ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
247335

MRG5180166 ดร.ศิริพร ภักดีผาสุข

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวาทกรรม “ความเป็นผู้หญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย

โดย ศิริพร ภักดีผาสุข

สิงหาคม 2553

b00252139

ห้องสมุดงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
247335

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวาทกรรม “ความเป็นผู้หญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย

โดย ศิริพร ภักดีผาสุข

สิงหาคม 2553

สัญญาเลขที่ MRG5180166

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการวาทกรรม “ความเป็นผู้หญิง” ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย

ศิริพร ภักดีผาสุข
ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกอ. และ สกว.
ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

สารบัญ

กิตติกรรมประกาศ ..... ก
บทคัดย่อภาษาไทย ..... ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ค
เนื้อหางานวิจัย
บทที่ 1: บทนำ 1
บทที่ 2: แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 10
บทที่ 3: นิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย: การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติ
ทางวาทกรรม 32
บทที่ 4: ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์ "ความเป็นผู้หญิง" ในบทความ
แนะนำวิธีการ (How-to) ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย 45
บทที่ 5: ความสัมพันธ์ระหว่างภาษาและอุดมการณ์ "ความเป็นผู้หญิง" ในโฆษณา
สินค้าและบริการในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย 78
บทที่ 6: วาทกรรม "ความเป็นผู้หญิง" ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย:
การวิเคราะห์วิถีปฏิบัติทางสังคม 109
บทที่ 7: สรุปและอภิปรายผล 126
รายการอ้างอิง 135
Output จากโครงการ 141
ภาคผนวก: บทความเรื่อง Discourse of Femininity in the Advertisements
in Thai Health and Beauty Magazines พร้อมบทคัดย่อ

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่อง "วาทกรรม 'ความเป็นผู้หญิง' ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย" นี้ ได้รับทุนพัฒนาศักยภาพในการทำงานวิจัยของอาจารย์รุ่นใหม่ ประจำปี 2551-2553 จากสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (สกอ.) และสำนักงานกองทุนวิจัยแห่งชาติ (สกว.) สัญญาเลขที่ MRG5180166 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และสำนักงานกองทุนวิจัยแห่งชาติที่ได้กรุณาให้ทุนสนับสนุนการวิจัยดังกล่าวซึ่งเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้งานวิจัยนี้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ทุกประการ นอกจากนี้ ในการประชุมประจำปี "นักวิจัยรุ่นใหม่พบเมธีวิจัยอาวุโส สกว." ผู้วิจัยได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ในการทำวิจัยครั้งนี้จากเมธีวิจัยอาวุโสหลายท่าน ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงอีกครั้งมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. กฤษดาวรรณ หงศ์ลดารมภ์ นักวิจัยที่ปรึกษา ผู้ซึ่งได้กรุณาให้ความรู้และแนะนำแนวทางการวิจัยทางด้านวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์แก่ผู้วิจัย อีกทั้งยังได้กรุณาให้คำแนะนำต่างๆ รวมทั้งให้กำลังใจและเป็นแบบอย่างในการทำงานให้ได้ผลที่ดีที่สุด ความกรุณาของอาจารย์มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อผู้วิจัยในการทำงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยรู้สึกสำนึกในความเมตตาของอาจารย์อยู่เสมอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฐพร พานโพธิ์ทอง ได้กรุณาวิจารณ์ผลงานและให้คำแนะนำต่างๆ โดยเฉพาะคำแนะนำเกี่ยวกับประเด็นทางด้านวัจนปฏิบัติศาสตร์ สิ่งเหล่านี้ล้วนประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับการปรับปรุงงานวิจัยนี้รวมถึงบทความวิจัยที่เป็นผลผลิตของโครงการวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณที่อาจารย์ให้ความกรุณาผู้วิจัยมาโดยตลอด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คารินา โชติรวี ซึ่งได้กรุณาช่วยอ่านและตรวจแก้ต้นฉบับบทความวิจัยภาษาอังกฤษซึ่งเป็นผลผลิตของโครงการวิจัยนี้ อีกทั้งยังให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงบทความวิจัยด้วย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอีกครั้งมา ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัวของผู้วิจัยซึ่งคอยเป็นกำลังใจให้เสมอมาอันส่วนหนึ่งที่ช่วยให้การทำวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ: MRG5180166

ชื่อโครงการ: วาทกรรม "ความเป็นผู้หญิง" ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย

ชื่อนักวิจัยและสถาบัน: ศิริพร ภักดีผาสุข

ภาควิชาภาษาไทย คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail Address: spr1141@hotmail.com

ระยะเวลาโครงการ: 15 พฤษภาคม 2551 ถึง 31 สิงหาคม 2553

247335

งานวิจัยนี้ศึกษาวาทกรรม "ความเป็นผู้หญิง" ในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทยโดยใช้มุมมองวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ วัตถุประสงค์ของงานวิจัยนี้มี 2 ข้อ คือ 1) วิเคราะห์อุดมการณ์ (ideology) เกี่ยวกับ "ความเป็นผู้หญิง" ในบทความแนะนำวิธีการ (How to) และโฆษณาสินค้าและบริการในนิตยสารสุขภาพและความงามภาษาไทย และ 2) วิเคราะห์กลวิธีทางภาษาที่ใช้ในการสื่ออุดมการณ์เกี่ยวกับ "ความเป็นผู้หญิง" ในกลุ่มข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนิตยสารสุขภาพและความงาม จำนวน 6 ชื่อฉบับ ได้แก่ *Health Plus, Health Today, Slimming, Shape, Slim Up* และ *สุขภาพดี* โดยเก็บฉบับที่ตีพิมพ์ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2551 ถึงเดือนเมษายน 2552 ผลการวิจัยพบว่าบทความแนะนำวิธีการ (How-to) และโฆษณาเหล่านี้ถ่ายทอดอุดมการณ์หลักเกี่ยวกับ "ผู้หญิงที่พึงประสงค์" ที่โดยรวมสอดคล้องกัน 3 ประการ กล่าวคือ 1) ผู้หญิงที่ "พึงประสงค์" คือผู้ที่มีรูปลักษณ์บางอย่างซึ่งได้รับการนิยามว่าเป็นเครื่องบ่งบอก "ความสวยสุขภาพดี" อาทิ รูปลักษณ์ที่ดูอ่อนเยาว์ เรือนร่างผอมเพรียว ผิวขาว กระจ่างใส เป็นต้น 2) รูปลักษณ์ที่ตรงข้ามกับลักษณะที่พึงประสงค์โดยเฉพาะความชราและความอ้วนถูกนำเสนอว่าเป็น "ปัญหา"และ "ศัตรู" ผู้หญิงที่มีรูปลักษณ์ไม่พึงประสงค์เหล่านี้กำลังประสบปัญหาและขาดความมั่นใจ และ 3) การปรับเปลี่ยนร่างกายเพื่อให้มีรูปลักษณ์ที่ดูดีสามารถกระทำได้ง่ายดายและมีประสิทธิผลหากปฏิบัติตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญในด้านการดูแลสุขภาพและความงามหรือพึ่ง "พลังมหัศจรรย์" ของสินค้าและบริการที่นำเสนอในโฆษณา ดังนั้นผู้หญิงควรจะปรับปรุงตนเองเพื่อที่จะเป็นคนที่ดีกว่า สำหรับกลวิธีทางภาษานั้น ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้กลวิธีทางภาษาหลายกลวิธีเพื่อสื่อความคิดเชิงอุดมการณ์ดังกล่าว ได้แก่ การเลือกใช้คำศัพท์แบบต่างๆ การใช้มูลบท การใช้อุปลักษณ์ การกล่าวอ้างว่าเป็นความจริงสำหรับผู้หญิง การกล่าวเกินจริง และการสร้างสหบท กล่าวโดยสรุปภาษาในนิตยสารสุขภาพและความงามมีบทบาทในการประกอบสร้างและสื่อชุดความคิดว่าด้วย "ผู้หญิงสวยแบบสุขภาพดี" งานวิจัยนี้มุ่งหวังให้เกิดความรู้เท่าทันวาทกรรมดังกล่าว นอกจากนี้การวิจัยนี้ยังอาจจะนำไปสู่การศึกษาอุดมการณ์อื่นๆ ในนิตยสารสุขภาพและความงามและในนิตยสารประเภทอื่นๆ ต่อไปในอนาคต

คำหลัก: ความเป็นผู้หญิง วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ กลวิธีทางภาษากับอุดมการณ์ ภาษากับเพศสภาวะ นิตยสารสุขภาพและความงาม

Abstract

Project Code: MRG5180166

Project Title: Discourse of Femininity in Health and Beauty Magazines in Thai

Investigator: Siriporn Phakdeephasook

Department of Thai, Faculty of Arts, Chulalongkorn University

E-mail Address: spr1141@hotmail.com

Project Period: 15 May 2008 – 31 August 2010

247335

This research aims at examining the discourse of femininity in health and beauty magazines in Thai by adopting Critical Discourse Analysis approach. The two research objects are 1) to analyze ideology regarding femininity represented in how-to articles and advertisements of products and services in health and beauty magazines in Thai; and, 2) to investigate linguistic strategies used for representing these ideological concepts. The data were gathered from 6 health and beauty magazines including Health Plus, Health Today, Slimming, Shape, Slim Up, and *Sukkhaphap Dee* (Good Health), published during May 2008 and April 2009. It is found that these how-to articles and these ads convey ideology of 'desirable women' which consist of three related ideological concepts. First, "desirable" women are those with physical features defined as symbols of "healthy beauty" including slim and slender figure; youthful appearance; white, clear, and radiant skin; large, firm, and shapely bust; and odorless hidden spot. Secondly, the features opposite to the desirable ones, especially aging and overweight, are construed "problems" and "enemies". Women with these "problems" are in trouble and lacking in confidence. Last, bodily management can be done effortlessly and effectively owing to the advices of the experts and the "magic" of the advertised products and services. Thus, women should improve themselves to be better persons by following the experts' advices or selecting the right products and services for themselves. Various linguistic strategies were manipulated for representing these ideological concepts including the use of lexical selection, presupposition manipulation, metaphors, claiming common fact, overstatements, and intertextuality creation. In sum, language in health and beauty magazines plays a significant role in constructing the ideology of "women with healthy beauty". It is hoped that this study will bring about awareness of this discursive manipulation. Also, this research may lead to other related studies including the analysis of other ideologies in health and beauty magazines and the investigation of ideologies in other types of magazines in Thai.

Key words: femininity; Critical Discourse Analysis; language and ideology; language and gender; health and beauty magazines