

โครงการบริการวิชาการของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง

ปวีณา มโนเกษมสุข

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

พ.ศ. 2557

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยมหิดล

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ตรรกะการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง

.....  
ปัทมา มโนเกษมสุข

นางสาวปัทมา มโนเกษมสุข

ผู้วิจัย

.....  
มัลลิกา มดีโก

รองศาสตราจารย์ มัลลิกา มดีโก, Ph.D

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

.....  
อรุณวิภา ปสันธนาทร

รองศาสตราจารย์ อรุณวิภา ปสันธนาทร, Ph.D

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

.....  
วิภา ศิริสุข

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิภา ศิริสุข, Ph.D

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

.....  
มไหสวรรียะ

ศาสตราจารย์บรรจง มไหสวรรียะ,

พ.บ., ว.ว. ออร์โธปิดิกส์

คณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล

.....  
สุรีย กัญจนวงศ์

รองศาสตราจารย์สุรีย กัญจนวงศ์, Ph.D

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาสังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

ตรรกะการบริโภคความขาวของครุสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง

ได้รับการพิจารณาให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข)

วันที่ 17 กรกฎาคม พ.ศ. 2557

ปวีณา มโนเกษมสุข

นางสาวปวีณา มโนเกษมสุข

ผู้วิจัย



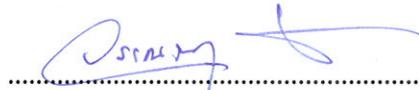
รองศาสตราจารย์สุรีย์ กาญจนวงศ์, Ph.D

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

มัลลิกา มัติโก

รองศาสตราจารย์ มัลลิกา มัติโก, Ph.D

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



รองศาสตราจารย์ วรณวิภา ปสันธนาทร, Ph.D

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ผกามาศ ไมตรีมิตร, Ph.D

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



ศาสตราจารย์บรรจง มไหสวริยะ,

พ.บ., ว.ว. ออร์โธปิดิกส์

คณบดี

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิวัฒนา ศิริสุข, Ph.D

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์



รองศาสตราจารย์วิริยา ชินวรรณ, Ph.D

คณบดี

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์

มหาวิทยาลัยมหิดล

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ ด้วยความกรุณา และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก อาจารย์ที่ปรึกษาที่รักและเมตตากับลูกศิษย์คนนี้ ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.มัลลิกา มัติโก ที่คอยติดตาม เสนอมา ว่าเมื่อนักศึกษาคนนี้จะเกร เกลไถล ห่างหายจากการทำวิทยานิพนธ์ไปบ้าง อาจารย์ยังเห็น ความตั้งใจ เป็นผู้จุดประกาย คอยชี้แนะ และให้คำปรึกษาตลอดการทำวิทยานิพนธ์ รวมทั้งให้ กำลังใจ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความเมตตาของอาจารย์ จนกระทั่งสามารถฟันฝ่าอุปสรรคได้อย่างลุล่วง ไปด้วยดี ขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.วรรณวิภา ปสันธนาทร และ ผศ.ดร. วิณา ศิริสุข กรรมการผู้ ควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำ ให้กำลังใจ ตลอดจนขอคิดเห็นในงานวิจัย ขอขอบพระคุณ รศ.ดร. สุรีย์ กาญจนวงศ์ ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และ ผศ.ดร. ผกามาศ ไมตรีมิตร กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่สละเวลา และให้ข้อคิดเห็นอันมีค่ากับงานวิจัยนี้ และ ขอขอบพระคุณคณาจารย์ เจ้าหน้าที่ภาควิชาสังคมสุขภาพ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ ทุกๆ ท่าน ที่ได้ให้โอกาสกับผู้วิจัยได้เข้ามาเรียนรู้ การทำงานกับแนวคิด มุมมองใหม่ๆ ต่างไปจากที่ผู้วิจัย เคยเรียนในระดับปริญญาตรี ช่วยให้ผู้วิจัยมีมุมมอง ความคิด ทัศนคติที่กว้างไกลมากขึ้น ในชีวิตตอน เรียนขาดไม่ได้ ถ้าไม่มีเพื่อนๆ พี่ๆ น้องๆ สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข ทั้งภาคพิเศษ และ ภาคปกติ ที่คอยช่วยเหลือ แบ่งปัน สนับสนุนกันในทุกเรื่อง จนเกิดมิตรภาพ และความทรงจำที่ดี ตลอดมา สุดท้ายขอกราบขอบพระคุณคุณแม่ของผู้วิจัยที่เป็นกำลังใจสำคัญ คอยช่วยให้ลูกคนนี้เรียน จบ ที่สำคัญขอขอบคุณกำลังใจใกล้ตัวของผู้วิจัย คือ สามีมของผู้วิจัย อาจารย์ชยานันท์ มโนเกษมสุข ที่ให้ ทั้งความรัก กำลังใจ และแรงกระตุ้นในการทำวิทยานิพนธ์เสมอมา

งานวิจัยชิ้นนี้จะสำเร็จไม่ได้ หากไม่มีผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน เหนือสิ่งอื่นใดขอขอบพระคุณ ทุกท่าน ที่ช่วยให้งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี หากมีข้อผิดพลาดประการใด ขออภัยมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ปวีณา มโนเกษมสุข

ตรรกะการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง

THE LOGIC OF WHITENING CONSUMPTION AMONG TUTORS IN TUTORIAL SCHOOL

ปวีณา มโนเกษมสุข 5136712 SHMS/M

ศศ.ม. (สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: มัลลิกา มัติโก, Ph.D., วรณวิภา ปสันธนาทร, Ph.D.,  
วิณา ศิริสุข, Ph.D.

#### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชา ที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์ เป็นการศึกษางเชิงคุณภาพ เรื่องการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษที่สอนในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 14 คน มีอายุระหว่าง 20-30 ปี เป็นเพศชาย 8 คน และเพศหญิง 6 คน

ผลการศึกษการบริโภคความขาวของครูพิเศษ สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มแรก มีการบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย จำนวน 4 คน คือใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันความมัน ปกปิดรอยสิ่ว รอยฝ้าบนใบหน้า กลุ่มที่ 2 การบริโภคความขาวที่มีความสัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยและคุณค่าการแลกเปลี่ยน มีจำนวน 4 คน มีความตั้งใจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีสรรพคุณเฉพาะความขาวที่ต้องลงทุนด้านการเงิน กลุ่มที่ 3 การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน และคุณค่าสัญลักษณ์ มีจำนวน 5 คน เป็นกลุ่มครูที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวต่อเนื่องเพื่อความมั่นใจ การมีเพื่อนใหม่ๆมากขึ้น และกลุ่มสุดท้าย การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์ จำนวน 1 คน ที่มีการบริโภคความขาวเพื่อเป้าหมายในการเลียนแบบอัตลักษณ์ต้นแบบ เช่น ดาราหรือนักร้องที่เป็นผู้นำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากนั้นครูสอนพิเศษจะใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง เน้นความขาว เพื่อความแตกต่างทางอัตลักษณ์ เช่น มีความโดดเด่นแตกต่างจากกลุ่มเพื่อนด้วยกัน ขณะเดียวกันก็เป็นตัวแบบเพื่อให้ผู้อื่นเลียนแบบต่อไปเรื่อย ๆ

ข้อเสนอแนะ ผู้บริโภคต้องตระหนักในการบริโภคความขาว ควรมีการตรวจสอบข้อมูลผลิตภัณฑ์ก่อนเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์นั้นต้องได้รับการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ควรตรวจสอบแหล่งที่ขายผลิตภัณฑ์ต้องมีที่มาชัดเจน และไม่ควรถ่วงเชื่อข้อมูลที่โฆษณาเกินจริงจากอินเทอร์เน็ต

คำสำคัญ : ตรรกะการบริโภคความขาว / คุณค่าการใช้สอย / คุณค่าการแลกเปลี่ยน / คุณค่าสัญลักษณ์ /  
คุณค่าสัญลักษณ์ / ครูสอนพิเศษ

**THE LOGIC OF WHITENING CONSUMPTION AMONG TUTORS IN TUTORIAL SCHOOL****PAWEENA MANOKASEMSUK 5136712 SHMS/M****M.A. (MEDICAL AND HEALTH SOCIAL SCIENCES)****THESIS ADVISORY COMMITTEE: MULLIKA MUTTIKO, Ph.D., WONWIPA PASANDHANATORN, Ph.D., VEENA SIRISOOK, Ph.D.****ABSTRACT**

The purpose of this study is to examine the consumptive behaviors of tutors at a local tutorial school regarding whitening products and to correlate those products with four different variables: use value, exchange value, symbolic value, and a sign value. The study employed a qualitative research to determine the whitening consumption of tutors at a tutorial school located in Khet Thawi Watthana (District). Fourteen (14) subjects were recruited: 8 males and 6 females. The subjects were between 20 to 30 years of age.

The results have shown that there was a significant relationship between use value and whitening consumption with these four variables. Subjects were divided into four groups, according to analyzed data. Group 1, four subjects showed a correlation in the whitening consumption and use value. These subjects had a preference in the usage of whitening products for facial care. They tended to be used for oily skin control, and the covering-up of acne or dark spots on their faces. Group 2, four subjects showed a correlation of whitening consumption with two variables: use value and exchange value. These subjects believe that investing money for whitening products has an impact on their jobs or career. Group 3, five people showed a correlation of whitening consumption with three variables: use value, exchange value, and symbolic value. They tend to use whitening products in order to increase self-confidence, create a good image, and make more friends. Group 4, one subject showed a correlation with all four variables: use value, exchange value, symbolic value, and sign value. The purpose of consumption for this individual was to imitate (or to follow) role model or idol, such as celebrities or stars, who introduced the particular whitening products into the marketing by way of advertisement. This individual prefers to have a different self-image, which is considered to be praise worthy among peers, which can also become the model for other people to imitate.

This researcher suggests that consumers should be aware of possible adverse effects of whitening products. Consumers should perform research and investigate relevant information on a particular whitening product before making the decision to apply the product. The whitening products must have a valid approval from the Thai Food and Drug Administration (Thai FDA). They should obtain additional information regarding the manufacturer, and where the products are made. Finally, they should not base their consumptive decision solely on the fanciful advertisements presented on TV or the internet.

**KEY WORDS: LOGIC OF WHITENING CONSUMPTION / USE VALUE /  
EXCHANGE VALUE / SYMBOLIC VALUE / SIGN VALUE /  
TUTORS**

102 pages

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญรูปภาพ	ฉ
สารบัญแผนผัง	ญ
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามการวิจัย	4
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
<b>บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>6</b>
2.1 วิวัฒนาการความขาว	6
2.2 แนวคิดเรื่อง ตรรกวิทยาการบริโภค	8
2.3 แนวคิดเรื่อง สัญญา โรสโงด์ บาร์ตส์	15
2.4 กลุ่มอาชีพต่างๆกับความขาว	18
2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	20
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย	22
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>24</b>
3.1 การเลือกพื้นที่	24
3.2 ตัวอย่างศึกษา	24
3.3 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล	25
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	25

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 จริยธรรมการวิจัย	26
3.6 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล	27
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล	28
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	<b>29</b>
4.1 ลักษณะทั่วไปของโรงเรียนกวดวิชา	29
4.2 ลักษณะทั่วไปทางสังคม เศรษฐกิจของครูสอนพิเศษ	30
4.3 เหตุผลที่มาเป็นครูสอนพิเศษ	35
4.4 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ	38
4.5 ผลจากการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ	46
4.6 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญาะ	48
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ</b>	<b>58</b>
5.1 สรุป	58
5.2 การอภิปรายผล	65
5.3 ข้อเสนอแนะ	69
5.4 ข้อเสนอในการทำวิจัยครั้งต่อไป	69
<b>บทสรุปแบบสมบูรณ์ภาษาไทย</b>	<b>70</b>
<b>บทสรุปแบบสมบูรณ์ภาษาอังกฤษ</b>	<b>81</b>
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>93</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>95</b>
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>102</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
4.1 การบริโภคความยาวของครูสอนพิเศษตามหลักสูตรกวิทยาการบริโภค	54

## สารบัญรูปร่าง

รูปภาพ	หน้า
4.1 ตัวอย่างดารานักแสดง นักร้อง พิธีกร เป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณา	40
4.2 ตัวอย่างดารานักแสดง นักร้อง พิธีกร เป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณา	40
4.3 ภาพแฟนเพจที่มีการรีวิวผลิตภัณฑ์ความงาม	43
4.4 ตัวอย่างการรีวิวการใช้ผลิตภัณฑ์ความงาม	44
4.5 ตัวอย่างการรีวิวการใช้ผลิตภัณฑ์ความงาม	45

## สารบัญแนผ้

แนผ้	หน้า
2.1 แสดงตรรกะแห่งการบริโศค 4 ประเภท	12
2.2 แสดงความสั้พันธ์ระหว่างภาษาและมาชาติ	16

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันโครงสร้างสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมมีการเปลี่ยนแปลงไปสู่สังคมบริโภคนิยม ที่กระตุ้นให้มนุษย์รู้สึกว่า ตนเองมีการตัดสินใจในการเลือกกินเลือกใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้อย่างอิสระที่จากเดิมในอดีตสังคมให้ความสำคัญกับการผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก เพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของมนุษย์ เน้นการผลิตและพัฒนาศักยภาพการผลิต แต่ในปัจจุบันสังคมภายใต้การผลิตแบบทุนนิยม เน้นให้มนุษย์มีความต้องการในการบริโภคมากขึ้น ด้วยการสร้างสัญญาเข้าไปในสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ เพื่อสร้างความแตกต่างและรสนิยมการบริโภคที่หลากหลาย

การสร้างความต้องการในการบริโภคในสังคมปัจจุบันจึงไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบสนองต่อการดำรงชีวิตเพียงอย่างเดียว แต่แฝงไปถึงค่านิยมใหม่ในการแสดงออกของตัวคนที่แตกต่างกัน เช่น การให้คุณค่าทางหน้าตา ภาพลักษณ์ รสนิยม เป็นต้น ดังนั้นการผลิตสินค้าจึงใช้การโฆษณาในกระบวนการสร้างแรงจูงใจให้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าในการบริโภค ที่เห็นได้ชัดเจนและเป็นความต้องการบริโภคมากในทุกๆกลุ่ม คือ เรื่อง ความสวย ความงาม และความขาว ที่แต่เดิมนั้น ความสวย ความงามของร่างกายเป็นความจริงที่เชื่อมโยงกับปัจจัยทางชีววิทยา ขณะที่ปัจจุบันความสวยงามเป็นวาทกรรมที่ผลิตสร้างจากผู้เชี่ยวชาญทางผิวหนังที่เชื่อมโยงความสวยงามกับความขาว ที่นับว่าเป็นวัฒนธรรมความงามที่มนุษย์ทุกกลุ่มสามารถบริโภคได้

เมื่อความหมายความขาวถูกเชื่อมโยงกับความงาม และความหมายเดิมที่ได้ถูกสื่อความหมายได้หลายนัยนั้น คือ ความขาว เป็นภาพตัวแทนของการมีสุขภาพดี และ ความสะอาด ในยุคหนึ่ง ผู้ที่มีผิวขาว จัดอยู่ในกลุ่มคนร่ำรวย เป็นผู้ดี และชนชั้นสูง ความขาว สื่อถึง ความบริสุทธิ์เปรียบกับหญิงสาวที่ต้องขาวบริสุทธิ์ ไร้เดียงสา ความขาว สื่อถึง ความเป็นธรรมชาติ ตามแบบโบราณที่มักมีคำสุภาษิตคำพังเพย เปรียบเปรย ความขาวไว้ว่า ขาวเหมือนกับสำลี หรือ ผิวขาวเหมือนกับหยวกกล้วย เป็นต้น ซึ่งต่างกับผู้ที่มีผิวดำ เปรียบเสมือนเป็นคนจน ชนชั้นแรงงานที่ต้องทำงานหนัก ตรากตรำแดดจนทำให้ผิวหยาบกร้าน ดูเป็นคนที่ไม่สะอาด น่ารังเกียจ

การบริโภคความขาวถูกนำมาตีความใหม่เป็นวาทกรรมย่อยประกอบสร้างอยู่คู่กับความสวยงาม และเพื่อให้การผลิตซ้ำความหมายความขาวดำรงอยู่คู่ความงาม และกระตุ้นให้เกิดการบริโภคอย่างไม่สิ้นสุด ทำให้เกิดกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ความขาวนานาชนิดที่มีขายอย่างดาษดื่น และหาซื้อได้ง่าย โดยเฉพาะในสังคมออนไลน์ และธุรกิจขายตรงตั้งแต่ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอันตรายต่อร่างกายไปจนถึงผลิตภัณฑ์สมุนไพร เช่น กลูต้าไธโอน รกแกะ ขมิ้น มะขาม เป็นต้น การโฆษณาได้กำโรมหาศาล จากการสื่อสารผลิตภัณฑ์ความขาวที่สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายให้กลายเป็นความเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มชาย กลุ่มหญิง กลุ่มหลากหลายทางเพศ เป็นต้น ความขาวจึงเป็นชุดคำอธิบายใหม่แทนที่ความงามได้อย่างง่ายดาย เนื่องจากเป็นภาพลักษณ์ร่างกายที่สัมผัสได้ ขณะเดียวกันก็ทำหน้าที่สร้างพลังให้เกิดขึ้นภายในร่างกาย คือ ความมั่นใจ ดังนั้น การบริโภคผลิตภัณฑ์ความขาวจึงไม่ได้มุ่งเน้นเพียงประโยชน์ที่ใสสะอาดของสินค้าเท่านั้น แต่ยังได้สร้างคุณค่าการแลกเปลี่ยน เพื่อแลกเปลี่ยนเป็นคุณค่าทางสัญญา เช่น ความขาวทำให้สถานภาพทางสังคมดีขึ้น หรือถูกเลือกให้อยู่ในกลุ่มที่มีโอกาสมากกว่ากลุ่มที่มีผิวดำ

ความต้องการบริโภคความขาวจึงเป็นความปรารถนาของกลุ่มอาชีพต่างๆ มิได้จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้หญิงแต่เพียงเพศเดียว การบริโภคความขาวยังเป็นอุดมการณ์เชิงสัญญะของคนทั่วไป รวมถึงเพศที่หลากหลายด้วย ความขาวไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มชาย หญิง และกลุ่มที่มีความหลากหลายเพศเท่านั้น แต่ความขาวยังแผ่ไปถึงนัยยะทางชนชั้น และสามารถสร้างความเหนือจริงให้กับผู้บริโภคที่ไม่มีการยับยั้งชั่งใจ หรือไม่ได้คำนึงถึงค่าใช้จ่าย และอาจส่งผลต่อปัญหาสุขภาพตามมาภายหลัง เช่น การแพ้ผลิตภัณฑ์ความขาว

ปัจจุบันการบริโภคความขาวปรากฏให้เห็นในทุกๆ กลุ่มอาชีพ แม้แต่ครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาพบว่า มีความนิยมเลือกใช้น้ำยาที่เกี่ยวกับความขาว ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง ครีมหน้าขาวไปจนถึงสารเร่งความขาว เช่น กลูต้าไธโอน ด้วยที่ว่าครูสอนพิเศษยังเป็นกลุ่มที่ยังเป็นวัยรุ่น มีความอยากรู้อยากทดลองสิ่งใหม่ๆ โดยเฉพาะมีความต้องการปรับเปลี่ยนให้ตนเองมีบุคลิกภาพที่ดี เรื่องหน้าตาจึงเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อครูต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับนักเรียน และสร้างภาพความประทับใจด้วยการบริโภคความขาวที่ให้ความหมายไม่เพียงเพื่อความขาวกับความสวยงามเท่านั้น แต่ยังบริโภคความขาวที่แฝงความหมายที่นอกเหนือจากเรื่องความขาว เช่น ฐานะทางสังคม ความแตกต่าง รสนิยม ความนำสมัยหรือแฟชั่น หรือการสร้างอำนาจแห่งตน และความมั่นใจ เป็นต้น

คำถามที่ว่าทำไมครูสอนพิเศษบริโภคความขาว หรือตกอยู่ในมนต์ขลังของสินค้าที่ผลิตความขาว ทั้งที่คนกลุ่มนี้มีความรู้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ คำตอบในมุมมองมูลค่าแห่งสัญญะคือครูสอนพิเศษตกอยู่ท่ามกลางอุดมการณ์แห่งการบริโภค ซึ่งโบดริยาร์ด (Baudrillard, 1970) แบ่งอุดมการณ์

แห่งการบริโภคเป็น 4 ประเภท คือ คุณค่าของการใช้สอย หมายถึงการอรรถประโยชน์ของวัตถุหรือสินค้า คุณค่าของการแลกเปลี่ยน หมายถึงการเปรียบเทียบมูลค่าวัตถุ การกระจายในตลาด คุณค่าสัญลักษณ์ เป็นการให้ความหมายหลายนัย และคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ที่ว่าด้วยความแตกต่างของฐานะในสังคม ทั้งนี้โบคิริยาร์ด ให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ เพราะเป็นความหมายความขาวที่ประกอบสร้างขึ้นผ่านผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ทำหน้าที่ในฐานะสื่อคุณค่าการใช้สอย และคุณค่าการแลกเปลี่ยนมาเป็นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์

คุณค่าเชิงสัญลักษณ์นำมาอธิบายการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ในความหมายของการถูกสังคมบังคับให้ต้องทำ สัญลักษณ์ความขาวถูกทำให้เป็นกระบวนการของการสื่อสารที่มาจากการวิถีชีวิตของครูสอนพิเศษ โดยให้พวกเขา รู้สึกว่า มีอำนาจในการเลือกตัดสินใจที่จะกำกับชีวิตของตนเอง นี่คือ ความอิสระตามความเข้าใจของกลุ่มคนเหล่านี้ ขณะเดียวกันครูสอนพิเศษที่เป็นวัยรุ่นเติบโตท่ามกลางความทันสมัยของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่จำลองภาพเสมือนจริงให้เกิดการเลียนแบบเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวในสื่อออนไลน์ การแลกเปลี่ยนข้อมูล ที่เข้าถึงได้อย่างรวดเร็วผ่านโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้การบริโภคความขาวผ่านสื่อออนไลน์และเว็บไซต์ เช่น เฟสบุ๊ค คือ ปริมาณในการสร้างสัญลักษณ์แห่งใหม่ของครูสอนพิเศษ ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลความขาวที่ปราศจากการควบคุมจากระเบียบกฎเกณฑ์ใดๆ ความอิสระในการเสพข้อมูลจริงบ้างเท็จบ้างที่ครูสอนพิเศษไม่อาจแยกแยะได้ ทำให้ครูหลงอยู่ในการเล่นของสัญลักษณ์ของระบบทุนนิยมที่เต็มไปด้วยการเสแสร้งหลอกลวง ที่เชื่อว่าพวกเขาเลือกที่จะบริโภคความขาวได้ ด้วยสินค้าที่เคลือบมาด้วยการเปลี่ยนคุณค่าการใช้สอยมาเป็นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ดังนั้น การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณค่าของสินค้าว่ามีประโยชน์ใช้สอยอย่างไร หากประโยชน์ใช้สอยเพื่อความขาวนั้นจะมีค่าก็ต่อเมื่อสินค้าที่สัมพันธ์กับความขาวแปรเปลี่ยนเป็นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ตามกระบวนการสร้างและแลกเปลี่ยนความหมายทางสังคม ที่ไม่มีวันสิ้นสุด (Baudrillard, 1970: 102)

อย่างไรก็ตาม การสร้างสัญลักษณ์ให้กับวัตถุหรือสินค้าเกี่ยวกับความขาว เพื่อจูงใจครูสอนพิเศษให้เชื่อว่าความขาว คือเครื่องมือในการสร้างอำนาจให้กับตัวเอง เป็นการสร้างความประทับใจและการยอมรับทางสังคม ในขณะเดียวกันความขาวถูกนำมาเชื่อมโยงกับความสวยงาม การมีเพื่อนหญิงเพื่อนชายในสังคมออนไลน์มากขึ้น ซึ่งอาจนำไปสู่ความเสี่ยง เช่น การใช้สินค้าที่ปลอมปนกับสินค้าที่ไม่มีมาตรฐานการรับรอง การถูกชักจูงให้ทดลองใช้ หรือการโฆษณาเกินจริง เป็นต้น

ในยุคสมัยใหม่ความขาว ถูกสร้างขึ้นจากสินค้าต่าง ๆ หลายชนิด มีทั้งคุณภาพถูกตามมาตรฐานและผิดกฎหมาย แทรกตัวอยู่ในชีวิตประจำวันของครูสอนพิเศษเป็นวัตถุที่ล้อมรอบตัวครูที่ไม่รู้เท่าทันในอันตรายต่อสุขภาพ ทั้งนี้ครูสอนพิเศษเป็นกลุ่มทางสังคมต้องเผชิญกับค่านิยมความขาวที่เป็นสิ่งแวล้อมใหม่ห้อมล้อมตัวเขา ทำให้พวกเขาเชื่อว่าความขาวคือความปรารถนาสูงสุด

ของชีวิต และต้องการแสวงหาให้ได้มาซึ่งความขาวอย่างไม่สิ้นสุด การได้มาของสินค้าส่วนหนึ่งเกิดจากกระบวนการโฆษณาสินค้า อีกส่วนหนึ่งมาจากกลุ่มเพื่อนและทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ กระบวนการทำให้เป็นสินค้าความขาว เข้าครอบงำความคิดของครู ในการเลือกสรรการบริโภคและติดตามบริโภคอย่างต่อเนื่อง หากสินค้าความขาวตัวใดมาใหม่ ครูก็จะทดลองใช้ ในโลกของการบริโภคความขาว ครูคือกลุ่มที่มีความรู้มากกว่ากลุ่มอื่น เนื่องจากชีวิตประจำวันของครู ได้พบปะพูดคุยกับนักเรียนในโรงเรียนกวดวิชาอย่างใกล้ชิดสนิทสนม แปรสภาพการปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นรอบข้างมาสู่การปฏิสัมพันธ์กับวัตถุหรือสินค้าที่เสพข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเอง จนทำให้ถูกชักจูงให้คล้อยตาม และบริโภคสินค้าชนิดต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับความขาวทุกประเภทที่ล้วนเป็นอันตรายต่อสุขภาพแทบทั้งสิ้น

จากการประยุกต์แนวคิดของโบดริยาร์ดกับการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าแนวคิดของโบดริยาร์ด สามารถนำมาเป็นกรอบความคิดในการตั้งคำถามกับปรากฏการณ์ของกลุ่มครูสอนพิเศษที่ว่า ทำไมกลุ่มเหล่านี้จึงต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ความขาวผ่านการวิเคราะห์ตรรกวิทยา 4 ประเภท คือ คุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญาะ

## 1.2 คำถามการวิจัย

ตรรกะการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชา เป็นอย่างไร

## 1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาตรรกะการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชา ที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญาะ

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เรื่อง ตรรกะการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญาะ ที่สอนในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 14 คน โดยมีการดำเนินการวิจัยเป็นระยะเวลา 6 เดือน ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2556 – มีนาคม 2557

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

เพื่อให้สังคมทราบถึงความคิด การให้ความหมาย และประสบการณ์การบริโภคความ  
ขาวของกลุ่มอาชีพที่มีความรู้ ทัศนศึกษาคือ ครูสอนพิเศษ ที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นและตกอยู่ท่ามกลาง  
อุดมการณ์ ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึง การแปลความหมายของการบริโภคความขาว  
จากคุณค่าการใช้สอยมาเป็นความหมายคุณค่าสัญลักษณ์ ซึ่งผู้วิจัยจะนำมาเป็นตัวอย่างของความจริงที่  
ปรากฏให้เห็นว่า ทำไมครูสอนพิเศษจึงบริโภคความขาว ในมุมมองแนวคิดตรรกวิทยาการบริโภค

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ตรรกะการบริโภคความขาว หมายถึง การบริโภคความขาวที่นำมาสู่ผลิตภัณฑ์อัน  
เกี่ยวข้องกับการทำให้ขาว โดยแนวคิดของโบคิริยาร์ด มีตรรกะ 4 ด้านคือ คุณค่าการใช้สอย คุณค่า  
การแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์

**คุณค่าการใช้สอย (Use value)** หมายถึง ประโยชน์ที่เกิดจากความขาว เช่น เลือกลงใส่  
เสื้อผ้าง่าย

**คุณค่าการแลกเปลี่ยน (Exchange value)** หมายถึง การเลือกใช้ และเปรียบเทียบ  
ผลิตภัณฑ์ที่มีความเฉพาะเจาะจงกับความขาว เช่น ส่วนประกอบ ยี่ห้อ ราคา เป็นต้น

**คุณค่าสัญลักษณ์ (Symbolic exchange)** หมายถึง การให้ความหมายความขาวหลายนัย  
ยะทั้งด้านบวก และด้านลบ ที่สัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ความขาว จากคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการ  
แลกเปลี่ยน เมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น รวมถึงการบริโภคได้ด้วยตัวเอง เช่น ความกระฉ่างใส ความ  
เนียนนุ่ม การมีเพื่อนมากขึ้น เป็นสิ่งที่ใช้สำหรับตัวเอง และมีความมั่นใจ เป็นต้น

**คุณค่าสัญลักษณ์ (Sign value)** หมายถึง การบริโภคความขาวเพื่อสร้างรสนิยม สถานภาพ  
ทางสังคม และสร้างความแตกต่างจากคนอื่น การสร้างภาพลักษณ์ใหม่ การสร้างอำนาจแห่งตน

**ครูสอนพิเศษ** หมายถึง ผู้สอนเสริมในสาขาวิชาต่างๆ ทั้งเพศชาย หญิง และหลากหลาย  
เพศ มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป ในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

## บทที่ 2

### แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงตรรกวิทยาแห่งการบริโภคที่มีต่อการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ความขาวของครูสอนพิเศษ ในโรงเรียนกวดวิชา โดยอาศัยแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

- 2.1 วิวัฒนาการความขาว
- 2.2 แนวคิดตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of consumption)
- 2.3 แนวคิดเรื่อง สัญญา โรลิ่งด์ บาร์ตส์
- 2.4 กลุ่มอาชีพต่างๆกับความขาว
- 2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

#### 2.1 วิวัฒนาการความขาว

ในทุกวันนี้ ความต้องการบริโภคของเราไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบสนองต่อการดำรงชีวิตเพียงอย่างเดียว แต่แฝงไปถึงนัยยะสังคมวัฒนธรรม คุณค่าทางหน้าตา ภาพลักษณ์ รสนิยม และกระบวนการสร้างแรงจูงใจให้บริโภค โดยเรื่องที่เห็นได้ชัดและต้องการบริโภคมากในทุกๆกลุ่มคือ เรื่อง ความสวย ความงาม แต่เดิมนั้นความงามของร่างกายเป็นความจริงอย่างหนึ่งที่ไม่เคยจางหาย ไม่เคยได้รับคำตอบที่สิ้นสุดว่าเป็นเช่นไร นับตั้งแต่อดีตมาตรฐานทางสังคมหรือความนิยมความขาวคือ ความปรารถนาของคนทุกกลุ่ม อายุ และทุกเพศ

ความเชื่อหรือค่านิยมของความสวยความงามแต่ละคนมีความแตกต่างกัน ในแต่ละวัฒนธรรมมีค่านิยมที่ไม่เหมือนกัน โดยขึ้นอยู่กับระบบความคิด ความเชื่อ รวมถึงค่านิยมของคนในสังคมจากรุ่นหนึ่งที่ย้ายทอดไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง จึงทำให้เป็นตัวกำหนดกรอบแนวคิดของผู้คน โดยแฝงตัวอยู่ในวัฒนธรรมนั้นๆ โดยความงามที่จะถูกนึกถึงเป็นลำดับแรก คือ เรื่องความขาว เนื่องจากทุกวันนี้การให้สัญลักษณ์ความขาว ถูกสร้างขึ้นโดยพื้นที่การนำเสนอภาพความงามผ่านสื่อต่างๆ เพื่อจูงใจกลุ่มคนที่มีความกังวลในผิวพรรณหน้าตาของตนให้มีความงามได้ โดยสามารถนำเสนอความขาวให้เป็นความประทับใจต่อผู้อื่นที่ต้องการมีปฏิสัมพันธ์ เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง โดย

กลุ่มคนที่มีปัญหาดังกล่าวจะติดอยู่ในกับดักของระบบความงาม ที่ไม่อาจทำใจในรูปร่างที่เปลี่ยนไป ถูกมอมเมาด้วยความเจริญทางการแพทย์ เทคโนโลยีที่ทันสมัย จนทำให้สูญเสียอำนาจในการควบคุมตนเอง

เครื่องประพินความขาวเป็นสินค้าที่นิยมในทุกยุคทุกสมัย จึงทำให้มีวิวัฒนาการที่น่าสนใจตลอดเวลา เทคโนโลยีความขาวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ได้มีการเปลี่ยนผ่านกรรมวิธีมากมาย กรรมวิธีต่างๆแปรตามลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมของพื้นที่นั้นๆ ในสังคมไทยวิธีการที่จะทำให้ผิวกระจ่างใสของผู้หญิงไทยสมัยก่อน ได้มีการหาวัตถุดิบจากธรรมชาติที่หาได้ง่าย เช่น ขมิ้น มะขาม นามาขัดตัว เพื่อให้มีผิวขาวกระจ่างใส (คุณากร การชะวี, 2556) แม้ในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงกรรมวิธีจากวิธีธรรมชาติ มาเป็นวิธีทางเทคโนโลยี ส่งผลให้การโฆษณาครีมหรือผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่ทำให้ขาวมีจำนวนมาก ผู้ที่เลือกบริโภคสาเหตุเพราะอยากสวย อยากหล่อ แท้จริงแล้ว “ความงาม” ไม่มีคำจำกัดความที่สามารถระบุให้ความหมายได้อย่างชัดเจนและครอบคลุม บางคนเชื่อว่า ความงาม คือ ความขาว เป็นสิ่งที่ออกมาจากภายในจิตใจ บางคนมองว่าเป็นสิ่งที่สัมผัสได้จากรูปลักษณะภายนอก และยังขึ้นอยู่กับสายตาของแต่ละคน ความงามไม่ได้เป็นเพียงการแสดงรูปลักษณะภายนอก ไม่ได้เป็นเรื่องของรูปร่างหน้าตาของบุคคลเท่านั้น ยังเป็นการแสดงออกจากภายในถึงพลังความมั่นใจด้วย ดังนั้นกลุ่มนายทุนจึงต้องมีการคิดค้นผลิตภัณฑ์เพื่อความขาวออกมาอย่างแพร่หลาย และหลากหลายรูปแบบ ในแง่ของการเข้าถึงผู้บริโภค ทั้งทางสื่อโทรทัศน์ หนังสือ นิตยสารและทางอินเทอร์เน็ต เพื่อให้บุคคลมีโอกาสเลือกใช้เพื่อนำมาสร้างความสวยความงามให้กับตนเอง

ผลิตภัณฑ์ความขาวทุกประเภทจึงได้รับความสนใจจากกลุ่มที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงตนเองจำนวนมาก ทำให้มีการแข่งขันของกลุ่มนายทุนที่ผลิตสินค้าออกมาในรูปแบบต่างๆที่หลากหลาย และผลิตเป็นจำนวนมาก ทำให้มีตัวเลือกสำหรับผู้บริโภคที่จะเลือกใช้อย่างเหลือเฟือ โดยชูประเด็นสรรพคุณความขาวเป็นสิ่งสำคัญ ในที่สุดความขาวจึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของสินค้าหรือเครื่องสำอาง ในการโฆษณาชวนเชื่อจะมีวิธีการที่แตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็น การมีดารานักแสดง เป็นพรีเซนเตอร์ของเครื่องสำอาง หรือ ดาราเป็นผู้ผลิตสินค้า เครื่องสำอางขึ้นนั้นขึ้นมาเอง การมีนักแสดง ดาราในดวงใจเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการบริโภคมากขึ้น อยากขาว สวย ใสเหมือนดารา ในความเชื่อหรือค่านิยมความสวย ความงามของคนไทย คงนึกถึงผิวพรรณไบบหน้า ต้องมีผิวขาว ส่วนใหญ่เชื่อว่า หากตนเองมีผิวขาวใสแล้ว จะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจ ความภูมิใจให้กับตัวเอง จึงได้สรรหาวิธีที่จะทำให้ขาว

## 2.2 แนวคิด เรื่อง ตรรกวิทยาแห่งการบริโภค (Logic of consumption)

### 2.2.1 วัฒนธรรมการบริโภค

ประเด็นหลักในการศึกษาวัฒนธรรมบริโภคของโบคิริยาร์ด คือ ระบบสัญญาภายใต้กระบวนการแลกเปลี่ยนคุณค่าของสินค้า ที่ความหมายของมันไม่ได้อยู่ที่สินค้า หากเป็นนัยยะทางสังคมที่กำกับคุณค่า เพื่อให้การแลกเปลี่ยนมีความหมายต่อการบริโภคสินค้านั้นๆ จึงไม่ได้เป็นเรื่องของปัจเจกบุคคล แต่เป็นเรื่องของส่วนรวมโดยตรงทั้งหมด เช่นเดียวกับการผลิตเชิงวัตถุ

### 2.2.2 การเปลี่ยนกระบวนการทัศน์ทางความคิดเรื่อง การบริโภค

โบคิริยาร์ดให้ความสนใจการวิเคราะห์ตรรกะการบริโภคที่เกิดขึ้นในสังคมสมัยใหม่ เนื่องจาก เขาตั้งคำถามว่า ทำไมมนุษย์จึงสัมพันธ์กับวัตถุ ซึ่งแนวคิดเดิมตอบว่า เป็นเพราะความพึงพอใจ หรือการคำนึงถึงอรรถประโยชน์ ขณะนี้ปัจจุบันมนุษย์สัมพันธ์กับวัตถุในความหมายของคุณค่า และความหมายของวัตถุที่สังคมสร้างขึ้น เพราะตั้งอยู่บนตรรกะแห่งความแตกต่าง นอกจากนี้ การที่สังคมเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคสังคมเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่พยายามสร้างกฎเกณฑ์ใหม่ในเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นภาวะธรรมชาติให้กลายเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ถูกผนวกให้เข้ากับระบบอุตสาหกรรมสมัยใหม่ เพื่อกระตุ้นการบริโภควัตถุเหล่านั้น กล่าวคือประเด็นที่โบคิริยาร์ดให้ความสนใจวิเคราะห์ศึกษาเป็นพิเศษ และอธิบายการบริโภคด้วยเกณฑ์สัญลักษณ์ การบริโภคของมนุษย์ไม่ใช่แค่การใช้หรือเสพสินค้าที่เป็นวัตถุรูปธรรมเท่านั้น หากแต่มีด้านของการเสพสัญญาะที่แนบอยู่ในสินค้านั้นๆด้วย และเนื่องจากสัญญาะเป็นนามธรรม ดังนั้นเมื่อคนเสพสัญญาะ คนนั้นก็จะสามารถบริโภคสินค้าต่างๆได้ไม่สิ้นสุด

โบคิริยาร์ดได้ขยายความการบริโภคจากคุณค่าการแลกเปลี่ยน มาสู่คุณค่าสัญลักษณ์ เนื่องจากสังคมสมัยใหม่ คุณค่าการแลกเปลี่ยนไม่ได้ตอบสนองเพื่ออรรถประโยชน์ในการดำรงชีวิตเท่านั้น แต่การใช้ชีวิตของมนุษย์ยุคนี้มีการบริโภคสินค้าเชิงสัญญาะ เพื่อสร้างความประทับใจเมื่อมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น โดยมีการบริโภคสินค้านั้นได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด เช่น สินค้าประเภทแฟชั่น เครื่องแต่งกาย ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่พื้นฐานของคนนั้น ปัจจัยชนิดนี้มีลักษณะที่ต่างจากสินค้าชนิดอื่น (พวกอาหาร ที่อยู่อาศัย) ที่เราจะบริโภคเท่าที่พออิ่ม พออยู่ แต่กับเสื้อผ้าแล้ว เราสามารถบริโภคได้ไม่สิ้นสุด เพราะแฟชั่นไม่ได้ขายแค่เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม หากเป็นการขายวัฒนธรรม และสัญญาะให้ผู้บริโภคที่จะเสพได้ตลอดเวลา (กาญจนา แก้วเทพ, 2551)

### 2.2.3 การวิเคราะห์สินค้า

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองแบบดั้งเดิม ให้ความสำคัญกับสินค้าในฐานะที่เป็น ผลผลิตรูปธรรมของแรงงาน แต่ในระบบทุนนิยม มนุษย์จะมองไม่เห็นแรงงานที่แฝงอยู่ในสินค้า แต่ จะเห็นราคาปรากฏอยู่ในตัวสินค้า ดังนั้น สินค้าจึงก่อให้เกิดคุณค่าการแลกเปลี่ยนในตลาดของสินค้า

สำหรับทัศนะของโบคิริยาร์ด ได้เปลี่ยนวิธีวิเคราะห์สินค้าจากมิติเศรษฐศาสตร์มาสู่มิติ ทางวัฒนธรรม โดยให้นิยามว่า สินค้าคือ วัตถุที่มองเห็นได้ชัดเจนที่สุดของวัฒนธรรม เป็นวัฒนธรรม ในแต่ละวัฒนธรรม จะมีรูปแบบเฉพาะในการสร้างรูปแบบสินค้า จะผลิตสินค้าอะไร จะผลิตออกมา ในรูปแบบไหน สำหรับใคร เป็นเรื่องของวัฒนธรรมของแต่ละสังคม นั่นก็คือผลผลิตรูปธรรมที่สุด ของวัฒนธรรม ซึ่งมีความหมายคือ กระบวนการผลิต/แพร่กระจาย/บริโภคนสินค้าต่างๆ จะสัมพันธ์ กับเงื่อนไขของวัฒนธรรมในแต่ละสังคม เป้าหมายการผลิตอาจมีความหลากหลาย และแพร่กระจาย ไปสู่ผู้ใช้สินค้าแตกต่างกัน นอกจากนี้โบคิริยาร์ดยังได้พิจารณาสินค้าหลากหลายมุมมองด้วยกันคือ มุมมองในแง่ของปัจเจกบุคคลผู้ใช้สินค้า มองในแง่ของการจัดระเบียบของสังคม หรือมองในแง่มุมมอง ของโลกแห่งวัฒนธรรม

1. มองในแง่ปัจเจกบุคคลผู้ใช้สินค้า สินค้า คือ สื่อที่ผ่านการแสดงออกทางวัฒนธรรม ของมนุษย์ เพราะสินค้ามีความสัมพันธ์กับผู้ใช้ เนื่องจากคนในแต่ละวัฒนธรรมที่มีคุณลักษณะทาง เพศ อายุ ชนชั้น อาชีพ ฯลฯ จะนำเอาคุณลักษณะส่วนตัวของตนเองเข้าไปสัมพันธ์กับสินค้า เช่น ผู้ชายจะไม่สวมเสื้อผ้าที่มีอ่อนหวาน เป็นต้น (กาญจนา แก้วเทพ, 2551)

2. มองในแง่การจัดระเบียบของสังคม การเลือกใช้และเลือกซื้อสินค้านั้นจะรับใช้ กฎเกณฑ์ทางวัฒนธรรมของมนุษย์ คือ ชนชั้นใดจะบริโภคสินค้าใดก็จะเป็นไปตามกฎเกณฑ์ทาง วัฒนธรรมของสังคมนั้น เช่น สังคมปัจจุบันมีฐานะดี ก็สามารถเลือกใช้ของฟุ่มเฟือยที่มีราคาแพง มี ยี่ห้อได้

3. มองในแง่มุมมองของโลกแห่งวัฒนธรรม เราสามารถจำแนกสินค้าออกเป็น 2 ประเภท หลักๆคือ สินค้าทั่วไป (Consumer commodity) กับสินค้าทางวัฒนธรรม (cultural commodity) ในขณะที่สินค้าทั่วไปจะนำมาบริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก แต่สินค้าทางวัฒนธรรมจะเป็น สินค้าที่มีผลกระทบทางจิตใจ สินค้าทางวัฒนธรรมเป็นสินค้าที่ขายสัญลักษณ์เป็นหลัก หรือเป็นสินค้าที่ เน้นขายคุณค่า ความหมาย รสนิยม รูปแบบการใช้ชีวิต ฯลฯ

#### ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับสินค้า

คนในสังคมปัจจุบันเป็นแบบสังคมบริโภคนิยมมีความสัมพันธ์กับสินค้า ความสัมพันธ์ ระหว่างคนกับสินค้ามีหลายอย่างคือ

1. ความสัมพันธ์ในแง่ของการใช้ประโยชน์หรือการให้ความพึงพอใจ เพราะสามารถตอบสนองความต้องการทางกายภาพแบบพื้นฐานทั่วไปได้ เช่น ใส่เสื้อผ้า เพราะเป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยสี่ เพื่อปกปิดร่างกาย

2. ความสัมพันธ์ในเชิงสัญญา ระหว่างคนกับสัญญา เช่น เมื่อเราซื้อเสื้อ เราไม่ได้คำนึงถึงเฉพาะประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น เราจะพิจารณาถึง ตรายี่ห้อ ความทันสมัย ความดูดีมีระดับ ขณะสวมใส่ ล้วนเป็นความสัมพันธ์เชิงสัญญาทั้งสิ้น ซึ่งทำให้ตรรกะในการใช้สินค้ามักไม่ได้เป็นตรรกะแห่งการใช้ประโยชน์ แต่เป็นตรรกะแห่งความแตกต่าง กล่าวคือ ใช้สินค้าเพราะเป็นสัญลักษณ์ที่ทำให้เรามีเอกลักษณ์ที่แตกต่างออกไปจากคนอื่นๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

#### 2.2.4 การวิเคราะห์สัญญา

โบคิริยาร์ดได้วิเคราะห์สัญญาในฐานะตัวเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์เอาไว้ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับวัตถุ โดยได้ให้คำอธิบายว่า วัตถุต่างๆ ไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อการบริโภคเท่านั้น หากแต่วัตถุที่เราบริโภคเข้าไปนั้น กำลังกระทำบางสิ่งบางอย่างให้กับตัวเรา โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีวัตถุแห่งการบริโภคทั้งหลาย ที่จะเข้ามากำหนดความหมายในพื้นที่ชีวิตประจำวันของเรา ทำให้เกิดอิทธิพลของการบริโภคเชิงสัญญา

เนื่องจากระบบทุนนิยมสมัยใหม่ซึ่งเป็นสังคมบริโภค และสังคมแห่งสัญญาก่อนที่สินค้าจะถูกบริโภค ตัวสินค้าจะถูกแปรสภาพเป็นสัญญาก่อน สามารถทำได้หลายวิธี เช่น การหีบห่อสินค้า การกำหนดราคา การตรายี่ห้อ การจัดวางในสถานที่จำหน่าย ล้วนแต่ทำให้สินค้าแปรสภาพเป็นสัญญาทั้งสิ้น ดังนั้นบุคคลจึงไม่ได้บริโภคแต่วัตถุเพียงอย่างเดียว แต่ยังบริโภคสัญญากับพร้อมๆ กันเสมอ จากการที่บุคคลต้องบริโภคสัญญากับวัตถุ หรือตัวสินค้านั้นทำให้เกิดผลกระทบหลายประการคือ

1. สัญญาจะทำให้มนุษย์สามารถบริโภคได้อย่างไม่มีที่สิ้นสุด เพราะมนุษย์จะไม่บริโภคเพียงเพราะความต้องการทางวัตถุเพียงเดียว แต่จะบริโภคเพราะ ความต้องการทางสัญญา ซึ่งเป็นความต้องการที่ไม่มีที่สิ้นสุด เพราะความต้องการเชิงสัญญาถูกปรุงแต่งขึ้นมาเรื่อยๆ เช่น ความปรารถนาเพื่อจะมีความหมายทางสังคม ความต้องการที่จะมีเอกลักษณ์ต่างจากคนอื่นๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2541)

2. อิทธิพลของสัญญาจะเป็นตัวกำหนดแบบแผนของการบริโภค สัญญาของสินค้าจะเป็นตัวกำหนดขอบเขตทางวัฒนธรรม(ชนชั้น/รสนิยม/คุณภาพของผู้ใช้) ของการบริโภคสินค้า

3. อิทธิพลของสัญญาะยังสามารถช่วยแก้ปัญหา เรื่องสินค้าล้นเหลือในระบบทุนนิยมได้ เนื่องจากมนุษย์อาจเลิกใช้สินค้าเดิม เพราะมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ของสินค้านั้นได้สิ้นสุดลงแล้ว ทั่วๆไปที่มีมูลค่าการใช้ของสินค้านั้นยังคงอยู่ วัตถุหรือสินค้าที่ใช้ในระบบทุนนิยมจะมีการเปลี่ยนแปลงและมีการหมดอายุลง ลักษณะการหมดอายุดังกล่าวในแง่สังคม ล้วนเกิดจากอิทธิพลของสัญญาะทั้งสิ้น

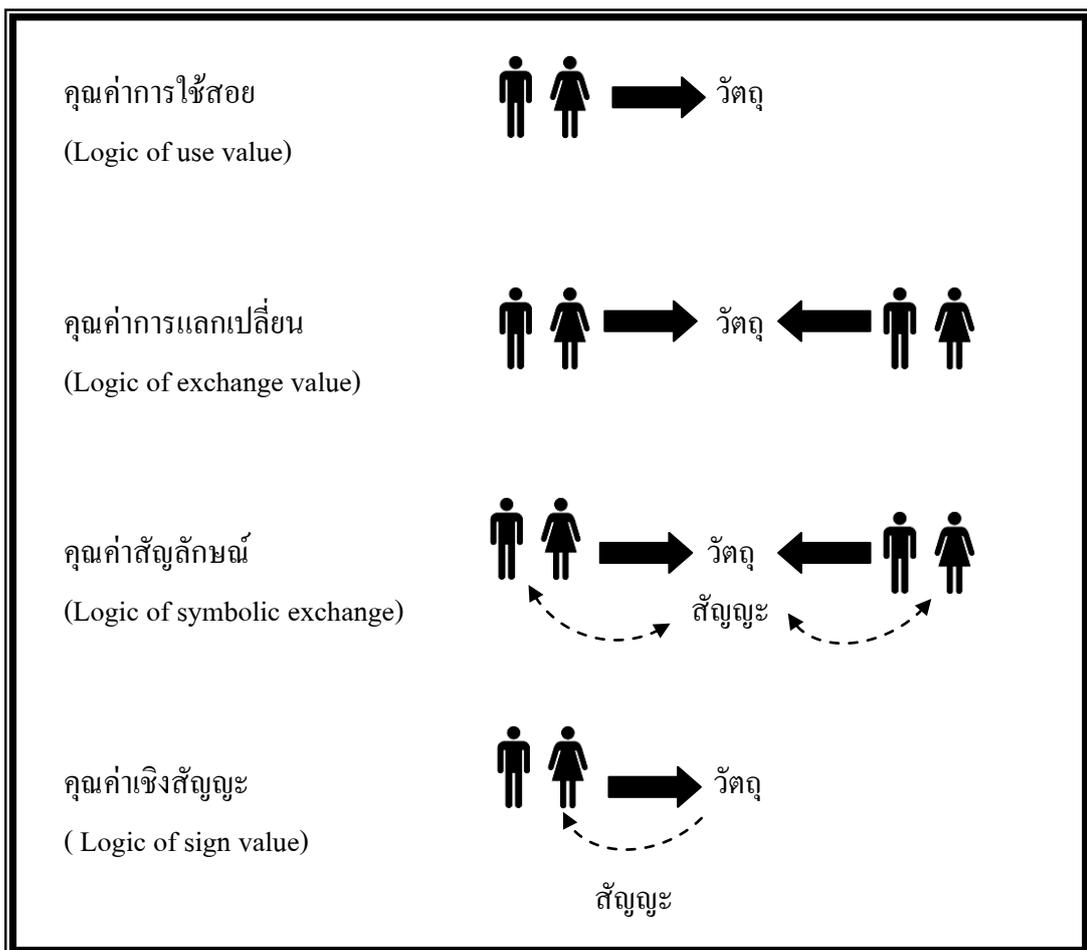
### 2.2.5 การวิเคราะห์การบริโภคร

โบดริยาร์ดเห็นว่า การบริโภครของมนุษย์ยุคนี้ จะมีลักษณะแบบทวีลักษณ์ คือ การบริโภครที่ซ้ำซากวนเวียน และระบบทุนนิยมได้สร้างอีกลักษณะอีกด้านหนึ่งของความตื่นตาแปลกใหม่ขึ้นมาด้วยเช่นกัน และในสังคมเต็มไปด้วยสัญญาะมากมาย การบริโภครจึงไม่ใช่แค่เสพเชิงวัตถุเท่านั้น แต่เพิ่มคุณค่าทางสัญญาะเอาไว้อีกด้วย และเป้าหมายแห่งการบริโภครสัญญาะดังกล่าว ก็เป็นไปเพื่อการสร้าง **อัตลักษณ์** (identity)

การสร้างอัตลักษณ์นี้ ทำให้เกิด**การบริโภครเพื่อการเลียนแบบ** (Imitation) หรือการบริโภครเพื่อให้เราเหมือนเช่นเดียวกันกับคนอื่นที่อยู่ในสังคมเดียวกัน หรืออัตลักษณ์ ทำให้**การบริโภครเพื่อสร้างความแตกต่าง** (Distinction) เพื่อให้เราต่างจากคนกลุ่มอื่นๆในสังคม แบบแผนการบริโภครของคนในสังคมมีความสัมพันธ์กับชนชั้น เช่น ในสังคมของชนชั้นสูง การสวมเสื้อผ้าที่มีราคาแพง มียี่ห้อ เพราะเสื้อตัวดังกล่าวมีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ที่ทำให้รู้ว่า ผู้สวมใส่เป็นคน ระดับใดในสังคม ลักษณะของการเลือกแบบแผนการบริโภครของชนชั้นนี้ จึงเป็นการสร้างความแตกต่าง (Distinction) ในขณะที่ชนชั้นกลางหรือชนชั้นล่าง ก็พยายามหาเสื้อผ้าที่มียี่ห้อมาใส่บ้าง ถึงแม้จะเป็นของปลอมก็เพื่อยกระดับ หรือเลื่อนชนชั้นของตนให้ทัดเทียมกับคนชั้นสูง ซึ่งผู้บริโภครระดับล่างก็ได้บริโภครสัญญาะของสินค้าไปเช่นเดียวกัน โดยผ่านกระบวนการเลียนแบบ (Imitation) อาจกล่าวได้ว่า ชนชั้นของบุคคลในสังคมที่มีฐานะด้อยกว่ามักต้องการที่จะก้าวเข้าไปสู่การบริโภครเช่นเดียวกับการบริโภครของชนชั้นนำในสังคม ในขณะที่ชนชั้นนำของสังคมก็ต้องการหาทางสร้างจุดเด่นให้แก่นตนเองโดยอาศัยพื้นฐานเรื่องของความแตกต่าง ผลิตรกระบวนการบริโภครเชิงสัญญาะที่แตกต่างออกไปจากที่เคยเป็นอยู่

โดยทั่วไป ผู้ผลิตมักจะคำนึงว่าทำอย่างไรให้คนบริโภครมากขึ้น และบริโภครสินค้าตามที่ผู้ผลิตผลิตออกมา ถ้าหากผู้บริโภครใช้หลักตรรกะของการบริโภคร ที่เป็นรูปธรรมคือ พิจารณาถึงมูลค่าใช้สอยของสินค้า คือ สินค้าตัวนั้นผู้บริโภครมีความจำเป็นต้องใช้ในชีวิตประจำวัน และพิจารณาถึงมูลค่าแลกเปลี่ยนคือ สินค้านั้นมีราคาที่สูงกว่าต่อการใช้หรือไม่ การพิจารณาถึงสินค้าในลักษณะนี้ก็จะทำให้เกิดการบริโภครที่มีขอบเขตจำกัด ดังนั้น ผู้ผลิตในสังคมบริโภครนิยมจึงใช้หลักตรรกะของการบริโภครที่เป็นนามธรรมเข้ามา เพื่อให้เกิดการบริโภครมากขึ้น

จากลักษณะของการบริโภคที่มีหลากหลายรูปแบบ ทำให้สังคมทุนนิยมสมัยใหม่ไม่เป็นเพียงสังคมบริโภคเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นสังคมแห่งสัญญาณด้วย โบ德里อาร์ดจึงไม่เห็นด้วยกับทฤษฎีการบริโภคหรือการมองที่เน้นวัตถุเพื่อสนองความต้องการหรือความพึงพอใจอย่างเดียว เขาได้เสนอแนวคิดเรื่อง ตรรกะของการบริโภค (Logic of consumption) หรือ ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ มีอยู่ใน 4 ระดับด้วยกัน ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนผังที่ 2.1 แสดงตรรกะแห่งการบริโภค 4 ประเภท

จากแผนภาพ โบ德里อาร์ด (Baudrillard, 1968) อธิบายในงานเขียน The System of objects ได้ดังนี้

1. **คุณค่าการใช้สอย (Logic of use value)** หรือเรียกว่า ตรรกะเชิงอรรถประโยชน์ หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มนุษย์บริโภคเพื่อประโยชน์ใช้สอย หรือนำวัตถุมาทำเป็นเครื่องมือเครื่องใช้

เป็นหลัก เช่น การกินข้าวเพื่อให้ท้องอิ่ม ขับรถเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทาง การซื้อเสื้อโค้ต ผ้าพันคอ มาใส่ช่วงฤดูหนาว

ตรรกวิทยาในเชิงปฏิบัติหรือการนำวัตถุมานำให้เกิดประโยชน์ในแง่เครื่องมือเครื่องใช้ โดยวัตถุนั้นจะมีค่าเชิงปฏิบัติ (สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์, 2533) โดยมุ่งเน้นที่คุณสมบัติหรือหน้าที่ที่แท้จริงของตัววัตถุหรือสินค้า เช่น นาฬิกามีหน้าที่ของการใช้คือ เป็นเครื่องมือที่ใช้บอกเวลา เสื้อผ้ามีหน้าที่ของการใช้คือ ใช้ปกปิดร่างกายและให้ความอบอุ่นแก่ร่างกาย หรือรถยนต์มีหน้าที่ของการใช้คือ เป็นพาหนะในการเดินทางเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว

ในทัศนะของ คาร์ล มาร์กซ์ ( Karl Marx) ได้มองว่ามูลค่าของการใช้หรืออรรถประโยชน์ที่แต่ละคนมีในสินค้าหนึ่งนั้นมีความชัดเจนและลักษณะเฉพาะที่ทำให้แต่ละคนสามารถดับความต้องการของเขาได้ และพบกับความพึงพอใจเฉพาะของเขาเท่าเทียมกันกับผู้บริโภคคนอื่นๆ ทั้งหมดและอาจจะหลุดพ้นจากการเป็นทาสของวัตถุในระบบทุนนิยมทางสินค้าได้โดยอาศัยคุณค่าของการใช้สอย (สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์, 2531) แต่จากลักษณะเฉพาะของระบบทุนนิยมที่เป็นสังคมบริโภคนิยมทำให้เราต้องบริโภคสัญชาตญาณเป็นสิ่งสำคัญ คือการบริโภคสิ่งที่เป็นนามธรรมทำให้เราไม่สามารถที่จะพูดถึงมูลค่าการใช้ว่าเป็นมูลค่าทางรูปธรรมอีกต่อไป โบคิริยาร์ดจึงเห็นว่ามูลค่าการใช้จะไม่ค่อยเห็นได้ชัดหรือไม่ว่าเป็นอิสระต่อไป แต่จะเป็นเพียงส่วนประกอบและสิ่งอ้างอิงของมูลค่าการแลกเปลี่ยนและเป็นไปไม่ได้อีกต่อไปที่จะนำเอามูลค่าการใช้มาเป็นสิ่งทดแทนของมูลค่าการใช้สอย

**2. คุณค่าการแลกเปลี่ยน (Logic of exchange value) หรือ บางครั้งเรียกว่า ตรรกะเชิงความเท่ากัน** หมายถึงความสัมพันธ์ที่มนุษย์เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยมีสิ่งของเป็นตัวกลาง เช่น มนุษย์แปลงวัตถุเป็นสินค้า และ นำเงิน มาซื้อหรือเป็นตัวกลางที่เชื่อมระหว่างมนุษย์กับมนุษย์

ตรรกวิทยาเชิงเปรียบเทียบค่าหรือตรรกวิทยาเชิงตลาดที่จะนำวัตถุไปแลกเปลี่ยนกับสิ่งอื่นๆมูลค่าของการเปลี่ยนมักจะเป็นนามธรรมและใช้ได้ทั่วไป ถ้าปราศจากคุณค่าการแลกเปลี่ยนแล้วเราจะไม่สามารถแลกเปลี่ยนสินค้าใดๆ กับสินค้าอื่นๆได้ (สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์, 2531) โดยที่มูลค่าของการแลกเปลี่ยนจะต้องเป็นไปตามกฎของสิ่งที่เทียบเท่ากัน เมื่อมองในลักษณะของระบบทุนนิยมก็คือ การนำสินค้าไปตีตราว่ามีเท่าใด เมื่อผู้บริโภคต้องการสินค้าก็จะนำเงินมาแลกเปลี่ยนกับผู้ขาย แต่ในบางครั้ง มูลค่าการแลกเปลี่ยนอาจจะเป็นไปในรูปแบบอื่นเพื่อเอื้อประโยชน์ให้แก่ผู้ผลิตหรือผู้ขายเช่น รูปแบบการจัดรายการส่งเสริมการขายสินค้าที่เป็นที่นิยมแพร่หลายในปัจจุบัน และมีหลากหลายรูปแบบคือ การลด แลก แจก แถม ในเรื่องของการแลกเปลี่ยนก็จัดอยู่ในลักษณะของมูลค่าการแลกเปลี่ยน การที่เราต้องสะสมบรรจุภัณฑ์ของสินค้าต่างๆ เพื่อนำมาแลกเปลี่ยนเป็นสิ่งของอื่นๆ เช่น

การสะสมฝัาขวดน้ำอัดลม ให้ครบตามจำนวนเพื่อนำมาแลกเปลี่ยนกับเสื้อยืดหรือของแถมต่างๆตามเงื่อนไขการส่งเสริมการขายที่ถูกกำหนดขึ้น ก็คือรูปแบบหนึ่งของการแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นกลยุทธ์การส่งเสริมการขายของระบบทุนนิยมในปัจจุบัน โดยแท้จริงแล้วก็เพื่อหวังให้เกิดการบริโภคน้ำอัดลมมากขึ้นเพื่อส่งผลกำไรต่อเจ้าของสินค้าหรือผู้ผลิตโดยอาศัยตรรกวิทยาเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าแลกเปลี่ยนนั่นคือการบริโภคน้ำอัดลมมากขึ้นส่งผลให้เกิดกำไรคุ้มค่ากับราคาของเสื้อหรือของแถมต่างๆ ที่ผู้ผลิตน้ำอัดลมได้ลงทุนไป

**3. คุณค่าสัญลักษณ์ (Logic of symbolic)** หรือ ตรรกะเชิงคุณค่านามธรรม หมายความว่า วัตถุนั้นได้กลายเป็นสัญลักษณ์ (symbol) ที่มีความหมายบางอย่างกับเรา และเราใช้สัญลักษณ์ดังกล่าวสื่อสารแลกเปลี่ยนความหมายกับผู้อื่น เช่นการให้ของขวัญหรือของที่ระลึก เพื่อเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ซึ่งมีใช้แค่ผ่านตัววัตถุแบบง่ายๆ หากเป็นแต่สัญลักษณ์ที่แนบมาในตัววัตถุนั้นๆ

**4. คุณค่าเชิงสัญญาณ (Logic of sign value)** หรือ เรียกว่า ตรรกะของความแตกต่าง เป็นระดับที่โบริยารค์ให้ความสนใจมากที่สุด จะเกิดขึ้นเมื่อสถานะของวัตถุที่บริโภคถูกเปลี่ยนเป็นสัญญาณ (sign) และมนุษย์ใช้สัญญาณนั้นเปรียบเทียบกับสัญญาณอื่นๆ เพื่อสร้างความแตกต่างระหว่างมนุษย์ด้วยกัน เช่นการสวมเสื้อผ้าอาจให้ความอบอุ่นแก่ร่างกายได้เหมือนกัน แต่ทว่า เสื้อผ้าที่ชื่อนั้นซื้อมาจากข้างถนนกับ ซื้อเสื้อที่มียี่ห้อจากห้างดัง ก็อาจเป็นสัญญาณที่จำแนกความแตกต่างระหว่างผู้สวมใส่ออกจากกัน

สถานะของวัตถุที่เป็นตัวแทนในการสร้างสัญญาณอย่างใดอย่างหนึ่งให้เจ้าของ ซึ่งจะเป็นการพิจารณาจากสถานภาพซึ่งอยู่ภายใต้ตรรกวิทยาแห่งความแตกต่าง หรือการสร้างความแตกต่าง เช่น ชนชั้นนำที่ปรากฏตัวในงานเลี้ยงรับรองใหญ่ๆ ตามสถานที่หรูหรา ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกาย การประดับประดาหรือสถานที่ที่แตกต่างให้เห็นได้ชัดว่าแตกต่างไปจากชนชั้น หรือการที่เราใช้วัตถุหรือสินค้าโดยไม่ได้มองคุณค่าด้านประโยชน์การใช้สอย แต่มองในคุณค่าของความโก้เก๋ หรูหรา ทันสมัย นำแฟชั่น เพื่อเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับตนเอง หรือทำให้ฐานะทางสังคมของตนสูงขึ้น คุณดีขึ้น เช่น ใช้รถสปอร์ตมียี่ห้อ ราคาแพง เพื่อให้คุณมีฐานะในสังคม ถึงแม้จะต้องซื้อรถคันนี้ด้วยค่าการแลกเปลี่ยนเชิงสัญญาณ (Sign exchange value) คือซื้อด้วยราคาที่สูงกว่าการใช้ (Use value) หรือค่าแลกเปลี่ยนตามปกติ (Exchange value) ยิ่งเต็มใจเพื่อให้ได้มาซึ่งค่าของสัญญาณจากรถสปอร์ตคันนี้เป็นต้น ซึ่งตรรกวิทยาของค่าสัญญาณนี้จะกำหนดขอบเขตที่แน่นอนของการบริโภคโดยทั่วไป (สุทธิพันธ์ จิราธิวัฒน์, 2528)

โบคิริยาร์ดได้ยกตัวอย่างเรื่องของขวัญซึ่งสามารถแสดงถึงสถานภาพของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ได้ดีที่สุด เพราะว่า ความหมายของของขวัญไม่ได้เป็นมูลค่าใช้สอย หรือมูลค่าการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจ อีกทั้งของขวัญสามารถนำมาเป็นสัญลักษณ์ได้ บางคนอาจแย้งว่าของขวัญมีราคา และมูลค่าใช้สอย เช่น หนังสือ เป็นต้น แต่ความหมายของของขวัญไม่ได้อยู่ที่ราคา ค่างวดหรืออัตราประโยชน์ และบางคนเชื่อว่าของขวัญจะยังมีคุณค่าสูงหากมีราคาแพงหรือมีมูลค่าสัญลักษณ์สูง แต่บางครั้งของขวัญอาจจะไม่มีราคาค่างวดอะไรเลยหรือใช้ประโยชน์อะไรไม่ได้เลย แต่ทว่ามีคุณค่ามากมายสำหรับผู้ได้รับ

การแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระหว่างผู้ส่งและผู้รับ ซึ่งจะไม่เป็นไปตามกฎของการแลกเปลี่ยนหรือสิ่งของที่มีค่าเท่ากัน (Cook, 1994, p. 150) ดังนั้นค่าแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ก็คือ การให้ความหมายหรือสัญลักษณ์แก่วัตถุหรือสินค้าเพื่อเป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้ว นำไปแลกเปลี่ยนกับบุคคลหรือมอบให้แก่บุคคลอื่น โดยการแลกเปลี่ยนวัตถุหรือสินค้าดังกล่าวไม่จำเป็นต้องเป็นไปตามกฎของการแลกเปลี่ยนของสิ่งของที่มีราคาเท่ากัน เช่น การให้ของขวัญแก่บุคคลที่เรารัก เป็นต้น

## 2.3 แนวคิดเรื่อง สัญลักษณ์วิทยา โรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes)

แนวคิดของ โรลันด์ บาร์ตส์ (Roland Barthes) อ้างใน ดร.เกษม เพ็ญภินันท์ ที่บาร์ธได้วิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์ถึงรูปแบบการดำรงชีวิตที่มีความสลับซับซ้อนของนัยยะทางวัฒนธรรมได้บ่มเพาะความคุ้นเคยแก่เรา และก่อให้เกิดความหมายกับคุณค่าแฝงในการดำรงชีวิตเช่น ของเล่น บาร์ตส์ได้วิเคราะห์ไว้ว่า ของเล่นแต่ละชิ้นที่เด็กเล่นนั้นได้จำลองโลกของผู้ใหญ่ไว้ในการรับรู้ของเด็ก เมื่อเขาโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่เขาก็รู้หน้าที่ของตนเอง เป็นต้น บาร์ตส์เรียกความลวงของสิ่งดูราวกับว่าเป็นธรรมชาตินี้ว่า “มายาคติ” และให้นิยามต่อมันเป็น “รูปแบบของคำพูดที่สื่อออกมา” เมื่อก้าวอ้างถึงสิ่งต่างๆ ที่มีความหมายในเชิงคุณค่ามากกว่าประโยชน์ใช้สอย กล่าวคือ คุณลักษณะของมายาคติคือ ความหมายในเชิงคุณค่าที่เรายึดถือ เมื่อเราเชื่อมโยงกับสิ่งต่างๆจนกลายเป็นความคุ้นเคย และในขณะเดียวกัน เราเข้าใจความหมายนี้เป็นอย่างดี แต่เราไม่ทันได้คิดต่อไปว่า มายาคตินี้ได้เข้ามาทำกับการเอ่ยถึงสิ่งต่างๆในการสื่อความหมาย เช่น มายาคติดอกกุหลาบที่ใช้แทนความรัก จนในที่สุด เมื่อเรานึกถึงความรัก เรามักจะมอบดอกกุหลาบ ทั้งที่ความรักและดอกกุหลาบเป็นคนละสิ่งกัน เป็นต้น

เรามักจะเข้าถึงความจริงทางมายาคติในระนาบของความหมายที่สื่อออกมา มายาคติเป็นสิ่งเป็นจริง เป็นรูปแบบความเข้าใจความหมายในเชิงสัญลักษณ์ ส่วนปฏิบัติการจริงของมันเกิดขึ้นในระดับทางวาทกรรมและการสื่อความที่แพร่กระจายในสังคม ทั้งนี้เพราะ “มายาคติไม่ได้ซ่อนเร้น

สิ่งใดไว้เลย: หน้าที่ของมันไม่ได้ทำให้สรรพสิ่งหายไป เพียงแต่บิดเบือนเท่านั้น” กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เราเชื่อมั่นเป็นมายาคติ ไม่ใช่เพราะว่าเรารู้ว่ามันบิดเบือนความหมายเดิม แต่เรารู้จากระบบการสื่อความหมายในวาทกรรมที่บิดเบือนการอ้างถึงความหมายเดิม และข้อความที่วาทกรรมผลิตมานั้นได้ย้ายระนาบของรูปทางสัญลักษณ์และความหมายของสัญลักษณ์นั้นๆ

“มายาคติไม่ได้ถูกนิยามโดยข้อความอันเกี่ยวกับวัตถุสิ่งของ แต่โดยหนทางที่มันเอ่ยถึงข้อความดังกล่าว: มีข้อจำกัดในเชิงรูปแบบเกี่ยวกับมายาคติ; ไม่มีอะไรที่เป็นเนื้อแท้เกี่ยวกับมัน ดังนั้น ทุกๆอย่างสามารถเป็นมายาคติได้หรือไม่? ได้ ข้าพเจ้าเชื่อเช่นนั้น สำหรับความเป็นสากลของมายาคติ ย่อมเต็มไปหมดโดยไม่มีที่สิ้นสุด” ครั้งเมื่อกล่าวอ้างถึง (Barthes, 1972, 109)

ด้วยเหตุนี้ บาร์ตส์จึงมีเป้าหมายที่จะถอดโหม่นมายาคติของความคุ้นเคยดังกล่าว และเน้นให้เราได้ตระหนักถึงความไม่เป็นธรรมชาติของนัยยะทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม แต่เรากลับดำเนินไปตามครรลองอย่างเป็นธรรมชาติในชีวิตประจำวันอยู่ตลอดเวลา จนในที่สุด เรามักจะสับสนปนเปกันระหว่างธรรมชาติและวัฒนธรรมหรือไม่อาจแยกแยะออกจากกัน นอกจากนี้ บาร์ตส์ยังมีเป้าหมายในการวิเคราะห์มายาคติต่างๆในระดับทฤษฎีมี 2 ประการ กล่าวคือ ประการแรก เขาต้องการนำเสนอ การวิพากษ์อุดมการณ์บนพื้นฐานทางภาษาของวัฒนธรรมมวลชน เพื่ออธิบายให้เราได้เห็นถึงการปฏิบัติการของระบบสัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ใกล้ตัวเรา และปรุงแต่งความจริงให้เป็นไปในวิถีทางใดได้บ้างบนสัมพันธภาพ ระหว่าง ความคลุมเครือของความหมายที่กล่าวถึง และ ความชัดเจนของรูปธรรมที่เรารับรู้และคุ้นเคยเป็นอย่างดีในชีวิตประจำวัน ประการต่อมา บาร์ตส์ต้องการชี้ให้เห็นถึงความพยายามวิเคราะห์หลักไวยากรณ์ของภาษาที่กล่าวถึงด้วยสัญวิทยา เพื่อเปิดเผยให้เราเห็นถึงความหมายต่างๆ ที่ซ่อนเร้นอยู่ในมายาคติและรูปแบบการดำเนินชีวิตในวัฒนธรรม (เกษม เพ็ญภินันท์, 2549)

ภาษา (Language)	1. รูปสัญลักษณ์ทางสัญลักษณ์ (Signifier)	2. ความหมายของสัญลักษณ์ (Signified)	
มายาคติ (MYTH)	3. สัญลักษณ์ (Sign)  I. รูปสัญลักษณ์ทางสัญลักษณ์ (SIGNIFIER)		II. ความหมายของสัญลักษณ์ (SIGNIFIED)
	III. สัญลักษณ์ (SIGN)		

แผนผังที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างภาษา และมายาคติ

บาร์ตส์อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและมายาคติที่ทำให้เกิดนัยยะทางวัฒนธรรมว่าเป็นความสัมพันธ์เชิงซ้อนโดยมายาคติเป็นระบบสัญลักษณ์หนึ่งที่ไม่แตกต่างไปจากระบบสัญลักษณ์ของภาษา ด้วยเหตุนี้เขาจึงจัดวางระนาบของระบบระเบียบทางสัญลักษณ์ออกเป็น 2 ระดับ ในระดับของภาษา จะมีองค์ประกอบ 3 ส่วนคือ A) สัญลักษณ์ (3) B) ความหมายของสัญลักษณ์ (2) C) รูปสัญลักษณ์ทางสัญลักษณ์ (1) ยกตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์ของดอกกุหลาบ คือ ดอกกุหลาบ ที่เรากล่าวถึงส่วนความหมายที่กำกับสัญลักษณ์คือการอ้างอิงถึงดอกกุหลาบ จริงๆที่เราซึ่งรู้จักกันแตกต่างจากดอกไม้อื่นๆ ไม่ว่าจะเป็ นคาร์เนชั่น กุหลาบไม้ ลิลลี่ ฯลฯ และรูปสัญลักษณ์ทางสัญลักษณ์ของมันคือ คำว่ากุหลาบ ที่การสะกดคำนี้ทั้งในภาษาเขียน หรือภาษาพูดที่เราเปล่งออกมาแตกต่างจากคำอื่นๆ

ดังนั้น กุหลาบที่กล่าวมาเป็นตัวอย่างอธิบายให้เราเข้าใจถึงความหมายในระดับภาษา ส่วนระดับมายาคติ บาร์ตส์กล่าวว่า สัญลักษณ์ในระดับภาษา (3.) จะมีสถานะเหมือนกับรูปสัญลักษณ์ทางสัญลักษณ์ (I.) ในระดับมายาคติ และเชื่อมโยงกับความหมายของสัญลักษณ์ (II.) เพื่อให้เราเข้าใจต่อสัญลักษณ์นั้นๆ (III.) ว่า มีมายาคติอะไรดำรงอยู่ เมื่อปฏิบัติการของความหมายที่กำกับสัญลักษณ์นั้นๆ อ้างถึง ฉะนั้น สัญลักษณ์ของดอกกุหลาบที่กล่าวถึงนำมาเชื่อมโยงกับความรัก และบอกว่าดอกกุหลาบหมายถึงความรัก จนในที่สุด ดอกกุหลาบได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของความรัก ผลที่ตามมา เมื่อเรากล่าวถึงดอกกุหลาบ มันไม่ได้มีความหมายแค่การอ้างถึงดอกไม้ชนิดหนึ่ง หากแฝงมายาคติไว้ในฐานะที่เป็นสื่อทางความรักอีกด้วย

ในการวิเคราะห์เชิงสัญลักษณ์วิทยาต่อการศึกษาวรรณกรรมบริโศคของบาร์ตส์ ทำให้ได้แนวคิดว่า สิ่งที่เราบริโศคและรับรู้อยู่ทุกวันถึงคุณค่าการใช้สอย แต่ในการใช้สอยนี้ยังมีนัยยะทางวัฒนธรรมของความหมายแฝงอยู่ มันมีนัยยะมากกว่าความเป็นวัตถุที่เราบริโศคอยู่ สิ่งที่เราต่างบริโศคนั้นมีสถานะทางคุณค่าของความหมายอื่นแฝงอยู่ด้วยเสมอ แต่เมื่อใดก็ตามที่ความหมายอื่นนี้สื่อออกมา มันทำให้ความหมายเดิมอยู่ไกล จนเรามักมองข้ามหรือมองไม่เห็น แต่ไม่ได้หมายความว่าความหมายอื่นมาปกปิดความหมายเดิมหรือทำให้หายไป ในทางตรงข้าม ความหมายเดิมกลับซ่อนเร้นตัวเอง เมื่อความหมายใหม่ปรากฏออกมาบนระนาบเดียวกับสิ่งที่เราบริโศคอยู่ (เกษม เพ็ญภินันท์, 2549)

### 2.3.1 สัญลักษณ์กับความขาว

มายาคติผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ความขาวในสังคมไทย ในสื่อโฆษณาสินค้าประเภทนี้ เป็นสื่อที่มีการลงทุนค่อนข้างสูง การจ้างฟรีเซ็นเตอร์โฆษณา เป็นดารานักแสดงชื่อดังที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย การที่สินค้าถูกบรรจุลงในหีบห่อที่ทันสมัยสวยงาม การที่สินค้าทุกประเภทที่เราใช้สอยในชีวิตประจำวันถูกแทรกซึมเรื่องความขาวไปเกือบทั้งสิ้น ทำให้เป็น

ความเคยชิน จนทำให้เราต้องเลือกสินค้าที่ส่วนผสมกับความขาวมาใช้สอยเป็นเรื่องปกติ ทั้งหมดล้วนสื่อความหมายได้ออกมา ซึ่งสิ่งที่เห็นได้ชัดเมื่อมีการโฆษณาสินค้าความขาว ต้องมีใบหน้าที่ขาวใสมากขึ้นหลังจากมีการใช้สินค้านั้น โดยความขาว ถือเป็นค่านิยมอย่างหนึ่งของสังคมไทย โดยมักมีค่านิยมนั้นบ่งบอกถึงไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ แต่เป็นความคิดความเชื่อที่ถูกสร้างขึ้นและยึดปฏิบัติสืบต่อกันมา มายาคติความขาวจึงเป็นปรากฏการณ์หนึ่งที่สังคมทำหน้าที่สร้างมาตรฐาน ความสวย ความหล่อ แก่เพศหญิง ชาย และหลากหลายทางเพศ ถ้าคนใดไม่มีคุณสมบัติความสวย หล่อ จะถูกดูถูก กีดกันจากสังคม

เหตุผลในการเลือกแนวคิดตริทวิทยาการบริโภคของโบดริยาร์ด เนื่องจากแนวคิดมายาคติของบาร์ตส์ เน้นมุ่งไปสู่เป้าหมายการสร้างรสนิยม แต่แนวคิดของโบดริยาร์ดเน้นวิถีคิดที่สัมพันธ์กับสินค้าที่ให้สัญญา

## 2.4 กลุ่มอาชีพต่างๆกับความขาว

เรื่องจริงผ่านสังคมและเป็นที่ทราบกันดีว่า วัชกรรมความขาวที่สามารถสร้างความสะอาด ความโดดเด่น ความมีคุณค่า น่าสัมผัส เป็นที่ดึงดูดและปรารถนาทางเพศของผู้คนสังคมในปัจจุบัน หากเลือกได้ผู้คนในสังคมนั้นขอเลือกความขาวไว้ก่อน โดยเฉพาะโทนสีบนร่างกายทุกหนแห่ง ได้กลายเป็นที่จับจ้องทางสังคม เช่น สีผิวบนใบหน้า สีผิวตามร่างกาย สีฟัน สีผิวใต้วงแขน สีผิวโคนขา สีผิวระหว่างขาหนีบ ซึ่งที่จริงแล้วสีผิวหลายๆแห่งเป็นที่พื้นที่สงวน เป็นพื้นที่ส่วนบุคคลในเนื้อตัวร่างกาย แต่วัชกรรมความขาวได้เผยแพร่สร้างคุณค่าให้ทุกตำแหน่งของร่างกายได้แสดงความขาวออกมา เห็นได้ตามโฆษณาของผลิตภัณฑ์ และสถานเสริมความงามต่างๆได้ออกมาโฆษณา และชี้แจงสรรพคุณที่สามารถสร้างความขาวให้กับผู้คนในสังคมด้วยการดื่ม การกิน การฉีด การรักษา การทาต่างๆ เช่น เครื่องดื่มสกัด คอลลาเจน หรือกลูต้าไธโอน สูตรผิวขาวต่างๆ, ครีมทาหน้าสูตรไ้ม่บุก ,โลชั่นทาผิวสูตรผสม SPF40 ซากูระ น้ำผึ้ง ยาสีฟันฟอกฟันขาวสูตร Whitening, ลูกกลิ้งสูตรผสมสารกันแดด, สบู่หรือครีมอาบน้ำสูตรวิตามิน, ครีมเข้มข้นจัดคราบดำบนขาหนีบ, ครีมทาหัวนม ซึ่งภาพโฆษณาเหล่านี้หาดูได้ทั่วไป ตามโฆษณาโทรทัศน์ นิตยสาร ใบปลิวแผ่นพับขนาดเล็ก ไปจนขนาดใหญ่คือป้ายโฆษณาบิลบอร์ดริมถนนกลางใจเมือง ช่องทางตามเว็บไซต์ และทางสื่อออนไลน์ต่างๆ มักชวนเชื่อด้วยการใช้ภาพเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังใช้ ภาพของดารานักแสดงที่ได้ใช้/ ได้กิน/ ได้ดื่ม / ได้ฉีด ได้ทาผลิตภัณฑ์ หรือเข้ารับการรักษาสถานเสริมความงามต่างๆ ที่มีสีผิวที่เปลี่ยนไป แตกต่างอย่างชัดเจน กลายเป็นคนที่มั่นใจในสังคม ซึ่งดารานักแสดง หรือผู้ใช้เหล่านี้ได้สะท้อนภาพตัวแทนทางสังคม

### 2.4.1 กลุ่มอาชีพกับความขาว

ความต้องการบริโภคความขาวจึงเป็นความปรารถนาของกลุ่มอาชีพต่างๆมิได้จำกัด เฉพาะกลุ่มผู้หญิงแต่เพียงเพศเดียว การบริโภคความขาวยังเป็นอุดมการณ์เชิงสัญลักษณ์ของคนทั่วไป รวมถึงเพศที่สามด้วย ความขาวไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มชาย หญิง และกลุ่มที่มีความหลากหลายเพศเท่านั้น แต่ความขาวยังแฝงไปถึงนัยยะสังคม วัฒนธรรม คุณค่าทางหน้าตา ภาพลักษณ์ รสนิยม ชนชั้น และกระบวนการสร้างแรงจูงใจของสื่อการโฆษณาให้บริโภคโดยไม่มีการยับยั้งชั่งใจ หรือไม่ได้คำนึงถึงค่าใช้จ่ายและปัญหาสุขภาพตามมา

เมื่อผู้คนจำนวนมากได้ค่อยๆซึมซับ ปราศจากการตั้งคำถาม จึงตกอยู่ในวาทกรรมความขาวทางสังคม ผู้คนจำนวนมากโดยเฉพาะคนเมือง จึงพยายามสร้างอัตลักษณ์ความขาวตามที่สังคมได้ตกลงไว้ ผู้คนจึงเกิดพฤติกรรมเลียนแบบ หาซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆเพื่อบำรุงรักษาร่างกายตนเอง จากคนที่ปกติดี ได้กลายเป็นคนผิปกดและมีปัญหาด้านสีผิวเมื่อตระหนักเรื่องสีผิวมากเกินไป

จากการศึกษาของ อุไรวรรณ รัตนพันธ์ ที่ได้ศึกษาเรื่อง มายาคติในโฆษณาครีมหน้าขาว สำหรับผู้หญิงของไทย ปี 2550 พบว่า ความขาวมีอิทธิพลต่อการทำงานทั้งความคิด ความเชื่อทัศนคติของผู้หญิงวัยทำงานอย่างมาก โดยกลุ่มตัวอย่างที่มีผิวคล้ำและผิวขาวทั้งหมดเชื่อว่า การมีผิวขาวช่วยสร้างความมั่นใจ โดยกล่าวผิวขาวสร้างความภูมิใจ เป็นที่น่าชื่นชม ไม่ต้องกังวลเรื่องผิว กลุ่มตัวอย่างทั้งหมดยังเชื่อว่า ความมั่นใจจากการมีผิวหน้าขาวเกี่ยวข้องกับการทำงาน ทำให้มีโอกาสได้รับงานใหญ่ๆ และเชื่อว่าบางสายงาน ผู้หญิงขาวได้รับการยอมรับมากกว่าผู้หญิงที่มีผิวคล้ำ เช่น งานบริการ การมีผิวขาวช่วยให้ผู้หญิงประสบความสำเร็จในการทำงาน เพื่อนร่วมงาน เจ้านายยอมรับมากขึ้น

อาชีพงานบริการ โดยเฉพาะผู้ที่ต้องใช้เนื้อตัวร่างกายในการนำเสนอต่อสังคม เช่น ดารา นักแสดง พิธีกร (ผู้แนะนำสินค้าหรือสร้างภาพลักษณ์ประกอบสินค้า) พิธีกร พนักงานประชาสัมพันธ์ ขายสินค้า งานบริการ ซึ่งกลุ่มอาชีพนี้เป็นกลุ่มที่ต้องใช้หน้าตา เรืองรองในการทำมาหากิน การสร้างตนเองให้ดูดี มีภาพลักษณ์ที่น่าจดจำ จึงมีความจำเป็นที่ต้องการให้ตนเองกลายเป็นที่ดูสวยงามตลอดเวลา สิ่งที่สามารถสร้างและทำได้ง่ายคือ การทำตัวเองมีผิวขาว เพื่อเป็นที่โดดเด่นในสายตาผู้อื่น ความขาวได้แทรกซึมเข้าทุกกลุ่มอาชีพ เช่น นักเรียน นักศึกษา พ่อค้า แม่ค้า เป็นต้น เนื่องจากเป็นสิ่งที่สามารถทำให้ตนเองมีความขาวได้ง่ายชนิดหลากหลายวิธี

### 2.4.2 ครูสอนพิเศษกับความขาว

ปัจจุบันการบริโภคความขาวปรากฏให้เห็นในทุกๆกลุ่มอาชีพ แม้แต่ครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชา มีความนิยมเลือกใช้สินค้าที่เกี่ยวข้องกับความขาว ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง ครีม หน้าขาวไปจนถึงสารเร่งความขาวเช่น กลูต้าไธโอน ด้วยที่ว่าครูสอนพิเศษยังเป็นกลุ่มที่ยังเป็นวัยรุ่น มีความอยากสวยอยากทดลองสิ่งใหม่ๆ โดยเฉพาะมีความต้องการปรับเปลี่ยนให้ตนเองมีบุคลิกภาพที่ดี เรื่องหน้าตาจึงเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อครูต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับนักเรียน และสร้างภาพความประทับใจ ซึ่งการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาวของครูสอนพิเศษ จะไม่มีเป้าหมายเพียงเพื่อความขาวเท่านั้น แต่ยังบริโภคความขาวที่แฝงความหมายที่นอกเหนือจากเรื่องความขาว เช่น ฐานะทางสังคม ความแตกต่าง และรสนิยม ความน่าสมัยหรือแฟชั่น หรือการสร้างอำนาจแห่งตน และความมั่นใจ ซึ่งครูสอนพิเศษยังมีความต้องการสร้างให้ตัวเองมีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาของลูกศิษย์ ผู้ปกครอง เริ่มต้นที่หน้าตา ผิวพรรณ เพื่อให้ตนเองเข้าไปสู่อีกชนชั้นหนึ่งที่ได้รับการยอมรับ ความเป็นผู้ดี มีฐานะ ความเป็นคนเมือง เป็นต้น ล้วนสร้างอัตลักษณ์ผ่านร่างกายให้ต่างกับคนทั่วไป วิถีความขาวนี้ไม่มีจำกัด ได้รวมถึงผู้มีฐานะ-ไม่มีฐานะ มีการศึกษา-ไม่มีการศึกษา ผู้หญิง-ผู้ชาย เพศที่หลากหลาย วัยรุ่น-สูงอายุ เป็นต้น

ตรรกวิทยาเชิงสัญลักษณ์นำมาอธิบายการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ในความหมายของการถูกสังคมบังคับให้ต้องทำ สัญลักษณ์ความขาวถูกทำให้เป็นกระบวนการของการสื่อสารที่มาบงการวิถีชีวิตของครูสอนพิเศษ โดยให้พวกเขาารู้สึกว่า มีอำนาจในการเลือกตัดสินใจที่จะกำกับชีวิตของตนเอง นี่คือ ความอิสระตามความเข้าใจของกลุ่มคนเหล่านี้ ขณะเดียวกันครูสอนพิเศษที่เป็นวัยรุ่น เติบโตท่ามกลางความทันสมัยของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่จำลองภาพเสมือนจริงให้เกิดการเลียนแบบเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวในสื่อออนไลน์ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล ที่เข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว ผ่านโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้การบริโภคความขาวผ่านสื่อออนไลน์และเว็บไซต์ดัง เช่น เฟสบุ๊ก ด้วยครูสอนพิเศษส่วนใหญ่ยังเป็นครูที่เป็นวัยรุ่น เป็นวัยที่ใกล้เคียงกับนักเรียน ครูเหล่านี้เป็นผู้มีความรู้และได้รับการศึกษาที่ดี เป็นผู้ชี้แนะ สร้างภาพตัวแทนแก่น้องๆนักเรียนจำนวนมาก ใช้ร่างกายและหน้าตาในการทำงาน และต้องการสร้างต้องตนเองให้เป็นที่ดึงดูดใจด้วย

## 2.5 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อุไรวรรณ รัตนพันธ์ (2552) ศึกษาเรื่อง มายาคติในโฆษณาครีมหน้าขาวสำหรับผู้หญิงของไทยปี 2550 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะการก่อตัวทางความหมาย ประเภท และความแตกต่างของมายาคติในโฆษณาครีมหน้าขาวที่มีภาพลักษณ์ของสินค้าแตกต่างกัน อำนาจของมายา

คติต่อผู้หญิงวัยทำงาน และศึกษาการรับรู้โฆษณาครีมหน้าขาวของผู้หญิงไทย ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ภายาคติความงามมีอำนาจต่อความคิด ความเชื่อ และพฤติกรรมของผู้หญิงวัยทำงาน โดยกลุ่มที่มีผิวคล้ำทั้งหมด และมีผิวขาวส่วนใหญ่ต้องการมีผิวขาว และเชื่อว่าการมีผิวหน้าขาวส่งผลต่อการทำงาน ความรัก และช่วยให้ประสบความสำเร็จในชีวิตได้ และทั้งสองกลุ่มได้รับอิทธิพลภายาคติความงามกับธรรมชาติมากกว่าความงามกับนวัตกรรม นอกจากนี้การศึกษารับรู้โฆษณาของวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่พบว่า กลุ่มตัวอย่างทั้งสองช่วงวัยเข้าใจภาพยนตร์โฆษณา จดจำ และถูกดึงดูดใจโดยสัญลักษณ์ประเภทเดียวกัน วัยผู้ใหญ่เชื่อถือในประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์โฆษณามากกว่าวัยรุ่น แต่วัยรุ่นมีแนวโน้มซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่า

จิตระพี บุรณศักดิ์ (2549) ศึกษาเรื่อง ครีมหน้าขาวกับการสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของสาวโรงงาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบแผนพฤติกรรมการใช้ครีมหน้าขาวของสาวโรงงาน ศึกษาการให้ความหมายเชิงสัญลักษณ์ “ความขาว” ของสาวโรงงานที่นำไปเสริมสร้างตัวตนและอัตลักษณ์ของสาวโรงงาน และศึกษาผลกระทบต่อปัญหาสุขภาพและวิถีชีวิตของผู้หญิงหลังการใช้ครีมหน้าขาว จากการศึกษาพบว่า สาวโรงงานส่วนใหญ่ใช้ครีมหน้าขาวเพื่อต้องการนำเสนอตัวตนที่มีไบหน้าขาว สวย สดใส การมีไบหน้าขาว จึงเป็นการสร้างอัตลักษณ์ของความทันสมัย แสดงความถึงการเป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่มีไบหน้าขาวตามสมัยนิยม โดยให้ความหมายตนเองก่อนการใช้ครีมหน้าขาว รู้สึกว่าไบหน้าหมองคล้ำ ไม่สดชื่น แต่หลังจากใช้จะรู้สึกไบหน้าขาวขึ้น มั่นใจตนเองในการออกไปพบปะผู้คน ทำให้ตัดสินใจใช้ครีมหน้าขาวอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษา ร่างกายนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องมาจากวิวัฒนาการและเทคโนโลยีที่ทันสมัย และการมีเงินเพียงพอที่ใช้ในการเปลี่ยนแปลงร่างกายของตนเอง เป็นการลงทุนทางกายภาพอย่างหนึ่งที่ทำให้มีโอกาสได้งานที่ดีและเป็นงานที่ต้องการ

รัชนิท พงศ์อุดม (2552) ศึกษาเรื่อง มุมมองความงามที่นำเสนอผ่านวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอาง มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับค่านิยมเกี่ยวกับความงามที่ปรากฏในวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอาง โดยมีแนวคิดพื้นฐานว่า ภาษาสามารถสะท้อนความคิดที่เป็นเบื้องหลังหรือความเชื่อที่ถูกสั่งสมมาของผู้ใช้ภาษา รวมทั้งเป็นเครื่องมือในการผลิตซ้ำความคิด ค่านิยมความงามเป็นความคิดชุดหนึ่งที่ปรากฏในสังคมไทย สะท้อนให้เห็นได้จากรูปแบบการโฆษณาเครื่องสำอาง โดยผู้สร้างโฆษณาได้สร้างใช้ภาษาให้เกิดการครอบงำก่อให้เกิดค่านิยมความงามขึ้น เพื่อโน้มน้าวให้ผู้บริโภคเกิดการคล้อยตามแล้วนำมาสู่การใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางนั้นๆ อีกทั้งยังกล่าวถึงความงามเกี่ยวโยงบริบททางสังคมอีกด้วย

วิภากรณ์ กอจรัญจิตต์ (2545) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ภาพเสนอ ความขาว ในโฆษณาโทรทัศน์ มีวัตถุประสงค์วิเคราะห์ชิ้นงานโฆษณาโทรทัศน์ในการประกอบสร้างความหมายความขาว โดยโฆษณาทำหน้าที่เป็นพื้นที่ของการปะทะสังสรรค์ของความหมายใหม่ของ ความขาว ให้ ความขาว มีฐานะเป็นอำนาจในการเอาชนะธรรมชาติรูปแบบหนึ่ง และเป็นอำนาจที่ทำงานภายใต้การกำกับของอุดมการณ์ความเป็นวิทยาศาสตร์ ทุนบริโภคนิยม ชนชั้นกลาง และการกำกับของมนุษย์เพศชาย

จันทิมา ปัทมธรรมกุล (2550) ศึกษาเรื่อง วิเคราะห์การสร้างวาทกรรมความงามของโฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการนำเสนอของโฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้ ประกอบสร้างและผลิตซ้ำความหมายของ ความงาม ในลักษณะของการสร้างวาทกรรม และผลปฏิบัติการทางวาทกรรมจากโฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวในระดับปัจเจกบุคคลว่าผู้รับสารให้ความหมายและตีรหัสของการนำเสนอในโฆษณา โดยจากการศึกษาพบว่า โฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิวได้ผลิตซ้ำวาทกรรมความงามที่ไม่แตกต่างไปจากความคาดหวังของสังคมผ่านการผลิตซ้ำมายาคติความงามแบบกระแสหลักหรือการสร้างความหมายให้ความงามแบบภายนอกที่เป็นกระแสหลักให้มีคุณค่าเป็นดังภาพตัวแทนในการตัดสินความเป็นผู้หญิง

สุภาภรณ์ ปิติพร (2547) ศึกษาเรื่อง บริโภคนิยม และการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพร : กรณีศึกษาการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศร การศึกษานี้เพื่ออธิบายปรากฏการณ์บริโภคนิยมของการบริโภคสมุนไพร พบว่า การบริโภคสมุนไพรเป็นการบริโภคภายใต้แนวคิด ปรัชญา และวัฒนธรรมที่หลากหลาย และการบริโภคนิยมครอบงำทั้งในส่วนของผู้ผลิตและผู้บริโภค ทั้งยังทำให้การรับรู้และความหมายของสมุนไพรเปลี่ยนไปจากวัฒนธรรมเดิม

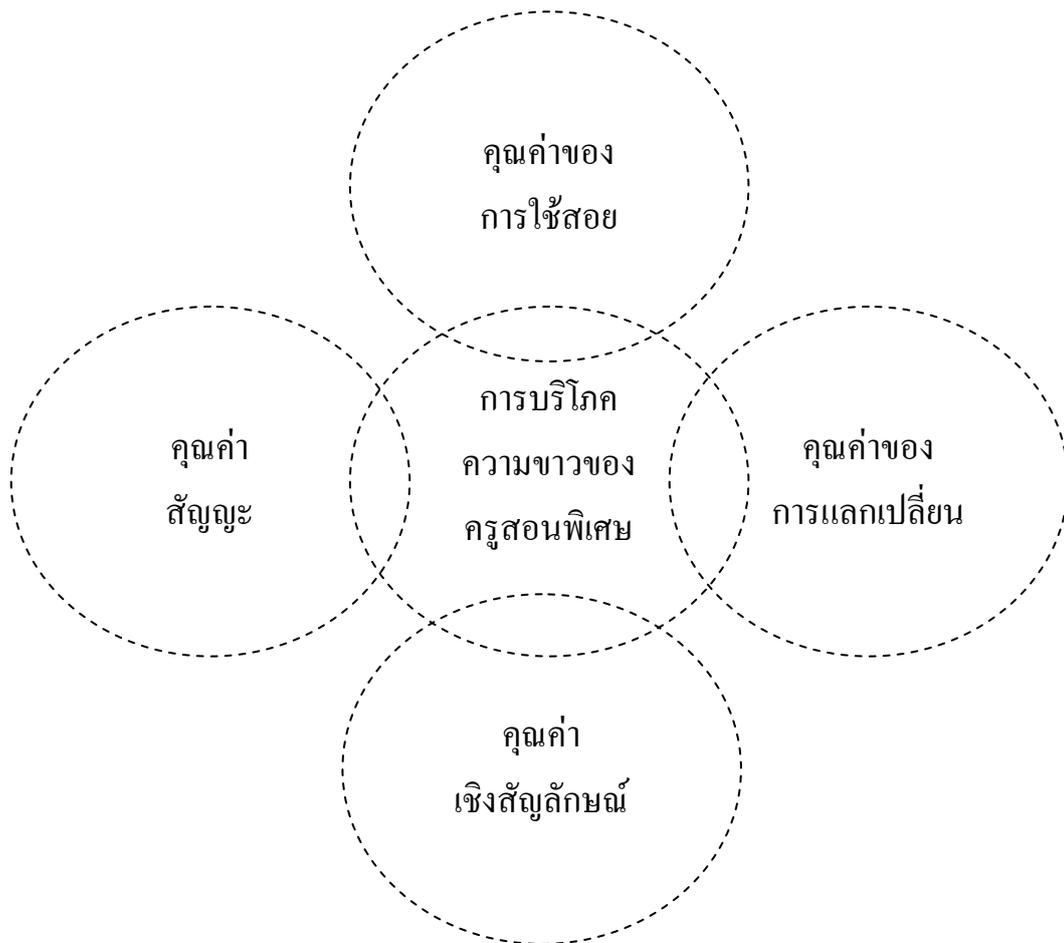
กาญจนาภรณ์ พลประทีป (2543) ศึกษาเรื่อง การบริโภคเชิงตรรกวิทยาในโฆษณาผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงแรงจูงใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อคุณภาพตามทฤษฎีตรรกวิทยาการบริโภค ซึ่งถูกถ่ายทอดออกมาในโฆษณาด้วยการใช้เทคนิคการนำเสนองานโฆษณาในรูปแบบต่างๆ และการใช้กลยุทธ์ในการจูงใจเพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดการบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพขึ้น

## 2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ต้องมีการไตร่ตรองและตัดสินใจ ซึ่งครูสอนพิเศษเป็นกลุ่มทางสังคมต้องเผชิญกับค่านิยมความขาวที่เป็นสิ่งแวดล้อมใหม่ห้อมล้อมตัวเขา ทำให้พวกเขาเชื่อว่าความขาวคือความปรารถนาสูงสุดของชีวิต และต้องการแสวงหาให้ได้มาซึ่งความขาว

อย่างไม่สิ้นสุด การได้มาของสินค้าส่วนหนึ่งเกิดจากระบวนการโฆษณาสินค้า อีกส่วนหนึ่งมาจากกลุ่มเพื่อนและทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ กระบวนการทำให้เป็นสินค้าความขาว เข้าครอบงำความคิดของครู ในการเลือกสรรการบริโภคและติดตามบริโภคอย่างต่อเนื่อง หากสินค้าความขาวตัวใดมาใหม่ ครูก็จะทดลองใช้

จากการประยุกต์แนวคิดของโบดริยาร์ดกับการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่า แนวคิดของโบดริยาร์ดเรื่องการวิจารณ์ของเศรษฐศาสตร์การเมืองแห่งสัญญาะ โดยนำมาสู่การศึกษาการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ เพื่อการวิเคราะห์ตรรกวิทยา 4 ประเภท คือ คุณค่าของการใช้สอย คุณค่าของการแลกเปลี่ยน คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญาะ ของครูสอนพิเศษหญิง ชายและหลากหลายเพศ ที่ตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าที่สัมพันธ์กับความขาว



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเข้าใจถึงการให้ความหมายในการบริโภคความงามของครูสอนพิเศษภายใต้กรอบแนวคิดตรรกวิทยาการบริโภค ในคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์

#### 3.1 การเลือกพื้นที่

การเลือกพื้นที่ในการศึกษาเลือกแบบเฉพาะเจาะจงในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่งที่จดทะเบียนกับกระทรวงศึกษาธิการ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นโรงเรียนที่มีครูผู้สอนเป็นจำนวนมาก

#### 3.2 ตัวอย่างศึกษา

ครูสอนพิเศษ มีเกณฑ์การเลือกตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

3.2.1 เป็นครูสอนพิเศษทั้งเพศหญิง เพศชาย และหลากหลายทางเพศ มีอายุระหว่าง 20-30 ปี จำนวน 14 คน จากจำนวนทั้งสิ้น 15 คน ที่สอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

การเลือกตัวอย่างที่เป็นครูสอนพิเศษ และใช้ผลิตภัณฑ์ความงาม ผู้วิจัยเป็นผู้คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และเลือกแบบ Snow ball sampling โดยเริ่มคัดเลือกจากครูที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์ความงามที่มีการพูดคุยกับผู้วิจัย จากนั้นทำการสอบถามถึงครูที่ใช้ และให้ครูผู้นั้นแนะนำครูสอนพิเศษคนอื่นๆต่อไป

3.2.2 เป็นครูสอนพิเศษที่มีระยะเวลาการสอน 1 ภาคการเรียน หรือ 4 เดือนขึ้นไป

3.2.3 เป็นครูสอนพิเศษที่ใช้ผลิตภัณฑ์ความงาม เป็นระยะเวลา 6 เดือนขึ้นไป

3.2.4 เป็นครูสอนพิเศษที่เต็มใจให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาเก็บข้อมูล 3 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 ถึง ธันวาคม 2556 ซึ่งระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ใช้เวลาทั้งหมด 3 เดือน เนื่องจากไม่สามารถนัดครูสอนพิเศษมาเก็บข้อมูลได้ตามกำหนดเวลา เพราะครูสอนพิเศษมีงานสอนพิเศษ เรียนหนังสือ ทำให้เวลาว่างไม่ตรงกันกับผู้วิจัย จึงให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นผู้กำหนดวัน และเวลา ตามความสะดวกของผู้ร่วมการวิจัย

### 3.3 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากผู้วิจัยเป็นครูสอนพิเศษเช่นเดียวกัน จึงมีความสนิทสนมกับกลุ่มตัวอย่าง มีความเป็นกันเอง มีความเป็นพี่เป็นน้อง โดยปกติทุกวันผู้วิจัยได้มีการพูดคุย ทักทาย เป็นที่ปรึกษา และรับฟังปัญหา มีความจริงใจ และให้ความช่วยเหลือ การทำงานร่วมกันมาเป็นเวลา 1-2 ปี หรือมากกว่านั้น ทำให้การเก็บรวบรวมข้อมูล ไม่มีอุปสรรคทั้งในด้านความสัมพันธ์ และการได้ข้อเท็จจริงของข้อมูล

การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้ใช้เวลาหลังเลิกสอน ซึ่งผู้ร่วมการวิจัยมีเวลาเพียงพอ และใช้ห้องเรียนซึ่งมีความเป็นส่วนตัวและสะดวกกับผู้เข้าร่วมการวิจัย

ในขั้นตอนการสัมภาษณ์ ผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นผู้กำหนดวัน เวลา ตามความสะดวกของผู้ร่วมการวิจัย กำหนดระยะเวลาการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งละ 45 นาที – 1 ชั่วโมง โดยใช้ห้องเรียนขนาดเล็กเป็นสถานที่ในการสัมภาษณ์ มีเครื่องคืม ขนมอบเคี้ยวระหว่างสัมภาษณ์ จึงเป็นการลดความอึดอัดใจ และผ่อนคลาย

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ครบตามวัตถุประสงค์ ซึ่งการสัมภาษณ์เชิงลึกครอบคลุมประเด็นต่างๆด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมถึงการสังเกตปฏิกิริยาของผู้เข้าร่วมการวิจัยระหว่างสัมภาษณ์ โดยการสังเกตการณ์ในขณะที่เก็บข้อมูลทุกครั้งในระหว่างการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์การสอนในห้องเรียนของครูสอนพิเศษ ทั้งบุคลิกภาพ ท่าทาง การสื่อสาร รวมถึงการพูดคุยโต้ตอบกับนักเรียนในห้องเรียน

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 ตัวผู้วิจัยซึ่งเป็นครูสอนพิเศษที่โรงเรียนกวดวิชา ทำให้ผู้วิจัยมีความสัมพันธ์รู้จักกับครูสอนพิเศษทุกคน ทำให้ไม่เป็นอุปสรรคในการที่จะได้ข้อมูลตรงตามความเป็นจริง

3.4.2 แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกที่เกี่ยวกับการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ ความคิดการบริโภคความขาว เพื่อประโยชน์ใช้สอย เพื่อการแลกเปลี่ยน เพื่อเชิงสัญลักษณ์ และสัญลักษณ์ แม้ว่าการสัมภาษณ์เชิงลึกในบางประเด็นของข้อความ ผู้เข้าร่วมการวิจัยอาจเข้าใจไม่ตรงกัน ผู้วิจัยได้ชี้แจงถึงข้อคำถาม และกระบวนการให้ความหมายจากคุณค่าการใช้สอย มาเป็นคุณค่าการแลกเปลี่ยน เพื่อเข้าสู่กระบวนการตีความคุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์ได้ แม้ว่า ผู้เข้าร่วมวิจัยบางคนไม่ได้ผ่านตรรกวิทยาการบริโภคครบทุกขั้นตอน ผู้วิจัยก็นำมาวิเคราะห์ ตามข้อเท็จจริงที่ปรากฏ เนื่องจากแนวคำถามของการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาตำรา แนวความคิด และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีความครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย และกรอบแนวคิดในการวิจัย ได้รับการตรวจสอบเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ความถูกต้องชัดเจน ความตรงเชิงเนื้อหาจากอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์

3.4.3 การใช้เทปบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ร่วมการวิจัย บันทึกเสียง เพื่อให้การสัมภาษณ์มีความต่อเนื่องและข้อมูลมีความสมบูรณ์ ผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนอนุญาตพร้อมทั้งลงนามในเอกสารการยินยอมการเข้าร่วมการวิจัย จากนั้นผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกย่อประเด็นสำคัญขณะสัมภาษณ์ และการถอดข้อมูลจากการบันทึกเสียง เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งต่อไป

3.4.4 เครื่องมือที่ใช้ในการสังเกตการณ์ระหว่างการสัมภาษณ์นั้น เป็นแบบบันทึกข้อมูลกิจกรรมที่เกี่ยวกับการบริโภคความขาว ได้แก่ การสืบค้นข้อมูลความขาว และการนำภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ที่ใช้มาให้ดู เป็นต้น พร้อมกับบันทึกการสังเกตระหว่างการสัมภาษณ์ เพื่ออธิบายลักษณะท่าทาง ปฏิกริยาระหว่างที่ผู้ร่วมการวิจัยให้ข้อมูล

### 3.5 จริยธรรมการวิจัย

ก่อนการเก็บข้อมูลผู้วิจัยได้แจ้งวัตถุประสงค์ของงานวิจัย การขออนุญาตผู้เข้าร่วมการวิจัยเข้าร่วมโครงการวิจัย ผู้วิจัยได้ชี้แจงแนวทางในการดำเนินการดังต่อไปนี้

3.5.1 ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้อำนวยการโรงเรียนกวดวิชา และแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องเก็บข้อมูลกับครูสอนพิเศษ การอธิบายแนวคำถามที่ไม่ส่งผลกระทบต่อเวลาทำงาน และหากผู้เข้าร่วมวิจัยมีความอึดอัดในการตอบคำถาม ผู้เข้าร่วมวิจัยสามารถถอนตัวออกจากโครงการวิจัยได้ โดยไม่มีผลต่อการทำงานในโรงเรียนกวดวิชาใดๆทั้งสิ้น

3.5.2 เมื่อได้รับการอนุญาตจากผู้อำนวยการ ผู้วิจัยซึ่งเป็นครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งเดียวกัน แจ้งต่อผู้ที่สมัครใจเข้าร่วมโครงการวิจัย ถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อใช้ประโยชน์ในทางวิชาการ และการวิจัยประกอบการศึกษาในระดับปริญญาโท แม้ว่าผู้วิจัยจะเป็นครูสอนพิเศษ มีความเป็นพี่เป็นน้องที่ร่วมทำงานด้วยกัน ผู้วิจัยก็ได้แจ้งผู้ร่วมการวิจัยทราบว่า ถ้าหากผู้เข้าร่วมวิจัยไม่สะดวกในการให้ข้อมูล ผู้วิจัยจะไม่เก็บข้อมูลโดยไม่ได้รับการยินยอม สามารถหยุดการสัมภาษณ์เมื่อไรก็ตามที่ผู้ร่วมการวิจัยต้องการ และผู้ร่วมการวิจัยไม่จำเป็นต้องตอบคำถามในทุกคำถามที่ผู้วิจัยถาม หากมีคำถามใดที่ผู้ให้ข้อมูลไม่สะดวกใจที่จะตอบ ผู้ร่วมการวิจัยสามารถยุติการให้ความร่วมมือในขั้นตอนนี้ของการวิจัย และขอข้อมูลคืนได้ตลอดเวลา และผู้วิจัยได้เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยได้ซักถามข้อสงสัย และข้อข้องใจเพิ่มเติม จนมีความเข้าใจ และเข้าร่วมโครงการด้วยความยินดี พร้อมทั้งลงนามในเอกสารการเข้าร่วมโครงการ โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยไม่ได้รับค่าตอบแทนใดๆ

3.5.3 ความเป็นส่วนตัว และการเก็บความลับ ผู้วิจัยได้ปกป้องข้อมูลการวิจัยที่ลดกระทบของผลการวิจัยต่อร่างกาย จิตใจ และบุคลิกภาพของผู้เข้าร่วมการวิจัย ด้วยการให้ผู้เข้าร่วมวิจัยลงนามในใบแสดงความยินยอมก่อนที่ข้อมูลการวิจัยออกเผยแพร่ ในการนัดหมายเวลาการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนัดวัน และเวลาไม่ต่อเนื่องกัน สำหรับการรักษาความลับ ผู้วิจัยได้ใช้ชื่อสมมติในการนำเสนอผลอย่างระมัดระวัง และภายหลังวิเคราะห์ข้อมูลเสร็จสิ้น ผู้วิจัยทำการลบข้อมูลในเทปทั้งหมดภายใน 6 เดือน

3.5.4 ผู้วิจัยได้อธิบายให้ผู้เข้าร่วมการวิจัย รับรู้ถึงประโยชน์และเป้าหมายร่วมกัน รวมถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากผลการวิจัยครั้งนี้ และอธิบายให้ทราบถึงความสำคัญ และตระหนักถึงการรู้ทันการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาวที่ส่งผลต่อสุขภาพ โดยผลการศึกษารั้งนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการด้านการเรียนการสอนแล้ว ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ความขาวที่โฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ควรได้รับการคัดกรองความปลอดภัยก่อนถึงผู้บริโภค

### 3.6 การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้ใช้การตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้แนวคิดที่เรียกว่า เทคนิคสามเส้า (Triangulation technique) ได้แก่

3.6.1 Data triangulation เป็นการตรวจสอบด้านข้อมูล การทวนซ้ำความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากผู้ร่วมการวิจัย โดยให้ผู้ร่วมการวิจัยตรวจสอบเพื่อความถูกต้องของข้อมูล เก็บข้อมูลประเด็นคำถามเดียวกันจากผู้ให้ข้อมูลคนเดียวกัน โดยวิธีการใช้ทวนซ้ำทั้งคำถามและคำตอบ เช่น

ความหมายของความขาวเชิงสัญลักษณ์เปลี่ยนเป็นจากคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน เป็นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ มาสู่คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ และนำข้อมูลที่ได้จากครูสอนพิเศษแต่ละคน ประมวลเป็นข้อคำถามให้ครูสอนพิเศษไปตีความ และแสดงความคิด เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของความหมายที่เหมือนและแตกต่าง ตลอดจนการให้เหตุผลของแต่ละคน

3.6.2 Theory triangulation การสร้างแนวคำถามใช้กรอบทฤษฎี เรื่องตรรกวิทยาการบริโกล พร้อมทั้งวิเคราะห์ และประมวลตามกรอบแนวคิดดังกล่าว หากมีบางประเด็นที่แตกต่างจากกรอบแนวคิด ผู้วิจัยนำประเด็นดังกล่าวมาอธิบายขยายความเพิ่มเติม นอกจากนี้การเก็บข้อมูลเป็นข้อมูลจากประสบการณ์ของครูสอนพิเศษแต่ละคน และเก็บข้อมูลในสถานที่เดียวกันทุกคน โดยผู้วิจัยเป็นเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ในเรื่องการบริโกลความขาว ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับตรรกะในกระบวนการของคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน เป็นคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ และคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ เช่น การมีเพื่อนชาย เพื่อนหญิง การมีรายได้เพิ่มขึ้น เป็นต้น

3.6.3 Methodological triangulation การตรวจสอบวิธีการเก็บข้อมูล ทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตครูผู้สอน กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการบริโกลความขาว เช่น การสืบค้นข้อมูล การนำผลิตภัณฑ์ของจริง และภาพถ่ายผลิตภัณฑ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ผลตามกรอบการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยได้ขออนุญาตจากครูสอนพิเศษเรียบร้อยแล้ว

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่ออธิบายสาระหรือข้อความที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์การบริโกลความขาวของครูสอนพิเศษ โดยเชื่อมโยงกับกรอบการวิจัย ตามคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์ โดยผู้วิจัยนำมาจัดเป็นกลุ่มการบริโกลความขาวได้แก่ กลุ่มคุณค่าการใช้สอย กลุ่มคุณค่าการใช้สอยมาสู่คุณค่าการแลกเปลี่ยน กลุ่มคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน และคุณค่าสัญลักษณ์ และกลุ่มคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ มาสู่คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ นอกจากนี้ผู้วิจัยยังนำข้อมูลมาวิเคราะห์เรื่องเหตุผลการบริโกลของครูสอนพิเศษในประเด็นการบริโกลเพื่อเลียนแบบ และเพื่อความแตกต่างจากคนอื่นในสังคม

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง มาตรการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามาตรการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชา ที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญา ซึ่งผลการศึกษา ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลโดยแบ่งเป็นดังนี้

- 4.1 ลักษณะทั่วไปของโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง
- 4.2 ลักษณะทั่วไปทางสังคม เศรษฐกิจของครูสอนพิเศษ
- 4.3 เหตุผลการมาเป็นครูสอนพิเศษ
- 4.4 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ
- 4.5 ผลจากการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ
- 4.6 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญา

#### 4.1 ลักษณะทั่วไปของโรงเรียนกวดวิชา

โรงเรียนกวดวิชาที่ศึกษาเป็นอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น จำนวน 2 อาคาร โดยแบ่งเป็นดังนี้ อาคารหลังแรกใกล้กับมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา เป็นอาคารเรียนสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา และการเรียนเดี่ยวแบบตัวต่อตัว โดยมีห้องเรียนทั้งหมด 13 ห้องเรียน แบ่งเป็นห้องเรียนเดี่ยว ขนาดรับนักเรียนได้ 1-4 คน จำนวน 5 ห้อง และห้องสอนรายวิชาที่สามารถรับนักเรียนได้ 10-30 คน จำนวน 8 ห้อง

อาคารหลังที่สอง ตั้งอยู่บริเวณตรงข้ามกับอาคารหลังแรก เป็นอาคารเรียนสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา มีห้องเรียนทั้งหมด 7 ห้อง แต่ละห้องสามารถรับนักเรียนได้ 20-80 คน

## 4.2 ลักษณะทั่วไปทางสังคม เศรษฐกิจของครูสอนพิเศษ

จากการเก็บข้อมูลครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง จำนวน 14 คน มีอายุระหว่าง 20-30 ปี อายุเฉลี่ย 24 ปี เป็นเพศชาย 8 คน และเพศหญิง 6 คน ส่วนใหญ่ทำงานสอนพิเศษในระหว่างที่ยังเรียนปริญญาตรี หรือปริญญาโท เพื่อนำรายได้จากการสอนพิเศษไปใช้จ่ายส่วนตัว โดยมีลักษณะทั่วไปทางสังคม และเศรษฐกิจ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

**แก้ว** (นามสมมติ) ชาย อายุ 21 ปี ตัวเล็ก สูงประมาณ 160 เซนติเมตร ผิวขาวออกเหลือง หน้าใส เป็นคนยิ้มง่าย อธิบายดี พูดจาไพเราะ กำลังศึกษาอยู่ที่คณะศิลปศาสตร์ เอกภาษาอังกฤษ สถานภาพโสด แต่มีแฟนที่เป็นผู้ชาย คบกันประมาณ 3 ปี แฟนเป็นรุ่นพี่ที่คณะเดียวกัน ก่อนหน้านี้ไม่เคยมีแฟนทั้งเพศหญิงและเพศชาย ตัวเองเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายเป็นโรงเรียนชายล้วนจึงไม่เคยมีแฟน ภูมิลำเนาเป็นคนจังหวัดสมุทรสาคร ปัจจุบันอาศัยอยู่หอพักให้เช่า เดือนละ 7,000 บาท

เหตุผลในการเป็นครูสอนพิเศษ เนื่องจากขณะนี้ยังเรียนหนังสือ อยากให้มีรายได้เพิ่ม จึงมีความคิดทำงานพิเศษ ด้วยการสอนพิเศษที่โรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่งบริเวณหน้ามหาวิทยาลัย และสอนมานาน 1 ปี

**ตุ้ย** (นามสมมติ) อายุ 22 ปี เพศชาย เป็นคนจังหวัดตรัง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาเทคนิคการแพทย์ ตุ้ยเป็นคนผิวสองสีออกแนวคล้ำ ไม่อ้วน ไม่ผอม สูงประมาณ 165 เซนติเมตร ภายนอกดูเป็นคนนิ่งๆ หากได้พูดคุยรู้จัก เป็นคนคุยเก่ง ร่าเริง สถานภาพโสด ไม่มีแฟน มีรสนิยมทางเพศชอบชายรักชาย คบกับรุ่นน้องที่คณะเดียวกัน ไม่ถึงขั้นที่เรียกว่าแฟน

การเข้ามาเป็นครูสอนพิเศษ ตอนขณะเรียนปริญญาตรี คิดอยากหารายได้พิเศษเพราะมีเวลาว่างหลังจากเลิกเรียน และคิดว่าตัวเองมีศักยภาพที่สอนคนอื่นได้ จึงได้เริ่มมาสอนพิเศษ และปัจจุบันกำลังศึกษาปริญญาโท จึงมีความคิดที่ทำงานพิเศษควบคู่ไปด้วยเพื่อมีรายได้เพิ่มเติมมากขึ้น ตุ้ยเริ่มต้นการสอนพิเศษที่โรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่งตั้งแต่ตัวเองเรียนมหาวิทยาลัยปีที่ 1 รวมตอนนี้เป็นระยะเวลา 4 ปี ด้วยเรียนมาทางด้านวิทยาศาสตร์ วิชาที่ได้รับผิดชอบสอน ส่วนใหญ่คือวิชาวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น และวิชา ชีววิทยา เคมี ของชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย

**รณ** (นามสมมติ) อายุ 30 ปี เพศชาย สถานภาพสมรส จบการศึกษาระดับปริญญาโท วิชา  
ชีววิทยา สูงประมาณ 175 เซนติเมตร ใบหน้าขาว แต่มีสิวและเห็นรอยหลุมที่เกิดจากสิวลได้อย่างชัดเจน  
รณเป็นคนอารมณ์ดี ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดจาชัดเจน เป็นผู้ชายที่ค่อนข้างแต่งตัว กึ่งแฟชั่น

การเริ่มต้นสอนพิเศษ หลังเรียนจบปริญญาตรี รณและเพื่อน(ชา) ร่วมกันเปิดโรงเรียน  
กวดวิชาเล็กๆ เพื่อสอนพิเศษเด็กๆในหมู่บ้าน ด้วยวิธีการสอนของรณที่สนุก ไม่เครียด มีมุขตลก  
ตลอดการสอน จึงทำให้เด็กๆเรียนแล้วสนุก ไม่น่าเบื่อ จนมีนักเรียนมาเรียนมากขึ้น จึงได้มีการขยับ  
ขยายโรงเรียนให้สามารถรับนักเรียนได้มากขึ้น โดยเช่าอาคารพาณิชย์จำนวน 2 คูหา และซื้ออาคาร  
พาณิชย์ 3 คูหา รวมระยะเวลาเปิดโรงเรียนประมาณ 8 ปี ปัจจุบันรณเป็นเจ้าของและเป็นครูสอน  
ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งเป็นการตรวจสอบเข้าระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในวิชาคณิตศาสตร์และ  
สังคม

**เอ็ก** (นามสมมติ) อายุ 25 ปี เพศหญิง สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี  
คณะวิทยาศาสตร์ เอกจุลชีววิทยา เอ็กเป็นผู้หญิงผิวคล้ำ ตาโต หน้าสวย คมเข้มคล้ายแจก แต่งตัวสวย  
ผอม สูงประมาณ 165 เซนติเมตร ใบหน้า ไม่มีสิว เน้นการแต่งหน้าด้วยเครื่องสำอาง ภูมิลำเนาเป็น  
คนกรุงเทพฯ บ้านอยู่ไม่ไกลจากโรงเรียนกวดวิชาที่สอนพิเศษอยู่ ตั้งแต่เรียนจบปริญญาตรีใหม่ๆ เอ็ก  
ได้ทำงานโรงงานอาหาร มีหน้าที่ควบคุมกระบวนการผลิตอาหารตามสาขาที่ได้เรียนมา แต่ด้วยไม่  
ชอบการทำงานประจำ ปัญหภายในองค์กร ไม่มีความสุขในการทำงาน ไม่มีเวลาเป็นของตัวเอง จึง  
ลาออกมาทำงานส่วนตัว

เอ็กสอนพิเศษ เริ่มจากการสอนเด็กรอบๆบ้าน 2-3 คน ต่อมามีเพื่อนแนะนำให้มาสอน  
ที่โรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง ได้รับผิดชอบสอนวิชาวิทยาศาสตร์ และคณิตศาสตร์ ระดับชั้น  
ประถมศึกษาปีที่ 4-5 มีนักเรียน 30 คน รวมระยะเวลาการสอน 2 ปี เนื่องจากเอ็กไม่ได้งานประจำ ทำให้  
สามารถรับงานสอนได้เต็มที่ มีทั้งงานสอนกลุ่ม เดี่ยว มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 15,000 บาทต่อเดือน  
และมีรายได้จากการสอนเด็กที่บ้านอีกเดือนละ 5,000 บาท หากมีเวลาว่างที่ไม่ได้สอนหนังสือ เอ็กจะ  
เรียนทำขนมปัง ทำให้มีรายได้จากการทำขนมขายอีกเล็กน้อย

**พงษ์** (นามสมมติ) อายุ 21 ปี เพศชาย กำลังเรียนปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 คณะ  
วิศวกรรมศาสตร์ สาขาวิศวกรรมโยธา สถานภาพโสด ไม่มีแฟน แต่มีคนคุยด้วย เรียกว่าเพื่อนสนิท  
ภูมิลำเนาเป็นคนกรุงเทพฯ เวลาไปเรียนเช่าหอพักอยู่กับเพื่อนหน้ามหาวิทยาลัย เพราะมหาวิทยาลัยอยู่  
ไกลจากบ้าน พงษ์มีรูปร่างผอม ไม่ค่อยแต่งตัว ผิวคล้ำ บุคลิกนิ่งๆ เครื่องขรึม ไม่ค่อยพูดเล่นกับใคร

การเริ่มต้นสอนพิเศษ พงษ์ต้องการหารายได้เพิ่มเติม จึงเริ่มต้นด้วยการสอนพิเศษ  
รับผิดชอบสอนวิชาคณิตศาสตร์และฟิสิกส์ ทั้งระดับมัธยมศึกษาตอนต้น-ตอนปลาย สอนแบบกลุ่ม

และเดี่ยว รวมระยะเวลาประมาณ 2 ปี มีรายได้จากการสอนพิเศษประมาณ 5,000 บาทต่อเดือน นอกจากนี้ยังมีรับงานพิเศษเป็นงานรับออกแบบบ้าน อีกรายละ 5,000 บาท แต่โดยปกติที่บ้านให้เบี้ยเลี้ยงค่าขนมอยู่แล้วเดือนละ 7,000 บาท

**กฤษณ์** (นามสมมติ) อายุ 20 ปี เพศชาย สถานภาพโสด เป็นคนกรุงเทพฯ กำลังเรียนชั้นปีที่ 3 คณะศิลปศาสตร์ เอกภาษาอังกฤษ มีรสนิยมทางเพศแบบชายรักชาย กฤษณ์มีบุคลิกเป็นคนร่าเริง อารมณ์ดี พุดตลก กฤษณ์เป็นคนรูปร่างใหญ่ สูงประมาณ 165 เซนติเมตร ตัวอ้วน ผิวสองสี ผมหยิกฟู ใส่แว่นตาหนา

การเริ่มสอนพิเศษ กฤษณ์มีความคิดที่อยากจะพัฒนาศักยภาพด้านการสอนหนังสือ อยากให้เด็กๆได้รับความรู้ใหม่ๆที่ไม่ได้รับจากโรงเรียน โดยสอนพิเศษมานาน 1 ปีครึ่ง เขารับผิดชอบสอนวิชาภาษาอังกฤษ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 3 มีนักเรียนประมาณ 40 คน ด้วยบุคลิกที่ตลก ขบขัน และเป็นกันเองทำให้เป็นที่ชื่นชอบของนักเรียน และยังได้รับมอบหมายให้ไปสอนนอกสถานที่ตามโรงเรียนต่างๆด้วยเช่นกัน

**นั้ม** (นามสมมติ) ผู้หญิง อายุ 26 ปี กำลังเรียนปริญญาโท เป็นคนสามพราน จังหวัดนครปฐม นั้มมีผิวขาวเหลือง สูงประมาณ 160 เซนติเมตร ไม่อ้วนไม่ผอม ลักษณะการแต่งกายจะแต่งตัวสวยงาม แต่งหน้า นั้มอารมณ์ดี ยิ้มแย้มกับคนทั่วไป พุดจาไพลเราะ ปัจจุบันทำงานเป็นพนักงานราชการ นักวิชาการสาธารณสุข ด้วยงานประจำนั้มต้องทำงานที่สนามบินดอนเมือง จึงหาห้องพักใกล้กับสถานที่ทำงาน นั้มมีสถานภาพโสด มีแฟน และมีเพื่อนผู้ชายที่รู้จักกันทางอินเทอร์เน็ต

ระหว่างที่นั้มเรียนปริญญาโท ได้เริ่มมาสอนพิเศษที่โรงเรียนกวดวิชาเพราะต้องการหารายได้พิเศษ ด้วยความที่นั้มเป็นคนชอบแต่งหน้า แต่งตัว รักสวยรักงาม จึงอยากหารายได้เพิ่มเติมจากเงินเดือนจากงานประจำ นั้มได้เริ่มสอนพิเศษประมาณ 3 ปี สอนวันเสาร์และอาทิตย์ ในวิชาคณิตศาสตร์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 2 มีนักเรียนประมาณ 50 คน และบางวันในวันธรรมดาตอนเย็นๆหลังเลิกงาน จะรับสอนพิเศษนักเรียนที่บ้านอยู่ใกล้กับห้องพัก ด้วยรายได้จากเงินเดือนประจำและค่าสอนพิเศษ อยู่ที่ประมาณ 30,000 บาท

**ก๊ิบ** (นามสมมติ) อายุ 23 ปี เพศหญิง เป็นคนเจ้าเนื้อ ไม่อ้วนมาก ผิวขาวเหลือง สูงประมาณ 155 เซนติเมตร บุคลิกเป็นคนร่าเริง อารมณ์ดี หัวเราะเสียงดัง ภูมิลำเนาเป็นคนบางบัวทอง จังหวัดนนทบุรี ตอนนี้อยู่กำลังศึกษาในระดับปริญญาโท โดยเช่าห้องพักที่อยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัย สถานภาพโสด ไม่มีแฟน

การเข้ามาเป็นครูสอนพิเศษ ก็ต้องการทำงานพิเศษ หารายได้เพิ่มเติมจากค่าขนมในแต่ละเดือนที่แม่ให้มา และเพื่อนแนะนำให้ลองมาสอนพิเศษ โดยใช้เวลาวางจากการเรียนปริญญาโทในวันธรรมดาตอนเย็น และวันเสาร์-อาทิตย์ ปัจจุบันรับผิดชอบสอนวิชาภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และสังคม ให้นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4-5 ด้วยบุคลิกของก๊ีบที่อารมณ์ดี หัวเราะง่าย เด็ดๆจึงชอบวิธีการสอนของครูก๊ีบ รายได้จากการสอนพิเศษ เฉลี่ยอยู่ที่ 10,000 บาทต่อเดือน และค่าขนมที่แม่ให้อีกเดือนละ 7,000 บาท ก๊ีบจะต้องรับผิดชอบค่าเช่าหอพัก ค่ากิน ค่าใช้จ่ายต่างๆด้วยตัวเอง

**ดีฟ** (นามสมมติ) เพศชาย อายุ 23 ปี เป็นคนจังหวัดน่าน กำลังศึกษาปริญญาโทที่คณะวิทยาศาสตร์ ดีฟเป็นคนผิวขาว สูงประมาณ 175 เซนติเมตร หน้าใส ใส่แว่นสายตา อารมณ์ขัน ชอบเล่น หยอกล้อคน เช่าหอพักใกล้กับคณะแพทยศาสตร์ ดีฟมีสถานภาพโสด มีแฟนแล้ว ก่อนหน้านี้เคยมีแฟนหลายคน

การเริ่มต้นสอนพิเศษ ดีฟมีความฝันอยากเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย เขาตั้งใจว่าหากเรียนจบปริญญาโท อยากทำงานเป็นอาจารย์เต็มตัว ตอนนี้จึงได้เริ่มต้นฝึกหัดการสอนจากการเป็นครูสอนพิเศษว่าตัวเองมีความชอบเป็นครูจริงหรือไม่ ด้วยที่เรียนปริญญาตรีและโททางด้านวิทยาศาสตร์ เอกคณิตศาสตร์ ดีฟได้รับผิดชอบสอนวิชาคณิตศาสตร์ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 และ 3 มีนักเรียนประมาณ 60 คนต่อห้อง แม้ว่าตอนนี้เขาสอนหนังสือได้เพียง 10 เดือน เขาก็ยังชอบการสอนหนังสือมากขึ้น เพราะได้เจอนักเรียนที่หลากหลาย มีความรู้สึกดีที่เห็นนักเรียนตั้งใจเรียน ตั้งใจฟังเขาพูด และเห็นนักเรียนเรียนแล้วเข้าใจ

**มายด์** (นามสมมติ) หญิง อายุ 24 ปี จบการศึกษาปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์เอกภาษาไทย มายด์เป็นคนตัวเล็ก ผอม ผิวขาวเหลือง ตาโต สูงประมาณ 156 เซนติเมตร หน้าใสขาว แต่งตัวสวยเสมอ บุคลิกอึดอัด ยิ้มง่ายเมื่อเจอกับคนอื่น มีภูมิลำเนาเป็นคนกรุงเทพฯ สถานภาพโสด แต่มีแฟนแล้วที่คบกันตั้งแต่สมัยเรียนปริญญาตรี ปัจจุบันทำงานเป็นเจ้าหน้าที่สื่อสารที่ช่องสถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่ง ลักษณะงานคล้ายกับการเป็นประชาสัมพันธ์ เธอจึงต้องดูแล และแต่งตัวให้ตัวเองดูดีเสมอ

การเริ่มต้นสอนพิเศษ ขณะที่มายด์เรียนปริญญาตรี แฟนของมายด์ได้ชวนเธอมาสอนพิเศษ เพื่อหารายได้พิเศษด้วยกัน เธอจึงมาเป็นเพื่อน มายด์เริ่มต้นสอนพิเศษด้วยกลุ่มเล็ก นักเรียนที่ต้องการเรียนแบบตัวต่อตัว จนกระทั่งเธอเป็นที่ขึ้นชชอบของนักเรียน จึงได้มาสอนนักเรียน วิชาภาษาอังกฤษ ภาษาไทย และสังคมของระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 2-3 มายด์ทำงานสอนพิเศษมานาน 2 ปี แม้ว่าเรียนจบปริญญาตรีเธอก็ยังรับงานสอนพิเศษต่อเนื่อง โดยมีรายได้จากการสอนพิเศษเฉลี่ยเดือนละ 6,000 บาท รายได้จากงานประจำ ประมาณ 16,500 บาท ทำให้เธอมีเงินเก็บมากขึ้น

**บุ้ม** (นามสมมติ) หญิง อายุ 24 ปี กำลังศึกษาชั้นปีที่ 6 คณะสัตวแพทย์ บุ้มมีรูปร่างผอม สูง 160 เซนติเมตร ผิวขาวเหลือง หน้าเป็นสิวลเล็กน้อย แต่ปกปิดด้วยเครื่องสำอาง มีบุคลิกภาพเป็นคนนิ่งๆ ไม่ค่อยยุ่งกับใคร มีภูมิลำเนากรุงเทพฯ เดินทางไปกลับจากบ้านมาเรียนที่มหาวิทยาลัย สถานภาพโสด แต่มีแฟนแล้ว

บุ้มสอนพิเศษได้ประมาณ 3 ปี วิชาที่ถนัดคือ ชีววิทยา เคมี และวิทยาศาสตร์ ม.ต้น สาเหตุที่มาสอนพิเศษเพราะต้องการหารายได้เพิ่ม และมีเพื่อนแนะนำให้มาลองสอนหนังสือ

**เอ็น** (นามสมมติ) ชาย อายุ 25 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ เอ็นเป็นคนอ้วน ผิวสองสี สูงประมาณ 170 เซนติเมตร เป็นคนกรุงเทพฯ แต่ตอนเรียนมหาวิทยาลัย เข้าหอพักใกล้กับมหาวิทยาลัย เพื่อสะดวกในการเดินทาง สถานภาพโสด ไม่มีแฟน

การเริ่มต้นสอนพิเศษ ด้วยความที่เอ็นเป็นคนเรียนดีตั้งแต่สมัยเรียนปริญญาตรี จึงได้รับมอบหมายจากเพื่อนในคณะให้สอนหนังสือแก่เพื่อนๆ รุ่นเดียวกัน เพื่อติวสอบทุกครั้ง เขามีความสุขที่ได้อธิบายให้คนอื่นเข้าใจ เขาจึงมีความคิดที่อยากจะสอนพิเศษ และต้องการหารายได้เพิ่มเติม เอ็นได้รับผิดชอบสอนวิชาคณิตศาสตร์ทั้งระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลาย วิชาฟิสิกส์ จนตอนนี้สอนพิเศษเป็นเวลา 4 ปีแล้ว เขาคิดว่าตัวเองต้องพัฒนา และหาวิธีการสอนใหม่ๆ เพื่อให้ นักเรียนสนใจเขามากที่สุด

**ชา** (นามสมมติ) ชาย อายุ 28 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาโทด้านจิตวิทยา ชาเป็นคน สูงประมาณ 170 เซนติเมตร ผิวขาวเหลือง ไม่อ้วนไม่ผอม หน้าใสและขาว ชาเป็นเกย์ มีรสนิยมทางเพศชอบชายรักชายโดยเฉพาะเพื่อนชาวต่างชาติ ภูมิลำเนาเป็นคนกรุงเทพฯ สถานภาพโสด แต่มีแฟนที่เป็นผู้ชายด้วยกันหลายคน ทั้งคนไทย และชาวต่างชาติ

การเริ่มต้นสอนพิเศษ ชาได้ร่วมลงทุนกับรณเปิดโรงเรียนกวดวิชา ตั้งแต่ตอนเรียนจบปริญญาตรี ด้วยความที่ชาเป็นคนชอบสอน ชอบพูด และมีความฝันอยากเป็นอาจารย์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันชาเป็นเจ้าของ และเป็นครูสอนวิชาภาษาอังกฤษ เพราะเป็นวิชาที่เขาถนัดมากที่สุด ด้วยบุคลิกที่เขาเป็นหลากหลายทางเพศทำให้มีลีลาการสอนที่สนุก ตลก จึงเป็นที่ชื่นชอบของนักเรียน

**คิท** (นามสมมติ) หญิง อายุ 29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และกำลังศึกษาปริญญาโท คิทเป็นคนผิวขาวเหลือง ตัวเล็ก สูงประมาณ 150 เซนติเมตร ตาโต ยิ้มง่าย ชอบแต่งตัวสวยงาม ภูมิลำเนาเป็นคนจังหวัดเพชรบุรี ปัจจุบันเข้าหอพักใกล้มหาวิทยาลัย สถานภาพโสด แต่มีแฟนแล้ว

การเริ่มสอนพิเศษ ก็ต้องการหารายได้พิเศษ โดยเพื่อนได้แนะนำให้มาสอนที่นี่ ก็ได้รับผิดชอบวิชาคณิตศาสตร์ ทั้งระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เพื่อเตรียมสอบเข้า ม.1 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เธอได้สอนพิเศษเป็นเวลา 3 ปี มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 13,000 บาทต่อเดือน และทางบ้านยังให้ค่าขนมอีกเดือนละ 10,000 บาท

#### 4.3 เหตุผลการเป็นครูสอนพิเศษ

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกครูสอนพิเศษจำนวนทั้งหมด 14 คน โดยพบเหตุผลที่ครูสอนพิเศษต้องการสอนพิเศษ สาเหตุหลักคือ ต้องการมีรายได้เพิ่มเติม อยากมีรายได้พิเศษ หรือ เป็นคนชอบพูด ชอบสอนหนังสือ ซึ่งอาชีพครูเป็นอาชีพที่มีเกียรติ สามารถสร้างมูลค่าแลกเปลี่ยนให้เป็นมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ได้ เพื่อเป็นการเปลี่ยนสถานภาพของตน

- มีอิสระในการใช้เงินที่หาได้ด้วยตนเอง

ครูสอนพิเศษส่วนใหญ่ต้องการมีรายได้เพิ่มเติมจากค่าขนมที่ทางครอบครัวให้มาในแต่ละเดือน ส่วนใหญ่ครูสอนพิเศษยังเรียนหนังสือระดับปริญญาตรีจึงเลือกที่จะสอนพิเศษ เป็นอีกทางที่จะได้เงินค่าสอน หรือ ครูบางคนหารายได้เพิ่มจากการได้รับงานเดือนประจำ การสอนพิเศษทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เงินส่วนนี้ทำให้การจับจ่ายใช้สอยเป็นไปอย่างอิสระ โดยไม่ได้รับกวนทางบ้าน หรือ ภาระของครอบครัว

“เงินค่าสอนที่ได้ ก็เอาไปซื้อเครื่องสำอาง เสื้อผ้า จ่ายค่าหอ เงินเดือนๆหนึ่งก็หมดแหละ ใช้จ่ายเยอะ กินก็เยอะ เลยต้องมาสอนหนังสือหาเงินอีกทางหนึ่ง ”

(นันทิ อายุ 26 ปี)

“อยากหารายได้เสริมระหว่างเรียน อีกอย่างไม่รู้ไปทำงานอะไรดี เพื่อนมาทำก่อนหน้านี้อยู่แล้ว ก็มาชวน แล้วเราก็ชอบสอนอยู่แล้วเลยมาทำดู ”

(กนิบ อายุ 23 ปี)

- เป็นอาชีพที่มีเกียรติ

อาชีพครูเป็นอาชีพที่ถือเป็นอาชีพในฝัน ที่มีเกียรติ สามารถสร้างอนาคตของเด็กนักเรียนได้ และยังได้รับความเคารพ ความน่าเชื่อถือจากนักเรียน และผู้ปกครอง หรือคนทั่วไป

“หนูคิดว่า มาเป็นครูสอนพิเศษ รู้สึกว่าตัวเองดูดีขึ้น เพราะอาชีพนี้มีเกียรติ ขนาดเราเป็นเด็ก ผู้ปกครองให้ยังเกียรติ ให้ความเคารพยกมือไหว้ เวล่านักเรียนเรียกเราว่า ครู รู้สึกดีมาก ภูมิใจ”

(คิท อายุ 29 ปี)

#### ▪ เป็นการฝึกสมาธิ

การที่ได้มาสอนพิเศษ ถือว่าเป็นการผ่อนคลายความเครียด เหมือนกับการได้ฝึกสมาธิ ตั้งใจสอนหนังสือ ไม่คิดเรื่องอื่น ไม่คิดฟุ้งซ่าน ทำให้รู้หน้าที่ของตนเอง

“ คิดว่า ตัวเองมีโอกาสได้สอนหนังสือ และคิดว่าบางทีการสอนคนอื่นก็เหมือนเป็นการฝึกสมาธิไปในตัว มีสมาธิในการสอนหนังสือ การได้คุยกัน ช่วยแก้เหงาได้ด้วย คลายเครียดดี ”

(ตุ้ย อายุ 22 ปี)

#### ▪ หลุดพ้นจากความกดดันของเวลาและกฎระเบียบ

ครูสอนพิเศษบางคนได้ลองทำงานตามสายอาชีพที่ได้เรียนจบระดับปริญญาตรี จากการ ทำงานประจำ เจอปัญหาอุปสรรค ภาวะความกดดันจากงานและเพื่อนร่วมงาน ทำให้ลาออกจากงานประจำ หันมาทำงานสอนพิเศษเพียงอย่างเดียว

“ ตั้งแต่เรียนจบ ก็ลองไปหางานตามสายที่เรียนมา ทำไปได้สักพักหนึ่ง รู้สึกว่า ไม่ชอบ ไม่มีความสุข ไม่มีเวลาเป็นของตัวเอง ต้องตื่นตั้งแต่เช้าไปทำงาน วันๆอยู่แต่ที่ทำงาน เลิกงานกลับมาถึงบ้านก็มีดแล้ว เลยคิดว่าตัวเองไม่เหมาะกับงานประจำ ก็เลยลาออก ปรึกษากับแม่แล้วไม่ว่าอะไร พอดีกับเพื่อนแนะนำให้ลองมาสอนพิเศษดู เพราะรายได้ดีเหมือนกัน ”

(เอ็ก อายุ 25 ปี)

“ เคยทำงานเป็นครูประจำนะ ได้สอนอยู่โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่ง ประมาณ 3 เดือนก็ลาออก ต้อง มาแต่เช้า กลับทีหลัง แล้วมานั่งคิด งานนี้คงไม่เหมาะกับเรา ก็ลาออก แต่ยังชอบงานสอนอยู่ เลยตัดสินใจมาสอนพิเศษดีกว่า เพราะทำงานตามวัน เวลาที่เราสะดวก แล้วรับผิดชอบในงานที่สอนเท่านั้น สบายใจกว่าเยอะ”

(เอิ้น อายุ 25 ปี)

### ■ มีบุคลิกภาพที่เอื้อต่อการเป็นครู

ครูสอนพิเศษหลายคน มีบุคลิกภาพที่ชอบพูด พูดเก่ง กล้าแสดงออก อารมณ์ดี รักเด็ก ชอบพูดชอบอธิบาย และมีความเชื่อมั่นในศักยภาพภาพของตนเอง ซึ่งบุคลิกภาพเช่นนี้ ประกอบกับ เจตนาที่อยากเป็นครู มีความรักในอาชีพครู สามารถทำให้การเป็นครูสอนพิเศษเป็นเรื่องที่ง่าย ยิ่งขึ้น เพราะการสอนพิเศษต้องมีการสอนสนุก ไม่น่าเบื่อ ทำให้มีความต่างจากโรงเรียนทั่วไป

“ เป็นคนชอบพูด อารมณ์ดี และชอบทำกิจกรรมสมัยเรียนมาโดยตลอด พอเรียนจบปริญญาตรี ก็คิดว่าตัวเองทำงานอะไรดีที่เหมาะสมกับเรา เพราะเราชอบพูด ก็คิดว่า การเป็นครูน่าจะเหมาะสมมากที่สุด โดยเริ่มจากเป็นครูสอนพิเศษ เปิดสอนเด็กกลุ่มเล็กๆ จนขยายเป็นอาคารพาณิชย์ มีนักเรียนเพิ่มมากขึ้น เพราะชอบใจการสอนแบบตลกๆ ไม่น่าเบื่อ ”

(รณ อายุ 30 ปี)

“ ผมเป็นคนชอบสอน ชอบอธิบายให้คนอื่นเข้าใจ เห็นคนอื่นสำเร็จได้เพราะเรามันรู้สึกมีความสุข ปกติแล้วผมสอนเพื่อนคณะมาเยอะอยู่ราวๆ 50-70 คน ยิ่งได้มาสอนเด็กๆที่อยากเรียนกับผม ยังมีกำลังใจมากขึ้นก็จะสอนให้เต็มที่ ”

(เอิน อายุ 24 ปี)

“ โดยส่วนตัว ตัวเองคิดว่าอยากสอนเด็ก อยากพัฒนาศักยภาพด้านการสอน หนังสือของตัวเองด้วย อยากให้ความรู้เล็กๆ อยากให้ได้ความรู้ที่ไม่ได้รับจากครูที่โรงเรียน ”

(กฤษฎณ์ อายุ 20 ปี)

### ■ ใช้เวลาว่าง ที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่า

การทำงานสอนพิเศษ ต้องทำงานในวันเวลาหลังที่นักเรียนเลิกเรียน คือ ช่วงเวลาตอนเย็น หรือวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ครูสอนพิเศษต้องเสียสละเวลาที่ต้องพักผ่อน มาทำงาน ซึ่งสิ่งที่ได้แน่นอนคือ รายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าได้จากเวลาการสอน มาแปรเปลี่ยนเป็นเงินที่ให้ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

“ การที่มาทำงานสอนพิเศษ เพราะเราชอบอยู่แล้ว คิดว่าเป็นงานที่เราทำได้ แล้วเราก็ต้องใช้เงิน ถึงแม้ต้องทำงานในวันหยุดก็ยอม ”

(กิบ อายุ 23 ปี)

“งานสอนพิเศษ สำหรับนึม เฉยๆมากนะ ที่ทำเพราะอยากได้ดั่งค์เยอะๆ ที่ทำงานนี้ เพราะมันเป็นอาชีพเสริม ไม่ต้องใช้เงินลงทุนอะไรเลย ไม่ต้องไปเป็นแรงงาน แต่งานนี้เป็นงานใช้สมองที่มีค่าตอบแทนสูง ”

(นึม อายุ 26 ปี)

“ มาสอนหนังสือเพราะว่า บิ๊ก(แฟน)ชวนมาเป็นเพื่อน เพราะเวลาบิ๊กมาสอน มาดจะได้อะไรด้วย อีกคนมานั่งรอกันและกันคะที่ อีกร้อยกแล้วบิ๊กมีก็ัก จะได้อะไรด้วย อยู่ตลอด แถมยังได้เงินอีก ผลคือมีเงินเยอะขึ้น ไม่อยากกลับบ้าน ”

(มายด์ อายุ 24 ปี)

จากคำตอบเหตุผลของการเป็นครูสอนพิเศษพบว่า ครูสอนพิเศษต่างมีเหตุผลที่ไม่เหมือนกัน ส่วนใหญ่มีความต้องการในรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากเงินเดือนประจำ หรือค่าขนมที่ผู้ปกครองให้มา เพื่อต้องการอิสระในการใช้จ่ายส่วนตัวจากเงินที่หาได้ด้วยตนเอง โดยเอาเวลาว่างหรือเวลาพักผ่อนมาทำงานพิเศษด้วยการสอนหนังสือ หรือด้วยบุคลิกภาพของครูสอนที่พูดเก่ง กล้าแสดงออก ชอบสอนหนังสือ จึงเลือกมาทำงานด้วยการสอนพิเศษด้วยเช่นกัน

ครูสอนพิเศษได้นำคุณค่าจากตัวเอง ลักษณะบุคลิกภาพของตนเองมาทำงานสอนพิเศษ มาแลกเปลี่ยนกลายเป็นเงิน ค่าตอบแทนจากการสอนพิเศษ ลดความเครียด ลดความกดดัน และสิ่งที่ได้มากกว่าเงินทอง นั่นคือ ครูกลุ่มนี้ได้อิสระจากการใช้เงิน โดยไม่ได้รับกวนจากครอบครัว เพิ่มเติม การสอนพิเศษทำให้ได้แสดงความสามารถโดยใช้พื้นที่ของโรงเรียนกวดวิชา มีความเป็นครูมากขึ้นที่ต้องการเห็นนักเรียนประสบความสำเร็จ การได้รับการยอมรับ ความน่าเชื่อถือจากเพื่อน นักเรียน และผู้ปกครอง อีกทั้งยังเป็นการฝึกความรับผิดชอบในการทำงาน การตรงต่อเวลาอีกด้วย และการได้รู้จักเพื่อนใหม่ที่ทำงานสอนพิเศษด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นเพศหญิง เพศชาย หรือหลากหลายทางเพศ

#### 4.4 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ

การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ส่วนใหญ่เป็นการบริโภคที่ซ้ำซาก และการบริโภคความขาวส่วนใหญ่ไม่ใช่แค่การเสพวัตถุ สิ่งที่ใช้เท่านั้น แต่ยังแฝงเรื่องสัญญาเข้าไปไว้ด้วย เพื่อนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ ซึ่งในการบริโภคนี้อบรมดิยาร์ดได้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังต่อไปนี้

**4.4.1 การบริโภครูปแบบการเลียนแบบ (Imitation)** เป็นการบริโภครูปแบบที่เราเหมือน เช่นเดียวกับกับคนอื่นที่อยู่ในสังคมเดียวกัน ซึ่งในการบริโภครูปแบบความขาวของครูสอนพิเศษส่วนใหญ่ เป็นการเลือกบริโภครูปแบบให้ตนเองเหมือนกับคนอื่น เช่น มีเพื่อนแนะนำให้ใช้ จึงใช้ตามเพื่อน ออก หล่อ สวยเหมือนศิลปิน ดารา นักร้อง เป็นต้น

- **ถามคนที่เคยใช้มาก่อน หรือ เพื่อน คนรู้จักแนะนำ**

การได้รับการแนะนำจากเพื่อน หรือคนรู้จัก เป็นเหตุผลสำคัญที่ครูสอนพิเศษได้เลือก บริโภครูปแบบความขาว เพราะเพื่อนลองใช้แล้วดี ทำให้มีความกล้าที่จะลองใช้ โดยไม่ต้องตัดสินใจมากนัก เพื่อนจึงมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ แม้ว่าราคาอาจจะแพงมากก็ตาม

“ ส่วนใหญ่ครีมที่ใช้ มาจากเพื่อนทั้งนั้นเลย เพื่อนแนะนำแล้วบอกว่าดี ก็เลยใช้ ตามเพื่อน บางอย่างเห็นโฆษณา ไปถามเพื่อน แล้วมันก็บอกว่าโอเค เลยยิ่งกล้าใช้ เพราะมันเป็นคนไม่มีสิ่ว ใช้อะไรก็ได้ที่นั่นกระจำใส ”

(มายด์ อายุ 24 ปี)

“ ตอนแรกที่ใช้ครีมลอรีอัล จริงๆไม่ค่อยกล้าใช้เพราะเราเด็กอะ รู้สึกว่ามันแพง กระปุกละ 500 บาท แต่เพื่อนเชียร์ คือเพื่อนใช้ก่อนแล้วบอกว่า ดี ก็เลยลองใช้ พอ มาใช้ก็ดีนะ ”

(ก๊ิบ อายุ 23 ปี)

“ เห็นเพื่อนหน้าขาว หน้าใส เหมือนแบบว่าหน้าไม่มีรอยอะไรเลย ก็เลยไปถามว่า ใช้ครีมอะไรอยู่ เพื่อนบอกใช้สมูทตี้ครีม ก็ใช้ตามเลย โดยไม่ได้คิด ”

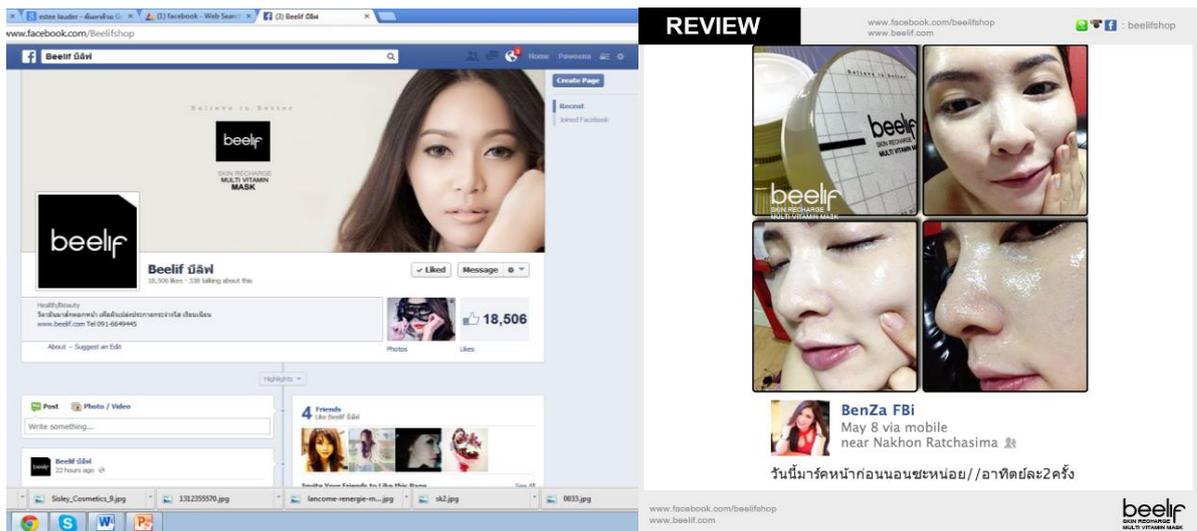
(นึม อายุ 26 ปี)

เพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลกับครูสอนพิเศษในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว หากเพื่อนแนะนำว่า ผลิตภัณฑ์นี้ดี ครูสอนพิเศษจะมีการเลือกใช้โดยทันที โดยไม่ได้มีการไตร่ตรอง หรือตัดสินใจมากนัก แม้ว่าสินค้านั้นมีราคาแพง ก็ยอมลงทุน เพื่อให้ได้มาเพื่อความขาว

- **การเลียนแบบ ศิลปิน ดารา นักร้อง และการโฆษณา**

ในกระแสปัจจุบันได้มีการนำดารา นักแสดง นักร้อง หรือพริตตี้ มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ โฆษณาสินค้าผลิตภัณฑ์ความขาวเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจกับลูกค้า หรือแม้กระทั่งดารา นักแสดง

เหล่านี้ได้มีการทำผลิตภัณฑ์ความขาวออกมาจำหน่ายด้วยตัวเอง สร้างความน่าเชื่อถือ ยิ่งเป็นแรงกระตุ้นให้ซื้อสินค้ามากขึ้น จนทำให้ครูสอนพิเศษหลงอยู่ในคุณค่าของสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นจากภาพตัวแทนผ่านสื่อโฆษณา



รูปที่ 4.1 ภาพตัวอย่างดารา นักแสดง นักร้อง หรือพริตตี้ เป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณา



รูปที่ 4.2 ภาพตัวอย่างดารา นักแสดง นักร้อง หรือพริตตี้ เป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณา

“ เอ็ก ชอบดูรายการช่อง 8 ทางเคเบิลทีวี มันจะมีรายการปากโป้งและมีโฆษณา เครื่องสำอางยี่ห้อพลาสติกเบอร์รี่พอดี้ โดยมีหนุ่มกรรชัยเป็นพิธีกร แล้วหนุ่มก็พูดว่าเค้าใช้ครีมนี้อยู่ มันดีมาก เขาเอารูปตอนใช้ครีมมาโชว์ด้วย ซึ่งหนุ่มไม่ได้เป็นพิธีกรเหมือนเอ็ก เอ็กก็คิดว่า น่าสนใจ หนุ่มยังใช้เลย อาจจะดี ก็เลยหาข้อมูล สั่งมาลองใช้ดูมั่ง ”

(เอ็ก อายุ 25 ปี)

“เราเป็นคนชอบเล่นอินสตาแกรม ติดตามดาราเยอะมาก แล้วไปเจอ ดีเจนุ้ย อีเอฟ เอ็ม เขาขายครีมหน้าเด็ก ทำให้หน้าขาวใสเหมือนเด็ก เราเห็นว่า เขาเป็นดารา มีชื่อเสียง ทำครีมขายเอง และให้เพื่อนดีเจใช้ด้วย คิดว่าครีมเขาน่าจะดี ก็เลยลองสั่งมาใช้บ้าง ”

(ลิต อายุ 29 ปี)

“ เปิดโทรทัศน์ดูละครทีไร ก็เห็นมีโฆษณารักษาผิว ทำหน้าใสทุกครั้งของคลินิก ความงาม พรเกษม โฆษณาบอกว่ารักษาตั้งแต่สิวเม็ดแรก หายชั่วคราวเราก็เชื่อ เพราะเห็นร้านนี้มานาน เพื่อนไปรักษามาก็บอกว่าดี หายจริง ตอนนั้นเป็นสิวจีนเต็มหน้าเลย กำลังเครียด เลยตัดสินใจไปรักษาที่นี่ ตอนนั้นก็ยังไม่รู้ชื่อครีมแต่ก็เลยถามแอดมินเค้ายังทำหน้าที่ขายให้ด้วย ”

(ลิต อายุ 29 ปี)

การเลียนแบบความขาวจากดารา นักแสดง นักร้อง ซึ่งครูสอนพิเศษแม้ว่าพวกเขาจะเป็นกลุ่มที่มีความรู้ค่อนข้างสูง แต่ด้วยเล่ห์กลของการโฆษณา ทำให้ครูสอนพิเศษต้องการเลียนแบบ และมีความขาวเช่นเดียวกับดาราเหล่านั้น

- เป็นกระแสความนิยม ความฮิตของสังคม

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ความขาวที่มีความนิยมในแต่ละยุคสมัยมีการเปลี่ยนไปเสมอ แต่ในขณะนี้ผลิตภัณฑ์ความขาวที่มีความนิยม และอยู่ในกระแสสังคม เช่น ครีมที่มีส่วนผสมของกลูตาไธโอน ครีมรกแกะ ครีมหอยทาก ครีมมะหาด คอลลาเจน ที่ช่วยให้ผิวขาว ใส เ่งตึง หรือการรักษาหน้าโดยการทำเลเซอร์ หรือ ฉีดโบท็อกซ์จากสถาบันเสริมความงาม ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้สวยในเวลาไม่นาน แต่มีราคาแพง เป็นต้น ซึ่งเป็นการบริโภคความขาวที่สามารถทำตามคนอื่น หรือเลียนแบบคนในสังคม

“ ตอนที่เค้าฮิตกัญชาไซโอน หนูก็ลองนะ อยากรู้ว่ามันขาวจริงหรือเปล่า ทั้งแบบกิน และใช้แบบทาตัวด้วย ตอนนี้อ่าหนูเลือกซื้อโลชั่นทาผิวสักอัน หนูมองที่เขียนว่า มีส่วนผสมกัญชาไซโอน แล้วก็ตัดสินใจซื้อมาใช้เลย แม้เห็นผลนานก็ยังอยากใช้ดู ส่วนแบบกิน หนูกินติดต่อกัน 2 เดือน จากนั้นจะหยุดไป 1 เดือน กลัวดับฟัง”  
(นัม อายุ 26 ปี)

“ ส่วนตัวพื้นฐานหน้าคืออยู่แล้ว ก็อยากจะทำอะไรให้มันดูดีกว่าเดิม หน้าไบรท์ขึ้นมาหน่อย ถ้าช่วงไหนหน้าดำๆนะ รีบไปหาเพื่อนที่เป็นหมอมิวหนังช่วยให้ฉีดโบท็อกซ์ หรือฉีดกัญชาไซโอนให้เลย ถ้าไม่ได้ฉีดรู้สึกจะไม่ค่อยมั่นใจตัวเองเลย”  
(ชา อายุ 28 ปี)

“คอลลาเจนตอนที่มันบูมมากๆ มายด์ก็อยากลองกิน เพื่อนก็กินกันหมด เราก็อยากผิวขาวๆใสๆกว่านี้ แต่ที่มายด์กินมันเป็นแบบเม็ดนะพี่ ลองกินอยู่ 4-5 เดือนเรารู้สึกได้ว่ามันดีขึ้น แต่ไม่เห็นมีใครทักเลย แอบเซ็งด้วยนะเนี่ย”  
(มายด์ อายุ 22 ปี)

“ พอดีหนูมีโอกาสได้ไปออสเตรเลีย แล้วตอนนั้นเค้าฮิตใช้ครีมรกแกะกัน แล้วแหล่งของรกแกะนี้จากออสเตรเลียเลยนะ แล้วพี่ที่ไปด้วยกันเค้าแนะนำให้ใช้รกแกะแบบที่สกัดจากธรรมชาติเพียวๆเลย มันเป็นแบบโดส หนูก็เลยซื้อมาใช้บ้าง มันโอเคนะหน้าขาวดี แต่เราต้องไม่ไปตากแดดนะ ต้องรู้จักป้องกันตนเองด้วย”  
(กฤษณ์ อายุ 20 ปี)

โดยการบริโภคความขาวของครุสอนพิเศษนั้น มีวิธีการที่หาผลิตภัณฑ์ความขาว ส่วนใหญ่มาจากการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ด้วยยุคโลกาภิวัตน์ที่ครุสอนพิเศษเติบโตมาพร้อมกับสื่อเทคโนโลยีการสื่อสาร ทั้งเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ ซึ่งได้กลายเป็นพื้นที่ของการแชร์และแลกเปลี่ยนข้อมูล ทำให้ครุสอนพิเศษสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีการสืบค้นข้อมูลหรือเรียกว่า รีวิวข้อมูล ผลิตภัณฑ์ความขาวหลากหลายผลิตภัณฑ์ รวมถึงข้อดี ข้อเสียของครีมต่างๆ หรือเคล็ดลับความสวย ความงาม แล้วนำมาสู่การเลือกที่จะใช้ด้วยตนเอง

การหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ในอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นพื้นที่สาธารณะที่สามารถทำให้ทุกคนที่ต้องการความขาวเข้ามาหาข้อมูล โดยมีกลุ่มคนที่ตั้งตัวเองเป็นผู้รีวิวผลิตภัณฑ์ความขาว ใช้แล้วดีจึงมาบอกต่อกับผู้อื่นในสื่อออนไลน์ต่างๆเช่น เฟสบุ๊ก เว็บไซต์พันทิป เป็นต้น ซึ่งตรงนี้ก็กลายเป็นภาพ

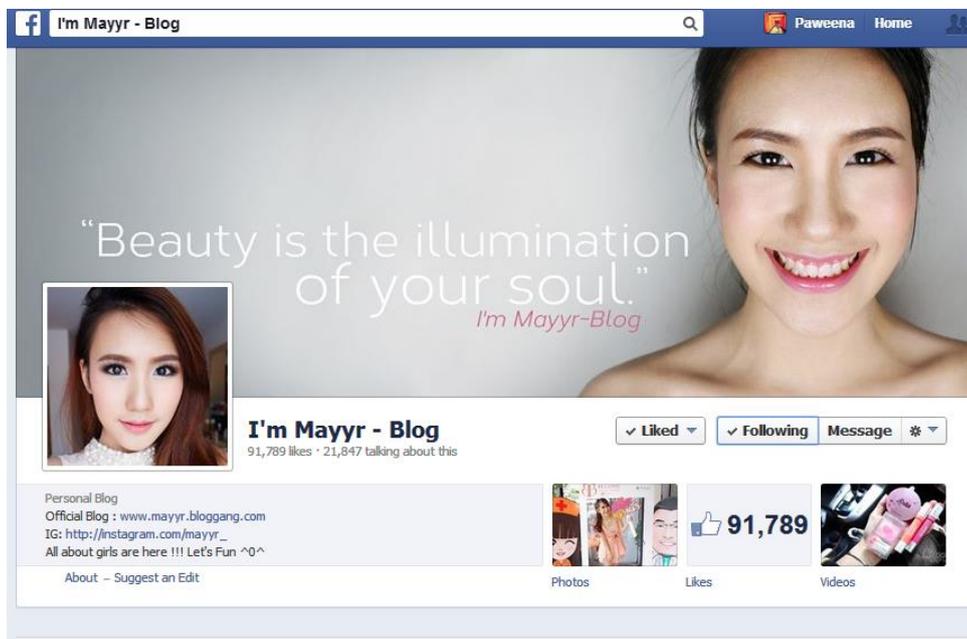
ตัวแทนความงามที่ทำให้ผู้ที่ติดตามต้องไล่ตามกัน เกิดการเลียนแบบ เพราะถือว่าการพิสูจน์มาแล้ว

“ หนูชอบเข้าไปอ่านรีวิวกความสวยความงามของเมย์นะ เค้าเป็นนักศึกษานี้แหละ แล้วทำงานในวงการนิดหน่อย แต่เค้าเป็นคนที่ยิ้มมาก สวยด้วย แถมยังมีรีวิวกการใช้นู่นใช้นี่อีก ใช้ง่ายดี ถูกและดีอะไรประมาณนี้ คนติดตามเค้าเยอะมาก เวลาเค้าโพสต์อะไรใหม่ๆออกมานะ ต้องรอดูเลย หนูต้องอยากไล่ตามทุกทีเลย ”

(นัม อายุ 26 ปี)

“ ครีมที่แค้นสิ่ว เป็นครีมของอเมริกา จำยี่ห้อไม่ได้ เพื่อนมาบอกว่าใช้ดี เพราะมันไปลองมาแล้ว และเพื่อนได้รีวิวกในอินเทอร์เน็ต คนในเว็บพูดกันว่าดี มีครีมอีกอันที่รีวิวกเองเลย คือครีมขจัดหน้าสูตรมะขามเปียกที่ดังๆอะพี่ สูตรพะเยา ใช้พอกหน้าทิ้งไว้ จะแสบหน้าหน่อยๆ แต่ชอบนะ หน้าใสดี ”

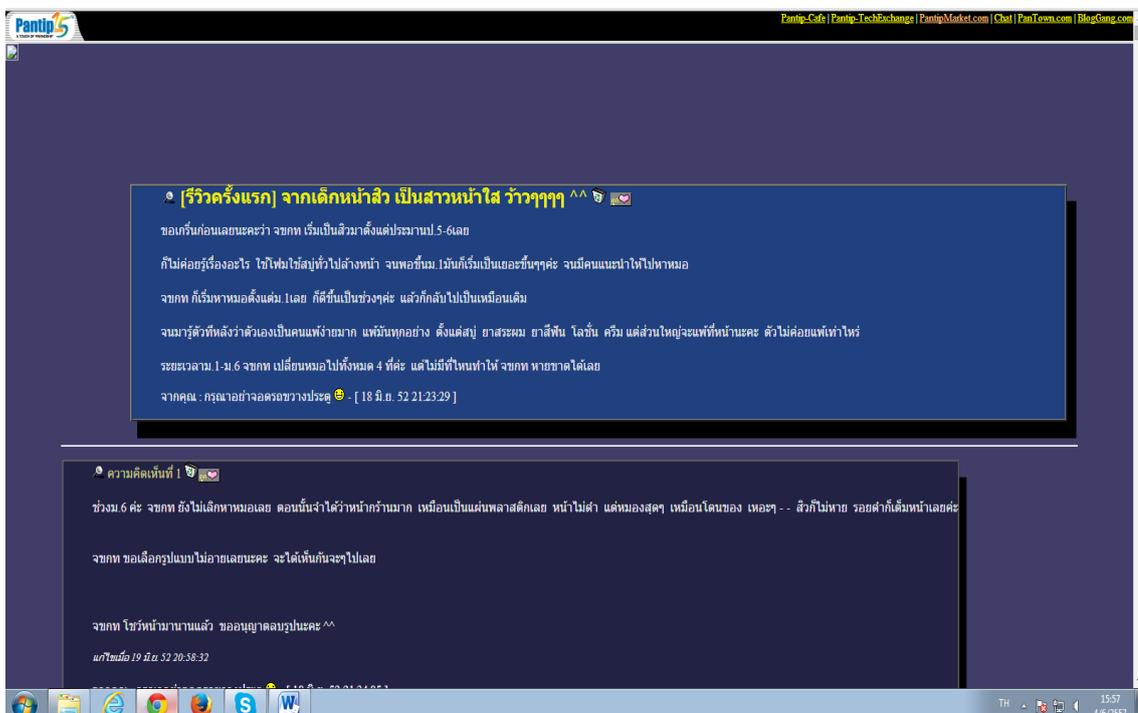
(นัม อายุ 24 ปี)



รูปที่ 4.3 ภาพแฟนเพจที่มีการรีวิวกผลิตภัณฑ์ความงาม

“ ที่ใช้ผงซักฟอกหน้าสมุนไพร และสบู่แคโรท เพราะใช้ตามในเน็ต ลองเช็ดดู กลายเป็นว่ามีคนรีวิวข้อมูลการใช้เยอะมาก มันเป็นสมุนไพร คุณไม่อันตรายอะไร อีกอันที่หนูเข้าบ่อยคือ เข้าไปดูแฟนเพจของเมย์ คนดูเค้าเป็นแสนเลย เขาดัง เพราะแต่ก่อนเขาใจเหว่ แล้วพอเขาใช้ครีมต่างๆ เขาดูดี ขาว สวยขึ้นเยอะเลย เลยมา แชรส์บอกต่อว่าใช้อะไร ใช้ตัวนี้ แบบไม่ต้องซื้อของแพงๆอะไรเลย ”

(นันทิ์ อายุ 26 ปี)



รูปที่ 4.4 ภาพตัวอย่างการรีวิวผลิตภัณฑ์ความขาวตามเว็บไซต์ต่างๆ

**(CR) มาดูกันว่าอะไรทำให้ดิฉันขาขึ้น / ระเบิดกรุ Skincare ... - Pa...**  
[pantip.com/topic/13107764](http://pantip.com/topic/13107764) ▾  
 ส่วนครีมบำรุงผิวกายปัจจุบัน ใช้ครีมกันแดด banana boat สีเขียว spf 50สำหรับหน้า แต่เอามาทาตัว ... คราวหน้าจะ รีวิว เรื่อง พาเลด เซดนี้ และ ระเบิดกรุ บริชออนคะ ยังทำไม่เสร็จเลย

**[CR] รีวิว ครีมบำรุงผิวราคาสมายกระเป่าคะ <ครั้งแรก> - Pantip**  
[pantip.com/topic/31554208](http://pantip.com/topic/31554208) ▾  
 รีวิว ครีมบำรุงผิวราคาสมายกระเป่าคะ <ครั้งแรก>. กระทุรวิว. Skin\_Care. สวัสดิ์คร้าบบบ ..... ผลการใช้ >> ซึมซาบเร็วคะ ผิวนุ่มๆ หน้าใสขึ้นโดยส่วนตัวชอบมากๆเลยค่าา

**[Jimmy RetuRn] มหากาพย์โคดระ "รีวิว" : ครีมหน้าขาว ... - Pantip**  
[pantip.com/topic/30191705](http://pantip.com/topic/30191705) ▾  
 สวัสดิ์คร้าบเพื่อน ๆ ห้องแบ่งทุกคนแหะ ๆ คิดถึงการตั้งกระทู้รีวิวแบบมหากาพย์ของตัวเองจัง จำแทบไม่ได้แล้วว่าตั้งไปครั้งล่าสุดเมื่อไหร่คร้าว ๆ ว่าเกือบเดือนครึ่ง.

**เตือน!! (รีวิว)หน้าพังเพราะครีมดัง Part2 (ทางเจ้าของออก ... - Pantip**  
[pantip.com/topic/31287068](http://pantip.com/topic/31287068) ▾  
 ส่วนผลิตภัณฑ์คุณไม่มีการซึบปิดผนึกสินค้า ว่าของยังไม่ไต่แกะ หรืออาจโดนคนอื่นใส่สารปนเปื้อน มาอีกที อันนี้ก็ไม่รู้ แค่ดิฉันโชคร้ายถึงเป็นแบบนี้ ไม่ถูกหรือคะ. ชื่อสินค้า: **ครีมหน้าใส**.

**Q13026746 ++[Review]++::Skincare " โคตรถูก - โคตร ... - Pantip**  
[pantip.com/qa/topic/Q13026746/Q13026746.html](http://pantip.com/qa/topic/Q13026746/Q13026746.html) ▾  
 มันช่วยให้หน้ากระจ่างใสขึ้น(ไม่ได้ขาว) ประมาณนี้ เมไม่คอยหวังผลเรื่องหน้าขาว ... ครีมนี่ใช้นานมาก ตั้งแต่แรกๆที่มีมันมี ใสแล้วติดใจก็ซื้อใช้เรื่อยๆ เรื่องขาว ก็ช่วยนิดนึง แต่ก็ไม่ได้ไวเว่ ...

**ครีมบำรุงหน้าตัวไหนที่ใช้แล้วหน้า เนียนจริง ใสจริง ขาวจริง - Pantip**  
[pantip.com/topic/30732648](http://pantip.com/topic/30732648) ▾  
 ความคิดเห็นที่ 53. ใครๆ ก็ใช้กัน!!! ครีมนี่...ยอดรีวิวกระจาย ยอดคนกด Like สูงสุดกว่า ..... เราใช้ **ครีมหน้าใส**ดิฉันะสิวยรอยดาร์รอยแดงจางลงและก็มีครีมกันแดดใยใหม่เนือบางเบาใช้แล้วฟิน ...

**(CR) รีวิว พรีซีพ จากสิ่วระเบิด กลายเป็นหน้าใสได้ ด้วย ... - Pantip**  
[pantip.com/topic/30366622](http://pantip.com/topic/30366622) ▾  
 (CR) รีวิว พรีซีพ จากสิ่วระเบิด กลายเป็นหน้าใสได้ ด้วย Michael Todd True Organics ..... ขอถามเพิ่มเติมหนึ่งนะคะ พอสิ่วหายแล้ว เขา**ครีม**อะไรทารอยด้าคะ หน้าเกลี้ยงไปมากมาย. 0.

**!Review ของที่ใช้แล้วได้ผล อยากหน้าใส ผิวเนียน แบบไม่ต้องพึ่งยา ...**  
[www.siamzone.com/board/view.php?sid=3610655](http://www.siamzone.com/board/view.php?sid=3610655) ▾  
 23 มี.ค. 2556 - Review ของที่ใช้แล้วได้ผล อยากหน้าใส ผิวเนียน แบบไม่ต้องพึ่งยาคะ ...  
 Comment : ชื่อมาเพราะลดคะ เอามาผสมกับ**ครีม**กั๊ดแดดทาตัวของบุท ใช้แล้วก็วังๆ ค่ะ ...

รูปที่ 4.5 ภาพตัวอย่างการรีวิวผลิตภัณฑ์ความขาวตามเว็บบอร์ดต่างๆ

จากภาพตัวอย่างการรีวิวข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวตามเว็บบอร์ดต่างๆ คือ การสร้างสัญลักษณ์ผ่านพื้นที่ไซเบอร์ที่ไม่รู้ถึงที่มาที่ไป แชร่แลกเปลี่ยนเป็นลูกโซ่ ครูสอนพิเศษที่เข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ต ต้องตีความเชิงสัญลักษณ์ผ่านการใช้ภาษาที่เชื่อเชิญให้กลายเป็นผู้ถูกทดลอง ด้วยการจ่ายเงินในการแลกเปลี่ยนกับคุณค่าสัญลักษณ์ให้กับความขาวที่สร้างได้ด้วยผลิตภัณฑ์นานาชนิด เช่น หน้าใส ผิวเนียนแบบไม่ต้องพึ่งยา หรือ การเลือกซื้อเพราะลดราคา หรือการเอามาใช้ผสมกับครีมตัวอื่น เป็นต้น

**4.4.2 การบริโภครีเพื่อสร้างความแตกต่าง (Distinction)** เพื่อให้เราต่างจากคนกลุ่มอื่นๆในสังคม แบบแผนการบริโภครีของคนในสังคมมีความสัมพันธ์กับชนชั้น หมายรวมถึง การทำตัวเองให้ดูดี ผิวขาว มีความสวยงามแล้ว จะให้มีความแตกต่างจากคนอื่นในสังคมได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้บริโภครีระดับล่างก็ได้บริโภครีสัญลักษณ์ของสินค้าไปเช่นเดียวกัน โดยผ่านกระบวนการเลียนแบบ (Imitation) อาจกล่าวได้ว่า ชนชั้นของบุคคลในสังคมที่มีฐานะดีอย่างมักต้องการที่จะก้าวเข้าไปสู่การบริโภครีเช่นเดียวกับการบริโภครีของชนชั้นนำในสังคม ในขณะที่ชนชั้นนำของสังคมก็ต้องหาทางสร้างจุดเด่นให้แก่ตนโดยอาศัยพื้นฐานเรื่องของความแตกต่าง ผลิตรกระบวนการบริโภครีเชิงสัญลักษณ์ที่แตกต่างออกไปจากที่เคยเป็นอยู่

“ใครๆก็อยากขาว เพราะมันเด่นไง เเด่นจากคนอื่น เป็นเป้าสายตาเวลาคนมอง เรา ก็เลยต้องทำตัวเองให้เป็นเป้าสายตาคนอื่นบ้าง”

ชา อายุ 28 ปี

#### 4.5 ผลจากการบริโภครีความขาวของครูสอนพิเศษ

เมื่อครูสอนพิเศษได้มีการบริโภครีความขาวแล้ว พบว่า ความขาวสามารถสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง เป็นที่ดึงดูดใจให้กับคนอื่น โดยเฉพาะนักเรียนและผู้ปกครอง เพราะการทำงานนี้ต้องใช้บุคลิก หน้าตาทำงาน ดึงดูดสายตาทำให้นักเรียนตั้งใจเรียน ประกอบกับลีลาการสอนหนังสือ

- **ดึงดูดสายตา**

การมีผิวขาวสามารถสะกดสายตากับคนรอบข้างได้เสมอ โดยเฉพาะครูสอนพิเศษ ถ้ามีผิวขาว สามารถดึงดูดความสนใจจากนักเรียนให้สามารถตั้งใจฟัง

“ความขาวสามารถช่วยดึงดูดความสนใจกับเด็ก อันนี้แน่นอน สมมติถ้ารูปลักษณ์เราเด่น ลักษณะเราดีอะไรอย่างนี้ เด็กต้องมองมั้งแหละ สนใจฟังหรือเปล่าไม่รู้ แต่เค้าต้องมอง ก็เหมือนเรามั่นใจเวลาขึ้นต่อหน้าคนอื่น นักเรียนเยอะๆ ”

(กฤษณ์ อายุ 20 ปี)

“มายค์มองว่า มันเหมือนการไปติดต่อกับคนอื่น น้องเค้าจะมองเหมือนคนอื่นมองเรา ถ้ามีครูสวยๆน่ารักๆ มันก็ดึงดูดน้องๆ แต่ถ้าครูคนไหนไม่สวย น้องก็คงไม่อยากรีเรียน ”

(มายค์ อายุ 22 ปี)

- **ความมั่นใจ**

ครูสอนพิเศษต้องการมีผิวขาวเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ เสริมบุคลิกภาพของตนเองให้ดูดีขึ้น ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างมั่นใจ

“ ความขาวกับการสอนหนังสือ เนื่องด้วยเราต้องทำงานกับเด็กๆ ต้องใช้บุคลิกหน้าตาในการทำงาน ทำตัวให้เป็นวัยรุ่น เป็นกันเอง ถ้าเราหน้าขาว ก็สร้างความมั่นใจ ทำให้น่าคุยกับผู้ปกครอง นักเรียน คนอื่นมองมาคิดว่ามีราศี ภูมิฐานะ ยิ่งถ้าตัวเองต้องออกสื่อต่างๆ อัดวิดีโอ ต้องทำตัวเองให้ดูดี ทำหน้าให้ใส ขาว เนียน ”

(รณ อายุ 30 ปี)

“ สมมติถ้ามาสอนหนังสือ เด็กมาทัก ไปทำอะไรมา หน้าขาวขึ้น เราจะหน้าบาน มีความมั่นใจ อารมณ์ดี แต่ถ้าไม่มีใครชม ก็ไม่ได้มีอะไรผิดปกติจากเดิม วิชาการที่ใ้เด็กยังเหมือนเดิม แต่ถ้ามาชมนะ ช่วยเสริมกำลังใจมากขึ้นหน่อย ”

(ตุ้ย อายุ 22 ปี)

- **ความเก่ง ความฉลาด**

ครูสอนพิเศษมองว่า ความขาวช่วยทำให้ตัวเองดูเก่ง มีความฉลาด ดูเป็นที่น่าเชื่อถือแก่คนที่พบเห็น

“ งานทุกงาน ไม่ว่าจะป็น เรื่องสอนหนังสือด้วย การทำตัวเองให้ดูดี ยิ่งขาว มันสะท้อนถึงว่า ตัวเองเก่ง ฉลาด ดูเป็นที่น่าเชื่อถือกับนักเรียนและผู้ปกครอง ”

(จา อายุ 28 ปี)

- **เป็นต้นแบบ**

จากการเก็บข้อมูล ครูสอนพิเศษมองว่า ถ้าตัวครูมีผิวขาว สวย สอนหนังสือกับนักเรียน เด็กๆที่เรียนด้วยก็จะมีมากขึ้นชม มองตัวครูเป็นครูในอุดมคติ ที่อยากเลียนแบบ

“ คือเด็กต้องชอบคนหน้าตาดีๆ สังเกตว่าครูคนไหนหน้าตาดี หน้าตาน่ารัก เด็กก็จะชอบนะ โดยเฉพาะเด็กผู้หญิงเค้าจะมองเหมือนกับเราเป็นไอดอล ”

(นึม อายุ 26 ปี)

การที่ครูสอนพิเศษได้ความขามาครอบครอง ก็ส่งผลในแง่ของการสอนหนังสือคือ ช่วยให้มีใจมั่นใจ เมื่อต้องสอนหนังสือชั้นเรียนต่อหน้านักเรียนจำนวนมาก หรือการปฏิสัมพันธ์กับนักเรียน ผู้ปกครอง สามารถสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มคนเหล่านี้ได้ ความขายังสะท้อนให้เห็นถึงความเก่ง ความฉลาดที่ครูคนนั้นมีในตัว และยังเป็นต้นแบบให้กับนักเรียนที่มีชื่นชอบ

#### 4.6 การบริโภคความขามาของครูสอนพิเศษที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์

ครูสอนพิเศษ ได้มีการเลือกใช้สินค้าที่เกี่ยวกับความขามา ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง ครีม หน้าขาวไปจนถึงยาต่างๆ ตามความกระแสมความนิยม หรือมีความต้องการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพหน้าตาของตนเองให้มีความโดดเด่น น่าสนใจต่อผู้คนรอบข้าง

การเติบโตของตลาดสินค้าความขามา ทำให้คนทั่วโลกกลายเป็นผู้บริโภค ซึ่งในโลกของสินค้า สิ่งที่แฝงอยู่ในตัวสินค้าจะมีคุณค่าในการแลกเปลี่ยนเพื่อการใช้สอยที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิต ขณะที่โบดริแยร์บอกว่า สินค้าที่ทำให้คุณค่าแลกเปลี่ยนเพื่อการใช้สอยในการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้เปลี่ยนคุณค่ามาสู่สัญลักษณ์ และสัญลักษณ์ ซึ่งสามารถวิเคราะห์การบริโภคความขามาของครูสอนพิเศษ โดยพบการบริโภคความขามา มีความสัมพันธ์ และแบ่งระดับการใช้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

##### 4.6.1 การบริโภคความขามาที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย

จากการศึกษาการบริโภคความขามา พบว่า ครูสอนพิเศษทุกคนมีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขามาที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยทุกคน นั่นคือ มีการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ความขามาที่ต้องการประโยชน์ใช้สอยจากผลิตภัณฑ์นั้นด้วย เช่น ทาผิวเพื่อให้ผิวชุ่มชื้น ทาครีมเพื่อป้องกันผิว ความมันเป็นต้น แต่ในขณะที่เดียวกันมีครูสอนพิเศษกลุ่มหนึ่ง จำนวน 3 คน ที่มีการบริโภคความขามาเพื่อแค่การใช้สอยเท่านั้น โดยสินค้านั้นมีความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเขา เน้นที่คุณสมบัติ หน้าที่ของผลิตภัณฑ์นั้น โดยคนมีความสัมพันธ์ในแง่ของการใช้ประโยชน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั่วไปได้ ทำให้ครูสอนพิเศษมีการใช้ผลิตภัณฑ์ความขามา เพื่อต้องการใช้ประโยชน์เพียงอย่างเดียว และประกอบกับการได้ประโยชน์จากผิวขาวของตนเอง เช่น มีผิวขาวแล้ว ซึ่งเป็นลักษณะธรรมชาติ ทำให้ง่ายต่อการใช้ชีวิตประจำวัน นั่นคือเลือกสวมใส่เสื้อผ้าได้ง่าย เพราะผิวขาว สามารถเลือกใส่สีอะไรก็ได้ ซึ่งต่างกับคนผิวดำ ซึ่งไม่สามารถเลือกใส่เสื้อผ้าที่มีสีสันๆ เช่น แดง หรือ เขียว เป็นต้น

“จริงๆผมไม่ได้กังวลเรื่องผิวพรรณ เพราะผมเป็นคนผิวขาวอยู่แล้ว มันง่ายต่อการใช้ชีวิตผมมาก ผมถึงไม่ค่อยได้ดูแลตัวเองเท่าไร จึงไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องนี้ เพื่อนๆชอบมาถามผิวขาวใส ไปทำอะไรมา ซึ่งผมไม่ได้ทำอะไรเลย โชคดีของผมที่มีผิวขาว”

(รณ อายุ 30 ปี)

คนมีผิวขาวยอมเป็นใบเบิกทางในงานต่างๆ เช่น ผิวขาวช่วยให้ดูดี คนอื่นสนใจ ง่ายในการเป็นครูสอนพิเศษ ถ้าครูที่เข้ามาสมัคร มีบุคลิกภาพที่ดี สวย และมีผิวขาว สิ่งนี้ช่วยให้มีโอกาสถูกเลือกได้รับเข้าทำงานมากกว่าคนอื่น เป็นจุดที่น่าสนใจของคณะกรรมการ

คนส่วนใหญ่มีผิวคล้ำ จึงเป็นปัญหาในการใช้ชีวิต เรื่องของความมั่นใจ การบริโภคความขาวจึงเป็นหนทางหนึ่งที่ทำให้ตัวเองขาวขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ความขาว มีอัตราการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ในสังคมบ้านเราจึงเกิดเทคโนโลยีความขาวเกิดขึ้นใหม่ๆ เพื่อตอบสนองกับคนที่มีความต้องการแก้ไขผิวพรรณของตนเอง

“ ก่อนหน้านี้ แก๊บไม่ค่อยได้ดูแลตัวเองเลย เห็นแบบนี้ก็เออหะพี่ พอเมื่อกลางปีไปอเมริกา แล้วแดดที่นั่นแรงมาก ผมก็กลัวตัวดำ แสงยูวีอะไรอีก เลยคิดอยากใช้ครีมกันแดด ก็ลองปรึกษาพี่ที่เค้าดูแลแล้วใช้ครีมอะไรดี สุดท้ายก็เลือกใช้ยี่ห้อบานาน่า SPF 50 อะครับ ตอนนี้ก็ยังใช้อยู่จนถึงทุกวันนี้ ”

(แก๊บ อายุ 21 ปี)

“ ตื่นเช้ามาก็อาบน้ำปกติ ใช้สบู่เหลวธรรมดาเป็นสบู่ทั่วไป ใช้อันเดียวกับของแม่ ส่วนล้างหน้าเป็นของออเรนทอล ปริ้นเซสไม่รู้ว่าสูตรอะไร ไม่ค่อยได้ใส่ใจ คือประมาณว่า เราใช้สบู่ล้างหน้าแล้วมันแสบหน้า ก็เลยต้องหาอะไรที่เหมาะสมกับหน้าตัวเอง สำหรับผม แค่จจัดความมัน ไม่แสบผิวได้ก็พอแล้ว อย่างอื่นผมไม่ได้ใช้เลย แป้งไม่ทา ครีมกันแดดกันแดดไม่ได้ทาเลย ไม่งั้นผมจะดำอย่างนี้เหรอครับ บางทีหน้าหนาว ถ้ารู้สึกผิวแห้งมาก ก็ไปเอาของแม่มาทานิดๆหน่อยๆ ”

(พงษ์ อายุ 21 ปี)

แก๊บและพงษ์ มองว่า เรื่องการใช้ผลิตภัณฑ์ สกินแคร์ทั่วไปใช้เพื่อการตอบสนองความต้องการของร่างกายทั่วไป กล่าวคือ การทาครีมกันแดด หรือการล้างหน้าอย่างไรก็ตาม คนเราต้องมีการทำความสะอาด ดูแลใบหน้าและร่างกายอยู่แล้ว เป็นกิจวัตรประจำวันของคนทั่วไปที่ปฏิบัติกัน

มาได้ไม่ได้ตั้งคำถาม สินค้าจึงเป็นเพียงคุณค่าการใช้สอย หรือสนองความต้องการด้านร่างกาย อารมณ์ ความรู้สึกเท่านั้น

#### 4.6.2 การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยคุณค่า และคุณค่าการแลกเปลี่ยน

เป็นความสัมพันธ์ของการบริโภคความขาวที่ครูสอนพิเศษมีการเลือกใช้ นอกจากเพื่อการใช้สอยผลิตภัณฑ์ความขาวทั่วไปแล้ว ยังมีการแลกเปลี่ยนโดยการลงทุนทางด้านต่างๆ เพื่อที่จะให้มีผิวขาว ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนเงิน ผ่านผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อมา เป็นการลงทุนเพื่อต้องการให้เห็นผลคือความขาว การลงทุนด้านเวลา เสียเวลาทาครีม บำรุงต่างๆ เพื่อให้ได้มาเพื่อความขาว ซึ่งมีครูสอนพิเศษจำนวน 4 คน มีการบริโภคความขาวที่มีความสัมพันธ์เช่นนี้

##### การลงทุนด้านเงิน

“ เครื่องสำอาง ดีๆ แพงๆ ใครก็อยากใช้ ผสมมัน ผสมนี้ ช่วยให้หน้าเราขาวใส อะไรประมาณนี้ แต่พอมารู้ราคา โห...ไม่ไหวจริงๆ เราไม่ได้มีเงินเยอะขนาดไปซื้อของแพงมาใช้ได้เลย แต่พอมารู้จักพี่ที่ร้านขายยา บอกว่าใช้เวชสำอางดีกว่า ดีเหมือนกันไม่แพ้เครื่องสำอางแบรนด์ชั้นนำ แถมราคายังถูกกว่ากันเยอะ เนื่อยาก็บริสุทธิ์ เทียวๆเลย แล้วเราต้องรู้ว่า ไขมันอย่างไรด้วย ก็เลยเลือกใช้แบบนี้ดีกว่า แล้วถ้าซื้อเวชสำอางพวกนี้ แลหน้าสิริราชนะ ราคาถูกมาก ใช้ได้นานด้วย ”

(ตุ้ย อายุ 22 ปี)

ตุ้ยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว เพื่อคุณค่าการแลกเปลี่ยน ใช้กรด AHA ช่วยให้ผิวขาวใส ที่เป็นแบบเนื่อยาเวชสำอาง และมีการเปรียบเทียบสินค้ากับแบรนด์ทั่วไป ที่มีประสิทธิภาพเหมือนกัน แต่พบว่า ครีมเวชสำอางมีราคาถูกกว่า

##### การลงทุนด้านเวลา

“ ด้วยงานของมายด์ เป็นงานประจำสัมพันธ์ ก็อยากแต่งตัวให้มันดีๆ สวยๆ เวลาคุยกับใครจะได้มั่นใจด้วย ยอมตื่นเช้าหน่อย มาแต่งตัว แต่งหน้า ลงทุนนะเนี่ยพี่ ”

(มายด์ อายุ 22 ปี)

มายด์มีการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ความขาว เพื่อสร้างบุคลิกภาพของตนเองให้ดูดี มีความเหมาะสมกับงานที่ทำประจำ คือการงานเป็นเจ้าที่สื่อสารที่สถานีโทรทัศน์แห่งหนึ่ง ด้วยงานที่

ต้องมีการติดต่อ ประสานงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร การแต่งตัว แต่งหน้า การดูแลตัวเองจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำได้ เพื่อเรียกความมั่นใจในการทำงาน

การลงทุนทางด้านร่างกาย

“อยากหน้าขาว ผิวขาวเร็วๆ ก็ต้องฉีดยากลูต้า ทำเลเซอร์หน้าใส เจ็บหน่อย อดทน ก็อยากสวย แต่เห็นผลเลยนะ เจ็บอย่างนี้คุ้ม”

(ลิต อายุ 29 ปี)

เพื่อให้ได้ความขาว ความใส ด้วยเทคโนโลยีกระบวนการทางการแพทย์ต่างๆที่เข้ามาทำให้ร่างกายต้องเจ็บปวด แต่ครูสอนพิเศษก็ยินยอมความเจ็บปวดนั้น เพื่อให้ได้ความขาวมาครอบครอง

#### 4.6.3 การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยคุณค่า คุณค่าการแลกเปลี่ยน และคุณค่าสัญลักษณ์

โบริยาร์ดได้อธิบายไว้ว่า วัตถุต่างๆไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อการบริโภคเท่านั้น หากแต่วัตถุที่เราบริโภคเข้าไปนั้น กำลังกระทำบางสิ่งบางอย่างให้กับตัวเรา ที่เข้ามากำหนดความขาวทำให้เกิดอิทธิพล เกิดสัญลักษณ์ขึ้นมา

ซึ่งมีครูสอนพิเศษจำนวน 5 คน ที่มีการบริโภคความขาวในเชิงคุณค่าสัญลักษณ์ เหตุผลที่ครูสอนพิเศษเลือกบริโภคความขาว ส่วนใหญ่แล้ว ต้องการอยากให้ตัวเองดูดี มีความมั่นใจ จึงจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์นั้นและใช้อย่างต่อเนื่อง สามารถดึงดูดเพศตรงข้ามหรือเพศเดียวกันให้มาสนใจได้มากขึ้นด้วย หากไม่ได้ใช้จะรู้สึกถึงความไม่มั่นใจในตัวเอง

“เราก็อยากให้ตัวเองดูสวยนะ ยิ่งขาวยิ่งดี จะรู้สึกตัวเองมั่นใจมากเลย จริงๆถ้าให้เลือกระหว่าง ความขาวกับหน้าใส เราเลือกความขาวแหละ ตอนนั้นก็เลยพยายามใช้หลายอย่างเลย อันไหนใครบอกว่าดี ก็ลองใช้ดู ไปหาหมอรักษาหน้าก็ไป ทำเลเซอร์ก็ทำ เวลาเจอใครก็ต้องสวยไว้ เคยมีอยู่ครั้งหนึ่ง ไม่สบาย ตอนนั้นโทรมสุดๆ ไม่ได้ดูแลตัวเอง รีบออกมาข้างนอก เจอคนรู้จักหลายคน ก็ทักกันว่าไปทำอะไร คำขึ้นหรือเปล่า ทำไมดูโทรม ความรู้สึกตอนนั้นเครียดมากเลย รับไม่ได้ คิดในใจอย่างเดียว อยากกลับบ้าน ไม่อยากเจอใครเลย”

(ลิต อายุ 29 ปี)

“ ด้วยความที่เราเป็นแบบนี้ ก็อยากทำให้เราดูดีขึ้นมาบ้าง แต่ก่อน หน้าเป็นสิวยะเยอะมาก แล้วก็กลับมาคิด ปล่อยหน้าและแบบนี้ไม่ได้ ก็เลยไปรักษาหน้า

จนกระทั่งหน้าดี ทำทุกอย่างทั้งหน้าใส หน้าขาว ที่อยากให้อีกเพราะกลุ่มเกย์ในแบบคนไทยชอบคนขาวๆใสๆ เราก็เลยต้องทำตามกระแสบ้าง แล้วก็ได้ผลนะ มีคนมาสนใจด้วย ”

(ซา อายุ 28 ปี)

ความขาว คือ ความโดดเด่น ความขาวกลายเป็นที่ดึงดูดใจ ดึงดูดสายตาจากผู้ที่เราพบเห็น กลายเป็นความโดดเด่น การที่ครูสอนพิเศษมีผิวที่ขาวขึ้น กลายเป็นว่า มีบุคลิกใหม่ในสายตาของคนอื่น และยังเป็นที่ยึดติดใจของเพศตรงข้าม หรือเพศเดียวกันได้อีกด้วย

“ ตูยก็รู้ตัวเองนะว่าเป็นคนผิวดำ อ้วนด้วย ตอนนั้นก็ลดน้ำหนัก อยากให้ตัวเองดูดี มันทำให้เรามั่นใจขึ้น เวลาไปสอนเด็กหรือไปทำงาน ถ้าเจอกันครั้งแรกก็อยากให้ประทับใจ ตอนอยู่ ปี 1 น้ำหนัก 107 กก. ตอนนี่(ปี 4 ) ลดมาได้ 30 กก.แล้วนะ รู้สึกโครงหน้าตัวเองเปลี่ยนไปด้วย หน้าเรียวลงเอง พอหอมแล้วรู้สึกว่ามีคนมามองเรามากขึ้น แต่งตัวแล้วดูดีขึ้น บางทีผู้หญิงยังหันมามองเลย เมื่อก่อนตอนอ้วนเราจะเป็ฝ่ายที่มองคนอื่น แต่ตอนนี้เราเป็นฝ่ายที่ถูกมอง ก็รู้สึกดี ตอนนี่ก็ทำให้ตัวเองขาวขึ้นกว่านี้ ใช้ครีมเวชสำอางนี่แหละ ”

(ตูย อายุ 22 ปี)

#### 4.6.4 การบริโภครูปร่างที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยคุณค่า คุณค่าการแลกเปลี่ยน และคุณค่าสัญลักษณ์ มาสู่คุณค่าสัญญา

การบริโภคนี้ไม่ใช่แค่เชิงวัตถุเท่านั้น แต่เพิ่มคุณค่าทางสัญญาเอาไว้ด้วย เป้าหมายของการบริโภครูปร่างดังกล่าว ก็เป็นไปเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์นี้เพื่อการเลียนแบบ หรือการบริโภครูปร่างเพื่อให้เราเหมือนกับคนอื่น หรือการบริโภครูปร่างเพื่อสร้างความแตกต่าง เพื่อให้เราต่างจากคนอื่นในสังคม คุณค่าสัญญาเป็นระดับที่สถานะวัตถุเป็นตัวแทนในการสร้างสัญญาอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือการสร้าง ความแตกต่าง การที่ครูเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวไม่ได้มองเพียงต้องการประโยชน์ใช้สอย แต่มองในคุณค่าของทันสมัย นำแฟชั่น ที่ทำให้ตนเองดูดี มีฐานะทางสังคมที่สูงขึ้น

ความขาวได้สร้างให้ครูสอนพิเศษคนหนึ่งกลายเป็นอีกชนชั้นหนึ่งที่มีความแตกต่างจากคนอื่น มีการวางตัวใหม่ มีรสนิยมที่เปลี่ยนไป มีความพึงพอใจกับอัตลักษณ์ใหม่ของตนเอง ครูสอนพิเศษบางคน อย่าง ซา ได้กลายเป็นผู้นำความขาว ที่ครูคนอื่นหรือคนรู้จักต้องมาสอบถามว่าไปทำอย่างไรมา ถึงขาวขึ้น

“ สำหรับตัวตนเองมองว่า ไม่ได้เป็นคนขาวอะไรนะ แต่คนชอบมาบอกว่า ชอบหน้าชามาก เพราะหน้าใส หน้าขาว ไปทำอะไรมา ใช้อะไรบ้าง คนชอบถามบ่อยๆ ก็บอกไปว่าใช้อะไร แต่ไม่รู้ว่าได้ผลหรือเปล่านะ แต่ละคนคงไม่เหมือนกัน แต่โดยส่วนตัวก็ยังไม่อยากให้ตัวเองขาว เพราะสังคมไทยชอบความขาวอยู่แล้ว ”

(ชา อายุ 28 ปี)

ความขาว คือ ราสีบ่งบอกอำนาจ จากผลการศึกษาคำให้ ความหมายของความขาวส่วนใหญ่ให้คุณค่ากับกลุ่มคนที่มีผิวขาว ว่าเป็นคนที่ดี มีราสี มีอำนาจที่เหนือกว่ากลุ่มคนที่มีผิวดำ คนผิวขาวยังมองดูเป็นที่น่าสนใจกับคนอื่นรอบข้าง ความขาวจึงกลายเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา และทำให้ตัวเองขาวขึ้นมาเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคม

“ ขาวหรือ ชามองว่า มันมีราสีนะ มันดูดีกว่าดำ คนขาวมันดูเก่ง ดูฉลาด ดูคนให้การยอมรับ มันมีอำนาจมากกว่าคนผิวดำ สังคมไทยยังต้องการความขาว คนก็อยากทำให้ขาวเพื่อให้ได้รับการยอมรับ ”

(ชา อายุ 28 ปี)

นอกจากความสามารถในการสอนหนังสือแล้ว ความขาวยังช่วยให้ ชา มีความแตกต่างจากครูสอนพิเศษคนอื่น และมีความแตกต่างจากครูสอนพิเศษที่เป็นเพศหลากหลายทางเพศ เช่นเดียวกับชา ในเรื่องของความโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่ไม่เหมือนกับครูคนอื่น ทำให้ชาเป็นที่สนใจของผู้คนรอบข้าง ทั้งครูสอนพิเศษด้วยกัน นักเรียน และผู้ปกครอง

ความขาว คือ ความแตกต่างระหว่างชนชั้น คนขาวย่อมมีความได้เปรียบมากกว่าคนผิวดำ บ่งบอกถึงความแตกต่าง ผู้ที่มีผิวดำเปรียบเสมือนเป็นคนจน ชนชั้นแรงงานที่ต้องทำงานหนัก ตรากตรำแดดจนทำให้ผิวหยาบกร้าน ดูเป็นคนที่ไม่สกปรก น่ารังเกียจ เป็นผู้ที่ดูต่ำต้อยด้อยค่า ต่างกับคนผิวขาวที่ดูมองว่า สะอาด ดูดีมีฐานะ ชาติตระกูล ได้รับโอกาสที่ดีกว่า ความขาวจึงเป็นความปรารถนาของครูสอนพิเศษ มิได้จำกัดเฉพาะกลุ่มผู้หญิงแต่เพียงเพศเดียว การบริโภคความขาวยังเป็นอุดมการณ์เชิงสัญลักษณ์ของคนในสังคมสมัยใหม่ กล่าวคือความขาวไม่ได้เป็นเพียงแค่การตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจเท่านั้น แต่ความขาวยังแฝงไปถึงภาพลักษณ์ ทัศนคติ ชนชั้น ที่ทุกคนปรารถนาที่มีเป้าหมาย เพื่อการเลียนแบบ และการสร้างความแตกต่าง และยังคงเป็นผลผลิตของความงาม

จากการศึกษา การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ พบว่าครูสอนพิเศษไม่ได้อยู่ที่การบริโภคในตรรกะใดตรรกะหนึ่งเพียงเท่านั้น แต่ว่าการบริโภคนี้มีการเคลื่อนไหวที่ลื่นไหล กลับไปกลับมา เช่น ครูสอนพิเศษบางคนเริ่มต้นบริโภคความขาวเพื่อการใช้สอย ต่อมาเมื่อมีความต้องการความขาวมากขึ้นตามกระแสสังคม จึงเปลี่ยนมาเป็นบริโภคความขาวเพื่อคุณค่าการแลกเปลี่ยน หรือคุณค่าสัญลักษณ์ แล้วนำไปสู่การสร้างสัญลักษณ์ หรือการบริโภคความขาวที่เริ่มต้นเพื่อคุณค่าสัญลักษณ์ แต่เมื่อมีการใช้งานเป็นกิจวัตรประจำวัน การบริโภคนั้นแปรเปลี่ยนมาเป็นเพื่อคุณค่าการใช้สอยได้เช่นกัน สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.1 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษตามหลักตรรกวิทยาการบริโภค

ครูสอนพิเศษ	คุณค่าการใช้สอย	คุณค่าการแลกเปลี่ยน	คุณค่าสัญลักษณ์	คุณค่าสัญลักษณ์
แก้ว	- มีผิวขาวอยู่แล้ว			
ต๋อย	- เลือกใช้โฟมล้างหน้า ป้องกันความมัน และ โลชั่นทาผิว ป้องกันผิวแห้ง	- เปรียบเทียบกับสินค้าแบรนด์ดังกับเวชสำอาง - แลกเปลี่ยนด้วยการทำให้ตนเองผอม จากนั้นทำให้ขาวขึ้น	- ใช้เวชสำอางแล้ว ขาว หน้าใสขึ้น - เพื่อนมากขึ้น - ขาวขึ้น ผอมลง มีคนมาชอบมากขึ้น	
รณ	-เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวที่ต้องปกปิดรอยสิวได้ด้วย			
เอ็ก	-เลือกใช้เครื่องสำอางเพื่อการบำรุงผิว ทากันแดด ทาครีม	-ใช้ครีมตามดาราแล้วเห็นผลดี จึงบอกต่อกับญาติ	-มีความมั่นใจมากขึ้น	
พงษ์	- เลือกใช้โฟมล้างหน้า ป้องกันความมัน โลชั่นทาผิว ป้องกันผิวแห้ง			

ตารางที่ 4.1 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษตามหลักตรรกวิทยาการบริโภค (ต่อ)

ครูสอนพิเศษ	คุณค่าการใช้สอย	คุณค่าการแลกเปลี่ยน	คุณค่าสัญลักษณ์	คุณค่าสัญญาะ
กฤษณ์		<ul style="list-style-type: none"> <li>- ซื้อผลิตภัณฑ์ความขาว และที่มีโปรโมชัน ส่งเสริมการขาย</li> <li>- เลือกใช้ครีมหน้าขาวใส ต้องเลือกที่ ยี่ห้อ และการดมกลิ่นจึงจะบอกว่าครีมนี้ดีหรือไม่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความมั่นใจมากขึ้น</li> </ul>	
นั่ม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โลชั่นทาผิว ป้องกันผิวแห้ง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกกินยากระดูก้า และใช้โลชั่นที่มี ส ่ ว น ผ ส ม ของกระดูก้าเพราะอยากขาว วึ่ง</li> <li>- การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ต่างๆมาจากการรีวิวในอินเทอร์เน็ต</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ใช้ครีมแล้วเห็นผลดี จึงบอกต่อกับเพื่อน</li> <li>- ขาวขึ้น ผอมลง เป็นคนใหม่ที่สวยขึ้น</li> <li>- มีคนมาจีบมากขึ้น</li> </ul>	
ก๊ิบ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกใช้เครื่องสำอางเพื่อบำรุงผิว และต้องการรักษาผิว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว ที่เน้นหน้าขาว ทาครีมหลายชนิด</li> </ul>		
ดิฟ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เลือกใช้ครีมบำรุงหน้า เพราะป้องกันแสงแดด และทาผิวเพื่อป้องกันผิวแห้ง</li> </ul>			

ตารางที่ 4.1 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษตามหลักตรรกวิทยาการบริโภค (ต่อ)

ครูสอนพิเศษ	คุณค่าการใช้สอย	คุณค่าการแลกเปลี่ยน	คุณค่าสัญลักษณ์	คุณค่าสัญญา
มายด์	- เลือกใช้ครีมบำรุงหน้า เพราะป้องกันแสงแดด และทาผิวเพื่อป้องกันผิวแห้ง	- การแต่งหน้า แต่งตัวดูแลตัวเอง ต้องแลกเวลากับสิ่งเหล่านี้เพื่อการทำงาน - เลือกกินวิตามินซี เพราะทำให้ขาวใส		
นุ่น	- เลือกใช้เครื่องสำอางเพื่อการบำรุงผิว ทากันแดด ทาครีม	- ใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว ทั้งรูปแบบการกินและฉีด - เลือกใช้ผลิตภัณฑ์จากสารรีวีว ในอินเทอร์เน็ต และมีความต้องการขาว จึงเลือกกินยาเม็ดต่างๆ		
เอิน	- เลือกใช้เครื่องสำอางเพื่อการบำรุงผิว และตามที่แม่หามาให้	- ลงทุนด้านเงิน เพื่อรักษาสิว ทำหน้าขาวใสที่สถานบันความขาว		
ชา	- เลือกใช้ครีมบำรุงหน้า ทากันแดด	- ลงทุนด้านเงิน ซื้อเครื่องสำอางราคาแพง - ลงทุนทางด้านร่างกาย เลือกกิน ฉีด ยาเม็ด โบท็อกซ์ ทำเลเซอร์ความขาว หน้าใส	- ใช้ครีมแล้วเห็นผลดี จึงบอกต่อกับเพื่อน - มีคนมาชอบมากขึ้นทั้งเพศเดียวกัน และเพศตรงข้าม	- มีงานมากขึ้น - มีคนยอมรับมากขึ้น - คนเคารพเกรงใจ - เป็นต้นแบบความขาว

ตารางที่ 4.1 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษตามหลักตรรกวิทยาการบริโภค (ต่อ)

ครูสอนพิเศษ	คุณค่าการใช้สอย	คุณค่าการแลกเปลี่ยน	คุณค่าสัญลักษณ์	คุณค่าสัญญา
กิต	- เลือกใช้ครีมบำรุงหน้า ทากันแดด	- ลงทุนด้านเงิน ซื้อเครื่องสำอางราคาแพง - ลงทุนทางด้านร่างกาย ทำเลเซอร์ความขาว หน้าใส	- ใช้ครีมที่มีพริตตี้เป็น ฟรี-เซนเตอร์ - ใช้แล้วหน้าขาว เต่ง มีความมั่นใจ	

จากตารางการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ จะเห็นได้ว่า ครูสอนพิเศษมีการบริโภคความขาวในหลายรูปแบบ ซึ่งในสังคมทุนนิยมไม่ได้เป็นเพียงสังคมบริโภคเพียงอย่างเดียว แต่ยังเป็นสังคมแห่งสัญญาด้วย ดังนั้น ครูสอนพิเศษหนึ่งคนจึงมีการเลือกใช้สินค้า การบริโภคในหลายระดับได้

การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษหลายคน เริ่มต้นมีเลือกใช้เพื่อต้องการให้มีผิวขาว ต่อมาได้ไปค้นหาวิธีทำให้ขาวจากสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ต การสืบค้นข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ตัวเองมีความขาว เมื่อได้มีการทดลองใช้กับตัวเองแล้ว ไม่ก่อให้เกิดการแพ้ หรืออันตรายใด มีผลเป็นที่น่าพอใจ เกิดการใช้ครีมหรือผลิตภัณฑ์นั้นอย่างต่อเนื่อง ใช้เป็นชีวิตประจำวัน สินค้าความขาวสร้างกระบวนการความเป็นส่วนตัว คือ การที่ครูแต่ละคนเลือกบริโภคความขาวจากการใช้สินค้าแตกต่างกัน ต่างก็มีการโต้ตอบกับตัวเองก่อนที่จะเลือก และเรียนรู้ด้วยตนเอง ว่าสินค้าที่เลือกนั้นสร้างความขาวได้ แล้วนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงร่างกายให้ดีขึ้น

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาภายใต้คำถาม การบริโภครวมตัวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาเป็นอย่างไร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริโภครวมตัวของครูสอนพิเศษที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์

ผู้วิจัยได้เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เป็นเครื่องมือสำคัญของการเข้าถึงความรู้ที่เกิดขึ้นในสถานการณ์จริง ส่วนพื้นที่การวิจัยนั้นเป็นโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่งในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นโรงเรียนกวดวิชาที่อยู่นอกชานเมืองที่มีนักเรียนมาเรียนพิเศษเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น ประกอบกับโรงเรียนกวดวิชาแห่งนี้ มีครูสอนพิเศษหลากหลายรูปแบบทั้งแบบ Full Time และ Part Time มีทั้งหมดประมาณ 80 คน ผู้วิจัยเองได้ปฏิบัติงานอยู่ในพื้นที่ดังกล่าว ทำให้มีความสะดวกในการเก็บข้อมูลและใช้เวลาว่างหลังจากสอนพิเศษเสร็จ โดยใช้ห้องเรียนเป็นสถานที่ในการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ศึกษา คือ เป็นครูสอนพิเศษ ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คนที่สอนพิเศษอยู่ในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีระยะเวลาการสอน 1 ภาคการเรียนขึ้นไป และใช้ผลิตภัณฑ์รวมตัวของครูสอนพิเศษเป็นระยะเวลา 6 เดือนขึ้นไป

#### 5.1 สรุป

จากการวิจัยครั้งนี้ สามารถสรุปได้ว่า การบริโภครวมตัวของครูสอนพิเศษถูกกำหนดกรอบงำโดยวาทกรรมต่างๆทางสังคม เช่น วาทกรรมรวมตัวของครูสอนพิเศษ การบริโภครวมตัวของครูสอนพิเศษ

##### 5.1.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์เป็นครูสอนพิเศษ จำนวน 14 คน แบ่งเป็นเพศชาย 8 คน และเพศหญิง 6 คน อายุเฉลี่ย 24 ปี ส่วนใหญ่ทำงานสอนพิเศษในระหว่างที่ยังเรียนปริญญาตรีหรือปริญญาโท เพื่อนำรายได้จากการสอนพิเศษไปใช้จ่ายส่วนตัว ระยะเวลาสอนพิเศษ น้อยสุดประมาณ 8 เดือน และสอนพิเศษนานที่สุด เป็นระยะเวลา 7 ปี ค่าเฉลี่ยรายได้จากการสอนพิเศษอยู่ที่ประมาณ 10,000 บาทต่อเดือน

วิชาที่สอนพิเศษ สามารถสอนวิชาคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ได้ 9 คน และ สอนวิชาภาษาอังกฤษ ภาษาไทย สังคมได้ 5 คน

ภูมิลำเนาเดิม ส่วนใหญ่เป็นคนจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 8 คน ที่เหลือมีภูมิลำเนาต่างจังหวัด (จังหวัดนครปฐม น่าน นนทบุรี ตรัง สมุทรสาคร และเพชรบุรี) ด้วยขณะนี้ครูสอนพิเศษส่วนใหญ่ยังเรียนหนังสือระดับปริญญาตรี หรือปริญญาโท ที่อยู่ปัจจุบันจึงเป็นหอพักใกล้กับมหาวิทยาลัยเพื่อสะดวกในการเดินทาง สถานภาพการสมรส เกือบทั้งหมดมีสถานภาพคือ โสด แต่มี 1 คนที่สมรสแล้ว

### 5.1.2 ลักษณะทั่วไปของโรงเรียนกวดวิชา

โรงเรียนกวดวิชาที่ศึกษาเป็นอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น จำนวน 2 อาคาร โดยแบ่งเป็นดังนี้

อาคารหลังแรกใกล้กับมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา เป็นอาคารเรียนสำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา และการเรียนเดี่ยวแบบตัวต่อตัว โดยมีห้องเรียนทั้งหมด 13 ห้องเรียน แบ่งเป็นห้องเรียนเดี่ยว ขนาดรับนักเรียนได้ 1-4 คน จำนวน 5 ห้อง และห้องสอนรายวิชาที่สามารถรับนักเรียนได้ 10-30 คน จำนวน 8 ห้อง

อาคารหลังที่สอง ตั้งอยู่บริเวณตรงข้ามกับอาคารหลังแรก เป็นอาคารเรียนสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา มีห้องเรียนทั้งหมด 7 ห้อง แต่ละห้องสามารถรับนักเรียนได้ 20-80 คน

### 5.1.3 เหตุผลการเป็นครูสอนพิเศษ

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกครูสอนพิเศษจำนวนทั้งหมด 14 คน โดยพบเหตุผลที่ครูสอนพิเศษต้องการสอนพิเศษ สาเหตุหลักคือ ต้องการมีรายได้เพิ่มเติม อยากมีรายได้พิเศษ หรือ เป็นคนชอบพูด ชอบสอนหนังสือ ซึ่งอาชีพครูเป็นอาชีพที่มีเกียรติ สามารถสร้างมูลค่าแลกเปลี่ยนให้เป็นมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ได้ เพื่อเป็นการเปลี่ยนสถานภาพของตน

#### ● มีอิสระในการใช้เงินที่ทำได้ด้วยตนเอง

ครูสอนพิเศษส่วนใหญ่ต้องการมีรายได้เพิ่มเติมจากค่าขนมที่ทางครอบครัวให้มาในแต่ละเดือน ส่วนใหญ่ครูสอนพิเศษยังเรียนหนังสือระดับปริญญาตรีจึงเลือกที่จะสอนพิเศษ เป็นอีกทางที่จะได้เงินค่าสอน หรือ ครูบางคนหารรายได้เพิ่มจากการได้รับงานเดือนประจำ การสอนพิเศษทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เงินส่วนนี้ทำให้การจับจ่ายใช้สอยเป็นไปอย่างอิสระ โดยไม่ได้รับกวนทางบ้าน หรือ ภาระของครอบครัว

- **เป็นอาชีพที่มีเกียรติ**

อาชีพครูเป็นอาชีพที่ถือเป็นอาชีพในฝัน ที่มีเกียรติ สามารถสร้างอนาคตของเด็กนักเรียนได้ และยังได้รับความเคารพ ความน่าเชื่อถือจากนักเรียน และผู้ปกครอง หรือคนทั่วไป

- **เป็นการฝึกสมาธิ**

การที่ได้มาสอนพิเศษ ถือว่าเป็นการผ่อนคลายความเครียด เหมือนกับการได้ฝึกสมาธิ ตั้งใจสอนหนังสือ ไม่คิดเรื่องอื่น ไม่คิดฟุ้งซ่าน ทำให้รู้หน้าที่ของตนเอง

- **หลุดพ้นจากความกดดันของเวลาและกฎระเบียบ**

ครูสอนพิเศษบางคนได้ลองทำงานตามสายอาชีพที่ได้เรียนจบระดับปริญญาตรี จากการ ทำงานประจำ เจอปัญหาอุปสรรค ภาวะความกดดันจากงานและเพื่อนร่วมงาน ทำให้ลาออกจากงาน ประจำ หันมาทำงานสอนพิเศษเพียงอย่างเดียว

- **มีบุคลิกภาพที่เอื้อต่อการเป็นครู**

ครูสอนพิเศษหลายคน มีบุคลิกภาพที่ชอบพูด พูดเก่ง กล้าแสดงออก อารมณ์ดี รักเด็ก ชอบพูดชอบอธิบาย และมีความเชื่อมั่นในศักยภาพภาพของตนเอง ซึ่งบุคลิกภาพเช่นนี้ ประกอบกับ เจตนาธรรมณ์ที่อยากเป็นครู มีความรักในอาชีพครู สามารถทำให้การเป็นครูสอนพิเศษเป็นเรื่องที่ง่าย ยิ่งขึ้น เพราะการสอนพิเศษต้องมีการสอนสนุก ไม่น่าเบื่อ ทำให้มีความต่างจากโรงเรียนทั่วไป

- **ใช้เวลาว่าง ที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่า**

การทำงานสอนพิเศษ ต้องทำงานในวันเวลาหลังที่นักเรียนเลิกเรียน คือ ช่วงเวลาตอน เย็น หรือวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ครูสอนพิเศษต้องเสียสละเวลาที่ต้องพักผ่อน มาทำงาน ซึ่งสิ่งที่ได้ แน่นนอนคือ รายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าได้จากเวลาการสอน มาแปรเปลี่ยนเป็นเงินที่ให้ ผลตอบแทนที่คุ้มค่า

#### 5.1.4 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ

การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ส่วนใหญ่เป็นการบริโภคที่ซ้าซาก และการ บริโภคความขาวส่วนใหญ่ไม่ใช่แค่การเสพวัตถุ สิ่งที่ใช้เท่านั้น แต่ยังแฝงเรื่องสัญญาเข้าไปไว้ด้วย เพื่อนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ ซึ่งในการบริโภคนี้ไบรคริยาร์ดได้แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ดังต่อไปนี้

**การบริโภครเพื่อการเลียนแบบ (Imitation)** เป็นการบริโภครเพื่อให้เราเหมือนเช่นเดียวกับคนอื่นที่อยู่ในสังคมเดียวกัน ซึ่งในการบริโภครความขาวของครูสอนพิเศษส่วนใหญ่ เป็นการเลือกบริโภครเพื่อให้ตนเองเหมือนกับคนอื่น เช่น มีเพื่อนแนะนำให้ใช้ จึงใช้ตามเพื่อน อยากหล่อ สวย เหมือนศิลปิน ดารา นักร้อง เป็นต้น

- **ถามคนที่เคยใช้มาก่อน หรือ เพื่อน คนรู้จักแนะนำ**

การได้รับการแนะนำจากเพื่อน หรือคนรู้จัก เป็นเหตุผลสำคัญที่ครูสอนพิเศษได้เลือกบริโภครความขาว เพราะเพื่อนลองใช้แล้วดี ทำให้มีความกล้าที่จะลองใช้ โดยไม่ต้องตัดสินใจมากนัก เพื่อนจึงมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้ แม้ว่าราคาอาจจะแพงมากก็ตาม

เพื่อนเป็นผู้ที่มีอิทธิพลกับครูสอนพิเศษในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว หากเพื่อนแนะนำว่า ผลิตภัณฑ์นี้ดี ครูสอนพิเศษจะมีการเลือกใช้โดยทันที โดยไม่ได้มีการไตร่ตรอง หรือตัดสินใจมากนัก แม้ว่าสินค้านั้นมีราคาแพง ก็ยอมลงทุน เพื่อให้ได้มาเพื่อความขาว

- **การเลียนแบบ ศิลปิน ดารา นักร้อง และการโฆษณา**

ในกระแสปัจจุบันได้มีการนำดารา นักแสดง นักร้อง หรือพริตตี้ มาเป็นพรีเซ็นเตอร์โฆษณาสินค้าผลิตภัณฑ์ความขาวเพื่อสร้างแรงดึงดูดใจกับลูกค้า หรือแม้กระทั่งดารา นักแสดงเหล่านี้ได้มีการทำผลิตภัณฑ์ความขาวออกมาจำหน่ายด้วยตัวเอง สร้างความน่าเชื่อถือ ยิ่งเป็นแรงกระตุ้นให้ซื้อสินค้ามากขึ้น จนทำให้ครูสอนพิเศษหลงอยู่อยู่ในคุณค่าของสัญลักษณ์ที่สร้างขึ้นจากภาพตัวแทนผ่านสื่อโฆษณา

การเลียนแบบความขาวจากดารา นักแสดง นักร้อง ซึ่งครูสอนพิเศษแม้ว่าพวกเขาจะเป็นกลุ่มที่มีความรู้ค่อนข้างสูง แต่ด้วยเล่ห์กลของการโฆษณา ทำให้ครูสอนพิเศษต้องการเลียนแบบและมีความขาวเช่นเดียวกับดาราเหล่านั้น

- **เป็นกระแสความนิยม ความฮิตของสังคม**

เนื่องด้วยผลิตภัณฑ์ความขาวที่มีความนิยมในแต่ละยุคสมัยก็มีการเปลี่ยนแปลงไปเสมอ แต่ในขณะนี้ผลิตภัณฑ์ความขาวที่มีความนิยม และอยู่ในกระแสสังคม เช่น ครีมที่มีส่วนผสมของกลูตาไรโอน ครีมรกแกะ ครีมหอยทาก ครีมมะหาด คอลลาเจน ที่ช่วยให้ผิวขาว ใส เต่งตึง หรือการรักษาหน้าโดยการทำเลเซอร์ หรือ ฉีดโบท็อกซ์จากสถาบันเสริมความงาม ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้สวยในเวลาไม่นาน แต่มีราคาแพง เป็นต้น ซึ่งเป็นกรบริโภครความขาวที่สามารถทำตามคนอื่น หรือเลียนแบบคนในสังคม

โดยการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษนั้น มีวิธีการที่หาผลิตภัณฑ์ความขาว ส่วนใหญ่มาจากการสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต ด้วยยุคโลกาภิวัตน์ที่ครูสอนพิเศษเติบโตมาพร้อมกับสื่อเทคโนโลยีการสื่อสาร ทั้งเว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต สื่อออนไลน์ ซึ่งได้กลายเป็นพื้นที่ของการแชร์และแลกเปลี่ยนข้อมูล ทำให้ครูสอนพิเศษสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างรวดเร็ว มีการสืบค้นข้อมูลหรือเรียกว่า รีวิวข้อมูล ผลิตภัณฑ์ความขาวหลากหลายผลิตภัณฑ์ รวมถึงข้อดี ข้อเสียของครีมต่างๆ หรือเคล็ดลับความสวย ความงาม แล้วนำมาสู่การเลือกที่จะใช้ด้วยตนเอง

**การบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง (Distinction)** เพื่อให้เราต่างจากคนกลุ่มอื่นๆ ในสังคม แบบแผนการบริโภคของคนในสังคมมีความสัมพันธ์กับชนชั้น หมายถึง การทำตัวเองให้ดูดี ผิวขาว มีความสวยงามแล้ว จะให้มีความแตกต่างจากคนอื่นในสังคมได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้บริโภคระดับล่างก็ได้บริโภคสัญญาณของสินค้าไปเช่นเดียวกัน โดยผ่านกระบวนการเลียนแบบ (Imitation) อาจกล่าวได้ว่า ชนชั้นของบุคคลในสังคมที่มีฐานะดีย่อมกว่ามักต้องการที่จะก้าวเข้าไปสู่การบริโภค เช่นเดียวกับการบริโภคของชนชั้นนำในสังคม ในขณะที่ชนชั้นนำของสังคมก็ต้องหาทางสร้างจุดเด่นให้แก่ตนโดยอาศัยพื้นฐานเรื่องของความแตกต่าง ผลิตรกระบวนการบริโภคเชิงสัญญาณที่แตกต่างออกไปจากที่เคยเป็นอยู่

### 5.1.5 ผลจากการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ

เมื่อครูสอนพิเศษได้มีการบริโภคความขาวแล้ว พบว่า ความขาวสามารถสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง เป็นที่ดึงดูดใจให้กับคนอื่น โดยเฉพาะนักเรียนและผู้ปกครอง เพราะการทำงานนี้ต้องใช้บุคลิก หน้าตาทำงาน ดึงดูดสายตาทำให้นักเรียนตั้งใจเรียน ประกอบกับลีลาการสอนหนังสือ

- **ดึงดูดสายตา**

การมีผิวขาวสามารถสะกดสายตากับคนรอบข้างได้เสมอ โดยเฉพาะครูสอนพิเศษ ถ้ามีผิวขาว สามารถดึงดูดความสนใจจากนักเรียนให้สามารถตั้งใจฟัง

- **ความมั่นใจ**

ครูสอนพิเศษต้องการมีผิวขาวเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ เสริมบุคลิกภาพของตนเองให้ดูดีขึ้น ปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นได้อย่างมั่นใจ

- **ความเก่ง ความฉลาด**

ครูสอนพิเศษมองว่า ความขาวช่วยทำให้ตัวเองดูเก่ง มีความฉลาด ดูเป็นที่น่าเชื่อถือแก่คนที่พบเห็น

- **เป็นต้นแบบ**

จากการเก็บข้อมูล ครูสอนพิเศษมองว่า ถ้าตัวครูมีผิวขาว สวย สอนหนังสือกับนักเรียนเด็กๆที่เรียนด้วยก็จะมีมากขึ้นชม มองตัวครูเป็นครูในอุดมคติ ที่อยากเลียนแบบ

การที่ครูสอนพิเศษได้รับความขาวมาครอบครอง ก็ส่งผลในแง่ของการสอนหนังสือคือช่วยให้มีความมั่นใจ เมื่อต้องสอนหนังสือยืนหน้าชั้นเรียนต่อหน้านักเรียนจำนวนมาก หรือการปฏิสัมพันธ์กับนักเรียน ผู้ปกครอง สามารถสร้างความประทับใจให้กับกลุ่มคนเหล่านี้ได้ ความขาวยังสะท้อนให้เห็นถึงความเก่ง ความฉลาดที่ครูคนนั้นมีในตัว และยังเป็นต้นแบบให้กับนักเรียนที่มีชื่นชอบ

### 5.1.6 การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญา

ครูสอนพิเศษ ได้มีการเลือกใช้สินค้าที่เกี่ยวกับความขาว ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง ครีม หน้าขาวไปจนถึงยาต่างๆ ตามความกระแสมความนิยม หรือมีความต้องการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพหน้าตาของตนเองให้มีความโดดเด่น น่าสนใจต่อผู้ครอบข้าง

การเติบโตของตลาดสินค้าความขาว ทำให้คนทั่วโลกกลายเป็นผู้บริโภค ซึ่งในโลกของสินค้า สิ่งที่แฝงอยู่ในตัวสินค้าจะมีคุณค่าในการแลกเปลี่ยนเพื่อการใช้สอยที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิต ขณะที่โบดริยาร์ดบอกว่า สินค้าที่ทำให้คุณค่าแลกเปลี่ยนเพื่อการใช้สอยในการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้เปลี่ยนคุณค่ามาสู่สัญลักษณ์ และสัญญา ซึ่งสามารถวิเคราะห์การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ โดยพบการบริโภคความขาว มีความสัมพันธ์ และแบ่งระดับการใช้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### 5.1.6.1 การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย

จากการศึกษาการบริโภคความขาว พบว่า ครูสอนพิเศษทุกคนมีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยทุกคน นั่นคือ มีการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ความขาวที่ต้องการประโยชน์ใช้สอยจากผลิตภัณฑ์นั้นด้วย เช่น ทาผิวเพื่อให้ผิวชุ่มชื้น ทาครีมเพื่อป้องกันผิวความมัน เป็นต้น แต่ในขณะเดียวกันมีครูสอนพิเศษกลุ่มหนึ่ง จำนวน 3 คน ที่มีการบริโภคความขาวเพื่อแค่การใช้สอยเท่านั้น โดยสินค้านั้นมีความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเขา เน้นที่คุณสมบัติ หน้าที่

ของผลิตภัณฑ์นั้น โดยคนมีความสัมพันธ์ในแง่ของการใช้ประโยชน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั่วไปได้ ทำให้ครูสอนพิเศษมีการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว เพื่อต้องการใช้ประโยชน์เพียงอย่างเดียว และประกอบกับการได้ประโยชน์จากผิวขาวของตนเอง เช่น มีผิวขาวแล้ว ซึ่งเป็นลักษณะธรรมชาติ ทำให้ง่ายต่อการใช้ชีวิตประจำวัน นั่นคือการเลือกสวมใส่เสื้อผ้าได้ง่าย เพราะผิวขาว สามารถเลือกใส่สีอะไรก็ได้ ซึ่งต่างกับคนผิวดำ ซึ่งไม่สามารถเลือกใส่เสื้อผ้าที่มีสีสันๆ เช่น แดง หรือ เขียว เป็นต้น

### 5.1.6.2 การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยคุณค่า และคุณค่าการแลกเปลี่ยน

เป็นความสัมพันธ์ของการบริโภคความขาวที่ครูสอนพิเศษมีการเลือกใช้นอกจากเพื่อการใช้สอยผลิตภัณฑ์ความขาวทั่วไปแล้ว ยังมีการแลกเปลี่ยนโดยการลงทุนทางด้านต่างๆ เพื่อที่จะให้มีผิวขาว ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนเงิน ผ่านผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อมา เป็นการลงทุนเพื่อต้องการให้เห็นผลคือความขาว การลงทุนด้านเวลา เสียเวลาทาครีม บำรุงต่างๆ เพื่อให้ได้มาเพื่อความขาว และลงทุนทางร่างกาย ขอมเจ็บปวด ซึ่งมีครูสอนพิเศษจำนวน 4 คน มีการบริโภคความขาวที่มีความสัมพันธ์เช่นนี้

### 5.1.6.3 การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยคุณค่า คุณค่าการแลกเปลี่ยน และคุณค่าสัญลักษณ์

ซึ่งมีครูสอนพิเศษจำนวน 5 คน ที่มีการบริโภคความขาวในเชิงคุณค่าสัญลักษณ์ เหตุผลที่ครูสอนพิเศษเลือกบริโภคความขาว ส่วนใหญ่แล้ว ต้องการอยากให้ตัวเองดูดี มีความมั่นใจ จึงจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์นั้นและใช้อย่างต่อเนื่อง สามารถดึงดูดเพศตรงข้ามหรือเพศเดียวกันให้มาสนใจได้มากขึ้นด้วย หากไม่ได้ใช้จะรู้สึกถึงความไม่มั่นใจในตัวเอง ความขาว คือ ความโดดเด่น ความขาวกลายเป็นที่ดึงดูดใจ ดึงดูดสายตาจากผู้ที่พบเห็น กลายเป็นความโดดเด่น การที่ครูสอนพิเศษมีผิวที่ขาวขึ้น กลายเป็นว่า มีบุคลิกใหม่ในสายตาของคนอื่น และยังเป็นທີ່ดึงดูดใจของเพศตรงข้าม หรือเพศเดียวกันได้อีกด้วย

### 5.1.6.4 การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยคุณค่า คุณค่าการแลกเปลี่ยน และคุณค่าสัญลักษณ์ มาสู่คุณค่าสัญลักษณ์

การบริโภคนี้ไม่ใช่แค่เชิงวัตถุเท่านั้น แต่เพิ่มคุณค่าทางสัญลักษณ์เอาไว้ด้วย เป้าหมายของบริโภคสัญลักษณ์ดังกล่าว ก็เป็นไปเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์นี้เพื่อการเลียนแบบ หรือการบริโภคเพื่อให้เราเหมือนกับคนอื่น หรือการบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง เพื่อให้

เราต่างจากคนอื่นๆในสังคม คุณค่าสัจจะในระดับที่สถานะวัตถุเป็นตัวแทนในการสร้างสัจจะอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือการสร้างความแตกต่าง การที่ครูเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวไม่ได้มองเพียงต้องการประโยชน์ใช้สอย แต่มองในคุณค่าของทันสมัย นำแฟชั่น ที่ทำให้ตนเองดูดี มีฐานะทางสังคมที่สูงขึ้น ความขาวได้สร้างให้ครูสอนพิเศษคนหนึ่งกลายเป็นอีกชนชั้นหนึ่งที่มีความแตกต่างจากคนอื่น มีการวางตัวใหม่ มีรสนิยมที่เปลี่ยนไป มีความพึงพอใจกับอัตลักษณ์ใหม่ของตนเอง ครูสอนพิเศษได้กลายเป็นผู้นำความขาว ที่ครูคนอื่นหรือคนรู้จักต้องมาสอบถามว่าไปทำอะไรมา ถึงขาวขึ้น

## 5.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผล เรื่อง การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง โดยมีการอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวกับการบริโภคความขาวตามหลักตรรกวิทยาการบริโภค ซึ่งมีการวิเคราะห์ตัวสินค้า การบริโภค และสัจจะ รวมทั้งเพศของครูสอนพิเศษที่เชื่อมโยง และมีผลต่อการบริโภคความขาวด้วยเช่นกัน

### 5.2.1 การแปรเปลี่ยนความหมายความขาว ภายใต้ตรรกะการบริโภค

การบริโภคผลิตภัณฑ์ความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาพบว่า ครูสอนพิเศษตกอยู่ภายใต้วาทกรรม ความนิยมของสังคม ที่สังคมคาดหวัง อยากให้เป็น ความขาวจึงกลายเป็นค่านิยมอย่างหนึ่งของคนไทย เป็นความคิดที่ถูกสร้างขึ้นและยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา ความหมายความขาวของครูสอนพิเศษ ท่ามกลางแรงจูงใจจากที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน ผ่านสื่อทางโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อความคิดเรื่องความขาวที่หลากหลาย ส่วนใหญ่เป็นการบริโภคที่ซ้ำซาก และการบริโภคความขาวส่วนใหญ่ไม่ใช่แค่การเสพวัตถุ สิ่งที่ใช้เท่านั้น แต่ยังแฝงเรื่องสัจจะเข้าไปไว้ด้วย เพื่อนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์

เนื่องจากความขาวถูกให้สัญลักษณ์ในเรื่องของความงาม จากการศึกษา การให้ความหมายของความขาว ส่วนใหญ่ยังเชื่อมโยงความขาวไปในเรื่องของความสวย ความหล่อ พอขาวแล้วสามารถทำให้ตนเองมีความดูดีขึ้นมาได้ อีกทั้งจากการเก็บข้อมูล ครูสอนพิเศษทุกคนไม่มีความพึงพอใจผิวของตนเอง อยากให้ผิวของตนเองมีความขาวขึ้น ใสขึ้น จึงทำให้ความขาวกลายเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา และความขาวได้ถูกสร้างขึ้นโดยการนำเสนอในพื้นที่สื่อต่างๆ เพื่อจูงใจกลุ่มคนไม่เว้นแม้กระทั่งครูสอนพิเศษที่มีความกังวลในผิวพรรณของตนเองอยากให้มีผิวขาวมากขึ้น ซึ่งความ

ชาวไม่ได้แสดงถึงรูปลักษณ์ภายนอกเพียงอย่างเดียว ยังเป็นเป็นการแสดงถึงพลังจากภายใน เช่น ความมั่นใจ เป็นต้น

ส่วนใหญ่เป็นการบริโภครอบเพื่อที่เราเหมือนเช่นเดียวกันกับคนอื่นที่อยู่ในสังคมเดียวกัน ซึ่งในการบริโภครอบความขาวของครูสอนพิเศษส่วนใหญ่ เป็นการเลือกบริโภครอบเพื่อให้ตนเองเหมือนกับคนอื่น เช่น มีเพื่อนแนะนำให้ใช้ จึงใช้ตามเพื่อน อยากหล่อ สวยเหมือนศิลปิน ดารา นักร้อง และครูสอนพิเศษยังมีการบริโภครอบเพื่อสร้างความแตกต่าง เพื่อให้เราต่างจากคนกลุ่มอื่นๆ ในสังคม แบบแผนการบริโภครอบของคนในสังคมมีความสัมพันธ์กับชนชั้น หมายรวมถึง การทำตัวเองให้ดูดี ผิวขาว มีความสวยงามแล้ว จะให้มีความแตกต่างจากคนอื่นในสังคมได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้บริโภครอบก็ได้บริโภคสัญญาของสินค้าไปเช่นเดียวกัน โดยผ่านกระบวนการเลียนแบบ ดังนั้น ครูสอนพิเศษจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพของตนเอง ด้วยการทำให้มีผิวขาว โดยไม่ได้มีเป้าหมายเป็นเพียงผิวขาวเท่านั้น แต่ยังบริโภครอบความขาวที่แฝงความหมายที่นอกเหนือเช่น ฐานะทางสังคม รสนิยม ความนำสมัย เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีการที่ครูสอนพิเศษใช้เพื่อสร้างอำนาจที่เหนือกว่าคนอื่น

ความขาวเป็นสิ่งที่ทุกคน หลายคนอาจตั้งคำถามว่า ทำไมต้องขาว ขาวแล้วได้อะไร แต่สิ่งที่ครูสอนพิเศษคิดนั้นคือความพึงพอใจ ทำให้ต้องมีการจัดการเรือนร่างของตนเองไม่ว่าเป็นเพศหญิง เพศชาย หรือหลากหลายทางเพศ โดยครูสอนพิเศษต้องการมีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างกาย ผิวพรรณของตนเองให้ขาวขึ้น เพราะถือเป็นการลงทุนที่สามารถทำได้ และสิ่งที่สำคัญการที่มีผิวขาวจะนำมาซึ่งความมั่นใจ จะเห็นได้ว่า ความขาวนั้นเป็นสิ่งที่มากกว่าเห็นได้ด้วยตา

ผลิตภัณฑ์ สินค้าความขาวเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ชัดเจนมากที่สุด มีรูปแบบเฉพาะในการสร้างรูปแบบของสินค้า ประกอบกับสินค้าความขาวมีอัตราการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นในสังคมบ้านเรา มีเทคโนโลยีความขาวเกิดขึ้นใหม่ๆ เพราะคนไทยมีความต้องการความขาว (คุณากร การชะวี, 2556) สินค้าที่ผลิตออกมาสื่อถึงการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่เน้นความขาว ทั้งในแง่ของการใช้ประโยชน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั่วไปได้ อีกทั้งตัวสินค้ายังมีสัญญาในตัวเอง เช่น มีคุณลักษณะพิเศษ ใช้แล้วเกิดความขาว สดชื่น เพิ่มพลังให้สดใส ให้ผิวมีความนุ่ม ตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ความขาวยังทำหน้าที่เป็นกลไกที่เหนือจริงให้กับร่างกาย ซึ่งเป็นตัวสื่อความหมาย ที่ทำให้เกิดจากการใช้สอยธรรมดา มีการแลกเปลี่ยน และสุดท้ายมีการสร้างสัญลักษณ์ จนกลายเป็นสัญญาในที่สุด

การประกอบสร้างความขาวผ่านตัวสินค้า ทำให้เกิดการบริโภครอบ จากเริ่มมีการเลือกใช้สินค้าเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน สิ่งที่แฝงอยู่ในตัวสินค้าจะมีคุณค่าในการแลกเปลี่ยนเพื่ออรรถประโยชน์ที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิต ซึ่งโบคิริยาร์ดบอกว่า สินค้าที่ให้คุณค่าแลกเปลี่ยนเพื่ออรรถประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้เปลี่ยนคุณค่ามาสู่สัญลักษณ์ และสัญญา ซึ่งการบริโภครอบไม่ใช่แค่เชิงวัตถุเท่านั้น แต่ยังเพิ่มคุณค่าทางสัญญาเอาไว้ด้วย เป้าหมายของบริโภครอบสัญญา ก็

เป็นไปเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์นี้เพื่อการเลียนแบบ หรือการบริโภครอบเพื่อให้ครูสอนพิเศษเหมือนกับคนอื่น หรือการบริโภครอบเพื่อสร้างความแตกต่างจากคนอื่น ๆ ในสังคม ประกอบกับในกระแสปัจจุบันมีการโฆษณาผลิตภัณฑ์ความขาว มีการสร้างลักษณะการบริโภครอบผ่านการเลียนแบบ โดยใช้ค่าของสัญญาเรื่องความขาวเป็นสื่อกลาง มีการนำดารานักแสดง นักร้อง หรือ พิธีกร มาเป็นผู้นำเสนองานโฆษณา และออกมายืนยันว่า ตนเองใช้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เป็นการใช้ผลิตภัณฑ์เปรียบเทียบกับคู่แข่งข้าม กล่าวคือ มีการนำเสนอผิวที่หมองคล้ำ ก่อนใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว และเปรียบเทียบกับผิวขาวใสหลังใช้ เกิดการชักจูงให้ผู้บริโภครอบเห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในเรื่องของสัญญา ช่วยให้เกิดความขาว และเกิดปรารถนาที่จะมีผิวพรรณเช่นนั้น (อุไรวรรณ รัตนพันธ์, 2552) หรือแม้กระทั่งดารานักแสดงเหล่านี้ได้มีการทำผลิตภัณฑ์ความขาวออกมาจำหน่ายด้วยตัวเอง ยิ่งเป็นแรงกระตุ้นให้ซื้อสินค้ามากขึ้น เกิดการบริโภครอบที่เป็นการสร้างการเลียนแบบ จากนั้นเมื่อใช้แล้วเกิดความประทับใจ จึงเกิดความมั่นใจ และเป็นที่สนใจของคนในสังคม

สินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ความขาวต่างๆ ไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อการบริโภครอบเท่านั้น แต่วัตถุที่เราบริโภครอบเข้าไปนั้น กำลังกระทำบางสิ่งบางอย่างให้กับตัวเรา ที่เข้ามากำหนดความขาวทำให้เกิดอิทธิพลของการบริโภครอบเชิงสัญญา เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความขาว จนมองข้ามหน้าที่ที่แท้จริงของมัน เมื่อครูสอนพิเศษได้ลองใช้จนพอใจ เกิดความอึดตัว แต่ไม่สามารถเลิกใช้ได้ เพราะหากเลิกใช้จะกลับไปเจอปัญหาเดิม ทำให้ใช้จนเกิดความเคยชิน ซึ่งสัญญาตัวนี้สามารถปรับเปลี่ยนให้เป็นมูลค่าของใช้สอยได้เสมอ และถ้าหากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ทำให้มีสัญญาใหม่เกิดขึ้น ก็สามารถเข้ามาแทนที่สัญญาเดิมได้เร็วขึ้น มากกว่าคนอื่นที่บริโภครอบแต่การใช้สอยหรือการแลกเปลี่ยน

ตรรกวิทยาการบริโภครอบความขาวที่ก้าวข้ามคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน มาสู่คุณค่าสัญลักษณ์ ที่สร้างสินค้าความขาวกลายเป็นสินค้าวัฒนธรรม ที่นำไปสู่การบริโภครอบที่เลียนแบบ มีการบริโภครอบที่ไม่สิ้นสุด ซ้ำซากวนเวียน และนำตนเองไปสู่คุณค่าสัญญาในที่สุด

ครูสอนพิเศษยังเป็นเพียงวัยรุ่นที่ตกอยู่ท่ามกลางกระแสบริโภครอบนิยม เป็นกลุ่มที่ถูกมอมเมาด้วยมนต์ขลังของสินค้า ผ่านการแนะนำจากเพื่อน สื่อโฆษณา และข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต ที่นำมาสู่การสร้างภาพลักษณ์ตัวตน ที่แสดงออกถึงความมั่นใจ กลุ่มวัยรุ่นยังเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมการเลือกซื้อครีม ผลิตภัณฑ์ความขาวมากกว่ากลุ่มผู้ใหญ่ ด้วยตามหลักทางจิตวิทยาที่ว่า วัยรุ่นเป็นวัยที่ต้องการความงามทางร่างกาย และต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมเกี่ยวกับรูปลักษณ์ของตน (อุไรวรรณ รัตนพันธ์, 2552) และอีกทั้งครูสอนพิเศษทำงานอยู่ในสถานศึกษาขนาดเล็ก ทำให้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนข้อมูล การเห็นหน้ากัน จึงมีโอกาสดำเนินการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้ง่าย เนื่องจากครูสอนพิเศษได้ใช้ร่างกายเป็นตัวกลางในการสื่อสารกับเด็กนักเรียน หากมีผิวขาว สามารถเรียกภาพความประทับใจให้กับนักเรียน และผู้ปกครองได้

## 5.2.2 ความขาวไม่จำกัดเฉพาะผู้หญิง มีรูปแบบมาสู่ผู้ชาย และนำมาสู่กลุ่มหลากหลาย

### ทางเพศ

จากการวิจัยพบว่า ในแง่ของการบริโภคความขาวมีความแตกต่างกันเรื่องเพศ ครูสอนพิเศษที่เป็นผู้หญิงย่อมมีความคิด วิธีที่ทำให้ตัวเองมีความขาว รักสวย รักงาม จึงทำทุกวิถีทางเพื่อที่จะให้ได้มา มีการทำให้ตนเองให้คล้ายกับดาราสีลปิน โดยเฉพาะเรื่องความขาว อยากรู้อยากเห็นเหมือนดาราสีลปิน เกิดการบริโภคที่เลียนแบบ เพื่อสร้างตัวเองใหม่ ส่วนครูเพศชาย 8 คน พบว่า มีการบริโภคความขาวเฉพาะคุณค่าการใช้สอย เฉพาะในบางคน ซึ่งพบได้ในครูที่มีผิวขาวอยู่แล้ว จึงไม่ได้ตกอยู่ภายใต้สัญญาณของความขาว และครูผู้ชายที่คุณลักษณะความเป็นหลากหลายเพศจำนวน 4 คน ที่มีความต้องการความขาวเหมือนเช่นครูผู้หญิง ทำให้ครูเพศหญิงและหลากหลายทางเพศมีความต้องการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพของตนเองโดยการให้มีผิวที่ขาวขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจ ทำให้ตนเองขาวโดยการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวหลากหลายวิธี ครูที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นเกือบทุกคนที่มีความคิด และได้พัฒนาตนเองให้มีผิวขาว เช่นเดียวกับครูผู้หญิง เพื่อสร้างตัวเองให้กลายเป็นคนใหม่ แตกต่างจากเพศเดิมที่ถือกำเนิดมา ทั้งครูผู้หญิงและหลากหลายทางเพศ ถือว่าความขาวเป็นสิ่งที่สำคัญ การได้มาครอบครองคือปรารถนาอันสูงสุด สามารถเป็นใบเบิกทางให้เขาและเธอได้รับโอกาสใหม่ๆ ทั้งเรื่องของหน้าที่การงาน เรื่องแฟน แม้ว่าการได้มานั้นต้องแลกกับหลายสิ่งหลายอย่างที่ต้องลงทุน เช่น ค่าใช้จ่าย เสียเวลา ร่างกาย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ที่ลงทุนไป ถือเป็นความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับกลับมา ส่วนครูสอนพิเศษเพศชายนั้น ไม่ได้มีความกังวลเรื่องผิวพรรณของตนเอง จึงไม่ได้มีการบริโภคความขาวเท่าที่ควร

จากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ประกอบด้วยเพศชาย เพศหญิง และหลากหลายทางเพศ ทำให้เข้าใจความคิดของกลุ่มเพศที่แตกต่างกันกับการบริโภคความขาว ที่เดิมการบริโภคความขาวจำกัดอยู่ในเฉพาะผู้หญิง แต่ในปัจจุบันเพศชาย และหลากหลายเพศ มีรสนิยมที่จะบริโภคความขาวเพื่อสร้างความแตกต่าง กลายเป็นค่านิยมของสังคมสมัยใหม่ ความขาวเป็นของส่วนรวมที่ทุกเพศเป็นเจ้าของ และครอบครองความขาวให้กับร่างกาย โดยแสวงหาวิธีการต่าง ๆ มาเพื่อตอบสนองความต้องการ

สัญญาณได้นำมาสู่การจัดระเบียบของสังคมในความหมายของความขาวไปสู่รูปแบบการผลิตสินค้าที่บ่งบอกความเฉพาะของกลุ่ม เฉพาะวัย เฉพาะเพศได้อย่างชัดเจนในการเลือกสินค้าโดยผ่านการโฆษณา การบริโภคความขาวของผู้คนในระยะยาว ผู้คนจะตกอยู่ในมนต์ลึงขงสินค้าที่พยายามนำความเป็นธรรมชาติมาเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์ การเสนอสัญญาณในตัวสินค้ามีความสำคัญมากกว่าลายลักษณ์อักษรที่ระบุถึงอันตรายต่างๆที่ผู้ใช้มักมองข้าม ครอบครัวยังคงคิดว่า

ตนเองมีอิสระ เลือกได้ คนเหล่านี้จะกลายเป็นกลุ่มที่ตกอยู่ในอำนาจของการผลิต ติดอยู่ในกรงเหล็กของการโฆษณา และมีความปรารถนาในการบริโภคที่ไม่สิ้นสุด

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

ผู้บริโภคซึ่งเป็นครูสอนพิเศษ เป็นบุคคลที่ได้รับข่าวสาร หรือผลกระทบโดยตรงจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ความขาว ควรมีวิจารณญาณ และการพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ ในการที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ อีกทั้งควรหาข้อมูลทางด้านสุขภาพ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ จากแหล่งข้อมูลอื่นเพิ่มเติม ผู้บริโภคควรเชื่อถือเฉพาะประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เท่านั้น และควรตรวจสอบแหล่งที่ขายผลิตภัณฑ์ ควรมีที่มาชัดเจน ไม่ควรหลงเชื่อการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต ควรมีการใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ เพื่อรู้เท่าทันสื่อกับกลยุทธ์หรือเทคนิคการโฆษณาที่มักมีรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ

### 5.4 ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ศึกษาเปรียบเทียบการบริโภคความขาวของกลุ่มเพศหญิง เพศชาย และกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ มีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ

5.4.2 ศึกษาการบริโภคความขาวในมุมมองของอัตลักษณ์ การคิดไตร่ตรอง และการวิเคราะห์ตัวตน

ตรรกะการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง

THE LOGIC OF WHITENING CONSUMPTION AMONG TUTORS IN TUTORIAL SCHOOL

ปวีณา มโนเกษมสุข 5136712 SHMS/M

ศศ.ม. (สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข)

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: มัลลิกา มัติโก, Ph.D., วรรณวิภา ปสันธนาทร, Ph.D.,  
วิณา ศิริสุข, Ph.D.

## บทสรุปแบบสมบูรณ์

### บทนำ

ปัจจุบันการบริโภคความขาวปรากฏให้เห็นในทุกๆกลุ่มอาชีพ แม้แต่ครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาพบว่า มีความนิยมเลือกใช้สินค้าที่เกี่ยวข้องกับความขาว ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง ครีมหน้าขาวไปจนถึงสารเร่งความขาว เช่น กลูต้าไธโอน ด้วยที่ว่าครูสอนพิเศษยังเป็นกลุ่มที่ยังเป็นวัยรุ่น มีความอยากรู้อยากทดลองสิ่งใหม่ๆ โดยเฉพาะมีความต้องการปรับเปลี่ยนให้ตนเองมีบุคลิกภาพที่ดี เรื่องหน้าตาจึงเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อครูต้องมีการปฏิสัมพันธ์กับนักเรียน และสร้างภาพความประทับใจด้วยการบริโภคความขาวที่ให้ความหมายไม่เพียงเพื่อความขาวกับความสวยงามเท่านั้น แต่ยังบริโภคความขาวที่แฝงความหมายที่นอกเหนือจากเรื่องความขาว เช่น ฐานะทางสังคม ความแตกต่าง รสนิยม ความนำสมัยหรือแฟชั่น หรือการสร้างอำนาจแห่งตน และความมั่นใจ เป็นต้น คำถามที่ว่าทำไมครูสอนพิเศษบริโภคความขาว หรือตกอยู่ในมนต์ขลังของสินค้าที่ผลิตความขาว ทั้งที่คนกลุ่มนี้มีความรู้มากกว่ากลุ่มอื่นๆ คำตอบในมุมมองมูลค่าแห่งสัญญาณคือครูสอนพิเศษตกอยู่ท่ามกลางอุดมการณ์แห่งการบริโภค ซึ่งโบดริยาร์ด (Baudrillard, 1970) แบ่งอุดมการณ์แห่งการบริโภคเป็น 4 ประเภท คือ คุณค่าของการใช้สอย หมายถึงการอรรถประโยชน์ของวัตถุหรือสินค้า คุณค่าของการแลกเปลี่ยน หมายถึงการเปรียบเทียบมูลค่าวัตถุ การกระจายในตลาด คุณค่าสัญลักษณ์ เป็นการให้ความหมายหลายนัย และคุณค่าเชิงสัญญาณ ที่ว่าด้วยความแตกต่างของฐานะในสังคม ทั้งนี้โบดริยาร์ด ให้ความสำคัญกับคุณค่าเชิงสัญญาณ เพราะเป็นความหมายความขาวที่ประกอบสร้าง

ขึ้นผ่านผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ทำหน้าที่ในฐานะสื่อคุณค่าการใช้สอย และคุณค่าการแลกเปลี่ยนมาเป็นคุณค่าเชิงสัญญา

คุณค่าเชิงสัญญานำมาอธิบายการบริโภคความขาวของครุสอนพิเศษ ในความหมายของการถูกสังคมบังคับให้ต้องทำ สัญญาความขาวถูกทำให้เป็นกระบวนการของการสื่อสารที่มาบงการวิถีชีวิตของครุสอนพิเศษ โดยให้พวกเขาารู้สึกว่า มีอำนาจในการเลือกตัดสินใจที่จะกำกับชีวิตของตนเอง นี่คือ ความอิสระตามความเข้าใจของกลุ่มคนเหล่านี้ ขณะเดียวกันครุสอนพิเศษที่เป็นวัยรุ่นเติบโตท่ามกลางความทันสมัยของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่จำลองภาพเสมือนจริงให้เกิดการเลียนแบบเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวในสื่อออนไลน์ การแลกเปลี่ยนข้อมูล ทั้งนี้การบริโภคความขาวผ่านสื่อออนไลน์และเว็บไซต์ เช่น เฟสบุค คือปริมาณพลในการสร้างสัญญาแห่งใหม่ของครุสอนพิเศษ ที่แลกเปลี่ยนแบ่งปันข้อมูลความขาวที่ปราศจากการควบคุมจากระเบียบกฎเกณฑ์ใดๆ ความอิสระในการเสพข้อมูลจริงบ้างเท็จบ้างที่ครุสอนพิเศษไม่อาจแยกแยะได้ ทำให้ครุหลงอยู่ในการละเล่นของสัญญาของระบบทุนนิยมที่เต็มไปด้วยการเสแสร้งหลอกลวง ที่เชื่อว่าพวกเขาเลือกที่จะบริโภคความขาวได้ ด้วยสินค้าที่เคลือบมาด้วยการเปลี่ยนคุณค่าการใช้สอยมาเป็นคุณค่าเชิงสัญญา ดังนั้น การบริโภคความขาวของครุสอนพิเศษจึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับคุณค่าของสินค้าว่ามีประโยชน์ใช้สอยอย่างไร หากประโยชน์ใช้สอยเพื่อความขาวนั้นจะมีค่าก็ต่อเมื่อสินค้าที่สัมพันธ์กับความขาวแปรเปลี่ยนเป็นคุณค่าเชิงสัญญาตามกระบวนการสร้างและแลกเปลี่ยนความหมายทางสังคม ที่ไม่มีวันสิ้นสุด (Baudrillard, 1970: 102)

จากการประยุกต์แนวคิดของโบดริยาร์ดกับการบริโภคความขาวของครุสอนพิเศษ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าแนวคิดของโบดริยาร์ด สามารถนำมาเป็นกรอบความคิดในการตั้งคำถามกับปรากฏการณ์ของกลุ่มครุสอนพิเศษที่ว่า ทำไมกลุ่มเหล่านี้จึงต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ความขาวผ่านการวิเคราะห์ตรรกวิทยา 4 ประเภท คือ คุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญา

## คำถามการวิจัย

ตรรกะการบริโภคความขาวของครุสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชา เป็นอย่างไร

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาผลกระทบการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชา ที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญา

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ เรื่อง ผลกระทบการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญา ที่สอนในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 14 คน โดยมีการดำเนินการวิจัยเป็นระยะเวลา 6 เดือน ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2556 – มีนาคม 2557

## วิธีวิทยา

### 1) การเลือกพื้นที่และตัวอย่างศึกษา

การเลือกพื้นที่ในการศึกษาเลือกแบบเฉพาะเจาะจงในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่งที่จดทะเบียนกับกระทรวงศึกษาธิการ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นโรงเรียนที่มีครูผู้สอนเป็นจำนวนมาก ครูสอนพิเศษ มีเกณฑ์การเลือกตัวอย่าง ดังต่อไปนี้ เป็นครูสอนพิเศษทั้งเพศหญิง เพศชาย และหลากหลายทางเพศ ที่มีอายุ 20 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน จากจำนวนทั้งสิ้น 15 คน ที่สอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร การเลือกตัวอย่างที่เป็นครูสอนพิเศษ และใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว ผู้วิจัยเป็นผู้คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง และเลือกแบบ Snow ball sampling โดยเริ่มคัดเลือกจากครูที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวที่มีการพูดคุยกับผู้วิจัย จากนั้นทำการสอบถามถึงครูที่ใช้ และให้ครูผู้นี้แนะนำครูสอนพิเศษคนอื่นๆต่อไป เป็นครูสอนพิเศษที่มีระยะเวลาการสอน 1 ภาคการเรียน หรือ 4 เดือนขึ้นไป เป็นครูสอนพิเศษที่ใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว เป็นระยะเวลา 6 เดือนขึ้นไป

### 2) ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาเก็บข้อมูล 3 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 ถึง ธันวาคม 2556 ซึ่งระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ใช้เวลาทั้งหมด 3 เดือน เนื่องจากไม่สามารถนัดครูสอนพิเศษมาเก็บ

ข้อมูลได้ตามกำหนดเวลา เพราะครูสอนพิเศษมีงานสอนพิเศษ เรียนหนังสือ ทำให้เวลาว่างไม่ตรงกันกับผู้วิจัย จึงให้ผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นผู้กำหนดวัน และเวลา ตามความสะดวกของผู้ร่วมการวิจัย

### 3) วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

การเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างนั้น เนื่องจากผู้วิจัยเป็นครูสอนพิเศษเช่นเดียวกัน จึงมีความสนิทสนมกับกลุ่มตัวอย่าง การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้ใช้เวลาหลังเลิกสอน ซึ่งผู้ร่วมการวิจัยมีเวลาเพียงพอ และใช้ห้องเรียน ซึ่งมีความเป็นส่วนตัวและสะดวกกับผู้เข้าร่วมการวิจัย ในขั้นตอนการสัมภาษณ์ ผู้เข้าร่วมการวิจัยเป็นผู้กำหนดวัน เวลา ตามความสะดวกของผู้ร่วมการวิจัย กำหนดระยะเวลาการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งละ 45 นาที – 1 ชั่วโมง โดยใช้ห้องเรียนขนาดเล็กเป็นสถานที่ในการสัมภาษณ์ มีเครื่องดื่ม ขนมนมขบเคี้ยวระหว่างการสัมภาษณ์ จึงเป็นการลดความอึดอัดใจ และผ่อนคลาย

### 4) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึกที่เกี่ยวกับการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วนตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่ ความคิดการบริโภคความขาว เพื่อประโยชน์ใช้สอย เพื่อการแลกเปลี่ยน เพื่อเชิงสัญลักษณ์ และสัญลักษณ์ การใช้เทปบันทึกเสียงระหว่างการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ร่วมการวิจัยบันทึกเสียง เพื่อให้การสัมภาษณ์มีความต่อเนื่องและข้อมูลมีความสมบูรณ์ ผู้เข้าร่วมวิจัยทุกคนอนุญาตพร้อมทั้งลงนามในเอกสารการยินยอมการเข้าร่วมการวิจัย จากนั้นผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้จากการจดบันทึกย่อประเด็นสำคัญขณะสัมภาษณ์ และการถอดข้อมูลจากการบันทึกเสียง เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งต่อไป และเครื่องมือที่ใช้ในการสังเกตการณ์ระหว่างการสัมภาษณ์นั้น เป็นแบบบันทึกข้อมูลที่ได้จากการสังเกต เพื่อคุณลักษณะทาง ปฏิกิริยาระหว่างที่ผู้ร่วมการวิจัยให้ข้อมูล

### 5) การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่ออธิบายสาระหรือข้อความที่ถูกสื่อจากผู้มีประสบการณ์ตรงในการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ มีการวิเคราะห์ที่อยู่ในกรอบ ทฤษฎี เพื่อสร้างข้อสรุป โดยผู้วิจัยได้วางเค้าโครงของข้อมูลแบ่งตามตรรกวิทยา 4 ประเภท และการเชื่อมโยงคุณค่าแต่ละประเภท การวิเคราะห์เนื้อหา ได้ให้ความสำคัญกับการจัดประเภทข้อความที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ในประเด็นเรื่องการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ ด้านคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญลักษณ์ เพื่อให้ทบทวน และตรวจสอบได้ พร้อมกับการสร้างแนวเรื่อง และทำการใส่รหัสเบื้องต้นให้ครอบคลุมทุกประเด็น ทั้งนี้

ผู้วิจัยระลึกลู่อยู่เสมอว่า การบริโศคความขาวของครูสอนพิเศษ นอกเหนือจากกรอบแนวคิด ตรีกรวิทยากรบริโศคของโบครียาร์ดแล้ว อาจมีข้อค้นพบอื่นๆที่เกิดขึ้นจากข้อมูลของผู้เข้าร่วมการ วิจัย ที่นำมาศึกษาเพิ่มเติมต่อไป

## ผลการศึกษา

### 1) ลักษณะทั่วไปของโรงเรียนกวดวิชา

โรงเรียนกวดวิชาที่ศึกษาเป็นอาคารพาณิชย์ 4 ชั้น จำนวน 2 อาคาร โดยแบ่งเป็นดังนี้ อาคารหลังแรกใกล้เคียงมหาวิทยาลัยมหิดล วิทยาเขตศาลายา เป็นอาคารเรียนสำหรับนักเรียนระดับ ประถมศึกษา และการเรียนเดี่ยวแบบตัวต่อตัว โดยมีห้องเรียนทั้งหมด 13 ห้องเรียน แบ่งเป็น ห้องเรียนเดี่ยว ขนาดรับนักเรียนได้ 1-4 คน จำนวน 5 ห้อง และห้องสอนรายวิชาที่สามารถรับ นักเรียนได้ 10-30 คน จำนวน 8 ห้อง และอาคารหลังที่สอง ตั้งอยู่บริเวณตรงข้ามกับอาคารหลังแรก เป็นอาคารเรียนสำหรับนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา มีห้องเรียนทั้งหมด 7 ห้อง แต่ละห้องสามารถ รับนักเรียนได้ 20-80 คน

### 2) ลักษณะทั่วไปทางสังคม เศรษฐกิจของครูสอนพิเศษ

จากการเก็บข้อมูลครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง จำนวน 14 คน มีอายุ ระหว่าง 20-30 ปี อายุเฉลี่ย 24 ปี เป็นเพศชาย 8 คน และ เพศหญิง 6 คน ส่วนใหญ่ทำงานสอนพิเศษ ในระหว่างที่ยังเรียนปริญญาตรี หรือปริญญาโท เพื่อนำรายได้จากการสอนพิเศษไปใช้จ่ายส่วนตัว

### 3) เหตุผลการศึกษาเป็นครูสอนพิเศษ

สาเหตุหลักคือ ต้องการมีรายได้เพิ่มเติม อยากมีรายได้พิเศษ หรือ เป็นคนชอบพูด ชอบ สอนหนังสือ ซึ่งอาชีพครูเป็นอาชีพที่มีเกียรติ เพื่อเป็นการเปลี่ยนสถานภาพของตน ต้องการฝึกสมาธิ หลุดพ้นจากกรอบ กฎระเบียบการทำงานประจำ การมีลักษณะบุคลิกภาพที่เอื้อต่อการเป็นครู ซึ่งงานนี้ เป็นงานที่ให้ผลตอบแทนคุ้มค่า

### 4) การบริโศคความขาวของครูสอนพิเศษ

การบริโศคความขาวของครูสอนพิเศษ ส่วนใหญ่เป็นการบริโศคเพื่อการเลียนแบบ (Imitation) เป็นการบริโศคเพื่อให้เราเหมือนเช่นเดียวกับคนอื่นที่อยู่ในสังคมเดียวกัน ซึ่งในการ บริโศคความขาวของครูสอนพิเศษส่วนใหญ่ เป็นการเลือกบริโศคเพื่อให้ตนเองเหมือนกับคนอื่น เช่น

มีเพื่อนแนะนำให้ใช้ จึงใช้ตามเพื่อน อยากรหล่อ สวยเหมือนศิลปิน ดารา นักร้อง เป็นต้น อีกด้านหนึ่งเป็นการบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง (Distinction) เพื่อให้เราต่างจากคนกลุ่มอื่นๆในสังคม การทำตัวเองให้ดูดี ผิวขาว มีความสวยงามแล้ว จะให้มีความแตกต่างจากคนอื่นในสังคมได้อย่างชัดเจน

#### 5) ผลจากการบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ

เมื่อครูสอนพิเศษได้มีการบริโภคความขาวแล้ว พบว่า ความขาวสามารถสร้างความมั่นใจให้กับตัวเอง เป็นที่ดึงดูดใจให้กับคนอื่น โดยเฉพาะนักเรียนและผู้ปกครอง เพราะการทำงานนี้ต้องใช้บุคลิก หน้าตาทำงาน ดึงดูดสายตาทำให้นักเรียนตั้งใจเรียน ประกอบกับลีลาการสอนหนังสือที่น่าสนใจ ทำให้เป็นจุดสนใจมากยิ่งขึ้น

#### 6) การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญา

ครูสอนพิเศษ ได้มีการเลือกใช้สินค้าที่เกี่ยวกับความขาว ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสำอาง ครีม หน้าขาวไปจนถึงยาต่างๆ ตามความกระแสมนิยม หรือมีความต้องการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพ หน้าตาของตนเองให้มีความโดดเด่น น่าสนใจต่อผู้คนรอบข้าง การเติบโตของตลาดสินค้าความขาวทำให้คนทั่วโลกกลายเป็นผู้บริโภค ซึ่งในโลกของสินค้า สิ่งที่แฝงอยู่ในตัวสินค้าจะมีคุณค่าในการแลกเปลี่ยนเพื่อการใช้สอยที่เอื้อต่อการเพิ่มผลผลิต ขณะที่โบดริยาร์ดบอกว่า สินค้าที่ให้คุณค่าแลกเปลี่ยนเพื่อการใช้สอยในการดำเนินชีวิตประจำวัน ได้เปลี่ยนคุณค่ามาสู่สัญลักษณ์ และสัญญา ซึ่งสามารถวิเคราะห์การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ โดยพบการบริโภคความขาว มีความสัมพันธ์ และแบ่งระดับการใช้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

#### การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอย

จากการศึกษาการบริโภคความขาว พบว่า ครูสอนพิเศษทุกคนมีการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยทุกคน นั่นคือ มีการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ความขาวที่ต้องการประโยชน์ใช้สอยจากผลิตภัณฑ์นั้นด้วย เช่น ทาผิวเพื่อให้ผิวชุ่มชื้น ทาครีมเพื่อป้องกันผิว ความมัน เป็นต้น แต่ในขณะที่เดียวกันมีครูสอนพิเศษกลุ่มหนึ่ง ที่มีการบริโภคความขาวเพื่อแค่การใช้สอยเท่านั้น โดยสินค้านั้นมีความจำเป็นในชีวิตประจำวันของเขา เน้นที่คุณสมบัติ หน้าที่ของผลิตภัณฑ์นั้น

### **การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยคุณค่า และคุณค่าการแลกเปลี่ยน**

เป็นความสัมพันธ์ของการบริโภคความขาวที่ครูสอนพิเศษมีการเลือกใช้ นอกจากเพื่อการใช้สอยผลิตภัณฑ์ความขาวทั่วไปแล้ว ยังมีการแลกเปลี่ยนโดยการลงทุนทางด้านต่างๆ เพื่อที่จะให้มีผิวขาว ไม่ว่าจะเป็นการลงทุนเงิน ผ่านผลิตภัณฑ์ที่หาซื้อมา เป็นการลงทุนเพื่อต้องการให้เห็นผลคือความขาว การลงทุนด้านเวลา เสียเวลาทาครีม บำรุงต่างๆ เพื่อให้ได้มาเพื่อความขาว

### **การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยคุณค่า คุณค่าการแลกเปลี่ยน และคุณค่าสัญลักษณ์**

วัตถุที่เราบริโภคเข้าไปนั้น กำลังกระทำบางสิ่งบางอย่างให้กับตัวเรา ที่เข้ามากำหนดความขาวทำให้เกิดอิทธิพล เกิดสัญลักษณ์ขึ้นมา มีครูสอนพิเศษจำนวน 5 คน ที่มีการบริโภคความขาวในเชิงคุณค่าสัญลักษณ์ เหตุผลที่ครูสอนพิเศษเลือกบริโภคความขาว ส่วนใหญ่แล้ว ต้องการอยากให้ตัวเองดูดี มีความมั่นใจ จึงจำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์นั้นและใช้อย่างต่อเนื่อง สามารถดึงดูดเพศตรงข้ามหรือเพศเดียวกันให้มาสนใจได้มากขึ้นด้วย หากไม่ได้ใช้จะรู้สึกถึงความไม่มั่นใจในตัวเอง

### **การบริโภคความขาวที่สัมพันธ์กับคุณค่าการใช้สอยคุณค่า คุณค่าการแลกเปลี่ยน และคุณค่าสัญลักษณ์ มาสู่คุณค่าสัญลักษณ์**

การบริโภคนี้ไม่ใช่แค่เชิงวัตถุเท่านั้น แต่เพิ่มคุณค่าทางสัญลักษณ์เอาไว้ด้วย เป้าหมายของการบริโภคสัญลักษณ์ดังกล่าว ก็เป็นไปเพื่อการสร้างอัตลักษณ์ การสร้างอัตลักษณ์นี้เพื่อการเลียนแบบ หรือการบริโภคเพื่อให้เราเหมือนกับคนอื่น หรือการบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง เพื่อให้เราต่างจากคนอื่นในสังคม คุณค่าสัญลักษณ์เป็นระดับที่สถานะวัตถุเป็นตัวแทนในการสร้างสัญลักษณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือการสร้างสร้างความแตกต่าง การที่ครูเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวไม่ได้มองเพียงต้องการประโยชน์ใช้สอย แต่มองในคุณค่าของทันสมัย นำแฟชั่น ที่ทำให้ตนเองดูดี มีฐานะทางสังคมที่สูงขึ้น

ความขาว คือ ราสีบ่งบอกอำนาจ จากผลการศึกษาคำให้ความหมายของความขาวส่วนใหญ่ให้คุณค่ากับกลุ่มคนที่มีผิวขาว ว่าเป็นคนที่ดูดี มีราสี มีอำนาจที่เหนือกว่ากลุ่มคนที่มีผิวดำ คนผิวขาวยังมองดูเป็นที่น่าสนใจกับคนอื่นรอบข้าง ความขาวจึงกลายเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา และทำให้ตัวเองขาวขึ้นมาเพื่อให้เป็นที่ยอมรับของสังคม

จากการศึกษา การบริโภคความขาวของครูสอนพิเศษ พบว่าครูสอนพิเศษไม่ได้อยู่ที่การบริโภคในตรรกะใดตรรกะหนึ่งเพียงเท่านั้น แต่ว่าการบริโภคนี้มีการเคลื่อนไหวที่ลื่นไหล กลับไปกลับมา เช่น ครูสอนพิเศษบางคนเริ่มต้นบริโภคความขาวเพื่อการใช้สอย ต่อมาเมื่อมีความต้องการ

ความขาวมากขึ้นตามกระแสสังคม จึงเปลี่ยนมาเป็นบริโภครความขาวเพื่อคุณค่าการแลกเปลี่ยน หรือคุณค่าสัญลักษณ์ แล้วนำไปสู่การสร้างสัญญา หรือการบริโภครความขาวที่เริ่มต้นเพื่อคุณค่าสัญลักษณ์ แต่เมื่อมีการใช้จนเป็นกิจวัตรประจำวัน การบริโภครนั้นแปรเปลี่ยนมาเป็นเพื่อคุณค่าการใช้สอยได้เช่นกัน สามารถสรุปได้ดังนี้

## การอภิปรายผล

การอภิปรายผล เรื่อง การบริโภครความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง โดยมีการอภิปรายในประเด็นที่เกี่ยวกับการบริโภครความขาวตามหลักตรรกวิทยาการบริโภคร ซึ่งมีการวิเคราะห์ตัวสินค้า การบริโภคร และสัญญา รวมทั้งเพศของครูสอนพิเศษที่เชื่อมโยง และมีผลต่อการบริโภครความขาวด้วยเช่นกัน

### การแปรเปลี่ยนความหมายความขาว ภายใต้ตรรกะการบริโภคร

การบริโภครผลิตภัณฑ์ความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชาพบว่า ครูสอนพิเศษตกอยู่ภายใต้วาทกรรม ความนิยมของสังคม ที่สังคมคาดหวัง อยากรให้เป็น ความขาวจึงกลายเป็นค่านิยมอย่างหนึ่งของคนไทย เป็นความคิดที่ถูกสร้างขึ้นและยึดถือปฏิบัติสืบต่อกันมา ความหมายความขาวของครูสอนพิเศษ ท่ามกลางแรงจูงใจจากที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน ผ่านสื่อทางโทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ส่งผลต่อความคิดเรื่องความขาวที่หลากหลาย ส่วนใหญ่เป็นการบริโภครที่ซ้ำซาก และการบริโภครความขาวส่วนใหญ่ไม่ใช่แค่การเสพวัตถุ สิ่งที่ใช้เท่านั้น แต่ยังแฝงเรื่องสัญญาเข้าไปไว้ด้วย เพื่อนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์

เนื่องจากความขาวถูกให้สัญลักษณ์ในเรื่องของความงาม จากการศึกษา การให้ความหมายของความขาว ส่วนใหญ่ยังเชื่อมโยงความขาวไปในเรื่องของความสวย ความหล่อ พอขาวแล้วสามารถทำให้ตนเองมีความรู้สึกขึ้นมาได้ อีกทั้งจากการเก็บข้อมูล ครูสอนพิเศษทุกคนไม่มีความพึงพอใจผิวของตนเอง อยากรให้ผิวของตนเองมีความขาวขึ้น ใสขึ้น จึงทำให้ความขาวกลายเป็นสิ่งที่ทุกคนปรารถนา และความขาวได้ถูกสร้างขึ้นโดยการนำเสนอในพื้นที่สื่อต่างๆ เพื่อจูงใจกลุ่มคนไม่เว้นแม้กระทั่งครูสอนพิเศษที่มีความกังวลในผิวพรรณของตนเองอยากรให้มีความขาวมากขึ้น ซึ่งความขาวไม่ได้แสดงถึงรูปลักษณ์ภายนอกเพียงอย่างเดียว ยังเป็นเป็นการแสดงถึงพลังจากภายใน ความมั่นใจ เป็นต้น

ส่วนใหญ่เป็นการบริโภครเพื่อที่เราเหมือนเช่นเดียวกันกับคนอื่นที่อยู่ในสังคมเดียวกัน ซึ่งในการบริโภครความขาวของครูสอนพิเศษส่วนใหญ่ เป็นการเลือกบริโภครเพื่อให้ตนเองเหมือนกับ

คนอื่น เช่น มีเพื่อนแนะนำให้ใช้ จึงใช้ตามเพื่อน อยากรล่ สวดยเหมือนศิลปิน ดารา นักร้อง และครูสอนพิเศษยังมีการบริโภคเพื่อสร้างความแตกต่าง เพื่อให้เราต่างจากคนกลุ่มอื่นๆในสังคม แบบแผนการบริโภคของคนในสังคมมีความสัมพันธ์กับชนชั้น หมายรวมถึง การทำตัวเองให้ดูดี ผิวขาว มีความสวยงามแล้ว จะให้มีความแตกต่างจากคนอื่นในสังคมได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้บริโภคก็ได้บริโภคสัญญาของสินค้าไปเช่นเดียวกัน โดยผ่านกระบวนการเลียนแบบ ดังนั้น ครูสอนพิเศษจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพของตนเอง ด้วยการทำให้มีผิวขาว โดยไม่ได้มีเป้าหมายเป็นเพียงผิวขาวเท่านั้น แต่ยังมีบริโภครวมความขาวที่แฝงความหมายที่นอกเหนือเช่น ฐานะทางสังคม รสนิยม ความนำสมัย เป็นต้น ซึ่งเป็นวิธีการที่ครูสอนพิเศษใช้เพื่อสร้างอำนาจที่เหนือกว่าคนอื่น

ผลิตภัณฑ์ สินค้าความขาวเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ชัดเจนมากที่สุด มีรูปแบบเฉพาะในการสร้างรูปแบบของสินค้า ประกอบกับสินค้าความขาวมีอัตราการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นในสังคมบ้านเรา มีเทคโนโลยีความขาวเกิดขึ้นใหม่ๆ เพราะคนไทยมีความต้องการความขาว (คุณากร การชะวี, 2556) สินค้าที่ผลิตออกมาสื่อถึงการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่เน้นความขาว ทั้งในแง่ของการใช้ประโยชน์ที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานทั่วไปได้ อีกทั้งตัวสินค้ายังมีสัญญาในตัวเอง เช่น มีคุณลักษณะพิเศษ ใช้แล้วเกิดความขาว สดชื่น เพิ่มพลังให้สดใส ให้ผิวมีความนุ่ม ตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ความขาวยังทำหน้าที่เป็นกลไกที่เหนือจริงให้กับร่างกาย ซึ่งเป็นตัวสื่อความหมาย ที่ทำให้เกิดจากการใช้สอยธรรมดา มีการแลกเปลี่ยน และสุดท้ายมีการสร้างสัญลักษณ์ จนกลายเป็นสัญญาในที่สุด

สินค้า หรือ ผลิตภัณฑ์ความขาวต่างๆ ไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อการบริโภคเท่านั้น แต่วัตถุที่เราบริโภคเข้าไปนั้น กำลังกระทำบางสิ่งบางอย่างให้กับตัวเรา ที่เข้ามากำหนดความขาวทำให้เกิดอิทธิพลของการบริโภคเชิงสัญญา เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีความขาว จนมองข้ามหน้าที่ที่แท้จริงของมัน เมื่อครูสอนพิเศษได้ลองใช้จนพอใจ เกิดความอึดตัว แต่ไม่สามารถเลิกใช้ได้ เพราะหากเลิกใช้จะกลับไปเจอปัญหาเดิม ทำให้ใช้จนเกิดความเคยชิน ซึ่งสัญญาตัวนี้สามารถปรับเปลี่ยนให้เป็นมูลค่าของใช้สอยได้เสมอ และถ้าหากผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่ทำให้มีสัญญาใหม่เกิดขึ้น ก็สามารถเข้ามาแทนที่สัญญาเดิมได้เร็วขึ้น มากกว่าคนอื่นที่บริโภคแต่การใช้สอยหรือการแลกเปลี่ยน

ตรรกวิทยาการบริโภคความขาวที่ก้าวข้ามคุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน มาสู่คุณค่าสัญลักษณ์ ที่สร้างสินค้าความขาวกลายเป็นสินค้าวัฒนธรรม ที่นำไปสู่การบริโภคที่เลียนแบบ มีการบริโภคที่ไม่สิ้นสุด ซ้ำซากวนเวียน และนำตนเองไปสู่คุณค่าสัญญาในที่สุด

ครูสอนพิเศษยังเป็นเพียงวัยรุ่นที่ตกอยู่ท่ามกลางกระแสบริโภคนิยม เป็นกลุ่มที่ถูกมอมเมาด้วยมนต์ลางของสินค้า ผ่านการแนะนำจากเพื่อน สื่อโฆษณา และข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต ที่นำมาสู่การสร้างภาพลักษณ์ตัวตน ที่แสดงออกถึงความมั่นใจ กลุ่มวัยรุ่นยังเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมเลือกซื้อครีม ผลิตภัณฑ์ความขาวมากกว่ากลุ่มผู้ใหญ่ ด้วยตามหลักทางจิตวิทยาที่ว่า วัยรุ่นเป็นวัย

ที่ต้องการความงามทางร่างกาย และต้องการให้ผู้อื่นชื่นชมเกี่ยวกับบุคลิกของตนเอง (อุไรวรรณ รัตนพันธ์, 2552) และอีกทั้งครูสอนพิเศษทำงานอยู่ในสถานศึกษาขนาดเล็ก ทำให้มีการพูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูล การเห็นหน้ากัน จึงมีโอกาสดำเนินการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว หรือแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ง่าย เนื่องจากครูสอนพิเศษได้ใช้ร่างกายเป็นตัวกลางในการสื่อสารกับเด็กนักเรียน หากมีผิวขาว สามารถเรียกภาพความประทับใจให้กับนักเรียน และผู้ปกครองได้

### **ความขาวไม่จำกัดเฉพาะผู้หญิง มีรูปแบบมาสู่ผู้ชาย และนำมาสู่กลุ่มหลากหลายทางเพศ**

จากการวิจัยพบว่า ในแง่ของการบริโภคความขาวมีความแตกต่างกันเรื่องเพศ ครูสอนพิเศษที่เป็นผู้หญิงย่อมมีความคิด วิธีที่ทำให้ตัวเองมีความขาว รักสวย รักงาม จึงทำทุกวิถีทางเพื่อที่จะให้ได้มา มีการทำให้ตนเองให้คล้ายกับดาราสีลปิน โดยเฉพาะเรื่องความขาว อยากขาวเหมือนดารากาเหลิ เกิดการบริโภคที่เลียนแบบ เพื่อสร้างตัวเองใหม่ ส่วนครูเพศชาย 8 คน พบว่า มีการบริโภคความขาวเฉพาะคุณค่าการใช้สอย เฉพาะในบางคน ซึ่งพบได้ในครูที่มีผิวขาวอยู่แล้ว จึงไม่ได้ตกอยู่ภายใต้สัญญาณของความขาว และครูผู้ชายที่คุณลักษณะความเป็นหลากหลายเพศจำนวน 4 คน ที่มีความต้องการความขาวเหมือนเช่นครูผู้หญิง ทำให้ครูเพศหญิงและหลากหลายทางเพศมีความต้องการปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพของตนเองโดยการให้ผิวที่ขาวขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจ ทำให้ตนเองขาวโดยการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวหลากหลายวิธี ครูที่มีความหลากหลายทางเพศนั้นเกือบทุกคนที่มีความคิด และได้พัฒนาตนเองให้มีความขาว เช่นเดียวกับครูผู้หญิง เพื่อสร้างตัวเองให้กลายเป็นคนใหม่ แตกต่างจากเพศเดิมที่ถือกำเนิดมา ทั้งครูผู้หญิงและหลากหลายทางเพศ ถือว่าความขาวเป็นสิ่งที่สำคัญ การได้มาครอบครองคือปรารถนาอันสูงสุด สามารถเป็นใบเบิกทางให้เขาและเธอได้รับโอกาสใหม่ๆ ทั้งเรื่องของหน้าที่การงาน เรื่องแฟน แม้ว่าการได้มานั้นต้องแลกกับหลายสิ่งหลายอย่างที่ต้องลงทุน เช่น ค่าใช้จ่าย เสียเวลา ร่างกาย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ที่ลงทุนไป ถือเป็นความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับกลับมา ส่วนครูสอนพิเศษเพศชายนั้น ไม่ได้มีความกังวลเรื่องผิวพรรณของตนเอง จึงไม่ได้มีการบริโภคความขาวเท่าที่ควร

จากกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา ประกอบด้วยเพศชาย เพศหญิง และหลากหลายทางเพศ ทำให้เข้าใจความคิดของกลุ่มเพศที่แตกต่างกันกับการบริโภคความขาว ที่เดิมการบริโภคความขาวจำกัดอยู่ในเฉพาะผู้หญิง แต่ในปัจจุบันเพศชาย และหลากหลายทางเพศ มีรสนิยมที่จะบริโภคความขาวเพื่อสร้างความแตกต่าง กลายเป็นค่านิยมของสังคมสมัยใหม่ ความขาวเป็นของส่วนรวมที่ทุกเพศเป็นเจ้าของ และครอบครองความขาวให้กับร่างกาย โดยแสวงหาวิธีการต่าง ๆ มาเพื่อตอบสนองความต้องการ

### ข้อเสนอแนะ

ผู้บริโภคซึ่งเป็นครูสอนพิเศษ เป็นบุคคลที่ได้รับข่าวสาร หรือผลกระทบโดยตรงจากการบริโภคผลิตภัณฑ์ความขาว ควรมีวิจารณญาณ และการพิจารณาอย่างละเอียดรอบคอบ ในการที่จะบริโภคผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ อีกทั้งควรหาข้อมูลทางด้านสุขภาพ หรือข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ จากแหล่งข้อมูลอื่นเพิ่มเติม ผู้บริโภคควรเชื่อถือเฉพาะประโยชน์ของตัวผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ การอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เท่านั้น และควรตรวจสอบแหล่งที่ขายผลิตภัณฑ์ ควรมีที่มาชัดเจน ไม่ควรหลงเชื่อการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต ควรมีการใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ เพื่อรู้เท่าทันสื่อกับกลยุทธ์หรือเทคนิคการโฆษณาที่มักมีรูปแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ

### ข้อเสนอในการวิจัยครั้งต่อไป

- ศึกษาเปรียบเทียบการบริโภคความขาวของกลุ่มเพศหญิง เพศชาย และกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ โดยเฉพาะกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ มีแนวโน้มที่จะใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวมากกว่ากลุ่มอื่นๆ
- ศึกษาการบริโภคความขาวในมุมมองของอัตลักษณ์ การคิดไตร่ตรอง และการวิเคราะห์ตัวตน

THE LOGIC OF WHITENING CONSUMPTION AMONG TUTORS IN  
TUTORIAL SCHOOL

PAWEENA MANOKASEMSUK 5136712 SHMS/M

M.A. (MEDICAL AND HEALTH SOCIAL SCIENCES)

THESIS ADVISORY COMMITTEE: MULLIKA MUTTIKO, Ph.D., WONWIPA  
PASANDHANATORN, Ph.D., VEENA SIRISOOK, Ph.D.

## EXTENDED SUMMARY

### Introduction

Nowadays, the consumption of whitening products seems to be prevalent in many types of consumers with various occupational settings. For example, studying the behavior of consumption among tutors at tutorial school, the researcher found that these people also have the preference to use products contained whitening substances, such as makeups, skincare products, and pure whitening substances, especially glutathione. According to the characteristics of tutors, they are mainly in their early adulthood. They prefer to try new cosmetic/skincare products in order to change the look and maintain attractive physical appearance. A good-looking appearance is crucial for them because these people want to attract their students and make an impression on them, resulting in other meaningful purposes of whitening products, besides cosmetics, such as socioeconomic status, a sense of styles, trends in fashion, social networking, self-confidence, etc. For the hypothesis, the researchers investigated several reasons that these individuals prefer to use whitening products when they are more well-educated than other groups of consumers. According to the sign value perspective, the tutors can be categorised with the ideology of consumption. Baudrillard (1970) separated the ideology of consumption into 4 categories: use value, exchange value, symbolic value, and sign value. Use value mainly implies to the usefulness and basic characteristics of consumed products. Exchange value means the

value of products distributed in the market. Symbolic value focuses on abstract meanings of consumption. Sign value indicates the different status in the society. Baudrillard indicated that sign value to be very important because whitening substances in a wide variety of products can be taken as a messenger with the transition of use value and exchange value to become sign value.

Sign value can be used to explain the perspective of whitening consumption among tutors in the sense of social conformity. The meaning of white is integrated in mass media and different kinds of advertisements in today's society, and it has an impact on the daily life of many individuals. As a result, tutors are among others who think that they have freedom to choose and decide different ways of living. Meanwhile, these tutors are in the generation for continuing development of modern communication and technology with photo shop and computer simulation for the persuasive advertisement and products. Therefore, this leads to the decision to use specific products for imitating the after-use results presented in persuasive media advertisement. The consumption of whitening resulted from media influence, such as online advertisements and social network (e.g. Facebook), is the boundary to create new sign for tutors to spread the information about a variety of whitening products to other people. The exchange of information is unlimited. Therefore, the information given might be relevant or falsified. The consumers hardly distinguish what is true and what is false. Therefore, they consume products with different values in the system of capitalism. The consumption of whitening products of studied tutors does not depend on the use value. Instead, the consumption shift its basic value to become the consumption for abstract meaning as an exchange for endless social means. (Baudrillard, 1970: 102)

The application of Baudrillard's idea with the consumption of whitening of tutors led to the proposed questions for the consumption of whitening using 4 categories: use value, exchange value, symbolic value, and sign value.

## **Research Questions**

What is the logic of whitening consumption among tutors in tutorial school?

## **Research Purposes**

To examine the logic of whitening consumption among tutors in tutorial school for the correlation with the ideal of consumption using 4 factors: use value, exchange value, symbolic value, and sign value.

## **Scope of Research**

This research study applied qualitative research method to study the logic of whitening consumption among tutors for the correlation with use value, exchange value, symbolic value, and sign value. Fourteen subjects were recruited from a local tutorial school. The duration of research was 6 months, started from October 2013 - March 2014

## **Methodology**

### **1) Sample Selection and Stratification**

The study focused on the tutorial school located in Thawi Watthana district, Bangkok. The school provided with many tutors. Fourteen subjects were recruited with the age of 20 years or older and both male and female. The researcher used snow ball sampling for the selection of sample size in the recruitment process. The researcher specifically recruited the subjects by using an interview. First, the researcher recruited the first subject, who was a tutor at the tutorial school and also had been using the whitening products. This participant was interviewed in great details. Second, he/she was asked to distribute the information about this research study to other tutors. The subjects were tutors with teaching duration of 1 semester or more than 4 months. These tutors had been using whitening products for more than 6 months.

## **2) Duration of Data Collection**

The study were conducted with the period of three months, started October 2013 to December 2013 for data collection. The reason was mainly due to the conflicted schedule of subjects. Occasionally, they were unable to make the schedule according with the researcher due to personal schedules and appointment. Therefore, the subjects were asked to set up their appointment for the interview process in their own convenience.

## **3) Data Collection Processes**

For the sample recruitment process, the researcher also has been working as a tutor. Therefore, the researcher were able to recruit and select the subject via an in-depth interview. The interview took place after the subject's teaching class, in which the participant had the available time for an in-depth interview. The location for an interview process was a small classroom at the tutorial school. It provided the privacy and convenience for the participant. The participant set up the available time for an interview. The duration of an indepth interview was 45 minutes to 1 hour. The participants were provided with some snacks during the interview to reduce the stress and create the friendly environment.

## **4) Measurement for the Collecting Data**

In-depth interview's questions for the consumption of whitening include the idea of consumption for use value, exchange value, symbolic value, and sign value. The researcher also used the tape recorder during the interview process. In this case, the researcher already asked the participants for the permission. The participants were also given the information sheet containing the overview of research study, and they also signed the informed consent forms. Then, the researcher analysed the data from the notes during the interview and also from the tape recorder to complete the in-depth interview process. The observational data were also obtained from the interviewer during the interview with participants. The data contained the ways of interaction between the researcher and participants and their body language, recorded in the form of writing.

## **5) Analysis of Data**

The descriptive and observational data were collected. The content was analysed to explain the information or message given by the experienced consumers of whitening products. The analysis was based on theory and hypothesis to draw the conclusion. The researcher laid out the structure of data analysis based on the ideology of consumption with four different values given and the correlation of these values with the content given. The data were analysed and classified into the group for the purpose of research study: use value, exchange value, symbolic value, and sign value. Moreover, the research also encoded the information to make it simple for the review, examination, and relevant data interpretation. The researcher also realised that there were more information given by the experienced consumers that cannot be categorised into four values of Baudrillard's ideology of consumption (1970). However, those information can be further studied to explain the behaviour of these consumers.

## **Outcome**

### **1) Location**

The research study was conducted at the local tutorial school, located in Thawi Watthana district, Bangkok. The school consists of 2 buildings with 4 floors. The first building is located near Mahidol University, Salaya campus. It is built for primary and secondary students's classes. There are two types of classroom: one-on-one class and group class. For the one-on-one class, there are five classrooms, which can accommodate 1 to 4 students. According the group class, there are eight classrooms, which can accommodate approximately 10 to 30 students. The total number of classrooms for the first building is 13. The second building is located across the first building. It is used for the high school classrooms. It consists of seven rooms. Each room can accommodate between 20 – 80 students

### **2) Socioeconomic status of recruited subjects**

Fourteen participants were recruited at the tutorial school, with the age between 20 to 30 years old. The mean age was 24 years old. There were 8 males and 6

females. Most of them have been working either as a part-time job or a freelance. The main reason is that they are full-time undergraduate and graduate students, who want to make extra money for their own personal use.

### **3) Reasons for becoming tutors**

The main reason is to increase an income and to make extra money. These individuals also have an assertive personality. Some of them like to teach other people with the subject in their field of interests. Some think teaching career is an honorable job. Some want to change the status. Some want to increase their concentration. Some want to live outside a regular daily based occupation. Some want to increase the characteristics and manners for teaching career. Finally, this job can also give an attractive income or pay-back.

### **4) Whitening consumption of tutors**

The consumption of whitening among tutors is mainly for the imitation and social conformity. It is the consumption influenced by peers or surrounding others in the different social environments. In other word, they want to look similar to other people in the same society. For example, A friend might introduce or recommend them to use the whitening products. They may want to have a good-looking appearance, like celebrities, artists, musicians, etc. On the other hand, they consume the whitening products in order to create the distinction. It means that they want to be different from other groups of people in the society. They also want to have a good-looking appearance, with whiter skin. This leads to the distinction from the other people in the society.

### **5) Results of the whitening consumption among tutors**

When the tutor consumes whitening products, they feel more confident with themselves. They feel more attractive and confident with their job. They make other people to become attracted to them, especially students and the school's clients. Being tutors at the tutorial school also requires to maintain an attractive physical appearance with extraordinary teaching skills. This attracts the attention of students.

**6) The consumption of whitening products with four categories: use value, exchange value, symbolic value, and sign value.**

Tutors chose to use a wide variety of whitening products, such as cosmetics, skin care, and medicines. There are several reasons for these individuals to consume products contained whitening substances, including: popularity of products and change the physical appearance. The growing market of whitening products leads to many consumers throughout the world. The ingredients within different products implicate the value of exchange for the increase of production in the market. Baudrillard indicated that the exchange value of daily used products has been shifted to symbolic value and sign value. Therefore, in the present study, the researcher analyzed the relationship between the consumption of whitening products with different values (use value, exchange value, symbolic value, and sign value).

**The correlation between the consumption of whitening products and use value.**

The present study indicated that most of tutors chose to use whitening products for the value of usage. They use the products for basic purposes, for example moisturizers, acne elimination, facial oil control, etc. Meanwhile, some of these consumers use the whitening products for use value only. They chose the products for their basic quality and functions.

**The correlation between the consumption of whitening products, use value, and exchange value.**

Besides the value of usage, these individuals also made the investment as an exchange to have whiter skin. They invested the money and time in these products as their exchange value.

**The correlation between the consumption of whitening products, use value, exchange value, and symbolic value.**

The consumed products or ingredients affects our body, creating an impact. This leads to a symbolic value. There were five tutors that consumed the

whitening products for symbolic value. They mainly consumed the products to increase the self-confidence and maintain an attractive physical appearance. They, therefore, continuously consumed the whitening products to create the attractive physical appearance for opposite sex and other surrounding people. Without these products, they might be less confident about themselves.

### **The correlation between the consumption of whitening products, use value, exchange value, symbolic value, and sign value**

It is not only the material consumption, but it is also the consumption of sign value. The purpose of sign value is to create an image for imitation, for popularity, and/or for originality. The products represent the sign for these purposes. These individuals wanted more than the value of usage, such as fashion, styles, trends, and socioeconomic status. White provides the implication of power. From several previous studies, the researchers showed that the meanings of white were given to Caucasians (some or all of the populations of Europe, North Africa, the Horn of Africa, Western Asia, Central Asia and South Asia). These groups of people were considered to have high power and good looking appearance over black people. They seem to be more fascinating to surrounding others. Therefore, becoming white is one of the things that most people wish to have. From the present research study, the consumption of whitening products among tutors have more than one values of consumption.

However, they consume the products starting with the value of usage, then it became an exchange value, leading to symbolic value and sign value, respectively. After consuming the whitening products for daily usage, the consumption, then, changes itself for the value of usage as a continuous cycle.

## **Discussion**

The discussion focuses on the consumption of whitening products based on the Baudrillard's ideology of consumption. The analysis is based on the products, the behaviours of consumers, and four different values. Moreover, the gender also has an influence on whitening consumption.

***Changes in the meaning of white in the ideology of consumption.***

According to the whitening consumption in the tutorial school, the tutors were influenced by the popularity of society and its expectation. Having lighter skin is one of many popularities among Thai people. It is the trend that has been continuous followed among tutors. These people were influenced by mass media and advertisement at the daily basis via television and internet. This leads to different perspectives about whitening. The main consumption is a repetitive consumption with the implication of sign value - the consumption to create a self-image.

As whitening has become the symbol of beauty, the meaning of white is associated with an attractive appearance. When individuals has whiter skin, they feel that their appearance seems to be better than before. Moreover, tutors seem to be dissatisfied with their own skin. It is their desire to have whiter or lighter skin colour. Many advertisements and mass media have been promoting a wide variety of whitening products in many areas of society. Whitening is not only related with physical appearance, but it also provides self-confidence for many individuals.

The main reason for consumption is to conform with members of the same society. It is also similar with the consuming behaviours of tutors. For example, they might be introduced to the whitening products by friends and relatives. After being persuaded, they complied to use the whitening products. They might, also, imitate famous celebrities or artists to create similar look or appearance. Meanwhile, some tutors consume whitening products to create the difference or originality from other members of the same society. The behaviours of consumption among members in the society can implicate individuals' economic status, including an attractive physical appearance, whiter skin, and beauty. Therefore, individuals intend to discriminate themselves from the members of the same society, resulting in the consumption for sign value. Tutors have the urge to change their physical appearance and looks by changing their skin colours to distinguish themselves for socioeconomic status, fashion trends, popularity, etc. Thus, they, themselves, try to create the power over other members.

Whitening products are products that are more prevalent in the market. They have the original design for production to distinguish themselves from the other common products. Meanwhile, the whitening products have been increasing in the

society with new technology and development. It is the result of the demand for whiter and healthier appearance among Thai people (Kunakarn Karnchavee, 2013). The products implicate the cultural perspective of whitening, respond to the basic usage of products, and provide the value of sign within them. The sign value of products includes original characteristics, such as effects for light skin color, fresh, bright and smooth skin. The whitening products also provide an abstract meaning for the body, creating sign and self-image for consumers. Therefore, it has been shifted from basic usage to the value of exchange, create the symbolism, and become sign and signature among individuals. Whitening products are not only produced for basic consumption, but they also create the sign and value for consumers. They influence individuals to continuously use the products because they consumers overlook the basic function of those whitening products. Tutors started with the trial for products, then consume the products, regularly, with satisfaction, but cannot quit using those products. Therefore, it can also be referred to as the value of usage. It is the loop of consumption. The logic of whitening consumption shows the shift of use value to exchange value, to symbolic value, and to sign value, respectively.

Tutors are mainly in their late teen with the consumption for popularity, popular products with persuasive advertisements, friends, and internet to create their own self-image and self-confidence. The teenager is a group of individuals with more frequent whitening consumption than adults. Psychologists indicate that teenagers have the desire for attractive physical appearance and compliments from surrounding people (Uraivan Ratnapan, 1999). Moreover, these tutors work in a small academic setting. These individuals talk and exchange information in-person with each other. The message for whitening consumption is, then, widespread among them. They can also exchange their opinions on specific products. In their work settings, they need good physical appearance for communicating with students and parents.

***Whitening products are not limited for woman, but they can be used for men and other genders.***

Previous studies have indicated the difference of whitening consumption among genders. According to the female tutors, they want to have a whiter skin and attractive physical appearance by imitating celebrities and famous artists. Meanwhile,

the whitening consumption of male tutors (n= 8) was based on the use value. They were not influenced by sign value for consumption. For tutors who have unidentified gender (n = 4), they had the behaviour of whitening consumption similar to female tutors. They want to change their appearance to have a whiter skin colour and to create selfconfidence. Therefore, they have tried multiple brands of whitening products. They have similar beliefs as female consumers on whitening products. They want to deviate themselves from biological appearance by becoming whiter and lighter (similar to other females). Female and unidentified genders feel that being white is their ultimate goal because it can exchange with the career and loved ones. The goal must be achieved with the investment of a variety of products and other cosmetic treatment and also time spending in the process of whitening. They believed that the outcome is more valuable than what they have invested. According to male tutors, these individuals did not worry about their skin health and beauty. They feel that the treatment for skin beauty is unnecessary. Therefore, they are less likely to use whitening skincare products.

From the studied group, the participants consisted of males, females, and unidentified genders. Therefore, there were the different understanding among different groups of people and the consumption of whitening consumption. Previously, the consumption of whitening was limited to female gender. Nowadays, male and unidentified gender were also interested in whitening consumption to create the socioeconomic status for themselves and to satisfy the demand from society.

## **Suggestions**

The costumers in this research study work as tutors at the local tutorial school. They are a group of individuals, who directly receive the information because they interact with many people in the surrounding areas. They should have the consideration and critical thinking before consume this type of products. They should get information on different side effects of these whitening products, information on ingredients, and manufacturers. The consumers should, only, consume the products for their characteristics or purposes, that have been approved by the Thai FDA (Food and

Drug Administration of Thailand). The consumers should not be persuaded by messages and information given from the advertisements on the internet.

### **Further research study**

- To compare the behavior of consumption on whitening products and gender difference.
- To investigate the behavior of whitening preference in the perspective of sign value and self-image.

## บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2551). **สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมือง กับสื่อการศึกษา**. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2535). **ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชน**. โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกษม เพ็ญภินันท์. (2549). **สู่พรมแดนความรู้ เรื่องวัฒนธรรมบริโภค ความเป็นปกติวิสัย ของการบริโภควัฒนธรรมในชีวิตประจำวัน**. เอกสารประกอบการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 5. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- คุณากร การชะวี. (2556). **ประสบการณ์ของผู้หญิงไทยในการใช้กูต้าไอโฟน/เทคโนโลยีเพื่อความขาว**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล: นครปฐม
- จันทิมา ปัทมธรรมกุล. (2550). **วิเคราะห์การสร้างวาทกรรมความงามของโฆษณาผลิตภัณฑ์บำรุงผิว**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- จิตต์ระพี บุรณศักดิ์. (2549). **ครีมน้ำขาวกับการสร้างตัวตน และอัตลักษณ์ของสาวโรงงาน**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล: นครปฐม.
- เทพินทร์ พ็ชรานุรักษ์. 2541. **สังคมวิทยาการแพทย์**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ปิยรัตน์ ปั้นลี. (2545). **กระบวนการลดความอ้วนของผู้หญิง วาทกรรมการสร้างอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมบริโภค**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขามานุษยวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพฯ.
- วิจิตร ว่องวาริทิพย์. (2549). **อุตสาหกรรมความงามและสุขภาพกับการผลิตอุดมการณ์บริโภค**. เอกสารประกอบการประชุมประจำปีทางมานุษยวิทยา ครั้งที่ 5. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- วิภากรณ์ กอจรัญจิตต์. (2545). **การวิเคราะห์ภาพเสนอ ความขาว ในโฆษณาโทรทัศน์**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์: กรุงเทพฯ.
- สมสุข หินวิมาน. (2544). **สื่อโฆษณาในมิติทางวัฒนธรรม**. เอกสารประกอบการประชุม วันที่ 10 ตุลาคม. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

- อุไรวรรณ รัตนพันธ์. (2552). **มายาคติโฆษณาครีมน้ำขาวสำหรับผู้หญิงของไทยปี 2550.**  
วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาและวัฒนธรรมเพื่อการสื่อสารและการพัฒนา  
มหาวิทยาลัยมหิดล: นครปฐม.
- Baudrillard, J. 1999 (1970). **The Consumer Society: Myths & Structures.** Translated by C.T.  
London: Sage Publication
- Baudrillard, J. (1996). **The Object System, the Sign System and the Consumption System.**  
London.
- Cook, Deborah. 1994. **Symbolic Exchange in Hyperreality Baudrillard: A Critical Reader.**  
Blackwell
- Wolf Naomi. 1999. **Beauty Myth.** Australia: Griffin Press Limited.

### สื่อออนไลน์

ทำหน้าขาวใส (2556) รีวิวหน้าขาว.

[https://www.google.co.th/search?newwindow=1&site=&source=hp&q=%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A7&oq=%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A7&gs\\_l=hp.3..015.3444.8598.0.8873.19.14.0.5.5.0.651.1713.0j3j1j1j0j1.6.0...0...1c.1.53.hp..10.9.780.0.Mk2S1FBdRqc](https://www.google.co.th/search?newwindow=1&site=&source=hp&q=%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A7&oq=%E0%B8%A3%E0%B8%B5%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%AB%E0%B8%99%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A7&gs_l=hp.3..015.3444.8598.0.8873.19.14.0.5.5.0.651.1713.0j3j1j1j0j1.6.0...0...1c.1.53.hp..10.9.780.0.Mk2S1FBdRqc)

สถาบันโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2554). **ฉีดกลูต้าไธโอนเข้าร่างกาย อาจทำให้เสียชีวิตได้.**  
24/09/2555. <http://www.immu.mahidol.ac.th/th/news/45.php>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (2551). **วิจัยระบุหญิงไทยบ้ำผิวขาว, 6/1/2555.**  
<http://www.thaihealth.or.th/healthcontent/article/4272>

## ภาคผนวก

## แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก

### ส่วนที่ 1: ข้อมูลส่วนบุคคล

เป็นการซักถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับตัวผู้ให้ข้อมูล ได้แก่

- ชื่อ นามสกุล
- อายุ
- เพศ
- สถานภาพ
- ระดับการศึกษา
- ภูมิลำเนา
- ที่อยู่ปัจจุบัน
- รายได้ต่อเดือน
- ค่าใช้จ่ายต่อเดือน (ระบุค่าใช้จ่าย)
- ระยะเวลาการสอนพิเศษ
- คোর্ส/วิชาที่รับผิดชอบในการสอน

### ส่วนที่ 2 : ข้อมูลการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว

เป็นข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวของครูสอนพิเศษในโรงเรียนกวดวิชา โดยผู้วิจัยจะเริ่มให้ผู้ถูกวิจัยเล่าถึงการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้สร้างคำถามย่อยไว้เพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ให้ได้ข้อมูลที่ต้องการโดยมีรายละเอียด ดังนี้

- คุณใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว เป็นระยะเวลาเท่าไร
- คุณใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว ที่ชนิด อะไรบ้าง
- ค่าใช้จ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ความขาว เฉลี่ยเดือนละกี่บาท
- ในการใช้ผลิตภัณฑ์ความขาว คุณตระหนักเรื่องสุขภาพอย่างไรบ้าง

**ส่วนที่ 3: การบริโภคความขาวตามหลักตรรกวิทยา 4 ประเภท** ได้แก่ คุณค่าการใช้สอย คุณค่าการแลกเปลี่ยน คุณค่าสัญลักษณ์ และคุณค่าสัญญา

### 3.1 คุณค่าการใช้สอย

- เหตุผลที่คุณเลือกใช้สินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาว
- ระยะเวลาในการใช้สินค้าที่มีความขาวแต่ละชนิด
- ปัจจุบัน คุณยังใช้สินค้าที่มีความขาวหรือไม่ ถ้าใช่ จงระบุชื่อสินค้า

### 3.2 คุณค่าการแลกเปลี่ยน

- คุณสามารถหาซื้อสินค้าที่มีความขาวได้ที่ไหน จงระบุ
- ราคาของสินค้าที่มีความขาวแต่ละประเภทที่คุณเลือกใช้
- คุณมีความเชื่อในโฆษณาสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาว หรือไม่ เพราะอะไร
- คุณมีการเปลี่ยนสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาว บ่อยครั้งเพียงใด หรือ มีการซื้อซ้ำสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาวแบบที่เคยใช้หรือไม่ และ ถ้าเปลี่ยน เพราะเหตุใดถึงเปลี่ยนมาใช้สินค้าตัวใหม่
  - ก่อนที่คุณจะมีการตัดสินใจเลือกใช้สินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาว คุณได้มีการสอบถามผู้ที่เคยใช้มาก่อนหรือไม่
  - โดยส่วนใหญ่ที่คุณหาสินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาว คุณรับข้อมูลสินค้านั้นจากทางไหน (เช่น internet โฆษณาโทรทัศน์ เพื่อนแนะนำ)
  - ในกลุ่มเพื่อน ได้มีการแนะนำ สินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาว แก่คุณ บ้างหรือไม่ และ คุณได้แนะนำ สินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาว กับเพื่อนของคุณบ้างหรือไม่
  - กลุ่มเพื่อนของคุณ ได้มีการพูดคุยเรื่อง ความขาวกันหรือไม่ อย่างไร

### 3.3 คุณค่าสัญลักษณ์

- คุณรู้สึกอย่างไร หลังจากมีการใช้สินค้าที่มีความขาว
- คุณคิดว่า ความขาว ในความหมายของคุณคืออะไร
- คุณพอใจกับผิวคุณตอนนี้หรือไม่
- คุณอยากให้วัยวะส่วนไหนของคุณมีความขาวมากที่สุด
- คุณคิดว่า สินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้ความขาว สามารถเปลี่ยนแปลงผิวของคุณให้ขาวขึ้นได้หรือไม่ ถ้าไม่ ทำไมคุณถึงตัดสินใจใช้สินค้านั้น

- ในความคิดของคุณ แบบไหนถึงจะเรียกว่าได้ว่า สวย หล่อ คูดี
- คุณเชื่อหรือไม่ว่า ความขาว สามารถดึงดูดเพศตรงข้าม ให้สนใจได้ เพราะเหตุใด

### 3.4 คุณค่าสัญญาะ

- คุณคิดว่า ฟังพอลใจกับผิวคุณตอนนี้อย่างไร
- คุณคิดว่า การที่มีผิวขาว สามารถ สร้างความมั่นใจได้หรือไม่ ในด้านอะไร อย่างไรบ้าง
- หลังจากที่คุณมีการเลือกใช้สินค้าที่มีความขาว ส่งผลต่อการทำหน้าที่ครูสอนพิเศษหรือไม่ อย่างไร
- คุณคิดว่า ความขาว สามารถสร้างจุดเปลี่ยนให้กับตัวคุณอย่างไรบ้าง (มีความโดดเด่น ฐานะ เป็นต้น)
- การที่คุณใช้สินค้า ผลิตภัณฑ์ที่ให้มีความขาว มีผลกระทบกับการดำเนินชีวิตคุณหรือไม่ (ค่าใช้จ่าย สุขภาพ)

## กระบวนการคัดเลือกครูสอนพิเศษ

โรงเรียนกวดวิชา ดำเนินการสอนนักเรียนในปี พ.ศ. 2549 ปัจจุบันมีครูสอนพิเศษทั้งหมด 66 คน มีอายุระหว่าง 19-46 ปีโดยแบ่งเป็นเพศหญิง 34 คน เพศชาย 19 คน และหลากหลายทางเพศ 13 คน ครูสอนพิเศษส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรี-เอกในมหาวิทยาลัยของรัฐจำนวน 42 คน ทำงานประจำ(ที่ไม่ใช่ครู) จำนวน 14 คน และทำงานเป็นครู 10 คน โดยผู้ที่ต้องการสอนพิเศษ ต้องผ่านกระบวนการคัดเลือกครู พิจารณาตามความสามารถของการสอนตามรายวิชา เช่น คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ ฟิสิกส์ เคมี ชีววิทยา ภาษาไทย และสังคม โดยมีขั้นตอนในการสมัครดังต่อไปนี้

### ขั้นตอนการสมัคร

- กรอกใบสมัคร พร้อมยื่นเอกสารประกอบการสมัคร รอวันนัดสัมภาษณ์
- ในวันสัมภาษณ์งาน มีการสอบทั้งข้อเขียนและภาคปฏิบัติ การทดสอบข้อเขียนในความรู้รายวิชา ใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง หากมีการสอบข้อเขียนผ่าน ต้องมีผลคะแนนสอบมากกว่าร้อยละ 60 ของคะแนนเต็ม จากนั้นถึงได้ทดสอบภาคปฏิบัติ แสดงตัวอย่างการสอนรายวิชา ใช้เวลา 30 นาที เพื่อดูลักษณะลีลาการสอน การถ่ายทอดบทเรียน ว่าครูผู้นั้นมีความสามารถในการสอนนักเรียนแบบใด สามารถสอนนักเรียนจำนวนมากเป็นกลุ่มใหญ่ หรือสอนได้เพียงกลุ่มเล็ก หรือสอนเดี่ยว
- เมื่อผ่านกระบวนการคัดเลือก เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคลอธิบายกฎระเบียบ ข้อบังคับในการทำงาน เช่น การแต่งกาย เวลาการทำงาน เป็นต้น

ในกระบวนการนี้เมื่อครูผ่านการคัดเลือกแล้ว จะได้รับงานสอนตามความสามารถ เช่น สอนเดี่ยว หรือสอนกลุ่มแบบรายวิชา ซึ่งมีรูปแบบการสอนดังต่อไปนี้

### รูปแบบการสอนกลุ่มแบบรายวิชา

- การเรียนการสอนเป็นการบรรยายให้แก่ นักเรียน อุปกรณ์ที่ใช้สอนสำหรับนักเรียนกลุ่มแบบรายวิชา คือ เครื่องฉายภาพนิ่ง หรือ กระดานไวท์บอร์ด
- ช่วงเปิดเทอม จำนวนชั่วโมงการสอนทั้งหมด 32 - 40 ชั่วโมง ระยะเวลา 16 สัปดาห์ (การสอน 1 ครั้ง เท่ากับ 2 - 2.5 ชั่วโมง) เรียนเฉพาะวันเสาร์หรืออาทิตย์

ช่วงปิดเทอม มีจำนวนชั่วโมงการสอนทั้งหมด 16-48 ชั่วโมง ตามรายละเอียดแต่ละวิชา วันเรียนสามารถเรียนได้ทุกวันในช่วงปิดเทอม

**รูปแบบการสอนแบบเรียนเดี่ยว ตัวต่อตัว**

- การเรียนการสอนเป็นแบบบรรยายอย่างใกล้ชิด จำนวนนักเรียน 1-5 คน ต่อครู 1 คน ต่อ 1 ห้อง อุปกรณ์ที่ใช้สอนเป็นกระดานไวท์บอร์ด
- การสอนนักเรียน 1 คน ต้องสอนอย่างน้อย 8 ครั้ง 16 ชั่วโมง
- การเรียนการสอนกำหนดตามวันเวลาที่นักเรียนสะดวก ซึ่งเป็นวันธรรมดาหลังเลิกเรียน หรือวันเสาร์-อาทิตย์

ในช่วงการเรียนการสอน ทั้งก่อนสอนและหลังสอนเสร็จทุกครั้ง ครูสอนพิเศษต้องแจ้งชื่อที่เคาน์เตอร์ประชาสัมพันธ์ เพื่อบันทึกเวลาทำงาน และนำไปคิดค่าตอบแทนในแต่ละเดือน การได้รับค่าสอนนั้นคิดเงินตามจำนวนครั้งชั่วโมงการสอน (1 ครั้ง เท่ากับ 2-2.5 ชั่วโมง) ทุกๆเดือน ซึ่งได้รับค่าตอบแทนไม่เกินวันที่ 4 ของเดือนถัดไป ครูต้องมาตรวจสอบเงินค่าสอนว่ามีจำนวนชั่วโมงตรงกันหรือไม่ จากนั้นทางฝ่ายบัญชีทำการโอนเงินค่าสอนผ่านบัญชีธนาคาร ในวันที่ 5 ของทุกเดือน

โดยอัตราค่าตอบแทนแบบสอนกลุ่ม รายวิชา มีการแบ่งระดับการสอนตามความสามารถ และแบ่งตามวุฒิการศึกษาของครู มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 อัตราค่าตอบแทนของครูสอนพิเศษแบบกลุ่มรายวิชา ในโรงเรียนกวดวิชาแห่งหนึ่ง (ค่าตอบแทน 1 ครั้ง : 2 ชั่วโมง)

ระดับความสามารถ	วุฒิการศึกษา		
	นักศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
ระดับผู้เชี่ยวชาญ	800	900	1,000
ระดับชำนาญการพิเศษ	680	750	800
ระดับชำนาญการ	580	600	630
ระดับปฏิบัติการ(ค่าสอนระดับพื้นฐาน)	450	480	500

โดยครูสอนพิเศษแบบกลุ่ม สามารถเลื่อนระดับความสามารถของตนเองขึ้นได้ เมื่อมีการสอนครบ 350 ชั่วโมงขึ้นไป

อัตราค่าตอบแทนแบบเรียนเดี่ยว ขึ้นอยู่กับจำนวนนักเรียน และวุฒิการศึกษาของครูสอนพิเศษ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 2 อัตราค่าตอบแทนของครูสอนพิเศษแบบเรียนเดี่ยว ตัวต่อตัว

(ค่าตอบแทน 1 ครั้ง : 2 ชั่วโมง)

ประเภท	วุฒิการศึกษา		
	นักศึกษา	ปริญญาตรี	ปริญญาโท
เรียนเดี่ยว	320	340	360
เรียนคู่	370	380	400
เรียนกลุ่ม 3-4 คน	400	430	450
นักเรียน 5 คนขึ้นไป	430	450	480
เรียนเดี่ยว หลักสูตรภาษาอังกฤษ	360	380	400
เรียนคู่ หลักสูตรภาษาอังกฤษ	400	420	440

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล

ปวีณา มโนเกษมสุข

วัน เดือน ปีเกิด

8 เมษายน 2525

สถานที่เกิด

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ประเทศไทย

ประวัติการศึกษา

มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2543 – 2547

วิทยาศาสตร์บัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์)

มหาวิทยาลัยมหิดล พ.ศ. 2551 – 2557

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

(สังคมศาสตร์การแพทย์และสาธารณสุข)

ที่อยู่ปัจจุบัน

9/563 หมู่บ้านบุศรีรินทร์ ถนนพุทธมณฑลสาย 4

ตำบลกระทุ่มล้ม อำเภอสองพี่น้อง จังหวัดนครปฐม

โทรศัพท์ 086 616 0339

E-mail : a\_paweena@yahoo.com