

Independent Study Title Discourse on Cosmetic Surgery in the Magazine
Cosmetic Beauty & Anti Aging

Author Miss Sasipak Wannavech

Degree Master of Arts (English)

Independent Study Advisor
Assoc. Prof. Suphanee Jancamai

ABSTRACT

The research study *Discourse on Cosmetic Surgery in the Magazine Cosmetic Beauty & Anti Aging* was conducted to analyze the use of persuasive strategies and linguistic devices in heading samples for cosmetic surgery by applying the Discourse Theory by Guy Cook, Persuasion in the Media by Timothy A. Borchers, and Dramatism Theory by Kenneth Burke. The data was collected from the headings of articles published from November 2008 to April 2010 in 13 issues of the Thai magazine: *Cosmetic Beauty & Anti Aging*, totaling 42 in all, each comprised of a headline, title and blurb. Then, the data was categorized into two groups to provide the structure of analysis. From the analysis, it was found that two strategies were used in the headings, persuasive techniques and the presentation of cosmetic surgery in positive aspects.

It was found that two strategies were used in writing the persuasive headings. The first was the use of a single theory (24 of 42) and the second was the use of a combination of theories (18 of 42). For a single theory, it was found that the Discourse Theory was applied in the highest number of the headings (10 of 24). The language devices of the Discourse Theory found in the headings involved repetition, lexical chains, referring expression, ellipsis, and parallelism. For combinations of the theories, it was found that two combinations of theories; the Dramatism Theory and Persuasion in the Media, and the Persuasion in the Media and Discourse Theory were used in the highest number (7 of 18).

The presentation of cosmetic surgery in the positive aspects is expressed through the use of positive words, which reflect satisfactory outcomes. The benefits and advantages of cosmetic surgery are mentioned rather than the risks of operations and any possible post-operative complications. It was found that the presentation process of the selected headings usually started by specifying a technique to improve a specific part of body in the title, followed by clarifying the very technique in the headline and presenting the solutions, desirable outcomes or the benefits of cosmetic surgery in the blurb, without mentioning any risk or negative effect.

In conclusion, the headings used in the magazine *Cosmetic Beauty & Anti Aging* aim to persuade the readers to see both the necessity and the efficiency of cosmetic surgery, especially regarding the surgical procedures on the head and face. The headings present the benefits of cosmetic surgery rather than mention the undesirable effect and possible risks. In both schemes, the use of a single theory and a combination of theories were aimed at making the headings highly persuasive.

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

วาทกรรมศัลยกรรมความงามในนิยายสาร
คอสมेटิก บิวตี้แอนด์แอนไทเอจิง

ผู้เขียน

นางสาวศศิภัค วรรณเวช

ปริญญา

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ)

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

รองศาสตราจารย์ สุภาณี จันทร์คำอ้าย

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องวาทกรรมศัลยกรรมความงามในนิยายสารคอสมेटิกบิวตี้แอนด์แอนไทเอจิง มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การใช้ยุทธวิธีในการ โน้มน้าวใจและกลวิธีทางภาษาในหัวเรื่องของ บทความที่เกี่ยวข้องกับการทำศัลยกรรมความงาม โดยใช้ทฤษฎีวาทกรรมในทัศนะของกายคุก ทฤษฎีการโน้มน้าวใจในสื่อในทัศนะของทิมอที เอ บอร์เซอร์ และทฤษฎีดรามาทิสซิมในทัศนะของ เคนเนธ เบิร์ค ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้รวบรวมจากหัวเรื่องของบทความในนิยายสารคอสมेटิกบิวตี้ แอนด์แอนไทเอจิง ที่ตีพิมพ์ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2551 ถึง เมษายน 2553 รวม 13 ฉบับ โดย แต่ละหัวเรื่องที่คัดเลือกมานั้นมีจำนวนทั้งสิ้น 42 ตัวอย่าง แต่ละหัวเรื่องจะประกอบไปด้วย พาดหัวเรื่อง ชื่อเรื่อง และข้อความเด่น ข้อมูลดังกล่าวถูกจัดเป็นสองกลุ่มเพื่อวางรูปแบบของการ วิเคราะห์ ผลของการวิเคราะห์พบสาระสำคัญ 2 ประการ คือ การใช้เทคนิคการจูงใจและการ นำเสนอการทำศัลยกรรมความงามในแง่บวก

สำหรับการใช้เทคนิคการจูงใจพบกลวิธีในการเขียน 2 รูปแบบ ได้แก่ การใช้ทฤษฎีเดียว เป็นจำนวน 24 จาก 42 ตัวอย่าง และการใช้ทฤษฎีแบบผสมผสานเป็นจำนวน 18 จาก 42 ตัวอย่าง รูปแบบของการใช้ทฤษฎีเดียวนั้นพบว่ามีการใช้ทฤษฎีวาทกรรมมากที่สุดเป็นจำนวน 10 จาก 24 ตัวอย่าง ในจำนวนตัวอย่างทั้งหมดกลวิธีทางภาษาที่ใช้ได้แก่ การใช้คำซ้ำ การใช้กลุ่มคำเหมือน การอ้างอิงบุคคล การละคำ และการสร้างประโยคให้มีความสอดคล้อง ส่วนการใช้ทฤษฎีแบบผสมผสานพบรูปแบบที่นิยมใช้ ได้แก่ การผสมผสานระหว่างทฤษฎีครามาทิสซิมกับทฤษฎีการโน้มน้าวใจในสื่อ และระหว่างทฤษฎีการโน้มน้าวใจในสื่อกับทฤษฎีวาทกรรม กลยุทธ์การผสมผสานทั้งสองแบบถูกนำมาใช้มากที่สุดเป็นจำนวน 7 จาก 18 ตัวอย่าง

การนำเสนอการทำศัลยกรรมความงามในแง่บวกนั้นพบว่ามีการใช้ถ้อยคำในแง่บวกที่สื่อถึงประโยชน์และผลที่น่าพอใจของการทำศัลยกรรมความงาม โดยหลีกเลี่ยงที่จะกล่าวถึงความเสี่ยงของการผ่าตัดและภาวะแทรกซ้อนหลังการผ่าตัดที่อาจเกิดขึ้น ขั้นตอนการนำเสนอส่วนใหญ่จะเริ่มจากการระบุวิธีการปรับปรุงส่วนต่างๆของร่างกายในภาคหัวเรื่อง ตามด้วยการให้รายละเอียดของวิธีการนั้นๆในชื่อเรื่อง และการแสดงให้เห็นถึงวิธีแก้ปัญหาและผลลัพธ์ที่น่าพอใจของการทำศัลยกรรมความงามในข้อความเด่น โดยที่ไม่กล่าวถึงความเสี่ยงหรือผลเสียใดๆของการทำศัลยกรรมความงาม

โดยสรุปแล้ว หัวเรื่องของบทความในนิตยสาร *คอสเมติกบิวตี้แอนด์แอนไทม์* เองจึง มีวัตถุประสงค์เพื่อโน้มน้าวใจผู้อ่านให้เห็นถึงความจำเป็นและประสิทธิผลของการทำศัลยกรรมความงาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำศัลยกรรมแบบผ่าตัดบริเวณศีรษะและใบหน้า ในหัวเรื่องชี้ให้เห็นถึงข้อดีของการทำศัลยกรรมความงามมากกว่าผลลัพธ์ที่ไม่พึงประสงค์และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ โดยมีการใช้ทฤษฎีทั้งแบบเดี่ยวและแบบผสมผสานเพื่อทำให้หัวเรื่องนั้นมีความโดดเด่น