



ภาพสะท้อนการประกอบสร้างแฟชั่นในนิตยสาร Cheeze SOCIAL CONSTRUCTION OF FASHION REFLECTIONS IN CHEEZE MAGAZINE

ประกายกาวิล ศรีจินดา*
Prakaikavin Srijinda
วิศิษฐ์ ศรีอักษร**
Wisit Siri-aksorn

บทคัดย่อ

Cheeze เป็นนิตยสารแฟชั่นสำหรับคนรุ่นใหม่ที่สนใจแฟชั่นด้านต่าง ๆ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพสะท้อนแฟชั่นในนิตยสาร Cheeze จากการเปรียบเทียบข้อมูลจากนิตยสาร Cheeze ตั้งแต่ฉบับที่ 152 เดือนกุมภาพันธ์ 2560 จนถึงฉบับที่ 158 เดือนมกราคม 2561 รวม 7 ฉบับ โดยนำเสนอภาพสะท้อนทางการสื่อสารออกเป็น 3 มิติ คือ 1) แฟชั่นด้านการแต่งกาย 2) แฟชั่นด้านการฟังเพลง และ 3) แฟชั่นด้านศิลปะและวัฒนธรรมการสัก โดยแฟชั่นทั้งสามมิติที่ปรากฏในนิตยสาร Cheeze ได้สะท้อนความเป็นวัฒนธรรมย่อยที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมหลักอย่างมาก เมื่อพิจารณาว่าแฟชั่นคือค่านิยมของกลุ่มคนในสังคมใดสังคมหนึ่ง “แฟชั่นในนิตยสาร Cheeze” ก็เป็นเสมือนพื้นที่หนึ่งในการแสดงออกถึงตัวตนของกลุ่มวัยรุ่น ถึงแม้ว่าในปัจจุบันวัฒนธรรมย่อยในด้านต่าง ๆ จะยังไม่ได้รับการยอมรับมากนัก แต่จะถูกยอมรับมากขึ้นเมื่อเวลาผ่านไป เพราะแฟชั่นกับศิลปะมีอิทธิพลสะท้อนถึงทัศนคติ ความคิด และรสนิยมของมนุษย์ และเป็นพื้นที่บันทึกความทรงจำและประวัติศาสตร์ของแฟชั่นในยุคสมัยผ่านนิตยสาร Cheeze ที่จะเป็นหลักฐานอันทรงคุณค่าและสะท้อนมรดกทางวัฒนธรรมของสังคมต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: ภาพสะท้อน, การประกอบสร้าง, แฟชั่น, นิตยสาร Cheeze

ABSTRACT

Cheeze magazine is the current-trend fashion-based magazine. The current article seeks to fashion reflections based on data comparison from Cheeze magazine since issue No. 152, February 2017 until Issue 158, January 2018, a total of 7 issues. The authors

* ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

** นักศึกษาศาสาวิชาการโฆษณาและสื่อสารการตลาด ภาควิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



have compared three themes, including, (1) Dress trends, (2) Music trends, (3) Tattoo and Art culture. The three-themes fashion that appears in the Cheeze magazine reflects the subculture that influences the main culture. When considering that fashion is the value of a group of people in a society “Fashion in Cheeze magazine” is also a space for expressing the identity of teenagers. Although subcultures in various fields will not receive much recognition at present, but will be more accepted. Finally, fashion and art have an influence, reflecting the attitudes, thoughts and tastes of human beings. And is a space to record memories and history of fashion in the modern era through Cheeze magazine that will be a valuable evidence and reflect the cultural heritage of the Thai society in the future.

Keywords: social construction, fashion reflections, fashion, Cheeze magazine.

ปฐมบทแห่งโลกแฟชั่น

“ไถ่งามเพราะชน คนงามเพราะแต่ง” เป็นคำกล่าวที่ปรากฏอยู่ในสังคมไทยมาเป็นเวลาช้านาน เนื่องจากมนุษย์เราทุกคนต่างให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ของตัวเอง เพราะการมีรูปลักษณ์ที่ดีนั้นจะนำไปสู่การดึงดูดความสนใจจากคนทั่วไปทั้งเพศเดียวกันและต่างเพศได้โดยไม่ยาก ซึ่งไม่ว่าจะผ่านมากี่ยุคก็สมัยมนุษย์เราให้ความสำคัญกับการดูแลการแต่งกายของตนเองให้ดูดี เพื่อช่วยสร้างความมั่นใจให้กับตัวเองกันทั้งสิ้น

เมื่อกล่าวถึงคำว่า แฟชั่น ตามความหมายในพจนานุกรมศัพท์ศิลปะอังกฤษ-ไทย หมายถึง สมัยนิยม แบบหรือวิธีการที่นิยมกันทั่วไปในช่วงระยะเวลาหนึ่ง เป็นการยอมรับจนเกิดเป็นค่านิยม (ราชบัณฑิตยสถาน, 2541, หน้า 109-110) โดยจะพบว่ามีการศึกษาที่ว่าด้วยค่านิยมหรือคุณค่า (axiology) ซึ่งหมายรวมถึง ความเชื่อ อุดมการณ์ เป็นสิ่งที่ซ่อนอยู่ในทุกอนุพันธ์ของความคิด ในทางสังคมศาสตร์จึงเรียกค่านิยมว่า ความเชื่อที่เป็นความจริง (sociology of knowledge) คือมีลักษณะเป็นความเชื่อที่ถูกยอมรับว่าเป็นความจริง อันเป็นผลที่ได้มาจากเสียงส่วนใหญ่ (democratic) ทำให้ปัจจุบันแฟชั่นได้เข้ามามีอิทธิพลกับการใช้ชีวิตของผู้คนอย่างกว้างขวางไม่ว่าจะอยู่ในชนชั้นใด และได้มีพัฒนาการอย่างต่อเนื่อง ในแต่ละยุคสมัยก็มีความแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ

ในประเทศไทยนั้นแฟชั่นส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลที่แตกต่างกันไปในแต่ละกลุ่ม อาจจะมีอิทธิพลมาจากนักร้อง นักแสดง หรือศิลปินที่ชื่นชอบ อาจจะมาจกแนวเพลงที่ชอบฟัง หรืออาจจะมาจกสื่อที่นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ รวมไปถึงนิตยสารที่ถือเป็นสื่อมวลชนที่มีบทบาทต่อสังคมไทยในอดีตเป็นอย่างมาก ในอดีตแฟชั่นและนิตยสารมีไว้เพื่อคนในชนชั้นสูงที่มีการศึกษาหรือมีฐานะ แต่ในปัจจุบันได้มีการเผยแพร่สำหรับคนทุกกลุ่มทุกชนชั้น รูปแบบการนำเสนออีกเพื่อคนจำนวนมาก โดยจะจัดทำออกมาเป็นรายปักษ์หรือรายเดือน โดยนำเสนอสาระบันเทิงหรือความรู้ต่างกันไป ปัจจุบันนิตยสารไม่สามารถที่จะเสนอสื่อให้กับคนได้ทุกกลุ่มจึงมีการแบ่งแยกเป็นลักษณะเฉพาะต่างกันไป เช่น นิตยสารบันเทิง นิตยสารธุรกิจ นิตยสารแฟชั่น



“Cheeze” เป็นนิตยสารสำหรับกลุ่มวัยรุ่นที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับความหลากหลายของแฟชั่นบนท้องถนนและเนื้อหาที่น่าสนใจมานำเสนอแฟชั่น หรือเรียกว่า นิตยสารแนวสตรีทแฟชั่น (street fashion) เล่มแรกในเมืองไทยที่วางจำหน่ายเป็นรายเดือน โดยวางจำหน่ายครั้งแรกในปี 2549 และได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้อ่านภายในระยะเวลาไม่นาน ซึ่งจุดเด่นของนิตยสารเล่มนี้อยู่ที่ผู้ที่มาขึ้นปกหรือได้ลงในนิตยสารไม่ใช่คนดังเหมือนนิตยสารทั่วไปเท่านั้น แต่เป็นวัยรุ่นที่มีอยู่ทั่วไปและมีจุดเด่นในการแต่งตัวในรูปแบบที่เรียกว่า การผสมผสาน หรือ Mix & Match อย่างลงตัว เป็นแบบอย่างที่น่าสนใจได้รับคัดเลือกให้มาลงในนิตยสาร และเมื่อมีเพื่อนคนหนึ่งได้ลงในนิตยสารก็จะถูกพูดถึงต่อ ๆ ไป จนเกิดเป็นกระแสความนิยมและซื้อมาเพื่อติดตามดูตลอดระยะเวลากว่า 12 ปี ดังที่ จิรัฐพรพนิตพันธุ์ ผู้ก่อตั้งนิตยสาร Cheeze ได้กล่าวว่า Cheeze เป็นนิตยสารที่นำเสนอวัฒนธรรมการแต่งตัวทางสังคม (ศรินทร เอี่ยมแพง, ออนไลน์, 2555)



ภาพที่ 1 นิตยสาร Cheeze ฉบับต่าง ๆ ที่นำเสนอความหลากหลายของแฟชั่นบนท้องถนน

จากการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลจากนิตยสาร Cheeze ระหว่างปี พ.ศ. 2560 และ 2561 ตั้งแต่ฉบับที่ 152 เดือนกุมภาพันธ์ 2560 จนถึงฉบับที่ 158 เดือนมกราคม 2561 พบว่าเนื้อหาในนิตยสาร Cheeze จะถูกแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) Cheeze ON STREET นำเสนอภาพแฟชั่นผ่านบุคคลที่มีความหลากหลายบนท้องถนน มีบุคลิกดี รสนิยมดีในแบบของตนเอง โดยเชื่อว่าการแต่งกายเป็นเรื่องของรสนิยมและความต้องการที่แตกต่างกัน ทุกคนสามารถเลือกสวมใส่เสื้อผ้าให้เหมาะสมกับตนเอง เน้นที่รสนิยมมากกว่าหน้าตา ซึ่งจะบันทึกภาพของคนเหล่านั้นตามบุคลิกและอารมณ์ให้เป็นธรรมชาติมากที่สุด 2) Shopping นำเสนอสินค้าเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการแต่งตัวให้ดูดีและเหมาะสมกับบุคลิก 3) Beauty นำเสนอเกี่ยวกับความสวยงามตามวัย มีเสน่ห์ในแบบของตนเอง



และ 4) Interview นำเสนอบทสัมภาษณ์ผู้ที่ประสบความสำเร็จในวงการบันเทิง เกี่ยวกับเส้นทางการก้าวเข้าสู่อาชีพ ไม่ว่าจะเป็นดารานักแสดง นักร้อง นายแบบ นางแบบ เป็นต้น

สิ่งที่นิตยสาร Cheeze นำเสนอนั้นล้วนเป็นการสื่อสารเกี่ยวกับแฟชั่นที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ของกลุ่มวัยรุ่น ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย ดนตรีที่กลุ่มคนเหล่านั้นเสพหรือฟัง รวมไปถึงศิลปะและวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับพวกเขา บทความนี้จึงมุ่งนำเสนอการศึกษาเนื้อหาของแฟชั่นที่ปรากฏในนิตยสาร Cheeze ในมิติที่เกี่ยวกับแฟชั่นด้านการแต่งกาย แฟชั่นด้านการฟังเพลง และแฟชั่นด้านศิลปะและวัฒนธรรมการสัก

แฟชั่นด้านการแต่งกาย

มีคำกล่าวที่ว่า “ความสวยงามจะเริ่มต้น เมื่อคุณเลือกเป็นตัวของตัวเอง” สะท้อนความจริงที่ปรากฏในการนำเสนอแฟชั่นด้านการแต่งกายของนิตยสาร Cheeze ทุกเล่ม โดยพบว่ามี การเสนอในแนวสตรีทแฟชั่น (street fashion) และฮิปปี (hippie) โดยสตรีทแฟชั่นเป็นลักษณะของการแต่งกายตามความต้องการของตนเอง หรือไม่จำเป็นต้องตามกระแสแฟชั่น แต่เป็นการตีความแฟชั่นในทัศนะของแต่ละบุคคล แล้วถ่ายทอดออกมาเป็นการแต่งกายตามทัศนะส่วนตัว ดังนั้นความงามและความทันสมัยของแต่ละคนจึงไม่จำเป็นต้องเหมือนกันหรืออาจแตกต่างกัน และสามารถขยายขอบเขตจากการแต่งตัวออกไปเป็นอย่างอื่นได้ (ศิมาศ ประทีปวงวิษ, 2559, หน้า 225) โดยการแต่งกายสตรีทแฟชั่นส่วนใหญ่ในปัจจุบันจะอ้างอิงมาจากวัฒนธรรมย่อยและกลุ่มเผ่าพันธุ์ซึ่งต่างกันชัดเจน การแต่งกายเลียนแบบเผ่าพันธุ์ต่าง ๆ จึงเข้ามามีส่วนร่วมและมีบทบาทกับวัฒนธรรมสายหลักที่ต่อมาเกิดการผสมผสานกันระหว่างหลายวัฒนธรรมย่อย เช่น การนำร่องทำบุทมาสวมกับชุดแนบเนื้อ การตัดชุดเลียนแบบชุดนักบวชที่แสดงถึงแฟชั่นชั้นสูง การนำยีนส์มาผสมผสานกับเสื้อยืดและแต่งเติมด้วยกำไลเครื่องประดับต่าง ๆ ซึ่งเป็นแก่นของสตรีทแฟชั่นนั่นเอง ส่วนอีกประเภทหนึ่งคือ ฮิปปี มาจากคำว่า ฮิปสเตอร์ (hipster) ซึ่งถูกใช้เรียกกลุ่มคนที่ทำตัวแตกต่างจากคนส่วนมากในสังคม โดยวิถีชีวิตของฮิปปีจะมีลักษณะที่เป็นอิสระ รักในสันติภาพ ปฏิเสธการใช้ความรุนแรง มักชอบทำตัวแปลกแยกออกจากสังคม ต่อต้านระบบทุนนิยม ชอบอยู่กับธรรมชาติ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พวกเขาหลงใหลในศิลปะแบบไซเคเดลิก (psychedelic) ซึ่งหมายถึงศิลปะที่แหกกฎ ฉีกจากทฤษฎีเดิม ๆ โดยได้รับอิทธิพลมาจากยาเสพติดประเภทหลอนประสาท ทั้งกัญชา เห็ดเมา LSD รวมไปถึงแนวดนตรีโทรทัสน์ วรรณกรรม ภาพยนตร์ และศิลปะ ดังนั้นวัฒนธรรมสายฮิปปีจึงมีบทบาทกับวัฒนธรรมสายหลักอย่างมากทั้งในการแต่งตัว การฟังเพลง และการเสพศิลปะ

เมื่อพิจารณาว่าเครื่องแต่งกายหรือเครื่องนุ่งห่มถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในทุกอารยธรรมของมนุษย์ โดยสภาพภูมิอากาศ ศาสนา ความเชื่อ และปัจจัยทางการเมือง ล้วนมีบทบาทในการกำหนดรูปแบบการแต่งกายต่างกันไป แน่นอนว่าเครื่องนุ่งห่มนั้นทำหน้าที่ให้ความอบอุ่นแก่ร่างกาย ปกป้องร่างกายจากสภาพแวดล้อมที่อาจเป็นภัยต่าง ๆ แต่ในปัจจุบันนอกเหนือบทบาทพื้นฐานข้างต้นแล้ว เครื่องแต่งกายยังแสดงถึงตัวตน เป็นเครื่องมือสื่อสารของผู้เสพแฟชั่นที่ช่วยสื่อถึงรสนิยม



การแต่งกาย ถือเป็นศิลปะบนร่างกายอย่างหนึ่งที่ว่าตัวตนของคนนั้นมีรสนิยมอย่างไรในการดำเนินชีวิต สอดคล้องกับที่ นพพร ประชากุล (บาร์ตส์, 2551) กล่าวไว้ในคำนำเสนอบทแปลของหนังสือเรื่องมายาคติ เกี่ยวกับลักษณะของความเชื่อที่เป็นความจริงว่า วิถีชีวิตและวัฒนธรรมในสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรมซึ่งมักอวดอ้างแนวคิดหรุ ๆ เช่น เสรีภาพ เหตุผล ประโยชน์สุข สัจธรรม ที่ล้วนฟังดูมีคุณค่าน่าเลื่อมใส ยิ่งทำให้สังคมดังกล่าวเป็นมายาคติโดยแท้

บาร์ตส์ (2551) กล่าวว่า มายาคติ (mythologies) คือการสื่อความหมายด้วยคติความเชื่อทางวัฒนธรรมที่ถูกกลบเกลื่อนให้เป็นที่รับรู้เสมือนว่าเป็นธรรมชาติ โดยที่มายาคตินั้นมิได้ปิดบังอำพรางสิ่งใดทั้งสิ้น ทุกอย่างปรากฏต่อหน้าต่อตาเราอย่างเปิดเผย แต่เราต่างหากที่คุ้นเคยกับมันเสียจนไม่ทันสังเกตว่ามันเป็นสิ่งประกอบสร้างทางวัฒนธรรม เรานั้นเองที่ “หลง” คิดไปว่าค่านิยมที่เรายึดถืออยู่นั้นเป็นธรรมชาติหรือเป็นไปตามสามัญสำนึก ดังนั้น ถึงแม้ว่าแฟชั่นจะหมุนเวียนเปลี่ยนไปตามกาลเวลาเพียงใดก็ตาม แต่แฟชั่นก็ยังคงอยู่ในชีวิตประจำวันของคนเราอย่างเป็นปกติจนไม่สามารถแยกออกจากกันได้



ภาพที่ 2 การแต่งกายแนวสตรีทแฟชั่น ที่ปรากฏในนิตยสาร Cheeze ฉบับที่ 152

แฟชั่นด้านการฟังเพลง

“ชนใดไม่มีดนตรีกาล ในสันดานเป็นคนชอบกลนัก” เป็นคำกล่าวจากพระราชนิพนธ์แปลในรัชกาลที่ 6 จากต้นฉบับของ วิลเลียม เช็คสเปียร์ ที่คุ้นเคยกันดี บทเพลงและเสียงดนตรีนั้น เป็นเสมือนวัฒนธรรมย่อยประเภทหนึ่งของกลุ่มคนในสังคมปัจจุบันไปแล้ว และวัฒนธรรมด้านการฟังเพลงก็ส่งอิทธิพลต่อการแต่งกายของวัยรุ่นไปด้วย โดยแนวเพลงส่วนใหญ่ที่ปรากฏในนิตยสาร Cheeze คือเพลงอินดี้ นอกจากนี้ยังพบว่าแนวเพลง EDM ที่กำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบันถูกนำเสนอในนิตยสารด้วย

อินดี้ (indy หรือ indies) เป็นรูปย่อของคำว่า Independence ในภาษาอังกฤษ ซึ่งหมายถึงอิสระ พ้นจากข้อผูกมัดและพันธนาการ ผลงานทางด้านศิลปะจากศิลปินอินดี้ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ เพลง ภาพศิลปะ สามารถสร้างสรรค์จากแนวคิดที่อิสระ ไม่ถูกครอบงำ โดยเพลงอินดี้เป็นการสร้าง



ผลงานเพลงจากศิลปินเพลงอิสระที่สร้างผลงานด้วยตนเอง หรือเรียกว่า D.I.Y. (do it yourself) จะทำงานโดยไม่คำนึงถึงผลประโยชน์แต่จะคำนึงถึงความคิดของตัวเองเป็นหลักในการสร้างสรรค์ผลงาน (GmagTeam, 2550, หน้า 90) แนวเพลงอินดี้ (independent music) จึงหมายถึง เพลงวัฒนธรรมย่อยที่ไม่ขึ้นต่อค่ายเพลงหลัก สามารถแบ่งย่อยได้เป็น 1) อินดี้ป๊อป (indie pop) คือแนวเพลงป๊อปรูปแบบหนึ่ง 2) อินดี้ร็อก (indie rock) คือแนวเพลงร็อกรูปแบบหนึ่ง และ 3) อินดี้โฟล์ค (indie folk) คือแนวเพลงโฟล์ครูปแบบหนึ่ง (วิกิพีเดีย สารานุกรมไทยเสรี, 2561 ง) หรืออาจรวมถึง เพลงพื้นบ้าน เพลงพื้นเมืองแต่ละท้องถิ่นหรือชนเผ่าอีกด้วย ซึ่งแนวเพลงเหล่านี้ส่วนใหญ่แล้วจะสื่อถึง สันติภาพและความสงบที่มีอิทธิพลอย่างมากกับวัฒนธรรมฮิปปี้

ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์แดนซ์ (electronic dance music: EDM) หรือนดนตรีคลับ (club music) ดนตรีแดนซ์ (dance music) เป็นดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ที่เปิดในไนต์คลับ งานสังสรรค์เรพและเทศกาล โดยทั่วไป EDM จะผลิตเพลงจากติเจที่มีการใช้เครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์หรือซอฟต์แวร์ดนตรีในการทำเพลง โดยสร้างส่วนแทรกเรียกว่ามิกซ์เพลง แล้วแทรกเสียงอื่น ๆ มาต่อ ๆ กัน นอกจากนี้โปรดิวเซอร์เพลงมักจะเล่นคอนเสิร์ตที่มีการแสดงสดหรืองานเทศกาลที่มีการเซตเครื่องดนตรีไว้ให้ (วิกิพีเดีย สารานุกรมไทยเสรี, 2561 ข) เพลง EDM เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางทั่วโลกสำหรับนักท่องราตรี และคนที่ชอบงานเทศกาลต่าง ๆ เพราะแนวเพลง EDM จะมีจังหวะเร็ว ซ้ำ สลับกัน ทำให้มีความสนุกสนานและตื่นเต้นอยู่ในเพลง



ภาพที่ 3 การนำเสนอแนวเพลง EDM ที่ปรากฏในนิตยสาร Cheeze ฉบับที่ 158



ในปัจจุบันมีผู้ที่นิยมฟังเพลงอินดี้จำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากเพลงอินดี้สามารถบ่งบอกความเป็นตัวตนของผู้ฟังได้มากที่สุด อีกทั้งเพลงอินดี้มีเพลงให้เลือกหลากหลายกว่าเพลงในตลาด และมีลักษณะเพลง เนื้อหา ทำนอง ที่แตกต่างกว่าเพลงในตลาดทั่วไป ทำให้เข้าถึงอารมณ์และสุนทรียภาพได้อย่างลึกซึ้ง (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974) ส่วนเพลงแนว EDM ที่กำลังได้รับความนิยมจนกลายเป็นแฟชั่นในปัจจุบันนั้นมีการใส่ความคิดสร้างสรรค์ลงไปในเพลง ทำให้เพลงน่าตื่นตาตื่นใจ ทำให้ผู้คนหันมาให้ความนิยม ไม่ว่าจะเป็นแนวเพลงใด เสียงดนตรีก็คือศิลปะอันสวยงามที่ถูกมนุษย์สร้างขึ้นจากธรรมชาติ ฟังเพื่อความเพลิดเพลิน ความอิมเมจเจอร์โลงใจ และสร้างแรงบันดาลใจ ความงดงามของเครื่องดนตรีแต่ละชิ้นที่บรรเลง ถ่ายทอดผ่านตัวโน้ตจากเครื่องดนตรี ผสมผสานเสียงร้องของมนุษย์ ได้ส่งผ่านอากาศกระทบหูของเรา ผ่านไปที่การตีความของสมองและส่งผลถึงร่างกายและจิตใจ หากฟังอย่างลึกซึ้งแล้วดนตรีมีอิทธิพลและสื่อถึงทัศนคติ ความคิด การแต่งกาย แฟชั่น การเมือง และสภาพแวดล้อมของผู้คนได้เป็นอย่างดี ซึ่งการวิเคราะห์สื่อด้วยแนวคิดทางวัฒนธรรมศึกษานั้นจะมองว่าสื่อมวลชนไม่ได้เป็นแต่เพียงช่องทางหรือพาหนะ (channel) ในการเผยแพร่และถ่ายทอดวัฒนธรรมเท่านั้น แต่สื่อมวลชนยังเป็นแหล่งกำเนิดในการสร้างสรรค์ (generator) ของสังคมเพื่อการสื่อสารนั้นเป็นกระบวนการทางสัญลักษณ์ที่สร้างสรรค์ รักษา แก้ไข และตกแต่งความเป็นจริงหนึ่ง ๆ ด้วย

แฟชั่นด้านศิลปะและวัฒนธรรมการสัก

จากคำกล่าวที่ว่า “ศิลปะยืนยาว ชีวิตสั้น” ของศาสตราจารย์ศิลป์ พีระศรี สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของงานศิลปะได้เป็นอย่างดี ศิลปะหรือศิลป์ หมายถึงการกระทำหรือขั้นตอนของการสร้างชิ้นงานศิลปะโดยมนุษย์ คำแปลในภาษาอังกฤษที่ตรงที่สุดคือ Art ศิลปะเป็นคำที่มีความหมายกว้าง แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมีความหมายเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ สุนทรียภาพ หรือการสร้างอารมณ์ต่าง ๆ ศิลปะมีมาตั้งแต่โบราณกาล ความงดงามบนโลกนี้ล้วนคือศิลปะ ดังคำที่ว่า “ศิลปะน้อยอยู่ทุกหมื่นศิลปะ แม้มองขย่ะดูดี ๆ ยังมีศิลป์” ศิลปะอาจรวมไปถึงงานในรูปแบบต่าง ๆ เช่น งานเขียน บทกวี การเต้นรำ การแสดง ดนตรี งานปฏิมากรรม ภาพวาด-ภาพเขียน หรืออื่น ๆ อย่างไรก็ตามส่วนใหญ่แล้วศิลปะจะหมายถึงงานทางทัศนศิลป์จำพวกภาพวาด-ภาพเขียน งานประติมากรรม งานแกะสลัก รวมถึง Conceptual Art และ Installation Art (วิกิพีเดีย สารานุกรมไทยเสรี, 2561 ค) ดังนั้นแฟชั่นในด้านศิลปะมีมานานมาก ซึ่งในแต่ละยุคสมัยก็จะต่างกันไป

รวมไปถึงการสักซึ่งเป็นลักษณะของการเขียนสีและลวดลายต่าง ๆ บนร่างกาย ซึ่งรอยสักอาจคงอยู่ชั่วคราวหรือถาวร การสักของแต่ละวัฒนธรรมมีความหมายเฉพาะตัวต่างกันไป (วิกิพีเดีย สารานุกรมไทยเสรี, 2561 ก) ซึ่งถือเป็นงานศิลปะบนร่างกายมนุษย์ที่มีมาตั้งแต่อดีต เริ่มตั้งแต่การสักเพื่อบ่งบอกเผ่าพันธุ์ การสักเพื่อบอกฐานะ การสักเพื่อแสดงความเชื่อ ในปัจจุบันการสักถือเป็นงานศิลปะบนร่างกายของมนุษย์ ที่กลายเป็นแฟชั่นที่นิยมในคนเฉพาะกลุ่ม อาจจะมีบางคนที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย โดยในนิตยสาร Cheeze ฉบับที่ 152 และฉบับที่ 153 ได้เปิดพื้นที่นำเสนอแนวคิดของคนที่สัก



ไว้อย่างน่าสนใจ คือ “รอยสักเปรียบเหมือนความทรงจำที่ถูกบันทึกไว้บนร่างกาย” “รอยสักเหมือนเป็นเครื่องประดับที่มากกว่าเครื่องประดับ คือมีความหมายในตัวเอง” ในบางครั้งคนกลุ่มนี้ก็เจอคนที่ไม่เข้าใจในเรื่องของรอยสัก พวกเขา ก็จะพยายามที่จะเลี่ยงความสนใจ ดังที่คนที่สักให้แง่คิดไว้ว่า “บางครั้งคนที่อยู่ในเครื่องแบบหรือคนที่เป็นที่พึ่งของประชาชนยังเป็นคนไม่ดีเลย และไม่ควรตัดสินใครที่ภายนอก” ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคคลว่าจะมีทัศนคติในเรื่องนี้อย่างไร บางครั้งคนหนึ่งอาจมองว่ารอยสักนั้นสกปรก ในมุมนักลับกันรอยสักอาจสร้างพลังและแรงบันดาลใจให้คนหนึ่งลุกขึ้นมาต่อสู้กับชีวิตจนประสบความสำเร็จ ทุกอย่างล้วนแล้วไม่มีถูกผิดหากมองในมุมที่เอาใจเขามาใส่ใจเรา สุดท้ายรอยสักก็เป็นอารยธรรมที่สวยงามที่สื่อสารความหมายได้เหมือนกับศิลปะชิ้นอื่น ๆ บนโลกฉันใด การเปิดใจยอมรับความต่างก็เป็นศิลปะความงามในจิตใจที่มนุษย์ทุกคนควรจะมีฉันนั้น

แฟชั่นด้านศิลปะและวัฒนธรรมการสักนั้น ล้วนเป็นลักษณะของการสร้างความหมายทางสังคม (social construction of meaning) ดังที่ กาญจนา แก้วเทพ (2544) ได้อธิบายไว้ว่า สิ่งที่เราเรียกว่า ความเป็นจริง (reality) นั้นมิใช่สิ่งที่มีอยู่แล้ว แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น (construct) ซึ่งศิลปะและการสักก็เป็นหนึ่งในการสร้างความหมายให้กับรอยสักเพื่อแสดงอัตลักษณ์ตัวตนของเจ้าของรอยสักเหล่านี้ หากมองย้อนกลับไปถึงความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมทางสังคมตามแนวคิดของ คาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx) ที่ว่าด้วยภาวะหลงใหลบูชาสิ่งที่ตนสร้างขึ้นหรือ Reification คือภาวะที่มนุษย์เปลี่ยนความสัมพันธ์กับสิ่งที่ตนสร้างขึ้นโดยกลายเป็นสิ่งนั้นเสียเอง (สุภางค์ จันทวานิช, 2555)



ภาพที่ 4 ศิลปะประเภทภาพวาดและวัฒนธรรมการสัก ที่ปรากฏในนิตยสาร Cheeze ฉบับที่ 152

แฟชั่น ... จากอดีต สู่ปัจจุบัน และวันต่อไป

จิรัฐ พรพนิตพันธุ์ ผู้ก่อตั้งนิตยสาร Cheeze ได้กล่าวว่า เสน่ห์ของแฟชั่นบนท้องถนนคือ ความหลากหลายทางความคิด ทั้งรูปแบบ สี สัน รสนิยมและสรีระ ถนนเป็นเสมือนเวทีและแคทวอล์คที่เปิดกว้างทอดยาวไร้จุดสิ้นสุด ซึ่งนิตยสาร Cheeze ทำให้ทุกคนกลายเป็นนายแบบ นางแบบ และดีไซเนอร์ที่แสดงออกซึ่งความเป็นอิสระของตัวเองอย่างแท้จริง (ศรินทร เอี่ยมแพง, ออนไลน์, 2555)



แพชชั่นทั้งสามมิติที่ปรากฏในนิตยสาร Cheeze ได้สะท้อนความเป็นวัฒนธรรมย่อยที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมหลักอย่างมาก โดยสิ่งที่เห็นได้ชัดที่สุดคือแพชชั่นด้านการฟังเพลง ทำให้เห็นว่าผู้คนเปิดรับวัฒนธรรมในแนวเพลงใหม่ ๆ เพิ่มมากขึ้น แต่จุดประสงค์หลักของการฟังเพลงยังคงเป็นการฟังเพื่อความเพลิดเพลิน จรรโลงใจ และสร้างแรงบันดาลใจ สิ่งที่สะท้อนให้เห็นว่าสังคมในปัจจุบันยอมรับในความต่างมากขึ้นนั่นคือแพชชั่นด้านศิลปะและวัฒนธรรมการสัก เพราะในปัจจุบันการสักถือเป็นเรื่องที่เปิดกว้างมากขึ้น และรอยสักนั้นล้วนแฝงไปด้วยความหมายและจิตวิญญาณของเจ้าของรอยสัก ซึ่งถือเป็นวัฒนธรรมที่สวยงาม สามารถสื่อความหมายได้เหมือนกับศิลปะชิ้นอื่น ๆ บนโลก แพชชั่นด้านการฟังเพลงและแพชชั่นด้านศิลปะและวัฒนธรรมการสักยังมีอิทธิพลสื่อถึงทัศนคติ ความคิด การเมือง สภาพแวดล้อม และที่สำคัญคือมีอิทธิพลต่อแพชชั่นด้านการแต่งกายเป็นอย่างมาก เพราะเครื่องแต่งกายเป็นเครื่องมือแสดงตัวตน เป็นเครื่องมือสื่อสารที่แสดงถึงรสนิยมในการฟังเพลงและการเสพสื่อศิลปะของคนคนนั้นได้เป็นอย่างดี ดังที่ Hall (1997) อธิบายว่า สื่อเป็นกลไกด้านอุดมการณ์ของสังคม โดยที่ไม่ได้ครอบงำสังคม หรือเป็นเพียงตัวสะท้อนอุดมการณ์แบบหยาบ ๆ เท่านั้น แต่สื่อทำหน้าที่เป็น “ตัวประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม” (social construction of reality) ซึ่งแท้จริงแล้วไม่เคยมีสิ่งทีเรียกว่าความเป็นจริงเกิดขึ้นจนกว่าจะมีผู้ประกอบสร้าง (construct) ความจริงนั้นขึ้นมา และการสื่อสารก็คือกระบวนการที่ถูกใช้เพื่อประกอบสร้างความจริงขึ้นมานั่นเอง

จากอดีตสู่สิ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน และมองไปในวันข้างหน้าที่กำลังจะมาถึงในอนาคต เมื่อพิจารณาว่าแพชชั่นคือค่านิยมของกลุ่มคนในสังคมใดสังคมหนึ่ง “แพชชั่นในนิตยสาร Cheeze” ก็เป็นเสมือนพื้นที่หนึ่งในการแสดงออกถึงตัวตนของกลุ่มวัยรุ่น ถึงแม้ว่าวัฒนธรรมย่อยในด้านต่าง ๆ จะยังไม่ได้รับการยอมรับมากนักในปัจจุบัน แต่จะถูกยอมรับมากขึ้นเมื่อย้อนกลับไปดูพฤติกรรมและการเปิดกว้างมากขึ้นของสังคมและสื่อโซเชียลมีเดีย สอดคล้องกับ คาร์ล มาร์กซ์ ที่กล่าวว่า ความเป็นจริงทางสังคมกับสำนึกทางสังคมของบุคคล สำนึกทางสังคมมิได้เป็นผู้กำหนดความเป็นจริง แต่ความเป็นจริงกำหนดสำนึก กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ วัตถุเป็นตัวกำหนดอุดมการณ์ ค่านิยม ระบบการเมือง และกฎหมาย ด้วยความเชื่อมโยงกำหนดกันเช่นนี้จึงเกิดเป็นสังคมขึ้น (สุภาวศ์ จันทวานิช, 2555) เพราะแพชชั่นกับศิลปะมีอิทธิพลสะท้อนถึงทัศนคติ ความคิด และรสนิยมของมนุษย์ และเป็นพื้นที่บันทึกความทรงจำและประวัติศาสตร์ของแพชชั่นในยุคสมัยผ่านนิตยสาร Cheeze ที่จะป็นหลักฐานอันทรงคุณค่าและสะท้อนมรดกทางวัฒนธรรมของสังคมต่อไปในอนาคต ดังที่ จิรัฏฐ์ พรพนิตพันธ์ ผู้ก่อตั้งนิตยสาร Cheeze กล่าวว่า สังคมเป็นคนกำหนดหนึ่งสื่อ เราไม่ได้กำหนด Cheeze เป็นหนังสือข่าว แต่เป็นข่าวแพชชั่น เป็นนิตยสารที่บันทึกวัฒนธรรมการแต่งตัวของสังคมไว้ เป็นยุคสมัย เป็นปี เป็นเดือน มันคือประวัติศาสตร์การแต่งตัวของคนไทย เวลาผ่านไป 50 ปีก็สามารถเอานิตยสารเล่มนี้มาเปิดดูว่าแพชชั่นเปลี่ยนไปอย่างไร (ศรินทร เอี่ยมแพง, ออนไลน์, 2555) ทั้งนี้ การเปิดใจยอมรับความต่างถือเป็นศิลปะความงามในจิตใจที่มนุษย์ทุกคนพึงจะมีตราบนานเท่านาน



บรรณานุกรม

- กองบรรณาธิการนิตยสาร Positioning. (2549). *“Cheeze” เปิดฉากลุยมหา’ลัย* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://positioningmag.com/8716> [2561, 20 เมษายน].
- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- บาร์ตส์, โรลิ่งด์. (2551). *มายาคติ*. แปลจากเรื่อง Mythologies (วรรณพิมิล อังคศิริสรรพ, แปล) (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: คบไฟ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2541). *พจนานุกรมศัพท์ศิลปะอังกฤษ-ไทย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- วิกิพีเดีย สารานุกรมไทยเสรี. (2561 ก). *การสัก* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://th.wikipedia.org/wiki/การสัก> [2561, 20 เมษายน].
- _____. (2561 ข). *ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์แดนซ์* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://th.wikipedia.org/wiki/ดนตรีอิเล็กทรอนิกส์แดนซ์> [2561, 20 เมษายน].
- _____. (2561 ค). *ศิลปะ* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://th.wikipedia.org/wiki/ศิลปะ> [2561, 20 เมษายน].
- _____. (2561 ง). *อินดี้* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: <https://th.wikipedia.org/wiki/อินดี้> [2561, 28 เมษายน].
- ศรินทร์ เอี่ยมแพง. (2555). *The editor on street* (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก: http://www.trueplookpanya.com/new/cms_detail/news/10362 [2560, 9 ตุลาคม].
- ศิมาศ ประทีปะวณิช. (2559). สุนทรียะกับแฟชั่นและสังคมไทยในปัจจุบัน. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 24(44), หน้า 225.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2555). *ทฤษฎีสังคมวิทยา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- GmagTeam. (2550). เพลง Indy (ควร) เป็นอย่างไร. *TheGuitarMAG*, 408, หน้า 90.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices (culture, media and identities series)*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research* (pp. 19-31). Beverly Hills, CA: Sage.