

T152504

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ และนิตยสารผู้หญิง โดยเลือกศึกษาจากนิตยสารผู้หญิงสามยี่ห้อ ได้แก่ นิตยสารดิฉัน, ขวัญเรือน และ คู่สร้างคู่สม ในช่วงปีพ.ศ. 2524, 2529, 2534, 2539 และ 2544 จำนวนยี่ห้อละ 120 ฉบับ รวมทั้งสิ้น 360 ฉบับ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเสนอความซับซ้อนของปัญหาความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเพศ และ อิทธิพลของสื่อประเภทนิตยสารในด้านการถ่ายทอดอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ ซึ่งนำไปสู่ความเหนือกว่า ของผู้ชาย และความเป็นรองของผู้หญิง

ผลการศึกษานิตยสารผู้หญิงทั้ง 3 ยี่ห้อพบว่า การนำเสนอภาพลักษณ์ของอัตลักษณ์ความเป็น หญิง เป็นการนำเสนอที่เต็มไปด้วยอคติทางเพศ ที่เป็นผลผลิตอันเกิดจากอิทธิพลของอุดมการณ์ชาย เป็นใหญ่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการใช้คุณค่าและความหมายผู้หญิงและความเป็นหญิงในแง่ลบ และจากแบ่ง กรอบการศึกษาออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านชีวิตส่วนตัวและการครองเรือน, ด้านชีวิตการทำงานและ ภายนอกครัวเรือน, ด้านความสัมพันธ์ทางเพศ, ด้านความงาม โดยกรอบทั้ง 4 ด้านที่ผู้เขียนศึกษาได้เผย ให้เห็นการถูกกดขี่และการตกเป็นรองของผู้หญิง ผ่านการประทะประสานของวาทกรรมต่างๆ ที่ถูก ผลิตขึ้นภายใต้วิถีคิดของอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ นอกจากนี้ยังพบว่าปฏิบัติการของอุดมการณ์ชาย เป็นใหญ่เต็มไปด้วยความซับซ้อน โดยเฉพาะการทำให้นิตยสารผู้หญิง ที่น่าจะเป็นสื่อที่ถูกผลิตขึ้นมา เพื่อประโยชน์ของผู้หญิงกลับกลายเป็นเครื่องมือที่นำไปสู่การปกป้องรักษาและธรรมรงค์ไว้ซึ่ง อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่

TE152504

This research aims to study the influence of patriarchy in women's magazines. The sample brand of these magazines are Dichan, Kwanreun, and Kusangkusom selected during the period from 1981, 1986, 1991, 1996, and 2001. The total amount of selected magazines are 360 copies (120 copies per brand). The objective of this research is to study the complexity of sexual power relation and the reproduction of patriarchy through women's magazines pertaining to male superiority and female inferiority.

This research findings are as follows; while women's magazines represent the images of feminine identity which imply sexual biases as product of patriarchy. These images affect the system of meaning and values of female and femininity. With regard to research framework, the representation of images of feminine identity is categorized into private and domestic, public, sexuality, and beauty. These reflect the discursive struggling as subordination and inferiority of femininity. Besides the complexity of patriarchal practices made women's magazines, as media for women's consumptions, be the tools for subordinating women.