

## บทที่ 6 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ

ปัจจุบันค่านิยมในเรื่องความงามได้มีการสร้างนิยามอยู่หลายชุดด้วยกัน ตัวอย่างเช่น ความขาว ได้มีชุดความขาวตั้งแต่ขาวใส ขาวเนียน ขาวอมชมพู หรือเรื่องรูปร่างที่มีการให้ความหมายอันหลากหลาย เช่น ผอมบาง ได้สัดส่วน แข็งแรง เป็นต้น ที่สำคัญค่านิยมความงามได้กลายมาเป็นเครื่องมือที่มีอำนาจในการต่อรองให้กับตนเอง รวมทั้งเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้อื่นอีกด้วย นอกจากนี้สิ่งที่มีความสำคัญควบคู่กับความงามก็คือปัจจัยอื่น ๆ ที่มีบทบาทเกี่ยวข้อง เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวแปรในการให้ความหมายของความงาม และการปรับตัวไปตามบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย

ในงานวิจัยก็เช่นกัน เด็กวัยรุ่นโดยเฉพาะในวัยนิสิตนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่ในมหาวิทยาลัยได้ให้ความสนใจในเรื่องความงามค่อนข้างมาก อาจเป็นเพราะวัย สภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ และสื่อต่างๆที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้สินค้าและบริโภคความงามตามแบบนิตยสาร สิ่งที่อยู่ภายในนิตยสารทั้งหลายไม่ว่าจะเป็น แฟชั่น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ครีมโลชั่น ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง หรือแม้แต่อาหารเสริมที่ช่วยบำรุงร่างกาย ซึ่งทั้งหมดนี้ได้กำหนดวาทกรรมความงามในลักษณะที่คล้ายๆ กันคือ การมีรูปร่างดี สัดส่วน ไม่มีไขมันส่วนเกิน ไม่มีรอยเหี่ยวย่น ไม่มีตีนกา โดยวาทกรรมความงามดังกล่าวจะถูกนำมาใช้ตามแต่โอกาสและบริบทที่แตกต่างกัน

ดังนั้นในบทนี้ผู้วิจัยได้นำเสนองานในส่วน of เชิงคุณภาพ เพื่อสนับสนุนข้อมูลที่ได้จากเชิงปริมาณ และอธิบายถึงการบริโภคค่านิยมความงามจากสื่อ นิตยสาร ห้วนอก ได้อย่างชัดเจนขึ้น โดยจะแบ่งการนำเสนอออกเป็นสี่ส่วนด้วยกัน ดังนี้

1. พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเรื่องความงาม
2. อิทธิพลของค่านิยมความงามจากสื่อ นิตยสาร ห้วนอก
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคค่านิยมความงาม
4. ค่านิยมความงามกับผลกระทบที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

### 6.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเรื่องความงาม

สื่อเป็นช่องทางหนึ่งในการเผยแพร่ข่าวสารได้ดี ทุกวันนี้ได้มีการนำเสนอในเรื่องต่างๆ มากมาย รวมทั้งในเรื่องความงามในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างนิสิตหญิงที่ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าส่วนใหญ่มีช่วงอายุตั้งแต่ 17-24 ปี ถือเป็นช่วงวัยรุ่นตอนกลางและตอนปลาย ที่เป็นช่วงอายุที่มีการเปลี่ยนแปลงจากวัยรุ่นตอนต้นมาเป็นสาวเต็มตัว โดยจะเริ่มมีพฤติกรรมที่เริ่มจะให้

ความสนใจเกี่ยวกับความสวดยความงามมากขึ้น จากการศึกษาพบว่านิสิตหญิงในช่วงวัยรุ่นมีพฤติกรรมเปิดรับสื่อต่างๆดังนี้

#### 6.1.1 พฤติกรรมการเปิดรับสื่ออื่นๆ

จากการศึกษา นิสิตนักศึกษาหญิงส่วนใหญ่ มักจะเปิดรับข่าวสารจากโทรทัศน์เป็นหลัก รองลงมา ได้แก่ อินเทอร์เน็ต และนิตยสาร เนื่องมาจากสื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เข้าถึงง่ายและสามารถติดตามได้ตลอดเวลา รวมทั้งเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการบริโภคในเรื่องความงามมากที่สุด ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของภริตา ชุนเพชร (2550: 60) พบว่า โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่เราสนใจ รวมทั้งให้ความบันเทิงด้วย

“จริงๆ แล้วเรื่องความงามนี้ โทรทัศน์มีมากที่สุดเลยนะที่ พวกนี้จะมีดารานางแบบให้เราเห็นเยอะ ก็เป็นต้นแบบให้กับเราได้นะ เพลงจะชอบดูรายการต่างๆ ที่ให้ความรู้ หรือเกร็ดความงาม และรายการที่มีประโยชน์และให้สาระ เช่น รายการผู้หญิงถึงผู้หญิง ก็จะติดตามดูตลอด” (สัมภาษณ์น้องเพลง, วันที่ 12 มกราคม 2551)

“นอกจากพวกข่าวสารความงามนอกจากนิตยสารแล้ว แนนท์ก็จะดูโทรทัศน์ในห้อง เวลาว่างๆ ก็ดูได้ตลอด (สัมภาษณ์น้องแนน, วันที่ 13 มกราคม 2551)

ส่วนหนังสือพิมพ์ นิตยสาร วิทยุจะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการเลือกใช้ และนอกจากนั้น สื่อที่ได้รับความนิยมตามมา ก็คือ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลที่ง่าย สะดวก และมีความหลากหลาย ในเรื่องที่เราสนใจมากขึ้น

“ก็จะดูจากอินเทอร์เน็ต เพราะอยู่หอมีสัญญาณเน็ตถ้าจะค้นหาอะไรก็เล่นได้ตลอด แล้วมันก็มีให้ค้นเยอะด้วย” (สัมภาษณ์น้องปริม, วันที่ 11 มกราคม 2550)

“เดี๋ยวนี้ถ้าจะดูพวกความงามนะที่ ก็จะดูเปิดดูจากเว็บได้เลย เช่น พวกเว็บไซต์ต่างๆ [www.jeban.com](http://www.jeban.com) ก็จะมีพวกสอนแต่งหน้า วิธีการแก้จุดบกพร่องของหน้าหรือลบรอยสิ่ว ก็จะนำเสนอพวกผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ต่างๆ ไปด้วย” (สัมภาษณ์น้องพูกัน, วันที่ 14 มกราคม 2551)

สำหรับความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลที่มาจากสื่อแหล่งอื่นๆ นั้น ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มตัวอย่างจะใช้วิจารณญาณของตัวเอง แล้วก็ดูถึงความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลประกอบกันด้วย

“บางอย่างเค้าแนะนำว่าดี เราก็ต้องมาดูก่อนว่าจริงไหม พวกสินค้าเครื่องสำอางค์ต่างๆก็จะดูว่าจริงไหม เชื่อบ้างไม่เชื่อบ้าง ก็เชื่อ 50 : 50 ก็ใช้วิจารณญาณในการดูด้วย” (สัมภาษณ์น้องเพลง, วันที่ 12 มกราคม 2551)

“พวกการแต่งหน้าย้งนี่นะพี่ ถามว่าจะเชื่อได้หรือไม่ได้เวลาอ่านจะต้องดูจากแหล่งอ้างอิง และชื่อเสียงของผู้เขียนบทความ ก็เชื่อเป็นบางครั้ง” (สัมภาษณ์น้องปริม, วันที่ 11 มกราคม 2550)

นอกจากนั้นการได้ติดตามข่าวสารในเรื่องที่สนใจอยู่เสมอ ก็จะทำให้เราเพิ่มความสนใจในเรื่องนั้นๆ อีกด้วย

“ในความคิดเห็นส่วนตัวคิดว่า การเปิดรับสื่ออื่นน่าจะมาจาก การได้ลองดูลองอ่านมาก่อน อาจจะขอยืมเพื่อนมาอ่าน หรือ อ่านจากร้านทำผม ร้านอาหาร แล้วพอเห็นว่าน่าสนใจจึงค่อยซื้อ มาอ่านเอง ซึ่งอาจจะต้องใช้เวลาชักระยะ ที่จะเปิดรับสื่ออื่น และติดตามสื่ออื่นๆต่อไป” (สัมภาษณ์ลิลลี่, วันที่ 11 มกราคม 2550)

เมื่อพิจารณาในเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อแล้ว สรุปได้ว่า สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีผู้รับสารมากที่สุด รองลงมาก็คือ อินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ ซึ่งสื่อเหล่านี้มีความน่าเชื่อถือของข้อมูลระดับหนึ่ง อีกทั้งการติดตามอย่างสม่ำเสมอยังเป็นการเปิดรับสื่อที่ดีอีกด้วย ดังนั้นไม่เพียงแต่จะมองในมุมของการรับสื่อของตัวนิสิตนักศึกษาเพียงอย่างเดียว สื่อต่างๆ ถือเป็นตัวปัจจัยกระตุ้นอย่างหนึ่งในการเปลี่ยนแปลงค่านิยม ตลอดจนพฤติกรรมต่างๆ ของนิสิตนักศึกษา เพราะสื่อทั้งหลายพยายามมุ่งเสนอสภาพของผู้บริโภคในชีวิตประจำวัน ที่สามารถกำจัดให้หมดไปด้วยการบริโภคสินค้าจำพวกผลิตภัณฑ์เพื่อความงามต่างๆ โดยการคิดค้นของนักวิทยาศาสตร์ การเปรียบเทียบระหว่างก่อนใช้และหลังใช้สินค้า ทำให้การนำเสนอของสื่อโฆษณาเป็นเสมือนเวทีการต่อสู้ของความล้าสมัยและความทันสมัย ความไม่รู้และความรู้ หรือความเป็นธรรมชาติและความ เป็นวิทยาศาสตร์ รวมถึงเป็นการทำให้เกิดการยอมรับในสังคม สิ่งต่างๆ เหล่านี้มีการถ่ายทอดและ

ถูกผลิตซ้ำให้สามารถดำรงอยู่ได้ในสังคมภายใต้แนวคิดบริโภคนิยม (วิภาภรณ์ กอจรัญจิตต์, 2545) ดังนั้นการเปิดรับสื่อจึงควรมีวิจารณ์ญาณในการเลือกรับก่อนนำมาบริโภคจึงจะเป็นวิธีการที่ดีที่สุด

### 6.1.2 พฤติกรรมการอ่านสื่อนิตยสารหัวนอก

การอ่านนิตยสารหัวนอกฉบับภาษาไทยส่วนใหญ่ นอกจากนิตยสารหญิงจะใช้เวลาว่างในการหาซื้อมาอ่านได้ง่ายโดยทั่วไปแล้ว ยังสามารถพกพาสะดวกสามารถอ่านได้ในที่ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหอ ที่บ้าน หรือบนรถเมล์ ซึ่งนิตยสารเหล่านี้สามารถที่จะหาอ่านได้โดยไม่ต้องเสียเงินซื้อตามสถานบริการได้อีกด้วย อาทิเช่น ร้านเสริมสวย ตามแผงหนังสือที่มีอยู่ทั่วทุกหนทุกแห่ง การยืมอ่านจากญาติพี่น้องและเพื่อนๆ ตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ คลินิกลดน้ำหนัก คลินิกรักษาสิวฝ้า หรือแม้แต่ตามร้านเช่าหนังสือการ์ตูนที่มีหนังสือพวกนี้ให้เช่ารวมอยู่ด้วย เป็นต้น จากการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับนิตยสารหัวนอกฉบับภาษาไทยกับนิตินักศึกษาหญิงที่อยู่มหาวิทยาลัยต่างๆ พบว่า นิตินหญิงใช้เวลาอ่านนิตยสารโดยเฉลี่ย 1 – 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ โดยนิตยสารหัวนอกฉบับภาษาไทยที่มีนิตินหญิงอ่านมากที่สุดเรียงลงไป ก็จะได้แก่ นิตยสารคลีโอ นิตยสารแอล และนิตยสารคอสโมโพลิแทน

ถ้าเทียบในการอ่านเป็นเปอร์เซ็นต์ตลอดเล่มนิตินักศึกษาส่วนใหญ่จะอ่านนิตยสารประมาณ 70 – 80 เปอร์เซ็นต์ และจะนำมาอ่านซ้ำเรื่อยๆ ในเรื่องที่สนใจหรือหาความรู้ในเกร็ดเล็กน้อย ทั้งนี้เหตุผลในการอ่านมีความแตกต่างกันไป แล้วแต่ความชอบส่วนบุคคล อันได้แก่ เพื่อความรู้ที่กว้างขวางขึ้น เปิดมุมมองใหม่ๆ ความรู้ใหม่ๆ อ่านฆ่าเวลา อ่านเวลารู้สึกเครียด เพื่อความเพลิดเพลิน ความทันสมัยสามารถนำไปคุยกับคนอื่นได้ เพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน โดยมีเหตุผลที่ตัดสินใจในแต่ละเล่มก็ได้แก่ คอลัมน์ ประเด็นที่น่าสนใจ หน้าปก โพล แบบทดสอบ และเรื่องตลก

*“รูปแบบดึงดูดใจ น่าซื้อค่ะ เลือกคอลัมน์น่าอ่าน ประเด็นน่าอ่าน ข้อมูลเขาลึก แอลไม่ค่อยลึกหรือที่ส่วนใหญ่เป็นเสื้อผ้าล้วนๆ ต้องเทรนด์จริงๆ โคตรแพงเลย ส่วนใหญ่ที่ซื้อก็ดูคลีโอ แล้วก็มาดูแอลต่อ คลีโอที่น่าอ่าน หนูซื้อตั้งแต่ 4 หละที่ สีห้าหก ซื้อตลอดเลย ชอบอ่านมาก คือส่วนใหญ่ที่อ่านข้อมูลก็ขึ้นนะที่แต่นานๆมาซ้ำที่ แต่ว่ามันดูคน แบบสอบถามที่ไปถามมาว่าก็เปอร์เซ็นต์ผู้หญิงคิดอะไร ชอบทำแบบทดสอบ และเรื่องตลกที่จะอ่านเป็นอันดับแรก” (สัมภาษณ์น้องกาว, วันที่ 13 กรกฎาคม 2550)*

เมื่อเอ่ยถึงนิตยสารหัวนอกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษาหญิงส่วนใหญ่ จะคิดถึงแฟชั่นการแต่งกาย การแต่งหน้า ทรงผม รองเท้า นางแบบที่ลงปก และเนื้อหาของนิตยสารก็จะเป็นคำที่เขียนค่อนข้างแรงๆ ตรงๆ และรวมไปถึงเรื่องเซ็กส์ที่ปัจจุบันมีการนำเสนอค่อนข้างมากขึ้น

“คิดถึงแฟชั่นมันเลย เพราะเอามาเป็นประเด็นหลักเลย ไม่มีอะไรเลยทุกเล่มเลยที่ต้องเอาแฟชั่นมาก่อนเลย” (สัมภาษณ์น้องกาว, วันที่ 13 กรกฎาคม 2550)

“นิตยสารบางเล่มก็คุยกันได้เรื่องส่วนตัวฉันเป็นอย่างนั้น โดยเฉพาะเรื่องเซ็กส์ คืออ่านไปมันก็เหมือนกับเป็นพฤติกรรมให้ชิมชั๊บและมองเป็นเรื่องธรรมดา” (สัมภาษณ์เปิ้ล, วันที่ 16 กรกฎาคม 2550)

โดยสรุป อาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมการอ่านนิตยสารหัวนอกได้ส่งผลต่อค่านิยมความงามของนิสิตนักศึกษาในระดับหนึ่ง เราจะเห็นได้ว่านิตยสารผู้หญิงที่นำเสนอในเชิงแฟชั่นการแต่งหน้า การแต่งกายเป็นประเด็นหลัก และให้ข้อมูลสำหรับผู้หญิงจะได้รู้เท่าทันโลก รู้เท่าทันชีวิต ทว่าสิ่งที่ทำให้ให้นิตยสารอยู่ได้ก็คือ โฆษณาจากเครื่องสำอางค์ และโฆษณาอันเป็นตัวโน้มน้าวการบริโภคเพื่อให้เกิดความสวยต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้แฝงมาในเนื้อหาการนำเสนอของนิตยสารเหล่านั้น

## 6.2 อิทธิพลของค่านิยมความงามจากนิตยสารหัวนอก

ค่านิยมเป็นบรรทัดฐานหรือมาตรฐานของพฤติกรรมทั้งหลายของบุคคล กล่าวคือ ค่านิยมจะเป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรมของเราว่า บุคคลควรจะทำหรือไม่ ควรจะทำอะไร ค่านิยมจะช่วยกำหนดจุดยืนในเรื่องต่างๆ (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2526) และช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจความสนใจ รวมทั้งความตั้งใจที่จะนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมที่สอดคล้องกับค่านิยมที่ตัวเองยึดถือ ในงานวิจัยครั้งนี้ ค่านิยมความงามจากนิตยสารหัวนอก จึงเป็นเสมือนตัวช่วยกำหนดความคิดของบุคคลให้นำไปประพฤติ และปฏิบัติในชีวิตประจำวัน โดยผลจากค่านิยมดังกล่าวได้ส่งผลให้เกิดการบริโภคสินค้าความงามได้ง่ายขึ้น นิตยสารหัวนอกจึงเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่ส่งผลต่อความคิด และมาตรฐานการให้คุณค่าความงามต่อการบริโภคและวิถีชีวิตของคนในสังคมมากขึ้นตามไปด้วย

ดังนั้น เพื่อแสดงให้เห็นถึงค่านิยมความงามในด้านต่างๆ ได้อย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงได้แบ่งค่านิยมความงามเป็น 6 ประเภท อันได้แก่ ค่านิยมความงามเรื่องรูปร่าง ค่านิยมความงามเรื่อง



การแต่งกาย ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งหน้า ค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณ ค่านิยมความงามเรื่องริ้วรอย และค่านิยมความงามเรื่องบุคลิกภาพ ดังนี้

### 6.2.1 ค่านิยมความงามเรื่องรูปร่าง

ผู้หญิงจะมีความกังวลมากเกี่ยวกับรูปร่าง หรือหุ่นของตนเองเป็นอย่างมาก ความยอมถ่อมเกิดขึ้นเนื่องจากความเป็นเมืองและการแพร่กระจายของสังคมตะวันตกได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทยอย่างมากมาย ดังที่เห็นได้จากสื่อ เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือนิตยสาร ไม่เว้นในแต่ละวันจึงทำให้ค่านิยมในเรื่องรูปร่างของวัยรุ่นเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสวัฒนธรรมต่างชาติที่เข้ามา ความยอมถ่อมคือความสวยได้กลายมาเป็นปรัชญาความงามของสาวยุคใหม่ที่สนใจในรูปร่างรูปลักษณะของตนเอง (จุลณี เทียนไทย, 2549)

ประกอบกับเมื่อเห็นภาพนางแบบตามนิตยสารและสื่อโฆษณาต่าง ๆ ซ้ำซาก จึงส่งผลให้บางครั้งพฤติกรรมการกินเปลี่ยนแปลงไป อาทิเช่น การลดอาหาร การควบคุมน้ำหนักในหลายๆวิธี โดยจะสรรหาวิธีอื่นๆ ในการลดน้ำหนักตามมา ดังนั้นจึงมีกลุ่มตัวอย่างบางคนที่มีมองหาความมั่นใจจากผลิตภัณฑ์อาหารเสริมที่มีอยู่เพื่อมาดูแลรูปร่าง หรือหุ่นของตนเองให้ดูดีอยู่เสมอ

“เพื่อนหนูบางคนถึงขนาดลดอาหาร หรือใช้ยาลดน้ำหนักพวกอาหารเสริมมาช่วย เพื่อที่ตัวเองจะได้ผอมใส่เสื้อผ้าได้สวยๆ นี้อย่างในพวกดารานางแบบพวกนี้ (ชี้ในภาพโฆษณาแฟชั่น) .. อีกร้อยกัหาซื้อได้ไม่ยากด้วย...และก็จะอ้างประมาณว่าทำให้ตัวเบาขึ้น” (สัมภาษณ์เน, วันที่ 16 กรกฎาคม 2550)

นอกจากนั้นรูปร่างของนางแบบที่ผอมบาง หรือขนาดไซส์เสื้อผ้าตัวเล็กในนิตยสารก็เน้นย้ำค่านิยมความผอมนี้ได้เป็นอย่างดี

“ถ้าเวลาเราผอมเราก็จะสามารถใส่เสื้อผ้าสวยๆ ได้ เห็นไหมพี่พวกดารานางแบบ เค้ใส่อะไรก็สวยไปหมด มันทำให้กลับมามองตัวเองว่าเราอ้วนมากไปเปล่า ทั้งๆที่รู้ว่าเรากำลังพอดีแล้ว” (สัมภาษณ์น้องพุกกัน, วันที่ 14 มกราคม 2551)

“ที่ดูจากนางแบบตามหน้าโฆษณาในนิตยสารสิ บางคนผอมเกิน บางคนก็ดูดี คิดว่ามันเป็นเหมือนกระแสนิยมนะ นางแบบทุกคนต้องผอม แล้วเดี๋ยวนี้อีกมีแต่เสื้อผ้าไซส์เล็ก เสื้อผ้าพวกนี้ก็จะสวยๆ ทั้งนั้น เหมือนกับว่าเราต้องผอมถึงจะใส่เสื้อผ้านั้นได้” (สัมภาษณ์น้องฟาน, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

นอกจากนี้การมีรูปร่างที่สมส่วน สุขภาพดี ไม่ใช่ผอมแต่ดูไม่แข็งแรงก็เริ่มมีให้เห็นมากขึ้นในนิตยสาร ซึ่งจะเน้นในเรื่องของการออกกำลังกาย การกินอาหารให้ได้สารอาหารครบถ้วนเพื่อสุขภาพที่ดีและแข็งแรง ซึ่งประเด็นความสวยดังกล่าวยังขยายไปถึงอุตสาหกรรมอาหารอื่นๆ อาทิ พัฒนาเมนูกินเพื่อสวย เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ สิ่งเหล่านี้เป็นตัวช่วยทำให้ให้มีรูปร่างดี โดยผ่านการนำเสนอตามคอลัมน์ต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสื่อค่อนข้างมาก

“จริงๆ แล้วหนูคิดว่าคนที่ดูดีนั้นไม่ต้องผอมมากหรอก แต่ให้มีสุขภาพแข็งแรง อย่างเทรนด์ตอนนี้ที่มีการนำเสนอในนิตยสารมากขึ้น เราก็กินอาหารปรับใช้ได้บ้าง อย่างสมมติเรื่องสุขภาพอย่างนี้...มันก็มีคอลัมน์ที่บอกว่าการกินอาหารตามกรุ๊ปเลือดดี และก็พวกเมนูน้ำผลไม้ปั่นแยกกากก็มีประโยชน์ วิธีการออกกำลังกายกระชับสัดส่วน ก็เอามาลองใช้ ลองทำ แม้ก็จะทำให้กินบ้าง” (สัมภาษณ์น้องทิพย์, 16 กรกฎาคม 2550)

จากผลการวิจัยดังกล่าว ผู้วิจัยพบว่าผู้หญิงทุกคนต้องการผอม เพื่อจะสามารถใส่เสื้อผ้าได้ตามแฟชั่น หรือตามอย่างนางแบบ ทั้งๆ ที่รู้ตัวว่าตัวเองไม่ได้อ้วนมากนัก แต่จากการนำเสนอผ่านสื่อในเรื่องความสวยคือความผอมนั้นมียุทธวิธีอย่างมากต่อบุคคลแต่ละคน แต่อย่างไรก็ตามในสื่อนิตยสารก็พยายามเสนอภาพความสวยแบบใหม่คือ การมีสุขภาพดีโดยการกินอาหารที่ดี และการออกกำลังกายเพื่อร่างกายที่แข็งแรง เพื่อให้เกิดมุมมองใหม่ในเรื่องรูปร่าง

#### 6.2.2 ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งกาย

แฟชั่น (Fashion) เป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรม มีความเกี่ยวข้องกับค่านิยม ความคิดทัศนคติ วิถีชีวิต พฤติกรรม และสถานภาพของคนในสังคม แฟชั่นสามารถบ่งบอกถึงความแตกต่างในกลุ่มคน แต่แฟชั่นเมื่อเกิดขึ้นแล้ว ก็ย่อมจะมีการเปลี่ยนแปลงไป ไม่ช้าก็เร็ว ซึ่งวัยรุ่นกับเรื่องแฟชั่นนั้นมีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด เพราะวัยรุ่นเป็นวัยที่เปิดรับกับความเปลี่ยนแปลง เป็นวัยที่ต้องการการยอมรับจากคนใกล้ชิดหรือ ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่ถูกบอกว่าทันสมัยในสังคม (จุลณี เทียนไท, 2546)

วัยรุ่นปัจจุบันในสังคมไทยนั้นได้ให้ความสนใจและแข่งขันกันในเรื่องการแต่งกายมากขึ้น จะเห็นได้ว่าการแต่งกายถือเป็นกิจกรรมหนึ่งที่คนในสังคมให้ความสำคัญ เนื่องจากการแต่งกายเป็นสื่อที่แสดงออกถึงบุคลิกภาพและยังเป็นการบ่งบอกถึงประเภทของผู้บริโภคได้ ทำให้เห็นถึงความแตกต่างกันในการเลือกบริโภคของแต่ละบุคคลนั้นนั่นเอง (สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์,

2544) ซึ่งสอดคล้องในนิตยสารเองได้มีการนำเสนอภาพการแต่งกายที่ดูดีมีรสนิยมของกลุ่มคนประเภทต่างๆ ด้วยเช่นกัน

“อย่างพวกไฮโซในหน้านิตยสาร หรือพวกสาวออฟฟิต ก็จะมีการแต่งกายอีกแบบหนึ่ง ก็ดูค่อนข้างหรูและดูดี มันก็บอกประเภทผู้อ่านได้นะพี่ เพราะบางคนก็เอามาปรับใช้กับการแต่งตัวของเค้า” (สัมภาษณ์เปิ้ล, 16 กรกฎาคม 2550)

ในปัจจุบันการนำเสนอภาพแฟชั่นในนิตยสารหัวนอกมีค่อนข้างมาก และมีการให้ข้อมูลทันสมัยตลอดเวลา จึงทำให้การโฆษณาเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายแบบใหม่ๆ หรือการใช้ภาพดารานางแบบตามคอลัมน์ต่างๆ ล้วนแต่เป็นสิ่งดึงดูดทำให้เกิดการบริโภคสื่อในนิตยสารเป็นอย่างมาก นิสิตนักศึกษาบางคนจึงนำสิ่งเหล่านั้นมาประยุกต์หรือเลียนแบบตามนิตยสาร โดยราคาต้องไม่แพงจนเกินไปด้วย

“สาเหตุที่เลือกอ่านเพราะ ความใหม่ของข้อมูลทางด้านแฟชั่น เทรนด์การแต่งตัวที่อัปเดต การเกาะติดกระแสแฟชั่น ที่มีมากกว่านิตยสารไทย แล้วก็พวกสไตลิ่งการแต่งตัวของนางแบบมันค่อนข้างดูดีกว่า” (สัมภาษณ์น้องปริม, วันที่ 11 มกราคม 2550)

“ส่วนมากจะดูแฟชั่น อย่างเสื้อผ้ากระเปาะรองเท้า ดูจากนิตยสารเอา ถ้าอันนี้โอเคก็ค่อยไปหา คือของบางอย่างในนิตยสาร บางยี่ห้อถ้าชอบอย่างหลุยส์ ของกุชชี ของลาคอสก็ค่อยไปหาซื้อ หรือดูสไตลิ่งเพื่อหาซื้อของที่ใกล้เคียงกัน ที่สำคัญต้องไม่แพงเกินไปด้วย” (สัมภาษณ์น้องแปม, วันที่ 16 กรกฎาคม 2550)

นอกจากความทันสมัยของแฟชั่นแล้ว สื่อนิตยสารหัวนอกยังนำเสนอสิ่งที่เป็นประโยชน์ในเรื่องการแต่งกายอีกด้วย

“เราดูเสร็จแล้ว ก็มาแต่งบ้าง..บางเล่มก็จะบอกการแต่งตัวให้เกิดความน่าเชื่อถือ เช่น การสมัครงาน ก็จะบอกทั้งการแต่งตัวที่เหมาะสม หรือเทคนิคการสัมภาษณ์ไปด้วย” (สัมภาษณ์น้องทิพย์, วันที่ 16 กรกฎาคม 2550)

ดังนั้น แฟชั่นการแต่งกายในปัจจุบันจึงเป็นไปตามความต้องการบริโภคของค่านิยมในสังคมมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นนิตินักศึกษาเริ่มมีความสนใจเรื่องการแต่งกายที่ทันสมัย



เพื่อให้ทันต่อกระแสเทคโนโลยีใหม่ๆ ประกอบกับการนำเสนอภาพโฆษณาในนิตยสาร และการให้ข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ได้จริงเข้ามาเป็นตัวสำคัญในการส่งเสริมให้เกิดการบริโภค จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเหล่านั้นมีความสนใจที่จะนำไปเป็นแนวทางในการแต่งตัวตาม

### 6.2.3 ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งหน้า

การแต่งหน้าเป็นการเพิ่มเสน่ห์อย่างหนึ่งของผู้หญิง ผู้หญิงทุกคนมีความต้องการที่จะดึงดูดคนทั่วไปที่พบเห็นให้รู้สึกดีเมื่อพบปะหรือพูดคุย เมื่อพิจารณาในสื่อ นิตยสาร ห้วนอกแล้ว การแต่งหน้าหรือเครื่องสำอางค์มีการนำเสนอโฆษณาที่มีผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆ ลงค่อนข้างมาก จะเห็นได้จากผลสำรวจของโฆษณาในนิตยสารห้วนอกทั้ง 3 ฉบับ อันได้แก่ นิตยสารคลีโอ นิตยสารแอล และนิตยสารคอสโมโพลิแทน ผลสำรวจพบว่า สินค้าโฆษณาการแต่งหน้ามีการนำเสนอมากเป็นอันดับสองรองจากสินค้าประเภทอื่นๆ (อ้างอิงจากผู้วิจัย) สิ่งเหล่านั้นจึงเป็นการสะท้อนถึงความเป็นที่นิยมของผู้อ่านด้วยอย่างหนึ่ง

นิตยสารเหล่านี้มีการนำเสนอวิธีการแต่งหน้าที่หลากหลาย อันได้แก่ การแต่งหน้าในการแก้ไขจุดบกพร่อง การแต่งหน้าอ่อนๆ เมื่อออกไปข้างนอก โดยกลุ่มตัวอย่างจะดูเทคนิคการแต่งหน้าเพื่อนำมาใช้กับตัวของพวกเขาเอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกาลเทศะที่จะไปไหน รวมทั้งข้อเสนอแนะแนวทางในการแต่งหน้าที่เหมาะกับผิวพรรณของบุคคลนั้น

“ทดลองทำตาม แต่งตามบางครั้งบางอารมณ์ นอกนั้นก็จะมีสอนเทคนิคการแต่งหน้า ทำไฉนถึงจะแต่งหน้าสวยอย่างนี้ละคะ แต่พวกหนูก็จะมากันอย่างนี้ไม่ค่อยแต่งมาก ก็จะแต่งแบบอ่อนๆ แต่ดูดี ถ้าแต่งมากหน่อยก็เป็นโอกาสพิเศษไป อย่างถ้าจะไปงานบายเนียร์ก็มาแต่งกันเอง กางนิตยสารมาดูเลยที่ พวกนี้ก็จะมีสอนเหมือนกันนะ” (สัมภาษณ์น้องแปม, 16 กรกฎาคม 2550)

“เรื่องของการสอนแต่งหน้าอย่างนี้เค้าก็ไม่ได้เอามาแค่อ่านเฉยๆนะคะ ก็มีหลายวิธี ทำให้คนเราเลือกเรื่องได้ว่าแบบไหนดี นอกจากนั้นก็สอนให้คนที่อาจไม่เคยแต่งหน้าเลย ให้รู้ว่าควรทำอย่างไร ใช้อย่างไรดี หรือเทคนิคการช้อบกพร่องในหน้าเราอะ” (สัมภาษณ์น้องทิพย์, 16 กรกฎาคม 2550)

นอกจากนั้นจากผลการศึกษายังพบอีกว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ชอบการแต่งหน้าจะมีการแต่งหน้าตั้งแต่บางไปจนถึงเข้ม ทั้งนี้ตัวนิตยสารห้วนอกเองได้มีการนำเสนอเรื่องการแต่งหน้าค่อนข้างมาก และนำเสนอในลักษณะที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นการใช้เทคนิคการให้คะแนน

ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์ หรือราคาลินค้าเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ โดยจะสอดคล้อง อยู่ทั้งในบทความ คอลัมน์ต่างๆ ในสินค้าความงาม ซึ่งกลุ่มตัวอย่างจะเลือกให้เหมาะกับการ นำมาใช้ให้เข้ากับตัวเราเองตามแต่สถานการณ์นั้นๆ

“พวกเครื่องสำอางค์ พวกอะไรที่เขาจะเป็นแบบการให้คะแนน อะไรที่ดี ดูว่าราคาเท่าไร ดี แค่ไหน ก็เปอร์เซ็นต์ บางครั้งเต็ม 10 อย่างนี้ให้ 8 ให้ 9 เราก็เอออยากลองใช้ มันเป็นลักษณะ แรงจูงใจที่ทำให้เราอยากใช้ ก็ต้องดูอะไรที่เหมาะสมจะเข้ากับเราด้วย และความเป็นไปได้” (สัมภาษณ์ น้องเกด, 16 กรกฎาคม 2550)

“การแต่งหน้าของหนูจะต้องรู้ว่าจะไปไหน ถ้ามีนัดกับเพื่อนแต่งเข้มๆก็ไม่ใช่ไร ถ้าปกติ ธรรมดา ก็จะแค่ทาลิปกลอส นอกจากนั้นก็เลือกผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับตัวเราเอง ถ้าผลิตภัณฑ์ บางตัวแพงเกินไปก็ใช้เกรดลดลงมา” (สัมภาษณ์ น้องจิว, 18 กรกฎาคม 2550)

กล่าวโดยสรุป การแต่งหน้าเป็นสิ่งที่กลุ่มนิสิตนักศึกษาสนใจมากด้านหนึ่ง โดยนิตยสาร ्हวนอกมีการนำเสนอค่อนข้างมากและเทคนิควิธีการแต่งหน้าที่หลากหลาย รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะ ที่เหมาะสมกับทุกสภาพผิวและองค์ประกอบหน้าตาของแต่ละบุคคล กลุ่มตัวอย่างบางคนจะดูเป็น แบบอย่าง และนำมาปรับทดลองใช้กับตัวเองด้วย

#### 6.2.4 ค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณ

เมื่อพิจารณาค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณ ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องการทำให้ผิวขาวขึ้น นั้นยังคงระบาดอยู่ในประเทศแถบเอเชียเป็นอย่างมาก รวมทั้งในประเทศไทยเอง ผู้หญิงส่วนใหญ่ มีความต้องการให้ตัวเองมีผิวขาว นวลเนียน โดยความขาวจะได้รับการนำเสนอ และผลิตซ้ำ ต่อเนื่องมาโดยตลอดซึ่งจะเห็นได้ชัดบนสื่อโฆษณานิตยสาร्हวนอก เราอาจเจอค่านิยมความงาม ความขาวค่อนข้างมาก ถึงแม้ว่าวัยรุ่นไทยส่วนใหญ่รู้ทันโฆษณา แต่ค่านิยมผิวสวยของผู้หญิงคือ ต้องขาว และที่สำคัญต้องขาวอมชมพูแบบฝรั่งด้วย (วิภาภรณ์ กอจรัญจิตต์, 2545)

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีวิธีการบำรุงผิวที่แตกต่างกันออกไป โดยจะเน้นความ สะอาด ความชุ่มชื้น และความขาวเป็นหลักในการดูแลผิวพรรณ

“วิธีดูแลก็คือทาครีมไวท์เทนนิ่งตามปกติ ไม่มีอะไรพิเศษ ชอบให้ผิวตัวเองชุ่มชื้น แล้วก็ ขาวกว่านี้อีกหน่อย” (สัมภาษณ์น้องแนน, วันที่ 13 มกราคม 2551)

“ดูแลผิวเริ่มต้นจากการทำความสะอาดผิวหน้าให้หมดจด จากเครื่องสำอาง ล้างหน้า ทาครีมบำรุงเพิ่มความชุ่มชื้น ขอบผิวลักษณะขาวอมชมพู มันทำให้เหมือนดูสุขภาพผิวดี” (สัมภาษณ์น้องปริม, วันที่ 11 มกราคม 2550)

กลุ่มตัวอย่างมองว่าผู้หญิงที่รู้จักดูแลผิวพรรณ คือผู้หญิงสวย ผู้หญิงที่ไม่ได้ใส่ใจผิวพรรณ ของตัวเองจะไม่น่าสนใจของบุคคลอื่น รวมทั้งอาจขาดโอกาสในด้านอื่นๆ ก็เป็นไปได้ ผิวขาว เนียนใส อมชมพู จึงถูกนำเสนอให้เป็นจุดขายของผลิตภัณฑ์ความงามในนิตยสารทุกประเภท โดยเฉพาะนิตยสารหัวนอก และมักจะมีคำชวนเชื่อว่า ผู้หญิงที่มีผิวพรรณดังกล่าวจะมีโอกาส ประสบความสำเร็จมากกว่าผิวประเภทอื่น เช่น หางานได้ง่ายกว่า เป็นที่น่าสนใจของเพศตรงข้าม และก่อให้เกิดความมั่นใจตามมาด้วยเช่นกัน

“การดูแลผิวหน้า การดูแลผิวดู ก็ดูแลตลอด ซึ่งผลิตภัณฑ์ต่างๆที่นำมาใช้ก็จะดูสินค้า จากนิตยสารบ้างโดยจะเลือกสินค้าที่สามารถนำมาใช้กับตัวเราให้เข้ากับประเภทผิวเรา เพราะก็ อยากรู้อยากเห็นแล้วรู้สึกว่าจะใสเสียผ้าอะไรก็ขึ้น เกิดความมั่นใจมากขึ้นด้วย” (สัมภาษณ์น้องเปิ้ล, 17 กรกฎาคม 2550)

“คนมีผิวขาวจะได้รับความสนใจมากกว่าคนอื่น พวกหมวยๆ ลูกครั้งนี้ พี่ดูตามหน้าดารานางแบบในนิตยสารสิ ถึงแม้จะเป็นคนไทยก็เหอะ ผิวขาว ผิวเนียนกันทั้งนั้น..เขาก็ต้องบำรุงดูแลกันอย่างดีนะ หนูว่าดูแล้วเพลินตาดี เราก็เห็นตามโฆษณาโทรทัศน์ออกบ่อย หนูคิดว่าคนผิวขาว น่าจะมีโอกาสในเรื่องต่างๆ มากกว่าคนที่ผิวคล้ำนะ” (สัมภาษณ์ฟาน, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

“พี่ดูโฆษณาพอนส์ปะ ที่ผิวขาวอะ พอถึงยุคหนึ่งต้องขาวใส ขาวอมชมพู สรุปลแล้วคือถ้าคุณขาวมันก็ทำให้แบบผู้ชายหันมามอง ขนาดโฆษณายังบอกเลย เหมือนกับว่าเราควรที่จะใส่ใจตัวเองเพื่อคนอื่นจะได้มาสนใจใจ” (สัมภาษณ์กอล์ฟ, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

จากการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจะมีการดูแลผิวพรรณตลอด โดยผลิตภัณฑ์ความงาม เพื่อผิวขาวที่ลงในสื่อโฆษณานิตยสารมีอิทธิพลในเรื่องอื่นๆ ค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่อง โอกาสทางอาชีพ และความสำเร็จในอนาคต ด้วยเหตุนี้ ความขาวจึงถูกออกมาเป็นสูตรสำเร็จรูป โฆษณาตามนิตยสารต่างๆ ที่นำเสนอขายสินค้าเพื่อความขาวเหล่านี้จึงพยายามสร้างพื้นที่ในการให้ความหมายของผิวขาวไปอีกเรื่อยๆ ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ได้ถูกถ่ายทอด และผลิตซ้ำและกลายเป็นค่านิยมความงามในเรื่องผิวพรรณที่ต้องขาวตลอดไปในสังคมไทย

### 6.2.5 ค่านิยมความงามเรื่องริ้วรอย

ริ้วรอยจะปรากฏขึ้นพร้อมกับวัย และสามารถเกิดขึ้นได้แม้อยู่ในวัยรุ่น ริ้วรอยจึงเป็นเครื่องยืนยันถึงความน่าเชื่อถือและความสง่างามในการใช้ชีวิต แต่ในความเป็นจริงแล้วการปรากฏของริ้วรอยที่แม้จะเป็นเพียงเส้นบางๆ เพียงเส้นเดียวก็สามารถส่งผลกระทบต่อความสวยของเราได้ และถ้ายิ่งริ้วรอยนั้นลึกเด่นชัดมากขึ้น นั่นก็หมายถึง ภาวะที่ดูแก่ก่อนวัย [Online]. Available from: <http://variety.teenee.com>, accessed on (5 มิถุนายน 2550)

ริ้วรอยจะหายไปโดยเร็วตอนเมื่อเราอายุยังน้อย แต่เมื่อวัยเพิ่มขึ้น ริ้วรอยเหล่านี้จะยิ่งเพิ่มขึ้นและไม่สามารถกลับคืนสู่สภาพผิวเรียบเนียนได้ดังเดิม ซึ่งจะปรากฏอยู่บริเวณรอบดวงตา แก้ม และริมฝีปากริ้วรอยต่าง ๆ บนใบหน้าเกิดจากหลายสาเหตุ ทั้งอายุที่เพิ่มขึ้นตามวัย การถูกแสงแดดบ่อย ๆ ผลข้างเคียงจากการใช้เครื่องสำอางมากเกินไป ความเครียด ความวิตกกังวล และการทำงานของใบหน้าในลักษณะต่าง ๆ เช่น การขมวดคิ้ว การเลิกคิ้ว เลิกหน้ามากเป็นประจำ หรือในบางคนเมื่อยิ้มแล้วจะทำให้เกิดรอยตีนกา ด้วยเหตุนี้ผลิตภัณฑ์สินค้าที่โฆษณาตามนิตยสารหัวนอกต่างๆ จึงได้พยายามเสนอวิธีในการแก้ปัญหาเรื่องริ้วรอย ไม่ว่าจะเป็นการใช้ครีมลดริ้วรอยต่างๆ การฉีดโบท็อกซ์เข้าร่างกาย รวมทั้งการทำศัลยกรรมความงาม (นิตยสารแอล, มิถุนายน 2549)

จากการเก็บข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่กำลังเข้าสู่วัยทำงานจะมีความกังวลในเรื่องริ้วรอยมากขึ้น โดยเฉพาะริ้วรอยรอบดวงตาที่จะมีการสรรหาครีมต่างๆ เข้ามาบำรุง

*“ไม่ชอบริ้วรอยที่เกิดขึ้น เพราะตอนนี้มีริ้วรอยขึ้นบ้างแล้ว จึงให้ความสำคัญกับการดูแลริ้วรอยรอบดวงตาเป็นพิเศษ” (สัมภาษณ์น้องเพลง, วันที่ 12 มกราคม 2551)*

*“ปี 4 แล้วนะที่ รู้สึกตัวเองแก่ลงทุกวัน ไม่อยากให้มีริ้วรอยบนใบหน้า จึงต้องคอยทาครีมลดริ้วรอยมาใช้บ้าง ส่วนใหญ่ก็จะทาตามกระแส อันไหน ใครว่าดี หรือมาแรงก็จะใช้” (สัมภาษณ์น้องแนน, วันที่ 13 มกราคม 2551)*

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเรื่องริ้วรอยให้ลึกลงไปแล้ว ริ้วรอยคือความน่าเกลียด ความแก่ ซึ่งสื่อตามโฆษณามักบอกว่า ริ้วรอยบนใบหน้าผู้หญิงเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้โดยเด็ดขาด ทำให้ผู้หญิงรู้สึกยอมรับตัวเองไม่ได้เมื่อแก่ตัวขึ้น จำต้องหาผลิตภัณฑ์มากำจัดริ้วรอย ทั้งๆที่ในความเป็นจริงริ้วรอยเป็นเรื่องธรรมชาติ ตามสื่อ นิตยสารหัวนอกด้วยเช่นกันจะพยายามสร้างภาพให้

รื้อรอยดูน่ากลัวและน่าเกลียดสำหรับผู้หญิงและต้องหาครีมต่างๆ ตามโฆษณาดังกล่าวมาดูแลเปรียบเสมือนการขายสินค้าผ่านสื่อด้วยเช่นกัน

“ไอ้ยี่พี่ ตอนนี่ก็มีรื้อรอยขึ้นแล้วอะ พี่คิดดูสิตามสื่อชอบบอกว่ารื้อรอยเป็นเหมือนตัวน่าเกลียดน่ากลัว ตอนนี่นะครีมไหนที่ว่าดีลองหมด ตอนนี่ก็ดูๆ อยู่บ้าง...ตามนิตยสารก็มีโฆษณาต่างๆ ให้ชวนเชื่อและซื้อเยอะเยอะ” (สัมภาษณ์น้องเกด, 16 กรกฎาคม 2550)

ทั้งนี้ในเรื่องเกี่ยวกับรื้อรอยเป็นเรื่องเฉพาะกลุ่ม โดยมุ่งเน้นกลุ่มคนทำงานแล้ว ก็จะมีผลต่อรูปแบบและสินค้าที่ปรากฏอยู่ในสื่อนิตยสารที่อาจมีราคาค่อนข้างสูง และเน้นที่ประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ และเป็นค่านิยมที่เริ่มมีความสำคัญมากขึ้น เพราะหากรูปลักษณ์ไม่ดีก็จะมีผลต่อการดำเนินชีวิตในปัจจุบัน อย่างน้อยก็จะทำให้เกิดความไม่สบายใจขึ้นมาได้ แต่ในกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยศึกษานั้นยังอยู่ในวัยรุ่นซึ่งถือว่าห่างไกลกับเรื่องรื้อรอยค่อนข้างมาก ซึ่งจะมีบางคนที่มีเริ่มมีรื้อรอยและเริ่มดูแลบ้าง แต่ส่วนใหญ่ยังไม่มีความกังวลในเรื่องรื้อรอย

#### 6.2.6 ค่านิยมความงามเรื่องบุคลิกภาพ

ปัจจุบันนี้มีผู้ให้ความสนใจในเรื่องบุคลิกภาพกันมาก ไม่ว่าจะเป็นวงการความงามแฟชั่น ตลอดจนวงการในธุรกิจการค้าหรือแม้กระทั่งวงการศึกษาก็เห็นเหตุที่สนใจเพราะเชื่อว่าบุคลิกภาพมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ในสังคมทั้งในด้านส่วนตัวและอาชีพการงาน บุคลิกภาพที่ดีเป็นที่ชื่นชอบของคนโดยทั่วไป ทำให้สามารถสร้างความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ อย่างราบรื่น ส่งผลให้ผลประสบความสำเร็จในด้านการงานและชีวิตส่วนตัวตามไปด้วย (กนิษฐา พึ่งวร, 2543 อ้างใน ถวิล ธาราโกชน์, 2543)

ทั้งนี้ตามนิตยสารหัวนอกต่างๆ ก็ได้พยายามสอดแทรกเนื้อหาให้เห็นถึงการพัฒนาบุคลิกภาพเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของบุคคลต่างๆ ด้วยเช่นกัน

“พัฒนาบุคลิกภาพก็มีนะ เขาก็สอนเวลาเดินเวลานั่ง การแต่งตัวที่มีความน่าเชื่อถือขึ้นอย่างเช่นการสมัครงาน ก็จะมีบอกเทคนิคในการตอบสัมภาษณ์” (สัมภาษณ์น้องทิพย์, 16 กรกฎาคม 2550)

บุคลิกภาพจึงเป็นเรื่องของการปรับตัวในสังคม การวางตัว การมีมารยาทที่ดี การเดินการนั่ง กาลเทศะ การแต่งตัว ซึ่งตัวค่านิยมความงามเรื่องบุคลิกภาพนี้ ได้เหมารวมในเรื่องของความ



งามเข้าไปกับการมีบุคลิกภาพที่ดีด้วย บุคลิกภาพจึงมีความหมายมากกว่าแต่ก่อน โดยจะต้องมีรูปร่างดี มีการแต่งตัวแต่งหน้าที่ทันสมัย ทั้งหมดนี้จึงมีส่วนในการสร้างบุคลิกภาพของผู้หญิงผ่านทางสื่อ โดยเฉพาะนิตยสารหัวนอกที่มีอิทธิพลสำคัญในการเพิ่มความหมายของคำว่าบุคลิกภาพให้รวมไปถึงเรื่องความงามมากขึ้นด้วย

“ความหมายของบุคลิกภาพหรือที่ คิดว่ามันรวมหมดนะทั้งเรื่องภายใน ภายนอก การปรับตัวให้เข้ากับสังคม มีกิจกรรมายาทและรู้จัก กาลเทศะ การแต่งตัว ทุกอย่างอะ ถ้าจะให้ดีขึ้นไปกว่านี้ก็ต้องสวยและดูดี ผอม ชาวไร่อย่างนี้ เพราะมันดูน่ามอง..ซึ่งบุคลิกภาพมันก็เป็นภาพรวมอย่างบางคอลัมน์นี้เขาก็บอกว่า เธอต้องทำตัวอย่างนี้นะ หรือแต่งตัวแต่งหน้าให้ดูดี มันก็จะช่วยเสริมให้เราดูมีบุคลิกภาพที่ดีด้วยนะ” (สัมภาษณ์จิ๋ว, 17 กรกฎาคม 2550)

“นิตยสารแอล นิตยสารคลีโอก็จะเสนอพวก การปรับตัวในสังคม การวางตัวเมื่ออยู่ในสถานการณ์ต่างๆ ก็อ่านเอามาเก็บไว้เป็นความรู้ ไว้ในการพัฒนาบุคลิกภาพตัวเองเหมือนกัน” (สัมภาษณ์ลิลลี่, วันที่ 11 มกราคม 2550)

จากการวิเคราะห์เนื้อหา นิตยสารหัวนอกทั้ง 3 ฉบับ อันได้แก่ คลีโอ แอล และคอสมโพลิเทชน พบว่าแนวคิดด้านการพัฒนาบุคลิกภาพภายในนั้นมีจำนวนหนึ่ง และมักอยู่ในรูปของบทความ ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้จัดทำนิตยสารพยายามเพิ่มเติมเนื้อหาให้มีแนวคิดที่หลากหลาย เสนอวิธีการทำให้เกิดบุคลิกภาพที่ดี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้อ่านสามารถนำไปใช้ได้และมีประโยชน์ต่อตัวเองด้วย

กล่าวโดยสรุป นิตยสารหัวนอกมีอิทธิพลต่อความคิดเรื่องรูปร่าง การแต่งตัว การแต่งหน้า ผิวพรรณ ริ้วรอย และบุคลิกภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ได้รวมถึงการเลือกซื้อใช้ของต่างๆ ทั้งนี้ผู้บริโภคที่เป็นนิสิตนักศึกษาหญิงจะถูกผลักดันเข้าไปอยู่ในวงจรความสวย ความสมบูรณ์แบบ นิสิตนักศึกษาจะได้รับการแนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่จะมาแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ของร่างกาย และให้เราบริโภคสิ่งต่างๆ เหล่านี้ไม่มีที่สิ้นสุด ดังนั้นเราจึงเห็นได้ว่าสื่อ นิตยสารหัวนอกจึงเป็นตัวขยายโลกทัศน์ และปรับเปลี่ยนค่านิยมและทัศนคติของผู้บริโภค กล่าวคือ การบริโภคสินค้าความงามเหล่านั้นจึงเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการบริโภคเพิ่มมากขึ้นด้วย

### 6.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคค่านิยมความงาม

การบริโภคเป็นการเชื่อมโยงผ่านเรื่องรสนิยม ค่านิยมของคนในสังคม ผู้คนนิยมตัวเอง ผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าที่เหมาะสมกับตัวเอง ซึ่งในแต่ละสังคมก็จะต้องมีกลไกในการหล่อ

หลอมแบบแผนการบริโภคของบุคคลให้มีตรรกะของการบริโภคแบบต่างๆ (ปีแอร์ บัวดิอาร์, 1999) ความงามจึงได้พัฒนาตัวเองเป็นอำนาจชนิดหนึ่งอย่างชัดเจน อำนาจของความงามสามารถบันดาลให้เจ้าของร่างกายสามารถก้าวไปสู่ความสำเร็จในอาชีพได้ ความงามสามารถทำให้ผู้หญิงกอบโกยรายได้อันมหาศาลจากบางสาขาอาชีพ ความงามจึงถูกทำให้กลายเป็นเรื่องที่มีความสำคัญ จนถึงขั้นมีการเปรียบเทียบว่า ความงามคือชีวิตของผู้หญิง วาทกรรมดังกล่าวได้มีอำนาจ กลายเป็นแรงผลักดันให้ผู้หญิงต้องปรุงแต่งตัวเองตลอดเวลา เพื่อเพิ่มอำนาจให้กับตนเอง (อ้างแล้ว เจนรบ รักวิจิตร, 2549) โดยอิทธิพลค่านิยมความงามจะขึ้นอยู่กับปัจจัยดังต่อไปนี้

### 6.3.1 ปัจจัยจากสื่อ

สื่อมวลชนเป็นทางหนึ่งในการช่วยเผยแพร่กระจายของการบริโภคเช่นนี้ ดังเช่นการเสนอภาพเกี่ยวกับผู้หญิง โดยสื่อต่างๆ ล้วนเสนอภาพที่ไม่ตรงกับความเป็นจริง สื่อต่างๆ พยายามบอกเราว่า เรามีข้อบกพร่อง หรือไม่ตรงตามสื่อที่ต้งนิยามความสวยแบบนั้นไว้ ทั้งหมดต่างพยายามทำให้เรากลัวข้อบกพร่องและผู้ชมต่างก็เชื่อในสิ่งที่สื่อได้นำเสนอ

เนื่องจากค่านิยมความงามได้พยายามสร้างวิถีคิดเกี่ยวกับบรรทัดฐานความงามโดยการผลิตซ้ำ อำพราง และทำให้ผู้คนเชื่อว่าเป็นสิ่งปกติธรรมดาสามัญในชีวิตประจำวัน หลายคนจึงพยายามทุกวิถีทางที่จะทำตามความงามเหล่านั้น โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นหญิงที่เปราะบางและไม่สามารถทนต่อแรงของสื่อโฆษณาได้ ดังนั้นค่านิยมความงามจึงมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของผู้หญิงในสังคมค่อนข้างมาก

จากผลการศึกษาดังกล่าว ทำให้เห็นว่าผู้หญิงทุกคนมีความต้องการเป็นเจ้าของเรือนร่างที่ตรงกับมาตรฐานความงามในอุดมคติ หรือจะรักษาความงามที่พึงปรารถนานั้นไว้ควบคู่กับการมีสุขภาพดีและแข็งแรง ประเด็นนี้จึงเป็นสิ่งที่อยู่ในเรื่องของดารานักแสดง นักร้อง นางแบบและนางงามแทบทุกคน ที่ต้องทำมาหาเลี้ยงชีพโดยอาศัยรูปร่างหน้าตาและภาพลักษณ์ ซึ่งวิถีคิดเช่นนี้ได้ถ่ายทอดผ่านสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ไปยังคนธรรมดาสามัญ โดยเฉพาะกลุ่มหนุ่มสาว วัยรุ่น วัยทำงาน (อานวย พิรุณสาร, 2546) จึงจะเห็นได้ว่าความงามในยุคปัจจุบันได้ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างยิ่ง ดังนั้นค่านิยมความงามของผู้หญิงจึงถูกกล่อมเกล่าในสังคมตลอดเวลาจนกลายเป็นวาทกรรมที่ถูกกำหนดและชักจูงให้เกิดการบริโภคเพิ่มมากขึ้น

“เมื่อก่อนหนูไม่เคยรู้จักพวกสาวงามเลยนะคะ ก็คืออ่านพวกนี้ก็เลยรู้ว่าใช้ยังไงให้ถูกอะไรอย่างนี้คะ ไม่อยากเป็นคนที่ใช้ไม่เป็น เพราะเราเริ่มแต่งหน้า ก็พวกแพชั่นเสื้อผ้าแต่ก่อนก็เฉยๆไม่ค่อยสนใจอะไร แต่เดี๋ยวนี้ก็นิดนึงพอดูพวกโทรทัศน์หรือตามนิตยสารแฟชั่นต่างๆก็รู้สึกว่าจะเอนน่าสนใจดี... แต่มันชักจูงจริงๆนะ” (สัมภาษณ์น้องจิว, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

เพื่อให้เห็นมุมมองในการนำเสนอของสื่อในเรื่องความงามให้มากขึ้น จึงแบ่งประเด็น ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ข้อดี และข้อเสีย

#### ข้อดี

“ชอบดูไว้เป็นตัวอย่าง ถ้าอันไหนเป็นสิ่งที่ดีก็มาทำตาม พวกทริคส์ เคล็ดลับนำไปใช้คะ อะไอย่างนี้” (สัมภาษณ์น้องฟาน, 17 กรกฎาคม 2550)

“รู้กว้างขึ้นอะพี่ บอกไม่ถูก แล้วเนื้อหามันเขียนดีด้วย ก็แนะนำพวกเรื่องทั่วไป เพื่อน แฟน พวกแฟชั่น แบบเสื้อผ้าอะไอย่างนี้ ส่วนใหญ่ก็เรื่องทั่วไปแหละพี่” (สัมภาษณ์น้องกา, 16 กรกฎาคม 2550)

“ได้นำมาปรับใช้ เรื่อง การแต่งหน้า การดูแลผิวพรรณ อย่างเช่น การแต่งหน้าไปงาน ปาร์ตี้ การแต่งหน้าเพื่อไปสมัครงาน” (สัมภาษณ์น้องปริม, วันที่ 11 มกราคม 2550)

สรุปแล้วการบริโภคสื่อนิตยสารและสื่ออื่นๆ ในเรื่องความงาม ช่วยเปิดโลกทัศน์ ให้ได้รับ ข่าวสาร ข้อมูล ความรู้และวิทยาการใหม่ ๆ และมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการดูแลตนเองใน เบื้องต้น รวมทั้งการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวเองให้ดูดีขึ้นด้วย

#### ข้อเสีย

นอกจากข้อดีแล้ว ข้อเสียยังจะเป็นประเด็นสำคัญที่สังคมควรให้ความสนใจ เพื่อ ป้องกันปัญหาที่จะเกิดขึ้นตามมาภายหลังด้วย ผู้วิจัยจึงรวบรวมบทสัมภาษณ์ของข้อเสียจาก ความงามที่มาจากสื่อต่างๆ ดังต่อไปนี้

“พวกสินค้าความงามจะมีปัญหาตามมาถ้าหากเป็นเด็ก เพราะว่าสินค้ามีราคาแพง เป็น เด็กไฉยังไม่มีงานทำ ก็เป็นการสิ้นเปลืองซึ่งคนที่ออกเงินก็คือพ่อแม่ใช่ไหม นอกจากนั้นบางทีมัน เป็นเรื่องความคิดของฝรั่ง ก็ถ้าคนไม่มีวุฒิภาวะพอได้อ่านอย่างเรื่องเซ็กซี่อย่างนั้นคะ ก็จะถูก เปิดเผยไป” (สัมภาษณ์น้องเบิ้ล, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

“ทำให้วัฒนธรรมเสื่อม เพราะว่าวัยรุ่นต่างๆไปเลียนแบบการแต่งกายตามแบบนิตยสาร ซึ่ง บางทีมันเอามาใช้ในชีวิตจริงไม่ได้ มันคือไปโชว์ไปอย่างนี้คะ” (สัมภาษณ์น้องกอล์ฟ, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

“ที่ดูจากนางแบบสิ บางคนผอมเกิน เพราะว่ามันเป็นเหมือนกับกระแสนิยมนะ เพราะว่านางแบบเขาจะต้องผอม การแต่งกายก็อย่างเดินสยามใส่ขนมั้งค์อะไรอย่างนี้ค่ะ” (สัมภาษณ์น้องฟาน, 17 กรกฎาคม 2550)

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าว พบว่า ได้เกิดกระแสการลอกเลียนแบบโดยไร้เหตุผลและวิจารณ์ญาณ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะอยู่ในรูปแบบของความหรุหระ ฟุ้งเฟ้อ และพฤติกรรมอันขัดต่อประเพณีที่พึงงาม เช่น เรื่องเพศสัมพันธ์ ซึ่งเป็นจุดขายของนิตยสารหัวนอกอีกด้วย

### 6.3.2 ปัจจัยจากครอบครัว

นอกจากปัจจัยทางด้านสื่อที่มีอิทธิพลต่อการรับค่านิยมความงามแล้ว ครอบครัวก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดการบริโภคหรือความต้องการของผู้รับสื่อต่างๆ ด้วย เนื่องจากครอบครัวเป็นพื้นฐานที่จะทำให้เติบโตในสังคม จึงเป็นตัวชี้แนะและเป็นต้นแบบแก่การดำเนินชีวิตของวัยรุ่น ด้วยเหตุนี้ค่านิยมเหล่านั้นจึงถูกส่งผ่านมากับการแนะนำของคนอื่นๆ อันได้แก่ พ่อแม่ญาติพี่น้อง ดังนั้นอิทธิพลจากครอบครัวได้ส่งผลกระทบต่อความคิดและการนำไปปฏิบัติใช้ของวัยรุ่นอีกด้วย

“น่าจะอยู่ที่ครอบครัวด้วยนะพี่ บางทีพ่อแม่ก็เป็นผู้ชักนำให้ลูกรักสวยรักงาม อย่างแม่บางคนแต่งตัวจัดลูกก็แต่งตัวด้วย ทั้งนี้มันก็ขึ้นอยู่ที่คนนำไปใช้ด้วย” (สัมภาษณ์เกด, วันที่ 16 กรกฎาคม 2545)

วัยรุ่นเป็นวัยที่มีความต้องการทดลอง เมื่อเด็กย่างเข้าสู่วัยรุ่นก็จะเกิดการเรียนรู้แบบใหม่เกี่ยวกับร่างกายของตนเอง รวมถึงการพัฒนาการทางด้านจิตใจไปด้วย (จุลณี เทียนไทย, 2546) ทั้งนี้กลุ่มนิสิตนักศึกษาซึ่งถือเป็นกลุ่มวัยรุ่นช่วงนี้ด้วยเช่นกันจะมีความคิดเป็นของตนเอง เมื่อเกิดจากแรงกระตุ้นจากสื่อโดยอาศัยตัวต้นแบบที่มาจากพ่อและแม่ ก็จะทำให้เกิดความต้องการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตน เพื่อให้ดูมีรูปลักษณ์ภายนอกที่ดีขึ้น

จากการศึกษา พบว่า นิสิตนักศึกษาผู้หญิงบางส่วนจะได้รับแรงกดดันต่อการลดน้ำหนักและความต้องการสวยมากกว่า ทั้งนี้โดยมองข้ามประเด็นอย่างหนึ่งที่เราต้องยอมรับคือ ธรรมชาติของร่างกายของเรา บางคนอ้วนผอม หรือมีผิวขาวหรือผิวแทน ก็เนื่องมาจากกรรมพันธุ์จากพ่อแม่ครอบครัวเรา แต่ทว่าในเรื่องความสวยความงามอาจจะมาจากสิ่งแวดล้อมรอบข้างที่อยู่ภายในบ้านก็เป็นไปได้

“ที่บ้านหนูมีพี่น้องสามคน หนูเป็นคนกลาง ทั้งพี่ทั้งน้องค่อนข้างผอม หนูจะดูอวบๆ หน่อย แต่แม่หนูก็ไม่อ้วนมากนักะ มันก็เลยอยากผอมบ้าง บางทีก็ใช้พวกอาหารเสริมที่มีขายตามโฆษณาในสื่อวิทยุสาร บางทีก็อดข้าวตอนเย็นด้วย” (สัมภาษณ์พี่ชี่, วันที่ 14 มกราคม 2551)

ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Agras และ Hammer (1999) สภาพแวดล้อมของครอบครัวก็มีผลต่อการรับประทานอาหารที่ผิดปกติของนักศึกษามหาวิทยาลัย และเช่นเดียวกับการถูกวิพากษ์วิจารณ์จากสมาชิกในครอบครัวซึ่งทำให้เกิดความไม่พึงพอใจในรูปร่างก็เป็นไปได้ ดังนั้นพ่อกับแม่จึงเข้ามามีอิทธิพลในความคิดของวัยรุ่นด้วย

“พ่อแม่บางคนนะพี่ เขาก็ชอบให้ลูกเขาดูดี เริ่มแต่งตัวให้แก่เด็กๆ อย่างเด็กสมัยนี้ เต็มสยามไปหมด เห็นไหมพี่น่ารักกันทั้งนั้น เด็กพวกนั้นก็ทำตามกันหมด มันเหมือนเป็นกระแสสังคมอะ ถ้ามันโอ ... ก็มีการทำตามแบบทั้งนั้น” (สัมภาษณ์น้องร่าเริง, 15 มกราคม 2551)

### 6.3.2 ปัจจัยจากเพื่อน

เพื่อนเป็นปัจจัยหนึ่งที่เข้าถึงกันได้เร็วและง่ายที่สุด เพราะเพื่อนเป็นสิ่งสำคัญของชีวิตวัยรุ่น ยิ่งเมื่อมีการได้พูดคุยแลกเปลี่ยนหรือบอกเล่าเรื่องราวแต่ละฝ่าย และให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ก็จะช่วยส่งผลต่อความคิดของอีกคนด้วย กลุ่มนิสิตนักศึกษาหญิงที่กำลังศึกษามหาวิทยาลัยส่วนใหญ่จะมีกิจกรรมร่วมกันค่อนข้างมาก และใช้ชีวิตร่วมกันเป็นส่วนใหญ่ โดยจะเห็นได้จากการอยู่หอพักร่วมกันก็จะมีความสัมพันธ์ที่สนิทสนมกันมากขึ้น เพื่อนจึงมีผลต่อการสร้างค่านิยมพื้นฐาน ในเรื่องต่างๆ ตั้งแต่การแต่งกายตามแฟชั่น การเลียนแบบพฤติกรรม การเลือกที่จะใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตามเพื่อน เป็นต้น

“ส่วนใหญ่ถ้าอยู่ในม. (มหาวิทยาลัย) ก็จะดูพวกนิตยสารด้วยกัน ถ้าอันไหนออกใหม่หรืออินเทรนด์ เพื่อนในกลุ่มก็จะมาบอกเล่าให้ฟังกัน ก็จะแต่งตัวประยุกต์ตามแบบสื่อนั้นบ้าง” (สัมภาษณ์น้องร่าเริง, 15 มกราคม 2551)

จึงเห็นได้ว่า เพื่อนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างหนึ่งในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ ของวัยรุ่น รวมทั้งการถ่ายทอดค่านิยม แฟชั่น การแต่งกาย การฟังเพลง ภาษาที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันในกลุ่ม ฯลฯ การไปมาหาสู่กันและกัน รวมทั้งเรื่องรูปลักษณ์ความงามจากสื่อที่เป็น



ตัวกลางสำคัญในการรับ – ส่งค่านิยมความงามให้แก่กัน ซึ่งจะสร้างแรงกดดันให้เกิดกับตัวบุคคลได้

“หนูคิดว่าส่งผลนะทำให้คนซื้อตามมากเลย คือบางอย่างหนูคิดว่าพวกเพื่อนก็เอามาจากพวกนิตยสารพวกนี้แหละ พอเพื่อนเอามาเราก็ตามเพื่อนยังนั่นอะคะ คือแบบมีอะไรใหม่ๆ ก็ลองใช้ลองทดสอบ ก็ตามๆ กันไป” (สัมภาษณ์น้องจ๊อบ, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

นอกจากนี้ถ้าเราอยู่ในกลุ่มเพื่อนที่มีหุ่นดี รักสวยรักงาม แล้วได้นำตนเองไปเปรียบเทียบกับเพื่อนว่าเรามีรูปร่างไม่ดีตามแบบเขา ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางด้านลบต่อตัวเอง จากการศึกษาพบว่า เพื่อนได้สร้างความรู้สึกแยะ ความรู้สึกด้อยค่าที่ไม่ดีต่อตัวเอง เมื่อเป็นเช่นนี้แล้วเราจึงพยายามในการปรุงแต่งร่างกายต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตัว การแต่งหน้า หรือการใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อให้ตัวเองดูดีขึ้น และไม่เขยหรือล้าสมัยจนเกินไป จึงจะทำให้ตัวเองสามารถอยู่ในกลุ่มเพื่อนได้ รวมไปถึงการเป็นที่ยอมรับของคนอื่นด้วย

“ก็ต้องแต่งตัวบ้าง ถึงแม้จะไม่อินเทรนด์จำ เพราะว่าข้อจำกัดอื่นๆ เช่น เรื่องเงิน (หัวเราะ) ก็ไม่ถึงกับไม่แต่งหน้าทาปากเลยนะที่ เป็นธรรมดา แต่งอ่อนๆ ทาแป้ง ทาลิปกลอส ตัวเองดูเองจะดูสดชื่นด้วย ว่าหน้าตาตัวเองก็ดูดี หรือไม่ก็เพื่อนจะไม่ประณามว่าเป็นป้า” (สัมภาษณ์น้องแนท , วันที่ 13 มกราคม 2551)

กล่าวโดยสรุป เพื่อนจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อค่านิยมความงาม โดยเฉพาะในช่วงวัยรุ่น เพื่อนจะมีความสำคัญต่อตนเองค่อนข้างมาก รวมทั้งเป็นการถ่ายทอดค่านิยมความงามได้ดีกว่า นอกจากนี้ค่านิยมความงามที่มาจากเพื่อนเฉพาะกลุ่มจะมีแนวโน้มในการเลียนแบบหรือกำหนดค่านิยมความงามดังกล่าวได้อย่างง่ายอีกด้วย

#### 6.4 ค่านิยมความงามกับผลกระทบที่เกิดขึ้นในสังคมไทย

จากผลการวิจัยดังกล่าวข้างต้น ทำให้เราได้เห็นมุมมองความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อค่านิยมความงามในด้านต่างๆ ได้กว้างมากขึ้น ทั้งส่วนของนิสิตนักศึกษาที่มีต่อค่านิยมความงามจากสื่อ นิตยสาร หุ่นอก และการนำเสนอเนื้อหาของสื่อ นิตยสารรวมทั้งแนวคิดของบรรณาธิการแต่ละฉบับอีกด้วย สื่อ นิตยสารจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างค่านิยม ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบและพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งหมดนี้จึงมีความเชื่อมโยงกันค่อนข้างมาก

ในส่วนนี้ผู้วิจัยจึงต้องการนำเสนอเกี่ยวกับค่านิยมความงามกับผลกระทบที่เกิดขึ้นในสังคมไทย อันเนื่องมาจากแนวโน้มของการบริโภคสินค้าความงามและการนำเสนอของสื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับความงามที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่านิยมความงาม และจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่างๆ ตามมาเช่นกัน ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจภาพเกี่ยวกับผลกระทบอย่างชัดเจน ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นในการนำเสนอออกเป็น 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

- 1) ผลกระทบเชิงบวก
- 2) ผลกระทบเชิงลบ

#### 6.4.1 ผลกระทบเชิงบวก

สื่อและโฆษณาส่วนใหญ่ได้พยายามเน้นถึงความสำคัญของความงาม การได้รับสารในปริมาณมากและบ่อยๆ ทำให้เกิดค่านิยมความงามตามสิ่งที่โฆษณابอก โดยการสร้างคุณค่าของความงามให้ผูกติดกับนางแบบโฆษณา ดารา บุคคลที่ประสบความสำเร็จในแวดวงต่างๆ หรือบุคคลที่อยู่ในสังคมชั้นสูง สื่อและโฆษณาดังกล่าวจึงเป็นตัวสร้างภาพในอุดมคติของผู้หญิงหลายคน ไม่ว่าจะเป็ความสวยงาม การประสบความสำเร็จในอาชีพ การเลื่อนชั้นทางสังคม ซึ่งสิ่งทั้งหลายเหล่านี้ล้วนแต่เป็นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าความงามทั้งสิ้น

เราอาจปฏิเสธไม่ได้ว่าผู้หญิงมีนิสัยรักสวยรักงามกันทุกคน กลุ่มตัวอย่างก็เช่นกันก็มีความต้องการสวย ความสวยงามจึงเข้ามาเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งในการดำเนินชีวิตของวัยรุ่นไทยในทุกวันนี้ ซึ่งรวมถึงการมีโอกาสในเรื่องอื่นๆ ตามมาด้วย

ดังนั้นเมื่อมีการนำเสนอสินค้าต่างๆ ที่แก้ไขปัญหาคือขบพร่องในร่างกายและทำให้เราดูดีขึ้น จึงทำให้เกิดการทดลองและนำมาปรับใช้ให้เข้ากับตัวเอง สิ่งเหล่านี้จึงทำให้สื่อเข้ามามีอิทธิพลต่อตัวเองด้วย

“ถ้าเรามีปัญหาทางด้านจุดนี้อยู่แล้วและไปเจอผลิตภัณฑ์ที่เราคิดว่าเราอยากจะทำก็อันนั้นถ้าเราซื้อมาลองมันเรียกว่ามีอิทธิพลกับเราเนอะ มันก็ขึ้นอยู่กับแต่ละคน มันขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละคน บางครั้งเขาก็แบบอาจจะเป็นอิทธิพลการลอกเลียนแบบ อิทธิพลการทำตามด้วย เขาคิดว่าเป็นหนังสือเขาก็ไม่ได้บอกใจ ว่ามันก็บอกไม่ได้อยู่แล้วว่ามันดีหรือไม่ดี แต่ก็ขึ้นอยู่กับคนที่นำมาปรับใช้” (สัมภาษณ์น้องแนนท์, วันที่ 13 มกราคม 2551)

เราจะเห็นได้ว่าปัจจุบันมีการโฆษณาสินค้าชวนเชื่อให้เกิดการบริโภคสินค้าความงามต่างๆ ในสื่อนิยายสารพันนอกมากขึ้น ซึ่งก่อให้เกิดความต้องการสิ่งของเหล่านั้นมากขึ้น แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับตัวบุคคลในการเลือกใช้สินค้าตามด้วย

“ไม่ได้ซื้อตาม ต้องเลือกรับสิ่งที่ดีที่เขาต้องการจะให้เราจริงๆ แต่เราดันไปรับสิ่งที่กลายเป็นค่านิยมที่ทำให้เกิดความฟุ่มเฟือย คือต้องเลือกรับ ขึ้นอยู่กับตัวคนมากกว่าเรื่องพวกนี้ เดี่ยวเพื่อนจะไม่คบจะด้อยกว่า มันก็เป็นปัญหาไป คนก็ไม่ได้มองว่าตัวคนคนที่ เป็นปัญหา แต่มองว่าเพราะสื่อเพราะอะไร เพราะสื่อทำให้เกิดปัญหา” (สัมภาษณ์น้องรำเริง, 15 มกราคม 2551)

ดังนั้น ถ้าพิจารณาดูให้ดีแล้ว ผลกระทบที่เกิดขึ้นไม่ได้ส่งผลกระทบต่อสังคมโดยตรง แต่ส่งผลกระทบต่อตัวเราเองมากกว่า ซึ่งขึ้นอยู่กับตัวเราในการไปปรับใช้ให้สอดคล้องกับสังคมและค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับวิจรรย์ญาณในการรับข่าวสารด้วยเช่นกัน

นอกจากนี้ประโยชน์จากการรับสื่อนิยายสารไม่เพียงแต่มีมุมมองเรื่องความงามอย่างเดียว ความสัมพันธ์กับผู้อื่น รวมทั้งความคิดเห็นต่างๆ ที่ได้มาจากการสำรวจความคิดเห็นของโพลหรือผลการวิจัยอื่นๆ อีกด้วย สิ่งเหล่านี้ได้นำไปสู่ความเข้าใจในตัวคนนั้น และเป็นการเพิ่มมุมมองความคิดที่หลากหลาย รวมทั้งเป็นการจำลองเหตุการณ์ในการแก้ปัญหาด้วย

“ในลักษณะความสัมพันธ์กับคนอื่นด้วย คือในลักษณะดูว่าอยากรู้มุมมองมันอาจจะเหนือกว่าสิ่งที่เราคิดหรืออาจจะคิดไม่ถึง หรือว่ามองข้ามไป แต่ว่าหลายๆคนอาจให้ความสำคัญกับจุดนี้ เหมือนกับว่าเราจะได้อะไรบ้าง เราจะได้อยู่ได้โดยยังไงวิธีไหน การคิด การดำรงชีวิต อย่างบางที่เราไม่รู้ว่าจะอย่างนี้ สมมติเราเห็นสีชมพูนี้เราคิดว่ามันหวาน แต่ถ้าผู้ชายเห็นเราไม่รู้ เราเดินเข้าไปถามเขาว่ามีความคิดเห็นยังไงต่อสีชมพูเขาไม่ตอบหรอก แต่ว่าในหนังสือนี้เหมือนเก็บแบบสอบถามเขาไปโพลอะไรมา เราก็อ้อ คิดยังงี้หรือ เวลาไปพูดไปคุยกับผู้ชายเราจะได้ไม่เน้นสีชมพูไปประมาณนั้น” (สัมภาษณ์น้องจิบ, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

“แนวคิดสำคัญสุด ฟังเรื่องคนอื่น แบบนี้คนอื่นคิดเห็นกันยังไง หรือว่ามีการเล่าเรื่องส่วนบุคคลในนิยายสารว่าแบบนี้เกิดขึ้นแล้วคนนี่คิดยังไง แล้วก็หันกลับมาย้อนถามตัวเราเองว่าถ้าเรื่องแบบนี้เกิดขึ้นกับเราเราจะคิดยังไง” (สัมภาษณ์พิชชี, วันที่ 14 มกราคม 2551)

#### 6.4.2 ผลกระทบเชิงลบ

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าวัยรุ่นเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลง และรับค่านิยมต่างๆ ได้ง่าย ดังนั้น

การบริโภควัฒนธรรมที่แฝงมากับนิตยสารเหล่านั้นจึงไม่ใช่เรื่องยากที่ทำให้เกิดการบริโภคสิ่งต่างๆ ที่อยู่ในนิตยสาร ทั้งนี้สิ่งเหล่านี้ได้สะท้อนอยู่ในเนื้อหาภายในนิตยสาร ไม่ว่าจะเป็น ค่านิยมการบริโภคสินค้าจากต่างประเทศ ค่านิยมความฟุ้งเฟ้อ หรือค่านิยมการประพฤติปฏิบัติที่ขัดกับวัฒนธรรมไทย อย่างเช่น การแต่งกายที่ไม่เหมาะสมกับสังคมไทย หรือการมีเพศสัมพันธ์ก่อนการแต่งงาน ดังนั้นสื่อ นิตยสารจึงมีอิทธิพลต่อความคิด ความเชื่อ และการกระทำของผู้บริโภคด้วย

“หนูคิดว่าส่งผลนะทำให้คนซื้อตามมากเลย แล้ว ตามเพื่อนยังนั่นอะคะ คือแบบมอะไรใหม่ๆ ก็ลองใช้ลองทดสอบ ไม่มีหนังสือก็ส่งผลไม่มีหนังสือก็ส่งผล” (สัมภาษณ์เกด, วันที่ 16 กรกฎาคม 2545)

เมื่อพิจารณาในมุมมองเกี่ยวกับวัฒนธรรมแล้ว กลุ่มตัวอย่างหลายคนให้แง่คิดในเรื่องวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไปที่หลากหลาย ดังต่อไปนี้

“วัฒนธรรมเสื่อมใหม่ ... คือถ้ามองโดยสังคมส่วนรวมนะคะ นิตยสารพวกนี้ไม่ได้ทำให้สังคมเสื่อมนะ เขาไม่ได้ทำหอก คนที่รับมาเองต่างหากที่เป็นคนทำ อย่างเช่นเรื่องแฟชั่นอย่างนี้ โอเคบางครั้งในเมืองนอกวัฒนธรรมเขารับได้ในเรื่องนี้ แต่เด็กเราเอามาปรับใช้ ถามว่า โอเคเข้าใจว่าทำตามเขา แต่เด็กอาจจะลืมไปว่า Generation ที่อยู่นี้ มันยังมีรุ่นพ่อรุ่นแม่รุ่นปู่ที่เขายังรับไม่ได้กับสื่อพวกนี้ ก็ชื่อของเกินตัว จริงๆ แล้วมันก็ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลนะ” (สัมภาษณ์น้องเป็ด, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

“วัฒนธรรมเสื่อมใหม่...เสื่อม เพราะว่าวัยรุ่นทุกๆ ไปเลียนแบบการแต่งกายตามแบบนิตยสาร ซึ่งบางทีมันเอามาใช้ในชีวิตจริงไม่ได้ มันคือไปเวอร์ไปอย่างนี้คะ” (สัมภาษณ์พิชชี, วันที่ 14 มกราคม 2551)

“คือบางคนไม่คิดไง บางทีการตามแฟชั่นเกินไปจนไม่รู้กาลเทศะ คิดว่าไม่ทำให้เสื่อม แต่เป็นที่ตัวเราทำให้เสื่อมมากกว่า” (สัมภาษณ์น้องกอล์ฟ, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

นอกจากนั้นการนำเสนอของนิตยสารบางเล่มก่อให้เกิดการซึมซับพฤติกรรม และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของวัยรุ่นด้วยเช่นกัน

“นิตยสารบางเล่มก็จะเน้นในเรื่องการแต่งตัวเรื่องความงามเน้นความคิดของผู้หญิง ล้วนๆนะ เป็นนิตยสารที่เปิดเผยเนอะ เป็นแนวคิดของฝรั่งนะ ที่คุยกันได้เรื่องส่วนตัวฉันเป็นอย่าง นี้อย่างนั้น โดยเฉพาะเรื่องเซ็กส์ คืออ่านไปมันก็เหมือนกับเป็นพฤติกรรมให้ชิมชั๊บและมองเป็น เรื่องธรรมดา เหมือนกับรูปเหมือนกันรูปที่แจกเป็นใบปลิวมือถือนะ ซึ่งหลายๆเรื่องพวกนี้มีกันเยอะ เด็กๆก็มองเป็นเรื่องธรรมดาก็ไม่ผิดปกติไม่มีปัญหาอะไร แล้วก็ถ้าจะมองคบใครก็เป็นธรรมดา ก็เห็นจนชินอะไรอย่างนี้ค่ะ แต่เมื่อก่อนไม่มี เหมือนว่าคนอ่านก็คงจะรู้สึกเหมือนกันว่าอ่านๆไปเรื่อยๆไม่มีอะไร ก็ชิมชั๊บพฤติกรรมได้” (สัมภาษณ์น้องเปิ้ล, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

นอกจากนั้นเรื่องเพศสัมพันธ์ได้กลายเป็นปัญหาสำคัญของการเลียนแบบจากการบริโภค สื่อนิตยสารอีกด้วย

“อย่างคอลัมน์เรื่องอย่างนั้นเลย เรื่องเซ็กส์ ตรงเกิน มันถามบางครั้งก็เจาะลึกเกิน ซึ่งคนไทยเขาดูแล้วเขาก็ถือเกี่ยวกับเรื่องอย่างนี้ค่ะ ไม่ค่อยให้เด็กรู้อะไรมากมายเกี่ยวกับเรื่องอย่างนี้ และก็เรื่องการแต่งกายแฟชั่นนี้แหละค่ะ อย่างที่บอกมันคือนิตยสารหัวนอกนี่ไงคะ เขาเรียกว่าคือ การนำเสนอของเขาแบบว่ามันเต็มที่เลยคะ เขาเปิดเสรีแต่เรายังปิดกั้นในเรื่องบางเรื่องอยู่ อย่าง แฟชั่นบางอย่างเข้ามาแต่เรายังรับไม่ได้ ส่วนมากจะเป็นทางผู้ใหญ่ที่เรารับไม่ได้ มากไปไปเกิน เปรียบเทียบกับนิตยสารของไทยไม่ค่อยจะมีภาพแบบนี้” (สัมภาษณ์เน, วันที่ 16 กรกฎาคม 2550)

“คอสมอแค่อ่านก็... รู้หมดเลย ไม่ค่อยมีแฟชั่นอะไรมากมาย ก็เคยอ่านไง ใ้อโฮ..เกินไป เรื่องบนเตียงเยอะมาก โคตรเยอะ มีเกือบหมดเล่มเลย ขนาดแค่พยากรณ์ทำนายยังมีเรื่องนั้นเลย คือมองออกเลยส่วนใหญ่ก็จะเป็นพวกแต่งงานแล้วหรือไม่ก็วัยทำงาน ที่แบบมีแฟนแล้วจะรู้แบบ พวกไม่รู้ก็จะรู้” (สัมภาษณ์น้องกอล์ฟ, วันที่ 17 กรกฎาคม 2550)

ในมุมมองของความฟุ่มเฟือยในการบริโภคนิตยสาร กลุ่มตัวอย่างหลายคนคิดว่าไม่ค่อย ฟุ่มเฟือยมากนัก เพราะเนื่องจากจะเลือกรับในเรื่องที่สนใจ

“ฟุ่มเฟือย ก็ไม่มากนักนะที่ ส่วนใหญ่ก็เป็นพวกข้างในหนังสือมันนะให้ฟุ่มเฟือย ก็จริงๆอะที่ สรุไป ไม่เข้าข้างมันไง มันก็มีดีมีไม่ดี แต่แอลไม่ได้ซื้อตามนะ มันแพงมาก พวกเทรนด์มันจริงๆ แต่ซื้อมาดูเข้าใจอย่างนี้เฉยๆ” (สัมภาษณ์น้องทิพย์, 16 กรกฎาคม 2550)



“ฟุ่มเฟือยเหวอ ไม่เลย ไม่ได้ซื้ออะไรตามเขา ต้องเลือกให้เหมาะกับตัวเราด้วย ต้องดูด้วยว่าฐานะทางการเงินหรือหลายๆอย่างมันพร้อมแค่ไหน เด็กบางคนฐานะที่บ้านอาจจะมั่งคั่งก็ทำได้ทุกอย่าง แต่เด็กบางคนอาจจะพยายามตามเพื่อนก็นั่นแหละ ก็จะกลายเป็นปัญหาไปซะจริงๆแล้วทำไมไม่มองในมุมกลับกันบ้างว่าเด็กบางคนก็อ่านเขาก็ไม่เห็นจะเป็นอะไรจริงๆพวกนี้มันขึ้นอยู่กับคนมากกว่ารับหรือไม่รับ” (สัมภาษณ์เน, วันที่ 16 กรกฎาคม 2550)

“ฟุ่มเฟือยใหม่ ก็อย่างตอนแรกก็บอกว่าเราไม่ได้ซื้อทุกเล่มที่ออกมา เราจะซื้อเฉพาะที่เราสนใจ พวกสินค้านี้คิดว่าส่วนมากเป็นสิ่งที่ใช้ในชีวิตประจำวันอยู่แล้ว ก็ไม่ถือว่าเป็นสิ่งที่ทำให้เราฟุ่มเฟือย แต่ก็เลือก ก็เหมือนกับการที่ให้ความมั่นใจเรามากขึ้นว่าน่าลอง” (สัมภาษณ์ลิลลี่, วันที่ 11 มกราคม 2550)

กล่าวโดยสรุป ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าความงามและการรับเอาค่านิยมวัฒนธรรมต่างๆ เข้ามา ผลที่เกิดขึ้นมีทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการเลือกเอานำมาใช้และปรับเข้ากับตัวเองมากกว่าการเชื่อในสิ่งที่นิตยสารบอกในทันที แต่ทว่าการบริโภควัฒนธรรมเหล่านี้ก็ยังคงเป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องมาถึงค่านิยมในเชิงลบค่อนข้างมาก ดังนั้นในมุมมองของผู้วิจัยคิดว่า สิ่งที่ได้จากผลกระทบดังกล่าวจะช่วยทำให้เกิดแนวทางในการแก้ไขปัญหาหรือรู้เท่าทันความคิดในการจัดการกับสิ่งต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นต่อค่านิยม และวัฒนธรรมไทยในอนาคต

## สรุป

ในส่วนนี้มุ่งศึกษาในส่วนของอิทธิพลของค่านิยมความงามที่ส่งผลต่อผู้บริโภค โดยศึกษาในประเด็นได้แก่ พฤติกรรมการเปิดรับสื่อเรื่องความงาม จากสื่ออื่นๆ และสื่อนิตยสารหัวนอก และได้นำมาวิเคราะห์แยกประเด็นในทหเรื่อง อันได้แก่เรื่องค่านิยมความงามเรื่องรูปร่าง ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งกาย ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งหน้า ค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณ ค่านิยมความงามเรื่องริ้วรอย และค่านิยมความงามเรื่องบุคลิกภาพ พบว่ามีเพียงค่านิยมความงามบางอย่างที่ส่งผลต่อผู้บริโภคโดยตรง โดยเฉพาะค่านิยมในเรื่องการแต่งกาย และการแต่งหน้าที่มีการนำเสนอผ่านสื่อโฆษณา หรือรูปภาพแฟชั่น สิ่งต่างๆเหล่านี้จึงเป็นเครื่องมือในการตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นยังได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการบริโภคค่านิยมความงามและพบว่า สื่อเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคสินค้าความงามมากที่สุด รองลงมาได้แก่ตัวเอง ครอบครัว และเพื่อนที่ถ่ายทอดค่านิยมความงามให้เกิด ทั้งนี้จากผลการวิจัยดังกล่าวก่อให้เกิดค่านิยมความงามที่ส่งผลกระทบต่อสังคมไทยตามมา อันได้แก่

ผลกระทบเชิงบวก และผลกระทบเชิงลบ ซึ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นเหล่านี้จะเป็นแนวทางในการ  
แก้ไขปัญหาหรือรู้เท่าทันความคิดในการมาจัดการกับสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นต่อค่านิยม และ  
วัฒนธรรมไทยในอนาคต