็คือ ถ้าไม่ใช่ผู้ใช้อำนาจก็ต้องเป็นผู้ถูกใช้อำนาจ เช่นรูปแบบการไปนั่งดูหนังในโรงหนัง (Gaze) ก็จัดเป็นรูปแบบหนึ่งของการใช้อำนาจ

และการนำเสนอที่เดินสวนทางกับความเข้าใจที่เคยมีมาเกี่ยวกับอำนาจก็คือ Foucault เสนอว่า อำนาจไม่เพียงแต่เก็บกดเท่านั้น หากแต่อำนาจยังสร้าง (create) อีกด้วย และสิ่งสำคัญที่อำนาจสร้างขึ้นมาก็คือ "ความจริง" หน้าที่สำคัญของอำนาจจึงเป็นการสร้างความจริง (Truth

Production) เพราะฉะนั้นสิ่งที่คนมีอำนาจพูดถึงเป็นความจริงเสมอ ดังที่ Foucault ได้พิสูจน์ให้เห็นอำนาจของแพทย์ นักวิชาการ นักจิตวิทยา สถานพยาบาล ตำรวจ กฎหมาย ฯลฯ ในการสร้างความจริงเกี่ยวกับสุขภาพ ความปลอดภัย ระเบียบการศึกษา และอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น ในการให้นิยามของ "ความบ้า" ซึ่งแปรเปลี่ยนไปอยู่ตลอดเวลาแล้วแต่ว่าใครเป็นคนที่มีความอำนาจในการให้นิยาม (กรณีการให้นิยามของรกร่วมเพศก็เห็นได้อย่างชัดเจน)

Foucault ได้นำแนวคิดเรื่องอำนาจมาผูกโยงกับแนวคิดอื่น ๆ เช่น ความรู้ ความจริง ประวัติศาสตร์ กิจกรรมที่กระทำอยู่ในชีวิตประจำวัน เช่น การจ้องมองดู การใช้อำนาจบนร่างกาย (สนใจโปรดดู สมสุข, 2543) รวมทั้งเรื่องอำนาจกับอัตลักษณ์ เช่น เมื่อเราเข้าไปเป็นคนไข้หรือติดคุก เราก็จะถูก "รื้อถอน" อัตลักษณ์เดิมออกไปด้วยกลวิธีต่าง ๆ เช่น เปลี่ยนชื่อของเราเป็นหมายเลข ถอดเครื่องแต่งตัวออกเป็นสวมชุดนักโทษ เมื่อถูกถอดถอนอัตลักษณ์เดิมออกไป ก็เท่ากับเราได้ถูกปลดอำนาจออกไปด้วยโดยปริยาย เป็นที่น่าสนใจว่าคนไทยมีความคิดเรื่อง "ศักดิ์ศรี" อยู่มาก ซึ่งอาจจะเทียบเคียงได้กับเรื่องอำนาจและอัตลักษณ์นี้กระมัง และหากมองจากสายตาของนักสตรีนิยม เรื่อง "ศักดิ์ศรี" นี้ ก็จะถูกเน้นหนักในเรื่อง "ศักดิ์ศรีลูกผู้ชาย" มากกว่า "ศักดิ์ศรีลูกผู้หญิง"

ในกรณีของความสัมพันธ์ระหว่าง "อำนาจ" กับ "ความรู้" นั้นเป็นประเด็นที่ M. Foucault ให้ความสนใจอย่างมาก เนื่องจาก Foucault ได้ปฏิเสธค่านิยามของคำว่า "ความรู้" ตามที่เคยเข้าใจกัน ไม่ว่าจะหมายถึง "สิ่งที่มนุษย์เราารู้ สิ่งที่มีประโยชน์ต่อการเอาชีวิตรอด" ฯลฯ Foucault เห็นว่า เพราะอำนาจต่างหากที่ทำให้สิ่งหนึ่ง ๆ กลายเป็น "ความรู้" กลายเป็น "สัจธรรม" ขึ้นมาได้ หรือกล่าวให้ง่ายที่สุดก็คือ "สิ่งที่ผู้มีอำนาจพูดนั้นคือสิ่งที่ถูกต้องและเป็นความรู้" ดังนั้นเมื่อเราได้ยินเสียง voice-over ในโฆษณาผงซักฟอกที่ต้องเป็นเสียงผู้ชายผู้กำลังแนะนำให้แม่บ้านที่ดูมีแบบฉบับเงยหน้าอยู่กับการซักผ้าให้สะอาด ก็หมายความว่า "เพราะผู้ชายมีอำนาจ ข้อความที่เขาแนะนำจึงเป็นความรู้และถูกต้อง" ในทางกลับกัน เมื่อเกิดเป็นความรู้ขึ้นมาแล้ว ความรู้นั้นก็วนกลับไปพิทักษ์ส่งเสริมอำนาจให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ดังกรณีของผู้เชี่ยวชาญทั้งหลาย

จากทัศนะดังกล่าว กลุ่มสตรีนิยมได้นำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายเรื่องอำนาจและความรู้แบบผู้หญิงและผู้ชาย เนื่องจากผู้หญิงมีอำนาจน้อยกว่าผู้ชาย ดังนั้น สิ่งที่ผู้หญิงรู้จึงไม่ถูกจัดว่าเป็น "ความรู้" มีแต่สิ่งที่ผู้ชายรู้เท่านั้นจึงจะถือว่าเป็น "ความรู้" ในบางกรณีมีตัวอย่างที่กระจ่างจนเห็นได้ชัด เช่น ความรู้ในการทำอาหาร แม่บ้านที่ทำครัวด้วยความรู้ที่อยู่ทุกวัน แต่ความรู้ดังกล่าวจะไม่มีคุณค่า/อำนาจใด ๆ แต่ทว่าเมื่อผู้ชายใช้ความรู้นั้นในการเป็น chef ตามโรงแรม ความรู้นั้นก็กลายเป็นอำนาจไปเสียแล้ว

ในเรื่องของอำนาจนี้ Foucault กล่าวเสริมว่า อำนาจเป็นสิ่งที่มิพลวัต และหากจะบำรุงรักษา

อำนาจเอาไว้ ก็ต้องมีการปฏิบัติการการใช้อำนาจ (exercise power) อยู่ตลอดเวลา นี่จึงเป็นเหตุผลว่า เพราะเหตุใด คุณนายในละครโทรทัศน์จึงต้องดูตัวว่าคนใช้อยู่ตลอดเวลาอย่างไม่จำเป็น หรือพระเอกละครโทรทัศน์ต้องกระซางนางเอกมาจูบอย่างเป็นประจำ ดังนั้น ในสังคมที่ถืออำนาจชายเป็นใหญ่จึงต้องมีปฏิบัติการทางสังคมเพื่อสำแดงพลังของอำนาจอยู่ตลอดเวลา สำหรับพื้นที่ที่มีการปฏิบัติการดังกล่าวซึ่ง Foucault ให้ความสนใจ และสอดคล้องกับแนวทางของสตรีนิยมก็คือ การใช้อำนาจบนร่างกายของผู้หญิง ที่เรียกว่า "การเมืองเรื่องร่างกาย" (Body Politics)

การใช้อำนาจบนร่างกายผู้หญิงนี้ อาจเริ่มต้นจากกรณีรูปธรรมที่มองเห็นจับต้องได้ง่ายที่สุดคือ ประเพณีการรัดเท้าของผู้หญิงจีนในยุคโบราณ การบังคับให้สวมเสื้อผ้าหรือใช้ผ้าปิดบังใบหน้าของผู้หญิง การทุบตีผู้หญิง ฯลฯ ไปจนกระทั่งถึงประเด็นที่อาจจะเริ่มมองเห็นได้ยากขึ้น เช่น การใช้อำนาจ(เงิน)บังคับให้ผู้หญิงแก้ผ้าถ่ายรูป nude ฯลฯ และกรณีที่เป็นการใช้อำนาจอย่างแยบยลแฝงเร้นอย่างมากที่สุด คือ แพ้ชนะการบังคับให้ผู้หญิงมีรูปร่างอ้วนผอม ดำขาวในแต่ละยุคสมัย

ประเด็นที่กลุ่มสตรีนิยมสนใจศึกษาเรื่องการเมืองเรื่องร่างกายมากที่สุดคือ กรณีของการถ่ายภาพ nude แม้ว่าเมื่อพิจารณาโดยผิวเผิน การถ่าย nude ดูเหมือนจะเป็นเรื่องของเพศ แต่แท้ที่จริงแล้ว เรื่องการถ่าย nude เป็นเรื่องการใช้อำนาจบนร่างกายของสตรีมากกว่า เป้าหมายของการถ่าย nude นั้นก็เพื่อบังคับให้ผู้หญิงถูก "จ้องมอง" (gaze) ซึ่งเป็นรูปแบบปฏิบัติการการใช้อำนาจที่สำคัญจากสายตาแบบผู้ชาย การถ่ายภาพโป๊เปลือยนั้นแสดงให้เห็นการถูกตบหน้าทีเดียวพร้อม ๆ กันทั้งสองข้างของผู้หญิง เพราะจากอำนาจของสังคมในด้านหนึ่ง มาตรฐานของสังคมได้บังคับด้วยการเขียนบทให้ผู้หญิงต้องนุ่งผ้าปกปิดร่างกาย แต่ในอีกด้านหนึ่ง สังคมก็ได้ใช้อำนาจเปลือยร่างกายของเธอออกมาตีแผ่เป็นชั้นๆ (จะด้วยอำนาจเงิน ชื่อเสียง เกียรติยศหรืออะไรก็ตาม) ดังนั้น ผู้หญิงจึงกลายเป็นวัตถุแห่งการถูกจ้องมองที่ต้องแก้ผ้าไปพร้อม ๆ กับเกิดความละอายใจที่ไม่สามารถจะเล่นตามบทที่สังคมเขียนมาให้แสดง "ความเป็นหญิง" ได้ เธอไม่มีอำนาจทั้งที่จะปกปิดร่างกายของตนเอง และยังไม่อำนาจพอที่จะขยับไล่ความละอายรู้สึกผิดให้หลุดพ้นไปจากจิตใจอีกด้วย (สนใจโปรดดูสมสุข และวีรวัดณ์, 1997)

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากอำนาจเป็นเรื่องที่ไม่เข้าใครออกใคร และที่ใดมีการใช้อำนาจที่นั่นก็ย่อมมีการต่อต้านอำนาจเกิดขึ้นเป็นเงาตามตัว ดังนั้น ในกลุ่มสตรีนิยมจึงเริ่มให้ความสนใจที่จะวิเคราะห์อำนาจจากสองทิศทาง คือพิจารณาว่าอำนาจนั้นถูกใช้อย่างไร และในอีกทางหนึ่งก็คือ การศึกษาว่ามีการต่อต้านอำนาจนั้นอย่างไรบ้าง เช่น การที่นางแบบ nude ได้ใช้อำนาจต่อรองในการถ่ายแบบ การที่ผู้หญิงเริ่มหันมาเป็นฝ่ายจ้องมองดูบ้าง เป็นต้น

(4.3) แนวคิดเรื่องอุดมการณ์ (Ideology)

การศึกษาเรื่อง "อุดมการณ์" เป็นแนวคิดหลักอีกแนวคิดหนึ่งของสำนักวัฒนธรรมศึกษา จนกระทั่งมีการกล่าวว่า แนวทางหลักของวัฒนธรรมศึกษาคือการศึกษาอุดมการณ์นี้เอง งานวิจัยของนักวิชาการหลายต่อหลายท่านล้วนมีเป้าหมายที่จะวิเคราะห์อุดมการณ์ที่ผ่านการทำงานของสถาบันต่าง ๆ ในสังคม เช่น P. Willis ศึกษาการซึมซับอุดมการณ์แบบชนชั้นกลางที่อยู่ในโรงเรียนของเด็กจากครอบครัวชนชั้นคนงาน I. Ang ศึกษาอุดมการณ์ที่อยู่ในหนังสือเรื่อง Dallas (ดู กาญจนา, 2544) เป็นต้น

เนื่องจากแนวคิดเรื่อง "อุดมการณ์" เป็นแนวคิดที่อยู่ในความสนใจของนักวิชาการตะวันตก มาหลายศตวรรษแล้ว ดังนั้น แนวทางการศึกษา (นับตั้งแต่การให้คำนิยาม) จึงมีความหลากหลายอย่างมาก สำหรับสำนักวัฒนธรรมศึกษานั้นได้ใช้ทัศนะของ L. Althusser เป็นโคมส์่องทางในการศึกษาเรื่องอุดมการณ์ รวมทั้งประสานแนวทางของทฤษฎีสัญญะมาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

Althusser เป็นนักลัทธิมาร์กซ์ที่ปฏิเสธการให้คำนิยามของคำว่า "อุดมการณ์" ว่าเป็น "จิตสำนึกที่ผิดพลาด" (false consciousness) ที่มาร์กซิสต์รุ่นก่อนหน้านั้นได้นิยามเอาไว้ รวมทั้งไม่เชื่อว่าอุดมการณ์จะต้องแปรผันไปตามการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างเศรษฐกิจเสมอไป เขา กลับเสนอว่า ปฏิบัติการทั้งสามด้านคือ เศรษฐกิจ การเมือง และอุดมการณ์ต่างมีอิสระในระดับหนึ่ง (relative autonomy) ที่จะปฏิบัติการของตน

เมื่อไม่ยอมรับว่า "อุดมการณ์เป็นจิตสำนึกที่ผิดพลาด เป็นความคิดที่ผู้ปกครองนำมายึดใส่ความคิดของประชาชน (หากเทียบกับภาษาสมัยใหม่ของคอมพิวเตอร์ อุดมการณ์ไม่ใช่ข้อความในไฟล์ที่ผู้ปกครองยึดเยียดมาใส่เครื่องคอมพิวเตอร์ของประชาชน) Althusser ก็ได้อธิบายให้ง่าย ๆ ว่า ในขณะที่มนุษย์เราอาศัยอยู่ในสังคมและมีความสัมพันธ์กับตัวเอง กับคนอื่น และกับสังคม เราก็ต้องมีวิธีการที่จะทำความเข้าใจกับความสัมพันธ์ดังกล่าว "วิธีการ" นั้นแหละเรียกว่า "อุดมการณ์" ซึ่งหากเปรียบเทียบกับเครื่องคอมพิวเตอร์ก็คือตัว software นั้นเอง กล่าวคือ อุดมการณ์เป็นกรอบแนวคิด (conceptual framework) ที่ทำให้เราตีความและให้ความหมายกับประสบการณ์ที่เรามีชีวิตอยู่ เป็นตัวก่อรูปและวางรูปแบบจิตสำนึกของเรา ดังนั้น เมื่อเรานั่งดูผู้ชาย 2 คนข่มขืนผู้หญิงในละครโทรทัศน์ เราจึงมีวิธีการคิดที่จะยินดีและพร้อมให้ภัยหากผู้ชายคนนั้นเป็นพระเอก แต่กลับมีปฏิกิริยาตรงกันข้าม หากผู้ชายคนนั้นเป็นผู้ร้าย เราถูกติดตั้ง software ให้มีวิธีคิดเช่นนั้น

ตัวอย่างเช่นงานวิจัยเรื่องการศึกษาภาพของผู้หญิงที่ปรากฏอยู่ในบทเพลงของสุภา (2527) ที่ศึกษาความหมายแฝงของคำว่า "ผู้หญิง" จากความเปรียบในเพลงไทยสากลทั้งลูกทุ่งและลูกกรุง

ที่ผลิตตั้งแต่ปีพ.ศ.2512-2535 ประมาณ 3,500 เพลง บทเพลงนั้นเป็น "ตัวบท" (text) ที่ถูกนำไปใช้ในการปฏิบัติการทางสังคม (social practice) คือ การร้อง การเปิด และการฟังเพลง ซึ่งหากพิจารณาโดยผิวเผินแล้ว จะพบว่าเป็นปฏิบัติการทางสังคมที่มีเป้าหมายเพื่อความบันเทิงเท่านั้น รูปแบบปฏิบัติการเช่นนี้เหมาะสมอย่างยิ่งในการถ่ายทอดความหมายแฝง (connotative meaning) ซึ่ง R. Barthes กล่าวว่า เป็นพาหะบรรจุบรรดาความคิดต่าง ๆ สุภาผู้วิจัยคาดหวังว่าการวิเคราะห์ความหมายแฝงที่พูดถึง "ผู้หญิง" โดยเปรียบเทียบว่า "ผู้หญิงเปรียบได้กับอะไรบางอย่างนั้น" จะทำให้สามารถมองย้อนกลับไปเห็นทัศนคติทางสังคมที่มีต่อผู้หญิง ซึ่งเป็นความคาดหวังที่วางอยู่บนทฤษฎีสื่อเป็นกระจกสะท้อน อย่างไรก็ตาม หากเราเปลี่ยนทฤษฎีเบื้องหลังเป็นเรื่องอำนาจของสัญญะของ R. Barthes เราก็อาจจะกล่าวได้ว่า กลุ่มคนที่มีอำนาจในสังคม (ที่มีอำนาจมากพอจะผลิตสัญญะของผู้หญิงผ่านเพลงดังกล่าว) ได้ใช้สัญญะเหล่านั้นเองเป็นกลไกการครอบงำวัฒนธรรม ได้สอดใส่รหัสที่เกี่ยวกับผู้หญิงให้อยู่ในระบบความนึกคิดของผู้คนทั้งหญิงและชายในสังคม

ฉะนั้น เมื่อดูตัวอย่างข้อค้นพบของผู้วิจัยก็จะพบว่า การเปรียบเทียบผู้หญิงนั้นจะมีดังนี้

- เป็นสิ่งที่มีอยู่เพียงอย่างเดียว สิ่งทิ้งอกได้ ส่วนอ่อน เช่น ไข่แดง (ในที่นี้จะหมายถึงพรหมจารีของผู้หญิง)

- เป็นวิถีทาง เป็นหนทาง เป็นบันได เป็นทางผ่าน

- เป็นสิ่งที่ต้องพึ่งพิงสิ่งอื่น เช่น ไม้เลื้อย

- เป็นสิ่งที่มีอายุชั่วคราว เช่น ของเล่น

- เป็นสิ่งไร้ค่า เช่น ดอกหญ้า

- เป็นสิ่งชั่วร้าย อันตราย น่ากลัว เช่น งู เสือ

ถึงแม้ว่าความหมายแฝงที่กล่าวถึงผู้หญิงจะบ่งบอกนัยยะทั้งด้านบวกและด้านลบ แต่แน่นอนว่านัยยะด้านลบจะมีมากกว่า นอกจากนั้นเมื่อแปรบทเพลงมาเป็นการขับร้อง ผู้วิจัยพบว่าเมื่อผู้ชายร้องเพลงออกหัก มักจะลงโทษผู้หญิง แต่เมื่อผู้หญิงออกหักร้องเพลง มักจะไม่โทษผู้ชายแต่จะโทษตัวเอง มองเห็นตัวเองไร้ค่าและไม่เคารพยกย่องตัวเอง

สำหรับการวิเคราะห์กลไกการทำงานของอุดมการณ์นั้น สำนักวัฒนธรรมศึกษาได้นำเอาหลักวิธีของทฤษฎีสัญญะวิทยามาใช้ ตัวอย่างเช่น อุดมการณ์ทำงานโดยมีขั้นตอนดังนี้คือ

- ทำการแยกขั้วทุกอย่างให้อยู่ตรงกันข้าม (binary opposition)

เรา / เขา

ชาย / หญิง

ดี / เลว

ผอม / อ้วน
 ขาว / ดำ

ตัวละครหญิงฝ่ายดี	ตัวละครหญิงฝ่ายร้าย
เสียสละ	เห็นแก่ตัว
จริงใจ	หลอกหลวง
ไม่เห็นแก่เงินทอง	โลภ
ยอมตาม (passive) หัวอ่อน	ก้าวร้าว/ใช้อำนาจ
ฉลาดเฉลียว	มายา
แม่ศรีเรือน	ชอบแต่งตัว
เรียบร้อย/เก็บอารมณ์	แสดงอารมณ์

- แล้วนำเอาข้อทั้งสองนี้มาวางลำดับชั้นเปรียบเทียบว่าอะไรดีกว่า สำคัญกว่า สูงส่งกว่า อะไร เช่น เราดีกว่าเขา ผอมสวยกว่าอ้วน ขาวฉลาดกว่าดำ เป็นต้น

- หลังจากผลิตแล้ว ก็ถึงขั้นตอนการกระจายอุดมการณ์ดังกล่าวออกไปในคนทุก ๆ กลุ่มโดยผ่านกลไกต่าง ๆ ของสังคม โดยเฉพาะสื่อมวลชนซึ่งเป็นบริมณฑลของการพบกันและการต่อสู้ของอุดมการณ์นานาชาติ เช่น การลงข่าวว่า นางงามจักรวาลถูกปลดเพราะอ้วนเกินไป ฯลฯ และใช้กลยุทธ์ให้เกิดการยอมรับโดยสมยอมพร้อมใจ (consent) วิธีการให้คำอธิบายก็เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญ เช่น คำให้สัมภาษณ์ของ "ผู้หญิงเก่ง"ทั้งหลายว่า เวลาอยู่ในบ้าน ต้องยอมยกให้สามีเก่งที่สุดเพื่อ *ความสงบสุขของครอบครัว* เป็นต้น

หากการแพร่กระจายนี้ดำเนินการไปได้แบบตอกย้ำซ้ำทวน (repetition) หรือที่เรียกว่ามีการผลิตซ้ำทางอุดมการณ์ (ideological reproduction) โดยอาจเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปบ้าง และเมื่อใดที่คนส่วนใหญ่ยอมรับ อุดมการณ์นั้นก็จะเดินเครื่องทำงานไปด้วยตัวเอง เพราะอุดมการณ์อันหนึ่งที่ว่า "ถ้าคนส่วนใหญ่ **ยอมรับ** ก็ต้องเป็นเรื่องจริง" เช่น ประโยคที่ขึ้นต้นด้วย "เป็นที่ยอมรับกันโดยปริยายแล้วว่า.... ไม่มีความยากจนในหมู่คนชั้น ลูกมากจะยากจน เรายากจนเพราะทำบุญมาน้อย เกิดเป็นลูกผู้หญิงเรียนไปก็ไวกแปล ฯลฯ เมื่ออุดมการณ์ดังกล่าวแข็งตัวมากขึ้นก็จะตกผลึกกลายเป็นเส้นลากล้อมกรอบความคิดของเรา ทำให้คิดออกไปนอกกรอบดังกล่าวไม่ได้ จนกว่าจะต้องเผชิญหน้ากับอุดมการณ์อื่น ๆ ที่มาท้าทาย

ผู้เขียนได้ศึกษาและเขียนงานเกี่ยวกับ "อุดมการณ์ของความเป็นหญิงและชาย" ที่สะกิดออกมาได้จากละครโทรทัศน์เอาไว้ในข้อเขียนหลาย ๆ ชิ้น เช่น อุดมการณ์เกี่ยวกับความเป็นแม่และเมียที่ปรากฏในสื่อมวลชนไทย (ดูกาญจนา, 2543) หรือในการวิเคราะห์ภาพของแม่ในหนัง

ไทยช่วงปีพ.ศ.2528-2530 บงกช เศวตามร์ พบว่า มีภาพของแม่ 4 ประเภท คือแม่แบบอุดมคติ แม่ที่รักลูกมากจนเกินควร แม่ที่เป็นประจักษ์ตาของลูก และแม่ที่เรียกร้องให้ลูกทดแทนบุญคุณ ในขณะที่หนึ่งนำเสนอภาพของแม่อย่างค่อนข้างหลากหลายนั้น ๆ ซึ่งสะท้อนความเป็นจริง แต่ทว่าหนึ่งก็ได้ทำหน้าที่เป็นกลไกทางอุดมการณ์ด้วยการ "ตีความ/ให้ความหมาย" ว่า แม่ประเภทอุดมคติและประเภทเป็นทาสของลูกเท่านั้นที่เป็นแม่ชั้นดี แม่ที่รักลูกจนเกินควรนั้น ควรจะปรับปรุงตัวเองเสียใหม่ ส่วนแม่ที่เรียกร้องลูกนั้น เป็นแม่ที่ควรดูไว้เป็นเยี่ยง แต่ไม่ควรจะเอาอย่าง เป็นต้น อุดมการณ์ดังกล่าวหล่อหลอมติดตั้งเป็นวิธีคิดให้แก่คุณแม่รุ่นใหม่ที่ยังคงยึดถือเอา "ลูกเป็นสรณะ" ทั้ง ๆ ที่รู้อยู่เต็มอกว่า ลูกชาย-ลูกสาวในพ.ศ.นี้ นั้น จะไม่มีวันทดแทนบุญคุณแม่ด้วยการบวชให้ เกาะชายผ้าเหลือง หรือแม้แต่คิดจะเลี้ยงดูแม่ยามแก่ชราก็ตาม

(4.4) แนวคิดเรื่อง "ภาพตัวแทน" (Representation)

อันที่จริง ความสนใจเรื่อง "ภาพ" "ภาพตัวแทน" นั้น มีมายาวนานแล้วในแวดวงปัญญาชนยุคก่อน แต่ทว่าสิ่งที่เปลี่ยนไปก็คือ ทศนะของนักวิชาการที่ว่า "ภาพคืออะไร" แต่เดิมนั้นมีความเข้าใจโดยทั่วไปว่า "ภาพ" คือ "การเลียนแบบโลกที่เป็นจริง" (ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือการวาดรูปเหมือน) ดังนั้น หากเราเห็น "ภาพ" ๆ หนึ่ง" เราก็สามารถจะ "ค้นพบ" (discovery) โลกที่เป็นจริง แต่ทว่าสำนักปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) กลับกล่าวว่า ภาพนั้นมีใช้การเลียนแบบและการค้นพบ หากแต่ภาพหรือภาพตัวแทนเป็นเรื่องของการสร้าง (produce) หรือประกอบสร้าง (construct) ส่วนเสี้ยวหนึ่งของโลกที่เป็นจริงต่างหาก

สำนักวัฒนธรรมศึกษาได้ยึดถือแนวทางของสำนักปรากฏการณ์นิยมโดยเฉพาะในแนวคิดเรื่อง "การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม" (Social Construction of Reality) มาอธิบายว่า "ภาพตัวแทน" มิใช่สิ่ง/ผลผลิตที่**เคยเป็นอยู่/มีอยู่** หากแต่เป็นผลผลิตที่มีการ**ประกอบสร้างขึ้นมาใหม่**อยู่ตลอดเวลา (reproduce) ไม่ว่าจะป็นรูปภาพ ข้อเขียน หลักฐานซึ่งภาพตัวแทนนั้นจะออกมาเป็นอย่างไร ก็ย่อมแล้วแต่ว่า ภาพตัวแทนนั้น**จะถูกนำเสนออย่างไร** และหากพูดในแง่ของภาษา อาจกล่าวได้ว่า ภาพตัวแทนนั้นจะออกมาเป็นอย่างไรก็ย่อมแล้วแต่การให้คำนิยาม การเล่าเรื่อง หรือการพูดถึงสิ่งนั้น ๆ นั่นเอง

ผลลัพธ์ที่ได้จากกระบวนการสร้างภาพตัวแทนก็คือ ระบบความรู้ ความเข้าใจ ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่ถูกสร้างภาพนั้นขึ้นมา เช่น ภาพของสาวเหนือที่ถูกสร้างขึ้นมาจากละครเรื่อง "สาวเครือฟ้า" หรือเพลง "วังบัวบาน" ทำให้คนทั่วไปคิดว่าผู้หญิงเหนือส่วนใหญ่หรือทั้งหมดจะมีรูปร่างหน้าตาก็ริยามารยาท ตลอดไปจนถึงความนึกคิดจิตใจ เหมือนนางเอกในละครหรือเพลงนั้น และหลังจากที่ภาพตัวแทนนั้นถูกสร้างขึ้นมาแล้ว ก็จะวนกลับไปทำหน้าที่ต่าง ๆ เนื่องจากคนส่วน

ใหญ่ไม่อาจจะมีประสบการณ์ตรงกับสิ่งต่าง ๆ ในโลกได้ เราจึงต้องมีปฏิริยาตอบโต้ด้วยการอาศัยความรู้/ความเข้าใจ/ความเชื่อจากภาพตัวแทนที่เรามีอยู่ เช่น เราไม่เคยมีประสบการณ์ตรงกับสาวเหนือ แต่เมื่อต้องลงความเห็นว่าคุณเหนือเป็นอย่างไร เราก็มักจะใช้ข้อมูลจากภาพตัวแทนที่เรามีมาพื้นฐานเพื่อการตัดสินใจ (หรือแม้จะมีประสบการณ์ตรงมาบ้าง เราก็ยังอาจจะใช้ข้อมูลจากภาพตัวแทนมากกว่า)

นอกเหนือจากแนวคิดจากสำนักปรากฏการณ์นิยมแล้ว วัฒนธรรมศึกษายังนำเอาแนวคิดและแนวทางการวิเคราะห์จากทฤษฎีสัญญะวิทยามาใช้ในการศึกษาเรื่องภาพตัวแทน เพื่อตอบคำถามว่า สิ่งต่าง ๆ ในโลกนี้ถูกสร้างภาพทางสังคม/วัฒนธรรมขึ้นมาได้อย่างไร (นับตั้งแต่พระอาทิตย์ในสังคมญี่ปุ่น พระราหูในสังคมไทย ภูเขาในทัศนะของชาวเขา ฯลฯ) โดยวิเคราะห์จากสัญญะต่าง ๆ ที่ถูกนำมาใช้ไม่ว่าจะเป็น คำพูด รูปภาพ เสียง แสง ระยะห่าง ฯลฯ ที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานของสื่อชนิดต่าง ๆ

และดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า ความสนใจในการศึกษาเรื่องภาพหรือภาพตัวแทนนั้นมิใช่เรื่องแปลกใหม่ เนื่องจากได้มีผู้ศึกษามากมายแล้ว แต่ทว่าเอกลักษณ์ของสำนักวัฒนธรรมศึกษาคือ การขยายแนวทางการศึกษามาสู่เรื่องความสัมพันธ์ระหว่างภาพ ภาพตัวแทน และโครงสร้างอำนาจในสังคม ดังนั้น ในวิธีการวิเคราะห์จากภาพตัวแทนซึ่งอาจจะตอบคำถามหลัก ๆ 3 ประการคือ (1) ภาพที่ถูกประกอบสร้างนั้นคือภาพอะไร (what is) (2) กระบวนการประกอบสร้างภาพนั้นเป็นอย่างไร (How to) (3) ใครเป็นกลุ่มคนที่มีอำนาจในการประกอบสร้างนั้น สำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงมักจะให้ความสนใจในการศึกษาภาพของกลุ่มคนที่มีอำนาจน้อยในสังคมเช่น ชนกลุ่มน้อย วัยรุ่น โสเภณี คนเป็นโรคเอดส์ ผู้พิการ คนแก่ ฯลฯ ซึ่งภาพของกลุ่มคนเหล่านี้มักถูกสร้างจากคนอื่นที่มีอำนาจเหนือกว่า

งานวิจัยเกี่ยวกับภาพตัวแทนของผู้หญิงที่เกิดจากการทำงานของสถาบันสื่อมวลชนซึ่งเป็นสถาบันที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการสร้างภาพตัวแทนนั้น มีปริมาณอยู่มากมาย แต่ทว่าผลการวิจัยที่ได้นั้น โดยแบบแผนส่วนใหญ่แล้ว มักจะได้ข้อค้นพบเดิม ๆ โดยมีส่วนเล็ยวเล็ก ๆ ที่แสดงให้เห็นการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลง แบบแผนใหญ่ๆ ก็คือ ภาพของผู้หญิงที่ปรากฏในสื่อมักจะมีน้อยกว่าภาพของผู้ชาย ภาพที่ปรากฏจะมีอย่างจำกัดอยู่เพียงไม่กี่ภาพ เช่น เป็นแม่ เป็นแม่บ้าน เป็นเมีย เป็นสัตว์โลกแสนสวย/วัตถุทางเพศ ภาพของผู้หญิงจะมีอำนาจ/มีความสำคัญน้อยกว่าผู้ชาย เฉลียวฉลาดน้อยกว่า และต้องพึ่งพิงผู้ชาย เป็นต้น

ตัวอย่างงานวิจัยเกี่ยวกับภาพตัวแทนของผู้หญิงที่น่าสนใจก็เช่น งานวิจัยเรื่องภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ ในบทเพลงไทยสากลที่ถูกผลิตขึ้นในระหว่างปีพ.ศ.2527-2539 ของมิตรภรณ์ (2539) โดยที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษานักร้องหญิงจำนวน 53 คน ที่ถูกสร้างภาพขึ้นโดยผ่านกลไก

ต่าง ๆ เช่น ผ่านบทเพลง ปกเทป คอนเสิร์ต มิวสิกวิดีโอ ผลการวิจัยพบว่า มีภาพผู้หญิงที่ปรากฏอยู่ 3 แบบ คือ ผู้หญิงแบบเก่า (อ่อนโยน ดูเป็นผู้หญิง) ผู้หญิงแบบใหม่ (เป็นผู้หญิงกล้าแสดงออก ผู้หญิงแกร่ง และผู้หญิงเก่ง) และผู้หญิงแบบผสมระหว่างเก่ากับใหม่ ปริมาณผู้หญิงแบบผสมมีมากที่สุด รองลงมาคือแบบใหม่ และที่น้อยมากคือผู้หญิงแบบเก่า ซึ่งผู้วิจัยตีความว่า ผู้หญิงในเพลงจะพยายามหลีกเลี่ยงหนีความเป็นผู้หญิงแบบเก่าไปทุกที แต่ก็ยังอาจจะกล้าๆกลัวๆอยู่ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยก็ได้พบว่า ในกระบวนการสร้างภาพตัวแทนผู้หญิงให้เป็นแบบสมัยใหม่นั้น จะมีความทันสมัยแต่ด้านมิติภายนอก เช่น การแต่งกาย การแสดงออก แต่จะยังเป็นผู้หญิงที่ยังไม่กล้าตัดสินใจ โดยเฉพาะในเรื่องความรัก และสำหรับเรื่อง sexuality นั้น ก็จะไม่กล้าแสดงออก เช่นเดิม

ส่วนงานวิจัยของไทยในเรื่องภาพสะท้อนของผู้ชายในสื่อมีน้อยอย่างเทียบกันไม่ได้กับเรื่องภาพของผู้หญิงในสื่อ ทั้งนี้คงเป็นเหตุผลสำคัญเรื่องกระแสความสนใจของสตรีนิยมนั้น ยังมีทิศทางที่จับตามองเรื่องของ "ผู้หญิง" เป็นหลัก ในที่นี้จะนำเสนองานวิจัยเรื่องภาพสะท้อนของผู้ชายในสื่อ 3 ประเภท คือ สื่อเพลง โฆษณา และภาพยนตร์

งานศึกษาเรื่องภาพสะท้อนของผู้ชายในสื่อมีแนวทางการศึกษาในลักษณะเดียวกับการศึกษาเรื่องภาพสะท้อนของผู้หญิง กล่าวคือในระยะเริ่มแรกจะเป็นการวัดปริมาณภาพที่ปรากฏเป็นส่วนใหญ่ และในระยะต่อมาก็เริ่มใช้แนวการอ่านความหมาย (meaning) จากภาพดังกล่าว ก่อนหน้าที่จะมีงานวิจัยในประเทศไทยนั้น ในโลกตะวันตก ผลกระทบต่อเนื่องจากการที่มีขบวนการสตรีศึกษา (women's study) ทำให้เกิดกระแสบุรุษศึกษา (men's study) ซึ่งได้แก่ การทบทวนบทบาทของผู้ชายในสังคม การศึกษาภาพผู้ชายในสื่อเท่าที่พบในสื่อของตะวันตกจะได้ผลที่คล้ายคลึงกันดังนี้คือ ภาพของผู้ชายจะมีมากกว่าภาพของผู้หญิง ฉลาดกว่าผู้หญิง มีอำนาจเหนือผู้หญิง

งานวิจัยชิ้นแรกของไทยเป็นการศึกษาภาพของผู้ชายที่สะท้อนออกมาจากเพลงสมัยนิยม โดย อมรรรัตน์ (2534) ผลจากการวิเคราะห์เพลงสมัยนิยมในช่วงปีพ.ศ.2531-2533 ผู้วิจัยพบว่า มีภาพผู้ชายอยู่ 2 แบบ แบบแรกเป็นภาพของผู้ชายที่สำอางและสุขภาพ ภาพดังกล่าวนี้สะท้อนผ่านลักษณะทางกายภาพ เช่น รูปร่างหน้าตาดี แต่งกายสะอาดสะอ้าน ไม่ไว้หนวด กิริยาสุขภาพ อ่อนโยน นุ่มนวล ส่วนแบบที่สอง เป็นแบบเข้มและแกร่ง ซึ่งสะท้อนผ่านหน้าตาที่เอาจริงเอาจัง ไม่นุ่มนวล ไว้หนวดคอก ใสเสื้อแจ็กเก็ต (พร้อมลู่วิ่ง) ท่าทางกล้าหาญ กล้าพูดกล้าแสดงออก

เป็นที่น่าสังเกตว่า ภาพของผู้ชายที่แสดงออกในเพลงสมัยนิยมเหล่านี้ก็มีลักษณะที่จำกัดมากเช่นกัน เพราะในโลกแห่งความจริง ผู้ชายคงมีลักษณะที่หลากหลายกว่านี้มาก ผู้วิจัยให้เหตุผลประกอบภาพอันจำกัดดังกล่าว ภาพของผู้ชายที่สะท้อนออกมาในบทเพลงนั้น มิใช่ "ภาพ

ตัวแทนความจริง" หากแต่เป็น "ภาพผู้ชายในอุดมคติ" ที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาในโลกแห่งสัญลักษณ์เท่านั้น

ในปีพ.ศ.2539 กำจร (2539) ได้ศึกษาภาพโฆษณาเบียร์ตราสิงห์ตั้งแต่ยุคเริ่มแรกปี พ.ศ.2477 ถึงพ.ศ.2541 ทั้งในสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์จำนวน 159 ชิ้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดด้านวัฒนธรรมศึกษามาจับคู่ชิ้นงานโฆษณาว่า การโฆษณานั้นไม่ได้เป็นเพียงสื่อที่มีเป้าหมายจะขายสินค้าอย่างเดียวนั้น หากแต่โฆษณายังทำงานเพิ่มอีก 2 อย่างไปพร้อม ๆ กัน คือการสะท้อนบางส่วนของโลกที่เป็นจริง ดังเช่นที่ผลการวิจัยพบว่า เมื่อสังคมไทยเปลี่ยนไป ผู้ชายไทยเปลี่ยนไป ภาพผู้ชายในโฆษณาเบียร์ก็จะเปลี่ยนตามไปด้วย เช่น ในยุคเกษตรกรรม ผู้ชายจะมีลักษณะเข้มแข็ง ในยุคอุตสาหกรรม ผู้ชายจะชอบการแข่งขัน ส่วนในยุคสมัยใหม่ ผู้ชายก็จะเป็นนักอนุรักษ์ธรรมชาติ และการประกอบสร้างความเป็นจริงบางอย่าง เช่น ในกรณีของการโฆษณาเบียร์นั้น ได้ประกอบสร้างความเป็นจริงว่า "ความเป็นชายจะต้องเป็นอย่างไรบ้าง" ดังเช่นสโลแกนของโฆษณาเบียร์ที่ระบุว่า "Real man drinks beer"

ส่วนงานวิจัยชิ้นสุดท้ายนั้น วิชชา (2543) ได้เลือกวิเคราะห์เนื้อหาหนังสือไทย 12 เรื่องที่ออกฉายในช่วงปีพ.ศ.2541-2542 เนื่องจากช่วงเวลาการศึกษาเป็นยุคสมัยใหม่ ผลการวิจัยที่พบจึงคล้ายคลึงกับงานของกำจรคือ จะพบทั้งภาพของผู้ชายแบบเก่าและผู้ชายแบบใหม่ ผลการวิจัยที่พบจึงคล้ายคลึงกับงานของกำจร คือ จะพบทั้งภาพของผู้ชายแบบเก่าและผู้ชายแบบใหม่

สำหรับภาพผู้ชายแบบเก่านั้น จะเป็นภาพแบบฉบับตายตัว (stereotype) เหมือนกับผู้หญิงคือเป็นภาพผู้ชายแบบอุดมคติของระบบคือพ่อเป็นใหญ่ เช่น เข้มแข็ง กล้าหาญ รักศักดิ์ศรี รักการต่อสู้ มีความรับผิดชอบ ความเป็นผู้นำ

ส่วนภาพผู้ชายแบบใหม่นั้น จะมีอยู่ 2 ภาพ คือ ภาพแบบผสมทั้งเก่าและใหม่ และภาพแบบใหม่ล่าสุด ลักษณะร่วมของผู้ชายแบบนี้ก็คือ เป็นผู้ชายที่พร้อมจะทำความเข้าใจกับสถานะของตัวเอง มีลักษณะสมจริงสมจังแบบคนที่มีเลือดเนื้อจิตใจและอารมณ์ความรู้สึกมากขึ้น สำหรับผู้ชายแบบผสมนั้น จะผสมเอาลักษณะความเป็นวีรบุรุษเข้าไว้ แต่ทว่าวีรบุรุษมักจะไม่อาจแก้ปัญหาได้ ส่วนภาพผู้ชายแบบใหม่ล่าสุดนั้น บางกรณีอาจจะยืนอยู่ตรงกันข้ามกับผู้ชายแบบเก่าเลย คือเป็นผู้ชายที่อ่อนแอ

ผลการวิจัยที่น่าสนใจอีกแง่มุมหนึ่งที่ไม่ปรากฏในงานวิจัยชิ้นอื่น ๆ คือเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับชาย ซึ่งผู้วิจัยพบว่าไม่ว่าภาพของผู้ชายจะเปลี่ยนไปอย่างไร แต่ทว่าความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับชายดูเหมือนจะยังหยุดอยู่ที่ เนื่องจากผู้ชายยังคงมีความสำคัญมากกว่า มีบทบาทเหนือกว่าเหมือนเดิม รูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างหญิงกับชายในภาพยนตร์ไทยที่พบมีอยู่ 4 แบบคือ

- (1) ผู้ชายเป็นข้างทำหน้า ผู้หญิงเป็นข้างทำหลัง เป็นรูปแบบที่พบมากที่สุด
- (2) ชายข่าวเปลือก หญิงข่าวสาร เนื่องจากผู้ชายสามารถเอาตัวรอดได้ ส่วนผู้หญิงจะตกเป็นเหยื่อ
- (3) รูปแบบความรักระหว่างหญิง-ชาย เป็นรูปแบบที่ทั้งหญิงและชายถือเรื่องความรักเป็นสิ่งสำคัญ
- (4) รูปแบบกลับหัวกลับหาง (turn upside down) เป็นรูปแบบที่ผู้หญิงเอาลักษณะของผู้ชายมาใช้ แต่ทว่ารูปแบบนี้มีเพียงเล็กน้อยเป็นข้อยกเว้น

(4.5) Subjectivity & Identity (อัตลักษณ์)

แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์เป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่สำนักวัฒนธรรมศึกษาให้ความสนใจอย่างมาก และได้เชื่อมโยงแนวคิดดังกล่าวนี้เข้ากับแนวคิดอื่น ๆ เช่น อำนาจ การสื่อสาร ปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ อันที่จริงก่อนหน้านั้นได้มีนักวิชาการในสาขาต่าง ๆ ให้ความสนใจศึกษาเรื่องอัตลักษณ์อยู่แล้ว เริ่มตั้งแต่การให้คำนิยาม ศึกษากระบวนการก่อตัวและคลี่คลาย ศึกษาหน้าที่ของอัตลักษณ์ เป็นต้น

ตัวอย่างเช่น F. Barth (อ้างในนิติ, 2542) ให้คำนิยามว่า อัตลักษณ์ต้องเป็นกระบวนการแบบเหรียญสองด้าน ด้านหนึ่งคือการรู้สึกว่าเป็นพวกเดียวกัน (self-ascription) และในอีกด้านหนึ่ง คนอื่นก็ต้องรู้สึกเช่นนั้นด้วย (ascription by other) อัตลักษณ์จึงเป็นความพยายามที่จะสร้างขอบเขตที่ชัดเจนของบุคคล คือตอบคำถามให้ได้ว่า "เราเป็นใคร และเราแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร ตรงไหน" นอกจากคำถามหลักเหล่านี้ก็จะมีคำถามย่อยอื่น ๆ ตามมาเป็นชุด ๆ เช่น มีใครเป็นพวกเดียวกับเราบ้าง เราอยู่ที่ไหน เรามีที่ทางอย่างไร เรามีความสัมพันธ์กับใคร คนอื่นสัมพันธ์กับพวกเราอย่างไร

หลังจากคำนิยามแล้ว ในขั้นต่อมาก็คือ การศึกษาว่ากระบวนการก่อตัวของอัตลักษณ์นั้นเป็นอย่างไร Barker (2000) กล่าวว่า อัตลักษณ์ไม่ใช่เรื่องที่ติดตัวมากับธรรมชาติ (anti-essentialism) หากแต่เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมา (socially construction) และอัตลักษณ์นี้เกิดขึ้นได้จากปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น เช่นเวลาที่มิใคร่ "บอก" ว่า เราเป็นคนอย่างไร หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า อัตลักษณ์เกิดมาจากการสังสมผลผลิตของวาทกรรม (product of discourse) เช่น เรารู้ว่าอัตลักษณ์ของเราในฐานะผู้หญิงต้องเป็นอย่างไร เพราะเราได้ยินคนพูดถึงเราว่า "เป็นลูกผู้หญิง เขาไม่กระโดดกระเดก เขาต้องเรียบร้อย เขาต้องรู้จักการบ้านการเรือน..." หรือกล่าวในภาษาของ L. Althusser ก็จะต้องพูดว่า อัตลักษณ์ (subjectivity) เกิดเนื่องจากบรรดาสถาบัน/ตัวแทนสถาบันต่าง ๆ พากัน "เรียก" (interpellation) "ตัวเรา" ให้กลายเป็น "ตัวตน" (subject) ขึ้นมา เช่น "นี่ หนู (อัตลักษณ์ของเด็ก)" เป็นต้น

ตัวอย่างที่ชัดเจนและเป็นเรื่องจริงของการ "เรียก" เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของบุคคลก็คือ กรณีของมาตามแมรี คูรี หนึ่งในจำนวนนักวิทยาศาสตร์หญิงที่โลกรับรู้ว่ามีอยู่ไม่มากนัก คูรีเล่าประสบการณ์ชีวิตการทำงานของเธอว่า ในขณะที่เธอซึ่งเป็นชาวโปแลนด์เดินทางเข้าไปเรียนวิทยาศาสตร์ในมหาวิทยาลัย ณ กรุงปารีส เมื่อใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันกับนักศึกษาคนอื่น ๆ ก็มีเสียงซุบซิบนินทา (การ interpellate) กันว่า "แม่สาวชาวโปแลนด์คนนี้ดื่มสุบรชาติไม่เป็นสับปะรดเลย" แม้จะได้ยินเสียงค่อนขอคดดังกล่าว แต่คูรีก็บอกตัวเองว่า (interpellate ตัวเอง) "จะมัวไปนั่งฝึกหัดดื่มสุบให้ร่อย่อยอยู่ทำไม ในขณะที่ยังมีหนังสือฟิสิกส์ให้ต้องอ่านอีกตั้งหลายเล่ม" กรณีของมาตามแมรีคูรีนี้ได้แสดงให้เห็นชัดเจนว่า สังคมมีกระบวนการ "เรียก" อัตลักษณ์ของผู้หญิงขึ้นมาให้เป็นอะไรบ้าง (เป็นแม่ แม่บ้าน แม่ครัว) แต่ในเวลาเดียวกัน มนุษย์ก็มีสิทธิที่จะเลือกฟังการเรียกแต่ละอย่าง อันที่จริงคงมีผู้หญิงในโลกอีกจำนวนไม่น้อยที่มีความสามารถด้านวิทยาศาสตร์ไม่น้อยกว่าคูรี และมีความใฝ่ฝันที่จะก้าวเดินไปในการแสวงหาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ แต่เนื่องจากพวกเขาเลือกฟังเสียงการเรียกของสังคมมากเกินไป พวกเขาจึงยกเลิกความใฝ่ฝันของเธอเสีย และสร้างอัตลักษณ์ตามความคาดหวังของสังคม

จากแนวคิดที่ต่อเนื่องมาจากคำนิยามของอัตลักษณ์ก็คือ จะมีตัวบ่งชี้ (indicators) อะไรบ้างที่แสดงว่า เราเป็นใคร แตกต่างจากคนอื่นอย่างไร นักวิชาการหลายท่านได้นำเสนอตัวบ่งชี้ที่แตกต่างกัน เช่น ชื่อของกลุ่ม การพูดภาษา การกินอยู่ วิธีการทำอาหาร การแต่งตัว การรู้ตำนาน/ประวัติความเป็นมา การมีพื้นที่อยู่อาศัย (homeland) การมีความทรงจำร่วมทางประวัติศาสตร์ พิธีกรรม ความรู้สึกสมานฉันท์ภายในกลุ่ม (sense of solidarity) ฯลฯ จะเห็นได้ว่าตัวบ่งชี้เหล่านี้มีเรื่องของการสื่อสารเข้าไปเกี่ยวข้องอยู่อย่างมากทั้งในฐานะ "ตัวบ่งชี้" และในฐานะ "กลไกการสืบทอดอัตลักษณ์" เช่น การสร้างภาษาเฉพาะขึ้นมาใช้ในกลุ่มเกย์ การพูดคุยกุญแจเรื่องตลกในหมู่ผู้ชาย (เราอาจนำเกณฑ์พวกนี้ไปศึกษาพวกสมาชิกของลัทธิวิทยาศาสตร์ กลุ่มแฟนฟุตบอล กลุ่มสมาคมต่าง ๆ การรวมตัวของวัยรุ่น ฯลฯ)

คุณสมบัติที่สำคัญอีก 2 ประการของอัตลักษณ์ก็คือ อัตลักษณ์มี**หลายมิติ** (dimensions) และมี**พลวัต** (dynamic) โดยอาจจะเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์ ดังตัวอย่างงานเขียนของนิตี (2542) ที่กล่าวถึงตัวอย่างคนที่เกิดในยานนาวา ในครอบครัวที่พ่อพูดภาษาจีน แม่พูดภาษาไทย เรียนชั้นประถมศึกษาในโรงเรียนจีนที่ครูและนักเรียนส่วนใหญ่นับถือศาสนาคริสต์ แต่งงานอยู่กับคนมุสลิม คน ๆ นี้จะมีอัตลักษณ์เป็นอย่างไร ท่ามกลางความหลากหลายนี้ สำหรับในพลวัตของอัตลักษณ์นั้น นิตีอ้างแนวคิดของ C. Keynes ที่ว่า สมาชิกของกลุ่ม ๆ หนึ่งอาจจะแสดงอัตลักษณ์อันใดอันหนึ่งออกมาภายใต้สถานการณ์หนึ่ง ๆ เมื่อต้องแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากร เช่น ลูกจีนในไทยอาจจะแสดงตัวเป็น "คนจีน" เมื่อเวลาเขาออกไปหางานตามห้าง

ร้าน แต่เมื่อต้องไปสอบชิงทุนแข่งขันไปเรียนต่อต่างประเทศกับคนชาติอื่น ๆ ในเอเชีย เขาก็อาจจะแสดงตัวว่า "เป็นคนไทย" ซึ่งบทความของนิตยสารให้ข้อสรุปที่แจ่มชัดอย่างยิ่งสำหรับคุณลักษณะของเรื่องอัตลักษณ์ก็คือ "บางครั้งเป็นคนไทย บางครั้งไม่ใช่ : อัตลักษณ์แห่งตัวตนที่ผันแปรได้"

ในกรณีของเรื่อง "ผู้หญิง" "ผู้ชาย" เราก็อาจจะมองเห็นลักษณะหลากหลายมิติของอัตลักษณ์ได้ เช่นเดียวกัน ตัวอย่างเช่น ผู้หญิงแกร่งเช่นนางมากาเรต แทตเชอร์ ก็สามารถจะหลังน้ำตาได้เมื่อได้ข่าวลูกชายบาดเจ็บในสงคราม หรือ Material Girl เช่น มาดอนน่าก็อาจจะเล่นบทเป็นแม่ที่รักลูกอย่างยิ่ง ฯลฯ ในความหมายนี้ นอกจากจะเป็นการปฏิเสธความเข้าใจเรื่องอาการหยุดนิ่งและลักษณะด้านเดียวของอัตลักษณ์แล้ว แนวคิดใหม่เกี่ยวกับเรื่องอัตลักษณ์ก็ยิ่งให้ข้อคิดว่า การที่จะเลือกเอาโฉมหน้าส่วนเสี้ยวใดของอัตลักษณ์ออกมานำเสนอนั้น มักจะเกี่ยวข้องกับการแข่งขันเพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากร (resource mobilization) อัตลักษณ์จึงมิใช่เรื่องของระดับจิตวิทยาเท่านั้น หากแต่เรื่องของการเมืองแห่งการช่วงชิงทรัพยากรด้วย (Politics of Identity) และการเมืองที่สำคัญที่สุดก็คือ อัตลักษณ์นั้น เจ้าของเป็นผู้สร้างเองหรือผู้อื่นมาสร้างให้ ดังเช่น กรณีของมาดามแมรี คูรี ที่ได้กล่าวไปแล้ว พิจารณาในแง่นี้ การที่สังคมบังคับให้ผู้หญิงเปลี่ยนคำนำหน้าจาก "นางสาว" ไปเป็น "นาง" เปลี่ยนนามสกุลเดิมของตนไปเป็นนามสกุลใหม่ของสามี จึงเท่ากับเป็นกระบวนการถอดถอนอัตลักษณ์เดิมของผู้หญิงออก (ซึ่งเท่ากับปลดอาวุธประจำกายออก เช่นเดียวกับการบังคับให้นักโทษเปลี่ยนเสื้อผ้านั่งที่ได้อีกแล้ว) แล้วนำเอาอัตลักษณ์มา "เรียก"/"สวมใส่" ให้ใหม่นั้นเอง

มีงานศึกษาของไทยที่เกี่ยวกับเรื่องอัตลักษณ์เช่น นันดา (2543) ศึกษาเรื่องอัตลักษณ์ทางเพศ (Gender identity) กับสตรีเอาไว้อย่างละเอียดโดยเริ่มตั้งแต่คำนิยามว่า อัตลักษณ์คือสิ่งที่ทำให้เรารู้ว่าเราคือใคร และเราจะดำเนินความสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ตลอดจนโลกที่แวดล้อมตัวเราอยู่อย่างไร ตัวอย่างเช่น ประโยคที่ว่า "ผู้ชายเป็นข้างทำหน้า ผู้หญิงเป็นข้างทำหลัง" เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของการสร้างอัตลักษณ์ กล่าวคือ ถ้าเราเป็นผู้หญิง เราก็คือข้างทำหลัง เราควรจะมี "ผู้ชาย" เป็นผู้นำทาง และเราไม่ควรจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับเรื่องการตัดสินใจสำคัญ ๆ

อัตลักษณ์จะทำหน้าที่เป็นสิ่งที่กำหนดทางเดินให้แก่คนเรา เป็นสิ่งที่บ่งบอกว่า ใครเป็นพวกเดียวกับเรา และใครที่แตกต่างจากเรา (difference) ซึ่งส่วนใหญ่แล้วอัตลักษณ์จะถูกกำหนดโดยความแตกต่าง ซึ่งอาจจะมองเห็นได้ในลักษณะของการแบ่งแยกออกจากกัน เช่น เด็กผู้หญิงจะเล่นตุ๊กตา ส่วนเด็กผู้ชายจะเล่นปืน เป็นต้น

สำหรับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์นั้นมีอยู่ 4 ปัจจัยหลัก ๆ คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและโครงสร้างสังคม (เกิดเป็นอัตลักษณ์ของคนแต่ละชนชั้น) ปัจจัยด้านการอบรมเลี้ยงดูของครอบครัว ปัจจัยจากการใช้ชีวิตในวัยเด็กในโรงเรียนและกลุ่มเพื่อน และท้ายที่สุดคืออิทธิพลจากสื่อต่าง ๆ

ตัวอย่างเช่น **สื่อนิทาน**เรื่องสโนไวท์และคนแคระทั้ง 7 เนื้อหาของนิทานเรื่องนี้แสดงให้เห็นว่า สิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับผู้หญิงคือความงาม (ดังที่แม่มดต้องตรวจสอบความงามของเธอทุกวันจากกระจกวิเศษ) และ "ผู้หญิงที่ดี" นั้นจะต้องเป็นผู้หญิงที่สวยงาม จิตใจงาม เป็นฝ่ายตั้งรับ อ่อนแอ และพึ่งพิงผู้ชาย (เช่นบุคลิกของสโนไวท์ที่ต้องมีเจ้าชายมาช่วย) และในขณะที่ผู้หญิงที่ไม่ดี (เช่นแม่มด) มักจะมีนิสัยขี้อิจฉาริษยา ใจแคบ โหดเหี้ยม และทะเยอทะยาน สำหรับผู้ชายในนิทานนั้น จะเห็นได้ชัดเจนว่า มีลักษณะตรงกันข้ามกับผู้หญิง ไม่ว่าจะเจ้าชายหรือคนแคระทั้ง 7 ก็ตาม ล้วนแล้วแต่มีความเป็นผู้กระทำมากกว่า เข้มแข็งกว่า และฉลาดกว่า เช่น ตอนที่คนแคระตัดเดือนสโนไวท์ไม่ให้ลงเชื้อคนแปลกหน้า เป็นต้น

ในสื่อประเภทอื่น ๆ เช่น หนังสือเรียน โฆษณาสินค้าหรือบทเพลง ก็มีแบบแผนส่วนใหญ่ของอัตลักษณ์ทางเพศคือผู้หญิงและผู้ชายไม่แตกต่างจากสื่อนิทานที่กล่าวมาแล้ว ผลกระทบต่อการสร้างอัตลักษณ์ดังกล่าวนี้มีผลในหลาย ๆ ระดับ ทั้งต่อการใช้ชีวิตส่วนตัวของผู้หญิง ต่อความสัมพันธ์ระหว่างชาย-หญิง และต่อการใช้ชีวิตในสังคมของผู้หญิง

กรกฎาคม 2545

บรรณานุกรม

Barker, C. (2000)

Cultural Studies: Theory and Practice. London: Sage Publications.

Hall, S. (1999)

"Encoding/Decoding " in P. Morris & S. Thornham (eds) *Media Studies : a Reader*, Edinburgh, Edinburgh University Press.

Fiske, J. (1989)

Understanding Popular Culture, Boston :Unwin Hyman.

Storey, J. (1993)

Cultural Theory and Popular Culture. Brighton: Harvester.

Storey, J. (ed). (1996)

What is Cultural Study: A. Reader, London: Arnold.

Thompson, J.B. (1995)

"Mass Communication and Modern Culture" in O. Boyd-Barett & C. Newbold (eds).
Approaches to Media, London: Edward Arnold.

Turner, G. (1990)

British Cultural Studies, London: Unwin Hyman.

Van Zoonen L., (1994)

Feminist Media Studies, London: Sage Publications.

กาญจนา แก้วเทพ (2543)

"แม่และเมีย: ภาพอภิมหาอมตะนิรันดร์กาลในสื่อมวลชนไทย" ใน **ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน**, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

กาญจนา แก้วเทพ (2544)

ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัจจกร หลุยยะพงศ์ (2539)

"การวิเคราะห์เนื้อหาการนำเสนอของภาพของความเป็นชายในโฆษณาเบียร์สิงห์"
วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ขจร ฝ่ายเทศ (2540)

"ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างสรรค์ผลงานเพลงของผู้ประพันธ์เพลงแนวเพลงลูกทุ่ง:ลพ บุรีรัตน์"
วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชไมพร แก้วประไพ (2541)

"การวิเคราะห์แฟนของสื่อที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับอาหาร" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทา วิวิทย์านุกูล (2543)

"สตรีกับอัตลักษณ์" ใน **สตรีศึกษา 2 : ผู้หญิงกับประเด็นต่างๆ**, กนกศักดิ์ แก้วเทพ
(บรรณาธิการ), คณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานสตรีแห่งชาติ (กสส.)

นิติ ภาวิศรพันธุ์ (2542)

"บางครั้งเป็นคนไทย บางครั้งไม่ใช่ : อัตลักษณ์แห่งตัวตนที่ผันแปรได้" **รัฐศาสตร์สาร**
ปีที่ 20: 3 (2541), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

มิตรารภรณ์ อยู่สถาพร (2539)

"การสร้างภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยม, 2527-2539"
วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วิชา สันทนาประสิทธิ์ (2543)

"การนำเสนอภาพความเป็นชายในภาพยนตร์ไทยระหว่างปีพ.ศ.2541-2542" วิทยานิพนธ์
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไศลทิพย์ จารุภูมิ (2535)

"การศึกษาความพึงพอใจที่ได้รับจากละครโทรทัศน์" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมสุข หินวิมาน (2543)

"การเห็น การมอง การจ้อง การชำเลื่อง และการสื่อสารแห่งมนุษย์" นิเทศศาสตร์ปริทัศน์
ปีที่ 5:1 (1543) มหาวิทยาลัยรังสิต.

สมสุข หินวิมาน และวีรวัดณ์ อัมพันธ์ (1997)

ธุรกิจผู้สร้างกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางเพศในสังคมไทย ใน Women Gender
Relations and Development in Thai Society (vol.II) Viranda Samsawasdi & Sally
Theobald (eds) Women's Studies Center, Faculty of the Social Sciences, Chaing
Mai University, 1997.

สุภา อังกระวราภรณ์ (2527)

"การศึกษาความหมายแฝงของคำว่า "ผู้หญิง" จากความเปรียบจากเพลงไทยสากล"
วิทยานิพนธ์ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรมรัตน์ รัตนภาสุร (2534)

"การนำเสนอภาพความเป็นภายในเพลงไทยสมัยนิยม: วิเคราะห์นักร้องชายยอดนิยม
ระหว่างปี พ.ศ.2531-2533" วิทยานิพนธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.