

T 149401

การศึกษาเรื่อง "กระบวนการลดความอ้วนของผู้หญิง: วาทกรรมการสร้างอัตลักษณ์ในวัฒนธรรมบริโภคนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการให้ความหมายกับร่างกายตนเองของผู้หญิง อิทธิพลของวาทกรรมร่างกายในระดับต่างๆ และอิทธิพลของวัฒนธรรมบริโภคที่มีต่อความต้องการลดความอ้วนของผู้หญิง รวมทั้งมูลเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้หญิงตัดสินใจเข้าสู่กระบวนการลดความอ้วน ผ่านการศึกษาข้อมูลทางเอกสารและประวัติชีวิตของผู้หญิงจำนวน 10 คน

จากการศึกษาพบว่า การให้ความหมายกับร่างกายตนเองของผู้หญิงหรือการสร้างอัตลักษณ์ทางร่างกายผ่านกระบวนการลดความอ้วนนั้น มีองค์ประกอบหลายอย่างเข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นเพศสภาพ ฐานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หรือชาติพันธุ์ โดยมูลเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้หญิงตัดสินใจเข้าสู่กระบวนการลดความอ้วนนั้นเป็นไปเพื่อการยอมรับของสังคม เป็นประเด็นของสุขภาพ ต้องการมีภาพลักษณ์ร่างกายที่สวยงาม เป็นเพราะการแทรกแซงจากสังคม และเป็นเพราะมาตรฐานขององค์กร ดังนั้นการที่ผู้หญิงตัดสินใจลดความอ้วน จึงเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างอัตลักษณ์และร่างกายในทางวัฒนธรรม ในขณะที่เดียวกันยังพบว่า วัฒนธรรมบริโภคมีอิทธิพลต่อผู้หญิง โดยการสร้างวาทกรรมร่างกายอันสวยงามที่มีความผอมเป็นมาตรฐาน เพื่อเร่งเร้าให้ผู้หญิงเกิดความต้องการที่จะลดความอ้วน อันนำไปสู่การบริโภคสินค้าและบริการผ่านกระบวนการลดความอ้วนที่ผู้หญิงเลือก อาทิ การกินยาลดความอ้วน การออกกำลังกาย การจำกัดอาหาร การกินยาระบาย การใช้บริการของสถานบริการเสริมความงาม หรือแม้กระทั่งการทำให้ตัวเองอาเจียน เป็นต้น ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ ล้วนแล้วแต่ผลิตขึ้นในวัฒนธรรมบริโภคที่แวดล้อมตัวผู้หญิงทั้งสิ้น

กล่าวโดยสรุปคือ การสร้างอัตลักษณ์ร่างกายของผู้หญิงนั้น จึงเกิดขึ้นในการต่อสู้เชิงอำนาจระหว่างผู้หญิงกับสถาบันทางสังคมอื่นๆ และเป็นสงครามของการสร้างความหมายบนเนื้อตัวร่างกายของผู้หญิงที่ไม่มีวันรู้จบในวัฒนธรรมบริโภคที่พวกเธออาศัยอยู่นั่นเอง

TE 149401

This qualitative research is concerned with an identity construction in the consumer culture. The objectives are to study the meaning of the women's body, the body discourse level and the influence of consumer culture on the women in terms of their decisions and motives to enter the process. The research was carried out by studying 10 case studies.

The research shows that the women give special meaning to their bodies or the body identity construction and decide to go through the corpulence eradicated process. Their concerns include the gender, the social status, the socioeconomic, ethnicity, etc. The motives which cause the women to adopt this process are the social acceptance, the health content, the need for beautiful figure, the social sanction and the work place standard. The women's corpulence eradicated process reflects the relation between an identity and the body in cultural terms. At the same time, the research finds that the consumer culture influences the women by the fine discourse building of the skinny figure standard. The need to eradicate the corpulence persuades the women to consume the products and services. In the process to eradicate the corpulence the women choose the dietary pills, exercises, dietary foods, beauty services or even make themselves vomit. These products are produced in the consumer culture around the women lives and women became victims of consumer culture.