

สุนีที เลาะวิถี : วาทกรรมเรื่องความอ้วนความผอมในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี. (A DISCOURSE ANALYSIS OF FATNESS - THINNESS ON WOMEN'S TELEVISION PROGRAMS) อ. ที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ, 282หน้า.  
ISBN 974-17-5480-9.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ 1) เพื่อสำรวจและประมวลความหมายของวาทกรรมเรื่องความอ้วนความผอมในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี และ 2) เพื่อศึกษากระบวนการสร้างวาทกรรมดังกล่าว โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของวาทกรรมเรื่องความอ้วนความผอมที่ปรากฏในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรี 3 รายการ ได้แก่ รายการเพื่อนหญิง พลังหญิง ซึ่งเป็นรายการเพื่อสังคม รายการสีล้นวันสบาย ซึ่งเป็นรายการเพื่อความบันเทิง และรายการมอร์นิ่ง เฮลท์ คลับ ซึ่งเป็นรายการเพื่อสุขภาพ รวมทั้งใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้ผลิตรายการ โดยนำแนวคิดเรื่องการวิเคราะห์วาทกรรม และแนวคิดเรื่องรูปร่างและร่างกาย มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์

#### ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1) ความหมายเรื่องความอ้วนความผอมในรายการโทรทัศน์สำหรับสตรีอยู่ภายใต้การกำกับของวาทกรรม 3 ชุดด้วยกัน วาทกรรมชุดแรกได้แก่วาทกรรมด้านการแพทย์ เป็นการให้นิยามโดยอยู่ภายใต้มาตรฐานทางการแพทย์ที่เรียกว่าดัชนีมวลร่างกาย โดยความหมายที่สะท้อนผ่านตัวบทแสดงให้เห็นว่าความอ้วนเป็นบ่อเกิดของโรคและเป็นพิษภัยต่อสุขภาพ วาทกรรมชุดที่สองคือวาทกรรมด้านแฟชั่นโดยพบว่าทำให้ความหมายที่เกิดขึ้นอยู่ภายใต้มาตรฐานด้านการแต่งกายและเสื้อผ้าที่มีขนาดเล็ก ด้วยเหตุนี้ คนอ้วนหรือคนที่ใส่เสื้อผ้าตามแฟชั่นไม่ได้จึงถูกจัดอยู่ในกลุ่มของผู้ที่มีความเป็ยงเบนทางด้านแฟชั่น วาทกรรมชุดสุดท้ายคือวาทกรรมด้านความสวยงามซึ่งประกอบสร้างความหมายโดยการอ้างอิงจากภาพของดารานางแบบที่มีรูปร่างผอม ดังนั้น จึงเป็นการให้ค่านิยมความสวยจากการมีรูปร่างผอม โดยพบว่าความผอมเป็นสิ่งที่จะนำไปสู่โอกาสต่าง ๆ ในชีวิต โดยอาจกล่าวได้ว่าลักษณะความหมายที่พบในแต่ละประเด็นเป็นไปตามวาทกรรมกระแสหลักที่ให้คุณค่าแก่ความผอม นอกจากนี้การประกอบสร้างความหมายดังกล่าวได้ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ระหว่างผู้หญิงอ้วนและผู้หญิงผอม รวมทั้งยังส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างผู้สร้างวาทกรรมและผู้ถูกอ้างอิงถึง

2) กระบวนการสร้างวาทกรรมเรื่องความอ้วนความผอมแสดงถึงการมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างปฏิบัติการทางวาทกรรมกับปฏิบัติการทางสังคมวัฒนธรรม ซึ่งประกอบด้วย 1.ผู้นำเสนอตัวบท ได้แก่ แพทย์, ผู้ที่ทำงานในวงการบันเทิง และพิธีกร 2.การคัดเลือกประเด็นการนำเสนอโดยมีที่มาจากกระแสทางสังคม, ผู้อุปถัมภ์รายการ และความสนใจของผู้ผลิต 3.กลยุทธ์การสื่อสารซึ่งมีวิธีการนำเสนอโดยการสร้างทางเลือกให้แก่ผู้ชม ทั้งการเตือนภัยและการแนะนำวิธีการลดความอ้วน 4.กลุ่มเป้าหมายผู้ถูกอ้างอิงถึงในการเป็นผู้รับวาทกรรมซึ่งถูกมองว่าเป็นกลุ่มที่มีปัญหาด้านความอ้วนและต้องการคำแนะนำเรื่องการลดน้ำหนัก ประกอบด้วย ผู้หญิงโสด, ผู้หญิงที่มีครอบครัวแล้ว และผู้หญิงที่ต้องการทำงานในวงการบันเทิง นอกจากนี้ จากการศึกษายังพบว่าในกระบวนการสร้างวาทกรรมก็มีลักษณะสอดคล้องกับวาทกรรมกระแสหลักของสังคม ได้แก่ วาทกรรมด้านการแพทย์ วาทกรรมด้านแฟชั่น และวาทกรรมเพศสภาพที่สนับสนุนวิถีคิดและอุดมการณ์ความผอม

ทั้งนี้ ภายใต้กระบวนการผลิตยังพบว่า เนื่องจากคุณลักษณะของประเภทรายการที่แตกต่างกันจึงทำให้ผู้ผลิตรายการมีแนวคิดการผลิตสารโดยคำนึงถึงความแตกต่างของประเภทรายการด้วย

ภาควิชา.....การสื่อสารมวลชน..... ลายมือชื่อนิสิต.....สุนีที เลาะวิถี.....  
สาขาวิชา.....การสื่อสารมวลชน..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....  
ปีการศึกษา.....2546.....

## 4485138528 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD: DISCOURSE / FATNESS - THINNESS / WOMEN'S TELEVISION PROGRAMS

SUNATTHEE LOHWITHEE : A DISCOURSE ANALYSIS OF FATNESS - THINNESS ON WOMEN'S TELEVISION PROGRAMS. THESIS ADVISOR: Associate Professor KANJANA KAEWTHEP, Ph.D.

282 pp. ISBN 974-17-5480-9.

This research has 2 objectivities which were 1) to explore and to compile meanings of discourses on fatness and thinness on women's television programs. And 2) to study processes of discourses construction. This research used qualitative research methodology to analyze contents of fatness - thinness discourses on 3 women's television programs: 'Puen Ying, Palang Ying' (Women's friend, Women's Power), a social service program, 'See San Wan Sabai' (Colorful Day), an entertainment program and 'Morning Health Club', a health - related program, including in-depth interview of program's producers. The Analytical framework was based on discourse-analysis and a concept about physical human's body.

Results of the research consist of

1) Meanings of fatness and thinness on women's television programs were constructed by 3 discourses; Medical Discourse which defined meanings under medical standard called Body Mass Index. The meaning which were reflected from text showed that fatness was the origin of illness and harmful for health. Second discourse was the Fashionable Discourse which found that the defining of meanings was influenced by standard of wearing and small size clothes. Therefore, fat women or anyone who could not wear in-trend clothes would become fashionable queerness. The last discourse was the discourse of beauty which constructed meanings by referring with slim size models and actresses. So the research found that thinness could lead to good opportunity in life and characteristics of meanings which were found in each issues were varied by mainstream discourse which defined thinness. Furthermore, the construction of identity between fat women and thin counterpart is the result of 3 mentioned discourse and also effected on relationship between discourse constructor and referred person.

2) Process of the construction of discourses on fatness and thinness showed up relationship between Discourse Practice and Sociocultural Practices which consist of 1) Text presenter was the doctor, mass media's worker and TV. announcer 2) The selection of issues depended on social current trend, TV program sponsor and interest of the producers. 3) Communicative strategy was presented by creating choices for audience both danger warning and diet suggestion. 4) Target group which was referred as discourse receivers and identified as fat - problem group who need suggestion on diet composed of single, marriage women and one who need to work in an entertainment industry. Furthermore, research also found that under process of constructing discourse, there has been the characteristic that coincided with social mainstream discourse namely medical, fashionable and sexuality discourse which support thinking and ideology of thinness. Under process of production, the research also found that TV. producers had idea to produce text depending on attribute of TV. Programs.

Department.....Mass Communication..... Student's signature.....*Sunatthee Lohwithee*.....

Field of study...Mass Communication..... Advisor's signature.....*Kanjana*.....

Academic year .....2003.....