

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและความกังวลในเรื่องความงามของสตรีมีครรภ์และหลังคลอดรวมถึงกิจกรรมและเงื่อนไขที่สตรีมีครรภ์และหลังคลอดให้ความสำคัญ นอกจากนี้ยังถึงเงื่อนไขและปัจจัยที่มีผลต่อกิจกรรมที่สื่อสะท้อนถึงการที่สตรีมีครรภ์และหลังคลอดให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงทางร่างกายและความกังวลในเรื่องความงาม

ในการศึกษา ผู้ศึกษาได้นำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษา คือ ทฤษฎีภาวะวิกฤต (Crisis Theory) แนวคิดเรื่องการปรับตัว (Adaptation) แนวคิดบรรทัดฐานทางสังคม (Social Norms) โดยแบ่งเป็น บรรทัดฐานเกี่ยวกับความเป็นแม่ (Motherly Norms) และบรรทัดฐานเกี่ยวกับเรื่องเพศ (Sexuality Norms) วาทกรรมความงาม องค์ประกอบความงาม โครงการร่างกาย (Body Project) กับความงามที่สร้างและเปลี่ยนแปลงได้ และแนวคิดเรื่องร่างกายกับทฤษฎีทางกายภาพ

ผู้ศึกษาใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) รวมถึงการเล่าเรื่อง (Narrative) ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องจากประสบการณ์ของผู้อื่นและจากประสบการณ์ของตัวเองผู้ศึกษาเอง โดย “เรื่องเล่า” ในฐานะวิธีการศึกษาเป็นเครื่องมือการวิจัยเพื่อปลดปล่อยผู้หญิงจากการ “ครอบงำ” ซึ่งนักสตรีศึกษามักใช้เป็นเป้าหมายในการพลิกประสบการณ์ชีวิตของผู้หญิงให้กลายเป็นองค์ความรู้ ผู้ศึกษาจึงต้องการนำเอาประสบการณ์ที่เกิดขึ้นกับตัวผู้ศึกษารวมผู้หญิงตั้งครรภ์และหลังคลอดกลุ่มหนึ่งมานำเสนอผ่านเรื่องเล่าดังกล่าว

จากการศึกษาพบว่าสตรีมีครรภ์และหลังคลอดรู้สึกกังวลเรื่องความงามและการเปลี่ยนแปลงด้านร่างกายด้วยกันทุกคน สำหรับเรื่องของการปรับตัวพบว่าสตรีมีครรภ์เกือบทุกคนยอมรับและปรับตัวกับการตั้งครรภ์ของตนเองได้ แต่ด้วยวาทกรรมความงามที่สั่งสมมานานได้กล่าวไว้ว่า “ผู้หญิงสวยคือผู้หญิงผอม” ทำให้ผู้หญิงที่อยู่ในระยะตั้งครรภ์และหลังคลอดสวนทางกับวาทกรรมความงาม ดังนั้น เมื่อเสร็จสิ้นจากภารกิจดังกล่าวแล้ว คุณแม่หลังคลอดจะพบความกดดันจากคนรอบข้างเรื่องความอ้วน

วิธีการลดน้ำหนักของคุณแม่หลังคลอดมีมากมายแตกต่างกันไปตั้งแต่เข้าคอร์สในสถาบันลดน้ำหนักจนถึงรับประทานยาลดความอ้วน แต่การออกกำลังกายแทบจะไม่มีเลยเนื่องจากการผ่าตัด รวมถึงไม่มีเวลาและไม่มีคนมาช่วยเลี้ยงลูก สื่อโฆษณาของสถาบันลดน้ำหนักจึงมีผลเป็นอย่างมากทำให้สตรีหลังคลอดใช้เป็นทางเลือกในการลดน้ำหนัก โดยสื่อได้นำดารารหรือคนดังที่เป็นคุณแม่หลังคลอดมาโฆษณาเพื่อให้เห็นผลจริง ทั้งนี้ การเข้ารับบริการต้องเสียเงินมากมาย ทำให้ผู้หญิงหลังคลอดตกอยู่ในวังวนของวาทกรรมความงามตามกระแสหลัก

## Abstract

The objective of this thesis is to study the body change and the beauty concerns of the pregnant women and post-natal mothers, including the activities and conditions that the studied group is interested in. Besides, it is to study the conditions and factors that affect the decision of choosing activities reflecting the concerns on body change and beauty of the pregnant and post-natal mothers.

In the study, the theories used are Crisis Theory, Adaptation, Social Norms (Maternity Norms and Sexuality Norms), Body Project and the able-to-create-and-change beauty with the thoughts of bodies and physical basics.

This study is the qualitative research with the narrative writing which is telling the story of the writer herself which is the way that women study is using as a tool to change the perspective of the readers and turn it to the knowledge. The writer would like to express her own direct experience as a pregnant woman and experience of the studied group – pregnant women and post-natal mothers.

From the research, it is found that all pregnant women and post-natal mothers are concerned about the change of the body shape. In fact, these mothers are able to adapt to the change of their body changes, but with the believe that “slim figure is beautiful”, the fact occurring is contrast with the believe. Hence, after baby delivery all mothers will be pressured by the surrounded people regarding the shapes and figures.

There are many ways for mothers to work out; for instance, buy a course in slimming centers, taking diet pills. Only few people would consider exercise due to many mothers were under operations from the delivery and many have to take care of the infant without a babysitter. The advertisement of the slimming center plays an important role to convince these mothers to the diet program by using the actress or well-known people as presenters. These courses are costly and it convinces the women to believe in beauty talk/concern.