วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า

โดย
นางสาวอมรรัตน์ ชินสรรเพชญ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประกอบการ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า

โดย
นางสาวอมรรัตน์ ชินสรรเพชญ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการประกอบการ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2553
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

DISCOURSE BEAUTY AND IDENTITY OF AIR CHINA WOMAN STAFF

By

Amornrat Chinsanpetch

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2010

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า ” เสนอโดย นางสาวอมรรัตน์ ชินสรรเพชญ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

……..

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์ ดร.สันติภาพ คำสะอาด)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

51602371 : สาขาวิชาการประกอบการ
คำสำคัญ : วาทกรรม / ความงาม / ความเป็นตัวตน / พนักงานสายการบินแอร์ไชน่า

อมรรัตน์ ชินสรรเพชญ : วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 91 หน้า.

การวิจัยฉบับนี้มุ่งหมายเพื่อทำความเข้าใจเรื่อง “วาทกรรมความงาม” ของผู้หญิงวัยทำงานในฐานะที่ความสวยความงามเป็นองค์ประกอบสร้างทางสังคม ผู้ให้ข้อมูลหลักคือพนักงานหญิงภาคพื้นดินของสายการบินแอร์ไชน่าจำนวน 16 คน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะ ศึกษาถึงวาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าผ่านวัฒนธรรมการบริโภค และศึกษาถึงวัฒนธรรมการบริโภคผ่านวาทกรรมความงามในสังคมบริโภคนิยมของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า

การบริโภคข่าวสารข้อมูลตามสื่อต่าง ๆ ที่ระบบทุนนิยมในสังคมบริโภคนิยมได้ใช้ร่างกายของผู้หญิงแสวงหาผลประโยชน์ทางการค้าในธุรกิจเกี่ยวกับความสวยความงาม ที่สมัยปัจจุบันนี้ความงามไม่ใช่เป็นสิ่งที่ต้องการจะเป็นของผู้หญิง แต่ความงามกลายเป็นสิ่งจำเป็นของผู้หญิงไปแล้ว สถานภาพ ภาพลักษณ์และบทบาทของผู้หญิงก็ได้เปลี่ยนแปลงไปตามโลกตะวันตกมากขึ้น เช่นการบริโภคสินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ การรับค่านิยมเรื่องความงามทางรูปลักษณ์ของร่างกาย สิ่งเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการนำเสนอภาพของการบริโภคข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆที่ถูกจัดสรรจากระบบทุนนิยม โดยใช้กลไกในการสื่อภาพความหมายของผู้หญิงสวยและทางเลือกวิธีการปฏิบัติต่างๆเพื่อให้ได้มาซึ่งความงาม ทำให้เกิดการกระตุ้นความต้องการในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ของตนเองให้เป็นไปตามอุดมคติ

โดยผลการศึกษาพบว่า ภาคปฏิบัติการเพื่อความงามนั้นพนักงานหญิงเหล่านี้ได้ใช้ความรู้ที่ตนเองมีและข้อมูลที่ได้ศึกษาเพิ่มมาเลือกวิธีปฏิบัติที่เหมาะสมกับตนเอง โดยใช้ข้อมูลความรู้ทางด้านโภชนาการ การควบคุมดูแลเรื่องการบริโภคอาหาร การดูแลร่างกายด้วยการออกกำลังกาย การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและการเลือกใช้วิธีการศัลยกรรมบนใบหน้าเพื่อความงดงามตามสมัยนิยม เพื่อความพึงพอใจมั่นใจในตนเองและเพื่อการสร้างความเป็นตัวตนเรื่องความงามที่สอดคล้องกับค่านิยมของสังคมบริโภคนิยม โดยในการสร้างความงามที่เหมาะสมกับตนเองนั้นเพื่อใช้ร่างกายของตนเป็นทุนในการประกอบอาชีพ การได้รับการยอมรับและมีสถานภาพที่ดีในสังคม

สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2553
ลายมือชื่อนักศึกษา.....
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ .....

51602371 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP
KEY WORDS : DISCOURSE / BEAUTY / IDENTITY / AIR CHINA WOMAN STAFF
AMORNRAT CHINSANPETCH : DISCOURSE BEAUTY AND IDENTITY OF AIR CHINA WOMAN STAFF. THESIS ADVISOR : ASST.PROF. PHITAK SIRIWONG, Ph.D. 91 pp.

The purpose of thesis was to provide an understanding about “discourse beauty” of working women as it was a social component. The main informant was 16 woman staffs of Air China. These women came from different background of society, family, culture, and financial status. The objective of research was to study a discourse beauty and identity of Air China woman staff through the culture of consumption, and to study this culture through the discourse beauty in consumer society of these women. Being beautiful under man’s ideal had made woman think that beauty was matched to womanhood and that it represented her value.

As current news consummation from media, the capitalism in consumer society used female body in beauty business to gain commercial benefit. The beauty was not anymore what woman wanted, but it became what they needed. Their status, image, and role had changed more and more over Western lifestyle such as goods consummation, or value on beauty of appearance. These were a part of image of news consummation from media influenced by capitalism. It showed an image of beautiful woman and approaches which gave them beauty. This motivated the demand of practical self-appearance improvement over the ideal.

According to the result, it was found that the staff woman applied the acquired knowledge to choose the best approach. They could use information of nutrition, diet control, exercise, supplements, or chose to do surgery on face as a modish way in order to convince them and to create identity of beauty which corresponded to value of consumer society. These women created their suitable beauty to use the body as an essence for an occupation, good social status and acceptance.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature .....

Thesis Advisor's signature .....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า” ฉบับนี้สำเร็จได้ ด้วยความเมตตากรุณาของ ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ ผู้เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ให้ข้อชี้แนะให้ความช่วยเหลือในหลายสิ่งหลายอย่าง ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ธนินท์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ อาจารย์ ดร.สันติภาพ คำสะอาด กรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ให้ความกระจ่างในเชิงวิชาการ และแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องเพื่อความถูกต้องสมบูรณ์

ขอขอบคุณพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า สำนักงานประเทศไทยทุกท่าน ที่สละเวลาให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อความสำเร็จของงานวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณ คุณนัทเมย จินบุบผา ที่ให้ความช่วยเหลือและแนะนำข้อมูลการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอขอบคุณเพื่อน ๆ การประกอบการ รุ่นที่ 1 ทุกคน ที่เป็นกำลังใจให้กันและกันตลอดมา ทั้งในยามเหนื่อยล้าและท้อแท้

สุดท้ายนี้ ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อวัชระพล คุณแม่ศุลีพร ชินสรรเพชญ บุพการีผู้ให้ทุกสิ่งทุกอย่างแก่ข้าพเจ้าและคุณนพพร ชินสรรเพชญ น้องชายที่คอยเป็นกำลังเคียงข้างเสมอมา

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... จ
กิตติกรรมประกาศ ..... ฉ
บทที่
1 บทนำ 1
ความเป็นมาและความสำคัญ 1
ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา 4
ขอบเขตและวิธีการศึกษา 4
ขั้นตอนการศึกษา 4
คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา 5
ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา 5
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 6
แนวคิดเรื่องวาทกรรม 6
วาทกรรมกับภาษา 6
วาทกรรมกับสังคม 9
แนวคิดเรื่องวาทกรรม (Discourse) ของมิเชล ฟูโกต์ 11
แนวคิดสัญวิทยาและการสร้างความหมาย 15
การสื่อสารและระบบสัญญะ 16
การสร้างความหมายของสัญญะ 17
วาทกรรมความงามและองค์ประกอบความงาม 21
วาทกรรมความงาม 21
องค์ประกอบความงาม 23
แนวคิดการเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภค 25
แนวคิดความเป็นตัวตน 30
แนวคิดเกี่ยวกับผู้หญิงและความงาม 35
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 40

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่		หน้า
3	วิธีดำเนินการวิจัย	45
	วิธีวิจัย	45
	การวิเคราะห์วาทกรรม	45
	กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก	47
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	47
	การเก็บรวบรวมข้อมูล	47
	การวิเคราะห์ข้อมูล	47
4	วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า	48
	วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า	48
	การได้มาซึ่งความรู้เรื่องความสวยความงาม	48
	การตีความเพื่อความเข้าใจต่อความรู้เรื่องความสวยความงาม	50
	การเลือกรับความรู้เรื่องความสวยความงามที่เหมาะกับตนเอง	53
	กระบวนการต่อสู้กับตนเองในการปฏิบัติการสร้างความงาม	56
	ความไม่พึงพอใจต่อการเปลี่ยนแปลงร่างกายของตนเอง	56
	ความพึงพอใจต่อสภาวะจิตใจของตนเอง	59
	ความไม่พึงพอใจที่ต้องแยกออกจากสังคมของตนเอง	61
	กระบวนการปรับตัวเพื่อสร้างความสวยที่เหมาะสมกับตนเอง	63
	บทเรียนจากการลองผิดลองถูก	63
	การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม	65
	การเลือกวิธีการที่นำมาสู่ความสำเร็จ	67
	การจัดความสัมพันธ์ใหม่	70
	บทสรุป	75
5	สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	77
	สรุป	77
	อภิปรายผล	79
	ข้อเสนอแนะ	80
บรรณานุกรม		81

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

หน้า

ภาคผนวก 84
ภาคผนวก ก ระยะเวลาในการดำเนินการทำวิจัย 85
ภาคผนวก ข แนวคำถามในการสัมภาษณ์พนักงานหญิงแอร์ไชน่า 87

ประวัติผู้วิจัย 91

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

“ไก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง” มีความหมายเป็นคำพูดเชิงชม ผู้ที่รู้จักแต่งตัวสวยงามสมตัว (ศิวพร ไพลิน 2551 : 25) โดยคนโบราณนำลักษณะของไก่มาเปรียบเทียบ เพราะไก่เป็นสัตว์ปีก ที่มีขนปกคลุมร่างกายทำให้มองดูสวยงาม เมื่อไก่ถูกจับถอนขนจนหมดเกลี้ยง ก็จะดูไม่สวยเลย เหมือนกับคนที่รู้จักแต่งตัวก็จะดูสวยงามได้เช่นเดียวกับไก่งามเพราะขน ผู้หญิงหลายคนมีความคิดว่า ถ้าตนเองมีความงามแล้วจะทำให้ดูดี เป็นที่ชื่นชอบต่อผู้ที่พบเห็น ผู้หญิงกับความงามนั้นเป็นของคู่กัน ทำให้มีธุรกิจเกี่ยวกับความงามของผู้หญิงเกิดขึ้นมากมาย เริ่มตั้งแต่ ร้านเสริมสวย ซึ่งปัจจุบันมีการใช้อุปกรณ์ต่างๆที่ใช้เทคโนโลยีพัฒนาขึ้นมาเพื่อเสริมความงามให้กับเส้นผม ไม่ว่าจะเป็นการดัดผมแบบดิจิตอล การการยืดผมถาวรให้ผมเป็นเส้นตรงแบบธรรมชาติ การเคลือบเงาเส้นผม การใช้เซรั่มเพื่อบำรุงผม เป็นต้น เครื่องสำอางยี่ห้อต่างๆ ทั้งยี่ห้อที่นำเข้าจากต่างประเทศและยี่ห้อที่เป็นของประเทศไทย ที่มีการออกผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ทุกฤดูกาล การออกเฉดสีที่เปลี่ยนไปตามฤดูกาลหรือตัวเนื้อผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาขึ้น เช่น ที่ปัดขนตา (Mascara) ที่ปัดแล้วขนตางอนงามสวยและยาวขึ้น สามารถกันน้ำได้ ที่ทาตา (Eye Shadow) ที่มีทั้งแบบเนื้อฝุ่นเนื้อครีมหรือที่เป็นดินสอเขียน แป้งรองพื้นเนื้อแป้งที่บางเบาสามารถปกปิดรอยด่างดำ ริ้วรอย เพื่อให้หน้าเนียนใสและเพิ่มความสามารถในการปกป้องผิวจากรังสียูวี ลิปสติก (Lipstick) ที่ไม่เพียงแต่เติมสีสันบนริมฝีปากอย่างเดียว แต่ให้ความชุ่มชื้นกับริมฝีปากได้ด้วย หรือจะเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้า (Skincare) ที่สามารถบำรุงผิว ปกป้องผิวจากสิวและริ้วรอย ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวกายที่ไม่เพียงแต่บำรุงผิวปกป้องผิวเท่านั้น มีการใส่กลิ่นต่างๆเพื่อเพิ่มความหอม สามารถใช้ทาแทนน้ำหอมได้ ผลิตภัณฑ์บำรุงมือ (Hand Cream) บำรุงเล็บ บำรุงเท้า ก็มีคุณสมบัติให้เลือกตามวัตถุประสงค์ตามความต้องการของผู้หญิงได้ด้วย เช่น ผลิตภัณฑ์บำรุงมือมีทั้งทาเพื่อให้มือนุ่ม ให้ความชุ่มชื้นกับมือที่แห้ง ผลิตภัณฑ์บำรุงเล็บเพื่อให้เล็บแข็งแรง เงางาม การแต่งเติมสีสันให้กับเล็บมือด้วยการทาสีหรือวาดลวดลายต่าง ๆ ลงบนเล็บ การต่อเล็บให้สวยงาม สิ่งต่างๆเหล่านี้ เป็นสิ่งที่เสริมเพิ่มความงามให้กับผู้หญิง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ศัลยกรรมตกแต่งความงาม เป็นอีกทางเลือกหนึ่งสำหรับผู้หญิงที่รักความสวยงาม หรือต้องการเพิ่มความงาม หรือแม้กระทั่งต้องการสวยงามแบบใดก็สามารถทำได้ เริ่มตั้งแต่การทำศัลยกรรมบนใบหน้า การทำตาสองชั้น การเก็บหางตา การตัดชั้นหนังตา การเสริมจมูกแบบธรรมชาติ ที่ต่างจากแต่ก่อนที่ต้องการให้สันโด่ง เป็นเหมือนชาวตะวันตก การตัดกรามให้ใบหน้าเรียวเล็กเป็นหน้ารูปไข่ การศัลยกรรมบนร่างกาย การเสริมหน้าอก การตัดแต่งต้นขาให้เรียวสวยงาม ความคิดที่ผู้หญิงไทยปัจจุบันต้องมีร่างกายที่ผอมถึงจะสวยงาม มาจากสื่อต่างๆ ดารา นางแบบ ที่ต่างก็มีร่างกายที่ผอมสูง มีผิวพรรณที่เนียนสวย ใบหน้าสวยสดใส ผู้หญิงทั่ว ๆ ไปที่เห็นภาพต่าง ๆ ตามสื่อต่าง ๆ ก็จะคล้อยตามอยากงามเหมือนดั่งดารานางแบบที่เห็น การบริโภคนิยมเป็นพฤติกรรมของบุคคลที่มีการลอกเลียน แบบตามแฟชั่นนิยมจากดารา นักร้องที่ตนเองชื่นชอบ

ในโลกสังคมแห่งทุนนิยม ปัจจุบันธุรกิจความงามสามารถเติบโตได้ตลอดเวลา ไม่ว่าเศรษฐกิจจะตกต่ำเพียงใด วัฒนธรรมการบริโภคของผู้หญิงในสังคมไทยยุคปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ยุคโลกาภิวัฒน์ มีผลต่อวัฒนธรรมการบริโภคให้เปลี่ยนแปลงจากสมัยก่อน สินค้าอุปโภคบริโภคต่าง ๆ ก็เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย อาหารการกิน ปัจจุบันผู้หญิงส่วนใหญ่หันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเสริมความงามมากขึ้น เห็นได้จากการโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ที่ออกผลิตภัณฑ์อาหารเสริม วิตามินเสริมความงาม เช่น ตราสินค้าสก๊อต ที่ออกเครื่องดื่มคอลลาเจนสำหรับสำหรับผิวรายแรกในตลาด ภายใต้ชื่อ “สก๊อต คอลลาเจน-อี” นวัตกรรมใหม่ล่าสุดของการดูแลผิวพรรณจากภายใน ชี้จุดแข็งดื่มง่าย รสชาติดี และสรรพคุณพิเศษของคอลลาเจนต่อการบำรุงผิว เกาะกระแสการดูแลรักษาสุขภาพและความงาม เป็นการสร้างกระแสในการบริโภคให้กับผู้หญิง ผิวขาวก็เป็นอีกกระแสของผู้หญิงต่อการบริโภคเพื่อความงาม อาหารเสริม วิตามินที่ทานแล้วผิวขาวหรือโลชั่นทาผิวที่ใช้แล้วผิวขาว การเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว การไหลทะลักของเงินทุนจากต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมาก ได้นำเอาวัฒนธรรมทุนนิยมที่เน้นการบริโภคเข้ามาด้วย วัฒนธรรมบริโภคนิยมได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตชนชั้นกลางในสังคมไทยแล้วค่อยๆแพร่เข้าไปสู่ชาวบ้านในชนบท โดยผ่านทางสื่อต่างๆ และแรงงานที่เข้ามาทำงานในเมืองใหญ่ ผลของวัฒนธรรมนี้ทำให้พฤติกรรมการใช้ชีวิตของผู้คนในสังคมไทยเริ่มเปลี่ยนแปลงไปการบริโภคในสิ่งที่ไม่จำเป็นต่าง ๆ เช่น การซื้อบ้านหลังใหญ่ รถยนต์ราคาแพง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ การแสวงหาความสุขจากการบริโภคสินค้าวัตถุ ที่หาซื้อมาได้ด้วยเงินตรากลายเป็นวัฒนธรรมการบริโภคหลักของสังคมโดยที่คุณค่าทางด้านจิตใจได้เริ่มลดความสำคัญลง ในยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน การสื่อสารข้อมูลต่างๆ มีความสะดวกรวดเร็วมาก การถ่ายเทวัฒนธรรมและค่านิยมต่าง ๆ จึงเกิดขึ้นได้ง่าย สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้าง

มาตรฐานความงามของผู้หญิงให้มีลักษณะเป็นสากล การบริโภคในปัจจุบันจึงมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในสังคมโลก (สิระยา สัมมาวาจ 2550)

ประเด็นเรื่องความสวยความงามของผู้หญิงเป็นประเด็นที่อยู่ในในความสนใจของนักสตรีนิยมมาโดยตลอด เริ่มต้นตั้งแต่นักศตรีนิยมรุ่นแรก ๆ มองความสวยและการปรุงแต่งร่างกายของผู้หญิงให้สวยงามในด้านลบ กล่าวคือเห็นว่าการที่ผู้หญิงไม่มีโอกาสเท่าเทียมกับผู้ชายในด้านการศึกษา สิทธิทางการเมือง และเศรษฐกิจ ทำให้ผู้หญิงต้องพึ่งพาผู้ชาย หรือสามีอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ เพราะฉะนั้นผู้หญิงจึงหมกมุ่นกับความสวยความงามเพื่อความพึงพอใจของผู้ชาย ดังนั้น ความสวยจึงเปรียบเสมือนเป็นกับดักหรือพันธนาการหนึ่งที่ผูกมัดผู้หญิงให้ตกอยู่ภายใต้สังคมชายเป็นใหญ่หรือปิตาธิปไตย (Patriarchy) ผู้หญิงตกอยู่ภายใต้การครอบงำเป็นเหยื่อของผู้ชายผู้ซึ่งเป็นผู้กำหนดนิยามความสวยงามของผู้หญิงอย่างไม่อาจปฏิเสธได้ อย่างไรก็ตาม ความคิดและทฤษฎีในทางสังคมศาสตร์ สตรีนิยมเปลี่ยนแปลงไปจากการมองโลกในแนวโครงสร้างและหน้าที่ (Structural Functional) มาสู่การมอง “ความหมาย” ของพฤติกรรมต่าง ๆ ทางสังคมของผู้คนมากขึ้น สมาชิกหรือผู้คนรวมทั้งผู้หญิงถูกมองว่าพวกเขาและเธอไม่จำเป็นจะต้องตกเป็น “เหยื่อ” หรือ “ผู้ถูกกระทำ” เสมอไป แต่ในหลายเรื่องหลายเวลาหลายสถานที่คนเหล่านี้สามารถเป็น “ผู้กระทำ” ได้ แม้กระทั่งในเรื่องของการบริโภคและความสวยความงามก็เป็นสนามหรือพื้นที่ที่พวกเขาและเธอสามารถสร้างตัวตนและความหมายให้กับตนเองได้ (อุ่นใจ เจียมบูรณะกูล 2547 : 4)

การสร้างวาทกรรมกับความงาม ในสังคมของผู้หญิงไทยในยุคปัจจุบัน ประเด็นส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับ ผิวขาว ใบหน้าเรียวเล็ก ร่างกายผอมบางแต่ต้องมีหน้าอก เป็นต้น วาทกรรมที่ว่าด้วยความงามที่มีการผลิตออกมามากมายเกือบตลอดเวลานั้น วาทกรรมเหล่านี้ถูกสร้างมาจากภายใต้อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่บ้าง จากแนวโครงสร้างและหน้าที่บ้าง และจากระบบสังคมบริโภคนิยมที่มีนายทุน ยกประเด็นเรื่องความสวยความงามของผู้หญิงมาสร้างวาทกรรมความงามผ่านทางสื่อต่าง ๆ ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์เสริมสร้างความสวยความงามให้กับผู้บริโภคที่เป็นผู้หญิงให้คล้อยตามกับมายาคติ (Myth) ที่ถูกกำหนดจากกลุ่มนายทุนในระบบสังคมบริโภคนิยม ซึ่งผู้หญิงจะเลือกปฏิบัติตามวาทกรรมไหนนั้น เป็นประเด็นที่น่าสนใจ

พนักงานสายการบินเป็นอาชีพบริการหนึ่งที่มีความสวยความงามเข้ามาเกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพโดยการให้บริการ ให้ความช่วยเหลือแก่ผู้โดยสาร ความงามด้านการแต่งกายงามกิริยามารยาท การพูดจาสนทนาที่มีน้ำเสียงไพเราะน่าฟัง ซึ่งเป็นส่วนสำคัญต่ออาชีพพนักงานสายการบิน โดยสายการบินแอร์ไชน่า (Air China Limited) เป็นสายการบินประจำชาติของสาธารณรัฐประชาชนจีน สำนักงานประเทศไทย มีพนักงานหญิงจำนวน13คน ที่มีภูมิลำเนาที่แตกต่างกัน สถานศึกษาที่แตกต่างกัน แต่ได้มาประกอบอาชีพพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า

สำนักงานประเทศไทยร่วมกัน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาพนักงานหญิงของสายการบินแอร์ไชน่า ที่มีการดูแลรักษาเกี่ยวกับความสวยความงามของตนเองอย่างไร เพื่อที่จะกล่าวถึง วาทกรรมความงาม และความเป็นตัวตนของตนเองได้

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาถึง วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า ว่ามีวัฒนธรรมในการบริโภคผ่านวาทกรรมความงามในสังคมบริโภคนิยมอย่างไร และเลือกปฏิบัติตามอย่างไร เพื่อให้มีความงามและแสดงความเป็นตัวตนของพวกเธอ

ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาเรื่องวาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า ผ่านวัฒนธรรมการบริโภคในสังคมบริโภคนิยม

2. เพื่อศึกษาถึงวัฒนธรรมการบริโภคผ่านวาทกรรมความงามในสังคมบริโภคนิยมของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า สำนักงานประเทศไทย

ขอบเขตและวิธีการศึกษา

1. ขอบเขตเชิงเนื้อหา

เพื่อทราบถึงวาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าผ่านวัฒนธรรมการบริโภคโดยการสัมภาษณ์พูดคุยแบบเจาะลึกกับพนักงานหญิงภาคพื้นดินของสายการบินแอร์ไชน่า อันจะนำมาซึ่งข้อมูลที่จะมาวิเคราะห์และสร้างองค์ความรู้เรื่องวาทกรรมความงาม ความเป็นตัวตนและวัฒนธรรมการบริโภคของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า

2. ขอบเขตด้านประชากร

พนักงานหญิงภาคพื้นดินของสายการบินแอร์ไชน่า จำนวน 16 คน

3. ขอบเขตเชิงเวลา

ดำเนินการศึกษาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2552 – ธันวาคม 2553 รวมระยะเวลา 1 ปี 2 เดือน

ขั้นตอนการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. การสรุปผลการศึกษา
4. การเสนอแนะ

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

คำจำกัดความที่ใช้ในการศึกษา

วาทกรรม (Discourse) คือ รูปแบบของความคิด หรือกรอบความคิดเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่มีลักษณะเป็นสถาบันและมีการสืบทอด ซึ่งแสดงออกผ่านทางการพูดและเขียนอย่างจริงจัง ประโยคหรือนิยามที่ใช้บ่อยๆ เพื่อที่จะคงไว้ซึ่งลักษณะของวาทกรรมและการปรับเปลี่ยนลักษณะของวาทกรรมนั้นๆ วาทกรรมแต่ละเรื่องมีระบบความคิดและเหตุผลของตน ในการอธิบายหรือมอง " ความจริง" ซึ่งวาทกรรมเรื่องเดียวกันแต่ต่างระบบความคิดและเหตุผลก็จะมีความแตกต่างกันออกไปในการให้อรรถาอธิบายต่อเรื่องนั้นๆ ดังนั้นในเรื่องเดียวกันจึงมีวาทกรรมหลายชุดที่เกี่ยวข้องและวาทกรรมแต่ละชุดก็มีความขัดแย้งหรือปฏิเสธ "ความจริง" ของวาทกรรมอีกชุดหนึ่งได้

ความเป็นตัวตน หรือที่เรียกว่า อัตลักษณ์ ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Identity หมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้ เช่น นักร้องกลุ่มนี้มีอัตลักษณ์ทางด้านเสียงที่เด่นมากใครได้ยินก็จำได้ทันที , สังคมแต่ละสังคมมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง และ โลกาภิวัตน์ทำให้อัตลักษณ์ของสังคมไทยเปลี่ยนไป เป็นต้น

มายาคติ (Myth) หมายถึง การบ่มเพาะและสร้างความคุ้นเคย จนทำให้เกิดความหมายกับคุณค่าหนึ่ง ซึ่งมักมีความหมายในเชิงคุณค่ามากกว่าประโยชน์ใช้สอย จนทำให้เราลืมนึกไปว่าความหมายนี้เป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมาไม่ใช่สิ่งที่เป็นธรรมชาติ

ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

1. เพื่อทราบถึงวาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่าผ่านวัฒนธรรมการบริโภคในสังคมบริโภคนิยม

2. เพื่อทราบถึงวัฒนธรรมการบริโภคผ่านวาทกรรมความงามในสังคมบริโภคนิยมของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า สำนักงานประเทศไทย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า สำนักงานประเทศไทยนี้ ผู้ศึกษาได้รวบรวมบทความผลงานวิจัยต่างๆ สามารถสรุปและรวบรวมแนวคิด ที่ใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องวาทกรรม
2. แนวคิดสัญวิทยาและการสร้างความหมาย
3. วาทกรรมความงามและองค์ประกอบความงาม
4. แนวคิดการเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภค
5. แนวคิดความเป็นตัวตน
6. แนวคิดผู้หญิงและความงาม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเรื่องวาทกรรม

1.1 วาทกรรมกับภาษา

ในเชิงโครงสร้างแล้ว ภาษาเป็นระบบที่ประกอบด้วยหน่วยต่างๆ ที่มีลำดับชั้นตั้งแต่หน่วยเล็กที่สุดไปถึงหน่วยที่ใหญ่ที่สุดตามลำดับคือ หน่วยเสียง หน่วยคำ อนุพากย์ ประโยค ในแง่ของการพูด หากเป็นในแง่การเขียนก็จัดว่าหน่วยคำเป็นหน่วยที่เล็กที่สุด นักภาษาศาสตร์ในมุมมองเช่นนี้ จึงมักจัดวาทกรรมเป็นหน่วยทางภาษาที่ใหญ่กว่าประโยค หรืออยู่ในระดับชั้นที่เหนือกว่าประโยค ตามที่ Zellig Harris นักภาษาศาสตร์คนแรกที่เสนอความคิดนี้ คำพูดหรือข้อเขียนที่คนเราใช้กันอยู่จริงนั้นมีความหมายและปรากฏสัมพันธ์กันไปมากกว่าเพียงประโยคประโยคเดียว จึงทำให้เกิดมีการเรียกว่า “ข้อความต่อเนื่อง” การศึกษาหน่วยทางภาษานี้หากศึกษาจากข้อมูลที่เป็นคำพูด ผู้ที่ศึกษาวิเคราะห์ในแนวนี้ก็มักใช้คำว่า “วจนะ” ส่วนผู้ที่สนใจศึกษาในแง่ความสัมพันธ์ของคำพูดและข้อเขียน รวมทั้งความเป็นเอกภาพภายในหน่วยทางภาษาที่สูงกว่าประโยคก็มักใช้คำว่า “สัมพันธสาร” หรือ “ปริจเฉท” การมองที่ตัวข้อมูลภาษาเช่นนี้จึงทำให้โดยทั่วไป วาทกรรมมีความหมายเท่ากับตัวบท (Text) ที่ประกอบไปด้วยรูปภาษาที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกันภายในตัว

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

บทเดียวกัน เป็นการวิเคราะห์รูปแบบ เนื้อหา ความสัมพันธ์ และโครงสร้างของรูปภาษาที่เป็นองค์ประกอบในตัวบท การวิเคราะห์วาทกรรมในมุมมองเช่นนี้จึงเป็นเรื่องเดียวกับที่เรียกว่า การวิเคราะห์ตัวบท (Text Analysis) ซึ่งก็มิอาจปฏิเสธได้ว่าการศึกษาวิเคราะห์ในแนวนี้ทำให้การตอบคำถามเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ทางภาษาชัดเจนและกระจ่างขึ้นในหลายประเด็น เช่น การเชื่อมโยงทั้งรูปภาษาและความหมาย รวมไปถึงการจัดประเภทถ้อยคำและข้อเขียนเป็นนิทานหรือเรื่องเล่า การแสดงทรรศนะ การโน้มน้าว เป็นต้น

มุมมองเชิงหน้าที่ทางการสื่อสารของภาษา ได้ทำให้การศึกษาวาทกรรมขยายของเขตไปสู่การใช้ภาษาในสถานการณ์ที่เป็นจริง มุ่งตอบคำถามว่ามนุษย์ใช้ภาษาอย่างไร ที่จะสื่อความหมายและให้ข้อมูลเกี่ยวกับโลก ตัวมนุษย์เอง และความสัมพันธ์ทางสังคมที่แวดล้อม โดยถือว่าภาษาเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ปรากฏการณ์ทางภาษาที่เกิดขึ้นก็เป็นปรากฏการณ์ทางสังคม วาทกรรมจึงกลายเป็นการใช้ภาษาในฐานะที่เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นท่ามกลางปรากฏการณ์ทางสังคมเหล่านั้น การศึกษาวาทกรรม ได้เกิดเป็นการผสานกันไประหว่างการศึกษาในเชิงโครงสร้างกับเชิงหน้าที่ทางการสื่อสาร เพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะทางภาษาที่สื่อสารในสถานการณ์ทางสังคมต่างๆ การศึกษาในแง่นี้ทำให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นบทสนทนา ที่เรียกว่า การวิเคราะห์บทสนทนา (Conversation Analysis) เพิ่มมากขึ้นและทำให้การศึกษาวิเคราะห์วาทกรรมกว้างขวางและแพร่หลายออกไปอย่างไม่จำกัด ควบคู่ไปกับกิจกรรมการสื่อสารของมนุษย์ ซึ่งหมายรวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่อยู่แวดล้อมมนุษย์ด้วย (กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมณ์และจันทิมา เอียมานนท์ 2549 : 6-7)

ระบบภาษาที่ถูกกลั่นกรองและปรับแต่งจากการใช้ไวยากรณ์ต่างๆ ทั้งวัจนภาษาและอวัจนภาษา จัดว่าเป็นสัญลักษณ์ประเภทหนึ่ง ความหมายของภาษาจึงจัดเป็นความหมายเชิงสัญลักษณ์ (Barker 2000 : 94) ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่ใช้ในการถ่ายทอดวิธีคิดของมนุษย์สามารถกำหนดให้ความสำคัญ และสร้างความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ได้ ในการศึกษาของ“ภาษาศาสตร์” (Linguistics) คำว่า “วาทกรรม” มีความหมายในมิติของการใช้ภาษาตามไวยากรณ์ เช่น การพูด การเขียน และรูปแบบของการร้อยเรียงภาษาในแง่ของประโยคหรือย่อหน้า (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 15)

อย่างไรก็ตาม Michel Foucault นักวิชาการที่พูดถึงแนวคิดเรื่องวาทกรรม มองว่าระบบภาษาที่สร้างความหมายต่างๆ ไม่ได้เกิดขึ้นจากโครงสร้างทางไวยากรณ์เพียงเท่านั้นแต่เกิดขึ้นและถูกกำหนดหน้าที่จากโครงสร้างทางสังคมซึ่งมีลักษณะของความสัมพันธ์เชิงอำนาจ วาทกรรมกับภาษา คือ การที่ระบบภาษาของมนุษย์ถูกใช้เพื่อนิยามหรือประกอบสร้างชุดความคิดบางอย่างให้เป็นเสมือนความจริงอันถูกต้องเพื่อสร้างและรักษาความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างคนในสังคม

ฟูโกต์สนใจว่า วิธีการที่ภาษาถูกใช้พูดถึงเรื่องหนึ่ง ๆ ในช่วงเวลาทางประวัติศาสตร์ช่วงหนึ่งเป็นอย่างไร ผ่านกระบวนการที่เรียกว่า ความรู้ (Knowledge) ได้อย่างไร (กาญจนา เทพแก้ว 2548 : 354)

ภาษาหรือวาทกรรม ได้มีอิทธิพลต่อการรับรู้และเข้าใจเรื่องราวของคนในสังคม โดยที่อาจจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และขณะที่ภาษาถูกใช้เพื่อนิยามเรื่องต่าง ๆ นั้น ก็เป็นทั้งการควบคุมและกีดกันการให้นิยามของผู้อื่น (Definition , Exclusion and Inclusion) ไปด้วย ภาษาหรือวาทกรรมในแง่นี้จึงเป็นลักษณะของการเป็นเครื่องมือที่จะสถาปนา/ดำรงรักษาไว้ซึ่ง “อำนาจ” ของบุคคลหรือสถาบันหนึ่ง ๆ ได้ เพราะวาทกรรมในแง่นี้ไม่ได้หยุดอยู่ที่การระบุความหมาย แต่จะมีกระบวนการและปฏิบัติการทางสังคมที่มารองรับชุดความหมายนั้นๆ เพื่อสร้างการยอมรับจากสังคมได้อย่างแนบเนียน (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 16)

กล่าวได้ว่า วาทกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้เราเป็นเรา(อัตลักษณ์) และทำให้เรามีความคิดอย่างที่เราคิด เพราะการที่เราจะทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆได้นั้น ล้วนมาจากการใช้ภาษาและไวยากรณ์ที่ถูกกำหนดจากกฎเกณฑ์ของวาทกรรมเหล่านั้นทั้งสิ้น เช่นการที่ผู้หญิงถูกติงเมื่อพูดสองแง่สองง่ามว่า “..เป็นผู้หญิงยิงเรือแท้ๆ พูดเช่นนี้ได้อย่างไร...” แต่ขณะที่หากเป็นผู้ชายพูดผู้ฟังก็จะรู้สึกว่าเป็นเรื่องปกติวาทกรรมจึงไม่ใช่การใช้ภาษาพูดถึงอะไรเท่านั้นแต่สำคัญอยู่ที่กฎเกณฑ์ที่เป็นกรอบล้อมรอบว่าอะไรที่พูดแล้วถูก หรืออะไรที่แค่คิดก็ผิดแล้ว (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 16)

วาทกรรมจึงหมายถึง “ระบบและกระบวนการในการสร้าง/ผลิตเอกลักษณ์ (Identity) และความหมาย (Significance) ให้กับสรรพสิ่งต่างๆในสังคมห่อหุ้มเราอยู่ ไม่ว่าจะเป็นความรู้ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเราเอง วาทกรรมยังทำหน้าที่ตรึงสิ่งที่สร้างขึ้นให้ดำรงอยู่และเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้าง ขณะเดียวกันวาทกรรมก็ทำหน้าที่เก็บกด ปิดกั้นมิให้เอกลักษณ์และความหมายบางอย่างเกิดขึ้น หรือทำให้เอกลักษณ์และความหมายของบางอย่างที่ดำรงอยู่แล้วในสังคมเลือนหายไปได้พร้อมๆกันด้วย (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร 2543 : 4) และการวิเคราะห์วาทกรรมจะช่วยให้เราเข้าใจในปฏิบัติการทางภาษาในฐานะของการเป็นรูปแบบของการนำเสนอหรือสร้างภาพตัวแทน (Form of Representation) ที่ได้ประกอบสร้าง (Construct) ปฏิบัติการทางสังคม การจัดประเภททางสังคม และความสัมพันธ์ต่างๆ และปฏิบัติการทางภาษาเหล่านั้นก็อยู่บนพื้นฐานของการตอบสนองผลประโยชน์ที่จะได้จากการสร้างวิธีคิดเรื่องความเป็นจริงทางสังคมหนึ่งๆ (Deacon et al. 1999 : 146)

เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่องอุดมการณ์ วาทกรรมเป็นเรื่องที่ค่อนข้างนามธรรมและเป็นที่ถกเถียงกันมากในการนำมาใช้วิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคม (Problematic) ส่วนหนึ่งมาจากการมองวาทกรรมโดยที่บ้างก็แยกวาทกรรมออกจากแนวคิดเรื่องอุดมการณ์ (Ideology) แต่บ้างก็เชื่อว่าวาทกรรมกับอุดมการณ์เป็นแนวคิดที่เชื่อมโยงกันอย่างแยกไม่ออก (Devereux 2003 : 106) เช่น

นอร์แมน แฟร์คลาฟ (Norman Fairclough) ซึ่งกล่าวว่า กระบวนการทางอุดมการณ์เป็นวาทกรรมประเภทหนึ่ง (Type) โดยที่การวิเคราะห์วาทกรรมจะช่วยให้เราเข้าใจถึงที่มาของตัวบทซึ่งทำหน้าที่ในระดับอุดมการณ์ เช่น วาทกรรมทำให้อุดมการณ์หลักในสังคมดำรงอยู่อย่างเป็นธรรมชาติ (Naturalizing) ผ่านปฏิบัติการทางภาษาในชีวิตประจำวันได้อย่างไร (Devereux 2003 : 107-108)

Chris Barker ซึ่งกล่าวว่าอุดมการณ์เป็นวาทกรรมซึ่งให้ความหมายแก่วัตถุและปฏิบัติการณ์ทางสังคมต่างๆ ในแง่ของการสร้างชุดความคิดที่นำไปสู่การยอมรับ (Accept) และการกีดกัน (Exclude) ของบางสิ่งบางอย่าง ขณะที่ อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (อภิญญา เฟื่องฟูสกุล 2543 : 48) ตั้งข้อสังเกตไว้ว่า แท้จริงแล้ววาทกรรมคล้ายกับ “อุดมการณ์” ในแง่ของการผูกโยงกับอำนาจ ฟูโกต์เชื่อว่า วาทกรรมเป็นสิ่งที่ไม่มีถูกหรือผิด (Discourse are Neither True nor False) การที่ฟูโกต์ไม่ใช้คำว่า “ อุดมการณ์ ” จึงอาจเพราะคำนี้แฝง นัยยะแบบมาร์กซิสต์บางสายที่เห็นว่า อุดมการณ์เป็นเรื่องจิตสำนึกที่ผิดพลาด และแก้ไขได้ด้วยความรู้ที่เป็นวิทยาศาสตร์ (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 18)

วาทกรรมกับภาษาสอดคล้องกันโดย วาทกรรมนั้นเป็นส่วนหนึ่งของภาษา ที่ใช้บอกกระบวนการหรือให้คำนิยามเกี่ยวกับเรื่องต่างๆที่กำหนด ควบคุม กดทับสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ผ่านการใช้ภาษาและไวยากรณ์ที่ถูกกำหนดจากกฎเกณฑ์ของวาทกรรม

1.2 วาทกรรมกับสังคม

แนวความคิดที่มองภาษาในสภาพเป็นพลวัตที่อยู่ท่ามกลางวิถีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมได้เปิดทางให้ผู้ใช้ภาษาและปริบททางสังคมวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในการพิจารณากิจกรรมการสื่อสาร อันเป็นการโต้กับกระแสการมองภาษาที่เป็นสภาวะคงตัวอยู่ในระบบ และอยู่ในคลังข้อมูลแห่งการศึกษาสภาพและลักษณะที่เป็นโครงสร้างภายในระบบ มุมมองกระแสหลักทางภาษาที่ได้รับอิทธิพลจากโซซูร์(Saussure) และชอมสกี้ (Chomsky) ได้ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าทำให้เกิดการแยกพิจารณาภาษาออกจากสังคมและจากผู้ใช้ภาษา ทำให้ภาษาดูเหมือนอยู่ในโลกแห่งการสมมติ แม้กระทั่งผู้ใช้ภาษาก็ยังถูกทำให้เป็นอุดมคติ ห่างไกลไปจากโลกแห่งความจริง กระแสหนึ่งของความคิดเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ ที่30 นักคิดชาวรัสเซีย มิคาอิล บาคติน (Michail Bakhtin) ได้โต้แย้งแนวคิดทวิลักษณ์ (Dualism) ทางภาษาและความสัมพันธ์แบบทิศทางเดียว (Unidirection) ของซูโซร์ เขาเชื่อว่าภาษามีความเป็นพหุลักษณ์ที่อยู่ในกระแสการปฏิสัมพันธ์ของบุคคลในสังคมที่เคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาเหมือนมีการสนทนาตอบโต้กันอยู่ภายใน (Dialogism) ถ้อยคำ ความคิดและความหมายสามารถปรับเปลี่ยนไปได้เมื่อไปอยู่ในปฏิสัมพันธ์ต่างๆ ภาษาที่คนเราใช้ในสังคมจึงไม่ใช่ภาษาของเราคนเดียว แต่ได้รวมเอาภาษาของคนอื่น ๆ ที่มีอยู่ก่อนหน้านี้มาด้วยแล้ว เราจึงอยู่ในโลกแห่งภาษาของคนต่างๆ และอยู่ในโลกของภาษาทางสังคม (Social

languages) วาทกรรมในแนวคิดนี้จึงหมายรวมทั้งถ้อยคำความคิด ผู้ใช้ภาษาและปฏิสัมพันธ์ในสังคมเข้าไว้ด้วยกัน ผู้ใช้ภาษา วาทกรรมและสังคมจึงไม่สามารถแยกออกจากกันได้

แนวคิดเช่นนี้สอดคล้องกับกระบวนทัศน์หลังโครงสร้างนิยม (Poststruturalism) ที่มีความเชื่อว่าความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่ปรากฏในสังคมมิใช่เป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับระบบหรือโครงสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น แต่เป็นสิ่งที่สามารถจะรื้อและสร้างใหม่ได้ โดยอาศัยการตีความที่หลากหลาย นักคิดคนสำคัญอีกคนหนึ่งที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อแนวคิดเรื่องวาทกรรมในปัจจุบันก็คือ มิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault) ที่มองว่า วาทกรรมเป็นกระบวนการในการสร้างตัวตนและความหมายให้กับสรรพสิ่งต่างๆ ในสังคมโดยมีลักษณะเป็นชุดของความคิดที่แฝงเร้นด้วยอำนาจและอุดมการณ์ของสังคมผ่านช่วงเวลาหนึ่งๆ นักภาษาศาสตร์ที่ศึกษาวิเคราะห์วาทกรรมในช่วงทศวรรษนี้ มักจะผสมผสานมุมมองเชิงหน้าที่และมุมมองหลังโครงสร้างนี้ รวมทั้งผสานมิติทางภาษาเข้ากับทฤษฎีและแนวคิดทางสังคม ทำให้ วาทกรรมมิได้มีความหมายถึงตัวบทที่เป็นผลมาจากกิจกรรมทางภาษาของมนุษย์เท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงกระบวนการทางสังคมที่ก่อให้เกิดวาทกรรมและอิทธิพลของวาทกรรมที่มีสังคมด้วย

ในมุมมองนี้ทำให้วาทกรรมเป็นส่วนหนึ่งในวิถีชีวิตของมนุษย์ ที่ไม่สามารถจะแยกออกจากกันได้ และต่างก็มีผลกระทบซึ่งกันและกัน หรือที่เรียกว่า ความสัมพันธ์เชิงวิภาษวิธี (Dialectic Relationship) ในแง่นี้ก็คือ วาทกรรมเป็นการกระทำที่คนปฏิบัติต่อโลก ต่อคนอื่นซึ่งกันและกัน โดยวาทกรรมอยู่ในรูปตัวแทนทางความคิดที่ผ่านทางภาษาและสัญลักษณ์ นั่นคือวาทกรรมเกิดขึ้นเพราะการปฏิสัมพันธ์ของคนด้วย ซึ่งเท่ากับว่าวาทกรรมที่มีอยู่แวดล้อมก็ส่งผลต่อการกระทำของมนุษย์ด้วยเช่นกัน วาทกรรมจึงต้องเกี่ยวข้องกับระบบและโครงสร้างทางสังคมวัฒนธรรมซึ่งจะมีเรื่องของอำนาจและอุดมการณ์แอบแฝงอยู่ การศึกษาวาทกรรมจึงทำให้เป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้มองเห็นและเข้าใจสังคมและโลกมากยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ตัวบทจากระดับปริจเฉทควบคู่ไปกับการวิเคราะห์ตีความระดับวาทกรรม จะทำให้ความรู้และการใช้เครื่องมือทางภาษา สอดประสานร้อยรัดไปกับแนวคิดและวิธีการทางสังคม เป็นหนทางที่จะช่วยเสริมกันเป็นอย่างดีในการไขปัญหา และข้อข้องใจบางประการที่เกิดกับสังคม และเป็นความท้าทายอย่างยิ่งยวดสำหรับนักภาษาศาสตร์ (กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมภ์ และจันทิมา เอียมานนท์ 2549 : 7-9)

นอกจากวาทกรรมจะเป็นผลจากกิจกรรมทางภาษาของมนุษย์แล้ว วาทกรรมยังเกี่ยวข้องกับกระบวนการทางสังคม ระบบโครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมที่ก่อให้เกิดวาทกรรมและอิทธิพลของวาทกรรม

1.3 แนวคิดเรื่องวาทกรรม (Discourse) ของมิเชล ฟูโกต์

วาทกรรม : การใช้อำนาจในการสร้างความจริง (Truths) และความรู้ (Knowledge) เพื่อปิดกั้นความหมายอื่นๆ ที่แตกต่าง

มิเชล ฟูโกต์ เป็นนักวิชาการชาวฝรั่งเศส ที่มีอิทธิพลอย่างสูงต่อแนวคิดที่เรียกกันอย่างกว้าง ๆ ว่า “หลังสมัยใหม่” (Postmodernism) และต่อแนวคิดพื้นฐานสำคัญประการหนึ่งของสำนักวัฒนธรรมศึกษาที่เชื่อว่าเรื่องของวัฒนธรรม ก็คือเรื่องของ อำนาจ (Power) ฟูโกต์ประกาศว่าตัวเองไม่ใช่นักประวัติศาสตร์มาตลอดเวลา ดังที่เขากล่าวไว้ใน The History of Sexuality Vol. 2 ว่างานของเขาคือ “งานประวัติศาสตร์ ไม่ใช่งานของนักประวัติศาสตร์” (Studies of history by reason of the domain they deal with and the references they appeal to but they are not the work of an historian) แนวคิดที่สำคัญอย่างหนึ่งของฟูโกต์ คือ เรื่องของ “อำนาจ” และ “ความรู้” และสิ่งที่เรียกว่า “การก่อรูปของทางวาทกรรม” (Discursive Formation)

ฟูโกต์ เชื่อว่า นอกจากมนุษย์จะมีประสบการณ์ที่จำกัดจากเงื่อนไขต่างๆแล้ว ประสบการณ์อันจำกัดนี้ ยังถูกกระทำและควบคุมจากสิ่งที่เรียกว่า “วาทกรรม” ของความรู้สมัยใหม่ต่างๆ แนวทางในการศึกษาของฟูโกต์นั้นอยู่ที่การทำหน้าที่ของวาทกรรม เพื่อบอกว่าอะไรถูกอะไรผิด เป็นวาทกรรมว่าด้วยความจริง/ความเท็จ และผลของความจริง ซึ่งเกิดจากวาทกรรมเหล่านั้น เช่น วาทกรรมที่ถูกใช้เพื่ออธิบาย อาชญากรรมและการก่ออาชญากรรมอย่าง “วาทกรรมทางการแพทย์” ที่ได้นิยามอาชญากรรมในแง่ของการเจ็บป่วยที่ต้องการการบำบัดและฟื้นฟู ให้ผู้กระทำผิดกลับคืนสู่สภาพปกติ ขณะที่ “วาทกรรมทางศาสนาและศีลธรรม” ได้นิยามอาชญากรรมในแง่ของการทำความดี - ความชั่ว ซึ่งสมควรจะได้รับรางวัลหรือการลงโทษ และ “วาทกรรมทางกฎหมาย” ที่นิยามอาชญากรรมในฐานะที่เป็นอันตรายอย่างหนึ่งต่อคนอื่นๆ และเกี่ยวพันกับการปกปักรักษาความปลอดภัยและทรัพย์สินของผู้คน ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวทางวิธีปฏิบัติตามหลักนิติศาสตร์หรือรัฐศาสตร์ที่จะจัดการและควบคุมอาชญากรรมที่จะเกิดขึ้นต่อไป (O’ Shaughessy and Stadler 2002)

ฟูโกต์ อธิบายว่า อำนาจเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากชีวิตทางสังคม (Social Life) ของมนุษย์ได้ เพราะในขณะที่เราไม่ได้เป็นคนใช้อำนาจ เราก็ตกอยู่ในฐานะเป็นผู้ถูกใช้อำนาจไม่ทางใดก็ทางหนึ่งเสมอ ตามทัศนะของฟูโกต์ อำนาจไม่ได้จำกัดเฉพาะในรูปของการกดขี่ แต่เป็นสิ่งที่สามารถแฝงตัวอยู่ได้ทุกที่ แม้แต่ท่ามกลางความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ครอบครัว ร่างกาย เพศสภาพ เป็นต้น และนอกเหนือจากการกด/ปิดกั้น (Repress) แล้ว อำนาจยังมีบทบาทในการสร้าง (Create) อีกด้วย ซึ่งอำนาจจะยิ่งแนบเนียนในการสร้างความเห็นพ้อง (Consensus) โดย

ปราศจากการตั้งคำถามมากขึ้น เมื่อเป็นอำนาจของการสร้าง (Create) สิ่งที่เรียกว่า ความจริง (Truth) (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 :18-19)

ตัวอย่างของการสร้างความจริงดังกล่าว เช่น นับตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่16 เป็นต้นมา ที่ร่างกายของมนุษย์ตกอยู่ภายใต้วาทกรรม ว่าด้วยเพศสภาพจากการถูกครอบงำโดยความรู้ที่เป็นวิทยาศาสตร์ว่าอะไรคือธรรมชาติทางเพศ และความประพฤติทางเพศที่เหมาะสม สำหรับฟูโกต์แล้ว เรื่องเพศ คือ "สิ่งที่ไม่เคยมีมาก่อน กระทั่งเราพูดถึงมัน" ซึ่งหมายความว่ามนุษย์เป็นผู้ประกอบสร้าง (Construct) เรื่องเพศขึ้นมา และถ้ากลุ่มคนที่มีอำนาจต้องการพูดถึงเรื่องเพศ ให้ออกมาอย่างไร เรื่องเพศก็จะออกมาเป็นอย่างนั้น หากเป็นอย่างอื่นก็จะถือว่า "ผิด" (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 19)

ความจริงในสังคมจึงไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ต่อสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังภาพสะท้อนในกระจก เพราะอย่างน้อยที่สุด "ความจริง" นั้นจะมี "อำนาจ" ของผู้ที่ประกาศตนว่าเป็นผู้ค้นพบอยู่ด้วย และความจริงใดๆ หามีความถูกต้องในตัวมันเองไม่เพราะขึ้นอยู่กับว่า "ใครพูดที่ไหน และเมื่อไร" มากกว่า (กาญจนา แก้วเทพ 2544 : 124) เช่น ความจริงที่กระจุกตัวอยู่ในแวดวงของสถาบันต่างๆ อาทิ การเมือง วิทยาศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งจะส่งผ่านความจริงเหล่านั้นภายใต้เครื่องมือ (Apparatus) ที่มีอยู่ เช่น มหาวิทยาลัย สื่อสารมวลชน งานเขียน และกองทัพ และเมื่อนั้นวาทกรรมดังกล่าวก็จะอยู่ในรูปของการสร้างสิทธิความชอบธรรมที่จะทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Official Right) และความสามารถที่จะควบคุมให้อีกฝ่ายทำในสิ่งที่ตนต้องการได้ (ไม่ว่าจะโดยเต็มใจหรือไม่) อันเป็นนัยยะของอำนาจที่แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ไม่เท่าเทียมกัน (เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง 2547 : 10-11)

และสำหรับสิ่งที่สังคมเรียกกันว่า "ความรู้" (Knowledge) ฟูโกต์ก็เชื่อว่าเป็นเพียงรูปแบบของวาทกรรมที่คนเราใช้เพื่อควบคุมคนอื่นและตนเอง ความรู้เป็นปฏิบัติการที่ชี้นำในการตัดสินความถูก-ผิด ความจริง-ปลอม ควรทำ-ไม่ควรทำ และอะไรเป็นอะไร แต่ทั้งนี้คนส่วนใหญ่มักมองว่าอำนาจกับความรู้เป็นเรื่องที่แทบจะไม่เกี่ยวข้องกันเลย เนื่องจากได้รับการกล่อมเกลาทางความคิดมาว่า ความรู้เป็นเรื่องของข้อเท็จจริงที่ปลอดจากคุณค่า อคติและความลำเอียงใดๆ แต่ฟูโกต์กลับเห็นว่า ความรู้เป็นรูปแบบของอำนาจและการใช้อำนาจแฝงเร้นที่ได้รับการฟอกขาวจนดูสะอาด ซึ่งส่งผลต่อการกำหนดความสัมพันธ์ต่างๆ ในสังคมได้ เช่น การที่ผู้มีความรู้ด้านการแพทย์เท่านั้น จึงจะสามารถประกอบวิชาชีพแพทย์ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย เกณฑ์ดังกล่าวเป็นชุดวาทกรรมที่คนส่วนใหญ่ของสังคมยอมรับกันโดยปริยาย ไม่มีความรู้สึกต่อต้าน และไม่ตั้งคำถามว่าทำไมจึงต้องเป็นเช่นนั้น ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นการสร้างอำนาจแฝงเร้นที่มีประสิทธิภาพต่อเนื่องมาทุกยุค (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 20)

อีกตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนของอำนาจวาทกรรมที่มีต่อวิธีคิดของผู้คนในสังคม คือ อำนาจของ “วาทกรรมการพัฒนา” ซึ่งเป็นตัวกำหนดความหมายให้กับสิ่งที่เราเรียกว่า “การพัฒนา” และได้มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการกำหนดแนวทางในการพัฒนาของหลายประเทศ ดังที่ ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร (2543 : 21-22) กล่าวว่า “...สิ่งใดจะถือว่าเป็นการพัฒนาหรือด้อยพัฒนาก็ขึ้นอยู่กับกฎเกณฑ์หนึ่งที่วาทกรรมว่าด้วยการพัฒนาหรือประเทศโลกที่สามก็เป็นผลผลิตโดยตรงจากการสร้างขึ้นของวาทกรรมว่าด้วยการพัฒนายุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองด้วยทั้งสิ้น...”

กล่าวได้ว่าฟูโกต์ใช้การวิเคราะห์วาทกรรมเป็นเครื่องมือในการศึกษา “อำนาจ” โดยเฉพาะอำนาจที่ถูกใช้เพื่อสร้างความรู้ (Knowledge) ความจริง (Truth) ซึ่งในทัศนะของฟูโกต์ สถานะของสองสิ่งนี้ไม่ต่างจากวัตถุอื่นๆ ที่ถูกสร้างขึ้น การตระหนักว่าอำนาจมีหน้าที่ผลิตความจริง (Truth Production as a Function of Power) จึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะไม่เกินเลยไปนักที่จะสรุปว่า ความรู้และความจริงเป็นเรื่องเดียวกันกับอำนาจ

วาทกรรมเป็นเครื่องมือของการสร้างและรักษาอำนาจ ที่สามารถแฝงตัวอยู่ได้ในทุกๆอย่างรอบตัวของมนุษย์ทุกคน สำหรับฟูโกต์ วาทกรรมและภาคปฏิบัติการของวาทกรรมได้กลายเป็นจารีตปฏิบัติ กฎเกณฑ์ ความคิด ความเชื่อ คุณค่า ที่สถาบันต่างๆ ในสังคมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนั้นๆ ใช้เป็นตัวกำหนดเอกลักษณ์และความหมายให้เกิดขึ้นเพื่อนำไปสู่การสร้างความเห็นชอบไปในทิศทางเดียวกัน ทุกๆอย่างในชีวิตประจำวันของมนุษย์สามารถมองว่าเป็นวาทกรรมได้ทั้งสิ้น หากว่าสิ่งเหล่านั้นกำลังเป็นการสร้างความหมาย (Significance) หรือตีตราเสมือนป้าย (Label) ที่ชี้นำกรอบการรับรู้ของบุคคลในลักษณะของ “มาตราฐาน” และ “ความเป็นปกติ” (Form of Normalization) ให้ตัวมันเอง ขณะที่ได้สร้างความหมายให้สิ่งที่อยู่นอกเหนือและต่างออกไปจากชุดวาทกรรมนั้นๆ กลายเป็นสิ่งที่ ถูกกดทับ (Dominate) ด้อยกว่า (Interior) เป็นอื่น (Others) เป็นสิ่งที่ผิด (Wrong) กระทั่งถูกทำให้เลือนหายไปจากสังคมได้ โดยที่คนส่วนใหญ่มักไม่ได้ฉุกคิด (Taken - for - Grant) ตั้งข้อสงสัยในที่มาที่ไป แต่มักยอมรับอย่างสนิทใจและปฏิบัติตามอย่างสมัครใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเป็นวาทกรรมที่อยู่ในรูปของความรู้เฉพาะด้านหรือกฎเกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญต่างๆ วาทกรรมจึงเป็นกลไกในการกำหนดความสัมพันธ์เชิงอำนาจของผู้กระทำวาทกรรมนั้นๆ เพื่อควบคุมหรือจัดการสังคมได้อย่างแนบเนียน (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 21)

การวิเคราะห์วาทกรรมของฟูโกต์ คือ การพยายามศึกษาและสืบค้นกระบวนการขั้นตอน และรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ ในการสร้างเอกลักษณ์ และความหมายให้กับสิ่งที่ห่อหุ้มเราอยู่ในรูปของวาทกรรมและภาคปฏิบัติการของวาทกรรมว่าด้วยเรื่องนั้นๆ ว่ามีความเป็นมาอย่างไร มีการต่อสู้ช่วงชิงการนำ (Hegemony) ในการกำหนดกฎเกณฑ์ว่าด้วยเรื่องนั้นๆอย่างไรบ้าง มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับบุคคล สถาบัน สถานที่ เหตุการณ์อะไรบ้าง และผลกระทบที่เกิดขึ้นกับ

การสร้าง รวมถึงการกดทับ ปิดกั้น สิ่งเหล่านั้นของวาทกรรม โดยที่อำนาจแห่งวาทกรรมนั้นมีแนวโน้มจะตอกย้ำความสัมพันธ์ทางอำนาจที่ดำรงอยู่เดิม ซึ่งจะเรียกว่า “วาทกรรมกระแสหลัก” ขณะที่วาทกรรมที่ก้าวขึ้นมาท้าทายวาทกรรมดังกล่าวจะเรียกว่า “วาทกรรมทวนกระแส”

การวิเคราะห์วาทกรรมจึงไม่ได้ต้องการค้นหาว่าความหมายหนึ่งๆ เป็นจริงหรือเท็จ (เพราะภายในตัววาทกรรมเองก็ไม่มีถูกหรือผิดอยู่แล้ว) ดังที่นักทฤษฎีแนวปฏิฐานนิยมและประจักษ์นิยมสนใจ แต่หัวใจของการวิเคราะห์วาทกรรมอยู่ที่การพิจารณาค้นหาว่าด้วยวิธีการหรือกระบวนการใดที่ทำให้สิ่งหนึ่งๆกลายเป็นวาทกรรม สิ่งที่เรียกว่าภาคปฏิบัติการจริงของวาทกรรมสำหรับฟูโกต์แล้วไม่ได้อยู่ที่ว่าอะไรบ้างคือวาทกรรม แต่อยู่ที่ชุดความสัมพันธ์ของสังคมที่เป็นตัวกำหนดการพูดถึงหรือเปลี่ยนแปลงวาทกรรมนั้นๆ เช่น บรรดาสถาบันต่างๆในสังคม ระบบเศรษฐกิจ จารีตปฏิบัติ และเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งเป็นตัวกำหนดของเขตของการพูดถึงสิ่งหนึ่งๆ ในลักษณะที่เป็นที่ยอมรับ หรือที่เรียกว่ามีอำนาจ ความชอบธรรม เช่น องค์กรสื่อมวลชนมีอำนาจในการรายงานและแสดงความคิดเห็นต่อข่าวสารต่างๆ เพื่อเฝ้าระวังสังคมในฐานะของ “สุนัขเฝ้าบ้าน” (Watchdog)

และเมื่อได้ทราบถึงกฎเกณฑ์ที่กำกับความหมายหนึ่งๆ ให้เป็นที่ยอมรับแล้ว การวิเคราะห์วาทกรรมยังต้องไปให้ถึงการตอบคำถามว่าวาทกรรมนั้นๆ ได้มีบทบาท/หน้าที่อย่างไรในสังคม ดังที่ ซูซาน บอร์โด วิเคราะห์วาทกรรมว่าด้วย “ความสมบูรณ์ของเรือนร่างสตรี” ซึ่งพบว่าวาทกรรมที่กำกับความสวยของเรือนร่างสตรีนั้นเป็นวาทกรรมที่ตกผลึกมาจากพลังทางสังคมของกลุ่มต่างๆ ในสังคมตะวันตกตั้งแต่ในอดีต ซึ่งภาคปฏิบัติการของวาทกรรมนี้คือ การนำไปสู่การควบคุมอาหาร ควบคุมน้ำหนัก การออกกำลังกาย และการศัลยกรรมตกแต่ง เพื่อให้ “ดูสวย” ตามกฎเกณฑ์ที่วาทกรรมว่าไว้

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้บุคคลจะตกอยู่ภายใต้วงล้อมจากอำนาจของวาทกรรม ที่ดำรงอยู่ทุกหนทุกแห่ง แต่ขณะเดียวกันฟูโกต์ก็มองว่าอำนาจไม่ได้อยู่เหนือทุกสิ่งทุกอย่างโดยสมบูรณ์ (Omnipresent But Not Omnipotent) เนื่องจากเขาเชื่อว่าที่ใดมีอำนาจ ที่นั่นย่อมมีการต่อต้าน เมื่ออำนาจและการต่อต้านเป็นสิ่งที่ดำเนินควบคู่กันไปเสมอ จึงหมายความว่ามนุษย์ไม่ได้เป็นผู้ถูกกระทำ (Subject) จากวาทกรรมอยู่ตลอดเวลาโดยปราศจากอำนาจและไร้การต่อรอง (Helpless and Passive) ดังตัวอย่างเช่น การผลิตวาทกรรมคู่ตรงข้าม ซึ่งกลุ่มคนรักร่วมเพศกำหนดขึ้นเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กลุ่มตน ท่ามกลางวาทกรรมของเพศสภาวะอื่นๆ ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อควบคุมสังคม

เพราะฉะนั้นขณะที่มีวาทกรรมชุดหนึ่งๆ ที่ครองความเป็นเจ้า และครอบงำการกระทำของผู้คนส่วนใหญ่อยู่ แต่ที่จริงแล้วการดำรงอยู่ของวาทกรรมหนึ่งๆ ย่อมมีวาทกรรมที่แตกต่างจนถึงเป็นปฏิปักษ์ดำรงอยู่คู่กันด้วยเสมอ ซึ่งความแตกต่างของวาทกรรมว่าด้วยเรื่องเดียวกันแต่มีสารต่างกัน สามารถนำไปสู่การแย่งชิงพื้นที่ทางความคิด เพื่อที่สุดแล้วจะสามารถกดปราบให้วาทกรรมอื่นกลายเป็นความไม่จริง หรือกลายเป็นอื่นไปจากปกติ (Others) เช่นเดียวกับแนวคิดเรื่องอำนาจ ที่ฟูโกต์เชื่อว่าอำนาจในสังคม ไม่ใช่การกระทำทางเดียว แต่เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นแบบสองทางกลับกลับไปกลับมา (Dialectic) ได้ระหว่างขั้วของแต่ละอำนาจ (วาทกรรม) และการต่อรองของมนุษย์ (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 22-23)

การศึกษาแนวคิดวาทกรรมของฟูโกต์นั้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า วาทกรรมเกิดจากอำนาจและความรู้ โดยอำนาจไม่อาจแยกออกจากชีวิตสังคมของมนุษย์ได้ มนุษย์สามารถเป็นผู้ใช้อำนาจหรือเป็น ผู้ถูกใช้อำนาจได้ทั้งสองทาง ส่วนความรู้เป็นเพียงรูปแบบของวาทกรรมที่คนเราใช้ควบคุมตนเองและผู้อื่น หัวใจของการวิเคราะห์วาทกรรมอยู่ที่การพิจารณาค้นหาว่าวิธีการหรือกระบวนการใดที่ทำให้สิ่งๆหนึ่งกลายเป็นวาทกรรม สิ่งที่เรียกว่า ภาคปฏิบัติการจริงของวาทกรรมอยู่ที่ชุดความสัมพันธ์ของสังคมที่เป็นตัวกำหนดการพูดถึงหรือการเปลี่ยนแปลงวาทกรรมนั้นๆ

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นเกี่ยวกับแนวคิดวาทกรรม วาทกรรมกับภาษา วาทกรรมกับสังคม และแนวคิดวาทกรรมของฟูโกต์ ผู้วิจัยสามารถนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์วาทกรรมความงามของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า

2. แนวคิดสัญวิทยาและการสร้างความหมาย

แนวคิดเรื่องระบบสัญญะ หรือ วิธีการหาความรู้แบบสัญวิทยาของสำนักโครงสร้างนิยม (Structuralism) เป็นวิธีการหาความรู้ที่พัฒนาต่อยอดมาจากสาขาวิชาด้านภาษาศาสตร์โดย เฟอร์ดินันด์ เดอ โซซูร์ (Ferdinand de Saussure) ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นบิดาของภาษาศาสตร์ทั่วไป (General Linguistics) ผู้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง “ภาษา” กับ “ความจริง” ไว้ว่า ภาษาช่วยให้มนุษย์สามารถจัดระบบ (Organize) สร้าง (Construct) และเป็นเครื่องมือ (Instrument) ให้มนุษย์เข้าสู่ “ความเป็นจริง” นอกจาก Claude Levi Strauss ที่ได้นำแนวคิดของ เดอ โซซูร์ มาศึกษาในแนวทางมานุษยวิทยาเชิงโครงสร้าง ยังมี โรลอง บาร์ธส์ (Roland Barthes) ซึ่งนำแนวคิดของ เดอ โซซูร์ มาใช้ในแนวทางที่เรียกว่า สัญศาสตร์ หรือสัญวิทยา (Semiotics / Semiology) ซึ่งเป็นที่นิยมใช้ในแวดวงวรรณคดีวิจารณ์และวัฒนธรรมศึกษา (ณัฏฐชา วงษ์วานิช 2549 : 181-182)

2.1 การสื่อสารและระบบสัญญะ (communication and sign systems)

ตามแนวคิดของสำนักโครงสร้างนิยม สัญญะ (Sign) และวัฒนธรรม (Culture) เป็นเรื่องเดียวกัน (Culture is Sign System) วัฒนธรรมต่างๆล้วนอยู่ในรูปของสัญญะที่มีความหมายจากการประกอบสร้างท่ามกลางบริบททางสังคม ตั้งแต่กระบวนการผลิต (Production) การกระจาย (Distribution) และการบริโภค (Consumption of Meaning) (กาญจนา แก้วเทพ 2547 : 60) ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าวัฒนธรรม คือ พื้นที่ที่มีปฏิบัติการด้านการสร้างและใช้ระบบสัญญะภายใต้บริบทสังคม

การวิเคราะห์สื่อสารมวลชน ด้วยทฤษฎีสัญวิทยามาจากกระบวนทัศน์ที่อธิบาย “การสื่อสาร” ว่าเป็นกระบวนการสร้าง “ความหมายร่วมกัน” (Shared Meaning) ระหว่างผู้ส่งสาร/ผู้เข้ารหัสกับผู้รับสาร/ผู้ถอดรหัส จากลักษณะของการสื่อสารที่เปรียบเทียบได้กับการเข้าร่วมพิธีกรรม (Ritualistic Model) การศึกษาสื่อมวลชนในเชิงวัฒนธรรมศึกษา พยายามที่จะตอบคำถามว่า สื่อมวลชนได้ใช้ภาษาเพื่อประกอบสร้าง (Construct/Generate) ความหมายแก่สิ่งต่างๆรอบตัวเราผ่านสัญญะต่างๆขึ้นมาได้อย่างไร ทั้งนี้นอกเหนือจากภาษาแล้ว ทุกสิ่งทุกอย่างก็สามารถเป็นสัญญะ (Sign) ได้ หากว่าสิ่งนั้นได้รับการกำหนด/ประกอบสร้าง (Assign) ความหมายบางอย่างเอาไว้โดยเป็นความหมายที่มากไปกว่าตัวมันเองหรือนอกเหนือจากลักษณะทางกายภาพของสัญญะนั้น นอกจากนี้ความหมายเหล่านั้นยังสามารถเปลี่ยนแปลง โดยตามบริบทแวดล้อม (Context) เช่น สภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนไป (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 29)

สัญวิทยาจึงเป็นการศึกษากระบวนการสร้างความหมาย (Signification) หรือวิธีการที่จะนำเอาสัญญะต่าง ๆ มาใช้ตีความหมายภายในตัวบท (Text) อันเป็นผลผลิตทั้งหมดของการสื่อสารที่ต้องพิจารณาร่วมกับบริบทอยู่เสมอ ทั้งนี้ตัวบทอันมีสัญญะต่างๆ แฝงอยู่นั้นสามารถสะท้อนสภาพสังคมและประกอบสร้างโครงสร้างสังคมไปพร้อมๆกัน ซึ่งตามแนวคิดของสำนักโครงสร้างนิยม การวิเคราะห์ตัวบทเป็นทั้งการค้นหาว่าส่วนใดที่สะท้อน สะท้อนอย่างไร และส่วนใดที่ประกอบสร้าง ประกอบสร้างอย่างไร

เอกสารนี้สงวนไว้สำหรับการศึกษา ระดับปริญญาตรี

สัญญะเป็นเรื่องของการตกลงร่วมกันและเข้าใจร่วมกันของคนในสังคม การประกอบสร้างความหมายนั้น ประกอบด้วยสัญญะ (Sign) รหัส (Code) และวัฒนธรรม (Culture) กล่าวคือ เราจะรับรู้สัญญะได้นั้นมาจากการมีแบบแผนหรือรหัส (Code) ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมาย และตัวหมายถึงที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ โดยที่การตีความหมายของสัญญะนั้นส่วนหนึ่งมาจากการเรียนรู้ความสัมพันธ์ของรหัสหรือเรียนรู้รหัสซึ่งเป็นเงื่อนไขที่ทำให้จำได้ (Recognition Code) นอกจากนี้ สัญญะและรหัสต่างอยู่ท่ามกลางบริบททางวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ทางสังคมหนึ่งๆ ซึ่งหมายความว่า ทั้งสองสิ่งถูกสร้างและมีความหมายหนึ่งๆ ภายใต้

บริบททางวัฒนธรรมนั้น ๆ หากเปลี่ยนบริบทไป ความหมายก็จะเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน (จันทิมา ปัทมาธรรมกุล 2550 : 30)

2.2 การสร้างความหมายของสัญญะ (Signification)

โซซูร์แบ่งกระบวนการสร้างความหมายของสัญญะออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ตัวหมาย (Signifier) ซึ่งเป็นรูปแบบทางกายภาพหรือสิ่งที่รับรู้ได้จากประสาทสัมผัส เช่น คำที่ถูกเขียนเส้นต่างๆ ในหน้ากระดาษที่ก่อให้เกิดภาพวาด รูปภาพ หรือเสียง ส่วนที่สองคือ ตัวหมายถึง (Signified) คือสิ่งที่ถูกหมายถึงโดยตัวหมาย ตามบริบททางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้น (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร) ดังนั้นหากเราพูดถึงคำว่า “ต้นไม้” จึงไม่จำเป็นว่าต้องหมายถึงต้นไม้ที่เฉพาะเจาะจง แต่สามารถหมายถึงความเป็นต้นไม้ที่อยู่ในระบบนิเวศ หรือต้นไม้ซึ่งอาจเป็นสถิตย์ของเทพารักษ์ด้วยก็ได้ ดังที่บาร์ธได้อธิบายไว้ว่า “ตัวหมาย” มีลักษณะเป็นเชิงวัตถุ (Materiality) ส่วน “ตัวหมายถึง” เป็นตัวแทนทางความคิดของสิ่งต่างๆ (A Mental Representation of The ‘Thing’) (ณัฏฐชา วงษ์วานิช 2549 : 183) โดยที่ “ตัวหมายถึง” หนึ่งๆอาจมี “ตัวหมาย” ได้มากมาย

กระบวนการสร้างความหมายของสัญญะ เกิดขึ้นเมื่อมีการนำตัวหมายและตัวหมายถึงมาโยงความสัมพันธ์กัน โดยบุคคลจะเกิดการรับรู้สัญญะผ่านประสาทสัมผัส และเกิดภาพความหมายปรากฏขึ้นในโครงสร้างความคิดที่จะแตกต่างกันไปตามแต่ประสบการณ์ การเรียนรู้ทางสังคมของบุคคล และประวัติศาสตร์ของสังคมนั้นๆ ในส่วนของ “สัญญะ” (Sign) นั้น ชาร์ล เพียร์ซ (CharlesPierce) กล่าวถึงความแตกต่างของความสัมพันธ์ระหว่างสัญญะกับวัตถุที่มีอยู่จริง (หรือสิ่งที่สัญญะนั้นอ้างอิง) (Object / External Reality) โดยแบ่งสัญญะออกเป็น 3 รูปแบบ คือ

1. Icon (ภาพลักษณ์ ตัวแทนภาพ) เป็นสัญญะที่เป็นตัวแทนที่เหมือน หรือคล้ายคลึงสิ่งที่สัญญะนั้นหมายถึง กล่าวได้ว่ารูปแบบของสัญญะชนิดนี้ถูกกำหนดขึ้นมาโดยภาพปรากฏของวัตถุนั้น ๆ หรือตามลักษณะที่ประสาทสัมผัสมนุษย์สามารถรับรู้ได้นั่นเอง เช่น ภาพถ่าย ภาพเหมือน แผนที่ หรือเสียงฮัมคล้ายผึ้งในธรรมชาติ

สงวนลิขสิทธิ์สำหรับนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

2. Index (ดัชนี ตัวบ่งชี้) เป็นสัญญะที่มีลักษณะเป็นตัวชี้ หรือเกี่ยวพันโดยตรงกับสิ่งที่อ้างถึงโดยเชื่อมโยงกันอย่างเป็นเหตุเป็นผล (logical meaning) เช่น เครื่องหมายที่แสดงยศ ตำแหน่งจะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความมีอำนาจ หรือ ควันเป็นตัวบ่งชี้ไฟ

3. Symbol (สัญลักษณ์) เป็นสัญญะที่ไม่มีความสัมพันธ์หรือเชื่อมโยงกัน ระหว่างสัญญะ กับวัตถุ หรือความคล้ายคลึงระหว่างตัวหมายกับตัวหมายถึง แต่เกิดขึ้นโดยการตกลงร่วมกันทางวัฒนธรรมของผู้ใช้สัญญะนั้นๆ ดังนั้นเมื่อสัญลักษณ์เดียวกัน แต่อยู่ภายในบริบททางสังคมที่แตกต่างกัน สัญญะดังกล่าวก็สามารถมีความหมายที่แตกต่างกันได้ ดังนั้นการทำความเข้าใจ

ในสัญญะประเภทนี้จึงต้องอาศัยการเรียนรู้ เพื่อที่จะเข้าใจตรงกันได้ เช่น ป้ายจราจรบนท้องถนน ภาษา ตัวเลข หรือกฎระเบียบที่ใช้ในท้องถนน

ทั้งนี้ลักษณะของสัญญะทั้ง 3 แบบดังกล่าว ไม่ได้แยกขาดจากกันโดยสิ้นเชิง เนื่องจากสัญญะหนึ่งๆ อาจประกอบไปด้วยรูปแบบต่าง ๆ กัน หรือการที่ความหมายของสัญญะหนึ่งๆ อาจมีตัวหมายถึงได้มากมายนั่นเอง

นอกเหนือจากการวิเคราะห์สัญญะของซูโซร์ เพื่อตอบคำถามหลักถึงองค์ประกอบกฎเกณฑ์เบื้องหลัง และการสร้างความหมายสัญญะ โรลองด์ บาร์ธ (Roland Barthes) ได้อธิบายโดยนำสัญญะ ไปเชื่อมโยงกับโครงสร้างอำนาจ เพื่อที่จะตอบคำถามว่าพลังของสัญญะมาจากที่ใด บาร์ธได้แบ่งกระบวนการสร้างความหมายของสัญญะในแง่ของระดับความหมาย ออกเป็น 2 ระดับ คือ

ระดับที่ 1 ความหมายตรง (Denotation)

ความหมายตรง เป็นความหมายในระดับที่เกี่ยวข้องกับความจริงตามธรรมชาติ เป็นการอ้างถึงสามัญสำนึกหรือความหมายที่ปรากฏชัดเจนอยู่แล้วของสัญญะ (Sign) และความสัมพันธ์ของสัญญะกับสิ่งที่กล่าวถึงในความหมายที่ชัดแจ้งของสัญญะ เช่น ภาพของอาคารใดอาคารหนึ่ง ก็แสดงว่า เป็นอาคารนั้น เป็นกระบวนการสร้างความหมายขั้นตอนแรก ดังเช่นที่ซูโซร์กล่าวว่าระดับความหมายตรง หมายถึงความสัมพันธ์พื้นฐานระหว่างสัญลักษณ์นั้นๆ กับตัวที่ถูกอ้างถึง ความหมายตรงจึงเป็นความหมายของสิ่งที่กล่าวถึงในลักษณะเป็นสากล (Universal) เป็นความหมายเดียวสำหรับทุกคน และเป็นภาวะวิสัย (Objective) คือ อ้างอิงขึ้นมาโดยไม่มีการประเมินคุณค่าจากตัวผู้ใช้ความหมาย และปราศจากความโน้มเอียงในค่านิยมใดค่านิยมหนึ่ง

ระดับที่ 2 ความหมายโดยนัยแฝง (Connotation) หรือความหมายนัยประหวัด

เป็นความหมายทางสังคมซึ่งจะแปรเปลี่ยนไปตามวัฒนธรรมการรับสารในแต่ละบริบทสังคม ความหมายทางสังคมจะเกิดขึ้นได้จากการกำหนดรูปแบบของตัวหมายหรือตัวให้ความหมาย ซึ่งสามารถแปรไปจามสภาวะทางเศรษฐกิจสังคม (Social Context) และตามยุคสมัยทางประวัติศาสตร์ (Historical Context) รวมถึงการให้ความหมายของผู้รับสารที่อาจแตกต่างกันได้ตามประสบการณ์ส่วนบุคคลและการเรียนรู้ทางสังคมที่ไม่เหมือนกัน

การควบคุมความหมายทางสังคมจะกระทำได้โดยเปลี่ยนตัวหมาย/ตัวให้ความหมายแต่คงตัวหมายถึง/ตัวคิดนามธรรม การสร้างความหมายทางสังคมจึงอยู่ที่การเลือกและการจัดสัญลักษณ์ เช่น สำหรับการโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์จะหมายถึง องค์ประกอบทางอวัจนภาษาต่างๆ (Non - Verbal Elements) เช่น ภาพ ประกอบ ขนาด แสง สี เป็นต้น

การตีความหมายในขั้นความหมายนัยแฝงนี้เองที่เป็นการตีความหมายในระดับที่มีปัจจัยทางวัฒนธรรมเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย (ไม่ได้เกิดจากตัวของสัญญะเอง) สัญญะในความหมายระดับนี้นอกจากจะถ่ายทอดความหมายโดยนัยประหวัดแล้ว ยังทำหน้าที่ถ่ายทอดความหมายในลักษณะมายาคติ (Myth) ซึ่งเป็นกระบวนการที่ทำให้รูปแบบวัฒนธรรมอย่างหนึ่งอย่างใดเป็นธรรมชาติ โดยสอดรับอยู่กับระบบอำนาจที่ดำรงอยู่ในสังคม มายาคติกำกับการรับรู้ของคนในสังคมด้วยการทำให้คนส่วนใหญ่ยอมรับความหมายเหล่านั้นโดยไม่มีการตั้งคำถาม เนื่องจากกระบวนการสร้างมายาคติ (Mythologies) ได้เปลี่ยนแปลง ลดทอน ปกปิด บิดเบือนฐานะการเป็นสัญญะของสรรพสิ่งในสังคมให้กลายเป็นเรื่องของธรรมชาติ (To Naturalize) เป็นสิ่งปกติธรรมดา (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร 2543 : 133-149)

มายาคติจัดว่าเป็นระบบสัญวิทยาในระดับที่สอง (Second - Order Semiological System) หรือเป็นความหมายขั้นที่สองของตัวหมายถึง กล่าวคือเป็นการนำสัญญะในระดับของภาษามาเป็นตัวหมายซึ่งเป็นสิ่งว่างเปล่าและมองไม่เห็น เรียกว่า “Form” สิ่งที่มายาคติทำคือบิดเบือน “Meaning” ให้เป็น “Form” โดยการบิดเบือนความหมาย ทำให้ความหมายเดิมอยู่ไกลจนเรามองข้ามไป (ความหมายเดิมยังคงอยู่ ไม่ได้หายไปอย่างสิ้นเชิง) และใส่เฉพาะสิ่งที่มายาคติต้องการให้เรารับรู้เข้าไปแทน (ณัฏฐชา วงษ์วานิช 2549 : 184-185)

กล่าวได้ว่า มายาคติเกิดจากความพยายามในกระบวนการสร้างความหมายให้เป็นสากลต่อทั้งสังคมเพื่อเข้าครอบคลุมความจริง เพราะมายาคติที่ได้รับการผลิตซ้ำในความถี่ระดับหนึ่งจะสามารถกลายเป็นอุดมการณ์ได้ กลไกการทำงานของอุดมการณ์จากกระบวนสร้างความหมายของสัญญะ เริ่มจากการแยกสิ่งต่างๆออกเป็นขั้วตรงข้าม (Binary Opposition) (เช่น หญิง/ชาย ขาว/ดำ อ้วน/ผอม) แล้วเปรียบเทียบระหว่างขั้วเหล่านั้นโดยใช้ชุดอธิบายความหมายเพื่อสร้างความชอบธรรม (เช่น ผู้หญิงยอมรับว่าตัวเองสำคัญน้อยกว่าผู้ชาย ครอบครัวก็จะสงบสุข) จากนั้นก็ใช้กลไกต่างๆของสังคมกระจายความหมายดังกล่าวออกไปผ่านกลยุทธ์ที่ทำให้เกิดการยอมรับ (Consent) ในทางสังคม และหากว่าการแพร่กระจายความหมายดังกล่าวเกิดขึ้นซ้ำ ๆ (แม้ว่าอาจจะเปลี่ยนรูปแบบไปบ้างก็ตาม) จนกระทั่ง ตกผลึกเป็นดั่งกรอบบรรทัดฐานที่จำกัดความคิดของเราโดยมีอำนาจชอบธรรม และเมื่อความหมายโดยนัยจากการผลิตสัญญะถูกหล่อหลอมจนกลายเป็นอุดมการณ์ กระบวนการดังกล่าวจะเรียกว่า “การผลิตซ้ำทางอุดมการณ์” (Ideological Reproduction) (กาญจนา แก้วเทพ 2547 : 76-77) ซึ่งเป็นลักษณะของการที่ความหมายนั้นๆมีอำนาจเข้าครอบงำพื้นที่ทางความคิดของคนในสังคมให้มีวัฒนธรรมหรือระบบความคิดแบบเดียวกัน

บาร์ธได้นำแนวคิดเรื่องสัญญะมาผูกเข้ากับแนวคิดเรื่องโครงสร้างอำนาจในสังคม (Social Structure of Power) โดยกล่าวว่า การวิเคราะห์สัญญะไม่ใช่เพียงเพื่อจะเข้าใจความหมายของสิ่งๆหนึ่งเท่านั้น หากแต่รวมไปถึงการทำความเข้าใจด้วยว่า “ใครมีอำนาจในการสร้างและแพร่กระจายสัญญะและความหมายในสังคม ระบบสัญญะต่างๆจึงไม่ได้มีลักษณะเป็นกลาง (Neutral) แต่เป็นสิ่ง ที่เกิดขึ้นภายใต้อำนาจของบางสิ่งบางอย่างที่เข้าไปกำกับ ผลิต และแพร่กระจายความหมายดังกล่าวทั้งสิ้น จากวิธีคิดดังกล่าวเราจึงอาจตั้งคำถามได้ว่าการนิยามความหมายของสิ่งๆหนึ่งมีที่มาจากอำนาจของใครหรือไม่ และทำไมจึงสร้างความหมายไว้เช่นนั้น เช่น จากการวิเคราะห์ภาพชายผิวดำชาวแอฟริกาในเครื่องแบบทหารซึ่งกำลังทำความเคารพธงชาติฝรั่งเศสบนปกนิตยสาร Paris Match นั้น ความเป็นมายาคติทำให้เรามองข้ามประวัติศาสตร์ที่โหดร้ายของการล่าอาณานิคม และทำให้เราเห็นเพียงความยิ่งใหญ่ของจักรวรรดิฝรั่งเศสผ่านการนำเสนอความหมายว่าชาวอาณานิคมที่ถูกกดขี่การหันมาแสดงความจงรักภักดีกับเจ้าอาณานิคม (ณัฏฐชา วงษ์วานิช 2549 : 184)

สัญวิทยาสามารถนำมาวิเคราะห์กับสิ่งที่มีอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะสิ่งที่มักถูกให้ความหมาย ถูกคิดหรือทำซ้ำไปเหมือนๆกัน โดยที่ผู้คนมักมองข้ามไปอย่างไม่รู้ตัว การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ทางสังคมด้วยสัญวิทยา ช่วยให้เรามองและตั้งคำถามต่อสิ่งต่างๆที่มากไปกว่าการมองอย่างเหมารวม (Stereotype) หรือยอมรับโดยปริยายในความหมายของสิ่งที่อยู่รอบตัวเราในชีวิตประจำวัน เพราะเป้าหมายของการศึกษาเชิงสัญวิทยา คือการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวหมายและตัวหมายถึงที่ไม่ได้หยุดอยู่ที่การเข้าใจว่า ความหมายแต่ละตัวคืออะไรเท่านั้น แต่คือการเจาะลึกไปที่พลังของสัญญะที่ทำให้คนเกิดการยอมรับร่วมกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่จะนำไปสู่การยอมตามให้แก่ระบบอำนาจหนึ่ง ๆ ได้ (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 34)

อย่างไรก็ตาม ในสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แล้วรหัสและกฎเกณฑ์ไม่ได้มีเพียงหนึ่งเดียว และส่วนใหญ่ไม่ได้เขียนไว้เป็นลายลักษณ์อักษร ดังนั้นการอ่านสัญญะต่างๆ ในสังคมของนักสัญวิทยาเพื่อหารหัส กฎเกณฑ์ที่เป็นตัวกำหนดและสร้างความหมาย จึงขึ้นกับประสบการณ์และความสามารถเฉพาะตัวของนักสัญวิทยาแต่ละคนเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากในการจะทำความเข้าใจ และบางครั้งสัญญะหนึ่งๆ ก็อาจจะสร้างความหมายได้มากมายจนไม่สามารถสรุปได้ว่าความหมายนั้นมาจากรหัสอ้างอิงใด (จันทิมา ปัทมาธรรมกุล 2550 : 35)

ดังที่ได้กล่าวข้างต้นว่าการอ่านสัญญะต่างๆ ในสังคมของนักสัญวิทยาเพื่อหารหัส กฎเกณฑ์ที่เป็นตัวกำหนดและสร้างความหมาย ขึ้นกับประสบการณ์และความสามารถเฉพาะตัวของนักสัญวิทยาแต่ละคนเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากในการจะทำความเข้าใจ และบางครั้งสัญญะหนึ่งๆ อาจจะสร้างความหมายได้มากมาย (Several Readings Possible)

จากการศึกษาแนวคิดสัญญวิทยา ผู้วิจัยเห็นว่า ในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ยุคปัจจุบันนั้นไม่สามารถหลีกเลี่ยงจากเรื่องสัญญะ (Sign) ไปได้เลย เนื่องจากมนุษย์นั้นเติบโตมาจากระบบสัญญะผ่านทางวาทกรรม (Discourese) ของสังคม โดยภาษาเป็นระบบสัญญะที่มีความสำคัญที่สุด โดยผู้วิจัยจะนำแนวคิดสัญญวิทยามาช่วยในการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เรื่องวาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงแอร์ไชน่า

3. วาทกรรมความงามและองค์ประกอบความงาม

3.1 วาทกรรมความงาม

ผู้หญิงในสังคมไทยได้ถูกควบคุมผ่านวาทกรรมความงามมาตลอดตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน โดยวิธีการควบคุมเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุคแต่ละสมัย ดังที่ Kathy Davis (1995 : 41) ได้กล่าวว่า แม้ว่าอุดมคติความงามจะเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละสมัย แต่สิ่งที่คงอยู่เสมอคือความงามของผู้หญิง จะถูกยกย่องว่าเป็นสิ่งจำเป็นและเป็นสิ่งที่คุ้มค่าแก่การทุ่มเทเวลา เงินทอง ชีวิต แม้กระทั่งความเจ็บปวดเพื่อให้ได้มาซึ่งความงาม เมื่อพิจารณาข้อความนี้ ผู้ศึกษาเห็นด้วยกับข้อความนี้ เป็นความจริงที่เราพบเห็นได้ในทุกยุคทุกสมัยในประวัติศาสตร์ความงามของผู้หญิงทั่วโลก ตัวอย่างเช่น การมัดเท้าของผู้หญิงจีนในอดีตเนื่องจากผู้ชายจีนในยุคนั้นกำหนดว่าเท้าเรียวเล็กแบบดอกบัวตูมเป็นความงามที่พึงปรารถนาเป็นสุดยอดของความงาม และยังสร้างความรัญจวนใจในเรื่องอารมณ์ทางเพศอีกด้วย ผู้หญิงชาวจีนในยุคนั้นต้องทุกข์ทนทรมานอย่างมากบนเรียวเท้า ที่พวกเธอไม่สามารถเดินไปไหนได้ด้วยตนเอง ต้องมีคนแบกไปหรือไม่ก็ต้องนั่งพื้นถัดไปเอง หรือหญิงสาวชาวตะวันตกในยุคสมัยหนึ่งนิยมสวมใส่เครื่องรัดเอว (คอร์เซต) รัดเอวให้กิ่ว ดันหน้าอกให้ล้น ด้วยค่านิยมที่สังคมกำหนดว่าเรือนร่างแบบนี้จึงเป็นเรือนร่างของหญิงสาวที่งดงามอย่างแท้จริง ผู้หญิงตะวันตกต้องเผชิญกับปัญหาเรื่องสุขภาพภายใต้เครื่องรัดเอว (คอร์เซต) นี้ ทั้งปัญหาการหายใจได้ไม่เต็มที่ หายใจได้เพียงสั้นๆ แต่พวกเธอก็ต้องทนต่อความเจ็บป่วยเป็นเวลาหลายศตวรรษ แม้แต่ปัจจุบันที่มีความทันสมัยของเทคโนโลยีมากขึ้น ผู้หญิงกลับต้องทำร้ายตนเองมากขึ้นไปอีกเพื่อให้ได้มาซึ่งความงามในอุดมคติแบบใหม่ นั่นคือ การทำศัลยกรรมความงามที่ทำให้ผู้หญิงปัจจุบันสามารถเลือกสรรความงามดังใจต้องการได้ แม้ว่าเธอเหล่านั้นจะต้องแลกมาด้วยความเจ็บปวดหรือบางครั้งแลกมาด้วยชีวิต ผู้หญิงจำนวนมากก็ยังเลือกและยอมที่จะเสี่ยงเพื่อให้ได้มาซึ่งความงามอยู่ดี (กชกรณ์ เสรีทฤกษ์ 2551 : 24-25)

“ สวยผอม ” กลายเป็นสัญลักษณ์ของความงามของผู้หญิงในยุคปัจจุบันที่ต้องผอมถึงเรียกว่า สวย พร้อมกับความงามอย่างโมนาลิซ่ากลายเป็นผู้หญิงตกยุคสังคมโลกาภิวัตน์ ประเทศไทยเกิดปรากฏการณ์เสื้อไซส์SSSและขนาดพิเศษ SSSSS เพื่อตอบรับความงามที่ว่า “สวยผอม”

พร้อมกับเสียงอุทธรณ์จากผู้หญิงที่ถูกสังคมประทับตรา “อ้วนหน้าเกลียด” ว่าไม่สามารถหาซื้อเสื้อผ้าตามห้องตลาดทั่วไปใส่ได้ โดยเฉพาะวาทกรรมล่าสุด “สวยสั่งได้” ที่ถูกสร้างขึ้นกับการเติบโตของธุรกิจความสวยความงามที่กลายเป็นธุรกิจที่ดูเหมือนไม่มีวันตาย ตราบใดที่ผู้หญิงยังตกอยู่ในกรอบที่สังคมสร้างขึ้น โฆษณาขายผลิตภัณฑ์ (Product) ความงามที่ต่างนำเสนอความงามตามกรอบของสังคม เช่นโฆษณายี่ห้อหนึ่ง ที่ระบุคำโฆษณาว่า “ HL6536505 LCA สวยสั่งได้ เซลล์มหัศจรรย์ สวยเห็นผลได้ภายใน1หลอด บริการจัดส่งฟรี ดีจริงจึงกล้าบอก” (ดนัย จันทร์เจ้าฉาย 2552) “เพราะความสวย...รอไม่ได้” เป็นอีกวาทกรรมหนึ่งของความงามที่วุฒิศักดิ์คลีนิก คลีนิกเสริมความสวยความงามให้กับผู้หญิง โดยมีเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าสามารถบำบัดผิวด้วยแสงและผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทำให้รู้สึกว่าความสวยอยู่แค่เอื้อมและไม่ต้องรอ เป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้หญิงสมัยนี้ (wuttisakclinic.com) ความงามในยุคสมัยนี้ เป็นผลิตผลจากกรอบของสังคมที่กำหนดโดยทุนนิยม ดังนั้นความงามของหญิงยุคนี้จึงเป็นความงามแบบ “มวลชน” สวยเหมือนกันตั้งแต่ผมจนถึงเล็บเท้า

ร่างกายของผู้หญิงนั้น เป็นเหมือนจุดศูนย์กลางที่ถูกให้ความหมายในเรื่องวาทกรรมความงาม ที่หลากหลายผ่านหลายมิติ หลายมุมมอง ร่างกายของผู้หญิงถูกวางให้เป็นจินตภาพที่สามารถจะประกอบสร้างขึ้นมาได้ โดยผ่านเครื่องมือหลายอย่าง เช่น วิทยาศาสตร์สมัยใหม่ เทคโนโลยีทางการแพทย์ สื่อโฆษณา ซึ่งภายใต้เครื่องมือเหล่านี้ล้วนเป็นการประกอบสร้างวาทกรรมความงามของผู้หญิง ทำให้ผู้หญิงรู้สึกว่าเรื่องของความงามเป็นเรื่องปกติวิสัย ทำให้ผู้หญิงรู้สึกยินยอมพร้อมใจที่จะปฏิบัติตามโดยไม่มีการต่อต้าน นั่นคือ การควบคุมร่างกายของผู้หญิง จึงเป็นเหมือนการแสดงอำนาจในการสร้างระเบียบวินัยในการใช้ควบคุมร่างกาย เช่น เรื่องของความผอมเป็นรูปแบบหนึ่งของการออกระเบียบวินัยในการควบคุมร่างกายให้กินหรือไม่กินอะไร เป็นการฝึกปรับเปลี่ยนระบบการกินอาหารของร่างกาย ดังนั้น การอดอาหารเป็นเหมือนการบีบบังคับควบคุมร่างกายให้ผอมและสวยงามตามอุดมคติความงามในยุคปัจจุบัน โดยการสร้างค่านิยมว่าความอ้วนเป็นสิ่งน่ารังเกียจ รูปร่างที่อ้วนเป็นการแสดงออกถึงความไร้ระเบียบวินัยที่ควบคุมตนเอง คนอ้วนถูกจัดให้เป็นคนอื่น(Other) ในสังคมนอกเหนือจากเรื่องของความงามแล้ว ร่างกายของผู้หญิงยังถูกผนวกกับเรื่องของสุขภาพอีก นั่นคือ ความอ้วนเป็นเรื่องของการไม่รู้จักยับยั้งชั่งใจในการกิน ไม่มีวินัยในการกิน ทำให้สุขภาพไม่ดีและเป็นที่มาของโรคภัยต่างๆตามมา (กชกรณ์ เสรีทฤกษ์ 2551 : 25)

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในปัจจุบันที่สื่อโฆษณาได้เข้ามามีบทบาทในการปลูกฝังค่านิยมความงามตามอุดมคติอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นวาทกรรมความงามเรื่องของ ความอ้วน- ความผอม ความดำ – ความขาว ความสวย- ความไม่สวย การนำเสนอสื่อโฆษณาในชีวิตประจำวันทั้งทางโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ รวมทั้งสื่ออิเล็คโทรนิกส์ อินเตอร์เนต ซึ่งเราไม่อาจปฏิเสธได้

ว่าสื่อโฆษณาเหล่านี้สามารถเข้าถึงผู้หญิงทุกกลุ่มเป้าหมาย ทุกชนชั้น ทุกสถานที่ รวมถึงความถี่ของการนำเสนอที่ทำให้ผู้หญิงเกิดการยอมรับและเห็นว่าเรื่องวาทกรรมความงามเหล่านี้เป็นเรื่องปกติที่พบเห็นได้ทั่วไปในสังคม โดยมีต้นแบบความงามคือ ดารา นักร้อง นางแบบ บุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม (กชกรณ์ เสรีทฤกษ์ 2551 : 25)

ด้วยปัจจุบันสังคมไทยเป็นสังคมทุนนิยม ความงามของผู้หญิงจึงถูกครอบงำโดยสื่อต่าง ๆ ที่เป็นตัวบ่งชี้วาทกรรมความงามของผู้หญิง ทำให้ผู้หญิงในสังคมทั้งหลายที่บริโภคสื่อต่าง ๆ ตกเป็นผู้ถูกครอบงำและปฏิบัติตามเพื่อให้ตนเองมีความงามและเป็นที่ยอมรับของสังคม

3.2 องค์ประกอบความงาม

องค์ประกอบความงาม เราสามารถประเมิณองค์ประกอบความงามที่สังคมกำหนดและประเมิณค่าความงามของผู้หญิงได้เป็นสององค์ประกอบ(กชกรณ์ เสรีทฤกษ์ 2551 : 26-27) คือ

3.2.1 ความงามทางกายภาพ (BODY)ได้แก่ รูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณ ซึ่งถือเป็นรูปลักษณ์ภายนอกที่มีติดตัวคนๆนั้นมาแต่กำเนิด เช่น เรื่องผิวพรรณความละเอียดความหยาบของผิว เรื่องของสีผิวดำ- ขาว เรื่องของรูปร่างอ้วนผอม สูงเตี้ย เป็นต้น ซึ่งในเรื่องของร่างกาย รูปร่างหน้าตานี้ในอดีตถือว่าเป็นทุนเดิมที่พ่อแม่ให้มาหรือเป็นเรื่องของบุญกรรมแต่ชาติปางก่อน ในขณะที่ปัจจุบันนี้เรื่องร่างกายและรูปร่างหน้าตากลายเป็นสิ่งที่ผู้หญิงสามารถแสวงหามาได้โดยหลากหลายวิธี ผู้หญิงสามารถใช้ร่างกายซึ่งถือเป็นทุนทางกายภาพให้กลายเป็นทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรมหรือทุนทางเศรษฐกิจได้

3.2.2 ความงามทางจิตใจ (Mind) นอกจากความงามทางร่างกาย รูปร่างหน้าตาแล้ว สังคมยังมีการให้ค่าความงามของผู้หญิงทางจริต ลีลา ท่าทาง ที่ผู้หญิงแสดงออกมา เช่น ผู้หญิงที่เรียบร้อยเหมือนผ้าพับไว้ มีความเป็นกุลสตรี หรือผู้หญิงที่กระโดดกระเดกเป็นม้าดีดกะโหลก หญิงสาวที่มีจิตใจที่กล้าหาญสามารถออกรบคู่เคียงกับบุรุษได้ ผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้าน ผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตัวเอง มีความกล้าแสดงออกต่อที่สาธารณะ เป็นต้น ซึ่งจริต ลีลา ท่าทางการแสดงออกของผู้หญิงนี้เป็นสิ่งที่ผู้หญิงได้รับมาจากการฝึกฝนอบรมกันได้ โดยในอดีตมีสถาบันที่ถือว่าเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการฝึกอบรม คือ พระบรมมหาราชวัง ผู้หญิงที่ผ่านการอบรมฝึกฝนและใช้ชีวิตอยู่ในพระบรมมหาราชวังถือได้ว่าเป็นผู้หญิงที่มีความงามทางจริต ลีลา กิริยาอันเป็นความงามตามอุดมคติที่สังคมคาดหวังไว้ ในขณะที่หญิงสาวที่ไม่มีโอกาสเข้าอบรมฝึกฝนในพระบรมมหาราชวังนั้นก็จะได้รับการอบรมอีกแบบหนึ่ง คือต้องมีความแข็งแรงสามารถทำงานนอกบ้านเพื่อช่วยเหลือครอบครัวในด้านเศรษฐกิจไปพร้อม ๆ กับการดูแลบ้านเรือนได้ด้วย ในขณะที่ผู้หญิงยุคใหม่ต้องมีความกล้าแสดงออก มีความคล่องตัวสูง บุคลิกปราดเปรียวว่องไว กล้าโต้ตอบ กล้าแสดงความคิด ซึ่งการแสดงออกเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้หญิงถูกอบรมจากสถาบันครอบครัวและสถาบันการศึกษา

ในแบบสมัยใหม่ รวมถึงค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไปของสังคม อันมีส่วนทำให้การแสดงออกของผู้หญิงในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน

3.2.3 ความงามแบบประดับ หรือ สิ่งที่ห่อหุ้มร่างกาย (Carapace) วิ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในองค์ประกอบความงามที่สำคัญ สิ่งที่ห่อหุ้มร่างกายที่สามารถเห็นได้จากภายนอกนี้ ได้แก่ เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ทรงผม ที่ใช้ประดับตกแต่งห่อหุ้มร่างกายเพื่อให้ตนเองดูแปลกแยกและแตกต่างจากคนอื่น ซึ่งการแสดงออกถึงความแตกต่างนี้เท่ากับเป็นการบอกกับสังกัดของคนนั้นๆ โดยนัยยะได้ นอกจากนี้การเลือกใช้เครื่องประดับที่มีราคาแพง มีความประณีต หายาก เหมือนเป็นการสร้างค่า การเผยร่าง พรางกายให้ผู้สวมใส่ดูโดดเด่นกว่าผู้อื่นด้วย

3.2.4 ความงามทางความรู้ ได้แก่ ความรู้ การศึกษา ความงามในมิตินี้เป็นความงามที่คนเราสร้างสรรค์หรือขวนขวายมา เพื่อเป็นการเพิ่มค่าให้ตัวเอง เพื่อให้มีความแตกต่างกับคนอื่นได้เช่นเดียวกับความงามแบบประดับ นั่นคือความงามนี้ไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวคนเรามาแต่เกิด แต่เป็นสิ่งที่คนเราสามารถแสวงหาและปรุงแต่งได้

เป็นที่น่าสังเกตว่า ความงามทั้งสี่มิตินี้นอกจากจะใช้เป็นสิ่งบอกมาตราฐานความงามของสตรีแล้ว คนในสังคมยังใช้องค์ประกอบความงามทั้งสี่มิตินี้เป็นเครื่องชี้วัดและเป็นเครื่องแสดงออกถึงความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ ชนชั้น วัฒนธรรมอีกด้วย ตัวอย่างเช่น

ชนชั้น ในอดีตที่มีกฎมณเฑียรบาลที่ห้ามคนธรรมดาสามัยแต่งกายด้วยเสื้อผ้าและเครื่องประดับบางชนิดที่ใช้เฉพาะสำหรับชนชั้นสูงเท่านั้น แต่ในปัจจุบันถ้าใครมีฐานะร่ำรวย ก็สามารถซื้อหาเสื้อผ้าเครื่องประดับมาประดับได้มากเท่าที่ตนเองพอใจ นั่นหมายความถึงความงามประดับเหล่านี้ไม่ได้เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงความเป็นชนชั้นของบุคคลอีกต่อไป แต่กลับเป็นการบ่งบอกถึงฐานะทางเศรษฐกิจมากกว่า

เชื้อชาติ การนุ่งผ้าซิ่นหรือไว้ผมมวยเคยถูกมองว่าเป็นเครื่องแต่งกายที่แสดงออกถึงความเป็นคนเหนือหรือคนลาว (ซึ่งในอดีตนั้นยังถูกเหยียดว่าเป็นป่าเมืองเถื่อน ล้าหลัง ไม่มีความเจริญ) แต่เมื่อมาถึงในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว การนุ่งซิ่นและไว้ผมมวย กลับถือเป็นพระราชนิยมที่ผู้หญิงควรประพฤติปฏิบัติตาม ไม่มีใครมาดูถูกเหยียดหยามว่าเป็นลาวไว้ผมมวยนุ่งซิ่นอีกต่อไป

วัฒนธรรม ในยุครัฐนิยมการสวมถุงเท้า การใส่รองเท้า การสวมหมวก เป็นการแสดงออกถึงความมีวัฒนธรรม แม้สิ่งเหล่านี้จะไม่อำนวยต่อการใช้ชีวิตประจำวันของคนในสังคมบางกลุ่ม บางอายุ บางอาชีพ เช่น ชาวนา ชาวสวนที่ต้องทำงานในท้องนา ในสวน ย่อมไม่สะดวกที่จะมาสวมหมวกที่สวยงาม เพราะด้วยอาชีพแล้วการสวมงอบน่าจะเหมาะสมมากกว่าการสวมหมวก หรือการที่สตรีชั้นสูงในพระราชสำนักเปลี่ยนเครื่องแต่งกายจากห่มสไบ นุ่งโจงกระเบนมาเป็นเสื้อ

ทรงแขนหมูแฮม ผ้าลูกไม้เพื่อแสดงถึงความทันสมัยแบบตะวันตกทั้งแบบเสื้อผ้าที่เป็นแฟชั่นทางตะวันตกต้องไปจ้างร้านเสื้อผ้าฝรั่งตัดเย็บ และผ้าลูกไม่ราคาแพงที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ในขณะที่ยุคปัจจุบันที่คนในสังคมไทย เรานิยมใช้แบรนด์เนมเพราะมันมีความหมายทางสัญญะ คือ เป็นการแสดงออกถึงความมีฐานะเพราะสินค้าแบรนด์เนมมักมีราคาสูง นอกจากนี้ยังเป็นการแสดงออกถึงความมีรสนิยม ความทันสมัย เพราะสินค้าแบรนด์เนมมักเป็นสินค้านำเข้าจากต่างประเทศ

ด้วยเรื่องความงามของผู้หญิงแล้ว ผู้หญิงสามารถแสดงออกทางด้านความงามได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งความงามด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ความรู้ บุคลิก การพูดจา โดยในความหลากหลายของความงามนั้น เกิดได้จากความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรม ชนชั้น ศาสนา ผู้วิจัยจะนำแนวคิดนี้มาเป็นกรอบแนวคิดการทำแนวคำถามในการสัมภาษณ์พนักงานแอร์ไชน่า

4. แนวคิดการเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภค

วัฒนธรรม หมายถึง การประพฤติปฏิบัติในสังคมซึ่งเป็นที่ยอมรับกัน (ชยันต์ วรรธภูติ 2521 : 13) พบว่า วัฒนธรรมของคนในสังคมหนึ่งเป็นสิ่งที่สังคมนั้นยอมรับกันว่ามีประโยชน์และมีคุณค่า ที่ก่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างคนในสังคมภายใต้เงื่อนไขชุดหนึ่ง อีกทั้งเป็นแบบแผนพฤติกรรม Jean Baudrillard พบว่า สังคมปัจจุบันเป็นสังคมแห่งการบริโภคที่ถูกกำหนดในระบบคุณค่า ระบบคุณค่าเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมที่คนในสังคมกระทำหรือสร้างขึ้นมาในสังคมหรือกลุ่มคนนั้นๆ เป็นระบบคุณค่าที่หลงใหล (ศุภร เสรีรัตน์ 2540 : 252-253) พบว่า ความเชื่อและค่านิยมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค และพฤติกรรมการบริโภคขึ้นอยู่กับการเห็นคุณค่าของกลุ่มคนในสังคมด้วยความพอใจจนกลายเป็นวัฒนธรรม แต่เป็นวัฒนธรรมที่ค่อนข้างจะอิสระเสรี จากการกำกับควบคุมของหน่วยราชการ

Jean Baudrillard เห็นว่า ในเศรษฐศาสตร์แบบเดิมนั้น ไม่สามารถอธิบายเรื่องการบริโภคในสังคมปัจจุบันได้อย่างเพียงพอ สังคมปัจจุบันได้แปรเปลี่ยนเป็นสังคมแห่งการบริโภคไปเสียแล้ว ในสังคมแห่งการบริโภคนี้ ประโยชน์ใช้สอยถูกทำให้หมดบทบาทลงอย่างสิ้นเชิง ด้วยเรื่องของความแตกต่างและการบริโภคเชิงสัญญะ ซึ่งวัตถุจะถูกกำหนดในฐานะที่เป็นส่วนประกอบในการสร้างบรรยากาศของระบบคุณค่าในสังคมสมัยใหม่ ดังนั้นการอธิบายการบริโภคโดยเศรษฐศาสตร์แบบเดิม จึงไม่เพียงพอในปัจจุบัน แต่การบริโภคจะเป็นปรากฏการณ์ของมิติทางสังคมและวัฒนธรรม โบดริยาร์ด มีความเห็นว่าทฤษฎีเกี่ยวกับวัตถุและการบริโภคในสังคมปัจจุบันไม่ได้ตั้งอยู่บนพื้นฐานที่ว่าด้วยเรื่องของอรรถประโยชน์ (Utility) หรือทฤษฎีแห่งความพึงพอใจ (Pleasure) โดยทั่วไป แต่น่าจะวางอยู่บนรากฐานของการสร้างคุณค่าและความหมายของวัตถุที่ถูก

สร้างขึ้นมาในสังคม ซึ่งตั้งอยู่บนตรรกะแห่งความแตกต่าง (Difference) และเป็นเงื่อนไขที่ทำให้มนุษย์ก้าวเข้าสู่การบริโภคเชิงสัญญะ (อธิคม โกมลวิทยาธร 2548 : 16-29)

การศึกษาวัฒนธรรมการบริโภคของโบดริยาร์ด จึงเน้นประเด็นหลักไปที่ “การบริโภค ” เนื่องจาก “ ความจริงเกี่ยวกับการบริโภคไม่ได้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับความรื่นรมย์ หากเป็นหน้าที่หนึ่งของการผลิต ดังนั้น มันจึงไม่ได้เป็นเรื่องของปัจเจก แต่เป็นเรื่องของส่วนรวมโดยตรงทั้งหมด เช่นเดียวกับการผลิตเชิงวัตถุ ” กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ เมื่อสินค้าชนิดหนึ่งถูกผลิตขึ้นมา มันย่อมต้องมีคุณค่าทางการใช้สอย ฉะนั้นมันย่อมถูกผลิตซ้ำเพื่อตอบสนองทั้งความต้องการและความจำเป็นต้องใช้ของเรา ดังนั้นการบริโภค คือ ปัจจัยสำคัญที่อยู่ควบคู่กับการผลิตนั่นเอง

Jean Baudrillard นิยามการบริโภคว่า เป็นการกระทำอันเป็นระบบของการจัดการกับสัญญะ (“A Systematic Act of The Manipulation of Signs”) กล่าวคือ ในระบบบริโภคนิยม สินค้าหรือวัตถุไม่ได้หมายถึง แต่ตัวของมันเองอีกต่อไป หากแต่เป็นสัญญะสื่อไปถึงสถานภาพหรือวิถีชีวิตหนึ่ง นอกจากนั้นสินค้าและหน้าที่ในการเป็นสัญญะ ยังเชื่อมโยงกันในสายสัมพันธ์ที่ไร้ซึ่งเหตุผลหรือกฎเกณฑ์ แต่ถูกทำให้ดูเป็นเรื่องธรรมชาติที่ใครต่อใครก็เห็นพ้องต้องกัน (สุรเดช โชติอุดมพันธ์ 2550 : 168-169)

ในหนังสือ For a Critique of the Political Economy of the Sign (เกษม เพ็ญพินันท์ 2550 : 39) โบดริยาร์ดได้จัดวางระนาบของคุณค่าทางการใช้สอยและคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนใหม่ด้วยการสอดแทรกระบบสัญญะเข้ามาในการวิเคราะห์การบริโภค ที่ความหมายทางสังคมที่ปรากฏอยู่ในสินค้า ได้กลายเป็นปัจจัยหลักที่มาควบคุมการแลกเปลี่ยน ด้วยเหตุนี้ โบดริยาร์ด จึงได้จัดวางระนาบความสัมพันธ์ออกเป็น 2 ชุด คือ

1. ระหว่างคุณค่าการแลกเปลี่ยนและคุณค่าการใช้สอย หรือสินค้าที่นำมาแลกเปลี่ยนและประโยชน์ใช้สอยของมัน

2. ระหว่างรูปลักษณ์ทางสัญญะ และความหมายของสัญญะ

เขาได้จัดวางคู่ความสัมพันธ์เหล่านี้ใหม่ให้เกี่ยวเนื่องกับสินค้าที่เราบริโภค โดยพิจารณาจาก “หน้าที่ในเชิงช่วงชั้น ระหว่างรูปแบบที่ครอบงำอยู่และรูปแบบที่อ้างอิง (หรือสิ่งที่กล่าวถึง)” ดังนั้นคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนกับรูปแบบทางสัญญะจึงเป็นสิ่งเดียวกัน เพราะว่าสิ่งที่เรานำมาแลกเปลี่ยนไม่ใช่ความเป็นวัตถุ (Materiality) หรือแรงงานที่ผลิตมันขึ้นมาแล้วให้มูลค่าแก่สินค้านั้นๆ หากขึ้นอยู่กับรูปแบบที่ปรากฏให้เราได้เห็น ในขณะเดียวกันคุณค่าทางการใช้สอยกับความหมายทางสัญญะเทียบเคียงได้ว่าเป็นสิ่งเดียวกัน เพราะมันบ่งบอกถึงสิ่งที่เราตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับ หรือความหมายที่กำกับสามัญสำนึกของเราว่า มันมีนัยทางสังคมวัฒนธรรมของสินค้า

ผลงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรี

Jean Baudrillard แจงความสัมพันธ์ที่เกี่ยวเนื่องกันนี้ว่า จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อเราเข้าใจถึงระบบตรรกของสินค้า ที่มูลค่าของคุณค่าทางการแลกเปลี่ยนและคุณค่าทางการใช้สอยเป็นตัวบ่งชี้ว่าสินค้าเป็นสินค้าที่มีราคาเพียงใด ในขณะที่ระบบตรรกของสัญญะบ่งบอกรูปลักษณ์ทางสัญญะและความหมายทางสัญญะเป็นตัวบ่งชี้นัยต่างๆ ที่ทำให้เราบริโภคสินค้า

Jean Baudrillard กล่าวว่า มีตรรกวิทยาอยู่ 4 ชุดที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กับตรรกแห่งการบริโภค (Logic of Consumption) อันได้แก่

1. ตรรกวิทยาเชิงหน้าที่ของการใช้ (A Functional Logic of Use Value) ซึ่งเป็นตรรกวิทยาในเชิงปฏิบัติของวัตถุหรือเป็นตรรกวิทยาเชิงอรรถประโยชน์ (Utility) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การมองวัตถุในฐานะเป็นเครื่องมือเครื่องใช้ (Tool/Instrument)

2. ตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าการแลกเปลี่ยน (An economic logic of exchange value) ซึ่งเป็นตรรกวิทยาเชิงเปรียบเทียบค่า (Equivalence) หรือถ้าพูดในเชิงตลาด คือ การมองวัตถุในฐานะสินค้า (Commodity)

3. ตรรกวิทยาค่าสัญญะ (A Logic of Sign Value) ซึ่งเป็นตรรกวิทยาแห่งความแตกต่างหรือตรรกวิทยาของสถานะ (Status) โดยวัตถุจะถูกมองในฐานะที่เป็นสัญญะ (Sign) ที่บ่งบอกสถานภาพทางสังคม (Standing) อัตลักษณ์ (Identity) รูปแบบการใช้ชีวิต (Style) เกียรติภูมิ (Prestige) หรืออำนาจ (power) ของบุคคลหนึ่ง

4. ตรรกวิทยาการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (A Logic of Symbolic Exchange) ซึ่งเป็นตรรกวิทยาหลายความหมาย (Ambivalence) โดยวัตถุจะอยู่ในฐานะที่เป็นของขวัญ (Gift) หรือเป็นสัญลักษณ์ แทนความสัมพันธ์

นอกจากนี้ Jean Baudrillard ยังเสนอว่า วัฒนธรรมของโลกยุคหลังทันสมัยมีเนื้อหาหลักอยู่ที่ (พัฒนา กิติอาษา 2546 : 128-129)

1. เศรษฐกิจที่เน้นเรื่องการผลิตด้านวัฒนธรรมที่ครั้งหนึ่งเป็นเพียงแบบแผนหรือวิถีชีวิตกลายเป็นสิ่งที่แยกกันไม่ออก เศรษฐกิจกับวัฒนธรรมไม่มีเส้นแบ่งแยกกันอีกต่อไป วัฒนธรรมสมัยใหม่กลายมาเป็นวัฒนธรรมของสัญญะ (Culture of Sign) ที่สามารถนำมาผลิตเป็นสินค้า ซื้อขายแลกเปลี่ยนกันในท้องตลาด เศรษฐกิจที่มีมูลค่ามากที่สุดและมีความยั่งยืนมากที่สุดมีฐานมาจากวัฒนธรรมแทบทั้งสิ้น เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี แฟชั่นเสื้อผ้า เครื่องสำอางเสริมความงาม

2. เศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรมของโลกสมัยใหม่เดินทางมาถึงจุดเปลี่ยนที่สำคัญ กล่าวคือ สินค้าที่มีมูลค่าที่สุดในตลาดโลกไม่ใช่สินค้าและบริการในความหมายดั้งเดิม หากแต่เป็นข่าวสารข้อมูล โดยเปลี่ยนจากการผลิตสินค้าและบริการที่มีฐานอยู่ที่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติมาเป็นการผลิตความรู้และข่าวสารข้อมูล

3. ลักษณะที่โดดเด่นของวัฒนธรรมโลกยุคหลังทันสมัยอย่างหนึ่ง คือ การสร้างความจริงที่เหนือจริง (Hyper Reality) โดยผ่านกระบวนการผลิตซ้ำแบบจำลองหรือปลอมแปลงเลียนแบบ (Simulation) โดยอาศัยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าซับซ้อนเข้าช่วย ความจริงไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่แล้ว ไม่ใช่สิ่งที่ไม่ตาย แต่เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น และถูกสร้างขึ้นได้หลายรูปแบบ ด้วยความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ความจริงที่เหนือความจริงที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุด ได้แก่ การติดต่อสื่อสารผ่านโทรทัศน์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ภาพยนตร์ การจัดแสดงนิทรรศการในพิพิธภัณฑ์ การโฆษณาผ่านสื่อมวลชนต่างๆ การเดินทางท่องเที่ยว หรือแม้กระทั่งการจัดสวนสนุกกลางแจ้ง เช่น ดิสนีย์แลนด์ เป็นต้น

อย่างไรก็ตามกระแสความสนใจ ในวงการสังคมศาสตร์ที่หันกลับมาให้ความสำคัญกับการศึกษาปรากฏการณ์ต่างๆ ในมุมมองเชิงวัฒนธรรม (Cultural Turn) ส่งอิทธิพลและผลกระทบต่อการศึกษาเรื่องการบริโภค ทำให้ขอบเขตและประเด็นการศึกษาการบริโภคเปลี่ยนแปลงไป การบริโภคไม่ได้จำกัดเฉพาะแค่การซื้อและการบริโภคสิ่งใดสิ่งหนึ่งเท่านั้น หากยังรวมไปถึงการให้ความหมายและการผนวกรวมสิ่งนั้นๆเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนด้วย แนวคิดเรื่อง การบริโภคนิยม (Consumerism) จึงถูกแทนที่ด้วยสิ่งสิ่งที่เรียกว่า วัฒนธรรมบริโภค (Consumer Culture) พร้อมด้วยมุมมองใหม่ๆ ซึ่งถือว่าผู้คนหาใช่เป็นผู้บริโภคที่ไร้ความคิดอ่าน หากเป็นคนที่รู้จักขบคิด ตีความและให้ความหมายกับสิ่งที่ตัวเองบริโภคอยู่ตลอดเวลา (วัฒนา สุกัณศีล 2544 :12-13)

ปฏิกิริยาของผู้บริโภคในประเทศกำลังพัฒนาที่มีต่อสิ่งของเครื่องใช้และเครื่องโภคภัณฑ์ต่าง ๆ จากตลาดโลกจึงมิได้หลากหลายแตกต่างกันไป ตั้งแต่การบริโภคสินค้าต่างประเทศอย่างตรงไปตรงมา การนำเอาสิ่งของเครื่องใช้จากต่างประเทศมาปรับเปลี่ยนและดัดแปลงให้มีความหมายและประโยชน์สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ไปจนถึงการหันกลับไปนิยมชมชอบวัฒนธรรมและการบริโภคสิ่งของที่ผลิตในท้องถิ่นและการต่อต้านกระแสโลกาภิวัฒน์ของวัฒนธรรมบริโภคในรูปของขบวนการชาตินิยม ขบวนการศาสนาและขบวนการสร้างเอกลักษณ์ที่แสดงถึงวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ของกลุ่มในที่สุด (วัฒนา สุกัณศีล 2544 : 13)

กาญจนา แก้วเทพ กล่าวว่า วัฒนธรรมแบบมีสื่อเป็นตัวกลาง (Marss-Mediated Culture) มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการบริโภคอย่างแยกกันไม่ออก จะเห็นได้จากข้อแตกต่างระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบทในด้านสื่อ คือ ในเมืองสื่อมวลชนได้เพิ่มบทบาททั้งปริมาณและคุณภาพอย่างมากต่อคนในสังคมเมือง ต่อสถาบันสังคม สื่อมวลชนได้มีอิทธิพลต่อผู้หญิงโดยเฉพาะมิติทางวัฒนธรรม ยิ่งสังคมมีการพัฒนาความทันสมัยมากขึ้น ยิ่งเพิ่มบทบาทในฐานะเป็นตัวกลั่นวัฒนธรรม ที่สำคัญมากขึ้น ทำให้สังคมผู้หญิงในเมืองไทยได้รู้ได้เห็น และนำเอา

วัฒนธรรมที่ได้รู้ได้เห็นจากสื่อต่างๆไปใช้กับตนเองและกลุ่มของตน โดยมีสื่อเป็นตัวกลางและเป็นองค์กรที่สาธิตรูปแบบความสัมพันธ์ การถ่ายทอดเกี่ยวกับการซื้อขายทำให้วัฒนธรรมไทยกลายเป็นวัฒนธรรมแห่งการซื้อขายเพื่อการบริโภค ยังผลให้เกิดผลกระทบที่เกิดจากความสัมพันธ์แบบตลาด คือการวางโครงสร้างทางสังคม ความรู้สึกใหม่ๆเกิดขึ้น เช่น ถ้าผู้หญิงอยากผิวสวยต้องทานวิตามินเสริม ทาโลชั่นทาผิว การเข้าร้านเสริมสวย เป็นต้น (รวีพร อัมโรจน์ 2544 : 15)

ในหนังสือ In Mass Consumption and Personal Identity (1992) Peter Lunt และ Sonia Livingstone สำรวจบทบาทการบริโภคของผู้ตอบแบบสอบถาม 279 คน อายุ18-82 ผู้หญิง 62% ผู้ชาย 38% เขาพบคำอธิบายรูปแบบของการบริโภคสองสำนวนคือ Regressive หรือ Progressive คำอธิบายแบบ Regressive ถึงความน่าคลั่งของศีลธรรมประเพณี ซึ่งอยู่ในสถาบันและชุมชนท้องถิ่นที่ลัทธิบริโภคนิยมทำให้เกิดความสับสน การโหมโฆษณาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ง่ายต่อความเชื่อถือ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอื่นๆ ในระบบการเงินที่ไม่มั่นคงอีกด้วย ส่วนคำอธิบายในแนวความก้าวหน้า (Progressive) เป็นผลจากการสร้างความต้องการนำประโยชน์สูงสุดของโอกาสของสังคมบริโภคสมัยใหม่ การโต้เถียงกันของประชาชนเกี่ยวกับการบริโภคในชีวิตประจำวันเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่สาธารณะ มันเป็นเรื่องโต้เถียงกันระยะยาวในวิชาสังคมวิทยาในการพยายามให้เกิดความสมดุล อย่างไรก็ตามนักสังคมวิทยามีความโน้มเอียงที่จะมองการบริโภคในแง่ร้ายมากกว่าแง่ดีเกี่ยวกับผลกระทบของวัฒนธรรมการบริโภค ดังนั้นนักสังคมวิทยาส่วนใหญ่จึงมักจะสร้างวาทกรรมการบริโภคในด้านถอยหลัง (The Regressive Discourse) ออกมามากกว่าด้านก้าวหน้า (อุ่นใจ เจียมบูรณะกูล 2550 : 36)

George Simmel นักสังคมวิทยาและนักปรัชญาสำคัญคนหนึ่ง เสนอว่า ลักษณะของความสัมพันธ์ของมนุษย์จะเจริญเติบโตทุกๆด้านที่เกี่ยวกับเรื่องเงินทอง ส่วนมาร์กซ์ (Karl Marx) เสนอว่า การบริโภคเป็น “กระบวนการการกลายเป็นสินค้า” (Commodification) เมื่อไม่นานมานี้ได้เกิดสิทธิแบบใหม่ นักสังคมวิทยาอย่าง Peter Saunders เสนอว่ามีทางเลือกและโอกาสที่มากมายที่ลัทธิบริโภคนิยมให้กับประชาชน นักสังคมวิทยาแนวแรดิคัลยอมรับนัยความหมายของการบริโภคมากกว่าพวกหลังโครงสร้างนิยมฝ่ายซ้าย การสนับสนุนการโต้เถียงใหม่ๆของ Stuart Hall มีจุดสำคัญที่การดำเนินไปของการบริโภคที่มีจุดร่วมกันเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่เห็นได้ชัด อย่างเรื่องการบริโภคเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม รายละเอียดงามวิจัยของ Lunt และ Livingstone พวกเขาเสนอ วาทกรรมเกี่ยวกับการบริโภค ด้านลบและด้านบวก เกี่ยวกับผู้บริโภคขนาดใหญ่ พวกเขาไม่ได้ค้นหาผู้บริโภคที่สมองกลวงถูกหลอกง่ายๆ ในทางตรงข้ามการบริโภคเล่นบทบาทหลักในการสร้างตัวตนความเป็นเอกลักษณ์ (Self - Identity) (O’Donnell 1997)

จากการศึกษาแนวคิดการเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภค ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ความเชื่อและค่านิยมในสังคมเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคและพฤติกรรมการบริโภคเกิดจากการเห็นคุณค่าของกลุ่มคนในสังคมจนกลายเป็นวัฒนธรรม ซึ่งสังคมปัจจุบันเป็นสังคมบริโภคนิยม ที่ถูกกำหนดโดยระบบคุณค่า โดยระบบคุณค่าเป็นลักษณะอย่างหนึ่งของวัฒนธรรมที่คนในสังคมกระทำหรือสร้างขึ้นมาในกลุ่มคนนั้น ๆ หรือในสังคมนั้น

5. แนวคิดความเป็นตัวตน

ความเป็นตัวตนหรือที่เรียกว่า อัตลักษณ์ (Identity) มีรากศัพท์มาจากภาษาลาติน คือ Identitas เดิมใช้คำว่า Idem ซึ่งมีความหมายว่าเหมือนกัน (The Same) อย่างไรก็ตามโดยพื้นฐานทางภาษาอังกฤษแล้ว อัตลักษณ์มีความหมายสองนัยยะด้วยกันคือความเหมือนและความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป นั่นคือการตีความหมายความเหมือนกันบนพื้นฐานของความสัมพันธ์ และการเปรียบเทียบกันระหว่างคนหรือสิ่งของในสองแง่มุมมอง คือความคล้ายคลึงและความแตกต่าง (Jenkins 1996 : 3-4) นอกจากนั้นแล้วเจนกินส์ (Richard Jenkins) ยังชี้ให้เห็นว่าอัตลักษณ์มิใช่เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วในตัวของมันเอง หรือกำเนิดขึ้นมาพร้อมกับคนหรือสิ่งของ แต่เป็นสิ่งถูกสร้างขึ้นและมีลักษณะของความเป็นพลวัตอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสอดคล้องกับการให้ความหมายของเบอร์เจอร์และลัคแมน (Peter Berger and Thomas Luckmann) ที่ว่า อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นโดยกระบวนการทางสังคม ครั้นเมื่อตกผลึกแล้วอาจจะมีความคงที่ ปรับเปลี่ยน หรือแม้กระทั่งเปลี่ยนแปลงรูปแบบไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางสังคมเป็นหลัก (Berger and Luckmann 1967 :173) กล่าวโดยอีกนัยหนึ่ง อัตลักษณ์เป็นเรื่องของความเข้าใจและการรับรู้ว่าเราเป็นใครและคนอื่นเป็นใคร นั่นคือเป็นการกอรปขึ้นและดำรงอยู่ว่าเรารับรู้เกี่ยวกับตัวเองอย่างไร และคนอื่นรับรู้เราอย่างไร โดยมีกระบวนการทางสังคมในการสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีต่อคนหรือกลุ่มอื่น ๆ ด้วย

มหาวิทยาลัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ความเป็นตัวตนแตกต่างจากบุคลิกภาพในประเด็นที่สำคัญหลายประการ เราอาจมีบุคลิกภาพร่วมกับบุคคลอื่นแต่ความเป็นตัวตนร่วมมีนัยของการเกี่ยวพันกับการตื่นตัว (Active) บางอย่างในตัวเราของเรา เช่นเราเลือกที่จะแสดงตัวตนกับกลุ่มหรืออัตลักษณ์ที่เฉพาะ ซึ่งบางครั้งเราอาจมีตัวเลือกมากกว่าคนอื่น และความเป็นตัวตนต้องการความตระหนัก (Awareness) บางอย่างที่เกี่ยวข้องกับส่วนที่เป็นของเรา บุคลิกภาพอธิบายลักษณะต่างที่บุคคลทั่วไปน่าจะมี เช่น การเข้าสังคมเก่งหรืออาจเป็นคุณลักษณะภายใน แต่ความเป็นตัวตนต้องการพื้นฐานบางอย่าง อาจถูกจัดประเภทด้วยการมีลักษณะบุคลิกภาพ แต่เราต้องแสดงตัวตน (นั่นคือการยอมรับอย่างตั้งใจ) กับอัตลักษณ์ความสำคัญของ การแสดงตัวตน (Marking Oneself) คือการมีอัตลักษณ์เหมือนกับ

กลุ่มหนึ่งและมีความแตกต่างกับอีกกลุ่มหนึ่ง หากลองคิดถึงสถานการณ์ที่เราพบกับใครสักคนในครั้งแรก และเรากำลังพยายามค้นหาว่าเค้าคือใคร ด้วยการตั้งคำถามว่าเขามาจากไหนและเขาทำอะไรในสถานการณ์ต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นการกำลังพยายามค้นหาสิ่งที่เกี่ยวกับตัวของบุคคลนี้และสิ่งที่ทำให้เขาเหมือนกับเราด้วย (สิ่งที่เรามีร่วมกับเขา)

ลักษณะสำคัญของอัตลักษณ์ ยังเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆจะกระทำโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลายรูปแบบ ในอีกด้านหนึ่งอัตลักษณ์ก็ยังเกี่ยวข้องกับมิติภายในของความเป็นตัวเราอย่างมากทั้งในด้านของอารมณ์ ความรู้สึกของเรา เพราะมนุษย์ให้ความหมายหรือเปลี่ยนแปลงความหมายที่เกี่ยวกับตนเอง ในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลกและปริมณฑลของอัตลักษณ์และตัวตนที่มันซ่อนทับกันอยู่ จึงมีการจัดแบ่งประเภทของอัตลักษณ์เป็น2ระดับ คือ ระดับอัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) และอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ที่จะใช้แสดงตน เช่น การที่สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ และระบบคุณค่าที่ติดตัวมา ความเป็นแม่ ความเป็นเพื่อนความเป็นสามีภรรยา เข็นโรงเรียน ผ้าที่พันคอของทีมภาษาหรือบางที่อาจเห็นได้จากเสื้อผ้าที่ใส่ สัญลักษณ์และการสร้างแทนความจริง (Representation) เป็นสิ่งสำคัญในการแสดงให้เห็นแนวทางหรือที่เรามีอัตลักษณ์ร่วมกับบุคคลบางคนและการแยกแยะตัวเราด้วยการสร้างความต่างจากคนอื่น ในความเข้าใจนี้เองแม้ว่าในฐานะของบุคคลเราควรจะยอมรับในอัตลักษณ์ต่างๆอย่างตั้งใจ อัตลักษณ์เหล่านั้นยังเป็นผลผลิตที่สำคัญของสังคมที่เราอาศัยอยู่และความสัมพันธ์ระหว่างเรากับคนอื่น อัตลักษณ์จึงได้จัดเตรียมการเชื่อมโยงระหว่างบุคคลกับโลกที่เขาอาศัยอยู่ นอกจากนี้อัตลักษณ์ยังรวมถึงเรื่องว่า “ฉันมองตัวฉันเองอย่างไร และคนอื่นมองฉันอย่างไร” มันเข้าไปเกี่ยวกับตัวตน (Self) และสิ่งที่อยู่ภายใน มันเป็นการกำหนดตำแหน่งที่ระลึกรู้จากสังคม ซึ่งเกิดขึ้นจากการที่คนอื่นรับรู้ด้วยไม่ใช่แค่เรารับรู้เท่านั้น

อัตลักษณ์มีทั้งที่เป็นระดับปัจเจก (Individual) และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม (Collective) ในระดับปัจเจก บุคคลคนหนึ่งอาจจะมีหลายอัตลักษณ์อยู่ในตนเอง เช่น เพศภาพ กลุ่มชาติพันธุ์ ชาติ ช่วงชั้นทางสังคม อาชีพ และศาสนา เป็นต้น ในขณะอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่มนั้น ความเป็นอัตลักษณ์ร่วมถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันของสมาชิกในกลุ่ม อย่างไรก็ตามบนพื้นฐานของความเหมือนกันของกลุ่มนั้น ย่อมมีความแตกต่างกับกลุ่มอื่นมาเป็นตัวกำหนดความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของกลุ่มด้วย

ความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นมาโดยการปฏิสังสรรค์ระหว่างบุคคล ในบุคคลหนึ่งๆ ก็จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และเมื่อบุคคลยอมรับในอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งในขณะเวลานั้นมันมีกระบวนการที่แตกต่างกันในการแทนที่ ในขณะที่บุคคลทำการกำหนดตำแหน่งของตนเอง และถูกกำหนดตำแหน่งในทางสังคม กระบวนการที่เกิดขึ้นนี้ได้คำนึงถึง

จุดเน้นที่ความแตกต่าง ความหลากหลายในการสร้างอัตลักษณ์ที่เท่าเทียมกับการตั้งคำถามว่าอัตลักษณ์ทั้งหลายนี้ได้เชื่อมโยงกับสังคมได้อย่างไร การมุ่งเป้าหมายไปที่ความสำคัญต่อมุมมองทางสังคมของอัตลักษณ์จะนำเราไปสำรวจโครงสร้างต่างๆ โดยผ่านชีวิตของเราที่ถูกจัดการอัตลักษณ์ต่างๆของเราที่ถูกจัดเก็บไว้เข้าที่ด้วยโครงสร้างต่างๆทางสังคมและเราก็มีส่วนร่วมในการก่อตัวของอัตลักษณ์ของตัวเราเองด้วยเช่นกัน

ความเป็นตัวตนที่ปรากฏขึ้นมามันมีความสัมพันธ์อย่างมากกับการทำความเข้าใจในการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมในปัจจุบัน ในบริบทของโลกาภิวัฒน์ มิติเวลาที่เร่งเร็วขึ้นและมิติพื้นที่ที่ดูหดแคบเข้ามาเพราะการปฏิวัติเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ การเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมเป็นไปอย่างหลากหลาย ซับซ้อนและรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงประสบการณ์เกี่ยวกับเวลา พื้นที่และแบบแผนการให้คุณค่า การใช้ชีวิตประจำวันมีผลอย่างยิ่งต่อความรู้สึกที่เรามีเกี่ยวกับตนเอง สิ่งที่เคยเป็นมาตราฐานของระบบคุณค่าและการนิยามอัตลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นคุณค่าทางศาสนา ค่านิยมเรื่องเพศ คุณค่าประเพณีวัฒนธรรมเก่า ๆ หรือค่านิยมของกลุ่มชาติพันธ์ ด้วยแล้วกระทบกระทั่งในรูปแบบต่างๆจากพลังของโลกาภิวัตน์ การปรับเปลี่ยนนี้แสดงออกได้หลายลักษณะ ทั้งในระดับจุลภาคในแง่แบบแผนชีวิตประจำวันของปัจเจกชน ในแง่การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น จนถึงระดับที่กลายเป็นขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม เราจะเห็นได้จากขบวนการทางศาสนา ชาติพันธุ์ และวัฒนธรรมใหม่ได้เกิดขึ้นมาราวกับดอกเห็ดในประเทศต่างๆ มันเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ทำให้ต้องมีการทบทวนคำว่า “วัฒนธรรม” หรือ “ขบวนการเคลื่อนไหวทางสังคม” กันใหม่ ขบวนการเหล่านี้ต้องเสนอความหมายและทิศทางใหม่ในเชิงสังคม วัฒนธรรม กระบวนการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของกลุ่มเกิดจากการผสมผสานองค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่ซับซ้อน

George Herbert Mead กล่าวไว้ว่า ความเป็นตัวตนเกิดจากการอบรมสั่งสอนให้รู้ระเบียบของสังคม เป็นการที่บุคคลยอมรับเอาค่านิยมของกลุ่ม ซึ่งเป็นผลจากการติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น มีการปรับความต้องการและการกระทำของตนเองให้เข้ากับกลุ่มตามสิทธิและหน้าที่ที่สังคมกำหนดหรือยอมรับ ซึ่งมนุษย์ต่างกับสัตว์ก็เพราะความมีตัวตน ความมีตัวตนนี้มีตั้งแต่ในวันเด็ก เริ่มแต่รู้จักคำว่า ฉัน เธอ ของฉัน ของเธอ ของน้อง ของพี่ ของพ่อ ของน้อง เป็นต้น เป็นความรู้สึกในความเป็นตัวตนของตนเองว่าตนเป็นใคร มีความต้องการต่างๆที่ต่างจากผู้อื่นอย่างไร ซึ่งความรู้สึกเช่นนี้จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อมีการติดต่อสังสรรค์กับผู้อื่น หรือระเบียบแบบที่สังคมกำหนด Mead ได้แบ่งตัวตนออกเป็น 2 ส่วนคือ

1. I เป็นส่วนที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ของตัวเอง เป็นส่วนที่บุคคลแสดงออกไม่ใช่เป็นความต้องการของสังคม

2. Me เป็นส่วนที่รับเอาทัศนคติ ความคิด ความอ่าน กฎเกณฑ์ ระเบียบ ประเพณีที่มีอยู่มาเป็นของตนโดยไม่คัดค้าน เป็นการยอมรับตามความต้องการของสังคม

Sigmund Freud นักจิตวิทยาชาวออสเตรียได้ให้ความคิดในเรื่องความเป็นตัวตนไว้ว่า มนุษย์มีการเก็บฝังไว้ในเรื่องของความผิดหวังในชีวิตกลุ่ม และสนใจในเรื่องความสามารถแฝงของสังคมที่ช่วยให้บุคคลมีอิสระเสรีภาพสนใจวิธีการที่กลุ่มบังคับและทำให้ความเป็นตัวตนบิดเบือนผิดแผกไป ซึ่ง Freud ได้แบ่งตัวตนออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. Id เป็นส่วนความต้องการชีวภาพ ที่ต้องใช้ Super Ego คอยควบคุม ซึ่งบางครั้งก็ทำไม่สำเร็จ เป็นมรดกตกทอดทางกรรมพันธุ์ เริ่มมีมาแต่เกิด เป็นแหล่งพลังงานใหญ่ที่คอยกระตุ้นส่วนที่เหลืออีกสองระบบให้ทำงาน

2. Ego เป็นตัวประสานที่คอยปรับระหว่างความต้องการชีวภาพ กับความต้องการของสังคม เป็นตัวประสานระหว่าง Id และ Super Ego เป็นส่วนพิเศษส่วนหนึ่งของ Id โดย Id เป็นส่วนของโลกภายใน Ego เป็นส่วนของโลกภายนอก เป็นตัวการควบคุมกิจกรรมต่างๆ หรือเป็นตัวตนของบุคคลในกระทำการต่างๆ เป็นส่วนของจิตที่ประกอบด้วยการรับรู้ ความจำ ความคิด ซึ่งเป็นศูนย์กลางของบุคลิกภาพ หรือการกระทำต่างๆของบุคคล

3. Super Ego การที่บุคคลยอมทำตามความต้องการของสังคม คือ ส่วนที่เกี่ยวกับคุณธรรมต่าง ๆ ระเบียบประเพณี กฎเกณฑ์ กฎข้อบังคับ เป็นต้น ซึ่งบุคคลได้รับโดยการอบรมสั่งสอนอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เรียกได้ว่า เป็นความรู้สึกใฝ่สูง เช่น พิจารณาว่าผิดหรือถูก ดีไม่ดี ควรทำหรือไม่ควรทำ เป็นตัวที่เก็บกด Id ที่เป็นความต้องการในทางที่ไม่ดีไม่งามหรือที่สังคมไม่ต้องการ และเป็นตัวส่งเสริม Ego ให้กระทำตามแบบแผนที่สังคมกำหนดหรือยอมรับ (สุพัตรา สุภาพ 2529 : 83-84)

ลงทะเบียนนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

Allport กล่าวว่า ตัวตนเป็นโครงสร้างทางบุคลิกภาพที่สำคัญ อยู่ในส่วนหนึ่งของการรับรู้ ที่มีความแตกต่างกันประกอบไปด้วยการรับรู้สำนึกทั้งหมดและคุณค่าของ “ตัวตน” โดยทั่วไปแล้วตัวตนอาจจะรวมหรือไม่รวมเอาประสบการณ์ของอินทรีย์ไว้ทั้งหมด ตัวตนจึงเป็นการรับรู้ในลักษณะของกระบวนการเสมือนกับการที่บุคคลเข้าใจตัวเขาว่าควรจะเป็นลักษณะอย่างไร เป็นการจินตนาการของตนเอง นอกจากตัวตนจะทำหน้าที่ในการรับรู้ว่าเขาเป็นอะไรแล้ว บุคคลจะมีการรับรู้เพิ่มเติมอีกว่าเขาควรจะเป็นอะไร อย่างไร อันเป็นส่วนหนึ่งของตัวตนหรือที่เรียกว่า “ตัวตนในอุดมคติ” (มธุรส สว่างบำรุง 2542 : 336)

Browfrain กล่าวว่า ตัวตนประกอบด้วยความเข้าใจหรือภาพพจน์ที่เรามีต่อสภาวะทางกาย และสภาวะทางจิตใจของตนเอง ภาพพจน์ที่มีต่อสภาวะทางกาย ประกอบด้วยความรู้สึกเข้าใจเกี่ยวกับเราเองในแง่ที่เกิดจากการได้เห็นได้รับรู้ และได้ประเมินค่ารูปกายของตนว่าสวย หรือขี้ริ้วขี้เหร่อย่างไร รวมทั้งการประเมินค่าส่วนต่างๆทุกอย่างของร่างกายซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เราแสดงออก ส่วนภาพพจน์ที่เรามีต่อสภาวะทางจิตของตนเองนั้นคลุมถึงลักษณะต่างๆที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมของเรา เช่น ความซื่อสัตย์สุจริต ความรู้สึกเป็นอิสระหรือความรู้สึกสิ้นหวังที่เราสร้างขึ้นในจิตใจของเรา เป็นต้น (วิศิษฐ์ศักดิ์ ไทยทอง 2542 : 17)

Charies Horton Cooley ได้ให้ความหมายความเป็นตัวตนไว้ว่า ความเป็นตัวตนของบุคคลใดบุคคลหนึ่งจะเกิดขึ้นโดยปฏิกิริยาที่บุคคลอื่นแสดงต่อตัวเราเอง หรือจะเกิดขึ้นโดยการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น หรือการมีปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่น โดยการสื่อสารจากสัญลักษณ์ที่สำคัญคือภาษา (คณาจารย์ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษวิทยา 2539 : 327)

Hormnie อธิบายว่า คนทั่วไปมีภาวะของ “ ตน” อยู่ 2 อย่าง คือ “ตนจริง” คือ สภาพเกี่ยวกับตนเอง ข้อดีข้อเสีย จุดด้อยจุดเด่น ความสามารถความถนัด เป็นต้น ตามที่เป็นจริง กับ “ตนในอุดมคติ ” คือ สภาพที่ใฝ่ฝันว่าอยากมีอยากเป็นอย่างไร เช่น อยากเป็นคนสวย อยากเป็นคนเด่น อยากมีทรัพย์สินร่ำรวย เป็นต้น ถ้าตนในอุดมคติที่วาดภาพไว้ต่างกับตนจริงมาก ก็ทำให้ผู้นั้นบังเกิดความกังวลใจ ความคับข้องใจ และความเครียด เกิดความรู้สึกว่าตัวเองพบความล้มเหลวชีวิต เป็นบุคคลไร้ค่า ในเวลาเดียวกันก็ไม่กล้ารับความจริงเกี่ยวกับตนเอง ทำให้หมดความเชื่อมั่นในตนเอง (ศรีเรือน แก้วกังวาล 2536 : 83)

Carl Rogers ได้กล่าวว่า มนุษย์ทุกคนมีตัวตน 3 แบบ ได้แก่

1. ตนที่ตนมองเห็น คือ ภาพของตนที่เห็นเองว่าตนเป็นคนอย่างไร คือใคร มีความรู้ความสามารถลักษณะเฉพาะตนอย่างไร เช่น คนสวย คนแก่ง คนร่ำรวย เป็นต้น โดยทั่วไปคนเรารับรู้มองเห็นตนเองหลายแง่หลายมุม อาจไม่ตรงกับข้อเท็จจริงหรือภาพที่คนอื่นเห็น เช่น คนที่ชอบเอารัดเอาเปรียบผู้อื่นอาจไม่เคยนึกเลยว่าตนเองเป็นบุคคลประเภทนั้น

2. ตนตามที่เป็นจริง คือ ลักษณะตัวตนที่เป็นไปตามข้อเท็จจริง บ่อยครั้งที่ตนมองไม่เห็นข้อเท็จจริงของตนเพราะเป็นกรณีที่ทำให้รู้สึกเสียใจ เศร้าใจ ไม่เทียมหน้าเทียมตากับบุคคลอื่นๆ รู้สึกผิดเป็นบาป เป็นต้น

3. ตนตามอุดมคติ คือ ตัวตนที่อยากมีอยากเป็น แต่ยังไม่มีไม่เป็นในสภาวะปัจจุบัน เช่น นาย ก เป็นคนขับรถรับจ้าง แต่นึกฝันอยากจะเป็นเศรษฐีมีคนขับรถให้ (ศรีเรือน แก้วกังวาล 2531 : 123)

จากศึกษาแนวคิดและความหมายของความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ข้างต้น ผู้วิจัยสามารถนำมาวิเคราะห์ความเป็นตัวตนของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่าที่แสดงออกมาผ่านทางความงาม

6. แนวคิดเกี่ยวกับผู้หญิงและความงาม

การให้คำจำกัดความ (Definition) และการให้คุณค่า (Value) ของนิยาม " ความสวย " (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 55) กลายเป็นประเด็นในการวิเคราะห์และวิพากวิจารณ์ในฐานะของประเด็นทางสังคมศาสตร์ที่มีความสำคัญอันนำไปสู่การเคลื่อนไหวทางสังคมได้เลยทีเดียว กลุ่มสตรีนิยม (Feminist) อธิบายว่า "ความสวย" เป็นประเด็นที่ท้าทายมุมมองเดิมๆของสังคมศาสตร์ ซึ่งสนใจเพียงมิติเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม โดยไม่ให้ความสำคัญกับมิติเรื่องความสัมพันธ์ของหญิงชายเท่าที่ควร (อุ่นใจ เจียมบูรณะกุล 2547 : 12-13) เนื่องจากเป็นการวิจัยที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงวาทกรรมซึ่งเกี่ยวโยงถึงสำนึกเรื่องความงามที่สังคมมีต่อร่างกายของผู้หญิงวัยทำงานโดยตรง ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวกับผู้หญิงและความงามเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ข้อมูลมากยิ่งขึ้น

ในยุคศาสนจักรคริสเตียนตอนต้นจนถึงยุคกลาง ตามความเชื่อแบบทวิลักษณ์ในปรัชญาตะวันตกตามหลักคำสอนดั้งเดิมของคริสตศาสนาและแนวคิดทวินิยมของ Descartes (Descartes Dualism) ร่างกายถูกจัดประเภทโดยมีการแบ่งแยกแบบคู่ขั้วตรงข้ามอย่างชัดเจน เช่น จิตกับกาย สูงกับต่ำ ดำกับขาว หรืออ้วนกับผอม พร้อมกับการให้ความสำคัญที่ไม่เท่าเทียมกัน ความสำคัญของเพศหญิงหรือชายถูกสร้างให้เป็นส่วนหนึ่งของวาทกรรมเทววิทยา (Theological Discourse) โดยให้ความหมายของร่างกายบนฐานความเชื่อว่ามีคุณค่าด้อยกว่าจิตอันนำไปสู่การให้ความหมายแก่เพศทางสังคม (Social Body) ของผู้หญิงผู้ชายในลักษณะที่ความดีกว่าและความเหนือกว่ามักจะเชื่อมโยงกับความเป็นชาย เนื่องจากผู้ชายเปรียบเหมือนจิตและมีคุณค่าที่สูงกว่าผู้หญิงซึ่งเปรียบเหมือนกาย (ปิยรัตน์ ปั้นลี้ 2545 :16)

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

Efrat Tseelon กล่าวว่า แม้กระทั่งทฤษฎีทางจิตวิทยาก็ยังถูกใช้เพื่อสร้างความชอบธรรมโดยทำให้การปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงให้สวยงามเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ เช่น การอ้างถึงผลพลอยได้ทางสุขภาพจิตที่เรียกว่า "ความรู้สึกดีๆ" (Feeling Good) ซึ่งผู้หญิงจะได้รับรู้เกี่ยวกับตนเอง เช่นเดียวกับกอฟแมน (Ervin Goffman) กล่าวว่า ความงามสำหรับผู้หญิงคือตัวชี้วัดในคุณค่าของเธอว่าประสบความสำเร็จหรือไม่ในบทบาทของการเป็นผู้ถูกชม (Spectacled) โดยที่ความงามมักถูกประเมิณตามเกณฑ์ของอุดมคติและร่างกายตามธรรมชาติของเธอ ซึ่งเมื่อไม่ผ่านการถูกควบคุม (การปรับปรุง บำรุง รักษา) ก็จะไม่เป็นที่ยอมรับ นิยามของความงามจึงอาจหมายถึงช่วง

ขณะแห่งความรู้สึกสมบูรณ์แบบซึ่งถูกสร้างจากความคาดหวังและความหวาดกลัวและอาจบนเคล้าไปด้วยความรู้สึกผิดที่มาจากความ(รู้สึก)แตกต่างอันถูกทำให้เป็นปมด้อย (Stigmatized Differentness) และเช่นเดียวกับวัฒนธรรมประชานิยม ซึ่งร่างกายเป็นเสมือนโครงการที่ยังไม่แล้วเสร็จ (Unfinished Work) อีกทั้งยังดำรงอยู่ในความขัดแย้งว่าความเป็นผู้หญิงที่แท้จริงอยู่ตรงไหน ระหว่างการพยายามด้วยวิธีการต่างๆเพื่อให้ได้ความงามที่ปรารถนาแต่ขณะเดียวกันก็ไม่ใช่ธรรมชาติที่แท้จริง (จันทิมา ปัทมาธรรมกุล 2550 : 58)

Erving Goffman อธิบายว่า ความงามเป็นดั่งระบบ (beauty system) ที่ถูกทำให้มีความเป็นธรรมชาติ โดยอุดมการณ์ของความแตกต่างระหว่างเพศ (sexual differences) และถูกทำให้รู้สึกว่าเป็นสิ่งจำเป็น (Essential) ผู้หญิงถูกทำให้รู้สึกว่าเมื่อตนไม่เป็นไปตามที่สังคมคาดหวังในเพศสภาพ (Gender) ของตน ร่างกายที่ไม่ได้รับการปรับปรุงก็จะไม่น่าชื่นชมและกลายเป็นความน่าละอายและความรู้สึกเชิงลบต่างๆ ซึ่งอุดมการณ์ความแตกต่างระหว่างเพศนี้เป็นปฏิบัติการทางวัฒนธรรมซึ่งถูกผลิตจากโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และการยอมรับในมายาคติ (Internalized Mythologies) กอฟแมน กล่าวว่า ปัจจุบันนี้ผู้หญิงทำงาน (Working Women) ต้องการใช้ “ความงาม” เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้ตนเอง ซึ่งลักษณะนี้เรียกว่าเป็นกลยุทธ์แบบผู้ชาย (Masculine Strategies) มากกว่าที่จะเป็นการใช้ความงามเพื่อดึงดูดหรือสนองความพึงพอใจของเพศตรงข้าม (เช่น เพื่อให้ได้แต่งงาน) ซึ่งเป็นกลยุทธ์แบบผู้หญิง (Feminine Strategies) (Ervin Goffman 1995: 92-93) ตัวอย่างของกลยุทธ์แบบผู้หญิง เช่นในสมัยยุควิคตอเรียนซึ่งความเป็นผู้หญิงมีคำอธิบายอยู่ที่การดูแลสามีและการเลี้ยงลูกหรือความเป็นเมียและความเป็นแม่ ไม่ใช่ศักยภาพในด้านอื่นๆ และในพื้นที่อื่นนอกเหนือจากบ้าน (Domestic) และมีความเชื่อว่าความสวยงามทางรูปกายภายนอกสะท้อนได้ถึงความสวยงามในเชิงจิตวิญญาณภายในบุคคล ดังนั้น “สิ่งที่สวยงามคือสิ่งที่ดี” (What is beautiful is good) และผู้ที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงามหมายถึงผู้ที่จะได้รับประสบการณ์ทางสังคมที่ดีกว่าเช่นเดียวกับเป็นที่นิยมชมชอบมากกว่า (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 56)

Ervin Goffman อธิบายตัวอย่างของความขัดแย้งที่ผู้หญิงต้องเผชิญอยู่ในระบบความงาม เช่น ความขัดแย้งในคุณค่า (Paradox of Worth) ผู้หญิงอาจรู้สึกล้มเหลวหรือด้อยค่าลงหากเธอไม่ดูแลรักษาความงาม หากแต่เมื่อเธอรู้สึกประสบความสำเร็จในการพยายามดูแลรักษาความงามก็ดูเหมือนว่าคุณค่าของเธอได้รับความชอบธรรมผ่านร่างกายที่กลับไม่ใช่ตัวตนที่แท้จริง (Non - Identity)

ความขัดแย้งในสภาพจิตใจ (Paradox of Mental Health) เมื่อตั้งคำถามกับความเป็นผู้หญิงก็อาจดูเหมือนว่าเธอมีความผิดปกติในเพศสภาพ แต่เมื่อยอมรับในความเป็นผู้หญิงของตนอย่างภาคภูมิใจก็ทำให้ดูราวกับเธอเป็นพวกหลงตัวเอง (Narcissistic)

ความขัดแย้งในอำนาจ (Paradox of Power) เมื่อผู้หญิงควบคุมร่างกายของตนกลับทำให้เธออยู่ในสถานะที่ไร้อำนาจ เพราะเธอจะมีอำนาจได้อย่างไร ในเมื่อเธอยังมีวิธีคิดที่อิงอยู่กับการตัดสินของผู้อื่นและกลับยังเต็มไปด้วยความรู้สึกหวาดกลัวและไม่มั่นคงในตัวเอง (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 58)

สำหรับนักสตรีนิยมซึ่งแบ่งออกได้เป็นหลายกลุ่มย่อยก็มีการกล่าวถึงประเด็นเรื่องความงามกับผู้หญิงผ่านทัศนวิจารณ์ที่แตกต่างกัน นักสตรีรุ่นแรกๆ มองความสวยและการปรุงแต่งร่างกายของผู้หญิงให้สวยงามไปในทางลบโดยเห็นว่า “ ความสวย ” เป็นปฏิบัติการทางสังคมที่จำกัดอิสรภาพของผู้หญิง การที่ผู้หญิงติดยึดกับเรื่องรูปร่างหน้าตาภายนอกของตน สามารถมองได้ทั้งในบริบทของความสัมพันธ์เชิงอำนาจของความแตกต่างระหว่างเพศรวมทั้งความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้หญิงด้วยกันเอง ผู้หญิงเปรียบดังเหยื่อที่ถูกครอบงำโดยนิยามของความสวยซึ่งกำหนดขึ้นโดยมุมมองของผู้ชายในโครงสร้างสังคมที่มีผู้ชายเป็นใหญ่ หรือปิตาธิปไตย (Patriarchy) การที่ผู้หญิงให้ความสำคัญกับความสวยงามของตนประดุจเป็นสัญลักษณ์แห่งพันธนาการ แสดงว่าผู้หญิงยังคงต้องพึ่งพาผู้ชายและสร้างความพึงพอใจให้แก่พวกเขาท่ามกลางบริบทสังคมที่ให้อำนาจแก่ผู้ชายมากกว่า อันหมายถึง สังคมที่ผู้หญิงไม่มีโอกาสเท่าเทียมผู้ชาย เช่น ด้านการศึกษา สิทธิทางการเมือง เศรษฐกิจ เป็นต้น เพราะผู้ชายเชื่อว่าธรรมชาติได้สร้างผู้หญิงขึ้นมาเพื่อด้อยกว่าและเพื่อรับใช้ตน (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 59)

สำหรับนักสตรีนิยมซึ่งแบ่งออกได้เป็นหลายกลุ่มย่อยก็มีการกล่าวถึงประเด็นเรื่องความงามกับผู้หญิงผ่านทัศนวิจารณ์ที่แตกต่างกัน (อุ่นใจ เจียมบูรณะกุล 2550 : 20-28) สตรีนิยมรุ่นแรกๆ มองว่าความแตกต่างทางร่างกายของผู้หญิงและชายนั้นอาจจะมีน้อยกว่าสิ่งที่สังคมหล่อหลอมให้เขาและเธอมีความแตกต่างกันเสียอีก ความสวยเป็นดั่งมายาคติต่อผู้หญิง (Myth about women) ซึ่งมาจากการที่ผู้ชายพยายามสร้าง (Construct) ขึ้นเพื่อควบคุมผู้หญิง โดยมายาคติ คือ การพยายามอธิบายในสิ่งที่ไม่สามารถอธิบายได้เพื่อให้สิ่งที่ซับซ้อนกลายเป็นสิ่งที่ดูเหมือนง่ายที่จะเข้าใจและเพื่อให้สิ่งที่ไม่มีเหตุผลกลายเป็นสิ่งมีเหตุผล และมายาคติของความสวยก็เป็นความพยายามในการอธิบายว่ารูปธรรมของร่างกายผู้หญิงที่เรียกว่า “สวย” ต้องเป็นอย่างไรและชี้นำว่าที่ “ไม่สวย” นั้นเป็นอย่างไร (เช่น ความสวยคือความสาว เพราะฉะนั้น ความไม่สวยก็คือความแก่ เป็นต้น) โดยการปฏิบัติเพื่อให้ได้มาซึ่งความสวยถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดระเบียบร่างกายให้มีวินัยที่ทำให้ผู้หญิงหลงเชื่อว่าเธอสามารถควบคุมชีวิตของตนได้ ในลักษณะที่ มิเชล ฟูโกต์ เรียกการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงร่างกายจนถือว่าเป็นเรื่องธรรมดานี้ว่า “docile bodies” หรือ “ร่างกายที่เชื่องแล้ว” (โกสุม โอมพรนุวัฒน์ 2552)

ในส่วนของสตรีนิยมสายรากเหง้า (Radical Feminist) ก็ตีความร่างกายของผู้หญิงว่ามีฐานะเสมือนเป็นวัตถุทางเพศซึ่งผู้ชายจะอ้างว่าตนมีความชอบธรรมในการจ้องมองหรือปฏิบัติต่อวัตถุดังกล่าวนี้อย่างไรก็ได้ ร่างกายที่สวยงามตามอุดมคติ (Ideal Body) ถูกสร้างขึ้นเพื่อที่สุดแล้วทำให้ผู้หญิงเป็นดั่งวัตถุแห่งการจับจ้องทางเพศ (Objectification) มีการทำความงามให้เป็นสินค้าผ่านการเชื่อมโยงให้ความงามเป็นเรื่องความสัมพันธ์ทางเพศ (Sexuality) กล่าวได้ว่ามาตราฐานความสวยงามต่างๆ ถูกสร้างขึ้นเพื่อครอบงำผู้หญิง ในกรณีของชุดมาตราฐานความสวยที่สื่อกำหนดขึ้นก็แทบจะเรียกได้ว่าเป็นการแต่งงานที่เหมาะสมอย่างยิ่งระหว่างระบอบปิตาธิปไตยและทุนนิยม ซึ่งหมายความว่า ในความงามที่ถูกสร้างขึ้นให้เป็นปกติธรรมดานั้นกำลังกดขี่ผู้หญิงทั้งด้านร่างกายและจิตใจ สะท้อนไปถึงความสัมพันธ์ทางอำนาจระหว่างหญิงชายและเป็นเรื่องของการต่อสู้เพื่อให้มีอำนาจควบคุมเหนือร่างกายผู้หญิง (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 60)

Naomi Wolf นักสตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ อธิบายว่ามายาคติความงามถูกสร้างขึ้นเพื่อท้าทายและฉุดรั้ง (Counter and Backlash) ความก้าวหน้าของผู้หญิง สตรีนิยมผู้นี้ตั้งคำถามว่า ความสวยอาจเป็นสิ่งที่ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและนิยามที่หลากหลาย ทั้งในแง่ที่เกี่ยวกับชนชั้น (Class) และความนิยมของแต่ละยุคสมัย (Trend) ที่ทำให้ความหมายของ “ ความสวย ” ถูกสร้างขึ้นมาอย่างแตกต่างกันไป และการตัดสินความสวยเพียงตาเห็นภายในกรอบของระบอบปิตาธิปไตยเป็นเสมือนหลุมพรางแห่งมายาคติ ซึ่งล่อลวงให้ผู้หญิงยอมรับการถูกจำกัดอิสรภาพให้อยู่แต่ภายในบ้านและพื้นที่ส่วนตัว (Domestic Space) และไม่แสวงหาเรียกร้องสิทธิต่างๆรวมทั้งการกล้าที่จะก้าวออกไปสู่พื้นที่สาธารณะ ซึ่งเป็นที่ที่พวกเธอก็มีสิทธิและเสรีภาพในการใช้ความรู้ความสามารถ นอกจากนี้ มายาคติความงามยังได้สร้างและทำให้ข้อเปรียบเทียบกับอุดมคติทางกายภาพเป็นที่ยอมรับในมวลชนที่เป็นเพศหญิง นำไปสู่สภาพการณ์ที่ผู้หญิงต้องได้รับความเห็นชอบในการตัดสินตัวตนของเธอ โดยที่ผู้หญิงเองก็มักน้อมรับและอ่อนแอเกินกว่าจะต่อต้านกับการตัดสินเหล่านั้น วูฟล์ กล่าวว่า มายาคติความงามกำลังทำปฏิกิริยาต่อช่วงอายุขัยของผู้หญิง เช่น การสร้างวิธีคิดว่าผู้หญิงสูงวัยต้องกลัวผู้หญิงที่อ่อนวัยกว่า หรือต้องเกลียดกลัวการสูญเสียความงามแบบวัยสาว แม้แต่แม่บ้านก็ยังถูกคาดหวังและถูกกล่อมเกลาให้รู้สึกมีความสุขไปกับการดูแลตัวเองให้สวยงามอยู่ตลอดเวลา ทั้งๆที่ขณะเดียวกับที่เธอมีริ้วรอยมากขึ้นนั้น เธอก็มี “ อำนาจ ” มากขึ้นตามประสบการณ์ที่เพิ่มพูนขึ้นตามกาลเวลาด้วย แต่มายาคติความงามเจตนาที่จะกดทับความจริงในข้อนี้ไป (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 60)

จากมายาคติความงามที่อธิบายโดยมุมมองของสตรีนิยมสายมาร์กซิสต์ ซึ่งเห็นว่า สังคมใช้ภาพลักษณ์ด้านความงามของผู้หญิงเป็นอาวุธทางการเมือง (Political Weapon) อย่างหนึ่งเพื่อเหนี่ยวรั้งความก้าวหน้าของผู้หญิง นักคิดสตรีนิยมสายเสรีนิยม (Liberal Feminist) ซึ่งเป็นสตรีนิยม

ยุคคลื่นลูกที่สอง (Second Wave Feminist) ได้วิพากษ์การมองในลักษณะดังกล่าวว่ามีน้ำเสียงที่ปฏิเสธ “ความสวย” และราวกับจะเรียกร้องเพื่อแยกให้ผู้หญิงกับประเด็นเรื่องความสวยงามต้องอยู่คนละฝ่าย ซึ่งเป็นการมองในลักษณะของการดูถูกผู้หญิงด้วยกันมากไปเช่นเดียวกับที่เป็นการอธิบายเชิงโครงสร้างและเป็นการมองด้านเดียว นักคิดสตรีนิยมสายเสรี เห็นว่า ความสวยเป็นเรื่องของความสัมพันธ์เชิงอำนาจ แต่การที่ผู้หญิงต้องการสวยไม่ได้หมายความว่าเธอกำลังตกอยู่ภายใต้การกดขี่ของสังคมแบบชายเป็นใหญ่เสมอไป (อุ่นใจ เจียมบูรณะกุล 2547 : 30-31)

แต่บนพื้นฐานของการมองความงามไม่ใช่เรื่องของชีววิทยา หากแต่เป็นเรื่องของตำแหน่ง และบทบาทซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิต การสร้าง และการถูกกำหนดโดยไม่รู้ตัวจากสังคมและวัฒนธรรม สำหรับนักโครงสร้างนิยม (Structuralist) ร่างกายจึงไม่ได้เป็นเรื่องของธรรมชาติแต่ถูกสร้างโดยสังคม (Socially Constructed Body) ลักษณะเดียวกับที่วัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) ซึ่งเชื่อว่าร่างกายเป็นเวทีของการแสดงออกซึ่งความเป็นปัจเจกบุคคล และเป็นเสมือนหน่วย (Entity) หรือโครงการที่ไม่ได้มีลักษณะสำเร็จรูปแต่จะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงโดยเจ้าของร่างกายอยู่เสมอโดยที่อาจจะไม่มีวันสิ้นสุดและเปรียบดั่งโครงการที่ไม่มีวันแล้วเสร็จ ไม่ว่าจะเป็นรูปของการปรับปรุงร่างกายให้มีสุขภาพที่ดี สัดส่วนและภาพลักษณ์ของร่างกายให้แข็งแรงหรือสวยงาม เป็นต้น นอกจากนี้ ร่างกายยังเป็นพื้นที่ที่มีการปรุงแต่งสัญลักษณ์ต่างๆ ได้มากมายจนทำให้ร่างกายไม่ได้เป็นเพียงสมบัติส่วนบุคคล แต่เป็นสัญลักษณ์ทางสังคมที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนของเจ้าของร่างกาย เป็นแหล่งรวมความหมายของสินค้าหรือกระทั่งถูกทำให้เป็นสินค้า (Commodity) เสียเอง โดยโครงการร่างกาย (Body Project) ในยุคปัจจุบันนี้แตกต่างไปจากการปรับเปลี่ยนร่างกายของคนในสังคมสมัยใหม่ (Pre-modem Societies) เนื่องจากเป็นโครงการร่างกายที่มีการผ่อนปรนได้มากกว่าในฐานะที่เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคลที่จะจัดการกับร่างกายของตนเองอย่างไรก็ได้ ต่างจากในสังคมก่อนสมัยใหม่ที่การกำหนดรูปแบบของร่างกายจะเป็นไปตามขนบหรือตามพิธีกรรมของคนในชุมชน (จันทิมา ปิ่นธรรมกุล 2550 : 57)

ดังนั้นแม้จะปฏิเสธการบริโภคเพื่อความสวยงามต่างๆ ตามทุนนิยมกระแสหลักและเห็นภาพตัวแทนของผู้หญิงถูกสร้างให้เป็นดั่งวัตถุแห่งการจ้องมอง และสมควรที่สังคมต้องแสดงออกในด้านต่างๆ เช่น ต่อต้านการประกวดนางงาม และร่วมกันปฏิเสธสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ทุนนิยมสร้างให้เป็นนิยามของความเป็นผู้หญิง เช่น ชุดชั้นใน เครื่องสำอาง และนิตยสารแฟชั่น แต่สตรีนิยมสายเสรีก็เห็นว่า ท่ามกลางความหลากหลายทางวัฒนธรรมก็ยังมีพื้นที่ให้แก่นิยามความสวยที่แตกต่างกันไปได้ การประกอบสร้างทางสังคมในเรื่องเพศหรือการนำเสนอความเป็นผู้หญิงส่วนหนึ่งขึ้นกับว่าแต่ละวัฒนธรรมจะนิยามความเป็นเพศและสถานภาพต่างๆไว้อย่างไร อีกทั้งผู้หญิงในบางสังคมก็อาจไม่ได้รู้สึกว่าเธอกำลังถูกกดทับหรือกีดกันจากปฏิบัติการของสิ่งที่เรียกว่า มายาคติความงาม

ดังกล่าวแต่อย่างใด เพราะท่ามกลางสิ่งที่เรียกว่า ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ อย่างน้อยที่สุดผู้หญิงก็ยังสามารถสร้างความหมายและอัตลักษณ์ของพวกเธอผ่านมิติของการบริโภคได้ (จันทิมา ปัทมธรรมกุล 2550 : 61)

แนวคิดเกี่ยวกับผู้หญิงและความงามที่กล่าวมาข้างต้น ผู้หญิงกับความงามนั้นเป็นสิ่งที่คู่กันมาตั้งแต่สมัยอดีต และเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุคแต่ละสมัย โดยสังคมปัจจุบันเป็นสังคมบริโภคนิยม ที่ความงามถูกนิยามผ่านทางสื่อโดยมีกลุ่มนายทุนเป็นผู้สร้างวาทกรรมความงามเหล่านั้นและผู้หญิงซึ่งเป็นผู้บริโภคก็จะหยิบเลือกปฏิบัติตามวาทกรรมที่ถูกกำหนดนั้นๆ โดยแนวคิดเกี่ยวกับผู้หญิงสามารถนำมาเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้ค้นคว้างานวิจัย ที่เกี่ยวข้องเรื่องความสวยงามของสตรี วาทกรรมความงามและวัฒนธรรมการบริโภคของผู้หญิง ดังนี้

กชกรณ์ เสรีฉันทกุล (2551) ศึกษาเรื่องวาทกรรมความงามของผู้หญิงในสังคมไทย : มุมมองพหุมิติ โดยศึกษาถึงความหมายและพัฒนาการของวาทกรรมความงามของสตรีไทยในแต่ละยุคสมัย รวมถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวาทกรรมความงามของผู้หญิงในแต่ละยุคสมัยตลอดจนสถานะของผู้หญิงภายใต้วาทกรรมความงามหลากหลายรูปแบบ ผลการศึกษาพบว่า วาทกรมความงามของผู้หญิงในสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละยุคแต่ละสมัย ทั้งนี้ปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงมาตราฐานความงามภายใต้มุมมองพหุมิตินั้นสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ยุคจารีตประเพณี (ยุคอดีตก่อน พ.ศ. 2411) การเปลี่ยนแปลงวาทกรรมความงามในยุค จารีตประเพณีจะเด่นชัดในมิติชนชั้นและเชื้อชาติ กล่าวคือ สังคมไทยยังเป็นสังคมศักดินา การแสดงออกของความงามทั้งภายนอกและภายใน สามารถแบ่งแยกถึงความเป็นชนชั้นสูงหรือไพร่ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ความเหนือกว่าของเชื้อชาติหนึ่งยังมีอิทธิพลต่อความงามของผู้หญิงในยุคจารีตนี้ด้วย ตัวอย่างความงามของผู้หญิงที่ถือเป็นมายาคติความงามแสดงออกถึงเชื้อชาติที่ไม่ใช่ไทยอย่างชัดเจน แต่กลับเป็นความงามแบบผู้หญิงอินเดียที่ในยุคนี้ถือว่าเป็นชาติที่ยิ่งใหญ่เนื่องจากสังคมไทยรับเอาความเชื่อทางศาสนามาจากอินเดียเป็นส่วนมาก

ยุคศิวิไลซ์ (พ.ศ.2411-2488) คือในช่วงรัชกาลที่ 5 ถึงต้นรัชกาลที่ 9 เราจะพบว่ามิติวัฒนธรรมจะมีอิทธิพลอย่างมากต่อวาทกรรมความงามในยุคนี้ เนื่องจากประเทศไทยเริ่มการติดต่อค้าขายกับประเทศตะวันตก ประกอบกับการเปิดกว้างทางความคิดของคนรุ่นใหม่ ในยุคต่อมาที่เห็น

ว่าวัฒนธรรมตะวันตกมีความเหนือกว่าวัฒนธรรมเดิมของไทยเรา ในจุดนี้จึงทำให้ค่านิยมความงามของผู้หญิงในสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ความงามแบบตะวันตกได้สืบทอดอยู่ในสังคมเป็นช่วงระยะเวลายาวนานจวบจนปัจจุบัน แม้ว่าบางช่วงบางเวลาจะมีความงามแบบเอเชีย เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี แบบขาวหมวยอึ๋มมาแทนที่บ้าง แต่ลึกๆแล้วความงามแบบลูกครึ่งตะวันตกก็ไม่เคยสูญหายไปจากสังคมไทยอย่างแท้จริง

ยุคโลกาภิวัฒน์ ทุนนิยม เสรีนิยมและวัฒนธรรมบริโภคนิยม (ตั้งแต่ปี พ.ศ.2488 ถึงปัจจุบัน) ด้วยความก้าวหน้าทางการสื่อสาร การเติบโตของอุตสาหกรรม รวมถึงเทคโนโลยีต่างๆ ทั่วโลก ทำให้เกิดความหลากหลายทางความคิด การเปลี่ยนแปลงชั่วข้ามคืน อันส่งผลต่อความงามของผู้หญิงในสังคมไทยให้มีความหลากหลายมากขึ้นกว่าเดิม วัฒนธรรมตะวันตกไม่ได้มีอิทธิพลต่อวาทกรรมความงามของผู้หญิงไทยแต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไปแล้ว สิ่งที่เข้ามาอิทธิพลกลายเป็นค่านิยมการบริโภคผ่านสื่อโฆษณาที่ผู้ผลิตพยามตอกย้ำ และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการบริโภคอย่างไม่สิ้นสุด ซึ่งในกลุ่มเป้าหมายที่ตกเป็นเหยื่อของการบริโภคก็คือผู้หญิง โดยการนำเสนอวาทกรรมความงามแบบมายาคติที่ถือมาตราฐานความงามใหม่ที่คอยกระตุ้นให้ผู้หญิงเลือกซื้อสินค้ามาบริโภค เพื่อนำมาปรับปรุง เปลี่ยนแปลงความงามของเธอให้ได้ตามมาตราฐานความงามที่สื่อในยุคนั้นๆกำหนดไว้

นอกจากอิทธิพลของสื่อในยุคปัจจุบันแล้ว ความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ก็มีส่วนทำให้มนุษย์สามารถลบข้อจำกัดทางธรรมชาติในแง่ของรูปร่างหน้าตาได้ ผู้หญิงสามารถออกแบบรูปร่างหน้าตา (Body project and Look design) โดยการศัลยกรรมความงามหรือการควบคุมโภชนาการโดยโภชนาการมืออาชีพ นั่นคือ ความงามของผู้หญิงในยุคปัจจุบันกลายเป็นสิ่งที่เธอสามารถเลือกได้ ออกแบบได้ไปเสียแล้ว แม้ว่าผู้หญิงเราจะรู้ว่าความงามทั้งหลายล้วนเป็นมายาคติที่ถูกประกอบสร้างขึ้น แต่เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่าผู้หญิงในยุคปัจจุบันยังคงให้ค่าและความสำคัญกับความงามของรูปร่างหน้าตา และยินยอมพร้อมใจที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้มาซึ่งความงามสากลที่สังคมกำหนดว่าเป็นมาตราฐานความงามอยู่ นั่นหมายถึงผู้หญิงยังคงเวียนวนอยู่ในกับดักของมายาคติความงามอย่างดิ้นไม่หลุด แม้เวลาจะผ่านมาหลายศตวรรษก็ตาม

สิระยา สัมมาวาจ (2550) ศึกษาเรื่องปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะเผยให้เห็นว่าความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุเป็นความจริงที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ ที่ผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่คู่อยู่กับความเป็นผู้หญิง และความสาวสวยเป็นสิ่งที่แสดงคุณค่าของผู้หญิง ผู้หญิงจึงต้องรักสวยรักงามและถูกทำให้เชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ ผู้หญิงจึงต้องแสวงหาแนวทางในการดูแลรักษารูปลักษณ์ของตนเองมิให้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัย เพื่อคงไว้ซึ่งความสาวและดูอ่อนเยาว์กว่าวัย เพื่อแสดงตัวตนและคุณค่า

ของตนเองผ่านความงาม ซึ่งระบบทุนนิยมได้ใช้ร่างกายของผู้หญิงเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทางการค้าในธุรกิจเกี่ยวกับความงาม โดยใช้กลไกในการสื่อความหมายนำเสนอภาพของผู้หยิงที่สาวสวยอ่อนเยาว์กว่าวัยจริงและทางเลือกในการจัดการความงามผ่านสื่อต่างๆ กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงร่างกายตนเองให้เป็นไปตามภาพร่างในอุดมคติ ส่วนภาคปฏิบัติการในการสร้างความงามแบบสวยซ่อนอายุเป็นปฏิบัติการโดยใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ ซึ่งกระทำผ่านผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามประเภทต่างๆ ที่ทำให้ร่างกายของผู้หญิงถูกลดทอนลงเป็นเพียงวัตถุที่ถูกสร้างเสริมเติมแต่งหรือเป็นวัตถุที่จัดกระทำได้ภายใต้อำนาจความรู้ การคลี่คลายให้เห็นภาคปฏิบัติของวาทกรรมจะช่วยให้ผู้หญิงเกิดความตระหนักและรู้เท่าทันมายาคติที่สร้างความสำคัญในเรื่องความสวยงามของรูปลักษณ์ภายนอกทำให้ผู้หญิงหมกมุ่นในเรื่องของการบริโภคเพื่อดูแลบำรุงรักษาตัวเอง เพื่อคงไว้ซึ่งความเป็นสาวสวยและต่อต้านการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติแห่งวัย จนเบียดบังการแสดงความสามารถและศักยภาพในด้านอื่นๆ ที่แสดงให้เห็นคุณค่าและศักดิ์ศรีของผู้หญิง

จันทิมา ปัทมธรรมกุล (2550) ศึกษาเรื่อง วิเคราะห์การสร้างวาทกรรมความงามของโฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว โดยศึกษาถึงการนำเสนอของโฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้ประกอบและผลิตซ้ำวาทกรรมความงามที่ไม่แตกต่างไปจากความคาดหวังของสังคม ผ่านการผลิตซ้ำมายาคติความงามแบบกระแสหลักหรือการสร้างความหมายให้ความงามแบบภายนอกที่เป็นกระแสหลักให้มีคุณค่า เป็นดั่งภาพตัวแทนในการตัดสินความเป็นผู้หญิง การใช้องค์ประกอบการสร้างสรรค์และเทคนิคการนำเสนอ ตลอดจนการใช้องค์ประกอบการสร้างสรรค์โฆษณา (ภาพประกอบ) ในลักษณะเดียวกัน โฆษณายังได้มุ่งบรรจงสร้างภาพลักษณ์ด้านความงามของผู้หญิงให้อยู่ภายใต้กรอบในการมองและประเมินค่าความงามทางกายภาพ ด้วยการตอกย้ำถึงมาตราฐานความงามอันเข้าสถึงได้ด้วยการใช้สินค้าผ่านการรื้อสร้างและเลือกนำเสนอส่วนเสี้ยวของความงาม และด้วยการนิยามปัญหาและการให้วิธีการแก้ไข โดยใช้การสนับสนุนจากชุดคำอธิบายของวาทกรรมวิทยาศาสตร์และวิทยาการทางการแพทย์ การสร้างอคติเกี่ยวกับวัย ความเสื่อมถอยของร่างกายส่งผลให้อุดมการณ์บางอย่าง เช่น ทุนนิยม บริโภคนิยม อคติต่อความสูงวัย ผู้ชายเป็นใหญ่ เป็นต้นกลายเป็นสิ่งที่มีเหตุผล และมีลักษณะเป็นเรื่องปกติธรรมดา วาทกรรมความงามของโฆษณาได้ส่งผลทั้งในแง่ของการสร้างให้ผู้หญิงมีสถานะของการเป็นผู้มีอำนาจและเป็นผู้ถูกใช้อำนาจในเวลาเดียวกัน ไม่ต่างไปจากอดีตที่การพรรณนาบทชมในวรรณคดีของกวีได้ให้คุณค่าแก่ความงามของผู้หญิงเสมือนเป็นอำนาจในการที่จะทำมห้เจ้าของความงามได้มาซึ่งสิ่งใดๆ ที่ต้องการ แต่แท้จริงแล้วขณะเดียวกันเธอกลับถูกควบคุมจากกรอบวิธีคิดของวาทกรรมความงามนั่นเอง

อุ่นใจ เจียมบูรณะกุล (2547) ศึกษาเรื่องวาทกรรมความสวย อัตลักษณ์กับวัฒนธรรมการบริโภค โดยศึกษาเพื่อทำความเข้าใจเรื่อง “ความสวย” ของผู้หญิงในฐานะที่ความสวยเป็นสิ่งประกอบสร้างทางสังคม ผู้ให้ข้อมูลหลักอายุระหว่าง18-25ปี มีสถานภาพเป็นนักศึกษาคณะต่างๆ ภายใน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เด็กสาวเหล่านี้มีภูมิหลังทางสังคม วัฒนธรรม และฐานะทางเศรษฐกิจแตกต่างกัน งานศึกษานี้ใช้มโนทัศน์สตรีศึกษาแนววัฒนธรรมศึกษา ที่ให้ความสนใจศึกษาผู้หญิงในฐานะผู้บริโภคที่สร้างตัวตนทางสังคม จากการศึกษาพบว่า ภายใต้กระบวนการบริโภคความรู้เรื่องการสร้างความสวยในรูปแบบต่างๆ ทั้งความรู้ด้านการดูแลสุขภาพ ร่างกาย การใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และการเลือกวิธีการศัลยกรรมความงามเพื่อให้ร่างกายงดงามตามสมัยนิยม อีกทั้งเพื่อการสร้างความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์เรื่องความงามที่สอดคล้องกับค่านิยมทางสังคม กระบวนการสร้างอัตลักษณ์เกี่ยวพันกับการบริโภคความรู้ที่ได้รับอิทธิพลจากงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์สุขภาพที่เสนออยู่ในนิตรสาร โดยที่เด็กสาวเหล่านี้เลือกที่จะใช้ความรู้ วิธีการ และผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตนเอง เพื่อสร้างความสวยที่เหมาะกับตนเองในฐานะที่ร่างกายเป็นทุนทางสังคม เพื่อจะได้สถานภาพทางสังคมที่ดี

ปิยรัตน์ ปั้นลี้ (2545) ศึกษาเรื่อง "กระบวนการลดความอ้วนของผู้หญิง: วาทกรรมการสร้างอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมบริโภค" นี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมายกับร่างกายตนเองของผู้หญิง อิทธิพลของวาทกรรมร่างกายในระดับต่างๆ และอิทธิพลของวัฒนธรรมบริโภคที่มีต่อความต้องการลดความอ้วนของผู้หญิง รวมทั้งมูลเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้หญิงตัดสินใจเข้าสู่กระบวนการลดความอ้วน ผ่านการศึกษาข้อมูลทางเอกสารและประวัติชีวิตของผู้หญิงจำนวน 10 คน จากการศึกษาพบว่า การให้ความหมายกับร่างกายตนเองของผู้หญิงหรือการสร้างอัตลักษณ์ทางร่างกายผ่านกระบวนการลดความอ้วนนั้น มีองค์ประกอบหลายอย่างเข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นเพศสภาพ ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หรือชาติพันธุ์ โดยมูลเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้หญิงตัดสินใจเข้าสู่กระบวนการลดความอ้วนนั้นเป็นไปเพื่อการยอมรับของสังคม เป็นประเด็นของสุขภาพ ต้องการมีภาพลักษณ์ร่างกายที่สวยงาม เป็นเพราะการแทรกแซงจากสังคม และเป็นเพราะมาตรฐานขององค์กร ดังนั้นการที่ผู้หญิงตัดสินใจลดความอ้วน จึงเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์และร่างกายในทางวัฒนธรรม ในขณะเดียวกันยังพบว่า วัฒนธรรมบริโภคมีอิทธิพลต่อผู้หญิง โดยการสร้างวาทกรรมร่างกายอันสวยงามที่มีความผอมเป็นมาตรฐานเพื่อเร่งเร้าให้ผู้หญิงเกิดความต้องการที่จะลดความอ้วน อันนำไปสู่การบริโภคสินค้าและบริการผ่านกระบวนการลดความอ้วนที่ผู้หญิงเลือก อาทิ การกินยาลดความอ้วน การออกกำลังกาย การจำกัดอาหาร การกินยาระบาย การใช้บริการของสถานบริการเสริมความงาม หรือแม้กระทั่งการทำให้ตัวเองอาเจียน เป็นต้น ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ผลิตขึ้นในวัฒนธรรมบริโภคที่แวดล้อม

ตัวผู้หญิงทั้งสิ้น กล่าวโดยสรุปคือ การสร้างอัตลักษณ์ร่างกายของผู้หญิงนั้น จึงเกิดขึ้นในการต่อสู้เชิงอำนาจระหว่างผู้หญิงกับสถาบันทางสังคมอื่นๆ และเป็นสงครามของการสร้างความหมายบนเนื้อตัวร่างกายของผู้หญิงที่ไม่มีวันรู้จบในวัฒนธรรมบริโภคที่พวกเธออาศัยอยู่นั่นเอง

จากที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงวาทกรรมความงามที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง และการแสดงออกถึงความเป็นตัวตน อย่างไรก็ตาม แม้จะไม่ใช่งานวิจัยที่ศึกษาเรื่องวาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของผู้หญิงโดยตรง แต่การทบทวนงานวิจัยที่ใกล้เคียงกับการศึกษาครั้งนี้ก็มีประโยชน์สำหรับเป็นแนวทางการวิเคราะห์วาทกรรมความงามที่สร้างความเป็นตัวตนให้กับผู้หญิง

ภาษาและวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า สาขาประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อคลี่คลาย ให้เห็นว่าวาทกรรมความงามในสังคมไทยปัจจุบันมีการปฏิบัติการอย่างไรที่ทำให้ยอมรับคล้อยตาม ปฏิบัติตาม และมีการแสดงความเป็นตัวตนอย่างไรของพนักงานผู้หญิงสายการบินแอร์ไชน่าสาขาประเทศไทย

วิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องวาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) ในการศึกษา

การวิเคราะห์วาทกรรม

วาทกรรมเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยผ่านการใช้ภาษาทั้งภาษาพูดและภาษาเขียน เป็นการกระทำทางสังคมและเป็นวิถีทางของการแสดงออกโดยวิธีการวิภาษวิธี (Dialectic) ระหว่างการกระทำทางสังคม และโครงสร้างทางสังคม (กฎเกณฑ์ของวาทกรรม) วาทกรรมจะแสดงถึงเอกลักษณ์ ตำแหน่งทางสังคม ความสัมพันธ์ทางสังคม และระบบความรู้ความเชื่อ การวิเคราะห์วาทกรรมทำได้โดยการศึกษาใน 3 มิติ ดังนี้

1. มิติของตัวบท (Text) เป็นการศึกษา และวิเคราะห์ถึงวาทกรรมที่แสดงออกมาทั้งที่เป็นภาษาพูดและภาษาเขียน เช่น การสื่อสารกับเพื่อนร่วมงาน ทั้งการสื่อสารที่เป็นทางเดียว และการสื่อสารสองทาง โดยศึกษาผลจากภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมที่เกิดขึ้นในอดีตจนกระทั่งกลายเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่มีความหลากหลาย รวมทั้งศึกษาถึงการที่พนักงานหญิงสายการบินลดความคลุมเครือของตัวบทที่ได้รับจากสถาบันทางสังคมจนกระทั่งกลายเป็นตัวบทที่ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติ เช่น ดูจากการใช้ศัพท์ในฐานะที่เป็นผู้ที่มีอำนาจหรือผู้ที่ถูกครอบงำ เช่น การมีผิวหน้าเนียนใส การมีรูปร่างผอม การมีผิวขาวใส การมีบุคลิกภาพที่ดี ในฐานะที่เป็นผู้ที่ถูกให้ความหมายเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่ถูกให้ความหมาย (Signify) หรือเป็นผู้ที่ให้ความหมายเพื่อเป็น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประโยชน์แก่ผู้ที่ถูกให้ความหมาย (Signifier) การวิเคราะห์วาทกรรมในประเด็นนี้จะเป็นการศึกษาถึงกระบวนการสร้างและผลิตความหมายดังกล่าวที่สะท้อนออกมาสู่สังคมและวัฒนธรรม

2. มิติของภาคปฏิบัติการของวาทกรรม (Discursive practice) ในมิตินี้เป็นการศึกษาถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวบทกับผู้ใช้ตัวบทโดยศึกษาจาก การผลิตตัวบท การเผยแพร่ตัวบท และการใช้ตัวบท ซึ่งเป็นกระบวนการที่มีลักษณะเฉพาะตามสภาพแวดล้อมของสังคม ในภาคปฏิบัติการของวาทกรรมความงามในสังคมไทยนั้นตัวบทจะมีความสำคัญในการแสดงถึงความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ และการแสดงออกของพฤติกรรม เช่น การศึกษาว่าพนักงานสายการบินแอร์ไชน่าได้ตีความตัวบทในเรื่องของการมีผิวหน้าเนียนใสอย่างไร นอกจากการตีความแล้ว การศึกษาถึงเหตุการณ์ทางวาทกรรม (Discursive event) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญในภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมจะประกอบไปด้วยเหตุการณ์ทางวาทกรรมหลายเหตุการณ์ เช่น เหตุการณ์ของการมีผิวหน้าเนียนใสนั้นศึกษาได้จาก

2.1 ตัวบทของการมีผิวหน้าเนียนใส โดยศึกษาจากกฎกติกาที่ผู้หญิงในสังคมสร้างขึ้น

2.2 ศึกษาว่าพนักงานแอร์ไชน่ามีการตีความตัวบทอย่างไร

2.3 ศึกษาจากภาคปฏิบัติทางสังคม กฎเกณฑ์อื่นๆ ว่ามีผลต่อการตีความหมายตัวบทอย่างไร

ตัวอย่างการศึกษาถึงเหตุการณ์ทางวาทกรรมอื่นๆ เช่น การมองความหมายของความสวยความงามของผู้หญิงในฐานะที่เป็นพนักงานสายการบิน

3. มิติของภาคปฏิบัติการทางสังคม (Social practice) มิตินี้เป็นเรื่องของเรื่องอุดมคติความงาม และการช่วงชิงการนำซึ่งการช่วงชิงการนำเป็นอำนาจที่อยู่เหนือสังคม และวิวัฒนาการของอำนาจที่สัมพันธ์กับการช่วงชิงความเหนือกว่า รวมถึงสิ่งที่ไม่ใช่ภาคปฏิบัติการของวาทกรรม ความสำคัญในการศึกษาอุดมคติคือ ประการแรกเป็นการศึกษาภาคปฏิบัติการทางสังคมในเรื่องความงามของผู้หญิง โดยการศึกษาถึงปฏิสัมพันธ์ของผู้หญิงที่มีต่อสังคม ประการที่สองเป็นสิ่งที่สร้างความงามของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า เนื่องจากผู้หญิงจะยึดแนวทางของอุดมคติมายาคติมาเป็นธรรมเนียมปฏิบัติในเรื่องความงาม ประการสุดท้ายเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติเพื่อความงาม โดยศึกษาว่าผู้หญิงวัยทำงานมีการปฏิบัติในเรื่องความงามอย่างไร อุดมคติเป็นสิ่งที่ให้ความหมาย สร้างความจริงทั้งทางกายภาพ ความสัมพันธ์ทางสังคมเอกลักษณ์ทางสังคม รวมทั้งมีการสร้าง การผลิตซ้ำและการถ่ายทอดความสัมพันธ์เชิงอำนาจ อุดมคติจะผูกติดกับภาคปฏิบัติการของวาทกรรม รูปแบบและเนื้อหาของตัวบทจะแสดงถึงกระบวนการทางอุดมคติ

หลังจากผู้วิจัยได้วิเคราะห์วาทกรรมของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าจนกระทั่งได้ความแท้จริงของความเป็นตัวตน ผ่านวัฒนธรรมการบริโภค ในขณะที่วาทกรรมความงามของ

พนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า ถูกสร้างขึ้นด้วยกฎเกณฑ์ของวาทกรรม และปิดกั้นไม่ให้วาทกรรมชุดอื่นเข้ามาช่วงชิงเหนือกว่าเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องการหาคำตอบในการศึกษาครั้งนี้ด้วย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในการศึกษา คือ ผู้หญิงวัยทำงานที่เป็นพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า สาขาประเทศไทย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ผู้วิจัยใช้ในการวิจัยคือ แนวคำถามในการสัมภาษณ์เรื่องวาทกรรมความงามและความเปปืนตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า เครื่องบันทึกเสียง และการจดบันทึก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ผู้วิจัยจะดำเนินการค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจาก แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากหนังสือ ตำรา บทความวิชาการและระบบสืบค้นทางอินเตอร์เน็ต

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ

2.1 ผู้วิจัยทำการสร้างแนวคำถามในการสัมภาษณ์ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับวาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า

2.2 ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ระดับลึกกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลคือพนักงานที่เป็นผู้หญิงของสายการบินแอร์ไชน่า สาขาประเทศไทย จำนวน 16 คนเกี่ยวกับประสบการณ์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความงามและการเลือกปฏิบัติจัดการความงามกับตนเอง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์และคำบอกเล่าที่สอดคล้องกับแต่ละประเด็น เพื่อนำมาเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาไว้ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิเคราะห์ที่กำหนดไว้ตามลำดับ ทั้งนี้การวิเคราะห์บทสัมภาษณ์และคำบอกเล่ามีการวิเคราะห์ระหว่างและหลังการสนทนา ในแต่ละรายเพื่อให้ได้ตัวบทที่มีความหลากหลายและเพียงพอในการเชื่อมโยงข้อมูล และหาความสัมพันธ์ของตัวบทให้เพียงพอในการวิเคราะห์ ส่วนชื่อของผู้ให้สัมภาษณ์นั้นจะเป็นชื่อสมมติเพื่อมิให้เกิดความเสียหายในการเปิดเผยข้อมูลส่วนบุคคล

บทที่ 4

วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า

1. วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า

การรับรู้เรื่องความสวยความงามของแต่ละคนนั้นมีความหลากหลายของแหล่งข้อมูล และภายใต้การเลือกวิธีการอธิบายเรื่องความสวยความงามที่แตกต่างหลากหลายในสังคมปัจจุบัน ประกอบกับการพัฒนาก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของวิทยาศาสตร์การแพทย์ การพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร การเผยแพร่ความรู้ การสร้างค่านิยมความงามของนายทุนผ่านสื่อต่างๆ การพูดคุยระหว่างเพื่อนและครอบครัว เหล่านี้ทำให้การเลือกสิ่งที่เหมาะสมกับตนเองมีหลายทาง ทั้งทางที่เหมาะสมและดีต่อการเปลี่ยนแปลงร่างกายของตนเอง และทางที่ไม่เหมาะกับตนเอง การเลือกปรับเปลี่ยนร่างกายภายใต้เงื่อนไขของรายได้ ฐานะทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ทางสังคมที่มีความแตกต่างกัน ภายใต้การแข่งขันกันนำเสนอทางเลือกโดยการให้ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั้งหลาย จึงนำมาสู่การแสวงหาข้อมูลในรูปแบบต่างๆ

รวมถึงตลาดของผู้บริโภคก็สร้างทางเลือกและพร้อมกับให้คำนิยามของความสวยงามในรูปแบบอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น การใส่เสื้อผ้าที่สวมใส่แล้วรู้สึกสบาย การใส่เสื้อผ้าไหม เพื่อลดภาวะโลกร้อน การไม่เลือกซื้อสินค้าเครื่อง ประดับที่ทำจากอวัยวะ หรือชิ้นส่วนของสัตว์หมายถึงกลุ่มผู้อนุรักษ์สัตว์ป่าหรือสิ่งแวดล้อม การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ใบหน้าเรียวเล็ก ดวงตาโต จมูกโด่ง ความผอม ผิวพรรณขาวเนียนเกลี้ยงเกลา มีขาที่เรียวเล็กเป็นการนิยามความสวยความงามของผู้หญิงสังคมไทยในปัจจุบัน ส่งผลให้เกิดความพยายามทำตามรูปแบบนั้น หากแต่ผู้ให้ข้อมูลหลักได้เลือกรับตีความ และให้คำนิยามต่อความเป็นตัวตนที่เหมาะสมกับตนเอง ถึงแม้ว่าความต้องการเปลี่ยนแปลงตนเองมาจากความไม่พอใจต่อภาพลักษณ์ของตนเอง แต่การที่เลือกที่จะเปลี่ยนแปลงหรือให้คำนิยามอย่างไรนั้น ก็ต้องผ่านการแสวงหาข้อมูลเพื่อมาอธิบายเสียก่อน

ผลงานวิจัยมหาวิทยาลัยศิลปากร ระดับปริญญาเอก

1.1 การได้มาซึ่งความรู้เรื่องความสวยความงาม

การได้มาซึ่งความรู้เรื่องความสวยความงามของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่ามาจาก สื่อมวลชนต่างๆ ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ วารสารต่างๆ นิตยสาร และหนังสือพิมพ์ เป็นต้น การบริโภคการรับข้อมูลค่านิยมกระแสหลักจากสื่อต่างๆที่ถูกผลิตซ้ำๆในสังคมผ่านสินค้าต่างๆ ทั้งอาหาร ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ รวมไปถึงยา โดยนำความรู้ทางการแพทย์

มาอธิบายประกอบเพื่อสนับสนุนในคุณสมบัติของตัวสินค้า ตัวอย่างค่านิยมความสวยความงามของร่างกาย ผู้หญิงไทย คือ ร่างกายที่ผอมและมีทรวดทรงสัดส่วนที่กระชับ เป็นต้น เมื่อพนักงานหญิงได้บริโภคสื่อต่างๆซ้ำไปซ้ำมา เกิดเป็นค่านิยมทางสังคมดังกล่าวและถูกตอกย้ำซ้ำด้วยการปฏิบัติตามของคนในสังคม ความพยายามปฏิบัติให้เป็นไปตามวิถีปฏิบัตินั้น ทั้งบุคคลรอบข้าง ครอบครัว กลุ่มเพื่อนและสังคมรอบข้างที่เป็นตัวช่วยกระตุ้นโดยการกล่าวถึงและให้ความสำคัญกับต้นแบบของภาพลักษณ์ความสวยงามว่าเป็นเช่นไรอย่างไร การให้คุณค่ากับภาพลักษณ์ดังกล่าวจึงเป็นที่นิยมปฏิบัติกันทั่วไป

ความคิดและความรู้สึกที่มีต่อร่างกายของตนเองของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า การสร้างค่านิยมความงามจากสื่อค่อนข้างมีอิทธิพลอย่างมาก ส่งผลกระทบในการดำเนินชีวิตประจำวันของพนักงานเหล่านี้อย่างมาก ไม่ว่าจะอายุมากน้อยเท่าไร มีกิจกรรมหลายอย่างเป็นที่ได้รับความสนใจ ยกตัวอย่างเช่น การออกกำลังกาย ในช่วงเวลานี้สถานที่ออกกำลังกายในร่มมีการเปิดให้บริการเพิ่มมากขึ้นและมีกิจกรรมการออกกำลังกายให้เลือกหลากหลาย เช่น ฟิตเนส โรงยิม คอร์ดตีแบตบินตัน ลานไอซ์สเก็ต เป็นต้น ตามสวนสาธารณะต่างๆ ในช่วงเย็นจะมีกิจกรรมการเต้นแอโรบิคที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนก็เป็นที่ได้ความนิยมของผู้หญิงวัยทำงาน การควบคุมปริมาณการบริโภคอาหาร ทั้งสองประการนี้ก็เพื่อให้ผู้หญิงมีสุขภาพที่ดี ส่วนการซื้อยาลดความอ้วนและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมมาบริโภคเองหรือการบริโภคยาลดความอ้วนจากแพทย์ ถึงแม้จะมีข้อมูลหรือคำเตือนจากแพทย์หรือนักวิชาการแพทย์ให้ระวังถึงอันตรายต่างๆที่จะได้รับเมื่อบริโภคเข้าไป แต่ก็ยังมีรูปแบบการโฆษณาต่างๆ ทั้งในรายการโทรทัศน์ นิตยสาร การขายสินค้าแบบขายตรง ซึ่งมีกลยุทธ์ในการโฆษณาเชิญชวนอย่างหลากหลายและแนบเนียน

การบริโภคอาหารและการจำกัดอาหารนั้นจะอิงตามหลักการทางโภชนาการ ซึ่งความรู้เกี่ยวกับโภชนาการนั้นได้มาจากระบบโรงเรียน มหาวิทยาลัย ที่เป็นส่วนสำคัญในการเลือกคิดตัดสินใจ ในการจัดการเกี่ยวกับเรื่องการรับประทานอาหาร โภชนาการต่าง ๆ รวมไปถึงการบริโภคผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่น รายการโทรทัศน์ นิตยสาร บทความ วารสาร เป็นต้น ที่สอดแทรกความรู้เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเกี่ยวกับโภชนาการทางอาหาร การพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนที่มีปัญหาและประสบการณ์เกี่ยวกับการควบคุมน้ำหนัก การลงมือปฏิบัติจริงเป็นการเรียนรู้ขั้นสุดท้ายเป็นการลองผิดลองถูกเพื่อค้นหาหนทางและวิธีการที่เหมาะสมกับตนเอง แหล่งข้อมูลความรู้วิธีการปฏิบัติและคำแนะนำที่มีตามสื่อต่างๆนั้น เป็นเพียงแนวทางปฏิบัติเท่านั้น ความเหมาะสมของแนวทางปฏิบัติในแต่ละคนนั้นต้องมีปัจจัยอื่นๆเข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย ทั้งเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจที่เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับวิธีการงดหรือควบคุมอาหารให้เป็นการปฏิบัติที่เหมาะสมกับผู้คนจำนวนมากที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก ดูแลรูปร่าง สุขภาพของร่างกาย

ข้อมูลการบอกเล่าเกี่ยวกับปัญหาของเอี่ยมและนัทที่มีปัญหาเกี่ยวกับการดัดฟันเหมือนกัน เอี่ยมมีปัญหาเกี่ยวกับโครงสร้างฟันที่มีการขึ้นเบียดซ้อนกันที่เรียกว่าฟันเก ทำให้มีปัญหาการเบียดของฟันทำให้รู้สึกปวดฟันเป็นช่วงๆและมีฟันซ้อนกันในบางช่วง ส่วนนัทนั้นมีปัญหาฟันหน้ายื่นออกมามากเกินทำให้ดูไม่สวยงามและฟันซ้อนกันบางช่วง ส่งผลให้การรักษาจัดรูปฟันของเอี่ยมและนัทนั้นค่อนข้างยากเหมือนกัน ทำให้ต้องใช้เวลาในการดัดฟันประมาณ 3 ปี และหลังจากถอดเหล็กดัดแล้ว ต้องคอยดูแลรักษาอย่างดี คอยใส่ฟันครอบ (retainer) ไปตลอด เพื่อให้ฟันไม่เคลื่อนและอยู่เป็นทรงตามที่จัดไว้

1.2 การตีความเพื่อความเข้าใจต่อความรู้เรื่องความสวยความงาม

การสร้างภาพลักษณ์ของตนเองของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่านั้น เริ่มจากการรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆ กลุ่มเพื่อน และบุคคลใกล้ชิด อีกทั้งการให้ความสำคัญตระหนักถึงการให้คุณค่าความสวยความงามในรูปแบบต่างๆ นำมาซึ่งทางเลือกที่ว่าจะรับข้อมูลข่าวสารหรือไม่นั้น ต้องผ่านการตีความข้อมูลที่รับรู้จากสื่อต่างๆ ซึ่งมีวิธีการและเงื่อนไขด้านต่างๆอีกมากมายที่พวกเธอเลือกว่าจะใช้และปฏิบัติตามข้อมูลข่าวสารดังกล่าวภายใต้ข้อจำกัดทางด้านสังคม เศรษฐกิจ ความต้องการที่จะมีตัวตนในสังคมแบบด้านใดๆ การเลือกที่จะปฏิบัติตนตามกระแสความนิยมทางสังคมเรื่องความผอมความขาวคือความสวย เนื่องด้วยความสวยดังกล่าวนำมาซึ่งโอกาสและทางเลือกทางด้านสังคมด้านอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น การได้รับการยอมรับและชื่นชอบในสังคมกลุ่มเพื่อน

การตีความข้อมูลจากแหล่งความรู้ต่างๆ มีการให้คุณค่าไม่เท่าเทียมกัน ยกตัวอย่างเช่น แหล่งข้อมูลนิตยสารที่มีกลุ่มผู้บริโภคเป็นผู้หญิงและวารสารทางการแพทย์นั้นจะเป็นที่ได้รับความน่าเชื่อถือและปฏิบัติตามค่อนข้างมาก เนื่องจากข้อมูลนั้นๆเป็นข้อมูลจากผลการวิจัยทดลองทางการแพทย์แล้วนำมาเรียบเรียงเขียนใหม่เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความเข้าใจง่ายขึ้น แหล่งข้อมูลในเวปไซต์ (website) ทางอินเตอร์เน็ตก็เป็นที่นิยมในการหาข้อมูลความรู้ซึ่งสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน การตีความข้อมูลก่อนการเลือกสิ่งที่เหมาะสมต่อตนเองนั้นมีเงื่อนไขอื่นของการตีความเงื่อนไขสำคัญคือฐานะทางเศรษฐกิจที่เหมาะสมต่อการบริโภคข้อมูลและวิธีการ ฐานความรู้เดิมประสบการณ์ส่วนตัวและของคนรอบข้าง อุปนิสัยส่วนตัวและวิถีชีวิตประจำวันของบุคคลนั้นๆ การตีความรู้เรื่องการควบคุมน้ำหนักของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าที่ใช้ประสบการณ์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารและพื้นความรู้เดิมมาประกอบการตัดสินใจ ยกตัวอย่าง ยุ้ย(นามสมมติ) เธอเลือกรับข้อมูลข่าวสารความรู้จากสื่อต่าง ๆ แทบทุกประเภทเพื่อนำข้อมูลต่างๆนั้นมีรวบรวมและเลือกปฏิบัติให้เหมาะสมกับตนเอง “ยุ้ยก็หาข้อมูลการลดน้ำหนักจากเพื่อนๆพี่ๆบ้าง หนังสือ เวปไซต์บ้างแล้วเลือกเอามาเทียบกับที่ยุ้ยเคยทำมาแล้ว เอามาปรับใช้กับชีวิตที่ต้องทำงานตอนนี้ ” (ยุ้ย นามสมมติ)

ความรู้เกี่ยวกับการบริโภคอาหารที่ถูกต้องเหมาะสมนั้นมีองค์ความรู้สั่งสมมานาน เช่น ความรู้เรื่องคุณประโยชน์ของพืชผักแต่ละชนิด การบริโภคอาหารให้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายในแต่ละวัย การบริโภคอาหารเป็นปัจจัยในการดำรงชีวิตที่สำคัญของคนเรา ร่างกายต้องการอาหารเพื่อให้อวัยวะต่างๆได้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างปกติ ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอของร่างกายและสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย มนุษย์เราเรียนรู้และเลือกที่จะบริโภคอาหารตามความพึงพอใจและตามที่มีอยู่ในธรรมชาติ เมื่อสังคมมนุษย์มีการเรียนรู้และพัฒนามากขึ้น การบริโภคอาหารก็ไม่เพียงแต่เพื่อสนองความต้องการของร่างกายที่หิวเท่านั้น การบริโภคอาหารกลายเป็นเรื่องของการให้คำอธิบายที่สัมพันธ์กับสุขภาพที่ดี โดยเฉพาะหลักคิดเรื่อง ชีวจิต แมคโคร-ไบโอติกส์ เป็นต้น สังคมมนุษย์เราตอนนี้ไม่ได้เพียงแค่บริโภคอาหารเพราะมันเป็นอาหารแล้ว แต่อาหารกลายเป็นสิ่งที่บอกถึงตัวตนของ ผู้ที่บริโภคมันเข้าไปด้วย ถ้าเราบริโภคอาหารที่ดีมีคุณค่าและใส่ใจในการเลือกสรรอาหารมาบริโภคเราก็จะมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงและรูปร่างที่ดี

“หนูเริ่มให้การสนใจการกินอาหารแบบชีวจิตมาตั้งแต่เรียนป.ตรีแล้ว แล้วก็เริ่มศึกษาหาข้อมูลจากหนังสือที่เค้าเขียนบ้าง เข้าเวปบ้าง ดูข้อดีข้อเสียของมันแล้วก็ประโยชน์ของมัน” กล้วย(นามสมมติ) ผู้ให้ข้อมูลหลักพนักงานสายการบินแอร์ไชน่า ใช้วิธีการหาข้อมูลการบริโภคอาหารชีวจิตจากสื่อหนังสือ และเวปไซต์ที่เธอสนใจ “หนูเริ่มกินอาหารชีวจิตมา1ปีแล้วพี่ ตอนแรกๆที่เริ่มกินหนูกินเฉพาะมื้อเย็นประมาณเดือนนึง แล้วก็เพิ่มเป็นสองมื้อ พอสักสองเดือนเริ่มปรับตัวได้ก็กินมันทั้งสามมื้อเลย มีแต่คนทักว่าผอมลงหน้าใสขึ้น รู้สึกเลยว่าตัวเบาลง” เธอเริ่มเปลี่ยนการบริโภคอาหารของตนเองเป็นการบริโภคอาหารแบบชีวจิต เพื่อที่จะลดน้ำหนักและเพื่อสุขภาพของตนเอง

หลักการดูแลเรื่องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและร่างกายข้างต้นนี้เป็นเพียงการปฏิบัติทั่วไปที่นิยมกันในช่วงเวลานี้ หลักการคร่าวๆเหล่านี้มาจากแหล่งข้อมูลความรู้ที่ผู้หญิงสนใจที่จะบริโภค ส่วนการที่จะนำมาปฏิบัติให้เหมาะสมกับตนเองนั้น ข้อจำกัดหรือเงื่อนไขอื่นๆก็มีส่วนสำคัญในการเลือกและนำมาปฏิบัติได้จริงเหมือนกัน ผู้ให้ข้อมูลหลักต่างเลือกนำมาปฏิบัติตามหลักการจากแหล่งข้อมูลและเลือกนำมาปรับประยุกต์ใช้ให้เหมาะกับตัวของพวกเธอแต่ละคน

อาหารการกินเป็นเรื่องต้นๆของผู้หญิงที่สนใจหรือต้องการควบคุมน้ำหนักด้วยการดูแลตนเอง ด้วยความรู้สึกที่ต้องการลดน้ำหนักให้ร่างกายผอมสวย และต้องการที่จะคงรักษาความผอมให้อยู่คู่กับตนเอง ลักษณะนิสัยการบริโภคอาหาร ความต้องการอาหารและปริมาณการบริโภคอาหารนับเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับพนักงานสายการบินแอร์ไชน่าที่เลือกใช้วิธีการควบคุมอาหาร เพราะร่างกายแต่ละคนนั้นมีความต้องการและการควบคุมความต้องการบริโภคอาหารที่ไม่เท่ากัน และมีความตั้งใจจริงในการควบคุมอาหารในรูปแบบต่างๆไม่เท่ากัน ในกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานนั้นด้วยสภาพร่างกายลักษณะการเผาผลาญอาหาร จำนวนพลังงานที่ใช้ในแต่ละวันทำให้ผู้หญิงวัยทำงานนั้น

ลดน้ำหนักได้ค่อนข้างช้าและควบคุมน้ำหนักได้ค่อนข้างน้อย เมื่อเทียบกันผู้หญิงในวัยรุ่นที่สามารถควบคุมน้ำหนักด้วยการควบคุมอาหารได้มากกว่าและเห็นผลเร็วกว่า ยุ้ยเธอคิดว่าเธอนั้นมีน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นมากจากก่อนที่จะเข้ามาทำงาน แล้วมีความคิดที่จะควบคุมปริมาณการบริโภคอาหารแต่ด้วยความตั้งใจนั้นมีน้อย จนบัดนี้เธอก็ยังไม่ได้เริ่มต้นที่จะควบคุมน้ำหนัก “ยุ้ยนะ ตั้งแต่ทำงานมาน้ำหนักเพิ่มขึ้นจากสมัยเรียนเป็นสิบกิโลเลย ชุดฟอร์มที่ใส่อยู่ก็คับไปหมดและ ว่าจะกินให้น้อยลงมาตั้งแต่สามเดือนที่แล้วจนตอนนี้ยังม่ายได้เริ่มเลย” (ยุ้ย นามสมมติ)

การออกกำลังกายเป็นอีกทางเลือกที่ดีต่อบุคคลที่ต้องการที่จะควบคุมและลดน้ำหนัก โดยมีคนที่ชอบการออกกำลังกายและไม่ชอบการออกกำลังกาย แหม่ม(นามสมมติ)และปุ๊ก(นามสมมติ) เธอสองคนนี้ชอบและให้ความสำคัญต่อการออกกำลังกาย โดยทั้งสองได้สมัครเป็นสมาชิกของแคลิฟอเนียฟิตเนต แหม่ม(นามสมมติ) “ชั้นไปออกกำลังกายเข้าแคลิฟอเนียฟิตเนสตรงสีลมทุกเช้า พอเสร็จก็เดินมาทำงาน จะได้รีดไขมันที่พุงออกไปบ้าง” ปุ๊ก(นามสมมติ) “ชั้นไม่อยากอ้วนไปกว่านี้อยากมีร่างกายแบบเฟิร์มๆอย่างคนอื่นเค้าบ้าง ชั้นตื่นตั้งแต่ตีห้า เพื่อที่จะขับรถมาให้ทันหกโมงเช้าที่ฟิตเนต ออกกำลังกายสักชั่วโมงนึงแล้วก็แต่งตัวที่นั่น ทันเวลาเข้างานพอดี ”

ส่วนยุ้ย(นามสมมติ)และหมวย(นามสมมติ)นั้นไม่ชอบออกกำลังกาย แต่ต้องการที่ควบคุมน้ำหนักทั้งสองเลือกที่จะใช้วิธีการควบคุมการบริโภคอาหารแทน ยุ้ย(นามสมมติ)เธอรู้สึกว่าตัวเธอนั้นเริ่มมีน้ำหนักขึ้นมามาก แต่ด้วยความที่ตัวเธอนั้นไม่เชื่อว่าออกกำลังกายแล้วจะทำให้น้ำหนักตัวลดลง เธอจึงเลือกวิธีการควบคุมและลดการบริโภคอาหารแทน ส่วนหมวย(นามสมมติ)นั้น เธอพอใจในรูปร่างสัดส่วนของเธอและไม่คิดว่าตนเองอ้วน เธอจึงไม่คิดที่จะออกกำลังกายและถ้ามีน้ำหนักเพิ่มขึ้นเธอเลือกที่จะใช้วิธีการควบคุมการบริโภคอาหารแทนที่จะออกกำลังกาย “ยุ้ยไม่ชอบออกกำลังกายนะ มันเหนื่อยไป หายใจไม่ทัน พอออกกำลังกายเสร็จเหนื่อยแล้วก็ต้องกินแล้วมันจะผอมมั๊ย กินให้น้อยลงน้ำหนักก็น่าจะลงแล้ว” (ยุ้ย นามสมมติ) “หุ่นอย่าง หมวย ไม่ต้องออกกำลังกายหรอก กำลังพอดีใส่อะไรก็สวย ถ้าอ้วนขึ้นก็แค่กินน้อยลงก็พอแล้ว ไม่ต้องถึงกับออกกำลังกายหรอก” (หมวย นามสมมติ)

ความผอมคือความสวย เป็นสิ่งที่ผู้หญิงสมัยนี้ไม่ว่าจะอายุเท่าไร ต่างพยายามแสวงหาและลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง เห็นได้จากการที่มีธุรกิจสถานบริการออกกำลังกายที่มีสาขาเพิ่มมากขึ้นตามแหล่งชุมชนเมืองย่านธุรกิจการค้าในกรุงเทพมหานคร และได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า รวมถึงการสนับสนุนจากภาครัฐที่ให้มีกิจกรรมการเต้นแอโรบิคและการออกกำลังกายตามสถานที่ในชุมชนต่างๆเพื่อให้ชาวบ้านในระแวกใกล้ๆได้มีโอกาสออกกำลังกัน ไม่เพียงแต่เพื่อรักษาสุขภาพเท่านั้น ยังเพื่อดูแลรูปร่างร่างกาย เพิ่มเสริมความสดใสให้กับตนเอง โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า

การทำความเข้าใจกับข้อมูลข่าวสารที่ได้รับเพื่อการตัดสินใจในการทำศัลยกรรมความงามของผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ นัท(นามสมมติ)ที่ต้องหาข้อมูลการทำศัลยกรรมเสริมจมูกจากเพื่อนที่เคยมีประสบการณ์หลากหลายคน ที่บอกเล่าถึงข้อผิดพลาดในการทำและปัญหาที่จะเกิดขึ้นตามมาหลังการทำ และค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมในอินเตอร์เนตอย่างมาก ก่อนที่จะตัดสินใจทำศัลยกรรมเสริมจมูก แม้เพื่อนบางคนจะบอกเล่าถึงข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้นหลังจากการทำศัลยกรรมจมูก และนัท(นามสมมติ)ก็พร้อมที่จะเสี่ยง เพื่อให้ได้จมูกที่มีดั้งโด่งอย่างที่เธอต้องการ “เพื่อนชั้นบอกว่าหลังจากเสริมดั้งแล้วต้องคอยดูแลดีๆ คอยระวังดั้งที่เสริมมาเบี้ยว และต้องทำกับหมอที่เก่งๆ แต่มันก็ไม่มีอันตรายอะไรแทรกซ้อนหรอก ชั้นเห็นเพื่อนชั้นทำแล้วสวยดีก็เลยไปทำกับหมอเดียวกันเพื่อนชั้น” (นัท นามสมมติ)

การตีความกับข้อมูลสิ่งที่รับรู้จากการค้นหาแสวงหาข้อมูลเพื่อการตัดสินใจในการลงมือปฏิบัติการใดๆ ต้องผ่านการตีความจากข้อมูลความรู้เดิมที่มีอยู่ประกอบกับความรู้ที่ได้ศึกษาค้นคว้าใหม่ ความพอใจ ความสนใจ ความชอบและไม่ชอบต่อสิ่งนั้นๆ รวมถึงข้อมูลประสบการณ์ตรงจากผู้ที่เคยลงมือปฏิบัติมาก่อน

1.3 การเลือกรับความรู้เรื่องความสวยความงามที่เหมาะกับตนเอง

การเลือกรับความรู้เรื่องความสวยความงามผ่านการตีความ หลังจากการตีความข้อมูลความสวยความงามที่ได้รับมาก่อนแล้วนั้น ผู้เลือกนั้นต้องเลือกปฏิบัติสิ่งที่เหมาะสมกับตนเอง หรือเลือกคำอธิบายที่เหมาะสมกับตนเอง เนื่องจากความแตกต่างทางด้านองค์ประกอบของรูปร่างและร่างกายในแต่ละบุคคล ความชื่นชอบและสนใจส่วนตัว เพื่อให้เป็นไปตามภาพลักษณ์ที่ตนเองต้องการ ในกรณีของเบนซ์(นามสมมติ) การทานยาอาหารเสริมให้ผิวขาวและทาครีมกันแดดหรือครีมทาเพื่อผิวขาวนั้น ทำให้ตัวเธอรู้สึกมั่นใจ ถึงแม้จะไม่สามารถเปลี่ยนสิวผิวที่ค่อนข้างคล้ำของเธอเป็นผิวขาวได้

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

“ชั้นเกิดมาผิวดำนิน่า ทุกครั้งหลังอาบน้ำชั้นต้องทาครีมผิวขาว จะออกจากบ้านต้องทาครีมกันแดด ถึงผิวชั้นจะไม่ได้ขาวขึ้นมากแต่ถ้ามันไม่ได้ดำไปกว่านี้มันก็โอแล้ว ยิ่งเดี๋ยวนี้ได้กินยาที่กินแล้ว ขาวมาช่วยอีก ชั้นจะได้ดำน้อยลง ถึงแม้มันจะไม่ค่อยได้ผลก็ตาม จะว่าไปชั้นรู้สึกมั่นใจมากนะ ดีกว่าปล่อยให้ผิวดำดูไม่สวยไม่น่ามอง แต่จะให้ไปฉีดยาฟอกสีผิวคงไม่ไหวหรอกนะ ชั้นกลัวไม่มีเงินไปทำด้วย ” (เบนซ์ นามสมมติ)

เบนซ์(นามสมมติ) เป็นคนรูปร่างผอมบาง ผิวไม่ขาว หน้าตาตามสมัยนิยมไม่ได้ขี้ริ้วขี้เหร่ เธอชอบที่จะดูแลผิวตนเอง ชอบการแต่งหน้าแต่งตัวตามสมัยนิยม เธอจึงให้คำอธิบายเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของเธอว่า เธอเป็นคนที่ชอบดูแลผิวให้ดูขาวเรียบเนียนเพื่อต้องการที่จะได้มีผิวขาวสวยเหมือนสาวเกาหลี เธอยังชอบที่จะแต่งตัวตามกระแสที่วัยรุ่นนิยมเพื่อที่จะไม่ให้ตนเองดูมีอายุ

กุ๊กไก่ (นามสมมติ) เธอเป็นคนรูปร่างเล็กแต่มีปัญหาโครงสร้างของขาค่อนข้างใหญ่ไม่สมตัวและเป็นคนที่รักในการดูแลผิว โดยเธอให้ความสำคัญกับการดูแลผิวหน้าและผิวกายเท่า ๆ กัน

> กุ๊กจะทาครีมกันแดดทุกวัน ถึงจะทำงานในที่ทำงานไม่ได้ออกไปตากแดดก็ตาม เหมือนเป็นโรคจิตเลยกลัวแดด แสงจากหลอดไฟฟ้าก็ทำให้ผิวคล้ำได้เหมือนกันนะ ก่อนนอนก็จะทาครีมกลัวผิวแห้ง แล้วก็จะพยายามกินน้ำให้เยอะเค้าบอกว่ากินน้ำเยอะแล้วผิวจะสวย กุ๊กว่านะแค่ผิวขาวก็มีชัยไปกว่าครึ่งแล้ว เด่นดี แต่ไม่ชอบที่ขาใหญ่เลยรู้สึกเหมือนเป็นปมด้อย พยามยามลดก็ไม่ลงมันเป็น กรรมพันธุ์มาจากแม่ แก้ไม่ได้จะไปทำศัลยกรรมก็ไม่มีเงิน (กุ๊ก นามสมมติ)

ถึงแม้กุ๊ก(นามสมมติ)จะมีผิวที่ดูขาวเรียบเนียนดูสุขภาพดีแล้วก็ตาม แต่เธอต้องคอยดูแลรักษาผิวตลอดเวลา เธอถึงกับเรียกตัวเองว่าเป็นโรคจิตที่ไม่ชอบการออกแดด โดยเธอเชื่อว่าแค่มีผิวขาวเธอก็มีชัยไปกว่าครึ่งสามารถสวยเด่นได้

ลีน่า(นามสมมติ)และรัก(นามสมมติ)นิยมการออกกำลังกายด้วยการเข้าสถานออกกำลัง โดยทั้งสองเป็นสมาชิกแบบตลอดชีพซึ่งไม่ต้องจ่ายค่าธรรมเนียมรายปีเพิ่ม ลีน่า(นามสมมติ)บอกว่าที่เลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายเพราะว่าสะดวกใกล้บ้านและมีกิจกรรมให้เลือกหลากหลาย และยังได้เพื่อนที่รักการออกกำลังเหมือนกันเพิ่มด้วย ส่วนรัก(นามสมมติ)นั้นชื่นชอบการออกกำลังด้วย การเต้นแอโรบิคเป็นพิเศษ แม้สถานออกกำลังกายจะอยู่ห่างจากบ้านที่อาศัยแต่เธอก็สามารถจัดสรรค์ตารางเวลาสำหรับการออกกำลังของเธอได้อย่างไม่ขาด โดยทั้งสองนั้นชื่นชอบการออกกำลังกายเพื่อรักษาสุขภาพให้แข็งแรงมากกว่าเพื่อที่จะควบคุมน้ำหนัก “รักชอบเต้นแอโรบิคนะ รู้สึกสนุกดีการออกกำลังกายทำให้ร่างกายเราไม่อ่อนแอเป็นโรคง่าย แล้วที่ออกกำลังก็ไม่ใช่ว่ารักอ้วนนะ รักอยากสุขภาพดี อยากสวยจากภายในมากกว่า ถึงบ้านไกลก็ไม่หวั่น จัดเวลาดี ๆ ก็ได้ออกกำลังกายแล้ว” (รัก นามสมมติ)

ส่วนลีน่า(นามสมมติ) ชอบการออกกำลังกายแบบโยคะที่สถานออกกำลังกายจัดให้เล่นเป็นแบบตารางเวลา โดยน้อยมากที่จะขาดการเข้าร่วมตามตารางเวลาของสถานออกกำลังกายเนื่องด้วยการเดินทางไปสถานออกกำลังกายนั้นสะดวกและไม่ไกลจากที่บ้าน โดยลีน่านั้นถือว่าการออกกำลังกายแบบโยคะนั้นเป็นงานอดิเรกอย่างหนึ่ง “ลีน่าชอบเล่นโยคะมากๆเล่นแล้วรู้สึกว่าตัวเองสวย

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ขึ้น ตัวเบาขึ้นด้วย จะเข้าไปเล่นตามคลาสตลอดน้อยมากที่ขาดไปถ้ามีธุระจริงๆ ออกจากบ้านใช้เวลาสิบนาทีก็ถึงแล้ว เล่นจนติดเป็นงานอดิเรกแล้ว แต่ไม่เล่นโยคะร้อนนะเล่นแล้วรู้สึกหายใจไม่ออก" (ลีน่า นามสมมติ)

ลีน่า(นามสมมติ)และรัก(นามสมมติ)นั้นให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพร่างกาย เนื่องจากทั้งสองไม่ได้มีปัญหาเกี่ยวกับความไม่พึงพอใจของร่างกายมากนัก รวมทั้งความสนใจในเรื่องอื่นๆ ในการไปสถานออกกำลังกายคือ การได้พบปะเพื่อนใหม่ที่ชอบอะไรเหมือนกัน การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ เป็นต้น

พี่ตา(นามสมมติ)และพี่จู(นามสมมติ)นั้นไม่นิยมการออกกำลังกายในสถานออกกำลังกาย แต่ชอบที่จะออกกำลังกายโดยการเดินวิ่งในสวนสาธารณะในหมู่บ้าน แม้ว่าแถวๆหมู่บ้านที่ตาอาศัยจะมีสถานออกกำลังกายเปิดเป็นจำนวนมาก เธอให้เหตุผลว่าสิ้นเปลืองเงินและเธอไม่ชอบบรรยากาศภายในสถานออกกำลังกาย พี่ตา(นามสมมติ)กล่าวว่า "พี่ไม่ไปหรอกเข้าฟิตเนสอะไรนั่น เปลืองเงิน สวนสาธารณะในหมู่บ้านก็มีพี่ไปเดินวิ่งทุกเย็นแหละ สะควกสบายบรรยากาศเป็นธรรมชาติดีออก ไม่ต้องไปแออัดในฟิตเนส" ส่วนพี่จู(นามสมมติ) กล่าวว่า "หมู่บ้านที่พี่อยู่มีสวนสาธารณะบรรยากาศดี มีกิจกรรมให้ออกกำลังกายทุกเย็น พี่ก็ชอบไปร่วมกิจกรรมกับพวกเค้านะ รำกระบองบ้าง เต้นแอโรบิคบ้าง เล้าแต่อารมณ์"

การออกกำลังเพื่อการดูแลร่างกายนั้นขึ้นอยู่กับความตั้งใจ ความพึงพอใจของแต่ละบุคคลว่ามีตัวตนแบบไหน ที่เห็นอย่างได้ชัดในหลายกรณีคือ ความตั้งใจจริง เงื่อนไขที่แตกต่างของแต่ละบุคคล ทั้งเรื่องเศรษฐกิจ กิจวัตรประจำวัน และเป้าหมายที่แต่ละคนต้องการ ผู้ที่มีเงื่อนไขทางเศรษฐกิจดีย่อมมีทางเลือกมากกว่า และสามารถใช้โอกาสในทางเลือกนั้นทั้งหมด แต่ในกรณีพี่ตา(นามสมมติ)ที่มีเงื่อนไขทางเศรษฐกิจไม่ดีแต่เธอมีความตั้งใจที่จะออกกำลังกายและเลือกสิ่งที่เหมาะสมและเธอสามารถปฏิบัติได้ เพื่อสุขภาพที่ดี

ความนิยมเรื่องความงามอีกอย่างหนึ่งคือการมีผิวพรรณที่สวยงาม โดยในปัจจุบันเรื่องความขาวของผิวหน้าและผิวกายนับเป็นสิ่งที่นิยมกันไปทั่วโลก นิยามความขาวมีอิทธิพลต่อผู้หญิงสาวๆเป็นอย่างมาก ซึ่งผู้ให้ข้อมูลหลักคนหนึ่งคือ พี่นง(นามสมมติ)ที่มีประสบการณ์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับใบหน้าที่มีปัญหาสิวฝ้าซึ่งเป็นปัญหาใหญ่ของผู้หญิงสมัยนี้ พี่นง(นามสมมติ) กล่าวว่า

> หน้าที่เป็นฝ้าของพี่มันเกิดมาจากกรรมพันธุ์จากแม่ของพี่ เหมือนมันเป็นปมด้อยนะ เห็นสาว ๆ คนอื่นเค้าหน้าใสกันแล้วอิจฉา ตอนเด็กๆพี่ก็ไม่ได้ใส่ใจกับมันครีมกันแดดก็ไม่ค่อยได้ทา ขนาดไปหาหมอจี้ออกก็แล้ว ใช้ครีมทากันฝ้ามาเกือบทุกยี่ห้อก็แล้ว ดูสิมันยังมีขึ้นมาให้เห็นอยู่เรื่อยๆเลย (พี่นง นามสมมติ)

ความรู้สึกความคิดของพี่นง(นามสมมติ)นั้นที่คิดว่าฝ้าที่เกิดจากกรรมพันธุ์ของแม่นั้นเป็นปมด้อยของตนเอง และโทษตัวเองที่ไม่ได้ดูแลผิวหน้าตั้งแต่เด็ก การเป็นฝ้าของพี่นงถึงแม้จะใช้วิธีทางการแพทย์เข้ารักษาแต่ก็ไม่หายขาด ทั้งที่การเป็นฝ้านั้นไม่ใช่การเป็นโรคร้ายแรงที่ติดต่อกันได้ แต่ด้วยความนิยมชมชอบกับการที่ผู้หญิงต้องมีผิวหน้าขาวสะอาดทำให้เกิดเป็นปมด้อยในตัวพี่นง(นามสมมติ) นั่นเอง

การที่จะเลือกรับและปฏิบัติวิธีการที่เหมาะสมกับตนเองของแต่ละบุคคล จากข้อมูลที่เหมาะกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ฐานะทางเศรษฐกิจ นอกจากจะขึ้นอยู่กับความต้องการมีภาพลักษณ์เป็นเช่นไรแล้วยังขึ้นอยู่กับการให้คำอธิบายต่อภาพลักษณ์ของตนเองด้วย

2. กระบวนการต่อสู้กับตนเองในการปฏิบัติการสร้างความงาม

ความต้องการความพยายามในการเปลี่ยนแปลงร่างกายของตนเองด้วยกรรมวิธีการปฏิบัติที่ตัวเองเลือก หลากหลายวิธีการปฏิบัติที่ต้องใช้ความพยายาม แรงผลักดันแรงจูงใจ และความอดทนอย่างมาก สาเหตุของความไม่พอใจต่อร่างกายตนเองจนกระทั่งต้องเปลี่ยนแปลงร่างกายหรือสาเหตุอื่นๆ ที่นำมาสู่การเปลี่ยนดังกล่าวมีขั้นตอนของการต่อสู้หลายๆอย่าง เริ่มตั้งแต่ตนเอง ภาวะความรู้สึกภายในจิตใจ และสังคมรอบๆข้างที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทางร่างกายในรูปแบบต่างๆ ในที่นี้ต้องการเสนอกระบวนการการต่อสู้กับตนเองเพื่อเปลี่ยนแปลงสภาพร่างกาย จากความรู้สึกที่มีอยู่ภายในจิตใจ ร่างกายและการต้องแยกออกจากสังคม เพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ผู้ให้ข้อมูลหลักตั้งเป้าหมายเอาไว้

2.1 ความไม่พึงพอใจต่อการเปลี่ยนแปลงร่างกายของตนเอง

ความรู้สึกที่ไม่พึงพอใจต่อรูปร่างกายตนเองเกิดขึ้นจากสาเหตุหลากหลายประการด้วยกัน จากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางสังคม การรับข้อมูลข่าวสาร และค่านิยมทางสังคมถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงด้านร่างกาย ความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจ การดำเนินชีวิตประจำวัน ดังจะเห็นได้จากสิ่งที่ผู้ให้ข้อมูลหลักปฏิบัติ

การดัดฟันของเอี่ยม(นามสมมติ)ทำให้เธอไม่มีความสามารถในการบดเคี้ยวอาหารลดลงในช่วงแรกๆที่เริ่มดัดฟันเธอไม่สามารถทานอาหารได้แบบปกติ ไม่สามารถเคี้ยวอาหารแข็งได้ ทำให้ไม่อยากอาหารส่งผลให้น้ำหนักตัวลดลง เธอต้องใช้เวลานานเป็นเดือนกว่าจะชินกับการมีเหล็กดัดฟันอยู่ในปากของเธอ “ตอนดัดฟันแรกๆ ชั้นกินไม่ได้เลย ผอมลงจนหัวโตเลยแหละ กว่าจะกินได้เล่นเอาแทบแย่ ก็คิดนะว่าไม่น่าไปดัดเลยหาเรื่องเจ็บตัวจริงๆ” (เอี่ยม นามสมมติ)

กุ๊กไก่(นามสมมติ)เริ่มไม่ทานอาหารเย็นก่อนจนกระทั่งน้ำหนักลดลงมาเล็กน้อย วิธีการที่กุ๊กไก่(นามสมมติ)ใช้คือการงดอาหารเย็นที่เป็นหนึ่งในมื้ออาหารหลัก รับประทานอาหารเพียงมื้อเช้าและมื้อกลางวันเป็นมื้อหลัก ส่วนมื้อเย็นก็ดื่มเพียงนมเปรี้ยวหรือผลไม้นิดหน่อย แต่น้ำหนักที่ลดลงไม่เป็นตามที่กุ๊กไก่(นามสมมติ)ต้องการ เป็นเวลากว่าหนึ่งปีแล้วที่ กุ๊กไก่ควบคุมและระมัดระวังเรื่องการรับประทานอาหาร น้ำหนักตัวที่ลดลงไปสองกิโลกรัม ยังต้องการลดเพิ่มอีกหนึ่งถึงสองกิโลกรัมตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ แต่ก็ยังไม่สามารถลดลงได้ ในขั้นตอนแรกของการลดน้ำหนักของกุ๊กไก่(นามสมมติ)เธอเล่าว่า “ตอนแรกที่ไม่กินข้าวเย็นนะหิวแบบไม่มีแรงเลย ต้องรีบเข้านอนอยู่ดึกไม่ได้มันจะยิ่งหิว”

การดูแลเรื่องอาหาร การทานน้อยลง ลดและระวังการทานอาหารที่เป็นแหล่งไขมันและทานอาหารประเภทผัก ผลไม้ที่มีกากใยมากขึ้น ลดการทานขนมขบเคี้ยวระหว่างมื้อ รวมทั้งเลิกทานเครื่องดื่มที่มีความหวาน กุ๊กไก่(นามสมมติ)ต้องต่อสู้กับความรู้สึกอยากอาหาร ความหิวอย่างมาก โดนเฉพาะช่วงสัปดาห์แรก ๆ ของการลดและอดอาหารเย็นเท่านั้น

เบล(นามสมมติ)มีประสบการณ์การดูแลน้ำหนักเป็นเรื่องของการปรับตัวอย่างมากในชีวิตประจำวัน เบล(นามสมมติ)ปกติจะชอบทานขนมและของทานเล่นจุกจิกทั้งวัน ไม่ค่อยชอบที่จะทานอาหารมื้อหลัก พฤติกรรมส่วนตัวกับการทานอาหารเป็นปัญหาสำคัญ วิถีชีวิตประจำวันต่อการทำงานและต้องทานอาหารมื้อเย็นกับเพื่อนชายทุกวัน โดยเพื่อนชายนั้นทานเก่ง(นามสมมติ)และมักชวนเธอไปทดลองทานอาหารตามร้านต่าง ๆ ที่เปิดใหม่ น้ำหนักของเบลจึงเพิ่มขึ้นง่ายและลงได้ยาก จึงส่งผลให้ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อรูปร่างของเบลเริ่มเปลี่ยนแปลงไป เสื้อผ้าชุดทำงานที่ใส่ทำงานเริ่มคับขึ้นทำให้เบล(นามสมมติ)รู้สึกอึดอัดไม่สบายตัวในเวลาทำงาน เธอจึงต้องใส่ใจกันการควบคุมอาหารการกินและปรับเปลี่ยนวิธีการทานอาหาร เบล(นามสมมติ)กล่าวว่า “ มันต้องลดน้ำหนักแล้วต้องผอมแล้ว ชุดฟอร์มคับใส่แล้วอึดอัดมาก ไม่มีอารมณ์ไม่มีสมาธิทำงาน เพื่อนก็ทักว่าหน้าบานขึ้น เบลพยายามกินขนมจุกจิกให้น้อยลง ข้าวเย็นก็กินน้อยลง”

แจน(นามสมมติ)นั้นเริ่มดูแลเรื่องการบริโภคอาหารการกินมาตั้งแต่เข้าเรียนปริญญาตรี แต่เธอไม่ได้ให้ความสม่ำเสมอกับการควบคุมพฤติกรรมดูแลการบริโภคอาหารของตนเอง โดยเธอจะควบคุม ดูแลการรับประทานอาหารเมื่ออยู่ที่บ้าน แต่เมื่ออยู่นอกบ้านหรืออยู่ในสังคมเพื่อน แจน(นามสมมติ)เล่าว่า “ถ้าวันไหนเลิกงานแล้วเพื่อนนัดเจอ ไปกินข้าวนะ แจนก็จะเต็มที่เลย กินอิ่มแบบท้องจะแตก แล้วยิ่งส่วนใหญ่กินข้าวกับเพื่อนก็จะเป็นมื้อเย็นหลังเลิกงานด้วย จะลดอ้วนก็ต้องหยุดไว้ก่อน กินข้าวกับเพื่อนทั้งทีต้องเต็มที่” การควบคุมพฤติกรรม ดูแลและระมัดระวังเรื่องอาหารการกินของแจน(นามสมมติ)จึงไม่สม่ำเสมอ ช่วงที่ดูแลตนเองเรื่องรูปร่างและน้ำหนักก็ลดลง เช่นเดียวกับพี่จู(นามสมมติ)ที่ดูแลเรื่องการบริโภคอาหารไม่สม่ำเสมอ “พี่ทำงานช่วงดึกกินนอน

พัฒนาองค์ความรู้ ระดับปริญญาตรี

ไม่ค่อยเป็นเวลาและพี่ก็อายุค่อนข้างมากแล้วจะลดน้ำหนักก็ทำได้ยาก เรื่องดูแลอาหารการกินยิ่งยาก ก็พยายามเน้นผักผลไม้มากหน่อย แต่บางทีทำงานเหนื่อยก็กินไม่ยั้งเหมือนกัน" (พี่จู นามสมมติ)

เวลาการทำงานช่วงกลางคืนและวิถีการดำเนินชีวิตประจำวันที่ไม่ปกติทำให้น้ำหนักของทั้งสองขึ้นๆลงๆ ควบคุมได้ค่อนข้างยาก เมื่อไรที่มีเวลาก็ถึงจะมาดูแลเรื่องการบริโภคอาหารของตนเอง หรือเมื่อไรที่รู้สึกอ้วนก็จะลดน้ำหนัก บางครั้งแจนก็ได้ใช้ตัวช่วยที่เรียกว่ายาลดน้ำหนักเข้าช่วยเพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการลดน้ำหนัก ทั้งสองนั้นไม่ได้มีความรู้สึกความต้องการที่จะตนเองผอมตลอดเวลา ทั้งแจน(นามสมมติ)และพี่จู(นามสมมติ)ไม่ได้ถือว่าการที่รูปร่างผอมเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ทั้งสองให้ความเห็นคล้ายๆกันว่า การควบคุมและลดน้ำหนักเป็นการทำให้ตนเองมีบุคคลิกที่ดูดีและมั่นใจ เพื่อต้องการให้บุคคลอื่นๆในสังคมที่พบเห็นยอมรับ และความผอมเป็นเพียงความนิยมของคนสังคมเท่านั้น

พี่แหม่ม(นามสมมติ)มีรูปร่างที่สวยสมส่วนเข้ากับสมัยนิยมอยู่แล้ว บางครั้งที่รับประทานอาหารอย่างเพลิดเพลินก็จะเกิดปัญหาขึ้นคือน้ำหนักตัวเพิ่ม น้ำหนักที่เพิ่มขึ้น1-2 กิโลกรัมนั้นทำให้พี่แหม่ม(นามสมมติ)รู้สึกอึดอัดเวลาสวมใส่ชุดทำงาน เธอจะเริ่มควบคุมดูแลเรื่องการบริโภคอาหารโดยทันที โดยวิธีการทานอาหารมื้อหลักเช้าและกลางวันเหมือนเดิม แต่ในมื้อเย็นเธอจะเลือกทานแค่สลัดผักและดื่มนมเปรี้ยวเท่านั้น ใช้เวลาเพียงแค่อาทิตย์เดียวความรู้สึกอึดอัดเวลาสวมใส่ชุดทำงานก็ดีขึ้น โดยเธอบอกว่าน้ำหนักร่างกายของเธอนั้นสามารถเพิ่มขึ้นได้อย่างง่ายและก็สามารถลดลงได้อย่างง่ายเช่นเดียวกัน "เวลาอ้วนรู้เลยก้นพี่จะใหญ่ขึ้น ใส่กางเกงทำงานแล้วจะติดก้น พอรู้สึกอึดอัดก็ต้องลด มื้อเย็นกินแค่สลัดผักเท่านั้น อาทิตย์นึงก็ได้ผล เผลอทีรัยน้ำหนักขึ้นทุกที แต่ดีอย่างน้ำหนักพี่ขึ้นง่ายลงง่าย" (พี่แหม่ม นามสมมติ)

สภาวะความกดดันภายในจิตใจของผู้หญิงเกิดจากความไม่พอใจต่อรูปร่างร่างกายของตนเอง การปฏิบัติเพื่อนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงตนเองอย่างชั่วคราวบ้าง การเปลี่ยนแปลงตนเองอย่างถาวรบ้าง ถึงแม้สำหรับบางคนมีความตั้งใจที่จะปฏิบัติอย่างเคร่งครัด ล้วนเกิดจากความไม่พอใจต่อรูปร่างร่างกายของตนเอง โดยความไม่พอใจต่อร่างกายของตนเองจะกลายเป็นเหมือนกระจกที่สะท้อนความเป็นมนุษย์ในปัจจุบันที่จะต้องมีสิ่งหนึ่งที่จะต้องปฏิบัติให้ดีขึ้นอย่างหนึ่ง ด้วยความที่โลกมีการสื่อสารที่ไร้พรมแดน การพัฒนาเทคโนโลยีมีการก้าวไปข้างหน้าอยู่ตลอดเวลา ทำให้ความไม่พึงพอใจยังมีไม่สิ้นสุด นอกจากการเปลี่ยนแปลงตนเองแล้ว ยังมีเงื่อนไขของการปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน ความแตกต่างด้านทางเลือกของฐานะทางเศรษฐกิจ และการอธิบายนิยามความงามที่เหมาะกับตนเอง เพื่อนำมาซึ่งความแรงผลัก กำลังใจและความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงตนเอง บ่อยครั้งที่ความอดทนความพยายามต่อการเปลี่ยนแปลงตนเองนั้นนำมาให้เกิดสภาวะความกดดันในจิตใจ

การให้นิยามหรือมองภาพลักษณ์ของตนเองจากความไม่พึงพอใจ กับต้นแบบของการสร้างความเป็นตัวตนแบบหนึ่งๆหรือการให้คำอธิบายต่อภาพลักษณ์ของตนเอง ด้วยการเลือกวิธีการที่ได้รับข้อมูล ข่าวสารที่ผ่านการตีความคัดกรองมาแล้วนั้น มีผลที่ส่งให้เกิดการปฏิบัติเพื่อการเปลี่ยนแปลงรูปร่างร่างกายของตนเอง แต่ทว่าการสร้างภาพลักษณ์ของตนเองที่ต้องการ ต้องใช้ความอดทนและระยะเวลาอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการลดน้ำหนักด้วยตนเอง ต้องอาศัยการต่อสู้กับจิตใจตนเองอย่างมาก ส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจ ความไม่สบายร่างกายที่มีผลกระทบต่อสภาวะทางจิตใจควบคู่ไปด้วย

2.2 ความพึงพอใจต่อสภาวะจิตใจของตนเอง

สภาวะความกดดันต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการที่ต้องสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นไปตามที่ตนเองต้องการ ของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนนั้นแตกต่างกัน เนื่องจากวิถีชีวิตประจำวัน ลักษณะอุปนิสัยส่วนตัวที่เป็นมาตั้งแต่เด็ก วัฒนธรรมทางสังคม และฐานะทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้เลือกวิธีการปฏิบัติที่ง่ายกว่า โดยการเปลี่ยนแปลงตนเองนี้นั้นจะต้องอาศัยความตั้งใจและความสม่ำเสมอในการปฏิบัติและกำลังใจสนับสนุนอย่างมาก ทั้งจากตนเอง ครอบครัว เพื่อนร่วมงาน กลุ่มเพื่อนต่างๆ เพื่อเป็นแรงจูงใจและแรงผลักดันควบคู่ไปกับการปฏิบัติ

การเปลี่ยนพฤติกรรมการรับประทานอาหาร วิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน การออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องที่ใช้เวลานานนั้นส่งผลต่อภาวะจิตใจอย่างมาก ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้ให้ข้อมูลหลักมีสภาวะกดดันสูงมาก ในกรณีของยุ้ย(นามสมมติ) ยุ้ย(นามสมมติ)เป็นคนหนึ่งที่ไม่สามารถอดอาหารมื้อหลักใดมื้อหนึ่งไปได้ บางช่วงเวลาที่ยุ้ย(นามสมมติ)ต้องดูแลตนเองเรื่องการรับประทานอาหารของตนเองเนื่องจากน้ำหนักขึ้น “ถึงเวลาหิวแล้วมันต้องกินอ่ะ ข้าวนี่ถือว่าเป็นอาหารหลักของยุ้ยเลยนะ ตอนแรก ก็พยายามอดข้าวนะ แต่ทำไม่ได้ เลยไปลดไปอดขนมดีกว่า อดขนมอดได้แต่อดข้าวนี่ไม่ได้เลย” สำหรับยุ้ย(นามสมมติ)นั้น เธอถือว่าข้าวคืออาหารหลักของเธอที่ถูกครอบครัวปลูกฝังให้เคยชินกับวัฒนธรรมการทานข้าว ซึ่งข้าวถือว่าเป็นอาหารหลักของคนไทย ยุ้ยจึงต้องพยายามใช้เวลาและใช้ความอดทนต่อการปรับเปลี่ยนการรับประทานของตนเองค่อนข้างสูง คืออดงดการรับประทานข้าว เมื่อปฏิบัติวิธีการนี้ไม่ได้เธอก็ไม่ได้วิตกกังวลใดๆกับการลดน้ำหนัก แต่เธอเปลี่ยนวิธีการปฏิบัติเป็นการอดงดขนมของทานเล่นแทน เช่นเดียวกับกล้วย

การอดอาหารเป็นปัญหาหนักของผู้หญิงหลายคน ครั้งหนึ่งที่เป็นปัญหากับกุ๊กไก่(นามสมมติ) ช่วงที่เธอลดน้ำหนักด้วยการดูแลควบคุมการรับประทานอาหารอยู่นั้น มีเย็นวันหนึ่งที่กลุ่มเพื่อนชวนกันไปทานอาหารแบบที่สามารถทานได้ตามความต้องการ เธอเล่าว่าในตอนแรกเธอคิดว่าจะทานแต่พออิ่ม แต่เมื่อทานไปเรื่อยประกอบกับการอาหารที่ทานนั้นมีความอร่อยมาก ทำให้เธอนั้นอดห้ามใจให้หยุดทานไม่ได้ถึงแม้เธอรู้สึกอิ่มแล้ว เธอทานจนแน่นท้องมากและเสื้อผ้าที่สวมใส่นั้น

เป็นแบบพอดีตัวทำให้เธอรู้สึกอึดอัดไปทั้งร่างกาย เมื่อกลับถึงบ้านแล้วเธอจึงรู้สึกผิดที่ทานอาหารเข้าไปในปริมาณมากเกินไป และเธออยู่กับความรู้สึกอึดอัดนั้นจนกระทั่งหลับไป บทเรียนครั้งนั้นทำให้เธอเข็ดกับการรับประทานอาหารปริมาณมาก ๆ เช่นนั้นอีก และกลับมาดูแลควบคุมอาหารเหมือนเดิม และถ้าวันใดที่เธอทานอาหารในปริมาณมากเธอจะออกกำลังมากเช่นกัน

ช่วงหนึ่งพี่ตา(นามสมมติ)เลือกใช้วิธีการอดอาหารส่งผลให้พี่ตา(นามสมมติ)มีสุขภาพจิตและความสามารถในการทำงานลดลง คือ เมื่อประมาณสองปีก่อนหน้านี้เธอรู้สึกไม่พอใจกับน้ำหนักตัวที่เพิ่มขึ้นมาทำให้ใบหน้าเธอดูใหญ่ขึ้น เวลาถ่ายรูปเธอจะรู้สึกว่าตนเองไม่สวยไม่ชอบใจและไม่มั่นใจ ทำให้เธอต้องลดน้ำหนักเพื่อที่จะให้มีความมั่นใจในการถ่ายรูปกลับมา การที่เธอชอบทานขนมทำให้เธอต้องเลิกงดการทานขนมอย่างเด็ดขาดเป็นเวลาหนึ่งเดือน ความรู้สึกเก็บกดสะสมอยู่ในจิตใจ ช่วงเวลานั้นทำให้เธอมีอารมณ์แปรปวนหงุดหงิดกับเพื่อนร่วมงาน และมีอาการกระวนกระวายใจมีการผิดพลาดในการทำงานบ่อยครั้ง หลังจากนั้นเธอจึงกลับมาทานขนมปกติแต่ลดปริมาณและความถี่ลงโดยไม่ได้อดไปเลยทีเดียว ถ้าหากไม่ได้ทานเลยสภาวะจิตใจเธอจะแย่มากไม่เพียงแค่ส่งผลต่อสุขภาพจิตและการทำงานของตนเอง ยังส่งผลต่อสังคมคนรอบข้างด้วย

ปุ๊ก(นามสมมติ)รู้สึกถึงความไม่พอใจในภาพลักษณ์โครงสร้างของตนเอง และตั้งเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ไว้ เพียงแค่เธอผอมลงกว่าเดิม แต่งหน้าแต่งตาเล็กน้อยแต่งตัวมากขึ้น เธอจะรู้สึกผิดที่บางครั้งใช้เงินกับสิ่งของเพื่อความสวยความงามมากเกินไป เธอบอกว่าเงินส่วนใหญ่จะหมดไปกับเครื่องสำอาง เสื้อผ้าสมัยนิยม ยาทาเล็บ ของใช้กระเป๋าก็จะเน้นที่มียี่ห้อ สถานะทางการเงินของเธอจึง ไม่ค่อยคล่องเท่าไรนัก แต่เพื่อที่จะสร้างภาพลักษณ์ให้กับตนเองและให้สังคมกลุ่มเพื่อนยอมรับเธอจึงเลือกที่จะอดมื้อกินมื้อและนำเงินไปจับจ่ายสิ่งของเพื่อเพิ่มความงามของผู้หญิง

ผู้ให้ข้อมูลหลักคนหนึ่งที่ทำศัลกรรมความงามคือนัท(นามสมมติ) เนื่องจากเธออยากมีจมูกที่ดูโด่งและเป็นธรรมชาติ ประกอบกับเพื่อนของเธอไปทำมาแล้วสวยงาม เธอจึงสนใจและศึกษาข้อมูลจากเพื่อนเธอ “ชั้นอยากได้จมูกโด่ง แล้วก็คุมเพื่อนชั้นเค้าไปทำมาเห็นสองคนดูแล้วสวยดี ชั้นเลยอยากทำบ้าง ก็เลยถามข้อมูลและให้เพื่อนพาไปทำบ้าง ” (นัท นามสมมติ)

วิธีการทำศัลยกรรมจมูกของนัท(นามสมมติ)นั้น เธอใช้บริการกับแพทย์ที่คลีนิคที่หนึ่งในกรุงเทพมหานคร หมอได้ฉีดยานอนหลับที่แขนท่อนบนแต่ในปัจจุบันส่วนใหญ่หมอจะฉีดยาชาเฉพาะตรงที่ทำเท่านั้น เธอหลับไปประมาณหนึ่งชั่วโมง ตื่นมาหมอก็ได้ทำศัลยกรรมจมูกเธอเรียบร้อยแล้ว และเมื่อทำเสร็จเธอก็ไม่ได้กลับไปหาหมออีกเลย หลังจากทำศัลยกรรมจมูกหนึ่งอาทิตย์ไหมที่เย็บไว้ ก็จะละลายไปและเธอดูแลตนเองด้วยการนอนหมอนสูงและไม่ให้น้ำโดนบริเวณแผลที่ผ่าตัด หลังจากทำศัลยกรรมเสริมจมูกแล้ว ตอนนี้เธอรู้สึกว่า “ช่วงที่ทำมาใหม่ๆมันก็ยังไม่ชินไม่เข้าที่เท่าไรหรอก ต้องรอให้มันหายบวมเข้าที่ซะก่อน แรกๆก็ไม่ค่อยมั่นใจหรอกต้องคอยถามคนรอบข้าง

อยู่เรื่อยว่าเป็นยังไงบ้าง จนเสียงส่วนใหญ่ของคนรอบข้างพูดแล้วดูดีชั้นถึงมั่นใจแบบเต็มที่ ชั้นเก่งไหม จมูกชั้นไม่เบี้ยวเลย ดูสิ ” (นัท นามสมมติ)

การทำศัลยกรรมความงามของผู้หญิงที่ตัดสินใจที่จะทำ จะต้องทำใจยอมรับกับการเปลี่ยนแปลงของอวัยวะเดิม การตัดสินใจที่มาจากข้างในจิตใจที่จะเปลี่ยนแปลงตนเอง เพื่อให้ได้สิ่งที่ผู้หญิงเหล่านั้นคิดว่าขาดไป เป็นการเติมเต็มความเป็นตนเองมากขึ้น นัท(นามสมมติ)เคยพูดถึงเรื่องนี้กับผู้ศึกษาว่า “เมื่อก่อนหน้าชั้นไม่ได้โดดเด่นอะไร เห็นคนจมูกโด่งแล้วสวยดี ก็อยากที่จะมีจมูกโด่งแบบคนอื่นเค้าบ้าง แล้วมันก็ทำให้ชั้นมีความมั่นใจขึ้นนะ ถึงแม้จะไม่ได้สวยพร้อมเหมือนพวกดารา”

การแก้ไขอวัยวะของตนเองที่มีติดตัวมา สำหรับนัท(นามสมมติ)สามารถเติมเต็มจิตใจปรับเปลี่ยนความเป็นตัวตนได้ในระดับหนึ่ง แม้จะมีบ้างที่หลังจากทำศัลยกรรมแล้วสัดส่วนของร่างกายอวัยวะจะมีการเปลี่ยนแปลงไปบ้าง เมื่อทำศัลยกรรมไประยะหนึ่งต้องมีการแก้ไขเพิ่ม เพื่อปรับแต่งความงามของจุดที่ทำศัลยกรรม “ทำมาห้าปีแล้ว ตอนนี้ชั้นทำมาแรกๆหน้าชั้นยังอิ่มอยู่มันเลยดูพอดีกับหน้า แต่ช่วงนี้ผอมลงหน้าตอบลง ชั้นรู้สึกว่าจมูกมันดูโด่งเด่นไป อยากจะไปทำใหม่ด้วยซ้ำ แต่รอเก็บเงินก่อน” (นัท นามสมมติ)

ผลกระทบต่อจิตใจในการปรับเปลี่ยนตนเอง การต้องควบคุมดูแลตนเองและพฤติกรรมส่วนตัว ทั้งที่มีเหตุมาจากความไม่พึงพอใจต่อภาพลักษณ์ของตนเอง สภาวะความไม่พึงพอใจต่อภายในจิตใจ ความรู้สึกผิด ประกอบด้วยสาเหตุหลายประการด้วยกัน ประการแรกคือความไม่พอใจในตนเอง ความรู้สึกผิดต่อการรับประทานอาหาร ความรู้สึกผิดกับการใช้จ่ายเงินในขณะที่ฐานะทางเศรษฐกิจของตนเองไม่เอื้ออำนวยและความต่างกันเชิงวัฒนธรรม ค่านิยมเรื่องความสวยความงามที่ถูกสร้างนิยามขึ้นมานั้น ได้สร้างความลำบากใจให้กับผู้ที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์ตนเองให้เป็นไปตามภาพลักษณ์นั้น

การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เกิดจากสภาวะความไม่พึงพอใจต่อรูปร่างร่างกายตนเองแล้ว ความพยายามเปลี่ยนแปลงร่างกายยังส่งผลกับทางด้านจิตใจ การควบคุมพฤติกรรมและควบคุมจิตใจตนเองเป็นระยะเวลานาน สภาพทางเศรษฐกิจ สังคมรอบๆข้าง และวัฒนธรรม เหล่านี้ต่างส่งผลต่อจิตใจของผู้ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงตัวตนไปนิยามคุณค่าทางสังคม จากความต้องการที่จะมีภาพลักษณ์ความสวยงามนั้นๆ ในบางสภาวะการณ์ต้องแยกต้องแยกตัวออกจากสังคมคนรอบข้าง เพื่อจะประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงและสร้างภาพลักษณ์ใหม่

2.3 ความไม่พึงพอใจที่ต้องแยกออกจากสังคมของตนเอง

การมีความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้ให้ข้อมูลหลักในฐานะที่เป็นพนักงานสายการบินแอร์ไชน่ามีอยู่หลายด้านหลักๆด้วยกัน คือ ความเป็นพนักงานของสายการบินมีหน้าที่รับผิดชอบความสัมพันธ์กับผู้โดยสาร ลูกค้าผู้มารับใช้บริการและเพื่อนร่วมงาน ความเป็นลูกสาวหรือภรรยาของ

ครอบครัวของตนเอง และความสัมพันธ์กับสังคมเพื่อนคนอื่นๆที่ไม่ใช่เพื่อนร่วมงาน การเปลี่ยนแปลงร่างกายที่ต้องการให้มีคุณค่าทางสังคม ทำให้ต้องปรับความสัมพันธ์ทางสังคมหลายประการ เช่น การรับประทานอาหารมื้อเย็น เนื่องจากต้องการควบคุมน้ำหนักหลายคนต้องการที่จะงดการทานอาหารมื้อเย็น จึงทำให้ไม่ได้ทานอาหารมื้อเย็นกับครอบครัว เวลาในการไปพบปะเพื่อนๆ การไปเที่ยว ซื้อของที่ห้างสรรพสินค้า หากคนใกล้ชิดไม่ทำความเข้าใจก็จะสร้างปัญหาและความอึดอัดใจให้กับผู้ที่ต้องควบคุมนน้ำหนักอย่างมาก เพราะการเข้าสังคมการคบหากันต้องมีปฏิสัมพันธ์ที่แตกต่างออกไปจากเดิม บ่อยครั้งต้องแยกตัวออกจากสังคมเพื่อนเนื่องมาจากชีวิตประจำวันที่เปลี่ยนแปลงไป

อาหารมื้อเย็นที่เคยทานกับครอบครัวก็ต้องงดและต้องปฏิเสธการชักชวนของเพื่อนๆที่นัดพบปะกันในช่วงหลังเลิกทำงาน การงดอาหารเย็นทำให้ความสัมพันธ์กับครอบครัวของรักดูห่างเหิน เพราะที่บ้านของรักทานข้าวพร้อมหน้ากันในช่วงอาหารมื้อเย็นและมีการพูดคุยสนทนากับในครอบครัวพ่อแม่ลูก ทุกครั้งแม่ของรักจะเรียกปุ๊กทานข้าวเย็นและต่อว่าไม่ให้งดอาหารเย็น น้ำหนักของรักลดลงในช่วงแรกๆเท่านั้น ภายหลังทนการเรียกร้องของแม่ให้ทานข้าวมื้อเย็นไม่ไหว จึงต้องกลับมาทานข้าวเย็นกับครอบครัวที่บ้านเหมือนเดิม แต่เน้นการทานอาหารประเภทผักให้มากขึ้นแทน รัก(นามสมมติ)กล่าวว่า “ตั้งใจจะงดข้าวเย็นสักสองเดือนทำได้แค่สองอาทิตย์ ทนคำเรียกคำบ่นของแม่ไม่ไหว เลยต้องกลับมากินข้าวเย็นเหมือนเดิม แต่กินข้าวน้อยลงให้แม่เน้นกับข้าวที่เป็นผักมากหน่อย”

กล้วย(นามสมมติ)มีความตั้งใจในการควบคุมอาหารมาก จากพฤติกรรมที่เปลี่ยนมาทานอาหารมังสวิรัติในอาหารมื้อเย็น ทำให้เธอไม่สามารถที่จะไปพบปะเพื่อนๆหลังเลิกงานได้ ทำให้มีความห่างเหินกับความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อน กล้วยบอกว่าเธอสามารถที่จะพบปะกับเพื่อนได้เฉพาะวันเสาร์หรือวันอาทิตย์เท่านั้นและถ้าทานข้าวกับเพื่อนต้องเป็นมื้อกลางวันเท่านั้น เพื่อที่ร่างกายได้มีเวลาย่อยและเผาผลาญอาหารที่ทานเข้าไปได้หมดก่อนที่เธอเข้านอน เพื่อไม่ให้มีการสะสมพลังงานส่วนเกิน ซึ่งเธอเชื่อว่ามันทำให้เธอมีน้ำหนักเพิ่มขึ้น

แม้จะมีความตั้งใจในเบื้องต้น แต่ยุ้ย(นามสมมติ)ไม่สามารถลดน้ำหนักจากการดูแลเรื่องอาหารการกินได้ เพราะสังคมกลุ่มเพื่อนที่รักชอบการทานเป็นชีวิตจิตใจ โดยจะมีการนัดกันทานอาหารเย็นแบบไม่จำกัดปริมาณกับทุกอาทิตย์ และเพื่อนๆกลุ่มนี้ไม่สนับสนุนให้ยุ้ย(นามสมมติ)ลดน้ำหนักด้วยการอดอาหาร “ยุ้ยอยากจะงดอาหารมื้อเย็นมาก แต่ติดที่เพื่อนอ้วนทั้งหลาย จะต้องชวนไปกินบุฟเฟ่กันทุกอาทิตย์ เพื่อนๆก็บอกว่าการอดข้าวมันไม่ได้ช่วยให้ผอมลงด้วย” (ยุ้ย นามสมมติ)

วิถีชีวิตและสิ่งแวดล้อมมีส่วนสำคัญต่อการดูแลครบคุมอาหาร เพราะไม่เพียงแค่ยุ้ย (นามสมมติ)เท่านั้นที่ดูแลควบคุมเรื่องการรับประทานอาหารของตนเองไม่ได้ เบล(นามสมมติ)ดูแลเรื่องอาหารไม่ได้ด้วยเช่นกัน เพราะเบล(นามสมมติ)มีเพื่อนชายที่คอยทานอาหารเย็นด้วยกันทุกวัน รัก(นามสมมติ)ก็เช่นกันเมื่อเธออยู่บ้านอาหารฝีมือคุณแม่ของเธอทำให้เธอไม่สามารถที่จะอดอาหารมื้อใดมื้อหนึ่งไปได้ เป็นความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างแม่กับลูกสาวในเรื่องรสชาติความอร่อยของอาหารในครอบครัว

การต้องแยกตัวออกจากสังคมรอบข้าง ครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน เพื่อปฏิบัติตามเป้าหมายของการปรับเปลี่ยนรูปร่าง สร้างภาพลักษณ์ของตนเองใหม่ การแยกตัวออกจากสังคมนั้นก่อให้เกิดสภาวะความไม่พึงพอใจทั้งต่อตนเองและบุคคลรอบข้าง รวมทั้งยังส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการรับประทานอาหารของครอบครัวที่เป็นความสัมพันธ์ที่มีมานานจึงต้องสร้างความเข้าใจต่อคนในครอบครัว และความยับยั้ง ห้ามใจของตนเองอย่างมาก การต้องแยกตัวดังกล่าวนั้นจำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจซึ่งกันและกัน และสร้างความสัมพันธ์ด้านอื่น ๆ กับกลุ่มเพื่อน

ในการปรับเปลี่ยนตัวตนของตนเองเพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการและพึงพอใจนั้น ยังมีอีกหลายประการด้วยกัน ทั้งนี้ทั้งนั้นต้องเลือกปรับเปลี่ยนตัวตนจากประสบการณ์ทั้งของตนเองและกลุ่มเพื่อน รวมถึงคำอธิบายต่อการเลือกใช้วิธีการดังกล่าว

3. กระบวนการปรับตัวเพื่อสร้างความสวยที่เหมาะสมกับตนเอง

ในการสร้างภาพลักษณ์ของความสวยความงามที่เหมาะสมกับตนเอง จากเดิมที่เคยมีภาพลักษณ์ทางร่างกายแบบหนึ่งมาสู่อีกแบบหนึ่ง หากเป็นการเปลี่ยนแปลงจากเดิมโดยสิ้นเชิง และการต้องปรับเปลี่ยนวิถีการดำเนินชีวิตประจำวัน ความสัมพันธ์ทางสังคม และการต่อสู้ภายในจิตใจของตนเอง การเรียนรู้ที่ความผิดพลาดจากประสบการณ์ของตนเองเป็นบทเรียนที่มีนัยยะสำคัญต่อการเลือกวิธีการอื่นๆ หรือการเปลี่ยนความคิดที่ไม่ต้องการสร้างภาพลักษณ์นั้นๆอีกแล้ว ทั้งนี้ การประสบความสำเร็จต่อการสร้างภาพลักษณ์ตามเป้าหมายที่ว่างไว้ได้ ต้องมีบทเรียนในการปรับเปลี่ยน การแสวงหาสิ่งที่เหมาะสมกับตนเอง ไม่เพียงแค่ความเป็นตัวตนแต่สถานภาพ ความใฝ่ฝันในอาชีพการงาน ความสัมพันธ์ทางสังคม และฐานะทางเศรษฐกิจล้วนเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อคนๆนั้นเหมือนกัน

3.1 บทเรียนจากการลองผิดลองถูก

การเปลี่ยนแปลงร่างกายเพื่อความสวยความงามของแต่ละคนนั้นมีบทเรียนที่สำคัญ กรณีที่ยังไม่เป็นไปตามความต้องการหรือจุดหมายที่ตั้งไว้ ต้องกลับมาทบทวนแก้ไขเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ ยกตัวอย่าง ในกรณี พี่ตา(นามสมมติ)ที่ดูแลเรื่องอาหารการกินของตนเองทำให้น้ำหนัก

ลงไปประมาณสองกิโลกรัมในช่วงสามสัปดาห์แรก แต่พี่ตา(นามสมมติ)ก็ยังไม่พอใจที่น้ำหนักลดลงเท่านี้ พี่จู(นามสมมติ)นั้นต้องการลดอีกสองกิโลกรัม จึงต้องเลือกวิธีการอื่นๆควบคู่ไปด้วย อย่างการออกกำลังกายที่ต้องทำพร้อมกับการลดปริมาณอาหาร ในช่วงนั้นพี่ตา(นามสมมติ)จึงเอาจริงเอาจังกับการออกกำลังกาย เพราะพยายามดูแลเรื่องอาหารการกินแล้วแต่น้ำหนักตัวไม่ลงอย่างที่เธอต้องการ การออกกำลังกายควบคู่กับการลดปริมาณอาหารจึงเป็นวิธีการปฏิบัติต่อไปที่พี่ตาเลือกทำ โดยพี่ตา(นามสมมติ)จะไปเดินออกกำลัง ที่สวนสาธารณะในหมู่บ้านทุกเย็น พี่ตา(นามสมมติ)กล่าวว่า “เลิกงานกลับบ้าน หาของกินรองท้องนิดหน่อย แดดร่มลมตกพี่ก็ออกไปเดินออกกำลังที่สวนสาธารณะในหมู่บ้าน บรรยากาศดีนะ พี่ต้องไปเดินทุกวันยกเว้นวันไหนติดธุระจริงๆ” (พี่ตา นามสมมติ)

ในความเป็นจริงบทเรียนจากการลองผิดลองถูกที่สำคัญของแต่ละคนนั้นไม่เหมือนกัน เพราะการเลือกวิธีการปฏิบัติ การลงมือปฏิบัติจริงของแต่ละคนมีความแตกต่างกันไป

ในกรณีที่ผู้ให้ข้อมูลหลักใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดความอ้วน ทางเลือกปฏิบัติเพื่อการลดความอ้วนวิธีนี้เป็นเพียงวิธีหนึ่งที่ผู้ให้ข้อมูลหลักเลือก แต่ไม่สามารถเลือกวิธีนี้ได้ทุกคน เนื่องจากเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ คำถามที่เกี่ยวกับสาเหตุของการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดน้ำหนัก ก็จะได้รับคำตอบว่ามีความต้องการที่จะใช้เพื่อลดน้ำหนักแต่ค่าใช้จ่ายเพื่อการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นสูงมากเกินกว่าที่หลายๆคนจะใช้ได้ รายได้หลักของผู้ให้ข้อมูลหลักนำมาใช้เพื่อการดำรงชีวิตประจำวันขั้นพื้นฐานและใช้จ่ายเกี่ยวกับเรื่องความสวยความงาม แต่รายจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารถือเป็นรายจ่ายที่สูงเกินกว่าที่จะใช้ได้อย่างปกติ แต่มีผู้ให้ข้อมูลหลักบางท่านที่ใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารอย่างจริงจัง แต่ผู้ที่เคยใช้และมีความคิดเห็นต่อการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารก็มีหลากหลายกันไป

> ยุ้ยเคยใช้มาแค่สองสามยี่ห้อเท่านั้นเอง บางยี่ห้อแพงเกินไปก็ไม่เอา เลือกซื้อที่ราคากลางๆ ไม่แพงไปและไม่ถูกเกิน ยุ้ยไม่ชอบออกกำลังกายไง เลยคิดว่าวิธีนี้จะช่วยลดน้ำหนักได้ แต่ไม่ได้กินเป็นประจำนะ จะกินเดือนเว้นเดือน ถ้ากินยาลดความอ้วนเลยไม่เอาหรอก ยาแรงไปเห็นเพื่อนกินแล้วดูโทรมไปเลย (ยุ้ย นามสมมติ)

คำบอกเล่านี้สะท้อนออกมาจากประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลัก ครอบครัวยุ้ย(นามสมมติ) นั้นมีฐานะทางเศรษฐกิจดี ถึงแม้รายได้ส่วนตัวจากการทำงานจะไม่พอกับการใช้จ่าย แต่ยุ้ย(นามสมมติ) สามารถที่จะหยิบใช้เงินภายในครอบครัวได้ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดน้ำหนักจากที่ผู้หญิงหลายคนเห็นว่าเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยแต่ยุ้ยสามารถที่จะมีกำลังซื้อผลิตภัณฑ์เสริมมาทานเพื่อลดน้ำหนักได้ ด้วยการสนับสนุนจากทางบ้านที่ต้องการให้บุตรสาวของตนมีน้ำหนักที่ลดลงและรูปร่างผอม

สวย เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดน้ำหนักนานเข้า ทำให้เกิดความพยายามที่จะลดน้ำหนักด้วยตนเอง ความเคยชินกับการรับประทานอาหารและขนมปริมาณเท่าไร ก็ได้กลับมาสร้างสุขนิสัยในการทานแบบเดิมอีก “พวกยาเสริมอาหารที่ช่วยลดน้ำหนักกินแล้วลดจริงๆนะ บางตัวจะช่วยไม่ให้หิว บางตัวช่วยเผาผลาญ กินมากไปก็ไม่ดีไตจะเสียเอา แต่ถ้าหยุดกินก็อ้วนเหมือนเดิมเพราะชั้นไม่ได้ควบคุมอาหาร” (ยุ้ย นามสมมติ)

นอกจากเงื่อนไขทางเศรษฐกิจของผู้หญิงวัยทำงานแล้ว ผู้ศึกษามีสมมติฐานส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเหล่านี้ว่า ถ้าผู้ใช้ใช้เพื่อลดความอ้วนอาจจะผอมลงได้จริงส่วนหนึ่งจากการที่ต้องลดการใช้จ่ายหลัก การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค ความตั้งใจจริงในการลดน้ำหนัก การดูแลเรื่องการรับประทานอาหารและการออกกำลังกายควบคู่กันไปด้วย แต่ผู้หญิงบางคนคิดว่าแค่ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อลดน้ำหนักเพียงอย่างเดียวก็สามารถลดน้ำหนักได้แล้ว ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมาทานนั้นอาจเป็นแรงกระตุ้นแรงผลักดันให้ลดน้ำหนักในเชิงจิตวิทยาประกอบกับคุณสมบัติประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์นั้นๆอีกส่วนหนึ่ง การรู้สึกว่ายาหรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการลดน้ำหนักมีความปลอดภัยต่อร่างกายนั้นเป็นสิ่งสำคัญ ทำให้การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ดูเหมือนว่าจะปลอดภัยและไม่มีอันตราย กลายเป็นการซื้อและใช้เพื่อความสบายใจและความรู้สึกว่ามีตัวช่วยในการลดน้ำหนักมากกว่าที่จะเป็นประสิทธิภาพและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ในการลดน้ำหนัก

3.2 การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม

การแสวงหาความรู้เพิ่มเติม อาจจะเกิดจากบทเรียนเดิมที่เกิดความผิดพลาด บางสิ่งสามารถแก้ไขได้บางอย่างไม่สามารถแก้ไขได้ ซึ่งแหล่งข้อมูลหลายๆแหล่งต้องมีความน่าเชื่อถือในระดับหนึ่ง เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นผู้ที่มีการศึกษาและรับรู้ข่าวสารหลากหลายด้าน โดยเฉพาะประสบการณ์เดิมและประสบการณ์ของเพื่อนๆที่ประสบความสำเร็จจะเป็นสิ่งที่ช่วยยืนยันและต้องการทดลองวิธีการแบบใหม่ๆ เช่น การใช้สูตรการปรุงอาหารเพื่อลดความอ้วนควบคู่ไปกับการออกกำลังกาย เป็นต้น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

วิธีการลดความอ้วนมีทางเลือกหลากหลาย การเข้าปรึกษาแพทย์เพื่อรับยามารับประทานก็เป็นทางเลือกหนึ่งที่มีคนที่ประสบความสำเร็จจากการลดความอ้วนได้จริงจากการใช้ยา มีหลายคนที่ไม่ประสบความสำเร็จ และอีกหลายคนที่เสียชีวิตจากยาลดความอ้วน คลีนิคลดความอ้วนและสถาบันลดความอ้วนในเขตกรุงเทพมหานครมีเป็นจำนวนมาก แจน(นามสมมติ)คือผู้ให้ข้อมูลหลักคนหนึ่งที่เคยเข้าปรึกษากับคลีนิคลดความอ้วนที่หนึ่ง ช่วงที่หลักจากจบการศึกษาปริญญาตรีและเริ่มเข้าทำงานใหม่ๆ แจนต้องการลดน้ำหนักโดยการใช้ยา แต่เธอคิดไว้แล้วว่าจะใช้เวลาในการทานยาไม่นาน “ช่วงนั้นแจนตัวใหญ่มาก เป็นผู้หญิงสูงใหญ่อยู่แล้วแถมยังอ้วนอีกต่างหาก มันดูไม่น่ามองเวลาทำงาน ต้องหาตัวช่วยที่จะลดได้อย่างรวดเร็ว เลยตัดสินใจชวนแม่ไปหาหมอลดความอ้วนเลย” แจน(นามสมมติ)

การเข้าปรึกษาแพทย์ถือว่าเป็นการหาข้อมูลเพิ่มเติม เพื่อได้รับคำแนะนำและวิธีปฏิบัติตัวในการลดน้ำหนักได้อย่างถูกวิธี และได้รับความรู้และยาที่สามารถลดน้ำหนักได้เหมาะสมกับตนเอง

เช่นเดียวกับการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานศัลยกรรมความงาม ก่อนนัทตัดสินใจจะเสริมดั้งจมูกได้สอบถามข้อมูลจากเพื่อนคนที่มีประสบการณ์ในการทำมาก่อน สถานศัลยกรรมความงานที่นัท(นามสมมติ)เลือกใช้นั้นได้รับคำแนะนำจากเพื่อน นัท(นามสมมติ)ต้องการเสริมจมูกเพื่อให้หน้าตนเองสวยขึ้น และหาข้อมูลจากแหล่งความรู้ต่างๆซึ่งมีคำแนะนำอย่างมากมาย จนนัท(นามสมมติ)รู้สึกสับสนกับข้อมูลที่ตนเองได้รับ เธอจึงเลือกที่จะฟังคำแนะนำจากเพื่อนใกล้ตัวที่เคยมีประสบการณ์เสริมจมูกมาแล้ว นัท(นามสมมติ)เล่าว่าหมอที่เสริมจมูกให้เธอนั้นไม่มีบริการหลังจากเสริมจมูก ซึ่งหลังจากเธอเสริมจมูกด้วยแท่งซีลีโคนมา เธอได้ดูแลและปฏิบัติตามที่หมอสั่งแบบเคร่งครัด ทำให้จมูกที่เธอทำมาสวยงามได้รูปและที่สำคัญคือไม่เบี้ยว นัท(นามสมมติ)กล่าวว่า “ตอนจะทำก็คุยตกลงกับหมอว่าต้องการรูปแบบไหน แล้วหมอก็แนะนำมาจนเราพอใจ และก็เริ่มทำ พอทำเสร็จหมอก็บอกวิธีการดูแลต่างๆ แต่หมอไม่ได้นัดมาดูเพิ่มนะ ชั้นก็ดูแลเองและไม่มีปัญหาอะไรเลย ไม่ได้ไปพบหมออีก ชั้นว่าหมอคนนี้ก็เก่งใช้ได้เลยนะ”

สังเกตุได้ว่าการตัดสินใจทำศัลยกรรมความงามในประเทศไทย มักตัดสินใจทำอย่างง่ายๆ ผู้ที่ต้องการจะทำไม่ได้หาข้อมูลที่เป็นผลเสียหรือด้านลบมาค้านการทำศัลยกรรม แต่ข้อมูลที่หาคือราคาเท่าไร สถานที่ไหนทำแล้วสวยงาม หมอที่ไหนทำเก่งมากกว่า เหมือนกับการตัดสินใจใช้ยาลดน้ำหนักที่มีผลกระทบต่อร่างกายสูงแต่กลับตัดสินใจใช้ได้อย่างง่าย จากการแนะนำของผู้มีประสบการณ์ตรงคือเพื่อน และจากตัวผู้เชี่ยวชาญเอง

การหาข้อมูลเพิ่มเติมของแต่ละคนนั้นบ้างก็เลือกปรึกษากลุ่มเพื่อนที่ไว้ใจได้ ผู้เชี่ยวชาญ หรือคนรู้จัก ส่วนมากผู้เชี่ยวชาญนั้นก็ไม่ได้ให้คำแนะนำข้อมูลที่ดีของผลิตภัณฑ์ แต่กลับต้องการที่จะขายผลิตภัณฑ์มากกว่าที่มาพูดอธิบายข้อดีข้อเสียของผลิตภัณฑ์แต่ละตัว อย่างเช่นกรณีของเบนซ์(นามสมมติ) ที่ต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการทำความสะอาดผิวหน้าเพื่อลดสิวที่เกิดขึ้นบนใบหน้า แต่ไม่ได้รับคำแนะนำจากเภสัชกรคนจำหน่ายเกี่ยวับผลิตภัณฑ์ที่เหมาะกับผิวหน้าเธอ แต่ต้องการที่จะจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่สามารถได้รับส่วนแบ่งจากการขายมากที่สุดให้กับเบนซ์ ซึ่งเมื่อเบนซ์ (นามสมมติ)ซื้อมาใช้แล้วส่งผลให้เกิดอาการแพ้และเป็นสิวเพิ่มขึ้นกว่าเดิม เบนซ์(นามสมมติ)นั้นไม่ได้หาข้อมูลให้เพียงพอและผลกระทบที่ตามมานั้นแก้ไขได้ยากมาก

ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่าการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมจะทำให้การร่างกายด้วยวิธีการใหม่ๆประสบความสำเร็จ บางครั้งนั้นก็ไม่ได้ประสบความสำเร็จเสมอไป การจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้นต้องมีเงื่อนไขอื่นๆร่วมด้วย โดยพาะความมุ่งมั่นตั้งใจจริงที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองอย่างแท้จริง

3.3 การเลือกวิธีการที่นำมาสู่ความสำเร็จ

วิธีการหลายๆอย่างที่นำมาสู่ความสำเร็จในการเปลี่ยนร่างกายเพื่อสร้างตัวตนด้านความสวยความงามมีอยู่หลากหลายวิธีการ แต่สิ่งที่จะทำให้ประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมาจากการปฏิบัติจริงของผู้ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงด้วย ทั้งนี้เงื่อนไขอื่นๆ ที่น่าสนใจเรื่องความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมสังคม กรณีพี่จูด้วยวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงจากที่เคยทำงานที่สำนักงานช่วงกลางวัน แล้วเปลี่ยนหน้าที่ไปทำงานที่สนามบินช่วงกลางคืนและด้วยช่วงอายุวัยที่ย่างเข้าสี่สิบปี เมื่อเปลี่ยนสภาพแวดล้อมสัมคมการทำงานใหม่ที่ต่างไปจากเดิมที่เวลาทำงานใช้แต่สมองเป็นส่วนใหญ่เปลี่ยนเป็นวิถีชิวิตที่ต้องใช้กำลังกายควบคู่ไปกับการใช้สมองด้วย ประกอบกับเวลาในการรับประทานอาหารและเวลาในการนอนพักผ่อนได้เปลี่ยนแปลงไป ทำให้พี่จู(นามสมมติ)ต้องปรับวิธีการใช้ชีวิตอย่างมาก พี่จู(นามสมมติ)ต้องซื้ออาหารเสริม วิตามินเสริมมาไว้ทานเพื่อความสดใสของร่างกายและหน้าตาของเธอ โดยเป็นวิธีการดูแลตนเองอย่างหนึ่งซึ่งวิธีการนี้ไม่ได้ส่งผลกระทบกับฐานะทางเศรษฐกิจของพี่จู(นามสมมติ) ทั้งนี้พี่จู(นามสมมติ)ต้องปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินชีวิตและสังคมวัฒนธรรมต่างๆ จากทำงานช่วงกลางวันพักผ่อนช่วงกลางคืนเป็น ทำงานช่วงกลางคืนและพักผ่อนช่วงกลางวัน

ส่วนการดูแลเรื่ออาหารการกินของรัก(นามสมมติ)ถือเป็นเรื่องหลักที่รัก(นามสมมติ)ให้ความสำคัญอย่างมาก โดยรักใช้วิธีการลดน้ำหนักดูแลรูปร่างร่างกายด้วยการควบคุมอาหารเป็นหลักและออกกำลังกายควบคู่ไปด้วย วิธีการที่รัก(นามสมมติ)เลือกปฏิบัติถือว่าเป็นวิธีการธรรมชาติ “รักจะลดการกินขนมระหว่างมื้อ ส่วนข้าวจะกินครบทุกมื้อ มื้อเย็นจะกินน้อยหน่อย และไปออกกำลังกายที่ฟิตเนตด้วย เพื่อนๆนี่สองเดือนเจอกันทีนึง พอเจอเพื่อนก็ทักว่าผอมลดไปทำอะไรมา ก็ภูมิใจนะที่เราทำได้” (รัก นามสมมติ)

ขณะที่รัก(นามสมมติ)ควบคุมดูแลเรื่องการรับประทานอาหารเพื่อลดน้ำหนักให้ได้ตามต้องการนั้น รัก(นามสมมติ)เลือกที่จะหลีกเลี่ยงอาหารที่มีไขมันมาก และเลือกเน้นทานอาหารประเภทผัก แกงส้ม แกงจืดแต่รัก(นามสมมติ)ไม่ได้งดการทานเนื้อสัตว์ เพียงแต่ลดปริมาณการทานให้น้อยลง รัก(นามสมมติ)กล่าวว่า

> เนื้อสัตว์ต้องกินนะ เลิกไม่ได้มันเป็นแหล่งพลังงานเวลาทำงานเลยแหละ ถ้าตอนเช้าไม่กินเนื้อสัตว์นะไม่อยู่ท้องเลยจะหิวเร็วทำให้อยากขนม ส่วนตอนเย็นจะงดเนื้อสัตว์ได้กินแต่ผักก็ได้เพราะเดี๋ยวก็จะนอนแล้ว เค้าบอกว่าตอนเช้าให้กินอย่างราชา ส่วนมื้อเย็นให้กินแบบยาจก (รัก นามสมมติ)

อาหารมื้อหลักของรัก(นามสมมติ)เริ่มตอนเช้าก่อนเข้าทำงาน ซึ่งอาหารเช้านั้นสำคัญกับเธอมากจะขาดไม่ได้และเธอให้ความสำคัญกับอาหารกลางวันเท่ากับอาหารเช้า ส่วนอาหารมื้อเย็นเธอให้ความสำคัญน้อยมาก และรัก(นามสมมติ)พยายามดูแลอาหารการกินของตัวเองและฝึกให้เป็นนิสัย ทำให้น้ำหนักของรักลดลงอย่างเห็นได้ชัดและเมื่อฝึกเรื่องอาหารการกินจนเป็นนิสัยแล้วก็ไม่สามารถทำให้เธอมีน้ำหนักที่เพิ่มขึ้นไปได้ ถือว่าการดูแลเรื่องอาหารการกินของเธอประสบความสำเร็จอย่างมาก

รัก(นามสมมติ)ใช้เวลาสามเดือนในการลดน้ำหนักด้วยวิธีการนี้อย่างเคร่งครัด น้ำหนักของรักลดลงไปห้ากิโลกรัม และต้องการลดอีกหนึ่งถึงสองกิโลกรัม แต่ถ้าลดลงอีกไม่ได้ก็จะรักษาน้ำหนักอย่างนี้ไว้ บางครั้งการไปพบปะเพื่อนๆทำให้โครงการลดน้ำหนักของเธอต้องมีการปรับเปลี่ยนไปบ้าง คือ เมื่อไปพบเพื่อนทานอาหารเย็นกันเธอก็จะทานกับเพื่อนอย่างเต็มที่ และเมื่อเดินทางกลับบ้านเธอก็จะออกกำลังกายในบ้านแบบเบาๆ ประมาณครึ่งชั่วโมงเพื่อเผาผลาญอาหารที่ทานมาออกไปบ้างก่อนที่จะเข้านอน “เวลาไปเจอเพื่อนรักก็จะเต็มที่กับเพื่อนนะกินเที่ยว นานๆครั้งกลับบ้านไปแล้วค่อยรีดออกวิ่งเหยาะ ๆ ครึ่งชั่วโมง เดี๋ยวนอนแล้วไม่สบายใจ” (รัก นามสมมติ)

การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอทำให้รูปร่างของรัก(นามสมมติ)เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่ตัวสูงท้วม กระดูกใหญ่และดูมีเนื้อ ร่างกายก็เปลี่ยนมาเป็นมีกล้ามเนื้อที่ดูกระชับ รูปร่างมีสัดส่วน ไม่ค่อยมีไขมันส่วนเกินสะสมตามร่างกาย ดูแล้วเหมือนเป็นสาวหุ่นดี และเธอมีภาพลักษณ์ความงามที่อธิบายได้ว่า เธอต้องการสวยแบบสุขภาพดี ดูแข็งแรง ไม่ใช่สวยแบบผอมแห้งไม่มีแรงดูแล้วไม่สวย

การออกกำลังกายไม่ใช่สิ่งที่ทุกคนชอบหรือปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ บางคนให้เหตุผลว่าไม่มีเวลาออกกำลังกาย คนที่ลุกขึ้นมาออกกำลังด้วยวิธีต่างๆนั้น ส่วนใหญ่เป็นคนที่ต้องการจะเปลี่ยนตัวเองไม่ว่าทางใดก็ทางหนึ่ง คำอธิบายส่วนใหญ่น่าจะเป็นเรื่องของการรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงอยู่เสมอ แต่ในสภาวะของผู้หญิงการรักษาสุขภาพแทบจะไม่ใช่เหตุผลหลักของการลุกขึ้นมาออกกำลังกาย การออกกำลังในกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานส่วนใหญ่มีสาเหตุมาจากการต้องการดูแลรูปร่างของตนเอง การควบคุมน้ำหนัก และรักษาร่างกายนั้นให้สมบูรณ์แข็งแรงดูอ่อนเยาว์อยู่เสมอ ดังการเลือกออกกำลังของผู้ให้ข้อมูลหลักในแต่ละคน

ส่วนเบล(นามสมมติ)เคยบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อการลดน้ำหนักในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ความต้องการตอนนั้นคือต้องการลดน้ำหนักสองถึงสามกิโลกรัม ช่วงนั้นเป็นช่วงที่อ้วนขึ้นสำหรับเบล และเธอไม่ต้องการที่จะควบคุมดูแลเรื่องอาหารและออกกำลังกายในช่วงเวลานั้น “เบลไม่ชอบออกกำลังกายไง รู้สึกว่าตัวเองอ้วนขึ้นอยากลดน้ำหนัก แล้วเย็นก็ต้องไปกินข้าวกับแฟน เลย

เลือกกินยาอาหารเสริมแบบดัดจับไขมันมาลองกินดู ก็ได้ผลนิดหน่อยนะไม่ดูอ้วนขึ้น” (เบล นามสมมติ)

เบล(นามสมมติ)ต้องการลดน้ำหนัก แต่ไม่ใช้วิธีธรรมชาติหรือวิธีเดิมๆ คือการควบคุมดูแลการรับประทานอาหารและออกกำลังกาย ทำให้วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการลดความอ้วนหรือลดน้ำหนักเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถทำได้ ทั้งสามคนนี้คือยุ้ย(นามสมมติ) แจน(นามสมมติ) และเบล(นามสมมติ)ไม่อยากกลับไปอ้วนเท่าเดิมอีก จึงพยายามรักษาน้ำหนักให้อยู่ที่ ความผอมภายใต้ทางเลือกของการใช้ยาและความสามารถที่จะเลือกได้ ถึงแม้ในความเป็นจริงแล้วทางเลือกในการดูแลอาหารและออกกำลังกายอาจจะใช้เวลาและความตั้งใจเท่า ๆ กันกับการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการลดน้ำหนักดังกล่าว

อย่างไรตาม การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการลดน้ำหนักนั้นไม่เพียงเป็นปัญหาหรือความไม่รู้ของผู้หญิงหลายๆคนที่ต้องการและมีเป้าหมายในการลดน้ำหนักตัวโดยไม่ได้ใส่ใจหรือคำนึงถึงสุขภาพในระยะยาว อาจเพราะการบริโภคเข้าไปโดยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของผู้หญิงเหล่านั้น ที่ส่วนใหญ่หลงเชื่อการโฆษณาที่ออกตามสื่อต่างๆของพวกนายทุนที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารดังกล่าว โดยได้โฆษณาถึงสรรพคุณข้อดีต่างๆของผลิตภัณฑ์ แต่ไม่ได้บอกหรือให้คำแนะนำที่ชัดเจนกับผู้บริโภคถึงผลเสียหรือผลกระทบที่จะตามมาเมื่อบริโภคเข้าไปแล้ว

ในอีกแง่หนึ่ง ทางเลือกที่ผู้หญิงเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดน้ำหนักนั้น ผู้หญิงเหล่านั้นล้วนมีการศึกษาส่วนหนึ่งเธอเหล่านั้นต่างทราบกันว่าการใช้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการลดน้ำหนักต้องใช้ในปริมาณที่พอเหมาะตามและในระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ไม่สามารถทานเกินขนาดและไม่สามารถใช้ได้อย่างต่อเนื่อง สิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมปัจจุบันสะท้อนถึงปรากฏการณ์ของสังคมที่ความเป็นความตายไม่ได้มีความสำคัญในโครงสร้างระดับโลกหรือโครงสร้างทางสังคมในเชิงเศรษฐกิจแล้วงานวิจัยทางวิทยาศาสตร์ด้านสุขภาพได้ถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการยืนยันถึงทางเลือกนั้นๆ โดยไม่สามารถระบุได้ว่าทางเลือกนี้ในการลดความอ้วนนั้นมีผลดีต่อสุขภาพร่างกายหรือไม่อย่างไร แต่ที่เห็นได้ชัดคือสัดส่วนในการแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการลดน้ำหนักสูงมากทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ มูลค่าทางเศรษฐกิจกลายเป็นตัวสนับสนุนให้กับงานวิจัยทางวิทยศาสตร์ด้านสุขภาพมีแหล่งเงินทุนในการพัฒนาต่อไป ภาพการโฆษณาและการนำเสนอผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการลดน้ำหนักเพื่อความสวยงามบนเรือนร่างของผู้หญิง เพื่อความสุขที่มีต่อตนเองและการตัดสินใจจากภาพภายนอกของสังคมที่มีอย่างไม่เคยหยุดนิ่ง

การนำมาซึ่งความสำเร็จโดยวิธีการปฏิบัติในแต่ละคนต่างกัน บ้างเลือกวิธีการปฏิบัติตามความรู้ทางโภชนาการนำมาปรับใช้ให้เหมาะกับวิถีชีวิตของตน บ้างเลือกใช้ยาหรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเกี่ยวกับการลดความอ้วน บ้างเลือกใช้ความรู้ทางโภชนาการและใช้ยาหรือผลิตภัณฑ์เสริม

อาหารควบคู่กันไปด้วยเพื่อความรวดเร็วในการประสบความสำเร็จ บ้างเลือกใช้ยาหรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดความอ้วนเพียงอย่างเดียว วิธีการเหล่านี้ จะประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับความตั้งใจและกำลังใจส่วนบุคคล อีกทั้งเป้าหมายของแต่ละคนนั้นไม่เหมือนกันขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของแต่ละคนด้วย และจะเห็นได้ว่าวิธีการปฏิบัติที่แต่ละคนเลือกใช้นั้นมีส่วนเกี่ยวกับฐานะทางเศรษฐกิจด้วย คนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจไม่ดีก็จะเลือกวิธีการปฏิบัติที่ไม่ต้องเสียเงินทองมากมายนัก ส่วนคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีก็จะมีกำลังซื้อมากพอที่จะเลือกวิธีปฏิบัติหรือซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่มีราคาแพงได้

ผู้ศึกษามีความคิดเห็นว่า ความอ้วนในความหมายของผู้หญิงแต่ละคนที่ได้จากการสัมภาษณ์มานั้น คือการที่รูปร่างของตนเองไม่ได้ผอมสวยเหมือนกับดารานางแบบที่มีภาพให้เห็นตามสื่อต่างๆ และความอ้วนของเธอเหล่านั้นไม่ได้มีปัญหาต่อกิจวัตรประจำวันของตนเองเท่าใดนัก แต่จะเป็นปัญหากับสภาวะจิตใจของพวกเธอมากกว่า ที่ต้องการที่จะมีรูปร่างผอมโดยคิดว่าความผอมนั้นจะทำให้เธอๆนั้นมีความสวยความงามและเป็นที่ยอมรับของสังคม สามารถที่จะสร้างความมั่นใจให้กับตนเองมากกว่าการที่มีรูปร่างอ้วนท้วม ผู้หญิงหลายๆคนจึงคิดและหาวิธีทางปฏิบัติต่างๆเพื่อให้ได้มาซึ่งความผอมของร่างกาย โดยไม่ได้คำนึงถึงสุขภาพร่างกายและอันตรายต่างๆที่จะตามมาจากวิธีการที่ไม่ถูกต้องรวมถึงความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของวิธีการปฏิบัติที่ตนเองเลือกใช้

ถึงแม้การสร้างภาพลักษณ์ของตนเองเพื่อให้เป็นไปตามที่ตนเองต้องการนั้น จะต้องใช้ความมุ่งมั่นตั้งใจ ลงทุนลงแรงและความมีระเบียบวินัยต่อตนเองอย่างมากเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ และเมื่อผลลัพธ์ออกมาเป็นความภาคภูมิใจในความเป็นตัวตนส่วนบุคคลนั้น คุณค่าทางจิตใจดังกล่าวจะเป็นตัวเชื่อมโยงตัวตนกับสังคม โดยที่ตนเองนั้นมีความภาคภูมิใจในความเป็นปัจเจกตามกระแสความนิยมต่อภาพลักษณ์ความสวยความงามของสังคมได้

3.4 การจัดความสัมพันธ์ใหม่

ประสบการณ์การเปลี่ยนแปลงรูปร่างร่างกายเพื่อความสวยความงามของแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันไป ทั้งวิธีปฏิบัติที่อ้างอิงกับการแสวงหาความรู้ การลองผิดลองถูก วิธีการปฏิบัติที่หลากหลายรูปแบบทั้งถูกและผิด การแก้ไขปรับปรุง การประสบความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนรูปร่างร่างกายของตนเองของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนมีความสำคัญต่อความเป็นตัวตนของตนเองเรื่องความสวยความงามอย่างมาก เพราะการประสบความสำเร็จที่ได้มานั้นต้องเปลี่ยนแปลงหลายสิ่งหลายอย่างในตนเอง ทั้งการดำเนินชีวิตส่วนตัว ชีวิตในสังคมนำมาสู่การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมในรูปแบบต่างๆเพื่อคงรักษาความสวยงามไว้ หรือเมื่อไม่ประสบความสำเร็จต้องยอมรับในตัวตนของตนเองได้หลังจากผ่านช่วงเวลาของการปรับตัวมาแล้ว การประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้อาจจะ

ไม่ใช่ความสวยที่หวังไว้ แต่ออกมาในรูปแบบของความพึงพอใจของตนเอง อย่างไรก็ตาม การมีชีวิตทางสังคมและความมีตัวตนในสังคมเป็นสิ่งที่มนุษย์ทุกคนต้องปฏิบัติและคำนึงถึง

การควบคุมตนเองทั้งเรื่องอาหารการกินและการออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอในชีวิตประจำวันสามารถช่วยคงรักษาร่างกายแบบผอมบางไว้ได้ อย่างกรณี พี่ตา(นามสมมติ) พี่จู(นามสมมติ) รัก(นามสมมติ) เป็นต้น แต่คนที่ผอมอยู่แล้วบางครั้งจะลุกขึ้นมาควบคุมอาหารและออกกำลังกายเป็นบางครั้งอย่างเบนซ์(นามสมมติ) พี่ลีน่า(นามสมมติ) พี่ปุ๊ก(นามสมมติ) พี่แหม่ม(นามสมมติ)นั้นชีวิตประจำวันก็จะไม่ค่อยสม่ำเสมอ ยกเว้นเสียแต่ว่ากิจวัตรประจำวันจะเป็นเช่นนั้นอยู่แล้ว อย่างพี่แหม่ม(นามสมมติ) พี่ปุ๊ก(นามสมมติ)ที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายออกกำลังทุกวัน รวมทั้งคนที่ไม่ประสบความสำเร็จในการที่จะสร้างตัวตนแบบผอมสวยอย่างกุ๊กไก่ ก็ยังมีความรู้สึกที่ดีต่อการออกกำลังกาย ทั้งนี้เพราะความเห็นชอบเกี่ยวกับการมีสุขภาพที่ดี ส่วนการควบคุมการรับประทานอาหารนั้นก็ไม่มีความสม่ำเสมอเป็นปกติอยู่แล้ว เนื่องจากการควบคุมอาหารเป็น ความปรารถนาบางครั้งบางคราว และแรงผลักดันของกุ๊กไก่ลดลงหลังจากเหนื่อยอ่อนล้าจากการทำงานที่มากในแต่ละวัน ชีวิตประจำวันที่ต้องทำงานทำให้เธอรู้สึกเหนื่อยล้า ทำให้ไม่มีความต้องการในการออกกำลังกาย

การควบคุมดูแลโดยที่ต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินชีวิตประจำวัน ในทางปฏิบัติต้องทำเป็นกิจวัตรประจำวัน การที่มีภาระหน้าที่เป็นพนักงานสายการบินมีเวลาทำงานที่ต้องตรงต่อเวลา การจัดสรรเวลาการดูแลตนเองให้เข้ากับการทำงาน ยกตัวอย่างเช่น พี่แหม่มตื่นแต่ห้านาฬิกาเพื่อมาออกกำลังกายที่สถานออกกำลังแถวที่ทำงาน เนื่องจากบ้านที่อยู่อาศัย สถานที่ออกกำลังและสถานที่ทำงานค่อนข้างใกล้กัน จึงมีความสะดวกในการออกมาทำกิจกรรมการออกกำลังกายตอนเช้า ส่วนพี่ตา(นามสมมติ)นั้นเธอสะดวกออกกำลังกายในช่วงเย็น เนื่องจากสถานที่ทำงานกับที่อยู่อาศัยห่างกันมาก จึงไม่สามารถตื่นแต่เช้าเพื่อมาออกกำลังกายได้ เธอจึงเลือกที่จะออกกำลังกายในช่วงเย็นหลังเลิกงานแล้วกลับไปออกกำลังแถวที่อยู่อาศัย โดยทั้งสองเลือกวิธีการปฏิบัติการออกกำลังกายที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเอง

การเลือกไปออกกำลังกายที่สถานออกกำลังกายของพี่แหม่ม(นามสมมติ)และปุ๊ก(นามสมมติ)นั้น ส่วนหนึ่งคือทั้งสองได้สมัครเป็นสมาชิกแบบตลอดชีพโดยไม่เสียค่าธรรมเนียมรายปี โดยส่วนใหญ่บุคคลที่เข้ามาใช้บริการสถานออกกำลังกายจะเป็นผู้หญิงที่พนักงานที่มีรายได้ประจำรายเดือน สถานออกกำลังมีการจัดสรรพื้นที่ให้บริการแบบครบถ้วน ทั้งห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า ห้องอาบน้ำ ห้องเก็บสัมภาระ ห้องออกกำลังกายที่แยกเป็นสัดส่วน ครูฝึกสอนคอยแนะนำเวลาออกกำลังกายแต่ละประเภท เพื่อดึงดูดการเข้ามาใช้บริการของลูกค้า โดยกิจกรรมการออกกำลังกายในแต่ละวันจะมีการจัดตารางเวลาไว้ล่วงหน้าเพื่อที่ผู้ใช้บริการสามารถเตรียมตัวและจัดสรรเวลาของตนเองเพื่อสามารถเข้า

ร่วมกิจกรรมออกกำลังกายนั้นๆได้ และในสถานออกกำลังยังสามารถพบปะเพื่อนๆที่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันในการรักษาสุขภาพหรือการลดความอ้วนซึ่งสามารถแลกเปลี่ยนทัศนคติต่อกันได้

ถึงแม้ว่าการออกกำลังกายตามสถานออกกำลังกายที่มีการจัดสรรกิจกรรมและเวลาให้จะเป็นที่ชื่นชอบของหลายๆคน แต่ก็มีอีกหลายคนที่ไม่ได้ชื่นชอบการออกกำลังกายภายในสถานออกกำลังกาย แต่ชื่นชอบการออกกำลังกายแบบกลางแจ้ง เนื่องจากวิถีชีวิตประจำวันไม่สอดคล้องอย่างพี่ตาที่มีชีวิตประจำวันที่ต้องเร่งรีบมาเข้าทำงานให้ทันเวลา เมื่อกลับบ้านจึงต้องการพักผ่อนและการออกกำลังในสถานที่เปิดมีบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ส่วนคนที่ไม่ชอบการออกกำลังกายก็ไม่ต้องกังวลกับการต้องทำตามตารางเวลามากนัก ชีวิตประจำวันที่มีคุณแม่จัดเตรียมอาหารให้ทานตามเวลาของรักทำให้การควบคุมอาหารเป็นไปได้ยาก และไม่มีต้องการสร้างตัวตนให้ผอมอย่างสม่ำเสมอ ส่วนผู้ที่ใช้ยาหรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อลดน้ำหนักต้องรับประทานยาตามแพทย์สั่งหรือกำหนด

การปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตประจำวันโดยการจัดการความสัมพันธ์ของตนเอง บางคนก็ประสบความสำเร็จในการจัดการควบคุมตนเองและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อนำมาสู่สิ่งที่ตนต้องการได้ โดยที่ฐานะทางเศรษฐกิจไม่เอื้ออำนวยความสะดวกสบายได้ แต่กลับกลายเป็นเงื่อนไขที่ดีในการเปลี่ยนแปลงความเป็นตัวตนให้มีความงามภายใต้ทางเลือกที่จำกัด บางกรณีฐานะทางเศรษฐกิจดีแต่กลับไม่เลือกใช้สิ่งที่ตนเองมีให้เป็นประโยชน์ การจะประสบความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนตัวตนนั้นมาจากตัวตนเองและบุคคลรอบข้าง เช่น ครอบครัว และกลุ่มเพื่อนที่ช่วยเป็นกำลังใจและสนับสนุนในช่วงนั้น ๆ ด้วย

การดำเนินชีวิตประจำวันของพนักงานสายการบินแอร์ไชน่ากับเพื่อนส่วนใหญ่คือการมีกิจกรรมกับเพื่อนร่วมงาน การเกาะกลุ่มพูดคุยระหว่างกันของเพื่อนร่วมงานจะเป็นลักษณะการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์ที่ตนเองได้ไปพบประสบเจอมาในกิจกรรมที่สนใจร่วมกัน อย่างกรณี พี่แหม่ม(นามสมมติ)กับพี่ปุ๊ก(นามสมมติ)ที่ชอบและสนใจการออกกำลังที่ สถานออกกำลังกายเหมือนกัน ในทุกวันทั้งสองจะแลกเปลี่ยนพูดคุยถึงเหตุการณ์ที่พบเจอในสถานออกกำลังกาย แจน(นามสมมติ)กับยุ้ย(นามสมมติ)จะคอยแลกเปลี่ยนพูดคุยกันเกี่ยวกับเรื่องยาและผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดน้ำหนัก ส่วนรัก(นามสมมติ)และลีน่า(นามสมมติ)ทั้งสองรุ่นราวคราวเดียวกันก็จะพูดคุยกันเล่าสู่กันฟังเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ส่วนถ้านอกเวลาการทำงานเบล(นามสมมติ)จะรับประทานอาหารกับเพื่อนชายทุกเย็น รัก(นามสมมติ)ในช่วงที่ลดน้ำหนักก็จะไปพบปะเพื่อนหลังเลิกงาน แต่จะกลับบ้านเร็วขึ้นเพื่อนทานอาหารเย็นกับคุณแม่และไปออกกำลังกาย ลีน่า(นามสมมติ)นั้นช่วงวันจันทร์ถึงศุกร์จะไม่ไปพบเพื่อนแต่จะไปสถานออกกำลังกายแถวบ้านเพื่อเล่นโยคะ

รัก(นามสมมติ)และลีน่า(นามสมมติ)จะใช้วิธีการลดความอ้วนด้วยการจับคู่กัน คือ ทั้งสองจะทำข้อตกลงกันว่าจะต้องช่วยกันดูแลเรื่องการทานอาหารระหว่างกัน กระตุ้นซึ่งกันและกันให้ไปออกกำลังกาย และคอยเตือนกันไม่ให้ทานเกินความจำเป็น ช่วงที่จับคู่กันลดน้ำหนักนั้น ช่วยลดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนและเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน แต่เมื่อใดที่หมดข้อตกลงเพื่อนสนิทของรักก็จะนัดชวนกันไปทานอาหารในช่วงมื้อเย็น การปฏิบัติที่ไม่สม่ำเสมอจึงทำให้การสร้างตัวตนเรื่องความผอมเป็นไปได้ยาก

ความต้องการที่จะมีตัวตนที่มีความผอมในสังคม หากต้องควบคุมน้ำหนักจากเรื่องการบริโภคอาหารตลอดเวลาอาจจะต้องตัดตนเองออกจากกลุ่มเพื่อนเป็นชั่วคราว คือแยกตัวแกมาจากเพื่อนและที่ทานอาหาร โดยสิ้นเชิง ยกตัวอย่างเช่น กล้วยหลังจากที่ตัดสินใจทานอาหารมังสวิรัติเพื่อการลดน้ำหนักและเพื่อสุขภาพที่ดีของตนเอง ทำให้ไม่สามารถไปทานอาหารกับกลุ่มเพื่อนสนิทได้ตามปกติ แต่เธอก็ไม่ได้ตัดความสัมพันธ์กับกลุ่มเพื่อนเลยทีเดียว โดยทำได้แค่ไปดูภาพยนตร์ด้วยกันหรือนัดทำกิจกรรมอื่นๆร่วมกัน ซึ่งเธอตั้งใจแน่วแน่ในการทานอาหารมังสวิรัติเพื่อที่จะสร้างตัวตนให้เป็นคนที่ผอมและสุขภาพดี

การปรับตัวเพื่อจุดหมายของแต่ละคนหรือเพื่อในสิ่งที่ตนเองอยากจะได้อยากจะเป็นนั้นมีความสำคัญตรงที่ความต้องการอยากจะให้ตนเองมีตัวตนอย่างไรในสังคม การปรับเปลี่ยนชีวิตประจำวันอาจทำคนเดียว หรืออาจทำร่วมกับเพื่อนที่มีวิถีชีวิตประจำวันร่วมกัน อย่างเบล(นามสมมติ)ที่เพื่อนชายที่ทานอาหารเย็นด้วยกันทุกวันสามารถทำความเข้าใจหรือเป็นแรงสนับสนุนไม่บังคับให้รับประทานอาหารเย็นด้วยกัน อีกตัวอย่างหนึ่งรัก ที่คุณแม่เริ่มมีความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างตัวตนให้มีความผอมของรัก(นามสมมติ) จึงทำอาหารเพื่อสุขภาพและไม่ลดปริมาณความมันของอาหารลง

การประสบความสำเร็จในการปรับตัวกับกลุ่มเพื่อนก็จะเป็นไปได้ดีถ้าทั้งสองฝ่ายทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน และปรับตัวให้เข้ากัน หรือผู้ปฏิบัติเลือกวิธีการที่เหมาะสมและสอดคล้องกับกลุ่มเพื่อน กล้ารับและปฏิเสธกับเพื่อนที่เข้าใจและต้องการให้ประสบกับความสำเร็จในการสร้างตัวตนใหม่นั้น ในกรณีของรัก(นามสมมติ)และลีน่า(นามสมมติ)ถือว่าเป็นการประสบความสำเร็จทั้งสองทาง ได้ทั้งเพื่อนดูแลซึ่งกันและกัน ได้ปฏิบัติกิจวัตรประจำวันการลดน้ำหนักตามได้ตามต้องการการจัดความสัมพันธ์ดังกล่าวต้องอาศัยประสบการณ์ การลองผิดลองถูกจึงจะทราบถึงความสอดคล้องในการปรับตัวตนให้เข้ากับกลุ่มเพื่อนได้ ในกรณีของยุ้ย(นามสมมติ)นั้น ยุ้ย(นามสมมติ)ติดเพื่อนๆในกลุ่มมาก และเพื่อนๆในกลุ่มไม่มีใครมีความต้องการและสนใจลดความอ้วน ทั้งยังชอบที่จะนัดรวมพลไปทานอาหารมื้อเย็นกันทุกอาทิตย์ ทำให้ยุ้ย(นามสมมติ)ไม่สามารถลดความอ้วนด้วยวิธีการควบคุมอาหารการกินได้

ความสวยงามของผู้หญิงคือความผอมความขาว คือค่านิยมที่ถูกสร้างขึ้นมาให้กับผู้หญิงในปัจจุบัน ไม่ว่าผู้หญิงคนใดก็จะแสวงหาและลงมือปฏิบัติอย่างจริงจัง ไม่ว่าจะด้วยวิธีปฏิบัติใดก็ตาม สวนสาธารณะต่างๆทั่วกรุงเทพหมานครจะมีลานกิจกรรมการออกกำลังกาย การเต้นแอโรบิค การวิ่ง การตีแบตบินตัน จะเห็นผู้คนหลั่งไหลเข้ามาร่วมกิจกรรมการออกกำลังกายกันอย่างสนุกสนาน ด้านหนึ่งเพื่อสุขภาพ หลายคนเพื่อดูแลรูปร่างร่างกาย เสริมและเพิ่มความสดใส ผ่อนคลายความเครียดให้กับตนเอง โดยฉพาะกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานที่จะมาร่วมกิจกรรมหลังจากเลิกการทำงานในแต่ละวัน

เหตุแห่งความต้องการที่จะมีรูปร่างผอม ผิวขาวเนียนสวยตามความนิยมส่วนใหญ่นั้นมาจากความต้องการมีตัวตนในสังคมในฐานะผู้หญิงที่ดูดีสวยงามคนหนึ่ง อาจจะไม่ต้องสวยตามรูปแบบความนิยมเสียทั้งหมด แต่ต้องการการยอมรับและอยู่ในสังคมนั้น โดยผู้ให้ข้อมูลหลักคนหนึ่ง เบนซ์ (นามสมมติ)มีหน้าตาคมเข้มสวยตามสมัยนิยมแต่เธอมีสิวผิวค่อนข้างคล้ำ ซึ่งเธอคิดว่าการมีสีผิวคล้ำทำให้เธอเป็นคนไม่สวยในสังคม จึงพยายามทำทุกวิถีทางเพื่อให้ผิวเธอขาวในข้อจำกัดของฐานะทางเศรษฐกิจ โดยวิธีที่เธอปฏิบัติได้คือการทาครีมกันแดดและทานยาอาหารเสริมที่ช่วยทำให้ผิวขาวขึ้น ซึ่งการที่เธอปฏิบัติวิธีดังกล่าว ทำให้เธอมีความมั่นใจขึ้นในการเข้าสังคม

การขัดความสัมพันธ์ทางสังคมได้ดีนั้น นัท(นามสมมติ)เลือกที่จะมีความสวยงามตามที่สื่อในปัจจุบันนิยามทุกอย่าง ทั้งจากการลดน้ำหนักและการศัลยกรรมความงาม เธอภาคภูมิใจเสมอที่ไปไหนมาไหนแล้วมีคนมองด้วยสายตาชื่นชมตลอดเวลา แต่หลังจากที่เธอรู้สึกผอมเกินไปทำให้ความมั่นใจนั้นลดน้อยลง แตกต่างกับกุ๊กไก่(นามสมมติ)ที่เลือกที่จะมีความสวยแบบธรรมชาติ ที่ไม่ต้องปรุงแต่งอะไรมากมายโดยหน้าตาเธอนั้นไม่ได้ขี้เหร่ มีผิวกายที่ขาวเนียนแค่แต่งกายสะอาดตามสมัยนิยม พูดจาไพเราะ ดูแลรูปร่างด้วยการออกกำลังบ้างและควบคุมปริมาณในการทานอาหารให้เป็นนิสัย ซึ่งเธอสามารถที่จะมีความสัมพันธ์กับสังคมรอบข้างได้อย่างไม่มีปัญหาใดๆ

พี่นง(นามสมมติ)มีปัญหาเกี่ยวฝ้าบนใบหน้า เมื่อเข้าสังคมทำให้รู้สึกไม่มั่นใจกับตนเอง รู้สึกว่าตนเองมีปมด้อยแม้จะพยายามรักษาดูแลเท่าไรก็ไม่หายขาด ทำให้พี่นง(นามสมมติ)ต้องแต่งหน้าที่ค่อนข้างหนาเพื่อปกปิดฝ้าให้ดูจางลงก่อนที่จะออกจากบ้านมาทำงาน เพื่อความมั่นใจในการทำงานและพบปะกับบุคคลอื่นๆ แจน(นามสมมติ)ถึงแม้จะมีโครงสร้างร่างกายที่สูงใหญ่กว่ารูปร่างมาตราฐานของผู้หญิง ก่อนที่จะสมัครเข้าทำงานสายการบินแอร์ไชน่าเธอไม่มีความมั่นใจว่าจะได้รับการยอมรับให้เข้าทำงานในสายการบินนี้ แต่ด้วยความสามารถของเธอทำให้สามารถเข้ามาทำงานในบริษัทนี้ได้ ถึงแม้เธอจะไม่ได้มีรูปร่างตามสมัยนิยมแต่ในสังคมของการทำงานนั้นไม่ได้ให้ความสำคัญกับรูปร่างเสมอไป แต่เปิดรับบุคคลที่มีความสามารถ บุคลิกภาพที่ดี

การจัดความสัมพันธ์ทางสังคมสำหรับผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละคนกับสังคม นับว่าแต่ละคนให้คำอธิบายการสร้างภาพลักษณ์ความเป็นตัวตนได้น่าสนใจมาก สังคมปัจจุบันนั้นเปิดกว้างและมีความหลายหลากของสถานภาพของสังคม ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละคนนั้นเลือกที่จะอยู่ในตำแหน่งใดของสังคม ความสวยความงามที่มีได้สร้างประโยชน์ให้กับสังคมการทำงาน ครอบครัว กลุ่มเพื่อนหรือไม่

บทสรุป

บทที่ 4 ผู้ศึกษาให้ความสำคัญต่อการสร้างตัวตนและวิธีปฏิบัติการเพื่อความสวยความงามของกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานในสายการบินแอร์ไชน่า จะเห็นได้ว่าแม้จะมาจากครอบครัวต่างกัน สถานศึกษาต่างกัน ภูมิลำเนาต่างกัน แต่เมื่อมาทำงานในสถานที่เดียวกันที่สามารถพบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆพี่ๆแต่ละคนได้ซึมซับมาตราฐานความสวยในสถานที่ทำงานที่ต้องมีมาตราฐานความสวยแบบธรรมชาติ มีหุ่นผอม ผิวสวย ซึ่งสามารถสัมผัสต้นแบบความสวยความงามได้จากสื่อต่างๆ นิตยสาร โทรทัศน์ ต้นแบบจากดารานางแบบที่มีรูปร่างผอมสวยและร่างกายแข็งแรงจากการออกกำลังกายเพื่อเผาผลาญไขมันส่วนเกิน การควบคุมดูแลการบริโภคอาหารเพื่อให้มีรูปร่างที่ผอมดูสวยงาม วิธีการลดน้ำหนักของแต่ละคนมีหลากหลาย ยกตัวอย่างเช่น การเต้นแอโรบิก การเล่นโยคะ การลดอดอาหาร การทานผลิตภัณฑ์อาหารเสริมลดน้ำหนัก รวมถึงการเข้าปรึกษาแพทย์ในคลีนิคลดน้ำหนัก

การเลือกวิธีปฏิบัติต่างๆนี้เพื่อความสวยความงามของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่านั้นสอดคล้องกับความคิดเห็นของแนวคิดของสตรีนิยมที่ว่ามายาคติเรื่องความสวยนั้นสร้างขึ้นมาเพื่อทำให้ผู้หญิงตกอยู่ภายใต้การครอบงำของโครงสร้างสังคมแบบชายเป็นใหญ่และระบบเศรษฐกิจทุนนิยม (Wolf 1977) แต่อีกด้านหนึ่งผู้หญิงจำนวนมากนำความสวยความงามมาเป็นเครื่องมือเพื่อแสดงความเป็นตัวตนทางสังคมในแบบต่างๆ ผู้หญิงไม่ว่าชนชั้นไหนต่างอยู่ในกระแสค่านิยมสังคมเดียวกัน การเลือกมีตัวตนในเรื่องความสวยความงามของผู้หญิงวัยต่างๆ ไม่เพียงแต่ความมีตัวตนต่อคนในสังคม เรื่องการงาน ความสัมพันธ์ทางเพศ เป็นอีกด้านหนึ่งที่ผู้หญิงเกือบทุกคนต้องการจะมี โดยเฉพาะในสังคมปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคที่มีขนาดใหญ่คือกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน เพราะเป็นกลุ่มหนึ่งที่มีรายได้แน่นอน ประกอบกับความสัมพันธ์ทางสังคมของผู้หญิงวัยทำงานนั้นเกี่ยวข้องกับเรื่องความสวยความงามทั้งทางตรงและทางอ้อม

ในด้านเศรษฐกิจพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าได้งานทำและได้รับรายได้ ส่วนหนึ่งมาจากบุคลิกภาพ (personality) รูปลักษณ์ภายนอกหรือรูปร่างหน้าตา (appearance) การได้งานของผู้หญิงปัจจุบันนั้นนอกจากความรู้ความสามารถแล้วการมีรูปร่างหน้าตาที่ดูดีก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งหนึ่งในการคัดเลือกรับเข้าทำงาน ถ้าผู้หญิงคนใดมีทั้งความรู้ความสามารถและรูปร่างหน้าที่ดีก็

สามารถที่จะเลือกทำงานที่ได้รับรายได้หรือผลตอบแทนที่มากกว่า ด้วยเหตุเช่นนี้จึงเป็นแรงผลักดันอย่างหนึ่งให้ผู้หญิงหันมาสนใจดูแลเรื่องรูปร่างหน้าตา และให้ความสำคัญเกี่ยวกับการดูแลรักษาสุขภาพด้วยความคิดที่ว่าความอ้วนจะทำให้สุขภาพไม่ดีจึงต้องการรักษาสุขภาพที่ดีไว้โดยความผอม

การเป็นผู้หญิงที่มีรูปร่างหน้าตาสวยงาม บุคลิกภาพดีนำมาซึ่งโอกาสและทางเลือกที่มากกว่าทางสังคม สิ่งเหล่านี้จึงเป็นแรงผลักดันที่ยิ่งใหญ่ให้กับผู้หญิงในวัยรุ่น วัยทำงานให้หันมาใส่ใจกับร่างกายด้วยวิธีการที่ความสวยจะต้องได้รับดูแลตั้งแต่จากภายในสู่ภายนอก นอกจากการแต่งกายด้วยเสื้อผ้าที่บอกความเป็นตัวตนในสังคมของตนเองแล้ว พนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าพยายามใส่ใจดูแลเรื่องสุขภาพ การบริโภคอาหาร การบริโภคข้อมูลข่าวสารตามสื่อต่างๆ เพื่อการสร้างตัวตนให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคม การที่ผู้หญิงในสมัยปัจจุบันนี้มีรูปร่างที่ผอมนั้นไม่เพียงแต่บ่งบอกว่าผู้หญิงคนนั้นดูแลใส่ใจสุขภาพเท่านั้น แต่ยังบอกว่าผู้หญิงคนนั้นให้ความสนใจทุ่มเทเวลาและโอกาสทางสังคมที่ๆ เธอดำรงชีวิตอยู่

จากการที่ได้บริโภคข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆนั้นเป็นจุดเริ่มต้นความคิดของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าที่ว่า ความไม่พึงพอใจที่มีต่อร่างกายของตนเองในเรื่องสัดส่วน น้ำหนัก รูปร่างและหน้าตา ในความไม่พึงพอใจที่มีต่อร่างกายของตนเองนั้น อาจจะด้วยการถูกครอบงำจากสื่อต่างๆที่มีนายทุนเป็นผู้สร้างนิยามความงามในรูปแบบต่างๆ สิ่งเหล่านี้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีการดำเนินชีวิตของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า เนื่องจากการบริโภคสื่อต่างๆและการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างมนุษย์นั้นถือได้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในด้านต่างๆ

พนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าสร้างความเป็นตัวตนจากความเป็นปัจเจก ด้วยคุณสมบัติและลักษณะส่วนตัวบนร่างกายนำมาซึ่งความหมายและความมีตัวตนรูปแบบต่างๆในสังคม การที่ปัจเจกสร้างคุณสมบัติส่วนตัวในเรื่องความสวยความงามที่เป็นตัวของตัวเองนั้นมาจากความต้องการที่จะมีความพึงพอใจในการมีตัวตนอยู่ในสังคม การเป็นที่ยอมรับจากบุคคลรอบข้างในสังคมและการได้รับการยอมรับจากเพศตรงข้ามในสถานะของความเป็น “ผู้หญิงสวย” จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้หญิงจำนวนมากต่างต้องการที่จะนำเสนอคุณสมบัติส่วนตัวเหล่านี้ในรูปแบบต่างๆ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุป

ในการสร้างความหมายเรื่องความสวยความงามของผู้หญิงให้เป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติของความเป็นหญิง โดยการสร้างเสริมบุคลิกภาพ รูปร่างหน้าตาให้เป็นที่น่ามอง น่าพึงพอใจของผู้พบเห็น เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้หญิงติดกับและผูกมัดคุณค่าของตนเองไว้กับเรื่องความสวยความงามของรูปลักษณ์ภายนอก ความงามเป็นวาทกรรมที่สังคมชายเป็นใหญ่เป็นผู้กำหนดมีอิทธิพลที่ผู้หญิงส่วนใหญ่พยายามปฏิบัติตัวในการดำเนินชีวิตประจำวันให้สอดคล้องใกล้เคียงกับสิ่งต่างๆที่พวกเธอได้บริโภคซึมซับผ่านสื่อต่างๆเข้าไป ทั้งการรู้ตัวและไม่รู้ตัวทำให้สามารถรับรู้ได้ว่าในประเด็นวาทกรรมความงามเป็นประเด็นที่ความสัมพันธ์ระหว่างหญิงชายที่มีความซับซ้อนแยบยลและแนบเนียน

โดยผลการศึกษาพบว่า พนักงานสายการบินแอร์ไชน่ามองภาพลักษณ์ของตนเองจากความไม่พึงพอใจกับต้นแบบของการสร้างความเป็นตัวตนแบบหนึ่ง ๆ มีผลที่ส่งให้เกิดการปฏิบัติเพื่อการเปลี่ยนแปลงรูปร่างร่างกายของตนเอง ตัวบทเกี่ยวกับความงามของร่างกายพนักงานสายการบินแอร์ไชน่าคือ การสร้างภาพลักษณ์ความงามในแบบดาราที่ชื่นชอบที่มีรูปร่างร่างกายผอม ผิวขาวเนียนสวย การให้ความสนใจต่อความงามในภาพลักษณ์นี้ทำให้พนักงานหญิงเหล่านี้มีภาคปฏิบัติทางวาทกรรมที่ให้ความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน คือ การตีความจากข้อมูลความรู้เดิมและเลือกรับข้อมูลจากการค้นหาแสวงหาใหม่ ความพอใจ ความสนใจ ความชอบและไม่ชอบต่อสิ่งนั้น ๆ รวมถึงข้อมูลประสบการณ์ตรงจากผู้ที่เคยลงมือปฏิบัติมาก่อน เพื่อการตัดสินใจในการลงมือปฏิบัติ โดยวิธีการปฏิบัติได้แก่ การออกกำลังกายเพื่อการดูแลรูปร่างร่างกาย การดูแลตนเองเรื่องโภชนาการบริโภคอาหาร การบริโภคและแสวงหาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารลดน้ำหนัก การทำศัลยกรรมความงามบนใบหน้าให้งดงามตามสมัยนิยม เพื่อให้ตนเองมีรูปลักษณ์ใกล้เคียงกับภาพลักษณ์ความงามที่ได้บริโภคซึมซับข้อมูลมาจากสื่อต่าง ๆ และในส่วนภาคปฏิบัติทางสังคมนั้นพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่ามีจัดการความสัมพันธ์ของตนเองและต่อเพื่อนๆ บางคนประสบความสำเร็จในการจัดการควบคุมและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเพื่อนำมาสู่สิ่งที่ตนเองต้องการแม้จะมี

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

เงื่อนไขทางด้านฐานะทางเศรษฐกิจ บางคนไม่มีเงื่อนไขทางด้านเศรษฐกิจแต่ไม่ประสบความสำเร็จ เนื่องจากไม่มีความตั้งใจจริงในการปฏิบัติ

โดยการประสบความสำเร็จในการปรับเปลี่ยนตัวตนนั้นมาจากตนเองและบุคคลรอบข้างที่ช่วยเป็นกำลังใจและคอยสนับสนุน ส่วนในด้านการจัดการความสัมพันธ์ทางสังคมนั้นการต้องแยกออกจากสังคมรอบข้าง ครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนเพื่อปฏิบัติตามเป้าหมายของการปรับเปลี่ยนรูปร่าง การสร้างภาพลักษณ์ของตนเองใหม่ การแยกตัวออกจากสังคมนั้นก่อให้เกิดสภาวะไม่พึงพอใจทั้งต่อตนเองและบุคคลรอบข้าง ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเพื่อนและครอบครัวจำเป็นต้องอาศัยความเข้าใจซึ่งกันและกัน เห็นได้ว่าสังคมปัจจุบันเปิดกว้างและมีความหลากหลายของสถานภาพของสังคม ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละคนนั้นเลือกที่จะอยู่ในตำแหน่งใดของสังคมและความสวยความงามที่มีได้สร้างประโยชน์ให้กับสังคมการทำงาน ครอบครัว กลุ่มเพื่อนหรือไม่ โดยพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าต้องการมีความพึงพอใจในความงามเพื่อการมีตัวตนในสังคม การได้รับการยอมรับจากบุคคลรอบข้าง การมีโอกาสในการทำงานและมีสถานภาพที่ดีในสังคม ถึงแม้การสร้างภาพลักษณ์ของตนเองเพื่อให้เป็นไปตามที่ตนเองต้องการนั้นจะต้องใช้ความมุ่งมั่นตั้งใจลงทุนลงแรงและความมีระเบียบวินัยต่อตนเองอย่างมากเพื่อให้ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ และเมื่อผลลัพธ์ออกมาเป็นความภาคภูมิใจในความเป็นตัวตนส่วนบุคคลนั้น คุณค่าทางจิตใจดังกล่าวจะเป็นตัวเชื่อมโยงตัวตนกับสังคม โดยที่ตนเองนั้นมีความภาคภูมิใจในความเป็นปัจเจกตามกระแสนิยมต่อภาพลักษณ์ความสวยงามของสังคมได้

งานศึกษาชิ้นนี้ได้พยายามแสดงให้เห็นว่าวาทกรรมความงามของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า มีความนิยมเรื่องความผอมที่สมส่วนเหมาะกับความเป็นผู้หญิง ด้วยวิธีการออกกำลังการบริโภคอาหารและผลิตภัณฑ์อาหารเสริมตามหลักการของโลกฝั่งตะวันตก การมีผิวขาวเนียนสวยใส ที่ต่างได้รับอิทธิพลจากการบริโภคข้อมูลข่าวสารจากสื่อต่างๆที่เสนอข้อมูลให้ดูน่าเชื่อถือ ผู้ศึกษาได้ทำการศึกษากลุ่มพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่าซึ่งใช้ชีวิตการทำงานในเมืองหลวงกรุงเทพมหานคร ได้แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลจากการบริโภคสื่อต่างๆเช่น โทรทัศน์ นิตยสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ อินเตอร์เนต มีผลในการกำหนดกับผู้หญิงเหล่านี้ในเรื่องความสวยความงามว่า ความงามของร่างกายของพวกเธอคือ การสร้างภาพลักษณ์ความงามในแบบดารา ที่มีรูปร่างร่างกายผอมผิวขาวสวย การให้ความสนใจต่อความงามในภาพลักษณ์นี้ทำให้ผู้หญิงส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อการดำเนินชีวิต เช่น การออกกำลังกาย การดูแลตนเองเรื่องโภชนาการบริโภคอาหาร การบริโภคแสวงหาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร เพื่อให้ตนเองมีภาพลักษณ์ใกล้เคียงกับภาพลักษณ์ความงามที่ได้บริโภคซึมซับมาจากสื่อต่างๆ

อภิปรายผล

ในสังคมบริโภคนิยม เรื่องความงามของผู้หญิงที่สามารถจัดการได้ ถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจความงามที่มีมูลค่ามหาศาล โดยธุรกิจความสวยความงามยังคงมีผู้หญิงให้ความสนใจและบริโภคเพื่อความงามของตนเองอยู่อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความสวยความงามของผู้หญิงไม่เพียงแต่เป็นแค่ความต้องการของผู้หญิงเท่านั้น แต่ถูกกระทำให้เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมีของผู้หญิง การให้ความหมายของความงามและให้ความงามเป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติของผู้หญิง ทำให้ผู้หญิงติดกับและยึดติดคุณค่าของตนเองไว้กับความสวยความงามของรูปลักษณ์ภายนอก คนที่มีลักษณะรูปร่างอ้วน ผิวกายสีคล้ำเข้มถูกทำให้เป็นสิ่งไม่พึงปรารถนา เป็นภาพที่ถูกมองว่าไม่สวย โดยภาพความงามของผู้หญิง ถูกนำเสนอ ผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่างๆให้ผู้บริโภคผู้หญิงซึมซับลักษณะความงามในรูปแบบต่าง ๆ และ ถูกกระทำให้เชื่อว่าการได้มาซึ่งความสวยงามนั้น ๆ สามารถจัดการได้

สำหรับในผู้หญิงในกลุ่มวัยทำงาน ซึ่งมีรายได้เป็นของตนเอง ฐานะทางเศรษฐกิจของแต่ละคนมีผลในการเลือกบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยต่างๆ เช่น เครื่องสำอาง สิ่งประทินความงามต่างๆ การเข้าสถานเสริมความงาม มีส่วนหนึ่งที่ยอมทุ่มเทใช้จ่ายกับสินค้าฟุ่มเฟือยแม้ฐานะทางเศรษฐกิจของตนเองจะ ไม่เอื้ออำนวย และมีส่วนหนึ่งที่พยายามดูแลตนเองโดยใช้วิธีการปฏิบัติแบบธรรมชาติ เช่น การดูแลร่างกายโดยการออกกำลังในสวนสาธารณะในหมู่บ้าน เพื่อไม่ให้ตนเองเสียทุนทรัพย์ ภาคปฏิบัติการในการจัดการกับความงามของผู้หญิงนั้นเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการดำเนินชีวิตประจำวันให้เป็นไปตามคำแนะนำข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้มีประสบการณ์มาก่อน ทั้งคำแนะนำเรื่องของการปฏิบัติตนเพื่อสร้างผิวสวย สิ่งที่ควรและไม่ควรทำ การใช้เครื่องสำอางหรือเครื่องมือต่างๆเพื่อจัดการกับความงามด้วยตนเอง โดยผู้หญิงทุกคนต้องมีวินัยในการดูแลตนเอง ปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและแทรกจนเป็นนิสัยความเคยชิน รวมถึงการเข้ารับการจัดการความงามในสถานเสริมความงาม ถึงแม้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์จะไม่มีข้อมูลเชิงลบหรืออันตรายจากภาคปฏิบัติการการจัดการเพื่อความงาม แต่ก็มีผู้หญิงไม่น้อยที่มีการจัดการความงามแล้วเกิดผลด้านลบและปัญหาตามมาหรือร้ายแรงจนถึงแต่ชีวิต ซึ่งมีปรากฏให้เห็นอยู่เรื่อยๆในพื้นที่สื่อและสิ่งพิมพ์ต่างๆ

ผู้หญิงนั้นถูกกระทำให้อยู่ภายใต้อำนาจของความรู้ การสร้างมาตราฐานรูปร่างสัดส่วนและผิวสวย ส่งผลให้ผู้หญิงเฝ้าระวังมองพิจารณาตนเองผ่านการส่องกระจก เพื่อสำรวจการเปลี่ยนแปลงและดูแลจัดการความงามอยู่ตลอดเวลา การมีความงามนั้นผู้หญิงเชื่อว่าเป็นสิ่งที่ทำให้ได้มาซึ่งโอกาสของงานและชีวิตส่วนตัว ความงามทำให้เป็นที่พึงพอใจสนใจและดึงดูดต่อผู้พบเห็น ความรู้สึกบกพร่อง ไม่พอใจในรูปร่างหน้าตาสัดส่วนของตนเองถูกกระตุ้นผ่านทางสื่อต่างๆให้เกิด

ความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองตามภาพความสวยความงามที่ได้ซึมซับ แต่ดูเหมือนความต้องการเหล่านั้น ไม่อาจสิ้นสุดหรือเติมเต็มได้หมดเพราะความต้องการยังคงถูกกระตุ้นอยู่ตลอดเวลาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงตามสมัยนิยม

"ไก่งามเพราะขน คนงามเพราะแต่ง" ดังนั้นการที่ผู้หญิงถูกทำให้เชื่อว่าความสวยเป็นสิ่งที่แสดงคุณค่าและตัวตนของผู้หญิงนั้น ทำให้เกิดการหมกมุ่นและเสียเวลาเงินทองกับการจัดการความงามที่ไม่มีที่สิ้นสุด แทนที่จะมองในเรื่องของคุณค่าและความสามารถของการทำงาน การยึดติดความสุขความพอใจไว้กับความสวยความงามของรูปลักษณ์ทำให้ผู้หญิงร้องหาและไขว่คว้าเพื่อให้ได้มาซึ่งความสุขนั้นอยู่ตลอดเวลา ซึ่งผู้หญิงถูกควบคุมและตกอยู่ภายใต้สังคมบริโภคนิยมที่มีการปฏิบัติอย่างแนบเนียนต่อจิตใจผู้หญิง และถูกครอบงำจากมายาคติของความงามนั้น ความแยบยลของการปฏิบัติการในการสร้างความงามซึ่งใช้ข้อมูลความรู้ที่ได้จากการวิจัยทดลองจากวิทยาศาสตร์การแพทย์ในการอ้างอิงให้เชื่อถือว่าเป็นความจริง สังคมบริโภคนิยมนำเสนอภาพความงามและการจัดการความงามให้ชวนน่าสัมผัส ความเสี่ยงความเจ็บปวดและอันตรายจากการจัดการความงามเป็นสิ่งที่ถูกผู้หญิงมองข้ามไป

ข้อเสนอแนะ

ในงานวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้ศึกษาพยายามสะท้อนให้เห็นถึงผู้หญิงในสังคมไทยปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับความงาม และวาทกรรมความงามของผู้หญิงไทยที่เกิดจากสังคมบริโภคนิยมระบบนายทุนที่สร้างสรรค์ความสวยงามในแบบต่างๆออกมาให้กับผู้หญิง โดยวาทกรรมความงามนั้นเปลี่ยนไปตามแบบสมัยนิยม โดยกลุ่มผู้หญิงวัยทำงานนี้แม้จะบรรลุนิติภาวะ สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี มีความรู้และหน้าที่การงานพร้อม ก็ยังตกอยู่ภายใต้การครอบงำของระบบทุนนิยม โดยเลือกมีร่างกายผอม ผิวสวยเป็นวาทกรรมความงามและการแสดงความเป็นตัวตนของพวกเธอ การสร้างตัวตนและคุณค่าของผู้หญิงสามารถสร้างแสดงให้เห็นผ่านความสามารถ ภาวะทางจิตใจ การสร้างประโยชน์ต่อสังคมและศักยภาพในด้านส่วนอื่นได้มากมาย โดยไม่ต้องพึ่งพาการจัดการความงามที่พยายามสร้างเพื่อแสดงคุณค่าของตนเอง

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กชกรณ์ เสรีฉันทฤกษ์. “วาทกรรมความงามของผู้หญิงสังคมไทย : มุมมองพหุมิติ.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสตรีศึกษา วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2551.

กาญจนา แก้วเทพ. “ทฤษฎีว่าด้วยเนื้อหาสารและความหมาย.” ใน ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร, 354 - 366. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2548.

กาญจนา แก้วเทพ. “สื่อและวัฒนธรรมศึกษาเพื่อการวิเคราะห์สื่อมวลชลในยุคสังคมสารสนเทศ.” รัฐศาสตร์สาร 25 (2547) : 60.

กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพมหานคร: เอดิสันเพรสโปรดักส์, 2544.

โกสุม โอมพรนุวัฒน์. โครงการแห่งความเจ็บปวด The Suffering Project [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 12 กันยายน 2552. เข้าถึงได้จาก www.midnightuniv.org

กฤษดาวรรณ หงศ์ดารมภ์ และ จันทิมา เอียมานนท์, บรรณาธิการ. มองสังคมผ่านวาทกรรม. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549.

คณาจารย์ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษวิทยา. พฤติกรรมมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2539.

จันทิมา ปัทมธรรมกุล. “วิเคราะห์การสร้างวาทกรรมความงามของโฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์และสื่อมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง, บรรณาธิการ. รู้ทันภาษา รู้ทันการเมือง : ทักษิณสมัย. กรุงเทพมหานคร: ขอคิดด้วยคน, 2547.

ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. วาทกรรมการพัฒนา : อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกลักษณ์ และความเป็นอื่น. กรุงเทพมหานคร : วิภาษา, 2543.

ณัฏฐชา วงษ์วานิช. “รายการปฏิบัติการล่าฝัน(Academy Fantasia) : มุมมองจากสัญวิทยาและปรากฏการณ์วิทยา.” รัฐศาสตร์สาร 27 (2549) : 181-182.

ดนัย จันทร์เจ้าฉาย. สวยสั่งได้...บนโลกแห่งทุนนิยม [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 17 กันยายน 2552. เข้าถึงได้จาก http://www.businessthai.co.th/bt/content

ประสิทธิ์ ลีปรีชา. “การสร้างและสืบทอดอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง.” วาทกรรมอัตลักษณ์ 25 (2547) : 32-34.

ปิยรัตน์ ปั้นลี้. “กระบวนการลดความอ้วนของผู้หญิง : วาทกรรมการสร้างอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมบริโภค.” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2545.

พัฒนา กิติอาษา. คนพันธุ์ป๊อป : ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินทร, 2546.

เพราะความสวย...รอไม่ได้ [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 17 กันยายน 2552. เข้าถึงได้จาก http://www.wuttisakclinic.com/index.php

มธุรส สว่างบำรุง. จิตวิทยาทั่วไป. เชียงใหม่ : ภาควิชาศึกษาทั่วไป คณะธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 2542.

มิเชล ฟูโกต์. ร่างกายใต้บงการ ของ Michel Foucault. แปลโดย ทองกร โภคธรรม. กรุงเทพมหานคร: คบไฟ, 2547.

รวีพร อัมโรจน์. “การเรียนรู้วัฒนธรรมการบริโภคของนักเรียนวัยรุ่นในเขตเมือง.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2544.

วัฒนา สุกัณศีล. วัฒนธรรมบริโภคของแรงงานรับจ้างในชุมชนชนบท อำเภอตากใบจังหวัดนราธิวาส. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย(สกว.), 2544.

วันเฉลิม สาระไชย. “การแสดงออกถึงความเป็นตัวตนโดยผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นในเมืองเชียงราย.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษานอกระบบ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,2544.

วิศิษฐ์ศักดิ์ ไทยทอง. พฤติกรรมที่เป็นปัญหาของวัยรุ่น. เชียงใหม่ : ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2542.

ศรีเรือน แก้วกังวาล. จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตุกช่วงวัย เล่ม2วัยรุ่น-วัยสูงอายุ. พิมพ์ครั้งที่8. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.

สิระยา สัมมาวาจ. “ปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุ.” ปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาพัฒนศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2550.

สุพัตรา สุภาพ. โครงสร้างของวัฒนธรรม. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

_____. สังคมวิทยา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2529.

ผลงานนี้ยังไม่ได้ศึกษา ระดับปริญญาตรี

อธิคม โกมลวิทยาธร. “ทฤษฎีว่าด้วยการศึกษาสังคมบริโภคนิยม.” ใน วัฒนธรรมการบริโภค: แนวคิดและการวิเคราะห์, 16 – 29. สิริ สมบูรณ์บูรณะ, บรรณาธิการ. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์วิจัยและผลิตตำรามหาวิทยาลัยเกริก, 2538.

อุ่นใจ เจียมบูรณะกุล. “วาทกรรมความสวย อัตลักษณ์กับวัฒนธรรมการบริโภค : กรณีศึกษานักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2547.

ภาษาอังกฤษ

Barker, Chris. Cultural Studies: Theory and Practice. London : Sage,2000.

_____. Making Sense of Cultural Studies. London : Sage, 2002.

Barthes, Roland. The Semiotics Challenge. California : University of California Press, 1988.

Baudrillard, Jean. The Consumer Society: Myth and Structure. London : Sage,1998.

Berger, Peter and Thomas Luckmann. The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge. New York : Anchor Books,1967.

Davis, Kathy. Reshaping the female body: the dilemma of cosmetic surgery. New York : Routledge, 1995.

Deacon et al. Researching Communication. London : Arnold ,1999.

Devereux, Eoin. Understanding the Media. New York : Sage, 2003.

Foucalt, Michel. Michel Foucalt Power/Knowledge. New York : Harvester Wheatsheaf, 1980.

Goffman, Evin. The Presentation of Self in Everyday Life. New York : Double Day , 1959.

O’ Donnell, Mike. Tntroduction to Sociology. London : University of Westminster, 1997.

O’ Shaughessy, Michael and Jane Stadler. Media and Society. London: Oxford University Press, 2002.

Tseelon, Efrat. The Masque of Femininity: The Presentation of Woman in Everyday Life. London : Sage,1995.

Wolf, Naomi. The Beauty Myth: how images of beauty are used against women. New York : Anchor Books,1991.

ภาคผนวก

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

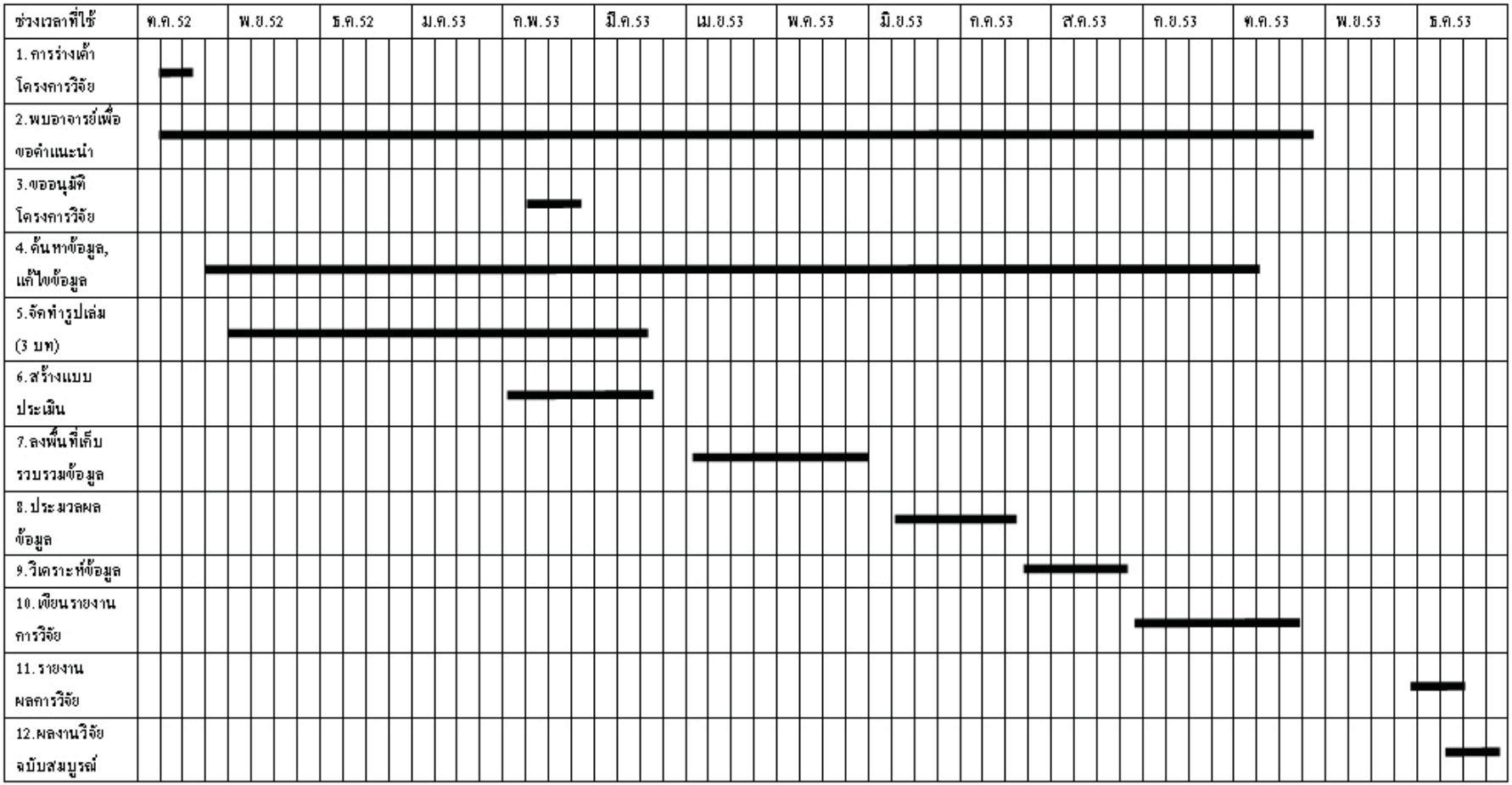
ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาคผนวก ก

ระยะเวลาในการดำเนินการทำวิจัย

ระยะเวลาในการดำเนินการทำวิจัย (Research Action Plan)

ตั้งแต่วันที่ ตุลาคม 2552 ถึงวันที่ ธันวาคม 2553 รวมระยะเวลาที่ทำการวิจัยประมาณ 1 ปี 2 เดือน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาคผนวก ข

แนวคำถามในการสัมภาษณ์พนักงานหญิงแอร์ไชน่า

แนวคำถามในการสัมภาษณ์พนักงานหญิงแอร์ไชน่า

ในเรื่อง วาทกรรมความงามและความเป็นตัวตนของพนักงานหญิงสายการบินแอร์ไชน่า

1. เริ่มการสนทนา

   1.1 แนะนำตนเอง และบอกวัตถุประสงค์ในการสนทนา

   1.2 ขออนุญาติบันทึกเสียง ถ้าผู้สัมภาษณ์ให้การปฏิเสธจึงขอจดบันทึกคำสนทนา

2. คำถามข้อมูลทั่วไป

   2.1 ชื่อ ตำแหน่ง หน้าที่ อายุ ภูมิลำเนา สถานะภาพ

   2.2 ขอให้เล่าประวัติการศึกษา

   2.3 ขอให้เล่าเกี่ยวกับครอบครัว อาชีพของพ่อแม่ ที่บ้านทำงานอะไร

   2.4 สถานที่ทำงานที่เคยทำมาก่อน

   2.5 ระยะเวลาการทำงานที่แอร์ไชน่า

   2.6 รายได้ที่ได้พอใช้จ่ายหรือไม่ มีเงินเก็บหรือไม่

   2.7 ใช้จ่ายอะไรบ้าง ในชีวิตประจำวัน

   2.8 ช็อปปิ้งบ่อยหรือเปล่า สถานที่ที่ชอปปิ้ง

   2.9 มีเพื่อนที่สนิทกี่คน ที่สามารถปรึกษาพูดคุย ไปเดินช็อปปิ้งด้วยกัน

3. คุณลักษณะภาพลักษณ์ที่มีต่อตนเองเกี่ยวกับความงาม

   3.1 คิดว่าตนเองอ้วนหรือเปล่า

   3.2 ในส่วนของร่างกาย ชอบและไม่ชอบอวัยวะส่วนไหน

   3.3 คิดว่าตนเองมีจุดเด่นจุดด้อยตรงไหนบ้าง

   3.4 พอใจกับสีผิวของตนเองหรือเปล่า

   3.5 มีแนวทางในการแต่งตัวอย่างไร

   3.6 คิดว่าตนเองเป็นคนที่พูดจาไพเราะหรือเปล่า

   3.7 ทำไมถึงไว้ผมสั้น(ผมยาว) เปลี่ยนทรงผมบ่อยไหม

4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับความงาม

   4.1 คิดว่าผู้หญิงสวยนั้นต้องเป็นอย่างไร ทำไมถึงคิดอย่างนั้น

   4.2 ชื่นชอบความงามของดารา นักร้อง บุคคลที่มีชื่อเสียงที่เป็นผู้หญิงคนไหนบ้าง

   4.3 แล้วอยากสวยอยากงามเหมือนเธอคนนั้นไหม

   4.4 ชื่นชอบความสวยของเธอคนนั้นตรงไหนบ้าง

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

4.5 อ่านนิตยสารเกี่ยวกับผู้หญิงบ้างไหม อ่านนิตยสารเล่มไหนบ้าง

4.6 ดูโฆษณาเกี่ยวกับความสวยความงามในทีวีบ้างไหม คิดอย่างไรกับโฆษณาเหล่านั้น

4.7 อยากเป็นคนสวยหรือเปล่า เพราะอะไร

4.8 จะทำอย่างไรให้เป็นคนที่มีความงาม

4.9 เริ่มสนใจเกี่ยวกับเรื่องความสวยความงามตั้งแต่เมื่อไร

4.10 คิดว่าผู้หญิงแบบไหนที่เห็นแล้วคิดว่าสวย ดูดี

4.11 คิดว่าการแต่งกายแบบไหนดูดี เป็นที่ยอมรับของสังคม

4.12 ชอบการแต่งกายสไตล์ไหน แล้วแต่งตามหรือเปล่า

4.13 คิดอย่างไรกับการศัลยกรรมความงามของผู้หญิง

4.14 คิดว่าอาหารการกินมีผลต่อความงามหรือเปล่า อย่างไร

5. การปฏิบัติเพื่อความงาม

5.1 เคยทำศัลยกรรมความงามมาก่อนหรือเปล่า ถ้าเคยทำอะไรมาบ้าง ถ้าไม่เคยคิดจะทำไหม

5.2 มีการดูแลผิวหน้าอย่างไร

5.3 มีการดูแลผิวกายอย่างไร

5.4 มีการดูแลรูปร่างตนเองอย่างไร

5.5 ใช้เครื่องสำอางอะไรบ้างในการแต่งหน้า

5.6 แต่งหน้าบ่อยไหม ใช้เวลาแต่งนานเท่าไร

5.7 ออกกำลังกายบ้างหรือเปล่า ออกบ่อยแค่ไหน

5.8 การทานอาหาร เลือกทานหรือชอบทานอะไร

5.9 เคยลดความอ้วนหรือเปล่า

5.10 เคยกินยาลดความอ้วนหรือไม่ กินนานแค่ไหน

5.11 อ่านหนังสือหรือคู่มือเกี่ยวกับการดูแลความงามบ้างหรือเปล่า อ่านเล่มไหนบ้าง

5.12 ทานวิตามิน อาหารเสริมบ้างไหม ทานอะไรบ้าง เสริมด้านใดบ้าง

5.13 ดูแลเรื่องการแต่งกายของตนเองอย่างไร

5.14 มีการแต่งกายตามแฟชั่นหรือเปล่า

5.15 ใช้น้ำหอมหรือเปล่า ถ้าใช้ใช้กลิ่นไหน

ผลงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ระดับปริญญาตรี

6. ความสัมพันธ์กับสังคมรอบข้าง

6.1 การดูแลรูปร่างด้วยการลดน้ำหนักส่งผลกับสังคมรอบข้างไหม อย่างไร

6.2 คนรอบข้างเห็นด้วย หรือให้การสนับสนุนกับการลดน้ำหนักหรือไม่ อย่างไร

6.3 ผลกระทบระหว่างการดูแลตนเองกับบุคคลรอบข้าง

6.4 วิธีการดูแลและปรับตัวกับตนเองในการเข้าสังคม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล นางสาวอมรรัตน์ ชินสรรเพชญ

ที่อยู่ 159/9 ถนนราชวิถี ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง
จังหวัดนครปฐม 73000

ที่ทำงาน สายการบินแอร์ไชน่า สำนักงานกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2549 สำเร็จการศึกษาปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต เอกอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

พ.ศ.2551 ศึกษาต่อระดับปริญญามหาบัณฑิต สาขาการประกอบการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ.2550 – ปัจจุบัน พนักงานสายการบินแอร์ไชน่า สำนักงานกรุงเทพมหานคร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี