

การสื่อสารและการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราในสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี¹

Communication and Concept Presentation Strategies of Anti-Aging in The Cosmetic Beauty & Anti-Aging Magazine

ทรงภพ ขุนมธุรส², พงษ์ธิ์ ศุภเศรษฐศิริ³

Songphop Khunmathurot², Prit Supasetsiri³

บทคัดย่อ

บทความนี้สรุปผลมาจากการวิจัยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในงานเขียนประเภทบทความของนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี ที่ผลิตและออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2555 ทั้งหมด 12 ฉบับ ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในงานเขียนประเภทบทความของนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ พฤติกรรมการเขียนบทความ และพฤติกรรมการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราในนิตยสาร พฤติกรรมการเขียนบทความ พบทั้งหมด 4 พฤติ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่อง การเขียนความนำ การเขียนเนื้อความ และการเขียนความสรุป ส่วนพฤติกรรมการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราในนิตยสาร พบทั้งหมด 3 พฤติ ได้แก่ การใช้บทสัมภาษณ์ดารานักแสดง การใช้ความคิดเห็นจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และการใช้ภาพประกอบ การใช้บทสัมภาษณ์ดารานักแสดง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ทัศนะเชิงบวกเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม และทัศนะเชิงลบเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม การใช้ความคิดเห็นจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีการให้ความรู้และข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทุกบทความ ส่วนการใช้ภาพประกอบ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนวิธีการรักษา และภาพประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงปัญหาซึ่งพฤติกรรมการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราดังกล่าว สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเด่นของนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี ที่ส่งผลให้เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ด้านความสวยความงามและศัลยกรรมที่ได้รับความนิยมและสามารถครองยอดขายเป็นอันดับหนึ่งในยุคที่มีการแข่งขันสูงทางธุรกิจ

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินรายได้วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประจำปีงบประมาณ 2556

²อาจารย์ประจำภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร (Department of Education, Faculty of Education, Naresuan University, Thailand) Email: songphop.kh@gmail.com

³รองศาสตราจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (College of Social Communication Innovation Srinakharinwirot University, Thailand) Email: pritsupasetsiri@hotmail.com

คำสำคัญ: กลวิธีการนำเสนอ, แนวคิดการชะลอความชรา, นิตยสาร

Abstract

This article shows the findings of a research study with the objective to study the presentation strategies for anti-aging concepts in written articles found in Cosmetic Beauty and Anti-Aging magazine, of which a total of 12 issues were produced and distributed in 2012. The results shows that there are two eminent presentation strategies for anti-aging concepts, namely, strategies for writing articles and concepts regarding presentation strategies of anti-aging in the magazine. There are four strategies for writing articles: titling, introductory writing, body paragraph writing and conclusion writing. There are three concept presentation strategies of anti-aging in the magazine: the use of interviews with celebrity actors, the use of the opinions of expert doctors, and the use of illustrations. The use of interviews with celebrity actors is divided into two modes: those of positive views on surgery and those of negative views on surgery. As regards the use of the opinions of expert doctors, it was found that expert doctors' knowledge and opinions about surgery were provided in all the articles. The use of illustrations is divided into three modes: showing physical change, illustrations showing the steps of treatment and illustrations identifying problems. These concept presentation strategies of anti-aging reflect the prominent characteristics of Cosmetic Beauty and Anti-Aging magazine, which make it a popular form of print media regarding beauty and surgery and one which remains extremely popular and a bestseller in a highly competitive business.

Keywords: Presentation strategy, Anti-aging Concept, Magazine

บทนำ

ในช่วงเวลาสิบปีที่ผ่านมา สังคมไทยมีการหลั่งไหลเข้ามาของสื่อและวัฒนธรรมต่างชาติเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งค่านิยมด้านความงามและการทำศัลยกรรม นิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี จึงถือกำเนิดขึ้นท่ามกลางวงการศัลยกรรมและความงามที่เติบโตอย่างไม่หยุดยั้ง พิสูจน์ได้จากคุณภาพวงการศัลยกรรมไทยที่ได้รับการตอบรับอันยอดเยี่ยมจากทั่วทุกมุมโลก เห็นได้จากการบริโภคเครื่องสำอางที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง และความสนใจของผู้อ่านที่มองหาสื่อที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อความงามเพิ่มมากขึ้น นิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี ได้วางจำหน่ายครั้งแรกเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2551 โดยมีจุดประสงค์เพื่อเป็นผู้นำด้านความงามและศัลยกรรมฉบับแรกในประเทศไทย (นิตยสารคอสเมติก, 2561) ส่งผลให้คนในสังคมไทยทั้งหญิงและชายหันมาให้ความสำคัญกับความงามและการเปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ภายนอกของตน

มากขึ้น เกิดการรับค่านิยมและวัฒนธรรมด้านความงามและการทำศัลยกรรมเข้ามาในประเทศไทย แนวคิดเรื่อง การชะลอวัย (Anti-aging) เป็นเรื่องของการป้องกันไม่ให้แก่ชรา โดยการยับยั้ง การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของร่างกายที่เสื่อมสภาพไปตามวัย และการคงสภาพร่างกายให้สมบูรณ์ แข็งแรง ซึ่งหลายปีที่ผ่านมาความก้าวหน้าทางการแพทย์และเทคโนโลยีด้านวิทยาศาสตร์ได้พัฒนา ขึ้นเพื่อยับยั้งกระบวนการเสื่อมสภาพตามวัย และเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่คนในสังคมต้องการที่จะรักษารูปลักษณ์ที่ดูดีของตนเองไว้ และเติมเต็มในส่วนที่บกพร่องของตนเองให้ดูดียิ่งขึ้น เนื่องจาก ปัจจุบันนิบุคลิกภาพมีความสำคัญมากในการทำงานและการติดต่อสื่อสาร เนื่องจากภาพลักษณ์ ภายนอกที่พบเห็นมีผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ที่มาติดต่องานหรือธุรกิจการค้า จึงส่งผลให้คนใน สังคมเริ่มหันมาดูแลเรื่องความสวยความงามและบุคลิกภาพของตนมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ดังที่ นิษา ชัยปฎิวัติ (2555: 1-2) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการศัลยกรรมบนใบหน้า ของผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เหตุผลที่ผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ตอนต้นตัดสินใจทำศัลยกรรมบนใบหน้าก็เพื่อสร้างความมั่นใจมากที่สุด รองลงมาก็เพื่อความต้องการเป็นที่ยอมรับ ในกลุ่มเพื่อน หรือจากคนรอบข้าง ส่วนของใบหน้าที่ต้องการทำมากที่สุดคือจมูก และประเภทของ การศัลยกรรมบนใบหน้าส่วนใหญ่เป็นแบบผ่าตัด

ค่านิยมและความตื่นตัวในเรื่องของการชะลอวัยหรือชะลอความชราในสังคมไทยเริ่มแพร่ กระจายขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่ผลิตขึ้นเพื่อให้ความรู้และแนะนำสินค้าเกี่ยวกับความ งามและการทำศัลยกรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคม โดยใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อ นำเสนอสินค้าและกระตุ้นความรู้สึก อารมณ์ ความฝัน จินตนาการของมนุษย์ เพราะหลังจากที่ผู้ อ่านรับข่าวสารไปแล้ว ผลกระทบที่เกิดขึ้นก็คือ เกิดการเก็บข้อมูลเข้าสู่คลังความรู้ เกิดการสร้าง ทัศนคติและค่านิยมต่าง ๆ หลังจากนั้นก็เป็นขั้นตอนที่มีปฏิกิริยาตอบสนองและเมื่อเวลาผ่านไป ข้อมูลข่าวสารที่สะสมกันมาก ๆ เข้าก็จะถูกจัดระบบและหล่อหลอมผู้รับข่าวสารจนกลายเป็นโลกแห่ง ความจริง (กาญจนา แก้วเทพ, 2545)

อย่างไรก็ตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการก้าวสู่โลกสังคมดิจิทัล ทำให้สื่อสิ่งพิมพ์ หรือนิตยสารหลายฉบับปิดตัวลง เนื่องจากปัญหาด้านเศรษฐกิจและการแข่งขันสูง ทำให้นิตยสาร ต้องมีการปรับตัวทั้งในด้านการผลิตรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาให้สอดคล้องกับบริบททาง สังคมที่เน้นการผลิตเพื่อสนองความต้องการของตลาด โดยลักษณะของนิตยสารจะมุ่งไปยังผู้อ่าน ที่สนใจเรื่องเฉพาะทางมากขึ้น (Specialized Magazine) เพราะบทบาทสำคัญอีกประการหนึ่ง ของนิตยสาร คือทำหน้าที่เป็นเสมือนเวทีหรือสื่อกลางในการถ่ายทอดภาษา ค่านิยม ความเชื่อ ทัศนคติ ประเพณีและวัฒนธรรมจากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่งทั้งในระดับบุคคลและระดับ มวลชน (ปิ่นอนงค์ มโนรา, 2553 : 1) การเขียนบทความในคอลัมน์ต่าง ๆ ในนิตยสารจึงถือว่ามี ความสำคัญอย่างมาก เพราะต้องนำเสนอเนื้อหาและแนวคิดอันเป็นประโยชน์ที่สอดคล้องกับบริบท ทางสังคมและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคหรือผู้อ่าน การเขียนบทความจึงต้องอาศัยกลวิธีต่าง ๆ เพื่อนำเสนอแนวคิดและสาระที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อ่าน ดังที่ โชชิคา มินิโสะ (2553 : 168-189) ได้ กล่าวถึงลักษณะภาษาที่ใช้ในการเขียนบทความแต่ละประเภท ได้แก่ บทความแสดงความคิดเห็น บทความวิจารณ์ และบทความสัมภาษณ์ สรุปได้ดังนี้

ลักษณะภาษาที่ใช้ในบทความแสดงความคิดเห็น มักใช้ภาษาระดับกึ่งแบบแผน เนื่องจากงานเขียนประเภทนี้มีจุดมุ่งหมายให้ผู้อ่านเห็นคล้อยตาม และต้องระมัดระวังการใช้ภาษาปากโดยจะใช้แต่พอให้มีสีสัน หรือบรรเทาความทงเหิน การใช้ภาษาปากเกินพอดีจะทำลายความน่าเชื่อถือ ผู้เขียนสามารถใช้ลีลาการเขียนได้อย่างอิสระ เพื่อให้หน้าอ่าน น่าสนใจ

ลักษณะภาษาที่ใช้ในบทความวิจารณ์ มักใช้ภาษาระดับกึ่งแบบแผนเช่นเดียวกันกับบทความแสดงความคิดเห็น หากเป็นบทความวิจารณ์ที่มีผู้อ่านในแวดวงนักวิชาการ จะใช้ระดับภาษาค่อนข้างทางภาษาแบบแผน เช่น บทวิจารณ์วรรณกรรม บทวิจารณ์งานศิลปะ เป็นต้น ซึ่งบทความวิจารณ์เหล่านี้มีความยากง่ายด้านลีลานั้นแตกต่างกัน หากเสนอในวารสารวิชาการก็จะค่อนข้างยาก แต่ถ้าเสนอในหนังสือพิมพ์ก็จะเขียนให้อ่านง่าย จำกัดประเด็นเสนอ ไม่มีถ้อยคำยาก บทความวิจารณ์สาขาวิชาที่มีพัฒนาการมานาน เช่น สาขาวรรณกรรมมีผู้เขียนกันมาก จะมีการพัฒนาด้านลีลาการเขียนอย่างเห็นได้ชัด สาขาที่เป็นเรื่องบันเทิงเริงรมย์ของคนทั่วไปมักใช้ลีลาการเขียนที่สื่อบรรยากาศ สนุกสนาน มีชีวิตชีวาที่ให้น่าอ่าน มีการปรุงแต่งถ้อยคำ มีการใช้ภาษาสื่อภาพสื่ออารมณ์

ลักษณะภาษาที่ใช้ในบทความสัมภาษณ์ มักใช้ภาษาแบบกึ่งแบบแผนที่มีลักษณะตั้งแต่ค่อนข้างทางการไปจนถึงลักษณะสนทนา แล้วแต่รูปแบบการนำเสนอซึ่งมีหลากหลาย มีการนำเสนอด้วยการแสดงคำถาม-คำตอบ แต่จะปรากฏในรูปแบบต่าง ๆ เช่น Q : (คำถาม) A : (คำตอบ) การตั้งคำถามเป็นข้อความภาษาปาก การตั้งประเด็นคล้ายหัวข้อ การนำคำถามคำตอบมาเรียบเรียงให้กลมกลืนต่อเนื่องกันไป และการบรรยายด้วยถ้อยคำผู้เขียนสลับกับข้อมูลพจนานุกรมข้อความให้สัมภาษณ์ โดยอาจมีการบรรยายบรรยายภาคในการสัมภาษณ์หรือไม่ก็ได้ ทั้งนี้ลักษณะเนื้อหาที่เป็นปัจจัยกำหนดเช่นกัน การสัมภาษณ์นักวิชาการ การนำเสนอย่อมมีลักษณะเป็นทางการต่างจากการสัมภาษณ์ดารานักแสดง

ดังนั้นสรุปได้ว่าบทความในนิตยสารมีเนื้อหาสาระที่เป็นประโยชน์จึงถือว่าเป็นที่รวบรวมและเผยแพร่ข่าวสารทุกชนิดที่มาจากแหล่งต่าง ๆ ของสังคม ดังคำกล่าวที่ว่า “ถ้าอยากจะรู้เรื่องของสังคมใดหรือยุคไหน ว่ามีวิถีชีวิตการดำรงอยู่ หรือมีแนวคิดอย่างไรให้เปิดดูได้จากนิตยสารในสมัยนั้น ๆ ก็ จะทราบเรื่องราวทั้งหมด” (อวยพร พานิช และคณะ, 2548 : 246) ซึ่งบทความในนิตยสาร ไม่ว่าจะเป็นบทความแสดงความคิดเห็น บทความวิจารณ์ และบทความสัมภาษณ์จะต้องมีกลวิธีการเขียนที่ดีเพื่อนำเสนอแนวคิดของผู้เขียนในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง และเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ ต้องการติดตามอ่านนิตยสารนั้น ๆ อยู่เสมอ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษากลวิธีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ เอนตี้ เอจจิ้ง ซึ่งเป็นนิตยสารเพื่อความงามและการทำศัลยกรรมอันดับหนึ่ง (นิตยสารคอสเมติก, 2561) ทั้งนี้เพื่อต้องการทราบกลวิธีนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสาร ที่สามารถกระตุ้นผู้อ่านให้เกิดความสนใจและเล็งเห็นความสำคัญของการชะลอความชรา ซึ่งเป็นเรื่องที่คนในสังคมกำลังให้ความสนใจอย่างมากในปัจจุบัน

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลวิธีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ เอนตี้ เอจจิ้ง

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสื่อสารและการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี” มีขอบเขตของการวิจัย เพื่อศึกษากลวิธีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี ที่ผลิตและออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2555 ทั้งหมด 12 ฉบับ โดยศึกษาจากบทความที่เป็นเรื่องจากปกนิตยสารเท่านั้น

สมมุติฐานของการวิจัย

กลวิธีการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราของนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี แสดงให้เห็นถึงลักษณะเด่นของการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะทางด้านความงามและการศัลยกรรม และช่วยทำให้นิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี ที่ได้รับความนิยมและสามารถครองยอดขายเป็นอันดับหนึ่งในยุคที่มีการแข่งขันสูงทางธุรกิจ

ทบทวนวรรณกรรม

การศึกษากลวิธีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนด์ เองจี ครั้งนี้ เป็นการศึกษาเทคนิควิธีการเขียนบทความในนิตยสารว่าผู้เขียนใช้กลวิธีอะไรในการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชรา ซึ่งเป็นแนวคิดสำคัญของนิตยสารเกี่ยวกับความงามและการทำศัลยกรรม เพื่อให้ผู้อ่านอ่านแล้วเกิดความต้องการที่จะหันมาดูแลใส่ใจเรื่องความสวยความงามของรูปร่าง หน้าตา และผิวพรรณ อีกทั้งยังปรับเปลี่ยนทัศนคติของตนด้วยการหันมาทำศัลยกรรมกันมากขึ้นจนกลายเป็นวัฒนธรรมความงามของคนในยุคปัจจุบันก็ว่าได้ ผู้วิจัยขอทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาดังนี้

วัฒนา แซ่มวงษ์ (2556 : 21-27) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการใช้ภาษาในการเขียนบทความว่า การที่ผู้เขียนบทความจะสื่อสารให้ผู้อ่านได้รับรู้ตามเจตนารมณ์ของผู้เขียนนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้เขียนต้องทราบวิธีการใช้ภาษาในการเขียนอย่างเหมาะสม เพื่อผู้เขียนจะสามารถเรียบเรียงเนื้อหาสาระได้อย่างถูกต้องสมบูรณ์ ซึ่งการใช้ภาษาในการเขียนบทความมีหลายแบบ ได้แก่ (1) การบรรยาย หมายถึง การเขียนอธิบาย การเขียนเล่าเรื่อง หรือการเขียนชี้แจง ข้อเท็จจริงให้ทราบเป็นวิธีหนึ่งที่ผู้เขียนนิยมใช้ในการเรียบเรียงภาษาสารัตถคติ การเขียนบรรยาย อาจใช้ภาษาได้หลายระดับ เพื่อให้สอดคล้องกับสาระที่ต้องการนำเสนอ (2) การให้คำจำกัดความ เป็นส่วนที่ช่วยให้ผู้อ่านและผู้เขียนเกิดความเข้าใจตรงกันในสิ่งที่กล่าวถึง เพราะงานเขียนบางประเภท มีกล่าวถึงคำศัพท์ต่าง ๆ เพื่อป้องกันไม่ให้อ่านเข้าใจความหมายของศัพท์นั้น ๆ คลาดเคลื่อนไป ผู้เขียนจึงต้องให้คำจำกัดความของคำศัพท์นั้น ๆ การให้คำจำกัดความ เป็นอิสระที่ผู้เขียนสามารถที่จะกำหนดความหมายของคำให้กว้าง หรือแคบได้ตามต้องการ เมื่อจะใช้กรณีต่าง ๆ กัน ซึ่งส่วนใหญ่ผู้เขียนมักจะชี้แจงเหตุผลในการให้คำจำกัดความของตนไว้ด้วยและเมื่อให้คำจำกัดความคำใดไว้มักจะใช้คำคำนั้นตามที่กำหนด (3) การยกตัวอย่าง สามารถช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจสิ่งที่ผู้เขียนต้องการกล่าวถึงได้อย่างง่ายขึ้น (4) การใช้แผนภูมิประกอบเรื่อง เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ช่วยให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้นและง่ายต่อผู้อ่านในการทำความเข้าใจเรื่องโดยเฉพาะข้อมูลที่นำเสนอเป็นตัวเลข (5)

การอ้างอิงที่มาของข้อมูล เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะกับงานเขียนสารัตถคดีเชิงวิชาการ เพราะเป็นการแสดงให้เห็นว่า ผู้เขียนได้ทำการศึกษาค้นคว้าเรื่องที่นำเสนอมาเป็นอย่างดี มีการอ้างอิงที่มาของแหล่งข้อมูล เพื่อสร้างภาพที่น่าเชื่อถือ รวมถึงผู้อ่านจะได้ทราบว่ามีข้อมูลที่นำเสนอออกมาจากแหล่งใดบ้าง

วัลลภา จิระติกาล (2550) ศึกษาการใช้ภาษาโน้มน้าวใจในโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย ในนิตยสารผู้ชาย ปี พ.ศ. 2549 ผลการวิจัยพบว่า ในบทโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายมีกลวิธีการโน้มน้าวใจ 2 ลักษณะ คือ กลวิธีการใช้คำเพื่อโน้มน้าวใจ และกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ ในบทโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย พบว่ากลวิธีการใช้คำเพื่อโน้มน้าวใจ ผู้บริโภคด้วยคำที่มีความหมายทางลบเพื่อสร้างความวิตกกังวลใจ ทำให้ต้องหาวิธีจัดปัญหาหรือแก้ปัญหาโดยการใช้องค์ประกอบเครื่องสำอางสำหรับผู้ชาย ส่วนกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจพบว่า มี 10 กลวิธีคือ การใช้คำระบุแหล่งที่มา การใช้คำศัพท์ทางวิทยาศาสตร์ การใช้วิธีทางจิตวิทยา การใช้จุดจับใจเชิงข่าว การกล่าวอ้าง การระบุคุณสมบัติที่ดี การใช้ภาพพจน์ การระบุความปลอดภัย การใช้เหตุผล และการอ้างผลเกินจริง

สุทธาทิพย์ อร่ามศักดิ์ (2551) ศึกษาการใช้ภาษาโน้มน้าวใจในคอลัมน์หมวดแฟชั่นในนิตยสาร SPICY ปี 2549 ผลการวิจัยพบว่า คอลัมน์แฟชั่น นิตยสาร SPICY มีกลวิธีการเขียนเพื่อโน้มน้าวใจ 2 กลวิธี คือ กลวิธีการใช้คำเพื่อโน้มน้าวใจ และกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจ สรุปได้ดังนี้

1. กลวิธีการใช้คำเพื่อโน้มน้าวใจ แบ่งออกเป็น กลวิธีการใช้คำตั้งชื่อเรื่อง และกลวิธีการใช้คำในเนื้อเรื่อง กลวิธีการใช้คำตั้งชื่อเรื่องพบกลวิธีเด่น 2 กลวิธี คือ กลวิธีการใช้คำระบุประเภท และกลวิธีการใช้คำขยายเพื่อโน้มน้าวใจ

1.1 กลวิธีการใช้คำระบุประเภท ประกอบด้วยการใช้คำระบุประเภท ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ การใช้คำระบุประเภทเครื่องแต่งกาย การใช้คำระบุโอกาส การใช้คำระบุรูปแบบแฟชั่น การใช้คำระบุสี และการใช้คำระบุกลุ่มเป้าหมาย

1.2 กลวิธีการใช้คำขยายเพื่อโน้มน้าวใจนั้น ประกอบด้วยการใช้คำขยาย 3 ประเภท คือ การใช้คำขยายที่ระบุลักษณะพึงประสงค์ของกลุ่มเป้าหมาย การใช้คำขยายที่ระบุลักษณะพึงประสงค์ของเครื่องแต่งกาย และการใช้คำขยายที่โยงผู้อ่านเข้ากับบุคคลที่มีชื่อเสียง ส่วนกลวิธีการใช้คำในส่วนเนื้อเรื่อง พบกลวิธีเด่น 2 กลวิธี คือ กลวิธีการใช้คำเพื่อสร้างความเป็นกันเองและกลวิธีการใช้คำที่สื่อความหมายในด้านดีของแฟชั่น กลวิธีการใช้คำเพื่อสร้างความเป็นกันเอง ประกอบด้วย การทับศัพท์ การใช้คำสแลง การใช้คำสรรพนาม และการใช้คำที่เขียนเลียนแบบเสียงพูด ส่วนกลวิธีการใช้คำที่สื่อความหมายในด้านดีประกอบด้วย การใช้คำระบุคุณสมบัติด้านความทันสมัย การใช้คำระบุคุณสมบัติด้านารสนิยม และการใช้คำระบุคุณสมบัติด้านความคงทนของแฟชั่น

2. กลวิธีการใช้ภาษาเพื่อโน้มน้าวใจพบว่า มีกลวิธีที่น่าสนใจ 7 กลวิธี คือ การใช้ระดับภาษาไม่เป็นทางการ การให้คำแนะนำ การกล่าวอ้างบุคคล การรับรองผล การกล่าวถึงความสำคัญ การเปรียบเทียบ และการใช้จุดจับใจด้านราคา

สเตอร์กเกอร์ (Straker, 2009) ได้เสนอวิธีการเปลี่ยนความคิด ความรู้สึก ความเชื่อ และการกระทำของผู้อื่น โดยใช้ภาษาโน้มน้าวใจไว้ด้วยกันหลายวิธี เช่น การกล่าวถึงผลกระทบที่

รุนแรงในตอนท้าย การใช้คำเน้น การกล่าวถึงการรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 การใช้ประโยคสั้น การกล่าวถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในอดีต ปัจจุบัน หรืออนาคต การทำให้น้ำหนักของข้อความลดลง เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้เสนอวิธีการโฆษณาชวนเชื่อไว้อีกด้วย เช่น การกล่าวถึงหรือการใช้คำที่เป็นไปในทางลบ การอ้างหลักฐานหรือคำให้การ เป็นต้น

New Mexico Media Literacy (2013) ได้นำเสนอวิธีการใช้ภาษาในการโน้มน้าวใจไว้ 40 วิธี ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ วิธีโน้มน้าวใจขั้นพื้นฐาน และวิธีโน้มน้าวใจขั้นสูง เช่น การกล่าวอ้างถึงความเป็นพวกพ้อง การอ้างถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลที่น่าเชื่อถือในสังคม การให้ข้อเสนอพิเศษ การกล่าวถึงสิ่งที่ไม่พึงประสงค์ การกล่าวซ้ำ การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ การกล่าวเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง การใช้เหตุผลที่ไม่สัมพันธ์กัน ฯลฯ

รัชนิณี พงศ์อุดม (2548) ศึกษาเรื่อง “ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับค่านิยมเกี่ยวกับความงาม : การศึกษาวาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทย” โดยศึกษาข้อมูลจากบทโฆษณาเครื่องสำอางในนิตยสารผู้หญิง 2 ฉบับ คือ นิตยสารแอล ฉบับภาษาไทยและนิตยสารดิฉัน ผลการวิจัยพบว่า มีกลวิธีทางภาษา 2 กลวิธีหลัก คือ กลวิธีทางอรรถศาสตร์ ประกอบด้วย การใช้คำกริยา แสดงสภาพความงาม การใช้คำเพิ่มน้ำหนักขยายคำกริยา และการใช้คำปฏิเสธลักษณะที่มีความสวยตามทัศนคติของโฆษณา และพบกลวิธีทางวจนปฏิบัติศาสตร์และปริจเฉท ประกอบด้วย การใช้ภาพพจน์ คือ อุปลักษณ์ อุปมา และอุปมาพจน์ การกล่าวอ้าง คือ การกล่าวอ้างที่เป็นข้อเท็จจริง และการกล่าวอ้างที่เป็นข้อคิดเห็น การใช้คำถามทางวาทศิลป์ และการใช้มูลบทเป็นเครื่องมือ เพื่อบ่งเป็นนัยเกี่ยวกับลักษณะที่พึงประสงค์ ลักษณะที่พึงประสงค์ และลักษณะความงามตามแบบอย่าง นอกจากนี้ยังพบค่านิยมเกี่ยวกับความงาม คือ ผู้หญิงงามต้องมีลักษณะความงามแบบไร้ที่ติหรือสมบูรณ์แบบ มีความอ่อนเยาว์ มีสุขภาพดี หรือมีลักษณะความงามตามแบบวัฒนธรรมต่างชาติ คือ มีความงามเมื่อได้ใช้เครื่องสำอาง เสริมแต่งร่างกายตามความนิยมทางแฟชั่น ซึ่งค่านิยมเกี่ยวกับความงามเหล่านี้เป็นลักษณะที่เคยและไม่เคยปรากฏในสังคมไทยมาก่อน กลวิธีทางภาษาจึงถูกนำมาใช้เพื่อทำให้ผู้อ่านเชื่อและเกิดค่านิยมทางความงามดังกล่าว

เพ็ญทิพย์ บัวเพชร (2549) ศึกษากลวิธีการนำเสนอบุคคลในบทสัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียงในนิตยสารภาษาไทยสำหรับผู้หญิง ผลการวิจัยพบว่า บทสัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียงในนิตยสารสำหรับผู้หญิงมีโครงสร้างทั้งหมด 4 ส่วน ได้แก่ บทนำ ส่วนเชื่อมต่อระหว่างบทนำกับเนื้อเรื่อง เนื้อเรื่องและสรุป โดยมีองค์ประกอบ 2 อย่าง ได้แก่ องค์ประกอบที่เป็นรูปภาษาและที่ไม่ใช่รูปภาษาซึ่งได้แก่รูปภาพ การใช้สีและขนาดตัวอักษร ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างกับองค์ประกอบทำหน้าที่ 3 ประการ ได้แก่ การอธิบายเนื้อเรื่อง การนำเสนอภาพลักษณ์ของผู้ให้สัมภาษณ์ และการโฆษณาแฝง ส่วนการนำเสนอให้น่าประทับใจจากคำให้สัมภาษณ์ประกอบด้วยกลวิธีทางภาษา 2 ประการ ได้แก่ การนำเสนอภาพด้านดีของตนเอง ประกอบด้วยกลวิธีทางภาษา 4 กลวิธี ได้แก่ การกล่าวชม จำแนกเป็น การชมตัวเอง การชมสมาชิกในครอบครัว การชมครูอาจารย์ และการชมเพื่อนร่วมงาน การเลือกแสดงทัศนคติเฉพาะในด้านดี การแสดงเป้าหมายในอนาคต การแสดงความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกน้อง และการนำเสนอแบบปกป้องตนเอง ประกอบด้วยกลวิธีทางภาษา 3 กลวิธี ได้แก่ การใช้เรื่องเล่าเพื่อให้เหตุผลในการพูดถึงข้อเสียของตนเอง ซึ่งจำแนกได้เป็น การแก้ตัว การขอโทษ และการ

ปฏิเสธข้อกล่าวหาการใช้เรื่องเล่าเพื่อกล่าวโทษสิ่งอื่น การใช้เรื่องเล่าเพื่อแสดงอำนาจ ซึ่งจำแนกออกเป็นการดูและการออกคำสั่ง

การทบทวนเอกสารเกี่ยวกับการเขียนบทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ทฤษฎีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง เพื่อให้เห็นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการดำเนินการดังนี้

1. ขั้นตอนเตรียมการและเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1.1 ศึกษาเอกสารเพื่อให้เป็นความรู้พื้นฐานและแนวทางการศึกษา
- 1.2 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการศึกษานิตยสาร
- 1.3 เก็บรวบรวมข้อมูลจากนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง และศึกษากลวิธีการนำเสนอกับแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง ที่ผลิตและออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2555 จำนวน 12 ฉบับ

2. ขั้นตอนวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ทฤษฎีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง ที่ผลิตและออกจำหน่ายในปี พ.ศ. 2555 จำนวน 12 ฉบับ โดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

- 2.1 อ่านบทความจากปกของนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง ทั้งหมด จากนิตยสารจำนวน 12 ฉบับ
- 2.2 แยกประเภทและจัดหมวดหมู่ตามเนื้อหาและจุดมุ่งหมายของผู้เขียนบทความ
- 2.3 วิเคราะห์ทฤษฎีเขียนบทความ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่อง การเขียนความนำ การเขียนเนื้อหา และการเขียนความสรุป
- 2.4 วิเคราะห์ทฤษฎีการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราในนิตยสาร และจัดเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ การใช้บทสัมภาษณ์ดารานักแสดง การใช้ความคิดเห็นจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และการใช้ภาพประกอบ

3. ขั้นตอนผลงานวิจัย

นำเสนอผลการวิจัยโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการศึกษา

จากการศึกษากลวิธีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง ผู้วิจัยพบกลวิธีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในงานเขียนประเภทบทความของนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ กลวิธีการเขียนบทความ และกลวิธีการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราในนิตยสาร กลวิธีการเขียนบทความ พบทั้งหมด 4 กลวิธี ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่อง การเขียนความนำ การเขียนเนื้อความ และ

การเขียนความสรุป ส่วนกลวิธีการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราในนิตยสาร พบทั้งหมด 3 กลวิธี ได้แก่ การใช้บทสัมภาษณ์ดารานักแสดง การใช้ความคิดเห็นจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และการใช้ภาพประกอบ ซึ่งกลวิธีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราเหล่านี้มีความสำคัญอย่างยิ่งที่ช่วยให้ นิตยสาร คอสมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง ได้รับความนิยมจากผู้อ่านและส่งผลให้เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารความงามและศัลยกรรมอันดับหนึ่งจนถึงปัจจุบัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. กลวิธีการเขียนบทความ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์บทความในนิตยสารคอสมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง โดยเลือกศึกษาเฉพาะบทความจากปก จำนวน 12 ฉบับแล้ว พบลักษณะที่โดดเด่น เป็นการเขียนที่เร้าความสนใจของผู้อ่าน และสามารถกระตุ้นหรือจุดประกายความคิดของผู้อ่านให้หันมาให้ความสำคัญกับความสวยความงาม เกิดความสนใจและต้องการที่จะทำศัลยกรรม โดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลวิธีด้วยกัน ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่อง การเขียนความนำ การเขียนเนื้อความ และการเขียนความสรุป ดังต่อไปนี้

1.1 การตั้งชื่อเรื่อง เป็นกลวิธีหนึ่งในการเขียนบทความ ช่วยทำให้บทความน่าสนใจ สะดุดตา และทำให้ผู้อ่านเกิดความต้องการอ่านเนื้อหาในบทความต่อไป การตั้งชื่อเรื่องจึงเป็นกลวิธีหนึ่งในการเขียนบทความที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง จากการศึกษาบทความจากปกในนิตยสารคอสมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง พบกลวิธีการตั้งชื่อเรื่อง 7 ลักษณะ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่องให้เป็นประเด็นปัญหา การตั้งชื่อเรื่องตามค่านิยมของวัยในปัจจุบัน การตั้งชื่อเรื่องโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การตั้งชื่อเรื่องโดยการทำให้เป็นเรื่องง่าย การตั้งชื่อเรื่องแบบใช้คำถาม การตั้งชื่อเรื่องแบบให้ข้อคิดหรือข้อควรระวัง และการตั้งชื่อเรื่องแบบบอกเล่า

1.2 การเขียนความนำ เป็นกลวิธีหนึ่งที่สำคัญเพราะการเขียนความนำจะช่วยทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจและใคร่ติดตามอ่านเนื้อหาในบทความต่อไป การเขียนความนำจึงช่วยเร้าความสนใจใคร่รู้ของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี ดังนั้นการเขียนความนำจึงมีความสำคัญรองลงมาจาก การตั้งชื่อเรื่อง จากการศึกษาบทความจากปกในนิตยสารคอสมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง พบกลวิธีการเขียนความนำ 6 กลวิธี ได้แก่ ความนำด้วยการใช้ค่านิยมของวัยรุ่น ความนำด้วยการกล่าวมุ่งตรงสู่เรื่อง ความนำโดยการบอกความสำคัญและปัญหา ความนำโดยการกล่าวเปรียบเทียบ ความนำโดยการใช้นำนวนและคำคม และความนำโดยการให้คำจำกัดความ

1.3 การเขียนเนื้อความ การเขียนเนื้อความหรือเนื้อหา เป็นส่วนที่รวบรวมรายละเอียดทั้งหมดของบทความ ไม่ว่าจะเป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นที่เป็นความรู้และข้อวิพากษ์วิจารณ์ รวมทั้งข้อเสนอแนะ เป็นส่วนที่ช่วยไขความสงสัยให้แก่ผู้อ่าน ทำให้ผู้อ่านเกิดความกระจำจรัสพลังจากที่ได้อ่านบทความในส่วนเนื้อความหรือเนื้อหาจบแล้ว จากการศึกษาบทความจากปกนิตยสารคอสมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง พบกลวิธีการเขียนเนื้อความเพียง 2 ลักษณะเท่านั้น ได้แก่ การเขียนเนื้อความแบบตั้งคำถามแทนผู้อ่าน และการเขียนเนื้อความแบบใช้ประสบการณ์ของบุคคล

1.4 การเขียนความสรุป เป็นส่วนสุดท้ายหรือสรุปจบของบทความ ซึ่งเป็นส่วนที่จะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้อ่าน และเป็นส่วนที่ผู้เขียนจะสามารถชี้แนะหรือเน้นย้ำสาระสำคัญ และแสดงความคิดเห็นโต้แย้ง สนับสนุน หรือให้ข้อคิดเห็นแก่ผู้อ่าน โดยอาจจะสรุปแบบชี้ชัดหรือให้ผู้อ่านเลือกและตัดสินใจเองก็ได้ จากการศึกษาบทความจากปกนิตยสารคอสมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้

เองจึง พบกลวิธีการเขียนความสรุป 3 ลักษณะ ได้แก่ ความสรุปด้วยการบอกผลที่ได้รับหรือสรุปสาระสำคัญของเรื่อง ความสรุปด้วยการให้ข้อคิด ข้อควรระวัง และข้อเสนอแนะ และความสรุปด้วยการเปรียบเทียบให้เห็นข้อดีข้อเสีย

2. กลวิธีการนำเสนอแนวคิดชะลอความชรา

2.1 การใช้บทสัมภาษณ์ดารานักแสดง

การให้สัมภาษณ์ว่าการสัมภาษณ์ในแต่ละครั้งมุ่งเพื่อให้คนทั่วไปได้ทราบข้อเท็จจริงที่ได้จากการสัมภาษณ์นั้น เพราะว่าผลของการสัมภาษณ์จะต้องถูกนำมาเผยแพร่ในคนส่วนใหญ่ของสังคม ดังนั้นผู้เป็นเป้าหมายของการสัมภาษณ์ จึงต้องเป็นคนที่มีชื่อเสียง มีความสำคัญ มีผลงานดีเด่นน่าสนใจ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2545) ซึ่งเมื่อผู้วิจัยศึกษาบทสัมภาษณ์ของดารานักแสดงในนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจึง พบว่า เป็นการสัมภาษณ์เพื่อนำเสนอความคิดเห็นของดารานักแสดงที่มีต่อการทำศัลยกรรมโดยดารานักแสดงที่มาให้สัมภาษณ์นั้นเป็นผู้หญิงที่มีรูปร่างหน้าตาและผิวพรรณดี และกำลังได้รับความนิยมจากวัยรุ่นไทยในปัจจุบัน สามารถแยกออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ทักษะเชิงบวกเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม ทักษะเชิงลบเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม ดังต่อไปนี้

2.1.1 ทักษะเชิงบวกเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม หมายถึง ข้อความที่แสดงความคิดเห็นของดารานักแสดงที่ปรากฏในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจึง ที่มีใจความแสดงความคิดเห็นสนับสนุน ส่งเสริม และเห็นว่าการทำศัลยกรรมนั้นเป็นเรื่องที่ไม่เสียหายและสามารถทำได้ ดังบทสัมภาษณ์ในคอลัมน์ “ความงามกับศัลยกรรม” ความว่า

อยากให้สะกิดคำว่า “ศัลยกรรม” ให้ถูกค่ะ เพราะใหม่รู้สึกว่าการศัลยกรรมมันก็ไม่ได้ผิดกฎหมาย เป็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคล ดาราคนไหนทำ ใหม่ว่าเราไม่ผิดเป็นเรื่องส่วนตัวของเขา ส่วนการฉีดยาโบทูลินัม ที่อกซิน และคำว่า “ไปเติมหรือไปจิ้ม” กลับไปหาว่าเราศัลยกรรมทั้งหน้าเลยมันไม่ใช่ เราต้องแยกแยะให้ออก ถ้าทำแล้วสวยทำไปเถอะ ส่วนคนที่ทำมาแล้วโดนกระแสวิพากษ์วิจารณ์บอกได้อย่างเดียวคืออย่าคิดมาก แต่ให้คิดอีกอย่างว่า สวยละซี อัจฉริยะซี ให้มองอีกมุมหนึ่งดีกว่า เรื่องเสียยติศัลยกรรม คนทุกคนมีเหตุผลเป็นของตัวเองค่ะ ถ้าคน ๆ นั้นทำออกมาแล้วยังไม่พอใจ ก็เข้าใจว่าเขาคงยังไม่พอหรือควรจะต้องแก้ไขมันดีที่สุด จนกว่าที่จะเจอว่ามันเหมาะที่สุดกับตัวเอง แต่มันเปลืองหรือเปล่า หาเงินมาแทบตายไปแก้ไปทำในสิ่งที่อยู่กับเราไม่นาน ใหม่เป็นคนที่ไม่ค่อยข้างเห็นคุณค่าของเงิน เพราะการหาเงินค่อนข้างเหนื่อย ทำงานเอาเงินไปให้พ่อแม่ดีกว่าไหม ได้เห็นรอยยิ้มพ่อแม่ เห็นในสิ่งที่พ่อแม่ภูมิใจไม่ต้องมานั่งร้องไห้

(ความงามกับศัลยกรรม, 2555 : 47)

ข้อความข้างต้นเป็นทัศนคติของดารานักแสดง ใหม่ สุนธรา เกิดนิมิตร ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมในเชิงบวกว่า การทำศัลยกรรมไม่ได้เป็นเรื่องที่ผิดกฎหมาย เป็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคล และได้ให้กำลังใจคนที่ทำศัลยกรรมมาแล้วโดยกระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่ไม่ดีว่า อย่าคิดมาก ซึ่งถือเป็นทักษะเชิงบวกอย่างชัดเจน เมื่อผู้อ่านได้อ่านบทสัมภาษณ์นี้แล้วคงจะมีกำลังใจมากขึ้นและรู้สึกว่าการทำศัลยกรรมเป็นเรื่องสิทธิส่วนบุคคล ทำให้ผู้อ่านเกิดทัศนคติที่ดี

ต่อการทำศีลกรรมไปด้วย

2.1.2 ทศนะเชิงลบเกี่ยวกับการทำศีลกรรม หมายถึง ข้อความที่แสดงความคิดเห็นของดารา นักแสดงที่ปรากฏในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เองจีจี้ ที่มีใจความแสดงความคิดเห็นโต้แย้ง ไม่สนับสนุน และเห็นว่ากรการทำศีลกรรมนั้นเป็นเรื่องที่ไม่ควรทำ ดังบทสัมภาษณ์ “No...ศีลกรรม!! ขอให้ความสำคัญที่เสนอ มากกว่า ‘เปลือก’” ความว่า

สำหรับเรื่องศีลกรรมโดยส่วนตัว ยิยชิคิดว่าอย่าเลย เราไม่ชอบ แต่เราก็ไม่ใช่สุดโต่ง ถึงขนาดที่จะบอกว่า ไม่ชอบคนทำ หรือห้ามไม่ให้คนอื่นทำ เพียงแต่ถ้าเลือกได้ เราก็คิดว่าอย่าดีกว่า ที่คิดอย่างนี้เพราะยิยชิเป็นพวกรักความเป็นธรรมชาติสูง เรามีความเชื่อว่า คนเราไม่จำเป็นต้องเป๊ะก็ได้ ผู้หญิงที่สวยงามในสายตา ยิยชิ จะไม่ใช่ผู้หญิงหน้าเป๊ะ ซึ่งเราคิดว่า เดียวนี้เวลาเดินไปไหน ผู้หญิงหน้าคล้ายกันหมดเลย เป็นเปลือกเดียวกัน ถามว่าสวยไหม โอเค สวยค่ะ แต่ทุกคนสวยเหมือนกันหมด แล้วเมื่อไหร่ที่มันมีคำว่าสวยเหมือนกันหมด สิ่งที่ตามมาคือ มันไม่มีเอกลักษณ์ ความที่มันเหมือนกัน มันทำให้เสน่ห์หายไป คือยิยชิให้ความสำคัญกับเสน่ห์มากกว่าเปลือก เลยคิดแบบนี้

(No...ศีลกรรม!! ขอให้ความสำคัญที่เสนอ มากกว่า ‘เปลือก’, 2555 : 42)

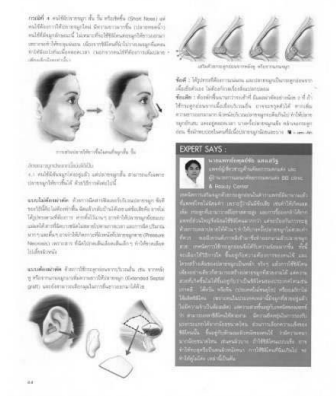
ข้อความข้างต้น เป็นทัศนะของนักแสดงสาวสวย ยิยชิ คิริติ มหาวฤกษ์พงศ์ โดยมีความคิดเห็นต่อการทำศีลกรรมว่า ไม่ชอบ อย่าทำศีลกรรมเลย เพราะรูปลักษณ์ภายนอกเป็นเพียงแค่เปลือก ซึ่งถือเป็นความคิดเห็นเชิงลบต่อการทำศีลกรรมอย่างมาก เพราะไม่ชอบกรการทำศีลกรรม และไม่เห็นความสำคัญของการทำศีลกรรม

สรุปได้ว่านิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เองจีจี้ นำเสนอทัศนะของดารา นักแสดงที่มีต่อการทำศีลกรรมและความงามทั้งสองมุมมอง ทั้งทัศนะเชิงลบและทัศนะเชิงบวก โดยจะนำเสนอทัศนะเชิงบวกและเชิงลบเท่า ๆ กัน เพื่อให้เห็นว่านิตยสารมีความเป็นกลาง นำเสนอความคิดเห็นทั้งสองแง่มุม อันส่งผลให้ผู้อ่านได้รับแนวความคิดหรือความคิดเห็นที่หลากหลาย เพื่อให้ผู้อ่านคิดและตัดสินใจเลือกที่จะทำศีลกรรมหรือไม่ทำศีลกรรมด้วยตนเอง สะท้อนให้เห็นว่านิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เองจีจี้ นำเสนอข้อมูลทั้งสองด้าน ไม่ยุยงให้ผู้อ่านทำศีลกรรมอย่างเดียว

2.2 การใช้ความคิดเห็นจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ

เป็นกลวิธีหนึ่งที่ช่วยนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราของนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เองจีจี้ ให้มีหนักแน่นและมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น ซึ่งการแสดงความคิดเห็นของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านศีลกรรมและความงามนั้น เป็นการให้ข้อคิดและความรู้ อีกทั้งยังเสนอแนะทางเลือกให้แก่ผู้อ่าน เพื่อประกอบการตัดสินใจที่จะหาวิธีการที่เหมาะสมกับตนเองก่อนที่จะตัดสินใจทำศีลกรรมลงไป การใช้ความคิดเห็นของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเป็นกลวิธีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราของนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เองจีจี้ ที่เป็นลักษณะเฉพาะของนิตยสารฉบับนี้เสียก็ว่าได้ เพราะทุกบทความทุกคอลัมน์ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารฉบับนี้จะมีความคิดเห็นของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศแสดงความคิดเห็นและให้ความรู้ ข้อคิด และเสนอแนะทางเลือกเกี่ยวกับการทำศีลกรรมให้แก่ผู้อ่านเสมอ จึงเรียกได้ว่า เป็นลักษณะเฉพาะที่

โดดเด่นที่ทำให้นิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง ได้รับการยอมรับและมียอดขายเป็นอันดับหนึ่งมาถึงปัจจุบัน ดังตัวอย่างในบทความเรื่อง “สวยได้แค่ปลายจมูก”



ภาพที่ 1 สวยได้แค่ปลายจมูก

จากรูปภาพข้างต้น ผู้เขียนบทความได้นำความเห็นของ นายแพทย์ศุภชัย แสงเสริม แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านศัลยกรรมตกแต่งและผู้อำนวยการแผนกศัลยกรรมตกแต่ง BB Clinic & Beauty Center เกี่ยวกับการเสริมจมูกโดยใช้กระดูกอ่อนว่า เป็นที่นิยมในปัจจุบัน แต่ก็มีข้อเสียคือ ทำให้มีผลเพิ่มขึ้น กระดูกที่เอามาวางมีโอกาสตายสูง และการรื้อออกทำได้ยาก ส่วนใหญ่มักใช้ซิลิโคนในการเสริมจมูก แต่ก็ต้องเหลาปลายซิลิโคนไม่ให้แหลมจนเกินไปเพราะจะทำให้จมูกทะลุได้ จะต้องเลือกซิลิโคนที่ไม่แข็งและไม่นิ่มจนเกินไป ทั้งนี้คงต้องขึ้นอยู่กับโครงสร้างของปลายจมูกคนไข้เป็นหลักนั่นเอง ความคิดเห็นของแพทย์ผู้เชี่ยวชาญนี้จะช่วยให้ผู้อ่านได้รับความรู้เกี่ยวกับการเสริมจมูกและพิจารณาไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วนก่อนตัดสินใจที่จะทำศัลยกรรม

2.3 การใช้ภาพประกอบ เป็นกลวิธีหนึ่งที่ช่วยนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสาร ซึ่งภาพประกอบจะช่วยให้ผู้อ่านมองเห็นภาพและเข้าใจเนื้อหาในบทความได้ง่ายยิ่งขึ้น จึงถือว่าภาพประกอบเป็นองค์ประกอบสำคัญของนิตยสารและสามารถสร้างความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี จากการศึกษาการใช้ภาพประกอบในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง พบ 3 ลักษณะ ได้แก่ ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนวิธีการรักษา และภาพประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงปัญหา

2.3.1 ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย เป็นการใช้ภาพประกอบเพื่อต้องการให้ผู้อ่านเห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของร่างกายหลังจากที่ได้ผ่านการทำศัลยกรรมหรือการรักษาด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ทำให้ผู้อ่านเห็นว่าเมื่อได้ทำศัลยกรรมหรือทำการรักษาแล้วจะเกิดความเปลี่ยนแปลงของร่างกายเชิงบวก คือ ทำให้รูปร่างหน้าตาสวยและหุ่นดีขึ้นอย่างเห็นผลได้ชัดเจน ดังตัวอย่าง รูปภาพประกอบในบทความเรื่อง “แก้ตาสองชั้นหลบโน้”



ภาพที่ 2 แก้มตาสองชั้นหลังใบ

จากรูปภาพข้างต้น ผู้เขียนบทความได้นำภาพที่แสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของดวงตา ทั้งก่อนและหลังการทำศัลยกรรมแก้มตาสองชั้นหลังใบ ซึ่งจะสังเกตเห็นได้ว่า หลังจากที่ทำ การผ่าตัดชั้นตาแล้ว ทำให้คนไข้มีดวงตาที่โตและกลมสวยขึ้นกว่าเดิม

2.3.2 ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนวิธีการรักษา เป็นการนำภาพประกอบ เพื่อต้องการให้ผู้อ่านเห็นและเข้าใจถึงวิธีการรักษาด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง ทำให้ผู้อ่านเข้าใจวิธีการและ ขั้นตอนในการรักษาหรือการทำศัลยกรรมได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งที่ช่วยนำเสนอ แนวคิดการชะลอความชราให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างภาพประกอบเรื่อง “ปฏิบัติการเช็ดบิลความ ชราบนใบหน้า” ดังรูป



ภาพที่ 3 ปฏิบัติการเช็ดบิลความชราบนใบหน้า

จากรูปภาพข้างต้น ผู้เขียนบทความได้นำภาพที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนการผ่าตัดดึงหน้า โดยเริ่มจากการเปิดแผลตรงบริเวณหลังหูขึ้นไปจนถึงขมับ และทำการดึงกล้ามเนื้อให้ตึงและเย็บกล้ามเนื้อไว้ด้วยกัน ทำให้กล้ามเนื้อหนังบริเวณหน้าผาก ระหว่างคิ้ว และหางตา ยกกระชับขึ้น ส่งผลให้ผิวหนังบริเวณใบหน้ากลับมาตึงและยกกระชับอีกครั้งหนึ่ง

2.3.3 ภาพประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงปัญหา เป็นการใชภาพประกอบเพื่อต้องการให้ผู้อ่านตระหนักถึงปัญหา โดยชี้ให้เห็นว่าถ้าผู้อ่านละเลย หรือไม่ดูแลรักษาสุขภาพ รูปร่างและความงามอยู่เสมอ ก็จะมีส่งผลให้เกิดปัญหาตามมา รูปภาพประกอบลักษณะนี้ช่วยจุดประกายความคิดของผู้อ่าน ส่งผลให้ผู้อ่านเล็งเห็นความสำคัญของการดูแลรักษา และเห็นถึงปัญหาที่กำลังประสบอยู่ เพื่อที่จะได้ทำการรักษาหรือแก้ไขปัญหานั้นได้ทันเวลา ดังตัวอย่างภาพประกอบเรื่อง “พบแล้ว! โปรตีน PGD2 ตัวการ...ทำศีรษะล้าน”



ภาพที่ 4 พบแล้ว! โปรตีน PGD2ตัวการ...ทำศีรษะล้าน

จากรูปภาพข้างต้น ผู้เขียนบทความได้นำภาพที่แสดงให้เห็นถึงปัญหาผมร่วง ผมบาง ศีรษะล้านของผู้ชาย โดยนำภาพผู้ชายหัวล้านกำลังกุมขมับอยู่มาประกอบบทความ เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัญหาดังกล่าว ซึ่งส่วนมากมักจะเกิดกับผู้ชายมากกว่าผู้หญิง และมีสาเหตุหลักมาจากการมีพันธุกรรม โปรตีน Prostaglandin D2 หรือเรียกสั้น ๆ ว่า PGD2 และในปัจจุบันนี้มีการคิดค้นพัฒนายาต้าน Finasteride และยาทา Minoxidil อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นความหวังของการรักษาโรคศีรษะล้านมากขึ้น

สรุปได้ว่ากลวิธีการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราโดยใช้ภาพประกอบในนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิง ทั้ง 3 ลักษณะ คือ ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงของร่างกาย ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนวิธีการรักษา และภาพประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงปัญหา ซึ่งถือเป็นการนำเสนอภาพเพื่อให้ผู้อ่านได้มองเห็นถึงความสำคัญของการชะลอวัยและเริ่มมีความคิดที่จะดูแลตนเองมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในงานเขียนประเภทบทความของนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ กลวิธีการเขียนบทความ และพฤติกรรมการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราในนิตยสาร กลวิธีการเขียนบทความ พบทั้งหมด 4 กลวิธี ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่อง การเขียนความนำ การเขียนเนื้อความ และการเขียนความสรุป ส่วนพฤติกรรมการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราในนิตยสาร พบทั้งหมด 3 กลวิธี ได้แก่ การใช้บทสัมภาษณ์ดารานักแสดง การใช้ความคิดเห็นจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และการใช้ภาพประกอบ การใช้บทสัมภาษณ์ดารานักแสดง แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ ทศนะเชิงบวกเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมและทศนะเชิงลบเกี่ยวกับการทำศัลยกรรม การใช้ความคิดเห็นจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีการให้ความรู้และข้อคิดเห็นเกี่ยวกับการทำศัลยกรรมจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทุกบทความ ส่วนการใช้ภาพประกอบ แบ่งออกเป็น 3 ลักษณะ ได้แก่ ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงเปลี่ยนแปลงของร่างกาย ภาพประกอบที่แสดงให้เห็นถึงขั้นตอนวิธีการรักษา และภาพประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงปัญหา

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษากิจกรรมการนำเสนอแนวคิดการชะลอความชราในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจจิ้ง ครั้งนี้จะสังเกตเห็นได้ว่า มีการนำเสนอแนวคิดชะลอความชราผ่านงานเขียนประเภทบทความ และมีการใช้บทสัมภาษณ์ดารานักแสดงมาช่วยสนับสนุนแนวคิดการชะลอความชราได้อย่างมีเหตุผล โดยนำเสนอทัศนะของนักแสดงทั้ง 2 แม่มู เพื่อให้อ่านมองเห็นถึงความเป็นกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เพ็ญทิพย์ บัวเพชร (2549) ที่ได้เลือกข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียงในนิตยสารสำหรับสำหรับผู้หญิงมาศึกษาแล้วว่า “นิตยสารสำหรับผู้หญิงมีจุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ คือ การสัมภาษณ์เพื่อบุคลิกภาพ ซึ่งเป็นกลวิธีหนึ่งที่ทำให้นิตยสารสำหรับผู้หญิงได้รับความนิยม” นอกจากนี้เนื้อหาในบทความที่ปรากฏในนิตยสารมุ่งเน้นไปที่การทำศัลยกรรมเป็นส่วนใหญ่ รองลงมา ก็เป็นการดูแลสุขภาพด้วยการออกกำลังกาย การบำรุงผิวพรรณ การใช้เทคนิคหรือเครื่องมือพิเศษในการดูแลสุขภาพความงาม โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการชะลอวัย สะท้อนให้เห็นผู้อ่านหรือประชาชนในปัจจุบันกำลังให้ความสำคัญกับการชะลอความชรามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกายเพื่อดูแลสุขภาพในเบื้องต้น การรับประทานอาหารและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ช่วยการชะลอความชรา จนกระทั่งการทำศัลยกรรมเพื่อให้ได้ผลอย่างรวดเร็วทันใจ ซึ่งปัจจุบันนักวิทยาศาสตร์หรือแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางด้านผิวหนังและด้านศัลยกรรมตกแต่งก็กำลังเป็นศาสตร์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากประชาชนเริ่มให้ความสำคัญกับการชะลอวัยมากขึ้น ดังที่วารสาร “Total Health” ของสหรัฐฯ รายงานว่า มินิวิทยาศาสตร์ของสภาวะวัยชราเทคโนโลยีชีวภาพและวิทยาศาสตร์ชีวภาพ ได้ค้นพบกลไกซึ่งควบคุมความแก่ชราในเซลล์เม็ดเลือดขาวใหม่ได้ เป็นที่ทราบกันว่าภูมิคุ้มกันโรคเป็นเรื่องสำคัญของผู้สูงอายุ เพราะเมื่อแก่ชราลง ระบบภูมิคุ้มกันก็จะอ่อนแรงไปด้วย ส่งผลให้ผู้สูงอายุเจ็บป่วยบ่อยขึ้น ทั้งยังเป็นการบั่นทอนสุขภาพและคุณภาพของชีวิตลงไม่น้อย หัวหน้านักวิจัยกล่าวว่า “ผลการวิจัยครั้งนี้ ได้หนทางที่จะช่วยหนุนระบบภูมิคุ้มกันชั่วคราวในการต่อสู้โรคร้ายให้แข็งแกร่งขึ้น แต่ยังไม่ถึงกับเป็นยาอายุวัฒนะ” และเสริมว่า “เรายัง

ห่างกับการสำรวจความลับของความแก่ชรา เพื่อจะได้ชุบเชลล์โลหิตขาวให้กลับเป็นหนุ่มสาวถาวร อยู่ แต่ก็อาจเป็นไปได้” (คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจิง, มกราคม 2555 : 11) รายงานนี้ สะท้อนให้เห็นว่า นักวิทยาศาสตร์กำลังให้ความสำคัญกับการชะลอความชราและคิดค้นหาวิธีการ เพื่อยับยั้งความชราให้กับมนุษย์โลก

นอกจากนี้โจนาธาน โอแกน (2555) บรรณาธิการนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจิง ได้จัดงานสัมมนาและฝึกอบรม Advance Filler Workshop ครั้งที่ 1 โดยมีวัตถุประสงค์ ในการยกระดับทักษะทางการแพทย์ในการฉีดฟิลเลอร์ด้วยเทคนิคใหม่ ซึ่งได้รับการตอบรับจาก แพทย์เข้าร่วมงานเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นการชี้ว่ากระแสการศัลยกรรมความงามได้เริ่มขยายออกไปทั่วประเทศ ผู้บริโภคมีกำลังซื้อสินค้าและกล้าที่จะทดลองใช้เครื่องมือที่ทันสมัยเพื่อชะลอความ ชราให้กับตนเองมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของนิชา ชัยปฎิวัติ (2555) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพล ต่อการเลือกใช้บริการศัลยกรรมบนใบหน้าของผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ พบว่า “ส่วนใหญ่ผู้หญิงเลือกใช้บริการศัลยกรรมใบหน้าแบบผ่าตัด คิดเป็นร้อยละ 55.8 โดยมองว่า เป็นวิธีที่ได้รับการยอมรับมานาน วิธีที่ได้ปลอดภัยได้รับการรับรองมาตรฐาน จึงเชื่อมั่นในความ ปลอดภัยมากกว่า และไม่ต้องการทำซ้ำหลายครั้ง รองลงมาคือ การทำศัลยกรรมใบหน้าแบบไม่ ผ่าตัด คิดเป็นร้อยละ 28.7 ซึ่งแม้ว่าค่าใช้จ่ายต่อครั้งถูกกว่า เจ็บตัวน้อยกว่า แต่เนื่องจากวัสดุที่ใช้ ส่วนใหญ่สลายได้เองตามธรรมชาติต้องทำซ้ำหลายครั้ง เมื่อมองในภาพรวมการทำศัลยกรรมแบบ ผ่าตัดจึงคุ้มค่ากว่า” ส่วนคนหนุ่มสาวที่ต้องการเพิ่มความดูดีด้วยการทำศัลยกรรมตามนิตยสาร คอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจิง ถือว่าเป็นกลุ่มชะลอความชราเช่นกัน เพราะถือเป็นการ ปกป้องกันความชรา ก่อนถึงวัยและเป็นการรักษารูปร่างที่ดูดีของตนเองไว้ และเติมเต็มในส่วน ที่บกพร่องของตนเองให้ดูดียิ่งขึ้น ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจิง ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ประกอบกับแนวความคิดการชะลอความชราที่พบมากที่สุด ใน นิตยสาร คือ แนวคิดการชะลอความชราเพื่อความสวยความงาม ดังนั้นจึงเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่า ผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ได้ผลิตสื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและแพทย์ที่มีความสนใจใน ศาสตร์การชะลอวัย โดยนำเสนอผ่านกลวิธีการเขียนบทความทั้ง 4 ลักษณะ ได้แก่ การตั้งชื่อเรื่อง การเขียนความนำ การเขียนเนื้อเรื่อง และการเขียนความสรุป และกลวิธีการนำเสนอแนวความคิด การชะลอความชราทั้ง 3 ลักษณะ ได้แก่ การใช้บทสัมภาษณ์ดารานักแสดง การใช้ความคิดเห็นของ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ และการใช้ภาพประกอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำความคิดเห็นของแพทย์ผู้ เชี่ยวชาญมาให้ข้อคิดเห็นท้ายบทความทุกบทความ ทำให้นิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจิง มีความน่าเชื่อถือและได้รับการยอมรับจนเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ส่งผลให้นิตยสารฉบับนี้ มียอดขายเป็นอันดับหนึ่งนั่นเอง

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับความสวยความงามในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ แอนตี้ เอจิง เพื่อจะได้ทราบกรอบความคิดหรือชุดความคิดของผู้ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ที่ต้องการจะ นำเสนอแก่ผู้บริโภค

รายการอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2545). *ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพฯ : เอ็ดดิสันเพรสโปรดักส์.
- โชษิตา มณีโส. (2553). *การใช้ภาษาไทยเพื่อประสิทธิผล*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณิชา ชัยปฏิวัติ. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการศัลยกรรมบนใบหน้าของผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ตอนต้น ในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (33) มกราคม.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (34) กุมภาพันธ์.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (35) มีนาคม.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (36) เมษายน.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (37) พฤษภาคม.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (38) มิถุนายน.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (39) กรกฎาคม.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (40) สิงหาคม.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (41) กันยายน.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (42) ตุลาคม.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 4 (43) พฤศจิกายน.
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. (2555). กรุงเทพฯ : บริษัท พอร์ทัล มีเดีย จำกัด. 5 (44) ธันวาคม.
- นิตยสาร Cosmetic สืบค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561, จาก <http://www.magazinedee.com/home/main/issuelist/ id/294/>
- นิตยสาร Cosmetic beauty and anti aging. สืบค้นเมื่อ 9 มกราคม 2561, จาก <http://www.jobth.com/detail. com.php?gid=0000042713>
- ปิยนงค์ มโนรา. (2553). *การวิเคราะห์เนื้อหาและกลวิธีการนำเสนอวัฒนธรรมเกาหลีที่ปรากฏ*

ในนิตยสารแนวเอเชีย ตะวันออกในประเทศไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต).
เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พฤทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ และทรงภพ ขุนมธูรส. (2557). **กลวิธีการนำเสนอเกี่ยวกับแนวคิดชะลอความชรา
ในนิตยสารคอสเมติก บิวตี้ แอนด์ เฮลท์ เอจจิง** (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ :
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เพิ่มทิพย์ บัวเพชร. (2549). **กลวิธีการนำเสนอบุคคลในบทสัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียงในนิตยสาร
ภาษาไทยสำหรับผู้หญิง** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

รัชนิษฐ์ พงศ์อุดม. (2548). **ความสัมพันธ์ระหว่างภาษากับค่านิยมเกี่ยวกับความงาม : การศึกษา
วาทกรรมโฆษณาเครื่องสำอางในภาษาไทย** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต).
กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วัฒนา แซ่มวงษ์. (2556). **การเขียนบทความ**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

วัลลภา จิระติกาล. (2550). **การใช้ภาษาโน้มน้าวใจในโฆษณาเครื่องสำอางสำหรับผู้ชายใน
นิตยสารผู้ชายปี พ.ศ. 2549** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

สุทธาทิพย์ อร่ามศักดิ์. (2551). **กลวิธีการเขียนเพื่อโน้มน้าวใจในคอลัมน์หมวดแฟชั่นในนิตยสาร
SPICY พ.ศ. 2549** (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2545). **การสื่อข่าว : หลักการและเทคนิค**. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือสถาบัน
ราชภัฏสวนสุนันทา.

อวยพร พานิชและคณะ. (2548). **ภาษาและหลักการเขียนเพื่อการสื่อสาร**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ :
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

New Mexico Media Literacy Prtoject. (2013). **The Language of persuasion**. Retrived 2013,
March 23, from http://www.nmmlp.org/media_literacy/language_persuasion.html.

Straker, D. (2013). **Persuasive Language**. Retrived 2013, March 23, from
<http://changingminds.org/techniques/language/persuasive/persuasive.html>.