

## บทที่ 5

### สรุปอภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวาทกรรมสุขภาพของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ เพื่อวิเคราะห์การกำหนดเนื้อหาวาทกรรมสุขภาพของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อวิเคราะห์การใช้เทคนิคทางภาษาของวาทกรรมสุขภาพของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่ การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการศึกษาค้นคว้าด้วยการวิเคราะห์ข้อความ (Textual Analysis) จากข้อมูลโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธุรกิจสปาในจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 4 แห่ง โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์การกำหนดเนื้อหาของวาทกรรม โดยใช้วิธีการศึกษาวาทกรรมแบบสืบหาที่มา (Archaeology) เพื่อวิเคราะห์การใช้กรอบความรู้ (Episteme) ที่สร้างเหตุผลให้เนื้อหาวาทกรรม ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์การใช้เทคนิคทางภาษา ด้วยวิธีการศึกษาวาทกรรมแบบภาษาศาสตร์เชิงวิพากษ์ (Critical Linguistics) เพื่อศึกษาเทคนิคทางภาษาที่นำมาใช้สนับสนุนวาทกรรม สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 การวิเคราะห์การกำหนดเนื้อหาของวาทกรรม จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจสปาได้กำหนดตรรกะของเนื้อหาโดยอาศัยเหตุผลของกรอบความรู้ 3 ประการ ดังนี้

1. การผสมผสานความรู้จากกระบวนการทัศน์สุขภาพกระแสหลักและกระแสทางเลือก เพื่อให้เนื้อหาในวาทกรรมของธุรกิจสปา มีเหตุผลทางด้านสุขภาพ ในลักษณะต่อไปนี้เป็นคือ การใช้วิถีคิดของสุขภาพในกระบวนการทัศน์สุขภาพกระแสทางเลือกมาใช้เพื่อกำหนดขอบเขตของการดูแลสุขภาพให้มีความสุขดีครบทุกมิติ ทั้งกาย ใจ สังคมและสิ่งแวดล้อม แต่เมื่อพิจารณาถึงวิธีการที่ใช้ดูแลสุขภาพจะพบว่ามีการใช้ศาสตร์สุขภาพที่ได้ผสมผสานกระบวนการทัศน์กระแสหลักและกระแสทางเลือกเข้าด้วยกัน กล่าวคือ มีการใช้ทั้งแพทย์สมัยใหม่หรือแพทย์แผนตะวันตกร่วมกับแพทย์แพทย์โบราณตามแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น แพทย์แผนตะวันออก และแพทย์องค์รวม วิธีการดูแลสุขภาพของสปาจึงใช้เทคโนโลยีอุปกรณ์สมัยใหม่ร่วมกับวิถีวัฒนธรรมชาติ อย่างไรก็ตามการใช้บุคลากรจะเป็นไปตามแนวคิดของกระบวนการทัศน์สุขภาพกระแสหลักเท่านั้นคือ จะต้องเป็นผู้ที่ได้รับการอบรมมีความเชี่ยวชาญตามที่กฎหมายรับรองเท่านั้น ส่วนสถานที่สำหรับดูแลสุขภาพของสปานั้นก็ต้องได้รับการรับรองตามมาตรฐานของกฎหมายแต่จะต้องสงบร่มรื่นเหมาะกับการดูแลสุขภาพองค์รวมได้ การใช้ความรู้จาก

กระบวนการที่สนับสุนนภาพทั้งสองกระแสนี้ทำให้ธุรกิจสปาสื่อความกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการ ได้มากขึ้น เนื่องจากการมีวิถีคิดในการดูแลสุขภาพที่รอบด้านและยังการมีวิธีการบริหารจัดการที่น่าเชื่อถืออีกด้วย

2. การใช้กรอบคิดของระบบสุขภาพแบบทุนนิยม เพื่อให้ธุรกิจสปาไม่เกิดผลสำหรับการให้บริการสปาในลักษณะต่อไปนี้คือ การอ้างถึงความเครียดซึ่งเป็นปัญหาหลักของทุกภาวะในระบบทุนนิยมมาเป็นตัวกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้รับบริการที่ต้องการมีสุขภาพดีด้วยการพักผ่อน ผ่อนคลายจากความเครียด และได้หลบหนีออกจากความวุ่นวาย นอกจากนี้ในระบบสุขภาพแบบทุนนิยมนี้ สุขภาพก็เป็นสินค้าที่ต้องซื้อหาจึงทำให้การดูแลสุขภาพของธุรกิจสปาเป็นการคิดราคาค่าบริการเชิงพาณิชย์ในงานสุขภาพได้

3. การใช้กรอบคิดของวิถีการบริโภคในสังคมบริโภคนิยม เพื่อให้เนื้อหาของวาทกรรมมีความเป็นเหตุเป็นผลในลักษณะต่อไปนี้คือ การใช้การจัดการร่างกายของชนชั้นนำที่ต้องการมีความงาม ดูอ่อนเยาว์ และมีบุคลิกภาพดี มาเป็นเหตุสำหรับการใช้การเสริมความงามควบคู่ไปกับเรื่องสุขภาพ ไม่เพียงเท่านั้นยังได้อ้างถึงการมีสังคมดีและสิ่งแวดล้อมดี ในลักษณะของการได้รับเกียรติ เป็นที่ยอมรับนับถือ ได้ครอบครองและบริโภคสิ่งที่ดีมีสุนทรียะ ได้รับการปรนนิบัติดูแลให้อยู่ดีมีสุข สะดวกสบาย รวมไปถึงได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดีมีสุนทรียะ ดังนั้นจึงต้องมีการบริการและสถานที่วัสดุอุปกรณ์ ที่ประณีต พิถีพิถัน ซึ่งสามารถสร้างความสุขผ่อนคลาย และสะท้อนถึงการมีรสนิยมที่ดีได้ ส่วนทางด้านกรบริโภควัฒนธรรมก็ทำให้ธุรกิจสปาต้องเตรียมประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่หลากหลายไว้โดยการใช้ความรู้ด้านสุขภาพควบคู่ไปกับปรัชญาศาสนา รวมไปถึงการมีรูปแบบการบริการ สถานที่ วัสดุอุปกรณ์ ที่ให้ความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่ทำให้ความเป็นสากลเข้ากับท้องถิ่น ความเป็นสมัยใหม่เข้ากับการย้อนยุค และความเป็นธรรมชาติเข้ากับความเป็นเมือง ซึ่งท้ายที่สุดแล้วสิ่งต่างๆเหล่านี้ก็นำไปสู่การคิดค่าบริการในราคาสูงเพื่อแสดงถึงฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีของชนชั้นนำที่เป็นกลุ่มผู้รับบริการได้

สรุป การใช้กรอบความรู้ทั้ง 3 ประการนี้ทำให้ธุรกิจสปาสามารถกำหนดเนื้อหาวาทกรรมให้ดูมีเหตุผลที่ทำให้เชื่อว่า ผู้รับบริการจะได้รับประโยชน์จากการบริการที่ทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง มีความสมดุล มีจิตใจและอารมณ์ที่สงบผ่อนคลาย มีความงาม มีบุคลิกภาพดี มีเกียรติในสังคม และได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่สวยงาม อันเป็นผลเนื่องมาจากการบริการทางด้านสุขภาพของธุรกิจสปาที่เน้นการคลายความเครียด ได้แก่ การพักผ่อน การใช้ธรรมชาติบำบัด วารีบำบัด สุนทรบำบัด โภชนบำบัด ศีโรธระ การนวดแผนต่างๆ การฝึกร่างกาย การออกกำลังกาย การฝึกจิตปฏิบัติธรรมและศาสนกิจ การฟ้อนเจิง อีกทั้งยังมีการเสริมความงาม และการตรวจวินิจฉัยบำบัดรักษาโรคระบบต่างๆของร่างกายด้วยเครื่องมือสมัยใหม่ โดยใช้บุคลากรที่มีความชำนาญ และใช้สถานที่ที่ได้มาตรฐานตามกฎหมาย ด้วยการปรนนิบัติดูแลที่สร้างสุนทรียะอย่างประณีตพิถีพิถัน ในบรรยากาศที่ผสมผสาน

วัฒนธรรมแบบสมัยใหม่และแบบย้อนยุค แบบที่เป็นท้องถิ่นและเป็นสากล และแบบที่เป็นเมืองและเป็นธรรมชาติเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งทั้งหมดนี้ทำให้ค่าบริการของธุรกิจสปามีราคาสูง เพราะสามารถตอบสนองรสนิยม การจัดการร่างกายให้งดงาม การบริโภควัฒนธรรมและการเป็นพวกรสนิยมของชนชั้นนำที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดีได้

**5.1.2 การวิเคราะห์การใช้เทคนิคทางภาษาของวาทกรรม** จากการศึกษาพบว่าธุรกิจสปาได้ใช้เทคนิคทางวัจนภาษาและอวัจนภาษาเพื่อสนับสนุนวาทกรรมดังนี้

1) การใช้เทคนิคทางวัจนภาษา มี 5 ประการ ดังนี้

1.1 ภาษาที่เลือกใช้ คือ ภาษาอังกฤษเพื่อแสดงถึงความเป็นสากลของธุรกิจสปาและเพื่อสื่อความถึงกลุ่มลูกค้าที่เป็นชนชั้นนำที่ใช้ภาษาอังกฤษทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อย่างไรก็ตามได้มีการคงชื่อเฉพาะไว้ในภาษาไทยเดิมเพื่อสะท้อนถึงความเป็นท้องถิ่นและการมีเอกลักษณ์ตามแบบดั้งเดิมเอาไว้

1.2 ระดับของคำศัพท์ มีดังนี้คือ การใช้ศัพท์วิชาการและศัพท์เฉพาะเพื่อแสดงถึงการมีความรู้และการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยน่าเชื่อถือ นอกจากนั้นยังใช้ศัพท์สูงเพื่อแสดงฐานะอันสูงส่งของธุรกิจสปาและผู้รับบริการสปา ส่วนการใช้ศัพท์ง่ายก็เพื่อแสดงถึงการบริการของธุรกิจสปาที่มีความเรียบง่ายปลอดภัยเป็นธรรมชาติ

1.3 การใช้วิธีการตั้งชื่อ มีดังนี้คือ การตั้งชื่อให้กับธุรกิจสปาและชื่อชุดของการบริการสปาเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้กับธุรกิจสปา นอกจากนั้นยังเป็นการทำให้การบริการนั้นดูเหมือนมีลักษณะเฉพาะและมีความสำคัญ

1.4 การใช้ข้อความในรูปแบบตาราง ดังปรากฏในเมนูสปาทำให้เห็นถึงการบริการที่มีระบบแน่ชัด

1.5 การใช้ลีลาโวหาร เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้เห็นคล้อยและสร้างการรับรู้เชิงสุนทรีย์ะ มีหลายประการดังนี้คือ การอ้างอิงความรู้สึกสุขภาพ ปรัชญาศาสนา บุคคล ความนิยม มาตรฐาน และรางวัลที่ได้รับ การอธิบายด้วยข้อเท็จจริง การรับรองผล การบรรยายให้เห็นภาพเร้าอารมณ์ให้คล้อยตาม การขึ้นต้นด้วยสิ่งที่ไม่อาจโต้แย้งได้ การเปรียบเทียบอุปมาอุปมัยกับสิ่งที่สูงกว่า การเร่งความหมายด้วยคำขยาย การทำชวนด้วยการหักมุมคิดหรือแบบประชดประชัน

2) การใช้เทคนิคทางอวัจนภาษามี 5 ประการ ดังนี้

2.1 การออกแบบตราสัญลักษณ์ เพื่อสื่อถึงความมีเอกลักษณ์เฉพาะของธุรกิจสปา และเพื่อย้ำเน้นถึงหลักสำคัญที่ธุรกิจสปาใช้เพื่อการบริการด้านสุขภาพ คือ การใช้น้ำและการใช้คุณภาพบำบัด

2.2 การใช้ภาพเครื่องหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อแสดงถึงการรับรองมาตรฐานหรือแสดงถึงรางวัลที่ได้รับ จึงทำให้มีความน่าเชื่อถือ ส่วนการใช้เครื่องหมายบัตรเครดิตก็แสดงถึงการคิดค่าบริการที่มีราคาสูงและแสดงถึงการมีฐานะทางเศรษฐกิจดีของผู้รับบริการสปา

2.3 การใช้ตัวแสดงแบบ เพื่อแสดงถึงความน่าเชื่อถือและทำให้เกิดการรับรู้ในเชิงสุนทรียะ ในประเด็นต่อไปนี้เป็นคือ ด้านอาคารสถานที่และสภาพแวดล้อมที่สงบสวยงาม สะอาด ร่มรื่น มีสุนทรียะ เหมาะกับการพักผ่อนและดูแลสุขภาพสภาพ ภาพวัสดุอุปกรณ์ที่สวยงาม ประณีตพิถีพิถัน ซึ่งมีทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่และวัสดุธรรมชาติภาพการบริการของสปาที่มีการดูแลสุขภาพด้วยการตรวจรักษาร่างกาย การนวด การทำสปาพรีตเมนต์ การเสริมความงาม ด้วยวัสดุธรรมชาติและเครื่องมือสมัยใหม่ ภาพบุคลากรที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทั้งชาวไทยและชาวตะวันตกและตะวันออกที่เป็นต่างชาติ และภาพผู้รับบริการที่เป็นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีความงาม มีสุขภาพดี มีความสุข

2.4 การใช้มุมมองภาพ เพื่อทำให้เกิดการรับรู้ต่อไปนี้เป็นคือ ความสูงส่งด้วยภาพมุมต่ำและภาพมุมสูง ความยิ่งใหญ่ด้วยภาพความน่าเชื่อถือตรงกับการรับรู้ในระดับสายตาด้วยภาพระยะกลาง ความเชื่อมั่นราวกับได้ตรวจสอบอย่างแน่ชัดละเอียดถี่ถ้วนด้วยภาพระยะใกล้

2.5 การใช้สี เพื่อทำให้เกิดการรับรู้ในเชิงสุนทรียะและสร้างความรู้สึกลงไปนี้เป็นคือ ความเป็นธรรมชาติปลอดภัยด้วยการใช้ สีโทนเย็น และสีเอิร์ธ โทน การมีสุขภาพดีมีพลังด้วยการใช้ สีโทนร้อนและสีสดใส ความสงบผ่อนคลายด้วยการใช้สีโทนเดี่ยวนและสีโทนเย็น ความน่าเชื่อถือด้วยสีน้ำเงินและสีดำ ความสะอาดมีอนามัยด้วยสีขาว และความสูงส่งมีคุณค่าด้วยสีทอง

สรุปการใช้เทคนิคทางภาษาเพื่อสนับสนุนวาทกรรมมี 2 ประการ ดังนี้ ประการแรก เทคนิคทางวจนะภาษา ได้แก่ การใช้ภาษาอังกฤษแสดงความเป็นสากล ใช้ชื่อเฉพาะในภาษาเดิมเพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ ใช้ศัพท์วิชาการสะท้อนถึงการใช้ความรู้ขั้นสูง ใช้ศัพท์สูงเพื่อยกย่องให้มีฐานะสูงส่ง ใช้ศัพท์ง่ายแสดงความเป็นธรรมชาติปลอดภัย ใช้วิธีตั้งชื่อเพื่อบอกว่ามีเอกลักษณ์และความสำคัญ นอกจากนั้นยังใช้ลีลาโวหารจงใจให้เกิดการรับรู้ในเชิงสุนทรียะและสร้างมีความน่าเชื่อถือ ประการที่สอง เทคนิคทางอวจนะภาษา ได้แก่การใช้ภาพที่มีตัวแสดงแบบเป็นชาวไทยและต่างชาติที่งดงามดูมีความสุขดี สงบผ่อนคลาย ใช้มุมมองภาพที่ให้ความรู้สึกถึงความยิ่งใหญ่ น่าเชื่อถือ ใช้สีที่ให้ความรู้สึกละเอียดสบาย และใช้ตราสัญลักษณ์เพื่อแสดงเอกลักษณ์ การมีมาตรฐานน่าเชื่อถือ และการคิดค่าบริการราคาสูง ดังนั้นเทคนิคทางภาษานี้จึงสนับสนุนตรรกะของวาทกรรมที่ประกอบสร้างชุดความคิดที่ทำให้เข้าใจว่าธุรกิจสปาเป็นความเป็นสากล ทันสมัย น่าเชื่อถือ มีเอกลักษณ์ เป็นธรรมชาติปลอดภัย มีสุนทรียะ และมีฐานะสูงส่ง

## 5.2 อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษา ได้อาศัยผลการศึกษาคือการใช้กรอบความรู้เพื่อสร้างเหตุผลให้กับเนื้อหาของวาทกรรม และการใช้เทคนิคทางภาษาเพื่อสนับสนุนวาทกรรมมาวิเคราะห์เชื่อมโยงเข้ากับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดวาทกรรม แนวคิดภาษาศาสตร์เชิงวิพากษ์ ความรู้เรื่องสປา แนวคิดกระบวนการทัศน์สุขภาพ และแนวคิดบริบทของธุรกิจสປาด้านทุนนิยมและการบริโภคนิยม เพื่ออภิปรายให้เห็นการประกอบสร้างความหมายทางสุขภาพของธุรกิจสປา

การประกอบสร้างความหมายทางสุขภาพของธุรกิจสປาได้ใช้ปฏิบัติการทางวาทกรรม 2 ส่วนคือ การกำหนดเนื้อหาโดยอาศัยกรอบความรู้มาสร้างเหตุผลให้วาทกรรมและการใช้เทคนิคทางภาษาเพื่อสนับสนุนวาทกรรมได้อย่างสอดคล้องกัน ซึ่งก็เป็นไปตามแนวคิดที่ว่า วาทกรรมเป็นปฏิบัติการด้านการสื่อความของสังคม โดยมีเครือข่ายของค่านิยม การรับรู้ และความเชื่อในเรื่องต่างๆ มาเป็นกฎเกณฑ์แล้วแสดงออกผ่านทางภาษา<sup>42</sup> ซึ่งสามารถอภิปรายได้ตามลำดับ ดังนี้

**5.2.1 การใช้กรอบความรู้ (Episteme) เพื่อสร้างเหตุผลให้วาทกรรม** จากผลการศึกษาจะเห็นว่าวาทกรรมสุขภาพของธุรกิจสປาได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอิทธิพลหรือมีอำนาจต่อความคิดความเชื่อของผู้คนในสังคมอยู่แล้วใน 3 ประการ ได้แก่ ความรู้จากกระบวนการทัศน์สุขภาพกระแสหลักและกระแสทางเลือก ระบบสุขภาพแบบทุนนิยม และรูปแบบการบริโภคในสังคมบริโภคนิยม เพื่อใช้เป็นรากฐานสำหรับการประกอบสร้างความหมายสุขภาพที่มีเหตุผลขึ้นมา เนื่องจาก กรอบความรู้ของวาทกรรมนี้ได้ทำหน้าที่กำกับเครือข่ายของความรู้ ความเชื่อ วิธีคิด วิธีเข้าใจสิ่งต่างๆ ในยุคสมัยหนึ่ง และเป็นเป้าหมายของคำพูด ข้อเขียน หรือวาทกรรม หรืออาจเป็นแหล่งอ้างอิงของผู้คนที่ใช้หยิบยื่นความหมายและคุณค่าแก่สิ่งต่างๆ<sup>43</sup> การอ้างอิงสิ่งที่เป็นความรู้หรือกรอบทางความคิดที่อยู่ในการรับรู้ของผู้คนในสังคมจึงทำให้ตรรกะด้านสุขภาพในวาทกรรมของธุรกิจสປามีเหตุผลหรือจะกล่าวได้ว่าธุรกิจสປาได้ปรับเปลี่ยนกรอบความรู้เพื่อสร้างวิถีแห่งความคิดหรือการใช้ตรรกะ<sup>44</sup> ของเรื่องสุขภาพขึ้นมาใหม่ ดังนี้

1. การใช้กรอบความรู้ด้านกระบวนการทัศน์สุขภาพ ด้วยการผสมผสานข้อเด่นของสุขภาพกระบวนการทัศน์กระแสหลักและกระแสทางเลือกเข้าด้วยกัน ทำให้เนื้อหาทางด้านสุขภาพมีฐานเหตุผลรองรับจากทั้งสองกระบวนการทัศน์ กล่าวคือใช้แนวคิดเรื่องการดูแลสุขภาพแบบกระบวนการทัศน์สุขภาพกระแสทางเลือก เพื่อทำให้การดูแลสุขภาพมีหลายมิติทั้งกาย ใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ทำให้เข้าถึง

<sup>42</sup> ธงชัย วินิจจะกุล, *วิธีการศึกษาประวัติศาสตร์แบบวงศาวิทยา*, (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), หน้า 23.

<sup>43</sup> มิเชล ฟูโกต์ อ้างในกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, *สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อการศึกษา*, (กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์, 2551), หน้า 498.

<sup>44</sup> มิเชล ฟูโกต์, *อ้างแล้ว*, หน้า 496.

กลุ่มคนได้มากกว่า<sup>45</sup> ส่วนการใช้วิธีการกลับเป็นแบบกระบวนทัศน์สุขภาพกระแสหลักที่มีความน่าเชื่อถือและพิสูจน์ได้ตามหลักวิทยาศาสตร์<sup>46</sup> การใช้กรอบความรู้ที่ผสมผสานกระบวนทัศน์สุขภาพกระแสหลักและกระแสทางเลือกเข้าด้วยกันจึงทำให้ธุรกิจสปาสามารถสร้างเหตุผลให้กับงานสุขภาพว่ามีทั้งความน่าเชื่อถือและการดูแลสุขภาพที่รอบด้าน

2. การใช้กรอบคิดจากเหตุผลจากระบบสุขภาพแบบทุนนิยม โดยอ้างเหตุผลที่ระบบทุนนิยมทำให้เกิดปัญหาความเครียดและสุขภาพเสื่อมทรุดจึงต้องซื้อบริการทางสุขภาพเพื่อแก้ไขปัญหาทุกขภาวะนี้ ซึ่งก็เป็นไปตามแนวคิดของมาร์กซ์สำนักเศรษฐศาสตร์การเมืองที่ว่า โครงสร้างทางเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่ผู้ทำงานในองค์กรจะเป็นเพียงส่วนหนึ่งของระบบเครื่องจักร สิ่งเหล่านี้ทำให้ผู้คนรู้สึกแปลกแยก เคร่งเครียด ห่างไกลจากสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติ จนท้ายที่สุดก็ก่อให้เกิดผลเสียต่อสุขภาพ จากนั้นกลไกทางการตลาดก็ทำให้มีการลงทุนที่สร้างธุรกิจสุขภาพขึ้นมาตอบสนองความต้องการนี้<sup>47</sup> สุขภาพในระบบทุนนิยม จึงมีสภาพเป็นสินค้าที่ต้องซื้อหาที่ทำให้ธุรกิจสปาใช้เป็นเหตุผลข้ออ้างเพื่อค้ำกำไรจากบริการด้านสุขภาพได้

3. การใช้กรอบคิดจากวิถีของการบริโภคในสังคมบริโภคนิยม โดยการใช้แง่คิดค่านิยมที่มีอยู่ในสังคมบริโภคนิยมมาเป็นเหตุผลสำหรับการบริโภคสุขภาพเชิงสัญลักษณ์ของธุรกิจสปา ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอว่าด้วยการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ที่ต้องการแสดงออกทางชนชั้น โดยเฉพาะการเป็นชนชั้นนำที่รับรู้ได้จากการบริโภคสิ่งต่างๆ การแสดงฐานะทางชนชั้นผ่านการบริโภคนี้จะชัดเจนยิ่งขึ้นเมื่อสามารถแสดงถึงการมีรสนิยม การจัดการกับร่างกายให้มีความงามไปจนถึงการมีบุคลิกภาพดี การได้บริโภควัฒนธรรม ตลอดจนการได้รับการปรนนิบัติดูแลอย่างดีในแบบที่พวกเขาสุขนิยมพึงพอใจ<sup>48</sup> กรอบคิดทางด้านวิถีของการบริโภคนิยมนี้จึงทำให้ธุรกิจสปาออกแบบงานบริการที่ต้องมีสุนทรีย์ะปรนนิบัติดูแลอย่างดี การผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ากับสากล วัฒนธรรมเมืองเข้ากับความเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรมเก่าย้อนยุคเข้ากับความเป็นสมัยใหม่ เพื่อให้ผู้รับบริการที่เป็นชนชั้นนำได้รับทั้งสุขภาพดี ความงาม และมีความสุขพึงพอใจซึ่งทำให้มีเหตุผลที่จะคิดค่าบริการในราคาแพง

**5.2.2 การใช้เทคนิคทางภาษาเพื่อสนับสนุนวาทกรรม** ตามแนวคิดของภาษาศาสตร์เชิงวิพากษ์ที่กล่าวว่า ภาษาจะทำหน้าที่สะท้อน ผลิต และผลิตซ้ำ ความคิด ความเชื่อ ความรู้ในสังคมซึ่งใช้

<sup>45</sup> โกมาตร เติญทรทรัพย์, *มิติสุขภาพ : กระบวนทัศน์ใหม่เพื่อสร้างสังคมแห่งสุขภาพ*, (นนทบุรี: สำนักวิจัยสังคมและสุขภาพ, 2547), หน้า 4.

<sup>46</sup> กาญจนา แก้วเทพ, *สื่อพื้นบ้านขนานรับงานสุขภาพ*, (กรุงเทพฯ: โครงการสื่อพื้นบ้านสื่อสารสุข, 2549), หน้า 80-81.

<sup>47</sup> เทพินทร์ พัทธานุกรณ์, *สังคมวิทยาการแพทย์*, (กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2548), หน้า 56.

<sup>48</sup> ปีแอร์ บูร์ดิเยอ อ้างในกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, *สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา*, (กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์), หน้า 550-581.

ภาษานั้นอยู่ ดังนั้นภาษาจึงช่วยกำหนดควบคุมการรับรู้ของสังคมได้ด้วยการใช้ลีลาโวหารการใช้คำ การใช้ภาพและสีเพื่อผลิตความหมายออกมา<sup>49</sup> ธุรกิจสปาจึงใช้เทคนิคทางภาษาเพื่อสนับสนุนตรรกะของวาทกรรมโดยที่ทำให้เข้าใจว่าธุรกิจสปาที่มีความเป็นสากล ทันสมัย น่าเชื่อถือ มีเอกลักษณ์ เป็นธรรมชาติ ปลอดภัย มีสุนทรียะ และมีฐานะสูงส่ง ด้วยการใช้นิเทศทางวิจนะภาษาและอวัจนภาษาที่ทำให้เกิดการรับรู้ในแบบที่สอดคล้องกับเนื้อหาตามกรอบความรู้ของวาทกรรมได้เป็นอย่างดี จึงเป็นการออกแบบสื่อที่สนับสนุนวาทกรรมได้ ตามที่นอร์แมน แฟร์เคลาฟ ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อว่ามีอิทธิพลอย่างมากต่อการรับรู้และความเป็นไปในสังคม การใช้ภาษาของสื่อสามารถครอบงำมีอิทธิพลกำหนดมุมมอง ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ความสัมพันธ์และอัตลักษณ์ทางสังคมอย่างมาก<sup>50</sup> ด้วยเหตุนี้ การใช้เทคนิคทางภาษาจึงทำให้เกิดการรับรู้เนื้อหาวาทกรรมตามที่ธุรกิจสปาดต้องการได้ ดังนี้

1. การใช้เทคนิคทางภาษาเพื่อสนับสนุนเนื้อหาด้านการใช้ความรู้สุขภาพของธุรกิจสปา ได้แก่ การใช้ภาษาที่สะท้อนถึงการการใช้ความรู้สุขภาพแบบกระแสหลักดังนี้ การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อให้เห็นถึงความเป็นสากล การใช้ศัพท์วิชาการหรือศัพท์เทคนิคเฉพาะ การอธิบายข้อเท็จจริงตามหลักวิทยาศาสตร์ การอ้างอิงบุคลากรและงานวิจัย การให้คำรับรองผล การใช้ข้อความในรูปแบบตารางให้เห็นความเป็นระบบ การใช้ภาพเครื่องมือสมัยใหม่ ภาพอาคารสถานที่สะอาดได้มาตรฐาน ภาพบุคลากรเป็นผู้เชี่ยวชาญ การใช้เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน ส่วนการใช้ภาษาเพื่อสะท้อนถึงการใช้ความรู้สุขภาพแบบกระแสทางเลือก ก็จะปรากฏออกมาในรูปแบบของการใช้ภาษาเดิมในชื่อเฉพาะเพื่อคงความเป็นท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาดั้งเดิมเอาไว้ การใช้ศัพท์ง่าย การใช้ภาพวัสดุอุปกรณ์ที่มาจากธรรมชาติ ภาพการบริการที่เป็นแบบธรรมชาติบำบัด การนวด การออกกำลังกาย การฝึกจิตปฏิบัติธรรม ในอาคารสถานที่สวยงามมีสภาพแวดล้อมดีสำหรับการดูแลสุขภาพทั้ง กาย ใจ สังคม และ สิ่งแวดล้อม

2. การใช้เทคนิคทางภาษาเพื่อสนับสนุนเหตุผลด้านการเป็นธุรกิจบริการสุขภาพในระบบทุนนิยม ได้แก่ การทำให้ธุรกิจสปาแต่ละแห่งมีจุดขายเฉพาะด้วยการตั้งชื่อธุรกิจและเมนูสปา การใช้คำขวัญ การใช้ตราสัญลักษณ์ การใช้ภาพอาคารสถานที่ที่แสดงถึงความยิ่งใหญ่ของธุรกิจ การใช้ภาพผู้รับบริการบริการที่มีความผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ การใช้ภาพเครื่องหมายบัตรเครดิตให้รู้ว่าต้องจ่ายค่าบริการในราคาแพงสำหรับการรับบริการสุขภาพ

3. การใช้เทคนิคทางภาษาเพื่อสนับสนุนวิถีการบริโภคในสังคมบริโภคนิยม ได้แก่ การสื่อความที่กระตุ้นการรับรู้เชิงสุนทรียะรูปแบบต่างๆ ด้วยการใช้นิเทศโวหารที่ทำให้เห็นภาพเร้าอารมณ์ให้คล้อยตาม การเปรียบเทียบอุปมาอุปไมยกับสิ่งที่สูงกว่าและการใช้ศัพท์สูงเพื่อสนับสนุนความเป็นชนชั้นนำ การใช้ภาพวัสดุอุปกรณ์ และอาคารสถานที่ที่ประณีตสวยงาม ตกแต่งอย่างมีวัฒนธรรม การ

<sup>49</sup> สรณี วงศ์เบ็ญจจี้, *มองสังคมผ่านวาทกรรม*, (กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549), หน้า 189-190.

<sup>50</sup> รัชนิษฐ์ พงศ์อุคม, *มองสังคมผ่านวาทกรรม*, (กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549), หน้า 226.

ใช้ภาพการบริการที่แสดงถึงการปรนนิบัติดูแลอย่างดีที่ทำให้ผ่อนคลายเป็นสุขและมีความงาม การใช้ภาพบัตรเครดิตที่ทำให้เห็นฐานะทางเศรษฐกิจของชนชั้นนำ

สรุป การใช้กรอบความรู้เพื่อสร้างเหตุผลให้กับวาทกรรมและการใช้เทคนิคทางภาษาเพื่อสนับสนุนวาทกรรม ทำให้ธุรกิจสปาได้ประกอบสร้างความหมายทางสุขภาพที่มาจากข้อเด่นของกระบวนการที่สนับสุขภาพทั้งกระแสหลักและกระแสทางเลือกมาประกบคู่กัน (Juxtaposition) แล้วผนวกเหตุผลทางด้านระบบสุขภาพแบบทุนนิยมเข้าไป พร้อมกับใช้แง่คิดค่านิยมที่อยู่ในสังคมบริโภคนิยมมากระตุ้นซ้ำให้มีรูปแบบของสุขภาพที่สนองตอบความเป็นชนชั้นนำซึ่งต้องมีรสนิยม ความงาม วัฒนธรรม และความเป็นพวกสุขนิยมเข้าไปด้วย กลายเป็นความหมายทางสุขภาพชุดใหม่ที่เปลี่ยนไปจากที่แพทย์ในกระบวนการที่สนับสุขภาพกระแสหลักระบุไว้ และก็ต่างจากความหมายแบบที่กระบวนการที่สนับสุขภาพกระแสทางเลือกเสนอไว้ด้วย แต่เป็นความหมายสุขภาพที่กำหนดโดยธุรกิจสปา ดังนี้

1. การนิยามความหมาย “สุขภาพดี” หมายถึง สุขภาพดีตามแบบผสมผสานแนวคิดของสุขภาพกระแสทางเลือกเข้ากับสุขภาพดีเชิงสัญญาะของสังคมบริโภคนิยม กล่าวคือ ต้องมีสุขภาพกายและจิตดี มีความงามและมีเกียรติในสังคมด้วย
2. วิธีดูแลสุขภาพที่ถูกต้อง คือ วิธีที่ผสมผสานวิธีการดูแลสุขภาพที่แบบสุขภาพกระแสหลักและกระแสทางเลือกเข้าด้วยกัน เน้นวิธีการดูแลสุขภาพร่างกายให้แข็งแรงเสมอตามหลักของธรรมชาติบำบัดและแพทย์องค์รวมแต่ใช้อาคารสถานที่สะอาดได้มาตรฐาน อุปกรณ์เครื่องมือและบุคลากรที่มีความชำนาญ และยังคงเป็นวิธีดูแลสุขภาพที่ตอบสนองการบริโภคนิยมเชิงสัญญาะของสังคมบริโภคนิยมทำให้ต้องมีมิติของการปรนนิบัติชนชั้นนำอย่างมีรสนิยม พร้อมกับการเสริมความงามที่ทำให้มีความสุขสบาย ดังนั้นวิธีการดูแลสุขภาพจึงเป็นแบบทุนนิยมที่มีราคาแพง
3. สถานที่สำหรับการดูแลสุขภาพ หมายถึง สถานที่ตามแบบสุขภาพกระแสหลักที่มีมาตรฐานกฎหมายรับรอง ขณะเดียวกันก็เหมาะสมสำหรับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมตามแนวคิดของสุขภาพกระแสทางเลือกที่ให้ใกล้ชิดหรือมีวัฒนธรรมชาติ และต้องเป็นสถานที่อันมีสุนทรีย์ะมีรสนิยมดี มีบรรยากาศที่เต็มไปด้วยวัฒนธรรม
4. กลุ่มผู้รับบริการด้านสุขภาพ หมายถึง ผู้ที่เป็นชนชั้นนำ มีฐานะทางเศรษฐกิจดี ผู้ที่ต้องการมีสุขภาพดีตามแบบสุขภาพแบบกระแสทางเลือกแต่เชื่อมั่นในการจัดการสุขภาพแบบกระแสหลัก ผู้ที่ต้องการบริโภคนิยมสุขภาพเชิงสัญญาะเพื่อแสดงออกทางด้านชนชั้น การมีรสนิยม การมีความงาม มีวัฒนธรรม และเป็นพวกสุขนิยม

จากการอภิปรายผลการศึกษานี้จะเห็นว่า การประกอบสร้างความหมายทางสุขภาพขึ้นมาใหม่นั้นก็เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับธุรกิจสปา ด้วยการใช้กรอบความรู้ที่มีอยู่แล้วในสังคมมาสร้างเป็นเหตุผลให้กับวาทกรรม จากนั้นก็ใช้ภาษาเพื่อสร้างการรับรู้ที่สนับสนุนวาทกรรม การครอบงำทาง

ความคิดด้านสุขภาพจึงเป็นไปราวกับเป็นธรรมชาติ แต่เมื่อพิจารณาเรื่องราวของ “สุขภาพ” ในฐานะที่เป็นปฏิบัติการทางวาทกรรม จะปรากฏชัดว่าแท้ที่จริงแล้วการรับรู้ความหมายทางสุขภาพจะมีลักษณะตามการกำหนดของอำนาจในสังคม ไม่ว่าจะเป็นสุขภาพกระแสหลักที่แพทย์คือผู้กำหนดหรือจากแนวคิดการแพทย์ของชาวดั้งเดิมที่ออกมาเป็นความหมายทางสุขภาพแบบกระแสทางเลือก และจากการศึกษานี้ที่ทำให้เห็นความหมายทางสุขภาพที่มาจากกระแสของภาคธุรกิจ ดังนั้นจึงควรตระหนักให้รู้เท่าทันว่า “สุขภาพ” นั้นเป็นเรื่องของการประกอบสร้างความหมายขึ้นมาตามความรู้และภาษาที่ผู้มีอำนาจใช้

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวาทกรรมสุขภาพของธุรกิจสปา อาจศึกษาเพิ่มเติมได้ในประเด็นต่อไปนี้

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่างธุรกิจสปา เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามประเภทของธุรกิจสปา จึงได้กลุ่มตัวอย่างศึกษาที่มีลักษณะของการดำเนินการที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจเลือกศึกษาด้วยการเลือกศึกษาโดยใช้เกณฑ์การเลือกที่แตกต่างออกไปได้ เช่น การเลือกโดยใช้เกณฑ์เรื่องทุนดำเนินการเพื่อให้เห็นถึงความหลากหลายหรือเชิงเปรียบเทียบในแง่ของทุนที่มีต่อการกำหนดกรอบหรือการสร้างวาทกรรมสุขภาพของธุรกิจสปา
2. การเลือกสื่อหรือตัวบทที่ใช้ศึกษา ยังมีสื่ออีกหลายชนิดที่ธุรกิจสปาใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์ สกู๊ป บทความสุขภาพ ที่จะให้ข้อมูลการศึกษาวาทกรรมที่ต่างมิติมุมมองได้
3. การใช้สื่อแบบการศึกษาครั้งนี้แต่อาจวิเคราะห์ในแง่มุมที่เพิ่มขึ้นได้ เช่น การใช้ภาพเคลื่อนไหวหรือการใช้เสียงที่พบในสื่อ Website ของธุรกิจสปา หรือการวิเคราะห์ขนาดหรือการจัดวางตำแหน่งของภาพที่พบใน Brochure รวมไปถึงคุณภาพการพิมพ์และการใช้สื่ออื่นๆเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ของธุรกิจสปา

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้อาจนำไปใช้ได้ดังนี้คือ

1. ใช้สำหรับการวิเคราะห์การประกอบสร้างความหมายของวาทกรรมอื่นที่มาจากอำนาจของสังคม เช่น การศึกษา การปกครอง กฎหมาย ความงาม ครอบครัว
2. ใช้เป็นข้อมูลสำหรับการทำใหู้้เท่าทันสื่อทั้งในเรื่องสุขภาพ และเรื่องอื่นๆได้
3. ใช้เป็นแนวทางสำหรับการสร้างสุขภาวะที่ดีด้วยปฏิบัติการทางวาทกรรมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องสุขภาพหรือเรื่องอื่นๆเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม