

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มุ่งหมายทำความเข้าใจต่อปรากฏการณ์ทางสังคมของความกลัวฮวัน และอยากหอมของคนในสังคมเมืองภายใต้บริบทของสังคมและวัฒนธรรมบริโศ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลักเป็นคนที่อาศัยอยู่ในสังคมเมืองและมีความแตกต่างหลากหลายทั้งในด้านสถานภาพ ภูมิหลังของประชากร และวิธีการจัดการร่างกายที่แตกต่างกัน การศึกษาครั้งนี้ได้อาศัยแนวคิดวัฒนธรรมบริโศ มายาคติ ร่างกายและสุขภาวะมาทำหน้าที่เสมือนแว่นในการทำความเข้าใจต่อปรากฏการณ์ดังกล่าว

จากการศึกษาพบว่า ภายใต้สังคมและวัฒนธรรมเมืองที่อุดมไปด้วยชุดของนิยาม และค่านิยมของการบริโศ การให้ความหมายจากผู้สร้างอุดมการณ์(สถาบันความงาม แฟชั่น ฟิตเนส สื่อมวลชน การศึกษาและการแพทย์) โดยให้ความหมายว่า ความหอม คือ สิ่งที่สวยงาม คุณดี การใส่ใจดูแลตนเอง ความแข็งแรง ในขณะที่ความฮวันกลับมีนิยามในทิศทางตรงกันข้าม ท่ามกลางความหมายและชุดนิยามที่หลากหลายของความฮวัน-หอม ดังกล่าว ผู้คนหาใช่อยู่ในสถานะของผู้รับสารและถูกกระทำไม่ พวกเขาและเธอเลือกที่จะต่อรองและสร้างความหมายเกี่ยวกับความฮวัน-หอม ของตนขึ้นมาตามเงื่อนไขแวดล้อมที่ต้องเผชิญ นำไปสู่กระบวนการในการจัดการร่างกายของตนเองเพื่อเข้าสู่เส้นห้ของความหอม อาทิเช่น ความสวยงาม อาชีพ ความรัก การยอมรับทางสังคม และ/หรือ เพื่อความแข็งแรง สุขกาย สบายใจซึ่งเป็นสุขภาวะของตนเอง ได้เข้ามามีส่วนต่อการจัดการร่างกาย นอกจากนั้นพวกเขายังเลือก หยิบใช้กระบวนการในการจัดการร่างกายของตนจากประสบการณ์ของตนเองและผู้อื่น เลือกตามกระแสนิยม ความปลอดภัย และอื่นๆ โดยที่กระบวนการในการจัดการร่างกายที่เกิดขึ้นนั้นมีความลื่นไหลในเรื่องของวิธีการในการจัดการที่ไม่จำเป็นต้องจัดการผ่านวิธีการใดวิธีการหนึ่ง อีกทั้งความหมาย ชุดนิยาม กระบวนการที่ใช้ในการจัดการกับร่างกายของแต่ละคนก็แตกต่างกันไปตามเงื่อนไขแวดล้อมที่คนเหล่านั้นเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์อยู่

This thesis aims to understand the situation of fear of fat and want to thinness of people who lived in cultural consumerism society. The key informants were peoples from different background of urban city, different meaning of fat, thinness and process are include. This study use Cultural Consumerism, Mythologies, Body and Well-Being concept to understand the situation.

The study shows that under the consumerism society is full of definition of consume. The producer of ideology(Institution of beauty and fashion, Fitness, Mass Communication, Education, and Medical) constructed meaning of thinness is beauty, good looking, take care of yourself, healthy and meaning of fat is opposite. In the middle of that meaning and diversity of definition peoples is not a passive but they are negotiate and produce meaning of fat and thinness from the context of their lived. Body managing for The Charm of Thinness such as beauty, occupation, love, social acceptance and for their well-being, like healthy and/or happiness are important reasons led them to the process of body managing by their meaning. Furthermore peoples choose the process from their and other experience, knowledge, trend, safety and so on, so their process is diversity inclusive of their meaning and definition. And the process of body managing are each in a different person by their context relations.