

ปฏิบัติการของความสวย (Practices of Beautification)

มุมมองจากสตรีนิยม

ความงามเป็นเรื่องสากลที่กำลังมีบทบาทต่อการให้คุณค่าของการมีชีวิต (Liebelt, 2022) ในเชิงเศรษฐกิจ ธุรกิจและอุตสาหกรรมความงามมีมูลค่ามหาศาล เห็นได้จากการเติบโตของผลิตภัณฑ์ความงามหลายชนิดทั้งครีมบำรุงผิวพรรณ ครีมลบรีวรอยบนใบหน้า เครื่องสำอาง ยาบำรุง เทคโนโลยีที่ชะลอความแก่ชรา และคลินิกเสริมความงาม ในปี พ.ศ. 2566 คาดว่าธุรกิจความงามทั่วโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 2.16 แสนล้านดอลลาร์ หรือประมาณ 7.14 ล้านล้านบาท (Marketeer Team, 2022) ธุรกิจเหล่านี้คือหลักฐานที่บ่งบอกว่าความสวยและความงามแห่งเรือนร่างต้องมีค่าใช้จ่าย ความสวยมิได้มาโดยธรรมชาติหรือได้มาอย่างฟรี ๆ สิ่งนี้ได้รับการถกเถียงในหมู่นักวิชาการสายสตรีนิยม โดยเริ่มต้นจากการตรวจสอบกระบวนการทำให้ร่างกายของเพศหญิงกลายเป็นวัตถุ (objectification of the female body) ใต้บรรทัดฐานของผู้ชาย ความสวยของผู้หญิงจึงมิได้ติดตัวมาตามธรรมชาติแต่ถูกสร้างขึ้นและให้คุณค่าตามมาตรฐานแบบผู้ชาย ในสังคมบริโภค นอกจากนั้นความสวยยังเป็นการให้คุณค่าจากการตัดสินของคนอื่น (Young, 1980) นักสตรีนิยมยังคิดว่าผู้หญิงที่ถูกสอนให้ยึดความสวยเป็นเป้าหมายจะกลายเป็นผู้ที่ถูกตรวจสอบจากสังคมว่าเรือนร่างของพวกเธอจะงดงามหรือน่าเกลียด ความสวยจึงกลายเป็นเครื่องตรวจวัดการยอมรับทางสังคม ทำให้ผู้หญิงต้องดิ้นรนขวนขวายเพื่อที่จะไม่ทำให้ใครดูหมิ่นว่าไม่สวย (Bartky 1988)

Wolf (1990) เคยอธิบายว่าความสวยเป็นคติความเชื่อที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อทำให้ผู้หญิงประเมินตนเองว่ามีค่าน้อยเพียงใด ทั้งนี้ มายาคติเรื่องความสวยความงามแห่งเรือนร่าง เป็นการกดทับทำให้ผู้หญิงติดอยู่ในกับดักของการแสวงหาดีนรนเพื่อไปให้ถึงความสมบูรณ์แบบทางร่างกาย ซึ่งการดีนรนนี้ต้องแลกกับความทุกข์และความเจ็บปวดระหว่างทางที่ต้องใช้เงินจำนวนมากเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ความงามและแพ้นมาปรุงแต่งเรือนร่าง ในความคิดของ Wolf (1990) มองว่า “ความสวย” ในสังคมปัจจุบันคือบรรทัดฐานที่ผู้หญิงไขว่คว้า เพราะความสวยทำให้ประสบการณ์สำเร็จในทางเศรษฐกิจ มีเกียรติ และสังคมยกย่อง ช่วงทศวรรษ 2000 Davis (2003) อธิบายว่านักสตรีนิยมอย่าง Wolf มองธุรกิจความสวยเป็นการกดขี่ผู้หญิงและทำให้ผู้หญิงกลายเป็นเหยื่อของผู้ชาย ทั้ง ๆ ที่ความสวยเป็นเรื่องของการแสดงตัวตน (self-expression) เป็นวิธีการที่ผู้หญิงสามารถดูแลร่างกายของตัวเองได้ (self-care) สิ่งเหล่านี้บ่งบอกว่าผู้หญิงพยายามใช้ความสวยเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ทางเพศ หากมองความสวยในฐานะเป็นสุนทรียะของการมีชีวิตก็อาจเข้าใจได้ว่าความสวยอาจเป็นกลไกที่ผู้หญิงใช้เพื่อทำหายอำนาจของผู้ชาย (Coleman & Figueroa, 2010)

มุมมองทางมานุษยวิทยา

การศึกษาทางมานุษยวิทยา มีคำอธิบายที่ต่างไปจากนักสตรีนิยมที่กล่าวมาข้างต้น โดยพยายามศึกษาความงามของผู้หญิงภายใต้บริบทและเงื่อนไขที่หลากหลายที่ทำให้ผู้หญิงสร้างความงามของร่างกายเพื่อสถานะและอัตลักษณ์บางอย่าง เช่นการศึกษาของ Hansen (2004) สนใจปฏิบัติการทางร่างกายเมื่อเสื้อผ้าถูกใช้เพื่อบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ ตัวตน และความเป็นวัตถุ การแต่งกายในฐานะปฏิบัติการทางสังคมและการซื้อเสื้อผ้าคือกระบวนการสร้างความหมายให้กับตัวตน การแต่งกายให้สวยงามเป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง และวางอยู่บนปฏิสัมพันธ์ระหว่างร่างกายกับเสื้อผ้าซึ่งต่างเป็นผู้กระทำการตอบโต้กัน ในแง่นี้ ร่างกายกับแฟชั่นจึงมิใช่เป็นเพียงวัตถุที่ถูกจัดการโดยมนุษย์ แต่มันมีอิทธิพลทำให้มนุษย์จัดระเบียบตัวตนและสร้างความหมายให้กับสิ่งที่ปรากฏอยู่บนร่างกาย ในการศึกษาของ Black (2004) อธิบายว่าร้านเสริมสวยของผู้หญิงมิใช่เป็นแค่ธุรกิจที่ทำให้ผู้หญิงสวย แต่ยังเป็นพื้นที่ทางสังคมที่ช่วยปรับเปลี่ยนร่างกาย เหยี่ยวาและฟื้นฟูจิตใจของผู้หญิง ในความเข้าใจแบบสตรีนิยมมักมองร้านเสริมสวยเป็นเพียงมายาคติที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อชักจูงผู้หญิงให้หมกมุ่นอยู่กับร่างกายตัวเอง แต่คำอธิบายของ Black ชี้ว่าผู้หญิงที่มาใช้บริการในร้านเสริมสวยจะมีโอกาสเสวนาและพูดคุยกับเพื่อนผู้หญิงทั้งที่เป็นเจ้าของร้าน ช่างทำผม พนักงาน และลูกค้า ปฏิสัมพันธ์ของผู้หญิงในร้านเสริมสวยจึงเป็นการจรรโลงอัตลักษณ์ทางเพศปรึกษาหารือ และแลกเปลี่ยนประสบการณ์เกี่ยวกับร่างกาย สุขภาพ และการมีชีวิตที่เป็นสุข

Taussig (2012) อธิบายให้เห็นว่าความสวยในสังคมสมัยใหม่ มนุษย์พยายามขวนขวายวิธีการที่จะเปลี่ยนแปลงแก้ไขรูปร่างหน้าตาของตนเอง เห็นได้จากการทำศัลยกรรมความงาม เสริมจมูก ทำตาสองชั้น ตัดกรมและโหนกแก้ม การดึงหน้า การเสริมหน้าอก การเสริมสะโพก การร้อยไหม และการดูดไขมัน ในการศึกษาความสวยในประเทศโคลัมเบีย Taussig พบว่าการศัลยกรรมเพื่อแก้ไขร่างกายคือการทำให้บุคคลกลายเป็นสิ่งสวยงามและยังเป็นการตัดทิ้งร่างกายตามธรรมชาติที่ไม่สวยงาม การสร้างใหม่และการตัดทิ้งในการทำศัลยกรรมสมัยใหม่จึงเป็นเรื่องของการตอกย้ำอัตลักษณ์ของบุคคล อย่างไรก็ตาม อีกด้านหนึ่งของศัลยกรรมความงามคือการแสวงหาประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการเข้ามาของคนที่มีไข้แพทย์และผู้เชี่ยวชาญทางศัลยกรรมส่งผลให้เกิดการหลอกลวง ผู้ทำศัลยกรรมจะได้รับผลเสียทางสุขภาพและร่างกายผิดรูปร่าง บางรายถึงกับเสียชีวิต ในแง่นี้ การสร้างความสวยอาจได้รับความเจ็บปวดทรมาน ถ้าเกิดข้อผิดพลาดในการทำศัลยกรรม บุคคลย่อมพบกับความสูญเสียและไม่มีความมั่นใจในรูปร่างหน้าตาที่ไม่เป็นไปตามคาดหวัง

Taussig วิเคราะห์ว่าการทำศัลยกรรมความงามมิใช่เรื่องส่วนบุคคล แต่เป็นเรื่องเชิงการเมืองและสังคม กล่าวคือผู้ที่เลือกทำศัลยกรรมต้องเกี่ยวข้องกับคนอื่น ไม่ว่าจะเป็นแพทย์ เจ้าหน้าที่ในคลินิก ญาติพี่น้อง เพื่อนและคนใกล้ชิด ในความสัมพันธ์นี้ ผู้ทำศัลยกรรมจะปฏิบัติตัวกับคนอื่นในเงื่อนไขที่ต่างกันและมีอำนาจไม่เท่ากัน เช่น แพทย์ศัลยกรรมความงามจะมีอำนาจใน

การสั่งและควบคุมบุคคลที่มาทำศัลยกรรม ในเชิงการเมือง Taussig มองว่าธุรกิจและศัลยกรรม ความงามคือกลไกของระบบทุนนิยมและบริโภคนิยม ซึ่งแพทย์คือผู้ที่จัดระเบียบและแก้ไขร่างกาย ของพลเมืองให้เป็นไปตามบรรทัดฐานความงาม ความสวยจากศัลยกรรมจึงเป็นวิธีการสร้างตัวตน วิธีการมีชีวิต และความปรารถนาแบบใหม่ภายใต้ความรู้ทางการแพทย์ ซึ่งเหมือนเป็นลัทธิอาณานิคมที่เข้าไปควบคุมร่างกายของมนุษย์ในทุกสังคมด้วยมาตรฐานความสวยแบบตะวันตก การทำศัลยกรรมความงามเพื่อให้ร่างกายของคนพื้นเมืองเปลี่ยนเป็นเรือนร่างตามกฎหมายที่แบบตะวันตกจึงเป็นกลไกที่เบียดขับเรือนร่างพื้นเมืองซึ่งถูกประเมินว่าไม่งาม

อย่างไรก็ตาม Holliday & Elfvig-Hwang (2012) กล่าวว่าธุรกิจความงามและศัลยกรรมเพื่อแก้ไขรูปร่างหน้าตาให้สวยในประเทศเกาหลีใต้ อาจมิได้ใช้มาตรฐานความงามแบบตะวันตกอย่างตรงไปตรงมา เนื่องจากวิธีคิดเรื่องความสวยในวัฒนธรรมเกาหลีต่างไปจากตะวันตก โดยเฉพาะความเชื่อเรื่องโหงวเฮ้ง ที่อธิบายเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาที่ส่งเสริมความสำเร็จและการมีชีวิตที่ดี โหงวเฮ้งในวัฒนธรรมเกาหลีเกี่ยวข้องกับความเชื่อเรื่องอำนาจเหนือธรรมชาติ เช่น การฝันถึงเทพเจ้าที่บอกให้ทราบว่ารูปร่างหน้าตาที่ประสบความสำเร็จและเป็นมงคลต้องมีลักษณะอย่างไร (Kim, 2005) ในปัจจุบัน การทำศัลยกรรมแก้โหงวเฮ้ง หรือเรียกว่า gwansang susul จึงเป็นการแก้ไขรูปร่างหน้าตาให้เป็นมงคลและเสริมสร้างบุคลิกภาพให้ทำสิ่งต่าง ๆ ประสบความสำเร็จ ดังนั้น การทำศัลยกรรมในเกาหลี แพทย์และนักดูโหงวเฮ้งจึงทำงานด้วยกันและให้คำปรึกษาแก่ผู้ที่ต้องการผ่าตัดทำศัลยกรรมใบหน้าใหม่ให้เป็นมงคลซึ่งมิใช่การทำตามบรรทัดฐานความงามแบบตะวันตก เช่น การลบรอยไฝและตำหนิใต้ดวงตาเพื่อไม่ให้ดูเหมือนคนที่ร้องไห้ซึ่งถือเป็นสิ่งอัปมงคล

ศัลยกรรมความงามในเกาหลี มีทั้งความเชื่อเรื่องโหงวเฮ้งและความคิดเรื่องความสวยที่สอดคล้องกับความงามสากล เช่น ผู้หญิงพยายามทำให้ตนเองมีรูปร่างผอมเพรียวและมีใบหน้าเรียวเล็ก ซึ่งต่างไปจากความเชื่อเดิมที่มองว่าใบหน้ากลมเหมือนดวงจันทร์ของผู้หญิงจะทำให้พบกับความอุดมสมบูรณ์ในชีวิต Holliday & Sanchez Taylor (2006) กล่าวว่าปัจจุบันการศัลยกรรมความงามในเกาหลีใต้ มีการใกล้เคียงความหมายเกี่ยวกับรูปร่างหน้าตาที่เป็นมงคล ทำให้การปรับแต่งแก้ไขใบหน้าสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ยุคใหม่ เช่น ผู้หญิงพยายามมีอิสระและไม่อยู่ในกฎเกณฑ์ของผู้ชาย การมีใบหน้ากลมเหมือนดวงจันทร์จึงไม่เป็นที่นิยมผู้หญิงอีกต่อไป นอกจากนั้น การทำศัลยกรรมใบหน้าที่สวยงามสอดคล้องกับโหงวเฮ้ง คนเกาหลีปัจจุบันจะอธิบายในเงื่อนไขของการมีงานและอาชีพที่ดี และการได้รับการยอมรับทางสังคม การทำใบหน้าให้สวยตามโหงวเฮ้ง เช่น มีตาสองชั้น และมีสันจมูก จึงทำให้คนเกาหลีมั่นใจที่จะไปสมัครงาน (Jung & Lee, 2006)

ความสวยในเงื่อนไขทางชนชั้น

Craig (2006) อธิบายว่าการสร้างความสวยของผู้หญิงแต่ละคนย่อมต่างกันขึ้นอยู่กับชนชั้นฐานะทางเศรษฐกิจ ชาติพันธุ์ ช่วงอายุ และความเชื่อทางวัฒนธรรม รวมทั้งความสวยยังเกี่ยวข้อง

กับการดิ้นรนทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้หญิงบางกลุ่ม เช่น ชนชั้นแรงงาน กลุ่มคนจน กลุ่มชาติพันธุ์ และคนข้ามเพศ ความสวยจึงมีมิติที่หลากหลายนอกเหนือไปจากการสร้างความสมบูรณ์แบบตามมาตรฐาน (Tate, 2009) การศึกษาของ Ochoa (2014) ชี้ให้เห็นว่าในประเทศเวเนซุเอล่า กลุ่มคนข้ามเพศหรือสาวประเภทสอง จัดประกวดนางงามขึ้นเพื่อแสวงหาวิธีการสร้างตัวตนในความเป็นหญิง เทคโนโลยีทางการแพทย์ การผ่าตัดแปลงเพศและศัลยกรรมความงามช่วยสร้างร่างกายใหม่ที่ทำให้พวกเธอสัมผัสกับความสวยแบบผู้หญิง (Plemons, 2017) ในสังคมมุสลิม เช่น ตุรกี ความสวยแบบตะวันตกเป็นปฏิบัติการของผู้หญิงชนชั้นกลางที่มีการศึกษา ซึ่งพวกเธอพยายามแสดงความเป็นหญิงที่ต่างไปจากจารีตนิยม เช่น การไม่สวมผ้าคลุมหน้า การแต่งหน้าเข้ม การสวมกระโปรงสั้น การกระทำเหล่านี้กลายเป็นสัญลักษณ์ของการอยู่นอกกฎศีลธรรม ผู้ชายมุสลิมจึงมองผู้หญิงที่แต่งตัวแบบตะวันตกเป็นผู้ที่มีต้นหาราคะ (Dahl, et al., 2018)

การศึกษาของ Kang (2010) อธิบายว่าเจ้าของร้านทำเล็บที่เป็นผู้หญิงเกาหลีในเมืองนิวยอร์ก ผู้หญิงกลุ่มนี้เป็นชนชั้นแรงงานที่อพยพเข้าไปอยู่อาศัยและทำงานในสหรัฐอเมริกา ร้านทำเล็บจะเป็นพื้นที่ที่ผู้หญิงแรงงานที่มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงความสวยงามได้ เช่นเดียวกับร้านเสริมสวยของชาวเอเชียในประเทศอังกฤษและเยอรมันที่เป็นช่องทางให้แรงงานหญิงอพยพที่มีรายได้น้อยมีโอกาสเข้าไปเสริมสวย (Clarke, 2018; Lidola, 2015) การศึกษาของ Liebelt (2022) ชี้ให้เห็นว่าในประเทศตุรกี อาชีพเสริมสวยและการทำงานด้านความงามเป็นโอกาสสำหรับผู้หญิงชนชั้นแรงงาน ทั้งผู้หญิงที่หย่ากับสามี ผู้หญิงที่สามีเสียชีวิต ผู้หญิงที่ต้องเลี้ยงตัวเองตามลำพัง การแสดงความสามารถในการเสริมสวยช่วยให้ผู้หญิงเหล่านี้มีรายได้และมีสังคม ในหลายประเทศ กลุ่มผู้หญิงที่มีการศึกษาน้อยและขาดโอกาสทางสังคม ใช้อาชีพเสริมสวยเป็นเครื่องมือที่จะทำให้พวกเธอมีรายได้และความมั่นคงในชีวิต Kang (2010) กล่าวว่าในประเทศตะวันตกกำลังจ้างผู้หญิงแรงงานต่างชาติที่มีฐานะยากจนมาทำงานบริการ เช่น แม่บ้าน พี่เลี้ยงเด็ก คนดูแลผู้สูงอายุ รวมถึงงานบริการในบาร์ ผับ และการขายบริการทางเพศ

Jones (2010) กล่าวว่าอุตสาหกรรมความงามในปัจจุบัน ผู้ประกอบการในแต่ละประเทศปรับวิธีการและรูปแบบความสวยไปตามความนิยมของคนที่แตกต่างกันหลากหลาย ทำให้ความสวยแบบตะวันตกมิได้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก ตัวอย่างการศึกษาของ Waters (2016) อธิบายว่าผู้หญิงในมองโกเลียพยายามเปลี่ยนแปลงรูปร่างหน้าตาให้สวยเช็กซี่มีเสน่ห์ทางเพศเพื่อหวังจะได้งานและประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจ รวมทั้งการยึดในความเชื่อของชาวมองโกเลียที่ให้คุณค่ากับการมีชื่อเสียงและได้โชคลาภ การมีรูปร่างหน้าตาสวยจึงเป็นทุนสำหรับผู้หญิงที่มีโอกาสไต่เต้าทางสังคม การศึกษาของ Edmonds (2007) พบว่าผู้หญิงชนชั้นล่างในบราซิลนิยมการทำศัลยกรรมความงาม เนื่องจากการมีรูปร่างหน้าตาสวยงามคือทุนที่จะทำให้ผู้หญิงมีโอกาสทางเศรษฐกิจและมีสถานะทางสังคมดีขึ้น เรือร่งที่ผ่านการทำศัลยกรรมจะเปรียบเป็นต้นทุนและ

เครื่องมือสำหรับประกอบอาชีพ ทั้งนี้นิยามความสวยของพวกเธอจะให้คุณค่ากับผิวสีน้ำตาล และตอกย้ำอัตลักษณ์ความเป็นคนบราซิลที่แท้จริง ผู้ที่เป็นลูกผสมระหว่างคนผิวขาวกับคนท้องถิ่นจะได้รับความสนใจและเป็นตัวแทนของความสวย ซึ่งต่างไปจากผู้หญิงชนชั้นกลางและชนชั้นสูงที่มีลักษณะเหมือนคนผิวขาวตะวันตก ความสวยของผู้หญิงผิวสีถูกสร้างให้เป็นอัตลักษณ์เฉพาะซึ่งถูกนำเสนอในสื่อหลายประเภททั้งละคร ภาพยนตร์ การแสดงและการเดินร่า จะเห็นว่าความสวยในแต่ละสังคมมีความเชื่อมโยงกับความเชื่อท้องถิ่น ทำให้การแสดงออกในความสวยมิได้ลอกเลียนแบบตะวันตกแบบเบ็ดเสร็จ (Jafar & Casanova, 2013)

Liebelt (2022) กล่าวว่าในสังคมสมัยใหม่ ผู้หญิงมองดูตนเองต่างไปจากเดิม บทบาทหน้าที่เป็นภรรยาและแม่ที่ต้องรับผิดชอบงานในบ้านจะถูกประเมินใหม่ ภายในธุรกิจความงามที่มีผลต่อการแสดงตัวตนของผู้หญิง การทุ่มเทเพื่อดูแลร่างกายให้สมบูรณ์สวยงามเป็นความใส่ใจที่ทำให้ผู้หญิงจะไม่ปล่อยตัวเองให้ดูโทรมและน่าเกลียด ดังนั้น ผู้หญิงจำเป็นต้องซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อบำรุงผิวพรรณและทำให้ตนเองดูอ่อนเยาว์ เช่น การไม่มีริ้วรอยบนใบหน้า ผิวเต่งตึง เนียนเรียบ และขาวอมชมพู การทำสิ่งเหล่านี้คือการตอกย้ำเรื่องความใส่ใจในตัวตน ความสวยจึงสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงตามวัยของมนุษย์ รวมถึงเป็นกระจกสะท้อนสถานะทางสังคม ชนชั้น ชาติพันธุ์ และเพศสภาพของบุคคล การศึกษาของ Lauser (2004) ชี้ว่าความสวยเป็นการปฏิบัติทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นภายใต้การต่อสู้และท้าทายอำนาจและการควบคุมที่ดำรงอยู่ในสถาบันทางสังคม เช่น ครอบครัว หน่วยงานของรัฐ ศาสนา องค์กรธุรกิจ เป็นต้น ในแง่นี้ร่างกายของเพศหญิงจึงเป็นพื้นที่สำหรับการจัดระเบียบและแก้ไข เป็นการเมืองบนเนื้อตัวร่างกายที่พบได้ตั้งแต่เรือนร่างของนางงาม แม่บ้าน ช่างเสริมสวย ดารา นักร้อง ไปจนถึงหญิงขายบริการทางเพศ

ผู้เขียน

ดร.นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ

ผู้จัดการฝ่ายวิจัยและส่งเสริมวิชาการ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

Marketeer Team. (2022). ผู้หญิงอย่าหยุดสวย ดัน 'ตลาดเสริมความงาม' ไทยโต 16.6% รับอานิสงส์เปิดประเทศ อ้างจาก <https://marketeeronline.co/archives/292227>

ภาษาอังกฤษ

Bartky, S. L. (1988). Foucault, Femininity, and the Modernization of Patriarchal Power. In I. Diamond and L. Quinby, (eds.), *Feminism and Foucault*, (pp.61- 86). Boston: Northeastern University Press.

Black, P. (2004). *The Beauty Industry: Gender, Culture, Pleasure*. London: Routledge.



- Clarke, H. (2018). Moral Ambivalence and Veiling amongst British Pakistani Women in Sheffield. *Contemporary Levant*, 3(1), 10- 19.
- Coleman, R., & Figueroa, M.M. (2010). Past and Future Perfect? Beauty, Affect and Hope. *Journal for Cultural Research*, 14(4), 357- 373.
- Craig, M. L. (2006). Race, Beauty, and the Tangled Knot of Guilty Pleasure. *Feminist Theory*, 7(2), 159- 77.
- Dahl, U., Kennedy-macfoy, M. Sundén, J., Gálvez-Muñoz, L., Martínez-Jiménez, L., Gopinath, G., Hemmings, C., & Tate, S.A. (2018). Femininity Revisited—A Round Table. *European Journal of Women's Studies*, 25(3), 384- 393.
- Davis, K. (2003). *Dubious Equalities and Embodied Differences: Cultural Studies on Cosmetic Surgery*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Edmonds, A. (2007). The Poor Have the Right to Be Beautiful: Cosmetic Surgery in Neoliberal Brazil. *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 13(2), 363- 381.
- Hansen, K. T. (2004). The World in Dress: Anthropological Perspectives on Clothing, Fashion, and Culture. *Annual Review of Anthropology*, 33, 369- 392.
- Holliday, R. & Taylor, J.S. (2006). Aesthetic Surgery as False Beauty. *Feminist Theory*, 7(2): 179-95.
- Holliday, R. & Elfving-Hwang, J. (2012). Gender, Globalization and Aesthetic Surgery in South Korea. *Body & Society*, 18(2), 58- 81.
- Jafar, A. & Casanova, E M. D. (eds.). (2013). *Global Beauty, Local Bodies*. Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan.
- Jones, G. (2010). *Beauty Imagined: A History of the Global Beauty Industry*. Oxford, UK: Oxford University Press.
- Jung, J. & Lee, S.H. (2006) 'Cross-cultural Comparisons of Appearance Self-schema, Body Image, Self-esteem, and Dieting Behavior Between Korean and US Women. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 34, 350-65.
- Kang, M. (2010). *The Managed Hand: Race, Gender, and the Body in Beauty Service Work*. Berkeley: University of California Press.
- Kim, A.E. (2005). Nonofficial Religion in South Korea: Prevalence of Fortunetelling and Other Forms of Divination. *Review of Religious Research*, 46(3), 284-302.
- Lauser, A. (2004). What is anthropology looking for on the runway - Local beauty contests as rites of modernization. *Anthropos: International Review of Anthropology and Linguistics*, 99(2), 469-480
- Liebelt, C. (2022). Beauty: What Makes Us Dream, What Haunts Us. *Feminist Anthropology*, 3(2), 206-213.



- Lidola, M. (2015). Of Grooming Bodies and Caring Souls: New–Old Forms of Care Work in Brazilian Waxing Studios in Berlin.” In Erdmute Alber and Heike Drotbohm, (eds.), *Care on the Move. Anthropological Perspectives on Work, Kinship, and the Life Course*, (pp.69- 90). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan
- Ochoa, M. (2014). *Queen for a Day: Transformistas, Beauty Queens, and the Performance of Femininity in Venezuela*. Durham, NC: Duke University Press.
- Plemons, E. (2017). *The Look of a Woman: Facial Feminization Surgery and the Aims of Trans-Medicine*. Durham, NC: Duke University Press.
- Tate, S. A. (2009). *Black Beauty: Aesthetics, Stylization, Politics*. Farnham, UK: Ashgate.
- Taussig, M. (2012). *Beauty and the Beast*. Chicago: University of Chicago Press.
- Young, I. M. (1980). Throwing Like a Girl: A Phenomenology of Feminine Body Comportment, Motility and Spatiality. *Human Studies*, 3(2), 137– 156.
- Waters, H. A. (2016). Erotic Capital as Societal Elevator: Pursuing Feminine Attractiveness in the Contemporary Mongolian Global(ising) Economy. *Sociologus*, 66(1), 25– 52.
- Wolf, N. (1990). *The Beauty Myth: How Images of Beauty Are Used Against Women*. Chatto & Windus.