



การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา
คลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง

โดย

นางสาวศิริพรรณ รุ่งสาโรจน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา
คลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง

โดย

นางสาวศิริพรรณ รุ่งสาโรจน์



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต
สาขาวิชาสื่อสารมวลชน
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2560
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

COMMUNICATION OF BODY ON FACEBOOK:
CASE STUDY WOMEN WORKOUT VIDEO CLIPS

BY

MISS SIRIPAN RUNGSAROJ



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2017
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวศิริพรรณ รุ่งสาโรจน์

เรื่อง

การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา คลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (สื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2561

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.พรรษา รอดอาดัม)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(รองศาสตราจารย์กิติมา สุรสอนิ)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....
(อาจารย์ ดร.พิทยา พลพะลิวัลย์)

คณบดี

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานูนวงศ์)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา คลิปปิวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง
ชื่อผู้เขียน	นางสาวศิริพรรณ รุ่งสาโรจน์
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	อาจารย์ ดร. พรรษา รอดอาตม์
ปีการศึกษา	2560

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง“การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา คลิปปิวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเข้าถึงและสื่อสารคลิปปิวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง ลักษณะการสื่อความหมายกับผู้รับสาร และศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมคลิปปิวิดีโอออกกำลังกาย ในแง่ของการปฏิบัติเมื่อได้รับชมและการนำไปใช้ประโยชน์ โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) และแนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของเดวิด มอร์เลย์ (David Morley) เพื่อเป็นแนวทางในการหาคำตอบของการวิจัยครั้งนี้

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience Analysis) หรือผู้ใช้สื่อ ซึ่งในที่นี้คือ กลุ่มคนที่ออกกำลังกายจากการชมคลิปปิวิดีโอออกกำลังกายจากเฟซบุ๊ก โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) ทั้งนี้ประเด็นหลักของการศึกษาคือ การพิจารณากลุ่มคนที่มีประสบการณ์การออกกำลังที่แตกต่างกัน มีลักษณะการใช้ประโยชน์จากการชมคลิปปิวิดีโอออกกำลังกาย ได้นำไปปฏิบัติอย่างไรหลังจากการรับชม โดยผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม ตามประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย ได้แก่ 1. กลุ่มเริ่มต้นออกกำลังกาย 2. กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร และ 3. กลุ่มที่มีประสบการณ์และต้องการพัฒนาการออกกำลังกายที่ถูกต้องตามหลักวิทยาศาสตร์การกีฬา โดยเลือกผู้ที่ติดตามเพจสอนออกกำลังกาย มีการแชร์คลิปปิวิดีโอออกกำลังกายจากเพจที่ตนเองติดตามในหน้าเฟซบุ๊กส่วนตัวของตนเอง หรือมีการแสดงความคิดเห็นภายใต้คลิปหรือบทความของเพจที่ตนเองติดตามอยู่บ่อยครั้ง และเกิดการปฏิบัติตามคลิปปิวิดีโอสอนออกกำลังกายมาอย่างละ 3 คน รวมทั้งหมด 9 คน ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพึงพอใจในการเปิดรับเรื่องการออกกำลังกายผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก ที่ในปัจจุบันได้ให้พื้นที่เรื่องการออกกำลังกายมากขึ้น ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเปิดรับเพลงสอนออกกำลังกายที่ตอบสนองความสนใจและความต้องการของตนเองได้มากที่สุด อีกทั้งเฟซบุ๊กยังช่วยทำให้ผู้รับสารสะดวกในการเปิดรับข้อมูลด้านการออกกำลังกายและโภชนาการ โดยเฉพาะเมื่อเปิดรับผ่านโทรศัพท์มือถือเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีการเข้าใช้งานแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กบ่อยครั้ง ข้อมูลที่ได้รับยังเป็นข้อมูลที่ทันสมัย รวดเร็วทันกระแสสังคม นอกจากนี้ด้านคุณลักษณะของเฟซบุ๊กที่สามารถติดตาม (see first) และบันทึก (save) ในเพลงสอนออกกำลังกายและคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่ตนเองชื่นชอบและสนใจเป็นพิเศษ เพื่อจะได้เปิดรับเฉพาะข้อมูลที่ตนเองสนใจที่สุด นอกจากนี้สื่อเฟซบุ๊กยังสามารถตั้งคำถามกลับไปยังผู้โพสต์คลิปออกกำลังกายที่เขาเลือกเปิดรับได้เมื่อเกิดข้อสงสัย ผ่านทางการแสดงความคิดเห็น (comment) หรือการสอบถามผ่านทางข้อความ (message) ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นการสื่อสารสองทางและเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างและเจ้าของเพลงออกกำลังกายอีกด้วย

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพลงสอนออกกำลังกายแต่ละคนมีแนวทางในการใช้ประโยชน์และเกิดการพึงพอใจในระดับที่แตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับความสนใจและความต้องการของแต่ละบุคคล จึงมีการเลือกติดตามเพลงสอนออกกำลังกายที่สามารถให้ชุดความรู้ที่สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจนำไปใช้ประโยชน์กับตนเองให้มากที่สุดโดยแบ่งตามประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย 3 กลุ่ม ดังนี้ 1) กลุ่มเริ่มต้นออกกำลังกาย เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีพื้นฐานเรื่องการออกกำลังกายและไม่เคยสนใจเรื่องการออกกำลังกายมาก่อนและได้รับชุดความรู้จาก “สื่อบุคคล” ที่มีความน่าเชื่อถือทั้งหมด เทรนเนอร์และเพื่อนที่มีประสบการณ์ให้คำแนะนำและชักชวนให้หันมาสนใจเรื่องการออกกำลังกาย ถึงแม้จุดเริ่มต้นที่หันสนใจการออกกำลังกายจะเป็นปัญหาสุขภาพ แต่เมื่อได้ออกกำลังกายและสุขภาพก็ดีขึ้น เป้าหมายก็เปลี่ยนไปจากการมีสุขภาพที่ดี แปรเปลี่ยนเป็นเพื่อมีรูปร่างที่ดีโดยได้รับวาทกรรมของการมีรูปร่างที่ดีทั้งจากคนรอบข้างและตัวของกลุ่มตัวอย่างเองที่ต้องการจะมีรูปร่างที่ดี จึงแสวงหาสื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้ คือ สื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานบ่อยและมีการเข้าใช้งานความถี่บ่อยครั้งต่อวัน ในเบื้องต้นกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ต้องการจะมีรูปร่างที่เป็นไปตามวาทกรรมหลักของการมีรูปร่างที่ดี จึงต้องการเปิดรับเพลงสอนออกกำลังกายที่เน้นเนื้อหาสอนท่าทาง ลดหรือเพิ่มสัดส่วนที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการสื่อสารเนื้อหาของเพลง Bebe fit routine ที่ผลิตคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแบบแจกท่าและมีเนื้อหาที่เข้าใจง่าย ทำไม่ยาก คนที่ไม่มีพื้นฐานก็สามารถออกกำลังกายตามได้ โดยเลือกใช้บ้านเป็นสถานที่หลักในการออกกำลังกายเนื่องจากมองว่าสะดวกกว่า อยากรจะออกกำลังกายเมื่อไหร่ก็สามารถทำได้ 2) กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญ

ในเรื่องของการออกกำลังกายมาก่อนและเมื่อเริ่มศึกษาเพิ่มเติมจึงทราบว่า การจะมีรูปร่างที่ดีได้นั้น จำเป็นจะต้องได้รับการทานอาหารที่ดีควบคู่กัน กลุ่มตัวอย่างมีความกังวลเรื่องการรับประทานอาหารเป็นอย่างมาก จนเกิดผลกระทบทั้งในเรื่องการเข้าสังคมและสุขภาพจิตใจ กลุ่มตัวอย่างต้องการจะปรับเปลี่ยนทัศนคติเรื่องการรับประทานอาหารของตนเอง จึงแสวงหาสื่อที่จะสามารถให้ความรู้ทั้งเรื่องการออกกำลังกายและอาหาร จึงได้เปิดรับเพจชนิดนี้ที่มีลักษณะเน้นการสื่อสารเนื้อหาสาระทั้งการออกกำลังกายและอาหาร นอกจากจะให้ความรู้เรื่องการออกกำลังกายและอาหารเพื่อสุขภาพแล้วนั้น ยังพยายามสื่อสารกับผู้ติดตามเพจให้มีสมดุลในการใช้ชีวิต คือ ออกกำลังกายและทานอาหารอย่างมีความสุข คือ การมีสังคมที่ต้องอยู่ร่วมและยอมรับในรูปร่างของตนเองคือ สวยในแบบของตนเอง

3) กลุ่มที่มีประสบการณ์และต้องการพัฒนาการออกกำลังกายที่ถูกต้องตามหลักวิทยาศาสตร์การกีฬา เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์และความรู้เรื่องการออกกำลังกายผ่านการสะสมความรู้ด้วยตนเอง รวมถึงการเรียนรู้จากสื่อต่างๆ ทั้งสื่อบุคคลที่สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญอย่างเทรนเนอร์ แวดวงที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน จนก่อให้เกิดเป็นความรู้และนำไปเผยแพร่และบอกต่อแก่ผู้คนรอบข้างได้ แต่ความรู้นั้นไม่มีสิ้นสุด กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้จึงต้องการจะแสวงหาความรู้เพื่อเพิ่มพูนความรู้และความมั่นใจให้กับตนเอง และงานที่จำเป็นจะต้องใช้ความรู้เรื่องการออกกำลังกายมาสร้างความเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างจึงจำเป็นต้องเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายอยู่เสมอ กลุ่มตัวอย่างจึงต้องการจะเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายที่ให้ความรู้ในเชิงลึก ที่เป็นทฤษฎีความรู้วิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อจะมาพัฒนาความรู้ของตนเองให้ดียิ่งขึ้น จึงเลือกเปิดรับเพจ Be fit and Eat well มีลักษณะการสื่อสารเนื้อหาที่เน้นความรู้ในเชิงลึก เป็นทฤษฎีวิทยาศาสตร์กีฬา และการออกกำลังกายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งเนื้อหาที่ให้ความรู้จะค่อนข้างลึกและละเอียดต้องอาศัยประสบการณ์และความรู้เพื่อทำความเข้าใจในเนื้อหา ซึ่งก็สอดคล้องกับความรู้และประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างจึงสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระได้ดี

คำสำคัญ: คลิบัติโอออกกำลังกาย, สื่อสารร่างกาย, เฟซบุ๊ก, รูปร่าง

Thesis Title	COMMUNICATION OF BODY ON FACEBOOK: CASE STUDY WOMEN WORKOUT VIDEO CLIPS
Author	Miss Siripan Rungsaroj
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Journalism and Mass Communication Thammasat University
Thesis Advisor	Pansa Rawd-ard, Ph.D.
Academic Year	2017

ABSTRACT

The purposes of this research, “Communication of body on Facebook: case study women workout video clips,” are to study women’s access and interaction to workout videos, the characteristics of the videos’ communication towards audience, usage and satisfaction received from viewing in terms of practical usage. This study is based on Uses and Gratification theory, as well as the new audience analysis concept by David Morely.

This qualitative research aims to analyze audience (media users), who exercise according to workout videos on Facebook. The author used in-dept interview for her data collection. The purposes of this study is to consider people who have different exercising experiences, benefit from viewing exercise videos and practice from such videos. The sample group is separated into 3 groups according to the members’ experiences and knowledge on exercising, namely, those who are beginners, those who focus on exercising and food, and those who are experienced and want to develop their workout according to proper sport science. The researcher choses followers of exercising fanpages who have shared the pages’ workout clips on their own Facebook or have often commented on the clips or article posted on the pages or have practiced after the clips. The researcher choses 3 followers from 3 pages, thus 9 samples in total, by purposive sampling.

The study finds that the sample group is satisfied with accessing information about exercising via Facebook, which recently has featured more workout-related contents and allowed them to best respond to their interests and needs. Furthermore, Facebook is a convenient way for viewers to receive information on exercising and nutrition, especially via mobile phones for the sample group often access the Facebook mobile application and the information is updated and trendy. Also, viewers can select 'see first' on the pages and 'save' exercising videos they find especially interesting or like, so that they can receive such information promptly. Additionally, viewers can 'comment' on the pages' posts or 'send message' to the page when they have questions, a two-way communication and interaction between the sample group and the owners of the exercising page.

In terms of satisfaction and utility, the sample group display different results according to their personal interests and needs. The members of the group thus choose to follow the pages that offer knowledge that best respond to their needs and interests and best benefit them. The members are divided into 3 groups according to their experiences and knowledge on exercising. The first group is beginners — those without basic knowledge on or have not previously been interested in exercising, and learn from credible 'personal media,' such as doctors, trainers, and experienced friends who give them suggestions and invite them to exercise. Although the fundamental reason that leads them to working out is health-related, the members of this group change their goal once they have started and beget better health. The new goal is being fit, growing from discourse on being fit from those around them and themselves. They thus find media, that is Facebook, which the members access regularly, that would help them attain such goal. Primarily, the members of the sample group want to develop their physical shape after the discourse of 'being fit,' so they sought for the pages that focus on teaching steps for toning and building muscles. This agrees with the content of the page 'Bebe Fit Routine,' which produces clips that explain steps and are easy to understand. The steps are not overly difficult for beginners to learn. The beginners choose their house as the main venue for exercising because it is more convenient and they can workout whenever they want. The second group is those who focus on

exercising and food. These are people who previously expressed interest in exercising and upon further research found that 'being in shape' needs a good diet. The group is greatly concerned with eating to the point that it affects socializing and mental health. The members want to alter their attitudes on eating, so they sought for media that teaches about both exercising and nutrition. The 'Shanee Mee Glarm' Facebook page responds to this desire for it offers information on both food and workout activities. Furthermore, it communicates to its followers about a balanced lifestyle — to exercise and eat happily while still socialize and accept their physical shapes as beautiful in their own way. The third group is those who are experienced and want to develop their workout routine according to proper sport science. The members of this group learn about exercising through self-help as well as from different media, personal media, such as, trainers. Their social circle leads to an exchange of information, which in turn leads to knowledge which can be spread to others. However, there is no end to such knowledge; the members sought for more to give themselves more confidence, or more credibility if they work in the fields that require knowledge on exercising. Thus, they look for the pages that offer in-depth information, sport science theories which would boost their know-how. The page 'Be Fit Eat Well' answers this prompt for it posts in-depth knowledge and sport science theories on how to exercise more effectively. The content is quite detailed and requires experience and know-how to understand, which corresponds with the group's characteristics.

Keywords: workout clips, communication, Facebook, figure

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. พรรษา รอดอาตม์ ที่ให้คำปรึกษาและชี้แนะให้งานวิจัยเล่มนี้เป็นรูปเป็นร่าง ขอบคุณอาจารย์ที่อดทนและน่ารักกับผู้วิจัยมาตลอด อาจารย์คอยให้กำลังใจ และให้ความรู้ในการทำวิจัยในห้องเรียนไม่มี ช่วยเปิดโลกทัศน์ต่างๆ ให้ผู้วิจัยได้เห็นมุมมองที่กว้างขึ้น งานวิจัยเล่มนี้จะไม่สำเร็จเลยหากขาดความเมตตาจากอาจารย์ และงานวิจัยเล่มนี้จะสมบูรณ์ครบถ้วนไม่ได้เลยหากขาดความช่วยเหลือจากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 9 คน ที่สละเวลาส่วนตัวและเวลางาน ให้ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ทั้งพี่น้องหนอง พ้ออัน น่องปึก คุณกวาง คุณเพต คุณพลอย คุณหญิง พี่แป๊ะและพี่ปริม ที่ยินดีให้ข้อมูลและเป็นกันเองกับผู้วิจัยมาก

ขอบคุณแม่ น้ำ และแม่ป๋ม ที่เชื่อมั่นในลูกคนนี้และสนับสนุนทุนทรัพย์ในการเรียนปริญญาโท การทำวิจัยครั้งนี้ทำให้รู้ว่านอกจากจะใช้ต้องอดทนและพยายามอย่างมากสิ่งหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยก้าวมาถึงจุดนี้ได้คือ การช่วยเหลือจากเพื่อนๆ และกำลังใจดีๆ จากคนรอบตัว ขอบคุณพี่เตย พี่นัท ดาว ที่คอยให้คำปรึกษาแนะแนวทางให้กับผู้วิจัยด้วยความเต็มใจ ผู้วิจัยซาบซึ้งมาตลอด ขอบคุณมินท์ที่เป็นเพื่อนที่ดีคอยช่วยเหลือทุกอย่าง ขอบคุณดาร์ ฝ่ายและครอบครัวพี่เอื้อยที่คอยอำนวยความสะดวกในหลายๆ ขั้นตอนของงานวิจัย ขอบคุณพี่กานต์ที่ช่วยเหลือคอยรับส่งน้องสาว ในช่วงโค้งสุดท้ายให้ทุกอย่างราบรื่นไปด้วยดี ขอบคุณชาวคนดีศรีอยุธยาที่คอยสร้างเสียงหัวเราะและเป็นกำลังใจในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอบคุณสุนิที่เป็นเพื่อนที่ดี สุขและทุกข์ไปด้วยกันเสมอ ขอบคุณกำลังใจดีๆ ที่คอยถามไถ่กันมาตลอดในช่วงระยะเวลาที่ทำวิจัยทั้งจากไฮเทค ซาติ ไพลิน และอีกหลายๆ คน และขอบคุณซีที่ถึงแม้จะอยู่ไกลกัน แต่ก็เข้าใจในช่วงที่เราไม่มีเวลาให้และคอยเป็นกำลังใจให้กันมาเสมอ

นางสาวศิริพรรณ รุ่งสาโรจน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญตาราง	(15)
สารบัญภาพ	(16)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 ปัญหานำวิจัย	26
1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย	26
1.4 ขอบเขตงานวิจัย	26
1.5 นิยามศัพท์	27
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	28
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	29
2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับร่างกาย	29
2.1.1 ร่างกายในมุมมองของการสื่อสาร	29
2.1.2 โครงการร่างกาย	32
2.1.2.1 ร่างธรรมชาติ (Naturalistic Body)	34
2.1.2.2 ร่างสร้างโดยสังคม (Socially Constructed Body)	35
2.1.2.3 ร่างอารยะ (Civilized Body)	37
2.2 แนวคิดเรื่องการออกกำลังกาย	39

2.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses & Gratification Theory)	45
2.4 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของ David Morley	48
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)	51
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
2.6.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการออกกำลังกาย	59
2.6.2 งานวิจัยเกี่ยวกับรูปร่าง	61
2.6.3 งานวิจัยเกี่ยวกับคลิป์วิดีโอ	62
2.6.4 งานวิจัยเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก	64
2.6.5 งานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชนอื่นๆ ที่นำเสนอข้อมูลสุขภาพ	65
บทที่ 3 ระเบียบวิธีการวิจัย	67
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	67
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	68
3.3 วิธีการเก็บข้อมูล	68
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล	69
3.5 การวิเคราะห์และการสรุปผลข้อมูล	69
3.6 การนำเสนอข้อมูล	72
บทที่ 4 ผลการศึกษาการสื่อสารของเพจสอนออกกำลังกายในสื่อเฟซบุ๊ก	73
4.1 ผู้ส่งสาร (Sender)	73
4.1.1 เพจ Bebe Fit Routine	74
4.1.2 เพจ Be fit and Eat well	75
4.1.3 เพจชะนีมีกล้ามเนื้อ	76
4.2 สาร (Message)	77
4.2.1 เพจ Bebe Fit Routine	77
4.2.1.1 คลิป์วิดีโอสอนทำอาหาร	78
4.2.1.2 คลิป์วิดีโอออกกำลังกายที่เน้นโฆษณาสินค้า	79
4.2.1.3 คลิป์วิดีโอออกกำลังกายที่ฟิตเนสหรือสวนสาธารณะ	80
4.2.1.4 คลิป์วิดีโอสอนออกกำลังกาย	81

	(10)
4.2.2 เพลง Be fit and Eat Well	87
4.2.2.1 คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร	88
4.2.2.2 คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย	89
4.2.3 เพลงชนะนี้มีกลิ่น	95
4.2.3.1 คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร และคลิปให้ความรู้เรื่องโภชนาการ	95
4.2.3.2 คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ฟิตเนสหรือสวนสาธารณะ	98
4.2.3.3 คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย	101
4.2.3.4 คลิปวิดีโอ Question & Answer	103
4.3 ช่องทางการสื่อสาร (Channel)	108
4.3.1 เพลง Bebe fit routine	108
4.3.1.1 การโพสต์ภาพถ่ายพร้อมข้อความบรรยาย	108
4.3.1.2 การโพสต์คลิปวิดีโอพร้อมคำบรรยาย	109
4.3.2 เพลง Be fit and Eat well	110
4.3.2.1 การโพสต์บทความ	110
4.3.2.2 การโพสต์คลิปวิดีโอพร้อมคำบรรยาย	110
4.3.3 เพลงชนะนี้มีกลิ่น	111
4.3.3.1 การโพสต์ภาพถ่ายพร้อมข้อความบรรยาย	111
4.3.3.2 การโพสต์คลิปวิดีโอพร้อมคำบรรยาย	112
4.3.3.3 การถ่ายทอดสด (Live)	113
4.4 ผู้รับสาร (Receiver)	113
4.4.1 เพลง Bebe fit routine	114
4.4.2 เพลง Be fit and Eat well	116
4.4.3 เพลงชนะนี้มีกลิ่น	119
 บทที่ 5 ผลการวิจัย	 127
5.1 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ที่เปิดรับชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย จากสื่อ เฟซบุ๊ก	127
5.1.1 การวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพลงสอนออกกำลังกาย ผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก	127
5.1.1.1 กลุ่มเริ่มต้นออกกำลังกาย	129

	(11)	
5.1.1.2	กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร	134
5.1.1.3	กลุ่มที่มีประสบการณ์และต้องการพัฒนาการออกกำลังกายที่ถูกต้องตามหลักวิทยาศาสตร์การกีฬา	140
5.1.2	สภาวะทางสังคมและจิตใจ	148
5.1.3	ความต้องการและจำเป็นของบุคคล	149
5.1.3.1	ความต้องการมีรูปร่างที่ดี	149
5.1.3.2	ความต้องการมีสุขภาพที่ดี	150
5.1.4	ความคาดหวังจากการเปิดรับสื่อมวลชนและแหล่งข่าวสาร	150
5.4.1.1	ความน่าเชื่อถือจากผู้ส่งสาร	151
5.4.1.2	ความหลากหลายของเนื้อหาและฟังก์ชันการทำงานของสื่อเฟซบุ๊ก	152
5.1.5	รูปแบบจากสื่อที่เลือกเปิดรับ	153
5.1.6	การได้รับความพึงใจตามความต้องการ	157
5.1.6.1	ความพึงพอใจในการรับข้อมูลผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก	157
5.1.6.2	ความพึงพอใจในประเภทของเนื้อหา	158
	(1) ได้รับความพึงพอใจที่ได้ความรู้เรื่องท่าออกกำลังกาย	158
	(2) ความพึงพอใจที่ได้ความรู้สามารถเปลี่ยนทัศนคติ	158
	(3) ได้รับความรู้เพิ่มเติมเพื่อมาพัฒนาความรู้เดิม	160
5.1.6.3	ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ	161
	(1) ความพึงพอใจเฉพาะรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย	161
	(2) ความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายและรูปแบบอื่นๆ	161
5.1.7	การได้รับผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจไม่ใช่ผลที่มุ่งหวังไว้	162
5.1.7.1	ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลถึงเรื่องงาน	163
5.1.7.2	ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลในระดับตนเอง	163
5.1.7.3	ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลไปถึงผู้อื่น	164
5.2	การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร	165
5.2.1	การจดจำได้ (Recognition)	166
5.2.2	ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)	167
5.2.2.1	ความเข้าใจเนื้อหาสารจากเพจ Bebe fit routine	168
5.2.2.2	ความเข้าใจเนื้อหาสารจากเพจชานีมีกล้าม	169

	(12)
5.2.2.3 ความเข้าใจเนื้อหาสารจากเพจ Be fit and Eat well	169
5.2.3 การตีความหมายจากสาร	170
5.2.4 การมีปฏิกิริยาตอบสนอง (Response)	171
5.2.4.1 ปฏิกิริยาตอบสนองผ่านสื่อเฟซบุ๊ก	171
5.2.4.2 ปฏิกิริยาตอบสนองผ่านพฤติกรรมของผู้รับสาร	172
5.3 การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)	173
5.3.1 ความสนใจในการเปิดรับ (Attention)	173
5.3.1.1 ความสนใจในเนื้อหา	173
5.3.1.2 ภาษาการสื่อสารภายในเพจและระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตาม	174
5.3.1.3 รูปแบบการนำเสนอ	175
5.3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะดู (Reflexive)	176
5.3.2.1 ไตร่ตรองรูปร่างของเจ้าของเพจ	176
5.3.2.2 ไตร่ตรองความถูกต้องของเนื้อหาและท่าออกกำลังกาย	177
5.3.2.3 ไตร่ตรองอุปกรณ์ออกกำลังกายและสถานที่	178
5.3.3 ช่วงเวลาที่ดู (Temporal Organization)	178
5.3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างใช้สื่อ	179
5.4 การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร	179
บทที่ 6 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	183
6.1 สรุปผลการวิจัย	184
6.1.1 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้หญิง : การให้พื้นที่เรื่อง การออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก	184
6.1.1.1 ลักษณะการสื่อสารความหมายระหว่างผู้ทำคลิปและผู้รับสาร การสื่อสารภายในคลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง	184
(1) เพจ Bebe fit Routine	185
(2) เพจชะนีมีกลิ่น	185
(3) เพจ Be fit and Eat well	185
6.1.1.2 ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสอดคล้องกับการเข้าถึงเพจ สอนออกกำลังกาย	186
(1) กลุ่มที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกาย	186

	(13)
(2) กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร	186
(3) กลุ่มที่ประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย	187
6.1.1.3 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้หญิงในคลิปรีดิโอ ออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก	188
(1) สภาวะทางสังคมและจิตใจ	188
(2) ความต้องการและจำเป็นของบุคคล	188
(3) ความคาดหวังจากการเปิดรับสื่อมวลชนและแหล่งข่าว	189
(4) รูปแบบจากสื่อที่เลือกเปิดรับ	189
(5) การได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ	190
(6) การได้รับผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจไม่ใช่ผลที่มุ่งหวังไว้	190
6.1.2 การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร	191
6.1.2.1 การจดจำได้ (recognition)	191
6.1.2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)	191
6.1.2.3 การตีความหมาย (Interpretation)	192
6.1.2.4 การมีปฏิกิริยาตอบสนอง (Response)	192
6.1.3 การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ	192
6.1.1.3 ความสนใจในการเปิดรับ (Attention)	192
6.1.1.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะดู (Reflexive)	193
(1) ไตร่ตรองรูปร่างของเจ้าของเพจ	193
(2) ไตร่ตรองความถูกต้องของเนื้อหาและท่าออกกำลังกาย	193
(3) ไตร่ตรองอุปกรณ์ออกกำลังกายและสถานที่	194
6.1.1.3 ช่วงเวลาที่ดู (Temporal Organization)	194
6.1.1.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างใช้สื่อ	194
6.1.4 การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร	194
6.1.4.1 กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมคลิปจากสื่อเฟซบุ๊กเป็นหลักในการ ออกกำลังกาย	195
6.1.4.2 กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมคลิปออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊กควบคู่กับ การออกกำลังกายในฟิตเนส	195
6.2 อภิปรายผล	197
6.2.1 ร่างสร้างโดยสังคมและทุนทางวัฒนธรรม	198
6.2.2 พื้นที่สื่อใหม่กับการออกกำลังกาย	199

	(14)
6.2.3 สื่อใหม่กับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและแนวคิดผู้รับสาร แนวใหม่	201
6.2.4 ทฤษฎีสตรีนิยม	202
6.3 ข้อเสนอแนะ	203
รายการอ้างอิง	204
ประวัติผู้เขียน	210



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 การจัดอันดับการสูญเสียปีสุขภาวะของประชากรไทยระหว่างปี พ.ศ. 2552 และ 2557 จำแนกตามเพศและสาเหตุ	5
4.1 ประเภทของคลิป์วิดีโอสอนออกกำลังกายในเพจ Bebe fit routine	85
4.2 ประเภทของคลิป์วิดีโอสอนออกกำลังกายในเพจ Be fit and Eat Well	92
4.3 ประเภทของคลิป์วิดีโอสอนออกกำลังกายในเพจ ชะนีมีกล้ามเนื้อ	106
4.4 สรุปเพจออกกำลังกายในเฟซบุ๊กภายใต้กระบวนการสื่อสารของเบอร์โล SMCR Model	122
5.1 ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง	128



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 Info graphic การออกกำลังกายแบบง่ายๆ แค่วัยเท่ากับออกกำลังกาย	8
1.2 Info graphic รมรงค์โรงการ แค่วัยเท่ากับออกกำลังกาย	9
1.3 facebook สอนการออกกำลังกาย	13
1.4 เพลงสอนออกกำลังกายและการดูแลสุขภาพ	14
1.5 ภาพดาราชวีรูปร่างของ อารยา เอ ฮาเก็ต	17
1.6 ภาพดาราชวีรูปร่างของ เจนนี เทียนโพธิ์สุวรรณ	18
1.7 ภาพดาราชวีรูปร่างของ คิมเบอร์ลี แอน เทียมศิริ	18
1.8 การพูดคุยอย่างเป็นกันเองระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตามเพจ Facebook: ชะนีมีก้าม	20
1.9 เปรียบเทียบของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เปรียบเทียบตามประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้	21
2.1 ทำ Squat With Side Leg Lift	41
2.2 ทำ Down Dog Abs	41
2.3 ทำ Plank With Arm Circle	42
2.4 ทำ bicycle crunch	42
2.5 ทำ hopscotch	43
2.6 ทำ High-Knee Run	43
2.7 ทำ Mountain Climber	44
2.8 ทำ Cross-Jack	44
2.9 แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ (1974)	47
2.10 Facebook Functionalities	57
2.11 เพลงสมาคมสาวฟิตเนส และเพลง Best Shape Healthy	58
4.1 เฟซบุ๊กแฟนเพจ Bebe Fit Routine	74
4.2 ตัวอย่างความคิดเห็นจากผู้ติดตามเพจ Bebe Fit Routine กล่าวชื่นชมแบบเป็นต้นแบบในการออกกำลังกายและอยากจะมีหุ่นที่ดีเหมือนแบบ	75
4.3 เฟซบุ๊กแฟนเพจ Be fit and Eat Well	75
4.4 เฟซบุ๊กแฟนเพจ ชะนีมีก้าม	76
4.5 คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร	78

4.6	การทำอาหารโดยมีเจ้าของแบรนด์ส่งผลิตภัณฑ์มาให้เพื่อโฆษณาสินค้า (กีวี zespri)	78
4.7	การแต่งกายด้วยชุดออกกำลังกายขณะทำอาหาร	79
4.8	คลิปวิดีโอออกกำลังกายโดยเป็นการออกกำลังกายที่ฟิตเนส มีเทรนเนอร์คอยแนะนำท่า	80
4.9	คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่เบเบ้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการการออกกำลังกายที่สามารถ ทำท่าที่ยากขึ้นได้	81
4.10	คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย สถานที่มักจะเป็นบริเวณรอบๆ คอนโด เน้นการสอน โดยไม่ใช้อุปกรณ์ และใช้บันไดเป็นตัวช่วยในการออกกำลังกายแทนอุปกรณ์	82
4.11	ตัวอย่างคำบรรยายในคลิปสอนออกกำลังกาย อธิบายท่าทางที่สอนในแต่ละคลิป พร้อมกับบอกจำนวนครั้งและเซทที่ควรปฏิบัติตาม	83
4.12	เพลง Bebe fit routine ที่มียอดจำนวนการชมมากที่สุด	84
4.13	ท่า Weight training	86
4.14	อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับมันหวาน ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการทำอาหารครั้งนี้	89
4.15	ตัวอย่างคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย สถานที่ที่ใช้คือ ที่พักของผู้สอนและแต่งกาย ชุดออกกำลังกายที่เรียบง่าย	90
4.16	เพลง Be fit and Eat well ที่มียอดจำนวนการชมมากที่สุด	91
4.17	ท่า Dynamic Stretching และ Static Stretching	93
4.18	โค้ชเอนจะไม่เน้นสถานที่และอุปกรณ์ในการสอนมากนัก อุปกรณ์ที่ใช้ส่วนใหญ่ จะมีแค่ foam roller สถานที่ในการสอนออกกำลังกายมักจะเป็นในที่พักของตนเอง	94
4.19	ภาพคลิปวิดีโอสอนทำอาหารสำหรับมนุษย์ office	95
4.20	คลิปวิดีโอให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกทานซ็อกโกแลตให้มีประโยชน์ต่อร่างกาย	96
4.21	คลิปวิดีโอสอนทำขนม ตัดต่อกราฟิกเพื่อความสวยงาม จัดแสงและสถานที่ ในการถ่ายทำ	97
4.22	คลิปวิดีโอสอนทำอาหารคาว ตั้งกล้องโทรศัพท์และมีการพูดคุยกับผู้ชมขณะทำอาหาร	98
4.23	คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ฟิตเนส	98
4.24	ภาพจากคลิป Tires workout ออกกำลังกายในฟิตเนส มีเพียงการโชว์ท่าและ คำบรรยายใต้คลิป บอกเพียงชื่อท่าและจำนวนครั้งที่ควรปฏิบัติตาม	99
4.25	คลิปออกกำลังกายในฟิตเนสของคุณโบคา ที่โชว์ความสามารถในการทำ Human flag	100
4.26	ภาพคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ใช้ฟิตเนสเป็นสถานที่สอน	101
4.27	คุณโบคาจะมีการกล่าวทักทายผู้ชม เกริ่นถึงเนื้อหาก่อนจะสอนและจำนวนครั้งที่ ควรปฏิบัติ	102

4.28	คลิป 12 ท่า plank หุ่นดีได้ไม่น่าเบื่อ คุณโบคาได้สอนท่า plank ใหม่ ๆ ให้กับผู้ชม	103
4.29	คลิปวิดีโอ Live facebook คุณโบคาคุยกับผู้ชม	103
4.30	เพลงชะนีมีกลิ่น ที่มียอดจำนวนการชมมากที่สุด	105
4.31	ท่า TRX	106
4.32	ตัวอย่างภาพในแต่ละวันที่เบเบ้โพสต์ ส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์	109
4.33	ตัวอย่างการโพสต์บทความให้กำลังใจผู้ติดตามเพจ จากเพจ Be fit and Eat well	110
4.34	ตัวอย่างภาพในแต่ละวันของคุณโบคา กิจกรรมที่ทำและภาพอาหารที่ทำทานเอง	111
4.35	คลิปวิดีโอให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ	112
4.36	ความคิดเห็นใต้คลิปวิดีโอ Question & Answer บางความคิดเห็นจะมีผู้ติดตามด้วยกันเองมาช่วยตอบคำถาม	113
4.37	ความคิดเห็นจากผู้ติดตามเพจ Bebenefit routine ชื่นชมและขอบคุณเบเบ้ที่เป็นแรงบันดาลใจในการออกกำลังกาย	114
4.38	ภาพการโพสต์ข้อความถามความคิดเห็นของผู้ติดตามเพจ และภาพคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มาจากความต้องการของผู้ติดตามเพจ	115
4.39	ผู้ติดตามเพจถามคำถามหรือแสดงความคิดเห็นหลังจากได้ชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย และเบเบ้ไม่ได้มาตอบคำถามหรือให้คำแนะนำ แต่เป็นผู้ที่ติดตามเพจด้วยกันเองมาช่วยให้คำแนะนำ	116
4.40	ตัวอย่างความคิดเห็นจากผู้ติดตามเพจ Be fit and Eat Well จากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย	117
4.41	การตอบคำถามของโค้ชเอนิที่ให้ผู้ติดตามไปตามอ่านบทความที่ตนเคยเขียนไว้ และส่วนใหญ่โค้ชเอนิจะเป็นผู้ตอบคำถามเอง	118
4.42	ตัวอย่างบทความที่โค้ชเอนิเขียน และความคิดเห็นของผู้ที่ติดตามเพจนี้มักจะเข้าใจและใช้ศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การกีฬา	119
4.43	ตัวอย่างความคิดเห็นจากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ความคิดเห็นประเภทชื่นชมรูปร่างและวิธีการสอน	120
4.44	ความคิดเห็นโชว์ภาพขนมที่ได้ทำตามคลิป	120

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การออกกำลังกายนั้นมีประโยชน์ต่อร่างกายของเรา ทั้งช่วยให้สุขภาพแข็งแรง เพิ่มพูนสมรรถภาพทางกาย ช่วยให้รูปร่างดีขึ้น ชะลอความแก่ ป้องกันโรคภัยไข้เจ็บ โดย รศ.นพ.อภิชาติ อัครวงศลกุล (2553) ได้แนะนำว่า ผู้ที่ออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอจะส่งผลให้สุขภาพแข็งแรง ระบบต่างๆ ในร่างกายทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งช่วยระบบไหลเวียนของเลือดให้ทำงานได้ดี ไปเลี้ยงส่วนต่างๆ ได้มากขึ้น ป้องกันการเกิดโรค และยังช่วยเรื่องการควบคุมน้ำหนัก ช่วยให้การเคลื่อนไหวคล่องแคล่วขึ้น ทั้งระบบขับถ่ายที่ทำงานได้ดียิ่งขึ้น ในด้านทางจิตใจก็ยังช่วยลดความเครียด และทำให้การนอนหลับพักผ่อนดีขึ้น การออกกำลังกายเป็นกิจกรรมที่ทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหว ร่างกายของเราถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้งาน หากร่างกายอยู่นิ่งๆ นานๆ อาจเกิดการเสื่อม สึกหรือของอวัยวะต่างๆ ได้ การออกกำลังกายจึงช่วยทำให้ร่างกายมีการพัฒนา ทั้งสมรรถภาพทั้งกายและจิตใจ (ภาสกร วิชาดา, ม.ป.ป.)

หากจะกล่าวถึงการออกกำลังกายนั้น ในอดีตการออกกำลังกายมีวัตถุประสงค์เพื่อความอยู่รอด เพื่อการทหารหรือป้องกันตัว ในประเทศจีนได้มีการบันทึกไว้ถึงการฝึกกังฟูที่มีมานานกว่า 3,000 ปี โดยเป็นการฝึกเพื่อเกร็งกล้ามเนื้อและกำหนดลมหายใจเพื่อรักษาโรค ในประเทศไทย การเริ่มต้นออกกำลังกายนั้น เริ่มมาจากการละเล่นพื้นเมืองในรูปแบบของเกม กีฬา ศิลปะป้องกันตัว และฝึกซ้อมเพื่อประโยชน์ทางการสงคราม มักจะถูกฝึกให้ทหารและชายหนุ่มมากกว่าหญิงสาว โดยเริ่มมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย ตัวอย่างเช่น มวยไทย ตะกร้อ กระบี่กระบอง วิ่งเร็ว (สมบัติ กาญจนกิจ, 2541, น. 2) โดยเฉพาะมวยไทย กีฬาที่สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย จากแต่ก่อนเป็นเพียงศิลปะป้องกันตัว มีคนรู้จักกีฬามวยไทยไม่มากนัก เริ่มมีการเผยแพร่ไปถึงประเทศเพื่อนบ้าน และเมื่อมีเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ เข้ามา การเผยแพร่ก็ถูกส่งต่อไปไกลถึงประเทศอื่นๆ ทั้งแถบยุโรปและอเมริกา บางคนเลือกที่จะบินข้ามประเทศเพื่อจะมาเรียนมวยไทย และในปัจจุบันความนิยมของมวยไทยได้ถูกนำมาสอนเป็นคอร์ส เรียนออกกำลังกายจนเป็นที่นิยมทั้งในไทยและต่างชาติ

ในสมัยรัชกาลที่ 5 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวมหาราช ทรงส่งเสริมและให้ความสนใจในด้านกีฬาอย่างมาก จนได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาของการพลศึกษา ทรงนำกีฬาสมัยใหม่เข้ามา เช่น ฟุตบอล กรีฑา กีฬาทหาร จัดหลักสูตรการเรียนพลศึกษาตามแบบนักเรียนนายร้อยอังกฤษ มีการออกกำลังกาย เช่น การเข้าแถววิ่งในตอนเช้า ว่ายน้ำ ยิมนาสติก กระบี่กระบอง

ดาบ ตะกร้อ ทรงจัดการแข่งขันกีฬา และส่งเสริมให้มีการแข่งขันกรีฑาซึ่งถ้วยพระราชทานขึ้นเป็นครั้งแรกอีกด้วย โดยกีฬาสมัยใหม่ที่ทรงนำเข้ามาเล่นในประเทศไทยนั้นได้รับความนิยมและถือเป็นกิจกรรมการออกกำลังกายรูปแบบใหม่ นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมากษัตริย์พระองค์อื่นต่างก็ให้ความสนใจในด้านกีฬาและการออกกำลังกายมากยิ่งขึ้น ได้มีการนำกีฬาสมัยใหม่ที่มีความเป็นสากลเข้ามาในไทยอีกหลายชนิดด้วยกัน ทั้ง ยูโด ฟันดาบ แบดมินตัน และยังทรงเป็นแบบอย่างที่ดีในการกีฬา ทรงเป็นนักกีฬาลงแข่งการแข่งขันต่างๆ ดังจะเห็นได้จาก รัชกาลที่ 9 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช ที่ทรงลงแข่งในกีฬาซีเกมส์ครั้งที่ 4 เมื่อปี พ.ศ. 2510 พระองค์ทรงชนะเลิศที่ 1 ในการแข่งขันเรือใบ รวมไปถึงความสามารถในการเล่นกีฬาได้อีกหลากหลายชนิดทั้ง เทนนิส ยิงปืน แบดมินตัน เป็นต้น (สมบัติ กาญจนกิจ, 2541, น. 8)

การออกกำลังกายยังถูกสอดแทรกเข้ามาในด้านการศึกษาของไทย มีการจัดหลักสูตรวิชาพลศึกษา ซึ่งเป็นวิชาที่ว่าด้วยการเสริมสร้างร่างกายด้วยการออกกำลังกาย ให้เด็ก ๆ เจริญเติบโตตามวัย เข้าไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับประถมศึกษา เมื่อปี พ.ศ. 2534 โดยออกนโยบายให้มีการออกกำลังกายหรือกายบริหารทุกวัน วันละ 30 นาทีเป็นการส่งเสริมให้เด็ก เยาวชนมีพฤติกรรมการออกกำลังกาย การพัฒนาสมรรถภาพทางกายตั้งแต่เด็ก รวมไปถึงชั้นมัธยมศึกษาที่จัดหลักสูตรพลศึกษาให้เป็นวิชาบังคับ โดยรูปแบบการสอนนั้นจะมีครูพลศึกษาเป็นผู้ให้ความรู้ เป็นการเผชิญหน้าระหว่างผู้เรียนและผู้สอน (face-to-face) สอนโดยสาธิตให้ผู้เรียนดูและปฏิบัติตาม ซึ่งกีฬาแต่ละประเภทที่นำมาสอนก็มีความแตกต่างกันไปตามระดับชั้นและความสนใจ กีฬาและการออกกำลังกายนั้นมีหลากหลายประเภทด้วยกัน เช่น บาสเกตบอล ฟุตบอล วอลเลย์บอล ศิลปะป้องกันตัว ลีลาศ ฟันดาบ เป็นต้น

ในทางการแพทย์และสาธารณสุขนั้นให้ความสนใจและเล็งเห็นประโยชน์ของการออกกำลังกายอย่างมาก โดยมองว่าการออกกำลังกายนั้นไม่ใช่เพื่อการรักษาแต่เป็นการป้องกันที่ดีไม่ให้เกิดโรคต่างๆ ช่วยให้มีสุขภาพที่แข็งแรง ด้านการเกิดโรคต่างๆ ที่คร่าชีวิตของผู้คนในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ทั้งโรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเบาหวานและภาวะความดันโลหิตสูง ในหลายๆ ครั้งเรามักจะได้คำแนะนำจากแพทย์ให้ออกกำลังกายควบคู่ไปกับการทานยา เพื่อให้ร่างกายแข็งแรงควบคู่กับการรักษา บุคลากรในวงการแพทย์และสาธารณสุข ถือได้ว่าเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการให้คำแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการออกกำลังกายและโทษของการไม่ออกกำลังกาย ถึงแม้เราเองจะทราบดีอยู่แล้วว่าการออกกำลังกายนั้นเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย แต่เมื่อแพทย์ได้ให้แนะนำก็จะสามารถโน้มน้าวให้ผู้ป่วยปฏิบัติตามได้ง่ายกว่าบุคคลทั่วไป ซึ่งก็ตรงกับผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการออกกำลังกายและการสนับสนุนจากครอบครัวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพในผู้สูงอายุ : กรณีศึกษา ผู้สูงอายุที่มาออกกำลังกายที่สวนสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร” ของ พรพรรณ เพ็ชรพิทักษ์ (2547) ได้กล่าวไว้ว่า เหตุผลในการเลือกชนิดและประเภทของการออกกำลังกาย

กายของผู้สูงอายุ นั้น เลือกตามคำแนะนำของแพทย์และญาติ (21%) มากไปกว่านั้นคือ ในแง่ของทัศนคติต่อประโยชน์ในการออกกำลังกายด้านสังคม ผู้สูงอายุมองว่าการมาออกกำลังกายจะทำให้มีโอกาสพบปะกับกลุ่มเพื่อนวัยเดียวกัน มีเพื่อนใหม่ๆ มีปฏิสัมพันธ์กับคนรอบข้างมากขึ้น และได้รับการยอมรับ (12.7%) จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า การออกกำลังกายมีประโยชน์ทางตรงในด้านสุขภาพร่างกาย ในทางอ้อมยังสามารถเป็นตัวกลางในการสื่อสาร ให้กับกลุ่มคนที่สนใจเรื่องเดียวกัน ได้มาพบปะทำกิจกรรม และมีปฏิสัมพันธ์ใหม่ๆ ต่อกัน ช่วยส่งผลให้ผู้สูงอายุอยากที่จะไปออกกำลังกายมากขึ้น

ยุคสมัยที่เปลี่ยนไป รูปแบบการออกกำลังกายที่มีความหลากหลายมากขึ้น จากที่เคยออกกำลังกายเพื่อฝึกซ้อมในการสู้รบ เปลี่ยนเป็นเกมการแข่งขัน จนถึงการออกกำลังกายเพื่อพัฒนาสุขภาพและสมรรถภาพของตนเองไม่ให้เกิดโรคภัยไข้เจ็บ รวมถึงการนำเรื่องสุขภาพและการออกกำลังกายบรรจุไว้ในหลักสูตรการเรียน ด้วยสิ่งแวดล้อมและปัจจัยที่เอื้ออำนวยมากขึ้นจึงส่งผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย ทั้งการสื่อสารโทรคมนาคมและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เช่น สื่อทางโทรทัศน์ วิทยุ วิดีโอ หนังสือ ที่ช่วยส่งเสริมให้ออกกำลังกาย มีการสร้างสวนสาธารณะ จัดบริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การวิ่งเหยาะๆ ในสวนสาธารณะ การเดินแอโรบิค รำมวยจีน เป็นต้น

จากการประสบความสำเร็จสามารถคว้าเหรียญทองแรกจากการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ในปี พ.ศ. 2538 ส่งผลเอื้อต่อการออกกำลังกายของคนไทยอีกด้วย ภาคเอกชนทั้ง ห้าง ร้าน บริษัทต่างๆ ได้ให้การสนับสนุนในโครงการพัฒนากีฬาและการออกกำลังกาย ที่จะเห็นได้ชัดคือ การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมสุขภาพเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วกระจายไปทั่วกรุงเทพมหานคร โปรแกรมกีฬาและการออกกำลังกายได้รับการประชาสัมพันธ์และมีการจัดรายการโทรทัศน์เกี่ยวกับกีฬาเพิ่มขึ้น ในส่วนของภาครัฐ การกีฬาแห่งประเทศไทยได้ส่งเสริมกีฬาและการออกกำลังกาย โดยจัดการแข่งขันกีฬาแห่งชาติทุกปี จัดสรรงบประมาณในการสร้างสนามกีฬา สระว่ายน้ำ เมื่อการแข่งขันจบแล้วประชาชนในจังหวัดนั้นๆ ก็จะได้รับผลประโยชน์ มีสนามกีฬา อาคารอเนกประสงค์ สระว่ายน้ำที่ได้มาตรฐาน ผู้คนนิยมมาวิ่งเพื่อสุขภาพที่สวนสาธารณะ รำมวยจีน เล่นแบดมินตัน และกีฬาอื่นอีกมากมาย เป็นการเอื้ออำนวยต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของคนไทยให้อยากจะมาออกกำลังกายมากขึ้น

หากมองในภาพรวมจะเห็นว่ารัฐบาลและเอกชนต่างก็ให้ความสนใจ และสนับสนุนเรื่องการมีสุขภาพดี เห็นความสำคัญของการออกกำลังกาย แต่ก็ยังมีประชาชนบางส่วนที่ยังไม่เห็นความสำคัญของการออกกำลังกาย ด้วยสิ่งแวดล้อมต่างๆ ในสังคมที่อาจจะไม่เอื้ออำนวยมากนัก ทั้งการจราจรที่ติดขัด หากต้องไปที่สวนสาธารณะต้องใช้เวลาเดินทางนาน มลภาวะ ค่านิยม และทัศนคติ ทำให้หลายๆ คนยังมองข้ามที่จะเข้าร่วมกิจกรรมออกกำลังกาย หรือด้วยเหตุผลส่วนตัวที่ไม่

อยากออกกำลังกายทั้ง ไม่มีเวลา มีหน้าอื่นที่ต้องรับผิดชอบ ไม่มีเพื่อน และสุขภาพไม่ดี ไม่เอื้อต่อการไปออกกำลังกาย (สมบัติ กาญจนกิจ, 2541, น. 55)

ปัจจุบันปัญหาโรคไม่ติดต่อเรื้อรังโดยเฉพาะอย่างยิ่งโรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเบาหวานและภาวะความดันโลหิตสูง กำลังเป็นปัญหาสาธารณสุขระดับโลก รวมถึงประเทศไทยที่มีอัตราผู้ป่วยโรคเหล่านี้เพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งปัญหาจากกลุ่มโรคไม่ติดต่อเรื้อรังนั้น มีสาเหตุมาจากปัจจัยเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมาะสม มีผลสืบเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในยุคโลกาภิวัตน์ ทุนนิยม ความเจริญทางเศรษฐกิจ ความเจริญทางด้านวัตถุและเทคโนโลยี เป็นเหตุให้คนได้รับความสะดวกสบาย ผลที่ตามมาคือ การขาดการออกกำลังกาย การบริโภคที่ไม่ได้สัดส่วน ทานรสจัด หวาน มัน เค็ม บริโภคผักและผลไม้ไม่เพียงพอ เครียดเรื้อรัง ไปจนถึงการดื่มสุรา สูบบุหรี่ เป็นต้น ถึงแม้โรคเหล่านี้จะเป็นที่รู้จักและสามารถรักษาได้แล้วก็ตาม แต่เราก็ไม่ควรประมาท ควรป้องกันและรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง ปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตหรือเปลี่ยนพฤติกรรมการออกกำลังกาย (สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข, 2554, น. 34)

เมื่อพิจารณาการสูญเสียปีสุขภาวะ หรือที่เรียกว่า สาเหตุการตาย ของประชากรไทยปี พ.ศ. 2557 พบว่า ประชากรไทยสูญเสียปีสุขภาวะเพิ่มขึ้นจาก 9.5 เป็น 9.9 ล้านปีสุขภาวะ โดยในเพศชายสูญเสียเพิ่มขึ้นจาก 5.6 เป็น 5.7 ล้านปีสุขภาวะ และเพศหญิงสูญเสียเพิ่มขึ้นจาก 3.9 เป็น 4.2 ล้านปีสุขภาวะ โดยเฉพาะในกลุ่มโรคไม่ติดต่อที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน สาเหตุสามอันดับแรกของการสูญเสียสุขภาพในเพศชาย ได้แก่ เอชไอวี อุบัติเหตุ และหลอดเลือดสมอง ในเพศหญิง ได้แก่ หลอดเลือดสมอง เอชไอวี และเบาหวาน โดยหลอดเลือดในสมองนั้นมีจำนวนตัวเลขที่เพิ่มขึ้นๆ ทุกปี ตัวเลขที่เพิ่มขึ้นทุกปีจากการสูญเสียปีสุขภาวะ จัดว่าเป็นความเสี่ยงในด้านสุขภาพร่างกายของคนในสังคมที่กำลังต้องการบอกให้ประชาชนเริ่มตระหนักและใส่ใจตนเองมากขึ้น ประชาชนจำเป็นจะต้องหันมาพิจารณาการใช้ชีวิตและความเป็นไปของตนเองแล้วว่าจะทำอย่างไร และควรทำอย่างไรให้ตนเองหลุดออกจากความเสี่ยงนี้ได้ และเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกายมากกว่านี้

ตารางที่ 1.1

การจัดอันดับการสูญเสียปีสุขภาวะของประชากรไทยระหว่างปี พ.ศ. 2552 และ 2557 จำแนกตามเพศและสาเหตุ

อันดับ	ชาย (DALYs, ล้านปีสุขภาวะ)			หญิง (DALYs, ล้านปีสุขภาวะ)		
	โรค	2552	2557	โรค	2552	2557
1	เอชไอวี/เอดส์	9.6	6.5	หลอดเลือดสมอง	2.8	3.2
2	อุบัติเหตุ	5.1	5.8	เอชไอวี/เอดส์	3.7	2.9
3	หลอดเลือดสมอง	2.7	3.4	เบาหวาน	2.7	2.7
4	การเจ็บป่วยที่เกิดจาก สุราและการติดสุรา	1.3	3.3	ภาวะซึมเศร้า	1.5	1.9
5	มะเร็งตับและ ท่อทางเดินน้ำดี	2.5	2.8	ภาวะหัวใจขาด เลือด	1.1	1.4
6	ภาวะถุงลมอุดกั้น เรื้อรัง	1.6	1.8	มะเร็งตับและท่อ ทางเดินน้ำดี	1.1	1.3
7	ภาวะหัวใจขาดเลือด	1.6	1.8	อุบัติเหตุ	1.2	1.2
8	เบาหวาน	1.7	1.7	ภาวะข้อเสื่อม	1.2	1.2
9	ตับแข็ง	1.2	1.5	ภาวะถุงลมอุดตัน เรื้อรัง	0.9	1.1
10	ภาวะซึมเศร้า	1.0	1.4	ต่อกระจก	1.0	1.1

ที่มา: รายงานการศึกษาภาระโรคและการบาดเจ็บของประชากรไทย พ.ศ. 2557

ศาสตราจารย์ นายแพทย์วิจิตร บุญยะโทตระ (2537, น. 6) กล่าวว่า ประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศที่กำลังพัฒนาและพัฒนาแล้ว จะตายด้วยโรคหัวใจหรือโรคหลอดเลือด แต่หากมีสุขภาพที่ดีจะช่วยให้อายุยืนยาวขึ้น ช่วยป้องกันโรคหัวใจและหลอดเลือด

วิภาวรรณ ลีลาสำราญ และ วุฒิชัย เพิ่มศิริวานิชย์ (2547, น. 2) กล่าวว่า โรคไม่ติดต่อเรื้อรังสามารถป้องกันหรือทำให้บรรเทาได้ได้โดยการเคลื่อนไหวร่างกายหรือออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ ลดความเสี่ยงจากการตายก่อนวัยอันควร ช่วยลดความเครียด อากาการซึมเศร้าและช่วยควบคุมน้ำหนัก

นอกจากการออกกำลังกายจะช่วยลดความเสี่ยงการเกิดโรคดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ในต่างประเทศได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงประโยชน์ของการออกกำลังกาย กีฬาเพื่อสุขภาพ และกิจกรรม

เคลื่อนไหวร่างกาย ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล (Health care costs) โดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) จากรายงานการวิจัยในประเทศจีน ฟินแลนด์ และสหรัฐอเมริกา บ่งชี้ว่าการเพิ่มขึ้นของการออกกำลังกาย การบริโภคที่เหมาะสม สามารถช่วยป้องกันพัฒนาการของโรคเบาหวาน (Diabetes Type II) เกือบ 60% สอดคล้องกับประเทศสหรัฐอเมริกา (1998) ได้ศึกษาการลงทุนในกิจกรรมทางกาย พบว่า การลงทุนจำนวนเงินทุก \$1 จะช่วยประหยัดในค่ารักษาพยาบาลได้ถึง \$3.2 หรือประมาณ 500\$ ต่อคนต่อปี ดังนั้น การเล่นกีฬาและออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ นับว่าเป็นการบริการสุขภาพที่เป็นการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค นอกจากจะลดอัตราการเสียชีวิตยังลดค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลโดยไม่จำเป็นอีกด้วย โดยผ่านรูปแบบโครงการและกิจกรรมตามชนิดกีฬาต่างๆ (อัจฉรา ปุราคม, นพพร จันทรนำชู, และ รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์, 2553, น. 13)

จะเห็นว่าทั่วโลกเองก็หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพและประโยชน์ของการออกกำลังกาย พยายามจัดสรรโครงการรณรงค์เชิญชวนให้ทุกคนหันมาใส่ใจสุขภาพ จากแต่ก่อนที่เรื่องสุขภาพร่างกายจะเป็นเรื่องเฉพาะทางที่ต้องศึกษาเรียนรู้จากบุคลากร องค์กรที่เกี่ยวข้องโดยตรง ผู้ส่งสารนั้นจะต้องเป็นหมอ พยาบาล บุคลากรด้านสาธารณสุข แต่ปัจจุบันพบว่า ผู้ส่งสารด้านสุขภาพมีความหลากหลาย ผู้รับสารสามารถเป็นผู้ส่งสารได้ และพื้นที่ในการสื่อสาร กระตุ้น เชิญชวนให้สนใจเรื่องสุขภาพขยายไปยังพื้นที่อื่นๆ นอกจากพื้นที่ดั้งเดิมที่คุ้นเคย คือ โรงพยาบาล หรือสถานอนามัย

การที่คนในยุคปัจจุบันหันมาให้ความสนใจเรื่องสุขภาพและการออกกำลังกายกันมากขึ้น เพราะต้องการจะหนีออกมาจากความเสี่ยงที่ตนเองต้องเผชิญ ต่อสู้กับความเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างตัวตนของตนเองแต่ก็ยังคงอยู่ภายใต้กรอบแนวคิด ในเรื่องของรูปร่างและการดูแลสุขภาพซึ่งไม่ใช่แค่เพื่อการมีสุขภาพที่ดีแต่มีเรื่องความสวยงามของรูปร่างเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งหากเราไม่ปฏิบัติตามในแง่ของร่างกายก็จะนำไปสู่ความเสี่ยงต่อสุขภาพที่ไม่ดีได้ในอนาคต แต่ในด้านสภาพจิตใจก็อาจจะโดนตำหนิเรื่องรูปร่าง เช่น อ้วน มีพุง หมูสามชั้น หุ่นไม่ดี แขนย้วย จากงานวิจัยเรื่อง “กระบวนการสร้างกระแสการออกกำลังกายผ่านสื่อมวลชนของกระทรวงสาธารณสุข” ของ ญัฐณิชา นาคงเมือง (2547) ผลการวิจัยบอกว่าการสร้างกระแสนั้นเป็นไปอย่างมีระบบจากผู้ที่ได้รับผิดชอบทั้งภาครัฐและเอกชน สามารถสร้างกระแสการออกกำลังกายให้เป็นที่น่าสนใจได้และระดมการมีส่วนร่วมจากประชาชนได้ แต่ข้อจำกัดของการสร้างกระแสนั้นสื่อมวลชนคือ การทำงานในวงกว้างไม่ได้แยกแยะกลุ่มเป้าหมาย ไม่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในเชิงที่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกัน โดยหวังจะได้ประชาชนทุกกลุ่มแบบมวลชน ซึ่งสามารถทำให้เกิดกระแสได้ในขณะนั้นแต่ในมิติของความรู้และทัศนคติต่อการออกกำลังกาย เพื่อให้เกิดผลที่ดีแบบยั่งยืนโดยหวังที่จะให้มีการออกกำลังกายแบบต่อเนื่องนั้น ไม่น่าเกิดผล (กาญจนา แก้วเทพ และ ชนิษฐา นิลผึ้ง, 2556) จากผลการวิจัยนี้ จะเห็นได้ว่าสื่อมวลชนอาจจะสามารถทำให้การสื่อสารเกิดขึ้นได้ในวงกว้าง โดยใช้รูปแบบการสื่อสาร

แบบทางเดียว แต่ไม่สามารถสร้างความรู้และทัศนคติที่คงทนถาวรได้ ซึ่งในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็น การรณรงค์หรือโครงการใดๆ มักจะเลือกใช้การสื่อสารที่หลากหลายไม่เพียงแต่สื่อมวลชนเท่านั้น ทั้งสื่อออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ เพื่อให้ตรงกับ การเปิดรับของประชาชนในยุคปัจจุบันมากที่สุด รวมไปถึงการจัดกิจกรรมที่ไม่ใช่แค่การมาบอกกล่าวถึงคุณประโยชน์ของการออกกำลังกาย แต่มีการปฏิบัติร่วมกันจริง และมีความต่อเนื่องของกิจกรรม เช่น การวิ่งมาราธอน โครงการแคชชั๊บเท่ากับออกกำลังกาย โครงการ chair exercise เป็นต้น เราจะเห็นว่าทุกฝ่ายเริ่มมีการปรับตัวใช้การสื่อสารที่เข้ากับยุคสมัย เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารที่ส่งไปจะตรงกับความต้องการของผู้รับสารมากที่สุด ดังเช่น การวิเคราะห์ตัวสารและผู้รับสาร วิเคราะห์ความต้องการและข้อจำกัดที่แท้จริงของผู้รับสาร การประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงในด้านของเนื้อหาที่ส่งออกไปจะไม่เน้นเป็นข้อมูลยาวๆ ที่น่าเบื่อหรือนำเสนอในมุมที่รุนแรง แต่จะเน้นการสื่อสารแบบสองทาง ให้ประชาชนมีส่วนร่วม สร้างความเข้าใจร่วมกัน เน้นการสร้างเสริมสุขภาพมากกว่าการซ่อมแซมเมื่อป่วย

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่ตอบสนองรับการส่งเสริมตามแนวทางองค์การอนามัยโลก โดยมีการจัดทำแผนการเชิงนโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมการออกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพอย่างต่อเนื่อง ซึ่งถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาสุขภาพของประชาชน ส่งผลให้คนไทยมีการออกกำลังกายและกีฬาเป็นวิถีชีวิต ผ่านโครงการที่แต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบได้จัดขึ้น ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยในแผนงานหลักของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ทั้งหมด 15 แผนนั้น ในแผนที่ 9 ได้เน้นถึงแผนส่งเสริมกิจกรรมทางกายการออกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพ วัตถุประสงค์ก็เพื่อส่งเสริมวิถีชีวิตสุขภาพและสื่อสารสังคมเพื่อสร้างทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมให้เกิดการเพิ่มจำนวนผู้มีกิจกรรมทางกายในชีวิตประจำวัน ทั้งในโรงเรียน ที่บ้าน ที่ทำงาน และเพิ่มจำนวนผู้ออกกำลังกายและกีฬาเพื่อสุขภาพ เช่น การวิ่งมาราธอน ปั่นจักรยาน รวมไปถึงการให้ความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายไม่ใช่เพียงแต่วัยรุ่นเท่านั้น มีการแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับผู้สูงอายุ หรือผู้ที่มีโรคภัยซึ่งก่อให้เกิดข้อจำกัดในการออกกำลังกายได้ ข้อมูลเกี่ยวกับการทานอาหารที่สะอาด ปลอดภัย ดีต่อสุขภาพ เนื่องจากผู้คนในสมัยนี้จะเลือกทานกว่าแต่ก่อนและใส่ใจวัตถุดิบในการประกอบอาหารมากขึ้น

Giddens (1991) ได้อธิบายถึงปรากฏการณ์นี้ที่อยู่ในช่วงเวลาที่เราเรียกว่า สังคมสมัยใหม่ หรือ Modernity ควบคู่ไปกับสังคมความเสี่ยง (risk culture) ที่คนเรานั้นจะต้องเผชิญกับความเจริญก้าวหน้าทางวัตถุและเทคโนโลยี ความสะดวกรวดสบายความเจริญต่างๆ นำมาซึ่งความเสี่ยงด้านสุขภาพ ควบคู่ไปกับระบบทุนนิยม และวัตถุนิยม ดังจะเห็นได้จากสถิติการเกิดโรคต่างๆ ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการไม่ออกกำลังกาย มีการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมาะสม เราจึงเห็นการรณรงค์ให้ประชาชน

หันมาใส่ใจสุขภาพและออกกำลังกายมากขึ้น ทั้งจากภาครัฐและเอกชน ที่ต่างก็ร่วมกันจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ

“แค่ขยับเท่ากับออกกำลังกาย” เป็นหนึ่งในโครงการของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ที่เข้ามาเปลี่ยนความคิดของใครหลายๆ คนที่ไม่อยากออกกำลังกาย ด้วยเหตุผลต่างๆ โดยพยายามจะสื่อสารกับประชาชนว่าเพียงแค่เราขยับร่างกายในแต่ละวัน ก็เปรียบเสมือนกับการได้ออกกำลังกาย โดยเฉพาะงานบ้านที่เราทำเป็นกิจวัตรประจำวัน เช่น ซักผ้า ถูบ้าน รดน้ำต้นไม้ และล้างจาน เป็นต้น รวมไปถึงการลดความสะดวกรสบายในการใช้ชีวิตลงบ้าง เช่น การขึ้น-ลงบันได แทนการใช้ลิฟต์ การเดินไปเปิด-ปิด โทรทัศน์ แอร์ แทนการใช้รีโมต หรือการแกว่งแขน ที่สามารถทำได้ในที่พัก หรือที่ทำงานของตนเอง โดย ดร.สุวัตร สิทธิหล่อ รองผู้อำนวยการสำนักพัฒนาการกีฬาและนันทนาการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ได้กล่าวว่า คนเรานั้นจำเป็นต้องออกกำลังกาย บางคนอาจจะมองว่าไม่มีเวลาไปออกกำลังกาย แต่แท้จริงแล้วการออกกำลังกายไม่จำเป็นต้องใช้พื้นที่หรือเวลามากนัก การเปิดเพลงเต้น ขยับแขนขา ก็สามารถมีเหงื่อได้ จากที่เคยมองว่าการออกกำลังกายเป็นเรื่องยุ่งยาก ก็ช่วยปรับทัศนคติในเรื่องการออกกำลังกายให้ดีขึ้นและอยากที่จะออกกำลังกายมากขึ้น สามารถเริ่มต้นออกกำลังกายเพื่อสุขภาพได้อย่างง่ายๆ ในแทบทุกสถานที่ เพียงแค่การขยับร่างกายและเคลื่อนไหวทำกิจกรรมปกติในชีวิตประจำวันก็สามารถก่อประโยชน์แก่ร่างกายแล้ว (สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพ, 2553)



ภาพที่ 1.1 Info graphic การออกกำลังกายแบบง่ายๆ แค่ขยับเท่ากับออกกำลังกาย จาก goo.gl/z8sxSp



ภาพที่ 1.2 Info graphic รมรณรงค์โครงการ แคนขยับเท่ากับออกกำลังกาย จาก <http://resource.thaihealth.or.th/library/hot/14867>

การที่ประชาชนตื่นตัวในเรื่องการออกกำลังกาย และหันมาใส่ใจสุขภาพ ภาครัฐและเอกชนหน่วยงานต่างๆ หันมาให้ความสำคัญเรื่องสุขภาพของประชาชน การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนให้เห็นว่าสื่อด้านต่างๆ ได้หันมาให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ เน้นย้ำเกี่ยวกับความรู้ด้านสุขภาพ การดูแลร่างกายมากขึ้น ซึ่งสังเกตได้จากปริมาณรายการโทรทัศน์ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ หนังสือ รวมไปถึงสื่อในโลกออนไลน์ ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ข้อมูลข่าวสารในสื่อต่างๆ จึงเป็นเหมือนปัจจัยสำคัญทำให้ประชาชนได้รับความรู้ ความเข้าใจด้านการส่งเสริมสุขภาพ การออกกำลังกาย ป้องกันและรักษาโรค ก็ย่อมเพิ่มศักยภาพในการดูแลสุขภาพของบุคคลนั้นด้วย (นารากร สมบัติสวัสดิ์, 2546, น. 86-90, อ้างถึงใน ศรีรัฐ ภัคศิริณชิต, 2557)

สำนักงานสถิติแห่งชาติได้ทำการสำรวจกิจกรรมทางกายของประชาชนไทยในช่วงอายุ 15-59 ปี ในปี พ.ศ. 2558 ประชาชนมีการออกกำลังกายคิดเป็น 26.1% และ ในปี พ.ศ. 2558 แบ่งเป็นผู้ที่เดินทางออกกำลังกายด้วยการเดินและจักรยานคิดเป็น 40.3% และมีการเล่นกีฬา ออกกำลังกาย หรือทำกิจกรรมสันทนาการคิดเป็น 23.4% (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ออนไลน์, 2559) และประเภทของ

การเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย จากจำนวนผู้ที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย 15.1 ล้านคน พบว่า 1 ใน 3 เป็นผู้ที่เล่นกีฬา คิดเป็นร้อยละ 34.7 ที่เหลือร้อยละ 65.3 คือ ผู้ที่ออกกำลังกายด้วยวิธีต่างๆ เช่น เดิน วิ่ง การใช้อุปกรณ์ โดยสัดส่วนของการออกกำลังกายด้วยการเดินมีสัดส่วนสูงสุด คือ ร้อยละ 20.0 รองลงคือ การวิ่ง ร้อยละ 8.5 และการใช้อุปกรณ์ ออกกำลังกายอื่นๆ ร้อยละ 14.4 ส่วนเหตุผลที่เล่นกีฬาหรือออกกำลังกายเพราะต้องการให้ร่างกายแข็งแรง (ทวิศักดิ์ สว่างเมฆ, 2558, น. 91) ซึ่งก็ตรงกับผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรออกกำลังกายและการสนับสนุนจากครอบครัวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพในผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาผู้สูงอายุที่มาออกกำลังกายที่สวนสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร” ของ พรวิรินทร์ เพียรพิทักษ์ (2547) ผลการวิจัยพบว่า วัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายก็เพื่อต้องการมีร่างกายแข็งแรง และเลือกวิธีการเดิน เป็นการออกกำลังกายที่นิยมที่สุด รองลงมาคือ วิ่ง แอโรบิค และรำมวยจีน

จากการที่ทางภาครัฐบาลได้มีหน่วยงานเพื่อสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ ส่งผลให้ประชาชนได้มีความรู้ความเข้าใจถึงความจำเป็นในการออกกำลังกาย มองการออกกำลังกายเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวและจำเป็นต้องปฏิบัติ ทั้งทำให้สุขภาพแข็งแรง ลดความเสี่ยงการเกิดโรค และเกิดความสนใจในการออกกำลังกายเพิ่มขึ้น และความเอื้ออำนวยทั้งจากภาครัฐและเอกชนที่ทำให้การออกกำลังกายดูเป็นเรื่องที่ไม่ยุ่งยาก การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการออกกำลังกายให้ครอบคลุมในหลายๆ พื้นที่ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด จนเกิดเป็นกระแสนิยมรักสุขภาพ จากเหตุผลที่ไม่ออกกำลังกายเพราะว่าไม่มีเวลา แต่จากข้อมูลทางการแพทย์ สถิติการป่วยและการตายที่ถูกนำเสนอมากขึ้นทุกวันๆ จนก่อให้เกิดมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจัดสรรเวลาในชีวิตใหม่ หันมาเล่นหรือเข้าร่วมแข่งขันกีฬา เช่น วิ่งมาราธอน ปั่นจักรยาน แสวงหาวิธีการออกกำลังกายใหม่ๆ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดังที่กล่าวมานั้น คือ การปรับตัวของผู้คนในยุคปัจจุบันที่ต้องการทางออกให้ตัวเองออกจากความเสี่ยง ในทางของ Giddens หมายถึงการที่ปัจเจกกำลังต่อสู้กับสภาวะการเปลี่ยนแปลงของยุคโลกาภิวัตน์ภายใต้บริบททางสังคมวัฒนธรรมโลกที่สลับซับซ้อน เป็นนามธรรม ไร้แบบแผน นำมาซึ่งหนทางให้แก่ละคนจำเป็นจะต้องต่อสู้ต่อรอง ทั้งจากสถิติการป่วยและเสียชีวิตที่ถูกนำเสนอ ทำให้ผู้รับสารจำเป็นต้องตื่นตัวเพื่อไม่นำตัวเองเข้าไปอยู่ในความเสี่ยงต่อสุขภาพที่อาจจะต้องพบเจอในอนาคต

กระแสออกกำลังกายนี้ยังสร้างโอกาสให้ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเติบโตตามกระแสไปด้วย ทั้งธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นสำหรับออกกำลังกาย อุปกรณ์เสริมสำหรับออกกำลังกาย รวมทั้งธุรกิจฟิตเนส (Fitness) สถานที่ออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมอย่างมากในขณะนี้ เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลมูลค่าตลาดฟิตเนส พบว่า อัตราการเจริญเติบโตธุรกิจฟิตเนสมีอัตราการเจริญเติบโตขึ้นอย่างมากถึง 17.78% ในปี 2550 ถึง 2551 แต่ถึงแม้จะลดลงในปี 2551 ถึง 2552 เนื่องจากสภาวะทางเศรษฐกิจแต่ก็ค่อยๆ ปรับตัวเพิ่มขึ้น 2-4% ในปี 2553 ถึง 2556 สาเหตุหลักมาจากกระแสนิยมการออกกำลังกายและรักสุขภาพมากขึ้น (วีโรจน์ พรวิจิตรจินดา, 2557) ข้อมูลล่าสุดจากนิตยสาร Marketeer ระบุว่า ธุรกิจ

ประเภทฟิตเนสในประเทศไทยในปัจจุบันมีมูลค่าอยู่ที่ 9,000 ล้านบาท โดยส่วนแบ่งตลาดมูลค่ากว่า 8,000 ล้านบาทตกไปอยู่ที่ ฟิตเนส เฟิร์สท (Fitness First) วี ฟิตเนส (We Fitness) และเวอร์จิ้น แอ็คทีฟ (Virgin Active) จะมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นในทุกๆ ด้าน โดยผู้นำในตลาดยังคงเป็นแบรนด์ใหญ่อย่างฟิตเนสเฟิร์สท วีฟิตเนส และเวอร์จิ้น แอ็คทีฟ (Marketeer, 2559) ซึ่งส่งผลต่อแนวโน้มการออกกำลังกายที่สูงขึ้นตามไปด้วย

เทรนด์การเล่นฟิตเนสแนวใหม่ซึ่งเป็นโมเดลฟิตเนสที่ได้รับความนิยมมากชนิดหนึ่ง เนื่องจากใช้พื้นที่และเงินลงทุนน้อย นั่นคือ การออกกำลังกายเพื่อชีวิตประจำวัน (Functional Training)

- การออกกำลังกายเพื่อชีวิตประจำวัน (Functional Training) เป็นการออกกำลังกายประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมในฟิตเนส เนื่องจากตอบโจทย์สังคมเมืองที่มีความเร่งรีบและภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ เพราะเป็นการออกกำลังกายโดยใช้พื้นที่และเงินลงทุนน้อย ด้วยลักษณะการออกกำลังกายที่เน้นใช้ท่าทางในชีวิตประจำวัน เช่น การยกของ การลุกนั่งเข้าไปในโปรแกรมการออกกำลัง อีกทั้งยังลดระยะเวลาจาก 1-2 ชั่วโมงต่อวัน เหลือเพียง 45 นาที – 1 ชั่วโมง (กรุงเทพธุรกิจ, 2558) โดยเป็นการผสมผสานการออกกำลังกายแบบ แอโรบิค (aerobic) คือ การออกกำลังกายที่มีการใช้พลังงานโดยอาศัยออกซิเจน เป็นการออกกำลังกายที่ไม่รุนแรงมาก เน้นความต่อเนื่อง เช่น วิ่งระยะสั้น กระโดดเชือกและเต้นแอโรบิค ส่วน แอนแอโรบิค (anaerobic) คือ การออกกำลังกายที่มีการใช้พลังงานโดยไม่อาศัยออกซิเจน เป็นการออกกำลังกายแบบใช้แรงมาก เช่น ยกน้ำหนัก เทนนิส เน้นการเสริมสร้างกล้ามเนื้อ (กิตติมา วัฒนากมลกุล, 2553)

แต่การออกกำลังกายในฟิตเนสนั้นยังมีข้อจำกัดหลายประการด้วยกัน ทั้งในด้านค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่มีราคาค่อนข้างสูง ประมาณ 1,500-2,500 บาทต่อเดือน ในด้านระยะทางการเดินทางจากที่พักไปยังฟิตเนสที่ไกลและไม่สะดวกในหลายๆ พื้นที่ เนื่องด้วยชีวิตสังคมในปัจจุบันที่มีแต่ความรีบเร่ง ตื่นเช้าเพื่อไปทำงานและเมื่อตกเย็นก็อยากจะกลับไปถึงบ้านให้เร็วที่สุด การออกกำลังกายที่บ้านที่สามารถทำได้ในพื้นที่จำกัด ทำการออกกำลังกายที่ดูไม่ยากนัก จึงได้รับความนิยมมากขึ้น โดยการปรับเปลี่ยนสถานที่จากฟิตเนสเป็นที่บ้าน จึงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้ที่อยากจะออกกำลังกายในยุคสมัยนี้ เพราะทั้งประหยัดและสะดวก การที่คนเราเริ่มมองหาทางเลือกมากมายให้กับการออกกำลังกายของตนเอง เป็นเหมือนการกลับมาทบทวนและสำรวจตัวเองกับทุกเรื่องราวที่เป็นไปรอบตัว เพื่อแสวงหาทางที่เหมาะสมกับตัวเองมากที่สุด การออกกำลังกายก็เช่นกัน เรามีทางเลือกในการดูแลสุขภาพ ผู้หญิงเองก็สามารถเลือกในการรักษารูปร่างของตนเองในพื้นที่ที่เป็นทางการ เช่น ฟิตเนส โดยมีผู้ฝึกสอนจัดตารางการออกกำลังกาย หรือจะสะดวกแบบออกกำลังกายในที่พักของตนเอง จัดตารางการออกกำลังกายด้วยตนเอง

สำหรับช่องทางการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและออกกำลังกายพบว่า มีหลากหลายช่องทาง ได้แก่

1. โทรทัศน์ (Television) การรับชมรายการเพื่อสุขภาพและสาธิตท่าออกกำลังกาย เช่น รายการสโมสรสุขภาพทางช่อง MCOT โดยเนื้อหาของรายการจะเป็นการพูดคุยเกี่ยวกับสุขภาพ การดูแลตัวเอง อาหาร และรายการ ข.ขยับ ออกอากาศทางช่อง Thai PBS เป็นรายการสาธิตทดลอง ร่วมกับวิทยากรในการออกกำลังกายท่าต่างๆ แบบง่ายๆ ที่ทุกคนสามารถทำตามได้ รวมไปถึงเคล็ดลับการดูแลสุขภาพ

2. วิทยุ (Radio) ยกตัวอย่างเช่น รายการ Happy & Healthy คลื่น 102 MHz เป็นรายการที่ให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ให้คำปรึกษาแก่ผู้ฟังจากแพทย์เฉพาะทาง และยังเป็นสื่อกลางในการกระจายข่าวสารข้อมูลใหม่ๆ ของวงการแพทย์

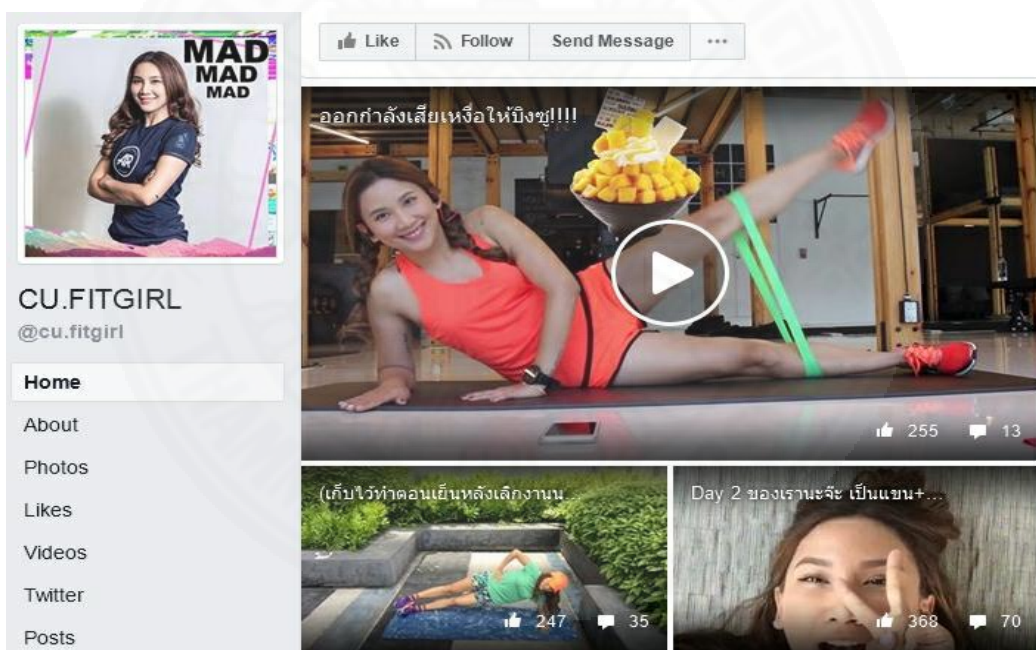
3. หนังสือ (Book) ประเภทหนังสือที่พบเห็นได้บ่อยมักจะเป็นหนังสือที่พูดถึง อาหาร การดูแลสุขภาพ การรักษาโรค สาธิตท่าออกกำลังกาย เช่น หนังสืออาหารคลีนเพื่อสุขภาพ, หยุดป่วยด้วยสมุนไพร, หุ่นสวยทันใจด้วยโยคะใน 4 สัปดาห์ เป็นต้น

4. นิตยสาร (Magazine) เป็นนิตยสารเฉพาะด้านเกี่ยวกับสุขภาพและการออกกำลังกาย เช่น นิตยสารสุขภาพดี, Health today, Men's health เป็นต้น

5. สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) การรับข้อมูลข่าวสารจากด้านสุขภาพและการออกกำลังกายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook เช่น แฟนเพจ Bebe Fit Routine มียอดผู้กดไลค์เพจ 645,452 คน, แฟนเพจ Wellness Idol มียอดผู้กดไลค์เพจ 644,778 คน และ Instagram Ig: emilyskyefit จำนวนผู้ติดตามประมาณ 1,900,000 คน, Ig: bodybysimone จำนวนผู้ติดตามประมาณ 96,000 คน เป็นต้น

เหตุผลหลักในการออกกำลังกายดังที่กล่าวมาแล้วนั้น ทั้งเพื่อสุขภาพที่แข็งแรง ลดความเสี่ยงการเกิดโรค ชะลอความแก่ อีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้ผู้คนหันมาสนใจการออกกำลังกายมากขึ้นก็คือเพื่อรูปร่างที่ดี (วิภาวรรณ ลีลาสำราญ และ วุฒิชัย เพิ่มศิริวานิชย์, 2547) โดยเฉพาะในผู้หญิง ซึ่งตรงกับผลการวิจัยของ บุศรินทร์ ชลานุกภาพ (2552) ได้สรุปผลไว้ว่าในเพศชายมีแนวโน้มที่จะออกกำลังกายเพื่อพบปะเพื่อนฝูง เพื่อความสนุกสนาน แต่ในเพศหญิงนั้นออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนัก ต้องการรักษารูปร่างให้สวยงาม เพราะเพศหญิงเป็นเพศที่รักสวยรักงามจึงมีความเอาใจใส่รักษารูปร่างของตนเองเป็นพิเศษมากกว่าเพศชาย มากไปกว่านั้นการมีรูปร่างที่ดีในยุคสมัยนี้ไม่เพียงแค่บอกว่าคนๆ นั้น เป็นคนที่ใส่ใจสุขภาพ แต่ยังเป็นการบ่งบอกถึงความสนใจ การทุ่มเทเวลา และโอกาสทางสังคมที่คนๆ นั้นมีให้กับตนเองอีกด้วย (อุ๋นใจ เจียมบุญณะกุล, 2547) ซึ่งในผู้ชายการออกกำลังกายเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง มีมัดกล้ามเนื้อจะเป็นเรื่องธรรมดา แต่ในผู้หญิงการออกกำลังกายไม่ใช่เพียงเพื่อลดน้ำหนัก หรือการรักษารูปร่างให้สวยงาม แต่เป็นเหมือนการหาทางออกจากความเสี่ยงให้ตนเอง ด้วยในปัจจุบันซึ่งเป็นสังคมสมัยใหม่ ยุคแห่งโลกาภิวัตน์ทำให้ผู้คนแสวงหารูปแบบการใช้ชีวิตที่มั่นคงปลอดภัย ค้นหาสิ่งที่จะช่วยยืนยันว่าจะสามารถควบคุมอนาคตของตนเองได้ ผู้หญิงจึงให้ความสนใจ

ในการออกกำลังกายมากขึ้นและมีความต้องการมากกว่าแค่การลดน้ำหนัก เสียเวลาและยอมจัดตารางการออกกำลังกายเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวัน อย่างน้อยการที่รูปร่างเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้นก็ย่อมเป็นผลดีกับตัวเอง และเชื่อว่าจะสามารถช่วยลดความเสี่ยงในอนาคตได้ รูปร่างที่เปลี่ยนไปในทางที่ดี กล่าวคือ มีรูปร่างที่แสดงถึงความสวยด้วยรูปร่างที่ผอมเพรียว แต่แฝงไปด้วยความแข็งแรงจากมัดกล้ามเนื้อ เราจะเห็นว่าการออกกำลังกายในผู้หญิงได้รับความสนใจมากกว่าแต่ก่อน จะเห็นได้จากแฟนเพจ (fanpage) หรือบล็อก (blog) ต่างๆ ที่มีเนื้อหาสอนการออกกำลังกายหรือการดูแลร่างกาย ถูกสร้างขึ้นในสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้น ทั้งใน Facebook, Instagram และ Twitter โดยผู้ที่เป็นเจ้าของเพจ ผู้ติดตามเพจ และผู้ที่คอมเมนต์และแชร์ข้อมูลเหล่านี้ในสื่อสังคมออนไลน์ ก็ล้วนแล้วแต่เป็นผู้หญิงแทบทั้งสิ้น ผู้หญิงกับการออกกำลังกายจึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจศึกษาเนื่องจากเป็นเพศที่มีความกังวลเกี่ยวกับรูปร่างและความสวยงามตลอดเวลา

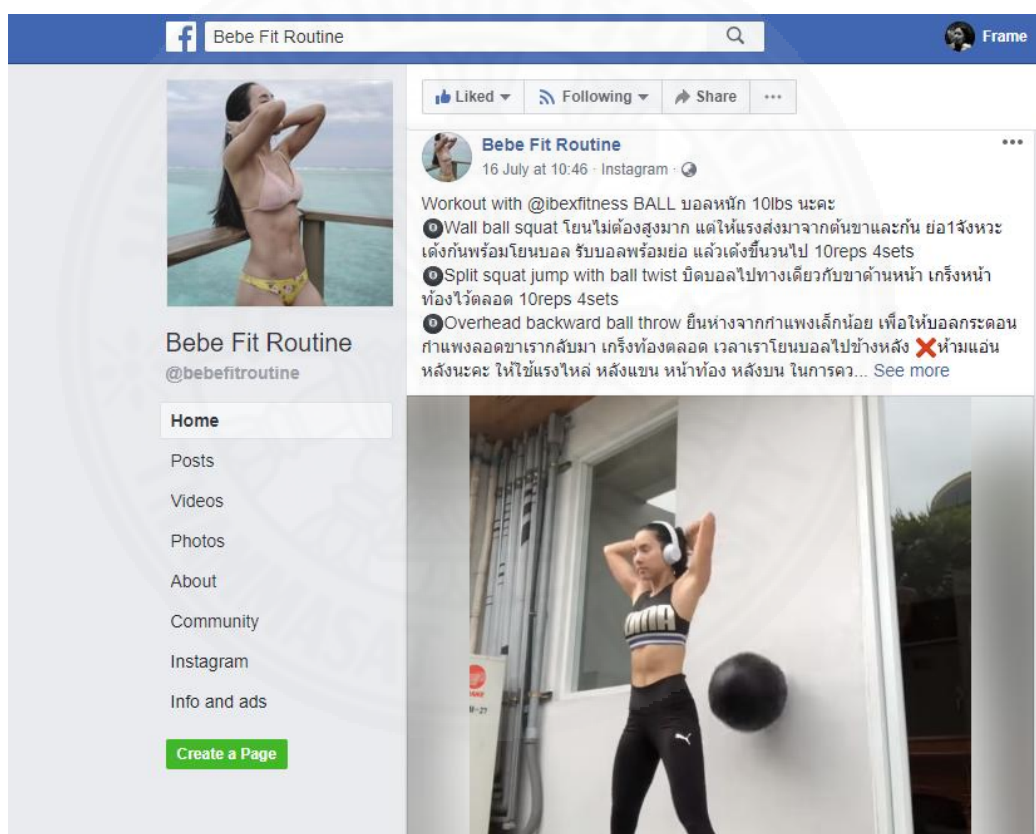


ภาพที่ 1.3 facebook สอนการออกกำลังกาย

จาก facebook cu.fitgirl@cu.fitgirl

การสร้างเพจออกกำลังกายผ่านเฟซบุ๊ก เปรียบเสมือนการประกอบร่างตัวตนและอัตลักษณ์ของผู้คนในยุคปัจจุบัน เรามักจะเห็นผ่านสื่อโซเชียลมีเดียโดยเฉพาะเฟซบุ๊กซึ่งเป็นพื้นที่อิสระในการประกอบขึ้นมา Giddens ได้กล่าวไว้ว่านั่นคือ การสะท้อนย้อนคิด (reflexivity of the self) การที่คนเราแต่ละคนนั้นต้องต่อสู้กับสภาวะความเปลี่ยนแปลงของสังคมในยุคสมัยใหม่ได้บริบท

ทางสังคมวัฒนธรรมโลกที่สลับซับซ้อน ทำให้คนเราจำเป็นต้องต่อสู้ต่อรองเพื่อสร้างตัวตนในแบบเฉพาะของตนเอง ดูเหมือนว่าเราอยู่ภายใต้สังคมที่เต็มไปด้วยทางเลือกมากมาย แม้กระทั่งทางเลือกในการดูแลสุขภาพของตนเอง ผู้หญิงเองก็เช่นกัน มีทางเลือกที่จะรักษาสุขภาพการออกกำลังกายผ่านการเลือกใช้บริการจากเทรนเนอร์ส่วนตัวในพื้นที่ฟิตเนสรวมถึงการจัดตารางฝึกและควบคุมตารางฝึก หรือจะเลือกการดูแลสุขภาพและรูปร่างด้วยตัวเอง โดยเลือกออกกำลังกายในที่พักของตน ซึ่งไม่ว่าผู้หญิงจะเลือกทางใดก็ต้องอยู่ภายใต้ว่าทรมานการออกกำลังกายรักษาสุขภาพหรือรูปร่างของตนเอง จนเกิดเป็นกระแสผู้หญิงควรรักษาสุขภาพ ออกกำลังกาย เพียงแต่ว่าจะเลือกทางใดให้เหมาะสมกับวิถีชีวิตของผู้หญิงแต่ละคน



ภาพที่ 1.4 เพจสอนออกกำลังกายและการดูแลสุขภาพ

จาก Facebook: Bebe fit routine

การสะท้อนย้อนคิด (reflexivity of the self) เป็นผลลัพธ์ของความย้อนแย้งในยุคสมัยใหม่ ซึ่งไม่ใช่แค่การอธิบายว่าเราเป็นใคร แต่ในสังคมสมัยใหม่ที่มีความซับซ้อนและมีทางเลือกมากมายเรียกร้องให้บุคคลหาคำตอบไปพร้อมกับการตั้งคำถามกับตัวเองว่า เราจะเป็นอะไรและเป็น

อย่างไร ซึ่งเป็นเหมือนการบำบัดและให้คำปรึกษา (therapy and counselling of all kinds) โดยผู้หญิงยุคใหม่สามารถเลือกแนวทางที่สอดคล้องกับความต้องการของตนเองว่าจะบำบัดในระดับตัวตนหรือเลือกพึ่งพาผู้เชี่ยวชาญ

การเกิดขึ้นของเพจดูแลสุขภาพและสอนออกกำลังกายที่มากขึ้นและมีจำนวนผู้ติดตามเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ยกตัวอย่างเช่น เพจ Fit Healthy Model ก่อตั้งเพจเมื่อ เมษายน 2557 มีผู้ติดตาม 515,092 ผู้ใช้งาน และเพจ Bebe Fit Routine ซึ่งก่อตั้งเมื่อ เมษายน 2559 มีผู้ติดตามกว่า 1,034,254 ผู้ใช้งาน (ข้อมูล ณ วันที่ 7 กรกฎาคม 2561) จะสังเกตเห็นว่าเพจ Bebe Fit Routine เป็นเพจที่เพิ่งก่อตั้งได้ไม่นาน เปิดเพจช้ากว่า 2 ปี แต่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงความสนใจในเรื่องของการดูแลสุขภาพและออกกำลังกายของคนในยุคปัจจุบันที่มากขึ้นเรื่อยๆ การแชร์และมีการพูดคุยเกี่ยวกับคลิปสอนการออกกำลังกายในสื่อเฟซบุ๊กดังที่กล่าวมานั้น แสดงให้เห็นถึงการให้คลิปวิดีโอออกกำลังกาย และเจ้าของเพจที่มีประสบการณ์ด้านการออกกำลังกายหรือผู้ที่ออกกำลังกายเป็นประจำและต้องการจะเผยแพร่เทคนิคการออกกำลังกายในแบบของตนให้กับผู้อื่นผ่านพื้นที่เฟซบุ๊กและด้วยคุณลักษณะของสื่อเฟซบุ๊กที่ทำให้การสร้างสรรคเนื้อหาเป็นไปได้ง่ายตาย เพียงแค่อัพโหลดคลิปวิดีโอ ภาพ ก็สามารถกลายเป็นผู้นำการออกกำลังกายที่สามารถส่งสารไปยังผู้อื่นได้อีกด้วย (Encoder) เปรียบเสมือนการเป็นผู้เชี่ยวชาญ โดยผู้หญิงที่เป็นผู้รับสารเองจะหันกลับมาพิจารณาความต้องการของตนเองว่าอยากจะเป็นหรืออยากจะมีหุ่นแบบในคลิปวิดีโอหรือไม่ พวกเขาควรจะต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดหรือไม่ โดยการพิจารณาการติดตามเพจด้านนี้ อาจเลือกใช้จากยอดผู้ติดตามเพจ (follower) เป็นสิ่งยืนยันความน่าเชื่อถือหรือไม่ มากไปกว่านั้นคือ การบำบัดระดับตัวตน การที่หลายคนตื่นตัวและให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายมากขึ้น หลายคนเริ่มหันกลับมามองตัวเอง กลับมาดูร่างกายทรวดทรง เป็นการสะท้อนย้อนคิดระดับบุคคลโดยมีการบำบัดตัวเองเป็นทางเลือก และจะเริ่มตั้งคำถามกับรูปร่างของตัวเองว่าต้องการอะไรสำหรับตนเอง ฉันต้องทำอะไร และ ฉันอยากเป็นอย่างไร ซึ่งจะทำให้เกิดการรู้จักและเข้าใจตนเอง กล่าวคือ จะพอใจในแบบที่เป็นอยู่หรือจะปรับเปลี่ยนตามแบบที่อุดมการณ์ปัจจุบันกำลังสอดแทรกเข้ามา ว่าควรจะทำให้ฟิตแอนด์เฟิร์มมากกว่านี้ หรือจะทำเช่นไรกับสภาวะความเสี่ยงในปัจจุบัน ถ้าหากต้องการเปลี่ยนแปลงพวกเขาต้องค้นหาแนวทางว่า ฉันต้องทำอะไรจึงจะทำให้หุ่นของตัวเองนั้นฟิตแอนด์เฟิร์มตามที่ใจต้องการ เช่น ไปสมัครสมาชิกฟิตเนส มีเทรนเนอร์คอยสอนและจัดตารางการฝึกอย่างจริงจัง หรือเลือกที่จะออกกำลังกายอยู่ที่บ้าน จัดตารางออกกำลังกายเข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันซึ่งก็สามารถทำให้ร่างกายฟิตแอนด์เฟิร์มได้เช่นเดียวกัน สุดท้ายแล้วการจะทำให้รูปร่างของตัวเองดีขึ้น ต้องใช้ระยะเวลา ความอดทน ระเบียบวินัยในการทำอย่างสม่ำเสมอเพื่อที่จะเปลี่ยนแปลงร่างกายของตัวเองให้เป็นแบบที่อยากจะเป็นรูปร่างที่มีมัดกล้ามเนื้อ จากนั้นผลลัพธ์ที่พวกเขาได้ต้องการอะไร เช่น สามารถใส่เสื้อผ้าชุดโชว์เอวและเห็นทรวดทรงได้สวยงามอย่างมั่นใจหรือไม่ สามารถดึงดูดสายตาผู้ที่พบเห็นได้หรือไม่

รูปร่างที่ตื้นนั้นถูกแปรเปลี่ยนความหมายไปตามยุคสมัยและหากจะพูดเรื่องรูปร่างในเพศหญิงแล้วนั้น ถือว่าเป็นเรื่องที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิต ไม่ว่าจะยุคใดชนชาติใดก็ให้ความสำคัญกับเรื่องรูปร่างผอมและอ้วนทั้งสิ้น ในสมัยก่อนความอ้วนเป็นสัญลักษณ์ถึงความมั่งมี มีบุญวาสนา ปราศจากโรคภัย ส่วนความผอมหมายถึง ความยากจน แร้นแค้นและความเจ็บป่วย แต่ในปัจจุบันหลายชาติต่างเชื่อกันว่า ความอ้วนเป็นสัญลักษณ์แห่งความน่าเกลียด และโรคภัยไข้เจ็บ แสดงถึงการไม่ดูแลเอาใจใส่ตัวเอง ส่วนความผอมเป็นสัญลักษณ์ของความสวย การดูแลเอาใจใส่ในรูปร่าง Davis (1995, อ้างถึงใน วิสาขา เทียมลม, 2558) กล่าวว่า แม้ความงามของผู้หญิงจะเปลี่ยนแปลงไปตามเวลาและค่านิยมในสังคมนั้นๆ แต่มีสิ่งหนึ่งไม่เปลี่ยนแปลงคือ ความงามถูกกำหนดไว้ให้เป็นสิ่งจำเป็นของผู้หญิง และเป็นสิ่งที่มีคุณค่าแก่การทุ่มเทเวลา เงิน ความเจ็บปวดหรือชีวิต เพื่อแลกกับความงาม จึงไม่แปลกที่เราจะเห็นผู้หญิงในสมัยนี้จะอดอาหารและเลือกทานมากขึ้นเพื่อให้มีร่างกายที่ผอม และถูกปลูกฝังความคิดว่ารูปร่างที่ผอมนั้นคือ รูปร่างที่สวยงาม (นนทิตา ตั้งไพบูรณ์ทรัพย์, 2553) ค่านิยมความผอมที่หมายถึง ความสวยนั้น เป็นค่านิยมมาจากฝั่งตะวันตก โดยสะท้อนผ่านภาพของดารานางแบบระดับโลก ถ้าต้องการจะดูมอ่งว่ามีรูปร่างที่สวยงามตามนางแบบระดับโลก จำเป็นจะต้องมีรูปร่างที่ผอมโซ ที่เป็นเช่นนี้มีผลมาจากสื่อ ความงามของผู้หญิงถูกสื่อตีกรอบไว้โดยการนำเสนอของสื่อรวมถึงการโฆษณาด้านความงามต่างๆ ที่ล้วนแต่ใช้นักแสดงหญิงที่มีรูปร่างผอมสวย ซึ่งมีผลต่อการสร้างความงามของผู้หญิง ดังนั้น จึงไม่น่าใช่เรื่องแปลกที่การสร้างวาทกรรมความสวยคือ ความผอมนั้นจะถูกกำหนดโดยสื่อ (นนทิตา ตั้งไพบูรณ์ทรัพย์, 2553)

เดิมค่านิยมความผอมถูกกำหนดไว้ว่าคือ ความสวย ไม่ใช่เพียงดารานางแบบระดับโลกเท่านั้นที่รับค่านิยมนี้มา แต่ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไป กล่าวคือ นอกจากผู้หญิงจะต้องมีรูปร่างที่ไม่อ้วน หุ่นดีแล้วนั้น ยังต้องมีสุขภาพดี มีกล้ามเนื้อที่กระชับอีกด้วย จากการสังเกตพบว่า ดาราชื่อดังในประเทศไทย เมื่อมีกระแสรักสุขภาพด้วยการออกกำลังกายเข้ามา เริ่มมีการสร้างวาทกรรมความสวยที่ต่างไปจากเดิม ทั้ง อารยา เอ ฮาร์เก็ต เจนนี่ เทียนโพธิ์สุวรรณ และคิมเบอร์ลี่ แอน เทียมศิริ ดาราเหล่านี้เข้ามาเปลี่ยนวาทกรรมความสวยที่ไม่ใช่แค่ผอมหรือหน้าสวย แต่ต้องผอมแข็งแรง กล่าวคือ บุคคลเหล่านี้ยังคงมีรูปร่างที่ยังอยู่ในกรอบหลักของวาทกรรมคือ ความผอม แต่เป็นความผอมที่มีกล้ามเนื้อเล็กน้อยเพื่อให้ดูกระชับ แข็งแรง (พิชญานา คัจฉานุช, 2558) เดิมทีมัดกล้ามเนื้อเป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความแข็งแรงซึ่งมักจะมาคู่กับผู้ชาย การออกกำลังกายเพื่อให้มีมัดกล้ามเนื้อเป็นเสมือนการทำทนายความคิดเดิมเกี่ยวกับร่างกายตามธรรมชาติทั้งหญิงและชาย ซึ่งเรามักจะพบในผู้ชายมากกว่า หากในผู้หญิงจะพบในกลุ่มเฉพาะผู้หญิงเพาะกล้ามเนื้อ หรือเล่นกีฬาเป็นอาชีพ แต่เมื่อวาทกรรมความสวยได้เปลี่ยนแปลงไป มัดกล้ามเนื้อที่แสดงถึงความแข็งแรงไม่ได้จำกัดอยู่แต่ในผู้ชายหรือผู้หญิงเพาะกล้ามเนื้อ แต่สามารถเกิดขึ้นได้ในผู้หญิงที่ออกกำลังกายและอยากจะเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตนเองให้ผอมแต่แฝงไปด้วยความแข็งแรง การลงทุนในร่างกายนี้ช่วยให้คนเรามีอีกวิถีทางหนึ่งในการแสดงตัวตนของเขา ทั้งยังทำให้รู้สึกดี

กับตนเองที่ก้าวข้ามขีดจำกัด และตระหนักถึงความสามารถในการควบคุมร่างกาย (ปริตตา เฉลิมเผ่า กอนันตกุล, 2541) โดยส่งผ่านวาทกรรมเหล่านี้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้วยการลงภาพโชว์หุ่นผอมเพรียว หน้าท้องแบนราบและมีกล้ามเนื้อเล็กน้อย แขนขากระชับได้สัดส่วน ใน Instagram, Facebook หรือ Twitter จนกลายเป็นแรงจูงใจให้ผู้ที่พบเห็นและติดตามดารานี้ในสื่อสังคมออนไลน์ ต้องการจะออกกำลังกายตามเพื่อจะมีหุ่นที่ดีและสุขภาพที่แข็งแรงตามแบบอย่างดารานี้ที่ตนชื่นชอบ ซึ่งดารานี้แต่ละคนก็กล่าวมานั้นมีผู้ติดตามใน Instagram ไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคน จึงไม่แปลกใจที่ดารานี้ในยุคนี้จะสามารถเข้ามาเปลี่ยนวาทกรรมความสวยให้เท่ากับผอมแต่มีความแข็งแรง และเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่เป็นแรงจูงใจทำให้กระแสรอกกำลังกายนั้นเป็นที่นิยมได้อย่างรวดเร็ว



ภาพที่ 1.5 ภาพดาราชิวรูปร่างของ อารยา เอ ฮาเก็ต
จาก Instagram: Chomismaterialgirl

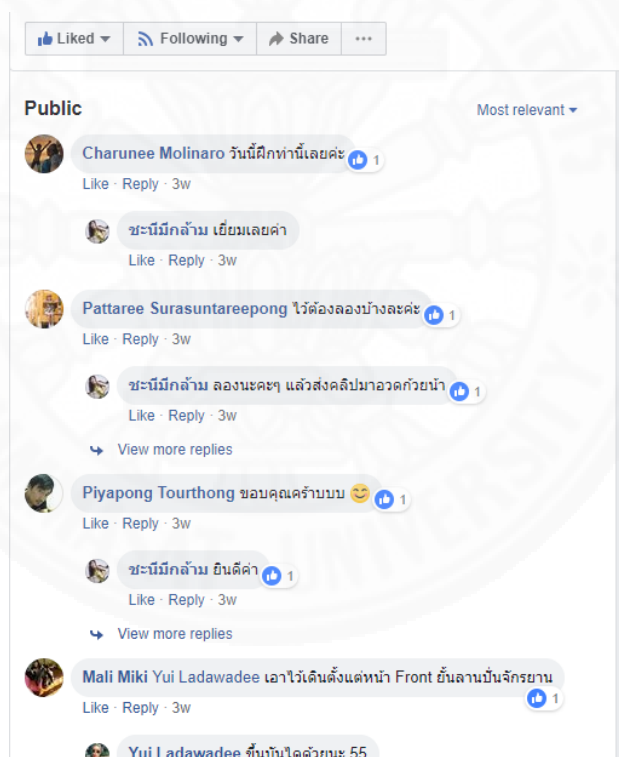
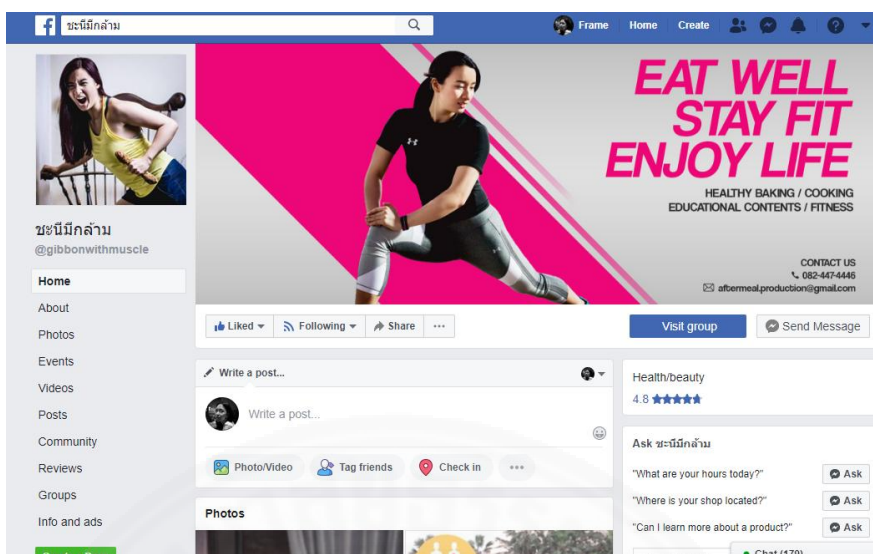


ภาพที่ 1.6 ภาพดาราชวีร์รูปร่างของ เจนนี่ เทียนโพธิ์สุวรรณ
จาก Instagram: janienineelevelen



ภาพที่ 1.7 ภาพดาราชวีร์รูปร่างของ คิมเบอร์ลี่ แอน เทียมศิริ
จาก Instagram: kimmy_kimberley

เมื่อสื่อเข้าถึงชีวิตประจำวันของคนเรามากขึ้น แม้กระทั่งความสวยที่ดูจะเป็นเรื่องความพอใจเฉพาะบุคคลยังถูกสื่อตีกรอบไว้ โดยเฉพาะสื่อใหม่ที่เข้ามาสร้างโลกเสมือนให้กับคนในยุคปัจจุบัน เป็นทางเลือกใหม่ทางการสื่อสาร มีวิธีการสื่อสารที่แตกต่างไปจากสื่อดั้งเดิมและเข้าถึงวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันได้ในกลุ่มคนจำนวนหนึ่ง ผวนกับคุณสมบัติด้านการสื่อสารที่รวดเร็วทันใจของผู้รับและผู้ส่งสาร (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2556, อ้างถึงใน พิชญภา คัจฉานุช, 2558) และสามารถยกระดับทางและพื้นที่แห่งการปฏิสัมพันธ์ สามารถสร้างความรู้สึกใกล้ชิดแนบแน่นผ่านสื่อ (Giddens) นอกจากนี้สื่อใหม่จะเป็นช่องทางในการสื่อสารรูปร่างที่ดูดีของผู้หญิงในยุคปัจจุบันจนเกิดเป็นกระแสนิยมความสวยแต่แข็งแรงแล้วนั้น สื่อใหม่ยังเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ เช่น อาหารคลีน การประกอบอาหารที่ดีต่อสุขภาพ การดูแลรูปร่าง การออกกำลังกายเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง หรือให้มิมดกแล้ม ที่ปัจจุบันให้ความหมายของมดกแล้มคือ เส้นของร่างกายอย่างหนึ่งซึ่งช่วยดึงดูดเพศตรงข้าม หรือความสนใจจากเพศเดียวกัน โดยลักษณะของสื่อใหม่ที่สามารถมีปฏิสัมพันธ์กันไประหว่างคนอื่น ๆ ที่กำลังเปิดรับเนื้อหาเดียวกันนี้ โดยที่ผู้รับแต่ละคนไม่จำเป็นต้องรู้จักกันอย่างเป็นทางการในโลกแห่งความเป็นจริง ขอเพียงแค่ว่าผู้รับเหล่านี้เป็นผู้ที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกันก็สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ประสบการณ์ต่างๆ ร่วมกันได้ ซึ่งในความสัมพันธ์นี้จะยืนยาวหรือไม่ก็ตามแต่ และจะเห็นได้ว่ามีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มากขึ้น และใช้ประโยชน์ในแง่มุมที่หลากหลาย ไม่ใช่เพียงเพื่อความเพลิดเพลิน แสดงตัวตน แต่ในแง่มุมของการออกกำลังกาย สื่อสังคมออนไลน์ก็สามารถเข้าไปจัดสรรข้อมูลและยังได้รับความนิยมอีกด้วย สังเกตได้จากเพจสอนออกกำลังกายหรือให้ข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพและการออกกำลังกาย ที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ และจำนวนผู้ติดตามที่มีหลักแสนคนขึ้นไปหลายเพจด้วยกัน มีการพูดถึงและส่งต่อข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายตามสื่อสังคมออนไลน์ทั้ง Instagram, Facebook และ Twitter มากขึ้นกว่าแต่ก่อน



ภาพที่ 1.8 การพูดคุยอย่างเป็นกันเองระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตามเพจ Facebook: ชะนีมีกล้ามเนื้อ

จะเห็นได้ว่าการพูดคุยแลกเปลี่ยนความเห็นกัน อย่างเป็นกันเอง สนับสนุนกันระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตามเพจ และระหว่างผู้ติดตามเพจด้วยกันเอง การพูดคุยกันผ่านสื่อเฟซบุ๊กทำให้เรากล้าที่จะถาม กล้าที่แสดงตัวตน การพูดคุยในเรื่องเดียวกันผ่านสื่อถึงแม้จะเป็นเพียงโลกเสมือนแต่ก็สามารถสร้างความรู้สึกรักซึ้งใจได้ และความคุ้นเคยกับคน สถานที่ และเหตุการณ์ต่างๆ ได้ สื่อใหม่ในฐานะ

ที่เป็นเครื่องมือที่ก้าวข้ามข้อจำกัดแห่งความสัมพันธ์และพื้นที่ประสบการณ์ (mediated experience) ในแง่ของการออกกำลังกายถึงแม้บางคนอาจจะไม่เคยเข้าฟิตเนสเลย แต่หาข้อมูลและเลือกรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊ก ก็สามารถทำให้เป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกายถึงแม้จะไม่เคยไปใช้บริการฟิตเนสที่มีผู้สอนคอยให้ความรู้ในรูปแบบที่เป็นทางการก็ตาม

สำหรับข้อมูลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยนั้น สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) หรือ ETDA (เอ็ตด้า) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2559) ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนไทยพบว่า คนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ย 6.4 ชั่วโมงต่อวัน (หรือ 45 ชั่วโมงต่อสัปดาห์) มีการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนประมาณ 85.5% ของประชากร เฉลี่ย 6.2 ชั่วโมงต่อวัน จากปีที่แล้ว อยู่ที่ 82.1% เฉลี่ย 5.7 ชั่วโมงต่อวัน แสดงว่า มีการใช้สมาร์ทโฟนมากขึ้น ช่วงเวลาทำงาน (Working Hours) คนใช้อินเทอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ 64.5% มากกว่าสมาร์ทโฟน เนื่องจากยังมีงานส่วนมากทั้งราชการและเอกชนที่ทำผ่านคอมพิวเตอร์ทั้ง PC และ Notebook ส่วนช่วงเวลาหลังเลิกงานถึงก่อนนอนเปลี่ยนไปใช้ สมาร์ทโฟนแทน 68.4% ถือเป็นพฤติกรรมปกติไปแล้ว หากเปรียบเทียบแยกประเภทสื่อออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้มากที่สุด อันดับหนึ่งคือ Youtube 97.3% รองลงมาคือ Facebook 94.8% และ LINE 94.6% Instagram 57.6% Twitter 35.5% แต่ในด้านความถี่การใช้งานนั้น Facebook มาเป็นอันดับ 1 ที่ 84.2% ตามด้วยLINE 82% และ Youtube 76.9%



ภาพที่ 1.9 เปอร์เซนต์ของผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ เปรียบเทียบตามประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่คนไทยนิยมใช้

จาก <https://brandinside.asia/survey-internet-thailand-user-2559/>

จากข้อมูลและสถิตินี้จะเห็นได้ว่าการเปิดรับสื่อของประชาชน เลือกที่จะรับข้อมูลข่าวสารและสื่อสารจากสื่อสังคมออนไลน์ รวมไปถึงเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูล เพื่อเป็นการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีใหม่ที่เข้ามาในสังคม จากการสำรวจโดย Retrevo gadgetology report บริษัทวิจัยของสหรัฐได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้ที่มีต่อเว็บไซต์สังคมออนไลน์อย่าง เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์และอื่นๆ โดยเกือบ 50% มักจะเข้ามักเช็คข้อความความเคลื่อนไหวทั้งก่อนเข้านอนและตื่นนอน และ 16% ได้รับข้อมูลข่าวสารประจำวันจากเว็บไซต์เหล่านี้ ผลสำรวจยังพบว่า ผู้ใช้งานมากกว่าครึ่งต้องติดตามความเคลื่อนไหวข้อมูลข่าวสารเว็บไซต์สังคมออนไลน์ของตนอย่างน้อยละวันละ 1 ครั้ง จึงจะเห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เข้าไปอยู่ในชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลทั้งในด้านการติดต่อและรับข้อมูลข่าวสาร (ปณิชา นิตินรมงคล, 2554)

สังคมสมัยใหม่ตามที่ Giddens ได้ย้าหลายครั้งว่า ถึงแม้จะเป็นสังคมและวัฒนธรรมแห่งความเสี่ยง จากสังคมทุนนิยม ความเจริญทางวัตถุและการพัฒนาของเทคโนโลยี แต่องค์ประกอบส่วนหนึ่งที่สามารถลดความเสี่ยงหรือลดความรู้สึกไม่มั่นคงของคนในสังคมได้ ก็คือ การมีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดความเสี่ยง ในที่นี้จึงหมายถึงรวมถึงการมีขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ ที่เข้าไปมีบทบาทในทุกเรื่องราวรอบตัวของผู้คนในปัจจุบัน รวมทั้งเรื่องของสุขภาพการออกกำลังกาย เฟซบุ๊กเป็นพื้นที่ในการเปิดรับเรื่องราวที่สนับสนุน กระตุ้นให้ผู้รับสารหันมาออกกำลังกายอย่างจริงจัง เป็นพื้นที่ที่นำเสนออุดมการณ์ใหม่ๆ ว่าการมีกล้ามเนื้อจะทำให้ดูดี ดูเป็นผู้หญิงที่ใส่ใจตัวเองเป็นอย่างดี ไม่ขี้เกียจ ถึงแม้จะอยู่ในที่พักก็ยังคงออกกำลังกายผ่านเฟซบุ๊ก เทคโนโลยีอาจเข้ามาสร้างความเสี่ยงแต่ในอีกทางความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสามารถช่วยลดความเสี่ยงให้เราได้

สื่อสังคมออนไลน์นอกจากจะตอบสนองวิถีชีวิตของผู้คนในปัจจุบันแล้วนั้น ยังเป็นช่องทางในการรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่สะดวกและยังสอดคล้องกับนโยบายของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) ในเรื่องของการออกกำลังกายที่พยายามจะสื่อสารกับประชาชนให้มองเรื่องออกกำลังกายเป็นเรื่องง่ายๆ ไม่ยุ่งยาก เพียงแค่เราขยับร่างกายก็เท่ากับออกกำลังกาย ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนก็สามารถออกกำลังกายได้ อีกทั้งยังประหยัดทั้งเงินและเวลาสำหรับผู้ที่อยากออกกำลังกายแต่ไม่สะดวกเดินทางและไม่อยากเสียเงินค่าบริการฟิตเนส เพราะสามารถทำตามได้ในที่พักของตน ไม่เสียค่าบริการ เพียงแต่เปิดดูคลิปจากสื่อสังคมออนไลน์

ภายใต้สังคมบริโภคนิยม สื่อจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางส่งต่อรูปแบบของมาตรฐานชีวิตแบบอุดมคติ ให้กับผู้บริโภคได้รับ บทบาทของสื่อมวลชนมุมหนึ่งคือ การผลิตซ้ำรูปแบบชีวิตที่น่าหลงใหลและพึงปรารถนาผ่านหนังสือ นิตยสาร ละคร ภาพยนตร์ และอื่นๆ อีกมากมาย การที่สื่อมวลชนนำเสนอภาพดาราสาวที่มีรูปร่างดี ไม่มีพุง กระชับสัดส่วนทั้งแขน ขา หน้าท้องที่มีมัดกล้ามเนื้อ ซึ่งเป็นรูปร่างที่ผู้หญิงหลายคนปรารถนา จึงเหมือนเป็นการตอกย้ำรูปร่างในอุดมคติที่สังคมส่วนใหญ่ต้องการและอยากจะเป็น

การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพและการออกกำลังกายจึงเปิดรับผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้นและได้รับความนิยมกว่าช่องทางอื่นๆ เนื่องด้วยการสาธิตออกกำลังกายนั้นจำเป็นที่จะต้องเห็นภาพและภาพเคลื่อนไหวซึ่งจะสามารถช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ดีกว่าการอ่านจากตัวหนังสือ และยังช่วยทำให้สามารถปฏิบัติตามได้ง่ายขึ้น การนำเสนอด้วยสื่อแบบรูปภาพ ทั้งรูปภาพที่ถ่ายจากกล้อง ภาพวาด รวมถึงแบบที่มีการเคลื่อนไหวและไม่มีภาพเคลื่อนไหว จะทำให้บุคคลสามารถจดจำและเข้าใจสื่อได้ดี (Byron & Clifford, 1998; วรณิดา กลิ่นดี, 2551) อีกทั้งอินเทอร์เน็ตยังสามารถทำให้ผู้คนทั่วทุกมุมโลกที่สนใจในเรื่องเดียวกันติดต่อสื่อสาร มีปฏิสัมพันธ์กัน ได้ตอบกันได้ ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดของโลกนี้ เราจึงมักจะเห็นเนื้อหาส่วนมากเป็นคลิปวิดีโอมากกว่าจะเป็นการให้ข้อมูลแบบตัวหนังสือ

คลิปวิดีโอออนไลน์กลายเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิง ชนิดใหม่ของผู้ที่ใช้อินเทอร์เน็ต ในยุคที่อินเทอร์เน็ตเข้าสู่ยุค Web 2.0 เกิด World Wide Web ขึ้น ผู้ใช้งานสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในการแบ่งปันข้อมูล ทำให้เกิดการหลั่งไหลข้อมูลจากทั่วทุกมุมโลก แต่ก็ยังเป็นยุคที่ถูกจำกัดการสื่อสารไว้เพียง ตัวอักษร (text) ภาพ (image) และเสียง (audio) จนเกิดการสื่อสารผ่านคลิปวิดีโอออนไลน์ที่สามารถสื่อสารได้ทั้งภาพ เสียง วิดีโอ ตัวอักษรไปพร้อมๆ กัน หลังจากที่เกิดเว็บไซต์แบ่งปันวิดีโอออนไลน์การสื่อสารและแบ่งปันข้อมูลผ่านสื่อวิดีโอออนไลน์ก็กลายเป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ที่ผู้อัพโหลดทำการโหลดคลิปเพียงครั้งเดียว แต่ผู้ชมทั่วโลกสามารถเข้าชมได้ โดยเนื้อหาวิดีโอที่มักจะถูกอัพโหลดฝากไว้ในเว็บไซต์นั้น ทั้งมิวสิควิดีโอ คลิปรายงานสถานการณ์ คลิปข่าว คลิปสัมภาษณ์ดาราสอนทำอาหาร แต่งหน้า คลิปสอนภาษา รวมไปถึงคลิปสอนออกกำลังกาย (พิมพ์พร พุฒิสาร, 2553)

คลิปวิดีโอออกกำลังกายมักจะถูกอัพโหลดและชมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ประเภท ยูทูบ มากที่สุด ด้วยลักษณะการใช้งานของยูทูบ ที่โดดเด่นในเรื่องของการเผยแพร่และอัพโหลดวิดีโอ หากใครอยากชมคลิปวิดีโอใดก็สามารถสืบค้นได้จาก ยูทูบ เป็นที่แรก ต่อจากนั้นหากผู้ที่ชมคลิปรู้สึกชอบ และอยากแบ่งปันคลิปนี้ไปสู่เพื่อนและคนรู้จัก ก็จะนำคลิปวิดีอนั้นไปแชร์ต่อในสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ทั้ง Facebook, Instagram, Twitter เป็นต้น โดยเฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีความถี่ในการเปิดใช้งานมากที่สุด เมื่อมีการแชร์คลิปวิดีโอผ่านเฟซบุ๊ก จึงเหมือนว่าเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเพิ่มความถี่และการเปิดรับคลิปออกกำลังกายให้กับผู้อื่น

บทบาทของสื่อมวลชนในอีกแง่มุมหนึ่งนอกจากการผลิตซ้ำรูปแบบที่น่าหลงใหลและพีงปรารถนาแล้วนั้น คือ การทำหน้าที่เสนอทางเลือกที่เป็นไปได้ให้กับผู้รับสารในระดับปัจเจกที่จะเป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจตนเอง หากนำมาพิจารณาในบริบทโซเชียลมีเดีย ผู้รับสารมีทางเลือกมากมายในการเปิดรับคลิปทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ ภายใต้อุดมการณ์สุขภาพร่างกายที่ดีในมุมมองของเจ้าของร่างกายหรือของสังคมที่กำลังอาศัยอยู่ด้วยความเสี่ยงด้านสุขภาพ การมีร่างกายที่มี

มัดกล้ามเนื้อในยุคนี้อาจจะหมายถึง การมีเสน่ห์ การดูแลตัวเอง การเป็นคนใส่ใจสุขภาพ การให้ความสำคัญกับตนเองและเป็นคนทันสมัย

คลิปวิดีโอออกกำลังกายถูกอัปโหลดลงสื่อสังคมออนไลน์ ได้รับความนิยมนอย่างมากทั้งในไทยและต่างประเทศ ซึ่งโดยส่วนใหญ่มักจะเป็นคลิปวิดีโอออกกำลังกายประเภทบอดี้เวท (Bodyweight) และ คาร์ดิโอ (Cardio) กล่าวคือ วิดีโอออกกำลังกายทั้ง 2 แบบนี้ จะเน้นการออกกำลังกายแบบไม่ใช้อุปกรณ์ เพื่อให้ง่ายต่อการปฏิบัติ ไม่ยุ่งยาก ซึ่งความนิยมในการรับชมนี้สังเกตได้จากยอดเข้าชมที่มีการเข้าชมมากกว่า 1 แสนครั้ง อย่างเช่น คลิปวิดีโอสาธิตการออกกำลังกายของ Fit junction ชื่อคลิป “FIT EZEZ 1:5 วัน พัดง่าย ๆ : สอนกิน+ออกกำลังกายแบบง่ายๆ สำหรับคนอยากฟิต” มียอดเข้าชม 1,087,341 ครั้ง เผยแพร่ทางยูทูปเมื่อวันที่ 3 มีนาคม 2558 ชื่อคลิป “Serious Workout 11: พุงป่องทำไม? วิธีบริหาร เพื่อหน้าท้องแบนราบ” มียอดเข้าชม 944,449 ครั้ง เผยแพร่ทางยูทูปเมื่อวันที่ 18 เมษายน 2558 ชื่อคลิป “Serious Workout 6: เล่นกล้ามอย่างไรให้โต” มียอดเข้าชม 1,764,727 ครั้ง เผยแพร่ทางยูทูปเมื่อวันที่ 28 มีนาคม 2558 (ข้อมูล ณ วันที่ 7 กรกฎาคม 2561)

ส่วนคลิปวิดีโอออกกำลังกายในต่างประเทศที่ได้รับความนิยมนั้นมียอดผู้ชมกว่า 1 ล้านครั้ง ตัวอย่างคลิปวิดีโอสาธิตการออกกำลังกายที่โด่งดัง ได้แก่ คลิปวิดีโอของ Fitness Blender ชื่อคลิป “10 Min Abs Workout -- At Home Abdominal and Oblique Exercises” มียอดเข้าชม 57,004,391 ครั้ง เผยแพร่ทางเว็บไซต์ยูทูปเมื่อวันที่ 17 มกราคม 2555 ชื่อคลิป “Fat Burning Cardio Workout - 37 Minute Fitness Blender Cardio Workout at Home” มียอดเข้าชม 46,967,868 ครั้ง เผยแพร่ทางเว็บไซต์ยูทูป (YouTube) เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2556 ส่วนวิดีโอของ Befit ชื่อคลิป “10 Minute Cardio Dance Abs Workout: Burn to the Beat- Keaira LaShae” มียอดเข้าชม 21,214,825 ครั้ง เผยแพร่ทางเว็บไซต์ยูทูปเมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2557 และชื่อคลิป “Butt Workout 1: Tone Up | 30 DAY BUTT LIFT” มียอดเข้าชม 8,959,068 ครั้ง เผยแพร่ทางเว็บไซต์ยูทูปเมื่อวันที่ 18 พฤศจิกายน 2555 (ข้อมูล ณ วันที่ 7 กรกฎาคม 2561)

คลิปวิดีโอที่มีผู้ชมแล้วถูกใจมักจะถูกส่งต่อและถูกพูดถึงในโลกออนไลน์จนกลายเป็นกระแส (เกวลี ศรีตลาถัย, 2556) เช่นเดียวกับคลิปวิดีโอออกกำลังกาย เราจะพบเห็นการแชร์และอัปโหลดคลิปวิดีโอในสื่อสังคมออนไลน์มากมาย แล้วแต่ความชอบและความสนใจ ทั้งใน Facebook, Twitter, IG และ YouTube มีการติดต่อสื่อสารกันระหว่างผู้เผยแพร่คลิปและผู้ชมคลิปรวมไปถึงผู้ชมคลิปด้วยกันเองในโลกออนไลน์ เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ชักชวนกันมาออกกำลังกายและแนะนำคลิปที่ตนเห็นว่าดีและได้ผลให้กับผู้ที่สนใจ การตั้งกระทู้สอบถามเกี่ยวกับคลิปวิดีโอออกกำลังกายที่แต่ละคนชอบชม รวมไปถึงการเกิดเฟซบุ๊กแฟนเพจ Twitter และ Instagram ของสถาบันออกกำลังกายและเทรนเนอร์ต่างๆ ที่มักจะมาแชร์ข้อมูลข่าวสาร และทำการออกกำลังกาย ให้คำปรึกษา

และแนะนำวิธีการออกกำลังกายที่ถูกต้อง เสมือนเป็นที่รวมกลุ่มของผู้ที่สนใจในเรื่องเดียวกันไว้ให้พูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

จากผลการวิจัยของ วิมลพรรณ อภาเวท, สาวิตรี ชีวะสารณ์ และ ชาญ เดชอัศวอง (2554) พบว่า ผู้คนส่วนใหญ่มักจะใช้เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน เพื่อการสนทนา การดูรูปภาพของเพื่อนหรือคนรู้จัก และเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือการแชร์ หนึ่งใน การแชร์ข้อมูลที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นบ่อยครั้งคือ การแชร์คลิปวิดีโอออกกำลังกาย ซึ่งในแต่ละคลิปก็มีเนื้อหาหลากหลายแบบแล้วแต่ความสนใจของผู้แชร์ และเมื่อสื่อสังคมออนไลน์ประเภทเฟซบุ๊กเป็นสื่อที่ผู้คนเปิดรับ และมีความถี่ในการเปิดใช้งานมากที่สุดเมื่อรวมกับกระแสรักสุขภาพและวาทกรรมความสวยของผู้หญิงที่เปลี่ยนไป คือ ความสวยที่แฝงไปด้วยความแข็งแรงที่แลกมาด้วยการดูแลเอาใจใส่สุขภาพของตนเองด้วยการออกกำลังกาย ซึ่งได้รับความนิยมในขณะนี้ ผนวกกับธุรกิจฟิตเนสที่เติบโตขึ้นทุกปี และการเพิ่มพื้นที่ออกกำลังกายที่มากขึ้นจากการสนับสนุนของภาครัฐและเอกชน

จากทางการแพทย์เองก็ได้ย้าเตือนผ่านสื่อต่างๆ ให้ความรู้ด้านประโยชน์ของการออกกำลังกายอยู่เสมอ การตื่นตัวของผู้คนในยุคปัจจุบันเกี่ยวกับการออกกำลังกายส่งผลให้ภาครัฐและเอกชนเองก็หันมาใส่ใจต่อสุขภาพของประชาชนเห็นได้จากการจัดสรรโครงการต่างๆ ที่เอื้อต่อวิถีชีวิตของประชาชนในยุคนี้ทั้งการปั่นจักรยานและวิ่งมาราธอน และด้วยวิถีชีวิตของประชาชนในยุคนี้ที่เลือกเปิดรับข่าวสารที่ตนเองสนใจผ่านสื่อใหม่อย่างโซเชียลมีเดียมากขึ้น โดยเฉพาะในเฟซบุ๊กที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นถึงการให้พื้นที่ด้านการออกกำลังกายมากขึ้น และได้รับความนิยมจากผู้ใช้งานเฟซบุ๊กสังเกตได้จากยอดผู้ติดตามเพจสอนออกกำลังกายที่มีจำนวนหลักแสนขึ้นไปหลายเพจด้วยกัน

ผู้วิจัยจึงต้องการจะศึกษาผู้รับสาร “ผู้หญิง” ว่ามีการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กในเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกายอย่างไร สารที่ผู้หญิงเลือกเปิดรับมีการสื่อสารด้วยเนื้อหาสารอย่างไร ผู้หญิงมีความพึงพอใจอย่างไร สามารถตอบสนองต่อผู้ชมได้มากน้อยเพียงใด ที่สามารถทำให้ผู้ชมสนใจและต้องการจะออกกำลังกายตามคลิปวิดีโอ เนื่องจากการออกกำลังกายเพียงแค่การเปิดรับชมคลิปวิดีโอเท่านั้นไม่สามารถเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงได้ จำเป็นจะต้องปฏิบัติตามจึงจะเห็นถึงผลที่ตามมา รวมไปถึงผลคาดหวังที่ผู้ชมต้องการได้รับจากการรับชมและปฏิบัติตามนั้นเป็นอย่างไร จากเดิมในแง่ของการศึกษามักจะพบการศึกษาว่าเฟซบุ๊กซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับการเปิดรับมากที่สุดมีประโยชน์ในด้านความเพลิดเพลินเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อน เพื่อการรับข่าวสารข้อมูล อัปเดตและแชร์ภาพ วิดีโอหรือข้อความต่างๆ ที่ตนชื่นชอบแล้วนั้น สื่อเฟซบุ๊กสามารถก่อให้เกิดประโยชน์และความพึงพอใจในแง่ของการออกกำลังกายได้หรือไม่ อย่างไร

1.2 ปัญหานำวิจัย

1. ผู้หญิงมีวิธีการใช้ประโยชน์และเกิดความพึงพอใจในคลิปวิดีโอออกกำลังผ่านสื่อเฟซบุ๊ก และมีการนำคลิปไปใช้ต่อในชีวิตประจำวันอย่างไร
2. ผู้หญิงมีการเข้าถึงและสื่อสารภายในคลิปวิดีโอออกกำลังผ่านสื่อเฟซบุ๊ก และลักษณะการสื่อสารความหมายระหว่างอย่างไรผู้ทำคลิปและผู้รับสาร

1.3 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้หญิงในคลิปวิดีโอออกกำลังผ่านสื่อเฟซบุ๊ก และการนำคลิปไปใช้ต่อในชีวิตประจำวัน
2. เพื่อศึกษาการเข้าถึงและการสื่อสารภายในคลิปวิดีโอออกกำลังของผู้หญิง และลักษณะการสื่อสารความหมายระหว่างผู้ทำคลิปและผู้รับสาร

1.4 ขอบเขตงานวิจัย

ผู้วิจัยเลือกศึกษาการสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา คลิปวิดีโอออกกำลังของผู้หญิง เนื่องจากในปัจจุบันเว็บไซต์เฟซบุ๊กเป็นโซเชียลมีเดียที่ได้รับความนิยมในการเปิดใช้งานบ่อยที่สุด โดยส่วนใหญ่จะถูกใช้ด้านของความบันเทิง ติดต่อกับเพื่อนเก่าและหาเพื่อนใหม่ และด้วยการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น ความสะดวกที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายของโซเชียลมีเดีย ผู้วิจัยสังเกตเห็นความเปลี่ยนแปลงในการใช้งานที่เพิ่มขึ้นในด้านประโยชน์การดูแลสุขภาพ การดูคลิปออกกำลังจากเฟซบุ๊กจึงสนใจที่จะนำความเปลี่ยนแปลงนี้มาศึกษาถึงการใช้ประโยชน์ว่าเป็นอย่างไร คลิปวิดีโอมีลักษณะการสื่อสารภายในคลิปอย่างไรระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้ส่งสารด้วยกันเองโดยใช้รูปแบบการศึกษาเป็นการวิจัยคุณภาพ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) รวมถึงการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant) โดยศึกษาภายในช่วงระยะเวลา 1 ตุลาคม 2560 – มิถุนายน 2561

1.5 นิยามศัพท์

คลิปวิดีโอออกกำลังกาย หมายถึง ไฟล์ภาพเคลื่อนไหว บรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับการสอน ออกกำลังกาย ส่วนใหญ่มีขนาดความยาว 10 วินาที ไปจนถึง 20 นาที โดยศึกษาเฉพาะคลิปวิดีโอ ออกกำลังกายที่นำมาเผยแพร่บนสื่อเฟซบุ๊ก จากเพจสอนออกกำลังกาย 1. เพจ Bebe fit routine 2. เพจชนะนี้มีกล้ามเนื้อ 3. เพจ Be fit and Eat well

การสื่อสารรูปร่าง หมายถึง การถ่ายทอดข้อมูล ความรู้ ประสบการณ์การออกกำลังกาย โดยใช้ร่างกายของผู้ส่งสารหรือเจ้าของเพจสอนออกกำลังกาย เป็นสื่อกลางในการสื่อสารรูปร่าง ไปยังผู้ชมคลิปวิดีโอ

การออกกำลังกาย หมายถึง การประกอบกิจกรรมใดๆ ที่ทำให้ร่างกายเกิดการ เคลื่อนไหว และมีผลต่อระบบต่างๆ ของร่างกายให้เกิดความสมบูรณ์ แข็งแรงและทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในที่นี้จะหมายถึง การออกกำลังกายผ่านการรับชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายจากเฟซบุ๊ก

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อที่เป็นตัวกลางในการนำข่าวสารเผยแพร่ไปยังผู้รับสาร ผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยสามารถโต้ตอบกันระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร หรือผู้รับสารด้วยกันเอง โดยผู้ใช้งานสามารถร่วมทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งหรือหลายๆ กิจกรรมกับผู้ใช้อื่นๆ ได้ เช่น เขียน บทความ สนทนากับเพื่อน เล่นเกม โพสต์รูปภาพและโพสต์คลิปวิดีโอ เป็นต้น ซึ่งในที่นี้จะหมายถึง เฟซบุ๊ก

เฟซบุ๊ก หมายถึง สื่อสังคมออนไลน์ประเภทหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมในการเปิดใช้งาน มากที่สุด ในที่นี้เฟซบุ๊กเป็นสื่อใหม่ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกาย

การนำคลิปวิดีโอไปใช้ประโยชน์ หมายถึง การชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายและนำไป ปฏิบัติตามและสามารถเปลี่ยนแปลงตนเอง ตอบสนองความต้องการของผู้ที่ชมได้ รวมถึงประโยชน์ เพื่อการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น จากการแชร์คลิปวิดีโอและพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

รูปร่างผอมและแข็งแรง หมายถึง ผู้หญิงที่มีรูปร่างดีเป็นไปตามวาทกรรม มีรูปร่างที่ กระชับสัดส่วน ไม่มีพุง มีกล้ามเนื้อ ขา และกล้ามเนื้อหน้าท้อง

พฤติกรรมรับชมคลิปวิดีโอ หมายถึง การเลือกชมคลิปวิดีโอ ในที่นี้จะหมายถึง การชม คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายจากเฟซบุ๊กและปฏิบัติทำตามตามคลิปวิดีโอออกกำลังกาย มีความถี่ในการ รับชมขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้รับชม และมีการจัดสรรเวลาในการรับชมเพื่อนำไปปฏิบัติตาม ซึ่ง แต่ละคลิปวิดีโอมีความยาวแตกต่างกันออกไป เช่น คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายประมาณ 1 นาที ขึ้นอยู่กับประเภทของคลิปวิดีโอ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลวิจัยนี้สามารถใช้เป็นแนวทางต่อยอดในการสร้างคลิปวิดีโอออกกำลังกายให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนรับผิดชอบส่งเสริมการออกกำลังกายของประชาชนไทย
2. การศึกษาในครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเนื้อหาสาระในคลิปวิดีโอออกกำลังกาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการออกกำลังกาย ทำให้เกิดการสร้างแรงจูงใจให้มีการออกกำลังกายมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีส่วนช่วยส่งเสริมในด้านสุขภาพกระตุ้นให้คนหันมาสนใจออกกำลังกายและดูแลตนเองมากขึ้น



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่อง การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา คลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง ได้นำเอาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับร่างกาย
2. แนวคิดเรื่องการออกกำลังกาย
3. ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ
4. แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของ David Morley
5. แนวคิดเรื่องสื่อใหม่
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเรื่องการสื่อสารกับร่างกาย

2.1.1 ร่างกายในมุมมองของการสื่อสาร

บูดีเยอมีแนวทางการศึกษา ‘ร่างกาย’ ซึ่งเป็นประเด็นใหม่ในแวดวงวิชาการ ในช่วงปลาย ศตวรรษที่ 20 กล่าวคือ หากขยายมุมมองของร่างกายตามแบบจำลองของการสื่อสาร S-M-C-R ที่เราทราบกันดีอยู่แล้วนั้น นอกจากร่างกายจะสามารถเป็นทั้ง ผู้ส่งสาร-ผู้รับสาร (sender-receiver) แล้วนั้น ร่างกายยังเป็น เนื้อหาสาร/ช่องทางการสื่อ (message-channel) ได้อีกด้วย ถึงแม้ บูดีเยอจะไม่ได้เขียนงานเกี่ยวกับ ร่างกาย โดยตรง แต่ก็ได้ศึกษาเรื่องร่างกายตามแบบของนักเศรษฐศาสตร์การเมืองพร้อมกันได้อธิบาย ขยายแนวคิดในอีกแง่มุมออกไป เริ่มตั้งแต่มาร์กซ์ที่มีความสนใจ ‘ร่างกาย’ โดยมองในฐานะที่เป็นอยู่ของ แรงงาน (labour) โดยจำแนกเป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ แรงงานกาย และ แรงงานสมอง ซึ่งอำนาจของโครงสร้างทุนนิยมได้กำหนดมูลค่าของแรงงาน สมองให้มีความมากกว่า เหนือกว่าแรงงานกายอย่างมาก แต่สำหรับบูดีเยอ ได้จำแนกร่างกายในแง่มุมที่เขาสนใจ เป็น 4 ประเภทด้วยกันคือ (กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข ทินวิมาน, 2551, น. 578)

1. ร่างกาย ในมิติของสังคม กล่าวคือ ในแต่ละยุคสมัย แต่ละแห่งก็จะมี การให้ความหมายทางสังคม แก่ร่างกายที่แตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น ในทางของศาสนา ไม่ว่าศาสนาใดก็ตาม มักจะมีทัศนคติเกี่ยวกับร่างกายในทางลบ คือมองว่า เนื้อหนังร่างกายนั้นเป็นสิ่งไม่เที่ยงแท้ ไม่คงอยู่ตลอดไปต้องเสื่อมสลายไปตามกาลเวลา เป็นที่อยู่ของกิเลส และมีคุณค่าต่ำกว่า ‘จิตวิญญาณ’

แต่ในยุคปัจจุบัน ทักษะคติเกี่ยวกับร่างกายได้เปลี่ยนไป ในด้านหนึ่งนั้นสังคมได้ให้คุณค่า ความสำคัญ ต่อรูปร่างหน้าตา บุคลิกภายนอกอย่างมาก จึงได้เกิดแนวคิดที่ว่า ร่างกาย ถือเป็นทุนชนิดหนึ่ง (capital) (ดังแนวคิดตั้งแต่ในอดีตที่ว่า นาฬามีรูปเป็นทรัพย์สิน) และในอีกทัศนะหนึ่งก็คือ ‘ร่างกายเป็นโครงการที่ยังสร้างไม่เสร็จ’ (unfinished project) กล่าวคือ รูปร่างที่เราได้มาแต่กำเนิดนั้น เราสามารถที่จะออกแบบดัดแปลง สร้างสรรค์ให้เป็นไปตามที่เราต้องการ ได้ด้วยกลวิธีต่างๆ ที่เรียกว่า ‘body project’ โดยเราจะพบเห็นทัศนะนี้ได้ตามสื่อต่างๆ ทั้งรายการโทรทัศน์ (รายการบริหารเรือนร่างให้สมส่วน) การโฆษณาทำศัลยกรรมต่างๆ เป็นต้น

บูดีเยอเชื่อมโยงแนวคิดเรื่อง ‘ร่างกาย’ เข้ากับแนวคิดหลักในเรื่อง habitus และ taste เพราะทั้งสองแนวคิดที่กล่าวมานั้นต่างเกิดจากการเรียนรู้ของร่างกายและการแสดงออกของร่างกายเป็นตัวบ่งชี้แทบทั้งสิ้น ตัวอย่างเช่น วิธีการทานอาหารแบบผู้ดีและชนชั้นสูง การเดินแบบท่าทางการนั่ง การวางท่าแบบนางแบบหรือดารา ฯลฯ ความสนใจในเรื่องร่างกายของบูดีเยอนั้น แบ่งได้เป็น 2 แง่มุมใหญ่ ในแง่มุมแรกนั้นบูดีเยอสนใจเรื่อง ‘ความรู้ในการใช้ร่างกายของบุคคล’ ซึ่งวิธีการใช้ร่างกายนั้นไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เกิดจากการหล่อหลอมจนกลายเป็น habitus ของบุคคล ซึ่งวิธีการหล่อหลอมร่างกายนั้นมีได้เกิดจากการกระทำเพียงแค่ว่า ระดับคิดเอง (opus operandi) หากแต่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต้องอาศัย การลงมือปฏิบัติ เท่านั้น (modus operandi) ดังเช่น การออกกำลังกาย กระชับสัดส่วนทุกๆ วัน ทำเป็นกิจวัตรประจำวันจนกลายเป็นธรรมชาติที่สองของมนุษย์ ในแง่มุมที่สอง บูดีเยอสนใจวิธีการใช้ร่างกายที่หลอมรวมเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของร่างกาย ตัวอย่างเช่น ความชำนาญในการอ่อนตัวของครูสอนโยคะ เป็นต้น

2. บูดีเยอมองร่างกายในแง่ของ ‘ทุนประเภทต่างๆ’ เริ่มตั้งแต่ ‘ทุนทางกายภาพ’ ที่สามารถแปลงเป็นทุนประเภทอื่นๆ เช่น ทุนทางสัญลักษณ์ ตัวอย่างเช่น ผู้หญิงที่มีรูปร่างสูงโปร่ง มีอกแอ่วชัด ขาเรียวงาม แต่ในการศึกษาค้นคว้านี้ให้ความสนใจกับรูปร่างของผู้หญิงที่มีความสวยแต่แฝงไปด้วยความแข็งแรง มีมัดกล้ามเนื้อเล็กๆ ให้รูปร่างดูกระชับสัดส่วน รูปร่างแบบนี้เปรียบเสมือนสัญลักษณ์แห่งความมีรูปร่างที่สวยงาม และยังสามารถแปลงเรือนร่างนี้ให้กลายเป็น ‘สินค้า’ ด้วยกระบวนการทางสังคม เช่น วงการแวมองเพื่อมองหาดารานางแบบ เพื่อก้าวสู่การเป็นพรีเซนเตอร์ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความสวย ทั้งครีม อาหารเสริม พรีเซนเตอร์สถานออกกำลังกายได้อีกด้วย การมีรูปร่างที่ดีของบุคคลธรรมดาที่ไม่ใช่ดารา ก็สามารถสร้างชื่อเสียงและรายได้ได้อีกด้วยในยุคสมัยนี้ ผ่านการสร้างเพจสอนออกกำลังกายในเฟซบุ๊ก เปรียบเสมือนการเป็นผู้เชี่ยวชาญการออกกำลังกายในโลกออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันก็สามารถสร้างรายได้และชื่อเสียงให้กับเจ้าของเพจได้อีกด้วย ฯลฯ เงื่อนไขดังที่กล่าวมานี้ล้วนเป็นการสร้างมูลค่าให้กับเจ้าของเรือนร่างได้เช่นกัน (อิทธิเทพ หลินวรรตน์, 2552)

บูดีเยอยังเสนอว่า โอกาสในการสะสมทุนร่างกายและแปรเปลี่ยนทุนกายภาพของร่างกายให้กลายเป็นทุนประเภทอื่นๆ เช่น ทุนเศรษฐกิจ ทุนสัญลักษณ์ ทุนวัฒนธรรมและทุน

ทางสังคมนั้น มีความแตกต่างกันไปตามแต่ละชนชั้น เช่น ชนชั้นที่กุมอำนาจในสังคมก็มักจะได้รับโอกาสดีๆ ที่จะแปรเปลี่ยนทุนกายภาพของตนเองให้กลายเป็นทุนประเภทอื่นๆ ได้ เช่น แปรเป็นทุนวัฒนธรรมในการสมัครเข้าเรียนในสถาบันการศึกษาระดับสูงหรือการสมัครเข้าทำงานในบริษัทชั้นนำ ซึ่งนอกจากจะต้องใช้ผลการเรียนแล้ว การสอบสัมภาษณ์เพื่อพิจารณาไหวพริบ ความรู้ ก็มักจะมีการพิจารณารูปร่างหน้าตาบุคลิกภาพอีกด้วย ที่จะเห็นได้ชัดคือจากอาชีพ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน ที่มีการคัดกรองบุคลิกอย่างจริงจังและมีการใช้เครือข่ายทางชนชั้น และในปัจจุบันมีการเปิดสถาบันสอนเพื่อให้สมัครอาชีพนี้ผ่านอีกด้วย และเมื่อพูดถึงกีฬาและกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนของชนชั้นสูงจะพบว่า เต็มไปด้วยกฎเกณฑ์ มารยาทต่างๆ (เกี่ยวข้องกับการใช้ร่างกายโดยตรง) และยังเป็นโอกาสให้หมีพื้นที่เพื่อการโอ้อวดความสามารถของร่างกาย ในสถานที่ที่มีคนดูอยู่เป็นทางการ กีฬาการเล่นกอล์ฟ เป็นตัวอย่างที่ดีที่สุดและแสดงให้เห็นการจัดวางร่างกายให้เหมาะสม (การมีวงสวิงที่ยอดเยี่ยม) ซึ่งต้องผ่านการสะสมทุนกายภาพ การฝึกฝนมาอย่างยาวนาน

3. ร่างกายกับชนชั้นและการธำรงรักษาความแตกต่างทางชนชั้น จะเห็นได้ว่า ร่างกายนั้นเป็นตัวชี้วัดลักษณะทางชนชั้นและร่างกายยังสามารถแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างระหว่างชนชั้นในสังคมอีกด้วย ทั้งนี้เพราะร่างกายมีความผูกพันอยู่กับแนวคิดต่างๆ ทั้งตำแหน่งทางสังคม (social location) สิ่งแวดล้อมทางต่างๆ habitus ที่บ่งบอกถึงศักยภาพความสามารถของร่างกาย ที่หล่อหลอมให้คนเราปฏิบัติต่อสถานการณ์ที่แวดล้อมในชีวิตของตน และรสนิยม ที่แสดงถึงลีลาการใช้ชีวิตของแต่ละบุคคล ซึ่งทั้งสามสิ่งนี้จะทำให้ร่างกายของคนเราแต่ละคน แต่ละชนชั้นนั้นมีพัฒนาการและการให้คุณค่าไม่เท่ากัน ตัวอย่างเช่น การให้ความสำคัญร่างกายของชนชั้นล่าง ร่างกายสำหรับคนยากจนเป็นโครงการ (project) ที่จะพัฒนาในแง่มุมที่จำกัด กล่าวคือ จะให้ความสำคัญก็ต่อเมื่อเจ็บป่วย และทำการบำรุงรักษาโดยแพทย์ก็ต่อเมื่อป่วยหนักจริงๆ แต่ในแง่มุมของชนชั้นกลางและชนชั้นสูง ที่มีอำนาจและทรัพยากร (เงิน/เวลา) ที่จะสรรสร้างให้ร่างกายเป็นโครงการ ที่พัฒนาไปได้หลายทาง เช่น การทำศัลยกรรมต่างๆ ฉีดฟิลเลอร์ ร้อยไหม เพื่อชะลอความแก่ การลดความอ้วน การตัดฟัน ฯลฯ และไม่ต้องสงสัยเลยว่าในการนี้สื่อมวลชนจะมีบทบาททั้งเป็น “เวทีสาธารณะ” ที่แสดงให้เห็นร่างกายของชนชั้นต่างๆ รวมทั้งเป็น “กลไกหนุนช่วย” รักษาความแตกต่างทางชนชั้นเอาไว้ และด้วยอำนาจในแต่ละชนชั้นที่ไม่เท่ากัน อำนาจชนชั้นสูงที่มีเหนือกว่าชนชั้นล่างจึงเหมือนเป็นการแสดงออกในเรื่องของอำนาจที่จะนิยามว่า “ร่างกายแบบไหนเป็นร่างกายแบบอุดมคติ” ซึ่งหมายความว่ามีความสำคัญลักษณะเหนือกว่า ดังนั้น “การมีจมูกที่โด่งเป็นสัน การมีหน้าเหลี่ยมแบบคนอีสาน การมีผิวคล้ำ” ซึ่งถึงแม้จะเป็นลักษณะตามธรรมชาติ แต่เมื่อถูกประกบด้วยอำนาจเชิงสัญลักษณ์ก็ส่งผลให้คุณค่าต่างๆ ของร่างกายเหล่านี้เกิดมีคุณค่าที่ไม่เท่ากัน และแน่นอน “ร่างกายแบบที่ชนชั้นสูง” ผู้ที่มีอำนาจทางสังคมเหนือกว่า ย่อมมีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์เหนือกว่า “ร่างกายแบบชนชั้นล่าง” บุติเยยังได้สรุปไว้ว่า ร่างกายเป็นกลไกสำคัญในการรักษาความแตกต่างทางชนชั้นไว้

(class distinction) จะเห็นได้ในยุคปัจจุบันที่เป็นยุควัฒนธรรมนิยม ในหมู่ชนชั้นกลางจะมีความสนใจอย่างมากในเรื่องของสัดส่วนและภาพลักษณ์ของร่างกาย ทั้งในแง่ของสุขภาพ การทำศัลยกรรม การเพาะกาย การลดน้ำหนักเพื่อให้มีหุ่นที่ผอมกระชับ มีกล้ามเนื้อและกล้ามเนื้อ ฯลฯ และที่ได้ก็ตามที่มี “เครื่องหมายแสดงความแตกต่างทางชนชั้น” ที่นั่นก็จะมี “กระบวนการเลียนแบบ” (imitation) เกิดขึ้นควบคู่กันไป ทุนกายภาพจึงถูกใช้เป็นกลไกเพื่อเปลี่ยนชนชั้นอีกด้วย ฉะนั้นหากคนชนชั้นล่างต้องการที่จะทำให้ร่างกายของตนดูดี มีมูลค่ามากขึ้นแล้วนั้น จำเป็นจะต้องเกิดการ “เลียนแบบ” “รับเอา” รูปแบบของชนชั้นกลาง (เช่น ผอม สูง หุ่นเพรียว ขาเรียวยาว ฯลฯ) เข้ามาในรูปร่างของตน (ดังตัวอย่างที่เราจะเห็นการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของนางเครื่องลูกทุ่งจากอดีตจนถึงปัจจุบัน)

4. การธำรงรักษามูลค่าเชิงสัญลักษณ์ของร่างกาย บุติเยอมองว่าการธำรงไว้ซึ่งมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ของร่างกายนั้นเป็นเรื่องที่ยาก รวมถึงการสร้างและการแปลงทุนร่างกายให้เป็นทุนชนิดอื่นๆ ก็เต็มไปด้วยข้อจำกัดและปัญหา อีกทั้งทุนทางกายภาพนั้นไม่สามารถสืบทอดหรือส่งต่อเป็นมรดกได้โดยง่าย ด้วยเหตุผลหลายประการด้วยกัน 1. การสะสมและพัฒนาทุนทางกายเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนยาวนานและต้องอาศัยระยะเวลาในการฝึกฝน 2. ทุนทางกายภาพไม่สามารถคงอยู่ไปตลอด อาจผุพัง ร่อยหรอ และหมดไปพร้อมๆ กับร่างกายของผู้เป็นเจ้าของ เนื่องจากมนุษย์เรานั้นไม่อาจหลีกเลี่ยงการเกิด แก่ เจ็บ ตาย ได้ 3. การรับรู้มูลค่าของทุนทางกายภาพ เป็นสิ่งที่ไม่อาจรับประกันได้เสมอไป เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงการให้ความหมายและคุณค่าเชิงสัญลักษณ์อยู่ตลอดเวลา ตามแต่ยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น ในอดีต ผู้หญิงที่สวยงามจะต้องมีใบหน้าที่สวยงามดูอึมอึม มีเนื้อหนัง มีอกมีเอวชัดเจน ผิวขาว มาในยุคปัจจุบัน นอกจากจะต้องมีหน้าตาที่สวยงาม จำเป็นจะต้องมีรูปร่างที่ผอม เพรียว มีมัดกล้ามเนื้อเล็กๆ ให้อู่ออแต่แฝงไปด้วยความแข็งแรง

แต่ถึงแม้ว่าทุนทางกายภาพจะยากลำบากต่อการสะสมและการแปรเปลี่ยนเป็นทุนอื่นๆ มากเพียงใด ชนชั้นสูงและชนชั้นกลางก็ยังทุ่มเทในการรักษาผลประโยชน์ในชนชั้นของตนผ่านทาง “ทุนกายภาพ” อยู่ตลอดเวลา ทั้งในเรื่องการแต่งตัว การวางอากาศกิริยา การทานอาหาร ฯลฯ ในส่วนนี้สื่อมวลชนเองได้เข้ามามีบทบาทอย่างเต็มที่ จะเห็นได้จากสื่อมวลชนมีการใช้เรือนร่างของผู้หญิงที่สวยงามแต่แฝงไปด้วยความแข็งแรงมากขึ้น มีการเปิดเผยให้เห็นถึงทรวดทรง การมีกล้ามเนื้อที่ทึงทึง เรียวแฉกและขาที่กระชับได้รูป จากการเป็นพรีเซนเตอร์โฆษณา ทั้ง ครีมทาผิว อาหารเสริม เครื่องดื่ม รวมถึงสถาบันออกกำลังกาย ที่ใช้ภาพดาราดาราที่ใช้บริการสถานออกกำลังกายของตน เผยให้เห็นถึงรูปร่างที่สวยงาม ผอมเพรียวและมีมัดกล้ามเนื้อ เป็นตัวดึงดูดลูกค้าให้มาใช้บริการ

2.1.2 โครงการร่างกาย

ในปัจจุบันเรื่องของ ‘ร่างกาย’ ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการที่หนังสือพิมพ์ นิตยสารและโทรทัศน์ ต่างนำเสนอแง่มุมต่างๆ เกี่ยวกับร่างกาย เช่น เรื่องของการทำศัลยกรรม ดึงหน้า ร้อยไหม ฉีดสารต่างๆ เพื่อให้ร่างกายเกิดการเปลี่ยนแปลงตามที่เจ้าของร่างกาย

อยากจะปรับเปลี่ยน การรักษาร่างกายให้คงความหนุ่มสาว มีสัดส่วนที่งดงาม เพื่อให้เป็นที่สนใจแก่ผู้พบเห็น และในขณะเดียวกัน ธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวกับร่างกาย ทั้ง สถาบันเสริมความงาม ลดน้ำหนัก และรักษาทรดทรง รวมถึงสถานออกกำลังกาย (fitness) ก็ได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่แต่ละปีทำเงินมหาศาล แต่สิ่งที่น่าสังเกตคือความสนใจของคนต่อร่างกายของตนเองและของผู้อื่นนั้นไม่ใช่เรื่องใหม่ แต่ในปัจจุบันทำให้ร่างกายปรากฏในลักษณะที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน นั่นคือการที่ร่างกายได้กลายเป็นเวทีของการแสดงความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้คนจำนวนมาก ให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพที่ดี สัดส่วนและภาพลักษณ์ของร่างกายมีความสัมพันธ์ใกล้ชิด กับอัตลักษณ์ (identify) ของบุคคล บุติเยอได้ตั้งข้อสังเกตว่าปรากฏการณ์ดังที่กล่าวมานั้นเห็นได้ชัดในกลุ่มคนชนชั้นกลาง ‘ใหม่’ แต่ในปัจจุบันปรากฏการณ์นี้ได้แพร่ขยายไปสู่คนกลุ่มต่างๆ อย่างทั่วถึง (สายพิณ ศุพุทรมงคล และคณะ, 2541)

ความสนใจเรื่องร่างกายในปัจจุบัน อาจเกิดจากปัจจัยสำคัญคือความขัดแย้งในตัวบุคคลเอง อันเกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ซึ่งทำให้มนุษย์มีทางเลือกกว่าจะมีร่างกายแบบไหน และสามารถควบคุมร่างกายได้มาก อย่างไม่เคยเป็นมาก่อน (เช่น การผสมเทียม วิศวกรรมการทำศัลยกรรม ฯลฯ) รูโดฟสกี (Rudofsky) พบว่าการมองร่างกายในฐานะ ‘วัตถุดิบ’ ของ ผลงานสร้างสรรค์ของมนุษย์นั้นสามารถย้อนไปได้ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ หากแต่ความแตกต่างสำคัญดูเหมือนจะอยู่ในขณะสังคมดั้งเดิม การดัดแปลงร่างกายเป็นการเปลี่ยนแปลงและดัดแปลงเพื่อกลายเป็นร่างกายที่สังคมยอมรับ (Rudofsky, 1992, p. 94, อ้างถึงใน สายพิณ ศุพุทรมงคล และคณะ, 2541, น. 17)

แต่ในปัจจุบันโดยเฉพาะในสังคมตะวันตก คนมีแนวโน้มมองร่างกายในฐานะหน่วย (entity) ซึ่งหมายถึงว่าร่างกายนั้นไม่ใช่สิ่งที่สร้างมาสำเร็จเสร็จแล้ว แต่อยู่ในภาวะของการที่กำลังจะเปลี่ยนแปลงไปเป็นสิ่งอื่น ไม่มีวันจบสิ้น ในสังคมตะวันตกจึงมองว่าร่างกายเป็นเสมือนโครงการที่จะต้องมีการพัฒนา เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ หรือที่เรียกว่า the body project เพื่อให้ร่างกายบรรลุเป้าหมายที่เจ้าของร่างกายต้องการ และเป็นการสื่อความเป็นอัตลักษณ์อีกด้วย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนที่สุด คือความสนใจของผู้คนในยุคปัจจุบันที่ต้องการจะสร้างร่างกายที่แข็งแรงสมบูรณ์ (healthy body) เนื่องด้วยภัยคุกคามด้านสุขภาพของมนุษย์ที่ว่าจะอยู่มุมใดของโลกนี้ก็ไม่อาจหนีพ้น และด้วยข่าวสารการคร่าชีวิตจากโรคต่างๆ ทั้งโรคหัวใจ โรคมะเร็ง โรคเบาหวานและความดันโลหิตสูง ฯลฯ ทำให้ผู้คนรู้สึกได้ว่าเป็นความรับผิดชอบส่วนตนที่จะต้องดูแลรักษาร่างกายอย่างจริงจังมากขึ้น ซึ่งแต่ละโรคก็สามารถป้องกันได้หากทานอาหารที่ดี หยุดสูบบุหรี่ และออกกำลังกายให้เพียงพอ การดูแลตนเองทำให้ผู้คนต้องยอมรับแนวคิดกว้างๆ ว่าร่างกาย ไม่ว่าจะภายนอกหรือภายใน สามารถตรวจสอบบำรุง รักษาให้มีสภาพที่ดีได้

การดูแลร่างกายให้มีสุขภาพที่ดี และดูอ่อนเยาว์ ทำได้สะดวกขึ้นในยุคที่มีหนังสือคู่มือการเสริมความงาม การควบคุมอาหาร และการออกกำลังกายที่เหมาะสม รวมไปถึงสื่อโทรทัศน์เองก็มีรายการเพื่อสุขภาพเกิดขึ้นมากมาย และสื่อใหม่ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ความงาม สุขภาพและการออกกำลังกาย ดังจะเห็นได้จากการผลิตคลิปวิดีโอออกกำลังกายออกมา เพื่อตอบสนองวิถีชีวิตของผู้คนในยุคปัจจุบัน

สำหรับผู้ที่ไม่ต้องการเสี่ยงเปลี่ยนแปลงร่างกายด้วยการทำศัลยกรรมพลาสติก ยังมีอีกหนทางที่ได้รับความนิยมมากเช่นกัน คือ การเพาะกาย การเพาะกายเป็นตัวอย่างที่ดีของการปฏิบัติต่อร่างกายในฐานะโครงการ การเพาะกายเป็นตัวอย่างที่ดีของการปฏิบัติต่อร่างกายในฐานะโครงการ เพราะคุณภาพและขนาดของกล้ามเนื้อที่เกิดขึ้น ทำลายความคิดเดิมเกี่ยวกับร่างกายตามธรรมชาติของหญิงและชาย เรื่องของสุขภาพ การทำศัลยกรรมพลาสติก และการเพาะกาย เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ชี้ให้เห็นว่าปัจจุบัน ผู้คนหันมาสนใจกับร่างกายมากขึ้นด้วยวิธีต่างๆ กัน การลงทุนในร่างกายช่วยให้หนทางในการแสดงตัวตนออกมา ทั้งยังทำให้เจ้าของร่างกายรู้สึกดีกับตนเอง และตระหนักถึงความสามารถในการควบคุมร่างกายของตนเอง

อย่างไรก็ตาม การลงทุนกับร่างกายยังมีข้อจำกัด เพราะร่างกายย่อมแก่และสึกหรอไปตามกาลเวลาลงเรื่อยๆ และท้ายที่สุดก็ต้องสิ้นสลายลงไป ความจริงในข้อนี้รับกวนความรู้สึกของคนในยุคสมัยใหม่อยู่ไม่น้อย เพราะพวกเขาได้จัดวางและแสดงอัตลักษณ์ของตนลงบนร่างกายหรือผ่านเรือนร่างอยู่ไม่น้อย และความพยายามในการจะเปลี่ยนแปลงร่างกายนั้น ไม่ได้หมายความว่าทุกคนจะทำได้สำเร็จทุกคราวทุกเรื่องไป งานของเอมิลี มาร์ติน (Emily Martin) ก็แสดงถึงปัญหาต่างๆ ที่ผู้หญิงประสบเกี่ยวกับร่างกายที่ไม่สามารถควบคุมได้ การพยายามเปลี่ยนขนาดและรูปทรงของร่างกาย มิใช่เรื่องที่ปราศจากความเสี่ยง ร่างกายจึงกลายเป็นประเด็นทางสังคมที่มีความสำคัญ และได้รับความสนใจอย่างมาก

2.1.2.1 ร่างธรรมชาติ (Naturalistic Body)

หากมองย้อนไปในช่วงศตวรรษที่ 18 ทักษะที่มีต่อการรับรู้ความสัมพันธ์ของร่างกาย อัตลักษณ์ และสังคม คือมองร่างกายในร่างธรรมชาติ ชายคือเพศชาย หญิงคือเพศหญิง มีความแตกต่างและตีคุณค่าต่างกันว่าร่างธรรมชาติ ความไม่เท่าเทียมกันในด้านต่างๆ ทั้งทางวัตถุ สิทธิทางกฎหมายและอำนาจทางการเมือง ไม่ได้ถูกกำหนดโดยสังคมแต่เป็นเพราะปัจจัยทางชีววิทยาที่มีผลต่อความคิดเรื่องร่างกาย ส่งผลให้มีอำนาจที่แตกต่างกัน ซึ่งความคิดเรื่องร่างกายในแบบนี้มีผลต่อคนอีกจำนวนมาก โดยเฉพาะเมื่อกล่าวถึงในเรื่องความไม่เท่าเทียมกันระหว่างเพศหญิงและเพศชาย

จากการศึกษาของโธมัส เลเกอร์ (Thomas Laqueur) พบว่าก่อนคริสต์ศตวรรษที่ 18 นั้น ร่างกายในสายตาคนทั่วไปไม่มีการแบ่งแยกเพศหญิงหรือชาย โดยมองว่าร่างกาย

ผู้หญิงมีทุกอย่างที่ร่างกายผู้ชายมี ความแตกต่างมีเพียงแบบแผนการจัดวางอวัยวะต่างๆ และความด้อยกว่าของแบบแผนของอวัยวะในร่างกายของผู้หญิง

หนึ่งเพศ/หนึ่งร่างกาย (one sex/ one flesh) เป็นแนวความคิดหลักในยุคโบราณจนถึงปลายคริสต์วรรษที่ 17 หากจะมองว่าผู้หญิงด้อยกว่าผู้ชายก็ไม่ใช่เพราะร่างกาย สิ่งที่สำคัญคือความสามารถในฐานะผู้รับและให้กำเนิดความหมายต่างๆ ทางสังคม ทักษะต่อร่างกายมีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เกิดขึ้นในช่วงคริสต์วรรษที่ 18 ความคิดเรื่องหนึ่งเพศ/หนึ่งร่างกาย ถูกแทนที่ด้วยความคิดใหม่เกี่ยวกับ ความแตกต่างของลักษณะทางกายวิภาคและสรีรวิทยา กล่าวคือใช้ความแตกต่างทางชีววิทยาเป็นเกณฑ์ในการแบ่งแยกเพศชายและเพศหญิง ออกจากกันอย่างชัดเจน และช่วงปลายศตวรรษ ความคิดเรื่อง “ภาวะความเป็นเพศ” (sexuality) สิ่งที่ทำให้อัตลักษณ์ของบุคคลแตกต่างจากเพศตรงข้าม ได้พัฒนาขึ้น โดยเชื่อว่ามนุษย์เรามีสิทธิที่ไม่อาจล่วงละเมิดโดยเท่าเทียมกัน มาตั้งแต่กำเนิด โดยเกิดคำถามจากความเชื่อเดิมที่มองว่าชายและหญิงไม่แตกต่างกัน แล้วเหตุใดในโลกแห่งความจริงผู้หญิงจึงถูกรอรับ และตกอยู่ภายใต้อำนาจของผู้ชาย

ในคริสต์วรรษที่ 19 วิทยาศาสตร์พัฒนาขึ้นมาก ความคิดที่มองว่าเพศชายและเพศหญิงแตกต่างกันก็มีบทบาทมากขึ้น จากที่มองว่าเป็นสิ่งแสดงอัตลักษณ์ ก็ใช้ความต่างนั้นมาเป็นการแบ่งหน้าที่ในสังคม จากการศึกษาร่างกายของผู้หญิงคือถูกมองว่ามีร่างกายและจิตที่อ่อนแอกว่า จึงถูกจำกัดสิทธิ์ต่างๆ ทั้งหน้าที่การทำงานที่ไม่ควรได้รับการกดดัน ความรุนแรงทางกายและจิตใจ และมองว่าผู้หญิงนั้นมีหน้าที่เพียงเพื่อการสืบพันธุ์เลี้ยงดูเด็ก และเมื่อไหร่ที่เริ่มมีการเรียกร้องสิทธิความเท่าเทียมต่างๆ ทั้งสิทธิพลเมือง สิทธิทางการเมือง จะมีข้อโต้แย้งหันไปพึ่งพิงคำอธิบายความแตกต่างของร่างกายหญิงและชาย เพื่อปฏิเสธสิทธิที่ผู้หญิงเรียกร้อง

การจำแนกคนด้วยทักษะร่างกายธรรมชาติจะถูกผู้ที่มีอำนาจทางสังคมเหนือกว่าใช้อธิบายการครอบงำของตัวเอง ด้วยการกล่าวว่าร่างของผู้อื่นด้อยกว่า ซึ่งก็ถูกปรับเปลี่ยนไปตามประวัติศาสตร์ และถึงแม้ในปัจจุบันจะพัฒนาไปสักเพียงใดความคิดเช่นนี้ก็ยังมียุทธศาสตร์สำคัญต่อผู้คนจำนวนมากไม่น้อยในการมองโลก และมองผู้อื่น

2.1.2.2 ร่างสร้างโดยสังคม (Socially Constructed Body)

ร่างกายคือสัญลักษณ์ของสังคมรวมทั้งอำนาจและอันตราย ร่างกายคือภาพปรากฏของระบบสังคม การควบคุมร่างกายจึงเป็นเหมือนภาพสะท้อนให้เห็นการควบคุมทางสังคม ดังกล่าวก่อนหน้านี้ว่าเราต้องมองร่างกายคือสัญลักษณ์ในการทำความเข้าใจโครงสร้างและระเบียบของสังคม

เทอร์เนอร์ ตั้งข้อสังเกตถึงสิ่งที่นักทฤษฎีสนใจว่าเป็นเรื่องมานุษยวิทยาว่าด้วยสัญลักษณ์ของความเสี่ยง (anthropology of the symbolism of risk) ที่เข้ามาจัดลำดับช่วงชั้นทางสังคม ความกังวลในร่างกายอันเกิดจากความเสี่ยง และความไม่แน่นอนของความสัมพันธ์ต่างๆ ทาง

สังคม ผู้คนในสังคมจึงแสดงออกด้วยการหันมาใส่ใจ สนใจกับร่างกายมากขึ้น ดังเช่นที่เราจะเห็นการหันมาสนใจเรื่องสุขภาพ ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย และเลือกทานมากขึ้นกว่าแต่ก่อน จึงไม่ใช่เรื่องน่าแปลกที่มีคนจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ในสังคมจะปฏิบัติต่อร่างกายในฐานะโครงการ (project) ที่แต่ละคนจะต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายอย่างไม่มีสิ้นสุด เพื่อจะหลีกเลี่ยงหนีออกจากความเสี่ยงและหาหนทางที่สร้างความมั่นคงให้กับชีวิตในอนาคต การมีร่างกายที่แข็งแรง และสามารถสร้างอัตลักษณ์ ความเป็นตัวตนด้วยการความแข็งแรงของร่างกายและมีกล้ามเนื้อเป็นเรื่องที่ผู้หญิงในสังคมสมัยใหม่ให้ความสำคัญ

มิเชล ฟูโก (Michel Foucault) สนใจศึกษาร่างกายและสถาบันทางสังคมที่ควบคุมร่างกาย ผลอำนาจที่กระทำต่อร่างกาย รวมถึงการตรวจสอบว่าสถาบันต่างๆ ทางสังคมใหม่ๆ ที่ใช้ความแยบยลในการในการเข้าถึงปัจเจกชน ร่างกาย ทำทาง ว่ามีวิธีการอย่างไร

การเปลี่ยนแปลงจากสังคมดั้งเดิมไปสู่สังคมสมัยใหม่ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ทางสังคมวาทกรรมครอบครองอยู่ ความเปลี่ยนแปลงที่วาทกรรมประกอบด้วยเป้าหมาย เนื้อหา และขอบเขตของวาทกรรม

เป้าหมายของวาทกรรมได้เปลี่ยนจากร่างกายที่เป็นเนื้อหนังไปสู่จิต การทำโทษต่อหน้าสาธารณชน นักโทษจะถูกเผา ทรมาน ตัดแขนขา ร่างกายของนักโทษคือเวทีที่กษัตริย์ใช้แสดงอำนาจ ในทางตรงกันข้าม ระบบคุกของคริสต์วรรษที่ 19 นำร่างกายของผู้ที่กระทำผิดไปไว้ในสถาบันซึ่งมีการจัดการอย่างวิทยาศาสตร์ เพื่อเข้าถึงจิตใจของผู้กระทำผิดเนื้อหาในวาทกรรมเปลี่ยนจากความตายไปสู่ความสนใจในการสร้างระเบียบวินัยแก่ชีวิต เกิดจากการที่รัฐต้องการจะเข้าไปมีอำนาจเหนือชีวิตและสวัสดิการของประชาชน รวมถึงความสนใจต่อการเจริญพันธุ์ สุขภาพและความป่วยไข้ อาหารการกินและอุปนิสัย

จากกระแสในปัจจุบันที่สังคมเราให้ความสนใจและใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น หน่วยงานทั้งทางภาครัฐและเอกชนต่างก็ออกมาสนับสนุนการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพ เช่น การให้ความรู้เรื่องการออกกำลังกาย การปรับทัศนคติให้มองเรื่องออกกำลังกายเป็นเรื่องง่ายๆ ทำได้ทุกที่ อย่างเช่นโครงการแคชยั๊บเท่ากับออกกำลังกาย การแข่งขันวิ่งมาราธอน เป็นต้น

เปลี่ยนจากการพยายามควบคุมปัจเจกชนแต่ละคนเป็นการพยายามควบคุมประชากรโดยรวม คือการเปลี่ยนแปลงในวิธีการควบคุม จากการควบคุมแบบเดิมที่ใช้การบังคับ เปลี่ยนมาเป็นการกระตุ้นความต้องการ รัฐต้องดึงความเป็นปัจเจกออก และควบคุมประชาชนให้เป็นหนึ่งเดียวกัน เพื่อง่ายต่อการควบคุม เห็นได้ชัดเมื่อระบบทุนนิยมได้พัฒนาขึ้น ผู้คนจากชนบทเริ่มหลั่งไหลเข้าสู่สังคมเมือง รัฐจำเป็นต้องสร้างระบบการจัดการร่างกายจำนวนมากเหล่านี้ให้เป็นประโยชน์ ซึ่งเกิดขึ้นในศตวรรษที่ 18 จนถึงต้น ศตวรรษที่ 20 ร่างกายถูกจัดการด้วยระบบสถาบัน เช่น

โรงเรียน โรงพยาบาล โดยรูปแบบการควบคุมจะแยกย่อย เป็นการครอบงำควบคุมโดยที่เราไม่รู้ตัวแต่ กลับมองว่าเป็นเรื่องปกติและยอมรับเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิต

2.1.2.3 ร่างอารยะ (Civilized Body)

นอร์เบิร์ต เอเลียสให้ความสำคัญกับร่างกาย คือ เอเลียสสนใจการดู ร่างกายว่าถูกกำกับและจัดการในบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไป คนมองและจัดการกับร่างกายอย่างไร ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของสื่อที่เปิดพื้นที่ให้เนื้อหาเกี่ยวกับร่างกายมากขึ้นผ่านโซเชียลมีเดีย รวมทั้ง ยุคหนึ่งร่างกายผู้หญิงถูกกำหนดให้ผอมบาง แต่ในปัจจุบันได้ปรับเปลี่ยนไปคือรูปร่างที่บ่งบอกการมี สุขภาพที่ดี แข็งแรง

สำหรับเอเลียส ร่างกายมนุษย์คือหน่วยทางชีววิทยาและสังคม ไม่ใช่ ธุรกรรมสำเร็จรูป ซึ่งต้องการกระบวนการเรียนรู้ที่ยาวนานกว่าจะได้รับการยอมรับเข้าเป็นสมาชิกของ สังคม การทำให้ร่างกายมีอารยะเกิดขึ้นเมื่อ “ความกลัว” ที่ปัจเจกชนต้องเผชิญ และวิธีการควบคุม ทางสังคมเปลี่ยนแปลงไป กลัวคือ เมื่อความกลัวที่จะถูกทำร้ายในสังคมที่ไร้การควบคุมถูกแทนที่ด้วย “ความกลัวเสียหน้า” และการกระตือรือร้น ในสังคมสมัยใหม่ ทำให้การควบคุมพฤติกรรมของคนที่ เคยกระทำผ่านการบังคับด้วยการใช้กำลังหรือความรุนแรง เปลี่ยนเป็นการควบคุมที่มาจากภายในตัว ของบุคคลแต่ละคนเอง เช่น หุ่นต้องดี ไม่ลงพุง ชาติต้องแน่น ท้องแขนไม่ห้อย

กระบวนการทำให้มีอารยะไม่มีจุดเริ่มต้นหรือจุดสิ้นสุด เช่นเดียวกับ วิวัฒนาการของร่างกาย การนิยามร่างกายว่ามีธุรกรรมสำเร็จรูป แต่เปลี่ยนแปลงและวิวัฒนาการ ไปตามบริบทของสังคม ซึ่งเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ส่งผลต่อวิธีการศึกษาของเอเลียสในสามลักษณะ สำคัญ ประการแรก บริบททางสังคมที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของร่างกาย มิได้ถูกกำหนดโดยบุคคล ใดบุคคลหนึ่ง หรือความเป็นจริงของสังคม อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเด็ดขาด ประการที่สอง การวิเคราะห์ วิวัฒนาการของร่างกาย พิจารณาทั้งปัจจัยทางสังคมและปัจจัยทางจิตวิทยาของสังคม ประการที่ สาม การสร้างมโนทัศน์เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของร่างกายและสังคม เมื่อร่างกายวิวัฒนาการไป คน ก็เริ่มสร้างและสั่งสมความสามารถอื่น เช่น ด้านการออกกำลังกายที่ช่วยทำให้ร่างกายแข็งแรง สุขภาพดี

การค้นหา แสวงหาความแตกต่างของคนในราชสำนักที่เอเลียสได้อธิบาย ไว้ ในการตรวจสอบและควบคุมร่างกาย ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์อธิบายในงานครั้งนี้ว่าประการแรก การต้องคอยสังเกตการกระทำและการแสดงออกทั้งของตนเองและบุคคลอื่น เช่น เขาดูแลรูปร่าง อย่างไร หุ่นดีหรือดูแข็งแรง การระมัดระวังว่าคนอื่นจะตีความการกระทำของตนเองอย่างไร เช่น การเป็นผู้หญิงมีมัดกล้ามเนื้อท่อนอก ถ้าคนอื่นเห็นจะรู้สึกชื่นชมหรือไม่เห็นด้วย ในลักษณะหนึ่งทำให้คน ไม่กล้าทำอะไรที่แตกต่างจากคนอื่นมากนัก เช่น ขอแค่เข้าฟิตเนส ให้ร่างกายแข็งแรง แต่ไม่ต้องมีมัด

กล้ำชัดเจนนกก็ได้ ส่งผลต่อความเป็นฝักเป็นฝ่ายเดียวกันและสามารถเข้าใจและความเห็นใจคนซึ่งอยู่ในสภาวะเดียวกัน

ประการที่สอง การให้ความสนใจพฤติกรรมของคนอื่นยังทำให้บุคคลสามารถวางแผนและคาดการณ์ล่วงหน้าว่าควรทำตัวอย่างไรเพื่อให้ได้ผลตามที่พึงประสงค์ในอนาคต ร่างกายกลายเป็นสิ่งที่ต้องถูกนำเสนอ ทำให้ต้องมีการเฝ้าระวังและจัดการตลอดเวลา

ประการที่สาม การแสวงหาความแตกต่างของบุคคลในจุดนี้ไม่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาพัฒนาการของร่างกายเกี่ยวข้องกับสามกระบวนการสำคัญ คือ การกล่อมเกลாத่างสังคัม การฝึกให้รู้จักเหตุผล และการสร้างอาณาบริเวณเฉพาะร่างกาย

กระบวนการแรก คือ การปิดบังการทำหน้าที่ตามธรรมชาติของร่างกาย และเปลี่ยนร่างกายให้เป็นที่เป็นที่ทาง และเวทีเพื่อการแสดงจารีตทางพฤติกรรม ร่างกายเป็นเป้าของการรับรู้และถูกจัดการให้มีลักษณะทางสังคัม และถูกนิยามในลักษณะที่ตรงกันข้ามกับความเป็นธรรมชาติ เช่น ต้องพยายามทำให้มีมัดกล้ามเนื้อท่อนอกในกล้ามเนื้อผู้หญิง

กระบวนการที่สอง คือ เอเลียสกล่าวว่าในยุคกลาง การกระทำสิ่งต่างๆ ตามแรงผลักดันตามธรรมชาติของคนเป็นเรื่องปกติ แต่ในกระบวนการที่ร่างกายถูกเปลี่ยนให้เป็นร่างกาย อารยะ ก็ทำให้เส้นแบ่งจิตสำนึกกับแรงกระตุ้นมีความชัดเจนขึ้น ร่างกายจะรู้จักควบคุมตนเองซึ่งแสดงออกผ่านการกระทำ “ที่มีศีลธรรม” หรือบนพื้นฐานความคิด “ที่มีเหตุผล” รู้จักที่จะไม่ตอบสนองความต้องการโดยทันทีทันควัน แต่สามารถรอ และเลื่อนเวลาของการบรรลุเป้าหมายออกไปได้ การฝึกให้ร่างกายรู้จักเหตุผลยังรวมไปถึงการแบ่งร่างกายออกเป็นส่วนๆ ร่างกายไม่ได้ถูกมองว่าเป็นองค์รวม (whole) อีกต่อไป แต่แยกเป็นส่วนซึ่งสามารถควบคุมได้ เช่น การจะทำให้ร่างกายมีมัดกล้ามเนื้อที่ต้องการต้องใช้ระยะเวลาที่มากกว่าที่จะทำให้มีกล้ามเนื้อนั้นขึ้นมาได้

กระบวนการที่สามที่เอเลียสกล่าวถึงกระบวนการสร้างอาณาบริเวณที่ชัดเจนให้แก่ร่างกาย และตัวตน เอเลียส มองว่าร่างกาย อารมณ์ และการแสดงออกด้วยร่างกายต่างเป็นสิ่งที่ถูกขัดเกลาด้วยกระบวนการทำให้มีอารยะ และนับตั้งแต่ปลายยุคกลางเป็นต้นมาที่คนเริ่มมองตัวเองในฐานะปัจเจกบุคคลซึ่งแยก และแตกต่างจากคนอื่น การสร้างอาณาบริเวณให้ร่างกายส่งผลอย่างสำคัญต่อการเผยแพร่ขยายของมารยาท เนื่องจากเปิดโอกาสให้คนไตร่ตรองเกี่ยวกับร่างกาย และการรับรู้ตนเองในฐานะตัวตนที่ต่างจากคนอื่น ผลที่ตามมาคือการก่อกำแพงขึ้นระหว่างร่างกายของเรากับร่างกายของคนอื่น เช่น การมีร่างกายที่มีมัดกล้ามเนื้อ ย่อมแตกต่างจากผู้หญิงร่างกายปกติหรือไม่มัดกล้ามเนื้อ

ในแต่ละยุคสมัยที่ผ่านมาได้มีการให้ความหมายและมองร่างกายที่แตกต่างกันไป ซึ่งในปัจจุบันในแง่มุมหนึ่งคงจะปฏิเสธไม่ได้ว่าสังคัมได้ให้คุณค่ากับรูปร่างหน้าตาเป็นเรื่องสำคัญ ดังที่บูติเยอได้กล่าวว่าร่างกายเป็นกลไกในการรักษาความแตกต่างของชนชั้น และชนชั้นที่

เหนือกว่าก็มักจะเป็นผู้กำหนดร่างกายในแบบอุดมคติ โดยมีสื่อเป็นตัวกลางในการเผยแพร่และผลิตซ้ำส่งต่อไปยังทุกชนชั้นในสังคม ในยุควัฒนธรรมนิยม โดยเฉพาะในชนชั้นกลางจะให้ความสนใจอย่างมากในเรื่องของการดูแลสุขภาพและต้องการมีรูปร่างให้สวยงาม สุขภาพดีและมีมัดกล้ามเนื้อ

ผู้หญิงมีการเปิดเผยรูปร่าง ทรวดทรงของตัวเองมากขึ้น โดยใช้ร่างกายของตนเองเป็นสาร (message) ในการสะท้อนความเป็นตัวตน สื่อออกไปเพื่อบ่งบอกว่าตนเองนั้นมีรูปร่างที่ดี เป็นคนที่ให้ความสนใจและดูแลสุขภาพของตนเอง ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันนี้ ทำให้คนเรามีทางเลือกมากมายในการใช้ชีวิต รวมทั้งเรื่องร่างกาย ว่าอยากจะมีรูปร่างแบบใด ความกังวลและความไม่แน่นอนต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้คนในสังคมพยายามหาหนทางออกจากความเสี่ยงที่จะต้องเจอ และหาเวลาในการทำให้สารที่ต้องการจะสื่อออกไปมีความพร้อมให้มากที่สุด เพื่อสร้างความต่างและหาความมั่นคงให้กับตนเอง และเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงร่างกายด้วยการออกกำลังกายเป็นการสื่อสารร่างกายที่ดี สามารถสร้างอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนให้ตนเองได้ นอกจากจะสร้างความพึงพอใจให้กับตนเองแล้ว ยังได้รับการยอมรับจากสังคมและผู้คนรอบตัวอีกด้วย ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดเรื่องร่างกายมาปูพื้นฐานความเข้าใจในงานวิจัยของตนเอง ถึงการให้ความสำคัญของร่างกายที่เกิดขึ้นจากอดีตจนถึงปัจจุบัน และนำแนวคิดมาใช้ในการตั้งถามผู้หญิงที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลงร่างกายของตนเอง เพื่อให้ตนเองมีรูปร่างที่สวยงามและแข็งแรงตามวาทกรรมความสวยในยุคปัจจุบันที่ต้องการจะรูปร่างดี แข็งแรงมีมัดกล้ามเนื้อนั้นมีประโยชน์และก่อให้เกิดความพึงพอใจอย่างไร

2.2 แนวคิดเรื่องการออกกำลังกาย

การขาดการเคลื่อนไหวทางกายหรือการขาดการออกกำลังกาย เรียกได้ว่ากำลังเป็นปัญหาใหญ่ของในหลายๆ ประเทศ เนื่องจากวิวัฒนาการด้านเทคโนโลยีด้านต่างๆ ทำให้คนส่วนใหญ่เคลื่อนไหวร่างกายน้อยลง ก่อให้เกิดปัญหาสุขภาพต่างๆ ตามมา ได้แก่ โรคหลอดเลือดหัวใจ โรคหลอดเลือดในสมอง โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง โรคมะเร็งในลำไส้ใหญ่ โรคข้อเสื่อม กระดูกพรุน เป็นต้น ซึ่งโรคต่างๆ ดังที่กล่าวมานี้สามารถป้องกันหรือบรรเทาได้โดยการเคลื่อนไหวร่างกายหรือออกกำลังกายสม่ำเสมอ (วิภาวรรณ สีสาส์ราญ และ วุฒิชัย เพิ่มศิริวานิชย์, 2547, น. 2)

ชาญลักษณ์ เยี่ยมมิตร (2556) กล่าวว่า การออกกำลังกาย หมายถึง การที่ร่างกายมีการเคลื่อนไหว มากกว่าการเคลื่อนไหวตามปกติในชีวิตประจำวัน และระบบกล้ามเนื้อทุกส่วนของร่างกายได้มีการยืดหดและคลายกล้ามเนื้อ เพื่อเสริมสร้างหรือคงไว้เพื่อสุขภาพหรือสมรรถภาพทางกาย สุขภาพร่างกายแข็งแรง ช่วยป้องกันการเจ็บป่วยด้วยโรคที่สามารถป้องกันได้

ปัจจุบันผู้หญิงหันมาออกกำลังกายมากขึ้นเพราะมีความใส่ใจในเรื่องสุขภาพมากขึ้น มากไปกว่านั้นคือต้องการจะมีรูปร่างที่ดี มีกล้ามเนื้อและกล้ามเนื้อ จะเห็นได้จากแต่ก่อนเราอาจจะไม่เคยเห็นผู้หญิงตั้งครรภ์ออกกำลังกายเลย ซึ่งอาจเป็นเพราะกลัวอันตรายต่อเด็กในครรภ์ แต่ในปัจจุบันผู้หญิงเปิดรับความรู้เรื่องการออกกำลังกายมากขึ้น และเห็นสื่อต่างๆ ที่นำเสนอภาพดารานักกีฬาท้องแตงยังออกกำลังกายจนใกล้คลอด จึงทำให้เรามีความเข้าใจเรื่องของสตรีวิทยาของการออกกำลังกายมากขึ้น ทำให้ผู้หญิงตั้งครรภ์อยากออกกำลังกายในสัดส่วนที่มากกว่าเดิม นอกจากนั้นยังจะเห็นได้จากการที่ผู้หญิงมีส่วนร่วมในกิจกรรมกีฬามากขึ้น เช่น ฟุตบอลหญิง ตะกร้อหญิง เป็นต้น การออกกำลังกายนอกจากจะช่วยลดโอกาสเกิดโรคแล้ว ยังทำให้อารมณ์แจ่มใส ลดความเครียดเพิ่มความมั่นใจในตัวเองในเรื่องรูปร่าง เพราะการออกกำลังกายช่วยควบคุมสัดส่วนไขมันในร่างกาย

ช่องทางในการออกกำลังกายนั้นก็หลากหลายวิธีด้วยกัน แล้วแต่ความชอบและความสะดวกของผู้ออกกำลังกาย ซึ่งในงานวิจัยเรื่อง การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษาคลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง นี้ผู้วิจัยเลือกศึกษาการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายโดยผ่านสื่อเฟซบุ๊ก จากสถิติคลิปวิดีโอที่ถูกรับชมมากที่สุด และวิดีโอในแฟนเพจที่มีผู้ติดตามมากที่สุดนั้น คลิปวิดีโอส่วนใหญ่ที่ผลิตออกมาจะเป็นการออกกำลังกายแบบไม่ใช้อุปกรณ์ สามารถออกกำลังกายเองได้ที่บ้านของตนเอง ซึ่งก็ตรงกับความต้องการของผู้คนในปัจจุบันที่ต้องการจะออกกำลังกายในที่พัก ดัดค่าใช้จ่ายเรื่องการเดินทาง ค่าบริการฟิตเนส สะดวกในเรื่องของการจัดเวลาและสถานที่อีกด้วย

การออกกำลังกายสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. การออกกำลังกายแบบไม่ใช้ออกซิเจน (Anaerobic) หรือ บอดี้เวท (Bodyweight)

คือการออกกำลังกายแบบไม่ใช้ออกซิเจนในการเผาผลาญพลังงาน ซึ่งเป็นการใช้พลังงานสูงในระยะเวลาสั้นๆ เป็นการออกกำลังกายแบบมีแรงต้าน โดยใช้น้ำหนักตัวเองเป็นตัวต้านทานการเคลื่อนไหวเพื่อสร้างกล้ามเนื้อ การออกกำลังกายประเภทนี้เป็นการออกกำลังกายที่ใช้แรงมาก วัตถุประสงค์ในการออกกำลังกายเพื่อเพิ่มความแข็งแรงและความคงทน อีกทั้งยังช่วยเผาผลาญพลังงาน ช่วยให้สัดส่วนต่างๆ มีความกระชับมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจจะมีอุปกรณ์บางชนิดมาช่วยในการออกกำลังกายได้ เช่น บาร์สำหรับโหน ผ้าแสมมอค (สำหรับโยคะ ฟลาย) ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ไม่ใช่เหล็กยกน้ำหนัก เพราะผู้ออกกำลังกายจะแบกน้ำหนักตัวเองแทน เช่น การวิดพื้น ซิตอัพ นั่งยอง (Squat) ย่อเข้า (Lunge) หย่อนตัว (Dip) การบริหารกล้ามเนื้อหน้าท้อง (Crunch) การทำท่ากระดานคว่ำ (Plank) การยกขาขึ้น – ลง (Led Raise) เป็นต้น (วิภาวรรณ ลีลาสำราญ และ วุฒิชัย เพิ่มศิริวานิชย์, 2547, น. 75)

ตัวอย่างท่าออกกำลังกายประเภทบอดี้เวท (bodyweight) ที่มักจะพบในคลิปวิดีโอออกกำลังกาย



ภาพที่ 2.1 ทำ Squat With Side Leg Lift

จาก <https://www.popsugar.com/fitness/photo-gallery/34635274/image/34658495/Circuit- One- Squat-Side-Leg-Lift>



ภาพที่ 2.2 ทำ Down Dog Abs

จาก <https://www.popsugar.com/fitness/photo-gallery/34635274/image/34658498/Circuit-One-Down-Dog-Abs>



ภาพที่ 2.3 ทำ Plank With Arm Circle

จาก <https://www.popsugar.com/fitness/Plank-Arm-Circle-42690436>



ภาพที่ 2.4 ทำ bicycle crunch

จาก <http://bicycles.unilinkrc.info/bicycle-crunch-exercise-how-many/>

2. การออกกำลังกายแบบใช้ออกซิเจน (Aerobic) หรือ คาร์ดิโอ (Cardio) คือ การออกกำลังกายแบบใช้ออกซิเจนช่วยในการเผาผลาญไขมันไปใช้เป็นพลังงาน หรือที่มักจะได้ถูกเรียกว่าการออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอ ซึ่งเป็นการออกกำลังกายแบบค่อยเป็นค่อยไป เพื่อให้การเต้นของหัวใจเร็วขึ้น ควรออกกำลังกายให้มีความต่อเนื่องกันเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 30 นาที การออกกำลังกายประเภทนี้มีเป้าหมายหลักคือเพื่อสุขภาพที่ดี ลดน้ำหนัก เพื่อฝึกความทนทานและแข็งแรง

ของระบบหัวใจและหลอดเลือด ช่วยให้ระบบไหลเวียนเลือดดี ลดความเสี่ยงการเป็นโรคหัวใจ ร่างกายได้รับออกซิเจนมากขึ้น เช่น เดินเร็ว วิ่ง ปั่นจักรยาน เต้นแอโรบิก T25 เป็นต้น (วิภาวรรณ ลีลาสำราญ และ วุฒิชัย เพิ่มศิริวานิชย์, 2547, น. 81)

ตัวอย่างท่าออกกำลังกายประเภทคาร์ดิโอ (Cardio) ที่มักจะพบในคลิปวิดีโอออกกำลังกาย



ภาพที่ 2.5 ท่า hopscotch

จาก healthandtrend.com/slimming/fit-firm/cardio-blast



ภาพที่ 2.6 ท่า High-Knee Run

จาก healthandtrend.com/slimming/fit-firm/cardio-blast



ภาพที่ 2.7 ท่า Mountain Climber

จาก healthandtrend.com/slimming/fit-firm/cardio-blast



ภาพที่ 2.8 ท่า Cross-Jack

จาก <http://www.healthandtrend.com/slimming/fit-firm/cardio-blast>

การออกกำลังกายทั้ง 2 ประเภทนี้ก็ขึ้นอยู่กับเป้าหมายของผู้เล่นว่าต้องการให้ร่างกายเป็นแบบใด หากต้องการเผาผลาญไขมันและสร้างกล้ามเนื้อ เพิ่มมวลกล้ามเนื้อ เล่นบอดี้เวท แต่หากต้องการให้ไขมันลดลง กล้ามเนื้อมีความทนทานมากยิ่งขึ้น และเพิ่มสมรรถนะของหัวใจและหลอดเลือดก็จะเน้นออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอ เพื่อร่างกายที่แข็งแรงและป้องกันการหดลีบของกล้ามเนื้อ โดยส่วนมากเราจึงเห็นในคลิปวิดีโอออกกำลังกายมักจะมีท่าทางทั้งบอดี้เวทและคาร์ดิโอ หรือข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับการออกกำลังกายมักจะแนะนำให้เล่นทั้งสองประเภทควบคู่กันไป

2.3 ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (The Uses & Gratification Theory)

ความหมายของคำว่า ประโยชน์ (Use) กับคำว่า ความพึงพอใจ (Gratification) นั้น โรเซนเกรน (Rosengren, 1974, pp. 269-285) กล่าวไว้ว่า ทั้งสองคำนี้มีความเกี่ยวพันกันอยู่ในแง่ที่ว่าประโยชน์นั้นสามารถนำไปสู่ความพึงพอใจได้ และความพึงพอใจก็อาจจะนำไปสู่การได้รับประโยชน์ได้เช่นกัน

อรนุช เลิศจรรยารักษ์ และ ดาราวรรณ สุขุมลชาติ (2531, น. 51) ได้อธิบายเกี่ยวกับความหมายของ Gratification ไว้ว่าเป็นความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้รับจากการกระทำ หรือกิจกรรมใดๆ ก็ตามที่ได้กระทำ รวมทั้งความพึงพอใจอันเกิดจากความสำเร็จในการสนองความต้องการทางจิตใจและสังคม เช่น ความต้องการพักผ่อน การผ่อนคลายอารมณ์ ความเพลิดเพลินในการทำกิจกรรมต่างๆ ความต้องการหนีให้พ้นจากสภาพตนเอง เป็นต้น

การศึกษาเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจเป็นจุดเริ่มต้นของการปรับเปลี่ยนมุมมองผู้รับสารเสียใหม่ จากเดิมที่เราานิยมศึกษาว่าสื่อทำอะไรกับผู้รับสารบ้าง ดูผลของสื่อที่มีต่อบุคคล โดยมองตัวบุคคลเป็นผู้ถูกกระทำ (Passive Person) ได้ปรับเปลี่ยนมาเป็น ผู้รับสารทำอะไรกับสื่อ บุคคลเป็นผู้กระทำ (Active person) ที่จะเลือกสนใจ เลือกใช้สื่อเพื่อตอบสนองความพึงพอใจส่วนบุคคล (อรวิภา จินตนาวัน, 2549, น. 21) ซึ่งลักษณะโดยทั่วไปของผู้รับสารมักจะแสวงหา และให้ความสนใจกับสื่อที่ให้ประโยชน์แก่ตัวเองมากที่สุด นอกจากนี้ยังพยายามค้นหาสื่อ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนให้ได้มากที่สุด ไม่ว่าจะมาจากสื่อใหม่หรือดั้งเดิม (กิติมา สุรสุนธิ, 2548, น. 74)

แคทซ์ และคณะ (Katz, Blumler and Gurevitch, 1974, pp. 11-35, อ้างถึงใน อรวิภา จินตนาวัน, 2549, น. 21) ได้กล่าวว่า แนวคิดเรื่องการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจเริ่มต้นที่ผู้บริโภค (Media Consumer) จากเดิมที่เป็นของสื่อ (Media Message) และศึกษาพฤติกรรมของการสื่อสารของคนจากประสบการณ์โดยตรงที่บุคคลนั้นๆ มีกับสื่อ แนวคิดนี้มองว่าผู้รับสารมีบทบาทในความกระตือรือร้นในฐานะของผู้กระทำ (Active) ในการแสวงหาข่าวสารและการใช้ประโยชน์จากเนื้อหา

ของสื่อมากกว่าที่จะเป็นผู้รับผลจากการรับสื่อ หรือถูกมองว่าเป็นถูกกระทำ (Passive) จากสื่อเพียงด้านเดียว ดังนั้นความสัมพันธ์ตามแนวคิดนี้จึงต่างไปจากเดิม ไม่ใช่ความสัมพันธ์ที่มีทิศทางจากเนื้อหาข่าวสาร (Message) ไปสู่ผล (Effect) แต่เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะผู้รับสารนำสารไปใช้ประโยชน์ (Usage) และการใช้ประโยชน์เป็นตัวแปรในกระบวนการของผล

การศึกษาในครั้งนี้ ทำให้ แคทซ์ และคณะ (Katz, Blumler, & Gurevitch, อ้างถึงใน นัท ไชยวงศ์, 2556, น. 28) สรุปได้ว่าความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารนั้นเกิดจาก

1. ผู้รับสารมีลักษณะกระตือรือร้น (active) และใช้สื่ออย่างมีเป้าหมาย มีความตั้งใจในการแสวงหาข่าวสาร ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้รับสารรู้สึกไม่พอใจในรูปร่างของตน โดยเฉพาะหน้าท้องอยากลดพุงและสร้างกล้ามเนื้อหน้าท้อง จึงแสวงหาวิธีที่จะลดพุง ดูแลรูปร่างของตน จึงเลือกหาข้อมูลจากสื่อที่ตนเปิดรับมากที่สุด ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟซบุ๊กเอง ในปัจจุบันได้มีการแชร์คลิปออกกำลังกายอยู่มากมาย ตามแต่ความสนใจของผู้ชม เพราะทั้งสะดวกในการใช้งาน สามารถให้ข้อมูลได้ทั้งภาพ เสียง ข้อความ

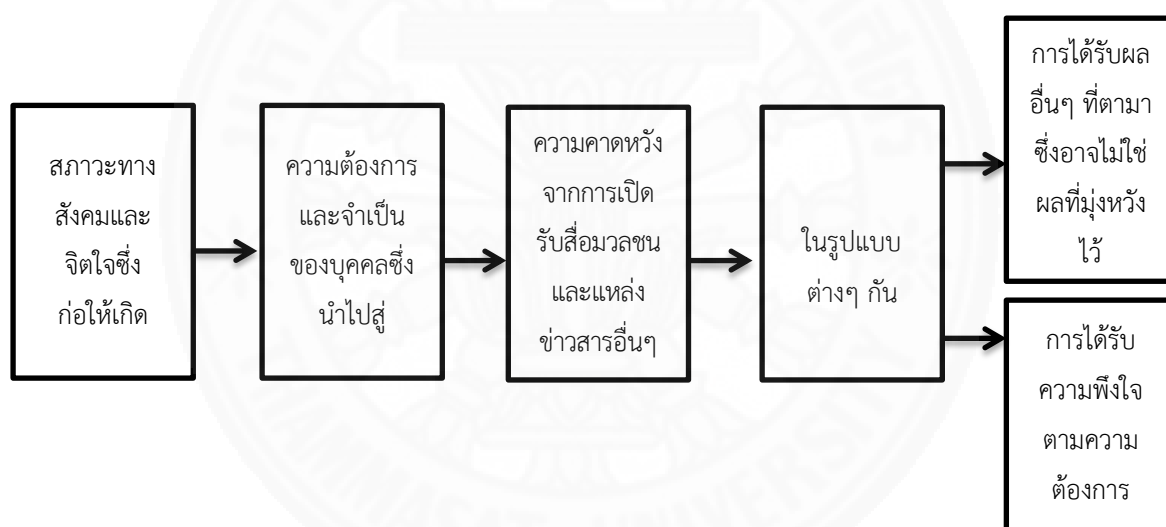
2. เป็นแนวคิดที่ริเริ่มในการโยกความต้องการ และความพึงพอใจของผู้รับสารกับการเลือกใช้สื่อ ความต้องการถือได้ว่าเป็นจุดเริ่มแรกของการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ซึ่งเป็นตัวนำไปถึงการเปิดรับสารและการเลือกใช้สื่อ ในที่นี้ผู้รับสารต้องการจะออกกำลังกายเพื่อดูแลรูปร่างของตน แต่มีข้อจำกัดในเรื่องของสถานที่และเวลา ไม่มีเวลาในการไปเข้าฟิตเนสหรือในด้านกำลังทรัพย์ค่าใช้จ่ายเพื่อเข้าฟิตเนส การออกกำลังกายในที่พักจึงเป็นสิ่งที่ผู้รับสารต้องการ ซึ่งเฟซบุ๊กสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายได้ จากคลิปวิดีโอออกกำลังกายและแฟนเพจเกี่ยวกับการออก กำลังกายต่างๆ ที่นอกจากจะสะดวกในการใช้งานแล้ว ยังสามารถเปิดดูคลิปได้ตลอดเวลา ตามเวลาที่ผู้รับสารสะดวกและยังไม่มีค่าใช้จ่ายอีกด้วย

3. สื่อมวลชน เป็นเพียงทางเลือกหนึ่ง จึงต้องต่อสู้กับแหล่งข่าวสารอื่นๆ เพื่อตอบสนองให้ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร เช่น สื่อที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องสุขภาพและการออกกำลังกาย มีด้วยกันหลากหลายช่องทางทั้งสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์เป็นสื่อที่มีผู้นิยมใช้มากที่สุดและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุดในปัจจุบัน ทั้งความสะดวกในการใช้งานและเนื้อหา เนื่องด้วยการออกกำลังกายจำเป็นจะต้องเป็นข้อมูลในรูปแบบของการเคลื่อนไหวและเสียง สื่อดั้งเดิมจึงยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ครอบคลุมเหมือนสื่อสังคมออนไลน์

4. ผู้รับสารรู้ถึงความต้องการตนเองในการใช้สื่อ ความสนใจและแรงกระตุ้นที่จะผลักดันให้ใช้สื่อเหล่านั้น ผู้ใช้สื่อใหม่นั้น มีแนวโน้มที่จะมีวิธีการใช้สื่อแบบ active มากกว่า passive ทั้งนี้เพราะสื่อใหม่มีลักษณะการสื่อสารสองทางที่กระตุ้นให้ผู้ใช้ active อยู่เป็นระยะ ดังเช่น ต้องการจะเปิดดูคลิปออกกำลังกายในเฟซบุ๊ก เพราะอยากออกกำลังกาย ชอบที่สื่อสังคมออนไลน์นี้ที่เข้าถึงได้ง่าย สะดวก และสามารถหาคลิปออกกำลังกายที่ตรงตามความต้องการได้

5. ผู้รับสารจะเป็นผู้ตัดสินใจ โดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเองเป็นหลัก เช่น ผู้ที่ชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายจะเลือกชมคลิปที่ตรงตามความสนใจและเกิดประโยชน์กับตนเองเป็นหลัก ซึ่งลักษณะโดยทั่วไปของผู้รับสารมักจะแสวงหา และให้ความสนใจกับสื่อที่ให้ประโยชน์แก่ตัวเองมากที่สุด

แคทซ์ และคณะ (Katz, Blumlenr, & Gurevitch, อ้างถึงใน อรวิภา จินตนาวัน, 2549, น. 23) ได้สรุปแบบแผนของการศึกษาตามทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจไว้ว่า คือการศึกษาเกี่ยวกับ (1) สภาวะทางสังคมและจิตใจเป็นจุดกำเนิดของ (2) ความต้องการที่จำเป็นต่างๆ ซึ่งทำให้เกิด (3) ความคาดหวังจากสื่อมวลชนหรือแหล่งอื่นๆ ซึ่งนำไปสู่ (4) การเปิดรับสื่อมวลชนในรูปแบบต่างๆ กัน อันก่อให้เกิดผลลัพธ์ คือ (5) การได้รับความพึงพอใจตามที่ต้องการ และ (6) ผลที่ตามมาอื่นๆ อีกซึ่งบางทีอาจจะไม่ใช่ผลที่ตั้งเจตนาไว้ก็ได้ ดังแสดงให้เห็นในรูปแบบจำลอง ดังนี้



ภาพที่ 2.9 แบบจำลองการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของแคทซ์และคณะ (1974)

แบบจำลองในการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ เป็นแบบจำลองที่ได้กำหนดขึ้นมาเพื่ออธิบายกระบวนการในการรับสาร และการใช้สื่อโดยปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริโภคสื่อที่ขึ้นอยู่กับการต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง โดยบุคคลแต่ละคนนั้นย่อมมีวัตถุประสงค์ มีความตั้งใจ และมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จากสื่อ เพื่อสนองความพึงพอใจของตนเองด้วยเหตุผลที่ต่างกันออกไป

ซวรัตน์ เชิดชัย (2527, น. 170-174, อ้างถึงใน ไบบัว นามสุข, 2555, น. 28) ได้อธิบายเกี่ยวกับเหตุผลในการเลือกรับหรือการเลือกใช้สื่อมีแรงผลักดันที่เป็นปัจจัยพื้นฐานมาจากสิ่งใดบ้าง ดังนี้

1. ความเหงา คนเรานั้นแท้จริงแล้วไม่ชอบที่จะอยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เนื่องจากอาจจะก่อให้เกิดความรู้สึก วิตกกังวล สับสน หวาดกลัว จึงชอบที่จะรวมกลุ่มสังสรรค์เท่าที่จะมีโอกาสได้ แต่หากไม่สามารถติดต่อใครได้ สิ่งที่ดีที่สุดคือการอยู่กับสื่อต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร และบางคนยังชอบที่จะอยู่กับสื่อมากกว่าอยู่กับตัวบุคคล

2. ความอยากรู้อยากเห็น ความอยากรู้อยากเห็นนั้นจัดว่าเป็นคุณสมบัติพื้นฐานของมนุษย์ ที่จะอยากรู้อะไรที่เกิดขึ้นรอบตัวเองจากคนที่ใกล้ตัวที่สุดไปจนถึงสิ่งที่อยู่ห่างไกลจากตัวเองที่สุด ดังนั้นสื่อจึงมักจะนำเสนอข่าวสารที่ดึงเอาความอยากรู้อยากเห็นของคนเรามาเป็นหลักสำคัญ ไม่ว่าจะสิ่งนั้นๆ จะเป็นวัตถุ สิ่งของ ความคิดหรือการกระทำ

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง ผู้รับสารจะแสวงหาข่าวสารและใช้ข่าวสารให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง เพื่อช่วยให้ความคิดของตนเองบรรลุ เสริมสร้างบารมีความรู้ เพื่อให้ได้รับความสะดวกสบาย ปลอดภัย รวมทั้งข่าวสารที่ก่อให้เกิดความบันเทิง เพลิดเพลินใจ

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อ ผู้รับสารแต่ละคนจะเลือกเข้าหาลักษณะเฉพาะของแต่ละสื่อที่ตรงกับความสนใจและความต้องการของตนเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ

ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ เมื่อกับนำมาวิเคราะห์ร่วมกับสื่อใหม่ โดยเฉพาะเฟซบุ๊ก สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด ด้วยคุณลักษณะของการใช้งานที่ง่าย สะดวกและมีเนื้อหาที่หลากหลาย ทั้งเพื่อความเพลิดเพลินใจในการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและคนรู้จัก การติดตามข่าวสารจากแฟนเพจสำนักข่าว การหาข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองสนใจเป็นพิเศษ หรือแม้กระทั่งในแง่มุมมองของการออกกำลังกาย ซึ่งเป็นแง่มุมที่ผู้วิจัยสนใจและมุ่งศึกษา แนวความคิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจนี้ จะสามารถเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยเห็นถึงรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์: เฟซบุ๊ก จากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายว่ามีวิธีการใช้และเกิดความพึงพอใจอย่างไร

2.4 แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของ David Morley

แนวคิดของ Morley ทำการศึกษาผู้รับสารจากสื่อโทรทัศน์เป็นหลัก แต่ข้อเสนอของเขายังสามารถขยายไปสู่การศึกษาการไปถึงการศึกษาผู้รับสารจากสื่ออื่นๆ ได้ ซึ่งมีหลายงานวิจัยด้วยกันที่นำทัศนะของ Morley มาประยุกต์ใช้ในการศึกษา เช่น งานวิจัยเรื่อง “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน: ศึกษากรณีการบริโภคเว็บไซต์ไฮไฟว์” ของ ระพีพร ทศธู (2552) ที่ทำการศึกษาคำถามการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน โดยผู้ใช้งานคือแม่บ้าน สามารถเป็นได้ทั้งฝ่ายกระทำและตั้งรับสารได้ในขณะเดียวกัน ซึ่งแนวคิดทางวิชาการของ Morley ต่อแนวคิดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มองว่าผู้รับ

สารนั้นเป็นได้ทั้งฝ่าย กระทำ (active) และฝ่ายตั้งรับสาร (passive) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำทัศนะของ Morley มาประยุกต์ในการศึกษาครั้งนี้

1. การวิเคราะห์ผู้รับสาร Morley ได้เสนอหลักเกณฑ์ในการศึกษา ดังนี้

1.1 การศึกษาโครงสร้างทางสังคมของกลุ่มผู้รับสาร ได้แก่ การใช้เกณฑ์ด้านประชากร เช่น อายุ รายได้ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพทางสังคม รวมถึงตัวแปรด้านชนชั้น (รวมทั้งตัวแปรอื่นๆ) จะสามารถเข้าถึงและตีความแตกต่างกัน ยกตัวอย่างคำถามที่ว่า กลุ่มคนที่ชมวิดีโอออกกำลังกายในเฟซบุ๊กที่มีอายุต่างกันหรือระดับการศึกษาต่างกัน จะมีการเข้าถึงเว็บไซต์เฟซบุ๊กต่างกันหรือไม่ หรือประสบการณ์การออกกำลังกายที่ต่างกัน จะส่งผลต่อการใช้ประโยชน์จากคลิปวิดีโอเหมือนหรือต่างกันอย่างไร

1.2 การศึกษาจุดยืนทางการเมืองและวัฒนธรรมของผู้รับสาร สำหรับในการศึกษาครั้งนี้ในทางการเมืองและวัฒนธรรม ผู้วิจัยสนใจในแง่มุมของวิถีชีวิต (lifestyle) มองว่าการออกกำลังกายเป็นวิถีชีวิตแบบหนึ่งที่อยู่ในชีวิตประจำวันของคนยุคใหม่ ที่ให้ความสนใจและใส่ใจในเรื่องของการมีสุขภาพที่ดีและรูปร่างที่ดี เพื่อให้การกำหนดขอบเขตลักษณะของประชากรแคบลงมา Morley ได้เสนอให้มีการใช้เกณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น จุดยืนในแง่วิถีชีวิตมาใช้ในการดูว่ากลุ่มผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันในจุดยืนดังกล่าวนี้ จะมีการรับสารอย่างไร เช่น อาจเปรียบเทียบมุมมอง ความคิดเห็น และทัศนคติต่อการออกกำลังกายผ่านการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายของกลุ่มคนที่มีประสบการณ์การออกกำลังกายต่างกันเป็นอย่างไร เหมือนหรือแตกต่างกัน ผู้ชมคลิปเลือกการออกกำลังกายผ่านคลิปวิดีโอเพียงอย่างเดียว หรือไปออกกำลังกายที่ฟิตเนสด้วย

1.3 การศึกษาการเข้าถึงตัวบทที่เกี่ยวข้อง การเปิดรับสารนั้นไม่ได้เกิดจากปัจจัยภายในเป็นหลัก (Endogenous Factor) เช่น ความสนใจ ทัศนคติ ฯลฯ แต่ความจริงแล้วในหลายกรณีนั้นยังมีปัจจัยภายนอก (Exogenous Factor) ที่เป็นตัวแปรแทรกในการเปิดรับสาร เช่น การออกกำลังกายจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย เกิดจากการเห็นเพื่อนในสื่อเฟซบุ๊กแชร์คลิปวิดีโอออกกำลังกาย หรือเกิดจากชักชวนจากกลุ่มเพื่อน หรือไม่ อย่างไร, หากไม่มีอินเทอร์เน็ต หรือคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ต่างๆ ในการเข้าถึงสื่อ, คลิปที่เป็นภาษาอังกฤษได้รับความนิยมน้อยกว่าหรือไม่ เพราะขาดความเข้าใจในด้านภาษา

2. การศึกษากระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร (Perception of audience) Morley โดยศึกษาผู้รับสารหลังจากเปิดรับชมคลิปแล้ว ได้แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน หลังจากเปิดรับแล้ว ดังนี้

2.1 การจดจำได้ (Recognition) การที่เราได้รับข้อมูลต่างๆ และบันทึกไว้ เก็บไว้ และสามารถค้นคืนเมื่อต้องการใช้ เช่น การออกกำลังกายจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย จำเป็นจะต้องจำท่าทางได้ว่าควรเริ่มที่ท่าไหน และท่าต่อไปคือท่าอะไร ซึ่งการจดจำได้มักจะมีเนื้อหา

ที่ตรงตามความสนใจและชอบของผู้ชม กล่าวคืออาจจะเป็นท่าที่จดจำง่าย ทำตามไม่ยากหรือท่าทางนั้นเมื่อทำไปปฏิบัติตามแล้วสามารถเปลี่ยนรูปร่างได้จริง เกิดผลที่น่าพอใจกับผู้ปฏิบัติ

2.2 การเข้าใจในเนื้อหาสาร (Comprehension) ความสามารถจับใจความสำคัญของข้อมูลเนื้อหาสารที่ได้รับมา เช่น เข้าใจในท่าทางการออกกำลังกายในคลิปวิดีโอที่ชม ปฏิบัติท่าทางได้ถูกต้อง ทำตามท่าทางนั้นๆ แล้ว มีผลช่วยให้ร่างกายเปลี่ยนแปลงอย่างไร สามารถนำไปบอกต่อคนรอบข้างได้

2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation) ซึ่งขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมในการถอดรหัสของผู้รับสารเป็นอย่างมาก เช่น ผู้ที่รับชมคลิปจะเลือกชมคลิปและทำตามคลิปออกกำลังกายที่สอดคล้องกับสิ่งที่สังคมคาดหวัง กล่าวคือในสังคมปัจจุบันผู้หญิงคาดหวังการจะมีรูปร่างที่ดี ไม่มีพุง หน้าท้องมีกล้ามเนื้อ แขนและขากระชับไม่มีเซลลูไลท์ จึงเลือกชมคลิปออกกำลังกายที่เน้นสร้างกล้ามเนื้อหน้าท้อง และกระชับแขนและขา

2.4 การมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response) พฤติกรรมต่างๆ ที่ผู้รับสารแสดงออกมาเมื่อได้รับสารและออกกำลังกายตามคลิปวิดีโอที่ได้ชม เช่น การปฏิบัติตามคลิปออกกำลังกายและสามารถเปลี่ยนแปลงตนเองให้มีรูปร่างตามที่ต้องการได้

ขั้นตอนทั้ง 4 นี้จะเป็นตัวกำหนดว่า ผู้รับสารจะนำเอาข่าวสารหรือความรู้ที่ได้รับจากสื่อไปปฏิบัติตามหรือไม่ มากน้อยเพียงใด รับชมและปฏิบัติตามอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้จะใช้กระบวนการรับรู้ของผู้รับสารสำหรับการวัดการรับรู้เนื้อหาจากคลิปวิดีโอที่ถูกแชร์ในเฟซบุ๊ก ตัวอย่างเช่น เมื่อผู้ใช้เห็นการแชร์คลิปวิดีโอออกกำลังกาย ที่ผู้อื่นแชร์ทางหน้าทามไลน์ จะมีการเปิดชม เกิดการจดจำท่าทางได้และปฏิบัติตามหรือไม่อย่างไร หรือผู้ที่ชมคลิปและปฏิบัติตามคลิปจะนำไปบอกต่อกับคนใกล้ตัวหรือไม่ ด้วยเหตุผลใด

3. การศึกษาพฤติกรรมการรับชม (Viewing Behavior) จากการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสาร (Exposure Behavior) กลุ่มวัฒนธรรมศึกษาได้ขยายแนวคิดเรื่องการเปิดรับออกไปถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อ เนื่องจากเห็นว่าความรู้คำตอบในเชิงปริมาณนั้น เป็นเพียงการรู้ว่าเปิดรับหรือไม่ มากน้อยเพียงใด แต่ยังขาดคำตอบในเชิงคุณภาพ เช่น การเปิดรับชมคลิปกับใคร ที่ไหน เปิดรับอย่างใจจดจ่อหรือเพียงผ่านไปๆ โดยมิติในเชิงคุณภาพนี้จะช่วยอธิบายผลของการรับสารได้ดีขึ้น มิติ (dimension) ของพฤติกรรมการรับชมแยกแยะได้ดังนี้

3.1 ความสนใจในการเปิดรับ (attention) ได้แก่ การศึกษาผู้รับสาร ในที่นี้คือกลุ่มคนแชร์คลิปวิดีโอออกกำลังกาย ว่ามีความสนใจคลิปวิดีโอหรือไม่มากน้อยเพียงใด หรือเพื่อเป้าหมายด้านใดด้านหนึ่ง เพื่อการรับรู้หรือติดต่อกับคนในสังคมเดียวกัน ซึ่งความสนใจนั้นอาจขึ้นอยู่กับประเภทบุคคล ข้อความ ภาพถ่าย วิดีโอ หรือเพลง ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มคนที่แชร์คลิปวิดีโอออก

กำลังกายอาจจะมี ความสนใจในการเปิดรับมากพอสมควร โดยให้ความสนใจในเพลงออกกำลังกายของ ดาราสาว เบเบ้ (Bebe fit Routine) มากเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นดาราที่ตนรู้จัก เป็นต้น

3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะดู (Reflexive) ได้แก่ วิธีการเปิดรับของผู้รับ สารนั้น เป็นแบบดูแล้วเชื่อถือหมด ดูแล้วไม่ได้ติดตาม หรือดูแล้วเกิดการพิจารณาไตร่ตรองตามไป ด้วย เช่น ผู้ที่ชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย แล้วนำมาไตร่ตรองดูว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ เป็นความ จริงมากน้อยเพียงใด หากทำตามจะเกิดผลอย่างไรในคลิปบอกไว้หรือไม่ หรือเฝ้าติดตามชื่นชมมาก เป็นพิเศษ จนไม่ได้เกิดการไตร่ตรองในสารขณะที่เปิดรับ

3.3 ช่วงเวลาที่ดู (Temporal Organization) การศึกษาเกี่ยวกับช่วงเวลาที่คุณนั้น อาจหมายความว่า ขวางกว่าคำตอบที่ว่า ผู้รับสารเปิดรับรายการต่างๆ ในช่วงเวลาไหน นานเท่าใด หากแต่หมายความว่า การที่สื่อมวลชนหรือคลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ถูกแชร์ในเฟซบุ๊กได้เข้าไป จัดระบบการใช้ชีวิตประจำวันของผู้รับสารอย่างไร นำไปจัดตารางประจำวันของตนเองหรือไม่ เกิด การดูและปฏิบัติตามคลิปที่ได้ชมหรือไม่อย่างไร

3.4 กิจกรรมที่ทําระหว่างใช้สื่อ เนื่องจาก Morley พบว่า ผู้รับสารที่แตกต่างกัน ทั้งชนชั้น วัย เพศ ต่างก็มีกิจกรรมระหว่างที่ใช้ต่างกัน ดังเช่นที่ Morley ได้เคยศึกษาสื่อโทรทัศน์ไว้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ผู้รับสารที่แตกต่างกัน ล้วนทำกิจกรรมระหว่างชมโทรทัศน์ต่างกัน ซึ่งใน งานวิจัยนี้จะใช้เกณฑ์เดียวกันมาวิเคราะห์กิจกรรมที่เกิดขึ้นระหว่างที่ดูและแชร์คลิปวิดีโอออกกำลัง กายด้วยเช่นกัน

4. การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร จากที่ Morley สนใจผลกระทบระยะยาว ของสื่อที่มีในเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ของผู้รับสาร ในการศึกษาครั้งนั้นศึกษาการชมโทรทัศน์ ค้น พบว่ากิจกรรมการชมโทรทัศน์ เป็นปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความเป็นจริงของผู้รับสารกับ รูปแบบสัญลักษณ์ของตัวบทสำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร ซึ่งในงานวิจัยของผู้วิจัย ครั้งนี้ หมายถึง กลุ่มคนที่ชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย สำคัญที่สุดที่ผู้วิจัยสนใจคือ ผู้ที่ชมคลิปวิดีโอ ออกกำลังกายจะสามารถสร้างอัตลักษณ์ของตัวเองให้กลายเป็นคนที่ดูใส่ใจสุขภาพ สนใจเรื่องสุขภาพ และเป็นบุคคลที่เพื่อนๆ จะขอคำปรึกษาหากต้องการจะออกกำลังกายหรือมีรูปร่างที่ดี

2.5 แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)

สื่อ (media) เป็นช่องทางการนำเสนอเนื้อหาสาร ทั้งข่าวข้อมูลบันเทิงหรือจะเป็น โฆษณาที่ส่งไปถึงผู้บริโภค การเปลี่ยนแปลงของระบบเทคโนโลยีก่อให้เกิดการพัฒนา รูปแบบของสื่อที่ พัฒนาให้ดีขึ้น จากสื่อบุคคลที่เปลี่ยนแปลงเป็นหนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์ถูกพัฒนาเป็นสื่อ อิเล็กทรอนิกส์คือ สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์ พัฒนาการด้านเทคโนโลยีในยุคปัจจุบันเป็นผลจากการ

เกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ต ที่ทำให้การสื่อสารในสังคมกว้างขึ้น และมากขึ้น จากแต่ก่อนที่ต้องฟังเพลงจากแผ่นซีดีได้ถูกพัฒนาเปลี่ยนให้มาอยู่ในรูปแบบของไฟล์ที่สามารถฟังผ่านคอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์ มีการปรับเปลี่ยนทั้งในรูปแบบคุณสมบัติในการทำงานและคุณลักษณะของตัวสื่อ

วรวิทย์ อ่อนน่วม (2555, อ้างถึงใน พิชญานา คัจฉานุช, 2558) กล่าวว่า มนุษย์เราไม่อาจปฏิเสธได้ว่า เราต่างมีส่วนแบ่งอยู่บนพื้นที่ของสื่อใหม่ ทั้งรูปแบบเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่มีการพัฒนาการสื่อสารให้มีความทันสมัย สนองตอบความต้องการด้านการสื่อสารของมนุษย์ตลอดเวลา พื้นที่และเวลา (Time & space) ถูกลดความสำคัญลงที่ละน้อย ส่งผลให้เกิดการติดต่อสื่อสารแบบทันทีทันใด (Real time communication) เช่น โทรศัพท์ เมื่อครั้งที่อยู่ในระบบใช้สายและเป็นระบบ Analog เราจะไม่เรียกโทรศัพท์ว่า สื่อใหม่ แต่เมื่อโทรศัพท์แปรสภาพไปตามการพัฒนา กลายเป็นโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือมือถือ ที่ไร้สายและเป็นระบบ Digital และยังสามารถไปเชื่อมต่อกับสื่อประเภทอื่นๆ โทรศัพท์จึงกลายเป็นสื่อใหม่ ซึ่งสื่อใหม่ทำให้มนุษย์มีช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ หลากหลาย และสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ก้าวข้ามอุปสรรคด้านพื้นที่และเวลาได้ และยังช่วยขยายการสื่อสารโดยเปิดโอกาสให้มนุษย์สามารถนำเสนอเรื่องราว ความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนด้านความคิดเห็นได้อย่างเสรีบนพื้นที่ส่วนตัวหรือโลกเสมือนจริง (Virtual Reality)

กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล (2555) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะสำคัญของสื่อใหม่ ในด้านคุณสมบัติทั้งเชิงเทคนิค ในเชิงสังคม ไว้ดังนี้

1. การมีปฏิสัมพันธ์ได้ง่าย (Interactive) เนื่องจากเป็นรูปแบบของการสื่อสารแบบสองทาง (two – way communication)
2. มีความสามารถเคลื่อนที่ได้สูง (Mobility) ทำให้สะดวกต่อการพกพาไปในที่ต่างๆ (Compactable)
3. สามารถดัดแปลงเปลี่ยนรูปได้ (Convertibility)
4. สามารถเชื่อมต่อกันได้ง่าย (Connectivity)
5. สามารถหาได้ ใช้ประโยชน์ได้ในทุกที่ (Ubiquity)
6. มีความรวดเร็วในการสื่อสาร (Speed of Communication)
7. มีลักษณะที่ไร้พรมแดน (Absence of Boundaries)
8. มีความเป็นดิจิทัล (Digitalization)

นิคม ชัยขุนพล (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2555) ได้อธิบายถึงคุณลักษณะสื่อใหม่ ประการแรก คือความเป็นดิจิทัล (Digitalization) ที่มีการทำงานที่หลากหลาย รวดเร็วและแม่นยำ ซึ่งสื่อสังคมออนไลน์ จะมีการประมวลที่รวดเร็วและไร้พรมแดน ไม่ว่าจะอยู่ที่ใดของโลก ก็สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว

ประการที่สอง คือ สื่อใหม่มีลักษณะการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence) ซึ่งจากเดิมแต่ละสื่อมีคุณสมบัติและหน้าที่คนละด้าน สื่อใหม่ได้นำเอาลักษณะต่างๆ มารวมกันเพื่อให้ผู้ใช้สื่อมีความสะดวกในการใช้สื่อเพียงสื่อเดียว เช่น สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก ในปัจจุบันเราสามารถติดตามข่าวในแต่ละวันได้จากเฟซบุ๊กแฟนเพจของแต่ละสำนักข่าว เราสามารถโทรศัพท์ติดต่อกับเพื่อนได้จากการใช้เฟซบุ๊ก เป็นต้น

ประการที่สาม คือ การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) สื่อกับผู้ใช้สื่อสามารถโต้ตอบกันแบบทันทีทันใด ซึ่งหากสื่อใหม่มาใช้ในการเรียนการสอน จะสามารถทำให้ผู้เรียนสามารถซักถามข้อสงสัย หรือเกิดการรวมกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและความคิดเห็น เช่น การแสดงภาพถ่ายทอดสตูดิโอหรือวิดีโอสาธิตการออกกำลังกาย หากผู้ชมไม่เข้าใจท่าทางหรือมีคำถามเกิดขึ้นสามารถพิมพ์โต้ตอบกับเจ้าของเพจได้ทันที และเจ้าของเพจสามารถตอบผู้ชมได้ทันทีเช่นกัน

ประการที่สี่ คือ สื่อใหม่เป็นการสื่อสารจากหน่วยเดียว บุคคลเดียว กระจายไปยังกลุ่มคนหมู่มาก (One – to - many) ซึ่งเป็นการกระจายข้อมูลข่าวสารจากผู้สอนไปยังผู้เรียนที่มีจำนวนหลายคนได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเรียกว่า “สังคมของการสื่อสาร” (Social Presence) คือการที่ผู้เรียนสามารถสร้างกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน ในประเภทความชอบเหมือนกัน หรือที่เรียกว่าแฟนเพจ ซึ่งเฟซบุ๊ก เป็นสื่อสังคมออนไลน์ ภายใต้สื่อใหม่ ที่สามารถให้ผู้ที่สนใจในเรื่องที่เหมือนกันรวมกลุ่มกันอยู่ในเพจที่มีข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งที่ตนเองสนใจ เพื่อง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูล และแลกเปลี่ยนข้อมูล ความคิดเห็นกับสิ่งที่อยู่ในความสนใจเดียวกันกับเพื่อนได้แบบทันทีทันใด

ประการสุดท้าย สื่อใหม่สามารถกระจายไปยังกลุ่มคนอื่นๆ ได้ (Many – to - many) นอกจากการกระจายเฉพาะความสนใจเรื่องเดียวกันแล้ว ยังสามารถกระจายไปยังกลุ่มคนอื่นที่มองหาความสนใจในเรื่องอื่นๆ ได้ในเวลาเดียวกันคือการสื่อสารที่เรียกว่าระบบเครือข่าย เป็นการส่งข้อมูลข่าวสารไปได้ในวงกว้างและรวดเร็ว

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ (2549, น. 283) ได้กล่าวถึงสื่อใหม่ (New media) ว่าเป็นผลจากการก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์ สื่อใหม่มีลักษณะเกี่ยวข้องกับระบบตัวเลข เครื่องคอมพิวเตอร์และระบบการสะท้อนกลับ (Interactive) จึงอาจกล่าวได้ว่าสื่อใหม่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ที่แสวงหาข่าวสาร ในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อแบบดั้งเดิม ด้วยคุณสมบัติที่ในเรื่องของเวลา (Time) และพื้นที่ (Space) ที่เป็นข้อจำกัดของสื่อเดิม ทำให้สื่อใหม่ได้รับความนิยมและมีบทบาทกับสังคมในยุคปัจจุบันมากขึ้น ทำให้ผู้คนในปัจจุบันมีกิจกรรมการสื่อสารที่เปลี่ยนไป (อนุชา ทิรคานนท์, 2547, น. 42-48)

Rogers (1995, อ้างถึงใน ภัทราวดี ชิเลอร์ และ กรทักษ์ ธาดาธีรธรรม, 2555) กล่าวว่า สื่อใหม่เป็นเทคโนโลยีหรือสื่อที่เอื้ออำนวยให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารบนฐานของคนจำนวนมากผ่านระบบการสื่อสารที่มีคอมพิวเตอร์เป็นศูนย์กลาง จะเห็นได้ชัดเจนว่า จากยุคดั้งเดิมมนุษย์

สื่อสารตัวต่อตัว เจอหน้ากันโดยใช้คำพูดและสัญลักษณ์ ต่อมาเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางการสื่อสารมากขึ้น ทำให้เกิดการสื่อสารกันผ่านสื่อมวลชน (Mass Media) มากขึ้น จึงเกิดสื่อมวลชนขึ้นมาหลายประเภท เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น ถึงแม้สื่อมวลชนจะทำหน้าที่อย่างดีในการแพร่กระจายข่าวสารให้กว้างและครอบคลุม แต่ก็ยังไม่ตอบสนองการสื่อสารในปัจจุบันที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงไป ด้วยข้อจำกัดของสื่อดั้งเดิมมีรูปแบบเป็นการสื่อสารทางเดียว ทำให้ผู้รับสารไม่สามารถแสดงความคิดเห็น หรือมีส่วนร่วมในการสื่อสารมากนัก อีกทั้งยังมีข้อจำกัดทางด้านเวลาและสถานที่ความสัมพันธ์ระหว่างสื่อและผู้รับสารจึงกลายเป็นความสัมพันธ์ที่ห่างไกล แต่ในยุคปัจจุบันเมื่อสื่อใหม่เข้ามาเป็นสื่อกลางทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสารมีความใกล้ชิดกันขึ้น โดยผู้รับสารสามารถเลือกรับปริมาณของสารที่ตนสนใจตามความต้องการ ทำให้ข้อมูลข่าวสารไหลไปถึงผู้รับสารได้อย่างตรงประเด็น เฉพาะเจาะจงมากขึ้น และมีความหลากหลายได้ในเวลาเดียวกัน เราเรียกการสื่อสารรูปแบบนี้ว่า “สื่อสังคมออนไลน์” เช่น Youtube, Instagram, Twitter และ Facebook ซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและผู้เขียนมุ่งที่จะศึกษาในครั้งนี้

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media)

Kaplan และ Haenlein (อ้างถึงใน สุพัต ธิปะลา, 2557, น. 30) ให้คำนิยามสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ว่าเป็นแอปพลิเคชันในอินเทอร์เน็ตที่ถูกสร้างขึ้นโดยรากฐานความคิดของเทคโนโลยี “web 2.0” ซึ่งอนุญาตให้ผู้ใช้สามารถสร้างและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันเอง นอกจากนี้สื่อสังคมออนไลน์ ยังหมายถึงสังคมที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก ร่วมแบ่งปันที่สิ่งสนใจและสามารถเชื่อมโยงกันได้ทั้งทิศทางใดทิศทางหนึ่งในโลกอินเทอร์เน็ต โดยอาศัยรูปแบบการบริการเรียกว่า “บริการเครือข่ายสังคม หรือ Social Network Service (SNS)” โดยเป็นรูปแบบของเว็บไซต์ในการสร้างเครือข่ายสังคมให้ผู้ใช้บริการได้เขียนและอธิบายความสนใจ และกิจกรรมที่ตนได้ทำ และทำการเชื่อมโยงกับความสนใจและกิจกรรมของผู้อื่นรวมทั้งข้อมูลส่วนตัวต่างๆ ทั้งบทความรูปภาพ วิดีโอ ผลงานต่างๆ การแสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนประสบการณ์และความสนใจ รวมไปถึงเป็นแหล่งข้อมูลจำนวนมากที่ผู้ใช้สามารถช่วยกันสร้างเนื้อหาขึ้นได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคลหรือกลุ่มบุคคล (นุชจรินทร์ ชองดำรงธรรม, 2553, น. 26)

ส่วน เมย์ฟิลด์ (Mayfield, 2008, p. 5, อ้างถึงใน สุพัต ธิปะลา, 2557, น. 30) ระบุไว้ว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นกลุ่มของการสื่อสารรูปแบบใหม่ผ่านสื่อออนไลน์ มี 5 คุณลักษณะเฉพาะดังนี้

1. มีส่วนร่วม (Participation) สื่อสังคมออนไลน์จะกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมและความคิดเห็นจากทุกคนในเครือข่ายและแทบแยกไม่ออกระหว่างบทบาทของสื่อกับผู้รับสาร

2. เปิดกว้าง (openness) สื่อสังคมออนไลน์ส่วนใหญ่จะเปิดให้ผู้ใช้สามารถแสดงความคิดเห็น การมีส่วนร่วมเปิดช่องทางให้มีการตอบโต้ ลงคะแนนโหวต แสดงความเห็นและแบ่งปันข้อมูลต่างๆ ตลอดจนการเข้าถึงเพื่อประโยชน์ข้อมูลเนื้อหาผ่านระบบที่ต้องใส่รหัสความปลอดภัย

3. การสนทนา (Conversation) มีการเปลี่ยนแปลงไปจากสื่อดั้งเดิม อย่างในสื่อกระจายเสียงที่จะส่งเนื้อหาไปยังผู้รับสารในลักษณะการสื่อสารทางเดียว แต่สื่อสังคมออนไลน์เป็นการสื่อสารแบบสองทางระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับได้ในทันทีที่สามารถพูดคุยโต้ตอบกันได้ทันที

4. ความเป็นชุมชน (Community) สื่อสังคมออนไลน์สร้างเครือข่ายสังคมของชุมชนออนไลน์ขึ้นได้อย่างรวดเร็ว มีการสื่อสารกันภายในเครือข่ายชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยให้ชุมชนเป็นรูปแบบได้อย่างรวดเร็วและสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลในสิ่งที่ชอบเหมือนกัน เช่น เพจ Fit Model, Best shape healthy และสมาคมสาวฟิตเนส เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นกลุ่มคนที่ชื่นชอบในการออกกำลังกายเหมือนกัน มาแลกเปลี่ยนพูดคุยกัน

5. การเชื่อมโยง (Connectedness) จุดเด่นหลักของสื่อสังคมออนไลน์ คือการเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายตามลักษณะของการใช้งานที่กำหนดให้ต้องเชื่อมโยงกับกลุ่มคนอื่นๆ จากหลายแหล่งเข้าหากัน สามารถเชื่อมต่อไปยังเครือข่ายๆ อื่นๆ และไปยังข้อมูลที่หลากหลายได้

เฟซบุ๊ก (Facebook.com)

เฟซบุ๊ก เป็นเว็บไซต์สื่อสังคมออนไลน์ ที่มีลักษณะเป็นเว็บประเภท Online communication หมายถึง การที่ผู้คนสามารถทำความรู้จัก และเชื่อมโยงถึงกันได้ในทุกทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เป็นรูปแบบของสังคมประเภทหนึ่งที่อยู่ในอินเทอร์เน็ต (พิชญานา คัจฉานุช, 2558) ซึ่งจัดอยู่ในกลุ่มเว็บไซต์เผยแพร่ “ตัวตน” มักจะถูกใช้เป็นส่วนกลางในการนำเสนอตัวตน ในแง่มุมต่างๆ ทั้งจากการข้อความ รูปภาพ วิดีโอ รวมไปถึงการรวมกลุ่มกับกลุ่มคนที่ชื่นชอบในสิ่งเดียวกันเพื่อนำเสนอตัวตน เฟซบุ๊กเปิดใช้ใช้งานครั้งแรกเมื่อวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2548 สร้างโดย Mark Zuckerberg แรกเริ่มนั้นสร้างขึ้นเพื่อรวมเพื่อนๆ นักศึกษามหาวิทยาลัย Harvard เท่านั้นและค่อยๆ ขยาย พัฒนามีสมาชิกเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างรวดเร็ว จนพัฒนาให้ผู้คนทั่วไปสามารถใช้งานเฟซบุ๊กได้ เริ่มการใช้งานในรูปแบบ การส่งข้อความ การสร้างกลุ่ม การสร้างกิจกรรม การแชร์วิดีโอ รวมไปถึงการใช้งานเฟซบุ๊ก ผ่านมือถือ และได้พัฒนาแปลเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ให้มีภาษาหลากหลายมากยิ่งขึ้น มากกว่า 70 ภาษาทั่วโลก (อัมพร แซ่โง้ว, 2556) ลักษณะการใช้งานก็คล้ายๆ กับสื่อสังคมออนไลน์ประเภทอื่น คือผู้ใช้งานสามารถนำเสนอเรื่องราวของตนเอง เช่น รูปถ่ายประวัติ ความสนใจส่วนตัว งานอดิเรก ลงข้อมูลต่างๆ ไว้บนพื้นที่สาธารณะ ผู้ใช้งานสามารถติดตามเรื่องราวของเพื่อนและสามารถให้ผู้อื่นมาติดตามเรื่องราวของตนเองบนเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์ได้อีกด้วย

ในแง่ของฟังก์ชันการใช้งานของเว็บไซต์เฟซบุ๊ก (Facebook functionalities) Kietzmann et al. (2011, อ้างถึงใน สิริลักษณ์ ลีวัฒนวงศ์, 2557, น. 12) ได้เสนอจุดเด่นของเว็บไซต์เฟซบุ๊กว่า

เป็นเรื่องของความสัมพันธ์ (Relationships) ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สำคัญที่สุด โดยได้ให้ความหมายของความสัมพันธ หมายถึง ผู้ใช้งานตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป นำไปสู่การสนทนา ปฏิสัมพันธ์ แบ่งปันจุดมุ่งหมาย สร้างการพบเจอ อาจเป็นเพื่อนหรือแฟนคลับ หรือบางครั้งเป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูล โดยในความสัมพันธ์นี้บางครั้งก็เป็นแบบทางการที่เกิดแบบถูกควบคุมและเป็นโครงสร้าง ที่สามารถตรวจสอบความถูกต้องของผู้ใช้ได้ เช่น กระบวนการขอเป็นเพื่อน (Friend Request) ที่ต้องกดยอมรับก่อนถึงจะเข้าสู่กระบวนการเป็นเพื่อนได้ ทำให้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นมีความหมายมากยิ่งขึ้น

การแสดงตัวตน (Presence) ซึ่งหมายถึงการสร้างและการจัดการความจริง ความใกล้ชิด ความฉับไวในบริบทต่างๆ การที่ผู้เล่นสามารถรู้ได้ว่าผู้เล่นคนอื่นๆ อยู่ในสังคมออนไลน์หรือไม่ รวมไปถึงการแสดงตัวตนในที่ต่างๆ เช่น การอัปเดตสถานะ หรือการเช็คอิน (check-in)

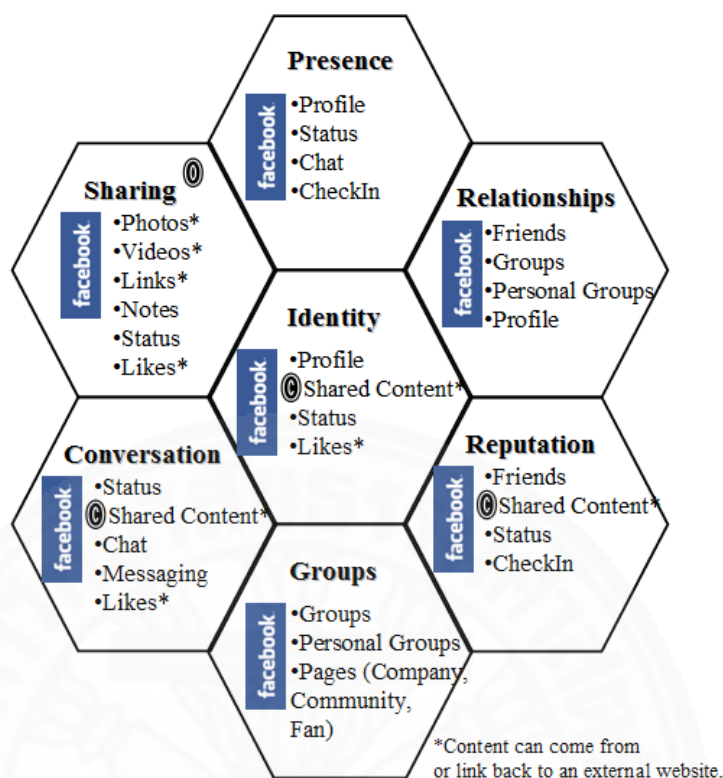
ความเป็นเอกลักษณ์ (Identity) การควบคุมข้อมูลส่วนตัวในการสนับสนุนตนเอง โดยสื่อสังคมออนไลน์สามารถตั้งค่าหรือใส่ข้อมูลในเรื่องของ ชื่อ อายุ เพศ อาชีพ ที่อยู่ ซึ่งเอกลักษณ์เหล่านี้สามารถแสดงออกมาให้ลักษณะของความชอบหรือไม่ชอบได้ด้วย

การสนทนา (Conversations) เป็นอีกฟังก์ชันหนึ่งในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก คือการแลกเปลี่ยนข้อความสนทนา ซึ่งเป็นการแสดงสถานะปัจจุบันให้อีกฝ่ายทราบ

การมีชื่อเสียง (Reputation) การระบุถึงจุดยืนของผู้อื่นและตนเอง ซึ่งเป็นเรื่องของความไว้วางใจ การมีชื่อเสียงของเว็บไซต์เฟซบุ๊กไม่ได้จำกัดเพียงตัวบุคคลเท่านั้น แต่ยังรวมถึงยอดการกดถูกใจ

การแบ่งปัน (Sharing) คือการที่ผู้ใช้สามารถแลกเปลี่ยน กระจาย หรือรับเนื้อหาต่างๆ ได้ โดยการแบ่งปันนี้ไม่ได้กำหนดขอบเขตว่าเป็นอะไร อาจจะเป็นข้อความ วิดีโอ รูปภาพ เสียง ลิงค์ เว็บไซต์ สถานที่ และเมื่อมีการแบ่งปันสิ่งเหล่านี้เกิดขึ้น นั้นหมายถึงผู้ใช้ต้องการสื่อสารถึงผู้ที่มีความสัมพันธ์ในเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ตัวอย่างเช่น เมื่อผู้ใช้พบวิดีโอสอนออกกำลังกายที่ตนเองชื่นชอบหรือเป็นวิดีโอที่เพื่อนชอบก็มีการแบ่งปันคลิปนั้นๆ หน้าฟีดเฟซบุ๊กหรือการติดแท็ก (Tag) ไปยังเพื่อนคนนั้นๆ

ฟังก์ชันสุดท้ายคือ การรวมกลุ่ม (Groups) ผู้ใช้สามารถรวมกลุ่มเป็นชุมชนในสื่อสังคมออนไลน์ โดยกลุ่มของเว็บไซต์เฟซบุ๊กผู้ใช้สามารถสร้างกลุ่มขึ้นมาเอง รวมถึงสามารถตั้งให้เป็นกลุ่มเปิดที่ไม่ว่าผู้ใช้คนไหนก็สามารถเข้าได้ หรือตั้งเป็นกลุ่มปิดที่ต้องมีการกดยกเชิญ (Invitation) รวมถึงไปถึงการมีแอดมินหรือผู้ดูแลกลุ่ม ที่จะเป็นผู้ตรวจสอบก่อนกดยกเข้ากลุ่ม ซึ่งการรวมกลุ่มนี้ถือเป็นอีกช่องทางสำหรับผู้ที่มีความชื่นชอบคล้ายคลึงกัน



ภาพที่ 2.10 Facebook Functionalities

แต่ในปัจจุบันเฟซบุ๊กได้เพิ่มฟังก์ชันใหม่ขึ้นมา เพื่อให้ผู้ใช้บริการได้เข้าถึงเนื้อหาที่ตนเองสนใจและชื่นชอบเป็นพิเศษคือการตั้งค่าให้แฟนเพจ (Fan page) หรือกลุ่มต่างๆ ที่ตนเองติดตามให้ขึ้นเป็นเนื้อหาแรกเมื่อตนเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก คือการตั้งค่า See first โดยการตั้งค่านี้จะทำให้ผู้ใช้งานได้ติดตามและเข้าถึงเนื้อหาที่ตนชื่นชอบได้ตลอดเวลาที่มีการอัปเดต มีการแจ้งเตือนเมื่อแฟนเพจหรือกลุ่มนั้นๆ ได้อัปเดตข้อมูลใหม่ ทำให้ไม่พลาดการเคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในเพจ และการติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นๆ เช่น ผู้ใช้ที่ชื่นชอบและสนใจการออกกำลังกาย จะตั้งค่าเฟซบุ๊กของตนเองให้แฟนเพจที่มีเนื้อหาสอนการออกกำลังกายและดูแลตนเอง ให้เป็น see first เช่น ตั้งค่าแฟนเพจสมาคมสาวฟิตเนส และแฟนเพจ Best Shape Healthy เป็นต้น



ภาพที่ 2.11 เฟจสมาคมสาวฟิตเนส และเฟจ Best Shape Healthy

ปาริชาติ ศิริบรรณ (2554, อ้างถึงใน ปิยะดา เมืองคำ, 2557, น. 28) ได้กล่าวว่า สิ่งที่ทำให้เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะเป็นช่องทางที่ทำให้บุคคลได้พบปะกับบุคคลแปลกหน้าได้มากมาย นอกจากนี้ผู้ใช้งานยังสามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายสื่อสังคมออนไลน์อื่นๆ ได้อย่างกว้างขวาง มีการรวมกลุ่มทำให้เครือข่ายมีความเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น สามารถติดต่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ข้อมูลต่างๆ ได้แบบทันทีทันใดไม่ว่าจะอยู่ที่ใด และการเชื่อมต่อของผู้ใช้งานไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่ที่การพบปะเพื่อนใหม่ กลุ่มคนใหม่ๆ เท่านั้น แต่ยังสามารถสื่อสารกับบุคคลที่มีความสัมพันธ์ในเครือข่ายสังคมปกติอยู่แล้วได้อีกด้วย เป็นการผสานบุคคลที่อยู่ในโลกเสมือนและโลกจริงไว้ในสังคมเดียวกัน

อย่างไรก็ตามจากความนิยมของสื่อสังคมออนไลน์ในสังคมไทย ทำให้มีผู้เข้าถึงและติดตามข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์เป็นจำนวนมาก โดยมากเรามักจะเห็นการใช้งานสื่อสังคมออนไลน์เพื่อความเพลิดเพลิน หาเพื่อนใหม่และติดต่อเพื่อนเก่า ติดตามข้อมูลข่าวสารในชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะ

เฟซบุ๊กซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการเปิดใช้ถล่มมากที่สุดในปัจจุบันได้เกิดการใช้งานเฟซบุ๊กในแง่ลบที่ต่างไปจากเดิม คือในด้านการออกกำลังกายและดูแลร่างกาย ที่เป็นกระแสนิยมในสังคมขณะนี้ ก็ยังได้รับความนิยมในการรับข้อมูลผ่านสื่อเฟซบุ๊ก ดังเช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจ สมาคมนิยมฟิตเนส ที่เพิ่งก่อตั้งเพจเมื่อ เมษายน 2560 แต่มีจำนวนผู้ติดตามแฟนเพจกว่า 140,680 ผู้ใช้งาน (ข้อมูล ณ วันที่ 21 มิ.ย. 60)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาและทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ “การออกกำลังกาย” ส่วนใหญ่เป็นงานในสายงานของสาธารณสุขที่สนใจในเรื่องของ “การดูแลรักษา ร่างกาย” แต่ในด้านการสื่อสารมวลชนยังมีไม่มากนัก โดยงานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ช่วยเน้นย้ำถึงเหตุผลที่ผู้คนในปัจจุบันหันมาออกกำลังกาย นอกจากเพื่อสุขภาพที่ดีแล้วนั้น การมีรูปร่างที่ดีก็ถือเป็นเรื่องสำคัญของผู้หญิงสมัยนี้ เนื่องจากการรับวาทกรรมความสวยแต่แข็งแรงจากสื่อมวลชน ซึ่งมีอิทธิพลทำให้ผู้หญิงต้องการที่จะเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตนเองให้สวยตามแบบวาทกรรมที่ตนได้รับมา อีกทั้งยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก ที่ผู้วิจัยนำมาศึกษาต่อในแง่ของการใช้เครื่องมือเพื่อประโยชน์ในด้านการออกกำลังกายจากการชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย เป็นจุดที่ผู้วิจัยสังเกตเห็นการใช้งานในแง่ลบที่ต่างไปจากเดิม ซึ่งผู้วิจัยจะไปศึกษาว่าเฟซบุ๊กสามารถเป็นอีกพื้นที่หนึ่งในการจูงใจและเกิดประโยชน์ในการออกกำลังกาย หรือไม่อย่างไร และมีการสื่อสารด้วยคลิปวิดีโออย่างไร โดยงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีอยู่ 5 ด้าน คือ 1. งานวิจัยเกี่ยวกับการออกกำลังกาย 2. งานวิจัยเกี่ยวกับรูปร่าง 3. งานวิจัยเกี่ยวกับคลิ้ออกกำลังกาย 4. งานวิจัยเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก และ 5. งานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชนอื่นๆ ที่นำเสนอข้อมูลสุขภาพ ดังต่อไปนี้

2.6.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการออกกำลังกาย

งานวิจัยเรื่อง “พฤติกรรม การออกกำลังกายและการสนับสนุนจากครอบครัวเพื่อ การส่งเสริมสุขภาพในผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาผู้สูงอายุที่มาออกกำลังกายที่สวนสุขภาพในเขต กรุงเทพมหานคร” ของ พรพรรณ เพ็ชรพิทักษ์ (2547) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรม การออกกำลังกาย ทิศนะต่อประโยชน์ของการออกกำลังกายในผู้สูงอายุ และศึกษาการได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวในการออกกำลังกายที่มีต่อการส่งเสริมสุขภาพในผู้สูงอายุ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้สูงอายุ ที่มาสวนสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร 3 แห่ง ได้แก่ สวนลุมพินี สวนรมณีนาถ และ สวนจตุจักร จำนวน 251 คน เครื่องมือที่ใช้ศึกษาคือแบบสอบถาม พบว่า ผู้สูงอายุส่วนมากเป็นเพศหญิง มากกว่า 50% อายุระหว่าง 60-65 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและค้าขาย ส่วนมากจะอาศัยอยู่กับบุตร โรคประจำตัวที่พบมากที่สุดในผู้สูงอายุคือ โรคความดันโลหิตสูง

- พฤติกรรมการออกกำลังกาย ผู้สูงอายุเลือกชนิดและประเภทการออกกำลังกายตามความชอบและสนใจ วัตถุประสงค์หลักในการออกกำลังกายก็เพื่ออยากจะมีร่างกายที่แข็งแรง และมักเลือกประเภทการออกกำลังกายแบบไม่ใช้อุปกรณ์ เช่น เดิน ซึ่งเป็นวิธีการออกกำลังกายที่นิยมที่สุด วิ่ง แอโรบิค และรำมวยจีน และผู้สูงอายุเกือบครึ่ง ไม่ออกกำลังกายตามสถานที่อื่นเลย นอกจากมาที่สวนสุขภาพ โดยให้ความเห็นว่า การออกกำลังกายที่ปฏิบัติอยู่นั้นก็เพียงพอแล้ว

- ทักษะต่อประโยชน์ของการออกกำลังกาย ผู้สูงอายุมีทักษะต่อประโยชน์ทั้ง 3 ด้านอยู่ในระดับมากทางด้านร่างกายในแง่ของการส่งผลให้สุขภาพร่างกายแข็งแรงขึ้น จิตใจสดชื่น มีความกระปรี้กระเปร่า ลดความเครียด และด้านสังคมทำให้มีโอกาสในพบปะสังสรรค์ มีเพื่อน ได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

- การสนับสนุนจากครอบครัวในการออกกำลังกาย พบว่า ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนจากตนเอง รองลงมาเป็นบุตร และคู่สมรส โดยเรื่องเงินและค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางไปออกกำลังกาย ตนเองเป็นผู้สนับสนุนเอง

งานวิจัยเรื่อง “แรงจูงใจที่มีต่อการออกกำลังกายของสมาชิกที่มาใช้บริการ คลาสแอทซ์ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ในเขตจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2553.” ของ ธารัตน์ แสงดาว (2555) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและเปรียบเทียบแรงจูงใจที่มีต่อการออกกำลังกายของสมาชิกที่มาใช้บริการ คลาสแอทซ์ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ จำแนกตามเพศ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างคือสมาชิกที่มาใช้บริการฟิตเนส คลาสแอทซ์ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ จังหวัดนนทบุรี จำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า

1. แรงจูงใจภายในพบว่าต้องการมีสมรรถภาพที่สมบูรณ์ แข็งแรง บุคลิกภาพที่ดี และต้องการใช้พลังงานในการออกกำลังกาย ในด้านแรงจูงใจภายนอกนั้นพบว่า ต้องการพบปะผู้คนในสังคมใหม่ให้มากขึ้น ต้องการการยอมรับโดยใช้กิจกรรมกีฬาเป็นสื่อกลาง

2. การเปรียบเทียบแรงจูงใจจำแนกตามเพศ อายุและรายได้ มีความแตกต่างกัน

- เพศหญิงและชายมีแรงจูงใจในการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน เนื่องจากลักษณะโครงสร้างรูปร่าง กล้ามเนื้อ กระดูกและประสิทธิภาพการทำงานของร่างกายของแต่ละเพศที่แตกต่างกันโดยธรรมชาติ

- อายุ แต่ละช่วงวัยของอายุมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ทำให้ความเข้าใจ และเห็นความสำคัญของการออกกำลังกายแตกต่างกัน

- รายได้ ระหว่างช่วงรายได้ของสมาชิกที่มาใช้บริการฟิตเนสมีแรงจูงใจที่แตกต่างกัน คือ บุคคลที่มีรายได้ที่เหมาะสมอยู่ในสภาวะเศรษฐกิจที่ดีจะเอื้ออำนวยความสะดวกในการออกกำลังกาย

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงปัจจัย และพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการออกกำลังกาย แรงจูงใจในการออกกำลังกาย โดยข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปสู่การตั้งคำถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานด้านปัจจัย พฤติกรรมและแรงจูงใจในการออกกำลังกาย และในงานวิจัยได้กล่าวถึงการออกกำลังกายในพื้นที่สาธารณะผ่านตัวบุคคลแบบพบเจอกัน หากเปลี่ยนพื้นที่ในการออกกำลังกายใหม่เป็นการออกกำลังกายด้วยตนเองในที่พักของตน ข้อมูลพื้นฐานด้านปัจจัย พฤติกรรมและแรงจูงใจในการออกกำลังกายจะเปลี่ยนไปหรือไม่ และการออกกำลังกายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊กจะสามารถเป็นแรงจูงใจ และเกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้งานในด้านออกกำลังกายได้หรือไม่ อย่างไร

2.6.2 งานวิจัยเกี่ยวกับรูปร่าง

งานวิจัยเรื่อง “ความพึงพอใจในภาพลักษณ์ กับการควบคุมน้ำหนักของนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต” ของ วิไลลักษณ์ วงศ์อาษา และ ปิยะพร ศิษย์กุลอนันต์ (2549) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในภาพลักษณ์ กับการรับประทานผลิตภัณฑ์อาหารควบคุมน้ำหนัก การลดอาหาร การออกกำลังกายและการใช้ยาลดน้ำหนัก ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษาหญิงวัยรุ่นส่วนใหญ่มักจะประเมินว่าตนเองมีรูปร่างและน้ำหนักเกินความเป็นจริง คือรู้สึกว่าคุณเองอ้วนถึงแม้ว่ารูปร่างและน้ำหนักจะอยู่เกณฑ์ปกติหรือผอมก็ตาม แสดงถึงว่าใช้เกณฑ์บรรทัดฐานที่เป็นค่านิยมของสังคม ที่จะต้องมีรูปร่างผอมบางโดยไม่คำนึงถึงค่าดัชนีมวลกายที่แท้จริง ทางเลือกในการควบคุมน้ำหนักเลือกใช้วิธีการออกกำลังกายเพื่อควบคุมน้ำหนักมากที่สุด ประเภทการออกกำลังกายที่เลือกใช้มากที่สุดคือการเดินแอโรบิก เหตุผลเพราะมีความปลอดภัยและสามารถลดน้ำหนักได้จริง รู้จักหรือได้ข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายเพื่อควบคุมน้ำหนักจากเพื่อน แสดงให้เห็นว่าการออกกำลังกายก็ยังเป็นทางเลือกหลักสำหรับผู้ที่อยากจะควบคุมน้ำหนัก เมื่อมีเพื่อนชักชวนและเพื่อนออกกำลังกายแล้วได้ผลตามก็อยากที่จะออกกำลังกายด้วย แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเพื่อนนั้นมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมต่างๆ ของวัยรุ่น

งานวิจัยเรื่อง “วาทกรรมความสวย อัตลักษณ์วัฒนธรรมบริโภค : กรณีศึกษา นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ของ อุ่นใจ เจียมบุรณะกุล (2547) ผลการวิจัยพบว่า วาทกรรมความสวยในสังคมไทยนั้น ให้ความนิยมในเรื่องความผอมบางน่าทะนุถนอมและน่าได้รับการปกป้อง สะท้อนออกมาผ่านงานวรรณกรรมในยุคก่อนทุนนิยม กระทั่งความสวยในแบบความผอมบางแต่มีความคล่องแคล่ว ดูปราดเปรียวด้วยการดูแลรักษาร่างกาย รูปร่าง ด้วยการออกกำลังกาย การทานอาหาร และอาหารเสริมที่ถูกต้องตามหลักวิชาการในแบบตะวันตก โดยอิทธิพลจากสื่อ ทั้งนิตยสารหรือโทรทัศน์ มีผลต่อการกำหนดว่าผู้หญิงเหล่านี้ว่าความสวยนั้นหมายถึง การให้ความสนใจต่อความสวยในภาพลักษณ์ รูปร่าง ทำให้หลายๆ คนให้ความสำคัญต่อการใช้ชีวิต ด้วยการวิธีต่างๆ เพื่อให้ตัวเองดูดีขึ้น เช่น การออกกำลังกาย การแสวงหาอาหารเสริม เพื่อให้ตนเองมีภาพลักษณ์ที่

ดูสวยเหมือนที่ได้ชิมซั้บมาจากสื่อ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มตัวอย่างยังเป็นเพียงเด็กวัยรุ่นที่ยังไม่มีรายได้ เป็นของตัวเอง จึงให้ความสำคัญในการออกกำลังกาย เช่นการเดินแอโรบิกมากกว่าจะซื้ออาหารเสริม ยา หรือไปหาหมอที่คลินิกเพราะเป็นทางเลือกที่ไม่เสียทุนทรัพย์มากนัก

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับรูปร่าง ทำให้เห็นถึงความใส่ใจและให้ความสำคัญของผู้หญิงไทยที่ต้องการจะมีรูปร่างที่สวยงาม เพื่อควบคุมน้ำหนัก การเลือกรับประทานอาหารต่างๆ โดยเลือกที่จะออกกำลังกายมากกว่าวิธีอื่นเพราะว่าปลอดภัยและไม่สิ้นเปลืองค่าใช้จ่าย สถานที่ที่เลือกไปออกกำลังกายคือสวนสาธารณะ ซึ่งผู้วิจัยจะศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องการออกกำลังกายแต่เปลี่ยนสื่อและสถานที่ โดยเปลี่ยนมาใช้สื่อสังคมออนไลน์แทนสื่อบุคคล จะทำให้ผู้ที่ชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายจาก เพชบุ้กมีแรงจูงใจในการดูแลตัวเองให้มีรูปร่างที่สวยงาม ตามแบบวาทกรรมที่ได้รับมาหรือไม่อย่างไร

2.6.3 งานวิจัยเกี่ยวกับคลิปวิดีโอ

งานวิจัยเรื่อง “กระบวนการแลกเปลี่ยนและการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีทางสื่อเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย” ของ ปฏิภาณ หุตะโชค (2555) เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการ สัมภาษณ์เจาะลึกและวิเคราะห์เนื้อหาในรูปแบบการแลกเปลี่ยนคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีในเว็บไซต์ เพื่อทราบถึงการสื่อสารทางวัฒนธรรมและรับรู้ของกลุ่มวัยรุ่นไทยที่มีต่อวัฒนธรรมเกาหลีในหลายๆ แง่มุมที่ปรากฏในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี โดยอาศัยช่องทางของสื่อสมัยใหม่คือ อินเทอร์เน็ต ผลจากการวิจัยพบว่า กระบวนการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมผ่านคลิปวิดีโอ นั้นเริ่มจากวัฒนธรรมต่างๆ ทั้งในรูปแบบนามธรรม เช่น ค่านิยมของคนเกาหลี ความมีระเบียบและจริงจังในการทำงาน ในด้านรูปธรรม เช่น การแต่งกาย ทรงผม การแต่งหน้า ท่าทางการเดิน ล้วนแต่ถูกสอดแทรกไว้ในคลิปวิดีโอเพลงเกาหลี และมีการเผยแพร่จากประเทศเกาหลีได้ เมื่อกลุ่มผู้ใช้งานเว็บไซต์ทั้งผู้ดูแลเว็บและกลุ่มวัยรุ่นไทยพบเห็นคลิปวิดีโอเกาหลีที่ตนชื่นชอบ ก็จะเกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนผ่านเว็บไซต์ โดยการอัปโหลดคลิปที่ได้ดาวน์โหลดเก็บไว้เพื่อให้ผู้อื่นได้รับชม กระบวนการแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้น แบ่งได้เป็น 2 ทาง คือ เป็นทั้งผู้ส่งสาร (ผู้อัปโหลดคลิป) และผู้รับสาร (ผู้รับชมตามเว็บไซต์) และกลุ่มวัยรุ่นที่เป็นผู้รับสารหรือผู้ดาวน์โหลดเพียงอย่างเดียว และเมื่อมีการเปิดรับชมคลิปวิดีโอเพลงเกาหลีบ่อยๆ เป็นเวลานานกลุ่มวัยรุ่นไทยจะเกิดการซึมซับวัฒนธรรมต่างๆ ที่ได้พบเห็นทั้งในรูปแบบนามธรรมและรูปธรรม เกิดความรู้สึกที่ดีต่อวัฒนธรรมเกาหลี ทำให้อยากที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมของเกาหลีมากขึ้น อยากให้สินค้า อยากทำทรงผม หรือแต่งตัวเลียนแบบศิลปินวัยรุ่นเกาหลี ไปจนถึงการอยากเรียนภาษาเกาหลีเพื่อที่จะรับสารได้โดยตรงจากเว็บไซต์เกาหลีและศิลปินที่ตนชื่นชอบ

จากการศึกษางานวิจัยข้างต้นทำให้ผู้วิจัยได้นำแนวทางการศึกษา วิธีการวิจัยมาปรับใช้กับงานวิจัยของตนเองในการศึกษาเกี่ยวกับคลิปวิดีโอออกกำลังกายในเพชบุ้ก ที่ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาเรื่องการสื่อสารร่างกายและการรับรู้ของผู้รับสารที่มีต่อคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ใช้แง่ของการใช้

ประโยชน์และความพึงพอใจ หากเปลี่ยนจากคลิปปิดิโอเพลงเกาหลี เป็นการชมคลิปปิดิโอออกกำลังกาย จากสื่อใหม่เช่นกัน จะยังส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้รับสารเหมือนกันหรือไม่ อย่างไร

งานวิจัยเรื่อง “ผลของการสอนโดยวิธีสอนแบบใช้วิดีโอเทปและวิธีสาธิตที่มีต่อการพัฒนาทักษะเบื้องต้นกีฬาเทเบิลเทนนิสของศึกษาวิทยาลัยพลศึกษา” ของ รัตนาวดี ปลื้มสำราญ (2544) เป็นการวิจัยกึ่งทดลอง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาชายระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ที่ไม่เคยเรียนกีฬาเทนนิสมาก่อน จำนวน 60 คน แบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 เรียนด้วยวิธีสอนแบบใช้วิดีโอเทป และกลุ่มที่ 2 เรียนด้วยวิธีสอนแบบสาธิต ผลการวิจัยพบว่า วิธีสอนแบบใช้วิดีโอเทป กับวิธีสอนแบบสาธิตสามารถใช้สอนทักษะเบื้องต้นกีฬาเทเบิลเทนนิสสำหรับนักศึกษาวิทยาลัยพลศึกษา แทนกันได้ มีผลต่อการพัฒนาความสามารถในทักษะกีฬาเทเบิลเทนนิสเบื้องต้นให้ดีขึ้นทั้ง 2 แบบ โดยการเรียนการสอนวิชาทางพลศึกษาอันเกี่ยวกับการเคลื่อนไหว ผู้เรียนต้องมองเห็นภาพการเคลื่อนไหวที่ถูกต้อง จึงจะเลียนแบบและปฏิบัติตามได้ การสาธิตให้เป็นตัวอย่างแก่ผู้เรียนจึงเป็นสิ่งจำเป็น แต่การสาธิตโดยตัวผู้สอนก็มีขีดจำกัดเช่นกัน ที่ไม่สามารถสาธิตให้ผู้เรียนได้ชมมากครั้งได้ จนกว่าผู้เรียนจะเข้าใจ และเมื่อผู้สอนมีอายุมากขึ้น การสาธิตและการเคลื่อนไหวอาจจะส่งผลต่อให้ผู้สอนไม่สามารถปฏิบัติได้เต็มศักยภาพ วิวัฒนาการของสื่อและเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ อย่างวิธีการสอนแบบใช้วิดีโอเทปแทนการสาธิตของผู้สอนหรือควบคู่ไปกับการสอนเป็นทางเลือกที่ทันสมัย เพิ่มแรงจูงใจในการเรียน และทำให้การสาธิตทักษะกีฬาที่ต้องการความถูกต้องทุกครั้งที่แสดงออกในสารสาธิตแต่ละครั้งมีความคงเส้นคงวา ผู้เรียนได้ศึกษาอย่างใกล้ชิด ชัดเจนและมากกว่าตามความต้องการ

การศึกษางานวิจัยข้างต้นทำให้เห็นถึงพัฒนาการของออกกำลังกายและการใช้สื่อ จากแต่ก่อนเมื่อพูดถึงการออกกำลังกาย จากสื่อดั้งเดิมเรามักจะนึกถึงการออกกำลังกายจากสื่อบุคคล สอนและสาธิตโดยครูผู้สอนและเริ่มมีการพัฒนามาเป็นการสอนโดยวิดีโอเทป ซึ่งการรับชมจำเป็นจะต้องมี เทปและเครื่องเล่น แต่ในปัจจุบันการออกกำลังกายได้ถูกพัฒนาไปตามการสื่อสารจากสื่อดั้งเดิมมาสู่ สื่อใหม่ โดยการออกกำลังกายผ่านคลิปปิดิโอแต่ชมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ ด้วยเนื้อหาที่หลากหลาย และเข้าถึงได้ง่าย จากการหลอมรวมของสื่อที่มีแคปชั่นหรือคอมพิวเตอร์เครื่องเดียวก็สามารถทำอะไรได้หลากหลายอย่าง ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เฟซบุ๊ก จากการเป็นสื่อใหม่ ที่มีผู้ใช้งานมากที่สุดจะสามารถทดแทนสื่อดั้งเดิมที่ถูกใช้งานในด้านสุขภาพได้หรือไม่ อย่างไร

2.6.4 งานวิจัยเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก

งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook” ของ ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) เป็นการศึกษาเพื่อศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมของวัยรุ่น รูปแบบการให้บริการ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ โดยใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า มีความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ที่ 1-5 ครั้งต่อสัปดาห์ มีการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ 1-3 ชั่วโมงต่อครั้ง ซึ่งถือว่าเป็นการใช้เวลากับการใช้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่นานพอสมควร เป็นการใช้บริการที่ได้อิสระ ไม่ต้องถูกควบคุม ไม่ต้องระมัดระวังเรื่องระยะเวลาที่ใช้บริการในแต่ละครั้ง ในด้านพฤติกรรมความหลงใหลจนผิดปกติ และการติดการใช้งาน เป็นผลมาจากการรับรู้ความเพลิดเพลินและอิทธิพลทางสังคมผู้ใช้บริการคิดว่าเพื่อนมีส่วนทำให้ใช้ facebook และหากตนไม่ใช้จะรู้สึกเหมือนถูกทอดทิ้ง ในแง่ของข้อดีของการใช้ facebook ผู้ใช้บริการกล่าวว่าจะได้มีเพื่อนเพิ่มขึ้น มีสังคมใหม่ๆ บนโลกอินเทอร์เน็ต รองลงมาคือสามารถติดต่อเพื่อนเก่า ค้นหาเพื่อนเก่าที่ไม่ได้ติดต่อกันมานาน เป็นช่องทางทำให้รู้ความเคลื่อนไหวของกลุ่มเพื่อน

งานวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊ก (facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ของ วิมลพรรณ อาภาเวท, สาวิตรี ชีวะสารณ์ และ ชาญ เดชอัศวาง (2554) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก (facebook) ความคาดหวัง การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อเฟซบุ๊ก โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊กทุกวัน ระยะเวลามากกว่า 2 ชั่วโมงมากที่สุด การใช้ประโยชน์จากกลุ่มเครื่องมือของเฟซบุ๊ก แบ่งเป็น 11 เครื่องมือด้วยกัน คือ

1. หาเพื่อนและคนรู้จัก (friends)
2. ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน (friends)
3. เขียนความคิดเห็น (comment) ในกระดานข้อความ (wall)
4. ใส่รายละเอียดและข้อมูลของตนเอง (info)
5. ดูรูปของเพื่อนและคนรู้จัก (photo)
6. เพิ่มรูปและอัปเดตรูปของตนเอง (photo)
7. ส่งรูปให้เพื่อน (tag)
8. เล่นเกม (games)
9. บอกสถานที่ที่ตนเองอยู่เพื่ออัปเดตข้อมูล (check-in)
10. สนทนา (chat)
11. แลกเปลี่ยนข้อมูล (share)

พบว่าเครื่องมือที่ถูกใช้มากที่สุดคือการติดต่อสื่อสารกับเพื่อน รองลงมาคือ การสนทนาและการดูรูปของเพื่อนและคนรู้จัก และในด้านความคาดหวังและความพึงพอใจคือ สามารถติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและคนอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็วและมากที่สุด การใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊ก ผู้ใช้เลือกใช้เพื่อความบันเทิงและสนุกสนาน สามารถสนทนากับเพื่อนและคนอื่นๆ ได้สะดวก

ผลการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับเฟซบุ๊ก ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมการใช้เฟซบุ๊ก จะเห็นว่าปัจจุบันมีการใช้เฟซบุ๊กเป็นเวลานานและมีความถี่ในการเล่นทุกวัน ซึ่งก็ตรงกับผลการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกใช้งานมากที่สุด และในส่วนของผู้วิจัยสนใจเป็นพิเศษคือ การใช้ประโยชน์จากเครื่องมือเฟซบุ๊ก จากผลการวิจัยการใช้ประโยชน์จะเน้นไปทางความเพลิดเพลินบันเทิง ใช้เฟซบุ๊กเพื่อติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและผู้อื่น ซึ่งผู้วิจัยสังเกตเห็นในปัจจุบันมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือการแชร์เกี่ยวกับคลิปวิดีโอออกกำลังกายเกิดขึ้นบ่อยครั้งในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา และรวมกับ กระแสรักสุขภาพ ออกกำลังกายที่กำลังเป็นที่นิยม ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการใช้ประโยชน์จากเฟซบุ๊กในด้านสุขภาพว่าสามารถทำได้หรือไม่ อย่างไร

2.6.5 งานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมวลชนอื่นๆ ที่นำเสนอข้อมูลสุขภาพ

งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารด้านสุขภาพไทย ของ ศรีรัฐ ภัคดิธินชิต (2557) ศึกษาเกี่ยวกับเนื้อหาข้อมูลในนิตยสารไทย วิเคราะห์รูปแบบ และศึกษาแนวโน้มบทความในนิตยสารไทย โดยเลือกมา 4 นิตยสาร ได้แก่ Men's health, Women's health, ชีวิต และ Health Today ผลการวิจัยพบว่า นิตยสารที่มีเนื้อหาด้านสุขภาพมากที่สุดคือ นิตยสาร Health Today โดยรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาสุขภาพจะเป็นในรูปแบบของบทความ สุขภาพ ซึ่งตรงกับงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพในนิตยสารสุขภาพ: ศึกษากรณีนิตยสาร ไกล่หมอ ชีวิต และหมอชาวบ้าน ของ ฐฎิณัฐ หลักชัยกุล (2544) พบว่านิตยสารทั้ง 3 ฉบับ ส่วนใหญ่มีรูปแบบการนำเสนอ งานเขียนประเภทบทความ ในด้านของเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในบทความของนิตยสารสุขภาพ พบว่า มักจะเน้นในเรื่องของการออกกำลังกายมากที่สุด รองลงมาจะเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับการบริโภคอาหาร ผัก ผลไม้ และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ในด้านข้อมูลในนิตยสารสุขภาพส่วนใหญ่พบว่าจะเน้นความรู้ด้านสุขภาพ ประเภทส่งเสริม เสริมสร้างในเรื่องของการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย การบริโภคอาหารให้ครบ 5 หมู่ สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารอาหารและสุขภาพ: ศึกษากรณีนิตยสาร Health & Cuisine ของ นิภษิณี พฤฒินาสน์ (2552) ผลการวิจัยพบว่า นิตยสารเน้นการนำเสนอเนื้อหาด้านการส่งเสริมสุขภาพมาเป็นอันดับ 1 เช่นกัน รองลงมาคือ การป้องกันสุขภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ

ผลการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารเกี่ยวกับสุขภาพ ทำให้เราได้ทราบถึงข้อมูลส่วนใหญ่ที่ถูกนำเสนอ รูปแบบที่นิตยสารนิยมใช้ในการเขียนเกี่ยวกับสุขภาพ

ซึ่งยังขาดงานวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมในยุคปัจจุบัน โดยเฉพาะ เฟซบุ๊กซึ่งเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ถูกเปิดใช้บ่อยที่สุด

ผลการศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหาในสื่อมวลชนประเภทนิตยสาร ทำให้ทราบถึงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายด้านสุขภาพ โดยเป็นการสื่อแบบดั้งเดิม และด้วยคุณสมบัติของสื่อดั้งเดิมที่เป็นการสื่อสารทางเดียว โดยที่ผู้ส่งสารเป็นผู้คัดกรองเนื้อหาและส่งไปยังผู้รับสาร โดยที่ไม่ทราบว่าผู้รับมีความพึงพอใจในเนื้อหาหรือไม่อย่างไร และสามารถนำข้อมูลเนื้อหา นั้นไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่ ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาในแง่มุมของสื่อสังคมออนไลน์ ประเภทเฟซบุ๊ก จากคลิปออกกำลังกายที่เน้นเกี่ยวกับการออกกำลังกายเพียงเรื่องเดียว และเป็นสื่อใหม่ ที่สามารถสื่อสารได้สองทางระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสาร และผู้รับสารด้วยตนเอง



บทที่ 3

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา คลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารคลิปวิดีโอออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊กในด้านเนื้อหา รูปแบบและองค์ประกอบต่างๆ และศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ในแง่ของการปฏิบัติเมื่อได้รับชมและการนำไปใช้ประโยชน์ต่ออย่างไร โดยทำการวิเคราะห์ผู้รับสาร (Audience analysis) หรือผู้ใช้สื่อ ซึ่งในที่นี้คือ กลุ่มคนที่ออกกำลังกายจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายจากเฟซบุ๊ก

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิเคราะห์แบบวัฒนธรรมศึกษา คือ พิจารณากระบวนการสื่อสารเลยออกไปถึงบริบท (context) ที่กระบวนการสื่อสารนั้นกำลังเกิดขึ้น โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ทั้งนี้ประเด็นหลักของการศึกษาคือ การพิจารณากลุ่มคนที่มีประสบการณ์การออกกำลังกายที่แตกต่างกัน มีลักษณะการใช้ประโยชน์จากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ได้นำไปใช้ต่ออย่างไรในชีวิตประจำวัน

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยกำหนดประชากรที่จะศึกษาไว้ทั้งหมด 9 คน ประกอบด้วย โดยผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม ตามประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย ได้แก่ 1. กลุ่มเริ่มต้นออกกำลังกาย 2. กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร และ 3. กลุ่มที่มีประสบการณ์และต้องการพัฒนาการออกกำลังกายที่ถูกต้องตามหลักวิทยาศาสตร์การกีฬา โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการเป็นผู้ติดตามเพจสอนออกกำลังกายในเฟซบุ๊กจากเพจสอนออกกำลังกายทั้ง 3 เพจ ผู้วิจัยได้รายชื่อเพจที่มีเนื้อหาการออกกำลังกายในเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าไปชมคลิปวิดีโอ ได้แก่ 1. เพจ Bebe Fit Routine จำนวนผู้ติดตาม 1,034, 254 ผู้ติดตาม 2. เพจชนะนี้มีกล้ามเนื้อ จำนวนผู้ติดตาม 130,005 ผู้ติดตาม 3. เพจ Be Fit & Eat Well จำนวนผู้ติดตาม 78,054 ผู้ติดตาม โดยใช้รูปแบบการศึกษาเป็นการวิจัยคุณภาพ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-Depth Interview) รวมถึงการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant) ผู้วิจัยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเพิ่มด้วยการเลือกแบบลูกโซ่ (snowball sampling) กล่าวคือ หลังจากที่ได้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแล้วทั้ง 2 กลุ่ม ผู้วิจัยจึงให้กลุ่มตัวอย่างที่สัมภาษณ์ไปแล้วช่วยแนะนำผู้ที่มีลักษณะตรงกับที่ผู้วิจัยต้องการ ด้วยประสบการณ์การออกกำลังกายและการใช้ประโยชน์จากคลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ต่างกันของแต่ละกลุ่ม

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือ ได้แก่ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) จะเป็นการสนทนาแบบมีจุดมุ่งหมาย ผ่านเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ประกอบด้วย 1. แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ที่ออกกำลังกายจากคลิปวิดีโอออกกำลังกายทั้ง 2. เครื่องบันทึกเสียงสำหรับบันทึกการสัมภาษณ์ 3. กระดาษสำหรับจดบันทึกขณะทำการสัมภาษณ์

3.3 วิธีการเก็บข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับคลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ได้รับการเข้าชมมากที่สุดจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น ผู้วิจัยได้รายชื่อเพจที่มีเนื้อหาการออกกำลังกายในเฟซบุ๊กที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเข้าไปชมคลิปวิดีโอ ได้แก่ 1. เพจ Bebe Fit Routine จำนวนผู้ติดตาม 1,034,254 ราย 2. เพจเซนิมิกล้าม จำนวนผู้ติดตาม 130,005 ราย 3. เพจ Be Fit & Eat Well จำนวนผู้ติดตาม 78,054 ราย หลังจากนั้นจึงดูภาพรวมของแต่ละเพจและวิเคราะห์คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ได้รับการเข้าชมมากที่สุดของแต่ละเพจ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์ (interview) และเป็นรูปแบบการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอออกกำลังกายจะถูกนำมาศึกษาวิเคราะห์ว่าแต่ละเพจนั้นมีคำแนะนำการสื่อสารคลิปวิดีโอออกกำลังกายกับผู้รับสารอย่างไร เนื้อหาที่สอนและเป้าหมายของแต่ละคลิป เพื่อนำไปสู่คำถามเกี่ยวกับวิธีการใช้ประโยชน์และมีการนำไปใช้ต่ออย่างไรการเข้าถึงคลิปและการสื่อสารความหมายอย่างไรต่อผู้รับสาร

ผู้วิจัยเป็นผู้สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยจัดเตรียมแนวคำถามตามแนวทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ซึ่งคำถามที่ใช้จะมี 2 ลักษณะด้วยกันคือ 1. คำถามที่เปิดกว้าง ไม่จำกัดคำตอบ เพื่อให้ผู้ถูกสัมภาษณ์มีอิสระในการแสดงความคิดเห็น และ 2. คำถามที่เจาะลึก ซึ่งการสัมภาษณ์ดังกล่าว จะทำให้ผู้วิจัยสามารถเก็บข้อมูลในประเด็นที่ต้องการได้อย่างลึกซึ้งและครอบคลุม

สำหรับกระบวนการก่อนสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สังเกตการใช้เฟซบุ๊กจากคนใกล้ชิดตัวทั้งเพื่อนและคนรู้จักในเฟซบุ๊กที่เป็นเพศหญิง ที่มีกระแสคลิปวิดีโอออกกำลังกาย และได้ทำการสนทนาทางข้อความในเฟซบุ๊ก ว่าได้มีการนำไปปฏิบัติตามคลิปที่ได้แชร์ไปหรือไม่ อย่างไร หากได้ปฏิบัติตามจึงจะเป็นกลุ่มตัวอย่างของงานวิจัยนี้ หลังจากนั้นจึงได้ขออนุญาตหมายเพื่อสัมภาษณ์ในลำดับต่อไป จากนั้นกลุ่มตัวอย่างกลุ่มแรกก็จะได้ทำการแนะนำกลุ่มตัวอย่างคนอื่นให้แก่ผู้วิจัยไปสัมภาษณ์ (Snow Ball Sampling Technique)

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

1. คลิปวิดีโอออกกำลังกายจากเฟซบุ๊ก

ผู้วิจัยจะทำการสอบถามกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับเพจสอนออกกำลังกายที่นิยมเข้าไปชม และเลือกคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่ได้รับการชมมากที่สุด หลังจากนั้นจะทำการวิเคราะห์หาความแตกต่าง เนื้อหาและการนำเสนอของแต่ละคลิป เพื่อนำไปสู่คำถามเกี่ยวกับวิธีการใช้ประโยชน์ และมีการนำไปใช้ต่ออย่างไร การเข้าถึงคลิปและการสื่อสารความหมายอย่างไรต่อผู้รับสาร

2. ประเด็นคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) โดยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) เพราะแนวคำถามในการสัมภาษณ์ผู้หญิงที่ออกกำลังกายจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย อาจมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้ากับแต่ผู้สัมภาษณ์แต่ละคน

3.5 การวิเคราะห์และการสรุปผลข้อมูล

ผู้วิจัยจะวิเคราะห์ข้อมูลจากปัญหามาวิจัยในการศึกษาการสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก กรณีศึกษาคลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง มาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดการสื่อสารกับร่างกาย แนวคิดการออกกำลังกาย ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสาร แนวโน้ม และแนวคิดเรื่องสื่อใหม่ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ของผู้ที่ชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ผู้วิจัยจึงได้แบ่งการวิเคราะห์ไว้ดังนี้

1) ด้านปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ พื้นฐานด้าน อายุ อาชีพ รายได้ ประสบการณ์ในการออกกำลังกาย เคยเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการออกกำลังกายจากสื่อใดบ้าง การเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์เฟซบุ๊ก ทำไมจึงเลือกออกกำลังกายผ่านเฟซบุ๊ก

2) ด้านโครงการร่างกาย ได้แก่ ก่อนจะมาออกกำลังกายมองว่ารูปร่างของตนเองเป็นอย่างไร แล้วทำไมจึงเลือกที่จะมาออกกำลังกาย ทำไมให้ความสำคัญกับรูปร่าง มีผลอย่างไรกับการดำเนินชีวิตหรือการทำงาน และปัจจุบันมองว่ารูปร่าง ร่างกายของตนเองเป็นอย่างไร

3) ด้านพฤติกรรมชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายจากเฟซบุ๊ก ได้แก่ ทำไมจึงสนใจเรื่องการออกกำลังกาย สนใจคลิปวิดีโอออกกำลังกายจากเฟซบุ๊กได้อย่างไร ชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายจากสื่อโซเชียลอื่นอีกหรือไม่ และต่างกันอย่างไร ช่วงเวลาใดที่จะเลือกชมหรือทำตามคลิปวิดีโอออกกำลังกาย หลังจากที่มีชมมีการปฏิบัติตามหรือไม่อย่างไร ความถี่ในการเปิดรับและปฏิบัติตามคลิปวิดีโอออกกำลังกาย เกิดการเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมหลังจากที่ได้ชมและทำตามคลิปวิดีโอ

กำลังกายหรือไม่ อย่างไร เคยคอมเม้นถาม หรือตอบคำถามเกี่ยวกับการออกกำลังกายในเพจหรือในคลิปที่ได้ชมไปหรือไม่

4) ด้านการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ได้แก่ การนำคลิปวิดีโอออกกำลังกายไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ การใช้ประโยชน์ด้านเนื้อหาคลิปวิดีโอออกกำลังกาย การใช้ประโยชน์ด้านข้อมูลข่าวสาร และการใช้ประโยชน์ด้านความบันเทิง ผลจากการออกกำลังกายจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายผ่านเฟซบุ๊ก ความพึงพอใจเนื้อหาในคลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ได้ชม และปัญหาหรืออุปสรรคที่พบระหว่างที่ออกกำลังกาย

5) ด้านการวิเคราะห์ผู้รับสารของ David Morley ได้แก่

1. การวิเคราะห์ภูมิหลังของผู้หญิงที่ออกกำลังกายจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายผ่าน เฟซบุ๊ก

1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้หญิงที่ออกกำลังกายจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายผ่านเฟซบุ๊ก ได้แก่ อายุ ระดับ การศึกษา ประสบการณ์ในการออกกำลังกาย ช่องทางการรับข่าวสารเกี่ยวกับการออกกำลังกาย ความพร้อมของอุปกรณ์เพื่อการเข้าถึงเฟซบุ๊ก การชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย การใช้งานเฟซบุ๊ก

1.2 การศึกษาจุดยืนของผู้หญิงที่ออกกำลังกายจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายผ่านเฟซบุ๊ก โดยการสอบถามนั้น เพื่อให้ทราบถึงคุณลักษณะที่เฉพาะเจาะจงของผู้ที่ชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายมากขึ้น เช่น มุมมองเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพและการออกกำลังกาย การออกกำลังกายผ่านการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายของกลุ่มคนที่มีประสบการณ์การออกกำลังกายต่างกัน ผู้ชมคลิปเลือกการออกกำลังกายผ่านคลิปวิดีโอเพียงอย่างเดียวหรือไม่

1.3 การเข้าถึงตัวบท ซึ่งแบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก เช่น ปัจจัยภายใน รู้จักคลิปวิดีโอในเฟซบุ๊กได้อย่างไร เพราะเหตุใดจึงใช้เว็บไซต์เฟซบุ๊กเพื่อดูคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ในส่วนของปัจจัยภายนอกนั้น ได้แก่ ความเข้าใจและเข้าถึงสื่อ คลิปที่เป็นภาษาอังกฤษเป็นอุปสรรคต่อการรับชมและปฏิบัติตามหรือไม่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงคลิปวิดีโอออกกำลังกายในเฟซบุ๊ก

2. การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้ (Perception of audience) โดยศึกษาผู้รับสารหลังจากเปิดรับชมคลิปแล้ว ได้แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน หลังจากเปิดรับแล้ว ดังนี้

2.1 ความสามารถในการจดจำเนื้อหา (Recognition) การรับข้อมูลต่างๆ และสามารถดึงกลับมาใช้ได้เมื่อต้องการ เช่น สามารถจดจำท่าทางตามคลิปที่ได้ชมได้หรือไม่ ท่าทางออกกำลังกายแบบไหนที่สามารถทำให้จดจำได้

2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) การจับใจความสำคัญของข้อมูล เนื้อหาสารที่ได้รับมา เช่น การเข้าใจในท่าทางที่ได้ชม สามารถนำไปปฏิบัติตามได้ถูกต้องหรือไม่ และสามารถนำไปบอกต่อหรือสอนผู้อื่นได้

2.3 การตีความหมายจากสาร (Interpretation) การเลือกรับชมคลิปแต่ละ คลิปมาจากความต้องการหรือความชอบส่วนตัว หรือมาจากสิ่งที่สังคมคาดหวัง เช่น ในปัจจุบัน สังคมคาดหวังว่าจะต้องมีรูปร่างดีคือ ไม่มีพุงแต่มีกล้ามเนื้อทรวง จึงเลือกรับชมคลิปที่เน้นแต่ลดพุง และสร้างกล้ามเนื้อทรวงเท่านั้น

2.4 การมีปฏิริยาตอบสนอง (Response) หลังจากทีชมคลิปและได้ปฏิบัติตาม คลิปออกกำลังกายแล้ว เกิดความเปลี่ยนแปลงใดบ้าง เป็นไปตามที่มุ่งหวังไว้หรือไม่ อย่างไร

3. การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)

เนื่องจากวิธีการศึกษาผู้รับสารของกลุ่มวัฒนธรรมศึกษา ได้ขยายแนวความคิด ในเรื่องการเปิดรับออกไปถึงพฤติกรรมการเปิดรับ เพราะเชื่อว่าการศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชม ด้วยมิติเชิงคุณภาพนี้ จะสามารถอธิบายผลการรับสารได้ดียิ่งขึ้น โดยพิจารณาจาก

3.1 ความสนใจในการเปิดรับ (Attention) มีความชื่นชอบเปิดรับชมคลิปจาก แพนเพจออกกำลังกายไหนเป็นพิเศษหรือไม่ อย่างไร

3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะบริโภค (Reflexive) เมื่อเปิดรับชมแล้วผู้ที่ ชมมีความคิดเห็นอย่างไรกับเนื้อหาที่ได้รับชม ต้องการจะปฏิบัติตามหรือไม่ มีความน่าเชื่อถือใน เนื้อหาของคลิปหรือไม่อย่างไร

3.3 ช่วงเวลาที่บริโภค (Temporal Organization) มักจะชมคลิปวิดีโอออก กำลังกายในช่วงไหน มีการปฏิบัติตามขณะชมเลยหรือไม่ ช่วงเวลาไหนที่เลือกออกกำลังกายจากคลิป วิดีโอออกกำลังกาย ปฏิบัติในช่วงเวลาเดิมทุกวันหรือไม่

3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างบริโภคสื่อ ระหว่างที่ชมหรือแชร์คลิปวิดีโอออกกำลัง กายในแต่ละกลุ่มตัวอย่างเลือกทำกิจกรรมใด มีความแตกต่างกันหรือไม่ มีการแชร์ไปยังกลุ่มเพื่อน ของตนเองหรือไม่ หรือแชร์สาธารณะไปถึงหลายๆ คน

4. การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร

สาระสำคัญที่ผู้วิจัยสนใจในส่วนนี้คือ การสร้างอัตลักษณ์ของผู้รับสาร ในงานวิจัย นี้มุ่งศึกษาผู้ที่ชมคลิปออกกำลังกายจะสามารถสร้างอัตลักษณ์ของตนเองให้กลายเป็นคนที่ดูใส่ใจ สุขภาพ สนใจเรื่องสุขภาพ และเป็นบุคคลที่เพื่อนๆ จะขอคำปรึกษาหากต้องการจะออกกำลังกาย หรือต้องการจะมีรูปร่างที่ดี สามารถจูงใจเพื่อนๆ คนรอบตัวให้มาออกกำลังกาย หรือกลายเป็น ผู้สร้างคลิป ออกกำลังกาย

3.6 การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะใช้วิธีการนำเสนอข้อมูลประกอบกับการวิเคราะห์ผ่านแนวคิดที่นำมาประกอบการศึกษา โดยผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) โดยแบ่งข้อมูลออกเป็นลำดับดังนี้

บทที่ 4

1) การวิเคราะห์คลิปวิดีโอออกกำลังกายเบื้องต้น

2) ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เจาะลึกการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้หญิง

ในคลิปวิดีโอออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก และการนำไปใช้ต่อ

บทที่ 5 ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เจาะลึก การเข้าถึงและการสื่อสารคลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง และการสื่อความหมายกับผู้รับสาร

บทที่ 6 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปและอภิปรายผลการวิเคราะห์การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก กรณีศึกษาคลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง โดยเชื่อมโยงจากการวิเคราะห์คลิปวิดีโอออกกำลังกายและการสัมภาษณ์ตามกรอบแนวคิดการสื่อสารกับร่างกาย แนวคิดการออกกำลังกาย ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของเดวิด มอร์เลย์ และแนวคิดสื่อใหม่ โดยผู้วิจัยคาดหวังว่าการนำเสนอระเบียบวิธีวิจัยข้างต้นนี้ จะเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงการใช้ประโยชน์และการนำไปใช้ต่อของคลิปวิดีโอออกกำลังกายในผู้หญิง และลักษณะการสื่อสารความหมายของคลิปวิดีโอออกกำลังกายที่มีต่อผู้รับสารได้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย

บทที่ 4

ผลการศึกษาการสื่อสารของเพลงสอนออกกำลังกายในสื่อเฟซบุ๊ก

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา คลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง” เป็นการศึกษาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้รับสารจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ในแง่ของการปฏิบัติเมื่อได้รับชมและการนำไปใช้ประโยชน์ต่ออย่างไร โดยศึกษาผู้รับสารที่มีความพึงพอใจต่อการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กที่เป็นเรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ การออกกำลังกาย โดยผ่านผู้ส่งสารที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านของลักษณะส่วนบุคคลของผู้สอน ลักษณะการสอนออกกำลังกายผ่านคลิปวิดีโอ ประเภทของเนื้อหาและภาพรวมของเฟซบุ๊กแฟนเพจแต่ละเพจ

ผู้วิจัยทำการศึกษาและวิเคราะห์เฟซบุ๊กแฟนเพจที่นำเสนอเกี่ยวกับการสอนออกกำลังกาย โดยการสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มเพื่อนๆ ในเฟซบุ๊กของผู้วิจัยและบุคคลที่เพื่อนของผู้วิจัยแนะนำ โดยเป็นบุคคลที่รับชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายในแฟนเพจเฟซบุ๊กและได้ปฏิบัติตาม ผู้วิจัยได้สอบถามข้อมูลเบื้องต้นว่ามีการติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจสอนออกกำลังกายเพจใดบ้าง เลือกชมเพจใดบ่อยที่สุด และทำการเลือกเฟซบุ๊กแฟนเพจที่กลุ่มตัวอย่างนิยมเปิดรับชมมากที่สุดมา 3 เพจ ได้แก่ 1. แฟนเพจ Bebe fit routine 2. แฟนเพจ Be fit and Eat well 3. แฟนเพจชะนีมีกลิ่น โดยแต่ละเพจมีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างกันไป ตามแต่ความถนัดและความชอบของผู้ส่งสาร ผู้วิจัยเลือกศึกษาภาพรวมรูปแบบการนำเสนอคลิปออกกำลังกายของแต่ละเพจ และคลิปวิดีโอทั้งหมดในแต่ละเพจว่ามีจุดเด่น จุดเหมือนหรือจุดต่างกันอย่างใด คลิปวิดีโอประเภทใดที่ถูกเผยแพร่บ่อยที่สุดและคลิปวิดีโอที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดมีลักษณะอย่างไร รวมไปถึงการตอบสนองจากผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจของแต่ละเพจมีการตอบสนองหลังจากได้ชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายอย่างไร

ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์เพลงสอนออกกำลังกายแต่ละเพจภายใต้กระบวนการสื่อสารของเบอร์โล SMCR Model เพื่อนำไปสู่ชุดข้อมูลและข้อคำถามที่จะใช้ถามกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4.1 ผู้ส่งสาร (Sender)

ผู้ส่งสาร (Sender) หมายถึง บุคคลที่ส่งหรือถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ โดยการเข้ารหัส (Encoder) ออกไปเป็นสัญญาณ สัญลักษณ์ กิริยา ท่าทาง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ตัวผู้ส่งสาร คือ เจ้าของเพลงสอนออกกำลังกายทั้ง 3 เพจ ได้แก่ 1. แฟนเพจ Bebe fit routine 2. แฟนเพจ Be fit and Eat well 3. แฟนเพจชะนีมีกลิ่น โดยแต่ละคนจะมีลักษณะเฉพาะ ภูมิหลังที่แตกต่างกันไป

4.1.1 เพลง Bebe Fit Routine

เพลงนี้ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือน เมษายน พ.ศ. 2559 มีจำนวนผู้ติดตาม 976,121 ผู้ติดตาม (ข้อมูล ณ วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561)



ภาพที่ 4.1 เฟซบุ๊กแฟนเพจ Bebe Fit Routine

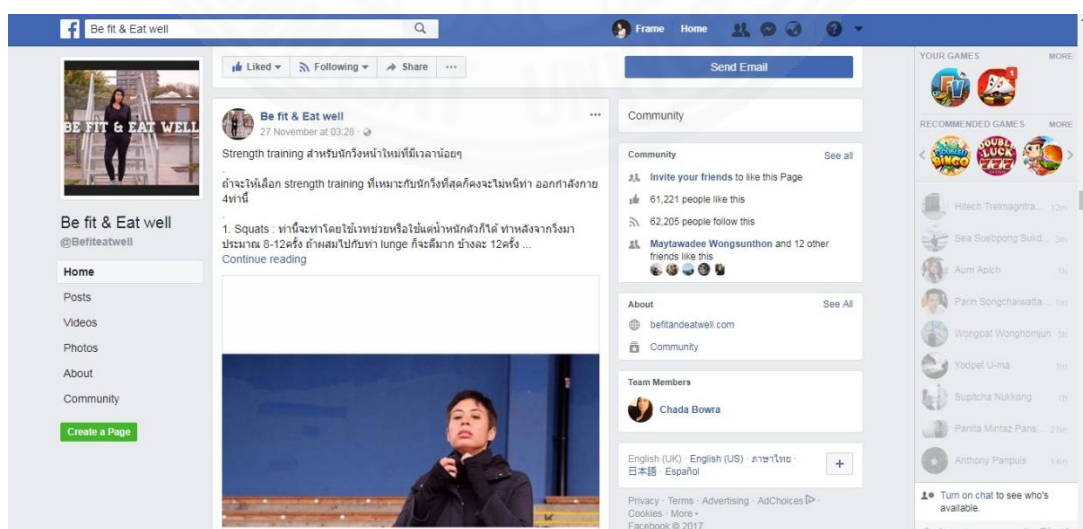
เจ้าของเพจ คุณเบเบ้ ธันย์ชนก ฤทธิธินาคา นอกจากจะเป็นผู้สอนออกกำลังกายแล้ว ยังเป็นดารานักแสดงที่รู้จักกันดีในสังคมไทย เบเบ้เป็นดาราสาวที่ไม่ได้โดดเด่นแค่หน้าตา แต่เธอยังมีรูปร่างที่สวยงาม ผอมเพรียวแต่แฝงไปด้วยความแข็งแรง จากมัดกล้ามเนื้อทั้งแขน ขา หน้าท้อง ที่ดูกระชับทุกสัดส่วน โดยเนื้อหาในเพจส่วนใหญ่จะเป็นการแชร์คลิปและภาพการออกกำลังกายในชีวิตประจำวันของเธอเอง ซึ่งแล้วแต่ว่าในช่วงนั้นกำลังนิยมออกกำลังกายในส่วนใดของร่างกาย หรือฟิตซ้อมทำไ้เป็นพิเศษ ไม่นั่นสถานที่ว่าจะต้องเป็นใน ฟิตเนส หรือลานออกกำลังกาย สวนสาธารณะ ส่วนใหญ่จะเป็นบริเวณรอบๆ ที่พักของผู้สอนและในฟิตเนส ซึ่งทำให้ผู้ที่ได้ชมหรือเห็นเบเบ้จากสื่อต่างๆ สนใจและอยากจะมีรูปร่างแบบเดียวกับเบเบ้และเชื่อว่าหากได้ลองปฏิบัติตามคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายของเบเบ้แล้วนั้น จะสามารถมีหุ่นที่ดีเหมือนเบเบ้ได้ (จากความคิดเห็นของผู้ที่ได้ชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายของเบเบ้ ข้อมูลจากภาพที่ 2) และส่วนใหญ่ผู้ที่ติดตามเพจเบเบ้มักจะกล่าวว่า เบเบ้เป็นต้นแบบในการออกกำลังกายและมีเป้าหมายอยากจะมีรูปร่างที่ดีเหมือนเบเบ้ จึงไม่น่าแปลกใจที่เพจ Bebe Fit Routine จะมียอดผู้ติดตามเกือบ 900,000 ผู้ใช้งานในระยะเวลาเพียง 1 ปีครึ่งเท่านั้น



ภาพที่ 4.2 ตัวอย่างความคิดเห็นจากผู้ติดตามเพจ Bebe Fit Routine กล่าวชื่นชมเบบี้เป็นต้นแบบ
ในการออกกำลังกายและอยากจะมีหุ่นที่ดีเหมือนเบบี้

4.1.2 เพจ Be fit and Eat well

เพจนี้ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2558 มีจำนวนผู้ติดตาม 68,781 ผู้ติดตาม
(ข้อมูล ณ วันที่ 4 มีนาคม พ.ศ. 2561)

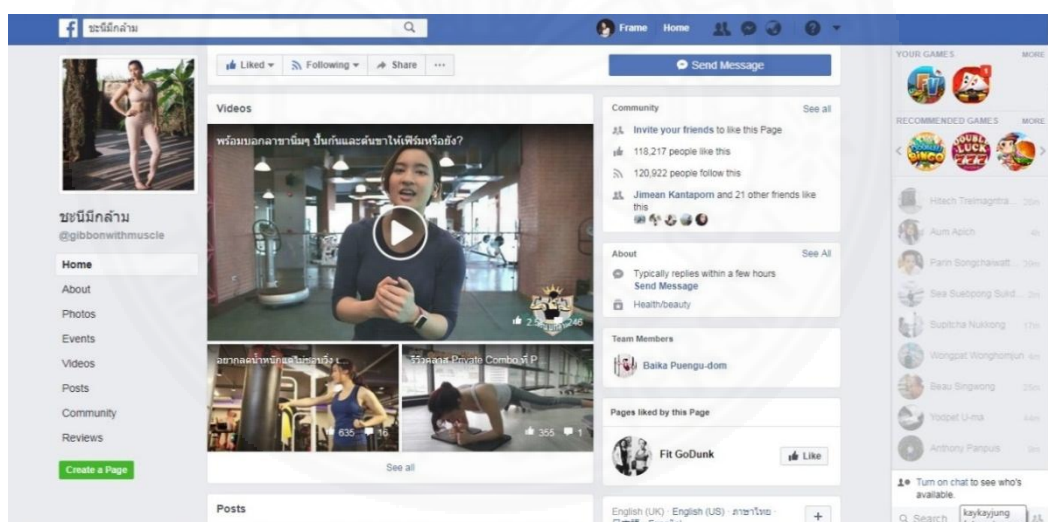


ภาพที่ 4.3 เพจบุ๊กแฟนเพจ Be fit and Eat Well

ผู้สอนออกกำลังกายและเป็นเจ้าของเพจนี้คือ คุณสุรัชดา โบว์ว่า หรือที่ผู้ติดตามในเพจมักจะเรียกเธอว่า โค้ชเอิน นอกจากจะเป็นโค้ชที่วิเคราะห์ร่างกาย และการออกกำลังกายแล้วนั้น เธอยังเป็นนักวิ่งมาราธอนอีกด้วย โค้ชเอินจบการศึกษาเกี่ยวกับโภชนาการและการเป็นเทรนนิ่ง โดยเฉพาะ (sport specific training coach) บทความและคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายในเพจส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องการออกกำลังกาย โภชนาการ การดูแลตนเองเมื่อบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย จะเน้นให้ความรู้ในทางวิทยาศาสตร์การกีฬาและมีแหล่งอ้างอิงที่เชื่อถือได้เสมอ ดังนั้น ไม่ว่าจะ เป็นบทความ หรือคลิปวิดีโอสอนทำออกกำลังกายต่างๆ ของเธอจึงค่อนข้างจะเน้นไปทางวิชาการและได้รับความน่าเชื่อถือมากๆ เพราะด้วยทั้งวุฒิการศึกษาและประสบการณ์การทำงาน ผู้ที่ติดตามและเข้ามาแสดงความคิดเห็นส่วนใหญ่จึงมักจะถามคำถามในเชิงวิชาการ ถามเพื่อ เป็นความรู้

4.1.3 เพจชะนีมีกล้ามเนื้อ

เพจนี้ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือน เมษายน พ.ศ. 2558 มีจำนวนผู้ติดตาม 124,385 ผู้ติดตาม (ข้อมูล ณ วันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2561)



ภาพที่ 4.4 เพจบุ๊กแฟนเพจ ชะนีมีกล้ามเนื้อ

ผู้สอนออกกำลังกายในเพจและเป็นเจ้าของเพจเองคือ คุณโบคา พิงอุดม เป็นผู้หญิงโคร่งใหญ่ ทำให้มองแล้วดูเหมือนผู้หญิงที่ตัวใหญ่ อาจจะถูกแล้วไม่ใช่รูปร่างในอุดมคติของผู้หญิงในยุคนี้สักเท่าไร แต่เธอมี มัดกล้ามเนื้อที่ดูแข็งแรงทุกสัดส่วนของร่างกาย ปัจจุบันนอกจากจะสอนออกกำลังกายในเฟซบุ๊กแฟนเพจของตัวเองแล้ว เธอยังเป็นครูสอนทำขนมคลีนอีกด้วย เธอเรียนจบเกี่ยวกับโภชนาการโดยเฉพาะและเป็นเจ้าของโรงเรียนสอนทำขนมสำหรับเด็ก เปิดสอนทำเบเกอรี่คลีนเจ้าแรกของเมืองไทย โดยใช้ชื่อหลักสูตรว่า "Fit Bakery" ดังนั้น เธอจึงมีความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ

เป็นอย่างดี ในเพจเชนิมีกล้ามเนื้อที่เธอสร้างมานั้น จึงไม่ได้เน้นเพียงแต่การสอนออกกำลังกายแต่เธอพยายามสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับการทานอาหารที่ถูกต้อง สอนการทำอาหาร คลีนแบบง่ายๆ และโภชนาการรวมถึงวิถีเื่อการออกกำลังกายในแต่ละวันของเธอ พร้อมกับเมนูที่เธอเลือกทานในแต่ละวัน ซึ่งจะเห็นได้ว่าแนวทางของเธอจะไม่เคร่งจนเกินไป ไม่แนะนำให้ออกกำลังกายสุดโต่ง หรือเคร่งการทานอาหารแบบนับแคลลอรี่ หรืองดทานของหวานไปซะทีเดียว โดยเธอได้บอกไว้ในเพจของเธอว่างานหลักของเธอคือ “การสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คนหันมาดูแลสุขภาพและฟิตรูปร่างโดยเริ่มจากความรักตัวเองในแบบที่ตนเป็น”

4.2 สาร (Message)

สาร (Message) หมายถึง ผลผลิตหรือความรู้สึกนึกคิด ความต้องการอารมณ์ ความรู้สึกต่างๆ หรือเนื้อหาสาระที่ผู้ส่งต้องการจะสื่อออกมา อาจปรากฏออกมาในรูปของ วจนภาษาและอวัจนภาษา ในการศึกษาครั้งนี้ สารคือ ประเภทของคลิปวิดีโอต่างๆ ภายในเพจสอนออกกำลังกายทั้ง 3 เพจ ได้แก่ 1. แพนเพจ Bebe fit routine 2. แพนเพจ Be fit and Eat well 3. แพนเพจเชนิมีกล้ามเนื้อ รวมถึงลักษณะการสื่อสารการพูดคุยของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร ซึ่งแต่ละเพจก็จะมีเนื้อหาสาระที่ต้องการจะสื่อออกมาแตกต่างกันออกไป

4.2.1 เพจ Bebe Fit Routine

ภายในเพจ Bebe Fit Routine มีคลิปวิดีโอรวมกันทั้งหมด 217 คลิป โดยเป็นคลิปเกี่ยวกับการออกกำลังกายถึง 175 คลิป (คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ฟิตเนส สวนสาธารณะและคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย) และสอนทำอาหารอีก 9 คลิป (อีก 33 คลิปเป็นคลิปวิดีโอออกกำลังกายที่เน้นโฆษณาสินค้า ซึ่งผู้วิจัยจึงไม่ ขอนำมาวิเคราะห์) โดยเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกายส่วนใหญ่ในเพจ Bebe Fit Routine จะเน้นสอนการออกกำลังกายเพื่อสร้างรูปร่างที่ดี หุ่นที่สวยงามกระชับของสังคมในขณะนี้คือ มีเอวที่เล็ก เพรีียวบางแต่แฝงไปด้วยความแข็งแรงจากกล้ามเนื้อ กล่าวคือหน้าท้องแบนราบแต่มีซิกแพค แขนและขากระชับไม่ห้อยย้อย กันที่กลมมน เช่น คลิปปั้นกันกระชับต้นขา คลิปท่าก้นแดง คลิปสร้างกล้ามเนื้อหน้าท้อง เป็นต้น ในด้านของ คลิปสอนทำอาหารในเพจ Bebe Fit Routine อาจจะยังไม่ได้ให้ความสำคัญมากนัก เพราะมีคลิปสอนทำอาหารเพียง 9 คลิปเท่านั้น แต่ทุกคลิปก็ล้วนเป็นการสอนทำอาหารเพื่อสุขภาพ เน้นรักษาหุ่นไม่ให้อ้วน เช่น คลิปยำแซลมอนราดน้ำกีวี, คลิปคาโบริน่าแบบไม่อ้วน เป็นต้น

ผู้วิจัยได้แบ่งคลิปต่างๆ ในเพจ Bebe Fit Routine ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

4.2.1.1 คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร



ภาพที่ 4.5 คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร

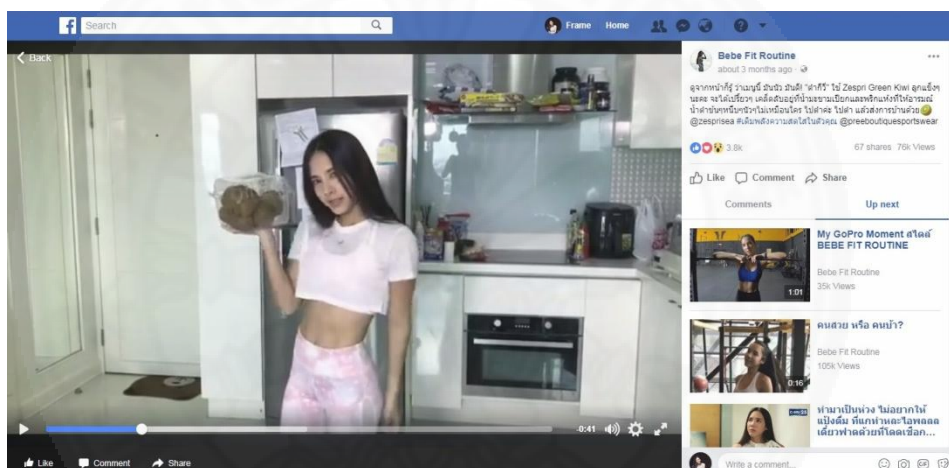
มีจำนวนทั้งหมด 9 คลิป เป็นคลิปวิดีโอสอนทำอาหารเมนูง่ายๆ เช่น ยำแซลมอนราดน้ำกีวี, กีวีเปรี้ยวหวานสูตรคลีน ที่สามารถทำตามได้ โดยจะมีเจ้าของเพจเป็นผู้สอนซึ่งก็คือ เบเบ้ โดย 7 คลิป จะเป็นการสอนทำอาหารโดย มีเจ้าของแบรนด์ส่งผลิตภัณฑ์มาให้เพื่อให้ทำคลิปโฆษณาสินค้า เช่น ผลไม้กีวี ผลิตภัณฑ์จาก Zespri Green Kiwi ชื่อคลิป เมนูแซลมอนกีวี, การเลือกกีวี, ปั่นกีวี smoothie และอีก 2 คลิปที่เหลือนั้นเป็นการทำอาหารโดยเจ้าของเพจเองไม่มีการโฆษณาตัวสินค้าใดๆ ได้แก่ การสอนทำเบอร์เกอร์ไก่, การสอนทำคาโบริน่าแบบ ไม่อ้วน โดยทุกเมนูอาหารที่ทำนั้น จะเป็นการสอนทำอาหารเพื่อสุขภาพ รักษาหุ่น เน้นแคลอรีไม่สูงมากสำหรับคนที่กลัวอ้วน



ภาพที่ 4.6 การทำอาหารโดยมีเจ้าของแบรนด์ส่งผลิตภัณฑ์มาให้เพื่อโฆษณาสินค้า (กีวี zespri)

ลักษณะการนำเสนอ

เจ้าของเพจจะเป็นผู้ลงมือทำอาหารเอง บางคลิปอาจจะมีผู้ช่วย มีการพูดคุยและบอกขั้นตอนการทำไปพร้อมๆ กับการทำอาหาร โดยทุกคลิปจะใช้วัตถุดิบในการทำอาหารที่ไม่แพง หาซื้อได้ง่ายตามซูเปอร์มาร์เกต ตลาดสด เช่น มะเขือเทศ กระเทียม หอมใหญ่ พริกแห้ง มะขามเปียก ออกไก่ เป็นต้น และมีขั้นตอนที่ไม่ซับซ้อนสามารถทำตามได้ไม่ยาก การแต่งกายในคลิปนั้นถึงแม้จะเป็นการสอนทำอาหารแต่เบก็ยังคงสวมใส่ชุดออกกำลังกาย แสดงถึงความคล่องตัว ให้ผู้รับสารได้เห็นชัดยิ่งขึ้นจากชุดที่เลือกสวมใส่ โชว์ให้เห็นถึงส่วนเว้าโค้งและความแข็งแรงของร่างกายที่กำลังเป็นกระแสในขณะนี้ในปัจจุบัน โดยแต่ละคลิปมีความยาวไม่เกิน 1 นาที จำนวนผู้ชมในคลิปประเภทนี้มีตั้งแต่ 65,000 ครั้ง และบางคลิปมีจำนวนผู้ชม 220,000 ครั้ง

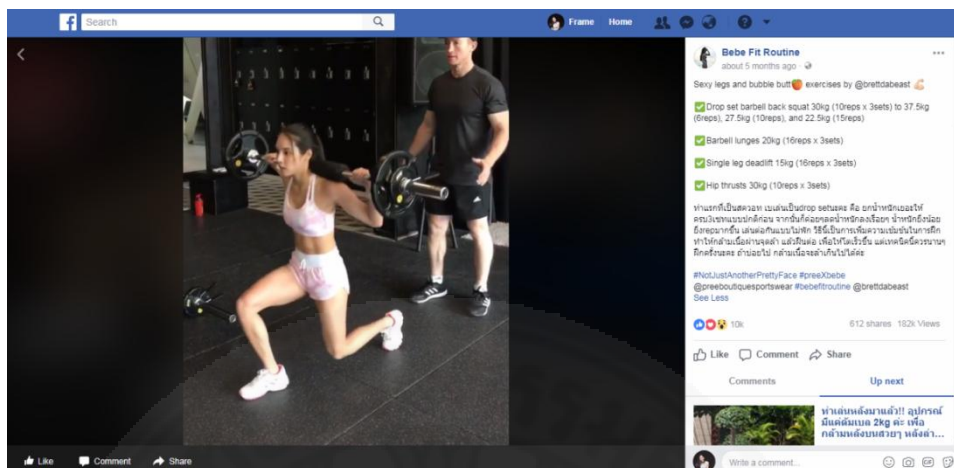


ภาพที่ 4.7 การแต่งกายด้วยชุดออกกำลังกายขณะทำอาหาร จากเพจ Bebe Fit Routine

4.2.1.2 คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่เน้นโฆษณาสินค้า

มีจำนวนทั้งหมด 33 คลิป เป็นคลิปวิดีโอสำหรับโฆษณาสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย เช่น ชุดออกกำลังกาย, ถุงมือสำหรับยกเวท, รองเท้าสำหรับวิ่งหรือเล่นฟิตเนส, อาหารเสริม รวมไปถึงการโฆษณาสถานออกกำลังกายต่างๆ โดยให้เจ้าของเพจเป็นผู้สวมใส่ชุดหรือใช้สินค้าขณะออกกำลังกายและพูดถึงตัวผลิตภัณฑ์นั้นๆ พร้อมกับบรรยายเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณสมบัติและข้อมูลการติดต่อกับเจ้าของสินค้าหากสนใจจะสั่งซื้อไว้ที่ได้คลิปวิดีโอ ซึ่งเนื้อหาในคลิปนี้ไม่มีการพูดถึงการสอนออกกำลังกายใดๆ มีเพียงการโชว์ท่าทางการออกกำลังกายและโฆษณาสินค้า ผู้วิจัยจึงไม่ขอทำการศึกษาและวิเคราะห์ในหัวข้อคลิปประเภทนี้

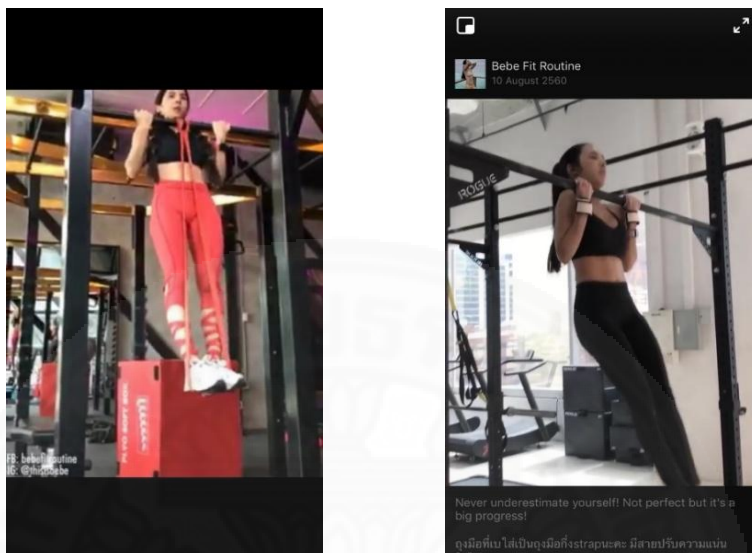
4.2.1.3 คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ฟิตเนสหรือสวนสาธารณะ



ภาพที่ 4.8 คลิปวิดีโอออกกำลังกายโดยเป็นการออกกำลังกายที่ฟิตเนส มีเทรนเนอร์คอยแนะนำท่า

มีจำนวนทั้งหมด 109 คลิป เป็นคลิปการออกกำลังกายในที่ต่างๆ โดยเจ้าของเพจโดยส่วนใหญ่จะเป็นการออกกำลังกายในฟิตเนส มีเทรนเนอร์คอยควบคุมและช่วยเหลือในการออกกำลังกายในท่าต่างๆ และออกแบบตารางการออกกำลังกายให้ เป็นการออกกำลังกายโดยใช้อุปกรณ์เข้ามาช่วย ทั้งลู่วิ่ง เครื่องออกกำลังกายต่างๆ ลูกตุ้ม เวท บาร์ เชือก ยางยืด ลูกบอล เป็นต้น โดยจะเป็นการเล่นท่าที่ยากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีเทรนเนอร์คอยแนะนำไม่ให้เกินขีดความสามารถของผู้เล่น โดยเบเบเองก็ได้อธิบายไว้ได้คลิปของตนเองว่า ชอบที่จะเล่นให้ยากขึ้นเรื่อยๆ เพราะเป็นเหมือนการทำหายความสามารถของตนเอง (ตัวอย่างเช่น ในคลิปฝึกท่าทำ chin up และ upper ในคลิปเมื่อวันที่ 17 เมษายน 2017 เบเบยังต้องใช้ยางยืดในการพยุงตัว แต่ในคลิป “Never underestimate yourself! Not perfect but it's a big progress!” เมื่อวันที่ 10 สิงหาคม 2017 เบเบสามารถทำท่า chin up และ upper ได้โดยไม่ต้องใช้ยางยืดช่วย ดูรายละเอียดจากภาพที่ 7) โดยเนื้อหาจะไม่ใช่ว่าสอนออกกำลังกาย แต่เป็นลักษณะคลิปที่มีเนื้อหาเพื่อโชว์ท่าทางการออกกำลังกายในแต่ละวันที่เบเบได้ไปฝึกซ้อมมา คำบรรยายใต้คลิปจะมีชื่อท่าทางต่างๆ ที่ได้เล่นในวันนั้นและชื่อเครื่องเล่นที่ใช้บอกอยู่อย่างคร่าวๆ หรือบางคลิปก็ไม่มีอธิบายใดๆ ไว้เลย หากไม่ใช่ในฟิตเนสเบเบมักจะใช้สวนสาธารณะหรือบริเวณรอบๆ คอนโดของตนเอง และถึงแม้จะไม่ได้ออกกำลังกายในฟิตเนส เธอก็ยังสวมชุดออกกำลังกายเหมือนกับชุดที่ไปเล่นในฟิตเนส แต่ลักษณะท่าทางในการเล่นจะไม่หนักหน่วงเท่ากับเล่นที่ฟิตเนส และอุปกรณ์ที่ใช้ก็มักจะเป็นอุปกรณ์ชิ้นเล็กๆ เช่น ดัมเบล ยางยืด เชือก หรือไม่ใช่อุปกรณ์ใดๆ โดยลักษณะของเนื้อหาที่ถ่ายทอดออกมา ก็จะเหมือนกับการออกกำลังกายในฟิตเนส คือ เป็นการ

โชว์ท่าทางการออกกำลังกายในแต่ละวันเท่านั้น ไม่ได้สอนหรือบอกรายละเอียดใดๆ เกี่ยวกับท่าทางมากนัก จำนวนผู้ชมในคลิปประเภทนี้มีตั้งแต่ 10,000 ครั้ง และบางคลิปมีจำนวนผู้ชม 2,500,000 ครั้ง



ภาพที่ 4.9 คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่เบเบ้แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการการออกกำลังกายที่สามารถทำได้ที่ยากขึ้นได้

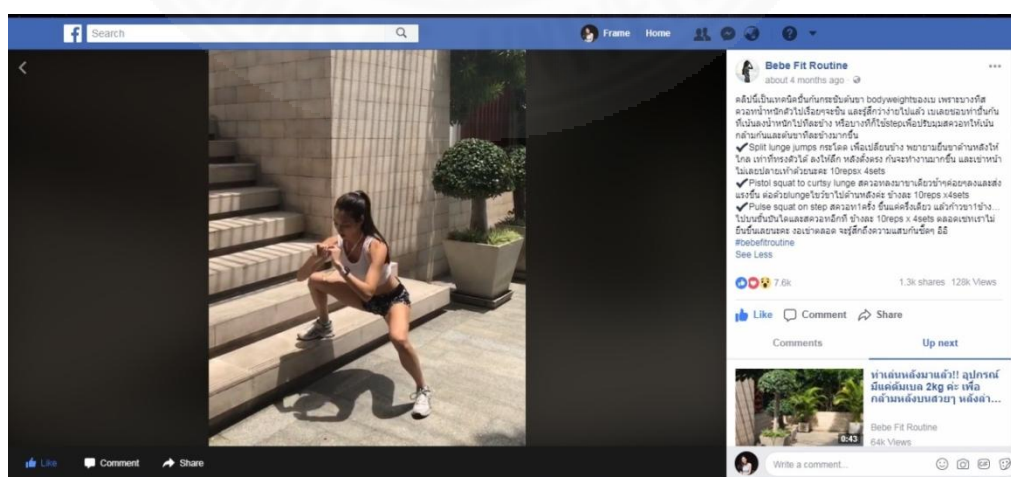
ลักษณะการนำเสนอ

เนื้อหาของคลิปจะเป็นเพียงการโชว์ท่าทางและการเล่นเครื่องเล่นต่างๆ ในฟิตเนส จึงไม่มีการพูดคุยใดๆ กับผู้ชมตลอดการถ่ายทำคลิป มีเพียงการพูดคุยเล็กน้อยระหว่างเทรนเนอร์กับเบเบ้ในการสอนและแนะนำท่าทางต่างๆ ซึ่งแต่ละคลิปนั้นส่วนใหญ่มีความยาวไม่เกิน 1 นาที

4.2.1.4 คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย

มีจำนวนทั้งหมด 66 คลิป เป็นคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายโดยเจ้าของเพจ โดยสถานที่ส่วนใหญ่ที่ใช้ในการสอนออกกำลังกายมักจะเป็นในสวนสาธารณะใกล้คอนโด หรือบริเวณลานกว้างรอบคอนโดของเบเบ้ โดยจะมี 61 คลิป เป็นคลิปสอนออกกำลังกาย เป็นการสอนไปทีละท่าต่อกันไปจนครบเซต (ครบเซต หมายถึง หากในคลิปนั้นมีการสอนท่าออกกำลังกายทั้งหมด 3 ท่า จะต้องทำท่าที่ 1 ท่าที่ 2 และท่าที่ 3 ตามลำดับจึงจะเรียกว่าครบเซต ซึ่งขึ้นอยู่กับผู้สอนว่าจะแนะนำให้ทำกี่เซต รายละเอียดในรูปที่ 10) และอีก 5 คลิป เป็นคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแบบเต็ม โดยเบเบ้เป็นผู้ออกแบบท่าตนเอง ซึ่งประยุกต์มาจากท่าออกกำลังกายที่เคยสอนไปในคลิปอื่นๆ แล้ว แต่ทำให้มีจังหวะที่เร็วและสนุกขึ้น ลักษณะเนื้อหาในการสอนของแต่ละคลิปมักจะ

แบ่งเป็นส่วนต่างๆ ของร่างกาย และขึ้นอยู่กับว่าในช่วงเวลานั้นกระแสนิยมการออกกำลังกายเน้นสัดส่วนแบบใด เช่น คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย “Shoulders’ day ladies!” โดยเนื้อหาจะเน้นการออกกำลังกายในช่วงหัวไหล่ ให้มีไหล่ที่คม ไหล่ตั้งสวย, คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย “ท่าบริหารน่อง” เนื้อหาจะเป็นการสอนท่าลดน่องให้มีขนาดเล็กและเรียวขึ้น และคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย “ปั่นกัน กระชับต้นขา” เนื้อหาจะเป็นการสอนท่าออกกำลังกายให้มีก้นที่กระชับ กลมมน ไม่ย้อยห้อย และยังทำให้ต้นขากระชับและมีขนาดเล็กลงอีกด้วย เนื้อหาที่สอน จะเน้นให้สามารถออกกำลังกายในทุกวันและทำได้ในชีวิตประจำวันโดยไม่จำเป็นต้องไปที่ฟิตเนส เพราะส่วนใหญ่จะเป็นการออกกำลังกายแบบไม่ใช้อุปกรณ์ หรือเป็นอุปกรณ์ชิ้นเล็กๆ หาง่าย เช่น แก้วน้ำ ขวดน้ำ แก้วกาแฟ หรือน้ำส้ม ครอบแก้วมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น บันได ที่ช่วยเพิ่มความชันในการทำท่าต่างๆ กำแพง เติง ที่เปรียบเสมือนเป็นการช่วยเพิ่มแรงต้านให้กับผู้เล่น ซึ่งก็ตรงกับชื่อเพจ BeBe fit routine ที่บ่งบอกถึงการออกกำลังกายในชีวิตประจำวันที่สามารถทำได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก และสามารถทำได้ทุกที่โดยไม่ต้องเป็นฟิตเนสเท่านั้น ความยาวของคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายจะอยู่ที่ประมาณ 1 นาที – ไม่เกิน 7 นาที โดยส่วนใหญ่จะเป็นการโชว์ท่าให้ดูว่า 1 เซท ในคลิปนี้มีท่าใดบ้างและจะมีการอธิบายไว้ได้คลิอย่างละเอียดถึงการท่าท่าทางที่ถูกต้องควรทำแบบไหน ให้พักได้กี่นาที และควรทำกี่ครั้ง กี่เซท บอกถึงประโยชน์ของท่านั้นๆ ว่าสามารถช่วยเพิ่มความแข็งแรงจุดใดในร่างกาย หากเป็นคลิปใหม่ๆ เบเบ้จะสร้างแฮชแทค #bebefitroutinevid ซึ่งจะเป็คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่ทำใหม่และเขียนอธิบายท่าทางไว้อย่างละเอียด รวบรวมไว้ในแฮชแทคเพื่อให้ง่ายต่อการค้นหาเมื่ออยากจะทำออกกำลังกาย การแต่งกายถึงแม้จะเป็นการออกกำลังกายบริเวณรอบสถานที่พักของตนเอง แต่เบเบ้ก็สวมใส่ชุดออกกำลังกายที่สวยงาม สวมรองเท้าสำหรับออกกำลังกาย



ภาพที่ 4.10 คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย สถานที่มักจะเป็นบริเวณรอบๆ คอนโด เน้นการสอนโดยไม่ใช้อุปกรณ์ และใช้บันไดเป็นตัวช่วยในการออกกำลังกายแทนอุปกรณ์

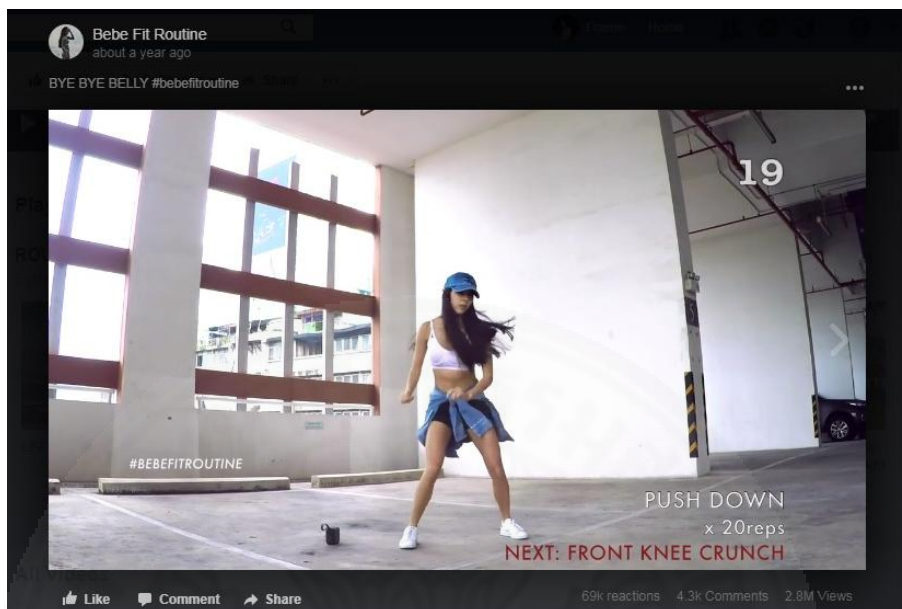


ภาพที่ 4.11 ตัวอย่างคำบรรยายในคลิปสอนออกกำลังกาย อธิบายท่าทางที่สอนในแต่ละคลิป พร้อมกับบอกจำนวนครั้งและเซทที่ควรปฏิบัติตาม

ลักษณะการนำเสนอ

สำหรับคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย จะไม่มีการพูดคุยกับผู้ชมเลย มีเพียงการออกกำลังกายให้เห็นในพื้นที่ต่างๆ โดยเนื้อหาในคลิปจะมีเพียงการทำท่าต่างๆ ให้ดูเป็นตัวอย่าง และให้นำไปปฏิบัติต่อเพิ่มอีกกี่ครั้ง ก็เซท ซึ่งจะบอกรายละเอียดไว้ใต้คลิป เน้นการอธิบายอย่างละเอียดไว้ใต้คลิป เช่น ท่านี้จะต้องวางขา หรือกางแขนกว้างเท่าใดจึงจะดี ลงน้ำหนักที่ขาข้างไหน ท่านี้ทำแล้วพัฒนาจุดใดในร่างกาย ต้องทำกี่ครั้งหรือกี่เซทจึงจะเกิดผลดี เพราะคลิปวิดีโอประเภทนี้เป็นประเภทสอนออกกำลังกายจึงจำเป็นต้องมีการอธิบายใต้คลิปอย่างละเอียด เน้นสอนออกกำลังกายแบบไม่ใช้อุปกรณ์ หรืออุปกรณ์ที่สามารถหาได้ง่าย เพื่อให้เห็นว่า การออกกำลังกายไม่ใช่เรื่องยุ่งยากและสามารถทำได้ทุกที่ แต่ในคลิปสอนออกกำลังกายแบบเต็มจะมีการบอกชื่อท่าบอกเวลาไว้ในคลิป เพื่อให้ผู้ชมเห็นว่าทำไปแล้วกี่ครั้งและเวลาผ่านไปเท่าไรแล้ว โดยทุกคลิปจะมีการเลือกใช้เพลงที่มีจังหวะสนุก ทันสมัย จังหวะของเพลงเข้ากันได้ดีกับท่วงท่าในการออกกำลังกาย จำนวนผู้ชมในคลิปประเภทนี้มีตั้งแต่ 60,000 ครั้ง และบางคลิปมีจำนวนผู้ชม มากถึง 2,800,000 ครั้ง

คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มียอดจำนวนการชมมากที่สุด



ภาพที่ 4.12 เพลง Bebe fit routine ที่มียอดจำนวนการชมมากที่สุด

ภาพรวมคลิป

- คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มีจำนวนการชมมากที่สุด ได้แก่ คลิป “BYE BYE BELLY” จำนวนครั้งในการชมคลิป 2,877,858 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 3 เมษายน 61)
- ความยาวของคลิป 4.43 นาที
- เพลงประกอบการสอนในคลิป มีจังหวะเร็ว สนุกและมีความทันสมัย เหมือนเพลงที่ใช้สอนในฟิตเนส จังหวะของเพลงมีความเชื่อมโยงกับท่าทางที่ดูกระฉับกระเฉง ว่องไว
- เนื้อหา เป็นเนื้อหาที่สอนท่าการออกกำลังกายเพื่อลดพุง สำหรับคนที่ออกกำลังกายมานานแต่กล้ามเนื้อยังไม่ขึ้น และพุงยังไม่ลด
- เทคนิคการนำเสนอ มีการเลือกใช้เพลงและท่าทางที่เข้าจังหวะกัน ท่าทางที่สอนทำตามได้ไม่ยาก และใช้เวลาไม่นาน ถึงแม้จะไม่มีคำพูดคุยกับผู้ชมทั้งก่อน ระหว่างการสอนและหลังการสอน แต่มีการบรรยายไว้ที่ได้คลิปเกี่ยวกับท่าทางและจำนวนครั้งที่ควรปฏิบัติตามไว้อย่างละเอียด
- การแต่งกายของผู้สอน แต่งกายด้วยชุดออกกำลังกายที่ดูสบาย คล้ายชุดลาลอง เน้นเห็นรูปร่าง ส่วนเว้าโค้งของร่างกายชัดเจน

- สถานที่ในการสอนออกกำลังกายในคลิปดังกล่าวคือ ลานจอดรถ เป็นพื้นที่โล่ง สว่าง

ตารางที่ 4.1

ประเภทของคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายในเพจ *Bebe fit routine*

ประเภทการออกกำลังกาย	จำนวน
Body weight	33
Weight training	17
Cardio	12
Stretching	3
HIIT	1
รวม	66

จากตารางจะแสดงจำนวนคลิปสอนออกกำลังกายแต่ละประเภทในเพจ Bebe fit routine จากทั้งหมด 66 คลิป แสดงให้เห็นว่าเพจ Bebe fit routine เน้นผลิตคลิปประเภท body weight ซึ่งมีจำนวนมากที่สุด 33 คลิป รองลงมาคือ Weight training 17 คลิป, Cardio 12 คลิป, Stretching 3 คลิป และ HIIT 1 คลิป ตามลำดับ

- body weight คือ การออกกำลังกายแบบไม่ใช้ออกซิเจนในการเผาผลาญพลังงาน ซึ่งเป็นการใช้พลังงานสูงในระยะเวลาสั้นๆ เป็นการออกกำลังกายแบบมีแรงต้าน โดยใช้น้ำหนักตัวเองเป็นตัวต้านทานการเคลื่อนไหวเพื่อสร้างกล้ามเนื้อ เช่น ท่าวิดพื้น ซิตอัพ นั่งยอง (Squat) ย่อเข่า (Lunge) แพลงก์ (plank)

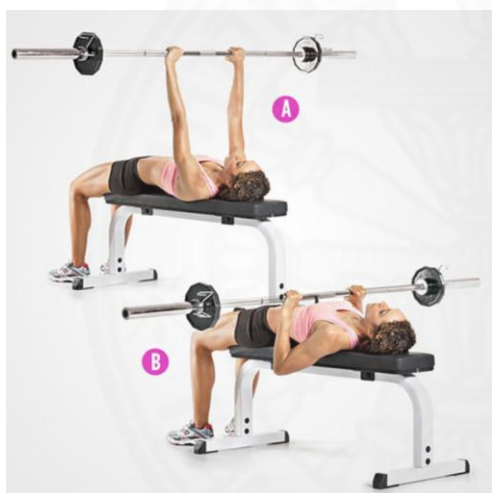
- Weight training คือ การฝึกด้วยน้ำหนัก เป็นการออกกำลังกายโดยอาศัยแรงต้านจากอุปกรณ์ที่มีน้ำหนัก เช่น ดัมเบลล์ ลูกเหล็ก บาร์เบลล์ เป็นต้น เน้นสร้างกล้ามเนื้อให้ใหญ่ขึ้น กระชับสัดส่วน และสร้างความทนทานของกล้ามเนื้อได้ดี เช่น ท่า Barbell Bench Press, Deadlift เป็นต้น

- Cardio คือ การออกกำลังกายแบบใช้ออกซิเจนช่วยในการเผาผลาญไขมันใช้เป็นพลังงาน เป็นการออกกำลังกายโดยใช้กล้ามเนื้อเคลื่อนไหวต่อเนื่อง อย่างสม่ำเสมอ ไม่หักโหม เป็นการบริหารระบบหัวใจและเส้นเลือด เช่น การเดินแอโรบิก กระโดดเชือก ปั่นจักรยาน วิ่ง เป็นต้น

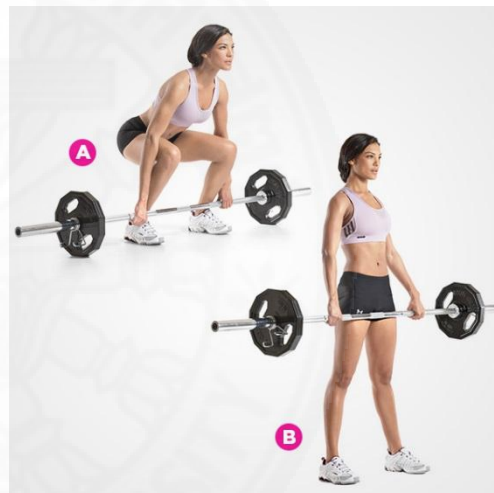
- Stretching คือ การบริหารร่างกายประเภทหนึ่ง ก่อนที่จะออกกำลังกายควรจะมีการอบอุ่นร่างกาย ยืดกล้ามเนื้อให้ร่างกายเกิดความพร้อมทำให้ออกกำลังกายได้ผลดียิ่งขึ้น และเมื่อออกกำลังกายเสร็จแล้วก็ควรยืดกล้ามเนื้อ เพื่อลดอาการตึงเกร็งของกล้ามเนื้อและลดการบาดเจ็บที่จะเกิดขึ้นภายหลังจากการออกกำลังกาย

- HIIT ย่อมาจาก High Intensity Interval Training คือ การออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอผสมกับการออกกำลังกายแบบหนักสลับกับการออกกำลังกายแบบเบา เช่น กระโดดสควอท 40 ครั้ง สลับกับการพัก 30 วินาที ทำจนครบ 5 นาที เป็นต้น

(รายละเอียดเพิ่มเติมประเภทของการออกกำลังกายอ่านเพิ่มเติมได้จาก บทที่ 2 เรื่องประเภทของการออกกำลังกาย)



ท่า Weight training: Barbell Bench Press



ท่า Weight training: Deadlift

ภาพที่ 4.13 ท่า Weight training

จากคลิปวิดีโอทั้งหมดในเพจ Bebe Fit Routine จะเห็นว่าคลิปประเภทคลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ ฟิตเนสหรือสวนสาธารณะ มีจำนวนมากที่สุดถึง 109 คลิปด้วยกัน โดยเนื้อหาหลักๆ จะเป็นการโชว์ท่าทาง ในการออกกำลังกาย ที่เป็นการบ่งบอกถึงชีวิตประจำวันหลักๆ ของเจ้าของเพจที่มักจะไปออกกำลังกายไม่ว่าจะเป็นที่ฟิตเนสหรือสวนสาธารณะก็ตาม แต่ถึงแม้จะเป็นการโชว์ท่าทางการออกกำลังกายเพียงสั้นๆ ไม่เกิน 1 นาที แต่ก็ได้รับความสนใจจากผู้ชม สังเกตได้จากความคิดเห็นในแต่ละคลิปที่ถึงแม้เนื้อหาในคลิปจะเป็นเนื้อหาที่สั้นๆ โชว์ท่าการออกกำลังกายเพียงไม่กี่ท่า แต่จากสถิติจำนวนครั้งในการเข้าชมคลิปประเภทนี้แต่ละคลิปก็มีจำนวนไม่น้อย และ

ผู้ชมก็มักจะเข้ามาถามให้ความสนใจอยากจะทำรายการละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับท่าออกกำลังกายที่ได้ชมจากคลิปและอยากจะทำไปประยุกต์ใช้ให้เข้ากับการออกกำลังกายของตนเอง รองลงมาคือ คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ซึ่งมีด้วยกัน 66 คลิป และเป็นประเภทคลิปที่มีคนดูมากที่สุดกว่า 2,800,000 ครั้ง วัตถุประสงค์ของคลิปประเภทนี้ก็เพื่อสอนการออกกำลังกายในท่าต่างๆ โดยจะไม่เน้นสื่อสารพูดคุยกับผู้ชม ไม่มีเสียงพูดแทรกขณะที่กำลังออกกำลังกายอยู่ แต่จะเน้นอธิบายท่าทาง และประโยชน์ของแต่ละคลิปอย่างละเอียดไว้ได้คลิป มีการเลือกใช้เพลงสนุก ทันสมัย โดยส่วนใหญ่จะเป็นการสอนออกกำลังกายแบบไม่ใช้อุปกรณ์ หรือเป็นอุปกรณ์ที่สามารถหาได้ง่ายและประยุกต์ใช้สิ่งของรอบตัวมาเป็นอุปกรณ์ช่วยในการ ออกกำลังกาย การสอนของเบเบ่สื่อให้เห็นถึงการที่เรานั้นสามารถออกกำลังกายได้ทุกที่ ง่ายๆ ไม่จำเป็นต้องไปที่ฟิตเนสเสมอไป หรือต้องใช้อุปกรณ์เหมือนที่ฟิตเนส และท้ายสุดคือ คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร ซึ่งมีเพียง 9 คลิปโดยส่วนใหญ่เป็นคลิปทำอาหารเพื่อการโฆษณา จึงจะเห็นได้ว่าในเพจ BeBe fit Routine นั้นจะไม่ค่อยเน้นและให้ความสนใจเกี่ยวกับเรื่องอาหารเท่าใดนัก แต่จะให้ความสำคัญกับคลิปออกกำลังกาย ในชีวิตประจำวันของตนเอง และคลิปสอนออกกำลังกายเสียมากกว่า ผู้วิจัยพบว่าลักษณะการสื่อสารระหว่างผู้สอนและผู้ชมนั้นไม่ค่อยมีการสร้างความคุ้นเคยหรือพูดคุยกันเท่าใดนัก ต่างจากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายจากเพจอื่น ที่มักจะมีการพูดคุยก่อนเริ่มสอน หรือการเขียนบรรยายข้อความต่างๆ ในเพจที่เป็นการสร้างความเป็นกันเองระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตาม สิ่งเหล่านี้ผู้วิจัยพบว่า เป็นทุนทางวัฒนธรรมจากผู้สอนออกกำลังกายเพจนี้ที่มีมาแต่ต้นก่อนจะมาสร้างเพจสอนออกกำลังกาย เนื่องจากเป็นดาราที่ได้รับ ความสนใจและการยอมรับจากสังคมมาก่อนแล้วจึงไม่จำเป็นต้องสร้างความสนิทสนมเป็นกันเองกับผู้ติดตามหรือผู้ชมคลิปวิดีโอมากมายนัก

4.2.2 เพจ Be fit and Eat Well

ภายในเพจ Be fit and Eat Well มีคลิปวิดีโอรวมกันทั้งหมด 24 คลิป แบ่งเป็น คลิปสอนออกกำลังกายจำนวน 21 คลิป โดยเนื้อหาส่วนใหญ่ในเพจ Be fit and Eat Well จะเน้นการสอนแบบให้ความรู้และเทคนิคการเตรียมร่างกายให้พร้อมก่อนจะออกกำลังกาย การวอร์มและการยืดส่วนต่างๆ ก่อนที่จะไปออกกำลังกาย และการดูแลตนเองหลังจากออกกำลังกายหรือได้รับการบาดเจ็บจากการออกกำลังกายจะมีวิธีบรรเทาหรือรักษาอาการเหล่านั้นอย่างไร เช่น คลิปทำบริหารเข่า เมื่อเจ็บเข่า, ยืดกล้ามเนื้อขาต่อนในและขาหนีบ เป็นต้น ในด้านของอาหารโค้ชเอนจะไม่เน้นการผลิตคลิปวิดีโอเพราะในเพจมีเพียง 3 คลิปเท่านั้น จะสังเกตได้ว่าภายในเพจ Be fit and Eat Well จะมีคลิปวิดีโอค่อนข้างน้อย เพราะโดยส่วนใหญ่โค้ชเอนจะเน้นเขียนบทความเกี่ยวกับการออกกำลังกาย การดูแลตนเองและโภชนาการมากกว่าจะผลิตคลิปวิดีโอ โดยจะโพสต์บทความทุกวันหรือแชร์บทความที่เกี่ยวกับสุขภาพ การออกกำลังกายภายในเพจของตน

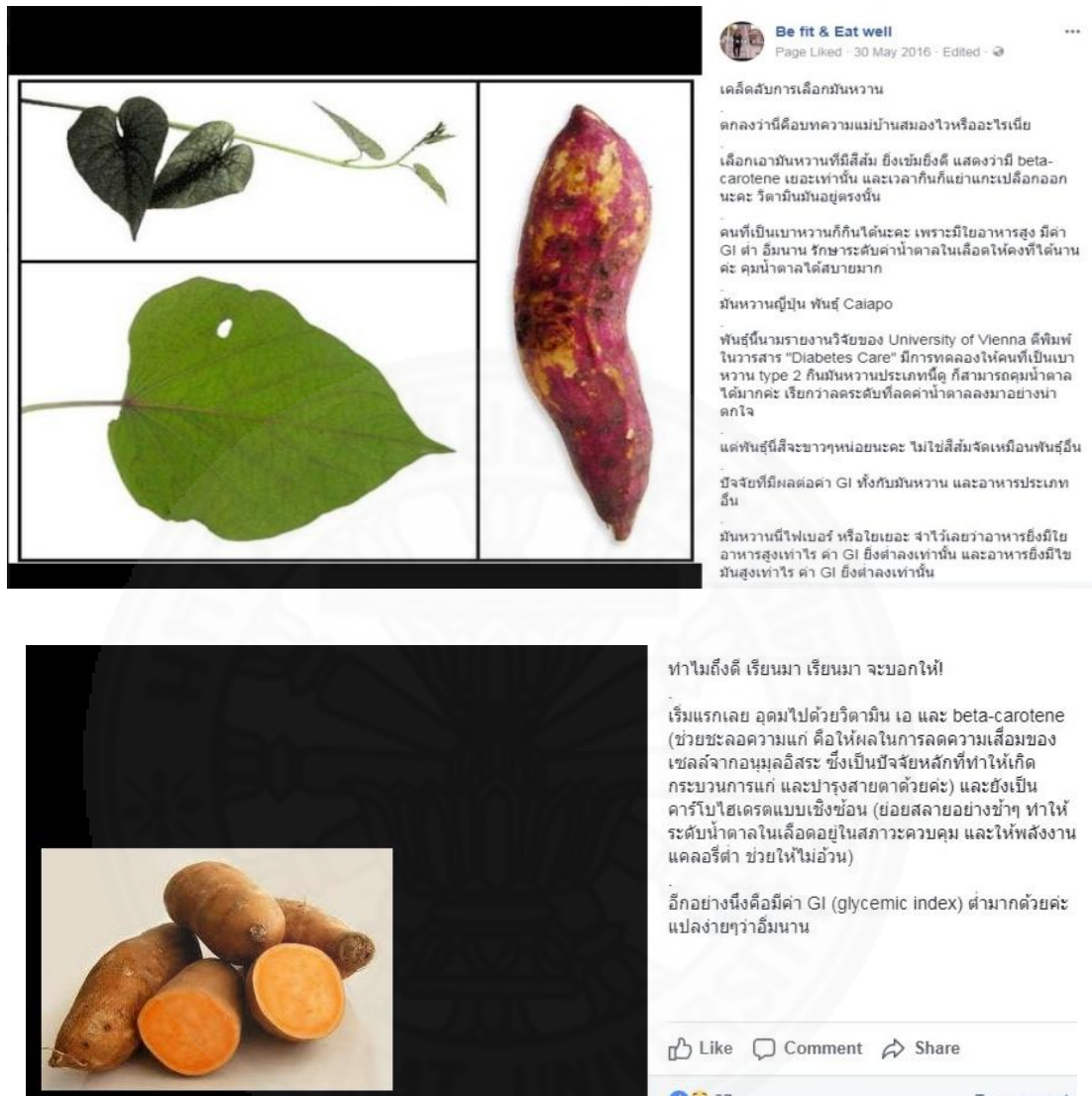
ผู้วิจัยได้แบ่งคลิปต่างๆ ในเพจ Be fit and Eat Well ออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

4.2.2.1 คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร

มีจำนวนทั้งหมด 3 คลิป เป็นคลิปสอนทำอาหารสั้นๆ ง่ายๆ เช่น ป๊อปคอร์น, มันทวน ซึ่งเป็นเมนูที่ทานแล้วควบคุมน้ำหนัก เพื่อสุขภาพ แคลลอรี่น้อยไม่ทำให้อ้วน ได้แก่ ชื่อคลิป Popcorn แบบไม่อ้วน มันทวนนอบกรอบ และของว่างช่วงกินเจ โดยทุกเมนูจะเป็นเจ้าของเพลงมือทำเอง โดยจะไม่มีภาพพูดคุยกับผู้ชม มีเพียงภาพวัตถุดิบและเครื่องปรุง ส่วนประกอบต่างๆ ในการทำ ภาพขั้นตอนสั้นๆ โดยจะเน้นอธิบายขั้นตอนอย่างละเอียดไว้ได้คลิป ทั้ง 3 คลิปที่กล่าวมานั้น ไม่มีเพื่อการค้าหรือโฆษณาสินค้าใดๆ เป็นเมนูที่เจ้าของเพจเลือกสรรอยากจะทำและแชร์ให้ผู้ติดตามได้ชมเท่านั้น

ลักษณะการนำเสนอ

เป็นคลิปวิดีโอสอนทำอาหารโดยใช้ภาพขั้นตอนการทำมาเรียงต่อกัน พร้อมกับเพลงประกอบจังหวะเบาๆ ฟังสบาย ไม่เห็นหน้าของผู้ทำอาหาร ไม่มีการพูดคุยหรือกล่าวทักทายใดๆ มีเพียงภาพวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร เช่น มันทวน เกลือ น้ำมันมะกอก ภาพขั้นตอนการใส่เครื่องปรุงเพียงไม่กี่ขั้นตอน โดยจะเน้นการอธิบายขั้นตอนอย่างละเอียด ที่มาที่ไปในการเลือกทำเมนูและบอกถึงรายละเอียดว่าทำไมจึงเลือกใช้วัตถุดิบชนิดนั้นในการทำอาหาร เพื่อให้ผู้ชมได้รู้ถึงคุณประโยชน์ของเมื่อนั้นๆ อย่างแท้จริง เช่น คลิป “มันทวนนอบกรอบ” ที่ถึงแม้จะเป็นเมนูง่ายๆ เครื่องปรุงและขั้นตอนในการทำไม่ยุ่งยาก แต่เจ้าของเพจได้อธิบายลงลึกรายละเอียดว่าทำไมจึงเลือกใช้มันทวนในการทำอาหารครั้งนี้

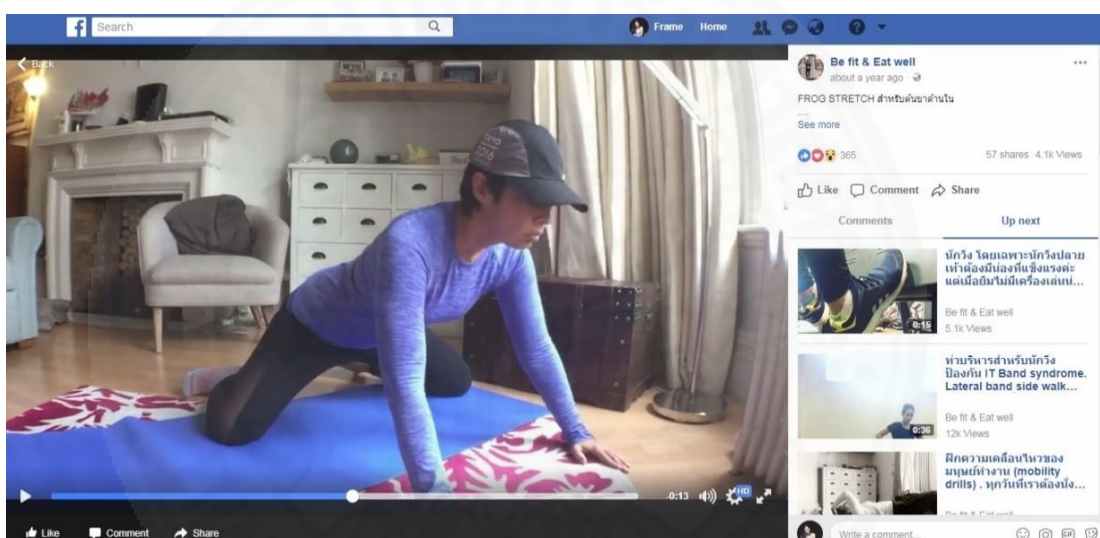


ภาพที่ 4.14 อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับมันหวาน ซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักในการทำอาหารครั้งนี้

4.2.2.2 คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย

มีจำนวนทั้งหมด 21 คลิป เป็นคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่ค่อนข้างต่างไปจากเพจอื่นๆ โดยเนื้อหาของคลิปวิดีโอสอน ออกกำลังกายของเพจ Be fit and Eat Well จะเน้นการให้ความรู้และเทคนิคในการออกกำลังกายให้มีประสิทธิภาพ ก่อนออกกำลังกายควรเตรียมร่างกายด้วยท่าทางแบบใด และหากออกกำลังกายเสร็จแล้วได้รับบาดเจ็บควรจะทำอย่างไรเพื่อรักษาอาการบาดเจ็บ เช่น ชื่อคลิป “ยืดก่อนวิ่ง” โดยเนื้อหาจะสอนท่าต่างๆ ก่อนที่จะไปวิ่ง เป็นการยืดกล้ามเนื้อให้ตื่นตัวและให้เลือดหมุนเวียน, ชื่อคลิป “การบริหารกล้ามเนื้อท้องเพื่อป้องกัน

Shin splint และเอ็นใต้ฝ่าเท้าอักเสบ” โดยเนื้อหาจะเป็นการสอนบริหารกล้ามเนื้อหลังการบาดเจ็บจากการออกกำลังกาย และป้องกันการบาดเจ็บในครั้งต่อไป ส่วนใหญ่จะไม่มีการใช้อุปกรณ์ใดๆ ในการออกกำลังกาย สถานที่ส่วนใหญ่ในการถ่ายทำคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย จะเป็นที่พักส่วนตัวของผู้สอน บริเวณที่โล่งไม่กว้างมากนัก หรือที่สวนสาธารณะ ความยาวของคลิปตั้งแต่ 0.20 – 3 นาที โดยเนื้อหาจะให้เห็นเพียงตัวอย่างของท่าที่จะสอน เน้นการอธิบายได้คลิบอย่างละเอียดมากๆ อธิบายความรู้ทางวิทยาศาสตร์การกีฬา ความรู้เกี่ยวกับที่มาของอาการบาดเจ็บและการรักษาที่ถูกต้อง มีการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลโดยส่วนใหญ่จะเป็นหนังสือจากต่างประเทศ การแต่งกายของผู้สอนจะสวมชุดออกกำลังกายที่เรียบง่ายเสื้อแขนยาว กางเกงขายาว เรียบง่ายไม่มีลวดลาย



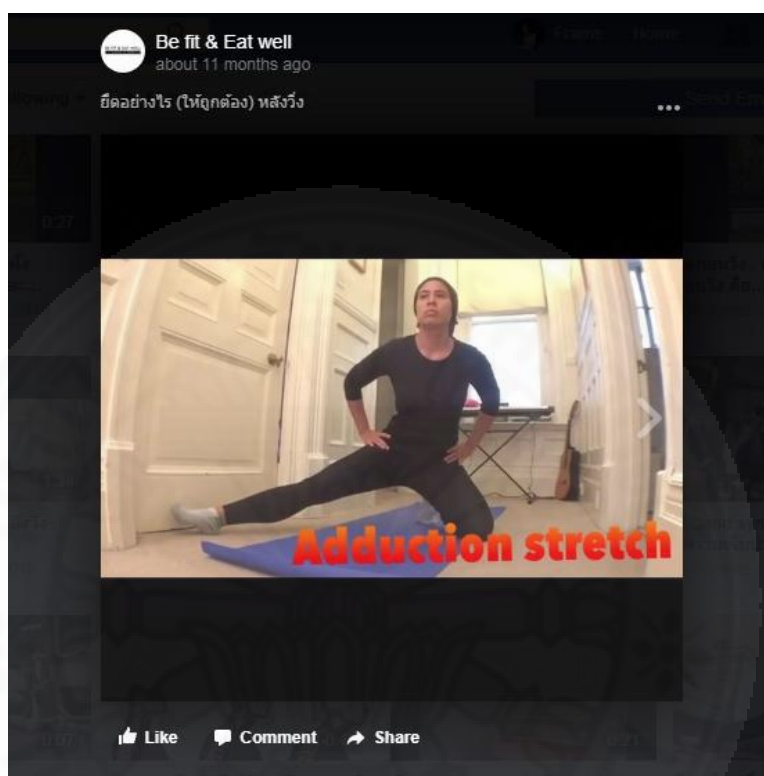
ภาพที่ 4.15 ตัวอย่างคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย สถานที่ที่ใช้คือ ที่พักของผู้สอนและแต่งกายชุดออกกำลังกายที่เรียบง่าย

ลักษณะการนำเสนอ

เป็นการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแบบเรียบง่าย ไม่มีการจัดสถานที่หรือมุมกล้องใดๆ เป็นการตั้งกล้องโทรศัพท์เพื่อถ่ายวิดีโอทั้งในที่พัก สวนสาธารณะและฟิตเนส ลักษณะการนำเสนอจุดเด่นจะอยู่ที่เนื้อหาที่เน้นการให้ความรู้และเทคนิคการเตรียมร่างกายให้พร้อมก่อนออกกำลังกาย เพื่อการออกกำลังกายที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นและการดูแลรักษาตัวเอง หลังจากการออกกำลังกาย รวมไปถึงการอธิบายได้คลิบ ที่ไม่เพียงแค่อธิบายเกี่ยวกับท่าทางไว้อย่างละเอียดเท่านั้น แต่ยังให้ความรู้ในแนววิทยาศาสตร์การกีฬา แหล่งอ้างอิงที่น่าเชื่อถือซึ่งแทบจะไม่มี

เพลงไหนทำแบบนี้ เพลงประกอบคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายนั้น บางคลิปก็มีเพลงบางคลิปก็ไม่มี เพลง จำนวนผู้ชมในคลิปประเภทนี้มีตั้งแต่ 3,000 – 23,000 ครั้ง

คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มียอดจำนวนการชมมากที่สุด



ภาพที่ 4.16 เพลง Be fit and Eat well ที่มียอดจำนวนการชมมากที่สุด

ภาพรวมคลิป

- คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มีจำนวนการชมมากที่สุด ได้แก่ คลิป “ยืดอย่างไร (ให้ถูกต้อง) หลังวิ่ง”
- จำนวนครั้งในการชมคลิป 24,006 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 4 มีนาคม 61)
- ความยาวของคลิป 1.34 นาที
- เพลงที่ใช้ประกอบการสอนในคลิปนี้เป็นเพลงจังหวะเร็ว และเสียง

ค่อนข้างดัง

- เนื้อหาในคลิปการสอนออกกำลังกายนี้เกี่ยวกับการสอนยืดส่วนต่างๆของร่างกาย เช่น ขา สะโพก กล้ามเนื้อก้น และหลัง ให้ถูกต้องว่าควรปฏิบัติกี่ครั้ง ควรเริ่มที่ท่าใดก่อนและหลัง เมื่อปฏิบัติแล้วรู้สึกอย่างไรจึงจะเป็นผลดี
- เทคนิคการนำเสนอ คลิปส่วนมากจากเพจนี้มักจะเป็นคลิปที่ให้ความรู้เฉพาะทาง เช่น คลิปการบริหารสะบักและหลังตอนกลางสำหรับนักวิ่ง, The Poliquin step-up: ท่าบริหารเข่า เมื่อเจ็บเข่า ดังนั้น การนำเสนอแต่ละคลิปจึงค่อนข้างมีความน่าเชื่อถือจากผู้สอนอยู่แล้ว การนำเสนอคลิปจึงเป็นไปอย่างเรียบง่าย แต่มีสาระและเน้นให้ความรู้แก่ผู้ชมจริงๆ
- การแต่งกาย สวมชุดออกกำลังกาย ปกปิดมิดชิด
- สถานที่ในการถ่ายทำคลิป เป็นบริเวณในบ้านของผู้สอน พื้นที่ทางเดินหน้าห้อง ไม่กว้างมากนัก

ตารางที่ 4.2

ประเภทของคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายในเพจ *Be fit and Eat Well*

ประเภทการออกกำลังกาย	จำนวน
Dynamic Stretching	10
Static Stretching	4
Educated	4
Body weight	3
รวม	21

จากตารางจะเป็นจำนวนคลิปสอนออกกำลังกายแต่ละประเภทในเพจ *Be fit and Eat Well* จากทั้งหมด 21 คลิป ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นการสอนยืดกล้ามเนื้อก่อนและหลังออกกำลังกาย โดยแบ่งเป็น Dynamic Stretching 10 คลิป และ Static Stretch 4 คลิป รองลงมาคือ คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแบบให้ความรู้เป็นการสอนใช้อุปกรณ์สำหรับออกกำลังกาย และสอนการแก้ปัญหาการทรงตัวในการวิ่ง สุดท้ายคือ คลิปสอนออกกำลังกายแบบ Body weight 3 คลิป แสดงให้เห็นว่าเพจ *Be fit and Eat Well* จะเน้น การสอนการเตรียมร่างกายก่อนออกกำลังกาย และการยืดกล้ามเนื้อหลังการออกกำลังกาย ซึ่งจะต่างไปจากเพจสอนออกกำลังกายเพจอื่นๆ ที่ จะสอนออกกำลังกายเพื่อให้หอมและมีหุ่นที่ดี และด้วยความที่โค้ชเอน เป็นนักกีฬาจึงรู้ว่าการเตรียมร่างกายให้พร้อมก่อนและหลังออกกำลังกายเป็นเรื่องที่สำคัญและควรปฏิบัติ

- Dynamic Stretching คือ การยืดกล้ามเนื้อก่อนออกกำลังกายทำให้ช่วงอบอุ่นร่างกาย ให้เลือดไหลเวียนและพร้อมออกกำลังกาย เป็นการยืดเหยียดกล้ามเนื้อแบบมีการเคลื่อนไหว โดยที่เคลื่อนไหวซ้ำๆ และต่อเนื่อง เช่น ท่า Leg Raise, Leg Swing เป็นต้น

- Static Stretching คือ การยืดกล้ามเนื้อหลังจากออกกำลังกาย เป็นการยืดแบบค้างไว้ 20-30 วินาทีช่วยให้กล้ามเนื้อคลายตัวและไม่เป็นพังผืด เพราะขณะที่เราออกกำลังกายกล้ามเนื้อเกิดการเคลื่อนไหวในรูปแบบเดิมเสมอไม่ได้ยืดอย่างเต็มที่ เช่น ท่า Cat Back, Thigh Stretch เป็นต้น

(รายละเอียดเพิ่มเติมประเภทของการออกกำลังกายอ่านเพิ่มเติมได้จากบทที่ 2 เรื่องประเภทของการออกกำลังกาย)



ท่า Dynamic Stretching: Leg Raise



ท่า Dynamic Stretching: Leg Swing



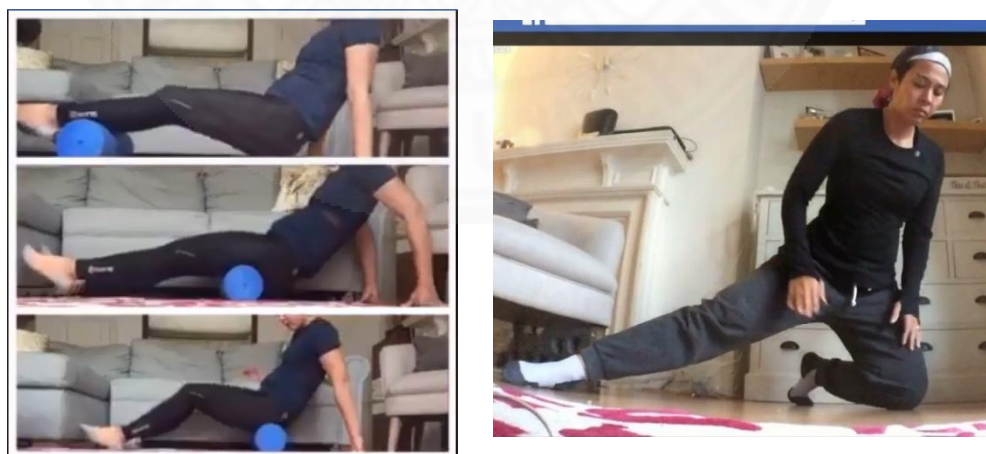
ท่า Static Stretching: Cat Back



ท่า Static Stretching: Thigh Stretch

ภาพที่ 4.17 ท่า Dynamic Stretching และ Static Stretching

จากจำนวนคลิปวิดีโอทั้งหมด 24 คลิป จากเพจ Be fit and Eat Well จะเห็นได้ว่ามีจำนวนคลิปวิดีโอที่น้อยมาก นานๆ ถึงจะโพสต์คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย หากเทียบกับเพจสอนออกกำลังกายเพจอื่นๆ และระยะเวลาที่ทำเพจมากกว่า 2 ปี ซึ่งส่วนใหญ่ในเพจจะเป็นคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ที่มีเนื้อหาเน้นเกี่ยวกับการเตรียมร่างกายให้พร้อมก่อนออกกำลังกายและการดูแลรักษาร่างกายหลังการออกกำลังกาย การรักษาอาการเจ็บอันเนื่องมาจากการออกกำลังกาย แต่ถึงแม้จะมีคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายไม่มากนัก แต่ก็มักจะได้รับ การตอบรับที่ดีจากผู้ติดตาม เพราะด้วยเนื้อหาของทุกคลิปที่ผลิตออกมาจะเป็นเนื้อหาที่มีประโยชน์ ให้ความรู้และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับการออกกำลังกายของทุกคน เห็นได้จากความคิดเห็นแสดงความคิดเห็นในแต่ละคลิป ที่มักจะเข้ามาขอบคุณและบอกถึงผลจากการปฏิบัติตามคลิปแล้วเกิดผลดีกับร่างกายของตนเอง โค้ชเอ็นค่อนข้างจะเน้นเนื้อหาข้อมูลที่ผลิตออกมา มากกว่าจะใส่ใจในเรื่องของภาพรวมคลิปว่าจะต้องมีมุกกลิ้งที่สวย คุณภาพวิดีโอก็ไม่ละเอียดคมชัดมากมายนักเหมือนเพจอื่นๆ และด้วยลักษณะการสอนที่ดูเรียบง่าย สบายๆ ทั้งสถานที่ที่เลือกใช้ก็เป็นที่พักของผู้สอน ซึ่งสิ่งหนึ่งที่ผู้วิจัยพบจากการสังเกตจากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายทั้งหมด 21 คลิป มี 11 คลิปด้วยกันที่โค้ชเอ็นเลือกใช้ที่พักของตนเองเป็นสถานที่ออกกำลังกาย โดยไม่ได้จำกัดว่าต้องเป็นพื้นที่โล่งกว้างเท่านั้น แม้แต่บริเวณทางเดินหน้าประตูหรือข้างเตียงโค้ชเอ็นก็สามารถออกกำลังกายและถ่ายวิดีโอสอนออกกำลังกายได้เช่นกัน และไม่เน้นการใช้อุปกรณ์ใดๆ มากนักรวมไปถึงการแต่งกายด้วยชุดออกกำลังกายที่เรียบง่าย ไม่เน้นความสวยงาม



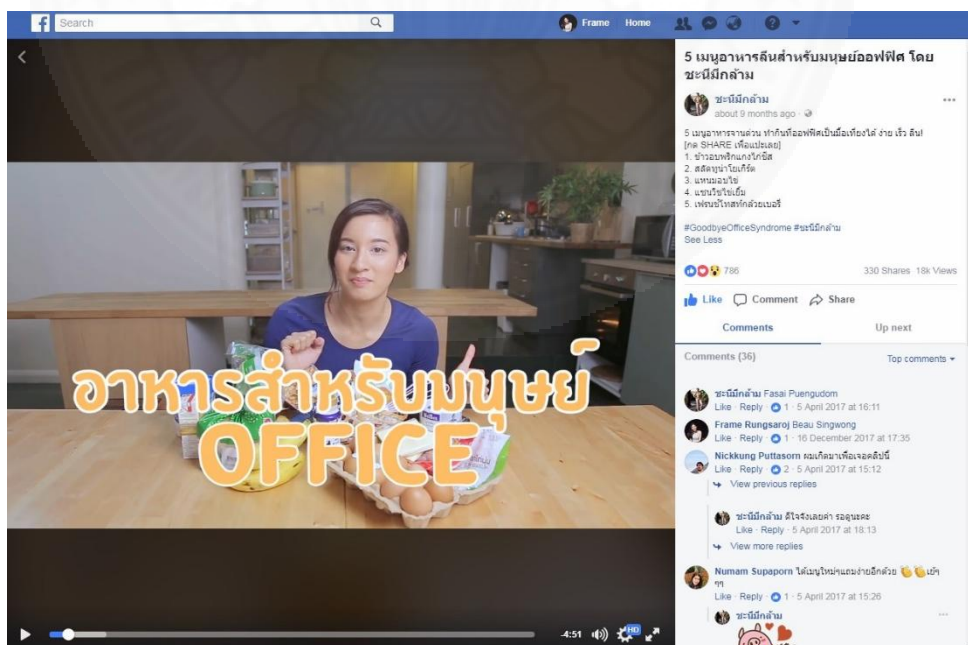
ภาพที่ 4.18 โค้ชเอ็นจะไม่เน้นสถานที่และอุปกรณ์ในการสอนมากนัก อุปกรณ์ที่ใช้ส่วนใหญ่จะมีแค่ foam roller สถานที่ในการสอนออกกำลังกายมักจะเป็นในพื้นที่พักของตนเอง

4.2.3 เพจชะนีมีก้าม

ภายในเพจชะนีมีก้าม มีคลิปวิดีโอรวมกันทั้งหมด 235 คลิป โดยเป็นคลิปเกี่ยวกับการออกกำลังกาย 135 คลิปด้วยกัน (คลิปออกกำลังกายที่ฟิตเนส สวนสาธารณะและคลิปสอนออกกำลังกาย) โดยเนื้อหา ใน คลิปออกกำลังกายของเพจชะนีมีก้ามจะไม่ได้เน้นสอนเพื่อให้ผอม หุ่นดี แต่จะเน้นการสอนออกกำลังกายที่เป็นพื้นฐานสำหรับไปเล่นในท่าอื่นๆ เน้นเสริมสร้างความแข็งแรง เพื่อสุขภาพที่ดี เช่น คลิปฝึกดึงข้อ การสร้างกล้ามเนื้อ เป็นต้น ในด้านของอาหาร ในเพจชะนีมีก้ามมีคลิปสอนทำอาหาร 78 คลิป ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการทำขนมเพราะคุณโบคาเปิดโรงเรียนสอนทำขนมคลีน ในด้านของอาหารคุณโบคาก็มีสอดแทรกเข้ามาเป็นช่วงๆ และอีก 22 คลิป เป็นคลิปวิดีโอเกี่ยวกับการถามตอบคำถามเรื่องสุขภาพ การออกกำลังกายและโภชนาการจะเห็นได้ว่าภายในเพจชะนีมีก้าม นั้นจะไม่ได้เน้นเรื่องออกกำลังกายเพียงอย่างเดียวแต่ให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารและโภชนาการเป็นอย่างมาก เนื้อหาโดยรวมต้องการจะให้ผู้ที่ได้รับข้อมูลจากเพจนี้มีสุขภาพดี ทั้งจากการออกกำลังกายและการทานอาหารในแบบของตนเองที่ไม่สุดโต่งเกินไป ให้มีความสุขกับการออกกำลังกายควบคู่ไปกับการทานอาหาร

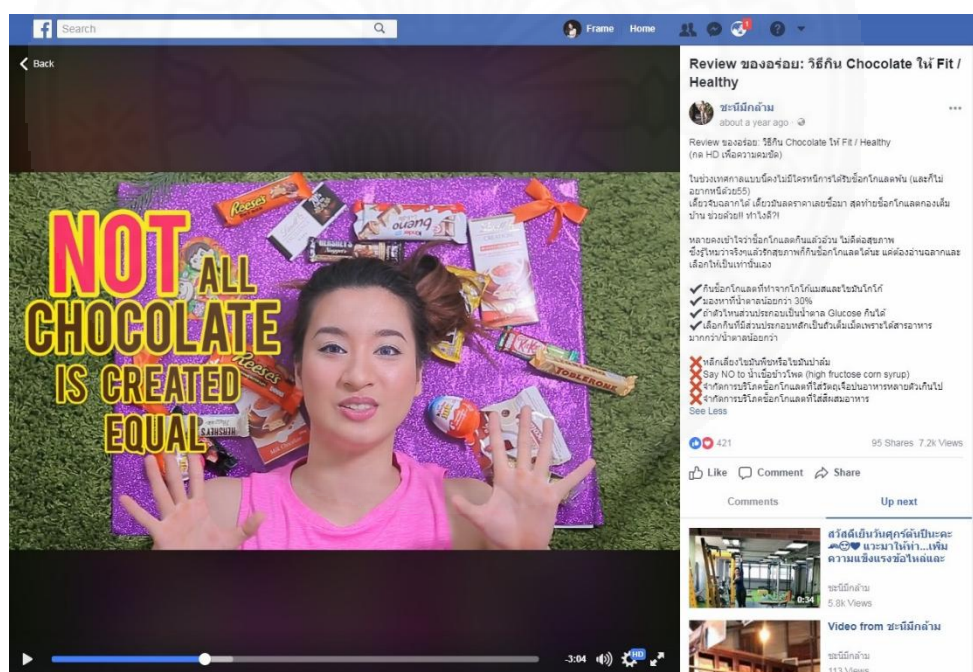
ผู้วิจัยได้แบ่งคลิปต่างๆ ในเพจ ชะนีมีก้าม ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

4.2.3.1 คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร และคลิปให้ความรู้เรื่องโภชนาการ



ภาพที่ 4.19 ภาพคลิปวิดีโอสอนทำอาหารสำหรับมนุษย์ office

มีจำนวน 78 คลิป เนื่องจากเจ้าของเพจหรือคุณไบคา เรียนจบมาทางด้านโภชนาการมาโดยเฉพาะและยังเปิดโรงเรียนสอนทำขนมอีกด้วย ดังนั้น ในเพจขะนี้มีก๊ล้ามจึงมีคลิปวิดีโอสอนทำขนมและอาหารค่อนข้างเยอะ ภาพและเสียงในคลิปจึงมีความสวยงาม ละเอียดคมชัด เสียงฟังชัดเจน เป็นการประชาสัมพันธ์โรงเรียนสอนทำขนมของเธอเองด้วย คลิปส่วนใหญ่จะเป็นการสอนทำขนมคลีน เช่น No-Bake Caramel Cheesecake, Whole Wheat Coffee Bean Pancake และ Microwaved Apple Cake เป็นต้น โดยจะคัดสรรเลือกใช้วัตถุดิบที่ดีต่อร่างกาย เช่น กรีกโยเกิร์ต, คูกี้โฮลวิท, ครีมชีสไขมันต่ำ, เมล็ดเจีย และน้ำมันมะพร้าว เป็นต้น บางคลิป จะเป็นการสอนทำอาหารคาเวโดยมักจะเป็นเมนูที่คุณไบคาประทับใจและเป็นประจำอยู่แล้ว และได้มาแชร์ให้กับผู้ติดตามเพจ เช่น เมนู Spaghetti Pesto เส้นโฮลวิท, หมูอบตะไคร้ เป็นต้น ไม่เพียงแต่สอนการทำอาหาร ทั้งของคาเวและของหวาน เธอยังทำคลิปวิดีโอเกี่ยวกับความรู้เรื่องอาหาร การเลือกวัตถุดิบ กินอะไรดีกินอะไรไม่ดี เช่น ประเภทของน้ำมัน, น้ำจิ้มสุกี้แบบไหนถึงจะดี, วิธีกิน Chocolate ให้ Fit / Healthy



ภาพที่ 4.20 คลิปวิดีโอให้ความรู้เกี่ยวกับการเลือกทานช็อกโกแลตให้มีประโยชน์ต่อร่างกาย

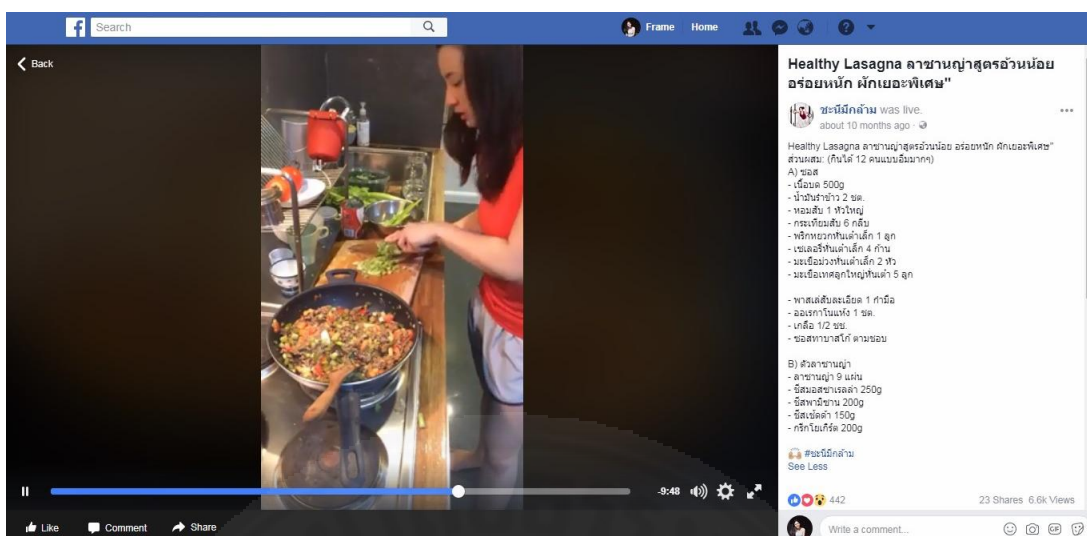
ลักษณะการนำเสนอ

ลักษณะของคลิปสอนทำอาหารภายในเพจขะมีก๊ล้ามนั้น จะมีความแตกต่างกันออกไปตาม แต่จุดประสงค์ของคลิป ซึ่งหากเป็นคลิปสอนทำขนมเพื่อการประชาสัมพันธ์

โรงเรียนสอนทำขนมอาหารของคุณไบคา ลักษณะของคลิปจะมีความสวยงามทั้งภาพและเสียงที่คมชัด มีการขึ้นคำบรรยายในคลิปเกี่ยวกับวัตถุดิบที่ใช้ในการทำขนม ส่วนใหญ่จะไม่มีกรพูดคุยกับผู้ชมสักเท่าไร เน้นให้เห็นส่วนผสมและขั้นตอนวิธีการทำ หากเป็นคลิปวิดีโอสอนทำอาหารคาว เช่น Healthy Lasagna ลาซานญ่าสูตรอ้วนน้อย, ผักโขมอบชีส และแกงเรียงเขมร เป็นการสอนโดยการตั้งกล้องโทรศัพท์ไว้และคุณไบคาเป็นผู้ลงมือทำอาหารเอง จะเป็นการทำอาหารในชีวิตประจำวันของคุณไบคาและอัดคลิปไว้ จึงไม่ได้มีการจัดมุมกล้องหรือจัดแสง ถ่ายทำตัดต่อจริงจังเหมือนในคลิปวิดีโอสอนทำขนม จึงค่อนข้างจะเป็นการสอนแบบธรรมชาติและมีความเป็นกันเองกับผู้ชมค่อนข้างมาก พูดคุยกับผู้ชมอย่างเป็นกันเอง มีการแนะนำเคล็ดลับการทำอาหาร ให้ความรู้ เรื่องโภชนาการไปด้วย ขณะที่ทำอาหาร เช่น เมื่อนูลาซานญ่าได้พูดถึงการหั่นมะเขือที่ไม่ควรหั่นใหญ่มาก และประโยชน์ของมะเขือม่วง เป็นต้น

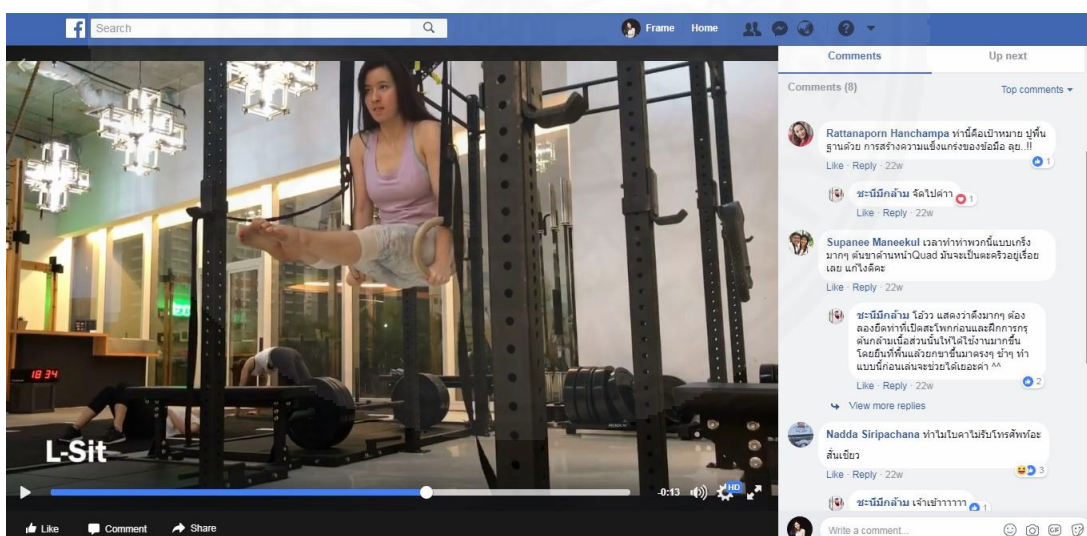


ภาพที่ 4.21 คลิปวิดีโอสอนทำขนม ตัดต่อกราฟิกเพื่อความสวยงาม จัดแสงและสถานที่ในการถ่ายทำ



ภาพที่ 4.22 คลิปวิดีโอสอนทำอาหารคาว ตั้งกล้องโทรศัพท์และมีการพูดคุยกับผู้ชมขณะทำอาหาร

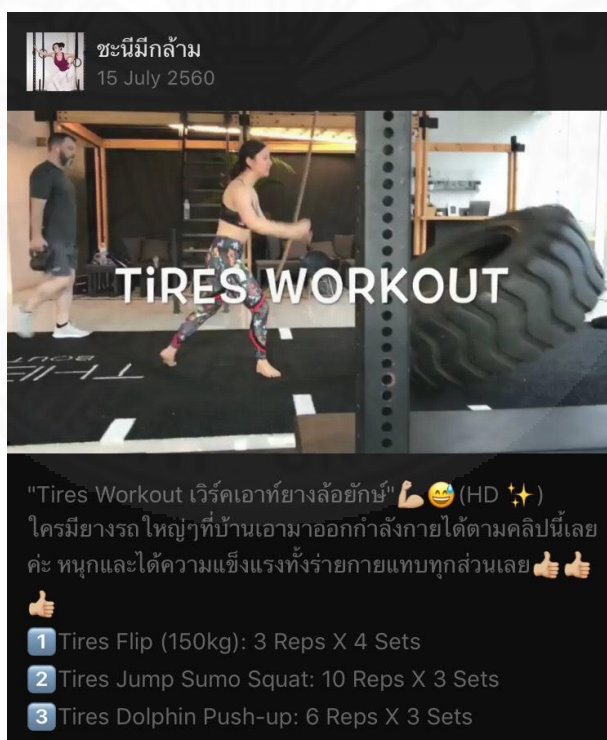
4.2.3.2 คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ฟิตเนสหรือสวนสาธารณะ



ภาพที่ 4.23 คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ฟิตเนส

มีจำนวนทั้งหมด 101 คลิป เป็นคลิปวิดีโอที่โชว์ท่าทางการออกกำลังกายในแต่ละวันของคุณไบบะ ซึ่งบางวันก็ไปฟิตเนสบางวัน ก็ไปสวนสาธารณะ คุณไบบะนอกจากจะเป็นครูสอนทำขนมแล้ว ยังเป็นเทรนเนอร์ออกกำลังกายอีกด้วย รวมทั้งพี่ชายที่เป็นทั้งเทรนเนอร์และเจ้าของฟิตเนส ชื่อตั้ง Fit junction และแฟนของคุณไบบะเองก็เป็นเทรนเนอร์ด้วยเช่นกัน สภาพแวดล้อม

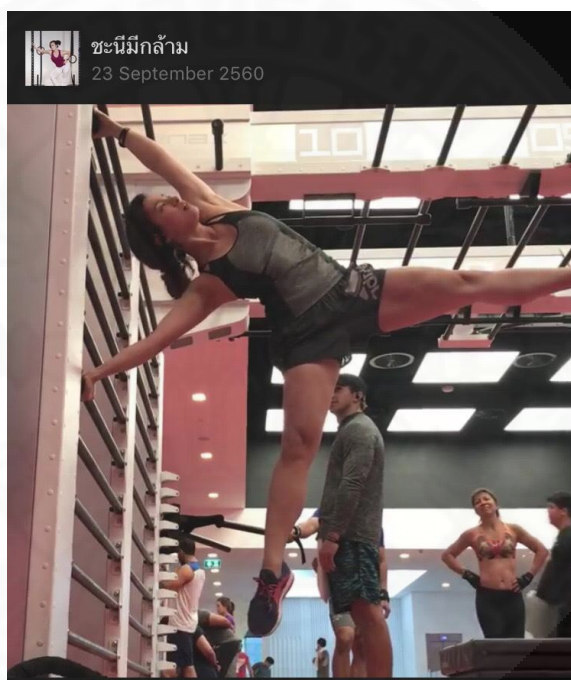
และบุคคลรอบตัวล้วนแต่สนใจและให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย จึงไม่น่าแปลกใจที่คุณโบคา จะใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพทั้งด้านโภชนาการและการออกกำลังกาย คลิปส่วนใหญ่กว่า 100 คลิป ในเพจนี้มีกล้ามเนื้อจึงเป็นคลิปออกกำลังกายในฟิตเนสและสวนสาธารณะ ในบางคลิปจึงจะเห็นแฟนของคุณโบคามาคอยช่วยเหลือความปลอดภัยในบางท่าทางที่เล่นยาก หรือ คอยช่วยแนะนำท่าทางให้บ้าง โดยเนื้อหาในคลิปวิดีโอเน้นหากเป็นการออกกำลังกายในฟิตเนสก็จะมี การใช้อุปกรณ์มาช่วยทั้ง ดัมเบล, เชือก, barbell, trap bar, Kettle bell เป็นต้น จะเป็นการฝึกเล่น ท่าทางที่ต่างกันไป แล้วแต่ว่าช่วงนั้นคุณโบคากำลังต้องการเน้นสร้างกล้ามเนื้อส่วนไหน หรือ กำลังทดสอบความสามารถของตนเองว่าสามารถเล่นท่าทางที่ยากได้ถึงแค่ไหน หากเป็นวันที่ไปออกกำลังกายที่สวนสาธารณะคุณโบคา มักจะเลือกออกกำลังกายด้วยการวิ่ง และ โหนบาร์ เนื่องจากไม่ต้อง ใช้อุปกรณ์มากมายนัก โดยเนื้อหาในคลิปจะเน้นเพียงโชว์ท่าทางว่าออกกำลังกายท่าใด พร้อมคำ บรรยายใต้คลิปถึงชื่อท่าและจำนวนครั้งที่ควรทำตามก็ครั้งและกี่เซต หรือในบางคลิปก็เป็นเพียงการ โชว์ท่าทางไม่มีคำบรรยายอธิบายใต้คลิป



ภาพที่ 4.24 ภาพจากคลิป Tires workout ออกกำลังกายในฟิตเนส มีเพียงการโชว์ท่าและคำ บรรยายใต้คลิป บอกเพียงชื่อท่าและจำนวนครั้งที่ควรปฏิบัติตาม

ลักษณะการนำเสนอ

จะเป็นการอัดคลิปวิดีโอออกกำลังกายในแต่ละวันของคุณไบคา ทั้งในฟิตเนสและสวนสาธารณะ บางคลิปจะมีการอธิบายใต้คลิปไว้ว่าวันนี้เล่นท่าอะไร ช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อส่วนใด จะมีความยาวไม่เกิน 1 นาที แต่บางคลิปที่เพียงการโชว์ท่าออกกำลังกาย เช่น ฝึกท่า Human flag, one arm hang ซึ่งมักจะไม่มีการบรรยายใดๆ ใต้คลิป เป็นการอัดคลิปให้เห็นถึงพัฒนาการในการทำท่าต่างๆ ที่ยากขึ้นหรือเป็นท่าใหม่ที่กำลังฝึกฝนอยู่ ส่วนใหญ่จะไม่มีการพูดคุยสื่อสารกับผู้ชมตลอดคลิป



ภาพที่ 4.25 คลิปออกกำลังกายในฟิตเนสของคุณไบคา ที่โชว์ความสามารถในการทำ Human flag

4.2.3.3 คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย

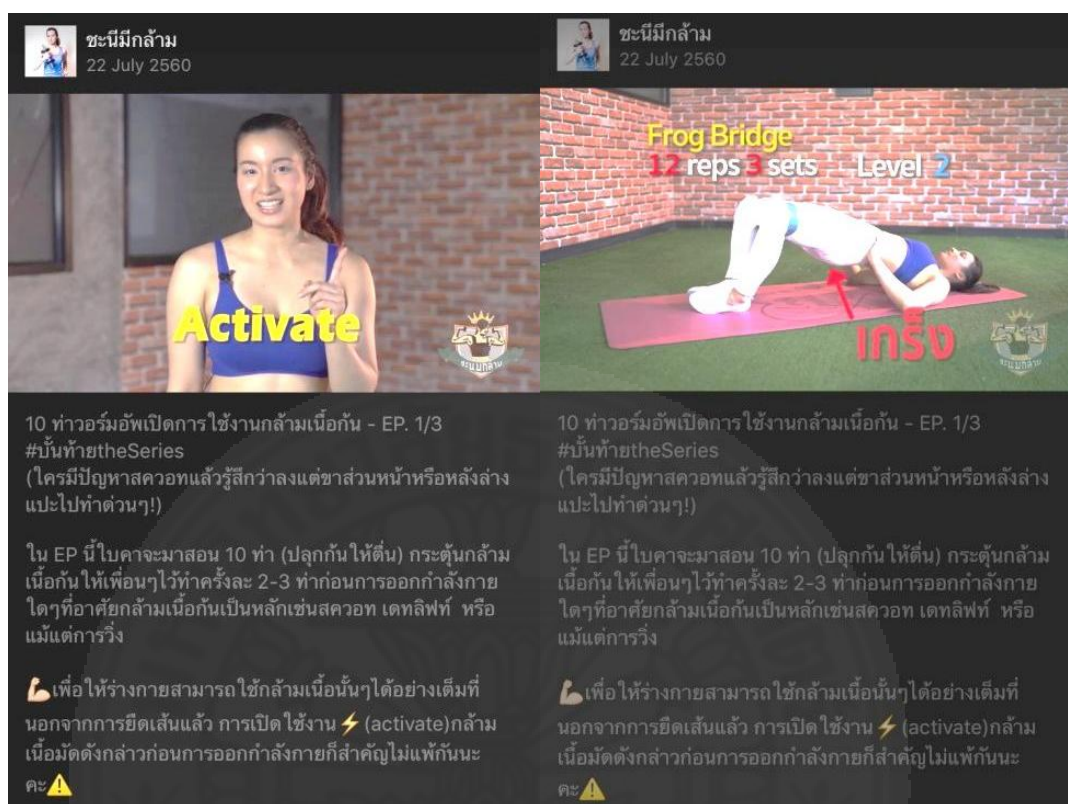


ภาพที่ 4.26 ภาพคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ใช้ฟิตเนสเป็นสถานที่สอน

มีจำนวนทั้งหมด 34 คลิป คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายในเพจชะนีมี กล้าม สอนโดยคุณไบบคาเจ้าของเพจ สถานที่ที่ใช้สอนส่วนใหญ่จะเป็นที่ฟิตเนส บางคลิปก็สอนที่บ้าน ของคุณไบบคา เนื้อหาในคลิปอาจจะไม่ได้เน้นสอนการออกกำลังกายเหมือนในเพจอื่นๆ เช่น 5 ท่าลด พุงภายใน 1 อาทิตย์ หรือท่าออกกำลังกายที่เน้นทำให้ผอม แต่จะเน้นเนื้อหาสอนออกกำลังกายที่เป็น พื้นฐานสำหรับไปเล่นในท่าอื่นๆ ให้ร่างกายแข็งแรง เป็นคลิปสอนออกกำลังกายที่สร้างมัดกล้ามเนื้อ และ ชิกแพค เสริมสร้างความแข็งแรง เช่น คลิปฝึกดึงข้อ, สอนดึงข้อสำหรับผู้เริ่มต้น, สร้างกล้ามเนื้อง่ายๆ ใช้ เพียงน้ำหนักตัว เป็นต้น คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายจะมีความยาวตั้งแต่ 0.30 นาที - 1 ชั่วโมง โดยคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายผ่านการ Live Facebook นั้นจะมีความยาวของคลิปค่อนข้างนาน ตั้งแต่ 30 นาที - 1 ชั่วโมง โดยทำการสอนออกกำลังกายไปด้วย และพูดคุยกับผู้ชมไปด้วย หากผู้ชมมี ข้อสงสัยหรือต้องการให้สอนท่าออกกำลังกายแบบใดก็จะความคิดเห็นถาม ซึ่งคุณไบบคาสามารถเห็น ข้อความนั้นได้ในทันที สามารถตอบคำถามและสอนท่าออกกำลังกายที่ผู้ชมต้องการได้แบบทันที บางครั้งมีการอธิบายเกี่ยวกับท่าทาง การจัดให้ถูกต้อง ประโยชน์ของการออกกำลังกายในท่านั้นๆ ควบคู่กับการสอนออกกำลังกาย จึงใช้เวลาในการถ่ายคลิปก่อนข้างนาน

ลักษณะการนำเสนอ

มีการพูดคุยกล่าวทักทายกับผู้ชมเกือบทุกคลิป เกรีนบอกถึงเนื้อหาที่จะ สอนในคลิปนั้น บางคลิปจะเป็นการสอนท่าออกกำลังกายต่างๆ พร้อมกับพูดคุยอธิบายท่าไปด้วย หรือ บางคลิปก็เป็นการสอนท่าออกกำลังกาย และใช้เสียงบรรยายประกอบการอธิบายท่าทาง บอกจำนวน ครั้งและเซทที่ควรทำ และบรรยายได้คลิบบอกชื่อท่าและประโยชน์ของท่าออกกำลังกายที่ได้สอนไป



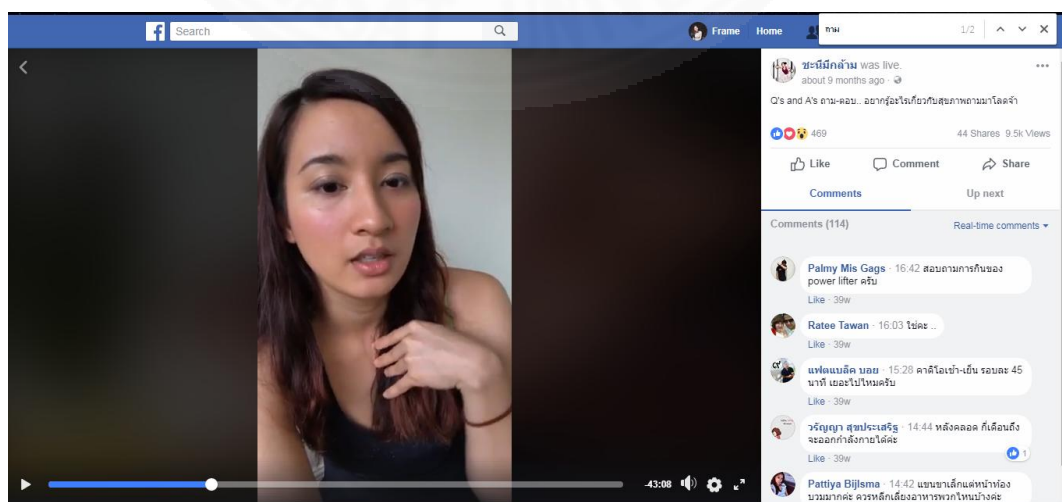
ภาพที่ 4.27 คุณโบคาจะมีการกล่าวทักทายผู้ชม เกร็งถึงเนื้อหาก่อนจะสอนและจำนวนครั้งที่ควรปฏิบัติ

คุณโบคาจะสร้างสรรค์ท่าทางใหม่ๆ สำหรับผู้ชมที่เบื่อการออกกำลังกายเดิมๆ เช่น คลิปวิดีโอ “ใครซิทอัพจนเบื่อแล้วบ้าง” โดยจะมีการนำท่าใหม่มานำเสนอ แต่ให้ประโยชน์ใกล้เคียงกับซิทอัพ, ชื่อคลิป “12 ท่า plank หุ่นดีได้ไม่น่าเบื่อ” โดยจะรวบรวมท่าเพลงค์ที่หลากหลาย ให้ผู้ที่ชมได้เลือกปฏิบัติตาม จะได้ไม่เบื่อการเพลงค์ในท่าเดิมๆ



ภาพที่ 4.28 คลิป 12 ท่า plank หุ่นดีได้ไม่ ná เปื่อ คุณไบคาได้สอนท่า plank ใหม่ ๆ ให้กับผู้ชม

4.2.3.4 คลิปวิดีโอ Question & Answer



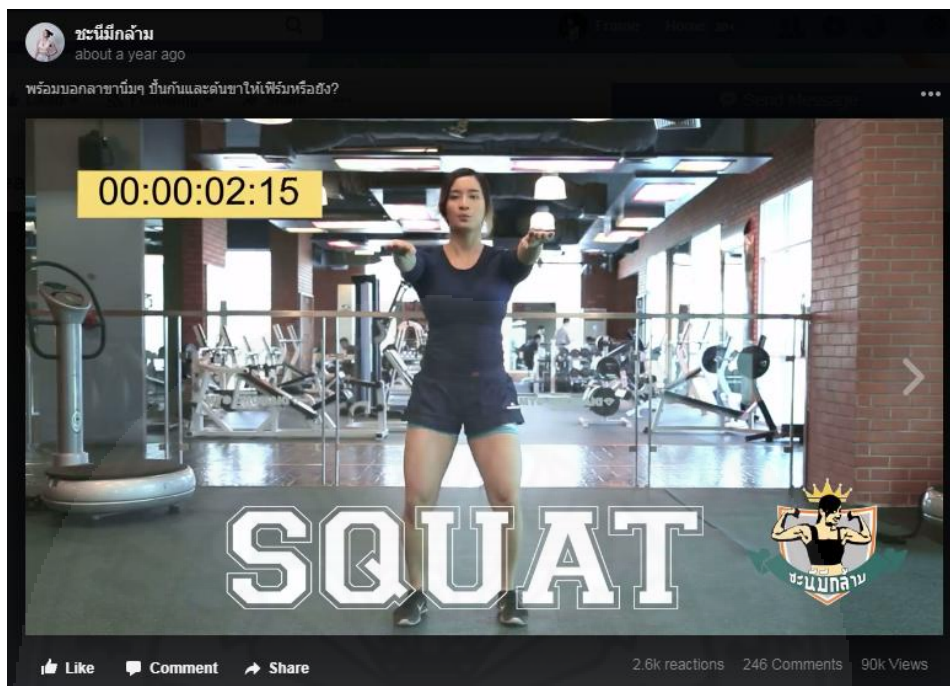
ภาพที่ 4.29 คลิปวิดีโอ Live facebook คุณไบคาคุยกับผู้ชม

มีจำนวนทั้งหมด 22 คลิป เป็นคลิปวิดีโอแบบ Live facebook ให้ผู้ที่ชมคลิปขณะนั้นสามารถถามคำถามเข้ามาในเพจ โดย คุณใบคาจะเป็นผู้ตอบคำถามเอง ซึ่งบางครั้งจะมีแขกรับเชิญเข้ามาร่วมตอบคำถามด้วย ส่วนใหญ่จะเป็นเพื่อนและพี่ในวงการฟิตเนสด้วยกันเอง เช่น โค้ชปิง เป็นเทรนเนอร์ฟิตเนสที่ชื่นชอบการทำอาหารและการออกกำลังกาย, คุณเฟิร์น เจ้าของเพจ Fit style fern เป็นต้น โดยคำถามจะหลากหลายแล้วแต่ความสนใจและความสงสัยของผู้ติดตามในเพจ เช่น สควอทแล้วขาใหญ่ขึ้น ควรหยุดเล่นไหม, กินเวย์โปรตีนหลังจากออกกำลังกาย 30 นาที จำเป็นไหม เป็นต้น บางคนจะทิ้งคำถามไว้ใน Message ของเพจซะนี่มีกลิ่น บางคนก็จะมาความคิดเห็นถามได้คลิปขณะที่ถ่ายทอดสดวิดีโออยู่ ซึ่งเมื่อคุณใบคา Live วิดีโออยู่นั้นก็จะสามารถเห็นข้อความ ที่ผู้ติดตามถามมาได้ตลอดเวลา และสามารถตอบคำถามได้เลยทันที

ลักษณะการนำเสนอ

คลิปวิดีโอถามตอบปัญหาเกี่ยวกับสุขภาพและการออกกำลังกาย คุณใบคาจะสร้างความเป็นกันเองกับผู้ชมโดยกล่าวทักทายผู้ที่ติดตามชม เกริ่นเล่าเรื่องในชีวิตประจำวันที่ได้ไปเจอมา ขวนผู้ชมพูดคุยเรื่องจิปาถะ หากเป็นผู้ที่คุณใบคา รู้จักหรือจำได้ว่าเป็นแฟนเพจที่ติดตามเธอ สม่่าเสมอ เมื่อเข้ามาชมคุณใบคาจะมีการเอ่ยชื่อเรียกและกล่าวสวัสดีบุคคลนั้น คุณใบคาจะแสดงความใส่ใจต่อผู้ติดตามเพจอย่างมาก เช่น ผู้ติดตามบางคนอาจจะไม่ทันมาดูคลิปวิดีโอ Live facebook ในขณะนั้น แล้วมาติดตามดูทีหลังและทิ้งคำถามไว้ได้ความคิดเห็นคลิป คุณใบคาก็จะมาตามตอบคำถามทีหลัง หรือบางคนเลือกถามคุณใบคาผ่านทางข้อความ เฟซบุ๊ก (message) คุณใบคาก็จะส่งข้อความกลับเป็นรายบุคคลเพื่อตอบคำถาม หากเป็นคำถามที่ผู้ติดตามเพจสงสัยเป็นจำนวนมากคุณใบคาก็เลือกที่จะผลิตคลิปใหม่ออกมาโดยเฉพาะ เพื่อตอบคำถามหลายๆ คน ในครั้งเดียวและให้ข้อมูลที่ละเอียด เช่น คลิปวิดีโอ “สรุปเนยกินแล้วอ้วนไหม” ความยาวของคลิปวิดีโอประเภทนี้จึงใช้เวลาค่อนข้างนาน เพราะมีผู้ที่เข้ามาชมเพิ่มเรื่อยๆ และถามคำถามหลากหลายด้วยกัน การตอบแต่ละคำถามจึงอาศัยการอธิบายที่ค่อนข้างนานเพื่อข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องให้มากที่สุด ความยาวของคลิปวิดีโอจะอยู่ที่ประมาณ 1 ชั่วโมง

คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มียอดจำนวนการชมมากที่สุด



ภาพที่ 4.30 เพจชนะมีกล้ามเนื้อ ที่มียอดจำนวนการชมมากที่สุด

ภาพรวมคลิป

- คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มีจำนวนการชมมากที่สุด ได้แก่ คลิป “พร้อมบอกลาขานึ่มๆ ปั่นกันและต้นขาให้เฟิร์มหรือยัง?” จำนวนครั้งในการชมคลิป 93,097 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 4 เมษายน 61)
- ความยาวของคลิป 6.20 นาที
- เพลงที่ใช้ประกอบการสอนในคลิปนี้เป็นเพลงจังหวะกลางๆ ไม่เร็วมาก เปิดคลอเบาๆ ไปกับไปการสอน
- เนื้อหาในคลิปการสอนออกกำลังกายนี้เกี่ยวกับการกระชับขา ลดไขมันส่วนเกินให้กลายเป็นขาที่กระชับมีกล้ามเนื้อ และการปั่นกันให้กลมซึ่งกำลังเป็นกระแสนิยมของผู้หญิงในยุคนี้ ที่ต้องการจะมีกันที่กลมมนเพื่อใส่กางเกงหรือกระโปรงแล้วจะทำให้ดูสวยและเซ็กซี่
- เทคนิคการนำเสนอ มีการกล่าวทักทายอย่างเป็นกันเองกับผู้ชม และอธิบายท่าทางตลอดการสอน บอกถึงประโยชน์และการปฏิบัติท่าทางที่ถูกต้อง มีการพูดเชิญชวนให้ผู้ชมปฏิบัติตาม ด้วยการบอกถึงระยะเวลาในการปฏิบัติเพียงแค่ 5 นาที ทำทั้งหมด 3 เซต เป็นระยะเวลา 4 สัปดาห์ก็จะเห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของร่างกาย

การแต่งกายของผู้สอน เป็นชุดออกกำลังกายเสื้อยืด กางเกงขาสั้นที่ดู
 สวมใส่สบายไม่รัดรูปมาก

- สถานที่ในการสอน เป็นพื้นที่โล่งในฟิตเนส
- TRX ย่อมาจาก Total Body. Resistance Exercise คือ การออกกำลังกายโดยใช้อุปกรณ์ เป็นการออกกำลังกายโดยใช้แรงต้านทุกส่วนของร่างกาย โดยมีเชือกเป็นตัวตั้งและน้ำหนักตัวเราเป็นแรงต้าน เน้นฝึกกล้ามเนื้อแกนกลางลำตัว เช่น ท่า Low Row, Pike เป็นต้น

(รายละเอียดเพิ่มเติมประเภทของการออกกำลังกายอ่านเพิ่มเติมได้จาก
 บทที่ 2 เรื่องประเภทของการออกกำลังกาย)



ท่า TRX: Low Row

ท่า TRX: Pike

ภาพที่ 4.31 ท่า TRX

ตารางที่ 4.3

ประเภทของคลิบัติ้โอสอนอกก้ำล้งก้ำยในเพจ ชะนึ่มึก้ำล้ง

ประเภทการออกกำลังกาย	จำนวน
Body weight	17
Stretching	8
Cardio	4
TRX	3
Weight training	2
รวม	34

จากตารางจะแสดงจำนวนคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายเพจ ชะนีมีกล้ามเนื้อ ทั้งหมด 34 คลิป ซึ่งจะเป็นคลิปประเภท Body weight มากที่สุด 17 คลิป รองลงมาคือ Stretching 8 คลิป, Cardio 4 คลิป, TRX 3 คลิป และ Weight training 2 คลิป ตามลำดับ

พื้นฐานด้านร่างกายของคุณไบคาเป็นผู้หญิงโครงร่างใหญ่ ที่ดูแล้วไม่น่าจะเป็นหุ่นในอุดมคติของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน แต่ผู้ติดตามในเพจชะนีมีกล้ามเนื้อ ต่างก็มาชื่นชมในรูปร่างของเธอ ที่ดูสุขภาพแข็งแรง และมีมัดกล้ามเนื้อที่สวยงามซึ่งก็ตรงกับเป้าหมายของเธอที่รักและภูมิใจในสิ่งที่ตนเองเป็น ไม่รับกระแสสังคมที่ต้องเอาเล็ก ตัวเล็ก ก้นกลม เธอได้กล่าวไว้ในคลิปหนึ่งว่าเป้าหมายการออกกำลังกายของเธอไม่ใช่เพื่อผอม หรือการมีเอวบางร่างเล็ก แต่เธอต้องการร่างกายที่สุขภาพดี แข็งแรงเท่านั้น รวมถึงลักษณะนิสัยการใส่ใจเรื่องอาหารที่มีมาเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ทำให้คุณไบคาสนใจเรื่องโภชนาการและเลือกที่จะศึกษาเล่าเรียนในด้านนี้โดยเฉพาะ และเธอต้องการจะสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้ติดตามเพจของเธอให้มีความสุขกับการทานอาหารและการออกกำลังกายควบคู่กันไป

ดังนั้น เราจึงจะเห็นว่าในเพจชะนีมีกล้ามเนื้อ จะไม่ได้มีเพียงคลิปสอนออกกำลังกาย แต่จะเห็นคลิปสอนทำขนมและอาหารที่ถูกโพสต์บ่อยมากพอๆ กับคลิปสอนออกกำลังกาย คุณไบคานั้นเป็นสายชอบทานขนม ทานอาหารทั้งคลีนและไม่คลีน แต่ก็เป็นคนที่รักสุขภาพมีทั้งวันที่ตามใจปากและวันที่เลือกทานและขึ้นชอบการออกกำลังกาย ในเพจของคุณไบคาจึงมีคลิปสอนทำขนมและอาหารถึง 78 คลิป และคลิป Question & Answer พูดคุยเรื่องสุขภาพและอาหาร อีก 22 คลิปด้วยกัน รวมถึงยังมีบทความความรู้เกี่ยวกับการ ทานอาหารให้ผู้ที่สนใจได้อ่านในเพจอีกด้วย คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร และคลิปให้ความรู้เรื่องโภชนาการของคุณไบคานั้นพยายามจะบอกกับผู้ติดตามเพจว่า เราสามารถทานขนม และทานอาหารที่ตนชอบได้ไม่ควรอดและควรมีความสุขกับการใช้ชีวิตในสายสุขภาพ จะเห็นได้จากขนมและอาหารที่คุณไบคาสอนทำ เธอจะมีความสุขกับการได้ทำอาหาร ได้พูดคุยเรื่องโภชนาการ อย่างช็อกโกแลตที่ใครๆ อาจจะมองว่าเป็นของต้องห้ามของคนที่ยากจะหุ่นดีสุขภาพดี คุณไบคาก็ได้จัดทำคลิปให้ความรู้เกี่ยวกับข้อเท็จจริงของช็อกโกแลตและวิธีการเลือกทานช็อกโกแลตที่ดีต่อสุขภาพ คุณไบคาจะพยายามสร้างสรรค์เมนูที่ทำได้ง่ายและเลือกใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพมาให้ผู้ติดตามได้ทำตามกัน ซึ่งผู้ที่ได้ชมส่วนใหญ่ก็จะทำตามและได้โชว์ผลงานไว้ได้ความคิดเห็นคลิปกนั้นๆ มากไปกว่านั้นคือ มีผู้ที่ได้ชมคลิปสอนทำขนม มีความสนใจอยากจะเรียนทำขนมที่โรงเรียนสอน ทำขนมของคุณไบคา มีการสอบถามรายละเอียดการเรียนผ่านทางความคิดเห็นได้คลิปสอนทำขนมมากมายหลายท่านด้วยกัน

คลิปวิดีโอออกกำลังกายและสอนออกกำลังกายของคุณไบคาส่วนใหญ่จะใช้สถานที่ถ่ายทำคือ ฟิตเนสและสวนสาธารณะ ซึ่งถ้าเป็นที่ฟิตเนสก็จะเป็นการออกกำลังกายโดยใช้อุปกรณ์หากเป็นที่สวนสาธารณะก็เน้นไม่ใช้อุปกรณ์ และถึงแม้ว่าคลิปวิดีโอออกกำลังกายที่มีเนื้อหาเน้นโชว์ท่าทางต่างๆ ที่ได้ออกกำลังกายใน แต่ละวันหรือโชว์พัฒนาการการออกกำลังกายของคุณไบ

คาที่เล่นท่าที่ยากขึ้นเรื่อยๆ จะมีจำนวนมากถึง 101 คลิป แต่คลิปสอนออกกำลังกายกลับได้รับความสนใจจากผู้ชมมากกว่าสังเกตได้จากความคิดเห็นและยอดการชมจากคลิปสอนออกกำลังกาย ชื่อคลิป “พร้อมบอกลาขานี้มๆ ปั่นกันและต้นขาให้เฟิร์มหรือยัง?” ที่มีผู้เข้าชมคลิปนี้ถึง 93,097 ครั้ง โดยเกือบทุกคลิปสอนออกกำลังกายคุณไบคาจะมีการสื่อสารกับผู้ชม กล่าวทักทายอย่างเป็นกันเองสร้างความคุ้นเคยและพูดอธิบายเกี่ยวกับท่าทางเสมอ ด้วยน้ำเสียงและความเป็นกันเองนี้ทำให้ผู้ที่ติดตามชมต่างพากันกล่าวชื่นชมถึงความน่ารัก น้ำเสียงที่น่าฟังและความเป็นกันเองทำให้ผู้ที่ได้ชมอยากติดตามชมคุณไบคาไปเรื่อยๆ และถึงแม้จะมีการอธิบายจากในคลิปวิดีโอแล้ว แต่คุณไบคาก็ยังอธิบายเพิ่มเติมได้คลิปวิดีโออีกด้วย ในด้านเนื้อหาของคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายส่วนใหญ่ของคุณไบคาจะเน้นเสริมสร้างกล้ามเนื้อให้แข็งแรง ให้ร่างกายกระชับมีมัดกล้ามเนื้อ ไม่ได้เน้นท่าออกกำลังกายที่ทำให้ผอมเพรียว หรือสอนให้ผู้ชมมีทัศนคติต่อร่างกายตามเทรนในปัจจุบันที่ต้องผอม ตัวเล็ก หน้าท้องแบน ก้นกลม

4.3 ช่องทางการสื่อสาร (Channel)

ช่องทางการสื่อสาร (Channel) คือ ช่องทางหรือตัวกลางที่ใช้ในการส่งหรือถ่ายทอดเนื้อหาสาร ช่องทางการสื่อสารเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของกระบวนการสื่อสาร เพราะทำให้ข่าวสารที่เราต้องการสื่อสารถูกส่งไปยังผู้รับสารได้ สำหรับในการศึกษาครั้งนี้ ช่องทางการสื่อสารคือ เฟซบุ๊ก ที่ผู้ส่งสารแต่ละคนสามารถจัดสรรข้อมูลที่ต้องการจะส่งไปยังผู้รับสารตามความถนัดและวิธีที่เหมาะสมกับเพจสอนออกกำลังกายของตนเอง โดยคุณลักษณะของสื่อเฟซบุ๊กที่เพจสอนออกกำลังกายเลือกส่งข้อมูลข่าวสารไปยังผู้รับสารนั้นมีหลากหลายรูปแบบด้วยกัน ได้แก่

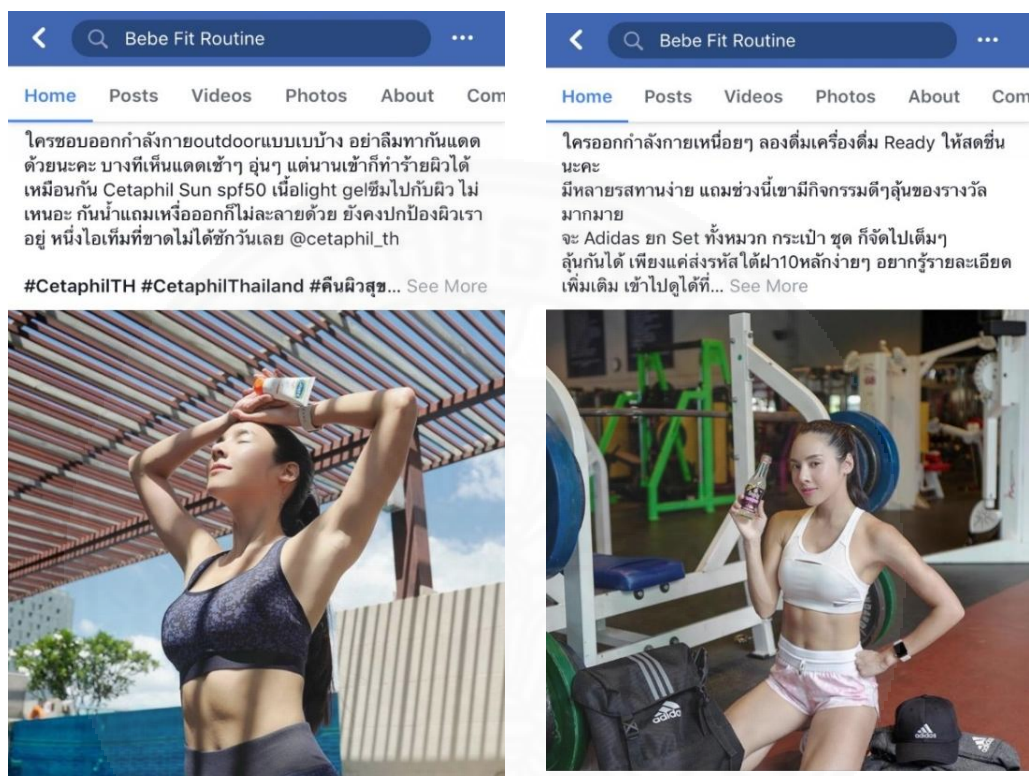
1. การโพสต์ภาพถ่ายพร้อมข้อความบรรยาย
2. การโพสต์คลิปวิดีโอพร้อมคำบรรยาย
3. การโพสต์บทความ
4. การถ่ายทอดสด (Live)

4.3.1 เพจ Bebe fit routine

4.3.1.1 การโพสต์ภาพถ่ายพร้อมข้อความบรรยาย

ในแต่ละวันเบเบ้จะมีการโพสต์ภาพถ่ายเกี่ยวกับไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของเธอเอง อาหารที่เธอทาน สถานที่ท่องเที่ยวที่เธอไป ภาพข่าวงานในวงการบันเทิง ละคร โฆษณาที่เพิ่งถ่ายทำมา หรืออาจจะเป็นภาพถ่ายคู่กับอุปกรณ์ออกกำลังกาย แต่งกายด้วยชุดออกกำลังกายที่เน้นเห็นรูปร่าง หน้าท้อง เอว ต้นขา ต้นแขน และเขียนคำบรรยายชักชวนให้ผู้ติดตามเพจมาออกกำลังกาย

กาย หรือจะเป็นภาพคู่กับอาหารคลีนของเธอในมือนั้นๆ แต่โดยส่วนใหญ่จะเป็นภาพของเบเบ้โฆษณาผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย เช่น ชุดออกกำลังกาย รองเท้าออกกำลังกาย ครีมกันแดด เครื่องดื่มชูกำลัง ผลไม้ ฯลฯ



ภาพที่ 4.32 ตัวอย่างภาพในแต่ละวันที่เบเบ้โพสต์ ส่วนใหญ่จะเป็นการโฆษณาผลิตภัณฑ์

4.3.1.2 การโพสต์คลิปวิดีโอพร้อมคำบรรยาย

โดยจะแบ่งเป็นคลิปวิดีโอ 2 ประเภท 1. คลิปวิดีโอแบบยาวสอนออกกำลังกาย ซึ่งเนื้อหาของคลิปนั้นเบเบ้จะให้ผู้ติดตามช่วยกันโหวตว่าช่วงนี้อยากให้ผลิตคลิปเน้นออกกำลังกายส่วนใดเป็นพิเศษ ซึ่งเธอจะโพสต์ข้อความถามและให้ผู้ติดตามเพจช่วยกันแสดงความคิดเห็นเมื่อได้เนื้อหาที่ผู้ชมต้องการมากที่สุด เบเบ้ก็จะผลิตคลิปออกมา ซึ่งวิธีนี้จะทำให้ตรงกับความต้องการของผู้ชมมากที่สุด 2. คลิปวิดีโอแบบสั้น เป็นการโชว์ให้เห็นไลฟ์สไตล์ในแต่ละวันที่เบเบ้ไปออกกำลังกายทั้งที่ฟิตเนสและบริเวณรอบๆ ที่พักของเธอ นอกจากจะเป็นการชวนให้ผู้ติดตามเพจมาออกกำลังกาย ยังแสดงให้เห็นถึงความมีวินัยในการออกกำลังกายที่สม่ำเสมอและได้เห็นถึงพัฒนาการในการออกกำลังกายในท่าที่ยากขึ้น

4.3.2 เพจ Be fit and Eat well

4.3.2.1 การโพสต์บทความ

โค้ชเอนมักจะโพสต์บทความทุกเช้า หรือแชร์บทความเก่าที่ตนเองเคยเขียนมาแล้ว โดยจะเน้นเขียนบทความยาวๆ ให้ความรู้ในแง่ของวิทยาศาสตร์การกีฬา วิธีรักษาอาการเจ็บจากการออกกำลังกาย การดูแลร่างกาย และการสำรวจความพร้อมของร่างกายก่อนออกกำลังกาย ซึ่งจะมีศัพท์เฉพาะค่อนข้างเยอะ รวมไปถึงการโพสต์ให้กำลังใจผู้ติดตามเพจที่กำลังย่อท้อกับการออกกำลังกาย ได้รับการบาดเจ็บหรือยังไม่ถึงเป้าหมาย



ภาพที่ 4.33 ตัวอย่างการโพสต์บทความให้กำลังใจผู้ติดตามเพจ จากเพจ Be fit and Eat well

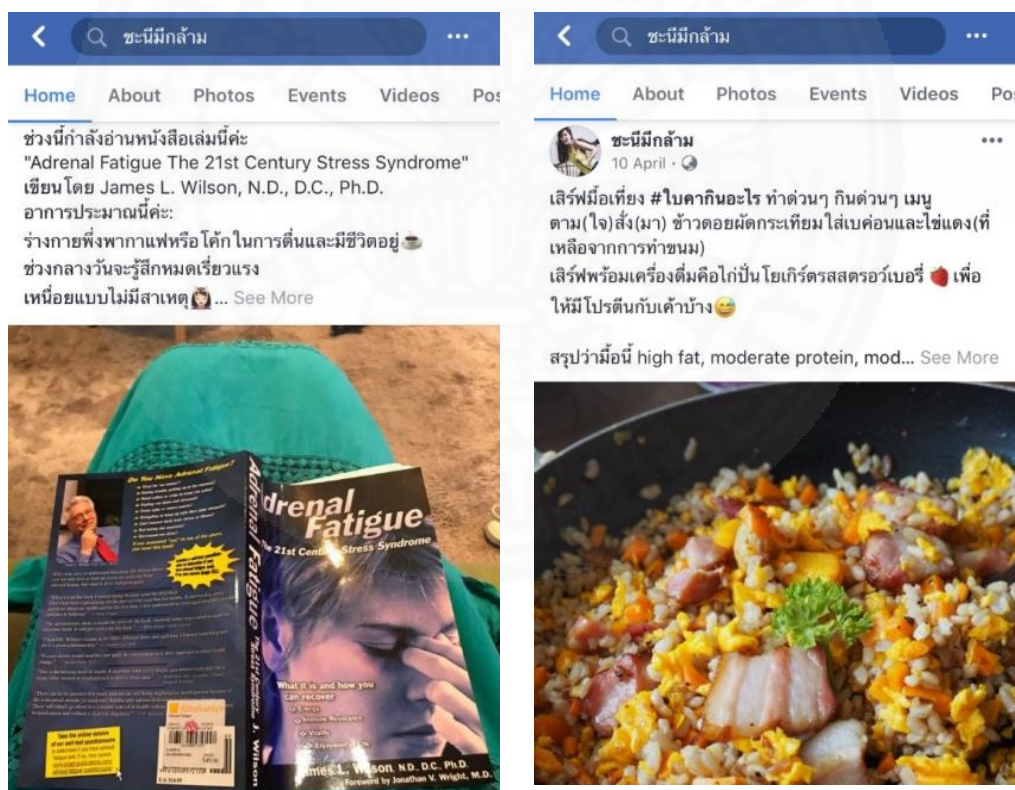
4.3.2.2 การโพสต์คลิปวิดีโอพร้อมคำบรรยาย

ในเพจ Be fit and Eat well จะไม่ค่อยผลิตคลิปวิดีโอจะเน้นการเขียนบทความเสียมากกว่า จะเห็นได้จากจำนวนคลิปวิดีโอภายในเพจที่มีเพียง 23 คลิปเท่านั้น โดยเนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นการสอนการดูแลรักษาส่วนต่างๆ ในร่างกายที่ได้รับบาดเจ็บ การยืดกล้ามเนื้อก่อนและหลังออกกำลังกาย ซึ่งสถานที่ก็จะเป็นภายในบ้านของโค้ชเอน แต่งกายด้วยชุดออกกำลังกายที่เรียบง่าย คุณภาพของคลิปก็ธรรมดา ภาพไม่คมชัดและสวยงามเหมือนเพจสอนออกกำลังกายเพจอื่นๆ พร้อมกับคำบรรยายใต้คลิปอธิบายเกี่ยวกับท่าทางไว้อย่างละเอียด

4.3.3 เพจชะนีมีกล้าม

4.3.3.1 การโพสต์ภาพถ่ายพร้อมข้อความบรรยาย

คุณไบบะมักโพสต์ภาพถ่ายอัพเดทชีวิตประจำวันของคุณไบบะว่าได้ไปทำกิจกรรมใดมาบ้าง เช่น ไปออกกำลังกายที่ฟิตเนส สวนสาธารณะ วิ่งมาราธอน แกร็บเชิญรายการโทรทัศน์ ไปเที่ยวสถานที่ต่างๆ ซึ่งในเพจของคุณไบบะจะไม่ได้เน้นแค่การออกกำลังกายแต่จะให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารด้วย เราจึงมักจะเห็นคุณไบบะโพสต์ภาพอาหารในแต่ละวันที่ได้เลือกทานไว้จำกัดว่าจะเป็นมื้อไหน หากทำเองก็จะมีข้อความบรรยายบอกส่วนผสมและวิธีการทำไว้ได้ภาพแสดงให้เห็นถึงไลฟ์สไตล์ในแต่ละวัน ซึ่งอาหารก็จะมีทั้งที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารคลีน เช่น ชูบปลอกคอกลิ๊ ออไก่บปลอกคอกลิ๊ผัดเนย เป็นต้น หรือบางวันที่ไม่ได้ควบคุมการทานคุณไบบะก็จะแชร์ภาพอาหารที่ได้ไปทานมา ซึ่งจะมีทั้งเบคอน ของทอดต่างๆ ของหวาน บิงซู แสดงให้เห็นว่าเธอเองไม่ใช่สายสุดโต่งในเรื่องการควบคุมอาหาร ไม่เครียดกับการควบคุมอาหารจนเกินไป



ภาพที่ 4.34 ตัวอย่างภาพในแต่ละวันของคุณไบบะ กิจกรรมที่ทำและภาพอาหารที่ทำทานเอง

4.3.3.2 การโพสต์คลิปวิดีโอพร้อมคำบรรยาย

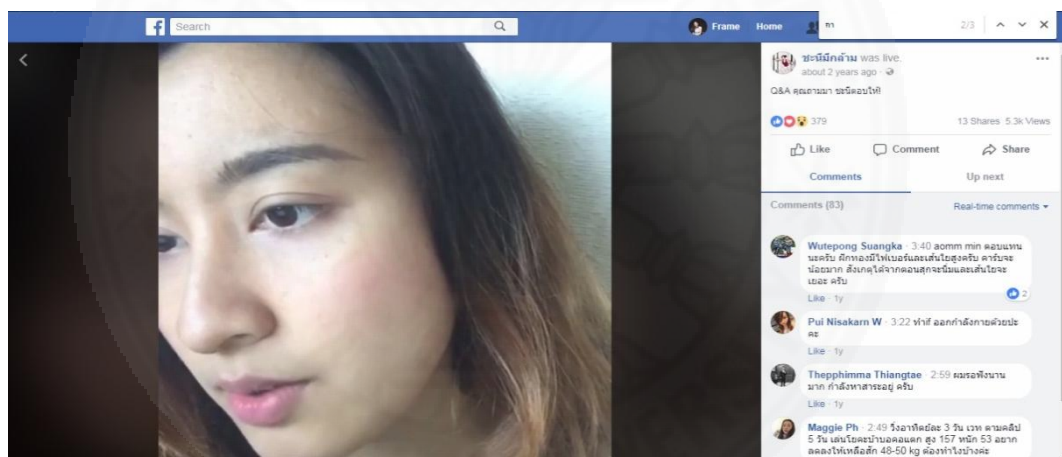
คลิปวิดีโอภายในเพจของคุณใบคาจะมีทั้งคลิปโชว์การออกกำลังกายในแต่ละวันของคุณใบคาที่แสดงให้เห็นถึงพัฒนาการในการออกกำลังกาย การเล่นท่าที่ยากขึ้นหรือท่าทำใหม่ๆ บางคลิปหากไปออกกำลังกายที่ฟิตเนสใหม่ๆ คุณใบคาจะโฆษณาฟิตเนสให้ด้วย ชักชวนให้ผู้ติดตามเพจมาเล่นที่ฟิตเนสนั้นๆ รวมไปถึงคลิปสอนออกกำลังกายซึ่งเป็นประเภทคลิปที่มีผู้ชมมากที่สุด และคลิปโชว์การทำอาหาร เนื่องจากคุณใบคาเปิดโรงเรียนสอนทำขนมและเธอก็ชอบทำอาหารทานเอง ภายในเพจจะมีก๊อปปี้คลิปประเภทนี้ค่อนข้างเยอะ และที่ต่างไปจากเพจอื่นคุณใบคาจะมีคลิปวิดีโอให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการซึ่งเป็นเรื่องที่คุณใบคานัดและมีความรู้ในด้านนี้อย่างดีเนื่องจากเป็นด้านที่คุณใบคาเรียนมาโดยตรง เช่น คลิป 10 ข้อในการกระตุ้นระบบเผาผลาญ, น้ำจิ้มสุกี้อันไหนดี เป็นต้น



ภาพที่ 4.35 คลิปวิดีโอให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ

4.3.3.3 การถ่ายทอดสด (Live)

เป็นคลิปวิดีโอเช่นกันแต่เกิดจากคุณลักษณะใหม่ของเฟซบุ๊ก คือ เป็นการถ่ายทอดสด (Live) โดยให้ ผู้ที่ติดตามเพจจะมีกล่องที่กำลังรับชมอยู่ในขณะนั้น สามารถพิมพ์คำถามเข้ามาได้ผ่านช่องแสดงความคิดเห็นได้ทันที และหากคุณไปคาเห็นคำถามก็สามารถตอบกลับได้ในทันที โดยคำถามที่ผู้ชมถามคุณไปคานั้น จะมีทั้งเรื่องของโภชนาการและการออกกำลังกาย เช่น ปวดท้องประจำเดือนแต่ไม่มากเวทกับคาร์ดิโอได้ไหมหรือควรพัก, ถ้าเรากินมังสวิรัช จะกินโปรตีนยังไงดีครับ, การเดินบนลู่วิ่ง ติดต่อกัน 45 นาที ขึ้นไป มันจะดึงไขมันจริงไหมคะ เป็นต้น และในบางความคิดเห็นจะมีผู้ติดตามด้วยกันเองเป็นผู้มาช่วยตอบคำถาม เพราะ ในบางครั้งคุณไปคอาจจะไม่เห็นเห็นข้อความทั้งหมด ส่วนใหญ่คุณไปคอาจจะมีการโพสต์ข้อความบอกก่อนล่วงหน้า 1 วันว่าจะมีการถ่ายทอดสดพร้อมกับบอกช่วงเวลา ส่วนใหญ่จะเป็นช่วง 19.00 หรือ 20.00 ซึ่งเป็นเวลาค่าหลังเลิกงาน ทำให้มีผู้ติดตามเข้าไปชมเป็นจำนวนมาก



ภาพที่ 4.36 ความคิดเห็นใต้คลิปวิดีโอ Question & Answer บางความคิดเห็นจะมีผู้ติดตามด้วยกันเองมาช่วยตอบคำถาม

4.4 ผู้รับสาร (Receiver)

ผู้รับสาร (Receiver) คือ บุคคลที่เป็นผู้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้ส่งสาร ซึ่งการสื่อสารจะสำเร็จได้นั้นผู้ส่งและผู้รับสารจะต้องเป็นบุคคลเช่นเดียวกัน คือ มีระเบียบแบบแผน วัฒนธรรม ค่านิยม ความเชื่อ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อความรู้และความเข้าใจ ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้รับสาร กล่าวคือ จะต้องเป็นผู้ที่มีความสนใจในเรื่องการออกกำลังกาย มีความรู้พื้นฐานในเรื่องของการออกกำลังกาย เกิดการปฏิบัติตาม ซึ่งในที่นี้คือ บุคคลผู้ที่ติดตามเพจสอนออกกำลังกายทั้ง 3 เพจ

ได้แก่ เพจ Bebe fit routine, เพจ Be fit and Eat well และเพจชะนีมีกลิ่น ด้วยคุณลักษณะของ เพจบุ๊ก ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสาร สามารถโต้ตอบกันได้ ผู้รับสารสามารถแสดงความคิดเห็น ความรู้สึกส่วนตัวและสอบถามข้อมูลต่างๆ ที่สงสัย ต้องการคำแนะนำไปยังผู้ส่งสารได้ทั้งแบบสาธารณะ คือ การแสดงความคิดเห็นผ่านช่องแสดงความคิดเห็น (comment) ใต้คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายหรือใต้บทความที่ผู้ส่งสารได้เผยแพร่ไว้ หรือติดต่อกันแบบส่วนตัวผ่านการส่งข้อความ (message)

4.4.1 เพจ Bebe fit routine

ผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นของผู้ติดตามเพจ Bebe fit routine ที่รับชมคลิปวิดีโอ จากเพจ Bebe fit routine พบว่า โดยส่วนใหญ่จะแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ซึ่งแบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ ดังนี้

1. ความคิดเห็นกล่าวชื่นชมว่าเบเบ้เป็นต้นแบบในการออกกำลังกาย ชื่นชมรูปร่างที่สวยงาม หุ่นที่ฟิตและแข็งแรงสามารถทำท่าที่ยากๆ ได้ และเมื่อดูคลิปแล้วก็ทำให้อยากจะมีหุ่นที่ดีเหมือนเบเบ้ เข้ามาขอบคุณเบเบ้ที่เป็นแรงบันดาลใจให้ออกกำลังกาย บางคนจะแนบรูปการเปลี่ยนแปลงหุ่นของตนเองเข้ามาด้วย



ภาพที่ 4.37 ความคิดเห็นจากผู้ติดตามเพจ Bebefit routine ชื่นชมและขอบคุณเบเบ้ที่เป็นแรงบันดาลใจในการออกกำลังกาย

2. ความคิดเห็นสอบถามเกี่ยวกับชุดออกกำลังกายที่เบเบ้สวมใส่ขณะออกกำลังกายในคลิป ทั้งรองเท้าและถุงมือ รวมถึงอุปกรณ์กีฬาที่เบเบ้ใช้ในการออกกำลังกาย เช่น ยางยืด เชือกกระโดด เป็นต้น

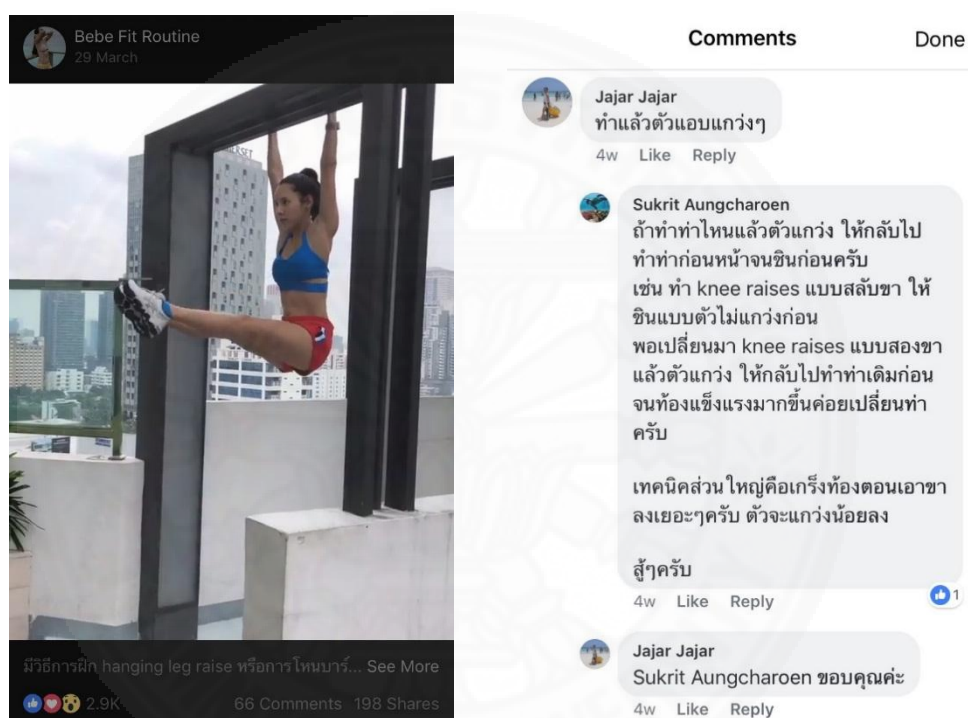
3. ความคิดเห็นสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับท่าทางที่เบเบ้ได้เล่นไปในคลิป การใช้งานเครื่องเล่นนั้นๆ เพราะบางคลิปไม่มีการบรรยายใดๆ ไว้เลย และความคิดเห็นขอคำแนะนำทั้งสอบถามเกี่ยวกับการจัดท่าให้ถูกต้องตามแบบในคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย เช่น ท่านี้ต้องหลังตรงถูกต้องไหม บางความคิดเห็นจะเป็นการขอคำแนะนำในกรณีที่ตนมีอาการบาดเจ็บอยู่ จะสามารถทำตามคลิปได้หรือไม่ เช่น หากปวดเข่าอยู่สามารถเล่นท่านี้ได้หรือไม่ หรือขอคำแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกายสำหรับคนวัย 50 ปี

4. ความคิดเห็นอยากจะให้เบเบ้ทำคลิปใหม่ที่จะช่วยลดส่วนอื่นของร่างกาย เช่น คลิปต่อไปขอท่าปั่นกัน ลดสะโพกได้ไหมคะ, คลิปต่อไปขอท่าลดขาหน่อยค่ะ ช่วงนี้ขาใหญ่มาก เป็นต้น ซึ่งเบเบ้มักจะโพสต์ถามความคิดเห็นของผู้ติดตามเพจก่อนว่าช่วงนี้อยากจะทำคลิปออกกำลังกายส่วนไหนเป็นพิเศษ ผู้ติดตามก็จะเข้ามาแสดงความคิดเห็นกันและส่วนใดได้รับความสนใจมากที่สุด เบเบ้ก็จะผลิตคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายส่วนนั้น



ภาพที่ 4.38 ภาพการโพสต์ข้อความถามความคิดเห็นของผู้ติดตามเพจ และภาพคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มาจากความต้องการของผู้ติดตามเพจ

ในด้านของความคิดเห็นที่เป็นเหมือนเสียงตอบรับจากผู้ที่ได้ชมคลิปส่วนใหญ่ มักจะเข้ามาความคิดเห็นชื่นชมในรูปร่างที่ผอมเพรียวแต่แฝงไปด้วยความแข็งแรง ชื่นชมในความเก่งที่สามารถออกกำลังกายในท่าต่างๆ ที่ยากและต้องอาศัยความแข็งแรงของร่างกายมากๆ ในทุกๆ ความคิดเห็นเบเบ้จะมีการตอบกลับหากความคิดเห็นที่มาสอบถามมีการถามเข้ามาในช่วงเวลาที่เพิ่งลงคลิปไปไม่นานมากนัก หากถามหลังจากลงคลิปวิดีโอไปนานแล้ว เบเบ้จะไม่ค่อยตามไปตอบคำถามแต่บางครั้งจะเป็นผู้ติดตามเพจด้วยตัวเองมาช่วยกันตอบคำถาม



ภาพที่ 4.39 ผู้ติดตามเพจถามคำถามหรือแสดงความคิดเห็นหลังจากได้ชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย และเบเบ้ไม่ได้มาตอบคำถามหรือให้คำแนะนำ แต่เป็นผู้ที่ติดตามเพจด้วยตัวเองมาช่วยให้คำแนะนำ

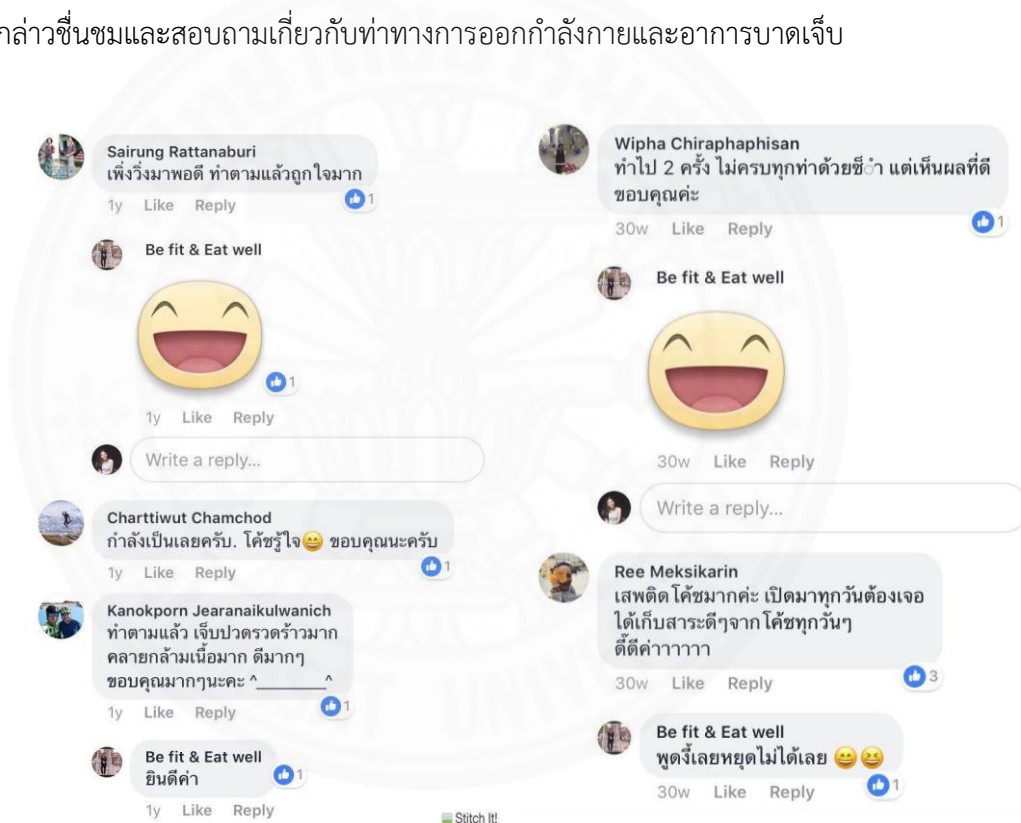
4.4.2 เพจ Be fit and Eat well

ผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นของผู้ติดตามเพจ Be fit and Eat well ที่รับชมคลิปวิดีโอจากเพจ Be fit and Eat well พบว่า โดยส่วนใหญ่จะแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. กล่าวชื่นชมการให้ข้อมูลความรู้ประกอบคลิป ที่ให้ความรู้สาระดี ๆ เสมอ ซึ่งเพจสอนออกกำลังกายอื่นๆ ไม่ได้ให้ข้อมูลที่ละเอียดมากเท่านี้

2. ความคิดเห็นขอบคุณเนื่องจากกำลังประสบปัญหาบาดเจ็บจากการออกกำลังกายหรือปวดตามส่วนต่างๆ ของร่างกาย ด้วยเนื้อหาที่เน้นการเตรียมตัวก่อนออกกำลังกายและดูแลรักษาร่างกายหลังการออกกำลังกาย และเมื่อปฏิบัติตามคลิปที่ได้สอนไปนั้นก็ได้ผลดี สามารถบรรเทาอาการเจ็บให้ดีขึ้น

3. ความคิดเห็นสอบถามแบบส่วนตัวเกี่ยวกับอาการบาดเจ็บของตนเอง หากเป็นเรื่องที่ผู้สอนเคยเขียนโพสต์หรือทำคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายไว้แล้ว ก็จะนำโพสต์นั้นๆ มาปะในความคิดเห็นให้ผู้ติดตามไปอ่านและศึกษาต่อ ส่วนใหญ่ทุกคลิปจะมีผู้ติดตามเพจเข้ามาความคิดเห็นประมาณ 10-20 ความคิดเห็น ซึ่งเป็นจำนวนที่ไม่มากมายนัก ผู้สอนจึงตอบทุกความคิดเห็นเอง ทั้งที่เข้ามาแล้วชื่นชมและสอบถามเกี่ยวกับท่าทางการออกกำลังกายและอาการบาดเจ็บ



ภาพที่ 4.40 ตัวอย่างความคิดเห็นจากผู้ติดตามเพจ Be fit and Eat Well จากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย

รูปแบบการตอบคำถามพูดคุยกับผู้ติดตามเพจของโค้ชเอนจะต่างออกไปตรงที่บางครั้งจะตอบโดยให้ไปอ่านบทความที่ตนเคยเขียนไว้ เพื่อให้ผู้ติดตามไปอ่านและศึกษาทำความเข้าใจเพิ่มเติม โดยส่วนมากโค้ชเอนนั้นจะเน้นการเขียนบทความที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลร่างกายและการออกกำลังกายมากกว่าจะทำคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย โดยจะโพสต์บทความทุก

วันในเพจของตนเอง แต่เนื้อหาในบทความจะเป็นความรู้เชิงวิชาการที่ใช้ศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การกีฬาค่อนข้างเยอะ ซึ่งบางเรื่องอาจจะทำให้เข้าใจได้ยากหากเป็นผู้ที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกายใหม่ เช่น บทความเรื่อง “Carb cycling diet” ซึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับโปรแกรมการกินอาหารที่ผสมวันที่กินคาร์โบไฮเดรตมากกับวันที่คาร์โบไฮเดรตน้อย เพื่อที่จะลดหุ่นโดยไม่ต้องทรมาน ไม่ต้องอดแป้ง ผู้ที่มาแสดงความคิดเห็นให้ความสนใจในเนื้อหาส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่ออกกำลังกายอย่างจริงจัง มีความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและเข้าใจศัพท์เฉพาะในบทความ แต่ในบางบทความก็เป็นเรื่องราวสำหรับผู้เพิ่งเริ่มออกกำลังกาย เริ่มมีความสนใจเกี่ยวกับความรู้ในการออกกำลังกาย เช่น บทความเรื่อง “Strength training สำหรับนักวิ่งหน้าใหม่ที่มีเวลาน้อยๆ” เนื้อหาในบทความก็จะอธิบายให้เข้าใจง่าย ไม่มีศัพท์เฉพาะที่ยากๆ และเนื้อหาไม่ยาวมากนัก

เพจ Be fit and Eat Well จึงเป็นเพจที่ค่อนข้างจะต่างไปจากเพจสอนออกกำลังกายเพจอื่นๆ ที่ไม่ได้เน้นการทำคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายประเภท ลดต้นขา, ปั้นก้นง่ายๆ ภายใน 1 เดือน, สร้างกล้ามเนื้อท่อนอกไม่ยากอย่างที่คิด เป็นต้น ซึ่งจะเห็นคลิปประเภทนี้ได้จากหลายๆ เพจในเฟซบุ๊ก แต่เพจ Be fit and Eat Well เน้นการเขียนบทความให้ความรู้ซึ่งอาจจะยากกว่าผลิตคลิปวิดีโอ เพราะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ในเชิงลึกเกี่ยวกับร่างกายและเข้าใจในเรื่องการออกกำลังกายจริงๆ ซึ่งก็เป็นจุดเด่นของเพจนี้เพราะโค้ชเอนก็เป็นผู้ที่ศึกษาร่ำเรียนมาทางด้านวิทยาศาสตร์การกีฬาโดยตรง



ภาพที่ 4.41 การตอบคำถามของโค้ชเอนที่ให้ผู้ติดตามไปตามอ่านบทความที่ตนเคยเขียนไว้ และส่วนใหญ่โค้ชเอนจะเป็นผู้ตอบคำถามเอง

Be fit & Eat well's Post

Meaw Vienada
ขอบคุณสำหรับความรู้ค่ะ 😊 ทำอยู่เหมือนกันค่ะ โค้ช (คุมแคล ปริมาณกิน LCHF +IF 19/5 + เวทและว่ายน้ำช่วงฟาส) นน. ลดแต่ไม่ได้วัด %Fat เลยค่ะ อยากรู้ว่าที่ลดลงไปเป็นไขมัน หรือว่ากล้ามเนื้อกันแน่ 😊 สำหรับตัวเองไดเอทแบบคุมแคลก็ลดค่ะ โค้ช แต่ว่าที่ลองทำ IF เพราะว่าเห็นข้อดีแล้วคิดว่าน่าจะลองทำดูค่ะ แต่ตอนนี้รู้สึกมีปัญหาเกี่ยวกับการย่อยมากเลยค่ะ โค้ช เกือบ 1800-2000 พันแคล กิน ใน 5 ชม. เหมือนกะเพาะจะแตกเลย

4d Like Reply

Be fit & Eat well
อย่าทำ IF เพื่อหวังผลทางผอม ทำเพื่อสุขภาพค่ะ

4d Like Reply

Meaw Vienada
Be fit & Eat well โค้ชคะ รับประทานหนอยคะ IF แล้วจำเป็นต้องแคลเท่าเดิมไหมคะ พอมีเวลากินน้อยลงรู้สึกว่

Be fit & Eat well
Wednesday at 06:05

อย่ากลัวคาร์บลิ

กำลังคิดว่า กำลังมีการมีนุอยู่เกี่ยวกับการกินคาร์โบไฮเดรตและไขมัน

คาร์โบไฮเดรตเนี่ย ไม่ได้ทำให้เราอ้วนแบบกินแล้วอ้วนพรวดกลายเป็นไขมันทันทีนะคะ อดน้ำตัวบวมนะใช่ (เวลาเราอดคาร์บ เราถึงดูผอมเร็วไงคะ) ไป spike อินซูลินใช่ ทำให้เราอยากมากขึ้นต่อไปเรื่อยๆนะใช่ แต่การกินคาร์โบไฮเดรต 'เกิน' กิจกรรมและความต้องการของร่างกายต่างหากที่ทำให้ลดความอ้วนยาก และอ้วนขึ้นด้วย เพราะจะทำให้เราไม่สามารถเอาไขมันมาสันดาปเป็นพลังงานในแต่ละวันได้ง่าย

ร่างกายเราใช้คาร์โบไฮเดรตเก่งกว่าไงคะ เอามาเป็นพลังงานได้เร็วและง่ายกว่า ไขมันก็เลยคงอยู่ในตัวเราต่อไป นี่ไม่ตะเรื่องพลังงาน ในการออกกำลังกายในรูปแบบต่างๆก่อนนะคะ เอาเป็นเรื่อยๆไป

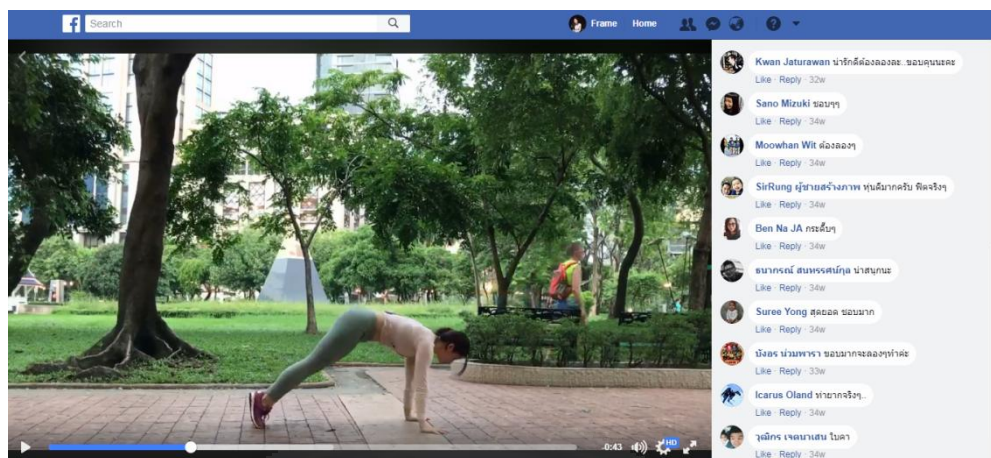
อินซูลินก็คืออินซูลิน มีหน้าที่ในการปรับร่างกายจากการเผาผลาญไขมันเป็นพลังงาน ไปเป็นโหมตเผาผลาญคาร์โบไฮเดรตเป็นพลังงานแทน ซึ่งก็ทำให้คาร์โบไฮเดรตและไกลโคเจน (คาร์โบไฮเดรตสะสมในกล้ามเนื้อและตับ) มีการเผาผลาญได้ดี มีแรงออกกำลังกายดี แต่จะไม่ไปถึงไขมันออกมาใช้

ภาพที่ 4.42 ตัวอย่างบทความที่โค้ชเขียน และความคิดเห็นของผู้ที่ติดตามเพจนี้มักจะเข้าใจและใช้ศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การกีฬา

4.4.3 เพจชะนีมีกล้ามเนื้อ

ผู้วิจัยได้สรุปความคิดเห็นของผู้ติดตามเพจที่ชะนีมีกล้ามเนื้อ คลิปวิดีโอจากเพจชะนีมีกล้ามเนื้อ พบว่า โดยส่วนใหญ่จะแสดงความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ความคิดเห็นชื่นชมรูปร่าง และวิธีการสอน เป็นความคิดเห็นจากผู้ชมคลิปที่ชื่นชมรูปร่างของคุณไบคา ถึงแม้จะมีโครงร่างกายที่ใหญ่และไม่ได้เป็นหุ่นในอุดมคติของผู้หญิงในยุคสมัยนี้ แต่กลับดูแข็งแรงและสวยงาม ต้นแขน ต้นขาที่กระชับ กล้ามเนื้อที่เห็นซิกแพคกำลังดี ไม่ชัดเกินจนดูเหมือนนกกกล้ามเนื้อ กันที่กลมมนไม่ห้อยย้อย รวมไปถึงชื่นชมและชื่นชอบวิธีการสอนของคุณไบคา ที่มักจะสร้างสรรค์ท่าทางใหม่ๆ ให้กับผู้ชม เพื่อไม่ให้เกิดการเบื่อการออกกำลังกายในท่าเดิมๆ เช่น คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย “แขน ไหล่ หลังบน หน้าท้อง ออก ได้ทั้งตัวเลยทำนี้” เป็นคลิปที่คุณไบคาเองก็เป็่อยๆ กับการออกกำลังกายในท่าเดิม จึงทำหลายๆ ท่ามาประกอบกัน โดยตั้งชื่อทำว่า “หนอนกระต๊ับ” ผู้ที่ชมคลิปวิดีโอต่างก็ความคิดเห็นชอบคุณและชื่นชอบ อยากจะทดลองไปทำตาม



ภาพที่ 4.43 ตัวอย่างความคิดเห็นจากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ความคิดเห็นประเภทชื่นชม
รูปร่างและวิธีการสอน

2. เนื่องจากเพจชนิดนี้มีก๊าล้ำม ไม่ได้เน้นเพียงแค่สอนออกกำลังกาย แต่ให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารและขนม คลีนด้วย จึงมีความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหารและขนมค่อนข้างเยอะ ทั้งการสอบถามแหล่งที่ซื้อวัตถุดิบ สามารถซื้อได้ที่ไหน เช่น กรีกโยเกิร์ตยี่ห้อโยลิดา เป็นโยเกิร์ตพรีเมียมคุณภาพดีที่คุณใค้มักจะนำมาเป็นส่วนประกอบในการทำขนมคลีน หรือออกไก่ปั่น และความคิดเห็นโชว์ภาพอาหารหรือขนมที่ได้ทำตามคลิป ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นเมนูขนมที่สามารถทำตามได้ง่าย เมนูขนมที่ไม่ใช้เตาอบ เช่น เค้กฟักทองไร้มัน, 1 Min. Microwaved Apple Cake เป็นต้น พร้อมทั้งความคิดเห็นอยากให้มีคลิปต่อไปอีก ที่สอนทำเมนูที่ทำตามได้ง่ายๆ เป็นขนมคลีนที่ทานแล้วมีประโยชน์



ภาพที่ 4.44 ความคิดเห็นโชว์ภาพขนมที่ได้ทำตามคลิป

3. ความคิดเห็นขอคำแนะนำการจดท่าทางให้ถูกต้อง เป็นความคิดเห็นจากผู้ชมที่ได้ทำตามคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแล้วมีความสงสัยเกี่ยวกับท่าทางว่าทำได้ถูกต้องตามที่สอนหรือไม่ ทำแล้วเกิดการเจ็บหรือปวดตามจุดต่างๆ ถ้าวาดถูกต้องแล้วหรือไม่อย่างไร เช่น ในคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย “Deadlift อย่างไม่ให้เจ็บหลัง” ความคิดเห็นจากผู้ชมถามว่า “เวลาเล่นจะเจ็บกล้ามเนื้อตรงขาหนีบอะครับ ต้องแก้ไขยังไงครับ” รวมไปถึงขอคำแนะนำเพิ่มเติมเกี่ยวกับท่าออกกำลังกายอื่นๆ ที่ผู้ชมสนใจโดยเฉพาะและคำถามเกี่ยวกับการดูแลร่างกาย สุขภาพต่างๆ เช่น ความคิดเห็น “อยากลดต้นขา ขอท่าลดต้นขาหน่อยค่ะ”

ในด้านของความคิดเห็นในทุกคลิปวิดีโอจะมีผู้ติดตามเข้ามาความคิดเห็นชื่นชมรูปร่างที่ดูแข็งแรงสุขภาพดีของคุณโบคา ความแข็งแรงที่สามารถทำในท่ายากๆ ได้ เช่น ท่า back lever, Human Flag, L-sit เป็นต้น ที่แม้แต่ผู้ติดตามที่เป็นผู้ชายก็ชื่นชมในความแข็งแรงนี้ และความแข็งแรงนี้ยังทำให้คุณโบคาจัดทำออกกำลังกายได้สวย น่ามอง ดูน่าเชื่อถืออีกด้วย ถึงแม้จะไม่ได้มีรูปร่างตามกระแสนิยมในปัจจุบันที่ต้องเป็นผู้หญิงร่างเล็ก เหวบางแต่มีกล้ามเนื้อ ก็ไม่ได้ทำให้คุณโบคา รู้สึกไม่ชอบรูปร่างตัวเอง เธอภูมิใจกับร่างกายในแบบของเธอและได้ส่งต่อความรู้ความสามารถนั้นมายังผู้ติดตามเพจ เธอยังได้กล่าวไว้ในเพจขณะนี้กล้ามเนื้อของเธออีกว่า “งานหลักของคุณโบคา ชะนีมีกล้ามเนื้อ คือ การสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คนที่หันมาดูแลการกินและฟิตรูปร่างโดยเริ่มจากความรักตัวเองในแบบที่ตนเป็น”

จากการศึกษาและวิเคราะห์เพจออกกำลังกายในเฟซบุ๊กภายใต้กระบวนการสื่อสารของเบอร์โล SMCR Model ทั้งสามเพจตั้งที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้สังเกตถึงจุดต่างและจุดร่วมของผู้สื่อสารทั้งในด้านภูมิหลังความเป็นมาของการเริ่มต้นสนใจออกกำลังกายและลักษณะการสื่อสารคลิปวิดีโอของแต่ละเพจไปยังผู้ติดตาม และการตอบสนองจากผู้ติดตามหลังจากได้ชมคลิปวิดีโอ ผู้วิจัยจึงสรุปภายใต้กระบวนการสื่อสารของ เบอร์โล SMCR Model ได้ดังนี้

ตารางที่ 4.4

สรุปเพจออกกำลังกายในเฟซบุ๊กภายใต้กระบวนการสื่อสารของเบอร์โล SMCR Model

Fan page SMCR Model	Bebe fit Routine	Be fit and Eat well	ชะนีมีกล้ามเนื้อ
<p>Sender</p>	<p>คุณเบเบ รัญชนก ฤทธินาคา เป็นดาราที่มีหน้าตาสวยและหุ่นที่ดีเรียกได้ว่าเป็นหุ่นในอุดมคติของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน เบเบหันมาสนใจการออกกำลังกายเนื่องจากเธอเริ่มมีปัญหาเรื่องสุขภาพ ทานอาหารไม่เป็นเวลา เพราะงานในวงการบันเทิงที่ทำงานไม่ค่อยเป็นเวลา และยังต้องอดอาหารเพื่อรักษาหุ่นไม่ให้อ้วนอีกด้วย แต่เมื่อได้ออกกำลังกายนอกจากจะได้สุขภาพที่ดีแล้วยังทำให้เธอมีรูปร่างที่ดีโดยไม่ต้องอดอาหาร</p>	<p>คุณสุรัชดา โบว์ร่า หรือที่ผู้ติดตามเพจเรียกกันว่า โค้ชเอิน ด้วยความสนใจในเรื่องของการออกกำลังกายจึงทำให้เธอศึกษาต่อเฉพาะทางการเป็นเทรนนิ่ง (sport specific training coach) และด้านโภชนาการ นอกจากจะเป็นโค้ชที่วิเคราะห์ร่างกายแล้ว โค้ชเอินยังเป็นนักวิ่งมาราธอนอีกด้วย ทั้งการศึกษาและการเป็นนักกีฬาเองทำให้โค้ชเอินไม่ได้เข้าใจเพียงทฤษฎีแต่ในทางปฏิบัติก็สามารถเข้าถึง ภายในเพจจึงไม่ได้เน้นการออกกำลังกายเพื่อสร้างหุ่นที่ดี หรือเน้นพูดถึงเรื่องหุ่น แต่จะเน้นให้ความรู้การดูแลตนเอง ให้กำลังใจ และการเตรียมความพร้อมทั้งด้านร่างกายและโภชนาการ</p>	<p>คุณไบคา พึ่งอุดม เป็นผู้หญิงร่างใหญ่ อาจจะไม่ใช่หุ่นในอุดมคติของผู้หญิงในยุคปัจจุบันสักเท่าไร แต่เธอมีมัดกล้ามเนื้อที่แข็งแรงทุกสัดส่วน ดูสุขภาพดี เธอเรียนจบด้านโภชนาการมาโดยเฉพาะ นอกจากจะทำเพจสอนออกกำลังกายในเฟซบุ๊ก คุณไบคายังเปิดโรงเรียนสอนทำขนมคลีนอีกด้วย ภายในเพจของเธอจึงไม่ได้เน้นแค่การออกกำลังกายจะทำให้สุขภาพดีหรือมีรูปร่างที่ดี แต่เธอจะให้ความรู้เรื่องอาหารด้วย คุณไบคาจะบอกเสมอว่าไม่ให้สุดโต่งทางใดทางหนึ่งมากเกินไปควรจะมีความสุขกับการใช้ชีวิต โดยเธอบอกไว้ในเพจของเธอว่างานหลักของเธอคือ “การสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้คนหันมาดูแลสุขภาพและฟิตรูปร่างโดยเริ่มจากความรักตัวเองในแบบที่ตนเป็น”</p>

ตารางที่ 4.4

สรุปเพจออกกำลังภายในเฟซบุ๊กภายใต้กระบวนการสื่อสารของเบอร์โล SMCR Model (ต่อ)

Fan page SMCR Model	Bebe fit Routine	Be fit and Eat well	ชะนีมีกล้ามเนื้อ
<p>Message</p>	<p>แบ่งประเภทของคลิปวิดีโอได้เป็น 4 ประเภทด้วยกัน ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร 2. คลิปวิดีโอออกกำลังกายเน้นการโฆษณาสินค้า 3. คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ฟิตเนสหรือสวนสาธารณะ 4. คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ซึ่งคลิปวิดีโอประเภทคลิปที่มีผู้ชมมาก มีเนื้อหาที่เน้นสอนออกกำลังกายเพื่อมีรูปร่างที่ดี เน้นเพิ่มหรือลดส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย ทำออกกำลังกายทำตามได้ไม่ยาก มีการอธิบายได้คลิบที่ละเอียด ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย 	<p>แบ่งประเภทของคลิปวิดีโอได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คลิปวิดีโอสอนทำอาหาร 2. คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย เนื้อหาจะแตกต่างจากเพจอื่นๆ จะเน้นไปทางให้ความรู้และเทคนิคในการออกกำลังกายให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น การเตรียมร่างกายก่อนออกกำลังกาย โดยเฉพาะการยืดเหยียดกล้ามเนื้อที่เพจอื่นๆ อาจจะไม่ค่อยมีคลิปประเภทนี้ ซึ่งการเป็นนักกีฬาและเป็นโค้ชจึงตระหนักและเห็นความสำคัญกับเรื่องนี้มาก <p>โค้ชเอนิจะเน้นสื่อสารกับผู้ติดตามเพจผ่านการเขียนบทความมากกว่าผลิตคลิปวิดีโอ โดยจะโพสต์บทความทุกวัน เนื้อหาจะค่อนข้างเฉพาะกลุ่มต้องเป็นผู้ที่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกายพอสมควรสามารถเข้าใจศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์การกีฬา หากเป็นผู้ที่เริ่มต้นออกกำลังกายจะไม่เข้าใจ</p>	<p>แบ่งประเภทของคลิปวิดีโอได้เป็น 4 ประเภทด้วยกัน ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. คลิปวิดีโอสอนทำอาหารและให้ความรู้เรื่องโภชนาการ 2. คลิปวิดีโอออกกำลังกายที่ฟิตเนสหรือสวนสาธารณะ 3. คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย 4. คลิปวิดีโอ Question & Answer <p>ภายในเพจจะไม่ได้เน้นเพียงแค่สอนออกกำลังกาย คลิปวิดีโอสอนทำอาหารและให้ความรู้เรื่องโภชนาการ จึงค่อนข้างได้รับความสนใจจากผู้ติดตาม เนื่องจากเรียนจบด้านโภชนาการและเป็นครูสอนทำขนม คุณใบคาจึงสรรสร้างเมนูใหม่ๆ อยู่เสมอและทำตามได้ไม่ยาก ได้ด้านของคลิปสอนออกกำลังกายก็จะไม่ได้เน้นเนื้อหาสอนทำที่ทำให้มีรูปร่างที่ผอมบาง แต่จะเน้นสอนเพื่อให้ร่างกายแข็งแรงเป็นพื้นฐานสำหรับไปเล่นท่าที่ยากๆ เช่น สอนดึงข้อ, การสร้างกล้ามเนื้อเพียงใช้น้ำหนัก</p>

ตารางที่ 4.4

สรุปเพจออกกำลังกายในเฟซบุ๊กภายใต้กระบวนการสื่อสารของเบอร์โล SMCR Model (ต่อ)

Fan page SMCR Model	Bebe fit Routine	Be fit and Eat well	ชะนีมีกล้ามเนื้อ
		<p>สิ่งที่โค้ชเอนต้องการจะสื่อสารด้วย</p>	<p>ตัว เป็นต้น คลิปวิดีโอที่จะแตกต่างจากเพจอื่นๆ คือ คลิปวิดีโอ Question & Answer ที่จะทำให้ผู้ติดตามเพจสามารถเข้ามาพูดคุยได้ขณะที่ถ่ายทอดสด (Live) สอบถามข้อสงสัยต่างๆ ทั้งเรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการ ซึ่งคุณเอนเองก็สามารถตอบคำถามได้ในทันที</p>
<p>Channel</p>	<p>เน้นสื่อสารกับผู้ติดตามเพจผ่านการโพสต์ภาพและวิดีโอสอนออกกำลังกาย จะโพสต์ภาพทุกวันเกี่ยวกับชีวิตประจำวันของตนเอง เป็นภาพของคุณเอนแบบสวมใส่ชุดออกกำลังกาย เช่นภาพก่อนหรือหลังออกกำลังกาย พร้อมกับโฆษณาสินค้าไปด้วย ในด้านของคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ก่อนจะผลิตคลิปเอนจะเลือกถามผู้ติดตามก่อนว่าต้องการให้ผลิตคลิปประเภทใด เพื่อให้ตรงกับ</p>	<p>จุดเด่นของเพจคือ การเขียนบทความยาวๆ ให้ความรู้ในแง่ของวิทยาศาสตร์การกีฬา ค่อนข้างจะสื่อสารกับคนเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจเรื่องการออกกำลังกาย และมีความรู้และความเข้าใจในศัพท์เฉพาะและเรื่องราวที่โค้ชเอนจะสื่อสารด้วย ถัดมาคือ คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่ค่อนข้างต่างไปจากเพจ ไม่เน้นสอนท่าทางเพื่อมีรูปร่างที่ดี แต่จะเป็นเนื้อหาที่สอดคล้องกับบทความคือ คลิปวิดีโอเกี่ยวกับการดูแลร่างกายเมื่อได้รับบาดเจ็บ การสำรวจร่างกาย การเตรียมความพร้อมก่อนออกกำลังกายหรือไปแข่งกีฬา</p>	<p>จุดเด่นของเพจคือ การสื่อสารกับผู้ติดตามเพจผ่านการถ่ายทอดสด (Live) โดยคุณเอนจะนัดวันและเวลากับผู้ติดตามเพจก่อนเพื่อให้มีการเตรียมตัวและจัดสรรเวลาเพื่อจะมาพูดคุยกัน ซึ่งจะได้รับความสนใจจากผู้ติดตามเป็นอย่างมาก ถัดมาคือ การสื่อสารผ่านภาพถ่ายที่แสดงให้เห็นถึงไลฟ์สไตล์ในแต่ละวันของคุณเอน ทั้งภาพการออกกำลังกาย สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นภาพอาหารที่เธอเลือกทาน พร้อมกับบอกส่วนผสมและวิธีทำไว้ให้ผู้ติดตามได้ฝึกทำตาม สุดท้ายคือ การโพสต์คลิปวิดีโอซึ่งจะมีทั้งแบบสั้นๆ ที่โชว์การออกกำลังกายในแต่ละวันและคลิปวิดีโอ</p>

ตารางที่ 4.4

สรุปเพจออกกำลังกายในเฟซบุ๊กภายใต้กระบวนการสื่อสารของเบอร์โล SMCR Model (ต่อ)

Fan page SMCR Model	Bebe fit Routine	Be fit and Eat well	ชะนีมีกล้ามเนื้อ
	ความต้องการของผู้ชมให้มากที่สุด		สอนออกกำลังกาย ซึ่งเป็นประเภทคลิปที่ได้รับการชมมากที่สุด
Receiver	ด้วยรูปร่างที่เป็นหนึ่งในอุดมคติของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน ความคิดเห็นส่วนใหญ่หลังจากที่ได้เห็นภาพหรือคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายของเบเบ้ ก็มักจะเข้ามาชื่นชมรูปร่างที่สวยงาม แข็งแรง และกล่าวว่า เบเบ้เป็นต้นแบบในการออกกำลังกาย ถัดมาคือ สนใจสินค้าที่เบเบ้เลือกใช้และโพสต์ลงในเพจ แสดงความคิดเห็น สอบถามถึงแหล่งที่สามารถซื้อสินค้าตามเบเบ้ได้ ทั้งชุดออกกำลังกาย เสื้อโยคะ เข็มกระโดด รองเท้าอาหารเสริม เป็นต้น	ด้วยความรู้ที่เรียนมา อาชีพที่ทำและการเป็นนักกีฬา ทำให้โค้ชเอนเป็นผู้ที่ได้รับความน่าเชื่อถือมากในระดับหนึ่ง ผู้ที่ติดตามเพจส่วนใหญ่เมื่อได้อ่านบทความและชมคลิปวิดีโอมักจะกล่าวชื่นชมสาระความรู้และขอบคุณที่โค้ชเอนเขียนบทความดีๆ ให้ได้อ่าน หลายคนที่กำลังประสบปัญหาบาดเจ็บหรือกำลังท้อกับร่างกายของตนเอง ก็ได้นำความรู้ที่ได้จากการอ่านบทความและคลิปวิดีโอมาปรับใช้ และได้ผลดีกับตนเอง บรรเทาอาการให้ดีขึ้น	ด้วยความน่ารัก เป็นกันเองและสวยในแบบที่เธอเป็นถึงแม้จะไม่ได้มีรูปร่างตามแบบในอุดมคติผู้หญิงยุคปัจจุบัน แต่เธอกลับมีความสุขและสุขภาพแข็งแรง ทำให้ผู้ที่ติดตามเธอชื่นชมรูปร่างของเธอที่แข็งแรง ทำท่าต่างๆ ออกมาได้สวยและชื่นชอบวิธีการสอนของเธอที่ไม่สุดโต่งและไม่เครียด สร้างสรรค์ท่าใหม่ๆ มาให้ลองทำ เพื่อไม่ให้เกิดการเบื่อหน่ายการออกกำลังกาย และเพจชะนีมีกล้ามเนื้อไม่ได้เน้นแค่การออกกำลังกายแต่ยังมีขนมและอาหารด้วย ผู้ที่ติดตามเพจส่วนใหญ่จึงสนใจที่จะอยากทำอาหารตาม มีการสอบถามถึงแหล่งที่ขายวัตถุดิบรวมถึงสนใจอยากจะทำขนมกับคุณเบเบ้

จากการศึกษาและวิเคราะห์เฟซบุ๊กแฟนเพจสอนออกกำลังกายทั้ง 3 เพจ ผู้วิจัยได้เห็นถึงความต่างและจุดเด่นของผู้ส่งสารแต่ละเพจ ทั้งภูมิหลังที่ทำให้เกิดความสนใจในการออกกำลังกาย จนก้าวเข้ามาเป็นไอคอนเผยแพร่ความรู้เรื่องการออกกำลังกายผ่านเฟซบุ๊ก วิธีการสื่อสารระหว่างผู้สอนกับผู้ติดตามเพจ ลักษณะของเนื้อหาคลิปสอนออกกำลังกายที่ผู้สอนแต่ละเพจก็จะเน้นเนื้อหาแตกต่างกันไป ตามความถนัดและสนใจของผู้สอนรวมถึงภาพรวมของเพจ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงจุดเด่น จุดต่างและจุดร่วมของแต่ละเพจ เพื่อจะนำไปสู่การตั้งคำถามในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างถึงความพึงพอใจการเปิดรับเฟซบุ๊กแฟนเพจออกกำลังกายเพจใด เพราะเหตุใดและได้นำไปใช้ประโยชน์ต่ออย่างไร



บทที่ 5

ผลการวิจัย

5.1 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้ที่เปิดรับชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊ก

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา คลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเข้าถึงและสื่อสารคลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง ลักษณะการสื่อความหมายกับผู้รับสาร และศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ในแง่ของการปฏิบัติเมื่อได้รับชมและการนำไปใช้ประโยชน์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) ทั้งนี้ประเด็นหลักของการศึกษาคือ การพิจารณาว่ากลุ่มคนที่มีประสบการณ์การออกกำลังกายที่แตกต่างกัน มีลักษณะการใช้ประโยชน์จากการชมคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ได้นำไปปฏิบัติอย่างไรหลังจากการรับชม โดยผู้วิจัยแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 3 กลุ่ม ตามประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย ได้แก่ 1. กลุ่มเริ่มต้นออกกำลังกาย 2. กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร และ 3. กลุ่มที่มีประสบการณ์และต้องการพัฒนาการออกกำลังกายที่ถูกต้องตามหลักวิทยาศาสตร์การกีฬาโดยเลือกผู้ติดตามเพจสอนออกกำลังกายและเกิดการปฏิบัติตามคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายมาอย่างละ 3 คน รวมทั้งหมด 9 คน ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) แนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ของเดวิด มอร์เลย์ (David Morley) ควบคู่ไปกับแนวคิดสื่อใหม่และการออกกำลังกาย เพื่อเป็นแนวทางในการหาคำตอบของการวิจัยครั้งนี้

5.1.1 การวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพจสอนออกกำลังกายผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก

1. การศึกษาโครงสร้างทางสังคมของผู้รับสาร
2. การศึกษาวิถีชีวิตของผู้รับสาร
3. การศึกษาการเข้าถึงตัวบทที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างเพื่อทราบจุดเริ่มต้นของความสนใจและทัศนคติในเรื่องของการออกกำลังกาย การเปิดรับสื่อต่างๆ ในการรับรู้เรื่องการออกกำลังกาย

เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารในลำดับถัดไป ซึ่งแต่ละคนมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5.1

ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่าง

ชื่อแผนเพจ	ชื่อ	อายุ	อาชีพ	สถานที่ ออกกำลังกาย
Bebe fit routine	คุณ D (นามสมมติ)	38	พนักงานมหาวิทยาลัย	บ้าน
	คุณ B (นามสมมติ)	27	ครู	บ้าน
	คุณ S (นามสมมติ)	33	ธุรกิจส่วนตัว	บ้าน
ชะนีนมิกล้าม	คุณ N (นามสมมติ)	34	พนักงานต้อนรับบน เครื่องบิน	บ้านและฟิตเนส
	คุณ C (นามสมมติ)	25	รับราชการครู	บ้านและฟิตเนส
	คุณ R (นามสมมติ)	34	เซลล์ขายรถ	บ้าน
Be fit eat well	คุณ A (นามสมมติ)	27	การตลาด	บ้านและฟิตเนส
	คุณ P (นามสมมติ)	31	ครูสอนเต้น	บ้านและฟิตเนส
	คุณ T (นามสมมติ)	27	กราฟิกดีไซน์	บ้านและฟิตเนส

5.1.1.1 กลุ่มเริ่มต้นออกกำลังกาย

1. ชื่อ D (นามสมมติ) ระดับการศึกษา ปริญญาโท อายุ 38 ปี

อาชีพ พนักงานมหาวิทยาลัย รายได้ 25,000 - 30,000 บาท

ภูมิหลังผู้รับสาร

คุณ D เริ่มหันมาสนใจเรื่องการออกกำลังกายเมื่อช่วงเดือนพฤศจิกายน 2560 เนื่องจากเธอมีปัญหาด้านสุขภาพคือ มีอาการระคายเคืองผิวหนังและปวดขาเวลาเดินเนื่องจากขาเปื่อย ซึ่งทำให้คุณ D รู้สึกว่าตนเองจะต้องเริ่มออกกำลังกายได้แล้วเพราะรู้สึกว่ามือรูปปร่างที่อ้วนเกินไปจนขาเปื่อยตก และเริ่มหาเสื้อผ้าใส่ลำบากเปลี่ยนไซส์เสื้อและกางเกงอยู่บ่อยๆ ส่งผลทำให้เดินไม่สะดวกทำอะไรไม่คล่องตัว รวมถึงแรงกดดันเสียงจากคนรอบข้างที่ต่างพากันทักท้วงถึงรูปปร่างของคุณ D ที่ไม่ได้อยู่ในวาทกรรมหลักของสังคมในเรื่องของการมีรูปปร่างที่ดี คุณ D จึงเริ่มอยากจะเปลี่ยนแปลงรูปปร่างของตนเองให้ดีขึ้น ในขณะนั้นคุณ D ก็ไม่มั่นใจว่าตนเองจะสามารถทำได้เนื่องจากเธอปล่อยเวลาล่วงเลยมานานไม่ได้ใส่ใจดูแลร่างกายและสุขภาพของตนเองเลย ซึ่งเธอเริ่มจากการออกกำลังกายด้วยการวิ่งในสวนสาธารณะใกล้ๆ บ้านผ่านการชักชวนของเพื่อนที่ทำงาน แต่การวิ่งก็ทำได้ไม่สม่ำเสมอบางวันที่ฝนตกหรือแดดแรงมากก็จะไม่ไปวิ่ง น้ำหนักและรูปปร่างของคุณ D ก็ไม่เปลี่ยนแปลง เธอจึงตัดสินใจไปปรึกษาเพื่อนที่ออกกำลังกายเป็นประจำว่าควรทำอย่างไรดี หรือมีวิธีใดแนะนำบ้าง ซึ่งเพื่อนของคุณ D ได้แนะนำให้ลองออกกำลังกายผ่านการดูคลิปวิดีโอจากยูทูบ เพราะเพื่อนของคุณ D ได้เลือกออกกำลังกายผ่านการดูคลิปวิดีโอออกกำลังกาย และได้ผลจริง สามารถลดน้ำหนักและเปลี่ยนรูปปร่างของเพื่อนให้ดีขึ้นได้ คุณ D จึงรู้สึกเชื่อมั่นในแนวทางนี้จึงได้เริ่มดูคลิปวิดีโอออกกำลังกายผ่านทางยูทูบ โดยเลือกเปิดรับผ่านยูทูบก่อนเนื่องจากเป็นแหล่งรวมคลิปวิดีโอหลากหลายรูปแบบไม่ใช่เพียงแค่วิดีโอออกกำลังกาย ซึ่งคุณ D มองว่าในยูทูบจะต้องมีคลิปวิดีโอออกกำลังกายให้เลือกมากมายแน่นอน คลิปแรกที่คุณ D เลือกชมเป็นของชาวต่างชาติผู้ชาย คุณ D ปฏิบัติตามคลิปไปได้ประมาณ 1 เดือนน้ำหนักของเธอลดไปเพียง 1 กิโลกรัม เธอรู้สึกท้อแท้และไม่อยากจะออกกำลังกายด้วยวิธีนี้อีก อีกทั้งเธอรู้สึกเบื่อกับลักษณะและเนื้อหาของคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ความยาวของคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่นานเกินไป มีการพูดคุยตลอดคลิปวิดีโอมากเกินไปอีกทั้งยังมีการแฝงโฆษณาขายสินค้าอีกด้วยทำให้คุณ D รู้สึกไม่ชอบคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายประเภทนี้

แต่ด้วยความตั้งใจที่อยากจะมียูทูบที่ดีกว่าเดิม ไม่ให้รูปปร่างมาเป็นอุปสรรคในการใช้ชีวิตประจำวันและต้องการจะหลีกเลี่ยงจากคำพูดและแรงกดดันจากผู้รอบตัวที่ต่างพากันติรูปปร่างของคุณ D ถึงแม้การออกกำลังกายที่ผ่านจะยังไม่เป็นผล แต่คุณ D ก็ยังไม่ล้มเลิกความตั้งใจ จึงได้ไปปรึกษาเพื่อนคนเดิมอีกครั้งว่าน้ำหนักของเธอลดไปเพียง 1 กิโลกรัมและเธอก็เบื่อหน่ายกับคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายในยูทูบ ไม่มีคลิปวิดีโออันไหนที่คุณ D รู้สึกชื่นชอบเลย

เพื่อนของคุณ D จึงได้ลองแนะนำให้คุณ D ดูคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊กและได้ให้กำลังใจ แนวทางในการลดน้ำหนักกว่าอย่ามองที่ตัวเลขให้มองที่สัดส่วนและเสื้อผ้า ในช่วงนั้นเองที่คุณ D ได้เริ่มรู้จักแพนเพจสอนออกกำลังกายในเฟซบุ๊กว่ามีมากมายให้ได้ติดตาม คุณ D เลือกชมคลิปวิดีโอออกกำลังกายไปเรื่อยๆ โดยเธอกล่าวว่า เธอยังไม่ปฏิบัติตามเลยในทันทีแต่ต้องการที่ชมไปเรื่อยๆ เธอเลือกชมจากหลายๆ แพนเพจ หากคลิปวิดีโอใดที่ชื่นชอบเป็นพิเศษจะทำการเซฟเก็บไว้ (คุณลักษณะของสื่อเฟซบุ๊ก) และเมื่อมีเวลาว่างจะมานั่งดูคลิปที่ตนเองได้เซฟเก็บไว้ คุณ D กล่าวว่า เธอสามารถดูคลิปวิดีโอได้ทั้งวันและชื่นชอบที่จะเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการสอนออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก เพราะง่ายในการค้นหาเนื่องจากคุณ D ได้กดติดตามแพนเพจที่ตนเองชื่นชอบไว้และกดติดตาม (see first) ไว้ในเพจที่ชื่นชอบเป็นพิเศษเพื่อจะได้เห็นทุกการอัปเดตทั้งบทความภาพและวิดีโอจากแพนเพจเหล่านั้น และในชีวิตประจำวันก็เข้าใช้งานสื่อเฟซบุ๊กตลอดเวลาอยู่แล้ว ดังนั้น เมื่อเข้าใช้งานก็จะเห็นการอัปเดตจากแพนเพจที่ตนเองติดตามไว้ก่อนเสมอ รวมถึงการสามารถเซฟเก็บวิดีโอที่ตนเองชื่นชอบแยกไว้ได้เพื่อจะสามารถกลับมาติดตามชมคลิปวิดีโอได้อีกครั้งโดยไม่ต้องเสียเวลาค้นหาอีก และลักษณะการสื่อสารที่มีการพูดคุยมากเกินไปหรือแฝงการโฆษณาการสื่ออยู่ๆ เมื่อย้ายมาที่สื่อเฟซบุ๊กที่คุณ D เลือกติดตามและเปิดรับนั้นก็ไม่มีมาให้กวนใจอีกต่อไป ทำให้คุณ D รู้สึกพึงพอใจได้รับความสะดวกในการใช้งานจากสื่อเฟซบุ๊ก ในด้านความหลากหลายของแพนเพจคุณ D ก็รู้สึกว่าได้เลือกรับประโยชน์ตามความต้องการของตนเองมากที่สุด

2. ชื่อ B (นามสมมติ) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี อายุ 27 ปี

อาชีพ ครู เงินเดือน 20,000 – 30,000 บาท

ภูมิหลังผู้รับสาร

คุณ B เป็นบุคคลที่ไม่เคยสนใจเรื่องการออกกำลังกายเลย เนื่องจากเป็นคนรูปร่างผอมและตัวเล็กอยู่แล้ว เมื่ออยู่ในสังคมกลุ่มเพื่อนก็เป็นบุคคลที่ตัวเล็ก ไม่ได้รับแรงกดดันจากเสียงรอบข้างเรื่องรูปร่างและไม่ได้มีอาการเจ็บป่วยใดๆ จึงมองว่าตนเองไม่จำเป็นต้องออกกำลังกายแต่แล้วความคิดนั้นก็เปลี่ยนไปผ่านสื่อบุคคล แพนของคุณ B เป็นเทรนเนอร์และมักจะชักชวนให้คุณ B มาออกกำลังกาย เมื่อต้องไปเจอเพื่อนๆ ของแพนก็มักจะเป็นกลุ่มคนที่เป็นเทรนเนอร์แทบทั้งสิ้น หลายคนเริ่มทักว่าคุณ B ผอมเกินไป พร้อมกับแนะนำให้คุณ B ออกกำลังกายสร้างกล้ามเนื้อเฉพาะส่วน ในส่วนที่ต้องการจะเพิ่มเป็นพิเศษเพื่อให้มีรูปร่างตามหลักวาทกรรมของสังคมในปัจจุบัน เช่น สควอทเพื่อเพิ่มกล้ามเนื้อต้นขา Leg Raises เพื่อเพิ่มความแข็งแรงของกล้ามเนื้อท้อง คุณ B เริ่มได้รับการชักชวนบ่อยๆ จากทั้งแพนและเพื่อนของแพน อีกทั้งเพื่อนๆ ในสื่อเฟซบุ๊กก็เป็นเพื่อนกลุ่มเดียวกันกับแพนดังนั้น คุณ B จึงได้รับข้อมูลทั้งทางโลกจริงจากการพบปะแพนและเพื่อนๆ ของแพน ที่มีกิจกรรมประจำวันเกี่ยวกับการออกกำลังกายและมีความรู้เรื่องการออกกำลังกายเป็นอย่างดี รวมถึงในโลกเสมือนผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก ที่เหล่าบรรดาเทรนเนอร์มักจะโพสต์และแชร์ข้อความเกี่ยวกับ

การออกกำลังกาย คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย บทความเรื่องการดูแลสุขภาพ รวมถึงเรื่องอาหาร ด้วยเช่นกัน คุณ B กล่าวว่า เราก็จะเห็นชีวิตประจำวันของเขา เพื่อนร่วมงานของเขา เห็นคนที่มาออกกำลังกายที่ฟิตเนส เห็นบ่อยครั้งเข้าเราก็รู้สึกสนใจและเป็นแรงจูงใจให้เราอยากจะทำออกกำลังกาย “เราก็เห็นว่าสวยดี รูปร่างมันดูดีขึ้นคนอื่นเค้าออกกำลังกายกันนะเราจะมานั่งเฉยๆ ไม่ได้แล้วนะ” เมื่อคุณ B มีเวลาว่างคุณ B ก็จะออกกำลังกายและมักจะขอคำแนะนำจากแฟนให้ช่วยออกแบบโปรแกรมให้หน่อย รวมไปถึงเรื่องอาหารโดยส่วนตัวคุณ B ไม่จำเป็นต้องจำกัดการรับประทานอาหารเพราะไม่ได้มีรูปร่างที่อ้วน แต่ต้องการจะเสริมกล้ามเนื้อ แฟนคุณ B จึงพยายามให้คุณ B เลือktanอาหารจำพวกโปรตีนและผักให้มาก

แต่ด้วยเวลาว่างที่ไม่ตรงกัน คุณ B จึงไม่ได้ให้แฟนช่วยออกแบบโปรแกรมออกกำลังกายให้ทุกครั้ง ในบางครั้งจึงเลือกที่จะศึกษาเองผ่านสื่อเฟซบุ๊ก เนื่องจากคุณ B เห็นการแชร์คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายจากเพื่อนๆ ในเฟซบุ๊กที่มากขึ้นและจากเพื่อนๆ ที่เป็นเทรนเนอร์ก็มักจะผลิตคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายเอง เมื่อคุณ B เจอคลิปวิดีโอที่ตนเองชื่นชอบคือมีลักษณะเนื้อหาตรงตามที่ตนเองสนใจ เช่น คลิปวิดีโอปั่นกัน คุณ B ก็สามารถเซฟเก็บคลิปนั้นไว้ได้ และนำมาปฏิบัติตามเมื่อมีเวลาว่าง อีกทั้งวิดีโอสอนออกกำลังกายในเฟซบุ๊กก็ไม่จำกัดความยาวเหมือนในสื่ออินสตาแกรม สามารถดูได้ยาวๆ และมีวิดีโอคลิปอื่นๆ ให้ได้เลือกชมได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย สะดวกเพราะสามารถรับชมผ่านโทรศัพท์มือถือและง่ายต่อการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายเพราะเข้าใช้งานสื่อเฟซบุ๊กผ่านโทรศัพท์มือถือตลอดเวลาอยู่แล้ว และหากข้อสงสัยเกี่ยวกับการออกกำลังกายหรือท่าทางที่ได้ลองทำตามจากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย คุณ B ก็เลือกที่จะปรึกษาแฟนเนื่องจากจะได้คำตอบที่เร็วและมั่นใจในความถูกต้องมากกว่าจะสอบถามผ่านทางช่องความคิดเห็นใต้คลิปวิดีโอ

จากบุคคลที่ไม่เคยสนใจเรื่องการออกกำลังกายเลย เมื่อได้เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายเห็นข้อดีของการออกกำลังกายที่สามารถเปลี่ยนแปลงรูปร่างให้ดีขึ้นได้ เมื่อสวมใส่เสื้อผ้าก็ทำให้ดูกระชับสัดส่วนและดูสวยขึ้น คุณ B จึงพยายามจัดสรรเวลาเพื่อออกกำลังกายที่บ้านของตนเองผ่านการชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย หากมีเวลาว่างจากงานในช่วงเย็น เฉลี่ยสัปดาห์ละ 3 วัน ใช้เวลาไม่นานมากประมาณ 20-30 นาที คุณ B กล่าวว่า ช่วงที่ได้ออกกำลังกายเป็นประจำ รู้สึกได้ว่าตนเองนั้นมีรูปร่างที่กระชับขึ้น ใส่กางเกงสวยขึ้นเพราะดูมีเนื้อหนังไม่พอมแต่เหมือนแต่ก่อน แต่เนื่องจากคุณ B เป็นบุคคลที่เพิ่งเริ่มสนใจเรื่องการออกกำลังกายในบางครั้งที่ยอกกำลังกายจึงยังไม่สามารถทำตามจำนวนครั้งตามที่ในคลิปได้แนะนำไว้ เช่น “ทำ Leg Raises หากในคลิปบอกว่าให้ทำ 20 ครั้ง พอเรามาทำจริงๆ เราอาจจะได้แค่ 10-15 ครั้ง เรายังเหนื่อยง่ายอยู่ก็ต้องฝึกฝนให้มากกว่านี้” ถึงแม้คุณ B จะยังไม่มีความสำเร็จในการออกกำลังกายไม่ได้รับการออกกำลังกายเข้ามาเป็นวิถีชีวิต แต่ก็ได้เปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ต้องการออกกำลังกายในทิศทางที่ดีขึ้น ได้รู้

ว่าไม่ใช่แค่คนที่อ้วนหรือป่วยเท่านั้นที่ควรจะทำออกกำลังกายแต่บุคคลที่มีรูปร่างผอมแต่ต้องการจะมีรูปร่างที่ดีเป็นไปตามวาทกรรมสังคมปัจจุบันก็ควรจะทำออกกำลังกาย

3. ชื่อ S (นามสมมติ) ระดับการศึกษาปริญญาตรี อายุ 33 ปี

อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว รายได้ 30,000 – 40,000 บาท

ภูมิหลังผู้รับสาร

คุณ S เริ่มหันมาสนใจเรื่องการออกกำลังกายเนื่องจากคำแนะนำของแพทย์ หลังจากรักษาอาการป่วยด้วยโรคหมอนรองกระดูกทับเส้นประสาท แพทย์แนะนำให้คุณ S ฝึกเล่นโยคะเนื่องจากเป็นการออกกำลังกายที่ช่วยผ่อนคลายและบริหารกล้ามเนื้อหลังและขาให้แข็งแรง คุณ S จึงตัดสินใจเรียนโยคะเพื่อรักษาและเบาเทาอาการปวดหลังและขา โดยในตอนนั้นคุณ S ไม่ได้หวังผลให้ตนมีรูปร่างที่ดีขึ้นเนื่องจากเป็นบุคคลที่มีรูปร่างสูงโปร่งและผอมอยู่แล้ว จึงหวังเพียงเรื่องการรักษาอาการป่วยของตนเองเท่านั้น แต่เมื่อได้ลองปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอและได้เรียนรู้อย่างถูกวิธีผ่านครูผู้สอนโยคะที่มีความเชี่ยวชาญ นอกจากอาการปวดหลังและขาที่บรรเทาลงไป คุณ S รู้สึกว่าตนเองนั้นสุขภาพดีขึ้นในด้านระบบการหายใจ และมากกว่าไปนั้นคือ โยคะช่วยให้คุณ S มีรูปร่างที่กระชับขึ้นทั้งช่วงขาและแขน คุณ S จึงเริ่มให้ความสนใจเรื่องการออกกำลังกายโดยหลังจากที่เรียนคลาสโยคะจบไปคุณ S ก็ยังออกกำลังกายด้วยตนเอง จดจำท่าทางจากการที่ได้ร่ำเรียนมาแต่ก็รู้สึกเบื่อเพราะมีแต่ท่าออกกำลังกายเดิมๆ จึงพยายามเปิดรับสื่อที่มากขึ้นเพื่อจะได้เห็นข้อมูลที่หลากหลาย ซึ่งคุณ S ได้เริ่มติดตามรายการโทรทัศน์ Health me up ทางช่อง GMM25 ซึ่งเป็นรายการที่จะมาสอนและให้ความรู้เรื่องการออกกำลังกาย ผู้ดำเนินรายการจึงเป็นดารา ที่หันมาสนใจด้านการออกกำลังกายจนกลายเป็นฟิตเนสไอดอลและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกาย เช่น แนน ชลิตา, เมจิ โอนิมา และ เบเบ้ ธีรณัฐ ทำให้คุณ S ได้เห็นการออกกำลังกายที่มากกว่าการเล่นโยคะ ทั้งการเล่นบอดี้เวทและเวทเทรนนิ่ง แต่คุณ S ก็ติดตามชมรายการนี้ได้ไม่สม่ำเสมอเนื่องจากข้อจำกัดของสื่อโทรทัศน์ที่ระบุช่วงเวลาในการออกอากาศที่ชัดเจน คุณ S จึงต้องเปลี่ยนไปเปิดรับสื่อที่สามารถเปิดรับชมได้ตลอดเวลาที่คุณ S ต้องการ และด้วยข้อจำกัดของรายการที่มีเวลาออกอากาศเพียงสั้นๆ คุณ S รู้สึกได้รับข้อมูลไม่ครบถ้วนและต้องการจะศึกษาทำที่ใช้ออกกำลังกายให้มากกว่าที่ได้รับชมทางโทรทัศน์ คุณ S จึงได้เลือกติดตามผู้ดำเนินรายการทั้ง 3 ผ่านช่องทางสื่อใหม่ทั้ง เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และยูทูบ จากการแนะนำช่องทางทางการติดต่อของแต่ละคน

คุณ S กล่าวว่า ตนจะเปิดรับข้อมูลด้านการออกกำลังกายผ่านทางสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด เนื่องจากในชีวิตประจำวันเปิดเข้าใช้งานสื่อเฟซบุ๊กบ่อยครั้งอยู่แล้ว และถึงแม้จะไม่ได้ตั้งใจเข้าใช้งานเฟซบุ๊กเพื่อศึกษาทำทางในการออกกำลังกาย อาจจะเข้ามาติดตามข่าวสารหรือพูดคุยกับเพื่อนๆ แต่ก็ยังได้เห็นเพจสอนออกกำลังกายที่ตนเองติดตามผ่านตา ทำให้ต้องกดเข้าไปอ่านและศึกษาเพิ่มเติม อีกทั้งคลิปวิดีโอในสื่อเฟซบุ๊กก็มีมากมายเมื่อเลือกดู 1 คลิป ก็มีคลิปอื่นๆ ที่สามารถเปิดชม

ต่อเนื่องได้อีกมากมาย อีกทั้งหากเจอที่ตนเองชื่นชอบเป็นพิเศษก็สามารถกดเซฟเก็บไว้ดูอีกเมื่อไหร่ก็ได้ตามที่ต้องการ ไม่ต้องเสียเวลาในการค้นหาซ้ำ แต่ถึงแม้คุณ S จะไม่ได้รับการออกกำลังกายมาเป็นวิถีชีวิต คือ จะออกกำลังกายเมื่อว่างจากการทำงานยังไม่ได้จัดสรรเวลาสำหรับการออกกำลังกายที่แน่นอน ในด้านของความถี่ของการออกกำลังกาย คุณ S จะปฏิบัติตามคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายสัปดาห์ละ ประมาณ 3 วัน ใช้เวลาครั้งละ 30 นาที - 1 ชั่วโมง แต่ความสนใจในเรื่องการออกกำลังกายก็มีมากขึ้นและประเภทของการออกกำลังกายก็มีความหลากหลายด้วยเช่นกัน

จากข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกาย จะเป็นผู้ที่ยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกกำลังกาย และได้รับชุดความรู้จาก “สื่อบุคคล” ที่มีความน่าเชื่อถือทั้งหมด เทรนเนอร์และเพื่อนที่มีประสบการณ์มากกว่าว่าการออกกำลังกายจะช่วยให้รูปร่างและสุขภาพดีขึ้น กลุ่มตัวอย่างจึงเกิดความสนใจในเรื่องการออกกำลังกายและแสวงหาสื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการตนเองได้มากที่สุด กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่ออื่นๆ มาก่อน เช่น โทไรทัศน์ ยูทูบ ก่อนที่สุดท้ายจะเลือกเปิดรับทางสื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งในปัจจุบันเป็นสื่อที่ตอบสนองความต้องการกลุ่มตัวอย่างได้มากที่สุด ในความต้องการเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ จึงต้องการความรู้ในเรื่องท่าทางที่จะสามารถทำให้รูปร่างของกลุ่มตัวอย่างเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นตามแบบวาทกรรมของสังคมปัจจุบันในเรื่องของการมีรูปร่างที่ดี จึงเลือกติดตามเพจ Bebe fit routine ซึ่งสามารถตอบสนองทั้งในด้านความรู้ที่เน้นการผลิตคลิปวิดีโอออกกำลังกายสำหรับแจกทำออกกำลังกายและมีลักษณะการสื่อสารที่เข้าใจง่ายทั้งภาษาพูด ภาษาเขียนและท่าออกกำลังกาย ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกายรู้สึกพึงพอใจที่ได้รับเนื้อหาสาระที่ตรงกับความต้องการ

แต่ถึงแม้กลุ่มตัวอย่างจะเลือกเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายเพจเดียวกัน จากเพจ Bebe fit routine แต่เมื่อต้องเลือกประเภทคลิปวิดีโอที่จะเปิดรับหรือเนื้อหาที่จะนำมาปรับใช้กับตนเองกลับมีการเลือกเปิดรับที่แตกต่างกัน เพราะกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนนั้นไม่ได้ต้องการรับเนื้อหาประเภทเดียวกันเสมอไปและในเพจก็มีเนื้อหาที่หลากหลาย ดังเช่น คุณ D ที่ชื่นชอบคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแบบแจกท่า เนื่องจากจะนำท่าจากแต่ละคลิปวิดีโอที่ตนเองชื่นชอบมาเรียงต่อกันใหม่เป็นแบบที่ตนเองชื่นชอบและตอบสนองตนเองมากที่สุด คุณ D ต้องการท่าที่จะลดช่วงแขน หน้าท้องและต้นขา จึงเลือกชมคลิปวิดีโอที่สอนท่าทางลดสัดส่วน ไม่ได้ต้องการเน้นเพิ่มสัดส่วนแบบ คุณ B ดังนั้น เนื้อหาจากคลิปวิดีโอที่ต้องการเปิดรับก็就会有ความแตกต่างกันออกไป และในด้านของรูปแบบคลิปวิดีโอ คุณ B ชื่นชอบคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแบบที่มีการเต้นเข้ามาผสม มีจังหวะเพลงที่สนุกสนานสอดคล้องไปกับท่าทาง ดังจะเห็นได้จากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดจากเพจ Bebe fit routine ชื่อคลิป “Bye bye belle” เป็นคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแบบเต้นถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่เริ่มออกกำลังกายจะเลือกเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายเพจเดียวกัน แต่ใน

ด้านเนื้อหาและประเภทคลิปวิดีโอที่เลือกเปิดรับก็ยังคงมีความแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคล

5.1.1.2 กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร

1 ชื่อ N (นามสมมติ) วุฒิมัธยมศึกษา ปริญญาโท อายุ 34 ปี

อาชีพ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน รายได้ 50,000 บาทขึ้นไป

ภูมิหลังของผู้รับสาร

คุณ N เริ่มหันมาสนใจเรื่องการออกกำลังกายเนื่องจากไม่พอใจในรูปร่างของตนเอง จนได้รับฉายาประจำบ้านว่าน้องอ้วนและในช่วงนั้นคุณ N รู้สึกว่าอยากจะเปลี่ยนแปลงตัวเอง ไม่อยากจะเป็นเด็กผู้หญิงที่อ้วนอีกต่อไป ในช่วงปิดเทอมก่อนจะขึ้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 คุณ N จึงเลือกเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทางเคเบิล UBC รายการ basic training รายการสอนเต้นแอโรบิกทุกวัน ในช่วงเวลา 17.00 น. คุณ N จัดสรรเวลาเพื่อมาออกกำลังกายตามในช่วงเวลาที่ออกอากาศทุกวัน นอกจากนี้ยังลดปริมาณอาหารในแต่ละมื้อให้น้อยลง ซึ่งผลที่ได้รับคือ คุณ N มีรูปร่างที่ดีขึ้นดังที่หวังไว้ คุณ N กล่าวว่า ในช่วงนั้นรู้สึกดีกับรูปร่างตัวเองมาก เมื่อผอมลงก็ได้รับโอกาสต่างๆ ทั้งถือป้ายในงานกีฬา เป็นตัวแทนถือพานไหว้ครู จึงทำให้คุณ N คิดว่าตนเองจะต้องไม่กลับไปอ้วนอีก และมีทัศนคติที่ดีต่อการออกกำลังกายเพราะช่วยทำให้ตนเองนั้นได้มีโอกาสที่ดีในการทำกิจกรรมต่างๆ ของโรงเรียน เมื่อเข้าเรียนมหาวิทยาลัยก็ยังออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ คุณ N รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับฟิตเนสจากสื่อโทรทัศน์ผ่านการโฆษณาเชิญชวนให้ไปออกกำลังกายที่ฟิตเนส นอกจากจะมีคลาสสอนออกกำลังกายมากมายให้เลือกแล้วนั้นยังมีเทรนเนอร์คอยให้คำปรึกษา คุณ N ซึ่งมีความสนใจในเรื่องการออกกำลังกายอยู่แล้วนั้น จึงเลือกที่จะสมัครฟิตเนสของโรงแรมใกล้ๆ กับมหาวิทยาลัยเพื่อจะได้ออกกำลังกายในตอนเย็นก่อนกลับบ้าน การออกกำลังกายที่ฟิตเนสทำให้คุณ N ได้รับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายที่กว้างขวางขึ้นและถูกต้องมากขึ้นจากการพูดคุยและสอบถามจากสื่อบุคคลอย่างเทรนเนอร์ ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกายโดยเฉพาะ การออกกำลังกายของคุณ N กลายเป็นวิถีชีวิต โดยมีการจัดสรรเวลาในการออกกำลังกายในช่วงเย็นของทุกวันหลักเลิกเรียน

จากจุดเริ่มต้นที่ต้องการจะมีรูปร่างที่ดีแปรเปลี่ยนเป็นการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเป็นประจำทำให้คุณ N รู้สึกว่าตนเองแข็งแรงขึ้น น้ำหนักอาจจะไม่เปลี่ยนแปลงมากแต่ไม่ป่วยง่ายเหมือนเพื่อนๆ คนอื่นในวัยเดียวกันและโรคโลหิตจางที่คุณ N เคยกังวลว่าจะไม่สามารถทำกิจกรรมร่วมกับเพื่อนๆ ได้นั้น ก็ไม่กลายมาเป็นอุปสรรคในการดำเนินชีวิตของคุณ N อีกด้วย ในช่วงหลังจากเรียนจบมหาวิทยาลัยคุณ N เว้นว่างจากการไปฟิตเนสเนื่องจากไกลบ้าน และได้เปลี่ยนมาออกกำลังกายที่บ้านโดยเลือกเปิดรับสื่อยูทูปเพื่อดูคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย เนื่องจากสะดวกทั้งเรื่องสถานที่ที่ไม่ต้องเดินทางไกลไปฟิตเนส และสามารถออกกำลังกายได้

ตลอดเวลาตามต้องการ นอกจากจะเลือกเปิดรับยูทูปเพื่อแสวงหาคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแล้วนั้น คุณ N ยังเลือกเปิดรับข่าวสารต่างๆ ที่เป็นความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและโภชนาการ จึงทำให้คุณ N ได้พบว่า การจะมีสุขภาพที่ดีนั้นไม่ใช่เพียงการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียว แต่ยังมีองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการคือ การรับประทานอาหาร เพราะนอกจากคลิปลสอนออกกำลังกายแล้วนั้น ในยูทูปจะแนะนำคลิปลประเภทอื่นๆ ขึ้นมาให้ใกล้เคียงกับที่เรากำลังเลือกชม ทั้งคลิปลสอนทำอาหารคลีน คลิปลอธิบายเกี่ยวกับวัตถุดิบในการทำอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย จึงทำให้คุณ N เริ่มตระหนักและสงสัยถึงสิ่งๆ ที่ตนเองเคยรับประทานมาตลอดว่าเป็นสิ่งๆ ที่ไม่ดีต่อสุขภาพหรือไม่ พฤติกรรมการรับประทานอาหารของตนเองส่งผลต่อรูปร่างทำให้อ้วนหรือไม่ ส่งผลเสียต่อสุขภาพอย่างไรบ้าง

ด้วยความสนใจเรื่องเกี่ยวกับความสวยงาม การออกกำลังกายและสุขภาพทำให้คุณ N ตัดสินใจเรียนต่อในระดับปริญญาโททางด้านวิทยาศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ เพื่อที่จะตอบสนองความสนใจของตนเองผ่านการเปิดรับข้อมูลที่ถูกต้องจากหลักสูตรการศึกษาที่มีอาจารย์ผู้มีความรู้และความเชี่ยวชาญในศาสตร์นี้โดยเฉพาะ แต่หลังจากที่เรียนจบมาคุณ N กลับรู้สึกว่าคุณ N นั้นวิตกกังวลในเรื่องการรับประทานมากเกินไป ยิ่งเมื่อมีความรู้จากการเล่าเรียนก็จะระแวงระวังเรื่องอาหาร เช่น กลัวการทานน้ำตาลที่จะทำให้เราอ้วน เริ่มหมกมุ่นเรื่องอาหารจึงเริ่มทำอาหารทานเองและไม่ชอบออกไปทานอาหารนอกบ้าน จนทำให้คุณ N เริ่มมีปัญหาการเข้าสังคมกับเพื่อนๆ หรือแม้กระทั่งคนในครอบครัว ไม่อยากจะไปรับประทานอาหารกับครอบครัวเนื่องจากเป็นอาหารที่ตนเองรู้สึกว่าจะไม่ดีต่อสุขภาพ เพื่อนๆ นัดทานข้าวก็ไม่อยากไป จนถึงขั้นที่ยอมทานเอาเข้าปากแล้วแต่ก็จะแอบมาคายอาหารทิ้ง เพราะรู้สึกว่าจะไม่อยากเอาอาหารไม่ดีเข้าสู่ร่างกายตนเอง คุณ N เริ่มรู้สึกไม่มีความสุข รู้สึกว่าตัวเองแปลกประหลาดเข้ากับคนอื่นไม่ได้ อยากผอม อยากสุขภาพดีแต่ก็ยังต้องการมีสังคม คุณ N พยายามจะดึงตัวเองออกมาจากความหมกมุ่นนั้นและคิดว่าควรจะเอาเวลาไปทุ่มเทหรือพัฒนาตนเองในด้านอื่นดีกว่า ด้วยความที่เป็นคนชอบเรื่องเกี่ยวกับความสวยงามเป็นทุนเดิม คุณ N ได้ลงเรียนคอร์สสอนแต่งหน้าและทำแฟนเพจเกี่ยวกับสอนแต่งหน้าขึ้นในเฟซบุ๊ก จึงช่วยเบนความสนใจออกจากความหมกมุ่นในเรื่องอาหารลงไปได้บ้าง

เนื่องจากความรู้ที่ได้ร่ำเรียนมาเกี่ยวกับการดูแลตนเองโดยเฉพาะเรื่องโภชนาการทำให้คุณ N ชอบที่จะทำอาหารเองเพราะได้เลือกวัตถุดิบ กำหนดรสชาติและขั้นตอนการทำอาหารที่ไม่ก่อให้เกิดผลเสียต่อร่างกาย คุณ N จึงต้องการสูตรอาหารคลีนหรืออาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย จึงสรรหาเมนูใหม่ๆ มาหัดทำอยู่เสมอ ด้วยชีวิตประจำวันที่มีมักจะเข้าใช้งานเฟซบุ๊กอยู่เสมออยู่แล้ว ทั้งติดต่อพูดคุยกับเพื่อนๆ หรืออัปเดตข้อมูลเกี่ยวกับการแต่งหน้าที่เพจของตนเอง คุณ N ก็จะเปิดรับแฟนเพจเกี่ยวกับสอนทำอาหารและแฟนเพจที่ให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ โดยคุณ N ได้กล่าวว่า ที่ชอบเข้ามาใช้งานในเฟซบุ๊กไม่ว่าจะเป็นเรื่องสอนแต่งหน้าหรืออาหาร เนื่องจากใน

เฟซบุ๊กมักจะมีข้อมูลที่ใหม่และอัปเดตอยู่เสมอ อย่างเช่น บางเพจจะให้ความรู้เรื่องนมในเซเว่นอันไหน ควรซื้อหรือไม่ควรซื้อ ซึ่งเป็นข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ความใหม่และทันสมัยสูง ความรู้เหล่านี้ก็สามารถนำมาใช้ได้จริงเวลาที่เราต้องเลือกซื้อนมในเซเว่นรวมถึงร้านสะดวกซื้ออื่นๆ มากไปกว่านั้นคือ ลักษณะการใช้งานของผู้คนในเฟซบุ๊ก ที่มีปฏิสัมพันธ์ได้ตอบพุดคุยและแสดงความคิดเห็นต่อกันอย่างรวดเร็ว ผ่านหัวข้อที่สนใจเหมือนกัน ทำให้คุณ N รู้สึกว่าได้รับข้อมูลความคิดเห็นจริงๆ ไม่มีโฆษณาชวนเชื่อจากผู้ใช้งานจริง

2. ชื่อ C (นามสมมติ) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี อายุ 25 ปี

อาชีพ รับราชการครู รายได้ 15,000 – 20,000 บาท

ภูมิหลังผู้รับสาร

คุณ C เคยเป็นบุคคลที่อยู่นอกวาทกรรมรูปร่างในสังคมปัจจุบัน คือ มีรูปร่างที่อ้วน และมีไหล่ที่กว้างเนื่องจากชอบว่ายน้ำ จึงทำให้คุณเป็นผู้หญิงอ้วนและตัวใหญ่ ขณะนั้นกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1 เธอเล่าว่าในช่วงนั้นไม่ค่อยได้ไปว่ายน้ำเหมือนเมื่อก่อน เนื่องจากต้องมาอยู่ที่หอพัก ชีวิตประจำวันจึงมีแค่ไปเรียนกินและนอน น้ำหนักของคุณ C ก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในตอนนั้นคุณ C ก็ยังไม่ได้รู้สึกเป็นกังวลกับรูปร่างและน้ำหนักที่เพิ่มขึ้น จนเมื่อเข้าสู่ชั้นปีที่ 2 เพื่อนในคณะเริ่มชวนคุณ C ไปออกกำลังกายด้วยการเล่นแบดมินตัน ในตอนนั้นไม่ได้หวังผลเรื่องการมีรูปร่างที่ดีขึ้นแต่น้ำหนักกลับลดลง คุณ C จึงอยากจะไปเล่นแบดมินตันทุกวัน โดยเฉลี่ยสัปดาห์ละ 5 วัน ใช้เวลาหลังเลิกเรียนประมาณ 2 ชั่วโมง ซึ่งในตอนนั้นทำให้คุณ C เริ่มมีทัศนคติที่ดีต่อการออกกำลังกายเพราะทำให้คุณ C มีรูปร่างที่ผอมลง

แต่เนื่องจากเพื่อนๆ เริ่มขี้เกียจไปออกกำลังกายทำให้คุณ C ไม่มีเพื่อนเล่นแบดมินตัน ในช่วงนั้นเองทำให้คุณ C จำเป็นต้องเปิดรับสื่ออื่นที่ช่วยให้คุณ C สามารถออกกำลังกายได้ด้วยตนเอง ซึ่งคลิปสอนออกกำลังกายในยูทูบสามารถตอบสนองความต้องการตรงนี้ อีกทั้งยังสามารถทำได้ในหอพักซึ่งในตอนนั้นคุณ C เองก็ยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายมากนัก รู้เพียงแค่ว่าออกกำลังกายโดยทำตามท่าตามคลิปวิดีโอออกกำลังกายไปเรื่อยๆ จนเมื่อคุณ C ได้พบกับอินสตาแกรม (Instagram) ของคุณฟ้าใส เป็นเทรนเนอร์ที่กำลังเป็นที่นิยมในช่วงนั้นมากๆ เนื่องจากคุณฟ้าใสมักจะโพสต์เรื่องราวเกี่ยวกับการออกกำลังกายและการทานอาหารที่ถูกต้องสำหรับผู้ที่มีรูปร่างดี รวมถึงสอนการใช้เครื่องเล่นต่างๆ ในฟิตเนส ในตอนนั้นเองที่ทำให้คุณ C รู้สึกอยากจะศึกษาความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายให้มากขึ้น โดยสิ่งที่ทำให้คุณ C สนใจเป็นพิเศษและชอบที่จะเปิดรับความรู้จากคุณฟ้าใสคือ การได้รู้ว่าการทานอาหารมีผลต่ออารมณ์สุขภาพที่ดี ช่วยทำให้รูปร่างดีอีกด้วย โดยในช่วงนั้นคุณฟ้าใสจะทำเป็นคลิปวิดีโอสั้นๆ พร้อมบรรยายได้ภาพ เนื่องจากข้อจำกัดในสื่ออินสตาแกรมที่จำกัดความยาวของวิดีโอไม่เกิน 1 นาที ความรู้ที่ได้รับโดยเฉพาะเรื่องการใช้เครื่องเล่นต่างๆ ในฟิตเนส ทำให้คุณ C อยากจะไปออกกำลังกายที่ฟิตเนสและต้องการจะมีวิธีการออกกำลังกาย

กายที่จริงจังมากขึ้น คุณ C จึงสมัครสมาชิกฟิตเนสใกล้ๆ หอพักและใช้เวลาในการเล่นฟิตเนสเฉลี่ย 5 วันต่อสัปดาห์ ได้นำการออกกำลังกายมาเป็นวิถีชีวิตคือ จะออกกำลังกายหลังเลิกเรียน หรือแม้กระทั่งในวันหยุดหากมีเวลาว่างก็จะไปฟิตเนส และการออกกำลังกายยังเปลี่ยนพฤติกรรมคุณ C อีกด้วยคือเธอมักจะพกซองเท้าผ้าใบไว้เสมอสำหรับเดินไปยังที่ต่างๆ อย่างเช่น ต้องการไปร้านกาแฟแถวสุขุมวิท จากหอพักย่านนอศอก คุณ C ก็เลือกที่จะเดินทั้งไปและกลับมากกว่าจะใช้รถ ระยะเวลาาร่วม 2 ปีที่คุณ C ได้นำการออกกำลังกายมาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน อาการภูมิแพ้ก็ค่อยๆ ดีขึ้นจากที่เคยเป็นหวัดทุกเดือน ก็ไม่เป็นหวัดบ่อยๆ ไม่เหนื่อยง่ายเวลาต้องทำกิจกรรมใดๆ รู้สึกคล่องตัวและมั่นใจรูปร่างของตนเองมากขึ้น ในช่วงนั้นคุณ C กล่าวว่า รู้สึกพอใจกับรูปร่างของตนเองมาก แต่การออกกำลังกายที่ฟิตเนสนั้นได้ความรู้เกี่ยวกับท่าทางในการออกกำลังกายจากเทรนเนอร์เท่านั้น ในด้านการรับประทานอาหารซึ่งเป็นสิ่งที่คุณ C ให้ความสนใจตั้งแต่ติดตามอินสตาแกรมของคุณฟ้าใส ซึ่งเทรนเนอร์ในฟิตเนสยังไม่สามารถตอบสนองความรู้ในด้านนี้ได้ คุณ C จึงหาข้อมูลเพื่อศึกษาในด้านโภชนาการเพิ่มเติม โดยเริ่มขยายพื้นที่จากสื่ออินสตาแกรมไปยังสื่อเฟซบุ๊กเนื่องจากคุณฟ้าใสและเทรนเนอร์ท่านอื่นได้เริ่มย้ายแหล่งการให้ข้อมูลความรู้จากอินสตาแกรมไปยังสื่อเฟซบุ๊กกันหมดทุกคน และการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊กยังทำให้คุณ C ได้พบเจอกับเพจสอนออกกำลังกายและโภชนาการอีกมากมายหลายเพจ ประเภทของเนื้อหาที่แตกต่างกันออกไป และเฟซบุ๊กยังสามารถเข้าถึงกลุ่มคนที่ออกกำลังกายและสนใจในเรื่องเดียวกันได้สะดวกและรวดเร็ว สะดวกต่อการใช้งาน เนื่องจากชีวิตประจำวันคุณ C เปิดเข้าใช้งานสื่อเฟซบุ๊กเป็นประจำทุกวันและมีความถี่บ่อยครั้ง

ช่วงระยะเวลาที่ติดตามคุณฟ้าใสตั้งแต่สื่ออินสตาแกรมและปัจจุบันมาที่สื่อเฟซบุ๊ก คุณ C กล่าวว่า เป็นช่วงที่ตนนั้นสะสมความรู้เรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการไว้มากมาย ด้วยความรู้ที่มากขึ้นจนสามารถจดจำแคลลอรี่ของอาหารทุกชนิดที่ตนเองจะรับประทาน คุณ C เริ่มเป็นกังวลและหมกมุ่นกับเรื่องการรับประทานมากเกินไป คำนวณแคลลอรี่ที่ตนเองจะต้องทานในแต่ละมื้อทุกวัน เริ่มหันมาทำอาหารทานเองเพราะได้เลือกสรรวัตถุดิบที่ดีต่อร่างกายตนเอง และเริ่มไม่ออกไปทานอาหารกับเพื่อนๆ เพราะคิดว่าอาหารเหล่านั้นไม่ดีต่อสุขภาพและร่างกายของตนเอง ซึ่งในขณะนั้นก็ออกกำลังกายที่ฟิตเนสควบคู่ไปด้วยผลที่ออกมาจึงเป็นที่น่าพอใจทั้งรูปร่างที่ดีขึ้นและได้เลือกทานอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกาย ซึ่งในขณะนั้นคุณ C ยังไม่ได้มองการหมกมุ่นและเคร่งเรื่องการเลือกรับประทานจะเป็นปัญหาต่อการดำเนินชีวิตของตนเอง จนเมื่อก้าวเข้าสู่ระดับชั้นปีที่ 5 ของการศึกษาคุณ C ต้องไปฝึกสอนที่โรงเรียนต่างๆ ส่งผลให้ในช่วงนั้นไม่มีเวลาออกกำลังกายเหมือนแต่ก่อน อาหารที่เคยมีเวลาจัดสรรและเลือกรับประทาน ก็ไม่สามารถจัดตารางได้เหมือนเดิม คุณ C รู้สึกเครียดกับน้ำหนักที่เพิ่มขึ้น เมื่อทานอาหารเสร็จจึงเลือกวิธีแก้ปัญหาด้วยการล้วงคอ โดยคิดว่าเป็นวิธีที่ทำให้ตนเองไม่ต้องกลับไปอ้วนแบบเดิม

3. ชื่อ R (นามสมมติ) วุฒิการศึกษา ปริญญาตรี อายุ 34 ปี

อาชีพ เซลล์ขายรถยนต์ รายได้ 20,000-30,000 บาท

ภูมิหลังของผู้รับสาร

คุณ R เป็นคนหนึ่งที่ชอบทานเค้กและของหวานมาก เธอเล่าว่าช่วงที่น้ำหนักขึ้นเป็นช่วงที่เธอจะทานเค้กและของหวานเยอะทั้งไอศกรีม ซอคโกแลต กินข้าวม้อดิกหลัง 4 ทุ่มและก่อนนอนก็ยังสามารถทานเค้กได้ ส่งผลให้น้ำหนักจากเดิมประมาณ 49-50 กิโลกรัม ก็ค่อยๆ เพิ่มขึ้นจนถึง 80 กิโลกรัม คุณ R รู้สึกไม่คล่องตัวทำอะไรอืดอาด และจุดเปลี่ยนที่ทำให้คุณ R หันมาออกกำลังกายอย่างจริงจังเนื่องมาจากอาการปวดเข่า ซึ่งตัวเธอเองทราบดีว่าอาการปวดเข่านั้นมาจากน้ำหนักที่มากเกินไปจนขาและเข่ารับน้ำหนักไม่ไหว ในตอนนั้นผู้คนรอบข้างก็มักจะติและพูดถึงรูปร่างของคุณ R .ตามวาทกรรมหลักของสังคมในปัจจุบันเรื่องของการมีรูปร่างที่ดี เมื่อไปเจอเพื่อนๆ ก็มักจะถูกพูดถึงในทางลบทั้งอ้วนขึ้น ทำไมตัวใหญ่ขึ้นขนาดนี้ ขาหรือโต๊ะสนุ๊ก คุณ R กล่าวว่า รู้สึกกดดันและไม่ชอบตัวเองในตอนนั้นมาก

อาการปวดเข่าและรูปร่างที่อ้วนขึ้นเริ่มเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตของคุณ R ด้วยงานเซลล์ขายรถยนต์ที่จำเป็นต้องยืน เดินและพูดคุยกับลูกค้า อาการปวดเข่าจึงทำให้คุณ R ทำงานไม่สะดวกและรูปร่างที่อ้วนขึ้นก็ทำให้คุณ R รู้สึกไม่มั่นใจในตัวเองเมื่อต้องพบเจอลูกค้า คุณ R จึงต้องการจะเปลี่ยนแปลงตัวเองทั้งพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่จำเป็นจะต้องมีเวลาออกกำลังกายและพฤติกรรมมารับประทานที่ต้องงดของหวานและการรับประทานอาหารม้อดิก โดยคุณ R มีเพื่อนที่ทำงานที่ต้องการจะลดหุ่นด้วยเช่นกันจึงเหมือนมีเพื่อนคอยชวนออกกำลังกายและแบ่งปันเรื่องราวการออกกำลังกายอยู่เสมอ คอยเป็นแรงผลักดันซึ่งกันและกัน คุณ R เริ่มจากการวิ่งหลังเลิกงานและงดทานของหวาน ซึ่งในระหว่างนั้นเพื่อนของคุณ R ก็ได้แนะนำให้คุณ R ลองติดตามแพนเพจสอนออกกำลังกายในเฟซบุ๊ก เพื่อศึกษาวิธีการลดหุ่นจากฟิตเนสไอดอลในสื่อเฟซบุ๊ก ทั้งจากเพจ Bebe fit routine, Meiji Anorma, Karamare เป็นต้น เนื่องจากเฟซบุ๊กเป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่คุณ R เปิดใช้งานบ่อยครั้งมากที่สุดอยู่แล้ว ด้วยคุณลักษณะการใช้งานของสื่อเฟซบุ๊กที่ใช้งานง่าย มีข้อมูลที่ใหม่อยู่เสมอ และที่สำคัญคือ เราสามารถเลือกรับเฉพาะในสิ่งที่เราสนใจได้ด้วย การกดติดตามและติดตาม (see first) เฉพาะเพจนั้นๆ เมื่อคุณ R เข้าใช้งานเฟซบุ๊ก ก็จะได้พบเห็นในสิ่งที่ชื่นชอบและให้ความสนใจมาก่อนเสมอ จึงทำให้คุณ R พึงพอใจในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อเฟซบุ๊ก การเปิดรับสารเกี่ยวกับการออกกำลังกายจึงเป็นเรื่องที่สะดวกต่อคุณ R และคุณ R ยังกล่าวอีกว่าการติดตามแพนเพจสอนออกกำลังกายเหล่านี้ เมื่อเราเปิดเข้าใช้งานบ่อยๆ เราก็เห็นรูปร่างของผู้สอนหรือเจ้าของเพจสอนออกกำลังกายที่มีกล้ามเนื้อ ขา ซิกแพค สวมใส่เสื้อผ้าก็ดูสวย เมื่อเรารับข้อมูลแบบนี้บ่อยๆ เข้า ก็เหมือนเป็นแรงผลักดันและกำลังใจในการออกกำลังกายมากขึ้น ทำให้อยากจะมีรูปร่างและสุขภาพที่ดี

แบบนั้นบ้าง อีกทั้งยังได้รับความรู้ทั้งทำสอนออกกำลังกายและได้ทราบว่า การรับประทานอาหารมีส่วนสำคัญทำให้ร่างกายแข็งแรงและมีผลทำให้รูปร่างดีขึ้น

คุณ R เริ่มออกกำลังกายผ่านการดูคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊ก โดยนำท่าทางจากหลายๆ เพจสอนออกกำลังกายมาปรับใช้ให้ตรงกับความต้องการของตนเอง อย่างเช่นต้องการจะลดน้ำหนักต้องเป็นพิเศษก็จะเลือกใช้ท่าที่เน้นลดช่วงหน้าท้องและสร้างความแข็งแรงของหน้าท้องให้มากขึ้น โดยคุณ R จะใช้เวลาหลังเลิกงานเฉลี่ยสัปดาห์ละ 3-4 วัน ระยะเวลาในการออกกำลังกายแต่ละครั้งประมาณ 1-2 ชั่วโมง ซึ่งผลที่ตามมาก็เป็นที่น่าพึงพอใจในระดับหนึ่ง คือ คุณ R สามารถลดน้ำหนักจนเหลือ 59 กิโลกรัม อาการปวดหัวเข่าก็หายไป และยังเพิ่มความมั่นใจในการทำงานมากขึ้นอีกด้วย การมีรูปร่างที่ดีจึงมีความสำคัญไม่ใช่แค่สุขภาพที่ดีเท่านั้นที่เป็นผลพลอยได้แต่รวมไปถึงเรื่องงานของคุณ R ด้วย แต่คุณ R ยังรู้สึกไม่พอใจในรูปร่างและน้ำหนักในตอนนี้สักเท่าไร และคิดว่าตนเองจะสามารถลดน้ำหนักและมีรูปร่างที่เล็กกว่านี้ได้ โดยเธอมองว่าการออกกำลังกายอาจจะยังไม่เพียงพอต่อการเปลี่ยนแปลงรูปร่างของเธอในตอนี้ คุณ R จึงต้องการที่จะศึกษาหาข้อมูลในเรื่องของการออกกำลังกายและโภชนาการให้มากขึ้น เพื่อจะได้นำมาปรับใช้กับตนเองในการเปลี่ยนแปลงรูปร่างและดูแลสุขภาพของตนเองให้ดีกว่าเดิม

จากข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร จะเป็นกลุ่มคนที่ให้ความสนใจในเรื่องของการออกกำลังกายมาก่อนและเมื่อเริ่มศึกษาเพิ่มเติมจึงทราบว่า การจะมีรูปร่างที่ดีได้นั้นจำเป็นต้องได้รับการทานอาหารที่ดีควบคู่กัน จึงมีความกังวลใจเรื่องของการทานอาหารมากขึ้นและเริ่มที่จะทำอาหารทานเอง เพื่อจะได้เลือกวัตถุดิบและรู้กระบวนการในการทำทุกขั้นตอน จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้เลือกที่จะเปิดรับ “เพจเชนิมีก๊ลาม” ซึ่งมีลักษณะเนื้อสารที่เน้นการให้ความรู้ทั้งการออกกำลังกายและอาหาร โดยพยายามสื่อสารให้ผู้ที่ติดตามเพจมีความสุขกับการใช้ชีวิตและมีความสุขกับการทานอาหาร โดยอยู่ในความสมดุลความเป็นจริง คือ การมีสังคมที่ต้องอยู่ร่วมและยอมรับในรูปร่างของตนเองคือ สวยในแบบของตนเอง โดยเฉพาะคลิปวิดีโอสอนทำอาหารและคลิปวิดีโอให้ความรู้เรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการเป็นเนื้อหาสาระที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบและเลือกที่จะติดตามเพจเชนิมีก๊ลาม เนื่องจากจะได้เมนูอาหารและขนมเพื่อสุขภาพใหม่ๆ และยังได้แนวคิดในการจัดสมดุลการใช้ชีวิตให้มีสุขภาพดีทั้งจากทางกายและทางใจอีกด้วย

จากภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน ที่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการมากในระดับหนึ่ง การออกกำลังกายเพียงอย่างเดียวไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งหมด จึงได้ตามหาเพจสอนออกกำลังกายที่ให้ความรู้ทั้งการออกกำลังกายและโภชนาการ จึงได้ทำการเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายเพจเดียวกัน คือ เพจ เชนิมีก๊ลาม แต่เมื่อกลุ่มตัวอย่างจะต้องเลือกเนื้อหาและคลิปวิดีโอภายในเพจเชนิมีก๊ลามกลับมีการเปิดรับที่แตกต่างกัน

ออกไป เนื่องจากมีความต้องการและการตีความที่แตกต่างกัน ดังเช่น คุณ N คุณ C และคุณ R ที่ชื่นชอบคลิปปวีดีโอสอนทำอาหารและการถ่ายทอดสดเหมือนกัน แต่คุณ N และคุณ C จะนำความรู้เรื่องการทำอาหารมาปรับใช้คือ การนำมาฝึกทำอาหารทานเอง โดยเฉพาะคุณ N สามารถหาซื้อวัตถุดิบได้เหมือนกับที่เพจสอน ด้วยงานและปัจจัยทางเศรษฐกิจทำให้คุณ N ไม่ได้รู้สึกลำบากในการซื้อและจัดเตรียมวัตถุดิบและมีเวลาในการทำอาหาร แต่ในด้านของคุณ C และคุณ R เมื่อได้ทำการเปิดรับคลิปปวีดีโอสอนทำอาหาร ก็จะเลือกเปิดรับคลิปปวีดีโอสอนทำอาหารในเมนูที่ตนเองสามารถทำตามได้ อาจจะมีการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบบ้าง ให้ใกล้เคียงกับที่ในเพจได้บอกส่วนผสมไว้ ในบางอย่างก็ไม่สามารถทำตามได้ทั้งหมด ด้วยเวลาการทำงานและปัจจัยทางเศรษฐกิจที่อาจจะไม่เอื้ออำนวย รวมไปถึงเนื้อหาในคลิปปวีดีโอที่ถึงแม้ คุณ C จะทำการเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายเพจชื่อนี้มีกล้ามเนื้อ แต่เนื้อหาหลักๆ จากเพจนี้คุณ C จะชื่นชอบเนื้อหาเกี่ยวกับโภชนาการมากกว่าจะเป็นเรื่องการออกกำลังกาย เพราะด้วยลักษณะเนื้อหาในคลิปปสอนออกกำลังกายจะเป็นเกี่ยวกับการออกกำลังกายให้ร่างกายแข็งแรงและยืดกล้ามเนื้อ ไม่ได้เน้นลดหรือเพิ่มสัดส่วนสักเท่าไร ถึงแม้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่ให้ ความสำคัญเรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการจะเลือกเปิดรับเพจชื่อนี้มีกล้ามเนื้อ แต่การนำไปปรับใช้และการเลือกเปิดรับเนื้อหาภายในเพจก็มีความแตกต่างกัน ซึ่งแต่ละคนก็จะเลือกรับเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของตนเองมากที่สุด และตีความเนื้อหาที่ตนเองเปิดรับและนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะของตนเองซึ่งมีประสบการณ์และทุนที่แตกต่างกันออกไป

5.1.1.3 กลุ่มที่มีประสบการณ์และต้องการพัฒนาการออกกำลังกายที่ถูกต้องตามหลักวิทยาศาสตร์การกีฬา

1. ชื่อ A (นามสมมติ) วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อายุ 27 ปี

อาชีพ marketing (stadium one) รายได้ 30,000 – 40,000 บาท

ภูมิหลังของผู้รับสาร

คุณ A เคยเป็นบุคคลที่ไม่พอใจในรูปร่างของตนเองมาก่อน เพราะเสียงจากคนรอบข้างที่พูดถึงรูปร่างของเธอตามวาทกรรมหลักของสังคมในเรื่องของการมีรูปร่างที่ดี เมื่อต้องไปพบปะผู้คนก็มักจะถูกแซวเกี่ยวกับรูปร่างอ้วน ตัวใหญ่ ปัสสาวะ ทำให้คุณ A รู้สึกไม่มั่นใจ และหันไปพึ่งยาลดความอ้วน โดยเห็นจากเพื่อนๆ ที่เคยรับประทานยาลดความอ้วนแล้วมีรูปร่างที่ผอมลง ซึ่งในช่วงแรกก็ได้รับผลที่น่าพอใจ รูปร่างของเธอเล็กลง รับประทานได้น้อยลง แต่ได้รับผลกระทบต้องเข้าโรงพยาบาล และรับการรักษาตัวเพราะการรับประทานยาลดความอ้วน เหตุการณ์ครั้งนั้นทำให้คุณ A เริ่มคิดทบทวน การตัดสินใจเลือกยาลดความอ้วนเป็นวิธีการแก้ปัญหาเรื่องรูปร่าง ทำให้สุขภาพร่างกายที่แย่งเพราะฤทธิ์ยาลดความอ้วน คุณ A จึงเลือกวิธีการแก้ปัญหาเรื่องรูปร่างด้วยการหันมาดูแลร่างกายด้วยการออกกำลังกาย ซึ่งเป็นวิธีที่ทราบกันดีว่าเป็นวิธีที่ถูกต้องและปลอดภัย จากสื่อโทรทัศน์ที่มีการให้ความรู้เรื่องการดูแลสุขภาพ และการสื่อสารโฆษณาต่างๆ ที่สร้างความเชื่อถือว่า

ฟิตเนสที่เป็นสถานที่ที่ผู้คนเลือกแล้วว่าเหมาะสมสำหรับการออกกำลังกายและมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกายให้คำแนะนำ จึงทำให้คุณ A ให้ความสนใจการออกกำลังกายเพื่อรักษาสุขภาพร่างกายของตนเอง

เมื่อรูปร่างดีขึ้นจึงนำมาซึ่งความมั่นใจในการใช้ชีวิตประจำวัน ร่างกายของคุณ A ค่อยๆ ดีขึ้นทั้งทางร่างกายและจิตใจ หลังจากนั้นเธอก็ค่อยๆ ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายมากขึ้น นอกจากสื่อบุคคลที่ฟิตเนสที่คอยให้คำแนะนำเกี่ยวกับการออกกำลังกายและโภชนาการแล้ว คุณ A เลือกเปิดรับความรู้จากสื่อใหม่จากเว็บต่างๆ ด้วยอาชีพในขณะนั้นคือ re-write ข่าวจากประเทศ ทำให้คุณ A เป็นนักอ่านคนหนึ่งที่มีกระแสหาข้อมูลและบทความต่างๆ อ่านอยู่เสมอ เมื่อมีข้อสงสัยเกี่ยวกับการออกกำลังกายหรือเรื่องโภชนาการ คุณ A จะหาคำตอบจากเว็บ Google เช่น ไขมันดีคือ อะไร โดยเว็บแรกๆ ที่จะขึ้นมาแนะนำมักจะเป็นเว็บพันทิป (Pantip) และบล็อก (Blog) ความรู้ต่างๆ จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้คุณ A เริ่มแสวงหาความรู้จากเว็บพันทิป ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการเว็บบอร์ดของไทยที่มีชื่อเสียง เป็นเว็บไทยมีผู้เข้าชมมากที่สุดและมีห้องสนทนาหลายห้องด้วยกัน โดยผู้ที่เป็สมาชิกเท่านั้นจะสามารถเข้าไปตั้งกระทู้ถามและตอบคำถาม ซึ่งจะมีผู้คนเข้าไปตั้งคำถามและช่วยกันตอบคำถามมากมายหลากหลายความคิดเห็นด้วยกัน คุณ A เริ่มต้นสั่งสมความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกาย จากกระทู้วิรูปร่าง การออกกำลังกายและการเปลี่ยนแปลงตัวเองจากห้องสวนลุมพินี (ห้องในเว็บพันทิป) ซึ่งคุณ A กล่าวว่า “ตรงคอมเมนต์จะเป็นส่วนที่ความรู้เยอะมาก ตามอ่านไปเรื่อยๆ ความรู้ความคิดเห็นต่างๆ ก็จะแตกแขนงไปเรื่อยๆ” แต่ด้วยรูปแบบในเว็บพันทิป จะเป็นการตั้งคำถามและให้สมาชิกของเว็บเท่านั้นมาช่วยกันตอบ ในบางครั้งข้อมูลยังไม่ครอบคลุมและไม่ละเอียดเพียงพอ ในด้านของบล็อก(Blog) ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่คุณ A เลือกอ่านเพื่อหาความรู้เพิ่มเติมนอกจากเว็บพันทิป เพราะให้ข้อมูลที่เจาะจงและละเอียดมากกว่า ในตอนแรกคุณ A ยังไม่สามารถทราบได้ว่าข้อมูลใดถูกต้องหรือไม่ เพราะด้วยข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในปัจจุบันที่มีมากมายจากแหล่งความรู้ บางครั้งจึงนำข้อสงสัยเหล่านี้เก็บไปถามเทรนเนอร์หรือบุคคลที่มีประสบการณ์การออกกำลังกายมานาน แต่เมื่อเวลาผ่านไปพร้อมกับประสบการณ์การออกกำลังกายและได้พบปะแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากผู้คนในฟิตเนส ทั้งเทรนเนอร์และผู้ออกกำลังกายด้วยกันเอง ทำให้คุณ A รู้ว่าสิ่งใดที่อ่านเป็นข้อมูลที่ถูกต้องหรือข้อมูลที่ผิดมากขึ้น เกิดการลองผิดลองถูกและนำสิ่งที่เหมาะสมมาปรับใช้กับตนเอง

จากเหตุผลแรกที่ทำให้คุณ A หันมาออกกำลังกายคือ ต้องการจะมีรูปร่างที่ดีขึ้น และพาตัวเองหนีออกจากคำพูดของคนรอบข้างที่วิจารณ์รูปร่างของเธอ แต่ในปัจจุบันความคิดนั้นได้แปรเปลี่ยนไป คุณ A ได้ก้าวเข้าสู่วงการการออกกำลังกายอย่างเต็มตัว การออกกำลังกายไม่ใช่เพียงเพื่อการมีรูปร่างที่ดี แต่เพื่อการมีสุขภาพที่ดี โดยคุณ A กล่าวว่า “เราออกกำลังกายเพราะสุขภาพ สำหรับเราเรื่องสุขภาพเป็นหลักนะ เราจะไม่ค่อยซีเรียสเรื่องหุ่น คือ ใครก็คงอยากมีหุ่น

ที่ดี แต่ถามว่าสำคัญเท่าสุขภาพใหม่ ก็ไม่ใช่” โดยการนำการออกกำลังกายมาเป็นวิถีชีวิต วิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปนั้นไม่ใช่แค่รูปร่างที่เปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น เธอได้สุขภาพที่แข็งแรงและความสุขกลับมา จึงเป็นเหตุผลทำให้เป้าหมายในการออกกำลังกายของคุณ A เปลี่ยนไป

จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่า สังคมที่เธอคลุกคลีอยู่ด้วยเป็นประจำจึงเป็นกลุ่มคนที่รักสุขภาพ พบเจอกันในฟิตเนสหรือสวนสาธารณะชักชวนกันไปออกกำลังกาย พูดคุย สอบถามกันเกี่ยวกับการออกกำลังกายและการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ และด้วยอาชีพในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการออกกำลังกาย คุณ A ทำงานเป็นเจ้าหน้าที่การตลาดที่ stadium one ศูนย์บริการออกกำลังกายและลานกิจกรรม ที่ให้บริการทั้งฟิตเนสหลากหลายรูปแบบ ศูนย์จำหน่ายอุปกรณ์กีฬา ยิ่งทำให้เรื่องการออกกำลังกายเป็นเรื่องใกล้ตัว คุณ A กล่าวว่า รู้สึกโชคดีที่ได้ทำสิ่งที่ชอบมากมายเป็นงาน คุณ A สามารถออกกำลังกายได้ทุกเช้าในที่ทำงานก่อนเริ่มงานในทุกวัน คุณ A จึงเป็นบุคคลที่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกายเป็นอย่างดีคนหนึ่งทั้งด้วยประสบการณ์การออกกำลังกาย การลองผิดลองถูกตามข้อมูลความรู้ที่ได้ศึกษาด้วยตนเองและสอบถามจากผู้รู้ในฟิตเนสและเพื่อนๆ ที่ออกกำลังกายด้วยกัน แต่ความรู้เป็นสิ่งที่ไม่มีวันสิ้นสุดและมีมากมายให้เราศึกษาอยู่ตลอด คุณ A จึงยังชอบที่จะแสวงหาบทความเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายและโภชนาการจากสื่อต่างๆ อยู่เสมอ เพราะด้วยตำแหน่งงานที่ทำอยู่ทำให้คุณ A จำเป็นต้องติดตามข้อมูลใหม่ๆ และมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และความมั่นใจให้กับตนเอง โดยเว็บพันทิป ก็ยังเป็นหนึ่งในเว็บที่คุณ A เลือกเปิดรับแต่จะเลือกเข้าไปเฉพาะตอนใช้งานผ่านเครื่องคอมพิวเตอร์ เพราะแอปพลิเคชันของเว็บพันทิป เมื่อมาอยู่ในโทรศัพท์กลับใช้งานไม่สะดวก ไม่เสถียร และต้องยอมรับว่าในปัจจุบันความคล่องตัวในการเข้าใช้งานอินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือนั้นสะดวกสบายกว่าคอมพิวเตอร์มาก และหากพูดถึงเว็บที่เข้าบ่อยๆ ทุกวัน วันละหลายๆ ครั้งผ่านโทรศัพท์มือถือก็คือ แอปพลิเคชัน เฟซบุ๊ก ซึ่งในปัจจุบันได้ให้พื้นที่เกี่ยวกับการออกกำลังกายและโภชนาการมากขึ้น ทั้งแฟนเพจสอนออกกำลังกายและสอนทำอาหารเพื่อสุขภาพมากมายหลายเพจด้วยกัน นอกจากความสะดวกในการเปิดใช้เฟซบุ๊กผ่านโทรศัพท์แล้ว ข้อมูลที่อยู่ในเฟซบุ๊กยังเป็นข้อมูลที่ทันสมัย รวดเร็วทันกระแสสังคมและเงื่อนไขการใช้งานเมื่อเราต้องการจะโพสต์ข้อความให้ความรู้ หรือตั้งคำถามใดๆ ก็ตาม ก็สามารถเผยแพร่ได้ทันทีไม่ต้องรอหรือใช้เวลานานเหมือนในเว็บพันทิป ที่ต้องผ่านการตรวจสอบจากทางเว็บก่อนจึงจะสามารถเผยแพร่ได้

อย่างไรก็ตาม การให้ความสนใจด้านรูปร่างของคุณ A อาจจะทำลายเป็นวาทกรรมของสังคมในปัจจุบันหรือในอนาคตที่ไม่ใช่เฉพาะรูปร่างที่ดีอีกต่อไป แต่จะต้องให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรงควบคู่กันด้วย

2. ชื่อ P (นามสมมติ) วุฒิการศึกษาปริญญาตรี อายุ 31 ปี

อาชีพ ครูสอนเต้น รายได้ 20,000 – 30,000 บาท

ภูมิหลังของผู้รับสาร

คุณ P เริ่มต้นหันมาออกกำลังกายเพราะปัญหาสุขภาพที่ส่งผลต่อการใช้ชีวิต ด้วยธุรกิจของครอบครัวทำให้เธอต้องเดินทางไปต่างประเทศอยู่บ่อยๆ งานที่หนักขึ้นใช้ร่างกายหนักขึ้นทำให้ร่างกายของเธอชুবวม ในด้านอาหารคุณ P บอกว่าตัวเองเป็นคนที่มีระบบเผาผลาญดีมากมาตั้งแต่เด็กๆ กินเท่าไรก็ไม่อ้วน เธอเล่าว่า ชอบทานเนื้อสัตว์ติดมันมาก ชอบทานขนมหวานสามารถทานเค้ก 2 ปอนด์ได้คนเดียวหรือทานแทนข้าวเย็น หิวตอนไหนก็จะทานได้ตลอดเพราะยังกินไม่อ้วนไม่ส่งผลต่อรูปร่างของเธอ

เมื่อเวลาผ่านไป คุณ P พบว่า ตนเองป่วยบ่อย ไม่กระฉับกระเฉงเหมือนแต่ก่อน เวลาทำงานก็จะรู้สึกเหนื่อยๆ ไม่ค่อยมีแรงทำอะไร แต่ด้วยทุนเดิมเป็นคนที่ชอบเดินอยู่แล้ว คุณ P เรียนบัลเล่ต์และเรียนเต้นมาตั้งแต่เด็กๆ จึงรู้สึกว่าการต้องหันกลับมาเดินให้บ่อยขึ้น ออกกำลังกายและใส่ใจเรื่องสุขภาพให้มากขึ้น คุณ P กล่าวว่า “มันไม่ไหวละเราต้องออกกำลังกายเพื่อให้สุขภาพดีเพื่อให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น จะได้ป่วยน้อยลง” จึงเริ่มออกกำลังกายโดยจ้างเทรนเนอร์ส่วนตัวคอยดูแลให้คำแนะนำเรื่องการออกกำลังกาย ซึ่งในขณะนั้นยังต้องทำงานอยู่ที่ต่างประเทศ แต่เมื่อกลับมาประเทศไทย คุณ P ก็ยังให้ความสำคัญกับเรื่องการออกกำลังกาย ให้เวลาการออกกำลังกายสัปดาห์ละ 6 วัน โดยมีตารางการออกกำลังกายที่จัดทำขึ้นเอง ทำตามอย่างเคร่งครัด จนเพื่อนๆ ที่ฟิตเนสได้ชักชวนให้คุณ P ประกวดบิกินีโมเดล ซึ่งจะมีรุ่นที่ไม่ต้องกล้ำมใหญ่มาก คุณ P รู้สึกสนใจจึงได้จ้างเทรนเนอร์ส่วนตัวอีกครั้งเพื่อออกแบบตารางการฟิตรูปร่างเพื่อประกวดบิกินีโมเดล รวมถึงตารางการทานอาหาร แต่สุดท้ายก็ไม่ได้ลงแข่งขันในครั้งนั้นเนื่องจากติดปัญหาส่วนตัวบางอย่าง

แต่วิถีชีวิตการออกกำลังกายก็ไม่ได้จบลงแค่นั้น คุณ P ยังออกกำลังกายต่อไปและได้ผันตัวเองไปเป็นครูสอนเต้น ชีวิตประจำวันจึงออกกำลังกายแบบคาร์ดิโอเสียส่วนใหญ่ และเล่นเวทเทรนนิ่งเพื่อเสริมสร้างกล้ามเนื้อ โดยในระหว่างนั้นคุณ P เลือกเปิดรับข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและโภชนาการทางสื่ออินสตาแกรม สื่อใหม่ที่โดดเด่นในเรื่องการแบ่งปันภาพถ่ายและคลิปวิดีโอ ซึ่งคุณ P บอกว่าส่วนใหญ่จะติดตามฟิตเนสไอดอลที่เป็นชาวต่างชาติทางอินสตาแกรม เนื่องจากชาวต่างชาตินิยมใช้อินสตาแกรมเผยแพร่และให้ข้อมูลด้านการออกกำลังกายและโภชนาการ เช่น คลิปสอนท่าออกกำลังกายหรือคลิปสอนทำอาหาร แต่ด้วยข้อจำกัดของสื่ออินสตาแกรมที่จำกัดความยาวของคลิปวิดีโอไม่ให้ยาวเกิน 1 นาทีและจำนวนตัวอักษรบรรยายได้ภาพเพียงแค่ 2,200 ตัวอักษร และด้วยพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในคนไทยที่เลือกเปิดรับและเข้าใช้งานสื่อเฟซบุ๊กมากที่สุด โดยมักจะเผยแพร่ข้อมูลและติดตามข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อเฟซบุ๊กมากกว่า จึงเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้คุณ P เลือกที่จะเปิดรับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและโภชนาการผ่านเฟซบุ๊ก

ด้วยประสบการณ์การออกกำลังกาย ความรู้ที่ได้รับจากเทรนเนอร์ สังคมที่แวดล้อมไปด้วยผู้คนที่รักการออกกำลังกาย การเปิดรับสื่อใหม่อย่างอินสตาแกรมและเฟซบุ๊ก ทำให้คุณ P เป็นบุคคลหนึ่งที่มีความรู้และความเข้าใจในเรื่องการออกกำลังกาย สามารถให้คำปรึกษาและความรู้แก่ผู้อื่น ในช่วงที่เริ่มเป็นครูสอนเต้น คุณ P ได้เริ่มใช้เฟซบุ๊กของตนเองเป็นศูนย์กลางในการกระจายความรู้และวิถีชีวิตของตนเองให้กับผู้ที่ติดตาม โดยในเฟซบุ๊กของคุณ P มักจะโพสต์เรื่องราวในชีวิตประจำวันว่าแต่ละวันออกกำลังกายทำไต่บ้าง มีฟิตเนสที่ได้นำสนใจหรือเปิดใหม่ เลือktanอาหารแบบใด เกร็ดความรู้ทั้งเรื่องอาหารและการออกกำลังกายพร้อมทั้งยังแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพสามารถหาซื้อทานได้ที่ใด รวมถึงภาพและคลิปวิดีโอที่ตนเองได้ไปสอนเต้นมา เป็นต้น ด้วยวิธีการสื่อสารและสร้างตัวตนของคุณ P จะเน้นการโพสต์เรื่องราวการออกกำลังกายและการเลือกรับประทานของตนเองผ่านเฟซบุ๊ก ซึ่งเฟซบุ๊กสามารถตอบสนองความต้องการของคุณ P ได้เป็นอย่างดี โดยคุณ P กล่าวว่า “ถ้าคนๆ หนึ่งจะเขียนบทความ ความรู้อะไรสักอย่างในอินสตาแกรมมันก็จำกัดตัวอักษร คลิปวิดีโอหรือการลงรูปแค้ก็จำกัด เฟซบุ๊กมันไม่จำกัดไงคะ เราอยากจะลงรูป ลงวิดีโอหรือพิมพ์ไปเยอะแค่ไหนก็ได้ โหลดก็ได้ การใช้งานมันเข้าถึงชีวิตประจำวันของเรา” จึงทำให้คุณ P เลือกเปิดรับและเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ ผ่านสื่อเฟซบุ๊กมากกว่าจะใช้สื่ออื่นๆ

3. ชื่อ T (นามสมมติ) ระดับการศึกษา ปริญญาตรี อายุ 26 ปี

อาชีพ กราฟิกดีไซน์ เงินเดือน 30,000 – 40,000 บาท

ภูมิหลังของผู้รับสาร

คุณ T เคยเป็นบุคคลที่มีความพึงพอใจในรูปร่างของตนเองมาก่อนจึงไม่เคยสนใจเรื่องการออกกำลังกาย จนเมื่อก้าวเข้าสู่วัยทำงานคุณ T น้ำหนักเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากพฤติกรรมการรับประทานอาหารและวิถีชีวิตการทำงานอาจจะต้องไปสังสรรค์กับลูกค้าหรือเพื่อนร่วมงานอยู่บ่อยครั้ง และในบางครั้งที่ต้องทำงานจนถึงดึกก็อาจจะต้องทานมื่อดึกเพิ่มขึ้นมา ทำให้คุณ T มีรูปร่างที่อ้วนขึ้น จากเดิมที่เคยมีน้ำหนักเพียง 49 กิโลกรัมก็ขึ้นไปจนถึง 64 กิโลกรัม คุณ T เริ่มสังเกตว่าตนเองใส่เสื้อผ้าไม่สวยและเมื่ออยู่กับเพื่อนๆ ก็รู้สึกว่าคุณ T ใหญ่กว่าเพื่อนๆ อีกทั้งเมื่อเวลาไปเจอกลุ่มเพื่อนๆ ของแฟนก็มักจะโดนแซวว่าตัวใหญ่กว่าแฟน ไม่น่าจะนุถนอม จึงทำให้คุณ T รู้สึกไม่มั่นใจในรูปร่างของตนเอง และไม่ยอมไปเจอเพื่อนๆ ของแฟนอีกด้วย

ในช่วงนั้นเองคุณ T เริ่มเห็นกระแสการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊กมากขึ้น ทั้งบทความ คลิปวิดีโอ จากแฟนเพจสอนออกกำลังกายที่มีมากมายหลายเพจด้วยกัน โดยเฉพาะข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายลดหุ่นเพื่อให้มีรูปร่างที่ดีขึ้น ในตอนแรกคุณ T กล่าวว่า เธอเองไม่ได้สนใจติดตามอ่านข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายหรือการลดหุ่นเลย จนเมื่อถูกกดดันจากเสียงรอบข้างที่พูดถึงรูปร่างของเธอตามวาทกรรมหลักของสังคมในเรื่องของการมีรูปร่างที่ดี เธอจึงสนใจที่จะเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายหรือวิธีลดหุ่นจากสื่อเฟซบุ๊ก โดยในตอนแรกเธอตั้งใจจะใช้วิธีวิ่งเป็น

วิธีการออกกำลังกายเพื่อเปลี่ยนรูปร่างของตนเอง ผ่านการติดตามอ่านบทความจากสื่อเพชบุรีในหัวข้อ “5 วิธีลดความอ้วนโดยไม่เสียเงิน” คุณ T กล่าวว่า เธอบันทึกเก็บบทความนี้ไว้ และก็ได้แต่อ่านและคิดจะออกไปวิ่งแต่ก็ไม่ได้ปฏิบัติเสียที จนเมื่อแฟนคุณ T ชักชวนไปออกกำลังกายที่ฟิตเนสคุณ T จึงตัดสินใจสมัครสมาชิกฟิตเนสที่ใกล้สถานที่ทำงานของตนเอง เพราะคุณ T รู้ดีว่าตนเองนั้นไม่มีวันออกไปวิ่งอย่างที่วางแผนไว้แน่นอน ดังนั้น การเสียเงินเพื่อสมัครสมาชิกฟิตเนสน่าจะเป็นแรงกระตุ้นให้คุณ T อยากที่จะไปฟิตเนสเพื่อออกกำลังกาย และคุณ T ต้องการให้การออกกำลังกายของคุณ T เป็นไปอย่างถูกต้องตามขั้นตอนซึ่งก็คือ การมีเทรนเนอร์คอยให้คำแนะนำในการออกกำลังกาย และตารางการออกกำลังกายที่กำหนดเวลาและประเภทของการออกกำลังกายไว้ชัดเจน

การตัดสินใจไปออกกำลังกายที่ฟิตเนสในครั้งนั้นทำให้คุณ T ได้เจอแนวการออกกำลังกายที่ตนเองชอบ คือ การเดิน เช่นเดินซุ่มบ้า บอดี้แจม จากคลาสสอนออกกำลังกายต่างๆ ในฟิตเนส การที่คุณ T เจอกิจกรรมที่ตนเองชื่นชอบและเกิดประโยชน์กับตนเองคือ สามารถลดน้ำหนักและเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตนเองไปในทางที่ดีขึ้นนั้น ยิ่งทำให้คุณ T มีกำลังใจในการมาออกกำลังกาย คุณ T ออกกำลังกายประมาณ 6 วันต่อสัปดาห์ โดยใช้เวลาก่อนไปทำงานในทุกวัน หากวันใดที่ไม่ได้ไปฟิตเนสก็จะใช้การวิ่งรอบหมู่บ้านหรือออกกำลังกายง่ายๆ เช่น ท่าแพลงค์ สควอท เป็นต้น โดยในช่วง 3 เดือนแรกคุณ T ไม่ได้คุมอาหารสักเท่าไร เลือกที่จะเลี่ยงของทอด จนได้มาเจอกับเพื่อนที่ออกกำลังกายด้วยกันซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกายเป็นอย่างดี สั่งสมประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายจากการอ่านและทดลองด้วยตนเองจนมีรูปร่างที่ดีตามวาทกรรมหลังในสังคมปัจจุบัน และเป็นผู้ที่คุณ T มักจะมาปรึกษาเรื่องออกกำลังกายและโภชนาการอยู่เสมอ คอยแนะนำอาหารที่ควรและไม่ควรทานให้คุณ T และนอกจากนี้เพื่อนของคุณ T ยังคอยแนะนำบทความที่เป็นความรู้สำหรับการออกกำลังกายมาให้อ่านอยู่เสมอ ผ่านการแท็ก (tag) จากสื่อเพชบุรีให้คุณ T ได้เข้าไปติดตามอ่าน จากประสบการณ์การออกกำลังกายที่ฟิตเนสและการสั่งสมความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายและโภชนาการทั้งจากการติดตามอ่านจากสื่อเพชบุรีและคำแนะนำจากเพื่อน ทำให้คุณ T กลายเป็นบุคคลหนึ่งที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการออกกำลังกายมากขึ้น คุณ T กล่าวว่า เป้าหมายการออกกำลังกายของคุณ T จากเดิมเพื่อการมีรูปร่างที่ดีขึ้นแต่ในปัจจุบันคุณ T ให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพที่ดี ผลมาจากการที่คุณ T รับการออกกำลังกายมาเป็นวิถีชีวิต จนสามารถเปลี่ยนรูปร่างของคุณ T ได้ตามที่หวังไว้ พึงพอใจในรูปร่างของตนเองแล้ว และสามารถกลับมาใส่เสื้อผ้าได้สวยและมั่นใจขึ้นกว่าเดิมแต่สิ่งที่ตามมาคือ คุณ T มีสุขภาพที่ดีขึ้น จากแต่ก่อนที่เคยเหนื่อยง่ายเดินขึ้นบันไดนิดหน่อยก็รู้สึกเหนื่อยหอบ ปัจจุบันคุณ T สามารถวิ่งขึ้นบันไดและไม่รู้สึกเหนื่อย รู้สึกคล่องตัวในการทำกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวัน

และถึงแม้คุณ T จะอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยผู้คนที่รักการออกกำลังกาย มีบุคคลที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในการออกกำลังกายและโภชนาการเป็นอย่างดี แต่คุณ T

ก็ยังต้องการแสวงหาข้อมูลจากสื่อเฟซบุ๊กอยู่เสมอ ในด้านของท่าการออกกำลังกายของคุณ T ได้รับความรู้ การไปออกกำลังกายที่ฟิตเนสเพียงพอแล้ว แต่ความรู้เรื่องของการออกกำลังกายก็ไม่มีสิ้นสุด มีความรู้ ที่ใหม่ๆ เพื่อจะนำมาพัฒนาตัวเอง และแนวทางการออกกำลังกายแบบใหม่ที่เข้ามาในสังคมไทย หรือ ยังมีบางเรื่องที่คุณ T อาจจะไม่เข้าใจทั้งหมด คุณ T จึงยังแสวงหาแหล่งความรู้ที่ให้ข้อมูลเชิงทฤษฎี เกี่ยวกับการออกกำลังกาย ดูแลตนเองและโภชนาการ เพื่อมาเสริมสร้างความมั่นใจและนำมาปรับใช้ กับตนเอง ซึ่งโดยปกติคุณ T เลือกเปิดรับผ่านสื่อเฟซบุ๊กอยู่แล้วเนื่องจากเพื่อนของคุณ T มักจะแชร์ มาให้คุณ T อ่านและด้วยการเข้าถึงตัวข้อมูลที่ย้ายจากคุณลักษณะของสื่อเฟซบุ๊กที่ทำให้เราสามารถเลือกรับ ข้อมูลที่เราสนใจเป็นพิเศษได้ผ่านการกดติดตามและติดตาม (see first) และสามารถกดบันทึกเก็บไว้ อ่านเมื่อใดก็ได้ที่ต้องการ ยิ่งทำให้คุณ T พึงพอใจการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่าน สื่อเฟซบุ๊กและทั้งสะดวกและได้รับข้อมูลที่ใหม่

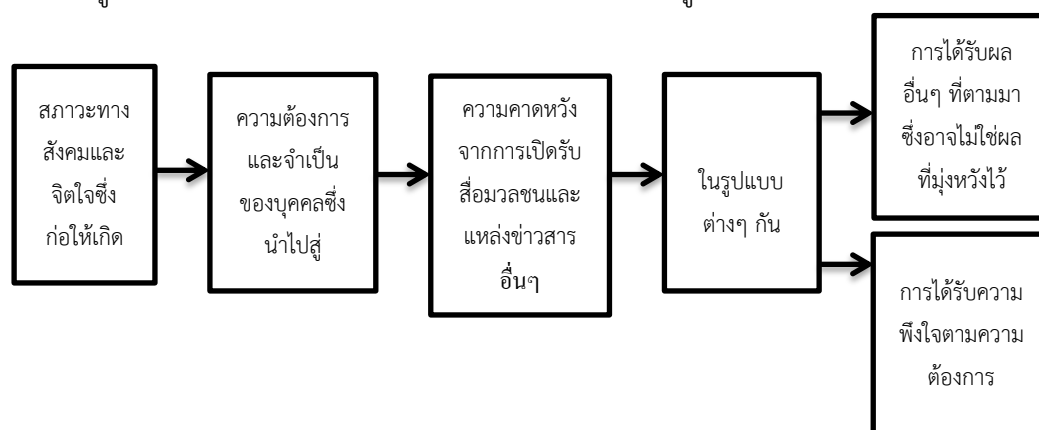
จากข้อมูลภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มที่มีประสบการณ์และความรู้ ด้านการออกกำลังกาย จะเป็นกลุ่มที่ผ่านประสบการณ์การออกกำลังกายและเรียนรู้จากสื่อต่างๆ ทั้ง สื่อบุคคลที่สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญอย่างเทรนเนอร์ และผู้คนในสังคมก็ล้วนแต่เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญ กับการออกกำลังกาย โดยเฉพาะแพน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้เรื่องการออกกำลังกายอยู่ เสมอ และเรียกได้ว่าเป็นบุคคลที่มีความรู้มากพอจะนำไปเผยแพร่และบอกต่อให้กับผู้อื่นได้ เมื่อต้อง เปิดรับสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กซึ่งในปัจจุบันก็ให้พื้นที่เรื่องการออกกำลังกายมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างจึงต้องการ จะเปิดรับเพจออกกำลังกายที่เน้นให้ความรู้ทางวิชาการ ทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อมาพัฒนา ความรู้เดิมของตนเองมากกว่าจะเป็นเพจสอนออกกำลังกายที่แจกท่าหรือวีดิทัศน์ ดั่งเพจสอนออกกำลังกาย ข้างต้นที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น จึงได้เปิดรับเพจ Be fit and Eat well ที่มีลักษณะการสื่อสารเนื้อหา ที่เน้นความรู้ในเชิงลึก เป็นทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬา การดูแลสุขภาพร่างกายก่อนและหลังออกกำลังกาย และการออกกำลังกายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งเนื้อหาที่ให้ความรู้จะค่อนข้างลึกและละเอียด ต้องอาศัยประสบการณ์และความรู้เพื่อทำความเข้าใจในเนื้อหา โดยกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้มีความรู้เดิม ที่สะสมมาก่อน จึงสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระและสามารถนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ กับตนเองได้อย่างเหมาะสม

แต่ถึงแม้ความต้องการในการเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายของกลุ่ม ตัวอย่างนี้จะเหมือนกัน คือ ต้องการเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ลึกไปกว่าการแจกท่าออกกำลังกาย การดูแลสุขภาพร่างกายในเชิงทฤษฎีเกร็ดความรู้เรื่องอาหารและโภชนาการ จึงเลือกติดตามเพจ Be fit and Eat well แต่เมื่อกลุ่มตัวอย่างจะต้องเลือกเปิดรับเนื้อหาหรือรูปแบบคลิปวิดีโอภายในเพจ กลับมีการเปิดรับที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังและประสบการณ์การออกกำลังกาย ความรู้ ทุนเดิมที่สามารถทำให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจในเนื้อหาและทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬา และประโยชน์ที่ ตนเองจะนำไปใช้ต่อ เนื่องจากเนื้อหาในคลิปวิดีโอและบทความจะเป็นเนื้อหาที่อาจจะเข้าใจยาก

หากเป็นบุคคลที่ไม่มีพื้นฐานด้านการออกกำลังกายมาก่อนอาจจะดูคลิปวิดีโอหรืออ่านบทความไม่เข้าใจ รวมไปถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนนั้นก็แตกต่างกันออกไป ดังเช่น คุณ A ที่ชื่นชอบเปิดรับรูปแบบการนำเสนอภายในเพจประเภทบทความ เนื่องจากงานที่เคยทำเป็น re-writer ชาวต่างประเทศมาก่อนจึงเป็นบุคคลที่ชอบอ่านและสามารถเข้าใจศัพท์ภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี เมื่อต้องมาอ่านบทความที่มีความยาวมากๆ และมีศัพท์ภาษาอังกฤษ จึงไม่เป็นอุปสรรคในการเปิดรับ รวมไปถึงความรู้และประสบการณ์การออกกำลังกายที่สั่งสมมา เมื่อต้องอ่านบทความที่มีเนื้อหาเชิงลึกมากๆ ก็สามารถเข้าใจได้ดี ซึ่งคุณ A จะอ่านทุกบทความภายในเพจ แต่จะนำไปปรับใช้กับตัวเองก็ต่อเมื่อความรู้ที่ได้รับนั้นตรงกับลักษณะของตนเอง ในขณะที่คุณ P จะติดตามอ่านบทความและดูคลิปวิดีโอประกอบด้วยเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจ และด้วยทุนเดิมที่ไม่ได้ศึกษามาทางด้านนี้ หากเป็นบทความที่ยากเกินหรืออ่านแล้วไม่เข้าใจ ก็จะบันทึกเก็บไว้และนำไปถามผู้รู้ท่านอื่นๆ ที่พบเจอในฟิตเนส คุณ P มักจะแชร์บทความที่เข้าใจง่าย และมองว่าผู้อื่นหากเข้ามาในเฟซบุ๊กของคุณ P ก็จะสามารถอ่านเข้าใจได้ด้วยเช่นกัน โดยจะเน้นที่บทความที่น่าเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น บทความใดที่เป็นเชิงวิทยาศาสตร์การกีฬามากเกินไปคุณ P ก็เลือกที่จะไม่แชร์และบันทึกเก็บไว้อ่านเองอีกครั้งเพื่อเสริมสร้างความรู้ของตนเอง รวมไปถึงคุณ T ที่มักจะเลือกเปิดรับเฉพาะบทความที่ตรงกับความต้องการของตนเอง เลือกเปิดรับความรู้ใหม่ๆ โดยเฉพาะเรื่องการดูแลสุขภาพและต้องมีเนื้อหาที่ไม่ยากจนเกินไป เพราะหากเป็นเรื่องทางวิทยาศาสตร์กีฬาที่ลึกเกินไป คุณ T ก็ยังต้องการคำแนะนำจากบุคคลอื่นๆ ในแวดวงการออกกำลังกาย และเนื่องจากทำออกกำลังกายและการดูแลรักษารูปร่างคุณ T ได้รับความรู้จากที่ฟิตเนสและเทรนเนอร์มาแล้ว จึงต้องการเปิดรับความรู้ในด้านอื่นๆ เพิ่มเติม จะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างแต่ละคน ถึงแม้จะเลือกเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายเพจเดียวกัน แต่เมื่อต้องเลือกเปิดรับเนื้อหาและรูปแบบคลิปวิดีโอก็จะมีการเลือกที่แตกต่างกันไป เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองให้มากที่สุด

ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification)

เพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร



5.1.2 สภาวะทางสังคมและจิตใจ

กลุ่มตัวอย่างมีสภาวะทางสังคมและจิตใจที่ต้องพบเจอแตกต่างกันออกไปทั้ง 2 แบบ ได้แก่ สภาวะความต้องการความรู้เพื่อพัฒนาความรู้ของตนเอง และสภาวะความต้องการความรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มมีประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน

1. สภาวะความต้องการความรู้เพื่อพัฒนาความรู้ของตนเอง

กลุ่มตัวอย่างในสภาวะนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบ

1.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลที่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกาย สุขภาพและโภชนาการมากพอสมควรกล่าวคือ สามารถให้คำแนะนำกับผู้อื่นและเป็นต้นแบบในการออกกำลังกาย มีความน่าเชื่อถือและรับเอาการออกกำลังกายเป็นวิถีชีวิต ด้วยหน้าที่การงานที่จำเป็นจะต้องใช้ความรู้ด้านการออกกำลังกายมาเสริมความมั่นใจและน่าเชื่อถือ จึงมีสภาวะความต้องการที่จะเพิ่มพูนความรู้เดิมของตนเองและทดสอบความรู้ตนเองว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องเพื่อจะได้มีความมั่นใจในการเผยแพร่ข้อมูล

“พอดีเราใช้เฟซบุ๊กของตัวเองในการกระจายข้อมูล แคร่ไลฟ์สไตล์ของเรา เราจะโพสต์รูปอาหาร เรื่องออกกำลังกาย ก็จะมีคนมาคอมเมนต์ถามทั้งจากในโพสต์และ ข้อความส่วนตัวมาถาม” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความรู้เรื่องออกกำลังกายมาก่อน หรือไม่เคยสนใจเรื่องการออกกำลังกายมาก่อน แต่ได้รับการแนะนำและชักชวนจากคนใกล้ตัวจึงเกิดความสนใจและอยากศึกษาเรื่องการออกกำลังกาย โดยเฉพาะท่าทางในการออกกำลังกายที่สามารถช่วยให้กลุ่มตัวอย่างมีรูปร่างที่ดีขึ้น

“เราไม่มีความรู้อะไรเลยเกี่ยวกับการออกกำลังกาย เราไม่เคยสนใจเลย เพื่อนเราก็แนะนำให้เราดูคลิปออกกำลังกาย เราก็เลยดูจากเฟซบุ๊ก เราเริ่มเซฟคลิปที่เราชอบ ดูท่าที่เค้าสอนดูหลายๆ รอบซ้ำๆ จนจำได้” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

2. สภาวะความต้องการความรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

คือ กลุ่มตัวอย่างที่มีการเปลี่ยนแปลงด้านการออกกำลังกาย จากเดิมที่ไม่สนใจเรื่องการออกกำลังกาย แต่ด้วยปัญหาด้านรูปร่างจึงทำให้หันมาให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย และเมื่อศึกษาความรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับการออกกำลังกายจึงได้ทราบว่า การจะมีรูปร่างที่ดีนั้น จำเป็นจะต้องทำควบคู่ไปกับการมีโภชนาการที่ดี จึงมีความกังวลเรื่องอาหารเพิ่มขึ้น และอยู่ในสภาวะ

ความเครียดที่ไม่สามารถหาความสมดุลของการออกกำลังกายหรือการรับประทานที่เหมาะสมกับตนเองเพราะต้องการมีรูปร่างตามวาทกรรมในสังคมปัจจุบัน

“เราเครียด เราหมกมุ่นเรื่องกินมากเกินไป สนใจแต่เรื่องแคล มีแต่ตัวเลข อันนี้กินได้ อันนี้กินไม่ได้ เราต้องรู้จำนวนแคลทุกอย่างที่เราเอาเข้าปาก เราอยากได้ข้อมูลที่จะมาเปลี่ยนความคิดเราที่ไม่ใช่สนใจแค่รูปร่างแต่มีเรื่องสุขภาพด้วย” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“นอกจากที่เราสนใจเรื่องโภชนาการอยู่แล้ว พอเราเรียนต่อทางด้านนี้เราเลยรู้เยอะ เรากังวลไปหมด บางที่เราหมกมุ่นอยู่กับอะไรมาก อย่างเรื่องอาหารมันทำให้เราเสียเวลาที่จะไปทำอย่างอื่น คนอื่นเค้าไปถึงไหนกันแล้ว” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

5.1.3 ความต้องการและจำเป็นของบุคคล

ประสบการณ์และสภาพแวดล้อมที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนได้พบเจอมีความแตกต่างกัน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างหันมาสนใจออกกำลังกาย จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีความต้องการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน ความต้องการเป็นตัวกำหนดความสนใจและแรงจูงใจในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองให้มากที่สุด ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 แบบด้วยกัน คือ ความต้องการมีรูปร่างที่ดี และความต้องการมีสุขภาพที่ดี

5.1.3.1 ความต้องการมีรูปร่างที่ดี

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการมีรูปร่างที่ดี เนื่องจากไม่พอใจในรูปร่างของตนเองที่ไม่เป็นไปตามวาทกรรมหลักของสังคมในการมีรูปร่างที่ดี โดยผ่านการถูกพูดตำหนิถึงรูปร่างในทางลบจากคนใกล้ตัวทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกไม่พอใจในรูปร่างของตนเองและขาดความมั่นใจในการดำเนินชีวิต จึงหันมาให้ความสนใจเรื่องการออกกำลังกายผ่านการแนะนำของผู้ที่มีประสบการณ์การออกกำลังกายมาก่อนหรือผู้ที่มีความเชี่ยวชาญโดยเฉพาะ เช่น เพื่อน หรือเทรนเนอร์ เป็นต้น

“รูปร่างเราพอมไม่มีกัน ไม่มีกล้ามเนื้ออะไรเลย คือ หุ่นก็ได้อยู่เพราะเราตัวเล็กอยู่แล้วแต่กล้ามเนื้อไม่ได้เลย รุ่นน้องที่เป็นเทรนเนอร์เป็นเพื่อนกับแพนก็บอกให้ไปออกกำลังกายเพิ่มกล้ามเนื้อขึ้นมาหน่อย ให้มันกระชับขึ้นมาหน่อย” (คุณ B, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2561)

“ตอนแรกเลยเราไม่ได้รู้สึกว่าตัวเองอ้วนนะ จนกระทั่งเราเริ่มสังเกตตัวเองจากรูปถ่ายเราก็รู้สึกว่าตัวเองอ้วนขึ้นละนะ เริ่มใส่เสื้อผ้าไม่สวยละถ้ารูปมาทำไมตัวใหญ่กว่าเพื่อนในเรื่องความรู้สึกที่โดนคนอื่นแซวด้วยก็มีผลนะ เพราะเราตัวใหญ่กว่าแพน ตอนที่เรา

“ฉันเราตัวใหญ่กว่าแฟนอะ เพื่อนแฟนก็แซว เราก็เลยอยากจะทำตัวเล็กกว่าแฟน” (คุณ T, สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2561)

5.1.3.2 ความต้องการมีสุขภาพที่ดี

กลุ่มตัวอย่างต้องการจะมีสุขภาพที่ดี เนื่องจากประสบปัญหาด้านสุขภาพ เจ็บป่วย ก่อให้เกิดความลำบากในการใช้ชีวิตประจำวันหรือส่งผลกระทบต่อเรื่องงาน จึงหันมาให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายผ่านการแนะนำของหมอ และเพื่อนซึ่งมีประสบการณ์การออกกำลังกายหรือเป็นเทรนเนอร์ผู้มีความเชี่ยวชาญในด้านการออกกำลังกายโดยเฉพาะ

“อย่างที่มีปัญหาเรื่องกระดูกมาก่อน เป็นหมอนรองกระดูกทับเส้นประสาท ตอนช่วงที่รักษาหมอก็แนะนำให้ไปเล่นโยคะเพราะมันช่วยเรื่องยืดเส้น ตอนนั้นก็เลยไปสมัครเรียนโยคะแบบเบสิค” (คุณ S, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

“คือ เราเป็นคนผอมมากอยู่แล้วตอนนั้นก็เลยอยากกินอะไรก็กินหมด กินอาหารไม่ค่อยดี กินไม่เป็นเวลา อย่างกินแค่ 2 ปอนด์แทนข้าว กินข้าวตึกมากตอนตี2 ชอบกินเนื้อติดมันมาก แล้วช่วงนั้นเราเดินทางไปทำงานต่างประเทศบ่อย ทำงานหนัก ใช้ร่างกายหนักมาก ทำให้เราป่วยบ่อย สุขภาพเราแย่มาก เลยรู้สึกว่าจะต้องออกกำลังกายแล้วละ ปกติเราตื่นอยู่แล้วแต่พองานเยอะเราก็ไม่มีเวลาไปเดิน” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

ถึงแม้ว่าจุดเริ่มต้นของการหันมาให้ความสำคัญเรื่องการออกกำลังกายจะแตกต่างกัน แต่สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีจุดเริ่มต้นจากความต้องการมีสุขภาพที่ดี เมื่อได้นำการออกกำลังกายมาเป็นวิถีชีวิต ผลที่ตามมาซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจและเป็นเหตุผลสำคัญทำให้กลุ่มตัวอย่างอยากจะทำออกกำลังกายต่อไปคือ การมีรูปร่างที่ดีขึ้น ใส่เสื้อผ้าสวยขึ้น มีความมั่นใจมากขึ้น เช่นเดียวกับผู้ที่มีจุดเริ่มต้นความต้องการออกกำลังกายเพื่อมีรูปร่างที่ดี เมื่อรับเอาการออกกำลังกายมาเป็นวิถีชีวิต ผลที่ตามมาซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกพึงพอใจและต้องการที่จะออกกำลังกายต่อไปคือ การมีสุขภาพที่ดี กลุ่มตัวอย่างบางคนที่มีโรคประจำตัว การออกกำลังกายก็ช่วยทำให้อาการเหล่านั้นทุเลาลงหรือไม่แสดงอาการป่วยจนเป็นอุปสรรคในการดำเนินชีวิต

5.1.4 ความคาดหวังจากการเปิดรับสื่อมวลชนและแหล่งข่าวสาร

ความคาดหวังเป็นความรู้สึกสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยชิ้นนี้ คือ 1. ความต้องการมีรูปร่างที่ดี 2. ความต้องการมีสุขภาพที่ดี โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังว่าการเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กจะสามารถตอบสนองความต้องการดังที่กล่าวมาได้ โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 แบบ คือ ความน่าเชื่อถือจากผู้ส่งสาร และเนื้อหาที่หลากหลายและฟังก์ชันการสื่อสารในสื่อเฟซบุ๊ก (ผู้วิจัยได้กล่าวถึงลำดับการเปิดรับสื่ออื่นๆ ก่อนที่จะมาเลือกเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กในภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนแล้ว)

5.4.1.1 ความน่าเชื่อถือจากผู้ส่งสาร

นอกจากเนื้อหาสาระที่ตรงกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน จะส่งผลต่อการเปิดรับแพนเพจสอนออกกำลังกายที่แตกต่างกันออกไป ความชื่นชอบและความน่าเชื่อถือในตัวผู้ส่งสารหรือเจ้าของเพจสอนออกกำลังกายก็มีส่วนในการเลือกเปิดรับเพจสอนออกกำลังกาย เช่น ในด้านรูปร่างของเจ้าของเพจ Bebe fit routine และเพจชื่อนี้มีกลิ่น ที่มีกลิ่นเนื้อที่ชัดเจน สามารถเปลี่ยนแปลงรูปร่างได้ตามที่ตนเองต้องการและปฏิบัติตามได้จริงตามที่ได้สอนผู้ติดตามเพจ และความน่าเชื่อถือในด้านข้อมูลการให้ความรู้ของเจ้าของเพจอย่างเพจ Be fit and Eat well ที่ถูกต้องและสามารถนำไปพัฒนาตนเองและบอกต่อผู้อื่นได้ ช่วยเพิ่มความคาดหวังจากกลุ่มตัวอย่างว่าจะสามารถได้รับความต้องการตามที่มุ่งหวังไว้

“ต้องย้อนกลับไปดูรูปร่างเค้า (เจ้าของเพจ Bebe fit routine) ตอนก่อนที่ยังไม่ออกกำลังกายด้วยนะ ถ้าคนติดตามจะเห็นความเปลี่ยนแปลงร่างกายเค้า ถ้ามาตอนนั้นเค้ารูปร่างหน้าตาดีใหม่ คือ ทุกอย่างดี ไม่ต้องออกกำลังกายก็ได้แต่ดูร่างกายเค้าดี หน้าอกกัน เค้าไม่ได้ใหญ่แบบนี้ พอเค้าเวคเค้าหนักๆ กินเวย์ กัน นม มา เออมา กล้ามเนื้อมาสวย มันก็เป็นแรงบันดาลใจให้กับคนที่เข้ามาดู มันน่าทำตาม เราเห็นด้วยนะที่เค้าเป็นแรงบันดาลใจให้คนอื่น เพราะมันชัดในความเปลี่ยนแปลงของเค้านะ เราดูแล้วมันก็ทำให้เชื่อว่าถ้าเราทำจริงจังแบบเค้า เราก็อาจจะหุ่นดีแบบนั้นได้นะ ทุกอย่างมันส่งผลให้เค้ามาอยู่ตรงนี้ สิ่งที่เค้าทำมันจริงเราก็เลยสนใจเพจเค้าจริงๆ ซึ่งถ้ามันไม่เห็นผลเราก็คงไม่ดูต่อ”(คุณ S, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

“ตอนแรกเราไม่ได้คาดหวังอะไรเลยนะที่ดู ตอนแรกทีดูคือ แค่คิดว่าจะทำฯฯ แต่ก็ยังไม่ทำ แต่เราดันดูบ่อยๆ ดูบ่อยๆ ซ้ำๆ ดูจนจำได้ แล้วเราก็เห็นคนหุ่นดีบ่อยๆ จากคลิปเห็นกล้ามเห็นซิกแพคมันเหมือนสร้างแรงบันดาลใจให้เราอะ หน้าตาเค้าก็สวยอยู่แล้ว เห็นหุ่นเค้าจากรูปที่เค้าลง เราก็อยากจะทำแล้วแต่ๆ แบบนี้บ้าง การดูบ่อยๆ มันทำให้เราอยากจะมีกล้ามมีซิกแพค แล้วมันก็ค่อยๆ ดูแบบตั้งใจมากขึ้น เริ่มหวังหน่อยๆ ละพอดูเราเห็นเค้าทำจริงๆ อะ ผลมันมาตามที่เค้าออกกำลังกายจริงๆ ก็เป็นแรงบันดาลใจให้เราอยากจะทำตามนะ” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“เพจบู้กแนะนำเพจไบคามา เราก็งงว่าตัวใหญ่กว่าเราอีกจะสอนออกกำลังกายยังไง ขอดูเพจนี้หน่อยสิ คือ ถ้ามาแบบร่างบางๆ ออกกำลังกายหุ่นดีก็ปกติทั่วไป แต่อันนี้ทำไม่ดูแข็งแรงมากแล้วเวลาเค้าสอนหรือเค้าทำทำให้ดูยกเวท บอดี้ลิฟท์พวกนี้คือ มันดูแข็งแรงจริงๆ น่าเชื่อถือจริงๆ แล้วไบคาเค้าจะไม่ใช้มาชวนเชื่อขายของ แล้วสิ่งที่เค้าทำคือ มันเห็นว่าได้ผลจริงจากรูปร่างเค้าเองนั่นแหละที่ทำให้เราเชื่อ แล้วสิ่งที่เค้าสื่อ

ออกมามันใช้ได้จริงในชีวิตเรา เค้าไม่ได้สอนแบบ อดนะคะ ไม่ต้องกินเลยคะ ผอมคะ ผอม แต่เค้าจะแนะนำทางเลือกในเรื่องอาหารให้ เช่น วันนี้อาจกินโยเกิร์ตนะ งั้นมีเย็นเรลดข้าวหน่อยไหม หาอย่างอื่นทดแทนกันได้ เค้าก็ให้ความรู้ใหม่ๆ เรา เราก็แบบ เออมันมีแบบนี้ด้วยหรอ ทานแบบนี้ได้ด้วยหรอเราก็ลองเอามาปรับดู ก็เป็นเหตุผลให้เราติดตามเค้า” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

“โค้ชเอ็นเค้ามีความน่าเชื่อถือ เรารู้ว่าอาจจะเกี่ยวกับที่เค้าใส่เครดิต แหล่งที่มาทุกโพสต์ด้วย อีกร่างเราอ่านหนังสือเค้าด้วย คือ จริงๆ เรียกว่าเป็นแฟนคลับเค้าได้นะ เราชอบอ่านบทความเค้า ความรู้จากเค้ามันถูกต้องและเอามาปรับใช้ได้จริง เพราะเคยมีบางเรื่องที่เกิดขึ้นกับเราโดยตรงแล้วเราไปอ่านเจอที่เค้าเขียนไว้ เราเลยแบบเออเค้ารู้สึกจริงๆ” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

5.4.1.2 ความหลากหลายของเนื้อหาและฟังก์ชันการทำงานของสื่อเฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังว่าสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กจะสามารถให้ผู้ที่เปิดรับได้รับข้อมูลที่ใหม่และมีความหลากหลายของเนื้อหาสาร ด้วยคุณสมบัติของสื่อเฟซบุ๊กที่ช่วยให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกรับเฉพาะในสิ่งที่ตนเองสนใจ คือ สามารถเลือกเพจสอนออกกำลังกายที่มีการสื่อสารเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนให้มากที่สุด อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างทุกคนจะทำการติดตาม (see first) ไว้ที่เพจสอนออกกำลังกายที่ตนชื่นชอบเป็นพิเศษ เพื่อจะได้รับข้อมูลที่อัปเดตจากทางเพจทุกอย่างทั้งโพสต์ รูปภาพ วิดีโอ หรือถ่ายทอดสด (Live) หรือบทความ เมื่อใช้งานเฟซบุ๊กก็จะได้เห็นเพจสอนออกกำลังกายที่ตนชื่นชอบก่อนเนื้อหาอื่นๆ อีกทั้งกลุ่มตัวอย่างเกิดการเปิดรับสื่อประเภทอื่นแล้วแต่ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ทั้งหมดจึงแสวงหาช่องทางการเปิดรับสื่ออื่นๆ เพื่อจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากที่สุด

“เฟซบุ๊กความรู้นั้นกว้างแล้วเราเข้าทุกวันอยู่แล้ว เพื่อนในเฟซบุ๊กเราก็มีเยอะใช้ไหม เรา ก็จะได้เห็นเพื่อนแชร์หลายๆ เพจ หลากหลายเพจ แล้วเพื่อนส่วนใหญ่ก็เป็นแนวรักสุขภาพ ออกกำลังกาย (เพื่อนเป็นเทรนเนอร์) ก็จะแชร์พวกนี้กันเยอะ ทำให้เราได้กดไลค์ตาม เราก็ได้เห็นหลายๆ แบบหลายๆ เพจ คือ จริงๆ อย่างโอจีเราก็ตามแต่คลิปวิดีโอมันสั้น จะได้ทีละ 1 นาทีต่อคลิป อย่างในเฟซบุ๊กมันได้ยาว พอเราดูคลิปมันก็จะต่อเนื่องกว่าเราดูแล้วออกกำลังกายได้เรื่อยๆ ไม่ต้องมาเริ่มหาคีฬาใหม่” (คุณ B, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2561)

“เฟซบุ๊กเป็นอะไรที่ทุกคนส่วนใหญ่ก็ใช้อยู่แล้ว เราก็เข้าทุกวัน เราารู้สึกว่าเฟซบุ๊กเข้าถึงทุกคนได้มากกว่า มันง่ายที่จะติดตามเรากด see first ได้ เซฟเก็บไว้ดูทีหลังก็ได้ คือ บางที่เราไม่ได้ตั้งใจจะเข้าไปอ่านอะไรจากเพจเกี่ยวกับออกกำลังกายหรอก ตั้งใจจะเข้า

ไปดูเฟซบุ๊กเพื่อน คุยกับเพื่อน แต่เห็นเค้าอัปเดตพอดี้ ก็เอ้ออ่านได้เลย มีอะไรใหม่ๆ นะ อ่านลึกลงหน่อย อย่างยูทูปเราไม่ได้ตั้งใจจะเข้าไปเช็คขนาดนั้นว่าเออเค้าอัปเดตวิดีโอใหม่รีป่าว อย่างในเฟซบุ๊กเวลาเราเม้นถามอะไร ก็มีคนมาตอบคือ มันสื่อสารกันทันที แต่อย่างในยูทูปเราเคยไปเม้นถามไม่มีคนมาตอบเลย หลังจากนั้นเราก็เลยแค้นไม่เคยเม้นอีกเลย” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

5.1.5 รูปแบบจากสื่อที่เลือกเปิดรับ

กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก เนื่องจากความสะดวกในการใช้งาน ความใหม่และความรวดเร็วของข้อมูลและเป็นสื่อที่ถูกเปิดใช้งานทุกวันมีความถี่ในการใช้งานบ่อยครั้ง และด้วยความหลากหลายของฟังก์ชันในการนำเสนอเนื้อหา ซึ่งถูกผลิตขึ้นตามความต้องการและความถนัดของเจ้าของเพจ เช่น การโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือบทความ ซึ่งในที่นี้ผู้วิจัยได้เน้นศึกษาถึงรูปแบบการนำเสนอแบบคลิปวิดีโอภายในเพจสอนออกกำลังกาย แต่ละเพจสอนออกกำลังกายนั้นก็จะมีความโดดเด่นของลักษณะการผลิตเนื้อหาของคลิปวิดีโอที่แตกต่างกันไป และเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความสนใจและความต้องการเกี่ยวกับร่างกายที่ทั้งเหมือนและแตกต่างกัน จึงมีการเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายที่เหมาะสมกับร่างกายของตนเองและลักษณะการออกกำลังกายของตนเอง กลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบในรูปแบบของการสื่อสารข้อมูลจากแต่ละเพจที่สามารถตอบสนองความต้องการของแต่ละคนแตกต่างกันไป สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 แบบ ตามลักษณะการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง 3 คน ในกลุ่มที่เพิ่งเริ่มต้นออกกำลังกาย จะมีความต้องการเพจสอนออกกำลังกายที่มีการสื่อสารเรื่องท่าออกกำลังกายที่เข้าใจง่าย เนื่องจากยังไม่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกาย ทั้งท่าออกกำลังกายที่สามารถทำตามได้ไม่ยากและการพูดคุยสื่อสารที่ไม่ค่อยมีศัพท์เฉพาะทาง ไม่เน้นการใช้อุปกรณ์มากหรือเป็นอุปกรณ์ที่สามารถหาได้ง่าย เช่น ขวดน้ำ เชือก กระโดด ยางยืด เป็นต้น ซึ่งตรงกับลักษณะรูปแบบการสื่อสารของเพจ Bebe fit routine เป็นเพจสอนออกกำลังกายที่เน้นการแจกท่าออกกำลังกาย อีกทั้งยังสอนท่าทางที่ทำตามได้ง่าย ผู้ที่ไม่มีพื้นฐานเรื่องการออกกำลังกายสามารถทำตามได้ไม่ยาก อีกทั้งยังลักษณะการสื่อสารของผู้ส่งสารที่ใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายอธิบายได้คลิปวิดีโอไว้อย่างละเอียด ไม่พูดเยะเน้นให้ความรู้เรื่องท่าออกกำลังกาย

“คลิปวิดีโอที่เค้าทำออกมาภาษาเค้าเข้าใจง่าย ไม่วิชาการจำ ทำเค้าเราเอามาทำที่บ้านได้ ไม่ต้องไปที่ยิม เราารู้สึกว่าเข้าถึงง่าย” (คุณ B, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2561)

“ที่ว่าคลิปเค้าไม่น่าเบื่อและทำตามได้ง่าย เข้าถึงคนได้หมด คนจะเคยออกกำลังกายหรือไม่เคยก็ทำตามได้ สบายๆ ไม่เยะไม่ยาวไม่พูดมาก อันนี้พี่ชอบ ส่วนเรื่องท่าออกกำลังกาย เราก็จะได้ทำใหม่ๆ ไม่ให้เบื่อเวลาออกกำลังกายจากเพจเบเบ๊ อย่างเวลาเรา

ไปออกกำลังกายที่สวนสาธารณะ เราก็จำมาจากเบเบ้ เค้าชอบใช้บันไดเป็นตัวช่วยในการทუნแรง เราก็เอามาทำตาม” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“ทำเค้าทำง่าย เอมมาปรับใช้ง่าย เห็นปั๊บสามารถทำได้เลย ไม่ต้องอุปกรณ์เยอะแยะ มันไม่เหมือนเข้าฟิตเนสที่จะต้องไล่เล่นไปที่ละเครื่อง อย่างท่าสควอท อยากทำตรงไหนก็ทำได้ สถานที่ก็สะดวก เค้าทำดาดฟ้าได้ เราก็ทำหน้าบ้านได้ แปลว่าเค้าเองไม่ได้ฝึกนะว่าต้องไปเข้าฟิตเนสนะ บางคนไม่ได้สะดวกแบบนั้นจะไปฟิตเนสกลับจากทำงานก็เหนื่อยละ ทำเค้าก็เป็นท่าง่ายๆ หรือจะมีอุปกรณ์มันก็เป็นอุปกรณ์ง่ายๆ อย่าง ยางยืด เอาไว้ดึงกล้ามเนื้อพื้ว่าหาง่าย” (คุณ S, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 คน จากกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกายมากพอสมควรและให้ความสำคัญกับเรื่องโภชนาการมาก จึงมีความต้องการเพจสอนออกกำลังกายที่มีรูปแบบการสื่อสารเรื่องการออกกำลังกายทั้งในเรื่องท่าออกกำลังกาย สุขภาพและโดยเฉพาะเรื่องโภชนาการ ที่กลุ่มตัวอย่างมองว่าจำเป็นจะต้องทำควบคู่กันไปกับการออกกำลังกายจึงจะนำมาซึ่งการมีรูปร่างที่ดี จึงเลือกเปิดรับเพจชนิดนี้มีกล้ามเนื้อ ซึ่งรูปแบบลักษณะเนื้อหาที่ต่างไปเพจอื่นคือ มีคลิปสอนทำอาหารคลีนและขนมคลีนที่มีจำนวนมากพอๆ กับคลิปสอนออกกำลังกาย เนื่องจากเจ้าของเพจชื่นชอบในการทำอาหาร เรียนด้านโภชนาการมาโดยตรงและยังเปิดโรงเรียนสอนทำอาหารและขนมคลีนอีกด้วย จึงให้ความสำคัญทั้งเรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการ อีกทั้งยังมีการเผยแพร่ความรู้เรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการผ่านการถ่ายทอดสด (Live) ที่ผู้ติดตามเพจสามารถสอบถามข้อสงสัยเรื่องสุขภาพและโภชนาการเข้ามาผ่านช่องคอมเมนต์ และเจ้าของเพจสามารถตอบคำถามได้ในทันที ในด้านเนื้อหาในการถ่ายทอดสดก็มักจะเป็นเนื้อหาใหม่ๆ อีกทั้งยังได้เห็นตัวตนของผู้ส่งสารที่มีความเป็นกันเองและลักษณะการพูดคุยขณะถ่ายทอดสดที่มีความเป็นธรรมชาติ ด้วยเหตุนี้รูปแบบการถ่ายทอดสด (Live) จึงเป็นรูปแบบการสื่อสารอีกรูปแบบหนึ่งที่ตรงกับความต้องการทั้งในด้านเนื้อหาข้อมูลและความสะดวกรวดเร็วในการถามตอบ

“ชอบที่เค้าสอนทำอาหารค่ะ แล้วก็กินขนมคลีนด้วย พวกพาวเวอร์บอลเราเคยลองทำนะ มีหลายสูตร เดียวนี้ก็จะมาทำตามอาหารคาวเพราะว่าเราจะกินเนื้อสัตว์มากขึ้นเพราะเราอยากจะทำกล้ามเนื้อ แล้วเราก็ชอบเค้า Live ด้วย เรายังไปคาเค้ามีความรู้เยอะนะแล้วเค้าก็ตอบแบบคนมีความรู้ เค้าไม่ได้ตอบเราผ่านๆ นะ น่าเชื่อถือ อธิบายแบบอันนี้คือ เหตุ อันนี้คือ ผล ทำแบบนี้ได้อย่างนี้ก็เลยชอบดู และเค้าก็ค่อนข้างธรรมชาติ ไม่ต้องแต่งหน้าตาจนมากเกินไป เราชอบที่แบบเข้ามาเค้าอัดคลิป ตื่นเข้ามาไปคากินอะไร

แล้วเค้าก็จะมาปิ่นๆ ทอดไข่ ทำนุ่นนี้ให้เราดู มันดูจริง” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

“เวลาเค้า Live เราดูตลอด ถ้ามาไม่ทันตอนที่ถ่ายทอดสด เรายังจะดูย้อน อันนี้เราชอบมากดูตลอด อีกอย่างคือ เค้ามีความใส่ใจผู้ติดตาม พยายามจะไม่ข้ามคำถามจากคนที่ติดตามเลย แล้วเค้าตอบดีให้ข้อมูลจริง อย่างบางอันเค้าไม่ทราบ เค้าก็จะบอกว่าขอไปศึกษามาก่อนนะคะ ชอบที่ตัวใบคาเอง น้ำเสียงการพูดของเค้าสุภาพ น่ารัก เป็นกันเองกับผู้ติดตามรู้สึกเหมือนคุยกับเพื่อนเลย” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“อย่างเราเวลาเราเลือกเพจที่จะดู จะติดตามก็คงไม่ตามคุณที่เฟคๆ คือ ใบคาเค้าสดอะ เป็นตัวเองจริงๆ บางทีหน้าไม่แต่งเลย มาเพื่อให้ความรู้เราจริงๆ มาทั้งชุดออกกำลังกาย เค้าไลฟ์แบบแตกต่างคือ เน้นให้เราทำอะไรที่เราอยากจะทำ กินอะไรที่เราอยากกินแต่ก็คือ เลือกกินนะ มีประโยชน์นะ สอนเราอะไรที่ควรระวัง อย่างเช่นวันนี้เราอยากกินขนม กินไอศกรีม เรายังไอศกรีมที่เป็นผลไม้ใหม่ ให้รู้จักชกแซกแค่นั้นเอง” (คุณ R, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2561)

กลุ่มตัวอย่าง 3 คน จากกลุ่มที่มีประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความรู้และความเข้าใจในเรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการ จากการศึกษาด้วยตนเองผ่านประสบการณ์การออกกำลังกายและเรียนรู้จากสื่อต่างๆ สอบถามจากผู้เชี่ยวชาญอย่างเทรนเนอร์ที่ฟิตเนส และสังคมที่แวดล้อมไปด้วยผู้คนที่ให้ความสำคัญกับเรื่องการออกกำลังกาย เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และความคิดเห็นทั้งเรื่องของการออกกำลังกาย สุขภาพและโภชนาการจนกลายเป็นบุคคลที่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกายในระดับมาก จึงต้องการเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายที่มีรูปแบบการสื่อสารที่เน้นความรู้ในเชิงลึก เป็นทฤษฎีวิทยาศาสตร์กีฬา การดูแลสุขภาพร่างกายก่อนและหลังออกกำลังกาย ซึ่งคลิปวิดีโอในเพจ Be fit and Eat well จะเป็นคลิปวิดีโอสอนเรื่องการดูแลตนเองเพื่อให้ออกกำลังกายและเล่นกีฬาอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น คลิปวิดีโอ “เรื่องเท้าแบนมีจริง หัดออกกำลังกายกล้ามเนื้อเหล่านี้จะทำให้วิ่งเร็วขึ้น” ลักษณะเนื้อหาที่สื่อสารภายในคลิปจะมีความแตกต่างจากเพจ Bebe fit routine ที่เน้นสอนท่าออกกำลังกาย และเพจชนิดนี้มักเน้นวิดีโอถ่ายทอดสดให้ความรู้เรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการ ซึ่งเนื้อหาภายในเพจ Be fit and Eat well จะค่อนข้างลึกและละเอียดต้องอาศัยประสบการณ์และความรู้เพื่อทำความเข้าใจในเนื้อหา ลักษณะของวิดีโอจะค่อนข้างเรียบง่าย สั้นๆ ให้เห็นถึงท่าทางเล็กน้อยเท่านั้น จะเน้นการเขียนอธิบายใต้คลิปและเน้นการเขียนบทความให้ความรู้เพื่อเสริมความรู้ให้กลุ่มตัวอย่างมีความเข้าใจในเนื้อหามากยิ่งขึ้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความชื่นชอบในรูปแบบการเขียนบทความของเพจ Be fit and Eat well เป็นอย่างมากเนื่องจากเขียนอธิบายได้ละเอียดและเข้าใจง่ายถึงแม้จะเป็นเรื่องที่เราเข้าใจได้

ยาก เช่น เรื่องระบบการหายใจ, อาการ overtraining, การทำงานของกล้ามเนื้อมัดเล็กที่ส่งผลต่อกล้ามเนื้ออื่นๆ เป็นต้น

“เราติดตามเพจ *Be fit and Eat well* เป็นหลัก คลิปวิดีโอเค้าคุณภาพหรือคอมโพสอาจจะไม่ดีเท่าไร แต่เราสนใจเนื้อหาในคลิปมากกว่าถ้าเป็นเรื่องที่สนใจ ยังไงเราก็ดู แต่เราอ่านทุกบทความของเค้า เรารู้ว่าเค้าจะอัปเดตบทความใหม่ทุกเช้า เราก็จะใช้เวลาตอนเช้าใน *bts* อ่านทุกเช้า ทั้งคลิปวิดีโอและบทความของเค้าจะมีความเป็นทฤษฎีสูงมาก เค้าค่อนข้างสื่อสารกับคนที่มีความรู้พื้นฐานการออกกำลังกายมาแล้ว เนื้อหาเค้าจะไม่ใช้ลดแขนลดขาต้องทำยังไง แต่จะเป็นเรื่องของประสิทธิภาพการออกกำลังกายทำอย่างไรให้ดีขึ้น แค่นั้นคือพอดีกับร่างกายเรา” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

“คลิปวิดีโอในเพจโค้ชเอนน้อยมากนะ ถ้าเนื้อหาไหนจำเป็นต้องใช้ภาพประกอบถึงจะมีคลิปวิดีโอออกมา เราไม่ค่อยสนคุณภาพหรือสถานที่ในการถ่ายทำ เราสนใจเนื้อหาในคลิปมากกว่า แต่เราชอบที่เค้าเขียนบทความนะคะ เรา รู้สึกว่านานๆ ได้มาอ่านอะไรแบบนี้บ้างก็ดี เพราะคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายเป็นท่าๆ เราจะหาดูเมื่อไหร่ก็ได้ หากจากที่ไหนก็ได้ แต่บทความยาวๆ เขียนอธิบายคอนเท้นแบบละเอียดมากๆ ละเอียดจนเราเข้าใจโดยไม่สงสัยอะไรเพิ่มเติม แล้วเค้าไม่ได้เขียนแค่เรื่องออกกำลังกาย ยังมีเรื่องไลฟ์บาลานซ์ เรื่องโภชนาการด้วยเราก็เลยชอบอ่าน เค้าไม่ได้เจาะตลาดคนเพิ่งเริ่มออกกำลังกายนะคะ เหมือนเค้าเจาะตลาดคนที่ออกกำลังกายมาอยู่แล้วแต่อยากได้ความรู้เพิ่ม” (คุณ T, สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2561)

“เราเป็นคนอ่านเองจะเข้าใจได้ดีกว่าไปฟังคนอื่นพูด ดังนั้น เราเลยชอบอ่านบทความแล้วโค้ชเอนเค้าเขียนไว้ดีมาก อย่างเรื่องที่เค้าเขียนเรื่องกล้ามเนื้อมัดเล็กที่มันส่งผลไปยังส่วนต่างๆ ซึ่งถ้าเราไม่ได้ศึกษามาโดยตรงด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา หรือเรื่องระบบภายใน เราไม่มีทางเข้าใจได้เลยนะ แต่โค้ชเอนเค้าเขียนไว้ลึกมาก ข้อมูลมันเจาะลงไปอีก แล้วเราอ่านเข้าใจ เค้าให้ความรู้ใหม่ๆ คือ อย่างความรู้ว่าต้องออกกำลังกายทำนี่นะ ยืดกล้ามเนื้อนะเรารู้อยู่แล้ว ดูในยูทูปก็ได้ ดังนั้น เกร็ดความรู้แบบที่โค้ชเอนเขียนมันไม่ค่อยมีใครทำ โค้ชเอนคือ เค้าย่อความรู้มาให้ แปลว่าเค้าจะย่อได้เค้าต้องศึกษามาเยอะมากถึงย่อให้เราเข้าใจได้แบบนี้” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

5.1.6 การได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ

การได้รับความพึงพอใจตามความต้องการของผู้รับสารแต่ละคนมีส่วนที่เหมือนและต่างกันออกไป ผู้วิจัยขอแยกเป็น 3 ประเด็นดังนี้ 1. ความพึงพอใจในการรับข้อมูลผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก 2. ความพึงพอใจในประเภทของเนื้อหา และ 3. ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

5.1.6.1 ความพึงพอใจในการรับข้อมูลผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก

กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีความพึงพอใจการรับข้อมูลผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก ทั้งในด้านความสะดวกในการใช้งานที่สามารถเข้าใช้งานได้ผ่านโทรศัพท์มือถือ และด้วยฟังก์ชันต่างๆ ที่ใช้งานสะดวกทั้งโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอและบทความซึ่งสามารถทำผ่านโทรศัพท์มือถือได้ในเวลาอันรวดเร็ว ในด้านการอัปเดตของข้อมูลที่มีความรวดเร็วทันกระแสสังคม ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกายแบบใหม่, เมนูอาหารคลีนและขนมคลีน รวมถึงประเภทของเนื้อหาที่มีหลากหลายประเภทให้ผู้ติดตามเพจสามารถเลือกเพจที่ชอบดูที่ตรงตามความต้องการและความสนใจของตนเองมากที่สุด และด้วยฟังก์ชันพิเศษการติดตามเพจที่กลุ่มตัวอย่างสนใจเป็นพิเศษเพื่อเห็นทุกการอัปเดตใหม่ๆ จากเพจ และการกดเซฟคลิปวิดีโอหรือบทความที่ตนชื่นชอบหรืออยากชมซ้ำเมื่อไหร่ก็ได้ ยิ่งเพิ่มความสะดวกในการใช้งานเพื่อให้ได้รับข้อมูลที่ตรงตามความต้องการกับกลุ่มตัวอย่างสูงสุด

“เฟซบุ๊กมันดีกว่าตรงที่มันหาคอนเท้น่ง่ายนะ อย่างไอจีบางที่เราจำชื่อไม่ได้ เราหาไม่เจอ แต่อย่างเฟซบุ๊กเราเลื่อนหน้าเฟซไปเรื่อยๆ เราก็เจอ คือ เรากดเซฟไว้ได้อันไหนที่เราสนใจ” (คุณ T, สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2561)

“เฟซบุ๊ก เข้าถึงได้ง่ายกว่าในการใช้งาน เราสามารถเข้าใช้งานได้จากโทรศัพท์เรา เราสามารถอ่านคอนเท้นในตลอดเวลา ในบีทีเอส ก่อนนอน แอปพลิเคชันเค้าโอเค ใช้ง่าย” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

“อย่างเฟซบุ๊กเรารู้สึกเรามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของเพจและคนติดตาม และคนติดตามด้วยกันเอง เช่น คนนี้ถาม คนมาตอบก็เป็นคนติดตามด้วยกันเอง อีกคนก็มาตอบช่วยกันตอบ ยูทูปก็เม้นได้นะแต่มันไม่แอคทีฟเท่าเฟซบุ๊ก” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

“เฟซบุ๊กเป็นอะไรที่ทุกคนส่วนใหญ่ก็ใช้อยู่แล้ว เราก็เข้าทุกวัน เรารู้สึกว่าเฟซบุ๊กเข้าถึงทุกคนได้มากกว่า มันง่ายที่จะติดตาม คือ บางที่เราไม่ได้ตั้งใจจะเข้าไปอ่านอะไรจากเพจเกี่ยวกับออกกำลังกายหรอก ตั้งใจจะเข้าไปดูเฟซบุ๊กเพื่อน คุยกับเพื่อน แต่เห็นเค้า (เพจสอนออกกำลังกาย) อัปเดตพอดี ก็เอออ่านได้เลย มีอะไรใหม่ๆ นะดูสักหน่อย” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

5.1.6.2 ความพึงพอใจในประเภทของเนื้อหา

กลุ่มตัวอย่างได้รับความพึงพอใจในประเภทของเนื้อหาตามความต้องการและความสนใจของตนเองที่แตกต่างออกไป สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 แบบ คือ ได้รับความพึงพอใจที่ได้รับความรู้เรื่องท่าออกกำลังกาย ความพึงพอใจที่ได้รับความรู้สามารถเปลี่ยนทัศนคติและความพึงพอใจที่ได้รับความรู้เพิ่มเติมเพื่อมาพัฒนาความรู้เดิม ความรู้ที่ได้รับมีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างและสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มตัวอย่างได้

(1) ได้รับความพึงพอใจที่ได้ความรู้เรื่องท่าออกกำลังกาย

กลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกายมีความพึงพอใจที่ได้ความรู้เรื่องท่าออกกำลังกายตามที่คาดหวังไว้ มีความรู้เรื่องออกกำลังกายว่าแต่ละท่าสามารถช่วยเพิ่มหรือลดส่วนใดของร่างกาย และสามารถนำท่าออกกำลังกายที่ตนได้รับชมมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเอง

“ท่าเค้าง่ายดี ทำตามได้ง่าย เราดูทุกวันเลยนะ ว่างเราก็มานั่งดู เราดูจนจำได้แล้วเราก็เอามาทำเอง รวมทำเอง คือ คลิปเบเบ้เค้าจะสั้นๆ เราก็เอามาทำรวมกันมันจะได้ยาวขึ้น พี่ก็ทำตามไปสักพักหนึ่งน้ำหนักเราลง ตอนแรกเราหนัก 78 นะ แล้วลดเหลือ 70 ลงไป 8 โล เยอะนะ” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“มันรู้สึกเฟรชนะเวลาเราได้ออกกำลังกาย จากตอนที่เราไม่มีกินไม่มีกล้ามเนื้อเลย เราารู้สึกว่าเราออกกำลังกายตามเค้าแล้วสัดส่วนเรากระชับ เพราะเราจะออกกำลังกายเน้นขา กัน พอเวลาใส่กางเกงแล้วรู้สึกสวยขึ้นกระชับขึ้น” และ “เราทำตามแบบในคลิปเลยแต่อาจจะไม่ได้ตามจำนวนอย่างที่เบเบ้บอก อย่างเช่น ท่า Leg Raises อย่างในคลิปบอกว่าให้ทำ 20 ครั้ง เราก็อาจจะทำได้แค่ 15 ครั้งก่อน เบรกแปะปึงแล้วค่อยทำต่อ ร่างกายเรายังไม่ได้แข็งแรงแบบเค้าเราก็ค่อยๆ ฝึกไป” (คุณ B, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2561)

“เมื่อก่อนเราเป็นคนผอมมาก พอใส่เสื้อผ้ามันก็จะไม่ค่อยสวย ไม่สมส่วน การออกกำลังกายจากที่ดูในคลิป เค้าสอนท่าเฉพาะส่วนมันช่วยเพิ่มเฉพาะส่วนตามที่เราต้องการได้ เช่น สควอท มันก็จะได้กล้ามเนื้อ อันนี้พี่ชอบมากมันทำให้เราใส่เสื้อผ้ามันมีทรวดทรงชัดเจนขึ้น” (คุณ S, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

(2) ความพึงพอใจที่ได้ความรู้สามารถเปลี่ยนทัศนคติ

กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร มีความพึงพอใจที่ได้รับความรู้ทั้งเรื่องออกกำลังกาย โภชนาการและสมดุลของการใช้ชีวิตทั้งการออกกำลังกายและการเลือกรับประทานและสามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของกลุ่มตัวอย่างให้ใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข รักตัวเองในแบบที่เป็นและไม่เครียดหรือกดดันที่ไม่ได้มีรูปร่างที่ดีตามแบบวาทกรรมของสังคมปัจจุบัน

“คือ น้ำหนักเราไม่ได้เปลี่ยนมากนักจากแต่ก่อนถึงตอนนี้ แต่เรารู้สึกว่าเราแข็งแรงขึ้น เฝิร์มขึ้นจากการออกกำลังกายและเรามีความสุขกับการใช้ชีวิตมากขึ้น ตอนนี่เราก็อึดใจว่าจริงๆ เราสามารถลดได้อีก แต่ลดได้อีกมันต้องบาลานซ์ระหว่างสุขภาพจิตด้วยและ สังคมด้วย บางทีมุงเกินไปไม่มีเพื่อนฝูงเลย เอาแต่หน้าห้องๆ ผอมๆ แต่ไม่มีเพื่อนเลยคะ แบบนี้ไม่เอา ใบบคาก็ทำให้เราเห็นว่าถึงแม้ตัวเค้านเองจะไม่ได้ตัวเล็กเหมือนผู้หญิงสมัยนี้ เราก็อึดใจในแบบของเราไปสิแล้วก็สามารถกินได้อย่างมีความสุข ไม่ใช่ว่าออกกำลังกายเป็นวั แต่กินเหมือนแมวมด ซึ่งเราเคยเป็นมาแล้วมันไม่ดีต่อสุขภาพเราเลย เราก็อึดใจเรียนรู้ความคิด แนวทางในการใช้ชีวิตจากเค้าตอนนี้เราปกติแล้ว เราสามารถไปเที่ยว แล้วกินเหมือนเพื่อนๆ ได้แล้ว คือ เรามาเที่ยวก็ต้องเข้าใจเนอะ ก็ต้องมีวันที่เอ็นจอยกับการกิน ไม่ใช่จะพกซาลาดี ฮัมมัสมากินทุกมื้อ” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

“ตอนที่เรได้อ่านบทความ ตามคู่มือเค้า เราก็อึดใจตามนะ ว่าเราจะเคร่งเครียดกับการกินขนาดนั้นไปทำไม จริงๆ เราก็อึดใจว่าเคร่งเครียดมันไม่ดีกับตัวเอง แต่ใจมันห้ามไม่ได้ เพราะเรารู้ทั้งรู้ว่ามันกินแคลอรีที่เราควรจะกินต่อวันไปแล้ว เมื่อก่อนล้วงคออ้วนเลยนะ บ่อยด้วยแต่หลังจากที่ติดตามเค้าความคิดเราก็อึดใจๆ เปลี่ยนนะ ไม่ได้หันที่หันใด ตอนนี่คือ ดีขึ้นเยอะแล้ว เราก็อึดใจตัวเองกินไปเหอะ กินได้นะ แต่ก็ยังเลือกกินอยู่ ถ้าเป็นเมื่อก่อนคือ ไม่ ไม่ อันนี้ก็ไม่ได้ ไม่กิน มันเหมือนสุขภาพจิตป่วย เรารู้สึกว่าชีวิตคนเรามันยืดหยุ่นได้ อย่างเดี๋ยวนี้อือหมูมามีมันเยอะเราก็อึดใจตัดออก ไม่ใช่ไม่กินเลย” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“ใบบคาก็ทำให้เราเลือกกินขึ้น วันนี้จะกินอะไรดี อันไหนกินแล้วดี อย่างล่าสุดที่เค้าทอด เฟรนฟราย เราก็อึดใจทานเฟรนฟรายนะ ใบบคาก็จะเลือกซื้อมันฝรั่งจริงๆ มาทอดเพื่อเลี่ยงเฟรนฟรายแบบที่เรากินๆ กันในแมค ใน kfc พวกนี้ ถามว่ามันมี fat เลวไหม มันก็มี แต่มันเลวน้อยกว่าเฟรนฟรายแมค ให้มันผิดใจน้อยลงนิดนึง อย่างเรื่องชีส มันก็มี ชีสดีชีสเลว เราก็อึดใจกินนิดนึง เพจอื่นเค้าไม่มาบอกแบบนี้หรอก เพจอื่นคือแบบโปรตีนปั่น ใส่เม็ดเจีย คือ ชีวิตจริงกินเม็ดเจียตลอดหรือ ก็ไม่ คือ ต้องนึกถึงชีวิตจริงเราด้วย แล้วใบบคาก็จะสื่อสารกับเราตลอดว่า คนอื่นอาจจะมองว่ารูปร่างในอุดมคติคือ ต้องตัวเล็กๆ แบบแบบเลย แต่ด้วยไลฟ์สไตล์ของคนเราแต่ละคนมันไม่เหมือนกัน ซึ่งแต่ละคนจะดูดีได้ในแบบของตัวเอง ในแบบของเราได้ ก็ช่วยลดความกังวลใจและเข้าใจรูปร่างของตัวเองมากขึ้น ว่าเราได้แค่นี้จะไม่เครียด” (คุณ R, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2561)

(3) ได้รับความรู้เพิ่มเติมเพื่อมาพัฒนาความรู้เดิม

กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกายมีความพึงพอใจที่ได้รับความรู้เชิงลึก ทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬา โภชนาการและการดูแลสุขภาพร่างกาย ได้รับความรู้ใหม่ๆ และได้รับข้อมูลที่ต้องสามารถนำไปปรับใช้กับตนเองและสามารถส่งต่อความรู้ให้กับผู้อื่นได้อย่างมั่นใจ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตนเองและผู้อื่นโดยเฉพาะในเรื่องงาน

“ทำให้เรามั่นใจในความรู้ เรามีความรู้มากขึ้นไม่ใช่แค่กับเรื่องตัวเอง ทำให้ความรู้เรากว้างขึ้น เราว่าคนเราจะมี comfort zone ของตัวเองก็คือ จะสนใจแต่เรื่องตัวเอง แต่ว่าพอเราอ่านของเค้าก็ทำให้เรารู้มากขึ้นๆ อย่างเวลามีคนมาถาม เราก็สามารถตอบได้ถึงแม้จะไม่ได้เกิดขึ้นกับตัวเรา มันคือ การสร้างความรู้ สร้างคุณค่า พอคนมาคุยกับเรา เรามีความรู้เค้าก็มองว่าเราน่าเชื่อถือ มันรวมถึงในแง่การทำงาน เมื่อไหร่ที่เรามีความรู้ พอเราพูดเนี่ยมันก็จะสั้น เราจะไม่ต้อ่งนิก เราสามารถดึงออกมาได้จากใจเราเลย สิ่งนี้คือ แบบนี้ ทำไมถึงเป็นแบบนี้ เราสามารถอธิบายได้เลย” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

“เราทำตามนะอย่างของโค้ชเอินอะ อย่างเค้าเขียนเรื่องการพักผ่อนไว้เราก็เอามาปรับใช้ เพราะเรามีปัญหาเรื่องการพักผ่อน เรานอนไม่เป็นเวลา อ่านแล้วมันจริง ผลเสียตามที่เขาบอก อย่างแบบนอนแล้วยังรู้สึกเพลีย เค้าไม่ได้สอนแค่ออกกำลังกาย ยังมีเรื่องสุขภาพด้วย ความรู้ที่ได้จากโค้ชเอิน เราก็ส่งต่อให้เพื่อนนะ บางทีก็บอกต่อคนที่เค้ามีปัญหาแบบเราเรื่องการพักผ่อน” (คุณ T, สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2561)

“พอเราได้อ่านบทความจากเพจนี้ เรารู้สึกเรามีพื้นฐานแน่นไปอีก ดังนั้น เวลาเราจะทำอะไร หรือลองอะไรใหม่ๆ เราจะมั่นใจแล้วว่ามันถูก เราได้ความมั่นใจอีกระดับนึงมาจากเพจนี้ เราจะได้ไม่ต้องเสียเวลาไปลองผิดลองถูก เราก็สามารถไปได้ถูกทางเลย มันจะได้ประสิทธิภาพมากขึ้น เราจะเอาความรู้ที่เค้าให้เอามาปรับใช้ อย่างเรื่องฮอร์โมน 8 ตัว หรือเรื่องร่างกายเรากำลังบอกสัญญาณอะไรกับเรา เรากำลัง overtraining เราเอามาปรับใช้ได้เกือบตลอดเลย อย่างแฟนเราอะเคยไดเอทแล้วมีอาการบางอย่างเกิดขึ้นซึ่งเค้าไม่เข้าใจว่าทำไม ทั้งที่ตัวเค้าเองเป็น personal trainer มา5ปีแล้วนะ ถามใครคนอื่นก็ไม่เข้าใจว่าเป็นเพราะอะไร จนมาเจอของโค้ชเอิน เราอ่านๆ แล้วเราลองไปถามเค้าว่ามีอาการแบบนี้รึป่าว แล้วโค้ชเอินอธิบายได้ดีมากแล้วเราก็มาบอกเค้า ความรู้ตรงนี้นี่มันช่วยคนอื่นได้” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

5.1.6.3 ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยเน้นศึกษาการนำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ซึ่งในแต่ละเพลงสอนออกกำลังกายจะมีความแตกต่างของลักษณะการสื่อสารภายในคลิปวิดีโอที่แตกต่างกัน เนื้อหาอาจจะมีส่วนที่เหมือนกันและต่างกันแล้วแต่ความสนใจและความถนัดของเจ้าของเพลง ในด้านความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอ กลุ่มตัวอย่างได้เกิดการเรียนรู้จากการเปิดรับรูปแบบการนำเสนอจากเพลงสอนออกกำลังกายเพลงอื่นๆ แล้วไม่ตรงตามความต้องการเกิดการแสวงหาเพลงใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการตนเองให้มากที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งได้ 2 แบบ คือ 1. ความพึงพอใจเฉพาะรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย 2. ความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายและรูปแบบอื่นๆ

(1) ความพึงพอใจเฉพาะรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย

กลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มต้นออกกำลังกายมีความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มีลักษณะการสื่อสารภายในคลิปที่ไม่พูดเยอะ เน้นให้ความรู้สอนท่าออกกำลังกายที่เข้าใจง่ายกล่าวคือ ท่าไม่ยาก สามารถทำตามได้ง่าย และไม่แฝงการโฆษณาขายสินค้า

“เพลงอื่นอย่างเช่นพวกเทรนเนอร์ฟิตเนส เวลาเค้าทำคลิปเค้าจะปล่อยท่าในคลิป 3 ท่า ซึ่ง 3 ท่านี้ก็ไม่ได้ยาก เราทำตามได้แต่คือ เทรนเนอร์เค้าต้องขายคอร์ส ขายของอะ พูดเยอะด้วยเราเบื่อ แต่อย่างเพลงเบบี้เค้าไม่ได้ขายอะไร เค้าก็มาแนะนำให้เราเห็นว่าอยู่บนที่นอนก็ออกกำลังกายได้ ในรถก็ทำได้นะ อยู่ที่ไหนคุณก็ออกกำลังกายได้ แล้วคลิปเค้าจะมีแบบเด่นๆ ด้วยซึ่งบางคนเค้าไม่ชอบออกกำลังกายเป็นท่าๆ ไป เค้าชอบต้นแบบมีเพลงซึ่งเบบี้เค้าทำคลิปแบบนี้ด้วยใจ คือ ดูแล้วก็สนุกและสวยดี แต่เพลงเค้าจะยังไม่เน้นเรื่องการกินเท่าไร จะเน้นสอนเป็นท่าๆ มากกว่า” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

(2) ความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายและรูปแบบอื่นๆ

ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอในหัวข้อนี้ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ

1. ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายและคลิปวิดีโอสอนทำอาหารและรูปแบบถ่ายทอดสด (Live) กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหารเป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจทั้งเรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการ มีความพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายและคลิปวิดีโอสอนทำอาหาร เพราะ

สามารถเรียนรู้การทำอาหารทานเองได้ รวมถึงรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการผ่านช่องทางการถ่ายทอดสด (Live) ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างได้ทราบข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับแนวทางการออกกำลังกายที่ทันกระแสสังคมในขณะนั้น

“เราชอบที่แบบเข้ามาแค่อัดคลิป ตื่นเข้ามาไปคา (เจ้าของเพจชื่อนี้มีกลั่ม) กินอะไรแล้วเค้าก็จะมาบ่นๆ ทอดไข่ ทำนู่นนี่ให้เราดู มันดูจริง” และ “เราชอบไปคาที่เค้าจะเอาไลฟ์อะไรใหม่ๆ มาแนะนำเราตลอด อย่างเช่น มีฟิตเนสเปิดใหม่ อะไปลองมาละเป็นยังไงบ้างก็มาแชร์กัน หรือออกกำลังกายแนวใหม่ แล้วเค้าก็ไปลองมา คือ เราชอบเวลาที่มีการออกกำลังกายใหม่ๆ เข้ามาในเมืองไทย พอมาดูในเพจ ไปคาไปมาแล้วไหนดูหน่อย รีวิวว่าเป็นยังไง” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

2. ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย และรูปแบบบทความ กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจความรู้เรื่องการออกกำลังกาย สุขภาพและโภชนาการในเชิงลึก ทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์การกีฬา มีความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลร่างกาย พัฒนาร่างกายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย โดยไม่เปิดรับเพจสอนออกกำลังกายที่มีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลแบบถ่ายทอดวิถีชีวิตการออกกำลังกาย ดังเช่นเพจ Bebe fit routine และเพจชื่อนี้มีกลั่ม เป็นต้น และเปิดรับรูปแบบการนำเสนอแบบบทความที่เน้นให้ความรู้เชิงลึกเพื่ออธิบายเพิ่มจากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ซึ่งเป็นรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบเนื่องจากเจ้าของเพจเขียนได้ละเอียดและสามารถอธิบายได้อย่างเข้าใจเป็นอย่างดี ช่วยทำให้เนื้อหาที่ละเอียดและดูเข้าใจยากกลายเป็นเรื่องที่สามารถเข้าใจได้ง่าย

“คลิปวิดีโอเพจนี้น้อยนะ นานๆ จะเห็นแต่ไม่ว่าจะคลิปหรือบทความ โค้ชเอนเค้าก็จะเน้นในเชิงความรู้ทฤษฎีค่อนข้างลึก โดยเฉพาะบทความเราชอบอ่าน โค้ชเอนเค้าให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ละเอียดเราอ่านแล้วรู้สึกว่าจะไม่ต้องถามอะไรเพิ่มอีก อย่างคลิปล่าสุดเรื่องเท้าแบน บางเพจเค้าก็พูดเรื่องนั้นๆ แต่เค้าไม่ได้อธิบายหรือกว่าอาการนี้เกิดจากอะไร เค้าให้ทำบริหารมาแค่นั้น พอเราได้อ่านโค้ชเอนเราก็เข้าใจมากขึ้นว่ากลั่มเนี่ยมันทำงานยังไง” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

5.1.7 การได้รับผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจไม่ใช่ผลที่มุ่งหวังไว้

กลุ่มตัวอย่างได้รับผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจจะไม่ใช่ผลที่มุ่งหวังไว้ นำมาซึ่งความพึงพอใจทั้งในเรื่องรูปร่างและสภาวะทางจิตใจที่เกินกว่าความคาดหวังที่เคยตั้งไว้ ความรู้ที่ได้รับจากการติดตามเพจสอนออกกำลังกายและชมคลิปวิดีโอช่วยเปลี่ยนแปลงเป้าหมายการออกกำลังกายหรือพฤติกรรมออกกำลังกาย

5.1.7.1 ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลถึงเรื่องงาน

จากการเปิดรับข้อมูลเรื่องการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก โดยคาดหวังว่าจะได้รับประโยชน์เรื่องรูปร่าง หรือการมีสุขภาพที่ดีขึ้น แต่กลับได้ผลที่ตามมาที่สามารถนำไปใช้ใน ชีวิตประจำวันได้ โดยเฉพาะในด้านการทำงานที่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจเมื่อต้อง เผยแพร่ความรู้ที่ได้รับมาไปยังผู้อื่น

“เราจัดตั้งชมรมให้เด็กนักเรียนมาออกกำลังกาย เราพอจะมีความรู้เรื่องท่าออกกำลังกาย ภายบ้าง เราก็เอาท่าสอนออกกำลังกายที่ได้ดูจากเพจ Bebe มารวมๆ กันแล้วเอามาสอน ในชมรม บางครั้งก็เอาคลิปคาร์ดิโอที่เป็นคลิปแบบเด่นๆ ปรากฏว่าเด็กๆ ชอบมาก เรา ก็แนะนำว่าอยากดูต่อให้ไปดูในเพจ Bebe fit routine เราก็ไม่คิดว่าความรู้ตรงนี้เราจะ เอามาใช้กับงานสอนเราได้นะ” (คุณ B, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2561)

“เรารู้สึกว่าเราโชคดีที่ได้เอาลิขสิทธิ์ที่เราชอบและทำมันได้ดีมาเป็นงาน เราได้ทำงานที่นี้ ตอนนี้อยากเครดิตให้กับการออกกำลังกาย มันเป็น personal branding ของเราไป แล้วที่พอใครสนใจอยากจะทำออกกำลังกาย หรือสงสัยอะไรเกี่ยวกับสุขภาพ ออกกำลังกาย หรืออยากซื้ออุปกรณ์ออกกำลังกายก็จะเลือกมาถามเรา การที่เราออกกำลังกาย และหาความรู้พัฒนาตัวเองอยู่เสมอ มันทำให้เราเป็นคนที่น่าเชื่อถือ งานเราก็ จำเป็นต้องใช้ภาพลักษณ์ตรงนี้” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

5.1.7.2 ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลในระดับตนเอง

จากการเปิดรับข้อมูลเรื่องการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่าง บางคนสามารถนำความรู้ที่ได้ไปเปลี่ยนแปลงตนเองให้ดีขึ้นตามที่คาดหวัง เช่นหันมาให้ความสนใจเรื่อง การออกกำลังกายเนื่องจากมีรูปร่างไม่เป็นไปตามมาตรฐานหลักของสังคมในการมีรูปร่างที่ดี อ้วน เกินไป ตัวใหญ่เกินไป และเมื่อรับการออกกำลังกายมาเป็นวิถีชีวิต จัดสรรตารางในการออกกำลังกาย จนสามารถปรับเปลี่ยนรูปร่างของตนเองให้เป็นไปตามหวังแล้ว แต่ผลที่ตามมากลับมีมากกว่ารูปร่างที่ ดี คือ การมีสุขภาพที่ดีตามมาและเป็นเหตุผลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะออกกำลังกายต่อไป เพื่อจะมีรูปร่างที่ดีควบคู่ไปกับการมีสุขภาพที่ดี

“ตอนแรกที่มาออกกำลังกายเรามองแค่เรื่องอ้วน รูปร่าง แต่พอตอนนี้เราได้ออกกำลังกาย เลือกทานอาหาร เหมือนเข้ามาอยู่ในวงการนี้มากขึ้นได้เจอคนที่ออกกำลังกายมัน ทำให้เรามองเรื่องสุขภาพเพิ่มขึ้น เรารู้สึกแข็งแรงขึ้นแล้วก็พอใจรูปร่างเรา ทุกวันนี้ที่เรา ออกกำลังกายเราไม่รู้สึกเครียดว่าต้องลดกว่านี้ ถ้าไม่ได้จะไปเที่ยวหรือออกงานอะไรเรา ก็ maintain ทรงตัวไว้ น้ำหนักไม่ขึ้นไม่ลง สัดส่วนไม่ขึ้นลง พอใจระดับนี้” (คุณ T, สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2561)

ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างคาดหวังอยากจะมีสุขภาพที่ดีเพื่อไม่เป็นอุปสรรคในการดำเนินชีวิตแต่ผลที่ตามมาเกินความคาดหวังคือ การได้มีรูปร่างที่ดีขึ้น ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจในการแต่งตัวและการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น และเป็นเหตุผลให้กลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะออกกำลังกายต่อไปเพราะนอกจากจะมีสุขภาพที่ดีขึ้นยังส่งผลต่อการมีรูปร่างที่ดีขึ้นอีกด้วย

“ตอนที่คิดนะ แค่อุณหภูมิไม่อยากปวดขา เดินขาเบียดแต่พอทำๆ ไป ผลที่ตามมา มันมากกว่านั้น เรากลับมาใส่เสื้อผ้าเก่าได้ กำลังใจมันมาไง มีคนทักเรา ผอมลงนะ มันมีกำลังใจอยากจะทำออกกำลังกายต่อ พอมีคนทักหลายๆ คน เราก็รู้สึกว่าจะต้องลดอีก มีกำลังใจอยากจะทำมากกว่านี้ สุขภาพเราก็ดีขึ้น เราป่วยน้อยลง แต่ถึงจะป่วยเราก็จะฟื้นตัวเร็ว มันคงเป็นผลมาจากการออกกำลังกาย” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“ตอนนี้ทุกคนมองว่าผู้หญิงคนนี้มีชิคแพคตลอดแต่เค้ากินเก่งจัง เค้าทำยังไง มันกลายเป็นทุกคนชื่นชมเรา เราดีใจนะที่เราทำอะไรมาซักพักหนึ่งแล้วมันเกิดผลมันมีคนเห็น อีกรายอย่างคือ เราสามารถส่งต่อความรู้ หรือสิ่งผิดพลาดที่เราเคยเจอ ประสบการณ์ต่างๆ ให้คนอื่นได้ด้วย เราชอบตรงนี้ การออกกำลังกายทำให้เราเป็นคนมีระเบียบวินัยมากขึ้น เราอดทนเราพยายามมากขึ้น เราสู้กับตัวเองมากขึ้น จากที่เคยสนใจเรื่องสุขภาพเพราะตอนนั้นป่วยบ่อย แต่ตอนนี้ทุกอย่างมันเกินที่เราเคยตั้งใจไว้ไปแล้วอะ มันภูมิใจนะเราก็รู้สึกที่เราทำได้ เราตั้งเป้าไว้ ทำไปเรื่อยๆ หาความรู้ให้ตัวเองไปเรื่อยๆ เราก็รู้สึกว่าเรายังพัฒนาไปได้อีก เราไม่ได้รู้สึกว่าไปแข่งกับคนอื่นนะเราแข่งกับตัวเอง” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

5.1.7.3 ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลในถึงผู้อื่น

จากการเปิดรับข้อมูลเรื่องการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างบางคนสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปเปลี่ยนแปลงตนเองให้มีรูปร่างที่ดีขึ้นหรือสุขภาพดีขึ้น แต่ผลที่ได้รับตามมามากกว่าที่คาดหวังไว้คือ การสามารถนำความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับกลุ่มตัวอย่างไปสร้างแรงบันดาลใจให้คนใกล้ตัวให้เห็นถึงความสำคัญของการออกกำลังกาย หรือการนำความรู้ที่ตนเองได้รับมาไปบอกต่อแก่คนใกล้ตัวเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การออกกำลังกายและโภชนาการ

“มันเหมือนส่งต่อแรงบันดาลใจ คือ พอเวลาคนที่บ้านหรือเพื่อนเราเห็นความเปลี่ยนแปลง เค้าก็จะถามไปทำอะไรมา เวลาเราบอกต่อ เค้าก็จะไปทำตามเพราะเค้าเห็นผลจากเราว่ามันเปลี่ยนแปลงไปนะ มันดีขึ้นแล้วก่อนหน้านี้เราเคยป่วยมาก่อน ก็เพราะเราออกกำลังกาย มันถึงช่วยให้ดีขึ้นได้ ตรงนี้มันยิ่งเหมือนเป็นแรงผลักดันให้คนที่มาถามเราเค้าอยากจะทำตาม” (คุณ S, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

“เหมือนความรู้ที่เราได้รับมา นอกจากจะช่วยปรับเปลี่ยนเรื่องการกินของเราแล้ว เรายังสามารถช่วยให้คำแนะนำกับคนรอบตัวเราได้อีกด้วย อาจจะเพราะเราเรียนมาด้วยส่วนหนึ่ง พ่อกับแม่ก็จะมาถามเราว่าอันนี้กินได้หรือไม่ อันนี้ดีไหม อย่างรังนกนะ ก็คือจะโฆษณาแบบกินแล้วสุขภาพดี คนป่วยกินแล้วดี แต่พ่ออันนี้มันน้ำตาลทั้งก้อนเลยนะ ดูซิว่าซูโคลสมันเท่าไร แต่คนแก่เค้าก็ไม่รู้ ซูโคลสคือ อะไรไม่รู้จ้ะ พ่อต้องดูว่าน้ำตาลมันเท่าไร แต่คนแก่เค้าก็คงไม่ได้ดูทุกอย่างที่จะกิน เราเองก็จะช่วยเค้าดู หรือบางทีผู้ใหญ่เค้าจะชอบอะไรหวานๆ เย็นๆ กะทิ เรายังแบบกินได้นะแต่กินเป็นมือเที่ยงเนอะ ไม่ใช่มากินมือเย็นก่อนนอน เรายังจะช่วยจัดสรรให้เค้า ช่วยหาอย่างอื่นที่คล้ายกันซิกแซกให้เค้าเลือกกิน อย่างพีเลียงเป็นเบาหวาน เค้าก็ชอบบอกอยากกินหวาน น้ำตาลตก เรายังจะแนะนำเค้า พีเลียงอยากกินน้ำแดง เรายังเปลี่ยนเป็นหลอฮังก้วยใหม่” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

ประโยชน์ที่ได้รับตามมาที่สามารถส่งผลไปยังผู้อื่น ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกภูมิใจที่ได้ส่งต่อความรู้และสามารถเป็นแรงบันดาลใจให้คนใกล้ตัว ยิ่งเป็นคนในครอบครัวแล้ว กลุ่มตัวอย่างจะรู้สึกดีมากกว่าได้นำความรู้ขึ้นมาแนะนำให้คนในครอบครัวได้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งพฤติกรรมกายหรือพฤติกรรมเลือกรับประทาน

การศึกษาในครั้งนี้นอกจากจะศึกษาถึงการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสารผ่าน ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) แล้วนั้น ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาต่อถึงพฤติกรรมการบริโภคสื่อของกลุ่มตัวอย่างหลังจากที่เกิดการใช้ประโยชน์ สารที่กลุ่มตัวอย่างได้เปิดรับไปนั้นเกิดผลกระทบอย่างไรต่อผู้รับสาร ผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดการวิเคราะห์ ผู้รับสารแนวใหม่ของเดวิด มอร์เลย์ (David Morley) เพื่อเป็นแนวทางในการหาคำตอบของการวิจัยครั้งนี้

5.2 การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร

จากการศึกษาของ David Morley ถึงเรื่อง “การบริโภคสื่อ” Morley ไม่ได้สนใจเพียงการเปิดรับสื่อเท่านั้น แต่ Morley ยังสนใจถึงผลของความสนใจไปถึงการที่ผู้รับสารให้ความหมายต่อตัวสื่อก็คือ เพชบุ๊กและลักษณะเนื้อหาสารที่เปิดรับ ในการวิเคราะห์ กระบวนการรับรู้ของผู้ใช้งานในวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำเครื่องมือวัดและวิเคราะห์ผลการรับรู้เรื่องราวในแง่มุมต่างๆ จากผู้ใช้สื่อเพชบุ๊กประกอบด้วย 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การจดจำได้ (recognition)
2. ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

3. การตีความหมายจากสาร (Interpretation)

4. การมีปฏิกริยาตอบสนอง (Response)

5.2.1 การจดจำได้ (Recognition)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เพจ มีความสามารถในการจดจำเนื้อหาที่ปรากฏในรูปแบบคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายในแฟนเพจสอนออกกำลังกายที่ตนเองติดตามเป็นพิเศษ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความสามารถในการจดจำเนื้อหาได้ในระดับดีโดยเฉพาะเมื่อได้พบกับเนื้อหาที่ตนเองสนใจ เนื่องจากคลิปวิดีโอช่วยทำให้เนื้อหาการนำเสนอเกี่ยวกับการออกกำลังกายและการทำอาหารถูกจดจำได้ง่ายขึ้น การออกกำลังกายและทำอาหารจำเป็นจะต้องเห็นภาพและภาพเคลื่อนไหวจึงจะสามารถช่วยให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจได้ดีกว่าการอ่านจากตัวหนังสือและยังช่วยให้ปฏิบัติตามได้ง่ายขึ้น ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ลักษณะด้วยกัน คือ สามารถจดจำทำออกกำลังกายได้ สามารถจดจำเรื่องอาหารและโภชนาการได้ และสามารถจดจำเนื้อหาในบทความได้

1. สามารถจดจำทำออกกำลังกายได้

กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำทำออกกำลังกายจากการรับชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายในเฟซบุ๊กได้ รับทราบว่าทำไ้เริ่มก่อนและตามด้วยท่าทางใด เกิดการจดจำจนสามารถนำไปรวบรวมท่าทางเองเพื่อให้เป็นท่าทางการออกกำลังกายที่ตอบสนองความต้องการของตนเองมากที่สุด

“เพื่อนก็แนะนำเรามาว่าให้ดูคลิปเบเบ้สิ เราก็ดู ท่าเค้าง่ายดี ทำตามได้ง่าย เราดูทุกวันเลยนะ ว่างเราก็มานั่งดู เราดูจนจำได้แล้วเราก็เอามาทำเอง รวมทำเอง คือ คลิปเบเบ้เค้าจะสั้นๆ เราก็เอามาทำรวมกันมันจะได้ยาวขึ้น” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

2. สามารถจดจำเรื่องอาหารและโภชนาการได้

กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำกระบวนการทำอาหารจากคลิปวิดีโอสอนทำอาหารและเรื่องราวเกี่ยวกับโภชนาการได้และสามารถนำมาใช้ประโยชน์กับการดำเนินชีวิตของตนเอง

“ดูแล้วก็ทำตามนะ ชอบที่ได้ทำตามทั้งอาหารและออกกำลังกาย เราทำตามนะ บางทีดูแล้วทำเลย อันนี้มาใหม่หรือ เมนูใหม่หรือทำตามเลย” และ “ตอนนั้นที่ไปคาเฟ่เรื่องระบบเผาผลาญฟัง กินน้อยแล้วทำไมยังไม่ผอม คือ เราเคยเป็น เราก็เลยรู้สึกว่จริงๆ แล้วเราไม่จำเป็นต้องกินน้อยหรือกินเยอะ บางทีก็ไม่ได้เกี่ยวเลยด้วยซ้ำมันเป็นเพราะระบบเผาผลาญ คือ เมื่อก่อนเราไม่รู้เราก็เป็น นั่นก็ไม่กินนี่ก็ไม่กิน ข้าวเย็นไม่กิน ออกกำลังกายมาสองชั่วโมง ข้าวไม่กินคือ อะไร แล้วเราก็สลายกล้ามเนื้อเราไปเรื่อยๆ ไม่ได้

ประโยชน์อะไรเลย พอมาดูที่ใบคาบอกก็รู้ แล้วมันก็จริงอย่างที่เค้าบอก” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

3. สามารถจดจำเนื้อหาในบทความได้

กลุ่มตัวอย่างสามารถจดจำรูปแบบอื่นๆ คือ การรับความรู้ผ่านบทความ ซึ่งไม่ใช่คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายและคลิปวิดีโอสอนทำอาหาร เนื่องจากเป็นรูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างบางคนชื่นชอบการอ่านมากกว่าการรับชมเป็นคลิปวิดีโอ และด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูลเชิงทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬา อาจจะไม่เหมาะสมกับรูปแบบบทความมากกว่าการอธิบายผ่านคลิปวิดีโอ และเจ้าของเพจก็สามารถเขียนบทความได้ละเอียดและเข้าใจง่ายจึงตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเน้นความรู้เชิงลึกเพื่อนำมาพัฒนาความรู้เดิมของตนเองและการจดจำเนื้อหาบทความได้ดีก็สามารถส่งต่อความรู้ขึ้นไปยังผู้ครอบตัวได้อีกด้วย

“ความรู้ที่ได้จากที่อ่านบทความของโค้ชเอน เราก็ส่งต่อให้เพื่อนนะ บางทีก็บอกต่อคนที่เค้ามีปัญหาแบบเราเรื่องการพักผ่อน เราก็จำได้ว่าโค้ชเอนเคยสอนเรื่องนี้ไว้เราก็แนะนำเพื่อน” (คุณ T, สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2561)

5.2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างถึงความเข้าใจเนื้อหา (Comprehensive) จากเนื้อหาสารที่ปรากฏอยู่ในแต่ละแผนเพจที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องการจะติดตาม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังด้านความรู้เรื่องการออกกำลังกายของแต่ละคนและลักษณะการสื่อสารของแต่ละเพจสอนออกกำลังกายที่มีความแตกต่างกัน โดยก่อนหน้าที่จะทำการเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊กทั้ง 3 เพจ ได้แก่ 1. Bebe fit routine 2. ชะนีมีกล้ามเนื้อ และ 3. Befit and eat well กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนเคยเปิดรับสื่ออื่นๆ มาก่อน ซึ่งอาจจะเกิดความพึงพอใจเพียงช่วงเวลาหนึ่งและเมื่อเวลาผ่านไปอาจจะต้องการเปิดรับสื่อที่หลากหลายและมีความสะดวกในการใช้งานมากยิ่งขึ้น จึงแสวงหาสื่อใหม่ที่ตอบสามารถตอบสนองความต้องการทั้งในด้านความรู้และความสะดวกในการใช้งาน ดังที่กลุ่มตัวอย่างได้บอกเล่าถึงการเลือกเปิดรับสื่อไว้ว่า

“เวลาเราสงสัยอะไรเราจะหาคำตอบจาก google ก่อนแล้วเว็บที่ขึ้นมาแนะนำต้นๆ เมื่อก่อน คือ ฟันทิปแล้วตามด้วยบล็อกให้ความรู้ต่างๆ เช่น เราอยากรู้ว่าไขมันดีคืออะไร เราก็สามารถหาคำตอบได้จากการอ่านในฟันทิปและบล็อก แต่การใช้งานฟันทิปเราจะอ่านเฉพาะตอนอยู่บนหน้าจอ เพราะแอปฟันทิปมันไม่เสถียร ใช้งานไม่สะดวก แล้วเฟซบุ๊กเข้าถึงได้ง่ายกว่าในการใช้งาน เราสามารถเข้าใช้งานได้จากโทรศัพท์เรา เราสามารถอ่านคอนเท้นในตลอดเวลา ในปีทีเอส ก่อนนอน แอปพลิเคชันเค้าโอเคใช้งานสำหรับเราเวลาเข้าใช้งานเฟซบุ๊ก เราจะได้ติดตามอ่านเรื่องราวของเพื่อนหรือคนอื่นๆ

สักเท่าไร เราจะไม่เน้นรับข่าวสารผ่านหน้าเพจที่เราติดตามสนใจเป็นพิเศษมากกว่า เวลาเราเข้าเฟซบุ๊ก เราจะเข้าเพจนั้นๆ เลย ไม่ได้แบบบังเอิญเจอหน้าฟีด เราเข้าไปหาอ่านโดยเฉพาะเลย” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

“เฟซบุ๊กเป็นอะไรที่ทุกคนส่วนใหญ่ก็ใช้อยู่แล้ว เราก็เข้าทุกวัน เราารู้สึกว่าเฟซบุ๊กเข้าถึงทุกคนได้มากกว่า มันง่ายที่จะติดตามเรา *see first* ได้ เซฟเก็บไว้ดูทีหลังก็ได้ คือบางทีเราไม่ได้ตั้งใจจะเข้าไปอ่านอะไรจากเพจเกี่ยวกับออกกำลังกายหรอก ตั้งใจจะเข้าไปดูเฟซบุ๊กเพื่อนคุยกับเพื่อน แต่เห็นเค้าอัปเดตทพอดี้ ก็เผลออ่านได้เลย มีอะไรใหม่ๆ นะ อ่านสักหน่อย อย่างยูทูปเราไม่ได้ตั้งใจจะเข้าไปเช็คขนาดนั้นว่าเออเค้าอัปเดตวิดีโอใหม่อย่างไรในเฟซบุ๊กเวลาเราเม้นถามอะไร ก็มีคนมาตอบคือ มันสื่อสารกันทันทีไง แต่อย่างในยูทูปเราเคยไปเม้นถามไม่มีคนมาตอบเลย หลังจากนั้นเราก็เลยแค่ว่าไม่เคยเม้นอีกเลย” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“ยูทูปเมื่อก่อนเราก็ดูนะแต่ไม่ค่อยดูแล้ว เราชำคาญ มันพูดเยอะ เราชอบดูสั้นๆ แต่ได้ใจความ แล้วเฟซบุ๊กมักจะเป็นคลิปสั้นๆ ได้เนื้อหาเต็มๆ ดูเยอะจนสุดท้ายมาจากที่เบบีนี่ละ เราชอบเพราะว่าเค้าดูไม่มากไป ดูแล้วกำลังสวยและทำตามได้ อย่างท่าง่ายๆ เราดูแล้วก็สามารถเอามาทำตามได้ไม่ยาก ของคนอื่นมันดูเยอะไป” (คุณ D, เพจ Bebe fit routine, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

จะเห็นว่าสื่ออื่นๆ ที่กลุ่มตัวอย่างทำการเปิดรับนั้นไม่สามารถตอบสนองความต้องการและความสะดวกในการใช้งานเพื่อเข้าถึงข้อมูลได้เทียบเท่าการเปิดรับผ่านสื่อเฟซบุ๊กที่สามารถตอบสนองได้ดีกว่าทั้งความสะดวกและรวดเร็วของข้อมูลอีกด้วย ซึ่งทั้ง 3 เพจ ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับนั้นมีความสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มคือ ความเข้าใจเนื้อหาสาระจากเพจ Bebe fit routine ความเข้าใจเนื้อหาสาระจากเพจชนะมีกล้ามเนื้อและความเข้าใจเนื้อหาสาระจากเพจ Be fit and Eat well

5.2.2.1 ความเข้าใจเนื้อหาสาระจากเพจ Bebe fit routine

เพจ Bebe fit routine มีลักษณะการสื่อสารที่เน้นผ่านสื่อสารคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่สอนเป็นท่าๆ โดยมีการสื่อสารที่เข้าใจง่ายทั้งท่วงท่าการออกกำลังกายที่ทำตามได้ไม่ยาก ไม่ว่าจะบุคคลนั้นจะมีพื้นฐานการออกกำลังกายมาก่อนหรือไม่ รวมถึงภาษาที่ใช้ในการสื่อสารกับผู้ติดตามเพจ ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียนก็ไม่มีการใช้ศัพท์เฉพาะทางวิทยาศาสตร์การกีฬามากนัก ปฏิบัติให้เห็นชัดเจนจากคลิปวิดีโอและอธิบายอย่างละเอียดไว้ได้คลิปวิดีโอ ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกาย เมื่อได้รับชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายจากเพจนี้ สามารถเข้าใจท่าออกกำลังกายว่าแต่ละท่าช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อส่วนใด หรือช่วยลดส่วนใดให้เป็นไปตามที่กลุ่มตัวอย่างต้องการ

“พอเราจำท่าจากในคลิป เราดูเยอะๆ เราก็สามารถเอาท่าต่างๆ มาฝึกเอง ให้เป็นไปตามท่าที่เราอยากจะทำออกกำลังกาย เพื่อลดตามสัดส่วนที่เราอยากจะทำลด หรือเพิ่มในส่วนที่เราอยากเพิ่ม เราจะเริ่มรู้แล้วว่าต่อไปควรจะทำท่าอะไร” (คุณ B, เพจ Bebe fit routine, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2561)

5.2.2.2 ความเข้าใจเนื้อหาสาระจากเพจชะนีมีกล้ามเนื้อ

เพจชะนีมีกล้ามเนื้อ มีลักษณะการสื่อสารภายในเพจที่เน้นทั้งเรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการผ่านทางคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่มีเนื้อหาเสริมสร้างกล้ามเนื้อให้แข็งแรง เน้นการมีร่างกายที่แข็งแรงและคลิปวิดีโอสอนทำอาหารรวมถึงการถ่ายทอดสด (Live) ที่เปิดโอกาสให้ผู้ติดตามสามารถพูดคุยและถามตอบคำถามเกี่ยวกับสุขภาพและโภชนาการ โดยเนื้อหาของเพจนี้จะพยายามสื่อสารไปยังกลุ่มตัวอย่างให้จัดสมดุลการใช้ชีวิตทั้งการออกกำลังกายและการรับประทานอาหารให้มีความสุข ไม่สุดโต่งไปทางใดทางหนึ่ง ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความสนใจเรื่องการออกกำลังกายและให้ความสำคัญกับเรื่องโภชนาการ เมื่อได้รับชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย คลิปวิดีโอสอนทำอาหารและรับชมการถ่ายทอดสด สามารถเข้าใจในเนื้อหาในทางที่ถูกต้องโดยเฉพาะเรื่องเกี่ยวกับโภชนาการที่กลุ่มตัวอย่างเคยเข้าใจผิดส่งผลให้เกิดพฤติกรรมทานแบบผิดๆ อีกด้วย

“เวลาเราฟังที่เค้าให้ความรู้หรือจากโพสต์ต่างๆ เราจะแชร์คลิป แชร์โพสต์ด้วยนะอันไหนที่อยากให้คนอื่นรู้ว่าเค้ากำลังเข้าใจผิด เราก็อยากจะแชร์ไป อย่างเรื่องการกินผู้หญิงเดี๋ยวนี้ก็ยังเข้าใจกันอยู่ว่าต้องกินน้อยถึงจะดี ออกกำลังกายหนักมาและกินน้อยเหมือนแมวเดม แล้วร่างกายจะเผาผลาญอะไรละ กล้ามเนื้อเรา ซึ่งมันไม่ได้นะเราเคยเป็นมาก่อน” (คุณ C, เพจชะนีมีกล้ามเนื้อ, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

5.2.2.3 ความเข้าใจเนื้อหาสาระจากเพจ Be fit and Eat well

เพจ Be fit and Eat well มีลักษณะการสื่อสารภายในเพจที่เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย การดูแลรักษาอาการเจ็บป่วย หรือเรื่องสุขภาพและโภชนาการในเชิงลึก เช่น ระบบการหายใจ การพักผ่อนที่นอนเท่าไรก็รู้สึกเพลีย รวมถึงการทำงานในระบบภายในร่างกายที่ต้องอาศัยความรู้เฉพาะทางโดยตรงจากการเรียนด้านวิทยาศาสตร์การกีฬา ซึ่งนอกจากคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแล้วนั้น ภายในเพจนี้ยังมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาที่ต่างออกไปคือ การเขียนบทความ ซึ่งเป็นรูปแบบที่ชื่นชอบของกลุ่มตัวอย่าง เพราะด้วยเนื้อหาที่เจ้าของเพจเขียนไว้อย่างละเอียดในบทความและตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการเปิดรับเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลร่างกาย การเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย ที่เป็นข้อมูลเชิงทฤษฎีจึงเกิดความเข้าใจในเนื้อหาเพราะด้วยภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ ที่มีประสบการณ์การออกกำลังกายและมีการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมทั้งด้วยตนเอง สอบถามจาก

ผู้เชี่ยวชาญจึงทำให้เข้าใจเนื้อหาจากเพลงนี้ ถึงแม้จะมีเนื้อหาที่เข้าใจได้ยากแต่ก็สามารถเข้าใจและนำเนื้อหาเหล่านั้นมาสร้างประโยชน์ให้กับตนเองได้

“อย่างแรกคือ คำให้ข้อมูลที่ลึกมาก แล้วเพลงอื่นไม่ได้ให้ลึกขนาดนี้ จริงๆ แล้วมันดูเป็นข้อมูลที่ลึกใช่ไหม คนอื่นอาจจะไม่เข้าใจแต่ว่าจริงๆ มันเข้าใจง่ายนะ คำพยายามใช้ศัพท์ให้เราเข้าใจง่าย คำเขียนให้เคลียร์ มันเข้าใจง่ายนะ มันอาจจะดูมีศัพท์เฉพาะ แต่จริงๆ เราก็ควรจะเข้าใจในระดับหนึ่งถ้าเราจะออกกำลังกาย คือ บางเพลงมันลึกจนไม่เข้าใจเลยก็มี อันนี้โอเคนะ” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

5.2.3 การตีความหมายจากสาร

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า สภาวะทางสังคมและประสบการณ์การออกกำลังกายที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนมีนั้นมีส่วนทำให้การตีความจากเนื้อหาสารต่างกัน เช่น ถึงแม้จะเลือกรับเนื้อหาสารจากเพลงเดียวกัน แต่ก็อาจจะชอบคลิปวิดีโอคนละประเภท หรือเลือกรับชมคลิปวิดีโออันเดียวกันแต่ก็อาจจะตีความหมายจากคลิปต่างกัน กล่าวคือ มีความคิดเห็นต่อคลิปที่ไม่เหมือนกันหรือเข้าใจเนื้อหาจากในคลิปต่างกัน และเกิดการตีความเนื้อหาสารและนำมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับตนเอง

“ทำตามทีเบ้สอนนะ ก็คือ ทำตามแบบในคลิปเลยแต่ว่าอาจจะไม่ได้ตามจำนวนที่คำบอก อย่างเช่น ท่า Leg Raises อย่างในคลิปบอกว่าให้ทำ 20 ครั้ง เราก็อาจจะทำได้แค่ 15 ครั้งก่อน เบรกแปะนิ่งแล้วค่อยทำต่อ ร่างกายเรายังไม่ได้แข็งแรงแบบคำเราก็ค่อยๆ ฝึกไป เราก็ต้องดูก่อนว่าร่างกายเราได้แค่ไหน” (คุณ B, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2561)

“จริงๆ พวกเพลงสอนออกกำลังกายมันอยู่ที่ว่าเราจะเอามาปรับใช้กับเรายังไงมากกว่า แต่เราไม่ได้เอามันมาทั้งหมด แต่เราเอามาปรับใช้กับชีวิตเรามากกว่า อันไหนที่ใช้จริงได้เราก่อนข้างเลือกรับมา แต่ถ้าอันไหนไม่ตรงกับเรา เราก็ไม่ลองทำ อันนี้ตรงเราก็จะลองทำตามดู อย่างแฟนเราก็เป็นโค้ชเหมือนกันเค้าจะเก่งเรื่องข้อต่อ เจ็บข้ออะไรพวกนี้ แต่ด้วยความที่แฟนเราเก่งด้านนี้อยู่แล้ว ถ้าเกิดเรามีข้อสงสัยอะไร เราจะให้เค้าช่วยดูเรามากกว่า” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

“เราเลือกทำตามนะ เราดูเยอะแต่เราเลือกทำตามแบบที่เราชอบ อันที่เหมาะสมกับเรา อย่างเช่นเพลงใบคาเราติดตามดูตลอดนะ แต่อย่างคลิปสอนออกกำลังกายเค้าจะเน้นยี้ตๆ เราก็รู้สึกว่ามันไม่ใช่แนวเรา มันก็มีบางวันที่เราอยากจะทำยี้ตๆ ก็ดูของเค้า แต่เราก็จะเน้นเรื่องโภชนาการจากเพลงเค้ามากกว่า” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

มากไปกว่านั้นคือ การที่กลุ่มตัวอย่างเกิดการตีความจากข้อมูลอื่นๆ ที่ไม่ใช่เนื้อหาสารจากตัวคลิปวิดีโอ เช่น การสังเกตการพูดคุยกันระหว่างผู้ติดตามด้วยกันเองจากช่องแสดงความคิดเห็น และสามารถนำเอาความรู้ที่เกิดขึ้นผ่านช่องแสดงความคิดเห็นมาปรับใช้กับตนเอง

“อย่างเฟซบุ๊กเรารู้สึกเรามีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของเพจและคนติดตาม และคนติดตามด้วยกันเอง เช่น คนนี้ถาม คนมาตอบก็เป็นคนติดตามด้วยกันเอง อีกคนก็มาตอบช่วยกันตอบ ยูทูบก็เม้นได้นะแต่เม้นไม่แฉกทีฟเท่า อย่างเช่น ใบคาเค้ามาแจกสูตรทำเค้กกล้วยหอมแบบไม่มีน้ำตาล ก็จะมีคนมาเม้น นำทานจังคะ อีกคนมาตอบลองเปลี่ยนวัตถุดิบเป็นตัวอื่นรสชาติดีขึ้นนะคะ หรือเม้นสอบถามกันเองว่าวัตถุดิบซื้อที่ไหนคะ ก็จะมีคนมาช่วยตอบ วัลล่าก็มีคะ อีกคนมาเม้นบอก ท็อปก็มีนะคะลดราคาอยู่ด้วย เรามาตามอ่านก็ได้ประโยชน์ตามไปด้วย เหมือนเราได้หลากหลายความคิดเห็นจากคนที่สนใจเรื่องเดียวกับเรา” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

กลุ่มตัวอย่างมีการตีความถึงสิ่งที่ยูนอกเหนือความรู้ที่ได้จากคลิปคือ ในเรื่องการแต่งตัวสำหรับการออกกำลังกาย ที่กลุ่มตัวอย่างมองว่าช่วยให้การออกกำลังกายของตนเองนั้นดีขึ้น สะดวกขึ้น

“พื่อดูคลิปหลายๆ คลิป ตอนแรกก็ไม่เข้าใจว่าทำไมคนออกกำลังกายถึงชอบใส่เสื้อกล้ามพอเรามาออกกำลังกายถึงได้รู้ว่ามันคล่องตัวกว่า” (คุณ D, เพจ, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

5.2.4 การมีปฏิริยาตอบสนอง (Response)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากทั้ง 3 เพจ การมีปฏิริยาตอบสนองของกลุ่มตัวอย่างเมื่อได้รับชมคลิปวิดีโอหรือบทความผ่านสื่อเฟซบุ๊กจะแสดงปฏิริยาอย่างไรบ้าง ผู้วิจัยทำการแบ่งเป็น 2 แบบ คือ 1. ปฏิริยาตอบสนองผ่านสื่อเฟซบุ๊ก 2. ปฏิริยาตอบสนองผ่านพฤติกรรมของผู้รับสาร

5.2.4.1 ปฏิริยาตอบสนองผ่านสื่อเฟซบุ๊ก

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เพจ มีปฏิริยาตอบสนองผ่านสื่อเฟซบุ๊กเมื่อเกิดความรู้ ขึ้นชอบในคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายและบทความด้วยการไลค์ และต้องการจะกลับมาอ่านอีกครั้งก็จะกดเซฟเก็บไว้ หรือในบางคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่ต้องการจะเผยแพร่ไปยังคนหมู่มากซึ่งก็คือ เพื่อนๆ ในเฟซบุ๊ก เนื่องจากมองว่าน่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ก็จะทำการแชร์คลิปวิดีโอที่ตนชื่นชอบทั้งทางหน้าเฟซบุ๊กส่วนตัวของตนเองหรือที่หน้าเฟซบุ๊กของเพื่อน หรือเมื่อได้รับชมหรืออ่านบทความแล้วเกิดความสงสัย กลุ่มตัวอย่างจะทำการแสดงความคิดเห็นได้โพสต์หรือคลิปนั้นๆ

“เวลาเราชอบข้อมูลที่เค้าแชร์มา เราก็ชอบคุณเค้านะคะ หรืออันไหนที่เราสงสัยเราก็แสดงความคิดเห็นค่ะ แล้วโบบาเค้าตอบด้วย เค้าน่ารักมาก” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

“ส่วนใหญ่จะแชร์โพสต์ แต่จะเป็นโพสต์ที่คนอื่นจะเข้าใจได้ง่าย บางอันคนอื่นไม่น่าจะเข้าใจ เราก็จะเซฟเก็บไว้อ่านเอง เพราะอย่างบางอันเจ๋งคัพท์เฉพาะ แล้วเราไม่ได้เรียนมาทางนี้เราก็จะมาอ่านซ้ำๆ ถึงจะเข้าใจ” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

“คลิปอันไหนที่เราดูแล้วมันโอเคเราก็แชร์เฟซบุ๊ก ให้เพื่อนดูว่าคลิปนี้มันน่าจะดีกับเพื่อนเรา อย่างมีท่าโดนๆ ทำแล้วมันดี เราก็จะส่งให้เพื่อนดู” (คุณ S, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

5.2.4.2 ปฏิกริยาตอบสนองผ่านพฤติกรรมของผู้รับสาร

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจากทั้ง 3 เพจ มีปฏิกริยาตอบสนองผ่านพฤติกรรมของผู้รับสารในทิศทางที่ดีเมื่อได้รับชมคลิปวิดีโอหรืออ่านบทความจากเพจสอนออกกำลังกายที่ตนเองเลือกติดตามเป็นพิเศษ มีการปฏิบัติตามจนเกิดความเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายและจิตใจ และยังสามารถส่งต่อความรู้ที่ได้รับจากการติดตามเพจสอนออกกำลังกายไปยังผู้คนรอบข้างอีกด้วย

“เพื่อนก็แนะนำเรามาว่าให้ดูคลิปเบเบ้สิ เราก็ดู ทำได้ง่ายดี ทำตามได้ง่าย เราดูทุกวันเลยนะ ว่างเราก็มานั่งดู เราดูจนจำได้แล้วเราก็เอามาทำเอง รวมทำเอง คือ คลิปเบเบ้เค้าจะสั้นๆ เราก็เอามาทำรวมกันมันจะได้ยาวขึ้น พี่ก็ทำตามไปสักพักหนึ่งน้ำหนักเราลงตอนแรกเราหนัก 78 นะ แล้วลดเหลือ 70 ลงไป 8 โล เยอะนะ” (คุณ D, เพจ, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“พฤติกรรมการกินเราเปลี่ยนนะ เราต้องกินให้เหมาะกับที่ร่างกายเราใช้ ไม่ใช่เราออกกำลังกายเป็นชั่วโมง สองชั่วโมงแต่กินน้อยเหมือนเด็กๆ ร่างกายก็พัง อย่าคิดแค่ตัวเลข นับแคลลอรี่อย่างเดียว แต่เราควรคำนึงถึงสารอาหารที่จะได้รับ เราก็เลือกกินที่มีประโยชน์ อย่างเรื่องรูปร่าง เราเป็นคนโหลใหญ่ ก้นใหญ่เมื่อก่อนตอนเราออกกำลังกายเยอะๆ เราก็ยังคิดว่าส่วนนี้เราจะต้องเอาลงให้ได้ ต้องเล็กลง แต่ตอนนี้เราเข้าใจละว่ารูปร่างเราแต่ละคนไม่เหมือนกัน รูปร่างเรามาแบบนี้ เราเป็นตัวเราดีที่สุด” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“เรารู้สึกว่าเรามีความรู้เรื่องโภชนาการเยอะขึ้น สุขภาพเราก็พยายามทำตามเค้ามากขึ้นนะ เหมือนเค้าแชร์ไลฟ์บาลานซ์ เราอ่านแล้วก็อยากจะทำตามที่เค้าบอก อย่างเค้า

เขียนเรื่องการพักผ่อนไว้เราก็เอามาปรับใช้ เพราะเรามีปัญหาเรื่องการพักผ่อน เรานอนไม่เป็นเวลา อ่านแล้วมันจริง ผลเสียตามที่เขายก หลังจากที่ได้ทำตามที่ได้แนะนำไว้ เราก็รู้สึกว่าการนอนเราดีขึ้นเยอะเลย ไม่เพลียเหมือนแต่ก่อน อย่างเค้าเขียนเรื่องการพักผ่อนไว้เราก็เอามาปรับใช้ เพราะเรามีปัญหาเรื่องการพักผ่อน เรานอนไม่เป็นเวลา อ่านแล้วมันจริง ผลเสียตามที่เขายก อย่างแบบนอนแล้วยังรู้สึกเพลีย เค้าไม่ได้สอนแค่อกกำลังกาย ยังมีเรื่องสุขภาพด้วย” (คุณ T, สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2561)

5.3 การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption)

การศึกษาพฤติกรรมการบริโภคสื่อ พิจารณาได้จากปัจจัย 4 ประการ ได้แก่ ความสนใจในการเปิดรับ (Attention) ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะดู (Reflexive) ช่วงเวลาที่ดู (Temporal Organization) และกิจกรรมที่ทำระหว่างใช้สื่อ ซึ่งผู้วิจัยขออธิบายดังนี้

5.3.1 ความสนใจในการเปิดรับ (Attention)

จากการสัมภาษณ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างจากทั้ง 3 เพจ มีความสนใจในการเปิดรับข่าวสารทุกประเภทจากเพจสอนออกกำลังกายที่ตนเองติดตามเป็นพิเศษ ทุกคนติดตาม (see first) ไว้ที่เพจที่ตนชื่นชอบและสนใจเป็นพิเศษเพื่อจะได้เห็นทุกการอัปเดตจากเพจสอนออกกำลังกายและสามารถเข้าไปติดตามเนื้อหาได้ทันที เช่น เพจขณะนี้กำลังจะถ่ายทอดสด (Live) เพื่อพูดคุยตอบคำถามกับผู้ติดตามเพจอยู่บ่อยครั้ง เมื่อมีการถ่ายทอดสดเพจก็จะทำการแจ้งเตือนไปยังผู้ติดตามที่ทำการติดตามไว้ เป็นต้น ผู้วิจัยแบ่งความสนใจในการเปิดรับออกเป็น 3 ประเด็น คือ 1. เนื้อหา 2. ภาษาการสื่อสารภายในเพจและระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตาม 3. รูปแบบการนำเสนอ

5.3.1.1 ความสนใจในเนื้อหา

กลุ่มตัวอย่างมีความสนใจในเนื้อหาที่เจ้าของเพจผลิตขึ้นมา ซึ่งมีความสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง เช่น กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มเพิ่งเริ่มออกกำลังกายย่อมมีความสนใจในเนื้อหาการออกกำลังกายที่เป็นท่าสอนออกกำลังกายเนื่องจากต้องการเรียนรู้เรื่องท่าทางเพื่อจะได้นำมาปฏิบัติตามได้ หรือจะเป็นเนื้อหาการอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ เกี่ยวกับแวดวงการออกกำลังกายทั้งท่าออกกำลังกายและอาหารเพื่อสุขภาพ ทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องการที่จะเปิดรับความรู้ที่ทันสมัยสังคมปัจจุบันและนำมาปรับใช้กับตนเองอย่างทันที่ ด้วยการติดตามที่เพจสอนออกกำลังกายที่ตนชื่นชอบเป็นพิเศษ

“เราติดตามเพจซะนี้มีกล้ามเนื้อ ชอบใบคาที่เค้าจะเอาอะไรใหม่ๆ มาแนะนำเราตลอด อย่างเช่น มีฟิตเนสเปิดใหม่ ไปลองมาละเป็นยังไงบ้างก็มาแชร์กัน หรือออกกำลังกาย แนวใหม่ แล้วเค้าก็ไปลองมา คือ เราชอบเวลาที่มีการออกกำลังกายใหม่ๆ เข้ามาในเมืองไทย พอมาดูในเพจ ใบคาไปมาแล้วไหนดูหน่อยรีวิวว่าเป็นยังไง อย่างเราไปบินบ่อยๆ ขวามันเร็วเราก็ตามไม่ทันก็มาตามดูจากเพจเค้า (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

“เราติดตามเพจนี้ เราดูตลอดนะ ถ้าว่างคือ หยิบมาดูตลอด เมื่อก่อนเราไม่ชอบออกกำลังกายเลยนะ แต่เพื่อนแนะนำมาเราก็ดูไปก่อน ดูเยอะๆ หลายๆ คลิปแล้วจำท่ามาใช้กับการออกกำลังกายของเราเอง เหมือนเราดูเพื่อสร้างแรงบันดาลใจก่อนนะ หน้าตาเค้าก็สวยอยู่แล้ว เราจะชอบดูการออกกำลังกายเค้า อย่างมวย เราดูกล้ามเนื้อเค้า เออ เค้าต่อมมวยแล้วสวยดีกล้ามเนื้อเค้าก็สวย กล้ามเนื้อก็มางายด้วยนะเค้าตัวเล็ก พอดูเราเห็นเค้าทำจริงๆ ผลมันมาตามที่เค้าออกกำลังกายจริงๆ ทำเค้าก็ทำตามง่าย ก็เป็นแรงบันดาลใจให้เราอยากจะทำตามนะ” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“เราอ่านทุกโพสต์นะ เราให้ see first เพจนี้อยู่แล้วด้วย ส่วนใหญ่จะแชร์โพสต์ของโค้ช เอ็น แต่จะเป็นโพสต์ที่คนอื่นจะเข้าใจได้ง่าย บางอันคนอื่นไม่น่าจะเข้าใจ เราก็จะเซฟเก็บไว้อ่านเอง เพราะอย่างบางอันเจ๋งศัพท์เฉพาะ แล้วเราไม่ได้เรียนมาทางนี้เราก็จะมาอ่านซ้ำๆ ถึงจะเข้าใจ” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

5.3.1.2 ภาษาการสื่อสารภายในเพจและระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตาม

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าภาษาการสื่อสารภายในเพจและการสื่อสารระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตามมีส่วนทำให้ผู้ติดตามเกิดการเปิดรับเพจสอนออกกำลังกาย เนื่องจากชื่นชอบในภาษาที่เข้าใจง่าย เมื่อได้ฟังหรือได้อ่านก็เกิดความเข้าใจเนื่องจากสอดคล้องกับฐานความรู้ความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่าง เช่น กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพจ Bebe fit routine ชื่นชอบในการใช้ภาษาพูดและภาษากายในเรื่องท่าออกกำลังกายที่เข้าใจง่าย ท่าทางที่ทำตามได้ยาก ทำให้อยากจะติดตามเพจสอนออกกำลังกายนี้เพื่อรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายต่อไป รวมถึงภาษาการสื่อสารที่เกิดขึ้นระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตามที่มีการสร้างความเป็นกันเอง อาจจะเป็นการเรียกชื่อเล่นของผู้ติดตามเพจ ตอนที่ตอบคำถามผ่านการถ่ายทอดสดหรือการตอบคอมเมนต์ใต้โพสต์

“คือ เค้า (เจ้าของเพจซะนี้มีกล้ามเนื้อ) มีความใส่ใจผู้ติดตาม พยายามจะไม่ข้ามคำถามจากคนที่ติดตามเลย แล้วเค้าตอบดีให้ข้อมูลจริง อย่างบางอันเค้าไม่ทราบ เค้าก็จะบอกว่าขอไปศึกษามาก่อนนะคะ ชอบที่เป็นตัวใบคาเอง น้ำเสียงการพูดของเค้าสุภาพ น่ารัก

เป็นกันเองกับผู้ติดตามรู้สึกเหมือนคุยกับเพื่อนเลย” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

5.3.1.3 รูปแบบการนำเสนอ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า มีความสนใจในรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ที่มีความต่างไปจากเพลงสอนออกกำลังกายอื่นๆ

1. เพลง Bebe fit routine นอกจากจะมีคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแบบแจกท่าแล้วนั้น คลิปวิดีโอที่ได้รับความนิยมและต่างไปจากเพลงอื่นคือ การนำท่าต่างๆ มารวมกันเป็นเพลงกลายเป็นคลิปสอนออกกำลังกายแบบเต็ม เป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับกลุ่มตัวอย่างในการรับชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย ซึ่งคลิปวิดีโอประเภทนี้ได้รับความนิยมสูงสุดคือ มียอดการเข้าชมมากที่สุดเพลงในเพลง Bebe fit routine

“อย่างวิดีโอสอนออกกำลังกายในเพลงเบบี้เค้าไม่ได้ขายอะไร เค้าก็มาแนะนำให้เราเห็นว่าอยู่บนที่นอนก็ออกกำลังกายได้ ในรถก็ทำได้นะ อยู่ที่ไหนคุณก็ออกกำลังกายได้ แล้วคลิปเค้าจะมีแบบเต็มๆ ด้วยซึ่งบางคนเค้าไม่ชอบออกกำลังกายเป็นท่าๆ ไป เค้าชอบเต็มแบบมีเพลงซึ่งเบบี้เค้าทำคลิปแบบนี้ด้วยไง คือ ดูแล้วก็สนุกและสวยดี” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

2. เพลงชะนีมีกล้ามเนื้อ นอกจากจะมีคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายและคลิปวิดีโอสอนทำอาหารและขนมคลีนที่ได้รับความนิยมแล้วนั้น รูปแบบการนำเสนอที่ต่างไปจากเพลงสอนออกกำลังกายอื่นๆ คือ การถ่ายทอดสด (Live) ที่ให้ผู้ติดตามเพลงสามารถพูดคุยกับเจ้าของเพลงสามารถสอบถามข้อสงสัยต่างๆ ทั้งการออกกำลังกาย สุขภาพและโภชนาการ ซึ่งทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกสนใจที่จะต้องจัดสรรเวลาให้ตรงกับเจ้าของเพลงเพื่อจะได้มาพูดคุยสอบถามความรู้เพิ่มเติมหรือคลายข้อสงสัยผ่านการถ่ายทอดสด (Live)

“เราติดตามเพลงชะนีมีกล้ามเนื้อตลอดนะเราตั้ง see first ไว้ อย่างเค้าไลฟ์เรื่องอาหาร ขนมคบเคี้ยวกราก็เอามาปรับใช้ ก็ไม่กินขนมเปลี่ยนมากินผลไม้แทน เราจะคอมเมนต์และแชร์ทั้งคลิปทั้งไลฟ์ อย่างเวลาเค้าลงคลิปออกกำลังกายเราก็จะไปคอมเมนต์ ถ้าความถี่ในการดู อย่างไลฟ์เค้าถ้ามันดังขึ้นมากก็จะไปดู 2 ครั้งต่อวีคมั้ง ก็มีที่มานั่งย้อนดูเก่าๆ บ้างนะ” (คุณ R, สัมภาษณ์, 20 พฤษภาคม 2561)

3. เพลง Be fit and Eat well นอกจากจะมีคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายที่เป็นความรู้เชิงทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬาและยังอธิบายอย่างละเอียดไว้ได้คลิป สิ่งที่ทำให้ผู้ติดตามมีความสนใจในการเปิดข้อมูลผ่านเพลงสอนออกกำลังกายเพลงนี้คือ รูปแบบการนำเสนอแบบบทความซึ่งไม่ค่อยมีเพลงสอนออกกำลังกายเพลงไหนนิยมทำกัน ส่วนใหญ่จะเน้นการผลิตคลิปวิดีโอเท่านั้น โดย

เป็นบทความที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่มีพื้นฐานด้านการออกกำลังกายและเข้าใจศัพท์เฉพาะในแวดวงการออกกำลังกายมากพอสมควร จึงจะสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่เจ้าของเพจต้องการจะสื่อสาร เจ้าของเพจเป็นบุคคลที่มีความรู้ในเรื่องการออกกำลังกายเป็นอย่างดี ทั้งจากการศึกษาและอาชีพเป็นโค้ชทำให้เนื้อหาที่เขียนออกมาน่าเชื่อถือ และด้วยความรู้ของเจ้าของเพจจึงส่งผลให้เขียนบทความออกมาได้ดีถูกใจผู้ติดตามเพราะสามารถทำให้เรื่องที่ยากกลายเป็นเรื่องที่น่าเข้าใจ และมักจะเป็นเนื้อหาที่เพจอื่นๆ ไม่นิยมเขียนถึงหรือหากจะเป็นเนื้อหาเดียวกันแต่เพจ Be fit and Eat well ก็สามารถเขียนได้ละเอียดและเข้าใจง่ายกว่า จึงทำให้ผู้ติดตามเพจเลือกที่จะติดตามเพจนี้เพื่อจะได้รับข้อมูลที่ตรงกับความต้องการได้อย่างรวดเร็ว

“อย่างเพจออกกำลังกาย Be fit and Eat well เราจะตั้ง see first ไว้ แต่อย่างที่เป็นชีวิตเพื่อนเราแทบไม่ได้อ่าน ไม่ได้ตามเลย อ่านแต่บทความอย่างเดียว เราจะพอรู้ว่าเพจที่เราสนใจเค้าจะลงบทความช่วงไหน ก็มาอ่านตอนนั้น เข้าไปอ่านก็จะแบบ ทฤษฎี ล้วนๆ เพื่อเทรนความรู้ตัวเอง เราชอบที่เขาเขียนมากนะ พอเราอ่านของเค้าก็ทำให้เรารู้มากขึ้นๆ” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

5.3.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะดู (Reflexive)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เพจ สอนออกกำลังกาย กลุ่มตัวอย่างทุกคนมีการไตร่ตรองขณะบริโภคสื่อ เนื่องจากความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายเป็นเรื่องที่ไม่สามารถลองผิดลองถูกได้ เกี่ยวเนื่องกับร่างกายโดยตรง ดังนั้น การจะรับข้อมูลเพื่อนำมาปฏิบัติจึงเป็นสิ่งที่จะต้องผ่านการไตร่ตรองเป็นอย่างดี โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 3 ประเด็นคือ 1. ไตร่ตรองรูปร่างของเจ้าของเพจ 2. ไตร่ตรองความถูกต้องของเนื้อหาและท่าออกกำลังกาย และ 3. ไตร่ตรองอุปกรณ์ออกกำลังกายและสถานที่

5.3.2.1 ไตร่ตรองรูปร่างของเจ้าของเพจ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมีการพิจารณารูปร่างของเจ้าของเพจก่อนจะเปิดเลือกเปิดรับข้อมูลเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือว่า สิ่งที่เจ้าของเพจสอนหรือให้ความรู้มานั้นสามารถเปลี่ยนแปลงให้รูปร่างหรือสุขภาพดีขึ้นได้ตามรูปร่างของเจ้าของเพจ รูปร่างของเจ้าของเพจเป็นเสมือนแรงบันดาลใจให้ผู้ติดตามต้องการจะมีรูปร่างที่ดีหรือสุขภาพที่แข็งแรงตามแบบอย่างเจ้าของเพจ

“เวลาเค้าสอนหรือเค้าทำทำให้ดูยกเวท บอดี้ลิฟไรวพวกนี้คือ มันดูแข็งแรงจริงๆ น่าเชื่อถือจริงๆ แล้วไปคาเค้าจะไม่ใช้มาชวนเชื่อขายของ แล้วสิ่งที่เค้าทำคือ มันเห็นว่าได้ผลจริงจากรูปร่างเค้าเอง ที่ทำให้เราเชื่อ แล้วสิ่งที่เค้าสื่อออกมามันใช้ได้จริงในชีวิตเรา เค้าไม่ได้สอนแบบ อดนะคะ ไม่ต้องกินเลยคะ ผอมคะผอม แต่เค้าจะแนะนำ

ทางเลือกในเรื่องอาหารให้ เช่น วันนี้อยากินโยเกิร์ตนะ งั้นมือเย็นเรลดข้าวหน่อย ใหม หาอย่างอื่นทดแทนกันได้ เค้าก็ให้ความรู้ใหม่ๆ เรา เราก็แบบเออ มันมีแบบนี้ด้วย หรือ ทานแบบนี้ได้ด้วยหรือเราก็ลองเอามาปรับดู ก็เป็นเหตุผลให้เราติดตามเค้า” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

“ต้องย้อนกลับไปดูรูปร่างเค้า (เจ้าของเพจ Bebe fit routine) ตอนก่อนที่ยังไม่ออกกำลังกายด้วยนะ ถ้าคนติดตามจะเห็นความเปลี่ยนแปลงร่างกายเค้า ถามว่าตอนนั้นเค้ารูปร่างหน้าตาดีไหม คือทุกอย่างดี ไม่ต้องออกกำลังกายก็ได้แต่ดูร่างกายเค้าดี หน้าอกกัน เค้าไม่ได้ใหญ่แบบนี้ พอเค้าเวคเค้าหนักๆ กินเวย์ กัน นม มา เออมา กล้ามเนื้อมาสวย มันก็เป็นแรงบันดาลใจให้กับคนที่เข้ามาดู มันน่าทำตาม เราเห็นด้วยนะที่เค้าเป็นแรงบันดาลใจให้คนอื่น เพราะมันชัดในความเปลี่ยนแปลงของเค้านะ เราดูแล้วมันก็ทำให้เชื่อว่าถ้าเราทำจริงจังกแบบเค้า เราก็อาจจะหุ่นดีแบบนั้นได้นะ ทุกอย่างมันส่งผลให้เค้ามาอยู่ตรงนี้ สิ่งที่เค้าทำมันจริงเราก็เลยสนใจเพจเค้าจริงๆ ซึ่งถ้ามันไม่เห็นผลเราก็คงไม่ดูต่อ”(คุณ S, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)”

5.3.2.2 ไตร่ตรองความถูกต้องของเนื้อหาและทำออกกำลังกาย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างมีการไตร่ตรองข้อมูลทั้งเนื้อหาและทำออกกำลังกายก่อนจะรับมาใช้กับตนเอง เนื่องจากเป็นการเอามาปรับใช้กับร่างกายและความคิด จึงจำเป็นต้องมีการเลือกรับเพื่อให้เหมาะสมกับตัวเองและไม่เกิดอันตราย

“ทำตามทีเบ้สอนนะ ก็คือ ทำตามแบบในคลิปเลยแต่ว่าอาจจะไม่ได้ตามจำนวนที่เค้าบอก อย่างเช่น ทำ Leg Raises อย่างในคลิปบอกว่าให้ทำ 20 ครั้ง เราก็อาจจะทำได้แค่ 15 ครั้งก่อน เปรกแปปนี้แล้วค่อยทำต่อ ร่างกายเรายังไม่ได้แข็งแรงแบบเค้าเราก็ค่อยๆ ผิกไป เราก็ต้องดูก่อนว่าร่างกายเราได้แค่ไหน” (คุณ B, สัมภาษณ์, 1 พฤษภาคม 2561)

“อย่างทำออกกำลังกายที่เค้าสอน ค่อนข้างโอเคเลยนะ เพราะใบคาเค้าเชี่ยวชาญด้านนี้ ทำหน้าท้องไรพวกนี้แต่ถ้าเป็นเนื้อหาอย่างอื่นก็ต้องพิจารณาอยู่อย่างเรื่องการกิน ตามกรู๊ปเลือด ใบคาเค้าก็บอกว่ายังไม่มีงานวิจัยรองรับแต่เราค่อนข้างเชื่อเพราะเราก็เรียนทางนี้มาร่างกายแต่ละคนมันไม่เหมือนกัน บางเรื่องก็ยังคงพิจารณาคะแต่ถ้าเรื่องทำออกกำลังกายเราเชื่อเค้าแน่นอน” (คุณ N, สัมภาษณ์, 2 พฤษภาคม 2561)

“บทความในเพจโค้ชเอ็นเค้ามีความน่าเชื่อถือ เราว่าอาจจะเกี่ยวกับที่เค้าใส่เครดิตแหล่งที่มาทุกโพสต์ด้วย อีกร่างเราอ่านหนังสือเค้าด้วย คือ จริงๆ เรียกว่าเป็นแฟนคลับเค้าได้นะ เราชอบอ่านบทความเค้า จริงๆ พวกเพจสอนออกกำลังกายมันอยู่ที่ว่า

เราจะเอามาปรับใช้กับเรายังไงมากกว่า แต่เราไม่ได้เอามันมาทั้งหมด แต่เราเอามาปรับใช้กับชีวิตเรามากกว่า อันไหนที่ใช้จริงได้ เราค่อนข้างเลือกรับมา” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

5.3.2.3 ไตร่ตรองอุปกรณ์ออกกำลังกายและสถานที่

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างพบว่า มีการไตร่ตรองข้อมูลด้านอุปกรณ์ออกกำลังกายและสถานที่ ในด้านอุปกรณ์บางอย่างกลุ่มตัวอย่างสามารถซื้อตามได้เพราะมีราคาไม่สูงมากและสามารถประยุกต์ใช้ได้หลายทำอีกทั้งยังช่วยให้การออกกำลังกายเป็นไปอย่างคล่องตัว แต่บางอย่างก็ไม่สามารถซื้อตามได้ด้วยข้อจำกัดทางการเงิน และหากในคลิ้ออกกำลังกายมีอุปกรณ์ไม่มากและใช้สถานที่สาธารณะจะช่วยทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าจะอยากจะทำปฏิบัติตามคลิ้อนั้นๆ เพราะรู้สึกว่าไม่มีข้อจำกัดด้านอุปกรณ์และสถานที่ ไม่ว่าจะสถานที่ไหนก็สามารถออกกำลังกายได้ตามเจ้าของเพจ

“ในคลิ้อเค้านอกจากจะทำตามง่าย สถานที่ก็ดูสะดวกดีนะ เค้าทำตาดฟ้าได้ เราก็ทำหน้าบ้านได้ แปลว่าเค้าเองไม่ได้ฝึกนะว่าต้องไปเข้าฟิตเนสนะ บางคนไม่ได้สะดวกแบบนั้นจะไปฟิตเนสกลับจากทำงานก็เหนื่อยละ ทำเค้าก็เป็นท่าง่ายๆ หรือจะมีอุปกรณ์มันก็เป็นอุปกรณ์ง่ายๆ อย่าง ยางยืดเอาไว้ดึงกล้ามเนื้อที่ว่าหาง่ายไม่ได้แพงมาก ฤงมีออกกำลังกาย อันนี้ที่ว่าจำเป็น อย่างเราวิดพื้น ยกคัมเบลมืออาจจะดันได้ ขนาดโยคะยังต้องใช้นะ ใช้รองมือเฮดสแตน” (คุณ S, สัมภาษณ์, 30 เมษายน 2561)

“เราไม่ได้ซีเรียสเรื่องสถานที่ถ่ายทำคลิ้อเค้านะ เพราะอย่างโค้ชเอนเค้าถ่ายในบ้านเค้าเราก็ดู มันอยู่ที่เนื้อหาว่าคือ อะไร ถ้าเป็นสิ่งที่เราสนใจอยากจะทำที่ไหนเราก็อยากดู” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

5.3.3 ช่วงเวลาที่ดู (Temporal Organization)

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างถึงช่วงเวลาที่ใช้บริโภคสื่อเฟซบุ๊ก มีการเข้าใช้งานอยู่ทุกวันและมีความถี่ในการเข้าใช้งานแต่ละวันบ่อยครั้งมาก มักจะเข้าใช้งานเพื่อติดตามข่าวสารเพื่อน พูดคุยกับเพื่อน แต่หากเป็นการบริโภคสื่อเกี่ยวกับข้อมูลที่ตนเองสนใจเป็นพิเศษโดยเฉพาะเรื่องการออกกำลังกาย เนื่องจากต้องใช้สมาธิและเวลาในการรับชมคลิ้อวิดีโอสอนออกกำลังกายหรืออ่านบทความ ด้วยเงื่อนไขเวลาในการทำงานทำให้เกิดการวางแผนช่วงเวลาในการรับข้อมูล จำเป็นจะต้องเป็นช่วงเวลาว่างจากการทำงาน เช่น ก่อนไปทำงาน ว่างจากการทำงานระหว่างวัน หรือหลังไปทำงาน และช่วงเวลาที่จะเลือกจะออกกำลังกายกล่าวคือ หากกลุ่มตัวอย่างมีการจัดตารางการออกกำลังกายในช่วงเช้า จะเลือกชมคลิ้อวิดีโอในช่วงก่อนนอนเพื่อจะได้วางแผนการออกกำลังกายในช่วงเช้าอีก

วัน หรือหากกลุ่มตัวอย่างมีการจัดตารางออกกำลังกายในช่วงเย็น ก็จะทำให้การรับชมคลิปวิดีโอในช่วงกลางวัน ระหว่างการทำงานบ้างหรือในช่วงเย็นและเลือกปฏิบัติตามคลิปวิดีโอในเย็นวันนั้นเลย

“ส่วนใหญ่จะเป็นช่วงก่อนนอน พอเราดูกลางคืนเข้ามาเราก็ทำเลย คือ ช่วงก่อนนอน เราจะแพลนเลยว่าพรุ่งนี้เราจะเล่นอะไร” (คุณ T, สัมภาษณ์, 25 พฤษภาคม 2561)

“บางทีตื่นเช้ามาก็ดู เปิดไลฟ์ที่เราไม่ทันดูสดตอนนั้น เปิดฟังไว้ตอนที่เรอาบน้ำแต่งตัวก่อนไปทำงาน พอตอนเย็นเราก็มาดูอีกรอบหนึ่งก่อนจะออกกำลังกาย” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

“ถ้าอ่านบทความ เค้จะโพสต์ทุกเช้า เราก็จะใช้เวลาตอนเช้าบน bts นี้แหละก่อนไปทำงาน เพราะมันจะขึ้น see first เลย ปกติเราจะมาออกกำลังกายตอนเช้าที่ออฟฟิศอยู่แล้ว อย่างอ่านเสร็จอันไหนตรงกับเรา เราก็เอามาลองทำเลย” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

5.3.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างใช้สื่อ

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 เภง ที่ติดตามเพจสอนออกกำลังกายถึงกิจกรรมที่ทำระหว่างการใช้สื่อ เนื่องจากการชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายและการอ่านบทความ เป็นกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องใช้สมาธิและการจดจ่ออยู่ตลอดจึงไม่สามารถทำกิจกรรมอย่างอื่นร่วมได้ ขณะใช้สื่อ เพราะอาจจะทำให้เกิดความผิดพลาดของท่าทำได้ขณะที่กำลังปฏิบัติตามคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย แต่ในกรณีที่เปิดรับสื่อประเภทถ่ายทอดสด (Live) เนื่องจากเป็นการฟังเท่านั้นกลุ่มตัวอย่างบางคนจึงสามารถทำกิจกรรมอย่างอื่นระหว่างใช้สื่อได้

“บางทีตื่นเช้ามาก็ดู เปิดไลฟ์ที่เราไม่ทันดูสดตอนนั้น ฟังไว้ตอนที่เรอาบน้ำแต่งตัวก่อนไปทำงาน พอตอนเย็นเราก็มาดูอีกรอบหนึ่งก่อนจะออกกำลังกาย” (คุณ C, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

5.4. การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร

สำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง กลุ่มคนที่เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกาย สุขภาพและโภชนาการทั้งผ่านโพสต์ รูปภาพ คลิปวิดีโอและบทความผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก สารระสำคัญที่ผู้วิจัยสนใจคือ ผู้ที่เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านทางสื่อเฟซบุ๊กจะสามารถสร้างอัตลักษณ์ได้อย่างไร ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้ไปเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทำให้ผู้วิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก

กลับได้ความรู้ทั้งเรื่องสุขภาพและโภชนาการอีกด้วยซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้คาดหวังไว้แต่แรก ซึ่งทั้ง 3 อย่างนี้จะสามารถสร้างอัตลักษณ์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างให้เป็นอย่างไร โดยผู้วิจัยสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ 1. กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมคลิปจากสื่อเฟซบุ๊กเป็นหลักในการออกกำลังกาย และ 2. กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมคลิปออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊กควบคู่กับการออกกำลังกายในฟิตเนส ซึ่งในแบบที่ 2 ผู้วิจัยค้นพบว่า การออกกำลังกายเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับร่างกาย ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างบางคนจึงต้องการการออกกำลังกายที่ถูกต้องมีแบบแผนผ่านการจัดตารางจากฟิตเนสและได้รับการแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญจากเทรนเนอร์ หลังจากนั้นเมื่อมีความสนใจเรื่องการออกกำลังกายแล้ว จึงเปิดรับสื่ออื่นๆ มากขึ้นและได้เลือกรับข้อมูลเรื่องการออกกำลังกายผ่านทางสื่อเฟซบุ๊กแล้วจึงไปออกกำลังกายด้วยตนเองในวันที่ไม่สามารถไปออกกำลังกายที่ฟิตเนสได้ ซึ่งความแตกต่างทางด้านช่องทางในการเปิดรับสื่อเรื่องการออกกำลังกายนั้นจะสามารถเกิดผลกระทบต่อตัวผู้รับสารที่แตกต่างกันดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมคลิปจากสื่อเฟซบุ๊กเป็นหลักในการออกกำลังกาย จะเกิดการใช้ประโยชน์หลังจากได้ชมคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายหรือความรู้ที่ได้ติดตามเพจในระดับตนเอง (receiver) คือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในเฉพาะด้านการออกกำลังกายของตนเอง เกิดความพึงพอใจที่ได้ปฏิบัติตามคลิปวิดีโอหรือนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้กับการดำเนินชีวิตตนเอง แต่ยังไม่สามารถส่งต่อไปยังผู้คนรอบตัวได้อย่างมั่นใจ หรือสามารถสร้างอัตลักษณ์ที่ชัดเจนให้กับตนเองได้

“เราก็มีเวลาให้เพื่อนฟังว่าเราทำยังไงบ้างถึงน้ำหนักลดลง คือ เพื่อนเราก็อยากจะลดความอ้วน เหมือนเราเป็นกำลังใจมากกว่าเรารู้สึกว่าเรายังไม่ได้มีความรู้พอ ไม่ได้เก่งพอจะไปแนะนำใครขนาดนั้น เพราะบางทีเราก็มีหลุดไปเหมือนกัน แบบหยุดออกกำลังกายไปหรือกินแหลก แต่เราก็พยายามดึงตัวเองกลับมา เราพยายามนี้ถึงวันที่เราอ้วนมาก ใส่เสื้อผ้าไม่ได้” (คุณ D, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2561)

2. กลุ่มตัวอย่างที่ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำจะเกิดการใช้ประโยชน์และนำไปใช้ต่อจนเกิดความมั่นใจทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และสามารถนำไปเผยแพร่สู่สาธารณะ (encoder) เช่น การสร้างเพจสอนออกกำลังกายและผลิตคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายของตนเองเผยแพร่ในเฟซบุ๊ก มีผู้ชมคลิปวิดีโอและพูดคุยสอบถามเกี่ยวกับการออกกำลังกาย, สามารถเป็นผู้ให้คำปรึกษาทั้งด้านการออกกำลังกายและโภชนาการให้แก่ผู้คนรอบข้างทั้งที่พบปะกัน หรือแม้กระทั่งการตอบคำถามให้คำปรึกษาผ่านสื่อเฟซบุ๊ก, สามารถโน้มน้าวใจให้เพื่อนหรือคนรอบข้างให้หันมาใส่ใจเรื่องการออกกำลังกายและปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตและการรับประทานอาหารและขนมที่เหมาะสม

“คือ เรามีเพื่อนคนหนึ่ง เค้าอ้วนเราก็ไปชวนเค้าออกกำลังกาย ชวนเรื่อยๆ แล้วก็พาเค้าไปเล่น จนตอนนี้เค้าหุ่นดี แล้วก็พาเค้าไปออกรายการคนแปลงด้วย เรามองว่านั่นเป็นรางวัลของเค้า ให้เค้าได้ภูมิใจในสิ่งที่เค้าทำ จนตอนนี้คือ เดี่ยวจะลาออกจากงานแล้วก็

มาทำงานที่เดียวกับเราละ คือ เค้าเคยหนักแบบ 80-90 จนตอนนี้กลายเป็นคนตัวเล็กไปเลย คือ เราไม่ได้ทฤษฎีใส่เค้ามักไง เราอาศัยคุย ชวนไปออกกำลังกายเราไปเป็นเพื่อนเค้า” (คุณ A, สัมภาษณ์, 7 พฤษภาคม 2561)

“เราจะมีคนมาปรึกษาเรื่องออกกำลังกาย เรื่องการกินอาหารบ่อยมาก เราจะชอบโพสต์บอกวิธีการกินในเฟซบุ๊กเรา ว่าแบบไหนกินแล้วโอเค อย่างซาโช่มุกกินได้นะ เปลี่ยนจากโช่มุกเป็นบุก คาร์บคือ 0 เลยนะ มันกินได้ไม่ต้องกลัวอ้วน บางคนเครียดพอไดเอทต้องกินข้าวน้อยมาก แบบดมแน่เลย ออกไ้จืดๆ แต่ออกไ้เรากินนะแต่เรามีผงปรุงรสของก๊อดไลฟอะ มัน low sodium น้ำตาลก็ไม่มีแต่มันอร่อย ทุกวันนี้ก็ยังกินอยู่ อย่างซีอิ๊วขาวตราเด็กสมบูรณ์ มันจะมีอยู่สูตรหนึ่งที่น้ำตาลต่ำกว่า 1/portion ทำไมคนไม่เลือกกินแบบนี้ เพราะมันมีอีกสูตรที่น้ำตาล 10 กรัมเลยไง อันนั้นก็คือ ไม่ควรนะ พอเราแชร์คนเค้าก็แบบได้ความรู้ไปด้วย กะทิกี้เลือกกินกะธัญพีชลิ 250 มิลลิลิตร มี fat แค่ 9 เอง แล้วมันก็ยังเป็น good fat ด้วยทำไมคนถึงไม่มองตรงนี้ ซึ่งเราก็จะลงความรู้แบบนี้บ่อยมาก ช่วงที่เราคุมอาหารเราก็จะเอาเมนูไปแชร์ในเฟซเรา ตอนนี้เทรนสุขภาพมันมาแล้วอาหารเพื่อสุขภาพมันเยอะขึ้น แล้วมันอร่อย มีหลายร้านมาก เราก็จะแบบไปแชร์ร้านพวกนี้ในเฟซเรา” (คุณ P, สัมภาษณ์, 18 พฤษภาคม 2561)

อาจกล่าวได้ว่าการออกกำลังกายที่ฟิตเนสซึ่งเป็นแหล่งรวมผู้คนที่สนใจและให้ความสำคัญเรื่องการออกกำลังกาย มีโอกาสได้พบปะผู้คนที่มีความรู้และเชี่ยวชาญด้านการออกกำลังกายอย่างแท้จริง เป็นผู้ที่มีการประสบการณ์การออกกำลังกายมานาน ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และปรับทัศนคติเกี่ยวกับการออกกำลังกายให้ดีขึ้น การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายทางเฟซบุ๊กนอกจากความสะดวกสบายในการเปิดใช้สื่อแล้ว ข้อมูลจากสื่อเฟซบุ๊กจะช่วยทำให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลที่ใหม่และได้เห็นความเป็นไปในแวดวงการออกกำลังกายในสังคมไทย การออกกำลังกายประเภทใดที่กำลังเป็นกระแสนิยม หรือความรู้ใหม่ๆ ที่ได้รับจากการแชร์จากแฟนเพจต่างๆ ที่ตนติดตาม และเมื่อรวมกับความรู้ที่ได้รับจากสื่อบุคคลซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกกำลังกายในฟิตเนส จึงเหมือนเป็นการช่วยเสริมความรู้ความเข้าใจให้ผู้รับสารให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เกิดความมั่นใจในความรู้และสามารถส่งต่อความรู้นั้นไปยังคนรอบข้างได้

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพจชื่อนี้มีกลุ่มและเพจ Be fit and Eat well เป็นกลุ่มคนที่เลือกออกกำลังกายจากการเปิดรับชมคลิปออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊กควบคู่กับการออกกำลังกายในฟิตเนส โดยเฉพาะในเพจ Be fit and Eat well จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพจนี้มีพฤติกรรมการออกกำลังกายในฟิตเนส มากกว่าจะออกกำลังกายผ่านการเปิดรับชมคลิปออกกำลังกาย และมีระดับความรู้เรื่องการออกกำลังกาย สุขภาพและโภชนาการอยู่ในระดับมาก

ทั้งจากความรู้ก่อนจะเปิดรับเพจที่มีความเข้าใจที่สามารถทำให้เข้าใจในเนื้อหาเชิงลึก จึงสามารถเปิดรับเพจ Be fit and Eat well รวมกับความรู้ที่ได้รับเพิ่มเติมจากการเปิดรับความรู้จากเพจนี้ จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีความมั่นใจในข้อมูล และสามารถนำไปเผยแพร่สู่สาธารณะได้มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพจอื่น



บทที่ 6

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การทำวิจัยในหัวข้อ “การสื่อสารร่างกายผ่านเฟซบุ๊ก : กรณีศึกษา คลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง” จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดและทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) และแนวคิดการวิเคราะห์ผู้รับสารแนวใหม่ ของ เดวิด มอร์เลย์ (David Morley) ผู้วิจัยใช้การศึกษาในรูปแบบวิจัยคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้เทคนิคการศึกษาแบบสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 9 คน แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม ตามประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย ได้แก่ 1. กลุ่มเริ่มต้นออกกำลังกาย 2. กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร และ 3. กลุ่มที่มีประสบการณ์และต้องการพัฒนาการออกกำลังกายที่ถูกต้องตามหลักวิทยาศาสตร์การกีฬา ด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และการเลือกคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (snowball sampling) ซึ่งเป็นบุคคลที่มีการแชร์คลิปวิดีโอออกกำลังกายจากเพจที่ตนเองติดตามในหน้าเฟซบุ๊กส่วนตัวของตนเอง หรือมีการแสดงความคิดเห็นภายใต้คลิปหรือบทความของเพจที่ตนเองติดตามอยู่บ่อยครั้ง โดยมีระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่กุมภาพันธ์ 2560 - มิถุนายน 2561 ซึ่งการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา 2 ข้อดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้หญิงในคลิปวิดีโอออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก และการนำคลิปไปใช้ต่อในชีวิตประจำวัน
2. เพื่อศึกษาการเข้าถึงและการสื่อสารภายในคลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง และลักษณะการสื่อสารความหมายระหว่างผู้ทำคลิปและผู้รับสาร

จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบว่า ยังไม่มีงานวิจัยของไทยชิ้นใดที่ทำการศึกษาถึงคลิปวิดีโอออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊กโดยตรง แม้จะพบว่า มีการวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเฟซบุ๊กเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นงานวิจัยในเชิงปริมาณที่ใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) ยกตัวอย่างเช่น งานวิจัยเรื่อง “การเปิดรับ การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจต่อเฟซบุ๊กเพจ PTT Blue Society ของแฟนเพจในเขตกรุงเทพมหานคร” โดย วิมล อังสฤติยอนันต์ (2557) ส่วนงานที่เกี่ยวกับการใช้สื่อ งานวิจัยเรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook” โดย ภาณุวัฒน์ กองราช (2554) หรืองานวิจัยที่ใช้แนวคิด เดวิด มอร์เลย์ (David Morley) เช่นงานวิจัยเรื่อง “การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน: ศึกษากรณีการบริโภคเว็บไซต์ไฮไฟว์” โดย ระพีพร ทศรฐ (2552)

แม้ว่างานวิจัยเหล่านี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการทำความเข้าใจองค์ประกอบของการสื่อสารของสื่อเฟซบุ๊กในด้านความต้องการและการใช้สื่อ และความพึงพอใจที่ได้รับจากสื่อของ

ผู้รับสาร แต่งานวิจัยดังกล่าวยังมีข้อจำกัด กล่าวคือ ยังไม่สามารถให้ตอบในเชิงลึกได้ว่า ผู้ที่ติดตามเพจสอนออกกำลังกายจากเฟซบุ๊กเมื่อเกิดการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ จะมีการนำไปใช้ต่อในชีวิตประจำวันอย่างไร มีทัศนคติกับการเปิดรับข้อมูลด้านการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊กเป็นเช่นไร เหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

เมื่อผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์ โดยนำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ (Uses and Gratification) และแนวคิดของ David Morley ซึ่งพื้นฐานเดิมแล้ว แนวคิดนี้ใช้วิเคราะห์ผู้ชมโทรทัศน์นำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ผู้ที่ติดตามเพจสอนออกกำลังกายทางเฟซบุ๊ก โดยมีข้อสรุปการวิจัยดังต่อไปนี้

6.1 สรุปผลการวิจัย

6.1.1 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้หญิง : การให้พื้นที่เรื่องการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในทิศทางเดียวกันในเรื่องของการให้พื้นที่เรื่องออกกำลังกายในสื่อเฟซบุ๊ก ที่ทำได้ดีช่วยให้ผู้รับสารสะดวกในการเปิดรับข้อมูลด้านการออกกำลังกายและโภชนาการ กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเปิดรับสื่อเฟซบุ๊กที่มีเนื้อหาด้านการออกกำลังกาย เนื่องจากข้อมูลในเฟซบุ๊กสามารถตอบสนองความต้องการในด้านความสะดวกและความรวดเร็วในการรับข่าวสารโดยเฉพาะเมื่อเปิดรับผ่านโทรศัพท์มือถือ และกลุ่มตัวอย่างมีการเข้าใช้งานเข้าแอปพลิเคชันเฟซบุ๊กบ่อยครั้ง กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลว่าเฟซบุ๊กเป็นแอปพลิเคชัน ที่เข้ามาแบ่งปันให้พื้นที่เรื่องการออกกำลังกายในเฟซบุ๊ก พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายและโภชนาการในเฟซบุ๊กจึงมีมากมาย เมื่อกลุ่มตัวอย่างพิจารณาแล้ววิเคราะห์ว่าข้อมูลการออกกำลังกายและโภชนาการที่พวกเขาเลือกเปิดรับในเฟซบุ๊กยังเป็นข้อมูลที่ทันสมัย รวดเร็วทันกระแสสังคม นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่าสามารถตั้งคำถามกลับไปยังผู้โพสต์คลิปก่อออกกำลังกายที่เขาเลือกเปิดรับได้เมื่อเกิดข้อสงสัย ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นการสื่อสารสองทางและเป็นปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มตัวอย่างและเจ้าของเพจออกกำลังกายดังกล่าว

6.1.1.1 ลักษณะการสื่อสารความหมายระหว่างผู้ทำคลิปและผู้รับสารการสื่อสารภายในคลิปวิดีโอออกกำลังกายของผู้หญิง

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ลักษณะการสื่อสารของเพจสอนออกกำลังกาย ทั้ง 3 เพจ ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับข้อมูลด้านการออกกำลังกาย ได้แก่ 1. เพจ Bebe fit Routine 2. เพจชะนีมีกล้ามเนื้อ 3. เพจ Be fit and Eat well

(1) เพจ Bebe fit Routine

คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย เป็นคลิปที่ได้รับความสนใจจากผู้ติดตามเพจ และมีผู้ชมมากที่สุดโดยเนื้อหาจะเน้นสอนท่าออกกำลังกายเพื่อมีรูปร่างที่ดี เน้นท่าทางเพื่อนำไปลดหรือเพิ่มสัดส่วนให้เป็นไปตามที่ผู้รับสารต้องการ เน้นการสื่อสารที่เข้าใจง่ายทั้งการพูดและท่าออกกำลังกายที่สามารถทำตามได้ง่าย ผู้ที่ไม่มีพื้นฐานการออกกำลังกายสามารถทำตามได้ และด้วยรูปร่างของผู้ส่งสารที่เป็นหนึ่งในอุดมคติของผู้หญิงในยุคปัจจุบัน การได้รับชมคลิปวิดีโอจากเพจนี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้ที่ได้ชมเกิดทัศนคติที่ดีต่อการออกกำลังกายและต้องการจะมีรูปร่างให้เหมือนกันผู้ส่งสาร

(2) เพจชนะนี้มีกล้ามเนื้อ

คลิปวิดีโอภายในเพจชนะนี้มีกล้ามเนื้อจะไม่ได้เน้นเพียงคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแต่จะให้ความสำคัญกับคลิปสอนทำอาหารและให้ความรู้เรื่องโภชนาการ โดยจุดเด่นของเพจชนะนี้มีกล้ามเนื้อ คือ การให้ความรู้เรื่องการออกกำลังกายและการเลือกทานอาหารควบคู่กันไป ไม่ให้สุดโต่งไปทางใดทางหนึ่ง ไม่ให้ความสำคัญกับการมีรูปร่างที่เป็นไปตามวาทกรรมในสังคมปัจจุบันแต่เน้นให้ทุกคนรักตัวเองในแบบที่เป็น นอกจากคลิปสอนทำอาหารที่ได้รับความนิยมแล้วนั้น รูปแบบการนำเสนอข้อมูลด้วยการถ่ายทอดสด (Live) ก็ได้รับความนิยมมากเช่นกัน เนื่องจากเป็นช่องทางที่ทำให้ผู้ส่งสารและผู้รับสารได้ติดต่อสื่อสารกันอย่างทันทีทันใด ในด้านรูปร่างของผู้ส่งสารที่ถึงแม้จะไม่เป็นไปตามวาทกรรมหลักของการมีรูปร่างที่ดี แต่เธอก็สามารถมีความสุขกับรูปร่างแบบนี้ที่แข็งแรงและกระชับทุกสัดส่วน สามารถเป็นพีตเนสเอดดอลที่มีผู้ติดตามมากมาย

(3) เพจ Be fit and Eat well

คลิปที่ได้รับความสนใจมากที่สุดคือ คลิปสอนออกกำลังกายแต่จะมีเนื้อหาต่างไปจากเพจสอนออกกำลังกายจากเพจอื่นๆ คือ สอนเทคนิคและความรู้ในการออกกำลังกายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การเตรียมพร้อมของร่างกายก่อนและหลังออกกำลังกาย เนื้อหาจะค่อนข้างลึกและละเอียด ใช้ศัพท์เฉพาะทางวิทยาศาสตร์การกีฬาค่อนข้างเยอะ จึงเน้นสื่อสารกับกลุ่มคนที่มีความรู้พื้นฐานและความรู้การออกกำลังกายอยู่ในระดับมาก เนื่องจากคลิปวิดีโอภายในเพจนี้มีจำนวนน้อยมาก และผู้ส่งสารมีความถนัดในการเขียนบทความเพื่อให้ความรู้มากกว่าจะผลิตคลิปวิดีโอ ผู้ส่งสารสามารถเขียนอธิบายได้ละเอียดและเข้าใจได้ดี บทความจึงเป็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ได้รับคามนิยมอย่างมาก สังเกตได้จากผู้ติดตามเพจมักจะเข้ามาแสดงความเห็นขอบคุณความรู้จากเพจนี้กันมากมาย และด้วยการศึกษา อาชีพและการเป็นนักกีฬาของผู้ส่งสารจึงทำให้ข้อมูลที่เผยแพร่ในเพจได้รับความน่าเชื่อถือ

อัตลักษณ์การสื่อสารของเพจสอนออกกำลังกายที่แตกต่างกัน จึงส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีการเลือกเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายต่างกัน ดังจะเห็นได้ว่าแต่ละเพจนั้นก็จะมีชุด

ความรู้ที่สื่อสารมายังกลุ่มตัวอย่างไม่เหมือนกัน กลุ่มตัวอย่างจึงเลือกเพลงที่สามารถให้ชุดความรู้ที่สามารถตอบสนองความต้องการและสามารถสร้างความพึงพอใจ นำไปใช้ประโยชน์กับตนเองให้มากที่สุด

6.1.1.2 ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างที่มีความสอดคล้องกับการเข้าถึงเพลงสอนออกกำลังกาย

การวิเคราะห์ภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างที่ติดตามเพลงสอนออกกำลังกาย

3 เพลง

1. การศึกษาโครงสร้างทางสังคมของผู้รับสาร
2. การศึกษาวิถีชีวิตของผู้รับสาร
3. การศึกษาการเข้าถึงตัวบทที่เกี่ยวข้อง

โดยทำการแบ่งตามความรู้และประสบการณ์การออกกำลังกายของ

กลุ่มตัวอย่าง

(1) กลุ่มที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกาย

กลุ่มตัวอย่าง คุณ D, คุณ B และคุณ S ทั้ง 3 ท่าน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ไม่มีความรู้พื้นฐานเรื่องการออกกำลังกายและไม่เคยสนใจเรื่องการออกกำลังกายมาก่อน จนเมื่อได้รับการแนะนำจากเพื่อนและหมोजึงได้เปลี่ยนทัศนคติหันมาสนใจเรื่องการออกกำลังกาย คุณ D และคุณ S ถึงแม้จุดเริ่มต้นที่หันสนใจการออกกำลังกายจะเป็นปัญหาสุขภาพ แต่เมื่อได้ออกกำลังกายและสุขภาพก็ดีขึ้น เป้าหมายก็เปลี่ยนไปจากการมีสุขภาพที่ดี แปรเปลี่ยนเป็นเพื่อมีรูปร่างที่ดีโดยได้รับวาทกรรมของการมีรูปร่างที่ดีทั้งจากคนรอบข้างและตัวของกลุ่มตัวอย่างเองที่ต้องการจะมีรูปร่างที่ดี จึงแสวงหาสื่อที่จะสามารถตอบสนองความต้องการนั้นได้ โดยผ่านการแนะนำจากเพื่อนและการทำงานด้วยตนเองแล้วเกิดความสะดวกและรวดเร็วของข้อมูล คือ สื่อเฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างเข้าใช้งานบ่อยและมีการเข้าใช้งานความถี่บ่อยครั้งต่อวัน ในเบื้องต้นกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ต้องการจะมีรูปร่างที่เป็นไปตามวาทกรรมหลักของการมีรูปร่างที่ดี จึงต้องการเปิดรับเพลงสอนออกกำลังกายที่เน้นเนื้อหาสอนท่าทาง ลดหรือเพิ่มสัดส่วนที่ต้องการจะเปลี่ยนแปลง ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการสื่อสารเนื้อหาของเพลง Bebe fit routine ที่ผลิตคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายแบบแจกท่าและมีเนื้อหาที่เข้าใจง่ายท่าไม่ยาก คนที่ไม่มีพื้นฐานก็สามารถออกกำลังกายตามได้ โดยเลือกใช้บ้านเป็นสถานที่หลักในการออกกำลังกายเนื่องจากมองว่าสะดวกกว่า อยากจะออกกำลังกายเมื่อไหร่ก็สามารถทำได้

(2) กลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร

กลุ่มตัวอย่าง คุณ N, คุณ C และคุณ R ทั้ง 3 ท่าน เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ให้ ความสำคัญเรื่องการออกกำลังกายและอาหาร โดยเริ่มที่การออกกำลังกายก่อนและเมื่อได้ศึกษาเพิ่มเติมจากสื่อต่างๆ จึงทราบว่า การจะมีรูปร่างที่ดีนั้นจำเป็นต้องได้รับการรับประทานอาหารที่ดีควบคู่กันไปด้วย กลุ่มตัวอย่างมีความกังวลเรื่องการรับประทานอาหารเป็นอย่างมาก จนเกิดผล

กระทบทั้งในเรื่องการเข้าถึงและสุขภาพจิตใจ กลุ่มตัวอย่างต้องการจะปรับเปลี่ยนทัศนคติเรื่องการรับประทานของตนเอง จึงแสวงหาสื่อที่จะสามารถให้ความรู้ทั้งเรื่องการออกกำลังกายและอาหาร จึงได้เปิดรับเพจชนิดนี้มีกล่ามซึ่งเน้นการสื่อสารเนื้อหาสาระทั้งการออกกำลังกายและอาหาร นอกจากจะให้ความรู้เรื่องการออกกำลังกายและอาหารเพื่อสุขภาพแล้วนั้น ยังพยายามสื่อสารกับผู้ติดตามเพจให้มีสมดุลในการใช้ชีวิต คือ ออกกำลังกายและทานอาหารอย่างมีความสุข คือ การมีสังคมที่ต้องอยู่ร่วมและยอมรับในรูปร่างของตนเองคือ สวยในแบบของตนเอง

(3) กลุ่มที่ประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย

กลุ่มตัวอย่างคุณ A คุณ P และคุณ T เป็นกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์และความรู้เรื่องการออกกำลังกาย โดยเป็นความรู้ในระดับเข้มข้นที่ผ่านการสะสมความรู้ด้วยตนเอง สอบถามจากเทรนเนอร์และเพื่อนๆ ที่มีประสบการณ์การออกกำลังกาย อีกทั้งแฟนของกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้ เป็นเทรนเนอร์และเล่นฟิตเนสเป็นประจำ แวดวงที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน จนก่อให้เกิดเป็นความรู้ที่มากพอจะนำไปเผยแพร่และบอกต่อแก่ผู้คนรอบข้างได้ แต่ความรู้นั้นไม่มีสิ้นสุด กลุ่มตัวอย่างในกลุ่มนี้จึงต้องการจะแสวงหาความรู้เพิ่มอยู่เสมอเพื่อเพิ่มพูนความรู้และความมั่นใจให้กับตนเอง และหน้าที่การงานที่จำเป็นจะต้องใช้ความรู้เรื่องการออกกำลังกายมาสร้างความเชื่อถือ กลุ่มตัวอย่างจึงจำเป็นต้องเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายอยู่เสมอ และในสังคมยุคปัจจุบันคงจะหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะเปิดรับสื่อใหม่อย่างเพชบุ๊กที่เข้ามาให้พื้นที่เรื่องการออกกำลังกายมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างจึงต้องการจะเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายที่ให้ความรู้ในเชิงลึก ที่เป็นทฤษฎีความรู้วิทยาศาสตร์การกีฬาเพื่อจะมาพัฒนาความรู้ของตนเองให้ดียิ่งขึ้น จึงเลือกเปิดรับเพจ Be fit and Eat well มีลักษณะการสื่อสารเนื้อหาที่เน้นความรู้ในเชิงลึก เป็นทฤษฎีวิทยาศาสตร์กีฬา และการออกกำลังกายให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งเนื้อหาที่ให้ความรู้จะค่อนข้างลึกและละเอียดต้องอาศัยประสบการณ์และความรู้เพื่อทำความเข้าใจในเนื้อหา ซึ่งก็สอดคล้องกับความรู้และประสบการณ์ของกลุ่มตัวอย่างจึงสามารถเข้าใจเนื้อหาสาระได้ดี

กลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์การออกกำลังกายที่แตกต่างกัน จึงนำมาซึ่งการเลือกเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายที่ต่างกันเพื่อให้ตรงกับความสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างให้มากที่สุด และการที่กลุ่มตัวอย่างได้รับข้อมูลที่สนใจผ่านสื่อที่ตอบสนองการใช้งาน จึงนำมาซึ่งความพึงพอใจในการใช้สื่อ

6.1.1.3 การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้หญิงในคลิปปวีดีโอออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก

(1) สถานะทางสังคมและจิตใจ

สถานะทางจิตใจที่นำไปสู่การเปิดรับความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊ก ได้แก่ สถานะความต้องการความรู้เพื่อพัฒนาความรู้ของตนเอง และสถานะความต้องการความรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะความต้องการความรู้เพื่อพัฒนาความรู้ของตนเอง

หากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่ที่ประสบการณ และความรู้ด้านการออกกำลังกาย คือ คุณ A, คุณ P และคุณ T จะเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกาย สุขภาพและโภชนาการจากเฟซบุ๊กไปเพื่อเพิ่มพูนความรู้เดิมของตนเอง และทดสอบความรู้เดิมของตนเองที่มีอยู่ว่าถูกต้องหรือไม่ เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในความรู้ของตนเอง และมั่นใจในความรู้ที่จะนำไปเผยแพร่ต่อ

หากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกาย คือ คุณ D, คุณ B และคุณ S ไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องท่าออกกำลังกายมาก่อน แต่ต้องการจะมีรูปร่างที่ดีขึ้นเพื่อเป็นไปตามวาทกรรมหลักในยุคปัจจุบัน จึงเกิดสถานะต้องการความรู้เพื่อพัฒนาตัวเองในเรื่องท่าออกกำลังกายและนำความรู้ที่นำมาตอบสนองความต้องการของตนเอง

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานะความต้องการความรู้เพื่อเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

กลุ่มตัวอย่าง คุณ N, คุณ C และคุณ R เป็นกลุ่มตัวอย่างที่ทำให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร มีความกังวลโดยเฉพาะเรื่องการเลือกรับประทานอาหารอยู่ในสถานะความเครียดที่ไม่สามารถจัดสมดุลเรื่องการออกกำลังกายและการทานอาหารให้เหมาะสมกับร่างกายและความต้องการของตนเองได้ จึงเกิดสถานะต้องการความรู้เพื่อมาเปลี่ยนแปลงทัศนคติให้ตนเองมีความสุขกับการออกกำลังกายและรับประทานอาหารไปพร้อมๆ กัน

(2) ความต้องการและจำเป็นของบุคคล

ความต้องการและจำเป็นของบุคคลที่ทำให้กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนต้องการที่จะออกกำลังกาย คือ ความต้องการมีรูปร่างที่ดี และความต้องการมีสุขภาพที่ดี

1. ความต้องการมีรูปร่างที่ดี จุดเริ่มต้นของการหันมาให้ความสำคัญเรื่องการออกกำลังกายคือ การต้องการมีรูปร่างที่ดี ที่เป็นไปตามวาทกรรมในสังคมปัจจุบัน โดยผ่านการพูดตำติรูปร่างในทางลบจากกลุ่มคนที่รับเอาวาทกรรมเรื่องการมีรูปร่างที่ดีมาเป็นตัวตัดสินรูปร่างของผู้อื่น

2. ความต้องการมีสุขภาพที่ดี จุดเริ่มต้นของการหันมาให้ความสำคัญ เรื่องการออกกำลังกายคือ ต้องการมีสุขภาพที่ดี เนื่องจากประสบปัญหาด้านสุขภาพและได้รับ คำแนะนำมาจากผู้เชี่ยวชาญ เช่น หมอ และเพื่อน ซึ่งต้องเป็นเพื่อนที่มีความรู้และประสบการณ์การ ออกกำลังกาย

(3) ความคาดหวังจากการเปิดรับสื่อมวลชนและแหล่งข่าว

ความคาดหวังเป็นความรู้สึกสะท้อนถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง โดยหวังว่า ความน่าเชื่อถือจากผู้ส่งสารและความหลากหลายของเนื้อหาและฟังก์ชันการทำงานของ สื่อเฟซบุ๊ก จะสามารถตอบสนองความต้องการได้

1. ความน่าเชื่อถือจากผู้ส่งสาร กลุ่มตัวอย่างคาดหวังความน่าเชื่อถือ จากผู้ส่งสารว่าความรู้ที่เปิดรับจากเพจสอนออกกำลังกายนั้นๆ จะสามารถเปลี่ยนแปลงรูปร่างและ สุขภาพของผู้รับสารให้ไปตามผู้ส่งสารได้ และความรู้ที่ได้เปิดรับมานั้นจะเป็นเนื้อหาที่ถูกต้อง สามารถนำมาพัฒนาตัวเองได้

2. ความหลากหลายของเนื้อหาและฟังก์ชันการทำงานของสื่อเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างคาดหวังว่าเนื้อหาที่เปิดรับจากสื่อเฟซบุ๊ก จะเป็นเนื้อหาที่ทันสมัย ตามกระแสสังคมและ มีความหลากหลายของเนื้อหาให้กลุ่มตัวอย่างได้เลือกรับเนื้อหาที่สามารถตอบสนองความต้องการของ กลุ่มตัวอย่างได้มากที่สุด

(4) รูปแบบจากสื่อที่เลือกเปิดรับ

รูปแบบที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับ สามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบตาม ลักษณะประสบการณ์และการออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มเพิ่งเริ่มออกกำลังกาย ต้องการรูปแบบคลิปสอนออกกำลังกายที่ เน้นสอนท่าทางสำหรับออกกำลังกาย ลดหรือเพิ่มสัดส่วนตามต้องการ โดยมีการสื่อสารที่เข้าใจง่าย ท่าไม่ยาก ไม่เน้นการใช้อุปกรณ์หรือเป็นอุปกรณ์ที่สามารถหาได้ง่าย เพื่อให้สอดคล้องกับพื้นฐานความรู้และความสามารถของกลุ่มตัวอย่าง

2. กลุ่มให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร ต้องการรูปแบบ คลิปสอนออกกำลังกายที่เน้นทั้งสอนการออกกำลังกายและโภชนาการ จะเป็นคลิปสอนทำอาหารและ ขนมหลิมหรือคลิปกามตอบคำถามสุขภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของกลุ่ม ตัวอย่าง

3. กลุ่มที่มีประสบการณ์และความรู้ด้านการออกกำลังกาย ต้องการ รูปแบบคลิปสอนออกกำลังกายที่เน้นให้ความรู้แนวทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬา การดูแลสุขภาพ ร่างกายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการออกกำลังกาย เพื่อให้สอดคล้องกับประสบการณ์ความรู้และ ความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

(5) การได้รับความพึงพอใจตามความต้องการ

กลุ่มตัวอย่างได้รับความพึงพอใจตามความต้องการเนื่องจากสื่อและเนื้อหาที่เปิดรับเกิดประโยชน์ต่อกลุ่มตัวอย่าง แบ่งได้เป็น 3 ประเด็น คือ ความพึงพอใจในการรับข้อมูลผ่านสื่อเฟซบุ๊ก ความพึงพอใจในประเภทเนื้อหา และความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ

1. ความพึงพอใจในการรับข้อมูลผ่านสื่อเฟซบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจเนื่องจากได้รับความสะดวกในการใช้งาน ข้อมูลที่รวดเร็วทันกระแสนิยม เช่น การออกกำลังกายแบบใหม่ที่เป็นกระแสนิยมในประเทศไทย เมนูอาหารเพื่อสุขภาพใหม่ๆ รวมถึงฟังก์ชันเฉพาะสื่อเฟซบุ๊ก การติดตามและเซฟข้อมูลที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบเป็นพิเศษ ทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกสะดวกต่อการใช้งานและสามารถเลือกรับข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของตนเอง

2. ความพึงพอใจในประเภทเนื้อหา กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจในประเภทเนื้อหาสาระที่ได้เนื่องจากตรงกับความต้องการและสนใจ ด้วยความหลากหลายของเนื้อหาจากสื่อเฟซบุ๊ก ทำให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเลือกเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการเพื่อจะเกิดประโยชน์กับตนเองมาให้มากที่สุด กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มต้นออกกำลังกายก็ได้รับความพึงพอใจ เนื่องจากได้รับเนื้อหาสาระที่ตรงกับความต้องการคือ เป็นเพจสอนออกกำลังกายที่เน้นสอนท่าออกกำลังกาย ทำง่ายทำตามได้ไม่ยาก เหมาะสมกับผู้เริ่มต้นออกกำลังกาย เป็นต้น

3. ความพึงพอใจในรูปแบบการนำเสนอ ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษานำเสนอในรูปแบบคลิปวิดีโอออกกำลังกาย ซึ่งแต่ละเพจนั้นจะมีลักษณะการสื่อสารเนื้อหาภายในคลิปที่ต่างกันขึ้นอยู่กับความสนใจและถนัดของผู้ส่งสาร และผู้รับสารก็จะเลือกเปิดรับเนื้อหาที่ตรงกับความ需求和เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด โดยลักษณะของรูปแบบของคลิปวิดีโอที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจะสอดคล้องกับประสบการณ์และลักษณะการออกกำลังกายของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง เช่น กลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและอาหาร เป็นกลุ่มตัวอย่างที่พึงพอใจรูปแบบการนำเสนอคลิปวิดีโอออกกำลังกายและคลิปวิดีโอสอนทำอาหาร เพราะนอกจากจะได้ความรู้เรื่องการทำออกกำลังกายแล้ว ยังได้ความรู้ขั้นตอนการทำอาหารเพื่อสุขภาพอีกด้วย

(6) การได้รับผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจไม่ใช่ผลที่มุ่งหวังไว้

ผลที่ได้รับมาตามมาซึ่งอาจไม่ใช่สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างมุ่งหวังไว้ แต่นำมาซึ่งประโยชน์และได้รับความพึงพอใจ โดยแบ่งได้เป็น 3 ประเด็น คือ ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลถึงเรื่องงาน, ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลในระดับตนเอง และประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลไปถึงผู้อื่น

1. ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลถึงเรื่องงาน กลุ่มตัวอย่างบางคนสามารถนำความรู้ที่ได้จากการเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกาย สุขภาพและโภชนาการมา

พัฒนาตนเองให้มากกว่าการมีสุขภาพดีหรือมีรูปร่างที่ดี หรือการนำความรู้ที่ได้มาสร้างความน่าเชื่อถือในเรื่องงานและความมั่นใจในความรู้ก่อนนำไปเผยแพร่สู่ผู้อื่น

2. ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลในระดับตนเอง กลุ่มตัวอย่างได้รับประโยชน์เกินกว่าที่ตนเองตั้งเป้าหมายไว้ กล่าวคือ บางคนสนใจหันมาออกกำลังกายด้วยปัญหาเรื่องรูปร่างที่ไม่เป็นไปตามวาทกรรมการมีรูปร่างที่ดี และนำความรู้ที่ได้รับจากการเปิดรับข้อมูลความรู้จากสื่อเฟซบุ๊กมาเปลี่ยนแปลงรูปร่างตนเองให้ดีขึ้น สามารถใส่เสื้อผ้าแล้วดูสวย เข้ารูป แต่ผลที่ได้ตามมามากกว่าการมีรูปร่างที่ดีเป็นไปตามวาทกรรมของสังคมปัจจุบัน คือ การได้มีสุขภาพที่ดีขึ้นจากการออกกำลังกายสม่ำเสมอควบคู่ไปกับการมีรูปร่างที่ดี

3. ประโยชน์ที่ได้รับตามมาซึ่งส่งผลในถึงผู้อื่น กลุ่มตัวอย่างบางคนเกิดการเปลี่ยนแปลงตนเองในทางที่ดีขึ้น ไม่ว่าจะเป็ทั้งสุขภาพหรือรูปร่าง และได้ส่งต่อแรงบันดาลใจผ่านการเปลี่ยนแปลงของตนเองไปยังคนใกล้ชิด ให้หันมาสนใจและเห็นประโยชน์ของการออกกำลังกายหรืออาจส่งผลถึงการสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการออกกำลังกายและโภชนาการของคนใกล้ชิดอีกด้วย

6.1.2 การวิเคราะห์กระบวนการรับรู้ของผู้รับสาร

6.1.2.1 การจดจำได้ (recognition)

กลุ่มตัวอย่างมีการจดจำเนื้อหาได้ดีโดยเฉพาะเมื่อได้พบกับเนื้อหาที่ตนเองสนใจ เช่นกลุ่มตัวอย่างสนใจศึกษาทำออกกำลังกายเพื่อสร้างกล้ามเนื้อหน้าท้อง เมื่อเจอชุดความรู้คลิปวิดีโอเกี่ยวกับทำสร้างกล้ามเนื้อหน้าท้อง กลุ่มตัวอย่างก็จะสามารถจดจำทำได้และสามารถนำมาปฏิบัติตามได้ และรูปแบบนำเสนอแบบคลิปวิดีโอจะช่วยให้จดจำได้ง่ายขึ้นเนื่องจากเห็นการภาพเคลื่อนไหว ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มตัวอย่างจดจำได้ดีกว่าตัวหนังสือ

6.1.2.2 ความเข้าใจเนื้อหา (Comprehension)

กลุ่มตัวอย่างจะเกิดความเข้าใจเนื้อหาสารที่ตนเปิดรับนั้น ขึ้นอยู่กับภูมิหลังด้านความรู้ ลักษณะการสื่อสารระหว่างเจ้าของเพจและกลุ่มตัวอย่าง และเนื้อหาที่เปิดรับนั้นจะต้องมีความสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกาย จะมีความเข้าใจในเรื่องการออกกำลังกายในระดับน้อย อาจจะไม่เข้าใจศัพท์เฉพาะทางวิทยาศาสตร์การกีฬา ดังนั้น จึงเลือกที่จะเปิดรับเฉพาะเพจสอนออกกำลังกายที่มีเนื้อหาเข้าใจง่าย ทำออกกำลังกายสามารถทำตามได้ไม่ยาก และสามารถเข้าใจได้จากการอ่านได้คลิปหรือการสื่อสารจากเจ้าของเพจ ว่าท่าแต่ละท่าสามารถช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ หรือกระชับกล้ามเนื้อในส่วนใด

6.1.2.3 การตีความหมาย (Interpretation)

กลุ่มตัวอย่างจะเกิดการตีความจากเนื้อหาสารเป็นอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับสถานะทางสังคมและประสบการณ์การออกกำลังกายของแต่ละคน กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับเพจสอนออกกำลังกายเพจด้วยกันอาจจะเกิดการตีความหมายที่ต่างกันอย่างก็ย่อมได้ เพราะแต่ละคนมีสถานะและประสบการณ์การออกกำลังกายที่ไม่เหมือนกัน และในการเปิดรับเนื้อหาสารนั้นกลุ่มตัวอย่างก็ย่อมเกิดการตีความและเลือกรับเฉพาะที่เหมาะสมกับตนเองเท่าเพื่อให้เกิดประโยชน์กับตนเองให้มากที่สุด

6.1.2.4 การมีปฏิริยาตอบสนอง (Response)

เมื่อได้รับชมคลิปวิดีโอหรืออ่านบทความจากเพจสอนออกกำลังกายที่ตนเลือกติดตามแล้วนั้น ปฏิริยาที่เกิดขึ้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 แบบ คือ ปฏิริยาตอบสนองผ่านสื่อเฟซบุ๊ก และ ปฏิริยาตอบสนองผ่านพฤติกรรมของผู้รับสาร

ปฏิริยาตอบสนองผ่านสื่อเฟซบุ๊ก หลังจากได้รับชมคลิปวิดีโอหรืออ่านบทความจากเพจสอนออกกำลังกายที่กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับ จะเลือกแสดงออกถึงความชอบและสนใจในเนื้อหาที่ได้รับได้หลากหลายวิธีด้วยกันทั้งที่ให้เพื่อนในสื่อเฟซบุ๊กเห็นถึงปฏิริยาตอบสนอง เช่น การกดไลค์ได้คลิปที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบหรือมากไปกว่านั้นคือ การแชร์คลิปวิดีโอหรือบทความเพื่อเผยแพร่ความรู้กันไปสู่เพื่อนคนอื่นในสื่อเฟซบุ๊ก รวมไปถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของเพจและผู้ติดตาม และระหว่างผู้ติดตามด้วยกันเอง ผ่านการแสดงความคิดเห็น หรือจะเลือกมีปฏิริยาแบบส่วนตัวเมื่อเจอคลิปวิดีโอหรือบทความที่ตนเองชอบ ด้วยการเซฟเก็บไว้เอง(คุณลักษณะการทำงานของสื่อเฟซบุ๊ก) เมื่อต้องการกลับมาดูอีกครั้งก็สามารถเข้าไปดูได้ง่ายไม่ต้องเสียเวลาค้นหาคลิปวิดีโออีกทั้งครั้ง

ปฏิริยาตอบสนองผ่านพฤติกรรมของผู้รับสาร

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นต่อข้อมูลที่ได้รับจากเพจสอนออกกำลังกายที่ตนเลือกติดตาม เมื่อได้รับชุดข้อมูลที่สนใจ และได้รับชมคลิปวิดีโอที่เลือกที่จะปฏิบัติตามจนเกิดเป็นการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ ทั้งนี้จะปฏิบัติตามหรือรับมาปรับใช้กับร่างกายของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับความตีความของกลุ่มตัวอย่างว่าเหมาะสมกับร่างกายตัวเองมากน้อยเพียงใด

6.1.3 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ

6.1.1.3 ความสนใจในการเปิดรับ (Attention)

ความสนใจในการเปิดรับสารจากเพจสอนออกกำลังกาย กลุ่มตัวอย่างทุกคนติดตาม (see first) ไว้ที่เพจสอนออกกำลังกายที่ตนชื่นชอบเป็นพิเศษ เพื่อจะได้เห็นทุกการอัปเดตข้อมูลจากเพจสอนออกกำลังกายที่ตนติดตาม และสามารถเข้ามาติดตามเนื้อหาได้ทันที โดยแบ่งความ

สนใจในการเปิดรับเป็น 3 แบบ คือ เนื้อหา ภาษาสื่อสารภายในเพลงและระหว่างเจ้าของเพลงและผู้ติดตาม และรูปแบบการนำเสนอ

1. เนื้อหา

เนื้อหามีความสอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง จึงนำมาซึ่งการเปิดรับข้อมูลจากเพลงสอนออกกำลังกาย เพื่อที่กลุ่มตัวอย่างจะสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง

2. การสื่อสารภายในเพลงและระหว่างเจ้าของเพลงและผู้ติดตาม

ลักษณะการสื่อสารภายในเพลงมีส่วนต่อการเลือกติดตามเพลงสอนออกกำลังกาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความรู้และความเข้าใจของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเข้าใจในสิ่งที่เจ้าของเพลงสื่อสารออกมา หากกลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับและสามารถเข้าใจเนื้อหาสารนั้นได้ ก็ทำให้อยากที่จะติดตามเพลงสอนออกกำลังกายเพื่อรับจะได้รับข้อมูลในครั้งต่อไปอีก มากไปกว่านั้นคือ การสื่อสารระหว่างเจ้าของเพลงและผู้ติดตาม พบว่า น้ำเสียงการพูด และการสร้างความเป็นกันเองของเจ้าของเพลงมีส่วนต่อการติดตามเพลงสอนออกกำลังกาย เพราะทำให้ผู้ติดตามรู้สึกใกล้ชิดเหมือนได้คุยกับเพื่อน และไม่รู้เกร็งเมื่อมีข้อสงสัยแล้วต้องการจะสอบถามไปยังเจ้าของเพลง

3. รูปแบบการนำเสนอ

รูปแบบการนำเสนอที่สามารถช่วยให้กลุ่มตัวอย่างเข้าใจเนื้อหาและสามารถจดจำเนื้อหาได้ มีผลต่อการเปิดรับเพลงสอนออกกำลังกาย กลุ่มตัวอย่างสนใจในรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของเพลงสอนออกกำลังกายที่ต่างไปจากเพลงสอนออกกำลังกายอื่นๆ เช่น การที่เพลงขณะนี้มีกลิ่น มีการถ่ายทอดสด ทำให้กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบที่ได้พูดคุยกับเจ้าของเพลงและทำให้ข้อมูลใหม่ๆ และสามารถสอบถามข้อสงสัยและได้รับคำตอบที่รวดเร็ว

6.1.1.2 ลักษณะการคิดไตร่ตรองขณะดู (Reflexive)

(1) ไตร่ตรองรูปร่างของเจ้าของเพลง

กลุ่มตัวอย่างมีการไตร่ตรองรูปร่างของเจ้าของเพลง ก่อนจะทำการติดตามเพลงสอนออกกำลังกาย รูปร่างของเจ้าของเพลงเป็นการยืนยันได้ว่าความรู้ที่เผยแพร่ในเพลงนั้นสามารถเปลี่ยนแปลงรูปร่างให้ดีขึ้นหรือสุขภาพดีขึ้น ได้เหมือนต้นแบบซึ่งก็คือ เจ้าของเพลง การที่เจ้าของเพลงมีรูปร่างที่ดี สุขภาพดีก็เหมือนเป็นภาพลักษณ์ที่ดีของเจ้าของเพลง แสดงถึงความใส่ใจในรูปร่างและสุขภาพของตนเอง

(2) ไตร่ตรองความถูกต้องของเนื้อหาและท่าออกกำลังกาย

กลุ่มตัวอย่างมีการไตร่ตรองเนื้อหาและท่าออกกำลังกายก่อนจะรับมาปรับใช้กับตนเอง เกิดการไตร่ตรองข้อมูลก่อนและเลือกรับมาเฉพาะที่เหมาะสมกับตนเอง อย่างเช่น ท่าออกกำลังกาย หากเป็นท่าที่ยากหรือจำเป็นต้องมีอุปกรณ์เสริมช่วย กลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่เพิ่งเริ่มออก

กำลังกาย อาจจะต้องไต่ตรองความสามารถของตนเองก่อน และประเมินความยากของท่า หากเกินความสามารถก็อาจจะยังไม่ทำตามในทันทีที่ได้รับชม เพื่อไม่ให้เกิดอันตรายต่อตนเอง

(3) ไต่ตรองอุปกรณ์ออกกำลังกายและสถานที่

กลุ่มตัวอย่างเกิดการไต่ตรองข้อมูลด้านอุปกรณ์ออกกำลังกายและสถานที่ที่ใช้ออกกำลังกาย โดยจะไม่เลือกรับมาทั้งหมดจากที่ในคลิป์วิดีโอ จะซื้อตามเฉพาะที่ไต่ตรองแล้วว่าเป็นอุปกรณ์ที่ควรจะมี และสามารถประยุกต์ใช้ได้หลายท่า เช่น ดัมเบล ยางยืด เป็นต้น เพราะข้อจำกัดทางด้านการเงิน หากเป็นกลุ่มตัวอย่างที่เพิ่งเริ่มออกกำลังกายจะยังไม่อยากลงทุนซื้ออุปกรณ์มากมายนัก เพราะยังไม่แน่ใจว่าจะรับการออกกำลังกายมาเป็นวิถีชีวิตหรือไม่ ในด้านของสถานที่หากในคลิป์วิดีโอสอนออกกำลังกายไม่ใช้อุปกรณ์และเลือกใช้สถานที่สาธารณะหรือในที่พักในการออกกำลังกายจะทำให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกอยากจะทำตามเพราะ ลดข้อจำกัดด้านอุปกรณ์และสถานที่ มองว่าการออกกำลังกายสามารถทำที่ใดก็ได้ไม่จำเป็นต้องไปฟิตเนส

6.1.1.3 ช่วงเวลาที่ดู (Temporal Organization)

กลุ่มตัวอย่างจะเลือกช่วงเวลาที่ดู จากการวางแผนการออกกำลังกายในแต่ละวัน หากกลุ่มตัวอย่างวางแผนออกกำลังกายในตอนเช้า มักจะเลือกรับชมคลิป์วิดีโอสอนออกกำลังกายในตอนเย็นหลังเลิกงาน หรือกลางคืนก่อนนอน เพื่อจะได้ศึกษาท่าออกกำลังกายและนำมาปฏิบัติในตอนเช้าและหากกลุ่มตัวอย่างมีการวางแผนการออกกำลังกายในช่วงเย็นหลังเลิกงาน ก็จะเลือกเปิดรับคลิป์วิดีโอสอนออกกำลังกายในช่วงกลางวันหรือตอนเย็นหลังเลิกงานและออกกำลังกายตามคลิป์วิดีโอในตอนเย็นหลังจากรับชม

6.1.1.4 กิจกรรมที่ทำระหว่างใช้สื่อ

เนื่องจากการออกกำลังกายเป็นกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องใช้สมาธิและการจดจ่ออยู่ตลอดเวลา จึงไม่สามารถทำกิจกรรมอื่นๆ ขณะใช้สื่อได้ เพราะอาจจะทำให้เกิดการผิดพลาดขณะออกกำลังกายได้ขณะที่ปฏิบัติตามคลิป์วิดีโอสอนออกกำลังกาย

6.1.4 การวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร

สำหรับการวิเคราะห์ผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร ในการวิจัยครั้งนี้หมายถึง กลุ่มคนที่เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกาย สุขภาพและโภชนาการผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก สารสำคัญที่ผู้วิจัยสนใจคือ ผู้ที่เปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านทางสื่อ เฟซบุ๊กจะสามารถสร้างอัตลักษณ์ได้อย่างไร ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้ไปเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง ทำให้ผู้วิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก กลับได้ความรู้ทั้งเรื่องสุขภาพและโภชนาการอีกด้วยซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้คาดหวังไว้แต่แรก ซึ่งทั้ง 3 อย่างนี้จะสามารถสร้างอัตลักษณ์ให้แก่กลุ่มตัวอย่างให้เป็นอย่างไร ผู้วิจัยสามารถแบ่งได้เป็น 2 แบบคือ

6.1.4.1 กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมคลิปจากสื่อเฟซบุ๊กเป็นหลักในการออกกำลัง

กาย

จะเกิดการใช้ประโยชน์จากการชมคลิปวิดีโอและความรู้จากการติดตามเพจในระดับตนเอง (receiver) คือ สามารถนำความรู้ที่ได้รับมาปรับใช้กับตนเองและเกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น คือ รูปร่างดี สุขภาพดี แต่ยังไม่สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปส่งต่อให้คนรอบตัวได้อย่างมั่นใจ เพราะยังไม่มั่นใจในข้อมูลว่าถูกต้องทั้งหมดหรือไม่ และไม่ได้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้กับใคร เนื่องจากขณะที่รับชมและปฏิบัตินั้นทำโดยลำพังและตัดสินใจเลือกรับความรู้ด้วยตนเอง

6.1.4.2 กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับชมคลิปออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊กควบคู่กับ

การออกกำลังภายในฟิตเนส

จะเกิดการใช้ประโยชน์และนำไปใช้ต่อจนเกิดความมั่นใจทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ และสามารถนำไปเผยแพร่สู่สาธารณะ (encoder) คือ สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการชมและติดตามเพจสอนออกกำลังกายไปบอกต่อเพื่อเป็นประโยชน์แก่คนรอบตัว และยังสามารถนำความรู้ที่นำมาสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเองได้อีกด้วย เช่น การมั่นใจในความรู้และรูปร่างจึงเกิดการผลิตคลิปวิดีโอสอนออกกำลังกาย รวมถึงสามารถนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาตนเองและเป็นที่ปรึกษาแก่ผู้อื่นได้ทั้งในโลกจริง และโลกเสมือนผ่านทางสื่อเฟซบุ๊ก มากไปกว่านั้นคือ การสามารถโน้มน้ำใจให้คนรอบข้างหันมาสนใจเรื่องการออกกำลังกายและใส่ใจเรื่องสุขภาพและโภชนาการ

แสดงให้เห็นว่าสถานที่ออกกำลังกายมีส่วนต่อการแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มตัวอย่าง ฟิตเนสนอกจากจะเป็นสถานที่ออกกำลังกาย ยังเป็นแหล่งรวมผู้ที่มีความรู้เรื่องการออกกำลังกาย และมีเทรนเนอร์ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญการออกกำลังกายโดยเฉพาะ การได้อยู่ในสังคมที่แวดล้อมไปด้วยบุคคลที่ให้ความสำคัญกับการออกกำลังกาย ได้พูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน ช่วยทำให้ข้อสงสัยเรื่องการออกกำลังกายได้รับข้อมูลจากบุคคลที่หลากหลาย และการเลือกเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊กควบคู่ไปด้วย นอกจากเรื่องความสะดวกในการใช้สื่อแล้วนั้น ในด้านข้อมูลก็ช่วยให้ผู้รับสารได้รับข้อมูลที่ใหม่และทันสมัยยิ่งขึ้น

ทั้งนี้สารที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับจะสามารถสร้างผลกระทบกับตัวผู้รับสารได้มากเพียงน้อยนั้น ก็ขึ้นอยู่กับภูมิหลังและประสบการณ์การออกกำลังกายของผู้รับสารด้วยเช่นกัน หากเป็นกลุ่มที่เพิ่งเริ่มต้นออกกำลังกาย เพจสอนออกกำลังกายที่กลุ่มตัวอย่างนี้เลือกเปิดรับจึงเป็นเพียงเพจสอนออกกำลังกายที่มีระดับความเข้มข้นของเนื้อหาไม่มากนัก เพราะด้วยภาษาที่ใช้สื่อสารก็จำเป็นต่อการตีความและสร้างความเข้าใจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงระดับความรู้ของผู้รับสาร และหากเป็นผู้รับสารที่มีประสบการณ์และความรู้เรื่องการออกกำลังกายในระดับมาก ก็จะเลือกเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายที่ให้ข้อมูลในเชิงลึก และเน้นทฤษฎีวิทยาศาสตร์การกีฬา เมื่อผู้รับสารมีความรู้เพียง

พอที่จะสามารถตีความเนื้อหาสารในเชิงลึกก็จะสามารถนำความรู้ที่ได้ไปพัฒนาตัวเองให้เกิดการสร้าง
อัตลักษณ์ที่ชัดเจน

ในแง่มุมมองของกลุ่มตัวอย่างที่มีการติดตามเพจสอนออกกำลังกายเพจ
เดียวกัน ดังที่ผู้วิจัยได้จำแนกกลุ่มตัวอย่างตามประสบการณ์การออกกำลังกาย ซึ่งส่งผลต่อการเลือก
เปิดรับเพจสอนออกกำลังกายของแต่ละคน เช่น ผู้ที่เริ่มต้นออกกำลังกาย จะยังไม่มีพื้นฐานความรู้
เรื่องการออกกำลังกายมากนักจึงต้องการเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายที่มีการสื่อสารเข้าใจที่ง่ายทั้ง
ในด้านภาษาพูด เขียน และภาษาท่าทางในการออกกำลังกายที่สามารถเข้าใจได้ง่ายและสามารถ
ปฏิบัติตามได้ จึงต้องการเปิดรับเพจที่เน้นสอนท่าออกกำลังกายที่เข้าใจง่าย และไม่ใช้ภาษาในการ
สื่อสารที่เป็นศัพท์เฉพาะนัก ดังเช่น เพจ Bebe fit routine แต่ในการเลือกเปิดรับเพจสอนออก
กำลังกายที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบถึงแม้จะเป็นเพจเดียวกัน แต่ในการเลือกรับชมคลิปวิดีโอ หรือชื่นชอบ
ประเภทคลิปวิดีโอภายในเพจก็ยังคงมีความต่างกัน เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนไม่ได้มีรูปร่างที่
เหมือนกันและไม่ได้มีความต้องการที่เหมือนกันไปเสียทุกอย่าง ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เลือกเปิดรับเพจ
สอนออกกำลังกายแต่ละกลุ่ม ก็ย่อมเลือกชมคลิปวิดีโอที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเอง
ตัวอย่างเช่น เพจชะนีมีกล้ามเนื้อ กลุ่มตัวอย่างที่ชื่นชอบเพจสอนออกกำลังกายเพจนี้ บางคนก็อาจจะชื่
ชอบรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาแบบถ่ายทอดสดเพื่อที่จะได้รับข้อมูลใหม่ๆ จากผู้ส่งสาร และสามารถ
พูดคุยกับผู้ส่งสารได้แบบทันที หรือบางคนก็อาจจะชื่นชอบคลิปวิดีโอสอนทำอาหารเนื่องจากชื่
ชอบเมนูอาหารใหม่ๆ จากเพจชะนีมีกล้ามเนื้อ และมีวิธีการทำที่ไม่ยุ่งยาก ทั้งนี้ เป็นไปตามคุณลักษณะ
ของสื่อเฟซบุ๊กที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับชมได้หลากหลายรูปแบบ เช่น โพสต์ข้อความ
(บทความ) คลิป โลกฟิตสด ชักถาม/คอมเมนต์ใต้โพสต์ หรือส่งคำถามไปที่กล่องข้อความส่วนตัว

นอกจากนี้ ช่วงเวลาในการเปิดรับชมของกลุ่มตัวอย่างแต่ละคน ถึงแม้จะ
ติดตามเพจสอนออกกำลังกายเพจเดียวกันแต่ช่วงเวลาที่จะสะดวกในการเปิดรับก็ต่างกันออกไป ขึ้นอยู่
กับการจัดตารางเวลาของแต่ละคน อย่างเช่นเพจ Be fit and Eat well ที่จะลงเนื้อหาใหม่ๆ ภายใน
เพจทุกๆ เช้า กลุ่มตัวอย่างบางคนก็เลือกที่จะเปิดรับความรู้ใหม่ๆ ในทุกๆ เช้า ใช้เวลาช่วงที่เดินทางไป
ทำงานในการศึกษา และสามารถนำมาปฏิบัติตามในช่วงเข้าก่อนทำงาน หรือกลุ่มตัวอย่างบางคน
เลือกที่จะเปิดรับความรู้ใหม่ๆ จากเพจนี้ในช่วงเวลาก่อนเข้านอน เพื่อศึกษาทำความเข้าใจและ
วางแผนที่ปฏิบัติตามในวันรุ่งขึ้น จะเห็นได้ว่าถึงแม้กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มจะเลือกติดตามเพจสอน
ออกกำลังกายเพจเดียวกัน แต่เมื่อต้องเลือกรับชมเนื้อหาภายในเพจสอนออกกำลังกายก็จะมีคว
มแตกต่างในการเลือกเปิดรับเนื้อหา เพื่อให้ตรงกับความต้องการและสามารถนำความรู้ที่เปิดรับมาปรับ
ใช้ให้เข้ากับตนเองเพื่อจะได้เกิดประโยชน์ต่อตนเองให้มากที่สุด

6.2 อภิปรายผล

ในปัจจุบันเราต้องเผชิญกับความเจริญก้าวหน้าทางวัตถุและเทคโนโลยี สังคมทุนนิยมที่เอื้อต่อความสะดวกสบายต่างๆ ที่มาพร้อมกับความเสี่ยงด้านสุขภาพ Giddens (1991) ได้เรียกปรากฏการณ์นี้ที่อยู่ในช่วงเวลานี้ว่า สังคมสมัยใหม่ (Modernity) ความเสี่ยงที่ว่านั้นดังจะเห็นได้จากสถิติการเกิดโรคและจำนวนการเสียชีวิตที่เพิ่มขึ้นจากโรคติดต่อไม่เรื้อรังเช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคเบาหวานและภาวะความดันโลหิตสูง ซึ่งล้วนแต่มีสาเหตุมาจากปัจจัยเสี่ยงเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตที่ไม่เหมาะสม ขาดการออกกำลังกายได้รับความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยี เราจึงเห็นการรณรงค์ให้ประชาชนหันมาออกกำลังกายและใส่ใจสุขภาพให้มากขึ้น ทั้งจากทางภาครัฐและเอกชนที่จัดกิจกรรมเกี่ยวกับการออกกำลังกายในหลายๆ พื้นที่ ไม่ใช่แค่ในกรุงเทพเท่านั้นยังครอบคลุมไปถึงต่างจังหวัด โดยพยายามเลือกประเภทกิจกรรมตามกระแสนิยมของประเภทกีฬา ตั้งแต่ปั่นจักรยาน ไปจนถึงการวิ่งมาราธอนที่กำลังได้รับความนิยมมาก เพื่อดึงดูดความสนใจให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและหันมาสนใจการออกกำลังกาย

ประชาชนจำเป็นจะต้องเริ่มพิจารณาการใช้ชีวิตของตนเองให้มากขึ้น กลับมาทบทวนสำรวจตัวเองเพื่อจะหลุดออกจากความเสี่ยงนี้ โดยแสวงหาวิธีการออกกำลังกายใหม่ๆ ให้เหมาะสมกับตนเองมากที่สุด ในยุคนี้เสียงไม่ได้ที่จะกล่าวถึงสื่อใหม่ที่เข้ามามีบทบาทอย่างมาก เป็นสื่อที่ได้รับการเปิดรับมากที่สุด ด้วยวิธีการสื่อสารที่แตกต่างไปจากสื่อดั้งเดิมและเข้าถึงวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน ผวนกับคุณสมบัติด้านการสื่อสารที่รวดเร็วทันใจของผู้รับและผู้ส่งสาร (กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล, 2556, อ้างถึงใน พิชญานา คัจฉานุช, 2558) และสามารถย่นระยะทางและพื้นที่แห่งการปฏิสัมพันธ์ สามารถสร้างความรู้สึกใกล้ชิดแนบแน่นผ่านสื่อ (Giddens) นอกจากนี้สื่อใหม่จะเป็นช่องทางในการสื่อสารรูปร่างที่ดูดีของผู้หญิงในยุคปัจจุบันจนเกิดเป็นกระแสนิยมความสวยแต่แข็งแรงแล้วนั้น สื่อใหม่ยังเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพ เช่น อาหารคลีน การประกอบอาหารที่ดีต่อสุขภาพ การดูแลรูปร่าง การออกกำลังกายเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง สื่อใหม่ที่มีการเปิดใช้งานบ่อยที่สุดคือ เฟซบุ๊ก ซึ่งได้เข้ามาให้พื้นที่กับเรื่องการออกกำลังกาย ผู้ส่งสารเลือกจะสื่อสารเรื่องการออกกำลังกายและโภชนาการผ่านสื่อเฟซบุ๊กมากขึ้น จะเห็นได้จากแฟนเพจสอนออกกำลังกายและการให้ข้อมูลด้านการดูแลสุขภาพและโภชนาการที่มีมากขึ้นเรื่อยๆ จำนวนผู้ติดตามตั้งแต่หลักแสนขึ้นไปหลายเพจด้วยกัน

จำนวนแฟนเพจที่มากขึ้นและความหลากหลายของเพจสอนออกกำลังกายทำให้ผู้รับสารแต่ละคนซึ่งมีจุดเริ่มต้นในความสนใจและความต้องการในเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกายที่แตกต่างกัน จำเป็นต้องแสวงหาเพจสอนออกกำลังกายที่มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและความต้องการของตนเองให้มากที่สุด และด้วยลักษณะการทำงานของสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊กที่เปิดกว้างในการนำเสนอเนื้อหาด้วย

ลักษณะ User-Generated Content (UGC) ที่ไม่ว่าผู้ใช้งานเฟซบุ๊กคนใดก็สามารถสรรสร้างเนื้อหาที่ตนอยากจะเผยแพร่สู่สาธารณะได้ตลอดเวลา ทั้งบทความ คลิปวิดีโอ ภาพถ่าย เพียงแค่ใช้อุปกรณ์มือถือก็สามารถกลายเป็นผู้ส่งสารได้ในทันที จึงเป็นเหมือนการเพิ่มช่องทางให้ผู้รับสารได้เลือกเนื้อหาสารด้านการออกกำลังกายที่ตรงกับความต้องการและแนวทางการออกกำลังกายที่เหมาะสมกับตนเอง รวมถึงในการเลือกเพลงสอนออกกำลังกาย กลุ่มตัวอย่างก็ต้องประเมินความรู้และความสามารถของตนเองว่าควรจะได้รับเพลงสอนออกกำลังกายเพลงไหน ที่จะสามารถนำความรู้ที่ได้รับมาปรับใช้กับตนเองให้เองให้เกิดประโยชน์สูงสุด

6.2.1 ร่างสร้างโดยสังคมและทุนทางวัฒนธรรม

การออกกำลังกายและโภชนาการเป็นการปฏิบัติต่อร่างกายในฐานะโครงการ (The body project) ซึ่งหมายถึง ว่าร่างกายไม่ใช่สิ่งที่จะสร้างมาสำเร็จเรียบร้อย แต่อยู่ภาวะที่จะเปลี่ยนไปเป็นอีกอย่างหนึ่ง มีการพัฒนาร่างกายอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง เราผู้เป็นเจ้าของร่างกายสามารถกำหนดได้ว่าต้องการจะได้ร่างกายพัฒนาไปในทิศทางใดซึ่งแต่ละคนจะต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายอย่างไม่มีสิ้นสุด เพื่อจะหลีกเลี่ยงหนีออกจากความเสี่ยงและหาหนทางที่สร้างความมั่นคงให้กับชีวิตในอนาคต การมีร่างกายที่แข็งแรง และสามารถสร้างอัตลักษณ์ความเป็นตัวตนด้วยการมีความแข็งแรงของร่างกายและมีกล้ามเนื้อจึงเป็นเรื่องที่ผู้หญิงในสังคมสมัยใหม่ให้ความสำคัญ แต่การพัฒนาร่างกายเพื่อไปสู่เป้าหมายที่วางไว้หรือคาดหวังไว้นั้น มีองค์ประกอบสนับสนุนอื่นๆ ข้อค้นพบนี้คือ การมีบุคคลอ้างอิงที่สามารถพากลุ่มตัวอย่างบรรลุถึงเป้าหมาย โดยเฉพาะบุคคลอ้างอิงที่มีความเชี่ยวชาญในด้านการออกกำลังกายและสามารถโน้มน้าวจิตใจกลุ่มตัวอย่างให้ปฏิบัติตามได้นั้น นอกจากเทรนเนอร์แล้วก็คือ แฟน กลุ่มตัวอย่างบางคนมีเทรนเนอร์เป็นแฟน การโน้มน้าวใจให้กลุ่มตัวอย่างให้ไปออกกำลังกายจึงเป็นเรื่องที่ไม่ยากเลย จะเห็นได้จากกลุ่มตัวอย่างบางคนหันมาให้ความสนใจเรื่องการออกกำลังกายเนื่องจากแฟน เป็นผู้แนะนำหรือเอ่ยปากอยากจะทำให้ลองออกกำลังกาย มากไปกว่านั้นผู้วิจัยพบว่าการจะมีรูปร่างที่ดีนอกจากจะมีบุคคลอ้างอิงที่น่าเชื่อถือและพาไปถึงเป้าหมายได้แล้วนั้น การมีวินัยและชุดความรู้ที่ถูกต้องก็มีส่วนสำคัญทำให้การออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างบรรลุเป้าหมาย เนื่องจากการพัฒนาร่างกายต้องใช้ระยะเวลาในการฝึกฝน และต้องมีวินัยในการใช้ชีวิตที่ไม่ใช่แค่เรื่องการออกกำลังกายแต่รวมถึงการมีวินัยในการรับประทานอาหาร และการเลือกรับชุดความรู้ที่ถูกต้องก็สามารถนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายด้วยเช่นกัน ความรู้ที่ถูกต้องจะทำให้เส้นทางการพัฒนาร่างกายเป็นไปตามขั้นตอนและปลอดภัย

ชุดความรู้เกี่ยวกับการออกกำลังกายที่ถูกต้องที่จะสามารถนำพาให้เจ้าของร่างกายเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้เป็นไปตามต้องการได้นั้น เจ้าของร่างกายจำเป็นต้องปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้สอนอย่างเคร่งครัดเพื่อให้ได้ผลตามที่มุ่งหวังไว้ ดังเช่นทำออกกำลังกายที่มีการวางขา

กางแขน เกร็งส่วนต่างๆ ได้ถูกต้องตามที่คลิปวิดีโอสอนออกกำลังกายได้กล่าวไว้รวมถึงได้ขยายความบรรยายไว้ได้คลิปวิดีโอ ดังเช่นท่าสควอท ซึ่งจะมีระดับการกางขาต่างกันออกไป แล้วแต่ว่าเจ้าของร่างกายต้องการเพิ่มสัดส่วนจุดใดเป็นพิเศษ รวมถึงการย่อขาลงไปลึกแค่ไหน ทั้งน้ำหนักที่ส่วนใดของร่างกายจึงจะช่วยทำให้การทำท่าสควอทได้ผลตามที่ต้องการ ซึ่งหากไม่ปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้สอน ก็อาจจะเกิดการบาดเจ็บหรือทำให้การออกกำลังกายนั้นไม่บรรลุผลตามที่ต้องการ ซึ่งท่าในการออกกำลังกายนั้นหากเป็นผู้ที่อยู่ในแวดวงอื่นๆ เมื่อเห็นท่าทางดังตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้กล่าวไปนั้น ก็อาจจะมองว่าเป็นท่าที่ไม่เหมาะสม หรือไม่สุภาพ แต่หากเป็นบุคคลที่อยู่ในแวดวงการออกกำลังกาย ถือว่าเป็นสิ่งที่ต้องทำ เป็นเรื่องปกติ และเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องปฏิบัติตามให้ความถูกต้องเพื่อจะได้รับผลให้รูปร่างเป็นไปตามที่ต้องการ

ข้อค้นพบที่ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นคือ นอกจากชุดความรู้ที่ถูกต้องแล้วนั้น การมีทุนทางวัฒนธรรมหรือชุดความรู้ของแต่ละบุคคลก็สามารถนำไปสู่การสร้างทุนร่างกายที่แตกต่างกันออกไป กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนนั้นอาจจะมีทุนในการตั้งต้นทั้งการศึกษาและการเข้าถึงตัวสื่อใหม่ได้ แต่การมีชุดความรู้หรือทุนวัฒนธรรมที่ผ่านการสั่งสมมาต่างกัน ทำให้แต่ละคนมีทางเลือกการสั่งสมทุนร่างกายในทางที่เหมาะสมกับตนเอง ทั้งในด้านการเลือกเปิดรับสื่อจากเพจสอนออกกำลังกายและการเลือกรับเนื้อหาที่เหมาะสมกับทุนวัฒนธรรมที่ตนเองมีอยู่ เพื่อจะนำชุดความรู้นั้นๆ ไปพัฒนาทุนร่างกายของตนเองให้เป็นไปตามที่ตนเองหรือสังคมต้องการ

อย่างไรก็ตาม ในความต้องการจะเปลี่ยนรูปร่างของตนเองให้เป็นไปตามวาทกรรมการมีรูปร่างที่ดีนั้น ไม่ได้เกิดจากความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเพียงคนเดียว แต่มาจากกระแสและแรงกดดันจากสังคมที่ถูกวาทกรรมการมีรูปร่างที่ดีครอบไว้และส่งต่อวาทกรรมนั้นมายังกลุ่มตัวอย่าง จนเกิดความต้องการจะเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตนเองให้ดีขึ้นเพื่อให้ตนเองได้รับการยอมรับจากคนรอบข้างว่าเป็นผู้ที่ให้ความสนใจดูแลสุขภาพร่างกายของตนเอง

6.2.2 พื้นที่สื่อใหม่กับการออกกำลังกาย

จากงานวิจัยจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก (Facebook) ที่ให้พื้นที่เรื่องการออกกำลังกายมากขึ้น ด้วยคุณลักษณะของสื่อเฟซบุ๊กที่เข้าถึงง่าย สะดวกรวดเร็วในการเปิดใช้งาน และยิ่งเมื่อโทรศัพท์มือถือไม่ได้มีไว้แค่โทรหากัน แต่สามารถให้เราเข้าใช้งานเฟซบุ๊กผ่านมือถือได้ตลอดเวลา จึงยิ่งเพิ่มความสะดวกสบายในการเข้าถึงตัวสื่อและความถี่ในการเข้าใช้งานอีกด้วย การเปิดรับเรื่องการออกกำลังกายผ่านสื่อเฟซบุ๊กจึงกลายเป็นเรื่องง่ายและรวดเร็ว การเปิดรับข้อมูลจากสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก จึงทำให้เราสามารถจัดผังรายการที่เราต้องการจะเลือกรับชมได้เอง อยากจะชมคลิปวิดีโอใดก่อนหลังได้ตามความต้องการ และยังสามารถบันทึกเก็บคลิปวิดีโอที่ชื่นชอบไว้และสามารถกลับมาชมเมื่อไหร่ก็ได้ จากภูมิหลังและประสบการณ์การออกกำลังกายของกลุ่มตัวอย่างจะเห็นว่าก่อนจะมาเปิดรับเรื่องการออกกำลังกาย

ผ่านสื่อเพชบุ๊ก กลุ่มตัวอย่างได้มีการเปิดรับจากสื่ออื่นๆ มาก่อน ก่อนที่จะมาเลือกสื่อเพชบุ๊กที่ตอนนี้สามารถตอบสนองความต้องการได้มากที่สุด แต่จะเห็นว่าถึงแม้จะมีการเลือกเปิดรับสื่ออื่นๆ มากมาย ทั้งจากสื่อยูทูป (Youtube) อินสตาแกรม (Instagram) พันทิป(Pantip) บล็อก (Blog) แต่จะไม่เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างนั้นจะเลือกเปิดรับสื่อเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านสื่อมวลชน เนื่องจากจากข้อจำกัดทางด้านการรับชมที่ต้องระบุวันเวลาที่รับชมอย่างชัดเจน และถูกกำหนดไว้โดยผังจากสถานีไม่ได้ถูกกำหนดโดยตัวผู้รับสาร จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกรับชมเนื้อหาสาระเกี่ยวกับการออกกำลังกายผ่านทางสื่อใหม่อย่างเพชบุ๊กที่ทั้งสะดวกสามารถกำหนดการรับชมและให้ข้อมูลที่รวดเร็วซึ่งตรงกับวิถีชีวิตของคนในสังคมที่ต้องการจะเป็นผู้ที่เลือกเปิดรับเฉพาะสิ่งที่ตนเองสนใจไม่ใช่เพียงด้านเนื้อหาแต่รวมถึงช่องทางที่สะดวกต่อตนเองมากที่สุด

นอกเหนือไปจากที่เพชบุ๊กให้พื้นที่เกี่ยวกับการออกกำลังกายมากขึ้นและได้รับความสนใจจากผู้ใช้งานแล้วนั้น สิ่งที่ยังบอกถึงความสนใจและให้ความสำคัญกับเนื้อหาเกี่ยวกับการออกกำลังกายจากสื่อเพชบุ๊กคือ การแสดงออกผ่านทางฟังก์ชันของสื่อเพชบุ๊ก ที่สามารถบ่งบอกได้ถึงระดับความสนใจ เช่นการกดไลค์ (Like) คลิปวิดีโอที่ตนเองชื่นชอบหรือการกดไลค์อาจจะแสดงถึงการให้กำลังใจเจ้าของคลิป มีความชื่นชอบเจ้าของคลิปวิดีโอเป็นทุนเดิม ซึ่งเนื้อหาสาระที่ถูกผลิตออกมาอาจจะไม่ได้ชื่นชอบมากนัก การแชร์ (share) คลิปวิดีโอที่ตนเองชื่นชอบทั้งการแชร์ที่หน้าเพชบุ๊กของตนเองเพื่อส่งต่อคลิปวิดีโอดีๆ ให้เพื่อนๆ ในเพชบุ๊กของตนเองได้เห็น หรือแชร์ไปยังหน้าเพชบุ๊กของเพื่อนที่เรามองว่าคลิปวิดีโอนี้น่าจะมีประโยชน์ต่อเพื่อนคนนั้น รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็น (comment) ใต้คลิปวิดีโอที่ชื่นชอบเป็นพิเศษ ทั้งการกล่าวขอบคุณเจ้าของเพจที่ผลิตคลิปเนื้อหาที่ตรงใจผู้รับสาร หรือการแสดงความคิดเห็นสอบถามความรู้เพิ่มเติม ในกรณีที่มีข้อสงสัยหรือไม่เข้าใจในเนื้อหา ซึ่งในระดับนี้แสดงถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับเพจค่อนข้างมากและมีความสนใจและให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายมาก อีกทั้งฟังก์ชันการติดตาม (see first) และกดบันทึก (safe) ยังเป็นส่วนที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการเปิดรับสื่อเรื่องการออกกำลังกายผ่านทางสื่อเพชบุ๊ก เพราะสามารถช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกเปิดรับเพจสอนออกกำลังกายที่ชื่นชอบเป็นพิเศษได้รับการอัปเดตข้อมูลข่าวสารทุกอย่างจากเพจนั้นๆ และการกดบันทึกเฉพาะโพสต์หรือคลิปวิดีโอที่ผู้ใช้งานชื่นชอบ ช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถกลับมาดูได้อีกหลายๆ ครั้งโดยไม่ต้องค้นหาใหม่ จะเห็นว่าฟังก์ชันต่างๆ ที่ผู้ใช้งานเพชบุ๊กเลือกใช้นั้น ทำให้ผู้ใช้งานเป็นผู้ควบคุมเนื้อหาที่ตนเองเลือกจะเปิดรับเลือกจะนำมาปรับใช้ และมีการใช้ฟังก์ชันต่างๆ อย่างครบถ้วนเพื่อให้ตนเองนั้นได้รับประโยชน์และตอบสนองความต้องการของตนเองให้มากที่สุด

6.2.3 สื่อใหม่กับทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจและแนวคิดผู้รับสาร แนวใหม่

แรกเริ่มนั้นทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจได้ถูกนำมาวิเคราะห์การเปิดรับสื่อดั้งเดิม คือ โทรทัศน์ที่สามารถให้คำตอบทางการสื่อสารได้ว่า ผู้รับสารเลือกใช้สื่อเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการและเลือกเปิดรับเนื้อหาที่สามารถเชื่อมโยงไปยังประโยชน์และความพึงพอใจของแต่ละคนเพื่อตอบสนองตนเองให้มากที่สุด ซึ่งเมื่อผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมาปรับใช้กับสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ซึ่งมีฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายสามารถตอบสนองการใช้งานผู้คนในยุคปัจจุบันได้เป็นอย่างดี และด้วยเพลงสอนออกกำลังกายที่มีการเกิดขึ้นใหม่หลายเพลงด้วยกันทำให้มีเนื้อหาที่หลากหลายประเภท ผู้รับสารเองก็สามารถเลือกเปิดรับเฉพาะข้อมูลที่ตรงกับความต้องการของตนเองได้ง่าย ซึ่งหากเป็นสื่อมวลชนอย่างโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่ได้รับการยอมรับทั้งในด้านเนื้อหาและความน่าเชื่อถือมีการคัดกรองข้อมูล เช็ความถูกต้องของเนื้อหา ก่อนจะนำมาเผยแพร่สู่ประชาชน แต่หากเป็นเนื้อหาข้อมูลที่ได้รับจากสื่อเฟซบุ๊ก ไม่ว่าจะเป็นเพลงสอนออกกำลังกายที่เพื่อนแนะนำมาหรือเพลงสอนออกกำลังกายที่ผู้รับสารเลือกเปิดรับเอง ก็ย่อมเกิดการไตร่ตรองและตีความก่อนจะนำมาปรับใช้กับตนเอง เนื่องจากเป็นเรื่องของร่างกายจึงมีความจำเป็นที่ผู้รับสารจะต้องพิจารณาข้อมูลให้ดีเสียก่อนจะนำมาปรับใช้กับตนเอง

นอกเหนือจากนั้นคือ การได้รับผลอื่นๆ ที่ตามมาซึ่งอาจไม่ใช่ผลที่มุ่งหวังไว้เมื่อนำมาปรับใช้กับสื่อเฟซบุ๊ก ผลที่ตามมานั้นสามารถเป็นได้ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ คือ เมื่อผู้รับสารได้ทำการเลือกเปิดรับเพลงสอนออกกำลังกาย และเมื่อศึกษาและรับความรู้ไปแล้วนั้นไม่ตรงกับ ความสนใจและไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้ ไม่ว่าจะเป็นด้านเนื้อหาหรือภาษาที่ใช้สื่อสารที่ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าใจในเนื้อหา ที่อาจจะไม่ตรงกับความต้องการของผู้รับสาร ก็จะเริ่มกระบวนการเลือกเปิดรับเพลงสอนออกกำลังกายใหม่อีกครั้ง และแสวงหาเพลงที่เหมาะสมกับภูมิหลังและความรู้ของตนเองให้มากที่สุด เพื่อจะนำไปปรับใช้กับตนเองให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ ซึ่งเมื่อผู้รับสารได้เลือกเปิดรับเพลงสอนออกกำลังกายที่เหมาะสมกับตนเองแล้วนั้น ผลที่ตามมามากกว่าการมีรูปร่างที่ดีขึ้นคือ การมีร่างกายที่แข็งแรง และมีสุขภาพที่ดีอีกด้วย

ในด้านของแนวคิดผู้รับสารแนวใหม่ของเดวิด มอร์เลย์ ที่ทำการศึกษาจากสื่อโทรทัศน์เป็นหลักเช่นกัน เมื่อนำมาศึกษาเกี่ยวกับสื่อใหม่อย่างเฟซบุ๊ก ที่ผู้ใช้งานจำเป็นจะต้องเป็นผู้กระทำ (active) ในการเลือกเปิดรับสื่อที่เหมาะสมเพื่อจะนำมาปรับใช้กับตนเอง มีการไตร่ตรองและตีความหมายสารก่อน ในแง่ของการทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมด้วยขณะใช้สื่อเฟซบุ๊กนั้นโดยเฉพาะการเปิดรับชมคลิปวิดีโอและการปฏิบัติตามคลิปไปด้วยเลยนั้น ไม่สามารถทำได้ดังเช่นการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ที่สามารถจะไปทำกิจกรรมอื่นๆ ร่วมไปด้วยได้ เช่น เช็กอีเมลล์ คุยโทรศัพท์ กินข้าว ฯลฯ การเปิดรับคลิปสอนออกกำลังกายซึ่งเป็นกิจกรรมที่ควรจะทำเพียงอย่างเดียว เพราะจำเป็นจะต้องใช้สมาธิและ

การจดจ่อในการรับชมเพื่อทำความเข้าใจในเนื้อหา การจดจำท่าทางเพื่อนำมาปรับใช้ในการออกกำลังกายของตนเอง เนื่องด้วยการออกกำลังกายเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับร่างกายโดยตรงจึงจำเป็นต้องมีสมาธิและให้ความสนใจในการกระทำในตอนนั้นมากที่สุด เพราะจะได้ไม่เกิดอันตรายขณะปฏิบัติตาม และมีสมาธิในการจดจำและตีความเนื้อหาที่กำลังเปิดรับ

6.2.4 ทฤษฎีสตรีนิยาม

จุดเริ่มต้นของกลุ่มตัวอย่างที่หันมาสนใจเรื่องการออกกำลังกาย มักจะเกิดจากเสียงคนรอบข้างที่รับเอาวาทกรรมหลักของการมีรูปร่างที่ดีส่งต่อมายังกลุ่มตัวอย่าง การถูกกล่าวตำหนิจากครอบครัวและเพื่อนร่วมงาน ผู้วิจัยจึงมีข้อค้นพบจากภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างในการจะเปลี่ยนรูปร่างของตนเองให้สามารถบรรลุผลได้ตามที่กลุ่มตัวอย่างแต่ละคนต้องการ จำเป็นจะต้องอาศัยองค์ประกอบหลายอย่างด้วยกันทั้งระเบียบวินัย ความสม่ำเสมอและสภาพแวดล้อม กล่าวคือ การออกกำลังกายจะได้ผลต้องมีระเบียบวินัยต่อตนเองทั้งในด้านการจัดสรรเวลา จัดตารางออกกำลังกายรวมถึงการจัดระเบียบเรื่องอาหาร และยังคงปฏิบัติต่อเนื่องอย่างสม่ำเสมอ ต้องอาศัยความอดทนและตั้งใจเพื่อจะให้ตนเองนั้นมีรูปร่างที่ดีขึ้นเพื่อให้อยู่ในวาทกรรมหลักของการมีรูปร่างที่ดีและหลีกเลี่ยงจากการถูกตำหนิจากคนรอบตัว รวมทั้งสภาพแวดล้อมการมีบุคคลอ้างอิงที่คอยชี้แนะและพาไปถึงเป้าหมายได้นั้นก็คือ เทรนเนอร์และแฟน จากที่กล่าวมานั้นจากผลการวิจัย ร่างกายของผู้หญิงที่เปลี่ยนไปเพื่อให้เป็นไปตามวาทกรรมหลักของการมีรูปร่างที่ดีถูกประกอบสร้างขึ้นมาจากสังคม และผู้ที่มีอำนาจในการเข้ามาชี้แนะและโน้มน้าวก็คือ เทรนเนอร์ (ผู้ชาย) และแฟน (ผู้ชาย) แต่ในการถูกประกอบสร้างจากสังคม ผู้หญิงก็ไม่ได้ทำตามหรือรับเอาสารทั้งหมดนั้นเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตนเอง กลุ่มตัวอย่างบางคนยอมรับในรูปร่างของตนเองที่ไม่สามารถเป็นไปตามอย่างหลักวาทกรรม จึงเลือกที่จะประกอบสร้างร่างกายในแบบของตนเอง กล่าวคือ อาจจะได้ตัวเล็กมีสัดส่วนที่ชัดเจนทั้งอก เอว สะโพก แต่เธอมีร่างกายที่แข็งแรงและสุขภาพที่ดี แสดงถึงการที่กลุ่มตัวอย่างได้พยายามนำตัวเองมาอยู่นอกวาทกรรม ต่อสู้กับวาทกรรมทางสังคมและพยายามสร้างตัวตนของตัวเองในแบบฉบับของตนเอง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับภูมิหลังและลักษณะประชากรศาสตร์ของแต่ละบุคคล รวมถึงความชื่นชอบในด้านรูปร่างของแต่ละคนที่เลือกเปิดรับและต้องการจะเปลี่ยนแปลงก็ไม่เหมือนกัน ซึ่งเราจะเห็นว่ายังมีผู้หญิงในสังคมอีกมากมาย รวมถึงบางกลุ่มที่ไม่ได้เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้ที่เลือกจะทำตามใจตนเอง หรือไม่ได้มองว่าการมีรูปร่างที่ดีตามวาทกรรมหลักนั้นเป็นสิ่งจำเป็น ที่จะต้องจัดตารางวิถีชีวิตหรือบังคับตนเองเพื่อจะเปลี่ยนแปลงรูปร่างของตนเองให้เป็นไปตามวาทกรรมหลักของสังคม

6.3 ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาในด้านการประกอบสร้างร่างกายตามวาทกรรมหลักของสังคมไทยของผู้หญิงในยุคปัจจุบันผ่านการเปิดรับสื่อใหม่ สื่อใหม่มีอิทธิพลหรือผลกระทบอย่างไรในการประกอบสร้างร่างกายเพื่อให้เป็นไปตามวาทกรรมหลัก

2. ควรศึกษาเปรียบเทียบลักษณะการใช้สื่อในการออกกำลังกายจากฟิตเนส และการออกกำลังกายจากสื่อเฟซบุ๊ก ว่ามีจุดเด่น จุดด้อยอย่างไร เพื่อจะได้เห็นถึงความแตกต่างและประสิทธิภาพของแต่ละสื่อว่ามีการสื่อสารและมีผลกระทบอย่างไรต่อผู้รับสาร

3. การศึกษาในครั้งนี้ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพโดยเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงเพียง 9 คน ในครั้งต่อไปหากศึกษากลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่เหมาะสมกว่างานวิจัยชิ้นนี้ จะสามารถให้คำตอบงานวิจัยที่เป็นตัวแทนของผู้หญิงได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ และ ขนิษฐา นิลผึ้ง. (2556). *สื่อสาร อาหาร สุขภาพ*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยขุนพล. (2555). *คู่มือสื่อใหม่ศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ และ สมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมือง และสื่อสารศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กิติมา สุรสนธิ. (2548). *ความรู้ทางการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน.
- ปรีตตา เฉลิมเผ่า กอนันทกุล. (2541). *เผยแพร่ – พรางกาย*. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- วิจิตร บุญยะโหดระ. (2537). *ความพิศ: ศาสตร์และศิลป์ของการออกกำลังกาย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ สัมผัสที่ 6.
- วิภาวรรณ ลีลาสำราญ และ วุฒิชัย เพิ่มศิริวานิชย์. (2547). *การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและในโรคต่างๆ*. สงขลา: หน่วยผลิตตำรา คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- สายพิน ศุภทรมงคล และคณะ. (2541). *เผยแพร่ – พรางกาย*. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- สุรสิทธิ์ วิทาร์ฐ. (2549). *การสื่อสารเพื่อการพัฒนา: พัฒนาการ แนวคิด สภาพการณ์ในสังคมไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ศูนย์สื่อและสิ่งพิมพ์แก้วเจ้าจอม.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2541). *พฤติกรรมกรรมการออกกำลังกาย*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ กระทรวงสาธารณสุข. (2554). *กรอบยุทธศาสตร์งานสร้างเสริมสุขภาพและป้องกันโรคระดับชาติ 2554-2558*. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- อัจฉรา ปุราคม, นพพร จันทร์นำชู, และ รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. (2553). *ผลกระทบการลงทุนด้านการส่งเสริมกีฬาและออกกำลังกายเพื่อสุขภาพต่อสุขภาพะสังคมไทย*. นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์.
- อรนุช เลิศจรรยารักษ์ และ ดาราวรรณ สุขุมลาชาติ. (2531). *ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน* (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บทความวารสาร

- ทวีศักดิ์สว่างเมฆ. (2558). การศึกษาการจัดการกีฬาเพื่อสร้างเสริมสุขภาพของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 17(3), 89-99.
- นิธิดา แสงสิงแก้ว. (2558). ตามรอยความคิด Anthony Giddens: ว่าด้วยเรื่องสังคม สื่อ และการทบทวนตัวตนในสังคมสมัยใหม่. *วารสารศาสตร์*, 8 (3), 234-249.
- ภัทราวดี ธีเลอร์ และ กรทักษ์ ธาดาธีธรรม. (2555). แนะนำ Pinterest สื่อใหม่กับการเรียนการสอนยุคศตวรรษที่ 21. *วารสารนักบริหาร*, 32 (4), 131-138.
- วิไลลักษณ์ วงศ์อาษา, ปิยะพร ศิษย์กุลอนันต์. 2549. ความพึงพอใจในภาพลักษณ์กับการควบคุมน้ำหนักของนักศึกษาหญิง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต. *วารสารสาธารณสุขศาสตร์*, 36 (3), 201-211.
- ศรีรัฐ ภัคธีรณชิต, ขนัญญา ชัยวงศ์โรจน์, และ พงษ์ธิ์ ศุภเศรษฐศิริ. (2556). การวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารด้านสุขภาพไทย. *วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ*, 29 (15), 114-125.
- อนุชา ทิรคานนท์. (2547). สื่อใหม่.. มิติใหม่ ในทฤษฎีเก่า. *วารสารศาสตร์*, 1 (1), 40-51.

วิทยานิพนธ์

- กมลพัชร ยะรังษี. (2555). *กลยุทธ์การสื่อสารผ่านผู้นำความคิดในสื่อสังคมออนไลน์ ของ บริษัท อาติดาส (ประเทศไทย) จำกัด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- เกวลี ศรีตลาลัย. (2556). *บทบาทคลิปปวีดีโอสอนแต่งหน้าในอินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในกลุ่มผู้ชม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- ชาญลักษณ์ เยี่ยมมิตร. (2556). *การศึกษาพฤติกรรมการออกกำลังกายของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ปีการศึกษา 2554*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะศึกษาศาสตร์, สาขาวิชาสุขศึกษาและพลศึกษา.
- ฐกัญญา หลีกชัยกุล. (2544). *การวิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพในนิตยสารเพื่อสุขภาพ: ศึกษากรณี นิตยสารใกล้หมอ ชีวิต และหมอชาวบ้าน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.

- ณัฐธินิชา นาคงเมือง. (2547). *กระบวนการสร้างกระแสการออกกำลังกายผ่านสื่อมวลชนของกระทรวงสาธารณสุข*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน.
- ธารารัตน์ แสงดาว. (2555). *แรงจูงใจที่มีต่อการออกกำลังกายของสมาชิกที่มาใช้บริการ คลาสแอทซ์ ฟิตเนส เซ็นเตอร์ ในเขตจังหวัดนนทบุรี พ.ศ. 2553*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะศึกษาศาสตร์, สาขาวิชาสุขศึกษาและพลศึกษา.
- นนทิตา ตั้งไพบุลย์ทรัพย์. (2553). *อัตลักษณ์ความงามของผู้หญิงภายใต้วาทกรรมความสวยเท่ากับความหอม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยสหวิทยาการ, สาขาวิชาสตรีศึกษา.
- นัท ไชยวงศ์. (2556). *ทัศนคติและการใช้ประโยชน์สื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กรของบุคลากรส่วนการขายและการบริการ บริษัท ฮอนด้า ออโตโมบิล (ประเทศไทย) จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร
- นุชจรินทร์ ของดำรงธรรม. (2553). *อิทธิพลของสื่อโฆษณาเครือข่ายสังคมออนไลน์ ที่มีผลต่อกระบวนการตอบสนองต่อผู้บริโภค*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาวิชาการตลาด.
- บุศรินทร์ ชลานุภาพ. (2552). *การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติในการดูแลสุขภาพกับพฤติกรรมการออกกำลังกายของบุคคลวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, คณะบริหารธุรกิจ, สาขาบริหารธุรกิจ.
- ใบบัว นามสุข. (2555). *พฤติกรรมการอ่านกับความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์จากนวนิยายออนไลน์ของเยาวชนไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- ปฎิภาณ หุตะโชค. (2555). *กระบวนการแลกเปลี่ยนและการรับรู้วัฒนธรรมเกาหลีผ่านคลิป์วิดีโอเพลงเกาหลีทางเว็บไซต์ของกลุ่มวัยรุ่นไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์สารสนเทศ.
- ปิยะดา เมืองคำ. (2557). *ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์กับทัศนคติเกี่ยวกับการทำคัลเลอร์บนใบหน้าเพื่อความงามของผู้หญิงวัยทำงาน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

- ผกามาศ ใจฉลาด. (2556). *การสื่อสารดนตรีผ่านสื่อใหม่ของ ดร.อาบทิพย์ ธีรวงศ์กิจ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชานิเทศศาสตร์.
- พรวรินทร์ เพียรพิทักษ์. (2547). *พฤติกรรมกรรมการออกกำลังกายและการสนับสนุนจากครอบครัวเพื่อการส่งเสริมสุขภาพในผู้สูงอายุ : กรณีศึกษาผู้สูงอายุที่มาออกกำลังกายที่สวนสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์, สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม.
- พิชญาภา คัจฉานุช. (2558). *การสังสรรค์ร่างกายของผู้หญิงแพะกายและการสื่อสารร่างกายผ่านสื่อใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- พิมพ์พร พุดิสาร. (2553). *แรงจูงใจ พฤติกรรม และผลกระทบของวิดีโอคลิปออนไลน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาวารสารสนเทศ.
- ภาณุวัฒน์ กองราช. (2554). *การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ของวัยรุ่นในประเทศไทย : กรณีศึกษา Facebook*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, วิทยาลัยนวัตกรรม, สาขาการบริหารเทคโนโลยี.
- ภาสกร จิตรไคร์ครวญ. (2553). *เทคโนโลยีของสื่อใหม่และการนำเสนอตัวตนต่อสังคมกับพฤติกรรมการสื่อสารบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์.
- ระพีพร ทศรฐ. (2552). *การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตของแม่บ้าน: ศึกษากรณีการบริโภคเว็บไซต์ไฮไฟว์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- รัตนาวดี ปลื้มสำราญ. (2544). *ผลของการสอนโดยวิธีสอนแบบใช้วิดีโอเทปและวิธีสาธิตที่มีต่อการพัฒนาทักษะเบื้องต้นกีฬาเทเบิลเทนนิสของนักศึกษาวิทยาลัยพลศึกษา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี, คณะศึกษาศาสตร์, สาขาวิชาพลศึกษา.
- วรรณิดา กลิ่นดี. (2551). *การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความน่าเชื่อถือของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์.

- วิมลพรรณ อาภาเวท, สาวิตรี ชีวะสาธน์, และ ชาญ เดชอัศวานง. (2554). *พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในเฟซบุ๊ก (facebook) ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ.
- วิโรจน์ พรวิจิตรจินดา. (2557). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย : กรณีศึกษาที่ฟิตเนส และฟิตเนส เฟิร์ส*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- วิสาชา เทียมลม. (2558). *การเปิดรับข่าวสาร และความคิดเห็นของนักศึกษา สาขาวารสารศาสตร์ โปรแกรมนิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานครต่อบทบาทในการเสนอข่าวสาร เพื่อการพัฒนาของหนังสือพิมพ์*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- สิริลักษณ์ ลีวัฒนวงศ์. (2557). *ความคิดเห็นที่มีต่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารสุขภาพที่มีใน เว็บไซต์เฟซบุ๊ก*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการจัดการการสื่อสารองค์กร.
- สุพัต ธิปะลา. (2557). *อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการเสนอข่าวหน้าหนังสือพิมพ์รายวันไทย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- อรวิภา จินตนาวัน. (2549). *การศึกษาการเปิดรับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของนักเรียนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อรายการโทรทัศน์สำหรับเด็กตามมาตรการการใช้สื่อของรัฐเพื่อการศึกษาและการเรียนรู้ของเด็ก เยาวชนและครอบครัว*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- อัมพร แซ่โซว. (2556). *พฤติกรรมการใช้ facebook และพฤติกรรมที่ตัดสินใจซื้อสินค้าผ่าน facebook ของนักศึกษามหาวิทยาลัยเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยสยาม, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการประชาสัมพันธ์.
- อิทธิเทพ หลินวรัตน์. (2552). *การสื่อสารกับการสร้างเรือนร่างบุรุษเพศในยุคสังคมบริโภค: ศึกษากรณีนายแบบ นักแสดงชาย และนักร้องชาย*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาสื่อสารมวลชน.
- อุ๋นใจ เจียมบุญระกุล. (2547). *วาทกรรม ความสวย อัตลักษณ์วัฒนธรรมการบริโภค : กรณีศึกษา นักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะสังคมศาสตร์, สาขาพัฒนาสังคม.

รายงานการวิจัย

มูลนิธิเพื่อการพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ. (2558). *รายงานภาระโรคและการบาดเจ็บของประชากรไทย พ.ศ. 2556*. สำนักงานพัฒนาสุขภาพระหว่างประเทศ.
 สำนักสถิติสังคม. (2559). *สำรวจกิจกรรมทางกายของประชากร พ.ศ. 2558*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ
 กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรุงเทพธุรกิจ. (2558). *กระแสนิยมการออกกำลังกายกับโอกาสของธุรกิจฟิตเนสไทยที่ไม่ควรมองข้าม*. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1347>
 กิตติมา วัฒนากมลกุล. (2553). *ออกกำลังกายได้อย่างไร*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2Jamltx>
 ภาสกร วัฒนธาดา. (มปป.). *การออกกำลังกาย: แนวทางการออกกำลังกายเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี*. สืบค้นจาก <https://bit.ly/2F9e9Fb>
 สำนักงานกองทุนสร้างเสริมสุขภาพ. (2553). *สุขภาพดีเริ่มง่ายๆจากตัวคุณ*. สืบค้นจาก <https://goo.gl/io1MBW>
 อภิชาติ อัครวมงคลกุล. (2553). *การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี*. สืบค้นจาก <http://www.si.mahidol.ac.th/sidoctor/e-pl/articledetail.asp?id=398>
 Marketeer. (2559). *ตลาดฟิตเนส : ยังคงมีโอกาสนองใหม่*. สืบค้นจาก <http://marketeer.co.th/archives/91648>

Books

Giddens, A. (1991). *Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Later Modern Age*. Cambridge: Polity Press.
 Rosengren, K. E. (1974). Used and Gratification: A Paradigm Outlined. In J.G. Blumler and E. Kayz (Eds.). *The Used of Mass Communication: Current Perspective on Gratification Research*. Edited by Beverly Hill: Sage.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวศิริพรรณ รุ่งสาโรจน์
วันเดือนปีเกิด	12 มีนาคม 2533
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2557: ศึกษาศาสตรบัณฑิต (เทคโนโลยีการศึกษา) มหาวิทยาลัยศิลปากร

