

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

สังคมไทยปัจจุบันกำลังอยู่ในกระแสของการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วด้วยเหตุผลทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก อันได้แก่ ความต้องการของคนภายในประเทศที่ต้องการพัฒนาตามแบบตะวันตก และการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ รวมทั้งกระแสโลกาภิวัตน์ที่เข้ามาในประเทศ จนทำให้มองเห็นว่าทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนเข้าสู่การเป็นสังคมสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นแสวงหา “ความทันสมัย” (modernization) ตามแนวทางการพัฒนาประเทศที่เน้นเรื่องเศรษฐกิจเป็นหลัก ซึ่งการพัฒนาที่ควรนั้นจะต้องเน้นการพัฒนาคนให้สามารถเป็นผู้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่จะสร้างความมั่นคงทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นของตนเองได้ แต่อิทธิพลของโลกาภิวัตน์ทำให้วัฒนธรรมการบริโภคได้ไหลบ่าเข้ามาสู่ประเทศไทย โดยผ่านทางช่องทางต่างๆ ที่สามารถส่งถึงกันทั่วโลก ช่องทางสำคัญที่ช่วยให้ข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นสามารถส่งต่อกันได้ภายในระยะเวลาอันสั้นและส่งผลกระทบกว้างไกลนั้นก็คือสื่อมวลชน อันได้แก่ สื่ออินเทอร์เน็ต ภาพยนตร์ โทรทัศน์ เคเบิลทีวี หนังสือพิมพ์ หรือแม้แต่นิตยสาร (วีพร อัมโรจน์, 2544: 1)

ในบรรดาสื่อต่างๆ นิตยสารเป็นสื่อหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับสังคมอย่างแยกไม่ออกในฐานะเป็นกระจกคอยสะท้อน และบันทึกภาพสังคมและเป็น “สื่อ” ที่มีเนื้อหาปรับเปลี่ยนไปตามบริบททางสังคมอยู่ตลอดเวลา จึงมีอาจหนีพ้นไปจากวงจรของระบบธุรกิจ ในสังคมทุนนิยมสมัยใหม่นี้ได้ และเมื่อบวกกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในยุคข่าวสารอย่างปัจจุบันนี้สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารก็ได้มีการพัฒนาตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นทางด้านเทคโนโลยีการผลิตที่เสริมคุณภาพทางการพิมพ์ หรือด้านเนื้อหาสาระที่ต้องแปรเปลี่ยนไปตามความต้องการของ “ตลาด” และ “สังคม” ปრაการณณ์ที่เกิดขึ้นนี้ก็เนื่องมาจากสังคมไทยเข้าสู่การเป็นสังคมบริโภคมากขึ้น การผลิตทุกอย่างที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับ “ระบบตลาด” ได้กลายเป็น “สินค้า” (commodity) ตัวนิตยสารก็ได้กลายเป็น “สินค้า” ตัวหนึ่ง เช่นกัน (วรินทร์ ไถญรวงศ์, 2540: 5)

สื่อ นิตยสารจึงเป็นสื่อที่ได้รับความสนใจมากขึ้น เนื่องจากเป็นสื่อที่มีคุณสมบัติเฉพาะตัวสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะเฉพาะได้อย่างดี รวมทั้งสามารถกำหนดและแบ่งกลุ่มเป้าหมายได้ค่อนข้างละเอียดและชัดเจน ดังนั้นสิ่งที่เข้ามาพร้อมกับนิตยสารจึงเป็นเสมือนวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง มีการเรียนรู้ ถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่งเพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติ หรือการแสดงออกซึ่งความรู้สึกนึกคิด และมีความเข้าใจ ยอมรับ และใช้ปฏิบัติร่วมกัน (สุพัตรา สุภาพ, 2534: 107)

ในปัจจุบันสื่อนิตยสารหัวนอกจึงจัดเป็นนิตยสารประเภทหนึ่ง ซึ่งในปัจจุบันนิตยสารหัวนอกมีการเติบโตที่เพิ่มมากขึ้น

"ในปัจจุบัน "นิตยสารหัวนอก" มีการขยายตัวสูงสอดคล้องวิถีบริโภคยุคใหม่ พฤติกรรมการบริโภค และใช้ชีวิตของประชากรในสังคม ที่เปิดรับวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้นทุกขณะ ส่งผลให้นิตยสารหัวนอกได้รับความนิยมมากขึ้น" (หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ, วันที่ 10 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548)

นิตยสารหัวนอกที่เข้ามาพร้อมกับกระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดกระบวนการต่างๆ ที่น่าสนใจ อันได้แก่ การสร้างความต้องการหรือความอยากเพื่อให้เกิดการบริโภคสินค้าจากวาทกรรมโฆษณาชวนเชื่อ แฟชั่นเครื่องแต่งกาย ซึ่งสิ่งเหล่านั้นล้วนแต่ส่งเสริมเสน่ห์ความงดงามของร่างกายให้มาเป็นคุณค่าและความหมายสูงสุดของชีวิต จึงเป็นการพัฒนาความต้องการมากกว่าการพัฒนาคุณภาพชีวิต

โดยในเรื่องค่านิยมความงามนี้ก็เช่นกันเป็นผลมาจากการรับรู้และรับเอารูปลักษณ์ (body image) ของวัฒนธรรมอื่นเข้ามา ก่อให้เกิดการเลียนแบบและมาตรฐานความงามที่มาจากแต่ยุคสมัยและค่านิยมของแต่ละสังคมนั้นๆ ทั้งนี้ในสังคมวัฒนธรรมตะวันตก เราสามารถเห็นภาพลักษณ์ความงามของผู้หญิงในสมัยก่อนได้จากภาพวาดของนักเขียนชื่อดังต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ลีโอนาร์โด ดา วินชี ที่วาดให้โมนาลิซาเป็นผู้หญิงที่มีรูปร่างท้วมบ่งบอกถึงความพร้อมสมบูรณ์ในการเจริญพันธุ์และจัดว่าเป็นผู้หญิงที่สวยเป็นตัวแทนภาพลักษณ์ความงามของความเป็นผู้หญิง แต่ในบริบททางสังคมที่เปลี่ยนไปได้มีงานวิจัยของซอเวอร์ (Sarwer et al., 2004: 29-39) ที่นำเสนอในเรื่องปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อบุคลิกภาพลักษณะที่แสดงออกของบุคคลได้ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะทางกายภาพที่เป็นตัวกำหนดความงามที่มีการวิวัฒนาการมาเรื่อยๆ นั้นไม่ได้เกิดขึ้นหรืออยู่อย่างลอยๆ ในอากาศ แต่เกิดขึ้นในวัฒนธรรมที่ส่งผลกระทบอันกว้างขวางต่อค่านิยมและสิ่งที่ดึงดูดด้านรูปลักษณ์ความงามในตัวบุคคล ดังนั้นปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมจะมีอิทธิพลต่อรูปร่าง ท่าทาง ฐานะภายนอกของบุคคลนั้นซึ่งจะช่วยทำให้เข้าใจได้ว่ามุมมองของความงามนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้นในงานวิจัยเอกสารเกี่ยวกับผู้หญิงที่เป็นตัวแทนความงามของผู้หญิงในประเทศสหรัฐอเมริกายังพบว่า การให้ความหมายกับความงามนั้นมีความแตกต่างกันไปตามยุคสมัยอีกด้วย

ในช่วงเริ่มต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 ผู้หญิงที่มีรูปลักษณ์ความงามตรงตามค่านิยมในสมัยนั้น จะต้องเป็นผู้หญิงที่ดูไร้เดียงสา บอบบาง และน่าทะนุถนอม แต่ก็แฝงไว้ด้วยความยั่วยวน

ทางการมารมณณ์เช่นกัน กล่าวคือผู้หญิงที่สวยจะต้องมีรูปร่างที่บอบบางแต่ดูสมส่วนมีเอวที่เล็กแต่ก็มีหน้าอกที่ใหญ่และสะโพกที่ผายกว้าง เช่น นางงาม ต่อมาในยุค 1960 ผู้หญิงที่เป็นตัวแทนความงามของหญิงยุคนั้นก็คือ มาริลีน มอนโรว์, เจน รัสเซล รวมทั้งตุ๊กตาบาร์บี้ซึ่งมีรูปร่างที่ดูเล็กและบอบบางโดยที่จะไม่ให้ความสำคัญกับขนาดของหน้าอกมากเท่ายุคก่อน รวมทั้งสัดส่วนระหว่างหน้าอก เอว สะโพกจะไม่แตกต่างกันมากนักจะเป็นที่นิยมของผู้หญิงตั้งแต่ยุค 1970 จนถึงปัจจุบัน แม้ในช่วงนี้อิทธิพลของความผอมที่บ่งบอกถึงรูปลักษณ์ความงามยังคงมีอยู่แต่รูปร่างของดารานางงามในช่วงนี้เช่น ฟารา ฟอริเซต, เซอร์เรียล ทีกส์ และโบ ดีเร็ก จะมีส่วนโค้งเว้าที่เห็นได้ชัดเจนกว่าในช่วงที่ผ่านมา

ต่อมาในช่วงต้นปี 90 และต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21 ลักษณะทางกายภาพแบบใหม่ได้ถูกนิยามว่าเป็นรูปลักษณ์ความงามของผู้หญิงก็คือ ผู้หญิงจะมีต้องมีรูปร่างที่ผอมมากๆ แต่ในความผอมก็จำเป็นที่จะต้องมิกล้ามเนื้อที่บ่งบอกถึงการออกกำลังกายที่ชัดเจน ทั้งกล้ามเนื้อแขนที่เรียวแน่น ไม่หย่อนยาน กล้ามเนื้อขาที่แข็งแรง รวมถึงการมิกล้ามเนื้อหน้าท้องด้วยเช่นกัน ความงามของผู้หญิงยุคนี้จะผสมผสานระหว่างความเป็นผู้หญิงที่ดูบอบบางแต่เต็มไปด้วยความแข็งแรงแบบผู้ชาย ซึ่งจะทำให้ดูเป็นผู้หญิงเก่ง คล่องแคล่ว ว่องไว เหมือนเป็นผู้หญิงทำงาน แต่สำหรับดารานางงามการมิกล้ามเนื้อดูไม่สำคัญเท่ากับการเพิ่มขนาดหน้าอกให้ดูใหญ่โต ดังเช่น พาเมล่า แอนเดอร์สัน แต่ก็ต้องมีเอวที่เล็กด้วยเช่นกัน ค่านิยมความงามในแบบนี้ส่งผลให้ผู้หญิงในสังคมอเมริกันพยายามหาวิธีเพื่อที่จะทำให้รูปร่างตัวเอง ผอมเพรียวบาง ไม่ว่าจะเป็นการอดอาหาร การออกกำลังกายอย่างหักโหม รวมไปถึงการผ่าตัดเสริมความงาม ซึ่งวิธีต่างๆดังกล่าวเป็นตัวแปรที่นำไปสู่วิธีการรับประทานที่ผิดปกติ (eating disorder) ทั้งนี้มาตรฐานด้านความงามก็จะเปลี่ยนแปลงไปอีก และก็เป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาเช่นกัน (จุลณี เทียนไทย, 2549: 5-6)

นอกจากนั้น เมื่อกลับมามองในรูปลักษณ์ความงามกับวัฒนธรรมในสังคมไทยสมัยก่อนจะเห็นได้ว่าผู้หญิงที่สวยจะไม่เพียงแต่เน้นรูปร่าง หรือลักษณะภายนอก หรือความสวยงามของผู้หญิงเท่านั้น แต่จะรวมถึงลักษณะภายในประกอบด้วย ซึ่งผู้หญิงไทยที่สวยในสมัยก่อนจะไม่ใช่ออกผอม แต่อย่างไรก็ตามเมื่อสังคมเปลี่ยนแปลงไปความอ้วนจึงเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งที่กลายเป็นปัญหาสังคม ยกตัวอย่างเช่น จากข่าวการเสียชีวิตของเด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่เกิดจากความผิดปกติของแพทย์ด้านความงาม ที่ดูดไขมันจากต้นขาของเด็กผู้หญิงคนนั้นมากเกินไป จนทำให้เด็กเสียชีวิตลงสามารถสะท้อนให้เห็นว่า ค่านิยมความงามที่เคยมีมาได้ถูกแปรเปลี่ยนไปตามลักษณะทางสังคมไทยในสมัยใหม่ ที่รับทั้งจากกลุ่มประเทศตะวันตก และจากประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงที่ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์ความงามของผู้หญิงที่รูปร่างผอม เพรียวบาง ถึงจะเป็นผู้หญิง

ที่สวดยตามมาตรฐานของสังคม ดังนั้นบุคคลที่ไม่ได้มีรูปร่างตามค่านิยมแบบนี้ จึงจำเป็นต้องหาวิธีต่างๆในการทำให้รูปร่างของตนเป็นไปตามที่วาดฝันไว้

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ในแต่ละสังคมจะมีวัฒนธรรมและค่านิยมความงามที่แตกต่างกันออกไปตามยุคสมัย แต่เมื่อโลกได้มีความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารจึงทำให้วัฒนธรรมและค่านิยมความงามของแต่ละประเทศได้กระจายไปสู่สังคม และวัฒนธรรมของประเทศอื่นๆ ที่ได้ติดต่อกัน ซึ่งทำให้เกิดวัฒนธรรมใหม่ในดินแดนนั้นที่รวมค่านิยมความงามที่เป็นรูปแบบเดียวกันกับผู้หญิงเกือบทั่วโลก ดังนั้นความผอมก็คือค่านิยมความงามของผู้หญิงอย่างหนึ่งนั่นเอง

สิ่งที่เข้ามาพร้อมกับนิตยสารจำพวกนี้จึงมีอิทธิพลที่สำคัญมากโดยเฉพาะในเรื่องความงาม ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะศึกษาถึงค่านิยมในเรื่องความงามจากสื่อ นิตยสาร ห้วนอกทั้งสามฉบับ อันได้แก่ คลีโอ คอสโมโพลิแทน และแอล โดยนิตยสารทั้งสามฉบับนี้เป็นที่นิยมของวัยรุ่นและมียอดขายดีในสามอันดับแรกของนิตยสารห้วนอก [Online] Available from: [www.bangkokbiznews.com/2005/03/01/pageone/index.php?news=pag5.html](http://www.bangkokbiznews.com/2005/03/01/pageone/index.php?news=pag5.html), accessed on (3 มกราคม 2548) ซึ่งเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้เกิดการบริโภคและการเปลี่ยนแปลงค่านิยมได้ง่ายในปัจจุบัน โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาที่ถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่และจะเป็นกลุ่มในวัยแรงงานที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศต่อไปในอนาคตข้างหน้า ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มนักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับมหาวิทยาลัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพราะเป็นกลุ่มนักศึกษาที่มีมากที่สุด [Online]. Available from: [http://www.mua.go.th/infodata/49/all\\_2549.htm](http://www.mua.go.th/infodata/49/all_2549.htm), accessed on (25 กรกฎาคม 2549) และเป็นกลุ่มที่เข้าถึงสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวจึงสามารถอธิบายได้ถึงค่านิยมต่างๆที่เข้ามากับอุตสาหกรรมสื่อผ่านกระบวนการโลกาภิวัตน์ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไปได้อย่างชัดเจนขึ้น

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. ศึกษาค่านิยมในเรื่องความงามของผู้่านิตยสารห้วนอก
2. วิเคราะห์เนื้อหาสื่อที่เกี่ยวข้องกับความงามในนิตยสารห้วนอก
3. ศึกษาอิทธิพลของเนื้อหาของสื่อ นิตยสารห้วนอกที่เกี่ยวข้องกับความงามต่อค่านิยมความงามของผู้่าน

## 1.3 คำถามในการศึกษา

สื่อ นิตยสารห้วนอกได้สร้างค่านิยมในเรื่องความงามอย่างไรบ้างกับกลุ่มผู้่าน

#### 1.4 สมมติฐานในการศึกษา

สื่อนิตยสารหัวนอกมีอิทธิพลต่อการสร้างค่านิยมความงามของผู้อ่าน

#### 1.5 ขอบเขตของการศึกษา

##### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะในเรื่องของความงามจาก โฆษณา แฟชั่นในนิตยสารต่างประเทศของผู้หญิงที่นำเข้ามาแปลเป็นภาษาไทย หรือนิตยสารหัวนอก โดยผู้วิจัยเลือกศึกษานิตยสาร 3 ฉบับ คือ นิตยสารคลีโอ นิตยสารคอสโมโพลิแทน และนิตยสารแอล ทั้งนี้นิตยสารกลุ่มดังกล่าวเป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยม เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน รวมทั้งมีเนื้อหาที่น่าสนใจและแสดงถึงความสวยความงามที่เกี่ยวกับผู้หญิงอย่างชัดเจน ซึ่งสามารถใช้ในการอธิบายปรากฏการณ์เกี่ยวกับความงามที่เกิดขึ้นในสังคมได้

##### ขอบเขตด้านเวลา

นิตยสารหัวนอกที่ใช้ในการศึกษานี้ เลือกเฉพาะที่ตีพิมพ์ในช่วงเวลาดังแต่เดือนมกราคมปี 2548 ถึงธันวาคมปี 2549 แต่ช่วงเวลาที่เกิดรวบรวมข้อมูลเป็นช่วงตั้งแต่ปี 2550 - 2551 ทั้งนี้เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูลได้อย่างสอดคล้องกับปรากฏการณ์เกี่ยวกับความงามที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

##### ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ นิสิตนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนมหาวิทยาลัยและนิสิตนักศึกษามากที่สุด รวมทั้งเป็นเมืองหลวงศูนย์กลางของข้อมูลข่าวสารเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา

#### 1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงอิทธิพลของสื่อ นิตยสารหัวนอกที่มีต่อค่านิยมในเรื่องความงามของผู้อ่าน
2. ผู้เกี่ยวข้องหลายฝ่ายสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์รู้เท่าทัน และสามารถป้องกันกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการรับวัฒนธรรมเข้ามาผ่านสื่อได้อย่างเหมาะสม รวมทั้งดูแลการเผยแพร่ของสื่อต่างๆ ที่จะเข้ามาเผยแพร่ให้กับสังคมไทยในอนาคต

#### 1.7 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา

นิตยสารหัวนอก หมายถึง นิตยสารฉบับภาษาไทยรายเดือนที่แปลมาจากภาษาต่างประเทศ โดยมีบทความและคอลัมน์ที่แปลมาจากภาษาอังกฤษหรือภาษาต่างประเทศ

อื่นๆ เนื้อหาดังกล่าวอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสม และค่านิยมของสังคมไทย แต่ยังคงชื่อหนังสือเป็นภาษาต่างประเทศ ซึ่งจัดจำหน่าย ดีพิมพ์และเผยแพร่ในหลายประเทศ

**ผู้อ่าน** หมายถึง ผู้อ่านเพศหญิงกำลังศึกษาอยู่ในระดับอุดมศึกษา ที่ติดตามอ่านนิตยสารหัวนอกเหล่านี้ ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นไป โดยอ่านอย่างต่อเนื่องเป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 6 เล่มต่อปี (จากจำนวน 12 เล่ม ต่อปี)

**ความงาม** หมายถึง ภาพลักษณ์และลักษณะของตัวบุคคลในรูปร่างภายนอก โดยสามารถรับรู้ความงามจากความรู้สึกและมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามกาลเวลา และค่านิยมของสังคม อันได้แก่เรื่อง รูปร่าง ผิวพรรณ การแต่งกาย การแต่งหน้า ริ้วรอย และบุคลิกภาพ

**ค่านิยมความงาม** หมายถึง การให้คุณค่าในการยอมรับภาพลักษณ์ในสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการดูแลตัวเองให้ดูดี ที่มีผลต่อภาพลักษณ์ในความเชื่อ และการนำไปใช้ปฏิบัติของนิสิตนักศึกษา โดยมีลักษณะค่านิยมความงาม ดังต่อไปนี้

ค่านิยมความงามเรื่องรูปร่าง หมายถึง ลักษณะค่านิยมความงามที่ได้สัดส่วน

ค่านิยมความงามเรื่องผิวพรรณ หมายถึง ลักษณะค่านิยมความงามที่มีผิวขาว

ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งกาย หมายถึง ลักษณะค่านิยมความงามที่มีการแต่งกายทันสมัยตามแฟชั่น

ค่านิยมความงามเรื่องการแต่งหน้า หมายถึง ลักษณะค่านิยมความงามในการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางค์เพื่อการแต่งหน้าให้มีสีสัน

ค่านิยมความงามเรื่องริ้วรอย หมายถึง ลักษณะค่านิยมความงามที่ไม่มีริ้วรอยบนใบหน้า

ค่านิยมความงามเรื่องบุคลิกภาพ หมายถึง ลักษณะค่านิยมความงามที่มีบุคลิกภาพดี แต่งกายทันสมัย รวมทั้งแต่งหน้า วาดตัวดี และมีมุมมองความคิดที่สร้างสรรค์

**การเปิดรับสื่อ** หมายถึง การรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความงามผ่านทางสื่อมวลชน ได้แก่ วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร อินเทอร์เน็ต เพื่อน เป็นต้น