

## อาหารกับการประกอบสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพ ในนิตยสาร Men's Health

วิภาดา รัตนดิลก ณ ภูเก็ต<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษามายาคติความเป็นชายรักสุขภาพที่ถูกประกอบสร้างผ่านวาทกรรมอาหารในนิตยสาร Men's Health ปี พ.ศ. 2557 - 2559 ผลการวิจัยพบว่า มายาคติความเป็นชายรักสุขภาพประกอบด้วย (1) ผู้ชายรักสุขภาพต้องฉลาดเลือกบริโภค (2) ผู้ชายรักสุขภาพต้องใส่ใจเรื่องรูปร่าง ต้องเพิ่มกล้ามเนื้อ และหุ่นดี ไม่อ้วน จนกลายเป็นผู้ชายกล้ามอ้วน และต้องใส่ใจเรื่องความงามของเส้นผมและผิวพรรณ (3) ผู้ชายรักสุขภาพรับประทานอาหารว่างอย่างมีประโยชน์ และ (4) ผู้ชายรักสุขภาพเข้าครัวได้ ปรุงอาหารเป็น มายาคติเหล่านี้สื่อสารผ่านกลวิธีทางภาษา ได้แก่ (1) การเลือกใช้ศัพท์ (2) การแทรกสบทอ้างอิงข้อมูล หลักฐานการวิจัยทางการแพทย์ ทางวิทยาศาสตร์ หรือการอ้างคำกล่าวของแพทย์ คำกล่าวของนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญเฉพาะทาง (3) มุลบท และ (4) การตั้งคำถามเชิงวาทศิลป์ มายาคติเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะสะท้อนให้เห็นว่าอาหารเป็นสินค้าที่แสดง สื่อ และสะท้อนวิถีชีวิตของผู้ชายที่รักสุขภาพ แต่ยังคงกลายเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงหรือกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าอื่นๆ อย่างไม่สิ้นสุด

**คำสำคัญ:** อาหาร มายาคติ ความเป็นชายรักสุขภาพ นิตยสาร Men's Health

---

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำภาควิชาภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

## Food and the Construction of Masculine Health-Conscious Myth in Men's Health Magazines

*Wipada Rattanadilok Na Phuket*<sup>2</sup>

### Abstract

The article examines the masculine health-conscious myth constructed through discourse in Men's Health magazine during 2014 – 2016. It was found that the masculine health-conscious myth consist of (1) The Health-Conscious men must eat smart. (2) The Health-Conscious men must care about their body (body building), being in shape, and scare of obesity and must also care about their hair and skin health. (3) The Health-Conscious men benefit from having snacks. (4) The Health-Conscious men are able to cook. These myths communicate through linguistic strategies: (1) Choosing Word (2) Intertextuality reference insertion, medical evident, scientific evident or medical doctor reference, researchers who specialized in the field (3) Fundamental and (4) Rhetoric inquiry. These masculine health-conscious myth do not only reflect that food is a product showing, conveying, reflecting way of health-conscious men lives but food is also a medium which connect and stimulate other consuming products endlessly.

**Keywords :** food, myth, masculine health-conscious, Men's Health magazines

---

<sup>2</sup> Lecturer, Thai Language Department, Faculty of Humanities, Kasetsart University

## บทนำ

สังคมปัจจุบัน อาหารมิได้เป็น 1 ในปัจจัย 4 ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพื่อความอยู่รอดเพียงเท่านั้น หากแต่อาหารได้เข้ามามีบทบาทเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง เป็นทั้งผลผลิตและกระจกสะท้อนโครงสร้างทางสังคม (Counihan, 1999, p.6) เราอาจเรียนรู้ เข้าใจสังคมและวัฒนธรรมหนึ่งๆ ผ่านอาหาร รวมทั้งอาจเรียนรู้และเข้าใจตัวตนของมนุษย์ผ่านอาหารได้เช่นกัน

หากจะศึกษามิติทางเพศสภาพของมนุษย์ อาหารเป็นสื่อประกอบสร้างและสะท้อนเพศสภาพได้ทางหนึ่ง อาหารสามารถแยกความเป็นชายเป็นหญิงได้ อาทิ ผู้ชายควรรับประทานอะไร ผู้หญิงควรรับประทานอะไร (อรุชยา ผู้พัฒนา, 2547) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเพศสภาพของมนุษย์ผ่านอาหาร เมื่อพิจารณาสภาพสังคมปัจจุบันจะเห็นว่าเพศชายตอบรับกระแสรักสุขภาพเป็นอย่างดี ทั้งยังเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จึงน่าสนใจว่ากระแสความเป็นชายรักสุขภาพในสังคมปัจจุบันเป็นอย่างไร นำไปสู่คำถามวิจัยว่าอาหารซึ่งเป็นวาทกรรมหนึ่งอันเกิดจากการประกอบสร้างและผลิตซ้ำของสื่อมวลชนนั้นได้ประกอบสร้างมายาคติหรือความคิดความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นชายรักสุขภาพไว้อย่างไร

นิตยสารเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่ทรงอิทธิพลในสังคม ทำหน้าที่ทั้งสื่อ สร้าง และสะท้อนความคิด ความเชื่อของสังคมได้ จากการสำรวจตลาดนิตยสารปัจจุบันพบว่า นิตยสาร Men's Health น่าจะเป็นนิตยสารที่ตอบโจทย์การวิจัยนี้ได้ดีที่สุดใน เนื่องจากเป็นนิตยสารที่เน้นแนวคิดและมุ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ชายรักสุขภาพ และยังเป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับต้นๆ ทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ ได้รับการตีพิมพ์มากถึง 37 ภาษา และจำหน่ายใน 45 ประเทศทั่วโลก อย่างไรก็ตาม แม้นิตยสาร Men's Health จะเป็นนิตยสารหัวนอกจากประเทศสหรัฐอเมริกา แต่เมื่อเป็นนิตยสารฉบับภาษาไทยก็ได้มีการปรับ

รูปแบบและเนื้อหา มีทั้งเรื่องแปลจากนิตยสารต้นฉบับและเรื่องใหม่เข้ากับบริบทของสังคมและวัฒนธรรมไทย นิตยสารดังกล่าวจึงเป็นพื้นที่หนึ่งซึ่งแสดงให้เห็นการรับอิทธิพลจากต่างประเทศ และการผสมผสาน ปรับใช้ให้เข้ากับบริบทสังคมและวัฒนธรรมไทยได้

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษามายาคติความเป็นชายรักสุขภาพที่ถูกประกอบสร้างผ่านวาทกรรมอาหารในนิตยสารดังกล่าวเพื่อเผยให้เห็นว่า สื่อมวลชนซึ่งเป็นผู้ที่มีบทบาทต่อการกำหนดความเป็นไปในสังคมนั้นได้ประกอบสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพผ่านวาทกรรมอาหารอย่างไร อันจะนำไปสู่ความรู้เท่าทันสื่อต่อไป

### วัตถุประสงค์การวิจัย

ศึกษามายาคติความเป็นชายรักสุขภาพที่ถูกประกอบสร้างผ่านคอลัมน์อาหารในนิตยสาร Men's Health

### ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเฉพาะวิจนภาษาในคอลัมน์อาหารในนิตยสาร Men's Health ฉบับภาษาไทย ตั้งแต่เดือนมกราคม 2557 - เดือนมิถุนายน 2559 รวม 30 ฉบับ ดังนี้

1. คอลัมน์ Nutrition : The best life
2. คอลัมน์ Nutrition : Prime life
3. คอลัมน์ Life coach : Complimentary drink
4. คอลัมน์ Life coach : Good plate

### วิธีการวิจัย

1. ศึกษาทบทวนแนวคิด ทฤษฎี ได้แก่ วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ มายาคติ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. เก็บข้อมูลตามขอบเขตการวิจัย

3. วิเคราะห์ชุดความคิดเกี่ยวกับมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพที่ถูกประกอบสร้างผ่านกลวิธีทางวาทภาษาในนิตยสาร Men's Health ตามขอบเขตข้อมูล และวิเคราะห์อุดมการณ์ที่อยู่เบื้องหลังตามแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์
4. เรียบเรียงผลการวิเคราะห์ สรุปลงและอภิปรายผลการวิจัย

**แนวคิด ทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย และตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง**  
**วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์**

“วาทกรรม หมายถึง ระบบและกระบวนการในการสร้าง/ผลิต (constitute) เอกลักษณ์ (identity) และความหมาย (significance) ให้กับสรรพสิ่งต่างๆ ในสังคมที่ห่อหุ้มเราอยู่ ไม่ว่าจะเป็ความรู้อ ความจริง อำนาจ หรือตัวตนของเราเอง”

(ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2542, น. 3-4)

วาทกรรมคือวิถีปฏิบัติหรือกระบวนการในการสร้าง “ความหมาย” ให้แก่สิ่งต่างๆ อย่างเป็นระบบ (ณัฐพร พานโพธิ์ทอง, 2556, น. 6) ซึ่งมีลักษณะเป็นชุดความคิดที่แฝงเร้นด้วยอำนาจและอุดมการณ์ของสังคมผ่านช่วงเวลาหนึ่งๆ (กฤษดาวรรณ หงส์ลดาธรรม์ และ จันทิมา เอี่ยมานนท์, 2549, น. 8)

การศึกษาวาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์เป็นการวิเคราะห์วาทกรรมโดยมุ่งศึกษาวิถีการใช้อำนาจทางสังคมในทางที่ผิด การครอบงำ และความไม่เท่าเทียมกันที่ถูกต้องยกย้าและผลิตซ้ำผ่านตัวบท วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์จึงเป็นแนวทางการวิจัยเพื่อเผยให้เห็นความไม่เท่าเทียมกันในสังคม และต่อต้านความไม่เท่าเทียมนั้น (Fairclough, 1995a. pp. 132-133 ; van Dijk, 2003, p. 352)

## มายาคติ

"มายาคติ" หรือความคิด ความเชื่อที่คนส่วนใหญ่ในสังคมยอมรับโดยไม่ตั้งคำถามและเป็นความคิด ความเชื่อที่สอดคล้องกับระบบอำนาจที่ดำรงอยู่ในสังคมในขณะนั้น

มายาคติเป็นผลลัพธ์/ผลผลิตของกระบวนการในการเปลี่ยนแปลงลดทอน ปกปิด อำพราง บิดเบือนฐานะการเป็นสัญญาณของสรรพสิ่งในสังคมให้กลายเป็นเรื่องของธรรมชาติ เป็นสิ่งปกติธรรมดา หรือเป็นสิ่งที่มิมีบทบาท หน้าที่ในเชิงประโยชน์ใช้สอยใดๆ ในสังคม

(ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2555, น. 91)

คำว่า "มายาคติ" ในระยะแรกบาร์ตส์ใช้ในความหมายของภาพลวงตา แต่ต่อมาบาร์ตส์ใช้ในความหมายของภาษาชนิดหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่า มายาคติเป็นระบบของการสร้างความหมาย เป็นการพูด/การใช้ภาษาที่มีเจตนาเฉพาะกำกับแบบหนึ่งที่ทำผ่านวาทกรรมความหมายที่ถูกประกอบสร้างขึ้นนั้นเป็นความหมายชุดที่สองที่วางอยู่บนระบบภาษา ซึ่งความหมายในระดับนี้มักเป็นพื้นที่ที่ชุกซ่อนอุดมการณ์ทางสังคมเอาไว้ เมื่อมีการประกอบสร้างมายาคติแล้วก็จะเกิดกระบวนการทำให้เกิดการยอมรับในสังคมในวงกว้าง อย่างไรก็ตามบทบาทหน้าที่หลักของมายาคติมิใช่การปิดบังอำพราง เกือบปิดกั้นอย่างที่มีกนิยมเข้าใจกัน แต่เป็นเรื่องของการบิดเบือนให้มองไม่เห็นมากกว่า (บาร์ตส์, โรลิ่งด์, 2551, น. 7; กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2553, น. 426-429; ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2555, น. 94 - 136) ทำให้มายาคติหรือความคิด ความเชื่อนี้เป็นสิ่งที่ดูเหมือนเป็นธรรมชาติ

## ตัวอย่างงานวิจัย

จากการสำรวจงานวิจัยเบื้องต้นยังไม่พบงานวิจัยแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ทางภาษาศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับเพศสภาพและมายาคติโดยตรง ผู้วิจัยจึงจะยกตัวอย่างงานวิจัยแนววาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ทางภาษาศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับเพศสภาพ ในแง่ของสัญญา อัตลักษณ์และอุดมการณ์ ดังนี้

เทพี จรัสจรวงเกียรติ (2549) ศึกษาปริจเฉทเรื่องเล่าในโฆษณาในงานวิจัยเรื่อง *ฉลาด สวย รวย เก่ง: การสร้างคุณค่าเชิงสัญญาผ่านเรื่องเล่าในโฆษณาของนิตยสารผู้หญิงไทย* จากโฆษณาในนิตยสารผู้หญิงรายปักษ์ที่ขายดีสูงสุด<sup>3</sup> ทั่วประเทศ ได้แก่ ขวัญเรือน ดิฉัน แพรว และลิซ่า ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2546 – ธันวาคม 2546 จำนวน 30 ฉบับ ผลการวิเคราะห์โครงสร้างและกลวิธีการใช้ภาษาแสดงให้เห็นว่าปริจเฉทโฆษณามุ่งสร้างสัญญาให้แก่สินค้ามากกว่าจะกระตุ้นให้เกิดการบริโภคเท่านั้น ปริจเฉทโฆษณาดังกล่าวมุ่งเสนออุดมการณ์ว่าผู้ที่ใช้สินค้าเหล่านี้ล้วนเป็นผู้ที่ทั้งฉลาด สวย รวย และเก่ง สินค้าเหล่านี้มีคุณค่าทางใจ ผู้ใช้สินค้าเป็นผู้มีระดับ มีภาพลักษณ์ดีและเป็นต้นแบบของคนในสังคม ผลการวิจัยยังนำไปสู่การตั้งคำถามให้เกิดการตระหนักรู้ว่า อุดมการณ์ทางภาษาที่ปรากฏในเรื่องเล่าโฆษณาเหล่านั้นเป็นอุดมการณ์ทางภาษาที่แท้จริงหรือเป็นเพียงมายาคติที่สื่อใช้เป็นเครื่องมือสร้างความคิด ความเชื่อเพื่อให้เกิดกระแสความคิดตามที่ต้องการ

Siriporn Phakdeephassook (2007) ศึกษาวาทกรรมโฆษณา เรื่อง *A Smart Person Knows How to Consume Healthily : A Study of Advertising Discourse of Health-Claimed Products and Services in Thai* หรือ *คนฉลาดย่อมรู้จักบริโภคเพื่อสุขภาพ : การศึกษาวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพในภาษาไทย* จาก

<sup>3</sup> เทพี จรัสจรวงเกียรติ ให้ข้อมูลว่า นิตยสารที่ขายดีที่สุด มี 5 ชื่อ นิตยสาร ได้แก่ ขวัญเรือน กุลสตรี ดิฉัน แพรว และลิซ่า แต่เนื่องจากนิตยสารกุลสตรีไม่มีโฆษณาเข้าเกณฑ์ที่กำหนด จึงไม่นำมาศึกษาในงานดังกล่าว

โฆษณาในนิตยสารสุขภาพ 7 ชื่อฉบับ ได้แก่ นิตยสารใกล้หมอ นิตยสารหมอชาวบ้าน นิตยสารชีวจิต นิตยสาร Health Today นิตยสาร Health Plus นิตยสาร Slimming และ นิตยสาร Men's Health ฉบับเดือนกันยายน 2549 – มีนาคม 2550 ผลการวิจัยพบว่าวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพใช้กลวิธีทางภาษา อาทิ การเลือกใช้คำศัพท์ การใช้มูลบท การใช้คำถามเชิงวาทศิลป์ และการใช้สทบท เพื่อสร้างความคิดว่าการบริโภคสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพเป็นสิ่งจำเป็น มิได้เป็นเพียงแค่ทางเลือกเท่านั้น เพราะสุขภาพเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อต้องเผชิญกับภาวะเสี่ยงในปัจจุบัน สินค้าและบริการเพื่อสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับคนฉลาด อุดมการณ์ของผู้บริโภคสินค้าและบริการดังกล่าวจึงเป็นคนฉลาดและรู้จักเลือก

วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ (2553) ศึกษา *อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย* จากนิตยสาร GM, FHM, Men's health และ Crush ฉบับเดือนมกราคม – ธันวาคม 2552 ผลการวิจัยพบว่ากลวิธีทางภาษาต่างๆ อาทิ การเลือกใช้คำหรือกลุ่มคำ การอ้างถึง การใช้อุปลักษณ์ การใช้มูลบท การใช้คำถามวาทศิลป์ การกล่าวเกินจริง การใช้สทบท การยืนยันด้วยคำสัมภาษณ์ของดาราหรือผู้มีชื่อเสียง การใช้ภาพและสีประกอบการโฆษณา สะท้อนอุดมการณ์ความเป็นชายซึ่งประกอบด้วย ผู้ชายต้องมีรูปลักษณ์ดูดีอย่างไม่มีที่ติ ผู้ชายต้องมีบทบาทในพื้นที่สาธารณะ ผู้ชายต้องเป็นสุภาพบุรุษและเรื่องเพศเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต อุดมการณ์ความเป็นชายทั้งหลายเหล่านี้จะสมบูรณ์ได้ดียิ่งขึ้นเมื่อผู้ชายได้บริโภคสินค้าและบริการตามที่โฆษณานำเสนอ

ผลการวิจัยข้างต้นแสดงให้เห็นความสำคัญของภาษาที่สื่อใช้เป็นเครื่องมือประกอบสร้างความคิด ความเชื่อว่าสินค้าและบริการต่างๆ นี้ล้วนเป็นสิ่งเติมเต็มชีวิตให้สมบูรณ์ หรือนำไปสู่ความสุข ความสำเร็จในชีวิตได้

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยเกี่ยวกับเพศสภาพในมุมมองนิเทศศาสตร์ สังคมศาสตร์อยู่เป็นจำนวนมาก อาทิ งานวิจัยของวรรณภรณ์ สุขมาก (2547) ศึกษาเรื่อง *นิตยสารผู้ชายกับกระบวนการสร้างความเป็นชายแบบ "เมโทรเซ็กส์ชวล"* โดยการวิเคราะห์เนื้อหา นิตยสารผู้ชาย GM, BOSS และ Esquire ฉบับปี พ.ศ. 2547 รวมทั้งสิ้น 36 ฉบับ และการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการนิตยสารและตัวแทนจากบริษัทโฆษณา ผลการวิจัยพบว่า ภาพตัวแทนของความเป็นชายแบบเมโทรเซ็กส์ชวลเป็นผู้ชายที่หันมาดูแลตัวเอง และเห็นว่าใช้เครื่องสำอางเช่นผู้หญิงเป็นเรื่องธรรมดา หรืองานวิจัยของ สุนันทา อิมประไพ (2551) ศึกษา *การสร้างภาพตัวแทนของผู้หญิงสุขภาพดีในนิตยสารสุขภาพและความงาม* แม้จะไม่ได้เป็นงานวิจัยทางภาษา แต่ก็แสดงให้เห็นว่าสื่อมีกระบวนการเลือกนำเสนอลักษณะบางอย่างเพื่อสร้างภาพแทนของผู้หญิงสุขภาพดี ภาพแทนจึงไม่ใช่ภาพสะท้อนความจริงทั้งหมด แต่เป็นการประกอบสร้างจากกลุ่มผู้มีอำนาจซึ่งมักเป็นผู้ได้ประโยชน์จากภาพแทนนั้น

กล่าวได้ว่า แม้จะมีผู้สนใจศึกษาเพศสภาพตามแนวความคิดทฤษฎีวิเคราะห์เชิงวิพากษ์อยู่จำนวนหนึ่ง แต่ยังไม่มียงานวิจัยใดที่มุ่งศึกษามายาคติความเป็นชายรักสุขภาพผ่านการวิเคราะห์ภาษาในวาทกรรมอาหาร งานวิจัยเรื่อง "อาหารกับการประกอบสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพในนิตยสาร Men's Health " นี้ จึงน่าจะเผยให้เห็นมายาคติดังกล่าว และขยายขอบเขตการวิจัยให้กว้างขวาง ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

### ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ "อาหารกับการประกอบสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพในนิตยสาร Men's Health" ปี พ.ศ. 2557 - 2559 พบว่านิตยสารได้ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือประกอบสร้างมายาคติหรือความคิด ความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นชายรักสุขภาพให้แก่กลุ่มผู้อ่านเป้าหมายหลักของนิตยสารซึ่งเป็นผู้ชายวัยผู้ใหญ่ตอนต้น อายุ 21-30 ปี และวัยผู้ใหญ่

ตอนกลาง อายุ 31 - 45 ปี เป็นกลุ่มผู้ชายทำงานที่มีกำลังซื้อและพิถีพิถันเรื่องอาหารการกิน เพื่อให้มีสุขภาพดี

### คำว่า "สุขภาพดี" คืออะไร

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านิตยสารได้ให้นิยามหรือคำจำกัดความของคำว่าสุขภาพดีไว้ 2 ประการ คือ (1) สุขภาพดี หมายถึง ความสมบูรณ์แข็งแรง ความไม่เจ็บป่วย ไม่เป็นโรค ซึ่งเป็นความคิด ความเชื่อหรืออาจจะเรียกได้ว่าเป็นสัญญาณหนึ่งที่มีอยู่เดิมในสังคม นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นว่าคำว่า "สุขภาพดี" ในนิตยสาร Men's Health อีกความหมายหนึ่งที่ขยายความรวมถึงเรื่องรูปร่างและความงามด้วย กล่าวคือ (2) สุขภาพดีที่แสดงผ่านรูปร่างดี ในที่นี้มุ่งเน้นคุณลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ กล้ามเนื้อ และหุ่นดี ไม่อ้วน ส่วนความงามที่ถูกกล่าวถึงจะมุ่งเน้นไปที่เส้นผมดำ มั่นเงา และผิวพรรณชุ่มชื้น ไร้ริ้วรอย การสร้างความกังวลเกี่ยวกับรูปร่างและความงามให้แก่ผู้ชายกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารนี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นมายาคติใหม่ที่นิตยสารหรือกลุ่มผู้มีอำนาจที่อาจได้ประโยชน์จากมายาคติดังกล่าวกำลังพยายามสร้างมายาคตินี้ขึ้น

**อาหารกับการประกอบสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพในนิตยสาร Men's Health ประกอบด้วย**

### (1) ผู้ชายรักสุขภาพ ต้องฉลาดเลือกบริโภค

ผลการวิเคราะห์ที่ตัวบทแสดงให้เห็นว่านิตยสาร Men's Health ได้ประกอบสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพที่จะต้อง "ฉลาดเลือกบริโภค" กล่าวคือ ผู้ชายที่รักสุขภาพจะต้องฉลาดเลือกบริโภคอาหารอร่อยและดี ในที่นี้หมายถึงรวมทั้งวัตถุดิบดีและเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ

**ตัวอย่าง 1** กินดิบก็อร่อยได้...ง่ายนิดเดียว

การนำผักบางชนิดมาปรุงแบบสุกจนและ อาจจะทำให้คุณเบื่อจนพาลไม่  
อยากกิน โชคดีที่ยังมีอีกหนึ่งทางเลือก นั่นคือการกินทั้งดิบๆ ซึ่งนอกจากจะอร่อย  
กว่า ทางเลือกนี้ยังดีต่อสุขภาพมากกว่าด้วย

(Nutrition: The best life, 2557จ, น. 78)

จากตัวอย่าง (1) กล่าวถึงการรับประทานผักแบบสดๆ ดิบๆ ว่าเป็นทางเลือกที่ง่าย  
อร่อยและดีต่อสุขภาพมากกว่าการรับประทานแบบปรุงสุก การเลือกใช้คำศัพท์ "ทางเลือก"  
แสดงให้เห็นว่าผู้เขียนมีโอกาส ในที่นี้คือ มีตัวเลือกหรือวิธีรับประทานผักมากกว่าหนึ่งทาง คน  
ที่รักสุขภาพก็จะต้องเลือกวิธีรับประทานอย่างฉลาด เลือกอาหารอร่อย ดีต่อสุขภาพ หรือต้อง  
อร่อยและดีต่อสุขภาพมากกว่าอีกทางหนึ่ง คำว่า "กว่า" แสดงการเปรียบเทียบทั้ง "อร่อยกว่า"  
"ดี...มากกว่า" ช่วยเสริมหรือสนับสนุนให้เห็นว่าเป็นทางเลือกของคนฉลาดที่รู้จักเลือกบริโภค  
และจากการวิเคราะห์ด้วยบททั้งหมดแสดงให้เห็นการปรากฏซ้ำของชุดคำศัพท์ "ทางเลือก"  
"เลือก" พร้อมกับคำขยายคุณลักษณะของอาหารที่จะต้อง "อร่อย" "ดีต่อสุขภาพ" "มี  
ประโยชน์" ซึ่งมักปรากฏร่วมกับการบรรยายสรรพคุณ คุณประโยชน์ของอาหารชนิดต่างๆ  
โดยการแทรกสทอปซึ่งปรากฏ 2 ลักษณะด้วยกันคือ 1. การอ้างอิงข้อมูล หลักฐานการวิจัย  
ทางการแพทย์ ทางวิทยาศาสตร์ หรือ 2. การอ้างคำกล่าวของแพทย์ คำกล่าวของนักวิจัยที่มี  
ความเชี่ยวชาญชำนาญเฉพาะทาง เช่น นักวิทยาศาสตร์ นักวิทยาศาสตร์การอาหาร นัก  
โภชนาการ ดังตัวอย่าง (2)

**ตัวอย่าง 2** ปลาเป็นอาหารที่แทบทุกครัวเรือนบริโภคกัน เพราะย่อยง่ายและดีต่อ  
สุขภาพ แถมยังมีราคาถูกอีกต่างหาก ในบ้านเรามีปลามากมายให้เลือกรับประทาน  
อย่างเช่น ปลาอินทรีเป็นปลาที่มีโปรตีนสูง มีกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายหลาย

ชนิด โดยเฉพาะไลซีนและทรีโอนีน ซึ่งมีผลต่อพัฒนาการสมอง และช่วยในการเจริญเติบโตของวัยเด็ก เช่นเดียวกับปลาแซลมอนที่มีแคลเซียมสูง ช่วยบำรุงกระดูกและฟัน นอกจากนี้ยังช่วยลดคอเลสเตอรอลและไขมันที่ขอบเสสมตามผนังหลอดเลือด ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคหัวใจและหลอดเลือดอีกด้วย รวมทั้งช่วยลดความดันโลหิต เมื่อรับประทานเป็นประจำ กรด DHA ในปลาแซลมอนจะช่วยพัฒนาสมอง สายตา ความจำ และการเรียนรู้ในวัยเด็กในต่างประเทศบอกว่าหากรับประทานบ่อยๆ จะช่วยลดน้ำหนักได้ด้วย

สำหรับสองเมนูที่เราแนะนำในฉบับนี้คือ พลาปลาอินทรี และแซลมอนย่างหนังกรอบ ซึ่งนอกจากความอร่อยแล้ว ยังอุดมไปด้วยคุณค่าดีๆ อาทิ ไบโอสระแห่นที่อยู่ในเมนูพลาปลาอินทรีนั้นดีต่อร่างกาย มีสรรพคุณช่วยในการขับเหงื่อ บำรุงสายตา ระงับกลิ่นปาก ขับลมในลำไส้ และช่วยย่อยอาหาร

ส่วนบรอกโคลีที่เป็นส่วนผสมอย่างหนึ่งของแซลมอนย่างหนังกรอบ ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันให้กับร่างกายป้องกันโรคระดุกพรุน เนื่องจากบรอกโคลีเป็นผักที่มีแคลเซียมสูง สำหรับสารซัลโฟราเฟนในบรอกโคลีจะป้องกัน การทำลายของหลอดเลือดที่เกิดจากโรคเบาหวานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังช่วยลดระดับคอเลสเตอรอล ผักชนิดนี้ยังมีสารเคอร์ซีทีนซึ่งเป็นตัวช่วยเพิ่มความอึด ทำให้คุณออกกำลังกายได้นานขึ้นอีกด้วยครับ

(Nutrition: The best life, 2557ช, น.71)

จากตัวอย่าง (2) ปรากฏการแทรกสบทอ้างอิงข้อมูลทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์ เช่น "ปลาอินทรีเป็นปลาที่มีโปรตีนสูง มีกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายหลายชนิด โดยเฉพาะ ไลซีนและทรีโอนีน ซึ่งมีผลต่อพัฒนาการสมอง และช่วยในการเจริญเติบโตของวัยเด็ก เช่นเดียวกับปลาแซลมอนที่มีแคลเซียมสูง ช่วยบำรุงกระดูกและฟัน นอกจากนี้ยังช่วยลดคอเลสเตอรอลและ

ไขมันที่ขอบสะสมตามผนังหลอดเลือด ซึ่งเป็นสาเหตุของโรคหัวใจและหลอดเลือดอีกด้วย รวมทั้งช่วยลดความดันโลหิต เมื่อรับประทานเป็นประจำ กรด DHA ในปลาแซลมอนจะช่วยพัฒนาสมอง สายตา ความจำ และการเรียนรู้" "ไบโสระแทนที่อยู่ในเมนูปลาอินทรีนั้นดีต่อร่างกาย มีสรรพคุณช่วยในการขับเหงื่อ บำรุงสายตา ระวังกลิ่นปาก ขับลมในลำไส้ และช่วยย่อยอาหาร ส่วนบรอกโคลีที่เป็นส่วนผสมอย่างหนึ่งของแซลมอนอย่างหนึ่งกรอบ ช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันให้กับร่างกาย ป้องกันโรคกระดูกพรุน เนื่องจากบรอกโคลีเป็นผักที่มีแคลเซียมสูง สำหรับสารซัลโฟราเฟนในบรอกโคลีจะป้องกันการทำลายของหลอดเลือดที่เกิดจากโรคเบาหวานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังช่วยลดระดับคอเลสเตอรอล ผักชนิดนี้ยังมีสารเคอร์ซีทินซึ่งเป็นตัวช่วยเพิ่มความอึด ทำให้คุณออกกำลังกายได้นานขึ้นอีกด้วยครับ" รวมทั้งการแทรกสบทอ้างอิงคำกล่าวของนักวิจัย เช่น "นักวิจัยในต่างประเทศบอกว่าหากรับประทานบ่อยๆ จะช่วยลดน้ำหนักได้ด้วย" จากการวิเคราะห์ตัวบททั้งหมดแสดงให้เห็นว่าการแทรกสบทอ้างอิงข้อมูล หลักฐานการวิจัยทางการแพทย์ ทางวิทยาศาสตร์ หรืออาจมีการอ้างอิงคำกล่าวของแพทย์ คำกล่าวของนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญเฉพาะทางเป็นกลวิธีทางภาษาที่ปรากฏซ้ำในทุกๆ ตัวบทเพื่อสร้างและสนับสนุนความน่าเชื่อถือให้แก่ตัวบท เนื่องจากข้อมูลหรือหลักฐานทางการแพทย์ ทางวิทยาศาสตร์ รวมทั้งคำกล่าวของคุณคนเหล่านี้มักเป็นที่ยอมรับ เชื่อว่าเป็นจริง มีเหตุมีผล ผ่านการพิสูจน์อย่างเป็นกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ ตัวบทจึงมีความน่าเชื่อถือโดยไม่มีข้อโต้แย้งสงสัย

อย่างไรก็ตาม จากตัวอย่าง (2) ข้างต้นจะเห็นว่ากรแทรกสบทโดยการอ้างอิงคำกล่าวของนักวิจัย ดังกล่าวว่า "นักวิจัยในต่างประเทศบอกว่า..." คำกล่าวของนักวิจัยในต่างประเทศอาจช่วยเสริมให้ตัวบทมีน้ำหนักความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น แต่การอ้างอิงดังกล่าวกลับชวนให้เกิดการตั้งคำถามว่านักวิจัยต่างประเทศที่ตัวบทกล่าวอ้างถึงนั้นคือใคร หากพิจารณาตัวบททั้งหมดแล้วจะเห็นว่ามีการอ้างอิงคำกล่าวของนักวิจัย ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง รวมถึงผลการวิจัยต่างๆ ที่ไม่ระบุชื่อหรือที่มาที่แน่ชัดอีกจำนวนมาก ผู้วิจัยเห็นว่าผู้อ่านในฐานะ

ผู้บริโภคตัวบทและอาจเป็นผู้บริโภคอาหารตามที่นิยตยสารเสนอด้วยนั้นอาจไม่ทันสังเกตหรือตั้งคำถามว่าการอ้างอิงข้อมูล หลักฐานทางการแพทย์ ทางวิทยาศาสตร์ หรือคำกล่าวของบุคคลในแวดวงการแพทย์ วิทยาศาสตร์ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางเหล่านี้เป็นความจริงทั้งหมดหรือไม่ และจากตัวอย่างเดียวกันนี้กล่าวว่า "ปลาเป็นอาหารที่แทบทุกครัวเรือนบริโภคกัน เพราะย่อยง่าย และดีต่อสุขภาพ แถมยังมีราคาถูกอีกต่างหาก ในบ้านเรามีปลามากมายให้เลือกรับประทาน อย่างเช่น ปลาอินทรีเป็นปลาที่มีโปรตีนสูง มีกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกายหลายชนิด โดยเฉพาะไลซีนและทรีโอนีน ซึ่งมีผลต่อพัฒนาการสมอง และช่วยในการเจริญเติบโตของวัยเด็ก เช่นเดียวกับปลาแซลมอนที่มีแคลเซียมสูง ..." จะสังเกตเห็นว่ากลวิธีการเชื่อมโยงความในตัวตนทำให้ปลาอินทรีและปลาแซลมอนกลายเป็นอาหารที่นิยมบริโภคกันทั่วไป เพราะย่อยง่าย ดีต่อสุขภาพ และราคาถูก ทั้งๆ ที่โดยทั่วไปแล้วปลาแซลมอนมีราคาสูงกว่ามาก แม้ว่าปัจจุบันจะสามารถเพาะเลี้ยงได้ในประเทศไทยก็ตาม และราคาจะยิ่งสูงมากขึ้นเมื่อนำเข้ามาจากต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศนอร์เวย์ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งปลาแซลมอนที่ดีที่สุดในโลก

อีกประเด็นหนึ่งจากตัวอย่างดังกล่าว "กรด DHA ในปลาแซลมอนจะช่วยพัฒนาสมอง สายตา ความจำ และการเรียนรู้" นักวิจัยในต่างประเทศบอกว่าหากรับประทานบ่อยๆ จะช่วยลดน้ำหนักได้ด้วย" ผู้วิจัยพบข้อสังเกตว่าการควบคุมหรือลดน้ำหนักเป็นสิ่งที่ถูกกล่าวถึงซ้ำๆ ในตัวตนมากจนอาจเรียกว่าเป็น มายาคติใหม่ของผู้ชายรักสุขภาพที่จะต้องมีความกังวลเรื่องน้ำหนัก และรูปร่างอยู่ตลอดเวลา รวมทั้งจะต้องใส่ใจเรื่องผิวพรรณ ความงาม โดยการพิถีพิถัน ฉลาดเลือกอาหารการกิน ดังจะกล่าวถึงในผลกราววิเคราะห์ลำดับต่อไป

อย่างไรก็ตาม นอกจากการเลือกใช้ศัพท์ และการแทรกสบทจะเป็นกลวิธีทางภาษากลวิธีหลักที่นิยตยสารเลือกใช้แล้วนั้น การตั้งคำถามเชิงวาทศิลป์เป็นกลวิธีทางภาษาก็กลวิธีหนึ่งที่เสริมการสื่อ สะทอน และตอกย้ำความเป็นชายรักสุขภาพ ต้องฉลาดเลือกบริโภค โดยกลวิธีดังกล่าวปรากฏร่วมกับการเลือกใช้ศัพท์ "เลือกอย่างชาญฉลาด" ดังตัวอย่าง (3)

**ตัวอย่าง 3** เชื่อไหมว่าคุณสามารถเข้าร้านฟาสต์ฟู้ดได้โดยรอบแวนไม่ขยาย ชั้นแรก  
ต้องเข้าใจก่อนว่าร้านอาหาร มีวิธีหลอกล่อให้คุณเลือกอาหารขยะแคลอรีสูง-กำไร  
มากได้อย่างไร แล้วก็เลือกอย่างชาญฉลาดเท่านั้นเอง

(Nutrition: The best life, 2559, น. 48)

อาจกล่าวได้ว่าจากการวิเคราะห์ตัวบทได้แสดงให้เห็นการปรากฏซ้ำของชุดคำศัพท์  
"ฉลาด" "ชาญฉลาด" "ทางเลือก" "เลือก" และคำขยายคุณลักษณะของอาหารที่ "อร่อย" "ดีต่อ  
สุขภาพ" "มีประโยชน์" ประกอบกับการแทรกสทบอ้างอิงข้อมูล หลักฐานทางการแพทย์  
ทางวิทยาศาสตร์ รวมถึงการอ้างอิงคำกล่าวของแพทย์ คำกล่าวของนักวิจัยที่มีความ  
เชี่ยวชาญชำนาญเฉพาะ และการตั้งคำถามเชิงวาทศิลป์ กลวิธีทางภาษาเหล่านี้เป็นการสร้าง  
และตอกย้ำมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพว่าจะต้องฉลาดเลือกบริโภคอาหารอร่อย ดี และ  
มีประโยชน์ ต้องพินิจพิจารณา พินิจพิเคราะห์เรื่องอาหารการกินตลอดเวลา และ จะเห็นว่าผู้ชาย  
รักสุขภาพที่ฉลาดเลือกบริโภคนั้นก็ย่อมจะต้องเลือกบริโภคอาหารที่นิตยสารเป็นผู้เลือกมาให้  
แล้วทั้งสิ้นว่าอะไรคืออาหารอร่อย ดี มีประโยชน์ หรืออร่อยกว่า ดีกว่า มีประโยชน์กว่าที่คน  
ฉลาดจะต้องเลือกบริโภค

(2) **ผู้ชายรักสุขภาพ ต้องใส่ใจเรื่องรูปร่าง "เพิ่มกล้ามเนื้อ" "หุ่นดี ไม่อ้วน" มากจน  
กลายเป็นผู้ชาย "กลัวอ้วน" และต้องใส่ใจเรื่องความงาม**

ดังได้กล่าวแล้วข้างต้นว่าคำจำกัดความของคำว่า "สุขภาพดี" ในนิตยสารในที่นี้มีความ  
ความหมาย 2 ประการด้วยกัน คือ (1) ความสมบูรณ์แข็งแรง ความไม่เจ็บป่วย ไม่เป็นโรค  
และ (2) การมีรูปร่างดี ในที่นี้มุ่งเน้นคุณลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ กล้ามโต และ หุ่นดี ไม่  
อ้วน และมีความงามที่ถูกกล่าวถึงจะมุ่งเน้นไปที่เส้นผมดำ มั่นเงา และผิวพรรณชุ่มชื้น ไร้ริ้ว

รอย การสร้างความกังวลเกี่ยวกับรูปร่างและความงามให้แก่ผู้ชายกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารนี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็นมายาคติใหม่ที่นิตยสารหรือกลุ่มผู้มีอำนาจที่อาจได้ประโยชน์จากมายาคติดังกล่าวกำลังพยายามสร้างมายาคตินี้ขึ้น เนื่องจากมายาคติเกี่ยวกับรูปร่าง โดยเฉพาะเรื่องหุ่นดี , ไม่อ้วน หรือมากจนกระทั่งกลายเป็นผู้ชายกลัวอ้วน และมายาคติเกี่ยวกับความงามของเส้นผมและผิวพรรณเดิมในสังคมมักปรากฏในมายาคติความเป็นผู้หญิง

**ตัวอย่าง 4** ... ย้ำหัวปลีกุ้งมังกร มีมะม่วงหิมพานต์เป็นส่วนผสมเช่นกัน เม็ดมะม่วงหิมพานต์อุดมไปด้วยทองแดง จึงช่วยบำรุงเส้นผมและผิวหนังได้เป็นอย่างดี และมีสรรพคุณช่วยป้องกันโรคมะเร็ง ลดความเสี่ยงของการเกิดโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ได้ เม็ดมะม่วงหิมพานต์มีธาตุแมกนีเซียมค่อนข้างสูง จึงช่วยบำรุงสุขภาพเหงือก ฟัน และกระดูกของเราให้แข็งแรง หากรับประทานเป็นประจำจะช่วยป้องกันการเกิดโรคจอประสาทตาเสื่อมได้อีกด้วยครับ

(Nutrition: The best life, 2557ง, น. 75)

จากตัวอย่าง (4) ปรากฏการใช้คำบรรยาย และการแทรกสหพทการอ้างอิงข้อมูลทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของเม็ดมะม่วงหิมพานต์ที่ดีต่อสุขภาพ เช่น "ช่วยป้องกันโรคมะเร็ง ลดความเสี่ยงของการเกิดโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ได้ ... มีธาตุแมกนีเซียมค่อนข้างสูง จึงช่วยบำรุงสุขภาพเหงือก ฟันและกระดูกของเราให้แข็งแรง ... ป้องกันการเกิดโรคจอประสาทตาเสื่อม..." อย่างไรก็ตาม จะเห็นว่าคุณประโยชน์ที่ถูกกล่าวถึงเป็นอย่างแรกคือคุณประโยชน์ด้านความงามของเส้นผมและผิวพรรณ ดังกล่าวไว้ว่า "เม็ดมะม่วงหิมพานต์อุดมไปด้วยทองแดง จึงช่วยบำรุงเส้นผมและผิวหนังได้เป็นอย่างดี" เช่นเดียวกับตัวอย่าง (5) เรื่องอะโวคาโด ปรากฏการใช้คำบรรยายและแทรกสหพทอ้างอิงข้อมูลทางการแพทย์และวิทยาศาสตร์เกี่ยวกับคุณประโยชน์ของการรับประทานอะโวคาโด นอกจากจะ

ช่วยให้มีสุขภาพดีในแง่ของความแข็งแรง ไม่เจ็บป่วยเป็นโรคต่างๆ แล้ว ยังมีการบรรยาย คุณประโยชน์ของไขมันอะโวคาโดที่ช่วยบำรุงความงามของเส้นผมและผิวพรรณ ดังตัวอย่าง "ไขมันช่วยเสริมความงาม เนื้ออะโวคาโดมีไขมันชนิดดีที่เหมือนกับน้ำมันมะกอก ไขมันนี้ยังเปี่ยมด้วยวิตามินอีที่ช่วยให้ผิวพรรณชุ่มชื้น ถ้ากินเป็นประจำจะช่วยลดริ้วรอยเหี่ยวย่นได้ และยังช่วยให้ผมดำมันเป็นเงา..." จะเห็นว่าผู้ชายที่รักสุขภาพไม่ได้มีความห่วงใยเรื่องความแข็งแรง การไม่เจ็บป่วย ไม่เป็นโรคเป็นประเด็นหลักอีกต่อไป แต่นิตยสารได้เพิ่มความกังวล ความใส่ใจเรื่องเส้นผมจะต้องดำ มันเป็นเงา ผิวพรรณก็ต้องชุ่มชื้น ริ้วรอยเหี่ยวย่นที่อาจเกิดขึ้นตามวัยก็กลายเป็นปัญหาสร้างความกังวลใจ เป็นสิ่งที่ไม่น่าปรารถนา ดังกล่าวว่า "ไขมันอะโวคาโด) ลดริ้วรอยเหี่ยวย่นได้" คำว่า "ลด" มิได้แสดงคุณประโยชน์ของอะโวคาโดเพียงเท่านั้น แต่ได้สื่อมูลบทว่าริ้วรอยเหี่ยวย่นเป็นสิ่งที่ผู้ชายไม่ปรารถนาต้องกำจัดหรือบรรเทาด้วยการรับประทานอะโวคาโด นอกจากนี้ยังกล่าวถึงการจำกัดปริมาณการรับประทานอะโวคาโดสำหรับคนที่ควบคุมน้ำหนัก ดังกล่าวว่า "คนที่ควบคุมน้ำหนักต้องระวังอย่ากินมาก เพราะเป็นผลไม้ที่ให้พลังงานสูง"

**ตัวอย่าง 5** "อะโวคาโด" ยิ่งกิน...ยิ่งสุขภาพดี

... อะโวคาโดอุดมไปด้วยวิตามินอีที่มีอยู่มาก วิตามินบี 2 วิตามินบี 6 วิตามินซี และยิ่งอุดมไปด้วยโพแทสเซียมและโฟเลต วิตามินอีและวิตามินซีเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ จึงช่วยป้องกันร่างกายไม่ให้เกิดอันตรายจากอนุมูลอิสระซึ่งเป็นตัวก่อมะเร็งบางชนิดได้ ส่วนโพแทสเซียมจะช่วยควบคุมความดันโลหิต ทำให้หัวใจเต้นเป็นปกติและ รักษาสุขภาพของระบบประสาท ส่วนวิตามินบี 6 ช่วยควบคุมการทำงานของระบบประสาทให้เป็นปกติ

กรดไขมันในอะโวคาโดเป็นไขมันชนิดเดียวกับน้ำมันมะกอก คือเป็นกรดไขมันไม่อิ่มตัวแบบตำแหน่งเดียว ซึ่งช่วยลดระดับคอเลสเตอรอลในเลือดได้ และ

อาจจะช่วยลดไขมันร้าย (LDL) ส่วนคนที่ควบคุมน้ำหนักต้องระวังอย่ากินมาก เพราะเป็นผลไม้ที่ให้พลังงานสูง อะโวคาโดเพียงครึ่งผลให้พลังงานถึง 190-238 กิโลแคลอรี และยังจัดว่าเป็นผลไม้ที่มีโปรตีนมากที่สุดด้วย

ไขมันช่วยเสริมความงาม เนื้ออะโวคาโดมีไขมันชนิดดีที่เหมือนกับน้ำมันมะกอก ไขมันนี้ยังเปี่ยมด้วย วิตามินอี ที่ช่วยให้ผิวพรรณชุ่มชื้น ถ้ากินเป็นประจำ จะช่วยลดริ้วรอยเหี่ยวย่นได้ และยังช่วยให้ผมดำมันเป็นเงา ...

(Nutrition: The best life, 2557ก, น. 62)

จากการวิเคราะห์หัตถบาทแสดงให้เห็นว่ามายาคติเกี่ยวกับชายรักสุขภาพที่จะต้องใส่ใจรูปร่างให้ดูดีอยู่เสมอซึ่งก็จะต้องไม่อ้วน และควบคุมน้ำหนัก โดยต้องฉลาดเลือกรับประทานอาหารที่อร่อย ดี มีประโยชน์ปรากฏซ้ำเกือบทุกหัตถบาท ดังปรากฏการเลือกใช้คำศัพท์ การแทรกสบทอ้างอิงข้อมูล หลักฐานการวิจัย "...งานวิจัยจากมหาวิทยาลัยมิสซูรี โคลัมเบียยังบ่งชี้ว่า..." มาช่วยสนับสนุนให้หัตถบาทมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ดยสารยังได้กำหนดอาหารที่ผู้ชายรักสุขภาพจะต้องเลือกรับประทานมาพร้อมกันด้วย ดังตัวอย่าง (6)

**ตัวอย่าง 6** อร่อยกับลาซานญาได้ ไม่ต้องกลัวอ้วน

(Nutrition: The best life, 2558, น. 42)

**ตัวอย่าง 7** เบื่อไหมกับขนมปังปังในมือเช้า มาเริ่มต้นวันใหม่ของคุณด้วยสมูทตี้สูตรเด็ดที่ทั้งอร่อย มีประโยชน์ และที่สำคัญคือไม่ทำให้อ้วน

นอกจากจะเป็นมือสำคัญที่สุดแล้ว งานวิจัยจากมหาวิทยาลัยมิสซูรี โคลัมเบียยังบ่งชี้ว่าการกินมือเช้าที่อุดมไปด้วยโปรตีนจะช่วยให้อิ่มท้องและลดอาการหิวได้ตลอดทั้งวัน แถมยังช่วยควบคุมน้ำหนักอย่างยั่งยืน เราจึงขอเสนอสูตรลด

น้ำหนักจากเอ็มา ริปอน นักกำหนดอาหารเพื่อการกีฬา ซึ่งรับรองว่าได้ผลเกินคาด "คุณอาจจะดื่มก่อนออกกำลังกายหรือดื่มเสริมในมือเข้าก็ได้" ริปอนแนะนำ (Life Coach: Complimentary drink, 2557ก, น. 90)

**ตัวอย่าง 8** ลดพุงด้วยแบคทีเรีย ... โพรไบโอติก (แบคทีเรียชนิด "ดี") มีผลต่อการดูดซึมสารอาหาร ซึ่งเป็นตัวควบคุมความอยากอาหารและแนวโน้มในการสะสมไขมัน ฉะนั้นถ้าพึ่งพาแบคทีเรียชนิดนี้ไม่ได้ คุณอาจจะลงพุง ยิ่งดีที่โพรไบโอติกและพรีไบโอติก (กากใยที่โพรไบโอติกใช้เป็นอาหาร) ช่วยเร่งการลดไขมันได้อย่างน่าทึ่ง เพราะมีผลวิจัยที่ชี้ว่าหนูทดลองลดน้ำหนักส่วนเกินได้ถึง 50 เปอร์เซ็นต์โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงในเรื่องอื่นๆ เลย แต่คุณก็ไม่จำเป็นต้องซื้ออาหารเสริมราคาแพงมากิน แค่กินอาหารที่อุดมด้วยแบคทีเรียที่เป็นมิตรเหล่านี้ก็ลดพุงได้แล้วล่ะ

(อาหารแนะนำ) ผักดอง ถั่วแขก แดงโม กระเทียมต้น กระเทียม ต้นหอม หน่อไม้ฝรั่ง แก่นตะวัน กัลฉ่าย ปริมาณที่ควรบริโภค เพื่อสุขภาพที่ดีของลำไส้ให้กิน ผักดองวันละ 50 กรัมกับพรีไบโอติกอีก 10 กรัม แต่ถ้าอยากลดน้ำหนัก ต้องเพิ่มเป็น 20 กรัม

(Nutrition: The best life, 2557จ, น. 74)

**ตัวอย่าง 9** กินแล้ว ... พุงยุบ ถ้าคิดจะลดน้ำหนัก อาหารต่อไปนี้จะช่วยเผาผลาญไขมันส่วนเกินได้ดีที่สุด เต้าหู้ ถั่วเลนทิล ไข่ มะนาว ถั่วเม็ดสน ถั่วชิกพี อบเชย บรอกโคลี แรดิชชิโอ แอปเปิ้ล

(Nutrition: The best life, 2557ก, น. 76)

จากตัวอย่าง (7) - (9) ปรากฏคำว่า "ลดพุง" , "ลดน้ำหนัก" คำว่า "ลด" มีมูลพบว่า หน้าท้องและน้ำหนักตัวที่ไม่เป็นไปตามมาตรฐานของนิตยสารเป็นสิ่งที่ไม่น่าปรารถนา ผู้ชาย

ที่มีหน้าท้องหรือน้ำหนักเกินกว่าค่ามาตรฐานนี้กำลังประสบปัญหาหรือมีความกังวลใจ จะต้องพยายามกำจัดหรือทำให้น้อยลงด้วยการเลือกรับประทานอาหารอย่างฉลาด โดยการรับประทานอาหารตามที่นิตยสารแนะนำ อาทิ ตามคำแนะนำของนักกำหนดอาหารเพื่อการกีฬา ในตัวอย่างที่ (7) และเป็นอาหารที่ผ่านการคัดเลือกมาแล้วเป็นอย่างดี ผ่านการพิสูจน์ทางวิทยาศาสตร์ดังปรากฏการแทรกสหบทอ้างอิงข้อมูลและหลักฐานการวิจัยดังตัวอย่าง (7), (8) และ (9) ข้างต้น

นอกจากนี้ยังปรากฏมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพ ใส่ใจรูปร่างโดยจะต้องมีกล้ามเนื้อ

**ตัวอย่าง 10** กินแล้ว ... กล้ามเนื้อ สดุดอาหารที่จะทำให้คุณกล้ามเนื้อเร็วกว่าเพื่อน  
ร่วมยิมที่ช่วยเป็นคูฝึกให้อย่าง แบนนอน (อาหาร) ชิง แซลมอน เนื้อวัว ปลากระพง  
ผักหรือเกด สับปะรด องุ่นแดง ปลาแมคเคอเรล อะโวคาโด

(Nutrition: The best life, 2557ก, น. 77)

**ตัวอย่าง 11** กิน "ไก่" เพิ่มกล้ามเนื้อ  
ถ้าคิดจะเพิ่มกล้ามเนื้อ คุณก็ต้องฝึกหนักๆ ร่างกายจึงต้องการโปรตีนจำนวนมาก  
"ถ้าต้องฝึกหนักๆ ปริมาณโปรตีนที่เหมาะสมสำหรับการเพิ่มกล้ามเนื้อคือวันละ  
300 กรัม" เอียน มาร์เบอร์ นักโภชนาการกล่าว และอาหารที่ถือเป็นสุดยอดแหล่ง  
โปรตีนก็คือเนื้อสัตว์ โดยเฉพาะเนื้อไก่ซึ่งเป็นโปรตีนไขมันต่ำMH จึงมีเมนูไก่มาฝาก  
รับรองว่านอกจากจะอร่อยเด็ดแล้ว เมนูเหล่านี้ยังมีดีกันคนละอย่างด้วย ...

(Nutrition: The best life, 2557ก, น. 64)

**ตัวอย่าง 12** พาร์เฟต์เพิ่มกล้ามเนื้อ  
สารอาหารในอาหารว่างเมนูนี้ช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อให้คุณได้

(Nutrition: The best life, 2557ง, น. 76)

จากตัวอย่าง (10) , (11) และ (12) ปรากฏมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพ ใส่ใจรูปร่างจะต้องฉลาดเลือกรับประทานอาหารตามที่นิตยสารแนะนำเพื่อทำให้กล้ามเนื้อหรือเพิ่มกล้ามเนื้อ คำว่า "เพิ่ม" มีมูลบทว่ากล้ามเนื้อที่ยังไม่น่าพึงพอใจ ยังไม่เป็นที่ปรารถนาของตัวผู้ชายเองหรือของนิตยสาร ผู้ชายจึงต้องสร้างกล้ามเนื้อให้มากขึ้น โดยการรับประทานอาหารที่นิตยสารแนะนำซึ่งเป็น "สุดยอดอาหาร" มีหลักฐานอ้างอิงจากนักโภชนาการ ดังปรากฏการแทรกสหบทอ้างอิงคำกล่าวของเอียน มาร์เบอร์ นักโภชนาการในตัวอย่าง (11) และมีกิจกรรมที่ต้องควบคุมกันไปก็คือการออกกำลังกายในฟิตเนส

อย่างไรก็ตาม จะเห็นว่าเมนูอาหารเพิ่มกล้ามเนื้อไม่ได้มีเฉพาะไก่ เนื้อวัว อาหารกลุ่มโปรตีน หรือผัก ผลไม้บางชนิดเท่านั้น แต่จากตัวอย่าง (12) พบเมนูแนะนำสำหรับเพิ่มกล้ามเนื้อเป็นพาร์เฟต์ของหวาน แม้ว่าจะมีน้ำตาลที่ร่างกายนำไปใช้เพิ่มกล้ามเนื้อได้ แต่ก็ยังเป็นข้อสังเกตที่ชวนให้ตั้งคำถามว่าเดิมนั้นสังคมแทบจะไม่กล่าวถึงคุณประโยชน์ของของหวานเพื่อการสร้างกล้ามเนื้อ และของหวานมักเป็นอาหารสำหรับผู้หญิงมิใช่หรือ นิตยสารกำลังพยายามสร้างหรือเปลี่ยนแปลงความคิด ความเชื่ออะไรบางอย่างในสังคมหรือไม่ อย่างไร เพราะนอกจากจะมีการเพิ่มการรับประทานของหวานดังตัวอย่าง (12) ข้างต้นแล้วยังปรากฏการแนะนำอาหารว่าง อาหารทานเล่นระหว่างมื้อให้แก่ผู้ชายอีกด้วย จนอาจเรียกได้ว่ากลายเป็นมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพ รับประทานอาหารว่างอย่างมีประโยชน์ ดังจะกล่าวในลำดับต่อไป

### (3) ผู้ชายรักสุขภาพ รับประทานอาหารว่างอย่างมีประโยชน์

#### ตัวอย่าง 13      20 สุดยอดอาหารว่าง

เวลาที่ความหิวโจมตี คุณจะกินให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์ หรือกินให้ตัวเองอ้วนขึ้นก็ได้แค่ "เลือก" ให้ถูกก็แล้วกัน

ตอนประมาณบ่ายสามโมงของทุกวัน ผู้ชายในช่วงวัย 20-39 ปีจะบริโภคอาหารว่างในสัดส่วนถึง 32 เปอร์เซ็นต์ของปริมาณแคลอรีที่ควรบริโภคในแต่ละวัน

และสิ่งที่มีมักจะเลือกก็คือเครื่องดื่มหวานๆ และเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ มันฝรั่งทอดกรอบ แครกเกอร์ ของหวาน เค้กและขนมอบ แต่นั่นไม่ได้แปลว่า คุณจะเลือกกินได้ตามใจปาก "อาหารว่างที่เลือกควรจะทำให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์" วิลโลว์ จารอช นักกำหนดอาหารวิชาชีพ กล่าว

5 เมนูอาหารว่างที่ช่วยให้คุณได้รับแคลเซียมในปริมาณที่แนะนำ (วันละ 1,000 มก.) แอปเปิ้ล-อบเชยปั่น สมูทตี้ช็อกโกแลต-เบอร์รี่ พาร์เฟต์ลูกฟิก-อัลมอนด์ พิตาแอปริคอต-ริคอตตา ถั่วขาว-มอสซาเรลลาคลุก

5 เมนูอาหารว่างที่ช่วยให้คุณได้รับแมกนีเซียมในปริมาณที่แนะนำ (วันละ 400-420 มก.) ขนมปังเนยถั่ว สมูทตี้ครีมผัก ถั่วแระคลุกน้ำมันงา เมล็ดพืชทองรวมมิตร ปอเปี๊ยะผัก

5 เมนูอาหารว่างที่ช่วยให้คุณได้รับวิตามินดีในปริมาณที่แนะนำ (วันละ 600 IU) ไข่+สมูทตี้ผลไม้ ทุ่นาดิป+แผ่นข้าวโพดทอดกรอบ ไข่ผำวน อะโวคาโดและแซลมอนรมควัน สมูทตี้บลูเบอร์รี่อัลมอนต์ สลัดทูน่า+เฟตา

5 เมนูอาหารว่างที่ช่วยให้คุณได้รับแคลเซียมในปริมาณที่แนะนำ (วันละ 4,700 มก.) พาร์เฟต์ส้ม-โยเกิร์ต กาแฟ+กล้วยกรูบกรอบ มันอบชีส ช็อกโกแลตเนยถั่ว และกล้วยปั่น สลัดผักโขม

(Nutrition: The best life, 2557ง, น. 76)

จากตัวอย่าง (13) นิตยสารได้แนะนำ "20 สุดยอดอาหารว่าง" การเลือกใช้คำว่า "สุดยอด" สื่อให้เห็นว่าอาหารเหล่านี้ได้ผ่านการคัดสรรมาเป็นอย่างดี มีประโยชน์ต่อสุขภาพ อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมการรับประทานอาหารว่างนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นการรับวัฒนธรรมตะวันตก และมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างเกิดขึ้นในสังคม กล่าวคือ การรับประทานอาหารว่างเป็นการขยายจากกลุ่มผู้หญิงมาสู่กลุ่มผู้ชาย เนื่องจากจะเห็นว่าโดยทั่วไปการรับประทาน

อาหารว่าง อาหารทานเล่น อาหารจุบจิบมักเป็นลักษณะนิสัย พฤติกรรมของผู้หญิงมากกว่า แต่อย่างไรก็ตาม จะเห็นว่าการรับประทานอาหารว่างของผู้ชาย ในที่นี้คือกลุ่มผู้ชายรักสุขภาพ แบบนิตยสาร Men's Health ซึ่งเป็นผู้ชายรักสุขภาพที่ฉลาดเลือกบริโภคนั้นจะเป็นไปในลักษณะที่มีเหตุผล รับประทานเพื่อประโยชน์ต่อสุขภาพ ดังกล่าวว่า "ผู้ชายเวลาที่ความหิวจู่โจม คุณจะกินให้ร่างกายได้รับสารอาหารที่มีประโยชน์หรือกินให้ตัวเองอ้วนขึ้นก็ได้ "แค่ "เลือก" ให้ถูกก็แล้วกัน" ประกอบกับการแทรกสบทอ้างอิงคำกล่าวของวิลโลว์ จารอช นักกำหนดอาหารวิชาชีพ ช่วยสนับสนุนความคิดว่าอาหารว่างเป็นสิ่งจำเป็นมีประโยชน์ต่อร่างกาย นำไปสู่การแนะนำเมนูอาหารว่างที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เพื่อให้ร่างกายได้รับสารอาหารในปริมาณที่ถูกกำหนดมาตามหลักการวิทยาศาสตร์ "5 เมนูอาหารว่างที่ช่วยให้คุณได้รับวิตามินดี ในปริมาณที่แนะนำ (วันละ 600 IU)", "5 เมนูอาหารว่างที่ช่วยให้คุณได้รับแคลเซียมในปริมาณที่แนะนำ (วันละ 4,700 มก.)" เป็นต้น

มายาคติความเป็นชายรักสุขภาพ รับประทานอาหารว่างอย่างมีประโยชน์นำไปสู่ มายาคติใหม่ของความเป็นชายรักสุขภาพ เข้าครัวได้ ปรุงอาหารเป็น ดังจะกล่าวถึงในลำดับต่อไป

#### (4) ผู้ชายรักสุขภาพ เข้าครัวได้ ปรุงอาหารเป็น

หากกล่าวถึงพื้นที่ในบ้าน โดยเฉพาะพื้นที่ในครัวมักเป็นพื้นที่และหน้าที่ของผู้หญิง ตามความคิดความเชื่อเดิมที่มีมาอย่างยาวนานในสังคม แต่จากการวิเคราะห์หัตถบพแสดงให้ เห็นว่าผู้ชายรักสุขภาพในนิตยสาร Men's Health สามารถเข้าครัวได้ ปรุงอาหารเป็น นับเป็นมายาคติใหม่ที่นิตยสารพยายามประกอบสร้างให้เกิดขึ้นในสังคม

**ตัวอย่าง 14** ผู้ชายส่วนใหญ่คิดว่าถ้าหาสูตรอาหารดีๆ ได้ มีอาหารคำก็ออกมา เพลอร์เฟ็ดแล้ว แต่ความเป็นจริง ถ้าคุณมีอาหารดีๆ อยู่ในมือ คุณก็ไม่ต้องพึ่งสูตร

เลยด้วยซ้ำ หลังจากได้ใช้ส่วนผสมเดิมทำอาหารบ่อยๆ คุณจะรู้เองว่าอะไรที่เข้ากับส่วนผสมนั้นได้ดี และสามารถคิดเมนูใหม่ๆ ได้ด้วยตัวเอง แนวคิดนี้ทำให้เราอยากนำเสนอรายการส่วนผสมสารพัดประโยชน์ 25 อย่างนี้ให้คุณซื้อมาเก็บไว้ในครัว ตู้เย็น หรือช่องแช่แข็ง แล้วคุณจะเปลี่ยนจากคนที่ทำอาหาร "ได้" มาเป็นทำอาหาร "เป็น" เลยทีเดียวล่ะ

มะเขือเทศกระป๋อง ถั่วชิกพีกระป๋อง ราสป์เบอร์รี่แช่แข็ง แดงกวาดอง  
เคลแช่แข็ง ...

(Nutrition: The best life, 2557ก, น. 64)

จากตัวอย่าง (14) "ผู้ชายส่วนใหญ่คิดว่าถ้าหาสูตรอาหารดีๆ ได้ มีอาหารค้ำก็ออกมาเพอร์เฟกต์แล้ว แต่ความเป็นจริง ถ้าคุณมีอาหารดีๆ อยู่ในมือ คุณก็ไม่ต้องพึ่งสูตรเลยด้วยซ้ำ ... ส่วนผสมสารพัดประโยชน์ 25 อย่างนี้ให้คุณซื้อมาเก็บไว้ในครัว ตู้เย็น หรือช่องแช่แข็ง แล้วคุณจะเปลี่ยนจากคนที่ทำอาหาร "ได้" มาเป็นทำอาหาร "เป็น" เลยทีเดียวล่ะ" มีมูลบทสื่อความว่า งานครัวไม่ใช่สิ่งที่ผู้ชายถนัดหรือไม่ใช่หน้าที่ของผู้ชาย ผู้ชายส่วนใหญ่จึงไม่มีความรู้เรื่องการปรุงอาหาร แม้บางคนอาจจะปรุงอาหารได้บ้าง แต่ก็ยังไม่สามารถเรียกว่าปรุงอาหารเป็น แต่การปรุงอาหารเป็นก็ไม่ใช่เรื่องยากเกินความสามารถของผู้ชาย เพราะเมื่อผู้ชายรักสุขภาพได้อ่านและปฏิบัติตามนิตยสาร Men's Health ก็จะเป็นผู้ชายที่ปรุงอาหารเป็นอย่างง่ายดาย

จะเห็นว่าอาหารที่นิตยสารแนะนำไว้ข้างต้นนั้นเป็นวัตถุดิบสำหรับอาหารตะวันตกทั้งสิ้น แสดงให้เห็นว่าผู้ชายซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารนี้จะต้องเป็นผู้มีกำลังซื้อ มีรสนิยม วิถีชีวิตแบบคนเมืองที่ได้รับอิทธิพลจากตะวันตก และนิยมจับจ่ายซื้ออาหารหรือวัตถุดิบประกอบอาหารในซูเปอร์มาร์เก็ต

อย่างไรก็ตาม แม้ผู้ชายจะเข้าครัวได้ ปรุงอาหารเป็น แต่การเข้าครัวปรุงอาหารของผู้ชายเหล่านี้ก็มีได้ ทำหน้าที่เช่นเดียวกับผู้หญิง กล่าวคือ ผู้ชายมิได้เข้าครัวเพื่อเตรียมอาหารสำหรับบริการผู้อื่น แต่ผู้ชายเข้าครัวปรุงอาหารสุขภาพเพื่อตนเองเท่านั้น ดังตัวอย่าง (15)

**ตัวอย่าง 15** ปลูกพลังงานที่หลับไหลด้วยเครื่องดื่มที่ใช้ส่วนผสมแคไม่ก็อย่าง วิธีทำก็แสนง่าย แคเอาไปปั่นให้เข้ากันเหมาะสำหรับหนุ่ม MH ผู้เวิร์กฮาร์ด เพลย์ฮาร์ด เอ็กซ์เซอร์ไซส์ฮาร์ดเตอร์อย่างคุณไง

อย่ามัวแต่หวังพึ่งเครื่องดื่มเพิ่มพลังงานดาดๆ หาง่ายๆ ตามท้องตลาดเลยครั้บ เพราะงานวิจัยจากวารสาร General Dentistry พบว่ากรดของมันอาจกัดกร่อนทำลายชั้นเคลือบฟันของคุณได้ เปลี่ยนมาดื่มสมูทตี้บำรุงกำลัง อุดมไปด้วยโปรตีน มีประโยชน์ต่อร่างกาย แถมยังไม่อันตรายต่อฟันของคุณตามสูตรของกาบริลล์ แมสตัน นักกำหนดอาหารเพื่อการกีฬา ที่คิดค้นขึ้นมาเพื่อริชาร์จพลังงานในตัวคุณโดยเฉพาะ

(Life Coach: Complimentary drink, 2557ช, น. 125)

จากตัวอย่าง ปรากฏการแทรกสอดอ้างอิงข้อมูลวิจัยจากวารสาร General Dentistry เพื่อเป็นหลักฐานยืนยันว่าเครื่องดื่มเพิ่มพลังงานที่มีในท้องตลาดทั่วไปไม่ดีต่อสุขภาพ ต้อง "เปลี่ยน" ซึ่งมีมูลพบว่าผู้ชายรักสุขภาพไม่สามารถพึ่งพาอาหารที่มีจำหน่ายทั่วไปได้ ผู้ชายรักสุขภาพจึงต้องเข้าครัว ปรุงอาหารเพื่อสุขภาพด้วยตัวเองตามสูตรที่นิตยสารแนะนำ เป็นสูตรที่ถูกคิดค้นจากนักกำหนดอาหารเพื่อผู้ชายรักสุขภาพที่ต้องการฟื้นฟูพลังงานโดยเฉพาะ

นอกจากมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพดังกล่าวข้างต้นแล้ว ผลการวิเคราะห์ตัวบ่งชี้ยังปรากฏว่ามีความคิด ความเชื่อเกี่ยวกับการเลือกรับประทานอาหารของผู้ชายรักสุขภาพเพื่อบำรุงสมอง อารมณ์แจ่มใส และเช็กส์อีกด้วย แต่ปรากฏเพียงแค่ 1-2 ครั้งเท่านั้น

**ตัวอย่าง 16**     กินแล้ว ... สมอด้ แหล่งพลังงานที่จะทำให้คุณใช้พลังงานได้อย่างเต็ม  
ศักยภาพตลอดทั้งวัน  
หอมใหญ่ ปลาซาร์ดีน พิสตาชิโอ พริกหวาน บลูเบอร์รี่ อัลมอนต์ กะหล่ำปลีแดง  
ถั่วแดง ฟักบัวเตอรันต์

กินแล้ว ... อารมณ์แจ่มใส ถ้าอยากมองโลกในแง่ดี คุณต้องกินอาหาร  
ต่อไปนี้ไม่ต่ำกว่าวันละสองชนิด

ถั่วปากอ้า ครีมนัว เนื้อไก่วง มันฝรั่ง ข้าวกล้อง ส้ม เส้นโซบะ ผักเคล กุ้ง

กินแล้ว ... สิวไม่ผิตหวัง 10 สุดยอดอาหารกระตุ้นไปปรารถนาซึ่งจะทำให้  
ให้คุณมีอารมณ์ทำอย่างอื่นใน ห้องนอน ไม่ใช่แค่นอนหลับฝันดี

พริกคาเยน หอมแดง แดงโม ผักกาดหวาน พาสต้าโฮลเกรน ซีอกโกแลต ดอก  
กะหล่ำ เซเลอรี่ ขนบั้งข้าวไรย์ มันเทศ

(Nutrition: The best life, 2557ก, น. 73)

นอกจากนี้ อาหารยังกลายเป็นสินค้าในฐานะสื่อกลางเชื่อมโยงไปยังสินค้าอื่นๆ ดัง  
ตัวอย่าง (17) , (18) และ (19)

**ตัวอย่าง 17**     เส้นใยกล้ามเนื้อที่ฉีกขาดหลังจากการฝึกอย่างหนักหน่วงนำมาซึ่งความ  
เจ็บปวดสุดจะบรรยาย เพื่อไม่ให้มันมาทำลายความตั้งใจในการออกกำลังกายของ  
คุณ เราขอเสนอเครื่องดื่มสูตรพิเศษที่จะช่วยบรรเทาอาการ เหล่านั้น ได้ผลชะงัด  
นักเชียว พุดเลย

(Life Coach: Complimentary drink, 2557ค, น. 136)

จากตัวอย่าง (17) อาหารกลายเป็นสินค้าที่เป็นผลิตผลสืบเนื่องมาจากกิจกรรมการออกกำลังกายเพิ่มกล้ามเนื้อ จึงต้องมีเครื่องตีผสมสุตรพิเศษสำหรับบรรเทาอาการอักเสบของกล้ามเนื้อ

**ตัวอย่าง 18** เริ่มต้นความสดชื่น ให้คุณคั้นน้ำมะนาวเอง เพราะอลันบอกว่าถ้าอยากลิ้มรสการกริตาของแท้ น้ำมะนาวคั้นสดๆ รสชาติจัดจ้านก็เป็นส่วนผสมที่สำคัญ และถ้ามีเครื่องคั้นน้ำส้ม/น้ำมะนาว ก็จะช่วยประหยัดเวลาได้มากทีเดียว

เรื่องของเครื่องปั่น เครื่องปั่นคุณภาพสูงย่อมเป็นตัวเลือกที่ดีกว่า แต่ถ้ามีเครื่องปั่นราคาถูกอยู่แล้ว คุณก็ไม่จำเป็นต้องลงทุนซื้อใหม่ อลันบอกว่าปัจจัยสำคัญที่สุดสำหรับการใช้เครื่องปั่นที่คุณภาพไม่สูงนักก็คือขนาดของก้อนน้ำแข็ง ฉะนั้นถ้าจะใช้เครื่องเดิม คุณก็ควรซื้อน้ำแข็งก้อนเล็กๆ

(Nutrition: The best life, 2557ค, น. 58)

อาหารกลายเป็นสินค้าในฐานะสื่อกลางเชื่อมโยงไปสู่การบริโภคสินค้าอื่นๆ ดังตัวอย่าง (18) นิตยสารได้เสนอเมนูเครื่องดื่มเพิ่มความสดชื่น โดยจะต้องใช้เครื่องปั่นน้ำผลไม้เป็นอุปกรณ์หลัก ผู้ชายที่ต้องการตีเมนูนี้ก็ต้องมีเครื่องปั่นน้ำผลไม้ หากไม่มีก็ต้องซื้อหามาใหม่ หรือหากมีอยู่แล้วก็จะพบว่านิตยสารได้สร้างความกังวลหรือปัญหาว่าเครื่องปั่นราคาถูกที่มีอยู่นั้นคงไม่มีประสิทธิภาพดีพอเท่ากับเครื่องปั่นคุณภาพสูงที่ย่อมเป็นตัวเลือกที่ดีกว่า จะเห็นได้ว่าอาหารได้กลายเป็นสินค้าเชื่อมโยงไปสู่การบริโภคสินค้าอื่นๆ ที่ถูกกระตุ้นให้เกิดการบริโภคอย่างไม่รู้จบสิ้น เช่นเดียวกับตัวอย่าง (19) จะเห็นว่ากลุ่มผู้มองเห็นโอกาสซึ่งอาจรวมถึงนิตยสารเองนั้นได้ใช้ประโยชน์จากการสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพที่จะต้องใส่ใจรูปร่างมากจนกลายเป็นผู้ชายกลัวอ้วน ความกังวลใจนี้ได้ถูกฉกฉวยนำไปเป็นช่องทางสู่อาชีพหรือธุรกิจใหม่ เป็นธุรกิจเกี่ยวกับการบริการจัดส่งอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับ

ผู้ชายที่รักสุขภาพ แต่ไม่มีเวลาปรุงอาหารสุขภาพด้วยตนเอง หรือต้องการผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทั้งแพทย์ นักโภชนาการ และเชฟมาดูแลเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะ

### **ตัวอย่าง 19**      Dr. Diet ผอมได้ ... อร่อยด้วย

อย่างที่เราทราบกันดีว่าการลดน้ำหนักให้ได้ผลนั้นนอกจากการออกกำลังกายแล้ว สิ่งสำคัญอีกอย่างที่คุณต้องทำให้ได้คือ การควบคุมอาหาร ซึ่งแม้ว่าจะดูหนักหนาเอาการสำหรับคนวัยทำงานที่ต้องพึ่งพาอาหารจานด่วนนอกบ้านเกือบทุกมื้อ ครั้นจะให้ลงมือทำเองก็คงไม่ได้ทุกมื้อ เพราะแค่จะหาเวลาไปออกกำลังกาย ยังอ้ำกั้นแทบตายว่าไม่มีเวลา

นับว่าเป็นความโชคดีแล้วครับ ที่ตอนนี้มีบริการส่งอาหารเพื่อสุขภาพให้คุณถึงที่ทำงาน โดย Dr. Diet ซึ่งมีทีมแพทย์ นักโภชนาการ และเชฟชั้นนำที่พร้อมร่วมกำหนดเป้าหมาย และให้คำปรึกษาเคียงข้างคุณตลอด โปรแกรม อย่าเพิ่งคิดว่าเป็นเรื่องเครียดครับ เพราะที่นี้เขาเน้นอาหารอร่อย เพียงแต่ปรับชนิดของวัตถุดิบ และวิธีการปรุง เพื่อให้ได้คุณค่าทางโภชนาการสูงสุดตามคำแนะนำของนักโภชนาการ ทุกขั้นตอนจะดูแลโดยแพทย์ผู้เชี่ยวชาญตามสูตร Anti-aging เพื่อสร้างความคุ้นเคยในการทานอาหารใหม่และปรับสมดุลให้ร่างกาย ซึ่งก่อนจะเริ่มโปรแกรม การควบคุมอาหารจะมีการพูดคุยกับนักโภชนาการเรื่องชนิดของอาหาร ทั้งที่คุณทานและไม่ทาน ภายใต้การควบคุมของแพทย์อีกทีหนึ่ง เพื่อจัดเมนูอาหารที่ถูกต้อง เป็นการสร้างความสุขในการทานอาหารสุดโปรดแบบไม่ทำร้ายสุขภาพ

โปรแกรมการทานอาหารของที่นี่ใช้เวลา 28 วัน เสรีพออาหารปรุงสดรสชาติเป็นเลิศ 5 มื้อต่อวัน ส่งตรงถึงมือคุณทุกวัน ทั้งอาหารมื้อหลักและของทานเล่น มีให้เลือกกว่า 100 รายการ สลับเปลี่ยนหมุนเวียนทุกวัน หัวใจสำคัญของโปรแกรมนี้อาจมองให้คุณดูแลตัวเอง เลือกทานอาหารคุณภาพและรสชาติอร่อยที่

เหมาะกับคุณได้โดยอัตโนมัติ หลังจากจบโปรแกรม อาหารทุกกล่องออกแบบและควบคุมโดยนักโภชนาการ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกมื้อ ประกอบด้วยปริมาณแคลอรี แป้ง น้ำตาล รวมทั้งโซเดียม ที่มีค่าเบี่ยงเบนจากที่ร่างกายต้องการไม่เกิน 5 เปอร์เซ็นต์ ดังนั้นหลังจากการเข้าโปรแกรมคุณจะได้เรียนรู้เองโดยอัตโนมัติว่าจะทานแป้งเท่าไร ทานโปรตีนแค่ไหนในแต่ละมื้อ จึงทำให้ไม่เกิดโยโย่เอฟเฟกต์หลังจากเข้าโปรแกรม

น่าสนใจนะครับสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมอาหาร แต่ยังไม่รู้ว่าจะเริ่มจากเมนูไหน ลองหาผู้ช่วยส่วนตัวให้เป็นผู้ดีไซเนอร์มีอาหารควบคู่ไปกับการออกกำลังกาย เพื่อผลลัพธ์ที่สมบูรณ์แบบอย่างที่คุณต้องการครับ

(Life Coach: Good Plate, 2557, น. 123)

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า นิตยสารได้ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือประกอบสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพผ่านวาทกรรมอาหาร มายาคติที่ถูกประกอบสร้างขึ้นมีทั้งการขยายมายาคติเดิมที่มีอยู่ในสังคม คือ (1) ผู้ชายรักสุขภาพ ต้องฉลาดเลือกบริโภค และมายาคติที่ถูกประกอบสร้างขึ้นใหม่ ทั้ง (2) ผู้ชายรักสุขภาพ ต้องใส่ใจเรื่องรูปร่างเพิ่มกล้ามเนื้อ ไม่อ้วน มากจนกลายเป็นผู้ชายกลัวอ้วน และต้องใส่ใจเรื่องความงาม (3) ผู้ชายรักสุขภาพรับประทานอาหารว่างอย่างมีประโยชน์ และ (4) ผู้ชายรักสุขภาพเข้าครัวได้ ประุงอาหารเป็น มายาคติเหล่านี้ถูกประกอบสร้างผ่านกลวิธีภาษาเด่นๆ 3 กลวิธี คือ (1) การเลือกใช้คำศัพท์ (2) การแทรกสหบทอ้างอิงข้อมูล หลักฐานการวิจัยทางการแพทย์ ทางวิทยาศาสตร์ หรือการอ้างคำกล่าวของแพทย์ คำกล่าวของนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญเฉพาะทาง เช่น นักวิทยาศาสตร์ นักวิทยาศาสตร์การอาหาร นักโภชนาการ และ (3) มุลบท รวมทั้งการตั้งคำถามเชิงวาทศิลป์ก็เป็นกลวิธีทางภาษากลวิธีเสริมที่ช่วยสร้าง สะท้อน และตอกย้ำมายาคติเหล่านี้

นอกจากมายาคติเหล่านี้แล้วยังปรากฏความคิด ความเชื่ออื่นๆ เกี่ยวกับความเป็นชายกับอาหาร เช่น อาหารบำรุงสมอง ช่วยให้อารมณ์แจ่มใส และเซ็กซ์ มายาคติทั้งหลายเหล่านี้ไม่

เพียงแต่จะสะท้อนให้เห็นว่าอาหารเป็นสินค้าที่สื่อและสะท้อนวิถีชีวิตของผู้ชายที่รักสุขภาพเท่านั้น แต่อาหารยังกลายเป็นสินค้าในฐานะสื่อกลางเชื่อมโยงหรือกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าอื่นๆ อย่างไม่สิ้นสุดภายใต้ระบบทุนนิยมอีกด้วย

### สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ "อาหารกับการประกอบสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพในนิตยสาร Men's Health" แสดงให้เห็นว่านิตยสารได้ใช้ภาษาเป็นเครื่องมือประกอบสร้าง มายาคติหรือความคิด ความเชื่อเกี่ยวกับความเป็นชายรักสุขภาพให้แก่กลุ่มผู้อ่านเป้าหมาย กล่าวคือ

**อาหารกับการประกอบสร้างมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพ ได้แก่**

(1) **ผู้ชายรักสุขภาพ ต้องฉลาดเลือกบริโภค** อาหารอร่อย อาหารดี ในที่นี้หมายถึงรวมตั้งแต่วัตถุดิบดี และเป็นอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ความฉลาดเลือกนี้แท้จริงแล้วเป็นการเลือกตามสิ่งที่นิตยสารเป็นผู้กำหนดว่าผู้ชายรักสุขภาพต้องเลือกรับประทานอะไร ไม่รับประทานอะไร อะไรคืออาหารดี อร่อย มีประโยชน์ จึงจะจัดได้ว่าเป็นผู้ชายรักสุขภาพที่ฉลาดเลือกบริโภค

(2) **ผู้ชายรักสุขภาพ ต้องใส่ใจเรื่องรูปร่าง เพิ่มกล้ามเนื้อ , หุ่นดี ไม่อ้วน มากจนกลายเป็นผู้ชายกลัวอ้วน และต้องใส่ใจเรื่องความงาม** คำว่า "สุขภาพดี" ในนิตยสาร Men's Health หมายถึง ความสมบูรณ์แข็งแรง ไม่เจ็บป่วย ไม่เป็นโรค และขยายความรวมถึงเรื่อง "รูปร่าง" และ "ความงาม" ด้วย กล่าวคือ ผู้ชายสุขภาพดีจะต้องมีรูปร่างดี ในที่นี้มุ่งเน้นคุณลักษณะสำคัญ 2 ประการ คือ กล้ามเนื้อ และ หุ่นดี , ไม่อ้วนนิตยสารได้สร้างและตอกย้ำซ้ำๆ กระทั่งกลายเป็นผู้ชายกลัวอ้วน ส่วนความงามที่ถูกกล่าวถึงจะมุ่งเน้นไปที่ เส้นผมดำ มั่นเงา และ ผิวพรรณชุ่มชื้น ไร้ริ้วรอย ซึ่งผู้ชายจะมีคุณลักษณะที่พึงปรารถนาเหล่านี้ได้ด้วยกรับประทานอาหารตามที่นิตยสารกำหนด

การสร้างความกังวลเกี่ยวกับรูปร่างและความงามให้แก่ผู้ชายกลุ่มเป้าหมายของ นิตยสาร อาจกล่าวได้ว่าเป็นมายาคติใหม่ที่นิตยสารหรือกลุ่มผู้มีอำนาจที่อาจได้ประโยชน์จาก มายาคติดังกล่าวกำลังพยายามสร้างมายาคติ ความคิดความเชื่อนี้ขึ้น เนื่องจากมายาคติเกี่ยวกับ รูปร่าง โดยเฉพาะเรื่องหุ่นดี ไม่อ้วน และความงามของเส้นผมและผิวพรรณเดิมในสังคมมัก ปรากฏเป็นมายาคติความเป็นผู้หญิง อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นแล้วว่า มายาคติผู้ชายกลัวอ้วนนั้นได้เอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มผู้มองเห็นโอกาสซึ่งอาจรวมถึงนิตยสารเอง นำไปเป็นช่องทางสู่อาชีพหรือธุรกิจใหม่ เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการบริการจัดส่งอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับผู้ชายที่รักสุขภาพ แต่ไม่มีเวลาปรุงอาหารสุขภาพด้วยตนเองหรือต้องการผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะทาง ทั้งแพทย์ นักโภชนาการ และเชฟมาดูแลเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะ

(3) **ผู้ชายรักสุขภาพรับประทานอาหารว่างอย่างมีประโยชน์** อาจกล่าวได้ว่าเป็นมา ยาคติใหม่ของความเป็นชาย เนื่องจากการรับประทานอาหารว่าง อาหารทานเล่น อาหารจุบจิบ มักเป็นนิสัยหรือพฤติกรรมของผู้หญิง อย่างไรก็ตาม ผู้ชายจะรับประทานอาหารว่างก็ต่อเมื่อ อาหารว่าง อาหารทานเล่นมีประโยชน์ต่อสุขภาพเท่านั้น

(4) **ผู้ชายรักสุขภาพเข้าครัวได้ ปรุงอาหารเป็น** แต่การเข้าครัว ปรุงอาหารของผู้ชาย เป็นการปรุงอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับตนเองเท่านั้น ทั้งนี้ นิตยสารยังได้สื่อและตอกย้ำว่า ผู้ชาย จะปรุงอาหารเป็นได้ ด้วยการปฏิบัติตามคำแนะนำที่นิตยสารกำหนด ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ การปรุงอาหาร วิธีหรือปริมาณการบริโภค

มายาคติดังกล่าวถูกประกอบสร้างผ่านกลวิธีทางภาษาเด่นๆ 3 กลวิธี คือ (1) การ เลือกใช้คำศัพท์ (2) การแทรกสทอปอ้างอิงข้อมูล หลักฐานการวิจัยทางการแพทย์ ทาง วิทยาศาสตร์ หรือคำกล่าวของแพทย์ คำกล่าวของนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และ (3) มุลบท ส่วนการตั้งคำถามเชิงวาทศิลป์เป็นกลวิธีเสริมที่สื่อมายาคติได้เช่นกัน ดังตารางแสดง

ความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพในคอลัมน์อาหารในนิตยสาร Men's Health ต่อไปนี้

ตาราง 1: ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างกลวิธีทางภาษากับมายาคติความเป็นชายรักสุขภาพในคอลัมน์อาหารในนิตยสาร Men's Health

มายาคติความเป็นชายรักสุขภาพ	กลวิธีทางภาษา			
	การเลือกใช้คำศัพท์	การแทรกสทบท อ้างอิงข้อมูลหลักฐานการวิจัยทางการแพทย์ ทางวิทยาศาสตร์ หรือการอ้างคำกล่าวของแพทย์ คำกล่าวของนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญชำนาญเฉพาะทาง	มูลบท	คำถามเชิงวาทศิลป์ (กลวิธีเสริม)
(1) ผู้ชายรักสุขภาพ ต้องฉลาดเลือกบริโภค	/	/	-	/
(2) ผู้ชายรักสุขภาพ ต้องใส่ใจเรื่องรูปร่าง "เพิ่มกล้ามเนื้อ", "หุ่นดีไม่อ้วน" มากจนกลายเป็นผู้ชาย "กล้ามเนื้อ" และต้องใส่ใจเรื่องความงาม	/	/	/	-
(3) ผู้ชายรักสุขภาพ รับประทานอาหารว่างอย่างมีประโยชน์	/	/	-	/
(4) ผู้ชายรักสุขภาพ เข้าครัวได้ปรุงอาหารเป็น	/	/	/	-

เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้บริโภคตัวบ่งชี้ซึ่งอาจนำไปสู่การบริโภคอาหารด้วยนั้นจะกลายเป็นผู้ชายที่รักสุขภาพ ฉลาดเลือกบริโภค มีคุณลักษณะที่น่าพึงปรารถนา อาทิ สุขภาพดี ผิวพรรณดี หุ่นดี ไม่อ้วน มีกล้ามเนื้อ หรือรับประทานอาหารว่างอย่างมีประโยชน์ เข้าครัวได้ปรุงอาหารเป็น สิ่งเหล่านี้ล้วนเกิดจากการเชื่อ ยอมรับ ปฏิบัติตามสิ่งที่นิตยสารแนะนำและกำหนดลักษณะต้นแบบหรือเกณฑ์มาตรฐานของบางสิ่งบางอย่างให้แก่สังคม เช่น ลักษณะต้นแบบของความผอม ลักษณะต้นแบบของความอ้วน ลักษณะอาหารที่อร่อย ดี มีประโยชน์สำหรับคนรักสุขภาพที่ฉลาดเลือกบริโภค การประกอบสร้างมายาคติเหล่านี้ หากมีการตอกย้ำ และผลิตซ้ำๆ นานเข้าก็อาจนำไปสู่การกลายเป็นสัจญะได้

กล่าวโดยสรุปได้ว่า มายาคติความเป็นชายรักสุขภาพเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะสะท้อนให้เห็นว่าอาหารเป็นสินค้าที่แสดง สื่อ และสะท้อนวิถีชีวิตของผู้ชายที่รักสุขภาพ แต่อาหารยังกลายเป็นสินค้าในฐานะสื่อกลางเชื่อมโยงหรือกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าอื่นๆ อย่างไม่สิ้นสุด ทั้งยังนำไปสู่การเอื้อประโยชน์ให้แก่กลุ่มคนบางกลุ่ม อาทิ นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ สถานบริการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพที่มองเห็นโอกาสสร้างรายได้จากมายาคติเหล่านี้ ทั้งหมดนี้ขับเคลื่อนและดำรงอยู่ภายใต้อุดมการณ์ทุนนิยม

## เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน. (2553). *สายธารนักคิดทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อสารศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.
- กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์. (2549). ภาษา สังคม และวาทกรรม. ในกฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์ (บก.). *มองสังคมผ่านวาทกรรม*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2542). *วาทกรรมการพัฒนา: อำนาจ ความรู้ ความจริง เอกสิทธิ์ และความเป็นอื่น*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์วิจัยและผลิตตำรา มหาวิทยาลัยเกริก.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2555). *สัญวิทยา โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยม กับ การศึกษารัฐศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: วิชาษา.
- ณัฐพร พานโพธิ์ทอง. 2556. *วาทกรรมวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ตามแนวภาษาศาสตร์: แนวคิด และการนำมาศึกษา วาทกรรมในภาษาไทย*. กรุงเทพมหานคร: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เทพี จรัสจรวงเกียรติ. (2549). ฉลาด สวย รวย เก่ง : การสร้างคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ผ่านเรื่องเล่าในโฆษณาของนิตยสารผู้หญิงไทย. ใน กฤษดาวรรณ หงส์ลดารมภ์ และจันทิมา เอี่ยมมานนท์ (บก.). *พลวัตของภาษาไทยปัจจุบัน*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บาร์ตส์, โรลิ่งด์. (2551). *มายาคติ*. (วรรณพิมพ์ อังคศิริสรรพ, ผู้แปล). นพพร ประชากุล (บก.). กรุงเทพมหานคร: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- Nutrition: The best life. (2557ก). *Men's Health Thailand*, 8(88), 64.
- Nutrition: The best life. (2557ข). *Men's Health Thailand*, 8(89), 62-77.

- Nutrition: The best life. (2557ค). *Men's Health Thailand*, 8(91), 58.
- Nutrition: The best life. (2557ง). *Men's Health Thailand*, 8(92), 75-76.
- Nutrition: The best life. (2557จ). *Men's Health Thailand*, 8(93), 74-78.
- Nutrition: The best life. (2558). *Men's Health Thailand*, 9(105), 42.
- Nutrition: The best life. (2559). *Men's Health Thailand*, 10(115), 48.
- Life Coach: Complimentary drink. (2557ก). *Men's Health Thailand*, 8(80), 90-127.
- Life Coach: Complimentary drink. (2557ข). *Men's Health Thailand*, 8(91), 125.
- Life Coach: Complimentary drink. (2557ค). *Men's Health Thailand*, 8(92), 136.
- Life Coach: Good Plate. (2557). *Men's Health Thailand*, 8(91), 123
- วรรณภรณ์ สุขมาก. (2547). นิตยสารผู้ชายกับกระบวนการสร้างความเป็นชายแบบ "เมโทรเซ็กส์ชวล" (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วุฒินันท์ แก้วจันทร์เกตุ. (2553). อุดมการณ์ความเป็นชายในวาทกรรมโฆษณาสินค้าและบริการสำหรับผู้ชายในนิตยสารผู้ชาย (วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนันทา อิมประไพ. (2551). การสร้างภาพตัวแทนของผู้หญิงสุขภาพดีในนิตยสารสุขภาพและความงาม (วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรุชยา ผู้พัฒน์. (2547). อาหาร: ความเข้าใจในเพศสภาพ ขนชั้น และอำนาจ (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Counihan, C.M. (1999). *The Anthropology of Food and Body : Gender , Meaning and Power*. New York, NY : Routledge.

- Fairclough, N. (1995a). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. London and New York: Longman.
- Fairclough, N. (1995b). *Media Discourse*. London and New York: Edward Arnold.
- Phakdeephassook, S. (2007, September 7). A Smart Person Knows How to Consume Healthily : A Study of Advertising Discourse of Health-Claimed Products and Services in Thai. In Hongladarom, K. (chairs), *International Symposium on Discourse, Communication, and Modernity*. Organized by the Division of Research Affairs, Faculty of Arts, Chulalongkorn University & the RGJ Ph.D Research Grant, Thailand Research Fund, Mahachulalongkorn Building Chulalongkorn University
- Van Dijk, T. A. (2003). Critical Discourse Analysis. In Deborah Schiffrin et al. *The Handbook of Discourse Analysis*. Malden : Blackwell.