

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษารูปแบบและวิธีการนำเสนอทบทวนเชิง  
ไขมันในนิตยสารสตรี 2. เพื่อศึกษาวิธีการในการแยกแยะบทความธรรมชาติ กับบทความเชิง  
ไขมันของผู้อ่าน 3. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยในการรู้เท่าทันบทความเชิงไขมันของผู้อ่าน 4. เพื่อศึกษา  
ถึงอุปสรรคในการรู้เท่าทันบทความเชิงไขมันของผู้อ่าน 5. เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นเชิงศิลธรรม  
และการใช้ประโยชน์ต่อบทความเชิงไขมันของผู้อ่าน แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. การ  
วิเคราะห์เนื้อหา ในนิตยสาร Cleo Cosmopolitan Elle Cheeze และสุดสัปดาห์ ระยะเวลา  
6 เดือน รวม 36 เล่ม 2. การสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่าง อายุ 14-25 ปี จำนวน 15 คน

#### ผลการวิจัยพบว่า

1. สินค้าที่มีการใช้บทความเชิงไขมันมากที่สุดคือ เครื่องสำอาง โดยส่วนมากเป็น  
บทความรำยงานที่มีเนื้อหาทั่วไป ซึ่งมีการตั้งชื่อแบบอคิลามากที่สุด ส่วนมากมีการ  
ไขมันหน้าเดิบกับบทความโดยใส่ภาพที่ห้องไปด้วย ซึ่งมักจะไม่มีการอ้างอิงและระบุ  
ว่าเป็นพื้นที่ไขมัน ส่วนใหญ่มักจะนำเสนอภาพของบุคคลร่วมกับสินค้า
2. ปัจจัยที่ทำให้ผู้อ่านรู้เท่าทันบทความเชิงไขมัน ได้แก่ ข้อความลักษณะเชิงชวน  
แนะนำสินค้า รูปแบบและสีสันของบทความที่สอดคล้องกับสินค้า และพรีเซนเตอร์
3. อุปสรรคในการรู้เท่าทันบทความเชิงไขมัน ได้แก่ การเขียนแบบบทความ  
บรรยายทั่วไป ไม่กล่าวเจาะจงสิ่งใดเป็นพิเศษ
4. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่คิดว่าเป็นการผิดที่ใช้บทความเชิงไขมัน และขอการ  
นำเสนอแบบนี้ เพราะ เป็นการให้ความรู้ เป็นสิ่งที่ดี แต่ส่วนใหญ่มักจะไม่ค่อยนำความรู้ไป  
ใช้ในชีวิตประจำวัน และหากเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับผิวหน้าและผิวพรรณ จะไม่กล้านำไปใช้

The objectives of this research are 1. to study the formats and methods of advertorials in women's magazines. 2. to study how readers differentiate ordinary articles from advertorials. 3. to study the factors to help readers in knowing the tricks of the advertorials. 4. to study the obstacle of the readers in knowing the advertorials' tricks. 5. to study how readers think about morality and the benefit of the advertorials after reading.

The research is divided in two parts. Firstly, the analyses of the contents in the following women's magazines - Cleo, Cosmopolitan, Elle, Cheeze and Sud Sapda, 36 issues during 6 months. Secondly, the interview of sample readers, aged 14-25, totally 15 samples.

**The research results are:**

1. It is found that Cosmetics are the products most used in advertorials. The articles are written like general reports giving information with positive titles, while the advertisement and picture of the product, showing its brand, is put aside on the same page. Usually, there is no reference or indication of the advertising area, but the picture mostly showing beautiful persons with the product.
2. The factors that help the readers to know the advertorials' tricks are the persuading and convincing words introducing the products while the style and colors of the articles go together with the products and the presenter.
3. The obstacle of the readers in knowing the advertorials' tricks is that the writer writes the content in general, giving information in descriptive style without mentioning any particular brand.
4. The majority of the sample readers do not think that writing advertorials is wrong or improper because it is good to gain some knowledge from the content. But most readers do not use such knowledge in daily life. However, it is noticeable that the readers rather not dare use the products concerning face and skin care than other products.