

ศัลยกรรมเกาหลี : ความงามที่เลือกได้

Aesthetic Surgery in South Korea, You Can order

วิสาखा เทียมลม¹

Visakha Tiemlom

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปรากฏการณ์ “ความงามแบบสาวเกาหลี” ที่เกิดขึ้นในสังคมไทย กลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีด้วยอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) จนกลายเป็น กระแสเกาหลีฟีเวอร์ (Korea Wave) ในประเทศไทย ความเชื่อเรื่องความงามในสังคมเกาหลี และกรณีศึกษาจากบันทึกประสบการณ์การทำศัลยกรรมของผู้หญิงไทยที่เดินทางไปศัลยกรรมที่ประเทศเกาหลี เพื่อศึกษาประสบการณ์ก่อนทำศัลยกรรม และประสบการณ์หลังจากตัดสินใจทำศัลยกรรม นำไปสู่การวิเคราะห์ปรากฏการณ์ “ความงามแบบสาวเกาหลี” ด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาร่างกายทางมานุษยวิทยา (Anthropological Studies of the Body) ในประเด็น ดังนี้

- 1) กระแสเกาหลีฟีเวอร์
- 2) อุตสาหกรรมวัฒนธรรม : กลยุทธ์การตลาดของเกาหลี
- 3) แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)

¹ นักศึกษาปริญญาเอกหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสหวิทยาการ
วิทยาลัยสหวิทยาการ

- 4) ความงามแบบเกาหลี
- 5) ความเชื่อเรื่องความงามในสังคมเกาหลี
- 6) รูปแบบศัลยกรรมความงามแบบเกาหลี
- 7) แนวคิดเรือนร่างในทางมานุษยวิทยา
- 8) กรณีศึกษา : กระบวนการศัลยกรรมของผู้หญิงไทยที่
ประเทศเกาหลี
- 9) การวิเคราะห์ปรากฏการณ์การทำศัลยกรรมแบบสาวเกาหลี
ของผู้หญิงไทยด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาร่างกายทาง
มานุษยวิทยา

คำสำคัญ : ความงามแบบสาวเกาหลี, ศัลยกรรมความงาม, กระแสเกาหลี
ฟีเวอร์, ความเชื่อเรื่องความงาม และอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

Abstract

The article aims to study “Korean Beauty” Phenomenon in Thai society, economic development strategies of Korea with Culture Industry which leads to Korean wave in Thailand, ideal beauty of Korean and Case Study of Thai women before and after cosmetic surgery experience in Korea. The article’s analysis was based upon anthropological study of the body.

Keywords: Korean Beauty, Aesthetic Surgery, Korean Wave, ideal beauty of Korean and Culture Industry

บทนำ : กระแสเกาหลีฟีเวอร์

กระแสเกาหลีฟีเวอร์ หรือ คลื่นเกาหลี (The Korean Wave หรือ K-Wave) มาจากภาษาเกาหลีที่เรียกว่า ฮัลลยู (Hallyu) เกิดจากที่รัฐบาลเกาหลีสนับสนุนการประชาสัมพันธ์คลื่นเกาหลี (Hallyu) อย่างจริงจังทำให้ไปในทิศทางเดียวกันในทุกๆ ด้าน (สุริศา ประชาบาล, 2550) กระแสความนิยมเกาหลีค่อยๆ เข้ามาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในช่วงปลายทศวรรษ 1990 เป็นความนิยมในวัฒนธรรมร่วมสมัย ได้แก่ ละครเกาหลี ภาพยนตร์เกาหลี ดาราเกาหลี นักร้องเกาหลี การใช้สิ่งของต่างๆ ที่ผลิตจากประเทศเกาหลี ฯลฯ (สุวภัทร ทองเจริญ, 2557) และในปี ค.ศ. 1998 หรือ พ.ศ. 2541 หลังเกิดวิกฤตเศรษฐกิจได้ 1 ปี กระทรวงวัฒนธรรมของเกาหลีได้จัดทำนโยบายและแผนปฏิบัติการ 5 ปี และแผน 10 ปี (Korea 2010 : Culture, Creativity and Content) สนับสนุนงบประมาณจำนวนมากเพื่อส่งเสริมให้ภาครัฐและเอกชนลงทุนจัดการศึกษาด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลี พลิกโฉมทุนวัฒนธรรมเอเชีย ที่เรียกกันว่า คลื่นวัฒนธรรมป๊อปเกาหลี (The Korean Wave) (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2549)

พันธุเมธ ฌ ระนอง ผู้จัดการ องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี ได้กล่าวถึงที่มาของกระแสของ สื่อบันเทิงเกาหลีได้ว่า (รายการเรื่องของเรื่อง, 14 กันยายน 2559) มีจุดเริ่มต้นจากละครซีรีส์เกาหลี ในปี 2543 จากผู้ว่าราชการจังหวัด Gangwon-do ต้องการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด Gangwon-do หรือจังหวัด Gangwon ออกไปสู่สายตาชาวเอเชียและชาวโลกว่าในจังหวัด Gangwon-do มีฤดูใบไม้ร่วงที่สวยงาม อันได้แก่ ภูเขาทะเล แม่น้ำ แต่ไม่อยากจะให้เป็นแค่สารคดี และมองว่าสื่อการตลาดที่ดีที่สุดน่าจะเป็น TV Drama โดยได้ร่วมมือกับผู้ผลิตละครของเกาหลีใต้ ผลิตละครเรื่อง Autumn in My Heart หรือ “รักนี้ชั่วนิรันดร์” โดยใช้สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัด Gangwon-do เป็นสถานที่ถ่ายทำฉากรัก

จากบทสัมภาษณ์ของ พันธุ์เมธ ฌ ระนอง ใน positioningmag.com ได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า กระแส Autumn in My Heart โด่งดังในเอเชีย เนื่องจากเป็นละครที่ตั้งใจทำขึ้นมาเพื่อบิบบี้ตาคนดูจนทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบ Drama Tour หรือตามรอยความประทับใจจากละคร จากสถิติขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัด Gangwon-do พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดเมื่อปี 2542 มีประมาณ 42.4 ล้านคน หลังจาก Autumn in My Heart ออกอากาศที่เกาหลีในปี 2543 เพียงไม่นาน ละครเรื่องนี้ได้ออนแอร์ในจีน ได้หวัน ฮองกง เวียดนาม และไทยในเวลาไล่เลี่ยกัน ยอดนักท่องเที่ยวเข้าสู่จังหวัดเพิ่มขึ้นกว่า 15% ในปีนั้น Hwajinpo Beach ในเมือง Goseong ซึ่งเป็นชายหาดที่นางเอกช็อคสั่นใจอยู่บนแผ่นหลังของพระเอก กลายเป็นฉากที่นักท่องเที่ยวที่เป็นคู่รักพากันมาเลียนแบบ หรือทุ่งหญ้ากว้างสีเขียวที่ Samyang ในเมือง Daegwallyeong สถานที่อันนี้มุมระหว่างพระเอกนางเอกเป็นแหล่งที่มีนักท่องเที่ยวต้องแวะมาชม และสวนสาธารณะชื่อ Phoenix Park ในเมือง Pyeongchang ซึ่งนางเอกและพระรองซึ่งนำแสดงโดยวอน-บินได้มาทำงานร่วมกัน มีรีสอร์ทเพิ่มขึ้นมากมายเพื่อมารองรับนักท่องเที่ยว กลายเป็น โปรแกรมเที่ยวแบบ Romantic Tour (admin, 5 กุมภาพันธ์ 2549)

พันธุ์เมธ ฌ ระนอง ได้กล่าวในรายการเรื่องของเรื่องว่า (รายการเรื่องของเรื่อง, 14 กันยายน 2559) ละครเกาหลีที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในปี 2544 เรื่อง My Sassy Girl ยัยตัวร้ายกับ นายเจ็ยมเจ็ยม ต่อมา ปี 2545 ละครเรื่อง Winter Love Song หรือ Winter Sonata เพลงรักในสายลมหนาว ยังได้รับความนิยมยิ่งกว่าเรื่อง Autumn in My Heart เป็นอีกเรื่องที่น่ารายได้จากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทำให้เกาชนามีเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม จนกระทั่งปี 2546 ละครเรื่อง แดจังกึม มาตอกย้ำกระแสเกาหลีด้วยอาหารและแพทย์แผนโบราณ ทำให้ร้านอาหารเกาหลีเกิดขึ้นในประเทศไทย ทำให้สถานที่ถ่ายหนังแดจังกึม หรือ Dae Jang

Geum Theme Park กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม รายการ
เรื่องของเรื่อง ทางช่อง One ได้กล่าวว่า ละครเกาหลีที่ได้รับความนิยมอย่าง
ต่อเนื่อง ดังนี้ โดย ในปี 2547 เรื่อง Full House ปี 2549 เรื่อง Princess
Hours และภาพยนตร์เรื่อง 200 Pounds Beauty ปี 2552 เรื่อง Boy Over
Flowers ปี 2556 เรื่อง You Who Came From the Stars และปี 2559
เรื่อง Descendant of the Sun

บทสัมภาษณ์ของ พันธุ์เมธ ฌ रणนง เป็นไปในทิศทางเดียวกับ
งานวิจัยของ ต้องชนก สนแสงผล (2554) ซึ่งพบว่าปรากฏการณ์กระแส
ความนิยมเกาหลีในประเทศไทยเริ่มปรากฏชัดเจนเมื่อมีการนำละครชุด
(ซีรี่ส์) มาแพร่ภาพในประเทศไทย คือเรื่อง เกาหลีเรื่องรักนี้ชั่ววันรินดร์
(Autumn in my heart) ตามด้วยกระแสต่อเนื่องจากละครชุดอีกหลาย
เรื่อง เช่น รักในสายลมหนาว (Winter Love Song), สะดุดรักที่พุกใจ (Full
House), เจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา (Princess Hours), รักวุ่นวาย
ของเจ้าชายกาแฟ (Coffee Prince) ซึ่งล้วนเป็นละครที่ประสบความสำเร็จ
อย่างสูงในหลายประเทศ นอกจากนี้ ละครชุด แดจังกึม จมมนางแห่งวังหลวง
(Jewel in the Palace) ยิ่งทำให้กระแสความนิยมเกาหลีร้อนแรงมากขึ้น
เนื่องจากการสอดแทรกเนื้อหาทางประเพณีและวัฒนธรรมเกาหลี นอกจาก
ละครชุด (ซีรี่ส์) ที่ได้รับความนิยมแล้ว ภาพยนตร์จากเกาหลี ยิ่งย้ากระแส
ความนิยมเกาหลีให้มากขึ้น ได้แก่ ยายตัวร้ายกับนายเจ็มเจ็ม (My Sassy
Girl) หรือ ลิขิตรัก ข้ามเวลา (Il mare) ส่งผลให้นักแสดงเกาหลีจึงกลายเป็น
ที่รู้จักในหมู่แฟนละครชุดและภาพยนตร์เกาหลี อีกทั้งเพลงประกอบละคร
หรือภาพยนตร์ก็กลายเป็นที่นิยมอย่างล้นหลามเช่นเดียวกัน นอกเหนือไป
จากความนิยมในละครชุดภาพยนตร์หรือตัวนักแสดงแล้วความนิยมในกระแส
เกาหลียังขยายไปถึงศิลปินนักร้องเกาหลีทั้งหลายมากมายจนทำให้เกิดความ
คลั่งไคล้ต่อกระแสเกาหลีฟีเวอร์ไปทั่วสังคมไทย ซึ่งความนิยมดังกล่าวเริ่ม
จาก ศิลปินเดี่ยว เช่น เรน (Rain) เซเวน (SE7EN) จนต่อเนื่องไปถึงศิลปิน

กลุ่มชายและหญิง เช่น ทงบังชินกิ (Dong Bang Shin Ki) ซุปเปอร์จูเนียร์ (Super Junior) เกิร์ลเจเนอเรชัน (Girls' Generation) วันเดอร์เกิร์ล (Wonder Girls) เป็นต้น เราจะสังเกตเห็นความคลั่งไคล้ในตัวศิลปินเกาหลีที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก จากจำนวนการจัดแสดงคอนเสิร์ตนักร้องเกาหลีและจำนวนรอบของคอนเสิร์ต รวมไปถึงราคาบัตรคอนเสิร์ตที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ตามความนิยมในตัวศิลปิน นอกจากนั้น กระแสเกาหลีพีเวอร์ยังส่งผลให้รายการวาไรตี้เกาหลีเป็นที่นิยมมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากสื่อโทรทัศน์ไทยได้นำรายการวาไรตี้เกาหลี เกมโชว์มากมายมานำเสนอ เป็นต้น สอดรับกับงานวิจัยของ บุศยรินทร์ สัจจะวรรณ (2555) ที่พบว่าละครโทรทัศน์ชุดแดจังกึมส่งผลต่อทัศนคติของผู้ชม ทำให้เกิดความรู้สึกที่ดีและความชื่นชมต่อประเทศเกาหลีในด้านอาหาร และการท่องเที่ยว ทำให้เกิดกระแสนิยมเป็นอย่างมาก ส่งผลต่อกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีมีการเจริญเติบโต เกิดทัวร์ตามรอยละครแดจังกึม ธุรกิจร้านอาหารเกาหลีเป็นที่นิยม เนื่องจากผู้ชมละครอยากลองรับประทานอาหารเกาหลีแบบในละคร และงานวิจัยของ สະริลา ป็องพิมพ์ (2551) ยังพบว่า ผู้รับสารจากภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลีเรื่อง “แดจังกึม” หรือกลุ่มแฟนคลับ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-35 ปี เกิดการคล้อยตามไปกับตัวละครเสมือนว่าตนเองได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งกับตัวละครที่ตัวเองชื่นชอบ ได้สังเกตการณ์อย่างใกล้ชิด และเกิดพฤติกรรมการเรียนรู้เลียนแบบตัวละครที่เป็นนางเอก เช่น การฝึกปรุงอาหารเกาหลีที่บ้าน หรือคลั่งไคล้การรับประทานอาหารเกาหลี และพบว่า ผู้รับสารจากภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลีเรื่อง “แดจังกึม” รับผิดชอบวัฒนธรรมเกาหลีผ่านสื่อภาพยนตร์ และเลียนแบบวัฒนธรรมเกาหลีมากขึ้น เป็นไปในแนวทางเดียวกับงานวิจัยของ อลิสา วิทวัสกุล (2549) พบว่า ภาพยนตร์ซีรีส์เกาหลีเรื่อง “แดจังกึม” มีอิทธิพลต่อการประชาสัมพันธ์ประเทศอย่างมาก เป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมทางอ้อมสู่สมาชิกในสังคม

กระแสเกาหลีฟีเวอร์พัดเข้าสู่สังคมไทยและประเทศเอเชียอย่างรวดเร็ว ด้วยนโยบายการพัฒนาประเทศของเกาหลีที่เน้นเผยแพร่อุตสาหกรรมวัฒนธรรมผ่านสื่อมวลชน อย่างเช่น ภาพยนตร์ซีรีส์ ให้เข้าสู่หัวใจผู้รับสารได้อย่างตรงใจ นำไปสู่ความชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลี ความน่าสนใจศึกษาอยู่ที่ว่าประเทศเกาหลีมีกลยุทธ์การตลาดอย่างไร จึงทำให้กระแสเกาหลีโด่งดังไปทั่วเอเชีย

อุตสาหกรรมวัฒนธรรม : กลยุทธ์การตลาดของเกาหลี

ในประเทศไทย กระแสเกาหลีฟีเวอร์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และพบได้ในวัฒนธรรมชีวิตประจำวัน ได้แก่ อาหาร ภาษา เครื่องแต่งกาย ละครโทรทัศน์ ภาพยนตร์ เกมโชว์ วารตี เพลง สิ่งสำคัญคือ ละครโทรทัศน์ของประเทศเกาหลีได้ถ่ายทอดวัฒนธรรมในด้านต่างๆ ไว้ในละครโทรทัศน์ (อลิสสา วิทวัสกุล, 2549) ละครเกาหลีสามารถครองใจผู้ชมในประเทศไทยอย่างล้นหลามและรวดเร็ว ความต่างทางวัฒนธรรมไม่ได้เป็นอุปสรรคในการรับชม แต่ผู้ชมกลับให้ความสนใจ และง่ายต่อการทำความเข้าใจ เนื่องจากละครเกาหลีแสดงออกถึงความเป็นเอเชีย เมื่อละครได้รับความนิยมจากผู้ชม จะเกิดการเรียนรู้และซึมซับวัฒนธรรมจากประเทศเกาหลี (ดุริยางค์คมขำ, 2553)

เหตุผลที่ผู้ชมสนใจในวัฒนธรรมเกาหลี เนื่องจากเป็นวัฒนธรรมที่แสดงออกถึงความเป็นเอเชีย ผศ.ดร.ปวีตรา จินดาหระ อาจารย์ภาควิชาการตลาด สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้กล่าวถึงกลยุทธ์การพัฒนาประเทศเกาหลีได้ด้วยวัฒนธรรมอย่างน่าสนใจในรายการโทรทัศน์เมื่อ วันที่ 14 กันยายน 2559 (รายการเรื่องของเรื่อง, 14 กันยายน 2559) ว่างั้น นอกจากสื่อละครซีรีส์ และภาพยนตร์ที่รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในกลยุทธ์การตลาดในสื่อบันเทิงแล้ว ในปี 2002-2003 เกาหลีได้ใช้สื่อเพลง K-POP เพิ่มขึ้นมา โดยในปี 2009

นักร้อง Girls Group อย่าง Wonder Girls ได้บุกตลาดประเทศตะวันตก ด้วยเพลง Nobody และปี 2012 ทำเด่นควมมาอย่างกังนัมสไตรโด่งดังไปทั่วโลก

ผศ.ดร.ปวีตรา จินดาหระ ได้วิเคราะห์ไว้ว่า ความสำเร็จของเกาหลีใต้ที่ใช้วัฒนธรรมร่วมสมัยผ่านสื่อบันเทิงนั้น ได้แนวคิดมาจาก Americanization ที่มีสหรัฐอเมริกาเป็นต้นแบบ ด้วยแนวคิดการล่าอาณานิคมทางวัฒนธรรม หมายถึง การตั้งใจที่จะปกครองประเทศอื่นด้วยวัฒนธรรม โดยผู้ปกครองมีจุดมุ่งหมายเพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ความสำเร็จของประเทศเกาหลีใต้เกิดจากการทำวิจัยการตลาด และพบว่าตลาดมีความต้องการดังนี้

1) ภาพลักษณ์ของ Modern Asia เนื่องจากในระยะแรกเกาหลีใต้ต้องการเจาะตลาดเอเชียพบว่า คนเอเชียต้องการเห็นภาพลักษณ์ของคนเอเชียที่มีความสามารถ ความเก่ง ความเป็นฮีโร่ ทำให้ภาพลักษณ์นี้ถูกนำเสนอจากสื่อบันเทิงของเกาหลีใต้ จึงทำให้จับหัวใจคนเอเชียได้

2) ภาพลักษณ์ของ Asia Pride สิ่งที่ภาคภูมิใจของคนเอเชีย ได้แก่ วัฒนธรรมที่ยาวนาน ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ ในขณะเดียวกัน คนที่ไม่ใช่คนเอเชียมีความสนใจภาพลักษณ์ของ Asia Pride ว่าเป็นวัฒนธรรมที่มีเรื่องราว น่าสนใจ น่าติดตาม สื่อบันเทิงเกาหลีจึงสามารถชนะใจคนเอเชียและคนที่ไม่ใช่เอเชียได้

3) คุณธรรม จริยธรรม พบว่าคนในสังคมปัจจุบันอยากเห็นคุณธรรมจริยธรรมที่ดั่งงาม ในสื่อบันเทิง ได้แก่ ความมีน้ำใจ ความเป็นสุภาพบุรุษ ความเข้มแข็ง ความอดทน ความดีชนะความชั่ว เนื่องจากคุณธรรม จริยธรรมเหล่านี้ค่อนข้างเลือนหายจากสังคมปัจจุบัน แต่สังคมต้องการเห็นสิ่งเหล่านี้

4) การนำเสนอวัฒนธรรมเกาหลีใต้ด้วยวิธีผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมสากลกับวัฒนธรรมเกาหลีใต้ร่วมสมัย เนื่องจากวัฒนธรรมสากลเป็นสื่อที่เข้าถึงคนที่ต่างจากคนเกาหลีใต้ได้

เกาหลีได้ใช้แนวคิดการล่าอาณานิคมทางวัฒนธรรม จนกลายเป็นกระแสความนิยมในละครซีรีส์ ภาพยนตร์ และดนตรี ได้แพร่ไปยังเทคโนโลยี IT เครื่องสำอางค์ ภาษาเกาหลี แฟชั่น และศัลยกรรม จนกลายเป็น Koreanizaion เหตุผลเพราะความชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลีที่แปรเปลี่ยนเป็นกลายเป็นรสนิยมการบริโภค

จากบทสัมภาษณ์ของ ผศ.ดร.ปวีตรา จินดาหระ พบว่า เกาหลีได้ใช้แนวคิดการล่าอาณานิคมทางวัฒนธรรม จนกลายเป็นกระแสความนิยมในละครซีรีส์ ภาพยนตร์ และดนตรี ได้แพร่ไปยังเทคโนโลยี IT เครื่องสำอางค์ ภาษาเกาหลี แฟชั่น และศัลยกรรม จนกลายเป็น Koreanizaion เหตุผลเพราะความชื่นชอบในวัฒนธรรมเกาหลีที่แปรเปลี่ยนเป็นกลายเป็นรสนิยมการบริโภค สอดรับกับงานของ Youna Kim (2013) ใน Korea Wave : Korea Media Go Global ที่พบว่า คลื่นเกาหลีได้สร้างอัตลักษณ์ใหม่และพื้นที่ที่ซับซ้อนท่ามกลางความหลากหลายในโลกสากล ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกและวัฒนธรรมเอเชียตะวันออก ภาพลักษณ์ความเป็นเอเชียผ่านการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ด้วยการผสมผสานวัฒนธรรมเอเชียกับวัฒนธรรมอเมริกา มีความเป็นเอเชีย ชาตินิยมที่มีความเป็นสากล เป็นสื่อวัฒนธรรมที่มีความทันสมัย ซึ่งเป็นผลผลิตของแนวคิดเสรีนิยมใหม่ (Neoliberal) จากนโยบายรัฐบาลเกาหลีใต้ในการส่งเสริมวัฒนธรรมและเทคโนโลยี โดยมีเป้าหมายหลักคือการส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรมและสื่อเป็นสินค้าส่งออกสู่ตลาดโลก โดยมีเอเชียเป็นเป้าหมายแรก ตามด้วยยุโรปและอเมริกา คลื่นเกาหลีมีสินค้าทางวัฒนธรรม อันได้แก่ ภาพยนตร์ ละคร ดนตรี และภาพลักษณ์

Youna Kim (2013) ยังเสริมอีกว่าคลื่นเกาหลี คือการสร้าง Soft Power ในยุทธศาสตร์การพัฒนาที่ยั่งยืน ท่ามกลางความขัดแย้งของอำนาจการเมืองและทหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเวลาที่เศรษฐกิจโลกกำลังถดถอยตามความถดถอยของอำนาจโลกอเมริกา ประเทศเกาหลีแสดงให้เห็น

เห็นถึงตราลินค้าชาติเกาหลีที่โดดเด่น ด้วยการส่งออกวัฒนธรรมสื่อมวลชน และภาพยนตร์ และกลยุทธ์การเปลี่ยนแปลงของการพัฒนาที่ยั่งยืน การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของประเทศนำไปสู่การเติบโตของยอดขายสินค้าสื่อมวลชน เช่น ละครโทรทัศน์ และดนตรีเพลงป๊อป และการเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวเกาหลี

จะเห็นว่ารัฐบาลเกาหลีได้นำแนวคิด อุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) มาเป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศอย่างจริงจัง และประสบผลสำเร็จโดยใช้วัฒนธรรมฝังในสื่อมวลชนและภาพลักษณ์

แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry)

แนวความคิดเรื่องอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) ได้ถูกนำมาศึกษาในช่วงทศวรรษที่ 1940 และปรากฏเป็นครั้งแรกผ่านงานเขียนทางวิชาการเรื่อง “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception” โดย ธีโอดอร์ ออดอร์โน (Theodore W. Adorno 1903-1969) และ แมกซ์ ฮอร์คไฮเมอร์ (Max Horkheimer 1895-1973) ออดอร์โนเห็นว่า วัฒนธรรมในแง่ศิลปะ ดนตรี หรือ มหรสพบันเทิงต่างๆ เหล่านี้ คือ อุตสาหกรรมวัฒนธรรม เพราะเป็นการผลิตครั้งละมากๆ (Mass Production) มีลักษณะเดียวกัน เพราะสินค้าเหล่านี้มีผลิตแบบอุตสาหกรรม แบบสายพานผลผลิตเหล่านี้เกิดจากปฏิสัมพันธ์เชิงอำนาจของชนชั้นนายทุนจนกลายเป็นสินค้าบันเทิง การอธิบายอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของอดอร์โนสอดคล้องกับเฮอเบิร์ท มาร์คุส (Herbert Marcuse, 1898-1979 อ้างใน กาญจนา แก้วเทพ, 2544) โดยมาร์คุสกล่าวว่าปัจเจกชนที่มีชีวิตอาศัยอยู่ในกับดักทางวัฒนธรรมของวิธีการผลิตในรูปแบบดังกล่าวนี้จะกลายเป็นมนุษย์ผู้มีมิติเดียว (One-Dimensional Man) ที่ใช้ชีวิตในสิ่งที่มองเห็นและยอมรับสิ่งที่เป็นอย่างที่ไม่คิดนอกกรอบจากสิ่งที่มันเป็นอยู่ เนื่องจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมนั้นมีลักษณะที่ทำให้คนไม่กล้าออกนอกกรอบ โดยชนชั้นนายทุนนำเทคโนโลยี

มาใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างอำนาจในระบบทุนนิยม ครอบงำมวลชนผ่านสื่อประเภทต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์

งานวิจัยที่แสดงถึงมิติอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ได้แก่ งานของ Geoffrey Jones (2012) ที่พบว่า อุดมคติของชาวตะวันตกเชื่อว่า การประกอบสร้างและการเผยแพร่อุตสาหกรรมความงามที่เป็นผลมาจากยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ที่ทำให้สังคมและวัฒนธรรมที่เป็นเนื้อเดียวกัน (The Social and Homogenization of Culture) ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานของ Wen Hua (2013) คือ ความปรารถนาที่เพิ่มขึ้นสำหรับลักษณะอ่อนเยาว์และสวยงามผ่านการผ่าตัดศัลยกรรมความงามในหมู่ผู้หญิงจีนเป็นผลผลิตภังค์ของการรวมกันที่ซับซ้อนของอำนาจของต่างประเทศซึ่งประกอบสร้างจากบทบาททางเพศที่ครอบงำวัฒนธรรมร่างกาย อำนาจการตลาดและอำนาจรัฐ ที่เป็นผลมาจากการขยายตัวของกลไกระบบทุนนิยมบริโภคในทั่วโลก การหลั่งไหลภาพลักษณ์ ความเชื่อ และเทคโนโลยีการแพทย์ การเปลี่ยนแปลงของร่างกายผู้หญิงผ่านการศัลยกรรมความงามสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างมากของประเทศจีนจากระบบการปกครองแบบสังคมนิยมลัทธิเหมาเข้าสู่สังคมบริโภค อำนาจผู้ชายเป็นใหญ่ ตลาดและรัฐ ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Roger Scruton (2009) พบว่า แรงจูงใจที่ทำให้ผู้หญิงทำศัลยกรรมความงามคือ ความไม่พอใจในภาพลักษณ์ของตนเอง เพราะว่า ผู้หญิงไม่ได้ตัดสินภาพลักษณ์ของตนเองผ่านกระจกที่ตัวเองมอง แต่ผู้หญิงตัดสินภาพลักษณ์ตัวเองจากสายตาคนอื่นและสื่อมวลชน ร่างกายของผู้หญิงตกอยู่ในร่างแหของการเมืองและระบบทุนนิยมบริโภค และงานวิจัยที่แสดงถึงการส่งออกอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของเกาหลีมายังประเทศต่างๆ ผ่านสื่อบันเทิง เช่น ยังฮาน โช (Younghan Cho, 2011) การศึกษาพบว่าการใช้สื่อมวลชนและวาทกรรมเกี่ยวกับคลื่นเกาหลี ในการนิยามใหม่ว่าเป็นภูมิภาควัฒนธรรมเอเชียตะวันออก และการตลาดที่สามารถสร้างผลกำไร ผ่านประวัติศาสตร์และความทันสมัย

จากแนวคิดและงานศึกษาด้านอุตสาหกรรมวัฒนธรรม พบว่าแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจึงถูกนำมาใช้โดยรัฐบาลเกาหลี เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจเพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยยะทางวัฒนธรรมแฝงอยู่ผ่านกระบวนการแปลงวัฒนธรรมเป็นสินค้า (Commoditisation of Culture) เพื่อสร้างกระแสความนิยม เพิ่มอุปสงค์เพื่อสนองต่อลัทธิบริโภคนิยม

ความงามแบบเกาหลี

กระแสเกาหลีนำมาสู่ ละครเกาหลี นักร้องเกาหลี อาหารเกาหลี เครื่องสำอางค์เกาหลี และหนึ่งในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผ่านมาก็คือ การทำศัลยกรรมความงามแบบเกาหลี จะเห็นได้ว่าผู้หญิงในสังคมไทยรับกระแสความงามแบบเกาหลีที่ถูกส่งผ่านศิลปิน ดารา นักร้องเกาหลี ทำให้การทำศัลยกรรมความงามแบบเกาหลีได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก การสื่อสารที่รวดเร็วของอินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ส่งผลให้ได้เห็นตัวอย่างก่อน (Before) และหลัง (After) ของผู้ทำศัลยกรรมในสื่อต่างๆ ได้แก่ สื่อโซเชียล ภาพยนตร์จากประเทศเกาหลี สื่อดารา นักร้องเกาหลี สื่อสังคมออนไลน์ หรือ Website ที่ผู้หญิงหน้าตาธรรมดาๆ สามารถเปลี่ยนเป็นคนสวยได้ เกิดกระแสนิยมการทำศัลยกรรมแบบเกาหลี ส่งผลให้ค่านิยมและทัศนคติเปลี่ยนไป ทำให้ความสวยแบบเกาหลีเป็นความสวยที่ตรงอยู่ในใจผู้หญิงและอยากที่จะสวยแบบนั้น เป็นรสนิยมความงาม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของต้องชนก สนแสงผล (2554) ที่พบว่า วัฒนธรรมการบริโภคความงามทางร่างกายของสตรีไทยในกระแสความนิยมเกาหลีที่ยังพบอยู่ต่อเนื่อง เกิดจากความรวดเร็วของการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่ออินเทอร์เน็ต ที่ทำให้ผู้บริโภคคล้อยตามอย่างไม่รู้ตัว ก่อให้เกิดให้กระแสความนิยมเกาหลียังคงแข็งแรงมากพอที่จะส่งต่อไปให้ทั้งขนาดเล็กหรือขนาดใหญ่เสาะแสวงหาผลประโยชน์ที่อาจเกิดจากกระแสนิยมนี้ต่อไป และจากการศึกษาของยุภาพร ขจรโกศล (2556) พบว่า การเปิดรับนิตยสารแฟชั่นและบันเทิงไทย

ส่งผลต่อวัยรุ่นสตรีไทยรับรู้ผลด้านบวกที่ตัวแบบได้รับจากการทำศัลยกรรมเสริมความงาม และการรับรู้ผลด้านบวกนี้ส่งผลต่อทัศนคติต่อการทำศัลยกรรมเสริมความงามของวัยรุ่นสตรีไทย

ภาพตัวแทนความงามของสาวเกาหลีคือ รูปลักษณ์ความงามภายนอกที่ซึ่มซบและได้รับอิทธิพลจากกระแสความนิยมเกาหลี จากงานวิจัยของ ปรัชญาพร ทองเกลี้ยง (2553) พบว่า วัยรุ่นไทยรับรู้ความสวยแบบเกาหลี ในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ สายแสบ ดาวตา ผิวขาว และดูเป็นธรรมชาติ โดยวัยรุ่นมีการเลียนแบบพฤติกรรมภาพลักษณ์ ได้แก่ หน้าตา รูปร่าง และการแต่งกายของดารา นักร้อง นักแสดง นางแบบเกาหลี ด้วยการแต่งหน้า แต่งกาย และการทำศัลยกรรม โดยเฉพาะจากซีรีส์เกาหลีที่ทำให้วัยรุ่นอยากสวยแบบเกาหลี จากข้อสังเกต คนเกาหลีที่ยังไม่ได้ทำศัลยกรรม ส่วนมากมีตาเล็กชั้นเดียว รูปหน้าใหญ่ การทำศัลยกรรมเกิดเป็นรูปแบบใหม่ในการสร้างใบหน้าให้ดูสวยเป็นธรรมชาติ โดยมี 3 องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญคือ ตาสองชั้น จมูก และรูปหน้า V-Line (MGR Online, 18 กรกฎาคม 2555) นิยามความงามของสาวเกาหลีนั้น มีลักษณะคล้ายๆ กันคือ ผิวขาว จมูกเรียวเล็ก ตากลมโตสองชั้น ใบหน้าที่เล็กและคางที่มีลักษณะเป็นตัว V หรือที่เรียกกันว่า V-Shape (BusinessInsider, 2559) การทำ V-Shape สำหรับผู้ที่มีโครงหน้าใหญ่ คือการศัลยกรรมกระดูกบริเวณกรามและคาง เพื่อให้หน้าเรียวเล็กลง และแก้ไขใบหน้าที่ไม่สมมาตรกัน สัดส่วนของใบหน้าด้านกว้างที่ได้รูปคือ 13 : 10 : 7 คือ บริเวณความกว้างช่วง โหนกแก้ม กราม และคาง ที่ได้สัดส่วน (โรงพยาบาลไอดี, 13 พฤษภาคม 2559)



ภาพ : รูปใบหน้าแบบเกาหลี “แท้” ที่รายการทางสถานีโทรทัศน์ทาง SBS
จำลองขึ้นมาว่าสาวเกาหลีส่วนใหญ่ควรจะมิใบหน้าแบบนี้

ที่มา : <http://www.manager.co.th/Entertainment/ViewNews.aspx?NewsID=9550000087109>

ดวงตาแบบเกาหลีเป็นดวงตาที่กลมโต ขันตาไม่กว้างมาก โดยแพทย์จะเย็บเปลือกตาให้ดูโตเป็นรูปอัลมอลด์ จมูกมีสันที่ไม่สูงมาก ปลายจมูกงอนนิดๆ ใบหน้า V-Line ถือเป็นอุดมคติความงามแบบสาวเกาหลี เพราะธรรมชาติคนเกาหลีมีรูปหน้าที่กว้างและกลม การทำศัลยกรรมผ่าตัดกระดูกและโหนกแก้มจึงเป็นเรื่องจำเป็นและเป็นที่ยอมรับมาก จากบทสัมภาษณ์คุณหมอซออินซู (Korean kori, 27 กุมภาพันธ์ 2558) ศัลยแพทย์ที่คลินิกศัลยกรรมที่ชื่อว่า Designer Plastic Surgery ในกรุงโซล มีความเห็นว่าคนเกาหลีมีใบหน้าที่เหมือนกันเป็นส่วนใหญ่ เพราะคนเกาหลีสืบเชื้อสายต้นกำเนิดมาจากชาวมองโกลเหมือนกันหมดแทบ 100% ซึ่งต่างจากคนไทยที่มีบรรพบุรุษหลายเชื้อสายผสมกัน ทำให้คนไทยมีหน้าตาที่หลากหลาย

ผู้หญิงมีความเชื่อว่า ความงามของผู้หญิงคือ ร่างในอุดมคติ สามารถจัดการได้ และเป็นโครงการที่สร้างอย่างไม่มีวันเสร็จสิ้น (body project) (ณัฐธิดา เมล์ทาง, 2555) ผู้หญิงจึงเลือกที่จะลงมือปฏิบัติการแปลงโฉมตัวเอง ความงามแบบเกาหลีเป็นรูปแบบความงามแบบเอเชีย ที่ไม่จำเป็นต้องมีจมูกโด่งแบบชาวตะวันตก ซึ่งความงามแบบเกาหลีเป็นความงามแบบธรรมชาติ ผู้หญิงจึงลงทุนกับโครงการร่างกาย (body project) เพื่อสร้าง

อัตลักษณ์ความงามแบบเกาหลีจากการผ่าตัดศัลยกรรมร่างกายของตนให้เป็นร่างกายที่สวยงาม ปรากฏการณ์ความงามอันได้แก่ จมูกโด่ง รูปหน้า V-Line ดวงตาที่กลมโต หน้าอกที่โต ภาพความงามแบบสาวเกาหลีเหล่านี้เป็นภาพความงามทางวัฒนธรรมที่ส่งผ่านสื่อมวลชนจากประเทศเกาหลีสู่ผู้หญิงไทย ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ ปรัชญาพร ทองเกลี้ยง (2553) ที่พบว่า ความงามแบบเกาหลี ในทัศนะของวัยรุ่นไทยคือ ความงามที่ดูเป็นธรรมชาติ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kim (2009) กล่าวว่าการศัลยกรรมเกาหลีสามารถสร้างความงามแบบธรรมชาติจนดูไม่ออกว่าเป็นความงามที่ถูกสร้างขึ้นมาความสำเร็จของการศัลยกรรมเกาหลีคือคำว่าธรรมชาติ (Natural Korean Look) เป็นนิยามการศัลยกรรมของความงามแบบเกาหลี ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความมั่งคั่งและสถานะทางสังคมของชนชั้นกลาง

ปรากฏการณ์ความงามสั่งได้ด้วยการทำศัลยกรรมเกาหลี สามารถเปลี่ยนโฉมให้ผู้หญิงหน้าตาธรรมดากลายเป็นคนสวยสะพรั่งจนน่าหลงใหล นี่มีความเป็นมาอย่างไร อุดมการณ์ใดที่ขับเคลื่อนปรากฏการณ์ทางสังคมนี้ ความเชื่อใดที่ทำให้ผู้หญิงยอมเจ็บตัว ทุ่มเทเงิน เวลา และความเสียที่ต้องแลกมา

ความเชื่อเรื่องความงามในสังคมเกาหลี

คนเกาหลีมีความเชื่อเรื่องความงามที่เป็นเอกลักษณ์ ไม่เหมือนชาติใดนั่นคือคนเกาหลีเชื่อว่า “ถ้าใบหน้างดงาม หัวใจก็ย่อมงดงามด้วย” (If your face is beautiful, your heart also becomes beautiful.) ความเชื่อนี้ ทำให้คนเกาหลีต้องการ “ใบหน้าที่งดงาม” กันทั่วประเทศมาตั้งแต่ยุคโบราณ (อ.รวีโรจน์, 2552 : 19) และความเชื่อนี้ คือสาเหตุที่ทำให้คนเกาหลีพยายามเปลี่ยนแปลงหน้าตาและรูปร่างให้ดีกว่าเดิมเพราะผลที่ได้รับนั้นคุ้มค่าต่อการเป็นที่ยอมรับของสังคมซึ่งเป็นสังคมที่ให้ความสำคัญกับ

หน้าตาและรูปร่าง

ความเชื่อเรื่องความงามคือความดี สืบเนื่องมาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน ซึ่งเกิดขึ้นในสังคมตะวันตกอย่างเช่นในเกาหลี และสังคมตะวันตก ยกตัวอย่างเช่น Robin Tolmach Lakoff, Raquel L. Scherr (1984) กล่าวใน Face Value, the Politics of Beauty ว่า ความงามมีค่าเท่ากับ ความดี (Beauty was treated as a virtue.) เช่นเดียวกับ Davis Kathy (2006) ที่ว่า ตั้งแต่ในอดีต เฟลโตเห็นว่าความงามผู้หญิงจัดเป็นอุดมการณ์ ที่แสดงถึงตัวตนของความดี และความเชื่อในสมัยวิกตอเรียน (Victorian belief) ว่าคุณลักษณะของบุคคลสามารถมองเห็นได้ผ่านรูปลักษณ์ภายนอก และความสวยงามทางรูปลักษณ์ภายนอกสะท้อนความสวยงามในจิตวิญญาณ ภายในของบุคคล ร่างกายที่สวยงามบ่งบอกถึงคุณลักษณะที่สวยงามภายใน “สิ่งที่สวยงามคือสิ่งที่ดี” (What is beautiful is good.) (Sennett, 1977, Finkelstein, 1991, Patzer, 1985 อ้างใน Tseelon, 1995: 85)

ด้วยวิทยาการทางการแพทย์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้หมอ ศัลยกรรมเกาหลีสามารถปรับแต่งคนหน้าตาธรรมดา ให้ออกมาสวย ดุติ ปัจจุบันนี้ประเทศเกาหลีจึงมีคนจำนวนมากที่มี “ใบหน้าดังงาม หัวใจดังงาม” ตามความเชื่อของคนเกาหลี ดารา นางแบบ และคนธรรมดาต่าง มีใบหน้าทั้งดังงาม รวากับเป็นวัฒนธรรมยุคใหม่

คิม ซุน ฮา (Kim Sun Ha) ผู้บริหาร STMstyle บริษัทเอเจนซี ให้คำปรึกษาด้านความงามเกาหลี กล่าวว่า การทำศัลยกรรมกลายเป็น วัฒนธรรมของเกาหลี เหตุผลเนื่องจาก เกาหลีเป็นสังคมที่มีการแข่งขันสูง มาก ด้วยความเชื่อที่ว่า **เมื่อมีคนสองคนเรียนเก่ง มีความสามารถเท่ากัน คนที่หน้าตาดีกว่าจะได้รับการเลือกเข้าทำงาน** ในทางตรงกันข้าม คนที่หน้าตาไม่ดี และไม่ศัลยกรรม จะถูกมองว่าผิดปกติ การศัลยกรรมจึงเป็นเรื่องปกติมาก อย่างน้อยก็ตาหรือจมูก (ผู้จัดการออนไลน์ Stmstyle MT, 18 กันยายน 2556) จึงเป็นเรื่องปกติที่คนเกาหลีมักจะวางแผนศัลยกรรม

ตั้งแต่เด็กวัยรุ่น วัยทำงาน นั้นหมายความว่า การมีหน้าตาดีย่อมมีโอกาสมากกว่าที่จะได้งาน หรือ ใบเบิกทางสู่ความสำเร็จ ด้วยความเชื่อต่างๆ เหล่านี้ ทำให้ธุรกิจศัลยกรรมในเกาหลีเติบโต จนลูกค้าต่างประเทศที่คลั่งไคล้ความงามจะต้องเดินทางมารับการผ่าตัดที่เกาหลี

ภาพ Before – After จากดาราศิลปินเกาหลี

ความสวยของดาราเกาหลีทำให้คนทั่วโลกมองเห็นมิติความสวยของเกาหลีได้ชัดเจนและช่วยให้การตัดสินใจเข้ารับการทำศัลยกรรมความงามที่เกาหลีได้ง่ายมากขึ้น

รูป Before – after ของดาราเกาหลี จากคนหน้าตาธรรมดา สามารถกลายเป็นคนสวยได้ เพียงแค่ศัลยกรรม สร้างความตื่นตะลึง กระตุ้นความต้องการ และสร้างภาพในจินตนาการที่สวยงาม ภาพ Before – after เสมือนคาถาสกกดให้คนเชื่อว่าศัลยกรรมจะทำให้ตนเองสวยขึ้นแน่นอน ยิ่งดาราเกาหลีต่างออกมายอมรับความจริงว่าเคยศัลยกรรม เหตุผลที่ดาราทั้งหลายออกมายอมรับ เนื่องจากแฟนคลับหรือสื่อมวลชนตามไปเจาะประวัติดั้งเดิมจากทะเบียนประวัติหรือเพื่อนร่วมรุ่นจากภาพเก่าๆ ว่าแตกต่างกันราวกับคนละคน ดังนั้น ดาราเกาหลีจึงออกมาเปิดเผยความจริงเองดีกว่าจะถูกเปิดโปง จนกลายเป็นเรื่องปกติ



ภาพ : ลีดาแฮ (Lee Da Hae)

ที่มา : <http://women.mthai.com/scoop/140672.html>

ลีดาแฮ (Lee Da Hae) ยอมรับว่าเคยทำศัลยกรรมก่อนเข้าวงการบันเทิงในรายการโทรทัศน์ว่า “ฉันดูเหมือนไม่เคยทำอะไรมาเลยหรอคะ” เธอกล่าวพร้อมหัวเราะ ก่อนจะยอมรับว่าตนเองทำศัลยกรรมก่อนจะมีชื่อเสียงโด่งดังอย่างทุกวันนี้ (Ah Jong, 8 พฤษภาคม 2556)



ภาพ : ปาร์คมินยอง (Park Min Young)

ที่มา : <http://movie.sanook.com/18292/>

ปาร์คมินยอง (Park Min Young) ออกมาสารภาพว่า เธอเคยผ่านการทำศัลยกรรม “ฉันคงจะไม่พูดว่าตัวเองเคยทำอะไร ทั้งๆ ที่ไม่ได้ทำ และก็คงไม่ปฏิเสธในสิ่งที่ตัวเองเคยทำมาได้ ฉันเคยทำศัลยกรรมมาจริงค่ะ” เธอบอกว่าเคยทำตาสองชั้นและจมูกสมัยที่ยังเรียนอยู่ชั้นมัธยมปลาย (Sanook! Movie, 5 พฤศจิกายน 2553)

การออกมายอมรับว่าเคยทำศัลยกรรมของดาราเกาหลี สะท้อนให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของภาพ Before – After จากดาราศิลปินเกาหลีจากคนที่หน้าตาบ้านๆ กลายเป็นคนสวยระดับดารา ยิ่งการสื่อสารในยุคปัจจุบัน ยิ่งทำให้ความงามเกาหลีเป็นที่ประจักษ์ต่อสายตาคนทั่วโลกอย่างรวดเร็ว ทำให้คนทั่วโลกมองเห็นความสวยแบบเกาหลีได้ชัดเจน ช่วยให้คนรับข้อมูลประกอบในการตัดสินใจได้มากขึ้น

รูปแบบศัลยกรรมความงามแบบเกาหลี

ในอดีตความงามแบบตะวันตกถูกยกย่องไปทั่วโลก รวมถึงประเทศเกาหลี ความงามแบบตะวันตก เริ่มแผ่เข้ามาในช่วงที่เริ่มมีสงครามเกาหลี (ค.ศ. 1950-1953) จนกระทั่งแบ่งออกเป็นเกาหลีเหนือ เกาหลีใต้ การแผ่อิทธิพลของประเทศตะวันตกเข้าสู่ดินแดนเกาหลี ได้แก่ ภาพยนตร์ฮอลลีวูด นิตยสาร วิทยากรต่างๆ และรวมไปถึงรูปแบบของความงามที่หล่อเหลาเข้ามา กับสื่อเหล่านั้น ดังนั้น จึงไม่ใช่เรื่องแปลกใหม่ที่คนเกาหลีมีความใฝ่ฝันอยากจะมีโครงสร้างหน้าตาแบบชาวตะวันตก ความงามแบบตะวันตก เป็นความงามที่มีดวงตากลมโต ตาสองชั้น จมูกที่โด่งเป็นสัน รูปหน้าที่เรียวงาม หน้าผากโค้ง ดังนั้น การศัลยกรรมของคนเกาหลีในอดีตมักจะอิงกับรูปลักษณ์ความงามแบบตะวันตกเป็นหลัก ดังนั้นรูปแบบการศัลยกรรมใบหน้าจึงทำให้สาวเกาหลียุคก่อนๆ จึงมีตาสองชั้นใหญ่ๆ จมูกที่เสริมจนโด่งเกินความจริง ซึ่งขัดแย้งกับธรรมชาติของชาติพันธุ์ของคนเอเชีย (อรวิโรจน์, 2552 : 47-49) ซึ่งสอดคล้องกับ Davis (2003 : 7) ซึ่งได้กล่าวว่า รูปแบบความงามแบบตะวันตกกลายเป็นอุดมคติ บรรทัดฐานให้กับทุกๆ คน และ Kaw (1997 : 75) เห็นว่า รูปแบบความงามของชาติตะวันตกในฐานะเจ้าภาพ (host) ที่เป็นแบบให้เทียบเคียงการศัลยกรรมความงาม

ปัจจุบัน วงการศัลยกรรมเปลี่ยนไปเป็นการศัลยกรรมที่อิงกับความ เป็นธรรมชาติของแต่ละชาติพันธุ์มากขึ้น เน้นความเป็นธรรมชาติให้มากที่สุด และคงความเป็นเอกลักษณ์ของเอเชีย การค้นคิดรูปแบบความงามที่อิงกับเชื้อชาตินี้ เกิดจากการลองผิดลองถูกของแพทย์ศัลยกรรมความงามเกาหลี ทำให้ศัลยกรรมเกาหลีเป็นที่ยอมรับ มองเห็นสิ่งที่คนอื่นมองไม่เห็น ชัดเจน รวดเร็ว และสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ สมาคมศัลยแพทย์พลาสติกอเมริกา หรือ ASPS (American Society of Plastic Surgeons) ให้ความเห็นว่า การศัลยกรรมความงาม ควรจะเน้นให้ “อิงกับชาติพันธุ์” ของลูกค้าจะงดงามที่สุด เนื่องจากเป็นความงามตามชาติพันธุ์ เป็นความงาม

ที่กลมกลืนและลงตัวที่สุด (อ.วิโรจน์, 2552 : 108) สอดรับกับงานวิจัยของ Ruth Holliday and Joanna Elfving-Hwang (2012) ที่เห็นว่า อุดมคติความงามควรอิงกับคนในชาติ การศัลยกรรมความงามในเกาหลีอิงกับชาติพันธุ์ที่มีการผสมผสานระหว่าง คนเอเชียและคนอเมริกา (Asian - American) และงานวิจัยของ Dobke และคณะ (2006) เห็นว่าปัจจุบัน ศัลยกรรมที่ตระหนักถึงลักษณะความแตกต่างด้านลักษณะประชากรและการศัลยกรรมต้องอยู่บนเชื้อชาติ (Ethnicity) ของคนเอเชียมากกว่าจะทำให้เป็นแบบตะวันตก (Westernization)

จากการศึกษาของ Debra Gimlin (2000) พบว่า ศัลยกรรมเกาหลีใช้เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ในการสแกนโครงสร้างกะโหลก หน้าตา รูปร่างเดิมของลูกค้าก่อนทำศัลยกรรม เพื่อแพทย์จะทำภาพหลังผ่าตัดให้ลูกค้าดูก่อนจนพอใจว่าจะเพิ่มลดตรงไหนได้บ้าง เพื่อศัลยกรรมและลูกค้าตัดสินใจร่วมกัน รู้จุดหมายปลายทางด้วยกัน

คนเกาหลีที่ยังไม่ได้ทำศัลยกรรม ส่วนมากมีตาเล็กชั้นเดียว รูปหน้าใหญ่ การทำศัลยกรรมเกิดเป็นรูปแบบใหม่ในการสร้างใบหน้าให้ดูสวยเป็นธรรมชาติ โดยมี 3 องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญคือ ตาสองชั้น จมูก และรูปหน้า V-Line (MGR Online, 18 กรกฎาคม 2555) ยกตัวอย่าง การศัลยกรรมตา จมูก รูปหน้าในรูปแบบเกาหลี ที่อิงกับลักษณะความเป็นเอเชีย ได้แก่

ตาแบบเกาหลี คนเกาหลีส่วนใหญ่มีตาชั้นเดียวและทรงที่เรียวยาวที่เรียกว่าเอเชียนอายส์ (Asian Eyes) จากบทสัมภาษณ์คุณหมอฮอนฮู (Korean kori, 27 กุมภาพันธ์ 2558) ศัลยกรรมที่คลินิกศัลยกรรมที่ชื่อว่า Designer Plastic Surgery ในกรุงโซล มีความเห็นว่า คนเกาหลีมีใบหน้าเหมือนกันเป็นส่วนใหญ่ เพราะคนเกาหลีสืบเชื้อสายต้นกำเนิดมาจากชาวมองโกลเหมือนกันหมดแทบ 100% ซึ่งต่างจากคนไทยที่มีบรรพบุรุษหลายเชื้อสายผสมกัน ทำให้คนไทยมีหน้าตาที่หลากหลาย จอห์นฮอน แพทย์

ศัลยกรรมผู้มีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับดวงตาให้ความเห็นว่า นิยามของดวงตาที่สวยงามจะต้องโตและดูเป็นประกายรวมไปถึงรูม่านตาโตและดูเป็นประกายด้วย สิ่งสำคัญที่สุดคือตาต้องรับกับใบหน้าและดูเป็นธรรมชาติ ซึ่งคิมแทฮี นั้นตรงตามตำราทุกประการ (Poplataklom, <http://board.postjung.com/780419.html>)



ภาพ : คิมแทฮี (Kim Tae Hee) ดวงตาที่เรียวยาวแบบเอเชีย
ที่มา : <http://picpost.postjung.com/177759.html>

จมูกแบบเกาหลี โครงสร้างจมูกของคนตะวันตกแตกต่างจากคนเอเชียแน่นอน เพราะจมูกคนเอเชียแบนและบาน การศัลยกรรมจมูกแบบเอเชียจึงต้องผสมผสานระหว่างระหว่างเอเชียกับตะวันตก คือ ช่วงหัวตาไม่ได้โด่งมากแบบตะวันตก แต่โด่งที่ปลายจมูกมีความสูงที่ระดับ 3-5 มิลลิเมตร (อ.รวิโรจน์ 2, 2552 : 121-127)

รูปหน้าแบบเกาหลี คนเกาหลีส่วนใหญ่มีโครงหน้าที่ใหญ่ กาง และมีแนวกรามที่กว้าง ทำให้การมีรูปหน้าเรียว คางแหลม เป็นสุดยอดความต้องการของคนเกาหลี และอีกเหตุผลคือ ในหน้าที่เรียวเล็ก ทำให้ดูอ่อนวัย

จุดเริ่มต้นของเทคนิครูปหน้า V-Line เกิดจากการผ่าตัดเพื่อรักษาอาการคนไข้ที่เป็นมะเร็งและโรคร้ายต่างๆ ที่ต้องถูกหมอดัดกระดูก ฉะนั้น

gram เพื่อให้คนไข้มีชีวิตอยู่รอดได้ เทคนิคนี้ได้ปรับการพัฒนาโดยนายแพทย์ เกาหลีชื่อ ดอกเตอร์ปาร์ก และเรียกชื่อการผ่าตัดนี้ว่า วีไลน์ (V- Line Face Type Surgery) การผ่าตัดรูปหน้า V-Line นิยมผ่าตัดภายในช่องปากมากกว่าภายนอก เนื่องจากการผ่าตัดภายนอกมีความเสี่ยงต่อเส้นประสาทที่ทำหน้าที่บังคับปาก ในขณะที่การผ่าตัดในช่องปากจะไม่มีผลกระทบต่อเส้นประสาท แผลจะหายเร็ว และด้วยนวัตกรรมของคอมพิวเตอร์และเครื่องเอกซเรย์ทำให้รู้ตำแหน่งของเส้นประสาท และวางแผนการผ่าตัดโดยไม่มีผลต่อเส้นประสาทบริเวณใต้คาง (อ.วิโรจน์ 2, 2552 : 82-89)

จะเห็นได้ว่า ศัลยแพทย์เกาหลีเน้นการศัลยกรรมที่ยึดความงามแบบเอเชีย ผสมผสานกับตะวันตก ให้ความสำคัญกับภาพรวมของใบหน้าที่มีความสมดุลกัน มากกว่าการมุ่งเน้นที่จุดใดจุดหนึ่งของใบหน้า มาตรฐานความงามของเกาหลีในยุคนี้คือ หน้าอ่อนเยาว์ ดูเด็ก แต่ละจุดของใบหน้ามีความสอดคล้องกัน ดูเป็นธรรมชาติ ดวงตากลม จมูกโด่งแต่ไม่โด่งมาก และหน้าเรียว

จากความงามแบบเกาหลีที่เป็นกระแสนิยมของผู้หญิงไทยในปัจจุบัน ผู้เขียนจึงได้การวิเคราะห์ปรากฏการณ์การทำศัลยกรรมแบบสาวเกาหลีของผู้หญิงไทยด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาร่างกายทางมานุษยวิทยา (Anthropological Studies of the Body) เพื่อวิเคราะห์ถึงความหมายทางวัฒนธรรม และศึกษาว่าอุดมคติความงามนี้มีการทำงานอย่างไรกับผู้หญิงในสังคมไทย

แนวคิดเรือนร่างในทางมานุษยวิทยา

งานของ Halliburton (2002) เรื่อง Rethinking Anthropological Studies of the Body ได้กล่าวถึงบุคคลที่เริ่มศึกษาเกี่ยวกับร่างกายทางมานุษยวิทยา คือ Marcel Mauss (1950) ใน Techniques of the Body ว่า ร่างกายมนุษย์คือเครื่องมือสำคัญที่เป็นสัญลักษณ์ทางธรรมชาติขั้นพื้นฐาน

เพราะร่างกายมนุษย์แต่ละสังคมถูกหล่อหลอมจากวัฒนธรรมที่ต่างกัน และงานของ Margaret Mead กล่าวว่า มนุษย์เรียนรู้เทคนิคและวิธีการใช้ร่างกายผ่านกระบวนการขัดเกลาทางสังคมผ่าน ความเชื่อ วัฒนธรรม จารีตประเพณีของมนุษย์ และให้ความสำคัญกับเพศสภาพ อายุ หรือความงาม ที่ถูกกำหนดโดยวัฒนธรรมมากกว่าชีววิทยา ยังมีงานของSynnott (1993) ใน The Body Social Symbolism, Self and Society ในเรื่อง Beauty and the Face กล่าวว่า ใบหน้าคือสัญลักษณ์สำคัญของบุคคล เป็นเอกลักษณ์ และบุคคลใช้ใบหน้าผ่านการสื่อสารด้วยอวจนภาษา ใบหน้าเป็นตัวกำหนดที่สำคัญในการรับรู้ความงามหรือความไม่งาม และการรับรู้เหล่านี้หมายถึง ความภาคภูมิใจในตนเองและโอกาสในชีวิต

ปริตตา เฉลิมเผ่า กอนันทกุล (2541) ได้กล่าวถึงนักคิดกับการมองร่างกายในหลายๆ มิติ อาทิเช่น รูดอล์ฟสกี (Rudofsky) มองว่า ร่างกายเป็น “วัตถุดิบ” ของ “ผลงานสร้างสรรค์ของมนุษย์” ในสังคมยุคก่อนประวัติศาสตร์ดั้งเดิม การดัดแปลงร่างกายให้กลายเป็นร่างที่สังคมยอมรับ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu) มองว่า ชนชั้นสูงและชนชั้นกลางใช้ร่างกายเป็นทุนเพื่อเป็นเครื่องมือในการรักษาผลประโยชน์ทางชนชั้น แมรีรีดักลาส (Mary Douglas) มองว่า ร่างกายเป็นสัญลักษณ์ในการทำความเข้าใจโครงสร้างและระเบียบสังคม โดยแนวคิดเหล่านี้อยู่บนเงื่อนไขทางสังคม การเมือง วัฒนธรรม และช่วงเวลา เป็นการใช้วาทกรรมแต่ละชุดมาวางบนสังคมวัฒนธรรม เพื่อควบคุมร่างกายของแต่ละคนซึ่งเป็นหน่วยที่เล็กที่สุด

ตามแนวคิดของ Chris Shilling ร่างกายถูกมองว่าเป็น หน่วย (Entity) ที่อยู่ในกระบวนการกำลังกลายเป็นบางสิ่งบางอย่าง (The Process of Becoming) หรือเป็น โครงการ(Project) ซึ่งหมายความว่า ร่างกายไม่ใช่สิ่งที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้ว แต่อยู่ในภาวะของการกำลังกลายเป็นสิ่งอื่น ที่ไม่มีวันจบสิ้น ร่างกายจึงเป็นเสมือนโครงการที่จะต้องมีการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ที่เรียกว่าโครงการร่างกาย (The body project) เพื่อ

ให้ร่างกายบรรลุเป้าหมายที่พึงปรารถนา เป้าหมายที่ตั้งไว้ และเป็นการสื่อถึงตัวตนหรือ อัตลักษณ์ของปัจเจกชน ที่เป็นเจ้าของร่างกายนั้น (Shilling, 1993 : 4-5)

จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาร่างกายทางมานุษยวิทยา ที่แตกต่างหลากหลาย แสดงถึงการครอบงำทางวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม และช่วงเวลา สะท้อนถึงผู้หญิงไทยในการใช้ร่างกายเป็นเครื่องมือ ในการแสดงอัตลักษณ์ ความเป็นตัวตน (Identity) ด้วยการใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ของเกาหลี ในยุคที่กระแสคลื่นเกาหลีมีอิทธิพลต่อค่านิยม ความงามแบบสาวเกาหลี

การค้นหาคำตอบในเรื่องร่างกาย สามารถวิเคราะห์ได้ในมิติ กระบวนการทางการแพทย์ การศัลยกรรมที่ก้าวหน้ามากขึ้นทำให้เกิดพฤติกรรมการกับร่างกายเสมือนโครงการ (The Body Project) ที่ต้องปรับปรุง พัฒนา เปลี่ยนแปลงอย่างไม่มีวันจบสิ้น ที่ผู้หญิงเลือกการทำศัลยกรรมในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตัวเอง เพื่อให้ร่างกายบรรลุความงามตามเป้าหมายที่วางไว้ เป้าหมายของความงามแบบเกาหลีจึงถูกสร้างขึ้นด้วยระบบความหมายทางวัฒนธรรมที่ส่งผ่านสื่อมวลชนมายังผู้หญิงไทย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกกรณีศึกษาของคุณปาล์มผู้หญิงไทยที่เดินทางไปทำศัลยกรรมที่ประเทศเกาหลี เนื่องจากเป็นกรณีศึกษาที่เป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างได้ เพราะเป็นกรณีศึกษาที่มีรายละเอียดของกระบวนการทางการแพทย์ที่ชัดเจน และเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างในการเปลี่ยนแปลงร่างกาย กรณีตัวอย่างของผู้ทำศัลยกรรมรูปหน้า V-Line ซึ่งเป็นการศัลยกรรมที่ใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ของเกาหลีที่มีลักษณะโดดเด่นของความงามแบบเกาหลี

กรณีศึกษาของคุณปาล์มและคุณแพรว เป็นการศึกษาถึงการปฏิบัติ การในกระบวนการทางการแพทย์เกาหลีที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ในการเปลี่ยนแปลงร่างกายตามเป้าหมายที่คุณปาล์มวางไว้ (The Body Project) และเพื่อวิเคราะห์ถึงความหมายทางวัฒนธรรมที่ส่งผ่านสื่อมวลชนว่าผู้หญิงไทยรับรู้ความหมายความงามแบบเกาหลีอย่างไร

กรณีศึกษา : กระบวนการศัลยกรรมของผู้หญิงไทยที่ประเทศเกาหลี คนที่ 1

ประสบการณ์การทำศัลยกรรมที่ประเทศเกาหลี ศึกษาจาก Review ศัลยกรรมของคุณปาล์ม เมื่อ 13 พฤษภาคม 2558 (Missbabycurly, 13 พฤษภาคม 2558) เพื่อเสนอภาพกระบวนการศัลยกรรม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา คือ

1. ประสบการณ์ก่อนทำศัลยกรรม ได้แก่ เป้าหมายในการทำศัลยกรรม, ความกังวลต่อร่างกายเดิม, และเหตุผลที่ตัดสินใจทำศัลยกรรมที่เกาหลี

2. ประสบการณ์หลังจากตัดสินใจศัลยกรรม จะทำศัลยกรรมที่ไหนกับหมอคนไหน เลือกเทคนิคแบบไหน การประเมินผลที่เกิดจากการผ่าตัด

1. ประสบการณ์ก่อนทำศัลยกรรม ได้แก่ เป้าหมายในการทำศัลยกรรม, ความกังวลต่อร่างกายเดิมและเหตุผลที่ตัดสินใจทำศัลยกรรมที่เกาหลี

เป้าหมายของการทำศัลยกรรมครั้งนี้ คือ ปรับรูปหน้า V-Line โหนกแก้ม เหนียง ลดแก้ม เนื่องจาก ความกังวลได้แก่ โครงหน้ามีปัญหา ได้แก่ ฟันเหยิน คางสั้น แก้มเยอะ หน้าไม่เท่ากัน และกล้ำเนื้อกรามจากการนอนกัดฟัน ประสบการณ์ศัลยกรรมก่อนไปทำศัลยกรรมที่เกาหลี คือ โครงหน้า (ผ่าตัดเล็ก และ Botox) ตัดฟัน 3 รอบ รวมระยะเวลาตัดฟัน 12 ปี ทำจมูก แบบซิลิโคน 8 ปี ปากบนบาง 2 ปี Botox 2 ปี เมโสแฟต 2 ปี ทำหน้าอก 10 เดือน



ภาพ : คุณปาล์มก่อนศัลยกรรม

เหตุผลที่ตัดสินใจไปทำที่เกาหลี

เมื่อ 2 ปีที่แล้ว คุณปาล์มอยากทำคางเพราะอยากทำให้หน้ายาว หน้าเรียว ศึกษาใน Website <http://dodeden.com> และได้ทำศัลยกรรมปากกับหมอตำนานหนึ่งในประเทศไทย คุณหมอบอกไม่ควรทำคาง เหตุผลคือคางเป็นคนละก้อนกับแก้ม หมอแนะนำให้ฉีด Botox กับเมโสแฟต เพื่อลดแก้มพอฉีดเมโสแฟต แล้วแก้มจะบวมมากและยุบลงเป็นการสลายไขมัน แต่ข้อเสียคือเจ็บมากและต้องทำต่อเนื่อง คุณปาล์มได้ซื้อคอสแต่ทำไม่หมด เพราะไม่ค่อยชอบ จึงค้นหาข้อมูลใหม่ เจอคนหน้าคล้ายๆ กันไปทำอีกคลินิก เมื่อพบคุณหมอจึงบอกว่าอยากทำคาง แต่คุณหมอบอกว่าไม่ควรทำ เหมือนหมอคนแรกให้ฉีด Botox ดีกว่า จึงฉีด Botox 1 ชุดของอังกฤษ หลายเดือนผ่านไปแก้มลดลง แต่ผ่านไป 7-8 เดือนก็กลับมาเป็นแบบเดิม อาจเพราะคุณปาล์มนอนกดฟัน กลับมาทบทวนตัวเองพบว่า ไม่ชอบอะไรที่ฉีด ไม่ได้กล้วเข็ม แต่กลัวผลข้างเคียงและสิ้นเปลืองและเห็นผลไม่ชัดเจน และต้องฉีด Botox ทุก 6 เดือน ฉีดหนึ่งครั้งราคา 15,000 บาท จึงตัดสินใจเลิกฉีด Botox ต่อมาดูรายการ Let Me In เกิดแรงบันดาลใจ เพราะกรณีของผู้หญิงนี้



รูป : Before – After

ในรายการที่ทำให้คุณปาล์มเกิดแรงบันดาลใจทำศัลยกรรมที่เกาหลี

จึงหาข้อมูลเพิ่มเติมพบว่าในประเทศไทยมีหมอท่านหนึ่ง ทำ V-Line แบบไม่แพง ดูรีวิวแล้วดูดี แต่อ่านรีวิวแล้วมีความกังวล เนื่องจากหมอวางยาสลบนาน ต้องไปรอที่คลินิกแบบอดอาหารหลายวัน เวลาไม่แน่นอน แต่ต้องอดทนรอ คุณปาล์มจึงตัดสินใจเก็บเงินต่อและตัดสินใจทำศัลยกรรมที่เกาหลี เพราะกลัวอันตราย เนื่องจากเลือดจางเมื่อดีเลือดแดงไม่สมบูรณ์ และอีกเหตุผลคือ เวลาผ่าตัดไม่ชัดเจนทำให้แพนคุณปาล์มลำบากในการล้างานมาดูแลหลังผ่าตัด

จากการศึกษาประสบการณ์คุณปาล์มก่อนทำศัลยกรรมพบว่า คุณปาล์มมีเป้าหมายในการเปลี่ยนแปลงร่างกาย (The Body Project) คือ รูปหน้า V-Line ด้วยการทำศัลยกรรมจากแพทย์ที่ประเทศเกาหลี เนื่องจากแพทย์ในประเทศไทยมีเทคโนโลยีที่เห็นผลไม่ชัดเจน เนื่องจากแพทย์ 2 ท่าน แนะนำให้คุณปาล์มฉีด Botox แต่เมื่อเวลาผ่าน 7-8 เดือน รูปหน้าที่แถมเยอะกลับมาเป็นเหมือนเดิม อีกเหตุผลคือ คุณปาล์มกลัวผลกระทบข้างเคียงและสิ้นเปลือง เนื่องจากต้องฉีด Botox ทุก 6 เดือน สรุปได้ว่า ความกังวลต่อรูปหน้าที่แถมเยอะของคุณปาล์มที่ตัดสินใจเดินทางไปศัลยกรรมที่ประเทศเกาหลี เหตุผลเนื่องจากแพทย์ที่ประเทศไทยไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของคุณปาล์มได้เนื่องจากเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ไม่ทันสมัยและสิ้นเปลือง

2. ประสบการณ์หลังจากตัดสินใจศัลยกรรม จะทำศัลยกรรมที่ไหนกับหมอคนไหน เลือกเทคนิคแบบไหน การประเมินผลที่เกิดจากการผ่าตัด

คุณปาล์มติดต่อโรงพยาบาล ID ในเกาหลี โทรศัพท์ติดต่อจากหมายเลขโทรศัพท์ใน Facebook ของโรงพยาบาล ID โรงพยาบาลให้คุณปาล์มส่งรูปด้านหน้าตรง 45 องศา และด้านข้าง (ไม่มีเครื่องสำอางค์) แล้วโรงพยาบาลจะถามว่าคุณปาล์มไม่ชอบส่วนไหน และจะตอบกลับมาว่าสามารถทำศัลยกรรมอะไรบ้าง ตอนที่ปรึกษาคุณปาล์มคิดว่าจะทำ V-Line, V3 Lifting โหนกแก้ม แต่ขอปรึกษาแพทย์ก่อน ต่อมาโรงพยาบาลจะถามว่าอยากทำศัลยกรรมกับแพทย์คนไหน คนไข้สามารถเลือกได้ ปกติแพทย์โครงหน้าของโรงพยาบาล ID ที่เห็นในรายการ Let Me In คือคุณหมอ Dr. Park Sanghoon แต่คุณปาล์มชอบกรณีคนไข้ชาวจีนของคุณหมอ Dr. Lee Ji Hyuk เพราะชอบผลงานที่ผ่านมา คุณหมอ Lee มีชื่อเสียงมากที่เกาหลีและจีน ทำงานที่โรงพยาบาล ID มานาน แต่คนไทยอาจจะไม่ค่อยรู้จัก ค่าใช้จ่ายคุณหมอทุกคนเท่ากัน คนไข้สามารถเลือกคนไหนก็ได้

การจองคิวของโรงพยาบาล ID ต้องโอนเงินก่อนถึงจะทราบวันปรึกษาและวันผ่าตัด เมื่อโอนเงินแล้วเจ้าหน้าที่จะติดต่อกลับมา เพื่อบันทึกวันปรึกษา ค่าใช้จ่ายในการนัดวันปรึกษา 1 ล้านวอน พอได้วันนัดจึงจองตัวเครื่องบินและโรงแรม จะให้เจ้าหน้าที่จองให้หรือคนไข้จะจองโรงแรมเองก็ได้ คุณปาล์มเดินทางด้วยสายการบิน T'way และกลับสายการบิน Jeju เนื่องจากราคาถูก เวลาเหมาะสมคือ ถึงเช้า กลับดึก การศัลยกรรมทำโครงหน้าต้องอยู่เกาหลีอย่างน้อย 14 วันหลังผ่าตัด คุณปาล์มอยู่ 16 วัน มีรถมารับที่สนามบิน ประหยัดได้ 80,000 วอน รถรับ-ส่งโรงแรม โรงพยาบาลประมาณ 3 ครั้ง ขั้นตอนในการปรึกษาวันแรกค่อนข้างละเอียด ใช้เวลาเกือบทั้งวัน และผ่าตัดในวันรุ่งขึ้น มีล่ำเข้ามาแนะนำตัว ช่วยกรอกแบบฟอร์มของโรงพยาบาล ได้แก่ อายุ ประวัติแพ้ยา เคยผ่าตัดอะไรมาบ้าง ต้องการทำอะไร ไม่ชอบส่วนไหน ต่อด้วยการทำ CT Scan ในหลายๆ มุม และแบบ

หมุนรอบ เจาะเลือด ถ่ายรูป 4 มุม เป็นรูปก่อนทำ ขั้นตอนต่อมาคือปรึกษากับผู้ช่วยคุณหมอ ผู้ช่วยคุณหมอจะถามว่าไม่ชอบตรงไหน อยากทำอะไร แล้วผู้ช่วยคุณหมอจะแนะนำว่าควรทำอะไรบ้าง ต่อมาก็พบคุณหมอ Dr. Lee Ji-Hyuk คุณหมอจะบอกว่าทำอะไรได้บ้างใกล้เคียงกับคุณผู้ช่วยหมอ คุณหมอจะเปิด CT Scan กระโหลกก่อนหน้านี้อแล้วประเมิน

สรุป คุณหมอ Dr. Lee Ji-Hyuk ทำสวยให้ดังนี้ ทำโหนกแก้ม หน้าไม่เท่ากันข้างหนึ่งทำได้เล็กลงได้ 4 mm อีกข้าง 6 mm และทำ V-line ปรับกรอบรูปหน้าตัดตั้งแต่กรอบใบหูลงมา มุมกรามตัดได้ถึง 14 mm กับ 11 mm คุณหมอแจ้งว่าโดยรวมหน้าจะดูเล็กลงจากด้านหน้าข้างละ 6 mm ตัดแต่งกระดูกคางให้เล็กลงและยื่นออกมาด้านหน้าเหมือนเสริมคางด้วยกระดูกตัวเอง ที่โรงพยาบาล ID อ้างว่าโรงพยาบาลเป็นผู้คิดค้น V-line และเป็นผู้เชี่ยวชาญ อันดับ 1 เรื่องโครงหน้าของเกาหลี

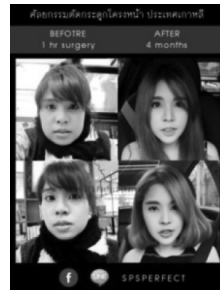
ขั้นตอนถัดมามีคุณหมอ คือ Dr. Seo Young Tae ทำ V3 Lifting เข้ามาให้คำปรึกษา เป็นหมอที่โรงพยาบาลจัดมาให้ V3 Lifting ปกติจะทำสำหรับคนที่อายุมาก แต่ปัญหาของคุณปาล์มคือ เนื้อแก้มเยอะจนห้อยเหมือนคนอายุ 40 ปี คุณหมอเข้ามาอธิบายเช่นเดียวกับคุณหมอ Lee ว่ามีผลตรงไหนบ้างจะดึงกระชับตรงไหนบ้าง V3 Lifting คือการเจาะรูเล็กๆ ด้านล่างตรงคาง ไขเข็มเลเซอร์เข้าไปละลายไขมันแล้วทำให้กล้ามเนื้ออ่อนแรง แล้วร้อยไหม ดึงส่วนที่หย่อน เหมาะกับคนอายุมาก คนแก้มเยอะ แก้มย้อย คนที่ผ่าตัด V-line ออกมาก จะทำให้กระชับขึ้นการทำ V3 Lifting สำหรับหน้าคุณปาล์มอยู่ได้ 2 ปีกว่า ถ้าดูแลดีก็ยืดเวลาไปอีก ถ้าไขมันกลับมาคงที่หน้าหลัง 2 ปีต้องทำใหม่

เมื่อปรึกษากับแพทย์จนครบแล้ว คุณหมอผู้ช่วยจะเข้ามาถามและสรุปว่าคุณปาล์มทำ 3 อย่างคือ โหนกแก้ม, V-line และ V3Lifting คุณหมอผู้ช่วยแจ้งว่า ต้องพักฟื้น 2 สัปดาห์ที่นี้ก่อนกลับไทยจะมีเอกสารมาให้อ่าน และเซ็นรับทราบ เรื่องวางยา และผลข้างเคียงต่างๆ การทำ V-line อาจทำให้

ผิวหนึ่งหย่อนคล้อยในบางคนที่ตัดเยอะแต่สำหรับปาล์ม ทำ V3 Lifting ร่วมด้วยจึงไม่มีปัญหาหย่อนคล้อย คุณหมอจะพยายามแก้ไขโครงหน้าออกมาให้เท่ากันมากที่สุด และมีแผลเป็นในช่องปาก

วันผ่าตัด คุณหมอ Lee เข้ามาสรุปว่า คุณปาล์มอยากได้โครงหน้าทรงไหน คุณปาล์มเลือกเอาแบบคางเล็กแหลมเท่าที่จะเป็นไปได้ หลังจากออกจากห้องผ่าตัดแล้ว คุณปาล์มมีอาการหนาวสั่น พยาบาลใช้ผ้าห่มไฟฟ้ามาวางทับตัว ไม่เกิน 5 นาทีจึงหายหนาว เสาน้ำเกลือมีเครื่องให้ยาแก้ปวดตัวเองแบบกดปุ่ม คุณปาล์มไม่เจ็บปวดจึงไม่ได้กดยาแก้ปวดให้ตัวเอง ช่วงนี้คือช่วงดูอาการแบบเข้มงวด ภายใน 6 ชั่วโมงที่ออกจากห้องดูอาการ ห้ามนอนมีป้ายมาติดที่เสาน้ำเกลือว่านอนได้เวลากี่โมง คุณปาล์มทรมาณมากเพราะง่วงมาก แต่ไม่ได้เจ็บปวด พยายามหายใจลึกๆ ทางปากให้แก๊สยาสลบออกให้หมด ไม่มีอาการอาเจียน แต่มีคนคอยปลุก ห้ามหลับ ในห้องมีจอคอมพิวเตอร์ให้เปิดซีรี่ย์ดู เพื่อไม่ให้หลับ

พอผ่านการทรมาณร่างกายจากการหามนอน วันต่อมาพบว่าปากบวมมากไม่สามารถควบคุมการไหลของน้ำลายได้ วันแรกหลังการผ่าตัดหมอพอใจผลการผ่าตัด คุณหมอใช้เครื่องมือมาฉายแสงที่หน้า เพื่อลดบวมและทำ CT Scan เมื่อเสร็จเรียบร้อย ขั้นตอนถัดมาคือซึ้อยา และดูแลตัวเอง เช่น ห้ามกินของแข็ง ผีต เค็ม มัน เพราะแผลผ่าตัดในปากจำนวนมาก แต่คุณปาล์มไม่รู้สึกรว่ามีแผล ไม่ปวดแสบร้อนใดๆ ต้องบ้วนน้ำยาฆ่าเชื้อ ทุก 2 ชั่วโมง เป็นอันเสร็จสิ้น



คุณปาล์ม Before – After
การบำบัดที่ประเทศเกาหลี

กรณีศึกษาของคุณปาล์มเป็นการศึกษาถึงกระบวนการปฏิบัติการทางการแพทย์ของการศัลยกรรมที่ประเทศเกาหลีของคุณปาล์ม ได้แก่ การปรับเปลี่ยนรูปหน้าด้วย 3 วิธีคือ โหนกแก้ม, V-Line และ V3 Lifting โดยใช้เทคนิคทางการแพทย์ที่ทันสมัย โดยมีขั้นตอนการปรึกษาที่ละเอียด ใช้เวลานาน และมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละเทคนิค มีผู้ช่วยแพทย์ให้คำแนะนำ แผลที่เกิดขึ้นในช่องปากทำให้ไม่มีร่องรอยของการผ่าตัด และคนไข้ไม่รู้สึกเจ็บปวด หลังผ่าตัดมีการติดตามอย่างเข้มงวด แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าของวงการศัลยกรรมเกาหลีที่สามารถปรับเปลี่ยนรูปหน้าคุณปาล์มตามเป้าหมายที่วางไว้ได้ (The Body Project) ให้สวยอย่างธรรมชาติ เพราะไม่มีร่องรอยจากแผลผ่าตัด คุณปาล์มรับรู้รูปหน้า V-Line ผ่านรายการ Let Me In โดยศึกษาจากผลงานการผ่าตัดรูปหน้า V-Line จากคนไข้ที่มีปัญหาแก้มเยาะแบบคุณปาล์ม ด้วยความเชื่อที่ว่าความงามแบบเกาหลีคือ รูปหน้าที่เรียวเล็กแบบ V-Line การมีรูปหน้าที่เรียวเล็กเป็นการสื่อถึงอัตลักษณ์ความงามแบบเกาหลีที่ดูอ่อนวัย รูปหน้าที่มีแก้มแสดงถึงความชรา

กรณีศึกษา : กระบวนการคัดสรรของผู้หญิงไทยที่ประเทศเกาหลี คนที่ 2

ประสบการณ์การทำคัดสรรที่ประเทศเกาหลี ศึกษาจาก Review คัดสรร ของคุณแพรว ชนาพรปะติ เมื่อ 5 มิถุนายน 2558 (Stm Style, 27 เมษายน 2559) ซึ่งเป็นผู้ได้คัดเลือกจากรายการ Let Me In Thailand รายการคัดสรรของเกาหลี เพื่อเสนอภาพกระบวนการคัดสรรกรณีที่ทำคัดสรรทั้งตัว ซึ่งแบ่งเป็น 2 ช่วงเวลา คือ

1. ประสบการณ์ก่อนทำคัดสรร ได้แก่ เป้าหมายในการทำคัดสรร, ความกังวลต่อร่างกายเดิม, และเหตุผลที่ตัดสินใจทำคัดสรรที่เกาหลี
2. ประสบการณ์หลังจากตัดสินใจคัดสรร ทำคัดสรรที่ไหน กับแพทย์คนไหน ใช้เทคนิคแบบไหน การประเมินผลที่เกิดจากการผ่าตัด

1. ประสบการณ์ก่อนทำคัดสรร ได้แก่ เป้าหมายในการทำคัดสรร, ความกังวลต่อร่างกายเดิม และเหตุผลที่ตัดสินใจทำคัดสรรที่เกาหลี

เหตุผลที่ตัดสินใจไปทำคัดสรรที่เกาหลี เนื่องจากคุณแพรวเป็นผู้โชคดีจากการสมัครเข้าร่วมรายการคัดสรรของเกาหลี รายการ Let Me In Thailand และได้รับการคัดเลือกเนื่องจากคุณหมอจากโรงพยาบาล Banobagi อยากช่วยเหลือทำการผ่าตัดให้ เนื่องจากหน้าเดิมก่อนคัดสรรคือ คางยื่นออกมาข้างหน้ามาก ขากรรไกรและฟันไม่สบกัน ตาไม่เท่ากัน (เพราะประสบอุบัติเหตุ) ตาขวาใหญ่กว่าตาซ้าย โหนกแก้มที่ไม่เท่ากัน จมูกใหญ่และแบนมาก สิวฮอร์โมนรอยสิวทั้งหน้า และมีปัญหาใหญ่ในการใช้ชีวิตประจำวันคือ ฟันไม่สบกัน ทำให้ไม่สามารถที่จะกัดอาหารด้วยฟันหน้า ส่งผลต่อการเข้าสังคม

เป้าหมายของการทำศัลยกรรมครั้งนี้ คือ โหนกแก้ม ขากรรไกร และวีไลน์ (GRAM+คาง) ตา จมูก ฉีดไขมันหน้าผาก และเสริมหน้าอก



ภาพ : คุณแพรวก่อนศัลยกรรม

2. ประสบการณ์หลังจากตัดสินใจศัลยกรรม ทำศัลยกรรมกับหมอคนไหน เลือกเทคนิคแบบไหน การประเมินผลที่เกิดจากการผ่าตัด

วันแรก เมื่อเดินทางถึงประเทศเกาหลี มีรถจากบริษัทเอเจนซี่พาไป โรงพยาบาล Banobagi โดยมีล่ามภาษาเกาหลีในการสื่อสารกับคุณหมอ เพื่อตรวจร่างกายอย่างละเอียด ได้แก่ ความดัน คลื่นหัวใจ เลือด และสแกน โครงสร้างใบหน้า พร้อมพิมพ์ฟัน เนื่องจากการเป็นการผ่าตัดใหญ่ใน 4 รายการ ได้แก่ หน้าอก รูปหน้า ตา และจมูก จึงมีแพทย์ 4 คนตามความเชี่ยวชาญของแต่ละคน

“ ศัลยกรรมหน้าอกทรงหยดน้ำ ทำหน้าอกให้ขนาดเล็กระมัด ระวังเหมาะสมพอดีมีไว้ดูนัยน์ ออกมา หน้าอกไซรัฟ B ”  ดร.บันนัง ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ - ผู้สำเร็จการศึกษาศัลยกรรมมาในอีก - ปริญญาเอกและดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาชีวเวช - ผลงานวิจัยและงานวิชาการ - อาจารย์สาขาวิชาชีวเวช - สมาชิก Korean Society of Plastic and Reconstructive Surgeons - สมาชิก Korean Society for Aesthetic Plastic Surgery - สมาชิก Korean Doctor - ประธานวิทยานิพนธ์และงานวิชาการในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ค.ศ. 1997	“ ผ่าตัดปรับขนาดกรโกรและรูป หน้าแบบอลไพร์ล, แก้ไขปัญหา การสับสนพัน ปรับโครงหน้าให้ เล็กและเรียวแบบ V लाइनไป พร้อมๆ กัน ”  ดร.โรธังยอน ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ - ผู้สำเร็จการศึกษาศัลยกรรมมาในอีก - ปริญญาเอกและดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาชีวเวช - ผลงานวิจัยและงานวิชาการ - อาจารย์สาขาวิชาชีวเวช - สมาชิก Korean Society of Plastic and Reconstructive Surgeons - สมาชิก Korean Society for Aesthetic Plastic Surgery - สมาชิก International confederation for Plastic Reconstructive and Aesthetic Surgery - ประธานวิทยานิพนธ์ World Congress of Asian Pacific Aesthetic Plastic Surgery ในปี ค.ศ. 1996 - ประธานวิทยานิพนธ์และงานวิชาการในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ค.ศ. 1999	“ แก้ไขกล้ามเนื้อตาอ่อนแรง ด้วยวิธีการกรัด ปรับแก้ทั้งตาที่ ผิดปกติและไม่เท่ากัน ช่วยให้ ตาดูสดใสและชัดเจนมากขึ้น ”  ดร.ปาริชน ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ - ผู้สำเร็จการศึกษาศัลยกรรมมาในอีก - ปริญญาเอกและดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาชีวเวช - ผลงานวิจัยและงานวิชาการ - อาจารย์สาขาวิชาชีวเวช - สมาชิก Korean Society of Plastic and Reconstructive Surgeons - สมาชิก Korean Society for Aesthetic Plastic Surgery - สมาชิก International confederation for Plastic Reconstructive and Aesthetic Surgery - ประธานวิทยานิพนธ์ 12th CONGRESS OF IPRAS	“ ทำจมูกและฉีดไขมันหน้าอกไป พร้อมๆ กัน ช่วยให้ไลน์ใบหน้า ด้านข้างดูโดดเด่นและดูสง่า ”  ดร.สียองแท ศัลยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ - ผู้สำเร็จการศึกษาศัลยกรรมมาในอีก - ปริญญาเอกและดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาชีวเวช - ผลงานวิจัยและงานวิชาการ - ประธานกรรมการสมาคมชีวเวช - ประธานกรรมการสมาคมชีวเวช - ประธานกรรมการในเวทีวิชาการ - สมาชิก Korean Society of Plastic and Reconstructive Surgeons - สมาชิก Korean Society for Aesthetic Plastic Surgery - ประธานวิทยานิพนธ์และงานวิชาการในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ค.ศ. 1999
--	--	---	--

ภาพ : แพทย์ 4 คนต่อการผ่าตัด 4 รายการ

ลำดับการผ่าตัดของคุณแพรว อันดับแรกของการผ่าตัดคือ ตา เนื่องจากคุณแพรวตาตกและไม่เท่ากัน ต้องเย็บกล้ามเนื้อตา ให้ตาดูโต ขึ้น ขณะผ่าตัดคุณแพรวรู้สึกตัว เหมือนลอยๆ อยู่บนอากาศ รู้ว่าแพทย์ทำอะไร เมื่อผ่าตัดตาเสร็จ จึงกลับที่พัก ไม่ได้นอนพักที่โรงพยาบาล พัก 2 วัน



ภาพ : หลังผ่าตัดตา

อันดับที่ 2 คือผ่าตัดรูปหน้า เพื่อผ่าตัดขากรรไกร โหนกแก้ม และ วีไลน์ (กราม+คาง) คุณแพรวต้องงดอาหารก่อนผ่าตัด 8 ชั่วโมง หลังผ่าตัดเสร็จพยาบาลมาปลูกให้ตื่น ให้อยากหายใจออกยาวๆ เป็นเวลา 1 ชั่วโมง เพื่อที่จะเอายาสลบออกจากท้อง ช่วงนั้นคอแห้ง พยาบาลให้จิบน้ำอุ่น ช่วงแรกมีเลือดออกในคอ ผ่านไป 2-3 วันจึงไม่มีเลือดในคอ หลังผ่าตัดต้องนอนโรงพยาบาล 3 วัน หลังผ่าตัดหน้าไม่ซ้ำ แต่บวมมาก พอออกจากโรงพยาบาลกลับที่พัก หน้าบวมยังอยู่มาก ลดบวมด้วยการประคบเย็น เดินบ่อยๆ และรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ หลังผ่าตัดใหม่ๆ ยังอ้าปากไม่ค่อยได้ หมอแนะนำน้ำฟักทองช่วยลดบวมได้ ผ่าตัดรูปหน้า ใช้เวลาพักฟื้น 1 เดือน ช่วงเวลานั้นคุณหมอตระจอาการเป็นระยะๆ พร้อมกับรักษาสิว ช่วงพักฟื้นต้องทำทริทเม้นท์ลดบวม



ภาพ : หลังผ่าตัดรูปหน้า

อันดับที่ 3 คือผ่าตัดจมูก คุณหมอตัดเลาฐานจมูก เพราะฐานจมูกใหญ่และแบนมาก ส่วนบนจมูกเป็นซิลิโคน ส่วนปลายจมูกเป็นกระดูกอ่อนหลังหู ก่อนผ่าตัดต้องอดอาหาร 8 ชั่วโมง หลังผ่าตัดพยาบาลจะมาปลูกให้ตื่นน้ำ ระยะแรกมีสำลีสูดจมูกทำให้หายใจลำบาก ใช้เวลา 2-3 วันจึงค่อยเอาสำลีออก จมูกไม่ค่อยซ้ำ แต่บวมนาน พักฟื้นประมาณสามอาทิตย์



ภาพ : หลังผ่าตัดจุมูก

อันดับสุดท้าย ผ่าตัดหน้าอก ต้องอดอาหาร 8 ชั่วโมงก่อนผ่าตัด หลังผ่าตัดต้องพันผ้าไว้ ห้ามใส่เสื้อในประมาณหนึ่งเดือน ช่วงแรกยกแขนไม่ค่อยได้ แต่พยาบาลแนะนำให้ค่อยๆ กางแขน ถ้ากางได้นิดหน่อยให้เอามือแตะกับฝาผนังแล้วค่อยๆ เลื่อนขึ้นไปเรื่อยๆ จนกว่าจะยกแขนได้ตามปกติ หน้าอกของคุณแพรวไม่ต้องนวด ส่วนซิลิโคนเป็นเนื้อทราย

การดูแลตัวเองหลังผ่าตัด ได้แก่ ฝึกอ้าปาก รัดผ้าที่หน้าตามคำสั่งแพทย์ รวมระยะเวลาที่เกาหลี 3 เดือน และกลับมารักษาสิวต่อที่เมืองไทย



ภาพ : หลังศัลยกรรม

กรณีศึกษาของคุณแพรวเป็นการศึกษาถึงกระบวนการปฏิบัติการทางการแพทย์ของการศัลยกรรมทั้งตัวที่ประเทศเกาหลี ได้แก่ 1. การปรับเปลี่ยนรูปร่าง จมูก และหน้าอก โดยใช้แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ 4 คน ผ่าตัดในความเชี่ยวชาญของแพทย์แต่ละคน แพทย์สามารถแก้ไขปัญหาขากรรไกรและฟันที่ไม่สบกันของคุณแพรวที่ถือว่าเป็นปัญหาใหญ่สำหรับชีวิตคุณแพรว โดยแพทย์ใช้วิธีการผ่าตัดที่ทันสมัย ทำให้คุณแพรวมีความมั่นใจมากขึ้น จากอดีตที่โดนเพื่อนล้อว่าคางยื่น และไม่เคยมีแฟน หลังทำศัลยกรรมสวยขึ้น คนรอบข้างสนใจมาก แสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าของวงการศัลยกรรมเกาหลีที่ไม่ใช่แค่การศัลยกรรมเพื่อความงาม แต่ยังสามารถแก้ไขความบกพร่องทางร่างกายทำให้คุณแพรวรู้สึกเหมือนได้เกิดใหม่ เกินกว่าเป้าหมายที่วางไว้ได้ (The Body Project) ให้สวยขึ้น เข้าสังคมได้อย่างมั่นใจ

เนื่องจาก “รูปลักษณ์ภายนอก ขนาด รูปร่าง หรือแม้แต่ส่วนต่างๆ ของร่างกาย สามารถเปิดไปสู่การจัดการกับร่างกายให้สอดคล้องกับรูปแบบที่เจ้าของร่างกายต้องการได้” (Shilling, 1993: 5; 1997: 69 อ้างใน โกสุม โอมพรนุวัฒน์, 2545) เพื่อสร้างอัตลักษณ์ ร่างกายจึงเปรียบเสมือนโครงการ (The Body Project) ที่เป็นหน่วย หรือ entity ที่กำลังกลายเป็นสิ่งอื่นที่ไม่มีวันจบ ต้องพัฒนา จัดการ เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ (Shilling, 1993 : 4-5) คุณแพรวได้ปรับเปลี่ยนร่างกายจากการศัลยกรรมทั้งตัว เพื่อแสดงอัตลักษณ์ของตนเองที่สื่อความหมายถึงสัญลักษณ์ทางสังคมที่เป็นคนสวย และมีความมั่นใจกับรูปลักษณ์ภายนอกของตนทำให้รู้สึกดีกับตนเอง โครงการร่างกายสำหรับคุณแพรว จึงเป็นไปเพื่อทำให้ร่างกายของตนสอดคล้องกับความเท่าเทียมกันทางสังคม และจินตนาการ ดังนั้น คุณแพรวจึงไม่ใช่เจ้าของร่างกายที่แท้จริง แต่ร่างกายเป็นพื้นที่ของการต่อรองและช่วงชิงทางอำนาจระหว่างตัวปัจเจกบุคคล กับแรงปะทะทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง นอกจากนี้ ร่างกายยังได้กลายมาเป็นประเด็นในการการแบ่งแยกและสร้างความไม่เท่าเทียมระหว่างมนุษย์อีกด้วย (โกสุม โอมพรนุวัฒน์, 2545)

การวิเคราะห์ปรากฏการณ์การทำศัลยกรรมแบบสาวเกาหลี ของผู้หญิงไทยด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาร่างกายทาง มานุษยวิทยา

ความงามแบบสาวเกาหลี เป็นความงามที่ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นประดิษฐกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น (Constructed) ผู้เขียนจึงวิเคราะห์ปรากฏการณ์ “ความงามแบบสาวเกาหลี” ด้วยแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาร่างกายทางมานุษยวิทยา

“ความงามแบบสาวเกาหลี” เป็นกระบวนการในการสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรม ที่ผู้หญิงสร้างขึ้นมาจากการทำศัลยกรรม เป็นความงามพิมพ์นิยมในยุคกระแสเกาหลีฟีเวอร์ ที่ประเทศเกาหลีส่งวัฒนธรรมผ่านสื่อมวลชนมายังสังคมไทย ได้แก่ ผิวขาว ตากลมโต จมูกโด่งไม่มาก รูปหน้า V-Line รูปร่างผอมสูง ผ่านดารา นักร้อง นักแสดง ซึ่งสะท้อนถึงวิถีคิดของผู้หญิงที่มองว่า ร่างกายอยู่ในกระบวนการที่กำลังกลายเป็นบางสิ่ง (The Process of Becoming) หรือที่เรียกว่า The Body Project ผู้หญิงจึงจัดการ ปรับเปลี่ยนร่างกายตลอดเวลา ด้วยการทำศัลยกรรมด้วยความเชื่อ ค่านิยมที่มากับอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเกาหลีที่ส่งผ่านมาประเทศไทย เพื่อสื่อถึงอัตลักษณ์ความงามแบบที่ผู้หญิงตั้งไว้

จากการศึกษา ผู้หญิงเห็นว่าความสวยเป็นสิ่งที่สามารถสร้างขึ้นมาได้ ผู้หญิงรับรู้ถึงความงามแบบเกาหลีเป็นความงามที่สามารถสั่งได้ จัดการได้ ด้วยการทำศัลยกรรมและเทคโนโลยีทางการแพทย์ ทำให้ผู้หญิงทั้งสองคน คือคุณปาล์มและคุณแพรว ลงทุนจัดการกับร่างกายของตนเองจากการทำศัลยกรรมที่ประเทศเกาหลี ด้วยเงิน เวลา ความเจ็บปวด

ผู้หญิงทั้งสองคนที่ลงทุนกับโครงการร่างกาย (Body Project) นี้ มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน นั่นคือ สร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเอง จากการผ่าตัดศัลยกรรมร่างกายของตนให้เป็นร่างกายที่สวยงาม เป็นที่พึงปรารถนา และมีเสน่ห์ดึงดูดใจ แสดงให้เห็นว่า ร่างกายเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์

สำหรับผู้หญิง ปรากฏการณ์ความงามอันได้แก่ จมูกโด่ง ใบหน้า V-Line ดวงตาที่กลมโต หน้าอกที่โต ภาพความงามแบบสาวเกาหลีเหล่านี้ เป็นภาพความงามทางวัฒนธรรมที่ส่งผ่านสื่อมวลชนจากประเทศเกาหลีสู่ผู้หญิงไทย เป็นความงามที่ถูกนิยามโดยใคร ผู้หญิงเป็นผู้นิยาม หรือ ถูกนิยามจากสื่อมวลชน หรือจากใคร ธุรกิจศัลยกรรมความงามที่มีมูลค่ามหาศาลที่มีร่างกายเป็นเครื่องต่อรอง จึงกลายเป็นพื้นที่การช่วงชิงอำนาจของการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

บทสรุป

คำตอบเรื่องร่างกายจากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาร่างกายทางมานุษยวิทยา ครอบงำด้วยวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม และช่วงเวลาสะท้อนถึงมนุษย์ในการใช้ร่างกายเป็นเครื่องมือในการแสดง อัตลักษณ์ การศัลยกรรมที่ก้าวหน้ามากขึ้นทำให้เกิดปฏิบัติการกับร่างกายเหมือนโครงการ (The Body Project) ที่ต้องปรับปรุง พัฒนา เปลี่ยนแปลงอย่างไม่มีวันจบสิ้น เพื่อให้ร่างกายบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ เป้าหมายของร่างกายจึงถูกสร้างขึ้นด้วยระบบความหมายทางวัฒนธรรม สังคม การเมือง และช่วงเวลา

เป้าหมายของร่างกายในกระบวนการศัลยกรรมความงามแบบเกาหลี จึงถูกสร้างขึ้นด้วยระบบความหมายทางวัฒนธรรม เป็นความหมายที่สังคมให้กับร่างกาย คือความงามตามแบบพิมพ์นิยมที่สังคมกำหนด นั่นได้แก่ ความงามที่มีลักษณะตากลมโต จมูกโด่งไม่มากนัก ใบหน้า V-Line ดูเป็นธรรมชาติ เป็นอัตลักษณ์ที่ผู้หญิงต้องการและสามารถสั่งได้ว่าต้องการหน้าตาแบบไหนตามความต้องการของตนเอง เป็นความงามที่จัดการได้สั่งได้ด้วยทุนที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบทำศัลยกรรมจากแพทย์ที่ประเทศเกาหลี **ด้านสังคม** ความหมายของความงามแบบเกาหลี มีนัยยะเพื่อบ่งบอกฐานะทางสังคมได้ เพื่อแสดงอัตลักษณ์ทางสังคม บ่งบอกถึงการเข้าเป็นคน

ในกลุ่ม กลุ่มของคนงามตามแบบเกาหลี **ด้านการเมือง** ร่างกายเป็นศูนย์กลางของการแสดงอำนาจในการควบคุมผ่านกลไกของรัฐ ได้แก่ สถาบันแพทย์ คลินิก โรงพยาบาล ศัลยกรรมของประเทศเกาหลี ที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเกาหลี เพื่อส่งเสริมร่างกายในแบบที่การพัฒนาโครงการ (The Body Project) ที่ต้องเปลี่ยนแปลง พัฒนา เพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และการผลิตของประเทศ

สุดท้ายความงามแบบสาวเกาหลีความสวยที่สั่งได้ ผู้หญิงกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงร่างกายอย่างไม่มีวันจบสิ้น (The Process of Becoming) ด้วยกระบวนการทางการแพทย์สมัยใหม่ เข้ามามีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงร่างกาย ที่มาพร้อมกับอุตสาหกรรมวัฒนธรรม เป็นตัวกระตุ้นความเป็นมาตรฐาน ความเป็นสากล ด้วยอุดมคติความงามแบบสาวเกาหลีให้กับผู้หญิงไทยภายใต้พลวัตรของการสื่อสาร ผู้หญิงจะเลือกแสดงอัตลักษณ์ของตัวเองตามความงามทางการตลาด หรือจะต่อต้านขัดขืนหรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับผู้หญิงเป็นผู้ตัดสินใจในการสร้างเรือนร่างของตัวเอง ดังที่ Susan Bordo กล่าวว่า “ร่างกายของคุณเป็นร่างกายที่คุณสืบทอดมา แต่คุณต้องตัดสินใจว่าจะทำอะไรกับมัน” (Bordo, 1993: 249 อ้างใน จุฬารัตน์ ผดุงชีวิต, 2558) และถ้าเรารู้ว่าความงามไม่ใช่ความจริงแท้หนึ่งเดียวในโลก ความงามแปรเปลี่ยนไปตามบริบทสังคมที่เปลี่ยนไปตลอดเวลา เราจะมองกลับมาเห็นความงามที่ตัวเราเองเป็นผู้นิยามได้ไหม?

บรรณานุกรม

- กาญจนา แก้วเทพ. (2544). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: เอ็ดดิสันเพรส โปรดักส์.
- จุฬารัตน์ ผดุงชีวิต. (2558). *อ่านวิพากษ์ มิเชล ฟูโกต์*. กรุงเทพฯ: สยามปริทัศน์.
- ดุริยางค์ คมขำ. (2553). *การผลิต การเผยแพร่และการบริโภคละครซีรีย์เกาหลี กรณีศึกษา : เรื่องแดงจิ้งกิ๋มและเจ้าหญิงวุ่นวายกับเจ้าชายเย็นชา*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.
- ต้องชนก สนแสงผล. (2554). *วัฒนธรรมการบริโภคความงามของสตรีไทยในกระแสความนิยมเกาหลี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง.
- บุศยรินทร์ สัจจะวรรณ. (2555). *ภาพลักษณ์วัฒนธรรมเกาหลีผ่านละครโทรทัศน์ชุดแดงจิ้งกิ๋ม*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.
- ปริตตา เฉลิมเผ่ากอนันต์กุล. (2541). *เผยร่าง-พรางกาย : ทดลองมองร่างภายในศาสนา ปรัชญาการเมือง ประวัติศาสตร์*. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- ปรัชญาพร ทองเกลี้ยง. (2553). *การศึกษาการรับรู้และการยอมรับรูปแบบ “ความสวยแบบเกาหลี” ของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร*. รายงานโครงการเฉพาะบุคคล. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ณัฐธิดา เมล์ทาง. (2555). *มายาคติความงามในโฆษณาเครื่องสำอางที่มีชีวิตจริงทางโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาวิชาสื่อสารมวลชน.

- ยุภาพร ขจรโกศล. (2556). *การนำเสนอตัวแบบด้านบวกของการทำ
คัลยกรรมเสริมความงามในนิตยสารแฟชั่นและบันเทิงไทยและ
การตอบสนองของวัยรุ่นสตรีไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหาร
คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, บัณฑิตวิทยาลัย.
- สระริลา ป้องพิมพ์. (2551). *การถ่ายทอดวัฒนธรรมเกาหลีผ่านภาพยนตร์
ซีรีส์ กรณีศึกษา: เรื่อง “แดจังกึม” จอมนางแห่งวังหลวง*. วิทยานิพนธ์
นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, บัณฑิต
วิทยาลัย, สาขาวิชานิเทศศาสตร์ธุรกิจ.
- สุริสา ประชาบาล. (2550). *กระบวนการจัดทำแผนการประชาสัมพันธ์เชิง
กลยุทธ์ไปรษณีย์ข้ามชาติ เกาหลีในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์
มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์,
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.
- อลิสรา วิทวัสกุล. (2549). *การประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ประเทศสาธารณรัฐ
เกาหลีผ่านละครโทรทัศน์แดจังกึมจอมนางแห่งวังหลวง*. วิทยา
นิพนธ์มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์,
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2549). *คลื่นวัฒนธรรมป๊อปเกาหลี Korea wave :
โฉมหน้าทุนวัฒนธรรมเอเชีย* (จุลสาร). กรุงเทพฯ: สำนักงาน
กองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- อ.รวิโรจน์. (2559). *สวยสั่งได้ด้วยคัลยกรรมเกาหลีพีเวอร์*. กรุงเทพฯ:
อนิเมทกรุ๊ป จำกัด.
- _____ (2552). *ขั้นตอนการทำสวยด้วยคัลยกรรม*. กรุงเทพฯ: อนิเมท
กรุ๊ป จำกัด.
- The Grand Plastic Surgery. (2559). *ไบเบิลคัลยกรรมเกาหลี*. กรุงเทพฯ:
อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์ลิซซิง.

- Cho, Younghan. (2011). “Desperately seeking East Asia amidst the popularity of south Korean pop culture in Asia”. *Asian Journal of Communication*. (March).
- Davis, Kathy. (2006). *Handbook of Gender and Women’ Studies*. London: Sage Publications.
- _____. (2003). *Dubious Equalities and Embodied Differences : Cultural Studies on Cosmetic Surgery*. Lanham, MD: Rowman and Littlefield.
- Dobke, Marek, Chung, Christopher, and Takabe, Kazuaki. (2006). Facial Aesthetic Preferences Among Asian Asian Women: Are All Oriental Asian the Same?. *Aesthetic Plastic Surgery*, 30:342-347.
- Eun-Shil, Kim. (2009). The Politics of the Body in Contemporary Korea. *Korea Journal*, 49(3): 5-14.
- Gimlin, Debra. (2000). Cosmetic Surgery: Beauty as Commodity. *Qualitative Sociology*, 21(1)
- Halliburton, Murphy. (2002). Rethinking Anthropological Studies of the Body: Manas and Bodham in Kerala. *American Anthropologist*, 104(4) : 1123-1134.
- Holliday, Ruth and Elfving-Hwang, Joanna.(2012). Gender, Globalization and Aesthetic Surgery in South Korea. *Body & Society*, 18(2): 58-81.
- Horkheimer, Max and Adorno, Theodore. (1972) 1993. “The Culture Industry: Enlightenment as Mass Deception,” in *Enlightenment as Mass Deception*, translated by John Cumming, London: Routledge.

- Hua, Wen. (2013). *Cosmetic surgery in China*. Hong Kong: Hong Kong University Press.
- Jone, Geoffrey. (2012). "A History of the Global Beauty Industry," in *Beauty Imagined*. New York: Oxford University Press.
- Kaw, Eugenia. (1997). Medicalization of racial features : Asian American Women and Cosmetic Surgery. *Medical Anthropology Quarterly* 71(1): 74-89.
- Kim, Youna. (2013). *Korea wave : korea media go Global*. London and New York : Routledge.
- Lakoff, Robin Tolmach and Scherr, Raquel L . (1985). *Face Value, the Politics of Beauty*. Boston : Routledge & Kegan Paul.
- Scruton, Roger. (2009). *Beauty*. Oxford: Oxford University press.
- Shilling, Chris. (1993). *The Body and Social Theory*. London: Sage Publications Ltd.
- Synnott, Anthony. (1993). *The Body Social : Symbolism, Self and Society*. Newyork: Routledge.
- Tseelon, Efrat. (1995). *The Masque of Femininity: The Presentation of Woman in Everyday Life*. London: Sage Publications Ltd.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และอื่นๆ

- โกสุม โอมพรนุวัฒน์. (2545). *โครงการแห่งความเจ็บปวด (The Suffering Project)* (Online). ค้นเมื่อ 28 เมษายน 2560, จาก <http://v1.midnightuniv.org/midarticle/newpage2.html>.
- ปวีตรา จินดาหารา. อาจารย์ภาควิชาการตลาด สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สัมภาษณ์. รายการเรื่องของเรื่อง, 14 กันยายน 2559.

- ผู้จัดการออนไลน์และ Stmstyle. (2556). *ทำไมคนเกาหลีถึงต้องศัลยกรรมทั้งประเทศ* (Online). ค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2559, จาก http://stmstyle.blogspot.com/2013/09/blog-post_1530.html
- พันธุ์เมธ ฒ ระนอง. ผู้จัดการองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเกาหลี. สัมภาษณ์. รายการเรื่องของ เรื่อง. 14 กันยายน 2559.
- โรงพยาบาลไอที. (2559). *มารู้จัก “วีไลน์” ศัลยกรรมหน้าเรียวยาวสไตล์เกาหลีกันเถอะ* (Online). ค้นเมื่อ 13 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.wonderful.in.th/v-line-id-hospital/>.
- สุภัทธ ทองเจริญ. (2557). *เกาหลีพีเวอร์* (Online). ค้นเมื่อ 20 พฤษภาคม 2559, จาก http://screamink.blogspot.com/2014/03/hallyu-hallyu-1990-1_6.html
- admin. (2549). *จากฉากละครสู่ Drama Tour* (Online). ค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2559, จาก <http://positioningmag.com/8355>
- Ah Jong. (2556). *อีดาแฮ (Lee Da Hae) ยอมรับทำศัลยกรรม (นิดหน่อย) ก่อนเข้าวงการ* (Online). ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2559, จาก <http://korea.tlcthai.com/อีดาแฮ-lee-da-hae-ยอมรับทำศัลยกรรม/>.
- BusinessInsider. (2556). *สวยแบบเกาหลี!! พัฒนาการและความก้าวหน้าของวงการศัลยกรรมเสริมความงาม* (Online). ค้นเมื่อ 19 พฤษภาคม 2559 <http://www.meeekhao.com/news/korea-surgery>
- ISAPS. (2016). *International society of Aesthetic Plastic Surgery* (Online). ค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.isaps.org/news/isaps-global-statistics>
- Korean kori. (2558). *รีวิว! คลินิกศัลยกรรมที่เกาหลี+สัมภาษณ์หมอ “ทำไมคนเกาหลีหน้าเหมือนกัน?”* (Online). ค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.dek-d.com/studyabroad/36587/>

- MGR Online. (2555). *สวยแบบเกาหลี – สวยแบบคัลๆ ที่ (ไม่) เจ็บปวด (แล้ว)* (Online). ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2559, จาก <http://www.manager.co.th/Entertainment/ViewNews.aspx?NewsID=9550000087109>
- Missbabycurly. (2558). *Review คัลยกรรมที่เกาหลีล้วนไม่มีไทยปน ผ่าทั้งหน้า ล้วนห่าอัปเดต 2 ปี by FB: Palm Pattararin* (Online). ค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2559, จาก <http://www.dodeden.com/forum/threads/5254/>
- Poplataklom. *10 แพทย์คัลยกรรมมือทองของเกาหลี โหวตให้ “คิมแทฮี” สาวที่มีดวงตาสวยที่สุด* (Online). ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2559, จาก <http://board.postjung.com/780419.html>.
- Sanook! Movie. (2553). *ปาร์คมินยอง รับ เคยทำคัลยกรรม หลังโดนแฉ ภาพรุ่นมัธยม* (Online). ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2559, จาก <http://movie.sanook.com/18292/>.
- Seoul Touchup. (2011). *World Plastic Surgery Statistics* (Online). ค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2559, จาก <http://visual.ly/world-plastic-surgery-statistics>
- Stm Style. (2558). *รีวิwcัลยกรรมที่ประเทศเกาหลี* (Online). ค้นเมื่อ 28 เมษายน 2560, จาก <http://stmstyle.blogspot.com/2015/06/blog-post.html>