

สรุปวิเคราะห์ประเด็นข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อต่างประเทศ

วันที่ 30 ตุลาคม 2556

หัวข้อข่าว/แหล่งข่าว

Thailand Racism Row Reignited by Unilever Ad for Akin-Whitening Cream (The Guardian)

สรุปความ

สื่อต่างประเทศนำเสนอข่าวโฆษณาผลิตภัณฑ์โลชั่นเพื่อผิวขาวของบริษัทยูนิลีเวอร์ว่าเหยียดสีผิว โดยโฆษณาทางโทรทัศน์และทางโซเชียลมีเดีย เชิญชวนให้นักศึกษาส่งรูปถ่ายคู่กับผลิตภัณฑ์ของยูนิลีเวอร์แสดงความผิวขาวกระจ่างใสของตนเอง เพื่อชิงทุนการศึกษามูลค่า 1 แสนบาท ส่งผลให้เกิดข้อวิพากษ์วิจารณ์ในวงกว้างว่าเหตุใดผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาวจึงเกี่ยวข้องกับการให้ทุนการศึกษา และเหตุผลของการได้รับทุนการศึกษาคือมีผิวขาวกว่าไม่ใช่เพราะมีผลการเรียนดี หรือถ้าไม่ได้รับทุนก็เป็นเพราะยากจนและผิวคล้ำ

การวิเคราะห์

สื่อต่างประเทศระบุว่าผลิตภัณฑ์เพื่อผิวขาวมีมากมายในประเทศไทย เช่นเดียวกันกับทั่วทั้งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ใช้นางแบบผิวขาวซีดมาโฆษณาเครื่องสำอาง ยา และอาหารเสริมบำรุงให้ผิวขาวกระจ่างใสขึ้น ในหมู่คนไทยทั่วไปก็มีคำพูดกระแทกแดกดันคนที่ผิวคล้ำกว่าว่า “ดำเหมือนอิกา” ประเทศไทยเคยถูกวิพากษ์วิจารณ์ในประเด็นเรื่องเหยียดผิวมาแล้ว ไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่ โดยก่อนหน้านี้ บริษัทตังเกี๊ยน โดนัทต้องถอดโฆษณา “ชาร์โคล โดนัท” หรือโดนัทที่มีส่วนผสมของผงถ่าน ออกไป เนื่องจากถูกองค์กรสิทธิมนุษยชนต่อว่าเรื่องการใช้นางแบบทาผิวขาวด้วยสีดำ และทาปากสีชมพูสด ในขณะที่โฆษณาเครื่องสำอางบำรุงผิวขาวยี่ห้อหนึ่งก็ถูกดำเนินเรื่องการเหยียดสีผิวเช่นกัน

นลินทิพย์ คชาสัมฤทธิ์ ผู้รายงาน