

วาทกรรม ความขาว : อัตลักษณ์ความงามของผู้หญิงลาว ในวัฒนธรรมสมัยนิยม

A WHITE-NESS DISCOURSE: IDENTITY OF LAO WOMEN'S BEAUTY IN POPULAR
CULTURE

8

วิสิษฐ คิตคำสวน*

รองศาสตราจารย์ ดร. อนาโตน โรเจอร์ เบ็ลติเยร์**

รองศาสตราจารย์ สมหมาย เปรมจิตต์***

ดร. พิลิฎฐ์ โคตรสุโพธิ์****

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องวาทกรรมความขาว : อัตลักษณ์ความงามของผู้หญิงลาวในวัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการศึกษาจากต้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้วิธีการวิเคราะห์วาทกรรมเป็นเครื่องมือหลักในการศึกษา โดยศึกษากลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในนครหลวงเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์กระบวนการสร้างวาทกรรมความขาวที่ผูกโยงกับการใช้อำนาจและความรู้ เพื่อช่วยให้มองเห็นการร่วมกันของอำนาจที่ประกอบสร้างความหมายหมายของวาทกรรมความขาวให้ดำรงอยู่จนกลายเป็นความจริงในสังคม ตลอดจนถึงทัศนคติและปฏิกิริยาของผู้หญิงลาวเกี่ยวกับความงามที่กำลังปรับเปลี่ยนอุดมคติไปสู่ความขาวตามวัฒนธรรมสมัยนิยม

ผลการวิจัยพบว่า วาทกรรมเรื่องความขาวเป็นอุดมคติในรูปแบบความงามอย่างหนึ่งของผู้หญิงลาวที่ได้รับการยอมรับและถูกผลิตซ้ำมาตั้งแต่อดีต ซึ่งในอดีตได้ส่งผ่านความรู้เรื่องความขาวผ่านแนวคิดทางสัญญาะโดยการใช้อยู่ในบทกวี นิยาย วรรณคดีที่มีส่วนรณกล่าวถึงความงามของผู้หญิงลาว เพื่อให้ผู้หญิงได้รับรู้และมีจิตสำนึกร่วมกัน ในการสร้างความหมายและตีความ เมื่อประเทศลาวได้พัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัยยุคโลกาภิวัตน์ ได้ส่งผลให้ความขาวถูกสร้างและผลิตความหมายอยู่ตลอดเวลา โดยการกระทำผ่านช่องทางสื่ออันหลากหลาย จนกลายเป็นภาพตัวแทนที่ชัดเจนของผู้หญิงลาว โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่สร้างการรับรู้และค่านิยมต่อองค์ความรู้เรื่องความขาวของผู้หญิงในสังคมลาวปัจจุบัน ถึงแม้ว่าผู้หญิงลาวในปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับความขาวมากขึ้น แต่ก็ยังมีความคิดเห็นที่แสดงออกถึงความหวงใยและหวงแหนในวัฒนธรรมความงามในชาติของตนเองที่บรรพบุรุษได้สืบทอดสร้างขึ้น โดยยังคงยึดถือปฏิบัติด้วยความเชื่อถือว่าเป็นคุณธรรมและความงามของผู้หญิงลาวที่ต้องแสดงออกให้เห็นถึงคุณค่าที่อยู่ภายในจิตใจนอกเหนือจากความงามทางรูปลักษณ์ภายนอก

* นักศึกษาปริญญาเอก สาขาวิชาภูมิภาคลุ่มน้ำโขงและสาละวินศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

** สถาบันภาษา ศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

*** มหาวิทยาลัยมหาสารคาม วิทยาลัย วิทยาเขตลำนา

**** สถาบันสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ABSTRACT

The present dissertation analyses the discourse of ‘white-ness’ as it emerges in contemporary popular women’s culture as represented by a group of women in Vientiane. As regards data collection, the dissertation is a documentary study conducted on the basis of deep field interviews with a small mixed sub-group representative of urban and rural women in Vientiane. The theoretical framework adopted is that of discourse theory. The research focus is on the process of building the aesthetic and socio-anthropological construct of ‘white-ness’. This construct is related to the use of power, knowledge and truth. These appear indeed to be the three key areas involved in the representation of ‘white-ness’ – the interplay of power, knowledge and truth is instrumental as an agent of meaning that gives white-ness its positioning in society. That is, power builds the social meaning of white-ness. The changing attitude and responses to beauty displayed by the group of women under study shows a polarisation towards the notion and ideology of ‘white-ness’ as these are represented in popular culture, and in turn it feeds back onto an ongoing reference to traditional notions.

The discourse of ‘white-ness’ is already present in traditional Lao women’s culture, which provides a knowledge basis or repository of meaning and contents that are expressed in literature, poetry, story-telling and romantic sagas. Traditional literary clichés provide the symbols and points of references whereby women build the meaning and elaborate a shared notion of beauty in Vientiane. With Vientiane developing as a modern country in the globalised era, ‘white-ness’ has continued to be a productive notion of self-representation and further reproduces itself through the medias. The ideal as it has been negotiated through the medias’ projection has become the inherited notion of women’s beauty in Vientiane. Television in particular has been the determining factor in leading to the acceptance of this notion of ‘white-ness’ as beauty as an established social value. Although the group analysed is strongly influenced by the beauty norm popularised as it has been described, it continues to look at the traditional discourse as an implicit point of ideological reference and legitimation. Further, they express an awareness of the need to protect and embody the traditional ideal as it has been culturally inherited. This awareness and preoccupation has a dimension of social morality and ethics in that it is concerned with the preservation of and adherence to the traditional canon of beauty in society. There is continuity with the traditional belief system centered on the idea that the source of beauty is within and that external beauty embodies inner beauty and purity.

บทสรุป

ความสนใจต่อเรื่องความขาวของสีผิวเป็นเรื่องที่อยู่ในกระแสความนิยมและความสนใจของมนุษย์ทุกคน โดยเฉพาะผู้หญิงที่ยังคงตกอยู่ภายใต้วาทกรรมเรื่องความขาว โดยอุดมคติเรื่องความขาวได้แผ่เข้าไปอยู่ในทุกส่วนของความคิดของผู้คนทั้งในชีวิตส่วนตัวและชีวิตสาธารณะ ซึ่งในปัจจุบันการให้ความสำคัญกับความขาวและภาพลักษณ์ที่ปรากฏทางร่างกายมีแนวโน้มที่จะถูกจัดการ เพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ถึงเสน่ห์ของตน อันเป็นการบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ (Identity) ของบุคคลนั้นๆ อีกด้วย ซึ่งในสังคมปัจจุบันกระแสความขาวของสีผิวเป็นกระแสความงามที่ได้รับความนิยมอย่างสูง และเริ่มเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้หญิงเป็นอย่างมาก ไม่เว้นแม้แต่ในสังคมผู้หญิงลาวก็หนีไม่พ้นที่จะถูกกำหนดโดยกระแสนิยมนี้เช่นกัน ซึ่งในปัจจุบันจะเห็นได้ว่า ผู้หญิงลาวไม่น้อยได้อ้างอิงอัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนไว้กับความขาว รวมทั้ง

การใช้ตำแหน่งแห่งที่ของตนอิงไว้กับความขาวนี้ เพื่อก้าวสู่อาชีพการงาน และการยอมรับทางสังคม ความดั่งเห็นได้จากการประกวดสาวงามผลิตภัณฑ์และปฏิทินบนเวทีต่างๆ ที่เป็นแรงจูงใจและผลักดันให้ผู้หญิงลาวต้องปรุงแต่งตัวเองอยู่ตลอดเวลา ทำให้เห็นว่าคนผิวขาวมักจะมีต้นทุนทางสังคมดีกว่าคนผิวคล้ำหรือผิวสีอื่น และมีความเป็นไปได้สูงที่คนที่ผิวขาวกว่าจะได้รับ การหยิบยื่นโอกาสทางสังคมได้มากกว่า

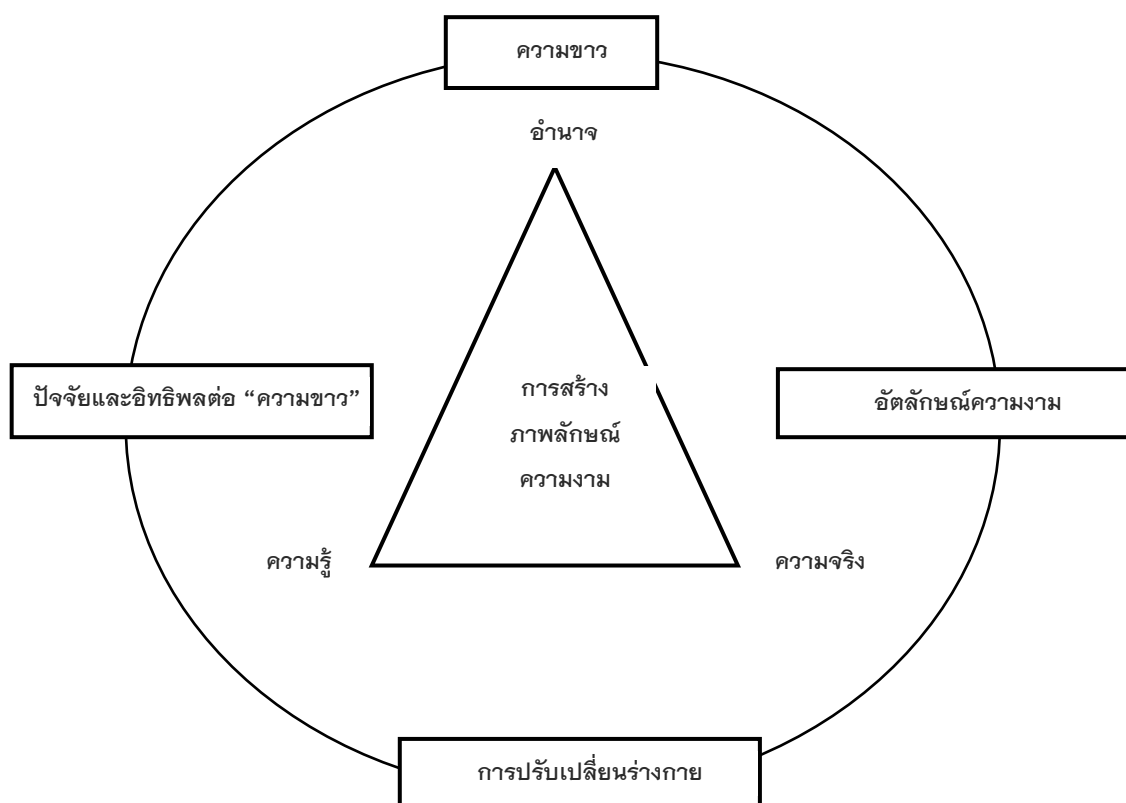
ดังนั้น ความขาวจึงไม่ได้เป็นเพียงแค่ตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นความหมายของรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงที่สวยงาม น่าดึงดูดใจ และพึงปรารถนาเท่านั้น แต่ความขาวยังเป็นเป็นกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ความงามของผู้หญิงที่มีการซ้อนทับกันระหว่างโครงสร้างอำนาจต่างๆ ที่สลับซับซ้อน แฝงเร้น จนดูเหมือนเป็นธรรมชาติและมองไม่เห็น อีกทั้งยังเป็นอำนาจที่กำหนดและควบคุมความเข้าใจเกี่ยวกับความงามของผู้หญิง และมีความจำเป็นต้องเข้าไปจัดการให้เหมือนกันตามบรรทัดฐานที่กำหนดไว้ ทำให้เป็นที่น่าสนใจว่า ภายใต้อัตลักษณ์ความงามของผู้หญิงลาวในยุคสมัยที่ประเทศกำลังก้าวสู่ความทันสมัยนี้ วาทกรรม “ความขาว” ได้สร้างความหมายที่นำไปสู่การสนับสนุนให้เกิดระบบคิดที่เป็นที่ยอมรับร่วมกันในสังคมผู้หญิงลาว จนเป็นสาเหตุทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอุดมคติความงามไปสู่ความขาวตามกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมได้อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์กระบวนการสร้างความหมายและปฏิบัติการของวาทกรรมความขาว ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์ความงามของผู้หญิงลาวให้เป็นไปตามกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยม
2. เพื่อวิเคราะห์ทัศนคติและปฏิกิริยาของผู้หญิงลาวเกี่ยวกับความงามที่กำลังปรับเปลี่ยนอุดมคติไปสู่ความขาวตามวัฒนธรรมสมัยนิยม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การปฏิบัติการในการสร้างวาทกรรมความขาว ถือเป็นการปฏิบัติการของความรู้เพื่อสร้างความจริงตามเจตจำนงของความรู้ให้เป็นไปในทิศทางที่มีเป้าหมายตามที่วาทกรรมกำหนดขึ้น โดยการเชื่อมโยงอุดมการณ์และความรู้เพื่อรองรับความจริงที่ถูกสร้างขึ้น เพื่อนำไปสู่การกำหนดกฎเกณฑ์หรือแนวทางในการปฏิบัติให้บรรลุถึงความจริง นั่นก็คือ “ความขาว” ตามกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยม ดังเห็นได้จากความขาวได้ถูกยกขึ้นมาเป็นส่วนหนึ่งของวาทกรรม โดยการกระทำผ่านช่องทางอันหลากหลาย ทำให้เกิดเป็นชุดคำอธิบายหรือการให้ความหมายเกี่ยวกับความงามที่แตกต่างไปจากเมื่อในอดีต กล่าวคือ ผู้หญิงไม่จำเป็นต้องพึ่งพาบุญวาสนาหรือบุญทำกรรมแต่งอีกต่อไป แต่สามารถจัดการร่างกายของตนเองให้งามได้ ด้วยเทคโนโลยีหรือเครื่องสำอางสมัยใหม่ ซึ่งความงามที่สร้างขึ้นจากความขาวนี้ได้กลายเป็นอัตลักษณ์ใหม่ที่เป็นที่ยอมรับในวงใหญ่ของสังคมปัจจุบัน ยิ่งผิวขาวเท่าไร ความได้เปรียบในเรื่องของความงามก็ยิ่งเพิ่มขึ้น ซึ่งการปฏิบัติตามค่านิยมหลักนั้นทำให้ผู้ปฏิบัติเกิดความรู้สึกถึงการมีตัวตนและมีพื้นที่ในสังคม การทำความเข้าใจในเรื่องวาทกรรมความขาว จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาสิ่งประกอบสร้างที่ทำให้วาทกรรมนี้สามารถดำรงอยู่ได้ในสังคมปัจจุบันจากการศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาทำเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยได้ดังนี้



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร (Documentary Data) และการปฏิบัติพื้นที่ภาคสนาม (Field Data) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ และนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยการศึกษาวิเคราะห์ผ่านตัวบท (Text) ได้แก่ หนังสือ เอกสาร ตำรา และสื่ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำบอกเล่าหรือข้อคิดเห็นจากบทสัมภาษณ์ เพื่อเผยให้เห็นถึงกระบวนการต่างๆ ในการสร้างวาทกรรมความขาวให้กับผู้หญิงลาว ผ่านการใช้อำนาจ ความรู้ ความจริง และปฏิบัติการทางสังคม ที่มีต่อทัศนคติเรื่องความงามของผู้หญิงลาวที่เปลี่ยนแปลงไปสู่ความขาวตามกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้หญิงลาวในขอบเขตพื้นที่ นครหลวงเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) จำนวน 35 คน

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากร คือ ผู้หญิงลาวที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่นครหลวงเวียงจันทน์เป็นตัวแทน (Represent) ในการสะท้อนถึงการสร้างความหมายของคำว่า “ความขาว” โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างเพศหญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตและวิถีปฏิบัติเกี่ยวกับการบำรุงรักษา “ความขาว” แตกต่างกันตามลักษณะทางกายภาพและภาพลักษณ์ ซึ่งมีวิธีการ คือ กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ตามตารางคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) จากตารางคำนวณจำนวนกลุ่มจำนวนประชากรจำนวน 35 คน

ใช้กลุ่มตัวอย่าง 32 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 16 คน รวม 32 คน คือ กลุ่มแรก ได้แก่ กลุ่มชาวบ้านหรือประชาชนทั่วไปผู้มีความรู้เกี่ยวกับความงามและคุณค่าของผู้หญิง จำนวน 16 คน กลุ่มที่สอง ได้แก่ กลุ่มวัยรุ่น เยาวชน นักเรียน นักศึกษา ที่มีวิถีชีวิตความผูกพันกับกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยม จำนวน 16 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

- เครื่องบันทึกเสียงและกล้องถ่ายภาพ สำหรับการบันทึกขณะที่พูดคุยและสังเกต เพื่อเก็บรายละเอียดของข้อมูล แต่ผู้วิจัยจะทำการขออนุญาตผู้ให้สัมภาษณ์ก่อนทุกครั้ง เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีความรู้สึกสบายใจ ไม่รู้สึกอึดอัดระหว่างการตอบคำถาม การสัมภาษณ์ผู้วิจัยสามารถปรับคำถามได้ตลอดเวลาเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์และทำให้ผู้ตอบไม่รู้สึกกดดันระหว่างที่ให้ข้อมูล อีกทั้งเป็นการให้ข้อมูลที่เป็นไปตามธรรมชาติ นอกจากนี้ยังใช้วิธีการถ่ายภาพ เพื่อทำการบันทึกภาพกิจกรรมและปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นในขณะที่เก็บรวบรวมข้อมูล

- การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ใช้กับการสังเกตโดยตรงเป็นการสังเกตการณ์ที่ผู้วิจัยเฝ้าสังเกตอยู่ภายนอก เพื่อทำการสังเกตวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ ความงามของผู้หญิงลาวในปัจจุบัน

- การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยใช้แนวคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลได้แสดงทัศนะข้อคิดเห็นได้อย่างอิสระ ผู้วิจัยไม่ได้กำหนดเวลาในการสัมภาษณ์ ทำให้การสัมภาษณ์ในแต่ละครั้งเป็นไปตามธรรมชาติ และเป็นกันเองมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทำบันทึกข้อความถึงบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ เพื่อทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือ เพื่อประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดย ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้หญิงลาวในขอบเขตพื้นที่ นครหลวงเวียงจันทน์ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) จำนวน 32 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

เนื่องจากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์วาทกรรมเป็นหลักเพื่อแสดงให้เห็นถึงกระบวนการที่ถูกสร้างขึ้นด้วยวิธีวิทยาวิธี (Dialectic) ระหว่างภาคปฏิบัติการทางสังคมและโครงสร้างทางสังคม ตามกฎเกณฑ์ของวาทกรรมผ่านอัตลักษณ์ ตำแหน่งทางสังคม ความสัมพันธ์ทางสังคมและระบบความเชื่อทางสังคม โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาใน 3 มิติ ดังนี้

1. มิติของตัวบท (Text) คือ การศึกษาและวิเคราะห์วาทกรรมที่แสดงออกมาทั้งในรูปแบบภาษาพูดและภาษาเขียน เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ (Textual Analysis) ของ วาทกรรมเรื่องความงาม ด้วยการวิเคราะห์และตีความข้อมูลประเภทเอกสารทางประวัติศาสตร์ สุภาษิต คำพังเพย ขนบธรรมเนียมประเพณี คำบอกเล่าหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะและคุณค่าของผู้หญิง รวมถึงสื่อต่างๆ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต เพื่อให้ทราบว่าการให้ความหมายเรื่องความงามไว้อย่างไรบ้าง การวิเคราะห์วาทกรรมในประเด็นนี้เป็นการสะท้อนถึงกระบวนการสร้าง การผลิตความหมายเรื่องความงามออกมาสู่สังคมและวัฒนธรรม

2 มิติของภาคปฏิบัติการของวาทกรรม (Discursive Practice) คือ การศึกษาปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับผู้ใช้ตัวบท เป็นการเผยให้เห็นภาคปฏิบัติการในการสร้างความหมายผ่านการจัดการโดยใช้ความรู้ที่ได้จากตัวบท โดยการศึกษาจาก การผลิตตัวบท การเผยแพร่ตัวบท และการใช้ตัวบท ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นตามลักษณะเฉพาะของสภาพแวดล้อมทางสังคม ที่มีต่อการแสดงออกในด้านความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรม เพื่อเผยให้เห็นถึงความรู้สึกนึกคิดของตนเอง

ที่มีต่อความงาม การจัดการความงามและการเข้าถึงวิธีการดังกล่าวนี้ได้อย่างไร และกระบวนการนี้ได้มีการผูกโยงกับกระบวนการสร้างวาทกรรมความงามขึ้นได้อย่างไร มีการนำเอาบริบททางสังคมมาสร้างเป็นวาทกรรมได้อย่างไร โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มาประกอบการวิเคราะห์

3 มิติของภาคปฏิบัติการทางสังคม (Social Practice) คือ การศึกษาอุดมคติเรื่องความงาม การช่วงชิงการนำ และวิวัฒนาการของอำนาจที่สัมพันธ์กับการช่วงชิงความเหนือกว่าด้วยกฎเกณฑ์ของวาทกรรมที่ปิดกั้นไม่ให้วาทกรรมชุดอื่นเข้ามาช่วงชิงความเหนือกว่า เป็นการเชื่อมโยงให้เห็นว่า การสร้างอัตลักษณ์ความงามภายใต้วาทกรรมความงามในกระแสวัฒนธรรมสมัยนิยมนั้นได้ผลิตขึ้นภายใต้เงื่อนไขหรืออุดมคติทางสังคมใดบ้าง ปฏิบัติการทางวาทกรรมและปฏิบัติการทางสังคมมีปฏิสัมพันธ์อย่างไรต่อผู้หญิงและได้แสดงออกมาในลักษณะใดบ้าง ผู้หญิงมีการปฏิบัติในเรื่องความงามอย่างไร มีผลกระทบต่อตนเองและสังคมอย่างไรบ้าง ซึ่งจะทำให้เห็นถึงการประกอบสร้างวาทกรรมและระดับปฏิบัติการของวาทกรรมได้ชัดเจนขึ้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และน่าเชื่อถือ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาจากความเที่ยงตรง (Reliability) และความถูกต้อง (Validity) จากแหล่งที่มาของข้อมูลในด้านเวลา สถานที่ และบุคคล จากตัวผู้วิจัยเองและจากวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการใช้เอกสาร จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาเสนอในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analytical Description)

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า วาทกรรมเรื่องความงามได้ฝังรากลึกในเรื่องความงามของผู้หญิงลาวมาตั้งแต่กาลสมัย ความงามได้เป็นอุดมคติในรูปแบบความงามอย่างหนึ่งที่ได้รับการยอมรับและถูกผลิตซ้ำมาตั้งแต่อดีต ดังปรากฏหลักฐานในด้านวรรณคดีลาวที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย เช่น ขุนนางงั่ว พันทางแดงอ่อน พันทางพมหอม พันทางอรพิม ลัดลีโสมสอนลูกหญิง เป็นต้น โดยสร้างความเชื่อและค่านิยมที่ว่า ผู้หญิงลาวคือผู้หญิงที่มีความงาม มีฐานะสูงส่ง เป็นธิดาหรือเศรษฐี ด้วยการเปรียบเทียบความงามของผิวพรรณกับสิ่งที่มีคุณค่า เช่น ทองคำ หรือสิ่งที่อยู่สูง เช่น พระอินทร์ พระพรหม สรวงสวรรค์ เป็นต้น เพื่อใช้แสดงถึงความงามในอุดมคติ อันเป็นค่านิยมความงามในยุคสมัยนั้น โดยที่ผู้หญิงงามจะต้องมีผิวพรรณที่ขาว “ผุดผ่องดังทองคำ” (พิชัย ศรีภูไฟ. 2532 : 77) ซึ่งหมายถึงการมีผิวขาวแบบคนเอเชียหรือผิวขาวอมเหลือง ทำให้ความงามเป็นทั้งอัตลักษณ์และเป็นพันธะให้กับผู้หญิงลาวได้รับรู้และมีจิตสำนึกร่วมกันเมื่อประเทศลาวประกาศนโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจที่รู้จักในนาม “ยุคจินตนาการใหม่” (Renovation) เพื่อพัฒนาประเทศไปสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ในปี พ.ศ. 2529 เป็นต้นมา ส่งผลให้ประเทศลาวได้รับอิทธิพลจากโลกภายนอกหรือเสรีนิยมมากยิ่งขึ้น และที่สำคัญ คือ การหลั่งไหลของทุน แรงงาน สินค้า การบริการ ทรัพยากรวัตถุ วัฒนธรรมต่างชาติ องค์ความรู้ และวิชาการต่างๆ รวมถึงเทคโนโลยีและระบบสื่อสารที่เชื่อว่าทันสมัยเข้ามาสู่ประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนระบบคุณค่า ความเชื่อ และค่านิยมใหม่ๆ ภายในสังคมลาวในปัจจุบัน

ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ภายใต้ยุคจินตนาการใหม่ของรัฐบาลลาว ไม่เพียงแต่ส่งผลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเท่านั้น ยังส่งผลกระทบต่อสังคมและวัฒนธรรมของประเทศเป็นอย่างมาก ต่อความหมายของคำว่า “ชาติลาว” และ “ความเป็นลาว” ซึ่งมีความสำคัญอย่างสูงต่อการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของคนในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อัตลักษณ์ผู้หญิงลาวในฐานะเป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ประจำชาติของประเทศลาว ซึ่งในปัจจุบันได้ถูกแทนที่ด้วยมาตรฐานโลกหรือถูกแทนที่ด้วยการบริโภคตามกระแสวัฒนธรรมของโลกสมัยใหม่ ทำให้วิถีชีวิตของผู้หญิงลาวไม่ได้เป็นไปตามกรอบจารีตประเพณีดั้งเดิม แต่กลับสะท้อนให้เห็นถึงความทันสมัยมากขึ้น มีการกำหนดความงามของผู้หญิงลาวในลักษณะที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน (สมหมาย ศรีบุญเรือง. 2554 : 135) ด้วยการหยิบยกความงามขึ้นมาเป็นส่วน

หนึ่งของความงาม ตามกระแสวัฒนธรรมของโลกสมัยใหม่ โดยการกระทำผ่านช่องทางสื่ออันหลากหลาย ทำให้เกิดเป็นชุดคำอธิบายหรือการให้ความหมายเกี่ยวกับความงามที่แตกต่างไปจากเมื่อในอดีต นั่นคือ ความขาวของสีผิวไม่จำเป็นต้องพึ่งพาบุญวาสนาหรือบุญทำกรรมแต่งอีกต่อไป แต่สามารถจัดการร่างกายของตนเองให้ขาวได้ด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์สมัยใหม่ ซึ่งความงามที่สร้างขึ้นจากความขาวนี้ได้กลายเป็นอัตลักษณ์ที่เป็นที่ยอมรับในส่วนใหญ่ของสังคมปัจจุบัน ซึ่งหมายความว่า อัตลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้าง ถูกใช้ และถูกวางระเบียบกฎเกณฑ์ภายในสังคม เป็นการสร้างความหมายในระบบสัญลักษณ์ผ่านภาพแทน (Representation) ในเรื่องสถานะอัตลักษณ์ที่เราปรับมาใช้ (Woodward. 1997 : 2) การให้ความหมายผิวงามพบว่ามีรูปแบบออกเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) ผิวงามในลักษณะของความงามในอุดมคติ ซึ่งเป็นสีผิวที่ขาวเรียบเนียน ปราศจากริ้วรอยและจุดด่างดำ ที่ทำให้ผู้หญิงแลดูงดงาม เป็นที่ชื่นชมกันโดยทั่วไปในสังคม ตลอดถึงสร้างความมั่นใจเมื่อต้องสัมผัสกับผู้อื่น 2) ผิวงามในลักษณะของการต่อรองเชิงคุณค่า โดยการตระหนักในโลกแห่งความเป็นจริงว่า ผิวที่งามและพึงปรารถนาของผู้หญิงลานั้นไม่จำเป็นมีสีผิวขาวหรือดำ และการที่มีผิวขาวไม่ใช่สิ่งที่จะทำให้ผู้หญิงแลดูงามมากกว่าหรือน้อยกว่ากันได้ แต่ผู้หญิงสามารถมีอัตลักษณ์ความงามเฉพาะตนได้ ซึ่งหมายความว่า ผู้หญิงไม่ว่าจะมีผิวขาวหรือผิวดำก็เป็นผู้หญิงที่งามได้ในสีผิวที่เป็นธรรมชาติของตนเองการให้ความหมายและคุณค่าแก่ความขาวนั้นจึงมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างของเชิงอำนาจที่แตกต่างกัน ซึ่งนอกจากความขาวจะถูกติดตั้งคุณค่าและอัตลักษณ์ให้เป็นสิ่งที่มากกว่าความงามทางกายภาพที่รับรู้ได้ด้วยประสาทสัมผัสแล้ว ความขาวยังเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างให้รับรู้จากการอบวิคิดและชุดคำอธิบายภายใต้พื้นฐานอุดมการณ์ความเชื่อแบบบริโภคนิยม โดยเครื่องมือในการสร้างสัญลักษณ์ที่มีบทบาทสำคัญคือ สื่อในรูปแบบต่างๆ ทั้งการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ตลอดจนการใช้อำนาจของความรู้ผ่านความเป็น “ผู้รู้” หรือ “ผู้เชี่ยวชาญ” ในศาสตร์แขนงต่างๆ เผยแพร่ผ่านการสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อกลุ่มเป้าหมาย นั่นคือกลุ่มผู้หญิงลาว ซึ่งไม่ว่าจะเป็นกลุ่มสาขาอาชีพใดหรือระดับชนชั้นใด ก็สามารถแทรกซึมเข้าครอบงำ และเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตได้อย่างแยบยลลดความขาวของสีผิวนอกจากจะสะท้อนถึงคุณค่าเรื่องความงามของผู้หญิงลาวแล้ว ยังมีความซ้อนทับเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม 3 ลักษณะ คือ 1) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางชนชั้นในสังคม หมายถึง ผู้หญิงที่มีสีผิวที่ขาวกว่ามักจะมียศฐานะทางสังคมดีกว่าผู้หญิงที่มีผิวคล้ำ 2) ความสัมพันธ์ทางเชื้อชาติ หมายถึง ผิวขาวเกิดจากการถ่ายทอดลักษณะ (Trait) หรือพันธุกรรมจากรุ่นบรรพบุรุษหรือเชื้อพันธุ์ 3) ความสัมพันธ์เชิงปัจเจกบุคคล หมายถึง ผิวขาวเป็นเรื่องของการรับรู้ความชอบส่วนบุคคล โดยในความสัมพันธ์เชิงอำนาจทางเชื้อชาติ ได้แบ่งรูปแบบความขาวออกเป็น 2 ลักษณะคือ ความขาวแบบธรรมชาติ คือ ผิวขาวผุดผ่อง ดูเป็นผู้มีสุขภาพดี ผิวขาวแบบธรรมชาติไม่ได้ตกแต่ง และความขาวที่เกิดจากการตกแต่งด้วยการใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ เช่น การศัลยกรรมหรือการใช้ผลิตภัณฑ์เพิ่มความขาว โดยทั้งหมดที่กล่าวมานี้ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของการจัดการความขาวของผิวด้วยองค์ความรู้ 2 ลักษณะคือ ความรู้แบบดั้งเดิมและความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ ผ่านปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ การถูกครอบงำจากความเชื่อแบบบริโภคนิยม และความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ ด้วยการนำผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ซึ่งถือว่าเป็นตัวแปรสำคัญที่สร้างการรับรู้และค่านิยมต่อองค์ความรู้เรื่องความขาวของผู้หญิงในสังคมลาว เพราะเป็นสื่อที่คนส่วนใหญ่เข้าถึงและเป็นการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่าย อีกทั้งยังมีเนื้อหาที่สามารถเพิ่มพูนผลกระทบต่องานสังคมและวัฒนธรรมได้มากกว่าเมื่อเทียบกับสื่อมวลชนแขนงอื่นโดยสื่อโทรทัศน์ได้มีการพยายามนำเอาภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ หรือภาพตัวแทนของหญิงลาวตามจารีตแบบประยุกต์ให้เข้ากับ “ความทันสมัย” ในสังคมลาวแบบแตกต่างจากอดีตอย่างมาก ทำให้ผู้หญิงลาวไม่เพียงบริโภคเนื้อหาของสื่อโฆษณาหรือละครโทรทัศน์เท่านั้น แต่ยังได้บริโภคกระแสค่านิยมความขาวผ่านภาพตัวแทนเหล่านั้นด้วย สื่อโทรทัศน์จึงมีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมและค่านิยมความงามของผู้หญิงในสังคมลาวปัจจุบันได้อย่างชัดเจน

นอกจากนี้ สื่อโฆษณาโทรทัศน์ยังได้สร้างคุณค่าให้กับความขาว ด้วยการพยายามนำเอาภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ หรือภาพตัวแทนของหญิงลาวตามจารีตแบบประยุกต์ให้เข้ากับ “ความทันสมัย” ในสังคมลาวแบบแตกต่างจากอดีตอย่างมาก

มาก ทำให้ผู้หญิงลาวไม่เพียงบริโภคเนื้อหาของสื่อโฆษณาหรือละครโทรทัศน์เท่านั้น แต่ยังได้บริโภคกระแสค่านิยมความงามผ่านภาพตัวแทนเหล่านั้นด้วย สื่อโทรทัศน์จึงมีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงทางด้านรสนิยมและค่านิยมความงามของผู้หญิงในสังคมลาวปัจจุบันได้อย่างชัดเจน เช่น การปรากฏภาพผู้หญิงที่มีผิวขาวปรากฏในพื้นที่โฆษณาทางสื่อโทรทัศน์ ซึ่งชวนให้น่าหลงใหลและสะกดตา เพราะภาพที่ปรากฏส่วนใหญ่จะเป็นภาพของหญิงสาววัยรุ่น ดารา นักร้อง นักแสดง และคนในวงการบันเทิงที่มีภาพลักษณ์ผิวพรรณขาวผุดผ่องแทบทั้งสิ้น

ในปัจจุบัน ถึงแม้ว่าผู้หญิงลาวจะให้ความสำคัญกับความงามมากขึ้น และภาพลักษณ์ที่ปรากฏทางร่างกายมีแนวโน้มที่จะถูกจัดการ เพื่อให้ผู้อื่นรับรู้ถึงเสน่ห์ของตน ก็ยังมีผู้หญิงลาวอีกหลายคนได้มีความคิดเห็นที่แสดงออกถึงความท้อแท้และท้อแท้ในวัฒนธรรมความงามในชาติของตนเองที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ขึ้นมา โดย “ความเป็นผู้หญิงลาว” แล้ว จารีตประเพณีหรือฮีตคองถือเป็นความงามภายในจิตใจของผู้หญิงลาวที่ถือปฏิบัติกันทั่วไปในวัฒนธรรมหลักหรือวัฒนธรรมชาติเป็นคุณค่าอันดีงามยิ่งที่ควรยึดถือปฏิบัติสำหรับการครองตนและการครองเรือน ซึ่งส่งผลและมีอิทธิพลในชีวิตประจำวันบางประการของผู้หญิงลาวที่ต้องตรงกันอยู่อย่างกว้างขวาง ถึงแม้ว่าในสังคมปัจจุบันจะมีความเจริญก้าวหน้าทางด้านวัตถุ เงินทอง และความเทียบเท่าระหว่างหญิงชายแล้วก็ตาม แต่ความเป็นผู้หญิงลาวยังต้องรักษาขนบประเพณี “อันดีงาม” เหล่านี้เอาไว้ ไม่สามารถตัดออกจากวิถีชีวิตของผู้หญิงได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์วาทกรรมความงามของผู้หญิงลาวโดยผ่านตัวแทนจากกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงลาวที่อาศัยอยู่ขอบเขตนครหลวงเวียงจันทน์ ไม่ได้เหมารวมผู้หญิงลาวทุกชนชาติพันธุ์ หากแต่เป็นการกล่าวโดยภาพรวมกว้างๆ ไม่สามารถอธิบายได้อย่างครอบคลุมกว้างขวางมากนัก เพราะความเป็นผู้หญิงลาวมีความแตกต่างหลากหลายทั้งทางด้านกลุ่มชาติพันธุ์ อายุ ศาสนา ฐานะทางเศรษฐกิจ และวัฒนธรรม อีกทั้ง ในงานศึกษาวิจัยนี้ผู้วิจัยได้หยิบยกองค์ความงามขึ้นมาเพียงอย่างเดียวนั่นคือความขาว ซึ่งอัตลักษณ์ความงามของผู้หญิงลาวยังมีองค์ประกอบอีกมากมายหลายลักษณะ เช่น รูปร่าง ใบหน้า อุปนิสัย การนุ่งถือหรือการแต่งกาย เป็นต้น

นอกจากนี้ การศึกษาวิจัยนี้ยังมีข้อจำกัดในการให้ความร่วมมือระหว่างผู้ให้ข้อมูลที่ค่อนข้างจำกัดด้วยภาระหน้าที่ของผู้ให้ข้อมูลหลักและกฎหมายของประเทศ เนื่องจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่มีการเลือกอย่างเฉพาะเจาะจงนั้น ยังค่อนข้างไม่สมบูรณ์เพียงพอสำหรับการอ้างอิงกับผู้หญิงลาวทั้งหมด อีกทั้งไม่มีหลักฐานทางเอกสารอ้างอิงอย่างเด่นชัด ความเที่ยงตรงของข้อมูลจึงขึ้นอยู่กับความน่าเชื่อถือของผู้ให้ข้อมูลหลักเหล่านี้ และข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่ได้มาจากกลุ่มวัยรุ่น นักเรียน นักศึกษา ทำให้งานวิจัยนี้เกิดความไม่สมดุลของข้อมูล หากผู้ศึกษาท่านใดประสงค์จะนำไปใช้อ้างอิงต่อไปในอนาคต ควรขยายการศึกษาปริมาณกลุ่มตัวอย่างและองค์ประกอบความงามของผู้หญิงลาวในส่วนอื่นๆ เพิ่มเติมถึงการศึกษาต่อกับกลุ่มชาติพันธุ์อื่นๆ หรืออาจทำการวิเคราะห์ในทฤษฎีอื่นๆ ที่แตกต่างออกไปร่วมด้วย เพื่อช่วยขยายมุมมองและให้ได้ข้อเท็จจริงที่สมบูรณ์และหลากหลาย

2. ข้อเสนอแนะในการประยุกต์ใช้ในวิถีชีวิต

แม้ว่าผู้หญิงจะรู้ถึงความงามที่ประกอบสร้างจากความงามเป็นมายาคติที่ถูกสร้างขึ้นจากวาทกรรม เพื่อใช้เป็นสิ่งควบคุมผู้หญิง แต่ก็ไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าผู้หญิงส่วนใหญ่ในยุคปัจจุบันยังคงให้คุณค่าและความสำคัญกับความงามนี้ และยินยอมพร้อมใจที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ของตนเพื่อให้ได้มาซึ่งความงามที่สังคมได้กำหนดไว้เป็นมาตรฐานอยู่นั่นเอง และแม้ว่า ผู้หญิงจำนวนมากจะกล่าวว่าความงามไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นและอาจไม่ใช่สิ่งที่สำคัญเสียทีเดียว แต่ต่างก็ยอมรับ

ว่าความงามช่วยสร้างโอกาสหรือเป็นสิ่งที่เปิดทางให้ผู้หญิง โดยเฉพาะในโลกหลังสมัยใหม่ที่ร่างกายของมนุษย์คือพื้นที่ที่ถูกควบคุมโดยสถานภาพทางสังคม และสถานภาพทางสังคมดังกล่าวได้ประกอบสร้างร่างกาย จนร่างกายกลายเป็นพื้นที่จำลองของสภาพเศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรมแต่ถึงกระนั้น ด้วยความที่วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็น สนาม เวที หรือ พื้นที่สำคัญทางวัฒนธรรมในชีวิตประจำวันปัจเจกของบุคคล ผู้หญิงอาจไม่ได้รู้สึกที่ตนเองกำลังถูกกดทับหรือกีดกันจากปฏิบัติการของสิ่งที่เรียกว่ามายาคติความงามดังกล่าวแต่อย่างใด เพราะท่ามกลางสิ่งที่เรียกว่าความสัมพันธ์เชิงอำนาจนี้ ผู้หญิงก็ยังสามารถสร้างความหมายและอัตลักษณ์ผ่านศักยภาพและความสามารถของตนเองในด้านอื่นๆ ได้ ซึ่งหมายความว่า ผู้หญิงสามารถประสบความสำเร็จจากการทำงานและทำประโยชน์ต่อสังคมได้โดยใช้ความสามารถที่ไม่ต้องพึ่งพาความงามจากรูปลักษณ์ภายนอก และเพื่อให้ผู้หญิงไม่ถูกลดทอนตนเองให้เปรียบเสมือนวัตถุที่จัดการได้ จึงควรมีการพัฒนาความสามารถและศักยภาพของตนเองควบคู่กันกับรูปลักษณ์ความงามภายนอก

เอกสารอ้างอิง

- ธีรทัต ชูดำ. “บทสำรวจแนวความคิดเกี่ยวกับยุคหลังสมัยใหม่” หาคู่ใหญ่วิชาการ. 6, 1 (ม.ค.–มิ.ย. 2551) : 51–64
- พิชัย ศรีภูไฟ. สตรีในวรรณกรรมอีสาน. ปรินิพนธ์ ศศ.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2532.
- สมหมาย ศรีบุญเรือง. การสร้างอัตลักษณ์ผู้หญิงลาวโดยรัฐบาลสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ตั้งแต่ ค.ศ. 1975 ถึงปัจจุบัน. เชียงใหม่: ปรินิพนธ์ ศศ.ม. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2554.
- Douglas, Mary. Natural Symbols : Explorations in Cosmology. London : The Cresset Press, 1970.
- Foucault, Michel. Governmentality. In G. Burchell, C. Gordon & P. Miller (ed.), The Foucault Effect: Studies in Governmentality. Chicago : University of Chicago Press, 1991.
- Hall, Stuart. Representation: Culture Representations and Signifying Practices. (ed.) London : SAGE, 1997.
- Lemert, Charles C. and Garth Gillan. Michel Foucault : Social Theory and Transgression. Now York: Columbia University Press, 1982.
- Tseelon, Efrat. The Masque of Femininity : The Presentation of Woman in Everyday Life. London : Sage, 1995.
- Woodward, Kathryn. Identity and Difference. London : Sage Publication, 1997.

