

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

#### 4.1 ร่างกาย พื้นที่ และ เวลา : เงื่อนไขแห่งสัมพันธภาพของการบริหารกิจกรรมการใช้ชีวิต

##### 4.1.1 ร่างกายในอุดมคติและความสำคัญของร่างกายในสังคม

ตั้งแต่เด็กจนเติบโตใหญ่ ในสังคมไทยแทบจะปฏิเสธไม่ได้ว่าเราถูกปลูกฝังให้เป็นคนมีสุขภาพดี ร่างกายแข็งแรงสมส่วน ปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ ทั้งนี้ทุกๆปีในสมุดปกของโรงเรียนบางแห่งมีการจัดบันทึกวัดน้ำหนักและส่วนสูงประกอบเกณฑ์มาตรฐานความเจริญเติบโตของร่างกายในช่วงการเจริญพันธุ์ของเพศและวัยในระดับต่างๆเพื่อเปรียบเทียบว่าร่างกายเด็กคนใดที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อที่จะได้รายงานให้แก่ผู้ปกครองทราบและแก้ไขร่างกายนั้นให้ไว้ความบกพร่อง ไม่ว่าจะเป็นการเสริมอาหาร การดูแลการออกกำลังกาย หรือวิธีที่เกี่ยวข้องอื่นๆ

การดูแลร่างกายในสังคมเป็นเรื่องที่ต้องการการติดตามและดูแลอย่างพิถีพิถันในชีวิตประจำวัน เราทุกคนต่างเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่จะประกอบประหม่ร่างกายให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่สุดและในขณะที่เดียวกันก็มีอายุการใช้งานได้ยาวนานเท่านั้นเช่นเดียวกัน

ความเข้าใจเรื่องมายาคติเกี่ยวกับร่างกายนั้น เปรียบเป็นเรื่องลึกลับ เนื่องจากว่างานวิจัยน้อยชิ้นที่อ้างอิงถึงเรื่องการบริโภคกับมายาคติที่ซ่อนเร้นภายใต้กิจกรรมของคนในสังคม เราต่างมองว่าการดูแลร่างกายนั้นเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่เจ้าของร่างกายนั้นพึงต้องดูแล เพื่อไม่ให้เป็นการระต่อทั้งสังคมหรือแม้กระทั่งเป็นการระต่อหน้าที่การงานของตน อันจะนำไปสู่ผลกระทบที่เป็นไปได้ต่างๆตามมา เช่นการโดนไล่ออกจากงาน หรือการเป็นที่รังเกียจของสังคม

##### 4.1.2 ภาพและสัญญาณเกี่ยวกับร่างกายในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ

จากการเก็บตัวอย่างสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจจากรายการโทรทัศน์ TV Direct ที่นำเสนอผ่านฟรีทีวี ช่อง 3 5 7 และ 9 นั้น เมื่อลงพื้นที่เก็บข้อมูลของภาพแทนและสัญญาณที่เกี่ยวข้องกับร่างกายในรายการโฆษณา จำนวน 20 ชิ้น โดยผู้วิจัยขอสงวนชื่อตราสินค้าที่แท้จริง ทั้งนี้สามารถอธิบายลักษณะภาพแทน และสัญญาณเกี่ยวกับร่างกายดังปรากฏในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจที่แบ่งตามหมวดหมู่ทั้ง 4 หมวดดังนี้

ตาราง 4.1 รายละเอียดโฆษณาหมวดเครื่องออกกำลังกาย

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
1	บาร์แรงต้าน	บาร์แรงต้าน บริหาร กล้ามเนื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพต้นแบบกล้ามเนื้อหน้าอก หลัง ไบเซ็ป ไตรเซ็ป กล้ามเนื้อเข้า ขาด้านใน หน้าท้อง และทั่วร่างกายมากกว่า 100 จุด ในสภาพเป็นมัดเงาสมบูรณ์</li> <li>- ภาพการออกกำลังกายด้วย บาร์แรงต้าน ระหว่างวัน</li> <li>- ภาพเบื้องหลังการถ่ายทำรายการที่แสดงให้เห็นว่าผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการกำลังพูดถึงกิจกรรมการออกกำลังกาย</li> <li>- ก้อนพลาสติกจำนวน 1 กิโลกรัม แทนไขมันสะสมในร่างกาย</li> <li>- ภาพกราฟิกแสดงตาข่ายกล้ามเนื้อที่ได้รับการออกกำลังกาย ทั้งส่วนบน ส่วนล่าง และกลางลำตัว</li> </ul>
2	เครื่อง ออก กำลังทวิสเตอร์	เครื่องออกกำลังกาย บริหารกระชับกล้ามเนื้อ ต้นแขน หัวไหล่ หน้าอก หลัง ลำตัวหน้าท้อง สี่ข้าง ต้นขาด้านใน ต้นขาด้าน นอก สะโพก 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพการออกกำลังกายหมู่ด้วยเครื่องออกกำลังเครื่องออกกำลังกายทวิสเตอร์ด้วยความคล่องแคล่ว รวดเร็ว ด้วยใบหน้ายิ้มแย้ม</li> <li>- จำนวนสัดส่วนที่ลดลงหลังออกกำลังกายด้วยเครื่องออกกำลังกาย</li> <li>- ภาพแสดงกล้ามเนื้อในแต่ละสัดส่วนที่ถูกบริหาร</li> <li>- ภาพกราฟิกไฮไลต์สีเน้นกล้ามเนื้อที่ได้รับการบริหาร</li> <li>- ภาพนวัตกรรมการออกแบบการเคลื่อนไหว</li> </ul>


ตาราง 4.1 รายละเอียดโฆษณาหมวดเครื่องออกกำลังกาย (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
3	เครื่องบริหาร หน้าท้องระบบ หมุนและ เหวี่ยง	เครื่องบริหารหน้าท้อง ระบบหมุนและเหวี่ยง 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพรูปร่างในฝัน V line ใส่ชุดออกกำลังกายโชว์สัดส่วนกล้ามเนื้อหน้าท้องและกล้ามเนื้อต้นแขนชัดเจน</li> <li>- ภาพขาวดำแสดงผู้ที่ออกกำลังกายด้วยเครื่องออกกำลังกายแบบเดิมๆที่แสดงถึงการเผาผลาญไขมัน แต่กล้ามเนื้อยังไม่ได้สัดส่วนหรือการออกกำลังกายที่เกร็งกล้ามเนื้อผิดส่วนทำให้ได้รับบาดเจ็บ ประกอบภาพความยากลำบากในการออกกำลังกายด้วยสีหน้าเคร่งเครียด</li> </ul>
4	เครื่องออก กำลังสามขา	เครื่องออกกำลังกายบริหาร กล้ามเนื้อขาและหน้าท้อง 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพนางแบบสวมชุดบิกินีโชว์ริ้วขาและหน้าท้องแบนราบ</li> <li>- ผู้ดำเนินรายการพูดถึงประสบการณ์การดูแลร่างกายหลังจากมีบุตร</li> <li>- ภาพถ่ายจับความร้อนของร่างกายระหว่างที่ออกกำลังกายด้วยเครื่องบริหาร แสดงส่วนกล้ามเนื้อที่มีการทำงาน</li> <li>- คำอธิบายภาพเคลื่อนไหวถึงริ้วขาในอุดมคติ มีความเซ็กซี่ ต้นขากระชับ บั้นท้ายที่สวยงาม พร้อมภาพริ้วขาในแบบต่างๆ ที่มีความลับอันเป็นผลมาจากการบริหารด้วยเครื่องออกกำลังกาย 3 เครื่องออกกำลังกาย</li> </ul>
5	เครื่องออก กำลังกล้ามเนื้อ	เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแนะนำเครื่องออกกำลังกาย เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อ A ในฐานะการออกกำลังกาย</li> </ul>

ตาราง 4.1 รายละเอียดโฆษณาหมวดเครื่องออกกำลังกาย (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
	A		<p>ในยุคศตวรรษที่ 21</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพการออกกำลังกายรูปแบบเดิมแสดงความลำบากและเสี่ยงต่ออาการบาดเจ็บ ถ่ายทอดผ่านภาพเคลื่อนไหวขาวดำ</li> <li>- นักกีฬาระบำนำได้น้ำหนักเพิ่มขึ้น ออกกำลังกายกล้ามเนื้อสำหรับการแข่งขัน</li> <li>- ระบายน้ำหนัก ด้วยเครื่องออกกำลังกายทำให้ได้กล้ามเนื้อหน้าท้องได้รับการบริหาร</li> <li>- นักกีฬาโอลิมปิกหลายรายหาอธิบายเคล็ดลับในการรักษารูปร่างโดยใช้ เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อ A</li> </ul>
6	เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อแบบ B	<p>เครื่องออกกำลังกายลดกล้ามเนื้อส่วนกลางกล้ามเนื้อด้านข้างลำตัวและกล้ามเนื้อหน้าท้อง</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพกล้ามเนื้อหน้าท้องส่วน ชักชวนให้มาใช้เครื่องออกกำลังกายรูปแบบใหม่ เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อแบบ B</li> <li>- นักยิมนาสติกเหรียญทอง โอลิมปิก แชนนอน มิลเลอร์ กัปตันทีมฟุตบอลอเมริกา เหรียญทองโอลิมปิกบอกเหตุผลที่เลือกใช้เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อแบบ B</li> <li>- แสดงผลงานถ่ายแบบเรือนร่างของโพติเออร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านฟิตเนส ในนิตยสารฟิตเนสชื่อดังมากมาย</li> </ul>
7	เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อแบบ c	<p>เก้าอี้บริหารหน้าท้อง</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพเคลื่อนไหวนางแบบและนางแบบรูปร่างดีออกกำลังกายด้วย เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อแบบ c</li> </ul>


ตาราง 4.1 รายละเอียดโฆษณาหมวดเครื่องออกกำลังกาย (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
			<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพการใช้ร่างกายในชีวิตประจำวันในอิริยาบถต่างๆ</li> <li>- ภาพผลตอบรับที่ดีจากคนรอบข้าง</li> <li>- ภาพอาการบาดเจ็บและความเสี่ยงจากการออกกำลังกายแบบเดิมๆ ด้วยภาพเคลื่อนไหวขาวดำ</li> <li>- นักกีฬาเวทบอร์ดชื่อดัง เจอร์รี่ นักออกกำลังกายด้วย เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อแบบ c</li> <li>- ภาพเคลื่อนไหวของนางแบบใส่ชุดว่ายน้ำ โഴวักกล้ามเนื้อ ออกกำลังกายด้วย เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อแบบ c</li> </ul>



ภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับการดูแลรูปร่าง สุขภาพและร่างกายในหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์เครื่องออกกำลังกายนั้นค่อนข้างชัดเจน การชมเข้าและเลื่อนออกของกล้องเพื่อนำการถ่ายทอร่างกายที่ได้รับการบริหารมาอย่างดีสมส่วนของนายแบบ นางแบบ นักกีฬา ที่เป็นที่ยอมรับ และปรากฏตัวอยู่ในสื่อมวลชน เปรียบเป็นพิมพ์ลือกดันแบบให้ผู้ชมหล่อหลอมตัวเองและผลิตร่างกายใหม่ให้ตรงกับภาพแม่แบบที่เห็น

ในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจยังแบ่งร่างกายให้ผู้ชมเห็นอย่างชัดเจนว่ากล้ามเนื้อในแต่ละส่วนจะต้องมีรูปร่างลักษณะใด ถึงจะเรียกว่าความงามและความแข็งแรง แน่นอนว่ากล้ามเนื้อที่เรียดึง เป็นลอน โอบรับกับร่างกายที่ไร้ไขมันย่อมได้รับการเชิดชูด้วยการแกะสลักรูปปั้นวินัส สิ่งที่เขาไม่ได้เลยในการนำเสนอภาพกล้ามเนื้อเหล่านี้คือภาพการแสดงกิจวัตรการออกกำลังกายพร้อมคำอธิบายเพื่อขยายความเกี่ยวกับกิจวัตรที่ต้องทำอย่างสม่ำเสมอ และใครๆก็ทำได้ ไม่จำกัดอายุ ดังที่เราเห็นภาพคนชรา เด็ก ผู้ใหญ่ทั้งวัยทำงานและเรียน หรือแม้กระทั่งหญิงในบทบาทแม่บ้านก็ต้องรักษากิจวัตรประจำวันเหล่านี้เช่นเดียวกันอย่างไม่มีข้อยกเว้น


ตาราง 4.2 รายละเอียดโฆษณาหมวดผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
1	เครื่องปั่น เอนกประสงค์ A	เครื่องปั่นอาหาร เอนกประสงค์ล้างใบมีด เทอร์โบคู่ 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพอาหารจำนวนมากหลายร้อยชนิดวางเรียงรายอยู่บน โต๊ะ ถูกเตรียมและปรุงด้วยเครื่องปั่นเทอร์โบคู่</li> <li>- ภาพการสาธิตเมนูอาหารที่หลากหลาย โดยใช้เครื่องปั่นเทอร์โบคู่เตรียมอาหารด้วย 9 วิธี 9 รายการอาหาร โดยใช้เวลาเพียงไม่กี่วินาทีต่อ 1 รายการอาหาร</li> </ul>
2	เครื่องปิ้ง อาหาร เอนกประสงค์ A	เครื่องปิ้ง อบ อย่าง เอนกประสงค์ 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การแนะนำพ่อครัวที่สามารถลดน้ำหนักได้ร่วมร้อยกิโลด้วยวิธีการรับประทานอาหารแบบ Stella Style ซึ่งหมายถึง อาหารปรุงสดใหม่เพื่อสุขภาพ เพิ่มไฟเบอร์ ที่ถึงนิสัยการกินที่ไม่ดี</li> <li>- ภาพการกินอาหาร fast food ที่ไม่ดีต่อสุขภาพ</li> <li>- ภาพการปรุงอาหารสุขภาพด้วย เครื่องปิ้งอาหารเอนกประสงค์ A</li> <li>- ภาพเมนูอาหารที่หลากหลายที่สามารถปรุงด้วยเครื่องนี้ ทั้งปลา ไก่ เนื้อ และผัก</li> <li>- ภาพผู้เชี่ยวชาญด้านอายุรกรรมอธิบายถึงโทษของการรับประทานอาหารที่ไม่สมดุล</li> <li>- ภาพน้ำมันที่ไหลออกมาจากเนื้อสัตว์ระหว่างการปรุง</li> </ul>

ตาราง 4.2 รายละเอียดโฆษณาหมวดผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (ต่อ)

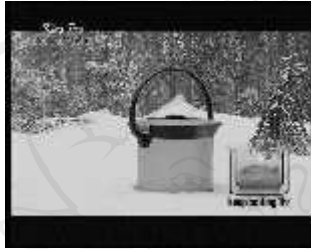
ลำดับที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
3	เครื่องปั่น เอนกประสงค์ 9 in 1	เครื่องปั่นอาหาร เอนกประสงค์ 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพการทำอาหารด้วยตนเองด้วยเครื่องปั่นเอนกประสงค์ 9 in 1</li> <li>- ภาพครอบครัวสุขสันต์ รวมตัวกันที่บ้านหลังหนึ่งเพื่อรับประทานอาหารเช้า</li> <li>- ภาพการปรุงอาหารเมนูเพื่อสุขภาพผ่านการสาธิตด้วยเครื่องปั่นเอนกประสงค์ 9 in 1</li> <li>- ผู้ดำเนินรายการทยอยนำอาหารที่ปรุงสุกเรียบร้อยแล้วมาเสิร์ฟแก่บรรดาญาติ ญาติต่างชิมอาหารเหล่านั้นพร้อมยืนยันว่ารสชาติอาหารนั้นเยี่ยมแม้จะใช้เวลาในการเตรียมสั้นมาก</li> <li>- สาธิตวิธีการทำน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพด้วยผลไม้ชนิดต่างๆเพื่อเป็นประโยชน์ต่อระบบขับถ่าย และอุดมไปด้วยวิตามิน แต่ไร้กากผลไม้</li> </ul>
4	เครื่องปั่น อาหารแบบ B	เครื่องปั่นอาหาร เอนกประสงค์ 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพข้อมูลเรื่องร่างกายและโภชนาการ ได้แก่ กิจกรรมเกี่ยวกับการบริโภคอาหารในแต่ละวัน มีการอ้างอิงถึงอาหารขยะประเภทต่างๆและความเสี่ยงของโรคที่จะเกิดขึ้น ได้แก่ เบาหวาน และไขมันอุดตันในเส้นเลือด</li> <li>- กระเพาะอาหารเต็มเต็มไปด้วยอาหารขยะ</li> <li>- ภาพสาธิตการใช้เครื่องปั่นอาหารแบบ B ประกอบกับการให้ข้อมูลเรื่องโภชนาการเรื่องการควบคุมน้ำหนัก และการควบคุม</li> </ul>

ตาราง 4.2 รายละเอียดโฆษณาหมวดผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
			<p>สารอาหารในร่างกาย เมื่อเทียบระหว่างการดื่มน้ำสกัดผลไม้กับผักสดและผลไม้สดโดยตรง</p> <p>- ภาพความสำเร็จของแจ็ก ลาแลนน์ เกี่ยวกับธุรกิจเครื่องออกกำลังกาย ในปี 1936 ประวัติของแจ็ก ลาแลนน์ในฐานะคนแก่ที่มีสุขภาพดี</p>
5	เครื่องปั่นอาหารแบบ C	<p>เครื่องปั่นอาหารเอนกประสงค์</p> 	<p>- ภาพแนะนำเครื่องเครื่องปั่นอาหารแบบ C ในฐานะพัฒนาการอันยิ่งใหญ่ของทศวรรษ มีเครื่องปั่นอาหารแบบ C ตั้งอยู่สามเครื่องพร้อมสาริต</p> <p>- ภาพผู้ทดลองใช้บอกเป้าหมายของการมีสุขภาพดี</p> <p>- ภาพสาริตการทำอาหารจากดื่มน้ำและซูปรูชั่นด้วยเครื่องปั่นอาหารแบบ C โดยที่ยังคงเอนไซม์และวิตามินจากผักและผลไม้</p> <p>- ภาพสาริตการเตรียมและปรุงอาหารจากเครื่องปั่นอาหารแบบ C เพื่อทำอาหารให้แก่เด็กที่ไม่ชอบรับประทานผักและผลไม้ พบว่าเด็กสามารถดื่มน้ำผักได้ง่ายขึ้นและสนุกสนานกับการรับประทาน</p> <p>- ภาพสาริตการทำอาหารสำหรับเด็กอ่อนและสาริตวิธีการทำไอศกรีมที่สดใหม่</p>
6	หม้อเก็บความร้อน	หม้อเก็บความร้อน ปรุง	- ภาพสาริตการเก็บความร้อนของหม้อเก็บ




ตาราง 4.2 รายละเอียดโฆษณาหมวดผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
	ร้อนแบบ A	อาหารโดยไม่ใช้ไฟฟ้า หม้อประหยัดพลังงาน 	ความร้อนแบบ A โดยวางไว้บนถาดน้ำแข็ง เพื่อพิสูจน์คุณสมบัติการเก็บความร้อน - ภาพอาหารมีสีสันทันรับประทาน สุกโดย ทั่วถึงและยังคงรสชาติที่อร่อยของอาหารไว้ - ภาพพิธีกรภาคสนามแสดงการปรุงอาหาร ด้วย หม้อเก็บความร้อนแบบ A ท่ามกลาง หิมะ ซึ่งแสดงการเก็บความร้อนของหม้อเก็บ ความร้อนแบบ A ที่สามารถทำให้ปลาสุกได้ ภายในหนึ่งชั่วโมงโดยไม่ต้องใช้ไฟฟ้า


การเก็บข้อมูลภาพและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกายในหมวดสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน  
สังเกตได้ว่าจะมีการนำเสนอภาพเกี่ยวกับข้อมูลความรู้หลัก โภชนาการที่ถูกต้อง เน้นเครื่องมือที่  
ทำอาหารสุขภาพรับประทานได้ในครัวเรือน การแสดงประสิทธิภาพของเครื่องครัวที่สามารถกักเก็บ  
สารอาหารไม่ให้เสียไประหว่างการปรุง รวมไปถึงการจำแนกแจกแจงกิจกรรมที่ทำให้เสื่อมสุขภาพและ  
โทษของการรับประทานอาหารที่ไร้คุณค่าทางโภชนาการ

อุปกรณ์ในครัวเรือนจึงกลายเป็นเหมือนปัจจัยในการดำรงชีวิตที่จะช่วยควบคุมการบริโภคของ  
ร่างกายให้เป็นไปตามครรลอง การใช้อุปกรณ์ในการปรุงอาหารที่ตมมาตรฐานสร้างความเสื่อมให้กับ  
อาหารก็ย่อมแสดงให้เห็นว่าร่างกายก็พร้อมที่จะเสื่อมลงจากการได้รับสารอาหารชั้นเลวจากเครื่องมือ  
เลวๆเช่นเดียวกัน ภาพเปรียบเทียบการใช้เครื่องครัวปรุงอาหารบ้านๆกับนวัตกรรมและเทคโนโลยี  
เครื่องครัวแห่งทศวรรษจึงถูกนำมาเปรียบเทียบกันให้เห็นอย่างชัดเจน และผลที่หลีกเลี่ยงไม่ได้นั่นก็คือ  
ความเสื่อมของร่างกายที่ได้รับสารอาหารชั้นเลวเมื่อใช้เครื่องครัวชั้นเลว กับร่างกายอันมีกล้ามเนื้อได้  
รูป ทำงานเต็มประสิทธิภาพอันเป็นผลมาจากกรได้รับสารอาหารที่ดีที่ปรุงจากเครื่องมือแห่งทศวรรษ

ตาราง 4.3 รายละเอียดโฆษณาหมวดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
1	ครีม 365	โลชั่นเข้มข้นบำรุงผิวหน้า เพื่อผิวหน้ากระชับ ลดริ้ว รอย กระชับรูขุมขน 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพเคลื่อนไหวชีวิตประจำวันที่ต้องเจอ สภาวะแวดล้อมที่เป็นปัจจัยทำร้ายผิว</li> <li>ความสำคัญของผิวหน้า เปรียบเป็นปราการ ด่านแรกของผู้พบเห็น</li> <li>- ภาพผู้ทดลองใช้เพศหญิงผลิตภัณฑ์บอกความ กังวลเกี่ยวกับริ้วรอย สีผิว ปัญหาความเสื่อม ของผิว</li> <li>- ภาพประกอบจากเครื่องตรวจสภาพผิวที่ แสดงจุดบกพร่องทางผิวหน้าที่ไม่เห็นได้ด้วย ตาเปล่า</li> <li>- ภาพเปรียบเทียบการผลัดผิวหน้าด้านที่ใช้ และไม่ได้ใช้เซรั่ม</li> </ul>
2	น้ำมันสกัดจาก ดັบล่า	น้ำมันสกัดจากดັบล่า ทะเลน้ำลึกในประเทศ ญี่ปุ่น ใช้บำรุงผิวและผม ให้แข็งแรง 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การอธิบายโมเลกุลของน้ำมันที่หล่อเลี้ยงบน ผิวหนัง และปัญหาที่เป็นปัจจัยการทำลาย น้ำมันหล่อเลี้ยงผิว และผลของผิวถูกทำลาย</li> <li>- ภาพประกอบการวิจัยที่ประเทศญี่ปุ่นเกี่ยวกับ ครีมชื่อ น้ำมันสกัดจากดັบล่า ผลิตภัณฑ์จากสาร สกัดทะเลลึกในประเทศญี่ปุ่นที่มีความคล้าย เคียงกับน้ำมันของผิวหนังมนุษย์</li> <li>- ภาพลักษณะ โรงงานผลิตที่ได้รับรางวัล Green Factory</li> <li>- ภาพทัศนียภาพของเกาะฮอกไกโด พนักงานมี</li> </ul>


ตาราง 4.3 รายละเอียดโฆษณาหมวดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม (ต่อ)

ลำดับที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
			<p>ความเป็นอยู่ที่ดีมีคุณภาพ โรงงานมีสถานรับเลี้ยงเด็กของคอนงาน</p> <p>- ภาพผู้ดำเนินรายการอธิบายถึงการผลิตน้ำมันสกัดจากตับปลา ตามธรรมชาติของร่างกาย และผลจากการขาด น้ำมันสกัดจากตับปลา</p>
3	เครื่องปรับแต่งทรงผมแบบ A	<p>เครื่องรีดผมตรงและจัดแต่งลอนผม</p> 	<p>- ภาพนางแบบใช้ เครื่องปรับแต่งทรงผมแบบ A ด้วยตนเอง สลับกับภาพนางแบบเรียวร่าท่ามกลางบรรยากาศทะเลพร้อมสายผมอย่างเป็นอิสระ</p> <p>- ภาพกราฟิกแสดงการสร้างประจุลบ เครื่องปรับแต่งทรงผมแบบ A ที่ช่วยให้ผมเก็บกักความชื้นระหว่างใช้งานโดยผมไม่แห้งเสีย</p> <p>- ภาพครอบครัวตั้งแต่ วัยรุ่น คุณแม่ คุณป้า และคุณยาย ใช้เครื่องปรับแต่งทรงผมแบบ A พร้อมกัน</p> <p>- ภาพผมที่จัดทรงโดยเครื่องเป่าผมที่แสดงความยุ่งยาก</p>
4	เซรั่มบำรุงผมแบบ A	<p>น้ำยาบำรุงเส้นผมป้องกันการหลุดร่วง</p>	<p>- การบอกเล่าประสบการณ์ใช้ผลิตภัณฑ์ เคยมีปัญหาเรื่องเส้นผมบาง และสูญเสียความมั่นใจและเกิดอาการเครียด</p> <p>- ผู้ดำเนินสัมภาษณ์นักธุรกิจได้รับคำแนะนำจากแฟนให้ใช้ เซรั่มบำรุงผมแบบ A เนื่องจากพบปัญหาเครียดจากการทำงานสูบ</p>

ตาราง 4.3 รายละเอียดโฆษณาหมวดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
			<p>บุหรี ทำให้ผมร่วง</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพเคลื่อนไหวปัญหาเส้นผมและหนังศีรษะที่จะเกิดขึ้นหากปล่อยให้ปัญหาเส้นผม โดยไร้การดูแลด้วยผลิตภัณฑ์ที่ดี</li> </ul>
5	ครีมลดริ้วรอย แบบ A	<p>ครีมบำรุงหน้าลดริ้วรอยเห็นผลทันทีใช้</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาพความสำเร็จของสินค้าที่สามารถขายได้ 54 ประเทศทั่วโลก หนึ่งในห้าแสนผู้ดำเนินรายการแนะนำว่าทุกนาทิจากที่ผ่านไปจะมีคนหนึ่งคนซื้อ 1 หลอด ใน 54 ประเทศ</li> <li>- ภาพนักรางวัลต่างๆที่ครีมลดริ้วรอยแบบ A ได้รับ รวมไปถึงการกล่าวขานถึงในนิตยสารในฐานะ สุดยอดครีมปี 2009</li> <li>- ผลการทดสอบในห้องปฏิบัติการในกลุ่มอาสาสมัครเพศหญิง 23 ราย อายุ 41 – 75 ปี ในปี 2550</li> <li>- ผู้จัดการผลิตภัณฑ์อธิบายสาเหตุของการเกิดปัญหาริ้วรอยที่หลีกเลี่ยงได้ยาก ทุกอารมณ์บนใบหน้าจะถูกบันทึกเอาไว้ทุกจุดบนหน้า</li> <li>- ภาพกราฟิกแสดงความเป็นไปได้ของริ้วรอยที่เกิดขึ้นบนใบหน้าเมื่อแสดงอารมณ์</li> <li>- พริตตี้ต้องใช้ครีมเพื่อให้ได้รับงานอีเวนต์ และได้รับจ้างงานมากขึ้นหลังจากริ้วรอยลดลง</li> <li>- ภาพสามมิติแสดงการเติมเต็มริ้วรอยลึกของผิวหลังใช้ครีมเติมร่องริ้วรอยลึก ครีมลดริ้ว</li> </ul>

ตาราง 4.3 รายละเอียดโฆษณาหมวดผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม (ต่อ)

ลำดับ ที่	ชื่อโฆษณา	รายละเอียด	ลักษณะภาพแทนและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกาย
			รอยแบบ A พร้อมภาพเคลื่อนไหวสาธิตวิธีการใช้น้ำอย่างสั้นๆ พร้อมเปิดเผยข้อมูลรางวัลที่ครีมเติมร่องริ้วรอยลึก ครีมลดริ้วรอยแบบ A ได้รับ และยอดขายทั่วโลก
6	ครีมบำรุงรอบดวงตาแบบ A	<p>ครีมบำรุงรอบดวงตา            กระจับผิวดูเงาได้ตา            ลดรอยหมองคล้ำ            กระจับผิว ลดริ้วรอยรอบดวงตา</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การอธิบายความบอบบางของผิวหนังส่วนดวงตาที่ต้องการการดูแลปกป้องเป็นพิเศษ อธิบายปัจจัยสาเหตุ ควรใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อรอบดวงตาโดยเฉพาะ</li> <li>- การอธิบายถึงข้อเสียของการมีสุขภาพผิวรอบดวงตาที่แย่พร้อมภาพหญิงสาวแสดงใบหน้าที่กังวล ขาดบุคลิกภาพที่ดี</li> <li>- ผู้ใช้ครีมบำรุงผิวรอบดวงตา ยืนยันคุณสมบัติของครีม หอมดั่งกลิ่นกับสภาพผิวรอบดวงตา</li> <li>- ภาพผู้ทดลองใช้แบ่งออกเป็นสี่ช่วงอายุ คือ 20 – 30 ปี, 31 – 40 ปี, 41-50 ปี, 51 – 60 ปี</li> </ul> <p>ความเปลี่ยนแปลงของผิวหนังรอบดวงตาในแต่ละสัปดาห์</p>

ภาพและสัญลักษณ์เกี่ยวกับร่างกายที่ปรากฏอยู่ในโฆษณาหมวดที่ 3 ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามนี้ ถึงแม้จะไม่ได้แสดงร่างกายในอุดมคติที่แสดงถึงความกำยำแข็งแรงของร่างกายดังเช่นในหมวดเครื่องออกกำลังกายและผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน แต่เป็นร่างกายในฐานะความสวยงาม อาหารตาที่เสริมสร้างบุคลิกให้ดูโดดเด่น และไร้ซึ่งความบกพร่องเล็กน้อยๆ การใช้ภาพความกังวลเกี่ยวกับสภาพผิวหนังที่มีปัญหาต่างๆ รวมไปถึงภาพความตระหนักรู้ถึงปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาผิวนานาประการซึ่งไม่

สามารถหลีกเลี่ยงปัจจัยเหล่านี้ในชีวิตประจำวันได้ ปัจจัยที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงนี้เองที่เป็นการกระตุ้นให้เกิดการดูแลอย่างสม่ำเสมอในชีวิตประจำวัน เพราะบุคลิกภาพที่ดีนั้นก็ถือเป็นต้นทุนทางสังคมอย่างหนึ่งที่ทำให้ผู้คนได้รับโอกาสในการทำงานหรือรับสิทธิพิเศษในสังคม ดังเช่นในโฆษณาครีมบำรุงหน้าลดริ้วรอย ครีมลดริ้วรอยแบบ A ที่ระบุว่าผู้ใช้มีอาชีพเป็นพริตตี้ต้องใช้ครีมเพื่อให้ได้รับงานอีเวนต์และได้รับจ้างงานมากขึ้นหลังจากริ้วรอยลดลง

นอกจากนี้การนำเสนอการทดลองใช้ครีมของผู้ใช้ที่ได้ผลดีในระดับอายุที่ต่างในขณะที่มีปัญหาผิวที่ต่างกัน รวมไปถึงภาพครอบครัวตั้งแต่พ่อ แม่ พี่ น้อง ปู่ ย่า ตา ยาย ลุง ป้า น้า อา มาร่วมใช้ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและความงามนั้นแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการดูแลผิวหน้าที่เป็นส่วนประกอบของการสร้างบุคลิกที่ดีนั้นไม่ได้จำกัดอายุ หรืออาจจะพูดได้ว่าในทุกระดับอายุควรดูแลผิวหน้าให้เป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพและความเชื่อมั่นดีในองคร่วม ไม่ใช่เมื่อแก่ตัวลงก็ปล่อยให้ปล่อยตัวให้เป็นขยะทางสายตา

นอกจากนี้การนำเสนอข้อมูลรางวัลที่ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามแต่ละประเภทได้รับ รวมไปถึงยอดขายทั่วโลกที่ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี แสดงให้เห็นนัยยะสำคัญว่าความสำคัญในการดูแลรักษาผิวนานี้ถูกยกระดับเปรียบเป็นวาระนานาชาติที่คนในทุกลมุมโลกต่างยอมรับว่าเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องเอาใจใส่ไม่ให้โรยราไปตามเวลา จึงไม่น่าแปลกใจว่าหากในโฆษณาจะแสดงภาพความอ่อนเยาว์ของผิวย้อนแย้งกับอายุราวกับเป็น ความขัดแย้งที่ลงตัวของความงามกับกาลเวลา

ในกลุ่มโฆษณาสุดท้ายคือ อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง เป็นการนำเสนอสินค้าพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งคู่มือเดินไม่ใช่สินค้าและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับร่างกายแต่กระนั้นแล้ว โฆษณาสินค้านี้กลับเกี่ยวข้องกับการดูแลบุคลิกภาพ ลักษณะของร่างกาย และภาพลักษณ์อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในโฆษณาโปรยคุณสมบัติของสินค้าและการใช้งานว่า ในขณะที่โฆษณาแสดงภาพเคลื่อนไหวของมิสไทยแลนด์ยูนิเวิร์ส ปี 1991 ทำงานเกี่ยวข้องกับบริษัทต่างชาติและการดูแลลูกค้า พูดถึงความรวดเร็วในการหาคำศัพท์ระหว่างการทำงาน ที่ทำให้การสนทนาระหว่างกันไม่ขาดตอน และไม่เสียบุคลิก อีกทั้งลักษณะของพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์นั้นมีรูปทรงคล้าย Iphone ทำให้บุคคลภายนอกไม่ทราบว่าเป็นขณะที่ ผู้ใช้มีความติดขัดทางด้านภาษากำลังหาคำศัพท์อยู่ สะท้อนให้เห็นการรักษาภาพลักษณ์ของผู้ใช้และการจัดระเบียบส่วนต่างๆของร่างกายและการแสดงให้ดูเหมือนเป็นบุคคลที่ฉลาดและรอบรู้ ไม่มีข้อบกพร่องในทุกเสี้ยววินาทีของการใช้ชีวิต หรือกล่าวง่าย ๆ ว่าการควบคุมไม่ให้ร่างกายและพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องแสดงความโง่ออกมาให้ผู้อื่นเห็นนั่นเอง อีกทั้งการชื่นชมรูปร่าง

ของพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ว่ามีรูปทรงคล้าย Iphone ก็คล้ายกับการไม่ยอมรับบุคลิกภาพและร่างกาย ในระหว่างที่ผู้ใช้รู้สึกตัวเองแสดงความไม่ฉลาดในที่สาธารณะ

เรือนร่างในอุดมคติของนักกีฬา ผู้เชี่ยวชาญ คารานักแสดง เปรียบเป็นความขี้ขลาดอันถูกต้อง และหวังดีต่อผู้ชมรายการ โฆษณาให้โยยหาเรือนร่างอันน่าดึงดูด เท่านั้นยังไม่พอการใช้ภาพขาวดำที่ แสดงความลำบากของการใช้ชีวิตที่จะต้องหอบสังขารอันอึดโรย ไม่แข็งแรง อ้วนท้วน ไม่คล่องแคล่ว ในการประกอบกิจกรรมในชีวิตเหมือนเป็นการตอกย้ำถึงความล้มเหลวหนึ่งของการใช้ชีวิต และอาจ นำพาไปสู่ความล้มเหลวในด้านต่างๆ

ร่างกายในอุดมคติจึงคล้ายกับเป็นสะพานที่ทอดข้ามไปสู่ความสำเร็จอื่นๆ โดยมีร่างกายเป็น เครื่องมือแรกในการเข้าถึงความสำเร็จนั้นๆ จึงไม่น่าแปลกใจว่าเหตุใดเราจึงต้องดูแลร่างกายให้สมบูรณ์ แข็งแรงอย่างพิถีพิถัน คำถามที่ว่า โตขึ้นพวกเขาอยากเป็นอะไร อยากทำอาชีพอะไร ก็จะได้รับ การตอบสนองหากพวกเขามีร่างกายที่ดูดี แข็งแรง สมส่วนเหมือนร่างกายในอุดมคตินั่นเอง

การประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน การศึกษา งานอดิเรก และมิติทางสังคมอื่นๆล้วนมี เรื่องของข้อจำกัดทางร่างกายเป็นโจทย์ว่าเราจะสามารถเข้าร่วมกิจกรรมเหล่านั้นได้หรือไม่ ร่างกายที่ แข็งแรงสมบูรณ์จึงเปรียบเป็นภาษาเชิงชวนให้คนหันมาเอาใจใส่อย่างเคร่งครัด ภาพแทนของ กิจวัตรการออกกำลังกายและรักษากล้ามเนื้อจึงสะท้อนทั้งประ โยชน์ ความหวัง ความฝันในกายภาค หน้าที่จะได้รับจากการเอาใจใส่เพียงง่ายๆอย่างละเอียดละออแทรกอยู่ในช่วงเสี้ยวเวลาที่หนึ่งใน ชีวิตประจำวัน

#### 4.1.3 ร่างกายในอุดมคติและมายาคติของร่างกาย

จากข้อมูลโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจนั้นเกี่ยวกับการใช้ภาพแทนและสัญลักษณ์ทางร่างกายนั้น สอดคล้องกันกับประเด็นมายาคติที่ Roland Barthes<sup>1</sup> อธิบายไว้ว่า มายาคติเป็นเรื่องจุกจิก เป็นสิ่งที่ เล็กน้อยแต่เต็ม ไปด้วยความหมายที่แฝงอยู่ในชีวิตประจำวัน เขาได้กล่าวไว้ว่าสิ่งที่มองเห็นได้เด่นชัด จง ตั้งกับคำถามของการมีอยู่ของสิ่งนั้น ทั้งนี้การสืบสวนหรือการตั้งคำถามนั้นควรใช้เครื่องมือทาง วัฒนธรรมและวิธีปฏิบัติต่างๆ Roland Barthes กล่าวว่าสิ่งที่แลดูบริสุทธิ์ผุดผ่องและมีความเป็น

<sup>1</sup> รอล็อง บาร์ต (ฝรั่งเศส: Roland Barthes) เป็นนักวิพากษ์วรรณกรรม นักทฤษฎีวรรณกรรมและทฤษฎีสังคม นักปรัชญา และนักสัญวิทยา งานของบาร์ตแผ่คลุมหลายสาขาวิชา และเขามีอิทธิพลต่อการพัฒนาสำนักทฤษฎีหลาย สำนัก ซึ่งรวมถึง โครงสร้างนิยม สัญวิทยา อัตถิภาวนิยม ลัทธิมาร์กซ์ และหลัง โครงสร้างนิยม

ธรรมชาติล้วนมีความหมายแฝงซ่อนอยู่ เช่น ประโยชน์ทางด้านหน้าที่การใช้งานของรถยนต์นั้นมีไว้ขับเคลื่อนทางไปยังจุดหมายปลายทางต่างๆ แต่ความหมายแฝงของการเลือกยี่ห้อรถยนต์เพื่อขับขึ้นบ้นท้องถนนนั้นล้วนมีความหมายแฝง การเลือกรถยนต์ยี่ห้อ BMW กับ Citroen ย่อมให้ความหมายที่ต่างกัน การขับ BMW ให้ความรู้สึกเท่ เป็นคนรุ่นใหม่ ส่วนคนที่เลือกขับ Citroen แสดงให้เห็นถึงความสุขุม ภูมิฐาน และมีรสนิยม การเลือกรุ่นของรถยนต์นั้นก็เปรียบเสมือนกับการขึ้นชมยินดี การเฉลิมฉลองความสำเร็จของตนเอง รวมไปถึงการประดับประดาตนเองด้วยผลกำไรทางด้านวัตถุ (Material Benefits) ซึ่งBarthes เรียกว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (Technological Advance) สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นความหมายที่ซ่อนเร้นอยู่อย่างเงิบๆ Roland Barthes จึงให้ความเห็นว่าอย่าคิดว่าสิ่งที่อยู่รอบตัวเรานั้นดำรงอยู่อย่างเชื่องๆ และมีความสำคัญกับชีวิตเพียงเพราะประโยชน์ใช้สอยของมันเท่านั้น<sup>2</sup>

หากพิจารณาข้อสังเกตของ Barthes เรื่องผลประโยชน์กับมายาคติ เราก็อาจเปรียบเทียบยี่ห้อรถที่เราเลือกขับเพื่อบ่งบอกฐานะทางสังคม เช่นเดียวกับการที่เราเลือกดูแลร่างกายให้สมบูรณ์แข็งแรงตามรูปแบบสมัยนิยมเพื่อที่จะบ่งบอกว่าเรามีสุขภาพดี และเป็นคนใส่ใจกับความเป็นอยู่ของร่างกายเพื่อผลกำไรทางวัตถุ สิทธิพิเศษในการถูกเลือกให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมทางสังคม และได้แลกเปลี่ยนกับคนที่อยู่ในร่างสังขารที่มาจากระดับเดียวกัน

ความหมายของมายาคติของ Barthes นั้น แบ่งออกเป็นสองความหมาย อย่างที่หนึ่งหมายถึงการเป็นขอมมนุษย์ ซึ่งเป็นการอ้างอิงถึงเหล่าขอมมนุษย์ที่อยู่ในปรภณัมต่างๆ ความหมายที่สองอาจหมายถึง ความคลุมเครือ สิ่งที่ไม่รู้ซึ่งการพิสูจน์ หรือเป็นภาพลวง Barthes ให้ความสำคัญกับความหมายที่สอง โดยกล่าวว่าภาพแทนที่อยู่ในชีวิตประวัติดังเป็นภาพแทนที่ผิดพลาดและเป็นความเชื่อที่ผิดธรรมชาติของมายาคตินั้นเป็นภาพลวงแห่งความจริง ภาพลวงซึ่งเคลือบอำนาจที่แท้จริงในสังคมดังเช่นวัฒนธรรมมวลชนของชนชั้นกลาง

มายาคติและอุดมคตินั้น Barthes กล่าวว่าเป็นสิ่งเดียวกัน อุดมคติเป็นความเชื่อที่ถูกกลั่นกรองและผ่านกระบวนการที่ทำให้เป็นสิ่งที่ถูกต้องและเป็นภาพแทนของความสัมพันธ์ของอำนาจที่กำลังบริหารอยู่ในช่วงเวลานั้นๆ อุดมคติต่างๆจะมีส่วนสนับสนุนค่านิยม ความสนใจของกลุ่มคนหลักของสังคม โดยอุดมคติจะดำเนินกระบวนการของมันด้วยการทำให้คนในสังคมคุ้นเคยกับความเป็นธรรมชาติของมันและการทำให้อุดมคตินั้นมีความสอดคล้องกับความเป็นสากล วัฒนธรรมชั้นสูง และวัฒนธรรมมวลชน (Pop Culture) ล้วนเป็นกลุ่มตัวอย่างของการมีอยู่ที่ควรจะถูกตรวจสอบและตั้ง

<sup>2</sup> <http://seacoast.sunderland.ac.uk/~os0tmc/myth.htm>



คำถามต่อการใช้ของพวกมัน Barthes กล่าวว่า Pop Culture เป็นรูปแบบเดียวที่วัฒนธรรมชั้นสูงถูกสงวนรักษาไว้ เขากล่าวว่าวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าชั้นต่ำนั้นสามารถมองให้เป็นวัฒนธรรมชั้นสูงได้ด้วย ลักษณะของความเข้มข้นเกี่ยวกับการใช้ชีวิต การแสดงออกถึงความทุกข์ทรมาน การถูกทำให้หมดสิ้นความเป็นมนุษย์ที่ถูกนำเสนอในวัฒนธรรมชั้นต่ำ ดังที่ Barthes ยกตัวอย่างระหว่างมวยปล้ำ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ถูกมองว่าต่ำกับละครเวทีซึ่งเป็นศาสตร์ชั้นสูงว่า มวยปล้ำนั้นสามารถถูกมองว่าเป็นวัฒนธรรมชั้นสูงได้เนื่องจากการแสดงมวยปล้ำนั้นถือเป็นมหรสพที่เป็นทางการ โดยนำเสนออย่างมีมาตรฐานทั้งรูปแบบการเคลื่อนไหวที่ตรงตามกฎมาตรฐาน การออกแบบท่วงท่าการปล้ำราวกับเป็นโศกนาฏกรรมคลาสสิก สิ่งที่เป็นองค์ประกอบของมวยปล้ำถูกทำให้เป็นรหัสที่เป็นมาตรฐานและเป็นรูปแบบที่แน่นอน Barthes กล่าวถึงวัฒนธรรมมวลชนสมัยใหม่ที่ถูกรอบงำโดยจิตวิญญาณของคนชนชั้นกลาง กลุ่มผู้ใช้แรงงานก็ถูกดึงให้เข้าร่วมวาทกรรม (discourse) Pop Culture ของชนชั้นกลางด้วย ทำให้กลุ่มผู้ใช้แรงงานสูญเสียวัฒนธรรมของตนเองไป Barthes ยังอธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับวัฒนธรรมมวลชนว่า วัฒนธรรมมวลชนพยายามล้อเลียนวัฒนธรรมชั้นสูงและในขณะเดียววัฒนธรรมมวลชนก็พยายามแทรกแซงและเข้ามาแทนที่วัฒนธรรมป๊อป ความรู้เรื่องมายาคติจะช่วยคลายปมเกี่ยวกับปฏิบัติการในชีวิตประจำวันว่าความจริง ความฝัน ค่านิยมต่างๆ ที่ถูกปลูกขึ้นในจิตใต้สำนึกของคนในสังคมนั้นมีอำนาจใดกำลังบริหารมายาคติหรือภาพลวงตาเหล่านั้นอยู่ การทำความเข้าใจเรื่องมายาคติจึงช่วยในการเข้าใจสังคมที่ซ่อนประเด็นปัญหา ความหวัง ความฝัน และความคาดหวังซึ่งทับซ้อนกันอยู่ราวกับขนมชั้น<sup>3</sup>

หากมายาคติเกี่ยวกับการถือครองร่างกายในอุดมคติเป็นภาพลวงแห่งความจริงของคนชนชั้นกลาง และชนชั้นที่ต่ำกว่าก็สามารถถือครองความแข็งแรงและสมบูรณ์ตามอุดมคติผ่านเครื่องออกกำลังกายที่ด้อยกว่าเพื่อบรรลุเป้าหมายและคุณภาพชีวิตที่ดีในปลายทางเดียวกันแล้ว ก็ไม่น่าแปลกใจหากระหว่างทางของการดูแลร่างกายให้แข็งแรง สมบูรณ์นั้นเราจะต้องผ่านการเรียนรู้อย่างเป็นทางการผ่านคำสอนของพ่อแม่ คุณครู ให้ทานอาหารครบ 5 หมู่ ออกกำลังกายวันละ 30 นาที อย่างน้อย 3 วันต่อสัปดาห์ และล้างมือก่อนรับประทานอาหาร และถ่ายพยาธิทุกๆ สามเดือน

ความฝันที่เริ่มก่อตัวขึ้นในวัยเด็กว่าอยากประกอบอาชีพต่างๆ เริ่มชัดเจน การชวนขายหาต้นทุนทางร่างกายก็เริ่มขึ้น เมื่อเข้าโรงเรียนเด็กนักเรียนก็จะค่อยๆ เข้าใกล้ความฝันที่ถูกกำกับโดยความจริงเมื่อเขาได้เรียนรู้เกี่ยวกับศาสตร์แขนงต่างๆ ที่จะช่วยพิสูจน์ประสบการณ์ความจริงในชีวิต จนกระทั่ง

<sup>3</sup> <http://seacoast.sunderland.ac.uk/~os0tmc/myth.htm>

ความรู้เหล่านั้นค่อยกลายมาเป็นส่วนหนึ่งในเกณฑ์ และมาตรฐานของการทดสอบความจริงในชีวิตประจำวัน เช่น วิชาคณิตศาสตร์เป็นการพิสูจน์ตรรกะการคำนวณ คาดคะเนความน่าจะเป็น หรือ วิชาวิทยาศาสตร์ที่พิสูจน์ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความเป็นไปของธรรมชาติ ทั้งในและนอกโลก รวมไปถึงปรากฏการณ์ธรรมชาติต่างๆ ซึ่งรวมถึงกลไกการมีชีวิตอยู่ของมนุษย์ เราปฏิเสธไม่ได้ว่า นอกจากวิชาความรู้ที่เราได้ทยอยสั่งสมมาตั้งแต่เด็กและไม่มีทีท่าว่าจะหยุดเรียนรู้ ในขณะเดียวกันความรู้ที่เป็นวิถีทางสังคมที่แวดล้อมก็ยังคงคอยกำกับชีวิตเรามากขึ้นหนึ่งราวกับเป็นกำแพงคู่นานที่บีบเอาผู้เรียนรู้ไว้ตรงกลาง ประกอบกับความบีบคั้นและข้อจำกัดทางร่างกายในการเป็นส่วนหนึ่งของความฝันที่เริ่มเข้มงวดขึ้นทุกทีๆ

ความรู้และข้อจำกัดเตือนใจที่สั่งสมก็เปรียบดั่งซีเมนต์ที่พอกหนาตามกำแพงจนกระทั่งเราเดินไม่หลุดออกจากช่องแคบระหว่างกำแพงของข้อจำกัดเรื่องร่างกายนั้น เมื่อเราได้รับการหล่อหลอมจากความรู้ที่เราผูกเข้ากับเชื่อมั่น ว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้อง และเป็นเครื่องมือพิสูจน์มิติต่างๆ ขึ้นเยี่ยม ภาพความหวังที่ไหลเลื่อนเข้ามาสู่ความคิด และสู่สายตากลายเป็นเป้าที่เราพยายามครอบครองโดยใช้ความรู้ ครอบการคิด วิถีทางสังคม ประเพณี เป็นเครื่องมือพิสูจน์และนำพาให้ประสบการณ์ที่เข้ามาในชีวิต ดำเนินไปอย่างถูกต้อง เพื่อที่จะประสบความสำเร็จดังหวัง

ภาพความหวัง ความฝันนั้นถือว่าเป็นความจริงอย่างหนึ่งที่สังคมพยายามหล่อหลอมผ่านความรู้ที่กรอกใส่ระบบความคิดของผู้คนในสังคม แต่เราเคยตั้งคำถามกับตัวเองหรือไม่ว่าปลายทางของความสำเร็จนั้นมีผู้ถือครองร่างกายกำยำ แข็งแรง กล้ามเนื้อเป็นลอนได้สัดส่วน หรือร่างกายที่เช็กซี ยั่วยวนนั้นยืนเบียดกันอยู่บนสะพานแขวนที่ใช้ซึ่งหลักประกันว่าทุกคนจะได้รับความสำเร็จที่ปลายทางนั้นอย่างเท่าเทียมกันทุกคนและสมหวังอย่างตั้งใจ

#### 4.1.4 ร่างกายที่บิดเบี้ยวกับการควบคุมด้วยวินัยและการลงทัณฑ์ความบกพร่อง

ในสังคมของการบริโภค วงจรแห่งทุนนิยมก็มักจะเริ่มจากการจูงใจผู้ซื้อผ่านภาพการโฆษณา อุปกรณ์เครื่องอุปโภคบริโภค คุณสมบัติ ราคาที่สมเหตุผลและคู่ควรแก่เป็นเครื่องทุนแรงในด้านต่างๆ ของการใช้ชีวิต หลังจากที่ยั่วยวนด้วยภาพ รส กลิ่น เสียง ที่สะท้อนผ่านสัญลักษณ์ต่างๆ ในโฆษณา ผู้ซื้อไม่ว่าจะมีการกลั่นกรองหรือไม่ก็ตามย่อมจะต้องคาดหวังว่าเมื่อซื้อสินค้าเหล่านั้นแล้วเครื่องอุปโภคบริโภคเหล่านั้นจะต้องตอบแทนพวกเขาทางกายภาพหรือจิตภาพไม่ทางใดก็ทางหนึ่ง เช่น การซื้อกางเกงยีนส์ทรงสกินนี่หนึ่งตัว หญิงสาวจะต้องมั่นใจว่าการใส่กางเกงสกินนี่ยีนส์นั้นจะต้องแลดูร่างระหงส์สง่างาม ดันขาต้องกระชับได้สัดส่วนเมื่อสวมใส่ ส่งผลให้เธอดูดีและได้รับความมั่นใจจากคำชม

เมื่อยามสวมใส่ ทั้งนี้หญิงสาวที่จะซื้อสินค้านั้นย่อมจำเป็นต้องเข้าใจสภาพร่างกายของตนในขณะนั้น เป็นอย่างดีว่าสมควรและคู่ควรกับการใส่กางเกงยีนส์ทรงนี้หรือไม่ เพื่อที่ว่าผลลัพธ์จากการใส่กางเกง ของเธอนั้นจะได้ไม่ถูกวิพากษ์วิจารณ์จากรอบข้างในทางเสียหาย หรือไม่ถูกมองจากคนอื่นว่าแต่ง กายไม่เหมาะสม

จากการบริโภคสินค้าและบริการครั้งหนึ่งๆนั้น เรามักหวังว่าจะให้สินค้าหรือบริการเป็น เครื่องมือที่ช่วยยกระดับชีวิตหลังจากการใช้ แต่ในความเป็นจริงแล้วผู้ซื้อสินค้าไม่สามารถควบคุม กลไกการบริโภคหลังการขายได้โดยสิ้นเชิง การซื้อขายไม่ได้จบสิ้นที่แค่การซื้อ แต่เครื่องมือเครื่องใช้ที่ ถูกซื้อไปกลับมีบทบาทในการควบคุมร่างกายของผู้ซื้ออีกต่อหนึ่งผ่านคุณสมบัติของเครื่องใช้เอง หรือ แม้แต่ผ่านคำโฆษณาที่ติดมากับตัวสินค้า

สื่อข้อมูลเชิงธุรกิจทั้ง 4 หมวดที่ ผู้วิจัยศึกษาได้สะท้อนให้เห็นภาพกิจกรรมการดำเนินชีวิตที่ ดำเนินไปด้วยการใช้ร่างกายเป็นเครื่องมือและสื่อกลางในการเข้าถึงความสำเร็จและคุณภาพชีวิตที่ดี ตามที่ได้กล่าวมาแล้วบ้างบางส่วน ทั้งนี้ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าความคาดหวังในการใช้ร่างกายทุกส่วนให้ คู่คุณค่าและเกิดประโยชน์สูงสุดเท่าที่กล้ามเนื้อของร่างกายมัดนั้นๆจะทำประโยชน์ได้ ในสื่อข้อมูลเชิง ธุรกิจประเภทแรก คือหมวดเครื่องออกกำลังกาย เป็นหมวดที่เห็นชัดที่สุดเกี่ยวกับการให้คุณค่าแก่ กล้ามเนื้อทุกมัดในร่างกาย ในฐานะเครื่องมือดำเนินกิจกรรมในชีวิตประจำวัน เครื่องออกกำลังกาย ที่เป็นสินค้าปรากฏอยู่ในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจเป็นเครื่องมือที่ล้วนถูกออกแบบมาด้วยนวัตกรรมพิเศษที่ มุ่งเน้นการการบริหารร่างกายหลายๆส่วน ได้จากการปรับเปลี่ยนท่าทางในการออกกำลังกายจาก เครื่องมือเพียงชิ้นเดียว

#### ตาราง 4.4 ผลจากการออกกำลังกายด้วยเครื่องออกกำลังกาย

เครื่องออกกำลังกาย	กล้ามเนื้อที่ได้รับการบริหาร
เครื่องออกกำลังกายสามขา	น่อง ขา สะโพก ส่วนขาด้านหลัง หน้าขาด้านนอก สะโพกส่วนบน
เครื่องบริหารหน้าท้อง ระบบหมุนและเหวี่ยง	สะโพก ต้นขา กล้ามเนื้อหัวใจ หน้าท้อง
เครื่องออกกำลังกาย กล้ามเนื้อแบบ B	กล้ามเนื้อส่วนกลาง กล้ามเนื้อด้านข้างลำตัว และกล้ามเนื้อหน้าท้อง

ตาราง 4.4 ผลจากการออกกำลังกายด้วยเครื่องออกกำลังกาย (ต่อ)

เครื่องออกกำลังกาย	กล้ามเนื้อที่ได้รับการบริหาร
เครื่องออกกำลัง กล้ามเนื้อแบบ c	กล้ามเนื้อหน้าท้องส่วนบนและส่วนล่าง
เครื่องออกกำลัง กล้ามเนื้อ A	กล้ามเนื้อหน้าท้องส่วนกลาง ส่วนบน และด้านข้าง
เครื่องออกกำลัง ทวิสเตอร์	ต้นแขน หัวไหล่ หน้าอก หลัง ลำตัวหน้าท้อง สี่ข้าง ต้นขาด้านใน ต้นขาด้าน นอก สะโพก กระชับ
บาร์แรงดัน	กล้ามเนื้อหน้าอก หลัง ไบเซ็ป ไตรเซ็ป กล้ามเนื้อเข่า ขาด้านใน หน้าท้อง ทั่วร่างกายมากกว่า 100 จุด

จากตารางจะเห็นว่า เครื่องออกกำลังกายหนึ่งชิ้นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่กล้ามเนื้อทั่วร่างกายได้มากกว่า 1 จุด ที่สำคัญ เครื่องมือเหล่านี้ยังได้รับการรับรองว่าไม่ก่อให้เกิดอาการบาดเจ็บระหว่างการออกกำลังกายดังเช่นการออกกำลังกายแบบเดิมๆ เช่นการวิดพื้นหรือซิทอัพที่รังแต่จะทำให้เกิดการบาดเจ็บจากการวางตำแหน่งร่างกายที่ไม่ถูกต้อง

การให้ความสำคัญกับร่างกายเป็นส่วนๆ อย่างพิถีพิถันเช่นนี้ แสดงให้เห็นถึงประโยชน์จากการใช้กล้ามเนื้อแต่ละส่วนอย่างเป็นระบบและได้ประโยชน์สูงสุด จากภาพโฆษณาจะเห็นภาพการการสาธิตการใช้เครื่องออกกำลังกาย โดยปรับรูปแบบของเครื่องออกกำลังกายเพื่อรองรับอวัยวะส่วนหนึ่งๆ ที่กำลังจะได้รับการบริหาร ทุกๆ ครั้งที่อวัยวะแต่ละส่วนได้รับการบริหารจะปิดท้ายด้วยเรือนร่างของหญิงอันเซ็กซี่ได้สัดส่วนเห็นกล้ามเนื้อหน้าท้องแบนราบควบคู่กับชายกล้ามเนื้อเป็นมัด กำยำ เคลื่อนที่อย่างแคล่วคล่องและภูมิใจ ภาพแทนเหล่านี้คล้ายกับเป็นการประกอบร่างของยอดมนุษย์ที่พร้อมปฏิบัติภารกิจที่สำคัญที่เขาจะต้องเผชิญ

หากวิเคราะห์ถึงคุณสมบัติของเครื่องออกกำลังกายทั้ง 6 ชิ้นที่ยกมาเป็นกรณีศึกษานั้นจะพบว่า มีคุณสมบัติที่คล้ายกันพอจำแนกออกเป็นข้อๆ ได้ดังนี้คือ

1. ไม่เกิดอาการบาดเจ็บระหว่างการออกกำลังกาย
2. ใช้เทคโนโลยีใหม่ในการออกแบบเพื่อการบริหารร่างกาย
3. ใช้งาน ให้ผลเร็ว

4. ออกกำลังกายได้หลายส่วนในเครื่องเดียว
5. มีรูปร่างกะทัดรัด พกพกสะดวกหรือเก็บได้โดยไม่เปลืองพื้นที่
6. สามารถปรับแต่งรูปทรงของเครื่องบริหารให้เข้ากับร่างกายของผู้ใช้
7. ช่วยให้เคลื่อนไหวกล้ามเนื้อในชีวิตประจำวันได้เป็นอย่างดี

ลักษณะของเครื่องออกกำลังกายที่คล้ายกันนั้นสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ใช้ต่อผลของร่างกายหลังจากได้รับการออกกำลังกายด้วยเครื่องนันทนาการ กล่าวคือ การเกิดอาการบาดเจ็บระหว่างการออกกำลังกายนั้นเป็นผลตอบแทนอันไม่พึงประสงค์ เพราะผลของการออกกำลังกายที่ได้คือความแข็งแรงและเตรียมพร้อมทำกิจกรรม การออกกำลังกายที่สร้างความเจ็บป่วยให้แก่ร่างกายแทนภูมิคุ้มกันที่น่าจะเกิดขึ้น ถือเป็นการบริหารร่างกายที่ล้มเหลวและสิ้นเปลืองต่อเวลาที่สูญเสียนั้น จึงเป็นสาเหตุที่ว่าเหตุใดเครื่องออกกำลังกายเหล่านี้จึงเน้นการออกกำลังกายที่เพิ่มความแข็งแรงให้กับกล้ามเนื้อในระยะเวลาอันสั้นแต่กลับได้ผลเป็นเลิศด้วยความช่วยเหลือจากเทคโนโลยีการเคลื่อนไหวและการจัดระเบียบร่างกายที่ได้รับการออกแบบมาเป็นอย่างดี ที่สำคัญผู้ใช้ที่มีรูปร่างต่างกันสามารถปรับเครื่องมือออกกำลังกายให้กับรูปร่างของพวกเขาได้อย่างไม่จำกัดเช่นเดียวกัน เพื่อไม่ให้เกิดความสิ้นเปลืองกับเม็ดเงินที่จะต้องสูญเสียนั้นไปเพื่อซื้อเครื่องออกกำลังกายเพิ่มอีกหลายชิ้นในการออกกำลังกายที่ต่างกัน ที่สำคัญการออกกำลังกายร่างกายแต่ละส่วนนั้นเมื่อร่างกายที่ได้รับความแข็งแรงเพิ่มขึ้นมาประกอบร่างเข้าด้วยกันทำให้เกิดเป็นลักษณะเรียวร่างในอุดมคติที่พร้อมจะทำงานในกิจกรรมในชีวิตประจำวัน

มิเชล ฟูกอด์ อธิบายประวัติศาสตร์ของการมีเรียวร่างที่แข็งแรงกำยำเช่นนี้เริ่มจากการฝึกหัดร่างกาย เริ่มขึ้นในวงการทหาร โดยเริ่มต้นจากการจัดระเบียบร่างกายของทหาร ให้มีลักษณะแข็งแรงกำยำ เพื่อแสดงให้เห็นถึงร่างกายที่แบกรับเอาเกียรติยศและเกียรติศักดิ์ เกี่ยวกับการปกป้องดูแลประเทศชาติเอาไว้ โดยมีการฝึกหัดร่างกายเพื่อให้เกิดความว่องไวคล่องตัว ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งของอำนาจที่พยายามย่อส่วนบทบาทและอำนาจของตัวเองให้มีขนาดเล็กกลง และเป็นการเริ่มกระบวนการที่ทำให้มนุษย์กลายเป็นสิ่งมีชีวิตที่เรียกว่า “มนุษย์ยนต์”

ในศตวรรษที่ 18 เริ่มมีการเพิ่มระดับของการควบคุม โดยมีการควบคุมความคุ้มค่าของร่างกายเน้นประโยชน์ใช้สอยที่เป็นผลผลิตหนึ่งของการกระทำของร่างกายมากกว่าการเข้าใจว่าร่างกายนั้นกำลังสื่อความหมายอะไร โดยการบังคับเช่นนี้เป็นการควบคุมบังคับอย่างต่อเนื่อง ราวกับเป็น “ทศนิยมที่ไม่รู้จัก” มีการจัดตารางเวลาให้แก่ร่างกาย รวมไปถึงการจัดพื้นที่การเคลื่อนไหวในส่วนต่างๆของร่างกายอย่างละเอียด การควบคุมโดยละเอียดนี้ เป็นที่เข้าใจว่าเป็นอำนาจแบบ “จุลฟิสิกส์” ซึ่งเป็นการ

บริหารอำนาจด้วยอุบายเล็กๆน้อยๆที่สั่งสม อำนาจที่เก็บรายละเอียดความผิดปกติเล็กน้อยหุยมหิม และพยายามที่จะควบคุมความผิดปกตินั้น นับเป็นการสังเกตการณ์ที่แฝงไปด้วยความหวาดระแวงว่าคน ในความควบคุมของตนเองนั้นจะก่อเรื่องวุ่นวายที่ผิดทำนองคลองธรรม กระทั่งผลประโยชน์ การผลิต เศรษฐกิจ หรือก่ออันตรายหรือไม่ กล่าวได้ว่าเป็นการจับผิดที่หมกมุ่นอยู่กับรายละเอียด<sup>4</sup>

ทั้งนี้จึงเป็นที่แน่นอนว่าร่างกายตามอุดมคติหากมีแม้ข้อบกพร่องเพียงน้อยนิด มันก็เพียงพอที่จะสร้างความหวาดกลัวให้กับเจ้าของเรือนร่างว่าจะไม่สามารถใช้ร่างกายแต่ละส่วนได้อย่างคุ้มค่า ตามที่ควรจะเป็น ไม่ว่าจะเพื่อผลประโยชน์ในการทำงานในชีวิตประจำวัน เพราะคงไม่มีบริษัทใด ต้องการพนักงานที่ป่วยไม่พร้อมทำงาน หรือเมื่อเปรียบเทียบกันพนักงานที่ทำงานได้คล่องแคล่วและ สามารถบริหารร่างกายแต่ละส่วนให้ทำงานร่วมกันอย่างสอดคล้องก็ย่อมเป็นผลดีกว่าคนที่ไม่สามารถ จัดระเบียบร่างกายได้อย่างพอดีและมีประสิทธิภาพ

ในขณะที่การออกกำลังกายแต่เพียงอย่างเดียวนั้นไม่ใช่ทางออกเพียงอย่างเดียวในการ ควบคุมดูแลการทำงานของร่างกาย หลายๆครั้งที่ผู้คนมักจะได้ยินคำกล่าวที่ว่าความสวยและสมบูรณ์จาก ภายใต้นั้นเป็นสิ่งที่จำเป็น ดังนั้นการรับประทานอาหารที่ถูกสุขอนามัย เยี่ยมไปด้วยสารอาหารที่ ร่างกายต้องการจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งและไม่ใช่เรื่องที่ต้องถูกมองข้าม สื่อข้อมูลเชิงธุรกิจประเภท ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนในด้านผลของการใช้สินค้าผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเพื่อปรุงอาหารจึงเป็นตัวอย่าง ที่สะท้อนภาพของการดูแลร่างกายในอีกตัวอย่างหนึ่งตามคอนเซ็ปต์สวยจากภายใน

ผู้วิจัยได้จำแนกคุณสมบัติของสินค้าผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน จำนวน 6 ชนิด ดังตาราง

ตาราง 4.5 คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้สินค้าผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน

ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน	คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้
เครื่องปั่นเอนกประสงค์ 9 in 1	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สรรสร้างจินตนาการในการทำอาหารมีอยู่</li> <li>2. ประหยัดเวลาในการเตรียมอาหารเพียง 45 วินาทีต่อจาน</li> <li>3. ใช้เป็นเครื่องผสมอาหาร ที่ทรงประสิทธิภาพ</li> <li>4. ใช้เป็นเครื่องหั่น สับ ผ่า ผักและเนื้อสัตว์</li> </ol>

<sup>4</sup> Foucault, Michel. ทงกร โภคกรรม แปล. Les Corps Dociles: Surveiller et Punir. หน้า 5-43. โครงการ  
จัดพิมพ์คบไฟ. 2547

ตาราง 4.5 คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้สินค้าผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน	คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้
	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. ใช้ทำอาหารหลากหลายเมนูได้ในเวลารวดเร็วพร้อมปรุง</li> <li>6. สามารถทำอาหารที่สดใหม่รับประทานที่บ้าน โดยไม่สิ้นเปลืองเงิน</li> <li>7. ใช้พื้นที่ในการเตรียมอาหารเท่ากับเครื่องบึ่งขนมปังหนึ่งเครื่อง</li> <li>8. สามารถดัดสับเนื้อสัตว์ชิ้นใหญ่โดยไม่ต้องหั่นเป็นชิ้นเล็กให้เสียเวลา</li> <li>9. การหั่นผักด้วย เครื่องปั่นเอนกประสงค์ 9 in 1 จะได้ขนาดที่เรียงสวยงามเท่ากันเหมือนร้านอาหารชั้นนำ</li> <li>10. ทำให้การเตรียมอาหารเป็นเรื่องสนุก</li> <li>11. สามารถล้างด้วยเครื่องล้างจาน</li> <li>12. ทำความสะอาดได้ง่าย</li> <li>13. สามารถใช้เป็นเครื่องคั้นน้ำผลไม้แบบแยกกาก</li> <li>14. สามารถทำได้ทั้งอาหารคาวและหวาน</li> </ol>
เครื่องปั่นอาหารแบบ C	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ใช้ความเร็วสูงในการปั่น</li> <li>2. เป็นระบบปั่นผสมแบบดิจิทัล</li> <li>3. สามารถปั่นผลไม้และผักทั้งลูกให้เป็นของเหลวภายในเวลาไม่กี่วินาที</li> <li>4. คงคุณค่าวิตามินและแร่ธาตุในอาหาร</li> <li>5. สามารถใช้แทนเครื่องครัวได้หลายชนิด</li> <li>6. ช่วยประหยัดเวลา</li> <li>7. ช่วยควบคุมน้ำหนัก</li> <li>8. ทำอาหารได้หลายประเภท</li> <li>9. ใช้แรงปั่นสองแรงม้า = 1,492 วัตต์เทียบเท่ากับมอเตอร์เรือลำเล็กๆ</li> <li>10. มีระบบนิรภัยที่ฐานและฝา</li> <li>11. สามารถปั่นเนื้อผลไม้ให้เนียนเป็นเนื้อเดียวกัน</li> <li>12. ประหยัดเงินในการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ</li> </ol>

ตาราง 4.5 คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้สินค้าผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน	คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้
	<ol style="list-style-type: none"> <li>12. ประหยัดเงินในการรับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ</li> <li>13. การปั่นด้วยเครื่องพลังแรงม้าที่ความเร็วสามพันรอบต่อนาทีช่วยทำให้ซूपที่ได้จากการปั่นร้อนขึ้นโดยไม่ต้องต้มให้เสียคุณค่าทางสารอาหาร</li> <li>14. ปั่นส่วนผสมโดยไร้กากหยาบ</li> <li>15. ใช้เป็นเครื่องทำไอศกรีม</li> <li>16. ใบมีดเสตนเลสสามารถปั่นได้ทั้งอาหารสดและแห้ง</li> <li>17. มีฟังก์ชันการตั้งเวลา</li> <li>18. ปั่นด้วยความเร็วสามพันรอบต่อนาที</li> <li>19. สามารถปั่นน้ำแข็งให้ละเอียดได้</li> <li>20. ใช้ปั่นเมล็ดธัญพืชให้เป็นผงแป้ง</li> </ol>
เครื่องปั่นอาหาร เอนกประสงค์ A	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถขจัดไขมันออกจากอาหารได้</li> <li>2. ให้ความร้อนในการปรุงอาหาร 400 องศาเซลเซียส</li> <li>3. สามารถปรุงเนื้ออบขนาดใหญ่ 2 กิโลกรัมได้ทั้งชิ้น</li> <li>4. มีถาดรองน้ำมันที่ไหลจากอาหารไม่ให้มีการปนกับอาหารที่จะรับประทาน</li> <li>5. มี 2 ขนาดให้เลือก คือขนาดทั่วไปและขนาดครอบครัว</li> <li>6. สามารถใช้ล้างกับเครื่องล้างจานได้</li> <li>7. ไม่ต้องใช้น้ำมันในการปรุงอาหาร</li> <li>8. ทำให้อาหารสุกเหลืองน่ารับประทานในเวลาสั้น</li> <li>9. ขนาดเครื่องกะทัดรัด สวยงาม</li> <li>10. ช่วยเก็บกักความชุ่มชื้นในอาหาร</li> <li>11. มีแกนหมุนอัตโนมัติทำให้อาหารสุกโดยทั่วกัน</li> </ol>



ตาราง 4.5 คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้สินค้าผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน	คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้
	12. เหล็กเลียบข้างเคลือบอย่างดีทำให้ไม่ติดอาหาร เสริมด้วยตะกร้าอบและตะแกรงเสริม 13. สามารถปรุงอาหารหลากชนิดในคราวเดียว 14. ประหยัดไฟในการปรุงอาหาร 15. ช่วยประหยัดเงินเพราะสามารถทำอาหารเพื่อสุขภาพทานได้เองที่บ้าน
เครื่องปั่นเอนกประสงค์ A	1. พัฒนาการออกแบบการปั่นแบบบนลงล่าง 2. ประกอบด้วยการทำงานของใบมีดคู่ 3. มีมอเตอร์ความเร็ว 2 จังหวะ 500 วัตต์ 4. มีพลังแรงไซโคลนในการปั่น และช่วยให้ส่วนผสมถูกคลุกเคล้าอย่างต่อเนื่อง 5. สามารถใช้งาน สับ ปั่น ตี บด ผสม ขูด ปั่น ตีฟู และทำให้ข้นภายในเครื่องเดียว 6. ใช้เป็นเครื่องทำไอศกรีม 7. ใช้ทำอาหารเด็กอ่อน 8. มีช่องใส่เครื่องปรุงแยกเป็นพิเศษ 9. ทำความสะอาดง่าย 10. ช่วยประหยัดเงินและเวลาในการทำและเตรียมอาหาร 11. ทำงานด้วยสัมผัสเดียว
เครื่องปั่นอาหารแบบ B	1. เครื่องปั่นน้ำผลไม้สามารถสกัดน้ำผลไม้ออกมาได้ 30 เปอร์เซ็นต์ของผลไม้ 2. เครื่องแยกกากมีประสิทธิภาพเมื่อเทียบกับเครื่องสกัดน้ำผลไม้ทั่วไป กากผลไม้ที่ได้มีลักษณะแห้ง ในขณะที่เครื่องทั่วไปกากผลไม้เปียกเป็นคราบติดเลอะเทอะบนตัวเครื่อง 3. เครื่องสกัด เครื่องปั่นอาหารแบบ B ไม่มีเสียงรบกวน 4. ใช้ได้กับผักและผลไม้หลากชนิด

ตาราง 4.5 คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้สินค้าผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน (ต่อ)

ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน	คุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้
	<ol style="list-style-type: none"> <li>5. ใช้เทคโนโลยีการปั่นเนื้อผลไม้ด้วยเทคโนโลยีพิเศษที่เป็นลิขสิทธิ์ของ เครื่องปั่นอาหารแบบ B เท่านั้น</li> <li>6. เครื่องสกัดสามารถใช้กับผลไม้ชิ้นใหญ่ๆ ไม่ต้องหั่น สามารถกินได้รวดเร็วไม่เสียเวลา</li> <li>7. เครื่องสกัดสามารถแยกชิ้นออกเป็นส่วนๆ เพื่อสะดวกต่อการทำความสะอาด</li> <li>8. กากผลไม้ที่เหลือจากเครื่องสกัดยังสามารถนำไปปรุงอาหารอื่นๆ ได้</li> </ol>
หม้อเก็บความร้อนแบบ A	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สามารถเก็บความร้อน ได้อย่างต่อเนื่อง</li> <li>2. ด้านในหม้อมีรังผึ้งไอรอนแซน</li> <li>3. ใช้หม้อประกอบอาหารบนเตาทั่วไปใช้เวลา 10 - 15 นาทีเพื่อช่วยประหยัดพลังงาน</li> <li>4. ป้องกันอุณหภูมิจากภายนอกและรักษาอุณหภูมิภายในให้คงที่ได้ นานกว่า 1 ชั่วโมง</li> <li>5. ใช้เวลาปรุงอาหารเพียง 15 นาที</li> <li>6. ประหยัดพลังงานโลก</li> <li>7. ใช้งานง่าย</li> <li>8. ใช้ได้ทั้งต้น ต้น อบ</li> <li>9. ประหยัดพลังงานได้ 80 เปอร์เซ็นต์</li> <li>10. สามารถถอดประกอบล้างได้ง่าย</li> <li>11. ได้รับการยอมรับจากญี่ปุ่น เกาหลี จีน ไต้หวัน อเมริกา เยอรมัน ฝรั่งเศส</li> </ol>

สำหรับสินค้าในกลุ่มผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนเป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่มีส่วนในการช่วยควบคุมดูแลร่างกายผ่านการบริโภคอาหารที่ได้จากการเตรียมและปรุงโดยเครื่องมือเหล่านั้น คุณสมบัติของเครื่องใช้ในครัวเรือนที่นำเสนอในรายการโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ ส่วนใหญ่จะมีลักษณะ Multi

function คือ ไม่ได้มีไว้ทำอาหารเพียงแค่ลักษณะใดลักษณะหนึ่ง แต่สามารถยืดหยุ่นในการทำอาหารหลายประเภท หลากวิธีเตรียมและปรุง เพื่อให้ได้อาหารที่มีประโยชน์สูงสุดในการเตรียมและปรุงในครัวเดียว

จากตารางแสดงคุณสมบัติและผลที่ได้รับจากการใช้สินค้าผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนในสื่อโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ จำนวน 6 ชนิด เราจะพบว่าคุณสมบัติหลักของเครื่องใช้ในครัวเรือนคือ สามารถเตรียมและปรุงอาหารได้ทั้งอาหารคาวและหวาน สามารถทำอาหารที่สดใหม่รับประทานเองได้โดยไม่ต้องสิ้นเปลืองเงิน อาหารที่ได้สามารถรับประทานได้ทุกคนในครอบครัวตั้งแต่การทำอาหารเด็กทารกไปจนถึงเครื่องดื่มน้ำเพื่อสุขภาพไว้รักษาแก่ผู้สูงอายุ อาหารที่ปรุงเป็นอาหารเพื่อสุขภาพไว้ไขมันและเต็มไปด้วยเส้นใยไฟเบอร์สูง ที่สำคัญใช้เวลาในการปรุงสั้นเพื่อรักษาคุณค่าของสารอาหารอย่างครบถ้วน ไม่ก่อให้เกิดความอ้วน ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนบางประเภทมีการขึ้นย่นถึงประสิทธิภาพที่นานาประเทศยอมรับไม่ว่าจะเป็น ญี่ปุ่น เกาหลี จีน ไต้หวัน อเมริกา เยอรมัน ฝรั่งเศส

เป็นที่รู้กันดีว่าการได้รับประทานอาหารที่ปรุงสุกใหม่นั้นเป็นผลดีกับร่างกายและทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารอย่างเต็มที่ แต่การปรุงอาหารด้วยวิธีเดิมนั้นๆกลายเป็นเรื่องที่เสียเวลา และทำให้สูญเสียสารอาหาร ดังนั้นการแนะนำเครื่องใช้ในครัวเรือนได้รับการออกแบบให้สามารถเตรียมอาหารด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆจึงเป็นเรื่องที่น่าดึงดูดใจให้คนมาสนใจในการปรุงอาหารด้วยเครื่องมือเทพมากกว่าการปรุงอาหารแบบบ้านๆ

เครื่องเตรียมอาหารแบบธรรมดา กลายร่างเป็นเครื่องมือเอนกประสงค์ 9 in 1 มีระบบปั่นและผสมแบบดิจิทัลที่มีการคำนวณรอบการปั่นที่แน่นอนด้วยการระบุวัตต์ไฟฟ้าและจำนวนรอบปั่นแรงม้าที่แน่นอน รวมถึงภาพการใช้งานเครื่องครัวที่ประหยัดพลังงานกว่า 80 เปอร์เซ็นต์ไม่เพียงเป็นเครื่องกาต้มน้ำคุณภาพอาหารที่ได้ การทำอาหารในชีวิตประจำวันจึงเปลี่ยนแปลงไปเป็นการใช้เทคโนโลยีมาช่วยยกระดับการบริโภคที่เน้นประโยชน์สูงสุดของการรับประทานอาหาร ปัจจัยที่สำคัญไม่ใช่การรับประทานอาหารเพียงให้ครบ 5 หมู่ แต่เป็นการดูดซึมสารอาหารทั้ง 5 หมู่อย่างมีประสิทธิภาพ เป้าหมายกลายเป็นวิธีการที่ยอดเยี่ยมเพื่อผลอันเป็นเลิศในการมีสุขภาพที่เยี่ยมยอดในปลายทาง

นอกจากนี้เมื่อมีวิธีการปรุงอาหารที่ชาญฉลาดแล้วภาพแทนในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจยังสะท้อนให้เห็นภาพของการทำอาหารที่เป็นมืออาชีพ จัดการความวุ่นวายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการทำอาหารได้เป็นอย่างดี ในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ เรามักจะเห็นภาพเปรียบเทียบระหว่างการทำงานของเครื่องใช้ในครัวเรือนทั่วไปเพื่อเตรียมและปรุงอาหารกับการทำงานของเครื่องใช้ในครัวเรือนที่ออกแบบการทำงานแบบ Multi - Function เพื่อลดระยะเวลาและเพื่อเพิ่มสมรรถภาพในการจัดการ เรียงลำดับ และลด

ขั้นตอนในการปรุงอาหาร ที่ร่างกายของผู้ที่กำลังทำอาหารด้วยความช่วยเหลือของเทคโนโลยีในขณะ เดียวยังคงดูสง่าและโดดเด่น ไม่ใช่พ่อครัวหรือแม่ครัวที่ผมห่ายุ่งเหยิง ใบน้ำมัน เนื้อตัวเลอะเทอะ เปราะเปื้อน แลดูสกปรกและไร้ซึ่งสุขอนามัย

การวิเคราะห์ภาพแทนที่อยู่ในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจประเภทเครื่องครัวจึงสะท้อนความ กังวลฉากหน้ของการใช้ชีวิต ซึ่งนอกจากจะต้องดูแลอาหารที่รับประทานแล้วทำให้ร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรงจากภายใน ในขณะเดียวกันร่างกายภายนอกก็ต้องสามารถจัดระเบียบการทำงานในร่างกายใน แต่ละส่วนอย่างลงตัวและจัดการสิ่งรอบข้างได้ด้วยร่างกายที่มีบุคลิกภาพที่ดีไปพร้อมๆกัน

#### 4.1.5 การจัดระเบียบและเทคนิคการแยกส่วนเพื่อควบคุมร่างกาย

การจัดระเบียบร่างกายแต่ละส่วนให้ทำงานกันอย่างมีประสิทธิภาพเช่นนี้เองที่สะท้อนภาพการ ควบคุมร่างกายแยกส่วนโดยมีเทคนิค 3 ประการ ได้แก่

1. การปิดล้อมพื้นที่ เพื่อเป็นการควบคุมคนอนาถาและคนที่ด้อยประสิทธิภาพในด้านต่างๆ ไม่ให้อยู่กระจัดกระจายในสังคม ซึ่งภายหลังได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการควบคุมในสถาบันต่างๆ ใน สังคม ไม่ว่าจะเป็น โรงเรียน โรงพยาบาล เพื่อรวบรวมเอาคนที่มีปัญหา ซ้ำด้อย และความบกพร่องมา รวมกัน ภายใต้ระเบียบวินัยต่างๆเพื่อสร้างต้นแบบในการปฏิบัติตามสำหรับคนเหล่านั้น

2. การจัดวางตำแหน่งขั้นพื้นฐาน การควบคุมเกี่ยวกับตำแหน่งในการดำเนินกิจกรรมต่างๆนั้น จะช่วยควบคุมเรื่องของการทำงานตามหน้าที่ซึ่งแบ่งออกเป็นส่วนๆตามที่ได้รับมอบหมาย เช่น หลีกเลียงการอุ้งงาน ทิ้งงาน หรือทำงานไม่เสร็จตามเวลา เนื่องจากเมื่อแต่ละคนถูกวางตำแหน่งในการ ทำงาน ผู้ตรวจสอบก็จะสามารถตรวจสอบได้ว่า คนใดอยู่ทำงานในที่ประจำของตน

3. การจัดพื้นที่ตามหน้าที่ใช้สอย เป็นการควบคุมเฝ้าดู และขีดขวางสิ่งที่เป็นอันตราย ต่อ กระบวนการผลิต โดยมุ่งหวังที่จะสร้างพื้นที่ก่อบระ โยชน์ เริ่มจากกระบวนการกลั่นกรองความคิดปกติ ความเสื่อมคุณภาพ ความบกพร่องทางร่างกาย กำหนดบทบาท และการกำหนดตารางว่าสิ่งใดที่ถูกต้อง พึงกระทำ และสร้างกรอบอันพึงกระทำ นอกจากนี้ยังมีการจัดพื้นที่ที่ออกเป็นส่วนๆตามความ หลากหลายของประเภทของงานและสำหรับเครื่องมือในการผลิต ผลที่ตามมาจากการเฝ้าดูและเฝ้าระวัง คือสามารถสังเกตพฤติกรรม และกิจกรรมของปัจเจกบุคคลได้ สามารถตรวจสอบความอดุสาหะ ความ ว่องไว ความชำนาญ ความสม่ำเสมอ โดยประเมินผลจากกิจกรรมได้ง่ายขึ้น

การจัดพื้นที่ในโลกของระเบียบวินัยนั้น ไม่ได้กำหนดขอบเขตของสถานที่หรืออาณาเขต แต่เป็นการวางอันดับตำแหน่งของบุคคลที่แบ่งตามคุณภาพ ความสามารถในการทำกิจกรรมในสังคม<sup>5</sup>

จากเทคนิคการควบคุมร่างกายออกเป็นส่วนๆ ที่มีเชล ฟูโกต์ ได้อธิบายไว้ทำให้เราเห็นภาพการทำงานและกลไกการตอบสนองของเจ้าของร่างกายกับความกังวลและความตระหนักถึงรูปร่างและร่างกายในอุดมคติอย่างเป็นระบบ โดยสามารถแบ่งแยกออกเป็นกระบวนการขั้นตอนเพื่อเห็นภาพที่ชัดเจนดังต่อไปนี้

1. การพบข้อบกพร่องอันไม่อาจหลีกเลี่ยงได้บนส่วนหนึ่งส่วนใดของร่างกาย
2. การค้นหาเครื่องมือชิ้นใหม่ที่ประกอบด้วยเทคโนโลยีอันเป็นนวัตกรรมแห่งศตวรรษ เพื่อช่วยแก้ปัญหาที่ไม่สามารถแก้ไขได้ด้วยเครื่องมือเดิมๆ
3. การเลือกเครื่องมือที่เป็นที่ยอมรับจากสังคมวงกว้างทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะเครื่องมือที่ได้รับการการันตีรางวัลระดับนานาชาติ
4. การเลือกเครื่องมือที่ได้รับการพิสูจน์จากบุคคลที่มีชื่อเสียงว่าทำให้ร่างกายมีประสิทธิภาพ
5. การใช้เครื่องมือเพื่อดูแลร่างกายทั้งภายในและภายนอกให้ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ ทั้งความแข็งแรงที่เกิดจากการรับประทานอาหารที่ดี ผลัดกันดูแลร่างกายจากภายในให้เปล่งปลั่งมายังภายนอก และส่งผลให้มีบุคลิกภาพและใช้ชีวิตประจำวันด้วยภาพลักษณ์ที่ดี

ดังนั้นการดูแลตัวเองจึงเป็นเรื่องในทฤษฎีโกลาญคล้ายกับสิ่งที่ฟูโกต์อธิบายว่าเป็นการปิดล้อมพื้นที่ไม่ให้คนที่มีความบกพร่องออกมาแผ่ผ่านในที่สาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นความบกพร่องของผู้บริโภค ในฐานะความน่ารังเกียจทางสายตาที่มีรูปร่างไม่ได้มาตรฐานหรือสุขภาพแย่ ซึ่งล้วนแล้วแต่มีผลกระทบกับตำแหน่งและระดับชั้นของพื้นที่การทำงานในสังคม ดังนั้นในช่วงที่ร่างกายมีความบกพร่องทางใดทางหนึ่ง การดูแลบำรุงรักษานั้นไม่ได้หมายถึงการบำรุง รักษา แก้ไข แบบที่ต้องรักษาที่โรงพยาบาล แต่ผู้ที่คิดว่าตนมีร่างกายบกพร่องจากการที่ตนเองได้ประเมินและจากการเปรียบเทียบมาตรฐานในสังคมทำให้พวกเขาตระหนักรู้ได้ว่าต้องได้รับการเยียวยา ดังนั้นอุปกรณ์และเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ร่างกายเหล่านั้นก็เปรียบเสมือนเป็นอุปกรณ์การแพทย์ที่จะช่วยหาร่างกาย

<sup>5</sup>Foucault, Michel. ทองกร โภคธรรม แปล. Les Corps Dociles: Surveiller et Punir. หน้า 19-20. โครงการจัดพิมพ์คบไฟ. 2547

กลับมาเป็นปกติในมาตรฐานของกลุ่ม สังคม หรือชุมชนนั้น หรือหากการใช้เครื่องมือเหล่านั้นไม่ใช่เป็นการรักษา แต่หากเป็นการอนุบาลให้มีร่างกาย สุขภาพ และบุคลิกภาพที่ดีไปอีกยาวนาน ก็คงเปรียบบ้านกับเครื่องมือประเภทต่างๆเหมือนโรงอนุบาลสัตว์และเทคโนโลยีพัฒนาที่จะเพาะพันธุ์สัตว์ให้เจริญเติบโตต่อไป

ทั้งนี้สิ่งที่ฟูโกต์อธิบายว่าการแบ่งหน้าที่สิ่งต่างๆออกเป็นส่วนแยกย่อยเพื่อให้ดำเนินกิจกรรมต่างๆอย่างคล่องโดยที่ร่างกายไม่ได้เป็นภาระ ทำให้ผู้วิจัยนึกถึงเหตุการณ์เมื่อไม่นานในประเทศไทยที่มีการออกข่าวเกี่ยวกับสายการบินหนึ่งในประเทศไทยชื่อหลัก BMI<sup>6</sup> ในการปรับปรุงหุ่นแอร์และสจ๊วตที่อ้วน พร้อมสั่งลดเกรดการบินหากน้ำหนักไม่ได้ตามเกณฑ์ โดย นายปิยสวัสดิ์ กก.ผอ.ใหญ่ บมจ.การบินไทย มาใช้ควบคุมผู้ปฏิบัติงาน ซึ่งกำหนดให้พนักงานต้อนรับหญิงต้องมี BMI ไม่เกิน 25 และมีรอบเอวไม่เกิน 32 นิ้ว และพนักงานชาย BMI ไม่เกิน 27.5 และรอบเอวไม่เกิน 35 นิ้ว และหากไม่สามารถปฏิบัติได้ใน 6 เดือนที่เริ่มตั้งแต่ 1 มิ.ย.53 เป็นต้นไป จะต้องเปลี่ยนมาให้บริการเส้นทางบินภายในประเทศ หรือ บินในเส้นทางที่ไปกลับภายในวันเดียวและเพื่อความสะดวกในการบริหารจัดการเกี่ยวกับการปรับปรุงบุคลิกภาพ ให้มีการนัดหมายพบแพทย์ หรือการเข้ารับการดูแลจากสถาบันและผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพ เป็นต้น จนกว่าจะมี BMI ตามเกณฑ์ แล้วหากเมื่อครบกำหนด 1 ปี ยังไม่ปรับปรุง ต้องเปลี่ยนมาปฏิบัติงานภาคพื้นดินแทน นั้นเป็นการลดความมั่นคงในสภาพการจ้างงาน<sup>7</sup> ถือเป็นปรากฏการณ์ในสังคมที่โดดเด่นและสอดคล้องเกี่ยวกับเรื่องการปิดล้อมพื้นที่และการจัดวางตำแหน่งชั้นพื้นฐานที่ฟูโกต์ได้อธิบายไว้

<sup>6</sup> ดัชนีมวลกาย (Body mass index, BMI) หมายถึง น้ำหนักตัวเป็นกิโลกรัมหารด้วยส่วนสูงเป็นเมตร ยกกำลังสอง (kg/m) เป็นดัชนีที่ยอมรับให้เป็นเกณฑ์ในการบอกถึงภาวะโภชนาการโดยรวมของร่างกาย ค่าที่จัดว่าปกติของคนสุขภาพดีทั่วไปของคนเอเชียจะอยู่ระหว่าง 18.5 – 23.0 จากการศึกษาจำนวนมากเกี่ยวกับประชากรทั้งที่มีน้ำหนักตัวน้อยกว่าเกณฑ์ และที่มีน้ำหนักตัวมากกว่าเกณฑ์พบว่ามียอัตรเสี่ยงต่อการตายด้วยโรคต่างๆ สูงขึ้น ผู้ที่มีน้ำหนักตัวน้อยกว่าเกณฑ์ปกติหรือผอมไป มีค่าดัชนีมวลกายต่ำกว่า 18.5 ร่างกายมักจะอ่อนแอ ภูมิคุ้มกันต่ำ เจ็บป่วยง่าย ประสิทธิภาพในการเรียนและการทำงานด้อยกว่าปกติ ดัชนีมวลกายที่เกิน 23.0 จัดเป็นผู้ที่มีน้ำหนักตัวมากกว่าเกณฑ์ปกติหรืออ้วนไป ถ้ายิ่งเกินไปกว่านี้คือเกินกว่า 30.0 จัดเป็นโรคอ้วน มักจะมีความเสี่ยงสูงต่อการเกิดโรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเบาหวาน ความดันโลหิตสูง และมะเร็งบางชนิด ซึ่งเป็นสาเหตุการตายที่สำคัญของประชากรโลกในปัจจุบัน

<sup>7</sup> <http://www.newsplus.co.th/NewsDetail.php?id=18460>

ข้อสังเกตจากการบริโภคในแต่ละครั้งจึงไม่น่าแปลกใจว่า เครื่องอุปโภคบริโภคที่ถูกโฆษณาในรายการโทรทัศน์นั้นมักจะมีการแบ่งแยกเป็นหมวดหมู่ชัดเจน ข้อสะกดที่บ่งชี้อย่างแรกก็เพื่อให้ง่ายต่อการหาเครื่องมือเครื่องใช้ตามความต้องการของผู้ใช้ ในอีกนัยยะหนึ่งอาจคาดเดาได้ว่าใช้ เป็นเครื่องมือบังคับผู้ใช้ให้ถูกสัดส่วนของร่างกายเพื่อให้ร่างกายแต่ละส่วนทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นประโยชน์สูงสุดต่อตัวเจ้าของร่างกายเองและเป็นประโยชน์ต่อกิจส่วนรวมของสังคมที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

#### 4.1.6 การควบคุมร่างกายให้สอดคล้องกับกิจกรรม เวลา และสถานที่

สื่อโฆษณาข้อมูลเชิงธุรกิจทั้ง 4 ประเภทไม่ว่าจะเป็น เครื่องออกกำลังกาย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง นั้น นอกจากคุณสมบัติที่ได้จากการใช้งาน และความสามารถในการจัดระเบียบเรือนร่างของผู้ใช้ให้อยู่ในภาพลักษณ์ระหว่างการใช่แล้ว สินค้าและผลิตภัณฑ์ในหมวดต่างๆยังปฏิบัติการใช้งานด้วยการใช้งานเพียงไม่กี่วินาทีเพื่อให้ดูแลเรือนร่างประสบความสำเร็จ รวมไปถึงการปรับเครื่องมือให้สามารถเข้ากับเรือนร่างได้ในทุกโอกาส และไม่สร้างอุปสรรคในการใช้งานให้กับผู้ใช้ ไม่ว่าสถานที่การใช้งานนั้นจะเป็นที่ใด

ตาราง 4.6 การเปรียบเทียบสินค้าและผลิตภัณฑ์ในหมวดต่างๆด้านรายละเอียดการกำหนดเวลาเวลาเพื่อรับผลสำเร็จจากการใช้งานในการควบคุมรูปร่าง บุคลิกภาพ และความยืดหยุ่นในการใช้งานอุปกรณ์กับสถานที่ที่แตกต่างกัน

ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภท	ระยะเวลาที่กำหนดเพื่อเห็นผลลัพธ์จากการใช้งาน	ความยืดหยุ่นในการใช้งานสถานที่ต่างๆ
เครื่องปั่นเอนกประสงค์ 9 in 1	ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน	ใช้เวลาเตรียมอาหารเร็วสุดภายใน 15 วินาที และมากที่สุดไม่เกิน 45 นาที	ไม่ระบุ
เครื่องปั่นเอนกประสงค์ A	ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน	ไม่ระบุ แต่อธิบายว่าใช้เวลาไม่กี่วินาทีในการปั่น	ไม่ระบุ

ตาราง 4.6 การเปรียบเทียบสินค้าและผลิตภัณฑ์ในหมวดต่างๆด้านรายละเอียดการกำหนดเวลาเวลาเพื่อ  
รับผลสำเร็จจากการใช้งานในการควบคุมรูปร่าง คุณลักษณะ และความยืดหยุ่นในการใช้งานอุปกรณ์กับ  
สถานที่ที่แตกต่างกัน (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภท	ระยะเวลาที่กำหนดเพื่อเห็น ผลลัพธ์จากการใช้งาน	ความยืดหยุ่นในการใช้งาน สถานที่ต่างๆ
เครื่องปิ้ง อาหาร เอนกประสงค์ A	ผลิตภัณฑ์ใน ครัวเรือน	ใช้เวลาปรุงอาหารเพียง 15 นาที	ไม่ระบุแต่อธิบายว่ามีขนาด กะทัดรัด
เครื่องปิ้ง อาหารแบบ B	ผลิตภัณฑ์ใน ครัวเรือน	ไม่ระบุ	ไม่ระบุ
เครื่องปิ้ง อาหารแบบ C	ผลิตภัณฑ์ใน ครัวเรือน	ไม่ระบุชัดเจน อธิบายว่า นาที สามารถปิ้งอาหารได้ 3 พันรอบ	ไม่ระบุ
Smart Turbo Cooker	ผลิตภัณฑ์ใน ครัวเรือน	สามารถปรุงอาหารโดยไม่ใช้ ไฟฟ้าให้สุกทั่วถึงภายใน 1 ชั่วโมง	ใช้ได้ทุกสถานที่
เครื่องบริหาร หน้าท้อง ระบบหมุน และเหวี่ยง	เครื่องออก กำลังกาย	ใช้เพียงวันละ 3 นาที เห็นผล ภายใน 2 สัปดาห์	ใช้ได้ทุกสถานที่ พับเก็บง่าย
เครื่องออก กำลังสามขา	เครื่องออก กำลังกาย	ใช้วันละ 3 นาที เห็นผลภายใน 2 สัปดาห์	ใช้ได้ทุกสถานที่ พับเก็บง่าย
เครื่องออก กำลังทวิ สเตอร์	เครื่องออก กำลังกาย	ไม่ระบุช่วงเวลาที่เห็นผล	ใช้ได้ทุกสถานที่ พับเก็บง่าย



ตาราง 4.6 การเปรียบเทียบสินค้าและผลิตภัณฑ์ในหมวดต่างๆด้านรายละเอียดการกำหนดเวลาเวลาเพื่อ  
รับผลสำเร็จจากการใช้งานในการควบคุมรูปร่าง คุณลักษณะ และ ความยืดหยุ่นในการใช้งานอุปกรณ์กับ  
สถานที่ที่แตกต่างกัน (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภท	ระยะเวลาที่กำหนดเพื่อเห็น ผลลัพธ์จากการใช้งาน	ความยืดหยุ่นในการใช้งาน สถานที่ต่างๆ
เครื่องออก กำลัง กล้ามเนื้อ A	เครื่องออก กำลังกาย	ไม่ระบุช่วงเวลาที่เห็นผล	ใช้ได้ทุกสถานที่ พับเก็บง่าย
บาร์แรงดัน	เครื่องออก กำลังกาย	ใช้วันละ 5 – 10 นาที เห็นผล ทันทีเมื่อใช้งาน	ใช้ได้ทุกสถานที่
เครื่องออก กำลัง กล้ามเนื้อแบบ B	เครื่องออก กำลังกาย	ไม่ระบุช่วงเวลาที่เห็นผล	ใช้ได้ทุกสถานที่ พับเก็บง่าย
เครื่องออก กำลังกล้ามเนื้อ แบบ c	เครื่องออก กำลังกาย	ไม่ระบุช่วงเวลาที่เห็นผล	ใช้ได้ทุกสถานที่ พับเก็บง่าย
ครีม 365	ผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพและ ความงาม	ผิวหน้าดีขึ้นภายใน 2 – 4 สัปดาห์	ใช้ได้ทุกสถานที่
น้ำมันสกัด จากตับปลา	ผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพและ ความงาม	ไม่ระบุ เป็นหน่วยเวลา อธิบาย แต่เพียงว่าครีมซึบลงผิวอย่าง รวดเร็ว	ใช้ได้ทุกสถานที่
เครื่อง ปรับแต่งทรง ผมแบบ A	ผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพและ ความงาม	เห็นผลทันที	ไม่ระบุ แต่อธิบายว่าขนาด กะทัดรัดพกพาง่าย

ตาราง 4.6 การเปรียบเทียบสินค้าและผลิตภัณฑ์ในหมวดต่างๆด้านรายละเอียดการกำหนดเวลาเวลาเพื่อรับผลสำเร็จจากการใช้งานในการควบคุมรูปร่าง บุคลิกภาพ และความยืดหยุ่นในการใช้งานอุปกรณ์กับสถานที่ที่แตกต่างกัน (ต่อ)

ชื่อผลิตภัณฑ์	ประเภท	ระยะเวลาที่กำหนดเพื่อเห็นผลลัพธ์จากการใช้งาน	ความยืดหยุ่นในการใช้งานสถานที่ต่างๆ
เซรั่มบำรุงผม	ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม	ผมหยุดร่วงภายใน 2 เดือน	ใช้ได้ทุกสถานที่
ครีมลดริ้วรอยแบบ A	ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม	ริ้วรอยจางลงเห็นผลทันทีที่ใช้	ใช้ได้เช้า กลางวัน เย็น ทุกสถานที่
ครีมบำรุงรอบดวงตาแบบ A	ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม	ผิวดวงตาได้รับความชุ่มชื้นภายในสามนาที	ใช้ได้เช้า กลางวัน เย็น ทุกสถานที่
พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์	อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง	ไม่ระบุหน่วยเวลาแต่อธิบายว่าค้นหาคำศัพท์ได้รวดเร็วทันใจ	ใช้ได้ทุกสถานที่

หมายเหตุ ข้อมูลเกี่ยวกับตารางแสดงเวลาและความยืดหยุ่นในการใช้เครื่องมือข้างต้นอ้างอิงจากรายละเอียดของสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจที่มีการอธิบายแจ้งผู้ชมเห็นเป็นลายลักษณ์อักษรเพื่อแจกแจงคุณสมบัติ

จากตารางเปรียบเทียบระยะเวลาของการใช้เครื่องมือทั้ง 4 หมวด เราจะเห็นได้ว่าระยะเวลาการใช้งานของเครื่องมือที่พอจะทำให้เห็นผลการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายทั้งทางตรงและทางอ้อมแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม

1. ผลิตภัณฑ์ที่เห็นผลเป็นหน่วยวินาที หรือนาที
2. ผลิตภัณฑ์ที่เห็นผลเป็นเดือน – ปี

3. ผลិតภักข์ที่ไม่สามารถวัดหน่วยเวลาได้เนื่องจากเห็นผลทันที หรือ เห็นผลจากความรู้สึกว่าร่างกายมีการตอบสนอง

ผลิตภักข์ที่เห็นผลเป็นหน่วยวินาทีหรือนาทีนั้น ได้แก่ ผลิตภักข์เพื่อสุขภาพและความงามจำนวน 1 ชนิด ผลิตภักข์ในครัวเรือนจำนวน 4 ชนิด เครื่องออกกำลังกายจำนวน 3 ชนิด

ผลิตภักข์ที่เห็นผลเป็นเดือน – ปี ได้แก่ คริมบำรุงผิวจำนวน 2 ชนิด

ผลิตภักข์ที่ไม่สามารถวัดหน่วยเวลาได้เนื่องจากเห็นผลทันที หรือ เห็นผลจากความรู้สึกว่าร่างกายมีการตอบสนอง ได้แก่ ผลิตภักข์ในครัวเรือนจำนวน 2 ชนิด เครื่องออกกำลังกายจำนวน 4 ชนิด ผลิตภักข์เพื่อสุขภาพและความงามจำนวน 3 ชนิด และ อุปกรณ์และผลิตภักข์เพื่อการศึกษาและบันเทิงจำนวน 1 ชนิด

หากวิเคราะห์ระยะเวลาของการใช้ผลิตภักข์จนผู้ใช้พบว่ามีการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีบนร่างกายของพวกเขา ในกลุ่มผลิตภักข์ที่เห็นผลภายในไม่กี่นาทีหรือชั่วโมงนั้น ปกติควรจะเป็นปัญหาที่ต้องรีบแก้ไขโดยด่วน เพราะหากปล่อยไว้นานอาจทำให้เกิดความสูญเสียมากแก่ร่างกาย จากข้อมูลพบว่าในกลุ่มผลิตภักข์เครื่องครัวเรือนจำนวน 4 ชนิด เป็นเครื่องมือที่เห็นผลได้เร็ว นั่นอาจเป็นเพราะการเตรียมอาหารนั้นเป็นการปรุงมือต่อมือ โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามปกติการเตรียมอาหารก่อนปรุงอาจจะต้องใช้เวลาอย่างน้อย 10 – 30 นาที ในการเตรียมส่วนผสมของอาหารหลายๆงานในมือหนึ่งๆ แต่ความสามารถของเครื่องครัวที่เป็นสินค้าในรายการ โฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจสามารถใช้เวลาได้น้อยที่สุดในการเตรียมอาหาร 1 รายการเพียง 15 วินาที (เครื่องปั่นเอนกประสงค์ 9 in 1) อีกทั้งในช่วงระหว่างการสาธิตการใช้งานเครื่องครัวส่วนใหญ่ไม่มีภาพของแม่บ้านหัวฟูที่ต้องเตรียมอาหารให้ได้พบเห็นเลยแม้ว่าจะเป็นช่วงเวลาที่คับขันในการเตรียมมื้ออาหาร มีเพียงแต่ภาพการบริหารเวลาและเลือกเครื่องมืออย่างชาญฉลาดเท่านั้น ดังนั้นความสำคัญในส่วนของสินค้าหมวดเครื่องใช้ในครัวเรือนต่อการแก้ปัญหาร่างกายจึงเป็นเรื่องของปากท้องในชีวิตประจำวันที่ต้องการความพิถีพิถันในการเตรียมในขณะที่เดียวกันก็ต้องการความรวดเร็วในการถนอมสารอาหาร และหากสามารถเพิ่มความหลากหลายในมื้ออาหารได้โดยไม่เสียเวลาแม้แต่น้อยก็ดูเหมือนจะเป็นสวรรค์ของสมาชิกในบ้าน ซึ่งเราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเรื่องกินนั้นเป็นเรื่องใหญ่เรื่องหนึ่งในชีวิตประจำวันและเป็นปัจจัยหลักของการมีสุขภาพที่ดีในทางตรง

สินค้าหมวดเครื่องออกกำลังกายจำนวน 3 ชนิด ที่ใช้เวลาเป็นหน่วยวินาที/ นาที เพื่อเห็นผลที่เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อร่างกาย ผลที่ได้จากการออกกำลังกายเพียงไม่กี่วินาทีที่เห็นผลเป็นรูปมดกล้ำมเนื้อที่ชัดเจน ไม่ใช่เพียงความรู้สึกเพียงว่าได้เคลื่อนไหวเพื่อบริหารร่างกายในทิศทางที่แตกต่าง

จากเดิมนั้นเป็นเรื่องที่น่าทึ่ง โดยเฉพาะการสาธิตและแนะนำเครื่องออกกำลังกายในรายการสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจนั้นชื่อว่า “เป็นการออกกำลังกาย ที่ใช้เวลาไม่กี่วินาที ไม่รู้สึกว่าได้ออกกำลังกายมากมาย แต่ได้ผลดีเยี่ยมจริง” การนำเสนอการออกกำลังกายให้เป็นลักษณะของการละเล่นของร่างกายแต่กลับได้ประโยชน์ ปกติการออกกำลังกายนั้นเปรียบเสมือนเป็นหน้าที่หนึ่งของร่างกายที่ต้องรักษารูปร่างให้ได้ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ร่างกาย ควรออกกำลังกายสัปดาห์ละ 3 วันขึ้นไปครั้งละ 30 นาทีจะทำให้สุขภาพดีทั้งสุขภาพกายและสุขภาพใจส่งผลให้มีพลังในการปฏิบัติงาน ต่อไปอีกนาน ความบ่อย (frequency) ประมาณ 3-5 วันต่อสัปดาห์ ถ้าความหนักระดับปานกลาง ใช้เวลา 5 วัน แต่ถ้าความหนักมากใช้เวลา 3 วันความหนัก (intensity) ประมาณร้อยละ 55/65 – 90 ของอัตราการเต้นหัวใจสูงสุด (maximum heart rate) ระยะเวลา (time/duration) ประมาณ 20-60 นาที แบบต่อเนื่องหรือเป็นช่วงๆ ประเภทของกิจกรรม (mode) กิจกรรมใดๆที่มีการใช้กล้ามเนื้อใหญ่ เคลื่อนไหวเป็นจังหวะอย่างต่อเนื่อง และใช้ออกซิเจนในการทำกิจกรรมเป็นหลัก เช่น การเดินเร็ว การวิ่งเหยาะ การเดินแอโรบิก หรือการปั่นจักรยาน เป็นต้น<sup>8</sup>

การออกกำลังกายที่ทำให้เป็นหน้าที่นั้นสร้างความเบื่อหน่ายให้กับผู้คน เพราะสิ่งที่ทำอะไรอย่างจริงจัง มีแบบแผนที่เคร่งครัดเกินไปทำให้ขาดรรถรสในการปฏิบัติหรือเข้าร่วมกิจกรรม จึงไม่น่าแปลกใจที่ภาพแทนของการออกกำลังกายในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจมีลักษณะของการใช้เศษเสี้ยวเวลาในการออกกำลังกายด้วยเครื่องออกกำลังกายที่จัดทำ และออกแบบการแยกเฟียวสองสามครั้งแต่บริหารได้อย่างตรงจุดในเวลาสั้นมากและก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเทียบเท่าหรือดีกว่าการออกกำลังกายแบบทั่วไปที่กินเวลา 30 นาที มากไปกว่านั้นการออกกำลังกายยังสามารถทำควบคู่ไปกับพักผ่อนหย่อนใจอื่นๆเช่น การดูโทรทัศน์ เป็นต้น ทุกวันนี้การดูแลร่างกายเป็นเรื่องที่ผู้คนเอาใจใส่มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็พิถีพิถันในรายละเอียดของการออกกำลังกายมากขึ้น จะเห็นได้ว่าตามสถานออกกำลังกายมีการจ้างครูฝึกมาแนะนำส่วนตัว ไม่ใช่เพื่อแค่เรียนรู้การออกกำลังกายที่ถูกต้อง แต่เป็นการออกแบบร่างกายว่าต้องการส่วนเว้าโค้งหรือเพิ่มกล้ามเนื้อเฉพาะส่วนในบางใดบ้าง การออกกำลังกายจึงไม่ใช่การใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ แต่เป็นการหาเวลาว่างเพื่อทำกิจกรรมการออกกำลังกายให้ดูจริงจัง จึงไม่น่าแปลกใจถ้าหากการโฆษณาเครื่องออกกำลังกายที่ราพบเห็นจะมีคำโปรยคุณสมบัติว่าใช้เวลาสั้นแต่ได้ผลเกินคาด

<sup>8</sup> <http://www.kcn.ac.th/km/km2.html>

ผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถวัดหน่วยเวลาได้เนื่องจากเห็นผลทันที หรือ เห็นผลจากความรู้สึกว่าร่างกายมีการตอบสนอง ก็เป็นข้อมูลที่น่าสนใจอย่างยิ่งเนื่องจากไม่สามารถวัดช่วงเวลาเป็นหน่วยที่แน่ชัดได้แต่หากเป็นความรู้สึกที่ผู้ใช้สามารถสัมผัสได้จากการใช้ครั้งแรก และเห็นผลทันที เพียงแต่ไม่สามารถวัดได้ เปรียบเสมือนกับการรับประทานอาหารที่อร่อย เราไม่สามารถบอกได้ว่ามาตรวัดความอร่อยนั้นคืออะไรรู้แต่ทานแล้วอร่อยในช่วงวินาทีที่ลิ้นแตะอาหารทันที ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ก็เช่นกันไม่ว่าจะเป็นเครื่องออกกำลังกาย ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนและ อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง ในส่วนของเครื่องออกกำลังกายในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ จะอธิบายผ่านภาพแทนของผู้ใช้งานว่าพวกเขาารู้สึกว่าได้ร่างกายได้ออกแรงอย่างไม่เคยรู้สึกมาก่อน โดยที่จากการที่กล้ามเนื้อเหล่านั้นไม่เคยได้ออกแรงหรือเคลื่อนไหวในท่าที่ถูกต้อง เมื่อพวกเขาออกกำลังกายด้วยการเคลื่อนไหวที่ได้รับการออกแบบมาอย่างดีโดยมีเครื่องออกกำลังกายเป็นเครื่องมือกำกับท่าทางมันทำให้พวกเขารู้สึกดีอย่างทันทีเมื่อใช้ ภาพสีหน้าที่ยิ้มแย้มและประหลาดใจในประสิทธิภาพเป็นเพียงอย่างเดียวที่เป็นรูปธรรม แต่ความรู้สึกนั้นไม่สามารถจับต้องได้จริง

นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่สามารถวัดหน่วยเวลาได้เนื่องจากเห็นผลทันที หรือ เห็นผลจากความรู้สึกว่าร่างกายมีการตอบสนองในกลุ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม และอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิงก็มีลักษณะของการให้ความรู้สึกที่ไม่สามารถจับต้องได้นอกจากความภูมิใจจากการที่เห็นครีมซึมลงผิวได้อย่างรวดเร็ว แต่ผลจากการซึมของครีมนั้นจะเป็นอย่างไรก็ค่อยว่ากันในภายหลังเพราะอย่างน้อยครีมก็ซึมลงผิวไปแล้ว และคิดว่าครีมเหล่านั้นก็จะซึมหายไปไหนเสียไม่ได้นอกจากเพื่อเป็นการบำรุง ในขณะที่เดียวกันเมื่อผลที่ได้ทางร่างกายยังไม่ปรากฏชัด ผลทางใจในขณะนั้นก็ได้ปฏิบัติการไปเรียบร้อยแล้ว หรือการใช้พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งอยู่ในหมวดของผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง การเห็นผลของการใช้งานเกิดขึ้นจากการหาคำศัพท์ได้รวดเร็ว ทั้งนี้ที่ไม่ได้ระบุหน่วยเวลาที่เห็นผลก็อาจเป็นเพราะเป้าหมายนั้นอยู่ที่ปลายทางคือได้ความหมายของคำศัพท์ในเวลาทีรวดเร็วมาก เร็วมากพอที่จะทำให้ผู้ที่ค้นหาคำศัพท์อยู่ไม่เสียบुकคลิก ไม่ฉายแววเสี้ยวความงองออกมาให้คนแวดล้อมที่กำลังมีปฏิสัมพันธ์อยู่ด้วยเห็นก็ทำให้เกิดความภูมิใจ ความมั่นใจ ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดบุคลิกภาพและการวางตัวในช่วงเวลาหนึ่งได้เป็นอย่างดี ซึ่งการมีบุคลิกภาพที่ดีก็เชื่อมโยงกับการมีสติในการจัดการและควบคุมร่างกายให้แสดงออกอย่างเชื่อมั่นและภูมิใจ

ในส่วนของการยืดหยุ่นในการใช้ผลิตภัณฑ์แต่ละหมวดจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีขนาดกะทัดรัดพกพาได้ง่าย โดยเฉพาะเครื่องออกกำลังกายทุกชนิดนั้นสามารถพกพาไปออกกำลังกาย

นอกสถานที่ได้อย่างไม่เป็นปัญหา และถึงแม้ว่าอุปกรณ์บางหมวดเช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัวเรือน หรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามบางชนิดจะต้องใช้ไฟฟ้า แต่ไม่ได้มีขนาดใหญ่จึงสามารถพกพาไปได้ทุกที่

การทำให้อุปกรณ์และเครื่องมือมีขนาดเล็กกะทัดรัด หรือสามารถพับเก็บ ถอดชิ้นส่วนแยกเก็บได้ ทำให้ผู้ใช้สามารถพกพาอุปกรณ์เหล่านี้ไปสร้างบุคลิกร่างกายที่ดูดีในสถานที่ต่างๆตามที่ตนเองปรารถนาและหลุดพ้นจากไม่สม่ำเสมอในการควบคุมดูแลร่างกาย

ดังนั้นการทำงานของร่างกายที่เป็นระบบจึงจะต้องสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่กลมกลืนในการเคลื่อนไหวร่างกายเพื่อสอดคล้องกับเวลา ไม่ว่าจะเวลาจะผ่านไปกี่นาทีหรือวินาทีร่างกายก็ถูกเพ่งเล็งให้ต้องอยู่ในสภาพที่ติดตลอดเวลา ฟุโกต์อธิบายตารางเวลาในสังคมว่ามักจะแบ่งซอยออกเป็นช่วงเวลาที่ ยิบย่อยเป็นชั่วโมง นาทีและวินาที เพื่อให้สามารถทำงานบรรลุได้ตามเวลาที่กำหนด และสามารถกำหนดจังหวะในการทำงานที่จะไม่สูญเสียเวลาไป และในขณะเดียวกัน การควบคุมกิริยาอาการเพื่อให้สัมพันธ์กับเวลา โดยร่างกายต้องอยู่ในรูปแบบความถูกต้องตามแม่แบบในขณะที่ทำกิริยาอาการที่สัมพันธ์กับเวลานั้นๆ โดยถือเป็นการควบคุมร่างกายให้ถูกหลักตามทิศทาง ปริมาณและระยะเวลาที่ถูกต้องและสมควร ซึ่งเป็นลักษณะการควบคุมร่างกายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด และคุ้มกับเวลาที่ดำเนินไป โดยไม่ปล่อยให้ร่างกายส่วนใดส่วนหนึ่งอยู่โดยเปล่าประโยชน์ ทุกส่วนของร่างกายต้องพร้อมที่จะทำงานในทุกท่วงท่าอากัปกิริยาและเพื่อให้ร่างกายสามารถควบคุมวัตถุหรือเครื่องมือได้อย่างมีประสิทธิภาพอีกต่อหนึ่ง เป็นการสะท้อนให้เห็นว่าอำนาจและระเบียบวินัยของโลกที่ต้องการควบคุมร่างกายและเครื่องมือที่เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการผลิต ไม่ใช่เพียงสนใจในผลลัพธ์ของการผลิตเท่านั้น<sup>9</sup>

จากความสัมพันธ์ของร่างกายต่อเวลา สถานที่ และวัตถุโดยรอบ จึงไม่น่าแปลกใจที่สื่อข้อมูลเชิงธุรกิจได้สะท้อนให้เห็นภาพเหล่านี้ผ่านภาพแม่บ้านกำลังทำอาหารสับอย่างท่ามกลางความกดดันของสมาชิกในบ้านที่รอทานอาหารอยู่เป็นสิบคนซึ่งในท้ายที่สุดผู้ดำเนินรายการในฐานะแม่บ้านก็สามารถจัดการเตรียมอาหารได้เสร็จภายในเวลาไม่กี่วินาทีด้วยความช่วยเหลือของเครื่องครัวนวัตกรรมใหม่วางเรียงรายพร้อมทำงานเพื่อสัมผัสแค่ปลายนิ้ว หรือการบำรุงผิวหน้าเพื่อลบลอยจุดดำด้อยที่เห็นผลทันทีพร้อมออกจากบ้านแถมยังสามารถเติมร่องริ้วรอยได้ระหว่างวัน พร้อมสวยทุกสถานการณ์ หรือ

<sup>9</sup> Foucault, Michel. ทองกร โภคธรรม แปล. Les Corps Dociles: Surveiller et Punir. หน้า 5-43. โครงการจัดพิมพ์คบไฟ. 2547.

เครื่องออกกำลังกายที่สร้างสัดส่วนและเสริมกล้ามเนื้อได้ทุกที่ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกายที่บ้าน ชายทะเล หรือแม้แต่ในสวนสาธารณะก็สามารถหอบหิ้วติดตามไปได้ไม่ต้องห่วงว่าร่างกายจะบกร่อง หรือพลาดในการควบคุมร่างกายในแต่ละวินาทีที่ร่างกายดำเนินไป

ดังนั้น การใช้เวลาอย่างเต็มศักยภาพ โดยทำงานอย่างเต็มตารางเวลา ไม่ผลาญเวลาเพราะถือเป็นการผิดศีลธรรม และเป็นการทุจริตทางเศรษฐกิจ แนวคิดข้อนี้ถือว่าเราควรสร้างประโยชน์จากเวลาให้มากที่สุด เพื่อให้เกิดความเร็วสูงสุด มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยควรมีการฝึกฝนเทคนิคและการปฏิบัติซ้ำๆตามลำดับขั้นตอนที่กำหนด ซึ่งถือเป็นการควบคุมอย่างมีแบบแผนและต่อเนื่องก่อนที่จะเข้าสู่ระบบการปฏิบัติตามระเบียบวินัยอย่างแท้จริง ซึ่งการปฏิบัติและกิริยาอาการต่างๆจะมีความซับซ้อนมากขึ้นตามลักษณะความซับซ้อนของกิจกรรม

#### 4.1.7 ภาวะตกเขียว : ภาวะร่างกายที่ไม่ผ่าน ISO และบทลงโทษ

ในโฆษณาโทรทัศน์จำนวนมากที่สะท้อนภาพของการรักษาคุณภาพของร่างกายและสมรรถภาพในทุกระดับชั้น เพศสภาพ เศรษฐกิจ ครอบครัว ภาษา หรือแม้กระทั่งการละเล่น โฆษณานมผงหลายยี่ห้อที่เสริมสร้างวิตามิน ซึ่งเมื่อเด็กได้รับสารอาหารเหล่านี้จะเป็นเด็กที่มีคุณภาพพร้อมทั้งร่างกายที่แข็งแรงอันจะนำไปสู่ความพร้อมทางด้านพัฒนาการการเรียนรู้ต่างๆ หรือพูดง่าย ๆ ว่าพร้อมที่จะเข้าสู่ระบบกิจกรรมการผลิตของสังคม สำหรับในช่วงวัยกลางคน โฆษณาก็จะนำเสนอภาพการบริโภคเพื่อให้สมวัยทำงาน มีการสนับสนุนการบริโภคที่สะท้อนความสำเร็จในชีวิตทำงานและการมีคู่ครอง ในขณะที่มีการฉายภาพลักษณะความสำเร็จของช่วงวัยต่างๆ ในขณะที่เดียวกันก็มีการนำเสนอภาพความล้มเหลวของการละเมิดกรอบวินัยในการรักษาคุณภาพของร่างกายเช่นเดียวกัน เราจะเห็นได้ว่า โฆษณาขาดความอ้วนในโทรทัศน์จะนำเสนอภาพความล้มเหลวของการใช้ชีวิตหากปล่อยตัวให้มีน้ำหนักเกิน แสดงออกของความเป็นภาระและความไม่สมบูรณ์ของกิจกรรมที่เข้าร่วมโดยคนอ้วน ความล้มเหลวทั้งหลายของผู้บริโภคที่มองข้ามระเบียบวินัยในการดูแลร่างกายและการใช้ชีวิตล้วนเป็นข้อเตือนใจ คำสอน ที่คอยตอกย้ำให้ทุกคนมีสำนึกรักและห่วงหาเนร่างกาย ซึ่งเป็นปัจจัยเสริมอย่างหนึ่ง ในชีวิตประจำวันที่คอยตอกย้ำมาตรฐานเรื่องวินัยที่สังคมกำลังก่อตัวผลิตขึ้นอย่างช้าๆและแนบเนียน การสังเกตการณ์ รักษามาตรฐาน ระเบียบวินัย ในการดูแลร่างกายและกิจกรรมการใช้ชีวิตเพื่อควบคุมกิจกรรมในการรักษาพื้นที่และร่างกายในฐานะเครื่องมือบริหารอำนาจจึงเกิดขึ้น ผู้มีอำนาจในสังคมจึงต้องใช้เวลาอย่างคุ้มค่าเพื่อไม่ให้สูญเปล่าไปกับการปล่อยให้ร่างกายเสื่อมโทรมและนำมาซึ่งการทำงานที่ไม่เป็นระบบและสมรรถภาพถดถอย ในขณะที่ร่างกายทุกส่วนของมนุษย์ในสังคมจะต้องถูกใช้อย่าง

คุณค่าทุกสัดส่วนเช่นเดียวกัน ดังที่เราเห็นภาพโฆษณาที่แบ่งแยกร่างกายในการดูแลออกเป็นส่วนๆ โดยมีมาตรฐานในการดูแลที่ต่างกันประกอบกับเครื่องมือเสริมต่างๆ ในขณะที่ระยะเวลาที่ต้องมีความสัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวและใช้งานของร่างกายในแทบทุกอณู

เมื่อสังคมมีการกำหนดกรอบปฏิบัติที่ร่างกายของคนในสังคมพึงสังวร หากเกิดการละเมิดกรอบวินัย บทลงโทษที่เกิดขึ้นไม่ใช่การลงโทษที่เกิดจากร่างกายละเมิดข้อบังคับกฎหมายและเป็นกรอบการลงโทษที่เกิดจากการหลุดพ้นวงโคจรของสิ่งที่สังคมอ้างว่าเป็น “สำนึกดีที่พึงกระทำ” ร่างกายที่ไม่ได้รับการควบคุมให้เป็นไปตามวัฏจักรของระเบียบวินัยและความราบรื่นของกิจกรรมที่สังคมคาดหวังไว้ จะถูกลงโทษโดยอัตโนมัติ เช่นการเสียชีวิตในการเข้าถึงทรัพยากรของสังคม การถูกประณามจากการจ้องมองของสังคม และการเปรียบเทียบซึ่งทำให้อารมณ์และการใช้ชีวิตที่ตกมาตรฐานได้รับความอับอาย

วินัยและการลงโทษของสังคมดังกล่าวต่อสมาชิกของสังคมที่ละเมิดต่อการปฏิบัติตัวตามมาตรฐาน กรอบความคิด และค่านิยมนั้นไม่ใช่การลงโทษด้วยการจำคุก จองจำ เข็มเขน ฆ่า โบย แต่เป็นการลงโทษโดยสายตาของวัฒนธรรม เป็นการลงโทษด้วยคำว่า ตกมาตรฐานในรูปแบบต่างๆ ของการใช้ชีวิต และข้อจำกัดในการเข้าถึงสิทธิพิเศษต่างๆ ในสังคมซึ่งล้วนมีความเลวร้าย และสร้างตราบปในใจอย่างใดอย่างหนึ่งให้แก่สมาชิกของสังคมนั้นๆ

ฟูโกต์กล่าวไว้ในงานเขียนของเขาที่ชื่อ Discipline and Punish ว่า ในสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัยจะมีเครือข่ายของอำนาจที่ครอบงำสังคมในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการควบคุมคน ความคิด พื้นที่ เทคโนโลยี รวมไปถึงกิจกรรมของมนุษย์ที่ฟูโกต์แบ่งออกเป็น แรงงานหรือผลผลิตทางเศรษฐกิจ เพศครอบครัว ภาษา การพูด การละเล่นต่างๆ ในยุคสมัยใหม่เขากล่าวว่ามีการครอบงำโดยหวังที่จะให้ผู้คนมีระเบียบวินัย มีกรอบของการแสดงออก และความประพฤติที่พึงปฏิบัติโดยหวังผลและประสิทธิภาพจากร่างกายและพื้นที่การใช้ชีวิต ฟูโกต์มองว่าการให้ความสำคัญกับเรื่องวินัยนั้นมีคุณค่าสำหรับสังคมสมัยใหม่พอๆ กับการสะสมทุน (Capital) เนื่องจากวินัยของมนุษย์จะทำให้เกิดการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของมนุษย์ที่จะทำหน้าที่ของตนอย่างดี เพื่อเป็นการขับเคลื่อนสังคม โดยการที่จะมีวินัยได้นั้นสมาชิกในสังคมจะต้องมีสุขภาพดี มีทักษะ ชยัน เอาการเอา  
งาน<sup>10</sup>

<sup>10</sup> ธีรยุทธ บุญมี. Michel Foucault. หน้า 160-167. สำนักพิมพ์วิภาษา. กรุงเทพฯ. 2551.



ทั้งนี้สังคมจะต้องเป็นสังคมที่เปี่ยมไปด้วยวินัยในการควบคุมร่างกายและกิจกรรม มีสาเหตุมาจากปัจจัยหลายประการดังนี้

1. กระบวนการเกิดแนวคิดประชากร-เศรษฐกิจ เนื่องจากปัจจัยทางด้านประชานั้นเป็นสิ่งที่สำคัญท่ามกลางเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันสูง ดังนั้นการพัฒนาบุคคลให้มีความเจริญ มีประสิทธิภาพในการทำงานย่อมจะทำให้การเคลื่อนตัวทางเศรษฐกิจเป็นไปได้ดี อีกทั้ง เมื่อประชากรในสังคมมีจำนวนมาก วินัยจึงมีความจำเป็นที่จะถูกนำมาเป็นเครื่องมือในการตรวจตรา ตรวจสอบ เพื่อประเมิณผลและวัดประสิทธิภาพ

2. กระบวนการทางกฎหมายและการเมือง มุ่งประโยชน์เพื่อสร้างความเสมอภาคให้แก่สมาชิกในสังคม นับตั้งแต่เกิดชนชั้นกลางขึ้นมา และค่อยๆเป็นผู้ที่มีอำนาจในสังคม อำนาจทางด้านวินัยก็ถูกสร้างขึ้นตามมา ไม่ใช่เพื่อเป็นการสร้างความเท่าเทียมให้เกิดขึ้นในสังคม แต่เป็นเครื่องมือให้กลุ่มคนที่ถูกควบคุมยอมตกอยู่ภายใต้กรอบและอำนาจ

3. กระบวนการพัฒนาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ช่วยขยายอำนาจทางวินัยให้สามารถทำงานในการตรวจตราได้ซับซ้อนมากขึ้น

กลุ่มแนวคิดและทฤษฎีที่ว่าด้วยเรื่องร่างกายและพื้นที่นี้จะเป็นการขยายพื้นที่การวิพากษ์จากเรื่องภาพแทน มายาคติ และการจ้องมองในโฆษณาไปสู่เรือนร่างและพื้นที่การใช้ชีวิตของผู้บริโภคอันเป็นพื้นที่ที่ถูกบริหารอำนาจ และถูกควบคุมการแสดงออกในชีวิตประจำวันตามกรอบวินัยของสังคมวินัย” ของสังคม สิ่งที่มิเชล ฟูโกต์ นำเสนอเกี่ยวกับร่างกายที่มีวินัยนั้น คนในสังคมได้รับการปลูกฝังจากรุ่นสู่รุ่น จนเราไม่สามารถจำแนกได้ว่า เราเริ่มเรียนรู้เกี่ยวกับการดูแลรักษาร่างกายเพื่อให้คงสภาพและสมรรถภาพตั้งแต่เมื่อใด

การที่มนุษย์รู้สึกว่าการมีสุขภาพดีและมีร่างกายแข็งแรง มีร่างกายสมส่วนสวยงามนั้นเป็นเรื่องธรรมดาที่ทุกคนจะต้องครองสภาพไปตลอดอายุขัย ฟูโกต์ พยายามชี้ให้เห็นว่าสังคมคาดหวังร่างกายที่เต็มไปด้วยสมรรถภาพเพื่อให้สังคมสามารถขับเคลื่อนกำลังการผลิตและกิจกรรมต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการผลิตได้โดยผู้มีอำนาจในการกำหนดกรอบระเบียบวินัยของสังคมกำลังครอบงำสมาชิกในสังคมอย่างแยกย่อยอย่างรอบมิตี<sup>11</sup>

ดังนั้นเมื่อสังคมต้องการร่างกายที่มีคุณภาพ การตกลงเข้าร่วมสังคมวินัยและกิจกรรมที่ควบคุมร่างกายโดยอำนาจในสังคมจึงเป็นสิ่งจำเป็น อย่างไรก็ตามที่ผ่านมารณรงค์แบบที่เอื้อให้คนมาออก

<sup>11</sup> ธีรยุทธ บุญมี, Michel Foucault, สำนักพิมพ์วิภาษา, กรุงเทพฯ, 2551, หน้า 160-167.

กำลังภายในทุกวันวันละ 3 วัน ครั้งละอย่างน้อย 30 นาทีเช่นนี้เป็นเรื่องที่น่าเบื่อและไม่ได้ทำให้สังคมเกิดการตื่นตัวเท่าที่ควร

ภาพการใช้เครื่องออกกำลังกาย ผลัดกันทำในครัวเรือน ผลัดกันทำเพื่อสุขภาพและความงาม รวมไปถึงอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง แสดงให้เห็นกลยุทธ์ในการหลอกล่อคนในสังคมให้ยอมรับระเบียบวินัย ความจำเป็น และการตอบสนองของร่างกายตามที่วินัยกำหนด โดยแบ่งกลยุทธ์ออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. การใช้เทคโนโลยีและวิทยาศาสตร์การแพทย์ในการทำความเข้าใจเรื่องปัญหาของร่างกายที่จำแนกออกเป็นส่วนๆ
  2. กลยุทธ์ที่ใช้สถาบันทางสังคมมาเป็นแรงผลักดันในการตระหนักถึงความจำเป็นในการควบคุมดูแลร่างกาย
  3. การล่อลวงให้ควบคุมร่างกายด้วยสิทธิพิเศษต่างๆที่เกี่ยวข้อง
- ในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจจำนวน 20 ชิ้น เราพบว่ามิโฆษณาถึง 14 ชิ้นที่มีการนำเทคโนโลยีการผลิตและนวัตกรรมการทำงานของสินค้าที่เกี่ยวข้อง

#### ตาราง 4.7 เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ในสินค้าที่โฆษณาในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ

สินค้า	ประเภทสินค้า	เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้า
Easy Dict	อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง	- ระบบออกเสียงแบบ Human Voice - ระบบวิดิโอสอนภาษา
เครื่องออกกำลังกล้ามเนื้อ A	เครื่องออกกำลังกาย	- เทคโนโลยี Resistant Cylinder ลดอาการบาดเจ็บจากการออกกำลังกายตามองศาเคลื่อนไหวที่เป็นธรรมชาติ
เครื่องออกกำลังกล้ามเนื้อแบบ c	เครื่องออกกำลังกาย	- เทคโนโลยีทางการแพทย์เกี่ยวกับการกระตุ้นกล้ามเนื้อ EMG พบว่าการพับตัวด้วยการบริหารกล้ามเนื้อท้องเมื่อเทียบกับการบริหารทั่วไปนั้นง่ายกว่ามาก และเมื่อใช้ เครื่องออกกำลังกล้ามเนื้อแบบ c

ตาราง 4.7 เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ในสินค้าที่โฆษณาในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ (ต่อ)

สินค้า	ประเภทสินค้า	เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้า
		กล้ามเนื้อส่วนบน ส่วนล่าง ได้รับการบริหารมากขึ้น เมื่อใช้แรงที่เท่ากัน
เครื่องออกกำลังกาย สามขา	เครื่องออกกำลังกาย	- เทคโนโลยี Guide Assistance Technology ช่วย กำหนดทิศทางในการเคลื่อนไหวที่ถูกต้อง
เครื่องออกกำลังกาย สเตอร์	เครื่องออกกำลังกาย	- นวัตกรรม Dual Drive Gear Box บริหารร่างกายขึ้น สูงด้วยวิธี Rib and Ride เน้นการกระชับรูปร่าง กำจัด ไขมันสะโพก ต้นขาถึงช่วงล่างด้วยแรงต้าน 7 ระดับที่ แตกต่างจากการออกกำลังกายโดยทั่วไป
เครื่องปั่น เอนกประสงค์ A	ผลิตภัณฑ์ใน ครัวเรือน	- มอเตอร์ความเร็ว 2 จังหวะ 500 วัตต์
เครื่องปั่นอาหาร แบบ C	ผลิตภัณฑ์ใน ครัวเรือน	- แรงปั่นสองแรงม้า = 1,492 วัตต์เทียบเท่ากับมอเตอร์ เรือลำเล็กๆ - ระบบนิรภัยที่ฐานและฝา - ปั่นด้วยความเร็วสามพันรอบต่อนาที - ปั่นร้อนโดยไม่ต้องต้มให้เสียคุณค่าทางสารอาหาร
Smart Turbo Cooker	ผลิตภัณฑ์ใน ครัวเรือน	- เทคโนโลยีจุดเดือดคงที่ เก็บความร้อนในการปรุง อาหารได้ 1 ชั่วโมงโดยไม่ต้องใช้ไฟฟ้า
เครื่องปั่น เอนกประสงค์ 9 in 1	ผลิตภัณฑ์ใน ครัวเรือน	- เทคโนโลยีการปั่นแบบ 9 in 1
ครีมลดริ้วรอย แบบ A	ผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพและความ งาม	- เทคโนโลยี Silicone Elastomer ช่วยอำพรางและ ปกปิดร่องริ้วรอย

ตาราง 4.7 เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ในสินค้าที่โฆษณาในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ (ต่อ)

สินค้า	ประเภทสินค้า	เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับสินค้า
ครีม 365	ผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพและความ งาม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- High-Tech Power Peptides ช่วยรับมือกับริ้วรอยและทำให้ผิวแลดูสุขภาพดี</li> <li>- เทคนิคการกระจายแสงที่ทำงานควบคู่กับไข่มุกสีฟ้าที่สกัดและหายาก (Optical Diffusers)</li> <li>- เทคโนโลยีสารสกัดจาก มัลเบอร์รี่ องุ่น วิตามินซี และสมุนไพร Scutellaria ที่พบมากในประเทศญี่ปุ่น สารสกัดจากยีสต์</li> </ul>
น้ำมันสกัดจากดัด ปลา	ผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพและความ งาม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลิตภัณฑ์จากดัดปลาทะเลน้ำลึก 99.99 เปอร์เซ็นต์ ในหมู่เกาะออกโกโดประเทศญี่ปุ่น</li> </ul>
เครื่องปรับแต่ง ทรงผมแบบ A	ผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพและความ งาม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประกอบด้วยแผ่นทำความร้อนระบบไอออนิก</li> <li>- ไม่ทำให้เกิดไฟฟ้าสถิตแบบเครื่องเป่าผม</li> <li>- สร้างประจุลบช่วยให้ผมเก็บกักความชื้นระหว่างใช้งาน โดยผมไม่แห้งเสีย</li> </ul>
ครีมบำรุงรอบ ดวงตาแบบ A	ผลิตภัณฑ์เพื่อ สุขภาพและความ งาม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่วนผสม HA Plumping Sphere ช่วยฟื้นบำรุงผิวขณะนอนหลับ</li> <li>- ส่วนผสมประกอบไปด้วย Suberlift สารสกัดจากต้นค็อกไอค์ ทำให้เส้นริ้วรอยรอบดวงตาแลดูจางลง, Polylift สกัดจากเมล็ดอัลมอนด์หวาน และ Advance Rho-Cite Complex เป็นส่วนผสมของซิงค์ ซาเลียวคาเฟอีน และวิตามินซีทำหน้าที่ Antioxidant</li> </ul>

ดังที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ว่าวิทยาศาสตร์ทางการแพทย์ถูกใช้เป็นการกลอุบายให้ผู้ชมในฐานะผู้บริโภคเห็นความสำคัญของร่างกายผ่านข้อมูลวิทยาศาสตร์ที่สัมพันธ์เกี่ยวกับร่างกาย ปกติแล้ว เราไม่สามารถมองเห็นกลไกการทำงานภายในร่างกายที่ซับซ้อนของเราได้ และเราก็ไม่สามารถเข้าใจว่า

อาหารที่เรารับประทานเข้าไปแต่ละมื้อนั้นได้ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรออย่างไร และจะดีกว่านี้หรือไม่ หากมีสารอาหารอื่นๆ ที่มีคุณค่าและใช้เป็นทางลัดในการดูแลร่างกายให้มีสุขภาพดี รวมไปถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรมอื่นใดที่จะช่วยส่งเสริมบุคลิกภาพ

ทั้งนี้หัวใจสำคัญของนวัตกรรมและเทคโนโลยีในสินค้า คือ ความแปลกใหม่ ไม่เหมือนใคร ให้ผลรวดเร็ว ตรงจุด อย่างที่ไม่ต้องอดทนรอเพื่อให้เห็นผล เหมือนกับการออกกำลังกายแบบเดิมๆ การรับประทานอาหารห้าหมู่แบบเดิมๆ

จากตารางแสดงเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ในสินค้าที่โฆษณาในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ ทำให้เราเห็นว่าการคิดค้นด้วยวิทยาการใหม่ๆ ทำให้ร่างกายของเราพัฒนาไปในทางที่ดีขึ้น ในระยะเวลาอันสั้น การใช้พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ ไม่ใช่ว่ามีความสำคัญแค่การเปิดหาความหมายของคำศัพท์ทั่วไป แต่เป็นการพัฒนาการออกเสียง เปรียบเทียบการออกเสียงของตนเองกับการออกเสียงต้นแบบที่ถูกต้องตามหลัก Phonetic<sup>12</sup> เพื่อการเน้นพยางค์ที่ถูกต้อง ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสมัครงาน หรือการสนทนาที่ราบรื่นกับชาวต่างชาติ เพิ่มมูลค่าให้กับตัวเองขึ้นอีกโข หรือการปรุงอาหารด้วยเครื่องมือที่ถูกออกแบบการทำงานด้วยเทคโนโลยีใหม่ๆ ก็ยังสามารถทำให้แม่บ้านสามารถจัดการทำอาหารให้แก่สมาชิกในครอบครัวได้รับประทานอย่างไม่ซับซ้อน ทำได้หลายรายการอาหาร และจัดระเบียบเวลาในการบริหารเรื่องในครัวอย่างชาญฉลาด เช่น ภาพในโฆษณาเครื่องปั่นเอนกประสงค์ 9 in 1 แม่บ้านที่ต้องวุ่นวายกับการสับผักในขณะที่ลูกน้อยกำลังร้องไห้ควุ่นวายและไร้ซึ่งการจัดการและการเตรียมตัวที่ดี ผิดกับผู้ดำเนินรายการทำอาหารเสร็จหลายเมนูด้วยความช่วยเหลือของเครื่องปั่นเอนกประสงค์ 9 in 1 และเทคโนโลยีการปั่นสับแบบ 9 in 1 เทคโนโลยีและนวัตกรรมจึงไม่เพียงย่นระยะเวลาการเข้าถึงคุณภาพชีวิตที่ดีแต่ยังทำให้ผู้ใช้ดูชาญฉลาดในการเลือกใช้เครื่องมือเพื่อบริหารเวลาและการดำเนินกิจวัตรประจำวัน

นอกจากที่เทคโนโลยีและนวัตกรรมถูกใช้เป็นเครื่องมือในการอำนวยความสะดวกแล้ว เทคโนโลยีทางการแพทย์ยังเปรียบเสมือนกล้องจุลทรรศน์คิดไม่โครโฟน ที่แสดงภาพการทำงานที่ซับซ้อนของเครื่องมือ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ต่างๆ ต่อร่างกาย ในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ มันใช้ภาพ

<sup>12</sup> สัทอักษรรูทหนึ่งทีพัฒนาโดยสมาคมสัตวศาสตร์สากล โดยมุ่งหมายให้เป็นสัญลักษณ์มาตรฐานสำหรับการแทนเสียงพูดในทุกภาษา นักภาษาศาสตร์ใช้สัทอักษรสากลเพื่อแทนหน่วยเสียงต่าง ๆ ที่อวัยวะออกเสียงของมนุษย์สามารถเปล่งเสียงได้ โดยแทนหน่วยเสียงแต่ละหน่วยเสียงด้วยสัญลักษณ์เฉพาะที่ไม่ซ้ำกัน สัญลักษณ์ในสัทอักษรสากลนั้นส่วนใหญ่นำมาจากหรือดัดแปลงจากอักษรโรมัน สัญลักษณ์บางตัวนำมาจากอักษรกรีก และบางตัวประดิษฐ์ขึ้นใหม่โดยไม่สัมพันธ์กับอักษรภาษาใดเลย

ขยายการทำงานของเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ถูกออกแบบและถูกใช้ในสินค้า แสดงให้ผู้ชมได้เห็นประสิทธิภาพการทำงานของมัน เช่น ภาพครีมบำรุงผิวหน้าที่แทรกซึมไปตามริ้วรอย และถ่มร่องจนเต็มได้ผิวที่เรียบเนียนและแก้ไขปัญหาเรื่องความมั่นใจ ภาพส่วนผสมที่หายากและคุณสมบัติของมันที่ทำงานซ่อมแซมผิวที่สึกหรอร่วมกันอย่างเป็นระบบ หรือการใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์แสดงผลเป็นกราฟแสดงประสิทธิภาพกล้ามเนื้อที่ได้รับการออกกำลังกายที่ได้ผลกว่าการออกกำลังกายแบบธรรมดาที่ไม่มีเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้าช่วย

วิทยาศาสตร์ทางการแพทย์และเทคโนโลยี รวมไปถึงนวัตกรรมจึงทำหน้าที่ทั้งขยายภาพความคิดปกติของร่างกายที่ตามองไม่เห็นและแสดงภาพการทำงานของร่างกายที่แก้ปัญหาข้อบกพร่องทางร่างกาย เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญของการรักษาวินัยและเข้าสู่ระบบการควบคุมร่างกายด้วยวินัยเร็วขึ้น

วินัยจะไม่พยายามสื่อออกมาโดยผ่านสัญลักษณ์ที่เป็นร่างกายของมนุษย์เพียงอย่างเดียว แต่การควบคุมของวินัยจะอยู่ในรูปแบบสัญญาณอื่นๆ โดยมีการบริหารความหมายของวินัยให้อยู่ในรูปแบบต่างๆที่แบบเนียนอย่างเงิบๆ โดยสัญญาณเหล่านี้จะมีการเชื่อมโยงเข้าหากันเสมอ<sup>13</sup>

หลายครั้งที่ผู้วิจัยพบว่ามีการแทนและสัญญาณเกี่ยวกับสถาบันทางสังคมที่เป็นเครื่องกระตุ้นให้ผู้บริโภค และผู้ชมรายการเข้าสู่วังวนของวินัยในการควบคุมร่างกาย ได้แก่ สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา เป็นต้น

ในรายการสื่อข้อมูลธุรกิจ สังเกตได้ว่าในแต่ละรายการนอกจากจะมีผู้ดำเนินรายการที่มีชื่อเสียงไม่ว่าจะเป็นดารา นักแสดง นักกีฬา นางแบบ ผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆ เป็นผู้อธิบายคุณสมบัติของโฆษณา ประโยชน์ สิทธิพิเศษ รวมไปถึงสาเหตุที่ต้องใช้สินค้า อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่เกิดขึ้นก่อนใช้และผลลัพธ์ที่ได้หลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์ บางครั้งรวมไปถึงสาเหตุผลิตภัณฑ์ด้วยเช่นเดียวกัน

#### ตาราง 4.8 รายละเอียดผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ

สินค้า	ชื่อผู้ดำเนินรายการ และแขกรับเชิญ อาชีพผู้ดำเนินรายการ/ แขกรับเชิญ
เครื่องปั่นเอนกประสงค์	ไม่ระบุ

<sup>13</sup> ธีรยุทธ บุญมี. Michel Foucault. สำนักพิมพ์วิภาษา. กรุงเทพฯ. 2551. หน้า 160-167.

ตาราง 4.8 รายละเอียดผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ (ต่อ)

สินค้า	ชื่อผู้ดำเนินรายการ และแขกรับเชิญ อาชีพผู้ดำเนินรายการ/ แขกรับเชิญ
9 in 1	
เครื่องปั่นเอนกประสงค์ A	- จูดี อิกกินส์ - เชฟโทนี ผู้เชี่ยวชาญเครื่องปั่นเทอร์โบคู่
เครื่องปั่นอาหาร เอนกประสงค์ A	- มอนเทล วิลเลียมส์ พิธีกรรายการทีวี และผู้เขียนหนังสือ Living Well with Montel - ฟอর্ব ไรลีย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารจาก Living Well
เครื่องปั่นอาหารแบบ B	- ราเคล การ์ดเนอร์ คาราสาวขอดนิคม - แจค ลาแลนด์ ผู้นำเสนอเครื่องออกกำลังกาย อายุ 87 ปี
เครื่องปั่นอาหารแบบ C	- มอนเทล วิลเลียมส์ พิธีกรรายการทีวี ผู้เขียนหนังสือ Living Well with Montel - ฟอর্ব ไรลีย์ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารจาก Living Well และคุณแม่ลูกแฝด
หม้อเก็บความร้อนแบบ A	- เจน และ เดวิด (ไม่ระบุรายละเอียดเพิ่มเติม) - เชฟเซียน แอนดรู ผู้มีประสบการณ์ทำงานด้านอาหาร 32 ปี
เครื่องบริหารน้ำท้อง ระบบหมุนและเหวี่ยง	- Jennifer Nicole Lee เซเลบริตี้ฟิตเนส นางแบบ และคุณแม่ผู้ยุ่งเหยิง
เครื่องออกกำลังกายสามขา	- มอลลี คัลเวอร์ อดีตนางแบบและบทบาทคุณแม่จอมยุ่ง - ดร. อัลเลน สเตลเนอร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา
เครื่องออกกำลังกาย สเตอร์	- เบรนด้า ไคแกรฟ
เครื่องออกกำลังกาย กล้ามเนื้อ A	ไม่ระบุ
บาร์แรงต้าน	- ฟ็อบ ไรลีย์ - มาริโอ โบลเปซ นักกีฬา

ตาราง 4.8 รายละเอียดผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ (ต่อ)

สินค้า	ชื่อผู้ดำเนินรายการ และแขกรับเชิญ อาชีพผู้ดำเนินรายการ/ แขกรับเชิญ
	- ผู้เชี่ยวชาญด้านสรีระศาสตร์
เครื่องออกกำลัง กล้ามเนื้อแบบ B	- คิม อเล็กซิส นางแบบอาชีพและคุณแม่ลูก 5 คน - โปติเออร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านฟิตเนส มีผลงานถ่ายแบบเรือนร่างในนิตยสารฟิตเนสชื่อดังมากมาย
เครื่องออกกำลัง กล้ามเนื้อแบบ c	- เกรก แสมเมอร์ ผู้บรรยายข่าวกีฬา และเจ้าของรางวัลยูเอส โอเชียนแชมเปียน 7 สมัย - ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยวิสคอนซินลาครอส
ครีม 365	- สุกัญญา ไรวินทร์ และวิยะดา พิรัชกุล พิธีกร นักแสดง และผู้ประกาศข่าว - ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เวชสำอาง - ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ Foodskin Lab
น้ำมันสกัดจากตับปลา	- เจ็บบ กาญจนภาพร ปลอดกัย พิธีกร นักแสดง และนางแบบ - อีโรยูกิ โฮชิโน Director, International Department
เครื่องปรับแต่งทรงผม แบบ A	- ทันยา บัคส์ตัน - ไคววาน ช่างออกแบบทรงผม และ สไตลิสต์
เซรั่มบำรุงผม	- สุรางคณา สุนทรพนาเวศ และ เอกพันธ์ บรรลือฤทธิ์ ดารา นักแสดง ฐานะเจ้าของผลิตภัณฑ์
ครีมลดริ้วรอยแบบ A	- ยูพาพัคตร์ วัชรากัย ดาราในแวดวงสังคมไฮโซ
ครีมบำรุงรอบดวงตา แบบ A	- ช่างแต่งหน้าชื่อดังผู้ผ่านการแต่งหน้าในเวลาที่ระดับโลกและอยู่เบื้องหลังงานโฆษณาและละครมากมาย - อัจฉริยา สิ้นรัชตานันท์ วิเจและดารา - ผู้จัดการฝ่ายฝึกอบรม Goodskin Lab



ตาราง 4.8 รายละเอียดผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ (ต่อ)

สินค้า	ชื่อผู้ดำเนินรายการ และแขกรับเชิญ อาชีพผู้ดำเนินรายการ/ แขกรับเชิญ
EasyDict	- ปาริชาติ วิสุทธิพัฒน์ - กรรมการผู้จัดการฝ่ายการตลาดผู้จำหน่ายสินค้า

สังเกตเห็นว่าโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจเพียงชิ้นเดียวเท่านั้นที่ไม่มีการระบุรายละเอียดของผู้ดำเนินรายการส่วนโฆษณา 19 ชิ้นนั้น จะมีการระบุชื่อ อาชีพ และบางโฆษณามีการระบุเกี่ยวกับบทบาทในสังคม เช่น บทบาทของแม่บ้าน หรือบทบาทของความเป็นแม่ การกำหนดบทบาทและอาชีพของผู้ดำเนินรายการเช่นนี้ราวกับเป็นความพยายามในการให้ภาพลักษณ์สินค้ารวมไปถึงคุณสมบัติของสินค้าได้รับการยืนยันจากบุคคลที่มีชื่อเสียง ผู้เชี่ยวชาญ ดารา นักแสดง ว่าสินค้าเหล่านั้นดีและคุ้มค่าแก่การซื้อไปใช้เพื่อทุ่นแรงและเวลาในการดูแลร่างกาย

ดารานักแสดง ถือเป็นบุคคลในสังคมที่มีชีวิตเป็นที่เปิดเผยต่อสาธารณะ การเห็นภาพในมุมลึกของดารานักแสดง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีในการดูแลร่างกายของตนนั้นจึงถือเป็นสิทธิพิเศษในการล่วงรู้ความลับที่ดารานักแสดงผู้นั้นสามารถมีร่างกายที่น่าเอาเยี่ยงอย่าง หรือมีสุขภาพ ผิวพรรณ หน้าตาดี ไม่ว่าจะดารานักแสดงเหล่านั้นจะใช้สินค้าเหล่านั้นจริงหรือไม่ แต่ก็ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวเครื่องมือที่เป็นสินค้า ที่สร้างความสัมพันธ์กับร่างกายของผู้ดำเนินรายการอันจะนำไปสู่การคิดตรึงตรองเรื่องร่างกายที่มีข้อบกพร่องของตนและหาทางออกเพื่อแก้ไขวิธีใดวิธีหนึ่ง ทั้งนี้ภาพความสำเร็จที่สะท้อนจากการมองเห็นดารานักแสดงที่มีชื่อเสียงสลับกับภาพเครื่องมือ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกายและบุคลิกภาพยังอาจเชื่อมโยงให้เห็นถึงภาพของปลายทางของความสำเร็จในด้านต่างๆอันเป็นผลจากการดูแลร่างกาย

นอกจากนี้การใช้ภาพของผู้เชี่ยวชาญในการยืนยันสมรรถภาพของเครื่องมือ อุปกรณ์ และผลิตภัณฑ์ในหมวดหมู่ต่างๆนั้นนอกจากจะช่วยยืนยันประสิทธิภาพและผลที่จะได้จากการดูแลร่างกายผ่านเครื่องมือเหล่านี้แล้ว ยังเป็นการตอกย้ำความจริงทางวิทยาศาสตร์ให้เห็นเป็นภาพผ่านเครื่องมือการวิเคราะห์ร่างกายที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่นการแสดงผลกราฟประสิทธิภาพการทำงานของกล้ามเนื้อที่สัมพันธ์กับการเคลื่อนไหวของร่างกายในช่วงเวลาหนึ่ง โดยมีอุปกรณ์ออกกำลังกายคอยกำกับท่าทาง

บทบาททางสถาบันสังคมยังเป็นภาพแทนอย่างหนึ่งที่พบในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ ภาพของผู้ดำเนินรายการในฐานะแม่บ้าน หรือแม้แต่ผู้ใช้สินค้าที่มายืนยันประสิทธิภาพของเครื่องมือ อุปกรณ์ละผลิตภัณฑ์นั้นได้สร้างภาพเกี่ยวกับความตระหนักถึงความยากลำบากของการถือครองบทบาทหนึ่งที่สำคัญในสังคม ภาพที่เห็นในโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจนั้นจะเป็นภาพของแม่บ้านและคำบรรยายบทบาทของผู้ดำเนินรายการเช่น การใช้คำว่า บทบาทแม่บ้านผู้ยุ่งเหยิง หรือ คุณแม่ลูก 5 นอกจากนี้จะแสดงบทบาทและหน้าที่เกี่ยวกับสถาบันครอบครัวแล้ว ยังทำให้เห็นภาพของภารกิจที่ยิ่งใหญ่ของบทบาทนั้นที่กำลังดำเนินแข่งกับเวลาที่หมุนไปและความยากลำบากในการทำภารกิจชีวิตที่แต่เดิมภาพของความเป็นแม่คือภาพแห่งการดูแล ปกป้องลูก ในขณะที่เดียวกันบทบาทที่เพิ่มเติมและสร้างความคาดหวังให้แก่บทบาทของความเป็นแม่นั้นคือ ความสัมพันธ์ของการบริหารร่างกาย กิจกรรม และเวลา

ภาพการประกอบร่างเข้าด้วยกันของบทบาท อาชีพ และผู้เชี่ยวชาญที่ปรากฏอยู่ในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจจึงประสานงานกันอย่างลงตัว เพราะเป็นการประกอบร่างของภาพร่างกายอันเป็นอุดมคติจากดารา นักแสดง การสร้างมิตินาฬิกาโดยตรงเกี่ยวกับการจัดการร่างกาย พื้นที่ กิจกรรม และเวลาของผู้บริโภคผ่านภาพบทบาทและหน้าที่ของผู้ดำเนินรายการและแขกรับเชิญ และการตรวจสอบร่างกายและกระตุ้นด้วยการสนับสนุนด้วยข้อมูลเชิงวิทยาศาสตร์ เพื่อทำให้คนตระหนักถึงการดูแลรักษาร่างกายอย่างมีวินัย และใช้เวลาไตร่ตรองเกี่ยวกับความสำคัญในการดูแลร่างกายให้น้อยลงและเข้าสู่ระบบวินัยเร็วขึ้น

วินัยจะไม่พยายามสื่อออกมาโดยผ่านสัญลักษณ์ที่เป็นร่างกายของมนุษย์เพียงอย่างเดียว แต่การควบคุมของวินัยจะอยู่ในรูปแบบสัญลักษณ์อื่นๆ โดยมีการบริหารความหมายของวินัยให้อยู่ในรูปแบบต่างๆที่แนบเนียนอย่างเงียบๆ โดยสัญลักษณ์เหล่านี้จะมีการเชื่อมโยงเข้าหากันเสมอ<sup>14</sup> เช่น สถาบันการศึกษาที่สอดแทรกความสำคัญศาสตร์ของความเป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเพื่อการผลิตเฉพาะด้านหรือการแบ่งซอยการผลิตออกเป็นส่วนๆหรือการโฆษณาในโทรทัศน์ที่นำเสนอสินค้าเพื่อการดูแลร่างกายเฉพาะส่วน

<sup>14</sup> ธีรยุทธ บุญมี. Michel Foucault. สำนักพิมพ์วิภาษา. กรุงเทพฯ. 2551. หน้า 160-167.

ตาราง 4.9 รายละเอียดการใช้เทคนิคพิเศษในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ

สินค้า	ภาพแทนเกี่ยวกับเทคนิคพิเศษที่ใช้ประกอบการบรรยาย
เครื่องปั่นเอนกประสงค์ 9 in 1	- ภาพเปรียบเทียบการทำงานของเครื่องมือที่เป็นสินค้า กับเครื่องมือธรรมดาที่พบเห็นทั่วไป
เครื่องปั่นเอนกประสงค์ A	- ภาพกราฟิกแสดงการทำงานของเครื่องปั่นเทอร์โบคู่
เครื่องปั่นอาหารเอนกประสงค์ A	- ภาพเปรียบเทียบการทำงานของเครื่องมือที่เป็นสินค้า กับเครื่องมือธรรมดาที่พบเห็นทั่วไป
เครื่องปั่นอาหารแบบ B	- ภาพเปรียบเทียบการทำงานของเครื่องมือที่เป็นสินค้า กับเครื่องมือธรรมดาที่พบเห็นทั่วไป
เครื่องปั่นอาหารแบบ C	- ภาพเปรียบเทียบการทำงานของเครื่องมือที่เป็นสินค้า กับเครื่องมือธรรมดาที่พบเห็นทั่วไป
หม้อเก็บความร้อนแบบ A	- ภาพสามมิติการทำงานเพื่อเก็บความร้อนของ หม้อเก็บความร้อนแบบ A
เครื่องบริหารหน้าท้องระบบหมุนและเหวี่ยง	- ภาพกราฟิกสามมิติแสดงมัดกล้ามเนื้อที่กำลังออกกำลังกาย - กราฟแสดงระดับการเต้นของหัวใจปกติหลังจากออกกำลังกายด้วยระบบหมุนและเหวี่ยงของ AB Circle
เครื่องออกกำลังกายสามขา	- เทคโนโลยี Guide Assistance Technology ที่แสดงถึงพัฒนาการของเครื่องออกกำลังกาย ประกอบภาพจำลองสามมิติแสดงกล้ามเนื้อที่ได้รับการออกกำลังกาย - ภาพถ่ายจับความร้อนของร่างกายระหว่างที่ออกกำลังกายด้วยเครื่องบริหาร แสดงส่วนกล้ามเนื้อที่มีการทำงาน
เครื่องออกกำลังกายวิสเตอร์	- การขับเคลื่อนแบบ Dual Drive Gear Box พร้อมแสดงภาพกราฟิกไฮไลต์สีเน้นกล้ามเนื้อที่ได้รับการบริหาร - ภาพเปรียบเทียบการออกกำลังกายด้วยเครื่องออกกำลังกายวิสเตอร์กับการออกกำลังกายแบบพิลาทิส ว่าเครื่องออกกำลังกายวิสเตอร์ใช้งานสะดวก

ตาราง 4.9 รายละเอียดการใช้เทคนิคพิเศษในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ (ต่อ)

สินค้า	ภาพแทนเกี่ยวกับเทคนิคพิเศษที่ใช้ประกอบการบรรยาย
	และยึดหยุ่นต่อพื้นที่การออกกำลังกายมากกว่า
เครื่องออกกำลังกาย กล้ามเนื้อ A	- เทคโนโลยี Resistant Cylinder มีการใช้เทคนิคภาพสามมิติแสดงให้เห็นการทำงานของกล้ามเนื้อ
บาร์แรงดัน	- ภาพกราฟิกแสดงตาข่ายกล้ามเนื้อที่ได้รับการออกกำลังกาย ทั้งส่วนบนส่วนล่าง และกลางลำตัว พร้อมบอกเทคโนโลยีการสร้างแรงดันระหว่างออกกำลังกาย - ภาพผู้ดำเนินรายการ นักกีฬาและผู้เชี่ยวชาญด้านสรีระศาสตร์ก่อนไขมันจำลองเพื่อให้เห็นภาพร่างกายที่ต้องแบกรับไขมันในร่างกายจำนวนมาก หากไม่ออกกำลังกาย
เครื่องออกกำลังกาย กล้ามเนื้อแบบ B	- ผู้เชี่ยวชาญที่มีการประสานการทำงานของกล้ามเนื้อหน้าท้องทุกส่วนแสดงกราฟประกอบ พร้อมภาพสามมิติแสดงกล้ามเนื้อภายในร่างกายที่ได้รับการบริหาร - นักวิจัยอิสระใช้เครื่องตรวจวัดคลื่นไฟฟ้าแสดงการทำงานของกล้ามเนื้อระหว่างที่ผู้ทดลองออกกำลังกายด้วย เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อแบบ B
เครื่องออกกำลังกาย กล้ามเนื้อแบบ c	- ภาพสามมิติแสดงภาพหน้าท้องที่ได้รับการบริหารหลังจากเล่น เครื่องออกกำลังกายกล้ามเนื้อแบบ c
ครีม 365	- ภาพประกอบจากเครื่องตรวจสภาพผิวที่แสดงจุดบกพร่องทางผิวหนังที่ไม่เห็นได้ด้วยตาเปล่า - ภาพกราฟิกแสดงประสิทธิภาพของเซรั่มที่มีต่อชั้นผิวหนังที่ได้รับการบำรุง
น้ำมันสกัดจากตับปลา	- ภาพปัญหาที่เป็นปัจจัยการทำลายน้ำมันหล่อเลี้ยงผิว และผลของผิวถูกทำลาย บอกคุณสมบัติของครีมบำรุง
เครื่องปรับแต่งทรงผม แบบ A	- ภาพกราฟิกแสดงการสร้างประจุบนเครื่องปรับแต่งทรงผมแบบ A ที่ช่วยให้ผมเก็บกักความชื้นระหว่างใช้งาน โดยผมไม่แห้งเสีย

ตาราง 4.9 รายละเอียดการใช้เทคนิคพิเศษในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ (ต่อ)

สินค้า	ภาพแทนเกี่ยวกับเทคนิคพิเศษที่ใช้ประกอบการบรรยาย
Velform Hair	- ภาพการใช้เซรั่มบำรุงผม
ครีมลดริ้วรอยแบบ A	- ภาพกราฟิกแสดงความเป็นไปได้ของริ้วรอยที่เกิดขึ้นบนใบหน้าเมื่อแสดงอารมณ์ - ภาพสามมิติแสดงการเติมเต็มริ้วรอยลึกของผิวหลังใช้ครีมเติมร่องริ้วรอยลึก ครีมลดริ้วรอยแบบ A
ครีมบำรุงรอบดวงตาแบบ A	- ภาพการดูแลผิวหนังรอบดวงตาและปัญหาที่เกิดขึ้นบริเวณรอบดวงตาพร้อมอธิบายปัจจัยสาเหตุการเกิดปัญหา - ภาพกราฟิกกลไกการทำงานของครีม
พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์	ไม่ระบุ

นอกจากนี้งานวิจัยยังพบว่ามีการใช้ภาพกราฟิกต่างๆเป็นภาพขยายการทำงานที่สายตาปกติไม่สามารถมองเห็นกลไกและการทำงานของผลิตภัณฑ์ต่อการซ่อมแซมร่างกายได้ เช่นในหมวดของสินค้าประเภทเครื่องออกกำลังกายจะเป็นภาพสามมิติหรือกราฟิกแสดงกล้ามเนื้อที่ได้รับการบริหารหรือความสัมพันธ์ของร่างกายส่วนต่างๆที่ทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบเช่นกล้ามเนื้อกับหัวใจ ซึ่งผลเหล่านี้จะได้รับหลังจากที่ร่างกายออกกำลังกายด้วยเครื่องออกกำลังกายที่เป็นสินค้าเท่านั้น โดยที่เครื่องออกกำลังกายในชีวิตประจำวันแบบธรรมดาไม่สามารถทำได้ การภาพที่เปรียบเป็นกลไกจุดบรรจบหรือสอดส่องจุดเล็กจุดน้อยของร่างกายเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ทำให้คนตื่นตัว ทั้งนี้การสอดส่องเข้าไปดูถึงกล้ามเนื้อของร่างกายนั้นเหมือนเป็นการสอดแนมของเครื่องมือที่ตรวจสอบดูว่าร่างกายทั้งหมดของเรานั้นทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ และประสานการทำงานกับอวัยวะส่วนอื่นๆได้เป็นอย่างดีหรือไม่

ในหมวดของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามก็เช่นเดียวกัน แต่จะเป็นการแสดงผลการทำงานของครีมบำรุงในชั้นเนื้อเนื้อต่างๆของร่างกาย และแสดงกลไกการทำงานของครีมที่มีต่อผิวแต่ละชั้นที่สำคัญสำหรับผู้บริโภคแล้วจะเห็นผลก็ต่อเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงบนใบหน้าหรือผิวพรรณ ไม่ว่าจะเป็นการมีผิวเนียนละเอียดขึ้น หรือไร้ซึ่งฝ้า กระ ไข่ การที่ได้เห็นภาพที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่าจึง

เป็นเหมือนการจ้องมองพัฒนาการของตนเองอย่างละเอียดด้วยสายตาแบบนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เห็นภาพการทำงานระดับมาโคร เปรียบเหมือนภาพที่กระตุ้นการทำงานของจิตใจว่าอย่างน้อยหากผิวได้รับการบำรุงเช่นนี้ การเปลี่ยนแปลงในระดับมาโครอย่างนี้ย่อมสร้างความหวังว่าการดูแลร่างกายอย่างเป็นระบบเช่นนี้จะนำมาซึ่งผลในปลายทางที่ผิว ร่ากาย และความงามที่สะท้อนผ่านบุคลิกอันน่าภูมิใจจะมาเยือนชีวิตของผู้ที่ดูแลร่างกายตัวเองเป็นอย่างดีในไม่ช้า

หมวดสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนก็เช่นเดียวกัน แต่เป็นการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างร่างกายกับเครื่องมือรอบตัวด้วยการบริหารร่างกายให้สมดุลและได้ประสิทธิภาพสูงสุดในเวลาที่จำกัด ปกติเวลาเราทำกับข้าว หรือใช้เครื่องครัว เราไม่สามารถตระหนักรู้ได้ว่าเครื่องมือแต่ละชิ้นที่เราใช้เตรียมอาหารนั้นใช้เวลาเป็นหน่วยวินาทีหรือนาทีเป็นจำนวนเท่าไร เรารู้แต่เพียงว่ารายการอาหารที่รายการที่จะต้องทำในมือหนึ่งๆเท่านั้นภายในเวลาที่เรามีอยู่บางครั้งอาจจะเป็นเวลาที่กระชั้นและจำกัด การแสดงภาพการจัดเรียงเครื่องครัวที่เป็นสินค้าพร้อมกับกดปุ่มเพียงไม่กี่วินาทีที่สามารถเตรียมหรือปรุงอาหารได้สำเร็จ เมื่อวางเครื่องครัวที่เป็นสินค้าเคียงคู่กับการทำงานด้วยเครื่องครัวปกติย่อมเห็นความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ของร่างกาย เครื่องมือ เวลา และผลลัพธ์ การวางมือเพื่อกดปุ่มเครื่องครัวและรออาหารที่ปรุงเสร็จใหม่ๆสดพร้อมคุณค่าสารอาหาร กับบุคลิกภาพที่ล้มเหลวในการจัดวางร่างกายให้จัดการเตรียมมืออาหารไปพร้อมๆกับวางท่าทางให้ดูดีเมื่อใช้เครื่องครัวเดิมๆ ทำให้เห็นภาพตัดฉากกันอย่างชัดเจนระหว่างความมีชีวิตชีวาในทุกย่างก้าวของร่างกายในเวลาทำครัวด้วยข้อจำกัดทางด้านเวลาด้วยความช่วยเหลือของเครื่องมือที่เปี่ยมไปด้วยนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ กับการใช้เครื่องครัวที่นอกจากจะไม่ช่วยให้งานเสร็จเร็วขึ้นแล้วระเบียบของร่างกายก็อลหม่านไปด้วยในคราเดียวกัน

เราอาจสรุปได้ว่าวินัยที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมร่างกายนั้น จะต้องมีความสัมพันธ์กับเวลา กล่าวคือ วินัยที่ใช้ควบคุมร่างกายและพื้นที่ต่างๆในสังคมจะต้องสามารถควบคุมได้อย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่แค่เพียงชั่วคราวหรือแค่ระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่นการตรวจสอบความผิดปกติหรือความบกพร่องทางด้านความงามของผู้บริโภคผ่านการเปรียบเทียบในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการพิจารณาว่าการแต่งหน้าไปทำงานมีความสัมพันธ์และเหมาะสมกับเครื่องแต่งกายรวมไปถึงความเหมาะสมกับงานที่จะไปหรือไม่ หากพบกับความล้มเหลวก็ต้องฝึกใหม่ หาข้อมูลเพิ่มเติมรวมไปถึงการฝึกมารยาทในการเข้าสังคมเพื่อให้เป็นที่ยอมรับและสามารถประสบความสำเร็จในการทำงานหรือการเจรจา

อำนาจของวินัยนั้นจะอยู่กระจายตามจุดเล็กๆในสังคม โดยเฉพาะร่างกายที่ถูกแบ่งพื้นที่ย่อยๆ ออกเป็นหลายๆส่วน โดยอำนาจของวินัยถูกจัดสรรให้กระจายไปควบคุมพื้นที่เล็กๆอย่างเป็นระบบ

กล่าวคือไม่มีกฎหมายที่ระบุว่า การปฏิบัติใดเหมาะสมและถูกต้องที่สุดในการใช้ชีวิต แต่การประเมินความประพฤติว่าเหมาะสมหรือไม่ นั้นมาจากคนในสังคมที่ได้รับการหล่อหลอม ความความคิดมาจากค่านิยมเดียวกัน

นอกจากการควบคุมด้วยวินัยต่อพื้นที่ที่ถูกแบ่งออกเป็นส่วนๆ แล้ว การควบคุมด้วยวินัยยังเปิดให้มีการตรวจสอบ สังเกตเพื่อประเมินประสิทธิภาพในการควบคุม และเป็นการจัดคุณสมบัติของร่างกายที่ไม่พึงประสงค์อันเป็นสาเหตุของการบ่อนทำลายทักษะในการทำงาน เกิดความเจ็บป่วย เกียจคร้าน และขาดสมรรถภาพในการทำงาน เช่น การกระจายจุดซ่งน้ำหนักตามร้านสะดวกซื้อเพื่อเป็นการเช็คความปกติของน้ำหนักของร่างกาย โดยมีระบบบอกน้ำหนักอัตโนมัติด้วยการเปล่งเสียงดังออกมาจนคนรอบข้างได้ยินน้ำหนักของผู้ซ่ง<sup>15</sup>

#### 4.1.8 แสกนกรรม : ร่างกายที่ถูกสอดแนม ตรวจสอบ และการลงทัณฑ์

ทั้งการสังเกตการณ์ การตัดสินความผิดปกติและการตรวจสอบล้วนมีความสัมพันธ์กับอำนาจทางสายตา โดยอำนาจทางสายตาไม่ได้รวมตัวอยู่ที่ศูนย์กลางการควบคุมอีกต่อไป แต่อำนาจทางสายตาที่ทำหน้าที่ตรวจสอบวินัยไม่ว่าจะเป็นการแสดงออกทางร่างกาย หรือตัวร่างกายเองนั้น อำนาจได้กระจายตัวไปอยู่ตามจุดต่างๆ ของสังคม ทำให้สามารถตรวจสอบวินัย ความประพฤติต่างๆ ได้ตลอดเวลา

ความปกติและการตัดสินความผิดปกติ ฟูโกต์กล่าวว่า เป็นระบบการลงโทษอย่างหนึ่งเพื่อควบคุมพฤติกรรมต่างๆ ของมนุษย์

สุดท้ายคือการตรวจสอบ โดยมีการประเมินผล จัดลำดับ ให้คะแนน ให้รางวัล โดยมักจะมีการแบ่งการประเมินออกเป็น กลุ่มที่สอบผ่าน โดยถือว่าเป็นกลุ่มที่มีความปกติตามเกณฑ์ที่สังคมกำหนด กับกลุ่มที่ไม่ผ่านคุณสมบัติ เป็นกลุ่มที่จัดว่าตกมาตรฐานและสมควรได้รับการลงโทษ<sup>16</sup>

การสอดแนมร่างกาย ตรวจสอบ และการลงโทษร่างกายที่ตกมาตรฐานนี้ ผู้วิจัยเห็นภาพของกระบวนการดังกล่าวในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจเกี่ยวกับการตรวจสอบร่างกาย และตัวอย่างบทลงโทษร่างกายที่ไม่ได้มาตรฐาน

<sup>15</sup> ธีรยุทธ บุญมี. Michel Foucault. สำนักพิมพ์วิภาษา. กรุงเทพฯ. 2551. หน้า 160-167.

<sup>16</sup> ธีรยุทธ บุญมี. Michel Foucault. สำนักพิมพ์วิภาษา. กรุงเทพฯ. 2551. หน้า 160-167.

ภาพก่อนและหลังการใช้ ผลลัพธ์เป็นภาพเปรียบเทียบที่แสดงให้เห็นถึงปรากฏการณ์การสอดแนมร่างกาย และปัญหาที่มีอยู่รายล้อมร่างกาย สะท้อนอยู่ในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจได้เป็นอย่างดี โฆษณาในหมวดเครื่องออกกำลังกายและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามจะเป็น กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เห็นการเปรียบเทียบของภาพก่อนและหลังใช้ผลิตภัณฑ์มากที่สุด

ภาพของร่างกายที่แสดงถึงความกังวลเกี่ยวกับกล้ามเนื้อไม่สมส่วน รูปร่างที่ไม่เชิดชี่ อาการบาดเจ็บจากการออกกำลังกายในชีวิตประจำวัน ร็วรอยที่ปรากฏบนใบหน้า เป็นภาพความกังวลเกี่ยวกับร่างกายและการจัดระเบียบร่างกายที่เกิดขึ้นในภาพ โฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ และมักจะพบว่ามีการวัดขนาดรูปร่างของผู้ใช้ก่อนใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ ซึ่งในหมวดของเครื่องออกกำลังกายพบว่าปัญหาของรูปร่างส่วนใหญ่คืออ้วน และหมุดกำลังใจในการออกกำลังกายด้วยวิธีเดิมๆที่ทำให้เกิดอาการบาดเจ็บ และ เห็นผลช้า ในขณะที่สินค้าในหมวดของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามจะแสดงภาพของปัญหา ผิวและริ้วรอยที่สะสมบ่มเพาะในชั้นใต้ผิว และไม่สามารถมองเห็นปัญหาในระยะก่อตัวด้วยตาเปล่า รวมไปถึงความรู้สึกหวาดกลัวต่อปัจจัยอันเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหาผิวพรรณ ซึ่งความรู้สึกที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยตาเปล่านี้สร้างความกังวลให้แก่ ผู้ใช้อย่างมาก

นอกเหนือจากภาพความกังวลของผู้ใช้เครื่องออกกำลังกาย ยังพบว่าสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจในหมวดเครื่องออกกำลังกายแสดงภาพของการบันทึกข้อมูลร่างกายของผู้บริโภคเพื่อประเมินคุณภาพและมาตรฐานของร่างกายว่ายังอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมหรือไม่ ดังนั้นในโฆษณาเครื่องออกกำลังกายจึงมีการวัดสัดส่วนเป็นนิ้ว มีการชั่งน้ำหนักให้เห็นอยู่ตลอดเวลาก่อนที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ ควบคู่ไปกับการสะท้อนภาพความกังวลของผู้ใช้ก่อนใช้เครื่องออกกำลังกาย

ในขณะที่สินค้าหมวดเครื่องใช้ในครัวเรือนนั้นจะแตกต่างกับสินค้าในหมวดเครื่องออกกำลังกายและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม เนื่องจากเครื่องใช้ในครัวไม่ได้มีผลกับร่างกายโดยตรง แต่เป็นปลายทางของการเตรียมและปรุงอาหาร รวมไปถึงเครื่องคั้นเพื่อสุขภาพสำหรับคัดกรองสารอาหารที่มีประโยชน์ให้แก่ร่างกาย ดังนั้น ภาพความกังวลที่ฉายในครั้งแรกจะเป็นภาพความกังวลของผู้ใช้สินค้านั้นใช้สินค้าเครื่องครัว กล่าวว่าจะได้รับสารอาหารไม่ครบถ้วน เสียเวลาในการเตรียมและปรุงอาหาร ไม่สามารถจัดการเตรียมมื้ออาหารได้ภายในเวลาจำกัด รวมไปถึงความกังวลที่จะเจ็บป่วยด้วยโรคร้ายไข้เจ็บต่างๆอันเป็นผลมาจากการรับประทานอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ หรือการที่ร่างกายไม่สามารถดูดซึมสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย ในขณะที่เดียวกัน โฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจยังสะท้อนให้เห็นภาพความกังวลเกี่ยวกับความไม่สมส่วนของร่างกายและบุคลิกภาพอันเป็นปมปัญหาปลายเหตุที่เป็นผลจากการบริโภคอาหารที่เป็นผลจากการปรุงที่ไม่สมบูรณ์



การตรวจตราและตรวจสอบความผิดปกติของร่างกายในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจประเภท เครื่องครัวจึงเป็นการตรวจตราเครื่องมือในการเข้าถึงความสมบูรณ์ของร่างกาย การปรากฏภาพการวาง เคียงกันของเครื่องปั่นพลังเทอร์โบ หรือ การแข่งขันการทำอาหารระหว่างผู้ใช้ที่ใช้เครื่องมือธรรมดา และใช้เครื่องครัวที่ผลิตด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่คำนึงผลลัพธ์ของการรักษาคุณค่าของ สารอาหารควบคู่ไปกับการควบคุมเวลาให้อยู่ในเวลาที่จำกัดถูกเปรียบเทียบกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ภาพความยุ่งเหยิงในการจัดเตรียมอาหารของแม่บ้านที่ไม่ได้มีเครื่องมือพลังเทอร์โบ หรือ Multi function มาช่วยทำงาน สะท้อนภาพความไม่สมดุลย์ของร่างกายกับการใช้เครื่องมือ รวมไปถึงการ ประสบกับความล้มเหลวในควบคุมบุคลิกภาพให้อยู่ในสภาพที่ดีในขณะที่เตรียมและปรุงอาหาร และ แน่นนอนว่าผลที่ตามมาคือผลกระทบที่เกิดขึ้นกับร่างกาย การเปรียบเทียบแข่งขันการใช้เครื่องครัวและ ปริมาณอาหารที่สามารถจัดการได้ภายในเวลาที่จำกัดจึงเป็นมาตรวัดความมีประสิทธิภาพของสื่อกลาง ที่นำชีวิตและร่างกายเพื่อเข้าถึงเกณฑ์และมาตรฐานในปลายทาง

ผลิตภัณฑ์เครื่องครัวจึงเป็นตัวอย่างของการตรวจสอบกระบวนการใช้ชีวิต วิธีการจัดการ เพื่อ ผลปลายทางคือร่างกายเป็นสุข สมบูรณ์ทั้งทางชีววิทยาและจิตวิทยา คือมีร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ บุคลิกภาพดี และมีความภูมิใจในร่างกายทั้งเจ้าของร่างกายและผู้ที่เห็นและใช้ชีวิตอยู่แวดล้อมร่างกาย นั้น เพราะจากในโฆษณาหมวดหมู่เครื่องครัวเราจะเห็นว่าหลายครั้งๆที่มีการสาธิตการทำอาหารในที่ สาธารณะ ท่ามกลางผู้ชมจำนวนมากในห้องส่ง หรือท่ามกลางสมาชิกในครอบครัวที่ถึงแม้ว่าจะเป็นการ จัดฉากขึ้นมาเพื่อถ่ายทำในรายการเท่านั้นก็ตาม บุคคลที่รายล้อมล้อมเหล่านี้จะแสดงอาการชื่นชม กล่าว ชมเชย ที่ผู้ดำเนินรายการสามารถปรุงอาหาร เตรียมอาหาร และควบคุมบุคลิกภาพได้ในระหว่างการ เตรียมอาหารด้วยวิธีอันชาญฉลาด ระหว่างที่ผู้ดำเนินรายการเปิดโอกาสให้ผู้ชมซักถามและแสดงความ คิดเห็น บางครั้งก็เป็นผู้ใช้สินค้าเครื่องครัวเองที่อธิบายผ่านประสบการณ์การเข้าครัวที่ต้องจัดการสับผัก คุแลดู และเตรียมมื้ออาหารอื่นๆไปพร้อมกัน

สินค้าในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจหมวดอุปกรณ์เพื่อศึกษาและบันเทิงก็เช่นเดียวกัน การ ตรวจสอบนี้เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบลักษณะของผู้มีความรู้ตามเกณฑ์มาตรฐานการแสดงออกที่ อ้างอิงจากหลักความรู้ผ่านโฆษณาพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่การใช้ภาษาที่ถูกต้อง การออกเสียง ตามไวยากรณ์ การเตรียมความพร้อมทางภาษาที่รอบด้าน รวมไปถึงแบบทดสอบภาษาอังกฤษเพื่อ เตรียมความพร้อมการสอบวัดระดับภาษาอังกฤษที่สามารถพุดขึ้นมาเพื่อใช้ทดสอบความสามารถ ทางด้านภาษาของตนเองเมื่อใดก็ได้ นอกจากนี้ยังมีการตรวจสอบภาพลักษณ์และบุคลิกภาพของผู้ใช้ ระหว่างการใช้งานด้วย เช่น การอ้างอิงลักษณะการใช้งานพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ว่า ไม่เหมือนกำลัง

หาความหมายคำศัพท์ที่ไม่รู้ระหว่างการพบลูกค้าของผู้ใช้ที่เคยได้รับบทบาทมิสไทยแลนด์ยูนิเวอร์ส ปี 1991 และทำงานเกี่ยวข้องกับบริษัทต่างชาติและการดูแลลูกค้า ซึ่งได้พูดถึงความรวดเร็วในการหาคำศัพท์ระหว่างการทำงาน ที่ทำให้การสนทนาระหว่างกันไม่ขาดตอน และไม่เสียบุคลิก รวมไปถึงการอ้างอิงว่าในขณะที่ใช้พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์หาความหมายนั้นให้อารมณ์การสัมผัส และภาพลักษณ์เหมือนกำลังใช้ Iphone และ PDA (Personal Digital Assistant) เพื่อวางแผนงาน มากกว่าเป็นท่าทีของการหาคำศัพท์ อาจจะสรุปคร่าวๆ ว่าสินค้าในหมวดอุปกรณ์เพื่อศึกษาและบันเทิงเป็นการตรวจสอบบุคลิกภาพของผู้บริโภคขณะดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวกับความบันเทิง หรือการศึกษาในชีวิตประจำวัน

จากการอ้างอิงเกี่ยวกับเครื่องมือการสื่อสารอื่นที่ให้ภาพลักษณ์ภูมิฐาน คล่องตัว เมื่อผู้ใช้ใช้งานพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์นั้น จะเห็นได้ชัดว่าเป็นการตรวจตราและตรวจสอบบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ที่ควรเปิดเผยในที่สาธารณะ กล่าวคือ ในขณะที่หาความหมายของคำศัพท์ที่เราไม่รู้ นั้น ท่าทีของความงัวเงา หรือไร้การศึกษาที่สะท้อนผ่านท่าทีของร่างกายนั้น เป็นกิริยาอาการที่ไม่พึงประสงค์ ผู้ใช้งานจากรายการสื่อข้อมูลธุรกิจจึงรู้สึกว่าการใช้เครื่องมือพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ที่มีรูปร่างคล้ายโทรศัพท์มือถือแบบหน้าจอสัมผัสและคล้ายกับ PDA (Personal Digital Assistant) เพื่อเป็นการหลบซ่อนความเขลาและความขัดเขินของบุคลิกภาพและร่างกายในขณะนั้น

เมื่อร่างกาย สุขภาพ และบุคลิกภาพได้รับการตรวจสอบจากวินัยการควบคุมของระบบการตรวจสอบเรียบร้อยแล้ว ขั้นตอนสุดท้ายก็คือการประหม่นและลงโทษ ในหมวดเครื่องออกกำลังกายและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามสะท้อนภาพของการประหม่นร่างกายของผู้ใช้หลังจากการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน เช่น ในหมวดสินค้าประเภทเครื่องออกกำลังกายจะมีภาพการเปรียบเทียบขนาดน้ำหนัก สัดส่วน ขนาดเสื้อผ้าที่ผู้ใช้สวมใส่ทั้งก่อนและหลังการบริหารร่างกายด้วยสินค้าประเภทเครื่องออกกำลังกายในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ รวมไปถึงการแสดงความภูมิใจของคนที่สามารถผ่านวิกฤติร่างกายที่ครั้งหนึ่งเคยบั่นทอนสุขภาพและความภูมิใจ บางคนถึงกับกลืนน้ำตาไม่อยู่เมื่อได้เห็นความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่กับร่างกายของตน หรือในสินค้าเพื่อสุขภาพและความงามจะมีภาพเปรียบเทียบวีรกรรมบนใบหน้าที่ลดลงหลังจากใช้ครีม ผมที่เรียบตรงนุ่มสลวยหลังจากใช้เครื่องรีดผมประจุลบ หรือปริมาณลูกผมที่งอกขึ้นมาใหม่หลังจากใช้เซรั่มบำรุงผมเพื่อบรรเทาอาการผมร่วงและศีรษะล้าน ภาพของผู้ทดลองใช้สินค้าเพื่อสุขภาพและความงามจับกลุ่มคุยกันเพื่อแบ่งปันเคล็ดลับความงามด้วยการใช้ครีมบำรุงหรือเครื่องมือที่เกี่ยวข้องนั้นแสดงให้เห็นภาพของกลุ่มคนที่ประสบความสำเร็จในการดูแลร่างกาย บุคลิกภาพและความงามที่ได้รับการประหม่นว่าประสบความสำเร็จและมีร่างกาย บุคลิกภาพที่ดีงามอย่างมาตรฐาน และได้รับการอนุญาตให้มาเผยแพร่เป็นไทยทานให้แก่คนที่ยังมีร่างกายที่ไม่

สมบูรณ์แบบได้รับทราบข้อมูลเพื่อเอาไว้พิจารณาในการดูแลร่างกายของตนเอง ทั้งนี้ภาพผู้ทดลองใช้ที่ได้ประสบความสำเร็จในการลดน้ำหนักหนัก ควบคุมสัดส่วน รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงขนาดเสื้อผ้าได้แสดงภาพความสำเร็จสูงสุดราวกับได้ผ่านวิกฤตการณ์ที่ร้ายแรงเกี่ยวกับร่างกายมาได้

ภาพการประเมินร่างกายผ่านโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจประเภทเครื่องครัวนั้น ตามที่ผู้วิจัยได้อธิบายไว้ว่าสินค้าประเภทเครื่องครัวเป็นเครื่องมือตรวจสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือที่เข้ามากำกับและควบคุมร่างกายให้บริโภคอาหารตามโภชนาการที่ถูกสุขลักษณะอีกชั้นหนึ่ง ดังนั้นปริมาณอาหารที่ถูกเตรียมและปรุงด้วยเครื่องมือจำนวนมากที่วางเรียงรายกัน เตรียมและปรุงเสร็จในเวลาอันสั้นจึงถูกแสดงผ่านหน้าจอโทรทัศน์เพื่อยืนยันความมีประสิทธิภาพของเครื่องมือ ที่ทำให้เราสามารถรับประทานอาหารที่ยังคงเต็มไปด้วยสารอาหารครบถ้วน ในขณะที่ภาพผู้บริโภคที่ไม่ได้ครอบครองเครื่องมือที่ออกแบบมาอย่างดีด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีต้องเผชิญกับความยากลำบากในการปรุงอาหารในเวลาจำกัด ไม่สามารถควบคุมร่างกายให้สามารถทำกิจกรรมหลายๆอย่างได้ในเวลาเดียวกันซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความล้มเหลวในการจัดการกิจกรรมในช่วงเวลาต่างๆ นอกเหนือจากเรื่องประสิทธิภาพในการเตรียม ปรุง และบริโภคอาหารที่มีคุณภาพ ดังนั้นการวางเคียงกันของสินค้าในรายการสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจและสินค้าเครื่องครัวทั่วไป จึงเปรียบเสมือนภาพเตือนใจให้นึกถึงการเปรียบเทียบความสำเร็จและความล้มเหลวเกี่ยวกับเรื่องการดูแลร่างกาย บุคลิกภาพ และสุขภาพในเวลาเดียวกัน

ภาพการประเมินบุคลิกของผู้บริโภคผ่านอุปกรณ์เพื่อการศึกษาและการบันเทิง เช่น พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ ดังที่เราจะเห็นได้ว่าผู้ใช้พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ล้วนแล้วแต่เป็นผู้ใช้ในแนวกว้าง ตั้งแต่เด็กอนุบาล นักเรียนนักศึกษา คนในวัยทำงานที่มีหลากหลายอาชีพ ตั้งแต่ครูฝึกมวย ไปจนถึงผู้ประสานงานต่างประเทศที่อดีตเคยได้รับตำแหน่งความงามเป็นเครื่องรับประกันสะท้อนให้เห็นภาพของความสำเร็จ และความเชื่อมั่น และเชื่อถือให้อุปกรณ์ที่มีนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาช่วยพัฒนาทั้งคุณภาพชีวิต บุคลิกภาพ และทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ทั้งนี้ยังมีการเชื่อมโยงลักษณะของเป็นเครื่องมือยุคใหม่ที่ทำงานให้ภาพลักษณ์เหมือนโทรศัพท์ IPHONE และ PDA ที่ไม่ใช่แค่พจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ แต่เป็นเครื่องที่ทำให้ทั้งความรู้และความบันเทิง รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมทางด้านภาษาที่ครอบคลุม ดังนั้นภาพลักษณ์ของคนที่ใช้เครื่องมือพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นคนที่ฉลาดในการใช้เครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างรอบด้าน

ในหมวดสินค้าเพื่อสุขภาพและความงามผู้เชี่ยวชาญและกรรมการผู้จัดการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ต่างๆเหล่านี้สะท้อนภาพของการรับประกันคุณภาพความงามและสุขภาพจากผู้ที่มีความรู้

เกี่ยวกับนวัตกรรม เทคโนโลยี ประสิทธิภาพของการใช้งานสินค้าอย่างใกล้ชิด การให้ผู้เชี่ยวชาญหรือกรรมการผู้จัดการมาจับบทบาทในการอธิบายส่วนผสม การทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ รวมไปถึงการอธิบายถึงแหล่งผลิตครีมบำรุงและสารเสริมสุขภาพความงามเหล่านั้น ทำให้ภาพของผลิตภัณฑ์นั้นแลดูน่าเชื่อถือ คล้ายกับมีการรับประกันคุณภาพ รวมไปถึงการนำผู้ใช้ที่ได้ทดสอบด้วยตนเองมาแนะนำครีมบำรุงต่างๆเหล่านั้นให้กับคนที่ไม่เคยมีประสบการณ์ใช้เครื่องประทิน โคมดังกล่าว ทำให้เกิดการแบ่งแยกและแยกแยะระหว่างกลุ่มที่ผ่านคุณสมบัติและกลุ่มที่ยังไม่ผ่านคุณสมบัติของสุขภาพและความงาม แต่นั่นก็ไม่ได้หมายความว่า กลุ่มที่ยังมีริ้วรอยบนใบหน้า ผมหงอก หรือผิวแห้งกร้านจะไม่ได้รับการเยียวยา แต่จะเป็นกลุ่มที่จะต้องได้รับการพัฒนาต่อไป และสมควรได้รับการแก้ไขปัญหาที่ตรงจุดด้วยเครื่องมือ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่เหมาะสมต่อไป

ทั้งนี้ในขั้นตอนสุดท้ายของการตรวจสอบและประเมินนั้นก็คือการลงโทษร่างกายที่ไม่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจไม่ได้แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีร่างกายบกพร่องไม่ได้มาตรฐาน หลังจากการตรวจสอบต้องเจอกับอะไรบ้าง หากแต่เป็นการเล่าประสบการณ์ของผู้ใช้ที่ได้ผลมาบอกเล่า เหตุการณ์ที่เคยกเกิดขึ้นให้ผู้อื่นฟัง เช่น การไปลองเสื้อผ้าที่ร้านและบังเกิดความตกใจในร่างกายนที่ต้องสวมเสื้อผ้าไซส์ XXL และรู้สึกผิดกับตัวเอง ขาดความมั่นใจ ขาดความภูมิใจในตนเอง หรือภาพของผู้ที่ขาดประสิทธิภาพในการจัดการเวลา ร่างกาย เมื่อไม่สามารถที่จะเลี้ยงดูบุตร ทำอาหาร และเตรียมมื้ออาหารได้ทันเวลา รวมไปถึงภาพการขาดความมั่นใจในบุคลิกภาพของคนที่มีริ้วรอยบนใบหน้า มีริ้วรอยเมื่อแสดงอารมณ์ดูไม่เจริญหูเจริญตา แต่งหน้ายาก ซึ่งล้วนเป็นความกังวลส่วนตัวเกี่ยวกับความงาม ความมีสุขภาพและบุคลิกภาพที่ดีตามที่ปรากฏทางสายตา อย่างไรก็ตามแต่ ร่างกายที่อ่อนแอไร้ส่วนเว้าโค้ง กลับได้รับการแก้ปัญหาทันทั่วทั้งด้วยเครื่องออกกำลังกายนาชนิดที่สามารถปรับให้เหมาะสมกับร่างกายที่ต้องการการพัฒนาในขณะนั้น แม่บ้านหรือพ่อบ้านที่ต้องการจัดการเวลา โดยสามารถทำหน้าที่หลายอย่างในเวลาเดียวกันก็ได้รับการแก้ปัญหาโดยการใช้เครื่องมือ Multi Function ปั่น สับ บด ละเอียด ผสม หรือแม้กระทั่งต้มให้สุกภายในเครื่องเดียวโดยไม่เสียทั้งเวลา สารอาหาร และเวลาในการจัดการ ลูก พร้อมบุคลิกภาพที่ดีเลิศ มีแต่คนรายล้อมชื่นชม ส่วนหญิงชายที่มีริ้วรอยบนใบหน้าก็สามารถพกพกครีมเทพที่สามารถปกปิดริ้วรอยได้ทันทีเมื่อแต่งลงไปบนจุดบกพร่องของใบหน้า และแม้แต่เครื่องพจนานุกรมอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถแปลงร่างทั้งเครื่องมือแปลภาษา เครื่องฉายหนัง เครื่องเล่นเพลงภายในเครื่องเดียวที่ทำให้ผู้ใช้ได้รับความบันเทิงคลายเหงาเมื่อต้องการความผ่อนคลาย หรือแม้กระทั่งการหาความหมายของคำศัพท์ในเวลาอันสั้นเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้ายามอยู่ระหว่างการสนทนา

จริงอยู่ที่การลงโทษไม่ได้ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรมแต่โฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจทั้งคำถามไว้เป็นประเด็นว่าหากร่างกายอ่อนแอ แม่บ้านที่มีชีวิตยุ่งเหยิง รื้อรอบบนใบหน้า ศีรษะที่ล้าน และผู้คนที่เกิดปัญหาบทสนทนาสะดุดลงเพราะปัญหาของภาษาและความหมายไม่ได้ได้รับความช่วยเหลือจากอุปกรณ์เครื่องมือ นวัตกรรม หรือเทคโนโลยีเหล่านี้แล้ว สิ่งที่เป็นปัญหาค้างอยู่คือการสูญเสียซึ่งความเชื่อมั่นในตนเอง ซึ่งยังไม่รวมกับความกังวลอื่นใดที่เกี่ยวข้องกับสถาบันต่างๆ ในสังคม เช่น การทำงาน การศึกษา เป็นต้น ซึ่งล้วนแต่เป็นพื้นฐานที่สำคัญในการเริ่มต้นชีวิตที่ต้องการพัฒนาไปยั้งการเข้าถึงปัจจัยที่หลากหลายในการเลือกบริโภคในชีวิตประจำวัน

ความเชื่อมั่นในตัวเองนั้นถูกอธิบายว่าเป็นส่วนหนึ่งของการตรวจสอบระหว่างบุคคลหนึ่งกับอีกบุคคลหนึ่งในสังคม ความเชื่อมั่นและความเคารพในตัวเองเปรียบเป็นพื้นฐานของจิตวิทยาการพัฒนาทางด้านสังคมและบุคลิกภาพ หากขาดซึ่งความเชื่อมั่นและเคารพในตัวเองก็จะตามมาซึ่งปัญหาเชิงพฤติกรรมและอารมณ์

บทบาทของความเคารพในตัวเองในฐานะแรงกระตุ้นของปัจเจก คือ การทำหน้าที่เป็นมาตรวัดของสังคมต่อตัวปัจเจกเกี่ยวกับการยอมให้เข้าร่วมกลุ่มหรือกันบุคคลนั้นออกไปจากกลุ่มของสังคมบุคคลที่มีความเชื่อมั่นในตัวเองสูงและมีความเคารพตัวเองในระดับสูงย่อมมีประสิทธิภาพในการปรับตัวและเผชิญหน้าต่อความกดดันและอารมณ์เชิงลบแวกดล้อมได้เป็นอย่างดีด้วยความภูมิใจในตนเอง ความพึงพอใจ และความเชื่อมั่น ในขณะที่คนที่ขาดความเชื่อมั่น และไม่สามารถสร้างความเคารพแก่ตัวเองได้ ก็จะเต็มไปด้วยความรู้สึกกดดัน เกิดความวิตกกังวล ไม่สามารถปรับตัวกับภาวะตึงเครียดรอบด้าน รู้สึกละอาย วางตัวไม่ถูก ไปจนถึงความรู้สึกที่ตัวเองดูเง่า

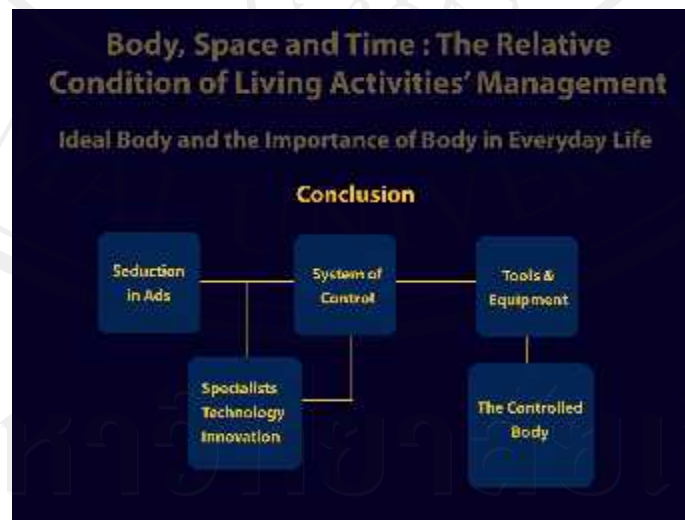
ความเชื่อมั่นและการเคารพตัวเองจึงเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับสภาพสุขภาพ การมองโลกในแง่ดี มีความคาดหวังและมีเป้าหมายในชีวิต อย่างไรก็ตามการรักษาระดับความเชื่อมั่นและการเคารพต่อตนเองก็แตกต่างกันออกไปตามภาวะการณ์และเวลาที่ดำเนินไปเรื่อยๆ

ที่ว่าความเชื่อมั่นในตัวเองและการเคารพต่อตนเองนั้นเป็นเรื่องของมาตรวัดของสังคมอย่างไรนั้นสามารถอธิบายได้ กล่าวคือ ในสังคมมนุษย์มีความต้องการที่จะเข้าร่วมกลุ่มต่างๆตามที่ตนเองสนใจและสร้างความสัมพันธ์ในระดับต่างๆ ในสังคม ดังนั้นมนุษย์จึงมีปฏิกิริยาต่ออากัปกริยาของผู้อื่นต่อตนเองอย่างระแวดระวัง การเฝ้าสังเกตว่าบุคคลรายล้อมเหล่านั้นมีที่ทำปฏิเสหรือพึงพอใจในตัวปัจเจกจึงแสดงให้เห็นถึงการกังวลต่อการปฏิเสธให้เข้าร่วมกลุ่มหรือการยินยอมให้มีปฏิสัมพันธ์และดำเนินกิจกรรมในสังคม ดังนั้นปฏิกิริยาและบุคคลแวกดล้อมในสังคมที่คอยประเมินด้วยความพึงพอใจต่อสิ่งที่พวกเขาเห็น หรือปฏิเสธพฤติกรรมหรือการแสดงออกที่พวกเขาไม่เห็นด้วยจึงเป็นปรากฏการณ์คุกคาม

และบั่นทอนอรรถาของปัจเจก และเป็นจุดทำลายความสัมพันธ์ของปัจเจกกับความสัมพันธ์ต่อสังคม ทั้งนี้เนื่องจากเป็นจุดที่คนที่ถูกประเมินและสาขาคาที่ประเมินความพึงพอใจเริ่มปฏิบัติการการกีดกันปัจเจกออกจากกลุ่ม และการปฏิเสธการให้เข้าร่วมกลุ่ม ผลของการยินยอม หรือปฏิเสธให้เข้าร่วมกลุ่มนี้เองที่ทำให้ระดับการรักษาความเชื่อมั่นและการเคารพตนเองนั้นลดลงหรืออาจเพิ่มขึ้น ซึ่งทั้งนี้การประเมินดังกล่าวยังทำให้รู้ว่าปัจเจกนั้นๆมีความสำคัญต่อการเข้าร่วมกิจกรรมของสังคมเพียงใดและทำให้ปัจเจกตระหนักถึงความเป็นไปได้ในการเข้าร่วมกิจกรรมของสังคม จึงไม่น่าแปลกใจหากบุคคลที่ถูกปฏิเสธการเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมในสังคมจะรู้สึกถูกปล้นสะดมความเชื่อมั่นในตัวเอง รวมไปถึงการเคารพในตัวเองและทำให้เกิดความยากลำบากในการปรับตัว ทั้งยังเกิดความละอาย และการโทษตัวเองในฐานะแห่งความเขลาและโง่งงที่ไม่สามารถเข้าร่วมกลุ่มที่สำคัญในสังคมได้<sup>17</sup>

ดังนั้นการสะท้อนภาพความมั่นใจของคนที่ประสบความสำเร็จในการดูแลร่างกาย บุคลิกภาพ สุขภาพ อาจสะท้อนมุมมองหนึ่งของการปรับตัวเพื่อเข้ากลุ่มและเป็นที่ยอมรับของสังคม ในขณะที่บุคคลที่ล้มเหลวในการควบคุมจัดระเบียบร่างกาย บุคลิกภาพและสุขภาพกลับสะท้อนให้เห็นความกังวลในการถูกปฏิเสธ การไม่ได้รับการยอมรับจากบุคคลที่เป็นสมาชิกในสังคม รวมไปถึงการสูญเสียความเคารพในตัวเอง

แผนภาพ4.1 แสดงความสัมพันธ์ของระบบกลไกการควบคุมร่างกายในสื่อ



<sup>17</sup> Leary, Mark R. Self-Esteem as an Interpersonal Monitor: The Sociometer Hypothesis. Journal

## 4.2 ความปรวนแปรของร่างกายเชิงปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่และสื่อโฆษณา

จากการวิเคราะห์เกี่ยวกับมายาคติที่สอดแทรกเกี่ยวกับความสำคัญของร่างกาย บทบาทของร่างกาย บุคลิกภาพ และสุขภาพของผู้บริโภคในบทที่ 4 ในหลายๆมิติที่สื่อข้อมูลเชิงธุรกิจได้สะท้อนภาพความจำเป็นในการบริโภค สาเหตุของการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย บุคลิกภาพ และสุขภาพ รวมไปถึงผลดีผลเสียของการเปลี่ยนแปลงพัฒนาร่างกายในส่วนต่างๆให้เข้ากับมาตรฐานของสังคมในขณะนั้น ถึงแม้ว่าสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจไม่ได้ระบุลักษณะที่เป็นอุดมคติของร่างกาย บุคลิกภาพ และสุขภาพแบบเฉพาะเจาะจงว่าเราในฐานะผู้บริโภคควรพัฒนาร่างกายในส่วนใดบ้าง แต่ก็พอจะมองเห็นภาพรวมว่ามาตรฐานและความคาดหวังของสังคมกำลังชักชวนและนำพาเราให้มีความคิดเกี่ยวกับการดูแล ควบคุมร่างกาย บุคลิกภาพ และสุขภาพไปในทางใด

### 4.2.1 ภาวะวิตกจริตแห่งวัย : ช่วงวัยและความกังวลต่อมิตินการใช้ชีวิต

อย่างไรก็ตามมิติเกี่ยวกับการบริโภคของผู้บริโภคเพื่อการดูแลรักษาร่างกาย สุขภาพ และบุคลิกภาพ ให้ตรงกับมาตรฐานที่สังคมกำหนดนั้นได้รับการกระตุ้นจากหลายปัจจัย จากการเก็บข้อมูลงานวิจัยในส่วนผู้บริโภค ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (Focus Group) จำนวน 10 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มอายุระหว่าง 25 – 35 ปี และ 36 – 55 ปี ทั้งนี้ใช้การแบ่งกลุ่มตามอายุ อ้างอิงจาก Erikson's stages of psychosocial development ซึ่งอธิบายถึงพัฒนาการเกี่ยวกับความคิดทางด้านจิตวิทยาของคนในช่วงอายุต่างๆกัน ซึ่งผู้วิจัย มีความสนใจในช่วงวัย 19-40 ปี และ 40 – 65 ปี ซึ่งวัยในสองช่วงนี้มีความสำคัญกล่าวคือ

#### 1. ช่วงวัย 19 – 40 ปี

ถือเป็นวัยรุ่นกลางคน Young Adult เป็นวัยแห่งความใกล้ชิดสนิทสนมและความโดดเดี่ยว ความรู้สึกโดดเดี่ยวกับความใกล้ชิดสนิทสนมเป็นดั่งความขัดแย้งซึ่งกันและกันในวัยใกล้ 30 และหลัง 30 ทั้งนี้ในช่วงแรกของช่วงวัยจะเกิดความขัดแย้งระหว่างความมีเอกลักษณ์ของตนกับบทบาทหน้าที่ บางครั้งช่วงวัยนี้จะมีความพยายามในการแทรกความเป็นตัวของตัวเองลงไป ในบทบาทต่างๆในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้ การมีปฏิสัมพันธ์กันในสังคมก็ทำให้เกิดความฉกฉวยคิดว่า กลัวถูกปฏิเสธ หรือ การถูกบอกละเลิก และถึงแม้ว่าในช่วงวัยนี้จะเริ่มมีความคุ้นชินกับความเจ็บปวด แต่อย่างไรก็ตามการถูกปฏิเสธนั้นย่อมสร้างความเจ็บปวดเสมอ ในขณะที่ความใกล้ชิดสนิทสนมเปรียบเป็นดั่งการสร้าง ความหวาดกลัวให้แก่การถูกทอดทิ้งและการสร้างระยะห่าง ในขณะที่ผู้คนเติบโตขึ้น พวกเขาพยายามที่จะสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง หลังจากนั้นก็จะเริ่มเข้าไปสู่วงจรการสร้างความสัมพันธ์กับคนในสังคม

ดังนั้นความใกล้ชิดสนิทสนมจึงเป็นสิ่งที่จะรักษาความสัมพันธ์ทั้งสองฝ่ายให้ยั่งยืน ซึ่งถ้าหากไม่สามารถสร้างความสนิทสนม ได้ผลที่ได้รับก็คือปลายทางแห่งความโดดเดี่ยวนั่นเอง

## 2. ช่วงอายุ 40 – 65 ปี เป็นช่วงวัยแห่งการสร้างสรรค

เป็นช่วงวัยแห่งการผลิดอกออกผลและข้าวต่างของความหยุดนิ่ง เป็นวัยที่ใคร่ครวญและสร้างเงื่อนไขแห่งการผลิตหรือเพิ่มพูนที่มีคุณค่าอย่างแท้จริงเท่านั้น ทั้งนี้วัยนี้จะมีความเกี่ยวข้องกับบทบาททางสังคมเช่น การเป็นพ่อแม่ คาบเกี่ยวกับสถาบันการศึกษา เป็นต้น วัยแห่งการสร้างสรรคนี้เกิดขึ้นเพื่อเป็นช่วงวัยที่ส่งต่อ ชี้นำ และเปลี่ยนผ่านให้กับคนรุ่นต่อไป การทำงานที่มีคุณค่า และความมีวินัยเป็นการแสดงออกอันเป็นผลิตผลของการสร้างสรรคของคนวัยนี้

ผู้ใหญ่วัยกลางคนนี้มีภาระกิจอย่างหนึ่งคือการทำงานเพื่อสังคมและเพื่อช่วยเหลือคนรุ่นใหม่ ดังนั้นในวัยเช่นนี้คนที่ไม่สามารถช่วยเหลือสังคม นำเข้าเป็นภาระก็จะตกอยู่ในภาวะของความหยุดนิ่งไร้ซึ่งประโยชน์จากการผลิดอกออกผลและการอุทิศตนให้กับสังคมและคนรุ่นใหม่

ภาระกิจหลักของผู้ใหญ่วัยกลางคน ได้แก่

- การแสดงความรัก นอกเหนือจากเรื่องเพศสัมพันธ์
- การคงสภาพสุขภาพและชีวิตตามวิถีของรูปแบบ
- พัฒนาความสัมพันธ์เกี่ยวกับการใช้ชีวิตคู่
- การดูแลบุตรหลานให้เป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบในตัวเอง
- การยอมรับเพื่อนและแฟนของบุตรหลาน
- การสร้างความเป็นบ้านที่อบอุ่น
- ความรู้สึกภาคภูมิใจในคู่ครองหรือคนรัก
- การสลับบทบาทกับพ่อแม่ในวัยชรา
- บรรลุความเป็นผู้ใหญ่ โดยสามารถรับผิดชอบทางสังคมและในสิ่งที่เจริญดีงาม
- ปรับสภาพร่างกายไปตามความแปรเปลี่ยนที่เกิดขึ้นในวัยผู้ใหญ่กลางคน
- ใช้เวลาว่างอย่างสร้างสรรค์
- มีความรักให้กับแม่<sup>18</sup>

<sup>18</sup> Gross, F. L. (1987). Introducing Erik Erikson: An invitation to his thinking. Lanham, MD: University



ทั้งนี้การเลือกวัยทั้งสองช่วงนี้ จะเห็นได้ว่าเป็นช่วงที่มีบทบาทในการถือครองอัตลักษณ์ของตนเองและมีบทบาทที่เกี่ยวพันกับสถานภาพทางสังคมที่ตนดำรงอยู่ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจะมีประโยชน์ต่อการขยายความและให้คำตอบเกี่ยวกับเรื่องการควบคุมร่างกาย การรับรู้เรื่องการครอบงำทางด้านจิตวิทยาของสื่อต่อการควบคุมร่างกายในชีวิตประจำวันหรือไม่เช่นไร ทั้งนี้อาจจะสะท้อนรูปแบบแนวคิดและการแสดงออกพฤติกรรมในชีวิตประจำวันของกลุ่มตัวอย่างนี้บ้างไม่มากนัก

ผู้วิจัยได้จัดการสนทนากลุ่ม Focus Group จำนวน 2 กลุ่ม กลุ่มละ 5 คน คือ

1. กลุ่มแรกเป็นช่วงอายุ 19 – 40 ปี ซึ่งเป็นกลุ่ม Young Adult หรือผู้ใหญ่วัยรุ่น โดยแบ่งออกเป็น เพศชาย จำนวน 2 คน และเพศหญิง จำนวน 3 คน กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพเจ้าหน้าที่โสตทัศนูปกรณ์ เจ้าหน้าที่คอมพิวเตอร์ นักวิจัย เจ้าหน้าที่สารสนเทศ และเลขานุการ
2. กลุ่มสองเป็นช่วงอายุ 40 – 65 ปี ซึ่งเป็นกลุ่ม Middle Adulthood หรือ ผู้ใหญ่วัยกลางคน โดยแบ่งออกเป็นเพศชาย 4 คน และเพศหญิง 1 คน กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพ นักวิจัย เจ้าหน้าที่ประเมินผล เลขานุการ เจ้าหน้าที่บริการการศึกษา และ เจ้าหน้าที่บริหารทั่วไป

จากการพูดคุยกับกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม จำนวน 10 คน ในประเด็น เกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเรื่องสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจพบว่า กลุ่มตัวอย่างข้อมูลมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจมาพอสมควร เนื่องจากสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับช่วงเวลาของการออกอากาศและลักษณะของสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจได้เป็นอย่างดี เช่น รายการสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจเหล่านี้ ออกอากาศในช่วงเวลาดีหนึ่งถึงดีสี่ และมีลักษณะของการสาธิตสินค้าและการโฆษณาควบคู่กันไป รวมทั้งยังมีการยกตัวอย่างประเภทสินค้า และรายละเอียดของสินค้าที่ถ่ายทอดอยู่ในโฆษณาอีกด้วย

#### 4.2.2 ประสพการณ์เบื้องต้นเกี่ยวกับการดูสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจของกลุ่มกรณีศึกษา

จากประสพการณ์การรับชมโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน ทั้งในกลุ่มวัยรุ่นผู้ใหญ่ และผู้ใหญ่วัยกลางคน พบว่า สาเหตุในการเลือกรับชมโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ

1. ความตั้งใจที่จะรับชมรายการเพื่อหาเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ๆ ในสินค้าที่จะทำให้การใช้ชีวิตสะดวกสบายมากขึ้น

2. ความไม่ตั้งใจในการรับชมรายการสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ แต่ท่ามกลางความไม่ตั้งใจนั้น กลับได้รับข้อมูลข่าวสาร รูปแบบการใช้เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันอย่างที่ไม่ได้รับชมไม่ได้ หลีกเลียง

ทั้งนี้จากความไม่ตั้งใจและตั้งใจการรับชมสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ หลังจากรับชมโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ กลุ่มตัวอย่างบางส่วนเห็นว่าสินค้ามีความน่าสนใจ แต่เนื่องจากมีราคาแพง จึงไม่มีความสนใจใคร่อยากครอบครองสินค้า รวมไปถึงการที่ขาดประสบการณ์จากการได้ทดลองใช้ด้วยตนเอง จึงไม่มีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าว่าจะสามารถทำให้ร่างกาย สุขภาพ และบุคลิกภาพถูกปรับเปลี่ยนไปได้จริง อย่างที่สื่อข้อมูลเชิงธุรกิจได้นำเสนอ ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างบางส่วนมีการจดจำคุณลักษณะเฉพาะตัวของสินค้า และนำไปเปรียบเทียบกับสินค้าตามท้องตลาดที่มีคุณสมบัติคล้ายกันและมีราคาย่อมเยาว์กว่า เพื่อมาใช้อำนวยความสะดวกและดูแลบริหารจัดการชีวิตประจำวันต่างหาก กลุ่มตัวอย่างชี้ให้เห็นว่า การรับชมสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจในเบื้องต้น ไม่ได้ทำให้เกิดการตื่นตัวหรือสร้างความสนใจในการเฟ้น คัดเลือก หรือ สร้างการตัดสินใจที่แน่วแน่เกี่ยวกับการหาเครื่องมือเครื่องใช้มาดูแลร่างกายและส่วนประกอบการใช้ชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้อง แต่ทั้งนี้ก็ยังมีส่วนประกอบขึ้นอยู่กับว่า ในช่วงเวลานั้น กลุ่มตัวอย่างต้องการใช้สินค้าประเภทไหน หรือมีความสนใจเกี่ยวกับเรื่องใด ถ้าหากสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจในช่วงเวลาดังกล่าวไม่ได้นำเสนอด้วยความต้องการของผู้รับชม ผู้ชมก็จะไม่เกิดปฏิกิริยาตอบสนอง อย่งไรก็ตาม ไม่ได้หมายความว่า การสื่อสารข้อมูลดังกล่าวจะไม่ได้ทิ้งต่งซากของความคิดเกี่ยวกับชีวิตที่สะดวกสบาย ร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์ทิ้งไว้เป็นภาพจรรีกรในรอยหยักของสมองของผู้รับชม เห็นได้จากการตั้งใจหรือไม่ตั้งใจดูนั้น ได้ทิ้งเอาคุณสมบัติ ข้อดีข้อเสียของสินค้าในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจไว้ในเบื้องลึกของผู้บริโภค

“...เคยดูโฆษณาที่มันขายน้ำยาล้างรถนะ แล้วก็ไปตามหาดูว่าในห้างมันขายแบบคล้ายๆกันไหม เพราะมันน่าจะถูกกว่า เพราะก็มีคุณสมบัติในใจจากที่ดู โฆษณามาบ้าง แต่ว่าราคามันเป็นตัวกำหนดไว้ว่าจะทำให้เราอยากซื้อมาใช้ในชีวิตประจำวันรีเปล่า...”

“...เคยดูจนจบรายการนะ เป็นการนำเสนอไม่ฉู่พื้นป่นแห่งรู้สึ่ก็อยากได้มากเลย แต่ราคามันแพงมาก ก็เลยไม่ซื้อ แต่พอไปเดินซื้อของที่โลตัสก็เจอไม่ฉู่พื้นป่นที่คล้ายกันราคา 800 ก็เลยซื้ออันนี้แทนดีกว่า...”

แน่นอนว่าในการรับชมข้อมูลการสื่อสารชุดหนึ่งๆนั้น สำหรับผู้บริโภคคงเป็นเรื่องยากที่พวกเขาจะมานั่งทำความเข้าใจว่าใครเป็นผู้ผลิตสื่อ จุดประสงค์แอบแฝงของการผลิตสื่อ นั้นคืออะไร แล้วใช้ระยะเวลาในการจูงใจเพื่อให้คนคล้อยตามนานเท่าไร สำหรับผู้บริโภคนั้นการที่จะคล้อยตาม

พฤติกรรมการแสดงออก การสร้างอัตลักษณ์ไม่ว่าจะชั่วคราวหรือถาวร มักจะอาศัยแรงจูงใจจากบริบทรอบตัว พฤติกรรมการเล่นแบบที่รับรู้ผ่านสายตาบ่อยๆ สิ่งที่คุณบริ โภคคิดว่าทำแล้วดูเจริญ มีชาติตระกูล สะท้อนให้เห็นถึงการได้รับการศึกษามาอย่างดี หรือตามสมัยนิยมสิ่งเหล่านี้เราไม่สามารถระบุได้ว่าความเป็นจริงอะไรคือสิ่งที่ดูน่าสมั มีชาติตระกูล และคู่มือการศึกษา หรือและดูเป็นคนมีคุณภาพ แต่สิ่งที่ลึวน่าสมัในช่วงขณะหนึ่งนั้นถือเป็นความมีวัฒนธรรมในช่วงขณะหนึ่ง ไม่ว่าจะวัฒนธรรมการถือปฏิบัติการปฏิบัตินั้นจะถูกมองว่าเป็นวัฒนธรรมชั้นต่ำหรือสูง เพราะทั้งหมดทั้งมวลนั้นถือเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมที่ผู้คนถือครองกันในช่วงเวลานั้น หรือสมัยนั้น ซึ่งเรามักจะเห็นภาพฉายซ้ำๆ เกี่ยวกับสิ่งที่เป็นที่นิยมผ่านการสื่อสารในรูปแบบต่างๆ และการใช้ชีวิต ทั้งในชีวิตจริงและชีวิตสมมติ เช่นในภาพโฆษณาในช่วงเวลาต่างๆ แน่นอนว่าการสื่อสารมีส่วนช่วยกระจายค่านิยม และวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักแก่คนในสังคม และนำไปสู่การผลิตซ้ำและลอกเลียนแบบกันในสังคม นำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์รูปแบบใหม่ๆ ที่วน loop ซ้ำแล้วซ้ำเล่าเพียงแต่ต่างที่ตัวแสดงที่เป็นผู้เล่น (Role Player) แต่ลักษณะนิสัย (character) ยังคงเดิม ทั้งนี้ทั้งนั้นการดูแลร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพ ที่ส่งผลไปยังความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน และเอื้อต่อการวางแผนต่างๆ เกี่ยวกับการใช้ชีวิตที่เกี่ยวข้อง จึงราวกับเกิดขึ้นได้ด้วยตนเองที่เป็นเจตน์จำนงค์ที่อิสระในการตัดสินใจที่จะซื้อสินค้าหรือไม่ซื้อเพื่อที่จะมาดูแลร่างกายของตนเอง แต่ความเป็นจริงและความน่าสมัหรือสมัยนิยมในแต่ละยุคได้หล่อหลอมจนเกิดเป็นสิ่งที่ดูเหมือนเกิดขึ้นตามธรรมชาติและทำให้ปัจเจกเกิดความมั่นใจว่านี่คือสิ่งที่พวกเขาเลือกเอง คิดเอง และกระโจนเข้ามามีส่วนร่วมสู่ความคิดของพวกเขาด้วยตัวของพวกเขาเอง

#### 4.2.3 เทคโนโลยีอิมมูเมตคัล งามจากภายใน : การเพิกเฉยต่อความทันสมัย และนวัตกรรม การสร้างอัตลักษณ์ความงามของผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามว่า หลังจากดูภาพโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจที่ประกอบไปด้วยภาพก่อนและหลังใช้เครื่องมือและสินค้าในรายการ ผู้ชมเหล่านั้นมีความรู้สึกอย่างไร พบว่ากลุ่มตัวอย่างในวัย Young Adult (ผู้ใหญ่วัยรุ่น) แสดงให้เห็นว่า ภาพก่อนและหลังการใช้เครื่องมือ ไม่ส่งผลให้เกิดความอยากมีอยากได้ในเครื่องมือ เนื่องจากเห็นว่า เครื่องมือที่จำหน่ายในรายการนั้นสามารถลึกลับเปลี่ยนแปลงเป็นเครื่องมือที่ทำได้ตามท้องตลาด ภาพร่างกายและการสาธิตวิธีใช้เป็นเหมือนเรื่องเหลือเชื่อ เกินความจริง รวมถึงตระหนักถึงการจัดฉากเพื่อโฆษณา รวมไปถึงผู้ดำเนินรายการ โฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจก็ไม่มีผลในการกระตุ้นทำให้เกิดอยากดูแลหรือควบคุมร่างกาย ทั้งในส่วนของคุณภาพและสุขภาพ รวมไปถึงสมรรถนะในการใช้ประโยชน์จากร่างกายดังกล่าว โดยคนในวัย Young Adult กล่าวว่า ตัว

สินค้าและคุณสมบัติของสินค้าต่างหากที่เป็นจุดสร้างความตื่นตัวในการตอบรับเรื่องการหาเครื่องมือมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ร่างกาย รวมไปถึงมีการชี้ให้เห็นว่าการดูแลร่างกายเพื่อให้มีรูปร่างดี อย่างเช่นในรายการสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจด้วยการคั้นน้ำผลไม้ปั่นด้วยเครื่องปั่นตามอย่างในรายการแล้วจะสามารถมีร่างกายแข็งแรงบึกบึนอย่างผู้นำเสนอหรือสาธิตการใช้งานสินค้า แต่จะต้องเป็นการดูแลควบคู่ไปกับการออกกำลังกายด้วยต่างหากเพื่อที่จะพบกับความสำเร็จในการดูแลร่างกายรอบด้านยิ่งขึ้น

กลุ่มผู้ใหญ่วัยรุ่นอธิบายว่าบางครั้งในการมองภาพร่างกายหลังจากที่ใช้เครื่องมือและผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าเหล่านั้นแล้วกลับไม่ได้นึกถึงตนเอง แต่กลับเห็นจุดบกพร่องในร่างกายของคนอื่นชัดเจนขึ้นและบางครั้งก็คิดอยากจะแนะนำให้คนที่มิชอบบรู๊วเช่นนั้นหันไปซื้อสินค้ามาใช้

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างในวัย Middle Adult Hood ก็เห็นพ้องไปในแนวทางเดียวกันว่า การต้องการมีร่างกายสมบูรณ์แบบอย่างในภาพหลังการใช้สินค้า (After) ไม่ได้เป็นผลจากการใช้เครื่องมือที่เปี่ยมไปด้วยเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่มันเป็นความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันระหว่างอุปนิสัยการกิน การออกกำลังกาย การกินอาหารสุขภาพ ควบคู่กันไป ไม่ใช่เป็นแค่เรื่องของารลดความอ้วน ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในวัย Middle Adult Hood เห็นว่า ภาพโฆษณาชวนเชื่อของร่างกายก่อนและหลังการใช้สินค้าที่ได้ถ่ายทอดในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจแสดงความไม่สัมพันธ์ของร่างกายกับวิธีการที่จะนำไปสู่ความสมบูรณ์ทางด้านร่างกาย สุขภาพ นุคลิกภาพ ตามที่คนหวังจะอยากจะมีอยากจะเป็น แล้วพวกเขาก็ไม่ได้เชื่อว่าร่างกายที่อยู่ในโฆษณาใช้เครื่องมือเครื่องใช้หรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นจริง อย่างไรก็ตามภาพร่างกายหลังการใช้อุปกรณ์ก็มีส่วนในการกระตุ้นทำให้เราอยากมีร่างกายแบบนั้น แต่กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ผู้ใหญ่วัยกลางคนก็บอกว่าไม่ได้มีการเปรียบเทียบร่างกายจนรู้สึกว่าร่างกายตัวเองเป็นจุดด้อย แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่ได้มีร่างกายสวยงามเต็มไปดด้วยมัดกล้ามเนื้อเช่นนั้น

จากการใช้วิจรณ์ญาณในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อมาดูแลร่างกายของตนเองนั้น เราจะเห็นว่าผู้ชมได้คล้อยตามเป้าประสงค์ของการโฆษณาแต่เพียงอย่างเดียว ซึ่งการรับชมสื่อของผู้บริโภคนั้นถือเป็นกิจกรรมประจำวันอย่างหนึ่ง ที่ปัจเจกปฏิบัติที่ถือเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต การที่จะทำความเข้าใจเกี่ยวกับการรับสื่อได้เราก็ต้องมีความเข้าใจว่าผู้ชมนั้นไม่ได้มีพฤติกรรมในการรับสื่อแบบ Passive หรือเป็นผู้รับสื่อที่อ่อนแอ ผู้ไปไปตามคำโปรยและคำเชิญชวนจากสื่อ กิจกรรมการรับสื่อเป็นพื้นที่ภาคปฏิบัติของปัจเจกในการทำงานร่วมกับสัญญาณที่พวกเขาได้รับมาระหว่างการรับชมสื่อ ในการผลิตสื่อแน่นอนว่าผู้ผลิตย่อมมีเป้าประสงค์การใช้งานของสัญญาณเพื่อหวังผลบางอย่างแก่ผู้ชม แต่ในขณะเดียวการตีความ

ของปัจเจกอาจไม่ได้ดำเนินรอยไปตามความคาดหวังนั้น ซึ่งทั้งนี้อาจมีการขยายความและตีความหมายใหม่โดยผู้ชมในขณะที่มีการรับสื่อ

การรับชมสื่อจึงสามารถอธิบายได้ในแง่ของการเป็นกิจกรรมที่เรียกว่า Situated Activity ซึ่งหมายถึงการรับชมสื่อแต่ละครั้ง ผู้ชมจะอยู่ในพื้นที่ที่มีลักษณะบริบททางสังคม วัฒนธรรม ความรู้ ที่แตกต่างกัน รวมไปถึงพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ที่ต่างกัน ซึ่งความแตกต่างของลักษณะทางสังคมที่ปัจเจกตั้งอยู่นั้นก็ได้รับการสร้างอัตลักษณ์จากการความสัมพันธ์ของอำนาจ และการเข้าถึงทรัพยากรที่แตกต่างกัน ซึ่งจากลักษณะของบริบทแวดล้อมที่ต่างกันอย่างนี้เองทำให้การรับสื่อพร้อมการตีความสามารถพาปัจเจกออกไปสู่โลกที่ห่างไกลจากวัตถุประสงค์ของสื่อและสัญลักษณ์ที่ประกอบกันเป็นสื่อตนเอง และปัจเจกเองก็พร้อมที่จะปรับเอาความหมายจากการรับชมสื่อให้เข้ากับชีวิตประจำวันของพวกเขามากกว่าชีวิตที่ปรากฏอยู่ในสื่อ

อย่างไรก็ตามการครอบครองสื่อในมือก็ไม่ได้หมายความว่าจะมีการตีความสื่อที่อยู่ในมือนั้นด้วย เช่น บางครั้งหนังสือที่เราซื้อ เราก็ไม่ได้อ่าน หรือการเปิดทีวีทิ้งไว้ก็ไม่ได้หมายความว่าเรากำลังดูมันอยู่เพราะการตีความนั้น ไม่ใช่มีสื่ออยู่ในมืออย่างเดียวนะ แต่ความตั้งใจและสนใจรับชมต่างหากที่จะก่อให้เกิดกระบวนการตีความ ไม่ว่าจะสนใจที่จะอ่าน ดู และ ฟัง การตีความหมายสื่อจึงเป็นกระบวนการแห่งความคิดสร้างสรรค์ ตื่นตัว ในการตั้งสมมติฐานต่อความคาดหวังที่เกี่ยวข้องต่างๆ ที่ฝังอยู่ในความหมายของสื่อ ความคาดหวังและสมมติฐานต่างๆ ที่ปัจเจกสร้างขึ้นมีเอกลักษณ์ต่างกันไปตามรากเหง้าทางด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมที่แต่ละคนกำเนิดมา แต่การตีความของปัจเจกนั้นอย่างไรเสียก็มีความเกี่ยวข้องกับสังคมอย่างกว้างๆ เช่นเดียวกัน ความหมายที่ได้จากการตีความจึงไม่ใช่ปรากฏการณ์ที่ยั่งยืนและหยุดนิ่งคงเดิม แต่มันเป็นปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ความเข้าใจจากการตีความสื่อเหล่านี้ปัจเจกก็จะเก็บไว้เป็นพื้นฐานของการสะท้อนกลับของโลกรอบตัว หรือแม้กระทั่งภาพสะท้อนของตนเองและคนรอบข้างในสังคมที่พวกเขาพร้อมตัวอยู่ด้วยกัน ความหมายจากการตีความเหล่านี้จะถูกจดจำอยู่แค่ช่วงระยะเวลาหนึ่งและก็จะถูกลืมไป แต่บางความหมายจากการตีความสื่อก็จะเป็นฐานให้แก่พฤติกรรมหลายๆอย่างในสังคม<sup>19</sup>

ส่วนประเด็นเกี่ยวกับร่างกายอันเป็นอุดมคติที่สอดแทรกอยู่ในภาพ Before and After ผู้วิจัยเห็นว่าเป็นการใช้ภาพเพื่อสื่อสารเกี่ยวกับการสร้างอัตลักษณ์ของคนสมัยใหม่ที่สังคมต้องการว่าควรเป็น

<sup>19</sup> Thompson, John B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Oxford, pp.119-140,

อย่างไร จากที่เราจะเห็นว่าภาพร่างกายหลังการใช้สินค้าประเภทต่างๆ กลุ่มผู้ใหญ่วัยรุ่นและกลุ่มผู้ใหญ่วัยกลางคนต่างก็เห็นพ้องต้องกันว่าเป็นร่างกายที่มีเสน่ห์และเป็นความสวยงามในทัศนะของพวกเขาแต่ในทางกลับกันพวกเขากลับไม่ได้รู้สึกถึงความปรารถนาอันแรงกล้าที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อบรรลุและประสบความสำเร็จในการครอบครองของร่างกายในฝันเหล่านั้นที่ปรากฏอยู่ในโฆษณา ที่พยายามกล่อมประสาทผู้บริโภคให้สร้างอัตลักษณ์อย่างเดียวกัน

#### 4.2.4 อัตลักษณ์แห่งความหึกเหว กระอักกระอ่วน แปรปรวน และวงจรสั้น

อัตลักษณ์ตามตำนานทางสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยา รวมถึงสังคมโบราณเชื่อว่าอัตลักษณ์ของคนหนึ่งๆ นั้นถูกจำกัด และมีความคงที่ อัตลักษณ์ถือเป็นบทบาทหนึ่งที่มีส่วนในการกำหนดบทบาทในสังคมและมีบทบาทในระบบความถี่กลับซ้ำซ้อนของประเพณี

ในยุคสมัยใหม่อัตลักษณ์นั้นมีลักษณะที่ไหลเลื่อนได้ มีความหลากหลาย มีความเป็นปัจเจก สะท้อนตัวตน และโอนอ่อนต่อความเปลี่ยนแปลงและนวัตกรรมใหม่ อัตลักษณ์ของปัจเจกในยุคสมัยใหม่ถูกให้คำจำกัดความว่าเป็นผลผลิตจากการตระหนักรู้ร่วมของคนในสังคม เนื่องจากปัจเจกเริ่มผลิตอัตลักษณ์โดยการผสมผสานความถูกต้องชอบธรรมที่ประเมินด้วยตนเอง ผนวกกับการรับรู้ตระหนักรู้จากมุมมองของผู้อื่นในสังคม ทั้งนี้อัตลักษณ์ก็ยังคงเป็นผลผลิตที่มาจากบทบาทและวิถีนิยมอันเป็นที่ยอมรับในสังคม ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ในยุคสมัยใหม่เกิดขึ้นเนื่องจากความวิตกกังวลของผู้คนในการสร้างอัตลักษณ์เนื่องจากไม่ใช่เพียงตัวปัจเจกที่มีส่วนในการรังสรรค์อัตลักษณ์แต่ยังต้องเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องได้รับการประเมินจากสายตาของบุคคลอื่นๆ ที่อยู่ในสังคม ความวิตกกังวลดังกล่าวของปัจเจกทำให้ต้องเกิดการเลือกตัวเลือกที่เกี่ยวข้องกับการสร้างอัตลักษณ์ต่างๆ ว่าควรจะมาจากรรรมชาติของอัตลักษณ์ปัจเจก หรือเป็นอัตลักษณ์ที่ถูกปรุงแต่งแก้ไขให้ถูกต้องกันแน่ เพราะอัตลักษณ์เหล่านี้จะต้องถูกจ้องมองและเพ่งเล็งจากคนในสังคม ในสังคมสื่อและผู้บริโภคที่เกิดขึ้นมาหลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 อัตลักษณ์ค่อยๆ มีส่วนเกี่ยวข้องกับสไตส์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้แก่คนหนึ่งๆ ราวกับว่าคนทุกคนจะต้องมีสไตส์ ภาพลักษณ์ และอัตลักษณ์เฉพาะของตนเอง แม้ว่าในทางกลับกันต้นแบบมากมายก็อาจจะนำมาจากวัฒนธรรมของผู้บริโภค และก็มีความพยายามมากมายที่จะสร้างสรรค์ตัวปัจเจกในสังคมของผู้บริโภคในปัจจุบัน ดังนั้นในยุคสมัยใหม่ปัญหาที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์ก็ คงจะประกอบไปด้วยเนื้อหาที่ว่า เราสร้าง รับรู้ และนำเสนอตัวตนของตัวเองแก่ตนเองและผู้อื่นให้ได้รับรู้อย่างไร

ในสมัยยุคหลังสมัยใหม่นั้นอัตลักษณ์เป็นความลึกลับและเป็นภาพลวงตา นักทฤษฎียุคหลังสมัยใหม่มักกล่าวว่าคุณลักษณะพื้นฐานของวัฒนธรรมในยุคหลังสมัยใหม่คือ ความไม่ต่อเนื่อง ความกระจัดกระจาย ความขาดตอนที่อยู่ในประสบการณ์ของผู้คนและบริบทต่างๆที่แวดล้อม การสร้างอัตลักษณ์ในสังคมร่วมสมัยจึงมีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงตนเอง (Self Transformation) ดังเช่นในภาพยนตร์เรื่อง Pretty Woman นักแสดงนำหญิงที่รับบทโดย Julia Robert แสดงเป็นหญิงขายบริการที่สามารถเปลี่ยนแปลงตัวเองจากหญิงผู้ไร้ซึ่งความทันสมัยไปสู่ผู้หญิงที่มีความงามในแบบแฟชั่นชั้นสูงเพื่อให้เข้ากับชายผู้ทรงเสน่ห์หน้าแสดงโดย Richard Gear ในภาพยนตร์ได้นำเสนอภาพกระบวนการเปลี่ยนแปลงตัวเองของ Julia Robert ในบทบาทโสเภณี ผ่านภาพแฟชั่น เครื่องสำอาง สไตล์ การออกเสียง และขอบเขตที่อัตลักษณ์ต่างๆสามารถถูกสร้างขึ้นได้ในวัฒนธรรมร่วมสมัย ดังนั้นลักษณะบุคลิกลักษณะของ Julia Robert ที่เปลี่ยนแปลงไปในภาพยนตร์ที่ตัวบทบาทเปลี่ยนเป็นบุคลิกลักษณะใหม่ ทำให้เธอได้พบกับชายหนุ่มรูปงามและเป็นหญิงโสเภณีที่ประสบความสำเร็จทางการตลาด การสร้างภาพและอัตลักษณ์ สารที่ได้รับจากสื่อภาพยนตร์เรื่องดังกล่าวจึงสื่อสารว่าหากคุณต้องการเปลี่ยนเป็นคนใหม่ ต้องการเปลี่ยนอัตลักษณ์ เพื่อประสบความสำเร็จ คุณต้องให้ความสำคัญกับเรื่องภาพลักษณ์ สไตล์ และแฟชั่น จึงไม่น่าแปลกใจว่าคุณลักษณะร่างกายหลังจากใช้ผลิตภัณฑ์ในประเภทต่างๆ ในโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจจึงถูกเชื่อมโยงเข้ากับการประสบความสำเร็จหลายรูปแบบในชีวิตเช่นประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน การมีครอบครัวที่ดี ประสิทธิภาพในการทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันที่ดีขึ้นหลายเท่าตัว

โทรทัศน์เพื่อธุรกิจการค้าได้รับอิทธิพลภายใต้อำนาจควบคุมของภาพแทน ภาพลักษณ์ และเรื่องราวที่มีส่วนสร้างความจริงและมีความพยายามที่จะทำให้เกิดผลกระทบต่างๆที่เกิดขึ้นในโลกแห่งความเป็นจริง ภาพแทนแห่งความจริงนั้นเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาณแห่งการเล่าเรื่อง การเล่าเรื่องและการประกอบสร้างของประเภทสัญญาณต่างๆโทรทัศน์เพื่อธุรกิจการค้าถูกผลิตขึ้นโดยผู้ผลิตหวังว่าผู้ชมจะได้รับความบันเทิงใจจากการเล่าเรื่อง วิธีการเล่าเรื่องที่คุ้นเคย ผ่านตัวละครที่เป็นที่จดจำ โครงเรื่อง องค์ประกอบและการสื่อสารที่คุ้นเคยต่างๆ ดังนั้นในโทรทัศน์เพื่อสื่อธุรกิจการค้าเหล่านี้จึงประกอบไปด้วยความตื่นตาตื่นใจ การย้ายวนใจ ความพึงพอใจ สุนทรียภาพ และประสบการณ์ต่างๆ

โทรทัศน์เพื่อธุรกิจการค้ายังมีส่วนในการจัดการอุปสงค์ของผู้บริโภค ซึ่งสามารถกล่าวได้ว่าเป็นศิลปะแบบใหม่ของการปกครอง เราอาจกล่าวได้ว่าผู้ชมรายการโทรทัศน์ประเภทต่างๆนั้นสามารถถูกครอบงำจากการชมในระดับที่ต่างกัน แต่อย่างไรก็ตามในขณะที่ผู้ชมกำลังดูรายการประเภทต่างๆนั้นพวกเขา ก็จะก่อร่างแบบอย่างพฤติกรรม สไตล์ และทัศนคติต่างๆของพวกเขานั่นเอง

การโฆษณาในขณะที่มันดูเหมือนว่าจะจะเป็นความพยายามในการขายสินค้าให้ได้ผ่านภาพ สไลด์แกน การจัดวางต่างๆ แต่ในขณะที่เดียวกันในการโฆษณาหนึ่งๆนั้น ได้มีการทำวิจัยทางด้านจิตใจ การรังสรรค์ทรัพยากรทางศิลปะจำนวนมาก กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ได้อุทิศตัวมันเองเพื่อสร้าง โฆษณาขึ้นมาขึ้นหนึ่ง สื่อโฆษณามีความวิตกกังวลเกี่ยวกับยอดขายที่พยายามจะขายวิถีชีวิต และอัต ลักษณ์ที่น่าปรารถนา ซึ่งวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ที่ถูกนำเสนอใน โฆษณานั้นก็จะมามีอิทธิพลต่อต้นแบบ ของอัตลักษณ์และความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่างๆ<sup>20</sup>

แต่ทั้งนี้อัตลักษณ์ในสังคมปัจจุบันยอมรับความหลากหลายมากขึ้น ประกอบกับอายุของการยึด มันถึอมันในอัตลักษณ์บางรูปแบบมีอายุสั้น การยึดมันถือปฏิบัติในทางเดียวกันหมดนอกจากจะไม่ ตอบสนองต่อความหลากหลายที่สังคมต้องการและไม่ได้สร้างความมั่นคงกับการดำเนินชีวิตของ ผู้บริโภคไปมากกว่าร่างกายที่พวกเขาถือครองอยู่ นอกจากนี้ภาพอัตลักษณ์ที่อยู่ใน โฆษณานั้นไม่ได้ นำเสนอติดต่อกันเป็นเรื่องราวเดียวกันยาวๆ แต่กลับเป็นการฉายภาพร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพเป็น ฉากสั้นๆ ไม่มีการปะติด ปะต่อกัน และกระจัดกระจาย เอกภาพของการถ่ายทอดเรื่องราวจึงอาจไม่ สามารถแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการดูแลแก่นแท้ของร่างกายได้ นอกจากความงามฉาบฉวย ภายนอก นอกจากนี้ประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลทั้งกลุ่มผู้ใหญ่วัยรุ่นและผู้ใหญ่วัยกลางคนมี ความเห็นตรงกันคือ การยอมรับในอัตลักษณ์บางส่วนที่ปัจเจกอนุญาตให้ดำรงอยู่ในชีวิตประจำวันของ ตนได้ เช่น การยอมอ้วนบ้าง การยอมมีสิ่วขึ้น หรือสรุปร่างๆคือ การยอมรับในข้อบกพร่องของร่างกาย ให้เกิดขึ้น เพราะสังคมไม่ได้ลงโทษลักษณะความบกพร่องเช่นนี้อย่างรุนแรงในชีวิตของพวกเขา ซึ่ง การยอมรับข้อบกพร่องของร่างกายในทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่มนั้น กระทบต่อ ความพยายามในการชวนขายหรือคืนวันที่จะมีร่างกาย สุขภาพ หรือบุคลิกภาพที่สมบูรณ์แบบ รวมไปถึง การยอมรับข้อจำกัดทางความหลากหลายที่เป็นผลจากการใช้ร่างกายอันมีข้อบกพร่องนั้น โดยผู้วิจัย สังเกตว่าหลังจากที่กลุ่มตัวอย่างของการศึกษาจะยอมรับว่าร่างกายตัวเองไม่ได้สมบูรณ์แบบในภาพ โฆษณา แต่ก็ไม่ได้รู้สึกว่ามีร่างกายที่ด้อยกว่าโฆษณา

จากประเด็นการยอมรับข้อบกพร่องในร่างกายเช่นนี้ เราอาจสามารถอธิบายได้ด้วยเรื่อง ประเด็นมุมมองด้านอัตลักษณ์ทางการสื่อสาร การวิพากษ์วิเคราะห์

<sup>20</sup> Thompson, John B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Oxford, pp.119-140,



มุมมองด้านการสื่อสารกล่าวถึงเรื่องอัตลักษณ์ว่า การสื่อสารก่อให้เกิดสองสิ่ง คือ การยอมรับในตัวเองในสิ่งที่ตนเองเป็น และการขัดแย้งอัตลักษณ์ในรูปแบบอื่นมาสู่ผู้ชม โดยระหว่างการสื่อสารนั้นเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูล อัตลักษณ์ถูกจัดการ สร้างขึ้นใหม่ ถูกบังคับ และถูกทำลาย

มุมมองด้านการวิพากษ์วิเคราะห์กล่าวเรื่องอัตลักษณ์ว่าอัตลักษณ์ก่อตัวขึ้นเป็นผลมาจากบริบทที่แวดล้อมต่างๆ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมืองและวาทกรรมซึ่งมีอิทธิพลต่อการมอง สิ่งที่เราอง และความหมายของสิ่งที่เรามองเห็น โดยบริบทที่ว่านั้นทำให้เกิดอัตลักษณ์รูปแบบต่างๆดังนี้

1. อัตลักษณ์เรื่องเพศ เพศในที่นี้ไม่ได้มีความหมายเกี่ยวกับเพศทางชีววิทยา แต่กลับเป็นกิจกรรมที่บ่งบอกเพศสภาพว่า เป็นกิจกรรมของชายหรือหญิง เช่น การดูรายการโทรทัศน์ เกมส์โชว์ การเย็บปักถักร้อย ฟุตบอล ว่าเป็นกิจกรรมของเพศใด ซึ่งสิ่งที่ทำให้เราสามารถจำแนกได้ว่ากิจกรรมใดเป็นของเพศอะไรนั้นเกิดจากข้อบ่งชี้และข้อสังเกตในวัฒนธรรมหนึ่งๆ หรือตัวอย่างเช่นว่า ผู้หญิงหรือผู้ชายจะน่าสนใจและมีบุคลิกภาพที่ดีนั้นต้องอาศัยข้อบ่งชี้และข้อสังเกตในเรื่องเพศของวัฒนธรรมนั้นๆ โดยข้อบ่งชี้เกี่ยวกับความคิดเห็นด้านเพศจะเปลี่ยนไปตามความสนใจทางการค้า และพลังอิทธิพลของวัฒนธรรม

2. อัตลักษณ์ด้านวัย กล่าวกันว่าตัวเลขนั้นไม่ได้เป็นข้อบ่งชี้ว่าแก่หรือเยาว์วัย หากแต่ข้อบ่งชี้เรื่องอายุนั้นมีความเกี่ยวข้องกับขนบวัฒนธรรมมากกว่า เช่น ความคิดทางด้านปรัชญา ค่านิยม และวิธีการพูดจาของบุคคลคนนั้น ตัวอย่างเช่น คุณครูที่สอนหนังสืออาจจะไม่รู้สึกรู้ว่าตัวเองแก่ ในขณะที่เดียวกับเมื่อมองจากมุมมองของนักเรียนกลับคิดว่าครูนั้นแก่เนื่องจากเป็นผู้มีความรู้ น่าเชื่อถือ และมีประสบการณ์การใช้ชีวิต

3. อัตลักษณ์ด้านเชื้อชาติและชาติพันธุ์ ความแตกต่างด้านเชื้อชาตินั้นแสดงให้เห็นถึงความต่างด้านวัฒนธรรมและการแบ่งกลุ่มทางวัฒนธรรม ไม่ใช่การแบ่งแยกตามลักษณะทางชีววิทยาของเชื้อชาตินั้นๆ เช่นความเป็นจริงคนผิวขาว และคนผิวดำไม่ได้ถูกแบ่งกลุ่มวัฒนธรรมตามสีผิวแต่หากด้วยวัฒนธรรมของพวกเขาต่างหาก ในส่วนของชาติพันธุ์นั้นอัตลักษณ์ของปัจเจกอาจถูกเน้นย้ำความคิดความรู้ตามวัฒนธรรมของชาติพันธุ์นั้นๆ

4. อัตลักษณ์ทางชนชั้น ชนชั้นนั้นก่อให้เกิดปฏิกริการกระทำในสังคมรวมถึงการตีความของวัฒนธรรมต่างๆโดยมีความสัมพันธ์กับกิจกรรม การประพฤติปฏิบัติของคนในสังคม ความชอบในสิ่งต่างๆ เช่น บทความหรือหนังสือที่เราอ่านจะสะท้อนชนชั้นทางสังคมที่เราดำรงอยู่ ซึ่งกลยุทธ์ทางการสื่อสารนั้นถูกนำมาใช้เพื่อที่จะตระหนักว่าคนคนหนึ่งนั้นดำรงอยู่ในชนชั้นใดในสังคม ซึ่งถูกนำเสนอผ่านสัญลักษณ์ต่างๆที่กิจกรรมในชีวิตประจำวันของผู้คน ในขณะที่ชนชั้นกรรมมาชีพก็

อาจจะสำนึกตนเองอยู่ตลอดเวลาว่ากิจกรรม พฤติกรรมและกิจวัตรของตนเองนั้น ไม่ได้หมายรวมอยู่ในกิจวัตรที่เป็นมาตรฐานของสังคม

ความพิศวงลึกลับต่างๆที่เกิดขึ้นระหว่างการสื่อสารนั้นได้ปกปิดความจริงที่ว่า ชนชั้นอาจเป็นกุญแจสำคัญที่ตอบคำถามว่าทำไมผู้คนจึงมีโอกาสในชีวิตที่แตกต่างกันท่ามกลางการใช้ชีวิตในสังคมที่มีลักษณะระบบชนชั้นแฝงอยู่กลายเป็นไปในขณะที่อัตลักษณ์ส่วนตัวของแต่ละคนนั้นก็มีความหลากหลายและในขณะเดียวกันอัตลักษณ์เหล่านั้นก็ขัดแย้งกันเอง แต่ก็ด้วยอัตลักษณ์ส่วนบุคคลนั่นเองที่นำพาไปสู่ความสำเร็จในรูปแบบต่างๆซึ่งก็ขึ้นอยู่กับว่าคนอื่นๆยอมรับและมีท่าทีต่ออัตลักษณ์เหล่านั้นของเราอย่างไร<sup>21</sup>

การที่กลุ่มตัวอย่างทั้งผู้ใหญ่วัยรุ่นและผู้ใหญ่วัยกลางคนไม่ได้กระตือรือร้นและเห็นคุณค่าของการดูแลร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพ มากเท่าใดนักนั้นอาจจะเป็นเพราะต้นทุนทางด้านอัตลักษณ์โดยรวมของพวกเขาไม่ได้ทำให้เกิดปัญหาในการเข้าถึงสิทธิพิเศษ หรือทรัพยากรในระหว่างการดำเนินชีวิต เพราะพวกเขามีทุนทางด้านอัตลักษณ์บางส่วนที่ทำให้พวกเขาไม่รู้สึกรู้ว่าตัวเองมีปมด้อยทางด้านร่างกาย เช่น อัตลักษณ์ในด้านเพศ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมตามเพศภาพ เช่นในผู้ใหญ่วัยรุ่นเพศชายก็เป็นกลุ่มที่รักกิจกรรมการออกกำลังกายโดยธรรมชาติ เช่น การออกไปเล่นฟุตบอลกับกลุ่มเพื่อน หรือในเพศหญิงก็มีการจำกัดการกินด้วยตนเอง เพราะอยู่ในวัยเจริญพันธุ์ ยังคงต้องดูแลรูปร่างให้เป็นที่น่าสนใจกับเพศตรงข้าม หรืออัตลักษณ์ในด้านวัยของกลุ่มผู้ใหญ่วัยกลางคนมีมีต้นทุนทางความรู้ เหมาะสมกับวัยและตำแหน่งหน้าที่การงาน ที่จะนำพาพวกเขาไปสู่การก้าวขึ้น ไปสู่หน้าที่การงานที่ดีขึ้นและมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งผลจากการประกอบกิจกรรมตามการสะสมทุนด้านอัตลักษณ์ดังกล่าวข้างต้นทำให้พวกเขาเพิกเฉยต่อเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมใหม่ๆในสินค้าที่จะเป็นเครื่องมือให้นำพาไปสู่รูปแบบชีวิต ร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพที่ดีตามที่ระบุในโฆษณา และภาพของความสุขสมหวังจากการใช้งานของร่างกายจึงไม่จำเป็นต้องมีร่างกายที่สมบูรณ์แบบทุกกระเบียดนิ้ว และใช้งานร่างกายรวมไปถึงผลจากการมีร่างกายที่ดีเพื่อเป็นเครื่องมือไปสู่ความสำเร็จในชีวิตของพวกเขา

อย่างไรก็ตามความเห็นของกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 วัย ได้สะท้อนให้เห็นความหวังและความฝันเกี่ยวกับการควบคุมร่างกาย สุขภาพและบุคลิกภาพ ว่าความสมบูรณ์ของร่างกายก็ไม่ใช่สิ่งที่น่าปฏิเสธ หากได้ครอบครองร่างกายดังโฆษณานั้นก็ถือว่าโชคดียิ่งฝัน อย่างที่ Ernest Bloch พูดถึงวัฒนธรรมสมัยนิยม วรรณกรรมอันเลื่องชื่อในสังคมว่าเป็นเครื่องมือการตรวจสอบความฝันของสังคม ในขณะเดียวกัน

<sup>21</sup>Martin, Judith N. Intercultural Communication in Contexts. Mountain View, pp. 148 – 169, 2003.

เราก็อาจกล่าวได้ว่าโฆษณาก็เป็นเครื่องมือวัดค่านิยมของสังคมที่เป็นมาตรฐานในช่วงขณะนั้นว่า กิจกรรมการใช้ชีวิตในลักษณะใดกำลังได้รับความนิยม เพราะวัฒนธรรมสมัยนิยม วรรณกรรม และ โฆษณา ก็ล้วนแต่เป็นผลผลิตของค่านิยมทั้งสิ้น Esnest Bloch เสริมว่าในโครงสร้างระดับย่อยภายใต้ทุนนิยมล้วนบรรจุช่วงเวลาแห่งการปลดปล่อยจากสภาพความเลวร้ายของชีวิตทั้งสิ้น หากจะนำวัฒนธรรมสมัยนิยม วรรณกรรม และ โฆษณามาเปรียบเทียบกันในฐานะสื่อที่แสดงออกถึงการปลดปล่อยจากสภาพการณ์อันเลวร้ายนั้นถือว่ามีความใกล้เคียงกัน เช่น วัฒนธรรมของการผลิตหนังอินดี้ที่ถ่ายทอดมุมมอง ความคิด และความเป็นอยู่ของเพศที่สามถือกำเนิดขึ้นอย่างมากมายเช่น *insect in the back yard*, *Yes or No* อายกรั๊กก็รักเลย ทั้งที่ผ่านและไม่ผ่านจากการเซ็นเซอร์ แต่ก็ถือเป็นช่วงเวลาแห่งการปลดปล่อยจากความเป็นจริงในสังคมที่ยังมีอคติกับเพศสภาพของเพศที่สาม ที่ฝันอยากจะได้รับ การยอมรับอย่างแท้จริง และสามารถแสดงออกถึงอัตลักษณ์ที่แท้จริงของตนได้ ในส่วนของวรรณกรรมเช่น หนังสือที่ได้รับรางวัลซีไรต์หลายเรื่องที่สะท้อนความอึดคักของชีวิต เช่น คำพิพากษา ที่สะท้อนวิบากกรรมของตัวละครชื่อ พิก ที่ถูกพิพากษาจากการเพ่งเล็งของสังคม สร้างจุดฉุกคิดให้แก่คนในสังคมว่า การพิพากษาจากสังคมตั้งศาลเตี้ยที่ถือครองอุดมคติและค่านิยมเป็นต้นทุนเช่นนี้ควรได้รับการปลดปล่อยหรือคลายความสำคัญลงเพื่อไม่ให้คนคิดตกเป็นเหยื่อหรือแพะรับบาป และสุดท้ายในงานโฆษณาที่สะท้อนภาพความหวังของการมีครอบครัวที่ดี การกินอยู่ที่ดี มีงานทำ ผ่านการบริโภคสินค้าและบริการมากมาย เพื่อให้หลุดพ้นจากการตกมาตรฐานสังคมก็มีลักษณะเช่นเดียวกัน วัฒนธรรมร่วมสมัย วรรณกรรม และ โฆษณา อาจกล่าวได้ว่าเป็นทั้งเครื่องมือตรวจสอบความฝันและบันทึกรสภาพของสังคมในขณะนั้นเช่นเดียวกัน ว่าสมาชิกในสังคมฝันเห็นอะไร และกำลังบกร่องเรื่องใด<sup>22</sup>

#### 4.2.5 ร่างกาย : วัตถุแห่งการประเมินคุณค่าของความหลากหลาย

ในระหว่างชมโฆษณาสื่อข้อมูลธุรกิจ ภาพแทนหลากหลายรูปแบบที่ปรากฏอยู่ในสื่อโฆษณา ข้อมูลเชิงธุรกิจนอกจากภาพร่างกายก่อนและหลังใช้สินค้า ยังประกอบด้วยภาพการอธิบายคุณสมบัติ และข้อได้เปรียบจากการใช้สินค้าของผู้บริโภค ภาพเทคโนโลยีที่ใช้อธิบายประกอบการทำงานของสินค้าทั้ง 4 ประเภท ไม่ว่าจะเป็นเครื่องครัว เครื่องออกกำลังกาย ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพและความงาม และ อุปกรณ์และผลิตภัณฑ์เพื่อการศึกษาและบันเทิง รวมไปถึงการใช้ภาพผู้เชี่ยวชาญ และผู้นำเสนอสินค้าที่เป็นคาราหรือผู้มีชื่อเสียงในสังคม

<sup>22</sup> Martin, Judith N. *Intercultural Communication in Contexts*. Mountain View, pp. 148 – 169, 2003.

ในประเด็นเรื่องภาพการอธิบายคุณสมบัติสินค้า ข้อได้เปรียบจากการใช้สินค้า และสิทธิพิเศษ รวมถึงเทคโนโลยีและภาพกราฟิกที่ช่วยอธิบายการทำงานของสินค้า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในกลุ่มผู้ใหญ่ วัยรุ่นยอมรับว่าภาพการสาธิตสินค้าและคุณสมบัติของสินค้าที่อยู่ในรายการสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจแสดงให้เห็นว่าสินค้านั้นมีความพิเศษกว่าสินค้าทั่วไป เพราะทำให้ประหยัดเวลาและมีหลากหลายหน้าที่การใช้งานในเครื่องเดียว แต่พวกเขาก็ไม่ได้รู้สึกอยากได้สินค้าที่เปี่ยมไปด้วยเทคโนโลยีเหล่านั้นมาช่วยดูแลควบคุมร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพ หรือ แม้แต่การเอื้อประโยชน์ในการควบคุมการใช้งานของร่างกายในส่วนต่างๆ ส่วนการจูงใจด้วยสิทธิพิเศษไม่ว่าจะเป็นการลด แลก แจก แถม หรือการผ่อนสินค้าเป็นงวดๆ พวกเขาที่รู้สึกว่าคุณสมบัติเหล่านี้ทำให้ภาพลักษณ์ของสินค้าดูต่ำลง ไม่น่าเชื่อถือ เพราะเดิมทีราคาตั้งไว้สูงลิ่ว แต่พอมีส่วนลดมากขึ้นกลุ่มผู้ใหญ่ วัยรุ่นก็รู้สึกตระหนักถึงต้นทุนของสินค้าที่สามารถหั่นราคาได้ต่ำลงอย่างไม่น่าเชื่อ จากราคาที่ตั้งไว้ และสะท้อนให้เห็นภาพว่าในตลาดก็ยังมีบริการและสินค้าน่าเชื่อถือกว่าที่มีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน และประหยัดเงินมากกว่า ส่วนภาพกราฟิกที่ช่วยอธิบายเทคโนโลยีของสินค้าก็ไม่ได้ทำหน้าที่อะไรมากไปกว่าการอธิบายรายละเอียดคนวัตกรรมการที่บางครั้งไม่ได้เห็นได้ด้วยตา เนื่องจากสินค้านั้นมีนวัตกรรมที่ซับซ้อน รวมไปถึงผลจากการใช้งานที่มีนวัตกรรมเหล่านั้นมาช่วยดูแลร่างกาย สุขภาพ และบุคลิกภาพ

ในกลุ่มผู้ใหญ่ วัยกลางคนมีความเห็นต่อเรื่องคุณสมบัติสินค้า ข้อได้เปรียบจากการใช้สินค้า และสิทธิพิเศษ รวมถึงเทคโนโลยีและภาพกราฟิกที่ช่วยอธิบายการทำงานของสินค้าว่า การที่พวกเขาจะเลือกสินค้าสักอย่างมาดูแลร่างกาย สุขภาพ และบุคลิกภาพนั้น คุณสมบัติของสินค้าอาจไม่ต้องดีเลิศสมบูรณ์แบบ แต่พวกเขาใช้ตามความจำเป็นในชีวิตประจำวันไม่ได้เลือกคุณสมบัติเพื่อการใช้งานในอนาคต และไม่ได้รู้สึกขวนขวายหาวัตกรรมการใหม่ๆ มาใช้ขนาดนั้น เพราะต้องการสินค้าที่เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายในช่วงเวลานั้น อย่างไรก็ตามผู้ใหญ่ วัยกลางคนให้ความเห็นว่าความต้องการของร่างกายก็ยังแบ่งออกเป็น ความต้องการแท้และความต้องการเทียมซึ่งเป็นความฟุ้งเฟ้อที่ตอบสนองความอยากเพียงชั่วครู่เท่านั้น ส่วนเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสิ่งที่ทำให้ร่างกาย สุขภาพ และบุคลิกภาพดีขึ้นจริง แต่ในทางปฏิบัติกลุ่มผู้ใหญ่ วัยกลางคนก็อาจเลือกใช้แค่เครื่องใช้ธรรมดา หากว่าข้อดีของเทคโนโลยีและนวัตกรรมเกินกว่าจำเป็น ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นในการเอื้อประโยชน์ในชีวิตประจำวันของแต่ละคนว่าได้ประโยชน์และสามารถแสวงหากำไรเพิ่มเติมจากเครื่องมือเหล่านั้นหรือไม่ เช่น หนึ่งในกลุ่มผู้ใหญ่ วัยกลางคนอธิบายว่า

“มันอาจจะเกี่ยวกับความคุ้มค่าด้วย อย่างพี่ทำธุรกิจสมุนไพรมานานแล้วพี่ซื้อเครื่องปั่นในโฆษณามาใช้ ตรงนี้มันก็จะตอบโจทย์ความคุ้มค่าในการใช้งานด้วยเทคโนโลยีอีกต่อหนึ่ง เพราะมันทำให้พี่ทำงานได้เร็วขึ้น ... มันก็คุ้มถ้าเราซื้ออุปกรณ์ไปเกี่ยวหุ่นธุรกิจที่เราทำอยู่”

นอกจากนี้กลุ่มผู้ใหญ่วัยกลางคนยังเห็นว่าหากไร้ซึ่งวินัยในการดูแลร่างกาย เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใดก็ไม่สามารถจูงใจให้เกิดการดูแล ร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพได้ เช่น เห็นว่าคนบางคนซื้อลู่วิ่งมาทำเป็นราวตากผ้า การยกตัวอย่างความคุ้มค่าของเครื่องมือในการควบคุมร่างกายของกลุ่มตัวอย่างทั้งสองวัยยังสะท้อนให้เห็นถึงเรื่องคุณค่าของระบบวัตถุด้วยเช่นกัน

ในบทความชื่อ The System of Objects and Commodification of Everyday Life ได้อธิบายเกี่ยวกับระบบความหมายว่าเป็นการผลิตหมุนเวียนสินค้า ระบบรูปแบบสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ถูกผลิตขึ้นถือเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมดังเช่นที่ Roland Barth กล่าวไว้ว่าระบบของวัตถุก็คือปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมทางด้านวัตถุ ความหมายที่เกี่ยวข้องกับวัตถุนั้นๆ เกิดขึ้นจากวาทกรรมเกี่ยวกับอุดมคตินิยมที่สัมพันธ์กับการใช้วัตถุสิ่งของนั้นๆ ทั้งนี้ลักษณะการสื่อสารเพื่อให้เกิดการใช้วัตถุสิ่งของนั้นซึ่งก็คือการเปลี่ยนแปลงตัวเลือกสิ่งของ สินค้าในใจของผู้บริโภคให้เหมาะสม

ระบบของวัตถุ (Les Systeme des objects) พูดถึงเรื่องราวของเครื่องครัวเรื่องของชนชั้นกลางที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคนที่อาศัยอยู่ในแต่ละครอบครัว โดยดูจากเครื่องใช้ที่แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือวัตถุสิ่งของที่มีประโยชน์ตามหน้าที่การใช้งาน (Functional Objects) และวัตถุสิ่งของที่ไม่มีประโยชน์ตามหน้าที่การใช้งาน (Non Functional Objects) ซึ่งในปัจจุบันคุณค่าและประโยชน์จากการใช้สิ่งของได้เปลี่ยนไปจากเดิมที่คุณค่ามันเกิดจากประโยชน์การใช้สอยของเครื่องครัวเรือนและอุปกรณ์ต่างๆ แต่กลับกลายเป็นคุณค่าที่ได้มาจากระบบความหมายนามธรรมของวัตถุชิ้นนั้นๆ ด้วยความคำนึงถึงรูปทรง ลายเส้น รูปร่าง และความเหมาะสมของการตกแต่งของวัตถุในครัวเรือน ทำให้ความสำคัญของอารมณ์ความรู้สึกจากคุณค่าในแบบดั้งเดิมถูกกำจัดออกไป ในขณะที่เกี่ยวกับที่คุณค่าจากประโยชน์ใช้สอยได้รับความสนใจมากกว่าความสัมพันธ์ระหว่างผู้ใช้หรือผู้บริโภคกับตัววัตถุ เช่น สมัยก่อนบ้านคือหัวใจและแก่นของประเพณี รวมไปถึงประวัติศาสตร์ชุมชนแต่ปัจจุบันบ้านเปรียบเป็นตู้กระจกสำหรับโชว์ความเป็นบริโภคนิยม ซึ่งเมื่อข้าวของต่างๆ ที่อยู่ในบ้านล้ำสมัย ข้าวของเหล่านั้นก็ไม่ต่างไปจากขยะ

ข้าวของเครื่องมือต่างๆ กับสภาพสังคมในยุคเทคโนโลยี สิ่งของและวัตถุสมัยใหม่จะต้องมีหน้าที่การใช้งานที่สัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและการจัดการให้เข้ากับพื้นที่ สถานที่ ซึ่งขาดความสัมพันธ์ต่อเนื่องกับสิ่งดั้งเดิม ความปรารถนาที่จะครอบครองตัวเครื่องมือ อุปกรณ์และข้าวของ

ต่างๆในยุคสมัยใหม่ทำให้เกิดแฟชั่นจากการใช้สิ่งของต่างๆ ต่างกับของเก่า (Antique) ที่ถูกมองจากสายตาของความเป็นสมัยใหม่ว่าเป็นสิ่งของที่ไม่ได้มีประโยชน์อยู่จริงในช่วงเวลาขณะนั้น พวกมันถูกมองว่าเป็นสิ่งอื่นและไม่มีประโยชน์ใช้สอยจริง ซึ่งหลุดออกจากประเด็นของความทันสมัยและความเป็นเหตุเป็นผลของเรื่องการตกแต่งภายใน (Interior Design)

เมื่อเจาะลึกไปถึงเครื่องใช้ในครัวเรือนก็จะพบว่าระบบความหมายและคุณค่าทางนามธรรมได้แทรกซึมเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นในชีวิตประจำวันซึ่งมีความสัมพันธ์กับระบบการตกแต่งภายในอำนาจของพื้นที่และบริบทแวดล้อมเข้ามาแทนที่ความรู้สึกที่ละเอียดอ่อนต่อสิ่งของนั้นในแง่มุมต่างๆ ประโยชน์ใช้สอยจริงๆถูกมองข้ามไปและความสำคัญทางบริบทแวดล้อมนั้นกลับขึ้นมาเป็นอันดับแรก เพราะในยุคสมัยใหม่นั้นได้หลุดพ้นจากการตอบสนองพื้นฐานไปสู่ภาวะบริโภคนิยม เปลี่ยนความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งของกับคนเชิงประวัติศาสตร์เป็น ความสัมพันธ์เชิงอารมณ์และความต้องการระหว่างผู้คน สิ่งของ และบริบทแวดล้อม

ระบบบริโภคนิยมนั้นได้สะสมคุณค่าจากการใช้สิ่งของและการแลกเปลี่ยนเชิงคุณค่าระหว่างการใช้สิ่งของนั้นๆ ซึ่ง Baudrillard ได้อธิบายว่าชีวิตประจำวันนั้นถูกทำให้เป็นสินค้า และทำลายคุณค่าของมันเหลือเพียงแค่คุณค่าทางสัญลักษณ์

ในการบริโภคนั้นประชาชนผู้คนไม่ได้ทำตามบริโภคนิยมที่อยู่ในการบริโภคนำมาคิดตามัวแต่ในทางกลับกันใช้สัญลักษณ์จากการบริโภคนิยมเพื่อให้ได้มาซึ่งความได้เปรียบต่างๆเหนือผู้อื่น การบริโภคนิยมยังมีการเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบของการบริโภคนิยมไปเป็นการบริโภคนิยมดิจิทัล ซึ่งเป็นกลไกกรรมวิธีเชิงข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กับเศรษฐศาสตร์การเมือง Cybernetics เน้นไปที่การเปลี่ยนถ่ายย้ายโอนข้อมูลความรู้มากกว่าเน้นที่การเปลี่ยนถ่ายความหมายของสิ่งต่างๆ Cybernetics ยังเกี่ยวข้องกับทฤษฎีข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมร่วมสมัย

ในระบบข้อมูลสารสนเทศและการเปลี่ยนถ่ายโยกย้ายข้อมูล การโฆษณาถูกกล่าวถึงในฐานะที่เป็นสิ่งที่มากกว่าคำเชิญชวน มันถือเป็นการกินกำไรให้ผู้บริโภคทุกครั้งที่มีการซื้อขายแลกเปลี่ยนราวกับมีการเก็บสะสมแต้มคะแนนจากการซื้อปั้ง ทั้งนี้การซื้อขายนั้นย่อมมีความเกี่ยวข้องกับยุทธวิธีของการโฆษณาที่นักโฆษณาย่อมตระหนักถึงพฤติกรรมของผู้ซื้อ บางครั้งพบว่าผู้บริโภคนั้นได้ตอบสนองการบริโภคนิยมหลังจากที่ดูโฆษณาโดยปราศจากความเกี่ยวข้องกับของสินค้าที่ถูกโฆษณาหรือแม้กระทั่งไม่มีความเกี่ยวข้องกับชื่อสินค้าที่ถูกโฆษณา แต่พฤติกรรมการบริโภคนิยมกลับมีความสอดคล้องกับสิ่งที่นักโฆษณาต้องการให้เกิดการบริโภค ซึ่งถือเป็นการขยายขอบเขตของระบบการประเมินผ่านการซื้อ

มอง (Monitoring Measurement) โดยมีแม่แบบการการบริโภคที่มีความสัมพันธ์กับสื่อประเภทโทรทัศน์ ห้างร้าน ผู้ใช้เอง และตัวผลิตภัณฑ์

นอกจากนี้การสำรวจเชิงการเมืองและผลสำรวจต่างๆยังถูกนำเสนอในการสื่อสารเชิงแลกเปลี่ยนสารสนเทศนี้เช่นกัน โดยนักการตลาดจะสร้างเรื่องราวที่น่าชักชวนใจเกี่ยวกับความหมายและปริมาณของการบริโภคหนึ่งในโฆษณาหรือสื่อประเภทต่างๆ รวมไปถึงจำนวนของลูกค้าที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคนั้นๆ

ดังนั้นการสื่อสารในโลกสากล การละคร หรือมหรสพต่างๆในโลกจึงแสดงคุณสมบัติอย่างหนึ่งคือ สะท้อนการแสดงออกของการโหยหาความเป็นจริงและรื้อรอบขอบเขตของลักษณะที่เป็นอุดมคติ คนหนุ่มมากจะถูกสำรวจ กลยุทธ์การตลาดก็จะเคลื่อนตัวจากผู้ผลิตผ่านสินค้าไปยังผู้บริโภค การขายสินค้าและบริการต่างๆในโลกของเทคโนโลยีสารสนเทศจะปรับให้เข้ากับความปลอดภัยของผู้บริโภคที่คาดหวังต่อตัวสินค้า การตลาดที่กำลังดำเนินกลยุทธ์อยู่นั้นจะทำให้สอดคล้องกับอุดมคติของกลุ่มเป้าหมายผ่านตัวสินค้าที่สะท้อนความหวังความฝันที่เป็นนามธรรม สะท้อนความวิตกกังวลเบื้องลึกที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกันร่างกาย

วิธีการนำเสนอของโฆษณาเปลี่ยนจากการเน้นย้ำเรื่องประโยชน์จากการใช้สินค้าเป็นการย้ำคุณค่าทางสัญลักษณ์ที่ถูกอธิบายผ่านสิ่งต่างๆในโฆษณาเช่น การโฆษณาลักษณะวิถีชีวิตเป็นต้น สำหรับ Baudrillard สัญลักษณ์จึงกลายเป็นเรื่องของระบบอำนาจไม่ใช่การแลกเปลี่ยนทางสัญลักษณ์ระหว่างกันเท่านั้น ดังนั้นจึงไม่น่าแปลกใจที่รูปแบบการบริโภคต่างๆนั้นยังดำเนินไปโดยปราศจากการโฆษณาตัวสินค้าที่เกี่ยวข้องราวกับว่าโฆษณานั้นถูกฝังและเป็นที่ยึดจำอยู่ในหัวผู้บริโภค แต่ขณะเดียวกันถ้าการนำเสนอประโยชน์นั้นไม่ตรงกับที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวัง สินค้าก็จะถูกเมินเฉย แต่หากการโปรโมทนั้นตรงจุด การบริโภคก็จะยังคงดำเนินต่อไป

Baudrillard กล่าวเพิ่มเติมว่าการลอกเลียนแบบและวงจรของมันนั้นเกิดขึ้นไปพร้อมกัน การเลียนแบบจะเกิดขึ้นผ่านรูปแบบตัวอย่างที่สะท้อนความเป็นจริงที่สมบูรณ์ที่สุด การเลียนแบบนั้นทำให้เกิดสนามแม่เหล็กของเหตุการณ์ (Magnetics Field of Events) ที่ทำให้เกิดการหมุนเวียนของการกระทำต่างๆที่ลอกเลียนแบบกัน ดังนั้นการบริโภคสินค้าที่ไม่ได้เกิดจากการกระตุ้นของโฆษณาสินค้าก็หือ่นั้นจึงสามารถเกิดขึ้นได้ เพราะระบบสัญลักษณ์ตามความคิดของ Baudrillard มีลักษณะสองขั้วที่สามารถสื่อความย้อนกลับไปมาระหว่างสองขั้วได้ เช่น ภาพใก้นั้นสื่อความถึงอาหาร แต่ในขณะเดียวกันก็มีความเกี่ยวข้องกับภาพห้างร้าน ร้านขายของชำซึ่งเป็นสถานที่ขายอาหารประเภทต่างๆด้วยเช่นกัน ดังนั้นการย้อนกลับไปมาของความสัมพันธ์ของภาพจึงไม่ได้หมุนเวียนไปพร้อมกับความหายของสิ่งนั้นๆอีก

ต่อไป แต่ทุกๆ ครั้งของการหมุนเวียนภาพของสิ่งต่างๆ ในระบบสัญญะจะมีการผสมผสานความหมายที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับสถานที่และสถานการณ์ที่ภาพนั้นปรากฏขึ้น

Baudrillard เห็นว่าสิ่งที่กำลังบริหารระบบสัญญะที่อยู่คือสิ่งที่เรามองไม่เห็นแต่กลับเป็นโครงการสถาปัตยกรรมเสมือนจริงที่กำลังทำงานบริหารอยู่โดยควบคุมการหมุนเวียนและความเป็นไปของร่างกาย ภาพ และตัวสินค้า กลยุทธ์การชักจูงทั้งหลายถูกนำมาใช้ และในขณะเดียวกันผู้บริโภคก็ถูกขับเคลื่อนไปสู่การบริโภคสินค้าผ่านสินค้าประเภทต่างๆ โดยไม่จำเป็นต้องมีการกล่าวถึงชื่อสินค้าหรือบริษัทผู้ผลิต ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวผลิตภัณฑ์ ภาพ และประโยชน์ใช้สอยจึงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างหนึ่งที่กระตุ้นความทรงจำเป็นระยะ

จากปรากฏการณ์ของการบริโภคต่างๆ ที่ Baudrillard ได้แสดงให้เห็นซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับระบบสัญญะ สัญญะของ Baudrillard จึงเปรียบเป็นยานพาหนะแห่งสัญญะที่เคลื่อนย้ายผู้คนในสังคมไปสู่ทิศทางต่างๆ ของการบริโภคทางด้านร่างกาย บทบาทของสัญลักษณ์ที่เปรียบเป็นดังยานพาหนะนี้ได้กระตุ้นให้ปัจเจกยังคงซื้อสินค้าโดยทำให้พวกเขาเชื่อและยึดมั่นในประโยชน์ของตัวสินค้า

ดังนั้นในโลกแห่งการผลิตสินค้าจึงเต็มไปด้วยความช่วยวน Baudrillard กล่าวว่าความเป็นจริงแล้วอำนาจไม่ใช่สิ่งอื่นใดแต่เป็นการเลียนแบบของอำนาจที่คอยจ้องมองผู้คนอยู่ซึ่งสอดคล้องกับสิ่งที่ฟูโกต์คิด ซึ่งอำนาจก็คือสัญญะแห่งการช่วยวนที่ทรงพลังนั่นเอง อำนาจนี้ทำงานผ่านร่างกายซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลอย่างหนึ่ง และร่างกายยังเป็นกลไกที่สร้างผลตอบรับในรูปแบบที่หลากหลายและเกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์การเมือง<sup>23</sup>

ในสังคมการทำให้ทุกประเด็นมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต มนุษย์ในยุคสมัยใหม่จึงถูกปลูกฝังให้มีการเตรียมพร้อมอย่างรอบด้าน วันนี้อาจมีประเด็นอาจมีแก่นสำคัญ แต่สังคมก็มักจะผลักดันให้เราพร้อมรับมือด้วยการคิดเพื่ออนาคตข้างหน้า การเตรียมพร้อมในเรื่องร่างกายก็เช่นเดียวกัน เราได้รับความรู้เรื่องสุขภาพพลานามัยจากวิชาสุขศึกษา เรียนตั้งแต่ระดับประถมจนถึงมัธยมปลายราวกับให้เราได้รับรู้เท่าทันโรคภัยแห่งยุคสมัย หรือแม้แต่การเรียนวิชาพลศึกษาที่สอนให้รู้จักการบริหารร่างกาย ตั้งแต่กิจกรรมฟุตบอล วายน้ำ วิ่งมาราธอน ไปจนถึงการเดินลีลาศ ทั้งนี้กิจกรรมการดูแลร่างกายในชีวิตประจำวันเหมือนวัตรกรรมและเทคโนโลยีถูกพัฒนาขึ้น ชีวิตของผู้คนจึงถูกยึดเหนี่ยวให้ใช้เครื่องมือ

<sup>23</sup> The System of Objects and the Commodification of Everyday Life : The Early Baudrillard Mark



ดูแลร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพ ด้วยเทคโนโลยีเหล่านี้ราวกับเป็นดังอ็อกซิเจนที่จะช่วยยืดชีวิตให้มีอายุได้ยืนยาวกว่าคนที่ไม่ได้เข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม

คุณค่าของเครื่องมือ ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนในการควบคุมร่างกายด้านสุขภาพ บุคลิกภาพจากโฆษณาสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ สามารถแบ่งออกเป็น ประเด็นเรื่องคุณค่าของประโยชน์ใช้สอย Functional Object และ คุณค่าที่ไม่ได้เกิดจากประโยชน์ใช้สอย Non Functional Object เช่นการแปลงร่างเป็นวัตถุที่ระดับการดำเนินชีวิตให้คุณเป็นคนทันสมัย ทันสมัย ดังที่ได้อธิบายมาแล้วว่ากลุ่มตัวอย่างศึกษาทั้งผู้ใหญ่ วัยรุ่นและผู้ใหญ่วัยกลางคนไม่ได้ปฏิเสธประโยชน์จากการใช้สอยของเครื่องมือ ผลิตภัณฑ์ และอุปกรณ์ที่โฆษณาในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ แต่สิ่งที่ไม่เห็นด้วยคือ การใช้เครื่องมือที่ประกอบด้วย ความสับสนทางเทคโนโลยีเหล่านี้ต่างหาก การสร้างเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่เปี่ยมด้วยนวัตกรรม นอกจากจะเกินความพอดีในการดำรงชีวิตในสายตากลุ่มตัวอย่างแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นถึงการสร้างความสนใจเรื่องค่านิยมการมีเกินพอดีเพื่อรองรับปัญหาทางด้านร่างกายที่จะมีขึ้นในอนาคตและสร้างความเหนือกว่าผู้บริโภคคนอื่นด้วยลักษณะความเป็นเจ้าแห่งเทคโนโลยี แต่ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างสะท้อนให้เห็นว่า คุณค่าที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับประโยชน์ใช้สอยไม่ใช่สิ่งที่พวกเขาสรรเสริญหรือเห็นดีเห็นงาม เพราะเมื่อเทคโนโลยีเหล่านี้ล้ำสมัย อุปกรณ์ที่มาพร้อมกับนวัตกรรมใหม่ก็จะเข้ามาแทนที่ รวมไปถึงลักษณะแบบ Multi Function รูปแบบใหม่ๆก็จะถูกนำเสนออีกครั้ง ความไม่มั่นคงของความยั่งยืนของนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เอื้อต่อประโยชน์ใช้สอยประสิทธิภาพชั้นสูงจึงไม่ได้ดำรงคุณค่าอยู่จริงในช่วงเวลานั้นๆ และในที่สุดก็จะหลุดไปจากกรอบของความทันสมัย

สื่อโฆษณาข้อมูลเชิงธุรกิจยังสะท้อนบทบาทของโฆษณาเกี่ยวกับการเตือนและทำให้ผู้บริโภคนึกถึงความสำคัญของสุขภาพ แต่ไม่สามารถโน้มน้าวผู้บริโภคให้ใช้เครื่องมือ ผลิตภัณฑ์ หรืออุปกรณ์อย่างเดียวกัน เพื่อปรับรูปแบบการควบคุมดูแลร่างกายอย่างเดียวกันกับโฆษณาได้ แต่กลับเชื่อมโยงตัวผู้บริโภคเองกับสิ่งอื่น เช่น การดูแลร่างกายในแบบวิธีของตนเองตามที่ได้ใช้มาโดยตลอดซึ่งไม่มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีชั้นเลิศที่กล่าวในโฆษณา แต่ก็ใช้ได้ผลในอย่างเดียวกัน แม้ไม่เทียบเท่าแต่ก็ยังดีกว่าไม่ได้ดูแลร่างกาย และที่สำคัญเหมาะและจำเป็นต่อการดำรงชีวิตในแบบของเขา ภาพสัญลักษณ์ต่างๆที่อยู่ในสื่อข้อมูลเชิงธุรกิจ จึงทำหน้าที่ได้เพียงแค่กระตุ้นให้เกิดความทรงจำเกี่ยวกับความสำคัญของร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพ รวมไปถึงความสำคัญของการเลือกเครื่องมือเครื่องใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อควบคุมร่างกายในส่วนดังกล่าวผ่านสัญลักษณ์ที่หมุนเวียนและเปลี่ยนแปลงความหมายอยู่ตลอดเวลา

#### 4.2.6 ปัจจัยภายในและภายนอกเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ด้านร่างกาย

ตามที่คุณวิจัยได้สรุปข้างต้นแล้วว่า นวัตกรรม และเทคโนโลยี รวมไปถึง ภาพแทนชวนเชื่อเกี่ยวกับเครื่องมือ คุณสมบัติ ภาพก่อนและหลังการใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นปัจจัยส่วนน้อยที่ทำให้ผู้ชมรายการสื่อข้อมูลโทรทัศน์รู้สึกอ่อนไหวไปกับคำชวนเชื่อในการควบคุมดูแลร่างกาย ซึ่งในที่นี้ก็จะอาจจะอนุมานได้ว่าในชีวิตประจำวัน ประเด็นเหล่านี้อาจจะไม่ใช่ปัจจัยสำคัญที่ปลุกไฟแห่งการเปลี่ยนแปลงร่างกาย สุขภาพ และบุคลิกภาพของผู้บริโภค ดังนั้นปัจจัยที่แท้จริงของการเปลี่ยนแปลงค่านิยมเกี่ยวกับการควบคุมร่างกายนั้นคืออะไร ผู้วิจัยได้ตั้งคำถามกับกลุ่มกรณีศึกษาในกลุ่มผู้ใหญ่วัยรุ่นว่าปัจจัยที่กระตุ้นให้กลุ่มตัวอย่างเกิดการดูแล ควบคุม ร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพ คืออะไร พวกเขาได้อธิบายว่าโดยปกติแล้วการที่มีร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์ย่อมเป็นสิ่งที่ได้อยู่แล้ว บางครั้งการสร้างบุคลิกภาพที่ดีก็เอื้อประโยชน์ เช่น ต่อหน้าที่การงาน หรือการสมัครงาน สร้างความน่าเชื่อถือให้กับตนเอง ประเด็นเรื่องสุขภาพเป็นสิ่งที่ต้องดูแลอยู่ตลอดเวลา แต่เรื่องบุคลิกภาพนั้นการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้เราต้องปรับปรุงบุคลิกภาพ บางครั้งสังคมรอบข้างมีการวิจารณ์ซึ่งหน้า ทำให้พวกเขา รู้สึกต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลง ซึ่งในบางกรณีพวกเขาก็รู้สึกว่ารู้สึกแยกกับคำวิจารณ์เหล่านั้นและไม่อยากแบกรับข้อบกพร่องเช่นนี้ในร่างกาย ในบางกรณีพบว่าปัจจัยที่ทำให้ต้องดูแลสุขภาพ บุคลิกภาพก็เพื่อครอบครัว พวกเขาไม่ต้องการป่วยบ่อย และเห็นความสำคัญของครอบครัวมาเป็นลำดับแรก

ในกลุ่มกรณีศึกษากลุ่มผู้ใหญ่วัยกลางคนเห็นพ้องต้องกันกับกลุ่มผู้ใหญ่วัยรุ่นว่าการมีร่างกายแข็งแรงนั้นเป็นสิ่งที่ดี มีส่วนสร้างความเชื่อมั่นและความเชื่อถือให้แก่ตนเอง รวมไปถึงการดูแลบุคลิกภาพเพื่อเสริมความแข็งแรงของร่างกายนั้นมีส่วนสัมพันธ์กันหมด การใส่ใจต่อคำวิพากษ์วิจารณ์เรื่องร่างกาย สุขภาพ บุคลิกภาพ ที่บอกกล่าวโดยคนใกล้ชิดจึงเป็นปัจจัยในการดูแลร่างกาย แต่ไม่ได้ยึดมั่นถือมั่นว่าจะต้องมีการควบคุมร่างกายอย่างเข้มงวดจนกลายเป็นข้อกำหนดของชีวิต หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงแบบพลิกหน้ามือเป็นหลังมือ

นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงร่างกาย บุคลิกภาพ และดูแลสุขภาพกลุ่มตัวอย่างศึกษาทั้ง 2 กลุ่มมีความเห็นตรงกันว่าความรู้ที่ได้สั่งสมมามีส่วนช่วยในการตัดสินใจในการดูแลร่างกาย รวมไปถึงการเข้าถึงข้อมูลการบริโภคที่สะดวกขึ้น และมีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายสามารถสืบค้นได้ด้วยตนเอง หรือการติดตามข้อมูลจากแฟนเพจไปปลิวตามโรงพยาบาล รวมไปถึงคำสอนของพ่อแม่ในสมัยเด็กเกี่ยวกับสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ต่อร่างกาย ส่วนข้อมูลการปรับการบริโภคที่ได้รับจากผู้เชี่ยวชาญตามโฆษณาต่าง ๆ นั้น แทบจะไม่มีผลเนื่องจากกลุ่มกรณีศึกษาเห็นว่าเป็นการทำหน้าที่ขายสินค้าเท่านั้น ความเชื่อถือจากผู้เชี่ยวชาญในโฆษณาจึงแทบจะไม่มีผลเลย บางส่วนของกลุ่มกรณีศึกษาอธิบายว่าถ้าผู้เชี่ยวชาญ

ในชีวิตมานำเสนอข้อเท็จจริงและความรู้ อาจจะมีส่วนช่วยในการตัดสินใจบ้าง ไม่ว่าจะเป็นผู้เชี่ยวชาญจากสถาบันใด แต่ในปัจจุบันลักษณะของความเป็นชาวต่างชาติไม่ได้มีความสำคัญเท่ากับสมัยก่อนที่ลูกครึ่งมีบทบาทและเป็นของแปลกสำหรับสังคม ความคายนั่นของความเป็นลูกครึ่งจึงไม่มีอะแปลกใหม่แม้แต่ในโฆษณาที่นำชาวต่างชาติมาเป็นผู้แนะนำสินค้าหรือเป็นผู้เชี่ยวชาญในการแนะนำข้อมูลความรู้และเทคโนโลยี รวมไปถึงการอ้างอิงของวัฒนธรรมการบริโภคที่ต่างกันของชาวต่างชาติและคนไทย

“... สินค้าบางอย่างมันเกี่ยวกับวัฒนธรรมการบริโภค อย่างฝรั่งบางทีเขากินอาหารกระป๋องเยอะไม่ค่อยกินผักสดผลไม้เท่าไร อย่างเราวัฒนธรรมกินของสดเกือบจะสามมือ ทำให้คนที่มีความรู้วัฒนธรรมการกินแบบฝรั่ง เน้นรวดเร็วกินง่าย พอมาเห็นเครื่องปั่นอาหารสดแบบนี้มันก็จะทำให้รู้สึกว่าเทคโนโลยีในครัวเรือนแบบนี้ทำให้ชีวิตเขาดีขึ้นก็ได้ แต่คนที่กินของสดอยู่แล้วก็อาจไม่รู้สึกอะไร แต่ถ้าเป็นเครื่องมืออื่น ๆ มันก็ไม่ได้มีความหมายอะไรเท่าไรกับเชื้อชาติของผู้ดำเนินรายการ ผู้เชี่ยวชาญ หรือผู้ทดลองอะไรแบบนี้...”

ในประเด็นแรกที่ผู้วิจัยจะอธิบายคือการขยายความของกลุ่มกรณีศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงเรื่องการควบคุม คุณแลร่างกายของผู้บริโภค เราจะเห็นได้ว่าผู้บริโภคหรือผู้รับชมสื่อกรณีศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างผู้ใหญ่วัยรุ่นและผู้ใหญ่วัยกลางคน จะมีแรงขับทั้งภายในและภายนอก ปัจจัยภายในก็คือการอยากเปลี่ยนแปลงตัวเองเมื่อตนเองสัมผัสได้ถึงความป่วยไข้ทางร่างกายและต้องการเป็นอิสระต่อความป่วยไข้ ในขณะที่เดียวกันที่ปัจจัยภายนอก ทั้งการแทรกแซงของสถาบันสังคม เช่น ครอบครัว การปฏิสัมพันธ์ต่อที่สาธารณะ ต่างมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงร่างกาย ทั้งนี้ความเป็นจริงแรงขับภายในที่กลุ่มตัวอย่างอ้างอิงก็ได้รับแรงกดดันจากปัจจัยภายนอกอีกทีหนึ่งที่บีบคั้นให้เกิดการยอมรับข้อบกพร่องและนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง

แรงจูงใจภายนอก และแรงจูงใจภายใน (Internalism and Externalism Conceptions of Epistemic Justification) เกี่ยวกับความคิดเรื่องเหตุผลที่เป็นอำนาจอธิบายเกี่ยวกับญาณวิทยาในการกระทำหนึ่งๆ เรามักมีเหตุผลให้กับการกระทำของเราเสมอ ไม่ว่าจะเป็นการหาหลักฐาน เหตุผลข้อดี หรือประสบการณ์ตรงของปัจเจก หรืออ้างอิงตามพื้นฐานของการแสดงออกที่ระบบความเชื่อบางอย่างนั้นถูกผลิตอยู่

แรงจูงใจภายในเป็นพื้นฐานของพื้นฐานของความรู้หรือความเชื่อที่ถูกต้อง ไม่ว่าปัจเจกคนนั้นจะมีรูปแบบการเข้าถึงพื้นฐานของความรู้หรือความเชื่อรูปแบบใดก็ตาม แต่หัวใจสำคัญก็คือ ปัจเจกสามารถตระหนักถึงพื้นฐานเหล่านั้นหรือไม่ก็ตาม แรงจูงใจภายนอกเป็นเรื่องที่ปัจเจกไม่สามารถอ้างอิง

ถึงพื้นฐานความรู้หรือพื้นฐานความเชื่อโดยทั่วไปได้ เพราะส่วนหนึ่งของความรู้เหล่านั้นเชื่อมโยงพื้นฐานกับความรู้อื่นอยู่ในขณะที่ภาวะจิตนิยม (Mentalism) ก็จะพยายามตรวจสอบความเชื่อ ที่มาพร้อมกับความรู้ต่างๆ แต่สำหรับแรงจูงใจภายนอกเป็นเรื่องที่นอกเหนือภาวะแห่งจิตจะสามารถตรวจสอบความเชื่อเหล่านั้นได้ แรงจูงใจภายในจะให้ความสำคัญกับแนวคิดของการให้เหตุผลมากกว่าธรรมชาติของเครื่องมือหรือวิธีการเข้าถึงความรู้ของเครื่องมือที่จะมาตรวจสอบความถูกต้องความรู้หรือความเชื่อ ในขณะที่เดียวกันแรงจูงใจภายในในการหาความรู้ หรือพิสูจน์ความถูกต้องของความเชื่อจะเกิดขึ้นได้เมื่อต้องการหาความรู้เพื่อเติมเต็มหน้าที่หรือภารกิจเกี่ยวกับหน้าที่การงาน<sup>24</sup>

ดังนั้นการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวเองของผู้รับชมสื่อจึงมีกระบวนการที่ต้องมีการซับซ้อนมากขึ้น รวมไปถึงการตรวจสอบข้อมูล ความรู้ที่ได้รับมาจากหลายๆแหล่ง การรับชมสื่อเพียงไม่กี่ชั่วโมงนั้นไม่สามารถที่จะโน้มน้าวความกระหายใคร่อยากของผู้รับสื่อได้ง่ายๆอีกต่อไป

การที่เรารู้จักบางอย่างเราจะลงมือกระทำหรือตัดสินใจเชื่อเพราะเรารู้จักสิ่งๆนั้น แต่ในกรณีที่เรารู้จักในบางอย่าง การกระทำหรือการตัดสินใจกระทำใดๆก็ตามเกิดจากความที่เรารู้จัก แต่เราไม่ได้รู้จักสิ่งๆนั้นอย่างแท้จริง และในมุมมองเกี่ยวกับความจริงบางประการที่ถูกค้นพบมาก่อน การใช้เพียงความรู้ที่มีอยู่ของเราในการวิเคราะห์หรือตัดสินใจนั้น ถือว่าเป็นสิ่งที่บกพร่อง ซึ่งนั่นอาจเป็นเหตุผลที่ว่าภาพแทน และสัญลักษณ์เกี่ยวกับการควบคุมร่างกายในสื่อไม่ได้ทำงานภายในชั่วครู่ที่มันปรากฏตัวกลไกของแรงขับภายในของผู้บริโภคในการกรองประสบการณ์ความรู้ที่สั่งสมมาจะทำงานเพื่อเลือกเสพยาข้อมูล ถึงแม้จะเห็นดีเห็นงามด้วยในบางส่วนก็ตาม เพราะพื้นฐานความรู้หนึ่งๆของปัจเจกอาจเชื่อมโยงกับสิ่งที่เรารู้จักได้อีกหลายอย่าง ทั้งนี้พื้นฐานความรู้ใดๆก็ไม่ได้ผูกติดกับความรู้หรือความเชื่อชุดใดชุดหนึ่ง โดยที่พื้นฐานความรู้ก็อาจจะเชื่อมโยงกับประสบการณ์ของปัจเจกเสียด้วยซ้ำ การเข้าถึงพื้นฐานความรู้จึงถือเป็นแก่นของความรู้จากปัจเจกภายใน

กระบวนการของการพิสูจน์ความรู้ว่าถูกต้องหรือไม่นั้น มักจะมีความเชื่อ หรือประสบการณ์ของปัจเจกที่ทำหน้าที่ตรวจสอบเช่นนั้น แต่ก็ไม่เคยมีการระบุว่าอะไรจะเป็นเครื่องมือที่แน่นอนในการใช้ตรวจสอบความถูกต้องของความรู้ อย่างไรก็ตามเมื่อความรู้หนึ่งถูกเชื่อว่าเป็นความรู้ที่ถูกต้องแล้วนั้น ปัจเจกบางครั้งก็ยังคงพยายามหาเครื่องมือมาพิสูจน์และตรวจสอบความเชื่อครั้งแล้วครั้งเล่า การเทียบเคียง และตรวจสอบความเชื่อ ด้วยชุดความจริง ประสบการณ์ หรือความรู้ชุดอื่นๆ ทำให้เกิด

<sup>24</sup> <http://plato.stanford.edu/entries/justep-intext/>

กระบวนการสะท้อนกลับของความรู้ซึ่งกันและกัน ซึ่งผลปลายทางของการพิสูจน์ก็คือ ความรู้ที่ถูกต้อง เชื่อถือได้นั่นเอง ซึ่งนี่ก็คือกระบวนการของความรู้แบบปัจเจกภายใน

บางครั้งญาณวิทยาเกี่ยวกับการสนับสนุนความถูกต้องของความรู้หรือข้อเท็จจริงนั้น มีความสัมพันธ์กับหลักจริยธรรมที่ปัจเจกเติบโตมาพร้อมกับความคิดจริยธรรมที่ติดสอยห้อยตามมาจากการดำเนินชีวิตประจำวันตามบทบาทหน้าที่การทำงานหรือบทบาทที่เกี่ยวข้องกับความรู้

พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจคุณค่าของวัตถุนั้น ไม่ได้เกี่ยวข้องกับเรื่องอรรถประโยชน์ของมัน แต่ประเด็นที่ว่าจำนวนที่เราสามารถครอบครองวัตถุนั้นๆ ได้อย่างจำกัด ขึ้นอยู่กับเงินหรือของแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งการครอบครองของปัจเจกนั้นมีอยู่จำกัดจึงทำให้คุณค่าของวัตถุ สิ่งของเหล่านั้นมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งบางครั้งทำให้การบริโภคของผู้บริโภคเป็นเรื่องที่คาดเดาได้ยากว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าบางอย่างที่ผู้บริโภคแห่กันไปซื้อ ก็ไม่ได้หมายความว่าสินค้าเหล่านั้นมีคุณค่า อีกทั้งนักการตลาดก็ไม่มีสิทธิ์ไปตัดสินใจว่าการซื้อหรือไม่ซื้อของผู้บริโภคนั้นเกี่ยวข้องกับเรื่อง การประเมินคุณค่าหรือไม่ เพราะสำหรับการตัดสินใจของผู้บริโภคนั้นคุณค่าอาจไม่ได้มีความหมายอื่นใดนอกจากเป็นข้อมูลที่ทำให้เหตุผลประกอบเท่านั้น

การศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์เราไม่ได้ให้ความสำคัญกับปลายทางแห่งความหวังของปัจเจก แต่สนใจวิธีการที่จะพาไปสู่เป้าประสงค์เหล่านั้นต่างหาก เพราะมนุษย์มีวิธีการที่นำพาตัวเองไปสู่ความสมบูรณ์แบบในประเด็นต่างๆตามที่ตนคาดหวัง ไม่ใช่แค่เรื่องความสุขสบายทางวัตถุแต่เพียงอย่างเดียว

ทั้งนี้มันก็มีเรื่องของความเป็นเหตุเป็นผลและความไม่มีเหตุผลในพฤติกรรมหนึ่งๆ Marx Webber อธิบายว่า ความมีเหตุผลและไม่มีเหตุผลของการกระทำนั้นถูกตัดสินจากความสำคัญและปัญหาที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจึงมีคำว่าประเด็นทางสังคมและประเด็นที่ไม่ใช่ทางสังคมเกิดขึ้น เพราะการตัดสินใจคุณค่าความสำคัญของปรากฏการณ์สังคมที่เกี่ยวข้องนั่นเอง นอกจากนี้ยังมีความพยายามในการอธิบายความแตกต่างระหว่างความมีเหตุผลและไม่มีเหตุผลว่า เป็นเรื่องของ การสร้างขึ้นของปรากฏการณ์จากความล้มเหลวและการก่อร่างสร้างตัวของพฤติกรรมที่ผิดพลาด เช่น พฤติกรรมที่เกิดจากความคิดและความคาดหวังที่ผิดๆ หรือกระบวนการของการเกิดผลพฤติกรรมที่ไม่ถูกต้อง และไม่ได้นำไปสู่เป้าหมายอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือบางครั้งพฤติกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดกิจกรรมทางด้านเศรษฐกิจก็กลายเป็นเรื่องไร้เหตุผล ไร้สาระ เช่น พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา อิสรภาพของชาติ ฯลฯ อย่างไรก็ตามคนๆหนึ่งก็ไม่สามารถตัดสินคุณค่าของความฝันอันเป็นเป้าประสงค์ปลายทางของปัจเจกคนหนึ่งๆได้ เพราะแต่ละคนก็มีเกณฑ์การตัดสินใจคุณค่า ความถูกต้องของพฤติกรรมตนเอง

อย่างไรก็ตามเมื่อมีประเด็นเรื่องความมีเหตุและไม่มีเหตุผลเกี่ยวกับพฤติกรรม การหลีกเลี่ยง การประเมินคุณค่าพฤติกรรมและเป้าหมายของพฤติกรรมก็เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องได้ยาก มักจะมีการตั้งคำถามว่าปลายทางของพฤติกรรมนั้นมีค่าแค่ไหนถึงต้องเกิดพฤติกรรมเช่นนี้ขึ้น บางครั้งก็เกิดการยอมรับและการต่อต้านพฤติกรรมดังกล่าวจากคนรอบข้าง

ตามธรรมชาติแล้วมนุษย์มักจะไม่เพิกเฉยกับสิ่งแวดล้อมรอบกายพวกเขา ในพฤติกรรมต่างๆ อาจเปลี่ยนแปลงไปตามเป้าหมายที่พวกเขาหมายตา และเขาก็ไม่ลืมที่จะสร้างเหตุผลให้ตัวเองคล้อยตาม และนำไปสู่พฤติกรรมต่างๆ ซึ่งความจริงนั้นปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นรอบตัวสามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอด ดังนั้นเราไม่สามารถสรุปได้ว่าวิธีการไหนที่จะเป็นเครื่องมือที่ดีที่สุด หรือนำพาไปสู่เป้าหมายแห่งความจริงที่เราวางไว้ เราไม่สามารถพูดได้ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ที่ได้ทดลองปฏิบัติการในสังคมในปัจจุบันคือวิธีที่ดีที่สุด และในขณะเดียวกันเราก็ไม่สามารถบอกได้ว่าพฤติกรรมในอดีตที่เคยทำแล้วล้มเหลวหรือถูกมองว่าไร้เหตุผล จะถูกตัดสินและประเมินค่าอย่างนั้นตลอดไป ดังนั้นวิธีแห่งพฤติกรรม การพิสูจน์ความรู้ หรือการตัดสินความถูกต้อง มันก็เหมือนกับแฟชั่นเสื้อผ้าที่วันเวียนเปลี่ยนไปมาจนไม่รู้ว่าเป็นแบบใดคือความล้ำหลัง และแบบใดคือ New Trend<sup>25</sup>

#### 4.2.7 กำแพงมีหู ประตูเป็นรู : บทบาทของพื้นที่ส่วนตัวกับพื้นที่สาธารณะ ปัจจัยกระตุ้นในการเปลี่ยนแปลงควมคุมร่างกาย

การให้คำอธิบายเกี่ยวกับบทบาทของปัจจัยภายนอกที่มีส่วนกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เรื่องการควบคุมร่างกายของผู้บริโภคนั้น ทำให้เราได้เห็นอำนาจของสถาบันต่อการใช้กำลังบางประการ เพื่อบังคับให้เกิดกิจกรรมการควบคุมบางประเภทของสมาชิกในสังคมที่มีการสื่อสารกันทั้งต่อหน้า และการสื่อสารทางอ้อมที่ผ่านสื่อทั้งโทรทัศน์ ทีวี และอินเทอร์เน็ต

เนื่องจากการสื่อสารนั้นเป็นประตูแห่งการอำนาจของสถาบันต่างๆที่มีผลต่อการสร้างและควบคุมอัตลักษณ์การแสดงออกหลายมิติของผู้บริโภค ดังนั้นเราจึงต้องวิเคราะห์การสื่อสารในฐานะที่เป็นการกระทำที่ก่อร่างขึ้น โดยอัตลักษณ์ทางสังคมรูปแบบหนึ่ง ในขณะเดียวกันที่การสื่อสารเกิดขึ้นท่ามกลางบริบทที่แตกต่างกัน ปัจเจกเองต้องอาศัยอยู่ในสถานการณ์ของการสื่อสารที่สังคมสร้างขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าถึงทรัพยากรและความมั่นคงในการใช้ชีวิต พวกเขาจึงต้องมีการรวมกลุ่มกัน

<sup>25</sup> Ludwig von Mises. Epistemological Relativism in the Sciences of Human Action. Mises Daily: Saturday, July 12, 2008.

ด้วยความสัมพันธ์ของกฎระเบียบ ทรัพยากร และปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่สร้างขึ้น ทั้งนี้มีสถาบันที่เกี่ยวข้องในสังคมได้กำหนดวิธีการสร้างปฏิสัมพันธ์ไว้ล่วงหน้าอยู่ก่อนแล้ว และบางครั้งสถาบันก็เป็นตัวกำหนดตำแหน่งและบทบาทของคนในสังคม และอุปสรรคของชีวิตที่ปัจเจกต้องฟันฝ่า

อำนาจจึงเป็นสิ่งที่ปัจเจกใช้เป็นเครื่องมือในการบรรลุเป้าหมายและความสนใจของพวกเขา และเอื้อผลประโยชน์ในอนาคต Michael Man ได้แบ่งอำนาจหลักออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ อำนาจทางเศรษฐกิจ อำนาจทางการเมือง อำนาจการใช้กำลัง และอำนาจสัญญา ซึ่งอำนาจทั้งหมดล้วนสะท้อนลักษณะประเภทของกิจกรรมที่คนในสังคมต้องเข้าไปใช้ชีวิตพัวพันด้วย

อำนาจทางเศรษฐกิจ เกิดจากอำนาจการผลิตของมนุษย์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการควบคุมการทำให้เป็นสินค้าที่สามารถบริโภคและแลกเปลี่ยนได้ในท้องตลาด กิจกรรมที่เพิ่มผลผลิตเกี่ยวข้องกับการใช้งานและการสร้างสรรค์ของวัตถุดิบที่หลากหลายและทุนทางการเงิน ทรัพยากรเหล่านี้สามารถเก็บสะสมและแบ่งปันระหว่างกันได้โดยผ่านปัจเจกด้วยตนเองและระหว่างองค์กรเพื่อขยายพื้นที่กิจกรรมทางเศรษฐกิจ

อำนาจทางการเมือง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกที่มีประเด็นเรื่องสถาบันทางการเมืองมาเกี่ยวข้อง เช่น อำนาจของรัฐในการทำกิจกรรมต่างๆ รวมไปถึงการกำหนดกฎเกณฑ์จากรัฐในพื้นที่ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ทั้งนี้รัฐจะบริหารอำนาจของตนผ่านอำนาจ 2 รูปแบบ ได้แก่ Coercive Power หรือการใช้กำลัง และอำนาจสัญญา อำนาจจากการใช้กำลังก็อาจเป็นการใช้อำนาจผ่านอาวุธยุทโธปกรณ์ ส่วนอำนาจทางสัญญานั้นมีความเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรมที่มีบ่อเกิดจากวัฒนธรรมของการผลิต การเปลี่ยนแปลงและส่งทอด และการได้รับความหมายจากระบบสัญญะในปลายทาง ปัจเจกนั้นมีความเกี่ยวข้องกับระบบสัญญะอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการปรากฏตัวพบนสังคมนั้นก็คือการแสดงออกทางสัญญะอย่างอัตโนมัติ นอกจากนี้ปัจเจกยังมีการสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลและเนื้อหาเกี่ยวกับสัญญะ ในขณะที่เกิดกิจกรรมเช่นนั้น ผู้ที่มีปฏิสัมพันธ์ก็อาจจะตอบสนองต่อสัญลักษณ์และความหมายเหล่านั้นแตกต่างกันไป ทั้งนี้อำนาจเหล่านี้จะมีผลต่อพฤติกรรมของผู้คนที่ต่อเมื่อมีการผลิตสัญญะและมีการส่งต่อความหมายผ่านสัญญะระหว่างกัน อำนาจของสัญญะจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อมีกิจกรรมในสังคม และสัญลักษณ์ถูกใช้ในกิจกรรมเพื่อสร้างอิทธิพลต่อพฤติกรรมบางอย่างในสังคม และมีการเปลี่ยนถ่าย ถ่ายทอดสัญลักษณ์ระหว่างกิจกรรม

จากประเภทของอำนาจที่อธิบายดังกล่าว จึงเป็นสิ่งที่สามารถอธิบายได้ว่าเหตุใดครอบครัวถึงมีส่วนในการปรับปรุงพฤติกรรมการดูแลร่างกายของตนเอง เพราะสถาบันครอบครัวเป็นส่วนหนึ่งของคนที่ได้รับผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจจากการใช้ร่างกายเพื่อหาผลประโยชน์ของปัจเจกที่เป็นสมาชิก

ในครอบครัว ดังนั้นความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นกับความมั่นคงทางเศรษฐกิจของครอบครัวจึงเป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง กิจกรรมใดที่ยังต้องการร่างกาย สติปัญญา บุคลิกภาพ เพื่อสร้างความมั่นคงทางการเงิน ควรจะต้องดำรงอยู่ในสภาพที่ดีพร้อมใช้งาน ส่วนอำนาจของรัฐ ถึงแม้พวกเขาไม่ได้ใช้กำลังความรุนแรงทางทหารมาบีบบังคับให้คนเกิดการเปลี่ยนแปลงในการควบคุมดูแลร่างกาย แต่ในฐานะที่รัฐก็ต่างได้รับผลประโยชน์จากการใช้ร่างกายของปัจเจกในการขับเคลื่อนและขยายพื้นที่การทำกิจกรรม ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงเพื่อดูแลร่างกายเพื่อการเติบโตในหน้าที่การงานของปัจเจกจึงไม่ใช่เรื่องที่น่าประหลาดใจ

ในส่วนของอำนาจรัฐขณะนั้นเป็นประเด็นที่น่าอภิปรายเพิ่มเติมแยกออกไป ทั้งนี้ผู้วิจัยเห็นสมควรเกริ่นเกี่ยวกับเรื่องของของการกำเนิดโทรทัศน์ที่ทำให้การปฏิสัมพันธ์ในสังคมเพื่อแลกเปลี่ยนทั้งความคิดเห็น สัญลักษณ์ และอัตลักษณ์ ที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่แปรปรวนและไม่มั่นคงของคนในสังคมในฐานะผู้บริโภค

การเกิดขึ้นของโทรทัศน์ทำให้พื้นที่สาธารณะเปลี่ยนแปลงไป โทรทัศน์ประกอบไปด้วยสัญลักษณ์ที่บอกเป็นนัย และสร้างความแตกต่างรูปแบบใหม่เกี่ยวกับพื้นที่สาธารณะกับการมองเห็นกิจกรรมและพฤติกรรมที่ปรากฏอยู่ในโทรทัศน์บันทึกเหตุการณ์และกิจกรรมของปัจเจกที่อยู่ในพื้นที่และบริบทที่กระจัดกระจายไปทั่วโลก โทรทัศน์ทำให้ปัจเจกสามารถมองเห็นปรากฏการณ์ที่กว้างขวางกว่าสิ่งที่เขาเห็นในชีวิตประจำวัน และปัจเจกเองก็ไม่สามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการควบคุมกิจกรรมต่างๆที่ปรากฏอยู่ในโทรทัศน์ นอกจากนั้นการกำเนิดโทรทัศน์ยังทำให้รูปแบบของการปรากฏในที่สาธารณะ และความสัมพันธ์ของผู้สร้างสื่อกับผู้รับสื่อมีความสัมพันธ์กันแบบการมองเห็นและการมองไม่เห็น ความสามารถที่จะมองเห็นและถูกมองเห็น<sup>26</sup>

ตัวตนและประสบการณ์ในโลกของสื่อพูดถึงธรรมชาติของปัจเจกกับประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของโลกที่ถูกทำให้เป็นสื่อ ภาพสัญลักษณ์จากสื่อทำให้ปัจเจกมีความหลากหลายทางเลือกในการขึ้นรูปอัตลักษณ์ของตนเอง ในขณะที่เดียวกันที่มีการสร้างสรรค์ความเป็นปัจเจกขึ้นนั้นโลกที่ถูกทำให้เป็นสื่อก็ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบการสร้างอัตลักษณ์กับพื้นที่สาธารณะที่ทำให้กิจกรรมร่วมกันในสังคม ความสัมพันธ์นี้ไม่ได้ถูกทำลายแต่คลายความเหนียวแน่นของความสัมพันธ์ลงในขณะที่ปัจเจกเผชิญหน้ากับความหลากหลายของข้อมูลและการสื่อสารที่มีที่มาจากแหล่งกำเนิดที่

<sup>26</sup> Thompson, John B. The Media and Modernity: A Social Theory of the Media. Oxford. 1995. P.120-130.



อยู่ไกลตัวออกไปแต่ถูกส่งผ่านเครือข่ายการสื่อสารที่ถูกขยายออกไปเรื่อยๆ รวมไปถึงความรู้ข้อมูลที่ปัจเจกได้รับนั้นไม่ใช่ความรู้ท้องถิ่นที่เกยถ่ายทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น

ในขณะที่ปัจเจกได้รับความรู้ที่เป็นอื่น ทำให้พวกเขาตั้งสมประสพการณ์รูปแบบความสัมพันธ์แห่งความห่างไกล ความไม่สนิทชิดเชื้อ และความผสมผสานความแตกต่างของประสพการณ์ในโลกสมัยใหม่ เมื่อการปะทะประสานความสัมพันธ์ของคนในสังคมไม่ใช่การพบปะซึ่งหน้าอีกต่อไป พื้นที่การทำกิจกรรมบางส่วนที่มีความคาบเกี่ยวกันในพื้นที่กิจกรรมจริงๆ ในชีวิตประจำวันถูกลดความสำคัญลงในแต่ละครั้งที่ผู้คนพบเจอหน้ากันในบริบทของสังคม เช่น การพูดเรื่องความเจ็บป่วย ความฝันเพื่อน ความตาย เป็นต้น เรื่องเหล่านี้ถูกผลักให้เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของสถาบันที่มีความรู้ความสามารถพิเศษเป็นผู้ดูแลรับผิดชอบ

จากลักษณะของโลกความเป็นสาธารณะที่คืบคลานเข้ามาในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค ทำให้โอกาสในการรับข้อมูลที่หลากหลายเดินมาเยี่ยมเยียนพวกเขาถึงเตียงนอน การปฏิสัมพันธ์แบบซึ่งหน้าแม้กระทั่งในเรื่องของการปรึกษาปัญหาสุขภาพและความงามก็ทำได้เพียงการคลิกเมาส์จากแหล่งข้อมูลสถาบันที่น่าเชื่อถือ การเข้า Webboard เพื่อถามตอบกับกลุ่มสมาชิกที่มีความสนใจเหมือนกัน เพื่อเปรียบเทียบความรู้ที่ได้มา ดังที่ได้อธิบายไปแล้วว่า พื้นที่บางส่วนของชีวิตที่ขยักเว้นจากการปฏิสัมพันธ์ซึ่งหน้า เช่นเรื่องเจ็บไข้ได้ป่วย หรือการตายด้วยสาเหตุของความบกพร่องทางสุขภาพร่างกาย ได้ถูกยกให้เป็นหน้าที่ของสถาบันเฉพาะทาง แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นมันก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายสำหรับคนไทยที่จะเข้าไปปรึกษาปัญหาหยาบหยาบทางด้านสุขภาพ บุคลิกภาพ กับผู้เชี่ยวชาญโดยตรง ดังนั้นการที่รายการโทรทัศน์ สื่อโฆษณาประเภทต่างๆ พยายามสอดแทรกบทบาทของผู้เชี่ยวชาญจึงเป็นเรื่องปกติ แต่ความสำคัญของการปรากฏตัวของผู้เชี่ยวชาญนั้น ผู้วิจัยเห็นว่าไม่ได้ช่วยกระตุ้นให้สนับสนุนการบริโภคสินค้าประเภทนั้นๆ แต่เป็นการเชื่อมโยงสถาบันที่ได้รับการรับรอง หรือองค์กรผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่มีอยู่ในชีวิตจริง และแสดงให้เห็นที่การเอาใจใส่ร่างกายตามที่สมควรจะเป็น ซึ่งก็การขยายความผลจากการวิจัยที่ว่าผู้เชี่ยวชาญในรายการสื่อข้อมูลธุรกิจ ไม่ได้มีผลต่อการเลือกซื้อนวัตกรรม เทคโนโลยีของสินค้าของผู้บริโภค แต่เมื่อถึงเวลาจำเป็นองค์กรหรือสถาบันความเชี่ยวชาญเหล่านี้จะชวนให้พวกเขาอุกคึกคิดว่าเมื่อมีปัญหาทางสุขภาพอย่างรุนแรงแท้จริงแล้วการเข้ารับการตรวจ ดูแลอย่างสม่ำเสมอจากสถาบันเหล่านี้จึงเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดูแลร่างกาย ซึ่งการปรากฏตัวของผู้เชี่ยวชาญ ดาราที่โด่งดัง ที่ปรากฏในโฆษณาที่มีประโยชน์ไม่ต่างอะไรกับวัตถุที่มีคุณค่าตามหน้าที่การใช้งาน แต่ไม่ใช่มูลค่าเกี่ยวแบบ Non Functional เพียงเพื่อให้ผู้บริโภคเชื่ออย่างฉาบฉวยเพื่อซื้อสินค้าเท่านั้น

ในระบบสัญลักษณ์ ปัจเจกได้เคลื่อนไหวตัวเองในการทำกิจกรรมและประกอบสร้างการปรากฏตัวของตนเองอย่างขยันขันแข็ง ปัจเจกจะร้อยเรียงเอาข้อมูลที่เขาพบเจอมาถักถอขึ้นเป็นราวกับเป็นการสร้างเรื่องราวของการปรากฏตัวของปัจเจกในช่วงเวลาหนึ่งๆของการสร้างอัตลักษณ์ วัสดุทางสัญญาที่เอามาประกอบเป็นอัตลักษณ์จะถูกเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาหลังจากที่พวกเขามีประสบการณ์ใหม่ๆในชีวิต บางครั้งมีการหมุนเวียนของสัญลักษณ์ที่ถูกย้อนนำกลับมาใช้อีกเพื่อบอกเล่าเรื่องราวของปัจเจก ในขณะเดียวกันที่สัญลักษณ์ต่างๆถูกนำมาใช้ในการสร้างอัตลักษณ์ แต่ความยั่งยืนและความสม่ำเสมอของการใช้สัญลักษณ์เหล่านั้นกลับเป็นภาวะของความระส่ำระสายและไม่แน่นอน ในการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบสัญลักษณ์ที่จะถูกนำเสนอในอัตลักษณ์ของปัจเจก ปัจเจกจะเป็นผู้ประเมินคุณค่าของสัญลักษณ์เหล่านั้นว่าสามารถสร้างอัตลักษณ์ที่นำไปไปสู่สิ่งที่พวกเขาคาดหวังและความสำเร็จหรือไม่ หากสัญลักษณ์สร้างความล้มเหลวในการสร้างอัตลักษณ์กระบวนการประเมินการเลือกสัญลักษณ์ก็จะถูกพิจารณาใหม่อีกครั้ง และแน่นอนว่าสถานที่ที่ใช้สำหรับการประเมินสัญลักษณ์ที่ถูกเลือกและอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างก็คือพื้นที่กิจกรรมที่มีการปะทะประสานซึ่งหน้า Face to Face interaction นั่นเอง

นอกจากไปจากนั้นเมื่อความรู้ที่ปัจเจกได้รับจากความหลากหลายของสื่อรูปแบบใหม่ ทำให้ความสำคัญของผู้เชี่ยวชาญลดน้อยลงไป และลดบทบาทความสำคัญลงจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจที่ถูกสร้างผ่านการประสานความสัมพันธ์ด้วยการสื่อสารแบบซึ่งหน้า ก็เพราะว่าปัจเจกไม่ได้แลกเปลี่ยนความรู้ต่อกันโดยตรงอีกต่อไปแล้ว พวกเขาสามารถหาความรู้จากการสื่อสารที่เปิดกว้างที่แทบจะป้อนผ่านสายยาง ซึมเข้าสู่สมองโดยตรง

ผลจากการสร้างสรรค์ของปัจเจกดังที่กล่าวมามีหลายข้อ คือ การที่สื่อสัญลักษณ์มีการขยายตัวมากขึ้น นั้นเป็นการเปิดโอกาสให้ภาพอัตลักษณ์ที่มีความหมายบางประการถูกเผยแพร่ออกไปในโลกชีวิตประจำวันผ่านอัตลักษณ์ที่ถูกสร้างเหล่านั้นไปด้วยซึ่งถ้าหากมีการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ดังเช่นนั้นเกร่อในสังคม มันก็จะถูกมองราวกับว่าเป็นภาพแห่งอุดมคติ ในขณะที่สื่อสัญลักษณ์มีเพิ่มขึ้นละลานตา และมีผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ของปัจเจก นั่นก็ทำให้ปัจเจกใช้ชีวิตขึ้นอยู่กับสื่อสัญลักษณ์ในสังคมมากขึ้น นอกจากนี้การเพิ่มพูนของสัญลักษณ์ที่ปรากฏในสื่อทำให้เกิดความรู้สึกไม่คุ้นเคย เนื่องจากปัจเจกแต่ละคน เก็บสะสมประสบการณ์จากสื่อที่ผลิตขึ้นในที่ต่างๆ แล้วมาประกอบสร้างเป็นอัตลักษณ์ที่หลากหลาย ผสมผสาน ดังนั้นในชีวิตประจำวันปัจเจกไม่ได้เพียงแค่เห็นโลกที่กว้างขึ้น แต่ยังเป็นเรื่องราวประกอบสร้างอัตลักษณ์ที่ประกอบด้วยสัญลักษณ์มากมายที่ไม่คุ้นเคยและไม่สัมพันธ์กันของผู้คนรายรอบ ซึ่งในขณะเดียวกันที่ปัจเจกรับสื่อจากแหล่งต่างๆ ในชีวิตประจำวันก็ยังมีโอกาสในการ

ปฏิสัมพันธ์กับผู้คนที่เป็นแหล่งข้อมูลและคำแนะนำด้านความเชื่อวชาญต่างๆที่ปัจเจกมีความคุ้นเคยซึ่งในที่สุดก็มีการปรับใช้และเลือกสัญลักษณ์มาตีความหมายและสร้างความเป็นตัวตนของปัจเจก ซึ่งบางครั้งการใช้สื่อสัญลักษณ์บางรูปแบบทำให้เกิดปรากฏการณ์สะท้อนกลับของปัจเจก กล่าวคือ ในการตีความและเลือกสื่อสัญลักษณ์มาใช้เพื่อประกอบสร้างตัวตนของปัจเจก บางครั้งไม่ได้เชื่อมโยงปัจเจกไปสู่สิ่งอื่นที่พวกเขาไม่ได้ตั้งใจอยากจะทำสื่อความความเป็นตัวตนของพวกเขา ปรากฏการณ์เช่นนี้เป็นปฏิสัมพันธ์เสมือนของสื่อ เพราะสื่อสัญลักษณ์ที่ถูกเลือกมาได้ใช้สื่อความเพียงบางส่วน และอีกส่วนหนึ่งเชื่อมโยงไปหาสิ่งอื่น<sup>27</sup>

บางครั้งความเจ็บป่วย ไม่สบายนั้นก็ไม่ใช่ลักษณะทางกายภาพ แต่มันเป็นการตัดสินใจของสังคมว่าลักษณะใดคือภาวะร่างกายบกพร่อง ในขณะที่ปัจเจกเผชิญกับสภาพร่างกายหรือสุขภาพบกพร่อง นั่นคือการเผชิญหน้ากับความคาดหวังของสังคมที่รันแต่จะเพิ่มมากขึ้นและสร้างความกระสับกระส่าย ความไม่มั่นคง ความสับสนอลหม่าน ในการเลือกบริโภคในสังคมยุคสมัยใหม่ ที่อะไรก็ไม่จริงและยั่งยืน

<sup>27</sup> Thompson, John B. *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*. Oxford, 1995. P.207-219.