แฟชั่นกับสถานภาพทางสังคม: สูตรสำเร็จของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวในยุคฟาสซิสต์อิตาลี[1]

ปาจรีย์ ทาชาติ[2]

Received: *October 23, 2019*
Revised: *March 6, 2020*
Accepted: *April 26, 2020*

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแฟชั่นเครื่องแต่งกายและวิถีชีวิตอิตาเลียนรูปแบบใหม่กับการปลอมแปลงสถานภาพทางสังคมของตัวละคร ซึ่งกลายเป็นสูตรสำเร็จของภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่ออิตาเลียนประเภทตลกโรแมนติก หรือเรียกกันว่า “ภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว” ที่สร้างขึ้นในช่วงกลางทศวรรษที่สองของระบอบเผด็จการฟาสซิสต์อิตาลี โดยเลือกวิเคราะห์ภาพยนตร์อิตาเลียนจำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ *Darò un milione* [ผมจะให้เงินหนึ่งล้าน] (1935) *Il Signor Max* [คุณชายแม็กซ์] (1937) และ *I Grandi Magazzini* [ห้างสรรพสินค้า] (1939)[3] ของมาริโอ คาเมรินี ผู้กำกับชาวอิตาเลียน ภาพยนตร์ประเภทนี้เป็นเครื่องมือที่รัฐบาลฟาสซิสต์ของนายกรัฐมนตรีเบนิโต มุสโสลินี ใช้เผยแพร่อุดมการณ์ทางการเมืองแบบทางอ้อมเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนในเรื่องการกินดีอยู่ดี รวมทั้งปลุกจิตสำนึกให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของคุณธรรมจริยธรรม และนำมาใช้ในการดำรงตน โดยนำเสนอภาพจำลองชีวิตคนอิตาเลียนในสังคมอุดมคติที่เต็มไปด้วยความสุขและความเจริญก้าวหน้าทันสมัยตามเมืองใหญ่ของอิตาลีผ่านตัวละคร ซึ่งเป็นกลุ่มคนทำงานรับจ้างและชนชั้นกลางระดับล่าง รัฐบาลหวังว่าภาพฝันนี้จะสามารถโน้มน้าวให้ผู้ชมภาพยนตร์เกิดความประทับใจและมีแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตบนโลกแห่งความเป็นจริงได้อย่างมีความสุขเช่นเดียวกับตัวละคร อันจะนำไปสู่ฉันทามติของมวลชนอิตาเลียนด้านความนิยมในตัวรัฐบาลต่อไป แฟชั่นเครื่องแต่งกายของตัวละครจึงมีบทบาทสำคัญ เพราะทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ สะท้อนบุคลิกลักษณะและสถานภาพของตัวละคร และเป็นตัวแปรหลักที่ตัวละครใช้ในการสลับร่างสร้างตัวตนใหม่ จนเป็นเหตุให้เกิดความสับสนอลหม่านตามมามากมายในภาพยนตร์ทั้งสามเรื่อง นอกจากนี้ แฟชั่นในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวยังเชื่อมโยงกับบริบททางการเมือง โดยมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนโยบายสร้าง “คนอิตาเลียนแบบใหม่” ตามแนวคิดฟาสซิสต์และถ่ายทอดรูปแบบการใช้ชีวิตในสังคมสมัยใหม่ไปสู่มวลชน ตลอดจนส่งเสริมอุดมการณ์ชาตินิยมภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเองด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศอิตาลีในช่วงก่อนและระหว่างสงครามโลกครั้งที่สองอีกด้วย

คำสำคัญ: แฟชั่นอิตาเลียน, สถานภาพทางสังคม, ภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว, โฆษณาชวนเชื่อ, ฟาสซิสต์

---

[1] บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง “แฟชั่นอิตาเลียนกับสถานภาพทางสังคมในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว” ได้รับทุนสนับสนุนจากโครงการวิจัยพัฒนาอาจารย์ใหม่/ นักวิจัยใหม่ กองทุนรัชดาภิเษกสมโภช พ.ศ. ๒๕๕๘ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

[2] หน่วยงานผู้แต่ง: สาขาวิชาภาษาอิตาเลียน ภาควิชาภาษาตะวันตก คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และหน่วยปฏิบัติการวิจัย The Arc of Memory คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีเมล: Pajaree.T@chula.ac.th

[3] ผู้วิจัยแปลชื่อภาพยนตร์ทั้งสามเรื่องเป็นภาษาไทย

Fashion and Social Status: a Classic Formula of the White Telephone Films during the Fascist Italy[4]

Pajaree Tachart[5]

Received: *October 23, 2019*
Revised: *March 6, 2020*
Accepted: *April 26, 2020*

Abstract

This article analyses the relationship between fashion, new Italian lifestyle and social mobility that constitute the classic formula of the Italian screwball comedy, the so-called "White Telephone Films", mainly produced during the second decade of the Fascist period. It focuses on three Italian films directed by Mario Camerini which are *Darò un milione* (1935), *Il Signor Max* (1937) and *I Grandi Magazzini* (1939). Since the mid-1930s, the Government of Benito Mussolini used this genre of Italian cinema as a political tool to manipulate public opinions and to make them accept or even agree with fascist policies. Therefore, the director had to present only beautiful and positive images of the Italian way of life through petite bourgeoisie and working class characters in an idealised society, as it was expected that the simply luxurious life in films would convince and inspire the audience to believe in the values of Fascism and to give consensus to the Fascist Government. The costume designs played an important role in this because they not only represented the characteristics and identities of the characters, coming from different socio-economic backgrounds, but also portrayed how Italian people lived their lives at that time. Moreover, the Italian fashion of the Thirties was integral to the Fascist ideal of *the Myth of Italian New Man and Woman* and the campaign for *Italian Self-sufficiency* which contributed to the development of Nationalism before and during the Second World War.

Keywords: Italian Fashion, Social status, White Telephone Films, Propaganda, Fascism

---

[4] This article is part of the research project titled "Italian fashion and Social status in the White Telephone Films", supported by Grants for Development of New Faculty Staff, Ratchadaphiseksomphot Endowment Fund, Chulalongkorn University 2015.

[5] Affiliation: Italian Section, Department of Western Languages, Faculty of Arts, Chulalongkorn University and The Arc of Memory Research Unit, Faculty of Arts, Chulalongkorn University. E-mail: Pajaree.T@chula.ac.th

1. บทนำ

หลังจากที่เบนิโต มุสโสลินี (Benito Mussolini) และพรรคชาตินิยมฟาสซิสต์ (Partito Nazionale Fascista) สามารถยึดอำนาจจากรัฐบาลประชาธิปไตยเสรีนิยมได้ และจัดตั้งรัฐบาลฟาสซิสต์ขึ้นในวันที่ 31 ตุลาคม ค.ศ. 1922 มุสโสลินีต้องใช้เวลากว่าห้าปีในการสร้างความยิ่งใหญ่ โดยใช้มาตรการแข็งกร้าวกำจัดพวกต่อต้านฟาสซิสต์ในอิตาลีให้หมดสิ้น และเดินหน้าผูกขาดอำนาจในการบริหารประเทศ พร้อมกับแสดงจุดยืนและแนวคิดฟาสซิสต์อย่างเข้มข้น จนกระทั่งราวต้นทศวรรษที่ 1930 รัฐบาลเผด็จการฟาสซิสต์ของนายกรัฐมนตรีเบนิโต มุสโสลินี ได้เริ่มหันไปใช้ยุทธวิธีที่นุ่มนวลขึ้นในการรักษาไว้ซึ่งอำนาจ ด้วยการนำเอาผลผลิตทางวัฒนธรรมมาเชื่อมโยงเข้ากับบริบทด้านการเมืองเพื่อปลุกพลังศรัทธาของมวลชนที่มีต่อระบอบฟาสซิสต์ ในอีกทางหนึ่ง ภาพยนตร์และแฟชั่นเครื่องแต่งกายจึงกลายเป็นเครื่องมือชิ้นสำคัญที่รัฐบาลใช้ในการโฆษณาชวนเชื่อและเผยแพร่อุดมการณ์ทางการเมืองไปสู่มวลชน ด้วยเหตุนี้ จะสังเกตได้ว่าทั้งอุตสาหกรรมภาพยนตร์และแฟชั่นอิตาเลียนได้รับการพัฒนาอย่างจริงจังและต่อเนื่องในสมัยฟาสซิสต์ตั้งแต่ปลายปี ค.ศ. 1932 เป็นต้นมา

ภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อรูปแบบต่าง ๆ มีบทบาทสำคัญมาก ช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1935 ถึงปี ค.ศ. 1943 นอกจากภาพยนตร์ที่มีเนื้อหายกย่องความยิ่งใหญ่ของระบอบฟาสซิสต์และกลุ่มคนเสื้อเชิ้ตดำ (Gli Squadristi) ที่ให้การสนับสนุนมุสโสลินีอย่างตรงไปตรงมา เช่น เรื่อง *Camicia nera* (1933) ของโจวัคคีโน ฟอร์ซาโน (Giovacchino Forzano) และ *Vecchia Guardia* (1934) ของอเล็ซซานโดร บลาเซ็ตติ (Alessandro Blasetti) รัฐบาลฟาสซิสต์เลือกใช้ภาพยนตร์ ประเภทตลกโรแมนติก หรือเรียกกันว่า “ภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว” (Il cinema dei telefoni bianchi)[6] เป็นช่องทางนำเสนอภาพจำลองชีวิตคนอิตาเลียนในสังคมอุดมคติที่เต็มไปด้วยความสุข ความเจริญมั่งคั่ง และความก้าวหน้าทันสมัย ตามเมืองใหญ่ของอิตาลีผ่านตัวละคร ซึ่งเป็นกลุ่มคนทำงานรับจ้างและชนชั้นกลางระดับล่าง ด้วยหวังว่าอาจเป็นภาพฝันที่สามารถโน้มน้าวให้ผู้ชมภาพยนตร์เกิดความประทับใจ และมีแรงบันดาลใจในการดำเนินชีวิตในโลกแห่งความเป็นจริงได้อย่างมีความสุขเช่นเดียวกับตัวละคร รวมทั้งเชื่อมั่นในศักยภาพของรัฐบาลเรื่องการดูแลประชาชนให้กินดีอยู่ดีได้อย่างทั่วถึง อันจะนำไปสู่ฉันทามติ (Consensus) ของมวลชนอิตาเลียนด้านความนิยมในตัวรัฐบาลฟาสซิสต์ต่อไป

แฟชั่นเครื่องแต่งกายเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว ซึ่งทำหน้าที่เชิงสัญลักษณ์ สะท้อนบุคลิกลักษณะและภูมิหลังของตัวละครที่มีฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจแตกต่างกันได้เป็นอย่างดี ประเด็นการใช้แฟชั่นเครื่องแต่งกายปลอมแปลงตัวเพื่อให้สมหวังในความรักของตัวละครหลัก จึงเป็นหัวใจสำคัญของภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อประเภทดังกล่าว ยิ่งไปกว่านั้น เสื้อผ้าสวยงามนำสมัยที่ปรากฏในภาพยนตร์หลายเรื่อง ยังทำให้ผู้ชมส่วนใหญ่พยายามแต่งตัวเลียนแบบดารา จนกลายเป็นแฟชั่นที่ได้รับความนิยมและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ไม่น้อย อีกทั้งเอื้อประโยชน์ในทางการเมือง โดยปลุกคนอิตาเลียนให้จินตนาการถึงการเปลี่ยนแปลงตัวเองเป็น “คนอิตาเลียนแบบใหม่” (L’italiano nuovo fascista) และส่งเสริมนโยบายสร้าง “ความเป็นอิตาเลียน” (L’italianità) และอุดมการณ์ชาตินิยมภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเองด้านอุตสาหกรรมแฟชั่น (La moda autarchica) ของประเทศอิตาลีในช่วงก่อนและระหว่างสงครามโลกครั้งที่สองอีกด้วย

---

[6] ภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว (Il cinema dei telefoni bianchi หรือ The white telephone films) คือ ภาพยนตร์ประเภทตลกโรแมนติก ที่ส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลมาจากภาพยนตร์อเมริกันแนวสุขนาฏกรรมจินตนิยม (American screwball comedy) และอีกส่วนจากละครหรือ ภาพยนตร์ฮังกาเรียนซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศอิตาลีช่วงปีค.ศ. 1935 ถึงปีค.ศ. 1943 สาเหตุที่เรียกว่าภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว เพราะในการจัดตกแต่งฉากภายในที่พักอาศัยของตัวละคร ส่วนมากผู้กำกับจะเลือกใช้อุปกรณ์ประกอบฉากที่ดูหรูหราและทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งโทรศัพท์ ซึ่งจะนิยมใช้โทรศัพท์เครื่องสีขาวแทนเครื่องสีดำที่พบได้ตามบ้านทั่วไป

นับเป็นความสำเร็จของมุสโสลินี รัฐบาลฟาสซิสต์ และผู้เกี่ยวข้องของสองวงการนี้ ซึ่งแสดงให้เห็นเป็นที่ประจักษ์ว่าการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม มีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะที่ทุกมิติ ต่างทำงานสอดประสานกันได้อย่างลงตัว

บทความนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแฟชั่นเครื่องแต่งกายและวิถีชีวิตอิตาเลียนรูปแบบใหม่ กับการปลอมแปลงสถานภาพทางสังคมของตัวละคร ซึ่งเป็นสูตรสำเร็จของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวที่สร้างขึ้นในสมัยฟาสซิสต์ พร้อมทั้งแสดงให้เห็นถึงการที่รัฐบาลใช้ประโยชน์จากแฟชั่นและภาพยนตร์อิตาเลียน เพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมืองในช่วงก่อน และระหว่างสงครามโลกครั้งที่สอง โดยเลือกวิเคราะห์ภาพยนตร์อิตาเลียนจำนวน 3 เรื่อง ได้แก่ *Darò un milione* [ผมจะให้เงินหนึ่งล้าน] (1935) *Il Signor Max* [คุณชายแม็กซ์] (1937) และ *I Grandi Magazzini* [ห้างสรรพสินค้า] (1939) ของมาริโอ คาเมรินี (Mario Camerini) ผู้กำกับชาวอิตาเลียน

2. การสร้างภาพฝันด้วยแฟชั่นและภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวของรัฐบาลฟาสซิสต์อิตาลี

ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1930 มุสโสลินีและรัฐบาลฟาสซิสต์เริ่มใช้แฟชั่นอิตาเลียนและภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวเป็นเครื่องมือทางการเมือง เพื่อช่วยหล่อหลอมจิตสำนึกของความเป็นชาติ และเผยแพร่ความเป็นสมัยใหม่แบบอิตาเลียนออกไปยังหมู่มวลชน โดยเฉพาะในกลุ่มคนทำงานรับจ้างและชนชั้นกลางระดับล่าง (La piccola-media borghesia) ที่ให้การสนับสนุนระบอบฟาสซิสต์เรื่อยมา เพราะมุสโสลินีเชื่อว่าหากได้คนกลุ่มนี้มาเป็นพวกมากขึ้น จะช่วยขจัดปัญหาความขัดแย้งระหว่างนายทุนกับลูกจ้าง และทำลายฐานกำลังของพวกสังคมนิยมลงได้ง่าย อีกทั้งยังก่อให้เกิดความรู้สึกร่วมและความเป็นเอกภาพขึ้นในสังคม ซึ่งจะส่งผลดีกับรัฐบาลและตัวเขาเอง

ดังนั้น ราวกลางปีค.ศ. 1934 มุสโสลินีจึงสั่งให้รัฐบาลฟาสซิสต์ทุ่มงบประมาณในการควบคุมดูแล และสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์อิตาเลียน ตามอย่างการผลิตสื่อโฆษณาชวนเชื่อของลัทธินาซีในเยอรมนีที่มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยจัดตั้งคณะกรรมาธิการทำหน้าที่รับผิดชอบตรวจสอบและบริหารกิจการด้านภาพยนตร์ของรัฐบาลโดยตรง (La Direzione Generale per la Cinematografia - DGC)[7] ซึ่งมีลุยจิ เฟร็ดดี (Luigi Freddi) เป็นประธาน[8] และในปีต่อมา มีการก่อตั้งสถาบันสอนการสร้างภาพยนตร์ (Centro Sperimentale di Cinematografia - CSC) และโรงถ่ายภาพยนตร์ขนาดใหญ่ชิเนชิตตา (Cinecittà) แถบชานกรุงโรม ทำให้เกิดอุตสาหกรรมการผลิตภาพยนตร์แบบครบวงจรขึ้นเป็นครั้งแรก ในตอนนั้นภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อทางการเมืองรูปแบบต่าง ๆ เริ่มทยอยออกสู่สายตาประชาชน ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะที่สื่อสารอย่างตรงไปตรงมาหรือโดยทางอ้อม ซึ่งมักจะสอดแทรกประเด็นสำคัญผ่านเค้าโครงเรื่อง ผู้กำกับหลายคนที่นิยมระบอบฟาสซิสต์ เช่น มาริโอ คาเมรินี (Mario Camerini) อเล็ซซานโดร บลาเซ็ตติ (Alessandro Blasetti) ราฟฟาเอ็ลโล มาตารัซโซ (Raffaello Matarazzo) ฯลฯ ต่างมาร่วมกันสร้างผลงานภาพยนตร์ตามคำแนะนำของลุยจิ เฟร็ดดี เพื่อผลประโยชน์ทางการเมืองของรัฐบาล เมื่อลองพิจารณาการดำเนินงานทั้งหมดนี้ คงไม่เกินความจริงเลย หากจะกล่าวว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์

[7] La Direzione Generale per la Cinematografia เป็นหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรมประชานิยม (Ministero della Cultura Popolare) ของประเทศอิตาลีในสมัยฟาสซิสต์

[8] ลุยจิ เฟร็ดดี (Luigi Freddi ค.ศ.1895-1977) เป็นหนึ่งในสมาชิกของรัฐบาลฟาสซิสต์ ผู้ซึ่งเสนอให้มุสโสลินีตั้งคณะกรรมาธิการรับผิดชอบกิจการด้านภาพยนตร์ของรัฐบาล (La Direzione Generale per la Cinematografia - DGC) ขึ้นโดยตรงในปีค.ศ. 1934 เพื่อดูแลกระบวนการผลิตภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อแบบครบวงจร ในช่วงต้นทศวรรษที่1930 เฟร็ดดีเคยไปศึกษาอบรมเกี่ยวกับการสร้างภาพยนตร์ที่ฮอลลีวูด สหรัฐอเมริกา จึงทำให้เขามีประสบการณ์และโลกทัศน์ที่กว้างไกลในการทำงานด้านนี้อย่างมาก

อิตาเลียนในขณะนั้นเป็นเสมือนโรงงานผลิตความฝัน (La fabbrica del sogno) ของรัฐบาลเผด็จการฟาสซิสต์ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในกระบวนการปลุกเร้ามวลชนอิตาเลียนให้สร้างฉันทามติอย่างแท้จริง (Freddi 1994, 25-34)

อย่างไรก็ตาม การที่รัฐบาลมุสโสลินีพยายามขยายฐานความนิยมออกไปยังกลุ่มคนทำงานรับจ้างและชนชั้นกลางระดับล่างที่มีรายได้น้อยในสังคมอิตาเลียน ส่งผลให้รูปแบบและเนื้อหาของภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งรัฐบาลใช้เป็นช่องทางสื่อสารอุดมการณ์ทางการเมืองและเชิดชูความยิ่งใหญ่ของระบอบฟาสซิสต์ไปสู่มวลชนอิตาเลียนเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใหม่ ประเด็นการลบเลือนมายาคติที่ว่าชนชั้นสูงหรือคนมีฐานะทางเศรษฐกิจดีเท่านั้นที่จะมีความสุขสมหวังในชีวิต และการสร้างความหวังว่าทุกคนก็สามารถมีคุณภาพชีวิตที่ดีได้ภายใต้รัฐบาลฟาสซิสต์ กลายเป็นสารัตถะของภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อประเภทตลกโรแมนติก หรือภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวของผู้กำกับคาเมรินี ภาพยนตร์แนวนี้จึงต้องนำเสนอแต่ภาพชีวิตอันสวยงามของตัวละครที่เป็นคนทำงานรับจ้างรายได้น้อยในสังคมอิตาเลียนเป็นหลัก เพื่อให้ผู้ชมที่มีภูมิหลังคล้ายคลึงกับตัวละครเกิดความรู้สึกร่วม และฝันอยากเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตเรียบง่ายที่มีแต่ความสุขเช่นนั้นบ้าง ในขณะเดียวกันยังได้หลบออกจากปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งต่างกำลังเผชิญอยู่ในชีวิตจริงชั่วระยะเวลาหนึ่งตามแนวทางของภาพยนตร์หลีกหนี (Il cinema di evasione) เพราะจินตนาการในโลกภาพยนตร์กับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริงขณะนั้นขัดแย้งกันอย่างสิ้นเชิง หากพิจารณาตามเส้นเวลาของประวัติศาสตร์อิตาลี จะพบว่าในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1935 ถึงปี ค.ศ. 1943 ซึ่งมีการผลิตภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวออกสู่สายตาผู้ชมจำนวนมาก เป็นช่วงเวลาเดียวกับที่รัฐบาลฟาสซิสต์เริ่มนำอิตาลีเข้าสู่ภาวะสงคราม ทั้งการก่อสงครามอิตาลี-เอธิโอเปีย ตามมาด้วยการสนับสนุนสงครามกลางเมืองในสเปน และการเข้าร่วมกับฝ่ายอักษะในสงครามโลกครั้งที่สองซึ่งทำให้มวลชนเสื่อมความนิยมในตัวมุสโสลินีและระบอบเผด็จการ ฉะนั้น จึงเป็นธรรมดาที่รัฐบาลฟาสซิสต์ต้องพยายามหาวิธีดึงดูดพลังมวลชนเพื่อรักษาฐานกำลังสนับสนุนไว้ให้ได้มากที่สุด

อย่างไรก็ดี รัฐบาลฟาสซิสต์ไม่ได้สร้างภาพฝันให้มวลชนด้วยการใช้ภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อเพียงอย่างเดียว หากแต่ยังสร้างปรากฏการณ์ใหม่ โดยนำเอาแฟชั่นอิตาเลียนมาทำงานร่วมกันกับภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว และเชื่อมโยงสองสิ่งนี้เข้ากับบริบททางการเมืองของรัฐบาลฟาสซิสต์อย่างแน่นแฟ้น จนเป็นเหมือน “สามเหลี่ยมแห่งการโฆษณาชวนเชื่อฟาสซิสต์” ที่ทรงอานุภาพ และมีผลต่อความรู้สึกของมวลชนอิตาเลียนในหลายมิติ เพราะในช่วงเวลาเดียวกันนั้น มุสโสลินีเริ่มให้ความสำคัญกับคุณค่าของแฟชั่นมากขึ้น และมุ่งพัฒนากิจการด้านนี้ควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์แห่งชาติ

แท้จริงแล้ว แฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีอิตาเลียนมีความเกี่ยวข้องกับการเมืองในระบอบฟาสซิสต์มาตั้งแต่ช่วงกลางทศวรรษที่ 1920 โดยมีผู้ทรงอิทธิพลด้านแฟชั่นจำนวนหนึ่งในอิตาลี เช่น ลิเดีย เด ลิกูโอโร (Lydia De Liguoro) ซึ่งเป็นทั้งผู้ก่อตั้งนิตยสารผู้หญิง “Lidel” และสมาชิกสตรีฟาสซิสต์ในมิลาน ได้พยายามสร้างสรรค์แฟชั่นสายเลือดอิตาเลียนที่แท้จริงให้เกิดขึ้น รวมทั้งรณรงค์ให้ผู้หญิงอิตาเลียนหันมานิยมใส่เสื้อผ้าที่ออกแบบและผลิตภายในประเทศแทนการนำเข้าแฟชั่นชั้นสูงของฝรั่งเศส นับเป็นนโยบายสร้าง “ความเป็นอิตาเลียน” ผ่านแฟชั่นเครื่องแต่งกายสตรีที่สอดคล้องกับอุดมการณ์ชาตินิยมของรัฐบาลฟาสซิสต์ ด้วยเหตุนี้ แนวคิดและการทำงานของเด ลิกูโอโร จึงมักได้รับคำชื่นชมจากมุสโสลินีมาโดยตลอด

ความสัมพันธ์ระหว่างแฟชั่นและการเมืองเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น เมื่อมุสโสลินีหันมาทุ่มเทให้กับการสร้างแฟชั่นอิตาเลียนที่แท้จริงในปี ค.ศ. 1932 และขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจพึ่งพาตนเองด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของอิตาลีในสามปีต่อมา เขาพยายามที่จะปลดปล่อยแฟชั่นอิตาเลียนให้หลุดพ้นจากอิทธิพลของแฟชั่นฝรั่งเศส ซึ่งครอบงำความคิดสร้างสรรค์ของนักออกแบบเสื้อผ้าและรสนิยมในการแต่งกายของลูกค้าอิตาเลียนมานานหลายศตวรรษ รวมถึงสร้างอัตลักษณ์ของชาติผ่านวงการแฟชั่นเป็นครั้งแรก โดยก่อตั้งองค์กรของรัฐบาลที่รับผิดชอบดูแลด้าน “การแฟชั่นแห่งประเทศอิตาลี” (Ente Nazionale della Moda – ENM) ขึ้นอย่างเป็นทางการ (Gnoli 2017, 9)

ภายหลังการผนวกแฟชั่นอิตาเลียนเข้ากับภาพยนตร์อย่างเต็มรูปแบบ องค์ประกอบของเสื้อผ้า ทรงผม และการแต่งหน้าของนักแสดง จึงกลายเป็นหนึ่งในกลไกที่ช่วยผลักดันให้เนื้อเรื่องของภาพยนตร์แต่ละเรื่องดำเนินไปได้อย่างมีสีสันและน่าติดตาม ยิ่งสำหรับภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวด้วยแล้ว แฟชั่นเครื่องแต่งกายไม่ได้เป็นแค่องค์ประกอบของภาพยนตร์ ที่นำเสนอบุคลิกลักษณะนิสัย รสนิยม และสถานภาพทางสังคมของตัวละครเท่านั้น แต่มีบทบาทสำคัญในการเป็นต้นแบบกำหนดทิศทางของแฟชั่นในยุคนั้น พร้อมทั้งเชิญชวนให้ผู้ชมภาพยนตร์เกิดแรงบันดาลใจ อยากแต่งตัวด้วยชุดสวยงามและนำสมัยตามอย่างตัวละคร โดยผูกโยงเข้ากับแนวคิดชาตินิยมและระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งพาตนเอง ด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศด้วย

ภาพยนตร์ที่นำมาวิเคราะห์ในบทความ ได้แก่ เรื่อง *Darò un milione* (1935) *Il Signor Max* (1937) และ *I Grandi Magazzini* (1939) ซึ่งใช้นักแสดงนำชาย-หญิงคู่เดียวกันคือ วิตตอริโอ เด ซิกา (Vittorio De Sica) กับอัสซีอา นอริส (Assia Noris) เป็นตัวอย่างที่ดีที่แสดงให้เห็นว่าแฟชั่นอิตาเลียนปรากฏตัวบนพื้นที่ของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวอย่างชัดเจน ตัวละครหลักของทุกเรื่องปลอมตัวเป็นบุคคลอื่นที่มีสถานภาพทางสังคมแตกต่างไปจากตนเอง ด้วยการสวมเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ช่วยอำพรางตัวตนเดิมเพื่อออกตามหารักแท้ ทั้งจากคนธรรมดากลายเป็นคนรวยในสังคมชั้นสูง และจากมหาเศรษฐีกลายเป็นยาจกจนทำให้คนรอบข้างเข้าใจผิดกับบทบาทกำมะลอที่สร้างขึ้น แต่สุดท้ายแล้ว ตัวละครเลือกที่จะมอบความรักบริสุทธิ์ให้แก่กันและไม่นำเอาสถานภาพทางสังคมหรือฐานะทางเศรษฐกิจมาเป็นมาตรฐานในการวัดคุณค่าของความเป็นมนุษย์ เรื่องราวจึงจบลงอย่างมีความสุข

เรื่อง *Darò un milione* เล่าถึงโกลด์ มหาเศรษฐีหนุ่มเจ้าของบริษัทเดินเรือสำราญผู้เบื่อหน่ายชีวิตที่ต้องพบเจอแต่คนที่หวังผลประโยชน์และทรัพย์สินเงินทองของเขา แต่ไม่เคยมีใครรักเขาจริงเลยสักคน คืนวันหนึ่งหลังจากที่โกลด์ชมความงามของทะเลจากเรือยอร์ชและกระโดดลงไปว่ายน้ำเล่น เขาบังเอิญเห็นชายจรจัดกำลังจะจมน้ำเพราะตั้งใจฆ่าตัวตายจึงรีบเข้าไปช่วย เหตุการณ์นี้ทำให้ทั้งสองได้พูดคุยถึงวิถีชีวิตที่แตกต่างกันราวฟ้ากับดินของพวกเขา เช้าวันรุ่งขึ้น โกลด์แอบสลับเอาเสื้อผ้าของชายผู้นั้นมาสวมใส่เพื่อปลอมตัวเป็นขอทาน และประกาศว่าหากได้เจอใครที่ดีกับเขาอย่างจริงใจโดยไม่หวังผลตอบแทนเขาจะให้เงิน “หนึ่งล้านฟรังก์”[9] ทันทีที่ข่าวนี้แพร่ออกไป ผู้คนต่างพากันแสร้งทำดีกับขอทานทั่วทั้งเมือง เพราะหวังว่าหนึ่งในนั้นอาจเป็นโกลด์และจะได้รับเงินก้อนโตเป็นรางวัล กระทั่งโกลด์ได้พบกับอันนา พนักงานฝ่ายจัดหาเสื้อผ้าและทำบัญชีของคณะละครสัตว์ที่คอยช่วยเหลือและดูแลเอาใจใส่โดยไม่เคยสนใจว่าเขาเป็นใคร ทำให้โกลด์ตกหลุมรักอันนาเพราะความดีของเธอ และขอเธอแต่งงานบนเรือยอร์ชของเขาในตอนจบ

ส่วนเรื่อง *Il Signor Max* มีเส้นเรื่องคล้ายคลึงกับ *Darò un milione* ตรงที่พระเอกปลอมตัวเป็นคนอื่นเช่นกัน จันนีเจ้าของซุ้มขายหนังสือพิมพ์กลางกรุงโรม ยอมตกกระไดพลอยโจนสวมรอยเป็นเพื่อนเก่าแห่งตระกูลผู้ดีที่ชื่อว่า แม็กซ์ วารัลโด และล่องเรือสำราญเที่ยวจากเมืองเนเปิลส์ไปจนถึงซานเรโมเพื่อตามจีบเปาลา สาวสวยในแวดวงสังคมชั้นสูง ซึ่งเข้าใจผิดว่าจันนีคือแม็กซ์ จากชื่อที่พิมพ์อยู่บนปลอกหุ้มกล้องถ่ายรูปราคาแพงที่จันนีพกติดตัวไป แต่โชคชะตาเกิดเล่นตลกให้จันนีห้นไปรักเลาเร็ตตาซึ่งเป็นคนรับใช้ของน้องสาวของเปาลาแทน เพราะหลังจากที่จันนีได้มีโอกาสสัมผัสกับผู้คนในสังคมชั้นสูงนานวันเข้าเขายิ่งรู้สึกแปลกแยกและไม่มีความสุขเลย ต่างจากตอนที่อยู่กับเลาเร็ตตา เขารู้สึกเป็นตัวของตัวเองและมีความสุขมากกว่าเลาเร็ตตาเองก็รู้สึกเช่นเดียวกันว่าสังคมของชนชั้นสูงเป็นโลกที่เธอไม่อาจเข้าถึง มิหนำซ้ำยังทำให้เธอรู้สึกอ้างว้างจนไม่สามารถทนทำงานต่อไปด้วยได้ สุดท้ายจันนีจึงตัดสินใจยุติบทบาทจอมปลอม และกลับมาเป็นตัวตนเดิมเพื่อแต่งงานกับเลาเร็ตตา

[9] สันนิษฐานว่าภาพยนตร์น่าจะสมมติให้เหตุการณ์ต่างๆเกิดขึ้นในเมืองหนึ่งแถบริมชายฝั่งทะเลเมดิเตอร์เรเนียนทางตอนใต้ของฝรั่งเศสที่ทอดยาวต่อจากอิตาลี เช่น เมืองมอนติคาร์โล นีซ คานส์ เป็นต้น เพราะตัวละครใช้จ่ายด้วยเงินสกุลฟรังก์ (ฝรั่งเศส) แทนที่จะเป็นเงินลีร์ (อิตาลี) ตลอดทั้งเรื่อง และยังมีฉากที่กล่าวถึงโรงพิมพ์หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของฝรั่งเศสตอนใต้ Le Courier du Sud-Est ด้วย

ภาพยนตร์เรื่อง *I Grandi Magazzini* เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรักของบรูโน พนักงานขับรถส่งสินค้า กับเลาเร็ตตา พนักงานขายเสื้อผ้าของห้างสรรพสินค้าแห่งเดียวกันในเมืองมิลาน คืนวันหนึ่งด้วยอารมณ์หึงหวงบรูโน ทำให้เลาเร็ตตายอมทำผิดกฎข้อบังคับของห้าง โดยแอบเอาเสื้อคลุมไหมพรมตัวหรูที่วางขายในห้างใส่ไปดักเจอบรูโนที่มีนัดเล่นสกีกับอันนา พนักงานสาวคู่อริของเธอ แม้จะไม่ได้ตั้งใจขโมยเสื้อ แต่เช้าวันถัดมาเลาเร็ตตาถูกผู้จัดการแบร์ตินี ซึ่งเป็นคนที่สมคบกับอันนายักยอกสินค้าของห้างและชอบฉวยโอกาสกับเลาเร็ตตา กล่าวหาว่าเธอประพฤติทุจริตร้ายแรงต่อหน้าที่ และใส่ร้ายป้ายสีจนเสียหาย ยิ่งไปกว่านั้น บรูโนยังบอกเลิกเธอเพราะรับไม่ได้กับการกระทำอันเลวร้ายนี้ โชคดีที่ต่อมา บรูโนกับกาเอตาโนไปพบความจริงเข้าโดยบังเอิญว่าแบร์ตินีกับอันนากระทำการทุจริตในห้างมาเป็นเวลานานแล้ว และเลาเร็ตตาไม่เคยมีส่วนเกี่ยวข้องด้วยเลย ดังนั้น เมื่อคนร้ายทั้งหมดถูกจับตัวส่งตำรวจ ความรักของบรูโนกับเลาเร็ตตาจึงลงเอยกันด้วยดี

จากเค้าโครงเรื่องของภาพยนตร์สามเรื่องนี้ จะสังเกตว่าผู้กำกับคาเมรินีตั้งใจถ่ายทอดแต่เฉพาะความสุขสมหวังในชีวิตของตัวละคร และภาพลักษณ์เชิงบวกของบ้านเมืองผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น ฉาก สถานที่ และข้าวของเครื่องใช้ที่สวยงาม เพื่อสร้างภาพฝันให้กับมวลชนอิตาเลียน ซึ่งถือเป็นเทคนิคสำคัญในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อประเภทตลกโรแมนติกอิตาเลียนหรือภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวตามความต้องการของรัฐบาลฟาสซิสต์อิตาลี คาเมรินีจึงมักเลือกใช้เมืองใหญ่ของอิตาลีที่มีความทันสมัย เจริญก้าวหน้า และเต็มไปด้วยชีวิตชีวาในช่วงกลางทศวรรษที่ 1930 เช่น มิลาน กรุงโรม เป็นฉากหลังของภาพยนตร์ เพราะการปูเรื่องให้เหตุการณ์ต่าง ๆ เกิดขึ้นในเมืองใหญ่เช่นนี้ เป็นการแสดงให้เห็นถึงความเจริญมั่งคั่งของประเทศอิตาลี และช่วยขับเน้นความเป็นสมัยใหม่ (La modernità) ของสังคมและวัฒนธรรมบริโภคนิยมของคนอิตาเลียนที่เชื่อมโยงกับแนวทางการดำเนินงานของรัฐบาลฟาสซิสต์ได้ชัดเจนมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ

ภาพยนตร์เรื่อง *I Grandi Magazzini* เปิดฉากและดำเนินเรื่องในห้างสรรพสินค้าชั้นนำใจกลางเมืองมิลานที่บรูโนกับเลาเร็ตตาทำงานอยู่ มีการจำลองแบบภายในของห้าง ลา รีนาชเซ็นเต (La Rinascente) ซึ่งตั้งอยู่จริงในเมืองนี้ มาสร้างเป็นฉากในโรงถ่ายภาพยนตร์ชิเนชิตตา โดยเนรมิตให้เป็นจุดนัดพบและจับจ่ายสินค้าของชาวมิลานได้เหมือนกับสถานที่จริง (Bruni 2013, 133-134) หรือในเรื่อง *Il Signor Max* นอกจากฉากภายในบ้านของครอบครัวของจันนีที่ดูอบอุ่นและเหมาะสมกับฐานะแล้ว ยังมีฉากที่จันนีในคราบของคุณชายแม็กซ์ล่องเรือสำราญตามเปาลากับเพื่อน ๆ ของเธอ ไปยังเมืองซานเรโม และถ่ายภาพร่วมกันในโรงแรมหรูระดับห้าดาว ซึ่งตามบทอุปโลกน์ว่าเป็น Royal Hotel Sanremo โรงแรมที่เปิดให้บริการจริงในเมืองนี้มาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1872 รวมไปถึงโรงแรม Grand Hotel Roma อันโอ่อ่า ซึ่งสมมติให้เป็นที่พักระหว่างการเดินทางของเปาลาในกรุงโรมด้วย

ภาพที่ 1 ภายในห้างสรรพสินค้า La Rinascente ในมิลาน
(Archivio Fotografico Touring Club Italiano 1931)

ภาพที่ 2 ฉากภายในห้างสรรพสินค้า I Grandi Magazzini
ที่สร้างขึ้นในโรงถ่ายชิเนชิตตา Cinecittà
[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *I Grandi Magazzini* (Camerini 1939, 00:01:15)]

อุปกรณ์ประกอบฉากจัดเป็นอีกองค์ประกอบหนึ่ง ที่ช่วยถ่ายทอดรูปแบบการใช้ชีวิตอย่างมีระดับของตัวละคร ไม่ว่าจะเป็นกล้องถ่ายรูปยี่ห้อ Leica ที่แม็กซ์ให้จันนียืมไปใช้ นิตยสารต่างประเทศที่จันนีนำไปอ่านระหว่างการเดินทาง ใน *Il Signor Max* หรือเสื้อผ้าและอุปกรณ์เล่นสกีในฉากที่บรูโนกับเลาเร็ตตานั่งรถไฟสายหิมะ (Il Treno della Neve) จากมิลานขึ้นไปเล่นสกีบนยอดเขาทางตอนเหนือของแคว้นลอมบาร์ดีด้วยกันในเรื่อง *I Grandi Magazzini* การใส่ฉากและอุปกรณ์ประกอบฉากเช่นนี้ เป็นการกระตุ้นความสนใจ และจุดประกายความฝันถึงชีวิตอันน่ารื่นรมย์ให้แก่ผู้ชมภาพยนตร์ได้เป็นอย่างดี เพราะกิจกรรมเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่คนทั่วไปในสมัยนั้นจะทำได้โดยง่ายในชีวิตจริง เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูงมาก

นอกจากนี้ คาเมรินียังนิยมใช้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ในการกล่อมเกลาความเชื่อและสร้างความหวังให้แก่ผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Chairat 2012, 129-136) โดยพยายามชี้นำว่าภาพฝันที่ทุกคนได้เห็นอาจไม่ได้มีอยู่แค่ในโลกมายาเท่านั้น แต่ทุกสิ่งสามารถกลายเป็นจริงขึ้นมาได้ในสมัยของรัฐบาลฟาสซิสต์ มีการแฝงรูปภาพของมุสโสลินีและหน่วยงานในกำกับของรัฐบาลในบางฉากของภาพยนตร์เหล่านี้ เพื่อย้ำเตือนให้ผู้ชมระลึกถึงความยิ่งใหญ่ที่มุสโสลินีและรัฐบาลฟาสซิสต์ได้สร้างไว้ เช่น ใน *Il Signor Max* กล้องจะจับภาพของมุสโสลินีบนปฏิทินซึ่งแขวนอยู่ในห้องรับแขกที่บ้านของจันนีเป็นเวลาหลายนาที หรือในฉากที่จันนีต้องสลับบทบาทจากคุณชายแม็กซ์กลับมาเป็นตัวเอง และร่วมแสดงการขับร้องเพลงประสานเสียงในโรงละครขององค์กรที่ดูแลด้านกิจกรรมนันทนาการของสมาชิกฟาสซิสต์ (O.N.D-Opera Nazionale Dopolavoro) ต่อหน้าลุงของเขาและเลาเร็ตตา กล้องจะซูมและหยุดนิ่งที่ตัวย่อ O.N.D ซึ่งติดอยู่บนเวที หรือแม้แต่ฉากที่บรูโนกับเลาเร็ตตานั่งรถไฟขึ้นไปสถานีสกีในเรื่อง *I Grandi Magazzini* ก็เป็นอีกกิจกรรมหนึ่งที่องค์กรเดียวกันนี้ให้บริการแก่กลุ่มคนทำงานรับจ้างที่มีรายได้น้อย เพื่อให้ได้มีโอกาสไปพักผ่อนหย่อนใจเช่นเดียวกับคนมีเงินบ้าง

ภาพที่ 3 รูปของมุสโสลินีที่แขวนอยู่บนฝาผนังบ้านของจันนี

ภาพที่ 4 ฉากในโรงละครขององค์กรด้านกิจกรรมนันทนาการเพื่อสมาชิกฟาสซิสต์ Opera Nazionale Dopolavoro (O.N.D)

[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *Il Signor Max* (Camerini 1937, 00:22:40, 00:50:05)]

3. แฟชั่นเครื่องแต่งกายกับสถานภาพทางสังคมในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว

ในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวคาเมรินีมักออกแบบให้ตัวละครหลักฝ่ายชายและหญิงเป็นคนที่มีรูปลักษณ์ภายนอกงดงามทั้งรูปร่างหน้าตาและการแต่งกาย ไม่ว่าจะเป็นคนธรรมดาทั่วไปที่ไม่ได้ร่ำรวย หรือชนชั้นสูงในสังคมก็ตาม เสื้อผ้าที่ตัวละครสวมใส่ในแต่ละฉากจึงต้องดูสวยงามทันสมัย มีส่วนช่วยกำหนดลักษณะแบบฉบับ (Stereotype) และวิถีชีวิตของตัวละครแต่ละชนชั้นในสังคมได้อย่างชัดเจน และเป็นปัจจัยร่วมพัฒนาเนื้อเรื่องจากจุดเริ่มต้นไปสู่จุดสิ้นสุดตามขนบของภาพยนตร์แนว

สุขนาฏกรรมจินตนิยม หรือที่เรียกว่า “โรแมนติกคอมเมดี้” (Screwball comedy) ของอเมริกาตลอดจนเอื้อต่อการบรรลุเป้าหมายแฝงทางเศรษฐกิจและการเมืองของรัฐบาลฟาสซิสต์ในโลกแห่งความเป็นจริงด้วย

ความสัมพันธ์ระหว่างแฟชั่นกับสถานภาพทางสังคมของตัวละครในภาพยนตร์ประเภทนี้ สอดคล้องกับ “ทฤษฎีสัญญะของการแต่งกาย” ของศาสตราจารย์ ดร.ปโยเทรอ บากาทือโรฟ (Petr Bogatyrev) นักคติชนวิทยาชาวรัสเซียที่กล่าวไว้ว่า บทบาทและหน้าที่พื้นฐานของเสื้อผ้าอาภรณ์คือการบ่งบอกสถานภาพทางสังคมของผู้ที่สวมใส่ (Bogatyrev 1971, 83) คนที่มีสถานะทางสังคม สถานภาพสมรส หรือแม้แต่ดำรงชีวิตอยู่ในฤดูกาลต่างกัน จะแสดงตัวตนผ่านการแต่งกายที่แตกต่างกัน ดังนั้น เสื้อผ้าและเครื่องประดับจึงเป็นสิ่งที่ใช้กำหนดสถานะและตำแหน่งของสมาชิกในสังคมได้ (Corrigan 2008, 19) นอกจากนี้ นักสังคมวิทยาที่ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีแฟชั่น เช่น เฮอร์เบิร์ท สเปนเซอร์ (Herbert Spencer) ธอร์สไตน์ เวเบลิน (Thorstein Veblen) และเกออร์ค ซิมเมล (Georg Simmel) ยังเห็นตรงกันว่าแฟชั่นเกี่ยวข้องกับกระบวนการเลียนแบบ ซึ่งเชื่อมโยงเข้ากับลำดับชนชั้นทางสังคม โดยอ้างอิงตามทฤษฎีกระจายตัวของแฟชั่นไปยังผู้บริโภคแบบแนวดิ่งจากบนลงล่าง (Trickle down theory) ว่าผู้ที่ลอกเลียนแบบแฟชั่นการแต่งกายมักจะอยู่ในฐานะทางสังคมที่ด้อยกว่าผู้ถูกเลียนแบบเพราะคนส่วนมากจะได้รับอิทธิพลเรื่องแฟชั่นจากคนที่อยู่ในชนชั้นทางสังคมสูงกว่า (Sproles 1981, 116-124)

เมื่อนำทฤษฎีเหล่านี้มาอธิบายการแต่งกายของตัวละครในภาพยนตร์เรื่อง *Darò un milione Il Signor Max* และ *I Grandi Magazzini* จะเห็นได้ว่ารูปแบบของแฟชั่นเครื่องแต่งกายแตกต่างกันตามสถานภาพทางสังคมของกลุ่มตัวละคร คือ กลุ่มคนทำงานรับจ้างและชนชั้นกลางระดับล่างที่มีรายได้น้อย กับกลุ่มเจ้าของธุรกิจที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีและชนชั้นสูง โดยแบ่งเป็นตัวละครฝ่ายชายและฝ่ายหญิง นอกจากแสดงให้เห็นสไตล์การแต่งตัวที่แตกต่างกันแล้ว ตัวละครสองกลุ่มนี้ยังนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับการปลอมแปลงตัวด้วยแฟชั่นเครื่องแต่งกายเพื่อเลื่อนสถานะของตน รวมทั้งแนวโน้มของแฟชั่นในสังคมฟาสซิสต์อิตาลีในขณะนั้นด้วย (Muzzarelli 2014, 91-101)

3.1 แฟชั่นเครื่องแต่งกายของกลุ่มคนทำงานรับจ้างและชนชั้นกลางระดับล่างที่มีรายได้น้อย

คาเมรินีประกอบสร้างคุณลักษณะเฉพาะของตัวละครกลุ่มแรกในภาพยนตร์สามเรื่องดังกล่าวให้เป็นคนธรรมดาสามัญ มีภูมิหลังไม่ซับซ้อน ทำงานในตำแหน่งเล็ก ๆ หรือมีกิจการขนาดเล็กเป็นของตัวเอง ซึ่งพอสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัว และใช้ชีวิตอย่างมีความสุขท่ามกลางญาติมิตรในสังคมเมืองใหญ่ การสร้างตัวละครให้มีภาพลักษณ์เช่นนี้ นอกจากจะช่วยให้ผู้ชมภาพยนตร์เข้าถึงตัวละครได้ง่าย และเกิดความรู้สึกเป็นพวกเดียวกันแล้ว ยังผูกโยงเข้ากับแนวคิดเรื่องการสร้างมายาคติ “คนอิตาเลียนแบบใหม่” (L’italiano nuovo fascista)[10] ของรัฐบาลฟาสซิสต์ (Gentile 2005, 252) ที่มุสโสลินีมุ่งปรับเปลี่ยนและหล่อหลอมพลเมืองของเขาทั้งร่างกายและจิตวิญญาณให้มีคุณสมบัติและการประพฤติปฏิบัติตนตามหลักการ “เชื่อมั่น เชื่อฟัง และต่อสู้” พร้อมทั้งมีศรัทธาต่ออุดมการณ์ทางการเมืองของลัทธิอยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้สึกชาตินิยมและรัฐนิยม ตลอดจนสร้างกฎกติกาเพื่อการเป็นพลเมืองแบบใหม่ที่ดีและมีคุณค่า (La nuova civiltà politica) (Ben-Ghiat 2000, 11-12)

[10] แนวคิดเกี่ยวกับการสร้าง “พลเมืองอิตาเลียนแบบใหม่” ที่ประกาศไว้ใน “หลักการฟาสซิสต์” เขียนโดยเบนิโต มุสโสลินี ร่วมกับโจวันนี เจ็นตีเล (Giovanni Gentile) ในปี ค.ศ. 1932 มีเนื้อความว่า การเป็นพลเมืองอิตาเลียนที่ดีจะต้องทำทุกอย่างเพื่อชาติและแผ่นดิน การยอมเสียสละความสุขส่วนตัว ชีวิต และจิตวิญญาณเพื่อชาตินั้น ถือเป็นคุณค่าของความเป็นมนุษย์ ลัทธิฟาสซิสต์มุ่งหวังให้พลเมืองทุกคนทุ่มเทกำลังกายและใจทั้งหมดที่มีเพื่อประเทศชาติ แม้ว่าจะต้องพบเจอกับอุปสรรคที่ยากลำบากก็ตาม เพราะไม่มีสิ่งใดจะสำคัญไปกว่าชาติอีกแล้ว (Mussolini 1961, 117-118)

ตัวละครหลักและรองฝ่ายชายในกลุ่มคนทำงานรับจ้างและชนชั้นกลางระดับล่าง ซึ่งประกอบด้วยโกลด์ (ตอนที่ปลอมตัวเป็นขอทาน) จากเรื่อง *Darò un milione* จันนีจาก *Il Signor Max* รวมถึงบรูโน กาเอตาโน เมาริซิโอ และ แบร์ตินีจาก *I Grandi Magazzini* ต่างมีคุณลักษณะสำคัญร่วมกันคือ รูปร่างหน้าตาดี แต่งตัวสุภาพเรียบร้อย ภูมิฐาน และนำสมัยในทุกฉาก ตามที่รัฐบาลฟาสซิสต์ต้องการให้ภาพยนตร์แนวนี้นำเสนอแต่ภาพลักษณ์ที่สวยงามของตัวละครไปสู่สายตาผู้ชมเพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าคุณลักษณะของ “ผู้ชายแบบใหม่” (L’uomo nuovo) ซึ่งจะต้องมีร่างกายแข็งแรงบึกบึนและจิตใจเข้มแข็ง พร้อมทุ่มเทและเสียสละชีวิตเพื่อชาติและรัฐฟาสซิสต์ ตามหลักกำกับพฤติกรรมของพลเมืองฟาสซิสต์แบบใหม่ที่มุสโสลินีและรัฐบาลได้กำหนดไว้ (Tarquini 2011, 108) แทบจะไม่ปรากฏในตัวละครชายของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวสามเรื่องนี้เลย ซึ่งแตกต่างจากภาพยนตร์โฆษณาชวนเชื่อประเภทอื่นอย่างสิ้นเชิง ภาพของพระเอกที่คาเมรินีถ่ายทอดไปสู่ผู้ชมกลับกลายเป็นหนุ่มเจ้าสำอาง ไม่เน้นอวดสรีระกำยำล่ำสัน แบบชายชาติทหาร ซ้ำยังชอบหว่านเสน่ห์กับหญิงสาว โดยเฉพาะบทบาทของโกลด์ จันนี หรือบรูโน ซึ่งนำแสดงโดย วิตตอริโอ เด ซิกา หรือแม้แต่ตัวประกอบชาย เช่น เมาริซิโอ และแบร์ตินี ที่นำแสดงโดยอันเดรอา เค็กคี และเอ็นริโก กลอรี ตามลำดับ แต่ถึงกระนั้น ตัวละครชายส่วนใหญ่จะมีคุณสมบัติของสุภาพบุรุษ ทำงานในอาชีพต่าง ๆ และมีรายได้พอสมควรตามฐานะ รวมถึงให้ความสำคัญกับความรักและการแต่งงานเพื่อสร้างครอบครัวกับผู้หญิงที่เป็นกุลสตรีและรักแท้ของพวกเขา

ชุดสูทสากลกลายเป็นแฟชั่นเครื่องแต่งกายพื้นฐานที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของตัวละครฝ่ายชาย เพราะแม้แต่ตัวละครในกลุ่มคนทำงานรับจ้างและชนชั้นกลางระดับล่างยังนิยมแต่งตัวด้วยชุดสากลในชีวิตประจำวัน แม้ว่ารูปแบบและสภาพของชุดอาจแตกต่างกันไปตามสถานภาพทางสังคมฐานะการเงินของผู้สวมใส่ และสถานการณ์ที่เกิดขึ้นตามท้องเรื่อง เช่น ใน *Il Signor Max* จันนี เจ้าของซุ้มขายหนังสือพิมพ์ มักสวมเสื้อสูทและหมวกทรง Newsboy อยู่เสมอเวลาไปขายของ แต่ถ้าเมื่อใดที่เขาต้องปลอมตัวเป็นแม็กซ์ วารัลโด เพื่อไปพบเปาลา เขาจะยิ่งแต่งตัวโก้ขึ้นไปอีกด้วยชุดสูททักซิโด หรือสูท Smoking และหวีผมใส่น้ำมันจนเรียบแปล้ พร้อมสวมหมวกสักหลาดทรง Fedora แทน ราวกับว่าเป็นคุณชายที่ใช้ชีวิตอยู่ในแวดวงสังคมชั้นสูงเลยทีเดียว

ภาพที่ 5 แม็กซ์ วารัลโด ตัวจริง กับจันนี

ภาพที่ 6 จันนีสวมรอยเป็นแม็กซ์ วารัลโด กับริคคาร์โด

[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *Il Signor Max* (Camerini 1937, 00:02:33, 00:33:51)]

คาเมรินียังได้นำเอาชุดสากลแบบทางการอย่าง White Tie ซึ่งสัมพันธ์กับสถานภาพทางสังคมของตัวละครเอกชายมาเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการสลับร่างและสร้างตัวตนใหม่ระหว่างตัวละครที่มีภูมิหลังแตกต่างกันเพื่อพัฒนาเนื้อเรื่องของภาพยนตร์ต่อไปด้วย เช่น ใน *Darò un milione* เรื่องราวเกิดขึ้นเมื่อโกลด์ มหาเศรษฐีหนุ่มรูปหล่อ สลับเอาเสื้อสูทเก่ามอซอ

กับกางเกงสแล็คตัวโคร่ง และหมวก Newsboy[11] ของบลิม ชายจรจัดไปใส่เพื่อปลอมตัวเป็นขอทานและออกตามหาคนที่รักเขาอย่างจริงใจ ขณะเดียวกันโกลด์ก็ทิ้งชุดสูท White Tie หรือที่เรียกเป็นภาษาอิตาเลียนว่า Il frac ซึ่งประกอบด้วยเสื้อเชิ้ตสีขาวพอดีตัวตีเกล็ดตรงอกด้านใน เสื้อสูทสีดำหางยาว และหูกระต่ายสีขาว ตามแบบฉบับการแต่งกายอย่างเป็นทางการของสุภาพบุรุษในสังคมชั้นสูงไว้ให้บลิมใส่แทน พร้อมเงินสดอีกจำนวนมาก ในฉากนี้ แง่หนึ่งชุดสูท White Tie ดูจะทำหน้าที่เป็นตัวกำหนดลักษณะแบบฉบับและแยกคนกลุ่มนี้ออกจากชนชั้นอื่นอย่างชัดเจน แต่ในอีกแง่หนึ่งกลับช่วยถ่ายทอดความหมายเชิงสัญลักษณ์ในเรื่องความเสมอภาคของชนชั้นทางสังคมด้วย เช่นตอนที่โกลด์ช่วยชีวิตบลิมซึ่งกำลังจะจมน้ำขึ้นฝั่งได้สำเร็จและทั้งคู่ต้องถอดชุดสูทออกผึ่งลมจนเหลือแค่เสื้อกล้ามกับกางเกงชั้นในแบบเดียวกัน หากเราลองแทนค่าความหมายผ่านกระบวนการแบบสัญวิทยา อาจทำให้ตีความได้ว่าการที่โกลด์และบลิมต่างยินยอม ปลดเปลื้องเสื้อผ้าในฐานะของรูปสัญญะ (Signifier) ออกไปนั้น กำลังสะท้อนถึงความหมายสัญญะ (Signified) ว่าเครื่องแต่งกายอันเป็นเปลือกนอกซึ่งแสดงความเหลื่อมล้ำทางชนชั้นระหว่างพวกเขาได้ถูกถอดออกไปจนหมดสิ้น และคงเหลือไว้แค่มิตรภาพกับความเป็นมนุษย์ที่เท่าเทียมกันเพียงเท่านั้น (Kanchana 1999, 85-86) ก็เป็นได้

ชุดสากลแบบ White Tie ของสุภาพบุรุษนี้ยังเป็นตัวชี้บ่งวิถีชีวิตของตัวละครกลุ่มชนชั้นสูงจากเรื่อง *Il Signor Max* ในฉากที่แม็กซ์ วารัลโด ตัวจริงเอาตั๋วล่องเรือสำราญชั้นหนึ่งเนเปิลส์-เจนัวกับกล้องถ่ายรูปยี่ห้อ Leica มาให้จันนียืมใช้ระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เขาได้ถามจันนีว่ามีชุดสูท Smoking ติดตัวไปด้วยหรือไม่ เพราะแขกที่ขึ้นบนเรือโดยสารชั้นหนึ่งจำเป็นต้องแต่งตัวดีมาก จันนีจึงคุยโวให้แม็กซ์ฟังว่าครั้งนี้เขาจัดเตรียมสูท White Tie ไปเลยด้วยซ้ำ หรือฉากที่ลุงปิเอโตรเห็นรูปถ่ายของจันนีในสูทชุดนี้ ยืนอยู่ท่ามกลางกลุ่มเพื่อนของเปาลาในโรงแรม Royal Hotel Sanremo แล้ว ถึงกับอุทานออกมาด้วยความตกใจว่าหลานชายแต่งตัวแบบนี้ไปเที่ยวในสถานที่หรูหราเช่นนั้นได้อย่างไรกัน แถมยังริอ่านไปคบกับพวกคนรวยอีก ช่างไม่เจียมตนเอาเสียเลย

ภาพที่ 7, 8, 9 โกลด์ช่วยชีวิตชายจรจัดไว้ และสลับเอาเสื้อผ้าชุดเก่าของเขามาใส่แทนชุดสูท White Tie ของตัวเอง
[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *Darò un milione* (Camerini 1935, 00:06:53, 00:18:30, 00:13:37)]

นอกจากนี้ ตัวละครที่รับบทเป็นนายทหาร เจ้าหน้าที่รัฐ หรือพนักงานของหน่วยงานบางแห่งจะสวมเครื่องแบบทางราชการ หรือหน่วยงานที่ตนสังกัดอยู่เพื่อให้เกิดความสมจริง เช่น ผู้พันกุยโดซึ่งเป็นนายทหารม้าแห่งกองทัพอิตาลี ลุงปิเอโตรที่ทำงานเป็นพนักงานตรวจตั๋วโดยสารรถประจำทางใน *Il Signor Max* และบรูโนกับกาเอตาโนซึ่งเป็นพนักงานของห้างสรรพสินค้าใน *I Grandi Magazzini* อย่างไรก็ดี เป็นที่น่าสังเกตว่าทุกตัวละครฝ่ายชายต้องสวมหมวกทุกครั้ง เวลาออก

[11] หมวกทรง flat cap หรือ newsboy ซึ่งมีต้นกำเนิดในประเทศอังกฤษและไอร์แลนด์ ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในกลุ่มผู้ชายชนชั้นแรงงานในประเทศอิตาลีช่วงระหว่างทศวรรษที่ 1920 และ 1930 มีลักษณะเป็นทรงกลม ขอบแข็ง และมีปีกยื่นออกมาด้านหน้าเล็กน้อย ส่วนใหญ่ผลิตจากผ้าขนสัตว์ ผ้าฝ้าย หรือผ้าลินิน หมวกนี้ได้ชื่อว่า newsboy เพราะเป็นสัญลักษณ์ของเด็กส่งหนังสือพิมพ์ ชาวอเมริกัน อย่างไรก็ตาม ในเวลาต่อมาหมวกทรงนี้กลายเป็นแฟชั่นที่นิยมของผู้ชายทั่วไป รวมทั้งชนชั้นสูงด้วย ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า flat cap หรือ newsboy เป็นหมวกของคนทุกชนชั้นเสียมากกว่า

นอกอาคาร ไม่ว่าจะเป็นหมวกทรง Beret Newsboy Fedora หรือ Panama ซึ่งทำจากผ้าสักหลาดหรือผ้าวูลผสม เพราะหมวกกลายเป็นเครื่องแต่งกายพื้นฐานของผู้ชายทุกคนในสังคมอิตาเลียนตั้งแต่ช่วงต้นทศวรรษที่ 1920 และ ไม่มีข้อจำกัดว่าหมวกทรงใดเป็นแฟชั่นเฉพาะของชนชั้นใดชนชั้นหนึ่งเหมือนเช่นในอดีตที่ผ่านมา (Crane 2012, 82-85) ฉะนั้น ตัวละครเอกชายในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว เช่น โกลด์ จันนี และบรูโน จึงสามารถเลือกใช้หมวกหลากหลายรูปแบบในการปลอมตัวเป็นบุคคลอื่น (Robinson 1993, 39)

ในทำนองเดียวกัน คาเมรินีตั้งใจสร้างภาพลักษณ์ที่ดีงามให้แก่ตัวละครฝ่ายหญิงในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวโดย มีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนแนวคิดเรื่องการสร้าง “ผู้หญิงแบบใหม่” (La donna nuova) ของรัฐบาลฟาสซิสต์ที่เกิดขึ้นในช่วงประมาณปลายปี ค.ศ. 1935 ด้วยเช่นกัน ตัวละครเอกหญิง เช่น อันนาจาก *Darò un milione* เลาเร็ตตาจาก *Il Signor Max* และอีกเลาเร็ตตาจาก *I Grandi Magazzini* ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของผู้หญิงอิตาเลียนในกลุ่มคนทำงานรับจ้างรายได้น้อยหรือชนชั้นกลางระดับล่าง ที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตล้อไปตามหลักกำกับคุณสมบัติและพฤติกรรมของผู้หญิงฟาสซิสต์แบบใหม่ แม้แต่เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่พวกเธอสวมใส่ ยังแสดงให้เห็นถึงสไตล์ของแฟชั่นที่เปลี่ยนแปลงไปตามนโยบายฟาสซิสต์ดังกล่าวด้วย

หากมองย้อนกลับไปในสมัยสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง จะพบว่าบทบาทของผู้หญิงอิตาเลียนในขณะนั้นแตกต่างไปจากยุคฟาสซิสต์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะชนชั้นกลางและชนชั้นกลางระดับล่าง ผู้หญิงจำนวนมากต้องออกไปทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้เลี้ยงดูครอบครัวแทนสามีที่ไปรบอยู่ในสมรภูมิ ตั้งแต่เป็นชาวนา นางพยาบาล คนทำความสะอาด คนขับรถราง ไปจนถึงคนงานในโรงงานอุตสาหกรรมผลิตอาวุธยุทโธปกรณ์ทางการทหาร จนได้รับการกล่าวขานว่าเป็นพวก “ผู้หญิงแกร่ง” (La donna crisi) แต่ก็ถือเป็นโอกาสดีที่ทำให้ชีวิตของพวกเธอได้หลุดพ้นจากบทบาทเดิมในฐานะเมีย และแม่ของลูกชั่วระยะเวลาหนึ่ง การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ยังปลดปล่อยผู้หญิงอิตาเลียนให้มีอิสระและเสรีภาพมากยิ่งขึ้น ในทางการเมือง คนกลุ่มนี้กลายเป็นผู้ให้การสนับสนุนระบอบฟาสซิสต์อย่างจริงจังตั้งแต่ช่วงแรกที่มุสโสลินีได้เริ่มเข้ามาบริหารประเทศ เพราะเชื่อว่ารัฐบาลใหม่คงตระหนักถึงความสำคัญในบทบาทของผู้หญิงมากขึ้น และน่าจะทำให้พวกเธอได้รับความเท่าเทียมทางเพศมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา แต่สิ่งที่คาดไว้กลับกลายเป็นความผิดหวัง เมื่อรัฐบาลของมุสโสลินีเห็นว่าผู้หญิงไม่ควรออกไปทำงานนอกบ้านอีกต่อไป แต่ควรกลับไปทำหน้าที่ของเมียและแม่ (La donna madre) ให้ดีที่สุดแทน เพราะมุสโสลินีให้ความสำคัญกับการที่ผู้หญิงฟาสซิสต์ควรแต่งงานมีครอบครัวและใช้เวลาดูแลสามีกับลูกอย่างเต็มที่เพื่อช่วยสร้างพลเมืองรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพให้แก่รัฐ ถึงขั้นที่เขาเคยกล่าวไว้ว่า “สงครามเป็นเรื่องของบุรุษ เช่นเดียวกับความเป็นแม่เป็นเรื่องของสตรี” (Biancini 1942, 108) กระทั่งราวปี ค.ศ. 1936 รัฐบาลฟาสซิสต์อิตาลีได้ประกาศความแข็งแกร่งในการทำสงครามกับเอธิโอเปีย และเตรียมนำอิตาลีเข้าร่วมกับฝ่ายอักษะในสงครามโลกครั้งที่สองในอีกไม่กี่ปีต่อมา ส่งผลให้มุมมองของมุสโสลินีที่มีต่อบทบาทของผู้หญิงอิตาเลียนเปลี่ยนไปในทิศทางตรงกันข้ามอีกครั้งซึ่งขัดแย้งกับความต้องการและแนวคิดเรื่องการทำหน้าที่เมียและแม่ของผู้หญิงที่เขาเคยนำเสนอไว้ก่อนหน้าอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ มุสโสลินียังคงพยายามลดบทบาทของผู้หญิงในการทำงานนอกบ้านเช่นเดิม แต่ในเวลาเดียวกันก็ออกนโยบายใหม่ที่ส่งเสริมแกมบังคับให้ผู้หญิงอิตาเลียนเปลี่ยนแปลงตัวเองด้วยการเล่นกีฬาอย่างหนัก เพื่อให้มีร่างกายที่แข็งแรงและคล่องแคล่วอยู่เสมอ รวมทั้งฝึกใช้อาวุธเบื้องต้นเพื่อเตรียมตัวให้พร้อมสำหรับการให้ความช่วยเหลือแก่รัฐบาลฟาสซิสต์ในยามที่บ้านเมืองต้องการกำลังเสริม ขณะเดียวกัน ก็ยังสนับสนุนให้ผู้หญิงออกงานสังคมและแต่งตัวตามสมัยนิยมมากขึ้นเพื่อให้มีภาพลักษณ์ทันสมัยสอดคล้องกับสังคมเมืองที่กำลังพัฒนา โดยมีเอ็ดดา บุตรสาวคนโตของ เบนิโต มุสโสลินี เป็นต้นแบบ แนวคิดฟาสซิสต์เกี่ยวกับการสร้าง “ผู้หญิงแบบใหม่” (La donna nuova) ซึ่งมีรายละเอียดสวนทางกับข้อเสนอแบบเก่านี้ ทำให้การกำหนดบทบาทของผู้หญิงภายใต้นโยบายของรัฐบาลฟาสซิสต์ในช่วงก่อนและระหว่างสงครามโลกครั้งที่สองตกอยู่ในภาวะที่เรียกว่า “การมีลักษณะร่วมที่ย้อนแย้ง” (La coesistenza contradittoria) เพราะผู้หญิงในสมัยนั้นต้อง

เป็นทั้งเมียและแม่ที่ดีของครอบครัว ในขณะเดียวกันก็ต้องมีบุคลิกทันสมัย กระฉับกระเฉง และแข็งแรงเหมือนนักกีฬา อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (De Grazia 2007, 248-249)

ภาพลักษณ์ของ “ผู้หญิงอิตาเลียนแบบใหม่” นำเสนอผ่านตัวละครเอกหญิง ซึ่งคาเมรินีสร้างให้เป็นคนทำงานหรือชนชั้นกลางระดับล่างที่ต้องต่อสู้และฟันฝ่าอุปสรรคในชีวิตเพียงลำพังท่ามกลางบรรยากาศของสังคมเมืองสมัยใหม่ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1930 นางเอกของภาพยนตร์แต่ละเรื่องจึงมักไม่ได้อาศัยอยู่กับครอบครัวใหญ่เหมือนในยุคก่อน แต่มีความรู้พอจะทำงานหารายได้เลี้ยงตัวเอง อาชีพส่วนใหญ่ที่นิยมให้นางเอกสวมบทบาทมักเป็นอาชีพที่ผู้หญิงทั่วไปในสมัยนั้นใฝ่ฝันอยากทำ เช่น พนักงานพิมพ์ดีด พนักงานรับโทรศัพท์ พนักงานขายของ เลขานุการ และช่างตัดเสื้อ ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากตัวละครดังในภาพยนตร์อเมริกัน ใน *Darò un milione* อันนาซึ่งมีฐานะยากจนมาก ต้องใช้ชีวิตแบบตัวคนเดียวมาโดยตลอด และเพิ่งได้ทำงานเป็นพนักงานฝ่ายจัดหาเสื้อผ้านักแสดงและทำบัญชีของคณะละครสัตว์พริมโรส ส่วนเลาเร็ตตาจากเรื่อง *Il Signor Max* ก่อนหน้าที่จะมาเป็นสาวใช้ของปุชชี น้องสาวของเปาลา เธอเคยทำงานเป็นพนักงานพิมพ์ดีดแต่เห็นว่าการติดตามเปาลาและปุชชีน่าจะเป็นโอกาสดีที่ทำให้ได้เดินทางไปหลายแห่งในโลก เธอจึงตัดสินใจมาทำงานนี้โดยไม่เคยคิดมาก่อนว่าการใช้ชีวิตอยู่ในสังคมที่แตกต่างจากตนเองมากจะทำให้เธอไม่มีความสุขเลยตลอดสามปี ใน *I Grandi Magazzini* เลาเร็ตตากับเอมิเลียทำงานเป็นพนักงานขายเสื้อของห้างสรรพสินค้าชื่อดังใจกลางเมืองมิลาน และอาศัยอยู่ด้วยกันในอะพาร์ตเมนต์ของเอมิเลีย หลังจากที่เมาริซิโอ สามีของเอมิเลียย้ายออกไปเพราะเกิดปัญหาครอบครัว ทุกเย็นหลังเลิกงานเอมิเลียจึงต้องรับงานตัดเย็บเสื้อผ้าเพื่อหารายได้เสริม โดยมีเลาเร็ตตาเป็นผู้ช่วยอีกแรง[12]

ภาพที่ 10 เลาเร็ตตา อันนา และบรูโนที่แผนกขายเสื้อผ้าบุรุษ

ภาพที่ 11 เลาเร็ตตากับเอมิเลียรับตัดเย็บเสื้อผ้าเพื่อหารายได้เสริม

[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *I Grandi Magazzini* (Camerini 1939, 00:30:48, 01:04:25)]

จากตัวอย่างที่กล่าวมานี้ ถึงแม้ว่าคาเมรินีจะสร้างบทบาทของตัวละครเอกกลุ่มนี้ให้เป็นหญิงสาวธรรมดาที่ใช้ชีวิตตัวคนเดียวได้อย่างเข้มแข็งในสังคมเมืองใหญ่อันสวยงามและศิวิไลซ์ของอิตาลีตามนิยามของ “ผู้หญิงอิตาเลียนแบบใหม่” (Grandi and Vaccari 2004, 143-145) แต่จะเห็นได้ว่าบทสรุปชีวิตของตัวละครเอกหญิงที่เขาวางไว้ให้จบลงอย่างมีความสุขกลับไม่เปลี่ยนแปลงไปจากแนวคิดฟาสซิสต์เดิมในเรื่องบทบาทและหน้าที่ของผู้หญิงเลย นั่นคือสุดท้ายแล้วนางเอกจะได้แต่งงานกับ

[12] ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1930 ผู้กำกับภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว ได้แก่ มาริโอ คาเมรินี (Mario Camerini) และอเล็ซซานโดร บลาเซ็ตติ (Alessandro Blasetti) เริ่มนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้หญิงฟาสซิสต์แบบใหม่ผ่านตัวละครเอกหญิงในผลงานของพวกเขา เพื่อสนองตอบนโยบายทางการเมืองของรัฐบาล อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้กำกับสองคนนี้มักสร้างรายละเอียดของตัวละครให้มีลักษณะเฉพาะและภูมิหลังที่แตกต่างกันพอสมควร โดยนางเอกส่วนใหญ่ของคาเมรินีจะเป็นผู้หญิงตามวิถีเมืองซึ่งดูเป็นคนคล่องแคล่วและทันสมัย ในขณะที่นางเอกของบลาเซ็ตติจะเป็นสาวชนบทที่ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายมากกว่า ยกเว้นนางเอกในภาพยนตร์เรื่อง *Contessa di Parma* (1937) ที่มีอาชีพเป็นนางแบบของห้องเสื้อชั้นนำในเมืองตูริน

ชายคนรักและสร้างครอบครัวร่วมกัน โดยมีสามีเป็นฝ่ายออกไปทำงานหาเลี้ยงครอบครัว ส่วนภรรยาทำหน้าที่เมียและแม่ของลูก ๆ อยู่ที่บ้าน นับเป็นบทส่งท้ายของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวที่ช่วยเติมเต็มภาพฝันของชนชั้นกลางระดับล่างได้เป็นอย่างดีเสมอไม่ว่าบริบททางการเมืองจะเป็นเช่นใด

ภาพลักษณ์ของผู้หญิงแบบใหม่ซึ่งแสดงผ่านตัวละครเอกหญิงจึงมาพร้อมกับแฟชั่นแนวใหม่ที่เปลี่ยนไปจากเดิม เพื่อให้สอดรับกับมิติด้านร่างกายของพลเมืองหญิงฟาสซิสต์ในเวลานั้น ในการแสดงลักษณะเฉพาะของตัวละคร ประการแรกจำเป็นต้องคำนึงถึงรูปลักษณ์ของนักแสดงหญิงที่มารับบทหลักเป็นสำคัญ นอกจากหน้าตาที่สวยงามหมดจดแล้ว ยังต้องมีรูปร่างสมส่วนกำลังดี เช่น อัสซีอา นอริส เพราะรัฐบาลฟาสซิสต์มองว่าผู้หญิงที่มีรูปร่างผอมบาง ไร้ส่วนโค้งเว้า ราวกับสรีระของผู้ชายนั้นเป็นขั้วตรงข้ามกับความสวยงามตามธรรมชาติ และไม่ใช่ลักษณะของคนที่พร้อมจะเป็น “เมียและแม่” ซึ่งจะช่วยสร้างพลเมืองที่แข็งแกร่งให้แก่รัฐได้ ในขณะเดียวกัน รัฐบาลยังพยายามปรับเปลี่ยนทัศนคติเรื่องความสวยงามของผู้หญิงอิตาเลียนให้หันกลับไปนิยมการมีรูปร่างอวบอิ่ม หน้าอกใหญ่ เอวคอด และสะโพกผายแบบเทพีกรีก ด้วยเหตุนี้ นักแสดงหญิงที่ร่างกายผอมเกินไปจึงไม่ใช่ตัวอย่างที่ดีในการถ่ายทอดภาพของผู้หญิงฟาสซิสต์แบบใหม่ไปสู่ผู้ชมภาพยนตร์ เพราะอาจทำให้คนนึกถึงแต่ภาพของ “ผู้หญิงแกร่ง” (La donna crisi) ซึ่งใช้ชีวิตอย่างอิสระในช่วงระหว่างและหลังสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง และแฟชั่นแนวแฟลปเปอร์ (Flapper) ที่พวกเธอนิยมแต่งหน้าจัดจ้าน พร้อมไว้ผมทรงบ๊อบสั้นแค่ท้ายทอยและดัดลอนเปียก สวมเสื้อผ้าสไตล์กึ่งเด็กผู้ชาย (Maschietta) เช่น เสื้อทรงตรง กระโปรงสั้นเสมอเข่า หรือชุดเดรสเอวต่ำไม่เข้ารูป สวมหมวกทรงระฆัง (Cloche) ประดับด้วยสร้อยคอไข่มุกหรืออัญมณีระยิบระยับ และใส่รองเท้าส้นสูง ซึ่งเป็นสไตล์ที่ขัดแย้งกับแฟชั่นในสมัยฟาสซิสต์เป็นอย่างยิ่ง (Paulicelli 2004, 36-38)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าแฟชั่นของตัวละครเอกหญิงที่เป็นตัวแทนของผู้หญิงฟาสซิสต์แบบใหม่จะดูเรียบร้อยและเรียบง่ายขึ้น แต่ก็มีลักษณะตั้งใจเผยให้เห็นสัดส่วนและเรือนร่างที่เย้ายวนของสตรีเพศมากกว่าในทศวรรษที่ผ่านมา เรียกว่าเป็นแนว “ผู้หญิงทรงเสน่ห์” (La donna sirena) นอกจากนี้ หากพิจารณาด้วยทฤษฎีสัญญะของการแต่งกายของบากาทือโรฟแล้ว จะเห็นได้ว่าแฟชั่นสไตล์ใหม่นี้ ทำหน้าที่บ่งบอกสถานภาพทางสังคมของผู้ที่สวมใส่อีกด้วย สังเกตได้จากเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายของนางเอกที่รับบทเป็นผู้หญิงทำงานรับจ้างรายได้น้อยในภาพยนตร์ดังกล่าวข้างต้น รวมไปถึงตัวประกอบหญิงคนอื่น ๆ ซึ่งมีลักษณะแตกต่างจากแฟชั่นของตัวละครหญิงที่มาจากสังคมชั้นสูงเป็นอย่างมาก (Ferraro 2013, 34)

ชุดกลางวันที่อันนากับเลาเร็ตตาใส่ไปทำงานใน *Darò un milione* และ *Il Signor Max* หรือแม้แต่เครื่องแบบพนักงานห้างสรรพสินค้าของเลาเร็ตตาอีกคนใน *I Grandi Magazzini* พบว่ามีทรงที่กระชับเข้ารูปพอดีกับช่วงอกและสะโพกมากยิ่งขึ้น ซึ่งช่วยขับเน้นสรีระที่แสดงถึงความเป็นแม่ของผู้หญิงให้ดูโดดเด่น ในขณะเดียวกัน ชุดที่ไม่รุ่มร่าม กรุยกรายเช่นนี้จะส่งเสริมภาพลักษณ์ของผู้หญิงให้ดูทะมัดทะแมงและคล่องตัวในการทำงานอีกด้วย ส่วนใหญ่ชุดท่อนบนจะเป็นเสื้อแนวกึ่งสูทใส่คลุมทับเสื้อเชิ้ตตัวใน กระโปรงยาวลงมาคลุมเข่าจนถึงครึ่งหน้าแข้งและปลายไม่แคบเกินไป อาจมีเพิ่มลูกเล่นในการแต่งตัวด้วยเข็มขัด เชือกถัก หรือโบว์คาดเอว แต่ไม่เน้นตกแต่งหรูหราฟู่ฟ่ามากนัก บางตอนของภาพยนตร์ที่เล่าถึงเหตุการณ์ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงฤดูหนาว เช่น ใน *I Grandi Magazzini* จะมีฉากที่เลาเร็ตตากับเอมิเลียต้องสวมเสื้อโค้ทตัวยาวคลุมทับและใส่ถุงมือหนังก่อนกลับบ้านเสมอ โดยทั่วไปแฟชั่นเครื่องแต่งกายของผู้หญิงทำงานรับจ้างเช่นตัวละครเหล่านี้มักเน้นโทนสีเข้มเป็นหลัก มีสีอ่อนปรากฏบ้างเล็กน้อย แต่ไม่สามารถระบุเฉดสีของผ้าได้แน่ชัด เนื่องจากภาพยนตร์ทั้งสามเรื่องเป็นหนังขาวดำ เนื้อผ้าที่ใช้จะเรียบและไม่มีลวดลายฉูดฉาดมาก ส่วนใหญ่เป็นลายตาราง กราฟฟิก โบว์ หรือดอกไม้เล็ก ๆ ซึ่งตัดเย็บเป็นชุดกลางวันของสตรีอย่างประณีตและพิถีพิถัน นอกจากนี้ เป็นที่สังเกตว่านางเอกของทั้งสามเรื่อง รวมทั้งตัวละครรอง เช่น เลาเร็ตตากับเอมิเลียจะไม่ใส่เครื่องประดับใดเลยเพื่อให้เกิดความสมจริงตามฐานะทางเศรษฐกิจของตัวละคร ทว่าหมวกกลับกลายเป็นเครื่องประดับศีรษะที่สำคัญสำหรับคนอิตาเลียนทุกเพศ ทุกวัย และทุกชนชั้นในยุคฟาสซิสต์ดังที่ได้กล่าวถึงในตอนต้น ในเวลานั้น ตัวละครหญิงนิยมไว้ผมดัดลอนหยิกยาวถึงต้นคอและแต่งหน้าแบบธรรมชาติมากขึ้น ไม่เน้นวาดคิ้วโก่งเรียวและแต่งตาเข้มแบบสโม้คกี้

แล้ว ซึ่งแตกต่างไปจากแฟชั่นยุคก่อนหน้าอย่างเห็นได้ชัด ส่วนรูปแบบรองเท้าที่ใช้กันอย่างแพร่หลายยังคงเป็นรองเท้าคัทชูหนังส้นสูงเช่นเดิม รูปแบบของแฟชั่นสตรีอิตาเลียนที่เรียบง่ายแต่ยังคงสวยงามและนำสมัย มีส่วนช่วยกระตุ้นให้ผู้ชมอยากแต่งตัวเลียนแบบดารามากขึ้น โดยเฉพาะผู้หญิงอิตาเลียนที่มีชีวิตอยู่ในฐานะเดียวกันกับตัวละครหญิงเหล่านี้

ภาพที่ 12 เลาเร็ตตากับเอมิเลีย
[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *I Grandi Magazzini* (Camerini 1939, 00:21:30)]

ภาพที่ 13, 14 เปาลา เลาเร็ตตา และจันนี
[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *Il Signor Max* (Camerini 1937, 00:07:41, 00:56:34)]

3.2 แฟชั่นเครื่องแต่งกายของกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีและชนชั้นสูง

ตัวละครอีกกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวคือ กลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีและชนชั้นสูงซึ่งถ่ายทอดรูปแบบการใช้ชีวิตอันหรูหราและสุขสำราญของผู้คนในสังคมอิตาเลียน ในแง่หนึ่งวิถีชีวิตของตัวละครกลุ่มนี้อาจทำให้ผู้ชมภาพยนตร์รู้สึกเคลิบเคลิ้มและใฝ่ฝันอยากมีชีวิตที่สวยงามแบบนี้บ้าง แต่ในอีกแง่หนึ่งเป็นการสอนให้คนได้ตระหนักว่าการใช้ชีวิตแบบชนชั้นสูงท่ามกลางทรัพย์สมบัติและอำนาจบารมีมากมายนั้น อาจไม่ได้นำมาซึ่งความสุขเสมอไป ตัวละครที่มีความทะเยอทะยานจนเกินพอดีและพยายามเปลี่ยนแปลงสถานภาพของตนเองเพื่อให้ได้ครอบครองสิ่งที่หวังโดยไม่คำนึงถึงคุณธรรมและจริยธรรม สุดท้ายกลับต้องพบกับความทุกข์มากกว่าความสุข เช่น ผู้จัดการแบร์ตินีกับอันนาที่ร่วมกันยักยอกสินค้าของห้างสรรพสินค้าในเรื่อง *I Grandi Magazzini* และจันนีที่สวมรอยปลอมตัวเป็นแม็กซ์ วารัลโดใน *Il Signor Max* แต่ถึงกระนั้นคาเมรินีก็ไม่ได้ยัดเยียดให้ตัวละครกลุ่มนี้เป็นคนอ่อนแอ หยิ่งยโส และไร้ซึ่งคุณงามความดีจนดูเกินความเป็นจริง หรือประชดประชันเสียดสีเรื่องความแตกต่างระหว่างชนชั้นมากเกินไป ในทางตรงกันข้าม เขากลับปล่อยให้ตัวละครได้สื่อสารกับผู้ชมถึงประเด็นที่เกี่ยวกับการดำรงตนอย่างเหมาะสมกับสถานภาพและบทบาทหน้าที่ของตัวเองในสังคมได้เป็นอย่างดี

ตัวละครกลุ่มเจ้าของธุรกิจที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีและชนชั้นสูงนี้ จะแต่งกายแตกต่างไปจากอีกกลุ่มอย่างเห็นได้ชัด สำหรับตัวละครฝ่ายชาย พบว่าแต่งตัวด้วยชุดสูทสากลหลากหลายรูปแบบตามแต่ฉากกำหนด เช่น ในตอนต้นของเรื่อง *Darò un milione* โกลด์สวมชุดสูท White Tie (Il frac) ในงานเลี้ยงช่วงค่ำบนเรือยอร์ชของเขา ก่อนที่เขาจะปลอมตัวไปใส่สูทชุดซอมซ่อของชายจรจัดแทน ส่วนตัวละครอื่น ๆ ในเรื่องที่มีอันจะกิน ไม่ว่าจะเป็นผู้อำนวยการโรงพิมพ์หนังสือพิมพ์ Le Courier du Sud-Est หรือ Cavalier Primrose เจ้าของคณะละครสัตว์พริมโรส จะสวมชุดสูทสากล ผูกเนคไท หูกระต่าย และเหน็บผ้าเช็ดหน้าตรงอกเสื้อนอกเสมอ เช่นเดียวกับแม็กซ์ วารัลโด ริคคาร์โด และผู้พันกุยโดใน *Il Signor Max* รวมถึงกลุ่มผู้บริหารห้างสรรพสินค้าใน *I Grandi Magazzini* นอกจากนี้ ยังมีการสอดแทรกธรรมเนียม และลักษณะการแต่งกายด้วยชุดสูทสากลที่ถูกต้องไว้ในบางฉากอีกด้วย เช่น ในเรื่อง *Darò un milione* ตอนที่บลิมสวมชุดสูท White Tie ของโกลด์เพื่อไปแจ้งข่าวว่าเขาคือคนที่ได้พบกับมหาเศรษฐีผู้ซึ่งจะให้เงินรางวัลหนึ่งล้านฟรังก์แก่คนที่ทำดีด้วย เมื่อบลิมกำลังจะกลับออกจากโรงพิมพ์ ผู้บริหารโรงพิมพ์ต่างพากันทักเป็นเสียงเดียวกันว่าเขาจะสวมสูทหางยาวออกไปเดินถนนในตอนกลางวันไม่ได้ เพราะผิดธรรมเนียม

ของการสวมชุดสูทประเภทนี้ ฉากดังกล่าวนี้จึงแสดงให้เห็นถึงความเคร่งครัดเรื่องวัฒนธรรมการแต่งกายตามสากลนิยมของคนในสังคมชั้นสูงอิตาเลียนยุคนั้นได้เป็นอย่างดี

ในช่วงก่อนและระหว่างสงครามโลกครั้งที่สอง รูปแบบการใช้ชีวิตและแฟชั่นเครื่องแต่งกายของตัวละครหญิงชั้นสูงสะท้อนให้เห็นความหรูหราฟู่ฟ่าตามสังคมบริโภคนิยมอยู่ไม่น้อย ตัวละครกลุ่มนี้ถ่ายทอดภาพชีวิตของผู้หญิงที่เกิดในตระกูลดี มีฐานะร่ำรวย และรูปร่างหน้าตางดงาม ดึงดูดให้ผู้ชายมาหลงรักและติดพันมากมาย เช่น คุณเปาลาจาก *Il Signor Max* ซึ่งเป็นสาวสังคมที่มีบุคลิกโดดเด่น มีเสน่ห์ และหัวสมัยใหม่ เพราะใช้ชีวิตอยู่ที่นิวยอร์กมานาน ถึงแม้ว่าเปาลาจะไม่แสดงออกว่าเหยียดชนชั้น แต่จากการปฏิบัติตัวต่อจันนีในบทบาทของคุณชายแม็กซ์และกลุ่มเพื่อนที่เดินทางมาจากสหรัฐอเมริกาด้วยกันเห็นได้ชัดว่าเธอเลือกคบคนโดยดูจากฐานะทางสังคมเป็นหลัก นอกจากนี้ ในภาพยนตร์บางเรื่องคาเมรินียังผลักให้ตัวละครกลุ่มนี้กลายเป็นตัวร้ายหรือปรปักษ์กับฝ่ายนางเอกในภาพของผู้หญิงร้ายกาจที่มีนิสัยเจ้าชู้ ฟุ้งเฟ้อ และทะเยอทะยาน (Femme fatale) จนถึงขั้นพยายามทำทุกอย่างเพื่อเลื่อนระดับชั้นทางสังคมของตนให้สูงขึ้น โดยไม่คำนึงถึงศีลธรรม เช่น อันนา ในเรื่อง *I Grandi Magazzini* และภรรยาของเจ้าของโรงพิมพ์หนังสือพิมพ์ Le Courier du Sud-Est ใน *Darò un milione* ที่เล่นชู้กับชายอื่น ดังนั้น การนำเสนอภาพลักษณ์ภายนอกของตัวละคร หญิงกลุ่มนี้จึงมักแตกต่างจากกลุ่มแรกอย่างเห็นได้ชัด ไม่ว่าจะเป็นลักษณะนิสัย รูปแบบการใช้ชีวิต รวมถึงการแต่งกาย

ภาพที่ 15 อันนาในชุดราตรีพร้อมเฟอร์คลุมไหล่กับสาวใช้ส่วนตัว [ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *I Grandi Magazzini* (Camerini 1939, 00:37:17)]

ภาพที่ 16 ภรรยาของเจ้าของหนังสือพิมพ์ Le Courier du Sud-Est [ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *Darò un milione* (Camerini 1935, 00:39:05)]

เมื่อพิจารณาเสื้อผ้าและเครื่องประดับของตัวละครฝ่ายหญิงกลุ่มที่มีฐานะร่ำรวยและชนชั้นสูง จะสังเกตได้ว่ามีการใส่รายละเอียดมากกว่า ตั้งแต่หมวก เครื่องประดับผม ผ้าพันคอ เข็มกลัดเพชร สร้อยคอระย้า เข็มขัด กำไล ไปจนถึงนาฬิกาข้อมือที่ดูดีมีราคา เช่น ใน *Il Signor Max* ชุดกลางวันของเปาลาจะดูหรูหรามากกว่าชุดของเลาเร็ตตา ยิ่งถ้าเป็นชุดราตรีสำหรับออกงานกลางคืนด้วยแล้ว จะยิ่งงดงามและอลังการมากขึ้นเพราะตัดเย็บด้วยผ้าชีฟองบางเบาหรือผ้าไหมซาตินมันระยับ ประดับด้วยลูกไม้ เลื่อมแวววาว และขนนกพลิ้วไหวเพื่อเพิ่มความเซ็กซี่ บางชุดของเปาลายังมาพร้อมกับผ้าคลุมไหล่เฟอร์ขนสัตว์อีกด้วย หรือแม้กระทั่งเสื้อผ้าของปุชชี จัดว่าเป็นแฟชั่นที่สวยงามหรูหราสำหรับเด็กสาววัยเพียงสิบสองปี อีกทั้งยังบ่งบอกถึงฐานะทางสังคมของเธอได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ตัวละครยังเลือกใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในการแสดงออกซึ่งสถานภาพทางสังคมที่เหนือกว่า มีฉากที่ปุชชีพูดจาดูถูกและทวงบุญคุณเลาเร็ตตาว่าเสียแรงที่พี่สาวของเธอทำดีด้วยมาโดยตลอด แม้แต่เสื้อผ้าชุดเก่าก็ยกให้ใช้ต่อเสมอ ไม่น่าจะลาออกจากการเป็นสาวใช้ส่วนตัวของเธอ

ภาพที่ 17 – 20 แฟชั่นเครื่องแต่งกายของคุณเปาลาสาวสังคมชั้นสูงและปุชชี น้องสาวของเธอ
[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *Il Signor Max* (Camerini 1937, 00:11:06, 01:05:05, 00:34:39, 00:17:08)]

คาเมรินียังนำแฟชั่นเครื่องแต่งกายกีฬาและอุปกรณ์กีฬาเข้ามาเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบร่วมส่งเสริม สร้างสรรค์ และสื่อสาร “ความเป็นสมัยใหม่” ของสังคมฟาสซิสต์อิตาลีไปสู่ผู้ชมภาพยนตร์ด้วย เช่น ในเรื่อง *Il Signor Max* มีฉากที่จันนีลงทุนไปเรียนการเล่นบริดจ์ ฝึกตีเทนนิส และเล่นกอล์ฟ รวมถึงหัดขี่ม้า เพื่อจะได้เข้าสังคมชั้นสูงของเปาลา หรือในเรื่อง *I Grandi Magazzini* อันนา พนักงานสาวผู้เห่อเหิม ชวนบรูโนนั่งรถไฟสายหิมะ (Il Treno della Neve) ไปเล่นสกีในตอนค่ำ และพาบรูโนไปซื้อเสื้อแจ๊คเก็ต หมวก ไม้ค้ำถ่อ และแผ่นสกีในห้างสรรพสินค้าที่พวกเขาทำงานอยู่จนบรูโนแทบหมดตัว ฉากเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าคาเมรินีเจาะจงใช้ชนิดของกีฬาและแฟชั่นกับอุปกรณ์กีฬาเพื่อบรรยายถึงตัวละครที่มีความทะเยอทะยาน และพยายามประกอบสร้างตัวตนใหม่ให้ภาพลักษณ์ดูดีมีระดับและทันสมัย เพราะเป็นที่ทราบกันดีว่าในสมัยนั้น เทนนิส กอล์ฟ สกี การขี่ม้า ถือเป็นกีฬาของชนชั้นสูงในสังคมอังกฤษและฝรั่งเศส รวมทั้งอิตาลี การใส่เนื้อหาส่วนนี้เข้าไปในภาพยนตร์จึงเป็นการตอกย้ำถึงความแตกต่างทางชนชั้นอย่างเห็นได้ชัด เพราะไม่ใช่ทุกคนจะสามารถเล่นหรือมีโอกาสฝึกฝนทักษะกีฬาดังกล่าวได้โดยง่าย เนื่องจากจำเป็นต้องใช้ทั้งเวลาและเงินจำนวนมาก

แฟชั่นเครื่องแต่งกายของตัวละครในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวทั้งสามนี้ นอกจากจะทำหน้าที่เป็นตัวแปรหลัก ในการปลอมแปลงสถานภาพทางสังคมและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของตัวละครแล้ว ยังมีส่วนเชื่อมโยงบริบททางสังคม การเมือง และเศรษฐกิจในโลกภาพยนตร์เข้าด้วยกันกับโลกแห่งความเป็นจริงได้อย่างน่าสนใจด้วย ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนแนวคิดเรื่องการสร้าง “คนอิตาเลียนแบบใหม่” ทั้งชายและหญิง หรือส่งเสริมนโยบายการพึ่งพาตนเองด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศอิตาลี (La moda autarchica) หลังโดนมาตรการคว่ำบาตรจากองค์การสันนิบาตชาติในช่วงที่ก่อสงครามอิตาลี-เอธิโอเปีย ระหว่างปี ค.ศ. 1935 ถึงปี ค.ศ. 1936 สำหรับประเด็นหลังนี้ อาจกล่าวได้ว่ารัฐบาลฟาสซิสต์ได้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจไม่น้อยจากแฟชั่นเครื่องแต่งกายแบบอิตาเลียนที่ดารานักแสดงสวมใส่ในภาพยนตร์ เพราะช่วยกระตุ้นให้ผู้หญิงอิตาเลียนอยาก

แต่งตัวเลียนแบบดารา และหันกลับมานิยมซื้อสินค้าแฟชั่นที่ผลิตภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งช่วยลดการนำเข้าวัตถุดิบและสินค้าฟุ่มเฟือยหมวดนี้จากต่างประเทศได้เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะแฟชั่นชั้นสูงจากฝรั่งเศส ในขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมสิ่งทอของอิตาลีพัฒนาตัวไปอย่างรวดเร็วและโดดเด่นมาก เห็นได้จากความสำเร็จในการผลิตผ้าเรยอน (Raion/ Rayon) หรือราชินีสิ่งทอสังเคราะห์ที่คนอิตาเลียนจำนวนมากนิยมนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเพราะทั้งสวยงามและมีคุณภาพดีไม่แพ้ผ้าที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติซึ่งต้องนำเข้าจากต่างประเทศ (Gnoli 2017, 95-102) การดำเนินนโยบายส่งเสริมการพึ่งพาตนเองด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศนี้ ต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ตั้งแต่รัฐบาลฟาสซิสต์ นักออกแบบเสื้อผ้าและห้องเสื้อชั้นนำ ผู้กำกับภาพยนตร์ ไปจนถึงดารานักแสดง ว่าจะส่งอิทธิพลต่อรสนิยมและความคิดของผู้ชมภาพยนตร์ได้มากน้อยเพียงใด ในการถ่ายทำภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวหลายเรื่อง พบว่ามีห้องเสื้ออิตาเลียนชื่อดังจำนวนหนึ่งได้จัดส่งเสื้อผ้ามาให้นักแสดงหญิงสวมใส่เข้าฉากเพื่อโฆษณาสินค้าของร้าน ซึ่งมีผลตอบรับจากผู้ชมดีในระดับหนึ่ง แต่เมื่อเทียบกับความนิยมของคนอิตาเลียนที่มีต่อภาพลักษณ์ของนางเอกอเมริกันในฐานะต้นแบบแฟชั่นของผู้หญิงอิตาเลียนสมัยนั้นแล้ว ยังถือว่าประสบความสำเร็จไม่มากนัก[13] อนึ่งจะสังเกตได้ว่า มีการแฝงข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายพึ่งพาตนเองด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของอิตาลีไว้ในฉากหนึ่งของภาพยนตร์ เรื่อง *I Grandi Magazzini* โดยกล้องถ่ายเจาะให้เห็นป้ายที่ติดอยู่ตรงแผนกขายเสื้อผ้าของสุภาพบุรุษและสุภาพสตรี ซึ่งมีข้อความว่า “ผลิตภัณฑ์สิ่งทอตามนโยบายเศรษฐกิจอิตาเลียนพึ่งพาตนเอง” (tessuti autarchici del primato italiano) เพื่อรณรงค์ให้ผู้ชมตระหนักถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ประเทศอิตาลีกำลังเผชิญอยู่ในเวลานั้น และหันมานิยมแฟชั่นอิตาเลียนแทนเพื่อให้สอดคล้องกับการปลูกฝังแนวคิดชาตินิยมของรัฐบาลฟาสซิสต์ (Reich and Garofalo 2002, 277-278)

ภาพที่ 21 อันนากับบรูโนยืนอยู่หน้าป้ายที่มีข้อความว่า “ผลิตภัณฑ์สิ่งทอตามนโยบายเศรษฐกิจอิตาเลียนพึ่งพาตนเอง”
[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *I Grandi Magazzini* (Camerini 1939, 00:30:07)]

4. แฟชั่น การปลอมตัว ความรัก และสูตรสำเร็จของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว

หากพิจารณาเค้าโครงเรื่องของภาพยนตร์ตลกโรแมนติกส่วนใหญ่ที่ผู้กำกับคาเมรินีสร้าง จะสังเกตได้ว่าเส้นทางความรักของตัวละครหลักมักดำเนินไปในทิศทางเดียวกันจนกลายเป็นเหมือน “สูตรสำเร็จ” ของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวในยุคฟาสซิสต์อิตาลี กล่าวคือ เนื้อหาจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับความรักต่างชนชั้น การปลอมแปลงตัวตนที่แท้จริงของพระเอกหรือ

[13] ดาราภาพยนตร์หญิงชาวอเมริกันที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลกและเป็นต้นแบบนำแฟชั่นสำหรับผู้หญิงอิตาเลียนในช่วงปลายทศวรรษที่ 1930 คือ เกรตา การ์โบ (Greta Garbo) และจีน ฮาร์โลว์ (Jean Harlow)

นางเอก โดยมีแฟชั่นเครื่องแต่งกายเป็นตัวแปรสำคัญในการปลอมแปลงสถานภาพทางสังคมของตัวละครในตอนแรกจนอาจทำให้เกิดความเข้าใจผิด แต่ต่อมาเมื่อความจริงปรากฏ และต่างฝ่ายต่างมอบความรักให้แก่กันโดยไม่สนใจเงื่อนไขอื่นใด เรื่องราวจึงจบลงพร้อมบทส่งท้ายที่เต็มไปด้วยความสุขสมหวังเสมอ (Happy Ending) (Saronni 2015, 30-33)

ประเด็นเกี่ยวกับการปลอมแปลงตัวและเลื่อนสถานะตัวละคร โดยการแต่งกายเลียนแบบชนชั้นสูงที่กลายเป็นเรื่องตลกขบขันถูกนำเสนอด้วยรูปแบบซ้ำกัน (Motif) (Savio 1975, VI-VII) ในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวที่นำมาวิเคราะห์สามเรื่อง เช่น ใน *Darò un milione* บลิมซึ่งสลับใส่ชุดสูท White Tie ของโกลด์ จะออกไปเดินถนนในตอนกลางวัน ทำให้พนักงานในโรงพิมพ์ต้องห้ามไว้ หรือใน *Il Signor Max* มีฉากที่เปาลาชวนจันนีไปขี่ม้ากับเธอและผู้พันกุยโด จันนี จึงสั่งให้เป็ปเป ลูกน้องของเขา รีบไปซื้อกางเกงและรองเท้าบู๊ทสำหรับขี่ม้ามาให้ พร้อมกำชับว่าราคาเท่าใดไม่สำคัญ ขอแค่ให้ดูดีที่สุดเป็นพอ แต่เป็ปเปกลับซื้อกางเกงผิดขนาดมา ทำให้จันนีต้องยอมตัดขยายเอวออกและใส่สูทเบลเซอร์ลายตารางคลุมทับรอยขาด ผูกผ้าพันคอไหมสวมหมวกสักหลาดทรง Fedora ใส่ถุงมือ และถือแส้หนังเฉี่ยนม้า ออกไปเจอเปาลากับเพื่อน ๆ ของเธอแทน ตามมาด้วยฉากที่จันนีในคราบคุณชายแม็กซ์ขี่ม้าข้ามเครื่องกีดขวางไม่เป็น และโดนม้าดีดตกลงไปในแอ่งน้ำจนเปียกปอนไปทั้งร่าง แถมกางเกงที่ตัดเอวไว้ยังขาดร่วงลงไปกองกับพื้นเหลือแค่กางเกงชั้นในตัวเดียว สุดท้ายเขาต้องโบกรถกลับบ้านเองทั้งสภาพลูกหมาตกน้ำ หรือใน *I Grandi Magazzini* มีฉากที่บรูโนอยู่ในชุดเล่นสกีพร้อมอุปกรณ์ครบชุด แต่ยืนแบกแผ่นสกีเก้ ๆ กัง ๆ และยังซุ่มซ่ามเอาไม้ค้ำถ่อปัดสะเปะสะปะไปโดนผู้คนและข้าวของในบาร์ที่สถานีรถไฟ จนทำให้ลูกค้าคนอื่นอดขำในความเด๋อด๋ำของเขาไม่ได้ (Lupano and Vaccari 2009, 162-174) รวมถึงตัวละครเลาเร็ตตาจากภาพยนตร์เรื่องเดียวกันที่ยอมลงทุนขโมยเสื้อคลุมไหมพรมกับหมวกราคาแพงซึ่งวางขายในห้างสรรพสินค้าไปใส่เพื่อหวังให้บรูโนชื่นชมรสนิยมของเธอ โดยไม่ยอมดึงป้ายราคาออก ซ้ำยังโกหกบรูโนว่าเป็นความเชื่อเรื่องโชคลางของเธอเอง ทั้งที่จริง ๆ แล้วเธอวางแผนว่าจะนำกลับไปคืนในวันรุ่งขึ้น (Gnoli 2014, 68-72)

ภาพที่ 22 จันนีในสภาพเปียกปอนหลังตกม้า
[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *Il Signor Max* (Camerini 1937, 00:49:52)]

ภาพที่ 23 บรูโนในชุดเล่นสกีครั้งแรก
[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *I Grandi Magazzini* (Camerini 1939, 00:37:43)]

จากตัวอย่างที่กล่าวมานี้ จะเห็นว่ามุกตลกเรื่องการปลอมตัวเพื่อตามหารักแท้เป็นประเด็นสำคัญของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวทั้งสามเรื่อง คาเมรินีจงใจหยิบเอาแฟชั่นเครื่องแต่งกายมายั่วล้อตัวละครเอกทั้งชายและหญิง พร้อมกับสอดแทรกอารมณ์ขันแกมเสียดสีตัวละคร ซึ่งดูจะเป็นการหยิกกัดชนชั้นกลางระดับล่างที่พยายามตะเกียกตะกายทำตัวหัวสูงเพื่อหวังยกระดับสถานภาพทางสังคมของตัวเองให้ดูดีขึ้น มากกว่าจะมุ่งเหน็บแนมรูปแบบการใช้ชีวิตอันอู้ฟู่หรูหราของชนชั้นสูงในสังคมบริโภคนิยม (Germani 2009, 00:04:25) ความตลกขบขันจึงเกิดขึ้น เมื่อตัวละครจันนีกับบรูโนอุตส่าห์แต่งตัวด้วยชุดขี่ม้าและชุดเล่นสกีเลียนแบบคนมีฐานะ ซึ่งนิยมเล่นกีฬาดังกล่าวอย่างเต็มที่แล้ว แต่ทั้งคู่กลับไม่มีทักษะในการเล่นกีฬาเหล่านั้นเลย จนเป็นเหตุให้ต้องแสดงความเปิ่นออกมาอย่างช่วยไม่ได้

จริงอยู่ที่แฟชั่นเครื่องแต่งกายอาจเป็นรูปสัญญะที่ใคร ๆ ก็สามารถหยิบมาสวมใส่เพื่อสร้างความหมายสัญญะได้อย่างง่ายดายเหมือนการปลอมตัวที่ปรากฏในภาพยนตร์ ทว่าในความเป็นจริงแล้ว แฟชั่นอาจทำหน้าที่ได้แค่เพียงบ่งบอกสถานภาพทางสังคมของผู้ที่สวมใส่ตามลักษณะภายนอกเท่านั้น แต่ไม่อาจเปลี่ยนแปลงตัวตนที่แท้จริงของแต่ละคนไปได้ ดังนั้น สำหรับคาเมรินีแล้ว การตีความเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างแฟชั่นเครื่องแต่งกายกับการปลอมแปลงสถานภาพทางสังคมของตัวละครในภาพยนตร์ของเขา จึงผูกโยงไว้กับความคิดที่ว่าแฟชั่นเครื่องแต่งกายประการเดียวไม่สามารถเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ใครต่อใครสลับร่างและสร้างสถานะใหม่ทางสังคมได้โดยง่ายนัก หากแต่ต้องถูกกำกับด้วยปัจจัยและแบบแผนพฤติกรรมอื่นร่วมด้วย ไม่ว่าจะเป็นเรือนร่างที่สอดคล้องกับแฟชั่น วัฒนธรรมการแต่งกายของคนแต่ละกลุ่มชนชั้น หรือแม้แต่กิจกรรมและทักษะการเล่นกีฬาบางชนิด เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการตบตาหลอกลวงหรือสวมรอยเป็นคนอื่นได้

ภาพที่ 24, 25 เลาเร็ตตาแอบไปขโมยเสื้อไหมพรมและหมวกใบหรูของห้างสรรพสินค้าไปใส่ และไม่ดึงป้ายราคาออก
[ภาพจากภาพยนตร์เรื่อง *I Grandi Magazzini* (Camerini 1939, 00:36:21, 00:41:15)]

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ามุกตลกเสียดสีการใช้แฟชั่นเครื่องแต่งกายในการปลอมตัวเพื่อเลื่อนชั้นทางสังคมของตัวละครโดยเฉพาะกลุ่มชนชั้นกลางระดับล่างที่พยายามสร้างภาพลักษณ์หรูหราเลียนแบบพวกชนชั้นสูง จะเป็นประเด็นที่พบได้ทั่วไปในภาพยนตร์ตลกอิตาเลียน แต่หากพิจารณามิติด้านการเมืองและเศรษฐกิจภายใต้การควบคุมดูแลของรัฐบาลฟาสซิสต์ควบคู่กันไป จะพบว่าการสร้างมุกตลกเสียดสีของคาเมรินีในประเด็นนี้ นอกจากจะแสดงมโนทัศน์ของชนชั้นนำที่กำหนดกรอบการแต่งกายเพื่อย้ำความแตกต่างของชนชั้นทางสังคมแล้ว อาจกำลังสื่อถึงนัยของการขับเคลื่อนนโยบายลดการนำเข้า “แฟชั่นหรูหราฟุ่มเฟือย” จากต่างประเทศของคนอิตาเลียนบางกลุ่ม ซึ่งในบริบทของแฟชั่นช่วงกลางทศวรรษที่ 1930 น่าจะหมายถึงแฟชั่นฝรั่งเศสที่มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อความนิยมของกลุ่มผู้หญิงอิตาเลียนชั้นสูง ในขณะเดียวกันก็มุ่งเสริมสร้าง “ความเป็นอิตาเลียน” และอุดมการณ์ชาตินิยมของรัฐบาลฟาสซิสต์ให้มากยิ่งขึ้นด้วยก็เป็นได้ การนำเสนอประเด็นนี้ในภาพยนตร์จะช่วยโน้มน้าวให้ผู้ชมตระหนักได้ว่า การแต่งกายด้วยเสื้อผ้าธรรมดาที่ออกแบบและตัดเย็บอย่างประณีตภายในประเทศ ไม่ต้องมีการประดับตกแต่งให้ดูหรูหรามากจนเกินไป ก็สามารถทำให้ผู้ที่สวมใส่ดูดีและนำสมัยได้เช่นเดียวกัน ซึ่งสอดรับกับนโยบายพึ่งพาตนเองด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศอิตาลีพอดี

ฉากตลกแกมประชดประชันเสียดสีการแต่งกายของตัวละครที่กล่าวถึงนี้ ไม่เพียงสร้างความรู้สึกรักและภูมิใจในอัตลักษณ์ของชาติ ซึ่งแสดงออกผ่านการให้คุณค่ากับผลผลิตทางวัฒนธรรมอิตาเลียนรูปแบบต่าง ๆ (ในกรณีนี้ย่อมหมายถึงแฟชั่นอิตาเลียนเป็นหลัก) แต่ยังปลูกฝังทัศนคติในเรื่องการยอมรับตัวตนและความเป็นจริงของชีวิต โดยไม่จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงตัวเองตามผู้อื่น พร้อมทั้งสอดแทรกคำสอน แง่คิด และบทเรียนชีวิตที่ว่าความดีชนะทุกสิ่งความจริงชนะทุกอย่าง ทรัพย์สินเงินทองและลาภยศสรรเสริญอาจไม่ได้นำมาซึ่งความสุขสมหวังในชีวิตเสมอไป โดยยกตัวอย่างการกระทำที่ขาดสติยั้งคิดและไม่คำนึงถึงความถูกต้องของตัวละครบางตัว ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาและความทุกข์มากกว่าความสุข ตลอดจนการเลือกคู่ครองให้เหมาะสมกับสถานะของตนเองด้วย

ด้วยเหตุนี้ ภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวที่มีแฟชั่นเครื่องแต่งกายเป็นองค์ประกอบสำคัญจึงได้รับความนิยมจากผู้ชมภาพยนตร์เป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มผู้หญิงในทุกระดับชั้นของสังคมอิตาเลียน เพราะส่วนใหญ่จะรู้สึกอิ่มเอมใจไปกับความรักที่สมหวังของคู่พระนางในโลกจินตนาการ และดื่มด่ำกับแฟชั่นเครื่องแต่งกายอันสวยงามและทันสมัยที่นักแสดงสวมใส่ในภาพยนตร์ ถึงขนาดมีผู้หญิงหลายคนแต่งตัวตามอย่างดาราคนโปรด[14] อาจกล่าวได้ว่าความสำเร็จของภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวนี้สอดคล้องกับคำอธิบายของฟิลิป วี คันนิสตราโร (Philip V. Cannistraro) นักวิชาการด้านอิตาเลียนศึกษาที่เคยกล่าวไว้ใน *La fabbrica del consenso. Fascismo e mass media* ว่าการใช้ภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวเพื่อส่งเสริมการโฆษณาชวนเชื่อแบบบูรณาการ (La propaganda integrativa) ของรัฐบาลฟาสซิสต์ในขณะนั้น ถือเป็นกลยุทธในการโน้มน้าวใจมวลชนรูปแบบใหม่ ซึ่งมีอิทธิพลต่อนิสัยใจคอ การประพฤติปฏิบัติตน แม้กระทั่งการแต่งกายของผู้คนในสังคมได้อย่างไม่รู้ตัว (Cannistraro 1975, 70-71) ยิ่งไปกว่านั้น ภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวยังช่วยปลอบประโลม และปลุกเร้ามวลชนอิตาเลียนให้มีความหวังในการดำเนินชีวิตอย่างมีความสุขและเรียบง่ายในโลกแห่งความเป็นจริงภายใต้การดูแลของรัฐบาลฟาสซิสต์

5. บทสรุป

เมื่อโลกภาพยนตร์ทับซ้อนกับโลกแห่งความเป็นจริงชัดเจนมากยิ่งขึ้น และผลผลิตทางวัฒนธรรมเริ่มมีบทบาทสำคัญในบริบทด้านการเมืองของรัฐบาลฟาสซิสต์อิตาลี แฟชั่นเครื่องแต่งกายของตัวละครหลักในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวเรื่อง *Darò un milione Il Signor Max* และ *I Grandi Magazzini* จึงไม่ได้ทำหน้าที่เป็นแค่เพียงองค์ประกอบของภาพยนตร์ ซึ่งตัวละครใช้ในการปิดบังสถานะทางสังคมและประกอบสร้างตัวตนใหม่เชิงสัญลักษณ์เพื่อให้สมหวังในความรักเท่านั้น หากแต่แฟชั่นยังกลายเป็นเครื่องมือทางการเมืองและเศรษฐกิจของรัฐบาลฟาสซิสต์ ที่เชื่อมโยงภาพฝันอันสวยงามของสังคมอุดมคติในโลกภาพยนตร์เข้ากับความต้องการของผู้ชมภาพยนตร์ในโลกแห่งความเป็นจริง โดยเฉพาะกลุ่มคนทำงานรับจ้างและชนชั้นกลางระดับล่าง ซึ่งมีรูปแบบการใช้ชีวิตสอดคล้องกับแนวคิดและนโยบายของรัฐบาลที่ปรากฏในภาพยนตร์

การนำเสนอประเด็นเรื่องการปลอมตัวของตัวละครโดยใช้แฟชั่นเครื่องแต่งกายด้วยรูปแบบเดิมซ้ำ ๆ และบทส่งท้ายที่มีแต่ความสุขในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวทั้งสามเรื่อง สะท้อนให้เห็นมโนทัศน์ของผู้กำกับคาเมรินีที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างแฟชั่นเครื่องแต่งกายกับสถานภาพทางสังคมของคนอิตาเลียนภายใต้การควบคุมดูแลของรัฐบาลฟาสซิสต์ในช่วงกลางทศวรรษที่ 1930 ได้อย่างชัดเจน มุกตลกเสียดสีตัวละครในหลายฉาก นอกจากจะตอกย้ำบทบาทสำคัญของแฟชั่นเครื่องแต่งกายในฐานะที่เป็นตัวจำแนกและบ่งบอกชนชั้นทางสังคมของผู้ที่สวมใส่แล้ว ในขณะเดียวกัน ก็ชี้นำแนวทางการเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เป็นคนอิตาเลียนแบบใหม่ และโน้มน้าวให้ผู้ชมเรียนรู้ที่จะยอมรับความจริงของชีวิต ตลอดจนก้าวข้ามมายาคติชนชั้นทางสังคมไปให้ได้ อีกทั้งยังสอดแทรกคำสอนและทัศนคติที่ดีในการดำเนินชีวิตเพื่อให้ได้พบกับความสุขที่แท้จริง โดยไม่ลืมแฝงความสำคัญของท่านผู้นำเบนิโต มุสโสลินีและรัฐบาลฟาสซิสต์ไว้ได้อย่างแนบเนียน

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าแฟชั่นอิตาเลียนและภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาว จะเป็นตัวช่วยของรัฐบาลซึ่งใช้เรียกความนิยมและปลุกพลังศรัทธาของมวลชนอิตาเลียนที่มีต่อระบอบฟาสซิสต์ได้เพียงแค่ระยะเวลาไม่นานนัก แต่ก็สามารถสร้างอิทธิพลทาง

[14] ในภาพยนตร์โทรศัพท์สีขาวส่วนใหญ่ จะพบว่ามีตัวละครหลักฝ่ายหญิงมากกว่าฝ่ายชาย เพราะเป็นกลยุทธ์ในการสร้างภาพยนตร์ประเภทนี้ ตามนโยบายของรัฐบาลฟาสซิสต์ที่เริ่มให้ความสำคัญกับบทบาทของผู้หญิงในสังคมอิตาเลียนมากยิ่งขึ้นตั้งแต่ช่วงต้นทศวรรษที่ 1930

ความคิดให้กับมวลชนอิตาเลียนได้มากพอสมควร ทั้งเป็นการส่งเสริมให้เกิดอุดมการณ์ชาตินิยมและสนับสนุนนโยบายเศรษฐกิจพึ่งพาตนเองด้านอุตสาหกรรมแฟชั่นของประเทศอิตาลีในช่วงก่อนและระหว่างสงครามโลกครั้งที่สอง

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

Chairat Charoensin-o-larn ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. 2012. *Sanyawittaya krongsarngniyom lang-krong sarngniyom kub karnsueksa ratthasat* สัญวิทยา โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษา รัฐศาสตร์ [Semiology, Structuralism, Poststructuralism and the Study of Political Science]. Bangkok: Wiphasa.

Kanchana Kaewthep กาญจนา แก้วเทพ. 1999. *Karn wikroh sue: Naewkid lae teknik* การวิเคราะห์สื่อ: แนวคิดและเทคนิค [Media Analysis: Concepts and Techniques]. Bangkok: Edison Press Products.

ภาษาต่างประเทศ

Archivio Fotografico Touring Club Italiano. 1931. Veduta interna dei Grandi Magazzini la Rinascente [Online image]. https://archives.rinascente.it/en/paths/la-rinascente-prima-della-rinascente, accessed May 18, 2020.

Ben-Ghiat, Ruth. 2000. *La cultura fascista*. Bologna: Mulino.

Biancini, Bruno. 1942. *Dizionario Mussoliniano: 1500 affermazioni e definizioni del Duce su 1000 argomenti*. Milano: U. Hoepli.

Bogatyrev, Peter. 1971. *The functions of folk costume in Moravian Slovakia*. The Hague: Mouton.

Bruni, David. 2013. *Commedia degli anni Trenta*. Milano: Il Castoro.

Camerini, Mario (Director). 1935. *Darò un milione* [DVD]. Rome: Ripley's Home Video.

Camerini, Mario (Director). 1937. *Il Signor Max* [DVD]. Rome: Ripley's Home Video.

Camerini, Mario (Director). 1939. *I Grandi Magazzini* [DVD]. Rome: Ripley's Home Video.

Cannistraro, Philip V. 1975. *La fabbrica del consenso. Fascismo e mass media*. Bari: Laterza.

Corrigan, Peter. 2008. *The Dress society: Clothing, the Body and Some meanings of the World*. London: Sage.

Crane, Diana. 2012. *Fashion and Its Social Agendas: Class, Gender and Identity in Clothing*. Chicago: University of Chicago Press.

De Grazia, Victoria. 2007. *Le donne nel regime fascista* (3rd ed.). Venezia: Marsilio.

Ferraro, Paola. 2013. *La moda italiana nel cinema: Dal Ventennio fascista alla Dolce vita*. Padova: Esedra.

Freddi, Luigi. 1994. *Il Cinema: Il Governo dell'Immagine*, Centro Sperimentale di Cinematografia. Roma: Gremese.

Gentile, Emilio. 2005. *Fascismo: Storia e Interpretazione*. Bari: Laterza.

Germani, Sergio G. (Director). 2009. *Conversazione con Mario Camerini* [DVD]. Rome: Ripley's Home Video.

Gnoli, Sofia. 2014. *The origins of Italian fashion: 1900-1945*. London: Victoria & Albert Museum.

Gnoli, Sofia. 2017. *Eleganza fascista: La moda dagli anni Venti alla fine della guerra*. Roma: Carocci.

Grandi, S., & Vaccari, A. 2004. *Vestire il Ventennio*. Bologna: Bononia University Press.

Lupano, M., & Vaccari, A. 2009. *Una giornata moderna: Moda e stili nell'Italia fascista*. Bologna: Damiani.

Mussolini, Benito. 1961. *Opera omnia di Benito Mussolini* (Vols. 1-35; Susmel Edoardo, Susmel Duilio, Eds.). Firenze: La Fenice.

Muzzarelli, Maria Giuseppina. 2014. *Breve storia della moda in Italia*. Bologna: Il Mulino.

Paulicelli, Eugenia. 2004. *Fashion under Fascism: Beyond the Black Shirt*. Oxford: Berg.

Reich, J., & Garofalo P (Eds.). 2002. *Re-viewing Fascism: Italian Cinema 1922-1943*. Bloomington: Indiana University Press.

Robinson, Fred Miller. 1993. *The man in the bowler hat: his history and iconography*. Chapel Hill: The University of North Carolina Press.

Saronni, Elisa. 2015. *La vita è bella? Finzione e realtà nel cinema fascista dei <<telefoni bianchi>>*. Milano: Albo Versorio.

Savio, Francesco. 1975. *Ma l'amore no. Realismo, formalismo, propaganda e telefoni bianchi nel cinema italiano di regime (1930-1943)*. Milano: Sonzogno.

Sproles, George. 1981. *Perspectives of Fashion*. Minneapolis: Burgess.

Tarquini, Alessandra. 2011. *Storia della cultura fascista*. Bologna: Il Mulino.