



บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ไวท์ (White,1982)อธิบายถึงกระบวนการผลิต “นิตยสาร” ชำนาญทั่วโลกว่าสิ่งที่ “ผู้ผลิตนิตยสาร”ให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ “ปก” (Cover Page)เนื่องจากปกเป็นจุดแรกที่ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน จึงต้องมีความเด่นและน่าสนใจไม่ว่าจะอยู่บนแผงหนังสือ โต๊ะทำงานหรือแม้แต่นบน โต๊ะกาแฟ เพื่อกระตุ้นให้หยิบขึ้นมาอ่านเนื้อหาสาระภายในเล่ม

แม้ว่าเนื้อหาภายในเล่มจะมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน ทว่าต้องใช้เวลาในการตรวจสอบและตัดสินใจ ในขณะที่หน้าปก หากขาดความน่าสนใจ หรือไม่มีความเด่นเพียงพอ ผู้อ่านก็จะเลิกสนใจทันที ทั้งนี้หน้าปกจะต้องบ่งบอกบุคลิกที่โดดเด่นได้เช่นเดียวกับเนื้อหา ต้องมีความน่าเชื่อถือ มีลักษณะเฉพาะตัวที่แสดงถึงภาพลักษณ์ของนิตยสารฉบับนั้นๆอย่างเด่นชัด ปกจึงกลายเป็นส่วนประกอบที่สำคัญมากสำหรับนิตยสารทุกฉบับ ผู้ผลิตจึงต้องพิถีพิถันในการดีไซน์ปกเพื่อขายตัวมันเอง

“หัวข้อ”ก็เป็นองค์ประกอบสำคัญของปก และอาจกล่าวได้ว่า “หัวข้อมีความสำคัญกว่าภาพประกอบ” เพราะภาษาหรือคำที่ใช้บางที่เป็นเสมือนคำสัญลักษณ์ สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านกลุ่มเป้าหมายได้ทันที เนื่องจากสามารถสื่อความหมายถึงเนื้อหาของเรื่องภายในเล่มโดยถ่ายทอดผ่านคำเพียงไม่กี่คำ ซึ่งหมายถึงการคัดเลือกเรื่องปกอย่างมีคุณภาพด้วย

อวยพร พานิชและคณะ(2539) อธิบายถึงองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งของปกหนังสือพิมพ์และนิตยสารว่านอกเหนือจากหัวข้อก็คือ “ภาพ” ซึ่งช่วยให้การแถลงข่าวสารเป็นไปอย่างครบถ้วนบริบูรณ์ ก่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้รับสาร ทั้งสร้างความสวยงาม ดึงดูดความสนใจชวนจับต้อง การสื่อสารด้วย ภาพมีความสำคัญดังนี้

1.ทำให้รูปร่างลักษณะของหน้าหนังสือพิมพ์ และนิตยสารสวยงาม สะดุดตามีชีวิตชีวายิ่งขึ้น

2.ช่วยให้เนื้อเรื่องน่าสนใจ ทำให้ผู้อ่านมีความรู้สึกเหมือนเห็นเหตุการณ์ด้วยตาของตนเอง เพราะภาพอธิบายความจริงได้ดีกว่าตัวหนังสือ ทำให้ผู้อ่านรู้สึกว่าเป็นเรื่องจริงแน่ๆ เพราะเห็นจากภาพ

3.ทำให้ผู้อ่านรู้จักหน้าตาของบุคคลที่กล่าวถึง เช่น บุคคลสำคัญทางการเมือง ดารา ภาพยนตร์ นักกีฬา บุคคลผู้มีชื่อเสียง

4.ภาพก่อให้เกิดอารมณ์ ภาษิตโบราณกล่าวว่า “ภาพภาพเดียวมีความหมายกว่าหมื่นคำ” ภาพที่ดึงดูดความสนใจของคนมากที่สุด คือภาพการต่อสู้ ภาพที่น่าสะพรึงกลัว ภาพที่ดึงดูดอารมณ์รัก เมตตาสงสาร ได้แก่ ภาพเด็ก ภาพสัตว์ ภาพบางภาพก็ก่อให้เกิดอารมณ์ขัน

5.ภาพบางภาพเช่น ภาพการ์ตูนล้อ ก่อให้เกิดความหมายทางการเมือง การ์ตูนล้อบางภาพ แสดงให้เห็นความเลื่อมลุดลัด หรือความโง่เขลาของนักการเมืองบางคนโดยไม่ต้องบรรยาย

วิษณุ สุวรรณเพิ่ม (2526)เขียนถึงภาพปกว่าโดยปกติ ภาพที่อยู่หน้าปกนั้นยึดถือเป็นหลักว่า ภาพปกจะต้องอธิบายบางสิ่ง บางเรื่อง ภายในฉบับด้วย(A cover picture illustrates something,inside the magazine) องค์ประกอบของภาพปกจะประกอบด้วยชื่อนิตยสาร รายการ นิตยสาร ฉบับที่ ปีที่ เดือน พ.ศ. ราคา สารบัญเรื่องภายในเล่ม และองค์ประกอบที่สำคัญคือ “รูปภาพ”จะเป็นภาพเขียน ภาพถ่าย ภาพกราฟฟิก ฯลฯส่วนการออกแบบตัวอักษรปกและการให้สีนั้น ต้องคำนึงถึงสีหลักคือ แม่สีทั้ง 3 ได้แก่ แดง ดำ น้ำเงิน ซึ่งสามารถมองเห็นได้ในระยะไกล

ผู้ศึกษาสนใจศึกษาการนำเสนอ“ปก”ของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ ซึ่งจัดเป็นนิตยสาร เฉพาะกลุ่ม(Specialized Magazine)หมายถึง นิตยสารที่มุ่งผลิตเพื่อสนองความสนใจเฉพาะกลุ่มผู้อ่านที่สนใจเรื่องนั้นเท่านั้น จึงจะชื่อนิตยสารประเภทนี้อ่าน(นฤพนธ์ เอื้อธวันต์,2539:19)

ระวีวรรณ ประกอบผล(2530)อธิบายถึงนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ว่าเริ่มเข้ามามีบทบาทในตลาดหนังสือนิตยสารรายสัปดาห์เมื่อปี 2497 โดยมีสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ ในเครือสยามรัฐ ออกวางจำหน่ายเป็นฉบับแรกซึ่งนับเป็นนิตยสารข่าวการเมืองรายสัปดาห์ที่เก่าแก่ที่สุดของไทย โดยนำเสนอบทวิเคราะห์ทั้งในและนอกประเทศทางด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคมมีบทวิจารณ์วรรณกรรมบันเทิงและสารคดีต่างๆ บทสัมภาษณ์ เรื่องสั้น และคอลัมน์หมอดู

ในปี 2523 เครือมติชนก็วางจำหน่าย “มติชนสุดสัปดาห์”ซึ่งเน้นวิเคราะห์วิจารณ์ข่าวในรอบสัปดาห์ทั้งการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนวรรณกรรม เรื่องสั้น สารคดี บันเทิง กีฬา และ

การเมืองระหว่างประเทศ นับจากนั้นก็มึนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์หัวใหม่ๆทยอยออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่องทั้งขนาด 4 หน้ายก อาทิ สู่อากาศ ฯลฯ และขนาด 8 หน้ายก เช่น เนชั่นสุดสัปดาห์ ฐานสัปดาห์วิจารณ์ เป็นต้น

ปัจจุบันมึนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ที่ยังออกวางจำหน่ายอย่างต่อเนื่องรวม 7 ชื่อฉบับ (ผู้ศึกษาสำรวจจากแผงหนังสือในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2541) คือ

- 1.สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์
- 2.มติชนสุดสัปดาห์
- 3.เนชั่นสุดสัปดาห์
- 4.ฐานสัปดาห์วิจารณ์
- 5.หลักไท
- 6.ชาวไทย
- 7.ข่าวพิเศษ(อาทิตย์)

นิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ในปัจจุบันมีตลาดไม่กว้างนัก พิจารณาได้จากจำนวนชื่อฉบับ ซึ่งมีเพียง 7 เล่มเท่านั้น หากคุณภาพ เนื้อหา และรูปเล่มไม่ดีจริงก็จะอยู่ไม่ได้ และเป็นไปได้ว่าในที่สุดแล้ว นิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ อาจจะเหลือยักษ์ใหญ่เพียง 2 เล่ม แข่งกันแบบนิตยสารไทม์ (Time) และนิวสวีค(Newswick)เพียงแต่เป็นการแข่งขันในระดับที่แคบกว่าเท่านั้น คือแข่งขันกันเฉพาะในประเทศไม่ใช่ระดับภูมิภาคหรือระดับโลก

นอกจากนี้สิ่งที่เปลี่ยนไปคือนิตยสารการเมืองในปัจจุบันมักจะรวบรวมเรื่องวิเคราะห์วิจารณ์ทางเศรษฐกิจและธุรกิจเอาไว้ด้วย และการขยายของธุรกิจก็เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปตามยุคสมัย ทำให้นิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ต้องมีการปรับเปลี่ยนตามไปด้วย

วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม(2527:29)อธิบายถึงการนำเสนอปก ว่า ต้องมีความพิถีพิถันมากขึ้นในด้านวิธีการนำเสนอทั้งหัวข่าว และภาพปก รวมทั้งองค์ประกอบอื่นๆของปกหน้า ก็มีการปรับความไปด้วยเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคและเพื่อให้ทันหรือล้ำหน้าคู่แข่งด้วย จึงกล่าวได้ว่าปกนิตยสารสำคัญมาก เนื่องจากเป็นองค์ประกอบแรกๆที่ถือได้ว่าเป็น “ชวนวน”ให้ผู้อ่านซื้อ

นิตยสารฉบับนั้น ผู้จัดทำ จึงต้องคำนึงถึงเรื่องใหญ่ในด้านการออกแบบ เพราะจุดมุ่งหมายของปก ก็คือเพื่อขายนิตยสารฉบับนั้นๆนั่นเอง

ดังนั้นผู้จัดทำจึงต้องมีการวางแผนจัดทำปกนิตยสารของคน เพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆในเรื่องการแข่งขัน การวางแผน ความแปลกใหม่ ฯลฯ เพื่อให้การจัดทำปกเป็นที่ต้องการของทุกฝ่าย นอกจากนี้จะมีการปรึกษาหารือ วางแผนร่วมกันแล้ว “กลยุทธ์” ในการทำปกนิตยสารที่ดี ก็คือ ผู้ออกแบบต้องจัดทำขึ้นหลายๆปก เพื่อให้ทุกฝ่ายเลือกแบบที่ตกลงร่วมกันได้ ทั้งนี้ต้องขึ้นกับข้อมูล ความชอบในการซื้อแบบปกจากผู้อ่านด้วย และทำให้นิตยสารนั้นๆเป็นที่นิยมของผู้อ่านเพิ่มขึ้น

ปัจจุบันนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ในเมืองไทย ยังมีผู้อ่านในวงจำกัดหรือที่เรียกว่าตลาดเฉพาะเจาะจง(Niche Market)แม้จะมีเนื้อหาสาระหลากหลาย แต่ก็ยังมุ่งไปที่ประเด็นหลักคือการเมือง ซึ่งปัจจุบันมีการนำเสนอปกที่จูงใจผู้อ่านมากขึ้นทั้งการสื่อสารด้วยการใช้ภาษาและภาพซึ่งได้แก่หัวข่าวและภาพปกนั่นเอง

ผู้จัดทำนิตยสารในปัจจุบันและอนาคตจะต้องตระหนักถึงการนำเสนอปกในรูปแบบใหม่ๆ โดยปรับปรุงให้สอดคล้องกับรสนิยม ทักษะคติ และความชอบของผู้อ่านที่เปลี่ยนไปด้วย โดยต้องยึดหลักที่ว่า “อนาคตควรเปลี่ยนแปลงไปโดยมี “ส่วนเชื่อมโยง” เพื่อให้เกิดความกลมกลืนในเรื่องความชอบนั้น”ซึ่งหมายถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบนิตยสารใหม่อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงเอกลักษณ์ของนิตยสารฉบับนั้นๆ ไว้อย่างครบถ้วน

ในอดีตการนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ทั้ง 3 ฉบับก็มีทิศทางใกล้เคียงกันคือ เน้นภาพบุคคลสำคัญในแวดวงการเมือง ใช้สีลาพาดหัวสั้น กระชับและรุนแรง ทั้งในลักษณะบอกเล่า และคำถาม โดยแทรกอารมณ์ขัน การเสียดสี ฯลฯ ขึ้นกับบุคคลที่เป็นข่าวว่ามีภาพลักษณ์ไปในทิศทางใด ซึ่งปัจจุบันก็ยังยึดแนวทางดังกล่าวเป็นหลักทว่าก็มีวิธีการนำเสนอที่หลากหลายและดึงดูดความสนใจผู้อ่านมากขึ้น ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ตารางเปรียบเทียบ : การนำเสนอหัวข้อและภาพปกของนิตยสารการเมืองในอดีตและปัจจุบัน

ฉบับ	หัวข้อ	ภาพปก
การนำเสนอปกในอดีต มติชนสุดสัปดาห์ (21 พ.ย.38)	ลับ-สุดขอบฟ้า“ร่วมชูชีพ ทองคำ”ที่เค็ดทักษิณ โศค “เที่ยว บินมรณะ”	ภาพถ่าย-ทักษิณ
(26 ก.ย.38)	หอมกลิ่น “ซีเรียม”แก๊ง 16 ไวรัส “หางด้วน”ทะเล คุม.บรรหาร”	ภาพถ่าย-บรรหาร
สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ (15-21 ต.ค.38)	อาลัยคนของแผ่นดิน “ศึกฤทธิ์ ปราโมช”	ภาพถ่าย-ศึกฤทธิ์
(21-27เม.ย.39)	หลังฆ่า “แสงชัย” เดิมพัน หมั้น ล้าน“มือปืนคนมีสี”	ภาพถ่าย-เงาดำผู้หญิง
การนำเสนอในปัจจุบัน มติชนสุดสัปดาห์ (24 มี.ย.40)	ด้วยรักและ “ถ้าใช่” ทงง พิทยะ ระวัง! Don Juan “จิว”Fun แล้วทิ้ง	ภาพถ่าย-ทงง
(28 ต.ค.40)	วังเฮียวังเวง	ภาพถ่าย-เชือกมัดเป็นบ่วง ผูกคอพันสีดำ
สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ (16-22มี.ค.40)	So Far So Good “หลุยส์”ประคอง “จิว”	ภาพถ่าย-หลุยส์ -จิว
(11-17 พ.ค.40)	Blow in the wind กิ่งทศวรรษพฤษภามิพ	ภาพกราฟฟิก- คนถือสายยางฉีดน้ำ
เนชั่นสุดสัปดาห์ (7-13 ก.พ.40)	To Dream And To Do	ภาพถ่าย-ไทเกอร์ วู้ด
(24-30 ต.ค.40)	จุดไฟเผาเมือง	ภาพกราฟฟิก-ชวลิต-ไฟ ไหม้

การปรับกลยุทธ์การนำเสนอปกของทั้ง 3 ชื่อฉบับโดยเฉพาะมติชน แสดงถึงศักยภาพขององค์กรและทีมงานอย่างชัดเจน การประยุกต์ภาพถ่าย ภาพวาด และกราฟฟิกเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน สะท้อนเรื่องราวปกชัดเจน นับเป็นปรากฏการณ์ใหม่ในแวดวงนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์

ผู้ศึกษาสนใจเลือก ศึกษาการนำเสนอปก ของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ รวม 3 ชื่อฉบับ ซึ่งมีความโดดเด่นแตกต่างกันออกไปคือ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ซึ่งนับเป็นผู้บุกเบิกในกลุ่มนี้วางจำหน่ายมานานถึง 44 ปี ส่วนมติชนสุดสัปดาห์วางจำหน่ายเป็นปีที่ 18 มีความร่วมสมัยทั้งการนำเสนอปกและสาระอีกทั้งเป็นผู้นำทั้งด้านยอดจำหน่าย และการนำเสนอปกรูปแบบใหม่ ด้วยการใช้วิถีภาษาอังกฤษ ภาพประกอบลือเลียนรูปแบบต่างๆ ฯลฯส่วนเนชั่นสุดสัปดาห์เป็นน้องใหม่วัยแรง 6 ขวบปีแม้จะหวือหวาแต่ก็ยิ่งด้อยกว่าทั้งคุณภาพและวิวุฒิ ซึ่งผู้ศึกษาเชื่อว่านิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับที่เลือกศึกษาจะสะท้อนภาพรวมการนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ได้อย่างดี

การศึกษาในหัวข้อนี้จึงมุ่งไปที่การศึกษาถึงนโยบาย และกลยุทธ์ในการนำเสนอปก ตลอดจนกระบวนการทำงานเพื่อผลิตปก และวิธีนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองทั้ง 3 ชื่อฉบับ ซึ่งนอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อนักศึกษาในวิชาชีพนิเทศศาสตร์แล้ว ยังจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อไปสำหรับองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อนำไปวางแผนและพัฒนาสิ่งพิมพ์ของตนเองต่อไป

ปัญหาคำวิจัย

- 1.นโยบายและกลยุทธ์ในการนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์เป็นอย่างไร
- 2.กระบวนการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปกของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์แต่ละชื่อฉบับแตกต่างกันหรือไม่
- 3.วิธีการนำเสนอปกของแต่ละชื่อฉบับแตกต่างกันหรือไม่

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1.เพื่อศึกษาถึงนโยบายและกลยุทธ์ในการนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์
- 2.เพื่อศึกษาถึงกระบวนการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปกของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์
- 3.เพื่อศึกษาถึงวิธีการนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาถึงนโยบาย กระบวนการทำงาน และกลยุทธ์ในการนำเสนอปกรวม 3 ชื่อฉบับ คือ

1. สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ ผลิตโดย บริษัท สยามรัฐ จำกัด
2. มติชนสุดสัปดาห์ ผลิตโดย บริษัท มติชน จำกัด
3. เนชั่นสุดสัปดาห์ ผลิตโดย บริษัท เนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป

ทั้งนี้การศึกษาแต่ละชื่อฉบับรวม 1 ปีตั้งแต่ สัปดาห์ที่ 1 เดือน มกราคม 2540 - สัปดาห์ที่ 4 เดือน ธันวาคม 2540 รวม 156 ฉบับ โดยศึกษาเฉพาะหัวข้อข่าวนำ(Lead)และภาพประกอบปก

ข้อสันนิษฐานการวิจัย

1. นิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ทั้ง 3 ชื่อฉบับมีนโยบายและกลยุทธ์ในการบริหารแตกต่างกัน
2. กระบวนการทำงาน เพื่อให้ได้มา ซึ่งปกของทั้ง 3 ชื่อฉบับแตกต่างกัน
3. วิธีการนำเสนอปกของนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับ แตกต่างกัน

นิยามศัพท์

นโยบายการนำเสนอปก หมายถึง แนวทางหรือตัวกำหนดการดำเนินงานขององค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพภายในเวลาที่กำหนด ซึ่งในที่นี้หมายถึงการนำเสนอปก แบ่งเป็น

1. หัวข่าว ซึ่งเป็น การพาดหัวข่าวเพื่อสื่อถึงเนื้อหาของข่าวปกด้วยกลวิธีการนำเสนอในลักษณะต่างๆ เช่น เสียดสี คำถาม สรุปรื่อง บอกเล่า เป็นต้น
2. ภาพ ซึ่งนำเสนอสอดคล้องกับหัวข่าว โดยมีทั้งภาพถ่าย ภาพวาด กราฟฟิก ฯลฯ

กลยุทธ์การนำเสนอปก หมายถึง องค์ประกอบต่างๆในการสร้างสรรค์นิตยสารเพื่อให้เกิดเป็นจุดขาย ทั้งการใช้คำพาดหัวข่าว การใช้สีสັນ หรือภาพเพื่อสื่อความหมาย ดึงดูดผู้อ่าน

กระบวนการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปกนิตยสาร หมายถึง ขั้นตอนในการผลิตปกนับตั้งแต่กระบวนการแรกคือการคัดเลือกข่าวปก การให้หัวข่าว การทำภาพประกอบ ซึ่งมาจากการ

ประสานงานของกองบรรณาธิการและฝ่ายผลิต ได้แก่ บรรณาธิการ นักข่าว ช่างภาพ บรรณาธิการ และฝ่ายศิลป์

นิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ หมายถึง นิตยสารข่าวที่มีวาระการวางจำหน่ายทุก 7 วันและนำเสนอเนื้อหาสาระเน้นหนักไปที่ข่าวและบทความทางการเมืองเป็นหลัก ในที่นี้หมายถึงสยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์ มติชนสุดสัปดาห์ และเนชั่นสุดสัปดาห์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.ทราบถึงนโยบาย กระบวนการทำงาน และกลยุทธ์ในการนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์
- 2.ทราบถึงแนวโน้มการปรับตัวของนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์