

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กิจกรรมพิเศษหรือเหตุการณ์พิเศษ ถือเป็นกิจกรรมที่องค์กรใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2544, น.194) และในการจัดกิจกรรมพิเศษ ในปัจจุบันนี้มักมีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ มากมายเพื่อสร้างสีสันและดึงดูดความสนใจจากประชาชนและกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่ทำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการจัดกิจกรรมพิเศษ คือ การใช้ทีมสาวงาม

“ทีมสาวงาม” หรือที่รู้จักกันโดยทั่วไปว่า “สาวพริตตี้” (Pretty girls) ในความเข้าใจของคนส่วนหนึ่งที่เป็นผู้มองอาจมองว่า คือ หญิงสาวที่มีรูปร่าง หน้าตาดี แต่งตัวสวยงาม กล้าแสดงออก และให้ความหมายต่อสิ่งที่พวกเธอทำว่า เป็นการหารายได้พิเศษในกิจกรรมพิเศษ โดยอาศัยความสวยงามของสตรีเป็นหลัก และใช้ความสามารถในการพูดแนะนำและอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าเป็นตัวช่วยเสริม ในขณะที่คนอีกส่วนหนึ่งโดยเฉพาะในวงการโฆษณา มองว่า ผู้หญิงมีคุณสมบัติที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุที่ใฝ่มองดู ใช้สร้างความปรารถนาให้เกิดขึ้นมาได้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2535, น. 15-16) คุณสมบัติต่าง ๆ ของผู้ที่เข้ามาเป็นทีมสาวงาม รวมทั้งบทบาทหน้าที่ของทีมสาวงามของแต่ละองค์กรนั้น อาจมีมากมายแตกต่างกันออกไป ขึ้นอยู่กับลักษณะของสินค้าและองค์กรที่ต้องการให้เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภค ซึ่งทีมสาวพริตตี้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในปัจจุบัน ในฐานะเป็นเครื่องมือหนึ่งในการจัดกิจกรรมพิเศษ ที่สามารถช่วยสร้างสีสันให้กับกิจกรรมที่จัดขึ้น และเรียกร้องความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้จึงมีผู้ให้ความหมายต่อสาวพริตตี้ว่าเป็นอาชีพหนึ่งที่น่าสนใจ

สาวพริตตี้เริ่มมีขึ้นในปี ค.ศ. 1930 หรือปี พ.ศ.2473 โดยการคัดเลือกผู้หญิงเป็นผู้เชิญถ้วยรางวัลในสนามแข่งรถซึ่งผู้ที่ทำหน้าที่ดังกล่าวจะถูกเรียกว่า “สาวเชิญรางวัล” ผู้สร้างตำนานสำคัญของสาวเชิญรางวัลในอดีต คือ ลินดา วอร์น (Linda Vaughn, 1943 -) ทำหน้าที่เชิญถ้วยรางวัลครั้งแรกในปี ค.ศ. 1961 ต่อมาในปี ค.ศ. 1966 ลินดาได้คว้าตำแหน่ง “Miss hurst golden shifter” ซึ่งทำให้มีชื่อเสียงโด่งดัง รวมทั้งเข้าสู่วงการบันเทิงและประสบความสำเร็จอยู่บนถนนสายฮอลลีวูด บางทีคนก็จะกล่าวว่าสาวพริตตี้้นัก่อนกำเนิดขึ้นในราวปี ค.ศ. 1949 จากสนามแข่งรถสูตรหนึ่งหรือสนามเนสคาร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา สาวพริตตี้ในสนามแข่งทำหน้าที่กางร่มให้กับนักแข่งรถ จนเป็นที่มาของคำว่า “ผู้หญิงสนามรถแข่ง” (Umbrella girls, Pit girls หรือ

Grid girls) สาวงามเหล่านี้นอกจากจะทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจ ให้ผู้ชมหันมาสนใจเครื่องยนต์ของรถแข่งที่ได้รับการพัฒนาแล้ว พวกเธอยังเปรียบเสมือนป้ายโฆษณาเคลื่อนที่ ทั้งนี้เพราะโลโก้ของสินค้าที่สกรีนอยู่บนชุดที่ผู้แข่งขันสวมใส่หรือบนรถแข่งนั้นจะปรากฏบนเสื้อผ้าที่สาวพริตตี้สวมใส่ด้วยเช่นกัน

สำหรับในประเทศไทยนั้น สาวพริตตี้เริ่มเป็นที่รู้จักในงานแสดงสินค้าที่บุคคลทั่วไปรู้จักเป็นอย่างดีคือ “งานมอเตอร์โชว์” ทั้งนี้สาวพริตตี้ในสนามแข่งรถอาจจะเป็นต้นกำเนิดของแนวคิดของสาวพริตตี้ในงานมอเตอร์โชว์ก็เป็นได้ เพราะมีหน้าที่คล้ายกันคือใช้รูปร่างหน้าตาที่สวยงามและรอยยิ้มในการดึงดูดความสนใจจากผู้ชม อย่างไรก็ตาม สาวพริตตี้ในงานมอเตอร์โชว์นั้นแตกต่างจากสาวพริตตี้ในสนามแข่งรถคือไม่ต้องทำหน้าที่ทางร่มให้นักแข่งรถ แต่หน้าที่สำคัญของสาวพริตตี้ในงานมอเตอร์โชว์คือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ รวมทั้งการตอบข้อซักถามจากผู้เข้าชมงาน โดยสาวพริตตี้จะต้องศึกษาและทำความเข้าใจรายละเอียดของรถยนต์รุ่นต่างๆ ที่ได้รับมอบหมายให้นำเสนอ สาวพริตตี้ปัจจุบันจึงเปรียบเสมือน “ตัวแทนของสินค้า” เพราะเป็นผู้นำเสนอจุดเด่นของสินค้าไปยังกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำหน้าที่ส่งสารไปยังผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ สาวพริตตี้สามารถโน้มน้าวให้ผู้รับสารเกิดความเชื่อถือนและยินดีรับฟังข้อมูลของสินค้านั้นๆ รวมทั้งสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้รับสารได้ดีกว่าช่างเทคนิคพิเศษที่ให้ข้อมูลของสินค้าเพียงอย่างเดียว ด้วยเหตุนี้เราจึงพบเห็นภาพของผู้หญิงปรากฏในงานโฆษณาเกือบทุกชนิดแม้ว่าผลิตภัณฑ์ที่โฆษณานั้นจะ ไม่มีความเกี่ยวข้องกับผู้หญิงโดยตรง ฝ่ายผู้หญิงจำนวนไม่น้อยให้ความหมายต่อสาวพริตตี้ว่าเป็นอาชีพในฝันเพราะนำมาซึ่งเงินทอง และอาจเป็นเส้นทางเข้าสู่วงการบันเทิง นำมาซึ่งชื่อเสียงและสามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้ แม้ว่าจะมีผู้มองว่าสาวพริตตี้ไม่ใช่อาชีพ แต่เป็นเพียงภาพลักษณ์ในการโฆษณา เป็นส่วนหนึ่งของสินค้าที่ไม่น่ายกย่อง อีกทั้งมองว่าเป็นการจัดจู่โจมชนบทรรมนิยมประเพณี รวมทั้งมองว่าเป็นเรื่องของวัตถุนิยม และเป็นการทำให้ผู้หญิงด้อยค่าลงเป็นเพียงวัตถุ (Objectification) เท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีประทับตรา (Labelling theory) ของโรเบิร์ต เค. เมอร์ดัน (Robert K. Merton, ค.ศ. 1910 -ไม่มีข้อมูลว่าเสียชีวิตปี ค.ศ.ใด) ที่ได้อธิบายว่า พฤติกรรมการเบี่ยงเบนของคนในสังคม ขึ้นอยู่กับการมองของคนในสังคม เพราะฉะนั้น หากสังคมมองว่า พริตตี้ไม่ใช่อาชีพ แต่เป็นเพียงเรื่องของวัตถุนิยม ก็เท่ากับว่าสังคมนั้นได้ประทับตราว่าผู้หญิงนั้นถูกทำให้ด้อยค่าลงเป็นเพียงวัตถุไปโดยปริยาย

สำหรับสาวพริตตี้บางคนมองว่า การทำงานอาชีพพริตตี้ นั้น คือตัวตนที่แท้จริงของเธอ ซึ่งตรงกับการมองตัวตนของฉากส์ ลากองผ่านกระบวนการแห่งจินตนาการที่ได้จากการมองและนิยามเป็นภาพ หรือแบบจำลองของสิ่งอื่น ส่วนพริตตี้บางคนกลับมองตนเองว่า การทำอาชีพ

พริตตี้เป็นเพียงการแสดง หรือสวมบทบาท ณ ช่วงเวลาหนึ่งตามที่ตนเองได้รับมอบหมาย มิใช่ตัวตนของเธอตลอดเวลา พริตตี้ในความหมายของเธอจึงเป็นเพียงคำนิยามที่สังคมกำหนดขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของฌากส์ ลากองที่ว่า ตัวตนของมนุษย์ไม่ได้มีอยู่จริง เป็นเพียงมายาภาพ โดยผ่านกระบวนการแห่งสัญลักษณ์ เป็นตัวตนที่เกิดจากการนิยามคิดในกระบวนการแห่งสัญลักษณ์ หรือกระบวนการจัดเกลาทางสังคม (อ้างใน นภาพร หงษ์ทอง, 2547, น.63-65)

การศึกษาเกี่ยวกับมนุษย์ในเรื่องตัวตนเป็นปัญหาเชิงปรัชญาที่ได้รับการถกเถียงมาแทบทุกยุคทุกสมัย เช่นนักปรัชญาสมัยใหม่ (Modernism) อาทิ เฮอร์แบर्ट สเปียร์ (Herbert Spencer, 1820-1903) ที่เชื่อว่า ความปรารถนา (Desire) ทำให้มนุษย์แตกต่างจากสัตว์ เพราะความปรารถนาทำให้มนุษย์ตระหนักถึงการมีอยู่ของ “ตัวตน (Self-consciousness)” ซึ่งแนวคิดเรื่องตัวตนได้รับความสนใจอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มของนักปรัชญาสายอัตถิภาวนิยม (Existentialism) เช่น ฌอง ปอล ซาทร์ (Jean Paul Sartre, 1908-1980) ที่เชื่อว่า มนุษย์เป็นสิ่งที่มีอยู่ (Being) ซึ่งประกอบด้วยตัวตนโดยธรรมชาติ หรือโดยเงื่อนไขที่ถูกกำหนดโดยสิ่งภายนอก เรียกว่า “การมีอยู่-ใน-ตัวเอง (Being-in-itself)” และตัวตนที่มนุษย์เป็นผู้ให้ความหมายแก่ตัวเองเรียกว่า “การมีอยู่-เพื่อ-ตัวเอง (Being-for-itself)” มนุษย์ยังมีสิทธิเสรีภาพ (กิริติ บุญเจือ, 2522, น.196)

นอกจากนี้ยังมีนักจิตวิทยาคนสำคัญอย่าง ซิกมุนด์ ฟรอยด์ (Sigmund Freud, 1856-1939) ที่เชื่อว่า “มนุษย์มิได้เป็นสัตว์ที่มีเหตุผลดังที่พวกเขาเชื่อหรืออยากเป็น หากแต่ความคิดของมนุษย์ถูกกำหนดโดยพลังแห่งจิตไร้สำนึกที่ซ่อนเร้นและหลุดรอดจากความเข้าใจของมนุษย์ตลอดมาทุกยุคทุกสมัย” (ยศ สันตสมบัติ, 2542, น.28) แนวคิดดังกล่าวของฟรอยด์ ที่เชื่อว่าความคิดของมนุษย์ถูกกำหนดโดยพลังแห่งจิตไร้สำนึกนั้นได้ส่งผลกระทบต่อแนวคิดเรื่องตัวตนของนักจิตวิเคราะห์หรือนักปรัชญาหลายคนต่อมา อาทิเช่น หลุยส์ อัลธุสเซอร์ (Louis Pierre Althusser, 1918 –1990) ฌากส์ ลากอง (Jacques Lacan, 1901-1981) เป็นต้น

ฌากส์ ลากอง (Jacques Lacan, 1901-1981) เป็นนักทฤษฎีจิตวิเคราะห์ชาวฝรั่งเศสผู้ซึ่งพัฒนาทฤษฎีของฟรอยด์, เฮเกล และฌอง-ปอล ซาทร์ มาเป็นทฤษฎีเกี่ยวกับอัตบุคคล (Subject) ลากองเห็นว่า มนุษย์เป็นเพียงความว่างเปล่า (Nothingness) มนุษย์สร้างอัตลักษณ์ หรือตัวตน และตัวตนนี้เองได้ผลักดันมนุษย์เข้าสู่กฎเกณฑ์ของสังคม มนุษย์จึงกลายเป็นสิ่งที่มีอารยธรรม “ตัวตน” ของมนุษย์ถูกพัฒนาให้มีความซับซ้อนขึ้นเรื่อยๆ โดยผ่านกระบวนการ 3 กระบวนการ คือ กระบวนการแห่งจินตนาการ กระบวนการแห่งสัญลักษณ์ และกระบวนการแห่งความจริง ทั้งสามเป็นแนวคิดที่อธิบายการก่อร่างสร้างตัวตนของคนเรา อันมี 3 ขั้นตอน (The three orders) (Madan, S., 1993, p.5-29)

รายละเอียดของแต่ละกระบวนการมีดังนี้

1. ภาคมโนคติ (The imaginary) คือ จินตภาพและจินตนาการที่เรามีต่อตนเอง ฉะนั้นในภาคส่วนนี้ คนเราจึงทั้งแปลกแยกจากตัวเองและหลงตัวเอง เพราะจินตนาการเสมือนว่าเราไปเป็นคนอื่น (The other) และหันกลับมามองตัวเอง รากฐานของภาคส่วนนี้เกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้งกับความสัมพันธ์ของตัวตนกับร่างกาย

2. ภาคลัทธิสัญลักษณ์ (The symbolic) คือ ภาษา กฎหมาย โครงสร้าง วัฒนธรรมที่เป็นสัญลักษณ์ (Signifier) ต่างๆ ซึ่งชี้ไปสู่สิ่งที่ถูกหมายความถึง (Signified) ซึ่ง ก็คือ ตัวตนของบุคคล (ที่เกี่ยวข้องอยู่กับภาคมโนคติ) ลากองเน้นย้ำว่าความสัมพันธ์ระหว่างสัญลักษณ์กับสิ่งที่ถูกหมายความถึงนั้นไม่คงที่ นั่นคือหากมีความเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้าง ภาษา วัฒนธรรมแล้ว จินตนาการที่บุคคลมีต่อตนเองก็จะผันแปรไปด้วย

3. ภาคจริงแท้ (The real) คือ สิ่งที่ไม่อาจนิยามได้ในฐานคติแบบตัวตน เพราะพ้นไปจากตัวตน มันดำรงอยู่นอกเหนือภาษา สัญลักษณ์และจินตนาการใดๆ ลากองกล่าวว่า “ภาคจริงแท้นั้นดำรงอยู่เช่นนั้นอยู่แล้ว” แต่ภาคลัทธิสัญลักษณ์ในกระบวนการสร้างความหมาย (Signification) “ตัดเข้ามาในภาคจริงแท้” และทำให้ “โลกแห่งภาษาสร้างโลกของสิ่งต่างๆ ขึ้นมา” ทว่าภาคจริงแท้นั้น “เป็นไปได้ไม่ได้” เพราะมันไม่อาจจินตนาการถึงได้ และดังนั้น มันจึงปรากฏเป็นความน่าขนพองสยองเกล้า (Horror) ต่ออัตตาตัวตน ดังนั้นความจริงในทัศนะของลากองจึงมีลักษณะคล้ายสัญชาตญาณดิบหรือ Id ของฟรอยด์ที่ถูกกดทับไว้ เช่น ความอยาก เพศ เป็นต้น

ตัวตนของมนุษย์สำหรับลากอง จึงไม่ได้มีอยู่จริง เป็นเพียงมายาภาพ ตัวตนของมนุษย์เป็นเพียงการถ่ายแบบ หรือ การปรับตัวโดยการเลียนแบบบุคคลต่างๆ รอบข้าง (Identification) เท่านั้น ซึ่งเป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างอัตลักษณ์ของมนุษย์ หรือ การให้คำนิยามตัวตนของตนเอง อัตลักษณ์ของมนุษย์จึงเป็นเพียงเปลือกนอกที่ห่อหุ้ม “ตัวตน” ที่แท้จริง ใช้เป็นสื่อเกราะกำบัง และเป็นตัวแบ่งอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคล ดังนั้น มนุษย์อยู่ในฐานะของผู้ถูกระทำโดยไม่รู้ตัวตั้งแต่เกิดจนตาย ไม่มีสิทธิ์ และเจตจำนงที่จะเลือก ไม่มีเสรีภาพ และไม่เคยเป็นตัวของตัวเองเลย และอาจกล่าวได้ว่า อัตบุคคล (Subjectivity) ตายแล้ว (อ้างในภาพร หงษ์ทอง, 2547, น.63-65)

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาวิเคราะห์ตัวตนของสาวพริตตีว่าคืออะไร มีกระบวนการสร้างและนำเสนอตัวตนอย่างไร โดยจะศึกษาวิเคราะห์สาวพริตตีในฐานะผู้กระทำทางสังคม (Social actors) ที่เป็นผู้รับรู้และตีความเกี่ยวกับโลก ตนเอง และความสัมพันธ์ทาง

สังคมโดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ในเชิงลึกกับผู้ประกอบอาชีพสาวพรีตี้ เพื่อเป็นการเปิดพื้นที่ทางสังคมให้ผู้หญิงกลุ่มหนึ่งได้แสดงความคิดและให้ความหมายต่อตนเองในฐานะมนุษย์ โดยใช้แนวคิดเรื่องตัวตนของลากองเป็นกรอบในการวิจัย

1.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาแนวคิดเรื่องตัวตนจากมุมมองของสาวพรีตี้ (Subject from the perspectives of “Pretty”) ได้แบ่งหัวข้อดังนี้

1.2.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ทางสรีระของผู้หญิง

มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ทางสรีระของผู้หญิงอยู่หลายเรื่อง เช่น สุพัตรา กอบกิจสุขสกุล (2531) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับการประกวดนางสาวไทย (พ.ศ. 2477 - 2530) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงการปรับเปลี่ยนบทบาททางสังคมของสตรีไทยที่มีผลต่อการประกวดนางสาวไทย ลักษณะการจัดประกวดนางสาวไทยในแต่ละยุคและปัญหาและผลกระทบของการประกวดนางสาวไทยที่มีในตัวของมันเองและที่มีต่อสังคม โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ยุค คือ ยุคแรกตั้งแต่ พ.ศ. 2477 - 2483 และ พ.ศ. 2491 - 2497 ยุคที่สองตั้งแต่ พ.ศ. 2507 - 2515 และยุคสุดท้ายตั้งแต่ พ.ศ. 2527 - 2530 ผลการวิจัยพบว่า ก่อนที่จะมีการประกวดนางสาวไทยใน พ.ศ. 2477 - 2497 ได้มีการเปลี่ยนแปลงบทบาทและสถานภาพทางสังคมในหมู่สตรีไทย อันเนื่องมาจากการปฏิรูปการศึกษาแบบตะวันตกในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว สตรีมีโอกาออกสู่สังคมภายนอกมากขึ้น ทำให้เกิดกระบวนการปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการแต่งกายและการเสริมความงามตามแบบตะวันตก เนื่องจากต้องพบปะสมาคมกับบุคคลอื่น การจัดกิจกรรมประกวดนางสาวไทยยุคแรกเป็นกิจกรรมของทางราชการเพื่อให้นางสาวไทยช่วยสนับสนุนและประชาสัมพันธ์นโยบายของราชการ และเพื่อให้นางสาวไทยเป็นสื่อความบันเทิงดึงดูดความสนใจผู้มาเที่ยวงานฉลองรัฐธรรมนูญ ทุกขั้นตอนของการจัดประกวดเป็นเรื่องของทางราชการ ผู้ได้รับตำแหน่งนางสาวไทยถือเป็นบุคคลได้รับเกียรติสูงในสังคม การประกวดนางสาวไทยยุคที่สอง ตั้งแต่ พ.ศ. 2507 - 2515 เปลี่ยนนโยบายสร้างความสัมพันธ์กับต่างประเทศมีการติดต่อลงทุนกับต่างชาติ มีการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา ทำให้จุดมุ่งหมายของการประกวดนางสาวไทยเป็นไปเพื่อประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของประเทศเอกชนเริ่มเข้ามามีบทบาทในการจัดการประกวดร่วมกับภาครัฐ ในช่วงนี้นางสาวไทยเริ่มทำหน้าที่ในฐานะสื่อการโฆษณาสินค้า ด้วยการประกวดนางสาวไทยในยุคที่สาม ตั้งแต่ พ.ศ. 2527 - 2530 พัฒนาทางเทคโนโลยีการนสื่อสารและคมนาคม การเติบโตของวงการธุรกิจเพิ่มมากขึ้นจุดประสงค์ของการประกวดนางสาว

ไทยจึงกลายเป็นเพื่อการค้าอย่างเห็นได้ชัดเจน เอกชนเป็นผู้ดำเนินกระบวนการ นางสาวไทยมีหน้าที่ทางด้านธุรกิจในฐานะสื่อโฆษณาสินค้าอย่างเต็มรูปแบบการประกวดนางสาวไทยมีผลกระทบต่อสังคมอย่างมากในระดับบุคคล เวทีการประกวดนางสาวไทยเป็นเสมือนหนทางไต่เต้าทางสังคมของสตรีที่มีรูปสมบัติ ผลกระทบประการต่อมาคือ ส่งผลให้เกิดธุรกิจและอาชีพการประกวดความงาม ก่อให้เกิดรายได้แก่รัฐและเอกชน ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงมาตรฐานความงามของสตรีไทยในสังคม การเปลี่ยนแปลงที่พบคือ ในการประกวดนางสาวไทยยุคแรกนั้น ตัวนางสาวไทยผู้ได้รับเกียรติของชาติซึ่งถูกเปลี่ยนมาสู่ความเป็นกึ่งบุคคลกึ่งวัตถุในยุคที่สาม การที่ผู้หญิงถูกให้แสดงบทบาทในสื่อโฆษณาสินค้าแสดงให้เห็นว่าสถานภาพของสตรีกลุ่มนี้ตกต่ำลงไปมาก

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีพันธ์ คงคราญ (2534) ที่ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนในการสร้างภาพนางสาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีบทบาทในการสร้างภาพนางสาวไทย ภาพลักษณ์นางสาวไทย และวิธีการของสื่อมวลชนในการสร้างภาพนางสาวไทยช่วงปี พ.ศ. 2507 – 2531 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีบทบาทในการสร้างภาพนางสาวไทยมีด้วยกัน 5 ประการคือ 1. ผู้ประกวด 2. ผู้จัดส่งนางสาวไทย 3. บริบท 4. สังคม 5. สื่อมวลชน นอกจากนี้งานวิจัยได้ชี้ว่าภาพลักษณ์ของนางสาวไทยแตกต่างกันไปในแต่ละยุคยุคสู่จักรวาล (พ.ศ. 2507 - 2515) ภาพลักษณ์ของนางสาวไทยคือภาพของสัตว์โลกสาวแสนสวย และผู้หญิงยุคใหม่ โดยภาพหลังยังไม่ชัดเจนนัก (ในปี พ.ศ. 2516 ได้เกิดเหตุการณ์ไม่สงบขึ้นในบ้านเมือง การประกวดนางสาวไทยจึงได้หยุดจัดไป จนถึง พ.ศ. 2527) ส่วนภาพลักษณ์นางสาวไทยยุคงานธุรกิจ (พ.ศ. 2527 - 2531) ยังคงภาพสัตว์โลกสาวแสนสวยและมีภาพผู้หญิงยุคใหม่ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยมีแนวโน้มในเชิงธุรกิจ สำหรับวิธีการของสื่อมวลชนในการสร้างภาพลักษณ์ของนางสาวไทยนั้น ผลการวิจัยพบว่าสื่อมวลชนได้กระทำโดย 1.การรายงานข่าว 2.การให้ความบันเทิง และ 3.การเสนอทัศนคติ ซึ่งในการเสนอทัศนคติจะเป็นบทบาทเด่นชัดของสื่อมวลชนโดยตรง ส่วนการรายงานข่าวและการให้ความบันเทิงสื่อมวลชนจะมีบทบาทสร้างภาพนางสาวไทยอย่างแอบแฝง

สำหรับงานวิจัยต่างประเทศที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของความเป็นผู้หญิงนั้น เคนเนธ อี บาวลิ่ง (Kenneth E. Boulding, 1910-1993) (อ้างในปริยาภรณ์ คุณะเกษม, 2550, น.9) ได้กล่าวว่า “ภาพลักษณ์” เป็นความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อผู้หญิง โดยเฉพาะความรู้สึกนั้นเป็นความรู้สึกที่ผู้บริโภคสร้างขึ้นมาเอง (Subject knowledge) ซึ่งเป็นการสะสมเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ ในโลกรอบ ๆ ตัวเองตามที่ได้พบมา ดังนั้น ความรู้เชิงอัตวิสัยของผู้หญิงจึงเป็นทิวรวมของสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคเชื่อว่าสิ่ง ๆ ต่าง ๆ เหล่านั้นเป็นจริงเสมอ

หากกล่าวถึงผลที่เกิดขึ้นจากการแสดงภาพลักษณ์ ได้มีงานวิจัยของ ขวัญฤทัย จ่างจรัส (2544) โดยได้ทำการศึกษาเรื่องการถูกลดทอนความเป็นมนุษย์และการตอบโต้ของสาวคาราโอเกะ พบว่า สาวคาราโอเกะมีฐานะไม่ต่างจากวัตถุและตอบโต้โดยการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ โดยการสร้างความเป็นผู้หญิงใจกล้า แต่งกายวาวหาวม รู้จักเจรจาต่อรองเพื่อผลประโยชน์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของสาวคาราโอเกะแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

จากการสำรวจเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าได้มีการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ทางสรีระของผู้หญิง และภาพลักษณ์ของผู้หญิงในการประกวดนางสาวไทย และผู้หญิงที่ประกอบอาชีพสาวคาราโอเกะ แต่ยังไม่มีการวิจัยใดที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ทางสรีระของสาวพริตตี้ ซึ่งปัจจุบันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มผู้บริโภค อีกทั้งยังแสดงถึงมุมมองของบุคคลอื่นๆทั่วไปที่มีต่อสาวพริตตี้ด้วย

1.2.2 เอกสารและงานวิจัยเกี่ยวกับ ตัวตน ผู้หญิง และ ตัวตนของผู้หญิง

มีการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นตัวตนอยู่หลายเรื่อง เช่น อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับตัวตน ซึ่งให้เห็นว่า เราได้รับรู้โลกอย่างตรงไปตรงมา สิ่งต่าง ๆ ในโลกนี้มีได้เป็นข้อเท็จจริง ที่ประสาทสัมผัสตรวจสอบได้ความหมายที่ทำให้กับสิ่งที่มีอยู่ในโลกข้างนอกถูกสร้างขึ้นจาก “เครื่องกรอง” อะไรบางอย่างซึ่งอาจเป็นภาษา กรอบการคิดจำแนกแยกแยะ หรือเป็นกรอบของมรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าร่วมของสังคมก็ได้ เราให้ความหมายสิ่งต่าง ๆ ด้วยการนิยาม จำต้องลากเส้นแบ่งสิ่งนั้นออกจากสิ่งที่ไม่ใช่สิ่งนั้น การสร้างอัตลักษณ์แก่ตัวเราหรือสิ่งต่าง ๆ จึงสัมพันธ์กับการสร้างพื้นที่ของความแตกต่างและการลากเส้นพรมแดนเสมอ วิธีคิดเชิงพื้นที่จึงไม่อาจแยกออกจากความรู้เกี่ยวกับตัวตนและการจัดระยะห่างระหว่างเรากับสิ่งนั้น พื้นที่ในมิติที่เป็นมโนภาพ (Imagery space) ดังกล่าวแสดงออกให้เห็นได้ในกระบวนการสร้างภาพลักษณ์และภาพความจริงของสิ่งต่าง ๆ และยังเชื่อมโยงกับมิติที่เป็นปฏิบัติการจัดการพื้นที่อีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ มัลลิกา มัลลิกโก (2546) ที่ได้ทำการศึกษาอำนาจแห่งตัวตน จากการเจ็บป่วยของผู้ป่วยเรื้อรังว่า ตัวตน คือ การจินตนาการของตนเอง สร้างขึ้นซ้ำแล้วซ้ำเล่าจากประสบการณ์ของตัวตนถ่ายทอดมาจากประสบการณ์ของโลกในชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคล และจากการที่บุคคลสามารถปรับการกระทำให้สอดคล้องกับสถานการณ์ ทำให้เขามีเอกลักษณ์ได้หลายแบบมากเท่ากับจำนวนกลุ่มที่เขาเป็นสมาชิกอยู่ ในบางครั้งเมื่อเอกลักษณ์ดังกล่าวขัดแย้งกัน บุคคลมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้เอกลักษณ์ที่ได้รับการสนับสนุนจากบุคคลอื่นที่ร่วมอยู่ในการปฏิสังสรรค์ เพื่อที่จะเข้าจะได้รับการยอมรับและทำให้การปฏิสังสรรค์ดำเนินอยู่ต่อไป

ในส่วนของการวิจัยต่างประเทศที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นตัวตน มีผลงานที่น่าสนใจ คือ งานวิจัยของกอร์ดอน วิลลาจด์ ออลพอร์ท (Gordon Willard Allport, 1897-1967) (อ้างใน มธุรส สว่างบำรุง, 2542, น.336) ได้กล่าวถึง ความเป็นตัวตนว่า ตัวตนเป็นโครงสร้างทางบุคลิกภาพที่สำคัญอยู่ในส่วนหนึ่งของการรับรู้ที่มีความแตกต่างกัน ประกอบด้วย การรับรู้สำนึกทั้งหมด และคุณค่าความเป็น “ตัวฉัน” โดยทั่วไป ตัวตนอาจรวมหรือไม่รวมเอาประสบการณ์ของอินทรีย์ไว้ทั้งหมด ตัวตนจึงเป็นการรับรู้ในลักษณะของกระบวนการเสมือนกับการที่บุคคลเข้าใจตัวเองว่าควรจะเป็นลักษณะอย่างไร เป็นการจินตนาการของตนเอง นอกจากตัวตนจะทำหน้าที่รับรู้ว่าเป็นอะไรแล้ว บุคคลจะมีการรับรู้เพิ่มเติมอีกว่า เขาควรจะเป็นอะไรอย่างไร อันเป็นส่วนหนึ่งของตัวตนหรือที่เรียกว่า “ตัวตนในอุดมคติ” สอดคล้องกับ ทรรศนะของ Sartre (อ้างถึงใน นภาพร หงษ์ทอง, 2547, น.9) ตัวตน หมายถึง การมีชีวิตอยู่เพื่อตัวเอง (Being in-itself) การมีอยู่ของมนุษย์โดยการสร้างตัวตนของมนุษย์ขึ้นมา ทำให้เกิดผลผลิตที่สร้างขึ้นตามความต้องการของตนเอง ซึ่งการสร้างตัวตนเกิดจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลรอบ ๆ ข้างหรือสิ่งแวดล้อม เมื่อใดที่มนุษย์เกิดการสร้างความเป็นตัวตนขึ้นมา จะเกิดการกระทำ โดยผ่านการไตร่ตรองจากจิตไร้สำนึก ซึ่งแนวคิดนี้ได้มีความตรงกันข้ามกับแนวคิดของ فروยด์ซึ่งเชื่อว่า ความคิดของมนุษย์ถูกกำหนดโดยพลังของจิตไร้สำนึก เพราะภายในตัวมนุษย์มีองค์ประกอบพื้นฐานที่เรียกว่า สัญชาตญาณ (Id) โดยมีอีโก (Super ego) ไปควบคุมไม่ให้เกิดอีโก (Ego) หรือ เกิดความเป็นตัวตนขึ้น แต่สิ่งที่นักจิตวิทยาทั้งสองท่านเห็นสอดคล้องกันก็คือ มนุษย์สามารถที่จะควบคุมสิ่งที่ไร้สำนึกภายในตัวตนด้วยวัฒนธรรม หรือจิตสำนึกอันประกอบด้วยเหตุผล และ ผลการสร้างตัวตนของมนุษย์นั้นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามลักษณะนิสัย โดย อลิซเบธ กรอสส์ (Elizabeth A. Grosz) นักสตรีนิยมชาวออสเตรเลีย ได้อธิบายไว้ว่า ตัวตนในฐานะที่เป็นเนื้อใน (The flesh) สามารถที่จะมองเห็นได้เป็นสองมิติ ทั้งนี้คือ สามารถที่จะสะท้อนกลับระหว่างสิ่งที่ถูกครอบงำและสิ่งที่มีอยู่ในตัวมนุษย์ และอยู่บนพื้นฐานในตัวบุคคล จะมีบทบาทหรือปฏิกิริยาซึ่งเกิดขึ้นซึ่งกันและกัน สามารถที่จะพัฒนาได้ ในบางครั้งสิ่งที่อยู่ภายใต้การครอบงำนั้นไม่สามารถที่จะอยู่ได้อย่างยาวนาน อีกทั้งยังเป็นการกระทำที่แสดงให้เห็นถึงการปฏิบัติจริง ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ภายในตัวมนุษย์ และดำเนินไปอย่างไม่หยุดยั้ง และสามารถที่จะเชื่อมต่อกับสิ่งหนึ่งไปสู่อีกสิ่งหนึ่งได้ (Pile, S. and Keith, M., 1997, p.140)

ในส่วนของการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความเป็นผู้หญิงนั้น ได้มีผู้ทำการศึกษาไว้อยู่หลายเรื่อง อาทิเช่น ปรีชา ช้างขวัญยืน (2541) ได้ศึกษาสตรีในคัมภีร์ตะวันออก โดยใช้ให้เห็นว่าแนวคิดแบบตะวันออกเป็นการเสนอภาวะในการดำรงชีวิตแบบพึ่งพาอาศัยกันระหว่างเพศชายและเพศหญิง มีความสำคัญในหน้าที่และความเมตตากรุณา ซึ่งให้เห็นว่าสตรีตามแนวตะวันออก

ได้ถูกยกฐานะจากผู้หญิงในสังคมแบบเดิมให้มีคุณค่าและมีเกียรติ มีความเห็นว่าการมองความสัมพันธ์ระหว่างเพศชายและเพศหญิงโดยใช้กรอบแนวคิดแบบตะวันตก ที่มุ่งเน้นการแข่งขันอำนาจทางสังคม มากกว่าความสัมพันธ์โดยภาพรวมนั้น ไม่สามารถแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมระหว่างสองเพศได้ แต่การมองความสัมพันธ์ระหว่างชายและหญิง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์อันดีงามของมนุษยชาติของบุรุษและสตรีแบบตะวันออกต่างหากที่จะเป็นวิธีที่ดีที่สุด

นอกจากนี้ยังมีงานที่มีมุมมองคล้ายกันอีกชิ้นหนึ่ง นั่นก็คืองานของ ปราการกรอิสรานุกูล (2546) ซึ่งได้ศึกษาความหมายและคุณค่าของสตรีในวรรณกรรมของโก้วเล้ง โดยใช้กรอบแนวคิดแบบตะวันออกที่เน้นความสัมพันธ์เชิงเกื้อกูล งานวิจัยชิ้นนี้ได้นำเสนอภาพของผู้หญิงตะวันออกซึ่งได้รับความเท่าเทียมเทียบเท่าผู้ชายที่ไม่ได้ถูกลดทอนความหมายและคุณค่าของสตรีลงแต่อย่างใด เพราะการอาศัยเกื้อกูล เอื้อเฟื้อกันเป็นหลัก จากนิยายของโก้วเล้งที่เขียนขึ้นทำให้เห็นว่าสตรีควรที่จะเป็นสตรีที่เฉลียวฉลาดนุ่มนวล เช่นเดียวกับที่บุรุษควรจะต้องมีความเที่ยงแท้และถือคุณธรรม สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกศักดิ์ แก้วเทพ (2545) ศึกษาเรื่องผู้หญิงกับงานนอกบ้าน ในหนังสือผู้หญิงกับเศรษฐกิจ พบว่า โอกาสในชีวิตและการทำงาน ผู้หญิงส่วนใหญ่มักถูกให้ทำงานในสำนักงานประเภทงานธุรการ งานบัญชี ฯลฯ ซึ่งล้วนเป็นงานที่จำเจน่าเบื่อ ในเรื่องนี้สะท้อนให้เห็นถึงความไม่เป็นจริงอย่างหนึ่งของตลาดแรงงานว่าไม่ได้มีลักษณะกลางทางเพศ (Sexual-neutral entity) แต่อย่างใดเลย ความไม่เสมอภาคของผู้หญิงในการเข้าถึงตลาดแรงงานเช่นนี้ ทำให้สถานภาพของผู้หญิงกลายเป็น “ผู้ใช้แรงงานชนิดพิเศษ” (Special workers) ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้หญิงต้องไปกระจุกตัวอยู่กับงานอาชีพอย่างทีนนอกจากจะมีสถานภาพทางสังคมต่ำแล้ว ยังมีรายได้ต่ำอีกด้วย อาทิเช่น พยาบาล เลขานุการ ฯลฯ เป็นต้น

สำหรับงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับความเป็นตัวตนของผู้หญิงอยู่หลายเรื่อง เช่น งานวิจัยของซูแมน (Van Zoomen, L.) (อ้างใน อัมพิกา ศรีสุธาพรหม, 2543, น.17) ผู้เขียนหนังสือเรื่อง “สตรีนิยมในสื่อ” (Feminist media studies) กล่าวว่า “สื่อมวลชนมักเป็นจุดสนใจในการวิพากษ์วิจารณ์ของกลุ่มสตรีนิยมอยู่เป็นนิตย์” ซึ่งหากหันกลับไปพิจารณาความเชื่อของกลุ่มสตรีนิยมแนวเสรีนิยมที่ว่า “ความเป็นตัวตน” ของสตรีได้มาจากกระบวนการขัดเกลาทางสังคมแล้ว ก็อาจอธิบายได้ว่าสื่อมวลชนเป็นสถาบันฯ หนึ่งที่มีบทบาทในกระบวนการดังกล่าว กล่าวคือสื่อมวลชนถ่ายทอด “ภาพ” และ “ค่านิยม” เกี่ยวกับสตรีเมื่อ “ภาพ” หรือ “ค่านิยม” ดังกล่าวมีทิศทางขัดแย้งกับแนวคิดของกลุ่มสตรีนิยมจึงทำให้เกิดการวิพากษ์วิจารณ์ต่อสื่อมวลชนมากขึ้น และทำให้สื่อมวลชนตกอยู่ในฐานะ “ผู้ต้องหา” ในสายตาของกลุ่มสตรีนิยมเสมอมา อย่างไรก็ตามเนื่องจากแนวคิดสตรีนิยมแยกออกเป็นหลายกลุ่ม และแต่ละกลุ่มมีการ

ยอมรับสถานภาพสตรีในระดับที่ต่างกันจึงให้น้ำหนักความสนใจต่อประเด็นการนำเสนอภาพสตรีในสื่อต่างกัน สอดคล้องกับเบตตี เฟรเดน (Betty Friedan, 1921-2006) (อ้างใน อัมพิกา ศรีสุชาพรรณ, 2543, น.21) ที่ศึกษาว่าสตรีถูกสื่อมวลชนนำเสนอในลักษณะใดบ้าง เฟรเดน เริ่มต้นการศึกษาภาพลักษณ์สตรีผ่านงานเขียน เช่นบทความและนวนิยายในนิตยสาร ผลการศึกษาพบว่า ในช่วงปลาย ค.ศ. 1930 นวนิยายมักสร้างภาพสตรีที่เป็นวีรสตรี (Heroine) ที่ดำเนินชีวิตเพื่อสนองความปรารถนาในชีวิตของตนเอง ต่อมาในช่วงปี ค.ศ.1940 ภาพสตรีในนวนิยายเริ่มเปลี่ยนไป โดยสตรีมีภาพลักษณ์ของความเป็นแม่ และภรรยา ที่จะได้รับการยกย่องจากสังคมหากสามารถปฏิบัติภารกิจของการเป็นแม่ที่สมบูรณ์ได้ เฟรเดนเชื่อว่าตั้งแต่ช่วงเวลาดังกล่าวเป็นต้นมา เป็นจุดเริ่มต้นที่นักโฆษณาตัดสินใจใช้ภาพ “ความเป็นแม่” และ “แม่บ้าน” ในการโฆษณาสินค้า ซึ่งก็เป็นความจริงเนื่องจากนับแต่บัดนั้นเป็นต้นมา งานวิจัยจำนวนมากพบว่า นักโฆษณานำเสนอภาพสตรีในบทบาท “แม่บ้าน” มากที่สุดจนมีการยอมรับและจัดให้บทบาท “แม่บ้าน” เป็นบทบาทเหมารวม (Stereotype) บทบาทหนึ่งและเนื่องจากเป็นบทบาทที่สตรีปฏิบัติกันมาช้านานและเป็นบทบาทเก่าแก่ จึงเรียกบทบาทสตรีในแนวนี้ว่าบทบาทตามแบบฉบับ (Traditional role)

และยังมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเหตุผลที่ทำให้ผู้หญิงต้องตัดสินใจมาประกอบอาชีพฟรีดีย์ เช่นงานวิจัยของ มาลี จูทา (2544) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Needs-hierarchy theory) (Abraham Maslow, 1908-1970) ที่แบ่งความต้องการของมนุษย์ตามลำดับขั้นออกเป็น 5 ขั้นคือ

- 1) ความต้องการทางด้านร่างกาย เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ได้แก่ ความต้องการในเรื่องของอากาศ ความต้องการอาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค และความต้องการทางเพศ
- 2) ความต้องการความมั่นคงและปลอดภัยในชีวิต ได้แก่ ความต้องการที่จะอยู่อย่างมั่นคงปลอดภัยจากการถูกทำร้ายร่างกายหรือถูกขโมยทรัพย์สิน หรือความมั่นคงในการทำงานและการมีชีวิตอยู่อย่างมั่นคงในสังคม
- 3) ความต้องการทางด้านสังคม ได้แก่ ความต้องการที่จะให้สังคมยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคม
- 4) ความต้องการที่จะมีเกียรติยศชื่อเสียง เป็นความต้องการดีเด่นในเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่ได้รับยกย่องจากบุคคลอื่น ความต้องการด้านนี้เป็นความต้องการระดับสูงที่เกี่ยวกับความมั่นใจในตนเองในเรื่องของความรู้ ความสามารถและความสำคัญของบุคคล

5) ความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต เป็นความต้องการในระดับสูงสุด ซึ่งเป็นความต้องการที่อยากจะให้เกิดความสำเร็จในทุกสิ่งทุกอย่างตามความนึกคิดของตนเองเพื่อที่จะพัฒนาตัวเองให้ดีที่สุดเท่าที่จะทำได้ ความต้องการด้านนี้จึงเป็นความต้องการพิเศษของบุคคลที่จะพยายามผลักดันชีวิตของตนเองให้เป็นไปในแนวทางที่ดีที่สุดตามที่ตนคาดหวังไว้

จากแนวคิดและทฤษฎีนี้สามารถนำมาอธิบายถึงสาเหตุที่ผู้หญิงตัดสินใจเลือกที่จะประกอบอาชีพเสริมเป็นฟรีแลนซ์ เนื่องจากความต้องการในแต่ละขั้นตอนจะสามารถใช้อธิบายและทำความเข้าใจถึง สาเหตุ ภูมิหลัง ขั้นตอนของสาวฟรีแลนซ์ในแง่มุมต่างๆได้

สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับความเป็นตัวตนของผู้หญิงในการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพนั้น ได้มีงานวิจัยของ โสภิตา วีรกุลเทวัญ (2546) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องการนำเสนอความเป็นตัวตนของผู้หญิงบริการในสถานบันเทิงบาร์เบียร์ จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการนำเสนอตัวตนของผู้หญิงบาร์เบียร์มีลักษณะเป็นพลวัตรแปรเปลี่ยนไปตามปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าซึ่งเป็นไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคลโดยใช้ความเป็นหญิงเป็นเครื่องมือทางหนึ่งของความอยู่รอดโดยไม่ผูกขาดตนเองไว้กับชายเพียงคนเดียว นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่าการตัดสินใจของผู้หญิงในการก้าวเข้าสู่ชีวิตการทำงานกลางคืนในบาร์เบียร์เป็นการตัดสินใจที่ถูกบังคับโดยโครงสร้างทั้งมิติทางเศรษฐกิจ มิติทางวัฒนธรรมที่ผู้หญิงเผชิญปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างสามีภรรยาในบริบทครอบครัว ตั้งแต่การสูญเสียคนรัก ความไม่รับผิดชอบ ความประพฤติดของผู้เป็นสามีที่ล้าเมเหลเทเมา ดิฉยาเสพย์ติด ฝ่ายชายมีผู้หญิงอื่น เป็นต้น และผู้หญิงได้รับการเรียนรู้มาตั้งแต่เด็กว่าเธอจะต้องเป็นฝ่ายที่ทำให้ผู้อื่นพอใจ หากมีความขัดแย้งในใจเกิดขึ้นผู้หญิงต้องเก็บความไม่พอใจไว้ก่อน ส่วนผู้ชายก็เรียนรู้ว่า การเอาใจใส่ลักษณะนี้เป็นงานของผู้หญิง ผู้หญิงทั้งหมดผ่านการแบกรับกับบทบาทหน้าที่ดังกล่าวภายใต้ภาวะของความสัมพันธ์ระหว่างสามีภรรยาที่เป็นไปในทางลบ และเมื่อสิ้นสุดความสัมพันธ์ผู้หญิงเป็นฝ่ายต้องรับผิดชอบดูแลลูก ซึ่งเป็นแรงผลักดันที่สำคัญให้ผู้หญิงต้องเผชิญกับความกดดันในหลายรูปแบบจนกระทั่งท้ายที่สุดได้ก้าวเข้าสู่การขายบริการทางเพศ ในเบื้องต้นของการขายบริการทางเพศผู้หญิงได้นำ “บริการ” ในบริบทของครอบครัวที่ถูกคาดหวังตามบทบาทของความเป็นหญิงมาเป็นเครื่องมือในฐานะที่ตนเองได้เป็นฝ่ายเลือกใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการรอดพ้นจากปัญหาทางด้านเศรษฐกิจ เมื่อผู้หญิงก้าวเข้ามาสู่ชีวิตในบาร์เบียร์พวกเขาเกือบทั้งหมดต้องปรับความคิดในเรื่องเพศสัมพันธ์เพื่อการซื้อขายเป็นอันดับแรก แม้ว่าผู้หญิงล้วนแล้วแต่เคยมีประสบการณ์ในเรื่องเพศสัมพันธ์มาแล้วแต่การมีประสบการณ์กับชายแปลกหน้าและมีเป้าหมายเพื่อเงินทองย่อมแตกต่างไปจากอุดมการณ์หลักที่ผู้หญิงคุ้นเคยมาก่อนในการปรับเปลี่ยนความคิดของผู้หญิงให้ยอมรับในเรื่องการมีเพศสัมพันธ์เพื่อการซื้อขายนั้น ผู้หญิงย้ำเตือนเป้าหมายของตนเองตลอดเวลาโดยเฉพาะ

อย่างยิ่งในเรื่องการหาเงินไปเลี้ยงลูก หรือความจำเป็นในเรื่องเศรษฐกิจในแง่ของความอยู่รอดของตนเองและพ่อแม่ พี่น้อง และนอกจากนี้แล้วผู้หญิงยังใช้ชีวิตเปรียบเทียบรายได้จากการทำงานในอดีต เช่นหญิงหลายคนที่เคยทำงานขายของตามร้านขายเสื้อผ้า บางคนทำงานบ้าน เลี้ยงลูกทำงานในไร่นา ผู้หญิงพลิกผันตนเองมาใช้ชีวิตแบบใหม่ด้วยความคาดหวังใหม่ๆ ที่ว่าจะมีชีวิตของตนเองและครอบครัวที่ดีกว่าเดิมอย่างน้อยที่สุดก็ในเรื่องของรายได้

จากการสำรวจเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าได้มีการศึกษาเรื่องตัวตนของผู้หญิง ทั้งในงานวรรณกรรมของโกวเล้ง งานโฆษณา สื่อมวลชน และผู้หญิงที่ประกอบอาชีพบริการในสถานบันเทิงบาร์เบียร์ แต่ยังไม่มีการวิจัยใดที่เกี่ยวข้องกับตัวตนของสาวพริตตี้ ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าตัวตนเป็นประเด็นสำคัญที่จะสามารถแสดงให้เห็นถึงทัศนคติของแต่ละบุคคล และสังคมที่มีต่อสาวพริตตี้แตกต่างกันไป อันนำไปสู่การมองโลกที่กว้างขึ้น และเป็นประโยชน์มากขึ้นต่อไป

1.3 คำนิยามศัพท์

1. ตัวตน หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อผลักดันตนเองเข้าสู่กฎเกณฑ์ของสังคม มนุษย์จึงกลายเป็นสิ่งที่มีอารยธรรม และพัฒนาขึ้นโดยผ่านกระบวนการ 3 กระบวนการตามแนวคิดการสร้างตัวตนของฌาคส์ ลากอง คือ กระบวนการแห่งจินตนาการ สัญลักษณ์ และความจริง

2. สาวพริตตี้ หมายถึง ทีมสาวงามที่เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ (PR Officers) ในการจัดกิจกรรมพิเศษในงานมอเตอร์โชว์ และงานเปิดตัวสินค้าในโชว์รูมรถยนต์

1.4 วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีคิดและการให้ความหมายต่อตนเองของสาวพริตตี้
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ถึงการรับรู้และการตีความของสาวพริตตี้เกี่ยวกับโลก สังคม และความสัมพันธ์ระหว่างสาวพริตตี้กับโลก และสังคม

1.5 ประโยชน์ที่จะได้รับการศึกษาวิจัย

1. ได้ทราบถึงวิธีคิดและการให้ความหมายต่อตนเองของสาวพริตตี้
2. ได้แนวทางการตีความโลก สังคม และความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับโลก และสังคม จากมุมมองของสาวพริตตี้

1.6 ขอบเขตและวิธีการวิจัย

1.6.1 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเกี่ยวกับตัวตนของสาวพริตตี้มุ่งศึกษาวิเคราะห์ในประเด็นการให้ความหมายต่อตนเองของสาวพริตตี้ การรับรู้และการตีความของสาวพริตตี้เกี่ยวกับโลก สังคม และความสัมพันธ์ระหว่างสาวพริตตี้กับโลก และสังคม โดยมีขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับเรื่องตัวตน ภายใต้กรอบแนวคิดกระบวนการสร้างตัวตนของฌาคส์ ลากอง และขอบเขตด้านข้อมูล ศึกษาจากการเก็บข้อมูลในเชิงลึกเฉพาะสาวพริตตี้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งจักรยานยนต์และรถยนต์ในงานเปิดตัวสินค้าต่างๆ ที่จัดขึ้นทั้งที่โชว์รูม ห้างสรรพสินค้า ในจังหวัดเชียงใหม่ และงานมอเตอร์โชว์ที่จัดขึ้นในจังหวัดเชียงใหม่ และในกรุงเทพมหานคร ช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ. 2553 โดยระบุกลุ่มตัวอย่าง คือ สาวพริตตี้จำนวน 5 คนซึ่งมีประสบการณ์การทำงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี

1.6.2 วิธีวิจัย

การวิจัยเรื่องตัวตนจากมุมมองของสาวพริตตี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยศึกษาวิเคราะห์เอกสารในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับ “ตัวตน” และการศึกษาเชิงลึกโดยวิธีการสัมภาษณ์ และติดตามพฤติกรรม กรณีศึกษา โดยเจาะจงสาวพริตตี้ 5 คน เฉพาะ ผู้ที่มีประสบการณ์การทำงานมาแล้วไม่น้อยกว่า 3 ปี จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎีและแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องตัวตนของฌาคส์ ลากองเป็นกรอบในการวิจัย นำเสนอผลในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

1.7 สถานที่ในการดำเนินการวิจัยและรวบรวมข้อมูล

1. สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
2. ห้องสมุดคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
3. ห้องสมุดคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4. ศูนย์สตรีศึกษา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
5. ห้องสมุดสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
6. ห้องสมุดคณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
7. สถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
8. โชว์รูมรถและห้างสรรพสินค้า ในจังหวัดเชียงใหม่
9. งานมอเตอร์โชว์ จังหวัดเชียงใหม่
10. งานมอเตอร์โชว์ กรุงเทพมหานคร