

มายาคติของสังคมไทยต่ออาชีพพริตตี้

THE ILLUSION OF THAI SOCIETY TOWARDS “PRETTY GIRL” JOB

ยุรดารินทร์ ยศวัฒน์ชัยชาญ¹ ฉัตรวรวิญช์ องค์กรสิงห์²

Yuradarin Yotsawatchaichan, Chatwarun Angasinha

บทคัดย่อ (Abstract)

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดประสงค์ 1) เพื่อศึกษามายาคติของสังคมไทยที่มีต่ออาชีพพริตตี้ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้หญิงสาวประกอบอาชีพพริตตี้ และ 3) เพื่อศึกษาพฤติกรรม รูปแบบการทำงาน ของพริตตี้ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ คนในสังคมกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้องกับอาชีพพริตตี้ จำนวนทั้งสิ้น 17 คน แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือกลุ่มที่ 1 พริตตี้ จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 2 คนที่ใกล้ชิดกับพริตตี้ จำนวน 3 คน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และคนในสังคมที่เกี่ยวข้องกับอาชีพพริตตี้ จำนวน 11 คน ใช้การเลือกตัวอย่างแบบแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis) และวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ของข้อมูล และสรุปผลการศึกษาร่วมลักษณะของกรณีตัวอย่าง (Case study) ผลการศึกษา พบว่า 1) มายาคติของสังคมไทยที่มีต่ออาชีพพริตตี้ คือ สังคมไทยมองว่าอาชีพพริตตี้และผู้หญิงทำงานกลางคืนเป็นอาชีพที่สุ่มเสี่ยงต่อการถูกล่วงละเมิดทางเพศ และเป็นต้นตอของปัญหาความรุนแรงทางเพศต่างๆ ที่จะตามมาอีกมากมาย เนื่องจากการแต่งกายที่เ้ายวนและทำงานในสถานที่โจครหรือแหล่งมั่วสุมของอบายมุข ด้วยเหตุนี้จึงเกิดเป็นมายาคติและคุณค่าเชิงลบต่ออาชีพพริตตี้ 2) ปัจจัยที่ทำให้หญิงสาวประกอบอาชีพพริตตี้ คือ ค่าตอบแทนที่สูงเมื่อเทียบกับการทำงานอื่น การสร้างอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในความสามารถของตนเอง ความอิสระในการเลือกรับงาน การชักชวนจากคนอื่นๆ และปัจจัยทางสังคมที่นิยมความสวยความงาม แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะสามารถประกอบอาชีพนี้ได้ คนภายนอกมองว่าเป็นอาชีพที่สบาย แต่งตัวสวย ๆ ยืนโชว์ตัวไม่นานก็ได้เงินจำนวนมาก แต่ในความเป็นจริงแล้ว

Received: 2020-09-21 Revised: 2020-11-02 Accepted: 2020-11-06

¹ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง มหาวิทยาลัยรังสิต Master of Art Program in Leadership in Society, Business and Politics. E-mail: tosaporn.mah@kbu.ac.th

² วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม College of Social Innovation, Rangsit University

นอกจากจะต้องมีความสวย รูปร่างดี และบุคลิกภาพดีแล้ว ยังต้องมีความสามารถในการแนะนำเชียร์ขายสินค้าให้เกิดความน่าสนใจ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า ความจำที่เป็นเลิศ ความอดทน และประสบการณ์ในการทำงานที่ต้องสั่งสม และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลา 3) บทบาทในการทำงานของพริตตี้ คือ ช่วยสร้างรายได้ และกระตุ้นยอดขายให้มากขึ้นด้วยบุคลิกภาพที่มีความโดดเด่น ความสวยงาม บวกกับความสามารถของการเป็นนักประชาสัมพันธ์ พริตตี้จึงเป็นส่วนหนึ่งแห่งความสำเร็จของธุรกิจต่างๆ มากมายในโลกยุคปัจจุบัน เช่น ธุรกิจรถยนต์ในงานมอเตอร์โชว์ นอกจากนี้พริตตี้ยังมีบทบาทในการโฆษณาธุรกิจและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีสินค้าที่จะต้องมีการนำเสนอเป็นส่วนสำคัญหลัก ย่อมทำให้เห็นข้อได้เปรียบอย่างเด่นชัด ลักษณะงานที่พริตตี้ต้องทำ เช่น เชียร์เชียร์ ชงเหล้า นั่งตริ๊งค์ พิธีกรงานอีเวนต์ มอเตอร์โชว์ เป็นต้น

คำสำคัญ(Keywords) : มายาคติ; พริตตี้

Abstract

The objectives of this study were 1) to study the illusion of Thai society towards “pretty girl” job, 2) to study the factors which led young women to work for “pretty girl” job, and 3) to study behavior and working pattern of pretty girl. This was a qualitative research conducted by collecting data from in-depth interview. Key informants were 17 Bangkokians who involved “pretty girl” job. They were divided into 3 groups who were: 3 pretty girls, 3 persons who closed to pretty girls and 11 persons involved “pretty girl” job. The methods of sampling were purposive sampling and snowball sampling. The data was analyzed by descriptive analysis and content analysis to categorize the data and the results were summarized with case study. The research found that 1) The perspective of Thai society towards “pretty girl” job and women working at night were at risk of being sexual abused. It had caused many following sexual violence problems because of seductive dressing and working in dangerous places full of temptations. For such reasons, there were illusion and negative value towards the “pretty girl” job. 2) The factors for young women to pursue “pretty girl” jobs were high pay compared to other jobs, creating identity and pride in their abilities, freedom in selecting a job, persuasion from

others and social appreciation to beauty. Not everyone would be able to pursue this job and outsider might think that it was an easy job of just dressing up beautifully and standing up for just a moment with high earning. In fact, despite of having beautiful, good shape and personality, they must also had ability to recommend and sell products interestingly, ability to solve problems, good memory, high patience and work experiences that must be accumulated with self-development at all time. 3) The role of pretty girls were to help generate income and drive more sales with outstanding personality, beauty and ability of public relations. Nowadays, pretty girls were an important part of the success for many businesses such as automobile business in the Motor Show event. In addition, pretty girls also played roles in advertising business and creating a competitive advantage, especially businesses that had products required to be presented as the core. The tasks of pretty girls such as promoting beer, mix alcoholic drink, host, MC in Motor Show event & etc.

Keywords: Illusion; Pretty Girl

บทนำ (Introduction)

ในโลกของธุรกิจมายาคติทรัพยากรบุคคล (Mahamud & Suksaskawin 2020) โดยเฉพาะในการดำเนินงานทางการตลาดนั้น เรียกได้ว่าการแข่งขันกันสูงมาก การตลาดในยุคปัจจุบันซึ่งการแข่งขันเป็นไปอย่างเข้มข้น ผู้ประกอบการทั้งหลายต่างสรรหาวิธีในการสื่อสารกับกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายให้เกิดความสนใจ ตระหนักรู้ และโน้มน้าวจิตใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าให้ได้มากที่สุด กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่สามารถสื่อสาร ตราสินค้าให้เข้าถึงและทำให้ผู้บริโภคได้พบเห็นมากที่สุดถูกคิดค้นขึ้นอย่างต่อเนื่องผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมทางการตลาดทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมถึงการสื่อสาร ณ จุดขาย เป็นต้น กิจกรรมหนึ่งที่โดดเด่นและอยู่ในความสนใจในปัจจุบันคือ การทำการตลาดเชิงกิจกรรม หรือ การสื่อสารการตลาดผ่านกิจกรรม ถือว่าเป็นอีกเครื่องมือทางการตลาดที่นับว่าเป็นการตลาดแบบเชิงรุก โดยการใช้กิจกรรมหรือเหตุการณ์พิเศษในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภคเพื่อก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมและการตอบสนองในทิศทางที่ตั้งเป้าหมายไว้ (เกรียงไกร กาญจนะโกสิน, 2555)

ส่วนกลยุทธ์ที่ใช้ดึงดูดความสนใจ คือ “เพศหญิง” ที่ถูกนำมาใช้ในโลกทุนนิยมเพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้ซื้อ การเป็นผู้นำเสนอสินค้าซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญ ตามแนวคิดที่กล่าวว่า เพราะผู้หญิงมีคุณสมบัติที่จะนำมาใช้เป็นวัตถุที่ใฝ่ฝัน จากแนวคิดดังกล่าว ซึ่งเน้นความสำคัญของผู้หญิงในฐานะวัตถุแห่งการจ้องมองท่ามกลางกระแสบริโภคนิยม จึงทำให้มีอาชีพ “พริตตี้” ขึ้น โดยการนำพริตตี้มาใช้เป็นเครื่องมือในการตลาดเชิงกิจกรรมเพื่อเรียกร้องและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคเพศชายเป็นหลักในปัจจุบัน ทุก ๆ ครั้งของการจัดงานนอกจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในด้านยุทธกรรม และยอดจอร์จยนต์แต่ละยี่ห้อที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนแล้วเรื่องราวเกี่ยวกับ “สาวพริตตี้” ในแง่มุมต่าง ๆ ก็ช่วงชิงพื้นที่ข่าวบนสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี รวมถึง วาทกรรมทางเพศเกี่ยวกับผู้หญิง ซึ่งได้ถูกนำมาเป็นประเด็นถกเถียงตอกย้ำ หรือกระทำซ้ำผ่านสถาบันต่าง ๆ ในสังคมโดยเฉพาะสื่อมวลชนตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพรวมของพริตตี้ผ่านมุมมองแนวคิดของคนในสังคมไทยการใช้พริตตี้ในธุรกิจการแสดงรถยนต์เกิดขึ้นครั้งแรกในประเทศญี่ปุ่น แต่ไม่ระบุไว้แน่ชัดว่าตั้งแต่เมื่อใด (Barthes, 2005)

ส่วนวงการพริตตี้โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมรถยนต์ในประเทศไทยนั้น เริ่มต้นขึ้นราวปี พ.ศ. 2500 โดย บริษัท สยามกลการและนิสสันเซลส์ จำกัด ในช่วงแรกนั้น พริตตี้จะถูกนำมาใช้เฉพาะในงานพิธีที่เป็นทางการหรือเป็นงานพิธีภายในองค์กรเท่านั้น ในเวลาต่อมาวัฒนธรรมการมีพริตตี้ไว้คอยเชิญชวนให้ชมและอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าต่าง ๆ ก็แพร่ขยายความนิยมไปทั่วโลก ซึ่งนานวันเข้า พริตตี้ก็ได้รับการพัฒนาและไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะแวดวงยานยนต์เท่านั้น แต่ยังขยายฐานความนิยมไปสู่สินค้าที่กลุ่มเป้าหมายเป็นคนทุกเพศทุกวัยโดยไม่จำกัดเฉพาะเพศชาย อาทิ เช่น อาหารเสริม เครื่องสำอาง เครื่องออกกำลังกาย ยาลดน้ำหนัก เป็นต้น (ภัทรา ขวัญเทียนทอง, 2546)

จากข้อมูลเบื้องต้นอาจกล่าวได้ว่า ในมุมมองด้านการตลาดโดยเฉพาะธุรกิจประเภทยานยนต์ซึ่งจัดเป็นสินค้าประเภทที่อาศัยการทุ่มเทความพยายามในการขายสูงแล้วนั้น “พริตตี้” นับเป็นเครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดที่ไม่มีผลต่อการกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในกลุ่มเป้าหมายแต่อย่างใด นักการตลาดใช้พริตตี้ในแง่ของการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดและเรียกร้องความสนใจ กล่าวคือ เพื่อสร้างความสะดุด และความสนใจ ปัจจุบันคนในสังคมต่างก็คุ้นเคยกับมายาคติ เพราะมายาคตินั้นปรากฏให้เราเห็นต่อหน้าโดยไม่ปิดบังอำพรางใด ๆ ดังเช่น ภายใต้งสังคมแบบประชาธิปไตย มีมายาคติเกี่ยวกับเรื่องเพศว่าผู้ชายเป็นเพศที่เข้มแข็ง มีความอดทนและเหมาะสมที่จะเป็นผู้นำ ดังนั้น เมื่อใดก็ตามที่มีสถานการณ์ให้เพศหญิงเป็นผู้นำ ก็มักจะไม่ได้รับการ

ยอมรับจากสังคมอย่างแท้จริง เนื่องจากเป็นเรื่องที่ผิดไปจากความคุ้นเคย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เกิดขึ้น โดยที่คนในสังคมต่างยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมาโดยรู้สึกรู้ว่าเป็นเรื่องธรรมชาติ ที่ปราศจากการปรุงแต่ง ใด ๆ จนมิได้สังเกตว่าแท้ที่จริงแล้วมายาคติเป็นสิ่งที่ถูกประกอบสร้างขึ้นทางวัฒนธรรมทั้งสิ้น จะเห็นได้ว่าการศึกษารณัตว์อย่างพริตตี้ แนวคิดมายาคติทำให้เห็นถึงมิติที่ซ่อนอยู่ระหว่างบรรทัดฐานของสังคมไทยอันดีงาม กับความเป็นอยู่ และวิถีการดำเนินชีวิตที่แท้จริง ตลอดจนการแสดงให้เห็นอำนาจ ชนชั้น หรือ อุดมการณ์ที่แฝงอยู่ในสังคม (Kaplan, 1998)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษามายาคติทางวัฒนธรรม ตามประเภทของวัฒนธรรม ได้แก่ วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ หรือนามธรรม ได้แก่ ความคิด ความเชื่อ ลัทธิประเพณี ค่านิยม ที่มีผลต่อการให้คุณค่าของอาชีพ ซึ่งให้เห็นถึงการกำหนดคุณค่าของคนในสังคมต่อกลุ่มอาชีพหนึ่ง จาก norm ของสังคมแบบไทยที่มีประเพณีนิยม ความเชื่อแบบพุทธ ที่ให้คุณค่าอาชีพ ผู้ที่ทำหน้าที่แนะนำสินค้า อาชีพ Partner ซึ่งเป็นอาชีพที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่สีเทา (ในที่นี้หมายถึงอาชีพสุจริตที่ไม่ผิดกฎหมายแต่ขัดต่อศีลธรรม) ทั้งๆที่อาชีพนี้เป็นอาชีพหนึ่งในสังคมปัจจุบันที่มีอยู่จริง และสามารถสร้างรายได้เป็นอย่างดี

วัตถุประสงค์ในการวิจัย (Research Objective)

1. เพื่อศึกษามายาคติของสังคมไทยที่มีต่ออาชีพพริตตี้
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้หญิงสาวประกอบอาชีพพริตตี้
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรม รูปแบบการทำงานของพริตตี้

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

ในการศึกษาเรื่องมายาคติของสังคมไทยต่ออาชีพพริตตี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้เทคนิควิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก ที่มีความเกี่ยวข้องกับอาชีพพริตตี้ จำนวน 3 กลุ่ม และทุกคนต้องเป็นผู้ยินดีให้ข้อมูลในการศึกษา ซึ่งการดำเนินการศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการศึกษครั้งนี้ คือ คนในสังคมกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้องกับอาชีพ พริตตี้ โดยผู้วิจัยประมาณการโดยกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 17 ราย โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก

กลุ่มแรก คือ พริตตี้ จำนวน 3 ราย

กลุ่มสอง คือ คนที่ใกล้ชิดกับพริตตี้จำนวน 3 ราย

กลุ่มสาม คือ คนในสังคมที่เกี่ยวข้องกับอาชีพพริตตี้ จำนวน 11 ราย

2. วิธีการในการเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก

ในงานวิจัยมีแนวคิดของการเลือกผู้ให้ข้อมูล จากกลุ่มเป้าหมายหลักๆ ด้วยกันสามกลุ่ม กลุ่มแรก คือ พริตตี้จำนวน 3 ราย เนื่องจาก พริตตี้ 1 คน จะมีการรับงานในหลายประเภทจึงได้เลือกทำกรณีศึกษาทั้งหมด 3 ราย โดยอ้างอิงจากแนวคิดการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่ให้หลักการไว้ว่า การทำวิจัยโดยเลือกใช้กรณีศึกษา (Case Study) หากข้อมูลที่ได้มีความอิ่มตัว คือ ข้อมูลที่ปรากฏมีความชัดเจน และไม่มีการเปลี่ยนแปลงในสาระสำคัญแล้วสามารถใช้ข้อมูลที่น้อยกว่าได้ (Nastasi & Schensul, 2005) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) คือ เลือกพริตตี้ที่เคยรับงานทานข้าว เนื่องจากพริตตี้ที่เคยเข้าสู่งานทานข้าว ทั้งหมดจะต้องเคยผ่านงานพริตตี้ในรูปแบบทั่วไป เช่น PC Events หรือ MC มาก่อน ในขณะเดียวกัน ก็มีแนวโน้มที่จะรับงานในระยะต่อไปอีกด้วย เช่น งาน Entertain ซึ่งจะทำให้นักวิจัยได้ข้อมูลในวงการพริตตี้ภาพกว้างรวมถึงเห็นถึงที่มา หรือพัฒนาการของพริตตี้ กลุ่มตัวอย่างแรกนำไปสู่การเลือกกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่สอง ผู้วิจัยใช้กลยุทธ์การเลือกกลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่สองแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) คือ การเลือกตัวอย่างด้วยวิธีคัดเลือก ค้นหา จากการถูกแนะนำหน่วยตัวอย่างขึ้นมาจากกลุ่มตัวอย่างแรก แล้วใช้หน่วยตัวอย่างนั้นไปช่วยหาหน่วยต่อ ๆ ไป จนได้ครบตามกำหนดที่ต้องการ ในเขตกรุงเทพมหานครตัวอย่างแรกได้มาจาก กลุ่มเพื่อนในมหาวิทยาลัยที่หารายได้พิเศษด้วยการประกอบอาชีพ พริตตี้ และกลุ่มตัวอย่างมีการแนะนำเพื่อนที่มีอาชีพเดียวกันต่อกันไปรวมทั้งแนะนำกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องคือกลุ่มตัวอย่างที่สอง เช่น โมเดลลิ่ง นักเที่ยว กลุ่มตัวอย่างที่สาม คือ คนในสังคมที่เกี่ยวข้องกับอาชีพพริตตี้ จำนวน 11 ราย ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง เพราะเป็นวิธีการเลือกตัวอย่างที่อาศัยความรู้ ความชำนาญของผู้วิจัย เพื่อให้ได้ตัวอย่างที่ตรง และให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยได้ดีที่สุด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้สัมภาษณ์ผู้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง โดยเป็นแบบสัมภาษณ์เจาะลึก ผ่านการใช้แนวคำถาม (Interview Guideline) เป็นเครื่องมือในการสัมภาษณ์ เมื่อรวบรวมข้อมูลดิบได้แล้ว จะนำมาแยกแยะจัดหมวดหมู่ตามปัจจัยเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐาน เนื่องจากผู้วิจัยมีเค้าโครงคำถามบางส่วนที่จัดเตรียมไว้แล้ว แต่เพื่อให้การเก็บข้อมูลเป็นไปอย่างครบถ้วนและสถานการณ์บางครั้งอาจจะต้องทำให้ มีการปรับเปลี่ยนคำถามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ จึงเป็น

ทางเลือกที่ผู้วิจัยคิดว่าเหมาะสมกับการเก็บข้อมูลของผู้วิจัย คำถามที่เป็นเค้าโครงที่ผู้วิจัยกำหนดกรอบไว้อย่างคร่าว ๆ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์และการตรวจสอบข้อมูล จะดำเนินไปพร้อม ๆ กับการเก็บข้อมูล โดยจะอาศัยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ของข้อมูล และสรุปผลการศึกษาร่วมลักษณะของกรณีตัวอย่าง (Case study)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. มายาคติของสังคมไทยที่มีต่ออาชีพพริตตี้

รูปร่าง เป็นมายาคติที่มีการเสริมแต่ง และจำเป็นมากสำหรับอาชีพพริตตี้ เมื่อพูดถึงพริตตี้สิ่งแรกที่สังคมสะดุดตา คือ ความสวย พริตตี้ต้องเป็นคนสวย รูปร่างดี แต่ความเป็นจริงแล้วพวกเธอล้วนผ่านการทำศัลยกรรมมาแล้วแทบทุกคน ยิ่งถ้าเป็นพริตตี้ระดับงานมอเตอร์โชว์จะต้องสวยงามทุกส่วน

หน้าตาและส่วนประกอบบนใบหน้า เป็นส่วนสำคัญที่เป็นความประทับใจและแรงดึงดูดตั้งแต่แรกเห็นจุมูก คาง ก็เป็นส่วนสำคัญ เพื่อที่จะได้ถ่ายรูปขึ้น การแต่งหน้าต้องเก็บรายละเอียด การฉีดก็มีแทบทุกคน มีทั้ง “เมโสแฟต” ฉีดสลายไขมัน Meso Fat (เมโสแฟต) คือ เทคนิคการผลักวิตามินเข้าสู่ชั้นไขมัน เพื่อประโยชน์ในการลดกระชับสัดส่วนให้ได้รูปตามต้องการ อย่างพริตตี้มอเตอร์โชว์เมื่อแคะงานระดับใหญ่ๆ ผ่าน งานมอเตอร์โชว์ ก็จะมีการเตรียมความพร้อมในการไปเก็บรายละเอียดบนใบหน้าให้สวยงาม อย่างเช่นร้อยไหม และฉีดโบ๊ท็อก

สำหรับผม และรูปร่างผมของพริตตี้ต้องดก ต้องหนา ต้องเสริมผมเยอะ ๆ บางคนผมบางก็เลือกวิธีต่อผม แต่การต่อผมเมื่อต่อไปนาน ๆ ก็จะทำให้ผมร่วงผมบางลงไปอีก เพราะการต่อผมต้องใช้กาว หรือก๊ิบ เพื่อหนีบและแทรกผมปลอมเข้าไปในผมจริง เมื่อผมปลอมหลุดก็จะดึงผมจริงให้หลุดร่วงลงไปด้วย บางคนเลยเลือกวิธีใส่ผมปลอม หรือที่เรียกกันว่า แฮร์พีซ มีลักษณะเป็นก๊ิบติดเข้าไปในโคนผมชั่วคราว เมื่อเสร็จงานก็ถอดออก พริตตี้ส่วนใหญ่เลือกวิธีนี้ และมีการเก็บกรอบหน้าด้วยการสักไรผม เพื่อให้กรอบหน้าดูสวย ได้รูป เนื่องจากการเป็นพริตตี้ต้องยืนตลาดเวลา ฟันจึงต้องสวย ขาวสะอาด และไม่ใส่เหล็กดัดฟัน สำหรับบางคนฟันเกก็เลือกวิธีแปะวีเนียร์ คือ การแปะฟันแบบชั่วคราว ให้ฟันดูเรียง และขาว สำหรับผิวดองขาว ใส่มีมอร่า พริตตี้ส่วนใหญ่เลือกวิธีการฉีดผิวขาว โดยการฉีดสารวิตามินซีและกลูต้าไทโอนเข้าไปในเส้นเลือดดำ เพื่อให้ร่างกายยับยั้งการสร้างเม็ดสี การฉีดต้องฉีดอย่างสม่ำเสมอ ฉลี่ยอาทิตย์ละครั้ง และเมื่อถึงตอนทำงานก็ต้องมีการ

พอกตัวด้วยบีบีครีมเข้าไปอีก เพื่อที่จะได้ดูมือร่า โดนแสงไฟในงานแล้วทำให้ดูผ่อง โดดเด่น รูปร่างต้องดูดี ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนไทยยอมรับ และนิยมทำศัลยกรรมโดยเฉพาะในวงการพริตตี้ คือ กระแสเกาหลีในประเทศไทยซึ่งมาพร้อมวิทยาการทางด้านศัลยกรรม

การแต่งหน้าก็เป็นสิ่งสำคัญที่พริตตี้จะต้องรู้จักบกร่องของใบหน้าตัวเอง ว่าควรปิดตรงไหน ควรไฮไลต์ตรงไหนเพื่อเสริมให้ใบหน้าของตนดูสวยโดดเด่นมากยิ่งขึ้น พริตตี้บางคนทานอาหารแคว้นละมือ และในปริมาณที่น้อยมากเพื่อที่จะรักษารูปร่างไม่ให้มีไขมันส่วนเกิน ดูกระชับอยู่ตลอดเวลา และการทำศัลยกรรมส่วนอื่นๆอีกมากมาย เช่น การทำตาสองชั้น การฉีดยา การตัดปากกระชับ การดูดไขมัน และจากกรณีข่าวพริตตี้สาวเมื่อประมาณสี่ปีที่แล้ว พริตตี้วัย 33 ปี ผู้กลายเป็นเจ้าหญิงนิทราจากการฉีดยาคอลลาเจนเข้าสะโพกโดยหมอกระเป๋ ได้สร้างกระแสวิพากษ์วิจารณ์ในสังคมเป็นอย่างมาก บ้างก็ส่งสารหญิงสาวเสนาหลักของครอบครัวต้องใจร้าย จะเห็นได้ว่า พริตตี้ที่ทุกคนมองว่าต้องมากับความสวยลึก ๆ แล้วล้วนมาจากการเสกสรรปั้นแต่ง การแต่งเติมทั้งสิ้น สังคมมองว่าพริตตี้เป็นคนที่ทำงานกลางคืนสามารถคุกคามทางเพศได้

จากการสัมภาษณ์พริตตี้ไม่ใช่ทุกคนที่จะรับงานกลางคืน เพราะบางคนแค้นงานแต่งตัวเซ็กซี่ โชว์เรือนร่างนิดหน่อยพวกเธอก็ไม่รับแล้ว แค่เห็นชื่องาน ว่าเป็นงานเซ็กซี่ก็ปฏิเสธทั้งๆที่งานเซ็กซี่ได้ค่าตัวเยอะเป็นหลักหลายหมื่นไปจนถึงหลักแสน พวกเธอบางคนให้ความสำคัญกับความรู้สึกของคนในครอบครัว ไม่อยากให้พ่อแม่ถูกมองว่าลูกทำงานไม่ดี โดยไม่สนใจว่าการถ่ายงานเซ็กซี่แค้นคนเดียวได้ค่าตัวเท่ากับทำงานทั่วไปเป็นสิบถึงยี่สิบงาน และการแต่งตัวเซ็กซี่ไม่ได้หมายถึงการแสดงออกว่าพวกเธอจะรับงานกลางคืน หรือเป็นคนกลางคืน เพราะโดยบุคลิกส่วนตัวบางคนเป็นคนที่ชอบแต่งตัว แต่งตามเทรนแฟชั่นออกไปในทางเรียบบ่อยบ้าง เซ็กซี่บ้าง พวกเธอก็ไม่ได้สนใจว่ามันจะแสดงออกถึงบุคลิกหรือหน้าที่การงาน หรือภาพลักษณ์ที่คนมอง ผู้หญิงมีสิทธิ์ที่จะแต่งตัวเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจ และการคุกคามทางเพศก็ไม่ควรจะมีไม่ว่าจะในอาชีพไหน สำหรับอาชีพพริตตี้ถือได้ว่าเป็นอาชีพที่หล่อหลอมต่อการโดนคุกคามทางเพศ ด้วยการแต่งตัวที่เย้ายวน ล่อแหลม แต่ก็เพื่อเป็นการตลาด ชักจูง และดึงดูดล่อตาล่อใจให้ลูกค้าเข้ามาชมบูทของพวกเธอ สังคมมองว่าพริตตี้ส่วนใหญ่ทำอาชีพไซด์ไลน์ บางคนแทบเอาตัวเองเป็นประกันเลยว่าพริตตี้เกือบร้อยเปอร์เซ็นต์รับงานกลางคืน เนื่องด้วยอาชีพพริตตี้เป็นอาชีพที่ต้องใช้รูปร่างหน้าตาในการทำงาน ต้องทำให้ตัวเองดูสวยดูดีอยู่ตลอดเวลา และเมื่อเข้ามาในวงการพริตตี้แล้วก็หลงใหลไปกับแสงสี ความศิวิไล บางคนใช้เงินเกินตัว จนทำให้รายได้ที่ทุกคนมองว่าเป็นอาชีพที่รายได้ดีดั้นกลับไม่เพียงพอต่อการใช้จ่าย

2. ปัจจัยที่ทำให้หญิงสาวประกอบอาชีพพริตตี้

1) ปัจจัยเชิงเศรษฐกิจ จากการสัมภาษณ์โดยส่วนใหญ่พริตตี้เกินครึ่งมาจากต่างจังหวัด จุดเริ่มต้นเพื่อที่จะต้องการทำงาน หรือหารายได้เสริมระหว่างเรียน เนื่องจากการเข้ามาใช้ชีวิตในกรุงเทพไม่ถนัดเลยหากเทียบกับรายได้ที่น้อยนิด มีค่าใช้จ่ายต่างๆ ค่าหอ ค่าหอพัก ค่าใช้จ่ายส่วนตัว ทำให้เงินที่พ่อแม่ส่งมาจากต่างจังหวัดไม่พอใช้ จึงต้องหารายได้เสริม และอาชีพพริตตี้ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่ง พริตตี้บางคนเป็นเสาหลักของครอบครัว บางคนมีลูกแล้ว ด้วยปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้พวกเธอไม่มีโอกาสได้ทำงานประจำ หรืองานที่สังคมไทยมองว่ามีเกียรติ แต่ด้วยความสวยและรูปร่างหน้าตา บุคลิกดี ทำให้มีโอกาสในการที่จะเข้ามาหารายได้ในอาชีพนี้ และด้วยเป็นอาชีพที่สามารถหาเงินได้จำนวนมาก พริตตี้บางคนก็เก็บเงินเก่งสามารถสร้างฐานะ และตั้งตัวได้อย่างรวดเร็ว บางคนซื้อบ้าน ซื้อรถ ส่งเงินกลับไปให้พ่อแม่ต่างจังหวัด และยังมีธุรกิจส่วนตัวที่ทำไว้รองรับหลังจากเลิกประกอบอาชีพพริตตี้ การเลือกอาชีพนี้เป็นการเลือกเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจและเพราะคิดว่าสร้างรายได้

2) ปัจจัยเชิงอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในความสามารถของตนเอง สิ่งแรกที่สังคมมอง พริตตี้ คือ ความสวย แต่ปัจจุบันนี้กลายเป็นว่าพริตตี้สวยอย่างเดียวไม่ได้ต้องมีความสามารถหลายด้าน มีทั้งปฏิภาณไหวพริบ การแนะนำเชียร์ขายสินค้าให้เกิดความน่าสนใจ คนที่ต้องรับหน้าที่ต้องมีการเตรียมตัวทำความเข้าใจทั้งวันทั้งคืน ในการถ่ายทอดนำเสนอตัวสินค้าและสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ทุกข้อสงสัย ไม่ใช่เข้าใจแบบผิวเผิน อีกทั้งรูปร่างต้องดีเหมาะสมกับงาน กล้าพูด กล้าแสดงออก สามารถคุมสถานการณ์ในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ รวมถึงมีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความเป็นนักการตลาด หรือทักษะการสื่อสารทำให้เกิดแรงซัพพอร์ต เป็นความเปลี่ยนแปลงจากอดีตที่เน้นความสวยของพริตตี้มากกว่าความสามารถซึ่งต่างจากยุคนี้ พริตตี้ทุกคนรู้สึกภูมิใจที่ประกอบอาชีพนี้ เพราะเงินที่ได้มาทุกบาทมาจากหยาดเหงื่อแรงงาน สิ่งสำคัญ คือ งานบริสุทธิ์ ที่ใช้สมอง และความสามารถมากกว่าอย่างอื่น

3) ปัจจัยเชิงอาชีพที่อิสระ และทำงานค่อนข้างสบาย ด้วยอาชีพพริตตี้เป็นอาชีพที่สามารถเลือกรับงานเองได้ พริตตี้บางคนทำงานประจำจันทร์ถึงศุกร์ ก็เลือกรับงานพริตตี้เสาร์อาทิตย์ บางคนเรียนหนังสือเลือกรับเฉพาะวันที่ไม่มีเรียน หรืองานที่สามารถทำได้หลังเรียนเสร็จ และการรับงานแต่ละงานก็จะมีลักษณะงานบอกไว้ก่อนแล้ว ว่าเป็นงานลักษณะไหน แต่งตัวแบบไหน ลูกค่าประเภทไหน พริตตี้บางคนที่มีขอบเขตในการทำงานของตนเองก็เลือกที่จะปฏิเสธได้ และลักษณะการทำงานค่อนข้างที่จะสบายไม่ต้องใช้แรงเยอะเหมือนอาชีพอื่นๆ อีกทั้งได้เงินจำนวนมาก

และพริตตี้ที่ขยันก็สามารถเลือกที่จะรับหลายงานได้ภายในวันเดียว เช่น งานเดินแบบตั้งแต่เจ็ดโมงเช้าถึงเที่ยง บ่ายถ่ายพอร์ตเทรต เย็นรับงานพิธีกรถึงดึก

4) ปัจจัยการชักชวนของเพื่อนฝูงและโมเดลลิ่ง เห็นคุณค่าความงาม อย่างกรณีพริตตี้คนหนึ่งเติบโตในต่างจังหวัด และเข้ามาเรียนในกรุงเทพ ระหว่างเรียนอยู่ปีที่สอง ได้เจอกับพี่สาวของเพื่อนซึ่งเป็นพริตตี้และเป็นโมเดลลิ่งด้วย ชักชวนให้เข้าวงการพริตตี้เพราะรูปร่างหน้าตา และรอยยิ้มที่น่ามองของเธอ จากที่ไม่เคยรู้จักเลยว่าพริตตี้คืออะไร ได้มีรายได้ก้อนแรกและหลังจากนั้นก็รับงานมาเรื่อยๆ ทั้งพริตตี้ เอ็มซี พิธีเซเตอร์ ถ่ายแบบ ถ่ายโฆษณา มิวสิกวิดีโอ ซิทคอม งานเยอะจนมีคนขนานนามว่าพริตตี้เงินล้าน

5) ปัจจัยทางสังคมที่นิยมความสวยความงาม บางคนมองว่า อาชีพพริตตี้เป็นอาชีพที่สร้างสีสันให้กับสังคม ช่วยผลักดันให้ผู้หญิงอีกหลายๆ คนทำตัวเองให้สวยขึ้น ทำให้สังคมน่าอยู่มากยิ่งขึ้น และด้วยการพูด การแสดงออกของพริตตี้ที่มีความอ่อนหวานทำให้ลดความก้าวร้าวจากสังคมในปัจจุบัน และการแต่งกายของพริตตี้ถ้ามองว่าเป็นงานศิลป์ การแต่งกายให้เข้ากับสินค้า เช่น รถบางประเภทที่อาจจะถูกออกแบบมาให้ เพี้ยว ต้องคม แหลม ฉะนั้นการแต่งตัวต้องเข้ากับสินค้า มันเป็นศิลปะที่ควบคู่กัน หญิงสาวเลือกประกอบอาชีพนี้เป็นการดึงเอกลักษณ์ของตัวเองออกมา พริตตี้มีรูปร่างที่ดี มีหน้าตาที่สวยงามก็ได้อยู่ในจุดที่ได้โชว์ความสวยด้วย และยังได้เงิน พริตตี้โดยส่วนใหญ่จะมีการแต่งเติมหน้าตา ไม่ว่าจะเป็นด้วยเครื่องสำอาง หรือการศัลยกรรม ไม่ใช่เรื่องที่ใครก็ทำได้ มันเป็นศิลปะที่จะต้องมีการแต่งแต้ม หรือปิดจุดบกพร่องของหน้าตาเรียบร้อยแล้ว เพราะฉะนั้นจึงอยากจะโชว์มันออกมาซึ่งเป็นสิ่งที่ดี

3. พฤติกรรม รูปแบบการทำงานของพริตตี้

1) การเข้าสู่เส้นทางความเป็นพริตตี้ โดยพริตตี้แต่ละคนจะมีวิธีการเข้าสู่วงการที่แตกต่างกัน ด้วยการมีหน้าตาที่สวยงามโดดเด่น บุคลิกดี โดยส่วนใหญ่จะเกิดจากการชักชวนจากรุ่นพี่ เพื่อนหรือโมเดลลิ่ง ที่ประกอบอาชีพพริตตี้มาก่อนแล้ว จะเห็นแนวการทำงานจากการเคยเป็นพิธีกรที่มหาวิทยาลัยบ้าง หรืองานแสดงต่าง ๆ ตามมหาวิทยาลัย พริตตี้ที่เข้าสู่วงการด้วยการชักชวนจากรุ่นพี่ ก็จะได้รับรู้วิธีการทำงาน และลักษณะงานจากการบอกเล่า ต้องแต่งหน้าอย่างไร ใส่ชุดแบบไหน ควรเตรียมตัวอย่างไร ได้ค่าตัวเท่าไร ซึ่งพวกเธอเหล่านี้ก็จะเป็นพริตตี้ที่เดินเข้าไปสมัครกับโมเดลลิ่ง หรือออกเอนซ์ตามบริษัทต่าง ๆ เพราะพริตตี้ที่ไม่เคยมีคนที่รู้จักในวงการพริตตี้เลยนั้น ทำให้การเข้าไปทำงานในช่วงแรกๆ ก็จะต้องเรียนรู้งานด้วยตัวเอง และต้องปรับตัวให้เข้ากับเพื่อนร่วมงาน การเข้าไปแคสตี้งานในแต่ละงานก็จะมีประกาศหางานตามเว็บไซต์ต่าง ๆ รวมทั้งวิธีการสมัคร เช่นส่งโปรไฟล์ไปในอีเมลล์ หรือแอดไลน์เพื่อส่งโปรไฟล์ และเมื่อเริ่มทำงานไป

สักกระยะหนึ่งมีคนรู้จักในวงการพริตตี้มากขึ้น ก็จะมีการชักจูงกันส่งงานต่อไปตามมา และ Connection เป็นสิ่งที่สำคัญมากในวงการพริตตี้ เพราะการมีคนรู้จักเยอะเป็นการได้เปรียบในการได้งาน อีกวิธีหนึ่งในการเข้าสู่วงการพริตตี้ คือ การถ่ายพอร์ตเทรตตามเว็บดากล้องต่างๆ เพราะโมเดลลิ่งจะมีการเข้าไปเลือกหาพริตตี้และนางแบบตามเว็บไซต์เหล่านี้ การ ถ่ายภาพเก็บพอร์ตไปเรื่อยๆ จะมีคนมีโพสต์ว่าบริษัทไหนรับพริตตี้บ้างและก็เอาพอร์ตที่ถ่ายแบบกับดากล้องไปนำเสนอ ซึ่งการถ่ายรูปกับช่างภาพก็เป็นการโปรโมทไปในตัวเพราะช่างภาพแต่ละคนเราก็โชว์รูปที่ไปถ่ายมาเพื่อหางานเช่นกัน

2) ลักษณะงานที่พริตตี้ทำ

2.1) พริตตี้เซียร์เปียร์ พริตตี้ที่ได้รับการว่าจ้างจากผู้จัดงานให้ไปร่วมงานและยืนปราศรัยตัวในงานอีเวนต์ หรือตามสถานบันเทิงต่าง ๆ ด้วยชุดเซ็กซี่ ของบริษัทเปียร์นั้น ๆ เพื่อดึงดูดลูกค้าด้วยการพูดคุยอย่างสนิทสนม และถ่ายรูปด้วย หรืออาจมีการเข้าไปเล่นเกมกับลูกค้าตามโต๊ะเหล้าต่าง ๆ เพื่อแจกของรางวัล เช่น พวงกุญแจ หรือที่เปิดฝาขวดที่มีโลโก้ของบริษัทเปียร์นั้น ๆ

2.2) พริตตี้เซ่งเหล้าหรือพริตตี้นั่งตังค์ พริตตี้จะต้องมีการเข้าไปสมัครงานตามสถานบันเทิงต่างๆ และจะมีเซียร์แซกดูตัวเพื่อเลือกพริตตี้เข้าทำงาน พร้อมทั้งบอกลักษณะงานว่าพริตตี้ต้องทำอะไรบ้าง โดยทางร้านจะมีช่างแต่งหน้าและช่างทำผมบริการอยู่หลังร้าน ต้องมาถึงร้านประมาณห้าโมงเย็นเพื่อเตรียมตัวให้ช่างแต่งหน้า และทำผม ชุดที่ใส่เป็นชุดที่เซ็กซี่และตัวพริตตี้มั่นใจว่าแต่งแบบไหนแล้วสวยมั่นใจที่สุด บางวันทางร้านจะมีธิมก็จะต้องแต่งตามธิม เช่น วันศุกร์ทุกคนจะต้องใส่สีขาว หรือตามเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันคริสมาสต์พริตตี้ก็ต้องแต่งตัวด้วยชุดซานตี้ หรือใส่สีแดง หากพริตตี้คนไหนมาใหม่ไม่มีชุด ทางร้านจะมีชุด และรองเท้านสูง ให้เช่า โดยจะคิดเงินหลังจากได้ค่าตัวแล้ว ชุดที่ให้เช่าส่วนใหญ่จะมาจากพริตตี้คนก่อน ๆ ที่ไม่ใส่แล้วหรือซื้อมาไม่ถูกใจทางคนดูแลพริตตี้ก็จะเก็บไว้ให้เช่า ลักษณะการทำงาน เมื่อลูกค้าเข้ามาเซียร์แซกก็จะมาตามพริตตี้และไปยืนเรียงกันให้ลูกค้าเลือกว่าถูกใจคนไหน เมื่อถูกลูกค้าเลือกก็ต้องเข้าไปนั่งพูดคุยเป็นเพื่อนลูกค้า จะมีการสั่งอาหาร และสั่งเครื่องดื่ม โดยเฉพาะเหล้า

2.3) พริตตี้ที่ผ่านการแคสจากทางผู้ว่าจ้าง ทำหน้าที่เป็นพิธีกรให้กับงานอีเวนต์ต่าง ๆ ซึ่งสถานที่ทำงานก็จะแตกต่างกันไป เช่น ในห้าง สนามกอล์ฟ ชายหาด งานแข่งรถ การแต่งกายจะแต่งตามธิมที่ลูกค้ากำหนดมา เช่น งานแข่งรถก็จะเซ็กซี่ งานผลิตภัณฑ์ที่ค่อนข้างแพงก็จะออกแนวเรียบหรู โดยส่วนใหญ่สีที่แต่งจะเป็นสีที่เป็นสัญลักษณ์ของทางแบรนด์ หรือบางงานทางแบรนด์จะมีการให้ไปวัดตัวและตัดชุดก่อนวันงานประมาณ 3 อาทิตย์ถึงหนึ่งเดือน

2.4) พรต่มือเตอร์โชว์ ต่างกับพรตี่ที่ผ่านการแคสจากทางผู้ว่าจ้าง คือ พรตี่มอเตอร์โชว์ จะไม่ต้องทำหน้าที่เป็นพิธีกรแต่จะทำหน้าที่ชักชวนลูกค้าให้เข้าบูท ยืนอยู่ด้านล่างเวที แต่จะได้เงินน้อยกว่า ต้องยิ้มแย้มแจ่มใส มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ตอบคำถามที่ลูกค้าถาม มีทักษะในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี มีวิธีการปฏิเสธที่นุ่มนวลหากเจอเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด หรือโดนพูดจาไม่ดีใส่ เพราะพวกเธอ คือ ภาพลักษณ์และตัวแทนของแบรนด์

3) พรตี่กับความสัมพันธ์ชายหญิง สังคมไทยโดยเฉพาะ “เพศสภาพชาย” เห็นว่าการมีเพศสัมพันธ์เป็น “การพิชิต” เมื่อผู้หญิงตอบสนองทางบวกแปลว่าผู้ชายคนนั้นได้พิชิตผู้หญิง วิธีคิดนี้นำไปสู่การคิดเรื่องเพศอีกหลายแง่มุม บางครั้งหากผู้หญิงไม่ยินยอมก็จะมีวิธีการมอมต่าง ๆ นานา เช่น มอมเหล้า มอมยา ทำให้ ผู้หญิงเป็นวัตถุทางเพศ เรื่องเพศอยู่บนพื้นที่สื่หาขนาดใหญ่คนส่วนใหญ่ไม่ค่อยสื่อสาร และคาดหมายกันเอง เช่น ออกมากินข้าวกับเรา ชงเหล้าให้เราก็ต้องร่วมเพศสิ ซึ่งความจริงอาจไม่ใช่ ดังนั้นการยินยอมพร้อมใจบางครั้งต้องพูดออกมา และแสดงออกให้ชัดเจน

4) ภาพลักษณ์ที่คนมองพรตี่ บางคนมองว่าเป็นอาชีพที่สุ่มเสี่ยง เป็นตัวอย่างที่ไม่ดีต่อเยาวชน และหากเกิดเหตุการณ์ความรุนแรงทางเพศเกิดขึ้นก็มองว่าเพราะผู้หญิงพาตัวเองไปเสี่ยงก็ต้องยอมรับผลแต่บางคนมองว่าเป็นอาชีพสุจริตและสร้างโอกาส

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การศึกษามายาคติของสังคมไทยต่ออาชีพพรตี่ ศึกษาปัจจัยที่ทำให้หญิงสาวประกอบอาชีพพรตี่ และศึกษาพฤติกรรม รูปแบบการทำงานของพรตี่ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษา ได้ดังนี้

1. มายาคติของสังคมไทยต่ออาชีพพรตี่

อาชีพพรตี่เป็นมายาคติที่มีการเสริมแต่งสิ่งแรกที่สังคมสะดุดตา คือ ความสวยต้องเป็นคนสวยรูปร่างดี แต่ความเป็นจริงแล้วพรตี่ล้วนผ่านการทำศัลยกรรมมาแล้วแทบทุกคน สังคมมองว่าพรตี่เป็นคนที่ทำงานกลางคืนสามารถคุกคามทางเพศได้ และถือได้ว่าเป็นอาชีพที่หล่อหลอมต่อการโดนคุกคามทางเพศ สังคมมองว่า พรตี่ส่วนใหญ่ทำอาชีพไซด์ไลน์ บางคนแทบเอาตัวเองเป็นประกันเลยว่าพรตี่เกือบร้อยเปอร์เซ็นต์รับงานกลางคืน แต่ฝ่ายพรตี่เองกลับมีมุมมองว่า อาชีพพรตี่เป็นอาชีพสุจริต พรตี่เองกลับมองในมุมกลับกัน พรตี่มองว่าอาชีพพรตี่เป็นอาชีพที่สุจริต เพราะต้องใช้ทั้งรูปร่างหน้าตา และไหวพริบในการทำงาน ควบคู่กันไป ต้องมีทั้งความสวย ความรู้ และความสามารถถึงจะเข้าสู่การนี้ได้ สอดคล้องกับ ขวัญชนก ทองสนธิ (2554) ที่ศึกษาตัวตนจากมุมมองของพรตี่ พบว่า พรตี่มีวิธีคิดในการให้ความหมายต่อตนเองใน 2 มุมมอง คือ มุมมอง

แรกเห็นว่าตัวตนของตนเองกับตัวตนในขณะที่เป็นพริตตี้มันแตกต่างกัน โดยตัวตนความเป็นพริตตี้ นั้นเป็นสื่อเกราะ หรือเปลือกนอกที่ห่อหุ้มตัวตนที่แท้จริงเป็นอัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นในจินตนาการ แล้วส่งผลให้ภาคสัญลักษณ์ที่มีภาษาและวัฒนธรรมเป็นตัวกำกับและขัดเกลา อาจเป็นเพราะว่ามายาคติ คือการสื่อความหมายคติความเชื่อทางวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย ค่านิยม อุดมการณ์ และกรอบ กฎเกณฑ์ที่สังคมกำหนดไว้เข้าไปครอบงำและให้ความหมายใหม่กับสิ่งที่ป็นธรรมชาติของสิ่งต่างๆ โดยถ่ายทอดผ่านชุดความเชื่อที่แฝงอยู่ซึ่งเป็นกรอบในการกำหนดความคิดและการตัดสินใจของคน ในสังคมสอดคล้องกับ อาร์วอร์ธ ฮัสติน (2551) ที่ศึกษาภาพลักษณ์ในการนำเสนอตัวตนคนพริตตี้ พบว่า กระบวนการเข้าสู่อาชีพพริตตี้มี 6 เส้นทางหลัก คือ 1) เพื่อน 2) คนรู้จัก 3) บริษัทรับจัดงาน 4) บริษัทจัดหานางแบบนายแบบ 5) สมัครด้วยตนเอง และ 6) อินเทอร์เน็ต

2. ปัจจัยที่ทำให้หญิงสาวประกอบอาชีพพริตตี้

ปัจจัยที่ทำให้หญิงสาวประกอบอาชีพพริตตี้ ได้แก่ ปัจจัยเชิงเศรษฐกิจ จากการสัมภาษณ์พริตตี้ส่วนใหญ่มาจากต่างจังหวัด จุดเริ่มต้นเพื่อที่จะต้องการทำงาน หรือหารายได้เสริมระหว่างเรียน ปัจจัยเชิงอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในความสามารถของตนเอง สิ่งแรกที่สังคมมองพริตตี้คือความสวย แต่ปัจจุบันนี้กลายเป็นว่าพริตตี้สวยอย่างเดียวไม่ได้ ต้องมีความสามารถหลายด้าน มีทั้งสมอง ไหวพริบ ปัจจัยเชิงอาชีพที่อิสระและทำงานค่อนข้างสบาย ด้วยอาชีพพริตตี้เป็นอาชีพที่สามารถเลือกรับงานเองได้ พริตตี้บางคนทำงานประจำจันทร์ถึงศุกร์ ก็เลือกรับงานพริตตี้เสาร์ อาทิตย์ ปัจจัยการชักชวนของเพื่อนฝูง โมเดลลิ่ง เห็นคุณค่าความงาม อย่างกรณีพริตตี้คนหนึ่งเติบโตในต่างจังหวัด และเข้ามาเรียนในกรุงเทพ ระหว่างเรียนอยู่ปีที่สอง ได้เจอกับพี่สาวของเพื่อนซึ่งเป็นพริตตี้และเป็นโมเดลลิ่งด้วย ชักชวนให้เข้าวงการพริตตี้ ปัจจัยทางสังคมที่นิยมความสวยความงาม บางคนมองว่าอาชีพพริตตี้เป็นอาชีพที่สร้างสีสันให้กับสังคม ช่วยผลักดันให้ผู้หญิงอีกหลาย ๆ คนทำตัวเองให้สวยขึ้น ทำให้สังคมน่าอยู่มากยิ่งขึ้นและด้วยการพูด การแสดงออกของพริตตี้มีความอ่อนหวานทำให้ลดความก้าวร้าวจากสังคมในปัจจุบัน สอดคล้องกับ น้ำทิพย์ บุตรทศ (2558) ที่ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกอาชีพ แรงจูงใจ และความก้าวหน้าในอาชีพพริตตี้ เอ็มซี พบว่าผู้ให้ข้อมูลหลักตัดสินใจประกอบอาชีพพริตตี้ เอ็มซี เนื่องจากความชอบและความสนใจเป็น การส่วนตัว และผู้ประกอบการอาชีพมีความสามารถด้านการพูดและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดย แรงจูงใจในการทำงานที่สำคัญคือ ค่าตอบแทนค่อนข้างสูงมาก แต่ใช้ระยะเวลาในการทำงานสั้น สำหรับแนวโน้มการประกอบอาชีพในอนาคต ผู้ให้ข้อมูลหลักต้องการเป็นเจ้าของกิจการ เปิดบริษัท รับผิดชอบกิจกรรมต่าง ๆ และสอดคล้องกับ อาร์วอร์ธ ฮัสติน (2551) ที่ศึกษาภาพลักษณ์ในการนำเสนอตัวตนคนพริตตี้ พบว่า กระบวนการเข้าสู่อาชีพพริตตี้มี 6 เส้นทางหลัก ดังที่กล่าวมาข้างต้น

3. พฤติกรรม รูปแบบการทำงานของพริตตี้

ปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเข้าสู่อาชีพได้แก่ 1) ค่านิยม 2) การหารายได้พิเศษ 3) การประชาสัมพันธ์ของสื่อ 4) กลยุทธ์ทางการตลาด และ 5) โอกาสทางด้านอาชีพอื่นๆ สอดคล้องกับ การะเกด บำรุงรส (2548) ที่ศึกษาเรื่องการประกอบอาชีพพริตตี้เกิร์ลของนักศึกษาหญิง: กรณีศึกษา พบว่า สาเหตุที่ทำให้กรณีศึกษาเข้าสู่อาชีพพริตตี้เกิร์ลเนื่องจาก 1) มีความต้องการเงินมาใช้จ่ายตามค่านิยมของวัยรุ่นในปัจจุบัน คือ มีรายได้น้อย แต่มีรสนิยมใช้ของแพง และมีทัศนคติว่า อาชีพนี้ไม่เสียหายต่อตนเอง มีรายได้ดี ทำให้กรณีศึกษาเพิ่มคุณค่าของตัวเองด้วยการมีงานทำ 2) จากกระบวนการเข้าสู่อาชีพนี้คือ เริ่มจากการเป็นพนักงานต้อนรับจากร้านอาหารและได้รับคำแนะนำ ตลอดจนเห็นคนที่ทำอาชีพนี้มีรายได้ดี จึงสมัครเป็นพริตตี้เกิร์ล ในระยะเวลาไม่นาน ก็ได้เปลี่ยนที่ทำงานจากร้านเล็กๆ ขยับขึ้นมาเป็นร้านใหญ่ รู้จักผู้คนมากขึ้น สังคมใหญ่ขึ้น ทำให้มีประสบการณ์ทำงานมากขึ้น และ 3) สามารถดำรงชีวิตได้ภายใต้สองบทบาท คือ พริตตี้เกิร์ลจะสามารถวางภาพลักษณ์ของตนให้เป็นไปตามสถานที่ และเวลาได้อัตโนมัติ ซึ่งพฤติกรรมในช่วงเวลากลางวันก็จะเป็นเช่นเดียวกับนักศึกษาคนอื่นทั่วไป ในขณะที่ช่วงเวลากลางคืน ก็จะละทิ้งเครื่องแบบและสถานภาพการเป็นนักศึกษาไว้เบื้องหลัง และเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการแสดงออกของตนให้เป็นพริตตี้เกิร์ล พร้อมทั้งจะต้อนรับ นำเสนอสินค้า และเอาใจลูกค้าภายในร้านอาหารอาจเป็นเพราะว่าไม่ว่าจะเป็นพื้นฐานชีวิต บุคลิกภาพ และทัศนคติที่มีต่ออาชีพ การทำงานภายใต้กฎระเบียบในวิชาชีพตลอดจนค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้าง (Structure) และตัวแทน (Agency) ในการปฏิบัติการในโลกในโลกรแห่งความเป็นจริงพริตตี้แต่ละคนก็จะมีวิธีการเข้าสู่วงการที่แตกต่างกัน ด้วยการมีหน้าตาที่สวยงามโดดเด่น บุคลิกดี โดยส่วนใหญ่จะเกิดจากการชักชวนจากรุ่นพี่ เพื่อน หรือโมเดลลิ่ง พริตตี้ที่ได้รับการว่าจ้างจากผู้จัดงานให้ไปร่วมงานและยื่นปรากฏตัวในงานอีเวนต์หรือตามสถานบันเทิงต่าง ๆ พริตตี้ซิงเกิ้ลหรือพริตตี้สังกัดบริษัท พริตตี้ที่ผ่านการแคสจากทางผู้ว่าจ้าง ทำหน้าที่เป็นพิธีกรให้กับงานอีเวนต์ต่าง ๆ พริตตี้มอเตอร์โชว์ สอดคล้องกับปิ่นแก้ว พฤทธิประเสริฐ (2549) ที่ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่ออาชีพพริตตี้เกิร์ลในงานกิจกรรมทางการตลาด พบว่า กลุ่มผู้บริโภคเป็นส่วนหนึ่งที่เป็นผลให้อาชีพพริตตี้เกิร์ลกลายเป็นสินค้าที่ขาดไม่ได้ในกิจกรรมการตลาด ดังนั้นทัศนคติของผู้บริโภค จึงนับว่ามีผลต่ออาชีพพริตตี้ด้วยกัน อาจเป็นเพราะว่าอาชีพพริตตี้ถือว่าเป็นอาชีพที่สุจริต เพราะต้องใช้ทั้งรูปร่างหน้าตาและไหวพริบในการทำงาน ควบคู่กันไป ต้องมีทั้งความสวย ความรู้ และความสามารถถึงจะเข้าสู่วงการนี้ได้ พริตตี้คิดว่าการทำไซด์ไลน์ หรือการใช้ร่างกายเพื่อที่จะแลกเงินมาไม่มีความจำเป็นเลย เพราะรายได้ของพริตตี้ก็เพียงพออยู่แล้ว

ข้อเสนอแนะ (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

1. ควรมีการสอน และอนุญาตให้พูดเรื่องเพศในโรงเรียน เพื่อให้ตระหนักรู้ว่าตนเองเป็น Sexual Being หรือเป็นมนุษย์ที่มีแง่มุมทางเพศ เห็นตนเอง และคนอื่นเป็นอย่างไร ความยินยอมพร้อมใจ คือ อะไร ต้องสอนให้เด็กเข้าใจทักษะการจัดการตัวเอง

2. ภาครัฐควรเข้ามาดูเพิ่มศักยภาพของพริตตี้ เพื่อเพิ่มหลักการทำงานที่พริตตี้มีความสามารถอยู่แล้วเพิ่มพูนไปได้อีก ควรดูแล และควรสร้างมาตรฐานเดียวกัน สวัสดิการ เพื่อให้อาชีพ พริตตี้ มีภาพลักษณ์ที่ดีมีเกียรติ และได้รับการยอมรับจากสังคมในฐานะอีกอาชีพหนึ่งที่สุจริต

3. ควรมีการเรียนการสอนที่เน้นในเรื่องการเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ความเท่าเทียม และความเป็นธรรมในเชิงเพศสภาพ เพื่อที่ผู้เรียนจะได้มีความเข้าใจการอยู่ร่วมกันในสังคมด้วยการรัก และเคารพในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์อย่างเท่าเทียม

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยในแง่มุมอื่น ๆ ในประเด็นมายาคติของสังคมไทยในอาชีพอื่นๆ ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ตลอดจนการศึกษาค่าพริตตี้ที่เป็นผู้ชายเพื่อพิจารณาความเหมือน หรือแตกต่างกันในประเด็นต่าง ๆ ตามที่ผู้วิจัยได้ศึกษามา

เอกสารอ้างอิง (References)

- ภาระเกด บำรุงรส. (2548). การประกอบอาชีพพริตตี้เกิร์ลของนักศึกษาหญิง. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ บริษัท สหธรรมจำกัด.
- เกรียงไกร กาญจนะโกดิน. (2555). Event Marketing การตลาดเชิงกิจกรรม. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครกิจ.
- ขวัญชนก ทองสนธิ. (2554). ตัวตนจากมุมมองของพริตตี้. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิชย์.
- น้ำทิพย์ บุตเทศ. (2558). การตัดสินใจเลือกอาชีพ. กรุงเทพมหานคร: วัฒนาพานิช.
- ปิ่นแก้ว พงษ์ทิพย์ประเสริฐ. (2543). ความคิดเห็นของสังคมไทยต่อการประกอบอาชีพพริตตี้. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรา ขวัญเทียนทอง. (2546). กิจกรรมพิเศษเพื่อการประชาสัมพันธ์องค์กร กรณีศึกษา: การใช้ทีมสาวงามในกิจกรรมพิเศษ. รายงานโครงการเฉพาะบุคคลวารสารศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- วรรณพิมล อังคศิริสรพ. (2541). **สรณิพนธ์จาก มายาคติ (Mythologies) ของโรลันด์ บาร์ตส์ : บทแปล และบทวิเคราะห์เชิงวาทศาสตร์** . มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์/กรุงเทพฯ.
- อารีวรรณ หัสติน. (2551). **ลักษณะในการนำเสนอตัวตนคนพริตตี้**. กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Barthes, R. (2005) . **The Language of fashion/Roland Barthes**. (Andy Stafford, Trans.) . (Andy Stafford and Michael Carter, Eds.). New York: Breg. (Original work published Systeme de La mode, Re vue Fran aise de Sociologie and Marie Claire, 1967)
- Nastasi, B. K. & Schensul, S. L. (2005). Contributions of Qualitative Research to the Validity of Intervention Research. **Journal of School Psychology**, 43 (3), 177-195.
- Kaplan, R. S. (1998). Innovation action research: Creating new management theory and practice. **Journal of Management Accounting Research**. (10): 89-118.
- Mahamud., T& Suksaskawin., P. (2020). Innovation of Halal Business Science in Thailand since 2019 for Applying on Human Resource Training Operation. **International Journal of Advanced Science and Technology**, 29(10s), 3497-3508. Retrieved