

ปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องสวชนอายุ

ปริญญานิพนธ์
ของ
สิระยา สัมมาวาจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษาดุชนบัญญัติ สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์
พฤษภาคม 2550

ปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องสวชนอายุ

ปริญญานิพนธ์

ของ

สิระยา สัมมาวาจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษาดุขปฏิบัติ สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์

พฤษภาคม 2550

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องสวชนอายุ

บทคัดย่อ

ของ

สิระยา สัมมาวาจ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาการศึกษาดุขบัญญัติ สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์

พฤษภาคม 2550

สิระยา สัมมาวาจ. (2550). *ปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องสวयช่อนอายุ*. ปริญญาพนธ์ กศ.ด.

(พัฒนศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

คณะกรรมการควบคุม: รองศาสตราจารย์ ดร. นภาพร ะวะวานนท์,

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรภูมิ ปัดไธสง, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล.

การวิจัยเรื่องปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุนี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะเผยให้เห็นว่าความจริงเรื่องสวยช่อนอายุเป็นความจริงที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ ที่ผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่คู่อยู่กับความเป็นผู้หญิง และความสาวสวยเป็นสิ่งที่แสดงคุณค่าของผู้หญิง ผู้หญิงจึงต้องรักษาร่างกายและถูกทำให้เชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ ผู้หญิงจึงต้องแสวงหาแนวทางในการดูแลรักษารูปลักษณ์ของตนเองมิให้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัย เพื่อคงไว้ซึ่งความสาวและดูอ่อนเยาว์กว่าวัย เพื่อแสดงตัวตนและคุณค่าของตนเองผ่านความงาม ซึ่งระบบทุนนิยมได้ใช้ร่างกายของผู้หญิงเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทางการค้าในธุรกิจเกี่ยวกับความงาม โดยใช้กลไกในการสื่อความหมายนำเสนอภาพของผู้หญิงที่สาวสวยอ่อนเยาว์กว่าวัยจริงและทางเลือกในการจัดการความงามผ่านสื่อต่าง ๆ กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงร่างกายตนเองให้เป็นไปตามภาพร่างในอุดมคติ ส่วนภาคปฏิบัติการในการสร้างความงามแบบสวยช่อนอายุเป็นปฏิบัติการโดยใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ซึ่งกระทำผ่านผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามประเภทต่าง ๆ ที่ทำให้ร่างกายของผู้หญิงถูกลดทอนลงเป็นเพียงวัตถุที่ถูกสร้างเสริมเติมแต่งหรือเป็นวัตถุที่จัดกระทำได้ภายใต้อำนาจของความรู้ การคลี่คลายให้เห็นภาคปฏิบัติการของวาทกรรมจะช่วยให้ผู้หญิงเกิดความตระหนักและรู้เท่าทันมายาคติที่สร้างความสำคัญในเรื่องความสวยงามของรูปลักษณ์ภายนอกทำให้ผู้หญิงหมกมุ่นในเรื่องของการบริโภคเพื่อดูแลบำรุงรักษาตัวเองเพื่อคงไว้ซึ่งความเป็นสาวสวยและต่อต้านการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติแห่งวัย จนเบียดบังการแสดงความสามารถและศักยภาพในด้านอื่น ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีของผู้หญิง

THE CONSTRUCTION OF REALITY
OF BEAUTIFUL AND YOUTHFUL BODY PERFORMING

ABSTRACT
BY
SIRAYA SUMMAWART

Presented in Partial Fulfillment of Requirements for the
Doctor of Education Degree in Development Education
at Srinakharinwirot University

May 2007

Siraya Summawart. (2007). *The Construction of Reality of Beautiful and Youthful Body Performing*. Dissertation, Ed.D.(Development Education).Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assoc.Prof.Dr.Napaporn Havanon, Assist. Prof. Dr. Pensiri Jeradechakul, Assist. Prof. Dr. Surawut Pudthaisong.

The purpose of this research is to reveal that the reality of beautiful and youthful body performing was constructed under patriarchy ideology. Women were compelled to believe that the beautiful and youthful body was their important characteristic. At the same time, the beautiful body could be managed. The discourse emphasis women for body maintenance in order to prolong their youthful body. Under capitalism ideology women's body was threatened as object of beauty business. Beautiful and youthful models in the advertisement and mass media stimulating women's needs to change and construct their body in according with the ideal models. In addition to the context of consumer society, docile women's body was threatened to be object for beauty constructed by the power of medical knowledge. Using discourse analysis, this research reveals how the reality of beautiful and youthful body performing was constructed by the beauty myth.

ปริญญานิพนธ์
เรื่อง
ปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องสวयชอนอายุ
ของ
สิระยา สัมมาวาจ

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)
วันที่.....เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2550

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน

.....ประธาน

(รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร หะวานนท์)

(รองศาสตราจารย์ ณรงค์ พ่วงพิศ)

.....กรรมการ

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุรุจ รัตนา)

(รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร หะวานนท์)

.....กรรมการ

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรุจ รัตนา)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญสิริ จีระเดชากุล)

.....กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์เรื่องปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องสวชนอายุนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วย ความช่วยเหลือและกำลังใจของบุคคลหลายท่าน ขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. นภาพร ณะวานนท์ ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศิริ จีระเดชากุล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรวิทย์ ปัดโธสง กรรมการผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ที่กรุณาเสียสละเวลาในการสอน ให้แนวคิดและแนะนำมาโดยตลอด ซึ่งถ้าไม่ได้รับความกรุณาและให้โอกาสจากอาจารย์แล้วงานวิจัยเรื่องนี้คงไม่มีทางสำเร็จลุล่วงได้ ผู้วิจัยจึงมีความซาบซึ้งใจในพระคุณของอาจารย์ทั้งสามท่านเป็นอย่างยิ่ง ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ณรงค์ พ่วงพิศและผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์ที่กรุณาเป็นกรรมการในการสอบและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ทำให้งานวิจัยเรื่องนี้สมบูรณ์ขึ้น

นอกจากนั้นยังมีผู้บังคับบัญชาที่เคารพรักยิ่ง คือ รองศาสตราจารย์สุภาณี เสนาดีสัย อดีตหัวหน้าภาควิชาพยาบาลศาสตร์ที่กรุณาให้การสนับสนุน ให้โอกาสและกำลังใจในการศึกษามาโดยตลอด เพื่อนร่วมงานที่งานการพยาบาลศัลยศาสตร์ฯ ที่ให้ความร่วมมือในการทำงาน และเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยในการทำงานและการศึกษาครั้งนี้ โดยเฉพาะอาจารย์ศศิธร เจริญบุญธรรม และอาจารย์พจณี รอดจินดา ที่ช่วยเหลือรับภาระงานหนักแทนในบางช่วงเวลาที่ผู้วิจัยต้องใช้เวลาในการศึกษา ทำให้งานในความรับผิดชอบสำเร็จลุล่วงมาได้ด้วยดีตลอด แม้แต่แหล่งสนับสนุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งผู้วิจัยไปติดต่อขอความช่วยเหลือก็ได้รับความร่วมมือด้วยดีเสมอ โดยเฉพาะผู้ให้ตัวบททั้งหมดในการวิจัยครั้งนี้ที่ให้ข้อมูลอย่างเต็มใจทำให้ผู้วิจัยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลได้ทันในระยะเวลาอันจำกัด

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้พบเพื่อนร่วมทุกข์ร่วมสุขที่คอยดูแลช่วยเหลือและให้กำลังใจซึ่งกันและกันตลอดระยะเวลาการศึกษา คือ อาจารย์บุญทิพย์ สุริยวงศ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พรพรณิดา เหล่าพงศ์ศักดิ์ รองศาสตราจารย์ณัฐกฤต ดิษฐวิรุฬห์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์นพพร จันทรนาท และเพื่อนร่วมรุ่นที่ทำให้รู้สึกว่ามีมิตรภาพเป็นสิ่งที่มีความหมาย ขอกราบขอบพระคุณญาติสนิทคือพี่ไฉไลและพันทิพย์ พงศ์กระวี พี่สาวและพี่เขยที่ให้ความรัก ความเอื้ออาทรและความช่วยเหลือและให้กำลังใจในทุก ๆ เรื่อง

สุดท้ายขอระลึกถึงพระคุณของพลตรีเสนาะ สัมมาวาท บิดาผู้เป็นที่รักยิ่ง ซึ่งถึงแม้ท่านจะล่วงลับไปนานแล้ว ก่อนที่จะได้เห็นลูกสาวรับปริญญานี้และปริญญาดุษฎีบัณฑิตนี้ แต่ความรักอย่างที่สุดที่คุณพ่อมีให้ตลอดชีวิตของลูกยังคงประทับอยู่ในใจและเป็นแรงใจที่สำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยมีความรู้สึกที่ดีต่อตนเองและเข้มแข็งสามารถประคับประคองและควบคุมตนเองมิให้ย่อท้อต่อปัญหา

และอุปสรรคใด ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต กำลังใจจากผู้เกี่ยวข้องเหล่านี้เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ปริญญานิพนธ์ที่ใช้เวลาในการทำยาวนานมากเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงได้ในที่สุด

สัระยา สัมมาวาจ

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ปัญหาและความสำคัญ.....	1
คำถามการวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	4
2 แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	5
ส่วนที่หนึ่ง วาทกรรมความงามเรื่องสวยซ่อนอายุ.....	6
ส่วนที่สอง อุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังการสร้างความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุ.....	7
ส่วนที่สาม ปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุ.....	15
ความรู้ที่แสดงให้เห็นว่าความสวยงามของร่างกายเป็นสิ่งที่จัดการได้.....	15
สถาบันในการสร้างความรู้และการจัดการความงาม.....	17
ผู้เชี่ยวชาญ : การนำความรู้ไปใช้ในการสร้างความงามแบบสวยซ่อนอายุ....	18
การสร้างวินัยในการจัดการความงามแบบสวยซ่อนอายุ.....	20
การสร้างวินัยในการจัดการความงามแบบสวยซ่อนอายุ	20
การสื่อและแพร่กระจายความหมายและความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุ.....	26
ส่วนที่สี่ กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	29
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	33
การวิเคราะห์วาทกรรม.....	33
การวิเคราะห์การส่งผ่านอุดมการณ์ในวาทกรรมเรื่องสวยซ่อนอายุ.....	33
การวิเคราะห์ภาคปฏิบัติการของวาทกรรมเรื่องสวยซ่อนอายุ.....	34
การวิเคราะห์กลไกและเทคนิคในการจัดการร่างกายและตัวตนของผู้หญิง เพื่อสวยซ่อนอายุ.....	35
การเข้าถึงตัวบท.....	35
การวิเคราะห์ตัวบท.....	38

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 การสร้างความหมายเรื่องความงามของผู้หญิง.....	39
การทำให้ความสวยงามเป็นคุณสมบัติของผู้หญิง.....	39
การทำให้ความสวยงามเป็นส่วนหนึ่งของสุขภาพ.....	46
การทำให้ใบหน้าเป็นจุดเด่นที่แสดงความสวยของผู้หญิง.....	47
การผูกโยงความสวยไว้กับความสาว.....	51
การทำให้ความสวยของผู้หญิงเป็นสิ่งที่จัดการได้.....	57
การสื่อความหมายว่าความสวยเป็นสิ่งที่จัดการได้.....	61
5 สวยซ่อนอายุ: ความงามที่จัดการได้.....	79
ความรู้ที่ใช้ในการจัดการความงาม.....	79
การทำให้คนเชื่อว่าแสงแดดและอนุมูลอิสระเป็นศัตรูของผิวสวย.....	84
การสร้างมาตรฐานของผิวสวยและทำให้รีวรอยแห่งวัย เป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา.....	87
ผู้เชี่ยวชาญ: การนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติ.....	88
การสร้างเฉพาะเจาะจงของพื้นที่ซึ่งใช้ในการจัดการความงาม.....	89
ปฏิบัติการจัดการความงามเพื่อสวยซ่อนอายุ.....	91
การจัดการความงามด้วยตนเอง.....	92
การจัดการความงามโดยผู้เชี่ยวชาญที่สถานบริการเพื่อความงาม.....	118
การจัดการความงามโดยแพทย์.....	123
6 ปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุ.....	150
บรรณานุกรม.....	155
ภาคผนวก.....	166
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	170

บทที่ 1

บทนำ

ปัญหาและความสำคัญ

ถึงแม้เรื่องของความสวยของผู้หญิงจะเป็นเรื่องที่คนทั่วไปมักมองเห็นว่าเป็นเรื่องพื้น ๆ ธรรมดาที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันเพราะดูเหมือนเรื่องของความสวยและผู้หญิงจะเป็นสิ่งที่คู่กันและเป็นที่ยอมรับของสังคม คือ ผู้หญิงต้องสวย มาyacติในเรื่องนี้ได้ยิ่งรากลึกและแพร่กระจายอยู่ในสังคมจนไม่เกิดข้อสงสัยว่าทำไมผู้หญิงต้องสวย การค้นหาว่าการสร้างความจริงเรื่องความสวยของผู้หญิงมีภาคปฏิบัติการอย่างไรจึงมีพลังและเกิดผลเช่นนี้ จึงเป็นประเด็นที่ทำนายและน่าสนใจในการศึกษาอย่างยิ่ง

การสร้างความจริงเรื่องความสวยไม่ใช่เพียงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับมิติทางสังคมต่างๆ เท่านั้นแต่เป็นความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ (Patriarchy) ที่กระทำต่อร่างกายผู้หญิงประสานกับอุดมการณ์ทุนนิยมที่ใช้ร่างกายของผู้หญิงเพื่อผลประโยชน์ทางการค้า ทำให้ตัวตนของผู้หญิงถูกลดทอนในเชิงของคุณค่าและความหมายให้หมกมุ่นอยู่กับเรื่องของความสวยงามของร่างกายซึ่งระบบชายเป็นใหญ่เป็นผู้ลิขิตและบังคับหรือจำกัดศักยภาพในด้านอื่นเป็นการควบคุมและจำกัดพื้นที่ของผู้หญิงสู่พื้นที่สาธารณะซึ่งในหลายกรณีมีผลต่อการได้รับโอกาสทางสังคม การศึกษา เศรษฐกิจ และการเมือง

ถ้ามองความสวยงามของผู้หญิงในเชิงโครงสร้างและหน้าที่ (Structural and functional approach) เมื่อผู้หญิงถูกจัดให้อยู่ในพื้นที่ส่วนตัวและถูกกำหนดบทบาทให้อยู่ในบ้าน ทำหน้าที่เป็นภรรยา การปรุงแต่งร่างกายเพื่อความสวยงามของผู้หญิงน่าจะเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับความคาดหวังของสังคมให้ทำตัวเพื่อดึงดูดใจสามี ผู้หญิงถูกเตรียมตัวเพื่อรับบทบาทดังกล่าวและถูกทำให้เชื่อว่าความสวยงามเป็นการสร้างเสน่ห์ทางเพศเป็นการนำเสนอตัวตนผ่านความสวยงามของร่างกายเพื่อแสดงออกถึงความสุขและความภาคภูมิใจในตนเองตามความปรารถนา (Desire) ที่ได้เป็นผู้กระทำต่อร่างกายของตนเอง แต่อีกด้านหนึ่งจะเห็นว่าผู้หญิงไม่ได้มีเสรีในการเป็นผู้กระทำอย่างแท้จริง แต่กลับเป็นผู้ถูกกระทำให้เชื่อว่าต้องสวย ภายใต้วาทกรรมความงามที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่เป็นเจตจำนงอยู่เบื้องหลังและทุนนิยมได้ใช้ช่องทางนี้ในการแสวงหาผลประโยชน์จากร่างกายผู้หญิง

ภายใต้บริบทของสังคมที่อุดมการณ์ทุนนิยมได้ยิ่งรากลึกและกระทำให้ทุกอย่างเป็นสินค้าไม่เว้นแม้แต่วัสดุร่างกายมนุษย์ และสังคมบริโภคนิยมเป็นสังคมแห่งการบริโภคที่มีการกระตุ้นและ

กระพือโหมให้เกิดการบริโภคในทุกภาคส่วน การบริโภคได้ก้าวล้ำจากการบริโภคในเชิงประโยชน์ใช้สอยไปสู่การบริโภคสัญญาในเชิงของความหมายและคุณค่าไม่ใช่การบริโภคเพื่อตอบสนองความต้องการในการดำรงชีวิตแต่เป็นการบริโภคเพื่อตอบสนองความพึงพอใจซึ่งเป็นการต้องการเทียมที่ถูกสร้างขึ้นอยู่ตลอดเวลา ร่างกายของผู้หญิงเป็นพื้นที่เป้าหมายในปฏิบัติการของบริโคนิยม โดยเฉพาะในประเด็นของการบริโภคเพื่อสร้างความงาม เนื่องจากการพรางตาของมายาคติที่ถูกสร้างขึ้น ทั้งในฐานะของการเป็นร่างกายที่ถูกกระทำและเป็นผู้กระทำ ร่างกายของผู้หญิงจึงเป็นทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตเพื่อการบริโภคในวังวนของบริโคนิยม โครงการเกี่ยวกับร่างกาย (Body project) เพื่อรักษาไว้ซึ่งความสวยงามของผู้หญิงจึงถูกนำเสนอและกระตุ้นให้เกิดการบริโภคโครงการแล้วโครงการเล่าอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เพราะความปรารถนาของมนุษย์นั้นเลื่อนไหลไม่อยู่นิ่ง ความต้องการจึงมีเคยถูกตอบสนองให้สมอยากตามภาพร่างในอุดมคติและสื่อสารมวลชนประเภทต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ และโฆษณาซึ่งเป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายที่สำคัญในสังคมบริโคนิยมได้นำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงที่สวยงาม อ่อนวัยช้าแล้วช้าเล่า เป็นการผลิตซ้ำความจริง ตอกย้ำให้ผู้หญิงติดกับจมอยู่กับการบริโภคเพื่อความสวยงาม

ท่ามกลางความจริงที่หลากหลายในเรื่องของความสวยงามของผู้หญิง ผู้วิจัยให้ความสนใจในประเด็นเรื่องสวยช่อนอายุ เพราะเป็นประเด็นที่ถูกสร้างและนำเสนอได้โดนใจของผู้หญิงทั่วโลกให้บูชาความสวยและเกลียดกลัวความแก่ เป็นการเชื่อมโยงเรื่องของความสวยและอายุ ที่กระตุ้นให้เกิดการบริโภคสารพัดรูปแบบเพื่อคงความสวยงามแบบอ่อนเยาว์ไว้ให้นานที่สุด รื้อรอยแห่งวัยตามธรรมชาติได้ถูกนำเสนอให้เป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา ต้องป้องกันและกำจัดให้พ้นไป และเป็นศัตรูของความงามของผู้หญิง ถ้าจะสวยต้องสาวแบบอ่อนวัย การสร้างและนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงที่สาวสวยแบบอ่อนเยาว์กว่าวัยจริงจึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคเพื่อดูแลรักษาร่างกายมิให้มีการเปลี่ยนแปลงเสื่อมไปตามธรรมชาติเป็นการบริโภคที่ไม่สิ้นสุดเพราะไม่อาจเต็มเต็มความปรารถนาได้ การสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุจึงเป็นภาคปฏิบัติการสำคัญของบริโคนิยมที่ใช้ร่างกายของผู้หญิงเพื่อผลประโยชน์ทางการค้า เปิดโอกาสให้มีการขยายตลาดของสินค้า บริการและโครงการเพื่อสวยช่อนอายุให้ความหลากหลายและมีทางเลือกมากยิ่งขึ้นและเป็นธุรกิจที่สร้างผลกำไรมหาศาลทั้งในรูปของเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์บริการ และศัลยกรรมเพื่อความงาม นอกจากจะสูญเสียทรัพย์สินเงินทองแล้วผู้หญิงยังเสี่ยงต่อการเกิดภาวะแทรกซ้อนจากกิจกรรมเพื่อความงามเหล่านั้น

ถึงแม้จะมีการนำเสนอเรื่องราวของความเสี่ยง ภาวะแทรกซ้อน และอันตรายของผู้หญิงจากกิจกรรมเพื่อความงามดังกล่าวผ่านสื่อสารมวลชนเพื่อให้ผู้หญิงมีความตระหนักถึงอันตรายที่เกิดขึ้น ผู้หญิงคนแล้วคนเล่าที่ประสบชะตากรรมจากภาวะแทรกซ้อนที่บางรายรุนแรงถึงขั้นพิการ

เสียใจหรืออวยวະสูญเสียหน้าที่ เช่น หลังผ่าตัดดึงหน้าแล้วหลับตาไม่สนิท ปากเบี้ยว ได้มานำเสนอประสบการณ์ของตนเองเพื่อเป็นอุทาหรณ์แก่สังคม แต่เป็นเรื่องที่น่าแปลกใจว่าทำไมผู้หญิงจึงยังคงกล้าและยินยอมที่จะเผชิญความเสี่ยงในการทำกิจกรรมเพื่อสวຍ່ອຍอายุต่อไปถึงแม้ว่าจะรู้ว่าเสี่ยงที่จะเกิดอันตราย เพราะเหตุใดผู้หญิงจึงยอมรับและปฏิบัติตามข้อกำหนดกฎเกณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์เพื่อสวຍ່ອຍอายุเช่นนั้น ผู้หญิงที่เข้าร่วมกิจกรรมบางคนได้กล่าวว่าต้องรู้จักเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เชื่อถือได้ มีมาตรฐานผ่านการรับรองจากองค์การอาหารและยา (อย.) หรือเป็นบริการจากผู้เชี่ยวชาญทางความงามที่ได้รับการรับรองจากสถาบันเสริมความงามที่มีชื่อเสียงหรือเป็นการผ่าตัดศัลยกรรมใบหน้าจากศัลยแพทย์ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านศัลยกรรมตกแต่ง ผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้จะเป็นผู้พิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับตนเองให้อย่างปลอดภัย เพราะเหตุใดผู้หญิงถึงให้ความไว้วางใจในผู้เชี่ยวชาญเช่นนั้นและยอมลดทอนตนเองเสมือนเป็นวัตถุที่สร้างเสริมเติมแต่งให้สวยงามได้ด้วยการฝากความหวัง และในกิจกรรมบางอย่างเช่นการทำศัลยกรรมเพื่อความงามเป็นการฝากชีวิตไว้กับความสามารถของผู้เชี่ยวชาญ

การสร้างความจริงเรื่องสวຍ່ອຍอายุจึงมีภาคปฏิบัติการที่ซับซ้อนและทรงพลัง แยกย่อยจนผู้หญิงสวຍ່ອຍยอม เป็นการปฏิบัติการโดยการใช้อำนาจของความรู้ที่ถูกสร้างขึ้นผ่านผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยจึงต้องการคลี่คลายให้เห็นถึงเงื่อนไขในระบบของการสร้างความจริง (Regime of truth) ความสัมพันธ์ของอำนาจ ความรู้ และอุดมการณ์และภาคปฏิบัติการของวาทกรรมเรื่องสวຍ່ອຍอายุ โดยจะวิเคราะห์ให้เห็นผลของวาทกรรมที่กระทำต่อผู้หญิง เพื่อให้รู้เท่าทันเกมของการสร้างความจริง (Game of truth) ไม่หลงไปกับกระแสของบริโภคนิยมที่มีการกระตุ้นให้เกิดการบริโภคเพื่อสวຍ່ອຍอายุ

คำถามการวิจัย

การศึกษานี้มีความมุ่งหมายที่จะคลี่คลายให้เห็นว่า การสร้างความจริงเรื่องสวຍ່ອຍอายุมีที่มาและมีภาคปฏิบัติการอย่างไรที่ทำให้ผู้หญิงยอมรับและปฏิบัติตามและมีผลของภาคปฏิบัติการต่อผู้หญิงอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาถึงภาคปฏิบัติการของวาทกรรมเรื่องสวຍซอนอายุที่กระทำต่อผู้หญิงนำไปสู่การครอบงำทางความคิดให้บุษชาความงามเกลียดกลัวความแก่ และนำไปสู่การจัดการกับร่างกายของผู้หญิงเพื่อดูแลรักษาร่างกายให้คงไว้ซึ่งความอ่อนเยาว์ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามวัยหรือสวຍซอนอายุ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

การวิจัยนี้จะเผยให้เห็นว่า ความจริงเรื่องสวຍซอนอายุถูกสร้างขึ้นภายใต้อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่และตอบสนองอุดมการณ์ทุนนิยมที่ใช้ร่างกายของผู้หญิงเป็นที่แสวงหาผลประโยชน์โดยควบคุมความคิดและพฤติกรรมของผู้หญิงให้บริโภคเพื่อสวຍซอนอายุ การคลี่คลายให้เห็นภาคปฏิบัติการของวาทกรรมจะช่วยให้ผู้หญิงเกิดความตระหนักและรู้เท่าทันมายาคติที่สร้างความสำคัญแต่เรื่องความสวยงามของรูปลักษณ์ภายนอก ทำให้ผู้หญิงหมกมุ่นในเรื่องของการบริโภคเพื่อดูแลบำรุงรักษาตัวเองเพื่อคงไว้ซึ่งความเป็นสาวสวยและต่อต้านการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติแห่งวัยจนเบียดบังการแสดงความสามารถและศักยภาพในด้านอื่น ๆ ที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าและศักดิ์ศรีของผู้หญิง

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และกรอบแนวคิดในการวิจัย

ในสังคมแห่งความทันสมัยความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์มีความเจริญก้าวหน้า และตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่มีความต้องการเอาชนะธรรมชาติด้วยการต่อต้าน ชัดขึ้น หรือเปลี่ยนแปลงไม่เว้นแม้แต่ร่างกายของมนุษย์ที่ถูกลดทอนลงเป็นเสมือนวัตถุที่สามารถปรับปรุง แก้ไข เปลี่ยนแปลงขึ้นส่วนหรืออวัยวะได้ด้วยการพึ่งพาความรู้และความสามารถในการรักษาจาก แพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางตามฐานคิดแบบกลไกแยกส่วน โดยการจัดการกับร่างกายเพื่อป้องกัน ต่อต้านการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติของร่างกายที่มีการเสื่อมไปตามวัย ความแก่ถูกนำเสนอให้เป็น ศัตรูของความงาม ความหย่อนคล้อยและริ้วรอยแห่งวัยถูกนำเสนอให้เป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์หรือเป็น เสมือนโรคภัยที่ต้องกำจัดออกไป ภาพตัวแทนของผู้หญิงสวยที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นผู้หญิงที่ สาวสวยแบบอ่อนเยาว์กว่าวัยและเป็นความสวยที่จัดกระทำได้ทั้งด้วยความรู้ทางการแพทย์และผ่าน การบริโภคที่สังคมบริโภคนิยมได้ใช้ร่างกายของผู้หญิงเพื่อผลประโยชน์ทางการค้า

การศึกษาภาคปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุนี้จะเผยให้เห็นการสื่อ ความหมายและภาคปฏิบัติการของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์และบริโภคนิยมที่กระทำต่อ ผู้หญิงในการสร้างความสวยแบบช่อนอายุ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแยกเป็นประเด็นในการศึกษาวิเคราะห์ 3 ส่วนดังต่อไปนี้

ส่วนที่หนึ่ง วาทกรรมเรื่องสวยช่อนอายุ เพื่อทำความเข้าใจในการสร้างความจริงเรื่องสวย ช่อนอายุในฐานะวาทกรรมที่ถูกสร้างขึ้นในบริบทของสังคมบริโภคนิยม

ส่วนที่สอง อุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังการสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุ เป็นการเผยให้เห็น อุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังการสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุ ได้แก่อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ที่ปลูกฝัง ความคิดให้ผู้หญิงเปราะบางต่อการยอมรับความจริงที่ถูกสร้างขึ้นโดยระบบชายเป็นใหญ่ได้โดยง่าย และอุดมการณ์ทุนนิยมที่ใช้ร่างกายของผู้หญิงเป็นที่แสวงหาผลประโยชน์

ส่วนที่สาม ปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุ เป็นการสื่อความหมายและ ผลิตซ้ำภาพตัวแทนของผู้หญิงที่สวยช่อนอายุและการเผยให้เห็นปฏิบัติการในการจัดการความงาม ของผู้หญิงซึ่งถูกกระทำให้สยบยอมต่ออำนาจของการใช้ความรู้ผ่านผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์เฉพาะ ทางและผ่านการบริโภคที่ผู้หญิงเป็นทั้งผู้กระทำผ่านผู้เชี่ยวชาญความงามโดยตรงและเป็นผู้กระทำ ด้วยการสร้างวินัยในการปฏิบัติด้วยตนเองตามแบบแผนหรือคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

ส่วนที่หนึ่ง : วาทกรรมความงามเรื่องสวยช่อนอายุ

ความจริงเกี่ยวกับความสวยงามของผู้หญิงมีความเลื่อนไหลตามบริบทของสังคมในแต่ละยุคสมัยภายใต้บริบทของสังคมบริโภคนิยม ความจริงเรื่องสวยช่อนอายุได้ถูกสร้างขึ้นให้ภาพลักษณ์ (Image) ของผู้หญิงที่สวยงามและอ่อนเยาว์กว่าวัยเป็นสิ่งที่พึงประสงค์และมีคุณค่าสำหรับผู้หญิง โดยมีการนำเสนอภาพและข้อมูลผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ โน้มน้าวและกระตุ้นให้ผู้หญิงพยายามสร้างอัตลักษณ์แบบสวยช่อนอายุตามภาพในอุดมคติ (Ideal image) โดยแสวงหาแนวทางในการต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของผิวพรรณมิให้เกิดริ้วรอยแห่งวัย ทำให้เกิดการบริโภคโดยใช้ความรู้ทางการแพทย์เพื่อจัดการความงามและทำให้ธุรกิจเกี่ยวกับความงามมีการขยายตัวและพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง สร้างผลประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและผู้เกี่ยวข้องอย่างมหาศาล

ความจริงเรื่องสวยช่อนอายุจึงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีเจตจำนงอยู่เบื้องหลังภายใต้ระบบคิดแบบชายเป็นใหญ่เพื่อตอบสนองอุดมการณ์ทุนนิยม และการที่ความจริงในเรื่องนี้ดำรงอยู่ได้นั้นเป็นการใช้อำนาจของความรู้ในการสร้างความจริง ได้แก่ ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่สร้างความเป็นมาตรฐานหรือความปกติ จำแนกความหนุ่มสาว ความอ่อนเยาว์และความชรา เชื่อมโยงความสวยงามและความอ่อนเยาว์ ทำให้ความสวยงามตามที่ต้องการจะเป็นคือความสวยงามแบบอ่อนเยาว์ที่สามารถจัดการได้โดยความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์โดยการสร้างหลักการและแนวทางในการจัดการกระทำต่อร่างกายของผู้หญิงเพื่อให้เกิดความงามแบบสวยช่อนอายุ

คำว่า “สวยช่อนอายุ” จึงเป็นวาทกรรมที่ถูกสร้างขึ้น สะท้อนถึงค่านิยมและมุมมองในเรื่องความงามของผู้หญิงและมีภาคปฏิบัติการในการจัดการความงามโดยใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ เป็นการใช้อำนาจของความรู้ในการควบคุมร่างกายของมนุษย์ (Biopower) ซึ่งในเรื่องนี้เป้าหมายหรือผลของภาคปฏิบัติการคือร่างกายของผู้หญิงที่ถูกกระทำให้สยบยอม (Docile body) ลดทอนให้เป็นเสมือนวัตถุที่สามารถจัดการกระทำ ปรับปรุง แก้ไข เปลี่ยนแปลงได้ ผลของวาทกรรมนี้กระทำความครอบคลุมผู้หญิงทั้งทางด้านพื้นที่ทางร่างกาย พื้นที่ทางด้านจิตใจและพื้นที่ทางสังคม เนื่องจากเข้ากระทำลึกถึงระดับของจิตใจซึ่งเป็นมิติที่ควบคุมร่างกายและพฤติกรรม ควบคุมความรู้สึกนึกคิด (Micropower) โดยเป็นอำนาจอันละมุนที่เข้าครอบงำอย่างสงบเงียบ โดยที่ผู้หญิงไม่ทันได้รู้ตัวว่าเป็นการถูกควบคุมหรือบังคับแต่รู้สึกเต็มใจ ยอมรับ และเชื่อฟังในการปฏิบัติตามแนวทางหรือหลักการที่ถูกสร้างขึ้นเหล่านั้นว่าเป็นสิ่งที่ควรทำโดยไม่เกิดข้อกังขา มีความสุขและความพึงพอใจในการสร้างวินัยในการดูแลตนเองเพื่อให้สวยช่อนอายุ หรือยอมถูกกระทำและจัดการความงาม เป็นผู้เลือกวิธีการอย่างเสรีเสมือนมีอิสระ แต่แท้ที่จริงแล้วถูกควบคุมอยู่ภายใต้ปฏิบัติการของวาทกรรมซึ่งมิได้เป็นการควบคุมจากผู้อื่นแต่เป็นการควบคุมตนเองให้เป็นไปตามหลักการที่ถูกสร้างขึ้น (Self

government) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคลซึ่งเป็นผลผลิตของวาทกรรม (Danaher; Shirato; & Webb. 2000 : x)

การวิเคราะห์วาทกรรมแบบสวยซ่อนอายุจึงเป็นการเผยให้เห็นที่มาของวาทกรรมในการสร้างอัตลักษณ์และความหมาย การแพร่กระจาย และตรึงให้ความจริงที่ถูกสร้างขึ้นเป็นที่ยอมรับและดำรงอยู่

ส่วนที่สอง อุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังการสร้างความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุ

ความจริงที่ปรากฏในสังคมนั้นเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีอุดมการณ์เป็นเจตจำนงอยู่เบื้องหลังและกำกับให้กลไกการทำงานของอุดมการณ์ที่ปรากฏนั้นดูเสมือนจริง เนื่องจากมักเป็นที่เข้าใจกันว่าอุดมการณ์เป็นระบบความคิดหลักที่ยอมรับภายในกลุ่มหรือเป็นวัฒนธรรมที่แทรกเข้าไปในจิตสำนึกและนำไปสู่การแสดงออกถึงความหมายและค่านิยมของคนในสังคมนั้นอย่างเป็นธรรมชาติ (Danaher; Shirato; & Webb. 2000 : xii) อุดมการณ์จึงเหมือนกับธรรมชาติของความเป็นจริงในสังคมที่อยู่รอบตัวเรา ถึงแม้มองไม่เห็นแต่เป็นสิ่งที่รับรู้ได้ (Malpas. 2001 : 80) เป็นโครงสร้างความคิด (Mental framework) เกี่ยวกับสังคมและหน้าที่ทางสังคมของกลุ่ม และไม่ใช่แค่เป็นประเด็นทางสังคมเท่านั้น แต่เป็นตัวควบคุมปฏิบัติการทางสังคมด้วย (Dijk. 1998 : 8-9) อุดมการณ์ของสังคมจะช่วยสร้างความคิด ภาพลักษณ์และการแสดงออก ทำให้คนควบคุมตนเองให้เป็นไปตามที่สังคมภายนอกมองหรือคาดว่าจะเห็น (Blaikie. 2004a : 3) แต่งานวิจัยนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับอุดมการณ์ในแง่ของการเป็นเจตจำนงที่อยู่เบื้องหลังการสร้างความจริงโดยการใช้อำนาจผ่านความรู้ ซึ่งเป็นโครงสร้างสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์เชิงอำนาจ ถ้าความหมายเปรียบเสมือนของเหลวที่เคลื่อนไหวได้ อุดมการณ์จะเป็นตัวที่ยึดตรึงความหมายเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะหรืออาจมองอุดมการณ์เป็นวาทกรรมที่ให้ความหมายกับวัตถุและปฏิบัติการทางสังคมซึ่งเป็นสิ่งที่อธิบาย สร้างการยอมรับทำความเข้าใจ เป็นมุมมองโลกภายในกลุ่มสังคมที่จะบอกสิ่งที่ถูกที่ควร (Barker. 2002 : 56-57) ซึ่งการสร้างความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุมีอุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังได้แก่อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่และอุดมการณ์ทุนนิยม

ความเป็นเพศหรือเพศสภาพ (Gender) เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นโดยความสัมพันธ์ทางสังคม (Social relation) และความหมายทางสัญลักษณ์ (Symbolic meaning) ซึ่งทั้งสองส่วนมีความเกี่ยวข้องกันอย่างแยกไม่ออก (McDowell. 1999 : 7) หรืออาจกล่าวได้ว่าความแตกต่างระหว่างเพศชายและหญิงทั้งในเรื่องของสัญลักษณ์ ภาพตัวแทน และการให้ความหมายของตัวตน (Subjectivity)

อัตลักษณ์ (Identity) และเรือนร่างทางเพศ (Sexed body) ถูกกำหนดโดยเพศสภาพซึ่งเป็นผลผลิตของกระบวนการทางสังคมและวัฒนธรรมและเป็นที่คนถูกทำให้เชื่อ คาดหมายหรือจินตนาการว่าผู้ชายหรือผู้หญิงควรประพฤติปฏิบัติเป็นการจำแนกทางสังคม

ในสังคมที่มีอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่หรือปิตาธิปไตย (Patriarchy) เป็นความคิดหลักคนในสังคมจะถูกทำให้เชื่อว่าผู้ชายมีความเหนือกว่าผู้หญิงและความคิดดังกล่าวจะแทรกซึมเข้าไปในโครงสร้างของสถาบันต่างๆในสังคม (Institutional structure) เช่นในเรื่องของกฎหมาย และระบบความมั่นคงทางสังคม (Social security system) และการมีปฏิสัมพันธ์ในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในสังคม (Daily interaction) ทั้งในเรื่องของทัศนคติและพฤติกรรม (McDowell. 1999 : 16) จนเป็นที่ยอมรับและเป็นธรรมชาติ

โรเบิร์ต คอนเนล (Robert Connell) ได้อธิบายการสร้างระบบความเป็นเพศแบบชายเป็นใหญ่ผ่านการสร้างทางสังคมตามแนวคิดของอันโตนิโอ กรัมสกี (Antonio Gramsci) ในเรื่องของการชิงการเป็นเพศผู้นำ (Hegemonic gender) โดยมองกลไกการทำงานของอำนาจผ่านรูปแบบทางวัฒนธรรมซึ่งเป็นการครอบงำที่ลึกและรุนแรงกว่าเนื่องจากการเข้าถึงจิตใจ สร้างความชอบธรรมโดยทำให้ผู้ถูกกระทำยอมรับสภาพและมีความสุขกับสิ่งที่ตนอยู่ภายใต้สังคมอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ คอนเนลได้อธิบายการสร้างความเป็นเพศผ่านโครงสร้างความสัมพันธ์ 3 ประการได้แก่ **ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ (Power relation)** เป็นการปลุกฝังความสัมพันธ์เชิงอำนาจให้ผู้หญิงเป็นรองอยู่ภายใต้อำนาจของผู้ชายหรือยอมรับว่าผู้ชายเป็นผู้มีอำนาจเหนือกว่า **ความสัมพันธ์ในการผลิต (Production relation)** เป็นระบบของการแบ่งงาน (Division of labour) ที่สังคมสร้างความไม่เท่าเทียมในเรื่องของการจ้างงานหรือการจำกัดการทำงานของหญิงให้เป็นแรงงานราคาถูก และ **ความสัมพันธ์ในเชิงอารมณ์ (Cathexis – emotional attachment)** เป็นความปรารถนาในเรื่องเพศ (Sexual desire) ที่ถูกทำให้เป็นธรรมชาติ ที่มีภาคปฏิบัติการทางสังคมที่ทำให้เพศชายมีความเหนือกว่าเพศหญิง (Connell. 1995 : 73-75) เมื่อผู้หญิงถูกกระทำให้อยอมรับและมีความสุขอยู่ในพื้นที่ที่ถูกจัดวางตามความสัมพันธ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้หญิงจึงมีความเปราะบางที่จะยอมรับความจริงที่ถูกสร้างขึ้นผ่านการสร้างความเป็นเพศของผู้หญิงภายใต้ระบบความคิดแบบอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ได้โดยง่าย

จากการทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดแบบอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ที่มีต่อร่างกายผู้หญิงและมีความเกี่ยวข้องกับการสร้างความจริงเรื่องความงามของผู้หญิงผู้วิจัยขอแบ่งเป็น 3 มุมมองดังนี้

1. **การจำแนกความแตกต่างระหว่างเพศ** เป็นการมองแบบสองขั้ว (Binary assumptions) ที่จำแนกความเป็นผู้ชายและผู้หญิงผ่านปฏิบัติการทางสังคม ทั้งในเรื่องของการ

จัดแบ่งพื้นที่ทางสังคมและกำหนดบทบาทโดยพิจารณาจากความแข็งแรง คุณลักษณะ ในเรื่องของความแข็งแรงของร่างกายและจิตใจ (Physical and mental strength) ที่ถูกทำให้เชื่อว่าผู้ชายมีความแข็งแรงและเข้มแข็งกว่าผู้หญิงจนดูเหมือนเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่แท้ที่จริงแล้วเป็นความจริงที่ถูกสร้างขึ้นผ่านความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ กายวิภาคและสรีรวิทยาซึ่งมิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault) มองว่าการใช้อำนาจจากการจัดการความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ ในการจำแนกความแตกต่างระหว่างเพศเช่นนี้เป็นการใช้ผู้ชายเป็นมาตรฐานทำให้ผู้หญิงถูกทำให้ด้อยกว่าผู้ชาย (McNay. 1992 : 17) การกำหนดให้คุณลักษณะหรือคุณสมบัติของผู้หญิงให้ไร้เหตุผล ใช้อารมณ์ ฟุ้งพา และอยู่ในพื้นที่ส่วนตัว ใกล้ชิดกับธรรมชาติมากกว่าวัฒนธรรม ส่วนผู้ชายเป็นผู้มีเหตุผลในเชิงวิทยาศาสตร์เป็นอิสระอยู่ในพื้นที่สาธารณะและมีวัฒนธรรม (McDowell. 1999 : 11) มุมมองเช่นนี้ทำให้ผู้หญิงถูกกระทำให้เป็นรองผู้ชายในเรื่องของความแข็งแรงและคุณลักษณะ ที่สอดคล้องกับแนวคิดในการจัดแบ่งงาน (Division of labour) และการจัดแบ่งพื้นที่ทางสังคม โดยผู้หญิงถูกจัดให้อยู่ในพื้นที่ส่วนตัว (Private) เป็นพื้นที่ของบ้านและครอบครัว มีบทบาทในการดูแลบ้าน ทำหน้าที่ภรรยา ดูแลสามี ผลิตและดูแลสมาชิกในครอบครัว เป็นผู้ฟังและอยู่ภายใต้การเลี้ยงดูของผู้ชาย ส่วนผู้ชายถูกจัดให้อยู่ในพื้นที่สาธารณะ (Public) มีบทบาทสำคัญในพื้นที่นอกบ้านซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของสังคม เศรษฐกิจและการเมือง การที่ผู้หญิงถูกจำกัดให้อยู่ในพื้นที่ส่วนตัวจึงมีเรื่องที่เกี่ยวข้องน้อยกว่าผู้ชาย ความคับแคบในเรื่องของพื้นที่ทำให้เรื่องของร่างกายซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนตัวกลายเป็นประเด็นใหญ่ที่ผู้หญิงให้ความสนใจ การดูแลร่างกายตนเองให้สวยงามนอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของการผูกใจผู้ชายแล้ว ยังเป็นการแสดงออกถึงความรักและภาคภูมิใจในตนเองผ่านการสร้างความงามซึ่งตนเองสามารถจัดการได้โดยการสร้างเสริมเติมแต่งให้สวยงามตามที่ใจปรารถนา

ส่วนเรื่องการให้คุณค่า ถ้ามองตามแนวคิดในเรื่องของการแยกกายและจิตออกจากกันตามแนวคิดของเดการ์ต (Cartesian Dualism) เชื่อมโยงกับคุณลักษณะที่ถูกกำหนดดังกล่าว ความเป็นผู้หญิงถูกผูกติดกับร่างกาย ในขณะที่ความเป็นผู้ชายผูกติดกับเรื่องของจิตซึ่งได้รับการให้ความหมายในเชิงคุณค่าสูงกว่าร่างกาย สามารถใช้มุมมองนี้ในการอธิบายการที่ผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อและให้ความสำคัญกับเรื่องของความสวยงามซึ่งเป็นเรื่องของรูปร่างภายนอกเพื่อให้ได้รับการยอมรับในคุณค่า เพราะคุณค่าของผู้หญิงถูกผูกติดกับความงามของรูปร่างภายนอก เป็นการทำให้ผู้หญิงรู้สึกว่าการสร้างความงามเป็นสิ่งที่จำเป็น จึงหมกมุ่นอยู่กับการใช้เวลาในการปรุงแต่งความงามของรูปร่างเพื่อแสดงคุณค่าและตัวตนสอดคล้องกับบทบาทและการถูกจัดวางให้อยู่ในพื้นที่ส่วนตัวแทนที่จะใช้เวลาในการพัฒนาศักยภาพของตนเองในด้านอื่น ๆ เพื่อออกสู่พื้นที่สาธารณะ

2. **การควบคุมร่างกายผู้หญิง (Body regulation)** ในมุมมองผ่านการควบคุมนี้ร่างกายของผู้หญิงถูกควบคุมโดยปฏิบัติการทางสังคมมากกว่าผู้ชายไม่ว่าจะเป็นการควบคุมเชิงวัฒนธรรม

ในแง่ของการกำหนดคุณสมบัติของผู้หญิงในเรื่องของการแสดงออกหรือการกำหนดในบทบัญญัติทางศาสนา จารีต ประเพณี และการควบคุมผ่านการจัดการทางความรู้ เช่น ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ การแพทย์ในการคุมกำเนิด การควบคุมน้ำหนัก และการจัดการความงามของร่างกายให้งามตามความจริงที่สังคมสร้างขึ้นว่าผู้หญิงต้องงาม ในมุมมองนี้ร่างกายของผู้หญิงจึงถูกลดทอนลงเป็นวัตถุที่ควบคุมและจัดการแก้ไข เปลี่ยนแปลงได้ เพื่อให้สวยงามและมีคุณสมบัติตามที่สังคมกำหนด ร่างกายของผู้หญิงจึงถูกควบคุมผ่านการจัดการทางสังคมและการจัดการของความรู้ทางการแพทย์ทั้งโดยการถูกระงับโดยตรงจากผู้อื่นและการควบคุมตนเองด้วยความเต็มใจเป็นการควบคุมที่ลึกซึ้งถึงระดับของจิตใจโดยไม่รู้สึกรู้ว่าถูกควบคุม จากมุมมองนี้จะช่วยตอกย้ำในเรื่องของการจัดวางผู้หญิงให้สนใจในการจัดการความงามของตนเองและควบคุมให้อยู่ในพื้นที่ส่วนตัว

3. การทำให้ผู้หญิงเป็นวัตถุแห่งการจับจ้อง ในมุมมองนี้ร่างกายของผู้หญิงจะเป็นวัตถุแห่งการจับจ้องทั้งในเรื่องของการเป็นวัตถุแห่งการจับจ้องทางเพศ (Sex objectification) เพื่อสร้างความปรารถนาของผู้ชาย เรือนร่างที่สวยงามถูกทำให้เชื่อว่ามีเสน่ห์ทางเพศ แต่ไม่ใช่ว่าร่างกายของผู้หญิงจะถูกจับจ้องภายใต้สายตาของผู้ชาย (Male gaze) เท่านั้น ผู้หญิงยังมีการจับจ้องระหว่างกันและในขณะเดียวกันผู้หญิงก็จับจ้องมองตนเองให้เป็นอย่างที่ถูกมองด้วย เพราะผู้หญิงถูกทำให้เชื่อว่าความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ของผู้หญิงถูกนำเสนอผ่านความสวยงามของร่างกาย โครงการเกี่ยวกับร่างกาย (Body project) เพื่อความงามถูกสร้างขึ้นภายใต้มุมมองนี้เพราะผู้หญิงถูกกระทำให้รู้สึกว่าคุณค่าความสวยงามเป็นสิ่งที่จำเป็นจึงต้องดูแลรักษาหรือสร้างร่างกายให้สวยงามตามร่างในอุดมคติ (Ideal body) ที่ถูกนำเสนอโดยอำนาจทางสังคม

จากมุมมองดังกล่าวข้างต้นจะเห็นว่าภายใต้อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่มีการสร้างกฎเกณฑ์กติกาต่าง ๆ ขึ้นมากมายและมีความซับซ้อนในการบังคับและจับจ้องเพื่อจัดวางให้ผู้หญิงอยู่ในพื้นที่ที่กำหนด โดยผู้หญิงจึงถูกกระทำให้เชื่อว่าต้องสวยและมีการแสวงหาหนทางแนวทางในการจัดการความงามเพื่อดูแลรักษาความสวยสวยไว้ด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ในอดีต ถึงแม้ความสวยงามของผู้หญิงจะมีความเลื่อนไหลไปตามภาพเรือนร่างของผู้หญิงในอุดมคติตามบริบทของสังคมแต่ละยุคสมัย เช่น ในสมัยวิกตอเรียภาพของผู้หญิงงามจากภาพวาดจะมีรูปร่างอวบท้วม มีเนื้อหนัง แต่ในสังคมทันสมัยภาพของผู้หญิงงามซึ่งอยู่ในสมัยนิยมและถูกนำเสนอในสื่อคือผู้หญิงที่มีรูปร่างผอมเพรียว เช่น เคธ มอส นางแบบผู้มีชื่อเสียง แต่ไม่ว่ายุคสมัยใดความงามก็ยังถูกกำหนดให้เป็นสิ่งที่ควบคู่อยู่กับความเป็นผู้หญิง ความสวยสวยยังคงเป็นความปรารถนาและความภาคภูมิใจของผู้หญิงมาโดยตลอด

นอกจากอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่จะสร้างระบบคิดให้ความงามเป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผู้หญิงแล้วยังมีการใช้ความคิดในลักษณะคู่ตรงข้ามเพื่อเชื่อมโยงความงามและความแก่นในเชิงของการ

เปรียบเทียบให้ความงามและความสาวเป็นของคู่กันและความแก่เป็นสิ่งที่อยู่ตรงข้ามหรือเป็นศัตรูของความงามเป็นสิ่งที่บั่นทอนความงามให้เสื่อมสลายไป ผู้หญิงจึงถูกครอบงำให้พยายามแสวงหาแนวทางในการชะลอความแก่หรือความชราเพื่อมิให้ร่างกายหรือสังขารมีการเปลี่ยนแปลงไปตามอายุหรือทำให้ร่างกายอ่อนเยาว์กว่าวัยจริงหรือที่ผู้วิจัยใช้คำว่าสวยช่อนอายุเพราะคิดว่าเป็นคำที่ทำให้เกิดความเข้าใจได้ชัดเจนที่สุดที่แสดงให้เห็นว่าผู้หญิงได้ถูกกระทำให้เกิดความเชื่อว่านอกจากสวยแล้วจะต้องไม่แก่หรืออัมพรางอายุจริงไว้ ค่านิยมดังกล่าวได้ถูกฝังตรึงเข้าไปในจิตสำนึกของผู้หญิง ดังจะเห็นได้ว่าในบางสังคมการถามอายุผู้หญิงเป็นคำถามที่ต้องห้ามหรือไม่สุภาพ ผู้หญิงที่ย่างเข้าวัยผู้ใหญ่ตอนปลายหรืออายุ 30 ปีขึ้นไปไม่สะดวกใจในการตอบคำถามว่าอายุเท่าไร ไม่อยากบอกอายุจริงเพราะอายุที่มากขึ้นหมายถึงการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายที่บ่งบอกถึงความชราที่เริ่มมาเยือนหรือความเสื่อมถอยของร่างกาย โดยเฉพาะสิ่งที่สังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนคือการเปลี่ยนแปลงของผิวหนังที่มีความหย่อนคล้อย เป็นริ้วรอย (Wrinkle) โดยเฉพาะบริเวณใบหน้าซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญที่แสดงความงามของผู้หญิงจะเริ่มมีรอยย่นที่หางตา มุมปากและร่องแก้ม การเปลี่ยนแปลงของร่างกายตามธรรมชาติเมื่อเข้าสู่วัยชราจึงเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาของผู้หญิงและกลายเป็นความเจ็บปวด รู้สึกว่าคุณค่าของตนเองลดลงทั้งในมิติทางสังคมวัฒนธรรม การแสดงบทบาท และสร้างสัมพันธภาพ ความแก่หรือความชราของผู้หญิงจึงเป็นประเด็นสำคัญที่เป็นจุดอ่อนที่ทุนนิยมได้ใช้เป็นเป้าหมายในการขยายตลาดสินค้าและบริการ กระตุ้นให้เกิดการบริโภคเพื่อชะลอความชราโดยเฉพาะการเกิดริ้วรอยแห่งวัย ทำให้ผู้หญิงยังคงความสาวไว้นานที่สุด ดังโฆษณาได้ตอกย้ำสื่อความหมายว่าผู้หญิงมี 2 อายุ คือ อายุจริงตามบัตรประชาชนและอายุที่บ่งบอกจากริ้วรอย มิติทางการแพทย์ได้ใช้ความรู้ทางกายวิภาคและสรีรวิทยาในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายตามวัยโดยธรรมชาติว่าเป็นความเสื่อมถอยและได้มีการพัฒนาชุดของความรู้เพื่อยับยั้งหรือชะลอการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวให้เกิดขึ้นช้าที่สุดหรือทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงกลับสู่ความเป็นสาวโดยใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเภสัชวิทยาเพื่อค้นคว้าสมุนไพร ยาและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อชะลอหรือลดริ้วรอย ตลอดจนใช้เทคโนโลยีในการสร้างเครื่องมือในการยกกระชับใบหน้า หรือมีการสร้างผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้องกับการชะลอความชราโดยตรง แพทย์เฉพาะทางสาขาศัลยกรรมความงามเพื่อผ่าตัดแก้ไขใบหน้าให้กลับสู่ความเป็นสาว เช่น การผ่าตัดดึงตา ดึงหน้า เป็นต้น

ถึงแม้ความแก่หรือความชราถูกสร้างภาพให้เป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาของมนุษย์ทั้งเพศชายและหญิง ความแก่เป็นความเสื่อมของสังขาร เสี่ยงต่อความเจ็บป่วย กำลังวังชาลดลง ไม่สามารถสร้างผลผลิตได้เช่นวัยหนุ่มสาว เป็นไม้ใกล้ฝั่งรอความตาย เป็นภาระของสังคม ในสังคมทันสมัยให้ความสำคัญกับความหนุ่มสาวเพราะเป็นวัยแห่งการทำงาน สร้างผลผลิต เป็นวัยแห่งความสุขสนุกสนาน และในขณะเดียวกันก็เป็นวัยแห่งการบริโภคด้วย เพราะช่วงวัยหนุ่มสาวเป็นช่วงที่เปี่ยมไป

ด้วยพลังในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนสังคม ไม่อยู่นิ่ง เป็นวัยแห่งความกระหายและต้องการพร้อมที่จะกระตุ้นให้เกิดความต้องการได้ง่าย คนหนุ่มสาวจึงเป็นทรัพยากรที่มีค่าและมีความสำคัญในสังคมทุนนิยมทั้งในแง่การผลิตและการบริโภค และถึงแม้ความแก่จะไม่เป็นที่ปรารถนาของมนุษย์ทั้งสองเพศแต่แนวคิดในเรื่องของความแก่ยังมีความแตกต่างเป็นการมองโดยใช้สองมาตรฐานในเรื่องเดียวกันภายใต้อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ทั้งในเรื่องของคุณค่า ความดึงดูดใจระหว่างเพศ และความเป็นธรรมชาติ

แนวคิดในเรื่องของคุณค่า

ความวิตกกังวลเกี่ยวกับความแก่ส่วนหนึ่งคือการรู้สึกว่ามีคุณค่าลดลงแต่ผู้หญิงจะมีความรู้สึกรุนแรงกว่าผู้ชายจนกลายเป็นความเจ็บปวดหรือทุกข์ใจเมื่ออย่างเข้าสู่วัยกลางคน เนื่องจากคุณค่าของความเป็นผู้หญิง (Femininity) ได้ถูกเชื่อมโยงกับความสวยและความสาว เมื่อวัยล่วงเลยวัยสาวร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติแห่งวัย ความสวยและคุณค่าของผู้หญิงจึงลดลงไปด้วย แต่สำหรับผู้ชายแล้ว คุณค่าของความเป็นชาย (Masculinity) ถูกเชื่อมโยงกับความสามารถ (Competence) ความเป็นอิสระ (Autonomy) และการควบคุมตนเอง (Self control) ดังนั้นถึงแม้ร่างกายจะมีการเปลี่ยนแปลงตามอายุแต่คุณค่ามิได้ลดลงเพราะอายุที่มากขึ้นหมายถึงการเพิ่มพูนประสบการณ์ (Experience) ความสามารถและคุณสมบัติ กลับดูเสมือนผู้ชายมีคุณค่ามากขึ้นเมื่ออย่างเข้าสู่วัยกลางคนถึงแม้ความวิตกกังวลของผู้ชายอาจเกิดขึ้นได้บ้างจากความรู้สึกไม่มั่นคงในการทำงานที่อาจไม่บรรลุถึงความสำเร็จส่วนบุคคลในการทำงาน แต่สำหรับผู้หญิงแล้วนอกจากความเป็นหญิงจะถูกเชื่อมโยงกับเรื่องของความสวยงามและความสาวแล้วความเป็นหญิงยังถูกให้ความหมายว่าเป็นผู้ที่ไร้ความสามารถ (Incompetence) ช่วยตนเองไม่ได้ (Helplessness) เป็นผู้ตาม (Passivity) ไม่สามารถแข่งขัน (Noncompetitiveness) ใจดีและมีไมตรี (Nice) ดังนั้นเมื่ออายุมากขึ้นจึงไม่ได้เพิ่มพูนคุณภาพของคุณสมบัติเหล่านี้แต่คุณค่ากลับลดลงพร้อมกับความสาวสวยที่ล่วงเลยไป

แนวคิดเรื่องเพศและความสัมพันธ์ระหว่างเพศ

แนวคิดแบบสองมาตรฐานเกี่ยวกับความแก่สะท้อนให้เห็นชัดเจนในเรื่องของความรู้สึกทางเพศและความสัมพันธ์ระหว่างเพศ โดยมีความแตกต่างกันระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย เมื่อผู้หญิงอายุมากขึ้นเข้าสู่วัยกลางคนจะรู้สึกว่าความดึงดูดใจและความมีเสน่ห์ต่อเพศตรงข้ามลดลง เมื่อเปรียบเทียบผู้หญิงและผู้ชายที่อายุเท่ากันแล้วผู้หญิงจะแลดูอายุมากกว่าผู้ชาย ในการมองหาคู่ผู้หญิงจึงมักจะเลือกคู่ที่มีอายุมากกว่าตนเองอย่างน้อย 2 - 3 ปีเพื่อมิให้ดูแก่กว่าสามี และถ้ามีการหย่าร้างกันเมื่ออายุ 40 - 50 ปีแล้ว ผู้ชายจะมีโอกาสแต่งงานใหม่กับหญิงสาวแต่ภรรยาจะมีโอกาส

แต่งงานใหม่น้อยกว่าเพราะโอกาสที่จะพบผู้ชายวัยใกล้เคียงกันยาก บางทีก็ต้องแต่งงานกับชายสูงอายุวัย 60 - 70 ปี และภาพของการแต่งงานระหว่างผู้ชายสูงวัยกับหญิงสาวมักจะได้รับการยอมรับจากสังคมว่าเป็นเรื่องธรรมดามากกว่าการแต่งงานของหญิงสูงวัยและเด็กหนุ่มซึ่งจะถูกข้อครหาจากสังคมว่าเป็นเรื่องที่ไม่เหมาะสม ความแก่จึงเป็นความเจ็บปวดของผู้หญิงที่จะมาพรากความมีเสน่ห์ของเธอไป ความวิตกกังวลของผู้หญิงต่อความแก่จึงอาจเกิดขึ้นก่อนช่วงวัยกลางคนด้วยซ้ำ ส่วนผู้ชายในวัยกลางคนยังรู้สึกว่ามีเสน่ห์ไม่แตกต่างจากเดิมหรืออาจจะดูดีมีคุณค่ามากขึ้นเพราะองค์ประกอบทางสังคมและเศรษฐกิจส่งเสริม แต่สำหรับผู้หญิงแล้วคุณค่าที่ถูกผูกโยงกับรูปร่างภายนอก ความสวยและความสาว อายุที่มากขึ้นจึงทำให้รู้สึกว่ามีเสน่ห์ต่อเพศตรงข้ามลดลง นอกจากนั้นสำหรับผู้หญิงแล้วสังคมยังมองว่าการได้แต่งงานเป็นความสำเร็จในชีวิตส่วนหนึ่ง ผู้หญิงที่อยู่เป็นโสดจนอายุมากจะถูกตีตราว่าเป็นสาวทึบ

แนวคิดเรื่องความเป็นธรรมชาติของร่างกายของผู้หญิงและผู้ชาย

ผู้ชายถูกทำให้ได้รับการยอมรับในสภาพร่างกายตามธรรมชาติมากกว่าผู้หญิง เนื่องจากคุณค่าหรือความสำเร็จของผู้ชายถูกมองจากผลงานหรือการกระทำมากกว่ารูปลักษณ์ ความมีเสน่ห์ของผู้ชายมิได้ขึ้นอยู่กับรูปร่างหน้าตาแต่อยู่ที่การแสดงออก เมื่อผู้ชายถูกทำให้ยอมรับในประเด็นของความสามารถมากกว่าเรื่องของรูปร่างภายนอก ผู้ชายจึงไม่ต้องพะวงกับการเปลี่ยนแปลงของร่างกายหรือริ้วรอยแห่งวัยมากเหมือนผู้หญิง ผู้ชายอาจดูแลตนเองบ้างเป็นครั้งคราว แต่สำหรับผู้หญิงแล้วเรื่องของความสวยงามเป็นเรื่องสำคัญและมีผลต่อการยอมรับ มาตรฐานของความงามคือความสวยที่อ่อนเยาว์ ความงามนี้อาจปรากฏได้ในหญิงชรา การเปลี่ยนแปลงของร่างกายตามธรรมชาติแห่งวัยจึงมีอาจยอมรับได้ ผู้หญิงจึงได้รับความกดดันมากในการที่จะต้องดูแลรักษาร่างกายให้ดูดี เพื่อรักษาความงาม คงไว้ซึ่งความสาว ผิวเรียบตึง ไร้ริ้วรอยเหี่ยวย่น ไม่ปล่อยให้ผมหงอกขาว ผู้หญิงจึงต้องแสวงหาหนทางที่จะดูแลรักษาเรือนร่าง (Body maintenance) เพื่อเอาชนะธรรมชาติต่อต้านความชราให้สวยช่อนอายุ ร่างกายของผู้หญิงจึงถูกลดทอนลงเสมือนวัตถุที่สร้างไม่เสร็จ โครงการเกี่ยวกับร่างกายจึงมีการสร้างเสริมเติมแต่งอย่างไม่สิ้นสุดโดยการบริโภคสินค้าและบริการ ที่สังคมบริโภคนิยมมีการขยายตลาดกระตุ้นและตอบสนองความต้องการได้อย่างไร้ขีดจำกัดเช่นกัน โดยเฉพาะในกลุ่มชนชั้นกลางและชนชั้นสูงที่มีเศรษฐกิจดีจะมีความกระวนกระวายในเรื่องของการดูแลตนเองมากกว่าคนจน การสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุจึงเป็นการตีกรอบให้ผู้หญิงมัวเมาหมกมุ่นในเรื่องของการรักษาความงาม สร้างความสำเร็จและความภาคภูมิใจในตนเองจากการสร้างความงามเป็นการตอกย้ำและจำกัดวงให้ผู้หญิงอยู่ในพื้นที่ส่วนตัว

ภายใต้ระบบชายเป็นใหญ่ในอดีตความงามของผู้หญิงเป็นรูปสมบัติที่นำไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งอาจหมายถึงการมีเสน่ห์แก่ผู้พบเห็น ทำให้ได้รับการชื่นชมและได้รับยอมรับจากสังคมหรือดึงดูดใจผู้ชาย คนสวยมีโอกาสสร้างความหลงใหลมากกว่าและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสถานะทางสังคมให้มีฐานะสูงขึ้นผ่านการแต่งงานกับผู้ชายที่มีสถานะทางสังคมสูงกว่าหรือมีความมั่งคั่ง แต่ในสังคมทุนนิยมทุกสิ่งทุกอย่างถูกกระทำให้เป็นเรื่องของการค้าและผลประโยชน์ไม่เว้นแม้แต่ร่างกายมนุษย์ ความงามของผู้หญิงถูกใช้เป็นวิธีในการสะสมทุนทางกายภาพที่สามารถกลายเป็นทุนทางเศรษฐกิจและสังคมได้ (มัลลิกา มัลติโก. 2549 : 266) หรืออาจกล่าวได้ว่าความงามของผู้หญิงเป็นสิ่งที่ขายได้ และใช้ในการประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับความงามเพื่อสร้างรายได้ เช่น นักแสดง นางแบบ นักร้อง นางงาม ตอกย้ำให้เห็นว่าความงามเป็นสิ่งที่มีความสำคัญของผู้หญิง แต่ในขณะเดียวกันผู้หญิงก็เป็นผู้ถูกกระทำให้ยึดติดในการดูแลรักษาร่างกายให้สวยงามมากยิ่งขึ้น ถึงแม้จะไม่ใช่ว่าผู้ที่ประกอบอาชีพที่ต้องใช้ความสวยงามของรูปร่างหน้าตาโดยตรงก็ตาม ความคิดดังกล่าวมีส่วนสำคัญที่รองรับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่ต้องการขยายตลาดสินค้าและบริการเพื่อความงาม ต้องการขายสินค้าให้ได้มาก มีการกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการบริโภคผ่านการนำเสนอในสื่อต่าง ๆ เช่น โฆษณา ในสังคมทุนนิยมผู้หญิงจึงตกเป็นเหยื่ออยู่ในวังวนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการเพื่อความงามทั้งในแง่ของผู้นำเสนอและผู้บริโภคด้วยความเต็มใจ

ระบบทุนนิยมมีความมุ่งหวังในเรื่องของการแสวงหาผลกำไรจากการขายสินค้าทั้งในแง่ของประโยชน์ใช้สอย (Use value) และการแลกเปลี่ยน (Exchange value) มีกระบวนการทำให้เป็นสินค้า (Commodification) (Barker. 2000 : 13) ในแง่ของการผลิตและการบริโภค ก่อรูปวัฒนธรรมแห่งการบริโภคโดยมีการแพร่กระจายไปทุกภาคส่วนในสังคม แทกรวมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของคนในสังคมทันสมัยซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริโภคนั้นเป็นวิถีชีวิต การสร้างตัวตนสามารถแสดงผ่านการบริโภคเป็นการบริโภคในเชิงคุณค่าและสัญลักษณ์ไม่ได้เป็นการบริโภคในเชิงประโยชน์ใช้สอย ระบบทุนนิยมได้หลอกล่อให้คนรู้สึกว่ามีทางเลือกที่หลากหลาย มีอิสระในการแสวงหาทางเลือกเพื่อสร้างตัวตนตามใจปรารถนา การบริโภคเป็นเรื่องของการตอบสนองความต้องการทางจิตใจของมนุษย์ซึ่งถูกกระตุ้นอยู่ตลอดเวลา ทำให้เกิดความรู้สึกพร่อง (Sense of lack) และความต้องการที่เติมที่ไม่สิ้นสุด สังคมทุนนิยมเป็นเรื่องของสุนทรียศาสตร์ที่ไม่มีเหตุผล (Irrational) เป็นเรื่องของแสวงหาความสุขความพอใจ ทำให้เกิดความหลงตนเอง (Narcissistic form) ภาวะภูมิใจในตัวตนและอยากแสดงออก (Egoism and romantic expressivism) การจัดการความงามของผู้หญิงมีฐานคิดจากมุมมองที่เชื่อว่าร่างกายเปรียบเสมือนของเหลวที่สามารถเปลี่ยนรูปได้ สามารถออกแบบได้ตามใจปรารถนา (Hollinger. 1994 : 114) เพื่อให้สอดคล้องกับความงามตามอุดมคติที่ถูกทำให้ทำให้ปรากฏในสังคมซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความสัมพันธ์ในเรื่องของบริบทแวดล้อมของสังคมในแต่ละยุคสมัย

ร่างกายผู้หญิงจึงเป็นเสมือนโครงการที่สร้างไม่เสร็จ เพราะผู้หญิงถูกกระทำให้ติดกับของมายาคติเรื่องความงามจึงพยายามแสวงหาแนวทางในการดูแล รักษา หรือแม้แต่ปรับเปลี่ยนร่างกายตนเองให้สวยงามโดยการพึ่งพาหาทางเลือกที่ถูกหยิบยื่นให้บริโภคนิยมจากรัฐกิจเพื่อความงาม ร่างกายและตัวตนของผู้หญิงในสังคมบริโภคนิยมจึงถูกลดทอนลงเป็นเพียงวัตถุที่ปรับเปลี่ยนได้อย่างไม่สิ้นสุด เพื่อแสดงคุณค่าและตัวตนผ่านความงามของร่างกาย

ส่วนที่สาม : ปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวชนอาย

ความจริงเป็นเรื่องของการกำหนดกฎเกณฑ์ชุดหนึ่งเพื่อทำให้อะไรเป็นเรื่องจริง ไม่มีสิ่งใดที่เป็นจริงแท้มีแต่สิ่งที่ถูกทำให้กลายเป็นสิ่งที่เห็นจริง ปฏิบัติการในการสร้างความจริงจึงเป็นการสร้างวาทกรรมโดยใช้กระบวนการหรือระบบของการผลิตความหมายโดยเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างอุดมการณ์และความรู้และสร้างกฎเกณฑ์กติกา (Discipline) เพื่อกระทำต่อจิตใจของคนให้ยอมรับและปฏิบัติตามอย่างว่าง่ายด้วยความเต็มใจ (Docile body) โดยไม่รู้สึกรู้ว่าถูกบังคับ เป็นอำนาจของความรู้ที่ปฏิบัติการอย่างแยบยลหรือที่ฟูโกต์เรียกว่าเป็นการใช้เทคโนโลยีของอำนาจ (Technology of power) ในการควบคุมและบังคับมนุษย์ และมีการแพร่กระจายผลิตซ้ำความหมายหรือผลิตซ้ำความจริงที่สร้างขึ้นตอกรังให้ดำรงอยู่ (Discursive practice) ผ่านเทคโนโลยีของระบบการสร้างสัญลักษณ์และการสื่อความหมาย (Technology of sign system) (McKinlay; & Starkey. 1998 : 152)

ปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวชนอายเป็นการเชื่อมประสานระหว่างอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่และอุดมการณ์ทุนนิยมและใช้อำนาจของความรู้ในการสร้างวาทกรรมนิยมความสวยเกลี้ยกล่อมความแก่โดยมีเป้าหมายในการปฏิบัติการเพื่อควบคุมมนุษย์ สร้างวินัยในการปฏิบัติตามแนวทางหรือกฎเกณฑ์ที่ผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญกำหนดขึ้นเพื่อสร้างตัวตนให้สวยอ่อนเยาว์กว่าอายุโดยการบริโภคโดยมีการสื่อความหมายผ่านระบบสัญลักษณ์หรือสร้างสัญลักษณ์ผ่านช่องทางของสื่อสารมวลชนและโฆษณาเพื่อแพร่กระจายและผลิตซ้ำความจริง

ความรู้ที่แสดงให้เห็นว่าความสวยงามของร่างกายเป็นสิ่งที่จัดการได้

การใช้อำนาจที่แยบยลที่ทำให้ไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการใช้อำนาจคือการปฏิบัติการของความรู้เพื่อสร้างความจริงตามเจตจำนงของความรู้ให้เป็นไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่วาทกรรมกำหนดขึ้น ปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวชนอายที่สำคัญคือการเชื่อมโยงอุดมการณ์และความรู้เพื่อรองรับความจริงที่ถูกสร้างขึ้น และจะนำไปสู่การกำหนดกฎเกณฑ์หรือแนวทางในการปฏิบัติเพื่อให้บรรลุถึงความจริง ฟูโกต์อธิบายเกี่ยวกับความจริงและอำนาจที่อยู่เบื้องหลังความจริงว่า ความจริงมิได้

หมายถึงชุดของความจริงที่ถูกค้นพบหรือได้รับการยอมรับแต่หมายถึงชุดของกฎระเบียบที่แบ่งแยกสิ่งที่ถูกกับผิดออกจากกันและผลกระทบของอำนาจที่ผูกโยงมากับสิ่งที่เป็นจริง ความจริงเป็นสิ่งที่เกิดจากกระบวนการที่ได้รับการจัดระเบียบและถูกเชื่อมกับความสัมพันธ์ของอำนาจ ความรู้สามารถสร้างและนิยามความหมายของความจริงหรือเป็นกฎเกณฑ์ที่แยกความจริงและไม่จริงออกจากกัน กฎเกณฑ์นั้นที่จริงคืออำนาจ อำนาจสร้างความจริงแต่ไม่ใช่สิ่งเดียวกันแต่เป็นเรื่องที่หยั่งลึกอยู่ในระบบของอำนาจและระบบของอำนาจได้ทำให้ความจริงแผ่ขยายขอบเขตให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เป็นระบอบของอำนาจ (Regime of truth) เป็นตัวกำหนดระบอบความจริงที่ทำหน้าที่ผลิตและสร้างความจริง (Foucault. 1980 : 131-133)

ความรู้ที่สำคัญในการสร้างความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุคือความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ การแพทย์สมัยใหม่ที่พัฒนามาจากสังคมตะวันตกโดยเฉพาะในช่วงหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมที่มีความตื่นตัวและสนใจในการแสวงหาความรู้ในเชิงวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับสรีระและร่างกายของมนุษย์ และสาเหตุของการเจ็บป่วยเป็นความรู้ที่แสดงให้เห็นว่าเรื่องของความสวยงามของร่างกายเป็นสิ่งที่สามารถ “สร้างหรือจัดการได้” (Performing self) ในศตวรรษที่ 19 มีความนิยมและศรัทธาในความ เป็นธรรมชาติของร่างกายโดยมีสถาบันทางศาสนาสร้างกฎเกณฑ์ ข้อห้ามในการแก้ไขเปลี่ยนแปลงร่างกายให้ผิดธรรมชาติแต่ในศตวรรษที่ 20 สังคมตะวันตกมีการพัฒนาความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอย่างเต็มที่ ความเชื่อและศรัทธาทางศาสนาเริ่มเสื่อมถอย ในขณะที่ความเชื่อมั่นและศรัทธาในความรู้และศักยภาพของมนุษย์เพิ่มพูนขึ้นถึงขั้นของการเอาชนะ ควบคุมหรือเปลี่ยนแปลงธรรมชาติได้ ร่างกายของคนในสังคมบริโภคนิยมจึงไม่จำเป็นต้องคงรูปตามธรรมชาติอีกต่อไป สามารถดึงความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์มาใช้ในการเปลี่ยนแปลงร่างกายให้เป็นไปตามที่ ต้องการได้จึงเกิดโครงการเกี่ยวกับร่างกาย (Body project) มากมายและไม่จบสิ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้หญิงในเรื่องของการรักษาความงามของรูปร่างภายนอกเพื่อสร้างเสริมเติมแต่งหรือเปลี่ยนแปลงร่างกายของผู้หญิงเพื่อให้สวยซ่อนอายุตามภาพร่างในอุดมคติ เช่นความรู้ในเรื่องของ เภสัชวิทยา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อค้นคว้าสร้างผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อชะลอความเสื่อมของผิว

นอกจากนั้นการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ของความรู้ทางการแพทย์จากการตั้งรับโดยเน้น หรือให้ความสำคัญกับเรื่องของการรักษาพยาบาลเมื่อเจ็บป่วยมาสู่เชิงรุกโดยการสร้างเสริมสุขภาพ เพื่อป้องกันไม่ให้เจ็บป่วย (Preventive medicine) ยังมีส่วนสำคัญในปฏิบัติการเพื่อสร้างความจริง เรื่องสวยซ่อนอายุโดยเชื่อมโยงเรื่องของความงาม ความอ่อนเยาว์และเรื่องของสุขภาพไว้ด้วยกัน ความสวยงามและอ่อนเยาว์กว่าวัยเป็นสิ่งที่แสดงถึงสุขภาพที่ดีด้วย เรื่องของการดูแลรักษาร่างกาย (Body maintenance) เพื่อให้แข็งแรงจึงเป็นสิ่งที่ปัจเจกบุคคลในสังคมบริโภคนิยมให้ความสำคัญ

การพัฒนาความรู้ทางการแพทย์เพื่อจัดการกับร่างกายยังคงมีการพัฒนาชุดของความรู้อย่างต่อเนื่องและไม่หยุดยั้งโดยเฉพาะการสร้างความงามของร่างกายและการต่อต้านความชราที่มีการแตกแขนงเป็นสาขาวิชาเฉพาะทางและมีการสร้างสถาบันเพื่อผลิตผู้เชี่ยวชาญแต่ละสาขาเพื่อปฏิบัติการโดยใช้อำนาจของความรู้ที่ถูกสร้างขึ้น

การสร้างสถาบันในการผลิตความรู้และการจัดการด้านความงาม

สถาบันมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการสร้างความรู้และผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามในทุกระดับ สถาบันมีส่วนสำคัญในการจัดระเบียบสังคม สถาบันในแนวคิดของวาทกรรมเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการของวาทกรรมมีรูปแบบของการจัดระเบียบทางสังคมสืบต่อกันและสิ่งสำคัญคือเรื่องปฏิสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้อง (Danaher; Schirato; & Webb. 2000 : 36) การผลิตความจริงผ่านความรู้ที่สร้างขึ้นนั้นจะมีสถาบันเป็นกลไกในการผลิตความรู้และสร้างความหมายและส่งผ่านให้คนปฏิบัติตามและใช้อำนาจควบคุมให้เป็นไปตามความจริงที่สร้างขึ้น สถาบันที่มีความหลากหลายในสังคมนั้นต่างมีพื้นที่ (Field) ในการปฏิบัติการของตนเอง ฟูโกต์ได้แบ่งประเภทของสถาบันออกเป็นสถาบันที่เป็นทางการหรือเป็นสถาบันสาธารณะ (Public institution) เช่น สถาบันทางการแพทย์ การศึกษา เศรษฐกิจ เป็นต้นและสถาบันที่ไม่เป็นทางการหรือเป็นส่วนตัว (Private institution) เช่น ครอบครัว กลุ่มเพื่อน ความแตกต่างระหว่างสถาบันทั้งสองประเภทคือผลของการสร้างความจริง (Truth effect) ซึ่งสถาบันสาธารณะมีความน่าเชื่อถือและมีผลในการควบคุมมนุษย์ในวงกว้างของสังคมมากกว่า มีอำนาจอันชอบธรรมในการสร้างความจริงและภาคปฏิบัติการในการสร้างความจริง กฎเกณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นจากสถาบันสาธารณะเป็นสิ่งที่มีความเคร่งครัดในการควบคุมมนุษย์ให้ต้องปฏิบัติตาม ส่วนสถาบันที่ไม่เป็นทางการมักจะไม่มีความยืดหยุ่นในการยอมรับกันเพียงบางกลุ่มเท่านั้น (Danaher; Schirato; & Webb. 2000 : 37-38) ผลของการสร้างความจริงและการควบคุมมนุษย์จึงไม่หนักแน่นเท่ากฎเกณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นจากสถาบันสาธารณะ

สถาบันหนึ่งที่ผลิตความรู้และผู้เชี่ยวชาญในเรื่องของการจัดการความงามที่เป็นสถาบันสาธารณะได้แก่โรงเรียนแพทย์ซึ่งทำหน้าที่สอน วิจัยและพัฒนาในการถ่ายทอดความรู้เพื่อสร้างผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความชำนาญทางการแพทย์ โรงเรียนแพทย์ไม่เพียงแต่จะผลิตแพทย์ทั่วไปเท่านั้น แต่ได้แตกแขนงย่อยลงไปในแต่ละสาขาที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะ เช่น ศัลยแพทย์ผู้มีความรู้ความชำนาญในการรักษาโรคผิวหนัง ศัลยแพทย์ทางด้านพลาสติกผู้มีความรู้ความชำนาญในด้านศัลยกรรมตกแต่ง ผู้เชี่ยวชาญที่โรงเรียนแพทย์สร้างขึ้นนี้จะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการวินิจฉัยเพื่อตัดสินเรื่องของความสวยงามของร่างกายเมื่อเปรียบเทียบกับมาตรฐานที่สร้างขึ้นว่ามีส่วนใดบ้างที่ควรแก้ไขบ้าง (Normative judgement) และใช้ความรู้ความชำนาญของตนในการจัดการความงามของผู้หญิง

ทั้งในเรื่องของการสร้างระเบียบ กฎเกณฑ์ให้ปฏิบัติหรือแม้แต่การผ่าตัดเพื่อแก้ไข โดยที่ผู้หญิงก็มีความยินยอมพร้อมใจในการยอมรับและปฏิบัติตามอย่างง่าย (Docile body) ด้วยความสยบยอมต่ออำนาจของความรู้ทางการแพทย์ที่อยู่ภายใต้แนวคิดปรัชญาของการแพทย์สมัยใหม่ที่มีฐานคิดในการมองมนุษย์แบบแยกส่วนเป็นการลดทอนมนุษย์ให้เป็นเสมือนสิ่งของที่มีการปรับปรุงแก้ไขซ่อมแซมได้ สถาบันทางการแพทย์ไม่เพียงแต่ผลิตผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในการจัดการความงามเท่านั้นแต่ยังแฝงไว้ด้วยการถ่ายทอดหล่อหลอมกล่อมเกลาสืบทอดความคิดและอุดมการณ์ต่อไปด้วย

นอกจากสถาบันทางการแพทย์จะมีส่วนสำคัญและเป็นสถาบันหลักที่ตัดสินใจในเรื่องของความปกติและความสวยงามของผู้หญิงเช่นความงามแบบอ่อนเยาว์ สวยใสไร้ริ้วรอยแล้ว ระบบทุนนิยมยังมีการขยายเครือข่าย สร้างสถาบันเพื่อผลิตบุคลากรมาทำหน้าที่ดูแลและจัดการความงามของผู้หญิงซึ่งระดับของการยอมรับอาจไม่เทียบเท่าแพทย์ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพเฉพาะแต่ก็ได้รับการยอมรับในระดับหนึ่งในฐานะผู้ที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้ในส่วนที่เกี่ยวข้องและมีประสบการณ์เพื่อมาทำหน้าที่ในการให้คำปรึกษาและดูแลความงามของผู้หญิง

นอกจากสถาบันจะทำหน้าที่ในการสร้างความรู้แล้ว ยังต้องมีการสร้างสถาบันรองรับภาคปฏิบัติการในการจัดการความงามเป็นการขยายเครือข่ายของสถาบันที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อจัดการความงามและรองรับการขยายตัวของระบบทุนนิยมที่ใช้ร่างกายของผู้หญิงเป็นพื้นที่ในการปฏิบัติการในประเด็นของการบริโภคเพื่อจัดการความงาม ทำหน้าที่เป็นสนามวาทกรรมที่เข้าถึงได้ง่าย ซึ่งมีทั้งระดับโรงพยาบาลและคลินิกซึ่งผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ถูกดึงเข้าสู่ระบบทุนนิยมโดยอาจมีแพทย์เป็นผู้ประกอบการหรือเป็นผู้ปฏิบัติโดยใช้ความรู้ความชำนาญในการจัดการความงามของผู้หญิงและสถานเสริมความงามซึ่งดำเนินการโดยบุคลากรอื่นที่ผ่านการอบรมซึ่งพบได้ในศูนย์การค้าทั่วไปซึ่งสถานประกอบการเพื่อจัดการความงามเหล่านี้ยังมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยหลายรูปแบบมาใช้เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในการจัดการความงาม สถานที่เหล่านี้มีการจัดรูปแบบให้เห็นว่าเป็นพื้นที่พิเศษในการปฏิบัติการเพื่อสร้างความจริงและก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ

ผู้เชี่ยวชาญ : การนำความรู้ไปใช้เพื่อสร้างความงามแบบสวยอ่อนอายุ

การสร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญของแต่ละวิชาชีพถ้ามองในเชิงของโครงสร้างและหน้าที่อาจเห็นว่าเป็นการตอบสนองความต้องการของสังคม ในการผลิตบุคลากรเพื่อให้บริการทางสังคมในสาขาที่ตนมีความรู้ความชำนาญเฉพาะซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดระเบียบสังคม (Social order) โดยการสร้างความเป็นวิชาชีพ (Professionalization) จะต้องมีอุดมการณ์เฉพาะของวิชาชีพ มีสถาบันในการถ่ายทอดความรู้ ผลิตผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการในการออกใบรับรองในการประกอบวิชาชีพอย่างเป็นอิสระ (Autonomy) และสามารถนำความรู้ความสามารถในสาขาที่เชี่ยวชาญ

เฉพาะเพื่อให้บริการแก่ผู้รับบริการ เป็นที่ยอมรับและเป็นที่ต้องการของสังคม สถานะและอำนาจของแต่ละวิชาชีพขึ้นอยู่กับความสามารถในการครองตลาดและการเข้าถึงผู้รับบริการ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การได้รับความไว้วางใจและความเชื่อถือจากผู้รับบริการ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการในแง่ของการกำหนดความต้องการ อาจเกิดขึ้นได้ทั้งจากการกำหนดความต้องการของแต่ละฝ่าย โดยผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้กำหนดโดยใช้มาตรฐานวิชาชีพหรือผู้รับบริการบอกความต้องการของตนเอง หรือมีคณกลางคือรัฐเป็นผู้ควบคุมและประสานประโยชน์ให้อยู่ในความพอดี (Turner. 1996 : 131-137)

แต่ถ้ามองในแง่ของความสัมพันธ์ของอำนาจและความรู้แล้ว ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้เชื่อมต่อในการนำความรู้ไปปฏิบัติ หรือเป็นผู้ใช้อำนาจของความรู้ หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นผู้เชื่อมต่อความรู้มาสู่ผลผลิต การเกิดผู้เชี่ยวชาญจึงมีแรงผลักดันจากความต้องการของสังคมทุนนิยม เพราะผู้เชี่ยวชาญเป็นตัวละครสำคัญในระบบการผลิตของสังคมทุนนิยมอุตสาหกรรม (Turner. 1996 :131)และมีส่วนสำคัญในการสร้างความจริง เพราะการสร้างความจริงหรือความจริงนั้นเป็นการสอดประสานระหว่างความรู้ (Commentary) ผู้เชี่ยวชาญ (Authors) และกฎเกณฑ์กติกาหรือวินัย (Disciplines) ที่ถูกสร้างขึ้น ผู้เชี่ยวชาญในสังคมสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างความจริงแบบวิทยาศาสตร์ซึ่งจับต้องได้และทำให้เกิดความเชื่อว่าเป็นจริงเช่นนั้น แต่ฟูโกต์เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญนั้นเป็นร่างทรงของอำนาจและความรู้ในการสร้างความจริงและเป็นการเพิ่มอำนาจในการควบคุมมนุษย์โดยสถาบันจะผลิตผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความถนัดในวิชาชีพเฉพาะด้านเฉพาะเรื่อง และจะสถาปนาขอบเขตของความรู้เหนือผู้อื่น ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้สืบทอดตรึงวาทกรรมและผลิตซ้ำกฎเกณฑ์ของความรู้และเป็นส่วนหนึ่งของภาคปฏิบัติการที่ก่อรูปอยู่ในโครงสร้างสังคมเพื่อสร้างอำนาจความรู้ของวาทกรรมที่สร้างขึ้น ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ผลิตความรู้และความรู้สร้างความจริงโดยที่ผู้เชี่ยวชาญสร้างความจริงโดยใช้เทคนิควิทยาของอำนาจ (Technology of power) เช่น การจ้องมอง (Gaze) ตรวจตราร่างกายของมนุษย์ กำหนดกฎเกณฑ์ให้ปฏิบัติเป็นอำนาจที่ผู้เชี่ยวชาญกระทำโดยใช้ความรู้ ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ที่ผ่านการศึกษาสืบทอดความรู้มาปฏิบัติและมีอำนาจอันชอบธรรมที่ได้รับการยอมรับให้แสดงความคิดเห็น และสามารถตัดสินใจได้ว่าสิ่งใดปกติ/ผิดปกติ จำแนกความแตกต่างของร่างกายว่ามีส่วนใดควรแก้ไขปรับปรุงบ้างและกำหนดแนวทางให้ปฏิบัติ ผู้เชี่ยวชาญจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความจริงและจัดการความงามของผู้หญิงโดยเฉพาะแพทย์ผู้ชำนาญเฉพาะทางมักได้รับความเชื่อถือและความไว้วางใจในการใช้ความรู้ความสามารถเชิงวิชาชีพในระดับสูง ความสำเร็จหรือการได้รับการยอมรับของแพทย์นอกเหนือจากอำนาจของความรู้ที่ถูกมองว่าเป็นศาสตร์บริสุทธิ์แล้วยังถูกมองว่าเป็นความรู้ซึ่งเป็นประโยชน์กับประชาชนหรือรับใช้สังคมมากกว่าให้ผลประโยชน์แก่ผู้ประกอบการวิชาชีพและสามารถนำไปปฏิบัติในแง่ของการป้องกันหรือแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้

ความรู้ที่แสดงให้เห็นว่าความสวยงามของร่างกายเป็นสิ่งที่สามารถจัดการหรือเปลี่ยนแปลงได้ เช่นความรู้ทางเภสัชวิทยาและความรู้ทางการแพทย์ได้สร้างผู้เชี่ยวชาญได้แก่เภสัชกรและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาได้แก่ แพทย์ทางตจวิทยาหรือแพทย์ผู้ชำนาญทางโรคผิวหนัง แพทย์ทางศัลยกรรมพลาสติก เพื่อใช้ความรู้ความชำนาญเฉพาะทางของตนในการชะลอความชรา เช่น การสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อลดรอยเหี่ยวย่นของผิวหนัง การทำศัลยกรรมพลาสติก ผ่าตัดเพื่อตึงผิวหนังบริเวณใบหน้าให้เรียบตึงเพื่อลดริ้วรอยแห่งวัย แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการชะลอความชราเพื่อดูแลในเรื่องของการป้องกันและการชะลอความเสื่อมของร่างกายตามวัยซึ่งครอบคลุมถึงการดูแลรักษาร่างกายให้สวยงามอ่อนเยาว์กว่าวัยเป็นต้น การที่เภสัชกรและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาดังกล่าวข้างต้นได้รับการเชื่อถือและยอมรับให้เป็นผู้ที่สามารถให้การประกอบวิชาชีพได้นั้น เนื่องจากได้ผ่านกระบวนการสร้างความเป็นวิชาชีพ โดยผ่านการศึกษาจากสถาบันที่เป็นทางการในการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มีลักษณะและทักษะเฉพาะ ผ่านการทดสอบความรู้ และมืองค์กรทางวิชาชีพในการควบคุมมาตรฐานในการบริการสังคม และได้รับการยอมรับจากสังคมในเรื่องบทบาทหน้าที่ของวิชาชีพ เป็นการจัดวางตำแหน่งของแต่ละสาขาอาชีพตามค่านิยมของสังคมด้วย (Turner, 1996 : 132) ปฏิบัติการทางอำนาจของความรู้ผ่านผู้เชี่ยวชาญจึงมีพลังและได้รับการยอมรับความชอบธรรมในระดับสูง ในสังคมบริโภคนิยมผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ประกอบวิชาชีพดังกล่าวจึงมีบทบาทสำคัญในการใช้อำนาจของความรู้ผ่านความเป็นวิชาชีพที่มีลักษณะเฉพาะในการผลิตสินค้าและบริการและกำหนดกฎเกณฑ์กติกาหรือแนวทางในการปฏิบัติเพื่อดูแลและบำรุงรักษาร่างกายให้สวยงามอ่อนเยาว์กว่าวัยโดยที่ผู้คนในสังคมยินยอมปฏิบัติตามโดยไม่เกิดข้อกังขา

นอกจากปฏิบัติการในการสร้างความจริงของผู้เชี่ยวชาญผ่านสถาบันที่เป็นทางการ (Public institution) ในพื้นที่สาธารณะ (Public field) ที่ได้รับการยอมรับดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีปฏิบัติการของผู้เชี่ยวชาญที่มีได้ผ่านสถาบันที่เป็นทางการแต่ได้รับการยอมรับทางสังคมจากความรู้ที่เกิดจากทักษะที่สั่งสมจากประสบการณ์ชีวิตจริง (Private institution) เช่น การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการดูแลรักษาความงามของนางงาม นักแสดง นางแบบ หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคมที่ใช้ชื่อเสียง ประสบการณ์ และรูปลักษณ์ของตนในการสร้างการยอมรับซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความจริงเช่นเดียวกัน

การสร้างวินัยในการจัดการความงามแบบสวยช่อนอายุ

ในภาคปฏิบัติการหลักในการสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุ สถาบันซึ่งผลิตความรู้และผู้เชี่ยวชาญจะมีบทบาทในการกำหนดกฎเกณฑ์กติกาเพื่อสร้างวินัยเพื่อให้คนยอมรับและปฏิบัติตาม เป็นปฏิบัติการที่สำคัญในการสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุ การสร้างวินัยเป็นการใช้อำนาจในการควบคุมมนุษย์ แนวคิดเกี่ยวกับวินัยมีสองนัยยะ โดยนัยยะแรกกล่าวถึงวินัยในแง่ของการลงโทษเมื่อ

กระทำผิดซึ่งเป็นมุมมองในเชิงลบและนัยยะที่สองเป็นการกล่าวถึงการสร้างทักษะหรือการใช้ความรู้เป็นแนวทางในการกำหนดแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ ซึ่งเป็นมุมมองในเชิงบวกที่ช่วยในการพัฒนาตนเองให้ประสบความสำเร็จ แต่ฟูโกต์มองวินัยในเชิงของการใช้อำนาจโดยเป็นอำนาจของความรู้ที่ทำให้คนเชื่อว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่ดีสำหรับตนเองและยอมรับนำไปปฏิบัติ โดยเป็นการใช้อำนาจเข้าควบคุมจิตใจของคน ทำนองเดียวกับแนวคิดของกรัมมี่ที่กล่าวถึงการสร้างสำนึกที่ผิดพลาด (False consciousness) ที่สร้างแรงผลักดันและช่วงชิงการนำ (Hegemony) ทำให้คนมีความคิด ความเชื่อในสิ่งที่ชนชั้นผู้นำสร้างขึ้นและยอมปฏิบัติตามเพราะคิดว่าเป็นสิ่งที่ดีและเป็นประโยชน์กับตน แต่สิ่งที่แตกต่างกันระหว่างแนวคิดของกรัมมี่และฟูโกต์ คือ กรัมมี่เชื่อว่าสามารถแก้ไขจิตสำนึกที่ผิดพลาดได้โดยการชี้ให้เห็นความจริงที่เกิดขึ้นจากการชี้นำของชนชั้นผู้นำ แต่ฟูโกต์เชื่อว่าความจริงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นและความคิดของคนถูกรอบงำโดยวาทกรรม (Danaher; Schirato; & Webb. 2000 : 48)

ภาคปฏิบัติการในการสร้างความจริงที่สำคัญคือการใช้เทคโนโลยีของอำนาจ (Technology of power) เพื่อควบคุมมนุษย์โดยใช้อำนาจของความรู้ในการกำหนดกฎเกณฑ์ กติกา สร้างวินัย (Discipline) ให้คนยอมรับและปฏิบัติตามอำนาจของความรู้ที่นำมาใช้ในการควบคุมมนุษย์นั้นเป็นการใช้อำนาจที่ละมุน นุ่มนวลโดยที่ผู้ถูกกระทำไม่ทันรู้สึกตัวว่าถูกบังคับโดยเข้าครอบงำจิตสำนึกให้เกิดการสยบยอม (Docile body) และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ กติกาที่ถูกสร้างขึ้นด้วยความเต็มใจเป็นการสร้างวินัยในการควบคุมตนเองให้พร้อมที่จะยอมรับการจัดกระทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามวาทกรรมหลักหรือความจริงที่ถูกสร้างขึ้นได้โดยง่าย ดังที่ว่า

การควบคุมหรือบังคับในสังคมสมัยใหม่ใช้วินัยในลักษณะของการบังคับแบบสงบเงียบ (Quiet coercion) โดยเข้าควบคุมร่างกายมนุษย์ สามารถทำให้มนุษย์คิดและปฏิบัติ หรือกระทำตามที่ต้องการ ซึ่งการบังคับนี้จะออกมาในรูปของการที่ทำให้คนคิดว่า อะไรคือรูปร่างร่างกาย พฤติกรรมที่เหมาะสมซึ่งจะต่างจากการบังคับด้วยกำลัง ทั้งนี้โดยมีความรู้เป็นฐานรองรับหรือสร้างความชอบธรรม (นภาพรณท์ หะวานนท์ .2545:5)

ในหนังสือเรื่องวินัยและการลงโทษ (Discipline and Punish. 1977) ฟูโกต์ (Foucault) ได้สะท้อนให้เห็นการใช้อำนาจที่กระทำต่อร่างกายมนุษย์ให้มีการสยบยอมต่ออำนาจซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบจากการใช้ความรุนแรงต่อร่างกายมาสู่การสร้างความรู้และภาคปฏิบัติการผ่านการสร้างวินัย ร่างกายจึงยังคงเป็นเป้าหมายสำคัญของปฏิบัติการเชิงอำนาจเพื่อที่จะจัดการปรับเปลี่ยน ผลักดันให้มีการฝึกฝนและสร้างทักษะหรือความชำนาญตามเป้าหมายที่ต้องการเพื่อตอบสนองต่อระบบการเมือง เศรษฐกิจหรือสังคมที่มีอุดมการณ์อยู่เบื้องหลัง เช่น การอบรมหรือการฝึกฝนที่เกิดขึ้นในระบบโรงเรียนหรือโรงพยาบาลที่มีการควบคุมให้มนุษย์ยอมปฏิบัติตามคำสั่งอย่างง่ายด้วยความเต็มใจโดยรู้ดีว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องและควรกระทำปฏิบัติการทางอำนาจที่กระทำ

ต่อมนุษย์นั้นมีความลึกซึ้งซึ่งเป็นองค์รวมทั้งในระดับของความรู้สึกนึกคิด ค่านิยม และพฤติกรรมที่แสดงออกในการใช้ภาษาและท่าทีโดยผ่านการฝึกฝน (Training) อย่างต่อเนื่องในและแทรกซึมเข้าไปในชีวิตประจำวันโดยไม่รู้ตัวอย่างเป็นธรรมชาติและมีชีวิตชีวา (Natural and organic) การสร้างวินัยกระทำต่อปัจเจกบุคคลโดยการควบคุม 4 ลักษณะคือ เป็นสิ่งที่มองไม่เห็นแต่แทรกซึมอยู่รอบๆตัวเหมือนอากาศธาตุ แต่เป็นสิ่งที่มีชีวิตชีวาและมีรหัสของการกระทำ มีระบบของการสร้างที่สะสมเพิ่มพูนตามกาลเวลา และมีการประสานของแรงผลักดัน โดยการวางกลยุทธ์หรือรายละเอียด (Tactics) ซึ่งเป็นเสมือนการสร้างศิลปะที่กระทำต่อร่างกายมนุษย์อย่างละมุนละไมโดยมีองค์ประกอบเฉพาะในแต่ละประเด็นที่ต้องการสร้างความจริง (Foucault. 1977 : 167-168) เช่น การหลีกเลี่ยงแสงแดด การทาครีมบำรุงผิว และการบริหารใบหน้าเพื่อป้องกันและลดรอยเหี่ยวย่น เป็นต้น

การสร้างวินัยในความหมายของฟูโกต์เป็นการใช้เทคนิควิทยาของอำนาจทั้งในการฝึก
ภาคปฏิบัติ (Procedure for training) การบังคับให้ปฏิบัติตาม (Coercing) ตลอดจนการเปลี่ยนแปลง
ร่างกาย (Transforming body) ซึ่งมีปฏิบัติการที่สำคัญในการสร้างวินัย 3 ประการได้แก่ การสังเกต
(Observation) การตรวจร่างกาย (Examination) และการวินิจฉัยเพื่อจำแนกความผิดปกติ
(Normalization) (Jones; & Porter. 1999 : 81-83)

การสังเกต เป็นเทคนิคที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ใช้ประเมินผลของของปฏิบัติการทางอำนาจที่สามารถมองเห็นได้ ทั้งโดยการสังเกตโดยสายตาของมนุษย์หรือการสังเกตผ่านเลนส์ของเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ เช่น กล้องโทรทรรศน์ (Telescope) เพื่อเพิ่มพลังอำนาจของการสังเกตที่ทำให้มองเห็นได้ลึกซึ้งกว่าการสังเกตด้วยตาเปล่าของมนุษย์ ปฏิบัติการในการสร้างวินัยที่สมบูรณ์คือการสังเกตในประเด็นอย่างต่อเนื่องซึ่งเป็นเทคนิคในการควบคุมและตรวจสอบ (Control and checking) เทคนิคในเรื่องของการสังเกตที่แพทย์ใช้ในคลินิก คือ **การตรวจตราหรือจับจ้อง (Clinical gaze)** เป็นปฏิบัติการในการสร้างความจริงที่เชื่อมโยงให้เห็นอำนาจของความรู้ที่กระทำต่อร่างกายของมนุษย์ที่ฟูโกต์ได้กล่าวถึงในหนังสือเรื่องกำเนิดของคลินิก (The birth of clinic) ตั้งแต่ ค.ศ.1973 คือการตรวจตราหรือจับจ้อง (Gaze) ซึ่งเป็นเทคนิคที่แพทย์ใช้ในการตรวจร่างกายผู้ป่วยเพื่อค้นหาความผิดปกติหรือเป็นส่วนหนึ่งในการวินิจฉัยโรคในคลินิกหรือในโรงพยาบาลซึ่งเป็นพื้นที่พิเศษที่แพทย์ในฐานะผู้เชี่ยวชาญในวิชาชีพที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการในศาสตร์ของตนให้เป็นผู้ที่มีขอบธรรมในการทำหน้าที่รักษาพยาบาลผู้ป่วย สามารถจะตรวจร่างกายและซักประวัติสอบถามข้อมูลจากผู้ป่วยได้โดยที่ผู้ป่วยมีความยินยอม เต็มใจและไม่ขัดขืน

การพัฒนาเทคนิคในเรื่องของการตรวจตราหรือจับจ้องนี้เริ่มขึ้นตั้งแต่กลางศตวรรษที่ 18 ซึ่งแพทย์ได้ใช้การสังเกตอย่างใกล้ชิดในการรักษาผู้ป่วยโรคทางระบบประสาทโดยให้เขื่อน้ำอุ่นวันละ 10-12 ชั่วโมงต่อวันเป็นระยะเวลาเกือบเดือนและพบว่าการลอกตัวของเนื้อเยื่อบางชนิดของอวัยวะ

ภายในและมีการขับออกจากร่างกายผ่านทางระบบปัสสาวะและทางเดินอาหาร ในช่วงศตวรรษต่อมา จึงตรวจพบที่มีความผิดปกติของเนื้อเยื่อในสมองของผู้ป่วยที่เป็นสาเหตุของเยื่อหุ้มสมองอักเสบเรื้อรัง (Chronic meningitis)

การตรวจร่างกาย ในช่วงของการเปลี่ยนผ่านจากยุคแสงสว่างทางปัญญา (Enlightenment) มาสู่ศตวรรษที่ 19 นั้น ความรู้ทางการแพทย์ได้มีการพัฒนาและเชื่อมั่นในสิ่งที่เห็น สังเกต และตรวจพบจากการตรวจร่างกาย และนำมาประมวลให้เหตุผลเพื่อประกอบการการวินิจฉัยโรค การตรวจร่างกายของแพทย์มีทั้งการตรวจโดยทั่วไปและเฉพาะเจาะจงในบางอวัยวะ โดยการสังเกต คลำ เคาะ ฟัง และซักถามข้อมูลประกอบเพื่อที่จะวินิจฉัยแยกโรค โดยการตรวจของแพทย์นี้สามารถกระทำได้โดยไม่มีข้อจำกัดภายในคลินิกหรือโรงพยาบาลที่ผู้ป่วยเข้ารับการรักษา การตรวจร่างกายเป็นการเชื่อมโยงความรู้ทางการแพทย์มาสู่การปฏิบัติการทางอำนาจ โดยการตรวจอย่างเป็นระบบสามารถนำมาใช้ในการจำแนกและควบคุมประชากรได้ และทำให้ปัจเจกชนแปรสภาพเป็นกรณีศึกษา (Case) และถูกจัดบันทึกข้อมูลที่ตรวจพบ (Examination and documentation technique) และจะถูกจัดประเภททั้งในระดับประชากรและระดับปัจเจกบุคคล

การวินิจฉัยเพื่อจำแนกความผิดปกติ อยู่ภายใต้ความคิดแบบแยกสองขั้ว (Binary division and branding) เพื่อการจำแนกความผิดปกติ โดยการตัดสินว่าสิ่งใดเป็นสิ่งที่ปกติหรือผิดปกติ (Normalizing judgement) เมื่อเทียบกับมาตรฐาน ถ้าพบว่ามีสิ่งผิดปกติจะได้จัดการแก้ไขให้ถูกต้อง (Correction) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้คนกลัว โน้มนำจิตใจให้คนรักษาวินัยมากขึ้น

การสร้างองค์ความรู้ทางการแพทย์มิได้จำกัดอยู่เพียงแต่การรักษาผู้เจ็บป่วยเท่านั้น แต่ได้ให้ความสนใจกับเรื่องของภาวะสุขภาพด้วย โดยมีการกล่าวถึงลักษณะของผู้ที่มีสุขภาพดี (Healthy man) ซึ่งไม่เจ็บป่วยและเป็นรูปแบบหรือลักษณะต้นแบบที่พึงประสงค์ (Model man) และจะนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตตามความต้องการของสังคม ความรู้ทางการแพทย์ในศตวรรษที่ 19 นี้จึงก้าวล่วงสู่การควบคุมพฤติกรรมของคนในสังคมโดยวางแนวทางหรือหลักการในการปฏิบัติตัวเพื่อสร้างเสริมให้มีสุขภาพดี มีการจัดหมวดหมู่ของสิ่งที่ปกติและเป็นโรค ปัจเจกบุคคลจึงมีหน้าที่ในการจับจ้องและสำรวจตรวจตราร่างกายของตนเองและแลรักษาให้มีสุขภาพดีด้วย (Body maintenance) สอดคล้องกับอุดมการณ์ของรัฐที่ต้องการพลเมืองที่มีสุขภาพแข็งแรงสามารถประกอบอาชีพได้เต็มศักยภาพและประหยังบประมาณในการรักษาพยาบาล

ในบริบทของสังคมบริโภคนิยม ได้เชื่อมโยงการดูแลสุขภาพโดยผ่านการบริโภคในรูปแบบต่าง ๆ และขยายประเด็นไปสู่การสร้างร่างกายให้อ่อนเยาว์และสวยงาม พยายามแสดงให้เห็นว่าสุขภาพความอ่อนเยาว์และความงามเป็นสิ่งที่สัมพันธ์เป็นเนื้อเดียวกัน การตรวจตราและจับจ้องจึงมิได้มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจวินิจัยหาโรคหรือความเจ็บป่วยเท่านั้น แต่เป็นการสำรวจตรวจตรา

เรือนร่างเพื่อสร้างความงามและความอ่อนเยาว์ เพื่อเปรียบเทียบกับความปกติตามการจำแนกของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์และมาตรฐานความงามที่สังคมสร้างขึ้นตามค่านิยมของการบูชาความสวยเกลี้ยกลัวความแก่ เทคนิคของการตรวจตราในปัจจุบันนี้ได้จำกัดอยู่เพียงแค่สายตาของมนุษย์เท่านั้น แต่เป็นการจับจ้องผ่านเครื่องมือที่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเช่นกล้องที่ใช้ส่องขยายดูลักษณะของผิวหนังเป็นต้น ภาพของผิวหนังที่มองผ่านกล้องจะเห็นริ้วรอยและลักษณะที่ไม่พึงประสงค์ที่ชัดเจนซึ่งอาจมองเห็นไม่ชัดด้วยตาเปล่า โน้มนำให้เกิดการบริโภคเพื่อแก้ไขโดยการใช้น้ำยา ผลิตภัณฑ์ และการผ่าตัดเพื่อเสริมความงาม เทคนิคในการตรวจ (Examine) และจับจ้องนี้ทำให้ร่างกายของผู้หญิงเปรียบเสมือนวัตถุที่ประกอบด้วยชิ้นส่วนต่างๆ ที่สามารถซ่อมแซม แก้ไข ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงได้ และในปัจจุบันการตรวจตราและจับจ้องร่างกายของมนุษย์มิได้จำกัดอยู่ในคลินิกหรือโรงพยาบาลโดยแพทย์เพื่อค้นหาความเจ็บป่วยเช่นในอดีตเท่านั้น แต่ได้ขยายไปสู่การตรวจตราและจับจ้องเพื่อสุขภาพและความงามในสถานเสริมความงามโดยผู้ให้คำปรึกษาหรือทำหน้าที่ในการดูแลเรือนร่างและความงามนั้นมีทั้งแพทย์และผู้ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ใช่แพทย์แต่เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านความงามหรือผู้ที่มีประสบการณ์ได้รับการยอมรับทางสังคมเช่น นางงาม นักแสดง เป็นต้น

นอกเหนือจากการสังเกต ตรวจตราและจับจ้องในสิ่งที่เกิดขึ้นแล้วยังมี **การเฝ้าระวัง (Surveillance)** ซึ่งเป็นการป้องกันหรือการตระหนักในสิ่งที่ยังไม่เกิดขึ้น แต่ได้คาดเดาไว้ล่วงหน้าว่าอาจเกิดขึ้นได้เมื่อขาดวินัย แนวคิดหรือหลักการเรื่องการเฝ้าระวังนี้เป็นเครื่องมือของรัฐในการปกครองพลเมืองโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างเสริมสุขภาพของตนเอง บังคับบุคคลจะต้องคอยเฝ้าระวังและป้องกันการเจ็บป่วยของตนเองโดยมีการสังเกตการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย บำรุงรักษา ดูแลร่างกายให้มีสุขภาพดีเป็นการกระตุ้นให้ปัจเจกบุคคลรับผิดชอบในเรื่องของภาวะสุขภาพของตนเอง เป็นการควบคุมทางสังคมผ่านการสร้างวินัยในตนเอง (Self discipline) และมีปฏิบัติการบางประการที่เกี่ยวข้องกับเพศสภาพและเป็นการกระทำต่อร่างกายของผู้หญิง แนวคิดในเรื่องของการสร้างความรู้สึกว่าคุณถูกจับตามองหรือการเฝ้าระวังอยู่ตลอดเวลาที่มีความสำคัญมากในการสร้างวินัยในตนเอง โดยฟูโกต์ได้กล่าวถึงการสร้างวินัยในการควบคุมในคุกผ่านสิ่งก่อสร้างของเบนแทม (Bentham) ที่เรียกว่า “พาน옵ติคอน” (Panopticon) ซึ่งเป็นหอคอยสูงทรงกลมที่สร้างไว้กลางคุก เพื่อให้ผู้คุมสามารถสังเกตเห็นพฤติกรรมการดำเนินชีวิตประจำวันของนักโทษได้อย่างทั่วถึงตลอดเวลา นักโทษจะรู้สึกว่าคุณอยู่ในสายตาของผู้คุม ถึงแม้ว่าจะมีผู้คุมปฏิบัติหน้าที่อยู่บนหอคอยหรือไม่ก็ตามแต่นักโทษจะยังคงปฏิบัติตามกฎระเบียบของคุก ไม่กล้าหลบหนี เป็นปฏิบัติการทางอำนาจที่ลึกเข้าไปในจิตสำนึกของมนุษย์ให้อยู่ในกรอบของวินัยโดยการเฝ้าระวังตนเอง รูปแบบของปฏิบัติการทางอำนาจในการสร้างวินัยอาจกระทำผ่านสิ่งก่อสร้างทางวัตถุเช่นหอคอยของเบนแทมดังกล่าว

มาแล้วหรืออาจจะทำผ่านการสร้างหลักการหรือกฎเกณฑ์กติกาให้คนปฏิบัติก็เป็นได้ ส่วนปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวชนอายุคือการสังเกตและการเฝ้าระวังที่มีประสิทธิภาพโดยเฉพาะในเรื่องของการรักษาวินัยโดยการดูแลตนเอง รักษาความงามผ่านการบริโภคเพื่อคงไว้ซึ่งความอ่อนเยาว์จนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน แนวทางการปฏิบัติหรือการบริโภคเพื่อให้สวชนอายุมีหลากหลายและมักเน้นในเรื่องของการปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหมายถึงการมีวินัยควบคุมตนเองภายใต้ปฏิบัติการทางอำนาจของความรู้ เช่น การดูแลผิวพรรณโดยการระมัดระวังมิให้ถูกแดด การใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันแดด การเข้ารับการบริการเพื่อลดรอยย่นของผิวหนัง การผ่าตัดเพื่อแก้ปัญหาเรื่องริ้วรอยบนใบหน้า เป็นต้น กิจกรรมเหล่านี้ต้องใช้เวลา เงินทอง เผชิญความเสี่ยงต่อภาวะแทรกซ้อนและความเจ็บปวด แต่ผู้หญิงถูกครอบงำจิตสำนึกให้ยอมรับความจริงที่ถูกสร้างขึ้น มีวินัยในการดูแลควบคุมตนเองด้วยความเต็มใจ (Self monitoring) เสมือนว่าถูกจับตามอง (Gazing) อยู่ตลอดเวลา

การสร้างวินัยอาจจะทำผ่านการกำหนดกฎเกณฑ์หรือแนวทางการปฏิบัติจากสถาบันที่เป็นทางการซึ่งมีองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น โรงเรียน โรงพยาบาล และกองทัพ หรือผ่านการกล่อมเกลามาจากสถาบันทางสังคม ได้แก่ ครอบครัวที่ให้การอบรมเลี้ยงดู หล่อหลอมให้มีวินัยก่อนเข้าสู่สถาบันที่เป็นทางการต่อไป โดยมีระบบค่านิยมทางสังคม จารีต ประเพณีและวัฒนธรรมในการกำหนดแนวทางในการประพฤติปฏิบัติ การสร้างวินัยในการควบคุมมนุษย์สามารถปฏิบัติการได้ทั้ง 3 ระดับได้แก่ระดับปัจเจกบุคคล ระดับสังคม และระดับชาติ (Turner, 1996 : 204) ที่มักจะมีผลสอดคล้องและสัมพันธ์กัน โดยรัฐมีการกำหนดนโยบาย และมีการปฏิบัติการโดยสถาบันที่เป็นทางการซึ่งเป็นเครื่องมือของรัฐเชื่อมกับปฏิบัติการทางสังคมเพื่อสื่อความหมายถึงปัจเจกบุคคล เช่น การที่รัฐกำหนดนโยบายในการสร้างเสริมสุขภาพของประชากรหรือชนนโยบาย “สร้างนำซ่อม” เพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพดี ลดภาระค่าใช้จ่ายในเรื่องการรักษาพยาบาลที่มีมูลค่าสูงขึ้นทุกปี รัฐจึงสร้างวาทกรรมการสร้างเสริมสุขภาพโดยใช้อำนาจของความรู้จากผู้เชี่ยวชาญของสถาบันทางสาธารณสุขกำหนดแนวทางในการสร้างเสริมสุขภาพ สื่อความหมายและผลิตซ้ำความจริงโดยใช้สื่อต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน สร้างวัฒนธรรมในการใส่ใจในสุขภาพ กระตุ้นให้เกิดการยอมรับในวงกว้างเป็นวัฒนธรรมมวลชนมีผลต่อพฤติกรรมของปัจเจกบุคคลเพื่อสร้างจิตสำนึกให้ใส่ใจในการดูแลสุขภาพ เช่น การออกกำลังกายโดยมิได้เกิดจากการถูกบังคับโดยตรงแต่เป็นปฏิบัติการทางอำนาจที่มีความละมุนละม่อมแต่เป็นการสร้างวาทกรรมให้คนสยบยอมต่ออำนาจของความรู้

ภายใต้ความคิดแบบอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ได้สร้างระบบคิดให้กับสมาชิกในเรื่องของความแตกต่างและความไม่เท่าเทียมของหญิงและชาย ที่ฝังตรึงอยู่ในจิตสำนึกทำให้รู้สึกว่าคุณหญิงเป็นรองและถูกกดทับอยู่ภายใต้อำนาจของผู้ชาย ผู้หญิงถูกกระทำให้อยอมรับว่าโดยธรรมชาติผู้หญิงเป็นผู้ตามและผู้ชายเป็นผู้นำและรู้สึกในทางบวกต่อคุณค่าของความเป็นผู้หญิงที่ถูกเน้นในเรื่องของ

รูปลักษณะภายนอกในเรื่องของความสวยงามเพื่อตอบสนองความปรารถนาของผู้ชายตามมาตรฐานที่ผู้ชายสร้างขึ้น (Rizer. 2000 : 449-474) ผู้หญิงจึงต้องรักษาความงามให้จริงที่สุด เพราะคุณค่าของผู้หญิงได้ถูกผูกติดกับความงามของรูปร่าง การปล่อยให้ร่วงโรยไปตามวัยแล้วจะทำให้คุณค่าเสื่อมสลายตามไปด้วย ผู้หญิงจึงมีความพร้อมที่จะเข้าสู่โครงการเกี่ยวกับร่างกายซึ่งเป็นการบริโภคเพื่อให้สวยช่อนอายุ โดยมีการดึงความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์มาใช้เป็นฐานในการสร้างความชอบธรรมและการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติ เช่น บทความของเทอเนอร์เรื่องวาทกรรมอาหาร (Discourse of diet) ที่ชี้ให้เห็นการเชื่อมโยงอำนาจของความรู้สู่การการจัดการเกี่ยวกับอาหารเพื่อสร้างวินัยในการบริโภคอาหารเพื่อสร้างเสริมสุขภาพ (Turner. 1996 : 157-169) การสร้างวินัยเพื่อควบคุมตนเองในการจำกัดอาหารเพื่อลดสัดส่วนของร่างกายให้ผอมเพรียวตามภาพร่างในอุดมคติ ถูกผลักดันมาจากการสร้างความจริงว่าร่างกายที่ปกติหรือมีสุขภาพดีหรือสวยงามควรจะมีลักษณะอย่างไร และอาจนำมาซึ่งความเปี่ยงเบนทางจิตใจและการเจ็บป่วย เช่น ในผู้ป่วยโรคบูลิเมียซึ่งมีภาวะการขาดอาหารเนื่องจากมีความผิดปกติในเรื่องพฤติกรรมการรับประทานอาหารซึ่งมีผลสืบเนื่องจากสาเหตุทางด้านจิตใจโดยเกิดจากความอยากผอม มีความกลัวว่าการรับประทานอาหารจะทำให้อ้วน จึงพยายามจำกัดอาหาร โดยต่อสู้กับความต้องการหรือความอยากในการรับประทานอาหาร แต่เมื่อควบคุมหรือบังคับตนเองไม่ได้ เมื่อรับประทานอาหารไปแล้วจะรู้สึกผิด พยายามล้วงคอให้อาเจียนเพื่อเอาอาหารออกและเกิดการเรียนรู้ว่าสามารถรับประทานอาหารเพื่อตอบสนองความอยากได้โดยอาหารจะไม่ถูกดูดซึมเข้าสู่ร่างกายด้วยวิธีการดังกล่าว เมื่อปฏิบัติเป็นกิจวัตรประจำวันร่างกายจึงเกิดการตอบสนองโดยอัตโนมัติ ภายหลังจากรับประทานอาหารแล้วจึงไม่จำเป็นต้องล้วงคออีกต่อไป แต่อาหารจะถูกขย้อนออกมาเอง ทำให้อาหารเข้าสู่ร่างกายเพราะขาดสารอาหาร ตัวอย่างดังกล่าวสะท้อนให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างการสร้างความจริงเรื่องความงามและอำนาจที่ครอบงำจิตใจผู้หญิงให้เกิดความเชื่อและสร้างวินัยในการควบคุมหรือจัดการตนเองซึ่งเป็นการกระทำความรุนแรงต่อร่างกายตนเองด้วยความสมัครใจ

การสื่อและแพร่กระจายความหมายความจริงเรื่องสวยช่อนอายุ

การสร้างความจริงนั้นจะต้องมีการสื่อสารเพื่อสื่อความหมายของความจริงที่ถูกสร้างขึ้น เทคโนโลยีในการสื่อความหมายหรือการใช้สัญลักษณ์ (Technologies of sign systems) เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความจริงและผลิตซ้ำเพื่อตอกตรึงความจริงนั้นให้ดำรงอยู่ การสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุได้สร้างภาพตัวแทน (Representation) ในการสร้างและสื่อความหมายให้แพร่กระจายในสังคม

ภาพตัวแทนเป็นการสื่อความหมายเพื่อเชื่อมโยงความคิด (Mind) และโลก (World) ซึ่งอาจจะหมายถึงวัตถุ หรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ก็ได้ เป็นทั้งการผลิตและแลกเปลี่ยนความหมายระหว่างสมาชิกในสังคมและวัฒนธรรมเดียวกัน ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพตัวแทนได้กล่าวไว้ 3 แนวทาง **แนวทางแรกมองภาพตัวแทนเป็นภาพสะท้อน (Reflective approach)** ของความคิดและวัตถุตามที่เป็นอยู่ คล้ายเงาที่สะท้อนผ่านกระจก (Mirror) เป็นความสัมพันธ์ที่สื่อโดยตรงระหว่างภาษาและวัตถุ (Direct transparent relationship) **แนวทางที่สองมองภาพตัวแทนเป็นการแสดงเจตจำนงของผู้สื่อหรือองค์ประธาน (Intentional approach)** ที่สื่อออกมาผ่านภาษา และ**แนวทางที่สามมองภาพตัวแทนในการสร้างความหมาย (Constructionist approach)** ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนโดยระหว่างความคิดและโลก เป็นการสร้างความหมายโดยผ่านระบบมโนทัศน์ (Conceptual system) ระบบวัฒนธรรมและภาษา และระบบภาพตัวแทนในการสร้างและสื่อความหมายกับโลกในเชิงของสัญญาณที่มีการเข้ารหัส (Code) เพื่อสร้างความหมาย (Hall, 1997 : 24-26, 35) การสร้างความจริงเรื่องสวชนออนไลน์ใช้แนวทางที่สาม คือเป็นการใช้ภาพตัวแทนทั้งในการสร้างและผลิตข้อความหมายโดยการนำเสนอภาพของผู้หญิงที่สวยงามแบบอ่อนเยาว์กว่าวัยจริงผ่านสื่อสารมวลชนในรูปแบบต่างๆ และการโฆษณาที่ไม่เพียงแต่จะสะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงที่สวยงามจะต้องมีรูปลักษณ์ที่อ่อนเยาว์ตามภาพที่นำเสนอเท่านั้น แต่ได้ใช้พลังและอำนาจของความรู้ด้านสื่อสารมวลชนในการผลิตสื่อและการนำเสนอ มีการเข้ารหัสและสร้างความหมายในเชิงสัญญาณซึ่งมีการตอกย้ำความจริงที่สร้างขึ้นสร้างมายาคติ (Myth) พรางตาให้ผู้เสพรับรู้ถึงความหมายที่ถูกสร้างขึ้นโดยเจตนาอันอย่างแนบเนียนและเป็นธรรมชาติโดยไม่รู้สึกรู้ว่าถูกหลอกลวงหรือมอมเมาแต่ถูกทำให้เชื่อด้วยความเต็มใจว่าเป็นเรื่องที่เป็นจริงเช่นนั้นโดยภาคปฏิบัติของการของวาทกรรมที่สื่อความหมายที่กระจายอยู่ในสังคม เช่น มายาคติเรื่องสวชนออนไลน์ที่แสดงให้เห็นว่าความงามและความอ่อนเยาว์แสดงถึงสุขภาพดีและการมีคุณค่าซึ่งจะเป็นเช่นนั้นได้ก็ต่อเมื่อเกมของการสร้างความจริง (Game of truth) สื่อความหมายที่ทำให้เราเชื่อว่าเป็นเช่นนั้นจริงในภาคปฏิบัติของการของวาทกรรม

โรลองด์ บาร์ต (Roland Barthe) ได้พยายามจะถอดภาพของมายาคติที่เราคุ้นเคยและชี้ให้เห็นความไม่เป็นธรรมชาติของนัยยะทางวัฒนธรรมต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นและสร้างความคุ้นเคยให้กับเราในการดำเนินชีวิตประจำวันและก่อให้เกิดความหมายและคุณค่าที่แฝงอยู่ แต่เรามักจะเข้าใจในความหมายที่สื่อออกมาโดยมิได้ตระหนักรู้ถึงความลวงจากความหมายแฝงที่ฉาบเคลือบเอาไว้ในรูปลักษณ์ ซึ่งเป็นมายาคติที่ต้องทำความเข้าใจความหมายในเชิงสัญญาณ บาร์ตได้แบ่งระนาบของระบบสัญญาณออกเป็นระดับภาษาและระดับมายาคติ ในระดับภาษาจะมีองค์ประกอบ 3 ส่วนคือ รูปลักษณ์ทางสัญญาณ (Signifier) ความหมายของสัญญาณ (Signified) และสัญญาณ (Sign) ซึ่งสัญญาณที่สร้างขึ้นในระดับของภาษาจะมีสถานะเหมือนกับเป็นรูปลักษณ์ทางสัญญาณในระดับมายาคติและ

เชื่อมโยงกับความหมายของสัญลักษณ์ในระดับที่สองเพื่อให้เข้าใจสัญลักษณ์ที่มายาคติกำกับอยู่ (Barthe. 1993 : 114-115) มายาคติจึงมีส่วนสำคัญในการสร้างความจริง และเป็นการสื่อความหมายที่ลวงให้หลงหรือเป็นการพรางตาให้ผู้เสพมายาคติรับรู้ถึงความหมายที่ถูกสร้างขึ้นโดยเจตนาอันน้อยอย่างเป็นธรรมชาติในสังคมบริโภคนิยมจึงเต็มไปด้วยมายาคติที่ทำหน้าที่กลบเกลื่อนและมอมเมาเพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภคอย่างเป็นธรรมชาติอยู่ทั่วไป การบริโภคเพื่อสอยซอนอายุนั้นเป็นความลวงซึ่งบาร์ตเรียกว่า มายาคติ เพราะมีความหมายในเชิงของคุณค่าที่ถูกยึดถือและเชื่อมโยงกับสิ่งต่าง ๆ จนเป็นสิ่งที่คุ้นเคย เข้าใจความหมายดีแต่ไม่รู้ว่ามายาคตินั้นได้เข้ามากำกับกับการสื่อความหมายเมื่อไร

สื่อจึงเป็นกลไกสำคัญของสังคมบริโภคนิยมในการสื่อความหมาย ผลิตซ้ำความหมายและเผยแพร่สู่สาธารณชนและกระตุ้นให้เกิดความต้องการเทียมและการบริโภคเพราะสื่อมีบทบาทสำคัญในการสร้างความจริงไม่ได้เป็นเพียงภาพสะท้อนของปทัสถาน (Norm) ค่านิยม (Value) และความเป็นจริง (Reality) ของสังคมเท่านั้น แต่สื่อได้มีส่วนในการสร้างและเปลี่ยนแปลงสังคมมากกว่าการเป็นภาพสะท้อนของสังคม (O' Shaughnessy; & Stadler. 2004 : 28) สื่อสารมวลชนและเทคโนโลยีที่สร้างขึ้นในระบบทุนนิยมมีส่วนสำคัญในการสร้างคุณค่าและลักษณะที่พึงปรารถนาของสังคมและมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ข้อมูลและภาพที่เผยแพร่ทางสื่อในสังคมบริโภคนิยมไม่ว่าจะเป็นทางสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตทำให้มีการกระจายข้อมูลอย่างกว้างขวางและส่งถึงปัจเจกชนผู้บริโภคโดยตรง และเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้มีการสร้างและขยายผลผลิตเพื่อสร้างผลกำไรในระบบเศรษฐกิจเสรี ในยุคข้อมูลข่าวสารไร้พรมแดนเช่นในปัจจุบัน การสื่อสารข้อมูลต่างๆมีความสะดวกรวดเร็วมาก การถ่ายทอดวัฒนธรรมและค่านิยมต่างๆจึงเกิดขึ้นได้ง่าย สื่อมวลชนจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างมาตรฐานความงามของผู้หญิงให้มีลักษณะเป็นสากล การบริโภคในปัจจุบันจึงมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในสังคมโลก ภาพของผู้หญิงวัยกลางคนที่สวยงามอ่อนเยาว์กว่าวัยจริงที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนซ้ำแล้วซ้ำเล่าจึงเป็นภาพร่างในอุดมคติที่ติดตรึงใจ (Mind mapping) ของผู้หญิงทั่วโลกแทรกเข้าไปในจิตสำนึกให้หลงในมายาคติและกระตุ้นให้เกิดการบริโภคเพื่อคงไว้ซึ่งความงามแบบสอยซอนอายอย่างต่อเนื่อง

ส่วนการโฆษณา มีบทบาทโดยตรงในการสร้างสัญลักษณ์และเป็นสัญลักษณ์ที่เลื่อนไหล (Floating signifier) ที่มีผลต่อชีวิตประจำวันสร้างกระแสและค่านิยมได้ง่าย (Featherstone. 1996 : 174) โฆษณากระตุ้นความกระหายอยากบริโภคสินค้าอย่างไม่มีที่สิ้นสุด (เทียนชัย วงศ์ชัยสุวรรณ. 2539 : 610) เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพของการเปลี่ยนแปลงความหมายด้วยการนำสินค้าและโลกวัฒนธรรมให้มาอยู่ด้วยกัน วิถีทางหนึ่งที่จะสร้างวัฒนธรรมให้เป็นตัวตนได้คือสร้างผ่านวัตถุ วัตถุได้รับการรังสรรค์ให้เป็นพิมพ์เขียวทางวัฒนธรรม ก่อให้เกิดความเป็นตัวตน สินค้าคือวัตถุที่เห็นชัดเจนเป็นรูปธรรมของวัฒนธรรม (ศิริรักษ์ ศิวารมย์. 2538 : 9) เมื่อผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้า อาจตัดสินใจซื้อโดย

พิจารณาจากรูปร่างและประโยชน์ใช้สอย หรือซื้อตามอิทธิพลโฆษณาทั้งที่ไม่เคยใช้มาก่อน (Miller. 1992 : 133) เนื่องจากการโฆษณาเป็นการสื่อเพื่อโน้มน้าว ชักจูง และกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการหรือความต้องการบริโภค รู้สึกคล้อยตามเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ความเชื่อ ค่านิยม และลงมือปฏิบัติตาม นอกจากนั้นความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้การโฆษณาสามารถสร้างภาพที่ไม่เคยเกิดขึ้นจริงให้ปรากฏชัดเจนเสมือนเป็นเรื่องจริง เทคนิคและวิธีการนำเสนอโฆษณาอาจทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อหรือรู้สึกว่าเป็นเสมือนเรื่องจริงที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้โลกที่ถูกสร้างขึ้นในโฆษณา มีอิทธิพลครอบงำความคิดของผู้บริโภคแบบใหม่ๆ แทรกซึมเข้าไปในวิถีชีวิตของคนอย่างแยบยล เช่น การเชื่อมโยงเรื่องของสุขภาพและความงาม เฮเลน่า รูบินสไตน์ (Helena Rubinstein) ผู้นำด้านธุรกิจเครื่องสำอางที่มีชื่อเสียงได้สื่อความหมายให้ผู้หญิงทั่วโลกรู้สึกว่าการที่จะบริโภคเพื่อครองความงามอย่างวัยสาวหรือสวยช่อนอายุเป็นสิ่งที่พึงกระทำและความหนุ่มสาวจึงเป็นความงามและแสดงถึงความเป็นสุขภาพดี การรักษาความงามแบบอ่อนเยาว์ให้ยาวนานจึงเป็นการรักษาสุขภาพและชีวิตให้ยืนยาวด้วย (Featherstone. 1996 : 179) โดยรูบินสไตน์ได้พยายามสื่อให้เห็นว่าความอ่อนเยาว์ ความงามและสุขภาพเป็นเรื่องเดียวกัน การบริโภคเพื่อรักษาความอ่อนเยาว์จึงเป็นการดูแลสุขภาพ เพื่อโน้มน้าวให้เห็นว่าการใช้เครื่องสำอางเพื่อดูแลรักษาผิวพรรณเพื่อความจึงเป็นส่วนหนึ่งของการดูแลรักษาสุขภาพ การนำเสนอภาพและเรื่องราวผ่านสื่อโทรทัศน์หรือสิ่งพิมพ์ต่างๆ ข้าแล้วข้าเล่าจะทำให้ผู้บริโภคมีการยอมรับและปฏิบัติตามสัญญาที่ถูกสร้างขึ้นเป็นการบริโภคสัญญานอกเหนือจากการใช้สอยเชิงอรรถประโยชน์ของสินค้านั้น ๆ การโฆษณาจึงเป็นการสื่อความหมายแก่ผู้บริโภคทั้งในเรื่องของทัศนคติ ความคาดหวัง ความรู้สึกเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ผ่านกระบวนการบริโภคสินค้า แทรกเข้ามาในวิถีการดำเนินชีวิต แสดงรสนิยม และสถานะว่าอยู่ในกลุ่มหรือชนชั้นใด (Slater. 1997 : 152)

การนำเสนอความจริงเรื่องสวยช่อนอายุของสื่อได้สร้างพลังอำนาจในการสร้างความน่าเชื่อถือโดยเชื่อมโยงเรื่องของความรู้ในการดูแลรักษาความงาม ทั้งในเรื่องความรู้ทางการแพทย์ในเรื่องของการดูแลรักษาผิวพรรณหรือการผ่าตัดเพื่อแก้ไขใบหน้าเพื่อความงาม ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและเภสัชวิทยาในเรื่องของการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อดูแลและชะลอการเปลี่ยนแปลงตามวัยของผิวและบทบาทของผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการรับรองจากสถาบันที่ได้รับการเชื่อถือและยอมรับให้เข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น แพทย์เฉพาะทางด้านผิวหนัง ศัลยแพทย์ด้านความงาม เภสัชกรและผู้เชี่ยวชาญด้านความงาม หรือมีประสบการณ์ด้านความงามที่เป็นที่ยอมรับ หรือผู้หญิงที่มีชื่อเสียงและความสามารถซึ่งอาจเป็นนางงาม นักแสดง นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จหรือบุคคลในแวดวงที่เรียกว่าชนชั้นสูงมาร้อยเรียงเรื่องราวและจัดกระทำและนำเสนอผ่านสื่อในรูปแบบต่างๆ ข้อมูลและภาพเกี่ยวกับเรื่องสวยช่อนอายุที่ปรากฏในสื่อไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์หรือวิทยุ โทรทัศน์ฯ ล้วน

แต่เป็นเป็นปฏิบัติการโดยใช้ความรู้ทางสื่อสารมวลชนที่มีการสอนผ่านสถาบันทางการศึกษา และสร้างผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความชำนาญเฉพาะในการผลิตสื่อ มีแหล่งผลิตที่อ้างถึงได้ ผลผลิตที่ถูกสร้างขึ้นและนำเสนอจึงมีพลังในการสร้างและผลิตซ้ำความจริง

การวิเคราะห์ให้เห็นถึงการสื่อความหมายและการสร้างความจริงเรื่องสวชนอายุจึงต้องรู้เท่าทันมายาคติ ทำความเข้าใจในปฏิบัติการในการสื่อความหมาย ถอดรหัสสัญญาณที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ และโฆษณา เผยให้เห็นอุดมการณ์ที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังทั้งอุดมการณ์ขายเป็นใหญ่ที่มีการผลิตซ้ำความจริงให้ความงามเป็นสิ่งที่คู่กับเพศหญิง ทำให้ผู้หญิงเป็นเพียงวัตถุที่ตอบสนองความต้องการทางเพศของผู้ชายหรือการลดทอนตัวตนของผู้หญิงให้เป็นเสมือนวัตถุที่เปลี่ยนแปลงแก้ไขขึ้นส่วนที่ไม่ต้องการได้ และอุดมการณ์ทุนนิยมที่ได้ใช้ร่างกายของผู้หญิงในการแสวงหาผลประโยชน์ทางการค้าเสนอภาพตัวแทนที่ปลุกเร้าและกระตุ้นให้ผู้หญิงลุ่มหลงและมัวเมาในการบริโภคเพื่อสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ให้สวชนอายุ

ส่วนที่สี่ กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่องปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวชนอายุนี้นี้มีวัตถุประสงค์ที่จะเผยให้เห็นว่าความจริงเรื่องสวชนอายุเป็นความจริงที่ถูกสร้างขึ้นภายใต้อุดมการณ์ขายเป็นใหญ่ที่ผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่คู่อยู่กับความเป็นผู้หญิง และความสาวสวยเป็นสิ่งที่แสดงคุณค่าของผู้หญิง ผู้หญิงจึงต้องรักษสวชนวัยและถูกทำให้เชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ ผู้หญิงจึงแสวงหาแนวทางในการดูแลรักษาบุคลิกภาพของตนเองให้สาวสวยและดูอ่อนวัยเพื่อแสดงตัวตนและคุณค่าของตนเอง ระบบทุนนิยมได้ใช้ร่างกายของผู้หญิงเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ทางการค้าในธุรกิจเกี่ยวกับความงามโดยใช้กลไกในการสื่อความหมายนำเสนอภาพของผู้หญิงที่สาวสวยอ่อนเยาว์กว่าวัยจริงและทางเลือกในการจัดการความงามผ่านสื่อต่าง ๆ กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงร่างกายตนเองให้เป็นไปตามภาพร่างในอุดมคติ ส่วนภาคปฏิบัติการในการสร้างความงามแบบสวชนอายุเป็นปฏิบัติการโดยใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ผ่านผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงาม ทำให้ร่างกายของผู้หญิงถูกลดทอนลงเป็นเพียงวัตถุที่ถูกสร้างเสริมเติมแต่งหรือเป็นวัตถุที่จัดกระทำได้ภายใต้อำนาจของความรู้

ส่วนแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบปัญหาวิจัยนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์เป็น 3 ประเด็นดังนี้

1. **แนวทางการวิเคราะห์การส่งผ่านอุดมการณ์** เป็นการวิเคราะห์วาทกรรมแห่งอุดมการณ์ที่อุดมการณ์ขายเป็นใหญ่สร้างระบบคิดในเรื่องความแตกต่างในเรื่องคุณค่าของร่างกาย

มนุษย์ผู้หญิงผู้ชายโดยการศึกษากระบวนการสร้างและผลิตความหมายในเรื่องของการให้ความแตกต่างทางร่างกายและตัวตนของผู้หญิงผ่านภาษาที่สะท้อนออกมาสู่สังคมและวัฒนธรรม ทั้งที่อยู่ในรูปของภาษาพูด ภาษาเขียนและในเชิงสัญลักษณ์ที่แสดงถึงนัยของความแตกต่าง และมีการผูกโยงให้ความงามเป็นคุณสมบัติของผู้หญิงและเป็นสิ่งที่จัดการได้โดยศึกษาจากเอกสารทางประวัติศาสตร์ คำพังเพย สุภาษิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่สืบทอดกันมา ตลอดจนคำบอกเล่าหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะและคุณค่าของผู้หญิงรวมทั้งสื่อต่างๆที่ใช้ร่างกายและความงามของผู้หญิงเป็นตัวนำเสนอเพื่อจำแนกความแตกต่างและผลประโยชน์ทางการค้าเพื่อตอบสนองอุดมการณ์ทุนนิยม

2. แนวทางในการวิเคราะห์ภาคปฏิบัติการทางวาทกรรม เป็นการเผยให้เห็นภาคปฏิบัติการในการสร้างความงามของผู้หญิงผ่านการจัดการโดยใช้ความรู้ทางการแพทย์ โดยมีการสร้างสถาบันเพื่อสร้างความรู้เฉพาะทางในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความงามของผู้หญิงและผลิตผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำความรู้ไปใช้ในการจัดการความงาม การสร้างผู้เชี่ยวชาญนี้จะมีหลายระดับทั้งในระดับของแพทย์เฉพาะทาง เช่น ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางศัลยกรรมความงามที่มีวุฒิบัตรรับรอง และผู้ที่ผ่านการอบรมมีความรู้และประสบการณ์ในการเป็นผู้แนะนำความงาม ในภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมนอกจากจะมีสถาบันเพื่อผลิตความรู้และผู้เชี่ยวชาญแล้วยังมีการสร้างสถาบันเพื่อรองรับในการนำความรู้ไปปฏิบัติการผ่านผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงาม ได้แก่ โรงพยาบาล คลินิก และสถานเสริมความงาม ฯลฯ ซึ่งเป็นสนามวาทกรรมที่เป็นพื้นที่ในการสร้างความจริงซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญและผู้หญิงซึ่งเป็นผู้ถูกจัดการความงาม

การวิเคราะห์ภาคปฏิบัติการในการจัดการความงามทางการแพทย์นี้ จะวิเคราะห์จากความรู้ทางการแพทย์ที่เกี่ยวข้อง เช่น ในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงของผิวตามวัยและการดูแลรักษาผิวหนังเพื่อป้องกันและลดริ้วรอยแห่งวัยโดยการใช้อนุพันธ์และการผ่าตัดและการสร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญและปฏิบัติการโดยใช้ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขาที่เกิดขึ้นในสถานประกอบการดังกล่าว ตลอดจนศึกษาถึงรูปแบบของการเผยแพร่ข้อมูลในการจัดการความงามข้างต้นถึงผู้หญิง

3. แนวทางในการวิเคราะห์กลไกและเทคนิคในการจัดการร่างกายและตัวตนของผู้หญิงเพื่อความงาม เป็นการวิเคราะห์ถึงกลไกและเทคนิคที่ผู้หญิงใช้ในการจัดการกับร่างกายของตนเพื่อสร้างความงามแบบสวยซ่อนอายุ การสร้างความหมายและตัวตนของผู้หญิงผ่านความงามทั้งในด้านการยึดตนเองเป็นศูนย์กลางและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น รวมทั้งการเข้าถึงปฏิบัติการในการสร้างความงาม ความเชื่อถือและไว้วางใจในการตัดสินใจในการเลือกรับบริการและผลของการปฏิบัติการในการจัดการความงามที่มีต่อร่างกายและตัวตนของผู้หญิง โดยจะวิเคราะห์ผ่านคำบอกเล่าจากประสบการณ์ของผู้หญิงที่ผ่านการจัดการความงามโดยการใช้อนุพันธ์ป้องกันและลดริ้วรอย การนวดหน้าและการทำศัลยกรรมใบหน้า

การวิเคราะห์ในประเด็นดังกล่าวข้างต้นจะเผยและเชื่อมโยงให้เห็นว่าความจริงเรื่อง
สวชนอนามัยที่มาและภาคปฏิบัติการอย่างไร จึงทำให้ผู้หญิงถูกระทำให้สยบยอมและว่าง่าย
ภายใต้ปฏิบัติการของความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ทำให้ร่างกายของผู้หญิงถูกลดทอนลง
เป็นเสมือนวัตถุเพื่อการค้าและแสวงหาผลประโยชน์ในบริบทของสังคมแห่งการบริโภค

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวयชอนอายุนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์วาทกรรม (Discourse Analysis) เพื่อคลี่คลายให้เห็นว่าการสร้างความจริงเรื่องสวยชอนอายุนี้มีที่มาและมีภาคปฏิบัติการอย่างไรที่ทำให้ผู้หญิงยอมรับและปฏิบัติตาม และมีปฏิบัติการอย่างไรในการจัดการความงามของผู้หญิง

การวิเคราะห์วาทกรรม

การวิเคราะห์วาทกรรมเป็นวิธีการของแนวคิดหลังโครงสร้างนิยมที่จะเผยให้เห็นกระบวนการในการสร้างกฎเกณฑ์และวินัยซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องของภาษาและบทบาทโดยวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์และบริบทของภาษาทั้งในส่วนของผู้พูดและการสื่อสารระหว่างบุคคล การวิเคราะห์ระหว่างความสัมพันธ์ของวาทกรรมและสิ่งที่คนคิดหรือรู้สึกถึงเงื่อนไขและประสบการณ์ที่เกิดขึ้น (Willig, 2001 : 107) นิยามของการวิเคราะห์วาทกรรมคือการวิเคราะห์ตัวบทนั่นเอง (Textual analysis)

ตัวบท (Text) มิได้มีความหมายเพียงแค่สิ่งที่เป็นตัวหนังสือเท่านั้นแต่หมายถึงสิ่งใดก็ตามที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbol) เช่น รูปภาพ การกระทำหรือสิ่งของที่ถูกจัดวางไว้เพื่อสื่อความหมาย การเลือกตัวบทเพื่อวิเคราะห์วาทกรรมจึงมีความสำคัญ ตัวบทที่ใช้ในการวิเคราะห์อาจรวมถึงบันทึกคำพูด เอกสาร บทกวี การโฆษณาและบุคคลทั่วไป (Willig, 2001 : 108) ตัวบทจะถูกยึดโยงอยู่กับอำนาจของความรู้ กฎเกณฑ์ กติกา ค่านิยมและความเชื่อต่าง ๆ การวิเคราะห์ตัวบทจึงจะต้องถอดรหัสแยกย่อยและสืบค้นให้เห็นถึงความหมายและการสร้างความหมาย การศึกษาครั้งนี้คือเรื่องของการสร้างความสวยงามของผู้หญิงแบบอ่อนเยาว์กว่าวัยจริงหรือสวยชอนอายุซึ่งเกี่ยวข้องกับการใช้อำนาจของความรู้ในด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์เพื่อปฏิบัติการในการสร้างความจริงโดยการจัดการความงามของผู้หญิง การศึกษานี้จึงต้องการเผยให้เห็นความแยบยลและซับซ้อนของภาคปฏิบัติที่กล่าวถึงที่กระทำต่อร่างกายของผู้หญิงโดยกำหนดสาระสำคัญของการวิจัยตามลำดับประเด็นของการวิเคราะห์วาทกรรมเป็น 3 ประเด็นดังนี้

1. การวิเคราะห์การส่งผ่านอุดมการณ์ในวาทกรรมเรื่องสวยชอนอายุ เป็นการวิเคราะห์วาทกรรมแห่งอุดมการณ์ที่อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่ได้สร้างระบบคิดในเรื่องของความแตกต่างระหว่างผู้หญิงและผู้ชายในเรื่องของการให้คุณค่าที่ยึดโยงเรื่องของความงามให้เป็นคุณค่าของผู้หญิง และความงามที่พึงประสงค์คือความสาวสวยแบบอ่อนเยาว์กว่าวัย หรือความงามแบบ

สถิติไว้รื้อรอยแห่งวัย และเป็นความงามที่จัดการได้ การวิเคราะห์วาทกรรมในประเด็นนี้จะเป็นการศึกษาถึงกระบวนการสร้างและผลิตความหมายหรือนัยยะดังกล่าวที่สะท้อนออกมาสู่สังคมและวัฒนธรรม

ตัวบทที่ใช้ในการศึกษาผู้วิจัยเป็นการสืบค้นจากเอกสารทางประวัติศาสตร์ สุภาษิต คำพังเพย คำสอน ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีการสืบทอดกันมา ตลอดจนคำบอกเล่าหรือความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะและคุณค่าของผู้หญิง รวมทั้งคำโฆษณาจากสื่อต่าง ๆ ที่ใช้ร่างกายและความงามแบบสวยซ่อนอายุของผู้หญิงเป็นตัวนำเสนอ หรือสื่อให้เห็นว่าความงามของผู้หญิงเป็นสิ่งที่จัดการได้ ซึ่งเป็นการสร้างผลประโยชน์ทางการค้าตอบสนองอุดมการณ์ทุนนิยมซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในบริบทของสังคมบริโภคนิยมและสัมพันธภาพผู้บริโภคสื่อเพื่อวิเคราะห์การส่งผ่านอุดมการณ์

2. การวิเคราะห์ภาคปฏิบัติการของวาทกรรมเรื่องสวยซ่อนอายุ เป็นการเผยให้เห็นภาคปฏิบัติการในการสร้างความงามของผู้หญิงผ่านการจัดการโดยใช้ความรู้ทางการแพทย์โดยมีการสร้างสถาบันเพื่อสร้างความรู้เฉพาะทางในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความงามของผู้หญิงและผลิตผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำความรู้ไปใช้ในการจัดการความงาม การสร้างผู้เชี่ยวชาญนี้จะมีหลายระดับทั้งในระดับของแพทย์เฉพาะทาง เช่น ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางศัลยกรรมความงามที่มีวุฒิบัตรรับรอง และผู้ที่ผ่านการอบรมมีความรู้และประสบการณ์ในการเป็นผู้แนะนำความงาม ในภาคปฏิบัติการทางวาทกรรมนอกจากจะมีสถาบันเพื่อผลิตความรู้และผู้เชี่ยวชาญแล้วยังมีการสร้างสถาบันเพื่อรองรับในการนำความรู้ไปปฏิบัติการผ่านผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงาม ได้แก่ โรงพยาบาล คลินิก และสถานเสริมความงาม ฯลฯ ซึ่งเป็นสนามวาทกรรมที่เป็นพื้นที่ในการสร้างความจริงซึ่งมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เชี่ยวชาญและผู้หญิงซึ่งเป็นผู้ถูกจัดการความงาม

ตัวบทที่ใช้การวิเคราะห์ภาคปฏิบัติการในการจัดการความงามทางการแพทย์นี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์จากตำราความรู้ทางการแพทย์เช่นในเรื่องของการเปลี่ยนแปลงของผิวตามวัยและการดูแลรักษาผิวหนังเพื่อป้องกันและลดริ้วรอยแห่งวัยโดยใช้ผลิตภัณฑ์และการทำศัลยกรรมใบหน้าเพื่อความงามแบบสวยซ่อนอายุ และวิเคราะห์ถึงการผลิตหรือการสร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อลดริ้วรอยแห่งวัย การนวดหน้า และแพทย์เฉพาะทางในการทำศัลยกรรมใบหน้าเพื่อให้สวยซ่อนอายุ จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดหลักหลักสูตรของสถาบันต่าง ๆ ตลอดจนคำบอกเล่าจากประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญเหล่านั้น การสังเกตโดยตรงจากรูปแบบการบริการในการจัดการความงามซึ่งของผู้เชี่ยวชาญข้างต้นในสถานประกอบการได้แก่ เคาท์เตอร์เครื่องสำอาง สถานบริการเพื่อความงามที่มีบริการนวดหน้า และคลินิกหรือโรงพยาบาลที่ให้บริการในการผ่าตัดเพื่อความงาม นอกจากการสังเกตโดยตรงแล้วยังมีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับสถานบริการดังกล่าวด้วย เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล ตลอดจนศึกษาถึงรูปแบบของการเผยแพร่

ข้อมูลในการจัดการความงามข้างต้นจากสื่อต่าง ๆ เช่น โฆษณา แผ่นพับการเผยแพร่ในลักษณะของการให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญหรือสถาบันและข้อมูลจากสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ

3. การวิเคราะห์กลไกและเทคนิคในการจัดการร่างกาย และตัวตนของผู้หญิงเพื่อความงาม เป็นการวิเคราะห์ถึงกลไกและเทคนิคที่ผู้หญิงใช้ในการจัดการกับร่างกายของตนเองเพื่อสร้างความงามแบบสวยช่อนอายุ การสร้างความหมายและตัวตนของผู้หญิงผ่านความงามทั้งในด้านการยึดตนเองเป็นศูนย์กลางและการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น รวมทั้งการเข้าถึงปฏิบัติการในการสร้างความงาม ความเชื่อถือและไว้วางใจในการตัดสินใจในการเลือกรับบริการ และผลของการปฏิบัติการในการจัดการความงามที่มีต่อร่างกายและตัวตนของผู้หญิง ตัวบทในการวิเคราะห์ที่ศึกษาจากคำบอกเล่าจากประสบการณ์ของผู้หญิงที่ผ่านการจัดการความงามโดยใช้ผลิตภัณฑ์ป้องกันและลดริ้วรอย การนวดหน้า และการทำศัลยกรรมใบหน้า ตลอดจนภาพและข่าวที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อสารมวลชนซึ่งบอกเล่าเรื่องราวประสบการณ์ของผู้หญิงในการจัดการความงามในบางแง่มุมซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถศึกษาจากคำบอกเล่าโดยตรงของผู้หญิงได้

การเข้าถึงตัวบท

การเข้าถึงตัวบทที่ใช้ในการวิเคราะห์ห้วงการข้ามต้นมี 3 ประเภท

ส่วนแรกเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือหรือเอกสารเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม ประเพณี คำพังเพย สุภาษิต ฯลฯ เพื่อสืบค้นการส่งผ่านอุดมการณ์ ดำรงทางแพทย์ เพื่อสืบค้นในเรื่องของความรู้ในการจัดการความงาม ซึ่งหาได้จากห้องสมุดที่เกี่ยวข้อง หลักสูตรในการผลิตผู้เชี่ยวชาญศึกษาได้จากสถาบันที่ทำการผลิต ส่วนเอกสารเผยแพร่ข้อมูลในเรื่องของการจัดการความงามและโฆษณาศึกษาได้จากหนังสือ นิตยสาร วารสารที่เกี่ยวข้องกับผู้หญิง สุขภาพ ความงามที่เผยแพร่ทั่วไป และแผ่นพับที่จัดทำเพื่อเผยแพร่โดยสถานบริการเพื่อความงาม นอกจากนี้ยังมีคำบอกเล่าจากประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้หญิงที่ได้รับการจัดการความงามที่มีการตีพิมพ์คำสัมภาษณ์ในสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ตลอดจนการเขียนเล่าประสบการณ์ของตนเองเพื่อเผยแพร่ ซึ่งจะสะท้อนความรู้สึกนึกคิด ตัวตนและผลของการจัดการความงามตามประสบการณ์ของแต่ละคน

ส่วนที่สองเป็นคำบอกเล่า เป็นคำบอกเล่าจากบุคคล 3 กลุ่ม กลุ่มแรกได้แก่ผู้มีอาวุโสหรือบุคคลทั่วไปเกี่ยวกับเรื่องของความงามและคุณค่าของผู้หญิง กลุ่มที่สองได้แก่ผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีประสบการณ์ในการจัดการความงามจากผู้แนะนำการใช้ครีมเพื่อลดริ้วรอย ผู้นวดหน้าในสถานบริการ และศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางในการทำผ่าตัดลดริ้วรอยตื้นๆ และผ่าตัดตึงหน้าให้ผู้หญิง และคำบอกเล่าจากผู้เกี่ยวข้องในสถานบริการเพื่อความงามดังกล่าว เช่น เจ้าของสถานบริการเพื่อความงาม พยาบาลผู้มีส่วนร่วมในการผ่าตัด เป็นต้น และกลุ่มที่สามคำบอกเล่าจากผู้หญิงซึ่งมีประสบการณ์ตรงจากการถูกจัดการความงามทั้ง 3 ประเภทดังกล่าวข้างต้น

ส่วนที่สามเป็นการสังเกต ซึ่งผู้วิจัยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ในการมีประสบการณ์ตรงจากการเป็นผู้รับบริการในการจัดการความงามจากผู้แนะนำความงามในการใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อลดริ้วรอยทั้งจากเคาน์เตอร์เครื่องสำอางและการขายตรง และการนัดหน้าในสถานบริการเพื่อความ แต่การทำศัลยกรรมเพื่อความงามแบบสวยช่อนอายุนั้นผู้วิจัยจะใช้เพียงการสังเกตรูปแบบของการจัดการที่เกิดขึ้นในสถานบริการทางการแพทย์เท่านั้น

การเข้าถึงตัวบทในส่วนของสิ่งพิมพ์และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่เข้าถึงได้โดยสะดวก เนื่องจากเป็นสิ่งที่เปิดเผยต่อสาธารณชนอยู่แล้ว แต่การเข้าถึงตัวบทผ่านการสังเกตในสถานบริการทางการแพทย์เป็นเรื่องที่ต้องมีการประสานงานกับผู้เกี่ยวข้อง ส่วนการได้มีโอกาสสนทนาเพื่อฟังคำบอกเล่าของผู้เกี่ยวข้องตามตัวบทที่กำหนดเป็นสิ่งที่ต้องใช้ศิลปะในการเข้าถึงเพื่อให้ผู้เล่ามีความรู้สึกสบายใจในการที่จะเล่าถึงประสบการณ์ของตนเอง เผยถึงอารมณ์และความรู้สึกนึกคิดของตนเองเกี่ยวกับความงาม การจัดการความงามและการเข้าถึงวิธีการดังกล่าว ก่อนการสนทนาผู้วิจัยได้สร้างสัมพันธภาพและเลือกสถานที่ซึ่งเหมาะสมในการสนทนา ไม่ให้ถูกรบกวนหรือขัดจังหวะระหว่างการบอกเล่าและมีความเป็นส่วนตัวพอที่ผู้เล่าไม่รู้สึกลำบากใจ ให้การรับรองว่าข้อมูลที่ได้รับนี้จะนำไปวิเคราะห์เพื่อการศึกษาเท่านั้นและจะไม่มีการเปิดเผยข้อมูลจากคำบอกเล่าเป็นรายบุคคลเพื่อวัตถุประสงค์อื่น การสร้างแนวทางของคำถามเป็นการใช้คำถามปลายเปิดตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตัวบทที่กำหนดไว้แต่จะไม่ยึดติดกับคำถาม เปิดโอกาสให้ผู้เล่ามีอิสระในการเล่าเชื่อมโยงไปยังประเด็นต่าง ๆ โดยผู้วิจัยเป็นผู้รับฟังโดยไม่เข้าไปขัดจังหวะหรือแสดงความคิดเห็นหรือตัดสินในสิ่งที่ได้รับการบอกเล่า และผู้วิจัยต้องมีความไวต่อการสังเกตในเรื่องของความรู้สึกของผู้เล่าและต้องระวังมิให้ผู้เล่ารู้สึกว่าถูกคุกคามหรือคุกคามในความเป็นส่วนตัว และต้องตระหนักดีว่าผู้เล่ามีสิทธิที่จะปฏิเสธในการตอบคำถามหรือยุติการสนทนาได้ ถ้าไม่ต้องการให้การสนทนาดำเนินต่อไป การบันทึกเทปและการจดบันทึกระหว่างการสนทนาจะมีการขออนุญาตก่อนและจะกระทำเมื่อได้รับอนุญาตเท่านั้น

ส่วนการเลือกผู้เล่าเรื่องราวในแต่ละกลุ่มเป็นการเลือกโดยเจาะจงจากผู้ที่มีคุณสมบัติสอดคล้องและมีประสบการณ์ตรง สามารถเล่าเรื่องราวที่สะท้อนถึงตัวตนและประสบการณ์ของตนเองได้ ครอบคลุมในประเด็นที่เกี่ยวข้องในเรื่องความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องความงามและการจัดการความงามของผู้หญิง ประสบการณ์ในการเป็นผู้เชี่ยวชาญซึ่งสร้างความงามให้ผู้หญิงด้วยวิธีการต่าง ๆ เริ่มจากการแนะนำความงาม การนัดและใช้เครื่องมืออันทันสมัยประเภทต่าง ๆ การใช้วิธีการทางการแพทย์ เช่น เลเซอร์ การผ่าตัดดึงตาเพื่อลดรอยตีนกา การผ่าตัดดึงหน้าและผู้ที่มิประสบการณในการได้รับการจัดการความงามข้างต้น รวมทั้งสิ้น 23 ราย

ผู้ให้ตัวบท	เพศ	อายุ (ปี)
1. ศัลยแพทย์ด้านศัลยกรรมตกแต่ง	ชาย	40
2. พยาบาลประจำห้องผ่าตัดศัลยกรรมตกแต่ง	หญิง	36
3. เจ้าของธุรกิจเครื่องสำอาง	หญิง	60
4. กรรมการผู้จัดการบริษัทเครื่องสำอาง	หญิง	54
5. พยาบาลผู้ปฏิบัติงานในสปาซึ่งให้บริการทางการแพทย์	หญิง	25
6. ผู้จัดการสถานบริการความงาม	หญิง	49
7. ผู้จัดการสถานบริการความงาม	หญิง	36
8. พนักงานผู้ปฏิบัติงานในสถานบริการความงาม	หญิง	27
9. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการผ่าตัดตึงหน้า /ตา	หญิง	60
10. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการผ่าตัดตึงหน้า	หญิง	49
11. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการผ่าตัดตึงหน้า	หญิง	62
12. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เลเซอร์	หญิง	50
13. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการผ่าตัดตึงตา /นวดหน้าและ ใช้เครื่องอัลตราซาวด์	หญิง	49
14. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอาง	หญิง	59
15. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอาง	หญิง	50
16. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอาง	หญิง	48
17. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอาง / นวดหน้า	หญิง	43
18. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอาง / นวดหน้า และผ่าตัดตึงตา	หญิง	61
19. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอาง/นวดหน้า และใช้เครื่องอัลตราซาวด์	หญิง	50
20. ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอาง และเครื่องอัลตราซาวด์	หญิง	51
21. ผู้ที่มีประสบการณ์จากการฉีดโบท็อกซ์	หญิง	40
22. พนักงานทำความสะอาดผู้ให้ความเห็น เกี่ยวกับความงาม	หญิง	59
23. นายทหารผู้ให้ความเห็นเกี่ยวกับความงาม	ชาย	51

การวิเคราะห์ตัวบท

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ตัวบทที่ได้จากสิ่งพิมพ์และคำบอกเล่าที่สอดคล้องกับแต่ละประเด็นเพื่อนำมาเชื่อมโยงกับแนวคิดและทฤษฎีที่ได้ทำการศึกษาไว้และนำเสนอผลการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิเคราะห์ที่กำหนดประเด็นไว้ตามลำดับ ทั้งนี้การวิเคราะห์เรื่องเล่านั้นมีการวิเคราะห์ระหว่างการสนทนาและภายหลังการสนทนาในแต่ละรายเพื่อให้ได้ตัวบทที่มีความหลากหลายและเพียงพอในการเชื่อมโยงข้อมูล และหาความสัมพันธ์ของตัวบทให้เพียงพอในการถอดรหัสในแต่ละประเด็น ส่วนชื่อของผู้ให้ตัวบทนั้นเป็นชื่อสมมติเพื่อมิให้เกิดความเสียหายในการเปิดเผยข้อมูลบุคคล

บทที่ 4

การสร้างความหมายเรื่องความสวยงามของผู้หญิง

การสร้างความจริงเรื่องสวยชอนอายุมีอุดมการณ์ชายเป็นใหญ่และอุดมการณ์ทุนนิยมเป็นเจตจำนงอยู่เบื้องหลัง อุดมการณ์ชายเป็นใหญ่สร้างระบบคิดให้ผู้หญิงให้เชื่อว่าคุณค่าของผู้หญิงซึ่งทำให้มีความอ่อนไหวที่จะยอมรับความจริงที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ร่างกายและความสวยงามของผู้หญิงเพื่อประโยชน์ทางการค้า การสร้าง ความหมายเรื่องความงามของผู้หญิงเป็น เรื่องที่ละเอียดอ่อน ซับซ้อนและแนบเนียนจนเป็นสิ่งที่ยากยิ่งที่จะสืบค้นให้เห็นว่าความจริงเรื่องนี้เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น เนื่องจากมันเป็นสิ่งที่ถูกถ่ายทอดและส่งผ่านต่อกันมาจนฝังตรึงและสร้างระบบคิดให้คนเชื่อว่าเป็นเช่นนั้นจริง อย่างไรก็ตามผู้วิจัยจะพยายามคลี่คลายให้เห็นว่าความจริงในเรื่องดังกล่าวถูกสร้างขึ้นมาอย่างไร และทำไมถึงได้ดำรงอยู่อย่างแนบเนียนเช่นนั้น

การสืบค้นเพื่อคลี่คลายการสร้างความจริงในเรื่องของความงามจึงต้องศึกษาผ่านการให้สัมภาษณ์จากประสบการณ์ของบุคคลที่อยู่ในสังคม ทั้งเพศชายและหญิง โดยเฉพาะผู้ที่เกี่ยวข้องกับแวดวงของการสร้าง ความงามทั้งทางด้านการเป็นผู้ผลิตสินค้าและบริการ ผู้ที่ใช้ความรู้ความชำนาญเฉพาะด้านในการจัดการความงาม และผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการได้รับการจัดการความงามด้วยวิธีการต่าง ๆ ร่วมกับข้อมูลที่เป็นข้อเขียนในสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ และสื่อโฆษณา และประสบการณ์ตรงของผู้วิจัยซึ่งมีความสนใจในเรื่องของความงามและสัมผัสการจัดการความงามในบางประเภทมานานปีและติดตามการเคลื่อนไหวของวิทยาการในการจัดการความงามมาอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาประมวลและแสดงให้เห็นการสร้าง ความหมายเรื่องความงามของผู้หญิงซึ่งถูกเชื่อมโยงกับประเด็นต่าง ๆ ทำให้ความจริงในเรื่องนี้มีการดำรงอยู่ได้ในปัจจุบัน

การทำให้ความสวยงามเป็นคุณสมบัติของผู้หญิง

เมื่อถามว่ามีความคิดเห็นอย่างไรกับเรื่องความงามของผู้หญิง ผู้ให้ตัวบททุกรายไม่ว่าจะเป็นผู้ชายหรือผู้หญิงต่างให้คำตอบในทำนองเดียวกันว่า ความงามกับผู้หญิงเป็นของคู่กันซึ่งเป็นการให้คำตอบอย่างรวดเร็ว ปราศจากการลังเลหรือไม่ต้องใช้เวลาในการประมวลความคิด เสมือนหนึ่งว่าคำตอบดังกล่าวเป็นสิ่งที่ถูกฝังตรึงอยู่ในความคิดคำนึงอยู่แล้วและมีความเชื่อโดยไม่มีข้อกังขาว่าความงามและผู้หญิงเป็นสิ่งที่ได้รับการผูกโยงให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เมื่อพูดถึงผู้หญิงก็นึกถึงความงาม หรือบางคนกล่าวว่าผู้หญิงเป็นเพศที่สวยงาม เปรียบผู้หญิงเป็นเหมือนดอกไม้หรือความงามเป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติของผู้หญิง ผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าจะต้องสวย ต้องรักสวยรักงามเมื่อ

ถามว่าอยากสวยไหม ทุกคนอยากสวย เพียงแต่การให้ความสำคัญหรือระดับของความต้องการแตกต่างกัน ถึงแม้บางคนจะแสดงออกเหมือนไม่ให้ความสนใจในเรื่องของความสวยงามของตนเอง แต่เมื่อได้ใช้เวลาในการสนทนนานพอสมควรก็จะทำให้ผู้ให้ข้อมูลได้ไตร่ตรองถึงความรู้สึกที่แท้จริงในเบื้องลึกของตนเองแล้วต่างก็ยอมรับว่ามีความสนใจในเรื่องนี้เช่นเดียวกัน จึงพอจะประมวลได้ว่าในสังคมชายเป็นใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ชายและผู้หญิงต่างมีความคิดเห็นเช่นเดียวกัน โดยถูกทำให้เกิดความเชื่อว่าผู้หญิงต้องสวย ผู้หญิงได้ถูกสร้างระบบคิดให้มีความสนใจในเรื่องของความสวยงาม

คำบอกเล่าดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยเข้าใจได้ว่าทำไมผู้หญิงถึงรักสวยรักงามและให้ความสนใจในเรื่องของการดูแลตนเองในเรื่องของความสวยงามมากกว่าผู้ชาย เนื่องจากการส่งผ่านความคิดดังกล่าวมาอย่างต่อเนื่องทั้งโดยการอบรมสั่งสอนโดยตรงจากครอบครัวและสังคม มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น แม่สู่ลูกสาว แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเพื่อน ทั้งโดยการบอกเล่า แนะนำ สอน โดยตรง หรือการปฏิบัติให้เห็นเป็นแบบอย่างในชีวิตประจำวัน หรือถ่ายทอดผ่านสื่อบันเทิง คำพังเพย และคำสอนต่าง ๆ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความงามนอกจากจะเป็นคุณสมบัติของผู้หญิงแล้ว ยังเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงคุณค่าของผู้หญิงด้วย ในสังคมไทยได้มีการกล่าวถึงรูปร่างของผู้หญิงที่งามพร้อมเรียกว่าลักษณะของเบญจกัลยาณีไว้ว่าเป็นหญิงที่มีลักษณะงาม 5 ประการ คือ ผงาม เนืองาม พ้นงาม ผิวงาม และวัยงาม ผงาม หมายถึงเรือนผผดำเป็นเงางามดุจนกยูง เนืองาม หมายถึงริมฝีปากแดงงามเช่นผลตำลึงสุก พ้นงาม หมายถึงมีฟันขาวเรียบดุจหอยสังข์ที่ขัดสีแล้วหรือเหมือนไข่มุก ผิวงาม หมายถึงมีผิวที่ละเอียดอ่อนเกลี้ยงเกลาเหมือนเมล็ดฝาดสมบูรณ์ และวัยงาม หมายถึงเนื้อหนังเต่งตึงอยู่จนแก่ (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2530 : 484) ซึ่งเป็นการตอกย้ำว่าผิวเป็นส่วนหนึ่งของความสวยงามของผู้หญิง โดยเฉพาะผิวที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงตามวัย ยังคงเต่งตึงอยู่จนแก่ นอกจากนั้นผิวหนึ่งที่มีลักษณะเช่นนั้นนอกจากจะสวยแล้วยังถูกทำให้เห็นว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจและกระตุ้นความรู้สึกของเพศตรงข้าม ดังที่สมศักดิ์ วรรณิณเขียนไว้ในหนังสือผิวสวย (2550 : 35) ว่า “ผิวหนึ่งที่แข็งแรงสดใส เปล่งประกายสุขภาพดี เหมือนกลับสู่ความเยาว์วัย ทั้งยืดหยุ่น ปราศจากริ้วรอย ย่อมเป็นเครื่องจูงใจ ทำให้ดึงดูดอารมณ์และความรู้สึกของเพศตรงข้าม กระตุ้นให้เกิดการสืบพันธุ์ขึ้น”

ข้อมูลจากตัวบทสะท้อนให้เห็นว่าคนถูกทำให้เชื่อว่าความสวยงามของผู้หญิงเป็นสิ่งที่สร้างโอกาสให้ผู้หญิง ทำให้มีโอกาสมากขึ้น ทั้งในเรื่องของการงานและการเลือกคู่ ความสวยสร้างความประทับใจในแวบแรกให้เห็น ความสวยกระตุ้นให้เกิดความสนใจ สร้างความรู้สึกในเชิงบวก ทำให้มีความโดดเด่นกว่าคนที่ไม่สวย ถึงแม้หลายคนจะกล่าวว่าความสวยไม่ใช่สิ่งที่จำเป็นและอาจไม่ใช่สิ่งที่สำคัญเสียทีเดียวสำหรับผู้หญิง แต่ต่างก็ยอมรับว่าความสวยช่วยสร้างโอกาสหรือเป็นสิ่งที่เบิกทางให้ผู้หญิง เนื่องจากเรื่องของรูปร่างภายนอกเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ในทันทีหรืออาจกล่าวได้ว่าผู้หญิงอยากสวยเพราะเชื่อว่าการมองเห็น เป็นสัมผัสแรกที่สามารถสร้างความประทับใจให้ผู้คนได้ดีที่สุด ดังนั้น

สาวสมองสวยทั้งหลายจึงจำเป็นต้องพัฒนาความสวยที่อยู่ภายนอกให้เพิ่มพูนขึ้นมา (แพรว. 2547 : 5) ต่างจากเรื่องของคุณสมบัติและความสมบัตินี้ที่ต้องใช้เวลาในการแสดงออกโดยเฉพาะงานบางชนิดเรื่องของรูปลักษณ์ถือเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็น เนื่องจากเรื่องของรูปร่างหน้าตาถือเป็นจุดขายหรือเป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของงาน เช่น นักแสดง ซึ่งเรื่องของรูปร่างหน้าตาและความสวยเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมาก นักแสดงผู้มีชื่อเสียงซึ่งอยู่ในวัยกลางคนที่ได้รับการกล่าวถึงว่าเป็นผู้ที่ดูแลรักษาตนเองในเรื่องความสวยงามเป็นอย่างดีต่างมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันในเรื่องของการให้ความสำคัญในการดูแลตนเองในเรื่องของความสวยงาม เช่น มยุรา เศรษฐศิลา ได้ให้สัมภาษณ์ในคอลัมภ์ Life Fullfill นิตยสารผู้หญิงวันนี้ (2004 : 151-153) ว่า

ผู้หญิงต้องดูดี ผู้หญิงเกิดมาเป็นดอกไม้ มันต้องสวยสดงดงาม ไม่ปล่อยให้เหี่ยวเฉาซีดจาง มันไม่ใช่...เขาให้เราเป็นดอกไม้ประดับโลก เราก็ต้องดูสดชื่น ไม่เหี่ยวเฉาโรยรา ต้องดูดีตลอดแล้วไม่ใช่ว่าแก่แล้วจะดูดีไม่ได้ ตักเคยเห็นผู้หญิงบางคนอายุมาก 50-60 แล้วยังสดใสดูดี เพราะฉะนั้นเราต้องยืดอายุการใช้งานให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ แต่ทำแล้วต้องดูดีนะ ไม่ใช่ว่าเวอร์จนน่าเกลียด...ตักต้องกตัญญูต่อสังขาร เนื่องจากว่าเราต้องใช้สังขารหากิน...หน้าเหี่ยวก็ไม่มีใครจ้าง เพราะฉะนั้นสิ่งนี้ทำให้เรามีรายได้...

ส่วนสินัย เป่งพานิชได้ให้สัมภาษณ์ในหนังสือสุขภาพดีกับคนดัง (ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. 2548 : 36-37) ไว้ว่า

ทำงานอยู่ในแวดวงบันเทิง เรื่องการดูแลรูปร่างหน้าตา ผิวพรรณจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก เพราะในแต่ละวัน เวลาส่วนใหญ่ต้องวุ่นอยู่กับการทำงาน บางครั้งเวลาจะพักผ่อนแทบไม่มี แต่อาชีพนักแสดงนั้น ถือว่าเป็นอาชีพที่ต้องดูแลตัวเองมากเป็นพิเศษ ด้วยความที่เป็นดาราก็เหมือนกับเราขายรูปร่างหน้าตา ผู้ชมมักจะคาดหวังว่า จะได้เห็นเราในภาพที่สวยงามและดูดีตลอดเวลา ทำให้ต้องมีหน้าที่ดูแลรูปร่างและหน้าตาของตัวเองไม่แพ้บทบาทที่ได้รับมา

เช่นเดียวกับกรณีของคุณหนูซึ่งเป็นนักแสดงที่มีประสบการณ์ในการผ่าตัดดึงหน้าก็เล่าความรู้สึกในทำนองเดียวกันว่างานของเธอเรื่องหน้าตาและความสวยงามเป็นเรื่องสำคัญ และเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เธอได้งาน เธอจึงต้องบำรุงรักษาให้ดีที่สุดเช่นเดียวกัน นอกจากนี้อาชีพอื่นๆ ที่ถึงแม้จะไม่ได้ใช้หน้าตาในการทำงานโดยตรงเช่นเดียวกับอาชีพนักแสดง แต่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นก็ให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เช่นกัน เช่น คุณสวยซึ่งปัจจุบันเป็นผู้จัดการสถานบริการความงามสำเร็จการศึกษาปริญญาตรีวิทยาศาสตร์ เคยสมัครงานในหน้าที่ประชาสัมพันธ์ แต่พลาดโอกาส เธอเชื่อว่าเป็นเพราะในช่วงเวลาดังกล่าวเธอกำลังมีปัญหาเกี่ยวกับใบหน้า มีสิ่วขึ้นมากจึงไม่ได้รับการคัดเลือก แต่ผู้ที่จบสาขาอื่น ไม่ตรงกับงานในหน้าที่แต่มีรูปร่างหน้าตาสวยกว่ากลับได้รับการคัดเลือกในครั้งนั้น ประสบการณ์ดังกล่าวได้ตอกย้ำให้เธอเชื่อว่าเรื่องของรูปร่างหน้าตาและความสวยงามของผู้หญิงมีความสำคัญและเป็นสิ่งที่สร้างโอกาส เช่นเดียวกับผู้ให้ข้อมูลซึ่งเป็นผู้บริหาร

เป็นผู้อำนวยความสะดวกฝ่ายในรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่งได้เล่าว่าในการคัดเลือกบุคลากรเข้าทำงาน เช่น นักบัญชี หรือเลขานุการ ถึงแม้เธอจะพิจารณาจากคุณสมบัติอื่น ๆ ที่ตรงและเหมาะสมกับงาน แต่กรรมการบางท่าน เช่น ผู้อำนวยการใหญ่ซึ่งเป็นผู้ชายกลับให้เลือกคนที่มีรูปร่างหน้าตาสวยแทนคนที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกว่า โดยให้เหตุผลว่า น่าดูและเจริญหูเจริญตามากกว่ากัน สอดคล้องกับคุณปอซึ่งเป็นผู้บริหารทางการแพทย์ที่เล่าว่า

ความสวยมันคล้ายกับเป็น first impression นะ สมมติเราไปสมัครงาน สังเกตได้จากการสัมภาษณ์เวลาเราเจอคนหน้าตาดี สวยก็就会被เลือกไว้ก่อนเลย คือมีเปอร์เซ็นต์ที่จะได้มากกว่าเราจะสังเกตได้เลยจากที่เห็นมา เวลาไปสัมภาษณ์เด็กเข้าหน่วยงาน คือถ้าเขาเห็นสวย จะเอาไว้ก่อน ทำได้หรือไม่ได้ก็ขึ้นอยู่กับหน่วยงานนั้นๆ ถึงแม้งานนั้นจะไม่ได้ใช้หน้าตาโดยตรงก็ตาม อย่างงานพยาบาล มันก็ไม่ได้ใช้ความสวยงาม แต่ถ้าเราได้เด็กสวยๆ มา เพื่อนร่วมงาน เช่น หมอก็就会有ความครึกครื้น มีการแซวกัน แหย่เย้ากัน ใสความสวยงามนี้มันก็ทำให้บรรยากาศมันครึกครื้น มีส่วนที่ทำให้บรรยากาศในการทำงานมันดี แล้วมันก็แพร่ระบาดเหมือนกันนะ ที่เวิร์ดพอมันคนสวยๆ ซ่างแต่งตัวมาอยู่ มันก็เป็นตัวอย่างที่กระตุ้นให้คนอื่นเอาอย่างบ้าง คนที่ไม่สวยก็พยายามเสริม แต่งให้สวย พอคนอื่นเห็นการเปลี่ยนแปลงก็เอาบ้าง บรรยากาศมันก็ดี

ประสบการณ์ของผู้ให้ตัวบทข้างต้นสนับสนุนให้เห็นว่าความสวยงามมีส่วนในการสร้างโอกาสให้ผู้หญิง จอร์จ ซินน์ (2548 : 67) ได้กล่าวถึงความสำคัญของรูปลักษณะในหนังสือเรื่องบุคลิกภาพสู่ความเป็นผู้นำว่า

นับเป็นความจริงที่น่าเศร้าว่า จะไม่มีใครได้สัมผัสความสามารถและทักษะต่าง ๆ ของคุณ หาก你不เสนอภาพลักษณ์ที่ดีให้เขาเห็นเสียก่อน ภาพลักษณ์ของคุณจะมีผลกระทบต่ออารมณ์ของผู้ที่รู้จักคุณ เป็นครั้งแรก จากการวิจัยหลายครั้งหลายครา คนที่มีเสน่ห์จะได้รับการเลื่อนตำแหน่งเร็วกว่า คบเพื่อนได้ง่าย และได้สิ่งที่ตนต้องการเร็วกว่าคนไร้เสน่ห์...

กรรมการผู้จัดการเครื่องสำอางท่านหนึ่งซึ่งผู้วิจัยไปสัมภาษณ์ก็ให้ความเห็นเช่นเดียวกันว่าความสวยงามมีคุณค่ากับผู้หญิงและได้ยกสุภาษิตไทยที่มีกรกล่าวถึงกันจนคุ้นหูว่า นารีมีรูปเป็นทรัพย์ ผู้วิจัยคิดว่าโดยนัยยะของความหมายมิได้หมายถึงเพียงว่าความสวยสามารถแปรรูปเป็นสิ่งที่มียุทธค่าหมายถึงเงินเท่านั้น แต่รูปลักษณ์ของความสวยงามนั้นช่วยสร้างโอกาสด้วย

การให้ความหมายของคำว่าสวยและงามนั้นมีการให้ความหมายที่ชี้ให้เห็นว่าทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจแก่ผู้พบเห็น จึงถูกทำให้เชื่อว่าเป็นเสน่ห์ของผู้หญิง เช่น ได้กล่าวถึงความหมายของคำว่าสวยว่า งามน่าพึงพอใจ มักใช้คู่กับคำงามเป็นสวยงาม ซึ่งเป็นการให้ความหมายโดยมิได้แยกประเด็นระหว่างความสวยและงาม (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. 2530 : 794) แต่สมศรี สุขุมลันท์ (2517 : 4) ได้ให้ความหมายโดยแยกประเด็นของคำว่าสวยและงามว่า สวยเป็นคำที่ถูกใช้มากกว่าเพื่อน อะไร ๆ ก็สวย ผู้หญิงสวยคือผู้หญิงที่มีรูปร่าง หน้าตา ผิวพรรณหมดจดเป็นที่พอ

ตาของผู้ที่พบเห็น ส่วนงามคือสิ่งที่ได้เห็นแล้วก่อให้เกิดอารมณ์สะท้อนใจ ปิติ ชาบชานยินดี เป็นบุญตา ผู้หญิงงามคือผู้หญิงที่เป็นที่พอตาและพอใจแก่ผู้พบเห็น ดังนั้นความงามจึงมีจิตใจเข้าเป็นส่วนร่วมด้วย หรืออาจกล่าวได้ว่า คนสวยมองผาด คนงามมองพิศ เป็นการชี้ให้เห็นว่าความสวยเป็นเรื่องของรูปกายที่เป็นรูปธรรมซึ่งมองเห็นได้ในทันทีและความงามเป็นสิ่งที่มโนคติประกอบด้านจิตใจที่เป็นนามธรรมที่ซ่อนอยู่ภายในแฝงอยู่ด้วย การที่ความสวยของผู้หญิงสร้างความพึงพอใจแก่ผู้พบเห็นนั้นตรงกับข้อมูลที่มีผู้ให้ข้อมูลบางท่านกล่าวว่าความสวยงามเป็นเสน่ห์ของผู้หญิง โดยอธิบายว่าคำว่ามีเสน่ห์นั้น หมายถึงความน่าสนใจ ดึงดูดใจ ซึ่งไม่ได้หมายความว่าผู้ชายเท่านั้นที่ชอบผู้หญิงสวย แม้แต่ผู้หญิงเพศเดียวกันก็ชอบ เพชรยุพา บุณยศิริจรัสรัฐเขียนในคำนำ ในหนังสือคนรักหน้าซึ่งเขียนโดยแพทย์หญิงนันท์พร สุภาพรรณชาติ (2547 : 8) ว่า “ชอบดูของสวยงาม โดยเฉพาะผู้หญิงที่มีหน้าตาสวยงาม ผิวพรรณผุดผ่อง ถ้าได้สัมผัสพบเห็นก็ถือว่าเป็นความรื่นรมย์ของชีวิต” สะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงจึงถูกมองเสมือนวัตถุที่ถูกจับจ้องทั้งจากผู้หญิงซึ่งเป็นเพศเดียวกัน และจากผู้ชายซึ่งเป็นเพศตรงข้าม ความสวยจึงเป็นเสน่ห์ที่กระตุ้นทำให้ผู้พบเห็นสนใจ รู้สึกชอบ อยากทำความรู้จัก และอาจนำพาซึ่งการสานต่อความสัมพันธ์ต่อไป นายทหารท่านหนึ่งเล่าถึงประสบการณ์ในการเลือกแฟนว่าในตอนแรกจะเลือกที่รูปร่างหน้าตาก่อน ชอบที่ความสวย “ใคร ๆ ก็ชอบผู้หญิงสวย...คนสวยมันทำให้สดชื่นน่ามอง แล้วมันก็เป็นสิ่งที่เตะตามองเห็นก่อนใช้ไหม เรื่องของรูปร่างหน้าตามันเห็นก่อน อย่างอื่นค่อยว่ากันทีหลัง”

ความสวยจึงเป็นเหมือนสะพานที่ดึงดูดใจให้ผู้ให้ตัวบทบางคนกล่าวว่าความสวยเปรียบเหมือนกับดักเอาไว้อ่อแมลง หรืออาจกล่าวได้ว่า นอกจากความสวยจะสร้างโอกาสในเรื่องของงานแล้ว การที่กล่าวว่าความสวยเป็นเสน่ห์ของผู้หญิงนั้นหมายถึงเป็นการสร้างโอกาสในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะผู้ชายที่เห็นว่าความสวยเป็นเสน่ห์ทางเพศ คนสวยจึงมีโอกาสนในการเลือกคบหาเพศตรงข้ามมากกว่า ผู้ชายส่วนหนึ่งสนใจความสวยก่อน ต่อเมื่อได้ใกล้ชิดสานสัมพันธ์แล้วจึงจะมองเห็นคุณสมบัติอื่น ๆ หรือเมื่อมีประสบการณ์ที่เป็นปัญหากับคนสวยแล้วจึงหันไปพิจารณาคนที่สวยน้อยกว่าหรือไม่สวย เช่นกรณีของคุณสมชาย นายทหารผู้เคยมีแฟนสวยระดับนางงามแต่ภรรยาคนปัจจุบันเป็นคนไม่สวย โดยคุณสมชายให้เหตุผลว่า

คนสวยนะมันก็เรื่องมากนะ แฟนคนแรกเป็นนางงาม เขามีคนมาจีบเยอะ เขามีทางเลือกก็คงเลือกคนที่ดีกว่าเรา คนที่สงกัสวย แต่มันไม่เข้าใจกันนะ แฟนคนที่อยู่ด้วยกันนี้ เขาไม่สวยเลยก็จริง ใครๆก็ว่าทำไมมาอยู่กับคนนี้ แต่อยู่ด้วยกันเขาก็ดีนะ ดูแลเราดี เอาใจเรา ...อาจจะเป็นเพราะเขาไม่สวยก็ได้ เลยเอาใจเรา ไม่เหมือนพวกคนสวย ๆ ที่เราต้องคอยเอาใจ แรกๆ เราก็ดูไม่ดี คิดจะเป็นแฟนกับคนนี้หรอก รู้จักกันเฉยๆ แต่พอดีเล็กกับแฟน แล้วเขาก็เอาใจเราดี คือพูดตรงๆ นะ เราว่าเขารักเรา เอาใจเรา เลยรักคนที่เขารักเราดีกว่า พวกคนสวยเรื่องมาก ลองเอาคนไม่สวยบ้าง เขาก็ดีนะ อยู่ด้วยกันแล้วสบายใจ ไม่ต้องคอยง้อ

ความสวยจึงเป็นเสน่ห์ในการดึงดูดใจผู้ชายให้เข้าใกล้ สร้างโอกาสในการสร้างสัมพันธ์ได้เร็วกว่าคนที่ไม่สวยซึ่งต้องใช้เวลาในการแสดงคุณสมบัติอื่น ๆ และความไม่สวยอาจบดบังโอกาสในการได้แสดงคุณสมบัติเหล่านั้นก็ได้ นอกจากนั้นทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ และโฆษณาต่าง ๆ มีส่วนที่ช่วยตอกย้ำความจริงที่ถูกสร้างขึ้นนี้ เช่น โฆษณาของธนาคารไทยพาณิชย์ ซึ่งฉายให้เห็นภาพของชายหนุ่มคนหนึ่งรีบวิ่งมาจะเข้าลิฟต์ มีผู้หญิงสองคนยืนอยู่ภายในและมองเห็นผู้ชายคนนั้น แต่ผู้หญิงคนสวยหน้าบึ้งรีบกดลิฟต์ปิด ในขณะที่ผู้หญิงอีกคนหนึ่งซึ่งไม่สวยรีบกดลิฟต์เพื่อเปิดให้ผู้ชายคนนั้นเข้า แต่เมื่อผู้ชายคนนั้นเข้ามาแล้วกลับหันไปยิ้มและขอบคุณคนสวย โดยที่เขาเข้าใจว่าเป็นผู้กดลิฟต์เปิดให้โดยไม่ได้หันไปมองสาวที่ไม่สวยซึ่งเป็นผู้เปิดลิฟต์ให้ที่ยืนหน้าเสียอยู่ข้าง ๆ และมีข้อความสรุปท้ายโฆษณาว่า คุณค่าที่แท้จริงอยู่ที่น้ำใจ ตัวบทจากโฆษณาได้ย้ำให้เห็นว่ากว่าจะเห็นคุณค่าของน้ำใจที่อยู่ลึกภายในจิตใจต้องใช้เวลาค้นหา แต่ความสวยซึ่งเป็นรูปลักษณะภายนอกที่เด่นชัดกว่าได้ชักจูงโอกาสไปก่อนแล้ว

นอกจากความสวยงามจะถูกสร้างให้เป็นคุณสมบัติและเป็นเสน่ห์ของผู้หญิงแล้ว ยังถูกสร้างให้เป็นองค์ประกอบหนึ่งของบุคลิกภาพด้วย ดังจะเห็นได้ว่าในหลักสูตรของการอบรมหรือหนังสือเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพจะมีการกำหนดหัวข้อในเรื่องของการพัฒนารูปลักษณ์ไว้เป็นส่วนหนึ่งเสมอ จอร์จ ซินน์ (2548 : 93) ได้เขียนหนังสือจากเป็นประสบการณ์ในการพัฒนาหลักสูตรพัฒนาบุคลิกภาพผู้นำ โดยมีหัวข้อเรื่องภาพลักษณ์และรูปลักษณ์ ซึ่งกล่าวเชื่อมโยงถึงการพัฒนาความเชื่อมั่นในตนเองและการพัฒนารูปลักษณ์ โดยมีการดูแลรูปลักษณ์ตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า การดูแลรักษาผิวหน้า การแต่งหน้า และเขียนไว้ในบทนำว่า

การดูแลรักษาตนเองให้น่าดู จะช่วยให้คุณสดใสขวนมอม ไม่ว่าคุณจะทำงานในสำนักงาน เข้าพบเพื่อสัมภาษณ์งาน หรือแวะเยี่ยมลูกค้า การแต่งตัวและดูแลตนเองให้ดูดีอยู่เสมอจะช่วยให้คุณมีความเชื่อมั่นในตนเองและรู้สึกว่าคุณประสบความสำเร็จอยู่แค่เอื้อม รอยยิ้มที่ประทับใจ ผิวพรรณที่สะอาดสดใส เรือนผมที่สะอาดมันสลบ บอกผู้คนรอบข้างว่า คุณรู้จักดูแลตนเองและเรือนกายเป็นอย่างดี

เรื่องของบุคลิกภาพจึงมีส่วนในการทำงาน ถึงแม้จะไม่ใช่งานที่ต้องใช้หน้าตาในการทำงานโดยตรง ผู้ให้ตัวบทส่วนใหญ่ทำงานในระดับบริหาร ต่างให้ความสำคัญกับเรื่องของบุคลิกภาพ เช่น อาจารย์ออดผู้บริหารระดับสูงที่กล่าวว่า “ผู้หญิงต้องงามแต่ความงามไม่ได้หมายถึงว่าสวย แต่ต้องดูดี ดูแล้วสบายตา สบายใจ มันเกี่ยวข้องกับบุคลิก คือต้องดูดี” ถึงแม้บางคนจะบอกว่าตนเองไม่ค่อยสนใจและไม่ให้ความสำคัญในเรื่องนี้เท่าใดนักแต่พอได้เลื่อนตำแหน่ง มีเสียงเสนอแนะจากคนใกล้ชิดและคนรอบข้างให้สนใจในการดูแลตนเองบ้าง เพื่อให้ดูดีขึ้น สร้างความน่าเชื่อถือแก่ผู้พบเห็นในตอนแรก ๆ บอกว่าไม่สนใจ แต่เมื่อมีการพูดซ้ำจากหลายเสียงบ่อยเข้า ความรู้สึกก็เปลี่ยนแปลงไป

เริ่มไม่มั่นใจ จนต้องเปลี่ยนแปลงตนเองเพื่อให้ดูดีขึ้น เป็นผลจากการจับจ้องของคนรอบข้าง แต่บางคนก็ไม่ต้องรอให้คนอื่นมาจับจ้องแต่มีการจับจ้องและเฝ้าระวังตนเอง เช่น กมลลา สุโกศล ประธานโรงแรมกลุ่มสยามซิตี้ให้สัมภาษณ์นิตยสารผู้หญิงวันนี้ในคอลัมน์ Life & Learn. (2004 : 161) ว่า

เรื่องงาน สิ่งสำคัญเลย ต้องแต่งตัวดี เราจะเป็นคุณเพ็งมันก็ได้ เพราะคนที่เห็นเราคงคิดว่าไอ้โรงแรมนี้มันก็คงเพ็งอย่างแฉะแหละ ต้องดูดีไว้ก่อน ถ้าวันไหนเราดูไม่ได้ แค่มาสระผมใส่โรลม้วนผมก็ไม่อยากลงมาข้างล่างแล้ว รู้สึกไม่เหมาะสม กิจกรรมนี้ต้องดูดี ไม่ชอบดูแล้วไม่ดี ไม่สวย หน้าเราก็ไม่ค่อยมีริ้วรอย คางก็ไม่ย้วย อยากดูเจริญตาเจริญใจ ไม่ใช่ร้าย ดูไม่ได้.

นอกจากนี้ยังมีการตอกย้ำจากผู้เชี่ยวชาญว่าการดูแลผิวพรรณเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างบุคลิกภาพ เช่น “ในปัจจุบันนี้ผู้คนหันมาดูแลผิวพรรณมากขึ้น เพราะเป็นการเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ตนเอง” (ประวิตร พิศาลบุตร. 2547 : 9) เรื่องของการดูแลผิวพรรณจึงถูกสร้างให้เป็นสิ่งที่ควรทำ ถ้าอยากมีบุคลิกดี หรือดูดี ต้องไม่ปล่อยให้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามธรรมชาติของอายุจากการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการได้รับจัดการความงาม เมื่อถามเหตุผลที่ต้องดูแลรักษาใบหน้าและผิวพรรณ นอกจากจะตอบว่าเพราะไม่อยากแก่ หรือกลัวไม่สวยแล้ว ยังได้รับคำตอบว่ามันทำให้ดูดีและมั่นใจ หรือถึงจะไม่สวยมากนักแต่มันทำให้ดูดีขึ้นซึ่งเป็นเรื่องของการพัฒนาบุคลิกภาพนั่นเอง ภัทริยา ณ นคร ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์และ Byer ร้าน Gucci เป็นคนดังคนหนึ่งในวงสังคมชั้นสูง และเคยเขียนหนังสือชื่อ Looking Good ซึ่งเป็นหนังสือพัฒนาบุคลิกภาพที่มียอดขายดีมากและยังเป็นวิทยากรในการอบรมเพื่อพัฒนาบุคลิกภาพ ได้เขียนในเรื่องของความสวยและการดูดีไว้ในหนังสือเล่มที่ 2 ของเธอชื่อ Feeling Good ว่า (ภัทริยา ณ นคร. 2547 : 19)

เวลาที่เรารู้สึกว่าอยากสวย อยากดูดี และเมื่อได้ทำให้เกิดความสวย ความดูดีอย่างที่ต้องการแล้ว เราได้อะไรคะ ความสุขใช่ไหมคะ พอเรามีความสุข คล้ายๆ กับโลกรอบตัวสดใส พบปะใครเกี่ยวข้องกับรอบข้างเราก็ยิ้มแย้มดีใจ เขาก็พลอยมีความสุข แล้วอย่างนี้ทำไมไม่ทำให้เราสวย ดูดี และมีความสุขทุกวัน พายกำลังจะบอกคะว่า ไม่ต้องอายที่รู้สึกอยากสวย เพราะสวยแล้วมีแต่เรื่องดีที่เกิดขึ้น การดูแลตัวเองให้ดูดีไม่ผิดตรงไหน เว้นเสียแต่ว่าจะสนใจตัวเองมากเกินไปจนเป็นเรื่องเดือดร้อน เสียงานเสียการ ก็น่าจะเพลาลงบ้างนะคะ แต่ถ้าดูแล้วว่าไม่ได้รับกวนใคร ความสุขแค่นี้ทำไมจะให้กับตัวเองไม่ได้ เพราะถ้าเรามีความสุขแล้ว ดูดีแล้ว เรายังเผื่อแผ่ความรู้สึกดีให้กับคนรอบข้างด้วย ก็ทำไปเลยคะ

เมื่ออ่านข้อเขียนข้างต้นแล้วจะสร้างความรู้สึกที่ดีและให้กำลังใจในการดูแลตนเองให้สวยงาม ว่าเป็นสิ่งที่ควรทำ ทำแล้วจะมีความสุขแก่ตนเองและผู้คนรอบข้าง และไม่ใช่สิ่งเสียหายที่ควรจะอายแต่อย่างใด ถึงแม้ผู้เขียนจะบอกให้รู้จักประมาณตน ให้ทำแต่พอควร ไม่สร้างความเดือดร้อนแก่ตนเองและผู้อื่น แต่ความพอดีเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ยากในสังคมบริโภคนิยม ซึ่งเป็นสังคม

แห่งความพร่องที่เต็มไม่เต็ม ความต้องการของมนุษย์ไม่มีขอบเขตสิ้นสุดเพราะจะถูกกระตุ้นและกระตุ้นให้เกิดการบริโภคอยู่ตลอดเวลา จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้หญิงไม่พอใจในความสวย สวยแล้วดูดีแล้วก็อยากสวยขึ้น ดูดีขึ้น บางคนก็ว่าทำแล้วหยุดไม่ได้ มีแต่ต้องทำมากขึ้น เพราะยิ่งอายุมากก็ยิ่งต้องเพิ่มกรรมวิธีในการกระซางวัย เพื่อให้ทันดูดี ซึ่งหมายถึงค่าใช้จ่าย เวลา และความเสี่ยงต่อปัญหาแทรกซ้อนที่เพิ่มขึ้นด้วย

การทำให้ความสวยงามเป็นส่วนหนึ่งของสุขภาพ

คนชราบางคนมักจะบ่นว่า แก่แล้วไม่มีอะไรดี ซึ่งหมายถึงความเสื่อมของสภาพร่างกายที่มีการเปลี่ยนแปลงของรูปร่างหน้าตา เช่น ผมหงอก ผิวหนังเหี่ยวย่น มีริ้วรอย และเมื่อถามคนทั่วไปว่าสุขภาพดีจะพิจารณาจากอะไรบ้าง คำตอบส่วนหนึ่งที่ได้รับคือดูจากผิวหนัง ที่เปล่งปลั่ง มีน้ำมีนวล หน้าตาผ่องใส เก๋เลี้ยงเกลา อ่อนเยาว์ ไร้ริ้วรอย ซึ่งตรงกับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ว่า “ผู้ที่มีสุขภาพผิวที่ดี มีผิวหนังที่สดใส นุ่มเนียน ไร้ริ้ว รังไร ปราศจากรอยต่างดำ ริ้วรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้า มีผิวพรรณที่เรียบเนียนและผุดผ่องเสมอ นั้นเป็นสิ่งที่มีความยิ่ง” (คณะแพทยโรงพยาบาลยันฮี. 2545 : 304) ซึ่งเป็นการกำหนดมาตรฐานของผิวที่มีสุขภาพดีคือลักษณะผิวของผู้ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาว และเป็นคำตอบที่ใกล้เคียงหรือเกือบจะเหมือนกับการตอบคำถามว่าผิวสวยมีลักษณะอย่างไร เป็นการเชื่อมโยงระหว่างความสวย ความสาวและสุขภาพดี และเป็นการจัดระบบคิดในลักษณะที่เป็นคู่ตรงข้ามที่จำแนกประเภทโดยทำให้ความเป็นหนุ่มสาวเป็นสิ่งที่ปกติและความแก่เป็นสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ จนมีคำกล่าวที่ได้ยินคุ้นหูว่าความแก่เป็นศัตรูของความสวยงาม ผู้หญิงถูกทำให้คิดและต้องการเป็นเจ้าของผิวสวยสุขภาพดีและหน้าตาอ่อนวัย จึงต้องมีการดูแลตนเองทั้งในเรื่องของการปฏิบัติตัว เรื่องของอาหาร การออกกำลังกายและเรื่องของรูปโฉมภายนอก แต่เรื่องของการดูแลเรื่องรูปโฉมภายนอกจะเป็นเรื่องที่ได้รับการนิยมนิยมมากที่สุด เพราะเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ หนังสือเกี่ยวกับการดูแลรักษาความสวยงามของร่างกายบางเล่ม ได้ใช้ชื่อที่เชื่อมโยงในเรื่องของความสวย ความอ่อนเยาว์และสุขภาพ เช่น คู่มือสร้างความสวยด้วยสุขภาพดี (แก้วจันทร์ทิพย์ ไชยสุริยะ. 2547) และศาสตร์แห่งความอ่อนเยาว์และสุขภาพดีตลอดกาล (พรพิมล ศิริกุล. 2549) ซึ่งมีเนื้อหาที่คล้ายคลึงกันคือมีส่วนหนึ่งบอกแนวทางการปฏิบัติตัวเพื่อดูแลผิวพรรณให้สวยใส ไร้ริ้วรอย การสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุได้ใช้การผูกโยงความคิดในประเด็นเหล่านี้มาตอกย้ำให้ความจริงดำรงอยู่ได้ ทำให้ผู้หญิงถูกกระทำได้อย่างแนบเนียนขึ้น เป็นการหาความชอบธรรมให้ตนเองหรือสร้างเหตุผลและความจำเป็นในการบริโภคเพื่อสวยช่อนอายุซึ่งบางคนมองว่าเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย แต่ถ้าทำเพื่อสร้างเสริมสุขภาพแล้วเป็นสิ่งที่ประโยชน์ทั้งที่เป็นการปฏิบัติในทำนองเดียวกัน

การทำให้ใบหน้าเป็นจุดเด่นที่แสดงความสวยของผู้หญิง

ถึงแม้เรื่องของความสวยงามของผู้หญิงจะไม่มีสูตรตายตัวในการตัดสินว่าแบบไหนสวย หรือถ้าจะประเมินความสวยของผู้หญิงคนหนึ่งจะประเมินจากอวัยวะส่วนใดของร่างกาย จะดูที่หน้า หรือรูปร่าง การตัดสินเรื่องความสวยงามเป็นเรื่องของความรู้สึกที่สามารถแปรเปลี่ยนไปได้ตามความจริงที่ถูกสร้างขึ้นตามบริบทของสังคม แต่ข้อมูลจากการทบทวนวรรณกรรมในข้อเขียนต่างๆ และข้อมูลจากผู้ให้ตัวบทพอจะประมวลได้ว่าใบหน้าถูกสร้างให้เป็นพื้นที่สำคัญที่แสดงความสวยของผู้หญิง นเรศ นโรปกรณ์ (2516:44-56) ได้กล่าวถึงความสวยของผู้หญิงในหนังสือเรื่องสาวเอยจะบอกให้ซึ่งเคยเป็นหนังสือที่ได้รับการตอบรับสูงอยู่ในยุคหนึ่งว่าผู้หญิงสวยที่ใบหน้า เนื่องจากใบหน้าเป็นเป้าหมายที่สำคัญแห่งแรกของร่างกาย สอดคล้องกับพรพิมล ศิริกุล (2549 : 60) ที่เขียนถึงความสำคัญของใบหน้าในหนังสือศาสตร์แห่งความอ่อนเยาว์และสุขภาพดีตลอดกาล ว่า

ใบหน้าเป็นอวัยวะส่วนแรกที่สร้างความประทับใจให้แก่ผู้พบเห็น และเป็นอวัยวะที่ผู้หญิงหวงแหนที่สุดเช่นกัน กระบวนการเกิดริ้วรอยแห่งความชรานั้นมักจะเห็นชัดที่สุดบนใบหน้า คุณจะสามารถเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงได้ว่า คุณเริ่มอายุเพิ่มขึ้นจากการสังเกตเห็นริ้วรอย ร่องลึก ฝ้า กระ ผิวน้ำแห้งกร้าน ไม่กระจ่างใสเปล่งปลั่ง ผู้หญิงที่ประสบปัญหาเหล่านี้มักจะกังวลใจและต้องการหาวิธีแก้ไข เพื่อให้ใบหน้ากลับมาสวยใสเหมือนวัยสาวเช่นเดิม

ถึงแม้ว่าใบหน้าจะมีพื้นที่เพียงแค่ 4.5 เปอร์เซ็นต์ของพื้นที่ผิวของร่างกายซึ่งมีอยู่ประมาณ 2 ตารางเมตรเท่านั้นก็ตาม แต่ใบหน้าเป็นส่วนที่เปิดเผยที่สุด โดยเฉพาะในเรื่องของผิวหนังซึ่งเป็นอวัยวะที่มองเห็นได้ชัดเจน ผิวหนังบริเวณใบหน้าจึงถูกสร้างให้เจ้าของรู้สึกเป็นกังวลและให้ความใส่ใจเป็นอย่างมาก และเป็นส่วนที่ถูกขับเคลื่อนไปในเชิงพาณิชย์มากกว่าส่วนอื่นของร่างกาย แต่ละปีชาวอังกฤษจะใช้จ่ายเงินเพื่อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวมากถึงประมาณ 760 ล้านปอนด์ ทั้งนี้รวมไปถึงครีมกันแดด ครีมลดเซลล์ผิว โลชั่นบำรุงผิวและโทนเนอร์ และถึงแม้พื้นที่ใบหน้าจะเล็กนิดเดียวอย่างที่เอ่ยข้างต้น แต่เกินกว่าครึ่งของเงินที่ใช้จ่ายเพื่อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวนั้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับใบหน้า โดยเฉพาะ (เทสสา โทมัส. 2549 : 14-15) ไม่แตกต่างจากข้อมูลที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการจัดการความงามหลายท่าน ที่กล่าวว่าให้ความสนใจในเรื่องของการจัดการความงามที่ใบหน้ามากที่สุด เรื่องของรูปร่างเป็นเรื่องที่รองลงมา หรือบางท่านสนใจในการดูแลใบหน้าอย่างเดียวก็มี ไม่ได้ให้ความสนใจในเรื่องรูปร่างเท่าใดนัก ใบหน้าจึงเป็นเป้าหมายที่สำคัญในปฏิบัติการของสังคมบริโภคนิยมที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการค้าด้วยวิธีการต่างๆ ไม่เพียงแต่การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวเท่านั้น ในการแสดงนิทรรศการตกแต่ง..ตัวตน ของโรงพยาบาลศัลยกรรมตกแต่ง ซิดลม ระหว่างวันที่ 30 มีนาคม 2536 ถึง 8 เมษายน 2536 ได้กล่าวถึงความงามของใบหน้าของ

สตรีไว้ว่าเป็นจุดเด่นแรกของความงาม และได้กล่าวถึงความงามของใบหน้าสตรีไว้ว่าใบหน้าที่ดีงามจะต้องมีลักษณะดังนี้ (อริยา อินทามระ. 2538 : 11)

1. สัดส่วนของใบหน้าที่ถูกต้อง กล่าวคือ ส่วนหน้าผาก ส่วนบริเวณจมูก และส่วนจากปลายจมูกลงมาถึงปลายคาง ส่วนทั้งสามนั้นควรจะมีความยาวเท่าๆ กันจึงจะเป็นสัดส่วนที่ถูกต้องและงดงาม
2. ลักษณะของจมูกที่มีสันนูนเดิมรับกับหน้าผากที่นูนและเบ้าตา มีปลายจมูกเล็กและไม่จมลง
3. ดวงตากลมโต ซึ่งประกอบด้วยเปลือกตาบน มีชั้นเด่นสวยงามและยาวรีไปตามความยาวของลูกตา เปลือกตาล่างตึงเรียบ ไม่มีถุงพองใต้ตา
4. คางมนที่มีขนาดพอเหมาะ ไม่หัดสั้นและมีกรามที่ไม่กางออกจนน่าเกลียด
5. ริมฝีปากบนและล่างไม่หนา และมีสัดส่วนที่ถูกต้องโดยริมฝีปากบนเล็กกว่าริมฝีปากล่าง

ข้อมูลที่มีการเผยแพร่ในนิตรศการข้างต้นเป็นตัวอย่างหนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นการกำหนดมาตรฐานของลักษณะของใบหน้าที่ดีงามโดยใช้ช่องทางผ่านสถาบันทางการแพทย์ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการว่ามีความเชี่ยวชาญในด้านการใช้ศัลยกรรมจัดการความงาม (ศัลยกรรมตกแต่ง) ซึ่งจะทำให้ข้อมูลนี้น่าหนักและได้รับความเชื่อถือมากยิ่งขึ้น การสร้างมาตรฐานว่าสิ่งที่ปกติหรือดีหรือควรจะเป็นมีลักษณะอย่างไรนั้นเป็นเทคนิคเช่นเดียวกับที่แพทย์ใช้ในการจำแนกผู้ป่วยและคนปกติซึ่งเป็นการใช้อำนาจของความรู้ทางการแพทย์ที่ได้รับการยอมรับจากสังคม การนำเทคนิคในลักษณะนี้มาใช้ในการสื่อสารเชิงพาณิชย์ในธุรกิจการแพทย์เช่นนี้สามารถกระตุ้นและโน้มน้าวให้ผู้หญิงเกิดความปรารถนาที่จะเปลี่ยนแปลงตนเองให้เป็นไปตามลักษณะที่ดีงามเช่นนั้นด้วยความเชื่อมั่นในอำนาจความรู้ของผู้เชี่ยวชาญที่น่าเสนอว่าทำได้จริง ผู้หญิงจะเกิดการเปรียบเทียบระหว่างหน้าตาของตนเองและลักษณะของความงามที่ถูกสร้างและนำเสนอ นำไปสู่การตัดสินใจเปลี่ยนแปลงใบหน้าของตนเองผ่านการจัดการความงามด้วยวิธีต่าง ๆ ในเวลาต่อมา

สิ่งที่มีส่วนสำคัญทั้งในการสร้างและนำเสนอให้ใบหน้าของผู้หญิงเป็นจุดเด่นและพื้นที่สำคัญในการแสดงความสวยคือสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาต่าง ๆ เมื่อเปิดนิตยสารสำหรับผู้หญิงเกือบทุกเล่มจะมีการสอดแทรกโฆษณาหรือมีการนำเสนอภาพของผู้หญิงที่มีใบหน้าสวยใส ไร้ริ้วรอย และวิธีการจัดการความงามบริเวณใบหน้าด้วยวิธีการต่างๆ ทั้งในด้านการบำรุงผิวและการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางแต่งแต้มเสริมความงามให้ใบหน้าของผู้หญิง เช่น นิตยสาร ELLE (Thailand) ซึ่งเป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิง ประจำเดือนพฤศจิกายน 2549 ในจำนวน 496 หน้า มีภาพโฆษณาที่ใช้รูปใบหน้าของผู้หญิงสวยใสไร้ริ้วรอยเป็นสื่อถึง 81 หน้า

นอกจากนั้นยังมีการตอกย้ำถึงการให้ความสำคัญกับใบหน้าผ่านสิ่งตีพิมพ์ในเชิงของการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการจัดการความงามบริเวณใบหน้าให้ผู้หญิงได้รับข้อมูลในการจัดการความงามซึ่งมีทั้งการจัดการโดยแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการความงามอื่นๆ หรือการให้ความรู้เพื่อนไปปฏิบัติด้วยตนเองที่บ้าน เช่น คนรักหน้า : ศาสตร์แห่งการปราบริ้วรอยบนใบหน้าให้อยู่หมัด

เขียนโดยแพทย์หญิงนันทภัทร สุภาพรรณชาติ (2547) ซึ่งเป็นหนังสือที่ขายดีมาก (Best seller) เริ่มมีการตีพิมพ์ครั้งแรก พ.ศ.2546 และตีพิมพ์ซ้ำอีกใน พ.ศ.2547 อีกรวมเป็นครั้งที่ 5 และได้มีการเขียนคนรักหน้า 2 ตอน เลือกรับครีมบำรุงผิวในมุมมองหมอ ตามมาใน พ.ศ.2549 ส่วนหนังสือที่เน้นในเรื่องของการดูแลผิวหน้าโดยตรงที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญเช่น แต่งหน้าสวยด้วยตนเอง เขียนโดย ทรภาส โอภาสพันธ์ ช่วงแต่งหน้าชื่อดังซึ่งเป็นหนังสือที่ขายดีมาก (Best seller) เริ่มตีพิมพ์ พ.ศ.2544 และตีพิมพ์ซ้ำอีกเป็นครั้งที่ 9 ใน พ.ศ.2545 และ Make up Easy. เขียนโดยสกล ศิตศิริรัตน์ ซึ่งเป็นครูสอนแต่งหน้าที่อายุน้อยที่สุดในเอเชีย (2545) ก็มีการตีพิมพ์ซ้ำถึง 3 ครั้งในปีเดียวกัน ทำไมหนังสือทั้ง 3 เล่มนี้จึงเป็นที่สนใจและได้รับการตอบรับจากผู้อ่านมากมายจนต้องตีพิมพ์ซ้ำแล้วซ้ำเล่าเช่นนี้ ทั้งที่มีหนังสือประเภทนี้อยู่มากมายในตลาดหนังสือ ผู้วิจัยคิดว่าความสำเร็จน่าจะเกิดจากปัจจัย 2 ประการหลัก คือประเด็นของเรื่องเป็นเรื่องของความสวยงามของผู้หญิงที่เน้นในเรื่องของหน้าซึ่งถูกสร้างให้เป็นพื้นที่สำคัญที่แสดงความสุขของผู้หญิง และความเป็นผู้มีภูมิความรู้ความชำนาญเฉพาะทางของผู้เขียน คนรักหน้า เขียนโดยแพทย์ผู้ชำนาญเฉพาะทางสาขาผิวหนัง ซึ่งมีความรู้ความชำนาญในการจัดการความงามและเป็นเจ้าของเอเพ็กซ์ โปรฟาวด์ บิวตี้ (Apex Profound Beauty) ซึ่งเป็นคลินิกที่ให้บริการด้านการรักษาผิวพรรณและความงาม ซึ่งขณะนี้ได้ขยายการบริการถึง 8 สาขา ส่วนแต่งหน้าสวยด้วยตนเอง และ Make up Easy. เขียนโดยช่างแต่งหน้า (Make up artist) ชื่อดังซึ่งเป็นมืออาชีพผู้มีประสบการณ์ สังสมความรู้ความชำนาญของตนเองในการแต่งหน้าให้ผู้ที่อยู่ในแวดวงสังคมชั้นสูง นักแสดง นางแบบและผู้มีชื่อเสียง และมีคำนิยมจากคนดังหลายอาชีพที่เคยเป็นลูกค้าเป็นหลักประกันในความสามารถ นอกจากนั้นยังมีหนังสือเผยแพร่ความรู้ในเรื่องของการจัดการความงามที่เน้นบริเวณใบหน้าอีก 4 เล่ม ที่เน้นการปฏิบัติด้วยตนเอง เขียนโดยชาวไทยและชาวต่างประเทศ เช่น 12 เคล็ดลับหน้าสวยเด่ง โหงวเฮ้ง ผิวดี (จิตรา ก่อมนันทเกียรติ. 2546) ลบริ้วรอยและจุดด่างดำบนใบหน้าโดยไม่ต้องศัลยกรรม (พนิดา กุลประเสริฐ. 2548) คู่มือการนวดและบริหารใบหน้าด้วยตนเอง (เอม.เจ ซาเฟน. 2548) และยกกระชับใบหน้าใน 10 นาที (เทสลา โทมัส.2549) นอกจากหนังสือที่ตั้งชื่อเพื่อสื่อความหมายในเรื่องของการจัดการความสวยงามบริเวณใบหน้าโดยตรงแล้ว ยังมีหนังสือที่นำเสนอข้อมูลเพื่อจัดการความงามและดูแลผิวอีกมากมาย ซึ่งถึงแม้ไม่ได้ตั้งชื่อว่าเป็นการจัดการความงามบริเวณใบหน้า เป็นการจัดการความงามโดยทั่วไปก็ตาม แต่ภายในหนังสือมีข้อมูลในการดูแลรักษาใบหน้าให้สวยงามเป็นส่วนหนึ่งด้วย ส่วนหนึ่งของหนังสือเหล่านั้นได้ใช้รูปของใบหน้าผู้หญิงสวยๆ เป็นหน้าปก ดังตัวอย่างของหนังสือ 6 เล่ม ได้แก่ คู่มือทองของการบำรุงรักษาผิวพรรณ (พอลา ปีกอน. 2540) Beauty plus (นิตยสารแพรว. 2547) สวยอย่างฉลาด Beauty and Logic (ปริศนา บุญสินสุข. 2547) Beauty for all seasons กลยุทธ์สวยอย่างมืออาชีพในทุกสถานการณ์ (นิตยสารแพรว. 2548) เสน่ห์สาวเพื่อผิวสวย (นิภาพร ตะภา

พงษ์. 2549) และสูตรลับความสวย (The World' Best-Kept Beauty Secrets) (ไดแอน ไอรอนส์. 2549)

นอกจากนั้นยังมีหนังสือที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความงามของผู้หญิงที่มีเนื้อหาในเรื่องของการดูแลรักษาผิวหน้าและการจัดการความงามบริเวณใบหน้าเป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาอีก 8 เล่ม ได้แก่ 19 เทคนิคดูแลผิวรอบดวงตา (เพ็ช. ม.ป.ป.) 18 เคล็ดลับผิวใสมากกว่าที่เคย (เพ็ช. ม.ป.ป.) วิธีทำให้ผิวสวย (เฟลิซซี่ คลาร์ก. ม.ป.ป.) สวยให้ทั่วตั้งแต่หัวจรดเท้า (ปาจริย์ นุพงษ์. ม.ป.ป.) Make up for Working Women (ธำรงรัตน์ วรารักษ์. 2544) Make up Easy. สกกล ศิตศิริรัตน์. 2545) เทคนิคการนวดสปา (มูลนิธิการแพทย์แผนไทย. 2549) 108 เคล็ดลับความงามสวยใสไร้ที่ติ (ชนกนันท์ โชคศิริวรกุล. 2549) 9 สูตรสวย (สิทธิ ศิริ. 2549) และตอกย้ำความสำคัญของความงามของใบหน้าที่ด้วยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามซึ่งเป็นแพทย์ นายแพทย์สุรสิทธิ์ อัสดามงคล ประธานกรรมการบริหารโรงพยาบาลบางมดได้เขียนไว้ในหัวข้อ Beautiful Face ในหนังสือ เสกสรรค์...บั้นสวย (2545 : 29) ว่า “ผมเชื่อว่าใบหน้าของผู้หญิงทุกคน เป็นสิ่งที่ทุกคนหวงแหนและต้องการบำรุงรักษาให้ดูงดงาม สดใสอยู่เสมอ ซึ่งวันนี้ผมมีวิธีการเสกสรรค์องค์ประกอบต่างๆ บนใบหน้าของคุณมาฝาก รวมทั้งวิธีการดูแลใบหน้าแบบง่าย ๆ มาฝากคุณด้วยครับ” จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าใบหน้าถูกสร้างให้เป็นพื้นที่สำคัญที่แสดงความสุขของผู้หญิงที่จะต้องให้การดูแลโดยเฉพาะในเรื่องของผิวหน้าซึ่งจะเห็นว่าการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับใบหน้าและการจัดการความงามบริเวณใบหน้าที่เป็นทั้งภาพและสิ่งพิมพ์ที่เป็นหนังสือเผยแพร่เป็นจำนวนมาก ไม่รวมข้อมูลจากนิตยสารต่าง ๆ ซึ่งมีจำนวนมากและต่อเนื่องจนผู้วิจัยไม่อาจรวบรวมข้อมูลไว้ได้ทั้งหมดในที่นี้ แต่พบว่าทุกครั้งทีไปร้านหนังสือ เมื่อเปิดนิตยสารสำหรับผู้หญิงซึ่งมีมากมายนั้นจะพบโฆษณาที่นำเสนอภาพใบหน้าของผู้หญิงสวยใส ไร้ริ้วรอย และข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการดูแลผิวหน้าและการจัดการความงามบริเวณใบหน้า ซึ่งสังคมบริโภคนิยมได้นำเสนอข้อมูลดังกล่าวซ้ำแล้วซ้ำเล่าผ่านสื่อทำให้เป็นการตอกย้ำความจริงที่ถูกสร้างขึ้นให้ใบหน้าที่มีความสำคัญและเป็นพื้นที่ที่แสดงความงามให้ดำรงอยู่อย่างต่อเนื่อง จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้ให้ตัวบทให้ความสำคัญกับการจัดการความงามที่บริเวณใบหน้ามากกว่าส่วนอื่น ๆ ของร่างกาย เช่น กรณีของคุณกบที่เน้นการดูแลเฉพาะใบหน้าเป็นอย่างมาก ทุ่มทุนซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงผิวหน้าแต่ให้ความสนใจในการจัดการความงามส่วนอื่นของร่างกายน้อยมากโดยให้เหตุผลว่าเพราะหน้าเป็นสิ่งที่เห็นชัดและเป็นพื้นที่ที่ซึ่งบ่งบอกถึงความแก่จึงต้องให้การดูแลเป็นพิเศษ

การผูกโยงความสวยงามไว้กับความสาว

การมีผิวพรรณที่สดใส เติ่งตึงและดูสาวตลอดเวลาเป็นความสุขของทุกคน โดยเฉพาะผู้หญิง แต่สังขารมนุษย์เรานั้นเป็นสิ่งที่ไม่เที่ยง ร่างกายของคนเรามีการเปลี่ยนแปลงและเสื่อมสภาพตามธรรมชาติอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะเมื่อมีอายุเกิน 30 ปีไปแล้ว เรามักจะพบสิ่งที่เราไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ นั่นคือความเสื่อมของอวัยวะส่วนต่างๆในร่างกายรวมทั้งผิวหนังบริเวณใบหน้าและลำคอ ...ทุกเช้าที่คุณตื่นขึ้นมาส่องกระจก ลองสังเกตใบหน้าคุณอย่างใกล้ชิดดูสิครับ แล้วจะเริ่มเห็นริ้วรอยที่มาเยือน ตามส่วนต่างๆของผิวหนัง อันได้แก่ ร่องหน้าผาก ที่มีรอยเหี่ยวย่น ทั้งสองข้างเริ่มที่จะหย่อนลงมา ทำให้หนังต่ายอยลงมาปิดที่เปลือกตาและหางตาที่ตกเป็นแนวลู่ลง เมื่อมองดูหนังตาล่างก็เห็นมีถุงไขมันปองนูนออกมา มีร่องน้ำตาลึกขึ้นเป็นร่องแถมที่เด่นชัด ครั้นพอขมี้เข้าหนอยก็ชักจะเห็นขีดรอยพับจีบที่หางตาเป็นรอยที่เรียกกันว่าตีนกา อาจจะมีสองแฉก หรือหลายแฉกขึ้นที่ปลายหางตา เมื่อสังเกตลงมาถึงคางก็จะเห็นลักษณะของคางที่หย้อยย้อยและมีเนื้อที่เหี่ยวรวมตัวอยู่ข้าง ๆ ขากรรไกร ส่วนบริเวณคอก็เห็นเป็นล่ำกล้ำเนื้อที่เหี่ยวและมีเนื้อและหนังที่เป็นแนวเหี่ยวย่นมากขึ้น หากเราเห็นสิ่งเหล่านี้เพิ่มพูนมากขึ้นแล้วละก็ แสดงว่าเริ่มแก่ตามสภาพอายุแล้วละครับ ใครก็ตามที่รักสวย รักงามและไม่อยากแก่เกินวัย หรือยังยอมรับความแก่ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติไม่ได้ คงจะอยู่ไม่เป็นสุข เพราะยังต้องออกไปพบปะผู้คนหรือเข้าสังคมบ่อย ๆ ความมั่นใจในความเป็นสาวสดใสก็เริ่มจะถดถอยลงไปตามอายุที่มากขึ้น หรือหญิงสาวบางคนอาจแก่เร็วกว่าวัยอันควร และผิวหนังอาจจะเหี่ยวย่นเร็วเกินไปอันเนื่องมาจากปัญหาทางสุขภาพหรือการไม่ได้ดูแลผิวพรรณมาก่อน อย่างนี้ใครจะว่าอายุเป็นเพียงตัวเลขก็คงทนไม่ไหวแล้วละครับ...ริ้วรอยเหี่ยวย่นที่ปรากฏบนใบหน้าทำให้ผู้หญิงดูแก่เกินวัย ทั้งที่ความเป็นจริงแล้วอายุของคุณไม่ควรที่จะมีริ้วรอยขนาดนี้ ผู้หญิงบางคนอายุมากแล้ว แต่ทำไมผิวหนังไม่ค่อยมีริ้วรอยเหี่ยวย่นเลย ดูแล้วสง่าสมวัย เป็นที่ชื่นชมแก่ผู้พบเห็นและคนรอบข้าง แน่نونว่าริ้วรอยเหี่ยวย่นเป็นปัญหาใหญ่ที่รบกวนตาบกรบจนใจ เมื่อส่องกระจกครั้งใดก็จะเจอริ้วรอยย่นบน ใบหน้าทุกครั้ง ที่สำคัญอาจทำให้คุณดูแก่เกินวัย หากเป็นเช่นนั้นแล้วคงเป็นเรื่องที่จำเป็น การดูแลที่เหมาะสมถูกต้องวิธีในแต่ละช่วงวัยย่อมทำให้คุณมีผิวพรรณที่สวยงามสมวัย (คณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี. 2545 : 74-75, 285)

ข้อมูลข้างต้นเป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยตั้งใจคัดลอกมาจากหนังสือสวยด้วยแพทย์:คู่มือ 45 วิธีสวยอย่างปลอดภัย เขียนโดยคณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี เป็นหนังสือขายดีที่มีการตีพิมพ์ครั้งแรก 50,000เล่ม และมีการตีพิมพ์ซ้ำอีกครั้งละ 20,000 เล่มอีก 3 ครั้ง รวมเป็นการตีพิมพ์ถึง 4 ครั้งในปีเดียวกันเมื่อ พ.ศ.2545 เนื่องจากสามารถบรรยายให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของใบหน้าของผู้หญิงที่มีอายุเกิน 30 ปีได้เป็นอย่างดี และชี้ให้เห็นว่าปัญหาที่สร้างความวิตกกังวลมากที่สุดของผู้หญิงคือเรื่องของริ้วรอยแห่งวัยหรือเกิดก่อนวัยจากการไม่ดูแลตนเอง ซึ่งจะปรากฏบริเวณใบหน้าและรอยตีนกา เป็นสิ่งบ่งบอกอายุ และทำให้ความสาวสดใสหมดไป ทำให้เจ้าของใบหน้านั้นขาดความเชื่อมั่นในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นแต่ถ้าสามารถดูแลรักษาใบหน้าให้สวยใสไร้ริ้วรอยแล้วละก็ เป็น

สิ่งที่น่าภาคภูมิใจอย่างยิ่งและจะได้รับการชื่นชมจากผู้คนรอบข้าง ชี้ให้เห็นว่าความสวยของผู้หญิงถูกเชื่อมโยงไว้กับความสาวและเรื่องของความสวยแบบช่อนอายุของผู้หญิงเป็นสิ่งที่มีความหมายในการสร้างความเชื่อมั่นของผู้หญิงด้วย สอดคล้องกับข้อเขียนของแพทย์หญิงอรนุช ลีกุลเจริญ ที่เขียนไว้ในหนังสือ คุณหมอบอกบอก...ผิวดี..ดูแลได้ (2549 : 15) ว่า “สัญญาณเตือนถึงความชราที่กำลังจะมาเยือนอีกอย่างหนึ่งก็คือริ้วรอยนั่นเอง ซึ่งก็รวมไปถึงรอยเท้าของนกชนิดหนึ่งบริเวณหางตาที่มักสร้างความทุกข์ ความอึดอัดใจให้กับคุณผู้หญิงหลาย ๆ คนมาแล้วด้วย” ทำนองเดียวกับข้อเขียนของนายแพทย์ประวิตร พิศาลบุตร แพทย์ผู้ชำนาญการสาขาโรคผิวหนังที่เขียนในหนังสือผิวสวยใส ไร้รอยเหี่ยวย่น (ม.ป.ป. : 9) ว่า “เชื่อว่าคุณผู้หญิงและคุณผู้ชายคงไม่อยากจะริ้วรอยเหี่ยวย่นเกิดขึ้นแน่นอน เพราะริ้วรอยเหี่ยวย่นนั้นเป็นสัญลักษณ์ของความแก่ ดังนั้นจึงเป็นเรื่องธรรมดาๆ ที่พบว่าคุณผู้หญิงหลาย ๆ คนที่เริ่มมีริ้วรอยเหี่ยวย่นหย่อนยานต่างพากันเสาะแสวงหาแก้้วสารพัดนึกหรือเครื่องสำอางพิเศษที่จะลบรอยเหี่ยวย่นหย่อนยานนี้ลงไปได้”

ข้อเขียนของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับผิวหนังข้างต้นได้ตอกย้ำให้เห็นว่ารอยเหี่ยวย่นและริ้วรอยที่ปรากฏบนใบหน้าของผู้หญิงนั้นเป็นปัญหาที่ควรได้รับการจัดการแก้ไข ปรีธนา บุญสินสุขเขียนไว้ในหนังสือสวยอย่างฉลาด Beauty and Logic (2547:14-15) เกี่ยวกับการกำจัดริ้วรอยบนใบหน้าว่า

เดี๋ยวนี้มีนักวิทยาศาสตร์สาขาความงามไม่น้อยกว่าสาขาแพทย์ พวกเขามีความเห็นว่ารอยเหี่ยวย่นบนใบหน้าเป็นโรคภัยชนิดหนึ่งที่พวกเขาจะต้องหาทางปราบให้สิ้นซากและบริษัทเครื่องสำอางทั้งหลายก็ทุ่มเททุนให้แก่งานวิจัยและเสาะหาทั้งกรรมวิธีทั้งสารพัด...สถิติที่เชื่อถือได้บอกว่า ผู้หญิงอเมริกันอายุระหว่าง 30-35 ปี ร่วมกันใช้เงินซื้อครีมลดรอยเหี่ยวย่นถึงปีละหนึ่งพันล้านเหรียญหรือสี่หมื่นห้าพันล้านบาท.... เชื่อว่าผู้หญิงไทยก็ใช้เงินเป็นสัดส่วนที่จัดได้ว่าไม่น้อยหน้าใครเหมือนกัน แล้วถ้าจะมีใครพูดอย่างแดกดันว่า ใช้เงินไปตั้งพะเรอเกวียนแล้ว รอยเหี่ยวย่นก็ยังไม่หายไปจากใบหน้าอยู่ดี เอาเงินไปทำอย่างอื่นจะมีประโยชน์กว่า ผู้หญิงแทบทุกคนจะลุกขึ้นมาคัดค้านเป็นเสียงเดียวว่า เงินที่ใช้ไปนั้นเป็นเงินซื้อความหวังและความสบายใจ สองสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งต่อคุณภาพของชีวิต ความหวังที่ผู้หญิงฝากไว้กับเครื่องสำอางว่าจะสามารถจรรโลงความสาวอยู่ได้นานเท่านั้น ไม่ใช่ความหวังลม ๆ แล้ง ๆ

ข้อเขียนข้างต้นเป็นตัวอย่างการใช้ความรู้ในเรื่องวิทยาศาสตร์การแพทย์เพื่อผลิตเครื่องสำอางใช้เครื่องสำอางเพื่อกำจัดริ้วรอยซึ่งได้มีการใช้ร่างกายของผู้หญิงในประเด็นของการสร้างความงามแบบสวยช่อนอายุไปใช้ในการแสวงหาผลประโยชน์ทางธุรกิจเป็นจำนวนมากมหาศาล แต่แท้ที่จริงแล้วยังมีการจัดการความงามแบบสวยช่อนอายุด้วยวิธีอื่น ๆ อีกมากซึ่งทำกำไรและผลประโยชน์ที่ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน และยังคงมีช่องทางในการแสวงหาผลประโยชน์ได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุดเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ขายความหวังและความพอใจที่ไม่มีวันเต็มเต็มเพราะสังคมบริโภคนิยมได้

มีการยั่วยุสร้างความต้องการเทียมให้เป็นความจำเป็น กระตุ้นให้เกิดความต้องการที่ต่อเนื่องไม่สิ้นสุด เช่นเดียวกับที่ผู้วิจัยได้ข้อมูลซึ่งประมวลได้จากผู้ให้ตัวบทซึ่งเป็นผู้หญิงวัย 30 ปีขึ้นไปว่า ผู้หญิงถูกกระทำทำให้มีความรู้สึกไม่พึงพอใจในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และถูกกระทำให้มีความหวังว่าความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์จะช่วยได้ จึงมีการทุ่มเทเงินทองอย่างไม่เสียดายเพื่อความงามและไม่กลัวความเจ็บปวดหรือผลที่จะเกิดขึ้น และอารมณ์และความรู้สึกนี้จะมี ความรุนแรงมากขึ้นเมื่ออายุผ่านเลยวัย 30 ปีและจะรู้สึกรุนแรงมากขึ้นเมื่ออายุ 40 ปี ผ่านการจับ จ้องมองตนเองและผู้ที่อยู่รอบข้างโดยมีการจ้องมองใบหน้าของตนเองผ่านกระจกเงา แล้วพบเห็นริ้ว รอย ความเหี่ยวย่นและตีนกาปรากฏชัดยิ่งขึ้นทุกที สร้างความไม่พึงพอใจและความวิตกกังวลแก่ เจ้าของใบหน้า จนรู้สึกว่าเป็นปัญหา ต้องการทางกำจัดออกไป เช่น กรณีของคุณปอง อายุ 48 ปี

เริ่มรู้สึกแก่เมื่อไหร่หรือ? ตอน 30 กว่าก็รู้สึกบ้างเหมือนกันนะ แต่มาชัดตอน อย่างเข้า 40 นี่ มันเห็นชัดเลย สองกระจกที่ไร เห็นริ้วรอย เยอะไปหมด ตีนกาก็ชัด ไม่ต้องให้ใครมาบอกหรอก เราเห็นเอง คนอื่นเขาก็คงเห็นด้วยเหมือนกันแหละ เราก็มีสามี ปลอຍให้หน้าเหี่ยวย่นก็ไม่ไฉนนะ เราเองยังรู้สึกแย้ เขาก็คงเหมือนกันแหละ ก็ไปทำหลายอย่าง เราก็ดูที่เชื่อถือได้ ไม่กลัวหรอก เท่าไรก็ยอม เราจ่ายได้ มันไม่ทำให้เดือดร้อน ที่จริงก็ต้องจ่ายเรื่องความสวยนี้มาตั้งแต่จบนะ แต่มันก็จ่ายมากขึ้น ตามรายได้ อายุยิ่งมากขึ้นก็ต้องใช้หลายอย่าง ต้องใช้ของดี ๆ มันก็แพง เคยจ่ายมากที่สุดเกือบครึ่งหรือบางทีเกินครึ่งของเงินเดือนก็มี บางเดือนนะ แต่คุ้มนะ มันก็ได้ผล ถ้าไม่ดูแลคงแย่กว่านี้ เมื่อเทียบกับคนวัยเดียวกันแล้ว ไม่ได้ขมตัวเองนะ แต่เราดูไม่แก่เท่าเขา ยิ่งไปงานเลี้ยงรุ่นยิ่งเห็นชัด อายุพอ ๆ กัน บางคนก็ดูแก่ แต่คนก็ชมเรานะแม้แต่แฟนเขาก็ภูมิใจ เขาไม่ได้ชมตรง ๆ หรือแต่ไปพูดกับคนอื่น ว่าเขาภูมิใจที่เมียสวย อายุขนาดนี้แล้วแต่ดูไม่แก่

ถึงแม้เรื่องของความสวยงามเป็นเรื่องของความรู้สึกที่อาจจะตัดสินได้ยาก หรือมีหลายประเภท แต่ในความหลากหลายของความสวยงามของผู้หญิง แต่จากการสืบค้นข้อมูลและการ สัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าความงามแบบสวยซ่อนอายุหรืออ่อนเยาว์กว่าวัยจริงเป็นสิ่งที่เป็ความปรารถนาของผู้หญิงมากที่สุด สกล ศิตศิริรัตน์ผู้เชี่ยวชาญในการแต่งหน้าเขียนไว้ในหนังสือ Make up Easy ว่าผู้หญิงแทบทุกคนมักจะพยายามสรรหาสิ่งต่างๆที่ทำให้ตัวเองนั้นดูสาว ดูสวย ดูอ่อนกว่าวัย (สกล ศิตศิริรัตน์. 2545 : 9) โดยเฉพาะในความรู้สึกของผู้หญิงที่เริ่มเข้าสู่วัยกลางคน เมื่อผู้วิจัยถามผู้ ที่ให้ตัวบทว่า มีความคิดเห็นอย่างไรกับคำว่าสวยซ่อนอายุ ทุกคนได้ให้คำตอบในทำนองเดียวกันว่า นั้นแหละ ใช่เลย ใคร ๆ ก็อยากเป็นแบบนั้น สวยแบบไม่แก่ สวยแบบดูสาวกว่าวัย ที่พยายามทำทุก อย่างนี้ก็เพราะอยากสาว อยากสวย ไม่อยากแก่กันทั้งนั้น คำนำในหนังสือเกี่ยวกับการดูแลรักษา ตนเองเพื่อความงาม มักจะเขียนข้อความในทำนองเดียวกันนี้ เช่น กรรณก ไกเชอลิน (2549 : 3) เขียนคำนำในหนังสือ 7 วัน 7 เคล็ดลับเพื่อความงาม สวยสดใสและอ่อนวัยว่า “สิ่งที่ผู้หญิงทุกคน ต้องการมากที่สุด คือการคงความสวยของตนไว้ให้นานที่สุดเท่าที่จะนานได้ ผู้หญิงทุกคนไม่ยาก

เห็นริ้วรอย จุดต่างดำหรือความหมองคล้ำใด ๆ เกิดที่ใบหน้าและผิวพรรณ...” เช่นเดียวกับที่ท่านผู้หญิงวิระยา ชาวกุลเขียนคำนิยมในหนังสือ คนรักหน้า: ศาสตร์แห่งประสบการณ์แห่งการปราบริ้วรอยบนใบหน้าให้อยู่หมัดว่า “ผิวสวยสดใสดูอ่อนเยาว์ เป็นสิ่งที่ผู้หญิงทุกคนปรารถนา” และแพทย์หญิง นันทภักร สุภาพรรณชาติ (2547) เป็นผู้เขียนหนังสือเล่มนี้ได้เขียนคำนำผู้เขียนไว้ว่า “ผิวสวย หน้าใส ริ้วรอย เป็นผิวในฝันของผู้หญิงทุกคน แต่จะอย่างไรจึงจะคงความงามไว้ได้ ผิวไม่เหี่ยวเหี่ยว และร่วงโรยไปตามกาลเวลา”

ในสังคมไทยมีคำพูดที่แสดงความชื่นชมผู้หญิงเกี่ยวกับเรื่องของความงามแบบสวยช่อนอายุ หรือสวยแบบอ่อนเยาว์กว่าวัยจริงที่ได้ยินกันจนคุ้นหูว่า สาวสองพันปีและสวยไม่สร้างในหนังสือ เสกสรรค์... ปันสวยที่เขียนโดยนายแพทย์สุรสิทธิ์ อัครดามงคล ได้มีการเขียนคำนำจากสำนักพิมพ์ (สุรสิทธิ์ อัครดามงคล. 2545 : 11) ว่า “สวยไม่สร้าง ผู้หญิงหลายคนอาจเคยได้ยินคำนี้บ่อยๆ นับเป็นความปรารถนาของผู้หญิงทุกคนที่ต้องการรักษาความงามให้คงอยู่กับตนเองไปตราบนานเท่านาน”

ไดแอน ไอรอน ผู้มีประสบการณ์ในสัมภาษณ์นางแบบและนักแสดงฮอลลีวูดผู้มีชื่อเสียงและ เป็นนักเขียนเกี่ยวกับเรื่องของความงามและวงการแฟชั่นได้เขียนเกี่ยวกับประสบการณ์ของเธอในหนังสือสูตรลับความสวย เคล็ดลับที่สาว ๆ ทั่วโลกบอกต่อให้คุณทำตามได้อย่างง่ายดายและ ประหยัด(ไดแอน ไอรอน. 2549 : 9) ว่า

อย่าทำตัวหรือแต่งตัวตามอายุจริง... ผู้หญิงสวยทุกคนที่ฉันเห็นและเคยสัมภาษณ์ล้วนมีลักษณะเหมือนกันอยู่อย่างหนึ่ง คือพวกเธอดูไม่แก่เลย ถ้าฉันไม่เคยศึกษาประวัติของพวกเธอมาก่อน ฉันคงเดาอายุจริงของพวกเธอไม่ออก คุณก็รู้ว่าคุณผู้หญิงเหล่านั้นคือใคร คุณมักจะเห็นพวกเธอตามหน้านิตยสารหรือไม่กับนจอทีวี คุณรู้ว่าพวกเธอรุ่นราวคราวเดียวกับคุณ แต่กลับดูดีกว่ามาก

ข้อเขียนจากผู้เชี่ยวชาญความงามจากต่างประเทศข้างต้นสะท้อนให้เห็นการผูกโยงเรื่องของความสวยงามและความสาวเอาไว้ด้วยกัน และแสดงความชื่นชมผู้หญิงที่ดูสาวและอ่อนกว่าวัย คือถึงแม้จะอายุมากแล้วแต่ก็ต้องพยายามดูแลรักษาตนเองให้ดีเข้าไปมิให้ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงไปตามอายุ ถ้าปล่อยตัวไปตามวัยแล้วความสวยงามที่เคยมีคงโรยราไป ไม่เพียงแต่ความคิดเห็นดังกล่าวจะฝังลึกอยู่ในสังคมตะวันตกเท่านั้น ในสังคมไทยก็ได้มีความแตกต่างกัน การติดต่อสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ได้ทำให้มีการสื่อสารข้อมูลถึงกันอย่างรวดเร็ว มีการไหลบ่าของข้อมูลและความคิดแบบตะวันตกเข้ามาสู่สังคมไทยอย่างรวดเร็ว ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของความคิดและมุมมองในเรื่องของความสวยงามและอายุของผู้หญิง ในสมัยก่อนสังคมไทยอาจมิได้ให้ความสำคัญในเรื่องของการคงความสาว ดูแลตนเองให้อ่อนเยาว์กว่าวัยจริงอย่างดุเดือดเช่นในปัจจุบัน แต่มีการสอนให้ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของสังขารที่เกิดขึ้นอย่างเป็นธรรมชาติตามอายุ ไม่

มุ่งเน้นเรื่องของรูปร่างแต่ให้มองคุณสมบัติอื่น ๆ ด้วย เช่น งามไปตามวัย ซึ่งหมายถึงว่า ถึงแม้อายุมากแต่ก็ยังมีคุณค่า มีความงามได้ เป็นการให้ความหมายในเรื่องของความงามที่เกี่ยวข้องกับมิติทางจิตใจ คือคนที่มีอายุมากย่อมมีการสั่งสมประสบการณ์ซึ่งเป็นเรื่องของคุณสมบัติที่ลึกซึ้งกว่าความสวยของรูปร่างที่มีความเสื่อมถอยไปตามอายุ แต่ข้อมูลข่าวสารความคิดเห็นเรื่องสวยช่อนอายุถูกใช้เป็นเครื่องมือของอุดมการณ์ทุนนิยมและลัทธิบริโภคนิยมได้ใช้เป็นช่องทางในการขยายธุรกิจในการจัดการความงาม และมีการเผยแพร่ความคิดดังกล่าวกระจายไปในสังคมโลก และได้ครอบงำความรู้สึกนึกคิดของผู้หญิง ให้ปรารถนาที่จะสร้างตัวตนให้สวยช่อนอายุ จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องทั้งแพทย์ ผู้ที่อยู่ในแวดวงธุรกิจความงาม ผู้หญิงที่ได้รับการจัดการความงาม และแม้แต่บุคคลทั่วไปต่างให้ความเห็นในทำนองเดียวกันว่า เริ่มปรากฏชัดมาประมาณ 10 กว่าปีมานี้ คือประมาณ พ.ศ.2540 แต่ที่มีกระแสเข้มข้นรุนแรงน่าจะอยู่ในช่วง 5-6 ปี คือตั้งแต่ประมาณ พ.ศ.2543-2544 เป็นต้นมา เมื่อเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมจะเห็นว่ามีสอดคล้องกัน คือในช่วงที่มีความตื่นตัวในเรื่องนี้มากจะเป็นช่วงที่มีการบูมในเรื่องของโลกาภิวัตน์และเริ่มเข้าสู่ยุคที่เน้นความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความงามอยู่ในกระแส โดยเฉพาะความงามแบบสวยช่อนอายุที่มีเรื่องให้แต่งเติมเสริมแต่งได้อย่างไม่จบสิ้น เนื่องจากเป็นเรื่องที่ทำขายและต่อสู้กับธรรมชาติที่มนุษย์ยังไม่สามารถเอาชนะได้เด็ดขาด คือไม่ว่าจะแก้ไขหรือแต่งเติมเสริมแต่งอย่างไรก็ทำได้เพียงชั่วคราวแล้วธรรมชาติก็จะมาเยือนคืนไป ทำให้โครงการจัดการความงามแบบสวยช่อนอายุยังคงเป็นโครงการที่ไม่มีวันจบสิ้น สอดคล้องกับข้อมูลที่ผู้วิจัยพบว่าช่วงระยะเวลาตั้งแต่ พ.ศ.2543 ได้มีหนังสือเกี่ยวกับการดูแลรักษาผิวพรรณให้อ่อนกว่าวัยออกมาอย่างต่อเนื่องและมีการตอบรับดี บางเล่มมีการตีพิมพ์มากกว่า 1 ครั้ง หนังสือบางเล่มใช้ชื่อเรื่องชี้นำชัดในเรื่องของการดูแลรักษาตนเองอ่อนกว่าวัย เช่น 30 เคล็ดลับผิวอ่อนเยาว์ (วาสนิน. 2547) อ่อนเยาว์ลง 10 ภายใน 30 วัน (โกลิด โคมมาร์ท. 2548) และ 7 วัน 7 เคล็ดลับ เพื่อความงามสวยสดใส อ่อนกว่าวัย (กรกนก ไกเชอลิน. 2549) ซึ่งเป็นหนังสือที่ให้แนวทางในการปฏิบัติตนเพื่อดูแลรักษาผิวพรรณให้อ่อนเยาว์ ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามอายุ ซึ่งมีทั้งการแปลจากข้อเขียนของผู้เชี่ยวชาญชาวต่างประเทศโดยตรงและจากข้อเขียนของผู้เชี่ยวชาญชาวไทย

นอกจากนั้นยังมีหนังสือที่เขียนโดยผู้หญิงที่มีชื่อเสียงหรือคนดังที่อยู่ในวงการต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความงาม ทั้งนักแสดง นางแบบ ดีไซน์เนอร์ที่เขียนเล่าประสบการณ์ในการดูแลตนเองเพื่อให้สวยไม่สร้างหรือสวยช่อนอายุซึ่งมีการตีพิมพ์ออกมาในช่วงระหว่าง พ.ศ.2544-2548 อีก 7 เล่ม ในจำนวนนี้มีหลายเล่มที่เป็นหนังสือที่มีการตีพิมพ์มากกว่า 1 ครั้งและบางเล่มได้รับการจัดให้เป็นหนังสือที่ขายดีที่สุด (Best seller) และแน่นอนที่ผู้เขียนหนังสือเหล่านี้ล้วนเป็นผู้ที่เป็นสาวอายุ 30 ปีขึ้นไปที่ได้รับการชื่นชมจากสังคมว่าสวยแบบช่อนอายุ ได้แก่

1. กลัวไม่สวย (2544) เขียนโดย กัลยา ภูธนกิจ. ดีไซน์เนอร์ เจ้าของร้านการिता โอเซล มีการตีพิมพ์ซ้ำ 4 ครั้งใน พ.ศ.2544
2. Sirium' s 30 Essence (2547) เขียนโดย สิริเยม ภัคดีดำรงฤทธิ์ นักแสดงและเจ้าของสิริเยมบิวตี้ แอนด์สปา
3. Sexy Forever (2547) เขียนโดย เพ็ญพัศตร์ ศิริกุล นักแสดง ผู้ได้รับฉายาว่า สวย เซ็กซี่สาวสองพันปี
4. Beauty Diary (2547) เขียนโดย มยุรา เศวตศิลา นักแสดง
5. Feeling Good (2547) เขียนโดย ภัทริยา ณ นคร ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์และ Buyer ร้าน Gucci ผู้เขียนบทความเกี่ยวกับเคล็ดลับความงามและวิทยาการเรื่องการอบรมบุคลิกภาพ
6. Slim up (2548) เขียนโดย อังคณา ทิมดี นักแสดงและนางแบบที่ได้รับคำชื่นชมว่าเป็นผู้หญิงที่มีรูปร่างสวย เป็นหนังสือที่เป็น best seller มีการตีพิมพ์ซ้ำใน พ.ศ.2548 ถึง 5 ครั้ง
7. My way : Piyamas Monyakul. (2548) เขียนโดย ปิยะมาศ โมนยะกุล

นอกจากนี้ยังมีหนังสือที่เป็นการรวบรวมบทสัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียงในแวดวงความงาม นักแสดงและนางแบบเกี่ยวกับเคล็ดลับในการดูแลตนเองให้อ่อนกว่าวัย เช่น 30 เคล็ดลับผิวอ่อนเยาว์ (วาสนา. 2547) ได้สัมภาษณ์เคล็ดลับในการดูแลตนเองให้ผิวอ่อนเยาว์ของคนดังที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไป 3 คน ได้แก่ สิริเยม ภัคดีดำรงฤทธิ์ นักแสดงและเจ้าของสถานเสริมความงาม เมทินี กิ่งโพยม นางงาม นางแบบและนักแสดง และบุษกร พรวรรณะศิริเวช นักแสดงและนางแบบ และหนังสือสุขภาพดีกับคนดัง (ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. 2548) เป็นการรวบรวมบทสัมภาษณ์คนดังจากหลายวงการในเรื่องของการดูแลสุขภาพซึ่งมีส่วนหนึ่งเป็นการดูแลความงามของผู้หญิงที่มีอายุ 30 ปีขึ้นไปด้วย เช่น อาภัสรา หงสกุล นางงามจักรวาลและเจ้าของสถานเสริมความงาม ลลิตา ศศิประภา และสินจัย เปล่งพานิช นักแสดงชื่อดัง เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าการสื่อข้อมูลในเรื่องของสวยช่อนอายุได้มีการนำเสนอภาพและข้อมูลและประสบการณ์ที่ดูเสมือนเป็นความสำเร็จของผู้หญิงที่สวยช่อนอายุซึ่งสร้างความเชื่อถือทำให้ผู้อ่านคล้อยตามว่าจะสวยช่อนอายุได้ถ้าปฏิบัติในทำนองเดียวกับผู้มีประสบการณ์เหล่านั้น ว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้จริง นอกจากนั้นได้มีการโฆษณาโดยการนำเสนอภาพและข้อมูลในเรื่องของการจัดการความงามเพื่อความอ่อนเยาว์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างมากมายและต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น เครื่องสำอางอาวียง (Aviance) (ELLE. 2549 : 80-81,85) มีการนำเสนอภาพผู้หญิงฝรั่งใบหน้าสวยใสและมีข้อความว่า “เผยความเรียบที่ร้วยรอยเข้าไม่ถึง” และในหน้าถัดมาเป็นรูปผู้หญิงไทยที่มีใบหน้าสวยใส

เช่นเดียวกัน และมีการระบุข้อมูลส่วนบุคคลไว้ว่า ม.ล กัลยกร เกษมศรี (คุณเชม) อายุ 33 ปี อาชีพ นักประชาสัมพันธ์อิสระและเจ้าของธุรกิจส่วนตัว มีข้อความว่า “อยากสวยใส อ่อนเยาว์ ก็ต้องดูแล ให้ครบสูตร” พร้อมกับคำสัมภาษณ์

ถึงแม้เชมจะทำงานอิสระแต่ก็เครียดนะค่ะ ซึ่งความเครียดนี้ก็ทำให้เกิดริ้วรอยที่ลึกเลี้ยว ไม่ได้ค่ะ เชมก็จะพยายามดูแลให้มากที่สุด ก็จะเข้าสปาไปขัดผิวบ้าง พอกหน้า หาเวลาไปออกกำลังกาย เพื่อผ่อนคลายความเครียด ช่วยขับของเสียออกมาทำให้ผิวดูสดชื่น แล้วเชมก็จะใส่ใจ เรื่องครีมบำรุงผิวมากค่ะ คือจะเน้นเรื่องของครีมบำรุงมากกว่าเครื่องสำอางซะอีก อย่างตอนนี้เชมลองใช้ Re-Texturizing Serum Botox-Alternative ของ aviance เป็นเซรั่มสูตรเข้มข้นที่ช่วยลด เลื่อนริ้วรอยได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วยเทคโนโลยีล้ำสมัยที่แก้ปัญหา ริ้วรอยได้ตรงจุด เชมจะ บำรุงทั้งตอนเช้าและตอนกลางคืน ใช้แล้วรู้สึกเลยว่าริ้วรอยแลดูตื้นขึ้น และจำนวนริ้วรอยก็จาง ลงด้วย ผิวหน้ากระจ่าง สดใสขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทาครีมบำรุงแล้วก็ต้องพักผ่อนเยอะๆ ด้วย ทานผักผลไม้ ดื่มน้ำเยอะๆ ระวังแจ่มใส หน้าก็จะสดใส เปล่งปลั่ง แลดูอ่อนเยาว์ ทายอายุไม่ ถูกเลยคะ

โฆษณาดังกล่าวนำเสนอในนิตยสาร ELLE ซึ่งเป็นนิตยสารผู้หญิงของต่างประเทศที่มีการ ตีพิมพ์ในภาคภาษาไทยด้วย เป็นนิตยสารที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงที่มีรายได้ การศึกษาและ สถานะทางสังคมสูง ภาพและข้อความในโฆษณาสื่อให้เห็นว่าความงามแบบอ่อนเยาว์นั้นเป็นสากล ที่สามารถจัดการได้โดยการใช้ครีมลดริ้วรอยที่โฆษณาที่มีรูปและชื่อครีมระบุไว้ การเลือกนางแบบผู้ นำเสนอก็เป็นสิ่งที่มีความหมาย เธอมีอายุ 33 ปี ใบหน้าดูสวยอ่อนเยาว์กว่าวัยจริง เป็นราชินีกุล และมีอาชีพที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนตลอดเวลา และไม่ใช่ผู้ที่เป็นคนดังขนาดที่จะเป็นที่รู้จักทั่วไป แต่ข้อความที่เล่าประสบการณ์ที่ริ้วรอยลบเลือนลงจากการใช้เครื่องสำอางนี้ สามารถสร้างความ น่าเชื่อถือโดยเป็นเสมือนคำบอกเล่าที่เป็นจริงเป็นจังของผู้หญิงคนหนึ่งที่ใช้แล้วได้ผลมาบอกต่อ ไม่ใช่โฆษณาชวนเชื่อ โฆษณานี้เป็นเพียงตัวอย่างในจำนวนหลายสิบชิ้นที่ผลิตซ้ำความจริงเรื่องสวย ชอนอายุโดยการนำเสนอภาพและข้อมูลเรื่องความสวยแบบอ่อนเยาว์กว่าอายุจริงซ้ำแล้วซ้ำเล่าผ่าน สื่อชนิดต่าง ๆ อยู่อย่างต่อเนื่อง แทรกซึมและพบเห็นได้เสมอในชีวิตประจำวัน เมื่อคุณเปิดโทรทัศน์ อ่านสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ เล่นอินเทอร์เน็ต อ่านป้ายโฆษณาข้างทางหรือเปิดวิทยุ จึงไม่น่าแปลกใจ เลยว่า ทำไมความจริงเรื่องนี้จึงแทรกเข้าไปในจิตใจของผู้หญิงอย่างลึกซึ้งและเป็นธรรมชาติยิ่งนัก

การทำให้ความสวยของผู้หญิงเป็นสิ่งที่จัดการได้

การจัดการความงามไม่ใช่เรื่องใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นในบริบทของสังคมบริโภคนิยมเท่านั้น แต่ เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นมาเป็นเวลานาน อาจกล่าวได้นับเป็นพันปี ดังที่มีการกล่าวถึงใน ประวัติศาสตร์ทั้งของตะวันตกและตะวันออก ว่าผู้หญิงที่ถึงแม้จะอยู่คนละซีกโลก ต่างก็มีวิธีการประพิน

โฉมเพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงาม มีตำนานของการสร้างความงามที่เป็นอมตะ จนมีการนำมากล่าวชมเชยผู้หญิงที่ยังคงความงามไว้ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามอายุว่าเป็นสาวสองพันปี ในสมัยอียิปต์โบราณพระนางคลีโอพัตราที่ถูกกล่าวขานว่าเป็นหญิงที่สวยงามที่สุดได้ใช้วิธีการปรุงเครื่องประทินโฉมเพื่อบำรุงผิวพรรณและแต่งแต้มสีสันทนใบหน้าให้งดงาม ผู้หญิงจีนโบราณก็มีวิธีการปรุงเครื่องประทินโฉมเช่นเดียวกัน เช่นการใช้ไข่มุกบดเพื่อทาผิวให้ขาวนวลเนียน หรือแม้แต่ในผู้หญิงไทยก็มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาในเรื่องของการดูแลรักษาผิวพรรณสืบเนื่องมาจนทุกวันนี้ เช่น การใช้ขมิ้นทาตัว ใช้น้ำผึ้งนวดหน้า เป็นต้น คำพังเพยที่ว่า “ไ้งามเพราะชน คนงามเพราะแต่ง” เป็นประโยคอมตะ หรือผู้วิจัยอยากจะเรียกว่าเป็นวรรคทอง ที่ตอกย้ำให้เห็นว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ เพราะไม่ว่าจะสัมผัสกับใคร่ก็ตามที่มีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับความงามและการจัดการความงาม มักจะได้คำตอบว่า ความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ และมักจะมีการอ้างอิงคำพังเพยนี้ขึ้นมาเสมอ เช่นเดียวกับการอ่านหนังสือเกี่ยวกับการจัดการความงามหรือการให้สัมภาษณ์ของผู้ที่อยู่ในแวดวงความงาม ก็มีการยกคำพังเพยดังกล่าวขึ้นมาเช่นเดียวกัน วรรคทองดังกล่าวนี้จึงเป็นสิ่งที่มีการถ่ายทอดสืบต่อกันมาในสังคมไทย เป็นการสอนให้ผู้หญิงไม่ปล่อยตัวและซ่อนนัยยะว่าความสวยงามเป็นสิ่งที่จัดการได้

ถึงแม้เรื่องของความนิยมในเรื่องของความงามจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยตามบริบทของสังคม ทำให้ร่างกายของผู้หญิงต้องถูกสร้างเสริมเติมแต่งให้เป็นไปตามกระแสนิยมก็ตาม แต่จากการสืบค้นผู้วิจัยพบว่าสิ่งที่ไม่เคยแปรเปลี่ยนเลยคือความต้องการที่จะคงความสวยไว้ให้นานเท่านาน ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงที่อยู่ในสังคมหรือซีกโลกใดล้วนถูกสร้างให้มีความปรารถนาเดียวกันคือสวยช่อนอายุ และพยายามเสาะหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อบำรุงรักษาผิวพรรณไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัย

แม้ว่าผู้หญิงจะถูกสร้างระบบคิดให้สนใจในเรื่องของการปรุงแต่งความสวยงามของร่างกายมานานแล้ว แต่ในยุคทุนนิยมเรื่องของการจัดการความงามกลายเป็นประเด็นสำคัญทางธุรกิจที่ทำให้กำไรให้แก่ผู้ประกอบการมหาศาล และมีการขยายเครือข่ายของธุรกิจให้มีความหลากหลาย มีการเจริญเติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง ร่างกายของผู้หญิงถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้าและผลประโยชน์อย่างสมบูรณ์ สามารถกล่าวได้ว่าการจัดการความงามเป็นเรื่องของธุรกิจที่สวนกระแส ถึงแม้ในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว สินค้าและบริการอื่นๆยอดขายอาจจะตกลงมาก เนื่องจากคนจะลดรายจ่ายเก็บเงินไว้ซื้อสินค้าที่จำเป็น แต่สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความงามแล้วมีผลกระทบกระท่อนบ้างแต่ยังคงดำเนินต่อไปได้ เจ้าของธุรกิจเครื่องสำอางเล่าว่า

ตอนนี้เศรษฐกิจไม่ค่อยดี เพื่อนๆที่ทำธุรกิจอื่นเขาก็บอกว่าแย่ บางคนก็มีปัญหา บางคนถึงกับต้องเลิก แต่ของเราอยู่ได้ ยอดตกบ้าง แต่น้อยมาก อาจเป็นเพราะของเรานั่นคุณภาพ

ลูกค้ายกลุ่มใหม่อาจเพิ่มไม่มาก แต่ลูกค้ายกลุ่มเดิมยังเหนียวแน่น คือเขาใช้แล้วดี ใช้แล้วได้ผล เขาก็อยากจะใช้ต่อ เราไม่ต้องโฆษณาามากของมันดีด้วยตัวเองอยู่แล้ว เราให้เขาทดลองเอง เขาพอใจเขาก็ใช้ ขนาดตัวที่มีราคาค่อนข้างแพงของเรา คือ collagen ยอดขายไม่มีตก เพราะมันดี มันเห็นได้ชัด เขาก็ซื้อต่อ

เช่นเดียวกับสถานบริการความงามที่ผู้จัดการเล่าในทำนองเดียวกันว่า

เศรษฐกิจไม่ดี มันก็มีผลบ้างนะ สำหรับลูกค้าใหม่ หรือการจะเปิดคอร์สที่มีราคาแพง แต่สำหรับลูกค้าของเราส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำนะคะ เขาทำกับเรามาตลอด เปิดเป็นคอร์สไว้เลย ถึงเศรษฐกิจจะเป็นยังไงเขาก็ยังทำต่อ เป็นปกติ เพียงแต่อาจจะไม่เปิดคอร์สแพง แต่ก็ยังทำนะ พี่ดูสิคะเราเปิดมา 4 สาขาแล้วนะคะ สาขานี้เป็นสาขาที่ 4 แล้วเจ้าของกำลังจะเปิดเพิ่มอีก 2 สาขา เขากำลังตกแต่งอยู่ คือลูกค้าเรียกร้องนะคะ เรามีลูกค้าหลายที่ เขาก็ไม่อยากเดินทางไกล อยากทำใกล้บ้าน ถ้ากิจการไม่ดีเจ้านายคงขายไม่ได้ แต่เขาก็ขายมาเรื่อยๆ เลยนะคะ

สอดคล้องกับคุณปองอายุ 48 ปี ผู้ใช้เครื่องสำอางและบำรุงผิวมาตั้งแต่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยแล้วว่า

แต่ก่อนตอนเป็นนักเรียนเราก็บำรุงบ้างนะ ก็ใช้โลชั่นอะไรแบบธรรมดา แต่ยังไม่เงินซื้อพอลเรียนจบมีเงินเดือนๆแรก ไปเลย ไปซื้อซีเซโดมาใช้ ก็แพงนะ ซื้อไปเท่าไรเหออ เงินเดือนเกือบหมดนะ ไม่เสียตายนะ ของดีมันก็ต้องแพง อยากใช้มานานแล้ว พอมีตังค์เราซื้อเลย ซื้อยกชุดเลยนะ ไม่ชอบใช้ปนๆ กันหลายยี่ห้อ มันจะได้ดีไปเลย เขาคงทำมาให้มันเหมาะสมกัน ตั้งแต่จบก็ใช้มาเรื่อย แต่ก็มีเปลี่ยนยี่ห้อบ้าง อยากลอง ถึงรู้ว่าดีแล้ว แต่ก็ลองเผื่อจะมีที่ดีกว่าที่เราใช้อยู่แต่ยังอายุมากก็ใช้มากอย่างขึ้นนะ แพงขึ้นด้วย แต่มันก็จำเป็นนะ ถ้าไม่ใช้เดี๋ยวหน้าเหี่ยว นี่เราใช้หน้าเราถึงไม่แก่ ไม่ได้ชมตัวเองนะ คนอื่นเขาว่า เดาอายุไม่ถูก เราก็บลี้ม เวลาส่องกระจกดูก็จริงนะ ริ้วรอยอะไรก็น้อย เมื่อเทียบกับพวกไม่สนใจดูแลตัวเองเลย...จะเลิกใช้ไหม? ไม่เหออ ลดลงบ้างไหม? ไม่นะ ซื้อทีละเท่าไร? ก็แล้วแต่ของหมดนะ ถ้าหมดพร้อมๆกันหลายอย่างก็ เป็นหมิ่นเหมือนกัน แต่เราก็มองอย่างประหยัดนะ ไม่ได้ฟุ่มเฟือย ซื้อทีหนึ่งก็ใช้ได้เป็นเดือนๆนะ บางอย่างก็ไม่ได้แพง แค่เป็นร้อยๆ ไอ้ตัวที่แพงจะเป็นพวกลดริ้วรอยนะ หลายพัน แต่ใช้ได้นานนะ เป็นของจำเป็นไหม? เรารู้ว่าจำเป็นนะ จำเป็นสำหรับเรา แล้วเราก็มองได้ ไม่เดือดร้อนอะไร มันแพงก็จริงแต่คุ้มนี้ ก็ไปลดรายจ่ายอย่างอื่นเอาบ้าง หรือทยอยซื้อ คือเรารู้ว่าเราไม่ได้ไปทำอย่างอื่น ไปนวดอะไรไม่ได้ทำ ไม่มีเวลาใช้แต่เครื่องสำอาง มันต้องใช้ทุกวันก็เอาดีๆ ไปเลย ให้มันได้ผล

ในบางรายความอยากสวยของผู้หญิงทำให้ยอมเปียดเบียนตนเอง “ยอมอด แต่ขอสวยไว้ก่อน” หรือลดรายจ่ายอื่นเพื่อนำเงินมาใช้สร้างความงาม ถึงแม้จะได้รับผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ก็ยัง “ไม่เข็ด” และยิ่งถ้าที่จะลองเสี่ยงเพื่อสร้างความงามที่สังคมบริโภคนิยมสร้างความหลากหลายไว้

หลอกล่อ เช่นคุณสวຍผู้จัดการสถานบริการเพื่อความงาม อายุ 36 ปี ซึ่งเป็นผู้ที่รักสวຍรักษามมาตั้งแต่เด็กแล้วว่า

หนูยอมอด เก็บเงินไว้ซื้อเครื่องสำอางนะพี่ ยอมอดแต่เอาสวຍไว้ก่อน หนูเป็นเด็กต่างจังหวัด พอมาเรียนในกรุงเทพฯ เรามาจากบ้านนอก ตัวก็ดำ ๆ เพื่อนเขาสวຍ ๆ กัน เราก็อยากสวຍบ้าง แม่ให้เงินมาเรียนไม่มาก เราก็พยายามเก็บ แล้วก็หางานพิเศษทำด้วย เอาเงินมาเสริมสวຍนี้แหละ ก็เรามั่นชอบ หนูเอาทุกอย่างนะ ถ้ามมาเลย ชอบลอง ลองมาเรื่อย เครื่องสำอาง ทำหน้า รักษาที่คลินิก เคยมีปัญหาไหม? เคย... แพ้เครื่องสำอาง หนูแพ้ง่าย เคยแพ้แบบหน้าบวมเลยนะ ต้องไปรักษา กินยา เช็ดไหม? ไม่เช็ดหรอก ใจมันชอบ ชอบลองด้วย จมูกนี้หนูก็ไปทำมาตั้งแต่อายุ 18 แอบทำ แม่ไม่รู้หรอกตอนที่ทำ พยายามเก็บเงินเอาทำงานพิเศษ แต่หนูทำที่โรงพยาบาลนะ คลินิกไม่เอา กลัวเครื่องมือไม่พร้อม หนูเอาหมอตัด ๆ เลยจะได้สวຍ เพื่อนไปทำมาก่อน เขาทำแล้วสวຍขึ้นจมเลย เราก็เอาบ้าง

ที่เป็นเช่นนั้นอาจจะเป็นเพราะผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าเรื่องของการจัดการความงามว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นจึงไม่ได้คิดจะลดรายจ่ายในส่วนนี้ นอกจากนั้นการจัดการความงามของผู้หญิงได้สร้างหลักการในการปฏิบัติว่าจะต้องมีวินัยและปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจึงจะเห็นผล เคยทำแล้วจะต้องทำต่อไป เลิกได้ยาก อย่างเก่งก็เปลี่ยนยี่ห้อหรือเปลี่ยนวิธีการ ผู้ให้ข้อมูลบางท่านเปรียบเปรยว่าเหมือนยาเสพติด ที่ต้องเสพ หยุดไม่ได้ มีแต่จะเพิ่มถึงแม้กลุ่มผู้ที่มีการบริโภคเกี่ยวกับการจัดการความงามมากขึ้นนั้นจะเป็นผู้ที่มีรายได้สูง แต่ระบบทุนนิยมก็ไม่ได้ละเว้น และพยายามแทรกซึมเข้าไปหาผู้หญิงในกลุ่มอื่นๆ ไม่เว้นแม้แต่ผู้ที่มีรายได้น้อยโดยใช้ความรู้ในเรื่องการตลาดมีการปรับปรุงรูปแบบและราคาสินค้าและบริการให้ซื้อได้เช่นเดียวกัน ผู้หญิงไม่ว่าจะมีความรู้ สถานะทางสังคม และรายได้ระดับใดต่างตกเป็นเหยื่อของระบบทุนนิยมทั้งสิ้น คนรวยก็มีกำลังซื้อมาก ได้ใช้ของแพง ๆ มียี่ห้อ และเลือกใช้บริการได้มากขึ้น แต่ถ้ามีรายได้น้อยก็จะมีกำลังซื้อสินค้าและบริการน้อยกว่า ก็ต้องเลือกสินค้าบริการที่พอซื้อได้ การตัดสินใจในการเลือกบริโภคสินค้าเพื่อความงามผู้หญิงไม่ได้ใช้เวลาในการไตร่ตรองนานนัก ถึงแม้จะเป็นของที่ราคาแพง แต่ถ้าเห็นว่าดีหรือจะช่วยลดริ้วรอยทำให้หน้าสวຍก็ตัดสินใจซื้อโดยไม่ลังเล เช่นคุณกบ อายุ 50 ปี เล่าถึงการตัดสินใจซื้อเครื่องนวดหน้าที่มีราคาประมาณ 130,000 บาทว่า “คิดนานไหม? ไม่นาน มันเป็นของญี่ปุ่นที่เขาเก่งเรื่องการดูแลผิวพรรณอยู่แล้ว ของมันดีถึงแพง มันต้องได้ผลสิ ไม่งั้นเขาจะขายได้ยังไง เสียขายเงินไหม? ไม่หรอก อะไรที่จะทำให้หน้าเราดี ก็ยอมทุ่มทุน ยิ่งตอนนี้ริ้วรอยอะไรมันซึกจะเยอะขึ้น ก็ต้องหาทางลดเท่าที่เราจะทำได้แหละ จะปล่อยให้มันยับย่นได้ยังไง”

ข้อมูลข้างต้นเป็นเพียงการเกริ่นนำถึงการที่ผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ และการจัดการความงามเป็นสิ่งที่จำเป็น โดยเฉพาะการจัดการความงามเพื่อสวຍช่อนอายุ ซึ่งมีปฏิบัติการในการสร้างความจริงที่ซับซ้อนยิ่งขึ้นในบริบทของสังคมบริโภคนิยม

การสื่อความหมายว่าความสวยงามเป็นสิ่งที่จัดการได้

ก่อนที่จะคลี่คลายให้เห็นถึงวิวัฒนาการและความรู้ที่นำมาใช้ในการจัดการความงามนั้น ผู้วิจัยอยากจะนำเข้าสู่บริบทของการจัดการความงามในปัจจุบัน ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นสังคมบริโภคนิยม ที่เป็นสังคมแห่งความพร่อง ความต้องการจะถูกกระตุ้นอยู่ตลอดเวลา เป็นสังคมแห่งการแสวงหาเพื่อเติมเต็มความต้องการที่พร่องแต่ไม่เคยสำเร็จหรือไม่มีวันเต็ม โดยเฉพาะในเรื่องของการจัดการความสวยแบบชอนอายุยิ่งแล้ว เนื่องจากเป็นการวิ่งหาความฝัน สร้างความหวังในการต่อสู้กับธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลงของร่างกายตามวัยที่ไม่มีวันชนะ จึงไม่น่าแปลกใจที่การจัดการความงามเพื่อสวยชอนอายุจึงเป็นจุดขายของธุรกิจความงามที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ด้วยการดึงความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์มาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ และเทคโนโลยีต่างๆ เพื่อจัดการความงามซึ่งมีความหลากหลายและมีการส่งผ่านข้อมูลเข้าถึงตัวผู้หญิงได้ง่าย อยู่ใกล้และล้อมรอบตัวเธอในชีวิตประจำวัน จนยากที่จะเล็ดลอดให้พ้นจากการถูกชักนำให้เป็นผู้บริโภคไปได้ เช่น การสื่อความหมายผ่านโฆษณาและสื่อประเภทต่างๆ การเรียงร้อยถ้อยคำเกี่ยวกับการจัดการความงามให้ติดหู จดจำง่าย การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับความงามผ่านหนังสือและนิตยสาร และการนำสถานบริการความงามมาอยู่ใกล้ตัว สะดวกในการรับบริการและเข้าถึงง่าย

การสื่อความหมายผ่านโฆษณาและสื่อประเภทต่างๆ

ในปัจจุบันนี้เมื่อเปิดโทรทัศน์มักจะพบโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อลดริ้วรอย ซึ่งนิยมใช้ดาราสาวใหญ่เป็นผู้นำเสนอ หรือเล่าประสบการณ์ความสำเร็จจากการลดริ้วรอยโดยการใช้องค์ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว แน่นนอนที่ภาพที่ปรากฏจะเป็นภาพของผู้หญิงที่สาวกว่าอายุจริง ใบหน้าเรียบเนียน สวยใสและอ่อนเยาว์ โดยอาจมีการใช้เทคนิคในการสร้างภาพให้ริ้วรอยมีการลบเลือน โดยเปรียบเทียบก่อนและหลังใช้ หรือผิวค่อยๆ ดีขึ้นเมื่อใช้อย่างเป็นประจำและต่อเนื่องในระยะเวลา 7 วัน หรือ 2 สัปดาห์เป็นต้น ภาพที่นำเสนอขึ้นนั้นจะเป็นภาพที่เสมือนจริง ประกอบกับคำบอกเล่าของดารายอดนิยมอีกเล่า ความจริงที่ถูกนำเสนอซ้ำแล้วซ้ำเล่าย่อมแทรกซึมเข้าไปในจิตใจของสาวใหญ่ทั้งหลายที่กำลังหวั่นไหวจากการเริ่มมีริ้วรอยมาเยือน จึงไม่น่าแปลกใจที่เมื่อเธอไปเดินที่ห้างสรรพสินค้าที่เป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของคนในสังคมเมือง เธอจะมองหาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมาทดลองใช้โดยมีภาพของดาราสาวผู้นำเสนอประทับอยู่ในใจ และถึงเธอจะไม่มองหา แต่เทคนิคและการจัดการทางการตลาดก็จะนำเสนอผลิตภัณฑ์นั้นให้เธอจนได้ อาจจะเป็นเทคนิคการจัดวางที่สะดุดตา การลดราคา แจกของแถมเช่นกระเป๋าใบโต ที่มีหลายคนซื้อเพราะอยากได้ของแถมมากกว่าผลิตภัณฑ์ ขายคู่กับสินค้าที่ติดตลาดอยู่แล้ว หรือแม้แต่การแจกของตัวอย่างขนาดเล็กให้ทดลองใช้ ตัวอย่างของโฆษณาครีมลดริ้วรอยที่กำลังมีการนำเสนอในโทรทัศน์ขณะนี้ คือโฆษณา

ไวทัลลิฟต์ (Revital Lift) ของลอรีอัล ซึ่งมีสินจัย เปล่งพานิชเป็นผู้นำเสนอสินค้า การวางตัวผู้นำเสนอเป็นเรื่องสำคัญต่อการจูงใจ สร้างความน่าเชื่อถือและโน้มน้าวใจให้ใช้สินค้า สินจัยเป็นดาราที่มีชื่อเสียงและอยู่ในวงการบันเทิงมานาน เป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมทั้งในบทบาทการแสดงและการวางตัวในชีวิตส่วนตัว เป็นผู้ที่ยังมีผลงานแสดงนำเสนอผ่านทางโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง และกำลังมีผลงานละครที่กำลังออกอากาศซึ่งเป็นที่กล่าวถึงอยู่ในขณะนี้ ในเรื่องคุณยายสายเดี่ยวโดยเล่นเป็นคุณยายที่มีการสลับร่างและวิญญานกับหลานสาว เธอต้องแต่งหน้า แต่งกายแสดงอารมณ์และกิริยาท่าทางแบบเด็กสาว ซึ่งเธอทำได้เนียนแลดูเป็นสาวที่อ่อนวัยมาก จนได้รับคำชมจากคอลัมน์นิสต์ในหน้าหนังสือพิมพ์ เช่น คอลัมน์คลื่นรบกวนในไทยรัฐ “เห็นนกสินจัยในราตรีสโมสรคืนก่อนแล้วเมซึ่ง ผู้หญิงอะไรอายุ 42 ลูกคนโตอายุ 19 แต่แม่ก็ยังปังปังดังดัง” (junenor. 2550: 2 มีนาคม:37) และยังมีการเชิญไปสัมภาษณ์ออกรายการต่าง ๆ อีกหลายรายการ สินจัยเป็นคุณแม่ลูกสาม และอยู่ในวัยสาวใหญ่ อายุ 42 ปี ซึ่งเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงของผิวหนังเริ่มมีริ้วรอยปรากฏชัด สินจัยเป็นคนสวยและภาพที่นำเสนอในโฆษณานั้น เธอดูสาว สวยใสและอ่อนเยาว์ การพูดของเธอนั้นก็เหมือนการเล่าให้ฟังไม่ได้โฆษณาชวนเชื่อ และดูเป็นสิ่งที่น่าเชื่อถือและเกิดขึ้นได้จริง และสัมผัสได้ด้วยตัวคุณโฆษณาของเครื่องสำอางชนิดนี้มีหลายชุด แต่ให้ข้อมูลในทำนองเดียวกัน คือสามารถลดริ้วรอยแห่งวัยได้ เมื่อใช้ลอรีอัล รีไวทัลลิฟต์ ดังที่สินจัยประสบความสำเร็จมาแล้ว “นกยอมรับเรื่องริ้วรอย แต่นกไม่ยอมแพ้อะ” และ “นกไม่เชื่อในสิ่งมหัศจรรย์ แต่เชื่อในสิ่งที่พิสูจน์ได้ค่ะ ลอรีอัล คุณค่าที่พิสูจน์ได้ด้วยตัวคุณเอง” เธอ ซึ่งน่าจะโดนใจสาวใหญ่ หรือแม่บ้านให้ไปซื้อหามาใช้ และเป็นสินค้าที่เข้าถึงง่าย มีจำหน่ายทั่วไปที่สรรพสินค้าใกล้บ้าน และเป็นสินค้าที่มีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ทั้งการลดราคา แจกของแถม จับคู่ขาย เป็นต้น การโฆษณาและจัดรายการส่งเสริมการขายเหล่านี้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางชนิดนี้ เช่น คุณวิไล พี่สาวของผู้วิจัยที่มีอายุ 65 ปีเกษียณอายุราชการแล้ว เห็นโฆษณาเครื่องสำอางดังกล่าวจากโทรทัศน์ที่มีการนำเสนอภาพของสินจัยและข้อมูลซ้ำแล้วซ้ำเล่าและยังมีการลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ด้วย ก็ยังให้ความสนใจอยากที่จะทดลองใช้เพื่อลดริ้วรอยบ้าง เมื่อไปซื้อของที่สรรพสินค้าซึ่งมีการส่งเสริมการขาย ลดราคาพอดีจึงซื้อมาทดลองใช้ ทั้งที่ปกติไม่เคยสนใจในเรื่องของครีมลดริ้วรอยมาก่อน แต่เมื่อเห็นสินจัยโฆษณาลบ ๆ ก็อยากลองใช้ดูบ้าง ใช้แล้วก็รู้สึกดีกว่าหน้าดีขึ้น เพราะเดิมไม่เคยบำรุงอะไรเลย ซึ่งจะเห็นว่าการสื่อความหมายผ่านโฆษณามีส่วนในการสร้างความจริงและกระตุ้นให้เกิดความต้องการในการบริโภคเพื่อความงาม

เมื่อเปิดวิทยุจะได้ยินเสียงเพลงที่กล่าวถึงความสาวสวยของผู้หญิงที่เป็นเสน่ห์เย้ายวนใจผู้ชาย เพลงที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องนี้อย่างชัดเจนคือเพลง มอง ของสุรพล สมบัติเจริญ ซึ่งเป็นเพลงลูกทุ่งยอดนิยมในอดีต ที่ได้มีการนำมาร้องและเรียบเรียงเสียงประสานใหม่ โดยจักรพรรธ

อาบครบุรี หรือก๊อตนักร้องลูกทุ่งยอดนิยมผู้มีฉายาว่าเจ้าชายลูกทุ่ง มีเนื้อร้องตอนหนึ่งว่า “มอง... เธอสาวเธอสวยฉันจึงได้มอง หากเธอไม่แจ่มฉันจะไม่จ้อง และจะไม่มองให้หัวใจเต้น พักตร์เธอสวยแจ่มดังจันทร์เพ็ญ ฉันแทบช็อกตายเพราะใจเต้น ถ้าตาไม่เห็นฉันจะไม่มอง” เนื้อร้องของเพลงนี้สื่อให้เห็นค่านิยมของผู้ชายที่ชอบผู้หญิงที่สาวและสวย

เมื่ออ่านหนังสือพิมพ์รายวันจะพบทั้งโฆษณาทั้งภาพและข่าวที่ปรากฏเกี่ยวกับการจัดการความงามอยู่เสมอ โดยเฉพาะเรื่องของการทำศัลยกรรมเพื่อความงาม ตัวอย่างเช่น หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่มียอดจำหน่ายสูง คอลัมน์ซุบซิบกับหมวยแซบ (2550. 27 กุมภาพันธ์ : 35) ลงข่าวเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมของดาราสาวใหญ่ว่า “รู้ตัวว่ามีอายุหุุดอายุได้แต่เนรมิตความสาวกันได้ ว่าแล้วป้าอุม วิยะดา อุมารินทร์ ขอร้องให้เจ้าแม่ศัลยกรรม ฆา-วรรณษา ทองวิเศษ ช่วยพาไปกำจัดความเหี่ยว ที่รพ. บางมด เสียเงินเป็นแสน เจ็บตัวให้หมออัฟหน้า แหม คุณเป็นสาวขึ้นมาตั้งหลายปี ใครก็ยอม รวย!” และยังมีการลงข่าวในเรื่องนี้อย่างต่อเนื่อง เช่นใน คอลัมน์ภัยยงแห่ดาราสาว “เห็นสังขารที่ร่วงโรยของตัวเองไม่ไหว วิยะดา อุมารินทร์ ยินยอมให้วรรณษา ทองวิเศษ จูงมือไปให้หมอโรงพยาบาลบางมด เมศอัฟหน้าใหม่จนตึงเปรี้ยะ ทำให้เจ้าตัวดีตัวสุดซิดที่พิชิตความเหี่ยวได้ก่อนเวลา” (ยิ่งยง สะเด็ดยอด. 2550. 2 มีนาคม :35) การลงข่าวดาราสาวที่ทำศัลยกรรมความงามเช่นนี้ ไม่เพียงแต่เป็นการรายงานข่าวเกี่ยวกับคนดังเท่านั้น แต่มีการโฆษณาสถานเสริมความงาม ซึ่งในข่าวข้างต้นเป็นโรงพยาบาลที่มีการผ่าตัดเพื่อศัลยกรรมความงามด้วย และเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่าสวยช่อนอายุเป็นความงามที่จัดการได้ด้วยศัลยกรรม ถ้ามีเงินที่จะจ่ายค่าผ่าตัด คุณจะสาวสวยขึ้นกว่าเดิมอีกหลายปี และยังสะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของค่านิยมเกี่ยวกับการผ่าตัดเพื่อศัลยกรรมความงาม เช่นดั่งหน้า สมัยก่อนผู้ที่ไปทำอาจมีความอาย ไม่อยากเปิดเผย แต่ในสมัยนี้ถือเป็นเรื่องปกติที่สามารถกระทำได้และไม่ขัดเงินที่จะเล่าให้ผู้อื่นฟัง เมื่อผู้วิจัยสัมภาษณ์คุณแม่ว อายุ 60 ปี เกี่ยวกับประสบการณ์ในการผ่าตัดดั่งหน้า เธอก็เล่าให้ฟังอย่างไม่ได้ปิดบังว่า “พี่ทำเมื่อ 3 ปีก่อน พี่เล่าได้ อยากรู้อะไรถามมาเลย ไม่เห็นเป็นไร หลังผ่าวันเดียวพี่ก็ออกมาเดินปร๋อแล้ว สบายมาก ใครถามพี่ก็บอก มันเรื่องจริงนี่ แล้วเราก็อพอใจจะทำ มันเป็นเรื่องของเรา”

ไม่เพียงแต่การลงข่าวในเชิงซุบซิบเกี่ยวกับเหล่าคนดังทั้งหลายแล้ว ในหนังสือพิมพ์ไทยรัฐยังมีคอลัมน์ประเภทให้ความรู้หรือเผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องของความนิยมในการจัดการความงามทั้งภายในและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น คอลัมน์ขึ้นชีวิต ได้นำเสนอผลสำรวจที่แสดงให้เห็นว่า แม้แต่ชาวรัสเซียที่เป็นประเทศที่ไม่ได้อยู่ภายใต้ระบบทุนนิยมแต่มีการปกครองแบบคอมมิวนิสต์ก็ยังคงอยู่ภายใต้วาทกรรมความงามความงามแบบสวยช่อนอายุเช่นเดียวกัน (2549. 27 พฤศจิกายน : 7)

ชาวโลกพากันอยากสวยอยากร่างงาม เห็นดีเห็นงามกับผ่าตัดเสริมสวย ผลการสำรวจทั่วโลกพบว่า ชาวโลกสมัยนี้ต่างนิยมการแต่งเนื้อแต่งตัวให้สวยงามด้วยการผ่าตัดเสริมสวย และในบรรดาคนชาติต่างๆ เหล่านี้ ชาวรัสเซียพากันไฝฝืนมากกว่าเพื่อน บริษัทเอซี. เนียลสัน ผู้เชี่ยวชาญในการดำเนินการสำรวจได้เปิดเผยว่า คนรัสเซียเกือบครึ่งต่อครึ่งต่างพากันตั้งใจไว้ว่า ถ้าหากแก่ตัวลงไป ก็อยากจะไปทำศัลยกรรมเสริมสวยเพื่อให้หน้าตามันค่อยดูดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีชาวกรีกและทางชาติแถบทะเลบอลติก ก็ล้วนแต่ใจเดียวกัน

นอกจากนั้น คอลัมน์โลกาภิวัตน์ (2549, 20 ธันวาคม : 7) เสนอผลสำรวจซึ่งมีเนื้อหาที่สื่อให้เห็นว่า ศัลยกรรมตกแต่งทำให้หัวใจหนุ่มว่า

กลุ่มบริษัทวิจัยสำรวจพบว่า การทำศัลยกรรมพลาสติกมีเพียงแต่เปลี่ยนรูปลักษณ์ให้หนุ่มอง แต่ยังช่วยเปลี่ยนความรู้สึกต่อการเข้าสู่วัยกลางคนให้เลือนออกไปด้วย จากการสำรวจของกลุ่มบริษัทวิจัยเอซี. เนิลเซน ใน 42 ประเทศ พบว่า 60 เปอร์เซ็นต์ของชาวอเมริกัน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคด้านศัลยกรรมพลาสติกและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวด้านความแก่ที่ใหญ่ที่สุดในโลก พวกเขาเชื่อว่าวัย 60 ปี จึงจะเป็นวัยกลางคนยุคใหม่ ในขณะที่เมื่อมองในระดับโลก ผู้บริโภคประมาณ 3 ใน 5 เชื่อว่าอายุ 40 ปีนั้นจะเท่ากับอายุ 30 ปี แฟรงค์ มาร์เทิลประธานและซีอีโอ เอซี. เนิลเซน ยุโรป กล่าวว่า อายุ 40 ปีคือช่วงอายุที่จะเฉลิมฉลองในแง่ที่ว่า เป็นทศวรรษที่เราสามารถมีชีวิตความเป็นอยู่อย่างสะดวกสบายและมีความมั่นใจทั้งในด้านส่วนตัวและการเงิน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ในระดับโลก เชื่อว่าชีวิตเริ่มต้นเมื่อ 40 แต่นั่นไม่ได้หมายความว่าเธอเป็นคนแก่ การสำรวจครั้งนี้พบด้วยว่าการกินอาหารเพื่อสุขภาพ ช่วงชีวิตที่ยาวขึ้นและรายได้ที่สูงขึ้น ช่วยให้คนยุคนี้ยับยั้งความแก่ไปได้หลายปี อย่างไรก็ตาม สำหรับคนอื่นอีกเป็นจำนวนมาก มีดหมอศัลยกรรมกลับเป็นตัวชะลอความชราได้ดีที่สุด

มีผลสำรวจที่ชี้ให้เห็นว่า สื่อมีส่วนในการกระตุ้นให้มีการทำศัลยกรรมพลาสติกคม ชัด ลึก (2549, 13 กรกฎาคม : 9) เป็นหนังสือพิมพ์อีกฉบับที่ลงข่าวสารเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามว่า “คนดัง-ทีวีกระตุ้นให้คนทำศัลยกรรมพลาสติกมากขึ้น มินเทลบริษัทสำรวจตลาดในอังกฤษพบว่า รายการโทรทัศน์ประเภทผ่าตัดแปลงโฉมและความคลั่งไคล้คนดังกระตุ้นให้อังกฤษมีคนทำศัลยกรรมพลาสติกเพิ่มขึ้น ศัลยกรรมพลาสติกที่ได้รับความนิยมที่สุดได้แก่ การเพิ่มขนาดหน้าอก การลดริ้วรอย การดึงหน้า” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเรื่องราวของคนดังและการนำเสนอภาพของผู้ที่ทำศัลยกรรมมีผลต่อการจูงใจให้คนทำศัลยกรรมพลาสติก

เรื่องของคนดัง เคล็ดลับในการรักษาความงามให้สวยช่อนอายุเป็นประเด็นหนึ่งที่มีการตีพิมพ์อยู่เสมอ เช่น

50 อีฟ ยังแจ้ว สวยอมตะฉบับสาวพันปี ฆ่าได้หายมไม่ได้ ถ้าเป็นเรื่องของความสวย ถึงตีนกาจะมาเยือนก็เส้น ๆ ก็ยังสตีลฟิตแอนด์เฟิร์มได้สบายบรื้อ เรียกว่าถ้าคลีโอพัตราเป็นสาวสองพันปี รักษาความสาวไว้อมตะได้ด้วยการอาบน้ำแร่แช่น้ำนม และประพรมน้ำหอมตั้งแต่ศีรษะจดปลายเท้าจนเป็นที่หลงใหลคลั่งไคล้ของบุรุษอาชาไนย สาวรุ่นใหญ่แถวหน้าของเมืองไทยที่ทีม

ชาวไทยรัฐ บุ๊กไปพูดคุยด้วยในครั้งนี้นี้ก็ยังไม่ต่างจากสาวสองพันปี เพราะยังสวยพิถีพิถันระดับน้องๆ พระนางอียิปต์โบราณ อายุ 50 อ้วน ปาเข้าไปตั้ง 60 แต่ทำไมไม่แก่ไม่ร่วงโรยไปตามสังขาร อะเมซซิ่งน่าดู อันดับแรกขอททายาแก้คันไขสูลดความสาวของปู้ก อาภัสรา หงสกุล นางงามจักรวาล คนแรกของเมืองไทย อายุ 59 แล้ว แต่ยังสวยปังยิ่งกว่าอายุจริง... (ไทยรัฐ 2550, 3 มกราคม : 20)

อาภัสรา หงสกุลเป็นนางงามจักรวาลคนแรกของไทย ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นตำนานความงามคนหนึ่งที่เดียว โดยเฉพาะเมื่อคิดถึงเรื่องสวยช่อนอายุ ถ้าจะยกตัวอย่างคนที่สวยช่อนอายุ ภาพของเธอจะเด่นชัดที่สุด ดังเช่นข้อมูลข้างต้น บทสัมภาษณ์เกี่ยวกับเคล็ดลับในเรื่องการจัดการความงามของเธอจึงถูกตีพิมพ์ซ้ำแล้วซ้ำเล่าทั้งในหนังสือพิมพ์ นิตยสารและหนังสือ เช่น เคล็ดลับที่ไม่ลับของอาภัสรา (ไทยรัฐ. 2548, 21 กันยายน : 35) สุขภาพดีกับคนดัง (ญัฐนันท์ ศิริเจริญ. 2548 : 8-20) และอาภัสราได้นำความเป็นตัวตนของเธอซึ่งเป็นที่จับตาของสังคมในเรื่องของความงามแบบสวยช่อนอายุนี้ออกมาใช้เป็นประโยชน์ในทางธุรกิจสถานเสริมความงาม โดยใช้ภาพและข้อมูลของตนเองในการนำเสนอ ผสานกับการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากต่างประเทศ เป็นความเหมาะสมเจาะลงตัวในการพลิกผันในการใช้ร่างกายของตนเองที่เคยถูกจัดการความงามมาเป็นประโยชน์ทางการค้าที่ยังคงวนเวียนอยู่ในแวดวงความงามซึ่งมีส่วนในการสร้างและผลิตซ้ำความจริงและการจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะพบโฆษณาสถานเสริมความงาม Apasra's Beauty Slimming Spa. ของเธออยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์และนิตยสารเป็นระยะๆ โฆษณาแต่ละชิ้นจะมีการนำเสนอรูปของเธอประกอบ แต่ละรูปจะใช้เทคนิคใดในการสร้างภาพก็ตาม แต่สื่อให้เห็นใบหน้าและรูปลักษณะของเธอที่สวยและอ่อนเยาว์กว่าวัย 59 ปีของเธอมาก ตัวอย่างโฆษณาจากไทยรัฐ (2549. 20 พฤศจิกายน : 35) และ (2549. 8 กันยายน : 32)

สวยครบสูตรฉบับนางงามจักรวาล นวัตกรรมใหม่ล่าสุด ให้น้ำใส เปล่งปลั่ง เรียบเนียนดูเยาว์วัย ป้องกันริ้วรอยต่างๆ ด้วย Marine Collagen Treatment และ Supreme Caviar Treatment ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นหนึ่งในสุดยอดแห่ง Beauty Treatment ของโลก มีสำหรับทุกรุ่น ทุกวัย

สวยแบบทันสมัยด้วยไฮเทค ในราคาเป็นกันเอง Treatment ชนิดพิเศษ อาทิเช่น Marine Collagen Treatment ที่มีชื่อเสียงจากประเทศฝรั่งเศสและ Supreme Caviar Treatment จากประเทศอังกฤษ ซึ่งเป็นที่ยอมรับว่าเป็นหนึ่งในสุดยอดแห่ง Beauty Treatment ของโลก ช่วยกระตุ้นให้มีการสร้างคอลลาเจนสำหรับผิว เสริมสร้างการเจริญเติบโตของเซลล์ คืนความเปล่งปลั่ง สดใสให้ผิวเรียบเนียนและยืดหยุ่นดูเยาว์วัย ป้องกันการก่อตัวของริ้วรอยต่างๆ

คอลัมน์บันเทิงไทยรัฐ (2548. 21 กันยายน : 35) เขียนไว้ในหัวเรื่องเคล็ดลับไม่ลับของอาภัสรา ว่านวัตกรรม Hi-tech เหล่านี้ทำให้เธอยังคงความสวยมาจนทุกวันนี้

จะเห็นได้ว่าทรศนะจากสื่อมองการจัดการความงามในเชิงบวกคือ ชื่นชมสนับสนุน วิธีการนำเสนอของสื่อจะมีการจัดวางคอลัมน์เฉพาะ เช่น คอลัมน์บันเทิงไทยรัฐหน้า 35 ซึ่งเป็นหน้าที่มีการเสนอข่าวการเคลื่อนไหวของคนในวงการบันเทิง ซึ่งเป็นอาชีพที่ใช้หน้าตาในการแสดง คอลัมน์นี้จะเป็นการโฆษณาในรูปของการนำเสนอข่าว โดยใช้ดาราหรือคนดังที่มีชื่อเสียงเป็นผู้นำเสนอในเชิงประสบการณ์ ซึ่งมักจะเป็นการนำเสนอการจัดการความงามในด้านบวก คือผลของการจัดการความงามที่ทำให้ดูสาวสวยอ่อนวัยขึ้น นอกจากนั้นความถี่ในการนำเสนอก็จะเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่าความงามเป็นสิ่งที่สามารถจัดการได้ การนำเสนอข้อมูลของสื่อจึงมีส่วนในเรื่องของการสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุ

นอกจากนั้นยังมีโฆษณาผลิตภัณฑ์เพื่อลดริ้วรอย ทำให้ใบหน้าอ่อนเยาว์ได้ทั่วไปในหนังสือพิมพ์รายวันและนิตยสาร แนนอนที่โฆษณาเหล่านี้จะใช้ภาพของผู้หญิงที่มีใบหน้าสาวใส ไร้ริ้วรอยเป็นสื่อในการนำเสนอ เช่น โฆษณาเครื่องสำอางลอรีอัล (Loreal) เอสเซนส์ลดริ้วรอยสูตรบำรุงล้ำลึก เติมเต็มร่องลึกของริ้วรอย (Wrinkle decrease collagen filler) ประสิทธิภาพที่ผ่านการทดสอบแล้ว 20 % ริ้วรอยแลดูเรียบเนียนขึ้นหลังการใช้ครั้งแรก 98% ของผู้ทดลองใช้รู้สึกว่าร่องลึกของริ้วรอย แลดูตื้นขึ้นจนสังเกตได้ใน 3 สัปดาห์ 99% ของผู้ทดลองใช้รู้สึกว่าผิวยืดหยุ่นดีขึ้น (ไทยรัฐ. 2550. 4 เมษายน:25) นอกจากจะนำเสนอรูปของสาวสวยใสแบบอ่อนเยาว์แล้ว ยังมีการนำเสนอภาพจำลองผิวหน้าในลักษณะตัดขวางแสดงประสิทธิภาพการทำงานของครีมเปรียบเทียบก่อนและหลังใช้ประกอบข้อมูลแสดงประสิทธิภาพการทำงานของครีม และการวัดผลที่เป็นตัวเลขทำให้เห็นผลชัดเจนขึ้น เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและโน้มน้าวใจให้ทดลองใช้

ตัวอย่างของการสื่อความหมายเรื่องของการจัดการความงามที่มีผลต่อผู้บริโภคคือโฆษณาของเครื่องสำอาง SKII ซึ่งเป็นเครื่องสำอางราคาแพงของญี่ปุ่นที่มีโสภิตนภา นักแสดงเป็นผู้นำเสนอเน้นความสวยแบบหน้าใส ที่มีผู้ให้ตัวบท 3 คนกล่าวถึง คือคุณกบและคุณแจ้ที่เป็นผู้ใช้เครื่องสำอางญี่ปุ่นยี่ห้อดังซึ่งมีชื่อเสียงมาโดยตลอด เห็นโฆษณาในนิตยสารและโทรทัศน์ที่มีการโฆษณาหน้าในช่วงของการเปิดตัวสินค้า ยังมีความห่วงใยที่จะไปค้นหาที่เคาน์เตอร์เครื่องสำอางเพื่อซื้อมาทดลองใช้ไม่ได้ ทั้งที่เป็นเครื่องสำอางราคาแพง เพราะอยากหน้าใสแบบนั้นบ้าง ถึงแม้จะรู้ว่าเป็นการโฆษณาก็ตามที แต่ก็เป็นการใช้ในช่วงเวลานั้นๆ และเลือกทดลองเป็นบางอย่าง แล้วก็กลับไปใช้เครื่องสำอางเดิมที่เคยใช้ประจำเพราะรู้สึกได้ผลดีกว่า แต่มีบางคนที่ใช้ต่อเนื่องต่อมาเป็นประจำคือกรณีของคุณปอ อายุ 50 ปี ที่ยอมรับว่าเลือกใช้ SKII เพราะโฆษณา

พวกบำรุงใช้ SKII พอได้เห็นในโฆษณา ทำไมเลือก SK II? ก็หน้าใสไง ดูเด็ก ทำให้ดูเด็กเวลาไปเดินห้าง เห็นภาพโฆษณาตามบูธเครื่องสำอาง ก็น่ารักดี คนที่โฆษณา โสภิตนภาไปคิดว่าใช้แล้วจะหน้าใสแบบโสภิตนภา? คิดว่าใช้แล้วหน้าจะดีขึ้น มันก็น่าจะดีขึ้นนะ เพราะเป็น

ของญี่ปุ่น ผิดเอเชียด้วยกัน น่าจะOKไม่เหมือนของพวกขาแนลอะไรแบบนี้ที่เป็นของฝรั่ง....ครั้งแรกที่เข้าไปซื้อตั้งใจจะซื้อเอสเซนส์ที่เป็นตัวเด่น แต่คนขายเขาแนะนำให้ซื้อเป็นชุด มีโฟม เอสเซนส์และทรีทเม้นมอยเจอร์ ก็หมิ่นกว่าบาท เสียตายไหม? ไม่หรอกเพราะแพนซื้อให้ ตอนนีใช้ทั้งชุดเลยมีทั้งไว้ทเทนนิง อายครีม แมสลิฟเตอร์ เซรั่มครบชุดก็ 16,000 หรือเกือบ 20,000นะ ใช้ได้ประมาณ 3 เดือน ใช้แล้วพอใจไหม? ก็พอใจนะ ไม่แพ้ แต่ก่อนก็เคยแพ้เครื่องสำอางนะ ตอนวัยรุ่น หน้าเห่อเลย แต่ใจหนึ่งก็คิดว่าที่ไม่แพ้เพราะอาจเป็นเพราะเราแก่แล้ว ฮอริโมนมันไม่มีแล้ว พอใช้ดีเลยใช้มาตลอด รื้อรอยดีขึ้นไหม? ไม่รู้เหมือนกัน แต่คนชมว่าสวยขึ้น แพนไม่ได้ชม แต่เขาคงมองเห็นความเปลี่ยนแปลง เพราะเขาจะคอยถามว่าอะไรหมด จะเอาอะไรอีกไหม? เขาก็จะซื้อให้ ก็คงได้ผล ไม่งั้นเขาคงไม่ถาม...

จะเห็นได้ว่าการสื่อความหมายว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ผ่านสื่อและโฆษณาจึงเป็นช่องทางสำคัญหรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นช่องทางหลักที่ใช้ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความงาม

การสื่อความหมายผ่านการเรียงร้อยถ้อยคำ

การเรียงร้อยถ้อยคำที่ติดหูและจดจำง่ายเกี่ยวกับการจัดการความงามเป็นสิ่งที่ตอกย้ำให้เห็นว่า ไม่ว่าคุณจะมีหน้าตาแบบใดก็ตามความสวยงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ด้วยความรู้ทางการแพทย์ และการเรียงร้อยถ้อยคำเหล่านี้เป็นการนำเสนอโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางในการจัดการความงาม หรือโรงพยาบาลที่การทำศัลยกรรมตกแต่ง ซึ่งเป็นการใช้อำนาจของความรู้ความชำนาญเฉพาะทาง หรือสถาบันที่ได้รับการยอมรับในเรื่องการจัดการความงามทำให้มีพลังในการสร้างความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น

สวยโดยไม่ต้องพึ่งกรรมพันธุ์ เห็นจากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ริมถนนลาดพร้าวของโรงพยาบาลเวชธานี

ศัลยกรรมความงาม สวยได้ดังใจคุณ ชื่อหนังสือซึ่งจัดพิมพ์โดยโรงพยาบาลเวชธานี (2548)

สวยด้วยแพทย์ เห็นได้จากป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ริมถนนและโฆษณาในสิ่งตีพิมพ์ และหนังสือของคณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี (2545)

สวยได้ทุกวัน สวยที่ยั่งยืน โฆษณาของโรงพยาบาลยันฮี (2549)

สวยสิ่งได้ ชื่อหนังสือของแพทย์หญิงกุหลาบ จิตต์มิตรภาพ เจ้าของผิวดีคลินิก (2549)

เสกสรรค์...ปั้นสวย ชื่อหนังสือของนายแพทย์สุรสิทธิ์ ทัศนาวงศ์ ประธานกรรมการบริหารโรงพยาบาลบางมด(2545)

ปฏิบัติการแปลงโฉม ชื่อหนังสือของนายแพทย์โกสินทร์ แจ่มเพ็ชรรัตน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไบโอสติก จำกัด (2548)

เมื่อได้ฟังได้เห็นข้อความที่มีการเรียงร้อยอย่างไพเราะข้างต้น ข้าแล้วข้าอีก คงมีส่วนไม่น้อยต่อความคิดในการจัดการความงามของผู้หญิง เมื่อถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการความงาม

ผู้ให้ตัวบทส่วนใหญ่มักตอบว่าเชื่อว่าจะจัดการได้ ทำให้สวยขึ้นได้ เพียงแต่จะมาน้อย ย่อมขึ้นอยู่กับลักษณะใบหน้าเดิมของแต่ละคนได้ และมักจะยกตัวอย่างประโยคที่น่าเสนอไว้ข้างต้น เช่น

ความสวยงาม จัดการได้ดีคะ ทำได้แน่นอน ชัดที่สุดคือเรื่องการผ่าตัดทำศัลยกรรม
ใบหน้า สวยด้วยมีดหมอโงะคะ ที่เขาโฆษณาบ่อยๆ ก็โรงพยาบาลอะไรนะ รู้สึกจะยันฮี เคยเห็น
ป้าย และดูเหมือนจะมีหนังสือขายด้วย เคยเห็นแต่ไม่ได้ซื้อ เชื่อว่าเขาต้องทำแล้วสวยแน่คะ ไม่
จั่นคงไม่กล้าโฆษณาเปิดเผยแบบนี้ เขาต้องกลัวเสียชื่อ เคยอ่านข่าวว่ามีดาราไปทำที่นั่นเยะ
เหมือนกัน...ตอนนี้ยังไม่คิดทำหรอก แต่ถ้าจะทำก็คงไปดูที่เชื่อถือได้แบบนี้เหมือนกัน

การเรียงร้อยถ้อยคำที่แสดงให้เห็นว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ด้วยความรู้ของผู้เชี่ยวชาญ ผ่านโฆษณาที่มีการนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เช่นหนังสือพิมพ์ทำให้ผู้สนใจเกิดความคุ้นเคย เป็นสิ่งที่สามารถสื่อความหมายและโน้มนำไปสู่การจัดการความงามที่สถาบันนั้นๆ ได้ไม่ยาก โดยเฉพาะโรงพยาบาลยันฮีที่มีการประกาศตัวเป็นโรงพยาบาลเพื่อสุขภาพและความงามที่มีการเรียงร้อยถ้อยคำในโฆษณาผ่านสื่อจนติดหู คือสวยด้วยแพทย์ ซึ่งต่อมามีการตีพิมพ์คู่มือ 45 วิธีสวยด้วยแพทย์ออกมาตอกย้ำการสื่อความหมายว่าความงามสามารถจัดการได้ด้วยแพทย์ และต่อมามีการเปลี่ยนเป็นสวยได้ทุกวัน สวยที่ยันฮี “ศูนย์รักษาความสวย ความงามที่เปิดบริการทุกวัน ด้วยทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน ให้คุณ लेकरรักษาความงามได้ทุกวัน” โดยมีการแจ้งคำรักษาในการจัดการความงาม เบอร์โทรศัพท์และเว็บไซต์เพื่อการติดต่อ การนำเสนอข้อมูลเช่นนี้มีส่วนที่ทำให้ผู้หญิงไปรับการจัดการความงามที่นั่น เช่นคุณสวยที่ไปผ่าตัดเสริมจมูกที่โรงพยาบาลยันฮีเพราะคุ้นเคยกับคำว่าสวยด้วยแพทย์ที่มีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าการเรียงร้อยถ้อยคำประโยคนี้สามารถสร้างกระแสในการจัดการความงามด้วยแพทย์ในสังคมบริโภคนิยมที่ได้ผลเป็นอย่างดี ทำให้การทำศัลยกรรมเพื่อความงามกลายเป็นเรื่องธรรมดาที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และเมื่ออ่านหนังสือคู่มือ 45 วิธีสวยด้วยแพทย์ที่คณะแพทย์ของโรงพยาบาลแห่งนี้เขียนแล้วยังรู้สึกว่าการผ่าตัดเสริมจมูกเป็นสิ่งที่สามารถทำได้อย่างปลอดภัยโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ถึงแม้ในหนังสือจะกล่าวถึงภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้น แต่ก็เป็นที่แพทย์ผู้เชี่ยวชาญสามารถป้องกันและจัดการได้ คุณสวยเชื่อว่าที่นี่เป็นโรงพยาบาลเฉพาะทางในเรื่องการจัดการความงามโดยเฉพาะมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญประจำและกล้าโฆษณาอย่างเปิดเผยจึงน่าจะทำได้แล้วได้ผลดีเพื่อรักษาชื่อเสียง

การสื่อความหมายผ่านหนังสือเกี่ยวกับการจัดการความงาม

การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความงามผ่านหนังสือเป็นการสื่อความหมายในเรื่องของการจัดการความงามที่เข้าถึงง่ายและสามารถสื่อข้อมูลถึงผู้อ่านได้ในวงกว้าง เมื่อเข้าไปในร้านหนังสือใหญ่ ๆ เช่น ซีเอ็ด หรือนายอินทร์ จะพบการจัดหมวดหมู่ของหนังสือแยกเป็นประเภทต่าง ๆ หนึ่งในประเภทของหนังสือคือสุขภาพและความงาม ซึ่งถูกจัดรวมไว้ในหมวดเดียวกัน ในจำนวนหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความงามและรักษาผิวพรรณ ผู้เขียนมีทั้งผู้เชี่ยวชาญในเชิง

วิชาชีพ เช่น ตจแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญในการรักษาผิวพรรณ ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางศัลยกรรมความงาม หรือผู้มีความเชี่ยวชาญจากประสบการณ์ในการจัดการความงาม เช่น ช่างแต่งหน้า ดีไซน์เนอร์ หรือคนดังซึ่งแน่นอนที่มักจะเป็นผู้ที่สวอยซอนอายุ เขียนเล่าประสบการณ์ของตนเองในการจัดการความงาม ซึ่งมีวิธีการนำเสนอต่างกัน หนังสือที่เขียนโดยแพทย์มักจะมีการนำเสนอประวัติการศึกษาที่สร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางในสาขานั้นๆ และประสบการณ์การทำงานที่ใช้ความเชี่ยวชาญ แพทย์มักจะให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการจัดการความงาม โดยให้เหตุผลทางการแพทย์ประกอบ และมีการนำเสนอทั้งผลดีและความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น หรือที่เรียกว่าภาวะแทรกซ้อน แต่มักจะให้ข้อมูลไว้ว่าความเสี่ยงเหล่านี้เป็นสิ่งที่พบได้น้อยถ้าเป็นการปฏิบัติการโดยแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้นๆ หนังสือที่เขียนโดยแพทย์มักจะมีน้ำหนักในการสร้างความจริงมากที่สุด ด้วยอำนาจของความรู้เชิงวิชาชีพเฉพาะ ส่วนหนังสือที่เขียนโดยผู้ที่เชี่ยวชาญในเชิงประสบการณ์นั้น มักจะใช้ถ้อยคำและภาษาง่าย ๆ นำเสนอความรู้ที่ได้จากประสบการณ์ของตนเอง ซึ่งมีอำนาจในการสร้างความจริงได้เช่นกัน ถึงจะไม่หนักแน่นเท่าแพทย์ แต่ถูกทำให้เชื่อว่าเป็นสิ่งที่ใช้ได้ผลเพราะมีการพิสูจน์มาแล้วด้วยประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญนั้นๆ นอกจากนั้นแล้ว ผู้เชี่ยวชาญความงามยังหมายรวมถึงผู้หญิงที่มีอาชีพซึ่งใช้หน้าตาในการนำเสนอ เช่น ดารา นางงาม ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในการเขียนเล่าประสบการณ์ในการจัดการความงามของตนเองที่ทำให้สวอยซอนอายุ โดยมักจะใช้รูปที่สวอยซอนอายุของตนเองในการนำเสนอเป็นปก ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้อ่านมาก และมีหลายเล่มที่เป็นหนังสือขายดีมีการตีพิมพ์ซ้ำหลายครั้ง ผู้วิจัยรวบรวมหนังสือเกี่ยวกับการจัดการความงามภาษาไทยได้ 67 เล่ม โดยขอยกตัวอย่างเป็นบางเล่ม จำแนกตามตามประเภทความเป็นผู้เชี่ยวชาญของผู้เขียน ดังนี้

หนังสือที่เขียนโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมี 14 เล่ม ดังนี้

1. คุยกับหมอขอผิวสวย (2544) พิมพ์ครั้งที่ 4 เขียนโดย แพทย์หญิงโมนา อัศวิษณุ เขียนเกริ่นไว้ที่หน้าปกว่า “สรรพเคล็ดสู่การมีผิวดี เล่าแบบผู้เชี่ยวชาญ อ่านสนุกประสาผู้หญิงๆ”
2. สวยด้วยแพทย์:คู่มือ 45 วิธีสวยอย่างปลอดภัย (2545) พิมพ์ครั้งที่ 4 เขียนโดย คณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี
3. Beauty Guide (2547) เขียนโดย นายแพทย์ประวิตร พิศาลบุตร
4. คนรักหน้า :ศาสตร์แห่งการปราบริ้วรอยบนใบหน้าให้อยู่หมัด.(2547) พิมพ์ครั้งที่ 5 เขียนโดย แพทย์หญิงนันท์ภัทร สุภาพรรณชาติ
5. สมดุลแห่งชีวิต เพื่อสุขภาพและความงาม (2547) เขียนโดยแพทย์หญิงพัชร์ไพไล ทวีสิน เขียน เกริ่นนำไว้หน้าปกว่า “สิ่ว ผ่า กระ...เลื่อนหนามแทงใจ ดูแลผิวสวย...”

6. ศัลยกรรมความงาม สวยได้ดังใจคุณ (Make Me Beautiful) (2548) เขียนโดย Ami Sanada จัดพิมพ์โดยโรงพยาบาลเวชธานี
 7. ทุกเรื่องน่ารู้เกี่ยวกับโบท็อกซ์ (2548) เขียนโดย กองบรรณาธิการนิตยสารไกล์หมอ
 8. ปฏิบัติการแปลงโฉม (2548) เขียนโดย นายแพทย์โกสินทร์ แจ่มเพชรรัตน์ เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “พบเคล็ดลับความงาม-สุขภาพที่ทำให้คุณรู้สึกดีและดูดีได้ในหนังสือเล่มนี้ รวบรวมความยอดเยี่ยม จากนิตยสารชั้นนำ”
 9. สวยจริง ยิ่งนานวันยิ่งสวย(2548) เขียนโดย น.ท.พญ.อรรพรรณ กิจเชวงกุล เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “สูตรสำเร็จสร้างความสวยโดยไม่ต้องผ่าตัด ดูดีตั้งแต่ศีรษะจรดปลายเท้า เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญตัวจริง
 10. ผิวดี ดูแลได้ (2549) เขียนโดย แพทย์หญิง อรุณฯ ลีกุลเจริญ เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “หลากหลายเรื่องราวของสุขภาพผิวที่คุณหมออยากบอก”
 11. คนรักหน้า 2 ตอนครีม (2549) เขียนโดยแพทย์หญิงนันท์ภัทร์ สุภาพรรณชาติ เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “เลือกซื้อครีมบำรุงผิวในมุมมองของหมอ”
 12. สวยสั่งได้ (2549) เขียนโดย แพทย์หญิงกุลลาภ จิตต์มิตรภาพ เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “ความสวยเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้คน สัมผัสทุกอณูของความสวยได้ในเล่ม”
 13. ผิวสวย (2550) เขียนโดย ศ.ดร. นพ.สมศักดิ์ วรคามิน เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า Beauty Secret: the Untold Story
 14. สวยกับศัลยกรรมพลาสติก: การเผชิญหน้ากับความเป็นจริง (ม.ป.ป.) เขียนโดย จอร์จ วอง แพทย์ชาวสิงคโปร์ แปลและเรียบเรียงโดย อวยชัย ประพินพงษ์
- หนังสือที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามที่ไม่ใช่แพทย์ เช่น
1. Make up Easy (2545) เขียนโดย สกล ศิตศิริรัตน์ ครูสอนแต่งหน้าที่อายุน้อยที่สุดในเอเชีย.
 2. แต่งหน้าสวยด้วยตัวเอง (2545) พิมพ์ครั้งที่ 9 เขียนโดย ชรภาส โอภาสพันธ์ เมคอัพอาร์ติส เป็นหนังสือที่ขายดีมาก (Best seller)
 3. อ่อนเยาว์ลง 10 ปีภายใน 30 วัน (2548) เขียนโดย ดร. โกสิด โฉมมาตรดี แปลโดย สุรเชษฐ์ วงศ์หล่อ เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “เผยนวัตกรรมย่อนวัยเยาว์โดยไม่ต้องศัลยกรรม ”
 4. คู่มือการนวดและบริหารใบหน้าด้วยตัวเอง (2548) เขียนโดย เอ็ม. เจ.ซาเฟน แปลโดยอดุลย์ รัตนมันเกษม และทองแถม นาถจำนง เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า คู่มือ

หมอบประจำตัว ขจัดริ้วรอย ขจัดรอยย่น เสริมสุขภาพและความงามบนใบหน้าโดยไม่ต้องใช้ยา

5. 9 สูตรสวย (2549) เขียนโดย สิทธิ ศิริ เมคอัพอาร์ติสมืออาชีพ เขียนเกริ่นไว้ที่หน้าปกว่า “พบกับ 9 วิธีง่ายๆ ที่ทำได้จริง สวยด้วยตัวเองแต่ไม่ต้องจ่ายแพง”
6. สูตรลับความสวย เขียนโดย ไตแอน ไอรอน ผู้อยู่เบื้องหลังความสวยของเหล่านางแบบและดาราฮอลลีวูด เขียนเกริ่นไว้ที่หน้าปกว่า “เคล็ดลับที่สาว ๆ ทั่วโลกบอกต่อ ให้คุณทำตามได้อย่างง่ายและประหยัด”

หนังสือที่เขียนโดยผู้มีชื่อเสียงที่เกี่ยวข้องกับความงาม เช่น

1. Sirium's 30 Essence (2547) เขียนโดย สิเรียม ภักดีดำรงฤทธิ์ นักแสดงและเจ้าของสิเรียมบิวตี้ แอนด์สปา เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “เคล็ดลับสู่ความสวยและอ่อนเยาว์กว่าวัย เพื่อความดูดีในแบบของสาวที่ก้าวผ่านวัยเลขสาม”
2. Sexy Forever (2547) เขียนโดย เพ็ญพักตร์ ศิริกุล นักแสดง ผู้ได้รับฉายาว่า สวยแซ่บ สาวสองพันปี แสดง เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “สวย แซ่บ สาวสองพันปี เคล็ดลับดีของเพ็ญพักตร์ ศิริกุล”
3. Beauty Diary (2547) เขียนโดย มยุรา เสวตศิลา นักแสดง เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “สูตรลับฉบับสมบูรณ์ วิธีทำ 24 ชั่วโมงให้สวยและมีความสุข”
4. Feeling Good (2547) เขียนโดย ภทริยา ณ นคร ผู้จัดการฝ่ายประชาสัมพันธ์และ Buyer ร้าน Gucci ผู้เขียนบทความเกี่ยวกับเคล็ดลับความงามและวิทยาการเรื่องการอบรมบุคลิกภาพ เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “ พบเคล็ดลับของความงาม สุขภาพบุคลิกภาพ ที่ทำให้คุณรู้สึกดีและดูดีได้ในหนังสือเล่มนี้”
5. Slim up (2548) พิมพ์ครั้งที่ 5 เขียนโดย อังคณา ทิมดี นักแสดงและนางแบบที่ได้รับคำชื่นชมว่าเป็น ผู้หญิงที่มีรูปร่างสวย (เป็นหนังสือที่เป็น Best seller มีการตีพิมพ์ซ้ำในพ.ศ.2548 ถึง 5 ครั้ง) เขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “41 ปีพิตเปรี๊ยะ เบ๊ลี่ยความลับอีกครั้ง กับความสวยแซ่บของอังคณา ทิมดี สูตรลับแต่ไม่ลับที่จะทำให้คุณมีรูปร่างดีภายใน 30 วัน”
6. My way : Piyamas Monyakul.(2548) เขียนโดย ปิยะมาศ โมนยะกุล
7. สวยกล้าทำคมมีดกรีดเกล็ดดาว (2548)เขียนโดย ดาว มยุรี นักร้องลูกทุ่งชื่อดังเขียนเกริ่นนำไว้ที่หน้าปกว่า “แฉแฉ..ทุกกระบวนการเติมเต็มความสวย ไม่ว่าจะเป็้นคมมีดหรือเข็ม”

ผู้วิจัยตั้งใจคัดลอกชื่อหนังสือ ซึ่งบางเล่มใช้ชื่อเป็นภาษาอังกฤษ คุณวุฒิของผู้แต่งที่แสดงความรู้เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง เช่น ดร. นายแพทย์ แพทย์หญิง ซึ่งมีนัยยะในการแสดงความเชี่ยวชาญที่ผ่านการศึกษาในเชิงของวิชาชีพจากสถาบันที่เป็นทางการ หรือตำแหน่งทางวิชาการที่แสดงถึงความรู้และประสบการณ์และการมีผลงานที่ได้รับการยอมรับในพื้นที่ของตน เช่น รองศาสตราจารย์ ศาสตราจารย์ ตลอดจนข้อความที่มีการเกริ่นนำไว้ที่ปกหน้าหรือปกในของหนังสือ เพื่อแสดงให้เห็นวาทกรรมของภาษา ซึ่งมีคำสำคัญที่แสดงถึงปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องส่วยช่อนอายุและการจัดการความงาม ในช่วง พ.ศ.2547 ถึง 2549 จะเป็นช่วงที่มีการตีพิมพ์หนังสือประเภทนี้ออกมามากที่สุด แต่กระบวนการในการจัดพิมพ์หนังสืออาจจะต้องใช้เวลาในรวบรวมข้อมูลและการเขียน กว่าที่จะดำเนินการพิมพ์ให้แล้วเสร็จจนจัดจำหน่ายได้นั้นอาจจะต้องใช้เวลาไม่ต่ำกว่า 6 เดือนโดยประมาณ จึงอาจเป็นไปได้ว่าเริ่มมีการเขียนหนังสือมาก่อนแล้ว ตั้งแต่ พ.ศ.2544-2546 ก็เป็นไปได้ การเขียนหนังสือประเภทนี้จะต้องมีการสอดคล้องกับความต้องการของตลาด เป็นไปตามกระแสความนิยมของผู้อ่านตามบริบทของสังคม ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการความงาม เช่น ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการทำศัลยกรรมความงาม ผู้จัดการร้านนวดและเจ้าของธุรกิจความงาม เล่าให้ผู้เขียนฟังว่ากระแสความนิยมในเรื่องของการดูแลรักษาผิวพรรณเริ่มมีประมาณไม่เกิน 10 ปีที่ผ่านมา แต่ช่วงที่ความนิยมและความต้องการบริโภคมากขึ้นน่าจะอยู่ในช่วง 5-6 ปีมานี้ ซึ่งจะอยู่ในช่วงตั้งแต่ พ.ศ.2544 เป็นต้นมา และจะเห็นว่าจำนวนของหนังสือประเภทนี้ยังคงมีการตีพิมพ์อย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด จำนวนมิได้ลดลง และบางเล่มตีพิมพ์มากกว่า 1 ครั้ง หรือมีการตีพิมพ์มากจนเป็นหนังสือที่ขายดีมากในปีนั้น ๆ นอกจากนั้นรูปแบบของการจัดพิมพ์หนังสือประเภทนี้จะสวยงาม มีรูปภาพสีประกอบ ทำให้ต้นทุนในการพิมพ์สูง ทำให้ราคาจำหน่ายค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่มีราคาไม่ต่ำกว่า 150 บาท อยู่ในช่วงประมาณ 150-300 บาท โดยเฉพาะหนังสือเรื่องผิวสวยที่เขียนโดย ศ.ดร.นพ.สมศักดิ์ วรรณวิจิตร จำนวน 378 หน้าเป็นหนังสือที่หนาและมีราคาสูงที่สุดคือ 580 บาท ซึ่งนับว่ามีราคาสูงเมื่อเทียบกับราคาหนังสือในตลาด แต่ถึงแม้จะมีราคาสูงหนังสือประเภทเผยเคล็ดลับในการดูแลผิวพรรณก็ยังคงเป็นหนังสือที่มีการตอบรับดีมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าหนังสือประเภทนี้ส่วนหนึ่งเป็นการจัดการความงามด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ประหยัดไม่ต้องไปซื้อบริการที่มีราคาสูง ผู้อ่านจึงยอมเสียเงินซื้อถึงแม้จะมีราคาแพง จากข้อมูลข้างต้นเพิ่มน้ำหนักสนับสนุนว่าธุรกิจเกี่ยวกับความงามยังคงอยู่ในความนิยมอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าเศรษฐกิจจะมีความผันผวนก็ตาม

การที่หนังสือที่นำเสนอเรื่องการจัดการความงามมีจำนวนมากและมีผู้เขียนซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงาม 3 ประเภท คือผู้เชี่ยวชาญที่เป็นแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาอาชีพอื่นที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความงามซึ่งไม่ใช่แพทย์ เช่น ช่างแต่งหน้า และหนังสือที่เขียนจาก

ประสบการณ์ของผู้ที่มีชื่อเสียงในแวดวงที่ใช้ความงามในการประกอบอาชีพ เช่นนักแสดง นางงาม ผู้ที่มีรูปลักษณ์แบบสวยซ่อนอายุ ซึ่งถือได้ว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามอีกประเภทหนึ่ง ที่ได้รับการยอมรับจากสังคม แต่ละกลุ่มจะมีรูปแบบของการนำเสนอความรู้และเนื้อหาที่มีความแตกต่างกันตามภูมิหลังและระดับของการใช้ความรู้ในการจัดการความงามของผู้เขียน ทำให้ผู้สนใจในการจัดการความงามเลือกอ่านหนังสือที่มีรูปแบบการนำเสนอที่สามารถสื่อความหมายได้ตรงกับความต้องการ ผู้ที่ให้ตัวบทเลือกอ่านหนังสือแตกต่างกัน เช่น คุณจี อายุ 50 ปีซึ่งเป็นผู้ที่มีความสนใจในเรื่องของการดูแลตนเองในเรื่องความงามมาก ทั้งการจัดการความงามด้วยตนเอง เช่น การใช้เครื่องสำอางและเครื่องมือเพื่อการดูแลผิวหน้า และการจัดการความงามที่สถานบริการเพื่อความงามเช่นการนวดหน้า เป็นคนที่ชอบแสวงหาความรู้เกี่ยวกับความงามที่รู้สึกว่ามีข้อมูลใหม่ๆ ออกมาอยู่เรื่อย คุณจีเป็นคนชอบอ่านหนังสืออยู่แล้ว ปกติจะอ่านนิตยสาร เช่น แพรวและดิฉันเป็นประจำ ซึ่งจะมีเนื้อหาในเรื่องของการจัดการความงามอยู่บ้าง นอกจากนั้นยังชอบอ่านหนังสือที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ประเภท ในมุมมองที่ต่างกัน เช่น หนังสือสวยสง่างาม และหนังสือคนรักหน้า 1 และ 2 สวยจริงยิ่งนานวันยิ่งสวยซึ่งเขียนโดยแพทย์ เพราะรู้สึกว่าเป็นการให้ความรู้โดยแพทย์ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางมีความรู้จริงและน่าเชื่อถือมากกว่าคนที่ไม่ใช่แพทย์ และแพทย์จะให้ข้อมูลทั้งในเรื่องของความรู้และวิธีการจัดการความงามที่ละเอียดกว่าและมีการบอกเหตุผลและข้อดี และปัญหาที่อาจเกิดขึ้นและแนวทางแก้ไขไว้ด้วย ทำให้เธอมีความรู้และหาทางเลือกในการจัดการความงามอย่างมั่นใจมากขึ้น แต่คุณจีจะไม่อ่านหนังสือเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามเพราะยังไม่อยู่ในความสนใจขณะนี้ ส่วนหนังสือที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญประเภทอื่น เธออ่านอยู่หลายเล่ม เช่น แต่งหน้าสวยด้วยตนเอง คู่มือการนวดและบริหารหน้าด้วยตัวเอง และสูตรลับความสวย หนังสือในกลุ่มนี้มักจะบอกแนวทางปฏิบัติที่เชื่อว่าได้ผล เพราะเขียนโดยคนที่มีประสบการณ์ในการจัดการความงามจริงๆ ซึ่งอาจมีการให้ความรู้และเหตุผลที่อ่านแล้วเข้าใจง่ายๆ เน้นในแง่ของการนำไปใช้โดยมีรูปประกอบ สามารถนำไปทำได้ด้วยตนเอง เช่น เรื่องของการทำความสะอาดผิวหน้า การนวดหน้าเพื่อป้องกันและลดริ้วรอยด้วยตนเองเป็นต้น ส่วนหนังสือที่เขียนโดยผู้มีชื่อเสียงนั้นเธอจะเลือกซื้อเฉพาะบางเล่มที่ชอบผู้เขียน เช่น Sirium's 30 Essence เขียนโดย สิริยม ภัคดีดำรงฤทธิ์ และ Beauty Diary เขียนโดยมยุรา เศวตศิลา ซึ่งทั้งสองคนเป็นผู้ที่ดูสวยและอ่อนกว่าวัย ทำให้อยากรู้เคล็ดลับว่าทำอย่างไร เพื่อจะนำมาใช้บ้าง ทั้งสองเล่มเป็นการเขียนเล่าประสบการณ์ที่ผู้เขียนใช้ในชีวิตประจำวัน ที่น่าสนใจเพราะจะแทรกเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเกี่ยวกับการจัดการความงามตามความคิดเห็นและประสบการณ์ของผู้เขียน เช่น มยุราจะบอกว่าเธอใช้เครื่องสำอางยี่ห้อใดบ้าง ซึ่งเธอก็เคยไปซื้อมาลองใช้เหมือนกัน แต่ไม่ได้ใช้ต่อเนื่องเพราะส่วนใหญ่จะเป็นของที่มีราคาแพงมาก ส่วนหนังสือของสิริยมจะให้ความรู้และเนื้อหาในรายละเอียดมากกว่าของมยุรา แต่ทั้งสองเล่ม

เป็นหนังสือที่อ่านสนุกและได้ความรู้ในการจัดการความงามที่นำไปใช้ได้ แต่ในกรณีของน้ำของคุณกั้งที่เป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำเลเซอร์ที่ใบหน้าและเป็นผู้พาคูกั้งซึ่งเป็นผู้ให้ตัวบท อ่านหนังสือสวดด้วยแพทย์ เขียนโดยแพทย์หญิงกุหลาบ จิตต์มิตรภาพ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการทำเลเซอร์ผิวหนัง เจ้าของผิวดีคลินิก หลังจากนั้นจึงไปรับบริการที่คลินิกนี้และพาหลานสาวไปทำด้วย ส่วนคุณแจ้จะไม่อ่านหนังสือที่แพทย์เขียนเพราะรู้สึกว่าจะมีเนื้อหาที่เป็นวิชาการมากเกินไป เธอต้องการรู้แค่วิธีการจัดการความงามที่สามารถนำไปทำได้เอง ชอบอ่านหนังสือที่เข้าใจง่ายและมีรูปประกอบ เช่น 9 สูตรสวด ที่เขียนโดยช่างแต่งหน้ามืออาชีพ และ Beauty Diary ของมยุรา ซึ่งเธอรู้สึกว่ามีความประโยชน์และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ โดยเฉพาะเรื่องของการใช้เครื่องสำอาง

จะเห็นได้ว่าหนังสือจึงเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สื่อความหมายว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ และสามารถสื่อความหมายในเรื่องของการจัดการความงามถึงผู้หญิงได้ หนังสือเกี่ยวกับการจัดการความงามที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญแต่ละประเภทช่างด้านต่างมีจุดเด่นและรูปแบบของการนำเสนอความรู้ในการจัดการความงามที่แตกต่างกัน เป็นการเพิ่มพื้นที่ในการสื่อข้อมูลไปยังผู้ที่สนใจในการจัดการความงามได้ทั่วถึงมากขึ้น เพราะถึงแม้จะมีความสนใจในการจัดการความงามเป็นเป้าหมายหลักเช่นเดียวกัน แต่มีลักษณะนิสัยและความสนใจในรายละเอียดที่อาจจะแตกต่างกันบ้าง นอกจากนั้นข้อมูลจากหนังสือเหล่านี้ยังเป็นการเชื่อมโยงและนำไปสู่การจัดการความงามด้วยรูปแบบและวิธีการอื่นๆซึ่งผู้อ่านอาจจะยังไม่เคยทำมาก่อน เป็นการกระตุ้นและเชิญชวนให้ทดลองส่วนความนิยมและความสนใจที่มีต่อหนังสือแต่ละเล่มมักจะขึ้นอยู่กับความมีชื่อเสียงของผู้เขียน เช่นหนังสือสวดสั่งได้ของแพทย์หญิงกุหลาบ จิตต์มิตรภาพ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางโรคผิวหนัง โดยเฉพาะเลเซอร์เพื่อความงามและยังเป็นเจ้าของคลินิกที่จัดการความงามซึ่งเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงทั้งความรู้และประสบการณ์ในการใช้วิชาชีพแพทย์เฉพาะทางเพื่อจัดการความงาม หนังสือ Beauty Diary ของมยุรา เซตศิลปินนักแสดงที่มีชื่อเสียงและสวยช่อนอายุ ทำให้คนอยากรู้เคล็ดลับในการจัดการความงามของเธอ เพราะเห็นภาพของเธอเป็นประกันในเรื่องของผลลัพธ์อยู่แล้ว ส่วน Sirium's 30 Essence เขียนโดย สิริียม ภักดีดำรงฤทธิ์ นั้นนอกจากจะเป็นนักแสดงที่มีชื่อเสียงและสวยช่อนอายุแล้ว ยังเป็นเจ้าของสถานบริการเพื่อความงามด้วย สิริียมจึงเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามทั้งโดยประสบการณ์และอาชีพ หนังสือที่เธอเขียนจึงมีเนื้อหาและรายละเอียดในเรื่องของวิธีการจัดการความงามมากกว่ามยุราที่เป็นการเล่าถึงประสบการณ์เป็นส่วนใหญ่

สถานบริการความงามที่ใกล้ตัว สะดวกและเข้าถึงง่าย

เมื่อก้าวเข้าไปในศูนย์การค้าขนาดใหญ่ที่มีอยู่ทุกมุมเมืองคุณจะได้พบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความงาม เช่นร้านขายเครื่องสำอาง ร้านขายยาและอาหารเสริมซึ่งมีผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณและความงามจำหน่ายด้วย สถานบริการความงามและคลินิกแพทย์ที่ให้การดูแลรักษาแก้ปัญหา

เรื่องผิวพรรณ ซึ่งเป็นการจัดการความงามเปิดให้บริการอยู่แน่นอน ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างการสำรวจข้อมูลที่ ศูนย์การค้าแห่งหนึ่งคือเดอะมอลล์สาขาบางกะปิ ผู้วิจัยคิดว่าถึงแม้ลักษณะของโครงสร้างการตกแต่ง หรือลักษณะของผู้ที่มาใช้บริการของศูนย์การค้าแต่ละแห่งอาจมีสเนียมและลักษณะที่แตกต่างกันอยู่บ้าง ซึ่งอาจจะมีผลที่ทำให้จำนวนและประเภทของสถานบริการความงามมีความแตกต่างกัน แต่การแทรกตัวของธุรกิจความงามจะมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจในเดือนมกราคม 2550 พบว่าที่ศูนย์การค้าแห่งนี้มี 4 ชั้น มีการแบ่งพื้นที่ของสินค้าและบริการในแต่ละชั้น แต่พบว่าธุรกิจในเรื่องของการบริการเพื่อความงามจะแทรกอยู่ในพื้นที่ศูนย์การค้าชั้น G ซึ่งเป็นชั้นที่มีร้านจำหน่ายสินค้าเบ็ดเตล็ด และมีศูนย์อาหาร แต่ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ชั้น 1 และชั้น 2 เป็นพื้นที่ของธุรกิจเพื่อความงามเช่น ร้านขายเสื้อผ้าและเครื่องประดับฯ ส่วนชั้น 3 ส่วนใหญ่จะเป็นร้านขายเฟอร์นิเจอร์และชั้น 4 เป็นสถานบันเทิง เช่นโรงภาพยนตร์และสวนสนุก ร้านจำหน่ายยา อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์บำรุงรักษาผิวและเครื่องสำอางซึ่งไม่มีบริการจัดการความงามมี 6 ร้าน อยู่ที่ชั้น G และ ชั้น 1 ได้แก่ Health, Boots, GAC, Watsons, Cosmeda และ Oriental Princess ส่วนสถานบริการเพื่อการจัดการความงามในเรื่องการดูแลรักษาผิวพรรณมี 18 ร้าน อยู่ที่ชั้น G ชั้น 1 และชั้น 2 ได้แก่ Yves Rocher, Beauty Face, Body Shape, Skin Health Care 4, The Beauty Shop, Frongce, คริสตี้ ฟรอนซ์, สดปรารณา, สะบันงา, Beauty & Relax, Chamal Spa, Fair Beauty, Spasha, The Face Spa, มีบางร้านที่อยู่ในเครือเดียวกันเปิดบริการถึง 2 แห่งแต่คนละชั้น คือ Pan Beauty Center และ Pan Clinic ส่วนคลินิกแพทย์ที่ดูแลและรักษาเกี่ยวกับปัญหาผิวพรรณ และมีบริการจัดการความงามร่วมด้วยมี 8 แห่ง อยู่ที่ชั้น 1 และชั้น 2 ได้แก่ คลินิกแพทย์วัฒน์ & Beauty Café, ธีระสุคลินิก ราชเทวีคลินิก พรเกษมคลินิก คลินิกมวชน ชำนาญคลินิก เดิร์มแคร์คลินิก และนิติพลคลินิก ทั้งนี้ยังมีร้านเสริมสวยที่เน้นการทำผมเป็นหลักแต่มีบริการนวดหน้าด้วยอีกจำนวนหนึ่ง นอกจากนั้นภายในห้างสรรพสินค้าเดอะมอลล์ยังมีเคาน์เตอร์จำหน่ายยาและอาหารเสริมรวมทั้งผลิตภัณฑ์บำรุงผิวอีก 2 แห่ง และภายในซูเปอร์มาร์เกตในชั้นG ก็มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีความหลากหลายมาก ที่ชั้น G และชั้น 1 ยังมีเคาน์เตอร์เครื่องสำอางชนิดต่างๆอีกเป็นจำนวนมากที่มีหลายระดับราคาตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักหมื่น ซึ่งบางเคาน์เตอร์จะมีการกันพื้นที่เพื่อให้บริการนวดหน้าด้วย ซึ่งมีผู้ให้ตัวบทหลายคนที่ใช้บริการจากสถานบริการเพื่อความงาม หรือซื้อเครื่องสำอางและนวดหน้าที่เคาน์เตอร์เครื่องสำอางในห้างสรรพสินค้า หรือซื้อผลิตภัณฑ์และอาหารเสริมจากร้านจำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามในศูนย์การค้า เช่น คุณจุ๊ที่ใช้บริการทั้งการนวดหน้าที่สถานบริการเพื่อความงามภายในศูนย์การค้าเป็นประจำ คุณปอที่ซื้อเครื่องสำอาง SKII จากเคาน์เตอร์เครื่องสำอางและมักจะซื้อวิตามินและอาหารเสริมที่ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ที่อยู่ภายในศูนย์การค้า และคุณกบ

คุณแจ้ที่ซื้อเครื่องสำอางและเครื่องอัลตราโซนิกและจากเคาน์เตอร์ภายในห้างสรรพสินค้า เช่นเดียวกัน หรือคุณกั้งที่ได้รับการทำเลเซอร์โดยแพทย์เพื่อลดจุดต่างด่างดำที่หน้าจะเห็นได้ว่ากิจกรรมเกี่ยวกับการจัดการความงามเกือบทุกประเภทมีการดำเนินการที่ศูนย์การค้าซึ่งเป็นพื้นที่สำคัญของ การบริโภคในสังคมบริโภคนิยม เนื่องจากภายในศูนย์การค้ามีการเสนอทางเลือกในการจัดการ ความงามที่หลากหลายสามารถเข้าถึงได้ง่าย มีทุกระดับของการใช้ความรู้ในการจัดการความงาม ตั้งแต่การแนะนำความงามที่เคาน์เตอร์เครื่องสำอาง การจัดการความงามโดยผู้เชี่ยวชาญที่สถาน บริการเพื่อความงาม หรือการจัดการความงามโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่คลินิก

ดังนั้นถึงแม้จะไม่ได้ตั้งใจจะใช้บริการเกี่ยวกับความงามเลยก็ตาม แต่ขณะที่เดินดูสินค้า หรือบริการอื่น ๆ หรือแม้แต่รับประทานอาหาร คงยากที่จะอดใจไม่หันไปเมียงมอง เพราะร้าน ประเภทนี้มีจำนวนมากและแทรกอยู่เกือบทุกชั้นของห้างสรรพสินค้าและมีการใช้เทคนิคทาง การตลาดและการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เพราะเป็นประเภทธุรกิจซึ่งขายบริการในเรื่อง ของความพอใจที่มีการแข่งขันสูงเช่นการตกแต่งหน้าร้านที่มีลักษณะสวยงาม สะอาดและหรูหรา เชิญชวนให้สนใจ เข้าไปอ่านข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความงามจากแผ่นโฆษณาขนาดใหญ่ที่ติดไว้ หน้าร้าน บางร้านจะมีการใช้ภาพนักแสดงที่มีชื่อเสียงในรูปลักษณะที่สวยงามอ่อนเยาว์ โดยมีการ บรรยายว่าเป็นผลจากการจัดการความงามจากที่นี่ บางร้านมีพนักงานมายืนเชิญชวนอยู่หน้าร้าน และอธิบายประกอบการแจกแผ่นพับ บางแห่งมีแผ่นพับวางไว้ให้ผู้สนใจหยิบอ่านได้เองตามสะดวก ส่วนใหญ่จะตกแต่งหน้าร้านด้วยกระจกที่ผู้ที่เดินผ่านหน้าร้านจะมองเห็นการดำเนินกิจกรรมบางส่วน ภายในร้าน ซึ่งสามารถเปิดประตูเดินเข้าไปถามข้อมูลเพิ่มเติมจากเจ้าหน้าที่ภายในร้านในเครื่องแต่ง กายที่สวยงาม สะอาด เรียบร้อย ส่วนใหญ่จะมีแบบฟอร์มของร้านที่มีลักษณะคล้ายชุดสุท ที่จะให้ คำแนะนำด้วยอัตราค่าไม่ตรี และมีเทคนิคในการนำเสนอที่เชิญชวนและกระตุ้นให้ใช้บริการ ไม่ว่าจะ เป็นคลินิกแพทย์หรือสถานบริการความงามต่างเน้นในการนำเสนอความเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีอ าศีพในการจัดการความงาม โดยเฉพาะถ้าเป็นคลินิกแพทย์จะมีการเขียนชื่อแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและ ต่อท้ายด้วยวุฒิบัตรไว้ให้เห็นหน้าคลินิก นอกจากนั้นภายในบางคลินิกจะมีประกาศนียบัตรหรือ วุฒิบัตรรับรองความเชี่ยวชาญของแพทย์ติดไว้ให้เห็นชัด ส่วนในสถานบริการความงามบางแห่ง ขณะให้บริการผู้ให้บริการจะใส่เสื้อกาวน์คล้ายกับเสื้อของแพทย์ด้วยซึ่งอาจเป็นเพราะเสื้อกาวน์เป็น รูปสัญลักษณ์ของเสื้อที่มีความหมายแฝงถึงความเป็นผู้มีความรู้และความเป็นมืออาชีพในเรื่องของการ ดูแลรักษาสุขภาพ ซึ่งส่วนใหญ่ผู้สวมใส่จะเป็นแพทย์ เกสักรที่ผ่านการศึกษาอบรมเฉพาะทางอย่าง เป็นทางการและได้รับการรับรองว่ามีความรู้ความชำนาญในการประกอบวิชาชีพของตนได้เป็นอย่างดี และถึงแม้คุณจะมีรายได้ไม่สูงนักก็สามารถเลือกใช้บริการที่มีหลายระดับราคาให้เลือกตามความ

พอใจ เป็นการหลอกล่อของสังคมบริโภคนิยมที่สร้างกับดักให้ผู้หญิงถูกกระทำให้เสมือนมีโอกาเลือกได้ตามความพอใจ ไม่มีการบังคับแต่เป็นความเต็มใจและพอใจที่จะทำ

ในสังคมบริโภคนิยม ศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้าได้ถูกสร้างขึ้นให้เป็นพื้นที่พิเศษที่มีความหมายมากกว่าการซื้อขายสินค้าและบริการเท่านั้น โดยเฉพาะในสังคมเมืองที่คนต้องถูกบีบรัดในเรื่องของการทำงานหนักเพื่อหารายได้มาใช้จ่ายในการบริโภค ความคับแคบแออัดในเรื่องของที่อยู่อาศัย ทำให้คนจำนวนมากใช้ศูนย์การค้าเป็นที่พักผ่อน คลายความเครียดจากการทำงานและหาความสุขความพอใจให้ตนเอง ที่นี้มีสินค้าบริการทุกอย่างที่ต้องการและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน ไม่ว่าจะเป็นทำเลที่ตั้งที่กระจายตัวอยู่ทั่วมุมเมืองใกล้บ้านของคุณ ที่จอดรถ และศูนย์อาหารตลอดจนสถานบันเทิงเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น โรงภาพยนตร์ สวนสนุก ก็รวมอยู่ที่นี่ จึงไม่แปลกที่ทั้งในวันธรรมดาและวันหยุดผู้คนก็ยังคราคร่ำที่ศูนย์การค้า และมีการขยายสาขาของห้างดังมากขึ้นเรื่อย ๆ ชิลด์ (Shields.1992:48-49) ได้กล่าวถึงลักษณะของศูนย์การค้าหรือสรรพสินค้าว่าเป็นมีพื้นที่ทางกายภาพที่มีขนาดใหญ่แต่ถูกจัดกระทำและควบคุมพื้นที่ภายในห้างแห่งนั้นแยกจากความวุ่นวายที่เกิดขึ้นภายนอก ไม่ว่าจะเป็นอุณหภูมิที่เย็นสบายด้วยเครื่องปรับอากาศ การออกแบบและจัดวางสินค้า (Display) ให้น่าสนใจและดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาเยี่ยมชม ถึงแม้จะไม่มีเงินพอที่จะซื้อและเป็นเจ้าของแต่สัมผัสจับต้องและจินตนาการได้ สิ่งที่ไม่อาจเกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวันเกิดขึ้นได้ที่นี้ พื้นที่แห่งนี้จึงเป็นพื้นที่แห่งความฝัน ความหวัง และจินตนาการ การสร้างความจริง การจัดฉากเหมือนจริงหรือเหนือกว่าจริง (Hyperreal) การมาเดินห้างท่ามกลางผู้คนรอบข้างมากมายแต่ก็สามารถสร้างความเป็นส่วนตัวได้ ถ้าไม่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์กับใครสามารถแสวงหาความสุขและความพึงพอใจด้วยตนเองโดยการบริโภค ซึ่งกลายเป็นสิ่งเสพติดกระหายที่จะบริโภค บริโภคเพื่อความหวังในการสร้างตัวตนให้เป็นดังปรารถนา ทำให้รู้สึกพร่อง หรือถูกกระตุ้นให้สร้างความหวังใหม่ ทำให้เกิดการบริโภคต่อไป (Bauman. 2000 : 81) เช่น เมื่อไปที่ศูนย์การค้าผู้บริโภคจะสัมผัสได้กับปฏิบัติการที่มีส่วนในการสร้างความจริงเรื่องสวຍซอนอายุและการจัดการความงาม ซึ่งมีการเชื่อมโยงระหว่างความจริงจินตนาการและความหวังที่กระตุ้นให้เกิดการบริโภคเพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานความงามที่ถูกสร้างขึ้นคือสวຍแบบอ่อนเยาว์ เช่น คุณจีซึ่งเป็นผู้ใช้เครื่องสำอางและไปนวดหน้าเป็นประจำที่ศูนย์การค้าแล้วว่า

ไปนวดหน้าที่บ้านประจำที่เดอะมอลล์ค่ะ ปกติก็ไปเดินเล่นเป็นประจำอยู่แล้ว หลังเลิกงานจะกลับบ้าน มันเป็นทางผ่าน ก็แวะ กินข้าว ดูของ เดินเล่น มันสบายคลายเครียดดี มีทุกอย่าง สะดวกด้วย มีที่จอดรถเสมอ แวะที่ก็ได้หลายอย่าง บางทีก็ไปดูว่ามีอะไรใหม่ ๆ มาบ้าง จะได้ไม่ตกยุค ที่นี่มีร้านนวดหน้า แยะ ก็ทำมาหลายร้านค่ะ บางร้านก็ทำเป็นครั้ง ถ้าชอบก็จะเปิดเป็นคอร์สแล้วก็ทำต่อ ถ้าไม่ชอบก็ทีเดียวเล็ก ...เครื่องสำอางที่ใช้หะอะคะ ก็ซื้อที่ห้างนี้แหละคะ ใช้เป็นประจำมันมีสะสมแต้มและแลกของได้ ของที่ให้แลกก็เป็นของดีนะคะ

การสร้างคความหมายเรื่องความสวดยของผู้หญิงจึงเป็นการทำให้ความสวดยเป็นคุณสมบัติของผู้หญิงเป็นส่วนหนึ่งของสุขภาพและผูกโยงไว้กับเรื่องของความสวดยซึ่งเป็นสิ่งที่ถูกทำให้เชื่อว่าสามารถจัดการได้ด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทยโดยมีการสื่อความหมายซ้ำ ๆ ผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มีอยู่หลากหลายในบริบทของสังคมบริโภคนิยม โดยทำให้เป็นสิ่งที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีการโยงใยประสานกันระหว่างการสื่อความหมายในการจัดการความงามของผู้หญิงของสื่อข้างต้น ดังเช่น กรณีของโรงพยาบาลยันฮีที่มีการสื่อความหมายผ่านหนังสือที่เขียนโดยแพทย และโฆษณาที่มีการเรียงร้อยถ้อยคำ นำเสนอเป็นการตอกย้ำให้เห็นว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ด้วยแพทย ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง โดยมีศูนย์การค้าเป็นพื้นที่สำคัญในการจัดการความงาม

บทที่ 5

สวยซ่อนอายุ : ความงามที่จัดการได้

ความงามของผู้หญิงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น โดยเฉพาะความงามแบบสวยซ่อนอายุ ซึ่งเป็น การพยายามเอาชนะธรรมชาติเพื่อชะลอหรือต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของผิวหนังที่ทำให้เกิดริ้วรอย แห่งวัย สร้างความงามโดยการนำความรู้มาใช้ในการจัดการร่างกายของผู้หญิง ซึ่งถูกกระทำเหมือน สิ่งของที่แปรรูปได้ด้วยอำนาจของความรู้

ความรู้ที่ใช้ในการจัดการความงาม

การจัดการความงามไม่ใช่เรื่องใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้นในบริบทของสังคมบริโภคนิยมเท่านั้น แต่ เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นมาเป็นเวลาเนิ่นนาน อาจกล่าวได้นับเป็นพันปีดังที่มีการกล่าวถึงใน ประวัติศาสตร์ทั้งของตะวันตกและตะวันออก ว่าผู้หญิงที่ถึงแม้จะอยู่คนละซีกโลกต่างก็มีวิธีการประทีน โฉมเพื่อคงไว้ซึ่งความสาวสวย มีตำนานของการสร้างความงามที่เป็นอมตะ จนมีการนำมากล่าว ชมเชยผู้หญิงที่ยังคงความงามไว้ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามอายุว่าเป็นสาวสองพันปี แต่ถึงแม้เรื่องของ ความนิยมในเรื่องของความงามจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยตามบริบทของสังคม ทำให้ ร่างกายของผู้หญิงต้องถูกสร้างเสริมเติมแต่งให้เป็นไปตามกระแสนิยมก็ตามแต่สิ่งที่ไม่เคย แปรเปลี่ยนเลยคือความต้องการคงความสาวสวยไว้ให้นานเท่านาน ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงที่อยู่ในสังคม หรือซีกโลกใดล้วนถูกสร้างให้มีความปรารถนาเดียวกันคือสวยซ่อนอายุ และพยายามเสาะหาวิธีการ ต่างๆเพื่อบำรุงรักษาผิวพรรณไม่ให้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามวัยมาโดยตลอด เพียงแต่ในอดีต ความรู้แบบดั้งเดิมถูกนำมาจัดการความงามเพื่อให้ผู้หญิงสวยตามความงามที่ถูกสร้างขึ้นตามบริบท ของสังคมในขณะนั้น แต่ในสังคมแห่งความทันสมัยภายใต้เศรษฐกิจแบบทุนนิยม โดยเฉพาะ ประเด็นเรื่องสวยซ่อนอายุ ถูกนำมาใช้ในการแสวงหาประโยชน์ทางธุรกิจในการจัดการร่างกายของ ผู้หญิงเพื่อความงามผ่านการบริโภครูปแบบต่าง ๆ โดยใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์เป็น พื้นฐาน ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์และเทคโนโลยีในการจัดการความงามจึงมีการพัฒนาขึ้น โดยมีเจตจำนงอยู่เบื้องหลัง ผู้วิจัยต้องการคลี่คลายให้เห็นว่าปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่อง สวยซ่อนอายุเป็นปฏิบัติการของความรู้

ความรู้แบบดั้งเดิมที่ถูกนำมาใช้ในการจัดการความงาม

ความรู้แบบดั้งเดิมในที่นี้ผู้วิจัยหมายถึงความรู้ที่ใช้ในการจัดการความงามก่อนความรู้ ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ ซึ่งเป็นการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาใช้ในการปรุงแต่งเพื่อประทีนโฉม

ของผู้หญิง เพื่อหาวิธีการเสริมความงามของร่างกายให้สวยกว่าที่ธรรมชาติสร้างมา โดยเฉพาะในเรื่องของการบำรุงผิวพรรณทั้งซีกโลกตะวันตกและซีกโลกตะวันออก ต่างก็มีภูมิปัญญาของตนในการจัดการความงามที่ยังคงมีการถ่ายทอดสืบต่อกันมาเช่นเดียวกัน

การจัดการความงามของโลกตะวันตกนั้น สามารถสืบย้อนกลับไปได้จนถึงยุคนุสย์ถ้ามีหลักฐานว่ามนุษย์ถ้าสมัยก่อนคริสตกาลใช้น้ำมันละหุ่งและหุ่นขี้ผึ้งโลกมาทาผิวเพื่อให้ผิวนุ่มขึ้นและป้องกันผิวแตกกระแงจากอากาศหนาว ทั้งยังมีการใช้ใบไม้ตากแห้งบดละเอียดมาทาผิวเพื่อแต่งแต้มความงามด้วย ในช่วงแรกคริสตกาล ในยุคนั้นผู้คนใช้โลชั่นที่มีส่วนผสมของน้ำมันมะกอกและเครื่องเทศมาทาผิวกันแต่ก็มีการสกัดน้ำมันหอมระเหยจากดอกไม้มาชโลมเส้นผม เพื่อให้มีกลิ่นหอมจูงใจตลอดเวลา ผู้หญิงในประวัติศาสตร์สมัยอียิปต์โบราณคือพระนางคลีโอพัตราที่ถูกกล่าวขานว่าเป็นหญิงที่สวยงามที่สุดได้ใช้วิธีการปรุงเครื่องประพินโฉมเพื่อบำรุงผิวพรรณและแต่งแต้มสีสันทนใบหน้าให้งดงาม โดยใช้หินสีต่าง ๆ มาบดและผสมกับน้ำคั้นจากกลีบบุหลาบ นำมาแต่งแต้มใบหน้า เพื่อให้ดูมีเลือดฝาด ใช้หินสีดำป่นเป็นผง วาดขอบตาให้งามซึ่ง อาจแซ่ดไว้ทำมาจากหินบดละเอียดป่นเป็นผงผสมน้ำผึ้งให้ข้น ลิปสติกสูตรลับของพระนางได้มาจากการบดปีกของเต่าทองขนาดเล็กผสมไข่มดแดงเพื่อให้ได้สีแดงสดก่ำและความวาวเย้ายวนเพศชาย นอกเหนือจากการแต่งแต้มสีสันทนแล้วพระนางยังมีการบำรุงผิวพรรณโดยใช้นมแพะอาบต่างน้ำ เพื่อบำรุงผิวพรรณให้เปล่งปลั่งนวลเนียนเหมือนผิวสาวแรกรุ่น ส่วนผมดำขลับของพระนางก็ได้รับการบำรุงจากเสนาผสมกับน้ำมันจากเปลือกวอลนัท ใบหน้าได้รับการบำรุงด้วยมาสก์ที่มีส่วนผสมของข้าวบาร์เลย์และงาดำบดละเอียด กล่าวกันว่าพระนางเป็นหญิงที่สามารถสะกดใจชายหนุ่มที่เข้าใกล้ ชาวอียิปต์ก็เป็นผู้คิดค้นสบู่ซึ่งเป็นอุปกรณ์ทำความสะอาดร่างกายซึ่งเป็นที่รู้จักกันทั่วโลก ในยุคแรกสบู่ทำมาจากไขมันสัตว์ผสมขี้เถ้าเป็นของเหลวสีเทาขุ่น ต่อมาได้เพิ่มเติมน้ำมันหอมระเหยและรากไม้หรือเครื่องเทศต่างๆรวมไปถึงนมแพะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพให้แก่สบู่ และมีการนำหินจากภูเขาไฟมาบดละเอียดและใช้ขัดผิวก่อนที่จะใช้สบู่ เพื่อทำให้ผิวนวลเนียนมากขึ้น ในยุคกรีกโบราณ หญิงสาวจะแต่งแต้มริมฝีปากและใบหน้าด้วยรูขี้ผึ้งที่ทำจากผลไม้และเมล็ดเบอร์รี่บดละเอียด และยังมีการกล่าวถึงการทำครีมทาหน้าจากขี้ผึ้งผสมน้ำมันมะกอกและน้ำคั้นจากดอกกุหลาบ รวมไปถึงการนำเปลือกหอยทากมาบดละเอียดเป็นส่วนผสมของสครับขัดหน้า (เอมิ ซานากา. 2548 : 7-12) ส่วนการจัดการความงามแห่งโลกตะวันออกนั้น ผู้หญิงจีนโบราณก็มีวิธีการปรุงเครื่องประพินโฉมเช่นเดียวกัน เช่นการใช้ไข่มุกบดเพื่อทาผิวให้ขาวนวลเนียนหรือนำไข่มุกมาบดผสมกับเครื่องประพินโฉมที่ทำมาจากน้ำมันหอมระเหยหลากชนิดผสมกับเครื่องเทศแบบตะวันออก เพื่อขัดเซลล์ผิวที่ตายแล้วให้หลุดออกไป ทำให้ผิวพรรณเปล่งปลั่งสดใส ผู้หญิงจีนนิยมใช้ด้ายปั่นขนอ่อนบนใบหน้าเพื่อทำให้ผิวอุดตันขนาดเล็กและขนอ่อนหลุดออกมา เพื่อผิวหน้าจะได้ใสเนียนซึ่งยังคงมีการถ่ายทอดภูมิปัญญามาจนถึง

ปัจจุบันที่ยังมีการทำกันอยู่ที่เขาวราช ภูมิปัญญาไทยก็มีการสืบทอดในเรื่องของการดูแลผิว เช่น หรือแม้แต่ในผู้หญิงไทยก็มีการถ่ายทอดภูมิปัญญาในเรื่องของการดูแลรักษาผิวพรรณสืบเนื่องมาจนทุกวันนี้ เช่น การใช้ขมิ้นทาตัว ใช้น้ำผึ้งนวดหน้า การผสมมะขามเปียก กากขมิ้นและดินสอพอง เพื่อนำมาขัดผิวให้ผ่อง หรือการนำดินสอพองมาผสมกับน้ำให้เหลวพองขึ้นแต้มบนหัวสิว จะทำให้สิวยุบลงเพียงชั่วข้ามคืน เด็กแรกเกิดจะถูกทาตัวด้วยน้ำคั้นจากดอกอัญชันเพื่อชนคิ้วจะได้ดำเป็นเงางาม เจลจากว่านหางจระเข้ก็ถูกนำมาใช้ในการทาผิวให้นุ่มนวล

จะเห็นได้ว่า การจัดการความงามของผู้หญิงนั้นถูกทำให้เป็นเรื่องธรรมดาที่แทรกอยู่ในทุกสังคมและวัฒนธรรม ผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าเป็นเพศที่ต้องรักสวยรักงาม เพียงแต่มุมมองของความงามอาจแตกต่างกันไปตามมาตรฐานในแต่ละสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัย

ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ถูกนำมาใช้ในการจัดการความงาม

ความต้องการที่จะได้มาซึ่งความงามตามอุดมคติของผู้หญิง ทำให้วิทยาการทางด้านความงามมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สถาบันความงามทั่วทั้งมุมโลก ต่างก็คิดค้นพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อช่วยให้หญิงสาวสวยงามขึ้นนอกเหนือการดูแลตัวเองและบำรุงผิวพรรณตามปกติที่ควรทำ นับตั้งแต่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ ที่ไม่เพียงมอบความชุ่มชื้นเปลี่ยนแปลงให้แก่ผิว หากยังช่วยลดริ้วรอยและชะลอวัยให้ผู้หญิง รวมทั้งมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ชนิดใหม่ที่เป็นประโยชน์แก่ผิว โดยผสมเข้ากับวิทยาการนาโนเทคโนโลยี ตลอดจนศัลยกรรมเพื่อให้ได้ความงามอย่างที่ต้องการ แต่ความรู้พื้นฐานที่ถูกนำมาใช้ในการจัดการความงามแบบสวຍชอนอายุ คือ ความรู้เกี่ยวกับกายวิภาคและสรีรวิทยาของผิวหนัง ซึ่งถูกนำไปใช้พื้นฐานของการจัดการความงามทุกชนิดซึ่งเป็นการใช้ร่างกายของผู้หญิงและการสร้างความจริงเรื่องความงามเพื่อประโยชน์ในทางธุรกิจ

ถึงแม้ว่าทฤษฎีทางการแพทย์จะสร้างความรู้เกี่ยวกับหน้าที่ของผิวหนังให้เป็นอวัยวะที่มีหน้าที่สำคัญสำหรับร่างกายในการดำรงชีวิตหลายประการ ได้แก่ การควบคุมระดับความร้อนของร่างกาย (Body Temperature) ป้องกันแสงแดดและรังสี ยูวี (UV-Ultraviolet) ไม่ให้ส่องทะลุเข้าไปทำอันตรายเนื้อเยื่อและอวัยวะภายในและเนื้อเยื่อต่าง ๆ และรังสียูวีที่มากับแสงแดดทำให้เกิดอนุมูลอิสระ (Free Radical) ซึ่งเป็นอันตราย ก่อมะเร็งและทำให้เกิดโรคจากความเสื่อมต่างๆ และป้องกันไม่ให้เสียน้ำภายในร่างกายออกมา ผิวหนังช่วยห่อหุ้มร่างกายทั้งตัว ทำให้สามารถป้องกันอวัยวะภายในจากอันตรายภายนอกได้เบื้องต้น เช่น ของแข็ง เชื้อโรค ฝุ่นละออง เป็นต้น และชั้นไขมันยังทำหน้าที่เป็นเบาะกันชนรับแรงกดและแรงกระแทกต่างๆ ด้วย และสามารถรับรู้ความรู้สึกสัมผัสจากภายนอกทั้งหนักและเบา เป็นการสร้างระบบสื่อสารที่สำคัญ (Organ of

Communication) เพื่อให้ร่างกายป้องกันตัวเองก่อนที่จะได้รับอันตรายมากขึ้น เช่น ถอยหนีเมื่อเจ็บ (สมศักดิ์ วรคามิน. 2550 : 31-35) แต่ในการสร้างความจริงเรื่องความสวยงาม ผิวหนังถูกกล่าวถึง และให้ความสำคัญในเรื่องของการทำหน้าที่ปกคลุมร่างกายเพื่อสร้างความสวยงาม เป็นการเลือก ดึงเฉพาะประเด็นที่จะเป็นประโยชน์ในทางการค้า ซึ่งนำไปสู่การจัดการความงามของผิวหนังผ่าน การบริโภคในรูปแบบต่าง ๆ

ความรู้ทางกายวิภาค (Anatomy) ได้ทำการแบ่งแยกผิวหนังออกเป็น 3 ชั้นได้แก่ ชั้นหนังกำพร้า (Epidermis) ชั้นหนังแท้ (Dermis) และชั้นไขมันใต้ผิวหนัง (Subcutaneous Fatty Layer) ซึ่งในแต่ละชั้นจะมีส่วนประกอบที่แตกต่างกัน (สมศักดิ์ วรคามิน. 2550 : 9-29) และความรู้ในเรื่องนี้ได้ถูกนำมาอ้างอิงถึงเป็นฐานในการจัดการความงามเพื่อผิวสวย เช่น ชั้นหนังกำพร้าซึ่งเป็นโครงสร้างชั้นบนสุดถือเป็นปราการด่านแรกของผิว มีการสร้างเซลล์ผิวใหม่ขึ้นมาทดแทนผิวที่ตายแล้วอยู่เรื่อย ๆ ผิวที่ตายแล้ว (horny layer) จะเป็นชั้นบางๆ อยู่ชั้นบนสุด และลอกตัวออกไปหลังจากที่มีเซลล์ผิวใหม่ขึ้นมาทดแทน เกิดเป็นกระบวนการผลัดผิวทุก 28 - 30 วัน ทำให้คนเรามีผิวใหม่ที่สวยใสอยู่เสมอ แต่กระบวนการผลัดผิว จะช้าลงตามเงื่อนไขของอายุ เมื่ออายุมากขึ้นกระบวนการนี้อาจล่าช้าลงเป็น 45 -50 วัน ซึ่งเป็นเหตุผลที่ทำให้ผิวของเด็กสาวดูเนียนใส เปล่งปลั่งกว่าสาวมีอายุนอกจากนั้นผิวหนังในชั้นนี้ยังช่วยทำหน้าที่เก็บกักความชุ่มชื้นและน้ำมันบนผิวหนังด้วย (นันทภัทร์ สุภาพรรณชาติ. 2547 : 18-19) การสร้างความรู้ในเรื่องของกระบวนการผลัดผิวดังกล่าวข้างต้น ถูกนำไปใช้ในธุรกิจของการจัดการความงามแบบสวยซ่อนอายุ เช่น การผลิตเครื่องสำอางประเภทสครับเพื่อขัดผิว หรือการกำหนดให้การขัดหน้าเป็นขั้นตอนหนึ่งของการนวดบำรุงผิวหนังในสถานบริการเพื่อความงาม ตลอดจนการสร้างเครื่องมือที่ช่วยขัดผิวที่เรียกว่าการกรอเกล็ดอัณมณีตามที่ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการจัดการความงามที่สถานบริการเล่าให้ฟัง เพราะถูกทำให้เชื่อว่าการจัดการความงามโดยการขัดผิวนั้นจะช่วยให้กระบวนการผลัดผิวเพื่อผลิตเซลล์ผิวสวยได้เร็วขึ้นกว่าการผลัดผิวตามธรรมชาติที่มีการลดลงตามวัย ผิวหน้าของผู้หญิงจึงถูกขัดถูอย่างจงใจภายใต้ปฏิบัติการสร้างความจริงของความรู้นี้ และยังมีการผลิตเครื่องสำอางเพื่อบำรุงและสร้างความชุ่มชื้นให้กับผิวหนังเพราะถูกทำให้เชื่อว่าจะทำให้ผิวพรรณเปล่งปลั่งสดใส ส่วนโครงสร้างของผิวในชั้นหนังแท้ (Dermis) องค์ประกอบสำคัญของหนังแท้คือโปรตีนชื่อคอลลาเจน (Collagen) และอีลาสติน (Elastin) ทำให้ผิวหนังแข็งแรงและยืดหยุ่น คอลลาเจนและอีลาสตินได้ถูกทำให้เห็นว่าสิ่งที่สำคัญและขาดไม่ได้สำหรับผิวสวย ปริมาณของคอลลาเจนจะมีมากกว่าอีลาสติน โดยคอลลาเจนมีน้ำหนักประมาณร้อยละ 70 ของหนังแท้ เพื่อสร้างความเหนียวและแน่น ส่วนอีลาสตินจะหนักเพียงร้อยละ 1 เท่านั้นแต่ช่วยทำให้ผิวหนังดีดกลับมาอยู่สภาพเดิมคล้ายกับยางยืดหรือหนังสัตว์ที่หดกลับเหมือนสปริง (Elasticity) ตลอดเวลา เมื่ออายุมากขึ้นเซลล์ไฟโบรบลาสต์จะผลิตคอลลาเจนน้อยลง

และคอลลาเจนที่มีก็เสื่อมสภาพ คอลลาเจนและอีลาสตินจะสานกันอยู่เป็นใย โดยมีกรดไฮยาลูโรนิก (Hyaluronic Acid) เป็นตัวเชื่อมที่สำคัญ กรดไฮยาลูโรนิก สามารถดูดน้ำไว้ได้ดี เป็นสารชุ่มชื้นธรรมชาติ ถ้าผิวหนังถูกแสงแดดมากหรือมีอายุมากขึ้น โปรตีนคอลลาเจนและอีลาสตินจะถูกทำลายหรือเสื่อมสภาพตามกาลเวลา ทำให้ผิวหนังหมดความนุ่มนวล คอลลาเจนพร่องลงทำให้เกิดรอยย่น (Wrinkle) บนใบหน้าผิวหนังจะเหี่ยวเพราะขาดความยืดหยุ่นและดูเป็นผิวของคนแก่ (สมศักดิ์ วรคามิน. 2550 : 21-23) ความรู้ในเรื่องนี้เป็นหัวใจสำคัญที่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ในธุรกิจเพื่อจัดการความงามให้สวยช่อนอายุ เพราะเชื่อว่าถ้าเราจะทำให้ผิวหนังสามารถผลิตคอลลาเจนได้อย่างเดิม และคอลลาเจนที่มีก็ไม่เสื่อมสภาพเร็วกว่าปกติ เราก็จะสามารถชะลอความแก่ (Aging) ของผิวหนังได้ ซึ่งเป็นหัวใจของธุรกิจเครื่องสำอาง จึงจำเป็นต้องมีการสร้างผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อเพิ่มคอลลาเจนทั้งในรูปของอาหารเสริม เครื่องสำอาง และการใช้เครื่องมือเพื่อผลัดครีมนผิว ตลอดจนการฉีดเข้าไปในผิวหนัง หรือการทำเลเซอร์เพื่อลดริ้วรอยเป็นต้น นอกจากนี้ในปัจจุบันได้มีการผลิตครีมหน้าตึง (Face Lift) ซึ่งมีส่วนผสมของกรดไฮยาลูโรนิกเป็นสารชุ่มชื้นธรรมชาติที่มีราคาแพงเพื่อช่วยลบริ้วรอยบนใบหน้า ส่วนในชั้นไขมันใต้ผิวหนังซึ่งเป็นส่วนที่เป็นตัวกลางในการยืดหนังแท้ กล้ามเนื้อและกระดูก มีหลอดเลือดมาเลี้ยงเป็นจำนวนมาก ก็ถูกทำให้เชื่อว่าเป็นส่วนที่ทำให้มีน้ำมันวล หรือมีเลือดฝาด จึงต้องนวดบำรุงเพื่อให้กระตุ้นให้เลือดไหลเวียนเพื่อให้ผิวเปล่งปลั่งสดใส

ส่วนการจำแนกประเภทของผิวออกเป็นผิวธรรมดา (Normal skin) ที่เรียบเนียน เกลี้ยงเกลา ผิวแห้ง (Dry skin) มีลักษณะแห้งตึงและเป็นขุย ผิวมัน (Oily skin) เป็นมันวาว รูขุมขนมีขนาดใหญ่ เป็นสิวง่ายและผิวผสม (Combination skin) ซึ่งมีผิวมันบริเวณทิวโซน ส่วนอื่นแห้งหรือปกติ รูขุมขนบริเวณทิวโซนจะกว้าง (นันทภักดิ์ สุภาพรพรณชาติ. 2549 : 51) เป็นการจำแนกสภาพของผิวโดยใช้อำนาจของความรู้กำหนดว่าลักษณะผิวเช่นใดเป็นผิวธรรมดา ซึ่งเป็นผิวที่สวย ทำให้ผิวที่มีลักษณะที่แตกต่างออกไปกลายเป็นอื่น ถูกกระทำให้เชื่อว่าเป็นปัญหาที่ต้องจัดการแก้ไข และจะเห็นว่าพื้นที่ใบหน้าของผู้หญิงถูกชอยย่อยเป็นส่วน ๆ เช่น ทิวโซนเพื่อการจัดการความงามที่แตกต่าง รูขุมขนที่มีอยู่ตามธรรมชาติถูกทำให้เชื่อว่าจะต้องได้รับการจัดการเพื่อมิให้มองเห็น และรูขุมขนบริเวณใบหน้าที่ขยายกว้างเป็นสิ่งที่ไม่สวย ต้องทำให้กระชับด้วยวิธีการต่าง ๆ การจำแนกประเภทของผิวเช่นนี้ทำให้มีการขยายธุรกิจเพื่อความงามในการจัดการกับผิวแต่ละประเภท โดยการกำหนดกฎเกณฑ์กติกาในการดูแลผิวแต่ละชนิดและผลิตเครื่องสำอางเพื่อใช้กับผิวแต่ละประเภทด้วยการเชื่อมโยงความรู้ดังกล่าวมาเป็นเหตุผลคือ เพื่อให้เหมาะสมกับสภาพผิว

นอกจากนั้นยังมีความรู้เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของผิวหรือการเกิดริ้วรอยแห่งวัยซึ่งเป็นตามกาลเวลา และเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความจริงและการจัดการความงามเรื่องสวอยซ์อาย คือเมื่อมีอายุมากขึ้นผิวหนังจะมีการเปลี่ยนแปลงตามวัย และเกิดแห่งกร้านและเป็นริ้วรอย และรุ่มขนขยายต่างจากตอนแรกเกิดถึงอายุ 20 ปี ผิวพรรณจะเปล่งปลั่งสดใส ไม่มีริ้วรอย สีผิวเรียบเนียนเสมอกัน รุ่มขนกระชับ เมื่ออายุประมาณ 25-35 ปี รุ่มขนจะกว้างและสีไม่สม่ำเสมอ เริ่มมีฝ้าประปราย อายุประมาณ 35-45 ปี ผิวจะเริ่มกร้าน มีริ้วรอยจางๆและจะมองเห็นชัดมากขึ้นเมื่อแสดงความรู้สึกทางสีหน้า แต่เมื่ออายุ 45-60 ปีแล้วจะเป็นวัยที่มีริ้วรอยให้เห็นอยู่ตลอดเวลา สีผิวจะกระดำกระด่าง เห็นกระ ฝ้า ชัดเจน (อรรพรรณ กิจเชวงกุล. 2548 : 23)จะเห็นได้ว่าความรู้ข้างต้นถูกนำไปใช้ในการสร้างมาตรฐานของผิวสวอยซ์ให้มีลักษณะที่อิงกับผิวในช่วงเยาว์วัยที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และลักษณะของการเปลี่ยนแปลงของผิวเมื่ออายุมากขึ้นเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของจุดต่างดำหรือริ้วรอยที่ถูกทำให้เชื่อว่าเป็นปัญหา เป็นศัตรูของความงามที่จำเป็นต้องขจัดออกไป จึงมีการคิดค้นเครื่องสำอางและวิธีการที่ช่วยในการป้องกันและลดริ้วรอยแห่งวัย ตลอดจนการกำหนดกฎเกณฑ์กติกาในการปฏิบัติตัวเพื่อลดและป้องกันการเกิดริ้วรอยทั้งที่เกิดตามวัยและก่อนวัย ซึ่งทำให้เกิดโครงการเกี่ยวกับการจัดการความงามเพื่อสวอยซ์อายโดยผู้เชี่ยวชาญด้วยวิธีการต่าง ๆ

จะเห็นได้ว่าในสังคมบริโภคนิยมได้มีการสร้างทางเลือกและกรรมวิธีต่างๆ เพื่อจัดการความงามโดยใช้ความรู้ข้างต้นเป็นฐานในการทำธุรกิจเพื่อความงามที่มีการค้นคว้าและพัฒนาสิ่งๆที่เรียกว่านวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง และดูเหมือนว่าจะเป็นการกระทำควมรุนแรงต่อร่างกายของผู้หญิงมากขึ้นเรื่อย ๆ

การทำให้คนเชื่อว่าแสงแดดและอนุมูลอิสระเป็นศัตรูของผิวสวอยซ์

ความรู้ในเรื่องขององค์ประกอบและการเปลี่ยนแปลงของผิวในเรื่องของการเกิดริ้วรอยข้างต้น เชื่อว่านอกจากการเปลี่ยนแปลงของผิวที่เป็นการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติเมื่ออายุมากขึ้นแล้วยังมีการเกิดริ้วรอยหรือความเสื่อมของผิวก่อนเวลาหรือแก่ก่อนวัย ซึ่งแสงแดดและอนุมูลอิสระถูกทำให้เป็นศัตรูของผิวสวอยซ์หรือตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดริ้วรอยชนิดนี้ โดยทำให้เชื่อว่าริ้วรอยที่เกิดขึ้นตามวัย มีทั้งแบบริ้วรอยที่เล็กและตื้น (Fine wrinkle) ซึ่งมักจะอยู่ที่ผิวหนังชั้นบนและริ้วรอยลึกที่เกิดเมื่อมีอาการเกร็งตัว เช่น ยิ้มหรือเลิกคิ้ว เป็นเครื่องบ่งบอกความชรา แต่บางคนแม้มีอายุน้อย แต่กลับมีผิวยาวกร้านหรือมีรอยยับลึกผุดมาตามข้างจมูก หางตา ทำให้ดูแก่กว่าวัย เป็นริ้วรอยที่เกิดจากปัจจัยอื่นทำให้มีความเสื่อมของผิวที่เกิดก่อนเวลาอันควร สาเหตุของการเกิดริ้วรอยที่

สำคัญ ได้แก่ **แสงแดด (Sunlight)** ที่ถูกทำให้เชื่อว่าเป็นสาเหตุที่สำคัญและเป็นศัตรูอันดับหนึ่งของผิวสวยที่จะทำให้แก่เพราะแดด (Photo Aging) การหลีกเลี่ยงไม่โดนแดดจึงเป็นสิ่งที่ต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อรักษาผิวสวย เพราะเชื่อว่าแสงแดดเป็นอันตรายต่อผิวหนังทำให้ผิวหนังเหี่ยวและแก่เร็ว (Skin Aging) การสร้างความจริงในเรื่องนี้ได้มีการผสานความรู้ในเรื่องของโครงสร้างของผิวและความรู้ทางวิทยาศาสตร์และนำไปสู่การจัดการความงามในการกำหนดกฎเกณฑ์กติกาในการปฏิบัติตนเพื่อหลีกเลี่ยงแสงแดดโดยเฉพาะในบางช่วงเวลาตลอดจนการผลิตครีมกันแดด ซึ่งถูกทำให้เชื่อว่าเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นในการสร้างผิวสวย มีการอธิบายโดยใช้เหตุผลทางวิทยาศาสตร์โดยทำให้เชื่อว่าดวงอาทิตย์เป็นเสมือนเตาปฏิกรณ์ปรมาณูขนาดใหญ่ (Huge Nuclear Fusion Reactor) ที่อยู่ห่างจากโลก 93 ล้านไมล์ ส่งพลังงานออกมาในรูปของแสง (Light) ซึ่งมองเห็นด้วยตาเปล่ามายังโลกมนุษย์ พร้อมคลื่นแสงที่มองไม่เห็นอีก 2 กลุ่ม คือแสงอินฟราเรด (Infrared) กับรังสีอัลตราไวโอเลต (Ultraviolet หรือ UV) รังสีไวโอเลตนี้เป็นตัวสำคัญที่ทำให้เกิดปัญหากับผิวของมนุษย์ ถึงแม้เม็ดสีเมลานินจะช่วยลดอันตรายจากรังสียูวีได้บ้าง แต่ถ้าผิวหนังต้องถูกรังสียูวีอยู่ตลอดเวลา (Cumulative Exposure) ทำให้มีการสะสมของอนุมูลอิสระมากพอที่จะทำอันตรายเซลล์ผิวหนัง รวมทั้งคอลลาเจนให้เสื่อมสภาพ จนท้ายที่สุดก็จะเกิดแก่เพราะแดดขึ้นในทุกคนและทุกผิว ผิวหนังที่ไม่ถูกแดดจะยังคงสภาพ ละเอียดย่อน นุ่มนวลและมีสุขภาพดี รังสียูวีที่ทำอันตรายต่อผิวมี 2 ชนิด คือ ยูวีชนิดเอ (UVA) และยูวีชนิดบี (UVB) รังสียูวีชนิดเอมีช่วงความถี่ของคลื่นยาวที่สุดของกลุ่ม คืออยู่ระหว่าง 320-400 นาโนมิเตอร์ (Nanometer) คลื่นรังสียูวี เอ สามารถทะลุผิวหนังผ่านชั้นหนังกำพร้าและหนังแท้เข้าไปทำลายคอลลาเจนจึงทำให้ผิวหนังเกิดริ้วรอย นักวิทยาศาสตร์ให้สมญาคือคลื่นแสงของรังสียูวีช่วงนี้ว่ารังสีจากดวงอาทิตย์ที่ทำให้แก่ (Sun-Aging Ray) คลื่นรังสีชนิดนี้เป็นคลื่นที่แผ่มายังโลกของเราอย่างสม่ำเสมอตลอดเวลาด้วยความแรงที่เกือบคงที่ทุกฤดูกาล ผิวหนังจะดูดซึมรังสียูวีเอไ้มากกว่ายูวีบีถึง 25 เท่า อันตรายจากรังสียูวีเอนี้ทำให้ผิวหนังแก่ตัวเร็วขึ้น (Premature Aging) เกิดเม็ดสีเมลานินเพิ่มขึ้น และทำให้ผิวหนังมีจุดสีน้ำตาล (Brown Spot) โปรตีนคอลลาเจนและอีลาสตินในชั้นหนังแท้จะเสื่อมคุณภาพและปริมาณก็จะลดลงจนดูเหี่ยว (Degradation) จากเส้นใยที่เคยเต่งตึง กลายเป็นเปราะ ร้าวและหดตัวเหี่ยวลง รวมทั้งสารอุ้มน้ำที่คอยช่วยยึดโปรตีนคอลลาเจนให้อยู่เป็นกลุ่มก็พลอยลดจำนวนลงด้วย ผลก็คือทำให้ชั้นหนังแท้แบน ยุบตัว แห้ง กระด้าง กระแทบต่อชั้นหนังกำพร้าทำให้หยาบกระด้าง ย่นแบบหนังคนแก่ ส่วนรังสียูวีบีมีช่วงความถี่อยู่ที่ 285-320 นาโนมิเตอร์ รังสียูวีบีมีคลื่นแสงสั้นกว่ายูวีเอ จะผ่านได้เพียงชั้นหนังกำพร้าเพราะถูกกั้นด้วยเม็ดสีเมลานิน แต่ถ้าเม็ดสีเมลานินมีไม่มากพอ แสงจะเลยผ่านมาถึงหนังแท้ได้บ้าง ส่วนรังสียูวีเอนั้น เม็ดสีเมลานินจะต้านไม่อยู่ จึงลึกลงในชั้นหนังแท้เสมอ จึงเป็นการให้เหตุผลเพื่ออธิบายว่าทำไมครีมทากันแดดทั่วไปจึงได้ผลเฉพาะในการต้านยูวีบียกเว้นผสม

ด้วยาพิเศษเท่านั้นจึงจะต้านยูวีเอได้ รังสียูวีเอจากดวงอาทิตย์จะสาดเข้มข้นเท่ากันทุกวันแม้ในอากาศมีดคริม แต่รังสียูวีบีจะมีความแรงสูงสุดในช่วง 10.00น -14.00 น. ถ้าไม่ป้องกันผิวหนังโดยทาครีมกันแดด รังสียูวีเอและบีจะผ่านเข้าไปทำลายเซลล์เม็ดเลือดขาวขนาดใหญ่ มีผลกระทบต่อภูมิต้านทานโรคของผิวหนัง สมรรถภาพในการป้องกันตนเองเสื่อมลงจนเชื้อจุลินทรีย์ เช่นไวรัส หรือแบคทีเรียสามารถเข้าไปทำให้เกิดโรคผิวหนังได้ ผิวหนังที่ง่ายมีเลือดออกเป็นจ้ำ ๆ (Easy bruising) เกิดขึ้นได้ในคนสูงอายุเพราะผิวหนังเสื่อมสภาพ (สมศักดิ์ วรคามิน. 2550 : 37-58)

ส่วนอนุมูลอิสระ (Free radical) มีการอธิบายว่าเป็นโมเลกุลในร่างกายที่โดนมลภาวะต่างๆ ทำร้ายทำให้ขาดอิเล็กตรอน จนต้องไปแย่งอิเล็กตรอนจากโมเลกุลอื่นๆ เป็นลูกโซ่ไม่สิ้นสุด ทำให้ร่างกายเกิดความเสื่อม แต่อนุมูลอิสระกลับเป็นที่รู้จักกันดีเมื่อถูกนำมาเชื่อมโยงกับเรื่องของความงาม เซลล์ผิวหนังที่ได้รับอันตรายจากอนุมูลอิสระ ถ้าหากมีมากเกินไปจะทำลายคอลลาเจนและอีลาสตินซึ่งช่วยในเรื่องความยืดหยุ่นของผิว ทำลายโปรตีนในชั้นผิว กระตุ้นผิวชั้นนอกให้หนาขึ้น ทำให้ผิวหมองคล้ำ ถ้ารุกเข้าไปถึงเส้นใยชั้นโปรตีน ทำให้เกิดการอัดตัวของเส้นใยที่เรียกว่า cross link ผิวจึงเสียรูปทรง ขาดความยืดหยุ่น ดูหยาบกร้านเกินวัย การอธิบายเชิงเหตุและผลทางวิทยาศาสตร์ข้างต้นดังกล่าวเป็นการใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาสร้างความจริงที่แสดงถึงความร้ายกาจของแสงแดดและอนุมูลอิสระที่มีผลต่อผิวหนังทำให้เกิดความเสื่อมและริ้วรอยนี้ โดยอธิบายถึงการดำเนินงานในระดับของโมเลกุลที่มองด้วยตาเปล่าไม่เห็นและเป็นความรู้ที่ใช้การศึกษาทดลองทางห้องปฏิบัติการมีการค้นคว้าพัฒนาอย่างยากยิ่ง และมีการต่อยอดความจริงโดยปฏิบัติการของผู้เชี่ยวชาญและการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง การสร้างความจริงในเรื่องนี้จึงถูกผลิตซ้ำอยู่ตลอดเวลา แสงแดดและอนุมูลอิสระจึงถูกกระทำให้เป็นตัวการร้ายที่เป็นศัตรูของผิวสวยที่ต้องหลีกเลี่ยง และมีการกำหนดกฎเกณฑ์กติกาให้ผู้หญิงปฏิบัติและมีการบริโภคสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องเพื่อต่อต้านการเกิดริ้วรอย

แนวทางการต่อต้านริ้วรอยตามสาเหตุข้างต้นมีการนำเสนอในหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความงามทั่วไป คือ ปฏิบัติตามข้อกำหนดและกฎเกณฑ์กติกาที่ถูกสร้างขึ้นจากความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ โดยการสร้างวินัยในการควบคุมตนเองตนเองและการบริโภคผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยอำนาจของความรู้ ได้แก่ **การหลีกเลี่ยงแสงแดด** โดยเฉพาะในช่วงที่รังสียูวีบีมีความแรงที่สุด พระอาทิตย์ตั้งฉากกับทวีปเอเชีย (9.00-15.00น) หรือทาครีมกันแดดที่มีส่วนผสมของสารที่ป้องกันทั้งยูวีเอและบี ซึ่งควรทาครีมกันแดดก่อนเจอแดด 15 นาที และทาซ้ำทุก 4 ชม. ควรเลือกครีมกันแดดที่มีค่า SPF (Sun Protection Factor) ที่มีค่าเหมาะสมและเป็นที่ยอมรับทางการแพทย์คือมีค่า SPF 15 เป็นอย่างต่ำ สารป้องกันแดดที่มี SPF จะป้องกันแสง UVB ผิวปกติของคนไทยจะถูกแสงแดดได้ประมาณ 25 นาทีจึงเริ่มมีอาการระคายเคือง สารป้องกันแดดที่

มีค่า SPF 15 ทำให้สามารถเผชิญแสงแดดได้ 15 เท่าของผู้ที่ไม่ใช้ครีมกันแดด คือนานประมาณ 375 นาที หรือ 6 ชั่วโมง 25 นาที (25x15) (อาร์ทิสทรี. ม.ป.ป : 128) ส่วน PPD (Persistent Pigmentary Darkening) จะป้องกันแสง UVA ค่าที่เหมาะสมและเป็นที่ยอมรับในทางการแพทย์ PPD ต้องไม่ต่ำกว่า 4 (อรรถวรรณ กิจเชวงกุล. 2548 : 25) **ส่วนการต่อต้านอนุมูลอิสระ**นอกจากจะป้องกันภัยของผิวโดยหลีกเลี่ยงแสงแดดแล้วที่เป็นการกระตุ้นให้เกิดอนุมูลอิสระมากขึ้นแล้วโดยการทาครีมที่มีส่วนผสมของวิตามิน A, C, E รวมทั้งโคเอนไซม์ คิวเท็น สารสกัดจากชาเขียว เมล็ดองุ่น รวมทั้งการรับประทานอาหารที่มีวิตามิน ผักและผลไม้มาก ๆ จะช่วยลดการเกิดอนุมูลอิสระได้ (แพรว. 2547 : 25-27)

การสื่อความหมายที่ทำให้คนเชื่อว่าแสงแดดและอนุมูลอิสระเป็นศัตรูของผิวสวย สร้างความจำเป็นในเรื่องของการใช้ครีมกันแดดมีผลต่อพฤติกรรมของผู้หญิงหลายคน และแม้กระทั่งผู้ที่อยู่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความงาม ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามก็ยังถูกกระทำให้เชื่อในเรื่งดังกล่าวอย่างแนบแน่น เช่น กรณีของผู้บริหารธุรกิจเครื่องสำอาง ผู้จัดการสถานบริการเพื่อความงาม ต่างให้ความสำคัญกับการป้องกันแสงแดด โดยใช้ครีมกันแดดเป็นประจำและให้คำแนะนำลูกค้าในการใช้ครีมกันแดดเช่นเดียวกัน ไม่แตกต่างไปจากผู้ให้ตัวบทอื่น ๆ เช่น คุณปอง คุณกบ คุณแจ้ที่ใช้ครีมกันแดดเป็นประจำโดยเฉพาะคุณจ๊ว อายุ 50 ปีที่เล่าว่าทาครีมกันแดดมาตั้งแต่อายุยี่สิบกว่า ๆ เพราะเคยฟังแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังบรรยายว่าแสงแดดจะทำให้ผิวแก่ก่อนวัย และควรทาครีมกันแดดเหมือนใส่เสื้อผ้า เป็นการให้ความสำคัญและสร้างความจำเป็นกับการทาครีมกันแดดเป็นอย่างมาก ถึงแม้เรื่องของอนุมูลอิสระจะถูกนำมาเชื่อมโยงสร้างกระแสในการจัดการความงามในภายหลังแต่ก็มีการสื่อความหมายถึงผู้หญิงหลายคน ในเรื่องของการรับประทานวิตามินและอาหารเสริมเพื่อต้านอนุมูลอิสระ เช่นกรณีของคุณจ๊วที่เป็นคนที่มีควมสนใจในเรื่องการจัดการความงามมาก ชอบอ่านหนังสือและฟังผู้เชี่ยวชาญบรรยายเรื่องการดูแลผิว ก็เป็นผู้หนึ่งที่รับประทานวิตามิน E และ C เป็นประจำและรับประทานอาหารเสริมอื่นๆเป็นครั้งคราว และยังแนะนำให้เพื่อนรับประทานด้วย

การสร้างมาตรฐานของผิวสวยและทำให้ริ้วรอยแห่งวัยเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา

ถึงแม้ในเรื่องของมาตรฐานผิวสวยไม่ได้มีการเขียนไว้อย่างชัดเจนในตำราทางการแพทย์ หรือแม้แต่ในหนังสือเกี่ยวกับการดูแลผิวพรรณหรือการจัดการความงาม แต่จะข้ามไปกล่าวถึงการจัดการความงามให้ผิวสวย เหมือนกับว่าเรื่องของผิวสวยเป็นสิ่งที่ทุกคนเข้าใจตรงกันอยู่แล้วว่าเป็นอย่างไร มีเพียงหนังสือสวยด้วยแพทย์เท่านั้นที่เขียนเกี่ยวกับเรื่องผิวสวยว่า “**ผู้ที่มีสุขภาพผิวที่ดี มี**

ผิวหนังที่สดใส นุ่มเนียน ไร้สิว ไร้ฝ้า ปราศจากรอยด่างดำ ริ้วรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้า มีผิวพรรณที่เปล่งปลั่งเต่งตึง เรียบเนียนและผุดผ่องเสมอ นับเป็นสิ่งที่มีความยิ่ง” (คณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี. 2545 : 304) ซึ่งสอดคล้องกับคำตอบที่ได้รับเมื่อถามว่าผิวสวยมีลักษณะอย่างไร? ที่ได้รับคำตอบที่มีความใกล้เคียงกันคือ ผิวสวยต้องมีความเกลี้ยงเกลา ผิวเนียน ชุ่มชื้น ไม่มีสิว ฝ้า หรือริ้วรอย ซึ่งเป็นลักษณะของผิวของเด็กหรือผู้ที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี หรือเป็นผิวที่มีลักษณะอ่อนเยาว์ ดังนั้นผิวที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสิ่งที่ถูกทำให้ยอมรับว่าสวย จึงเป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา และจะต้องถูกจัดการเพื่อให้ผิวเรียบเนียนและเกลี้ยงเกลา อันเป็นที่มาของการใช้ความรู้ในการจัดการความงามด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อรักษาให้ผิวสวย ไม่เกิดสิว ฝ้า กระ รอยด่างดำ และริ้วรอยเหี่ยวย่น ซึ่งไม่ใช่เพียงการป้องกันและลดริ้วรอยที่เกิดขึ้นก่อนวัยอันควรเท่านั้น แม้แต่ริ้วรอยแห่งวัย ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตามวัยก็ถูกทำให้เป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาและต้องถูกจัดการกำจัดออกไปเช่นกัน และการจัดการให้ผิวสวยตามมาตรฐานที่ถูกสร้างขึ้นนั้น สามารถกระทำได้โดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องในการจัดการความงาม

ผู้เชี่ยวชาญ: การนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติ

ความรู้จะมีพลังอำนาจเมื่อถูกนำไปใช้ผ่านผู้เชี่ยวชาญเฉพาะในเรื่องนั้นๆและยังเป็นผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการรับรองจากสถาบันที่มีการรับรองทางวิชาชีพเฉพาะสาขาแล้วจะมีอำนาจมาก เช่นเดียวกับการจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุซึ่งเป็นการปฏิบัติการโดยใช้ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ผ่านผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีทั้งแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางผิวหนังและศัลยกรรม แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางศัลยกรรมความงาม ซึ่งเป็นผู้ที่ได้รับการศึกษาที่มีหลักสูตรเฉพาะทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติจากสถาบันทางการแพทย์ซึ่งเป็นที่ยอมรับ มีการศึกษาโดยใช้ระยะเวลายาวนาน ภายหลังจบแพทยศาสตรบัณฑิตใช้เวลาในการศึกษา 6 ปีแล้ว ยังต้องศึกษาต่อในสาขาเฉพาะอีกประมาณ 3-5 ปี นอกจากนั้นยังมีการรับรองจากองค์กรวิชาชีพ คือแพทย์สภาในการออกไปประกอบวิชาชีพ เป็นการรับรองในความรู้ความสามารถและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการจัดการความงาม ปฏิบัติการโดยใช้ความรู้ของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางจึงสามารถจัดการกับร่างกายของมนุษย์ด้วยความรุนแรงมากกว่าผู้เชี่ยวชาญประเภทอื่น ได้แก่ผู้ให้บริการเพื่อความงามในสถานบริการต่าง ๆ ที่มีบางส่วนที่ผ่านการอบรมจากสถาบันที่สอนโดยการเปิดหลักสูตรที่ได้รับ การรับรองจากกระทรวงศึกษาธิการ เมื่อผ่านหลักสูตรทั้งภาคทฤษฎีและปฏิบัติแล้ว จะมีการมอบประกาศนียบัตรให้การรับรองความรู้และประสบการณ์ในการจัดการความงามได้ แต่การจัดการความงามโดยผู้เชี่ยวชาญประเภทนี้ สามารถทำได้เพียงบางระดับแต่ไม่สามารถกระทำ ความรุนแรงต่อร่างกายมนุษย์ได้เท่ากับแพทย์ นอกจากนั้นยังมีผู้เชี่ยวชาญความงามซึ่งไม่ได้ผ่านการศึกษา

อบรมในหลักสูตรที่มีสถาบันรับรอง แต่มีการอบรมเฉพาะเรื่องนั้น เช่น ผู้แนะนำความงามและอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการความงาม ซึ่งเป็นผู้ให้คำแนะนำหรือสาธิตเบื้องต้นให้ผู้ชื่อนำกลับไปทำที่บ้านต่อเท่านั้น ต่างจากผู้ให้บริการในสถานบริการที่ต้องให้บริการในการจัดการความงามด้วย

นอกจากผู้เชี่ยวชาญที่ผ่านการศึกษาอบรมเฉพาะทางในระดับต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นแล้วยังมีผู้เชี่ยวชาญแบบไม่เป็นทางการ แต่สร้างความเชี่ยวชาญจากประสบการณ์ในการจัดการความงาม แต่เป็นที่ยอมรับจากสังคมเนื่องจากเป็นผู้ที่มีชื่อเสียงในอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการใช้ความงาม เช่น นักแสดง นางงาม ซึ่งเป็นผู้ที่มีความงามแบบสวยช่อนอายุ เป็นเหมือนใบรับรองในความสามารถในการจัดการความงามและทำให้เกิดความเชื่อถือและยึดเป็นแบบอย่าง ทำให้ผู้หญิงปฏิบัติตามข้อมูลที่ผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้นำเสนอความรู้ที่ได้จากการสร้างสมประสบการณ์เช่นเดียวกัน

การสร้างเฉพาะเจาะจงของพื้นที่เพื่อใช้ในการจัดการความงาม

สังคมบริโภคนิยมเป็นสังคมแห่งการบริโภคที่คนถูกกระทำให้รู้สึกว่ามีทางเลือกในการบริโภคได้อย่างหลากหลายตามความต้องการของปัจเจกบุคคล การจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุก็เช่นเดียวกัน ที่เป็นเรื่องของการสร้างความจริงที่ผู้หญิงถูกทำให้เชื่อว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้โดยเฉพาะความงามแบบสวยช่อนอายุเป็นเรื่องของการสร้างความจริงโดยอำนาจของความรู้ซึ่งกระทำผ่านผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งมีการสร้างเฉพาะเจาะจงของพื้นที่เพื่อใช้ในการจัดการความงามตามบทบาทของผู้เชี่ยวชาญในการใช้ความรู้เพื่อจัดการความงาม ได้แก่ บ้าน สถานบริการเพื่อความงาม และคลินิกหรือโรงพยาบาล

บ้าน การจัดการความงามที่บ้านเป็นการจัดการความงามด้วยตนเอง เช่น การใช้เครื่องสำอางหรือเครื่องมือที่เป็นนวัตกรรมในการดูแลผิว และการปฏิบัติตนเพื่อป้องกันและลดการเกิดริ้วรอยแห่งวัย แต่ไม่ได้หมายความว่าจัดการความงามด้วยตนเองที่บ้านนั้นผู้หญิงจะสามารถกระทำด้วยตนเอง โดยไม่เกี่ยวข้องกับผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับความงาม เพราะผู้หญิงยังคงถูกกระทำให้เชื่อในเรื่องของการจัดการความงามด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ ซึ่งมีการสื่อความรู้ได้หลายวิธี ตั้งแต่การหาข้อมูลด้วยตนเองผ่านหนังสือที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญผู้ที่เป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง หรือผู้เชี่ยวชาญโดยประสบการณ์ เช่น นางงาม ดารา นักแสดงที่มีชื่อเสียง ซึ่งต้องใช้น้ำตาในการประกอบอาชีพ และมีการดูแลผิวพรรณเป็นอย่างดี เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีข้อมูลที่นำเสนอเกี่ยวกับการจัดการความงามตีพิมพ์ผ่านบทความในหนังสือพิมพ์และนิตยสารอีกเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนิตยสารผู้หญิง และมีการโฆษณาเครื่องสำอางและ

ผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องในการดูแลผิวพรรณทางสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ วิทยุและโทรทัศน์ ตลอดจนอินเทอร์เน็ต นอกจากนั้นยังมีการจัดการให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาผิวพรรณจากผู้เชี่ยวชาญผ่านเวทีวิชาการของสถาบันที่เกี่ยวข้อง เช่น การอบรม การจัดนิทรรศการ เป็นต้น นอกจากนั้นยังสามารถหาข้อมูลได้โดยตรงจากเคาน์เตอร์ที่ขายเครื่องสำอางหรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดการความงามที่ห้างสรรพสินค้า หรือร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ซึ่งมีผู้แนะนำสินค้าที่มีความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่จำหน่ายเป็นอย่างดี จึงนับได้ว่าผู้แนะนำสินค้า เช่น เครื่องสำอางก็ถือว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามประเภทหนึ่งได้เช่นกัน ผู้หญิงจะถูกกระทำให้เชื่อฟังจากข้อมูลเหล่านี้ ยิ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง เช่น ข้อเขียนจากแพทย์ คำแนะนำเกี่ยวกับเรื่องวิตามินและอาหารเสริมจากเภสัชกรผู้มีความรู้เฉพาะทางจะสร้างความเชื่อถือได้มาก และมีผลต่อผู้หญิงในการนำไปปฏิบัติที่บ้าน เป็นการสร้างวินัยในการดูแลตนเอง โดยการนำความรู้ที่ได้รับการสื่อจากผู้เชี่ยวชาญมาปฏิบัติด้วยตนเอง

สถานบริการเพื่อความงาม เป็นสถานที่ซึ่งมีการจัดการความงามโดยผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการอบรมหรือมีความรู้ความชำนาญเฉพาะในเรื่องนั้น เช่น การนวดหน้า และการใช้เครื่องมือพิเศษเพื่อจัดการความงาม พนักงานที่จะให้บริการจะต้องผ่านการอบรมเกี่ยวกับเรื่องนั้นๆ และมีการสร้างสมความรู้และความชำนาญก่อนจึงจะให้บริการได้ การจัดสถานที่ของสถานบริการเพื่อความงาม มักจะมีการจัดร้านให้สะอาด สวยงาม มีเครื่องมือทันสมัย และมีการจัดแบ่งส่วนของพื้นที่ในการปฏิบัติกรอย่างเป็นสัดส่วน เช่น มีเตียงนอนเพื่อนวดหน้าที่ผู้ให้บริการจะให้การดูแลผู้มารับการจัดการความงามซึ่งถูกปฏิบัติอย่างเป็นปัจเจก และมีการสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย เพราะนอกจากสถานบริการนี้จะเป็นพื้นที่ในการจัดการความงามแล้ว ยังเป็นสถานที่แห่งการพักผ่อนหรือผ่อนคลายความเครียดอีกด้วย

คลินิกหรือโรงพยาบาล เป็นสถานที่สำหรับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางผิวหนังหรือผ่าตัดเพื่อเสริมความงามใช้ในการปฏิบัติการเพื่อจัดการความงาม แพทย์เป็นผู้ผ่านการศึกษอบรมให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะจากสถาบันทางวิชาชีพที่เป็นทางการ พื้นที่แห่งนี้จึงมีความแตกต่างจากสถานบริการเพื่อความงาม บรรยากาศจึงมีได้แตกต่างจากคลินิกหรือโรงพยาบาลที่รักษาโรคทั่วไป เป็นแต่เพียงว่าอาจจะมีความสะอาด สวยงาม มากกว่า เมื่อผู้ที่มารับการจัดการความงามก้าวเข้ามาสู่คลินิกหรือโรงพยาบาล ก็จะถูกกระทำเสมือนเป็นผู้ป่วย กลายเป็น “case” ที่ถูกทำให้สยบยอมยินยอมปฏิบัติตาม “คำสั่งแพทย์” โดยจะต้องถูกสำรวจตรวจตา ชักประวัติเพื่อประเมินปัญหา จดบันทึกและจะถูกวินิจฉัยโดยเปรียบเทียบใบหน้ากับมาตรฐานที่ถูกสร้างขึ้นว่าเป็นสิ่งปกติที่ควรจะเป็น และกำหนดแนวทางการรักษาว่าควรทำอย่างไร เช่น มีจุดดำดำบนใบหน้าจึงต้องรักษาโดยใช้แสงเลเซอร์เพื่อกำจัดรอยดำดำออกไป ทำให้ผิวเรียบเนียน หรือหน้ามีรอยย่นมากแก้ไขด้วยวิธีอื่น

แล้วอาจไม่ได้ผลเท่าการดึงหน้า เป็นต้น ด้วยบรรยากาศเช่นนี้ ทำให้คลินิกหรือโรงพยาบาลเป็นพื้นที่เฉพาะของแพทย์ที่ใช้อำนาจของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ในการจัดการความงามได้อย่างเต็มที่

ปฏิบัติการในการจัดการความงามเพื่อสวชนอายุ

ภาคปฏิบัติการในการจัดการความงามเพื่อสวชนอายุ เป็นปฏิบัติการเพื่อป้องกัน ลด และขจัดริ้วรอยซึ่งถูกสร้างให้เป็นศัตรูของความสวท้งริ้วรอยที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติแห่งวัยและริ้วรอยที่เกิดก่อนวัยอันควร โดยมีร่างกายของผู้หญิงเป็นพื้นที่ในการปฏิบัติการบนฐานคิดที่ถูกทำให้เชื่อว่าร่างกายของผู้หญิงเปรียบเสมือนวัตถุหรือสิ่งของที่สามารถควบคุมหรือจัดการได้ โดยเฉพาะในสังคมแห่งความทันสมัยซึ่งเป็นสังคมวัตถุนิยม ที่ให้ความสำคัญกับสิ่งที่มองเห็นหรือสัมผัสได้ เรื่องรูปลักษณ์ของผู้หญิงได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์เพื่อการค้า โดยสังคมทุนนิยมได้ดึงความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์มาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการร่างกายของผู้หญิงให้สวงามตามภาพในอุดมคติที่ถูกสร้างขึ้นและมีการนำเสนอผ่านช่องทางในการสื่อความหมายต่างๆอยู่ตลอดเวลา คือ ภาพของผู้หญิงที่มีใบหน้าเรียบเนียน สว สดใส ไร้ริ้วรอยและอ่อนเยาว์กว่าวัยจริง กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการบริโภคเพื่อให้สวชนอายุตามภาพในอุดมคติที่ถูกนำเสนอ ทำให้เกิดการบริโภคอย่างไม่สิ้นสุดเนื่องจากในสังคมบริโภคนิยมไม่มีคำว่าพอดีหรือพอเพียง ความต้องการจะถูกกระตุ้นให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดเวลา โดยเฉพาะในเรื่องสวชนอายุของผู้หญิงเป็นเรื่องของการต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติแห่งวัย จึงเป็นการทำโครงการที่ไม่รู้จบหรือสวไม่เสร็จ ต้องมีปฏิบัติการเพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา และไม่ว่าจะเป็นผู้ที่ถูกจำแนกอยู่ในระดับชั้นใดในสังคม จะมีรายได้ต่ำหรือสูง สังคมบริโภคนิยมได้สร้างความหลากหลายในการจัดการความงามนำเสนอให้เลือกบริโภคตามรายได้และความพึงพอใจ เสมือนว่าผู้บริโภคเป็นผู้มีอำนาจในการเลือกและตัดสินใจในการบริโภคได้ตามความปรารถนาของปัจเจกบุคคล แต่แท้ที่จริงแล้วสังคมบริโภคนิยมได้สร้างตาข่ายที่เป็นเสมือนกับดักที่หลอกล่อให้ทุกคนบริโภคเพื่อยาคติของความงาม มิให้เล็ดลอดไปได้ โดยที่เจ้าตัวก็ได้รู้สึกรู้สว่าถูกล่อหลอกแต่เป็นความเต็มใจในการบริโภค เป็นความแยบยลของบริโภคนิยม ดังเช่นข้อมูลที่ถูกวิจัยได้จากการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่เป็นพนักงานทำความสะอาดมีรายได้เดือนละประมาณ 7,000 บาท และผู้บริหารระดับผู้อำนวยการกองในรัฐวิสาหกิจที่มีรายได้รวมประมาณ 75,000 บาท ต่างมีการบริโภคเพื่อสวชนอายุเช่นเดียวกัน เพียงแต่มีโอกาสในการเลือกเป็นไปตามรายได้ พนักงานทำความสะอาดทำได้แค่เพียงการซื้อเครื่องสำอางเพื่อลดริ้วรอยที่มีราคาถูกไม่เกิน 300 บาทมาใช้ที่บ้าน ในขณะที่ผู้อำนวยการกองที่มีกำลังซื้อสูงสามารถซื้อ

เครื่องสำอางราคาแพงกระตุ้นให้เกิดหมันบาทและซื้อเครื่องมือลดหน้าราคาต่ำกว่าแสนบาทมาใช้ โดยที่ต่างก็รู้สึกเสียดายเงินเพราะคิดว่าเป็นสิ่งที่จำเป็น

ผู้วิจัยขอแบ่งประเภทของภาคปฏิบัติการในการจัดการความงามเพื่อช่วยชอนอายุโดยจำแนกจากระดับของการใช้ความรู้และความเชี่ยวชาญในการจัดการความงามออกเป็น 3 ประเภท คือ การจัดการความงามด้วยตนเอง การจัดการความงามโดยผู้เชี่ยวชาญที่สถานเสริมความงาม และการจัดการความงามโดยแพทย์ที่คลินิกหรือโรงพยาบาล

การจัดการความงามด้วยตนเอง

การจัดการความงามด้วยตนเองเป็นการจัดการความงามภายใต้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ การแพทย์เช่นเดียวกัน โดยผู้หญิงเป็นผู้กระทำด้วยตนเองโดยการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองผ่านทางช่องทางในการสื่อความรู้ด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น สิ่งพิมพ์ โฆษณา ฯลฯ หรือจากการแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงาม การจัดการความงามด้วยตนเองเป็นการจัดการความงามเบื้องต้นที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์ผู้หญิงทุกคน สะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงถูกทำให้เชื่อว่าการดูแลผิวพรรณโดยเฉพาะใบหน้าเป็นสิ่งสำคัญ และต้องปฏิบัติโดยมิได้รู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ยากลำบากหรือยุ่งยาก เสียเวลาแต่ประการใด แต่เป็นสิ่งที่ต้องทำ ปฏิบัติเป็นประจำ จนแทรกซึมเข้าเป็นส่วนหนึ่งในกิจวัตรประจำวันอย่างเป็นธรรมชาติ การจัดการความงามด้วยตนเองมีพื้นฐานจากอำนาจของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ว่าด้วยเรื่องของผิวหนังและการดูแลผิวหนัง มีการกำหนดมาตรฐานว่าผิวสวยคือผิวที่ปราศจากริ้วรอย และการจัดการความงามโดยใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์สามารถป้องกันและลดริ้วรอยแห่งวัยได้ การสื่อความรู้ในเรื่องดังกล่าวมีอยู่ทั่วไปในสังคมบริโภคนิยม ใกล้ตัวและเข้าถึงง่าย เช่น ผู้บริโภคสามารถซื้อหนังสือที่เขียนเกี่ยวกับการดูแลผิวที่มีให้เลือกมากมายในตลาดหนังสือเพื่อมาศึกษาด้วยตัวเองและนำมาปฏิบัติ โดยมีแนวทางการเขียนและระดับความลึกของเนื้อหาทางวิชาการแตกต่างกัน มีทั้งหนังสือที่เขียนโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางผิวหนัง (ตจแพทย์) เกสเซอร์ที่ได้รับการยอมรับความเชี่ยวชาญอย่างเป็นทางการในการประกอบอาชีพ มักเขียนเน้นเนื้อหาของความรู้ที่น่าเชื่อถือในการนำไปปฏิบัติ เช่น สูตรลับสำหรับคนกลัวแก่ เขียนโดย ภญ. ดร. พรรณวิภา กฤษญาพงษ์ (2538) Beauty Guide เขียนโดย นายแพทย์ประวิทย์ พิศาลบุตร (2547) คนรักหน้า : ศาสตร์แห่งการปราบริ้วรอยบนใบหน้าให้อยู่หมัด เขียนโดยแพทย์หญิงนันท์ภัทร สุภาพรรณชาติ (2547) ซึ่งเป็นหนังสือขายดีมีการพิมพ์ซ้ำถึง 5 ครั้งและมีการเขียนหนังสือเรื่องคนรักหน้า 2 ตอนครีမ် “เลือกซื้อครีมบำรุงผิวในมุมมองของหมอ” (2549) ตามมาอีก โดยผู้เขียนคนเดียวกัน หนังสือบางเล่มที่แพทย์เขียนมีการเกริ่นนำที่เชิญชวนให้

อ่านประสานระหว่างการสร้างความน่าเชื่อถือจากความเป็นผู้เชี่ยวชาญและความเป็นผู้หญิงซึ่งทำให้เกิดความใกล้ชิดระหว่างผู้เขียนและผู้อ่านยิ่งขึ้น เช่น คุยกับหมอมขมิ้นสวย ซึ่งเกริ่นไว้ที่หน้าปกว่า “สรรพเคล็ดสู่การมีผิวดี เล่าแบบผู้เชี่ยวชาญ อ่านสนุกตามประสาผู้หญิง ๆ” เขียนโดยแพทย์หญิงโมนา อัศวิน (2544) มีการตีพิมพ์ซ้ำถึง 4 ครั้งในปีเดียวกัน และสวยสั่งได้ “ความสวยเป็นสุดยอดปรารถนาของผู้คน สัมผัสทุกอณูของความสวยในเล่ม” เขียนโดยแพทย์หญิงกุหลาบ จิตต์มิตรภาพ (2549) ภายหลังจากอ่านหนังสือที่แพทย์ผู้เชี่ยวชาญเหล่านี้เขียนแล้ว ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ว่าบางคนเกิดความเชื่อถือและได้ตามไปรับบริการในการจัดการความงามจากแพทย์ผู้เขียน เช่น คุณกั้งที่ไปทำเลเซอร์เพื่อลดจุดด่างดำกับแพทย์หญิงกุหลาบที่ผิวดีคลินิก เป็นต้น เป็นการขยับเพิ่มจากการจัดการความงามด้วยตนเองไปสู่การจัดการความงามโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ภายหลังได้ข้อมูลจากหนังสือที่แพทย์เขียน ถึงแม้ในหนังสือจะเป็นเนื้อหาทางวิชาการเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีการโฆษณาคลินิกแพทย์โดยตรงก็ตาม แต่การพิมพ์ภาพของแพทย์ผู้เขียนที่มีผิวพรรณดีเยี่ยม และมีหน้าตาแบบสวยช่อนอายุ พร้อมประวัติการศึกษาและประสบการณ์ของความเชี่ยวชาญในการจัดการความงามด้านผิวพรรณ และที่ตั้งของคลินิกสาขาต่างๆที่มีอยู่ถึง 4 สาขาและเบอร์โทรศัพท์เพื่อการติดต่อและการให้ข้อมูลบริการทางการแพทย์ที่มีการบริการที่คลินิก เป็นการโฆษณาอย่างมีน้ำหนักและเชิญชวนให้ไปรับบริการได้เป็นอย่างดี นอกจากนั้นยังมีหนังสือที่เขียนโดยดารา นางงามผู้มีชื่อเสียงซึ่งถือว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญทางความงามในการปฏิบัติเขียนเผยเคล็ดลับจากประสบการณ์ความสำเร็จในการจัดการความงามของตัวเอง โดยนำเสนอตนเองที่สวยช่อนอายุเป็นผลลัพธ์หรือความสำเร็จจากการจัดการงาม และมักจะใช้รูปใบหน้าของตนเองเป็นหน้าปก และมีการเกริ่นนำที่สื่อถึงความสำเร็จในการจัดการความงามแบบสวยช่อนอายุ ซึ่งการใช้ภาษาจะเป็นเรื่องที่เข้าใจง่าย และกระตุ้นความสนใจให้ซื้อไปอ่าน จนมีหลายเล่มเป็นหนังสือที่ขายดีมีการตีพิมพ์ซ้ำหลายครั้ง เช่น Sirium’s 30 Essense “เคล็ดลับสู่ความสวยและอ่อนเยาว์กว่าวัย เพื่อความดูดีในแบบของสาวที่ก้าวผ่านวัยเลขสาม” เขียนโดย สิเรียม ภักดีดำรงฤทธิ์ (2547) นักแสดงและเจ้าของสิเรียมบิวตี้ แอนด์สปา Sexy Forever “สวย เช็กชี สาวสองพันปี เคล็ดลับดูดีของเพ็ญพักตร์ ศิริกุล” เขียนโดย เพ็ญพักตร์ ศิริกุล (2547) นักแสดงผู้ที่ได้รับฉายาว่าสาวสองพันปี Beauty Diary “สูตรลับฉบับสมบูรณ์ วิธีทำ 24 ชั่วโมงให้สวยและมีความสุข” เขียนโดยมยุรา เสวตศิลา (2547) นักแสดงผู้มีชื่อเสียง เป็นต้น

ข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ตัวบทซึ่งเป็นผู้ที่จัดการความงามด้วยตนเองสามารถจัดเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ การใช้เครื่องสำอางเพื่อลดริ้วรอย และ การใช้เครื่องมือเพื่อดูแลผิวพรรณ การปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันและลดการเกิดริ้วรอยก่อนวัยอันควร ซึ่งบางคนมีการปฏิบัติมากกว่า 1 อย่างผสมผสานกันไป

การใช้เครื่องสำอางเพื่อป้องกันและลดริ้วรอย

เครื่องสำอางเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่มีเจตจำนงอยู่เบื้องหลัง คือเป็นการผลิตเพื่อการค้า โดยเฉพาะในการจัดการความงามแบบสวยซ่อนอายุ ได้สร้างช่องทางให้มีการพัฒนาและผลิตเครื่องสำอางเพื่อป้องกันและลดการเกิดริ้วรอยแห่งวัยอย่างต่อเนื่อง โดยการใส่ส่วนผสมที่มีองค์ประกอบของการสร้างผิวสวยตามความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่กล่าวมาแล้ว จากการทบทวนข้อมูลจากหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความงามที่เขียนโดยผู้เชี่ยวชาญประเภทต่าง ๆ และการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องของเครื่องสำอางทั้งผู้ผลิตและผู้ใช้ สามารถแบ่งประเภทของเครื่องสำอางเป็นกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ประเภททำความสะอาดผิว ประเภทที่ช่วยในการผลัดเซลล์ผิว ประเภทการบำรุงผิว และประเภทป้องกันแสงแดด ซึ่งแต่ละประเภทจะมีการแยกย่อยของชนิดของเครื่องสำอาง และมีการกำหนดกฎเกณฑ์เป็นขั้นตอนในการใช้เครื่องสำอางให้ผู้ใช้ปฏิบัติ แต่ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์พบว่าผู้ใช้เครื่องสำอางส่วนใหญ่จะใช้เครื่องสำอาง 3 ประเภทในชีวิตประจำวัน คือประเภททำความสะอาดผิว ประเภทบำรุงและป้องกันแสงแดด ทั้งนี้การใช้เครื่องสำอางจะมีความแตกต่างกันในแต่ละบุคคลตามความรู้ที่จำแนกประเภทของผิว และมีการสร้างผลิตภัณฑ์ขึ้นเพื่อใช้กับผิวแต่ละชนิด โดยผู้เชี่ยวชาญจะเป็นผู้ประเมินและแนะนำว่าผู้ใช้มีผิวแบบใดและควรใช้ผลิตภัณฑ์ใดบ้าง การจำแนกแยกย่อยในเรื่องสภาพผิวนี้เป็น การขยายประโยชน์ทางธุรกิจของเครื่องสำอาง ให้สร้างความหลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ที่เป็นความต้องการที่ถูกสร้างขึ้นด้วยอำนาจของความรู้ จนกลายเป็นความจำเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ส่วนประเภทที่ช่วยในการผลัดเซลล์ผิวนั้นบางคนก็ไม่ได้ใช้หรือใช้วิธีการจัดการความงามด้วยวิธีอื่น เช่น การไปนวดและขัดหน้าที่สถานบริการเพื่อความงามเป็นต้น ทั้งผู้ผลิตและผู้ใช้เครื่องสำอางซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงได้ถูกกระทำให้เชื่อว่าสิ่งเหล่านี้สามารถจัดการความงามได้

ผู้วิจัยจะขอนำเสนอข้อมูลที่แสดงถึงการใช้ความรู้ในการจัดการความงามโดยเครื่องสำอาง 2 ยี่ห้อ ซึ่งมีความแตกต่างกันในเรื่องของการจัดการทางการตลาดทั้งในเรื่องของตัวสินค้า ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย คือเครื่องสำอาง A ซึ่งเป็นเครื่องสำอางที่ผลิตในประเทศไทยและเพิ่งจะมีการเปิดตัวใหม่ และเครื่องสำอาง B ซึ่งเป็นเครื่องสำอางของต่างประเทศที่มีการวางจำหน่ายในประเทศไทยมานานนับเป็นสิบปีแล้ว โดยข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องและเอกสารแนะนำสินค้า

เครื่องสำอาง A เครื่องสำอางยี่ห้อนี้ผลิตในประเทศไทย โดยนำเข้าวัตถุดิบที่เป็นส่วนผสมสำคัญจากต่างประเทศ เพิ่งมีการเปิดตัวและจัดจำหน่ายมาประมาณ 8-9 ปี การตั้งชื่อของเครื่องสำอางเป็นภาษาฝรั่งเศส ซึ่งเป็นชื่อของสตรีสูงศักดิ์ที่มีความหมายถึงความสวยงาม การใช้

ภาษาฝรั่งเศสในการตั้งชื่อเพื่อให้น่าสนใจและเชื่อมโยงให้เห็นว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความงามของผู้หญิงและมีการนำเข้าวัตถุดิบบางชนิดจากฝรั่งเศส เนื่องจากประเทศฝรั่งเศสมีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำเกี่ยวกับเครื่องสำอางและแฟชั่นซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความงามของผู้หญิง

การนำเสนอสินค้าของเครื่องสำอางชนิดนี้อ้างในเรื่องคุณภาพและส่วนประกอบจากธรรมชาติที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงอายุ และเน้นกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป ดังตัวอย่างข้อมูลที่พิมพ์ไว้ที่ปกหน้าของเอกสารแนะนำผลิตภัณฑ์ว่า “ผลิตภัณฑ์คุณภาพจากธรรมชาติและท้องทะเล ตอบรับทุกความต้องการของผิวและอายุ”

มนุษย์เราในแต่ละวัยจะมีความแตกต่างกันแทบจะทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการดำเนินชีวิต อารมณ์ การรับผิดชอบ จนถึงเรื่องการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย ถ้าจะพูดถึงการเปลี่ยนแปลงของร่างกายนั้น วัยผู้ใหญ่เป็นวัยที่ต้องการการดูแลร่างกายพิเศษกว่าวัยอื่น เพราะวัยนี้เป็นวัยที่ร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะเรื่องผิวพรรณที่ต้องบำรุงมากกว่าปกติ โดยหลักในการดูแลต้องปฏิบัติทั้งภายในและภายนอก กล่าวคือ ภายในก็คือเลือกรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ทำจิตใจให้แจ่มใส ส่วนภายนอก ก็เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับวัยและสภาพผิว เพื่อการซ่อมแซมและฟื้นฟูให้ผิวมีสุขภาพดีอยู่เสมอ

ถึงแม้จะเน้นกลุ่มเป้าหมายที่อยู่ในวัยผู้ใหญ่ แต่ก็มีกำหนดประเภทเครื่องสำอางให้ครอบคลุมทุกกลุ่มอายุและสภาพผิว ตามหลักการในเรื่องของความรู้เพื่อสร้างผิวสวย ที่ต้องมีการป้องกันมิให้เกิดริ้วรอยก่อนวัย จึงมีการจำแนกประเภทของเครื่องสำอางออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่กลุ่มที่มีอายุ 15-25 ปี 25-35 ปี 35-45 ปี และ 45 ปีขึ้นไป แต่ละกลุ่มจะต้องใช้เครื่องสำอางที่แตกต่างกัน ผู้แนะนำสินค้าซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการอบรมมาแล้วในเรื่องนี้ จะเป็นผู้พิจารณาให้คำแนะนำผลิตภัณฑ์ตามสภาพผิว โดยมีอายุเป็นส่วนหนึ่งในการพิจารณา แต่อาจจะไม่จำเป็นต้องใช้เครื่องสำอางตามที่กำหนดในช่วงอายุนั้นๆทั้งหมดก็ได้ แต่ยังมีอายุมากขึ้น ยิ่งมีขั้นตอนในการดูแลและการใช้ผลิตภัณฑ์มากขึ้นและมีราคาสูงขึ้นด้วย ภายใต้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงของผิวและริ้วรอยที่เกิดขึ้นตามวัย ยิ่งอายุมากยิ่งมีความเสื่อมและริ้วรอยเกิดขึ้นมาก

เครื่องสำอางชนิดนี้ก็เช่นเดียวกับเครื่องสำอางอื่นๆไปที่แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ประเภททำความสะอาด ประเภทบำรุงผิว ซึ่งรวมถึงครีมลดริ้วรอยด้วย และประเภทป้องกันแดด และทำให้หน้าขาว ในขั้นตอนของการทำความสะอาดนั้นทุกกลุ่มอายุถูกกำหนดให้ปฏิบัติเช่นเดียวกันคือ 3 ขั้นตอนย่อย เริ่มด้วยการใช้ครีมนวดทำความสะอาด เช็ดหน้าด้วยโลชั่นและตามด้วยโฟมที่ปราศจากฟอง การทำความสะอาดผิวนานี้ ทั้งผู้บริหารและผู้แนะนำความงามของ

เครื่องสำอางนี้เน้นว่าเป็นเรื่องสำคัญและเป็นพื้นฐานในการดูแลผิวและควรทำทั้ง 3 ขั้นตอนย่อยเพื่อให้ผิวสะอาด พร้อมรับการบำรุงในขั้นตอนต่อไป จากนั้นจึงเป็นขั้นตอนของการบำรุงผิวตามอายุและสภาพผิว และตามด้วยขั้นตอนสุดท้ายคือการทาครีมป้องกันแสงแดดซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นและขาดไม่ได้

สินค้าเด่นที่เป็นจุดขายของเครื่องชนิดนี้คือคอลลาเจน มีการใช้ความรู้เกี่ยวกับองค์ประกอบและโครงสร้างของผิวหนังเป็นฐานที่ทำให้เชื่อว่าคอลลาเจนเป็นส่วนประกอบที่มีความสำคัญต่อความอ่อนเยาว์ของผิวมาก คอลลาเจนจึงเป็นหัวใจสำคัญที่จะทำให้ผิวพรรณสวยสดใสและมีสุขภาพดี ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีส่วนผสมของคอลลาเจน จึงถูกทำให้เชื่อว่าเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ที่ปรารถนาจะมีผิวสวยสมบูรณ์แบบ เครื่องสำอางนี้ได้ใช้ความรู้ในเรื่องดังกล่าวมาสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบหลักเป็นคอลลาเจนที่เหมาะสมกับกลุ่มอายุต่างๆ เป็นคอลลาเจนที่ต่างจากเครื่องสำอางอื่นที่มักสกัดจากปลาทะเลน้ำลึก แต่คอลลาเจนของเครื่องสำอางชนิดนี้สกัดจากปลาทะเลน้ำอุ่นซึ่งเชื่อว่าเหมาะสมกับผิวของคนมากกว่า ซึ่งกรรมการผู้จัดการเล่าว่า

ตัวหลักของเราคือคอลลาเจน เราซื้อจากฝรั่งเศส สกัดจากปลาทะเลน้ำอุ่น ซึ่งคนฝรั่งเศสและคนญี่ปุ่นเป็นคนค้นคว้าภายใต้แบรนด์ของเขา เป็นลิขสิทธิ์ของเขา ต่างจากปลาน้ำลึกๆที่เขาบอกมันสะอาด แต่ตัวน้ำอุ่นเขาบอกว่าเราเป็นสัตว์เลือดอุ่นเหมือนกัน มันจะอยู่ในกระแสเลือดอุ่นแล้วโครงสร้างคอลลาเจนจะเหมือนโครงสร้างของเรา มันจะเชื่อมต่อกันได้

นอกจากนั้นยังมีข้อมูลเพิ่มเติมที่ผู้บริหารท่านเดิมให้สัมภาษณ์ในหนังสือแฮร์ (2549 : 107)

ว่า

ในช่วงแรกนั้นเรานำเข้าผลิตภัณฑ์บำรุงผิวจากประเทศญี่ปุ่นและฝรั่งเศสมาจำหน่ายในเมืองไทย พอได้มีโอกาสได้ลองใช้ผลิตภัณฑ์คอลลาเจนด้วยตัวเอง ก็พบว่าใช้ได้ผลกับผิวพรรณอย่างเห็นได้ชัด จึงมีความคิดที่จะนำเอาคอลลาเจนมาเป็นส่วนผสมและปรับปรุงให้เป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวที่มีคุณภาพเพื่อให้คนอื่นๆ ได้รู้จักและได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ดีเหมือนกับเรา จนในที่สุดก็เกิดเป็นผลิตภัณฑ์คอลลาเจน โดยผลิตภัณฑ์ตัวแรกที่เปิดตัวขึ้นมาคือคอลลาเจน คิวเทน ก่อนที่จะพัฒนาตัวอื่น ๆ ตามมา ซึ่งจุดเด่นของเราคือการแบ่งแยกประเภทของผลิตภัณฑ์บำรุงผิวให้เหมาะกับสภาพผิวและช่วงอายุของผู้ใช้แต่ละคน เพราะจากประสบการณ์ที่ผ่านมา ทำให้เราเข้าใจเป็นอย่างดีว่า ในความเป็นจริงแล้วความต้องการของผิวแต่ละคนแตกต่างกัน การใช้ผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับผิวแต่ละวัย จึงเป็นพื้นฐานสำคัญที่จะทำให้ผิวสวยสมบูรณ์แบบอย่างแท้จริง

ดังนั้นในการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของเครื่องสำอางนี้จึงมีการนำเสนอความรู้เกี่ยวกับเกี่ยวกับคอลลาเจนที่ถูกทำให้เชื่อว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของผิวและเครื่องสำอางชนิดนี้

ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นคอลลาเจนที่เหมาะสมกับกลุ่มอายุ 3 กลุ่ม ได้แก่คอลลาเจนคิวิติน สำหรับผู้ที่อายุ 20-30 ปี คอลลาเจนไวท์สำหรับผู้ที่มีอายุ 30-40 ปีและคอลลาเจนเอสเซนส์สำหรับผู้ที่มีอายุ 40 ปีขึ้นไป ซึ่งมีการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ เช่น การลงข่าวในคอลัมภ์ันเทิงไทยรัฐ หน้า 35 ของหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ซึ่งเป็นหน้าข่าวบันเทิง ซึ่งถ้าจะให้ข่าวในคอลัมภ์ันนี้ต้องใช้ดารารับเป็นผู้นำเสนอ จึงเลือกใช้รูปนวลปรางค์ ตรีชิต นักแสดงในวัย 40 ปีผู้นำเสนอ เกี่ยวกับความสำคัญของคอลลาเจนต่อผิวสวย และประสบการณ์ที่ใช้คอลลาเจนของเครื่องสำอางชนิดนี้ (ไทยรัฐ. 2549. 15 พฤษภาคม : 35) ว่า

นวลปรางค์ ตรีชิต สวยด้วยคอลลาเจน ไม่น่าเชื่อว่านักแสดงมากฝีมืออย่างนวลปรางค์ ตรีชิต ที่ว่ากันว่าเธอมีอายุอานามมีเลข 4 นำหน้าแล้วก็ตาม แต่ทว่าด้วยความเต่งตึงบนใบหน้า เธอมีสาวหลายนางถามไถ่ถึงเทคนิคทำสวย เธอบอกว่าที่สวยได้เพราะคอลลาเจนของเครื่องสำอางนี้ที่จะช่วยลดริ้วรอยบนใบหน้าได้เป็นอย่างดี... เมื่ออายุเรามากขึ้น เจลบนใบหน้าก็จะเริ่มเสื่อมสภาพไปตามกาลเวลา เพราะฉะนั้นเราต้องบำรุงให้ดีค่ะ ดิฉันเลือกคอลลาเจนของเครื่องสำอางนี้ เพราะเขาเป็นผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับคอลลาเจนมานานแล้ว ที่สำคัญเขามี 3 คอลลาเจนให้เลือกใช้ต่างผิว ต่างวัย ให้ใช้ต่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผิวและอายุ เพื่อประโยชน์สูงสุดต่อผิว โดยการนำเทคโนโลยีล่าสุดจากประเทศฝรั่งเศสที่สกัดคอลลาเจนจากปลาทะเลน้ำอุ่นเข้ามาเป็นส่วนประกอบหลักของคอลลาเจน...

ข้อมูลที่น่าเสนอข้างต้นใช้เทคนิคของการโฆษณาในเชิงข่าว นอกจากนั้นยังมีการโฆษณาผ่านนิตยสารผู้หญิงอื่นๆโดยมีการใช้คอลลาเจนเป็นตัวหลักในการโฆษณา เช่นเดียวกัน เช่น แฮร์ (2549. กันยายน : 57) เป็นต้น ถึงแม้การโฆษณาจะทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักและได้รับการตอบรับที่ดีแต่มีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้นในระยะแรกเริ่มเครื่องสำอางนี้เน้นแต่การขายตรงและสาธิตเท่านั้นยังไม่มีโฆษณาผ่านสื่อ จนกระทั่งมีความมั่นใจในคุณภาพของเครื่องสำอางและมีผลิตภัณฑ์ที่คิดว่าเป็นจุดเด่น จึงเริ่มมีการใช้สื่อในการโฆษณาทางหนังสือพิมพ์และนิตยสารต่างๆ โดยมีการเรียนรู้ว่าควระลงในหนังสือเล่มไหนจึงจะมีการตอบรับที่ดี จากกลุ่มเป้าหมาย คือผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ที่มีรายได้ปานกลางค่อนข้างสูง (เครื่องสำอางมีราคา 580-2480 บาท) การเลือกนางแบบที่นำเสนอจึงเลือกผู้ที่อยู่ในช่วงอายุดังกล่าว ส่วนใหญ่จะลงโฆษณาในนิตยสารผู้หญิงในระดับกลางๆ และนิตยสารประเภทอื่นที่มีผู้อ่านมาก เช่น ทิวลิป คู่สร้างคู่สม ฯลฯ ส่วนทางโทรทัศน์เคยโฆษณาทาง ยูบีซี ช่อง 10 เพียงช่องเดียว

ถ้าเทียบกับคนอื่น เขาจะใช้ดารา ใช้ฟรีเซนเดอร์ ใช้กระแสของสื่อที่จะมาช่วยในการโปรโมท ใช้วิธีการตลาด มันมีมากมายหลายร้อยวิธี แต่ถ้าถามถึงความสามารถด้านนี้เราไม่มี เราแยกจากคนอื่นตรงที่เราเรียนรู้ด้วยตัวเราเอง คนอื่นเขาเอาเงินมาลงตรงนี้เลย แต่เราว่าจะรู้ตัวเองว่าฉันใช้แล้วนะ ต้องใช้เวลา 4 ปีที่เสียบ ไม่ได้ทำโฆษณา ไม่ได้ทำอะไรเลยประมาณ 4 ปีเต็มๆ ที่

เจียบๆอยู่ จนกระทั่งปีที่ 5 เริ่มลงนิตยสารโผล่ขึ้นมาบ้าง พอดีเราได้ตัวคอลลาเจนและเราก็เป็นคนแรกที่เอาคำว่าคอลลาเจนมาในตลาดเครื่องสำอาง ก็เริ่มทำโฆษณาในปีที่ 5 พอปีที่ 6 ก็เพิ่มขึ้นมาหน่อย ค่อยๆทำ เราทำอย่างละเล็ม ลงไปจองพื้นที่เพื่อที่จะบอกทุกคนว่า เราเป็นคนที่ยกมาพูดเรื่องคอลลาเจนก่อนนะ แล้วก็เริ่มค่อยๆทำ ในขณะเดียวกันเราก็ไปทำตามโรงพยาบาล ซึ่งเราไม่เลิกันนะ เราไม่ได้ทำแค่ 4 ปี เราไม่ได้ทำแค่ 100 แค่ว่า 60,70 เราก็ดีใจแล้วว่าเราเข้าไปเยอะแล้ว มันผ่าน ทำให้เรามีกำลังใจ คือเข้าไปแล้วรับและมีการหมุนเวียนอีก (สัมภาษณ์กรรมการผู้จัดการ ธันวาคม 2549)

สำหรับเราตอนที่เปิดใหม่ ๆ ก็จะลงดิฉัน แพรว อะไรพวกนี้ แต่พอลูกค้าโทรมาถามว่าราคาประมาณเท่าไร เอามาจากไหน คอลลาเจนราคาเท่าไร? แล้วเราบอกว่าพันกว่าบาทเลย ก็ไม่ซื้อ เพราะเขาคิดว่าเป็นของที่ถูก ของถูกและดีไม่เอา ชอบของแพง แล้วตอนนี้เราก็จับทางได้แล้ว ก็เลยลงคู่สร้างคู่สม สกุลไทย แล้วก็ลงไทยรัฐ จะขายดีมากที่เป็นคอลัมภ์ยาวๆ เพราะถ้าลงคอลัมภ์นั้นเขาบอกว่า จะต้องเอาดารามาไม่ว่าผลิตภัณฑ์อะไรจะต้องมีดาราร เราก็ต้องเอาคุณนวลปรางค์มา เพราะว่าพอดีเธอใช้คอลลาเจน ก็เลยใช้คุณนวลปรางค์ ไม่อยากเอาสาวๆมา เพราะว่าไม่อยากโกหกกว่าคนนี่ดิฉันใช้ ดูแล้วมันเป็นโฆษณา เพราะว่าเราต้องหาคนที่อายุน้อย เพราะว่าสินค้าของเราลบเลือนเร็ววัยรอย เน้นกลุ่มอายุเท่าไร? ก็ 35 ขึ้นไป แต่พอเราออกคอลลาเจนเป็น 3 วัน ในหนังสือวัยรุ่น พวกทีวีพูล พวกวัยรุ่นก็มาซื้อ เราได้กลุ่มเป้าหมายที่ใหญ่ซะไหมคะ คู่สร้างคู่สมเป็นอะไรที่มาหมด แม้กระทั่งคนที่อยู่ต่างประเทศ เพราะว่าเราก็ค่อยๆเรียนรู้ไปเรื่อยๆถ้าได้ลงคู่สร้างคู่สมแล้วจะขายดี มาเปิดตัวที่นี้แล้วเป็นอะไรที่งมงาย ขณะเดียวกันเขาก็ส่งไปต่างประเทศด้วย อยู่ในรูปแบบการโฆษณาว่าแบบนี้ไปลงทีวีพูล ถ้าไปลงที่เปรียวหรือดิฉัน ก็จะต้องเอาแบบนี้นี้ก็ทำแบบไฮคลาสเลย ถ้าลงคู่สร้างคู่สมพอเห็นปั๊บก็เอามาใช้ได้เลย พอเห็นคนนี้ใช้แล้วเป็นอย่างนี้ ก็ต้องเป็นแบบนี้ ก็ต้องมีการเรียนรู้ที่หลากหลายไป แม้กระทั่งหนังสือแฮร์รี่เกี่ยวกับผม วางอยู่ในร้านทำผม (สัมภาษณ์ประธานบริษัท พฤศจิกายน 2549)

เครื่องสำอางชนิดนี้ เน้นช่องทางการจำหน่ายโดยการขายตรงและการสาธิต ถึงแม้จะมีตัวแทนจำหน่ายอยู่ในทุกภาคของประเทศไทย มีการวางจำหน่ายอยู่บ้างในร้านขายเครื่องสำอางทั่วไปที่มักมีการขายเครื่องสำอางปะปนกันหลายชนิด ไม่มีการเปิดเคาน์เตอร์จำหน่ายในศูนย์การค้า เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูง การขายตรงจะเป็นแบบระนาบเดียว ไม่ใช่แบบหลายระดับ (Multi level Class) ที่ผู้ขายจะต้องหาสมาชิกต่อยอดขึ้นไปเรื่อย ๆ ทางบริษัทสร้างทีมที่จะนำเสนอสินค้า ซึ่งผ่านการอบรมให้มีความรู้ในเรื่องของผิวพรรณและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้คำอธิบายและประเมินผิวของลูกค้าได้ ในที่ทำการของบริษัทจะมีห้องที่ใช้ในการอบรมพนักงานหรือสอน สาธิตลูกค้าในเรื่องของการดูแลผิวและการใช้ผลิตภัณฑ์โดยมีการใช้รูปภาพโครงสร้างของผิวประกอบการบรรยายเพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจ เพื่อตอบคำถามลูกค้า

การขายตรงของเครื่องสำอางชนิดนี้เป็นการขายตรงสู่กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มๆ โดยมีการทดลองนำเสนอในกลุ่มต่าง ๆ แต่กลุ่มที่คิดว่าประสบความสำเร็จและยังคงดำเนินการขายกลุ่มอย่างต่อเนื่องคือ โรงพยาบาล ซึ่งเป็นตลาดที่แปลกและแตกต่างจากการนำเสนอของเครื่องสำอางอื่น ๆ ทั้งที่เป็นการเปิดตลาดที่ยาก เนื่องจากผู้ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลไม่ได้เน้นในเรื่องของความสวยงามของร่างกาย แต่ช่องทางในการเข้าถึงได้คือการที่คนกลุ่มนี้สนใจในการดูแลสุขภาพ รวมทั้งสุขภาพผิวด้วย เมื่อมีการสร้างความจริงว่าผิวที่สวยสุขภาพดีคือผิวที่ปราศจากริ้วรอย การดูแลผิวให้มีสุขภาพดีจึงต้องบำรุง ป้องกันและลดริ้วรอยด้วย สอดคล้องกับสินค้าของบริษัทที่เน้นการบำรุงผิวตามวัย ไม่ใช่ในเรื่องของการแต่งแต้มสีส้น แต่การที่ผู้ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลซึ่งส่วนใหญ่เป็นพยาบาลและมีส่วนน้อยที่เป็นแพทย์และบุคลากรประเภทอื่นจำเป็นจะต้องมีความรู้ในเรื่องของผิวและผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้พื้นฐานในเรื่องกายวิภาคและสรีรวิทยาของผิวอยู่บ้างแล้ว การนำเสนอผลิตภัณฑ์จึงต้องมีเหตุผลในการอธิบายเพื่อสร้างความเชื่อถือและการยอมรับ ซึ่งเป็นเรื่องที่ยาก แต่ถ้าเข้าถึงคนกลุ่มนี้ได้แล้ว จะสร้างความน่าเชื่อถือในคุณภาพของเครื่องสำอางว่าแม้แต่ผู้ที่มีความรู้เกี่ยวกับสุขภาพเป็นอย่างดีก็ยังยอมรับและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์นี้ กรรมการผู้จัดการได้เล่าถึงประสบการณ์ในการสร้างตลาดในกลุ่มผู้ที่ปฏิบัติงานในโรงพยาบาลว่า

เริ่มมีแนวคิดในการที่จะมีการไปอบรม มีวิทยากรเป็นอะไรที่บริษัทจะต้องลงทุนสูงมาก แต่ก็ต้องยอมก็อยากลองอยากทำ เพราะว่าเราจะได้กลุ่มคนที่ทำให้เรารู้ว่าผลิตภัณฑ์ของเราเนี่ยมันดีไหม กลุ่มคนที่ใช้จะตอบสนองต่อเราไหม กลุ่มของพยาบาลเป็นกลุ่มที่ขายเครื่องสำอางยากที่สุด พื้นที่ที่ยากที่สุด กลุ่มคนก็ยากที่สุด ในเรื่องของเครื่องสำอางอันนี้ก็เป็นเรื่องของการทดสอบคน ทดสอบของ ทดสอบใจกัน มันก็ได้อะไรหลายอย่าง เราก็ขอบคุณนะที่ทำให้เราได้มาเจอ ทำให้เราได้สร้างคนที่แข็งแกร่งขึ้น ตัวเราก็มีกำลังใจที่แข็งขึ้น ไม่ทำอะไรง่าย ๆ เพราะเราถือว่าเราสอบผ่านอะไรที่ยากที่สุดแล้ว ฉันทก็จะทำ ไม่กลัวแล้ว มันเหมือนกับเป็นจุดเริ่มต้นในกลุ่มของโรงพยาบาล เราก็เหมือนขอบคุณ ถึงทุกวันนี้เราก็อำเติมที่ ขยายไม่ได้เราก็อำไม่ว่า เรามีความรู้สึกว่าให้กับเรามากมาย ให้ความรู้เรา ให้เรามีใจที่จะทำ

การที่สามารถเข้าถึงกลุ่มบุคลากรในโรงพยาบาลได้ อาจเป็นเพราะการใช้เรื่องของการจัดอบรมหรือให้ความรู้เป็นสะพานเชื่อม เช่น การจัดอบรมในเรื่องของการพัฒนาบุคลากร ทัศนคติ บริการ ฯลฯ ซึ่งเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับเรื่องของการแสดงออกที่รูปธรรมก็เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของโรงพยาบาลส่วนใหญ่เป็นหน่วยงานของรัฐที่เห็นความสำคัญในการพัฒนาคนโดยการจัดอบรม ให้ความรู้ในเรื่องต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ในเรื่องของการพัฒนาบุคลากร แต่มักจะขาดงบประมาณในการจัดอบรมเนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูงโดยเฉพาะในเรื่องค่าตอบแทนวิทยากรผู้มีความรู้ในเรื่อง

ดังกล่าว ดังนั้นการที่บริษัทรับผิดชอบในการเชิญวิทยากรมาบรรยายในเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ที่หน่วยงานต้องการโดยที่หน่วยงานไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายจึงเป็นการประสานประโยชน์ที่ลงตัว การอบรมมักจะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือส่วนแรกเป็นการบรรยายโดยวิทยากรตามหัวข้อที่กำหนด และส่วนที่ 2 เป็นการบรรยายประกอบการสาธิตการใช้ผลิตภัณฑ์ในเรื่องของการสร้างบุคลิกจากรูปลักษณ์ภายนอก โดยเน้นการปฏิบัติจริงโดยให้แบ่งกลุ่มทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ โดยมีทีมผู้แนะนำความงามของบริษัทเป็นวิทยากรกลุ่มย่อย มีการช่วยประเมินสภาพผิว แนะนำวิธีการดูแลและแก้ปัญหาผิว การใช้ผลิตภัณฑ์บำรุงผิวและการแต่งหน้าเป็นรายบุคคล และมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยมีส่วนลด 20 %

ในการจัดอบรมแต่ละครั้งบริษัทจะต้องมีค่าใช้จ่ายเป็นค่าวิทยากร มีการเลือกให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ค่าผลิตภัณฑ์สาธิตและผู้แนะนำความงามที่เป็นวิทยากรกลุ่มย่อย ถ้าจำนวนผู้รับการอบรมมากก็จะต้องใช้มาก ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ซึ่งบริษัทได้จัดอบรมไปทั่วในภาคต่าง ๆ ของประเทศ เช่น ในบางหน่วยงานจัดอบรมพฤติกรรมบริการให้บุคลากร 6 รุ่นๆละ 40 คน ในการอบรมแต่ละครั้งมีผู้แนะนำความงามเป็นวิทยากรกลุ่มครั้งละ 5 – 9 คน ถึงแม้จะมีค่าใช้จ่ายสูงและในบางครั้งอาจจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้ไม่คุ้มค่าใช้จ่ายที่เสียไป แต่สิ่งที่บริษัทจะได้รับคือการขยายกลุ่มลูกค้าและการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก ซึ่งบริษัทมีความมั่นใจว่าคุณภาพผลิตภัณฑ์จะเป็นจุดขายของสินค้าเอง และทางบริษัทถือเป็นการคืนกำไรให้สังคมด้วย

นอกเหนือจากความตั้งใจในการที่จะพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้นแล้ว ยังมีโครงการที่ได้ดำเนินการมาตั้งแต่แรกเริ่มธุรกิจเพื่อเป็นการคืนกำไรให้กับสังคม นั่นคือโครงการอบรมบุคลิกภาพสำหรับงานบริการ ให้กับหน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ เช่น เจ้าหน้าที่ในโรงพยาบาล หรือพนักงานในโรงแรม เพราะเราได้เล็งเห็นว่า สำหรับงานบริการต่างๆแล้ว บุคลิกภาพและพฤติกรรมบริการเป็นสิ่งสำคัญมากสำหรับงานทางด้านนี้ ในการอบรมแต่ละครั้งเราก็จะมีวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในแต่ละด้านมาบรรยายให้ความรู้ และมีกิจกรรมเวิร์คช็อปให้ผู้เข้าอบรมได้ทดลองปฏิบัติด้วยตนเอง ซึ่งทั้งหมดนี้เราจัดให้โดยไม่คิดมูลค่าแต่อย่างใด เราเพียงแต่ต้องการให้ในสิ่งที่เป็นประโยชน์จริงๆ กับผู้เข้ารับการอบรม ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าทุกคนของมารี ของตาลมั่นใจได้ว่า ลูกค้าทุกคนของเราจะได้รับแต่สิ่งที่ดีที่สุดจากเราเท่านั้น และนี่คือปณิธานที่เรายึดถือมาโดยตลอด (แฮร์. 2549: 107)

ผู้แนะนำความงามของผลิตภัณฑ์นี้จะไม่เคยยื่นคะยอให้ลูกค้าซื้อ แต่จะประเมินสภาพผิวและสอบถามความต้องการของลูกค้า ไม่ได้แนะนำให้ซื้อยกชุด แต่สามารถเลือกซื้อได้ตามต้องการ อาจใช้บางชนิดร่วมกับผลิตภัณฑ์ที่ยังมีใช้อยู่แล้วก็ได้ และถึงแม้เครื่องสำอางนี้จะมีจุดเด่นที่มีการแบ่งแยกผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มอายุ แต่การแนะนำให้ใช้ผลิตภัณฑ์จะประเมินจากสภาพผิว เช่น ถึงแม้

บางคนจะอายุ 50 ปี แต่ก็ไม่จำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอายุนั้น และอาจแนะนำให้ใช้เพียงบางตัว มีการแจกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ให้ไปทดลองใช้ การแนะนำที่ดูมีเหตุผล ไม่ได้มุ่งประโยชน์ทางการค้าให้เห็นชัดเจนเช่นนี้สร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจให้ลูกค้า และอาจสามารถขายสินค้าได้มากกว่าการพยายามโน้มน้าวชักจูงเพื่อการขายที่เป็นเทคนิคแบบเดิม ๆ เพราะเมื่อมีสัมพันธภาพและความไว้วางใจแล้ว ลูกค้าจะมีความระมัดระวังตัวน้อยลง กล้าถาม กล้าลอง และจะเกิดความต้องการซื้อไปใช้เพื่อบำรุงผิวให้ดีขึ้น คุณจุ้ ผู้ใช้เครื่องสำอางนี้เล่าประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอางนี้ว่า

เพิ่งจะมาเริ่มใช้ ตอนที่แผนกจัดอบรม แล้วมีการสาธิตให้ลองใช้ ตอนลองก็รู้สึกว่าเขาใช้ได้นะ แล้วเขาก็ไม่ได้ force ให้ซื้อ อยากซื้อตัวไหนก็อธิบายให้ เขาจะดูผิวหน้าเราว่าเป็นยังไง ควรใช้อะไรบ้าง แต่ลองแล้วรู้สึกดีนะ โดยเฉพาะคอลลาเจนซึ่งก่อนหน้านี้ไม่เคยใช้เลย แต่เคยรู้มาว่ามันจะช่วยให้หน้าดีขึ้น ว่าจะซื้อไม่ก็อย่าง แต่เคยไปเคยมา ซื้อไปเกือบ 8,000 ก็มีพวกทำความสะดวกผิวหน้า แต่ไม่ซื้อทุกตัวนะ โฟมไม่ซื้อยังมีอยู่ เราก็เคยใช้ครีมอยู่แล้ว โลชั่นก็ใช้อยู่ ก็ทำแบบที่เขาว่า 3 ขั้นตอนนะแหละค่ะ คิดว่าจำเป็นนะแล้วที่จริงอายุ 50 แล้ว แต่เขาแนะนำให้ใช้แค่คอลลาเจน คิวเท็น ดีเอ็นเอ แล้วก็มียอย ลิฟติ้งและแบ่งฟู่น แบ่งแห้ง กันแดด อะไรพวกนี้ก็ไม่แพงนะ เขาลดอีก 20 % พวกบำรุงนี้เขาก็บอกนะว่ามันค่อยเป็นค่อยไป ต้องใช้ให้ต่อเนื่อง แล้วจะเห็นและรู้สึกได้เอง นี่ใช้หมดไปชุดแล้วนะ รู้สึกว่าดี รอยเล็กๆมันไม่ค่อยชัด ก็คงซื้อต่ออีก ชอบที่มันซึมง่าย คอลลาเจนนะ ทาแล้วซึมหายไปเลย ก่อนหน้านี้เคยรู้จักเครื่องสำอางนี้ไหม? เคยค่ะ เคยเห็นที่โฆษณาในยู บี ซี ครั้งหนึ่ง แล้วก็เห็นในไทยรัฐ หน้าข่าวดารา ที่เป็นคอลัมน์ด้านซ้ายมือเนาะ ที่เขาลงรูปนวลปรางค์ ตรีชิต โฆษณาคอลลาเจน มันก็ดูน่าสนใจนะ เออ ไม่ถึงกับโนเนม แต่ถ้าไม่มาสาธิตก็คงไม่ได้ใช้ เพราะไม่รู้จะไปซื้อที่ไหน

ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องสำอางข้างต้นได้แสดงให้เห็นถึงการนำความรู้จากฐานที่เชื่อว่าคอลลาเจนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของผิว และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคอลลาเจนที่มีความเหมาะสมกับแต่ละวัย และมีการนำเสนอข้อมูลในเชิงของการให้ความรู้ในเรื่องของการสร้างผิวสวยควบคู่กับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นการขายตรงและสาธิตในกลุ่มบุคลากรทางการแพทย์ซึ่งเป็นกลุ่มที่เชื่อว่ามีความรู้ในเรื่องของการดูแลผิวดีเนื่องจากมีพื้นฐานการศึกษาอยู่แล้ว การที่บุคคลในกลุ่มนี้ยอมใช้สินค้าจึงเป็นเสมือนการรับรองคุณภาพสินค้าด้วย สร้างความเชื่อถือในบุคคลทั่วไปยิ่งขึ้นด้วย

เครื่องสำอาง B เป็นเครื่องสำอางของประเทศญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียงในการผลิตเครื่องสำอางที่เหมาะสมกับผิวคนไทย และมีการวางจำหน่ายและเป็นที่รู้จักกันดีในประเทศไทยมานานแล้ว เป็นเครื่องสำอางที่มีราคาแพง (ราคาตั้งแต่ประมาณ 1500 บาทถึงเกือบหมื่นบาท) กลุ่มเป้าหมายจึงเป็นผู้ที่มีรายได้สูง เครื่องสำอางชนิดนี้เน้นในเรื่องการบำรุงรักษาผิวพรรณ ที่ถูกทำให้เชื่อว่ามีคุณภาพเนื่องจากเป็นของแบรนด์เนมจากประเทศญี่ปุ่นที่ได้รับการยอมรับในความเชี่ยวชาญในการผลิต

เครื่องสำอางและการตั้งราคาที่สูง ข้อมูลที่ผู้ใช้เครื่องสำอาง 2 ราย ซึ่งมีอายุ 49 และ 51 ปีเป็นผู้บริหารรัฐวิสาหกิจ ต่างมีความเห็นตรงกันคือเลือกใช้เพราะเชื่อว่าเป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพเนื่องจากเหตุผลนี้ ดังนั้นถึงแม้จะแพงแต่ก็ยินดีจ่ายเพราะรู้สึกว่าเป็นของที่ี่มีคุณภาพสมราคา และทั้งสองคนก็ใช้เครื่องสำอางยี่ห้อนี้มาตลอดตั้งแต่อายุประมาณ 35-36 ปี

ถึงแม้จะเป็นเครื่องสำอางที่มีชื่อเสียงติดตลาดแล้ว แต่เครื่องสำอางชนิดนี้ยังคงมีการสื่อสารข้อมูลถึงผู้บริโภคโดยการโฆษณาผ่านทางสื่อทั้งประเภทสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์อย่างต่อเนื่อง โดยการลงโฆษณาในสิ่งพิมพ์จะเลือกลงในนิตยสารราคาแพงที่เป็นที่นิยมของผู้มีรายได้สูง และใช้นางแบบชาวต่างประเทศแถบในภูมิภาคเอเชียซึ่งมักเป็นสาวญี่ปุ่นที่มีผิวสวยเนียนใส สร้างความคุ้นตาให้กับผู้บริโภคเช่นกรณีของคุณกบและคุณแจ้ซึ่งเป็นผู้ใช้เครื่องสำอางยี่ห้อนี้ทั้งสองคนซึ่งเป็นเพื่อนสนิทกัน เลือกใช้เครื่องสำอางนี้เพราะเป็นเครื่องสำอางของญี่ปุ่นที่มีชื่อเสียง มีการจำหน่ายมานานแล้ว และมีราคาแพงทำให้เชื่อว่าเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นดีที่มีคุณภาพ เมื่อได้รับคำแนะนำจากพี่สาวเพื่อนซึ่งเป็นผู้ที่มีผิวพรรณดีและผู้ที่มีการประสบความสำเร็จในการใช้เครื่องสำอางนี้มาแล้วได้ผลดี จึงไม่รีรอที่จะไปซื้อมาใช้ ในขณะที่เริ่มใช้นั้นเป็นช่วงที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงของผิวที่เห็นชัดขึ้น คืออายุ 35-36 ปี โดยคุณแจ้เป็นผู้ไปซื้อมาก่อนและแนะนำให้คุณกบใช้ต่อ จะเห็นว่าการแนะนำแบบปากต่อปากจากผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องสำอางเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเลือกใช้เครื่องสำอางตลอดจนการจัดการความงามด้วยวิธีการอื่น ๆ

การจัดการตลาดของเครื่องสำอางชนิดนี้จะมีการเปิดเคาน์เตอร์จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าใหญ่ ๆ ภายในศูนย์การค้า และที่หลังเคาน์เตอร์จะมีการกันห้องแบ่งเป็นส่วนที่จะบริการนัดหน้าให้ลูกค้าด้วย แต่ลูกค้าจะต้องซื้อผลิตภัณฑ์ครบชุดทุกขั้นตอนและนำผลิตภัณฑ์ไปเอง โดยพนักงานขายที่ได้รับการอบรมมาเป็นอย่างดีแล้วจะเป็นผู้แนะนำสินค้าและนัดหน้าให้ คุณแจ้เล่าว่าที่ตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางชนิดนี้แบบครบชุดแม้กระทั่งกระดาษเช็ดหน้าและสาลี ทั้งที่มีราคาแพงกว่าสินค้าทั่วไป (สาลีราคา 170 บาท) เนื่องจากต้องการไปรับบริการนัดหน้า เธอบอกว่าเครื่องสำอางชนิดนี้เป็นเครื่องสำอางชนิดแรก ๆ ที่ให้การบริการหลังการขายเช่นนี้มาก่อนเครื่องสำอางอื่น ๆ นอกจากนั้นยังมีระบบการส่งเสริมการขายโดยการสะสมยอดซื้อเพื่อแลกของรางวัลในแต่ละปี ของรางวัลที่ให้แลกมักจะเป็นของที่มีคุณภาพจึงเป็นสิ่งล่อใจและยังมีการส่งเสริมการขายของห้างสรรพสินค้าและบัตรเครดิตชนิดต่าง ๆ ที่มีการกำหนดยอดซื้อเพื่อนำมาแลกของได้ ดังนั้นทั้งสองคนซึ่งมีพฤติกรรมในการบริโภคที่ใกล้เคียงกัน จึงมักจะมีการซื้อเครื่องสำอางเก็บไว้ แทนที่จะรอให้ของหมดด้วยวัตถุประสงค์ในการแลกสินค้าในแต่ละช่วง มีการใช้จ่ายค่าเครื่องสำอางยี่ห้อนี้และอื่น ๆ รวมถึงปีละประมาณ 100,000-200,000 บาท แต่ไม่รู้สึกเสียดายหรือคิดจะลดค่าใช้จ่ายในเรื่อง

นี่เพราะเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับตัวเอง และเป็นสิ่งที่ต้องใช้อยู่ทุกวันในชีวิตประจำวัน และใช้เครื่องสำอางนี้อย่างต่อเนื่องมากกว่า 15 ปีแล้ว ยังไม่เคยมีปัญหาและรู้สึกว่าจะเหมาะสมกับผิวของตนเอง จึงไม่คิดจะเปลี่ยนไปใช้ยี่ห้ออื่น แต่อาจจะมีการใช้เครื่องสำอางอื่น ๆ ที่มีการโฆษณาเพิ่มขึ้นบ้างเป็นครั้งคราว แต่ก็มักจะเลิกไป แต่ยังคงใช้เครื่องสำอางยี่ห้อนี้ออย่างเหนียวแน่น แต่ก็มีมีการเปลี่ยนรุ่นของสินค้าตามอายุและสภาพผิว โดยพนักงานจะเป็นผู้แนะนำให้ ซึ่งมักจะเชื่อตามคำแนะนำ เพราะคิดว่าพนักงานมีความรู้ในเรื่องนี้ดี แต่รู้สึกว่าย่างอายุมากขึ้นยังต้องบำรุงและเอาใจใส่ผิวมากขึ้น ต้องใช้เครื่องสำอางหลายชนิดและซับซ้อนขึ้นเช่นเดียวกับราคาของเครื่องสำอางที่เพิ่มขึ้นตามอายุด้วย นอกจากนั้นบางครั้งเมื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ พนักงานขายจะแนะนำให้หรือแจกของตัวอย่างไปทดลองใช้ ซึ่งมักจะกลับมาซื้อไปใช้ต่อ แต่เช่นเดียวกันที่ผลิตภัณฑ์ที่มีการพัฒนาออกมาใหม่มักจะมียาราคาสูงเพราะมีการพัฒนาเทคโนโลยีในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมากขึ้น จึงต้องแพงเป็นธรรมดา ถ้าแพงแล้วดีก็ยินดีจ่าย แต่สำหรับคุณแฉ่งยังมีขีดจำกัดว่าจะไม่ซื้อเครื่องสำอางที่มีราคาแพงมากนัก ที่ผ่านมามีเคยซื้อราคาแพงที่สุด 11,000 บาท ต่างจากคุณกบที่ยินดีจ่ายไม่อั้นถ้าเป็นสิ่งที่ช่วยชะลอวัยได้ ส่วนคุณกบเคยซื้อครีมบำรุงที่แพงที่สุดราคา 22,000 บาทและทุกวันนี้ก็ยังใช้อยู่ นอกจากนั้นทั้งสองคนได้ถูกทำให้เชื่อว่าเมื่ออายุย่างเข้า 50 ปีเช่นนี้ ริ้วรอยต่าง ๆ เริ่มปรากฏชัดขึ้น การใช้เครื่องสำอางเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอถึงแม้จะเป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพก็ตาม จึงได้ไปซื้อเครื่องนวดที่เป็นอัลตราโซนิกมาใช้เพิ่มจากเครื่องสำอางที่ยังคงใช้ประจำซึ่งจะกล่าวต่อไปในเรื่องการใช้เครื่องมือเพื่อดูแลผิวพรรณ

ส่วนการใช้เครื่องสำอางมีการกำหนดขั้นตอน วิธีการใช้ เรียงตามลำดับไว้ โดยมีการให้เหตุผลประกอบที่อ้างถึงความรู้ทางโครงสร้างและองค์ประกอบของผิว โดยผู้แนะนำความงามจะเป็นผู้เลือกให้เหมาะสมกับสภาพผิว ข้อมูลจากผู้ให้ตัวบททั้งสองคนมีขั้นตอนโดยหลักการที่คล้ายคลึงกันเพียงแต่อาจมีความแตกต่างในเรื่องของชนิดของผลิตภัณฑ์ที่ใช้ตามปัญหาและความต้องการของแต่ละคน เช่น คุณกบเริ่มมีกระและต้องการหน้าขาวก็จะมีเพิ่มผลิตภัณฑ์ที่ช่วยแก้ปัญหานี้ เป็นต้น ขั้นตอนในการทำความสะดวกจะใช้ 3 ขั้นตอน คือล้างหน้าด้วยครีม (ราคา 1,500 บาท) ตามด้วยโฟม (ราคา 1,450 บาท) และโลชั่นปรับสภาพผิว (ราคา 2,100 บาท) แล้วจึงทาครีมบำรุงให้ผิวชุ่มชื้น (ราคา 2,450 บาท) และตามด้วยโทนิคเพื่อปิดรูขุมขน (ราคา 2,100 บาท) ทาครีมบำรุงพิเศษ (ราคา 8,000 บาท) ครีมรอบดวงตา (ราคาประมาณ 2,000 บาท) และครีมกันแดด (ราคา 2,000 บาท) ส่วนคุณกบซึ่งมีปัญหากระฝ้าต้องเพิ่มครีมทารักษากระ (ราคา 2,800) และครีมนวดกระชับผิว (ราคา 2,800 บาท) ก่อนทาโทนิค และมีการไปรับบริการให้พนักงานนวดหน้าด้วยทุก 1-2 สัปดาห์ การใช้เครื่องสำอางตามขั้นตอนข้างต้นนี้เป็นกิจวัตรประจำวันที่ยังทั้งสองคนทำมานานกว่า 15 ปีแล้ว มีการใช้เวลาในเรื่องของการดูแลผิวเช้าและเย็นรวมถึงการแต่งหน้าด้วยประมาณครั้งละ 30-

60 นาที ทั้งนี้ยังไม่รวมการดูแลผิวด้วยเครื่องมืออัลตราโซนิกซึ่งเป็นขั้นตอนต่างหากอีกสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง ๆ ละ 1-2 ชั่วโมง ที่ทำมากกว่า 3 ปีแล้ว ถึงแม้จะมีขั้นตอนและชนิดของเครื่องสำอางที่ต้องใช้ในการดูแลผิววันละ 2 ครั้ง เข้าและเย็นถึง 6-7 ขั้นตอน แต่ก็ไม่ได้ทำให้รู้สึกลำบากหรือยุ่งยากแต่อย่างใด มีความสุขที่จะทำเพราะเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันไปแล้ว และยังไม่เคยมีปัญหาจากเครื่องสำอางยี่ห้อนี้ จึงไม่คิดจะเลิกและคงทำต่อไป ถ้ายังคงมีกำลังซื้อได้

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นถึงแม้เครื่องสำอางชนิดนี้จะเป็นเครื่องสำอางที่มีชื่อเสียงติดตลาดแล้ว แต่ก็ยังคงใช้วิธีการทางการตลาดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และมีการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการแนะนำสินค้าจากพนักงานขายที่ใช้เหตุผลทางวิทยาศาสตร์การแพทย์มาอธิบาย ทำให้ผู้หญิงถูกทำให้เชื่อว่าการใช้เครื่องสำอางยี่ห้อนี้มีคุณภาพที่จะช่วยชะลอริ้วรอยแห่งวัยได้ ผู้หญิงที่ถูกทำให้เชื่อ จึงยินยอมเสียเวลาและเงินทองมากมาย และปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้ขายที่ถือว่าเป็นผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามประเภทหนึ่ง โดยการสร้างวินัยในตนเองให้ปฏิบัติตามกฎเกณฑ์กติกาที่ถูกกำหนดไว้อย่างต่อเนื่อง เช่นกรณีของคุณกบถ้ำมองอย่างผิวเผินจะเข้าใจว่าเป็นคนที่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับเรื่องของการจัดการความงามเท่าใดนัก เพราะเป็นคนที่ไม่เน้นในเรื่องของการใช้สกินในการแต่งหน้า ใช้เพียงแป้งและลิปสติกอ่อนๆ เท่านั้น แต่แท้ที่จริงแล้วเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับการจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุเป็นอย่างมาก โดยเน้นแต่ในเรื่องของการดูแลและบำรุงผิว คุณกบได้ใช้ผลิตภัณฑ์และปฏิบัติตามที่ผู้ขายแนะนำทุกอย่าง ซึ่งถึงแม้จะมีค่าใช้จ่ายสูงเพราะต้องใช้เครื่องสำอางหลายชนิดและมีขั้นตอนในการปฏิบัติที่มากมาย ฟังดูซับซ้อนและต้องใช้เวลา แต่คุณกบก็มีความเต็มใจในการปฏิบัติจนเป็นกิจวัตรประจำวัน และให้ความสำคัญในเรื่องของการดูแลและบำรุงผิวเป็นอย่างมาก ถึงแม้คุณกบจะไม่มีเวลาว่างมากนัก เพราะเป็นผู้บริหารที่ทำงานรัฐวิสาหกิจและดูแลกิจการส่วนตัว แต่ก็ให้เวลาในเรื่องของการดูแลผิวอย่างเต็มที่เพราะ เห็นว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นและเป็นความสุขของตัวเอง เพราะคิดว่าตัวเองเป็นคนที่ไม่ชอบแต่งหน้า จึงต้องใช้วิธีที่สวย และการจะมีผิวที่สวยงามก็ต้องมีขั้นตอนของมัน เพราะถ้าทำไม่ถูกขั้นตอนถึงแม้เครื่องสำอางจะดีก็คงให้คุณภาพไม่เต็มที่ คุณกบมีตารางเวลาเพื่อปฏิบัติตามขั้นตอนเกี่ยวกับการดูแลผิวหน้าโดยเฉพาะในชีวิตประจำวันก่อนไปทำงานและก่อนนอนอย่างสม่ำเสมอทุกวัน ขั้นตอนในการดูแลผิวหน้าตอนเช้าและก่อนนอนจะมีความแตกต่างกันบ้าง ทั้งในเรื่องของขั้นตอน และผลิตภัณฑ์ แต่การดูแลผิวก่อนนอนจะใช้เวลามากกว่า ครั้งละไม่ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง เพราะต้องพิถีพิถันในการทำมาสะอาดใบหน้า และใช้ครีมนวดกระตุ้นผิวเบาๆ ก่อนทาครีมบำรุง ซึ่งต้องทำทุกวัน ถึงแม้คุณกบจะกลับบ้านค่ำประมาณเกือบ 2 ทุ่ม และวันจันทร์ พุธ ศุกร์ จะต้องไปดูแลกิจการส่วนตัวหลังเลิกงานทำให้กลับถึงบ้าน 3 ทุ่มกว่า แต่ไม่ว่าจะตึกแค่ไหนสิ่งที่ไม่เคยละเว้นที่จะทำ คือการดูแลและบำรุงผิวหน้าซึ่งเป็นกิจวัตรที่เธอให้ความสำคัญและเห็นว่าเป็น

สิ่งจำเป็นที่ไม่เคยคิดที่จะลดขั้นตอนหรือเลิกทำ เพราะกลัวว่าจะไม่ได้ผล และเธอคิดว่าสิ่งที่ทำมาก็เห็นผลและทำให้ตัวเองมีความสุข ซึ่งคุณบอกบอกว่าถึงแม้จะไม่เคยมีใครชมว่าสวย อ่อนกว่าวัย หรือมีผิวดี เพราะอาจจะจะเป็นเพราะเธอไม่แต่งหน้า แต่เธอก็สังเกตผิวหน้าของตนเองทุกวันอย่างสม่ำเสมอและมีความภูมิใจในตัวเองที่เห็นหน้ายังเกลี้ยงเกลาและมีริ้วรอยน้อยกว่าคนอื่นๆ ในวัยเดียวกับที่ไม่ดูแลตัวเอง ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นเงินทองและเวลาที่ต้องใช้ในการจัดการความงามจึงไม่เสียเปล่าและให้ผลกลับมาอย่างคุ้มค่าเพราะเป็นสิ่งที่เธอเต็มใจจะทำเพื่อสร้างความสุขและความพอใจให้กับตัวเอง

จะเห็นได้ว่าถึงแม้เครื่องสำอางทั้งสองยี่ห้อจะมีความแตกต่างกันในเรื่องของการตลาด แต่ว่างก็อ้างในเรื่องของคุณภาพสินค้า ในเรื่องของการผลิตเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมหรือองค์ประกอบที่ถูกกำหนดด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ว่าเป็นสิ่งที่ช่วยในเรื่องของการสร้างผิวสวย ป้องกันและต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของผิวตามวัย ผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าเป็นสิ่งที่สามารถจัดการความงามได้จริง มีการจำแนกประเภทของเครื่องสำอางตามความรู้เกี่ยวกับสภาพผิว และช่วงอายุ ซึ่งต่างก็ทำให้เชื่อว่าการดูแลและบำรุงผิวมีความจำเป็นสำหรับผู้หญิงในการสร้างผิวสวย ซึ่งควรมีการบำรุงตั้งแต่ยังเข้าสู่วัยสาว ยิ่งดูแลและบำรุงได้อย่างถูกต้องตามหลักการเร็วเท่าไรก็ยิ่งจะเป็นการสร้างผิวสวยและป้องกันและลดริ้วรอยแห่งวัยได้มากยิ่งขึ้น การใช้เครื่องสำอางจึงเป็นการใช้วินัยในการควบคุมตัวเองของผู้หญิงมากกว่าการจัดการความงามด้วยวิธีอื่น เพราะแทรกซึมเข้าไปสู่ชีวิตประจำวันทำให้ผู้ใช้ปฏิบัติด้วยตนเองหลังจากได้รับการแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว และมีการกำหนดกฎเกณฑ์กติกาว่าจะต้องใช้อย่างไร มีการเรียงลำดับตามขั้นตอน และต้องมีการใช้อย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องจึงจะมีการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างช้า ๆ ต่างจากการใช้เครื่องมือหรือการจัดการด้วยผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นการจัดการความงามที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วกว่า แต่จะเร็วเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับระดับของความรู้และความลึกซึ้งของความเชี่ยวชาญ ผู้วิจัยจะเผยให้เห็นต่อไป แต่การใช้เครื่องสำอางมักเป็นการจัดการความงามขั้นต้นเพื่อสวยช่อนอายุที่ผู้หญิงใช้ก่อนที่จะก้าวไปสู่การจัดการความงามด้วยวิธีอื่นต่อไป

กรณีตัวอย่างเกี่ยวกับผู้ใช้เครื่องสำอางทั้งสองยี่ห้อดังกล่าวข้างต้น จะให้ผลลัพธ์ที่พึงพอใจของผู้ใช้ ไม่ทำให้เกิดปัญหาภายหลังการใช้ แต่ยังมีคนอยากสวยที่เครื่องสำอางแล้วมีผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ เช่น กรณีของคุณหมวย อายุ 43 ปี ผู้ช่วยพยาบาลซึ่งดูเผินๆแล้วจะไม่ทราบว่าเป็นผู้ที่สนใจในเรื่องของการดูแลผิว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่แต่งหน้าแต่งตัวเลย แต่คุณหมวยจะเน้นในเรื่องของการรักษาความสะอาดของใบหน้าแบบขั้นตอนเดียว เพราะไม่ต้องล้างเครื่องสำอางเช่นคนที่แต่งหน้า แต่จะเป็นการใช้ผลิตภัณฑ์ล้างหน้าที่มีขายในสรรพสินค้าทั่วไป ไม่ใช่เครื่องสำอางราคา

แพง และเป็นผู้ที่ระมัดระวังในการใช้ผลิตภัณฑ์กับผิวมากเพราะเป็นโรคภูมิแพ้ แพ้อากาศและผิวแพ้ง่าย แต่เมื่อประมาณ 1 ปีก่อน เพื่อนสนิทที่เป็นผู้สวดยชอนอายุและสนใจในการจัดการความงามมาก เล่าให้ฟังว่าไปนวดหน้าเป็นประจำ นวดแล้วนอกจากผิวจะดีแล้วยังเป็นการผ่อนคลายเหมือนได้พักผ่อนคลายเครียดด้วย จึงสนใจและไปนวดหน้าที่สถานบริการแห่งนั้นบ้าง พนักงานนวดหน้าประเมินว่าลักษณะผิวเป็นแบบผิวแห้ง ๆ และดูจะแพ้ง่าย ต้องใช้ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวแพ้ง่ายและต้องระมัดระวัง คุณหมวยรู้สึกว่าคุณงานมีความรู้ และก็ไม่มีปัญหาใดๆ ภายหลังนวดหน้า เมื่อเจ้าของร้านแนะนำว่าควรใช้ครีมบำรุงของที่ร้านราคาประมาณกระปุกละ 900 บาทซึ่งจะทำให้หน้าไม่เป็นขุยและผิวจะแข็งแรงขึ้น คุณหมวยจึงซื้อมาใช้ และรู้สึกพอใจมากเพราะใช้แล้วมีแต่คนชมว่าผิวสวย หน้าใสขึ้น จึงยังคงนวดหน้าต่อมาอีกหลายครั้ง พร้อมกับใช้ครีมต่อมาอีกรวมเป็น 3 ขวดถึงแม้ตอนที่ใช้ครีมขวดที่สอง คุณหมวยจะเกิดความสงสัยและไม่แน่ใจในผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีการติดฉลากซึ่งระบุ วัน เดือน ปีและสถานที่ผลิต เนื่องจากในขณะนั้นมีการลงข่าวเกี่ยวกับการใช้เครื่องสำอางที่ไม่ได้มาตรฐาน อาจทำให้เกิดอันตรายได้ เครื่องสำอางเหล่านั้นมักจะไม่มีการระบุที่มาดังกล่าวข้างต้น เช่นเดียวกับครีมบำรุงที่คุณหมวยใช้อยู่ คุณหมวยจึงกลับไปถามเจ้าของร้าน และได้คำตอบว่าครีมดังกล่าวเป็นครีมที่แพทย์เป็นคนผลิตขึ้นเพื่อให้ใช้ในร้าน และจำหน่ายให้เฉพาะลูกค้าของทางร้าน ไม่ได้วางจำหน่ายทั่วไป แต่ให้เชื่อได้ว่าไม่มีส่วนผสมที่เป็นอันตราย เพราะแพทย์เป็นคนผลิตเอง และก็ไม่มีใครเคยแพ้ เจ้าของร้านรับรองว่าถ้ามีปัญหาเอามาคืนได้ แม้แต่ตัวคุณหมวยเองเจ้าของร้านก็บอกว่าหน้าดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด และไม่มีอาการแพ้มีไ้หรือ? คุณหมวยรู้สึกไม่ค่อยสบายใจ แต่เพื่อนบอกว่าไม่ต้องคิดมาก เพราะใช้แล้วหน้าดีขึ้นและไม่มีปัญหาที่ไม่น่ากังวล คุณหมวยจึงใช้ครีมนั้นต่อมา จนกระทั่งไปเที่ยวทะเลแล้วตากแดด กลับมาหน้าเห่อแดงมากดูบวม ๆ และคันทั้งหน้า จึงไปหาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางผิวหนัง และแพทย์บอกว่าเป็นเพราะตากแดด แต่ดูผิวแพ้ง่ายและรุนแรงกว่าปกติ และถามว่าใช้ครีมอะไรเป็นประจำหรือไม่ เพราะดูเหมือนผิวจะบาง ซึ่งอาจเป็นผลจากการใช้ครีมที่มีส่วนผสมที่มีผลต่อผิวก็เป็นได้ เมื่อตากแดดจึงมีอาการแพ้รุนแรง ทั้งที่ไม่เคยเป็นมาก่อน แพทย์ให้หยุดใช้ครีมและให้ยามาทา ห้ามทาครีมอื่นๆ และให้ระวังเพราะผิวแพ้ง่าย คุณหมวยใช้เวลารักษาน้ำอยู่เกือบเดือนจึงหายเป็นปกติ แต่คุณหมวยก็ยังไม่แน่ใจว่าครีมนั้นมีส่วนผสมของสารสเตียรอยด์หรือไม่ เพราะผิวดีขึ้นจนใสมากหลังการทาเพียงไม่กี่ครั้ง การใช้ครีมที่มีสเตียรอยด์ติดต่อกันนานๆ อาจทำให้ผิวบางได้ แต่คนขายก็ได้ยืนยันตั้งแต่นั้นแล้วว่าไม่มีสารดังกล่าวผสมแน่นอน คุณหมวยยังคิดว่าอาจเป็นเพราะตนเองเป็นคนแพ้ง่ายอยู่แล้วก็เป็นได้ เพราะคนอื่นไม่แพ้ และครีมก็มีราคาแพง คนขายก็ดูเป็นคนมีความรู้ ร้านก็เปิดมานาน ถ้าทำไม่ได้มาตรฐานไม่น่ากล้ามาขาย แต่คุณหมวยก็ไม่ได้กลับไปต่อว่าเจ้าของร้านหรือกลับไปที่สถานบริการแห่งนั้นอีก ถึงแม้ประสบการณ์ครั้งนั้นจะทำให้คุณหมวยบอกว่าระมัดระวังใน

การใช้ผลิตภัณฑ์กับผิวมากขึ้น ไม่กลัวทาครีมอื่น ๆ เพราะกลัวผิวมีปัญหาอีก แต่คุณหมวยก็มีประสบการณ์แพ้เครื่องสำอางซ้ำอีก เมื่อลองไปนวดหน้าที่สถานบริการแห่งใหม่แล้วมีอาการแสบหน้าระหว่างการทาเครื่องสำอางในขั้นตอนหนึ่งของการนวดหน้า ซึ่งผู้นวดได้รับล้างออก แล้วเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ให้ หลังจากนั้นคุณหมวยก็ยังไม่ได้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ๆอีก เมื่อถามว่าเคยแพ้อย่างรุนแรงแล้วทำไมยังกล้าลองอีก? คุณหมวยตอบว่าเดิมก็ตั้งใจจะไม่ทำอีกแล้ว แต่ที่ไปลองเพราะเวลาผ่านไปนานพอสมควรแล้ว ไปเดินที่ศูนย์การค้าผ่านสถานบริการนวดหน้า เห็นมีคนกำลังนวดอยู่หลายคน เมื่อพนักงานเชิญชวน และเข้าไปพูดคุยจึงเกิดความอยากรลองและคิดว่าไม่น่าจะมีปัญหาอีก กรณีของคุณหมวยแสดงให้เห็นปัญหาจากการแพ้เครื่องสำอางที่ตัวคุณหมวยเองก็รู้สึกว่าเป็นเรื่องที่รุนแรง แต่ก็ไม่ได้โทษในเรื่องเครื่องสำอางเต็มทีนัก แต่ยังคงคิดว่าอาจเป็นเพราะภูมิแพ้ของตัวเอง และถึงแม้ตั้งใจว่าจะไม่ใช้อีกแต่เมื่อก้าวย่างเข้าไปในศูนย์การค้าที่มีการนำเสนอบริการเพื่อความงามและการเชิญชวนด้วยเทคนิคของการส่งเสริมการขาย ก็กลับหันไปทดลองจนเกิดปัญหาซ้ำอีก ซึ่งเป็นมนต์เสน่ห์ของการจัดการความงามในบริบทของบริโภคนิยมที่เมื่อทำแล้วมักจะหยุดไม่ได้ และจะถูกกระตุ้นให้ล้มลองสิ่งใหม่ ๆ อยู่เรื่อยไป

การใช้เครื่องมือเพื่อดูแลผิวพรรณ

การใช้เครื่องมือเพื่อดูแลผิวพรรณนี้ เป็นการใช้เครื่องมือควบคู่กับเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นการจัดการความงามด้วยตนเองที่บ้าน เครื่องมือเพื่อดูแลผิวพรรณเป็นนวัตกรรมที่ถูกสร้างขึ้นโดยใช้ความรู้ในเรื่องของวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีผนวกกับความรู้ทางด้านการแพทย์เกี่ยวกับผิวหนังโดยมีเจตจำนงอยู่เบื้องหลังคือการแสวงหาผลประโยชน์ในทางธุรกิจ เพื่อใช้ในการจัดการความงามของผู้หญิง โดยมีจุดขายคือเป็นการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการดูแลผิวพรรณ ป้องกันและลดริ้วรอยและจุดต่างดำที่เห็นผลรวดเร็วกว่าการใช้เครื่องสำอางเพียงอย่างเดียว เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้หญิงซึ่งอยากสวยช่อนอายุโดยใช้เวลาน้อย ๆ แต่ยังไม่พร้อมที่จะรับการผ่าตัดเพื่อลบริ้วรอย เป็นพวกที่ต้องการจัดการความงามด้วยตนเองที่บ้านไม่มีเวลาไปสถานบริการเพื่อความงาม เครื่องมือเพื่อดูแลผิวพรรณเหล่านี้มีราคาแตกต่างกันตั้งแต่ระดับต่ำถึงสูงแล้วแต่ความต้องการและกำลังทรัพย์ของผู้ซื้อจะซื้อ เช่น เครื่องนวดระบบอัลตราโซนิกที่ใช้ในการผลัดครีมเข้าสู่ผิวมีราคาตั้งแต่ 3,900 บาท ถึงประมาณ 130,000 บาท แสดงให้เห็นว่าถึงแม้จะมีกำลังซื้อไม่มากก็สามารถที่จะซื้อหามาใช้ได้ เป็นการขยายโอกาสในการบริโภคที่ครอบคลุมกลุ่มผู้หญิงที่มีรายได้ตั้งแต่ระดับกลางไปจนถึงระดับสูงให้สามารถซื้อเครื่องมือที่ใช้เทคโนโลยีอันทันสมัยมาใช้เพื่อจัดการความงามด้วยตนเองที่บ้าน

ถึงแม้จากการสำรวจข้อมูลทางเอกสารจะมีเครื่องมือที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการจัดการความงามด้วยตนเองที่บ้านอยู่หลายชนิด แต่ทั้งหมดล้วนมีหลักการนำเสนอในทำนองเดียวกัน คือ

อ้างอิงการนำความรู้ที่ทันสมัยทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการดูแลผิวพรรณและมีการอธิบายในเชิงเหตุผลทางวิชาการถึงการทำงานของเครื่องมือ ผู้วิจัยขอยกตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการจัดการความงาม 2 ประเภทได้แก่ เครื่องทำความสะอาดผิวหน้าระบบโอโซนและเครื่องนวดระบบอัลตราโซนิกซึ่งมีการโฆษณาผ่านทางสื่อสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์ และเป็นเครื่องมือที่ผู้หญิงที่มีความสนใจในการดูแลผิวพรรณรู้จักและนิยมใช้ และได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องมือดังกล่าว

เครื่องทำความสะอาดผิวหน้าระบบโอโซน (Ozone Clean Beauty Kit)

“ผยผิวสวย หน้าใส ไร้สิวและริ้วรอยหมองคล้ำ ทางเลือกใหม่ของการดูแลผิวหน้าให้เรียบเนียนใสได้ ภายใน 7 วัน” แต่คำเก๋ไก๋นั้นในเอกสารแนะนำเครื่องทำความสะอาดผิวหน้าระบบโอโซนก็จะเชิญชวนทำให้ผู้อ่านรู้สึกได้ถึงโอกาสที่จะทำให้ผิวหน้าเนียนใสได้ในเวลาสั้นๆ เพียง 1 สัปดาห์หลังจากใช้เครื่องมือนี้ ตอกย้ำด้วยคำอธิบายประสิทธิภาพการทำงานในเชิงวิชาการด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ซึ่งสร้างน้ำหนักของความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น เริ่มด้วยการนำโอโซนซึ่งเป็นอากาศบริสุทธิ์มาใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจในการจัดการความงาม โดยกล่าวถึงคุณสมบัติพิเศษของโอโซนในการทำทำความสะอาดผิวก่อน และตามด้วยการแจกแจงคุณสมบัติของเครื่องทำความสะอาดผิวหน้าระบบโอโซนที่สามารถสร้างโอโซนเพื่อใช้ในการดูแลผิว ทั้งในเรื่องของการทำความสะอาดผิวได้อย่างล้ำลึกกว่าการล้างหน้าธรรมดา การช่วยลดการเกิดสิวการอักเสบของผิว ช่วยขจัดเซลล์ที่ตายแล้ว และกระตุ้นการไหลเวียนของโลหิต

การใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์มาใช้ในการอธิบายถึงคุณสมบัติพิเศษของเครื่องทำความสะอาดผิวหน้าระบบโอโซนข้างต้น ทำให้เห็นว่าการล้างหน้าแบบธรรมดาอาจจะไม่สามารถทำความสะอาดผิวได้เพียงพอเสียแล้ว แต่ต้องเป็นการล้างหน้าแบบล้ำลึก การใช้เครื่องมือชนิดนี้จะช่วยในการทำทำความสะอาดผิว สามารถสร้างและคงไว้ความสวยและอ่อนเยาว์ของผิวหน้าได้ ทั้งนี้ผู้ใช้จะต้องมีวินัยในการปฏิบัติ คือควบคุมตนเองให้ทำด้วยความสม่ำเสมอและต่อเนื่องจึงจะเห็นผล ถึงแม้เพียงแค่สรรพคุณของเครื่องทำความสะอาดผิวหน้าจะถูกทำให้มีความพิเศษในการดูแลผิวพรรณให้สวยงามอ่อนเยาว์ดังกล่าวแล้วก็ยังไม่เป็นการเพียงพอ ธุรกิจในการจัดการความงามได้สร้างความจำเป็นในการบริโภคโดยมีการกระตุ้นให้ใช้เครื่องมืออื่นประกอบกันด้วย *“เพื่อประสิทธิภาพในการดูแลผิวพรรณที่ดีขึ้น ควรใช้ควบคู่ไปกับเครื่องนวดหน้าระบบอัลตราโซนิก เพื่อช่วยกระตุ้นให้กล้ามเนื้อใบหน้าได้รับการออกกำลังกาย และช่วยให้ครีมบำรุงผิวแทรกตัวลึกลงและซึมซาบเข้าสู่ผิวพรรณชั้นในได้เร็วขึ้น”* เป็นการเชิญชวนผู้หญิงที่ถูกทำให้เชื่อว่านวัตกรรมหรือเทคโนโลยีอันทันสมัยเหล่านี้จะทำให้สวยช่อนอายุได้ ซื้อเครื่องมือทั้ง 2 ชนิดไปใช้ *“เพื่อประสิทธิภาพที่ดีขึ้น”* ดังกรณีของคุณจี อายุ 50 ปีซึ่งเป็นผู้ที่ใช้เครื่องมือทั้ง 2 ชนิดนี้แล้วว่า

ที่จริงก็ไม่ค่อยรู้หรอกว่าไอโซนมันทำความสะอาดหน้าได้ เคยได้ยินเหมือนกันตอนที่ไปวาดหน้าแล้วเขาบอกว่ามีขั้นตอนหนึ่งที่พ่นไอโซนให้ผิวพรรณดี แต่เห็นโฆษณาเครื่องนี้ทางทีวีตอนดึกๆนะคะ รายการของทีวีโคเรให้สั่งซื้อ มันโฆษณาซ้ำๆ บ่อยมากเลย เป็นคนนอนดึก ดูบ่อยก็สนใจเหมือนกันนะ อายากลอง คิดว่าถ้าเราเอามาทำเองที่บ้านได้ จะได้ไม่ต้องไปร้าน คงประหยัดกว่า แต่ก็ไม่ชอบสั่งซื้ออะไรแบบนี้หรอกนะคะ เราไม่เห็นของ กลัวถูกหลอก แต่พอดีไปเดินศูนย์การค้า เห็นมีเคาน์เตอร์ขายของพวกนี้พอดี เลยได้เห็นได้ลอง ยังไม่ซื้อทันทีหรอก กลับมาคิดก่อน แต่ไม่นานก็ไปซื้อ ที่จริงนะคนขายดูหน้า เราไม่ค่อยมีสิ่วอะไร เขาแนะนำว่าใช้แค่เครื่องนวดระบบอัลตราโซนิกพอ ไม่ต้องใช้ตัวนี้ ก็ซื้อเครื่องนั้นมาก่อน ที่นั่นมี VCD แนะนำการใช้ของเครื่องนั้น มันพูดถึงเครื่องนี้ด้วย ว่าถ้าใช้ด้วยกันมันจะมีประสิทธิภาพและได้ผลกว่า ก็เลยกลับไปซื้อมาใช้ มันก็ไม่ค่อยแพงพอซื้อได้ เครื่องทำไอโซน 4 พันกว่าบาท เกือบ ๕ พัน เครื่องนวด ประมาณ 3,900 บาท

จะเห็นได้ว่าในกรณีของคุณจุ๊ถึงแม้ผู้แนะนำความงามจะไม่ได้แนะนำให้ใช้เครื่องนี้ตั้งแต่แรก แต่เธอได้รับข้อมูลผ่านทางโฆษณาโทรทัศน์ ซึ่งมีการโฆษณาขายสินค้าประเภทที่ให้สั่งซื้อในช่วงตอนดึกหลังรายการปกติสิ้นสุดลงแล้วประมาณ 2.00-3.00 น. เป็นการนำเสนอข้อมูลซ้ำ ๆ ผ่านทางหลายช่อง โดยเป็นการอธิบายคุณสมบัติการทำงานของเครื่องอย่างละเอียดประกอบภาพและเทคนิคในการนำเสนอที่รายการพวกนี้ใช้เป็นประจำคือการสัมภาษณ์ผู้ที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องมือเหล่านี้ ให้มาเล่าถึงความสำเร็จและความพอใจในการใช้เครื่อง แต่โฆษณาดังกล่าวเป็นการกระตุ้นความสนใจ ดังที่คุณจุ๊เล่าว่าทำให้รู้สึกว่ามันน่าสนใจ อายากลอง แต่ไม่กล้าซื้อเพราะยังไม่เห็นของจริง ยังไม่ได้ทดลองใช้กลัวถูกหลอก ดังนั้นเมื่อเห็นสินค้าที่วางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าจึงไม่รีรอที่จะลองและซื้อไปใช้ ถึงแม้ผู้ขายจะแนะนำให้ใช้เครื่องนวดระบบอัลตราโซนิกก่อน ยังไม่ได้แนะนำให้ใช้เครื่องทำไอโซน แต่เมื่อเธอศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจาก VCD ประกอบกับความสนใจที่มีอยู่เดิม จึงทำให้ตัดสินใจซื้อไปใช้เพราะอยากให้ได้ผลที่ดีที่สุดนั่นเอง จะเห็นได้ว่าเทคนิคในการขายเครื่องมืออันทันสมัยเหล่านี้ใช้การโฆษณาโทรทัศน์ซ้ำ ๆ เพื่อนำเสนอข้อมูลกระตุ้นให้เกิดความสนใจ ความอยากเห็น อายากลอง แล้วมีการทดลองและสาธิตให้ได้สัมผัสของจริง ประกอบคำอธิบายทางวิชาการอย่างมีเหตุผลของผู้ขายที่ทำให้เกิดความหวังที่จะมีใบหน้าสวยอ่อนเยาว์ภายหลังการใช้เครื่อง พร้อมคำรับรองที่อ้างว่าไม่มีอันตรายใด ๆ คนอยากสวยก็พร้อมที่จะเสียเงินด้วยความเต็มใจ

พอลองแล้วก็ดูดีนะคะเวลาเอามาไถหน้ามันจะรู้สึกจี๊ด ๆ และมีกลิ่นแปลก ๆ แบบสะอาด ๆ นะคะ เขาวามันคือกลิ่นไอโซน ก็ลองศึกษาข้อมูลมาก่อนแล้ว ฟังดูใน VCD ก็คิดว่าน่าจะได้ผลนะ แต่ถึงไม่ได้ก็ไม่เป็นไร ลองดูก็ไม่เสียหายอะไร ไม่มีข้อเสียอะไรนะคะ ไม่ได้เจ็บด้วย ซื้อมาแล้วก็ใช้นะคะ ใหม่ ๆ ใช้เข้า เย็นเลย ทำแป๊บเดียวคะ ไม่นาน หลังล้างหน้าไม่ถึง 10 นาทีหรอก แต่ตอนหลังนี้เหลือแค่ตอนเย็น ทำเกือบทุกวัน แต่ช่วงยุ่ง ๆ บางทีก็ห่างไปแต่ยังโออย่าง

น้อยอาทิตย์ละ 2-3 ครั้ง ต้องทำบ้าง ก็ใช้คู่กับเครื่องนวดนะแหละค่ะ มันก็ดีนะเราทำเองที่บ้าน เพราะถ้าไปร้านมันเสียเวลา แต่ก็ยังไปทำหน้าที่ร้านบ้างนะค่ะ เดือนละ 3-4 ครั้ง เราทำเองมันพอได้ แต่เครื่องไม้เครื่องมือมันไม่ครบเหมือนที่ร้าน ทำแล้วเป็นไงเธอ? ก็ดีนะค่ะ แต่ก็ไม่รู้เหมือนกันนะว่าได้ผลไหม มันก็คงได้บ้างละ เพราะว่ามันก็ทำหลายอย่างนะ จะว่าไป ทั้งเรื่องการใช้พวกครีม ไม่ตากแดด แล้วนวดหน้าทีร้านด้วยที่ทำมานานแล้ว เครื่องมือนี้ใช้มาราวๆ 3-4 ปี เองมั้ง ก็ยังทำอยู่นะค่ะ ก็ยังใช้ทั้ง 2 เครื่องแหละ ยังไงมันก็คงดีกว่าไม่ทำ ยิ่งอายุมากยิ่งต้องทำเยอะ

จะเห็นได้ว่าถึงแม้ว่าใช้เครื่องมือนี้ไปแล้วจะเห็นผลตามที่มีการกล่าวอ้างไว้หรือไม่ก็ตาม อำนาจของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ก็ยังคงทรงอำนาจที่ทำให้คนเชื่อ ผู้ใช้ซึ่งถูกทำให้เชื่อว่าเครื่องมือนี้มีประโยชน์ ก็ยังคงมีความรู้สึกดี ๆ และเต็มใจที่จะใช้ต่อไป

เครื่องนวดหน้าระบบอัลตราโซนิก (Supersonic Micro Massager)

เครื่องนวดหน้าที่ใช้ระบบนี้จากข้อมูลที่เราเห็นในโฆษณาและการสัมภาษณ์ผู้ใช้ มี 2 ชนิดที่ใช้หลักการทำงานของคลื่นเสียงเช่นเดียวกัน แต่มีความแตกต่างกันในเรื่องความถี่ของคลื่นและราคา ราคา เครื่องนวดชนิด A ผลิตในประเทศไต้หวันมีราคาประมาณ 3,900 บาท และเครื่องนวดชนิด B ซึ่ง ผลิตในประเทศญี่ปุ่นราคาประมาณ 130,000 บาท ดังนั้นไม่ว่าจะมีรายได้ไม่สูงก็สามารถซื้อเครื่องนวดมาใช้ในการดูแลผิวพรรณที่บ้านได้เช่นเดียวกัน

เครื่องนวดชนิด C “นวัตกรรมใหม่ของการยกกล้ามเนื้อบนใบหน้า ใบหน้ากระชับและเปล่งปลั่งขึ้น โดยไม่ต้องพึ่งศัลยกรรม คงจะเป็นเรื่องดีถ้าความชุ่มชื้นและนุ่มนวลของผิวจะอยู่กับผิวเราตลอดไป เพียงคุณใช้เวลาไม่ถึง 5 นาทีก็สามารถฟื้นฟูสภาพผิวได้อย่างถูกวิธี” การพัฒนาเครื่องมือชนิดนี้ขึ้นมา เนื่องจากการเชื่อมโยงปัญหาเรื่องมลภาวะที่อยู่รอบตัวเราทั้งจากแสงแดด ฝุ่น คาร์บอน และมลภาวะต่าง ๆ ที่กล่าวว่าเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ผิวเสื่อมสภาพลงทุกวัน มีการกล่าวถึงคุณสมบัติของเครื่องในเอกสารแนะนำสินค้า ว่าเป็นการทำงานโดยใช้คลื่นที่มีความถี่ต่ำไปกระตุ้นการทำงานของเซลล์ใต้ผิวหนัง ช่วยกระตุ้นการผลิตเซลล์ผิว สลายเซลล์ไขมันและช่วยผลัดครีมให้ซึมสู่ผิวหนังได้เร็วขึ้น

การอธิบายสรรพคุณหรือการทำงานของเครื่องอ้างถึงความรู้ในเรื่องของกายวิภาคและสรีรวิทยาของผิวหนัง และเป็นการนำเทคโนโลยีในเรื่องของคลื่นเสียงซึ่งเดิมมีการพัฒนาเพื่อใช้ประโยชน์ในการตรวจรักษาทางการแพทย์มาใช้เป็นประโยชน์ทางธุรกิจเพื่อความงาม ถึงแม้เรื่องของคลื่นเสียงจะเป็นสิ่งที่มองไม่เห็น แต่ในการสาธิตการใช้สินค้าผู้แนะนำได้นำน้ำหยดบนส่วนหัวนวดของเครื่องเพื่อให้เห็นว่าเมื่อเปิดเครื่องแล้วหยดน้ำกระเพื่อมไหวไปตามแรงสั่นสะเทือนของคลื่นเสียง และเมื่อใช้แล้วก็จะสัมผัสได้ถึงความอุ่นที่เกิดขึ้นจริง ๆ ทำให้ผู้ใช้เกิดความเชื่อถือ คุณจึงใช้

เครื่องนวดชนิดนี้ควบคู่กับเครื่องทำความสะอาดผิวหน้าระบบโอโซนแล้วประสิทธิภาพในการใช้เครื่องนวดระบบอัลตราโซนิคว่า

คนขายเขาก็อธิบายแบบที่เราเห็นในโฆษณาที่วินั้นแหละค่ะ ที่จริงก็เคยได้ยินเรื่องอัลตราซาวด์มาก่อน ที่เอาไว้ตรวจท้อง แต่ก็แปลกใจเหมือนกันนะที่เอามาทำให้ผิวดึงได้ เขาหยดน้ำให้ดู เออมันก็สั้นๆ จริงๆ นะ แล้วพอใช้จับดูหัวมันก็อุ่นๆ อย่างที่เขาว่าจริงๆ มันก็น่าจะได้ผลนะ ใช้ง่ายค่ะ เครื่องเบามาก เขาก็ให้ทาครีมแล้วไปตามรูป เขาให้ไถขึ้นตามแนวกล้ามเนื้อหน้า ที่จริงเครื่องนี้น่าจะใช้ได้หลายที่นะค่ะ หน้า อก ตัว ได้หมด แต่นี่ใช้แค่หน้าเท่านั้น ชี้เกียจ เอาหน้าอย่างเดียวพอ ต้องทาครีมก่อนนะค่ะ ที่จริงเขาบอกว่าจะใช้ครีมอื่นก็ได้ แต่ถ้าใช้ครีมของเขา มันจะดีกว่า เพราะมันทำมาเฉพาะ อย่างอื่นเขาก็ไม่แน่ใจ มันขึ้นอยู่กับครีมด้วย ตอนซื้อเขาก็แถมครีมมา 3 ขวด สำหรับหน้า อก ตัว ตอนแรก ๆ ก็ขยันทำคะทำเกือบทุกวัน ตอนเย็นหลังใช้โอโซน แต่เดี๋ยวนี้ก็ห่างบ้าง แต่ก็ทำทุกอาทิตย์ค่ะ 3-4 ครั้งได้ ทำมาตลอดตั้งแต่ซื้อเครื่องมา ถ้าช่วงไหนจะออกงานหรืออยากหน้าสวยก็จะทำดี คิดว่าตัวนี้น่าจะได้ผลนะค่ะ คือก็จริงนะที่หน้าเราไม่ได้ออกกำลังอะไร เหมือนร่างกายส่วนอื่น การกระตุ้นแบบนี้มันก็น่าจะดีนะค่ะ ถึงตอนใช้มันไม่รู้สึกอะไรเลย นอกจากอุ่นๆ แค่นั้น แต่ก็คิดว่ามันคงดีนะ

เช่นเดียวกับเทคนิคการขายเครื่องทำความสะอาดใบหน้าระบบโอโซน ที่มีการผนวกสินค้าอื่นควบคู่กันไปด้วยโดยการอ้างถึงประสิทธิภาพถึงแม้ผู้ขายจะไม่ได้บอกว่าจำเป็นหรือต้องใช้ แต่เป็นการพูดในเชิงของการให้ข้อมูลหรือแนะนำเช่นในเอกสาร คนอยากสวยก็มักจะซื้อสินค้าที่แนะนำ เพราะเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับตัวเอง “เคล็ดลับความงาม เพื่อฟื้นฟูทุกอณูเซลล์ของผิวพรรณ เพิ่มประสิทธิภาพที่ล้ำลึกในการดูแลผิวพรรณ ควรใช้เครื่องร่วมกับครีมยี่ห้อเดียวกันที่ผลิตขึ้นเพื่อให้เหมาะกับส่วนต่าง ๆ ของร่างกายที่ต้องการดูแล ด้วยสารสกัดจากธรรมชาติและอนุพันธ์วิตามินอี ที่มีคุณสมบัติช่วยดูแลผิวพรรณให้เนียนนุ่ม ชุ่มชื้นดูเปล่งปลั่ง”

เครื่องนวดชนิด D เป็นเครื่องนวดที่ใช้หลักการทำงานของคลื่นเสียงเช่นเดียวกับชนิดแรก แต่พนักงานขายให้ข้อมูลว่าใช้ความถี่ของคลื่นเสียงประมาณ 28,000 รอบ/นาที และมีคุณสมบัติในการยกกระชับ ฟันฟู ออกกำลังกายของกล้ามเนื้อใบหน้า และสามารถดูดซึมครีมได้มากกว่าการนวดด้วยมือถึง 15 เท่า ผู้ให้ตัวบทในเรื่องนี้เป็นผู้หญิงซึ่งเป็นผู้บริหาร 2 คนที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องนวด โดยทั้ง 2 คนเป็นเพื่อนที่มีอายุใกล้เคียงกันคือประมาณ 49-50 ปี และซื้อเครื่องนวดมาใช้พร้อม ๆ กันคือประมาณ 3 ปี เครื่องนวดชนิดนี้มีราคาสูงมาก โดยมี 2 ชนิด คือชนิดที่มีหัวนวดขนาดเล็กราคาประมาณ 80,000 บาท และหัวขนาดใหญ่ราคา 130,000 บาทกลุ่มเป้าหมายในการขายสินค้าจึงเป็นผู้ที่มีรายได้สูง การโฆษณาสินค้าจึงมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมในการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย คือมีการโฆษณาในโทรทัศน์ UBC และนิตยสารผู้หญิงที่มีราคาแพงและเป็นที่ยอมรับของคนกลุ่มนี้ เช่น ดิฉัน พลอยแถมเพชร การโฆษณามีลักษณะของกึ่งสัมภาษณ์คนดังถึง

ประสบการณ์ความสำเร็จในการใช้เครื่องมือที่สร้างความสนใจให้ผู้อ่าน สถานที่ว่างจำหน่ายสินค้าก็เลือกเปิดเคาน์เตอร์บริการที่ห้างสรรพสินค้าที่มีคนกลุ่มนี้นิยมเดิน เช่น เดอะมอลล์ เอ็มโพเรียม เป็นต้น และนอกจากการวางจำหน่ายแล้วยังมีการบริการนวดและศูนย์จำหน่ายที่ทำหน้าที่ติดตามดูแลลูกค้าหลังการขาย ที่ทำให้มีการใช้สินค้าอย่างต่อเนื่อง ลักษณะของการขายเครื่องนวดชนิดนี้เป็นการเน้นการขายควบคู่กับเครื่องสำอางยี่ห้อเดียวกัน ดังนั้นจึงมีการกำหนดกฎเกณฑ์กติกาในการใช้เป็นขั้นตอนซึ่งมีความซับซ้อนกว่าชนิดแรกซึ่งเป็นเครื่องราคาถูกที่ผู้ให้ข้อมูลอธิบายง่าย ๆ ว่าเพียงแค่นวดครีมที่มีลักษณะเป็นเจลทาแล้วใช้เครื่องมือไปตามกติกาที่บอกไว้โดยใช้เวลาไม่เกิน 10 นาทีเท่านั้น แต่การใช้เครื่องนวดชนิดนี้นอกจากเครื่องมือจะมีราคาสูงแล้ว เครื่องสำอางยังมีราคาสูงมากด้วย ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในรายละเอียดต่อไป

ทำไมคนกลุ่มนี้จึงยอมเสียเงินซื้อเครื่องมือและเครื่องสำอางที่มีราคาแพงมาใช้อย่างต่อเนื่องเช่นนี้? เป็นเพราะเชื่อในการอธิบายถึงสรรพคุณของสินค้าโดยให้เหตุผลที่อ้างถึงความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์และเทคโนโลยีอันทันสมัย และเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง นอกจากนั้นยังเป็นเรื่องของค่านิยมในการใช้แบรนด์เนมเพราะเชื่อว่าของที่มียี่ห้อที่มีราคาแพงเป็นของที่ดีมีคุณภาพจึงเต็มใจจ่าย ทั้งคุณแจ้และคุณกบเล่าถึงการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางว่าจะเลือกใช้แต่ของที่มียี่ห้อและมีชื่อเสียง เพราะถึงแม้จะมีราคาแพงแต่ก็คุ้มค่า และถึงแม้จะจ่ายเงินเพื่อซื้อเครื่องมือและเครื่องสำอางเป็นจำนวนมากก็ไม่รู้สึกเสียดาย เพราะรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับตัวเอง ถึงแม้เครื่องนวดนี้จะมีราคาแพง 80,000 – 130,000 บาท แต่การตัดสินใจซื้อใช้เวลาไม่นาน เนื่องจากทั้งสองคนเป็นผู้ที่ให้ความสำคัญเรื่องของการดูแลสุขภาพใบหน้าให้สวยอ่อนเยาว์เป็นอย่างมาก และเป็นผู้ที่ใช้เครื่องสำอางแบรนด์เนมที่มีราคาแพงมาโดยตลอด และเน้นการบำรุงผิวตามที่ผู้แนะนำความงามแนะนำดังได้กล่าวมาแล้วในเรื่องของประสบการณ์การใช้เครื่องสำอาง นอกจากนั้นยังเคยใช้บริการจากสถานบริการความงามด้วย คุณแจ้เป็นผู้ที่มีความสนใจก่อนโดยมีประสบการณ์จากการไปนวดหน้าทีสถานบริการเพื่อความงามที่มีชื่อเสียงแห่งหนึ่งที่เธอเล่าว่าซื้อคอร์ส 10 ครั้งแถม 5 ครั้งราคา 30,000 บาท ซึ่งบอกว่าเป็นการใช้เครื่องนวดระบบอัลตราซาวด์จากฝรั่งเศสซึ่งได้ผลดี ทำให้ผิวน้ำดีขึ้นมากอย่างเห็นได้ชัดในช่วงที่ทำอยู่ มีคนรอบข้างที่ทักถึงการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ซึ่งทำให้เธอมีความสุขและพอใจมาก ดังนั้นเมื่อได้ข้อมูลจากโฆษณาใน UBC และนิตยสาร เกี่ยวกับเครื่องชนิดนี้ซึ่งใช้หลักการเดียวกัน และมีคนดังหลายคนใช้ และสามารถซื้อไปทำด้วยตนเองที่บ้านไม่ต้องเสียเวลาไปที่สถานเสริมความงาม ทำให้สะดวกกว่า จึงมีความสนใจและไปทดลองใช้ที่เคาน์เตอร์ในห้างสรรพสินค้า และตัดสินใจซื้อหลังจากนั้นไม่นาน และบอกคุณกบเพื่อนสนิทซึ่งซื้อตามทันทีโดยไม่ได้อาข้อมูลอะไรเพิ่มเติมเพราะเชื่อคุณแจ้ที่เป็นผู้ที่มีความละเอียดว่าคงจะหาข้อมูลมาดีแล้ว คุณแจ้ตัดสินใจซื้อเครื่องนวดชุดใหญ่ราคา 130,000 บาท ซึ่งเป็นเครื่องที่ใช้ขนาดตัวได้ด้วย

ทั้งที่ตั้งใจจะใช้เพียงνωหน้าเท่านั้น อันที่จริงใช้เพียงชุดเล็กราคา 80,000 บาทก็เพียงพอแล้ว แต่ถ้าซื้อชุดใหญ่จะได้แถมเครื่องสำอางรุ่นที่มีราคาแพงกว่า เช่นชุดใหญ่จะได้แถมชุดทำความสะอาดผิวหน้าและครีมบำรุงที่มีราคา 22,000 บาท แต่ชุดเล็กแถมครีมบำรุงที่มีราคาถูกกว่าคือ 5,000บาท เป็นต้น คุณแจ่มยอมรับว่าของแถมมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อชุดใหญ่ เมื่อซื้อแล้วผู้แนะนำจะมีการสอนสาธิต 3 ครั้ง และให้ VCD แนะนำการใช้ วิธีการนวดจะเน้นการไถ่ขึ้นตามแนวกล้ามเนื้อ ตามกำหนดเวลาซึ่งตั้งเวลาของเครื่องไว้ หรือนับจำนวนครั้ง คุณแจ่มเล่าว่าจะนวดหน้าและคอโดยนับจำนวนครั้ง เช่น ไถ่บริเวณคอข้างละ 30 ครั้ง บริเวณหน้าแบ่งเป็นส่วน ๆ คางเฉียงถึงแก้มข้างละ 30 ครั้ง หน้าผากตรงกลางและวนออกด้านข้างๆละ 30 ครั้ง บริเวณ รอบตาข้างละ 30 ครั้ง รอบปาก 20 ครั้งและบริเวณจมูกอีกเล็กน้อย ทั้งนี้ก่อนนวดต้องมีการทำความสะอาดผิวและบำรุงตามขั้นตอนที่กำหนด รวมใช้เวลาในการทำนวด 2 ชั่วโมง และเก็บเครื่องมือครั้งละไม่ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง โดยคุณแจ่มทำอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง ส่วนคุณกบใช้การตั้งเวลาของเครื่องตามที่กำหนด ไม่ได้นับจำนวนครั้ง จึงใช้เวลามากกว่าคุณแจ่ม คุณกบใช้เวลาในการนวดทั้งหมดประมาณ 2 ชั่วโมง ทำสม่ำเสมอสัปดาห์ละประมาณ 3 ครั้งเช่นเดียวกัน แต่มีความแตกต่างในแง่ของชนิดของครีมบำรุง คุณกบใช้ของแพงมากกว่าคุณแจ่ม ผู้วิจัยขอเสนอข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนในการใช้เครื่องสำอางและการนวดหน้า ซึ่งใช้เวลาในการปฏิบัติตามขั้นตอนประมาณ 1-2 ชั่วโมง และมีการกำหนดกฎเกณฑ์กติกาไว้อย่างชัดเจนว่าต้องใช้อะไรบ้าง มีลำดับอย่างไร เพื่อให้เห็นความซับซ้อนและความอุตสาหกรรมของผู้ใช้ เป็นข้อมูลที่ประมวลได้จากคำบอกเล่าของคุณกบและคุณแจ่มซึ่งเป็นผู้ใช้เครื่องมือชนิดนี้ ข้อมูลที่ได้มีความคล้ายคลึงกันเพียงแต่มีความแตกต่างบ้างในรายละเอียดของข้อมูลส่วนบุคคล เช่นเรื่องของชนิดของเครื่องสำอางเทคนิคในการใช้เครื่องนวด และระยะเวลาที่ใช้ในการนวด

ขั้นตอนแรกเป็นขั้นตอนของการทำความสะอาดผิวน้ำต่อน้ำและเย็น โดยล้างหน้าด้วยครีม/เจลล้างหน้า (ราคาโดยประมาณ 1,750-3,450 บาท) แล้วตามด้วยโฟม (ราคาโดยประมาณ 1,850-3,450 บาท) แล้วจึงเช็ดหน้าด้วยโลชั่นปรับสภาพผิวซึ่งเป็นการเลือกส่วนผสมตามสภาพผิวและความต้องการของแต่ละบุคคล โดยผู้แนะนำความงามจะวิเคราะห์สภาพผิวจากข้อมูลในแบบประเมินซึ่งระบุความต้องการของลูกค้าว่ามีปัญหา หรือต้องการจะให้หน้าขาวหรือใส เป็นต้น คุณแจ่มใช้การผสมของโลชั่น 3 ชนิด (ราคาขวดละประมาณ 550 บาท) ส่วนคุณกบใช้ส่วนผสม 5 ชนิด(ราคาขวดละประมาณ 1,100 บาท) แล้วจึงทาด้วยครีมบำรุง (moisture dew หรือ premire dew) ให้ทั่วหน้าทั้งรอบดวงตาและคอ (ราคาประมาณ 5,000-22,000 บาท) ในระยะหลังเครื่องสำอางชนิดนี้ได้มีการผลิตเอสเซนส์สำหรับปัญหาและความต้องการของผิวแต่ละชนิด เช่น

เพื่อนำขาว สำหรับทาหลังเช็ดด้วยโลชั่น ก่อนทาครีมบำรุง ซึ่งคุณภได้ใช้เพิ่มเติมในส่วนนี้ด้วย จากการแนะนำของผู้แนะนำความงาม

ส่วนขั้นตอนที่ 2 เป็นขั้นตอนของการนวด ซึ่งต้องทำภายหลังการล้างหน้าในขั้นตอนแรก แล้ว และสามารถทำได้ทุกวัน แต่ทั้งสองคนจะทำประมาณสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง โดยใช้สเปรย์ (sonic lotion) (ราคาโดยประมาณ 1,250 บาท) ฟ้นเพื่อทำความสะอาดใบหน้าและคอและเป็นสื่อในการทำงานของคลื่นเสียง ที่ผู้ขายบอกว่าจะใช้น้ำเป็นสื่อก็ได้ แต่ทั้งคุณภและคุณแจะชอบใช้โลชั่นนี้มากกว่า เพราะรู้สึกว่ามันและเชื่อว่าน่าจะทำให้เครื่องทำงานได้ดีกว่าน้ำ แล้วจึงใช้เครื่องนวดซึ่งตัวหัวที่นวด (โพรบ) มีลักษณะแบน ๆ ขนาดประมาณ 2 นิ้วนวดให้ทั่วใบหน้าและคอตามแนวของกล้ามเนื้อใบหน้า โดยมีหลักคือไถขึ้นและเฉียงออก โอบบริเวณหน้าผาก คางถึงแก้ม รอบดวงตา รอบปาก คาง ส่วนละประมาณ 20-30 ครั้ง และบริเวณจมูกอีกเล็กน้อย ทำซ้ำเช่นนี้ 3 รอบหรืออาจจะตั้งเวลาจากเครื่องได้ แต่จะใช้เวลานานกว่า แล้วล้างหน้าด้วยน้ำสะอาดแล้วทาโลชั่นที่เป็นส่วนผสมเฉพาะบุคคล แล้วจึงทาเจล (ราคาประมาณ 1,250บาท) บนแผ่นโพรบ ไถให้ทั่วหน้าและคอด้วยหลักการเดิม หลังจากนั้นใช้ผ้าชุบน้ำอุ่นเช็ดเจลออก แล้วแต้มครีมบำรุง

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าถึงแม้ว่าการใช้เครื่องนวดชนิดนี้มีกฎเกณฑ์กติกาและขั้นตอนในการทำที่ซับซ้อน ต้องใช้เวลาและมีค่าใช้จ่ายสูง เครื่องสำอางแต่ละชนิดใช้ได้ประมาณ 3 เดือนแต่มีบางอย่างที่หมดเร็วกว่านั้น เช่น เจลล้างหน้า แต่ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 คน ได้ใช้เครื่องสำอางและเครื่องมือชนิดนี้อย่างต่อเนื่องมาประมาณ 3 ปีแล้ว และยังคงทำตามขั้นตอนดังกล่าวและนวดอย่างสม่ำเสมอ เพียงแต่อาจมีการเปลี่ยนตัวครีมบำรุงเป็นยี่ห้ออื่นบ้าง แต่ถ้าจะนวดด้วยเครื่องแล้วจะทำตามขั้นตอนและใช้เครื่องสำอางนี้มาโดยตลอด คุณภใช้เงินสด 130,000 บาทซื้อเครื่องนวด ในขณะที่คุณแจะกู้เงินจากที่ทำงานที่ให้พนักงานกู้ในราคาถูกเพื่อนำไปใช้ในสิ่งจำเป็น บางคนกู้ไปดาวน์รถยนต์ ดาวน์บ้านแต่คุณแจะกู้ไปซื้ออุปกรณ์เสริมความงาม และยังคงเสียเงินซื้อเครื่องสำอางเพื่อใช้คู่กับการใช้เครื่องอีกครั้งละมาก ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาที่ใช้เครื่อง คุณแจะซื้อเครื่องสำอางทั้งยี่ห้ออื่นและอื่น ๆ ประมาณปีละ 100,000 บาท ส่วนคุณภใช้ประมาณ 200,000 บาท ไม่มีลดลง แต่นับวันยอดซื้อจะมากขึ้นเพราะรู้สึกว่าอายุมากขึ้นจะมีริ้วรอย จุดด่างดำที่จำเป็นต้องแก้ไขมากขึ้น และบริษัทเครื่องสำอางก็ทยอยพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาเป็นระยะ ๆ และพนักงานขาย ผู้แนะนำความงามก็จะเป็นผู้แนะนำให้ใช้ หรือบางทีก็แจกสินค้าตัวอย่างมาให้ทดลองใช้ ทั้งสองคนก็มักจะทดลองและตามมาด้วยการซื้อมาใช้ตามคำแนะนำ เช่น คุณภซื้อครีมพลาเซนต้า (Placenta) ของเครื่องสำอางชนิดนี้ที่ออกใหม่และอ้างว่าเป็นรกแกะบริสุทธิ์ ราคาประมาณ 4,500บาทมาใช้เพิ่มหลังทาโลชั่น เธอบอกว่าเวลาใช้จะมีกลิ่นคาวๆ ทำให้เชื่อได้ว่าเป็นรกแกะของแท้ ดูเหมือนว่ายิ่งอายุมาก เครื่องสำอางที่เหมาะสมกับอายุยิ่งมีราคาแพง

ขึ้นตามอายุ นอกจากนั้นเครื่องสำอางนี้ยังมีการติดตามประเมินปัญหาผิวลูกค้าทุกเดือน ให้กรอกข้อมูลปัญหาและความต้องการส่งบริษัทที่สำนักงานใหญ่ ซึ่งจะเป็นผู้วิเคราะห์และแนะนำผลิตภัณฑ์ให้ใช้เป็นรายบุคคล จะเห็นว่าในการใช้เครื่องสำอางก็ใช้แนวคิดในเรื่องของความเป็นปัจเจกหรือความมีลักษณะเฉพาะโดยการจำแนกความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่น มีการแบ่งแยกชนิดของผิวว่ามีลักษณะอย่างไร ผิวมัน แห้ง หรือผสม มีสิบบนไหน มีจุดต่างดำหรือไม่ ทำให้รู้สึกว่ามีการเอาใจใส่เป็นพิเศษ เพื่อเป็นประโยชน์ในทางการค้า นอกจากนั้นปัจจัยที่ทำให้ทั้ง 2 คน ซึ่งมีพฤติกรรมในการบริโภคใกล้เคียงกันเสียเงินซื้อเครื่องสำอางเป็นจำนวนมาก เนื่องจากโปรแกรมในการส่งเสริมการขายของห้างสรรพสินค้าซึ่งมีการสะสมยอดเฉพาะแผนกเครื่องสำอางในราคาตั้งแต่ 6,000 10,000 30,000 และ 50,000 บาทเพื่อแลกสินค้าที่มีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงสินค้าที่มีให้แลกเริ่มตั้งแต่ของใช้ในบ้านจนถึงเครื่องไฟฟ้า เช่น โทรทัศน์ วิทยุ เครื่องเล่นซีดี ตู้เย็น เตาอบ ฯลฯ คุณกบเล่าว่าของที่ใช้ในบ้านของเธอส่วนใหญ่ได้มาจากการสะสมยอดซื้อเครื่องสำอางเพื่อแลกของ ยังไม่รวมโปรโมชั่นของเครื่องสำอางแต่ละชนิด ซึ่งมีการสะสมยอดแลกของได้เช่นเดียวกัน มีการลดราคา หรือเพิ่มโบนัสในการสะสมแต้ม 2-3 เท่า นอกจากนั้นในบางช่วงยังมีโปรแกรมส่งเสริมการขายของบัตรเครดิตชนิดต่าง ๆ จึงไม่น่าแปลกใจที่ทั้งสองคนซื้อเครื่องสำอางคราวละมากๆ เนื่องจากยอดซื้อขึ้นอยู่กับปัจจัยในการส่งเสริมการขายด้วย มีการซื้อเก็บไว้ไม่ต้องรอให้เครื่องสำอางหมดจึงซื้อ

เมื่อถามว่าอะไรที่เป็นสิ่งจูงใจให้ผู้หญิง 2 คนนี้ใช้เวลา เสียเงินจำนวนมากและสร้างวินัยในการควบคุมตนเองในการจัดการความงามด้วยตนเองโดยการใช้เครื่องมือและเครื่องสำอางดังกล่าวอย่างต่อเนื่องเช่นนี้ รู้สึกยุ่งยากลำบากบ้างไหม? ทั้งสองคนมีคำตอบที่เหมือนกันว่าไม่ได้รู้สึกยุ่งยากลำบากอะไร เป็นเรื่องที่จำเป็นและรู้สึกดีที่มีการดูแลผิวอย่างเต็มที่แบบนี้ คุณแฉตอบอย่างมั่นใจในผลของการใช้เครื่องสำอางที่มียี่ห้อและมีราคาแพง โดยเฉพาะเครื่องนวดและเครื่องสำอางชนิดนี้ซึ่งเห็นผลชัดเจน เนื่องจากเธอมีปัญหาเรื่องผิวที่คอเหี่ยวยมองเห็นชัด จนบางครั้งขาดความมั่นใจ ต้องใส่เสื้อคอปิด แต่หลังจากใช้เครื่องนวดและชุดเครื่องสำอางนี้แล้วผิวที่คอเธอดีขึ้น มีคนทักว่ารอยย่นลดลงมาก ผิวหน้าก็ดูเนียนตึงและแข็งแรงอย่างเห็นชัดและสัมผัสได้ เธอรู้สึกมีความสุขมากที่ทำให้รอยย่นหายไป จึงมีกำลังใจที่จะทำต่อไป และถ้าช่วงไหนที่จะต้องออกงาน เธอจะทำดี ๆ และเห็นผลกลับคืนมาอย่างน่าพอใจ ไปงานเลี้ยงรุ่นเพื่อนก็จะทักว่าผิวสวย ดูเหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง เป็นต้น แต่ถ้าช่วงไหนไม่ค่อยมีเวลาทำหน้าและคอก็จะเหี่ยว ซึ่งเป็นที่มาที่ทำให้เธอต้องทำอย่างต่อเนื่องเหมือนสิ่งเสพติด เพราะทนไม่ได้ที่จะเห็นความร่วงโรยของตัวเอง ส่วนคุณกบถึงแม้จะไม่มีใครทักหรือชมว่าผิวสวย ดูดีขึ้นเช่นคุณแฉ แต่เธอก็มีความสุขเพราะเธอมีการสังเกตใบหน้าของตนเองอย่างสม่ำเสมอ เธอจะส่องกระจกอย่างใกล้ชิดทุกวันเพื่อสังเกตการ

เปลี่ยนแปลงของผิวโดยเฉพาะรอบดวงตาและมุมปาก ดังนั้นถ้ามีริ้วรอย จุดต่างดำ เพิ่มขึ้น เธอจะมองเห็นและหาทางจัดการกับมัน ไม่ปล่อยทิ้งไว้ ปัญหาของคุณแตกต่างจากคุณแจ้เพราะเป็นเรื่องของจุดต่างดำ พวกกระ จึงต้องใช้เครื่องสำอางมากกว่าคุณแจ้ คำบอกเล่าของทั้งสองคนสะท้อนให้เห็นว่าเธอรู้สึกว่าคุณจับจ้องอยู่ตลอดเวลา ทั้งโดยตนเองและผู้คนรอบข้าง และถูกกระทำทำให้เสียความงามจัดการได้ โดยการสร้างวินัยในการจัดการความงามตัวเอง ยอมรับกฎเกณฑ์กติกาที่ธุรกิจเครื่องสำอางนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์และเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการความงาม โดยเฉพาะความงามแบบสวยซ่อนอายุ เพื่อให้มีใบหน้าที่ยเรียบเนียนใส ริ้วรอยแห่งวัย ซึ่งเป็นสิ่งที่พึงปรารถนา

แต่เชื่อว่าการใช้เครื่องนวดและเครื่องสำอางชนิดนี้จะให้ผลในทางบวกเพียงด้านเดียว คุณกบใช้เครื่องมือไปประมาณ 1 ปี พ้นช่วงประกันก็มีปัญหาตัวโพรบที่ใช้รวดเร็ว บริษัทส่งไปวิเคราะห์ที่แหล่งผลิตที่ญี่ปุ่น และบอกว่าซ่อมไม่ได้ แต่จะให้ซื้อหัวใหม่โดยลดราคาให้ในราคา 40,000 บาท แต่เธอก็ยินดีจ่ายและพอใจในบริการของบริษัทที่ลดราคาให้มาก แต่เธอไม่เคยมีปัญหาเรื่องการแพ้เครื่องสำอาง ส่วนคุณแจ้เมื่อประมาณ 2 ปีก่อนมีปัญหาที่เข้าใจว่าเกิดจากการแพ้สเปรย์น้ำที่ใช้พ่นทำความสะอาดผิวน้ำก่อนนวด ทำให้คันตาซ้าย จึงไปพบแพทย์ตรวจพบว่าเป็นต่อลมที่ตาซ้าย ทำให้มีอาการระคายเคืองเมื่อถูกละอองสเปรย์พ่น ถึงแม้จะใช้สาลิปิดตาแล้วก็ตาม แต่ถึงกระนั้นคุณแจ้ก็ยังมีความพยายามที่จะใช้สเปรย์ต่อไป ถึงแม้จะกล่าวแล้วว่าผู้แนะนำความงามบอกว่าใช้น้ำธรรมชาติแทนได้ แต่เธอก็รู้สึกว่าไม่สิ้น ไม่ได้ผลเท่าสเปรย์ เธอได้พยายามใช้หลายวิธีที่จะป้องกันละอองสเปรย์เข้าตา เช่น ใส่แว่นตาว่ายน้ำแต่ก็กดตาทำให้เป็นรอย ในที่สุดที่ทำอยู่ขณะนี้คือใช้สาลิปิดตาแล้วใส่แว่นกันแดดที่ปิดตาพอดี จะเห็นได้ว่าความพากเพียรพยายามของคุณแจ้ที่หาวิธีป้องกันตาเพื่อใช้สเปรย์ต่อ เต็มใจเผชิญความเสี่ยงทั้ง ๆ ที่รู้ว่าแพ้และอาจทำให้ตาเจ็บ เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นความแยบยลของปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องสวยซ่อนอายุที่กระทำความรุนแรงต่อตัวตนของผู้หญิงได้อย่างชัดเจนโดยที่เจ้าตัวสมยอมและเต็มใจ

การปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันและลดการเกิดริ้วรอย

จากความรู้ในเรื่องของสาเหตุของการเกิดริ้วรอย มีทั้งริ้วรอยที่เกิดขึ้นตามวัย ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงของผิวหนังที่ทำให้เกิดริ้วรอยตามธรรมชาติ เนื่องจากมีคอลลาเจนและอีลาสตินในชั้นหนังแท้ลดลงทำให้เกิดรอยย่น และการเปลี่ยนแปลงของฮอร์โมนในผู้หญิงที่เริ่มเข้าสู่วัยหมดประจำเดือนหรือวัยทอง ทำให้ผิวหนังไม่มีน้ำมันวล เกิดฝ้า กระ และการเกิดริ้วรอยก่อนวัยอันควรซึ่งมีผลจากเรื่องของการเกิดอนุมูลอิสระในร่างกายซึ่งจะไปทำลายคอลลาเจนและอีลาสติน ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมและริ้วรอยของผิวหนัง เกิดจากแสงแดดเป็นส่วนใหญ่ และภาวะเครียดที่ทำให้ผิวมีการเปลี่ยนแปลง กล้ามเนื้อที่อยู่ใต้ผิวหนังเกร็งตัว เกิดช่องว่างระหว่างกล้ามเนื้อ ทำให้ผิวหนัง

ด้านบนยุบตัวลงมาเป็นร่องทั้งกว้างและลึก ความรู้ในเรื่องของสาเหตุของการเกิดริ้วรอยดังกล่าวข้างต้น ได้ถูกนำไปใช้ในเรื่องของการจัดการความงาม ที่มุ่งเน้นในเรื่องของการต่อต้านริ้วรอย เป็นเรื่องของการสร้างวินัยในการควบคุมตนเองในการปฏิบัติตามหลักการทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ นอกเหนือจากการใช้เครื่องสำอางและเครื่องมือเพื่อจัดการความงามดังกล่าวข้างต้น เช่นการรับประทานวิตามิน C และ E ซึ่งเชื่อว่าเป็นแอนติออกซิแดนท์หรือสารต้านอนุมูลอิสระ การหลีกเลี่ยงแสงแดดและทาครีมกันแดดเป็นประจำ การออกกำลังกายและการจัดการความเครียด และนอนพักผ่อนให้เพียงพอ ไม่นอนดึก

การนำความรู้ในเรื่องสาเหตุของการเกิดริ้วรอยมาใช้ในประโยชน์ในเชิงธุรกิจความงามคือการรับประทานวิตามินและอาหารเสริมเพื่อต่อต้านอนุมูลอิสระ มีขายอยู่ทั่วไปในร้านขายยาหรือร้านจำหน่ายอาหารเสริมและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ซึ่งในปัจจุบันนี้มีเปิดบริการอยู่ในศูนย์การค้า และบางร้านมีเภสัชกรประจำที่ช่วยแนะนำในเรื่องของการใช้ยาให้ถูกต้อง ซึ่งรวมทั้งวิตามินและอาหารเสริมด้วย ผู้วิจัยได้เข้าไปปรึกษาเภสัชกรซึ่งประจำอยู่ที่ร้านจำหน่ายยา ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามแห่งหนึ่งเกี่ยวกับการรับประทานวิตามินและอาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวว่าควรรับประทานวิตามินและอาหารเสริมชนิดใดบ้าง ได้รับการแจกแผ่นพับเกี่ยวกับวิตามินและอาหารเสริมและได้รับคำแนะนำให้รับประทานวิตามิน C และ E ส่วนอาหารเสริมมีให้เลือกหลายชนิด ส่วนใหญ่จะเป็นพวกที่มีสารสกัดจากปลาทะเลและแร่ธาตุอื่นๆ และคอลลาเจน แต่เภสัชกรจะตอบคำถามและแนะนำในเชิงวิชาการและให้เหตุผลที่น่าเชื่อถือมากกว่าพนักงานขายผู้แนะนำสินค้าที่มีอยู่ในร้านเดียวกัน หรือบางครั้งเมื่อมีลูกค้าไปปรึกษาปัญหาเรื่องยาหรืออาหารเสริมกับพนักงานขาย เภสัชกรจะใส่เสื้อกาวน์ที่เป็นการแสดงอัตลักษณ์ของวิชาชีพแสดงถึงความเชี่ยวชาญในเรื่องของการใช้ยาโดยตรงจะเข้าไปช่วยอธิบายเพิ่มเติม จากการสอบถามผู้ที่มาซื้อยาและอาหารเสริมมีความพึงพอใจและมั่นใจในการซื้อยาและอาหารเสริมมากขึ้นภายหลังได้รับคำแนะนำจากเภสัชกร ซึ่งมีการให้คำแนะนำในเรื่องของการปฏิบัติตัวอื่น ๆ ตลอดจนข้อควรระวังร่วมด้วย เช่น ในเรื่องการรับประทานวิตามินควรรับประทานตามขนาดที่กำหนด ผู้ที่มีปัญหาเรื่องการแข็งตัวของเลือดไม่ควรรับประทานวิตามิน E เพราะอาจจะทำให้เลือดหยุดยาก เป็นต้น ส่วนอาหารเสริมอาจช่วยได้บ้างถ้ารับประทานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแต่ละชนิดอาจมีข้อห้าม เช่น อาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวพรรณชนิดเม็ด (Lift Care) ที่มีส่วนประกอบได้แก่พวกโปรตีนที่สกัดจากปลาทะเล วิตามิน สารอาหารและแร่ธาตุที่ช่วยบำรุงผิว เช่น ไบโอดีน โคเอนไซม์ คิวเท็น (ราคาประมาณ 1,600 บาท) เป็นต้นให้รับประทานวันละ 1 เม็ด และไฮโดรไลส์ คอลลาเจน (Hydrolyse Collagen) ที่เป็นผงบรรจุในซอง (ราคาประมาณ 600 บาท) ใช้ละลายน้ำดื่มก่อนนอน อาหารเสริมทั้งสองชนิดมีข้อห้ามที่เด็กและสตรีมีครรภ์ไม่ควรรับประทาน แต่อ้างว่ายังไม่พบอาการแพ้อื่น ๆ ผู้วิจัยได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์คุณปอผู้ที่รับประทานอาหาร

เสริมทั้งสองชนิดนี้ว่าทำไมถึงเลือกรับประทานอาหารเสริมนี้ ได้รับคำตอบว่าที่จริงรับประทานวิตามิน C และ E อยู่เป็นประจำ พอตีวิตามินหมด ชอบไปซื้อที่ร้านนี้เพราะมีเภสัชกรอยู่ด้วย เป็นช่วงที่อาหารเสริมชนิดนี้จัดโปรแกรมห้างเสริมการขายมีการลดราคาและแถมผลิตภัณฑ์ และได้รับคำแนะนำจากพนักงานขายและถามเภสัชกรแล้วว่าไม่มีอันตราย จึงซื้อไปลองรับประทาน ขณะนี้ยาหมดแล้วคงไม่ซื้ออาหารเสริมนี้ต่อเพราะมีราคาแพงและไม่เห็นผลชัด แต่จะรับประทานเฉพาะวิตามิน C และ E ต่อ เพราะเชื่อว่ามีประโยชน์ และได้รับข้อมูลจากหนังสือที่อ่านพบและเภสัชกรตรงกัน โดยปกติเป็นคนที่ใช้เครื่องสำอางประเภทบำรุงบ้างแต่ไม่สม่ำเสมอ แต่จะเน้นเรื่องการรับประทานวิตามินมากกว่าเพราะเชื่อว่าเป็นการบำรุงจากภายใน จากความตั้งใจเดิมที่คุณปอกจะไปซื้อเพียงแค่วิตามินมารับประทานต่อในราคาไม่เกิน 500 บาท คุณปอกกลับเสียเงินซื้ออาหารเสริมเพื่อบำรุงผิวไปเกือบ 5,000 บาทภายหลังจากได้รับคำแนะนำทั้งที่ยังไม่เคยได้นิยซื้อหรือทดลองใช้ผลิตภัณฑ์นั้นมาก่อน แต่ก็ซื้อครบชุดตามคำแนะนำ

ส่วนในเรื่องของการหลีกเลี่ยงแสงแดดและการทาครีมกันแดด เป็นเรื่องที่เป็นประเด็นสำคัญที่ถูกหยิบยกมาใช้ในการสร้างวินัยให้ผู้หญิงที่กลัวแก่และอยากสวยช่อนอายุ ที่ถูกอำนาจของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ทำให้เชื่ออย่างสนิทใจว่าแสงแดดเป็นศัตรูของผิวหนึ่งที่จะทำให้เกิดริ้วรอยแก่ก่อนวัย และฝ้า กระ และเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้หญิงหลายคนที่สนใจในการดูแลตนเองให้สวยช่อนอายุมักจะเล่าว่ามีความระมัดระวังมากในการดูแลตัวเองเรื่องนี้ ไม่ออกไปตากแดด และมักจะใช้ครีมกันแดด หรือเครื่องสำอางที่มีส่วนผสมของสารป้องกันแดดเป็นประจำ

แต่ในเรื่องของการปฏิบัติตัวเพื่อให้ผิวสวยในเรื่องอื่น ๆ เช่น การออกกำลังกาย การจัดการความเครียด และการนอนพักผ่อนให้เพียงพอ ไม่นอนดึกนั้น ผู้หญิงส่วนใหญ่เล่าว่าแม้จะมีความรู้ในเรื่องนี้บ้าง เนื่องจากอ่านพบข้อมูลในหนังสือเกี่ยวกับการจัดการความงามและนิตยสารผู้หญิงหรือสุขภาพทั่วไป แต่ปฏิบัติได้เป็นบางเรื่องเนื่องจากเป็นสิ่งที่ซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับหลายปัจจัย และไม่ได้เห็นผลทันที เช่น การจัดการความงามด้วยวิธีอื่น ๆ

การจัดการความงามด้วยผู้เชี่ยวชาญที่สถานบริการเพื่อความงาม

การจัดการความงามที่สถานบริการเพื่อความงามเป็นปฏิบัติการในการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์มาใช้ในการจัดการความงามผ่านผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งหมายถึงผู้ที่ได้รับการอบรมหรือเรียนในเรื่องของการดูแลผิวพรรณ โดยเฉพาะการนวดหน้า หรือการใช้เครื่องมือซึ่งเป็นเทคโนโลยีอันทันสมัยประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นการนำความรู้มาใช้ในการจัดการความงามที่ต้องพึ่งผู้เชี่ยวชาญในการทำ ต่างจากการจัดการความงามโดยใช้เครื่องสำอางหรือเครื่องมือที่สามารถทำได้

ด้วยตนเอง ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้แนะนำความงามมีบทบาทเพียงการให้คำแนะนำในระยะแรกเท่านั้น ถึงแม้สถานบริการเหล่านี้มีพื้นฐานในการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์เกี่ยวกับผิวพรรณมาใช้ในการจัดการความงามเช่นเดียวกัน แต่มีความหลากหลายในแง่ของการบริหารจัดการทางธุรกิจ เพื่อให้ครอบคลุมผู้บริโภคเพื่อสวอยช่อนอายุเช่น ในเรื่องของสถานที่ตั้งมีทั้งที่อยู่ในศูนย์การค้าโดยให้บริการร่วมกับร้านเสริมสวยอื่น ๆ เช่น ทำผม เป็นสถานบริการเพื่อความงามอย่างเดียว หรือมีทั้งตั้งอยู่ในพื้นที่ของตนเองซึ่งมักเป็นสถานบริการที่มีขนาดใหญ่และมีชื่อเสียง ในเรื่องของลักษณะการบริการมีทั้งบริการเรื่องใบหน้าอย่างเดียว หรือทำตัวด้วย สปา ส่วนการตกแต่งมีทั้งแบบที่เน้นความเป็นไทย ใช้สมุนไพร แบบที่เน้นความทันสมัยและการใช้เทคโนโลยีเป็นต้น ส่วนในเรื่องของราคาในการนวดมีตั้งแต่ครั้งละ 200 บาทถึง 3,000 บาท ซึ่งครอบคลุมกลุ่มผู้ที่มีรายได้น้อยไปจนถึงรายได้สูง

ผู้วิจัยได้ไปศึกษาข้อมูลที่สถานบริการความงามที่ศูนย์การค้าแห่งหนึ่งซึ่งมีชื่อเป็นภาษาฝรั่งเศส ลักษณะของร้านมีการตกแต่งที่ทันสมัยและหรูหรา สะอาดและสวยงาม มีเครื่องมือทันสมัย มีพนักงานแต่งเครื่องแบบคล้ายสูท ยืนอยู่หน้าร้านคอยตอบคำถามและแจกใบแนะนำการบริการ ชนิดต่าง ๆ สถานบริการแห่งนี้เพิ่งมาเปิดสาขาที่นี้เป็นสาขาที่ 4 มาประมาณ 1 ปี โดยก่อนหน้านี้มีการเปิดบริการมาประมาณ 8 ปี มีสาขาที่ศูนย์การค้าที่อยู่ในเครือเดียวกันมาแล้ว 3 สาขา เดิมเจ้าของสถานบริการนี้เปิดร้านนำเข้าและจำหน่ายอุปกรณ์เกี่ยวกับการเสริมสวยและเครื่องมือที่ใช้เทคโนโลยีในการดูแลผิวพรรณจำหน่ายให้สถานเสริมความงาม คลินิกแพทย์ และโรงพยาบาลมาก่อนประมาณ 10 ปี ต่อมาจึงมาเปิดสถาบันสอนเพื่อให้บริการความงาม เช่น นวดหน้า นวดตัว ซึ่งได้รับการรับรองหลักสูตรจากกระทรวงศึกษาธิการ ผู้ผ่านการอบรมตามหลักสูตรจึงมีประกาศนียบัตร เพื่อเป็นการรับรองว่ามีความสามารถและมีความรู้และประสบการณ์ที่สามารถจัดการความงามในเรื่องนั้นๆได้ และมีการเปิดสถานบริการเพื่อฝึกคนและรองรับคนที่ผ่านการอบรมเข้าทำงาน จึงนับว่าสถานบริการแห่งนี้อยู่ในห่วงโซ่ของธุรกิจเพื่อความงามอย่างครบวงจร ตั้งแต่เป็นผู้นำเข้าและจำหน่ายเครื่องมือเพื่อจัดการความงาม มีสถาบันผลิตผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงาม และมีสถานบริการเพื่อให้บริการในการจัดการความงามที่อ้างได้ว่ามีการบริการด้วยผู้ที่มีความรู้และความชำนาญในการจัดการความงามที่มีมาตรฐานได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ

หลักสูตรในการอบรมจะแบ่งเป็น 2 ประเภทจากฐานความคิดแบบวิทยาศาสตร์การแพทย์สมัยใหม่ที่มีการลดทอนจัดแบ่งร่างกายของคนแยกเป็นส่วนๆคือเรื่องหน้าและตัว แต่ละหลักสูตรประกอบด้วยภาคทฤษฎีและปฏิบัติ ภาคทฤษฎีจะเป็นการสอนในเรื่องของกายวิภาคและสรีรวิทยาของผิวหนังเบื้องต้น และหลักการจัดการความงามด้วยวิธีการต่าง ๆ ทั้งโดยการนวดและการใช้เครื่องมือเพื่อดูแลผิวพรรณ ส่วนภาคปฏิบัติจะเป็นการฝึกปฏิบัติจริงให้ครบตามชั่วโมงที่กำหนดของแต่ละหลักสูตร เมื่อผ่านการประเมินแล้วจึงจะได้รับประกาศนียบัตร รับรองให้ไปประกอบอาชีพได้

แต่เมื่อมาทำงานที่สถานบริการแล้ว ต้องมีการเรียนรู้และฝึกใช้เครื่องมือพิเศษต่าง ๆ ให้คล่องก่อน จะไปบริการลูกค้า ผู้จัดการร้านให้ข้อมูลว่าที่เน้นในเรื่องของมาตรฐานในการบริการ พนักงานจะมีความรู้และปฏิบัติในมาตรฐานเดียวกัน มีการนัดที่เป็นแบบเฉพาะถูกตามหลักวิชาการ เพราะทุกคนผ่านการอบรมจากสถาบันเดียวกันและมีประสบการณ์เป็นอย่างดี

ถึงแม้ที่สถานบริการแห่งนี้จะมีบริการในการจัดการความงามทั้งหน้าและตัวหลายประเภทตามปัญหาและความต้องการของผู้รับบริการ แต่ผู้วิจัยจะขอยกตัวอย่างของบริการจัดการความงามเพื่อช่วยชอนอายุในส่วนของใบหน้าเพียง 2 ประเภทที่มีวิธีการและขั้นตอนของการบริการแตกต่างกัน คือชุดการนวดหน้า 12 ขั้นตอน ซึ่งเป็นการบำรุงรักษาผิวหนังหน้าธรรมดาและชุดกรอเกล็ดอัณมณี ซึ่งเป็นการผลัดผิวเพื่อสร้างผิวใหม่

บริการนวดหน้า 12 ขั้นตอน (ครั้งละ 300บาท คอर्स 12 ครั้ง 3,000บาท) ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ประกอบด้วย ทำความสะอาดผิว ขัดหน้า นวดหน้า อบไอเซน ดูดสิวลี้น เก็บสิวลี้น และบรรเทาผิว ขจัดสิวลี้นด้วยแสง บำรุงรักษารอยย่น รักษาสิวลี้น ฝ้า แพคหน้าขาวเนียน บำรุงน้ำแร่ กระชับรูขุมขน

การกรอเกล็ดอัณมณี (คอर्स 12 ครั้ง 12,000 บาท) ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง 30 นาที ประกอบด้วย ทำความสะอาดผิว ขัดผิวด้วยหัวอัณมณี ดูดสิวลี้น เก็บสิวลี้นและบรรเทาผิว ประคบเย็น นวดหน้า บำรุงน้ำแร่ กระชับรูขุมขน แพคหน้า เป็นการผลัดผิวเพื่อสร้างเซลล์ผิวใหม่ (Microdermabrasion) โดยใช้การพ่นผงคริสตัล (micro crystal) ที่ทำด้วยผลึกอลูมิเนียมออกไซด์ที่มีขนาดเท่ากับทรายละเอียด ผ่านการฆ่าเชื้อโรคลงบนผิวหนัง ผงคริสตัลจะขัดผิวหนังส่วนที่เป็นขี้ไคลและหนังกำพร้าส่วนบนให้หลุดออกไป หลังจากนั้นจึงใส่ตัวยาและวิตามินลงไป เพื่อให้ผิวหนังมีการสร้างเซลล์ใหม่ เพื่อทดแทนบริเวณที่หลุดไป และช่วยลดการเกิดรอยด่างดำจากฝ้าและแผลลดริ้วรอย ทำให้ผิวเนียนนุ่ม สดใส (คณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี. 2545 : 299-303)

การจัดการความงามทั้งสองวิธีนี้ล้วนเป็นปฏิบัติการโดยใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์สมัยใหม่ โดยผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามซึ่งถึงแม้จะไม่ใช้แพทย์แต่ก็ผ่านการอบรมและเรียนรู้ในการจัดการความงามจากสถาบันที่สอนในเรื่องดังกล่าวโดยเฉพาะ มีใบประกาศนียบัตรรับรอง และมีประสบการณ์ในเรื่องนี้เป็นอย่างดี เปรียบเสมือนการผ่านพิธีกรรมเพื่อสร้างการยอมรับในความเชี่ยวชาญที่สามารถจัดการความงามได้ ปฏิบัติการบนใบหน้าผู้หญิงเพื่อลดจุดด่างดำและริ้วรอยของผิวหนัง สร้างความเรียบเนียนของผิวหนังตามมาตรฐานความงามที่ถูกสร้างขึ้น ผิวหน้าของผู้หญิงจึงถูกกระทำเสมือนวัตถุหรือสิ่งของที่จัดการได้ ถูกทำความสะอาดด้วยน้ำยาชนิดต่าง ๆ ล้างและขัดแล้วขัดอีก และใส่สารเคมีที่ถูกสกัดมาเพื่อบำรุงผิว ด้วยการใช้นวัตกรรมสมัยใหม่ในการปฏิบัติการ และยิ่งนานวันเทคโนโลยีที่ใช้ในการจัดการความงามของ

ผู้หญิงก็จะมีพัฒนาสูงขึ้นเรื่อย ๆ ตามกระแสความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ ที่สามารถดึงความรู้เหล่านี้มาใช้ในธุรกิจเพื่อจัดการความงามได้อย่างต่อเนื่อง และเป็นการกระทำความรุนแรงต่อร่างกายของผู้หญิงมากขึ้นทุกที เช่น จากการนวดหน้าธรรมดาที่ใช้สารเคมี มาสู่การกรอเกล็ดอัญมณี ที่เริ่มมีการนำเข้าเครื่องมือนี้จากฝรั่งเศสมาใช้ประมาณ 6-7 ปี เป็นการใช้เทคโนโลยีมากระทำความรุนแรงต่อผิวมากกว่าการใช้มือขัด คือผงคริสตัลจะขัดเอาชั้นผิวหนังชั้นนอกหรือหนังกำพร้าออกไป เปรียบเสมือนการใช้กระดาษทรายขัดผิวหนังเพื่อเปิดให้ผิวหนังชั้นในเลื่อนขึ้นมาหรือเป็นการทำให้เกิดการผลัดผิวที่เร็วขึ้นโดยการจัดการกระทำของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ไม่รอให้หนังกำพร้าหลุดไปเองตามธรรมชาติ สร้างผิวใหม่ที่เรียบเนียนสวยขึ้นมาแทนผิวเก่าที่ถูกทำให้คิดว่ามีปัญหาเพราะไม่เป็นไปตามมาตรฐานที่ถูกสร้างขึ้น

ผู้ที่ทำการนวดหน้าเองซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญก็ถูกกระทำให้ความเชื่อที่ว่าความรู้และเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถสร้างผิวสวยได้จริง โดยมีได้มีผลที่เป็นอันตรายต่อร่างกายผู้หญิง ทั้งผู้จัดการและผู้ที่นวดหน้าต่างรับรองว่าจากประสบการณ์ที่เปิดสถานบริการมาประมาณ 8 ปี ยังไม่เคยพบปัญหาจากการนวดหน้าหรือการกรอเกล็ดอัญมณี ทั้งในเรื่องของการแพ้เครื่องสำอางและปัญหาอื่นๆ เนื่องจากที่นี่ใช้เครื่องสำอางที่มีคุณภาพดีนำเข้าจากต่างประเทศ เครื่องมือที่ใช้กรอเกล็ดอัญมณีหรือกรอผิวก็เป็นเครื่องมือที่บริษัทนำเข้ามาเอง มีความละเอียดมาก ผู้ทำก็เป็นผู้มีความชำนาญ ต้องมีการอบรมในการใช้เครื่องจนชำนาญแล้วจึงจะไปทำให้ลูกค้า ผู้จัดการรับรองว่าที่นี่ระมัดระวังเรื่องการปฏิบัติตามมาตรฐาน เพราะมีสถาบันที่สอนเอง พนักงานจะมีความรู้เพื่อสามารถตอบข้อสงสัยและอธิบายเหตุผลให้ลูกค้าฟังได้ การนวดหน้าธรรมดาเป็นแค่การทำความสะอาดผิวหนังและบำรุงเบื้องต้นเท่านั้น แต่การกรอเกล็ดอัญมณีจะเป็นการแก้ปัญหาและทำให้ผิวสวย และยังเปรียบเทียบว่าตัวเองก็เคยไปขัดผิวที่คลินิกแพทย์แต่จะรู้สึกแสบหน้า เพราะใช้หัวขัดที่หยาบกว่าที่ร้าน และหลังทำก็เพียงแต่มีการทายาเท่านั้น แต่ที่นี่จะมีการนวดบำรุงโดยใช้เครื่องอัลตราโซนิคผลึกครีมเข้าบำรุงได้ลึกกว่า ดังนั้นการจัดการความงามในชุดกรอเกล็ดอัญมณีของที่นี่จึงทำให้ผิวหนังเนียนใสและรับรองผลที่สัมผัสได้ในครั้งแรก โดยทำให้ลองสัมผัสใบหน้าของผู้จัดการเองว่ามีความนุ่ม เพราะทำชุดนี้เหมือนกัน การแนะนำให้ทำคอร์สไหนจะขึ้นอยู่กับสภาพผิวลูกค้า ชุดนี้ไม่ใช่ชุดที่แพงที่สุดของทางร้าน ยังมีชุดสาหร่ายแดงที่แพงกว่านี้คือราคาคอร์สละ 22,000 บาท แต่ผู้จัดการแนะนำให้ผู้วิจัยทำชุดกรอเกล็ดอัญมณี ให้ลองทำดูก่อนถ้าพอใจค่อยเปิดคอร์ส ซึ่งเป็นการขัดผิวทั้งหน้าและตาถ้าเปิดเป็นคอร์สจะคุ้มกว่ามาก และเธอประจำอยู่ที่ร้านทุกวัน ถ้าไม่พอใจหรือมีปัญหาภายหลังทำมาพบได้ แต่จากประสบการณ์ของเธอยังไม่เคยพบลูกค้าที่ไม่พอใจหรือมีปัญหาหลังทำ เคยมีบ้างที่ลูกค้าทำชุดกรอเกล็ดอัญมณีกลับไปแล้วบอกว่ามีผื่นและคัน ซึ่งเธอถามแล้วพบว่าลูกค้าใช้เครื่องสำอางชนิดอื่นด้วย จึงไม่สามารถสรุปได้ว่าเป็นเพราะผลของการกรอเกล็ด

อัญมณี แต่เธอก็ยินดีให้ลูกค้าเปลี่ยนไปทำคอร์สอื่นได้ ลูกค้าจึงมีความพอใจ ซึ่งเป็นเทคนิคที่กระตุ้นให้เกิดการบริโภคโดยนอกจากจะมีการลดราคาและแถมแล้ว ยังมีการให้คำรับรองที่แสดงความจริงใจด้วย ว่าถึงแม้มีปัญหาก็สามารถจัดการได้

เมื่อถามว่าหลังทำการกรอหน้าแล้วต้องมีความระมัดระวังอะไรเป็นพิเศษหรือไม่ ตากแดดได้ไหม ได้รับคำตอบว่าไม่มีอะไรที่ต้องระวังเป็นพิเศษ ตากแดดได้ตามปกติแต่ไม่ควรตากแดดแรงมากและควรใช้ครีมกันแดด แต่จากการศึกษาข้อมูลในข้อเขียนของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญความงามในหนังสือสวยด้วยแพทย์ 45 วิธีแล้ว (คณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี. 2545: 302-303) มีข้อพึงระวังว่า หลังการผลัดผิวด้วยวิธีนี้ ควรหลีกเลี่ยงการตากแดดจัด ๆ และการใช้เครื่องสำอางหรือยาทาบางประเภท ที่ควรปรึกษาแพทย์ผู้ดูแลอยู่ แต่ส่วนใหญ่สามารถใช้คู่กันไปได้ ในหนังสือเล่มนี้ยังมีการเสนอภาพเปรียบเทียบใบหน้าผู้หญิงก่อนและหลังทำว่าริ้วรอยและจุดต่างดำนหายไป หน้าจะเนียนใส เช่นเดียวกับที่ผู้จัดการร้านนารูปในเชิงเปรียบเทียบแบบนี้มาให้ดูเช่นเดียวกัน และสุดท้ายแพทย์ผู้เขียนได้สรุปว่าการผลัดผิวด้วยวิธีนี้เป็นวิธีที่ง่ายได้ผลดีและปลอดภัยสามารถลดริ้วรอยแผลเป็น รอยต่างดำนบนใบหน้าได้ “น่าสนใจไหมคะที่คุณจะได้ผิวใหม่ที่ขาวใส เนียนนุ่มแทนที่ผิวเก่าที่มีริ้วรอยต่าง ๆ ที่ทำให้คุณกลุ้มใจมานาน มาผลัดผิวใหม่เพื่อรับสิ่งดี ๆ ที่จะเข้ามาในชีวิตของคุณกันเถอะค่ะ”

ผู้วิจัยได้รับการจัดการความงามทั้งสองวิธีเพื่อสัมผัสปฏิบัติการดังกล่าวด้วยตนเอง และรู้สึกได้ว่า การเข็ดทำความสะอาดและการนวดหน้าทำตามแนวกล้ามเนื้อ และการนวดหน้าของสถานบริการแต่ละแห่งมีความแตกต่างกัน สำหรับที่นี้พนักงานจะนวดด้วยวิธีการเดียวกัน แต่มีความแตกต่างกันในเรื่องของเทคนิคเฉพาะบุคคลที่ขึ้นอยู่กับความชำนาญ บางคนมือหนัก บางคนมือเบา ซึ่งลูกค้าสามารถระบุพนักงานที่ต้องการได้ แต่ทุกคนจะอธิบายเหตุผลของขั้นตอนต่างๆ ได้เหมือนกัน ในขั้นตอนของการดูดผิว จะมีการพ่นละอองไอน้ำให้รู้ชุ่มชื้นเปิด แล้วใช้เครื่องมือดูดผิวออกมา ตามด้วยการใช้เครื่องมือกดผิวในเม็ดที่ไม่อักเสบ ถ้าอักเสบจะไม่กด แล้ววางบนสำลีให้ดู ทำให้เห็นว่าการกดผิวออกมาได้จริงๆ ซึ่งพนักงานบอกว่าถ้าทิ้งไว้อาจจะกลายเป็นสิवादตันแข็งๆ ที่ฝังแน่นอยู่ในผิว ส่วนการกรอผิวด้วยเกล็ดอัญมณีนั่น ขณะที่ใช้เครื่องมือกรอนั้นจะมีเสียงของเครื่องมือดังและรู้สึกว่ามีผิวหนังถูกไถออกไป และนอกเหนือจากการนวดบำรุงธรรมดาแล้วจะมีการใช้เครื่องอัลตราซาวด์ผลัดครีมบำรุงเข้าไปในผิวด้วย หลังนวดหน้าจะรู้สึกว่าผิวนุ่มและเนียนขึ้นจริง โดยเฉพาะการกรอเกล็ดอัญมณีทำให้น้ำดูเนียนใสมากว่า แต่สิ่งที่เพิ่มเติมจากการจัดการความงามแล้วคือความรู้สึกผ่อนคลายจากการบริการที่พนักงานจะนวดศีรษะและนวดตัวให้สบายขึ้น หลังจากที่นั่งนอนเฉยๆอยู่ 1-2 ชั่วโมง จากการได้พูดคุยกับผู้หญิงที่มาใช้บริการที่นี่ ส่วนใหญ่จะเปิดคอร์สและรับบริการอย่างต่อเนื่อง และมีความรู้สึกพอใจในบริการ ชอบรับบริการที่นี่เพราะรู้สึกว่าการนวดหน้ามีความรู้ อธิบายดีสถานที่สะอาด สวยงาม ใช้เครื่องมือทันสมัย ทำแล้วได้ผลดี และ

เป็นเหมือนการได้พักผ่อน คลายความเครียดด้วย และคงจะทำต่อไปเรื่อย ๆ เป็นประจำ การเปิดสถานบริการที่ศูนย์การค้าทำให้เข้ารับบริการสะดวกเพราะปกติมักจะมาทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น ชื้อของรับประทานอาหาร ฯลฯ ที่นี้อยู่แล้ว

การไปรับการจัดการความงามที่สถานบริการความงามจึงเป็นสิ่งที่ถูกผนวกเข้าไปในชีวิตของผู้หญิงส่วนหนึ่งที่ต้องการสวยช่อนอายุ ถึงแม้ทุกคนที่มาใช้บริการที่นี่จะใช้เครื่องสำอาง และบางคนมีเครื่องมือเพื่อจัดการความงามด้วยตนเองที่บ้าน แต่ก็ยังคงต้องมารับการจัดการความงามที่นี่ เนื่องจากมีผู้เชี่ยวชาญทำให้และมีเครื่องมือพร้อมทำให้เห็นผลชัดเจนและเร็วกว่า การมารับการจัดการความงามที่สถานเสริมความงามจึงเป็นเสมือนสิ่งเสพติดที่ทำแล้วหยุดไม่ได้ เกิดความต้องการที่จะบริโภคต่อไปเรื่อย ๆ เพราะนอกจากถูกทำให้เชื่อและเห็นจริงว่าผู้เชี่ยวชาญและเทคโนโลยีสามารถทำให้ผิวสวยขึ้นได้แล้ว ยังถูกหลอกล่อให้ติดกับของสังคมบริโภคนิยมที่ขายความสุขความสบายจากการจับจ่ายใช้สอยและการบริโภค ผู้ที่มาใช้บริการจึงถูกทำให้เชื่อ นอนหลับตาให้ผู้เชี่ยวชาญจัดกระทำบนใบหน้าของตนเองด้วยความไว้วางใจได้เป็นชั่วโมง โดยมองไม่เห็นว่าเขาได้ทำอะไรกับใบหน้าของตนเองบ้าง ทั้งที่การรับบริการที่นี่จะได้แต่ข้อมูลด้านบวก แต่แท้ที่จริงแล้วยังมีความเสี่ยงในเรื่องของอันตรายจากความเสี่ยงในการแพ้เครื่องสำอาง และการติดเชื้อ ถ้าเครื่องมือไม่สะอาด โดยเฉพาะขั้นตอนของการกดสิว หรือการขัดหน้าด้วยเครื่องมือที่มีความรุนแรงเกินไป เมื่อถามผู้ที่มารับบริการว่าคิดถึงสิ่งเหล่านี้บ้างไหม คำตอบที่ได้รับมีทั้งคิดบ้างหรือไม่คิดเลย แต่ก็คงทำต่อไปเพราะเชื่อว่าทางร้านเขามีความรู้ความชำนาญทางด้านนี้อยู่แล้ว โดยเฉพาะที่นี่เขามีสถาบันสอนเอง แล้วก็มีตั้งหลายสาขา เปิดมานานแล้ว เขาคงไม่ยอมเสียชื่อและเขาคงระมัดระวังในเรื่องนี้ดีอยู่แล้ว แสดงถึงความไว้วางใจที่เกิดจากความรู้และความชำนาญ ถึงแม้ผู้รับบริการที่สถานบริการแห่งนี้จะมีความพึงพอใจในการบริการและผลจากการจัดการความงาม ซึ่งเป็นข้อมูลในทางบวก แต่มิได้หมายความว่า การไปนวดหน้าจะได้รับประสบการณ์ในทางที่ดีเช่นนั้นทุกคน บางคนอาจมีปัญหาจากการนวดหน้า เช่น กรณีของคุณหมวยดังได้กล่าวมาแล้วว่ามีอาการแพ้เครื่องสำอางในขั้นตอนหนึ่งของการนวดหน้าจนแสบร้อน เป็นต้น

การจัดการความงามโดยแพทย์

การจัดการความงามโดยแพทย์เป็นปฏิบัติการของการใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์เพื่อจัดการความงามที่ชัดเจนที่สุด แสดงให้เห็นอำนาจของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่กระทำผ่านแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่ทำให้ผู้หญิงวางใจยินยอมพร้อมใจมอบอำนาจให้แพทย์เป็นผู้จัดการเปลี่ยนแปลงร่างกายของตนให้สวยงาม ตรงกับการเรียกร้องถ้อยคำที่สถานพยาบาล

เพื่อความงามหรือแพทย์ผู้เชี่ยวชาญนำเสนอ เช่น กับเสกสรรค์ปั้นสวย (นายแพทย์สุรสิทธิ์ อัครดา มงคล.2545) สวยด้วยแพทย์ (คณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี. 2545) ปฏิบัติการแปลงโฉม (นายแพทย์ โกสินทร์.2548) และสวยสั่งได้ (แพทย์หญิงกุหลาบ จิตต์มิตรภาพ.2549) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความสวยของผู้หญิงเป็นสิ่งที่สร้างได้ด้วยมือแพทย์ ซึ่งสามารถทำได้เร็วและเห็นผลทันทีชัดเจนกว่าการจัดการความงามด้วยตนเองหรือผู้เชี่ยวชาญความงามอื่น ๆ แต่การจัดการความงามด้วยแพทย์นั้นก็ เป็นวิธีการที่กระทำความรุนแรงต่อร่างกายของผู้หญิงมากที่สุดด้วยเช่นกัน

ทำไมแพทย์ถึงได้รับความไว้วางใจและทรงอำนาจเช่นนั้น? คำตอบคือแพทย์เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับว่ามีความรู้ความชำนาญเชิงวิชาชีพในการรักษาพยาบาลให้สามารถจัดการกับร่างกายมนุษย์ได้ เนื่องจากผ่านหลักสูตรการจัดการเรียนการสอนในสถาบันทางการแพทย์ที่เป็นทางการมาแล้ว มีใบรับรองการประกอบวิชาชีพเวชกรรม แต่แพทย์ที่จะได้รับความเชื่อถือในการจัดการความงามนั้นจะต้องผ่านการศึกษาด้านเฉพาะทางให้ลึกลงไปอีก อย่างน้อย 3 ปี และยังต้องมีการอบรมเฉพาะด้านแยกย่อยเพิ่มเติมอีก ซึ่งเป็นการสร้างบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความชำนาญเฉพาะด้านตามฐานคิดในการแบ่งร่างกายมนุษย์ออกเป็นส่วน ๆ แม้กระนั้นแพทย์ที่จะสามารถจัดการความงามยังแบ่งออกเป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการรักษาผิวพรรณ ซึ่งใช้วิธีการรักษาโดยไม่ได้ผ่าตัด เช่น การให้ยา เลเซอร์ โบท็อกซ์ เป็นต้น แพทย์แต่ละคนจะมีการอบรมเพิ่มเติมในเรื่องนั้นๆ และจะมีวุฒิบัตรหรือประกาศนียบัตรรับรอง และศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการผ่าตัดเสริมความงาม เมื่อเรียนแพทย์ 6 ปี จบตามหลักสูตรแล้ว ต้องมาเรียนเฉพาะทางศัลยกรรมทั่วไปอีก 2 ปี และต่อด้วยศัลยกรรมตกแต่งอีก 3 ปี แต่ในการผ่าตัดเพื่อเสริมความงามนั้นแพทย์จะต้องมีการเรียนเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความชำนาญเฉพาะส่วนลึกลงไปอีกเช่นกัน บนเส้นทางการศึกษาที่ยาวนานของวิชาชีพและมีความเฉพาะเจาะจงแยกย่อยเป็นความชำนาญหรือเชี่ยวชาญเฉพาะดังกล่าวมาแล้ว ทำให้แพทย์เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการในการประกอบวิชาชีพ และแพทย์ผู้ผ่านการศึกษาด้านเฉพาะทางที่เกี่ยวข้องจึงจะสามารถจัดการความงามได้

แต่เดิมการเรียนเฉพาะทางของแพทย์เป็นการสร้างผู้เชี่ยวชาญมาใช้ความรู้ในการรักษาพยาบาลผู้ป่วย เช่น แพทย์ผู้ชำนาญทางผิวหนังก็จะใช้ความรู้ในการรักษาโรคทางผิวหนัง ศัลยแพทย์ก็จะใช้ความรู้ในการรักษาผู้ป่วยโดยการผ่าตัด แต่ในสังคมแห่งความทันสมัยที่เน้นในเรื่องของวัตถุนิยม ให้ความสำคัญกับสิ่งที่มองเห็นและสัมผัสได้ ไม่เว้นแม้แต่ร่างกายของมนุษย์ โดยเฉพาะร่างกายและความสวยงามของผู้หญิงที่ถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า ความรู้ทางการแพทย์จึงถูกนำมาใช้เพื่อจัดการความงามของผู้หญิง การใช้ความรู้ในการจัดการความงามโดยแพทย์มีอยู่มากมายหลายวิธี เช่น ในหนังสือสวยด้วยแพทย์ ได้กล่าวถึงการจัดการความงามด้วยแพทย์ไว้ถึง 45 วิธี (คณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี. 2545) แต่ผู้วิจัยจะขอเสนอวิธีการที่แพทย์ใช้จัดการ

ความงามเพื่อสวยช่อนอายุ ซึ่งเป็นที่นิยมใช้ในการกำจัดริ้วรอย หรือจุดต่างดำนบนใบหน้า เรียงลำดับตามการกระทำความรุนแรงต่อร่างกาย 3 วิธี ได้แก่การฉีดโบท็อกซ์ การใช้เลเซอร์ และการผ่าตัดเพื่อลบริ้วรอย

การฉีดโบท็อกซ์ การฉีดโบท็อกซ์เป็นวิธีการที่ทำให้สวยช่อนอายุซึ่งเป็นที่รู้จักและได้รับความสนใจมากเนื่องจากสามารถแก้ไขริ้วรอยเหี่ยวย่น ทำให้ผิวกลับมาเต่งตึง เรียบเนียนขึ้นมาได้ในระยะเวลาสั้นๆ ในประเทศไทย พ.ศ. 2547 มีการฉีดโบท็อกซ์เพื่อเสริมความงามถึงประมาณ 250,000 ครั้งและคาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ (กองบรรณาธิการใกล้หมอ. 2548 : 40) ข้อมูลและความรู้เรื่องโบท็อกซ์มีการนำเสนอผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ทั่วไป หนังสือที่เขียนโดยแพทย์เกี่ยวกับการจัดการความงามเกือบทุกเล่มจะกล่าวถึงการฉีดโบท็อกซ์ว่าเป็นวิธีหนึ่งที่แพทย์ผู้มีความรู้ความชำนาญสามารถใช้ในการจัดการความงามของผู้หญิงได้อย่างปลอดภัย เช่น สวยด้วยแพทย์ (คณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี. 2545) เสกสรร บันสวย (สุรสิทธิ์ อัศดามงคล.2545) คนรักหน้า (นันทภัทร์ สุภาพรรณชาติ. 2549) สวยจริงยิ่งนานวันยิ่งสวย (อรรพรรณ กิจเขวงกุล. 2548) สวยสั่งได้ (กุหลาบ จิตต์มิตรภาพ. 2548) ปฏิบัติการแปลงโฉม (โกสินทร์ แจ่มเพชรรัตน์. 2548) คุณหมอขอบอก ผิดดีดูแลได้ (อรนุช ลีกุลเจริญ. 2549) และมีหนังสือที่เขียนเรื่องเกี่ยวกับโบท็อกซ์โดยตรงทั้งเล่ม คือทุก ๆ เรื่องที่ควรรู้เกี่ยวกับโบท็อกซ์ (กองบรรณาธิการนิตยสารใกล้หมอ. 2548)

โบท็อกซ์เป็นชื่อทางการค้าของโบทูลินัม ทอกซิน (Botulinum toxin) ชนิด A ซึ่งเป็นสารที่สกัดมาจากแบคทีเรียที่ชื่อว่าคลอสทิดียม โบทูลินัม (Clostridium Botulinum) เป็นตัวการที่ทำให้เกิดโรคอาหารเป็นพิษในอาหารกระป๋องที่ไม่สะอาด สารโบทูลินัม ทอกซิน นี้เป็นนิวโรทอกซินที่มีฤทธิ์ต่อระบบประสาทด้วยการยับยั้งเซลล์ประสาทไม่ให้ผลิตสาร Acetylcholine ซึ่งเป็นสารที่สั่งให้กล้ามเนื้อหดตัว เมื่อไม่มีสารนี้มาสื่อสารกล้ามเนื้อจึงไม่ได้รับสัญญาณจากประสาท ทำให้กล้ามเนื้อเป็นอัมพาตชั่วคราว จึงทำให้การทำงานของระบบประสาทและทางเดินอาหารหลายอย่างเกิดอาการผิดปกติ แต่ได้มีการนำเชื้อมาใช้ฉีดสกัดให้บริสุทธิ์เพื่อใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ในการรักษาพยาบาลจากคุณสมบัติที่ต่อต้านการหดเกร็งของกล้ามเนื้อ โดยในช่วงเวลาประมาณทศวรรษที่ 1970 มีการใช้ยาโบทูลินัม ทอกซินชนิด A นี้ไปฉีดรักษาผู้ป่วยที่มีปัญหาหนังตากระตุก และตาเข ต่อมา ค.ศ.1980 สองสามีภรรยาซึ่งเป็นแพทย์คือเอลาสแตร์ การ์รูเธอร์ส แพทย์ผิวหนังและจักษุภรรยาซึ่งเป็นจักษุแพทย์ได้พบว่าผลจากการฉีดโบท็อกซ์ นอกจากจะช่วยรักษาอาการตากระตุกแล้ว ยังช่วยให้กล้ามเนื้ออ่อนตัวลงและริ้วรอยตีนกาจางลงด้วย โดยทั้งสองคนได้ทำการทดลองกับตนเองและพบว่าได้ผลและต่อมาจึงมีการนำมาใช้ในการรักษารอยย่นและริ้วรอยบนใบหน้ามาเป็นเวลานานแล้ว แต่เพิ่งได้รับการรับรองให้ขึ้นทะเบียนโบท็อกซ์เป็นสารที่มีคุณสมบัติในการรักษารอย

ย่นได้ในค.ศ.2002 นี้เอง และถึงแม้โบท็อกซ์จะมีการพัฒนาในการนำไปใช้ในการรักษาโรคอื่นๆ เพิ่มขึ้น เช่น ในค.ศ.2000 องค์การอาหารและยาของสหรัฐได้อนุมัติให้ใช้โบท็อกซ์ในการบำบัดรักษา การทรงตัวของศีรษะที่ผิดปกติและความเจ็บปวดที่คอ อันเกิดจากความเสื่อมของกล้ามเนื้อคอใน ผู้ใหญ่และใน ค.ศ.2004 ได้อนุมัติให้ขึ้นทะเบียนในการรักษาอาการเหงื่อออกที่ดวงแขนผิดปกติ (กองบรรณาธิการใกล้เคียง. 2548 : 22-28) แต่โบท็อกซ์กลับเป็นที่รู้จักและนิยมใช้ในการจัดการ ความงาม เพื่อใช้ในการลบริ้วรอยเหี่ยวย่นบนใบหน้า โดยเฉพาะรอยย่นบนหน้าผาก รอยขมวดคิ้ว ริ้วรอยรอบดวงตาและตีนกา ทำให้ริ้วรอยหายไป นอกจากนั้นยังมีการฉีดเพื่อยกคิ้ว ฉีดให้กราม และหน้าเรียวลงอีกด้วย โดยเมื่อฉีดโบท็อกซ์เข้าไปในผิวจะช่วยคลายกล้ามเนื้อบริเวณที่มีการหดเกร็งตัวจากการแสดงออกทางสีหน้า เช่นขมวดคิ้ว หัวเราะ จนเกิดเป็นริ้วรอยถาวร เมื่อกล้ามเนื้อ บริเวณนั้นคลายตัวจะส่งผลทำให้ผิวหนังเรียบเนียนและไร้ริ้วรอย เป็นการกระซวกวัยได้ 5-10 ปี แพทย์หญิงนันทภัทร์ สุภาพรรณชาติ เขียนไว้ในเรื่องโบท็อกซ์ ฉีดกระซวกวัยในหนังสือคนรักหน้า (2547 : 195-196) ว่า

คนใช้มักจะเรียกโบท็อกซ์ว่า Magic Bottle และเรียกหมอว่า Miracle Worker การฉีดโบท็อกซ์ต้องอาศัยความชำนาญเป็นอย่างมาก ต้องดูเป็นเคสๆ ไป เช่นหน้าคนนี้ควรแก้ไขอย่างไร แต่ละคนไม่เหมือนกัน ดังนั้นหมอจะเป็นคนพิจารณาและตัดสินใจว่า ใช้โบท็อกซ์ตรงไหน มากน้อยอย่างไร เพื่อให้ได้ผลดีที่สุด หมอที่ฉีดโบท็อกซ์เก่งๆ จึงเหมือนกับเป็นอาร์ติส สร้างหน้าคนให้สวยได้ตั้งใจเลยทีเดียว

ข้อเขียนข้างต้นแสดงให้เห็นถึงอำนาจของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ถูกนำไปใช้ในการจัดการความงามและสามารถลดริ้วรอยบนใบหน้าได้เหมือนการสร้างปาฏิหาริย์ โดยการกระทำผ่านแพทย์ผู้เชี่ยวชาญให้เป็นผู้เนรมิต หรือสร้างความสวยให้ผู้หญิง ที่ถูกกระทำให้เชื่อและสยบยอม แม้กระทั่งการสร้างความงามบนใบหน้าของตัวเองก็มอบอำนาจให้แพทย์เป็นผู้ตัดสินใจแทน ด้วยความไว้วางใจและเชื่อมั่นในอำนาจของความรู้ความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะแพทย์ซึ่งเป็นวิชาชีพที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษที่เป็นที่ยอมรับในการจัดการกับร่างกายมนุษย์ในเรื่องของการบำบัดรักษาความเจ็บป่วยมาก่อน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างแพทย์และผู้ป่วยมีลักษณะเหลื่อมล้ำของอำนาจอย่างเห็นได้ชัด โดยแพทย์เป็นผู้ที่มีความเหนือกว่าจากอำนาจของความรู้ ในการเป็นผู้วินิจฉัยและวางแผนการรักษา พยาบาลผู้ป่วย ซึ่งเป็นผู้ถูกทำให้สยบยอมต่อความรู้ของแพทย์ ผู้ป่วยจึงมอบอำนาจในการตัดสินใจในการรักษาตนเองให้แพทย์ เพราะถูกทำให้เชื่อว่าแพทย์เป็นผู้รู้ หรือผู้เชี่ยวชาญจะเป็นผู้เลือกวิธีการที่เหมาะสมที่สุดให้ตนเอง เช่นเดียวกับการมารับการจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุโดยแพทย์ ถึงแม้ผู้ที่มารับบริการจะไม่ใช่คนป่วย แต่การมารับบริการที่คลินิกหรือโรงพยาบาลซึ่งเป็นสถานที่พิเศษในการปฏิบัติการของวิชาชีพแพทย์โดยเฉพาะ จึงมีลักษณะที่ไม่แตกต่างจากการมารับการรักษาพยาบาลเมื่อเป็นผู้ป่วย ดังนั้นรูปแบบลักษณะของ

ความสัมพันธ์ระหว่างแพทย์และผู้ป่วยจึงยังคงมีลักษณะของการเหลื่อมล้ำในเชิงอำนาจเช่นเดียวกัน ดังกรณีของผู้หญิงที่ฉีดโบท็อกซ์ 2 ราย คือคุณสวຍ อายุ 37 ปีและคุณเฮียะอายุ 40 ปี คุณสวຍเล่าว่าเป็นคนที่ชอบลองและเคยไปรับการจัดการความงามมาแล้วหลายรูปแบบ ทั้งการทำเลเซอร์เพื่อแก้ไขจุดต่างด้า และการผ่าตัดเสริมจมูก เคยฉีดโบท็อกซ์เพื่อแก้ไขรอยย่นที่หน้าผากและทำให้หน้าเรียวเล่าว่า ไปทำที่คลินิกใช้เวลาทำแค่ประมาณ 10-15 นาที เจ็บตอนถูกฉีดยาเท่านั้น ฉีดแล้วแพทย์จะนวดคลึงบริเวณที่ฉีดให้ หลังจากนั้นประมาณ 1 สัปดาห์รอยย่นก็หายไป หน้าดูเรียวขึ้นจริง แต่จะอยู่ประมาณ 3-4 เดือนก็จะกลับสู่สภาพเดิม ซึ่งแพทย์ได้บอกให้ทราบตั้งแต่แรกแล้ว ก่อนทำเพียงแค่บอกความต้องการให้แพทย์ทราบแล้วแพทย์ก็จะจัดการให้เอง เธอรู้สึกมั่นใจเพราะได้เลือกแพทย์ที่มีชื่อเสียงและมีเพื่อนที่มีประสบการณ์ฉีดโบท็อกซ์กับแพทย์ท่านนี้แล้วได้ผลดีมาแล้ว ในกรณีของเธอก็ได้ผลเป็นที่พอใจตามต้องการ แต่คงไม่ทำวิธีนี้อีกเพราะรู้สึกว่ารอยย่นหายไปและหน้าเรียวก็จริง แต่ดูแข็งไม่เป็นธรรมชาติ โดยคุณสวຍใช้คำว่ายี้มแล้วดูฝืนๆ ไม่จริงใจ โดยเฉพาะหลังฉีดใหม่ๆ ตึงไปทั้งหน้า แสดงความรู้สึกไม่ได้เลย เธอรู้สึกว่า การฉีดโบท็อกซ์เป็นเหมือนสิ่งเสพติดเหมือนกันเพราะเพื่อนของเธอฉีดบ่อย คงเป็นเพราะเกิดการเปรียบเทียบเมื่อนักกลับสู่สภาพเดิมและวิธีนี้ได้ผลเร็วและไม่เจ็บตัวมาก ค่าใช้จ่ายไม่สูงมากคือเข็มละประมาณ 5,000 บาทส่วนคุณเฮียะฉีดโบท็อกซ์เพื่อลบรอยตีนกามาประมาณ 3 ครั้งแล้ว ชอบที่ได้ผลเร็วดี ไม่เจ็บจึงติดใจ แต่ก็ต้องทำทุก 3-4 เดือนเพราะถ้าไม่ฉีดต่อรอยย่นจะกลับมาเหมือนเดิม ทำให้รู้สึกไม่มั่นใจ หลังฉีดใหม่ๆจะรู้สึกตึงมากและหน้าแข็งๆเหมือนเป็นอัมพาต แต่จะค่อยๆ ดีขึ้น โดยแพทย์บอกให้ทราบตั้งแต่ก่อนทำแล้ว เธอจะฉีดกับแพทย์คนเดิมทุกครั้งเพราะไว้วางใจในความสามารถ เพราะเป็นแพทย์เฉพาะทางที่เรียนเรื่องนี้มาโดยเฉพาะจากต่างประเทศ และเป็นแพทย์ที่มีชื่อเสียง เพียงแค่บอกว่ามีปัญหาอะไร แพทย์ก็จะพิจารณาเองว่าจะฉีดบริเวณใดบ้าง ก็เข็ม หลังทำยังไม่เคยมีปัญหาอื่นๆ และแพทย์บอกว่าเป็นวิธีที่ปลอดภัยไม่มีอันตรายใด ๆ

คำบอกเล่าของผู้หญิงที่มีประสบการณ์ในการฉีดโบท็อกซ์ทั้งสองมีความคล้ายคลึงกัน ในเรื่องของความเชื่อมั่นในความรู้ความสามารถและความชำนาญของแพทย์ที่จะสามารถจัดการความงามให้เธอได้ตามความปรารถนาและจะปลอดภัยไม่มีอันตรายใด ๆ นอกจากผลของโบท็อกซ์ที่ทำให้ใบหน้าบริเวณที่ฉีดแข็งไปชั่วคราวเท่านั้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ทั้งสองคนได้รับข้อมูลจากแพทย์ก่อนทำอยู่แล้ว จึงไม่เกิดความวิตกกังวล ผลจากการฉีดโบท็อกซ์หรือที่ผู้ป่วยบางรายเรียกว่าสารम्मหัสจรรยนี้ทำให้ผู้หญิงเกิดความหลงหรือถูกหลอกล่อให้ติดกับในความงามที่ถูกสร้างขึ้นด้วยฝีมือแพทย์ จึงไม่น่าแปลกใจที่ผู้หญิงที่ได้รับการจัดการความงามด้วยวิธีนี้ถึงต้องไปรับการบริการอย่างต่อเนื่อง เช่นเดียวกับผลการวิจัยของดร.คาร์เตอร์ ลิงห์นักจิตวิทยาและนายแพทย์มาร์ติน เดลลี แห่งสมาคมศัลยแพทย์ตกแต่งลอนดอนที่รายงานต่อที่ประชุมศัลยแพทย์ตกแต่งของอังกฤษว่า การฉีดโบท็อกซ์

เพื่อลดรอยตีนกาบนใบหน้าทำให้เสพติดอยากฉีดอีกเรื่อยไป จากการที่ได้ร่วมกันศึกษาผู้ที่ไปรับการฉีดโบท็อกซ์ตามสถานพยาบาลต่างๆ และได้ศึกษาผลเปรียบเทียบกับ การรักษาเพื่อเสริมสวยด้วยวิธีอื่นที่เจ็บตัวน้อยกว่ากัน พบว่าผู้ที่เคยฉีดไม่ต่ำกว่า 40% อยากจะทำอีกเรื่อยไป และไม่ต่ำกว่าครึ่งกล่าวว่า “รู้สึกหนุ่มสาวขึ้นยิ่งกว่าหนุ่มสาวจริง” และสรุปว่า “มันช่วยให้รูปโฉมของผิวพรรณหรือหน้าตาเปลี่ยนไป ทำให้มีภาพลักษณ์แห่งตนดีขึ้น หากแต่ถึงจะมีประวัติความปลอดภัยดีแต่มันก็อาจทำให้เสพติดอีกได้” (คอลัมน์โลกโสภิน. ไทยรัฐ. 2549. 27 กันยายน. : 7)

นอกจากนั้น ถึงแม้ผู้ให้ข้อมูลทั้งสองรายข้างต้นจะไม่มีปัญหาอื่น ๆ ภายหลังการฉีด และได้รับข้อมูลจากแพทย์ว่าเป็นวิธีการที่ปลอดภัยไม่มีอันตรายถ้าฉีดโดยผู้เชี่ยวชาญ เช่นเดียวกับข้อเขียนจากแพทย์ผู้ชำนาญเฉพาะทางในการรักษาผิวพรรณ เช่น แพทย์หญิงนันท์ภัทร สุภาพรรณชาติ (2547:197) ที่กล่าวถึงข้อดีของโบท็อกซ์ว่า “ข้อดีคือค่อนข้างปลอดภัยหากฉีดโดยแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญเป็นพิเศษ คนสมัยนี้รักสวยรักงามเป็นชีวิตจิตใจ เมื่อเทียบราคาในการฉีดกับการออกกอล์ฟสักรอบ ไปนวดหน้านวดตัวสักหนึ่งครั้ง หรือไปพักโรงแรมดี ๆ สักคืน ก็ารู้สึกว่ามันคุ้มแสนคุ้ม เพราะถ้ามีเงินแต่น้อย ก็คงจะไม่แอบป้อนนวดหรือใช้ไหม” ทำให้รู้สึกว่าการฉีดโบท็อกซ์เป็นวิธีการที่ปลอดภัยและคุ้มค่าสำหรับคนอยากสวย เช่นเดียวกับแพทย์หญิงกุหลาบ จิตต์มิตรภาพ (2549 : 124-125) ที่กล่าวว่าในอเมริกาการฉีดโบท็อกซ์เพื่อป้องกันรอยเหี่ยวย่นเป็นเรื่องธรรมดาที่ทั้งวัยรุ่นและวัยกลางคนนิยมไปฉีดที่คลินิกหรือโรงพยาบาล โบท็อกซ์เป็นสารที่มีความปลอดภัยสูงมากจากการใช้มานานร่วม 30 ปีไม่เคยมีรายที่มีอาการแพ้รุนแรงถึงขั้นเสียชีวิต หรือแม้แต่อาการแพ้แบบผิวไว คือมีผื่นแดงหลังฉีด ก็ยังไม่เคยมีรายงานหรือพบสักราย ฉะนั้นไม่ต้องทดสอบผิวก่อนฉีด แต่อย่างไรก็ตามมีข้อเขียนจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังที่กล่าวถึงข้อห้ามในการฉีดโบท็อกซ์ว่า ห้ามฉีดในหญิงตั้งครรภ์และให้นมบุตร (อรรวรรณ กิจเชวงกุล. 2548 :127; โกสินทร์ แจ่มเพชรรัตน์. 2548 :138; อรุณฯ ลีกุลเจริญ. 2549 : 95) และผู้ที่มีปัญหาหากล้ามเนื้ออ่อนแรง (อรรวรรณ กิจเชวงกุล. 2548:127; โกสินทร์ แจ่มเพชรรัตน์. 2548 :138; กุหลาบ จิตต์มิตรภาพ. 2549 :124) นอกจากนั้นในผู้ที่แพ้โปรตีนอัลบูมินก็ไม่ควรฉีดเพราะอาจเกิดอาการแพ้ได้ (โกสินทร์ แจ่มเพชรรัตน์. 2548 :138) ดังนั้นก่อนฉีดโบท็อกซ์ก็ควรมีการซักประวัติคนไข้ เช่น รับประทานยาอะไรบ้าง เพราะยาบางอย่างมีผลต่อการออกฤทธิ์ของโบท็อกซ์ คนไข้ที่แพ้ไข่ขาวก็ไม่ควรฉีด เพราะในโบท็อกซ์มีสาร อัลบูมินซึ่งเหมือนสารที่พบในไข่ขาว (อรุณฯ ลีกุลเจริญ. 2549 : 958) นอกจากนั้นการฉีดโบท็อกซ์บริเวณริมฝีปากอาจทำให้ปากเปื่อยเวลายุ้ม ดังเช่นประสบการณ์ของ Dr. Angelika Schleicher ศัลยแพทย์ทางศัลยกรรมตกแต่งแห่งโรงพยาบาล Caritas-Krankenhaus St. Josef เมือง Regensburg ประเทศเยอรมันที่กล่าวถึงคนไข้คนหนึ่งของเขาที่เคยชินกับการพูดเร็ว เวลาพูดริมฝีปากจะดูแข็งกระด้าง ไม่เป็นธรรมชาติเวลาพูด และควรระวังในการฉีดให้ผู้ที่เคยทำศัลยกรรมพลาสติกหรือเคย

ผ่าตัดดึงหน้ามาก่อน เพราะจะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อตัวยาแตกต่างกันไป และอาจทำให้สมดุลของใบหน้าแต่ละข้างไม่เท่ากัน เช่น เกิดปัญหาหนังตาหย่อน หรือคิ้วไม่อยู่ในแนวเดียวกัน เป็นต้น (กองบรรณาธิการไกล้มอ. 2548 : 37) หลังฉีดโบท็อกซ์บางคนอาจมีตุ่มแดงบริเวณที่ฉีดขึ้นมานานประมาณ 2 ชั่วโมง ส่วนคนที่ฉีดบริเวณหน้าผากก็อาจมีอาการปวดศีรษะในวันแรกที่ฉีด หรืออาจมีหนังตาตกชั่วคราว และถ้าฉีดบริเวณคอก็อาจกลืนอาหารไม่สะดวก แต่อาการเหล่านี้จะค่อยๆ หายไปเอง (กองบรรณาธิการไกล้มอ. 2548 : 34) ข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่าการฉีดโบท็อกซ์ที่ดูเสมือนเป็นการจัดการความงามที่ปลอดภัยนั้น แท้ที่จริงแล้วก็ยังมีโอกาสเสี่ยงที่จะเกิดภาวะแทรกซ้อนได้ แต่จากคำบอกเล่าของผู้ที่ฉีดโบท็อกซ์ ผู้วิจัยไม่ได้รับข้อมูลในด้านนี้ และถึงแม้หนังสือที่เขียนโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการฉีดโบท็อกซ์จะกล่าวถึงภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าวมาแล้ว แต่ก็สรุปไว้ในทำนองเดียวกันว่าถ้ากระทำโดยแพทย์ผู้ชำนาญการที่ได้รับการอบรมอย่างถูกต้องมาแล้วก็จะปลอดภัย เพราะแพทย์จะเป็นผู้ประเมินของผู้ป่วยแต่ละรายก่อน และทราบข้อควรระวังต่างๆ เป็นอย่างดี สามารถฉีดในตำแหน่งและปริมาณที่พอเหมาะ ซึ่งจะไม่ทำให้เกิดปัญหาหนังตาตก หน้าเบี้ยว หรือหน้าแข็งเป็นหน้ากาก (Mask Face) ที่ดูไม่เป็นธรรมชาติ ส่วนความสวยงามหลังการฉีดนั้นขึ้นอยู่กับเทคนิค ฝีมือ และประสบการณ์ของแพทย์แต่ละคน อันเป็นการตอกย้ำถึงความทรงอำนาจของแพทย์ในการเป็นผู้เชี่ยวชาญที่ใช้ความรู้ในการจัดการความงาม

การใช้เลเซอร์เพื่อจัดการความงาม

การใช้เลเซอร์เป็นการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอีกวิธีหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ในการจัดการความงาม และเป็นการกระทำความรุนแรงต่อร่างกายของผู้หญิงและทำให้รู้สึกเจ็บปวดมากกว่าการฉีดโบท็อกซ์ เลเซอร์ถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการแพทย์มานานกว่า 30 ปี โดยตอนแรกเน้นประโยชน์ในการรักษาพยาบาล แต่ปัจจุบันมีการนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจในการจัดการความงามในการดูแลผิวหน้าด้วย เช่น แก๊สข้อบกพร่องของผิวให้ดูสวยงามขึ้น เช่น ตัดและลอกผิวที่ไม่ต้องการออกไป เช่น ตึงเนื้อ ขี้แมงวัน จุดด่างดำ (ฝ้า กระ ปานดำ) รอยแดงจากเส้นเลือดขยาย (ปานแดง เส้นเลือดฝอย เส้นเลือดชอด) กำจัดขน และลบรอยย่นและหลุมแผลเป็น

เลเซอร์ (LASER) ย่อมาจากคำว่า Light Amplification by Stimulated Emission of Radiation เป็นพลังงานแสงที่มีความเข้มสูง มีความยาวคลื่นแสงเดี่ยววิ่งเป็นเส้นตรงไปยังเป้าหมายที่ต้องการทำลาย สามารถดูดซับแสงที่มีความยาวคลื่นแตกต่างออกไป เมื่อเลือกพลังงานและความยาวคลื่นเหมาะสมจะทำลายเป้าหมายได้อย่างเหมาะสมเจาะจงโดยไม่มีผลต่อเนื้อเยื่อข้างเคียง ปัจจุบันมีการพัฒนาเลเซอร์ชนิดต่าง ๆ ออกมาตามความยาวคลื่นแสงที่เลือกมาใช้เพื่อวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน เลเซอร์แต่ละชนิดมีคุณสมบัติในการแก้ปัญหาไม่เหมือนกัน เช่น เลเซอร์ที่ใช้รักษาจุด

ต่างด้า (ผ้า กระ ปานด้า) ได้แก่ Q-Switched Nd: YAG Laser , Q-Switched Ruby Laser, Q-Switched Alexandrite Laser (โกสินทร์ แจ่มเพ็ชรรัตน์. 2548 : 124-126) เลเซอร์แบ่งเป็น 2 ชนิด คือเลเซอร์กลุ่มที่ทำแล้วไม่มีแผล กับกลุ่มที่ทำแล้วจะมีแผลก่อนที่จะสวย เลเซอร์ที่ทำแล้วไม่มีแผล เพราะมีตัวทำความเย็นปกป้องอยู่ชั้นบนไม่ให้ผิวหนังทำลายจากความร้อนจากเลเซอร์ ตัวแสงเลเซอร์ จะผ่านผิวหนังบนไปสู่ผิวหนังล่าง ไปกระตุ้นให้เกิดการสร้างคอลลาเจน แล้วทำให้คอลลาเจนเรียงตัวกันเป็นระเบียบขึ้น จึงได้ประโยชน์คือทำให้คอลลาเจนเพิ่มขึ้น ผิวเต่งตึงขึ้น รวมทั้งลดริ้วรอย รอยย่น ผิวกระชับขึ้น ส่วนเลเซอร์ที่มีแผล เช่นเลเซอร์ที่รักษากระ ปาน เช่นเลเซอร์แสงทับทิม (Ruby Laser) พวกนี้หลังทำจะมีสะเก็ดดำ ๆ เมื่อสะเก็ดหลุดไปแล้ว 90%ของคนไข้จะกลายเป็นเนื้อปกติ แต่มีคนไข้ 5-10% ที่หลังจากแผลหายแล้วจะสวยอยู่ 2-3 สัปดาห์ แต่ต่อมาผิวหนังบริเวณที่ทำเลเซอร์จะกลับมาดำใหม่เรียกว่าผิวไวต่อเลเซอร์ และจะดำอยู่อีก 2-3 เดือน มีน้อยที่ดำอยู่ 6-7 เดือน แต่ในที่สุดอาการข้างเคียงเหล่านี้จะหายไปกลายเป็นผิวปกติ มีน้อยรายที่รักษาไม่ได้ผล จุดดำยังคงเดิม อาการผิวไวต่อแสงนี้เป็นปฏิกิริยาของผิวที่ไวต่อแสงเอง ไม่ว่าแพทย์จะมีความชำนาญหรือเครื่องมือจะดีเพียงใดก็ตามก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงอาการข้างเคียงนี้ แพทย์หญิงกุหลาบ จิตต์มิตรภาพกล่าวว่า มีประสบการณ์ในการใช้เลเซอร์นี้มาร่วม 10 ปี คนไข้บ่นเป็นพันรายพอใจผลการรักษาเพราะหายขาดจากกระลึกเป็นอิสระไม่ต้องทายากระทุกคืน และไม่ต้องเสียเวลาทาของพื้นเพื่อปิดกระ แต่เนื่องจากอาการข้างเคียงมีอาจคาดเดาได้ล่วงหน้า หมอจึงต้องอธิบายคนไข้อย่างละเอียด เพื่อให้ตัดสินใจ และมีให้เสียใจภายหลัง (กุหลาบ จิตต์มิตรภาพ. 2549 : 222-224) จะเห็นว่าการจัดการความงาม โดยใช้แสงเลเซอร์ของแพทย์นี้เป็นการใช้เทคโนโลยีอันทันสมัย ถึงแม้แพทย์ผู้ทำจะมีความชำนาญ ก็อาจทำให้เกิดสิ่งที่มาพึงประสงค์หรืออาการข้างเคียงที่อาจขึ้นในคนไข้บางรายโดยที่ไม่อาจคาดเดาได้ แม้จะกล่าวว่ามีโอกาสเกิดอาการข้างเคียงน้อยเพียง 5-10% ก็ตาม

คุณกั้ง อายุ 50 ปี เป็นผู้มีปัญหาเรื่องจุดด่างดำและกระบริเวณใบหน้าและลำคอ และไปรับการรักษาโดยวิธีการใช้เลเซอร์แสงทับทิมที่ผิวหนังคลินิกโดยแพทย์หญิงกุหลาบ จิตต์มิตรภาพ กรรมการผู้จัดการของผิวหนังคลินิกและผู้เขียนหนังสือสวยสั่งได้เป็นผู้ทำ คุณกั้งทำงานอยู่ต่างประเทศแต่จะกลับมาเยี่ยมบ้านทุกปี ก่อนทำเธอรู้สึกว่ตามใบหน้าและลำคอมีจุดกระดำๆ ขึ้นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากเธอเป็นคนผิวขาวในช่วงวัยรุ่นเธออยากมีผิวสีแทนจึงชอบตากแดดและไม่เคยระมัดระวังแสงแดด เมื่อมีอายุมากขึ้นผิวจึงเป็นกระสีน้ำตาล บางส่วนก็ดำ เต็มไปทั่วหน้าและคอ จนในช่วงหลังเธอส่องกระจกแล้วเริ่มรู้สึกว่มีกระมากขึ้นทุกที โดยเฉพาะบริเวณคอและอายุที่จะให้คนอื่นเห็น จนต้องใส่เสื้อปิดคอ ทั้งที่ไม่เคยมีใครมาทักหรือจ้องมอง แต่เธอก็จะคิดมากและไม่อยากให้ใครมามองเห็นหรือช่วงคอจึงปรึกษาน้าสาวและได้รับคำแนะนำว่จะพาไปหาหมอกุหลาบเพื่อทำเลเซอร์ เพราะน้าไปทำมาแล้วและได้ผลดี คุณกั้งไม่เคยรู้จักชื่อเสียงของหมอกุหลาบ และ

ไม่ได้หาข้อมูลเรื่องเลเซอร์มาก่อน แต่เชื่อใจนางสาวที่เป็นคนที่ละเอียด รอบคอบ คงหาข้อมูลมาดีแล้ว และตัวของนางเองก็ทำและได้ผลดีมาแล้ว น้ำบอกว่าหมอเก่งและมีชื่อเสียงด้านนี้ เมื่อไปที่คลินิกตามนัด คุณก็บอกว่ามีคนไข้จำนวนมาก แสดงว่าหมอก็คงมีความชำนาญและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เมื่อพบหมอ คุณก็บอกว่าประทับใจที่หมอมีผิวหน้าที่เรียบ เนียนสวย หมอตรวจดูแล้วบอกว่า เป็นกระแบบนี้จะใช้เลเซอร์แสงทับทิมทำให้ ทำเพียงครั้งเดียวน่าจะได้ผล ไม่ต้องทำซ้ำ หมอได้อธิบายว่าหลังทำหน้าจะเป็นรอยดำๆอยู่อย่างน้อย 1 สัปดาห์แล้วจะค่อยๆ ดีขึ้น สะเก็ดจะหลุดไปเอง ห้ามแกะ หมอจะให้ยาไปทา หลังทำอย่าเพิ่งออกมาโดนแดด มีน้อยรายมากที่ผิวไวต่อเลเซอร์ เมื่อหายแล้วจะกลับมาเป็นรอยดำๆ ตรงที่ทำเลเซอร์ แต่พบน้อย คุณก็บอกว่าไม่รู้สึกลำบากเลย อยากให้กระหายมากกว่า และเชื่อกับหมอ เพียงแต่กลัวเจ็บ แต่หมอบอกว่าเจ็บเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งเป็นตามที่หมอพูด คือเจ็บไม่มาก หมอบอกว่าทำไป 450 จุด เสียค่าทำไป 45,000 บาท หลังจากทำแล้วหมอให้ยากลับไปทาที่บ้าน แต่พอคุณก็กลับถึงบ้านสองกระแຈหมอบอกว่ารู้สึกตกใจที่หน้าและคอบวมและมีรอยแดงๆ เต็มไปหมด จึงเริ่มรู้สึกไม่สบายใจและกังวลมากขึ้นเรื่อย ๆ ที่แผลเริ่มตกสะเก็ด แลดูเหมือนคนเป็นอีสุกอีใส จนต้องอยู่แต่ในบ้านไม่กล้าให้ใครเห็น ทั้งที่น้ำบอกว่า 7 วันก็จะดีขึ้นเอง ที่มันเป็นแบบนี้เห็นชัดเพราะทำหลายจุด แต่เธอก็ไม่มั่นใจว่าจะหาย แต่ในที่สุดสะเก็ดก็ค่อยๆ หลุดหลุดไปเอง เมื่อแผลหายสนิทแล้ว ตอนนี้หน้าตาเกลี้ยงเกลา คนที่เห็นก็จะทักว่าไปทำอะไรมาหน้าดูดีขึ้นมาก เธอรู้สึกพอใจมากหลังทำ คิดว่าคุ้ม จนแทบจะลืมความรู้สึกวิตกกังวลตอนที่หน้าเป็นจุดหลังทำใหม่ ๆ คุณก็คิดว่าถ้ามีกระหรือจุดต่างตำแหน่งก็จะไปใช้เลเซอร์รักษาที่นี้อีก เพราะรู้สึกมั่นใจในฝีมือของหมออันที่จริงคุณก็เป็นคนผิวขาวสวย รอยกระที่เธอว่าเต็มหน้าเต็มคอบวมจนต้องใส่เสื้อคอปิดไม่อยากให้ใครเห็นนั้น คนที่อยู่รอบข้างมองแทบไม่เห็นด้วยซ้ำ ถ้าไม่สังเกตจริง ๆ แต่ตัวเองจะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้มาก และมีความกังวล จับจ้องมองตนเองโดยการส่องกระจกดูทุกวัน และรู้สึกว่าจุดกระ จุดต่างตำแหน่งนี้เป็นสิ่งที่น่าเกลียด ทำให้เธออับอายต้องขจัดออกไป

จะเห็นว่าการทำเลเซอร์เป็นการจัดการความงามที่กระทำความรุนแรงต่อร่างกายผู้หญิงมากกว่าการฉีดโบท็อกซ์ กรณีของคุณก็ถึงแม้จะเป็นการใช้เลเซอร์แสงทับทิมที่มีผลข้างเคียงน้อย มีผลเพียงรอยแดงและการตกสะเก็ดซึ่งหายไปในเวลา 1 สัปดาห์ตามที่แพทย์บอกไว้ และเป็นสิ่งที่คาดไว้แล้วล่วงหน้า ไม่ได้เกิดปัญหาแทรกซ้อนอื่น ๆ แต่จะเห็นว่าเธอต้องพบกับความวิตกกังวลกับใบหน้าของตัวเองอยู่นานกว่าจะสวย คุณก็โชคดีที่ได้รับการจัดการให้ผิวเนียนสวยสมใจ แต่ถ้าคุณก็กลายเป็นผู้ที่มีผิวไวต่อแสงทับทิมอยู่ในกลุ่ม 5-10% ที่หลังหายแล้วผิวจะกลับมาดำใหม่อีก 2-3 เดือน เป็นอาการข้างเคียงที่ไม่พึงประสงค์และไม่ได้คาดเดาไว้ล่วงหน้า เธอคงทุกข์ทรมานใจจากสภาพใบหน้าของเธอยิ่งกว่านี้น่าจะมากกว่านั้น นอกจากนั้นการใช้เลเซอร์ในการจัดการความงามด้วย

วิธีอื่นๆ อาจจะทำให้ความรุนแรงต่อผิวและทำให้เกิดความเจ็บปวดและมีความเสี่ยงจากการเกิดภาวะแทรกซ้อนมากกว่าการใช้แสงพัลส์แบบคุณกั้ง เช่น การทำ แฟร็กเซล (FLT- Fraxel Laser Treatment) ที่พยาบาลซึ่งทำงานในเมดิคอลสปาแห่งหนึ่งเล่าให้ฟังว่าคนไข้จะเจ็บและแสบหน้ามาก ยิ่งถ้ามีปัญหามากจะต้องทำมาก คนไข้เคยเล่าว่าเหมือนถูกกรีดหน้าบางคนก็ว่าเหมือนโดนน้ำกรด แล้วแต่ความอดทนและความรู้สึกของแต่ละคน แต่ที่เหมือนกันคือเจ็บมาก แต่เลือดไม่ออก หลังทำจะหน้าแดงเหมือนไปตากแดดจัดมามาก ๆ เหมือนผลัดเซลล์ผิวได้หน้าใหม่มา แต่หลังจากนั้นแล้วผิวจะสวย คุณสวยที่มีประสบการณ์ในการฉีดยาในการฉีดโบท็อกซ์และเคยทำเลเซอร์ด้วยวิธีนี้เพื่อรักษารอยฝ้าว่าแสบมากเหมือนโดนเอาอะไรมาตะกุกหน้า หลังทำได้ผลดีแต่เจ็บมากคงไม่ไปทำอีก แต่ในขณะนี้กำลังมีการนิยมนำเลเซอร์ชนิดนี้มาใช้ในการแก้ปัญหาผิวที่มีริ้วรอย กระฝ้าลึกอย่างได้ผล โดยมีการนำเสนอข้อมูลในเชิงของการให้ข่าวว่า FLT เป็นเทคโนโลยีล่าสุดจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจากสหรัฐอเมริกา และมีการสัมมนาระหว่างแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านความงามและผิวพรรณจากนิวยอร์ก และฮ่องกงที่มาร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในการใช้ FLT กับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังของไทยเกือบ 100 คน และมีการให้ความเห็นในเชิงรับรองผลจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังของไทยถึง 11 คน รวมทั้งหมอกุหลาบที่กล่าวว่า หมอใช้ FLT กับคนไข้ที่มีปัญหาฝ้าที่ดื้อต่อการรักษา และ FLT ยังเหมาะกับการรักษารอยเหี่ยวย่นได้ตา เหมาะสำหรับคนที่ไม่ต้องการทำผ่าตัดหรือกลัวเข็มฉีดยา (ELLE. 2549: 81-82) นอกจากนั้นยังมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ FLT ในเว็บไซต์ของผิวดีคลินิกด้วย (www.pewdeeclinik.com) พร้อมรูปภาพประกอบเปรียบเทียบก่อนและหลังทำที่จะเห็นว่าริ้วรอยเหี่ยวย่นจางหายไป และมีการนำเสนอข้อมูลว่าการทำ FLT เป็นเทคโนโลยีใหม่ที่สุดของโลกในการเปลี่ยนผิวหน้า (Resurface) ที่มีปัญหา ริ้วรอยหรือกระฝ้าที่รักษายากและแผลเป็นจากสิว โดยทำการผลัดผิวออกทีละจุดทีละพิกเซล การทำครั้งหนึ่งจะผลัดผิวเก่าออก 10-20% เนื่อบบ ๗ จะซ่อมแซมอย่างรวดเร็วจนมองไม่เห็นแผล หลังทำหน้าจะบวมอยู่ 1-2 วัน แดงเล็กน้อย 1-3 วัน มีขุยบาง ๆ 7 วัน หลังจากนั้นผิวจะกลับมานุ่มเนียนเต่งตึงเห็นผลชัดเจนตั้งแต่วินาทีแรก หลัง 7 วันแล้ว “คนไข้จะรู้สึกว่หน้าสวยใสอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน สามารถทำได้ 3-5 ครั้งเพื่อให้ผลผลัดเซลล์ผิวได้ครอบคลุม 90-100% ของผิว FLT ได้รับรางวัล The Best Clinical Science Paper จากสมาคมศัลยศาสตร์เลเซอร์ สหรัฐอเมริกา 2004” เมื่ออ่านข้อมูลที่ได้รับจากแพทย์ผู้ชำนาญเฉพาะทางด้านผิวหนังดังกล่าวข้างต้นจะรู้สึกเห็นคล้อยตามว่าการใช้ FLT โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญนั้น เป็นเทคโนโลยีที่สามารถย่นระยะเวลาเปลี่ยนผิวหน้าได้ใหม่และให้ผลที่น่าพอใจ ถึงจะมีการกล่าวถึงอาการหลังทำว่าจะมีหน้าบวมแดง เป็นขุยอยู่บ้างก็เป็นเพียงช่วงแรกและจะหายใน 7 วัน แล้วจะได้ผิวหน้าใหม่ที่สวยใส แต่ไม่มีการกล่าวถึงความเจ็บปวดจากการทำ เช่นคำบอกเล่าของพยาบาลและผู้ป่วยข้างต้น

กรณีของคุณกั้งและคำบอกเล่าของพยาบาลข้างต้น ถึงแม้ผู้ที่บริหารจัดการความงามด้วยเลเซอร์จะผ่านความเจ็บปวดและความวิตกกังวลภายหลังการทำในช่วงแรก แต่ก็ให้ผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจ คือได้ผิวหนังที่เกลี้ยงเกลาตามความประสงค์ แต่ยังมีผู้ที่มีประสบการณ์ได้ผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ภายหลังทำเลเซอร์ เช่น กรณีของนักแสดงสาวผู้หนึ่งที่ให้สัมภาษณ์ในหนังสือ Great or Dead ซึ่งเป็นการรวบรวมคำบอกเล่าจากประสบการณ์ในเรื่องการจัดการความงามของนักแสดงและผู้ที่มีชื่อเสียงทั้งด้านบวกและลบ โดยเล่าถึงประสบการณ์ในการทำเลเซอร์ว่าเป็นการลบรอยเก่าได้ รอยใหม่ (วรวิทย์ ผดุงม่วงทอง. 2545 : 42)

มีแผลเป็นอยู่ที่คิ้วข้างขวาคะ เป็นมานานแล้ว ไม่ชอบเลยเพราะมันเป็นรอยบุ๋มลงไป พออิ่มแล้วจะเห็นเป็นรอยย่น ๆ ตรงหางคิ้ว ถึงแผลไม่ใหญ่มาก แต่ก็มองเห็น วันหนึ่งเลยตัดสินใจไปทำเลเซอร์ลบรอยแผลเป็น อยากให้แผลหาย หน้าจะได้เนียนเรียบเสียที ไปถึงคุณหมอก็กยิงเลเซอร์ให้ พอยิงกลับมามันก็เป็นรอยแดงๆ คุณหมอบอกว่าสักพักก็หาย ต้องใช้เวลานิดหน่อยก็เชื่อ แต่ปรากฏว่าทุกวันนี้ก็ยังไม่หายแดงเลยคะ แถมยังเห็นชัดขึ้นกว่าเดิมอีก เพราะจากที่ไม่มีสีกลายเป็นสีแดง ถ้าไม่แต่งหน้าจะเห็นชัดเลย ถ้าวันไหนจะไปทำงานก็ต้องใช้กลบด้วยรองพื้นไม่ให้เห็นชัด เลยได้บ๊วยเรียนว่า จะทำอะไรกับหน้าต้องระวังให้มาก บางทีเป็นอะไรเล็กๆน้อยๆ ก็ไม่ควรไปกังวลมากจนเกินไป ไปยุ่งกับมันมาก ๆ โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ อาจทำให้เรื่องเล็กเป็นเรื่องใหญ่กว่าเดิมก็ได้

ประสบการณ์ของนักแสดงสาวข้างต้นเป็นการลบรอยแผลเก่าแต่สร้างแผลใหม่ที่เป็นปัญหาสำหรับเธอมากกว่าเดิม คือจากรอยแผลเป็นกลายเป็นรอยแดงที่เห็นชัดขึ้น ในหนังสือเล่มนี้ในส่วนที่นำเสนอประสบการณ์ในการจัดการความงามที่ไม่พึงประสงค์จะมีการให้ความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ จากผู้เชี่ยวชาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องซึ่งมีทั้งแพทย์และช่างแต่งหน้า ฯลฯ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการจัดการความงามด้วยเลเซอร์ มีการให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า “หากต้องการรับบริการความงามโดยใช้เลเซอร์ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเสมอ คือ ต้องแน่ใจว่าแพทย์ที่ให้การรักษาเป็นแพทย์เฉพาะสาขาสรีรวิทยา (โรคผิวหนัง) และมีความชำนาญในการใช้เลเซอร์นั้นๆ และหลังได้รับการรักษาแล้วจะต้องปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์อย่างเคร่งครัดด้วย” (วรวิทย์ ผดุงม่วงทอง. 2545 : 43) เป็นการสื่อให้เข้าใจได้ว่าถ้าทำเลเซอร์โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางในการทำเลเซอร์และปฏิบัติตามคำแนะนำของแพทย์แล้วจะไม่มีปัญหา แต่อาจไม่เป็นเช่นนั้นก็ได้ เนื่องจากถึงแม้จะเป็นการใช้เลเซอร์โดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญก็อาจเกิดปัญหาที่ไม่พึงประสงค์ได้เช่นกันถึงแม้จะมีโอกาสเกิดน้อยแต่ก็มีความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้ เนื่องจากผู้ป่วยอาจเป็นผู้ที่มีผิวไวต่อเลเซอร์ไม่ว่าหมอจะชำนาญแค่ไหนหรือเครื่องมือจะมีมาตรฐานก็ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ และอาจจะต้องใช้เวลาในการรักษาหรือรอให้แผลหายนานกว่าปกติ (กุลลาบ จิตต์มิตรภาพ. 2549 : 224) ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ป่วยจะต้องทำใจให้ยอมรับผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ไว้ก่อน ถ้าเกิดปัญหาดังกล่าวจริงก็เป็นปัจจัยด้าน

ผู้ป่วยเองไม่ใช่ปัญหาจากการกระทำของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งสามารถให้เหตุผลอธิบายได้ด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์

ส่วนการเข้าถึงการจัดการความงามด้วยวิธีทำเลเซอร์แสงทับทิมของคุณกั้ง เป็นการแนะนำจากญาติสนิทซึ่งมีประสบการณ์ในด้านบวกมาแล้ว และเมื่อถามว่านางสาวได้ข้อมูลจากแหล่งใดบ้าง เธอตอบว่าอ่านจากหนังสือที่หมอเขียน และเห็นโฆษณาในหนังสือ แล้วจึงตามมาหาที่คลินิกซึ่งมีหลายสาขา และเลือกมาทำที่นี่ เพราะเชื่อในความรู้ความชำนาญและชื่อเสียงของหมอนอกจากนั้นตัวของหมอเอง คุณกั้งบอกว่ามีผิวสวยเนียนก็มีส่วนที่ทำให้คนไข้ชื่นชมและเชื่อถือและไว้วางใจว่าจะจัดการความงามให้ได้เช่นกัน ในหนังสือสวยสง่าได้ที่หมอเขียนมีการระบุไว้ที่หน้าปกว่าหมอเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านโรคผิวหนังและเลเซอร์ผิวหนัง และมีประสบการณ์ในการทำเลเซอร์มากกว่า 10 ข้อมูลในหนังสือก็กล่าวถึงความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ของหมอในการจัดการความงามด้วยวิธีต่างๆ และในส่วนท้ายของหนังสือมีการกล่าวถึงประวัติการศึกษาในวิชาชีพแพทย์และการศึกษาอบรมเฉพาะทางด้านผิวหนังทั้งภายในและต่างประเทศ การเป็นอาจารย์พิเศษที่สถาบันโรคผิวหนัง และปัจจุบันเปิดคลินิกชื่อผิวดีคลินิกรักษาผู้ที่มีปัญหาเรื่องความงาม โดยเฉพาะด้านผิวพรรณ ผ่านประสบการณ์ซึ่งสั่งสมมายาวนานถึง 20 ปี ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงให้เห็นการนำความรู้ความเชี่ยวชาญมาใช้ในการธุรกิจเพื่อจัดการความงาม นอกจากนั้นข้อมูลเกี่ยวกับผิวดีคลินิกซึ่งเป็นธุรกิจของหมอกุลหลายมีการนำเสนอข้อมูลในเชิงการประชาสัมพันธ์ก็ทำให้ความรู้แต่ไม่ใช่โฆษณาตรงๆ ผ่านสื่อประเภทสิ่งพิมพ์ เช่นไทยรัฐซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวันที่มีผู้อ่านเป็นจำนวนมาก มีการนำเสนอข้อมูล 2 ครั้งดังนี้

ผิวดีคลินิก พุ่มลุ่มขยายสาขาธุรกิจเลเซอร์ความงามบุม แพทย์หญิงกุลลดา จิตต์มิตรภาพ กรรมการ ผู้จัดการศูนย์เลเซอร์และบำรุงรักษาผิวหนังหน้าผิวดีคลินิก เปิดเผยว่าจากความใส่ใจในเรื่องสุขภาพและความงามที่มีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจทางด้านบริการและการแพทย์เชิงสุขภาพและความงาม มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ปัจจุบันความนิยมในการใช้เลเซอร์ในการรักษาปัญหาผิวพรรณโดยเฉพาะผิวหนังหน้ามีการขยายตัวสูง อย่างไรก็ตามจำเป็นต้องได้รับการดูแลโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญอย่างใกล้ชิด ซึ่งทางคลินิกเองก็มีแพทย์ผู้ชำนาญด้านนี้กว่า 20 คน และขณะนี้ผิวดีคลินิกได้ขยายสาขาเพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นเป็น 5 สาขา และในช่วงของการเปิดสาขาใหม่ที่เซ็นทรัลเวิลด์มีราคาโปรโมชั่น 30-50% ในหลายรายการ เช่น เลเซอร์ยกกระชับใบหน้าและลำคอแทนการผ่าตัด Emax Elight 4 ครั้ง ราคาพิเศษ 36,000 บาท เลเซอร์หน้าใส IPL ML Aurora 5 ครั้งพิเศษเพียง 20,000 บาท เป็นต้น (ไทยรัฐ.2549 19 ตุลาคม: 9)

ข้อมูลข้างต้นถูกนำเสนอในเชิงข่าวประชาสัมพันธ์ในไทยรัฐหน้า 9 ซึ่งเป็นหน้าที่มักจะมีการนำเสนอข้อมูลข่าวการเคลื่อนไหวในวงการธุรกิจ แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้จะไม่ใช่อะไรที่เป็นการโฆษณา

โดยตรง แต่จากเนื้อข่าวจะเห็นว่าเป็นการโฆษณาผิดคลินิก ซึ่งเป็นคลินิกที่จัดการความงามโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านความงามของผิวพรรณโดยตรงซึ่งเป็นผู้มีความรู้ความชำนาญ สามารถใช้ความรู้ ประสบการณ์และเทคโนโลยีอันทันสมัยในการจัดการความงามอย่างได้ผล จนเป็นที่นิยมมีการขยายกิจการมาตามลำดับโดยเปิดสาขาในศูนย์การค้าใหญ่ ๆ โดยเฉพาะเรื่องเลเซอร์ซึ่งกำลังอยู่ในกระแสนิยมในขณะนี้ นอกจากนั้นยังมีการส่งเสริมการขายโดยลดราคาและมีการระบุราคาของการทำเลเซอร์เพื่อแก้ปัญหาผิวไว้ให้ผู้สนใจศึกษาข้อมูลก่อนด้วย นอกจากนั้นยังมีการนำเสนอข้อมูลเรื่องหนังสือสวยสง่าได้ของหมอกุหลาบในคอลัมน์บันเทิงไทยรัฐ (เรจรมณี. 2549. 3 ธันวาคม : 35) ซึ่งเป็นหน้าบันเทิงที่ลงข่าวการเคลื่อนไหวของคนดังในแวดวงบันเทิง ซึ่งคอลัมน์นี้มักจะมีการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความงามในเชิงบวกโดยมักจะมีรูปดาราหรือผู้มีชื่อเสียงประกอบในคอลัมน์ แต่คราวนี้เป็นรูปของหมอกุหลาบที่ใช้เป็นหน้าปกหนังสือ ข้อมูลที่นำเสนอเป็นเชิงของการให้ข้อมูลด้านบวกคือชื่นชมในการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือที่หมอกุหลาบซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการรักษาผิวพรรณและเลเซอร์มากกว่า 22 ปี ว่าหนังสือเล่มนี้เป็นหนังสือขายดี อ่านเข้าใจง่ายและมีการนำเสนอข้อมูลที่ครอบคลุมเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพผิวเพื่อให้ผิวสุขภาพดีอย่างยืนยาวที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทำให้สามารถเข้าใจปัญหาผิวพรรณได้อย่างลึกซึ้งและรู้ถึงวิธีการจัดการความงามและการนำเครื่องมืออันทันสมัยมาใช้ในการจัดการความงามโดยผู้เชี่ยวชาญอย่างได้ผล และบอกถึงผลดีผลเสียของวิธีการต่าง ๆ ไปด้วย และได้มีการตอกย้ำว่าการจัดการความงามด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัยเหล่านี้ต้องทำโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเท่านั้นจึงจะได้ผล “การรักษาด้วยเครื่องมือเหล่านี้จะต้องมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนังและเลเซอร์โดยเฉพาะเป็นผู้วิเคราะห์สภาพผิวและปัญหาของแต่ละบุคคลเพื่อให้การรักษานั้นได้ผลออกมาสวยงาม” และในตอนท้ายสุดของคอลัมน์ได้เชิญชวนว่า “ถ้าใครอยากรู้เรื่องผิวให้กระจ่างเพื่อที่จะดูแลตัวเองให้ดี ก็หาหนังสือเล่มนี้มาอ่านดู” และให้หาซื้อได้ที่ศูนย์หนังสือชั้นนำทุกแห่งและผิดคลินิกทุกสาขา โดยระบุว่ามีสาขาใดบ้างและให้เบอร์โทรติดต่อไว้ด้วย ซึ่งการนำเสนอข้อมูลแบบนี้ ถึงแม้จะเป็นกล่าวถึงหนังสือที่หมอเขียนเท่านั้น แต่ก็มี การเชื่อมโยงถึงคลินิกซึ่งเป็นธุรกิจในการจัดการความงามของหมอด้วย ซึ่งก็เป็นอีกรูปแบบหนึ่งการโฆษณาธุรกิจในการจัดการความงามที่เน้นความเป็นผู้ชำนาญการเฉพาะ

นอกจากช่องทางของการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ข้างต้นแล้ว ยังมีการนำเสนอข้อมูลของผิดคลินิกผ่านทางเว็บไซต์ ([www. Pewdeeclinik.com](http://www.Pewdeeclinik.com)) ซึ่งเป็นการให้รายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินการของคลินิกซึ่งประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมของคลินิก สถานที่ตั้งสาขาต่าง ๆ และการติดต่อ ตลอดจนการบริการรักษาพยาบาล (Treatment) ซึ่งมีการให้ข้อมูลในเรื่องต่าง ๆ อย่างละเอียดประกอบภาพ และมักมีการนำเสนอภาพเปรียบเทียบก่อนและหลังทำให้เห็นว่าภายหลังการรักษาแล้วแพทย์สามารถแก้ไขปัญหของผิวพรรณ สร้างความสวยของ

ผิวให้เรียบเนียนได้สมใจ นอกจากนั้นยังมีการนำเสนอในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับความงาม (Science of Beauty) อื่น ๆ เช่นการปฏิบัติตัวเพื่อป้องกันรักษาสุขภาพผิวและลดริ้วรอยเป็นต้น เป็นการขยายช่องทางในการส่งผ่านข้อมูลความรู้ ครอบคลุมกลุ่มต่างๆให้กว้างขึ้น โดยเป็นการประชาสัมพันธ์ในเชิงของการให้ความรู้ทางวิชาการซึ่งทำให้ไม่รู้สึกรู้ว่าเป็นการโฆษณาโดยตรง แต่การให้ข้อมูลในลักษณะนี้ก็เป็นการกระตุ้นความสนใจให้คนอยากสวยผู้ที่ปัญหาผิวพรรณได้รับรู้ข้อมูลและเข้าถึงได้อีกทางหนึ่ง

จะเห็นว่าการนำเสนอข้อมูลในการจัดการความงามโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางของ ผิวดีคลินิกมีหลายรูปแบบที่ทำให้มีการสื่อสารข้อมูลได้ในวงกว้าง ครอบคลุมผู้บริโภคในกลุ่มต่างๆ ตั้งแต่ผู้ที่อ่านข่าวบันเทิง ผู้ติดตามช่างเสริมสวยกิจ ผ่านการนำเสนอในหนังสือพิมพ์รายวันที่มียอดจำหน่ายสูง ผู้มีการศึกษาผ่านทางเว็บไซต์ในระบบอินเทอร์เน็ต และบุคคลทั่วไปที่สนใจในเรื่องของความงามและการจัดการความงาม ผ่านหนังสือซึ่งแพทย์ผู้เป็นเจ้าของคลินิกเขียนเอง นอกจากนั้นที่คลินิกแต่ละสาขาจะมีการนำเสนอข้อมูลแจกให้ผู้สนใจไปศึกษาและมีการให้คำปรึกษา และท้ายสุดจะสังเกตเห็นได้อย่างชัดเจนว่าส่วนใหญ่แพทย์ผู้ชำนาญในการรักษาความงามของผิวพรรณนั้น มักจะต้องมีการดูแลผิวพรรณและหน้าตา บุคลิกของตนเองเป็นอย่างดี และมักจะดูอ่อนเยาว์กว่าวัย จนสามารถใช้ใบหน้าของตนเองในการนำเสนอผลของการจัดการความงามเพื่อให้สวยช่อนอายุได้ เช่นเดียวกับกรณีของหมอกุหลาบตัวของหมอเองเป็นผู้ที่มีผิวเรียบเนียนสวยก็มีส่วนที่ทำให้ผู้รับบริการมีความประทับใจและสร้างความเชื่อมั่นในการรับการจัดการความงามของหมอ

การทำศัลยกรรมเพื่อลบริ้วรอย

การทำศัลยกรรมหรือการผ่าตัดเพื่อลบริ้วรอยทำให้ผิวหน้าเรียบเนียนสวย เป็นปฏิบัติการของความรู้ผ่านผู้เชี่ยวชาญที่ปฏิบัติการบนใบหน้าและร่างกายของผู้หญิงได้อย่างรวดเร็ว และสามารถย้อนวัย สร้างความอ่อนเยาว์ได้มากกว่าการปฏิบัติการของความรู้ด้วยวิธีต่างๆที่กล่าวมาแล้วข้างต้น แต่ก็ปฏิบัติการที่แสดงให้เห็นการใช้อำนาจของความรู้ผ่านผู้เชี่ยวชาญในการใช้ความรู้ทางการแพทย์กระทำความรุนแรงต่อร่างกายของผู้หญิงอย่างมากที่สุดเช่นเดียวกัน

การทำศัลยกรรมเพื่อลบริ้วรอยบริเวณใบหน้าซึ่งเป็นที่นิยมและสามารถจัดการย้อนวัยทำให้แลดูเป็นสาวอ่อนเยาว์ลงได้ 5-10 ปี ในช่วงเวลาเพียงข้ามวันคือการดิงหน้า จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่อยากสวยและกลัวแก่และมีการจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุด้วยวิธีต่างๆดังกล่าวมาแล้ว ส่วนใหญ่จะรู้จักกันดีว่าเป็นการจัดการความงามแบบสวยช่อนอายุซึ่งเห็นผลชัดเจนย้อนวัยได้มากและรวดเร็วที่สุด ถึงแม้ขณะนี้ยังใช้วิธีการจัดการความงามด้วยวิธีอื่นๆอยู่ ยังไม่คิดดิงหน้าในตอนนี้อยู่ แต่อาจตัดสินใจทำเมื่อมีอายุมากขึ้นและวิธีการจัดการความงามที่ทำอยู่ไม่

สามารถทำให้สวยช่อนอายุได้ เช่น คำบอกเล่าของผู้บริหารธุรกิจเครื่องสำอาง อายุ 54 ปีซึ่งเป็นผู้ที่มีความสนใจในเรื่องของการดูแลตนเองเพื่อสวยช่อนอายุด้วยเช่นกันกล่าวว่า

ยอมรับเลยว่าการผ่าตัดดึงหน้ามันทำให้ดูสาวขึ้นจริง มันสาวขึ้นอย่างไม่น่าเชื่อ การที่เราใช้แค่เครื่องสำอางมันก็ช่วยให้ดูสาวขึ้นอย่างมากแค่ 5-7 ปีนะ ครูที่สอนที่ญี่ปุ่นเขาก็บอกเราแบบนี้ เราเองก็เห็นว่ามันก็ได้นั่น แต่ถ้าทำศัลยกรรม อย่างดึงหน้านั้นะ มันทำให้สาวได้ 10-15 ปีเชียวนะ เห็นจากเพื่อนรุ่นเดียวกันนี่แหละ ไปเจอกันอย่างเราคนก็ทักว่าหน้ายังดี ดูไม่ถึง 50 ทั้งๆที่อายุ 50 กว่าแล้ว มันก็ได้แค่นี้ แต่มาเห็นเพื่อน มันผิวดูผิวดูตาไปเลย มันดูสาวมาก เหมือนคนอายุสัก 30 กว่า ๆ ผิวดึงเนียนเลยนะ แต่ถ้าจะถามว่าตัวเองตอนนี้คิดจะทำไหม? คงยังนะ เพราะยัง OK อยู่ ยังรู้สึกที่ไม่จำเป็น แต่ต่อไปอายุมากขึ้น วิธีอื่นคงเอาไม่อยู่แล้ว ก็ไม่แนเหมือนกันนะ ยังตอบไม่ได้ ขึ้นอยู่กับหลายอย่าง ว่ายังทำงานด้านนี้อยู่ไหม ถ้ายังทำมันก็อาจจะต้องทำให้ตัวเองดูดีหน่อย ไม่งั้นใครเขาจะมาซื้อของเรา ถึงตอนนั้นก็อาจจะทำได้....

เช่นเดียวกับคุณกบผู้บริหารรัฐวิสาหกิจวัย 49 ปีที่ใช้วิธีจัดการความงามโดยการให้เครื่องสำอางและเครื่องมือดูแลตัวเองที่บ้าน ผู้เคยมีประสบการณ์ในการผ่าตัดดึงใต้ตามมาแล้ว และเคยดูแลคุณแม่ที่ผ่าตัดดึงหน้ามาก่อน ที่เล่าว่า

คิดจะดึงหน้าไหม? คิด แต่ยังไม่ใช้ตอนนี้ นะ มันยังดูได้อยู่ แต่ถ้าแก้มมันห้อยย้อย ย่นกว่านี้ก็จะทำ กลัวไหม? ไม่กลัวหรอก ก็เหมือนทำตานั้นแหละ ทำแล้วก็ดี ก็เคยดูแลแม่มาแล้ว ตอนเขาทำนะ แม่เขาทำตอนอายุ 46 ไปนอนเฝ้าแม่ หลังทำก็น้ำบวมนะ พันผ้าไว้ด้วย ดูน่ากลัวเหมือนกัน ที่จริงก่อนหน้านั้นแม่เขาก็เคยทำตามเหมือนกัน รู้สึกว่าอายุ 30 กว่าๆ แม่กับเราก็คคล้าย ๆ กัน ที่แม่ทำมันก็นานมาแล้วนะ เดียวนี้น่าจะดีกว่าแต่ก่อน แต่ถ้าจะทำคงต้องหาข้อมูลอีกที ตอนนี้ยังไม่ทำ...

บนเส้นทางของการจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุ การผ่าตัดดึงหน้าจึงเป็นเหมือนปลายทางหรือการจัดการขั้นสุดท้ายเมื่อรู้สึกว่าวิธีการที่ทำอยู่เดิมไม่สามารถจะต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติแห่งวัยหรือริ้วรอยที่มีมากขึ้นได้ หรือต้องการการเปลี่ยนแปลงที่ได้ผลทันตาซึ่งผู้วิจัยได้ข้อมูลเกี่ยวกับการผ่าตัดดึงหน้าจากหนังสือทางการแพทย์เกี่ยวกับศัลยกรรมความงามและหนังสือที่แพทย์เขียนเพื่อสื่อข้อมูลเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมความงามถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจ ตลอดจนหนังสือที่เขียนเกี่ยวกับประสบการณ์ของผู้หญิงที่ผ่านการผ่าตัดดึงหน้ามาแล้ว และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องทั้งด้านผู้จัดการความงาม ได้แก่ ศัลยแพทย์ผู้ผ่าตัดและพยาบาลประจำห้องผ่าตัดและผู้หญิงที่ไปรับการผ่าตัดดึงหน้า

คำว่าศัลยกรรมตกแต่ง หรือศัลยกรรมพลาสติก (Plastic Surgery) ใช้ศัพท์ที่เพี้ยนมาจากภาษาละตินว่า plastikos ซึ่งแปลว่าการขึ้นรูปหรือการหล่อ ซึ่งมีความหมายโดยนัยแฝงว่า การทำศัลยกรรมตกแต่งหรือศัลยกรรมพลาสติกนั้น คือการขึ้นรูปใบหน้าหรืออวัยวะที่ต้องการทำศัลยกรรมตกแต่งใหม่ เพื่อให้มีความสวยงามและสมบูรณ์แบบมากขึ้น (เอมิ ซานาดา. 2548 :

35) อันที่จริงความรู้ทางการแพทย์ในการทำศัลยกรรมตกแต่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขความพิการ (Reconstructive Surgery) ให้กับผู้ป่วยที่มีปัญหาบริเวณใบหน้าและมือ นายแพทย์อาทิ เครือวิทย์ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางศัลยกรรมตกแต่งให้สัมภาษณ์ในหนังสือศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยว่า (พิชัย บุญญทลิ่ง.ม.ป.ป. : 106-107)

ศัลยกรรมตกแต่งมิได้มีเฉพาะเสริมสวย เสริมสวยที่เรียกว่า Aesthetic หรือ Cosmetic Surgery ซึ่งคนทั่วไปจะเข้าใจว่าศัลยแพทย์ตกแต่ง ทำตา ทำจมูก อย่างนี้ไม่ใช่ สิ่งที่เราทำส่วนใหญ่กว่า 90% เป็นศัลยกรรมแก้ไขความพิการ หรือ Reconstruction Surgery เช่น คนไข้ที่โดนอุบัติเหตุรถยนต์ที่มีบาดเจ็บบริเวณใบหน้า กระดูกหน้าหัก มีแผลที่หน้า หรืออุบัติเหตุทางมือ โดนฟัน โดนกระแทกนิ้วหัก เอ็นฉีก เส้นเลือดขาด มือขาด ก็ต่อนิ้วมือที่ขาดให้ เนื้ออกของมือ มีความพิการหงิกงอจากไฟไหม้แล้วมีแผลดั่งรังเหยียดนิ้วไม่ได้ งอไม่ได้ ก็ทำให้ การแก้ไขความพิการของมะเร็งบนศีรษะ มะเร็งในช่องปาก ตัดมะเร็ง ผ่าตัดแก้ไขสร้างกระดูกกรามให้...

การทำศัลยกรรมตกแต่งในยุคแรก ๆ เป็นการตกแต่งบาดแผลและปลูกถ่ายเนื้อเยื่อเท่านั้น แต่ต่อมาปลายศตวรรษที่ 18 เกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 แพทย์ต้องรักษาผู้ป่วยที่บาดเจ็บพิการจากสงคราม เช่น กรามหัก จมูกหลุด ใบหูถูกเฉือนออก และบาดแผลฉกรรจ์ต่างๆ ในยุคนี้นี้จึงมีการพัฒนาวิธีการทำศัลยกรรมตกแต่งอย่างจริงจัง และมีการขยายขอบเขตในการรักษาอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น จากการตกแต่งเพื่อซ่อมแซมปรับเปลี่ยนไปสู่การตกแต่งเพื่อเสริมความสวยงาม อันเป็นผลสืบเนื่องจากการตกแต่งบาดแผลจากสงครามเพื่อแก้ไขใบหน้าของคนไข้ให้สวยงามสมบูรณ์มากขึ้น จึงเป็นการเริ่มต้นของการทำศัลยกรรมเพื่อความสวยงาม และการทำศัลยกรรมเพื่อความสวยงามนี้ ได้มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดตามความต้องการของตลาด โดยเฉพาะในสังคมบริโภคนิยมที่เป็นสังคมแห่งการบริโภค แม้กระทั่งเรื่องของร่างกาย ก็ถูกกระทำให้รู้สึกพร่องและถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะทำศัลยกรรมเพื่อเปลี่ยนแปลงหน้าตาของตนเองให้เป็นตามภาพของความสวยในอุดมคติที่ถูกสร้างขึ้น คนทั่วไปจึงรู้จักและสนใจศัลยกรรมตกแต่งในด้านศัลยกรรมเพื่อความงามมากกว่าการรักษาผู้ป่วย เนื่องจากความรู้ในเรื่องดังกล่าวถูกนำมาใช้ในธุรกิจเพื่อจัดการความงามเพื่อเสกสรรปั้นสวยให้กับร่างกายมนุษย์โดยเฉพาะผู้หญิง ด้วยฝีมือของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

การจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุโดยการผ่าตัดดึงหน้า เป็นส่วนหนึ่งของการทำศัลยกรรมใบหน้าเพื่อความงาม (Aesthetic Facial Surgery) ที่มีการนำเสนออยู่ในตำราวิชาการทางการแพทย์เกี่ยวกับศัลยกรรมเพื่อความงาม โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศัลยกรรมใบหน้าเพื่อความงามซึ่งเขียนโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการทำศัลยกรรมความงามจะมีข้อมูลทุกเล่ม เช่น Aesthetic Facial Surgery (Owsly. 1994 : 29-115) Facial Plastic Surgery (Willett. 1997 : 245-274) Facial Rejuvenation (Carniol. 2002 : 1-88) และ Esthetic Surgery of the Face (Peled; & Manders. 2004 : 1-90) เนื่องจากเป็นการทำศัลยกรรมเพื่อความงามเป็นที่นิยมมากในซีกโลก

ตะวันตก โดยเฉพาะการผ่าตัดดัดหน้าและดัดหน้าผาก ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องเพศสภาพว่าผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าการดูแลรักษารูปลักษณ์ร่างกายของตนเองให้สวยงามอ่อนเยาว์กว่าวัยเป็นสิ่งที่จำเป็นเห็นได้จากข้อมูลของสมาคมศัลยแพทย์ทางศัลยกรรมตกแต่งแห่งสหรัฐอเมริกา ค.ศ. 1996 ที่รายงานสถิติผู้ที่ทำศัลยกรรมเพื่อความงามประเภทต่างๆ โดยแยกเพศชายและหญิงว่ามีผู้ที่ทำผ่าตัดดัดหน้าผู้หญิง 91% ดัดหน้าผาก 92% ส่วนผู้ชาย 9% และ 8% ตามลำดับ (Gilman. 1999 : 35) การทำผ่าตัดดัดหน้าการผ่าตัดดัดหน้าเพื่อชะลอความชราในต่างประเทศจึงเป็นเรื่องธรรมดา ผลการสำรวจของบริษัทเอซี นิลเซนผู้เชี่ยวชาญในการสำรวจ เผยผลการสำรวจทั่วโลกว่าคนสมัยนี้นิยมการผ่าตัดเสริมสวยและในจำนวนนี้คนรัสเซียมีความใฝ่ฝันมากกว่าชาติอื่น โดยเกือบ 50% ตั้งใจว่าถ้าแก่ตัวลงจะไปทำศัลยกรรมเสริมสวยให้หน้าตาดีขึ้น เช่นเดียวกับชาวกรีกและชาติแถบทะเลบอลติกก็มีความคิดเช่นเดียวกัน (ไทยรัฐ. 2549 27 พฤศจิกายน) แต่จากผลสำรวจของกลุ่มวิจัย เอซีนิลเซนเช่นกันใน 42 ประเทศพบว่า ชาวอเมริกันเป็นกลุ่มผู้บริโภคด้านศัลยกรรมพลาสติกและผลิตภัณฑ์ดูแลผิวด้านความแก่ที่ใหญ่ที่สุดในโลก (ไทยรัฐ. 2549. 20 ธันวาคม : 7)

การสื่อสารความรู้ในเรื่องการผ่าตัดดัดหน้า

การสื่อสารข้อมูลและความรู้ในเรื่องของการทำศัลยกรรมความงามถึงผู้บริโภค มีการนำเสนอผ่านทางหนังสือที่แพทย์ผู้เชี่ยวชาญเขียน มีทั้งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของหนังสือซึ่งแพทย์เฉพาะทางศัลยกรรมตกแต่งหรือสถาบันทางการแพทย์ที่ให้บริการจัดการความงามจัดพิมพ์ขึ้น เช่น เสกสรร บันสวย เขียนโดยนายแพทย์ สุรสิทธิ์ อิศดามงคล แห่งโรงพยาบาลบางมด (2545) สวยด้วยแพทย์ เขียนโดยคณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี (2545) นอกจากนั้นยังมีหนังสือที่เน้นเกี่ยวกับการจัดการความงามโดยศัลยกรรมความงามอย่างเดียวที่เขียนโดยแพทย์เฉพาะทางด้านนี้โดยตรง เช่น สวยกับศัลยกรรมพลาสติก การเผชิญหน้ากับความจริง (จอร์จ วง ม.ป.ป.) และศัลยกรรมความงามสวยได้ดังใจคุณ (เอมิ ซานาดา. 2548) นอกจากนั้นยังมีหนังสือที่รวบรวมความรู้และสัมภาษณ์ความคิดเห็นของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ เช่น เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับศัลยกรรมความงาม (วิภาวดี-นงนุช. 2540) ศัลยกรรม ทำคุณได้ (ชานี. 2548) และศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวย (พิชัย บุญญทล้ง. ม.ป.ป.) หนังสือที่สื่อสารข้อมูลถึงผู้บริโภคและผู้สนใจในการผ่าตัดเพื่อความงาม ถึงแม้จะเป็นหนังสือที่เขียนโดยแพทย์หรือผู้อื่นก็ตามมักจะใช้ภาษาและสำนวนที่เข้าใจง่ายขึ้น ไม่ได้ใช้ศัพท์เฉพาะทางการแพทย์ เช่น ในตำราแพทย์ เพราะต้องการสื่อสารข้อมูลให้คนทั่วไปเข้าใจ ข้อมูลที่นำเสนอในหนังสือเหล่านี้มีการให้ข้อมูลในการทำผ่าตัดเพื่อเสริมความงาม เช่น การดัดหน้า เป็นการให้ข้อมูลทั้งทางด้านวิธีการและเทคนิค ที่มีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ มีทั้งการดัดหน้าแบบที่ต้องผ่าตัดเพื่อเปิดผิวหนังแล้วยกบีบเนื้อเยื่อข้างใต้เย็บบีบให้แน่น (Two-layer) และการดัดหน้าโดยแยกและยกเนื้อเยื่อและกล้ามเนื้อออกจากกระดูก (Subperiosteal) นอกจากนั้นยังมีการดัดหน้าเพียงเล็กน้อย (Mini) และการดัดหน้า

โดยการสอดกล้องเข้าไปผ่าตัด (Endoscopic) ส่วนผลลัพธ์มีทั้งด้านบวกคือทำให้ดูสาวอ่อนวัยขึ้นตามความประสงค์และด้านลบ ซึ่งหมายถึงอาการที่ไม่พึงประสงค์หรือภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้น เช่น เลือดคั่ง เนื้อตาย อัมพาตใบหน้าครึ่งซีก หูชา ตึงหูหายไป ช่องหูถ่าง หน้าตึงเบรียะและจอหนะ (ธานี. 2548 : 30-34) แต่มักจะมีการเสนอข้อมูลว่า ภาวะแทรกซ้อนดังกล่าวมีโอกาสเกิดน้อยถ้าทำโดยศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และถึงแม้เกิดขึ้นแล้วแพทย์ผู้เชี่ยวชาญสามารถใช้ความรู้และความชำนาญแก้ไขได้

ส่วนใหญ่ก่อนผู้ป่วยจะมาเข้ารับการผ่าตัดผู้ป่วยมักมีการหาข้อมูลเกี่ยวกับแพทย์มาก่อนแล้วจากแหล่งต่าง ๆ เช่น หนังสือดังกล่าวข้างต้น และเลือกมาหาแพทย์ด้วยความไว้วางใจในความสามารถและพอใจที่ได้รับข้อมูลจากแพทย์ ซึ่งจะใช้เวลาในการให้ข้อมูลและทำความเข้าใจกับผู้ป่วยก่อนการผ่าตัดมาก และมีการบอกต่อหรือส่งข้อมูลให้คนใกล้ชิดหรือผู้สนใจอื่นๆ ทำให้มีผู้ป่วยเข้ารับการจัดการความงามอย่างต่อเนื่อง ดังที่ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเล่าว่า

ส่วนใหญ่คนไข้ที่จะมาดัดหน้าเขาจะทำการบ้านมาแล้ว คือรู้มาบ้างแล้วจากปากต่อปากจากคนไข้ที่เคยมาทำ หรือค้นหาจากอินเทอร์เน็ต....ทำไมคนไข้ถึงเลือกมาทำกับผม? ก็คงมีหลายส่วน เราเคยทำวิจัยมาก่อนเยอะ ว่าคนไข้จะไปหาหมอไม่ต่ำกว่า 1 คน แล้วถ้าคนไหนพูดรู้เรื่องเขาจะทำเลย เพราะฉะนั้นจะทำให้เขาเข้าใจด้วยคำพูดง่ายๆ ตรงกับความเป็นไปได้เขาก็จะพอใจ อย่างตรงนี้ต้องให้พระเจ้าทำ ตรงนี้ผมทำให้ได้ พูดกับเขาตรงๆ เขาก็จะเข้าใจ และรู้สึกที่เราจริงใจ พูดตรงๆ เขาก็จะพอใจ ส่วนที่สองมาลองทำแล้วบอกต่อ บอกปากต่อปาก ส่วนใหญ่มาหาผมเพราะคุยกันรู้เรื่อง

สอดคล้องกับคำบอกเล่าของผู้หญิง 2 คนที่ได้รับการผ่าตัดจากศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญคนเดียวกัน รายแรกเป็นพยาบาลที่รู้จักและเห็นผลงานที่ผ่าตัดให้คนไข้เข้ามาแล้ว จึงมีความเชื่อมั่นในฝีมือและมีความไว้วางใจและชอบที่ “พูดกันง่าย เข้าใจกันดี และแถมจะบอกเราว่าทำได้แค่นั้นแค่นี้จะคุ้มไหม แถมจะให้เราดัดสินใจ” และเมื่อเข้ารับการผ่าตัดแล้วได้ผลดี เมื่อเพื่อนมาปรึกษาจึงแนะนำให้ รายที่สองเป็นนักแสดงที่ได้รับคำแนะนำจากรายแรกและเชื่อในคำแนะนำเนื่องจากผู้ที่ให้คำปรึกษาเป็นพยาบาล ซึ่งรู้จักแพทย์หลายท่านแต่เลือกผ่าตัดกับแพทย์ท่านนี้ จึงมีความไว้วางใจและเห็นตัวอย่างจากผู้แนะนำที่ผ่าตัดแล้วดูอ่อนวัยอย่างผิดตาจึงเลือกมาทำผ่าตัดโดยแพทย์คนเดียวกัน แต่ถ้าผู้ที่ต้องการดัดหน้าไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับแพทย์มาก่อน ก็สามารถหาข้อมูลได้จากอินเทอร์เน็ต หนังสือที่ผู้เกี่ยวข้องและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเขียนเอง ซึ่งมักมีประวัติการศึกษาและประสบการณ์การทำงานที่สร้างความเป็นผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนี้และสถาบันหรือโรงพยาบาลที่ทำงานประจำอยู่ ซึ่งถึงแม้จะไม่ใช่ว่าโฆษณาโดยตรงแต่ก็บอกช่องทางให้ผู้สนใจติดต่อรับบริการได้ เช่น เสกสรร บัณสว ยเขียนโดยนายแพทย์สุรสิทธิ์ อัศตมามงคล แห่งโรงพยาบาลบางมด (2545) สวดยด้วยแพทย์ เขียนโดยคณะแพทย์โรงพยาบาลยันฮี (2545) ซึ่งโรงพยาบาลทั้งสองแห่งเป็นโรงพยาบาลที่มี

ชื่อเสียงในการทำศัลยกรรมความงาม นอกจากนั้นยังมีการรวบรวมรายชื่อและข้อมูลเกี่ยวกับ ศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวยที่มีทั้งประวัติการศึกษาและประสบการณ์การทำงานในสาขาที่เชี่ยวชาญ และสถานที่ทำงานซึ่งผู้สนใจสามารถติดต่อได้ คือ ศัลยแพทย์ตกแต่งเสริมสวย (พิชัย บุญญทัง. ม.ป.ป) หรือการนำเสนอข้อมูลในเชิงข่าวเกี่ยวกับคนดังที่ไปทำศัลยกรรมมา เช่น ข่าวของวิยะดา อุมารินทร์ที่ไปดึงหน้าจากโรงพยาบาลบางมดแล้วทำให้ดูสาวขึ้นมาก (หมวยแซบ. 2550 27 กุมภาพันธ์ : 35); ยิ่งยง สะเดิดยาด. 2550 2 มีนาคม : 35) การนำเสนอข้อมูลในหน้า 35 ของ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐซึ่งเป็นคอลัมน์เกี่ยวกับดารา ถึงแม้จะไม่ใช่มะเขีณาโดยตรงแต่ก็เป็นการใช้ เทคนิคในการนำเสนอข่าวที่แฝงการโฆษณาไว้ นอกจากนั้นยังมีการโฆษณาโดยตรงของคลินิกและ โรงพยาบาลที่ทำศัลยกรรมความงามซึ่งให้ที่อยู่และเบอร์โทรศัพท์เพื่อการติดต่อ เช่น โฆษณาของเม โกะคลินิกแพทย์ศัลยกรรมความงาม “สวยด้วยศัลยกรรมต้องสวยแบบเป็นธรรมชาติ” (ไทยรัฐ. 2550 13 มีนาคม: 35) และโฆษณาของศูนย์ศัลยกรรมตกแต่ง โรงพยาบาลยันฮี “โรงพยาบาลเพื่อสุขภาพ และความงาม สวยได้ทุกวัน สวยที่ยั่งยืน” ซึ่งมีการแจ้งค่าใช้จ่ายในการผ่าตัดแต่ละชนิดไว้ด้วย (ไทยรัฐ. 2549 20 พฤศจิกายน : 5)

การสร้างแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางในการผ่าตัดเพื่อเสริมความงาม

กว่าจะเป็นศัลยแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในการผ่าตัดเพื่อเสริมความงาม ต้องมีการ ผ่านหลักสูตรเฉพาะจากการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนแพทย์ใหญ่ ๆ บางแห่งเท่านั้น คือ ภายหลังจบแพทยศาสตรบัณฑิตซึ่งใช้เวลา 6 ปีแล้ว ต้องเรียนต่อเฉพาะทางศัลยกรรมทั่วไปอีก 3 ปี และต่อด้วยศัลยกรรมตกแต่งอีก 2 ปี และมีการเปลี่ยนแปลงหลักสูตรเป็นศัลยกรรมทั่วไป 2 ปีต่อ ด้วยศัลยกรรมตกแต่งอีก 3 ปี หมายความว่ากว่าจะเป็นศัลยแพทย์เฉพาะทางศัลยกรรมตกแต่งต้อง ใช้เวลาในการเรียนเฉพาะทางทั้งหมดอย่างน้อย 5 ปี และยังมีการไปศึกษาดูงานในเรื่องที่สนใจเป็น พิเศษเพิ่มเติมในภายหลังอีกด้วย ดังข้อมูลจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญสาขานี้ได้เล่าถึงเส้นทางของ การศึกษาว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญว่า

พอจบแล้ว ต้องไปใช้ทุนก่อน 2-3 ปีแล้วจึงมาเรียน ถ้าจะเรียนพลาสติกต้องผ่านเจนเนอรัล ก่อน สมัยก่อนเรียนเจนเนอรัล 3 ปี แล้วเรียนต่อพลาสติก 2 ปี เพิ่งจะมาเปลี่ยนเป็นเจนเนอรัล 2 ปีแล้วต่อพลาสติก 3 ปี คือไม่ต้องจบเจนเนอรัล แต่ให้ผ่าน 2 ปี ก่อนจึงมาเรียนต่อพลาสติก ซึ่งมี เรื่องศัลยกรรมเสริมสวยอยู่ด้วย แต่ถ้าสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษก็อาจจะไปฝึกอบรมหรือดูงาน เพิ่ม ของผมเน้นในเรื่อง craniofacial reconstructive แก้ไขความพิการที่ใบหน้าและกะโหลก ศีรษะ แต่ก็ทำอย่างอื่นด้วย ศัลยกรรมความงามก็ทำ ผมอยู่ในระบบราชการและไปทำเอกชน ด้วย ที่ไปเอกชนส่วนใหญ่จะเป็นคอสเมติก ผมอยู่ในราชการมาตลอดก็จะเชี่ยวชาญดีกว่าเพราะ มีพื้นฐานและทำคอสเมติกได้ดีด้วย คือเราผ่าตัดที่หน้าเยอะๆ มันจะเป็นพื้นฐานของศัลยกรรม เสริมสวย...

จะเห็นได้ว่าการสร้างศัลยแพทย์ผู้มีความเชี่ยวชาญและสามารถจัดการความงามได้ จำเป็นต้องใช้เวลาในการศึกษาในสถาบันที่มีการเรียนการสอนเฉพาะทาง ต้องใช้เวลายาวนานและมีขั้นตอน ลำดับขั้นของการศึกษาเพื่อสร้างพื้นฐานและต่อยอดความรู้และสะสมประสบการณ์เพื่อนำไปใช้ในภาคปฏิบัติการของความรู้ความชำนาญตามสาขา นอกจากนั้นกว่าจะสำเร็จหลักสูตรการศึกษาไม่ว่าจะเป็นหลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต หรือแพทย์เฉพาะทางในสาขาย่อยต่าง ๆ ทั้งศัลยกรรมทั่วไปและศัลยกรรมตกแต่ง ยังต้องผ่านการสอบใบประกอบวิชาชีพและวุฒิบัตรเพื่อรับรองความรู้ความสามารถ เป็นการสอบที่เข้มข้นและมีการสร้างมาตรฐานในระดับชาติ และมีองค์รววิชาชีพ คือแพทย์ศัลยกรรมอยู่เพื่อให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพ ด้วยการกำหนดหลักสูตรที่มีความเฉพาะเจาะจงในการจัดการเรียนการสอนโดยสถาบันที่ได้รับการยอมรับ และการสร้างองค์ความรู้ทางวิชาชีพเพื่อกำกับมาตรฐาน และมีการมอบใบประกอบวิชาชีพและวุฒิบัตรรับรอง ทำให้แพทย์ผู้มีความรู้ความชำนาญเฉพาะทางดังกล่าวมาแล้วข้างต้น สามารถปฏิบัติการในการใช้ความรู้ในการรักษาพยาบาล สามารถจัดการร่างกายมนุษย์ได้ในขอบเขตของการรักษา

การสร้างสัมพันธภาพระหว่างแพทย์และผู้ป่วย

ความสัมพันธ์ระหว่างแพทย์และผู้ป่วยที่ผ่านมาจึงมีความเหลื่อมล้ำในเชิงของอำนาจของความรู้ ซึ่งแพทย์มีความเหนือกว่า แพทย์เป็นผู้ที่ได้รับการยอมรับอย่างชอบธรรมในการเป็นผู้ที่สามารถตรวจร่างกายมนุษย์ เพื่อกำหนดตัดสินใจความปกติและผิดปกติ ภายใต้คำว่าการวินิจฉัยโรคและเป็นผู้ที่สามารถวางแผนทางในการจัดการกับร่างกายมนุษย์ได้ตามที่เห็นสมควรหรือที่เรียกว่าเป็นการวางแผนการรักษา ผู้ป่วยจะถูกทำให้เชื่อและยินยอมรับการตัดสินใจวินิจฉัยและแผนการรักษาของแพทย์ ถึงแม้ในปัจจุบันจะมีการกล่าวถึงสิทธิผู้ป่วยที่มีสิทธิที่จะได้รับฟังข้อมูลเกี่ยวกับการเจ็บป่วยของตนเอง และแผนการรักษา เพื่อร่วมตัดสินใจในการเลือกวิธีการรักษาที่เหมาะสมกับตนเอง แต่ในทางปฏิบัติจริงผู้ป่วยมักจะยอมจำนนด้วยอำนาจของความรู้ ดังนั้นถึงแม้จะได้รับข้อมูลจากแพทย์แล้วก็ตาม ผู้ป่วยส่วนใหญ่ก็ยังคงมอบอำนาจในการตัดสินใจให้กับแพทย์ เพราะเชื่อในความเป็นผู้มีความรู้ ยิ่งเป็นแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางจะยิ่งมีการปฏิบัติการโดยใช้อำนาจของความรู้มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะปฏิบัติการของแพทย์ที่เกิดขึ้นที่คลินิกหรือโรงพยาบาลซึ่งเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ในการปฏิบัติการของแพทย์ และลักษณะของความสัมพันธ์ที่เหลื่อมล้ำนี้ยังคงดำรงอยู่ในการผ่าตัดเพื่อเสริมความงาม

ถึงแม้การผ่าตัดเพื่อเสริมความงามจะมีพื้นฐานจากความต้องการทางจิตใจ ไม่ใช่ความจำเป็นในการรักษาโรคที่เกิดขึ้นจากการเจ็บป่วยที่ต้องการการรักษาเยียวยาจากแพทย์ แต่เป็นความต้องการที่ถูกกระตุ้นหรือสร้างขึ้นในสังคมบริโภคนิยม แต่เนื่องจากปฏิบัติการดังกล่าวนี้ยังคงทำอยู่ที่คลินิกหรือโรงพยาบาล ซึ่งเป็นพื้นที่ซึ่งมีลักษณะเฉพาะอันตรงอำนาจของแพทย์ ถึงแม้

แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามจะตระหนักดีว่าผู้ป่วยกลุ่มนี้มีความแตกต่างจากผู้ป่วยทั่วไป และให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลเพื่อให้ผู้ป่วยตัดสินใจ แต่ผู้ป่วยมักจะมอบอำนาจในการตัดสินใจให้แพทย์ สามารถจัดการตามที่เราเห็นสมควรในลักษณะเดียวกับการตรวจวินิจฉัยและการวางแผนการรักษาโรคด้วยความเชื่อมั่นในอำนาจของความเป็นผู้เชี่ยวชาญ ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในการจัดการความงามที่กล่าวว่าความไว้วางใจและจริงใจเป็นสิ่งสำคัญ ผู้ป่วยมักมีการหาข้อมูลเกี่ยวกับแพทย์มาก่อนแล้ว และเลือกมาหาแพทย์ด้วยความไว้วางใจในความสามารถและพอใจที่ได้รับข้อมูลจากแพทย์ ซึ่งจะใช้เวลาในการให้ข้อมูลและทำความเข้าใจกับผู้ป่วยก่อนการผ่าตัดมาก และมีการบอกต่อหรือส่งข้อมูลให้คนใกล้ชิดหรือผู้สนใจอื่นๆ ซึ่งทำให้มีผู้ป่วยเข้ารับการจัดการความงามอย่างต่อเนื่อง

ก็แล้วแต่ เขามักจะมาพูดในองคร่วมว่าตรงไหนเขาหย่อนบ้าง ตรงไหนที่ไม่เท่ากัน เช่นไม่พอใจคิ้ว ตาบน ตาล่างคอด้อยเป็นโคงง เราก็จะดูแล้วบอกเขาว่าจะต้องทำอะไรให้เขาบ้าง ทำครั้งเดียวเสร็จหรือหลายครั้ง ถ้าดมยาอาจทำได้หมดทีเดียว แต่ถ้าฉีดยาเขาก็คงต้องแบ่งทำ เขาจะบอกไม่พอใจตรงนี้ เราก็จะบอกว่าตรงนี้ทำได้ หรือไม่ได้ ทำได้แต่ไม่มากก็จะบอกให้.....พวกเสริมสวยเนี่ย ต้องใช้เวลาคุยกัน ไม่ต่ำกว่าครึ่งชั่วโมง บางครั้งเขาก็มาบอกไม่ตรงกับที่ต้องการ บางทีบอกเอานิดหนึ่งแต่โอเคเดียวเขาต้องการเยอะ ๆ ก็ค่อย ๆ คุยกับเขาไป ต้องใช้เวลา คือเขาจะไว้วางใจเราทุกอย่าง ต้องใช้จิตวิทยาคุยกัน แล้วจะรู้ว่าใครปกติ ใครมีโรคประจำตัว ใครแปลกๆ อาจบอกว่าลงทุนไม่คุ้มนะ เพราะคุณไม่พอใจสักที.....มีบ้างที่ปฏิเสธ เพราะบางอย่างทำไม่ได้จริงๆ อย่างเอารูปมาให้ดู ให้ทำให้เหมือนในรูป บางอย่างทำแล้วอันตราย ก็จะบอก ความต้องการของเขาและความสามารถของเราต้องจูนกัน ถ้าเขาต้องการอย่างแต่เราไม่สามารถทำได้ก็ต้องคุยกัน มันต่างจากโรคทางกาย บางคนมา 1 visit ไม่พอ ต้อง 2-3 visit ขึ้นไป แล้วตัดสินใจมาใหม่ เขาต้องการเหมือนไปเดินช้อปปิ้งตามโรงพยาบาลพอคุยแล้วหมอมคนไหนเข้าทำ ตรงไหนถูก การให้คำปรึกษาแล้วไม่ทำเป็นเรื่องธรรมดา บางทีพูดกับเขาเป็นชั่วโมงแล้วไม่ทำเป็นเรื่องธรรมดา มันไม่เหมือนมะเร็ง ปากแห้งที่ต้องทำ ไม่มีข้อแม้ ไม่มีทางเลือก แต่พวกคอสเมติกนี่ไม่ใช่ ถ้าเขามีโรคประจำตัวที่เสี่ยงเกินไปก็จะบอกเขา ว่าอย่าทำเลย มันเลือกที่จะไม่ทำ...ทำให้เขาเข้าใจด้วยคำพูดง่ายๆ ตรงกับความเป็นไปได้เขาก็จะพอใจ อย่างตรงนี้ต้องให้พระเจ้าทำ ตรงนี้ผมทำได้ พูดกับเขาตรง ๆ เขาก็จะเข้าใจ และรู้สึกว่าเขาจริงใจ พูดตรง ๆ เขาก็จะพอใจ

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลจากคำบอกเล่าของศัลยแพทย์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าการผ่าตัดจะต้องมีการสร้างสัมพันธภาพระหว่างแพทย์และผู้ป่วย ซึ่งแพทย์กล่าวว่าต้องสร้างความไว้วางใจและมีความจริงใจ ถ้าผู้ป่วยเชื่อใจแล้ว จะมีความยินยอมและเชื่อฟังในคำแนะนำของแพทย์ หลังจากนั้นจะต้องมีการประเมินปัญหาหรือความต้องการของผู้ป่วย ว่าต้องการอะไร จะให้ทำมากน้อยแค่ไหน และพิจารณาจากการตรวจร่างกาย และให้การวินิจฉัยเพื่อตัดสินใจว่าจะทำแค่ไหนอย่างไร ให้ข้อมูลผู้ป่วยแล้วจึงเตรียมผ่าตัด โดยแพทย์จะเป็นผู้เลือกวิธีการที่เหมาะสมกับปัญหาและ

ความต้องการของผู้ป่วยแต่ละราย กระบวนการข้างต้นเป็นขั้นตอนของการรักษาตามปกติของแพทย์ที่เกิดขึ้นในคลินิกหรือโรงพยาบาล ที่เริ่มต้นจากการสร้างสัมพันธภาพ การประเมินปัญหาจากข้อมูล que ผู้ป่วยบอกและการตรวจร่างกาย นำข้อมูลมาใช้ในการวินิจฉัยและกำหนดแผนการรักษา ภาคปฏิบัติการของแพทย์ที่กระทำต่อผู้มาตึงหน้าเหมือนเป็นผู้ป่วย ถึงแม้จะไม่ได้ป่วยเป็นโรคทาง ภายที่จำเป็นต้องรักษา แต่ผู้มาตึงหน้าส่วนใหญ่รู้สึกว่าร้วยแห่งวัยได้สร้างปัญหาก่อความทุกข์ ใจให้ตนเอง และวิธีการจัดการความงามด้วยวิธีอื่นไม่ได้ผลหรือต้องการการเปลี่ยนแปลงอย่าง รวดเร็วจึงได้เลือกวิธีการผ่าตัดเพื่อตึงหน้า ถึงแม้แพทย์จะบอกข้อมูลและสอบถามความต้องการ แต่ ผู้ที่มาตึงหน้ามักจะมอบอำนาจในการตัดสินใจให้แพทย์ทำตามความเหมาะสม เช่นเดียวกับการวาง แผนการรักษาโรค เนื่องจากการปฏิสัมพันธ์ในลักษณะเดียวกันระหว่างผู้ป่วยและแพทย์ ดังนั้น แม้แต่การเปลี่ยนแปลงใบหน้าของตนเองในการผ่าตัดตึงหน้า ผู้หญิงก็ยังยินยอมไว้วางใจให้แพทย์ เป็นผู้ตัดสินใจจัดการความงามให้ตนเอง ดังกรณีของผู้หญิงที่ผ่าตัดตึงหน้าทั้งสองราย เมื่อถามว่า ก่อนการผ่าตัดต้องบอกแพทย์หรือไม่ว่าจะให้ทำอย่างไร รายแรกเป็นพยาบาลซึ่งทำงานอยู่ห้อง ผ่าตัดตอบว่า “ไม่ต้องบอกหรอก แค่ว่าบอกว่าเราอยากจะตึงหน้า อาจารย์ก็จะดูให้เองว่าจะทำแค่ ไหน ทำแบบไหนดี ที่มันเหมาะกับเรา เราไม่ต้องบอก ไว้วางใจอาจารย์ไหม? ไว้วางใจเพราะเห็นมาเยอะ แล้ว อาจารย์ทำแล้วสวย อาจารย์เขามีความรู้ เขาเก่ง เขาชำนาญแล้ว เราไม่ต้องไปบอกเขาหรอก ที่บอกว่าเอาแบบที่ดูเป็นธรรมชาติแค่นั้น...” เช่นเดียวกับผู้รับการผ่าตัดรายที่ 2 ซึ่งเป็นนักแสดง “ก็ บอกคุณหมอว่าเราต้องการไม่ให้มีรอยย่น ก็แค่นั้นละ อาจารย์เขาชำนาญมาก คงทำให้สวยแน่” คำตอบที่ได้จากทั้งสองรายแสดงถึงความยินยอมต่ออำนาจของความรู้ของแพทย์ ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญ ให้เป็นผู้ตัดสินใจในการจัดการความงามให้ตามที่เห็นสมควร เพราะเชื่อและมอบความไว้วางใจใน ความรู้และประสบการณ์ความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของศัลยแพทย์ผู้ทำการผ่าตัด

การเตรียมผ่าตัด: การมอบชีวิตและความหวังไว้ในมือแพทย์

ในขั้นตอนของการเตรียมผ่าตัดตึงหน้า จะมีขั้นตอนเช่นเดียวกับการเตรียมผู้ป่วยเพื่อ เข้ารับการผ่าตัดทั่วไป แพทย์จะต้องประเมินความเสี่ยงของผู้ป่วย เพื่อป้องกันการเกิด ภาวะแทรกซ้อนจากการผ่าตัด และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการผ่าตัด ตลอดจนสภาพที่จะเกิดขึ้นหลังผ่าตัด เพื่อให้เตรียมพร้อมที่จะรับสภาพการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ดังข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ จะเห็นได้ว่าในการผ่าตัดตึงหน้านั้นนอกจากผู้ป่วยจะต้องฝากชีวิตและ ใบหน้าไว้ให้แพทย์ผู้เชี่ยวชาญใช้ความรู้ในการจัดการความงามให้ จะปลอดภัยและสวยหรือไม่ ขึ้นกับวิจรณ์ญาณและความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ของแพทย์ผู้ทำผ่าตัด

ก็จะบอกว่าทำอะไรได้บ้าง ทำอย่างไร แล้วจะเป็นไบบ้าง ความดีที่จะได้รับ ความเสี่ยงที่ ต้องเจอมีอะไรบ้าง...เราต้องอธิบายถึงสิ่งที่เป็นไปได้ วิธีแก้ไขหรือสิ่งที่จะเกิดขึ้น เทคนิคการ

ผ่าตัดมีรูปแบบอย่างไร ก็จะมีการคุยกันก่อน ผ่าตัดตึงหน้ามีข้อห้ามไหม? โรคทางเสริมสวยไม่ค่อยมีข้อห้ามมากนัก คือไม่มีข้อห้ามว่าเคสนี้ต้องทำ เคสนี้ไม่ควรทำ เพราะเป็นโรคที่ไม่ต้องทำได้ ตึงหน้านั้นไม่จำเป็นต้องทำ อย่างเช่น คนไข้ทำมาหลายรอบแล้ว ตึงจนกระทั่งตาแหกแล้ว อย่างนี้เราก็ไม่อยากจะทำ เพราะมีความเสี่ยง มีโรคเลือดหรือโรคทางร่างกายที่ control ไม่ได้ก็ไม่ควรเสี่ยง เช่น กินยาแอสไพรีนอยู่ สูบบุหรี่อยู่ มีโรคความดันโลหิตสูงที่ยัง control ไม่ได้ เช่น เกิน 150/100 มันก็ไม่ใช่ห้ามทำ ทำได้แต่ต้องรอ อย่างกินยาแอสไพรีนอยู่ เนียหยุดกินก่อนสัก 2 อาทิตย์ หรือสูบบุหรี่อยู่ก็หยุดไปก่อน ไม่งั้นมันจะมีช้ำมาก บวมมาก แต่ไม่ใช่ชีวิตนี้คุณห้ามทำ หรือว่าจะตึงหน้าแต่ตาของเขาจะแหกอยู่แล้ว ถามว่าตึงได้ไหม? ตึงได้ แต่ต้องระวัง ต้องตึงน้อย ตึงจำกัด ไม่ใช่ตึงให้ตึง การที่หน้าเราหย่อนไม่ใช่เป็นเพราะหนังเราเกินอย่างเดียว บางทีก็เป็นคุณภาพผิวหนังที่เสียไปแล้ว มันเป็นรอย เป็นรอนๆ มันแข็งเปราะ ก็ไม่ดี ตรงนั้นเราแก้ไขไม่ได้ เหมือนกับว่าผ้าปูที่นอนมันยับแล้วเราจะตึงให้ตึงเนี่ย บางทีมันเสียไปแล้ว มันอาจจะกรอบ จะแข็งจะเก่าหรือสกปรกเป็นรอนเนี่ยเราทำไม่ได้ ก็บอกเขาว่า อย่างคุณเนี่ยไม่ควรทำแล้วนะ เพราะทำแล้วไม่ดีขึ้นมาก เสียเงินเยอะ คุณอาจไม่พอใจ โรคของคุณมันเสี่ยงเกินไปที่จะทำ คุณยังกินแอสไพรีนอยู่เดี่ยวเลือดไหลเยอะ แล้วหยุดแอสไพรีนก่อนดีไหม แต่ถ้าเป็นโรคหัวใจต้องกินแอสไพรีน หยุดไม่ได้ก็ไม่ทำ มีบ้างไหมที่เขาไม่บอกความจริง? คืออยากทำมาก ส่วนใหญ่จะบอก ถ้าเขาไม่บอกเราก็ไม่รู้ สุดท้ายเขาก็อาจจะไม่รู้ บางทีก็สังเกตว่า case นี้ทำไม่เลือดไหลเยอะ แต่ส่วนใหญ่จะบอกเพราะเขารู้และก็ค่อนข้างเข้าใจ คนไข้ที่มาหาเราจะรู้ว่าอะไรที่เขาไม่บอกมันจะอันตรายถึงแก่ชีวิต เราก็มักชักใช้โล่เสียง แล้วพวกนี้ก็หยาก

พยาบาลที่อยู่ประจำห้องผ่าตัดเล่าว่า ปฏิกริยาก่อนการผ่าตัดของผู้ที่มาตึงหน้ามักจะต่างจากผู้ป่วยที่มาทำผ่าตัดทั่วไป “ส่วนมาก 70%คนไข้จะไม่กลัวเหมือนคนไข้ทั่วไป แต่เราก็ไม่รู้เนาะว่าเขากลัวหรือเปล่า แต่เราก็เห็นว่าบางคนทำแล้วทำอีก ทำแล้วก็มาแก้อีก แต่ถ้าทำแล้วมาแก้ ก็ต้องเลาะใหม่ แล้วไอ้ที่เย็บไปแล้วมันก็เป็นพังผืด มันก็ยิ่งยากไปอีก” เมื่อถามความรู้สึกของผู้ที่มาทำผ่าตัด ต่างพูดสอดคล้องกันคือไม่กลัว อยากสวย และเชื่อฝีมือแพทย์ รายแรกที่เป็นพยาบาลบอกว่า “พี่ไม่กลัว พี่เห็นประจำ พี่ถึงไม่กลัว แต่ถ้าคนอื่นไม่เคยเห็นตอนผ่าตัดอาจจะกลัว แต่พี่ไม่กลัว เคยเห็นคนไข้ที่ทำแล้วมีปัญหาไหม? เคยที่มองดูตาแหก เกือบเยาะไป เห็นแล้วคิดแวบขึ้นมาบ้างไหม? ไม่เลย เพราะพี่มั่นใจว่าพี่รู้จักหมอดี” ส่วนรายที่สองก็มีความมั่นใจเช่นเดียวกัน “แน่ใจไหมว่าจะทำแล้วดี? แน่ใจอะ เชื่อมืออาจารย์นะคะ ขนาดคนในนี้ยังบอกว่าเก่ง ก็คิดว่าน่าจะดี เคยเห็นคนที่ทำแล้วมีปัญหาไหม? เคยได้ยื่นมาบ้าง แต่ไม่กลัวค่ะ”

สิ่งที่แพทย์จะทำเพิ่มเติมจากการผ่าตัดทั่วไป คือ ส่วนใหญ่แพทย์จะถ่ายรูปผู้ที่มาทำศัลยกรรมเสริมสวยเพื่อเปรียบเทียบใบหน้าก่อนและหลังทำผ่าตัด (Before and after) ซึ่งศัลยแพทย์ผู้ทำผ่าตัดบอกว่า “พยายามทำทุกราย เพราะบางที่เขาลืมไปแล้วว่าเขาเป็นอย่างไรมาก่อน บางรายคิ้วโก่งไม่เท่ากันซ้ายขวา พอเราตึงปุ๊บคิ้วก็จะดีขึ้น” ภาพถ่ายดังกล่าวจึงเป็นการตอก

ย้ำความจริงให้เห็นว่าแพทย์ผู้เชี่ยวชาญสามารถแก้ไข ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือจัดการความงามได้

หลังการผ่าตัด : ความสวยที่แลกมาได้ด้วยความเสี่ยง

การผ่าตัดดึงหน้ามีหลายวิธี แต่ถ้าจะแบ่งเป็นหลักใหญ่ ๆ จะมี 2 วิธี คือวิธีการดึงแบบธรรมดากับการส่องกล้องซึ่งมีข้อดีข้อเสียต่างกัน โดยแพทย์จะเป็นผู้ใช้ความรู้และประสบการณ์ในการพิจารณาเลือกวิธีการผ่าตัดให้เหมาะสมกับผู้ป่วยแต่ละราย ดังที่ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญแล้วว่า

ดึงหน้าผากเนี่ยหลักๆมันจะมี 2 วิธีคือวิธีดึงแบบธรรมดากับการส่องกล้องเข้าไป เช่น ถ้าหนังมันหย่อนมาก เราจะต้องตัดหนังออกไปบ้างก็ OK เราจะใช้แบบถากเปิดไปเลย แต่ถ้าหนังยังดึงอยู่แต่รอยย่นบนหน้าผากมันเยอะ แล้วรอยย่นระหว่างคิ้วก็เยอะ คิ้วตกเยอะ แต่หนังยังดีอยู่ก็ใช้ส่องกล้องได้ ผลก็จะเล็กเป็นรู ๆ ประมาณ 5-6 รู แล้วใส่กล้องเข้าไปทำลายกล้ามเนื้อที่ไว้ขมวดคิ้ว เขาก็จะมีรอยนูนลงตรงที่ส่องกล้อง ไม่เป็นตะเข็บส่วนใหญ่นหลังจากส่องกล้องไปแล้ว เราจะเลือก muscle ที่จะทำลาย แต่ไม่ได้หมายความว่าทำลายทั้งหมด เดิมมันมีอยู่ 100 แต่ลดลงเหลือ 30 แต่ไม่ใช่ทุกมัดจะทำได้ เช่นที่แก้มทำไม่ได้ มันเสี่ยงเกินไปส่องกล้องอาจโดนเส้นประสาท การส่องกล้องต้องใช้เครื่องมือพิเศษเยอะ อย่างเช่นดึงหน้าผากทำในโรงพยาบาลรัฐประมาณ 15,000-20,000 แต่ถ้าเอกชนดึงหน้าผากแล้วดมยาสลบนะประมาณ 5-6 หมื่น คือเราแบ่งหน้าเป็น 3 ช่วงบน กลางและล่าง ก็ช่วงละชิ้นตัวรวม ๆ แล้ว ประมาณ 5 หมื่นถ้าส่องกล้องด้วยอาจจะแพง แต่ข้อดีของส่องกล้องคือแผลมันน้อย หนังก็กระชับไม่ซ้ำ พวกที่ดมยาสลบหลังผ่าตัดต้องอยู่โรงพยาบาล พอฟื้นดี 24 ชั่วโมงก็กลับบ้านได้ ปกติอาทิตย์หนึ่งก็มาดูแลแล้วตัดไหม แล้วมาดูอีกที 1 เดือน ให้บวมยุบ แล้วสุดท้ายก็ 3 เดือน เฉพาะ 2 วันแรกก็ให้กินยาแก้ปวด ยาแก้อักเสบ หรือ ยาปฏิชีวนะ แล้วก็มีการพันหน้าไว้เฉพาะส่วน 48 ชั่วโมงให้เลือดหยุด

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นว่าการผ่าตัดดึงหน้าจึงเป็นการจัดการความงามที่ต้องแลกมาด้วยความเจ็บปวด เลือด และกล้ามเนื้อที่ถูกแพทย์จำแนกว่าส่วนใดควรเก็บไว้ และส่วนใดควรถูกกำจัดออกไป เช่นการขจัดริ้วรอยบนหน้าผาก ต้องมีการทำลายกล้ามเนื้อบางส่วนออกไป และยังคงเผชิญความเสี่ยงที่อาจเกิดผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์ได้ เช่น เลือดออก ตาปิดไม่สนิท หน้าชา แต่แพทย์จะให้ข้อมูลไว้ก่อนผ่าตัดแล้ว ว่าเป็นภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้นแต่จะหายไปเองหรือแก้ไขได้ หรือมีความไม่พอใจจากการตั้งความหวังไว้สูง ถ้าแพทย์มีการเตรียมผู้ป่วยโดยให้ข้อมูลก่อนผ่าตัด ปัญหาความไม่พอใจจะเกิดขึ้นน้อย เช่น ศัลยแพทย์เล่าประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า

เคยเจอปัญหาอะไรหลังผ่าตัดไหม? มีเยอะแยะครับ คือเขามีปัญหาเรื่อง bleeding เลือดออกมาก จะทำให้ตาเขียวซ้ำ จะเขียวนาน ช้ำนาน ตาเปิดช้าๆขาไม่เท่ากัน คนไข้อาจไม่พอใจอาจเป็นเพราะเราทำไม่ดีจริง ๆ ทำไม่เท่ากัน หรือเป็นเพราะเราคุยกับเขาไม่ดี เราบอกว่าเพิ่มได้แค่ 20% แต่เขายากกลับไปอายุ 20 ใหม่ เราบอกว่าจะได้แค่ 5 ปี เขาอาจจะหวังว่ามันจะต้องได้เยอะกว่านี้ เพราะว่าคุยกันน้อยไป มีบ้างไหมที่หน้าชา ตาปิดไม่สนิท? ส่วนใหญ่จะหายได้

อาจเกิดช่วงเบ้าตาบวม บางส่วนก็ต้องมาแก้ เช่นถ้าฟัน 3 เดือนไปแล้วตายงหลับไม่สนิทก็ต้องมาแก้

ผู้ที่มาทำผ่าตัดถูกปฏิบัติเช่นเดียวกับผู้ป่วยซึ่งมีการเตรียมผ่าตัด และได้รับข้อมูลเบื้องต้นจากแพทย์เกี่ยวกับสภาพหลังผ่าตัดและภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้นดังได้กล่าวไว้แล้วในขั้นตอนของการเตรียมผ่าตัด ดังนั้นถึงแม้จะมีปัญหาหลังผ่าตัดผู้ป่วยก็มักจะยอมรับได้ และคิดว่าแพทย์พยายามทำดีที่สุดแล้ว หรือปัญหาที่เกิดขึ้นอาจเป็นเพราะปฏิบัติตนไม่ถูกต้อง เช่นกรณีของพยาบาลผู้ที่มาทำผ่าตัดตึงหน้า พยาบาลที่อยู่ในห้องผ่าตัดเล่าว่าหลังผ่าตัดผู้ป่วยรายนี้หน้าบวมช้ำมากเพราะกลับไปเอาน้ำร้อนประคบ ตามปกติ 24 ชั่วโมงแรกจะใช้น้ำเย็นประคบเพื่อห้ามเลือด แต่ผู้ป่วยไม่ทราบจึงเอาความร้อนประคบ และแพทย์ผู้ทำผ่าตัดไม่ได้ย้ำข้อมูลนี้เพราะคิดว่าผู้ป่วยทราบดีอยู่แล้ว อย่างไรก็ตามผู้ป่วยไม่ได้เล่าเรื่องการประคบน้ำร้อนให้ผู้เกี่ยวข้องทราบ อาจเป็นเพราะคิดว่าเป็นผลจากการกระทำของตนเองก็ได้ หรือไม่คิดว่าเป็นปัญหา แต่เป็นเรื่องธรรมดาที่เกิดขึ้นและหายได้ “หลังทำก็ไม่มีปัญหาอะไร เจ็บนิดหน่อยก็มียากิน เขาให้นอนหงาย ไม่ให้นอนตะแคง เดี่ยว flab จะตาย แรกๆก็มีหน้าบวม ช้ำนิดหน่อย แล้วก็ยุบ” เช่นเดียวกับผู้ป่วยรายที่สองที่บอกว่า “แรก ๆ ก็มีบวม ๆ หน่อยมีผ้าปิดไว้ แล้วมันก็ยุบไป รอยช้ำอะไรก็หาย ก็เจ็บบ้าง แต่มียาแก้ปวด แก้อักเสบกิน เท่าที่จำได้ อาทิตย์เดียวก็หาย รอยแผลก็ซ่อนอยู่ในไรผม” แสดงให้เห็นว่าผู้ป่วยถูกเตรียมหรือได้รับข้อมูลให้เตรียมตัวรับสภาพการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นหลังผ่าตัดมาแล้วแล้ว หรืออาจเรียกว่าถูกกระทำให้เชื่อหรือยอมจำนนด้วยอำนาจของความรู้ จึงยินยอมปฏิบัติตามที่แพทย์บอกโดยไม่ขัดขึ้น

แต่ความสวยที่แลออกมาด้วยความเสี่ยงจากการผ่าตัดตึงหน้าจะเป็นการจัดการความงามที่ช่วยชะลอวัยได้ในระยะยาว แต่ไม่ใช่ถาวร ศัลยแพทย์ผู้ทำผ่าตัดบอกว่าการทำผ่าตัดน่าจะอยู่ได้อย่างน้อย 5 ปี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้ป่วยแต่ละราย

ขึ้นอยู่กับเป็นรายๆไป ส่วนใหญ่จะทำให้อายุน้อยลง หรือทำให้ไม่หย่อนลงไปอีก จะอยู่ได้กี่ปีนั้น มันอยู่ได้แค่ชะลอ เหมือนกับอายุ 50 กำลังจะตกเขา พอทำปุ๊บมันก็จะตกอยู่ดีแต่ตกมันขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ บางคนก็อยู่แค่ 5 ปี 8 ปี 10 ปีมันอยู่ที่ความพอใจ แต่ว่าถ้าอยู่น้อยกว่า 3-5 ปีมันน้อยไป มันขึ้นกับสภาพผิวหนังด้วย พวกที่ผิวมีรอยย่นเยอะ ดึงยังงั้นมันก็มีรอยย่นอยู่บ้าง

หลังจากการผ่าตัดตึงหน้าแล้วผิวหนังก็ยังคงมีการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติแห่งวัยต่อไป และผู้ป่วยก็อาจจะต้องกลับมารับการผ่าตัดใหม่ถ้าไม่พอใจและไม่อาจยอมรับริ้วรอยและความเหี่ยวบนใบหน้าได้ การต่อสู้กับริ้วรอยแห่งวัยบนใบหน้าของผู้หญิงด้วยการพึ่งความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ในการจัดการความงามจึงเป็นโครงการที่ไม่สิ้นสุด

ผลจากการผ่าตัดดึงหน้า

ทั้งศัลยแพทย์ผู้ทำผ่าตัดและผู้หญิงที่มาดึงหน้าทั้ง 2 รายข้างต้นล้วนมีความพอใจในผลของการผ่าตัด ผู้หญิงที่ได้รับการผ่าตัดคิดว่าผ่าตัดแล้วคุ้มมากเพราะดูอ่อนวัยกว่าเดิมหลายปีสมปรารถนาแต่เมื่อถามว่าต่อไปยังคิดจะผ่าตัดดึงหน้าอีกไหม ทั้งสองคนมีความเห็นเช่นเดียวกันว่าเป็นเรื่องของอนาคตที่ยังตอบไม่ได้ แต่ในขณะนี้รู้สึกพอใจกับผลของการผ่าตัด ที่ทำให้ดูสาวและอ่อนวัยขึ้นมาก ทำให้มีความสุขและความมั่นใจในตนเองมากขึ้น ส่วนเรื่องของความเจ็บปวดและความเสี่ยงต่าง ๆ นั้นเป็นสิ่งที่แพทย์สามารถจัดการป้องกันหรือแก้ไขได้ ส่วนในมุมมองของศัลยแพทย์ คิดว่าการผ่าตัดเสริมความงามเป็นสิ่งที่ทำลายความสามารถและเป็นสิ่งที่ยากเพราะเป็นเรื่องที่ขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้ป่วยเป็นหลัก

เป็นสิ่งที่ยากแต่ก็ทำลาย เพราะเป็นการทำให้สวย มันก็มีทั้งที่เราพอใจ และไม่พอใจ มันอยู่ที่วิธีการเลือก case มากกว่า ถ้าเราเลือก case ที่ดีเราก็พอใจ เพราะเรารู้ว่าเราทำได้แค่ไหน ในรายนั้น ๆ แต่ส่วนใหญ่ก็จะดีขึ้น ก็ถือว่าพอใจนั่นแหละ แต่ว่าบางครั้งถ้าคนไข้พอใจเราก็พอใจ บางครั้งคนไข้ไม่พอใจแต่เราพอใจ ก็แปลว่าเราไม่ควรพอใจ มันอาจจะเกิดเพราะเราทำดีไม่พอ หรือว่าเรายังให้คำปรึกษาไม่ดีพอ ส่วนใหญ่จะพอใจ แต่ว่าประเด็นเรื่องคอสมेटิก ถ้าคนไข้แบบปี หมอกก็แบบปี.....ส่วนพวกที่ไม่พอใจ ก็จะคุยกับเขาว่าเขาขาดความหวังไว้สูง เราก็จำเป็นต้องบอกเข่าว่ามันดีได้แค่นี้แหละ ถ้าเขาไม่พอใจจากว่าเรายังทำได้ไม่ดีก็หมายถึงว่ายังต้องมีครั้งที่สองตามมา ก็มีเรื่อย ๆ ที่มีครั้งที่ 2 แต่ว่าส่วนใหญ่พอใจแล้ว แต่ว่าอยากทำที่อื่นเพิ่มส่วนที่จะแก้ไขนั้นไม่เยอะหรอก ถ้าเกิดว่าต้องมานั่งแก้ไข case เก่าๆ เยอะแยะตาย

ถึงแม้ตัวบทจากกรณีของผู้หญิง 2 รายข้างต้นจะได้ผลเป็นที่พอใจ แต่เชื่อว่าผลจากการผ่าตัดจะได้ผลดีเป็นที่พอใจเสมอไป เพราะมีผู้ป่วยบางรายที่เกิดปัญหาแทรกซ้อนที่เป็นอันตรายรุนแรง คือกรณีของคุณศรีอติตพยาบาลซึ่งขณะนี้อายุ 62 ปี เคยทำผ่าตัดดึงหน้าเมื่ออายุประมาณ 53 ปี เล่าถึงประสบการณ์จากภาวะแทรกซ้อน เสียเลือดมากจากการผ่าตัด และมีเลือดซึมบริเวณรอยแผลผ่าตัดมาก จนถึงกับมีการเปลี่ยนแปลงสัญญาณชีพ ต้องให้เลือดเป็นจำนวนมาก และต้องผ่าตัดซ้ำเพื่อห้ามเลือด การที่เสียเลือดมากกว่าปกติเนื่องจากเป็นผู้ที่รับประทานยาแอสไพรินเป็นประจำเพื่อรักษาโรคหัวใจ ฤทธิ์ของยาแอสไพรินจะทำให้เลือดแข็งตัวช้า เลือดออกแล้วจะหยุดยาก ดังนั้นก่อนผ่าตัดจึงควรหยุดยาก่อน 2 สัปดาห์ดังที่ศัลยแพทย์ได้เล่าให้ฟังในขั้นตอนของการเตรียมผ่าตัด แต่ผู้ป่วยรายนี้ไม่ได้ให้ข้อมูลเรื่องการรับประทานยาแอสไพรินเป็นประจำให้ศัลยแพทย์ทราบ และเป็นพยาบาลที่มีอาวุโสที่ทำงานในโรงพยาบาลเดียวกัน ขั้นตอนของการประเมินหรือเตรียมผ่าตัดจึงไม่ได้ซักประวัติครบถ้วนเหมือนผู้ป่วยทั่วไป ทั้งนี้ศัลยแพทย์อาจคิดว่าผู้ป่วยเป็นพยาบาล มีความรู้เกี่ยวกับการผ่าตัดดีอยู่แล้ว ถ้ามีโรคประจำตัวหรือรับประทานยาที่ทำให้เสี่ยงต่อการเกิดภาวะแทรกซ้อนหลังผ่าตัดผู้ป่วยน่าจะบอกเอง แต่ผู้ป่วยรายนี้ไม่ได้บอกเพราะ “ลืมนึกไป และหมอ

“ไม่ได้ถาม เลย์ลัมบอก” แต่ถึงหลังผ่าตัดจะมีปัญหาแทรกซ้อนที่รุนแรงเช่นนั้น แต่คุณศรีก็คิดว่าเป็นเพราะเธอไม่ได้บอกแพทย์เอง แพทย์ผู้ผ่าตัดได้พยายามช่วยอย่างเต็มที่ และไม่ได้ต่อว่าเธอด้วยซ้ำ ทั้ง ๆ ที่ทำให้วุ่นวายต้องเข้าไปห้ามเลือดอีก แต่ถึงจะเสี่ยงชีวิตเช่นนั้น ในที่สุดคุณศรีก็ได้ใบหน้าที่สวยงามอ่อนวัย และมีความพอใจในฝีมือของศัลยแพทย์ที่ทำผ่าตัดให้ที่ทำให้เธอดูอ่อนเยาว์ลงเกือบ 10 ปี ถึงแม้ขณะนี้เวลาจะผ่านไปเกือบ 10 ปีแล้ว แต่คุณศรีก็ยังจำได้ถึงความรู้สึกสุขใจที่ได้หน้าที่สวยงามอ่อนวัยกลับคืนมาหลังผ่าตัด และจนถึงบัดนี้แม้จะมีริ้วรอยเกิดขึ้น แต่เธอก็คิดว่ายังดูสาวกว่าคนวัยเดียวกัน จากการพูดคุยกับคุณศรี ผู้วิจัยมีความรู้สึกว่าคุณศรีไม่ยากพูดถึงเรื่องปัญหาแทรกซ้อนที่เกิดจากการผ่าตัดมากนัก และไม่ได้เล่าถึงรายละเอียดหรือความรุนแรงที่เกิดขึ้น เช่น คุณศรีบอกเพียงว่าหลังผ่าตัดมีเลือดออก แต่ผู้ที่เคยเห็นคุณศรีหลังผ่าตัดเล่าให้ผู้วิจัยฟังว่าคุณศรีเสียเลือดมากจนเกือบจะช็อก และหน้าบวมเข้ามามาก ดูน่ากลัว ซึ่งอาจเป็นเพราะคุณศรีคิดว่าสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นเพราะความผิดของตัวเองจึงไม่ยากพูดถึงซึ่งเป็นการรื้อฟื้นความทรงจำ แต่พอใจที่จะเล่าถึงความสุขและความพอใจที่ได้เป็นเจ้าของหน้าที่ดูสาวอ่อนวัยหลังผ่าตัดมากกว่า

จะเห็นได้ว่าการจัดการความงามโดยการผ่าตัดดึงหน้า เป็นการใช้ความรู้ความชำนาญของแพทย์ในการจัดการความงามเป็นวิธีการที่สามารถยืดอายุได้มากกว่าวิธีการอื่น ๆ แต่ก็เป็นการทำความรุนแรงแก่ร่างกายของผู้หญิงมากที่สุด เป็นการจัดการความงามที่แลกมาด้วยความเจ็บปวดและเลือดเนื้อของผู้หญิง ซึ่งต้องเผชิญความเสี่ยงต่อการเกิดภาวะแทรกซ้อน หรือความพิการ ที่ถึงแม้ข้อมูลจากหนังสือและคำสัมภาษณ์ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมักจะบอกว่าสามารถป้องกันและแก้ไขได้ มีโอกาสเกิดน้อยถ้าทำโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ แต่จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นอีกมุมหนึ่งซึ่งทำให้ผู้หญิงที่มุ่งหวังจะให้แพทย์จัดการความงามให้ส่วนช่อนอายุ กลับต้องเสียใจยิ่งกว่าก่อนผ่าตัดและต้องเผชิญกับภาวะแทรกซ้อนที่ทำให้พิการซึ่งอาจจะจำเป็นต้องรับการรักษาอย่างต่อเนื่องต่อไป

บทที่ 6

ปฏิบัติการสร้างความจริงเรื่องส่วยช่อนอายุ

การสร้างความหมายเรื่องความสวยงามให้เป็นคุณสมบัติของผู้หญิง เป็นสิ่งที่เสริมบุคลิกภาพ และเป็นเสน่ห์แก่ผู้พบเห็นทำให้พึงพอใจ เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้หญิงติดกับและยึดโยงคุณค่าของตัวเองไว้กับเรื่องของความสวยงามของรูปร่างภายนอก โดยเฉพาะความงามแบบส่วยช่อนอายุ เนื่องจากการเรื่องของความสวยถูกผูกโยงไว้กับความสาว และความอ่อนเยาว์ ความแก่และริ้วรอยแห่งวัยจึงถูกทำให้เป็นสิ่งที่ไม่พึงปรารถนา ภาพของผู้หญิงที่ส่วยช่อนอายุถูกนำเสนอซ้ำแล้วซ้ำเล่าผ่านสื่อและสิ่งพิมพ์ต่างๆเป็นการตอกย้ำความจริงที่ถูกสร้างขึ้น และผู้หญิงถูกกระทำให้เชื่อว่าความสวยงามเช่นนั้นเป็นสิ่งที่จัดการได้ อันนำมาซึ่งการเสาะแสวงหาวิธีการต่าง ๆ เพื่อจัดการความงามเพื่อคงความอ่อนเยาว์ไว้ให้นานที่สุด อันทำให้ร่างกายของผู้หญิงถูกจัดการความงามอย่างไม่สิ้นสุด เพราะเป็นการต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงของร่างกายที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติที่ไม่มีวันชนะ

ในบริบทของสังคมบริโภคนิยม เรื่องของความสวยงามและการจัดการความงามของผู้หญิง โดยเฉพาะความงามแบบส่วยช่อนอายุเป็นเรื่องที่ถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางธุรกิจความงามซึ่งมีมูลค่ามหาศาล และเป็นธุรกิจที่สวนกระแส ที่ยังคงมีการบริโภคเพื่อความงามอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากรื่องของความสวยงามถูกกระทำให้เป็นสิ่งจำเป็นของผู้หญิง และในบริบทของสังคมบริโภคนิยมได้ทำให้การจัดการความงามด้วยวิธีต่างเป็นสิ่งที่เข้าถึงง่าย ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการความงามและประสบการณ์ของผู้ที่ได้รับการจัดการความงามให้ส่วยช่อนอายุซึ่งเป็นคนเด่นคนดังและมีชื่อเสียงได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ให้ผู้สนใจวิธีการจัดการความงามของตนเองซึ่งมักเรียกให้น่าสนใจว่าเป็นเคล็ดลับที่ชวนให้ค้นหา

แต่เมื่ออ่านข้อเขียนจากประสบการณ์ของคนส่วยช่อนอายุทั้งหลายดังกล่าวข้างต้นและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่มีการจัดการความงามด้วยวิธีต่างๆ แล้วจะสะท้อนให้เห็นว่าภาคปฏิบัติการในการจัดการความงามของผู้หญิงนั้นเป็นปฏิบัติการของความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่กระทำผ่านผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับความงามประเภทต่าง ๆ ที่กระทำต่อร่างกายของผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นการให้คำแนะนำในเรื่องของการปฏิบัติตัวเพื่อสร้างผิวสวย ป้องกันและลดริ้วรอยแห่งวัย กำหนดสิ่งที่ควรทำและไม่ควรทำ ตลอดจนการใช้เครื่องสำอางและเครื่องมือต่างๆเพื่อจัดการความงามต่างด้วยตนเอง ผู้หญิงต้องมีการควบคุมสร้างวินัยในการบังคับตนเอง โดยการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและแทรกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน เช่นเดียวกับที่อรอนภา กฤษณีช่างแต่งหน้านางแบบและนักแสดงที่มีชื่อเสียงผู้มีบุคลิกส่วยช่อนอายุกล่าวว่า “วิธีดูแลความงามมีเยอะมากสามารถทำเป็นหนังสือได้ 3 เล่มหนา ๆ เลยนะ ไม่ใช่แค่รู้เท่านั้นนะคะ แต่เราต้องดูแลตัวเองอย่าง

เคร่งครัด ทำจนเป็นนิสัย มีวินัยกับตัวเอง มันถึงจะได้ผล” (วรวิชัย ผดุงม่วงทอง, 2545 : 76) หรือ การเข้าไปรับการจัดการความงามจากผู้เชี่ยวชาญที่สถานเสริมความงาม เพื่อบำรุงผิวหน้า พร้อมกับผิวหน้าคลays และท้ายสุดคือการรับการจัดการความงามจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางผิวหนัง หรือศัลยกรรมเพื่อความงาม เป็นการพึ่งฝีมือของแพทย์ในการสร้างความสวยที่แลออกมาจากความ เจ็บปวด เลือดเนื้อ และมีความเสี่ยงจากภาวะแทรกซ้อนต่าง ๆ ซึ่งอาจถึงกับพิการ ถึงแม้ข้อมูลที่ได้ จากการสัมภาษณ์ผู้ที่ได้รับการจัดการความงามจะออกมาในเชิงบวกทั้งหมดทุกคนมีความสุขและมีความพอใจในผลของการจัดการความงามการจัดการความงามทุกวิธี ที่ทำให้สวยสมใจ ซึ่งก็อาจ นับว่าคนเหล่านี้โชคดีสำหรับขณะนี้แต่ไม่อาจรับรองได้ว่าครั้งต่อไปจะโชคดีเช่นนี้ต่อไปอีกหรือไม่ และยังคงมีการนำเสนอข้อมูลของผู้ที่เกิดอาการไม่พึงประสงค์ผ่านสิ่งพิมพ์ประเภทต่าง ๆ อยู่เสมอ

ผู้หญิงถูกกระทำให้สยบยอมต่ออำนาจของความรู้ และการสร้างมาตรฐานผิวสวย ผู้หญิงจึง มีการเฝ้าระวังและจับจ้องตนเองผ่านกระจกทุกวัน เพื่อสำรวจดูการเปลี่ยนแปลงของริ้วรอยแห่งวัย และจุดต่างดำนบนใบหน้า เช่นเดียวกับที่รู้สึกว่าคุณจ้องจากบุคคลที่อยู่รอบตัวและคนใกล้ชิด ทำให้ ต้องมีการดูแลและจัดการความงามอยู่ตลอดเวลา เมื่อถามว่าทำไมต้องสวย? ส่วนใหญ่จะตอบว่าสวย แล้วมีความสุขและพึงพอใจที่เห็นตัวเองสวย หรือสวยแล้วทำให้มีความรู้สึกมั่นใจขึ้น หรือความสวย ทำให้มีโอกาสมากขึ้นทั้งในเรื่องของงานและชีวิตส่วนตัวเพราะความสวยทำให้คนรอบข้างพึงพอใจ ความสวยและการจัดการตัวเองให้สวยจึงถูกทำให้เป็นเรื่องสำคัญสำหรับผู้หญิงที่บางคนใช้คำว่าเป็น สิ่งจำเป็น โดยเฉพาะการจัดการตัวเองให้สวยช่อนอายุ ที่เป็นเรื่องของ การต่อสู้เพื่อเอาชนะธรรมชาติ แห่งวัย หรือการต่อสู้กับการเกิดริ้วรอย เช่น กรณีของคุณกบที่เล่าว่าวางกระจกเล็กๆไว้ที่หัวเตียงและ ใช้ส่องดูหน้าตัวเองทุกวันก่อนนอน ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงหรือริ้วรอยเกิดขึ้นบนใบหน้าก็จะมองเห็น เพราะเปรียบเทียบกับอยู่ทุกวัน เมื่อส่องกระจกเห็นริ้วรอยบนใบหน้าแล้วรู้สึกทรมานไม่ได้ ความสุขและความมั่นใจในตัวเองจะลดลงไปทันที ยิ่งจับจ้องก็ยิ่งมองเห็น ต้องหาหนทางกำจัดออกไปด้วยการ พึ่งพาความรู้ทางการแพทย์จากผู้เชี่ยวชาญด้วยวิธีการต่าง ๆ เป็นการลดทอนตนเองเสมือนเป็นวัตถุที่ สามารถจัดการแก้ไขได้ จะเสียเงินเท่าไรไม่ว่าเพราะถือว่าเป็นเรื่องของความจำเป็นและเป็นการหา ความสุขให้ตัวเอง แต่สวยแค่ไหนถึงจะพอ? เรื่องของความสวยเป็นเรื่องของการใช้ความรู้สึกในการ ตัดสิน เป็นเรื่องที่ต้องจับต้องไม่ได้ ถึงแม้ผู้หญิงจะถูกทำให้เกิดความปรารถนาที่จะสวยช่อนอายุ มีผิว เรียบเนียนเกลี้ยงเกลาอ่อนเยาว์เช่นเดียวกัน แต่ในเรื่องของการจัดการความงามในบริบทของสังคม บริโภคนิยมแล้ว เรื่องของความสวยงามเป็นเรื่องของการที่ทำให้คนรู้สึกขาด รู้สึกพร่อง ไม่พอใจใน รูปร่างหน้าตาของตนเอง และถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองจากการใช้ เทคนิคนำเสนอภาพความสวยของผู้หญิงในอุดมคติที่สวยใสอ่อนวัยผ่านสื่อต่าง ๆ อยู่ตลอดเวลา และมีการสื่อความหมายตอกย้ำให้เห็นว่าความงามเป็นสิ่งที่จัดการได้ โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูล

ระหว่างการนำเสนอความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์เกี่ยวกับการดูแลผิวและการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อและโฆษณาในเรื่องการจัดการความงามเสมือนเป็นการผลิตซ้ำความจริงที่มีทางเลือกที่ดูเหมือนมีความหลากหลายและมีผลลัพธ์จากการจัดการซึ่งเป็นที่พึงพอใจที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่ดูเหมือนความต้องการจะไม่อาจเติมเต็มหรือบรรลุได้ เพราะความต้องการยังคงถูกกระตุ้นอยู่ตลอดเวลาพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของผิวพรรณตามธรรมชาติแห่งวัยถึงแม้จะผ่านการจัดการความงามด้วยวิธีหนึ่งวิธีใดหรือหลายวิธีไปแล้วก็ตาม ผู้หญิงก็ยังคงถูกกระตุ้นความปรารถนาให้ไขว่คว้าหาวิธีอื่นเพื่อมาเติมเต็มความปรารถนาที่อยู่ในใจ แต่ความสวยงามของร่างกายของผู้หญิงภายใต้การจัดการความงามเป็นความสวยงามที่ไม่ถาวร สร้างความสุขและความพึงพอใจให้เจ้าของได้เพียงชั่วคราว แม้แต่การทำศัลยกรรมความงามเพื่อให้สวยช่อนอายุจะสร้างความสวยและกระชับวัยกลับคืนมาให้ทันตา สมความปรารถนาของผู้เป็นเจ้าของ ที่บอกว่าคุ้มแสนคุ้ม มีความสุขมากที่ทำให้ตัวเองดูกลับเป็นสาวอีกครั้ง แต่ก็เป็นความสุขและความพอใจที่เกิดขึ้นในช่วงหนึ่งเท่านั้น ในเมื่อสังขารก็ยังคงมีการเปลี่ยนแปลงไปตามธรรมชาติแห่งวัย การจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุจึงไม่มีทางจบสิ้น และหาความเพียงพอได้ยาก บางคนเปรียบการจัดการความงาม เช่นการฉีดโบท็อกซ์เป็นสิ่งเสพติด คือติดในเรื่องของความสวยที่เกิดขึ้นหลังทำ แต่ฤทธิ์ของโบท็อกซ์คงอยู่ได้เพียง 3-4 เดือน เมื่อหมดฤทธิ์ริ้วรอยและความเหี่ยวย่นจะกลับมาปรากฏบนใบหน้าเหมือนเดิม ทำให้ต้องหวนกลับไปทำอีก

ดังนั้นการที่ผู้หญิงถูกทำให้เชื่อว่าความสวยเป็นสิ่งที่แสดงคุณค่าและตัวตนของผู้หญิง ทำให้เกิดความหมกมุ่นและเสียเวลาและทรัพย์สินเพื่อจัดการความงามซึ่งไม่มีวันสิ้นสุด บางคนอาจจะบอกว่ามีกำลังทรัพย์ที่จะจ่ายได้ไม่ทำให้เดือดร้อน แต่บางคนเช่นกรณีของคุณสวยที่ยอมอด เพื่อบำรุงเงินมาใช้ในการจัดการความงาม หรือเสียเวลาที่จะพัฒนาตนเองเพื่อแสดงศักยภาพในเรื่องอื่น ๆ อย่างเต็มที่ จึงเป็นการปิดกั้นการพัฒนาศักยภาพของตนเอง และการสร้างความหมายและตัวตนของผู้หญิงผ่านความงามนั้นเป็นสิ่งที่ไม่จีรัง ธรรมชาติของร่างกายมีแต่จะเสื่อมถอยไปตามวัย ทำให้สวยแค่นี้แล้ว ก็ยังไม่พอ ต้องทำเพิ่มเติมขึ้นอีก ยิ่งอายุมากขึ้นแทนที่จะมองในเรื่องของคุณค่าและความสามารถจากการสร้างสมประสบการณ์การทำงาน แต่ถ้ามองคุณค่าที่รูปลักษณ์กลับจะทำให้คุณค่าลดลงเมื่ออายุมากขึ้น เมื่อยึดโยงความสุขและความพอใจไว้กับความสวยงามของรูปร่างแล้ว ผู้หญิงจะถูกกระทำให้หวั่นไหวและไขว่คว้าหาความสุขจากการจัดการความงามอยู่ตลอดเวลา และถูกทำให้เหมือนมีอิสระในการเลือกที่จะจัดการความงามของตน แต่แท้ที่จริงแล้วปฏิบัติการเพื่อสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุนั้น ทำให้ผู้หญิงถูกควบคุมหรือตกอยู่ในบ่วงของการบริโภคซึ่งเป็นปฏิบัติการที่แยบยลที่กระทำต่อจิตใจของผู้หญิง ทำให้จงจำตนเองหลงใหลในมายาคติของความงาม กระทำตัวเสมือนเป็นคนป่วยที่ต้องรับการบำบัดรักษาจากผู้เชี่ยวชาญ

แต่ถึงกระนั้นภาพข่าวและข้อมูลเกี่ยวกับความสำเร็จของการจัดการความงามของผู้หญิงเพื่อสวยช่อนอายุ ก็ยังมีการนำเสนอข้อมูลในเชิงบวกผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการนำเสนอข่าวที่แสดงความชื่นชมผู้หญิงสวยช่อนอายุที่มีชื่อเสียงและยอมรับว่าผ่านการจัดการความงาม จากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับความงาม ถึงแม้ว่าบุคคลในข่าวจะมีผลงานซึ่งทำประโยชน์เพื่อสังคม แต่ก็ไม่ได้ถูกนำเสนอให้เด่นและมีน้ำหนักเท่าเรื่องของการขึ้นชมรูปลักษณ์อันเป็นผลจากการจัดการความงามเพื่อสวยช่อนอายุ แสดงถึงความสนใจในเรื่องของรูปลักษณ์มากกว่าผลงานในด้านอื่นๆ เช่นบางคนมีผลงานด้านการกุศลซึ่งมีประโยชน์ต่อสังคมมากมายซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงควมมีคุณค่าโดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพารูปลักษณ์ที่สวยงาม

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการในการจัดการความงามแบบสวยช่อนอายุด้วยความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ยังคงนำเสนอผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ตอกย้ำถึงความสำเร็จของความรู้ในการจัดการความงามโดยต่อต้านการเปลี่ยนแปลงของร่างกายตามธรรมชาติแห่งวัย ซึ่งเป็นการแสดงศักยภาพของมนุษย์ในการเอาชนะธรรมชาติผ่านร่างกายของผู้หญิง ซึ่งถูกอำนาจของความรู้กระทำให้อำนาจและเต็มใจที่จะลดทอนตัวเองให้เป็นเสมือนวัตถุที่สามารถจัดการได้มากขึ้นทุกที แต่ถึงแม้จะสามารถจัดการเปลี่ยนแปลงแก้ไขร่างกายให้สวยช่อนอายุได้ แต่ก็เหมือนการเปลี่ยนแปลงที่ฉาบฉวยเฉพาะเปลือกนอกคือร่างกายที่ห่อหุ้มอยู่ภายนอกเท่านั้น ความรู้สึก ความคิด และประสบการณ์ของมนุษย์ที่มีการสร้างสมอยู่ภายใน มีการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มพูนตามอายุ เป็นสิ่งที่ยังคงอยู่เช่นเดิม ความรู้สึกนึกคิดและมุมมองต่อโลกของผู้หญิงในแต่ละช่วงวัยมีความแตกต่างกัน การจัดการความงามเพื่อให้สวยช่อนอายุอาจทำให้ได้รูปลักษณ์ของหญิงสาวซึ่งอาจสร้างความสุขและความกระชุ่มกระชวยให้ผู้เป็นเจ้าของได้บ้าง แต่จิตใจและความรู้สึกนึกคิดยังคงเป็นหญิงสูงอายุคนเดิม ไม่ว่าจะเป็นการเคลื่อนไหวร่างกาย การพูด น้ำเสียง ซึ่งเป็นเรื่องของบุคลิกภาพและพฤติกรรมตลอดจนทัศนคติยังคงเป็นผู้สูงอายุ ทำให้เกิดความแปลกแยก เหมือนเป็นหญิงสูงอายุในร่างหญิงสาว โดยเฉพาะถ้ามีการจัดการความงามที่รุนแรงทำให้มีการเปลี่ยนแปลงร่างกายกระชากวัยอย่างมากโดยการทำศัลยกรรมเพื่อความงามที่อาจทำให้อ่อนเยาว์ลงได้เป็นสิบปี แต่ถึงกระนั้นเมื่อถึงจุดหนึ่ง แม้แต่ความรู้ในทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่เจริญก้าวหน้าก็คงยังไม่อยู่ เพราะไม่อาจจะหนีวงจรการเปลี่ยนแปลงของร่างกายตามธรรมชาติของการเปลี่ยนแปลงแห่งวัยได้ แม้แต่การทำศัลยกรรมเพื่อความงามที่ได้รับการยอมรับว่าสามารถจัดการร่างกายให้สวยช่อนอายุได้ทันใจก็ตาม ถึงแม้เจ้าของร่างจะยินยอมรับความเจ็บปวดจากการทำผ่าตัดเพื่อความงามซ้ำแล้วซ้ำอีก แต่เมื่อถึงจุดหนึ่งแล้วผิวหนังบริเวณใบหน้าที่ถูกตัดตึงไปอาจไม่เหลือพอที่จะให้ตึงซ้ำอีกอีก ในสังคมไทยจึงมีการกล่าวว่าคุณหญิงควร “งามไปตามวัย” ซึ่งมีนัยยะว่าผู้หญิงในแต่ละวัยต่างมีความงามงดงามได้เช่นเดียวกัน ซึ่งคำว่างามนั้นมักจะผนวกกับเรื่องของคุณสมบัติอื่น ๆ ของผู้หญิงที่มีการสร้างสมจากประสบการณ์

มากกว่าเรื่องของความสวยงามเพียงรูปร่างภายนอกเท่านั้น แต่ถึงกระนั้นคำกล่าวข้างต้นก็ไม่ใช่ที่รู้จักหรือคุ้นหูของคนทั่วไปมากเท่ากับคำว่า “**นารีมีรูปเป็นทรัพย์**” หรือ “**ไก่อามเพราะขนคนงาม เพราะแต่ง**” ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญและเน้นความสวยงามของรูปร่างภายนอกให้เป็นสิ่งที่มีค่าและสามารถจัดการได้ สามารถสื่อความหมายในการสร้างความจริงและทำให้คนเชื่อได้มากกว่า

อย่างไรก็ตามการที่จะสร้างความตระหนักรู้เท่าทันมายาคติในเรื่องของความสวยงามในบริบทของบริโภคนิยมเป็นสิ่งที่ผู้วิจัยตระหนักดีว่ามีความยากยิ่ง เพราะจากการศึกษาข้อมูลในเรื่องนี้และพูดคุยเกี่ยวกับความคิดเห็นเรื่องสวยช่อนอายุและการจัดการความงามนั้น ผู้วิจัยสัมผัสได้ถึงความแยบยลของปฏิบัติการในการสร้างความจริงซึ่งเป็นการใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่แนบเนียนจนถูกทำให้เชื่อว่าเป็นความจริง ไม่เกิดข้อกังขาในเรื่องของความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างและองค์ประกอบของผิวหนัง และความสวยงามของผิวหนังเป็นสิ่งที่จัดการได้ด้วยการใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์เช่นเดียวกัน เมื่อพูดคุยเรื่องของความสวยงามและการจัดการความงามทุกคนมีความสุขและเต็มใจจะพูด และบริบทของสังคมบริโภคนิยมก็คอยกระพือโหมความต้องการและหยิบยื่นวิธีการจัดการความงามที่หลากหลายมาใกล้ตัว ทำให้คุ้นเคย เชิญชวนให้สัมผัสและเข้าถึงได้ง่าย ธรรมชาติของคนทั่วไปเกี่ยวกับความงามและการจัดการความงามเป็นไปในเชิงบวก โลกของความงามจึงเป็นโลกแห่งความสุขที่ชวนสัมผัส ความเจ็บปวด ความเสี่ยงและอันตรายที่อาจเกิดขึ้นจากการจัดการความงามจึงถูกมองข้ามไปเพราะถูกกระทำให้เป็นเรื่องเล็กที่สามารถจัดการแก้ไขได้ด้วยความรู้ของผู้เชี่ยวชาญ

การเผยให้เห็นปฏิบัติการในการสร้างความจริงเรื่องสวยช่อนอายุ จึงเป็นความพยายามที่จะทำให้ผู้หญิงตระหนักรู้ถึงภาคปฏิบัติการในการสร้างความจริงที่รายล้อมอยู่รอบตัว เพื่อที่จะได้ไม่นำความสุข ความมั่นใจ ไปผูกโยงไว้กับความงามซึ่งเป็นรูปร่างภายนอกเท่านั้น แต่ที่จริงแล้วการสร้างตัวตนและคุณค่าของผู้หญิงสามารถแสดงให้เห็นผ่านศักยภาพในด้านอื่นอีกมาก ถึงแม้คนส่วนใหญ่จะบอกว่าความสวยทำให้คนสนใจ แต่ก็จะเป็นเพียงช่วงสั้น ๆ ที่ฉาบฉวยเท่านั้น ผู้หญิงจึงไม่ควรลดทอนตนเองให้เปรียบเสมือนวัตถุที่จัดการได้ หรือถูกใช้เรื้อนร่างเพื่อประโยชน์ทางการค้าของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความงามภายใต้บริบทของสังคมบริโภคนิยมที่ยังคงมีการสร้างทางเลือกเพื่อล่อหลอกให้มีการบริโภคเพื่อความงามอยู่ตลอดเวลาเสมือนการจ้องจ้ำตนเองไว้กับเรื่องของจัดการความงาม เพราะถูกทำให้เชื่อว่าความงามสร้างคุณค่าและโอกาสให้ผู้หญิง ทั้งที่ผู้หญิงสามารถแสดงศักยภาพและสร้างโอกาสให้ตนเองได้ด้วยความสามารถมิใช่เรื่องของความสวยงามของรูปร่างที่ฉาบเอาไว้ อย่างผิวเผินเท่านั้น ดังเช่นผู้หญิงอีกหลายคนที่อาจถูกมองว่าไม่สวย แต่ได้ใช้ศักยภาพของตนเองสร้างความสำเร็จจากการทำงานและทำประโยชน์ต่อสังคมได้โดยใช้ความสามารถที่ไม่ต้องพึ่งพาความสวยที่เป็นเพียงเปลือกนอก

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กรรณก ไกเซอลิน. (2549). 7 วัน 7 เคล็ดลับ เพื่อความงาม สวยสดใส อ่อนกว่าวัย. กรุงเทพฯ: นวสาส์น.
- กองบรรณาธิการไกล้มอ. (2548). ทุกเรื่องที่คุณรู้เกี่ยวกับ Botox. กรุงเทพฯ: ก.พล.
- กอบชัย ชอัมพงษ์. (2548). สป/ แอนด์ บิวตี้ สวย รวย รุ่ง. กรุงเทพฯ: พิเพิลมีเดีย.
- กุหลาบ จิตต์มิตรภาพ. (2549). สวยสั่งได้. กรุงเทพฯ: โมเดิร์นฟิล์ม เซ็นเตอร์.
- โกสิด โฉมมาตร. (2548). อ่อนเยาว์ลง 10 ปีภายใน 30 วัน. แปลโดย สุรเชษฐ์ วงศ์หล่อ. กรุงเทพฯ: ประชาชนปริวรรตการพิมพ์.
- โกสินทร์ แจ่มเพ็ชรรัตน์. (2548). ปฏิบัติการแปลงโฉม. กรุงเทพฯ: เฌอ เดียมอง.
- แก้วจันทร์ทิพย์ ไชยสุริยะ. (ม.ป.ป.). สร้างความสวยด้วยสุขภาพดี. กรุงเทพฯ: เดลฟี.
- กัลยา ภูวนกิจ. (2544). กลัวไม่สวย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- คณะแพทยโรงพยาบาลยันฮี. (2545). สวยด้วยแพทย์. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: ด่านสุทธา.
- คม ชัด ลึก. (2548, 19 มีนาคม) . หน้า 1,17
- . (2549, 13 กรกฎาคม). หน้า 9.
- โฆษณาเครื่องสำอางมาวี่ ของตาล. (2549, กันยายน). แฮร์: 57.
- จอร์จ ซินน์. (2548). บุคลิกภาพสู่ความเป็นผู้นำ. เรียบเรียงโดย นมดล เวชสวัสดิ์. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น
- จอร์จ วอง. (ม.ป.ป.). สวยกับศัลยกรรมพลาสติก การเผชิญหน้ากับความเป็นจริง. แปลโดย อวยชัย ประพัฒพงษ์. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- จูนเนอร์. (2550, 2 มีนาคม) คลื่นรบกวน. ไทยรัฐ. หน้า 37.
- จิตรา ก่อมนทเกียรติ. (2546). 12 เคล็ดลับให้หน้าใสแดงโง้วเฝ้าผิวดี. กรุงเทพฯ: จิตรา.
- ชนกนันท์ โชคศิริวรกุล. (2549). 108 เคล็ดลับความงามสวยใสไร้ที่ติ. กรุงเทพฯ: เอ็ม มีเดีย.
- ชรัส โอภาสพันธ์. (2545). แต่งหน้าสวยด้วยตัวเอง. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: อิมเมจ.
- ชลิดาภรณ์ ส่งสัมพันธ์. (2547). ภาษาเพศ: อำนาจ เรื่องทางเพศกับพหุนิยมทางจริยศาสตร์. เชียงใหม่: ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชานี. (2548). ศัลยกรรมทำคุณได้. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯ.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2543). วาทกรรมการพัฒนา. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.

----- . (2545). *สัญญาวิทยา, โครงสร้างนิยม, หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษารัฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: วิชา
ภาษา.

ไชยยันต์ ไชยพร. (2540, กรกฎาคม-ธันวาคม). ผู้หญิงกับความรู้ ในประวัติศาสตร์ความคิดทาง
การเมืองตะวันตกกว่าด้วยวาทกรรมแห่งอุปสรรคของความรักระหว่างไซเพียกับไซเพีย?
สังคมศาสตร์ปริทัศน์. 19 (1): 27-51.

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2548) *สุขภาพดีกับคนดัง*. กรุงเทพฯ.: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ดาว มยุรี. (2548). *สวยกล้าท้าคมมีด*. กรุงเทพฯ: อาทิตยส์สนิทจันทร์.

ไคแอน ไอรอนส์. (2549). *สูตรลับความสวย*. จันทรเพ็ญ สุพัฒน์ผล บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: Bear.

เทสลา โทมัส. (2549). *ยกกระชับใบหน้าใน 10 นาที*. แปลโดย ปิยดา จูตะวิริยะ. กรุงเทพฯ:

เนชั่นบุ๊กส์ อินเตอร์เนชั่นแนล

ไทยรัฐ. (2548, 21 กันยายน). หน้า 35.

----- . (2549, 20 พฤศจิกายน.) *ชีนชีวิต*. หน้า 7.

----- . (2549, 20 พฤศจิกายน.) หน้า 35.

----- . (2549, 20 กันยายน.) หน้า 32.

----- . (2549, 27 กันยายน.) *โลกโคกหิน*. หน้า 7.

----- . (2549, 20 ธันวาคม.) *โลกาภิวัตน์*. หน้า 7.

----- . (2550, 4 มกราคม.) หน้า 25.

----- . (2550, 15 เมษายน.) หน้า 20.

ทัศน ย่องชื่อ. (ม.ป.ป.). *วิธีดูแลรักษาและเสริมความงาม เสริมแต่งสวย*. กรุงเทพฯ ฯ: คนทำหนังสือ.

ทัศนีย์ บุญนาค. (2548). *สื่อ มนตราและอาคม*. กรุงเทพฯ ฯ: เลิฟ แอนด์ ลิฟ.

ธงชัย สันติวงษ์. (2539). *การตลาดโลกาภิวัตน์*. กรุงเทพฯ ฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

ธีรภัทร มกรพันธ์. (2539). *ความแตกต่างของผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: เมน แมนเนจ.

ธำรงรัตน์ วราภิรักษ์. (2544). *Make up for Working Women*. กรุงเทพฯ ฯ: อิมเมจ.

นิภาพร ตะเกาพงษ์. (2549). *เสน่ห์สาวเพื่อผิวสวย*. กรุงเทพฯ ฯ: ดวงตะวัน.

นงลักษณ์จินทาภากุล. (2547). *ชุด: ภาพสะท้อนแห่งอำนาจและความรุนแรงบนเรือนร่างผู้หญิง*

ปริญญาณิพนธ์ กศ.ด (พัฒนศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.

โรลอนด์ บาร์ท. (2544). *มายาคติ*. แปลโดย วรณพิมล อังคศิริสรรพ. กรุงเทพฯ: คบไฟ.

- นรินทร์ สังข์รักษา. (2547). *ถอดรหัสการสาธารณสุขมูลฐานในชุมชนบทไทย*. ปรินูญานินพนธ์ กศ.ด (พัฒนศึกษาศาสตร์) กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- นเรศ นโรภรณ์. (2518) *สาวเอ๋ยจะบอกให้ เล่ม 3*. กรุงเทพฯ: เจริญวิทย์.
- นภาพร หะวานนท์. (2544, 17 กรกฎาคม). *แม่ของบ้าน* กรุงเทพฯ: อนุสรณ์ในงานพระราชทานเพลิงศพนางผาสุก ทองเสวต.
- . (2545). *เอกสารประกอบการสอนวิชาวิจัยเชิงคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ถ่ายเอกสาร.
- . (2547). *คุณูปการด้านสตรีศึกษาต่อสังคมไทย*. วิระดา สมสวัสดิ์. บรรณาธิการ. เชียงใหม่: ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นันทภัทร์ สุภาพรรณชาติ.(2547).*คนรักหน้า*. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ: เนเชอรัลเธอราพิวติกส์.
- . (2549). *คนรักหน้า 2 ตอนครีม*. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ: เนชั่นบุ๊คส์ อินเตอร์เนชั่นแนล.
- บนเส้นทางความสำเร็จของมารี ของตาล (2549,กันยายน) *แฮร์*. : 107
- .ประวิตร พิศาลบุตร. (2547). *Beauty Guide*. กรุงเทพฯ: สำนักใกล้หมอ.
- ปรีดา เฉลิมเผ่า กอนันตกุล. (2541). *เผยแพร่-พรางกาย ทดลองมองร่างกายในศาสนา ปรัชญา การเมือง ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และมานุษยวิทยา*. กรุงเทพฯ: คบไฟ.
- ปรีสนา บุญสินสุข. (2547). *สวยอย่างฉลาด Beauty and Logic*. . กรุงเทพฯ: มติชน.
- ปิยะมาศ โมนยะกุล. (2548). *My way*. กรุงเทพฯ : Return Beauty Group.
- ปาจริย์ นุพงษ์. (ม.ป.ป.) *สวยให้ทั่วตั้งแต่หัวจรดเท้า*. กรุงเทพฯ :ธงสีฟ้า.
- ปาริชาติ สถาปิตานนท์; กิติ กันภัย; และปิยะนารถ จาติเกตุ. (2546). *การสื่อสารสุขภาพ ศักยภาพของการสื่อมวลชนในการสร้างเสริมสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- ประภาพรรณ นาควชิระ. (2547). *เมื่อวัยทองไล่ล่าคุณ*. กรุงเทพฯ: สนุกอ่าน.
- ปริญ์ ลักษณะตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ทิปปิง พอยท์.
- พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. (2530). พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- พรพิมล ศิริกุล. (2549). *ศาสตร์แห่งความอ่อนเยาว์และสุขภาพดีตลอดกาล*. กรุงเทพฯ: ชบา.
- พนิดา กุลประสูติติก. (2548). *ลบรีวรอยและจุดต่างดำบนใบหน้าโดยไม่ต้องพึ่งศัลยกรรม*. . กรุงเทพฯ :สุขภาพใจ.
- พิชัย บุญทูลัง. (ม.ป.ป.). *ศัลยกรรมตกแต่งเสริมสวย*. กรุงเทพฯ: เฟอ์เมทสยาม.
- พิมพ์ร ลีลาพรพิสิฐ. (2547). *เครื่องสำอางธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์สำหรับผิวหน้า*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- พรรณนิภา กฤษภาพงษ์. (2538). *สูตรลับสำหรับคนกลัวแก่*. กรุงเทพฯ: โฮลิสติก.
- พอลา ปีกอน. (2540). *คู่มือทองของการรักษาผิวพรรณ*. แปลโดยสีตา. กรุงเทพฯ: แก้วกานต์.
- พัทธรพิไล ทวีสิน. (2547). *สมดุลแห่งชีวิต*. กรุงเทพฯ: ป๊อปปี้แคทส์.
- พัฒนา กิตติอาษา. (2546). *คนพันธุ์ป๊อป: ตัวตนคนไทยในวัฒนธรรมสมัยนิยม*. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- พิทักษ์ ศิริวงศ์. (2543). *การสร้างและการปรับเปลี่ยนความเป็นเพศและจินตนาการทางเพศในกลุ่มวัยรุ่นชาย ปริญญาโท กศ.ด (พัฒนศึกษาศาสตร์)* กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ . ถ่ายเอกสาร.
- เพ็ญพัทธ์ ศิริกุล. (2547). *Sexy forever*. กรุงเทพฯ: ozone.
- แพรว. (2547). *Beauty Plus*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- . (2548). *Beauty for All Seasons*. กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- พริยา เอ็ม. (2547). *สปาในบ้าน สไตล์คุณเอง*. กรุงเทพฯ: อีกหนึ่ง.
- เพ็ญจิตต์ คลาร์ก. (ม.ป.ป.). *วิธีทำให้ผิวสวย*. แปลโดย นวลพรรณ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- ภทธีรยา ณ นคร. (2547). *Feeling Good*. กรุงเทพฯ: ตะวันออก.
- ม.อึ้งอรุณ. (ม.ป.ป.). *กอดจุดหยุดความเหี่ยวเหี่ยว*. กรุงเทพฯ: ไพลินคอมพิวกราฟฟิค.
- มยุรา เสวตศิลา. (2004, เมษายน) *life fulfill. ผู้หญิงวันนี้*. 155: 151-153.
- มยุรา เสวตศิลา. (2547). *Beauty diary*. กรุงเทพฯ: ฟิวเจอร์ พับลิชชิ่ง.
- มารี ของตาล. (ม.ป.ป) *เอกสารแนะนำสินค้า*. กรุงเทพฯ: บริษัทมารี ของตาล จำกัด.
- โมนา อัศวิษณุ. (2544). *คุยกับหมอขอผิวสวย*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: เปเปอร์ มูน..
- มัลลิกา มัติโก. (2549). *การทำศัลยกรรมใบหน้าของผู้หญิงไทย: ความงามกับการจัดการทาง การแพทย์. ใน พหุลักษณะทางการแพทย์กับสุขภาพในมิติทางสังคมวัฒนธรรม โกมาตร จึง เสถียรทรัพย์. บรรณาธิการ. หน้า 263-311. กรุงเทพฯ: ฟ้าเดียวกัน.*
- มูลนิธิเพื่อนหญิง. (ม.ป.ป) *หญิงยุคใหม่ สวยใส ไร้สิ่งแปลกปลอม*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- มูลนิธิการแพทย์แผนไทยพัฒนา. (2549). *เทคนิคการนวดสปา*. กรุงเทพฯ : ศูนย์พัฒนาตำรา การแพทย์แผนไทย.
- ยิ่งยง สะเดตยาต. (2550, 2 มีนาคม). *ยิ่งยงแห่ดารา*. *ไทยรัฐ*. หน้า 35.
- วรวิทย์ ผดุงม่วงทอง. *สัมภาษณ์/เรียบเรียง*. (2545) *Great or Dead* กรุงเทพฯ: กันตนาพับลิชชิ่ง.
- วารุณี ภูริสินสิทธิ์. (2545). *สตรีนิยม : ขบวนการและแนวคิดทางสังคมแห่งศตวรรษที่ 20*. กรุงเทพฯ: คบไฟ.
- วาสนา. (2547). *30 เคล็ดลับผิวอ่อนเยาว์*. กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

- วิธาน สุวานะวุฒณ์. (2548). *สวยด้วยใจ*. กรุงเทพฯ: ศยาม.
- วิศิษฐ์ วัชรวิญญู. (2548). *สุนทรีย์สนทนา*. กรุงเทพฯ : โครงการจิตวิวัฒน์.
- วิภาวดี –นงนุช . (2540). *เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับศัลยกรรมความงาม*. กรุงเทพฯ: กายเป็นเอก.
- วันทนี วาสิกะสิน. (2543). *สังคมสงเคราะห์แนวสตรีนิยม ทฤษฎีและการปฏิบัติงาน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วัลภา เพ็ญแสงงาม. (2539). *ชะลอความแก่ด้วยธรรมชาติบำบัด*. กรุงเทพฯ: กังหัน.
- ศรีเรือน แก้วกังวาล. (2545) *จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย เล่ม 2 วัยรุ่น-วัยสูงอายุ*. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริรักษ์ ศิวารมย์. (2538). *วัฒนธรรมกับการบริโภค ใน วัฒนธรรมการบริโภค แนวคิดและการวิเคราะห์* สิริพร สมบูรณ์บุรณะ บรรณาธิการ. หน้า 7-15. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก .
- เศรษฐสุสยาม. (2540) *.ลัทธิบริโภคนิยมกับชุมชน* .กรุงเทพฯ : สมาพันธ์.
- สกล คิตติรัตน์. (2545). *Make up Easy*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง
- สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. (2549.) *สุนทรีย์สนทนา วิฤตความสัมพันธ์ระหว่างผู้ป่วยกับแพทย์*. กรุงเทพฯ: เด็อนตุลา.
- สมรักษ์ ชัยสิงกานานนท์. (2544). *รสนิยม:ภาษาในสังคมไทยยุคบริโภคนิยม*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมศรี สุกุลนันท. (2532). *คิดอย่างผู้หญิง*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เคล็ดไทย.
- สมศักดิ์ วรคามินทร์. (2550). *ผิวสวย*. กรุงเทพฯ: D For Life.
- สิทธิ ศิริ. (2549). *9 สูตรสวย*. กรุงเทพฯ : ใสใจ.
- สิริเยม รักดีดำรงฤทธิ์. (2547). *Sirium's 30 Essence*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บลิส.
- สุทธิชัย จิตะพันธ์กุล. (2542). *หลักสำคัญของเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ*. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรสิทธิ์ อัครามงคล. (2547). *เสกสรร..ปั้นสวย*. กรุงเทพฯ: ชัคเชส มีเดีย.
- ELLE (Thailand.) (2549,พฤศจิกายน) (145).
- หมวยแซบ (2550, 27 กุมภาพันธ์.) *ซุบซิบกับหมวยแซบ*. ไทยรัฐ. หน้า 35.
- อริคม โกมลวิทยากร. (2538). *ทฤษฎีว่าด้วยการศึกษาสังคมบริโภคนิยม ใน วัฒนธรรมการบริโภค: แนวคิดและการวิเคราะห์*. สิริพร สมบูรณ์บุรณะ. บรรณาธิการ หน้า16-29. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรามหาวิทยาลัยเกริก.
- อรนภา; และดวงตา. (2536.) *เสน่ห์ใบหน้าและเรือนร่าง*. กรุงเทพฯ: เอ็ม บี เอ.

- อรนุช ลีกุลเจริญ. (2549) *คุณหมอบอก ผิดดี...ดูแลได้*. กรุงเทพฯ: ไกล่หมอ.
- อรรณณ กิจเชวงกุล. (2548). *สวยจริง ยิ่งนานวันยิ่งสวย*. กรุงเทพฯ: ใสใจ.
- อริยา อินทามระ. (2538). *สตรีไทยกับคัลยกรรมเสริมความงาม*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม (วัฒนธรรมศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล. ถ่ายเอกสาร.
- อุ๋นใจ เจียมบุญระกุล. (2547). *วาทกรรมความสวย อัตลักษณ์กับวัฒนธรรมการบริโภค: กรณีศึกษา นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม (การพัฒนาสังคม). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- อังสนา ทิมดี. (2548). *Slim up*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ไซเพรส เอ็นเตอร์ไพรส์.
- เอมิ ชานาดา. (2548?). *Make Me Beautiful. คัลยกรรมความงามสวยได้ดังใจคุณ*. กรุงเทพฯ: โรงพยาบาลเวชธานี.
- เอ็ม.เจ. ซาเฟน. . (2548). *คู่มือการนวดและบริหารใบหน้าด้วยตัวเอง*. แปลโดย อุดุลย์ รัตนเกษม; และทองแถม นาถจำนง. กรุงเทพฯ: ชุนเขา.
- แอมเวย์. (ม.ป.ป.). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับผิว*. กรุงเทพฯ: แอมเวย์ (ประเทศไทย).
- เฮอร์เบิร์ต ไอ ซิลเลอร์ . (2544). *การสื่อสารและการครอบงำทางวัฒนธรรม*. แปลโดย อุบลรัตน์ ศิริยาศักดิ์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Barker, Chris. (2000). *Cultural Studies: Theory and Practice*. London : Sage.
- . (2001). *Cultural Studies and Discourse Analysis*. London : Sage.
- . (2002). *Making Sense of Cultural Studies: Central Problems and Critical Debates*. London: Sage.
- Barthes,Roland. (1993). *Mythologies*. 2 nd. ed London :Vintage.
- Baudrillard,Jean. (1998). *The Consumer Society: Myth and Structures*. London: Sage
- Bauman,Zygmunt. (2000). *Liquid Modernity*. Cambridge : Polity Press.
- Blaikie,Andrew ; et. Al. (2004 a). *The Body (Volume II. Sociology,Nature and the Body)*. London: Routledge.
- . (2004 b). *The Body (Volume Iv. Living and Dying Bodies)*. London: Routledge.
- Bocock , Robert. (2001). *Consumption*. London: Routledge.

- Brook, Barbara. (1999). *Feminist Perspectives on the Body*. London: Longman.
- Brown, Alison Leigh. (2000). *On Foucault : A Critical Introduction* Belmont: Wadsworth.
- Carniol, J. Paul. (2000). *Facial Rejuvenation*. New York : Wiley-Liss.
- Crawford, Mary; & Unger, Rhoda. (2000) .*Women and Gender : A Feminist Psychology*.
3 rd. ed. Boston: McGrawHill.
- Corrigan, Peter. (1998). *The Sociology of Consumption : An Introduction*. London: Sage.
- Connell, Robert.. (1995). *Masculinities*. Cambridge: Polity Press.
- Danaher, Geoff; Schirato, Tony; and Webb, Jen. (2000). *Understanding Foucault*. London:
Sage
- Denzin, Norman K. (2000). *Handbook of Qualitative Research*. 2 nd ed. Thousand Oaks:
Sage.
- Fairclough, Norman. (1992). *Language and Power*. London: Longman.
- . (1993). *Discourse and Social Change* .Cambridge: Polity Press.
- . (1995). *Media Discourse*. London : Arnold.
- Featherstone, Mike. (1996). The Body in Consumer Culture. In *The Body: Social Process
and Cultural Theory* edited by Featherstone, Mike; Hepworth, Mike; and Turner,
Bryan S. pp 170-195.. 5 th ed London: Sage.
- Frank, Arther W. (1996). For a Sociology of body : An Analytical Review in *The Body:
Social Process and Cultural Theory*. edited by Featherstone, Mike Hepworth, Mike;
and Turner, Bryan S. pp 36-101. 5 th ed London: Sage.
- Foucault, Michel. (1980). *Michel Foucault Power / Knowledge*. edited by Gordon, Colin
New York: Harvester Wheatsheaf.
- . (1995). *Discipline and Punish*. 3 th .ed. New York : Vintage Book.
- . (1997). *The Birth of Clinic*. 7 th. ed. London :Routledge.
- Fox, Nicholas. (1993). *Postmodernism, Sociology and Health*. Buckingham: Open
University Press.
- Gilman, Sander L. (1999). *Making the Body Beautiful*. Princeton : Princeton University
Press.
- Green, Lelia . (2002) .*Communication, technology and society*. London: Sage.
- Hall, Stuart . (1997) .*Representation*. London : Sage.

- Hancock, Philip ; et.al. (2000). *The Body, Culture and Society: An Introduction*.
Buckingham : Open University Press.
- Hetherington, Kevin. (1998). *The Epressions of Identity Space, Performance, Politics*
.London : Sage.
- Hollinger, Robert. (1994). *Postmodernism and the Social Science: A Thematic Approach*.
Thousand Oaks : Sage
- Howarth, David . (2000). *Discourse*. Buckingham : Open University Press.
- Howson, Alexandra. (2004). *The Body in Society*. Cambridge : Blackwell.
- Jagger, Elizabeth. (2000). *Consumer bodies in The Body Culture and Society: An Introduction*. edited by Hancock, Philip et.al pp 45-63. Buckingham: Open University Press.
- Jorgensen, Marianne; & Phillips, Louise. (2002). *Discourse Analysis as Theory and Method*. London: Sage.
- Jones, Colin; & Porter, Roy. (1999). *Reassing Foucault : Power, Medicine and Body* .London and New York : Routledge.
- Landes, Joan B. (1998). *Feminism, the Public and the Private*. Oxford : Oxford University Press.
- Lewis , Jeff. (2002). *Cultural Studies-The Basics*. London : Sage.
- Malpas , Simon. (2001). *Postmodern Debates*. New York : Palgrave.
- McDowell, Linda. (1999). *Gender, Identity and Place: Understanding Feminist Geographies*. Cambridge : Polity
- McNay, Louis. (1992). *Foucault and Feminism : Power, Gender and the Self*. Cambridge : Polity.
- McKinlay, Alan; & Starkey, Ken. (1998). *Foucault, Management and organization Theory: From Panopticon to Technologies of self* .London: Sage.
- Mills, Sara. (1999). *Discourse*. London: Routledge.
- Miller, Daniel. (1992). *Material Culture and Mass consumption* . 3 rd ed. Oxford: Blackwell.
- Owsley, Q. John. (1994). *Asthetic Facial Surgery*. Philadelphia: W.B. Saunders.

- O' Shaughnessy, & Stadler, Jane. (2004). *Media and Society*. 2nd ed. Singapore: Oxford University Press.
- Paul Gee, James. (1999). *Discourse Analysis : Theory and Method*. London: Routledge.
- Peled, J. Isaac; & Manders. K Ernest. (2004). *Esthetic Surgery of the Face*. London : Taylor & Francis.
- Popkewitz, Thomas S.; & Brennan, Marie. (1998). *Foucault's Challenge : Discourse knowledge and Power in Education*. New York: Teachers College, Columbia University.
- Ritzer, George. (2000). *Sociological Theory*. 5th ed New York : McGraw-Hill Higher Education.
- Shields, Rob. (1992). *Lifestyle Shopping*. London: Routledge.
- Shilling, Chris. (1996). *The Body and Social Theory*. London : Sage.
- Stehr, Nico. (1994). *Knowledge Society*. London : Sage.
- Slater, Don. (1997) *Consumer Culture and Modernity*. Cambridge : Polity Press.
- Smith, Sidonie ; & Watson, Julia. (1998). *Women, Autobiography, Theory : A Reader*. Madison : The University of Wisconsin Press.
- Turner, Bryan S. (1992). *Regulating Bodies: Essays in Medical Sociology*. London: Routledge.
- . (1996a). *Medical Power and Social Knowledge*. 2nd ed. London: Sage.
- Turner, Bryan S. (1996 b). The discourse of Diet in *The Body: Social Process and Cultural Theory* edited by Featherstone, Mike Hepworth, Mike ; and Turner, Bryan S. pp 157-169. 5th ed London: Sage.
- . (1996 c). *The Body and Society : Explorations in Social Theory*. 2nd. ed. London : Sage.
- Van Dijk, Teun A. (1998). *Ideology : A Multidisciplinary Approach*. London: Sage
- Wallby, S. (1997). *Gender Transformations*. London : Routledge.
- Willett, J. Michael. (1997) *Facial Plastic Surgery*. Stamford: Appleton & Lange.
- Willig, Caria. (2001). *Introduction Qualitative Research in Psychology Adventures in Theory and Method*. Buckingham: Open University Press.

Wodak, Ruth ;& Meyer,Michael .(2001). *Methods of Critical Discourse Analysis*. London: Sage.

Wolf, Naomi. (1992). *The Beauty Myth*. New York: Anchor Books Doubleday.

Woodward ,Kathryn. (2001) .*Identity and Difference*. London: Sage.

ภาคผนวก

ความรู้ทางวิทยาศาสตร์การแพทย์
ที่ใช้ในการจัดการความงามเพื่อสวຍช่อนอายุ

คุณลักษณะของผิวประเภทต่างๆ

ผิวธรรมดา (Normal Skin)	ผิวเรียบเนียน เกลี้ยงเกลา ไม่มีตุ่มผื่น สิว ฝ้า ไม่แห้งหรือมัน มีความยืดหยุ่นของเซลล์ผิวดี
ผิวแห้ง (Dry Skin)	รู้สึกแห้งตึง หลังล้างด้วยน้ำ ผิวเป็นขุย มีอาการคัน ไม่มีบริเวณที่มัน ผิวหมองไม่สดชื่น
ผิวมัน (Oily Skin)	รู้สึกมัน เหนอะหนะ ผิวเป็นมันวาว รูขุมขนมีขนาดใหญ่ เป็นสิวง่าย
ผิวผสม (Combination Skin)	หน้ามันวาว โดยเฉพาะบริเวณทีโซน ผิวปกติหรือแห้งเล็กน้อยบริเวณแก้ม รูขุมขนมีขนาดใหญ่บริเวณทีโซน

ที่มา: คนรักหน้า 2 ตอนครีม เขียนโดยแพทย์หญิงนันท์ภัทร สุภาพรรณชาติ. 2549 : 51

การเปลี่ยนแปลงของผิวหนังตามวัย

อายุต่ำกว่า 15 ปี	ผิวสวย เรียบเนียนและมีรูขุมขนขนาดเล็ก
15 – 25 ปี	เริ่มมีสิ่ว ผิวหนังบางส่วนเริ่มก่อริ้วรอยแห่งวัย รูขุมขนขยายตัวขึ้น
25 – 45 ปี	ผิวหนังมีริ้วรอยแห่งวัยมากขึ้น เริ่มมีริ้วรอยรอบดวงตา ความยืดหยุ่น นุ่มเนียนของผิวลดลง อาจเป็นสิ่วในบางคน
45 -55 ปี	ริ้วรอยแห่งวัยเพิ่มและซับซ้อนขึ้น สีผิวเริ่มซีดเหลืองมากขึ้น รูขุมขนขยายกว้าง ริ้วรอยมากรอบดวงตาและแก้ม
55 ปีขึ้นไป	ริ้วรอยแห่งวัยเพิ่มซับซ้อนมากขึ้นตามลำดับ สีผิวซีดลงและไม่เรียบเนียน ผิวหยาบคาย ผิวใต้ตาคล้ำลงเรื่อยๆ

ที่มา: คนรักหน้า 2 ตอนครีม เขียนโดยแพทย์หญิงนันท์ภัทร สุภาพรรณชาติ. 2549 : 52

ตารางใช้คว่าผิวของคุณแก่เร็วแค่ไหน

ริ้วรอยแห่งวัยในจุดต่างๆกัน	ตารางแสดงอายุที่ผู้หญิง มากกว่า 50 % เริ่มแสดงริ้วรอยแห่งวัย	ตารางแสดงอายุที่ผู้หญิง มากกว่า 75% เริ่มแสดงริ้วรอยแห่งวัย
รอยบวมรอบๆดวงตา	40 ปี	50 ปี
รอยย่นบริเวณหน้าผาก	42 ปี	52 ปี
รอยย่นของผิวรอบดวงตา	44 ปี	53 ปี
รอยย่นของผิวใต้ดวงตา	46 ปี	53 ปี
รอยบวมใต้ดวงตา	47 ปี	54 ปี
เท้าเริ่มงอแง	49 ปี	56 ปี
กระและจุดต่างดำนบนผิวหนัง	52 ปี	59 ปี
ริ้วรอยบนริมฝีปาก	52 ปี	59 ปี
รอยย่นรอบริมฝีปาก	55 ปี	59 ปี
รอยย่นที่ลำคอ	57 ปี	60 ปี
รอยย่นบนใบหน้า	58 ปี	61 ปี

ที่มา: คนรักหน้า 2 ตอนครึ่ง เขียนโดยแพทย์หญิงนันท์ภัทร สุภาพรรณชาติ 2549 : 53.

ประวัติย่อผู้วิจัย

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ ชื่อสกุล	นางสาวสิริระยา สัมมาวาจ
วัน เดือน ปีเกิด	11 กันยายน 2500
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	กรุงเทพมหานคร
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	รองศาสตราจารย์ ระดับ 9 หัวหน้างานการพยาบาลศัลยศาสตร์ ออร์โธปิดิกส์ ฯ ภาควิชาพยาบาลศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2519	โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
พ.ศ. 2523	วิทยาศาสตร์บัณฑิต (พยาบาล) คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2529	ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) (บริหารรัฐกิจ) คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2532	วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (พยาบาล) คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามาธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล
พ.ศ. 2534	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต (บริหารรัฐกิจ) คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
พ.ศ. 2550	การศึกษาดุษฎีบัณฑิต (พัฒนศึกษาศาสตร์) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ