

บทที่ 6

มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง

นิตยสาร นับเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่ง ที่ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อให้มวลชนได้บริโภคในเวลาว่าง วัตถุประสงค์โดยส่วนใหญ่ของนิตยสารคือ การให้สาระความรู้และความบันเทิงอันหลากหลาย ที่ปรากฏออกมาในรูปของคอลัมน์ต่างๆ เช่น คอลัมน์ในหมวดบุคคล จะมีหน้าที่ให้คนอ่านได้รู้จักชีวิตของบุคคลต่างๆ ที่กว้างขึ้นผ่านตัวหนังสือ พร้อมเปิดทัศนะให้เห็นมุมมองความคิดของคนอื่นๆ ในประเด็นต่างๆ ที่ผู้จัดทำนำเสนอขึ้นมา หรือคอลัมน์สาระความรู้ผู้อ่านก็จะได้รับรู้เรื่องราวต่างๆ ไม่ว่าจะทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ที่ผู้จัดทำนำบทความ หรือข้อเขียนเกี่ยวกับเรื่องเหล่านั้นมาลง

หากในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจะไม่ใช่ความคิดที่ยอมรับกันโดยปริยาย (Take it for granted) ว่า ความรู้จากนิตยสารนั้นจะต้องเป็นประโยชน์ต่อตัวผู้อ่านเสมอไป แต่ผู้วิจัยต้องการพิสูจน์ว่า นิตยสารได้กลายมาเป็นเครื่องมือชิ้นหนึ่งในการแก้ปัญหาด้านการบริโภคของระบบทุนนิยมไทยด้วยการทำหน้าที่เป็นสื่อที่ถ่ายทอดความรู้และหล่อหลอมรสนิยมรวมทั้งแบบแผนการบริโภคให้แก่กลุ่มบุคคลที่สังกัดชนชั้นต่างๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นการตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ว่า "เพื่อศึกษามิติแห่งการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มของนิตยสารผู้หญิง ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหาของนิตยสาร"

ดังนั้น ในการวิเคราะห์ "มิติการบริโภคที่ปรากฏในเนื้อหาของนิตยสารผู้หญิง" ครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีการบริโภคเชิงตรรกวิทยาของโบดริยาร์ด นักทฤษฎีแนววิพากษ์รุ่นใหม่มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ โดยนำเนื้อหาที่คัดออกมาเป็นกลุ่มตัวอย่างทุกเรื่องในแต่ละคอลัมน์ของนิตยสารแต่ละเล่ม มาพิจารณานา "คุณค่า" ตามหลักทฤษฎี หน่วยที่ใช้ในการวัดจะนับ

เป็นรายเรื่องต่อหนึ่งหน่วย และในแต่ละเรื่องสามารถนำมาพิจารณาได้มากกว่า 1 คุณค่า ตามคุณค่าในเชิงตรรกวิทยาการบริโภค 4 คุณค่านี้

1.ตรรกวิทยาเชิงอรรถประโยชน์ (Use Value) เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุ (สินค้า) ในแง่การใช้ประโยชน์ ซึ่งเป็นการให้ความพึงพอใจในระดับการตอบสนองความต้องการทางกายภาพแบบพื้นฐานเท่านั้น

2.ตรรกวิทยาของค่าการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) เมื่อวัตถุถูกจัดให้เป็นสินค้าวัตถุนั้นจะมีมูลค่าการแลกเปลี่ยนเกิดขึ้น แต่เป็นมูลค่าที่เห็นได้อย่างชัดเจนในโลกของความเป็นจริง เช่น มีราคา สามารถแลกเปลี่ยนซื้อขายได้ด้วยตัวเงิน

3.ตรรกวิทยาของค่าสัญลักษณ์ (Sign Value) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับวัตถุที่ไม่ได้มองในแง่ประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น แต่มองเลยไปถึงการสร้าง "สัญลักษณ์" ให้กับวัตถุนั้น กลายเป็นสิ่งที่มีสัญลักษณ์ในการอ้างอิงถึงมันได้

4.ตรรกวิทยาของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Exchange Value) เมื่อวัตถุนั้นถูกสร้างให้มี "สัญลักษณ์" ขึ้นมา ในการจะนำมันออกไปใช้ภายนอกเพื่อให้ไปสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม ถือเป็น การแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์

และจากการวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารผู้หญิง ที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 3 เล่ม โดยใช้ทฤษฎีดังกล่าว สามารถแจกแจงผลการวิจัยออกมาได้ดังนี้

ตารางที่ 15 ตารางเปรียบเทียบปริมาณของมิติการบริโภคที่ปรากฏในเนื้อหา นิตยสารผู้หญิงทั้ง 3 ฉบับ

มิติการบริโภค	ดิฉัน (%)	แพรวสุดสัปดาห์ (%)	ขวัญเรือน (%)
เชิงอรรถประโยชน์	24.00	23.90	37.60
การแลกเปลี่ยน	12.80	17.61	16.00
ค่าสัญลักษณ์	36.80	33.96	28.00
การแลกเปลี่ยนเชิง- สัญลักษณ์	26.40	24.53	18.40
รวม	100	100	100

จากตารางที่ 15 พบว่า ภาพโดยรวมของนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่มจะบรรจุมิติการบริโภคในเชิงค่าสัญญาะมาเป็นอันดับ 1 ยกเว้นนิตยสารขวัญเรือนที่ปริมาณมิติการบริโภคสูงสุดไปอยู่ในเชิงอรรถประโยชน์(37.60%) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนโยบายของของขวัญเรือนตั้งใจจะนำเสนอเนื้อหาที่เป็น "คู่มือ" สำหรับแม่บ้าน ในเรื่องของการเย็บปักถักร้อย ทำอาหาร เป็นหลัก โดยนำเสนอความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้โดยตรง อย่างไรก็ตามเมื่อมาพิจารณาถึงเปอร์เซ็นต์อันดับสองของมิติการบริโภคของนิตยสารขวัญเรือนก็ได้พบว่า ขวัญเรือนได้บรรจุคุณค่าในเชิงค่าสัญญาะในปริมาณที่ไล่เลี่ยกับดิฉันและแพรวสุดสัปดาห์ (ดิฉัน 36.80% แพรวสุดสัปดาห์ 33.96% ขวัญเรือน 28.00%)

ฉะนั้นอาจกล่าวได้ว่า ภาพรวมของนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่มนี้ได้บรรจุมิติการบริโภคในเชิงสัญญาะมากกว่าคุณค่าอื่นๆ โดยเฉพาะดิฉันและแพรวสุดสัปดาห์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารไม่ได้ต้องการอ่านนิตยสารเพื่อเนื้อหาสาระประโยชน์อย่างเดียว แต่ได้ให้ความสนใจกับการบริโภคทางจินตนาการจากตัวนิตยสารด้วย ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจาก ผู้อ่านส่วนใหญ่เห็นว่าการอ่านนิตยสารคือการพักผ่อน และความบันเทิงในชีวิตอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มคนอ่านดิฉันและแพรวสุดสัปดาห์ ซึ่งมีลักษณะของวิถีชีวิตโดยส่วนใหญ่คือสังคมนอกบ้าน นิตยสารที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของคนกลุ่มนี้ จึงมักมีเนื้อหาเพื่อพาผู้หญิงออกไปรู้จักสังคมภายนอกบ้านซึ่งเนื้อหาเหล่านี้ล้วนมีคุณค่าในเชิงสัญญาะ เพราะส่วนใหญ่จะเป็นเนื้อหาที่รู้ไว้เพื่อประดับความรู้มากกว่าจะนำมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างจริงจัง ซึ่งถือเป็นเนื้อหาที่สร้างภาพลักษณ์ให้กับตัวนิตยสารและคนอ่านมากกว่า หรืออีกนัยหนึ่งคือการทำหน้าที่ทดแทนชีวิตประจำวันที่ขาดหายไป เช่น ในแพรวสุดสัปดาห์มีเรื่องละครเวที เพราะในชีวิตจริงอาจไม่มีเวลาไปดู ก็ใช้วิธีอ่านเรื่องราวจากหนังสือ หรือการไปเที่ยวต่างประเทศ ผู้อ่านบางคนไม่มีโอกาสได้ไป แต่ก็มีโอกาสได้เห็นสภาพบ้านเมืองต่างประเทศผ่านหนังสือได้

อย่างไรก็ตาม แม้นิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่มจะบรรจุคุณค่าทางด้านสัญญาะมากกว่าคุณค่าอื่นๆ แต่จากตารางที่ 15 ยังพบว่า นิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่มยังได้บรรจุคุณค่าทาง

ด้านมิติการบริโภคอื่น ๆ อีกสามคุณค่าในปริมาณที่ไม่แตกต่างกันนัก และในแต่ละคุณค่าที่ปรากฏในเนื้อหาของนิตยสารผู้หญิงต่างมีรายละเอียด และผู้ผลิตต่างมีวิธีการนำเสนอคุณค่าเหล่านี้อย่างไรบ้าง ผู้วิจัยใคร่ขอนำเสนอ ดังนี้

1. ตรรกวิทยาเชิงอรรถประโยชน์ (Use Value)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่ม พบว่า "คุณค่าในเชิงอรรถประโยชน์" ของนิตยสารที่ปรากฏให้เห็นเป็นรูปธรรมชัดเจน คือ การนำเสนอสาระความรู้และความบันเทิงกับคนอ่าน ซึ่งตรงกับวัตถุประสงค์หลักที่ผู้จัดทำนิตยสารได้ให้สัมภาษณ์ว่า "หนังสือเล่มนี้ไม่ใช่หนังสือผู้หญิงโดยเฉพาะ หรือเป็นหนังสือแฟชั่น แต่เป็นหนังสือที่หลากหลาย" (ทิพย์วดี ปรวาโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539)

"เพราะเราเห็นว่าสังคมมันรีบเร่งมากพออยู่แล้ว มันเครียด เราเลยอยากให้เราหยิบหนังสืออะไรสักเล่มขึ้นมา ที่ในความดูเบาของมันนั้น มันมีสาระด้วย แพร่สุดสัปดาห์จึงจัดเป็นหนังสือประเภทสารบันเทิง" (มนตรีรา รุฑะทุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

"นิตยสารขวัญเรือน มีนโยบายและเป้าหมายในการจัดทำขึ้นมาเพื่อให้เป็นนิตยสารสำหรับให้ข่าวสารความรู้ออกสู่บุคคลในครอบครัว โดยมีแนวคิดว่าเป็นความรู้ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ และความรู้ในเชิงการบ้านการเรือน" (จิตราพร ธรรมสาร-สุนทร, 2538)

1.1. **บอกข่าวสาร** ถือเป็นประโยชน์โดยตรงที่นิตยสารทำหน้าที่นี้มาตลอดอย่างสม่ำเสมอ รูปแบบข่าวที่ลงในนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่ม สามารถแบ่งออกเป็นข่าวแฟชั่นโชว์ ข่าวสังคม และเกร็ดข่าวทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น

- "กระทรวงวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม จัดงานสัปดาห์วิทยาศาสตร์แห่งชาติขึ้น หรือชื่อของงานก็คือ เทคโนโลยีสารสนเทศก้าวไกล เศรษฐกิจไทยมั่นคง" (นิตยสารดิฉัน ฉ.ก.ค.2538)

- "เข้าหน้าร้อนที่ไร ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าแทบทุกยี่ห้อจะต้องแห่กันออกมาจัดแฟชั่นโชว์ อวดคอลเลคชั่นใหม่รับลมร้อนเป็นการใหญ่ ล่าสุดผลิตภัณฑ์ชื่อดังนิวมาน และลีวายส์

ก็พร้อมใจกันจัดแสดงแฟชั่นโชว์ในระยะเวลาใกล้เคียงกันเมื่อต้นเดือนเมษายนที่ผ่านมา(แพรวสุดสัปดาห์ จ.พ.ศ. 2538)

- "ร่วมสร้างสรรค์สังคมปลอดบุหรี่ มูลนิธิหมอชาวบ้าน หน่วยงานเอกชนที่ต่อต้านการและรณรงค์เพื่อการไม่สูบบุหรี่มาตลอด ได้จัดพิธีมอบโล่ประกาศเกียรติคุณแก่ผู้ร่วมสร้างสรรค์สังคมปลอดบุหรี่ แก่บุคคลหลายแขนง" (ขวัญเรือน จ.มิ.ย.2538)

การที่นิตยสารผู้หญิงส่วนใหญ่มีลักษณะข่าวดังกล่าว มีเหตุผลอยู่สองสามประการที่สามารถนำมาอธิบายได้ดังนี้

1. อาจเนื่องมาจากเป็นความสนใจโดยส่วนตัวของผู้หญิง ที่มักสนใจในเรื่องของชีวิตบุคคล ความสวยความงามต่างๆ

2. ด้วยกำหนดระยะเวลาการวางแผนของนิตยสารที่เป็นรายปักษ์ การไปเล่นข่าวที่ทันเหตุการณ์บ้านเมืองอย่างฉับไวทุกนาทีที่ต่อนาที คงจะเป็นการล่าช้ากว่าข่าวหนังสือพิมพ์ จึงต้องเสียมมาเสนอข่าวที่ไม่ต้องอาศัยความฉับไวของเหตุการณ์ แต่ก็ไม่ใช่ที่ล้ำสมัยจนเกินไปนัก เป็นการทำหน้าที่บันทึกความเคลื่อนไหว หรือความเป็นไปของสังคมเพื่อไม่ให้เกิดการตกข่าวมากกว่า และการเลือกข่าวของบุคคลที่มีชื่อเสียงย่อมเป็นที่สนใจของบุคคลทั่วไปอยู่แล้ว เนื่องจากทุกคนต่างรู้จักบุคคลในข่าว

3. โดยนโยบายของนิตยสารผู้หญิงส่วนใหญ่จะกำหนดไว้ว่า เพื่อให้สาระบันเทิงลักษณะข่าวสังคมและข่าวแฟชั่นต่างๆก็ได้ทำหน้าที่ทั้งสองเป็นอย่างดี นั่นคือให้สาระในแง่การทำให้คนอ่านรู้ความเป็นไปของสังคม และได้รับรู้เรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆที่ตัวเองสนใจ รวมถึงการได้รับรู้สภาพสังคมที่นิตยสารเลือกนำมาเสนอ บางครั้งในความเป็นจริงผู้อ่านส่วนใหญ่อาจไม่มีโอกาสสัมผัสกับสภาพกลุ่มสังคมตรงนั้น นิตยสารจึงเป็นเหมือนตัวเชื่อมโยงให้คนอ่านที่ต่างกลุ่มสังคมกันได้รู้จักวิถีชีวิตของกันหรือถ้าคนอ่านอยู่ในสังคมกลุ่มที่นำเสนอข่าวอยู่แล้ว ผู้อ่านกลุ่มนั้นก็จะได้รับรู้เรื่องในสังคมของตนเองมากขึ้น และหน้าที่ที่สองคือการให้ความบันเทิง ซึ่งนิตยสารมีวิธีการนำเสนอด้วยการเล่าเรื่องผ่านภาพสี ที่มีปริมาณภาพมากกว่าหนังสือพิมพ์ทั่วไป เป็นการให้ความบันเทิงด้วยการเน้นบรรยากาศของงานข่าว ซึ่งต่างจากหนังสือพิมพ์ที่จะเน้นนำเสนอด้วยประเด็นและเนื้อเรื่องมากกว่า

1.2. **ให้ความรู้** ความรู้ส่วนใหญ่ที่บรรจุอยู่ในนิตยสารจะเป็นความรู้เชิงประยุกต์ และเกร็ดความรู้ต่างๆ โดยจะเป็นความรู้ลักษณะเบาๆ ไม่เจาะลึกหรือออกแนววิชาการ เหตุผลที่เป็นเช่นนี้เพราะ ลักษณะของนิตยสารผู้หญิงจะเป็นการให้ความรู้ที่หลากหลาย และคนอ่านเลือกอ่านนิตยสารเพื่อผ่อนคลายเป็นหลัก จึงต้องการรับรู้เรื่องราวที่เป็นสารบันเทิงมากกว่า และเหตุผลอีกประการคือ เรื่องที่ออกแนววิชาการ หรือสาระหนักๆ ได้มีหนังสือ และนิตยสารแนวนี้โดยเฉพาะทำหน้าที่นั้นอยู่แล้ว เช่น หนังสือพิมพ์ หนังสือวิชาการ นิตยสารทางการเมือง (มติชนสุดสัปดาห์ อาทิตย์) แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าแนวเนื้อเรื่องทางการเมือง หรือเศรษฐกิจจะไม่สามารถมาอยู่ในนิตยสารผู้หญิงได้ เพียงแต่การนำเรื่องแนวหนักหน่วงเช่นนั้น มาลงจะถูกย่อรูปแบบการเขียนให้ออกมาเป็นเกร็ดข่าว หรือประเภทรู้ไว้ใช่ว่า เพราะผู้หญิงก็ควรจะรู้เรื่องพวกนี้ไว้ด้วย (มนตรีรา จุฑะพุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ต.ค. 2539)

โดยการให้ความรู้จะปรากฏออกมาในเนื้อหาของนิตยสาร 3 ด้านคือ

- ให้ความรู้เรื่องโลกและชีวิตในวงกว้าง ในประเด็นนี้ "นิตยสาร" จะเปรียบเสมือนโลกกว้างที่ถูกย่อลงมาเป็นตัวหนังสือ ถือเป็น การสร้างประสบการณ์ทางอ้อมให้กับคนอ่าน โดยการให้ความรู้เช่นนี้จะมีปรากฏในหลายๆ คอลัมน์ของนิตยสาร เช่น คอลัมน์บุคคล ผู้อ่านจะได้ข้อคิดให้กับชีวิตจากประสบการณ์ของผู้ที่ให้สัมภาษณ์ ได้เปิดทัศนะรับรู้ความคิดเห็นของคนอื่น แล้วนำมาประยุกต์เข้ากับชีวิตตนเอง คอลัมน์สาระความรู้ ไม่ว่าจะ เป็นสารคดี หรือสื่อบุพิเศษ ผู้อ่านจะได้รับความรู้ว่ามีเหตุการณ์ต่างๆ ไร่บ้างที่เกิดขึ้นในโลก เป็นการให้ความรู้รอบตัวแก่ผู้หญิง

"มนุษย์ทุกคน ประเทศทุกประเทศ สังคมทุกสังคม จะมีทั้งสิ่งที่ดีและไม่ดีปะปนอยู่ทั้งนั้น การเลียนแบบอย่างที่ดี และงดการเลียนแบบอย่างที่ไม่ดีนั้น เป็นเรื่อง ที่ควรทำอย่างยิ่ง ทั้งในแง่แนวความคิดและการกระทำ" (คำวิงวอนเพื่อสันติภาพที่ยั่งยืน คอลัมน์ "มองชีวิต" นิตยสารดิฉัน ธ.ก.ย. 2538)

"ครูเป็นอาชีพที่เป็นยาก แต่ถ้าเรา "เป็น" ครูจริงๆ แล้ว เราจะรู้ว่ามันมีคุณค่า เราได้สร้างคน ได้ทำอะไรที่มันมากกว่าอาชีพอื่นๆ" (ครูมุกดา อินตะสาร คนดีศรีสังคมประจำปี 2537" คอลัมน์ "สัมภาษณ์" แพรวสุดสัปดาห์ ธ.ม.ค. 2538)

"จากการที่ผ่านโศคร้ายมาเยอะ ไม่มีใครสมบูรณ์แบบมาตลอด แต่ว่ามันปลายจะดี หรือร้ายอยู่ที่การตัดสินใจ ไม่มีชีวิตใครโรยด้วยกลีบกุหลาบเสมอไป" (เดือนเต็ม สาลิตุล ภาพชีวิตวันวานที่ยังไม่ร้างเลือน" คอลัมน์ "เปิดใจสนทนา" ชวัญเรือน จ.ธ.ค.2538)

-ให้ความรู้เรื่องตัวเองเช่น คอลัมน์สุขภาพ ความสวยความงาม แต่งตัว บทความเกี่ยวกับการวางตัวในสังคม ซึ่งเป็นการนำเสนอความรู้เพื่อให้ผู้อ่านได้นำมาปรับใช้กับตัวเอง

"จากสี่ระยะจุดปลายเท้า เป้าทะนุถนอม ด้วยสารพันคุณค่าจากธรรมชาติ เพราะเราคือเรา รักตัวเองไว้บ้างไม่เสียหายอะไร เลือกเพื่อสุขภาพของคุณและคนที่รักจาก HEALTHY CHOICE" (คอลัมน์ "จับจ่าย-ใช้สอย" ดิฉัน จ.พ.ย.2538)

"เส้นผมของแต่ละคนก็แตกต่างกันออกไป ผมบางเส้นเล็ก ผมบางเส้นบาง ผมหยิกค้ำหนา ผมหยิกบางออกโทมน้ำตาล ฯลฯ ดังนั้น การรู้จักสภาพเส้นผมของตัวเองจะทำให้เราสามารถเลือกผลิตภัณฑ์สำหรับผมมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดูแลรักษา และไม่ให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวทำลายสภาพเส้นผมของเรานั้นเอง" (คอลัมน์ "แต้มเส้นหัว" จ.เม.ย.2538)

"ในยามอากาศร้อนอบอ้าว เวลาเหนื่อยๆ ได้น้ำหวานเย็นๆ ชื่นใจดี แต่ไม่สนับสนุนให้กินน้ำหวานสีสวย หรือน้ำอัดลม เพราะเท่ากับเราได้น้ำตาลที่เป็นพลังงานเปล่า ไม่มีวิตามินกับเกลือแร่ควบคู่เข้าไป ร่างกายใช้น้ำตาลส่วนนี้ได้ไม่หมด กินแล้วอ้วนเปล่าๆ หากอยากกินอะไรหวานๆ เย็นๆ ลองหันเข้าหาน้ำผลไม้ลิ้ม น้ำผลไม้ล้วนๆ ไม่เติมน้ำตาลเลยดีที่สุด" (คอลัมน์ "เพื่อชีวิตและสุขภาพ" ชวัญเรือน จ.มี.ค.2538)

-เสริมทักษะต่างๆให้กับผู้อ่าน ความรู้ลักษณะนี้จะปรากฏชัดเจนในคอลัมน์หมวดปกิณฑกะ เช่น คอลัมน์ทำอาหาร จัดดอกไม้ ตกแต่งบ้าน จะพบว่าในนิตยสารทั้งสามเล่ม นิตยสารชวัญเรือนจะเน้นความรู้ในเรื่องนี้มากกว่าเล่มอื่น โดยนำเสนอในแบบที่ทำเอง เน้นประโยชน์การใช้งาน ในขณะที่ดิฉันและแพรวสุดสัปดาห์ มีการเน้นเรื่องความสวยงาม และการตกแต่งที่มีสไตล์เข้าไปด้วย เช่น

“แม้จะเป็นบ้านชั้นเดียว แต่ได้ประโยชน์ใช้สอยครบถ้วน มีห้องรับแขก ห้องรับประทานอาหาร ห้องนอนสามห้อง ห้องนั่งเล่น และยังมีเนื้อที่สำหรับสวนเล็กๆอีกด้วย สีที่ใช้ในบ้านหลังนี้ออกไปทางเบาๆ เช่น ครีม ขาว หรือน้ำตาลอ่อน และความอ่อนหวานของดอกไม้ในแจกันดีไซน์แปลกๆช่วยเพิ่มความนุ่มนวลให้บ้านน่าอยู่มากขึ้น”(คอลัมน์ “คนรักบ้าน” ดิฉัน จ.พ.ย.2538)

“มีจดหมายฉบับหนึ่งเขียนข้อความมาว่า อีกไม่กี่เดือนจะถึงวันเกิด ทุกทีเคยจัดวันเกิดที่ร้านอาหาร แต่เพื่อนๆบอกว่าเมื่อบรรยากาศเดิม เบื่อโต๊ะ เบื่อจาน เบื่อช้อน เบื่อผ้าเช็ดปาก แบบเก่าๆ รุ่นไดโนเสาร์เต่าล้านปี ปีนี้จะหนีจากร้านอาหารมาจัดงานวันเกิดที่บ้าน มีวิธีไหนจะจัดผ้าเช็ดปากกับจานให้ตระการสวยงามบ้าง (ขอวิธีแบบง่ายๆไม่ซับซ้อน)” (คอลัมน์ “ตกแต่งวันหยุด” แพรวสุดสัปดาห์ จ.เม.ย.2538)

“หมอนอิงสีม่วงคู่สวยคู่ห้องรับแขก สวยอย่างนี้ใครเห็นก็ต้องอยากมีไว้เป็นเจ้าของ เพียงใช้หมอนสีเหลี่ยมอาจจะหุ้มด้วยผ้าสีตามชอบ แล้วถักลายโครเชตติดบนหัวหมอน ก็จะได้หมอนใบสวยคู่นี้แล้วค่ะ” (คอลัมน์ “งานฝีมือ” ชวัญเรือน จ.ธ.ค.2538)

1.3.ให้ความบันเทิงถือเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ในแง่ช่วยคลายความเครียดจากภารกิจประจำวัน รูปแบบการให้ความบันเทิงจะปรากฏอยู่แทบทุกคอลัมน์ บางคอลัมน์อยู่ที่เนื้อหา บางคอลัมน์อยู่ที่ภาพประกอบที่สวยงาม แต่หมวดคอลัมน์ที่จะให้ความบันเทิงมากที่สุดคือ หมวดคอลัมน์ “บันเทิง” นั่นเอง ซึ่งมีเนื้อหาหลักคือ นวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องแปล สำหรับนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่มต่างนำเสนอเนื้อหาในหมวดบันเทิงที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับลักษณะความสนใจของกลุ่มเป้าหมายของนิตยสาร ดังนี้

นิตยสารดิฉัน จะนำเสนอผ่านนวนิยาย เรื่องสั้นและเรื่องแปลเป็นหลัก โดยแนวเรื่องจะเป็นเรื่องชีวิตครอบครัวและความรัก เช่น ทราวยสามสี ของ โสภาค สุวรรณ ทางสายพระจันทร์เสี้ยวของ ประภัสสร เสวิกุล นอกจากนี้มีรูปแบบการให้ความบันเทิงที่แตกต่างออกไปจากนวนิยายเพียงคอลัมน์เดียวคือ การแนะนำอัลบั้มเพลง ซึ่งเน้นเพลงสากลเป็นหลัก คือ คอลัมน์กรุเสียง

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ เน้นเสนอเรื่องราวของวงการบันเทิงทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเพลงไทย เพลงสากล ภาพยนตร์ต่างประเทศ ภาพยนตร์ไทย ละคร โฆษณา ละครเวที รวมถึงนวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี ซึ่งเน้นเรื่องราวความรักสนุกสนาน หรือเขียนในเชิงเสียดสี สังคมจากนักเขียนที่เป็นที่ชื่นชอบของคนหนุ่มสาว เช่น ทะเลน้ำค้าง ของ วดีลดา เพียงศิริ ละครโรงเล็ก ของ ดวงหทัย ศรีธธาพิทย

นิตยสารขวัญเรือนเน้นนำเสนอนวนิยายเป็นหลักจากนักเขียนผู้หญิงแนวชีวิต ความรัก และครอบครัว เช่นฟ้าครามฝน ของ ม.มธุการี คลื่นเหนือน้ำ ของ โบตัน ดวงใจพิสุทธิ์ ของ กิ่งฉัตร นอกจากนี้คือคอลัมน์เกี่ยวกับการแนะนำอัลบั้มเพลงไทย และวิจารณ์ภาพยนตร์

2. ธรรมชาติของค่าการแลกเปลี่ยน (Exchange Value)

ปัจจุบัน "นิตยสาร" ถูกจัดเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมชนิดหนึ่ง ที่จะถูกผลิตขึ้นมาจากความต้องการของผู้ผลิต แต่ขณะเดียวกันจะมีฐานอยู่ภายใต้การตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ที่ผู้ผลิตเป็นคนกำหนดขึ้นมาตามนโยบายของหนังสือด้วยเมื่อนิตยสารถูกจัดให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม จึงจำเป็นต้องมีค่าแลกเปลี่ยน ดังนี้

2.1. ใ้หน้บริการทางธุรกิจหมายถึง นิตยสารให้พื้นที่ในการลงโฆษณาต่างๆ โดยโฆษณาเหล่านี้ถือเป็นรายได้หลักของการทำหนังสือถ้าวัดตามสัดส่วนเนื้อหาทั้งหมดของนิตยสารทั้งสามเล่มพบว่า พื้นที่โฆษณาเกินหนึ่งที่ถึงประมาณ 1 ใน 3 ของพื้นที่บนหน้านิตยสารทั้งหมด(ตามตารางที่ 8 ตารางแสดงปริมาณจำนวนหน้าเนื้อหาและโฆษณาของนิตยสารทั้งสามฉบับ) โดยนิตยสารดิฉันมีเนื้อที่โฆษณามากที่สุด(36.19%) รองลงมาคือ นิตยสารขวัญเรือน (24.87%) และลำดับสุดท้ายนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ (21.07%) การที่โฆษณามีเนื้อที่มากเท่านี้อาจเป็นเพราะนิตยสารทั้งสามเล่มเป็นนิตยสารที่ได้รับความนิยมในกลุ่มคนอ่าน ผู้ลงโฆษณาต่างๆจึงมีความประสงค์ต้องการจะลงเพราะช่วยประกันได้ในระดับหนึ่งว่าสินค้าของตนจะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าเล่มอื่น ประการที่สอง การทำนิตยสารในปัจจุบันเป็นระบบธุรกิจ ถ้ามีโฆษณาเข้ามา ปัญหาในเรื่องเงินทุนจะหมดไป และจะไปส่งผลกระทบต่อเนื่องในการชะลอการขึ้นราคาหนังสือด้วย

2.2.เป็นพื้นที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลและสินค้าอื่นๆในรูปแบบโฆษณาแฝง การโฆษณาแฝงรูปแบบนี้จะพบเป็นประจำในคอลัมน์แฟชั่น ท่องเที่ยว ซีโอปิ้งไกด์แนะนำร้านอาหาร แนะนำอัลบั้มเพลง วิจารณ์ภาพยนตร์ และสัมภาษณ์บุคคล เช่น การสัมภาษณ์คนดัง พกดาวา นักร้องในช่วงที่กำลังออกเทป หรือมีละครแสดงอยู่ทางโทรทัศน์ และบางครั้งนิตยสารจะใช้วิธีการทำเนื้อหาของหนังสือเป็นคอนเซ็ปต์เล่ม เช่น การไปถ่ายแฟชั่นที่ต่างประเทศในเล่มก็อาจจะมีการสัมภาษณ์คนไทยในประเทศนั้น การแนะนำร้านอาหาร แหล่งซื้อของ เยี่ยมบ้านท่านทูต ซึ่งรูปแบบคอลัมน์เหล่านี้ถือเป็นการแลกเปลี่ยนพื้นที่หน้าโฆษณาของนิตยสาร กับการที่นิตยสารได้เรื่องราวเหล่านั้นมาลงในหนังสือ โดยเฉพาะการเลือกคนดังมาถ่ายแฟชั่น จะทำให้ร้านเสื้อผ้าที่มาลงแฟชั่นตกใจได้เร็วขึ้น เนื่องจากเสื้อผ้าร้านจะมีโอกาสไปสู่สายตาคนอ่านได้มากขึ้นเพราะคนดังยอมเป็นที่สนใจของคนทั่วไปทางด้านนิตยสารก็จะได้ประโยชน์ในแง่ยอดขายและยังมีโอกาสต่อยอดกับร้านเสื้อผ้าที่หือดังได้มากขึ้นด้วย ตัวอย่างของการโฆษณาแฝงที่ปรากฏในคอลัมน์ต่างๆมีดังนี้

การไปถ่ายแฟชั่นที่ประเทศฟินแลนด์ของนิตยสารดิฉัน จ.กันยายน มีการสัมภาษณ์คนไทยในฟินแลนด์ (คอลัมน์ "เขาพูด เธอพูด) สัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหารวิลล่าไทย ในฟินแลนด์ (คอลัมน์ "เปิดอก") และคอลัมน์ท่องเที่ยว-สนทนาไม้สั้น ที่ฟินแลนด์-จากนอร์เวย์ สวรรค์บนดิน บินมาฟินแลนด์ ด้วยสายการบินฟินแอร์

เราเป็นคนไทยคนหนึ่งที่มีวิถีภาคภูมิใจถึงถิ่นที่มาเยือนแห่งนี้ มหัทศวรรษธรรมชาติที่ สวยงามติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก นามว่า สิมิลัน ความรู้สึกเช่นนี้คงไม่ต่างจากที่มงาน สร้างสรรค์ของ เจ วอลเตอร์ รอมสัน เช่นกัน ที่แห่งนี้จึงเป็นฉากหนึ่งที่ถูกบันทึกเป็น ภาพยนตร์โฆษณาชุดล่าสุดของออร์แกนิกส์ โลท์แชนพู" (คอลัมน์ "เบื้องหลัง เบื้องลึก แพรว สุดลับดาห์ จ.เม.ย.2538)

กินอยู่อย่างไทย สบายใจ สบายท้อง ตำรับอาหารในฉบับนี้ เราได้แวะชิมลิ้มรสความ อร่อยหลากหลายที่ย่านตลาดพงษ์เพชร ในซอยชินเขต ซึ่งเป็นที่ตั้งของร้านอาหารไทยนามว่า ตา ตัมเฮ้าส์ (คอลัมน์ "ตำรับอาหาร" ชวัญเรือน จ.ก.พ.2538)

นอกจากนี้ยังมีค่าแลกเปลี่ยนซึ่งไม่ได้เกิดจากการวิเคราะห์เนื้อหาโดยตรง แต่เป็นส่วนประกอบภายนอก เช่น

2.3 ราคาของนิตยสารการตั้งราคาของนิตยสารนี้จะช่วยสะท้อนให้เห็นอำนาจการซื้อของกลุ่มคนอ่านและกำหนดลักษณะของกลุ่มคนอ่านไปในตัว เพราะการเลือกซื้อนิตยสารไม่ใช่ความจำเป็นที่จะต้องซื้อหามาบริโภค เหมือนปัจจัยสี่อื่น คนที่จะเลือกซื้อนิตยสารเล่มไหนราคาเท่าไร ต้องดูกำลังซื้อและความสนใจของตนต่อเนื้อหาในหนังสือด้วยว่า ซื้อมาแล้วจะคุ้มค่านัย นอกจากนี้ราคาของนิตยสารยังช่วยกำหนดรูปลักษณ์และภาพลักษณ์ของนิตยสารไปในตัวด้วย นั่นหมายถึงว่า นอกจากนิตยสารจะมีตรรกวิทยาของค่าการแลกเปลี่ยน เมื่อกลายเป็น"สินค้า" แล้ว นิตยสารยังมีตรรกวิทยาการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ด้วย เนื่องจากคนทั่วไปมักคิดว่า ของแพงมักจะเป็นของดี การที่นิตยสารมีราคาและรูปเล่มสวยงามจะส่งผลทางด้านความคิดและจิตใจของคนซื้อไปล่วงหน้าแล้วว่า นิตยสารเล่มนี้ดูเป็นหนังสือที่ดี มีระดับ ตัวอย่างราคานิตยสารจะช่วยกำหนดรูปลักษณ์ของนิตยสารสามารถมองเห็นได้ชัดเจนจากนิตยสารทั้งสามเล่มดังนี้

นิตยสารดิฉัน มีราคาแพงกว่าอีกสองเล่มคือ ราคา 60 บาท (ปี 2538) รูปลักษณ์ของนิตยสารมีการใช้หน้าสีในปริมาณมากกว่าหน้าขาวดำ (หน้าสี 70.68% หน้าขาวดำ 29.32%) จึงทำให้ต้องใช้ต้นทุนในการผลิตค่อนข้างสูง ราคาของหนังสือจึงแพงตาม และโดยคอลัมนีที่น่าเสนอ ดิฉันจะเน้นรูปสวย เพราะทำให้หน้าตาของคอลัมนีดูสวย มีรสนิยม

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ จะมีหน้าสีมากกว่าหน้าขาวดำ (หน้าสี 61.00% หน้าขาวดำ 39.00%) มีราคา 50 บาท (ปี 2538) เหตุที่มีราคาน้อยกว่านิตยสารดิฉัน อาจเป็นเพราะกลุ่มคนอ่านของแพรวสุดสัปดาห์ยังอยู่ในวัยหนุ่มสาว ส่วนหนึ่งยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง แต่สามารถขอจากพ่อแม่ ผู้ปกครองได้ และเนื้อหาส่วนใหญ่เสนอเรื่องคน และแฟชั่น การใช้หน้าสีจะทำให้ดูสวยเป็นที่สนใจของคนอ่าน ส่วนหน้าขาวดำใช้กระดาษปอนด์ ซึ่งเป็นการช่วยทำให้รูปเล่มหนังสือดูดีขึ้นมา

นิตยสารขวัญเรือน มีราคา 36 บาท (ปี 2538) เหตุผลที่ราคาของขวัญเรือนถูกกว่าเล่มอื่น เนื่องจากขวัญเรือนใช้กระดาษ NEWS PRINT ในการพิมพ์หน้าขาวดำ และปริมาณหน้าสีของขวัญเรือนก็มีปริมาณน้อยกว่าอีกสองเล่ม (หน้าสี 46.89% หน้าขาวดำ 53.11%) การที่

ขวัญเรือนสามารถมีหน้าชาวดำมากกว่าหน้าสี ไม่ได้หมายความว่าขวัญเรือนไม่ได้ใส่ใจกับรูป
ลักษณะของนิตยสาร แต่เป็นเพราะเนื้อหาที่เป็นจุดเด่นของขวัญเรือนคือ นวนิยาย ซึ่งไม่จำ
เป็นต้องให้หน้าสีในการนำเสนอ เพราะความสำคัญของเนื้อหาส่วนนี้อยู่ที่เนื้อเรื่อง ไม่ใช่รูป
ภาพ สำหรับคอลัมน์ที่เน้นภาพสวย เช่น แฟชั่น งานฝีมือ สัมภาษณ์บุคคล ขวัญเรือนยังคง
เลือกให้หน้าสีในการนำเสนอ เพื่อให้เป็นที่สะดุดตาคนอ่านเช่นกัน

5.2.4 มีเนื้อเรื่องที่นำเสนอเหตุผลที่คนอ่านส่วนใหญ่จะเลือกซื้อนิตยสารคือการมี
เนื้อเรื่องที่นำเสนอ บางทีการแลกเปลี่ยนก็มาจากการทำเช็คชั่นเรื่องพิเศษ ซึ่งถือเป็นการช่วย
สร้างความรู้สึกแปลกใหม่ และความรู้สึกพิเศษให้กับคนอ่าน จนเกิดความรู้สึกว่าต้องซื้อมา
อ่าน

“ฉบับนี้ ‘ดิฉัน’ ขอพาคคุณเที่ยวอีกครั้งหนึ่ง คราวนี้ เราไปเที่ยวที่กรีซกัน สนุกดี เพราะเมือง
สวย แถมยังได้สัมผัสกับประวัติศาสตร์ด้วยตัวเองอีกด้วย ฉบับนี้ หน้า 11 มีพระบรมฉายา
ลักษณะพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เป็นภาพที่หาดูได้ยากค่ะ” (คอลัมน์ “แกลง” ดิฉัน จ.พ.ค
.2538)

“ปกฉบับนี้ตระการตาด้วย 11 ยอดนายแบบขวัญใจสาวๆ พร้อมด้วยเสื้อสวยของดวง
ใจเอิร์ชเพรส ที่กรีติ ชลสิทธิ์ พิถีพิถันทำให้เป็นพิเศษ ฉลองครบรอบ 16 ปีดวงใจมีส งานนี้
เลยสนุกสนานเหมือนเป็นการแฮปปี้เบิร์ธเดย์กลายเป็นดีใจกับชัยชนะของดิไซเนอร์ไทยด้วยค่ะ

ไพรวรินทร์ ขาวงาม คอบ “ม้าก้านกล้วย” เข้าเส้นชัยคว้าซีไรต์ในปีนี้ “ดวงดาว” เชิญมา
สัมภาษณ์ทันที และเร็วๆ นี้จะมีชุดบทกวีของเขามาให้อ่านตามคำขอ (ของ บ.ก.เอง) ฉบับนี้
เป็นการบอกข่าว เพื่อยืนยันว่า...แพรวสุดสัปดาห์มีสิ่งพิเศษให้คนอ่านเสมอ”

(คอลัมน์ “ทักษาย” แพรวสุดสัปดาห์ จ.ส.ค.2538)

“เจริญ มาลาโรจน์ หรือมาลา คำจันทร์ นักเขียนมือรางวัลซีไรท์ ไปเที่ยวแม่ฮ่องสอน
เลยมีข้อมูลที่ได้พบเห็นด้วยตนเองมาฝาก ในชื่อเรื่องที่ตั้งไว้อย่างเก๋ไก๋ว่า กว่าแหล่เม็งสาม
หมอก พลาดไม่ได้นะคะ

หลังจากที่จบ มหาวาณี จาก ลักษณะชาติ ไปไม่กี่ฉบับ เสียงเรียกร้องถึงนวนิยายเรื่องใหม่ ก็มีมาไม่ขาดระยะ ทมยันตี ฝากบอกมาว่า มีเรื่องใหม่เตรียมไว้ให้ขวัญเรือนแล้ว ชื่อเรื่องว่า ดาวเหนือ อีกไม่กี่ฉบับได้อ่านแน่นอนค่ะ

ขวัญเรือนยังคงพร้อมพรั่งด้วยเนื้อหาสาระและบันเทิง พร้อมทั้งยังมีเกมให้ร่วมสนุกชิงรางวัลทีวี 14 นิ้ว อีกต่างหาก แล้วอย่างนี้ คุณจะอดใจไม่รับเป็นเจ้าของได้ละหรือ'

(คอลัมน์ 'บ.ก.บอกกล่าว' ขวัญเรือน ฉ.ต.ค.2538)

จะสังเกตได้ว่า จุดสนใจที่นิตยสารแต่ละเล่มนำมาเสนอแก่คนอ่านจะสัมพันธ์กับ ลักษณะกลุ่มเป้าหมายของแต่ละเล่ม และยังช่วยสะท้อนให้เห็นจุดเด่นของตัวนิตยสารไป พร้อมกับสะท้อนความสนใจของผู้อ่านต่อหนังสือด้วย ซึ่งสามารถสรุปได้เป็นภาพรวมคร่าวๆ ว่า

นิตยสารดิฉัน มีเนื้อหาที่น่าสนใจสำหรับคนที่ต้องการรู้เรื่องราวของสังคมภายนอก สนใจเรื่องการเมืองนอก และเน้นสังคมชั้นสูง

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ เน้นเรื่องราวของวัยรุ่น แฟชั่น และแวดวงความบันเทิง ประเภทตารา นักร้อง นักเขียน

นิตยสารขวัญเรือน เน้นนำเสนอสาระความบันเทิง ทางด้านวัฒนธรรม นวนิยาย และ เกมที่ร่วมสนุกได้ทั้งครอบครัว

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ตรรกวิทยาของค่าสัญญาณ (Sign Value)

จากตารางที่ 15 พบว่ามิติการบริโภคทางด้านค่าสัญญาณปรากฏในนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่มเป็นอันดับต้นโดยเฉพาะดิฉันและแพรวสุดสัปดาห์อยู่ในอันดับหนึ่งสำหรับขวัญเรือนมาในอันดับสอง (ดิฉัน 36.80% แพรวสุดสัปดาห์ 33.96% ขวัญเรือน 28.00%) จึงอาจสรุปได้ว่านิตยสารไม่ได้นำเสนอเพียงเนื้อหาสาระที่มุ่งเน้นทางด้านอรรถประโยชน์ตามที่เห็นเพียงผิวเผินทางกายภาพภายนอกเท่านั้นแต่นิตยสารยังได้บรรจุมิติการบริโภคทางด้านจินตนาการและสร้างคุณค่าทางด้านสัญญาณขึ้นมาด้วยโดยวิธีการสร้างคุณค่าเหล่านี้ นิตยสารได้ใช้ "สัญญาณ" ดังต่อไปนี้

3.1 เน้นจุดเด่นของนิตยสารจากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่า นิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่มจะมีรูปแบบคอลัมน์ที่ไม่แตกต่างกัน หากสิ่งที่แตกต่างกันคือแนวเนื้อหาในแต่ละคอลัมน์ ถ้าหากจะเปรียบเทียบนิตยสารเป็นผู้หญิง จะพบว่า นิตยสารทั้งสามเล่มนี้ต่างเป็นผู้หญิงที่มีลักษณะและบุคลิกที่แตกต่างกันไป ถึงแม้จะเป็นผู้หญิงเหมือนกันก็ตาม จากลักษณะเช่นนี้ถือเป็นการเกิดของนิตยสาร "เฉพาะกลุ่ม" ขึ้นมา ซึ่งผู้ผลิตแต่ละเล่มได้พยายามสร้างความแตกต่างของตัวเองนิตยสารเองให้คนอ่านเห็นเด่นชัดขึ้น เพื่อเป็นการกำหนดไปถึงลักษณะของคนอ่านและคนทำด้วยโดยการจะกำหนดลักษณะและบุคลิกของนิตยสารจนกลายเป็นภาพลักษณ์และจุดเด่นของหนังสือนี้ได้เริ่มมาตั้งแต่การวางนโยบายหนังสือของผู้ผลิต และส่งผลมากำหนดกลุ่มเป้าหมายไปในตัว รวมถึงการเลือกเสนอเนื้อหาต่างๆ แต่ละเล่มก็จะมีฐานในการเลือกเรื่องที่แวดล้อมอยู่ในสถานภาพสังคมของกลุ่มเป้าหมาย หรือในชนชั้นของตนทั้งสิ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต่อมาจะไปสะท้อนอยู่ในเนื้อหาภายในเล่ม และเมื่อนำมารวมกัน มองในภาพรวมของหนังสือแล้ว เราก็จะได้เห็นบุคลิกของนิตยสารแต่ละเล่มที่แตกต่างกันออกไป จนลักษณะดังกล่าวกลายเป็นภาพลักษณ์ของนิตยสารเล่มนั้นไปในที่สุด เช่น

แพชั่นจาก LTD นายแบบโดย ม.ล.ธีรเชษฐ์ โสณกุล สัมภาษณ์คอลัมน์ "เพลงในใจ" ของศรียา สีวายุ ที่หลายคนรู้จักเธอในบทบาทบนเวทีกิตติมศักดิ์ ซึ่งล้วนแต่ทำให้งานราตรีสโมสรนั้นรื่นเริง คอลัมน์ "เปิดตู้-แต่งตัว" ของ นวลปรางค์ ประมวลฤผล เน้นความเรียบเนียนโก้และพาไปชมคอลัมน์ "คนรักบ้าน" ที่บ้านลูกสน ทำเนียบประธานาธิบดี แห่งประเทศฟินแลนด์ นายมาร์ตี ฮาห์ติซารี" (ดิฉัน จ.ก.ย.2538)

จะสังเกตว่า ลักษณะคอลัมน์ส่วนหนึ่งของนิตยสารดิฉันจะสะท้อนให้เห็นถึงการนำเสนอเรื่องราวในหมู่พวกคนชั้นสูง หรือคนมีฐานะ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของหนังสือ และคอลัมน์มักจะเน้นถึงการออกงานสังคมและการสังสรรค์ เช่น คอลัมน์ เปิดตัวแต่งตัว แฟชั่น รวมถึงสะท้อนการใช้เวลาว่างที่ค่อนข้างดูมีรสนิยม เช่น คอลัมน์คนรักบ้าน

อย่างไรก็ตาม บ.ก.นิตยสารได้ให้สัมภาษณ์ว่า ปัจจุบันนิตยสารดิฉันได้มีการเปิดกว้างลักษณะของคอลัมน์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ได้เฉพาะเอาแต่เรื่องของกลุ่มไฮโซ แต่ก็ไม่ได้ตัดเรื่องของไฮโซออกไปทั้งหมด เพียงแต่จะเลือกไฮโซที่มีคุณภาพ และความหลากหลายเช่นนี้เอง จึงทำให้มีคนซื้อดิฉันอ่านมากขึ้น

ในลักษณะคอลัมน์ประเภทเดียวกัน เช่น คอลัมน์แต่งตัว ตกแต่งบ้าน สัมภาษณ์บุคคลในเรื่องรสนิยม ความชอบ และแฟชั่น พบว่า นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์มีคอลัมน์ลักษณะเช่นนี้เหมือนดิฉัน แต่จะแตกต่างตรงแนวเนื้อหาที่นำเสนอ แพรวสุดสัปดาห์จะเน้นความมีสไตล์ของวัยรุ่น ที่เรียบง่าย เน้นความเป็นตัวของตัวเอง และดูเก๋ไก๋ แต่ราคาไม่แพง และไม่หรูหราเท่าดิฉัน ตัวอย่างเช่น

"แฟชั่นจาก LACOSTE แบบโดย สหรัถ สังคปรีชา คอลัมน์ไลฟ์สไตล์ อัญญาพานิชกุล ที่มีเวลาว่างชอบดูหนัง ฟังเพลง อ่านหนังสือ ซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งในยามว่างที่ขาดไม่ได้สไตล์การแต่งตัวค่อนข้างจะง่ายๆแบบสบายๆไม่พิถีพิถันมากนัก -มันแล้วแต่อารมณ์ โดยส่วนตัวจะชอบอะไรที่มันดูเก๋ๆดูเก๋ๆ อย่างตอนนี้คงจะฮิตมั้ง ตั้งแต่อัลเตอร์เนทีฟดัง เข้าช่วงพอดี..." (แพรวสุดสัปดาห์ จ.เม.ย.2538)

สำหรับแพรวสุดสัปดาห์ ผู้อ่านคือคนรุ่นใหม่ ซึ่งสนใจเรื่องราวรอบตัว ที่มีความเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลาเนื้อหาหลักจะเป็นเรื่องของความบันเทิงในทุกรูปแบบ (ภาพยนตร์ ดนตรี โฆษณา เพลง ละครเวที) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ (1)ผู้อ่านกำลังอยู่ในวัยที่สนใจเรื่องเหล่านี้ (2)ชีวิตที่เร่งรีบและเคร่งเครียดจากภาระงานการเรียน จึงอาศัยหนังสือเป็นคู่มือในการหาความพักผ่อน (3)มีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอย และซื้อความบันเทิงเหล่านี้ได้โดยไม่ต้องคิดมาก

ส่วนหนึ่งยังอยู่ในวัยเรียน อีกส่วนหนึ่งคือผู้ที่เพิ่งเริ่มทำงาน ยังไม่ได้ใช้ชีวิตครอบครัวเต็มที่ จึงยังไม่ต้องรับภาระค่าใช้จ่ายอะไรมากนัก

ในส่วนของนิตยสารขวัญเรือน เนื้อหาหลักจะเน้นเรื่องของการเย็บปักถักร้อย งานฝีมือ และนวนิยาย สำหรับคอลัมน์บุคคลเน้นสัมภาษณ์ชีวิตและงาน ในส่วนของประเด็นเรื่องรสนิยม จะมีลักษณะแตกต่างจากอีกสองเล่ม เพราะขวัญเรือนจะเน้นสัมภาษณ์คนที่มั่งงานอดิเรกทางด้านศิลปะ การอ่านหนังสือ ทำกับข้าว ไม่พบคอลัมน์ประเภทแต่งตัวหรือแต่งบ้านที่ดูหรูหรา มีสไตล์ แต่คอลัมน์ลักษณะนี้จะแปรออกมาเป็นการทำของตกแต่งบ้าน เช่น การปักหมอนอิง วิธีเย็บผ้าปูโต๊ะ และการตัดเสื้อ นิยมทำของใช้เองในบ้าน ส่วนเรื่องสาระความรู้จะเน้นการให้ข้อคิด ข้อชี้แนะในการครองเรือน แต่ในเวลาเดียวกัน ขวัญเรือนก็ได้มีคอลัมน์ที่พาคนอ่านออกไปสู่โลกภายนอกด้วย ถือเป็นผู้หญิงแม่บ้านที่ทันสมัย และพร้อมจะเปิดโลกทัศน์ของตัวเองต่อเรื่องต่างๆ เช่น

“คอลัมน์ ‘เปิดใจสนทนา’ ได้มีโอกาสต้อนรับ ผู้หญิง 108 นิยาม ดวงหทัย ศรีธธา ทิพย์ ผู้หญิงคนเก่งซึ่งเราไม่รู้จะให้ตำแหน่งเป็นอาชีพอะไรแก่เธอดี เพราะเธอเล่นรับงานไปได้ทั้งหมดทุกอย่างอีกบทบาทหนึ่งของการสัมภาษณ์ที่พลาดไม่ได้ ‘หน้าต่างทัศนะ’ ฉบับนี้ชักชวนให้หันมามองความสามารถของคนไทยกับสิ่งประดิษฐ์ยุคใหม่” (คอลัมน์บ.ก.บอกกล่าว ขวัญเรือน ฉ.พ.ค.2538)

3.2 ภาพลักษณ์ของนิตยสารในการสร้างภาพลักษณ์ของนิตยสารแต่ละเล่ม ผู้ผลิตได้มีการใช้ ‘สัญลักษณ์’ ดังต่อไปนี้

(1) ปก เป็นด่านแรกที่จะช่วยดึงดูดให้คนอ่านหันมาสนใจนิตยสารซึ่งจะส่งผลให้มีการตัดสินใจซื้อนิตยสารในเวลาต่อมา พบว่า นิตยสารทั้งสามเล่มต่างมีจุดเหมือนและจุดต่างในการนำเสนอแบบ และนางแบบมาขึ้นปก ดังนี้

นิตยสารดิฉันมีการนำนางแบบนางแบบอาชีพ และดาราที่มีชื่อเสียงมาขึ้นปกเช่นเดียวกับนิตยสารเล่มอื่นๆ เช่น อาภาศิริ นิติพน นัท มีเรีย ลลิตา ปัญญภาส แต่จะมีจุดเด่นที่แตกต่างจากเล่มอื่นในสามเล่มด้วยกันคือ นิตยสารดิฉันยังมีการนำนางแบบ นางแบบหน้าใหม่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพวกลูกหลานคนมีฐานะในสังคมชั้นสูง เช่น แคทเธอรีน เจริญยิ่ง มุพินทา ลูกแก้ว อัดถาวร ซึ่งการนำกลุ่มคนเหล่านี้มาถ่ายปก ถือเป็นความช่วยเหลือสร้าง

ภาพลักษณ์ให้นิตยสารดูมีระดับ และเป็นสัญญาณบอกกล่าวเป็นนัยว่า เป็นนิตยสารสำหรับพวกแวดวงไฮโซเนื่องจากโดยทั่วไปการนำใครมาขึ้นปกแฟชั่นของนิตยสารมักจะเน้นคนดัง เพราะเหตุผลทางการตลาดว่าคนทั่วไปรู้จัก การที่ดิฉันนำคนมีฐานะมาขึ้นปก นั้นหมายถึงว่ากลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่ของดิฉันต้องรู้จัก หรือถ้าไม่รู้จักก็ถือเป็นการสร้างความแตกต่างไปจากเล่มอื่น ด้วยการยกระดับนิตยสารตัวเองให้เหนือไปกว่าเล่มอื่น โดยอาศัยฐานะของนายแบบนางแบบ เป็น "สัญญาณ" ของการบอกกล่าวความมีระดับของหนังสือว่าเป็นนิตยสารสำหรับคนในสังคมชั้นสูงแบบหนึ่ง

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ จะเน้นนำแต่นายแบบ นางแบบวัยรุ่น มีอาชีพ และที่มีชื่อเสียงมาขึ้นปกเท่านั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนอ่านเป็นวัยรุ่น วัยหนุ่มสาวที่สนใจความดัง ความฮิต และการเป็นแฟชั่นที่คนนิยม ซึ่ง "คนดัง" เหล่านี้ เป็นเหมือน "สัญลักษณ์" ที่บอกถึงความดัง ความมาแรง ซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของผู้คนทั่วไป โดยเฉพาะในกลุ่มของพวกเขา เช่น คัทลียา แมคอินทอช ลลิตา ปัญโญภาส สมชาย เข็มกลัดเรย์ แมคโดนัลด์ เจสัน ยัง

นิตยสารขวัญเรือน นำแต่นางแบบ และดารามาขึ้นปก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนางแบบอาชีพ และถ้าเป็นดาราก็กำลังเป็นดาราที่กำลังดังอยู่ทางละครโทรทัศน์ อาจเป็นเพราะอยู่ในความสนใจของกลุ่มคนอ่านที่เป็นแม่บ้าน

จะพบว่า นิตยสารทั้งสามเล่มต่างนำคนมาขึ้นปกไม่แตกต่างกันไปจากนางแบบ ดารา หากสิ่งที่แตกต่างกันคือการนำคนเหล่านี้มาแต่งตัวด้วยเสื้อผ้าของแต่ละเล่มที่แตกต่างกัน นิตยสารดิฉันจะนำมาใส่เสื้อผ้าที่มียี่ห้อ และทำแนวแฟชั่นออกมาดูหรูหรา และดูแนวเนียบ มีสไตล์ มีรสนิยม สำหรับแพรวสุดสัปดาห์เน้นความเป็นวัยรุ่น สดใส เสื้อยืด กางเกงยีน เสื้อยืดที่มียี่ห้อจากดีไซน์เนอร์ ในขณะที่ขวัญเรือนจะเน้นเป็นชุดผู้หญิงทำงานสาวออฟฟิศ สไตล์เรียบง่าย หรือมีการนำผ้าไทยมาตัดชุดทำงานเพื่อนำเสนอความเป็นไทย

(2) นักเขียนชื่อดัง แต่ละเล่มจะพยายามสรรหานักเขียน ซึ่งเป็นที่สนใจของกลุ่มเป้าหมายมาเขียนในหนังสือนอกจากเป็นการรับประกันว่าจะมีแฟนของนักเขียนผู้นั้นติดตามซื้อหนังสือมาอ่าน เพราะชื่อเสียงและผลงานของนักเขียนผู้นั้นช่วยรับรองความไม่ผิดหวังของเนื้อเรื่องแล้ว ยังเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของนิตยสารให้ดูมีเครดิต มีความน่าอ่าน และมีความเจาะลึก เพราะนักเขียนที่ดี ย่อมต้องเขียนแต่เรื่องดีๆ ให้กับนิตยสารโดยเฉพาะ

นักเขียนที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านใดด้านหนึ่งโดยเฉพาะ และสไตลงานเขียนของนักเขียนผู้นั้นยังช่วยกำหนดภาพลักษณ์หรือบุคลิกของนิยายสารไปในตัว เช่น

นิยายสารดิฉัน จะมีนักเขียนหลายแนวทั้งผู้เชี่ยวชาญ และนักเขียนนวนิยายที่มีผลงานรับประกันความสนุกสนาน เช่น ศ.ดร.น.พ.วิทยา นาควัชระ เขียนคอลัมน์ "มองชีวิต" น.พ. วิบูล วิจิตรวาทการ เขียนคอลัมน์ "ชีวิตในอดีต" ลัดดา เขียน คอลัมน์ "สอดรู้ สอดเห็น" และนวนิยายจากปลายปากกาของ ไสภาค สุวรรณ ประภัสสร เสวิกุล ชื่อนักเขียน และแนวนักเขียนจะเขียนออกแนวผู้ใหญ่ มีสาระความรู้ทั้งทางด้านจิตวิทยา และประวัติศาสตร์เป็นอย่างดี ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับคนอ่าน

"เกณฑ์การเลือกนักเขียนของเราจะกว้างมาก หนึ่งคือ ต้องเขียนดี ภาษาดี และต้องไม่เขียนเกี่ยวกับเร็กซ์ ใจครึม เราไม่ได้กำหนดว่าต้องเป็นนักเขียนดังมาก แต่เราก็ต้องมีนักเขียนดังบ้าง" (ทิพย์วดี ปราโมช ณ อยุธยา)

นิยายสารแพรวสุดสัปดาห์ มีงานเขียนของ วดีลดา เพียงศิริ สมจัญ เจตนาสนุกสนาน ปราณประมุข ชัชรินทร์ ไชยวัฒน์ ซึ่งเป็นนักเขียนที่เขียนแนวเรื่องออกความบันเทิง และแนววิจารณ์สังคมในเชิงเสียดสีมากกว่าออกแนววิชาการ

"ถ้าพูดจริงๆ เรื่องที่มาลงแพรวสุดสัปดาห์เราจะคำนึงถึงคนเขียนเป็นสำคัญ เพราะหนังสือดี ก็อยากได้นักเขียนดี และนักเขียนดีก็อยากลงหนังสือดี และถ้าจะเลือกนักเขียนสักคน เราก็ออยากได้นักเขียนเบส เซลเลอร์ เพราะถ้าเขาอมลงหนังสือเรา คนอ่านก็จะได้อ่านงานเขียนของนักเขียนเบสเซลเลอร์และนักเขียนระดับนั้นเขาคงไม่เอาเรื่องชยุๆมาลงให้เรา อย่างของสมจัญ เขาก็จะมีมุมมองของเขาอยู่แล้ว ซึ่งเป็นคนที่ผู้อ่านสนใจอ่านกันอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นมันเป็นการช่วยเหมือนกัน ถ้าเราเลือกคนเก่ง แต่เราก็มีเนื้อที่ให้นักเขียนหน้าใหม่ด้วย" (มนตรีรา จุฑะพุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

นิยายสารขวัญเรือน เนื่องด้วยจุดเด่นของขวัญเรือนคือ นวนิยาย และนักเขียนส่วนใหญ่ที่มาเขียนให้ขวัญเรือนล้วนแล้วแต่เป็นนักเขียนที่มีชื่อและมีผลงานทางด้านนวนิยายเป็นที่ยอมรับของคนอ่านทั่วไป เช่น ไสภาค สุวรรณ มาลา คำจันทร์ ม.มธุการี น้าอบ โบตัน

กึ่งอัตรา ฯลฯ สำหรับบทความก็ได้มีนักเรียนที่มีชื่อ และเป็นเหมือน "สัญลักษณ์" ของการเขียนบทความในแนวเรื่องแบบี้ เช่น คอลัมน์ "งามมรรยาท-คลายปัญหา" โดย สมศรี สุกฤษนันท์ คอลัมน์ "ผู้หญิงกับสังคม" โดย เต็มศิริ บุญยสิงห์ คอลัมน์ "ก้าวทันโลก" โดย ประทุมพร วัชรเสถียร คอลัมน์ "เพื่อชีวิต และสุขภาพ" โดย พ.ญ.ลลิตา ชีระสิริ

ปัจจุบัน แม้การแข่งขันบนแผงหนังสือจะสูงเพียงไร แต่ "ขวัญเรือน" ก็ไม่เคยถอย คงยืนหยัดคุณภาพที่เต็มเปี่ยมเพื่อคุณผู้อ่านเสมอ นักเรียนนวนิยายชื่อดังและนักเขียนคอลัมน์นิสต์ผู้ทรงคุณวุฒียังระดมกำลังมาให้ได้อ่านกันอย่างถ้วนหน้า" (คอลัมน์ บ.ก.บอกกล่าว ขวัญเรือน จ.พ.ศ.2538)

(3) การเลือกบุคคลที่มีชื่อเสียงมาสัมภาษณ์ลงคอลัมน์ คำว่าบุคคลที่มีชื่อเสียงของนิตยสารผู้หญิงแต่ละเล่มในที่นี่จะมีความหมายที่ต่างกันไป ซึ่งความแตกต่างในการเลือกบุคคลที่มีชื่อเสียงนี้เอง ได้เป็นการช่วยกำหนดภาพลักษณ์ของนิตยสารแต่ละเล่มไปในตัว และยังเป็นเครื่องหมายที่ช่วยปกป้องและสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวนิตยสารและผู้ให้สัมภาษณ์ด้วย ตัวอย่างเช่น

นิตยสารดิฉัน มักจะเลือกสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในสังคมชั้นสูง มีฐานะ หรือถ้าจะเลือกสัมภาษณ์คนที่มีฐานะปานกลาง ก็มักจะเป็นคนที่มีประเด็นชีวิตที่น่าสนใจ หรือต่อสู้กับชีวิตจนกระทั่งมีฐานะดีขึ้น แต่สำหรับคอลัมน์ที่สะท้อนรสนิยม เช่น ของสะสม แต่งตัว เพลงในใจ เพื่อกันและกัน มักเป็นบุคคลที่มีฐานะดี เป็นที่ยอมรับในวงสังคมชั้นสูงทั้งสิ้น

"คอลัมน์ "เปิดอก" สัมภาษณ์ อาภา กฤดากร ณ อยุธยา บนทางสายแก้วเจียรระโน และรำไพพรรณ ศรีโสภาค (โสภาค สุวรรณ) เชื่อมฟ้าด้วยฝัน คอลัมน์ "เพลงในใจ" สัมภาษณ์ วนิดา ดุลละลัมพะ สุขในเพลงเศร้า" (ดิฉัน จ.ศ.ศ.2538)

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ เน้นสัมภาษณ์คนดังในแวดวงการบินเทิงเป็นหลักโดยเน้นกระแสความดังในปัจจุบัน นอกจากนี้คือการสัมภาษณ์คนหนุ่มสาวที่มีผลงานและมีความสามารถทั้งคนทำงานเบื้องหน้าและเบื้องหลังในสาขาอาชีพที่กำลังเป็นที่สนใจและเป็นที่ยอมรับของคนหนุ่มสาว เช่น

‘คอลัมน์ ‘สัมภาษณ์’ สัมภาษณ์ศศิธร ลัมศรีรัตน์ และสาธิต ยวนันท์ทการุญ คอลัมน์ ‘ไลฟ์สไตล์’ สัมภาษณ์ ภาณุชนาถ ทองเจือ คอลัมน์ ‘ชวนอ่าน’ สัมภาษณ์ อารียา ชุมสาย คอลัมน์ ‘คนในความทรงจำ’ สัมภาษณ์ ศักดิ์สิทธิ์ แท่งทอง คอลัมน์ ‘เส้นทางคนรุ่นใหม่’ สัมภาษณ์ นพพร กำจรเจริญ ผู้ได้รับรางวัลชนะเลิศ จากการเขียนบทละครเวทีรายการ วิก 07 (แพรวสุดสัปดาห์ จ.ก.พ.2538)

นิตยสารขวัญเรือน เลือกสัมภาษณ์คนที่มีเรื่องราวน่าสนใจ ไม่จำเป็นต้องมีฐานะในสังคมชั้นสูง แต่เน้นการมีประเด็นที่น่าสนใจมากกว่า สำหรับคอลัมน์สัมภาษณ์อื่นๆก็จะเน้นคนที่มีกิจกรรมทางด้านศิลปะ การประดิษฐ์ที่น่าสนใจ เน้นไปทางด้านคนกรรมเสียส่วนใหญ่ และไม่พบว่ามียุคคอลัมน์สะท้อนรสนิยมของคนสัมภาษณ์ในแนวแต่งตัว พังเพลง ที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครอย่างดิฉันหรือแพรวสุดสัปดาห์

‘คอลัมน์ ‘เปิดใจสนทนา’ สัมภาษณ์ บันทึกชีวิตของบุรุษ 5 แผ่นดิน เสวตร เปี่ยมพงษ์สถานต์ คอลัมน์ ‘หลากหลายมุมมอง’ สัมภาษณ์ ผลไม้ดินปั้นจากใจรัก รุ่งเชม อับดุลเลาะห์ คอลัมน์ ‘สีสันปั้นแต่ง’ สัมภาษณ์ จำนันต์ สารรักษ์ ความรู้สึกที่อยากแสดงออก’ (ขวัญเรือน จ.มิ.ย.2538)

(4) การเลือกประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของผู้คนในสังคม ถือเป็นสัญญาณที่ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของนิตยสารให้ดูมีความทันสมัย และยังเป็นสิ่งช่วยดึงดูดคนอ่านให้หันมาซื้อนิตยสารไปอ่านมากขึ้น เพราะความต้องการอยากรู้อะไร และก็ยังช่วยส่งเสริมให้คนอ่านรู้สึกว่าคุณคือคนก้าวทันโลก เป็นผู้รู้ในเรื่องต่างๆที่กำลังอยู่ในกระแส ในกรณีนี้สามารถเลือกนำเสนอประเด็นได้ทั้งในแง่การเขียนเป็นสารคดี บทความ หรือการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง

จากการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า นิตยสารดิฉันและขวัญเรือนจะเลือกประเด็นที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่านที่เป็นผู้ใหญ่ เช่น

ทกลองในเครื่องเอทีเอ็ม(คอลัมน์ "เคาะระฆัง") กำเนิดฉุกเฉิน (บนเครื่องบินการบินไทย) (คอลัมน์ "เขาพูด เธอพูด") (นิตยสารดิฉัน จ.ต.ค.2538)

"อาหารเสริมสุขภาพ แฟชั่น..หรือจำเป็น (คอลัมน์ "หน้าต่างทัศนะ") เปิดใจคุณหญิงแจ่มใส ศิลปอาชา คู่ชีวิตนายกรัฐมนตรีคนที่ 21 (คอลัมน์ "เปิดใจ") (นิตยสารขวัญเรือน จ.ก.ย.2538)

สำหรับนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ จะเน้นเรื่องตามกระแส ความหวือหวา และเน้นกระแสสังคมเมือง ซึ่งเป็นที่สนใจของผู้คนโดยเฉพาะกลุ่มคนหนุ่มสาว เช่น

"จับตา หนึ่งไทย (คอลัมน์ "สติพิพิเศษ") ภาพลักษณ์กับนักร้อง (คอลัมน์ "สติพิพิเศษ") วัยรุ่นไฮโซ อีกกระแสที่มาแรง (คอลัมน์ "สติพิพิเศษ") สัมภาษณ์ 11 นายแบบยอดนิยม (คอลัมน์ "สัมภาษณ์")"

(5) การไปต่างประเทศ-เหตุผลที่ผู้ผลิตมักจะให้ในการไปทำเรื่องที่ต่างประเทศไม่ว่าจะถ่ายแฟชั่น หรือสัมภาษณ์บุคคลที่อยู่ในต่างประเทศ รวมถึงการหาเรื่องเกี่ยวกับต่างประเทศมาลงคือ การพาผู้หญิงออกไปสู่โลกภายนอก หากเหตุผลอีกส่วนหนึ่งที่แฝงอยู่ในการไปทำเรื่องต่างประเทศ คือ การได้ภาพลักษณ์ และเครดิตที่ดีสายตาของคนอ่านต่อนิตยสารเช่น ความน่าสนใจ ความทันสมัย และสร้างความแปลกใหม่ให้กับคนอ่านอยากเข้าไปสัมผัส ดูรูป และอ่านเรื่องราวที่ต่างออกไปจากเรื่องในประเทศ โดยเฉพาะภาพหน้าแฟชั่น และคอลัมน์ท่องเที่ยว

"การเดินทางไปต่างประเทศมันมีส่วนว่าเป็น "จุดขาย" อย่างหนึ่ง เพราะตอนนี้ประเทศไทยเล็กไปแล้วนะ และก็มีหนังสือหลายเล่มไปถ่ายในเมืองไทยมาเกือบหมดแล้ว ถ้าเราไปถ่ายก็เหมือนเราไปตามเขาอีก เราก็เลยอยากเปิดโลกกว้าง ทุกคนก็อยากดูโลกที่กว้างออกไปมากขึ้น นี่เป็นส่วนหนึ่ง และรูปภาพแสงของเมืองนอกบางแห่งมันสวย มีเรื่องให้เขียนขึ้น คือตอนนี้เราต้องเพิ่มวัตถุดิบแล้ว ซึ่งนี่คือเหตุผลที่ต้องไปเมืองนอก"

(ทิพย์วดี ปราโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539)

สำหรับนิตยสารดิฉัน มีการพาไปต่างประเทศแทบทุกปีคือ คอลัมน์เด่นๆคือ คอลัมน์ท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งนักเขียนข้างนอกส่งเรื่องเข้ามา เช่น ตามเสด็จ พ.ศ.2538 โดย สุวี และ กองบ.ก เป็นผู้ไปเที่ยวมาเอง โดยได้รับเชิญจากสายการบินต่างๆ รวมทั้งการยกกองไปถ่ายแฟชั่น สไตลในการเที่ยวของนิตยสารดิฉันจะไปแบบได้รับเชิญ ในฐานะสื่อมวลชน และได้รับการต้อนรับจากฝ่ายเจ้าภาพเป็นอย่างดี หนูนั่งอยู่บนเครื่องบินอิง 747-400 ของควอนตัส มุ่งหน้าสู่อังกฤษ มีเพื่อนร่วมทางหลายคน คือคุณวัลภา จากควอนตัส คุณแอนดี้ จากบางกอก โพสต์ หนูเก๋ จากอิมเมจ และหนูยุพา จากประชาชาติธุรกิจ เรานั่งชั้นบิสเนสด้วยละ สบาย สบาย เก้าอี้ตัวใหญ่ ปรับเอนได้สบาย ที่จะหาว่าหนูมาเที่ยวไม่ได้นะ เพราะหนูมาตามคำเชิญของสายการบินควอนตัสร่วมกับการท่องเที่ยวอังกฤษ ถ้าเขาไม่พาหนูเที่ยวแล้วจะให้เขาพาไปไหนจริงไหมคะ" (จดหมายถึงพี่ คอลัมน์ "ท่องเที่ยว" ดิฉัน อ.ธ.ค.2538)

สำหรับนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ในการไปต่างประเทศ บ.ก.ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

"เดี๋ยวนี้นิตยสารบนแผงมันเยอะ พอมีหนังสือเล่มหนึ่งจึ๊กออกไปด้วยการไปเมืองนอก มันก็ดูเป็นหน้าตาของหนังสือว่า สามารถทำให้หนังสือแปลก เพราะแต่ละประเทศจะไม่เหมือนกัน การไปเมืองนอกมันก็มีเรื่องแปลกออกไปอยู่แล้ว ทำให้หนังสือขายได้ สิ่งก็ตามมากก็คือ ภาพลักษณ์และเครดิต และได้เห็นว่าหนังสือเล่มนี้ได้รับความสนใจ และไปถ่ายที่เมืองนอกมาประสบความสำเร็จ ยอดขายขึ้น หนังสืออื่นก็ต้องมาดู" (มนตรี จุฑะพุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

ในการไปทำเรื่องที่เมืองนอก ถ้าทางนิตยสารไปต่างประเทศเอง จะนิยมถ่ายแฟชั่น สัมภาษณ์คนไทยในต่างประเทศ และเขียนเรื่องท่องเที่ยวกลับมา ซึ่งมีสไตล์ไปลุยกันเองนิดหน่อยในการทำงาน แต่ถ้าได้รับเชิญจากบริษัทหรือสายการบินต่างๆจะมีสถานภาพในการไปต่างประเทศไม่ต่างจากดิฉัน เช่น

"ตอนนี้เวลาตีสองของซานฟรานซิสโก ฉันยังไม่หลับเลย ไร่จะให้ข่มตาลงได้อย่างไร เพราะเกือบสองอาทิตย์ที่ผ่านมา ทุกๆอย่างมันเกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วน ฉันต้องเดินทางข้ามประเทศข้ามทวีปจากกรุงเทพฯมานิวยอร์ก และดูซิ ไม่รู้โชคหรือโชคซ้ำกรรมชดวิบัติเป็น ทำให้พวกเราทีมงานสี่คน ต้องมานอนรอดต่อเครื่องบินในตอนห้าโมงเช้าเพื่อกลับบ้านเรา

ขอโทษ นอนบนโซฟาและพื้นในสนามบินนะ ไม่ใช่โรงแรมไหน จะว่าไป การที่เราต้องมาทำงานไกลถึงนิวยอร์กครั้งนี้ มันช่างเร็วและสะดวกสบายมาก (ถ้ามองโลกในแง่ดีนะ) เพราะถึงแม้จะเหนื่อยอยู่บ้าง แต่สนุก และฉันก็คิดเองว่า เราคงเป็นโจรสลัดสุพรรณ เพราะมันเป็นไปเป็นกันชิน่า ...วันที่เสร็จงาน เราไชโยฉลองกันหน่อย แต่พวกเราถึงขั้นประกาศว่าไม่เอาอีกแล้ว ไม่ไปแล้ว เชิดแล้ว แต่พูดไปเถอะ พอหนังสือออกมาสวยสมใจ แถมผู้อ่านเขียนจดหมายมากยกยอปอขึ้น พวกเราซึ่งมีความจำสั้นเหลือเกิน ก็ลืมหมดว่าเคยประกาศอะไรไป (นอนนับดาวที่นิวยอร์ก คอลัมน์ "เบื้องหลังแฟชั่น" แพรวสุดสัปดาห์ จ.ธ.ค.2538)

สำหรับนิตยขวัญเรือน วิธีการไปต่างประเทศของนิตยสารเองคือการไปถ่ายแฟชั่น ในส่วนของเรื่องท่องเที่ยวจะรับงานเขียนจากนักเขียนข้างนอกเป็นหลัก เช่น จดหมายจากอลาสก้า โดย สุชาติ สืบหน้า-สาวเครือ (ท่องเที่ยวเมืองจีน) โดย มาลา คำจันทร์ ในทัศนะของบ.ก.ขวัญเรือน ได้เขียนไว้ในบท.ก.เกี่ยวกับการไปต่างประเทศไว้ว่า

"ขวัญเรือนฉบับนี้ พาดูคุณผู้อ่านหลักคือความจำใจไปเที่ยวไกลถึงประเทศสวีเดนแลนด์ ดินแดนธรรมชาติสวยงาม ที่ใคร พวกกันไผ่ฝันอยากไปเยือนสักครั้ง และอีกหลายๆครั้ง สำหรับผู้ที่เคยไปมาแล้ว ครั่งนี้ คณะถ่ายทำของเราก็ได้เก็บภาพสวยกับทิวทัศน์งามมาฝากด้วย พร้อมกับข้อเขียน สวีเดนแลนด์ แดนธรรมชาติงาม ซึ่งมีบรรยากาศดังภาพฝัน ทำให้ทุกคนในคณะเราประทับใจจนรู้สึก อยากให้ภาพฝันนี้มีอยู่ในบ้านเราบ้าง" (บ.ก.บอกกล่าวขวัญเรือน จ.ก.ย.2538)

จากการวิเคราะห์เนื้อหาและบทสัมภาษณ์ของผู้ผลิตในการไปต่างประเทศของนิตยสาร อาจสรุปได้ว่า "สัญญาะ" เรื่องต่างประเทศนี้ถือเป็นจุดขายในแง่การสร้างภาพใหม่ และความตื่นตา ดูน่าสนใจให้กับคนอ่าน รวมทั้งกลายเป็น "สัญญาะ" อย่างหนึ่งที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้กับนิตยสารดูดี มีเครดิตในสายตาคนอ่าน เป็นการส่งเสริมให้มีการบริโภคนิตยสารทางจินตนาการมากขึ้น และในกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารบางเล่ม เช่น ดิฉัน แพรวสุดสัปดาห์ อาจตัดสินใจไปเที่ยวประเทศที่นิตยสารแนะนำมาในลำดับต่อไป

4. ตรรกวิทยาของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Exchange)

จากตารางที่ 15 พบว่า มิติการบริโภคในเชิงตรรกวิทยาของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ของนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่ม ดิฉันบรรจุมิติการบริโภคของการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์มากที่สุด (26.40%) อันดับที่สองคือ แพรวสุดสัปดาห์ (24.63%) และอันดับสุดท้ายคือ ชวัญเรือน (18.40%) โดยการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ออกมาในรูปแบบดังนี้

4.1 เป็นสัญลักษณ์แห่งสื่อกลางในการเข้าถึงคม จากการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า นิตยสารผู้หญิงได้มีการนำเสนอเนื้อหาโดยรวม ซึ่งช่วยสะท้อนความสนใจของผู้หญิงได้ว่า ผู้หญิงจะสนใจต่อเรื่อง (1) การปรับปรุงบุคลิกของตนเอง เช่น คอลัมน์ แต่งตัว ความสวย ความงาม สุขภาพ (2) ผู้หญิงมีความสนใจที่รวมศูนย์ร่วมกัน เช่น คอลัมน์สัมภาษณ์บุคคล ชาวสังคมสารคดี บทความเรื่องชีวิต การวางตัวในสังคม ซึ่งลักษณะของเนื้อเรื่องที่น่าเสนอ จะช่วยเป็นสื่อกลางให้กับผู้หญิงในการเข้าถึงคม พบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับ คนที่สนใจเรื่องที่คล้ายๆกัน (3) เนื้อหาของนิตยสารจะให้ความรู้เชิงประยุกต์ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เช่น สารคดี ท่องเที่ยว นิตยสารจะเป็นเสมือนเครื่องมือสำคัญของผู้หญิงในการเข้าสู่โลกสมัยใหม่ และโลกภายนอก

นอกจากนี้ในเรื่องราวบางเรื่อง ที่ผู้อ่านไม่สามารถจะมีโอกาสไปประสบพบเห็นได้ด้วยตัวเอง นิตยสารจะทำหน้าที่พาไปรู้จัก หลังจากนั้นผู้อ่านก็สามารถนำข้อมูลและเรื่องราวตรง นี้มาพูดคุยแลกเปลี่ยนผ่านระบบความคิดและผลสานกับประสบการณ์โดยตรงของตัวเองต่อไป ตัวอย่างเนื้อหาที่ช่วยเป็นสัญลักษณ์แห่งสื่อกลางในการเข้าถึงคม ได้แก่

‘ฤดูหาเสียง และการเลือกตั้งผ่านไปแล้ว ด้วยข่าวหนาหูว่ามีการทุ่มเงินซื้อเสียงมาก เป็นประวัติการณ์ในหลายจังหวัด’ (เสียงชาวโลก เสียงชาวเรา คอลัมน์ ‘เป็นหู เป็นตา’ ดิฉัน อ.ศ.ค.2538)

‘ถนนสายบันเทิง เส้นทางที่หลายคนใฝ่ฝันอยากเข้ามาสัมผัส เพราะไม่เพียงแต่ ‘ชื่อเสียง’ ที่คนทั่วไปจะกล่าวขวัญถึง แต่ตัวเลขที่สูงของ ‘จำนวนรายได้’ ก็เป็นสิ่งดึงดูดใจไม่น้อยเช่นกัน’ (ก้าวเดินบนถนนสายบันเทิงของวัยรุ่น คอลัมน์ ‘เก้าอี้สนทนา’ แพรวสุดสัปดาห์ อ.ก. พ.2538)

“คนไทยผู้สนใจในสุขภาพรู้จักมิโระจากอาหารแนวแมคโครไบโอติกส์ แต่ส่วนใหญ่เป็นการรู้จักเพียงชื่อว่า มันคือเต้าเจี้ยวญี่ปุ่นอย่างหนึ่งที่มีคุณค่าทางอาหาร มีผู้อ่านท่านหนึ่งอยากให้อธิบายถึงมิโระ และขอเมนูจากมิโระแบบไทยๆ (มิโระบนโต๊ะไทย คอลัมน์ “เพื่อชีวิตและสุขภาพ” ขวัญเรือน อ.ธ.ค.2538)

4.2 ส่งเสริมลักษณะส่วนตัวให้ดูดี นิตยสารเปรียบเหมือนสัญลักษณ์ของความทันสมัย ซึ่งสืบเนื่องมาจากการวางภาพลักษณ์ของตัวนิตยสารเอง และเมื่อผู้อ่านมาถึง หรือเลือกซื้ออ่านนิตยสารเล่มนั้น ทำให้ผู้อ่านได้รับภาพพจน์ที่ดีตามภาพลักษณ์ของนิตยสารเล่มนั้นไปในตัว เช่น

“ขอสารภาพว่าดิฉันเป็นคนไม่อ่านนิตยสารเกี่ยวกับแฟชั่น ความงามอะไรพวกนี้ เหตุผลก็คือ ราคาคูที่เจ๊าจะแจ๊ ไร้สาระ แต่พอได้อ่าน “ดิฉัน” หลายๆรอบเข้า ได้ยวนใจให้อ่านเป็นประจำแล้วค่ะ ความเจ๊าจะแจ๊ ไร้สาระก็ยังคงมีอยู่ (ซึ่งก็เป็นธรรมชาติของแนวไซ้ใหม่คะ ไม่งั้นก็แห้งแล้งแยะ แต่ยอมรับว่า “ดิฉัน” มีความเหนือกว่าจริงๆ ทั้งสำนวนภาษาของคอลัมน์ส่วนใหญ่ การจัดรูปเล่ม ภาพประกอบสวยงามตัดเก็บไว้หลายภาพ คุณภาพของการพิมพ์ก็ดี น่าสัมผัสไปหมด” (คอลัมน์ “คุยกับดิฉัน” ดิฉัน อ.ส.ค.2638)

“ดิฉันเป็นแฟนหนังสือแพรวสุดสัปดาห์คนหนึ่ง อ่านมาตั้งแต่เรียนปี 1 ตอนนี้เป็นปี 2 แล้วค่ะ แพรวสุดสัปดาห์มีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆนะคะ เนื้อหาทันสมัยดีค่ะ เหมาะแก่่วัยรุ่น วัยทำงาน” (คอลัมน์ “สุดสัปดาห์พาที” แพรวสุดสัปดาห์ อ.ก.พ.2538)

“ตั้งแต่อ่านขวัญเรือนมา ดิฉันมีความรู้รอบตัวมากเลยคะ ถึงขวัญเรือนจะไม่ใช่นักหนังสือวิชาการ ก็เป็นหนังสือที่ให้สาระประโยชน์ ให้ความรู้ต่างๆมากมายทุกคอลัมน์เลย” (คอลัมน์ “ห้องรับแขก” ขวัญเรือน อ.ก.พ.2538)

4.3 ให้ความรู้สึกประทับใจในตัวสินค้า ในกรณีนี้แฝงนัยว่า นิตยสารได้ทำหน้าที่สนองความพึงพอใจให้กับคนอ่าน จนคนอ่านรู้สึกว่ามีเพื่อนที่เข้าใจและสนใจในสิ่งเดียวกับเขา คอลัมน์ตอบจดหมายของบรรณาธิการจะเป็นตัวสะท้อนความคิดความรู้สึกของคนอ่านได้เป็นอย่างดี

“ขอจบจดหมายด้วยความระลึกถึงในด้านดีของ ‘ดิฉัน’ คือการที่เป็นหนังสือที่อุดมนักเขียนดี ๆ โดยเฉพาะคนโปรดของผมคือ คุณกิจจา นูวานนท์ คุณศิริเมธว อุนทรูป นายแพทย์วิทยา นาควัชระ หรือแม้แต่บ.ก.เอง ผมเชื่อว่าไม่มีสิ่งคมุญไซเปีย ในโลกใบนี้ แต่ทุกคนสามารถพัฒนาตัวเองให้เข้าใกล้ความสมบูรณ์แบบได้ หากเพียงคิด และลงมือกระทำ สำหรับผมแล้ว ‘ดิฉัน’ ใกล้จะสมบูรณ์แบบแล้วครับ” (คอลัมน์ “คุยกับดิฉัน” ดิฉันจ.ธ.ค.2538)

“เสน่ห์ของแพรวสุดสัปดาห์ ที่ยังคงน่าอ่าน น่าดูอยู่เสมอ อยู่ตรงที่เล่มใหญ่สะดุดตา และที่สำคัญปกสวยทุกฉบับเลยล่ะ และข้างในยังมีสิ่งที่ดีดูดผู้อ่านให้ติดตามหลายอย่างถ้าไม่อย่างนั้นก็คงไม่ติดตามแพรวสุดสัปดาห์มาตั้งนานหรอกนะค่ะ ความรู้สึกส่วนตัวเหมือนกับว่าแพรวสุดสัปดาห์เป็นครอบครัวที่อบอุ่นค่ะ” (คอลัมน์ “สุดสัปดาห์พาที” จ.ธ.ค.2538)

ประทับใจ อบอุ่นใจทุกครั้งที่ได้รับการต้อนรับจากห้องรับแขกทุกทีที่แวะเข้ามา และมีความสุขมากที่วันไหนได้รับขวัญเรือนบักซีใหม่ รอคอยเสมอว่าจะออกเมื่อไร และหงุดหงิดถ้าแผงหนังสือบอกว่าหมดแล้ว ต้องตะลอนๆ ไปหาร้านต่อๆ ไป ขวัญเรือนเป็นเสมือนเพื่อนชีวิตที่ดีที่สุดค่ะ” (คอลัมน์ “ห้องรับแขก” ขวัญเรือน จ.พ.ค.2538)

นอกจากนี้คอลัมน์ตอบจดหมายยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง และเป็นพื้นที่ให้คนอ่านได้มีโอสเขียนมาแล้วเรื่องราวและประสบการณ์ของตัวเองสู่คนทำ มากกว่าแค่เขียนมาขออ่านเรื่องอะไร หรือเขียนมาติชมหนังสือในแบบเดิมโดยเฉพาะขวัญเรือนมีการจัดพื้นที่สำหรับจดหมายจากต่างประเทศ โดยใช้ชื่อพื้นที่ว่า “สื่อสารจากต่างแดน” ลงโดยเฉพาะซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า ขวัญเรือนพยายามยกระดับหนังสือให้ออกไปสู่โลกภายนอกมากขึ้น จากที่เนื้อหาหลักส่วนใหญ่ยังเป็นเรื่องเกี่ยวกับในบ้าน ในขณะที่ดิฉันจะมีจดหมายจากต่างประเทศมาลงอยู่เสมอเพราะกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนที่ใช้ชีวิตอยู่กับสังคมภายนอกบ้านอยู่แล้ว สำหรับแพรวสุดสัปดาห์มีจดหมายจากต่างประเทศเข้ามาไม่มากเท่าดิฉันและขวัญเรือนทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่คือวัยรุ่น และวัยหนุ่มสาว ที่จะใช้ชีวิตในเมืองไทยมากกว่า และยังมีรายได้ไม่มากพอจะไปใช้ชีวิตในเมืองนอก หรือเสียเงินส่งจดหมายข้ามทวีปเท่ากับผู้ใหญ่