



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมวิทยาประยุกต์)

ปริญญา

สังคมวิทยาประยุกต์

สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง

ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับ
ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
The Image of Tattoo Fashion in the Opinion of Vocational Diploma Students,
Lopburi Technical College Amphoe Mueang Changwat Lop Buri

นามผู้วิจัย นางสาวนรินทร์ ไรจนการสกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไฉ่วตรี ฌ กลาง, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(รองศาสตราจารย์ปภาณี จิตติวัฒนา, คม., สค.ม.)

หัวหน้าภาควิชา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วรชัย วิริยารมภ์, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ
ชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

The Image of Tattoo Fashion in the Opinion of Vocational Diploma Students,
Lopburi Technical College Amphoe Mueang Changwat Lop Buri

โดย

นางสาวนรินทร์ ใจนการสกุล

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมวิทยาประยุกต์)

พ.ศ. 2553

ลิขสิทธิ์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

นรินทร์ โจรจนการสกุล 2553: ภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามในความคิดเห็นของ
นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี อำเภอเมือง
จังหวัดชลบุรี ปรินญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมวิทยาประยุกต์) สาขาสังคมวิทยา
ประยุกต์ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก:
ผู้ช่วยศาสตราจารย์โสวัตรี ณ ถลาง, Ph.D. 124 หน้า

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึง 1) ภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามของ
นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) 2) ปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับ
การรัก ที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การรักของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)
เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 330 คน ร่วมกับการเก็บข้อมูลด้วย
แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 17 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติสถิติไคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
เพียร์สัน โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อาศัยอยู่กับพ่อแม่/พี่น้อง/ญาติในขณะที่
ที่ศึกษา มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีการ
รับรู้ข่าวสารและความคิดเห็นเกี่ยวกับการรักในระดับปานกลาง มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรัก
ในระดับมาก แต่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการรักในระดับน้อย และมีภาพลักษณ์การรักเพื่อ
ความสวยงามในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ รายได้ การรับรู้ข่าวสาร
เกี่ยวกับการรัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการรักมีความสัมพันธ์กับ
ภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการอยู่อาศัยระหว่าง
ศึกษา รายได้ของครอบครัว และความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์
การรักเพื่อความสวยงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากผลการวิจัยนี้ มีข้อเสนอแนะว่าควรมีการศึกษาในส่วนของกรวิจัยเชิงคุณภาพให้มากกว่านี้
รวมทั้งควรมีการให้ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับข้อดี/ข้อเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการรัก เพื่อ
เป็นแนวทางในการตัดสินใจต่อผู้ที่จะรัก และเป็นข้อมูลให้กับบุคคลเพื่อเกิดความเข้าใจในเรื่องของการ
รักในสังคมไทยมากขึ้น

ลายมือชื่อนิติ

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Narin Rodjanakansakul 2010: The Image of Tattoo Fashion in the Opinion of Vocational Diploma Students, Lopburi Technical College Amphoe Mueang Changwat Lop Buri. Master of Arts (Applied Sociology), Major Field: Applied Sociology, Department of Sociology and Anthropology. Thesis Advisor: Assistant Professor Sowatree Nathalang, Ph.D. 124 pages.

The objects of this research are to study 1) The image of Tattoo Fashion among the Vocational Diploma Students. 2) The personal factors relevant to tattoo fashion factors in the opinion of Vocational Diploma Students. Questionnaire survey was an instrument for collecting data among 330 samples, and interviewed 17 samples. Analyzed statistics were percentage, mean, standard deviation, with Chi-square and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient investigated by significant level at .05

The result of this research found that most of the sample of this research were male, living with family during their study, obtained personal income less than 5,000 baht per month, and has family income less than 10,000 baht per month. Moderate level of perceiving knowledge and opinion in tattoo fashion, good level of understanding of tattoo fashion, low level of experience in tattoo fashion, and very low level of overall image in tattoo fashion. In addition, analysis of variance indicated that sex, personal income, knowledge, understanding of tattoo fashion and experience of tattoo fashion were related to the image, set as .05 in the level of statistical significance. However, living during their study, family income and level of knowledge in tattoo fashion were not related to the image, set as .05 in the level of statistical significance.

This research suggested that studying qualitative research should be more conducted. Also giving information, and understanding of Tattoo Fashion image affection should be more available. This would lead to consideration people to learn more information of Tattoo Fashion.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยมุ่งหมายที่จะศึกษาภาพลักษณ์การสักร่างกายเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี เพื่อเป็นการขยายองค์ความรู้ด้านค่านิยมเกี่ยวกับภาพลักษณ์การสักในสังคมไทย นอกจากนี้อาจทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องของการสักในสังคมไทยมากขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ทุกท่าน ที่ได้ถ่ายทอดความรู้แก่ผู้วิจัย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผศ. ดร.โสวัตรี ณ ถลาง อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รศ.ปฟาณี จิตติวัฒนา อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม อาจารย์สุรพันธ์ เพชรราภา อาจารย์ที่ปรึกษาด้านสถิติ และเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ที่ช่วยให้คำแนะนำให้วิทยานิพนธ์นี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ ผู้อำนวยการวิทยาลัยเทคนิคลพบุรี คุณสังวาลย์ เจ้าหน้าที่วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ที่ให้ความอนุเคราะห์และประสานงานในการเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ครอบครัวลัมปัญญาเลิศ ที่ให้ความอนุเคราะห์เรื่องที่พักอาศัยและยานพาหนะในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถาม นอกจากนี้ต้องขอบคุณ จิว พี่เจ เติ้ล ตาล เดียว สำหรับความช่วยเหลือที่มีให้กัน รวมทั้งเพื่อนๆ มศว. และเพื่อนๆ สป. 15 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ทุกคนสำหรับกำลังใจที่มีให้กันตลอดมา

ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณและขอมอบความสำเร็จของวิทยานิพนธ์นี้ ให้เป็นความดีแก่ คุณพ่อคุณแม่ ครู อาจารย์ทุกท่าน รวมถึงพี่ตัม พี่เปิ้ล พี่ฝน น้องไผ่ และเมย์ ที่ช่วยเป็นกำลังใจผลักดันให้ผลงานวิจัยครั้งนี้ประสบความสำเร็จได้ด้วยดี

นรินทร์ โรจนการสกุล

พฤษภาคม 2553

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(5)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
ขอบเขตของการวิจัย	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
บทที่ 2 การตรวจเอกสาร	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์	7
แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์	20
แนวคิดวัฒนธรรมสมัยนิยม	24
การสื่อกเพื่อความสวยงาม	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	35
กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	44
สมมติฐานในการวิจัย	45
บทที่ 3 วิธีการวิจัย	46
ประชากรเป้าหมาย	46
การสุ่มตัวอย่าง	46
วิธีการแจกแบบสอบถาม	47
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	48
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล	53

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การวิเคราะห์ข้อมูล	53
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	53
ระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา	54
บทที่ 4 ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์	55
ผลการวิจัย	55
ข้อวิจารณ์	89
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	97
สรุปผลการวิจัย	97
ข้อเสนอแนะ	100
ข้อจำกัดในการศึกษา	102
เอกสารและสิ่งอ้างอิง	103
ภาคผนวก	109
ภาคผนวก ก แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย	110
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย	118
ภาคผนวก ค ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	120
ประวัติการศึกษาและการทำงาน	124

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย	47
2	จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยด้านบุคคล	56
3	การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก	58
4	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก	62
5	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก	64
6	ประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก	65
7	ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม	67
8	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์การสัก เพื่อความสวยงาม	70
9	ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสักกับภาพลักษณ์การสัก เพื่อความสวยงาม	72
10	สรุปผลสัมภาษณ์นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคพนบุรี	77
11	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง กับการสักมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม	100

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่

หน้า

- | | | |
|---|---|-----|
| 1 | ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของของแบบสอบถามภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม | 121 |
|---|---|-----|



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ขั้นตอนการเกิดภาพลักษณ์	12
2	กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และปัจเจกภาพในแนวคิดหลังสมัยใหม่	22
3	การสักรูปดอกไม้	34
4	การสักรูปสัตว์	34
5	การสักแบบอื่นๆ	34
6	กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	44

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การสักรูปลงบนผิวหนังของมนุษย์นั้นได้เกิดขึ้นมาเป็นเวลายาวนาน ซึ่งจะมีความมุ่งหมายที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม บ้างก็กระทำเพื่อพิธีกรรมทางศาสนาหรือขนบธรรมเนียมประเพณี บ้างก็กระทำเพื่อความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ บ้างก็กระทำตามความนิยมของท้องถิ่น แต่ไม่ว่าจะกระทำด้วยความมุ่งหมายใดก็ตาม รูปรอยที่สักย่อมต้องแฝงไว้ซึ่งความงามในแง่ทัศนศิลป์ เพื่อให้เป็นที่ต้องตาต้องใจของผู้ที่ได้พบเห็นและตัวเจ้าของรอยสักเองด้วย นอกจากนี้ การสักยังเป็นการสื่อความหมายผู้ที่พบเห็น ทั้งทางด้านบวกและทางด้านลบ ซึ่งแต่ละบุคคลจะมีมุมมองความคิดที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และการรับรู้ของแต่ละบุคคล แต่อย่างไรก็ตามผู้ที่ทำการสักนั้นส่วนมากจะถูกมองในด้านลบมากกว่าทางด้านบวก เช่น ในประเทศฝรั่งเศส องค์กรต่างๆ จะต่อต้านผู้ที่มีรอยสักในทุกๆ ส่วนของร่างกายที่มองเห็นได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบนใบหน้า โดยผู้ที่ไร้อรอยสัก เมื่อเข้าไปอยู่ในสังคมหรือสมัครงานที่องค์กรใดก็มักจะตกอยู่ในอันดับท้ายๆ เพราะรูปสักจากภายนอก เนื่องจากเจ้าขององค์กรมักเหมาเอาว่าบุคคลเหล่านี้เป็นตัวสร้างปัญหาของสังคม (ชนิตร์ ภูภาณูจน์, 2540: 166-167)

ในสังคมไทย การสักรูปต่างๆ นั้นก็มีมาอย่างยาวนาน และเป็นที่นิยมค่อนข้างมาก ซึ่งแต่ละบุคคลก็จะมีวัตถุประสงค์ในการสักแตกต่างกันไป ทั้งการสักเพื่อความเชื่อทางไสยศาสตร์ เช่น ความอยู่ยงคงกระพัน ตามความคิดแบบเก่า หรือจะสักเพื่อความสวยงามเป็นศิลปะบนเรือนร่าง หรือเป็นการหาอัตลักษณ์ (Identity) ของตนเอง และของกลุ่มอีกด้วย โดยปกติในการสัก ผู้สักจะเลือกสัญลักษณ์ที่แสดงถึงคุณลักษณะที่เป็นของตนเอง หรือคุณลักษณะที่ตนต้องการ เช่น ความกล้าหาญ ความสง่างาม ความอดทน การป้องกัน ความเมตตามหาานิยม ความแคล้วคลาด ความจงรักภักดี ความมั่นคง เป็นต้น และไม่เพียงแค่นั้นผู้ขายเท่านั้นที่นิยมการสัก ในปัจจุบันพบว่า ผู้หญิงนิยมการสักมากขึ้น ซึ่งถือว่าขัดแย้งกับทัศนคติของคนไทยซึ่งมักจะมองผู้ที่มีรอยสักในเชิงลบอยู่เสมอ โดยเฉพาะการมองผู้หญิงที่มีรอยสัก โดยผู้หญิงที่มีรอยสักมักจะถูกมองว่าเป็นผู้หญิงชั้นต่ำ (ผู้หญิงขายบริการ) (รัตนดา อรุณศรี, 2547) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ประเทิน มหาจันทร์ (2529) ที่ได้ทำการศึกษาการสักกับพฤติกรรมเกเรของเยาวชนไทย พบว่าเยาวชนไทยที่มี

ความประพฤติที่เกเร หรือถูกควบคุมความประพฤติอยู่ในสถานฝึกอบรมของศาลคดีเด็กและเยาวชน มีจำนวนกว่าครึ่งร้อยที่มีรูปรอยสักตามอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย เรียกได้ว่าคนในสังคมไทยมีทัศนคติในแง่ลบต่อรอยสักหรือผู้ที่มีรอยสัก

ปัจจุบันการสักในประเทศไทยนั้นได้รับการนิยมอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะการสักแพ้นั้น โดยจะเห็นได้จากธุรกิจการสักแพ้นั้นที่มีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นตามสถานที่ที่เกี่ยวต่างๆ ในห้างสรรพสินค้า หรือตามตลาดทั่วไป ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด โดยการสักแพ้นี้จะเป็นการสักตามความพึงพอใจของบุคคลแต่ละบุคคล ไม่ได้เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางไสยศาสตร์ เหมือนการสักยันต์ ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นเพราะเห็นว่าการสักเป็นเรื่องที่เท่ สวยงาม และเป็นไปตามกระแส ตามยุคสมัย มีการเลียนแบบกลุ่มศิลปิน ดารา นักร้อง รวมถึงการสักยังมีความหมายในเรื่องของการสร้างอัตลักษณ์(ตัวตน)ของกลุ่ม จึงทำให้วัยรุ่นในปัจจุบันนิยมการสักแพ้นั้นกันมากขึ้น

วัยรุ่นที่นิยมการสักแพ้นั้นส่วนมากจะเป็นผู้ที่อยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย (อายุ 17-19 ปี) (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ, 2551) โดยกลุ่มที่นิยมสักแพ้นั้นมากจะเป็น นิสิต นักศึกษาระดับมหาวิทยาลัย เพราะเป็นกลุ่มที่มีวุฒิภาวะเพียงพอที่จะตัดสินใจสัก มีการรวมกลุ่มเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่ม มีรายได้มากพอที่จะสัก และสามารถสักได้โดยไม่ผิดกฎระเบียบของมหาวิทยาลัย ไม่เหมือนในระดับมัธยมที่อาจจะผิดกฎระเบียบของโรงเรียน อีกกลุ่มหนึ่งที่นิยมในการสักเพื่อความสวยงามนี้ก็คือกลุ่มนักศึกษาในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง หรือ ปวส. เนื่องจากกลุ่มนี้ถือว่าอยู่ในช่วงวัยรุ่นตอนปลาย ซึ่งเป็นช่วงที่คาบเกี่ยวระหว่างความเป็นวัยรุ่นและความเป็นผู้ใหญ่ มีวุฒิภาวะพอในการตัดสินใจที่จะสัก สามารถหารายได้พิเศษเพื่อนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการสักได้ และเป็นกลุ่มที่มักจะเลียนแบบดารานักร้องที่ตนชื่นชอบ การศึกษาความคิดเห็นของนักศึกษาระดับ ปวส. นี้ อาจจะทำให้ได้ความคิดเห็นที่แตกต่างจากประชาชนธรรมดาทั่วไป และด้วยวัยของนักศึกษาระดับ ปวส. นี้ น่าจะเป็นวัยที่มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์เกี่ยวกับการสักเพื่อความสวยงามมากกว่าวัยรุ่นตอนต้น หรือวัยผู้ใหญ่ที่ไม่ค่อยมีประสบการณ์หรือความรู้ด้านการสักเพื่อความสวยงามมากนัก

จังหวัดลพบุรีเป็นจังหวัดที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ซึ่งกรุงเทพมหานครได้ชื่อว่าเป็นเมืองแพ้นั้น จังหวัดลพบุรีจึงเป็นจังหวัดหนึ่งที่ได้รับอิทธิพลกระแสแพ้นั้นจากกรุงเทพมหานคร เนื่องจากอยู่ใกล้กัน ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี เป็นเขตพื้นที่ที่มีโรงเรียนอาชีวศึกษา

อยู่หลายแห่ง ทั้งในสังกัดเอกชนและสังกัดรัฐบาล แต่ในการศึกษาคั้งนี้จะใช้วิทยาลัยเทคนิค
ลพบุรี ซึ่งอยู่ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการอาชีวศึกษา เนื่องจากวิทยาลัยเทคนิคลพบุรีเป็น
สถานศึกษาที่มีชื่อเสียงของจังหวัดและเป็นสถาบันอาชีวศึกษาที่มีจำนวนนักศึกษามาก จึงเป็นที่
น่าสนใจในการทำการศึกษาวิจัยในเรื่องของการสักเพื่อความสวยงามในครั้งนี้

ดังนั้นการศึกษถึงภาพลักษณ์ของการสักร่างกายเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของ
นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัด
ลพบุรี จึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจในการศึกษา ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางในการเปิด
มุมมองความคิดใหม่ให้กับสังคมไทย นอกจากนี้อาจทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องของการสัก
ในสังคมไทยมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตร
วิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก ที่มีความสัมพันธ์กับ
ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)
วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เป็นการขยายองค์ความรู้ด้านค่านิยมเกี่ยวกับภาพลักษณ์การสักในสังคมไทย นอกจากนี้
อาจทำให้เกิดความเข้าใจในเรื่องของการสักในสังคมไทยมากขึ้น

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาวิจัยนี้ มีขอบเขตการศึกษาด้านเนื้อหาคือ

- ภาพลักษณ์การสักร่างกายเพื่อความสวยงามของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

- ศึกษาปัจจัยด้านบุคคล และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก ประกอบด้วย เพศ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา รายได้ การประกอบอาชีพของหัวหน้าครอบครัว รายได้ของครอบครัว การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการสักที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์ของการสักร่างกายเพื่อความสวยงาม ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะศึกษานักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี เป็นประชากรเป้าหมาย

นิยามศัพท์เฉพาะ

ภาพลักษณ์การสักร่างกาย หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจทั้งทางด้านบวกและลบ โดยการตอบแบบสอบถาม ของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี ที่มีต่อการสักร่างกายเพื่อความสวยงาม

การสักเพื่อความสวยงามหรือการสักแฟชั่น หมายถึง การใช้วัตถุ หรือ เครื่องมือที่มีลักษณะปลายแหลมทิ่มแทงลงบนผิวหนังทำให้เกิดรูปหรือลวดลายต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความสวยงาม ตามกระแสนิยม และตามความต้องการของผู้สัก

นักศึกษา หมายถึง ผู้ที่กำลังเรียนอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

เพศ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ได้มาโดยกำเนิดและแสดงออกมาซึ่งความเป็นผู้ชาย และผู้หญิง ได้แก่ เพศชาย เพศหญิง และเพศที่สาม

การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา หมายถึง บุคคลที่นักศึกษาพักอาศัยอยู่ด้วยในระหว่างการศึกษา ได้แก่ อยู่คนเดียว พ่อแม่/พี่น้อง/ญาติ เพื่อน

รายได้ หมายถึง เงินที่ได้มาจากผู้ปกครองและเงินที่ได้มาจากการทำงานพิเศษของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยเฉลี่ยต่อเดือน

งานพิเศษ หมายถึง งานที่นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ทำเพื่อหารายได้ให้กับตนเอง เช่น พนักงานในร้านอาหาร พนักงานขายในห้างสรรพสินค้า ร้องเพลง/เล่นดนตรี สอนดนตรี/กีฬา/การบ้านรับจ้างทั่วไป เป็นต้น

รายได้ของครอบครัว หมายถึง รายได้อันเกิดจากการประกอบอาชีพของบุคคลในครอบครัวรวมทั้งหมดของสมาชิกในครอบครัว โดยเฉลี่ยต่อเดือน รวมทั้งรายได้รองของสมาชิกในครอบครัว ซึ่งสมาชิกในครอบครัวมีรายได้เพิ่มจากการทำงานที่นอกเหนือจากการประกอบอาชีพหลัก

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก หมายถึง การได้รับข่าวสาร ข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องของการสักร่างกายเพื่อความสวยงาม จากทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ นิตยสาร/วารสารต่างๆ แพนพ์/ป้ายโฆษณา และอินเทอร์เน็ต

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก หมายถึง ความคิดเห็นทั้งทางด้านบวกและลบของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่มีต่อการสักร่างกายเพื่อความสวยงาม

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก หมายถึง การมีความรู้ ความเข้าใจ ถึงข่าวสาร ข้อมูล ความรู้ ข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับการสักร่างกายเพื่อความสวยงาม

ประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก หมายถึง ผู้ที่มีพฤติกรรมเกี่ยวข้องสัมผัสกับการสัก ได้แก่ ผู้ที่เคยสักมาก่อน ผู้ที่มีผู้ใกล้ชิดเป็นผู้ที่สัก ทำงานเกี่ยวกับการสัก เข้าร่วมชมรมการสัก ศิลปินที่ขึ้นชอบบีรอยสัก เป็นต้น



บทที่ 2

การตรวจเอกสาร

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามในความคิดเห็นของ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัด ลพบุรี” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์
3. แนวคิดวัฒนธรรมสมัยนิยม
4. การสักเพื่อความสวยงาม
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

ความหมายของภาพลักษณ์

มานิต รัตนสุวรรณ (2527: 20) กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นความประทับใจในสิ่งที่เรารู้สึก ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือคนใดคนหนึ่ง หรือองค์กรใดองค์กรหนึ่ง จะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้

ประจวบ อินฮอด (2532: 96) ได้ให้ความหมายของภาพลักษณ์ไว้ดังนี้

1. พลังแฝงนำไปสู่การแสดงออก
2. เจตนคติของแต่ละบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่มีต่อเป้าหมาย

3. ความคาดหวังของบุคคลต่อเป้าหมายซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อ หรือความรู้ที่มีอยู่เดิม
4. สิ่งสะท้อนถึงความรู้สึกนึกคิดของคนที่มีต่อกรณีหรือบุคคล หรือสถาบัน
5. คุณค่าเพิ่ม หรือความนิยมที่มีต่อสถาบันบุคคล หรือกรณีเรื่องราวใดๆ

เสรี วงษ์มณฑา (2534: 41) ได้ให้ความหมายของคำว่า ภาพลักษณ์ (Image) คือ ภาพรวมของชื่อเสียงขององค์กร บุคคล หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด ประมวลได้จากประสบการณ์ การรับข่าวสาร ความรู้ ความคิด เกิดเป็นความประทับใจกับบุคคลภายนอกและภายในองค์กร ทั้งในด้านบวกและด้านลบพร้อมๆ กัน ภาพรวมดังกล่าวสามารถปรับเปลี่ยน สร้างเสริม ให้เป็นภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish image) ตามที่ต้องการได้ ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนานี้ โดยทั่วไปจะสร้างความสัมพันธ์ที่ดี มีความเข้าใจ เกิดการยอมรับ เกิดความเชื่อถือ และศรัทธาต่อองค์กร

ภาพลักษณ์ (Image) เดิมใช้คำว่า จินตภาพ หรือจินตนาภาพ แต่ไม่ได้รับความนิยม จนกระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2519 พลตรีพระวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ จึงได้ประทานเสนอให้ใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” แทน แต่ก็ยังได้รับความนิยมน้อยเพราะได้มีผู้ใช้คำว่า “ภาพพจน์” ในความหมายของคำว่า Image กันอย่างแพร่หลาย ซึ่งแท้จริงแล้ว “ภาพพจน์” เป็นคำภาษาไทยที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Figure of Speech” ซึ่งหมายถึง การพูดที่เป็นสำนวนโวหารทำให้นึกเห็นภาพ ดังนั้น ตามความหมายที่ถูกต้องแล้วควรใช้คำว่า “ภาพลักษณ์” เพราะจะตรงกับความหมายของคำว่า Image ในภาษาอังกฤษมากกว่าคำว่า “ภาพพจน์” (ดวงพร คำบุญวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง, 2536: 81)

พรทิพย์ วรกีจโกคาทร (2537: 123 อ้างถึง Anderson and Rubin, 1995) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ เป็นการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับองค์การทั้งหมด โดยองค์การก็เปรียบเสมือนคนซึ่งย่อมมีบุคลิกภาพ และภาพลักษณ์ที่แตกต่างกัน

พรทิพย์ วรกีจโกคาทร (2537: 81) ให้ความหมายคำว่าภาพลักษณ์ว่า เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในใจของคนที่เห็นหน่วยงานเป็นภาพในลักษณะที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือหลายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานนั้น

พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร (2537: 77) กล่าวว่าไว้ว่า ภาพลักษณ์ คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจอันเนื่องมาจากการประทับใจและเกิดความทรงจำ ซึ่งเกิดขึ้นทั้งในทางบวกและทางลบ โดยมีการสังสมและพัฒนาปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ที่พบเห็น หรือการเข้าไปมีส่วนร่วม เกิดขึ้นได้ 2 วิธี

1. เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ ปราศจากการปรุงแต่ง เกิดขึ้นจากประสบการณ์
2. เกิดจากการปรุงแต่ง โดยสร้างเหตุการณ์เพื่อลบล้างหรือเบี่ยงเบนข้อเท็จจริง เพื่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์

วาสนา จันทรสว่าง (2541: 7) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ชื่อเสียงขององค์กรบุคคล หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

Boulding (1975: 91) ได้ให้ความเห็นว่า “ภาพลักษณ์” เป็นกระบวนการของความคิดจิตใจที่หล่อหลอมความรู้สึกคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ อันเนื่องมาจากประสบการณ์ทั้งโดยตรงและอ้อม โดยถือว่าเป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ที่บุคคลนำมาช่วยใช้ในการตีความและให้ความหมายแก่โลกรอบๆ ตัว ซึ่งจะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ที่เรามีเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้ ถือเป็นความรู้สึกเชิงตีความหมาย (Interpreted Sensation) หรือความประทับใจต่อสิ่งที่ปรากฏให้เห็นได้ หรือเรียกว่า “กระบวนการเกิดมโนทัศน์” (Process of Imagery) ซึ่งมักเป็นกุญแจสำคัญสำหรับการตีความหมายในสิ่งที่ขาดความแน่นอนชัดเจนในตัวของมันเอง

Jefkins (1997: 44) มองว่า ภาพลักษณ์นั้นเกิดขึ้นจากความประทับใจ ซึ่งได้มาจากการได้มีความรู้และความเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้นๆ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง ภาพที่เกิดขึ้นในใจของบุคคล ที่มีต่อองค์การ สถาบัน กลุ่มบุคคล บุคคล หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยมีทั้งทางด้านบวกและลบ ซึ่งภาพนั้นอาจได้มาจากการรับข่าวสารต่างๆ ความรู้ ความคิด และประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมของบุคคล

ความสำคัญของภาพลักษณ์

Boulding (1975: 11) ภาพลักษณ์เป็นความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นความรู้ที่เราร่างขึ้นมาเอง (Subjective Knowledge) ซึ่งประกอบด้วย “ข้อเท็จจริง” และ “คุณค่า” โดยบุคคลแต่ละคนจะสะสมความรู้เชิงอัตวิสัย (Subjective Knowledge) ซึ่งเป็นที่รวบรวมของสิ่งต่างๆ ที่เราเชื่อว่าเป็นจริง เพราะเราไม่สามารถที่จะรับรู้และทำความเข้าใจกับสิ่งต่างๆ นั้นได้อย่างถี่ถ้วนเสมอไป เรามักจะได้เฉพาะ “ภาพ” บางส่วนหรือลักษณะกว้างๆ ที่คลุมเครือไม่ชัดเจน ทำให้ตีความหมายหรือให้ความหมายกับสิ่งนั้นๆ ด้วยตนเอง ความรู้เชิงอัตวิสัยนี้เองที่ประกอบกันเป็นภาพลักษณ์ของเราที่มีต่อสิ่งต่างๆ ในโลก และพฤติกรรมของเรานั้นขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ที่มีอยู่ในสมองของเรานั้นเอง

ดังนั้นจะเห็นว่าภาพลักษณ์ของบุคคลหรือองค์กรเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นหรือเป็นเรื่องของการปรุงแต่งขึ้นมาทั้งสิ้น ถือว่าเป็นเรื่องที่อยู่ในยุคของค่านิยมที่ได้รับแรงเสริมจากความเจริญก้าวหน้าของวิทยาการใหม่ในปัจจุบัน

การเกิดภาพลักษณ์

ในส่วนของแนวคิดการเกิดภาพลักษณ์ ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวคิดการเกิดภาพลักษณ์ของพงษ์เทพ วรกิจโกคาทร เนื่องจาก เป็นแนวคิดการเกิดภาพลักษณ์ที่เข้าใจได้ง่าย รวมถึงมีภาพขั้นตอนการเกิดภาพลักษณ์ ซึ่งจะช่วยให้สามารถเข้าใจขั้นตอนการเกิดภาพลักษณ์ได้ง่าย และชัดเจนยิ่งขึ้น

พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร (2537: 122-126) ได้กล่าวถึงการเกิดภาพลักษณ์ พิจารณาในแง่ของปัจเจกบุคคลโดยพิจารณาเหตุการณ์ที่ได้มาถึงตัวเองแล้วพัฒนาเป็นภาพลักษณ์ คือ

เมื่อปัจเจกบุคคล ได้รับรู้เหตุการณ์ต่างๆ บุคคลจะไม่สามารถสร้างให้เป็นภาพได้ทันที แต่ต้องมีขั้นตอนดังนี้

1. เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม (Events and Environment) บุคคลเป็นสมาชิกของสังคม ซึ่งในสังคมนี้จะมีเหตุการณ์ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และอื่นๆ

เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางส่วนของเหตุการณ์หรือบางเหตุการณ์เท่านั้น ที่คนเราจะรับเข้ามา ยังก้าวเราได้ และในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้ จะมีคุณค่าด้านดีหรือเลว จะสำคัญหรือไม่ จะมีความหมายอะไร คงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์และอยู่โดยรอบเรา กลับมีอิทธิพลในการกำหนดคุณค่าเหล่านั้น ทั้งก่อนและหลัง การรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการหดหาย และระยะเวลาของความจำ ในเหตุการณ์นั้นๆ ด้วย

2. ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channel) ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลาย จะสามารถเข้ามาสู่เราได้ โดยช่องทางการสื่อสาร ซึ่งได้แก่ การได้ยิน ได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลิ้มรส และได้กลิ่น ซึ่งแต่ละช่องทางเหล่านี้ก็ยังมีประสิทธิภาพทางด้านการรับความสมบูรณ์ของเหตุการณ์แตกต่างกัน ยิ่งไปกว่านี้ ตัวเนื้อหาสาระ วิธีการจัดข่าวสาร และโครงสร้างของเหตุการณ์ ซึ่งมีผู้จัดส่งมานี้ก็มีความสัมพันธ์กับช่องทางการสื่อสารด้วย กล่าวโดยสรุป ช่องทางการสื่อสารจะเป็นประตูด่านแรกของการรับรู้เหตุการณ์ ซึ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลในขั้นตอนนี้ คุณสมบัติของ “ข่าวสาร” และตัว “สื่อ” ย่อมมีความสำคัญที่สุด

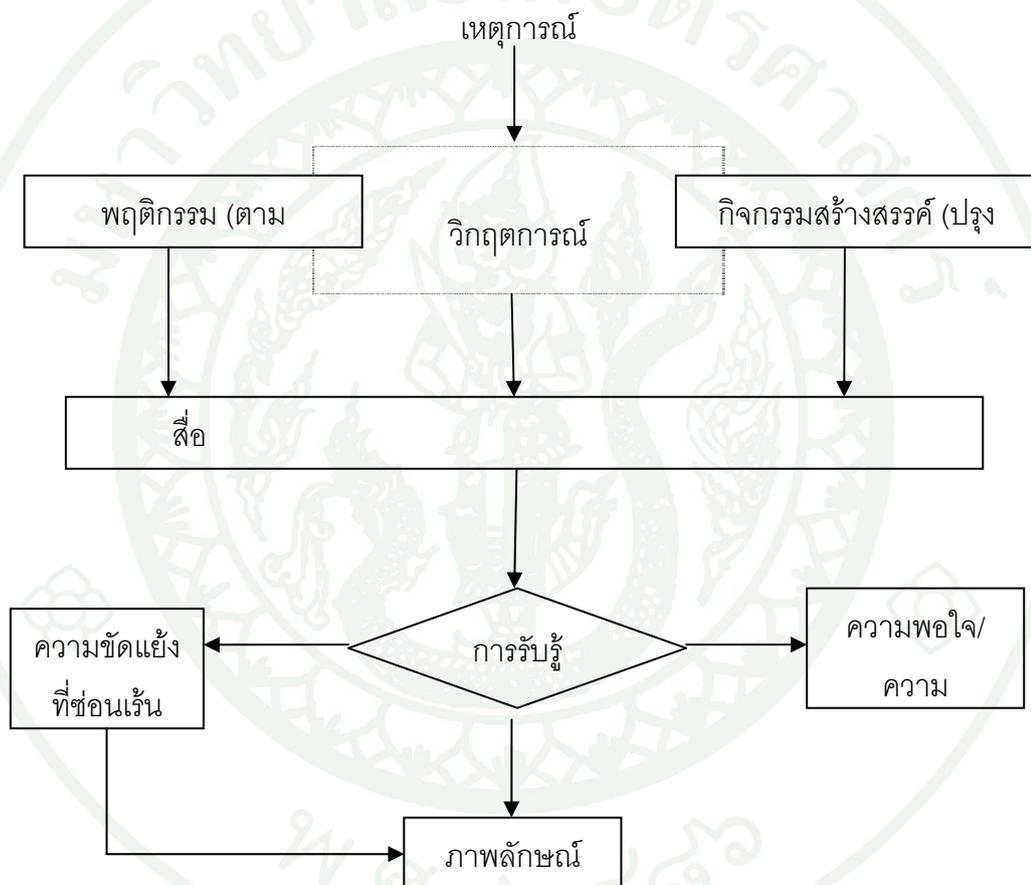
3. องค์ประกอบเฉพาะบุคคล (Personal Elements) เกี่ยวกับคุณภาพและประสิทธิภาพของการสื่อสาร โดยเฉพาะการรับรู้ของผู้รับสารนั้น มีองค์ประกอบทั้ง 5 ของแต่ละบุคคล คือ ทักษะของการสื่อสาร ทศนคติ ความรู้ ระบบสังคมและวัฒนธรรม ต่างก็มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร บุคคลจะมองเห็นภาพเป็นรูปร่างอย่างไร จะมีความหมายไม่เหมือนกับบุคคลอื่น หรือมีความนิยมชมชอบ สนใจหรือไม่สนใจ หรืออะไรก็ตาม ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทั้ง 5 ประการข้างต้นเป็นสำคัญ ดังนั้น ถึงแม้ว่าเหตุการณ์จากภายนอกจะผ่านช่องทางการสื่อสารและเข้ามาสู่บุคคลแล้วก็ตาม แต่จะมีความหมายหรือไม่ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบเหล่านี้

4. การรับรู้และความประทับใจ (Perception and Impression) ภาพลักษณะจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ทันที เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้นและได้ผ่านเข้ามาทางช่องทางการสื่อสารของบุคคล และองค์ประกอบเฉพาะบุคคลทั้ง 5 จะเป็นตัวพิจารณาเหตุการณ์นั้นก่อน โดย “การรับรู้” (Perception) ซึ่งเป็นตัวแปลงเหตุการณ์ให้เป็นไปเป็น “ความหมายตามความคิดของบุคคลนั้น” ส่วนความประทับใจ (Impression) มีความสำคัญในการรับรู้อีกลักษณะหนึ่ง โดยจะเกี่ยวพันกับคุณภาพและปริมาณของความทรงจำ ถ้าความประทับใจมาก ก็มีความทรงจำ – จดจำได้มากและ

นาน และเมื่อสร้างเป็นภาพลักษณ์แล้ว ก็จะเป็นภาพลักษณ์ที่เจือจางได้ช้ากว่าการที่มีความประทับใจน้อย หรือไม่มีความประทับใจเลย

ขั้นตอนการเกิดภาพลักษณ์

องค์ประกอบและขั้นตอนการเกิดภาพลักษณ์มี ดังนี้



ภาพที่ 1 ขั้นตอนการเกิดภาพลักษณ์

ที่มา: พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537: 219-222)

1. เหตุการณ์ เหตุการณ์ที่เป็นจุดเริ่มแรกของการเกิดภาพลักษณ์ แบ่งออกได้เป็น

1.1 พฤติกรรมปกติหรือพฤติกรรมตามธรรมชาติเป็นการดำเนินธุรกิจขององค์กร ซึ่งอาจมีการแต่งตั้งโยกย้ายผู้บริหาร การรับรู้และพัฒนาพนักงาน การผลิตสินค้า การร่วมมือทางธุรกิจการปรับเปลี่ยนเครื่องจักร หรือเทคโนโลยีการผลิต การตลาด

1.2 กิจกรรมสร้างสรรค์ เป็นการจัดกิจกรรมที่ไม่ใช่การดำเนินการธุรกิจปกติขึ้นมา เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กร ดังเช่น การให้การสนับสนุน หรือเริ่มกิจกรรมสาธารณะประโยชน์ การจัดกิจกรรมพนักงานสัมพันธ์ - ชุมชนสัมพันธ์ - กิจกรรมมวลชนสัมพันธ์ - รัฐสัมพันธ์ โครงการสาธารณะกุศล การส่งเสริมการศึกษา การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

1.3 ภาวะวิกฤต ซึ่งส่วนหนึ่งอาจมาจากความผิดพลาดที่เกิดขึ้นในข้อ 1.1 และ 1.2

2. สื่อ เมื่อมีเหตุการณ์เกิดขึ้น การที่ประชาชนจะรับรู้ได้จะต้องมีสื่อเป็นตัวกลางเชื่อมโยงข่าวสารปกติแล้วสื่อจะมีความหมายถึง

2.1 สื่อที่องค์กรผลิตขึ้นมา เพื่อควบคุมคุณภาพและปริมาณของข่าวสารตลอดจนการเผยแพร่ไปยังประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

2.2 สื่อมวลชน ซึ่งเป็นผู้เผยแพร่ข่าวสารต่างๆ ไปสู่ประชาชนกลุ่ม ซึ่งมีลักษณะประจำอยู่แล้ว

2.3 สื่อที่ควบคุมไม่ได้อื่นๆ เช่น สื่อบุคคล (การบอกเล่าต่อกัน/ข่าวลือ) หรือแม้แต่การที่ประสบการณ์ต่อเหตุการณ์นั้นด้วยตนเอง

3. การรับรู้ เมื่อสื่อเป็นตัวนำข่าวสารมาสู่ตัวบุคคล บุคคลก็มีประสาทสัมผัส และทักษะการสื่อสารเป็นตัวรับรู้ซึ่งคุณภาพ และปริมาณที่ได้รับก็อาจแตกต่างกัน เช่น การเข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรม ประสบการณ์นั้นย่อมจะลึกซึ้งกว่าการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน นอกจากนี้การรับรู้ยังถูกตีความหมายให้มีความสำคัญแก่ข่าวที่ได้รับแตกต่างกันแปรไปตามความรู้เดิม ความคิดเห็น ค่านิยม ความเชื่อ วัฒนธรรม ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อม

4. ภาพลักษณ์ เป็นผลรวมและการผสมของการรับรู้ ซึ่งอาจมีทั้งความพอใจ ไม่พอใจ หรือรับรู้เรื่องราวเฉยๆ ภาพลักษณ์จะเปลี่ยนแปลงไป ถ้ารับรู้ใหม่แปลกแยกจากการรับรู้เดิม และจะมีความชัดเจนขึ้น หากการรับรู้ใหม่ยืนยันหรือสอดคล้องกับการรับรู้เดิม เป็นหน้าที่ของนักประชาสัมพันธ์ที่จะต้องกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์ไว้เป็นเป้าหมาย จากนั้นก็ดำเนินการวางแผน ปฏิบัติ ติดตาม ประเมินผล ปรับเปลี่ยนกลวิธีต่างๆ เพื่อให้ได้ภาพลักษณ์ที่ต้องการนั้น

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

Boulding (1975: 91) กล่าวว่าองค์ประกอบของภาพลักษณ์ แยกออกได้เป็น 4 ส่วน ที่เกี่ยวข้องมีปฏิสัมพันธ์กัน ไม่สามารถแยกเป็นส่วนๆ ได้อย่างเด็ดขาด แต่ส่วนเหล่านี้ได้แก่

1. องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Perceptual Component) เป็นสิ่งที่บุคคลได้จากการสังเกต โดยตรงและนำไปสู่การรับรู้ (Clues) อาจเป็นบุคคล สถานที่ เหตุการณ์ ความคิดหรือวัตถุสิ่งของต่างๆ
2. องค์ประกอบเชิงเรียนรู้ (Cognitive Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับลักษณะประเภทคุณสมบัติ (Attribute) ความแตกต่างของสิ่งต่างๆ ที่ได้จากการสังเกต
3. องค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective Component) ได้แก่ ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่างๆ เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกผูกพัน ยอมรับหรือไม่ยอมรับ ชอบหรือไม่ชอบ
4. องค์ประกอบเชิงการกระทำ (Behavior Component) เป็นภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความมุ่งหมายหรือเจตนาที่จะเป็นแนวทางปฏิบัติตอบโต้สิ่งเร้านั้น อันเป็นผลของปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบเชิงความรู้และเชิงความรู้สึก

การเกิดภาพลักษณ์ในเชิงการสื่อสารตามแนวความคิดของ Boulding นี้ มุ่งเน้นในลักษณะของการรับรู้ข่าวที่มีผลต่อองค์ประกอบต่างๆ ของภาพลักษณ์เป็นสำคัญ ลักษณะของการก่อตัวของภาพลักษณ์เรื่องใดเรื่องหนึ่งมักก่อตัวขึ้นจากการผสมผสานกันของการรับรู้ เรียนรู้

ความรู้สึก และเชิงการกระทำ จนเกิดเป็นภาพของโลกที่บุคคลนั้นเคยมีประสบการณ์ ทั้งโดยตรงและเรียนรู้ผ่านสื่อมวลชนและสื่ออื่นๆ

ภาพลักษณ์ที่มีอยู่แล้วเมื่อได้รับการกระทบจากสิ่งที่ได้รับรู้เข้ามาใหม่ อาจมีสิ่งหนึ่งสิ่งใดเกิดขึ้น คือ

1. ภาพลักษณ์เดิมยังคงเดิม ไม่ถูกกระทบกระทั่งแต่อย่างใด
2. ข้อมูลใหม่ที่รับเข้ามามีทิศทางเดียวกับภาพลักษณ์เดิม จะสามารถเรียกถึงความสนใจทำให้เกิดการประเมินคุณค่าและอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่อาจสามารถให้คำอธิบายได้ชัดเจนขึ้น
3. ข้อมูลใหม่ในสาร ทำให้ภาพลักษณ์เดิมถูกเปลี่ยนแปลงโดยสิ้นเชิง ในกรณีที่บางครั้งอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อโครงสร้างที่ค้ำจุนภาพลักษณ์นั้นอยู่

ภาพลักษณ์ของปัจเจกบุคคลประกอบไปด้วยข้อเท็จจริงและจินตนาการ หากสารใหม่ที่ได้รับเข้ากันได้กับภาพลักษณ์เดิมที่มีอยู่ อาจทำให้ภาพลักษณ์เปลี่ยนแปลงแต่จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับน้ำหนักของข้อมูลใหม่ที่ได้รับ

สรุปได้ว่าภาพลักษณ์เกิดขึ้นได้ เพราะเกิดจากการผสมผสานขององค์ประกอบต่างๆ ซึ่งภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นนั้นอาจเปลี่ยนแปลงได้เสมอ แต่จะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีหรือไม่ดีเท่านั้น อย่างไรก็ตามการสร้างภาพลักษณ์เป็นเรื่องที่ยาก แต่ก็ง่ายกว่าการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ที่สูญเสียไป การให้ข้อมูลแก่บุคคลเพื่อเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์อาจถูกปฏิเสธได้ หากข้อมูลดังกล่าวขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิด และความเชื่อดั้งเดิม ดังนั้นภาพลักษณ์จึงมีลักษณะไม่หยุดนิ่ง แต่การเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เป็นเรื่องที่กระทำได้ยาก

ประเภทภาพลักษณ์

การจำแนก ภาพลักษณ์ โดยความเห็นของ พงษ์เทพ วรกิจโกศาทร (2537: 124 -125) สามารถจำแนกออกได้ 10 ลักษณะ คือ

1. ภาพลักษณ์ซ้อน (Multiple Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ตั้งมาจากสมมติฐาน ว่าบุคคลในสังคมนั้นมาจาก “ร้อยพ่อ พันแม่” มาจากแหล่งต่างๆ มีความรู้ ความเชื่อ ฐานะทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษาและอื่นๆ ที่ต่างกัน โดยเฉพาะมีความรู้และประสบการณ์ต่อองค์การต่างกัน ดังนั้นจะหวังว่า สมาชิกในสังคมจะมีภาพลักษณ์ในทางบวก (ต่อเรื่องหนึ่ง) และภาพลักษณ์ในทางลบ (อีกเรื่องหนึ่ง) ได้เช่นกัน

2. ภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริงในปัจจุบัน ซึ่งอาจเป็นภาพลักษณ์เชิงลบหรือบวกก็ได้ จะเป็นภาพลักษณ์ที่เกิดมาโดยธรรมชาติหรือโดยเจตนาก็ตาม หน้าที่ของผู้บริหารจะต้องหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้ เมื่อพบภาพลักษณ์ที่ไม่ดี จะได้ปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น หรือพบภาพลักษณ์ที่ผิดเพี้ยนจากสิ่งที่ต้องการก็อาจนำไปพิจารณาตัดสินใจต่อไปได้

3. ภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) ก็เปรียบได้กับเวลาที่คนเราส่องกระจก เขาก็จะเห็นภาพของตัวเองในกระจก ในภาพนั้นเขาอาจมองว่าสวย สง่างามดี หรือตรงกับลักษณะใดก็ได้ ตามความนึกคิดของเขา ในกรณีนี้ก็เช่นกัน ผู้บริหารอาจมองว่าองค์การได้ทำโน่นทำนี่ดีมาอยู่แล้ว ดังนั้นภาพลักษณ์ขององค์การจึงน่าจะเป็นภาพลักษณ์ที่ดี ซึ่งความเป็นจริงจะเป็นเช่นไรก็เป็นอีกกรณีหนึ่ง ทั้งนี้ประชาชนกลุ่มเป้าหมายอาจมองอะไรที่แตกต่างจากผู้บริหารก็ได้

4. ภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนา (Wish Image) เป็นภาพลักษณ์ที่ผู้บริหารและหรือพนักงานมีความต้องการจะให้องค์การของตนเป็นเช่นนั้น เช่น เป็นองค์การที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม เป็นองค์การที่มีความเจริญรุ่งเรือง เป็นองค์การที่ให้คำตอบแบบยุติธรรมแก่พนักงาน เป็นต้น การกำหนดความปรารถนา เปรียบเสมือนการกำหนดเป้าหมายประสงค์ของงานที่เราจะได้ เพื่อบรรลุเป้าหมายนั้นๆ

5. ภาพลักษณ์สูงสุดที่ทำได้ (Optimum Image) หมายถึง ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นจากการตระหนักในความจริงและการมีความเข้าใจในการรับรู้ (Perception) ของผู้รับข่าวสาร อุปสรรคของการใช้สื่อมวลชนและสื่อที่เราควบคุมได้และสภาพแวดล้อมที่ยากที่จะควบคุม และอื่นๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนาได้ ดังนั้นภาพลักษณ์ชนิดนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ผู้เกี่ยวข้องรู้จักประมาณตนและตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องจนไม่ทำให้การกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงปรารถนามีความสูงส่งมากเกินไปจนเกินความเป็นจริง

6. ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง (Correct and Incorrect Image) เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ตรงกับความเป็นจริง อาจเป็นเพราะเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ (ข่าวลือ อุบัติเหตุ ฯลฯ) และหรือกระบวนการสื่อสาร และหรือการรับรู้ของผู้รับสาร และเมื่อเกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องแล้วก็จำเป็นต้องมีการแก้ไขภาพลักษณ์ให้ถูกต้องต่อไป ภาพลักษณ์ที่ถูกต้องนี้คล้ายกับภาพลักษณ์ปัจจุบันแต่จะต่างกันว่าภาพลักษณ์ที่ถูกต้องได้มีการปรับเปลี่ยนจากภาพลักษณ์ที่ไม่ถูกต้องมาก่อนระยะหนึ่งแล้ว

7. ภาพลักษณ์สินค้า/บริการ (Product / Service) สินค้าหรือบริการก็มีภาพลักษณ์ของตัวเอง เช่นเดียวกับองค์การ สินค้าหรือบริการบางอย่างอาจมีภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยดี (เช่น นูห์รี หรือสถานอาบอบนวด) แต่สินค้าหรือบริการบางอย่างกลับมีภาพลักษณ์ในทางตรงกันข้าม (เช่น ยาสีฟัน โรงพยาบาล) เมื่อสินค้า/บริการที่องค์การมีไม่ว่าจะมีภาพลักษณ์เชิงลบ หรือเชิงบวก หรือกลางๆ ก็ยังมีความจำเป็นที่จะต้องปรุงแต่ง ให้มีภาพลักษณ์ที่มีเอกลักษณ์เป็นที่ยอมรับมากขึ้นจากสังคม นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ขององค์การจะเป็นอย่างไร ภาพลักษณ์สินค้านี้ก็จะเป็นความเกี่ยวพันเป็นอย่างมาก

8. ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นภาพลักษณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับภาพลักษณ์สินค้าเพียงแต่กรณีเป็น “ตราสินค้า หรือ Logo” “สัญลักษณ์” เช่น ตรางู สัญลักษณ์ “ดอกบัวคู่” DOMON เป็นต้น

9. ภาพลักษณ์องค์การ (Corporate Image) เป็นภาพลักษณ์ขององค์การใดขององค์การหนึ่ง โดยเน้นภาพรวมทั้งหมดขององค์การ โดยรวมถึงสินค้า ยี่ห้อสินค้า ระบบการบริหารบริษัท ความมั่นคง การมีบุคลากรที่มีคุณภาพความรับผิดชอบต่อสังคม ฯลฯ

10. ภาพลักษณ์สถาบัน (Institutional Image) ซึ่งคล้ายกับภาพลักษณ์องค์กรดั่งข้างต้น เพียงแต่มุ่งมองเฉพาะตัวบริษัท หรือตัวสถาบัน ความรับผิดชอบของสถาบันที่มีต่อสังคมความเป็นสถาบันที่มั่นคง เจริญก้าวหน้า แต่ทั้งนี้จะไม่มุ่งมองในเชิงธุรกิจการค้า หรือการตลาด หรือตราสินค้า อะไรทั้งสิ้น นอกจากบทบาทหรือพฤติกรรมของสถาบันอย่างเดียว

ทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์

Adler (1990: 109-127) ได้กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) นี้ เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความจำ (Memory) และจินตนาการ (Imagination) ซึ่งเกิดจากประสบการณ์การรับรู้ จินตนาการอาจเป็นสิ่งที่ไม่เป็นจริง แต่ประสบการณ์การรับรู้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง แนวคิดที่จะสนับสนุนความคิดดังกล่าวนี้ จะเห็นได้จากแนวความคิดของนักวิชาการหลายท่านที่ได้กล่าวถึง ภาพลักษณ์ในเชิงทฤษฎีและในเชิงปรัชญา ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงประสบการณ์การรับรู้ (ที่สัมผัสได้) และกลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงจินตนาการหรือในเชิงนามธรรม (ที่สัมผัสไม่ได้) ดังนี้

1. กลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงประสบการณ์การรับรู้ (ที่สัมผัสได้) คือ กลุ่มของ Hobbes และ Berkely กล่าวว่า ภาพลักษณ์เกิดจากประสาทสัมผัสที่ได้จากประสบการณ์การรับรู้ในสิ่งที่เกิดขึ้นจริงมากกว่าที่จะเกิดขึ้นจากความจำและจินตนาการ Henry James, Jame Joyck และ Virginia Woolf มีความคิดในแนวเดียวกับ Hobbes และ Berkely แต่มีบางส่วนที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มนี้จะคิดว่าความจำและจินตนาการที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์นั้นเกิดอยู่ในสมอง สมองเปรียบเหมือนโกดังที่เก็บของ ของที่อยู่ในโกดัง ถึงแม้ว่าจะไม่ได้นำมาใช้ก็ไม่เปลี่ยนแปลง แต่ความจำและจินตนาการที่เก็บอยู่ในสมองถ้าไม่ได้นำมาใช้จะเปลี่ยนแปลงหรือไม่ และจะยังคงอยู่หรือหายไป ความจำและจินตนาการที่เก็บในสมองถูกเก็บอยู่ในแบบใดจึงทำให้เกิดภาพลักษณ์ได้

ทั้งนี้ Virginia Woolf ยังมีความเห็นเพิ่มเติมจาก Henry James และ Jame Joyck อีกว่า ความจำและจินตนาการที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์อาจไม่ใช่สิ่งที่เก็บอยู่ในสมอง ภาพลักษณ์อาจปรากฏขึ้นจากสิ่งที่อยู่ภายนอกสมองก็ได้ มีชายคนหนึ่งกำลังต้มน้ำชา และรับประทานขนมทันทีที่เขานำขนมใส่ปากของเขา เขาก็เกิดความจำและความสามารถเล่าประสบการณ์ของตนได้หมดเหมือนกับความจำที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์นั้นเกิดจากขนมชิ้นนั้น Virginia Woolf จึงคิดว่า

กลืนและธรรมชาติเป็นประสบการณ์และเป็นประสาทสัมผัสพื้นฐานที่ทำให้มนุษย์เกิดการรับรู้ และมีความสัมพันธ์กับความจำอันเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ (Adler, 1990)

2. กลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงจินตนาการหรือในเชิงนามธรรม (ที่สัมผัสไม่ได้) ซึ่งเป็นกลุ่มที่เห็นว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ คือกลุ่มของ Aritotel และ Plato ที่กล่าวว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ เพราะว่าทำให้มนุษย์คิดได้ ความเชื่อทำให้มนุษย์เกิดจินตนาการ ภาพลักษณ์ของมนุษย์จึงเกิดจากความเชื่อในสิ่งที่เคยเห็นและเกิดการรับรู้ เช่น มนุษย์เชื่อว่าพุงนี้เข้าจะมีพระอาทิตย์ปรากฏบนท้องฟ้า การที่มนุษย์มีความเชื่อเช่นนี้เพราะว่าเคยเห็นเช่นนี้ในอดีต จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ปรากฏในความจำของมนุษย์

ส่วน Aquinas มีแนวคิดอยู่ในกลุ่มที่เน้นภาพลักษณ์ในเชิงนามธรรมแต่เขามีความคิดว่ามนุษย์สามารถมีจินตนาการที่ไม่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์ มนุษย์สามารถนึกภาพออกมาได้โดยไม่ต้องมีความจริง มนุษย์สามารถสร้างมโนทัศน์หรือจินตนาการด้วยความสามารถพิเศษทางสติปัญญาในโลกที่เป็นจริงได้ เช่น การรับรู้ว่าพระเจ้ามีจริง

ในด้านแนวความคิด Freud คิดว่า ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความฝันเป็นส่วนสำคัญทางด้านโครงสร้างของความฝัน จึงมีความหมายเหมือนกันกล่าวคือ ไม่ว่าผู้ฝันจะเป็นชนชาติใดหรืออยู่ที่ไหนก็ตาม ก็จะมีภาพลักษณ์เหมือนกัน เช่น ฝันเห็นพระเจ้าแผ่นดินจะหมายถึงพ่อฝันเห็นการเดินทางที่ยาวไกลจะหมายถึงความตาย เป็นต้น ภาพลักษณ์ที่เกี่ยวกับความฝันนี้จึงเรียกว่า เป็นภาพลักษณ์สากลก็ได้ แต่แนวความคิดของ Augustine ถึงแม้ว่าจะมีแนวความคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในเชิงนามธรรมเช่นเดียวกัน แต่เขาก็มีความคิดที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ เขาคิดว่ามนุษย์สามารถคิดได้โดยไม่ต้องใช้จินตนาการเป็นภาพ สิ่งที่อยู่ในสมองอาจจะไม่มีลักษณะเป็นภาพแต่อาจมีลักษณะเป็นตัวเลขก็ได้ สิ่งที่อยู่ในสมองอาจจะไม่เกี่ยวกับภาพลักษณ์ก็ได้ (Adler, 1990)

แนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์

พิศิษฐ์ คุณวโรตม์ (2546) กล่าวว่า อัตลักษณ์ คือ ความรู้สึกนึกคิดที่บุคคลมีต่อตนเองว่า “ฉันคือใคร” ซึ่งจะเกิดขึ้น จากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเอง และคนอื่นมองเราในขณะนั้น อัตลักษณ์ต้องการความตระหนักในตัวเอง และพื้นฐานของการเลือกบางอย่าง นั่นคือ เราจะต้องแสดงตัวตน หรือยอมรับอย่างตั้งใจกับอัตลักษณ์ที่เราเลือก ความสำคัญของการแสดงตัวตนก็คือ การระบุได้ว่าเรามีอัตลักษณ์เหมือนกับกลุ่มหนึ่ง และมีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นอย่างไร ดังนั้น การมีอัตลักษณ์ร่วม จึงมีนัยการเกี่ยวพันที่ต้นตอบางอย่างใน ส่วนตัวของเรา นั่นคือ จะเกิดขึ้นจากการยอมรับอย่างตั้งใจจากตัวเราว่า “ฉันเป็นใคร” อัตลักษณ์ ถูกก่อตัวขึ้นโดยการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และบุคคลหนึ่งๆ สามารถที่จะมีอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และเมื่อบุคคลยอมรับอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งในเวลานั้น มันจะมีกระบวนการที่แตกต่างกันในการแทนที่ ในขณะที่บุคคลทำการกำหนดตำแหน่งของตัวเอง ก็จะถูกกำหนดตำแหน่งจากผู้อื่นในโลกทางสังคมเสมอ อัตลักษณ์จึงเป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์ของเรากับคนอื่น และสังคมที่เราอาศัยอยู่ อัตลักษณ์จึงเกี่ยวข้องกับการมองตัวเองเองที่ว่า “ฉันมองตัวเองอย่างไร และคนอื่นมองฉันอย่างไร” มันเป็นการกำหนดตำแหน่ง (position) ที่ระลึกถึงทางสังคมซึ่งเกิดจากคนอื่นรับรู้ด้วย ไม่ใช่แค่ตัวเราเท่านั้น ดังนั้น การที่เรามองตัวเองอย่างไร และคนอื่นมองเรานั้น อาจไม่สอดคล้องกันเสมอไป

อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546) กล่าวว่า อัตลักษณ์ (Identity) เป็นมโนทัศน์ที่คาบเกี่ยวสัมพันธ์กับวิชาหลายแขนงทางสังคมศาสตร์ สังคมวิทยา มานุษยวิทยา จิตวิทยา และปรัชญา ในสาขาเหล่านี้ มีมโนทัศน์ที่มีความหมายใกล้เคียง หรือเกี่ยวเนื่องกับอัตลักษณ์ โดยที่อัตลักษณ์คือ “ความเป็นปัจเจก” ที่เชื่อมต่อกับสัมพันธ์กับสังคม (Social aspect) สังคมกำหนดบทบาทหน้าที่ และระบบ คุณค่าที่ติดมากับความเป็นพ่อ-แม่ ความเป็นเพื่อน ความเป็นสามี-ภรรยา ความเป็นศิษย์-อาจารย์ ในมิตินี้ อัตลักษณ์จึงเป็นเรื่องของการใช้สัญลักษณ์ (Symbolic aspect) ด้วย เพราะการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่างๆ ดังกล่าว กระทำผ่านระบบสัญลักษณ์หลากหลายแบบ อีกด้านหนึ่ง อัตลักษณ์ก็เกี่ยวกับมิติ “ภายใน” ของความเป็นตัวเราอย่างมาก ทั้งด้านอารมณ์ ความรู้สึกนึกคิด เพราะมนุษย์ให้ความหมาย หรือเปลี่ยนแปลงความหมายเกี่ยวกับตน ในกระบวนการที่เขาสัมพันธ์กับโลก (Psychological and subjective aspect) และปริณิณของการ identity และ subjectivity นี้ ซ้ำซ้อนทับกันอยู่

ประสิทธิ์ ลิปรีชา (2547: 32-33) อัดลักษณะ มีรากศัพท์มาจากภาษาลาติน คือ identitus เดิมใช้คำว่า idem ซึ่งมีความหมายว่า เหมือนกัน (The same) อัดลักษณะมีความหมายสองนัยยะด้วยกัน คือ ความเหมือนและความเป็นลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไป นั่นคือ การตีความหมายเหมือนกับบนพื้นฐานของความสัมพันธ์ และการเปรียบเทียบกันระหว่างคน หรือสิ่งของในสองแง่มุมมอง คือ ความคล้ายคลึงและความแตกต่าง

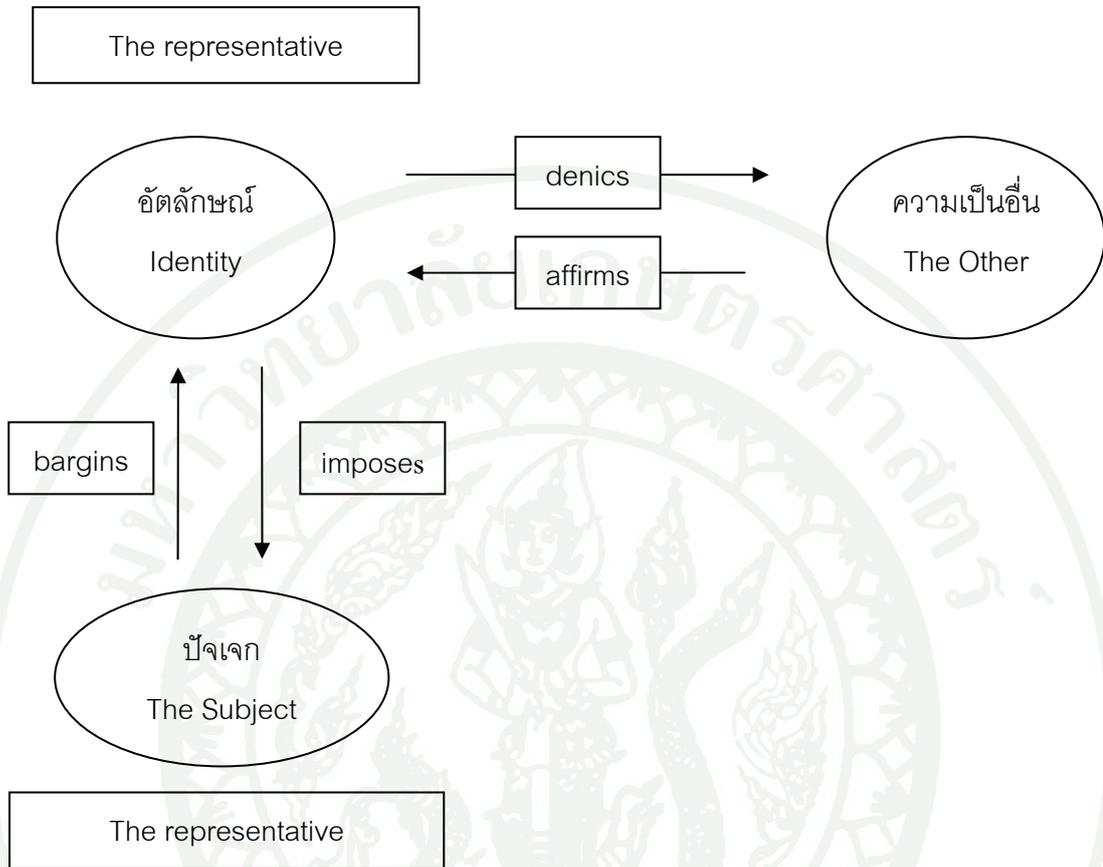
อัดลักษณะในแนวคิดหลังสมัยใหม่

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546: 76 อ้างถึง Hall, 1996) กล่าวว่า “ความเป็นตัวเรา” เป็นเหมือนรอยตะเข็บ (Suture) ที่เย็บแผลให้สมานเป็นเนื้อเดียวกัน สิ่งที่ถูกเย็บเข้าด้วยกันในด้านหนึ่งก็คืออัดลักษณะ หรือตำแหน่งแห่งที่ในวาทกรรมที่เรารู้จักเรา อีกด้านหนึ่งก็คือกระบวนการทำปฏิกริยาที่เรามีต่อวาทกรรมนั้น “ความเป็นเรา” เกิดขึ้นมาภายในกระบวนการนี้เอง

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546: 75) ภาพการเปลี่ยนแปลงมโนทัศน์ปัจเจกภาพที่เป็นผลมาจากการวิพากษ์แนวคิดสารัตถะนิยม แทนที่ปัจเจกภาพที่เป็นผลจากการวิพากษ์แนวคิดสารัตถะนิยม แทนที่ปัจเจกภาพจะเป็นที่มาหรือฐานรากของความหมายและประสบการณ์ หรือเป็นที่มาของศีลธรรมและมีความสมบูรณ์ในตัวเอง แนวคิดหลังสมัยใหม่กลับเห็นว่ามโนทัศน์ปัจเจกดังกล่าวเป็นเพียง “ผล” (effect) ของชุดวาทกรรมต่างๆ บทบาท “ตัวเรา” แบบต่างๆ ที่วาทกรรมหยิบยื่นให้เปลี่ยนแปลงไปได้ตามสถานการณ์ สิ่งที่มีจึงเป็นแต่ตัวเราในสถานการณ์เท่านั้น (Subject positioning)

ลักษณะสำคัญของกระบวนการสร้างปัจเจกภาพสามารถจำลองได้ตามแผนภาพต่อไปนี้

กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และปัจเจกภาพในแนวคิดหลังสมัยใหม่



ภาพที่ 2 กระบวนการสร้างอัตลักษณ์และปัจเจกภาพในแนวคิดหลังสมัยใหม่
ที่มา: อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546: 75)

จากแผนภาพข้างต้น จะเห็นได้ว่า การสร้างภาพตัวแทนนั้นเกี่ยวพันอย่างมากกับปัจเจก (Subject) กับอัตลักษณ์ (Identity) และกับความเป็นอื่น (The Other) โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

อภิญา เฟื่องฟูสกุล (2546: 75-76) อธิบายว่า ความเป็นตัวเรามีลักษณะคล้ายเหรียญที่มีสองด้านซ้อนทับกันอยู่ วาทกรรมจะหยิบยื่นภาพตัวแทน (representative) ของความเป็นหญิง ความเป็นชาย ความเป็นไทย ฯลฯ มาให้ อัตลักษณ์เหล่านี้ร้องเรียกและหลอหลอม (interpellate) ยัดเยียดตำแหน่งแห่งที่ทางสังคม และเป็นสิ่งการันตีประสบการณ์ "ความเป็นตัวเรา" ในแง่มุมต่างๆ ให้ ในอีกด้านหนึ่ง การกระโดดเข้าสวมระบบบทบาทต่างๆ เหล่านั้นหรือต่อรองปฏิบัติบทบาทเหล่านั้นสร้าง "ตำแหน่งแห่งที่ของปัจเจก" (subject positioning) ขึ้นมาภายในวาทกรรม แนวคิด

หลังสมัยใหม่ปฏิเสธปัจเจกภาพที่มีมาก่อนสังคมหรือมีอยู่นอกวาทกรรม อันที่จริง ความหมายปัจเจกภาพหรือ subject แบบหลังสมัยใหม่นี้ ครอบคลุมความหมายดั้งเดิมในภาษาลาตินในแง่ที่หมายถึงสิ่งที่ถูกโยนไว้ข้างใต้ (คืออยู่ใต้วาทกรรม) ขณะเดียวกันก็สร้างมายาคติของการเป็น “องค์ประธาน” ผู้กระทำการซึ่งสิ่งนี้ก็เป็ผลของวาทกรรมเช่นกัน ในที่สุดปัจเจกภาพก็เป็นเพียง “โครง” หรือรูปแบบที่ปราศจากแก่นแกน (Subject as a form, not a substance) โครงหรือรูปแบบนี้ก็คือตำแหน่งแห่งที่ของเราในวาทกรรมนั่นเอง การรื้อถอนแก่นแกนของปัจเจกภาพนี้มิได้ทำลายปัจเจกภาพแต่กลับชี้ให้เห็นกระบวนการที่ปัจเจกภาพถูกสร้างขึ้นมา

ในทางปฏิบัติ อัตลักษณ์และปัจเจกภาพซ้อนทับกันอยู่ สจ๊วตฮอลล์กล่าวว่า “ความเป็นตัวเรา” เป็นเหมือนรอยตะเข็บ (suture) ที่เย็บแผลให้สมานเป็นเนื้อเดียวกัน สิ่งที่ถูกเย็บเข้าด้วยกันในด้านหนึ่งก็คืออัตลักษณ์หรือตำแหน่งแห่งที่ในวาทกรรมที่เรียกร่องเรา อีกด้านหนึ่งก็คือกระบวนการทำปฏิกริยาที่เรามีต่อวาทกรรมนั้น “ความเป็นเรา” เกิดมาภายในกระบวนการนี้เอง (Hall, 1996: 5-6) ปัจเจกภาพจึงหมายเน้นการตระหนักรู้และประสบการณ์ภายในที่เกิดขึ้นในแต่ละบริบทสดๆ เฉพาะหน้า โดยไม่อ้างอิงอาศัยการผูกโยงกับแก่นแกน และเมื่อปัจเจกภาพแสดงการตอบโต้ใดๆ กลับออกไป เขาก็ได้สร้างอัตลักษณ์ของเขาขึ้นมาใหม่ด้วย อัตลักษณ์จึงหมายรวมถึงลักษณะของปัจเจกที่แสดงออกมาด้วย ขอยกตัวอย่างกรณี เด็กที่แม่เรียกให้ไหว้คุณป้า เด็กพนมมืออย่างเลียงไม่ได้ ภาพลักษณ์เด็กเรียบร้อยคืออัตลักษณ์ของผู้ที่อยู่ในวาทกรรมระบบอุปถัมภ์ กิริยาไหว้แข็งๆ ชี้ถึงอาการต่อรองตำแหน่งแห่งที่ปัจเจกภาพของเขาในวาทกรรม ชี้ถึงความอึดอัดและไม่พอใจภายในขณะเดียวกันก็เป็นการแสดงออกของอัตลักษณ์ที่ผสมผสานทั้งการจำยอมและการต่อต้านอยู่ในที่ด้วย

คุณสมบัติสำคัญที่สุดของ “ความเป็นตัวเรา” ในกระบวนการนี้ คือลักษณะที่เรียกว่า “การโยกย้ายตำแหน่งหน้าที่” (dislocation) ซึ่งหมายถึงการไม่อาจถูกติดตรึงกับคุณสมบัติบางอย่างที่ตายตัวหยุดนิ่ง มโนทัศน์นี้เน้นความเคลื่อนไหว และชี้ให้เห็นว่าวงกลมสองวงในแผนภาพข้างบนนี้คืออัตลักษณ์และปัจเจกภาพ ไม่สามารถซ้อนทับกันได้สนิท ในด้านหนึ่งจะเห็นว่าการนิยามอัตลักษณ์ของสิ่งต่างๆ เกิดขึ้นจากกระบวนการจำแนกแยกแยะที่ตามด้วยการลากเส้นแบ่งสิ่งนี้ออกจากสิ่งนั้น และการปฏิเสธคุณสมบัติที่ไม่ใช่ตัวมันออกไป เช่น ความดีไม่ใช่ความชั่ว สีดำไม่ใช่สีขาว ในแง่นี้ ความหมายของอัตลักษณ์มิได้มีรากฐานอยู่ในตัวมันเอง ความดีและสีขาวมีอยู่ได้ก็เพราะอิงอาศัยความหมายของด้านตรงข้ามมาเปรียบเทียบ “ความเป็นอื่น” ที่ถูกปฏิเสธนี้เอง คือเหรียญตรงข้ามที่เป็นเงื่อนไขจำเป็นของการมีอยู่ของอัตลักษณ์ ทุกครั้งที่เด็กหญิงคนหนึ่งก้มกราบ

ผู้ใหญ่ การแสดงอัตลักษณ์ความเป็นเด็กหญิงที่ได้รับการขัดเกลา มีนัยยะของการปฏิเสธหรือให้ค่าลบกับด้านตรงข้ามคือ กิริยาหยาบคายต่างๆ ที่ไม่เหมาะสม แม้จะไม่มีการกล่าวหรือแสดงถึงด้านตรงข้ามตรงๆ ในที่นั้นก็ตาม ในแง่นี้ด้านตรงข้ามที่ไม่ได้แสดงออกมาในที่นั้น (the absent) จึงมีอยู่ควบคู่และเป็นสิ่งให้ความชอบธรรมกับด้านที่แสดงออก (the present) เสมอ

แนวคิดวัฒนธรรมสมัยนิยม

วัฒนธรรมในโลกสมัยใหม่ เป็นผลผลิตของกระบวนการครอบงำโลกที่เรียกว่า “โลกาภิวัตน์” (Globalization) ซึ่งข่าว ข้อมูล อุดมการณ์ความคิด เทคโนโลยี เงินทุน หรือประชากรโลก ต่างก็ติดต่อสื่อสารและมีอิทธิพลต่อกันและกัน ข้ามพรมแดนรัฐชาติ ข้ามพรมแดนวัฒนธรรมในความหมายดั้งเดิมอย่างใกล้ชิด ซึ่งวัฒนธรรมในความหมายใหม่นี้ นักวิชาการสายสกุลวัฒนธรรมศึกษาเรียกกว้างๆ ว่า “วัฒนธรรมประชานิยม” (Popular culture) หรือ “วัฒนธรรมสมัยนิยม” (Pop culture) ที่สำคัญการกำเนิดและกระแสความแรงของวัฒนธรรมศึกษาให้ความสำคัญกับการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมสมัยนิยม ถือได้ว่าเป็นรูปธรรมที่สำคัญในการประยุกต์นำมานิทัศน์และกรอบแนวคิดทฤษฎีสายสกุลหลังสมัยใหม่ (Postmodern) และหลังโครงสร้างนิยม (Post structuralism) มาใช้ในการวิเคราะห์หรืออธิบายปรากฏการณ์ทางสังคมและวัฒนธรรม (พัฒนา กิติอาษา, 2546 อ้างใน พจมาน นิตยใหม่, 2550)

จอห์น สโตเรย์ (John Storey) ได้สรุปทบทวนความคิดในเนื้อหาคำนิยาม “วัฒนธรรม” ของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) ว่าประกอบด้วยความหมาย 3 กลุ่มที่สำคัญ ได้แก่ 1) กระบวนการทั่วไปที่ทำให้เกิดพัฒนาการความรู้ จิตวิญญาณและสุนทรียภาพ 2) วิถีชีวิตเฉพาะเจาะจงทั้งของกลุ่มคนกลุ่มหนึ่ง หรือในช่วงเวลาหนึ่ง 3) ผลงานและกิจกรรมทางปัญญา โดยเฉพาะงานทางด้านศิลปะ ในความหมายที่ 3 นี้ ทั้งตัวบท (Text) และปฏิบัติการของตัวบท มีหน้าที่สำคัญในการสื่อความหมายและสร้างโอกาสในการผลิตความหมาย สโตเรย์สรุปว่าความหมายที่ 2 กับ 3 นั้นคือ หมายถึงวิถีชีวิตของกลุ่มคนเฉพาะกลุ่มในเฉพาะช่วงเวลา และหมายถึงความหมายที่ได้รับจากตัวบทและปฏิบัติการทางสังคมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในวิถีชีวิตเหล่านั้นด้วย (พัฒนา กิติอาษา, 2546 อ้างใน พจมาน นิตยใหม่, 2550)

การให้คำนิยามของวัฒนธรรมสมัยนิยม จะวัดความนิยมที่แพร่หลายของปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมต่างๆ ได้อย่างไร พิจารณาโดยใช้อะไรเป็นเกณฑ์ ตามความคิดของเรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) ซึ่งขยายเพิ่มเติมโดย ซี ลี แฮร์ริงตัน และเดนนิส บิลบาย (C. Lee Harrington and Denise D. Bielby) เสนอว่า อาจพิจารณาได้จากเกณฑ์สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1. เป็นสิ่งที่ชื่นชอบ ชื่นชม หรือยอมรับโดยผู้คนจำนวนมาก (Well-liked by a lot of people)
2. เป็นสิ่งที่มักถูกมองว่าต่ำชั้นและไม่มีคุณค่า/รสนิยมทางศิลปะ (Inferior and Unworthy)
3. เป็นสิ่งที่ออกแบบหรือสร้างขึ้นเพื่อให้คนจำนวนมากชื่นชอบ สร้างขึ้นเพื่อประโยชน์ในทางการค้าและบริโภคนิยม (Win favour with the people/explicitly commercial)
4. เป็นสิ่งที่สร้างขึ้นโดยผู้คนเพื่อพวกเขาเอง (Actually made by the people for themselves)

แต่วัฒนธรรมสมัยนิยมส่วนใหญ่ ได้รับการวิเคราะห์ศึกษาโดยคนอื่น เช่น นักวิชาการ สื่อมวลชน นักวิจารณ์ตลาด บริษัทโฆษณา ฯลฯ เมื่อพิจารณาทบทวนความหมายในทัศนะของวัฒนธรรมสมัยนิยม โดยมีนักคิด นักทฤษฎีกลุ่มต่างๆ ให้คำอธิบายไว้ ซึ่งสอดรับได้จัดหมวดหมู่ความหมายของวัฒนธรรมสมัยนิยมออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มแรก วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมอะไรก็ตามที่เป็นที่ยอมรับและชื่นชอบของคนจำนวนมาก นิยามข้อนี้ครอบคลุมเนื้อหาของวัฒนธรรมโดยทั่วไป มีจุดอ่อนในแง่ที่ขาดขอบเขตที่ชัดเจน หรือไม่สามารถระบุลักษณะเฉพาะเจาะจงของวัฒนธรรมแต่ละอย่าง ซึ่งมักมีรายละเอียดปลีกย่อยแตกต่างกันหลากหลาย เช่น พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ บริบททางเศรษฐกิจการเมือง รวมทั้งความหมายต่อวิถีชีวิตของผู้เป็นเจ้าของ หรือมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมนั้น

กลุ่มที่สอง วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมที่หลงเหลืออยู่จากการให้คำนิยามวัฒนธรรมชนชั้นนำ หรือวัฒนธรรมชนชั้นสูง (High culture) ในแง่นี้ วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมที่อยู่ตรงข้ามกับวัฒนธรรมชนชั้นนำ หรือวัฒนธรรมของชนชั้นส่วนใหญ่ในสังคม

กลุ่มที่สาม วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมมวลชน (Mass culture) นิยามในกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับรูปแบบต่างๆ ของวัฒนธรรมที่ถูกผลิต เผยแพร่ และโฆษณาในตลาดสินค้าของระบบทุนนิยมสมัยใหม่ที่ได้รับคามนิยม เช่น แฟชั่นเสื้อผ้าอาหาร เครื่องสำอาง ดนตรี กีฬา ภาพยนตร์ ฯลฯ ต่างก็เป็นตัวอย่างสำคัญของวัฒนธรรมสมัยนิยมในความหมายนี้ อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมมวลชน มักจะถูกตีความหมายในลักษณะที่เชื่อมโยงกับการครอบงำทางวัฒนธรรมจากประเทศตะวันตกหรือประเทศอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นต้นกำเนิดของสื่อวัฒนธรรมในกลุ่มดังกล่าว

กลุ่มที่สี่ วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมที่มีแหล่งกำเนิดมาจากประชาชนเป็นวัฒนธรรมชนานแท้และดั้งเดิมของประชาชนหรือชาวบ้านร้านค้าตลาดทั่วไป ในแง่นี้ วัฒนธรรมสมัยนิยม คือวัฒนธรรมประชาชน

กลุ่มที่ห้า วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง พื้นที่หรืออาณาบริเวณของการต่อสู้ระหว่างพลังของกลุ่มคนที่ถูกเอารัดเอาเปรียบ กับกลุ่มคนผู้มีอำนาจครอบงำในสังคม วัฒนธรรมสมัยนิยมในแง่นี้ ไม่ใช่ทั้งชนชั้นผู้นำหรือชนชั้นผู้เสียเปรียบในสังคม แต่เป็นวัฒนธรรมที่เกิดจากการต่อสู้ต่อรองและช่วงชิงทางอุดมการณ์และผลประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ในสังคม นิยามดังกล่าว ได้รับอิทธิพลโดยตรงจากมโนทัศน์การครอบครองความเป็นใหญ่ (Hegemony) ของอันโตนิโอ กรัมสกี (Antonio Gramsci)

กลุ่มสุดท้าย วัฒนธรรมสมัยนิยม หมายถึง วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นภายหลังการพัฒนาอุตสาหกรรมและการขยายตัวของชุมชนเมือง นิยามในกลุ่มนี้ สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อมวลชน การคมนาคม การสื่อสารของโลกสมัยใหม่ที่มีบทบาทสำคัญในการก่อรูปและขยายตัวของวัฒนธรรมในชุมชนเมืองขนาดใหญ่ วิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรม วิธีชีวิตในเมืองทำให้ผู้คนจำนวนมากเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในสังคมเกษตรกรรมหรือสังคมชนบทไปอย่างมโหฬาร โลกความทันสมัยก่อให้เกิดรูปแบบวัฒนธรรมสมัยใหม่ที่เปลี่ยนวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ชีวิตประจำวันกลายเป็นปริวิตที่เต็มไปด้วยวัฒนธรรมที่มีชีวิต วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นเหมือนกระแสหรือพลังงานที่เรามองไม่เห็น แต่รู้สึกได้ บริโภคได้ และใช้ชีวิตส่วนใหญ่ในขณะที่เราใช้ชีวิตประจำวัน

จากนิยามความหมายทั้ง 6 กลุ่ม จะเห็นได้ว่า มโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสมัยนิยม เป็นสิ่งที่คลุมเครือ และอาจถูกเลือกมองได้หลายแง่ (ชาญวิทย์ ตีระประเสริฐ, 2549 อ้างใน พจมาน นิตยใหม่, 2550) และหากกล่าวถึงรอยสักกับวัฒนธรรมสมัยนิยม มีความเกี่ยวโยงลึกลงไปกับ คำอธิบายวัฒนธรรมสมัยนิยมอยู่หลายประการด้วยกัน คือ รอยสักในยุคหนึ่งเป็นเสมือน สัญลักษณ์ (Sign) ที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับของผู้คนจำนวนมาก แต่ทว่ามาอีกยุคหนึ่ง รอยสักถูกขับเคื้อนเป็นเครื่องหมายบ่งบอกถึงสภาพความเป็นชนชั้น ที่ถูกตีตราประทับบน ร่างกายเพื่อแสดงความเป็นไพร่หลวงในกรม กอง และสักเพื่อประจานความผิดให้แก่นักโทษ ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดเป็นวาทกรรมชุดหนึ่งที่ถูกล้างผลปลุกขึ้นมาจนถึงยุคปัจจุบัน

ในปัจจุบัน หากบุคคลใดมีรอยสักจะถูกกล่าวว่าเป็นคนไม่ดี ไม่น่าคบ ฯลฯ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการครอบงำของวาทกรรมในชุดดังกล่าว แต่ทว่ารอยสักยังพบในกลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่เรียกได้ว่าเป็นการต่อต้าน (Resistance) ต่อรอง และปฏิเสธการครอบงำของวาทกรรม ซึ่งจะเห็นได้ว่าการลื่นไหลของวัฒนธรรมสมัยนิยม (Pop culture) กับรอยสัก เป็นวัฒนธรรมที่มีรากฐานอยู่ที่มหาชนที่รวมถึงวัตถุ ประเพณี กระแสและกิจกรรม ที่ไม่ใช่แค่กระแสนิยม แต่เป็นเพราะมนุษย์มีกระบวนการสร้างความหมายไม่คงที่ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และมีความสัมพันธ์กับการสร้างตัวตนของแต่ละบุคคล (วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ และคณะ, 2545 อ้างใน พจมาน นิตยใหม่, 2550)

จะเห็นได้ว่ารอยสักนั้นเกิดจากวัฒนธรรมสมัยนิยม (Pop culture) และวัฒนธรรมประชานิยม (Popular culture) โดยแนวคิดทั้งสองวัฒนธรรมนี้ มีความสัมพันธ์ที่เชื่อมร้อยถึงกัน กล่าวคือ รอยสักที่ได้รับความนิยม ก่อนที่จะเกิดเป็นความนิยมของแต่ละยุคสมัยนั้น เกิดขึ้นจากความนิยมของกลุ่มคน หรือผู้คนที่มีความนิยมในรอยสัก ซึ่งจะเห็นได้ว่า มีความสอดคล้องเข้ากับ วัฒนธรรมประชานิยม (Popular culture) ดังนั้น เมื่อรอยสักได้รับความนิยมจากกลุ่มคนหรือผู้คนที่ ต่างๆ ในช่วงเวลาหนึ่ง รอยสักจึงเกิดเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยม (Pop culture) ขึ้นในแต่ละยุคสมัย

การสักเพื่อความสวยงาม

ประทีน มหาพันธ์ (2534: 71-72) ชนเผ่าในทวีปแอฟริกา และในหมู่เกาะทะเลใต้ แต่เดิมนิยมตกแต่งร่างกายด้วยเครื่องประดับและสีสันท่างๆ ทั้งนี้โดยการระบายสีลงบนใบหน้าและร่างกาย แต่การใช้สีไม่ว่าจะเป็นสีที่ทำขึ้นหรือสีที่เกิดจากธรรมชาติ มีระยะเวลาจำกัด กล่าวคือเมื่อถึงระยะเวลาหนึ่งอาจลบเลือนไป ต้องมีการตกแต่งใหม่อยู่เสมออันเป็นการสิ้นเปลืองไม่สวยงาม และเสียเวลา ดังนั้นจึงมีการใช้การสักแทนการตกแต่งร่างกายเพื่อให้เกิดความสวยงาม รูปรอยที่สักจะติดอยู่กับผิวหนังตลอดไป

การสักเพื่อความสวยงามในทรวงคระของผู้สักถือเสมือนหนึ่งเป็นเครื่องประดับร่างกาย เพราะรูปรอยที่สักมีความสวยงาม เป็นศิลปะ แม้ว่าผู้สักจะเป็นอาชญากรก็ตาม หากลวดลายที่สักลงบนผิวหนังมีความสวยงาม เป็นศิลปะ มีคุณค่าทางศิลปะ ก็จัดว่ารอยสักดังกล่าวเป็นผลงานทางศิลปะอย่างหนึ่ง

การสักเพื่อความสวยงามนั้นเป็นที่นิยมของชาวยุโรปในศตวรรษที่ 19 เป็นที่นิยมทั้งชนสามัญและชนชั้นสูงจนถึงพระมหากษัตริย์ ดังพระเจ้าเฟรเดริก แห่งเดนมาร์กทรงสักรูปสวยงามๆ ไว้บนพระวรกายเป็นอันมาก รูปเด่นที่สุด ได้แก่ รูปมังกรสลบสีสองตัวที่พระอุระ ส่วนพระพาหาทั้งสองข้างทรงสักเป็นรูปมังกรตัวใหญ่พันไว้ นอกจากนั้นก็ยังมีรูปอื่นๆ ที่ทรงสักไว้ทั่วพระวรกาย หาที่ว่างไม่ได้ นอกจากนั้นบุคคลสำคัญๆ ในอังกฤษก็นิยมการสักเพื่อความสวยงามเป็นอันมาก เช่น พระเจ้าเอ็ดเวิร์ดที่ 7 จอมพลมอนตโกเมรี ซึ่งสักรูปผีเสื้ออันสวยงามไว้ที่แขนขวา เลดี แรนดอล์ฟ เซอร์ซิด มาดาของท่าน เซอร์ วินสตัน เซอร์ซิด อดีตนายกรัฐมนตรีอังกฤษสักรูปงูพันไว้ที่แขนระหว่างข้อศอกกับข้อมือ

การสักเพื่อความสวยงามนั้น นอกจากจะพิจารณาในสายตาของผู้อื่นแล้ว ความสวยงามในสายตาของผู้สักเองก็มีความสำคัญและถือว่าเป็นความมุ่งหมายหลักของผู้สักอย่างหนึ่ง ความงามในทรวงคระของตัวผู้สักจัดว่ามีความสำคัญสำหรับตัวผู้สักเป็นอันมาก ทั้งนี้เพราะเหตุว่ารูปรอยที่สักลงไปบนผิวหนังนั้น แม้ผู้อื่นจะเห็นว่าไม่งามก็ตาม แต่ตัวผู้สักเห็นว่ามี ความงามวิจิตรพิสดาร สร้างความพอใจ ภูมิใจ แก่ตัวผู้สักเป็นอันมาก ความรู้สึกกลุ่มหลงในรูปรอยที่สักของตนเองนี้ จัดว่าเป็นภาวะทางจิตอย่างหนึ่ง ประเภทรักตนเอง หลงความงามของตนเอง

รูปรอยสักเพื่อความสวยงามส่วนใหญ่ได้แก่รูปดอกไม้ เช่น ดอกกุหลาบ ดอกซากุระ ดอกเบญจมาศ เป็นต้น รูปสัตว์ ได้แก่ สัตว์ที่มีความวิจิตรพิสดาร มีการตกแต่งอย่างสวยงาม เช่น นกอินทรี นกยูง เสือ มังกร ปลา เป็นต้น รูปธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ ใบไม้ เกว๋วลย์ ปุยเมฆ เกลียว คลื่น เป็นต้น รูปมนุษย์ ได้แก่ รูปหญิงสาว

รูปแบบการสักเพื่อความสวยงาม

สมศักดิ์ ตันรัตนกร (2552) ปัจจุบันการสักดูจะเป็นที่ยอมรับในประเทศไทยมากขึ้น เพราะไม่ได้จำกัดแค่การสักยันต์ตามความเชื่อ แต่เป็นการสักเป็นลวดลายสวยงาม ซึ่งลวดลายของรอยสักสามารถแบ่งแยกตามแฟชั่น ได้แก่

1. Fantasy style: เป็นการผสมผสานทุกรูปแบบไว้ด้วยกันตามที่สร้างสรรค์ขึ้น
2. Tribal style: มีลักษณะเป็นลวดลายเล็กๆ เช่น เกว๋วลย์ ซึ่งมักประดับอยู่บนข้อมือ นิ้ว ข้อเท้า
3. Europe style: เป็นภาพเหมือน สร้างมิติด้วยการลงแสงเงา คล้ายกับภาพเหมือนบุคคล
4. Japan style: ลวดลายที่บ่งบอกความเป็นตะวันออก เช่น มังกร ปลาการ์พ
5. Chinese style: ลายสักของจีนแม้จะใหญ่เต็มแผ่นหลัง แต่จะไม่ตีกรอบลายเปิดโล่ง
6. Word style: ตัวอักษรหรือคำที่มีความหมายดีๆ
7. Kaiker style: ลวดลายอยู่ในรูปแบบที่เป็นนามธรรม
8. Hawaii style: รอยสักชาวฮาวายส่วนมากจะออกแบบเหมือนกับลวดลายบนกะปะเงินตรา ลายสักจะแสดง ถึงธรรมชาติ อาทิ ฟันปลาฉลาม ลายถักทอ เม่นทะเล มีความหมายลึกซึ้งโดดเด่นเฉพาะตัว

9. Aotearoa style: เป็นชื่อชนเผ่าเมารีในนิวซีแลนด์ ในสมัยโบราณลายสักของเมารีจะเป็นรอยเฉพาะบุคคลหรือของครอบครัวนั้น ๆ ไม่มีรูปแบบตายตัว แต่ที่นิยมเป็นลายสักรูปโค้งหรือเถาเลื้อย ซึ่งถือเป็นสัญลักษณ์ของความเจริญก้าวหน้า

10. Tonga style: ลวดลายการสักนี้พบยาก ในปัจจุบัน จะเห็นเพียงรูปประกอบการสักในสมัยโบราณ รูปแบบ เป็นเหมือนกับการสักแบบ Samoa ซึ่งเป็นแห่งเดียวในโพลินีเซียที่ยังคงรักษารูปแบบโบราณไว้ การสักของผู้ชายจะเริ่มต้นการสักเหนือเอวและ ขยายไปจนถึงเข่า ส่วนการสักของผู้หญิงเพื่อปกปิดบางส่วน เป็นต้น

แบ่งแยกตามกลุ่ม ดังนี้

1. HIP-HOP ลายสักของชาว hip-hop ส่วนใหญ่จะเป็นลายสักที่มีสีสันทึบไปในโทนคล้ายคลึงกับงาน Graffiti ทั้งลวดลายที่เป็นตัวอักษรและรูปภาพ

2. PUNK ลายสักของกลุ่ม punk จะไม่เน้นสีสันทึบ จะเป็นลวดลายสีดำเสียมากกว่า ลายที่เป็นที่นิยมกันของชาว punk ก็จะเป็นลายประเภทดาว ลายที่เป็นแฉก หรือหากจะเป็นตัวอักษรก็จะเป็นแนวอักษรโบราณหรือแบบตัวอักษรในคัมภีร์ประเภทนั้น แต่การสักจะเป็นที่นิยมในกลุ่ม punk ที่ได้รับอิทธิพลมาจากฝั่งอังกฤษ ถ้า punk ที่รับอิทธิพลมาจากทางญี่ปุ่นนั้นจะเน้นไปที่การแต่งตัวให้เป็นที่สะดุดตาเสียมากกว่า

3. HARDCORE แนว hardcore กับ punk จะใกล้เคียงกันโดยจะเน้นโทนสีดำเป็นหลัก แต่การสักของ hardcore จะเป็นแนว realistic บางที่สักขึ้นมาบนใบหน้า แต่ที่สำคัญนั้นคือกลุ่ม hardcore จะเน้นไปที่การเจาะ ตัดอวัยวะและการฝังเครื่องประดับลงไปใต้ผิวหนัง ซึ่งแฟชั่นประเภทนี้ในสังคมไทยไม่เป็นที่ยอมรับ ทำให้แนว hardcore ในเครื่องแบบหาได้ยาก ส่วนใหญ่ก็จะเป็นเพียงแค่การฟังเพลงเท่านั้น

4. INDY สำหรับแนวอินดี้เน้นรอยสักไม่ได้มีรูปแบบที่ชัดเจน ไม่มีอะไรตายตัวเพราะกลุ่มอินดี้เป็นกลุ่มที่แต่งตัวตามความชอบเป็นหลัก ดังนั้นจะขึ้นอยู่กับความชอบส่วนบุคคล จุดเด่นของกลุ่มนี้จะออกไปที่การแต่งกายเสียมากกว่า

ความหมายของรูปรอยที่สัก

ประเทิน มหาพันธ์ (2534: 1) ลายสักทุกชนิดย่อมมีความหมายไม่อย่างใดก็อย่างหนึ่ง ความหมายอาจเป็นไปอย่างสากล คือ เป็นที่เข้าใจของคนทั่วไป หรืออาจมีความหมายที่เข้าใจเฉพาะตัวผู้สักก็ได้ รูปรอยที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ในการสัก นอกจากจะเป็นรูปรอยที่มีความหมายแล้วยังจะต้องมีความงามในเชิงสุนทรียภาพ มีความสง่าเป็นที่เกรงขามในเชิงจิตวิทยา ทั้งยังต้องมีความชัดเจนในสัญลักษณ์นั้นๆ ด้วย โดยเหตุที่การสักเป็นทัศนศิลป์ สามารถทำความเข้าใจด้วยการดู สามารถแสวงหาสุนทรียรสได้โดยสายตา ดังนั้น สัญลักษณ์ที่ใช้ในการสักจึงต้องเป็นสัญลักษณ์ที่มีสุนทรียภาพ และมีความหมายที่ลึกซึ้งอีกด้วย จึงจะเป็นสัญลักษณ์ที่มีคุณค่า

ประเทิน มหาพันธ์ (2534: 1-2 อ้างถึง Richie, 1982: 37) โดยปกติในการสักผู้สักจะเลือกสัญลักษณ์ที่แสดงถึงคุณลักษณะที่ตนเองต้องการ เช่น ความกล้าหาญ ความสง่างาม ความอดทน ความปกป้อง ความเมตตาตามหานิยม ความแคล้วคลาด ความจงรักภักดี ความมั่นคง เป็นต้น สัญลักษณ์ที่ใช้แสดงคุณลักษณะเช่นที่แสดงตัวอย่างมานี้ แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น สัญลักษณ์ในการสักที่ทางตะวันตกนิยมกันมาก ได้แก่ นกอินทรี ซึ่งเป็นนกที่เป็นสัญลักษณ์ของความกล้าหาญ ความสง่างาม ความมั่นคง และประสาทที่ว่องไว ตีนตัวอยู่เสมอ สัญลักษณ์อีกอย่างหนึ่งที่ทางตะวันตกนิยมกันมาก ได้แก่ สัญลักษณ์รูปหัวใจ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความจงรักภักดี ความซื่อสัตย์ ความมีจิตใจกว้างขวาง ความเป็นผู้เปิดใจ ไม่มีลัทธิลึกลับ

ประเทิน มหาพันธ์ (2534) ในประเทศญี่ปุ่น แม้ลายสักจะออกแบบสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงคุณลักษณะก็ตาม แต่ก็มิได้ลึกซึ้งมากนัก สัญลักษณ์ที่ใช้จะเน้นในเรื่องของสุนทรียภาพ เรื่องของความสวยงามที่มองดูด้วยตาเป็นสำคัญ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้เป็นความต้องการเบื้องต้นของการสัก

ในประเทศไทย การสักส่วนใหญ่มิได้มุ่งเน้นที่ความสวยงาม แต่จะเน้นในเรื่องของความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ของสัญลักษณ์ที่ใช้เป็นสำคัญ ดังนั้น สัญลักษณ์ที่ใช้จึงเป็นพวกอักขระ คาถายันต์ ซึ่งมีความหมายในเรื่องของความขลัง ความศักดิ์สิทธิ์ในตัวเองอยู่แล้ว ส่วนในด้านของความงามนั้นมิได้มุ่งเป็นประเด็นสำคัญ แต่ในระยะหลังนี้ เมื่อมีความนิยมการสักแบบตะวันตกและญี่ปุ่นขึ้น จึงหันมานิยมใช้การสัก เช่น รูปมังกร นกอินทรี ปลา นก เป็นต้น

การสักรูปดอกไม้

การสักของญี่ปุ่น รูปดอกไม้ที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ในการสัก มีอยู่เพียง 2-3 ชนิด ได้แก่ ดอกโบตั๋น ดอกเบญจมาศ ดอกซากุระและไบเมเปิล ดอกไม้แต่ละชนิดเป็นสัญลักษณ์ของความหมายดังต่อไปนี้

1. ดอกโบตั๋น เป็นสัญลักษณ์ของความมั่นคง ร่ำรวย มีทรัพย์สินสมบัติมาก และมีโชคดี ในญี่ปุ่นอาจมีรายละเอียดเพิ่มเติมเข้าไปในความหมายของสัญลักษณ์ดอกโบตั๋น คือเป็นสัญลักษณ์ของความกล้าหาญในการพนัน รวมทั้งความสามะเลเทเมาของเพศชายด้วย

2. ดอกเบญจมาศ เป็นสัญลักษณ์แทนราชวงศ์สมเด็จพระจักรพรรดิมาเป็นเวลาช้านาน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้มีอิทธิพลต่อวงการสักและเป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลาย ดอกเบญจมาศเป็นดอกไม้ที่อยู่ทน ไร้อายุ มีสรรพคุณทางยา เป็นสมุนไพร สามารถบำบัดรักษาโรคได้ ทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความมั่นคง และความตั้งใจแน่วแน่อีกด้วย

3. ดอกซากุระ เป็นสัญลักษณ์ของความไม่ยั่งยืน ความเป็นอนิจจังของชีวิต ความเสียหาย โดยธรรมชาติ ดอกซากุระบานเพื่อแสดงความงามให้ปรากฏอยู่เพียง 2-3 วันเท่านั้น หลังจากนั้นก็จะร่วงโรย

การตีความหมายของสัญลักษณ์รูปดอกไม้ในการสักนี้ ปัจจุบันยังมีความสับสนอยู่เป็นอันมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความมุ่งหมายในการนำสัญลักษณ์ดอกไม้มาใช้ในการสักได้เปลี่ยนแปลงไปจากการเน้นเรื่องความหมาย มาเน้นในเรื่องของความงามเป็นสำคัญ การนำสัญลักษณ์รูปดอกไม้มาใช้ในการสักในปัจจุบันส่วนใหญ่จึงเพื่อการตกแต่ง การประดับประดาให้ภาพที่สักมีความสวยงามเท่านั้น มิได้มีความมุ่งหมายในการแปลความหมายของสัญลักษณ์เป็นอย่างไรอย่างหนึ่ง

การสักรูปสัตว์

การสักรูปสัตว์ที่น่าสนใจของญี่ปุ่น ได้แก่ ปลาคาร์พและมังกร แม้จะมีต้นกำเนิดมาจากจีนก็ตาม แต่ในปัจจุบัน ปลาคาร์พและมังกร กลายเป็นสัญลักษณ์ของญี่ปุ่นไปแล้ว ทั้งมีความหมายที่ชัดเจนตามความเข้าใจของคนญี่ปุ่นด้วย

1. ปลาคาร์พ เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงคุณลักษณะของความเป็นชายโดยธรรมชาติ ปลาคาร์พสามารถว่ายน้ำทวนกระแสน้ำตกได้อย่างรวดเร็วและมีความกล้าหาญ เมื่อถูกจับปลาคาร์พจะนอนรอคอยคมมีดอย่างไม่สะทกสะท้านบนเขียง ปลาชนิดนี้มีชีวิตอยู่อย่างกล้าหาญอย่างถูกผู้ชาย ดังนั้นรูปปลาคาร์พในลายสัก มีความหมายว่า ผู้สักเป็นผู้ที่มีความกล้าหาญ มั่นคง และยึดมั่นในธรรมะของศาสนา

2. มังกร มีลักษณะเช่นเดียวกับหยินและหยาง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน นอกจากนั้นมังกรยังเป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงความมีอำนาจ ความเป็นเอกภาพ มังกรเป็นสัญลักษณ์ของพลังที่มีอำนาจในการควบคุมการสร้างและการทำลาย สัญลักษณ์มังกรมีความหมายทั้งในด้านกำลัง และความเฉลียวฉลาดทั้งสองอย่างควบคู่กันไป มิใช่อย่างหนึ่งอย่างใด สัญลักษณ์มังกร มีความหมายแสดงถึงภูมิปัญญา ความดีงาม แต่มิใช่ความมีเล่ห์เหลี่ยม คดโกง ตามคติของทางตะวันตก การสักมังกรจึงเป็นการแสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความกล้าหาญ และความเที่ยงตรง

โดยลักษณะของการประยุกต์ทางปรัชญา มังกร มีส่วนเกี่ยวข้องกับศาสนาเป็นอันมาก ในการสักที่มีความหมายเกี่ยวกับพระพุทธศาสนา ย่อมต้องสักเป็นสัญลักษณ์มังกร และเป็นที่น่าสนใจกันโดยทั่วไปว่า มังกรเป็นสัตว์ที่เป็นตัวแทนของเทพเจ้าบนสวรรค์ แต่ความจริงหาได้เป็นเช่นนั้นไม่ มังกรเป็นเพียงสัญลักษณ์ที่มีความหมายว่าเป็นผู้ปกป้องรักษา มีพลังและมีอำนาจในการคุ้มครองป้องกัน ดังนั้นผู้ที่มียอยสักเป็นรูปมังกรจึงเป็นผู้ที่มีคุณลักษณะของผู้มีอำนาจ มีการเสียสละอย่างใหญ่หลวง เพื่อป้องกันพระพุทธศาสนา

ตัวอย่างรูปการสักเพื่อความสวยงาม



ภาพที่ 3 การสักรูปดอกไม้

ที่มา: <http://highlight.kapook.com/view/16353> (05/03/52)



ภาพที่ 4 การสักรูปสัตว์

ที่มา: <http://photos1.hi5.com>



ภาพที่ 5 การสักแบบอื่นๆ

ที่มา: <http://www.sunnyfuerteventura.com>

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์

จากการตรวจเอกสารพบว่ายังไม่มีผู้ที่ศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามโดยตรง แต่มีผู้ที่ศึกษาถึงปัจจัยทางด้านบุคคล สังคมและเศรษฐกิจ ได้แก่ เพศ รายได้ รายได้ของครอบครัว การรับรู้ข่าวสาร ความคิดเห็น ความรู้ความเข้าใจ และประสบการณ์ ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ โดยมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆ ดังนี้

เพศ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการศึกษาภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม เนื่องจากเพศที่แตกต่างกันนั้น นอกจากจะมีลักษณะทางกายภาพภาพที่แตกต่างกันแล้ว ยังมีลักษณะนิสัย ความคิด รวมถึงการยอมรับและการเปิดโอกาสทางสังคมที่แตกต่างกันด้วย โดยเฉพาะในสังคมทางแถบเอเชียรวมถึงสังคมไทยที่เพศชายมักจะได้รับการยอมรับและโอกาสทางสังคมมากกว่าเพศหญิง และเพศที่สาม ซึ่งอาจส่งผลต่อการมองภาพลักษณ์ในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน รวมถึงภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามด้วย ซึ่งจากการตรวจเอกสารจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยังไม่พบว่ามีการศึกษาด้านเพศต่อภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามโดยตรง แต่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบางประเด็นที่มีการศึกษาเกี่ยวกับเพศต่อภาพลักษณ์ที่พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ได้แก่ พิษญา กรรณานูวัฒน์ (2540) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ในทัศนะของพนักงานทั่วประเทศ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของธนาคาร กนกนุช จันทรแฉล้ม (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ทำงานด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม : ศึกษากรณีมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพืชพรรณแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์ พบว่าเพศมีความสัมพันธ์ต่อภาพลักษณ์มูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพืชพรรณแห่งประเทศไทย และ พิสิณี กิจวัตร (2545: 78) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบในความคิดเห็นของประชาชนในเคหะชุมชนบ่อนไก่ พบว่า ปัจจัยด้านเพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์โรงงานยาสูบ โดยพบว่าเพศชายมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์โรงงานยาสูบดีกว่าเพศหญิง

นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยอีกส่วนหนึ่งที่พบว่าเพศไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ได้แก่ สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา (2539: 68) ศึกษาภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ของ

องค์การโทรศัพท์ฯ ไม่แตกต่างกัน ตรึงตรา ทวีปส์ส่องแสง (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านเพศทำให้มีทัศนะต่อภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ไม่ต่างกัน พิชชา รุจินาม, พ.ต.ต. (2545: 75) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวงของผู้ขับขีรถยนต์บนถนนสายเอเชีย พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของตำรวจทางหลวง และ มาตี สุภาพผล (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์เรือนจำในทัศนะของญาติผู้ต้องขัง พบว่า เพศ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์เรือนจำในทัศนะของญาติผู้ต้องขัง

การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม เนื่องจากการอยู่อาศัยที่แตกต่างกันนั้นอาจส่งผลต่อความคิด รวมถึงการตัดสินใจที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่อาศัยกับพ่อแม่/พี่น้อง/ญาติ อาจได้รับการอบรม รวมถึงการให้คำปรึกษาที่แตกต่างกับผู้ที่อาศัยอยู่กับเพื่อน หรือผู้ที่อาศัยอยู่คนเดียว ซึ่งการได้รับการอบรมและการให้คำปรึกษานี้ อาจจะส่งต่อความคิด การตัดสินใจ และมุมมองเกี่ยวกับภาพลักษณ์ต่างๆ ซึ่งรวมถึงภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามด้วย จากการตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่พบว่ามีการศึกษาด้านการอยู่อาศัยระหว่างศึกษาต่อภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามโดยตรง แต่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบางประเด็นที่มีการศึกษาเกี่ยวกับที่พักอาศัยต่อภาพลักษณ์ ได้แก่ พิชชา รุจินาม, พ.ต.ต. (2545: 75) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวงของผู้ขับขีรถยนต์บนถนนสายเอเชีย พบว่า ปัจจัยด้านที่อยู่ปัจจุบันมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวง

รายได้ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม เนื่องจากรายได้นั้นเป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการสัก โดยผู้ที่ต้องการสักนั้นอาจจะต้องมีรายได้ที่เพียงพอต่อการสัก และหากมีรายได้ที่เพียงพอแล้ว ผู้ที่ต้องการสักก็จะไปทำการสัก ซึ่งกลุ่มคนที่สักนี้ก็อาจจะมีมุมมองภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามที่แตกต่างกับผู้ที่ไม่ได้สัก จากการตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่พบว่ามีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ โดยการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่พบว่ามีการศึกษาด้านรายได้ต่อภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามโดยตรง แต่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบางประเด็นที่มีการศึกษาเกี่ยวกับรายได้ต่อภาพลักษณ์ ได้แก่ กนกนุช จันทรแฉล้ม (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ทำงานด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม: ศึกษากรณีมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพืชพรรณแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์ พบว่า ระดับรายได้ มีความสัมพันธ์ต่อ

ภาพลักษณ์มูลนิธิต่อมาของสัตว์ป่าและพืชพรรณแห่งประเทศไทย และพิชา รุจินาม, พ.ต.ต. (2545: 75) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวงของผู้ขับขีรถยนต์บนถนนสายเอเชีย พบว่า รายได้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวง แต่สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา (2539: 68) ศึกษาภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยในสายตาผู้ใช้บริการในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า รายได้ มีผลต่อการรับรู้ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์ฯ ไม่แตกต่างกัน

รายได้ของครอบครัว เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ การสักเพื่อความสวยงาม ซึ่งจากการตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่พบว่ามีการศึกษา ด้านรายได้ของครอบครัวต่อภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามโดยตรง แต่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในบางประเด็นที่มีการศึกษาเกี่ยวกับรายได้ของครอบครัวกับการเกิดภาพลักษณ์ ได้แก่ ชูเกียรติ วงศ์เทพเตียน (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการเที่ยวบิน พบว่า รายได้ครอบครัวต่อเดือน ไม่มีความแตกต่างกันในการมองภาพลักษณ์ด้านการบริการของ พนักงานต้อนรับ แต่มีความแตกต่างกันในการมองภาพลักษณ์ด้านอาชีพและภาพลักษณ์ของผู้ประกอบอาชีพ พิสิณี กิจวัตร (2545: 87) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบในความคิดเห็นของประชาชนในเคหะชุมชนบ่อนไก่ พบว่า รายได้ของครอบครัวต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์ กับภาพลักษณ์โรงงานยาสูบ

การรับรู้ข่าวสาร เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์การสัก เพื่อความสวยงาม เนื่องจากการรับรู้ข่าวสารที่แตกต่างกันนั้น อาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ที่ แตกต่างกันด้วย เพราะการรับรู้ข่าวสารนั้นมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านต่างๆ กล่าวคือ ผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันอาจจะมีความคิดเห็นต่อเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกัน และเมื่อมี ความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกันแล้วก็จะส่งผลในการมองภาพลักษณ์ต่างๆ ที่แตกต่างกันรวมถึงภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามด้วย จากการตรวจเอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องยังไม่พบว่ามีการศึกษาด้านการรับรู้ข่าวสารกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม โดยตรง แต่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบางประเด็นที่มีการศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารกับการเกิด ภาพลักษณ์และพบว่าการรับรู้ข่าวสารเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ได้แก่ อัมพร จันทรแก้ว (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์โรงพยาบาลปทุมธานีตามการรับรู้ของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ พบว่า การได้รับข้อมูลข่าวสารของโรงพยาบาลที่แตกต่างกัน มีผลต่อ การรับรู้ภาพลักษณ์โรงพยาบาลที่แตกต่างกัน อารยา วรรณประเสริฐ (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่อง

ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า การรับรู้ข่าวสารมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พิชชา รุจินาม, พ.ต.ต. (2545: 81) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวงของผู้ขับขีรถยนต์บนถนนสายเอเชีย พบว่า ปัจจัยด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับตำรวจทางหลวง มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวง พิสิณี กิจวัตร (2545: 85-86) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบในความคิดเห็นของประชาชนในเคหะชุมชนบ่อนไก่ พบว่า การได้รับข่าวสารเกี่ยวกับบุหรี่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์โรงงานยาสูบ ทนธง ครุทจ้อน (2545: 116) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในทัศนะของประชาชนในอำเภอปากพ่องจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า การรับรู้ข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบล และเพชร ถนอมทรัพย์ (2545) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์คณะกรรมการเลือกตั้งตามทัศนะของสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด พบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับคณะกรรมการเลือกตั้ง มีความสัมพันธ์กับทัศนะของสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนจังหวัดที่มีต่อภาพลักษณ์คณะกรรมการเลือกตั้ง

ความคิดเห็น เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม เนื่องจากผู้ที่มีความคิดเห็นในเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกันก็จะมองภาพลักษณ์ในเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกัน รวมถึงเรื่องภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามด้วย จากการตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่พบว่ามีการศึกษาด้านความคิดเห็นกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามโดยตรง แต่มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบางประเด็นที่มีการศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นกับการเกิดภาพลักษณ์และพบว่าความคิดเห็นเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ได้แก่ อนิรุจน์ เขียมกิจการ (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัย ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชาชนชาวกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ที่มีทัศนคติต่อการดำเนินงาน กฟผ. สูงมีความพึงพอใจสูงต่อการดำเนินงานของ กฟผ. และส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีต่อ กฟผ. พิชชา รุจินาม, พ.ต.ต. (2545: 80) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวงของผู้ขับขีรถยนต์บนถนนสายเอเชีย พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้กระทำผิดกฎหมายของตำรวจทางหลวงและความคิดเห็นเกี่ยวกับความพร้อมของอุปกรณ์ที่ตำรวจทางหลวงใช้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวง และพิสิณี กิจวัตร (2545: 86) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบในความคิดเห็นของประชาชนในเคหะชุมชนบ่อนไก่ พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับบุหรี่ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์โรงงานยาสูบ

ความรู้ความเข้าใจ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ การสักเพื่อความสวยงาม เนื่องจากความรู้ความเข้าใจที่แตกต่างกัน อาจส่งผลต่อความคิด ที่แตกต่างกัน และก็จะส่งผลต่อการมองภาพลักษณ์ในเรื่องต่างๆ ที่แตกต่างกัน รวมถึงภาพลักษณ์ การสักเพื่อความสวยงามด้วย จากการตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่พบว่า มีการศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามโดยตรง แต่มีงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องในบางประเด็นที่มีการศึกษาเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจกับการเกิดภาพลักษณ์และ พบว่าความรู้ความเข้าใจเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ได้แก่ ตรึงตรา ทรัพย์ส่อง แสง (2542) ได้ทำการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชนในเขต กรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับกรมประชาสัมพันธ์ปานกลาง มีภาพลักษณ์ ออกมาในทางที่ดี พิชา รุจินาม, พ.ต.ต. (2545: 80) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ตำรวจทาง หลวงของผู้ขับขีรถยนต์บนถนนสายเอเชีย พบว่า ความรู้ความเข้าใจในบทบาทของตำรวจทาง หลวง มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวง มาดี สุภาพผล (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์เรือนจำในทัศนะของญาติผู้ต้องขัง พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรือนจำ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์เรือนจำในทัศนะของญาติผู้ต้องขัง และทวนธง ครุฑจ้อน (2545: 116) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในทัศนะของ ประชาชนในอำเภอปากพะนึ่ง จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ความรู้ความเข้าใจในองค์การบริหาร ส่วนตำบล มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบล

แต่มีงานวิจัยส่วนหนึ่งที่พบว่าความรู้ความเข้าใจไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ได้แก่ พิสิณี กิจวัตร (2545: 86) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบในความคิดเห็นของ ประชาชนในเคหะชุมชนบ่อนไก่ พบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบุหรี ไม่มีความสัมพันธ์กับ ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบ

ประสบการณ์ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความน่าสนใจในการศึกษาเกี่ยวกับภาพลักษณ์การสัก เพื่อความสวยงาม เนื่องจากการมีประสบการณ์ที่แตกต่างกัน อาจส่งผลต่อความคิดต่างๆ ที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ผู้ที่มีประสบการณ์มากต่อเรื่องหนึ่งๆ นั้น อาจส่งผลต่อความรู้ความ เข้าใจ และความคิดเห็นต่อเรื่องนั้นๆ มากกว่าผู้ที่มีประสบการณ์น้อย ซึ่งความรู้ความเข้าใจและ ความคิดเห็นที่ได้จากประสบการณ์นั้นก็จะส่งผลต่อการมองภาพลักษณ์ต่างๆ รวมถึงภาพลักษณ์ การสักเพื่อความสวยงามด้วย จากการตรวจเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังไม่พบว่า มีการศึกษาด้านประสบการณ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามโดยตรง แต่มีงานวิจัย

ที่เกี่ยวข้องในบางประเด็นที่มีการศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์กับการเกิดภาพลักษณ์และพบว่า ประสบการณ์เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ได้แก่ บุญลอย ปานมณี (2538) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์ของกระทรวงศึกษาธิการในทัศนะของนักการเมือง พบว่า ประสบการณ์ในการได้รับการเลือกตั้ง มีผลต่อทัศนะในการมองภาพลักษณ์ของ กระทรวงศึกษาธิการแตกต่างกัน และพิชา รุจินาม, พ.ต.ต. (2545: 80) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวงของผู้ขับขี่รถยนต์บนถนนสายเอเชีย พบว่า ประสบการณ์เกี่ยวกับ อุบัติเหตุบนทางหลวง มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวง แต่พิสนีย์ กิจวัตร (2545: 86) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบในความคิดเห็นของประชาชนในเคหะชุมชนบ่อน ไร่ พบว่า ประสบการณ์เกี่ยวกับบุหรี่ ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์โรงงานยาสูบ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการสัก ซึ่งมีผู้ที่ได้ทำการวิจัยอยู่มากมาย โดยจากงานวิจัยนี้สามารถแยกผลของการวิจัยออกเป็น 3 เรื่องใหญ่ๆ คือ 1. พบว่าการสักส่วนใหญ่เป็นการเน้นย้ำภาพของผู้ที่สักว่าเป็นบุคคลไม่ดี 2. พบว่าการสักนั้นแสดงถึงความเป็น ลูกผู้ชาย และ 3. คือ การสักเป็นการแสดงสัญลักษณ์ของปัจเจกชน และความสัมพันธ์ของกลุ่ม

1. การเน้นย้ำภาพของผู้ที่สักว่าเป็นบุคคลไม่ดี

ประเทิน มหาจันทร์ (2529) ได้ทำการศึกษา การสักกับการประพุดิเกรของเยาวชนไทย พบว่า เยาวชนไทยที่ประพุดิเกร และถูกคุมประพุดิอยู่ในสถานฝึกอบรมของศาลคดีเด็ก และเยาวชนมีจำนวนกว่าครึ่งมีรอยสักอยู่ตามอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย โดยมีความคิดว่า รอยสัก มีความศักดิ์สิทธิ์ ช่วยเหลือตนให้ประสบความสำเร็จได้ เยาวชนที่มีรอยสักรูปผีเสื้อจะกระทำผิด ในข้อหาเกี่ยวกับทรัพย์สิน ผู้ที่มีรอยสักรูปเสือ มังกร หรือเหยี่ยว มักจะมีข้อหาเกี่ยวกับความ รุนแรงทำร้ายร่างกาย ผลการวิจัยพบว่า การสักมีความเกี่ยวข้องกับจิตลักษณะของเยาวชนหลาย ประการ โดยที่เยาวชนผู้มีรอยสัก มักมีปัญหาครอบครัว หรือเคยประสบความล้มเหลว ในโรงเรียน เยาวชนที่มีรอยสักส่วนมาก มักไม่ใช่ผู้ที่มีความมุ่งหวังในชีวิตที่สูงนัก ส่วนใหญ่ขาด การอบรมให้รู้จักเคารพ กฎหมาย ซึ่งผลักดันให้เยาวชนกล้าประพุดิเกรและยังพบอีกว่า เยาวชน ที่มีรอยสักมีแนวโน้มที่จะกระทำผิดซ้ำมากกว่าผู้ที่ไม่มียรอยสัก

นัทธี จิตสว่าง (2528) ที่ศึกษาถึงผลกระทบของระบบสังคมในเรือนจำของผู้ต้องขัง พบว่า วัฒนธรรมในเรือนจำเกี่ยวกับกฎของผู้ต้องขังในแต่ละกลุ่มแต่ละพวก เช่น ผู้ต้องขังที่เป็นคนปล้น หรือแก๊งอาชญากรอาชีพ ส่วนใหญ่จะมีกฎอยู่ว่าจะไม่พูดเดียวกันต้องมีรอยสักให้เหมือนกัน ลักษณะเดียวกัน พวกที่ถูกจับมาในคดีเดียวกัน หรือมีนิสัยคล้ายคลึงกันก็จะรวมกลุ่มกันเป็นพวก “หัวอกเดียวกัน” พวกเก่าคู่มียอยสักอักขระรูปยันต์โดยฝีมือของคนเดียวกันหรือรอยสักเหมือนกันประเภทเดียวกัน ถือว่ามาจากสำนักเดียวกันจะรวมตัวเป็นพวก “อาจารย์เดียวกัน” ซึ่งความจริงก็คือ พวกแก๊งเดียวกัน

2. การแสดงถึงความเป็นลูกผู้ชาย

สุลักษณ์ ศรีบุรี และทวีพงศ์ ศรีบุรี (2537) ซึ่งได้ทำการศึกษาลายสักที่พบในภาคกลางของประเทศไทย พบว่าผู้ที่ได้รับรอยสักมักเป็นผู้ที่เลือกเสด็จในทางไสยศาสตร์ส่วนใหญ่มีความรู้ระดับชั้นประถมศึกษาชั้นปีที่ 4 ถึงปีที่ 6 โดยช่วงอายุ 21-25 ปี และ 31-40 ปี เป็นช่วงอายุที่ชอบไปรับการสักมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ของการสักคือ ความเป็นลูกผู้ชายเต็มตัว การอยู่ยงคงกระพันชาตรี มีเมตตามหานิยม มีโชคลาภ และเพื่อความสวยงาม ผลกระทบทางร่างกายที่ได้รับการสักมากที่สุดคือ ความเจ็บปวดมาจากการอักเสบและบวมแดง โดยตำแหน่งที่สักได้แก่ หลัง หน้าอก ศีรษะ คอ ไหล่ แขนและขา และแขนขาและเท้าทำให้กลุ่มตัวอย่างไปสักคือ ความต้องการที่จะมีของขลังติดตัว มีใจรักและศรัทธาในการสักอย่างแท้จริง โดยผู้ที่มีรอยสักเมื่อมีอายุมากขึ้นจะต้องการที่จะลบรอยสักออก

Umemoto (1980) เขียนบทความเรื่อง “Thai Charms, the Art of Tattooing” ได้กล่าวถึงการสักว่า ถ้าเป็นสมัยเมื่อ 80 ปีก่อน หากชายไทยคนใดมิได้รับการสักให้ปรากฏเห็นบนร่างกายแล้ว ชายผู้นั้นจะมิได้รับความสนใจจากสตรีเพศคนใดเลย Umemoto เชื่อมั่นว่า การสักเป็นสิ่งเดียวบนร่างกายมนุษย์ที่นอกจากจะทำให้สะดุดตาแก่ผู้พบเห็นแล้ว ยังเป็นหลักฐานยืนยันถึงความกล้าหาญของผู้ชายไทยอีกด้วย

3. การแสดงสัญลักษณ์ของปัจเจกชน และความสัมพันธ์ของกลุ่ม

นิติ ภาวครพันธุ์ (2541) ศึกษารอยสักของชาวเมารีและชาวไทใหญ่ ได้กล่าวไว้ในบทความ รอยสักกับการสร้าง “ตัวตน” ว่า “รอยสักของชาวเมารีและคนไทมีความหมายในการ

สร้าง “อัตลักษณ์” ทั้งอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และอัตลักษณ์ส่วนตัวหรือของปัจเจกชน (Personal or Individual Identity) ในตัวเจ้าของรอยสัก การมีรอยสักทำให้ปัจเจกชนต้องมีความสัมพันธ์กับกลุ่ม หรือสังคมที่ตนสังกัดอยู่ กับความหมายและอำนาจ หรือพลังของรอยสักที่ตนมีกับอดีต (โดยผ่านพิธีกรรมในการสัก) และกับพฤติกรรมของตนเอง (ข้อห้ามของรอยสักแต่ละประเภท) รอยสักของชาวเมารีและคนไทจึงมิใช่เป็นเพียงสัญลักษณ์ที่ปัจเจกชนแต่ละคนเลือกขึ้นมาเพื่อแทน “ตัวตน” ของตนเองเท่านั้น หากเขา(ผู้มีรอยสัก) ยังต้องพยายามรักษาไว้ เสมือนการรักษาความสัมพันธ์ของเขากับสังคมที่เขาอยู่ รอยสักเป็นสัญลักษณ์ที่สะท้อนปัจเจกชนในฐานะที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม หรือสังคมนั้นด้วย

วันดี สันติวุฒิมณี (2545) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของ “รอยสัก” ในกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทยใหญ่ชายแดน ไทย-พม่า กรณีศึกษาหมู่บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัดเชียงใหม่ โดยผลการวิจัยพบว่า รอยสักบนร่างกายของผู้ชายชาวไทยใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการสัก 4 ประการ คือ การสักมหานิยม เพื่อให้เกิดสิริมงคล เป็นที่รักใคร่ชอบพอ ทำมาการค้าขึ้น การสักขาลายแสดงถึงความอดทนเป็นผู้ชายเต็มตัว และการสักขามเขี้ยวเพื่อป้องกันพิษจากสัตว์ร้ายต่างๆ ส่วนการสักของผู้หญิงนั้นส่วนมากจะมีอาชีพเป็นทหารหญิงหรือเรียกว่านางหาญ ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะสักบริเวณหลัง และสองแขน โดยส่วนมากจะสัก “มหานิยม” เพื่อให้คนรักใคร่เอ็นดู แต่มีบางคนที่สักขามเขี้ยวเป็นรูปสัตว์ต่างๆ เช่นเดียวกับผู้ชายเพื่อความคงกระพันชาตรี ทนทานต่ออาวุธมีคม และเป็นเครื่องมือเสริมสร้างกำลังใจเวลาออกรบ

รัตนา อรุณศรี (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องการสักร่างกายมองในมิติของความสัมพันธ์เพศสภาพ โดยผลการวิจัย พบว่า ผู้สักแต่ละคนมีการให้ความหมายกับรอยสักของตนที่แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งหนึ่งที่เหมือนกันคือ รอยสักนั้นมีความหมายนัยยะบางอย่างที่ซ่อนเอาไว้ ซึ่งเป็นความหมายที่มีความสำคัญต่อผู้สักอย่างมากและความหมายนั้นสามารถผันแปรไปตามเวลาที่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ยังพบว่าเพศชายมีความพึงพอใจในอัตลักษณ์ภายหลังการสักซึ่งเป็นความพึงพอใจที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริง แต่ในเพศหญิงมักมีความพึงพอใจในอัตลักษณ์ภายหลังการสักลดน้อยถอยลงตามกาลเวลา

ชนกภรณ์ นวากร (2549) ได้ศึกษาเรื่องวิวัฒนาการการรักและวัฒนธรรมมวลชน กับ การรักรอยศิลปะบนเรือนร่าง พบว่า รอยสักทุกรอยย่อมมีความหมายและคุณค่าต่อผู้เป็นเจ้าของ รอยสักอย่างมาก ซึ่งคุณค่านี้นี้สามารถชี้ให้เห็นถึงวัฒนธรรมแห่งรสนิยมของแต่ละบุคคลหรือ แต่ละกลุ่ม

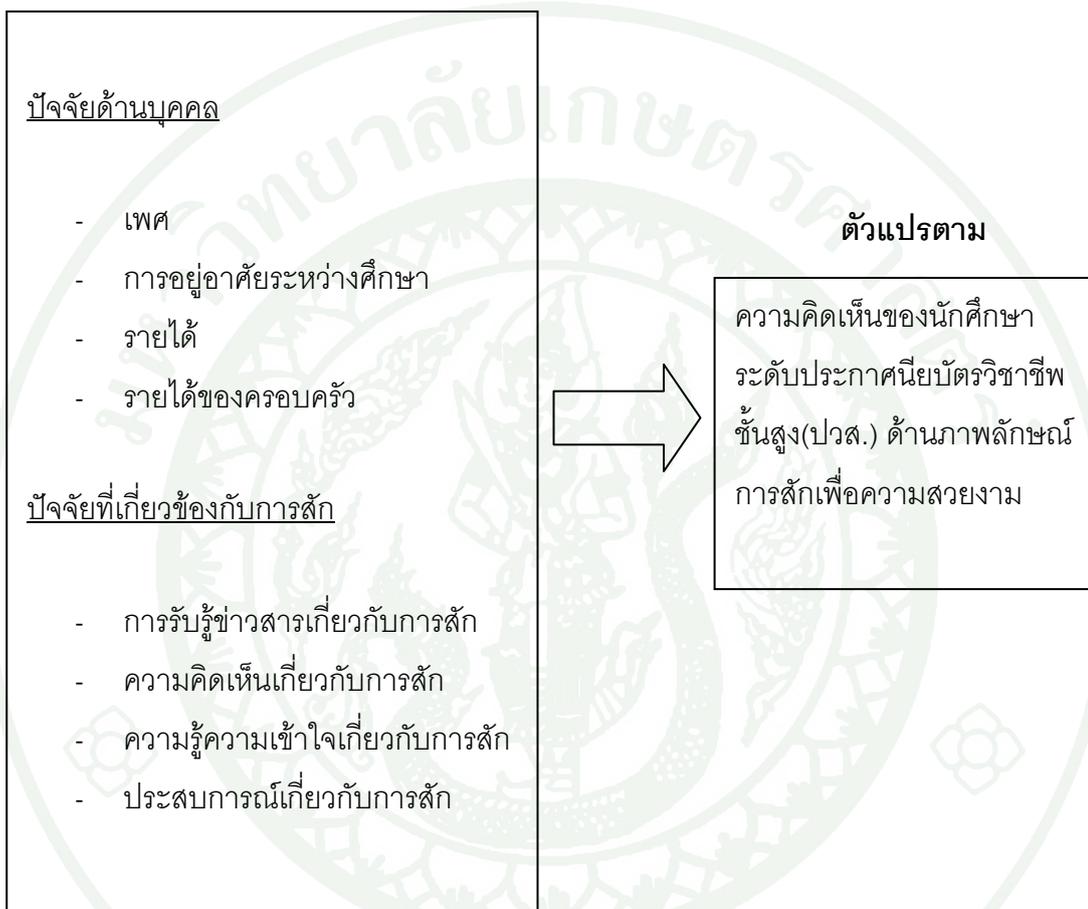
สุขสันต์ กมลสันติโรจน์ (2548: 28 อ้างถึง Tony Lawrence, 1991) งานวิจัยได้อธิบาย ถึงความสัมพันธ์ของรอยสักกับเพศและในเรื่องของแฟชั่น แสดงอัตลักษณ์ของผู้ที่มีรอยสัก รวมทั้ง เหตุจูงใจในการสัก โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 40 คน เป็นเพศชาย 22 คน และ เพศหญิง 18 คน โดยงานวิจัยพบว่าผู้ชายมีการสักมากกว่าผู้หญิง และเหตุจูงใจที่มาสักก็มีการตอบที่แตกต่างกันไป นอกจากนี้ในงานวิจัยยังได้สรุปว่ารอยสักเปรียบเสมือนกับแฟชั่นของ เสื้อผ้าที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นตัวตนของผู้ที่สัก บอกถึงลักษณะของความเป็นผู้หญิงและ ผู้ชายได้

พจมาน นิตยใหม่ (2550) ได้ศึกษาเรื่องรอยสัก : การสร้างอัตลักษณ์ที่ปรากฏบนเรือน ร่างของตน พบว่าการสักเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลนั้นขึ้นอยู่กับความคิด ความเชื่อของแต่ละบุคคล โดยอัตลักษณ์จากรอยสักมีความหลากหลายและเลื่อนไหลไปกับบริบทของการมี ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลหนึ่งๆ ภายในสังคม นอกจากนี้รอยสัวยังสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของ กลุ่มบุคคลที่มีรอยสักในสังคมไทยร่วมสมัย

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสักจะเห็นได้ว่า งานวิจัยข้างต้น จะมีลักษณะคล้ายคลึง กันในการย้ำภาพของผู้ที่สักว่าเป็นบุคคลเกเร ซึ่คุก ซึ่ตาราง ชอบใช้ความรุนแรง เป็นบุคคลที่มี ปัญหา และสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า การสักเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นลูกผู้ชาย รวมทั้งเป็น การสร้างความหมายในการสร้างอัตลักษณ์ส่วนตัว กลุ่ม สังคม และอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ด้วย ซึ่งในที่นี้คือกลุ่มคน “ชาวลพบุรี”

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ



ภาพที่ 6 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบด้วย เพศ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา รายได้ และรายได้ของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก ประกอบด้วย การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

บทที่ 3

วิธีการวิจัย

การศึกษาวจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี” เป็น การวิจัยเชิงสำรวจแบบพรรณนา และเพื่อให้ผลงานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ จึงมีการเพิ่มข้อมูลและ วิธีการเชิงคุณภาพในระดับหนึ่ง คือมีการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยครั้งนี้ การวิจัยครั้งนี้ได้ กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยไว้ ดังนี้

ประชากรเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สังกัดกรมอาชีวศึกษา กระทรวง ศึกษาธิการ จำนวน 2,325 คน ไม่นับรวมนักศึกษาทวิภาคี (ข้อมูลปี 2552 จากวิทยาลัยเทคนิค ลพบุรี)

การสุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ใช้วิธี การหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างจากการแทนค่าในสูตรของ Parel *et al.* (1973) ดังนี้

$$n = \frac{NZ^2 P (1-P)}{Nd^2 + Z^2 P (1-P)}$$

โดย n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ
N = จำนวนรวมทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา
Z = พื้นที่ภายใต้โค้งปกติ ในที่นี้กำหนดให้ ร้อยละ 95
ทำให้ได้ค่า Z = 1.960

$$P = \text{สัดส่วนเรื่องที่ศึกษา ในที่นี้เท่ากับร้อยละ 50}$$

$$d = \text{ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้} = 0.05$$

$$\text{แทนค่า } n = \frac{(2,325) (1.96^2) (0.5) (1-0.5)}{2,325 (0.05^2) + (1.96^2) (0.5) (1-0.5)}$$

$$n = 329.68$$

ดังนั้น จำนวนตัวอย่างที่ใช้การวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 330 ตัวอย่าง หลังจากนั้นคำนวณหา สัดส่วนของจำนวนตัวอย่างในแต่ละชั้นปี โดยแยกเป็นเพศชายและเพศหญิง ได้ดังนี้ (ข้อมูล ปี 2552 จากวิทยาลัยเทคนิคพนบุรี)

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ชั้นปี	จำนวนประชากร		รวม	จำนวนตัวอย่างที่คำนวณได้		รวม
	เพศชาย	เพศหญิง		เพศชาย	เพศหญิง	
1	664	496	1,160	94	71	165
2	690	475	1,165	98	67	165
รวม	1,354	971	2,325	192	138	330

จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยการให้ตัวแทนของ นักศึกษาตามจำนวนที่คำนวณได้ในแต่ละชั้นปี และแยกตามเพศ

วิธีการแจกแบบสอบถาม

เมื่อได้กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นตัวแทนของแต่ละแผนกในแต่ละชั้นปีแล้ว ผู้วิจัยจะแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง (ครั้งละ 1 แผนก) คนละ 1 ชุด จากนั้นผู้วิจัยจะทำการอธิบายเรื่องแบบสอบถามในแต่ละตอน เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้เข้าใจและสามารถทำแบบสอบถามได้อย่างถูกต้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 7 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักศึกษา เป็นคำถามแบบเลือกตอบ Check List

ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก โดยใช้ข้อความที่มีลักษณะเชิงบวก และเป็นคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมิน Rating Scale มีการแบ่งเกณฑ์การให้คะแนน เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับของการรับรู้ข่าวสาร	ข้อความเชิงบวก
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ได้แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับของการรับรู้ข่าวสารออกเป็น 5 ระดับชั้น โดยใช้สูตรภาคพื้นและมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

ระดับของการรับข่าวสาร	ระดับคะแนน
มากที่สุด	4.21 – 5.00
มาก	3.41 – 4.20
ปานกลาง	2.61 – 3.40
น้อย	1.81 – 2.60
น้อยที่สุด	1.00 – 1.80

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการสักโดยใช้ข้อความที่มีลักษณะเชิงบวก และเป็นคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมิน Rating Scale มีการแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับของความคิดเห็น	ข้อความเชิงบวก
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5
เห็นด้วย	4
ไม่แน่ใจ	3
ไม่เห็นด้วย	2
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ได้แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับของทัศนคติหรือความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับขั้น โดยใช้สูตรภาคพื้นและมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนขั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = .80$$

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

ระดับของความคิดเห็น	ระดับคะแนน
มากที่สุด	4.21 – 5.00
มาก	3.41 – 4.20
ปานกลาง	2.61 – 3.40
น้อย	1.81 – 2.60
น้อยที่สุด	1.00 – 1.80

ตอนที่ 4 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการสักโดยใช้ข้อความที่มีลักษณะเชิงบวก และเชิงลบ และเป็นคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมิน Rating Scale มีการแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 2 ระดับ ดังนี้

ระดับของความรู้ความเข้าใจ	ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ
ใช่	1	0
ไม่ใช่	0	1

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ได้แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับความรู้ความเข้าใจออกเป็น 2 ระดับชั้น โดยใช้สูตรภาคพื้นและมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{1 - 0}{2} = 0.50$$

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

ระดับของความรู้ความเข้าใจ	ระดับคะแนน
มาก	0.51 – 1.00
น้อย	0.00 – 0.50

ตอนที่ 5 ประสิทธิภาพเกี่ยวกับการสัก โดยใช้ข้อความที่มีลักษณะเชิงบวก และเป็นคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมิน Rating Scale มีการแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 2 ระดับ ดังนี้

ระดับของประสิทธิภาพ	ข้อความเชิงบวก
ใช่	1
ไม่ใช่	0

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ได้แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับของประสิทธิภาพออกเป็น 2 ระดับชั้น โดยใช้สูตรภาคพื้นและมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{1 - 0}{2} = 0.50$$

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

ระดับของประสิทธิภาพ	ระดับคะแนน
มาก	0.51 – 1.00
น้อย	0.00 – 0.50

ตอนที่ 6 ภาพลักษณ์ของผู้ที่สักเพื่อความสวยงาม โดยใช้ข้อความที่มีลักษณะเชิงบวก และเชิงลบ และเป็นคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมิน Rating Scale มีการแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับของความคิดเห็นด้านภาพลักษณ์	ข้อความเชิงบวก	ข้อความเชิงลบ
เห็นด้วยอย่างยิ่ง	5	1
เห็นด้วย	4	2
ไม่แน่ใจ	3	3
ไม่เห็นด้วย	2	4
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	1	5

เมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ได้แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับของภาพลักษณ์ออกเป็น 3 ระดับชั้น โดยใช้สูตรภาคพื้นและมีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5 - 1}{5} = 0.80$$

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การแปลความหมายค่าคะแนน ดังนี้

ภาพลักษณ์ของผู้ที่สัก	ระดับคะแนน
มากที่สุด	4.21 – 5.00
มาก	3.41 – 4.20
ปานกลาง	2.61 – 3.40
น้อย	1.81 – 2.60
น้อยที่สุด	1.00 – 1.80

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นไปเสนอ คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของคำถามในแต่ละข้อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ หลังจากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มประชากรที่มีความคล้ายคลึงกับประชากรที่ทำการวิจัย จำนวน 30 คน คือนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยพาณิชยการธนบุรี แขวงคูหาสวรรค์ เขตภาษีเจริญ จังหวัดกรุงเทพมหานคร หลังจากนั้นนำข้อมูลจากแบบสอบถาม มาหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach Coefficient Alpha) ได้ผลการวิเคราะห์โดยภาพรวมของแบบสอบถามเท่ากับ .911

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยทำการสอบถามนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)ตามที่ได้สุ่มได้นอกจากนั้นได้มีการสัมภาษณ์ นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) จำนวน 8 คน และผู้ประกอบการร้านสักในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครจำนวน 9 คน ซึ่งการคัดเลือกนักศึกษานั้น ใช้วิธีการแปลผลจากแบบสอบถามและเลือกนักศึกษาที่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามในระดับที่สูงกว่าค่าปกติมากและต่ำกว่าค่าปกติมาก มาเป็นผู้ให้ข้อมูล ส่วนผู้ประกอบการร้านสักนั้นใช้การคัดเลือกโดยการสุ่มตามเขตพื้นที่ต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสนับสนุนผลการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งทำให้งานวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำผลข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ผลทางสังคมศาสตร์ โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายและนำเสนอข้อมูลทั่วไปของประชากรกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติไคสแควร์ (Chi-square) ใช้อธิบายความสัมพันธ์ ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา รายได้ และรายได้ของครอบครัว กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม

3. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ใช้อธิบายความสัมพันธ์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม

สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ กำหนดไว้ที่ระดับ .05

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย

ตุลาคม 2551 – พฤษภาคม 2553

บทที่ 4

ผลการวิจัยและข้อวิจารณ์

ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาถึง ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสักที่มีผลต่อภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม การนำเสนอผลการวิจัยและการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยด้านบุคคล

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก

ส่วนที่ 3 ข้อมูลภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านบุคคล

ปัจจัยด้านบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา รายได้ และ รายได้ของครอบครัว ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมีลักษณะข้อมูล ดังนี้ (ตารางที่ 2)

เพศ

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 57.3 รองลงมา เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 41.5 และเพศที่สาม คิดเป็นร้อยละ 1.2

การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ อาศัยอยู่กับพ่อแม่/พี่น้อง/ญาติ คิดเป็นร้อยละ 78.5 รองลงมา ได้แก่ อาศัยอยู่กับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 12.7 และน้อยที่สุด ได้แก่ อื่นๆ คือ อยู่วัด คิดเป็นร้อยละ 0.3

รายได้

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 78.2 รองลงมาคือ มีรายได้ระหว่าง 5,000 – 7,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ระหว่าง 7,001 – 9,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 2.1

รายได้ของครอบครัว

จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมาคือ มีรายได้ของครอบครัวระหว่าง 15,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 26.7 และน้อยที่สุดคือ มีรายได้ของครอบครัวระหว่าง 10,000 – 15,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 16.1

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของข้อมูลปัจจัยด้านบุคคล

(n=330)

ปัจจัยด้านบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	189	57.3
หญิง	137	41.5
เพศที่สาม	4	1.2
การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา		
อยู่คนเดียว	28	8.5
พ่อแม่/พี่น้อง/ญาติ	259	78.5
เพื่อน	42	12.7
อื่นๆ	1	.3

ตารางที่ 2 (ต่อ)

(n=330)

ปัจจัยด้านบุคคล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
รายได้		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	258	78.2
5,000 – 7,000 บาท	53	16.1
7,001 – 9,000 บาท	7	2.1
มากกว่า 9,000 บาท	12	3.6
รายได้ของครอบครัว		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	115	34.8
10,000 – 15,000 บาท	53	16.1
15,001 – 20,000 บาท	88	26.7
มากกว่า 20,000 บาท	74	22.4

ส่วนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก

ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างในการวิจัยมีลักษณะข้อมูล ดังนี้

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก

จากการวิจัยพบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสักของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.08 หากพิจารณาเป็นรายย่อยในแต่ละข้อคำถามของการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสักของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า (ตารางที่ 3)

1. กลุ่มตัวอย่างรับข่าวสารจากสื่อในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.22 โดยรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และน้อยที่สุดคือ วิทยู โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.44

2. กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสักแพ้น้จกสื่อในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.93 โดยรับจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.56 รองลงมาคือ โทรทัศน์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.43 และน้อยที่สุดคือ วิทยุ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.17

3. เนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับการสักแพ้น้จกสื่อที่กลุ่มตัวอย่างได้รับจากสื่อในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.00 โดยเกี่ยวข้องกับโรคติดต่อที่มาจากกาการสักมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 รองลงมาคือค่าใช้จ่ายในการสัก และภาพลักษณ์กาการสักแพ้น้จกสื่อ โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากัน คือ 3.15 และน้อยที่สุดคือ กาการจัดงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการสัก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.69

4. กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการทราบข่าวสารเกี่ยวกับการสักแพ้น้จกสื่อในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 3.17 โดยต้องการทราบในเรื่องโรคติดต่อที่มาจากกาการสักมากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.70 รองลงมาคือ มาตรฐานของร้านสัก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และน้อยที่สุดคือ กาการจัดงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการสัก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.81

ตารางที่ 3 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D	(n=330)
								ระดับการรับข่าวสาร
1.โดยปกติท่านรับข่าวสารจากสื่อดังต่อไปนี้								
1.1 โทรทัศน์	53.6 (177)	24.5 (81)	15.2 (50)	4.2 (14)	2.4 (8)	4.23	1.01	มากที่สุด
1.2 หนังสือพิมพ์	5.8 (19)	27.9 (92)	45.8 (151)	15.8 (52)	4.8 (16)	3.14	.92	ปานกลาง
1.3 วิทยุ	2.1 (7)	10.3 (34)	34.5 (114)	35.2 (116)	17.9 (59)	2.44	.97	น้อย
1.4 แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา	3.3 (11)	12.7 (42)	36.4 (120)	36.7 (121)	10.9 (36)	2.61	.95	ปานกลาง

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(n=330)

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D	ระดับการรับข่าวสาร
1.5 อินเทอร์เน็ต	31.2 (103)	31.8 (105)	24.2 (80)	8.2 (27)	4.5 (15)	3.77	1.11	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	17.1 (56)	23.0 (76)	32.2 (106)	20.2 (67)	7.5 (25)	3.22	.61	ปานกลาง
2.ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสักแฟชั่น จากสื่อดังต่อไปนี้								
2.1 โทรทัศน์	24.2 (80)	28.8 (95)	21.5 (71)	16.4 (54)	9.1 (30)	3.43	1.27	มาก
2.2 หนังสือพิมพ์	5.2 (17)	21.5 (71)	30.0 (99)	30.0 (99)	13.3 (44)	2.75	1.10	ปานกลาง
2.3 วิทยุ	2.4 (8)	5.8 (19)	25.8 (85)	38.2 (126)	27.9 (92)	2.17	.98	น้อย
2.4 นิตยสาร/วารสาร ต่างๆ	13.0 (43)	26.7 (88)	31.8 (105)	20.9 (69)	7.6 (25)	3.17	1.13	ปานกลาง
2.5 แผ่นพับ/ป้าย โฆษณา	4.8 (16)	13.6 (45)	27.9 (92)	35.5 (117)	18.2 (60)	2.51	1.08	น้อย
2.6 อินเทอร์เน็ต	27.3 (90)	27.0 (89)	27.9 (92)	10.0 (33)	7.9 (26)	3.56	1.21	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	12.8 (42)	20.5 (68)	27.5 (91)	25.2 (83)	14.0 (46)	2.93	.79	ปานกลาง
3.เนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับการสักแฟชั่นที่ท่านได้รับจากสื่อ (ข้อ 2) นั้น เกี่ยวข้องกับเรื่องต่อไปนี้								
3.1 การควบคุมการสัก (อายุของผู้ที่เข้ารับการสัก)	2.7 (9)	21.2 (70)	37.6 (124)	24.2 (80)	14.2 (47)	2.74	1.03	ปานกลาง

ตารางที่ 3 (ต่อ)

	(n=330)							ระดับ การรับ ข่าวสาร
คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด	\bar{x}	S.D	
3.2 มาตรฐานของ ร้านสัก(ความสะอาด ,ไปรับรอง)	5.8 (19)	15.8 (52)	41.2 (136)	27.9 (92)	9.4 (31)	2.81	1.00	ปานกลาง
3.3 ประเภทของการ สักร่างกาย	7.0 (23)	26.4 (87)	44.2 (146)	15.5 (51)	7.0 (23)	3.11	.98	ปานกลาง
3.4 โรคติดต่อที่มา จากการสัก	19.1 (63)	40.3 (133)	25.8 (85)	10.3 (34)	4.5 (15)	3.60	1.05	มาก
3.5 การจัดงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการสัก	1.8 (6)	19.4 (64)	38.5 (127)	26.4 (87)	13.9 (46)	2.69	.10	ปานกลาง
3.6 ความหมายของ การสักลดหลายต่างๆ	3.9 (13)	21.8 (72)	39.7 (131)	23.3 (77)	11.2 (37)	2.84	1.01	ปานกลาง
3.7 บุคลากรที่ เกี่ยวข้องกับสัก	4.2 (14)	20.6 (68)	39.4 (130)	24.8 (82)	10.9 (36)	2.82	1.02	ปานกลาง
3.8 ค่าใช้จ่ายในการ สัก	10.3 (34)	29.4 (97)	33.0 (109)	19.4 (64)	7.9 (26)	3.15	1.10	ปานกลาง
3.9 การลบรอยสัก	16.4 (54)	20.3 (67)	30.3 (100)	20.3 (67)	12.7 (42)	3.07	1.25	ปานกลาง
3.10 ภาพลักษณ์การ สักแฟชั่น	10.0 (33)	32.4 (107)	30.3 (100)	17.3 (57)	10.0 (33)	3.15	1.13	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	8.1 (27)	24.8 (82)	36. (119)	21.0 (69)	10.1 (10)	3.00	.70	ปานกลาง
4.ท่านมีความต้องการ ทราบข่าวสารเกี่ยวกับ การสักแฟชั่นในเรื่อง ต่อไปนี้								
4.1 การควบคุมการ สัก(อายุของผู้ที่เข้ารับ การสัก)	11.8 (39)	27.6 (91)	32.1 (106)	15.8 (52)	12.7 (42)	3.10	1.19	ปานกลาง

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(n=330)

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	\bar{x}	S.D	ระดับการรับข่าวสาร
4.2 มาตรฐานของร้าน สัก(ความสะอาด, ไปรับรอง)	18.5 (61)	26.1 (86)	28.8 (95)	16.4 (54)	10.3 (34)	3.50	1.24	มาก
4.3 ประเภทของการสัก ร่างกาย	9.7 (32)	26.4 (87)	36.7 (121)	17.6 (58)	9.7 (32)	3.09	1.10	ปานกลาง
4.4 โรคติดต่อที่มาจาก การสัก	33.3 (110)	28.2 (93)	20.6 (68)	11.5 (38)	6.4 (21)	3.70	1.23	มาก
4.5 การจัดงานต่างๆ ที่ เกี่ยวกับการสัก	6.7 (22)	20.3 (67)	33.0 (109)	27.0 (89)	13.0 (43)	2.81	1.08	ปานกลาง
4.6 ความหมายของการ สักลดหลายต่างๆ	10.6 (35)	24.2 (80)	33.0 (109)	20.9 (69)	11.2 (37)	3.01	1.16	ปานกลาง
4.7 บุคลากรที่เกี่ยวข้อง กับการสัก	13.3 (44)	19.4 (64)	29.4 (97)	26.1 (86)	11.8 (39)	2.96	1.21	ปานกลาง
4.8 ค่าใช้จ่ายในการสัก	13.6 (45)	34.8 (115)	24.8 (82)	15.8 (52)	10.9 (36)	3.25	1.20	ปานกลาง
4.9 การลดรอยสัก	22.7 (75)	25.2 (83)	23.9 (79)	17.0 (56)	11.2 (37)	3.31	1.30	ปานกลาง
4.10 ภาพลักษณ์การสัก แฟชั่น	17.0 (56)	25.5 (84)	30.3 (100)	15.5 (51)	11.8 (39)	3.20	1.23	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	15.7 (52)	25.7 (85)	29.3 (97)	18.4 (60)	10.9 (36)	3.17	.93	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	13.0 (43)	24.0 (79)	31.6 (104)	20.8 (69)	10.6 (35)	3.08	.61	ปานกลาง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก

จากการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสักของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.97 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อ 7 กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ารอยสักจะเป็นตราที่ติดตัวผู้สักตลอดไป มากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 รองลงมาคือ ข้อ 2 มีความคิดเห็นว่ปัจจุบันแฟชั่นการสักได้รับความนิยมมากในกลุ่มวัยรุ่น มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.51 และ ข้อ 3 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการสักเป็นการช่วยเสริมบุคลิกภาพให้ดูดีขึ้นน้อยที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.12 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก

คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	\bar{x}	S.D	(n=330)	
								ระดับ ความ คิดเห็น	
1.การสักเป็นแฟชั่นของ วัยรุ่นในปัจจุบัน	4.8 (16)	22.1 (73)	27.9 (92)	29.1 (96)	16.1 (53)	2.71	1.13	ปานกลาง	
2.ปัจจุบันแฟชั่นการสักได้รับ ความนิยมมากในกลุ่มวัยรุ่น	16.1 (53)	43.3 (143)	21.8 (72)	13.0 (43)	5.8 (19)	3.51	1.09	มาก	
3.การสักเป็นการช่วยเสริม บุคลิกภาพให้ดูดีขึ้น	1.5 (5)	9.7 (32)	22.7 (75)	30.9 (102)	35.2 (116)	2.12	1.05	น้อย	
4.การสักเป็นการ เลียนแบบศิลปิน/ดารา/ นักร้อง (ต่างชาติ/ไทย)	14.8 (49)	38.5 (127)	22.1 (73)	13.0 (43)	11.5 (38)	3.32	1.21	ปานกลาง	
5.การสักเป็นเรื่องปกติ ทั่วไปของวัยรุ่น	4.5 (15)	25.8 (85)	30.9 (102)	24.8 (82)	13.9 (46)	2.82	1.10	ปานกลาง	
6.รอยสักเป็นการแสดงถึง สัญลักษณ์และการเป็น สมาชิกของกลุ่ม	3.0 (10)	16.7 (55)	31.2 (103)	27.9 (92)	21.2 (70)	2.52	1.0	น้อย	
7.รอยสักจะเป็นตราที่ติด ตัวผู้สักตลอดไป	31.5 (104)	33.3 (110)	18.8 (62)	10.3 (34)	6.1 (20)	3.74	1.18	มาก	
8.สวดลายของรอยสักบน ร่างกายจะบ่งบอกถึงลักษณะ นิสัยของผู้ที่สัก	12.4 (41)	26.1 (86)	38.5 (127)	14.5 (48)	8.5 (28)	3.19	1.10	ปานกลาง	

ตารางที่ 4 (ต่อ)

(n=330)

คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	\bar{x}	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
9.รอยสักเปรียบเหมือนการ สวมใส่เสื้อผ้า ซึ่งบอกถึง รสนิยมของแต่ละบุคคล	7.0 (23)	21.5 (71)	38.2 (126)	22.4 (74)	10.9 (36)	2.91	1.07	ปานกลาง
10.รอยสักถือเป็นศิลปะ แห่งความงามที่สามารถให้ ความหมายได้อย่างดี	8.5 (28)	20.0 (66)	35.2 (116)	20.9 (69)	15.5 (51)	2.85	1.16	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	9.4 (31)	22.7 (75)	28.7 (95)	23.7 (78)	15.5 (51)	2.97	.70	ปานกลาง

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก

จากการวิจัยพบว่า ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสักของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม .72 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกมากที่สุด คือ ข้อ 3 โรคติดต่อบางชนิด เช่น ไวรัสตับอักเสบบี โรคเอดส์ เกิดขึ้นได้จากการสัก มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ .89 รองลงมาคือ ข้อ 1 การสักลดอายุต่างๆ มีความหมายที่แตกต่างกันออกไป มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ .88 และข้อคำถามที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุดคือ ข้อ 5 การสักแฟชั่นแตกต่างจากการสักยันต์ในเรื่องของความเชื่อทางไสยศาสตร์เท่านั้น โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ .39 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก

(n=330)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ การสัก	ตอบถูก	ตอบผิด	\bar{x}	S.D	ระดับความ รู้ความเข้าใจ
1.การสักลดความเครียดต่างๆ มี ความหมายที่แตกต่างกันออกไป	88.2 (291)	11.8 (39)	.88	.32	มาก
2.ผู้ที่ต้องการสักสามารถเข้าไปสัก ในร้านที่เปิดบริการสักได้โดยสะดวก	72.7 (240)	27.3 (90)	.73	.45	มาก
3.โรคติดต่อบางชนิด เช่น ไวรัสตับ อักเสบซี โรคเอดส์ เกิดขึ้นได้จาก การสัก	88.8 (293)	11.2 (37)	.89	.32	มาก
*4.หมึกที่ใช้ในการสักมีความ ปลอดภัยต่อผู้ที่รับการสัก	31.2 (103)	68.5 (226)	.69	.46	มาก
*5.การสักแฟชั่นแตกต่างจากการสัก ยันต์ในเรื่องของความเชื่อทาง ไสยศาสตร์เท่านั้น	61.2 (202)	38.5 (127)	.39	.49	น้อย
6.รอยสักของบุคคลในแต่ละกลุ่มจะ มีความหมายที่แตกต่างกันออกไป แม้รอยสักนั้นจะเป็นรูปเดียวกัน	64.5 (213)	35.5 (117)	.65	.48	มาก
7.การสักแฟชั่น คือการสักเพื่อความ สวยงามเป็นหลัก	73.0 (241)	27.0 (89)	.73	.44	มาก
8.รอยสักเป็นปัญหาต่อการประกอบ อาชีพบางอาชีพ	81.8 (270)	18.2 (60)	.82	.39	มาก
*9.การสักสีขาวดำมีอันตรายน้อยกว่า การสักสีอื่นๆ	37.0 (122)	63.0 (208)	.63	.48	มาก
10.การลบรอยสักจะได้รับความ เจ็บปวดและมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการ สัก	85.5 (282)	14.5 (48)	.85	.35	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	68.4 (226)	31.6 (104)	.72	.15	มาก

*ข้อความเชิงลบ

ประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก

จากการวิจัยพบว่า ประสบการณ์เกี่ยวกับการสักของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม .29 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์เกี่ยวกับการสักใน ข้อ 8 คือ มีศิลปินที่ชื่นชอบ และศิลปินคนนั้นมีรอยสัก มากที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ .56 รองลงมาคือ ข้อ 6 อยู่ในกลุ่มเพื่อนที่สัก โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ .47 และกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์เกี่ยวกับการสักใน ข้อ 7 คือ เคยไปงานที่เกี่ยวกับการสัก เช่น งาน International Tattoo Festival 2009, งานสักที่ห้างมาบุญครอง (วันที่ 23 ตุลาคม ของทุกปี) น้อยที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ .09 (ตารางที่ 6)

ตารางที่ 6 ประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก

(n=330)

ประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก	ใช่	ไม่ใช่	\bar{x}	S.D	ระดับของประสบการณ์
1.ท่านเคยมีความคิดที่จะสัก	35.8 (118)	64.2 (212)	.36	.48	น้อย
2.ท่านเคยเข้าร้านสัก	27.9 (92)	72.1 (238)	.28	.45	น้อย
3.ท่านเคยรับการสัก	13.0 (43)	87.0 (287)	.13	.34	น้อย
4.ท่านเคยหาข้อมูลเกี่ยวกับการสัก เพราะมีความสนใจ	26.7 (88)	73.3 (242)	.27	.44	น้อย
5.ท่านมีคนในครอบครัวที่สัก	37.6 (124)	62.1 (205)	.39	.55	น้อย
6.ท่านอยู่ในกลุ่มเพื่อนที่สัก	47.3 (156)	52.7 (174)	.47	.50	น้อย
7.ท่านเคยไปงานที่เกี่ยวกับการสัก เช่นงานInternational Tattoo Festival 2009, งานสักที่ห้างมาบุญ ครอง(วันที่ 23 ตุลาคม ของทุกปี)	9.1 (30)	90.9 (300)	.09	.29	น้อย
8.ท่านมีศิลปินที่ท่านชื่นชอบ และ ศิลปินคนนั้นมีรอยสัก	55.8 (184)	44.2 (146)	.56	.50	มาก

ตารางที่ 6 (ต่อ)

(n=330)

ประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก	ใช่	ไม่ใช่	\bar{x}	S.D	ระดับของประสบการณ์
9. ท่านรู้จักกับผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับ การสัก	26.1 (86)	73.9 (244)	.26	.44	น้อย
10. ท่านเคยเข้าร่วมชมรมที่เกี่ยวข้อง กับการสักร่างกาย	13.0 (43)	87.0 (287)	.13	.34	น้อย
ค่าเฉลี่ยรวม	29.2 (96)	70.8 (234)	.29	.25	น้อย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม

จากผลการวิจัยพบว่า ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามของกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 2.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้ที่สักเพื่อความสวยงามในข้อ 7 คือ รอยสักนั้นเป็นการเน้นย้ำภาพของผู้ที่สักว่าเป็นบุคคลที่ไม่ดี เช่น เกเร ไม่ชอบอยู่ในกฎระเบียบ เป็นต้น โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.85 รองลงมาคือ ข้อ 10 รอยสักรูปไม้กางเขนแสดงถึงความเชื่อ ความศรัทธาในศาสนา โดยมีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.82 และกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้ที่สักเพื่อความสวยงามในข้อ 5 คือ เพศชายที่มีรอยสักแสดงถึงความเป็นลูกผู้ชายที่แท้จริง น้อยที่สุด มีค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.21 (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม

(n=330)

ภาพลักษณ์การรัก เพื่อความสวยงาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	\bar{x}	S.D	ระดับ ภาพลักษณ์
1. รอยสักของผู้ที่รัก ช่วยในการเสริมสร้าง บุคลิกภาพได้	2.4 (8)	14.2 (47)	27.9 (92)	31.5 (104)	23.9 (79)	2.40	1.07	น้อย
2. ผู้ที่มีรอยสักบ่งบอกถึง ความกล้าหาญน่าเกรงขาม	3.0 (10)	13.0 (43)	29.7 (98)	27.3 (90)	27.0 (89)	2.38	1.10	น้อย
3. ผู้ที่มีรอยสักเป็นผู้ที่มี เสน่ห์ เท่	2.7 (9)	14.2 (47)	26.4 (87)	28.5 (94)	28.2 (93)	2.35	1.11	น้อย
4. ผู้ที่มีรอยสักเป็นผู้ที่ดู โดดเด่น เป็นที่สนใจ ของบุคคลทั่วไป	2.4 (8)	17.9 (59)	26.7 (88)	28.2 (93)	24.8 (82)	2.45	1.12	น้อย
5. เพศชายที่มีรอยสัก แสดงถึงความเป็น ลูกผู้ชายที่แท้จริง	2.1 (7)	8.5 (28)	25.2 (83)	36.7 (121)	27.6 (91)	2.21	1.01	น้อย
*6. เพศหญิงที่มีรอยสัก มักจะถูกตั้งคณมองว่า เป็นผู้หญิงที่ไม่ดี	23.3 (77)	28.5 (94)	23.3 (77)	13.3 (44)	11.5 (38)	2.61	1.29	ปานกลาง
*7. รอยสักนั้นเป็นการ เน้นย้ำภาพของผู้ที่รัก ว่าเป็นบุคคลไม่ดี เช่น เกเร ไม่ชอบอยู่ใน กฎระเบียบ เป็นต้น	11.2 (37)	27.3 (90)	37.0 (122)	14.2 (47)	10.3 (34)	2.85	1.12	ปานกลาง
8. รอยสักรูปมังกรแสดง ถึงความมีอำนาจและ ความยิ่งใหญ่ของผู้ที่รัก	3.0 (10)	16.7 (55)	45.2 (149)	20.6 (68)	14.5 (48)	2.73	1.00	ปานกลาง
9. รอยสักแสดงรูปผีเสื้อ แสดงถึงความเป็น ผู้หญิง การเย้ายวน ร้อนแรง	3.9 (13)	19.1 (63)	41.5 (137)	20.3 (67)	15.2 (50)	2.76	1.05	ปานกลาง

ตารางที่ 7 (ต่อ)

(n=330)

ภาพลักษณ์การสัก เพื่อความสวยงาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	\bar{x}	S.D	ระดับ ภาพลักษณ์
10.รอยสักรูปไม้กางเขน แสดงถึงความเชื่อ ความ ศรัทธาในศาสนา	3.0 (10)	19.7 (65)	46.7 (154)	17.9 (59)	12.7 (42)	2.82	.99	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม	5.7 (19)	17.9 (59)	33.0 (109)	23.8 (78)	19.6 (65)	2.56	.66	น้อย

*ข้อมูลความเชิงลบ

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา รายได้ รายได้ของครอบครัว การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก ประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก และตัวแปรตาม คือ ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ทั้งนี้เพื่อที่จะได้ทราบว่าตัวแปรอิสระตัวแปรใดที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม สถิติที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าไคสแควร์ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏผล ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบไปด้วย เพศ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา รายได้ และรายได้ของครอบครัว วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม เมื่อทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (χ^2) มีรายละเอียด ดังนี้

เพศ ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม เมื่อทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (χ^2) พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ นักศึกษาที่มีเพศต่างกันจะมีภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม เมื่อทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (χ^2) พบว่า การอยู่อาศัยระหว่างศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ นักศึกษาที่มีการอยู่อาศัยระหว่างศึกษาที่ต่างกันจะมีภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

รายได้ ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม เมื่อทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (χ^2) พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกันจะมีภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

รายได้ของครอบครัว ภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม เมื่อทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้การทดสอบค่าไคสแควร์ (χ^2) พบว่า รายได้ของครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั่นคือ นักศึกษาที่มีรายได้ของครอบครัวที่ต่างกันจะมีภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ได้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา และรายได้ของครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม แต่ เพศ และ รายได้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานเพียงบางส่วน (ดังตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม

(n = 330)

ปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม					χ^2	p-value
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เพศ						86.827	.013
เพศชาย	0 (0.0)	20 (80.0)	94 (68.1)	51 (45.1)	24 (44.4)		
เพศหญิง	0 (0.0)	5 (20.0)	42 (30.4)	61 (54.0)	29 (53.7)		
เพศที่สาม	0 (0.0)	0 (0.0)	2 (1.4)	1 (0.9)	1 (1.9)		
การอยู่อาศัยระหว่าง ศึกษา						85.867	.604
คนเดียว	0 (0.0)	2 (8.0)	10 (7.2)	7 (6.2)	9 (16.7)		
พ่อแม่พี่น้องญาติ	0 (0.0)	19 (76.0)	108 (78.3)	89 (78.8)	43 (79.6)		
เพื่อน	0 (0.0)	4 (16.0)	19 (13.8)	17 (15.0)	2 (37.0)		
อื่นๆ	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (7.0)	0 (0.0)	0 (0.0)		
รายได้						1.444	.000
ต่ำกว่า5,000บาท	0 (0.0)	17 (68.0)	101 (73.2)	100 (88.5)	40 (74.1)		
5,000-7,000บาท	0 (0.0)	6 (24.0)	25 (18.1)	10 (8.8)	12 (22.2)		
7,000-9,000บาท	0 (0.0)	1 (4.0)	5 (3.6)	1 (0.9)	0 (0.0)		
มากกว่า9,000บาท	0 (0.0)	1 (4.0)	7 (5.1)	2 (1.8)	2 (3.7)		
รายได้ของครอบครัว						89.230	.503
ต่ำกว่า10,000บาท	0 (0.0)	6 (24.0)	43 (31.2)	41 (36.3)	25 (46.3)		
10,000-15,000บาท	0 (0.0)	4 (16.0)	30 (21.7)	15 (13.3)	4 (7.4)		
15,001-20,000บาท	0 (0.0)	8 (32.0)	34 (24.6)	34 (30.1)	12 (22.2)		
มากกว่า20,000บาท	0 (0.0)	7 (28.0)	31 (22.5)	23 (20.3)	13 (24.1)		

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรัก มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การรัก เพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรัก ประกอบไปด้วย การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรัก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการรัก เมื่อทดสอบความสัมพันธ์โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรักกับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม พบดังนี้ (ตารางที่ 9)

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ($r = .178$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือถ้า นักศึกษามีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรักมากขึ้น ก็จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามมากขึ้นด้วย

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ($r = .565$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือถ้า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรักมาก ก็จะส่งผลให้มีภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามมากขึ้นด้วย

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ($r = .034$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรักของนักศึกษาไม่ส่งผลต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม

ประสบการณ์เกี่ยวกับการรัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ($r = .451$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 กล่าวคือถ้า นักศึกษามีประสบการณ์เกี่ยวกับการรักมาก ก็จะส่งผลให้มีภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามมากขึ้นด้วย

สรุปการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ได้ว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรัก ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรัก ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม แต่การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการรัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานส่วนใหญ่ (ตารางที่ 9)

ตารางที่ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสักรับกับภาพลักษณ์การสักรับเพื่อความ
สวยงาม

(n = 330)

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสักรับ	ภาพลักษณ์การสักรับเพื่อความสวยงาม	
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	p-value
การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสักรับ	.178**	.001
ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสักรับ	.565**	.000
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสักรับ	.034**	.536
ประสบการณ์เกี่ยวกับการสักรับ	.451**	.000

** p < .01

เพื่อที่จะให้ผลการศึกษาเชิงปริมาณมีความชัดเจนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้เพิ่มการศึกษาเชิงคุณภาพในระดับหนึ่งประกอบ โดยใช้การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี ซึ่งผู้วิจัยจึงได้ทำการคัดเลือกนักศึกษาโดยใช้วิธีการแปลผลจากแบบสอบถามและเลือกผู้ที่มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การสักรับเพื่อความสวยงามในระดับที่สูงกว่าค่าปกติมากและต่ำกว่าค่าปกติมาก มาเป็นผู้ให้ข้อมูลจำนวน 8 คน และใช้การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านสักรับในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 ร้าน ในเรื่องของภาพลักษณ์การสักรับเพื่อความสวยงาม เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาใช้ในการสนับสนุนผลการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งทำให้นักวิจัยนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

**การสรุปผลสัมภาษณ์นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)
วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี**

1. นิก (นามสมมติ) เพศชาย อายุ 22 ปี นักศึกษาระดับปวส. ชั้นปีที่ 2

นิกมีความชื่นชมเรื่องของการสักรับมากเป็นพิเศษ เพราะคิดว่าการสักรับเป็นงานศิลปะที่สวยงาม มีการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับเรื่องรอยสัก ทั้งในเรื่องของการสักรับแฟชั่นและการสักรับไฮยีสต์ ซึ่งนิกมีความรู้ในเรื่องของการสักรับมาก ในปัจจุบันนิกสักน้ำมัน ซึ่งเป็นการสักรับที่ไม่เห็นรอยสัก แต่สักไว้เพื่อไว้คุ้มครองตนเอง ซึ่งเป็นความเชื่อส่วนบุคคล ตอนที่นิกสักน้ำมันครั้งแรกนั้น

อายุ 18 ปี มีพระอาจารย์เป็นผู้สักให้ ถึงแม้ว่าครอบครัวของนิกจะไม่ชอบและไม่เห็นด้วยในเรื่องการสัก แต่นิกไม่สนใจเพราะตัวเองชอบในสิ่งนี้ ในเรื่องของ การสักแพ้นั้นนิกก็มีความคิดที่จะสักเมื่อนิกจบการศึกษาและได้งานทำแล้ว เพราะหากสักตอนนี้กลัวจะส่งผลถึงการทำงานในอนาคต ในปัจจุบันนิกมีการรับจ้างสักให้กับเพื่อนๆ หรือคนที่รู้จักด้วย โดยราคาในการสักนั้นแล้วแต่ผู้ที่มารับการสักจะให้ ซึ่งอุปสรรคในการสักนั้นนิกจะเป็นคนหาเอง เมื่อก่อนทำเอง แต่ปัจจุบันซื้อตามร้านสักที่จำหน่ายอุปกรณ์การสักด้วย เพราะมีความปลอดภัยกว่าทำเอง ในอนาคตนั้นนิกมีความต้องการที่จะเปิดร้านสักของตัวเอง เพราะมีความรักและชื่นชอบในการสักมาก และคิดว่าตนเองน่าจะทำได้

ส่วนเรื่องที่ตั้งคมไทยมักจะมองคนที่สักในทางลบนั้น นิกมีความเห็นว่าคนในสังคมน่าจะมีการปรับเปลี่ยนความคิดในการมองคนที่สัก เพราะคนที่มีรอยสักหรือคนที่ชื่นชอบในการสักไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่ไม่ดีเสมอไป คนที่สักแล้วเป็นคนดีก็มีเยอะ คนที่ไม่สักแล้วเป็นคนไม่ดีก็มีเยอะ จึงอยากให้คนในสังคมลองเปลี่ยนความคิดที่มีต่อคนที่สักใหม่ได้แล้ว

2. เอ (นามสมมติ) เพศชาย อายุ 20 ปี นักศึกษาระดับ ปวส. ชั้นปีที่ 1

เอ เป็นอีกคนหนึ่งที่สักน้ำมัน เอสักตอนอายุ 17 ปี โดยคนที่สักให้นั้นเป็นช่างทรง ซึ่งเอมีความเชื่อว่าการสักน้ำมันนี้จะช่วยคุ้มครองจากภัยและอันตรายต่างๆ แต่ไม่มีความคิดที่จะสักแพ้นั้น เพราะอยากจะทำงานรับราชการ แต่ถ้าได้บรรจุแล้วก็อาจจะสักแพ้นั้น เพราะตัวเองก็ชอบการสักแพ้นั้นเหมือนกัน โดยเฉพาะการสักรูปลายแบบญี่ปุ่น เพราะคิดว่าลายสักแบบญี่ปุ่น เป็นรูปลายที่สวยงาม มีความเป็นศิลปะ มีความหมาย ในความคิดของเอเห็นว่าคนที่มีรอยสัก หากเจอในสถานที่ที่เกี่ยวกลางคืนจะมองว่าเป็นคนที่เกเร แต่ถ้าพบในเวลากลางวัน จะมองว่าเป็นคนที่มีรอยสักนั้นดูดี เท่ๆ และเอมองผู้หญิงที่มีรอยสักแบบเฉยๆ ไม่ได้มองทางด้านบวกหรือลบ เพราะคิดว่าเป็นสิทธิส่วนบุคคล ใครๆ ก็สามารถทำได้ และอยากให้สังคมไทยเปิดกว้างในเรื่องของการสัก เพราะคิดเป็นเรื่องที่ไม่ได้ทำความเดือดร้อนให้ใคร จึงอยากให้สังคมยอมรับเรื่องนี้

3. เอ็ม (นามสมมติ) เพศชาย อายุ 20 ปี นักศึกษาระดับ ปวส. ชั้นปีที่ 2

เอ็มไม่เคยรับการสัก แต่มีความคิดที่อยากจะสัก คิดว่าอาจจะสักเมื่อได้เข้าทำงานแล้ว ที่ยังไม่สักในปัจจุบันนี้เพราะกลัวว่าจะหางานทำไม่ได้ บิดามารดาของเอ็มไม่คัดค้านหากเอ็มจะสัก เพราะบิดาของเอ็มก็ชอบในการสักและเคยสัก แต่ปู่กับย่าของเอ็มไม่ชอบคนที่สัก ในความคิดเห็นของเอ็มในการมองผู้หญิงที่มีรอยสัก เอ็มมีความรู้สึกเฉยๆ คิดว่าเป็นเรื่องปกติธรรมดา เพราะเดี๋ยวนี้ผู้หญิงที่สักก็มีอยู่มากมาย ตัวของเอ็มเองไม่มีใครเป็นแบบอย่างที่อยากจะสัก ที่อยากสักเพราะชอบในรอยสักเอง ไม่ได้คิดที่จะเลียนแบบใครหรือว่าเป็นเหมือนใคร รอยสักที่เอ็มอยากสักก็คือ การสักแบบอักษรและแบบลายกราฟฟิค ส่วนในเรื่องที่คนในสังคมไทยมองคนที่สักไปในทางลบนั้น เอ็มมีความคิดเห็นว่าเป็นเรื่องส่วนตัว บางคนชอบ บางคนไม่ชอบ และการที่จะเป็นคนดีหรือไม่ดีก็อยู่ที่ตัวของคนคนนั้นไม่ใช่อยู่ที่การสัก

4. เอก (นามสมมติ) เพศชาย อายุ 19 ปี นักศึกษาระดับ ปวส. ชั้นปีที่ 1

เอกไม่เคยได้รับการสัก แต่มีความคิดที่อยากจะสัก เพราะคิดว่าผู้ชายที่มีรอยสักเป็นคนเท่ๆ มีความเป็นลูกผู้ชาย และเป็นที่น่าสนใจกับเพศตรงข้าม เอกเคยเกือบที่จะสักแล้ว โดยให้เพื่อนร่างแบนให้ และกำลังจะไปให้ที่ร้านสักสักให้ตามแบบที่ร่างไว้ แต่บิดาของเอกซึ่งเป็นมีอาชีพเป็นอาจารย์รู้ก่อนจึงห้ามเอกเอาไว้ ครอบครัวของเอกส่วนใหญ่เป็นข้าราชการจึงไม่เห็นด้วยกับการที่เอกจะสัก แต่เอกคิดว่ายังไงก็จะสัก แต่อาจจะรอให้โตกว่านี้ก่อนแล้วจะไปสัก รอยสักที่เอกชอบและคิดที่จะสักนั้นเป็นรอยสักแบบญี่ปุ่น เช่น มังกร เสือ ปลาการ์ตูน ฯลฯ ในทางกลับกันเอกกลับมีความคิดเห็นต่อผู้หญิงที่สักในทางลบ โดยเอกคิดว่าผู้หญิงที่สักนั้น เป็นผู้หญิงที่ไม่ดี ไม่มีวิเศษ ในความคิดของเอกนั้น เอกคิดว่าเรื่องการสักเป็นเรื่องของผู้ชาย ผู้หญิงไม่ควรที่จะสัก ส่วนในเรื่องที่คนในสังคมไทยมักมองคนที่สักไปในทางลบนั้น เอกคิดว่าใครคิดอย่างไรก็คิดไป แล้วแต่คนจะมอง ไม่มีมีความคิดที่อยากจะให้ใครปรับเปลี่ยนความคิด เพราะไม่ได้มีผลอะไรกับเรื่องการสัก เพราะคนที่ชอบในการสัก ไม่ว่าจะถูกห้ามหรือจะถูกมองในแง่ลบเท่าไร ก็ยังต้องการที่จะสักอยู่ดี

5. บี (นามสมมติ) เพศหญิง อายุ 20 ปี นักศึกษาระดับ ปวส. ชั้นปีที่ 2

บีเคยรับการสัก เมื่ออายุ 17 ปี โดยสักรูปผีเสื้อที่เอวด้านซ้าย ตอนที่บีสักนั้น บีไม่ได้เสียค่าใช้จ่ายในการสัก คนที่สักให้คือแฟน เพราะแฟนเป็นช่างสักเลยสักให้ฟรี และการที่บีเลือกรูปผีเสื้อนั้น เพราะคิดว่าผีเสื้อเป็นรูปที่แสดงถึงความเป็นผู้หญิง ความสวยงาม ที่บีสักนั้นไม่ได้เป็นเพราะบีชื่นชอบการสัก แต่เป็นเพราะในตอนนั้นถูกแฟนยุยง แล้วตัวเองก็ยังเด็ก ยังคิดอะไรไม่เป็น ถ้าย้อนเวลากลับไปได้ก็คงไม่สัก ครอบครัวของบีค่อนข้างหัวโบราณและไม่ชอบการสัก แต่ตอนนี้ที่บ้านของบียังไม่มีใครรู้ว่าบีสัก บีคิดว่าจะบอกกับครอบครัวเมื่อเรียนจบและทำงานแล้ว และตั้งแต่สักมา ยังไม่มีเพื่อนหรือคนรอบข้างคนไหนว่า แต่เวลาไปเที่ยวกลางคืนที่แต่งตัวแล้วเห็นรอยสักก็แอบเห็นมีคนซุบซิบกันบ้าง แต่โดยส่วนตัวไม่รู้สึกละอายใจอะไร ใครจะมองอย่างไรก็แล้วแต่ แต่ก็ยอมรับว่าต้องมีคนที่ไม่ชอบและมองตัวเองในแง่ที่ไม่ดีอยู่แล้ว เพราะคนไม่ค่อยยอมรับผู้หญิงที่สัก บียังบอกต่อไปว่าตัวเองก็อยากลบรอยสัก แต่ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ส่วนในเรื่องที่สังคมไทยมองคนที่สักในแง่ลบนั้น บีมีความคิดอยากให้คนในสังคมไทยเปลี่ยนแปลงทัศนคติ เพราะคนที่สักก็ไม่ใช่ว่าจะเป็นคนที่ไม่ประสบความสำเร็จ พวกดารานักร้องที่สักก็ประสบความสำเร็จกันเยอะแยะ เพราะไม่ได้ไปทำความเดือดร้อนให้ใคร ฉะนั้นการที่เป็นคนดี ไม่ดี หรือจะประสบความสำเร็จหรือไม่นั้นก็ไม่ได้ขึ้นอยู่กับการสักเลย

6. ก้อย (นามสมมติ) เพศหญิง อายุ 19 ปี นักศึกษาระดับ ปวส. ชั้นปีที่ 1

ก้อยไม่เคยได้รับการสัก ครอบครัวของก้อยก็ไม่มีคนที่สัก และทุกคนในครอบครัวของก้อยก็ไม่ชอบคนที่มีสัก แต่ก้อยมีเพื่อนที่สัก ซึ่งก้อยก็ไม่เห็นด้วย แต่ก็ไม่ได้ไปว่าอะไรเพื่อน เพราะเป็นเพื่อนที่ไม่สนิทมากเท่าไร ในความคิดของก้อยนั้น ก้อยเห็นว่าคนที่มีรอยสักนั้นดูไม่ดี ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงหรือผู้ชาย ก้อยมองคนที่มีรอยสักว่าเป็นคนที่สกปรก น่าเกลียด โดยเฉพาะผู้หญิงที่สัก ก้อยมองว่าดูเหมือนผู้หญิงขายบริการ ส่วนผู้ชายก็ดูน่ากลัว ไม่น่าคบ ส่วนในเรื่องของการที่สังคมไทยมองคนที่สักไปในแง่ลบนั้น ก้อยเห็นด้วยกับเรื่องดังกล่าว เพราะครอบครัวของก้อยก็เคยสอนว่าการสักนั้นไม่ดี อย่าไปสัก คนอื่นๆ ก็จะมองในแง่ที่ไม่ดีไปด้วย

7. หนู่ม (นามสมมติ) เพศชาย อายุ 20 ปี นักศึกษาระดับ ปวส. ชั้นปีที่ 2

หนู่มไม่เคยได้รับการรัก คนในครอบครัวก็ไม่มีใครรัก แต่มีเพื่อนที่รัก ตัวหนู่มเองชอบการรัก เพราะเห็นว่าสวยดี และก็เคยคิดอยากที่จะรัก แต่เป็นคนกลัวเข็มเลยยังไม่กล้า โดยส่วนตัวหนู่มชอบลายรักแบบลายกราฟฟิก หนู่มบอกว่าถ้าตัวเองรักต้องทะเลาะกับที่บ้านแน่นอน เพราะครอบครัวของหนู่มไม่ชอบคนที่รัก แต่หนู่มบอกว่าถึงอย่างไรก็จะรัก หนู่มมีความคิดว่าคนที่รักนั้นดูเท่ ดูดี แค่ว่าบางคน บางคนรักมาแล้วดูดีมาก ดูมีเสน่ห์ แต่บางคนรักแล้วก็ดูไม่ดี คือขึ้นอยู่กับหน้าตาและบุคลิกของแต่ละคน โดยส่วนตัวของหนู่มชอบผู้หญิงที่รัก เพราะหนู่มมองว่าผู้หญิงที่รัก เป็นผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตัวเอง กล้าคิด กล้าทำ มีเสน่ห์ และหนู่มก็คิดว่าคนที่รักนั้นไม่ได้อบอกลงถึงนิสัยของใคร จึงอยากให้คนในสังคมลองปรับเปลี่ยนทัศนคติในการมองคนที่รักใหม่ เพราะคนเราจะดีหรือไม่ดีไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรัก

8. บอล (นามสมมติ) เพศชาย อายุ 19 ปี นักศึกษาระดับ ปวส. ชั้นปีที่ 1

บอลไม่เคยได้รับการรัก และไม่เคยคิดที่จะรัก แต่มีเพื่อนกับพี่ชายที่รัก บอลมีความคิดว่าการรักแพชชั่นเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง และมองดูสวยดี แต่ถ้ารักกันดูไม่คอยสวย เลอะเทอะ สกปรก และจะมองว่าคนที่รักเป็นคนที่ซึ่กแล้ว ไม่กล้าสู้ เลยต้องหาของมาเพื่อปกป้อง ป้องกันตัวเอง แต่ถ้าเป็นผู้หญิงสัก ไม่ว่าจะเป็นการรักแพชชั่นหรือการรักกัน บอลก็คิดว่าดูไม่ดี มองดูแล้วเหมือนผู้หญิงที่ไม่เรียบร้อย ชอบเที่ยวกลางคืน โดยส่วนตัวบอลอยากให้คนในสังคมไทยเปิดกว้างเกี่ยวกับเรื่องการรักใหม่ในกลุ่มผู้ชายใหม่ แต่เรื่องของผู้หญิงที่รักก็แล้วแต่คนจะมอง เพราะตัวบอลเองก็ไม่ค่อยชอบผู้หญิงที่รักนัก และคนที่รักเองก็ต้องทำตัวให้เป็นที่ยอมรับของคนในสังคมด้วย เพื่ออาจจะทำให้ความคิด ความรู้สึกเก่าๆ ที่มีต่อคนที่รักในสังคมไทยได้เปลี่ยนไป

ตารางที่ 10 สรุปผลสัมภาษณ์นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)

วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี

(n = 8)

คนที่	เพศ	การได้รับการ การสัก	จุดประสงค์ใน การสัก	ความ คิดเห็นต่อ รอยสัก	ความต้องการให้ สังคมไทยเปลี่ยน การมองคนสัก
1	ชาย	เคยสัก (4 ปี)	คุ้มครองตนเอง	+	ต้องการ
2	ชาย	เคยสัก (3 ปี)	คุ้มครองตนเอง	+	ต้องการ
3	ชาย	ไม่เคยสัก	-	+	ต้องการ
4	ชาย	ไม่เคยสัก	-	+	ไม่ต้องการ
5	หญิง	เคยสัก (3 ปี)	ความสวยงาม	-	ต้องการ
6	หญิง	ไม่เคยสัก	-	-	ไม่ต้องการ
7	ชาย	ไม่เคยสัก	-	+	ต้องการ
8	ชาย	ไม่เคยสัก	-	+	ต้องการ

จากผลสรุปการสัมภาษณ์นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี นั้นจะเห็นได้ว่านักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการสักแฟชั่นแยกออกเป็น 2 ประเด็น คือมีความคิดเห็นต่อคนที่มีรอยสักในทางบวก และมีความคิดเห็นต่อคนที่มีรอยสักในทางลบ โดยนักศึกษามีความคิดเห็นต่อคนที่มีรอยสักในทางบวกนั้นส่วนมากจะเป็นคนที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับเรื่องการสัก คือ เป็นคนที่มีรอยสักในร่างกาย หรืออาจจะยังไม่มีแต่มีความคิดที่อยากจะสัก หรือเป็นคนที่มีบุคคลที่ใกล้ชิดมีรอยสัก โดยกลุ่มนี้จะมองเรื่องของรอยสักในแง่ของศิลปะ ความสวยงาม และมีความคิดว่าคนที่มีรอยสักก็สามารถประสบความสำเร็จในชีวิตได้เหมือนๆ กับคนทั่วไป และส่วนมากมีความคิดที่อยากจะให้สังคมได้เปลี่ยนมุมมองในการมองคนที่สักใหม่ ส่วนนักศึกษาอีกกลุ่มหนึ่ง คือ กลุ่มที่มีความคิดเห็นต่อคนที่มีรอยสักในทางลบ ซึ่งจะพบว่าเป็นเพศหญิง โดยนักศึกษากลุ่มนี้จะมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคนที่มีรอยสักว่าเป็นคนสกปรก ดูน่ากลัว ไม่น่าคบหา เป็นคนเกเร เป็นต้น และกลุ่มนี้มีทั้งผู้ที่ต้องการและไม่ต้องการอยากจะให้สังคมเปลี่ยนมุมมองในการมองคนที่มีรอยสัก เพราะตนเองยังก็มองด้านเดียวกับคนในสังคมส่วนใหญ่

อีกประเด็นหนึ่งที่ได้จากการสัมภาษณ์ครั้งนี้และมีความน่าสนใจก็คือ ความคิดเห็นต่อผู้หญิงที่มีรอยสัก จะสังเกตเห็นได้ว่าการสัมภาษณ์นั้นนักศึกษาทั้ง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่มีความคิดเห็นต่อคนที่มีรอยสักในทางบวก และกลุ่มที่มีความคิดเห็นต่อคนที่มีรอยสักในทางลบ ส่วนใหญ่จะมองผู้หญิงที่สักในทางที่ไม่ดีอยู่ โดยบางคนก็มีความคิดว่าเป็นผู้หญิงที่ไม่บริสุทธิ์ เป็นผู้หญิงขายบริการ หรือเป็นผู้หญิงที่ไม่เรียบร้อย ชอบเที่ยวกลางคืน เป็นต้น แต่ก็มีบางคนซึ่งเป็นส่วนน้อยที่มองผู้หญิงที่สักในทางบวก คือมองว่าเป็นผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตัวเอง กล้าคิด กล้าทำ และมีเสน่ห์ การที่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อผู้หญิงที่มีรอยสักในทางลบนี้ อาจแสดงให้เห็นว่า สังคมไทย แม้แต่ในคนรุ่นใหม่ก็ยังไม่ยอมรับคนที่มีรอยสัก โดยเฉพาะผู้หญิงที่มีรอยสัก ซึ่งอาจจะเกิดจากการปลูกฝังค่านิยมเดิมๆ ที่มีมาและส่งผลมาจนถึงคนรุ่นปัจจุบัน

นอกจากนั้นจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ยังสามารถตั้งข้อสังเกตได้ว่านักศึกษาที่ลพบุรี ซึ่งถือว่าเป็นเด็กต่างจังหวัดนั้นก็ยังมีผู้ที่ชื่นชอบในเรื่องของการสักร่างกายอย่างจริงจัง และมีความรู้เรื่องเกี่ยวกับการสักสักซึ่งมาก และอาจจะมากกว่าเด็กกรุงเทพฯ ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งถือว่าเป็นเมืองแห่งแฟชั่นด้วย

การสรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านสักในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร

1. คุณบาส (นามสมมติ) เจ้าของร้านสักย่านบางแค

คุณบาสมีร้านสักร้านหนึ่งย่านบางแค ซึ่งเปิดมาได้ไม่นาน แต่มีร้านที่สวนลุมไนท์ที่เปิดได้สัก 3 ปีแล้ว คือมี 2 ร้าน ตอนสายๆ 10 โมงถึงบ่ายๆ จะเปิดที่นี้ พอสักเกือบ 5 โมงเย็นก็จะไปเปิดที่สวนลุมไนท์ถึงประมาณเที่ยงคืน ก่อนที่จะมาเปิดร้านสักนั้นคุณบาสเคยทำอาชีพมากมาย ทั้งเด็กปั๊ม ก่อสร้าง งานโรงงาน ล่าสุดคือรับราชการทหาร พอปลดราชการก็ออกมาทำร้านสัก ที่ทำร้านสักก็เพราะบังเอิญมีโอกาสได้สักก็เลยชอบการสักมาตั้งแต่นั้น โดยคุณบาสได้รับการสักจากเพื่อนที่ออกมาจากคุก เนื่องจากตัวเองเป็นเด็กต่างจังหวัด เห็นคนอื่นสักก็เลยลองไปสักด้วย แต่การสักตอนนั้นเป็นการสักโดยมือ ไม่ได้สักเครื่อง ซึ่งตอนนั้นตัวคุณบาสเองก็ยังไม่รู้จักว่าเครื่องสักเป็นยังไง แต่เดี๋ยวนี้การสักก็ใช้เครื่องเกือบหมดแล้ว อีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้คุณบาสหันมาทำธุรกิจนี้ก็เกิดจากแรงกดดันจากครอบครัว เนื่องจากปู่กับย่าของคุณบาสไม่ชอบเรื่องของการสัก และต่อว่าคุณบาสที่ไปสักมา จึงทำให้ตัวเองเกิดความกดดัน และรู้สึกน้อยใจ เลยประชดโดยการไปซื้อเครื่องสักมาลองสัก และคิดว่าถ้าสักเป็นเมื่อไหร่จะไม่ส่งเงินให้ที่บ้าน เพราะต้องการลบคำ

สบประมาทของปู่กับย่า ส่วนลวดลายต่างๆ ที่ร้านนี้ส่วนหนึ่งมาจากการออกแบบเอง และอีกส่วนหนึ่งมาจากการออกแบบของเพื่อนร่วมสายงาน(วงการสัก) แล้วนำมาแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งจำนวนคนที่มาสักต่อวันนั้นในปัจจุบันไม่เยอะมาก อาจเป็นเพราะเศรษฐกิจไม่ดี แต่ถ้าเป็น 2-3 ปีที่แล้ว จำนวนคนที่มารับบริการจะเยอะทุกวัน โดยที่สวนลุมไนท์ได้ลูกค้าต่างชาติเยอะ ก็จะคิดราคาแพงกว่าคนไทย แต่ที่นี่จะเป็นตลาดคนไทย ราคาจะคิดแบบเป็นกันเอง คือทำตามงบประมาณลูกค้า ลูกค้ามีงบประมาณเท่าไรก็จะทำเท่านั้น ส่วนมากคนที่มาสักจะเป็นกลุ่มคนทำงาน ส่วนพวกนักศึกษาที่มีบ้างแต่ส่วนมากจะมาเจาะมากกว่า เช่นเจาะหู เจาะสะดือ เจาะจมูก และคนที่มาสักส่วนมากจะเป็นผู้ชาย ส่วนผู้หญิงจะชอบพื้นที่มากกว่า ในการสักเครื่องนั้นจะเจ็บกว่าสักคูก(สักมือ) สักมืองานนุ่ม แต่ถ้าเทียบกับสักอาจารย์(สักไสยศาสตร์เพื่อลงของ) สักกับอาจารย์ก็จะเจ็บกว่า ซึ่งความแตกต่างระหว่างสักคูกกับสักอาจารย์ก็คือ การสักคูกจะเป็นเข็มเล็กๆ แหลมๆ สักถี่ๆ แต่ถ้าสักอาจารย์จะเป็นเข็มด้ามใหญ่ๆ แล้วจิ้มแรงๆ เพราะเข็มไม่ค่อยแหลมคมเท่าไร เวลาสักต้องใช้แรงกดจึงทำให้เจ็บกว่า ส่วนราคาที่นี่ขึ้นอยู่กับขนาด สี แล้วก็รายละเอียดของรูป ซึ่งที่ร้านนี้จะเริ่มตั้งแต่ราคา 300 บาท แต่ถ้าเป็นร้านที่สวนลุมไนท์ราคาจะเริ่มที่ 1,000 บาท ในการให้บริการกับผู้ที่ใช้บริการ ที่คุณบาสจะมีการเลือกผู้รับบริการ เช่น ถ้าเป็นเด็กใส่ชุดนักเรียนเข้ามาจะไม่รับสักให้ แต่จะมีการแนะนำให้พื้นที่ไปก่อน เพราะการพื้นที่สามารถลบออกเองได้

ในส่วนร้านที่สวนลุมไนท์นั้นจะมีชาวต่างชาติซึ่งส่วนมากจะเป็นพวกฝรั่งกับญี่ปุ่น แต่ญี่ปุ่นจะเยอะกว่า ซึ่งชาวญี่ปุ่นส่วนมากจะชอบสักรูปหน้าคน รูปสัตว์ อย่างเช่น ปลา เสือ มังกร แต่ถ้าเป็นฝรั่งจะนิยมพวกลายกราฟฟิค ลายการ์ตูน แล้วก็พวกอักษรต่างๆ ส่วนคนไทยนั้นนิยมสักรูป กราฟฟิคคาดเอว ตัวอักษร ถ้าเป็นผู้หญิงก็จะชอบลายดอกไม้ ฝีเสื้อ นอกจากนั้นก็สักเป็นชื่อแฟนบ้าง ชื่อตัวเองบ้าง หรือชอบดาราคณไหนก็สักชื่อดารา หรือสักตามแบบดารานักร้องก็มี ซึ่งส่วนมากจะมาสักแบบ แบนด์ วงแคลช รองลงมาก็แองเจลินา ที่สักห้าแถว ซึ่งการสักห้าแถวที่ร้านนี้เป็นการสักเพื่อความสวยงามไม่ได้มีความหมายทางไสยศาสตร์ ส่วนเรื่องสีนั้นก็มีทั้งคนที่สักขาวดำ แล้วก็สักเป็นสี แล้วแต่คนชอบ ซึ่งก็จะมีจำนวนพอๆ กัน

คุณบาสมีความคิดว่ารอยสักแต่ละรูปมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป เช่น ปลาครีฟถือว่าเป็นสิริมงคล ส่วนมังกรก็ถือเป็นผู้ยิ่งใหญ่ คุ้มครองภัยได้ เป็นต้น และส่วนมากคนที่มาสักจะมีการมาปรึกษากับคุณบาสก่อนว่าจะสักรูปอะไร บางคนคิดแบบมาแต่ก็มาปรึกษาอีกทีว่าเหมาะกับตัวคนสักหรือไม่ ซึ่งคุณบาสก็จะมีการให้คำแนะนำตลอด นอกจากนั้นคุณบาสจะมีการถามผู้มารับบริการก่อนการสักว่าคิดดีแล้วหรือไม่ เพราะถ้าสักไปแล้วมันจะติดตัวไปตลอด และ

ก็ค่อนข้างเจ็บ ซึ่งผู้มารับบริการบางคนก็เปลี่ยนใจไม่สักเลยก็มี ซึ่งคุณบาสให้เหตุผลที่ทำแบบนี้ว่าตนเองไม่ได้ต้องการเพียงเงินเท่านั้น แต่ต้องการสักให้กับคนที่ชอบจริงๆ เท่านั้น

ส่วนความคิดในส่วนของงานวิจัยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับเรื่องการสักพบว่าคนในสังคมส่วนใหญ่จะมองคนที่สักในด้านลบนั้น คุณบาสมีความคิดเห็นว่า คนอายุมากก็จะมองคนที่สักว่าไม่ดีอยู่แล้ว แต่ถ้าในกลุ่มวัยรุ่นจะดูธรรมดา เหมือนเป็นแฟชั่น เป็นศิลปะ อย่างตัวคุณบาสเองก็เป็นคนที่มียรอยสักเยอะ เวลาเดินในหมู่คนทั่วไปก็จะคิดว่าตัวเองเหมือนผิดแปลกจากคนอื่น และอาจจะถูกมองว่าเหมือนเป็นคนไม่ดี เหมือนเพิ่งออกจากคุก แต่เวลาที่อยู่ในวงการสักด้วยกันช่างด้วยกันในวงการประกวด ก็จะดูธรรมดาไป ซึ่งคุณบาสบอกว่าอยากให้คนทั่วไปได้ไปดูงานสักเวลาว่างที่มาบุญครอง หรือที่พัทยา จะพบว่ามีแต่คนที่สักเต็มไปหมด ดาราก็เยอะ ดาราต่างๆ ที่สักก็ไปกันเยอะ และคุณบาสก็ไม่เคยมีความคิดอยากให้สังคมปรับเปลี่ยนความคิดที่มองผู้ที่สักว่าไม่ดี เพราะคิดว่าแล้วแต่คนจะมอง คนเราชอบไม่เหมือนกัน ใครชอบสักก็ทำไป ไม่อยากไปบังคับให้ใครต้องคิดอย่างไร แล้วแต่ความคิดของแต่ละคน

2. คุณเนม (นามสมมติ) เจ้าของร้านสักย่านจรัญสนิทวงศ์

คุณเนมได้ประกอบกิจการร้านสักมาแล้วประมาณ 10 ปีครับ โดยที่ร้านนี้เปิดมา 6 ปีแล้วแต่ก่อนหน้านี้เคยเปิดที่สะพานพุทธมาก่อน ซึ่งก่อนที่คุณเนมจะมาทำอาชีพนี้ เคยขายกระเป๋ามาก่อน แต่ช่วงหลังกระเป๋าขายไม่ค่อยดี ประกอบกับคุณเนมมีเพื่อนที่เรียนเพาะช่างเยอะ และเพื่อนเองก็ทำร้านสักด้วย ก็เลยหันมาทำเกี่ยวกับร้านสัก แล้วตอนนั้นตลาดร้านสักก็ยังน้อยอยู่ จึงทำให้รายได้สูง ปัจจุบันนี้ที่ร้านของคุณเนมมีคนมาใช้บริการค่อนข้างเยอะ อาจเป็นเพราะเป็นร้านที่เปิดมานานจึงทำให้มีลูกค้าประจำเยอะ นอกจากนี้คุณเนมยังมีร้านที่ตรอกข้าวสาร สะพานพุทธ และพระประแดง จึงทำให้มีผู้มาใช้บริการค่อนข้างมาก ซึ่งส่วนมากคนที่มาใช้บริการจะเป็นพวกผู้ใหญ่แล้วก็เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย อาจเป็นเพราะผู้หญิงโดยเฉพาะในวัยรุ่นมีเงินมากกว่าผู้ชาย ส่วนในเรื่องราคาของการสักนั้นคุณเนมบอกว่าขึ้นอยู่กับความสะอาด อุปกรณ์ สีที่ใช้ โดยการสักสีดำจะมีราคาต่ำกว่าการสักสีอื่นๆ แล้วก็ขนาดของรูป ร้านคุณเนมจะให้ความสำคัญในเรื่องของความสะอาด โดยอุปกรณ์ที่ร้านจะนำเข้ามาจากเมืองนอก ซึ่งจะปลอดภัย อย่างเช่น เข็มที่นำเข้ามาจากเมืองนอกก็จะมี อย. แล้วเข็มก็ใช้ครั้งต่อครั้ง ใช้แล้วทิ้งเลย ส่วนสีที่ใช้ในการสักก็มีใบรับประกันว่าสามารถใช้สักร่างกายได้อย่างปลอดภัย นอกจากนั้นราคาของร้านคุณเนมก็ยังเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ คือจะมีการคิดราคาในกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติแพงกว่าคน

ไทย ส่วนในเรื่องของรอยสักนั้นที่นิยมนั้น คุณเนมบอกว่าอยู่ที่แต่ละคน เพราะส่วนมากคนที่มาสัก จะมากกว่า ว่าอยากได้ประมาณไหน แล้วคุณเนมก็จะมีคำแนะนำเขา และใจความคิดของคุณเนมนั้นคิดว่ารูปที่สักแต่ละรูปนั้น ไม่ได้มีความหมายแล้ว เพราะอยู่ที่ชอบ แต่ก็อาจจะมีบางรูปที่ถือ ว่ามีความหมาย เช่น องค์พระพิฆเนศ องค์พ่อ ร.5 แต่ถ้ารูปทั่วๆ ไป อย่างพวกงานญี่ปุ่น พวกมังกร ปลาการ์ป คิดว่าเป็นศิลปะมากกว่า ไม่ได้สื่อถึงความหมายใดๆ แต่ถ้าเป็นลายสักยันต์นั้นถ้าคนที่มาสักที่ร้านนี้ก็จะสักเพื่อเน้นความสวยงาม ไม่ได้มีความหมายทางไสยศาสตร์ใดๆ แต่ถ้าต้องการ สื่อให้มีความหมายทางไสยศาสตร์ลูกค้าก็จะไปสักกับอาจารย์ต่างๆ ก่อนที่คุณเนมจะเปิดร้านสัก นั้นมีการไปเรียนรู้พื้นฐานด้านศิลปะจากเพื่อนๆ เพื่อใช้ในการร่างแบบ เพราะยังไม่มีโรงเรียนที่ สอนเกี่ยวกับด้านนี้โดยตรง ส่วนการฝึกสักครั้งแรกนั้นคุณเนมได้ฝึกสักกับหนังหมูก่อน เพราะหนัง หมูมีลักษณะคล้ายๆ กับผิวหนังคน เพื่อเป็นการฝึกมือให้ชินเวลาไปสักจริงๆ จะได้ชินมือ

ในความคิดเห็นส่วนตัวของคุณเนมนั้นคิดว่าการสักเป็นเรื่องที่ดีเพราะเป็นอาชีพที่เลี้ยง ครอบครัวยุคนี้ได้ และสมัยนี้โลกก็เปิดกว้างแล้ว สมัยก่อนคนทั่วไปจะมองคนสักว่าเป็นพวกติด คุก หรือเป็นพวกเล่นของ แต่เดี๋ยวนี้โลกเปิดกว้างขึ้น อยู่ที่ว่าใครจะคิดอย่างไร ส่วนในเรื่องของ การบริการลูกค้าที่ร้านคุณเนมก็มีการคัดลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ คือถ้าเห็นว่าเป็นเด็กที่ยังไม่ จบมัธยมก็ไม่น่าสักให้ แต่ถ้าเห็นว่ามีมาชอบจริงๆ ก็อาจจะสักให้แต่จะแนะนำให้สักในร่มผ้า ส่วนในเรื่องที่คนในสังคมไทย มีการมองคนที่สักในทางที่ไม่ค่อยดีคุณเนมมีความคิดว่าเป็นเรื่อง ของบุคคล คงไปปรับเปลี่ยนความคิดใครไม่ได้ แต่คิดว่าคนรุ่นใหม่คงมีความคิดเกี่ยวกับเรื่อง การสักแตกต่างจากคนสมัยก่อน เพราะเทคโนโลยี การสื่อสาร มันเจริญก้าวหน้า จึงทำให้การรับ ความรู้ความเข้าใจและวัฒนธรรมใหม่ๆ ง่ายขึ้น ความคิดก็น่าจะเปลี่ยนไปจากเดิม

คุณเนมยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับสมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวกับการสักว่ามีอยู่หลายสมาคม แต่ตัว คุณเนมเองไม่ได้เข้าไปเป็นสมาชิกกับสมาคมใดๆ เนื่องจากคุณเนมเห็นว่าการจัดตั้งสมาคมขึ้นนั้น เพื่อเป็นการแสดงอำนาจ (Power) กันมากกว่า มีการชิงดีชิงเด่นกันทุกๆ ที่ทำงานในสายงาน เดียวกัน นอกจากนั้นคุณเนมยังให้ข้อมูลเกี่ยวกับหน่วยงานที่เข้ามาควบคุมดูแลเกี่ยวกับร้านสักว่า จะเข้ามาดูแลเป็นพักๆ ที่ร้านแถวตรอกข้าวสาร และร้านที่พระประแดง โดยกระทรวงสาธารณสุข จะพาไปอบรมแล้วก็ออกไปรับรองให้ แต่ที่ร้านนี้ยังไม่เคยมีเข้ามาเลย

3. คุณโอ้ (นามสมมติ) เจ้าของร้านสักย่านสุขุมวิท

คุณโอ้เปิดร้านสักมาประมาณ 4 ปี โดยก่อนหน้านี้นั้นคุณโอ้ได้ประกอบธุรกิจส่วนตัวที่บ้าน และสาเหตุที่เปลี่ยนมาประกอบกรร้านสักก็เพราะว่าได้เงินดี โดยกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการร้านคุณโอ้นั้นส่วนมากเป็นวัยทำงานมากกว่าวัยเรียน เนื่องจากคนในวัยทำงานมีรายได้มากกว่า โดยมีทั้งเพศหญิงและเพศชายในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ในเรื่องของลายสักนั้น ลายพวกญี่ปุ่น เช่น ปลา คาร์ฟ มังกร จะได้รับความนิยมมากกว่าลายพวกกราฟฟิกและตัวอักษร ซึ่งกลุ่มผู้มาใช้บริการที่เป็นผู้หญิงนั้นจะสักรูปเล็กๆ แต่ถ้าเป็นผู้ชายส่วนมากจะสักรูปใหญ่ๆ ซึ่งก่อนที่คุณโอ้จะทำการสักให้ นั้นจะมีการแนะนำเกี่ยวกับเรื่องของกรปฏิบัติตัวหลังการสักด้วย เพื่อที่ผู้มารับบริการจะได้นำไปปฏิบัติได้ถูก และถ้าพบว่าผู้มารับบริการเป็นเด็กที่ยังเรียนระดับมัธยมอยู่คุณโอ้ก็จะปฏิเสธที่จะสักให้ เพราะคิดว่ายังเด็กเกินไป ส่วนราคาในการสักแต่ละครั้งนั้น จะขึ้นอยู่กับขนาดของรูป รายละเอียดของรูป รวมถึงสีที่ใช้ ถ้าเป็นสีดำจะราคาถูกกว่าสีอื่นๆ ที่ร้านของคุณโอ้นี้มีการเน้นเรื่องความสะดวกโดยการใช้น้ำแล้วทิ้งเลย และมีการนำเข็มไปอบความร้อนเพื่อฆ่าเชื้อก่อนที่จะทำการสักทุกครั้ง

ในความคิดเห็นของคุณโอ้นั้นเห็นว่า ในปัจจุบันนี้นั้นรอยสักแต่ละรูปไม่ได้มีความหมายอะไรเป็นพิเศษแล้ว เนื่องจากคนส่วนมากที่มารับบริการการสักนั้นไม่ได้เน้นความหมายในรูปที่สัก แต่จะเน้นถึงความสวยงามในแต่ละรูปมากกว่า เพราะมีการมองในเชิงศิลปะมากกว่าที่จะไปมองถึงความหมายในรูปนั้นๆ ส่วนในเรื่องของลายสักยันต์นั้นก็ค่อยมีความหมายทางไสยศาสตร์เท่าไรหรือนัก ส่วนในเรื่องที่คนในสังคมมักมองคนที่สักในทางลบนั้น คุณโอ้มีความเห็นว่าเป็นเรื่องของแต่ละคน ใครอยากคิดว่าอย่างไรก็คิดไป โดยส่วนตัวของคุณโอ้ไม่ได้สนใจว่าสังคมจะมองอย่างไร แค่ตัวเองมีความชอบและมีความสุขกับสิ่งที่ทำ โดยที่ไม่ได้ทำให้ใครเดือดร้อนก็พอแล้ว และก็ไม่คิดที่จะอยากให้ใครมาปรับเปลี่ยนความคิดใดๆ เนื่องจากคุณโอ้คิดว่าเรื่องของความคิดความเชื่อเป็นสิทธิของแต่ละบุคคล และไม่ได้คาดหวังจะให้ใครมาเปลี่ยนความคิด แล้วแต่ใครจะคิดแบบไหนก็ได้

4. คุณเก้ (นามสมมติ) เจ้าของร้านสักย่านปทุมวัน

คุณเก้ทำกิจการร้านสักมา 10 กว่าปี แล้ว โดยที่ไม่เคยได้ประกอบอาชีพใดๆ มาก่อน แต่ทำอาชีพค้าขายร่วมด้วย โดยคุณเก้เรียนจบด้านศิลป์มาโดยตรง ประกอบกับครอบครัวของ

คุณแก่มีคนที่สัก คุณแก่จึงมีความชอบในเรื่องของการสัก จึงตัดสินใจที่จะทำอาชีพนี้ตั้งแต่เรียนจบ โดยกลุ่มผู้มารับบริการส่วนใหญ่จะมีทั้งวัยทำงานและก็นักศึกษา โดยมีทั้งผู้หญิงและผู้ชาย ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน แต่ถ้ามีเด็กมาขอสักก็ยังไม่สักให้ โดยต้องให้เด็กคนนั้นนำผู้ปกครองมา ยืนยันและเซ็นยินยอมอนุญาตก่อน แต่ส่วนมากก็จะไม่ค่อยมีเด็กมาใช้บริการที่ร้าน เพราะ การตกแต่งที่ร้านดูเหมือนว่าราคาจะแพง ก็จะไม่กล้าเข้า และคนที่มาสักส่วนมากจะนิยมสักลายที่ใหญ่ เช่น มังกรโดยสักเต็มแผ่นหลัง โดยที่ร้านคุณแก่นี้จะมีการแนะนำทั้งเรื่องของลายสัก และการดูแลตนเองหลังการสัก ในเรื่องของราคานั้นที่ร้านคุณแก่จะเริ่มต้นที่ 300 บาท สูงสุดก็จะมีราคา ถึง 70,000 บาท ซึ่งคุณแก่จะคิดราคากับชาวต่างชาติและชาวไทยในราคาเท่ากัน โดยราคานั้นจะ ขึ้นอยู่กับลายที่สัก สีที่ใช้สัก แล้วก็ขนาดของรูป ส่วนเรื่องความสะอาดนั้นที่ร้านของคุณแก่จะใช้เข็ม และดัดใบใส่หมึกแบบคนต่อคนครั้งเดียวแล้วทิ้ง รวมถึงจะมีสาธารณสุขก็จะมีเข้ามาดูแลที่ร้าน ด้วย ในความคิดเห็นของคุณแก่คิดว่าลายสักแต่ละรูปนั้นมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งในแต่ละรูปจะมีความหมายในตัวของมันเอง ส่วนในเรื่องลายสักยันต์นั้น ก็มีหลายคนที่มาสักที่ร้านคุณแก่ โดยบางคนก็สักเพื่อความสวยงามเฉยๆ แต่บางคนก็มาสักที่ร้านแล้วไปลงคาถาอาคมที่ วัดต่างๆ ก็มี

ส่วนในเรื่องของการที่คนในสังคมไทยมองคนที่สักในด้านลบนั้น คุณแก่มีความคิดว่าอยากให้คนเหล่านั้นลองปรับเปลี่ยนทัศนคติและมองดูเรื่องของการสักให้เป็นศิลปะ เพราะถ้ามองให้เป็น ศิลปะแล้ว ก็จะพบว่าในแต่ละรูปมันมีความสวยงามและมีความหมายในตัวของมันเอง

5. คุณคิม (นามสมมติ) เจ้าของร้านสักย่านเกษตรนวมินทร์

คุณคิมเปิดกิจการร้านสักมาเกือบ 10 ปี คุณคิมจบเพาะช่างมากโดยตรง และมีความชื่นชอบในการสัก รวมถึงรายได้ในการสักค่อนข้างดี จึงประกอบอาชีพนี้ ซึ่งก่อนหน้านี้คุณคิมได้ทำ อาชีพวาดรูปเหมือนอยู่ที่แถวสะพานพุทธ แต่เพราะรายได้ไม่ค่อยดี จึงเปลี่ยนอาชีพ และหันมา เปิดร้านสัก โดยกลุ่มลูกค้าของร้านคุณคิมในปัจจุบันนี้ส่วนมากจะเป็นวัยทำงานมากกว่านักศึกษา แต่ถ้าเป็นเมื่อก่อนจะเป็นกลุ่มนักศึกษามากกว่าวัยทำงาน ซึ่งอาจจะเป็นเพราะเศรษฐกิจที่ไม่ดี เงินหาค่อนข้างยาก รวมทั้งการแข่งขันทางการตลาดของร้านสักแต่ละร้าน ซึ่งในปัจจุบันร้านมีร้าน สักใหม่ๆ ขึ้นเยอะมาก และก็มีมีการคิดราคาที่ค่อนข้างถูก เลยทำให้กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักศึกษามี ทางเลือกในการใช้บริการ ส่วนรูปการสักที่ได้รับความนิยมมากนั้นส่วนมากจะเป็นแนวญี่ปุ่น พวก มังกร ปลาการ์ตูน เป็นต้น ซึ่งผู้ที่มารับบริการสักส่วนมากจะมีการปรึกษาก่อนให้ออกแบบลายให้

ว่าควรเลือกรูปอะไรให้เข้ากับตัวเอง แต่ก็ยังมีลูกค้าบางส่วนที่เอาแบบมาเอง ซึ่งราคาของแต่ละรูปนั้นจะขึ้นอยู่กับสี ลาย และขนาดของรูป และที่ร้านของคุณคิมก็มีลูกค้าชาวต่างชาติมาใช้บริการบ้าง ซึ่งก็จะมีการคิดราคาที่แตกต่างจากลูกค้าคนไทย และที่ร้านคุณคิมจะมีการดูแลเรื่องของความสะอาดโดยการใช้น้ำที่ผ่านการฆ่าเชื้อ และใช้แล้วทิ้งทุกครั้ง ไม่มีการนำกลับมาใช้ใหม่กับลูกค้ารายอื่น

ส่วนในเรื่องของการที่คนในสังคมไทยมองคนที่สักในด้านลบนั้น คุณคิมมีความคิดว่าเมื่อก่อนอาจจะใช่ที่ว่าคนที่สักส่วนมากถ้าไม่ใช่คนที่ออกมาจากคุก ก็จะเป็นพวกที่เล่นของ หรือเล่นไสยศาสตร์ แต่ในปัจจุบัน คนที่สักนั้นไม่ได้เป็นคนที่ออกมาจากคุก ไม่ใช่เป็นคนที่เล่นไสยศาสตร์ แต่เป็นคนที่มองการสักเป็นไปในแบบศิลปะ มองความสวยงาม และก็มีมากขึ้นชอบในงานสักจึงสัก ซึ่งตัวของคุณคิมก็อยากให้คนในสังคมลองปรับเปลี่ยนมุมมองในด้านนี้ดูบ้าง เพราะคนหนึ่งที่คนคนหนึ่งสักนั้น ไม่ได้หมายความว่าคนไม่ดีทุกคน คนที่ไม่สักก็เป็นคนไม่ดีได้เช่นกัน

6. คุณตึก (นามสมมติ) เจ้าของร้านสักย่านเมืองทองธานี

คุณตึกเปิดร้านสักมาแล้วประมาณ 9 ปี โดยเปิดที่เมืองทองนี้มาประมาณ 5 ปี และก่อนหน้านั้นเคยเปิดที่แถวปากเกร็ด โดยก่อนที่คุณตึกจะมาทำอาชีพนี้ได้ทำอาชีพขายเครื่องประดับมาก่อน สาเหตุที่เปลี่ยนมาประกอบอาชีพหลักก็เป็นเพราะความชอบส่วนตัว และตัวของคุณตึกเองก็เริ่มสักเมื่ออายุประมาณ 20 ปี ซึ่งตอนนั้นก็มีการทะเลาะกับพ่อแม่ เพราะที่บ้านไม่ชอบ และในช่วงแรกๆ ที่คุณตึกมาเปิดร้านสักนั้นก็ทะเลาะกับครอบครัว แต่เมื่อเวลาผ่านไปทางครอบครัวก็ไม่ได้ว่าอะไร เพราะเห็นว่าเป็นอาชีพหนึ่งที่สามารถหาเลี้ยงตัวเองและครอบครัวได้ กลุ่มที่มาใช้บริการที่ร้านคุณตึกนั้นส่วนมากจะเป็นวัยทำงานมากกว่าวัยเรียน และส่วนมากก็จะเป็นผู้ชายมากกว่าผู้หญิง และส่วนมากผู้หญิงจะมาสักลายเล็กๆ เช่น ฝีเสื้อ ดอกไม้ แต่ผู้ชายจะสักลายที่ใหญ่กว่า และถ้ามีนักเรียนเข้ามาที่ร้านเพื่อที่จะสัก คุณตึกก็จะดูก่อนว่าเด็กขนาดไหน ถ้าอยู่ในช่วงมัธยมศึกษาปีที่ 5 หรือ 6 คือกำลังจะจบมัธยมแล้ว ก็จะสักให้ แต่จะมีการวางแผนในการสักให้ว่าถ้าสักก็จะสักให้ในร่มผ้า แต่ถ้าเป็นเด็กกว่านั้นก็จะไม่ทำสักให้เลย ในเรื่องของราคาที่สักนั้นไม่มีราคาที่ตายตัว ขึ้นอยู่กับว่าคนที่สักจะคิดราคาเท่าไร เช่น คนสองคนมาสักรูปเดียวกัน ขนาดเดียวกัน แต่ราคาก็อาจจะไม่เท่ากันก็ได้ อย่างถ้าเป็นชาวต่างชาติเข้ามาสัก ราคาก็จะสูงกว่าคนไทย และคุณตึกก็มีความคิดเห็นว่ายากในแต่ละลายนั้นมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป

อย่างเช่นมังกร จะหมายถึงผู้ปกป้อง คุณธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่ดี ส่วนคนที่มาลึกลงนั้นบางคนก็ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความหมายของรูปที่จะลึกลง แต่บางคนก็ไม่ได้ให้ความสำคัญในเรื่องนี้ ลึกลงเพราะแค่ชอบลายลึกลง คือเห็นว่าสวย

ส่วนในเรื่องที่สังคมไทยมีการมองคนที่ลึกลงในแง่ที่ไม่ดีนั้น คุณตึกได้ให้ความเห็นว่า สังคมไทยนั้นไม่เหมือนกับสังคมในยุโรปหรืออเมริกา ที่เป็นสังคมเปิดกว้าง แต่ในสังคมเมืองไทยยังไม่เปิดกว้างในเรื่องพวกนี้ เพราะยังคงยึดติดกับความคิดเดิมๆ ที่ว่าคนที่ลึกลงจะเป็นคนขี้คุก สกปรก ไม่มีอนาคต หรือเป็นพวกนักเลงที่เล่นของ เล่นไสยศาสตร์ ซึ่งตัวคุณตึกเองก็ไม่ได้มีความต้องการให้คนในสังคมไทยเปลี่ยนความคิดที่มีต่อคนลึกลงแต่อย่างใด แต่อยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาควบคุมร้านลึกลงให้มีมาตรฐาน มีใบรับรอง หรืออาจจะให้มีใบประกอบโรคศิลป์อย่างในต่างประเทศ เพราะเดี๋ยวนี้ร้านลึกลงเยอะมาก บางร้านก็มีมาตรฐาน บางร้านก็ไม่มีมาตรฐาน อยากให้เข้ามาควบคุมในเรื่องนี้มากกว่าที่จะให้คนไปปรับเปลี่ยนค่านิยมในการลึกลง

7. คุณตี๋ (นามสมมติ) เจ้าของร้านลึกลงย่านงามวงศ์วาน

คุณตี๋มาประกอบกิจการธุรกิจร้านลึกลงได้ 2 ปีกว่าๆ ก่อนหน้านั้นเคยประกอบอาชีพขายโทรศัพท์มือถือ ที่เปลี่ยนมาทำอาชีพนี้เพราะมีความชอบในเรื่องของการลึกลง ซึ่งคุณตี๋เองก็เคยลึกลงตั้งแต่สมัยเรียนปวช. แต่เป็นการลึกลงในร่มผ้า กลุ่มคนที่มารับบริการลึกลงที่ร้านนี้ส่วนมากจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นจนถึงวัยทำงาน เพราะถ้าเป็นเด็กนักเรียนมาจะไม่รับลึกลงให้ แต่ถ้าเป็นเด็กที่ไม่ได้เรียนแล้วก็จะลึกลงให้ และที่ร้านของคุณตี๋นั้นลูกค้าที่เข้ามาลึกลงที่ร้านส่วนมากจะเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย โดยคุณตี๋ให้เหตุผลว่าผู้หญิงมีความอดทนต่อความเจ็บมากกว่าผู้ชาย ส่วนสีที่ลึกลงนั้นมีทั้งคนลึกลงสีดำและลึกลงสี ซึ่งมีจำนวนพอๆ กัน แล้วแต่ใครจะชอบแบบไหน โดยที่ร้านคุณตี๋นั้นมีการคำนึงถึงเรื่องความสะดวกของอุปกรณ์ โดยอุปกรณ์นั้นจะผ่านการฆ่าเชื้อก่อนทุกครั้ง และเข็มนั้นก็จะเป็นการใช้แล้วทิ้งเลย เหมือนเข็มฉีดยา ไม่นำกลับมาใช้ซ้ำ ส่วนราคาในการลึกลงนั้นขึ้นอยู่กับ ขนาดและความยากง่ายของลายนั้นๆ ด้วย แต่จริงๆ แล้วก็ขึ้นอยู่กับเจ้าของร้านลึกลงด้วยว่าอยากได้เท่าไร ซึ่งไม่เท่ากัน อย่างเช่นวันนี้อาจจะคิดลายนี้ 1,000 บาท แต่พรุ่งนี้อาจจะคิด 500 บาท ทั้งๆ ที่เป็นลายเดียวกัน ขนาดเดียวกัน ซึ่งเกือบทุกร้านที่เป็นแบบนี้ ส่วนในความหมายของลายที่ลึกลงนั้นบางคนก็อาจจะคิดถึงความหมาย แต่บางคนก็ไม่ได้คิดถึงในเรื่องของความหมาย แค่เห็นว่าสวยก็มาลึกลง มีหลายรูปแบบ แล้วแต่ใครจะคิดแบบไหน ส่วนในเรื่องลายลึกลงยันต์นั้นคุณตึกก็ได้บอกว่า คนที่มาลึกลงที่ร้านของคุณตึก ส่วนมากจะมองแค่ว่าเป็นแฟชั่น เป็นความสวยงามมากกว่า ไม่ได้มุ่งเน้น

ในเรื่องของไสยศาสตร์ แต่ก็มีบางส่วนที่มาให้ร้านคุณตึกสัก แล้วค่อยนำไปลงไสยศาสตร์ที่หลัง และในความคิดของคุณตึกนั้นเห็นว่าการสักนั้นเป็นศิลปะ เป็นความสวยงาม ถ้าเป็นการสักในร่มผ้า แต่ถ้าเป็นการสักออกมานอกร่มผ้า เช่นการสักข้อมือ สักนิ้ว ฯลฯ เห็นว่าเป็นการสักตามกระแสแฟชั่นเพื่อการโชว์มากกว่า ซึ่งโดยส่วนตัวคุณตึกจะไม่ค่อยชอบ และจะมีการแนะนำคนที่มาสักเสมอ แต่ถ้าใครต้องการที่จะสักนอกร่มผ้าจริงๆ ก็ทำตามใจคนที่สัก

ส่วนการที่สังคมไทยมองคนที่สักในทางลบนั้น คุณตึกให้ความเห็นว่า แล้วแต่คนจะมอง เพราะส่วนมากคนที่เป็นผู้ใหญ่ก็จะไม่ค่อยชอบให้ลูกหลานสัก ซึ่งตัวคุณตึกเองก็เข้าใจ จึงแนะนำคนที่มาสักให้สักในร่มผ้า คนอื่นจะได้ไม่มองว่าสกปรก เลอะเทอะ และคุณตึกเองก็เห็นว่าความคิดหรือทัศนคติที่สังคมไทยมองคนที่สักในแง่ลบนั้นเป็นความคิดที่เปลี่ยนกันไม่ได้ จึงไม่ได้หวังหรือต้องการให้ใครมาเปลี่ยนความคิด ใครจะคิดอย่างไรก็ช่าง เพียงแค่คนที่สักรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ และอย่าทำความเดือดร้อนให้ใครก็พอแล้ว

8. คุณบอย (นามสมมติ) เจ้าของร้านสักย่านปิ่นเกล้า

คุณบอยเปิดให้บริการร้านสักร้านนี้มาแล้ว 8 ปี ซึ่งก่อนหน้านั้นเคยเปิดร้านสักที่อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบฯ และก่อนที่คุณบอยจะมาประกอบอาชีพนี้ก็เคยรับราชการทหารมาก่อน พอปลดประจำการก็มาทำอาชีพสัก เพราะมีความชอบและเรียนจบมาด้านศิลปะโดยตรง เลยมาประกอบอาชีพนี้ กลุ่มที่มาใช้บริการการสักที่ร้านคุณบอยนี้ส่วนมากจะเป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย และจะเป็นกลุ่มวัยรุ่นมากกว่าวัยทำงาน ซึ่งคุณบอยบอกว่าเมื่อก่อนคนที่มาสักส่วนใหญ่จะมาสักเพราะเห็นว่าเป็นแฟชั่น และเลียนแบบคนที่สัก เช่นเพื่อน หรือดารานักร้อง มากกว่าที่จะมองถึงเรื่องความหมายในลายสักแต่ละลาย แต่ในปัจจุบันนี้คนที่มาสักจะสักเพื่อนั้นความหมายของลายสักนั้นๆ นับถืออะไร ชอบอะไร ก็จะสักแบบนั้น อย่างเช่นปลาการ์ฟก็หมายถึงความร่ำรวย มั่งคั่ง แต่ถ้าเป็นมังกรก็หมายถึงความมีอำนาจ ความยิ่งใหญ่ ส่วนในเรื่องลายสักยันต์นั้น คุณบอยมองว่าในปัจจุบันนี้มีทั้งแบบสักเพื่อไสยศาสตร์ แต่บางคนก็สักเพราะเห็นว่าสวยงาม หรือเลียนแบบดาราก็มีเช่นกัน ที่ร้านของคุณบอยนั้นจะมีการคัดเลือกคนที่มาสัก โดยคุณบอยบอกว่าตามกฎหมายนั้นห้ามสักให้กับเด็กที่อายุต่ำกว่า 18 ปี ซึ่งคุณบอยก็จะไม่สักให้ แต่ถ้าบางคนมากับพ่อแม่ คือพ่อแม่พามาสัก พ่อแม่อนุญาตให้สักก็อาจจะสักให้ ส่วนราคาของลายสักนั้นขึ้นอยู่กับความยากง่าย ขนาดของลายสัก รวมทั้งสีด้วย เพราะถ้าสักสีจะมีราคาแพงกว่าการสักขาวดำในเรื่องของความสะอาดนั้นร้านคุณบอยได้ผ่านการตรวจสอบจาก อย. โดยตรง และมีใบรับรอง

กอย. ว่าสีที่ใช้สักสามารถสักผิวหนังได้โดยไม่มีอันตราย อุปกรณ์ต่างๆ ก็ผ่านการฆ่าเชื้อทุกครั้ง รวมถึงเข็มที่ใช้ก็จะใช้แบบครั้งเดียวแล้วทิ้ง

ส่วนในเรื่องที่สังคมไทยมองคนที่สักในแง่ลบนั้น คุณบอยให้ความเห็นว่าที่สังคมไทยมองคนที่สักในแง่ลบอย่างนั้น ส่วนหนึ่งอาจจะมาจากสื่อ อย่างเช่น เวลาตำรวจจับคนร้ายได้แล้วถอดเสื้อเพื่อควบคุมตัว สื่อก็จะไปถ่ายให้เห็นว่าคนร้ายมีรอยสัก แต่ถ้าเป็นข่าวที่เกี่ยวกับเรื่องดีๆ เช่น คนไทยได้รับรางวัลการสักระดับโลก 55 รางวัล แต่สื่อก็ไม่ได้ให้ความสนใจหรือเสนอให้คนดูเห็น ทำให้ภาพของคนที่สักออกมาในแง่ที่ไม่ดี ในส่วนตัวคุณบอยนั้นเข้าใจที่สังคมมองคนที่สักในแง่ลบอย่างนั้น แต่ก็อยากให้คนในสังคมมองในแง่ของศิลปะบ้าง เพราะคนที่สักบางคนก็เป็นคนที่มีความสามารถ ไม่จำเป็นว่าเป็นคนไม่ดี ไม่มีความสามารถเสมอไป

9. คุณแบงค์ (นามสมมติ) เจ้าของร้านสักย่านตรอกข้าวสาร

คุณแบงค์เปิดบริการร้านสักมาเป็นเวลา 6 - 7 ปี ก่อนหน้านี้เคยเปิดทำรับสักตามงานกาชาด งานวัดต่างๆ ที่มาทำอาชีพนี้เป็นเพราะชอบในความอิสระของงาน และมีความชื่นชอบในงานสักมานานแล้ว และเคยไปรับการสักตั้งแต่อายุ 20 ปี พอมีโอกาสจึงมาเปิดร้านสักเป็นของตัวเอง ซึ่งกลุ่มลูกค้าที่มาสักที่ร้านนี้ส่วนมากจะเป็นกลุ่มวัยทำงานมากกว่ากลุ่มวัยรุ่น เพราะมีกำลังจ่ายมากกว่า แต่ถ้ามีเด็กมาสักที่ร้านก็จะสักให้ เพราะคุณแบงค์คิดว่าถ้าปฏิเสธไปเด็กก็จะไปสักที่ร้านอื่นอยู่ดี เพราะตอนนี้ร้านสักเกิดขึ้นเยอะมาก แต่ก็จะมีคำแนะนำให้สักในร่มผ้า ที่ร้านของคุณแบงค์นั้นมีการดูแลเรื่องความสะอาดโดยเข็มที่ใช้จะเป็นเข็มใหม่ ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง ฝาที่ใช้ใส่เข็มก็จะเปลี่ยนใหม่ทุกครั้ง ใช้แบบคนต่อคน ส่วนราคาก็จะขึ้นอยู่กับขนาด และลายที่ใช้สัก ลายสักที่ร้านคุณแบงค์นั้นจะเน้นการสักแบบเงาดำมากกว่าการสักสี และในส่วนของความหมาย ลายสักนั้นคุณแบงค์มีความคิดเห็นว่า คนที่มาสักส่วนมากก็ยังมีภาระเน้นความหมายในรูปที่สัก อย่างเช่นบางคนสักรูปองค์พระพิฆเนศ เพราะมีความเชื่อ ความศรัทธาในองค์พระพิฆเนศ ว่าเป็นเทพแห่งความสำเร็จ จะได้ประสบความสำเร็จในชีวิต ส่วนแบบต่างๆ ที่อยู่ในร้านนี้มีทั้งที่คุณแบงค์ออกแบบเอง และมีทั้งที่เอามาจากอินเทอร์เน็ต หรือนิตยสารต่างๆ ในความคิดส่วนตัวของคุณแบงค์เห็นว่าการสักนั้นเป็นเรื่องที่ดี คนที่สักดูเป็นตัวของตัวเอง มีสไตล์ เป็นคนที่หนักแน่น ส่วนในเรื่องที่สังคมไทยส่วนมากมองคนที่สักในทางที่ไม่ดีนั้น คุณแบงค์มีความคิดว่า สังคมไทยน่าจะเปิดกว้าง ไม่ควรจะยึดติดกับความคิดเก่าๆ เพราะคนที่มียอยสักเชื่อว่าจะไม่มีความพิการในการทำงาน คนที่มียอยสักก็สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกัน

จากผลสรุปการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านสักนั้นจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ประกอบการร้านสักส่วนใหญ่จะมีความคิดเห็นต่อคนที่มียรอยสักในทางบวก เนื่องจากผู้ประกอบการร้านสักนั้นเป็นคนที่มียรอยสักทุกคน และมีความชื่นชอบในรอยสัก จึงมาทำอาชีพนี้ และเมื่อมีความชื่นชอบในสิ่งที่ทำอยู่แล้วก็ส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อคนที่มียรอยสักนั้นออกมาในทางบวก เพราะในกลุ่มผู้ประกอบการนั้นจะมองลายสักในเป็นศิลปะที่มีความงดงามและมีความหมายในตัวของมันเอง ซึ่งอาจจะมีส่วนหนึ่งซึ่งเป็นส่วนน้อยที่เห็นว่าลายสักนั้นในปัจจุบันไม่ได้มีความหมายอะไรแล้ว แต่ยังคงเป็นศิลปะเป็นสิ่งที่สวยงาม โดยส่วนมากกลุ่มตัวอย่างจะเห็นว่าคนที่มียรอยสักทั้งผู้หญิง ผู้ชายนั้น เป็นคนที่มีความเป็นตัวของตัวเอง มีสไตล์เป็นของตัวเอง เท่ห์ มีเสน่ห์ เป็นคนหนักแน่น เป็นต้น แต่ก็มีส่วนที่มีความคิดเห็นไปถึงแม้ว่าคนที่มียรอยสักจะดูเป็นคนที่เท่ห์ มีสไตล์เป็นของตัวเอง แต่ก็ต้องขึ้นอยู่กับว่าคนนั้นมีลายสักอยู่ที่ส่วนไหน โดยกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ให้ความเห็นว่าการสักในร่มผ่านันดูดีกว่าการสักนอกร่มผ้า ซึ่งจะดูเหมือนสกปรก ไม่มีความเป็นระเบียบ และไม่มีความเป็นศิลปะ

ส่วนในเรื่องของความคิดของคนในสังคมที่ส่วนใหญ่มองคนที่มียรอยสักในทางที่ไม่ดีนั้น กลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์ได้มีความคิดเห็นแยกออกเป็น 2 ประเด็น คือ กลุ่มหนึ่งอยากให้คนในสังคมปรับเปลี่ยนความคิด ทศนคติที่มีต่อคนที่มียรอยสักใหม่ กับอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่ต้องการ และไม่คาดหวังให้คนในสังคมปรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับการมองคนที่มียรอยสัก โดยกลุ่มที่อยากให้คนในสังคมปรับเปลี่ยนความคิด ทศนคติที่มีต่อคนที่มียรอยสักใหม่ เห็นว่า โลกในปัจจุบันนี้มีการเปลี่ยนแปลงไปมาก เทคโนโลยีต่างๆ ก็ทันสมัยขึ้น การเผยแพร่หรือการรับรู้ข่าวสารก็เป็นไปอย่างรวดเร็ว จึงอยากให้คนในสังคมไทยที่ยังยึดติดอยู่กับความคิดเก่าๆ ค่านิยมเดิมๆ ได้เปิดใจยอมรับคนที่มียรอยสัก เพราะคนที่มียรอยสักหลายๆ คนก็เป็นคนที่มีความสามารถ มีศักยภาพไม่ด้อยกว่าคนที่ไม่มีรอยสัก ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งที่ไม่ต้องการ และไม่คาดหวังให้คนในสังคมปรับเปลี่ยนทัศนคติเกี่ยวกับการมองคนที่มียรอยสัก เพราะกลุ่มนี้มีความคิดเห็นว่า ความคิดเป็นสิทธิของแต่ละบุคคล ไม่มีใครที่จะไปเปลี่ยนใจใครได้ โดยเฉพาะการเปลี่ยนมุมมอง ค่านิยมเดิมๆ ซึ่งเป็นเรื่องที่เปลี่ยนแปลงยาก ฉะนั้นใครอยากจะทำอะไรก็คิดไป ไม่คาดหวังจะให้ทุกคนมองคนที่มียรอยสักในแง่ดี เพียงแค่คนที่มียรอยสักเองต้องรู้ว่าตัวเองกำลังทำอะไรอยู่ และปฏิบัติตัวเป็นคนดี ไม่ทำความเดือดร้อนให้ใครก็เพียงพอแล้ว

ข้อวิจารณ์

การศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ผู้วิจัยได้ทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี จำนวน 330 คน นอกจากนั้นผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี จำนวน 8 คน และผู้ประกอบการร้านสักในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสนับสนุนงานวิจัยครั้งนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามนั้นถือว่าเป็นกลุ่มคนชาวลพบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมของจังหวัดได้เป็นอย่างดี อาจเห็นได้จากการจัดงานวันนารายณ์ ที่ประชาชนทั้งจังหวัดได้ให้ความสำคัญและมีการแต่งกายชุดไทยกันทั้งจังหวัด รวมถึงนักเรียน นักศึกษา ที่ถือว่าเป็นคนรุ่นใหม่ก็ยังมีมีการแต่งกายชุดไทยไปเรียนด้วยเช่นกัน

ในการศึกษาวิจัยเรื่องภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามในครั้งนี้พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามในระดับน้อย กล่าวคือกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การสักในทางลบ ซึ่งเห็นได้จากการตอบแบบสอบถามเรื่องการสักเพื่อความสวยงามของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับ ปวส. วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นว่ารอยสักนั้นเป็นการเน้นย้ำภาพของผู้ที่สักว่าเป็นบุคคลที่ไม่ดี เช่น เกเร ไม่ค่อยอยู่ในกฎระเบียบ เป็นต้น มากที่สุด นอกจากนั้นจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับ ปวส. วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี จำนวน 8 คน ก็ยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีความคิดเห็นทางลบต่อผู้หญิงที่มีรอยสัก จากข้อมูลที่ได้นี้ทำให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างที่ถือว่าเป็นกลุ่มคนชาวลพบุรีนั้นยังคงมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การสักในทางลบ โดยเฉพาะกับผู้หญิงที่มีรอยสัก

จากผลการวิจัยในข้างต้นนั้นได้สะท้อนให้เห็นว่าในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ถึงแม้จะทำกับกลุ่มนักศึกษาระดับ ปวส. ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มวัยรุ่นตอนปลาย รวมทั้งพื้นที่ที่ใช้ในการเก็บข้อมูลนั้นก็อยู่ในเขตอำเภอเมือง รวมถึงจังหวัดลพบุรี ที่ถือว่าเป็นจังหวัดที่อยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจจะได้รับวัฒนธรรมสมัยใหม่เข้ามา แต่นักศึกษาระดับ ปวส. ที่วิทยาลัยเทคนิคลพบุรีส่วนใหญ่ ก็ยังคงมีภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามในทางลบ ซึ่งทำให้เห็นได้ว่าการมีวัฒนธรรมสมัยใหม่เข้ามาแทนที่สังคมแบบเก่า (ซึ่งจังหวัดลพบุรีถือว่าเป็นเมืองเก่า และเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีการอนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมของจังหวัดได้เป็นอย่างดี) ก็ไม่อาจที่

จะเข้ามาแทนที่ได้้อย่างสมบูรณ์และยาวนาน เนื่องจากการเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยใหม่ ซึ่งรวมถึงการสักเพื่อความสวยงามนี้ เป็นค่านิยมที่มากับความเป็นเมืองมากกว่าที่จะเป็นค่านิยมของสังคมหรือท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งการเข้ามาของวัฒนธรรมสมัยใหม่นี้ อาจจะเป็นการเข้ามาเพียงช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น ซึ่งเมื่อถึงเวลาหนึ่งก็จะเลือนลางหายไป และจะมีวัฒนธรรมสมัยใหม่อื่นๆ เข้ามาแทนที่ไปเรื่อยๆ นั่นเอง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยต่างๆ สามารถนำผลมาวิจารณ์ได้ ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี เป็นเพศชายร้อยละ 57.3 ที่มีเพศและรายได้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม แสดงให้อาศัยอยู่กับพ่อแม่/พี่น้อง/ญาติ ในขณะที่ศึกษา คิดเป็นร้อยละ 78.5 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 78.2 และส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 34.8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงและเพศที่สาม ในขณะที่กำลังศึกษาส่วนใหญ่อาศัยอยู่กับครอบครัว และส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวและรายได้ของตนเองเฉลี่ยต่อเดือนค่อนข้างน้อย

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก ประกอบไปด้วย การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก จากผลการวิจัย พบดังนี้

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสักในระดับปานกลาง โดยได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 53.6 พบเห็นข่าวเกี่ยวกับการสักผ่านจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 27.3 เนื้อหาของข่าวเกี่ยวกับการสักผ่านเกี่ยวข้องกับเรื่องโรคติดต่อที่มาจากการสักมากที่สุด ร้อยละ 19.1 และกลุ่มตัวอย่างก็มีความต้องการทราบข่าวสารเกี่ยวกับการสักผ่านในเรื่องโรคติดต่อที่มาจากการสักมากที่สุด ร้อยละ 33.3 เช่นเดียวกัน แสดงให้เห็นว่าสื่อประเภทโทรทัศน์เข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้มากที่สุด แต่ยังไม่สามารถตอบสนองในเรื่องของข่าวสารเกี่ยวกับการสักผ่านได้ กลุ่มตัวอย่างจึงรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องการสักผ่านจากสื่ออินเทอร์เน็ต เพราะเป็นสื่อที่สามารถสืบค้นข้อมูลตามที่ต้องการได้ตลอดเวลา และการที่

กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการรับข่าวสารในเรื่องโรคติดต่อที่มากจากการสักมากที่สุด แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและโรคติดต่อมากที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสักอยู่ในระดับปานกลาง โดยเห็นด้วยอย่างยิ่งกับเรื่องรอยสักจะเป็นตราที่ติดตัวผู้สักตลอดไป มากที่สุด ร้อยละ 31.5 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มากที่สุดในเรื่องการสักเป็นการช่วยเสริมบุคลิกภาพให้ดูดีขึ้น ร้อยละ 35.2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดว่าการสักไม่สามารถเสริมสร้างบุคลิกภาพได้ และรอยสักจะเป็นสิ่งที่ติดตัวผู้สักตลอดไป

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการสักแพ้น้อยอยู่ในระดับมาก โดยมีความเข้าใจในเรื่อง โรคติดต่อบางชนิด เช่น ไวรัสตับอักเสบบี โรคเอดส์ เกิดขึ้นได้จากการสัก สามารถตอบถูก ถึงร้อยละ 88.8 แต่มีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับเรื่องผู้ที่ต้องการสักสามารถเข้าไปสักในร้านที่เปิดบริการสักได้โดยสะดวก ซึ่งตอบผิดถึงร้อยละ 72.7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจในเรื่องโรคติดต่อที่มากจากการสักได้เป็นอย่างดี แต่ยังเข้าใจผิดในเรื่องการเข้ารับบริการในร้านสัก

ประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์เกี่ยวกับการสักในระดับน้อย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในประเภทไม่เคยรับการสัก ร้อยละ 87 โดยกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์เกี่ยวกับการสักมากที่สุดในเรื่อง มีศิลปินที่ชื่นชอบและศิลปินคนนั้นมีรอยสัก ร้อยละ 55.8 และกลุ่มตัวอย่างไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการสักมากที่สุดในเรื่อง เคยไปงานที่เกี่ยวข้องกับการสัก เช่น งาน International Tattoo Festival 2009, งานสักที่ห้างมาบุญครอง (วันที่ 23 ตุลาคม ของทุกปี) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก ซึ่งกลุ่มนี้มีการแสดงความคิดเห็นน้อยกว่าพวกที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านบุคคล ประกอบด้วย เพศ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา รายได้ และรายได้ของครอบครัว มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า เพศ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี แต่การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา และรายได้ของครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

เพศ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยเพศที่ต่างกันส่งผลต่อภาพลักษณ์การสักที่แตกต่างกัน โดยผลการทดสอบสมมติฐานนี้ก็ยังสอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์นักศึกษาระดับปวส. วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี จำนวน 8 คน โดยจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นเป็นเพศหญิง 2 คน และทั้ง 2 คนนี้ก็มีการมองภาพลักษณ์การสักในทางลบ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสังคมไทยในอดีตให้ค่านิยมของเพศหญิงไม่เท่ากับเพศชาย โดยเพศหญิงนั้นถือว่าเป็นเพศที่ต้องรักษานวลสงวนตัว ไม่ว่าจะเป็นการพูดจา การแสดงออก การพบปะผู้คน รวมถึงการแต่งกาย ซึ่งต้องมีการแต่งกายที่ปกปิดมิดชิด ไม่เปิดเผย ฉะนั้นในการที่เพศหญิงจะต้องไปเปิดผ้าเพื่อที่จะทำการสักนั้นสังคมไทยในอดีตถือว่าเป็นเรื่องที่ไม่สมควรอย่างยิ่ง ดังนั้นในอดีตงานสักเป็นเรื่องของไสย-ศาสตร์ ความขลัง โดยมีทั้งทางด้านบวกและทางด้านลบ เช่น การสักยันต์อักขระ การสักเป็นรูปสัตว์ต่างๆ ดังที่พบเห็นในงานพิธีสวดภาณยักษ์ แต่ในปัจจุบันกระแสแฟชั่นต่างๆ ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศมีส่วนทำให้วัฒนธรรมและค่านิยมของสังคมไทยได้เปลี่ยนแปลงไป มีการเปิดกว้างทางสิทธิในเรื่องเพศมากขึ้น ทำให้เพศหญิงและเพศที่สามได้รับการยอมรับมากขึ้น รวมถึงการแต่งกายที่มีการแต่งกายตามกระแสแฟชั่น ไม่ได้มีการปกปิดเหมือนเช่นเมื่อก่อนแล้ว ฉะนั้นการสักจึงไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในกลุ่มของเพศชาย แต่เพศหญิงในปัจจุบันก็นิยมการสักด้วยเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านสัก ทั้งร้านคุณเนม ร้านคุณดี และร้านคุณบอย ซึ่งมีการให้ข้อมูลว่าส่วนมากลูกค้าที่เข้ามาสักในร้านนั้นจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และเพศหญิงที่มาสักนั้นส่วนมากก็จะเป็นวัยรุ่น ซึ่งข้อมูลนี้ก็ได้สอดคล้องกับข้อมูลของแบบสอบถามภาพลักษณ์การสักที่ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ที่พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าเป็นปัจจุบันแฟชั่นการสักนั้น ได้รับความนิยมมากในกลุ่มวัยรุ่น

รายได้ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการมีรายได้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการสัก ซึ่งการสักนั้น หากต้องการลายที่สวยงามก็ค่อนข้างที่จะต้องใช้เงินพอสมควร ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านสักจะพบว่าราคาของลายสักที่สวยงามนั้นค่อนข้างมีราคาที่สูง รวมถึงการที่ผู้ประกอบการใช้เหตุผลเรื่องรายได้ว่าส่งผลต่อกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาสัก เช่น คุณเนม ที่ให้ข้อมูลว่าผู้มารับบริการส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มวัยรุ่นหญิงมากกว่าวัยรุ่นชาย เพราะวัยรุ่นหญิงมีเงินมากกว่าวัยรุ่นชาย คุณไอ้ ที่ให้ข้อมูลว่ากลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการนั้นเป็นวัยทำงานมากกว่าวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่นทำงานมีเงินมากกว่า คุณคิม ที่ให้ข้อมูลว่ากลุ่มลูกค้าที่ร้านนั้นเมื่อก่อนจะเป็นกลุ่มนักศึกษามากกว่าวัยทำงาน แต่ปัจจุบันจะเป็นวัยทำงานมากกว่านักศึกษา เนื่องจากเศรษฐกิจไม่ดี นักศึกษาหาเงินค่อนข้างยาก คุณแบงค์ ที่ให้ข้อมูลว่าลูกค้าที่มาสักที่ร้านนี้ส่วนมากเป็นกลุ่มวัยทำงานมากกว่ากลุ่มวัยรุ่น เพราะกลุ่มวัยทำงานมีกำลังจ่ายมากกว่า และจากข้อมูลการให้สัมภาษณ์ของผู้ประกอบการร้านสักบางร้านก็พบว่าในปัจจุบันการเข้ามาใช้บริการของลูกค้าที่ลดลงมาก เนื่องจากเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ารายได้ที่น้อยก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจสัก ซึ่งกลุ่มที่มีการตัดสินใจที่จะสักนั้น ก็ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีประสพการณ์เกี่ยวกับการสักอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจส่งผลต่อความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์ได้เช่นกัน

ในส่วนของปัจจัยการอยู่อาศัยระหว่างศึกษา และรายได้ของครอบครัวนั้น พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก ประกอบด้วย การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก และประสพการณ์เกี่ยวกับการสัก มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคฉะเชิงเทรา แต่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคฉะเชิงเทรา อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา

การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคฉะเชิงเทรา กล่าวคือถ้านักศึกษาที่มีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสักมากขึ้น ก็จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามมากขึ้นด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับการสักผ่านได้จากสื่อต่างๆ โดยเฉพาะจากสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในเรื่องที่เกี่ยวกับการสักเพื่อความสวยงามได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ในขณะที่เนื้อหาของข่าวสารที่เกี่ยวกับการสักเพื่อความสวยงามที่ได้รับจากสื่อส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับโรคติดต่อที่มาจาก การสัก ซึ่งตรงกับความต้องการทราบข่าวสารเกี่ยวกับการสักเพื่อความสวยงามของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการทราบข่าวสารเกี่ยวกับโรคติดต่อที่มาจาก การสักเช่นกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้ก็สอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์ นักศึกษาระดับปวส. วิทยาลัยเทคนิคฉะเชิงเทรา ซึ่งพบว่านักศึกษาค้นคว้าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องการสัก ทั้งการสักแฟชั่นและการสักไสยศาสตร์ ซึ่งทำให้นักมีความรู้ในเรื่องของการสักมาก และนักมีภาพลักษณ์การสักในทางบวกด้วยเช่นกัน

นอกจากนั้นผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ที่ให้ความหมายของภาพลักษณ์ว่า ภาพลักษณ์ส่วนหนึ่งประมวลได้มาจากการรับรู้ข่าวสารซึ่งมีส่วนในการเกิดภาพลักษณ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบ และยังสอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมสมัยนิยม กล่าวคือ การรับรู้ข่าวสารในปัจจุบันนั้น เป็นการรับส่งข่าวสารที่รวดเร็ว ไร้พรมแดน ซึ่งถือว่าเป็นโลก “โลกาภิวัตน์” (Globalization) ทำให้การรับรู้เรื่องข่าวสารต่างๆ รวมถึงข่าวสารเกี่ยวกับการสักนั้น เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว ทว่าถึง ซึ่งการรับรู้ข่าวสารต่างๆ นั้นส่งผลต่อความคิดและทำให้เกิดภาพลักษณ์ขึ้นนั่นเอง

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี กล่าวคือถ้านักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรักมาก ก็จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามมากขึ้นด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อคำถามในแบบสอบถามภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามนั้นเป็นข้อคำถามเชิงบวกต่อการรัก ทำให้ความคิดเห็นในการตอบคำถามในด้านนี้ของกลุ่มตัวอย่างส่งผลต่อการมองภาพลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อภาพลักษณ์การรัก มีการมองภาพลักษณ์การรักแพชชั่นในทางบวก ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดไม่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อภาพลักษณ์การรัก มีการมองภาพลักษณ์การรักแพชชั่นในทางลบ ดังนั้นจึงทำให้ความคิดเห็นส่งผลต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ที่กล่าวว่าความคิดของปัจเจกบุคคลมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ ซึ่งทำให้มีส่วนในการเกิดภาพลักษณ์ทั้งในด้านบวกและด้านลบ

ประสบการณ์เกี่ยวกับการรัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี กล่าวคือถ้านักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับการรักมาก ก็จะมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามมากขึ้นด้วย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการรักมาก มีโอกาสในการรับรู้และสามารถเข้าไปสัมผัสกับเรื่องการรักมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการรักน้อย ทำให้ส่งผลถึงความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามแตกต่างกัน เช่นเดียวกับข้อมูลการสัมภาษณ์นักศึกษาระดับปวส. วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี ซึ่งจะเห็นได้ว่า นักศึกษาที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการรัก เช่น เคยได้รับการรัก หรือมีความคิดที่อยากจะรักนั้น มีการมองภาพลักษณ์การรักไปในทางบวกมากกว่านักศึกษาที่ไม่ได้มีประสบการณ์เกี่ยวกับการรัก หรืออาจจะไม่มีแต่อาจจะเป็นประสบการณ์ทางอ้อม เช่น ก้อย ซึ่งก้อยนั้นไม่เคยรับการรัก และไม่เคยมคิดที่จะรักด้วย รวมถึงคนในครอบครัวก็ไม่มีใครเคยรัก แต่มีเพื่อนบางคนในกลุ่มที่รัก ซึ่งถือว่าประสบการณ์เกี่ยวกับการรักของก้อยนั้นมีน้อย จึงส่งผลให้ก้อยนั้นมองภาพลักษณ์การรักไปในทางลบ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ที่กล่าวว่าภาพลักษณ์ เป็นสิ่งที่เกิดจากความจำและจินตนาการ ซึ่งเกิดจากประสบการณ์การรับรู้ที่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจริง ทำให้มีอิทธิพลต่อการเกิดภาพลักษณ์ ทั้งในด้านบวกและด้านลบ

ในส่วนของคุณรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสักนั้น พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปโดยภาพรวมแล้วปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสักที่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นด้านการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการสักนั้น สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาพลักษณ์ กล่าวคือ การรับรู้ข่าวสาร ความคิดเห็น และประสบการณ์ เป็นส่วนที่ทำให้เกิดภาพลักษณ์ต่อสิ่งต่างๆ ขึ้น ทั้งภาพลักษณ์ทางลบและภาพลักษณ์ทางบวก นอกจากนั้นการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ยังสอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมสมัยนิยม เนื่องจากในปัจจุบันการรับรู้ข่าวสารนั้นเป็นไปอย่างง่ายดายนรวดเร็ว เพราะ สามารถเข้าถึงข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี ทำให้การสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วพรหมแดน ทำให้เกิดวัฒนธรรมในโลกสมัยใหม่ ซึ่งเป็นผลผลิตของกระบวนการครอบโลกที่เรียกว่า โลกาภิวัตน์นั่นเอง ส่วนในเรื่องของภาพลักษณ์การสักนั้นก็สอดคล้องกับแนวคิดวัฒนธรรมสมัยนิยมเช่นกัน เพราะรอยสักนั้นในยุคหนึ่งเป็นเสมือนสัญลักษณ์ ที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ยอมรับชื่นชอบของผู้คนจำนวนมาก แต่พอมาอีกยุคหนึ่ง รอยสักถูกขับเคลื่อนเป็นเครื่องหมายบ่งบอกถึงสภาพความเป็นชนชั้น ที่ถูกตีตราประทับบนร่างกายเพื่อแสดงความเป็นไพร่หลวงในกรม กอง และสักเพื่อประจานความผิดให้แก่นักโทษ ส่วนในปัจจุบัน หากบุคคลใดมีรอยสักจะถูกกล่าวว่าเป็นคนไม่ดี ไม่น่าคบ ฯลฯ แต่ว่ารอยสักยังพบในกลุ่มคนจำนวนหนึ่งที่เรียกได้ว่าเป็นการต่อต้าน ต่อรอง และปฏิเสธการถูกกล่าวหาจากสังคม ซึ่งจะเห็นได้ว่าการสิ้นไหลของวัฒนธรรมสมัยนิยม กับรอยสักนั้น เป็นวัฒนธรรมที่มีรากฐานอยู่ที่มหาชนที่รวมถึงวัตถุ ประเพณี และกิจกรรม ที่ไม่ใช่แค่กระแสนิยม แต่เป็นเพราะมนุษย์มีกระบวนการสร้างความหมายไม่คงที่ สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และมีความสัมพันธ์กับการสร้างตัวตนของแต่ละบุคคล (วุฒิชัย กฤษณะประกรกิจ และคณะ, 2545 อ้างใน พจมาน นิตยใหม่, 2550)

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจแบบพรรณนา เพื่อศึกษาภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยวิเคราะห์ค่าสถิติการสถิติไคสแควร์ (Chi-square) เพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา รายได้ และรายได้ของครอบครัว กับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม และวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรัก ได้แก่ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการรัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการรัก ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการรัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการรัก กับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม นอกจากนี้ผู้วิจัยยังใช้การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรีและผู้ประกอบการร้านสักในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพในระดับหนึ่ง และนำข้อมูลนั้นมาสนับสนุนงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งทำให้งานวิจัยครั้งนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี จำนวน 330 คน ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นร้อยละ 100 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยแบบสอบถามปัจจัยด้านบุคคล เป็นคำถามแบบเลือกตอบ Check List และแบบสอบถามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการรัก เป็นแบบมาตราส่วนประเมิน Rating Scale แล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดจากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ผลทางสังคมศาสตร์ โดยเครื่องคอมพิวเตอร์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป นอกจากนั้นได้ใช้แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)

วิทยาลัยเทคนิคชลบุรี จำนวน 8 คน และกลุ่มผู้ประกอบการร้านสักในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 9 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผลเพื่อนำไปสนับสนุนข้อมูลเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

ลักษณะด้านบุคคลของกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายร้อยละ 57.3 อาศัยอยู่กับพ่อแม่/พี่น้อง/ญาติในขณะที่ยังศึกษา คิดเป็นร้อยละ 78.5 มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือน มากที่สุด ร้อยละ 78.2 และส่วนใหญ่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท

จำแนกตามปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการสักในระดับปานกลาง โดยได้รับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ร้อยละ 53.6 พบเห็นข่าวเกี่ยวกับการสักแฟชั่นจากสื่ออินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 27.3 เนื้อหาของข่าวเกี่ยวกับการสักแฟชั่นเกี่ยวข้องกับเรื่องโรคติดต่อที่มาจาก การสักมากที่สุด ร้อยละ 19.1 และกลุ่มตัวอย่างก็มีความต้องการทราบข่าวสารเกี่ยวกับการสักแฟชั่นในเรื่องโรคติดต่อที่มาจาก การสักมากที่สุด ร้อยละ 33.3 เช่นเดียวกัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก พบว่า กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสักอยู่ในระดับปานกลาง โดยเห็นด้วยอย่างยิ่งกับเรื่องรอยสักจะเป็นตราที่ติดตัวผู้สักตลอดไป มากที่สุด ร้อยละ 31.5 และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง มากที่สุดในเรื่อง การสักเป็นการช่วยเสริมบุคลิกภาพให้ดูดีขึ้น ร้อยละ 35.2

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องการสักแฟชั่นอยู่ในระดับมาก โดยมีความเข้าใจในเรื่อง โรคติดต่อบางชนิด เช่น ไวรัสตับอักเสบบี โรคเอดส์ เกิดขึ้นได้จากการสัก สามารถตอบถูก ถึงร้อยละ 88.8 แต่มีความเข้าใจผิดเกี่ยวกับเรื่องการสักแฟชั่นแตกต่างจากการสักยันต์ในเรื่องของความเชื่อทางไสยศาสตร์เท่านั้น ซึ่งตอบผิดถึง ร้อยละ 61.2

ประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์เกี่ยวกับการสักในระดับน้อย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในประเภทไม่เคยรับการสัก ร้อยละ 87 โดยกลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์เกี่ยวกับการสักมากที่สุดในเรื่อง มีศิลปินที่ชื่นชอบและศิลปินคนนั้นมีรอยสัก ร้อยละ 55.8 และกลุ่มตัวอย่างไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการสักมากที่สุดในเรื่อง เคยไปงานที่เกี่ยวกับการสัก เช่น งาน International Tattoo Festival 2009, งานสักที่ห้างมาบุญครอง (วันที่ 23 ตุลาคม ของทุกปี)

ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา และรายได้ของครอบครัว ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม แต่ เพศ และรายได้มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานเพียงบางส่วน

2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสัก ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสัก ไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม แต่ การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสัก และประสบการณ์เกี่ยวกับการสัก มีความสัมพันธ์ทางบวกกับภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานส่วนใหญ่

ตารางที่ 11 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสักรีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์การสักรีเพื่อความสวยงาม

ตัวแปรอิสระ	p-value	ผลการทดสอบ	
		เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
1. ปัจจัยด้านบุคคล			
1.1 เพศ	.013*	✓	
1.2 การอยู่อาศัยระหว่างศึกษา	.604		✓
1.3 รายได้	.000*	✓	
1.4 รายได้ของครอบครัว	.503		✓
2. ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสักรี			
2.1 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสักรี	.001*	✓	
2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสักรี	.000*	✓	
2.3 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการสักรี	.536		✓
2.4 ประสบการณ์เกี่ยวกับการสักรี	.000*	✓	

*มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ส่วน คือข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่องภาพลักษณ์การสักรีเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นของนักศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) วิทยาลัยเทคนิคลพบุรี อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องของการรักมากกว่านี้ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารนั้นเป็นสิ่งที่ จะช่วยให้บุคคลมีความคิดเห็นต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้มากขึ้น รวมทั้งความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม เพื่อเป็นแนวทางในการตัดสินใจของบุคคลต่อการมองภาพลักษณ์การรักร่างกายเพื่อความสวยงามซึ่งอาจจะเป็นไปทางด้านบวกหรือด้านลบก็ได้

2. ควรมีการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องประโยชน์และผลเสียต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการรัก ต่อผู้ที่คิดสักจะสัก โดยเฉพาะในกลุ่มของเยาวชน เนื่องจากเยาวชนนั้นยังไม่มีวุฒิภาวะที่เพียงพอต่อการตัดสินใจ คืออาจยังไม่มี การคิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถึงผลที่จะตามมา หรือเรื่องความปลอดภัยในการสัก เพราะบางคนอาจจะให้เพื่อนสักให้เหมือนกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นักศึกษาปวส. ที่บางคนนั้นมีการสักกันเอง ไม่ได้เข้ารับบริการจากร้านสัก ฉะนั้นการให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องประโยชน์และผลเสียต่างๆ ที่อาจเกิดจากการสักต่อผู้ที่คิดสักจะสักนั้น จะเป็นแนวทางในการตัดสินใจแก่ผู้ที่สัก ว่าจะสักหรือไม่ เพื่อให้เกิดความไม่พึงพอใจภายหลังที่สัก เพราะรอยสักนั้นจะติดตัวผู้สักตลอดไป

3. ควรมีการศึกษาวิจัยในส่วนของข้อมูลเชิงคุณภาพให้ลึกกว่านี้ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้อาจใช้การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ทำให้ได้ข้อมูลในส่วนของคุณภาพเพียงระดับหนึ่ง ซึ่งหากมีการวิจัยโดยใช้ข้อมูลในเชิงคุณภาพที่ลึกกว่านี้ ก็จะเป็นการขยายองค์ความรู้ด้านค่านิยมเกี่ยวกับภาพลักษณ์การรักในสังคมไทยได้มากกว่านี้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. จากการศึกษาวิจัยภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ในครั้งนี้ ประชากรที่เลือกนั้นเป็นกลุ่มนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มเล็กๆ ในสังคมไทย จึงมีความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามที่ใกล้เคียงกัน หากประชากรที่ใช้ในครั้งต่อไปเป็นประชากรที่มีความหลากหลายมากกว่านี้ อาจจะทำให้ความคิดเห็นต่อภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงามมีความหลากหลายมากขึ้นตามไปด้วย

2. การศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) หรือนักศึกษาในระดับที่ใกล้เคียงกัน ควรใช้นักศึกษาในสถาบันที่สังกัดเอกชน เนื่องจากบางครั้ง นักศึกษาที่อยู่ในสถาบันที่สังกัดรัฐบาลนั้น บางคนอาจจะไม่กล้าเปิดเผยข้อมูลที่แท้จริง เนื่องจาก

ทางสถาบันค่อนข้างเข้มงวดต่อพฤติกรรมของนักศึกษา ซึ่งอาจทำให้นักศึกษาเกรงกลัวและไม่กล้าเปิดเผยข้อมูลที่แท้จริงได้

3. ควรศึกษาวิจัยภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ในความคิดเห็นเฉพาะกลุ่มเพื่อเปรียบเทียบภาพลักษณ์และความเชื่อเกี่ยวกับการรักในสังคมวัฒนธรรมต่างๆ เช่น กลุ่มชายรักชาย กลุ่มหญิงรักหญิง กลุ่มคนในชนบท กลุ่มคนในเมือง กลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ เป็นต้น

4. ควรขยายขอบเขตของการวิจัย ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ เนื่องจากพื้นที่ที่ต่างกัน ย่อมมีวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และความเชื่อที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันในด้านต่างๆ รวมถึงภาพลักษณ์การรักเพื่อความสวยงาม ฉะนั้นหากมีการศึกษาให้ครอบคลุมทั่วประเทศ ก็อาจจะได้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาพลักษณ์การรักร่างกายเพื่อความสวยงามที่แตกต่างกันออกไป

ข้อจำกัดในการศึกษา

1. ในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามนั้น นักศึกษาบางคนไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการทำแบบสอบถาม โดยจากการสังเกตนั้น จะพบว่านักศึกษาบางคนใช้เวลาทำแบบสอบถามอย่างรวดเร็ว ซึ่งอาจส่งผลให้การตอบแบบสอบถามนั้น ไม่ได้ข้อมูลที่ชัดเจนเท่าที่ควร

2. ในการติดต่อเพื่อขอสัมภาษณ์นักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.) นั้นค่อนข้างมีอุปสรรค เนื่องจากนักศึกษาบางคนไม่สะดวกในการให้ข้อมูล โดยมีทั้งที่กลัวว่าจะนำข้อมูลไปใช้ในทางอื่น และไม่สะดวกในเรื่องของเวลาและสถานที่ ทำให้จำนวนตัวอย่างที่ตอนแรกคัดเลือกไว้ทั้งหมด 13 คน เหลือเพียง 8 คน

3. ในการติดต่อขอสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านสักในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานครนั้น มีอุปสรรคในด้านของความสะดวกในระหว่างการให้ข้อมูล คือขณะที่ทำการสัมภาษณ์อยู่นั้น บางครั้งก็จะมีลูกค้าเข้ามาที่ร้านเพื่อที่จะทำการสัก ผู้ประกอบการจึงต้องหยุดการสัมภาษณ์และไปบริการลูกค้าก่อน ซึ่งบางครั้งต้องรอหลายชั่วโมง จึงทำให้การสัมภาษณ์นั้นเป็นไปอย่างลำบาก

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กนกนุช จันทร์แฉล้ม. 2542. **ภาพลักษณ์ของหน่วยงานที่ทำงานด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม: ศึกษากรณีมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพืชพรรณแห่งประเทศไทยในพระบรมราชินูปถัมภ์.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

กระปุกดอทคอม. 2550. **ทำไมอยากมีรอยสักกันนัก?** (Online). www.hilight.kapook.com/view/16353, 5 มีนาคม 2552.

จีอบดีดอทคอม. 2550. **รับสัก แก้วรอยสัก** (Online). www.th.88dbmedia1.jobsdb.com/db88uploadfiles/2007/03/14/EA185c31, 5 มีนาคม 2552.

ชนกภรณ์ นรากร. 2549. **วิวัฒนาการการสักและวัฒนธรรมมวลชน กับการสักรอยศิลปะบนเรือนร่าง.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ชนิตร์ ภูกาญจน์. 2540. "สัก เพื่อความสันโดษของชีวิต." ART & CULTURE (9 มิถุนายน 2540): 166-167.

ชูเกียรติ วงศ์เทพเทียน. 2542. **ภาพลักษณ์ของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินของ บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน) ศึกษาเฉพาะกรณีผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการบนเที่ยวบิน.** วิทยานิพนธ์วารสารศาสตรมหาบัณฑิต สาขา สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ดวงพร คำณูวัฒน์ และ วาสนา จันทร์สว่าง. 2536. **การสื่อสารประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพมหานคร: ทีพีพีริทรี.

ตริงตรา ทรัพย์ส่องแสง. 2542. **ภาพลักษณ์ของกรมประชาสัมพันธ์ในทัศนะของประชาชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร.** นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ทวนธง ครูท้อ. 2545. **ภาพลักษณ์องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ในทัศนะของ
ประชาชน อำเภอปากพ่อง จังหวัดนครศรีธรรมราช.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นันทิ จิตสว่าง. 2529. **การศึกษาผลกระทบของระบบสังคมในเรือนจำต่อผู้ต้องขัง.**
กรุงเทพมหานคร: คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิตี ภาวครพันธ์. 2541. **“รอยสักกับการสร้างตัวตน เผยร่าง-พร่างกาย.”** ใน ปรีตตา เฉลิมเฝ้า
กอนันตกุล. กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ,

นินนาม. 2547. **Fuerte Tattoo, Corralejo (Online).** [www.sunnyfutureventura.com/
furete-tattoo/images/tattoo7r.jpg](http://www.sunnyfutureventura.com/furete-tattoo/images/tattoo7r.jpg), 5 มีนาคม 2552.

บุญลอย ปานมณี. 2538. **ภาพลักษณ์ของกระทรวงศึกษาธิการในทัศนะของนักการเมือง.**
วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ประจวบ อิ่มออด. 2532. **เขาประชาสัมพันธ์กันอย่างไร.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์การพิมพ์
พลชัย.

ประสิทธิ์ ลีปรีชา. 2547. **“การสร้างและการสืบทอดอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง.”**
วาทกรรมอัตลักษณ์. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

ประเทิน มหาจันทร์. 2534. **ศิลปะการสักลาย.** กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

_____. 2529. **“การสักกับการประพฤติเกเรของเยาวชนไทย.”** **ข่าวสำนักงาน
คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ: 8.**

พงษ์เทพ วรกิจโกคาทร. 2537. “ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.” ภาพพจน์นั้นสำคัญยิ่ง:

การประชาสัมพันธ์กับภาพพจน์. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และ
สื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พชร ถนอมทรัพย์. 2545. **ภาพลักษณ์คณะกรรมการการเลือกตั้ง ตามทัศนะของสมาชิก**

สภาองค์การบริหารส่วนจังหวัด. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พจมาน นิตยไใหม่. 2550. **รอยสัก : การสร้างอัตลักษณ์ที่ปรากฏบนเรือนร่างของตน.**

สารนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ,
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรทิพย์ วรกิจโกคาทร. (บรรณาธิการ). 2537. “**การประเมินภาพพจน์และภาพพจน์เชิงลบ**”

ในการจัดการปัญหาเชิงลบ. กรุงเทพมหานคร: คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิชา รุจินาม, พ.ต.ต. 2545. **ภาพลักษณ์ตำรวจทางหลวงของผู้ขับซึ่รถยนต์บนถนนสาย**

เอเชีย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

พิชญา กรรณานูวัฒน์. 2540. **การศึกษาภาพลักษณ์ของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน)**

ในทัศนะของพนักงานทั่วประเทศ. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขานิเทศศาสตร์ธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

พิศิษฎ์ คุณวโรตม์. 2546. “**อัตลักษณ์และกระบวนการต่อสู้เพื่อชีวิตของผู้ติดเชื้อ HIV.**”

อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ และความเป็นชายขอบ. กรุงเทพมหานคร:
ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

พิสิณี กิจวัตร. 2545. **ภาพลักษณ์โรงงานยาสูบในความคิดเห็นของประชาชนในคณะ**

ชุมชนบ่อนไก่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

โพโต้วันไฮไฟท์ดอกคอม. 2551. **รอยสัก.** (Online). www.photos1hi5.com/0021/776/257/vRTGxg776257-02.jpg, 5 มีนาคม 2552.

มาตี สุภาพผล. 2545. **ภาพลักษณ์เรือนจำในทัศนะของญาติผู้ต้องขัง.** วิทยานิพนธ์
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

มานิต รัตนสุวรรณ. 2527. “โฆษณาเพื่อการประชาสัมพันธ์.” **โลกของการประชาสัมพันธ์.**
กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รัตนา อรุณศรี. 2547. **ประวัติศาสตร์สังคมสังเขป เรื่องการสักร่างกายมองในมิติของ
ความสัมพันธ์ทางเพศสภาพ.** วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสตรีศึกษา,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วาสนา จันทร์สว่าง. 2541. **ภาพลักษณ์กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์.** กรุงเทพมหานคร:
สามเจริญพาณิชย์ (กรุงเทพ) จำกัด.

วันดี สันติวุฒิมณี. 2545. **กระบวนการสร้างอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทยใหญ่
ชายแดนไทย-พม่า กรณีศึกษาหมู่บ้านเปียงหลวง อำเภอเวียงแหง จังหวัด
เชียงใหม่.** วิทยานิพนธ์สังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สมศักดิ์ ตันรัตนกร. 2552. **การสักเพื่อความสวยงาม.** (Online). www.ramalaser.rama-alumni.com/know/tattoo2.htm, 30 กรกฎาคม 2552.

สันติมา เกษมสันต์ ณ อยุธยา. 2539. **ภาพลักษณ์ขององค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทยใน
สายตาผู้ใช้บริการ ในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาการประชาสัมพันธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- สุขสันต์ กมลสันติโรจน์. 2548. **การสื่อสารและการรับรู้ความหมายของ “รอยสัก” ในสังคมไทยปัจจุบัน**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนทร นิโครธานนท์. 2536. **ความคิดเห็นของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ต่อภาพลักษณ์ของครูเกษตรในจังหวัดราชบุรี**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- สุลักษณ์ ศรีบุรี และ ทวีพงศ์ ศรีบุรี. 2537. **ลายสักที่พบในภาคกลางของประเทศไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2534. “การศึกษาภาพลักษณ์กลยุทธ์ใกล้ตัว”. **กว่าจะเห็นเป็นโฆษณา**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สารมวลชน จำกัด.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ. 2551. **พัฒนาการและการปรับตัวในวัยรุ่น**. (Online). <http://www.thaihealth.or.th/node/5756>, 12 กรกฎาคม 2552.
- อนิรุจน์ เขียมกิจการ. 2539. **ภาพลักษณ์การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยในสายตาของประชากรชาวกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิญา เพ็ญฟูสกุล. 2546. **อัตลักษณ์ Identity การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. กรุงเทพมหานคร: คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.
- อัมพร จันท์แก้ว. 2540. **ภาพลักษณ์โรงพยาบาลปทุมธานีตามการรับรู้ของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสาธารณสุขศาสตร์, มหาวิทยาลัยมหิดล.

อารยา วรรณประเสริฐ. 2542. **ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการประชาสัมพันธ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Adler, M. J. 1990. **The Syntopicon: Index to the Great Ideas**. 2nd ed. Chicago: Encyclopaedia, Inc.

Boulding, K.E. 1975. **The image: Knowledge in life and society**. Michigan: University of Michican.

Jefkins, F. 1997. **Planned Press and Public Relations**. London: International Textbook Company.

Umemoto, K. L. 1980. "Thai Charms, The Art of Tattooing." **Sawaddi** (September – October): 9-13.





ภาคผนวก ก
แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย

ตอนที่ 2 การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการสัก

คำอธิบาย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับการรับรู้ข่าวสารของท่านเกี่ยวกับการสัก

และกรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

คำชี้แจง	มากที่สุด	หมายถึง	มากกว่า 10 ครั้ง / สัปดาห์
	มาก	หมายถึง	7-9 ครั้ง / สัปดาห์
	ปานกลาง	หมายถึง	4-6 ครั้ง / สัปดาห์
	น้อย	หมายถึง	1-3 ครั้ง / สัปดาห์
	น้อยที่สุด	หมายถึง	ไม่เคยได้รับ / ไม่ต้องการรับ

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. โดยปกติท่านรับรู้ข่าวสารจากสื่อต่อไปนี้					
1.1 โทรทัศน์					
1.2 หนังสือพิมพ์					
1.3 วิทยุ					
1.4 นิตยสาร/วารสารต่างๆ					
1.5 แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา					
1.6 อินเทอร์เน็ต					
2. ท่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการสักแพ้นั้นจากสื่อดังต่อไปนี้					
2.1 โทรทัศน์					
2.2 หนังสือพิมพ์					
2.3 วิทยุ					
2.4 นิตยสาร/วารสารต่างๆ					
2.5 แผ่นพับ/ป้ายโฆษณา					
2.6 อินเทอร์เน็ต					
3. เนื้อหาของข่าวสารเกี่ยวกับการสักแพ้นั้นที่ท่านได้รับจากสื่อ (ข้อ 2) นั้นเกี่ยวข้องกับเรื่องต่อไปนี้					

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.1 การควบคุมการสัก (อายุของผู้ที่เข้ารับการสัก)					
3.2 มาตรฐานของร้านสัก (ความสะอาด, ใบบรรอง)					
3.3 ประเภทของการสักร่างกาย					
3.4 โรคติดต่อที่มาจากการสัก					
3.5 การจัดงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการสัก					
3.6 ความหมายของการสักลวดลายต่างๆ					
3.7 บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสัก					
3.8 ค่าใช้จ่ายในการสัก					
3.9 การลบรอยสัก					
3.10 ภาพลักษณ์การสักแฟชั่น					
4. ท่านมีความต้องการทราบข่าวสารเกี่ยวกับการสักแฟชั่นในเรื่องต่อไปนี้					
4.1 การควบคุมการสัก (อายุของผู้ที่เข้ารับการสัก)					
4.2 มาตรฐานของร้านสัก (ความสะอาด, ใบบรรอง)					
4.3 ประเภทของการสักร่างกาย					
4.4 โรคติดต่อที่มาจากการสัก					
4.5 การจัดงานต่างๆ ที่เกี่ยวกับการสัก					
4.6 ความหมายของการสักลวดลายต่างๆ					

คำถาม	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4.7 บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการสัก					
4.8 ค่าใช้จ่ายในการสัก					
4.9 การลบรอยสัก					
4.10 ภาพลักษณ์การสักแฟชั่น					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการสัก

คำอธิบาย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับทัศนคติหรือความคิดเห็นของท่าน และกรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

ข้อ	คำถาม	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1	การสักเป็นแฟชั่นของวัยรุ่นในปัจจุบัน					
2	ปัจจุบันแฟชั่นการสักได้รับความนิยมมากในกลุ่มวัยรุ่น					
3	การสักเป็นการช่วยเสริมบุคลิกภาพให้ดูดีขึ้น					
4	การสักเป็นการเลียนแบบศิลปิน/ดารา/นักร้อง(ต่างชาติ/ไทย)					
5	การสักเป็นเรื่องปกติทั่วไปของวัยรุ่น					
6	รอยสักเป็นการแสดงถึงสัญลักษณ์และการเป็นสมาชิกของกลุ่ม					
7	รอยสักจะเป็นสัญลักษณ์ที่ติดตัวผู้สักตลอดไป					
8	ลวดลายของรอยสักบนร่างกายจะบ่งบอกถึงลักษณะนิสัยของผู้ที่สัก					
9	รอยสักเปรียบเหมือนการสวมใส่เสื้อผ้าซึ่งบ่งบอกถึงรสนิยมของแต่ละบุคคล					

ข้อ	คำถาม	เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
10	รอยสักถือเป็นศิลปะแห่งความงามที่สามารถให้ความหมายได้อย่างดี					

ตอนที่ 4 ความรู้ความเข้าใจในเรื่องการสัก

คำอธิบาย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้ ความเข้าใจของท่านในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการสัก และกรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

ข้อ	คำถาม	ใช่	ไม่ใช่
1	การสักลวดลายต่างๆ มีความหมายที่แตกต่างกันออกไป		
2	ผู้ที่ต้องการสักสามารถเข้าไปสักในร้านที่เปิดบริการสักได้โดยสะดวก		
3	โรคติดต่อบางชนิด เช่น ไวรัสตับอักเสบบี โรคเอดส์ เกิดขึ้นได้จากการสัก		
4	หมึกที่ใช้ในการสักมีความปลอดภัยต่อผู้ที่รับการสัก		
5	การสักแฟชั่นแตกต่างจากการสักยันต์ในเรื่องของความเชื่อทางไสยศาสตร์เท่านั้น		
6	รอยสักของบุคคลในแต่ละกลุ่มจะมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป แม้รอยสักนั้นจะเป็นรูปเดียวกัน		
7	การสักแฟชั่น คือการสักเพื่อความสวยงามเป็นหลัก		
8	รอยสักเป็นปัญหาต่อการประกอบอาชีพบางอาชีพ		
9	การสักสีชาวดำมีอันตรายน้อยกว่าการสักสีอื่นๆ		
10	การลบรอยสักจะได้รับความเจ็บปวดและมีค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าการสัก		

ตอนที่ 5 ประสพการณ์เกี่ยวกับการสัก

คำอธิบาย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับประสพการณ์ที่เกี่ยวกับการสักของท่าน และกรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

ข้อ	คำถาม	ใช่	ไม่ใช่
1	ท่านเคยมีความคิดที่จะสัก		
2	ท่านเคยเข้าร้านสัก		
3	ท่านเคยรับการสัก		
4	ท่านเคยหาข้อมูลเกี่ยวกับการสักเพราะมีความสนใจ		
5	ท่านมีคนในครอบครัวที่สัก		
6	ท่านอยู่ในกลุ่มเพื่อนที่สัก		
7	ท่านเคยไปงานที่เกี่ยวกับการสัก เช่น งาน International Tattoo Festival 2009, งานสักที่ห้างมาบุญครอง (วันที่ 23 ตุลาคม ของทุกปี)		
8	ท่านมีศิลปินที่ท่านชื่นชอบ และศิลปินคนนั้นมีรอยสัก		
9	ท่านรู้จักกับผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการสัก		
10	ท่านเคยเข้าร่วมชมรมที่เกี่ยวข้องกับการสักร่างกาย		

ตอนที่ 6 ภาพลักษณ์ของผู้ที่สักเพื่อความสวยงาม

คำอธิบาย โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน และกรุณาตอบคำถามให้ครบทุกข้อ

ข้อ	คำถาม	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1	รอยสักของผู้ที่สักช่วยในการเสริมสร้างบุคลิกภาพได้					
2	ผู้ที่มีรอยสักบ่งบอกถึงความกล้าหาญ ความน่าเกรงขาม					
3	ผู้ที่มีรอยสักเป็นผู้ที่มีเสน่ห์ เท่					
4	ผู้ที่มีรอยสักเป็นผู้ที่ดูโดดเด่น เป็นที่สนใจของบุคคลทั่วไป					

ข้อ	คำถาม	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5	เพศชายที่มีรอยสักแสดงถึงความเป็นลูกผู้ชายที่แท้จริง					
6	เพศหญิงที่มีรอยสักมักจะถูกลังคมนตรีมองว่าเป็นผู้หญิงที่ไม่ดี					
7	รอยสักนั้นเป็นการเน้นย้ำภาพของผู้ที่สักว่าเป็นบุคคลที่ไม่ดี เช่น เกเร ไม่ชอบอยู่ในกฎระเบียบ เป็นต้น					
8	รอยสักรูปมังกรแสดงถึงความมีอำนาจและความยิ่งใหญ่ของผู้สัก					
9	รอยสักรูปผีเสื้อแสดงถึง ความเป็นผู้หญิง การเข้ายวน ร้อนแรง					
10	รอยสักรูปไม้กางเขนแสดงถึงความเชื่อ ความศรัทธาในศาสนา					



ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านสัก

- ประกอบการมาแล้วกี่ปี
- ก่อนมาประกอบอาชีพสักนี้เคยประกอบอาชีพอะไรมาก่อน
- เหตุผลที่มาเปิดธุรกิจร้านสัก
- มีจำนวนผู้มารับบริการเฉลี่ยต่อวันเท่าไร
- กลุ่มของผู้ที่เข้ารับบริการ (กลุ่มอาชีพ เพศ)
- ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการทุกคนเลยหรือว่าเลือกให้บริการแก่ผู้ที่เห็นว่าสมควรให้บริการ
- ราคาของรูปที่สักขึ้นอยู่กับอะไรบ้าง (ลายที่สัก, สีของหมึก)
- ส่วนมากผู้ใช้บริการนิยมสักรูปอะไร และสักหมึกสีหรือหมึกดำมากกว่ากัน
- ให้ความหมายกับรอยสักรูปต่างๆ ต่อไปนี้ มังกร ผีเสื้อ ไม้กางเขน ดอกไม้ นก เสือ ปลา คาร์ฟ หัวใจ
- ในความคิดเห็นส่วนตัวคิดว่าการสักนั้นดีหรือไม่ดีอย่างไร เหมาะกับใคร เหมาะกับสังคมไทยหรือไม่ เพราะอะไร
- มีความคิดเห็นอย่างไรที่งานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการสักส่วนใหญ่จะพบว่าภาพลักษณ์ของคนที่สักจะถูกสังคมมองในด้านลบมากกว่าด้านบวก



ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบ ก่อนที่จะทำการเก็บข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย และนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์เป็นรายข้อ เพื่อพิจารณาว่าจะสามารถยอมรับข้อความแต่ละข้อได้หรือไม่ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป จากการทดสอบแบบสอบถามปรากฏผลดังตารางต่อไป

ตารางผนวกที่ 1 ผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของแบบสอบถามภาพลักษณ์การสักเพื่อความสวยงามในความคิดเห็นของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง(ปวส.)

ข้อ คำถามที่	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Alpha if Item Deleted
1	92.3667	313.344	.341	.903
2	92.7667	317.151	.396	.901
3	93.5333	319.292	.253	.904
4	92.7333	314.961	.403	.901
5	93.1333	317.223	.312	.903
6	91.6667	327.333	.090	.905
7	93.0000	307.793	.505	.900
8	93.5333	309.499	.566	.899
9	93.9000	311.748	.528	.899
10	92.2667	301.444	.578	.898
11	93.1667	308.006	.583	.898
12	92.1667	302.764	.665	.897
13	93.7333	313.789	.395	.901
14	93.5667	300.806	.689	.896
15	93.1000	300.645	.669	.896
16	92.5000	316.259	.347	.902
17	93.4000	296.317	.778	.894

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ข้อ คำถามที่	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Alpha if Item Deleted
18	93.0000	300.069	.631	.897
19	93.4000	305.283	.625	.898
20	93.0667	303.857	.663	.897
21	93.0000	308.621	.602	.898
22	92.5333	309.292	.503	.900
23	92.2333	315.564	.314	.903
24	91.9000	320.093	.263	.903
25	92.3000	315.872	.383	.902
26	91.6000	322.800	.244	.903
27	92.7000	320.424	.282	.903
28	92.4000	306.800	.523	.899
29	92.4667	319.568	.278	.903
30	92.1667	314.282	.298	.904
31	92.1333	318.602	.287	.903
33	28.5000	32.741	.525	.773
34	28.2000	34.786	.582	.771
35	29.6667	31.747	.676	.754
36	28.4000	34.731	.351	.796
37	29.0333	36.861	.325	.794
38	28.2000	32.741	.525	.773
39	28.8333	33.247	.611	.764
40	28.7333	34.340	.502	.776
41	28.9333	31.789	.559	.768
42	28.8000	35.269	.362	.792
43	6.6667	2.575	.196	.550
44	7.0667	1.720	.567	.409
45	6.7000	2.424	.297	.529
46	6.9333	1.857	.510	.440
47	7.4333	2.116	.373	.496
48	6.7000	2.355	.390	.512

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ข้อ คำถามที่	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item Total Correlation	Alpha if Item Deleted
49	6.7333	2.754	-.123	.612
50	6.7667	2.599	.004	.593
51	6.9333	2.133	.274	.529
52	6.7667	2.599	.004	.593
53	2.2667	4.271	.558	.718
54	2.0333	3.964	.458	.725
55	2.2333	4.461	.334	.741
56	2.0333	3.689	.624	.695
57	2.0333	4.033	.418	.732
58	2.0333	4.309	.266	.757
59	2.2667	4.202	.617	.711
60	1.8333	4.626	.084	.789
61	2.3000	4.424	.543	.724
62	2.2667	4.202	.617	.711
63	16.9000	22.231	.770	.741
64	16.9333	22.961	.669	.760
65	16.7000	25.528	.518	.788
66	16.9333	23.857	.668	.762
67	17.3667	23.895	.680	.761
68	16.1667	27.247	.257	.836
69	16.6000	26.524	.335	.821
70	16.9000	22.231	.770	.711
71	17.3667	23.895	.680	.761
72	16.7000	25.528	.518	.788

หมายเหตุ: Alpha โดยภาพรวมของแบบสอบถามเท่ากับ .911

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ – นามสกุล	นางสาวนรินทร์ ใจนาการสกุล
วัน เดือน ปี ที่เกิด	วันที่ 24 เดือนเมษายน พ.ศ. 2529
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	การศึกษาระดับปริญญาตรี (การแนะแนว) มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

