

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ การนำเสนอความเป็นตัวตนของผู้หญิงบริการในสถานบันเทิง
บาร์เบียร์ จังหวัดเชียงใหม่

ชื่อผู้เขียน นางสาวโสภิตา วีรกุลเทวีญ

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพัฒนาสังคม

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อาจารย์ฉลาดชาย รมิตานนท์	ประธานกรรมการ
ศาสตราจารย์ ดร.ยศ สันตสมบัติ	กรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จามะรี เชียงทอง	กรรมการ

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นงานศึกษาทางมานุษยวิทยาที่พยายามทำความเข้าใจ “ผู้หญิงบริการบาร์เบียร์” ในฐานะที่เป็นมนุษย์ที่มีลักษณะเป็นผู้กระทำ ภายใต้บริบทของการซื้อขายบริการทางเพศ ซึ่งมีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างประเทศ โดยการประยุกต์แนวคิดเกี่ยวกับความเป็นตัวตนในการค้าประเวณี และแนวคิดในเรื่องการจัดการภาพลักษณ์ เพื่อทำความเข้าใจวิถีคิด การแสดงออก และการปรับความสัมพันธ์ของผู้หญิงกับลูกค้าในสถานบริการ

จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอตัวตนของผู้หญิงบาร์เบียร์มีลักษณะเป็นพลวัต โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ แต่ละระดับปรับเปลี่ยนไปตามประสบการณ์ในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า

ระดับแรก เป็นระดับของผู้หญิงที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่การทำงานในบาร์เบียร์ ผู้หญิงต้องสร้างตัวตนใหม่ในการทำงานกลางคืน อันประกอบด้วย การปรุงแต่งการแต่งกาย การจัดวางกิริยาท่าทาง ตลอดจนการปรับความคิดในเรื่องการขายบริการทางเพศ ในขั้นตอนนี้ผู้หญิงจะตกเป็นฝ่ายตั้งรับจากลูกค้า เนื่องจากข้อจำกัดในทักษะพื้นฐาน โดยเฉพาะการประเมินลูกค้าและการใช้ภาษาต่างประเทศ ผู้หญิงได้นำความเป็นหญิงในแง่ของการดูแลเอาใจใส่ มาเป็นเครื่องมือในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า

ระดับที่สอง เป็นระดับของผู้หญิงที่มีประสบการณ์การทำงานในช่วงเวลาหนึ่ง ผู้หญิงพยายามที่จะฝึกฝนทักษะที่ใช้ในการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้ามากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องภาษา และการรู้จักประเมินลูกค้าเพื่อเป็นต้นทุนในการทำงาน ในช่วงเวลานี้ ผู้หญิงสร้างภาพลักษณ์ใหม่

เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ภาพลักษณ์ของผู้หญิงบริการที่พยายามต่อรองกับลูกค้าตามประสพการณ์ และคลังความรู้ที่ค่อย ๆ สะสมเพิ่มมากขึ้น โดยการสร้างกฎเกณฑ์ในการทำงานและรักษาผลประโยชน์ของตนให้มากที่สุด แต่ในขณะเดียวกัน ภาพลักษณ์ที่ซอหดทับกันในผู้หญิงระดับนี้คือ การมีความผูกพันและอารมณ์ต่อลูกค้าเป็นพิเศษ พร้อมกับพัฒนาความหวังว่า ลูกค้าชาวต่างประเทศเป็นความหวังและความมั่นคงในอนาคต

ระดับที่สาม เป็นระดับของผู้หญิงที่ผ่านประสบการณ์การใช้ชีวิตคู่โดยฝ่ายชายเปลี่ยนสถานภาพจากลูกค้ามาสู่สถานภาพของแฟน ภาพลักษณ์ของผู้หญิงกลุ่มนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะตามเงื่อนไขของความสัมพันธ์ ลักษณะแรกคือ ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่อิงอยู่กับผู้ชายฝรั่ง และลักษณะที่สองคือ ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่เป็นเจ้าของเช็กล์ของตน ในกลุ่มหลังพบว่า เกิดขึ้นบนเงื่อนไขที่ผู้หญิงและผู้ชายฝรั่งไม่อาจพัฒนาความสัมพันธ์ของการใช้ชีวิตคู่ต่อไปได้ ผู้หญิงส่วนใหญ่จะกลับเข้าสู่การค้าประเวณี และนำเสนอภาพลักษณ์ในแบบที่เป็นผู้ชายแรงงานทางอารมณ์ (emotional laborer) พร้อมกับการดิ้นรนเพื่อลงทุนด้านอื่นสำหรับอนาคต

ผลจากการศึกษาพบว่า การปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าชาวต่างประเทศในการทำงานบาร์เบียร์ เปรียบเสมือนเป็นการเดินทางของผู้หญิงที่ทำให้เปิดช่องทางในการคิดต่อความเป็นผู้หญิงโดยเฉพาะในเรื่องเช็กล์กับบทบาทความเป็น "เมีย" ผู้หญิงได้ทบทวนประสบการณ์ร่วมกับผู้ชายไทยในทางลบที่พวกเขาพบเจอในบริบทของครอบครัว แต่กระนั้นผู้หญิงก็ยังคงปรารถนาที่จะหวนกลับไปสู่บทบาทของความเป็นเมีย คือ ต้องการแต่งงาน มีครอบครัว โดยมีความคาดหวังใหม่ต่อผู้ชายฝรั่ง ต่อเมื่อผู้หญิงไม่ประสบความสำเร็จในการใช้ชีวิตกับผู้ชายฝรั่ง ผู้หญิงจำนวนหนึ่งเรียนรู้และสร้างคุณค่าใหม่ในแง่ของการเป็นผู้เลือกใช้ "ความเป็นหญิง" เป็นเครื่องมือทางหนึ่งของความอยู่รอดโดยไม่ผูกขาดตนเองไว้กับผู้ชายเพียงคนเดียว

Thesis Title	The Presentation of Self among Female Bar Workers in Chiang Mai Province.	
Author	Miss Sopida Werakultawan	
M.A.	Social Development	
Examining Committee	Lecturer Shalardchai Ramitanondh	Chairperson
	Professor Dr. Yos Santasombat	Member
	Assistant Prof. Dr. Jamaree Chiengthong	Member

ABSTRACT

This thesis is an ethnographic study of female bar workers as human being and actors under the context of sexual trading where most clients are foreigners. In order to understand these female beer bar sex workers in the modes of thinking, expression, relationship manipulating with their clients, the researcher has adopted theory of "the agency of prostitution" and "the art of impression management" into this thesis.

The study has found out that the presentation of self among female beer bar sex workers have been divided into 3 stages, dynamic and varying according to experiences in establishing relationship with their clients.

First is a stage for those who start to work in beer bar. They need to construct new image for nighttime working, i.e. dressing, manner as well as adapting perspective towards sex trading. In this stage, women would be "passive" due to limitation basic skills especially clients assessment and usage of foreign language. Female beer bar workers have taken femininity in the characteristic of caregiver for coping with their work.

Second is a stage of woman having worked for a period of time and practiced more skills in manipulating with the clients especially language and ability to assess their clients financially. During this stage, women have constructed two new kinds of selves. The first one is beer bar sex workers who have tried to negotiate with the clients by

setting up her own regulations and aiming toward the highest possible financial gain. Meanwhile there is another self who highly portrays affection and emotional involvement with some clients. Hoping that the expression of this kind of self would attract some clients to commit to her long-term security.

The last stage included women who used to spend couple life with a man, changing status from client to boyfriend or husband. The impression is divided into two kinds according to conditions of relationship. The former is woman who is dependent on the foreign men; the latter is woman who depends on her own. Besides, it has found that the second kind of image is due to woman and her foreign man could not develop their relationship. Most women have returned to the circle of sexual service and present herself as emotional laborer, meanwhile struggled to invest in other kind of business as well.

For beer bar sex workers, having interaction with foreign clients in the context of prostitution is a passage of thought toward the femininity particularly in term of sexuality and the role of wife. Women have reviewed negative experience relating to Thai man in the context of family but they still hope to be the wife. Consequently, they have new aspiration on foreign men. When their married life fail again, women learned to construct their new value in sexuality by using their femininity as a tool to survive as well as learned not to tie herself to any men.