

บทที่ 4

การศึกษาหน้าที่ที่แท้จริงของนิตยสาร

ในการนำเสนอผลการศึกษาวิจัยเรื่อง'มิติแห่งการบริโภคที่ปรากฏในนิตยสารผู้หญิง' ผู้วิจัยขอลำดับการนำเสนอตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- 1.การศึกษาหน้าที่ที่แท้จริงของนิตยสารผู้หญิง ซึ่งแสดงออกผ่านมาทางกระบวนการผลิต
- 2.การวิเคราะห์ปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการเลือกและการตัดสินใจของฝ่ายผู้ผลิต ในการกำหนดเนื้อหาของนิตยสาร ในฐานะที่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรม
- 3.การศึกษามิติแห่งการบริโภคของกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มของนิตยสารผู้หญิง ซึ่งสะท้อนอยู่ในเนื้อหาของนิตยสาร

การศึกษาหน้าที่ที่แท้จริงของนิตยสารผู้หญิง

ในการศึกษาครั้งนี้จะขอแจกแจงบทบาทและหน้าที่ของนิตยสารตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ตามยุคการแบ่งช่วงเวลาของประวัตินิตยสารผู้หญิง จากรายงานการวิจัยเรื่อง "100ปีของนิตยสารสตรีไทย(พ.ศ.2431-2531)"ซึ่งแบ่งยุคของเนื้อหา นิตยสารสตรีออกเป็น 5 ยุค อันได้แก่

- 1) ยุคของการปลูกสำนึกในด้านการเฝ้าหาความรู้ และสิทธิสตรีของไทย (พ.ศ.2431-มิถุนายน 2475)
- 2) ยุคมืดของนิตยสารสตรี (พ.ศ.2475-2489)
- 3) ยุคตื่นตัวของนิตยสารสตรี (พ.ศ.2490-2500)
- 4) ยุคนวนิยายพาฝัน (พ.ศ.2501-2516)
- 5) ยุคข่าวสารและความหลากหลายของสตรี (16 ตุลาคม 2516-2531)

ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นว่า "นิตยสาร" ในฐานะผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของสังคมในช่วงระยะเวลาหนึ่งย่อมต้องมีรูปร่างหน้าตา มีเป้าหมาย และหน้าที่ที่แปรเปลี่ยนไปตามลักษณะของสังคมนั้นๆ

จากประวัติ นิตยสารสตรีไทยเมื่อ 100 ปีที่ผ่านมาการกำเนิดของนิตยสารผู้หญิงในยุคแรกจะมีลักษณะเป็น "หนังสือเล่ม" มากกว่าจะเป็นลักษณะนิตยสารอย่างปัจจุบัน วัตถุประสงค์ของนิตยสารในยุคนี้มักจะเน้นการปลูกสำนึกให้ผู้หญิงเรียกร้องใฝ่หาความรู้และสิทธิสตรีไทย ซึ่งมีเหตุผลเบื้องหลังได้แก่ สตรีไทยในช่วงนั้นยังมีการศึกษาน้อยเป็นส่วนใหญ่ และมีบทบาทจำกัดอยู่เฉพาะภายในบ้าน กอปรกับคณะผู้จัดทำในช่วงแรกเป็นชายล้วนซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาและวัฒนธรรมมาจากตะวันตก เนื้อหานิตยสารในยุคนี้จึงช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของกลุ่มคนทำ ที่มุ่งจะกระตุ้นสตรีไทยในยุคนั้นให้ใฝ่หาความรู้มากขึ้น

ต่อมาในปีพ.ศ.2465 เริ่มมีการเปลี่ยนผู้จัดทำจากชายล้วนมาเป็นหญิงล้วน แต่กลุ่มผู้หญิงที่ดำเนินการนั้นจะเป็นผู้ที่อยู่ในเชื้อพระวงศ์ หรืออยู่ในตระกูลที่มีฐานะการศึกษาดี้นอกจากนี้ เนื้อหาภายในเล่มเริ่มมีรูปแบบคอลัมน์ที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เกร็ดความรู้ สารคดี บันเทิง ทำนายโชคชะตา แนะนำการประดิษฐ์ และยังมีการปรับเปลี่ยนจากตัวหนังสือล้วน มามีภาพประกอบ โดยเฉพาะมีการลงภาพโฆษณาค่อนข้างมาก ประมาณ 30-40 เปอร์เซ็นต์ นิยมลงโฆษณาหน้าปกทุกฉบับ และภายในฉบับยังแทรกอยู่ตามหน้าต่างๆ สินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าเกี่ยวกับสตรี

สำหรับเนื้อหาทางด้านสาระความรู้ในการปลูกจิตสำนึกสตรีไทย นิตยสารในยุคนี้ยังคงทำหน้าที่เป็นรอยต่อในการให้ความรู้ของยุคแรก เพียงแต่เริ่มหันมาเน้นให้ผู้หญิงเริ่มใช้สิทธิและพัฒนาสตรีบ้างแต่ในขณะเดียวกันได้เริ่มมีการกำเนิดของนิตยสารเพื่อความบันเทิงออกมาด้วย เช่น นารีเกษม นารีนิเทศ โดยนิตยสารในแนวหลังนี้ไม่ใช่ว่าจะไม่มีการนำเสนอเนื้อหาความรู้แต่อย่างใดเพียงแต่ความรู้ที่นำเสนอจะออกมาในรูปแบบความรู้ทั่วไปแบบเบ็ดเตล็ด เป็นความรู้แบบเบาๆ

หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง (มิถุนายน 2475) รัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้มีการเปลี่ยนแปลงการใช้ตัวอักษรจึงส่งผลให้วงการการเขียนเกิดความปั่นป่วน ประกอบ

กับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ความเป็นอยู่ของประชาชนแร้นแค้นมากขึ้น รวมถึงการเกิดภาวะสงครามโลกครั้งที่ 2 ทำให้ประเทศไทยขาดแคลนกระดาษ จึงทำให้สภาพการณ์ของวงกานิตยสารในช่วงนี้ต้องตกเข้าสู่ "ยุคมืด" (พ.ศ.2475-2489) กอปรกับมาถึงจุดเปลี่ยนทางพัฒนาการด้านนิตยสารและหนังสือพิมพ์ให้มีรูปแบบลักษณะแยกกันอย่างชัดเจน นิตยสารได้กลายมาเป็นสื่อที่มีไว้เพื่อความบันเทิงและให้ความรู้มากกว่าที่จะให้ข่าวสารข้อมูลแบบยุคแรก

แต่ต่อมาในพ.ศ.2490 กลับถือเป็น "ยุคตื่นตัว" ของนิตยสารสตรีเมื่อรัฐบาลจอมพล ป.พิบูลสงคราม ได้ประกาศใช้รัฐธรรมนูญพ.ศ.2489 ซึ่งเป็นรัฐธรรมนูญที่ให้สิทธิเสรีภาพอย่างเต็มที่ในการเขียน การพูด การโฆษณา และการพิมพ์ ถึงแม้ว่าในเวลาต่อมาทางรัฐบาลจะประกาศจำกัดสิทธิเสรีภาพในการแสดงออกเหล่านั้นให้แคบลง แต่เนื่องจากบทบาทที่นิตยสารได้วางตัวเองไว้ตรงการให้ความบันเทิง และความรู้ ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่ทำให้นิตยสารอยู่รอดมาได้ทุกยุคทุกสมัยไม่ว่าสภาพบ้านเมืองจะเป็นเช่นไร เนื้อหาหลักของนิตยสารผู้หญิงในยุคนี้จะประกอบไปด้วย นวนิยาย และคอลัมน์ทางด้านการบ้านการเรือน นอกจากนี้ได้เริ่มมีการนำเสนอคอลัมน์ท่องเที่ยว และเรื่องราวที่พาออกไปสู่โลกตะวันตกมากขึ้น เช่น คอลัมน์สารคดีท่องเที่ยวในนิตยสารสกุลไทย จะพาไปเที่ยวต่างประเทศ มีการแปลภาษาอังกฤษประกอบคอลัมน์ภาษาไทย

จนย่างเข้าสู่พ.ศ. 2501 นิตยสารผู้หญิงเริ่มเข้าสู่ยุคที่เรียกว่า "ยุคนวนิยายพาฝัน" โดยเหตุผลหลักเกิดความผันผวนทางการเมืองที่เข้าสู่ยุคเผด็จการของจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ ฉะนั้นเนื้อหาของนิตยสารส่วนใหญ่ในยุคนี้จึงประกอบไปด้วยนวนิยายเป็นหลักซึ่งเป็นนวนิยายแนวพาฝัน เรื่องรักๆใคร่ๆ หลีกหนีปัญหาสังคม สำหรับเนื้อหาแนวอื่นๆจะดูไม่แตกต่างจากยุคที่แล้วเท่าไรนัก

หลังเหตุการณ์ 16 ตุลาคม 2516 แนวนิตยสารยังคงมีลักษณะไม่แตกต่างจากยุคที่ผ่านมาคือมีแนวแม่บ้าน และแนวบันเทิงที่ยังครองตลาดอยู่ แต่เริ่มมีแนวให้ความรู้ทันโลกทันสมัยแก่สตรีเพิ่มขึ้นมา เช่น ลลนา สตรีสาร แนวความรู้ความคิดและการพัฒนาสตรี ซึ่งมีเพียง 1 เล่ม คือ หญิงยุคใหม่ และสุดท้ายแนวภาพและแฟชั่น

ถ้าสังเกตให้ดีจะพบว่า แนวนิตยสารสตรีที่เกิดขึ้นใหม่ถึงสามแนวนี้ เป็นการบอก สัญญาณบางอย่างที่แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของนิตยสารว่ามีมากขึ้น เริ่มมองเห็น การเจาะกลุ่มความสนใจของคนอ่านมากขึ้น เมื่อเทียบกับสมัยก่อนที่ยังคงรวมเรื่องราวเหล่านี้ไว้ในเล่มเดียวกัน ต่อมาในปีพ.ศ.2520 ซึ่งเป็นยุคที่ความเจริญทางการสื่อสารและเทคโนโลยีใหม่ๆ ได้แพร่หลายไปทั่ว เริ่มมีการนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการปรับปรุงรูปเล่มและการจัดหน้าให้สวยงาม ถือเป็นการให้ความสนใจปรุงแต่งรูปลักษณ์ของหนังสือมากขึ้น หลังจากพอที่จะเห็นแนวทางมาบ้างแล้ว ตั้งแต่ยุคต้นตัวของนิตยสารสตรีใน "เพลนิจิตต์" นอก จากนี้ทางด้านเนื้อหายังมีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งสามารถแยก ประเภทเนื้อหาออกไปได้ถึง 5 ประเภทคือ ด้านแม่บ้านการเรือน ด้านให้ความรู้ทันโลกทัน สมัยแก่สตรี ด้านบันเทิง ด้านวิชาการให้ความรู้ ความคิดและการพัฒนาสตรี ด้านภาพและ แฟชั่น นอกจากนี้มีเนื้อหาที่หลากหลายแล้ว นิตยสารสตรียังปรากฏลักษณะ "เฉพาะกลุ่ม" ด้วย

จากการมองย้อนไปถึงจุดกำเนิดของนิตยสารผู้หญิงที่ได้นำเสนอมา จะพบว่า เนื้อหา นิตยสารที่ปรากฏออกมาตลอดเวลา 100 ปีที่ผ่านมา ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้ นิตยสารผู้หญิงมีหน้าตา และบุคลิกเป็นเช่นไรนั่นคือ "สภาพสังคม" ซึ่งไม่เพียงแต่กำหนดตัว นิตยสารเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยที่เข้ามาช่วยกำหนดบทบาทและหน้าที่ของนิตยสารด้วย ฉะนั้น หากจะมาประมวลถึงบทบาทและหน้าที่ของนิตยสารตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน จะสามารถ สรุปรวมได้ดังนี้

1. ให้สาระความรู้

เป็นหน้าที่ที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับการเริ่มต้นจัดทำนิตยสารผู้หญิงในยุคแรกทีเดียว โดยการให้สาระความรู้ในยุคนั้นจะเป็นแนวการกระตุ้นสตรีไทยให้ใฝ่หาความรู้และช่วยปลูก สำนึกให้ตระหนักถึงสิทธิสตรีไทย แต่พอล่วงเข้าสู่ยุคที่สองคือยุคมีดของนิตยสารสตรีจนมา ถึงยุคปัจจุบัน แนวการให้ความรู้จะเปลี่ยนมาเป็นความรู้เบาๆ ประเภทสารคดี รวมถึงการให้ ความรู้แปลกใหม่ ซึ่งจะนำเสนอทั้งเรื่องจากต่างประเทศและในประเทศ ถือเป็นการช่วย ขยายโลกกว้างให้ผู้หญิง

สาเหตุของการเปลี่ยนแปลงจากความรู้สภาระหนักในยุคแรก มาสู่ความรูเบาๆในยุคต่อๆมา อาจวิเคราะห์ได้ว่า เนื่องมาจากสภาพความผันผวนทางการเมืองสังคม และเศรษฐกิจในยุคมีคจนถึงยุคนวนิยายพาฝัน ที่เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ภาวะสงครามโลกครั้งที่ 2 และการเปลี่ยนแปลงการปกครองจึงทำให้ผู้จัดทำมีอาจนำเสนอความรู้ในแนววิจารณ์การเมืองหรือการเรียกร้องสิทธิสตรีทางการเมืองได้มากนักทั้งนี้เพื่อความอยู่รอดของตัวนิตยสารเองจึงต้องมีการปรับตัวออกไปสู่การให้สาระความรู้ทั่วๆไป แต่สำหรับสาเหตุการให้ความรู้แบบเบาๆในยุคปัจจุบัน คาดว่าคงเป็นผลต่อเนื่องมาจากการที่นิตยสารผู้หญิงถูกกำหนดภาพลักษณ์ว่าเป็น "สื่อเพื่อสาระบันเทิง" ผู้จัดทำในยุคปัจจุบันจึงเลือกให้ความรู้ในแนวเบาๆ เพื่อผู้อ่านจะได้รู้สึกผ่อนคลาย และได้ความรู้ไปในตัว อีกเหตุผลหนึ่งอาจเป็นเพราะปัจจุบันได้มีการผลิตนิตยสาร"เฉพาะกลุ่ม" มากขึ้น เนื้อหาทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง ได้ถูกนำไปบรรจุในนิตยสารเฉพาะกลุ่มเหล่านั้นแล้ว นิตยสารจึงหันมาทำหน้าที่การให้ความรู้รอบตัวแก่ผู้อ่านแทน และเหตุผลประการสุดท้ายอาจเนื่องมาจากสภาพสังคมที่แวดล้อมผู้คนในสังคมขณะนี้มีลักษณะเคร่งเครียดและบีบรัดอย่างมากมายพอดแล้ว การให้ความรู้หนักๆอาจทำให้ผู้อ่านไม่อยากจะอ่านเรื่องราวที่หนักๆอีก และวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ของการจัดทำนิตยสารผู้หญิงจะเป็นไปเพื่อให้ความรู้ความบันเทิง ซึ่งมีลักษณะที่หลากหลายเหมือนเป็น "สไตร์" ที่จะบรรจุเนื้อหาในหลากหลายรูปแบบ (มนตรีรา จูฑะพุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

2. เป็น "โรงเรียนนอกระบบ" ให้หญิงไทย พาผู้หญิงออกสู่ออกโลกกว้าง

นิตยสารที่ออกมาในยุคแรกได้กลายเป็นแบบเรียนที่สำคัญในการช่วยพัฒนาการอ่านของผู้หญิงซึ่งยังไม่ค่อยได้รับการศึกษาอย่างทั่วถึงแต่ในยุคต่อมาผู้จัดทำได้เริ่มนำเสนอสาระความรู้และเรื่องราวแปลกใหม่จากต่างประเทศหรือความรู้เบ็ดเตล็ดต่างๆ อันจัดเป็นความรู้รอบตัว และความรู้ทั่วไป ที่ส่วนใหญ่จะไม่ปรากฏในหนังสือแบบเรียน เนื้อหาเหล่านี้จึงเปรียบเสมือนกำลังทำหน้าที่ "โรงเรียนนอกระบบ" ให้กับผู้อ่าน นอกจากนี้แนวความรู้ด้านต่างๆที่นำเสนอไม่ว่าจะเป็นคอลัมน์ ท่องเที่ยว ปกตินกะ สารคดี แฟชั่นเหล่านี้ยังถือเป็นการช่วยพาผู้หญิงให้ออกไปสู่โลกกว้างมากขึ้นให้รู้จักว่าโลกภายนอก มีเรื่องราวอะไรที่น่าสนใจเกิดขึ้นมากกว่าภายในบ้านโดยเฉพาะนิตยสารในแนวการให้ความรู้ทันโลกทันสมัยในยุคปัจจุบันนั้น เปรียบเสมือน "คู่มือ" พาผู้หญิงเข้าสู่สังคมได้ดีแบบหนึ่งเช่นการมีบทความเรื่องการเสริมสร้างบุคลิกภาพอย่างมั่นใจ คอลัมน์ท่องเที่ยวต่างประเทศและภาพประกอบที่

นำเสนอในนิตยสารยังช่วยให้ผู้หญิงได้เห็นภาพภายนอกบ้านด้วย นอกจากนี้ในคอลัมน์สัมภาษณ์บุคคล ผู้อ่านยังได้ข้อคิด แนวทางชีวิตจากบุคคลที่ให้สัมภาษณ์ด้วย ถือเป็นกา
เปิดโลกทัศน์ให้กับคนอ่านอีกทางหนึ่ง

3. ทำหน้าที่เป็นปากเสียงให้สตรี

โดยมีนิตยสารหลายเล่มในยุคแรก เช่น สตรีศัพท์ ศรีสัปดาห์ ได้ประกาศจุดยืนของตัว
เองในการจัดทำนิตยสารออกมาอย่างชัดเจนว่า ยินดีที่จะเป็นปากเสียงให้แก่สตรีที่ได้รับ
ความทุกข์หรือความเดือดร้อนสามารถส่งเรื่องราวมาบอกเล่าลงนิตยสารได้ แต่พอมาถึงใน
ยุคปัจจุบันหน้าที่นี้มีการลดบทบาทลง แม้จะมีการส่งเรื่องราวมาบอกเล่าลงนิตยสารเหมือน
เดิม แต่รูปแบบของการนำเสนอเนื้อหาจะมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยเปลี่ยนมาอยู่ในรูปการ
ตอบปัญหา ให้คำแนะนำในการแก้ไขต่างๆ ซึ่งการมีคอลัมน์ลักษณะเช่นนี้ ก็ได้แสดงบทบาท
และหน้าที่อีกหลายประการ เริ่มตั้งแต่ (1) ให้คำแนะนำแนวการตัดสินใจ (2) ทำการชักชวน
โน้มน้าวผู้ตาม (3) ทำหน้าที่เป็นตัวแทนของพ่อแม่ด้วยการอบรมปฏิบัติตนให้เหมาะสม (4) ทำ
หน้าที่เป็น SOCIAL BROKER คือลดสถานะความตึงเครียดกดดันของบุคคลให้น้อยลง (5) ช่วย
จัดระเบียบชุมชนให้คงอยู่ได้ (ไศลทิพย์ จารุภูมิ และอรอนงค์สวัสดิ์บุรี, 2532)

4. เปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้แสดงความคิดเห็นสู่สาธารณชน

ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2465 เริ่มมีการเปลี่ยนมือผู้จัดทำจากผู้ชายมาเป็นผู้หญิงจึงทำให้ผู้หญิงได้
มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและแสดงฝีมือการเขียนออกสู่สาธารณชนแม้ปัจจุบันผู้จัดทำ
นิตยสารผู้หญิงส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นที่มงานผู้หญิงทั้งสิ้น อาจเป็นเพราะผู้หญิงในยุคใหม่ได้
รับการศึกษามากขึ้นจึงต้องการนำเสนอความคิดของตนมากขึ้นและโดยเฉพาะเมื่อเป็น
นิตยสารผู้หญิงด้วยแล้ว จะทำให้มีความเข้าใจมากขึ้นในขณะที่ผู้ชายอาจไม่ค่อยสนใจเข้ามา
ทำงานสายนี้ เพราะยังติดกับภาพลักษณ์ของการเป็น "นิตยสารผู้หญิง" จึงคิดว่าคงไม่เหมาะ
กับความสนใจของตนนิตยสารผู้หญิงส่วนใหญ่จึงเหมือนได้ทำหน้าที่เปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้
แสดงความคิดเห็นของตนสู่สาธารณชนมากขึ้น (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะไพสิต และ
อวยพร พานิช, 2532)

5. เป็นพื้นที่ในการลงโฆษณา

หลังจากมีการเปลี่ยนมือผู้จัดทำมาเป็นผู้นิเทศมากขึ้น นิเทศสารได้มีการเปิดพื้นที่ลงโฆษณาค่อนข้างมาก ทั้งโฆษณาที่มีภาพและไม่มีภาพเช่นสตรีคัทที่มีถึงประมาณ 30-40 เปอร์เซ็นต์ นิยมลงโฆษณาน้ำปอกทุกฉบับและสินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าสตรี(อุบลวรรณ วิตพัฒนนะโฆษิต และอวยพร พานิช, 2532) จนมาถึงปัจจุบันได้มีการพัฒนาหน้าที่ยี่ขึ้นมาจากทั้งรูปแบบและบทบาทต่อการทำนิเทศสารเพราะการทำนิเทศสารในยุคใหม่นี้โฆษณาถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดเนื่องจากแหล่งรายได้หลักของนิเทศสารในยุคปัจจุบันนี้คือค่าโฆษณานั้นเอง มีการพบว่าพื้นที่โฆษณาเกินเนื้อที่ในนิเทศสารถึงประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ซึ่งไม่ต่างจากการลงโฆษณาในอดีตเท่าไรนัก แต่รูปแบบการลงโฆษณากลับต่างกันบ้าง เพราะพื้นที่โฆษณาในปัจจุบันจะมีการใช้หน้าสี และมีการจัดวางรูปหน้าอย่างประณีตและสวยงามมากขึ้นเพื่อเป็นที่ดึงดูดความสนใจของคนอ่านมากขึ้น นอกจากนี้สินค้าที่ลงโฆษณาเริ่มมีการเจาะเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นมาตั้งแต่ยุคต้นตัวของนิเทศสารสตรี

6. ให้ความบันเทิง

ความบันเทิงที่ปรากฏในเนื้อหาของนิเทศสารยุคแรกจะปรากฏออกมาในคอลัมน์เรื่องอ่านเล่น ซึ่งใช้การประพันธ์แบบคำกลอนเป็นหลัก ต่อมาเนื้อหาหลักที่จะนำเสนอความบันเทิงได้กลายเป็นการนำเสนอ "นวนิยาย" ซึ่งคงรูปแบบลักษณะนี้มาตั้งแต่ยุคมีดของนิเทศสาร และมาเฟื่องฟูที่สุดในยุคนวนิยายพาฝัน ซึ่งถือเป็นยุคที่นิเทศสารได้ทำหน้าที่ผลิตนักเขียนหญิงที่มีชื่อในยุคต่อมาด้วย เช่น หมยันตี บุษยมาลี กัญญชลา การทำหน้าที่ให้ความบันเทิงในช่วงสี่ยุคแรก สาเหตุหลักมาจากสภาพผันผวนทางการเมือง ที่ไม่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นวิพากษ์วิจารณ์ต่อบ้านเมืองนิเทศสารจึงเสี่ยงมานำเสนอความบันเทิงในรูปนวนิยาย เพื่อความอยู่รอด แต่ในปัจจุบันรูปแบบการให้ความบันเทิงได้แตกออกเป็นหลายรูปแบบโดยยังคงมีการนำเสนอนวนิยายและได้เพิ่มคอลัมน์ประเภทดูหนัง ฟังเพลง แนะนำหนังสือ ซึ่งเพิ่มขึ้นมาตามสภาพสังคมที่ธุรกิจความบันเทิงกำลังเฟื่องฟู ให้ความสำคัญทางด้านการเมือง ผสมผสานกับสภาพสังคมที่ผู้คนกำลังตั้งเครียดกับการแข่งขันในหน้าที่การงาน นิเทศสารจึงได้ทำหน้าที่เสนอรูปแบบความบันเทิงแบบต่างๆมาให้เป็นตัวเลือกแก่ผู้อ่านเพื่อหาวิธีการผ่อนคลายที่เหมาะสมกับตัวเองต่อไป

7. เป็นคู่มือในชีวิตประจำวันของผู้หญิง

ในการนำเสนอคอลัมน์ประเภทแต่งตัว จัดห้อง จัดโต๊ะอาหาร เย็บปักถักร้อย ทำอาหาร ฯลฯ เหล่านี้จัดเป็น 'คู่มือ' อย่างดี ในการทำให้ผู้อ่านสตรีทั้งหลายต้องคอยดูว่า นิตยสารจะมีเนื้อหาเรื่องใดที่แปลกใหม่ในคอลัมน์เหล่านี้มานำเสนอ เพื่อตนจะสามารถนำเอามาลองประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้บ้าง รูปแบบการเป็น 'คู่มือ' เช่นนี้จะปรากฏให้เห็นเด่นชัดโดยเฉพาะในนิตยสารด้านแม่บ้านการเรือน

8. สืบทอดคนอ่านรุ่นต่อไป

เป็นที่น่าสังเกตว่า ในนิตยสารผู้หญิงปัจจุบันมีเนื้อหาคอลัมน์สำหรับเด็กเกิดขึ้นมากมาย โดยเฉพาะนิตยสารด้านแม่บ้านการเรือน เช่น นิตยสารขวัญเรือนจะมีคอลัมน์ 'เพื่อนเด็ก' ซึ่งมีเนื้อหาประกอบไปด้วยนิทานและเกม ภาษาอังกฤษแสนสนุก ทั้งนี้คงเป็นเพราะต้องการให้เป็นคู่มือสำหรับแม่บ้าน ในการช่วยกระตุ้นให้ลูกๆหันมาสนใจอ่านหนังสือกันมากขึ้นและเมื่อนำเนื้อหาเข้ามาอยู่ในเล่มเดียวกับที่คุณแม่ต้องซื้อไว้อ่านเพื่อความบันเทิง และเป็นคู่มือในชีวิตประจำวันแล้ว ย่อมถือเป็นการประหยัดการซื้อหนังสือเพื่อลูกอีกเล่มโดยเฉพาะและในมุมมองของผู้จัดทำ การมีคอลัมน์สำหรับเด็กคงถือเป็นการช่วยสืบทอดคนอ่านรุ่นต่อไปให้กับตัวนิตยสารเองนับเป็นการขยายกลุ่มคนอ่านออกไปด้วย ตัวอย่างเช่น

"อีกมุมหนึ่งที่ขอชมคือ เรียนภาษาอังกฤษจากของเมล็ดทานตะวัน ขอชมว่าดีมากคะ คืออ่านได้ทั้งบ้าน คุณพ่อบ้านแม่บ้านก็จะได้อ่านไว้ปลูกต้นไม้ เวลาที่แปลจากของไม่ออก ลูกๆก็จะได้เรียนรู้คำศัพท์ด้วย" (คอลัมน์ "ห้องรับแขก" ขวัญเรือน ฉ.พ.ค.2538)

9. สะท้อนความเป็นไปของสังคม

เนื่องจากนิตยสารเป็นส่วนผสมระหว่างหนังสือเล่ม และหนังสือพิมพ์ แต่เรื่องที่นิตยสารผู้หญิงจะสะท้อนมักเป็นเรื่องของวิถีชีวิต และรสนิยมของผู้คนในสังคมว่า ขณะนี้สังคมกำลังสนใจอยู่กับเรื่องอะไร มีวิถีการดำเนินชีวิตเป็นอย่างไร โดยสะท้อนผ่านคอลัมน์สัมภาษณ์บุคคลความงาม ท่องเที่ยว คหกรรม คอลัมน์ที่สะท้อนรสนิยมของผู้คนในเรื่องต่างๆ เช่น ของสะสม แต่งตัว หนังสือ เพลง ซึ่งคอลัมน์เหล่านี้เป็นคอลัมน์ในความสนใจอันดับแรกๆของนิตยสารผู้หญิง เพราะผู้อ่านสามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ปรับปรุงบุคลิกภาพ และปรับตัวให้เข้ากับสภาวะแวดล้อมได้

10. เป็นผู้นำเรื่องค่านิยมต่างๆในสังคม

เพื่อจะให้หนังสือของคุณเป็นที่สนใจต่อคนอ่าน ผู้จัดทำโดยเฉพาะในยุคปัจจุบันได้ใช้วิธีการนำเสนอเรื่องแปลกใหม่ หรือการจุดประเด็นเรื่องต่างๆขึ้นมา ซึ่งคาดว่าจะเป็นที่สนใจต่อคนอ่าน และโดยวิธีการคิดเช่นนี้นิตยสารจึงได้ทำหน้าที่เป็น "ผู้นำ" เรื่องค่านิยมต่างๆในสังคมไปโดยปริยาย เช่น การเป็นผู้นำเสนอแนวแฟชั่นใหม่ๆ การส่งเสริมให้คนหันมาสนใจเลือกของสะสมมากขึ้น เมื่อคนอ่านได้มีโอกาสอ่านคอลัมน์ของสะสม หรือการเลือกฟังเพลงแนวป๊อป เลือกอ่านหนังสือเล่มหนึ่งที่นิตยสารแนะนำขึ้นมา การเลือกไปดูภาพยนตร์สักเรื่อง รวมถึงการลุกขึ้นมาจัดบ้าน ตกแต่งห้อง บักผ้าคอस्टิส ทำอาหารตามแบบที่นิตยสารเสนอ

ทั้งหมดที่กล่าวมานี้สะท้อนให้เห็นว่า นิตยสารมีอิทธิพลพอที่จะเปลี่ยนค่านิยมและทัศนคติของคนอ่านได้ในระดับหนึ่ง อีกทั้งสิ่งที่นิตยสารนำเสนออีกไม่ใช่เรื่องที่จะทำตามได้ยาก แต่เป็นสิ่งที่ผู้อ่านสามารถหาซื้อมาให้ตัวเองได้ไม่ยาก และสามารถที่จะปฏิบัติตามได้อยู่แล้ว แม้บางอย่างอาจทำได้ไม่ทั้งหมด เช่น นิตยสารดิฉันนำเสนอการสะสมเครื่องแก้วของบุคคลผู้มีชื่อเสียงท่านหนึ่ง ผู้อ่านที่ไม่สามารถสะสมเครื่องแก้วราคาแพงได้ อาจจะเปลี่ยนไปสะสมสิ่งอื่นที่เหมาะสมกับตนเอง แต่นั่นหมายถึงว่า นิตยสารได้สร้างความคิดที่อยากจะให้ผู้อ่านคนนั้นมีความต้องการจะสะสมสิ่งของชิ้นหนึ่งขึ้นมาแล้ว

11. เปิดมิติการบริโภค

ปัจจุบันเมื่อนิตยสารกำลังกลายเป็นสื่อรับใช้ตอบสนองความต้องการต่างๆของผู้บริโภค หน้าที่หลักอีกประการหนึ่งก็นิตยสารกำลังทำหน้าที่เปิดมิติการบริโภคซึ่งส่วนหนึ่งได้แสดงผ่านหน้าที่การเป็นพื้นที่ลงโฆษณาหน้าที่การเป็นผู้นำเรื่องค่านิยมต่างๆในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเป็นสื่อถ่ายทอดวิถีชีวิตที่เน้นและให้ความสำคัญกับเรื่องวัตถุนิยมของผู้คนในสังคมโดยแสดงผ่านคอลัมน์ต่างๆเช่น คอลัมน์แต่งตัว ของสะสม แฟชั่น หรือแม้แตหน้าที่การให้ความบันเทิง โดยการแนะนำรูปแบบการให้ความบันเทิงต่างๆ เช่น แนะนำการดูหนัง ฟังเพลง อ่านหนังสือ เหล่านี้ล้วนชี้้นำให้ผู้อ่านกลายเป็นผู้บริโภคซื้อสินค้าต่างๆมาใช้มากขึ้น

จากหน้าที่ของนิตยสารทั้ง 11 หน้าที่ที่ได้ประมวลมา หากจะมาจัดลำดับความสำคัญ ว่า ในปัจจุบันหน้าที่ใดยังคงมีมาอย่างต่อเนื่อง หน้าที่ใดกำลังเลือนหายไป และหน้าที่ใดที่กำลังเพิ่มบทบาทขึ้นมา ผู้วิจัยขอวิเคราะห์ดังนี้

หน้าที่ของนิตยสารที่ยังคงทำมาอย่างต่อเนื่องคือ (1) หน้าที่ในการให้สาระความรู้ แต่เป็นความรู้ในลักษณะประยุกต์ (2) หน้าที่ในการเป็น "โรงเรียนนอกระบบ" พาผู้หญิงออกสู่โลกกว้างโดยเฉพาะนิตยสารแนวให้ความรู้ทันโลกทันสมัย (3) ให้ความบันเทิง (4) การเป็นคู่มือในชีวิตประจำวัน (5) ทำหน้าที่สืบทอดคนอ่านรุ่นต่อไป โดยเฉพาะหน้าที่ในข้อที่ 4 และ 5 จะปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัด ในนิตยสารผู้หญิงแนวแม่บ้านการเรือน และ (6) หน้าที่ในการสะท้อนความเป็นไปของสังคม ซึ่งนิตยสารผู้หญิงยังคงทำหน้าที่นี้ได้เป็นอย่างดีและต่อเนื่องมาตลอด ราวกับเป็นสมุดบันทึกช่วงเวลาของสังคมในแต่ละช่วงที่ผ่านมา

สำหรับหน้าที่ที่นิตยสารเคยมี แต่ได้เลือนหายไปในปัจจุบันคือ (1) การทำหน้าที่เป็นปากเสียงให้สตรี แต่เปลี่ยนมาเป็นการให้คำปรึกษาผ่านคอลัมน์ตอบปัญหา มากกว่าจะนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้ผู้หญิงลุกขึ้นมาเรียกร้องสิทธิสตรีอย่างสมัยก่อน (2) เปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้แสดงความคิดเห็นในส่วนของหน้าที่นี้ไม่ถึงกับเลือนหายไปเสียทั้งหมดในปัจจุบัน เพียงแต่การนำเสนอความคิดเห็นของผู้หญิงในปัจจุบันจะไม่ออกมาในรูปของความรุนแรงหรือแสดงความคิดเห็นในเรื่องของการวิพากษ์วิจารณ์สังคมอย่างเด็ดขาดประเด็นความคิดเห็นที่ผู้หญิงจะได้มีโอกาสเสนอในนิตยสารผู้หญิงจะเป็นรูปแบบเบาๆ เป็นเรื่องราวรอบตัวแบบสบายและดูโดยผิวเผินอาจมองเห็นว่ามีเสรีภาพในการนำเสนอ หากอันที่จริงแล้ว ประเด็นที่ผู้หญิงจะมีโอกาสแสดงความคิดเห็นไม่ได้มีเสรีภาพอย่างแท้จริงว่าใครอยากจะนำเสนอความคิดเห็นในเรื่องอะไรตามใจชอบได้ แต่เป็นการถูกกำหนดมาจากผู้ผลิตอีกชั้นหนึ่ง

เหตุผลที่หน้าที่เป็นปากเสียงให้สตรี และหน้าที่เปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้แสดงความคิดเห็นถูกลดบทบาทลงไปในนิตยสารปัจจุบัน อาจวิเคราะห์ได้ว่า เนื่องมาจากรูปแบบและภาพลักษณ์ของนิตยสารผู้หญิงถูกทำให้เป็น "สื่อเพื่อความบันเทิง" ผู้คนอ่านนิตยสารเพื่อคลายความเครียด ผู้ผลิตจึงไม่คิดใส่เนื้อหาหนักๆ ลงไปในหนังสือ และในปัจจุบันผู้หญิงทั่วไปเริ่มมีบทบาทในสังคมมากขึ้น ช่องทางในการแสดงความคิดเห็น หรือการแสดงสิทธิสตรีของพวกเขาจึงขยายไปสู่การแสดงออกในวิธีอื่นเช่น การแสดงความสามารถในที่ทำงาน ผู้หญิง

จึงมองไม่เห็นความจำเป็นที่ต้องอาศัยสื่อวิทยุในการทำหน้าที่สองอย่างนี้อย่างชัดเจน และเด่นชัดเหมือนสมัยก่อน ที่ผู้หญิงส่วนใหญ่ยังคงมีบทบาทแค่เพียงในบ้าน

สำหรับหน้าที่ของนิตยสารที่มีแนวโน้มว่า จะมีบทบาทเพิ่มขึ้นคือ (1) การเป็นพื้นที่ในการให้บริการทางธุรกิจ (2) การเป็นผู้นำเรื่องค่านิยมต่างๆ (3) การเปิดมิติการบริโภค ทั้งนี้เนื่องมาจากการทำนิตยสารในปัจจุบันถือเป็นการทำธุรกิจประเภทหนึ่ง ที่มุ่งหวังผลกำไร นิตยสารจำเป็นต้องมีแหล่งเงินทุนในการผลิต ซึ่งแหล่งรายได้สำคัญก็คือรายได้ที่ได้มาจากการให้บริการทางธุรกิจ หรือการให้พื้นที่ลงโฆษณา นอกจากนี้ผู้ผลิตจำเป็นต้องมีการจัดทำนิตยสารให้ดูเป็นที่น่าสนใจทั้งต่อคนอ่าน และเอเจนซีโฆษณาเพื่อจะช่วยให้เรื่องยอดขายของหนังสือ จึงจำเป็นต้องมีการคิดเนื้อหา ปรับปรุงรูปแบบ และสิ่งเหล่านี้เองที่ส่งผลต่อไปถึงปัจจัยที่เข้ามาเกี่ยวข้องต่อเสรีภาพของผู้ผลิต และในเวลาเดียวกันก็ทำให้หน้าที่ของนิตยสารทั้ง 3 ประการดังกล่าวนี้ มีบทบาทเพิ่มขึ้นมาด้วย

นอกจากนี้ ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาสภาพเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตของไทย โดยเฉพาะในปี 2532 เพิ่มขึ้นถึง 10.8% (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2534) กลายเป็นส่วนผลักดันอย่างมากในการทำให้ธุรกิจทางด้านสิ่งพิมพ์เติบโตตามไปด้วย และเมื่อผสมกับการที่โลกกำลังเข้าสู่ยุคสังคมสารสนเทศ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านการศึกษาที่ช่วยให้สามารถผลิตนิตยสารออกมาได้ในเวลาอันสั้น และสามารถนำออกสู่ตลาดได้ทันความต้องการรวมทั้งช่วยปรุงแต่งรูปแบบของนิตยสารให้มีสีสันและภาพประกอบที่สวยงาม สามารถดึงดูดผู้อ่านให้สนใจหยิบหนังสือขึ้นมาพลิกดูเนื้อหาสาระข้างในก่อนที่จะซื้อจึงเหมือนช่วยเป็นแรงสนับสนุนให้ธุรกิจทางด้านสื่อสารมวลชนเป็นที่จับตามองมากกว่าใคร

ในขณะเดียวกันประชาชนก็มีอำนาจในการซื้อมากขึ้น เพราะเศรษฐกิจกำลังก้าวไปอย่างดี ดังนั้นโอกาสที่ธุรกิจนิตยสารจะมีความเจริญก้าวหน้าก็มีมากขึ้น แม้ในช่วงสองสามปีที่ผ่านมาเศรษฐกิจมีอัตราการเจริญเติบโตเต็มที่ลดลงก็ตาม แต่กลับพบว่าได้มีนิตยสารเปิดใหม่อีกหลายเล่ม (ทั้งที่เป็นหัวต่างประเทศและหัวไทย) และในเวลาเดียวกันได้มีอีกหลายเล่มปิดตัวลงไปด้วย เหตุที่มีผู้กล้าเสี่ยงเปิดนิตยสารเล่มใหม่อาจเป็นเพราะว่าผู้จัดทำยังคงพอมองเห็นช่องทางทางการตลาดอยู่บ้างแต่ในที่นี้สายป่านในการลงทุนของเขาต้องยาวพอสมควร (ทิพยวดี ปราโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน, 2539)

ฉะนั้นการทำนิตยสารในยุคนี้จึงเป็นการเปลี่ยนจากการทำ "เพราะใจรัก อยากทำหนังสือให้ความรู้แก่ผู้หญิง" ในตอนเริ่มต้นมาเป็นการทำหนังสือในลักษณะ "ธุรกิจ" ที่ต้องการความเอาใจจริงเอาจัง และเป็นมืออาชีพมากขึ้น เริ่มมีการให้ความสำคัญกับคนอ่าน มองความสนใจของคนอ่านที่แยกออกเป็นกลุ่ม ทำให้นิตยสารถูกสร้างขึ้นมาจากกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ถือเป็นกรขยายช่องทางทางการตลาดในการทำหนังสือให้ขายได้มากขึ้น อันถือเป็นการหาความแตกต่างเพื่อจะขายของสำหรับผู้ผลิตนั่นเอง และการรวมกลุ่มของผู้คนได้เกิดขึ้นมาจากการถูกทำให้รวมกลุ่มโดยใช้เกณฑ์ "ความสนใจ" ซึ่งเป็นวิธีการรวมที่ผู้ผลิตสร้างขึ้นมาจากกับหนังสือของตน ทั้งที่ในความเป็นจริงไม่มีการรวมกลุ่มที่เห็นได้อย่างชัดเจน แต่ผู้ผลิตได้อาศัยตัวสื่อนิตยสารเป็นการรวมกลุ่มแบบหลวมๆ นี้ขึ้นมา เพื่อสะดวกต่อการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือ

นิตยสารในยุคปัจจุบันจึงเป็นยุคที่นิตยสารมีเนื้อหาที่หลากหลายมากขึ้นจนสามารถแบ่งออกได้ถึง 5 แนวคือแนวแม่บ้านการเรือนแนวให้ความรู้ความทันโลกทันสมัยแก่สตรี แนวบันเทิง แนวความรู้ความคิดและการพัฒนาสตรี แนวภาพและแฟชั่น และในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา พบว่านิตยสารเริ่มเปลี่ยนไปสู่ลักษณะของการเป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงบริโภคมากขึ้น มีการโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ ก่อนข้างมาจากโฆษณาในนิตยสารสตรีบางฉบับ (ดิฉันแพรว) เป็นเนื้อที่ถึง 1 ใน 4 ของเนื้อที่ทั้งหมด เมื่อมารวมกับรูปแบบการเป็นเจ้าของและดำเนินธุรกิจการพิมพ์ซึ่งจะอยู่ภายใต้เจ้าของกิจการสื่อสารมวลชนอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง เช่น เจ้าของอาจจะเป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์ และนิตยสารหลายฉบับที่เจาะกลุ่มเป้าหมายต่างกัน หรือไม่อาจเป็นเจ้าของสตูดิโอผลิตรายการโทรทัศน์ แล้วมีกิจการสื่ออื่นๆ รวมทั้งนิตยสารอยู่ด้วย ในแง่นี้จะเห็นว่าการเป็นเจ้าของและดำเนินธุรกิจการพิมพ์นั้นมักจะ เป็น "กลุ่มกิจการสื่อ" มากขึ้น ซึ่งนับวันกิจการสื่อมวลชนประเภทนี้จะกลายเป็นกิจการและการทำธุรกิจสมัยใหม่ที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น ทำให้เกิดการกระจายในเชิงของการร่วมทุนมากขึ้น

ดังนั้น นิตยสารผู้หญิงในปัจจุบันจึงมีลักษณะสำคัญคือ เป็นนิตยสารที่ออกโดยบริษัทเอกชนหรือธุรกิจการพิมพ์ต่างๆ ทำขึ้นเพื่อจำหน่าย และครองความสำคัญในธุรกิจนิตยสาร มีการทำเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังผลกำไร จึงมีการลงโฆษณาแจ้งความต่างๆ เป็นการหา

รายได้ และเป็นบริการอีกด้านหนึ่งของนิตยสาร เมื่อมีการผลิตสินค้ามากขึ้น ผู้ผลิตจึงต้องค้นหาวิธีการที่จะให้สินค้าของตนกระจายออกไปสู่มือผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง ทั้งนี้จำเป็นต้องอาศัย “การโฆษณา” เข้ามาช่วย และนิตยสารก็เป็นสื่อโฆษณาทางหนึ่งที่ธุรกิจสามารถใช้ในการเผยแพร่สินค้าได้

นอกจากนี้ เรายังสามารถศึกษาและพิสูจน์การทำหน้าที่เปิดมิติการบริโภคนี้ ได้จากอีกสองส่วน คือ

- 1) การวิเคราะห์มิติการบริโภคในส่วนของ “ผู้ผลิต”
- 2) การวิเคราะห์มิติการบริโภคด้วยประเภทของเนื้อหา (PRODUCT)



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การวิเคราะห์มิติการบริโภคในส่วนของ "ผู้ผลิต"

เมื่อนิตยสารผู้หญิงก้าวเข้าสู่ความเป็น "ธุรกิจสิ่งพิมพ์" ในสังคมทุนนิยมการผลิตสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งพร้อมๆกันเป็นจำนวนมากๆจัดว่าเป็น "การผลิตแบบอุตสาหกรรม" การที่นิตยสารได้นำเอาข้อมูล ความรู้ ความคิดและความไม่ฝืน ตลอดจนค่านิยมและความเชื่อของมนุษย์ ซึ่งได้มาโดยการสัมภาษณ์ การเก็บข้อมูลจากแหล่งข่าวต่างๆ มาเสนอผ่านระบบสัญลักษณ์ แล้วแปรรูปออกมาเป็นคอลัมน์ต่างๆ เป็นข่าว สารคดี บทกวี นวนิยาย บทวิจารณ์ บทสัมภาษณ์เหล่านี้ ต่างก็ดำเนินการโดยมีแผนการผลิตเป็นขั้นตอนตามกระบวนการผลิตอุตสาหกรรมเช่นเดียวกับสินค้าประเภทอื่นๆ โดยในที่นี้เนื้อหาสาระต่างๆ ที่ได้ป้อนเข้าไปตามสายพานของกระบวนการผลิตจะถูกปรับเปลี่ยนออกมาเป็นสินค้า (commodity) แล้วนำออกวางจำหน่ายแก่ผู้บริโภคตามราคาที่กำหนดไว้ แต่สำหรับ "นิตยสาร" ถือเป็น "สินค้าทางวัฒนธรรม" (cultural commodity) ที่มีลักษณะพิเศษกว่าสินค้าโดยทั่วไปคือ สามารถทะลุทะลวงเข้าไปในจิตวิญญาณของผู้รับสารได้ประการแรก และประการที่สองคือจะทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงให้ไปสู่สินค้าประเภทอื่นๆ (กาญจนา แก้วเทพ, 2539) นำออกวางจำหน่ายแก่ผู้บริโภคตามราคาที่กำหนดไว้

เนื่องจากโดยทั่วไปองค์กรธุรกิจนิตยสารต้องพึ่งแหล่งรายได้ 3 ทาง คือ การจำหน่าย การหาสมาชิก และการโฆษณา โดยเฉพาะในนิตยสารส่วนใหญ่รายได้หลักจะมาจากกาโฆษณา มากกว่ารายได้จากการจำหน่าย ฉะนั้นการทำนิตยสารให้เป็นที่โดดเด่น และเป็นที่สนใจของคนอ่านมากเท่าไรนอกจากจะทำให้ยอดขายจากการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังเป็นที่สนใจของเอเจนซีโฆษณาให้หันมาสนใจลงโฆษณาเพิ่มขึ้นด้วย

ปัจจุบันคนทำนิตยสารส่วนใหญ่หวังจะให้ผู้อ่านหันมาสนใจที่จะสมัครเป็นสมาชิกของนิตยสารมากกว่าซื้อตามร้านค้าปลีกเพราะรายได้ของการสมัครสมาชิกจะเป็นรายได้ที่แน่นอน และมันคงดีกว่าการซื้อปลีก นิตยสารบางเล่มได้วางแผนเพื่อที่จะให้มียอดสมาชิกเพิ่มขึ้นด้วยการจัดทำของแถมสำหรับผู้สมัครสมาชิกของหนังสือเพื่อเป็นการดึงดูดใจมากขึ้น เช่น นิตยสารดิฉันเคยแถมกระเป๋า แพรวสุดสัปดาห์แถมเสื้อ

ดังนั้นในการผลิตนิตยสารปัจจุบัน นอกจากตัวหนังสือจะต้องขายด้วยคุณสมบัติของตัวเองแล้วอันหมายถึงเนื้อหา ยังต้องมีการส่งเสริมรูปลักษณ์ของหนังสือ รวมถึงการคิดกลยุทธ์เพื่อกระตุ้นความต้องการของคนอ่านมากไปกว่าตัวหนังสือเพียงอย่างเดียวด้วย แต่กว่านิตยสารจะขายได้ด้วยตัวเอง คนทำหนังสือก็ต้องพยายามคิดและสร้างสรรค์เนื้อหาเพื่อให้เห็นที่สนใจของคนอ่าน ซึ่งการจัดทำนิตยสารนี้ มนทิรา จุฑะพุทธิได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“นิตยสารหรือหนังสือเป็นสินค้าที่มีความพิเศษอาจจะเห็นชัดว่าเป็นสินค้าบริโภค แต่ก็เทียบกับสินค้าบริโภคชนิดอื่นไม่ได้ เพราะมันเป็นสินค้าที่ขายรสนิยม นั่นคือขายรสนิยมของคนทำที่มารวมกัน แต่คนทำต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่า เราไม่ได้ทำหนังสือ เพราะขายตัวเราอย่างเดียว แต่เรากำลังประเมินว่ารสนิยมของเราจะขายกับคนอ่านได้มากน้อยแค่ไหน ฉะนั้นเราก็ต้องจับรสนิยมของคนอ่านให้ได้ด้วย เพื่อสนองกลับ”

สำหรับนิตยสารทั้งสามฉบับที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมาเป็นกรณีศึกษาอันได้แก่นิตยสารดิฉัน นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ นิตยสารขวัญเรือน มีการวางแผนและการจัดทำนิตยสารของแต่ละเล่มดังต่อไปนี้

- 1) นโยบายและเป้าหมายของนิตยสาร
- 2) กลุ่มเป้าหมาย
- 3) รูปแบบของนิตยสาร
- 4) การนำเสนอเนื้อหา
- 5) การวางแผนโฆษณา
- 6) การวางแผนการตลาด

1. นโยบายและเป้าหมายของนิตยสาร

ก) นิตยสารดิฉัน

นิตยสารดิฉัน จัดเป็นนิตยสารผู้หญิงรายปักษ์ในนามบริษัท แอ็ดวานซ์ พับลิชชิ่ง จำกัด มีกำหนดวางแผงทุกวันที่ 15 และ 30 หรือ 31 ของแต่ละเดือน โดยออกวางแผงเล่มแรก

เมื่อวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2520 วางนโยบายในตอนเริ่มต้นไว้ว่าต้องการให้เป็นนิตยสาร สำหรับผู้อ่านระดับสูงซึ่งต้องการอ่านเรื่องราวในสังคมชั้นสูงหรือความรู้รอบตัวต่างๆของโลก ภายนอก แต่ไม่มีนิตยสารไทยลักษณะเช่นนี้ในสมัยปีพ.ศ. 2520 หรือมีแต่นับเป็นจำนวนน้อยมากจากการสัมภาษณ์คุณทิพวดีปราโมช ณ ออยุธยา บรรณาธิการบริหารคนปัจจุบัน เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2539 กล่าวว่า

"ดิฉันไม่ได้อยู่ทำงานในช่วงเริ่มต้นของหนังสือ แต่คิดว่าคงเป็นอย่างนั้น เพราะอย่าลืมว่าหนังสือประเภทนี้ธุรกิจก็เป็นส่วนหนึ่งของการทำหนังสือ คิดว่าสมัยนั้นตรงนี้คงเป็นช่องทาง พุดง่ายๆคือมี DEMAND ความต้องการ เราก็ทำเป็น SUPPLY มันก็ได้ผล ปัจจุบันนิตยสารดิฉันได้มีการวางนโยบายที่ปรับเนื้อหาจากตอนเริ่มต้นอยู่บ้าง กล่าวคือมีการปรับเนื้อหาให้หลากหลายมากขึ้นโดยแนวนโยบายที่ตั้งเป้าหมายไว้ในขณะนี้คือ "หนังสือเล่มนี้ไม่ใช่หนังสือผู้อ่านโดยเฉพาะหรือเป็นหนังสือแฟนคลับ แม้ว่าคนอ่านส่วนใหญ่จะเป็นผู้อ่านก็ตาม แต่เป็นหนังสือที่หลากหลาย เราพยายามทำให้มันหลากหลาย และมีเนื้อหากว้างขวางกว่าที่ผ่านมา เพราะเราเห็นว่า เดียวนี้ข้อแตกต่างระหว่างผู้อ่านกับผู้ชายมันน้อยลงเยอะ การแข่งขันการทำงาน ความคิด มันไม่ค่อยแตกต่างกันเท่าไรแล้ว ทำไมผู้อ่านจะต้องจำกัดอยู่แต่เรื่องเย็บปักถักร้อย เรื่องบ้าน ทุกอย่างมันเปิดกว้างสำหรับทุกคนแล้ว แล้วอีกอย่างเด็กเดี๋ยวนี้เป็นผู้ใหญ่เร็วมาก ฉะนั้นเราก็ต้องเปิดกว้างให้เด็กอ่านได้ด้วย แต่ก็ต้องเป็นหนังสือที่ไม่ทำให้เด็กเสีย เพราะฉะนั้นคนต่างวัย ต่างอาชีพ ต่างเพศถึงได้อ่านกันมากขึ้น คือเด็กอายุ 15-16 อาจอ่านเรื่องหนึ่ง ผู้ใหญ่อ่านเรื่องหนึ่ง อันนี้อาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้มีคนอ่านดิฉันทุกวัยทุกกลุ่มมากขึ้น ซึ่งมันเป็นเทรนด์ที่เปลี่ยนมานะคะ ที่แรกไม่ได้เป็นแบบนี้" (ทิพวดี ปราโมช ณ ออยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539)

จากบทสัมภาษณ์สามารถวิเคราะห์ได้สองประการเกี่ยวกับนโยบายและเป้าหมายที่นิตยสารดิฉันวางไว้คือ

- 1) "ดิฉัน" ได้ขยายกลุ่มเป้าหมายของตัวเองให้กว้างขึ้นโดยการปรับเนื้อหาให้เป็นหนังสือที่อ่านได้ทั้งผู้อ่านและผู้ชาย ที่เป็นเช่นนี้ผู้วิจัยคิดว่า เพื่อยอดขายของหนังสือจะได้ปริมาณมากขึ้นตามไปด้วย แต่จะสังเกตพบว่า การเปลี่ยนแปลงนี้ยังคงเปลี่ยนที่เพศ และอายุ

ของผู้อ่าน แต่ในฐานะสังคมของกลุ่มผู้อ่านยังคงอยู่ในสังคมเดิมคือ ระดับชนชั้นสูงถึงชนชั้นกลางระดับสูง

2) ในส่วนของผู้จัดทำจะช่วยให้ทีมงานได้ค้นหาเนื้อเรื่องมานำเสนอได้กว้างขึ้นตามกลุ่มเป้าหมาย(ที่ขยายขึ้น) แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ยังคงหนีไม่พ้นไปจากกรอบของนโยบายหนังสือซึ่งกำหนดเรื่องราวส่วนใหญ่ที่ยังคงแวดล้อมอยู่ในสังคมของกลุ่มเป้าหมายอย่างเดิมสำหรับผู้รับสารโดยเฉพาะผู้หญิง กลุ่มเป้าหมายหลักของหนังสือ ดิฉันได้วางบุคลิกผู้อ่านหญิงของตนไว้ที่ความเป็น "ผู้หญิงชั้นสูงและชั้นกลางยุคใหม่" ซึ่งสนใจในเรื่องของโลกภายนอก ก้าวออกมาทันโลกทันสังคม ไม่จำกัดอยู่เพียงในบ้าน และเรื่องเย็บปักถักร้อยซึ่งส่วนนี้ดิฉันพยายามจะฉีกตัวเองให้ออกมาแตกต่างจากนิตยสารผู้หญิงแบบเดิมๆที่มักจะเน้นความเป็นแม่บ้าน ในขณะที่เดียวกันเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของนิตยสารเองให้ดูมีบุคลิกเป็นนิตยสารของผู้หญิงยุคใหม่ไปด้วย ซึ่งการวางบุคลิกของนิตยสารไว้ดังนี้ ได้ส่งผลต่อไปยังผู้ยืมหรือซื้อนิตยสารเล่มนี้ให้พลอยรู้สึกไปด้วยว่า ตัวเองมีบุคลิกแบบหนังสือ

ข) นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ เป็นนิตยสารผู้หญิงรายปักษ์ในเครือบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) มีกำหนดวางแผงทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน โดยเล่มแรกออกวางแผงเมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2526 จัดเป็นนิตยสารสำหรับชนชั้นกลางระดับสูงถึงระดับกลาง แต่เน้นกลุ่มคนรุ่นใหม่

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์มีแนวคิดของหนังสือตั้งแต่แรกเริ่มว่า คือ "เพื่อน" และเรื่องราวที่ดูคล้ายเปรียบเสมือนเพื่อนในวันพักผ่อนสุดสัปดาห์สำหรับคนหนุ่มสาว และคนรุ่นใหม่ เพราะฉะนั้นเรื่องราวที่นำเสนอจะไม่ใช่เรื่องหนักหน่วง แต่ในความดูเบาของหนังสือจะต้องมีสาระเพียงแต่ทำอย่างไรถึงจะสอดแทรกสาระนั้นให้ไม่หนักหน่วง

"เพราะเราเห็นว่าสังคมมันรีบเร่งมากพออยู่แล้ว มันเครียด เราเลยอยากให้เขาหยิบหนังสืออะไรสักเล่มขึ้นมาที่ในความดูเบาของมันนั้น มันมีสาระด้วย แพรวสุดสัปดาห์จึงจัดเป็นหนังสือประเภทสาระบันเทิง" (มนตรีรา ลูทะพุทธธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

นอกจากนี้เรื่องราวที่น่าเสนอจะต้องเป็นเรื่องที่อยู่ในกระแสของสังคมหรือเป็นที่สนใจของคนทั่วไป และเนื้อหาอีกส่วนหนึ่งคือการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ

"เมื่อก่อนการทำนิตยสารมันมีเวลาวันหนึ่งเราเคยสัมภาษณ์ได้ 3 คน ความได้เปรียบของนิตยสารมันก็คือการลงลึก ไม่ว่าจะช้าอย่างไร คนยังตามอ่าน เพราะรู้ว่าเปิดฉบับเขาจะได้อะไรมากกว่าข่าวเสนอ หรือทีวีเสนออยู่แล้ว แต่พอมาถึงยุคนี้มันไม่ใช่ วันหนึ่งเราไปสัมภาษณ์แค่คนเดียวก็ตายแล้ว ทุกอย่างมันเร็วไปหมด สิ่งสำคัญขณะนี้ก็คือทำอะไรคุณจะไม่ตกข่าวมากกว่า จะหวังให้ทุกอย่างต้องลงลึกแบบสารคดีอาจไม่ได้ แล้วในการทำงานรายปักษ์ กับคนที่สนใจในเนื้อหาเหล่านี้มันไฉน เช่น หนังสือเราออกพอดี ไม่ใช่พอหนังสือออกไปแล้ว หนังสือเราเพิ่งลงเรื่อง ฉะนั้นเมื่อเราลงลึกไม่ได้ เราก็จะต้องทำอะไรที่จะตามกระแสให้ได้ เพื่อให้มันมีแง่มุมหลากหลายมากขึ้น มุมมองอะไรต่างๆที่เราจะดึงเข้ามาให้เขาเห็นว่า อาร์.ซี.เอ เกิดขึ้น แล้วอาร์.ซี.เอ มีอะไร และอีกประการเรื่องการลงลึกในเรื่องใด ปัจจุบันมันมีหนังสือเฉพาะกิจประเภทเหล่านี้เกิดขึ้นมามากมายด้วย" (มนตรีรา จุฑะพุทธิ ,สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

โดยสรุปในเบื้องต้นสำหรับนโยบายและเป้าหมายของนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ก็คือ

- ต้องการให้เป็นหนังสือสารบันเทิง ที่ดูมีเนื้อหาเบาๆ แต่มีสาระสอดแทรกอยู่
- เรื่องราวที่น่าเสนอจะต้องเป็นเรื่องที่อยู่ในกระแสของสังคม หรือกำลังเป็นที่สนใจของคนอ่าน พร้อมกันนั้นต้องนำเสนอสิ่งใหม่ๆควบคู่ไปด้วย
- มีความหลากหลายในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ

ทั้งนี้จากการที่มีนโยบายและเนื้อหาออกมาในลักษณะเช่นนี้ ก็เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ค) นิตยสารขวัญเรือน

นิตยสารขวัญเรือนเป็นนิตยสารผู้หญิงรายปักษ์ในนามบริษัท ศรีสยามการพิมพ์ มีกำหนดวางแผงทุกวันที่ 1 และ 16 ของเดือน เริ่มออกจำหน่ายตั้งแต่ปี พ.ศ.2511 มีคุณพินดา

ขอบวณิชา เป็นบรรณาธิการ จนถึงปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดทำเพื่อ “ให้ความรู้และสารประโยชน์ต่อบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะสตรี โดยเน้นที่ความรู้รอบตัวปัญหาปัจจุบัน (พินิตา ขอบวณิชา อ้างถึงใน เขาวภา เจริญศิลป์, 2530)

เนื่องจากผู้วิจัยได้รับการปฏิเสธจากการขออนุญาตสัมภาษณ์ผู้จัดทำนิตยสารขวัญเรือน ดังนั้นข้อมูลที่จะนำมาใช้ประกอบในส่วนโยบายและเป้าหมายของการจัดทำนิตยสารขวัญเรือน ตลอดจนการวิเคราะห์หาปัจจัยภายใน และภายนอกที่เข้ามามีส่วนในการกำหนดเนื้อหาของนิตยสารขวัญเรือน จึงทำได้เพียงการรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยต่างๆที่ได้เคยทำการวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารขวัญเรือนมาก่อนเท่านั้น

หากทว่าในบางประเด็นที่ผู้วิจัยต้องการเจาะลึกสำหรับการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ ก็ไม่มีปรากฏในงานวิจัยเล่มอื่นๆ ฉะนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการตีความบางรายละเอียดของการวิเคราะห์ข้อมูลนิตยสารขวัญเรือน จากที่ปรากฏออกมาทางเนื้อหาของตัวนิตยสารเอง

นิตยสารขวัญเรือน มีนโยบายและเป้าหมายในการจัดทำขึ้นมาเพื่อให้เป็นนิตยสารสำหรับให้ข่าวสารความรู้แก่บุคคลในครอบครัว โดยมีแนวคิดว่าเป็นความรู้ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ และความรู้ในเชิงการบ้านการเรือน เพื่อให้เป็น “ขวัญ” ของ “เรือน” นอกจากนี้ ยังมีการนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในสังคมให้ผู้อ่านทราบอีกด้วย สำหรับกลุ่มเป้าหมายทุกๆ ไป ได้แก่ สมาชิกทุกเพศทุกวัยในครอบครัวแต่มีกลุ่มหลักๆคือ ผู้หญิง และแม่บ้าน (จิตราพร ธรรมสารสุนทร, 2538)

เนื้อหาที่นำเสนอในยุคแรกๆจะเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับแม่บ้านเช่นการทำอาหาร ตัดเสื้อ การฝีมือ จัดดอกไม้ นอกนั้นเป็นนวนิยาย ตอบปัญหาและเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิง (อุบลวรรณ ปิติพัฒน์มะฆะมิตรและอวยพร พานิช, 2532) แม้ในปัจจุบันเนื้อหาหลักของนิตยสารก็ยังคงมีนโยบายและเป้าหมายดังเดิม

2. กลุ่มเป้าหมาย

ก) นิตยสารดิฉัน

เป็นผู้ที่อยู่ในชนชั้นสูงถึงชนชั้นกลางระดับสูง มีฐานะ ทัศนสัย และรสนิยมดี กลุ่มผู้อ่านมีอายุตั้งแต่ 15-55 ปีขึ้นไป ผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย และมีการศึกษา หรือมีรายได้สูงกว่า มีเงินห้าต่อเดือนนอกจากนี้ยังอาจรวมไปถึงผู้สนใจที่ต้องการจะรู้เรื่องราวของชนชั้นสูง

มีข้อมูลล่าสุดจากเอเจนซีแจ้งว่า "ดิฉัน" เป็นนิตยสารเล่มเดียวที่มีคนอ่านตั้งแต่อายุ 15 จนถึง 55 ปีขึ้นไป หมายถึงคนทุกวัย เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชายแน่นอน และเป็นคนที่มีการศึกษา หรือมีรายได้สูงกว่ามีเงินห้าต่อเดือน เป็นคนอ่านกลุ่มใหญ่ แต่แปลกใจว่ากรุปที่สูงที่สุดจากข้อมูลของเอเจนซีคือรุ่นอายุ 20-35 ปี (ทิพย์วดี ปราโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539)

เหตุผลส่วนหนึ่งที่เกิดปรากฏการณ์เช่นนี้ บรรณาธิการให้ข้อสังเกตว่าอาจเป็นไปได้ที่ คุณแม่ซื้ออ่านลูกๆ เลยพลอยได้อ่านไปด้วยหากอีกส่วนหนึ่งก็คือ ผู้จัดทำพยายามทำเนื้อหาให้หลากหลายขึ้น เพราะฉะนั้นคนต่างวัย ต่างเพศ ต่างอาชีพถึงอ่านกันได้และในขณะเดียวกันการทำเนื้อหาให้หลากหลายขึ้นนี้สามารถบอกได้ถึงความหมายของการตลาดในระบบทุนนิยม ที่ต้องพยายามหาช่องทางขยายกลุ่มเป้าหมายหรือขยายตลาดออกมาด้วย แต่เป็นเพียงการขยายกลุ่มเป้าหมายในมิติของเพศ และวัยเท่านั้นแต่สถานภาพของคนอ่านยังคงอยู่ในระดับกลางถึงระดับสูงอยู่เช่นเดิม

ข) นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์

เป็น "คนรุ่นใหม่" ที่จะนิยมด้วยวิถีการใช้ชีวิตมากกว่าเพศหรืออายุ กล่าวคือเป็นกลุ่มคนผู้มีใจเปิดกว้าง สนใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม มีมุมมอง ทศนคติที่ทันโลกทันเหตุการณ์

‘คำว่า ‘คนรุ่นใหม่’ อาจนิยามด้วยอายุได้ไม่ชัด เท่ากับวิถีการใช้ชีวิตของเขา เพราะคนรุ่นใหม่จริงๆ จะไม่มีช่องว่างระหว่างวัยรุ่นหรือวัยทำงาน ถ้าจะบอกว่าใครสักคน คือคนรุ่นใหม่ มันก็จะวัดได้จากทัศนคติ หรือมุมมองที่เขามีต่อสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมไม่ว่าด้านไหน เขาให้ความสนใจ เขาทันโลกทันเหตุการณ์ ถ้าเราไปคุยกับใครสักคนที่อายุน้อย ยังเป็นวัยรุ่น แต่เขาไม่รู้ว่าเกิดอะไรขึ้น เขาอาจไม่ใช่คนรุ่นใหม่ก็ได้ แต่คนอ่านคนหนึ่งที่มีอายุ 40 เป็นคุณครู แล้วตามอ่านแพรวสุดสัปดาห์ และให้ลูกอ่านด้วย เขาสนใจรู้ไปหมดทุกอย่าง เขาก็ยังถือว่าเป็นคนรุ่นใหม่อยู่’(มนตรีราษฎร์, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

ค) นิตยสารขวัญเรือน

ตามวัตถุประสงค์ของผู้จัดทำต้องการให้นิตยสารขวัญเรือนเป็นนิตยสารสำหรับบุคคลทั่วไปสมาชิกทุกเพศทุกวัยในครอบครัวโดยเฉพาะสตรี แต่ดูจากเนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสารสามารถสรุปได้ว่าจะเน้นสตรีที่สนใจด้านแม่บ้านการเรือน รักการอ่านนวนิยาย แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นผู้หญิงที่สนใจในความเป็นไปของเหตุการณ์โลกภายนอกด้วย

จากการเปรียบเทียบนโยบายเป้าหมาย และกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารผู้หญิงทั้ง 3 ฉบับนี้ จะพบความเหมือนและความแตกต่างดังนี้

ความเหมือน : ในส่วนของ นโยบายและเป้าหมาย ผู้จัดทำทั้งสามฉบับล้วนมีนโยบายไปในทางเดียวกันว่าต้องการให้หนังสือของตนมีสาระความรู้ และความบันเทิงเพื่อผู้อ่านทั้งสิ้น ซึ่งอาจทำให้วิเคราะห์ได้ว่า หน้าที่หรือลักษณะของนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่มคือ การให้ความรู้และความบันเทิงแก่ผู้อ่าน และความรู้ที่ให้มีักจะเน้นความรู้รอบตัวเป็นสำคัญซึ่งทำให้วิเคราะห์ต่อไปได้ว่าหน้าที่อีกประการของนิตยสารผู้หญิงคือ การเป็นเครื่องมือพาผู้หญิงเข้าสู่สังคม และโลกภายนอกผ่านตัวอักษรเหล่านี้

ความต่าง : แต่ละเล่มจะมีความแตกต่างกันในระดับเนื้อหาที่จะพาผู้หญิงเข้าสู่สังคม นิตยสารดิฉันจะพาผู้หญิงไปสู่สังคมชนชั้นนำอย่างมั่นใจนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์จะเป็นเหมือน ‘เพื่อน’ พาผู้หญิงไปรู้จักสังคมภายนอกบ้าน ในขณะที่นิตยสารขวัญเรือนจะพาผู้หญิงเข้าสู่สังคมในลักษณะจินตนาการเพราะเนื้อหาส่วนใหญ่ของขวัญเรือนยังคงเน้นเรื่อง

การบ้านการเขียนเรื่องราวของเหตุการณ์นอกบ้านจะเสนอในลักษณะเรื่องท่องเที่ยว และนำมาเขียนเล่าสู่กันฟังมากกว่า

ในส่วนของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งสามเล่มต่างมีจุดร่วมและจุดต่างคือ

ความเหมือน : อยากระบายหนังสือของตนอ่านได้ทั้งเพศชายเพศหญิง เด็กและผู้ใหญ่ โดยการทำเนื้อหาของหนังสือให้มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งช่วยส่งผลไปถึงยอดขายของหนังสือที่จะมีจำนวนเพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้การทำหนังสือให้ครอบคลุมได้ตั้งแต่เด็ก ซึ่งในที่นี่อาจเริ่มต้นตั้งแต่อายุ 15 ปีขึ้นไป จนถึงผู้ใหญ่ ถือเป็น การสืบทอดคนอ่านรุ่นต่อไปของหนังสือ เพราะรสนิยมของคนอ่านโดยเฉพาะผู้หญิงจะต่อเนื่องเหนียวแน่นต่อหนังสือที่ตนเองชอบ (เรียกว่าเป็น LOYAL READER) (อุบลวรรณปิณฑิพัฒนะโมษิต, 2529)

ความต่าง: ทั้งในส่วนของนโยบายเป้าหมายและ ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย เราจะพบว่ามีการให้ความหมายของนิตยสารแต่ละฉบับแฝงอยู่ในตัวของมันเองต่างกัน

นิตยสารดิฉัน ถือเป็นนิตยสารสำหรับผู้ที่อยู่ในสังคมระดับชนชั้นสูง หรือผู้สนใจที่ต้องการรู้เรื่องราวของสังคมชนชั้นสูง และเรื่องราวของโลกภายนอก เป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างทันสมัย มีรสนิยม และมีฐานะ

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ ถือเป็น "เพื่อน" สำหรับคนหนุ่มสาว ผู้มีใจเปิดกว้าง และสนใจในสิ่งที่เกิดขึ้นในสังคม รักความบันเทิงและดำเนินชีวิตแบบคนรุ่นใหม่

นิตยสารขวัญเรือน นิตยสารที่เป็น "ขวัญ" ของ "เรือน" สำหรับผู้หญิงวัยสาวถึงแม่บ้าน แต่เป็นแม่บ้านที่สนใจในสิ่งรอบตัว และสังคมภายนอกด้วย

ข้อค้นพบประการหนึ่งจากการเปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างในเรื่องนี้ สำหรับทัศนะของผู้วิจัยคือ การจะแบ่งว่านิตยสารเล่มนี้ทำขึ้นเพื่อให้ใครอ่าน หรือต้องการนำเสนอเรื่องอะไร เกณฑ์ที่จะมาใช้วัดนิตยสารผู้หญิงในปัจจุบันนี้อาจแบ่งด้วย "อายุ" ได้ไม่ชัดเจนทีเดียว สังเกตจากนิตยสารที่เป็นกรณีศึกษาทั้งสามฉบับนี้ ซึ่งมีจำนวนผู้อ่านสูงมากอยู่แล้ว ผู้จัดทำแต่ละเล่มยังพยายามที่จะขยายกลุ่มเป้าหมายของตัวเอง สาเหตุนั้นอาจเนื่องมาจากเหตุผลทางธุรกิจ และจากความต้องการขยายกลุ่มเป้าหมายนี้เองได้ส่งผลต่อเนื่องไปยังการจัดทำเนื้อหาให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพื่อเป็นการตอบสนองของกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น ซึ่งนิตยสารทั้งสามฉบับต่างก็ไม่พ้นวงวัฏจักรของผลต่อเรื่องนี้

นอกจากนี้ นิตยสารไม่ใช่หนังสือวิชาการที่มีลักษณะเฉพาะเรื่อง แต่นิตยสารต้องกว้างตามโลก (ทิพย์วดี ปุราโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539) ในที่นี้นิตยสารจะทำหน้าที่ของการให้ความรู้ในหลายๆด้านและลักษณะพิเศษ ซึ่งอาจถือเป็นลักษณะเฉพาะตัวของนิตยสารโดยเฉพาะนิตยสารผู้หญิงก็คือเหมือนเป็น "สตรี" ที่มีสิ่งของ หรือมีความรู้มากมายให้เลือกเสพย์ เลือกอ่านทั้งที่เป็นสาระความรู้ และความบันเทิง (มนตรี จุฑะพุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

แต่ในความหลากหลายนั้น จะพบเห็นความเป็น "เฉพาะกลุ่ม" แฝงอยู่ซึ่งชี้วัดได้จากการเหล่สัดส่วนเนื้อหาของนิตยสารแต่ละเล่มว่าจะไปในแนวเนื้อหาใด ทุกวันนี้ถ้าสังเกตบนแผงหนังสือเราจะพบว่ามิตยสารที่เจาะเฉพาะกลุ่มมากขึ้น ซึ่งเป็นการคาดการณ์สำหรับอนาคตของนิตยสารผู้หญิงในงานวิจัยหลายๆชิ้นด้วย (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะเมษิตและ อวยพร พานิช, 2531) แต่ในการเป็นนิตยสาร "เฉพาะกลุ่ม" นี้ ไม่ใช่เฉพาะกลุ่มเพื่อคนอายุเท่าไร หรือเพศอะไรที่แบ่งอย่างชัดเจน (แม้แต่นิตยสารสำหรับผู้ชายผู้อ่านส่วนใหญ่ก็เป็นผู้หญิง เพราะผู้หญิงหลายคนก็อยากรู้เรื่องของผู้ชาย) หากเป็นการเจาะกลุ่มสำหรับผู้สนใจในเรื่องอะไรมากกว่า เช่น นิตยสารแม่และเด็ก นิตยสารแฟชั่นรีวิว นิตยสารวัยรุ่น นิตยสารกีฬา นิตยสารท่องเที่ยว แม้แต่นิตยสารทั้งสามเล่มนี้ ต่างเป็นนิตยสารผู้หญิงเหมือนกัน แต่จะสังเกตเห็นความเป็น "เฉพาะกลุ่ม" ในนิตยสารทั้งสามเล่มทั้งสิ้น แต่ในความเป็น "เฉพาะกลุ่ม" ของนิตยสารก็ยังคงมีเนื้อหาสาระที่หลากหลายไว้เหมือนเดิม ตามแนวความสนใจของกลุ่มเป้าหมายนั้น

ฉะนั้น ปัจจุบันนี้หากเราต้องการจะใช้เกณฑ์ในการวัดกลุ่มเป้าหมายของนิตยสาร หรือต้องการวิเคราะห์เนื้อหาของนิตยสารผู้หญิง ผู้วิจัยคิดว่า เราควรใช้เกณฑ์ทางด้าน "ชนชั้น" หรือ "สถานภาพทางสังคมของชนชั้น" เป็นเกณฑ์แรก หลังจากนั้นภายใต้ชนชั้นเดียวกัน จากเกณฑ์เดิมๆที่เคยใช้แบ่ง เช่น เพศ อายุ ควรเปลี่ยนมาเป็นการใช้เกณฑ์ทางด้าน "ความสนใจ" ของผู้อ่านต่อเรื่องอะไรเป็นเกณฑ์ชี้วัด อาจจะทำให้เราเห็นภาพของกลุ่มเป้าหมาย และแนวเนื้อหาได้ชัดเจนกว่า

3.รูปแบบของนิตยสาร

ก) นิตยสารดิฉัน

นิตยสารดิฉันมีรูปเล่มขนาด 8"x12" ราคา 60 บาท (ในปี 2538 ปัจจุบันราคา 75 บาท) จากการเจาะกลุ่มเป้าหมายไปที่คนอ่านชนชั้นกลางระดับสูงถึงชนชั้นสูง การวางแผนการผลิตรูปแบบนิตยสารจึงต้องออกแบบมาให้ดูมีรสนิยมไปได้กับกลุ่มคนอ่าน กล่าวคือ รูปเล่มจะเน้นการใช้หน้าสี และกระดาษอาร์ตเป็นส่วนใหญ่ เพราะทำให้หนังสือดูสวย และช่วยดึงดูดใจให้คนอยากซื้อมากขึ้น เนื่องจากคนอ่านส่วนใหญ่จะเลือกอ่านนิตยสารเพื่อสาระบันเทิง เน้นดูรูปอ่านเรื่องราวเบาๆ จึงทำให้รูปแบบของนิตยสารกลุ่มนี้ต้องทำออกมาดูกันระหว่างเนื้อหาที่ดูเบา แต่แฝงสาระไม่นัก พร้อมรูปเล่มที่มีการจัดหน้าสวยงามเหมาะกับบุคลิกของหนังสือ มีภาพประกอบสีสี่และเทคนิคถ่ายภาพที่เร็นตา

"การใช้กระดาษอาร์ตมีส่วนช่วยดึงดูดให้คนอ่านอยากซื้อ เราอยู่ในกลุ่มหนังสือที่มีความสวยงามรูปลักษณ์มีส่วนสำคัญ และคนจะอ่านนิตยสารเพื่อสาระบันเทิง มันถึงต้องมีดูกันระหว่างเนื้อหาและความสวยงาม แล้วเราก็อยากได้นั่งที่สวยด้วยนอกจากนี้ การจัดอาร์ตเวิร์กในหน้าขาวดำให้ดูสวยงามนี่ยากกว่าเยอะ เพราะไม่มีตัวเล่น มีแค่เฉดเทา ในความรู้สึกส่วนตัวมันสู้หน้าสีไม่ได้"(ทิพยวดี ปราโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539)

จากการสัมภาษณ์อาจารย์เคราะห์นี้ได้ว่า ผู้จัดทำมองเห็นถึงความสำคัญในการให้ความสำคัญต่อรูปแบบนิตยสารทั้งนี้เพราะ (1) นอกจากจะมีส่วนช่วยส่งเสริมการขายและดึงดูดใจให้คนอ่านอยากซื้อมากขึ้น (2) ยังช่วยส่งเสริมให้หนังสือมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความสวยงาม อันแสดงให้เห็นว่าเป็นหนังสือที่มีระดับกล้าลงทุน (3) ถือเป็นการช่วยคัดเลือกกลุ่มผู้อ่าน นอกเหนือไปจากเนื้อหา กล่าวคือ หนังสือที่มีรูปลักษณ์สวยงามย่อมมีราคาสูง ผู้ซื้อต้องมีอำนาจซื้อ ซึ่งไปสัมพันธ์กับลักษณะกลุ่มเป้าหมาย ที่ผู้จัดทำได้วางนโยบายเอาไว้ในเบื้องต้น

ข) นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์

เมื่อวางแผงครั้งแรกนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์มีรูปเล่มขนาด 16 หน้ายก(5x7) หรือ พ็อกเก็ตบุ๊ก จำหน่ายในราคา 10 บาท จุดเริ่มต้นของนิตยสารเล่มนี้มาจากคณะผู้บริหารได้แนวคิดจากนิตยสารต่างประเทศฉบับหนึ่งคือ Reader's Digest ซึ่งมีรูปเล่มเป็นพ็อกเก็ตบุ๊ก มีเนื้อหาที่หลากหลายประกอบไปด้วยเรื่องน่ารู้ต่างๆ นำมาเขียนให้อ่านสนุก อ่านง่าย เป็นการพูดคุยระหว่างคนผู้เขียนกับผู้อ่าน แฟชั่นแบบสบาย เนื้อหาเน้นให้มีความบันเทิงมากขึ้น เพราะสำหรับผู้อ่านระดับนักศึกษา ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาไม่แพง และพกพาไปอ่านได้ในทุกสถานที่

แต่รูปเล่มของแพรวสุดสัปดาห์แบบพ็อกเก็ตบุ๊กสามารถดำเนินการมาได้ 2 ปี ก็มีเหตุให้ต้องเปลี่ยนแปลงขนาดรูปเล่มมาเท่ากับนิตยสารขนาดปกติ เนื่องจากหนังสือขนาดนั้นไม่มีที่วางบนแผง ผู้ขายเอาไปขึ้นห้างขายแบบพ็อกเก็ตบุ๊กทั่วไป มีปัญหาต่อการเช็ดยอดหนังสือ รวมถึงปัญหาทางด้านโฆษณา เนื่องจากเอเจนซี่ยังไม่พร้อมที่จะทำอาร์ตเวิร์กโฆษณาในขนาดแบบนั้น ทางสำนักพิมพ์จึงตัดสินใจเปลี่ยนขนาดมาเป็น 8 หน้ายกธรรมดา (8x12")

จนกระทั่งปี2536ได้มีการปรับขนาดหนังสืออีกครั้งเป็น 8 หน้ายก ใหญ่ (9x13") เพื่อให้มีความแตกต่างจาก "นิตยสารแพรว" นิตยสารในบริษัทเดียวกันเพื่อป้องกันความสับสนของเอเจนซี่โฆษณา และผู้อ่าน สำหรับการจดหน้าสีโดยประมาณ 13 หน้ายก จะมีปริมาณหน้าสีมากกว่าหน้าขาวดำ มีการให้ความสำคัญกับหน้าสี โดยการเลือกคอลัมน์ที่ใช้หน้าสีจะดูจากการเป็นคอลัมน์สัมภาษณ์บุคคล แฟชั่น หรือคอลัมน์ใหญ่ของหนังสือ เช่น สก๊อปพิเศษ หรือคอลัมน์ที่ต้องการแสดงสีสันของภาพ เช่น ซุปปิ้งวันหยุด อาหาร แต่งตัว

ถ้าทำเป็นหน้าสีใครก็อยากลง มันจะมีผลตามมาหลายอย่าง ทั้งร้านเสื้อ คนให้สัมภาษณ์ นายแบบ นางแบบ นักเขียน โฆษณา อย่างร้านเสื้อเขาทำเสื้อมาเป็นสี เรามาถ่ายขาวดำ เขาก็คงไม่อยากจะมาลง หรือนางแบบเองที่อยากเห็นเพอร์สเป็กทีฟการแต่งหน้า สำหรับคนให้สัมภาษณ์การลงหน้าสีจะทำให้เขาดูเนียบขึ้น และคนอ่านก็อยากซื้อเพราะดูสวยงาม ฉะนั้นหนังสือสวยจะมีผลที่ดี ถ้าเราแบ่งคนอ่านออกเป็นกลุ่ม กลุ่มแรกเอาดารา นายแบบมาซักวง เห็นว่าแค่สวยแล้วไม่มีอะไร กลุ่มนั้นทำหนังสือขายสองพันเล่มพอ

แล้ว แต่ถ้าเราเป็นมหาชนเราต้องการขายมากกว่านั้น เราจึงต้องลงมาค้ำจนถึงลูกค้าสักกลุ่ม
 ซึ่ มีแพ็คเกจจิ้งที่สวยงาม พอเปิดไปแล้วใช้ประโยชน์ได้ด้วย หลังจากนั้นจะเอามารียูสได้อีก
 ถ้าทำได้ไม่ติดอะไรทำเป็นหน้าสีหมดเลยก็ดีนะคะ ราคา 60 บาทหน้าสีหมด เล่มอื่นกระเจิง
 เลยทำได้อย่างไรแต่ถ้าต้องเพิ่มราคาไปถึง 90 บาท คนอ่านอาจไม่ซื้อ เพราะแพงไป" (มนตรีรา
 จุฑะพุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

สำหรับการให้ความสำคัญกับหน้าสีในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ อาจวิเคราะห์ได้ว่า ผู้
 จัดทำมองในส่วนของ การแลกเปลี่ยนเป็นสำคัญ กล่าวคือ การมีปริมาณหน้าสีจำนวนมาก
 จะเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้จัดทำ และบุคคลอีกหลายฝ่าย อาทิเช่น

-โฆษณา" ที่ยินดีเทงบให้เพราะคาดหวังว่าหน้าโฆษณาของเขาจะมีภาพสวยงามเป็นที่
 สะดุดตาแก่คนอ่าน

-ร้านเสื้อผ้า" ซึ่งต้องการนำเสื้อผ้ามาโชว์ อันถือเป็นการขายโฆษณาเสื้อผ้าอย่างหนึ่ง
 ย่อมยินดีจะให้โชว์ลายเสื้อและแบบด้วยหน้าสี เพราะจะเป็นที่ดึงดูดใจแก่คนอ่าน

-นางแบบ นายแบบ คนให้สัมภาษณ์" ที่อยากจะให้เรื่องราวของตนได้ลงในหน้าสี โดย
 เฉพาะการถ่ายภาพคอลัมน์สัมภาษณ์ หรือแฟชั่น เพราะจะทำให้ดูดีและสวยงาม นอกจากนี้
 นี้การมีหน้าสีจำนวนมาก มีรูปลักษณะของหนังสือที่สวยงาม และมีภาพลักษณ์นำเสนอใน
 สิ่งที่ดี ถือเป็นการนำชื่อเสียงของหนังสือต่อบุคคลภายนอก(มีเครดิตดี)และยังสะท้อนให้เห็น
 ว่าหนังสือมีอำนาจ (POWER) พอที่จะนำคนดัง นายแบบ นางแบบชื่อดัง หรือบุคคลที่มีชื่อ
 เสียงรวมถึงนักเขียนชื่อดังมาลงหนังสือได้มากขึ้น เพราะบุคคลเหล่านี้จะมั่นใจว่าหนังสือที่มี
 ภาพลักษณ์ที่ดีคงไม่เขียนเรื่อง หรือนำเขามาลงในภาพที่เสียหาย และไม่สวยและตัวหนังสือ
 เองก็จะได้เรื่องราวที่น่าสนใจของคนดังมานำเสนอต่อคนอ่าน กลายเป็น "จุดขาย" ที่ดีอย่าง
 หนึ่ง

-คนอ่าน" ซึ่งต้องการหนังสือสวยและเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อตน แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการทำ
 หนังสือสวยก็มีข้อจำกัดในเรื่องการตั้งราคา เนื่องจากถ้ามีราคาแพงมากไป ผู้อ่านอาจไม่ซื้อ
 ฉะนั้นอาจวิเคราะห์ได้ว่าพฤติกรรม การซื้อหนังสือของกลุ่มผู้อ่านแพรวสุดสัปดาห์จะค้ำทั้ง
 ประโยชน์รูปลักษณ์และความเหมาะสมของราคาที่จะจ่ายออกไป ซึ่งแตกต่างจากนิตยสาร
 ดิฉันที่จะค้ำถึงถึงความสวยงามเพราะความต้องการของผู้จัดทำเองที่ต้องการส่งเสริมรูป
 ลักษณ์ของหนังสือให้ดูมีระดับ เหมาะกับกลุ่มผู้อ่าน ที่ให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์นอกเหนือ
 ไปจากเนื้อหาที่มีสาระสำหรับตน

ค) นิตยสารขวัญเรือน

มีขนาดประมาณ 7.25"x10.25" ถือเป็นขนาดที่ค่อนข้างเล็กกว่านิตยสารทั่วไปในปัจจุบัน หน้าปกและหน้าสีภายในเล่มพิมพ์ด้วยกระดาษอาร์ต และกระดาษปอนด์สี สำหรับหน้าขาวดำพิมพ์ด้วยกระดาษ News print ซึ่งใช้สำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์ทั่วไปหน้าสีส่วนใหญ่จะใช้ในคอลัมน์ที่เกี่ยวกับงานฝีมือตำราอาหาร สัมภาษณ์ แพ้ชั้นเรื่องท่องเที่ยวและโฆษณา ส่วนคอลัมน์อื่นๆจะเป็นขาวดำรวมถึงหน้าโฆษณาบางส่วน

ผู้วิจัยคิดว่า การที่ผู้จัดทำไม่ใช้กระดาษปอนด์ในหน้าขาวดำเหมือนนิตยสารดิฉัน หรือนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ อาจเป็นเพราะเนื้อหาส่วนใหญ่ของหนังสือเป็นนวนิยาย ที่ไม่จำเป็นต้องใช้การจัดอาร์ตเวิร์กหน้าขาวดำมากนัก คุณภาพของกระดาษหน้าขาวดำจึงไม่จำเป็นต้องใช้กระดาษปอนด์ ซึ่งอาจจะสวยงามกว่าเวลาจัดอาร์ตเวิร์ก แต่ก็มีราคาแพงกว่า และอาจมีผลต่อเนื่องไปถึงการเพิ่มราคาหนังสือ เพราะต้นทุนในการผลิตแพงขึ้น ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่สมดุลย์กับค่าครองชีพของกลุ่มเป้าหมายหลัก ที่เป็นแม่บ้าน ผู้ต้องคอยดูแลงบประมาณในบ้านเป็นอย่างดี การซื้อหนังสือที่มีราคาแพงมากอาจกลายเป็นสิ่งฟุ่มเฟือยเกินไป แม้หนังสือเล่มนั้นจะให้ประโยชน์หรือความบันเทิงมากเพียงไรก็ตาม

ฉะนั้นถ้ามองในด้านของผู้จัดทำนิตยสารขวัญเรือนแล้ว อาจมองเห็นวาระหว่างปริมาณของยอดขายที่มีคนซื้อเพราะชอบอ่านนวนิยาย โดยไม่ค่อยสนใจว่าหน้าขาวดำจะต้องเป็นกระดาษที่มีคุณภาพดีมาก กับการปรับปรุงหน้าขาวดำด้วยกระดาษที่มีคุณภาพดีขึ้น แต่ปริมาณผู้ซื้ออาจลดจำนวนลง เพราะราคาหนังสือแพงขึ้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้น้อยสูงมากนักผู้จัดทำคงสนใจมองไปที่ปริมาณของผู้ซื้อมากกว่าการปรับปรุงคุณภาพกระดาษ ซึ่งมีผลเพียงแต่ทำให้หนังสือดูดีขึ้นมา แต่ก็ยังเป็นเพียงการดูดีในหน้าขาวดำเท่านั้น เพราะสำหรับหน้าสี ทางขวัญเรือนได้จัดทำโดยใช้กระดาษอาร์ตอยู่แล้ว ซึ่งจำนวนหน้าสีที่ถือว่ามีมากจำนวนหนึ่งก็น่าจะเพียงพอในการช่วยส่งเสริมรูปเล่มของนิตยสารขวัญเรือนให้ดูดีเพียงพอแล้ว

จากผลการวิจัยในเรื่องรูปแบบของนิตยสารทั้งสามเล่มที่ได้แจกแจงมา อาจนำมาสรุปให้เห็นความเหมือนและความแตกต่างได้ดังนี้

ความเหมือน: นิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่มมีการเลือกใช้หน้าสี ด้วยเหตุผลร่วมกันประการหนึ่งคือเพื่อเป็นการดึงดูดใจคนอ่านและโฆษณา ซึ่งผู้จัดทำนิตยสารได้สร้างความต้องการตรงจุดนี้ขึ้นมากกระตุ้นใจผู้อ่านให้กลายเป็น 'ผู้บริโภค' นิตยสารมากขึ้น และต้องการทำให้นางสีออกมาดูดี แต่จะมีระดับการให้ความสำคัญที่ 'ดูดี' นี้แตกต่างกัน

ความต่าง: นอกเหนือจากความต้องการดึงดูดใจลูกค้าด้วยปริมาณหน้าสีแล้ว พบว่ายังมีเหตุผลที่แตกต่างกันไปในแต่ละเล่มสำหรับการเลือกใช้หน้าสี และหน้าขาวดำ นิตยสารดิฉัน เลือกใช้หน้าสีเพราะเหตุผลที่อยากให้หนังสือของตนออกมาดูสวย ทั้งคนทำก็อยากให้นางสีออกมาดูสวยด้วยเหตุผลที่อยากสวยจึงเป็นเหตุผลเพื่อตัวเอง ที่ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนให้ดูดี นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ เลือกใช้หน้าสีเพราะมองถึงประโยชน์ที่จะใช้เป็นข้อต่อรองที่ดีในการแลกเปลี่ยนกับบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกับนิตยสาร สำหรับ นิตยสารขวัญเรือน จะเน้นสนใจเรื่องประโยชน์ของการใช้หน้าสีเท่าที่จำเป็น อย่างเช่น คอลัมน์ที่ต้องการแสดงให้เห็นภาพที่สวยงาม ชัดเจนเท่านั้น เช่น แฟชั่น แพทเทิร์นลายปัก สัมภาษณ์บุคคล โฆษณา และในบางคอลัมน์ไม่ได้เลือกใช้หน้าสีกระดาษอาร์ต แต่เป็นกระดาษปอนด์สีซึ่งจะมีต้นทุนต่ำกว่ากระดาษอาร์ต ทั้งนี้เพื่อนำมาบอกเรื่องราว ช่างคร่าว และให้เห็นภาพที่เป็นสีเท่านั้น ไม่ได้คำนึงถึงความสวยงามอย่างสูงสุด

จึงอาจกล่าวในแง่มิติการบริโภคได้ว่า หนังสือเพื่อชนชั้นสูงถึงชนชั้นกลางระดับสูง จะให้ความสำคัญกับรูปแบบของนิตยสารที่สวยงาม ด้วยเหตุผลเพื่อตัวเอง ที่ต้องการส่งเสริมภาพลักษณ์ของหนังสือให้ดูดี สำหรับนิตยสารเพื่อชนชั้นกลางจะเน้นดูประโยชน์ ราคาที่เหมาะสม และการให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์เพื่อเป็นข้อแลกเปลี่ยนให้ได้สิ่งที่ดีจากบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องกลับมา ในส่วนของนิตยสารเพื่อชนชั้นกลางระดับล่างจะเน้นถึงสาระประโยชน์ เนื้อหามากกว่าภาพลักษณ์ หรือรูปแบบ ฉะนั้นสำหรับรูปแบบของนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่ม อาจกล่าวในภาพรวมได้ว่า ทุกเล่มต่างมีการใช้หน้าสี และต่างให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากหน้าสีเหล่านี้ โดยรูปแบบแล้วไม่แตกต่างกัน แต่สิ่งที่แตกต่างคือระดับของการให้ความสำคัญ ซึ่งจะผันแปรไปตามสภาพเศรษฐกิจของกลุ่มคนอ่านอันจะช่วยกำหนดราคาหนังสือซึ่งส่งผลต่อเนื่องไปยังรูปแบบ ปริมาณและคุณภาพของหนังสือในส่วนการผลิตด้วย

4. การนำเสนอเนื้อหา

ก) นิตยสารดิฉัน

จะมีเนื้อหาในแนวให้ความรู้ทั่วไป ทั้งเรื่องไทยและเรื่องต่างประเทศ ลักษณะของเรื่องราวมักอยู่ในแวดวงของคนมีการศึกษา และมีฐานะปานกลางไปจนถึงระดับสูง เน้นภาพการนำเสนอของผู้หญิงยุคใหม่ ที่มีความคิดอ่าน และกล้าแสดงความคิดเห็น ถึงปัจจุบันจะมีการปรับเนื้อหาให้หลากหลายมากขึ้น แต่ก็ยังคงเรื่องราวของคนชั้นสูงไว้ส่วนหนึ่ง เหตุผลหลักของการปรับเนื้อหาให้กว้างขึ้นกว่าที่ผ่านมาคือ ทางคณะผู้จัดทำมีความเห็นว่า ปัจจุบันนี้ข้อแตกต่างระหว่างผู้หญิงกับผู้ชายลดน้อยลงมาก การแข่งขันในการทำงาน ความคิด ไม่ค่อยแตกต่างกันเท่าไรแล้ว ฉะนั้นทำไมผู้หญิงจึงต้องจำกัดอยู่แต่เรื่องเย็บปักถักร้อย หรือเรื่องบ้าน และอีกประการผู้จัดทำเห็นว่า โลกกว้างขึ้น และเปลี่ยนแปลงไปมากขึ้น คนทำก็โตขึ้นตามสังคม จึงมีความประสงค์ที่จะเสนอมุมมองตรงนี้ออกไป เพื่อให้นิตยสารมีความทันสมัยทันเวลากับเหตุการณ์ในสังคม และประการสำคัญต้องการให้หนังสือมีความหลากหลายมากขึ้น ไม่จำกัดการนำเสนออยู่เพียงแค่มนุษย์กลุ่มเดียว (หมายถึงผู้หญิงวัยผู้ใหญ่ที่มีฐานะดี) แต่เปิดกว้างเพื่อให้มีคนอ่านได้มากขึ้น นั่นคือทั้งผู้ชาย และเด็กวัยรุ่นอายุ 15 ปี ขึ้นไป แต่ในขณะเดียวกันก็ยังไม่ทิ้งคนอ่านเป้าหมายกลุ่มเดิมที่เคยดึงเอาไว้แต่แรกทำหนังสือ

เมื่อมีเป้าหมายว่าจะปรับเนื้อหาให้กว้างขึ้น เวลาเริ่มคิดว่าจะมีคอลัมน์อะไรบ้าง ทางผู้จัดทำจะเริ่มจากการมองมาที่ตัวเองว่า ถ้าเริ่มเปิดคอลัมน์ที่มีอยู่เมื่อไร ก็จะเริ่มคิดว่าควรมีคอลัมน์แนวไหนบ้างที่น่าสนใจสำหรับหนังสือ โดยในใจจะมีหลักกว้างๆ อยู่แล้วว่าควรมีคอลัมน์อะไร แต่บางทีอาจยังหาที่ลงไม่ได้ หลังจากนั้นแต่ละคนในที่ทีมงานจะนัดประชุม เพื่อช่วยกันปรุงแต่งให้คอลัมน์ที่แต่ละคนคิดมา ซึ่งยังอยู่ในสภาพดิบ กล่าวคืออาจยังเป็นแค่นามธรรม มาช่วยกันขีดเคล้าให้ดูสวยงาม จนสามารถทำออกมาให้เห็นเป็นรูปธรรมได้ โดยการวางสัดส่วนของเนื้อหาจะมีหลักอยู่ว่าให้มีสัดส่วนเท่าๆ กันในทุกหมวด เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีหลายวัยมากขึ้น แต่โทนเรื่องยังคงอยู่ในแนวคิดของความเป็นผู้หญิงชั้นสูงและชั้นกลางยุคใหม่

หนังสือของเราจะมีพระเอกหลายคน ในหนังสือเล่มหนึ่งจะมีพระเอกคนเดียวไม่ได้ อันตราย เพราะสังเกตว่ามีนิตยสารบางเล่ม พระเอกและนางเอกคือแพชั่น ครึ่งไหนแพชั่นไม่สวย งามเลย หรือคนไม่สนใจแพชั่นมากก็ไม่ซื้อ ฉะนั้นเราต้องมีพระเอกหลายๆตัว เพื่อจะได้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีกว้างขึ้นโดยปริยาย' (ทิพย์วดี ปราโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539)

ข) นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์

เนื่องจากนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์วางตัวเองไว้ว่าเป็น "เพื่อน" กับคนหนุ่มสาว ดังนั้นเนื้อหาที่นำเสนอส่วนใหญ่จึงเน้นให้เป็นเรื่องที่ทันเหตุการณ์กับสภาพสังคม โดยเฉพาะสังคมของคนหนุ่มสาวที่ต้องการทั้งสาระและความบันเทิงไปพร้อมๆกันโดยเลือกนำเสนอเนื้อหาที่ทันเหตุการณ์ตามกระแสสังคมในมุมมองของความบันเทิงและแวดวงการสื่อสารมวลชนเป็นหลัก พร้อมกับการนำเสนอภาพการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ที่ไม่ตกยุค

"พอเราวางกลุ่มเป้าหมายไว้ที่ "คนรุ่นใหม่" นโยบายก็จะตามมา หนังสือเล่มนี้ต้องตอบสนองความต้องการของคนรุ่นใหม่ได้ หนึ่งเราต้องไม่ตกข่าว หรือสิ่งที่เกิดขึ้นมาในกระแส เช่น หนังสือหนึ่งเข้า เรานำเรื่องนั้นออกมาเสนอพอดีกัน ไม่ใช่หนังสือออกจากโรงแล้ว เราเพิ่งนำเสนอ หรือการนำคนดังขึ้นปก ไม่ใช่เอาเขามาถ่ายแพชั่นเท่านั้นแต่ยังมีการสัมภาษณ์ มีการไปถ่ายเบื้องหลังมิวสิควิดีโอเพลงของเขา มันคือสาระที่มีนอกเหนือจากขมหวานที่เคลือบไว้ และถ้าเราทำออกมาได้ก่อนเล่มอื่น เราจะขายดีมาก นั่นคือการที่เราจะนำเสนออะไรล่วงหน้า หรือล้ำหน้ากว่าคนอื่นเราก็ต้องแพลน ต้องคิดกันไว้ก่อน ซึ่งส่วนหนึ่งที่จะทำให้หนังสือดูคึกคักก็คือ คนที่มาให้สัมภาษณ์ซึ่งเปลี่ยนไปในแต่ละเล่ม หรือเรื่องที่น่าสนใจใหม่ๆ ซึ่งกำลังเป็นที่สนใจของคนอ่าน หรืออยู่ในกระแส" (มนตรีรา จุฑะพุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

จากบทสัมภาษณ์อาจวิเคราะห์ได้ดังนี้ ผู้จัดทำมองเห็นว่า "กลุ่มคนรุ่นใหม่" คือคนที่ให้ความสนใจต่อสิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม มีบุคลิกที่ทันโลกทันเหตุการณ์ มีมุมมองที่เปิดกว้างต่อสังคมสภาพแวดล้อมรอบข้างที่เกิดขึ้น ฉะนั้นการสร้างหนังสือขึ้นมาเพื่อจะตอบสนองความต้องการของคนอ่านกลุ่มนี้จึงต้องมอบทั้งสาระที่มีประโยชน์และ ความบันเทิงที่ช่วย

ผ่อนคลายเหมาะสมสำหรับคนที่ไม่ค่อยมีเวลามากนัก เรื่องของความบันเทิงจึงเป็นการออกไปแสวงหาความสุขที่สามารถซื้อหาได้ในเวลาอันรวดเร็ว การนำเสนอเนื้อหาที่มีหลายๆ ส่วนร่วมกัน และเป็นสิ่งที่เขากำลังสนใจในรูปแบบ "แพ็คเกจ" (คือนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกันเป็นคอนเซ็ปต์ เช่น มีแพ็คเกจของคนดัง สัมภาษณ์คนดังคนเดียวกัน) จะยิ่งทำให้คนกลุ่มนี้รู้สึกว่าคุ้มค่าที่จะซื้อนิตยสารเล่มนั้นมาอ่าน

ค) นิตยสารขวัญเรือน

สามารถแบ่งเนื้อหาที่นำเสนอออกเป็น 7 ประเภทตามนโยบายและเป้าหมายในการจัดทำนิตยสารว่าต้องการให้ขวัญเรือนเป็นนิตยสารสำหรับให้ข่าวสารความรู้แก่บุคคลในครอบครัว โดยมีแนวคิดว่าเป็นความรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้

- เนื้อหาเกี่ยวกับแม่บ้านการเรือน เช่น คอลัมน์งานฝีมือ ตำราอาหาร เรียนตัดเสื้อ จัดดอกไม้

- เนื้อหาเกี่ยวกับบทบาทของหญิงยุคใหม่ เช่น คอลัมน์ผู้หญิงกับสังคม สาวยุคใหม่ งามมรรยาท-คลายปัญหา

- เนื้อหาเกี่ยวกับความงามและแฟชั่น เช่น ข่าวแฟชั่น แฟชั่นประจำฉบับ คอลัมน์รักสวยรักงาม

- เนื้อหาเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น ครอบรักครองเรือน

- เนื้อหาเกี่ยวกับปัญหาสังคม เช่น ก้าวทันโลก หน้าต่างทัศนะ

- เนื้อหาเกี่ยวกับเด็ก เช่น คอลัมน์เพื่อนเด็ก นิทานเด็ก

- เนื้อหาเกี่ยวกับความบันเทิง เช่น นวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องแปล บทกวี

5. การวางแผนโฆษณา

ก) นิตยสารดิฉัน

สินค้าโฆษณาที่มาลงจะมาจากทั้งสองฝ่าย กล่าวคือ ทางผู้จัดทำจะมีแผนกโฆษณาเพื่อทำหน้าที่หาลูกค้าโฆษณามาลงสินค้าให้กับหนังสือ โดยการเลือกโฆษณามาจากการพิจารณาสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มคนอ่าน หรือคาดว่าคุณกลุ่มคนอ่านจะเป็นผู้บริโภคสินค้า

เหล่านี้ในขณะที่เดียวกันลูกค้าโฆษณาาก็จะเป็นผู้เลือกนิตยสารที่จะลง เช่นเดียวกัน โดยพิจารณาจากกลุ่มเป้าหมายของผู้อ่านหนังสือ ภาพพจน์ของหนังสือเป็นอย่างไรบ้าง เหมาะกับสินค้าของเขาหรือไม่ การหาโฆษณาเป็นสิ่งจำเป็นมาก เพราะรายได้ของการทำนิตยสารมาจากค่าโฆษณาเป็นหลัก เพราะฉะนั้นตัวนิตยสารเองต้องพยายามทำหนังสือออกมาให้มีคนอ่านมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะนั่นหมายถึงจะมีแนวโน้มที่โฆษณาจะมาลงสินค้าในหนังสือของตนมากขึ้นไปด้วย ซึ่งจะเป็นการช่วยให้หนังสือไม่ต้องพะวงกับการขาดทุน อีกประการหนึ่งลักษณะของโฆษณาที่มาลง ถ้าเลือกได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย และทำให้เป็นโฆษณาที่ดี ถือเป็นความช่วยเหลือเสริมหนังสืออย่างหนึ่ง ในขณะที่เดียวกันจะช่วยสะท้อนรสนิยมของคนทำ และคนอ่านด้วย

สำหรับประเภทของสินค้าโฆษณาที่ลงในนิตยสารดิฉันแบ่งออกได้เป็น 5 หมวด อันได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เครื่องประดับ เบ็ดเตล็ด และหมวดอาหารของขบเคี้ยว โดยหมวดสินค้าที่มีโฆษณาลงมากที่สุดคือ เบ็ดเตล็ด ส่วนประเภทของสินค้าจะมีหลากหลายตั้งแต่ คอนโดมิเนียม บัตรเครดิต รถยนต์ เครื่องเสียง สายการบิน

ข) นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์มีวิธีการหาโฆษณาไม่ต่างจากนิตยสารดิฉัน แต่ส่วนสำคัญที่จะนำไปเสนอขายต่อลูกค้าคือ จะต้องแจ่มแจ้งแก่ทางลูกค้าว่าเล่มนี้ใครขึ้นปก ถ้าเป็นคนดัง แนวโน้มที่จะขายโฆษณาได้ยอดสูงจะมีมากขึ้น สินค้าส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าสำหรับวัยรุ่นหรือคนหนุ่มสาว เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง

ค) นิตยสารขวัญเรือน

หน้าโฆษณาของขวัญเรือนจะมีประมาณ 25-30% ลงทั้งหน้าสีและขาวดำ ผลิตภัณฑ์ที่ลงโฆษณามากที่สุดได้แก่ เครื่องสำอาง สถานบริการความงาม รองลงมาคือผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการทำครัว และผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก

จากการวิเคราะห์ภาพรวมโดยเบื้องต้นสำหรับสินค้าโฆษณาที่ลงในนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่ม พบว่าจะสัมพันธ์ไปตามลักษณะกลุ่มเป้าหมายของนิตยสาร เช่น นิตยสารดิฉัน ซึ่งกลุ่มคนอ่านค่อนข้างมีฐานะ ประเภทสินค้าที่ลงโฆษณามากที่สุดจะมีราคาแพง อันแสดงให้เห็นว่าลูกค้าโฆษณาเลือกที่จะมาลงโฆษณา เพราะเห็นว่ากลุ่มคนอ่านมีอำนาจในการซื้อ เมื่อได้เห็นโฆษณา หรือนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์เน้นสินค้าพวกเสื้อผ้า เครื่องสำอาง นั้น เพราะกลุ่มคนอ่านคือคนที่กำลังอยู่ในวัยสดใส และแต่งตัว ไม่ค่อยมีเวลาไปตัดเสื้อผ้า แต่นิยมซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปมากกว่า สำหรับนิตยสารขวัญเรือนเน้นกลุ่มแม่บ้าน จึงพบเห็นสินค้าประเภทเครื่องครัว ผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก และเน้นกลุ่มผู้หญิงซึ่งมีลักษณะรักสวยรักงาม จึงมีสินค้าประเภทเครื่องสำอาง และสถานบริการความงาม

6. การวางแผนการตลาด

ก) นิตยสารดิฉัน

แม้ "นิตยสาร" จะเป็นสื่อในตัวเองอยู่แล้ว แต่ในขณะเดียวกันก็ยังคงจัดให้เป็น "สินค้า" ด้วย นั่นหมายถึงจำเป็นต้องมีการวางแผนทางการตลาดอยู่เหมือนกัน ในขั้นตอนของกระบวนการผลิตเนื้อหา และรูปแบบของนิตยสารถือเป็นเพียงการปรุงแต่งผลิตภัณฑ์เบื้องต้น เพื่อให้เป็นที่น่าสนใจ และดึงดูดของผู้บริโภค เริ่มตั้งแต่หน้าปก ดิฉันนิยมนำหนุ่มสาวไฮโซ หรือนางแบบนายแบบยอดนิยมขึ้นปก นอกจากเป็นการแนะนำนางแบบนายแบบหน้าใหม่ และเป็นการนำ "ความดัง" ของนายแบบนางแบบมานำเสนอแล้ว ยังสะท้อนให้เห็นได้ว่า ดิฉันพยายามจะสร้าง "คนหน้าใหม่" ให้กับวงการ และเป็นการยกระดับหนังสือว่ามีความสัมพันธ์ที่ดีกับคนกลุ่มนี้ รวมถึงการบอกถึงความเป็น "ผู้นำ" ในการนำเสนอสิ่งใหม่ๆ ให้กับสังคม

ในส่วนของเนื้อหาดิฉันได้พยายามจัดสรรสัดส่วนของหนังสือให้อ่านได้หลายประเภท ทั้งนี้ นอกจากตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งอยู่ในสังคมชั้นสูงที่จำเป็นต้องรับรู้เรื่องราวโลกภายนอก ไว้เป็นเครื่องมือในการเข้าสังคมแล้ว การปรับเนื้อหาให้กว้างยังเป็นการตอบรับกลุ่มคนอ่านที่สนใจอยากรู้เรื่องของโลกภายนอก ที่นอกเหนือไปจากเรื่องราวของชนชั้นสูงเพียงอย่างเดียวด้วย เป็นการขยายเรื่องราวเพื่อให้หนังสือมีโอกาสขายได้มากกว่าคนเพียงกลุ่มเดียว มิเช่นนั้นหนังสือจะไม่สามารถเพิ่มยอดขายได้ ตรงจุดนี้อาจ

เรียกได้ว่าเป็นการขยายฐานการผลิตให้ตอบรับกับกลุ่มคนในหลายอายุ แต่มีความสนใจในสังคมระดับเดียวกัน

และเนื่องจากปัจจุบันมีนิตยสารเกิดขึ้นมากมาย การวางแผนการตลาด และการจัดจำหน่ายจึงเป็นสิ่งสำคัญอีกด้าน ถ้ามีการจัดจำหน่ายที่ดี หนังสือถูกเสนอไปสู่สายตาสาธารณชนได้บ่อยครั้ง ก็จะทำให้มีโอกาสได้เปรียบกว่าเล่มอื่น ในการที่ผู้บริโภคจะจดจำชื่อของนิตยสารเล่มนี้มากกว่าใคร "ดิฉัน" ได้ใช้รายการทีวีของแปซิฟิก ซึ่งเป็นบริษัทในเครือเดียวกันช่วยทำการประชาสัมพันธ์และโฆษณาเนื้อหาที่น่าสนใจเพื่อให้อ่านได้รับรู้ เมื่อหนังสือวางแผงก็จะทำให้อ่านตัดสินใจไปซื้อได้เร็วขึ้น นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการจำหน่าย โดยทำของแถมแจกแก่ผู้สมัครสมาชิกของนิตยสาร ซึ่งถือเป็นการช่วยเพิ่มยอดจำหน่ายได้ทางหนึ่ง เนื่องจากทำให้ผู้ที่เคยอ่านดิฉันเป็นประจำ ตัดสินใจมาสมัครสมาชิกมากขึ้น แทนที่จะไปซื้อเองตามร้านค้า เพราะอยากได้ของแถมกลับมาด้วย

ข) นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์

จุดขายหลักของนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์คือ การนำ "คนดัง" ซึ่งกำลังอยู่ในกระแสความสนใจของกลุ่มเป้าหมายมาสัมภาษณ์ หรือถ่ายแฟชัน โดยเฉพาะการถ่ายแฟชันปกแพรวสุดสัปดาห์จะคำนึงถึงความดูดี และความดัง ทั้งนี้เพื่อแสดงให้เห็นว่าหนังสือก้าวตามทันกระแสความดัง และยังสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ดีของหนังสือกับกลุ่มคนดัง ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า เป็นการแลกเปลี่ยนพื้นที่ในการลงโฆษณาของกันและกัน คนดังได้มีโอกาสประชาสัมพันธ์ตัวเองในนิตยสาร และนิตยสารมีโอกาสเพิ่มยอดขายจากความดังของบุคคลนั้น

นอกจากนี้ แพรวสุดสัปดาห์จะมีระบบโฆษณาตัวเองคือลงโฆษณานิตยสารในนิตยสารในเครือเดียวกัน การแจ้งเนื้อหาเด่นของแต่ละฉบับที่จะวางแผนตามหนังสือพิมพ์ การจัดกิจกรรมให้อ่านเข้ามาร่วมสนุก เช่น การจัดประกวดหนุ่มสาวแพรว การจัดเสวนาระหว่างนักเขียนกับคนอ่าน การทำของแถมสำหรับผู้สมัครสมาชิก การเปิดเนื้อที่ให้อ่านเขียนเรื่องส่งเข้ามาร่วมสนุกเล่าประสบการณ์ต่างๆของตนถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนทำกับคนอ่าน ให้อ่านรู้สึกว่หนังสือเล่มนี้เป็นของตน

ค) นิตยสารขวัญเรือน

นิตยสารขวัญเรือนถือว่าเป็นนิตยสารที่ขายได้ด้วยตัวหนังสือเอง เพราะวางแผงมานานถึง 27 ปี จนมีแฟนประจำหนังสือ สังเกตจากเนื้อหาที่น่าสนใจ ขวัญเรือนสามารถดึงนักเขียนชื่อดัง อาทิ โสภาค สุวรรณ ลักษณะวดี มาเขียนนวนิยายให้ ซึ่งนวนิยายถือเป็น "จุดขาย" สำคัญประการหนึ่ง นอกจากนี้การมีแพทเทิร์นตัดเสื้อ สูตรรายการอาหารต่างๆ ขั้นตอนการจัดดอกไม้ ขั้นตอนการตัดผม แบบงานฝีมือ ที่นำมาเสนอทุกเล่มในหนังสือ ทำให้ขวัญเรือนเหมือนเป็นคู่มือสำหรับผู้สนใจ ซึ่งตรงจุดนี้นับเป็นวิธีการตลาดวิธีหนึ่งที่ทำให้คนอ่านสนใจและรู้สึกว่าคุณค่า ผสมผสานกับราคาของนิตยสารที่มีราคาไม่สูงมากนักจึงทำให้ขวัญเรือนมียอดขายในปริมาณที่สูงเป็นอันดับต้นๆเช่นนี้

จากเนื้อหาต่างๆที่ประมวลมา สามารถทำเป็นตารางสรุปถึงการวางแผนและการจัดทำนิตยสารทั้ง 3 ฉบับว่า มีจุดเด่นของแต่ละเล่มอย่างไรบ้างได้ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 สรุปการวางแผนและการจัดทำนิตยสารผู้หญิงทั้ง 3 ฉบับ

การวางแผน	ดิฉัน	แพรวสุดสัปดาห์	ขวัญเรือน
นโยบาย	สารบันเทิงที่ หลากหลายของ โลกภายนอกใน การเข้าสู่สังคม อย่างมั่นใจ	สารบันเทิงที่ทันโลก ทันสมัย ทันกระแส และเหตุการณ์ และ เป็น "เพื่อน" ในวัน พักผ่อน	สารบันเทิงที่นำมา ประยุกต์ใช้ในชีวิต ประจำวันได้ เป็น ความรู้รอบตัวและ เชิงการบริหารเรือน
กลุ่มเป้าหมาย	ทั้งหญิงและชาย ชนชั้นกลางระดับ สูงถึงชนชั้นสูง (เอาชนชั้นเป็นหลัก)	หนุ่มสาวคนรุ่นใหม่ (เอาวิถีชีวิตเป็นเกณฑ์)	สมาชิกในครอบครัว เน้นผู้หญิงที่เป็นแม่บ้าน
รูปแบบ	เน้นการใช้หน้าสี เพื่อความสวยงาม มีรสนิยมสูง	เน้นการใช้หน้าสี เพื่อ เป็นการแลกเปลี่ยนกับ ลูกค้าโฆษณาและดึงดูด คนอ่าน รสนิยม ปานกลาง	ใช้หน้าสีเท่าที่จำเป็น คำนึงถึงเนื้อหาเป็นหลัก รสนิยมธรรมดา
การนำเสนอ เนื้อหา	เนื้อหาหลากหลาย เรื่องราวของสังคม ชั้นสูงและต่าง- ประเทศ	ทันเหตุการณ์ทันกระแส ความบันเทิงในแวดวง สื่อสารมวลชน ภาพชีวิตคนรุ่นใหม่	ความรู้เกี่ยวกับแม่บ้าน ความรู้รอบตัว เน้นนวนิยาย บทบาทของหญิงยุคใหม่
การวางแผน โฆษณา	สินค้ามีระดับ หรือ และมีราคา	สินค้าวัยรุ่น เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เน้นความใส เรียบง่าย แต่คูดี	สถานบริการความงาม เครื่องครัว เครื่องใช้ ในบ้าน ของใช้เด็ก

ตารางที่ 1 (ต่อ) สรุปการวางแผนและการจัดทำนิตยสารผู้หญิงทั้ง 3 ฉบับ

การวางแผน	ดิฉัน	แพรวสุดสัปดาห์	ขวัญเรือน
การวางแผน การตลาด	ขยายกลุ่มอายุคน อ่าน แต่ยังคงชนชั้นสูง เหมือนเดิม ใช้สื่อในบริษัท เดียวกันโฆษณา	ชาย "คนดัง" ในยุคสมัย สร้างความสัมพันธ์กับ คนอ่านด้วยกิจกรรม ต่างๆ	ชายเนื้อหาที่มีคนเขียน ชื่อดังเป็นผู้เชี่ยวชาญ เรื่องนั้น เช่น คอลัมน์ ตอบปัญหา ความรู้ นวนิยาย (วิถีชีวิต แม่บ้าน)

การวิเคราะห์มิติการบริโภคด้วยประเภทของ "เนื้อหา"

สามารถแบ่งการวิเคราะห์ออกได้เป็น 2 ส่วน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ
- 2) การวิเคราะห์เนื้อหาในเล่ม

1. การวิเคราะห์รูปแบบการนำเสนอ

ก) นิตยสารดิฉัน

นิตยสารดิฉันมีรูปเล่มขนาด 8"x12" ราคา 60 บาท(ในปี2538 ปัจจุบันราคา 75 บาท)

สำหรับจำนวนหน้าขาวดำ และสีทั้งหมด แบ่งเป็นรูปแบบได้ดังนี้

สำนักพิมพ์วิบูลย์กิจ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 2 รูปแบบของนิตยสารดิฉัน พ.ศ.2538

ฉบับ	รวมเนื้อหา (หน้า)				รวมโฆษณา (หน้า)				รวม	
	เนื้อหา สี	ร้อยละ	เนื้อหา ขาวดำ	ร้อยละ	โฆษณา สี	ร้อยละ	โฆษณา ขาวดำ	ร้อยละ	ทั้งหมด	ร้อยละ
31 มค.	114	33.73	106	31.07	116	34.32	3	0.88	338	100
28 กพ.	124	34.45	116	32.22	116	32.22	4	1.11	360	100
31 มีค.	126	33.16	120	31.68	126	33.16	8	2.1	380	100
30 เมย.	153	38.06	124	30.84	125	31.10	-	-	402	100
31 พค.	145	33.56	139	32.18	144	33.33	4	0.93	432	100
30 มิย.	130	34.03	120	31.41	128	33.51	4	1.06	382	100
31 กค.	129	33.25	116	29.90	139	35.82	4	1.03	388	100
31 สค.	161	37.27	120	27.77	147	34.03	4	0.93	432	100
30 กย.	145	34.12	117	27.53	160	37.65	3	0.70	425	100
31 ตค.	145	34.69	108	25.83	163	39.00	2	0.48	418	100
30 พย.	176	36.74	112	23.38	187	39.04	4	0.84	479	100
31 ธค.	180	39.82	94	20.80	176	38.94	2	0.44	452	100
ค่าเฉลี่ย	1,728	35.35	1,391	28.46	1,727	35.33	42	0.86	4,888	100

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่า ปริมาณเนื้อหาหน้าสี (35.35%) จะมากกว่าหน้าขาวดำ (28.46%) โดยหมวดคอลัมน์ที่ได้หน้าสีไปเป็นอันดับหนึ่งคือ แฟชั่น โดยเฉลี่ยประมาณ 30-34 หน้า ต่อแฟชั่นสองถึงสามเซิต ยกตัวอย่าง ในดิฉัน ฉ.31 มกราคม 2538 มีหน้าสีแฟชั่น 34 หน้า จากหน้าสีในส่วนของเนื้อหาทั้งหมด 114 หน้าหรือประมาณ 29.82% เหตุที่แฟชั่นได้หน้าสีเป็นปริมาณมาก ผู้วิจัยวิเคราะห์ได้ว่า เพราะทั้งผู้จัดทำและร้านเสื้อผ้าที่ลงโฆษณา ต้องการเน้นความสวยงาม สีล้นของเสื้อผ้า ตลอดจนทรงผม การแต่งหน้าของนางแบบ นางแบบ และอีกประการสำคัญคือการลงหน้าสีตั้งแต่ปกหน้า จนถึงเซิตแฟชั่นข้างในถือเป็นการดึงดูดลูกค้าและคนอ่านให้หันมาสนใจหยิบซื้อนิตยสาร รวมไปถึงความสนใจที่จะไปมีผลต่อการซื้อเสื้อผ้า การหันไปทำตามนางแบบนางแบบตลอดจนเครื่องประดับที่นำมาถ่าย

แพชั่นในลำดับต่อไป การใช้หน้าสีจะให้กระดาษอาร์ตในการพิมพ์ ซึ่งทำให้นักวิจัยผู้จัดทำกล่าวว่า นิตยสารดิฉันจัดอยู่ในกลุ่มหนังสือที่มีความสวยงาม ทำให้รูปลักษณ์มีส่วนสำคัญ และการอ่านดิฉันเป็นการอ่านเพื่อสาระบันเทิง จึงต้องมีคู่กันทั้งเนื้อหาและความสวยงามทั้งคนทำเองก็อยากได้นั่งสวยด้วย (ทิพยวดี ปราโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539) ฉะนั้นเหตุผลที่อยากให้นั่งสวยจึงเป็นการสวยเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของตนเองให้ดูดี

และเมื่อมาเทียบหน้าสีกับหน้าโฆษณาสี จะพบว่าโดยเฉลี่ยแล้วหน้าโฆษณาสี (35.33%) มีจำนวนใกล้เคียงกับหน้าสีมาก (35.36%) อันแสดงให้เห็นว่า นิตยสารดิฉันเป็นที่นิยมของคนอ่านในระดับหนึ่งจนลูกค้าและเอเจนซี่ต่างๆต่างเทงบโฆษณาให้นิตยสารเล่มนี้ โดยหวังว่าจะเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของตัวเองได้มากที่สุดสื่อหนึ่ง โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่มีอำนาจในการซื้อสูงพอสมควร เอเจนซี่จึงมองเห็นความคุ้มค่าที่จะเทงบโฆษณาให้ ในขณะที่ปริมาณหน้าโฆษณาขาวดำจะถือว่าน้อยมาก (0.86%) ผู้จัดทำให้เหตุผลว่า

“เราจะไม่ค่อยยอมให้ลง แต่มีคนอยากได้โฆษณาขาวดำกันมาก เพราะมันถูกสำหรับลูกค้าและเรา แต่เราเห็นว่ามันไม่สวย ก็เลยเป็นการพบกันแค่ครึ่งทาง ให้บ้างสามสี่ชิ้น ก็จะลงหน้าสีกับหน้าขาวดำคู่กัน” (ทิพยวดี ปราโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539)

ในส่วนของการจัดวางหน้าสีและขาวดำจะต่างจากเล่มอื่นเล็กน้อยตรงที่ขอยหน้าสีสี และขาวดำสลับกันไป จนดูเหมือนมีหน้าสีค่อนข้างมาก ทั้งที่โดยปกติมีปริมาณหน้าสีมากอยู่แล้ว ผู้จัดทำให้เหตุผลในการจัดหน้าลักษณะนี้ว่า ช่วยทำให้นักวิจัยผู้จัดทำมีเสน่ห์และทำให้นักวิจัยผู้จัดทำด้วยเนื่องจากการจัดอาร์ตเวิร์กหน้าขาวดำนั้นจะจัดให้สวยได้ยากกว่าหน้าสี เพราะไม่มีตัวเล่นในเรื่องของสี หน้าขาวดำจะมีแค่สีเทา ขาวดำเท่านั้น การขอยหน้าอย่างถี่ยิบระหว่างสีและขาวดำเช่นนี้ หน้าสีจะช่วยดึงดูดความสนใจให้คนอ่านได้อ่านหน้าขาวดำไปด้วย

“ในแง่การผลิตการใส่หน้าขาวดำเป็นยกๆติดกันมันจะง่ายและใส่กาบเข้าเล่มสะดวก แต่เรายอมสู้รบกับฝ่ายผลิตว่าจะเอาแบบนี้ เพราะรู้สึกว่ามันเป็นเสน่ห์กับหนังสือแบบหนึ่ง และทำให้นักวิจัยผู้จัดทำด้วย การจัดอาร์ตเวิร์กก็จะทำให้ดึงดูดด้วย เนื่องจากการจัดอาร์ตเวิร์ก

หน้าขาวดำจะจัดให้สวยงามกว่าหน้าสี แล้วอาร์ตเวิร์กสวยงามมีส่วนที่จะดึงคนให้เข้าไปอ่านหนังสือได้ด้วย อย่างเช่น การมีตัวโปรยที่น่าสนใจ แต่อย่างน้อยแค่ไหนไม่ทราบ" (ทิพย์วดี ปราโมช ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 15 พฤศจิกายน 2539)

จากบทสัมภาษณ์จะพบว่า ผู้จัดทำให้ความสำคัญกับรูปแบบของนิตยสารค่อนข้างมาก ซึ่งมีลักษณะสำคัญอยู่ 2 ประการคือ

1. จะมีความพิถีพิถันในการจัดหน้า แม้จะต้องพบกับปัญหาในการผลิต เนื่องมาจากการจัดหน้าที่ขอย่อยมากแค่ไหนก็ตาม แต่ยินยอมเพราะคำนึงถึงความสวยงามของหนังสือ และคิดว่าการจัดหน้าเช่นนี้เป็นการสร้าง "เสน่ห์" แบบหนึ่งให้กับตัวหนังสือเอง รวมทั้งเป็นการสร้างบุคลิกหนังสือของตนให้แตกต่างไปจากเล่มอื่น อาจวิเคราะห์ได้ว่า รสนิยมของชนชั้นสูงในการบริโภคสิ่งใด ไม่ได้มองเพียงแค่เนื้อหา อย่างเดียว แต่ยังให้ความสนใจ พิถีพิถันกับรูปลักษณ์ นีบหน่อ ที่จะช่วยส่งเสริมให้สิ่งของที่ตนบริโภคดูดี มีระดับ เพราะถือเป็นการบ่งบอกไปถึงลักษณะการบริโภคของตนด้วย

2. จะมีการพิจารณารูปแบบ การจัดอาร์ตเวิร์กอย่างประณีตสวยงาม สืบเนื่องจากการไม่ค่อยยินยอมลงโฆษณาหน้าขาวดำ ด้วยเหตุผลว่าจะทำให้หนังสือดูไม่สวย ทั้งที่โฆษณานั้นเอื้อเรื่องเงินทุน และกำไรให้กับตัวหนังสือเอง อาจกล่าวได้ว่าให้ความสำคัญกับความสวยงาม และภาพลักษณ์ที่ดูดีมากกว่ามองถึงเรื่องเงินเพียงอย่างเดียว เป็นการเน้นเรื่องคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าปริมาณผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่นำมาลงโฆษณา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข) นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์มีรูปเล่มขนาด 8 หน้ายกใหญ่ (9"×13") ราคา (ในปี 2538) 50 บาท แต่ปัจจุบันได้ปรับราคาขึ้นมาเล่มละ 60 บาท สำหรับจำนวนหน้าขาวดำและหน้าสีทั้งหมด แบ่งได้เป็นรูปแบบดังนี้

ตารางที่ 3 รูปแบบของนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ พ.ศ.2538

ฉบับ	รวมเนื้อหา (หน้า)				รวมโฆษณา (หน้า)				รวม	
	เนื้อหา	ร้อยละ	เนื้อหา	ร้อยละ	โฆษณา	ร้อยละ	โฆษณา	ร้อยละ	ทั้งหมด	ร้อยละ
	สี		ขาวดำ		สี		ขาวดำ			
16 มค.	99	43.04	100	43.48	27	11.74	4	1.74	230	100
16 กพ.	116	41.58	93	33.33	67	24.01	3	1.08	279	100
16 มีค.	102	41.13	95	38.31	50	20.16	1	0.40	248	100
16 เมย.	109	40.67	101	37.69	55	20.52	3	1.12	268	100
16 พค.	105	42.34	91	36.69	47	18.96	5	2.02	248	100
16 มิย.	101	41.06	101	41.06	41	16.67	3	1.21	246	100
16 กค.	103	42.21	93	38.12	45	18.44	3	1.23	244	100
16 สค.	105	44.49	93	39.41	35	14.83	3	1.27	236	100
16 กย.	105	43.39	92	38.02	41	16.94	4	1.66	242	100
16 ตค.	101	40.73	99	39.92	43	17.34	5	2.01	248	100
16 พย.	106	36.81	91	30.74	94	31.76	5	1.69	296	100
16 ธค.	103	40.87	93	36.91	53	21.03	3	1.19	252	100
ค่าเฉลี่ย	1,256	41.32	1,142.3	7.60	598	19.70	42	1.38	3,037	100

จากตารางที่ 3 นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์จะมีปริมาณเนื้อหาหน้าสี (41.32%) มากกว่าเนื้อหาหน้าขาวดำ (37.60%) โดยรูปแบบการใช้หน้าสีจะไปตกอยู่กับคอลัมน์สัมภาษณ์บุคคล หน้าข่าวสังคม และแพจ์นทั้งสามเซ็ทเป็นหลักซึ่งคอลัมน์เหล่านี้จะเน้นการถ่ายรูปสวย

เพื่อให้คอลัมน์ดูหน้าสนใจ และสะดุดตาต่อคนอ่านมากขึ้น สำหรับเนื้อหาหน้าขาวดำจะเป็นส่วนของการใส่เนื้อเรื่องจากการสัมภาษณ์บุคคล บทความ และเนื้อหาที่ไม่ต้องเน้นรูป แต่เน้นการนำเสนอด้วยเรื่องราวจากตัวอักษรเป็นหลัก โดยอาศัยการจัดอาร์ตเวิร์ก และการเล่นตัวหนังสือในการวางรูปแบบให้ดูน่าสนใจ

"การจัดอาร์ตเวิร์กแพรวสุดสัปดาห์ต้องใช้ความครีเอทีฟมาก เนื่องจากความถี่ของคอลัมน์มีสูงมาก จนเราไม่อาจสร้างแพทเทิร์นได้ แต่มันต้องการการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆในแต่ละปักษ์ เพื่อให้หนังสือดูไม่เซย" (มนตรีรา จุฑะพุทธิ,สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

เหตุที่ให้ความสำคัญกับการจัดอาร์ตเวิร์กอาจวิเคราะห์ได้ว่าเนื่องมาจากผู้จัดทำต้องการให้หนังสือมีบุคลิกของความทันสมัย ดูเหมาะสมกับรสนิยมของคนอ่านที่เป็น "คนรุ่นใหม่" ซึ่งเป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์

ในส่วนหน้าสีและหน้าขาวดำของโฆษณาพบว่า มีผู้นิยมลงโฆษณาที่หน้าสี (19.70%) มากกว่าหน้าขาวดำ (1.38%) ทั้งนี้เพื่อการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน

"ถ้าทำได้ไม่ติดอะไร ทำเป็นหน้าสีหมดเลยก็ดีนะคะ เพราะมันมีผลทั้งหมด ถ้าเป็นหน้าสีถ่ายรูปออกมาสวยๆ ไม่ใช่ถ่ายแทบตายมาลงขาวดำ ก็ไม่มีประโยชน์และถ้าเป็นหน้าสีใครก็อยากลง ร้านเสื้อเขาทำเสื้อมาเป็นสี แต่เรามาลงเป็นขาวดำ เขาก็คงไม่แฮปปี้ที่จะมาลงหรอก นางแบบเองก็อยากให้เห็นเพอร์สเปกทีฟของการแต่งหน้า รวมถึงคนที่ถูกสัมภาษณ์ นักเขียน และโฆษณาที่จะมาลง เพราะการถ่ายเป็นสีมันจะดูสวยกว่า และดูดีกว่า" (มนตรีรา จุฑะพุทธิ,สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

จากบทสัมภาษณ์แสดงให้เห็นว่าผู้จัดทำมีการหา "จุดขาย" โดยใช้ปริมาณหน้าสีเป็นจุดขายเพื่อเรียกร้อง และดึงดูดทั้งคนอ่าน เอเจนซีโฆษณา ร้านเสื้อ นายแบบ นางแบบ รวมถึงคนให้สัมภาษณ์ที่ยินดีจะมาลงในหนังสือด้วย ดังนั้น การใช้หน้าสีและขาวดำในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์จึงกลายเป็น "การแลกเปลี่ยนเชิงสัญญา" โดยประการแรกเป็นการแลกเปลี่ยนภาพลักษณ์ที่ดูดีระหว่างผู้จัดทำและบุคคลอื่นที่เกี่ยวข้องในการผลิตหนังสือ ประการที่สองเป็นการแลกเปลี่ยนภาพลักษณ์ที่ดูดีของหนังสือกับผู้อ่านทั้งนี้ทั้งนั้นมีจุดมุ่งหมายสูงสุด

เพื่อต้องการให้เกิด 'การซื้อ' หรือ 'การบริโภค' นิตยสารนั่นเอง โดยไม่ได้อาศัยการขายแค่เนื้อหา แต่ยังอาศัยการขายด้วยรูปลักษณ์ของหนังสือด้วย

ค) นิตยสารขวัญเรือน

นิตยสารขวัญเรือนมีรูปเล่มขนาด 7.25" x 10.25" ซึ่งเป็นขนาดที่ค่อนข้างเล็กกว่า นิตยสารทั่วไปในปัจจุบันหน้าปกและหน้าสีภายในเล่มพิมพ์ด้วยกระดาษอาร์ต และกระดาษปอนด์สีสี่ ส่วนหน้าขาวดำพิมพ์ด้วยกระดาษ News print ซึ่งใช้สำหรับพิมพ์หนังสือพิมพ์รายวันทั่วไป (จิตรภาพ ธรรมสารสุนทร, 2538) ราคา (ในปี 2538) 35 บาท สำหรับจำนวนหน้าสีสี่และขาวดำทั้งหมด แบ่งได้เป็นรูปแบบดังนี้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4 รูปแบบของนิตยสารขวัญเรือน พ.ศ.2538

ฉบับ	รวมเนื้อหา (หน้า)				รวมโฆษณา (หน้า)				รวม	
	เนื้อหา สี	ร้อยละ	เนื้อหา ขาวดำ	ร้อยละ	โฆษณา สี	ร้อยละ	โฆษณา ขาวดำ	ร้อยละ	หน้า	ร้อยละ
16 มค.	85	25.45	189	56.59	58	17.37	2	0.59	334	100
16 กพ.	89	24.86	191	53.35	76	21.23	2	0.56	358	100
16 มีค.	75	21.87	186	53.93	75	21.87	8	2.33	343	100
16 เมย.	82	23.77	187	54.20	71	20.58	5	1.45	346	100
16 พค.	69	20.65	191	57.19	71	21.26	3	0.90	334	100
16 มิย.	74	21.14	190	54.29	84	24.00	2	0.57	350	100
16 กค.	76	22.09	182	52.91	84	24.42	2	0.58	344	100
16 สค.	82	23.77	187	54.20	71	20.58	5	1.45	346	100
16 กย.	80	28.78	110	39.66	83	29.86	6	1.80	278	100
16 ตค.	84	22.28	183	48.54	101	26.79	9	2.39	377	100
16 พย.	79	20.73	187	49.08	109	28.61	6	1.58	381	100
16 ธค.	105	24.94	201	47.74	111	26.37	4	0.95	421	100
ค่าเฉลี่ย	980	23.28	2,183	51.85	994	23.61	53	1.26	4,210	100

จากตารางที่ 4 พบว่า ปริมาณหน้าโฆษณาสี (23.61%) มีจำนวนมากกว่าหน้าสีของเนื้อหา (23.28%) ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าขวัญเรือนเป็นที่นิยมของคนอ่าน มียอดขายสูง จึงมีผู้นิยมมาลงโฆษณา สำหรับหน้าขาวดำ (51.85%) จะมีปริมาณมากกว่าหน้าสี (23.28%) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื้อเรื่องส่วนใหญ่ที่ลงในหน้าขาวดำจะเป็นนวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี บทความ การตอบจดหมาย ตอบปัญหาต่างๆ ไม่จำเป็นต้องอาศัยภาพประกอบที่สวยงามเพื่อดึงดูด เพราะความสำคัญของคอลัมน์เหล่านี้จะอยู่ที่ตัวหนังสือเป็นหลักมากกว่า จึงอาจวิเคราะห์จากรูปแบบที่เห็นได้ว่า นิตยสารขวัญเรือนไม่ค่อยได้ให้ความสำคัญกับการใช้หน้าสีสักเท่าไรเหมือนกับนิตยสารดิฉัน หรือแพรวสุดสัปดาห์ มีการพบว่าหน้าสีที่มีปริมาณมากนั้นจะไปอยู่ในส่วนของโฆษณาเป็นหลัก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความต้องการของลูกค้าโฆษณา ที่

ต้องการลงโฆษณาหน้าสี เพื่อความสวยงามของตัวเอง ซึ่งทางผู้จัดทำยินดีที่จะเสนอเงื่อนไขตรงนี้ให้ เพราะถือเป็นการแลกเปลี่ยนที่คุ้มค่ากับเงินค่าโฆษณาที่จะเข้ามา

สำหรับในส่วนเนื้อหา ขวัญเรือนจะมีหน้าสีสีเทาที่จำเป็นในคอลัมน์ที่ต้องการความสวยงามของภาพ หรือต้องการแสดงให้เห็นถึงรายละเอียดของภาพ เช่น อาหาร ลายปักแพทเทิร์น หรือแฟชั่น ซึ่งประการหลังถือเป็นการใช้หน้าสีด้วยเหตุผลของการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้จัดทำ ร้านเสื้อ นางแบบ และคนอ่าน รวมไปถึงภาพลักษณะของหนังสือในแง่ของความสวยงาม และการดึงดูดใจของหลายฝ่าย

ฉะนั้นอาจสรุปได้ว่า สำหรับนิตยสารเพื่อชนชั้นกลางระดับล่างจะสนใจในเนื้อหามากกว่ารูปแบบ และสนใจในประโยชน์ของเนื้อหาที่น่าเสนอมากกว่าภาพลักษณ์ ซึ่งยังคงมีบ้างแต่ไม่ได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นเหมือนนิตยสารสำหรับชนชั้นสูง

ตารางที่ 5 การเปรียบเทียบปริมาณหน้าสีและขาวดำของนิตยสารทั้งสามฉบับ

ชื่อนิตยสาร	ปริมาณหน้าสี และขาวดำ (หน้า)					
	หน้าสี	ร้อยละ	ขาวดำ	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
ดิฉัน	3,455	70.68	1,433	29.32	4,888	100
แพรวสุดสัปดาห์	1,853	61.00	1,185	39.00	3,037	100
ขวัญเรือน	1,974	46.89	2,236	53.11	4,210	100

พบว่า นิตยสารดิฉันมีการใช้หน้าสีมากที่สุด (70.68%) รองลงมาคือ นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์(61.00%) ลำดับสุดท้ายคือ นิตยสารขวัญเรือน (46.89%) สำหรับหน้าขาวดำก็ได้ผลในทางกลับกัน นิตยสารขวัญเรือนมีปริมาณในการใช้หน้าขาวดำมากที่สุด (53.11%) รองลงมาคือ นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ (39.00%) อันดับสุดท้ายคือ นิตยสารดิฉัน (29.32%)

จากผลการเปรียบเทียบนี้แสดงให้เห็นได้ว่า นิตยสารสำหรับชนชั้นสูง หรือผู้มีฐานะอย่างนิตยสารดิฉัน จะให้ความสำคัญกับการใช้หน้าสี และการทำให้นิตยสารดูสวยงาม เป็นการ

ใส่ใจในความสวยงามอย่างไรขีดจำกัดเพื่อปรุงแต่งให้หนังสือออกมามีภาพลักษณ์ที่ดีอันจะสะท้อนให้เห็นถึงรสนิยมของคนอ่าน ที่จะใส่ใจในเรื่องของภาพลักษณ์ด้วย เช่นเดียวกับ นิตยสารสำหรับผู้ต้องการความทันสมัยอย่าง นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ ที่ให้ความสนใจในรูปลักษณ์ของความสวยงาม แต่ในขณะเดียวกันคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับกลับมาในเรื่องการใส่ใจความสวยตรงนี้ด้วย นั่นคือมองการปรุงแต่งความสวยงามของหนังสือว่ามีประโยชน์ที่จะช่วยในการแลกเปลี่ยนให้หนังสือดูดี และสามารถนำมาต่อรองกับโฆษณา และคนให้สัมภาษณ์ได้ รวมถึงเป็นจุดขายเพื่อจะใช้ดึงดูดคนอ่าน สำหรับ นิตยสารขวัญเรือน จะให้ความสำคัญกับหน้าสีในส่วนที่จำเป็น เช่น การลงโฆษณา หรือแฟชั่น เพื่อดึงดูดเอเจนซี่ และดึงดูดคนอ่านที่ยังให้ความสนใจกับรูปลักษณ์ของหนังสือที่สวยงามอยู่ แต่ในภาพโดยรวม ขวัญเรือนจะใช้จุดขายทางด้านเนื้อหาเป็นหลัก เช่น นวนิยาย แพทเทิร์น แบบตัดเสื้อ

ถ้ามองในระบบทุนนิยม"นิตยสาร"ซึ่งเปรียบเสมือนสินค้าทางวัฒนธรรมจะขายให้แก่คนกลุ่มใด เราจะสังเกตเห็นถึงรสนิยมของกลุ่มคนซื้อนิตยสารได้เลยว่า ชนชั้นไหนสนใจเรื่องรูปลักษณ์ หรือ แฟชั่นเก๋จิ้งจาง และสนใจในปริมาณมากน้อยเท่าใด ในเวลาเดียวกันรูปลักษณ์ที่สวยงามนี้ก็จะมีต้นทุนที่สูงกว่าตามราคาของสินค้านั้นด้วยอย่างเช่น นิตยสารดิฉันมีการใช้หน้าสีในปริมาณที่มากกว่าเล่มอื่น การจัดรูปเล่มที่สวยงาม ราคาย่อมต้องแพงกว่าเล่มอื่น (ราคา 75 บาท)แพรวสุดสัปดาห์มีความหนาแน่นน้อยลงมา (ราคา 60 บาท) และขวัญเรือนมีการใช้หน้าสีน้อยกว่าหน้าขาวดำ จึงมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ย่อมต้องมีราคาที่ย่อมเยาว่า (ราคา 35 บาท)

2. การวิเคราะห์เนื้อหาในเล่ม

เพื่อให้การนำเสนอภาพรวมทางด้านเนื้อหาของนิตยสารผู้หญิง ที่เป็นกรณีศึกษาทั้ง 3 เล่ม เป็นไปอย่างชัดเจน ผู้วิจัยขอแบ่งการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 2 ประเภท คือ (1) เนื้อหาด้านเนื้อเรื่อง (2) เนื้อหาด้านโฆษณา โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ขั้นตอนคือ

(i) วิเคราะห์เนื้อหาภาพรวมของนิตยสารผู้หญิงแต่ละเล่มว่า นำเสนอเรื่องอะไรสัมพันธ์กับนโยบายและกลุ่มเป้าหมายอย่างไร และแต่ละเล่มชี้นำมิติการบริโภคในเรื่องใดอย่างไร

(ii) วิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาในคดียสารผู้หญิงทั้ง 3 เล่ม ว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

(1) เนื้อหาด้านเนื้อเรื่อง

(1.1) การวิเคราะห์เนื้อหาต้นเนื้อเรื่อง

สามารถแบ่งรายละเอียดออกเป็นหมวดได้แก่ ปกิณกะ บุคคล บ้านเทิง สาระความรู้ และแพชั่น

ก) นิยายสารคดี

ตารางที่ 6 แสดงปริมาณรายเรื่องของการกำหนดเนื้อหาแต่ละประเภทในนิยายสารคดี ปี 2538

ฉบับ	ประเภทของเนื้อหา (หน่วย)					รวม
	ปกิณกะ	บุคคล	สาระความรู้	บ้านเทิง	แพชั่น	
31 มค.	13	14	11	13	2	53
28 กพ.	15	14	12	13	3	57
31 มีค.	16	16	13	13	3	61
30 เมย.	15	15	11	12	3	56
31 พค.	15	16	12	14	3	60
30 มิย.	14	15	14	12	3	58
31 กค.	14	15	13	12	3	57
31 สค.	20	16	12	14	3	65
30 กย.	15	14	13	10	3	55
31 ตค.	16	15	13	12	3	59
30 พย.	18	17	13	10	3	61
31 ธค.	15	16	13	10	3	57
รวม	186	183	150	145	35	699
ร้อยละ	26.61	26.18	21.46	20.74	5.01	100

จากตารางที่ 6 พบว่า หมวดปกิณกะมีสัดส่วนมากที่สุดคือ 26.61% รองลงมาคือ หมวดบุคคล 26.18% หมวดสาระความรู้ 21.46% หมวดบันเทิง 20.74% และ หมวดแฟชั่น 5.01% โดยในแต่ละเล่มจะมีคอลัมน์ในแต่ละหมวดปรากฏอยู่ระหว่าง 10-17 คอลัมน์ ยกเว้นแฟชั่นซึ่งจะนับเป็นเซิตหนึ่งเล่มจะมี 3 เซิต เซิตละประมาณ 18 หน้า ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่มีจำนวนไม่แตกต่างกันมากนัก และตรงตามแนวนโยบายของหนังสือที่ทาง บรรณาธิการได้ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า ต้องการให้หนังสือเล่มนี้มีความหลากหลายและมีเนื้อหา เปิดกว้างสำหรับคนอ่านหลายวัย

"จะพยายามคิดว่าส่วนขายของหนังสือคือทุกส่วน ส่วนใหญ่เราจะบอกว่า จุดขายคือ แฟชั่น เพราะแฟชั่นมันคือสีสัน อันนี้มีส่วนไซ้ แต่เป็นแค่ส่วนหนึ่ง (จากตารางที่ 5 มีเพียงแค่ 5.01%) ในนโยบายที่พยายามจะทำให้ได้ทุกครั้งคือ อยากรให้ส่วนขายมีหลากหลายทุกอย่าง คนอ่านสามารถเปิดอ่านได้แทบทุกเรื่อง เพราะเห็นว่าไปยึดหลักอย่างเดียวมันแคบเกินไป และถ้าตรงจุดนั้นตันแล้ว เราจะเอาอะไรขายล่ะ หรือถ้าเราทำหนังสือเพื่อคิดจะขายแฟชั่น อย่างเดียว จะมานั่งเสียเวลาทำอีกสองร้อยกว่าหน้าทำไม เพราะกว่าจะเขียนต้นฉบับออกมาแต่ละครั้ง ไม่ใช่เขียนกันง่ายๆ แต่มันเอาทั้งความรู้สึกต่างๆใส่ลงไปด้วย"(ทิพย์วดี ปราโมช ณ ออยุธยา,สัมภาษณ์,15 พฤศจิกายน 2539)

เหตุที่ผู้จัดทำนำเสนอเนื้อหาที่มีความหลากหลาย และมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน อาจอธิบายได้ว่า (1) เป็นลักษณะเฉพาะของความเป็น "นิตยสาร" ที่จะนำเสนอความหลากหลาย เพราะเป็นส่วนผสมระหว่างหนังสือพิมพ์ที่บอกข่าวคราว และหนังสือเล่มที่ให้ความรู้ความบันเทิง (2) การนำเสนอความหลากหลายถือเป็น "จุดขาย" อย่างหนึ่งในการขยายฐานการผลิตเพื่อตอบสนองคนอ่านได้หลากหลายวัยมากขึ้น (3) ผู้อ่านนิตยสารดิฉันส่วนใหญ่คือผู้หญิงในชนชั้นสูงที่ต้องเข้าสังคม มีวิถีชีวิตออกงานสังคม และพบปะผู้คนหลากหลาย นิตยสารที่เขาเลือกซื้ออ่านจึงควรสามารถตอบสนองความรู้ในเรื่องราวที่ทำให้เขาได้รู้เห็นโลกกว้างมากขึ้นเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการพูดคุยและเข้าสังคมได้ (4) ในส่วนของผู้ผลิต คนสามารถคิดหาเรื่องราวได้หลากหลายมากขึ้น ไม่ตันอยู่กับการนำเสนอเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งการเน้นนำเสนอเพียงจุดเดียวจะทำให้หนังสือดูแคบเกินไป จนทำให้ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายไม่ได้ และนิตยสารแนวนี้ไม่เห็นความจำเป็นในเรื่องการเจาะลึกเนื้อหา แต่จะเน้นนำเสนอในเรื่องที่หลากหลาย และรู้กว้างมากกว่า

สำหรับรายละเอียดของเนื้อหาในคดียุติธรรม สามารถแบ่งออกได้ตามหมวดดังต่อไปนี้

1. ปกิณกะ มีทั้งหมด 12 คอลัมน์ สามารถแบ่งแนวเนื้อหาที่นำเสนอได้ 3 แนวคือ

(1.1) เนื้อหาเกี่ยวกับการให้ข้อคิดเห็น และเรื่องราวในชีวิตที่เกิดขึ้นในสังคมได้แก่

- คอลัมน์ "มองชีวิต" เขียนโดยศ.ดร.นพ.วิทยา นาควัชระ เป็นบทความที่ว่าด้วยเรื่องราวการมองชีวิตในแง่มุมต่างๆของสังคมทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยผู้เขียนคือผู้มีประสบการณ์ที่สามารถให้ข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่างๆได้ เช่น "เกย์ในซานฟรานซิสโก และการวางตัวของเกย์ในสังคมได้อย่างสงบสุข"(จ.กุมภาพันธ์ 2538) "วิธีเอาชนะอุปสรรคในชีวิต"(จ.มกราคม 2538) "เพื่อนแท้" (จ.สิงหาคม 2538)

- คอลัมน์ "ดิฉันเปิดอก ถกกัน" เขียนโดย นนทภิญญา เป็นบทความนำเสนอประเด็นเกี่ยวกับเรื่องราวรอบตัว ที่สามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตคนเราเช่น "รักในที่ทำงาน" (จ.มิถุนายน 2538) "ผู้แทนหญิง" (จ.สิงหาคม 2538) "บ้านคือวิมานของใคร" (จ.ตุลาคม 2538)

- คอลัมน์ "ต่างมุมต่างมอง"เสนอเรื่องราวแปลกๆที่เกิดขึ้นในต่างประเทศเช่น "แม่สื่อทอล์คโชว์และฆาตกรรม" (จ.มิถุนายน 2538) "ชายคนโปรดของบรรดาคุณนาย" (จ.พฤศจิกายน 2538)

(1.2) เนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำกิจกรรมที่ทำในยามว่าง เช่น

- คอลัมน์ "จับจ่าย-ใช้สอย" เป็นคอลัมน์แนะนำสิ่งของทั้งในประเทศและต่างประเทศ พร้อมร้านที่จะไปซื้อสิ่งของนั้นได้ส่วนใหญ่จะเป็นของที่มีราคา เช่น สายสร้อย รุ่งแก้ววามณี (จ.มกราคม 2538) ของตกแต่งห้องของเก่าและของใหม่ เช่น ของที่ระลึกจากตฤกั(จ.เมษายน 2538) "ของเก่าจากร้าน บ้านหย้า ของเข้าท่าจากทุกมุมโลก" (จ.มิถุนายน 2538) คอลัมน์นี้จะเน้นการถ่ายภาพสวย ใช้หน้าสีเพราะต้องการโชว์สิ่งของ มีการจัดองค์ประกอบการถ่ายภาพ เพื่อให้ภาพออกมาดูสวยงาม

- คอลัมน์ "กินแบบดิฉัน" แนะนำร้านอาหารนอกบ้านมีทั้งบรรยากาศร้านหรู จนถึงธรรมดาในระดับสวนอาหาร เช่น GOOD ISLAND RESTAURANT (จ.กุมภาพันธ์ 2538)สุขุมวิท หาดลามา(จ.มกราคม 2538) และร้านแม่เอิม (จ.พฤษภาคม 2538) เน้นร้านอาหารที่มีรสชาติอร่อยมากกว่าเน้นบรรยากาศเพียงอย่างเดียว

"ความสุขของผมอย่างหนึ่งคือ 'อยู่เพื่อกิน' (ของอร่อย) แต่ในบางกรณีความรุ่มรวยของชีวิตก็เป็น 'กินเพื่อกิน' เหมือนกัน ร้านนี้แบ่งออกเป็นสองร้าน เป็นร้านเล็กก็จริง แต่คุณภาพต่ำกว่าภัตตาคารใหญ่ๆตั้งหลายเท่า อาหารแนะนำผมสั่งรวดหมดทุกรายการ ...ไม่ว่าคุณจะทำอยู่เพื่อกิน หรือกินเพื่อกิน ไม่ควรพลาด และขอกระซิบบว่า ถูกด้วยสิครับ" ("ประสพสุข" ชื่อร้านบ่งบอกถึงความสุข" คอลัมน์ "กินแบบดิฉัน" ๑.กันยายน 2538)

- คอลัมน์ "ครัวดิฉัน"แนะนำรายการอาหารที่คนอ่านสามารถนำมาทำได้ในชีวิตประจำวัน เช่น ข้าวทอด แหนมสด(๑.มกราคม 2538) ห่อหมกหอยเชลล์ (๑.เมษายน 2538) สลัดกระเทียม (๑.มิถุนายน 2538)

- คอลัมน์ "เกมดิฉัน" เป็นเกมทายคำต่างๆ โดยมีคำใบ้ และให้เขียนคำในช่องตารางสี่เหลี่ยม

(1.3) เนื้อหาเบ็ดเตล็ด ได้แก่ ตอบจดหมายของบรรณาธิการ คอลัมน์ดูดวง มีสองคอลัมน์คือ "ดิฉันดูดวง" "เส้นสาย ลายเซ็น" และคอลัมน์ที่อ่านเพื่อคลายเครียด เช่น คอลัมน์ "ข้างทาง" นำเสนอรูปถ่ายพร้อมมีคำกลอนประกอบเรื่องราว คอลัมน์ "ยิ้มมังกร" เกิดข่าวขันในประวัติศาสตร์จีน เช่น เป่าปู้จิ้นสอบสวนก๋อนหิ้น (๑.กุมภาพันธ์ 2538) เขียนพนัน (๑.มีนาคม 2538)

2 บุคคล มีทั้งหมด 13 คอลัมน์ แบ่งเนื้อหาออกได้ 3 ประเด็น คือ

(2.1) เรื่องราวของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประวัติชีวิต การงาน และความสัมพันธ์ของบุคคล ได้แก่

- คอลัมน์ "เปิดอก" จัดเป็นสัมภาษณ์ใหญ่ มีด้วยกันสองคอลัมน์ในหนึ่งเล่ม บุคคลที่นำมาสัมภาษณ์จะมีชีวิตที่น่าสนใจ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์ชีวิตที่ผ่านเรื่องราวต่างๆทั้งมุมสว่างและมุมมืดของชีวิตซึ่งอาชีพและฐานะของผู้ถูกสัมภาษณ์มีทั้งอยู่ในสังคมชั้นสูงมาจนถึงระดับกลาง แต่ปัจจุบันมีฐานะดี เช่น "จุดเปลี่ยนในชีวิตของนพ.สิริศักดิ์ ภูริพัฒน์" (๑.กุมภาพันธ์ 2538) "วิเทศก์ เรื่องศรี กับช่วงหนึ่งของชีวิตในตรู่" (๑.เมษายน 2538) "อัญชลี กิจเจริญในธรรม ตั้งตัวด้วยความอดทน" (๑.พฤศจิกายน 2538)

“ความอดทนเท่านั้นที่เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จ และเธอผู้นี้ผ่านมาแล้วหลาย น้ำอดน้ำทน จนอืด แต่ผลตอบแทนที่ได้กับชีวิต ก็เป็นสิ่งที่น่าภาคภูมิใจ และน่าปลื้มใจยิ่งขึ้น เมื่อเห็นว่า ความอดทนที่ผ่านมานั้น ไม่ได้สูญเปล่า แต่มีลูกชายที่น่ารักมารับช่วงต่อและก่อร่างสร้างตัวให้เป็นปีกแผ่นที่มั่นคงยิ่งขึ้น”(อัญชลิภจเจอร์ญในธรรม ตั้งตัวด้วยความอดทน” จ. พุทธจิกายน 2538)

“การเข้าสังคมดูเหมือนจะอยู่ในสายเลือดของผู้หญิงคนนี้ เพราะเป็นงานที่เธอถนัดมาตลอดชีวิต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสังคมนักการทูต เส้นทางชีวิตของเธอในช่วงนั้นราวกับปูลาดด้วยพรมแดง ได้ใช้ชีวิตในหลายประเทศ ได้อยู่ท่ามกลางงานเลี้ยงที่หรูหรางดงาม เป็นชีวิตที่หลายคนใฝ่ฝัน แต่น้อยคนจะได้สัมผัส แต่ความสุขเป็นของไม่จีรัง ในวันที่สามีของเธอจากโลกนี้ไป ความสุขก็โบยบินไปจากชีวิตเธอด้วย เธอต้องจมอยู่ในห้วงทุกข์นานถึง 3 ปี กว่าที่จะค้นพบทางชีวิตสายใหม่ คือเปิดร้านขายเครื่องแก้วเจียรระโน”

(“อาภา กฤตากร ณ อยุธยา บนทางสายแก้วเจียรระโน” จ.สิงหาคม 2538)

- คอลัมน์ “กรูภาพ” นำภาพเก่ามาเล่าถึงเรื่องราวของคนในภาพอย่างสั้นๆ คอลัมน์ “หน้าทกลีบ” เล่าถึงเรื่องสนุกๆของคนดัง คอลัมน์ “สอดรู้สอดเห็น” เป็นคอลัมน์นินทาคนดังในสังคม การมีคอลัมน์ลักษณะนี้อาจสะท้อนได้ว่า คอลัมน์เหล่านี้กำลังทำหน้าที่บอกเล่าเรื่องราวของคนในสังคมด้วยกัน

-คอลัมน์“เพื่อกันและกัน”ถ่ายทอดเรื่องราวความสัมพันธ์ระหว่างคู่รัก พี่น้อง ครอบครัว เช่น

“สองพี่น้อง สองเส้นทางที่ดูเหมือนจะแยกกัน แต่ทว่ารอยต่อระหว่างกันนั้นมีอยู่ เยื่อใยระหว่างพี่น้องมิใช่สิ่งเดียว สิ่งที่ยึดมั่นร่วมกันนั้นต่างหากคือสัญญา” (“อภิสิทธิ์&งามพรรณ เวชชาชีวะ คนดีสองพี่น้อง” จ.สิงหาคม 2538)

(2.2) เรื่องที่เกี่ยวกับรสนิยมของบุคคล ได้แก่

- คอลัมน์“เพลงในใจ” ให้ผู้สัมภาษณ์เลือกเพลงที่ตนชอบพร้อมบอกเหตุผล

“ผมมีเพลงอยู่ในใจหลายเพลง แต่ว่ามีเพลงหนึ่ง ที่ค่อนข้างจะมีประวัติที่แท้จริง เป็นเพลงที่ผมแต่งขึ้นมาชื่อว่า “รักเอ๋ย” (รักในอารมณ์ แมนรัตน์ ศรีกรานนท์ คอลัมน์ “เพลงในใจ” จ.ตุลาคม 2538)

- คอลัมน์ “เปิดตู้แต่งตัว” แสดงให้เห็นถึงสไตล์การแต่งตัวของแต่ละบุคคล

“ดิฉันชอบแต่งตัวเปรี้ยว ค่อนข้างทันสมัยนะคะ และจะดูแนวแฟชั่นด้วย คือเราเดินทางบ่อย เราก็ได้เห็นก่อน ฉะนั้นเราก็รีบใส่ก่อน หรือไม่ พอเขาใส่กันมากๆ แล้วเขาหยุดใส่ เราก็จะเอากลับมาใส่ใหม่” (ทิพย์วรรณ โกสัยศิริกุล เจ้าของกิจการอิมพอร์ตเฟอร์นิเจอร์จากต่างประเทศ จ.กรกฎาคม 2538)

- คอลัมน์ “เก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน” เป็นเรื่องเกี่ยวกับของสะสมต่างๆ ที่มีค่ามีความผูกพันทางใจของผู้เป็นเจ้าของ

“ที่นี้มีของเก่าเยอะมากๆ ประเภทเซปลาทุก็เห็นไม่ได้ ต้องเก็บเอาไว้ มันเป็นเพราะแนวความคิดที่ว่า กว่าจะมาเป็นเซปลาทุนั้น ต้องโค่นไม้ไม้ทั้งลำ แล้วต้องมาใช้ฝีมือในการจักสานอีก ทั้งง่ายก็เสียดายนะ โอง์สักใบ โกล์สักลูก ก็เหมือนกัน เพราะฉะนั้นก็จะเก็บพวกกระเบื้อง ดิน โดยไม่คำนึงถึงราคาค่างวดอะไร แต่ว่าให้เป็นฝีมือคนทำ” (“แพรวพรรณ อุทัยพันธ์ เหตุแห่งมงคล” คอลัมน์ “เก็บเบี้ยใต้ถุนร้าน” จ.มกราคม 2538)

- คอลัมน์ “คนรักบ้าน” เป็นการพาไปเยี่ยมชมบ้านของบุคคลที่มีการจัดบ้านสวย

“บ้านไม้เรือนไทยนี้ ชื่อบางส่วนมาถ่ายโฆษณา แล้วบ้านนี้สร้างจากไม้สัก จะทิ้งเราก็เสียดาย เลยเก็บเอาไว้ พอมีสะดุ้งสตางค์น้อยก็ซื้อส่วนที่เหลืออยู่มาต่อเติมเข้าไป อายุของบ้านประมาณร้อยปีแล้ว” (“เสน่ห์ไม่เคยจาง เจ้าของ อ.ปิยะพันธ์ สนิทวงศ์” จ.ตุลาคม 2538)

(2.3) เรื่องที่เกี่ยวกับมุมมองความคิด และทัศนคติต่อปัญหาเรื่องราวต่างๆ ได้แก่ คอลัมน์ “เขาพูด-เธอพูด” ประเด็นส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องรอบตัวมาจากเหตุการณ์ที่กำลังกลายเป็นกระแสสังคมบ้างเช่นกินเพื่ออยู่บริโภคอาหารจากธรรมชาติ(จ.กุมภาพันธ์ 2538) “กำเนิด

อุกเขิน" (จ.ตุลาคม 2538) "สิทธิในการตาย" (จ.กรกฎาคม 2538) บางเรื่องมาจากการไปถ่าย
แฟชั่นที่ต่างประเทศ "สัมพันธไทย-ตุรกี" (จ.เมษายน 2538) "กรีซแสนรัก" (จ.พฤษภาคม 2538)
และบางเรื่องมาจากเรื่องราวที่สามารถเกิดขึ้นได้ในชีวิตคนเราหรือตรงกับช่วงเทศกาลใน
สังคมเช่น"ผู้หญิงกับอุบัติเหตุ" (จ.มิถุนายน 2538) "วันตรุษจีน" (จ.มกราคม 2538) "ปาร์ตี้มหา
สนุก" (จ.ธันวาคม 2538)

3.สาระความรู้ สามารถแบ่งแนวเนื้อหาออกเป็น 6 แนวคือ

(3.1) ความรู้รอบตัวต่างๆไปนำเสนอเป็นเกร็ดข่าวรายงานว่ามีอะไรเกิดขึ้น ที่ไหน
อย่างไร ได้แก่ คอลัมน์ "บันทึก"เช่น มีการลงข่าวประกาศเรื่องการประชุมนานาชาติ (คอลัมน์
"บันทึก" จ.กันยายน 2538)

(3.2) ประวัติศาสตร์ จะเสนอทางด้านประวัติชีวิตของบุคคลในอดีต หรือเรื่องราวทาง
ประวัติศาสตร์ของไทย เช่น พระราชไมตรีระหว่างกรุงจีนและกรุงศรีอยุธยา หลังกรุงแตกครั้ง
แรก (คอลัมน์ "ชีวิตในอดีต" จ.พฤษภาคม 2538)

(3.3) สิ่งแวดล้อม จะนำเสนอเรื่องราวของดอกไม้ สัตว์ พันธุ์พืชโดยเสนอให้รู้ประวัติ
ที่มา มากกว่าจะเสนอเป็นโครงการที่ช่วยรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม แต่จะเสนอเรื่องของ
สิ่งแวดล้อมในเชิงประจักษ์ได้เป็นความรู้มากกว่าจะสามารถนำเอาไปปฏิบัติได้ เช่น

- คอลัมน์ "ดอกไม้กับแมลง" ส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของดอกไม้เมืองนอกที่ไม่อาจจะปลูก
ในเมืองไทยได้ แนะนำถึงประวัติที่มา เช่น ดอกคาเมลเลีย (จ.กุมภาพันธ์ 2538)การลงเรื่อ
ราวของดอกไม้เหล่านี้เป็นการแสดงให้เห็นว่านิเวศวิทยาต้องการพาผู้อ่านไปรู้จักกับโลกกว้าง
เพื่อประดับเป็นความรู้มากกว่าจะเสนอแนะวิธีให้มีการปลูกไว้ใช้เก็บกินดอกของมัน

- คอลัมน์ "ประชากรชาวตอง" จะแนะนำชนิดของนกที่แปลกๆ หาดูไม่ได้ทั่วไป เช่น เรื่อง
ของนกจับแมลงจุกดำ(จ.พฤษภาคม 2538) คอลัมน์ "สาระผักสารพันพันธุ์" เสนอผักหลาก
หลายชนิดมีทั้งผักที่ปลูกได้ในเมืองไทยและต่างประเทศ เช่น ทานตะวัน จ.กุมภาพันธ์ 2538)

(3.4) สุขภาพ ได้แก่ คอลัมน์ "รู้ไว้ชัวร์" "แม่และเด็ก" จะนำเสนอเรื่องที่เกี่ยวข้องกับ
สุขภาพ เช่น เมื่อไรจึงจะตัดมดลูก (คอลัมน์ "รู้ไว้ชัวร์" จ.เมษายน 2538) อีสุกอีใส (คอลัมน์
"แม่และเด็ก" จ.เมษายน 2538)

(3.6) ธรรมชาติ ได้แก่ คอลัมน์ "ธรรมในธรรมชาติ" เป็นการมองธรรมชาติแล้วนำมาประยุกต์เข้ากับธรรมะ เช่น "เหตุแห่งดอกไม้ เหตุแห่งความสุข" (จ.มิถุนายน 2538)

"เมื่อเราอยากได้ดอกไม้งามเรารู้ว่าอะไรคือเหตุ คือปัจจัยส่งเสริม ถ้าอยากให้มีชีวิตของเรางดงามไปด้วยความสุข เราก็ควรต้องเข้าถึงเหตุให้ถูกต้อง และทำเหตุนั้นให้ถึงพร้อม เราจึงจะได้รับผลที่แท้จริง" ("เหตุแห่งดอกไม้ เหตุแห่งความสุข" คอลัมน์ "ธรรมในธรรมชาติ" จ.มิถุนายน 2538)

(3.6) ต่างประเทศ ได้แก่ คอลัมน์ "หล่นบนโต๊ะจีน" "สืบสวน-ฆาตกรรม" "ชีวิตที่ผ่านมา" โดยคอลัมน์เหล่านี้จะยึดแนวเรื่องที่แปลก แต่อ่านสนุก นอกจากนี้คือ คอลัมน์ "ท่องเที่ยว" ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวต่างประเทศเกือบทั้งหมด ผู้จัดทำให้เหตุผลในการพาเที่ยวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ว่า เนื่องจากมีนิตยสารเล่มอื่นๆ นำเสนอเรื่องท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่มากมายแล้ว และก่อนหน้านี้นิตยสารดิฉันก็เคยพาเที่ยวภายในประเทศมามากมายแล้วเช่นกัน จึงอยากพาคนอ่านไปรู้จักเรื่องราวของต่างประเทศบ้าง ซึ่งเป็นเหตุผลเดียวกับการนำเสนอเรื่องราวต่างประเทศในคอลัมน์อื่นๆ ด้วย

4.บันเทิง แนวเนื้อหาในหมวดบันเทิงสามารถจำแนกได้ 3 ประเด็น

(4.1) นวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี โดยมีแนวเรื่องเกี่ยวกับความรัก และครอบครัวในรูปแบบต่างๆ ตามแนวของนักเขียนแต่ละท่าน ซึ่งเป็นนักเขียนที่มีชื่อในระดับหนึ่งเช่น เชิญอักษร ผกาภิ อุตตโมทย์ นิดา โสภาค สุวรรณ ประภัสสร เสวิกุล ส่วนเรื่องสั้นจะเป็นงานเขียนของนักเขียนหน้าใหม่เป็นหลัก เช่น บุศรินทร์ (เขียนเรื่อง แต่เพื่อน...ผู้จากไกล จ.สิงหาคม 2538) นอกจากนี้ยังมีการเปิดพื้นที่ในคอลัมน์ "หนุ่มเปรี้ยว สาวเปรี้ยว" "สาวสาวภาพ และ ตะกร้า" เพื่อรองรับงานเขียนจากคนอ่านทางบ้านด้วย สำหรับบทกวีมีเพียง 1 คอลัมน์ คือ คอลัมน์ "ทางใจ" เนื้อหาของเรื่องสั้นและบทกวีส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องของความรัก ความผูกพันของผู้คน

(4.2) เพลง นิตยสารดิฉันจะแนะนำแต่เพลงฝรั่ง ซึ่งหลายอัลบั้มไม่ใช่เพลงฝรั่งแนวใหม่ แต่เน้นความอมตะของอัลบั้มนั้นมากกว่าในคอลัมน์ "กรุเสียงเช่น อัลบั้มเพลงโอเปร่า เพลง

คลาสสิก "ก่อนที่ผมจะทำความรู้จักกับโอเปร่านั้น ผมเคยคิดเสมอว่าในบรรดาเพลงทั้งหลายในโลกนี้ เพลงที่ผมคงไม่มีโอกาสจะฟังได้ หรือเข้าถึงได้คงจะเป็นโอเปร่า แต่ด้วยความอยากรู้อยากเห็นของผม ผมได้มีโอกาสพูดคุยกับคนที่เรียนดราม่าเกี่ยวกับเรื่องโอเปร่า และก็ได้รับคำแนะนำมาว่า เพลงโอเปร่าไม่ได้ฟังยากอย่างที่คิด และสามารถฟังเข้าใจได้โดยไม่ต้องรู้ภาษาที่ร้อง ซึ่งส่วนมากเป็นภาษาอิตาเลียน" (มาฟังเพลงโอเปร่ากันเถอะ จ.พฤศจิกายน 2538)

(4.3) การแนะนำหนังสือ หนังสือที่แนะนำจะมีหลากหลายแนวทั้งวิชาการ จนถึงบันเทิง การแนะนำจะมีเพียงแค่การลงปก บอกชื่อผู้แต่ง ราคา ไม่มีบทวิจารณ์หนังสือเล่มนั้นแต่อย่างใด

5.แพชั่น จะมีแพชั่นสามเซ็ท โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 อย่างคือ

(6.1) นายแบบ นางแบบ นอกจากนายแบบ นางแบบอาชีพ นักแสดงที่มีชื่อเสียง เช่น ลลิตา ปัญโญภาส (จกัณยายน 2538) อภาศิริ นิตยพน (จ.พฤศจิกายน 2538) นัท มีเรีย (จ.พฤษภาคม 2538) ที่มาเวียนกันขึ้นปกนิตยสารแล้ว นิตยสารดิฉันยังมีการน่านายแบบ นางแบบหน้าใหม่รวมไปถึงพวกลูกหลานคนมีฐานะผลัดเปลี่ยนมาขึ้นปก และถ่ายแพชั่นเซ็ทในอีกด้วย เช่นแคทเธอรีน เจริญยิ่ง (จ.มกราคม 2538) สุพินทา ลูกแก้ว อัดถากร (จ.ตุลาคม 2538) ภัทรา พรรณสมบุรณ์ นิธิพัฒน์ ปัจฉิมนันท์ (จ.ตุลาคม 2538) โดยการน่านายแบบนางแบบหน้าใหม่มาถ่ายแพชั่นนี้ ถือว่านิตยสารกำลังทำหน้าที่เป็นเวทีการสืบทอดนายแบบนางแบบด้วย ไม่เช่นนั้นจะไม่สามารถผลิตวัฒนธรรมทางด้านแพชั่นต่อเนื่องได้ เพราะนายแบบนางแบบถือเป็นสินค้าที่มีอายุการใช้งานได้จำกัด

(5.2) จาก มีการยกกองไปถ่ายแพชั่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ในประเทศจะมีการถ่ายภาพกับบรรยากาศภายนอกสตูดิโอมากกว่าภายในสตูดิโอทั้งกรุงเทพและต่างจังหวัด เช่น วัลลภรศุภาพ ชีวาคม หัวหิน (จ.มิถุนายน 2538) ศาลเจ้าหลี่ตี้เปี้ยว และสมาคม กว๋องสิว เขาวราช (จ.มกราคม 2538) สำหรับต่างประเทศจากการวิเคราะห์เนื้อหา นิตยสารดิฉันได้ยกกองไปถ่ายแพชั่นที่ประเทศตุรกีปกวารลัษณ์วาทนิชย์กุล(จ.เมษายน 2538) ประเทศกรีซ ปกนัท มีเรีย(จ.พฤษภาคม 2538) และประเทศฟินแลนด์ ปกลลิตา ปัญโญภาส (จ.กันยายน 2538)

(5.3) สไตส์เสื้อผ้า และยี่ห้อ จะเน้นเสื้อผ้าจากดีไซน์เนอร์ และมียี่ห้อทั้งในประเทศ เช่น ดวงใจบิส พรศรี เดบุตรองท์ และต่างประเทศ เช่น SAINT MICHAEL, ANNE KLEIN, REPLAY สไตส์เสื้อผ้าส่วนใหญ่จะเน้นชุดทำงานที่เรียบง่าย และดูดี มีรสนิยม ไม่นิยมเน้นลายปักดอกไม้มากมาย และมีการถ่าแพ้นั้นชุดราตรีหรืออยู่บ้างสำหรับงานกลางคืน เช่น ชุดราตรี ดวงใจบิส ปกกลิตา ปัญญาภาส (จ.กันยายน 2638) นอกจากนี้จะนำเสนอข่าวคราวเกี่ยวกับวงการแฟชั่นโดยเฉพาะงานเดินแฟชั่นโชว์ ซึ่งเป็นเนื้อหาส่วนใหญ่ของคอลัมน์ข่าวสังคมในนิตยสารดิฉันทีเดียว

จากการศึกษาลักษณะเนื้อหา และการสัมภาษณ์ ทำให้สรุปได้ว่า

1. เนื้อหาโดยรวมในแต่ละหมวดจะเน้นเรื่องราวสังคมภายนอกบ้าน ทั้งเรื่องในประเทศ และต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะผู้จัดทำอยากให้โลกกว้างขึ้นสำหรับตัวเองและผู้อ่าน และผู้จัดทำมีความคิดเห็นว่าการอ่านนิตยสารดิฉันโตขึ้นตามสังคม ไม่ได้จำกัดเรื่องราวรับรู้อยู่แต่เพียงในบ้าน แต่มีวิถีชีวิตออกงานสังคม รวมกับความเป็นสื่อ นิตยสาร ซึ่งไม่สามารถรายงานความเข้าใจได้เหมือนหนังสือพิมพ์ การปรับปรุงเนื้อหาให้มีความกว้างและน่าสนใจ ถือเป็น การเพิ่มรสชาติให้หนังสือดูทันสมัยและทันเวลามากขึ้น

2. เนื้อหาประเภทบุคคล มีข้อสังเกตที่น่าสนใจคือ

- สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างหนังสือกับบุคคลที่ถูกสัมภาษณ์ พบว่า นิตยสารดิฉันนิยมสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงสังคมชั้นสูงคนมีฐานะในที่นี้นิตยสารจะเปรียบเสมือนแหล่งนัดพบอีกแห่งหนึ่งในการรับรู้เรื่องราวของคนในวงสังคมระดับเดียวกัน โดยผ่านตัวหนังสือ

- แนวคอลัมน์บุคคลจะสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต รสนิยม ความคิดเห็นมากกว่าการงานที่เขาทำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนิตยสารต้องการเน้นเรื่องความบันเทิงความผ่อนคลายมากกว่า การงานที่ดูเป็นสาระมากเกินไป และโดยความสนใจของคนอ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่จะมีวิถีชีวิตในการออกงานสังคมเป็นหลักก็ได้ให้ความสำคัญกับเรื่องราวของรสนิยม ความคิดเห็นเหล่านี้เช่นกัน เพราะถือเป็นสัญลักษณ์ที่จะแสดงให้เห็นว่าเป็นคนมีรสนิยมเดียวกันหรือเปล่า นอกจากนี้เรื่องรสนิยมยังนำไปสู่ประเด็นในการพูดคุยกันในวงสังคมได้อีกด้วย

- เนื้อหาของคอลัมน์จะเน้นเรื่องราวทางด้านความรู้สึก ความผูกพันที่มีผลทางด้านจิตใจ เช่น คอลัมน์ "เพื่อกันและกัน" คอลัมน์ "คนรักบ้าน" มากกว่าจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการนำไปใช้ประโยชน์โดยตรง

3. เนื้อหาประเภทสาระความรู้ พบว่า สาระที่น่าเสนอส่วนใหญ่จะเป็นสาระของเรื่องราวรอบตัวอย่างกว้างขวาง เพื่อนำไปพูดคุยในวงสังคมอย่างผิวนิยามมากกว่าความรู้แบบเจาะลึกไปทางด้านใดด้านหนึ่ง เป็นการให้ความรู้ความบันเทิงในลักษณะรู้ไว้เพื่อประดับความรู้หรือรู้ไว้ใช้ว่ามากกว่าจะนำมาใช้ประโยชน์ และปฏิบัติตามอย่างจริงจัง

4. เนื้อหาประเภทบันเทิงพบว่า นิตยสารดิฉันยังคงเสนอรูปแบบความบันเทิงเพียงแค่นวนิยาย ซึ่งมีทั้งนักเขียนชื่อดัง และการเปิดโอกาสให้นักเขียนหน้าใหม่ ไม่เน้นรูปแบบการให้ความบันเทิงที่หลากหลายเท่าไรนัก

5. เนื้อหาประเภทแฟชั่น ไม่พบว่ามีการนำเสนอภาพแฟชั่นที่เป็นเรื่องราวของต่างประเทศ แต่นิยมทำแฟชั่นเอง โดยมีเสื้อผ้ายี่ห้อจากดีไซน์เนอร์ต่างประเทศ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ข) นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์

ตารางที่ 7 แสดงปริมาณรายเรื่องของการกำหนดเนื้อหาแต่ละประเภทในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ ปี 2538

ประเภทของเนื้อหา						
ฉบับ	บันเทิง	บุคคล	ปกิณกะ	สาระความรู้	แฟชั่น	รวม
16 มค.	23	17	9	8	4	61
16 กพ.	22	17	16	6	5	66
16 มีค.	20	16	11	9	5	61
16 เมย.	23	17	12	10	5	67
16 พค.	19	17	13	8	5	62
16 มิย.	21	18	14	7	5	65
16 กค.	19	15	14	12	5	65
16 สค.	16	15	11	12	4	58
16 กย.	17	13	13	9	4	56
16 ตค.	19	13	14	11	4	61
16 พย.	19	14	15	10	5	63
16 ธค.	15	13	14	9	5	56
รวม	233	185	156	111	56	741
ร้อยละ	31.44	24.97	21.05	14.98	7.56	100

จากตารางที่ 7 จะพบว่า นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์มีการนำเสนอเนื้อหาในเรื่องบันเทิงเป็นปริมาณมากที่สุด(31.44%) อันดับสองคือเรื่องราวเกี่ยวกับบุคคล (24.97%)ลำดับต่อมาคือปกิณกะ(21.05%) สาระความรู้ (14.98%) และแฟชั่น (7.56%) เหตุที่มีสัดส่วนบันเทิงมากกว่าส่วนอื่น บรรณาธิการได้ให้สัมภาษณ์ว่า

"คอนเซ็ปต์แต่แรกเริ่มของแพรวสุดสัปดาห์คือ "เพื่อน" และอะไรที่เป็น"สุดสัปดาห์" คล้ายวันหยุดพักผ่อน เพราะฉะนั้นมันจะไม่ใช่วางสิ่งที่มีเนื้อหาสาระหนักหน่วง แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้

ว่าเป็น "หนังสือผู้หญิง" ที่เหมือน "สตรี" พอเข้าไปแล้วมีทุกอย่างให้เราเลือก มันจึงไม่ใช่หนังสือเฉพาะด้วย แต่ต้องมีความหลากหลาย ที่นี้ขึ้นอยู่กับว่าเราจะมุ่งดึงเชือกชั้นไหนให้ใหญ่ขึ้นมาเพื่อจะให้เห็นภาพของหนังสือชัดเจนขึ้น แพรวสุดสัปดาห์จะเน้นเรื่องราวที่เบาสบายเพื่อให้ไว้เป็นเพื่อนพอกมากกว่าจะเน้นเนื้อหาสาระที่หนักหน่วง แต่ในความเบาแน่นต้องมีสาระด้วย การที่มีสัดส่วนบันเทิงค่อนข้างมาก เพราะคนทำรู้สึกว่ามันมันรื่นรมย์ มันเครียดจึงอยากให้คนอ่านหยิบหนังสือสักเล่มที่ในความดูเบาของมัน มีสาระด้วย แต่ทำยังไงถึงจะสอดแทรกสสาระนั้นให้ไม่หนักหน่วงออกมา ประยุกต์กับสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปว่าขณะนี้ธุรกิจทางด้านบันเทิงกำลังเฟื่องฟูคนกำลังให้ความสนใจ สภาพสังคมมันเป็นอย่างนี้จริงๆ เราจึงต้องมีเนื้อหาที่สอดคล้องกันเช่นนี้" (มนตรีรา จุฑะพุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

จากปริมาณดังกล่าว สามารถแยกรายละเอียดของลักษณะการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละหมวดลงไปได้อีกดังนี้

1.บันเทิง ลักษณะเนื้อหาทางด้านบันเทิงที่ลงพิมพ์ในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ จะแบ่งออกได้เป็นเรื่องของ

(1.1) ดนตรี ทั้งเพลงสากลและเพลงไทยโดยนำเสนอออกมาในรูปของการแนะนำอัลบั้ม บทวิจารณ์ การแปลเนื้อเพลงสากล ความเคลื่อนไหวในแวดวงดนตรี และการรายงานคอนเสิร์ต ซึ่งบรรจุอยู่ภายใต้คอลัมน์ "เพลงไทยสุดสัปดาห์" "ในบทเพลง" "บอกเล่าไว้เป็นข่าวคราว" "มิวสิก"

(1.2) ภาพยนตร์ จะมีคอลัมน์วิจารณ์ภาพยนตร์คือ "คุยเรื่องหนัง" และนำเสนอเรื่องราวของใบปิดหนัง ในคอลัมน์ "ใบปิดหนัง" แต่ทั้งสองคอลัมน์นี้จะนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ต่างประเทศที่เอาเข้ามาฉายในประเทศไทยเป็นหลัก การนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยจะน้อยมาก โดยการวิเคราะห์ในช่วงเวลาที่กำหนดนี้ ไม่ปรากฏการวิจารณ์หรือนำเสนอใบปิดหนังของภาพยนตร์ไทยเลยสักเล่มเดียว

(1.3) โฆษณา เป็นการนำโฆษณาของประเทศไทยที่มีไอดีเดียว และวิธีการนำเสนอซึ่งกำลังเป็นที่นิยมของคนดูในช่วงนั้นมาบอกเล่าถึงความคิดที่ผู้ทำโฆษณาต้องการสื่อ โดยการ

ไปสัมภาษณ์ผู้ทำโฆษณาชิ้นนั้นมาเสนอลงในนิตยสาร ปรากฏออกมาภายใต้คอลัมน์ "หน้าต่างโฆษณา" นอกจากนี้ยังมีคอลัมน์ "โฆษณาข้ามทวีป" ซึ่งนำเสนอไอเดียโฆษณาจากต่างประเทศ

(1.4) ศิลปะ นำเสนอออกมาในรูปแบบของงานข่าวนิทรรศการศิลปะ ที่เปิดแสดงในประเทศไทยเป็นหลัก ใช้ชื่อคอลัมน์ว่า "บอร์ดศิลปะ"

(1.5) การแนะนำหนังสือ มีการแนะนำหนังสือที่น่าสนใจทั้งนวนิยาย เรื่องสั้น หนังสือวิชาการ หลากหลายแนว

(1.6) ละครเวที เสนอออกมาในรูปแบบคือ การไปชมละครเวที และนำมาเขียนในรูปแบบของข่าวสังคม และรูปแบบที่สองคือการนำเสนอเบื้องหลังละครเวทีของเรื่องนั้น มีการไปสัมภาษณ์ผู้กำกับผู้เขียนและนักแสดงพร้อมรูปภาพการเตรียมงาน

(1.7) นวนิยาย เรื่องสั้น และบทกวี แพรวสุดสัปดาห์จะไม่เน้นมีนวนิยายเรื่องยาวเท่าที่เห็นมีเพียงสองเรื่องคือ ทะเลน้ำค้าง ของ วดีลดา เพ็ญศิริ และนิยายจักรวาลๆของ ชัชรินทร์ ไชยวัฒน์ ซึ่งเรื่องแรกเป็นเรื่องความรักของหนุ่มสาววัยเรียน เรื่องที่สองเป็นการเขียนแนวล้อเลียนสังคม เหตุที่ไม่ค่อยมีเรื่องยาวเพราะโดยตัวนิตยสารไม่ได้มีจุดขายที่นวนิยาย แต่จุดขายของหนังสืออยู่ที่ประเด็นเหตุการณ์ที่ทันกระแสสังคม และการสัมภาษณ์คนดัง (มนตรีรา จุฑะพุทธิ, สัมภาษณ์, 2 ตุลาคม 2539)

นอกจากนั้นจะเป็นเรื่องสั้น เรื่องแปลที่ไม่อาจบอกแนวให้แน่ชัดลงไปได้ว่า จะเป็นเรื่องประเภทไหนบ้าง แต่ภาพโดยรวมคือมีการนำเสนอเรื่องที่น่าสนใจติดตาม และจบลงอย่างหักมุมในบางเรื่อง หรือจบลงด้วยความประทับใจ สำหรับบทกวีจะไม่ใช่แนวหวานแหววและก็ไม่มีการงานบทกวีที่หวานแหววส่งมาให้ที่แพรวสุดสัปดาห์ด้วย ผู้วิจัยคิดว่า เพราะผู้ที่ประสงค์จะส่งบทกวีมาให้นิตยสารเล่มนี้ คงรู้ว่าแนวบทกวีหวานแหววไม่ใช่แนวของหนังสือแต่เนื้อหาของบทกวีจะเป็นแนวให้กำลังใจ ตัดพ้อเรื่องความรัก และบอกเล่าถึงสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปมากกว่า เช่น

พักเหนื่อยเถิดนะคนดี
วันนี้อาจเศร้าสับสน
อย่างนั้นแหละเจ้าใจคน
อย่างจริงเสียจนเสียใจ

(กวีนิพนธ์ชุด "ให้หัวใจเดียวตายบ้าง" ฉ. มีนาคม 2538)

บทกวีส่วนใหญ่เน้นคำกลอนที่สวยงามและให้ข้อคิด และอีกหนึ่งรูปแบบในงานเขียน หมวดนี้จะถูกนำมาเสนอในรูปของการเขียนจากประสบการณ์ของผู้เขียนที่พบเจอ หรือมีเรื่องเล่าที่ประทับใจอยากเล่าสู่กันฟัง เช่น "ด้วยรักแถมรำคาญ" ของสมจัญ เจตนา น่านุก จะเขียนเสียดสี และล้อเลียนกระแสสังคม เป็นเรื่องจบในตอนหรือ "ละครโรงเล็ก" ของดวงหทัย ศรีทงษาพิทย เขียนถึงประสบการณ์ที่ได้พบจากการทำงานในแวดวงการบินเหิง

จะพบว่าคอลัมน์ในหมวดบันเทิงของแพรวสุดสัปดาห์จะไม่เน้นนวนิยาย หรือเรื่องสั้นเหมือนนิตยสารผู้หญิงเล่มอื่นหากจะมีลักษณะออกไปในเรื่องของศิลปะทางด้านบันเทิงต่างๆมากกว่า เช่น ภาพยนตร์ เพลง โฆษณา ศิลปะ ละครเวที ซึ่งรูปแบบความบันเทิงเหล่านี้เป็นเรื่องราวความสนใจของคนรุ่นใหม่ที่กำลังถูกแวดล้อมอยู่กับเรื่องเอ็นเตอร์เทนเมนท์ในสังคมด้วย คอลัมน์ต่างๆเหล่านี้จะเหมือนเป็นคอลัมน์แนะนำสิ่งบันเทิงในรูปแบบต่างๆเหล่านี้ให้กับคนอ่านไปในตัว

2 บุคคล สามารถแบ่งประเด็นที่ใช้ในการสัมภาษณ์เรื่องราวของบุคคลออกเป็น 3 ประเด็นคือ

(2.1) เรื่องราวของบุคคลที่เกี่ยวกับประวัติชีวิต การงาน และความสัมพันธ์ของบุคคล

บุคคลที่นำมาสัมภาษณ์ส่วนใหญ่จะเป็นบุคคลที่ประกอบอาชีพเกี่ยวข้องกับวงการบันเทิงเป็นหลัก เช่น ดารา นักร้อง โปรดิวเซอร์ นักเขียน นักโฆษณา นักดนตรี มีประวัติชีวิตที่น่าสนใจ มีเรื่องราวที่สมควรเล่าขาน สามารถนำมาเป็นตัวอย่างได้ เช่น ตรัสวิน เดชารักษ์ เจ้าของร้านสุวิงส์บูคเซ็นเตอร์ (ฉ.มกราคม 2538) ในความสำเร็จของสาวเก่ง อรุณชา ภาณุพันธ์ (ฉ.มิถุนายน 2538) ในคอลัมน์ "สัมภาษณ์" หรือมีความดัง กำลังเป็นที่สนใจของผู้คน

เช่น การเริ่มต้นทิศทางใหม่ๆ ของ บอย โกสิยพงษ์ (คอลัมน์ "เส้นทางคนรุ่นใหม่" อ.มีนาคม 2538) ชีวิตนักเรียนอินที่เรียร์ ลลิตา ปัญโญภาส (คอลัมน์ "ไลฟ์สไตล์" อ.พฤษภาคม 2538)

(2.2) เรื่องที่เกี่ยวกับรสนิยมของบุคคล เช่น สิ่งของที่ชอบสะสม หนังสือที่ชอบอ่าน เพลงที่ชอบฟังของบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้มีชื่อเสียง โดยมีเหตุผลจากคนทำว่า เพราะคนดังมักจะเป็นที่สนใจของผู้คน เนื้อหาเหล่านี้จะบรรจุอยู่ภายใต้คอลัมน์ แต่งตัว ขวนอ่าน เขา และเธอในมุมมองของฉัน

"หากยามใดที่มีเวลาว่างมากพอ หนังสือที่เขาจะเลือกอ่านอย่างมีความสุข คือหนังสือเกี่ยวกับสุนัข และหนังสือพันธุ์ไม้ เพราะเป็นคนชอบเลี้ยงสุนัขและปลูกต้นไม้มาก ซึ่งหนังสือเหล่านี้เป็นแหล่งข้อมูลที่ทำให้ความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่เขารักได้อย่างละเอียด... "ทุกครั้งที่เหน็ดเหนื่อยหรือมีเรื่องไม่สบายใจ ผมมักเปิดหนังสือเหล่านี้ เพราะรู้สึกเหมือนเป็นเพื่อนที่คุ้นเคยจนทำให้เราลืมเรื่องต่างๆ ได้" (วิธีพักผ่อนของ อรรถนพ กิตติกุล" คอลัมน์ "ขวนอ่าน" อ.เมษายน 2538)

(2.3) เรื่องที่เกี่ยวกับมุมมองความคิด และทัศนคติต่อปัญหาเรื่องราวต่างๆ โดยมีการเลือกประเด็นอยู่สองแนวคือกำลังเป็นประเด็นที่น่าสนใจทันเหตุการณ์กับสังคมในขณะนั้น (HOT ISSUE) เช่น "ศัลยกรรมตกแต่ง ทางเลือกสวยของหญิงสาว" (คอลัมน์ "เก้าอี้สนทนา" อ.สิงหาคม 2538) และประเด็นสมมติเหตุการณ์สนุกสนานขึ้นมา เพื่อแสดงให้เห็นทัศนคติมุมมองของคนถูกสัมภาษณ์ เช่น "ว่าด้วยเรื่องโฆษณาในสายตา ฟรีเซ็นเตอร์" (คอลัมน์ "เก้าอี้สนทนา" อ.มิถุนายน 2538) จิต วิญญาน ความเชื่อที่อยู่เหนือคำอธิบาย" (คอลัมน์ "เก้าอี้สนทนา" อ.ตุลาคม 2538)

3 ปกติกะ ประกอบไปด้วยคอลัมน์ที่นำเสนอเนื้อหาอยู่ 2 แนวคือ

(3.1) เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องราวการกินอยู่การตกแต่งและกิจกรรมที่ทำในยามว่าง เช่น การถ่ายรูป การช้อปปิ้ง ซึ่งเน้นแสดงให้เห็นถึงรสนิยมและสไตล์การนำเสนอถึงวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย อันปรากฏชัดในข้อเขียนของคอลัมน์ช้อปปิ้งวันหยุด เมฆนอกบ้าน ตกแต่งวันหยุด

“อาจเป็นเพราะการตกแต่งร้านที่โล่งโปร่งสบายตาด้วยสีเหลืองและเขียว บวก เฟอร์นิเจอร์เหล็กดัดและหวาย หรือเป็นเพราะกรอบรูปและคำอวยพรของศิลปินแกรมมี่ที่ประดับตามฝาผนัง หรือด้วยรสชาติอาหารที่มีให้เลือกหลากหลายทั้งไทย อีสาน และซีฟู้ด ที่เป็นตัวดึงดูดค้าให้แวะเวียนมาที่ครัวสายโยสม่าเสมอ ที่สำคัญแต่ละโต๊ะที่เห็นนั้น ส่วนใหญ่มักเป็นครอบครัว ดูแล้วช่างอบอุ่นเสียนี้กระไร”

(คอลัมน์ “เมนูนอกบ้าน” แพรวสุดสัปดาห์ จ.16 พ.ค.)

“ข้างเท้าหลัง ข้างเท้าหน้า เป็นมาแต่ไหนไหน โฉนหญิงชายไม่เท่าเทียม ครั้นวันเปลี่ยนเดือนผันนานวัน โลกเก่าหมุนเป็นโลกใหม่ หญิงชายกลายเป็นข้างพันธุใหม่ ไม่มีเท้าหน้า ไม่มีเท้าหลัง แต่มีเท้าซ้ายขวา ที่เกือหนุนกัน จะเดินเคียงบ่าเคียงไหล่ไปพร้อมๆกัน เพราะฉะนั้นไม่ว่าฉันหรือเธอจะเข้า(ยืนแต่ละยี่ห้อที่สยามเซ็นเตอร์)ได้เท่าๆกัน

(คอลัมน์ “ซิปป์วันหยุด” แพรวสุดสัปดาห์ จ.16 เม.ย)

(3.2) เนื้อหาเบ็ดเตล็ด ได้แก่ บทบรรณาธิการ การตอบจดหมาย ดูดวง

4 สารระความรู้ สามารถแบ่งแนวเนื้อหาออกได้เป็น 6 แนวคือ

(4.1) ทันเหตุการณ์ จะถูกนำเสนออย่างเด่นชัดในคอลัมน์“สัปดาห์พิเศษ”และ“สารคดี”ซึ่งเรื่องราวที่นำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นประเด็นที่ทันสมัยกับเหตุการณ์ บ้านเมือง หรือเป็นประเด็นที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นคนหนุ่มสาว เช่น “GENERATION X คำกล่าวหา แฟชั่นหรือความจริง” (แพรวสุดสัปดาห์ จ.16 เม.ย) “จรรยาไทยวันนี้ ใครคือคนเสี่ยงภัย” (แพรวสุดสัปดาห์ จ.16 ก.ค) “การตูนญี่ปุ่น กระดาษเบื่อนหมึกที่ไร้คุณค่า?” (แพรวสุดสัปดาห์ จ.16 ส.ค)

(4.2) วิทยาศาสตร์ ได้แก่ คอลัมน์ “ทันโลก” เรื่องที่นำเสนอส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับเครื่องมือทางเทคโนโลยี เช่น ระบบมัลติมีเดีย โฉมใหม่ของการทำงานที่บ้าน (จ.มีนาคม 2538) คีย์สโตนโปรเจคท์ โครงการระบบเตือนภัยแผ่นดินไหวของกรุงโตเกียว (จ.สิงหาคม 2538)

(4.3) ความรู้รอบตัวทั่วไป จะนำเสนอเกร็ดความรู้ทั้งเรื่องของไทยและต่างประเทศ ได้แก่ คอลัมน์ "เก็บก่อนกวาดมาใส่ขวดโหล" เสนอข่าวที่เป็นเกร็ดความรู้น่าสนใจทั้งเรื่องไทยและต่างประเทศ เช่น อัลดัม HISTORY ของ ไมเคิล แจ็คสัน (จ.มีนาคม 2538) "เมียงมอง" เสนอประวัติสิ่งของต่างๆ เช่น ลูกโป่งสวรรค์ (จ.เมษายน 2538)

(4.4) วัฒนธรรม ในคอลัมน์ "รอยจำบนรอยทาง" เสนอเรื่องราวของภาพชีวิต และสังคมที่ผู้เขียนพบเห็นระหว่างการเดินทาง เช่น POINT OF NO RETURN จุดหนึ่งในเทือกเขาหิมาลัย (จ.พฤศจิกายน 2538) คอลัมน์ "เที่ยวสุดสัปดาห์" มีทั้งเรื่องเที่ยวในเมืองไทยและต่างประเทศ จากการวิเคราะห์เนื้อหาในช่วงที่ศึกษา พบว่า จาก 12 เล่ม มีการนำเสนอเรื่องท่องเที่ยว 8 เล่ม แบ่งเป็นเที่ยวเมืองไทย 2 เล่ม คือ จ.มกราคม ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เขียนโดยกองบรรณาธิการ จ.เมษายน ท่องเที่ยวเกาะตะรุเตา เป็นเรื่องที่นักเขียนนอกส่งเข้ามา สำหรับเรื่องท่องเที่ยวต่างประเทศมี 6 เล่ม คือ จ.มีนาคม ท่องเที่ยวประเทศอินเดีย จ.กันยายน-พฤศจิกายน ท่องเที่ยวประเทศฮอลแลนด์ จ.ธันวาคม ท่องเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้ง 6 เล่มเป็นเรื่องที่นักเขียนนอกส่งเข้ามา มีจ.กรกฎาคม ท่องเที่ยวฮาวาย เขียนโดยกองบรรณาธิการ สาเหตุที่รับเรื่องเที่ยวต่างประเทศ ผู้วิจัยคิดว่า เป็นการช่วยเพิ่มสีสันให้กับหนังสือทั้งในแง่ภาพถ่ายที่จะมีวิวแปลกตาออกไปจากการเที่ยวในเมืองไทย และในแง่เนื้อหาถือเป็นการเปิดโลกทัศน์คนอ่านให้เห็นภาพชีวิตในสังคมอื่นๆ ซึ่งแตกต่างไปจากที่เคยเห็น แต่ในเวลาเดียวกันก็เป็นการกระตุ้นให้คนอ่านนึกอยากไปเที่ยวในสถานที่เหล่านั้นบ้าง คอลัมน์ท่องเที่ยวจึงทำหน้าที่ทั้งเสนอความเพลิดเพลิน และกระตุ้นให้เกิดการบริโภคทางการท่องเที่ยวตามมา

(4.5) สุขภาพความงามได้แก่ คอลัมน์ "ป้าหญิงใหญ่ไขปัญหา" นำเสนอปัญหาทางด้านเพศศึกษาสำหรับวัยรุ่น และคอลัมน์ "แถมเสน่ห์" นำเสนอเนื้อหาทางด้านการส่งเสริมบุคลิกภาพและความงามเป็นหลัก โดยแนะนำวิธีบำรุงผิว บำรุงหน้า และการเลือกใช้เครื่องสำอางเครื่องประดับและเสื้อผ้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น และคนหนุ่มสาวที่กำลังอยู่ในวัยเสริมสวย นิตยสารจึงเลือกเสนอเนื้อหาเป็นวิธีแนะนำ เพื่อให้เป็นคู่มือสำหรับคนอ่าน และคาดว่าจะเป็นที่สนใจของคนอ่าน เช่น "สวยไม่สร้างเกิดจากความมั่นใจ" (จ.กุมภาพันธ์ 2538) ผิวสวยกลางแดดใส (จ.กรกฎาคม 2538) เปิดตลับบรัวออน (จ.ตุลาคม 2538) การเลือกซื้อแจ็กเก็ต เสื้อสูท ยีน และเสื้อเชิ้ต (จ.พฤศจิกายน 2538)

(4.6) สิ่งแวดล้อม ได้แก่ คอลัมน์ "คืนสู่สังคม" จะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับโครงการ และข่าวทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีประโยชน์ต่อสังคม เช่น เครือข่ายนักข่าวสิ่งแวดล้อม (จ.มีนาคม 2538) คอลัมน์ "รักษาสีสิ่งแวดล้อม(รอบตัว)วันละอย่าง" นำเสนอวิธีรักษาสิ่งแวดล้อมรอบตัวของผู้คน เช่น 7 วิธีมหัศจรรย์ด้านสิ่งแวดล้อมของโลก (จ.ตุลาคม 2538)

หากทว่าสาระความรู้เหล่านี้ จะถูกนำเสนอในงานเขียนที่ไม่ใช่เนื้อหาหนัก หรืออ่านแล้วต้องใช้การวิเคราะห์อย่างมากมายแต่เป็นการเขียนในรูปแบบที่อ่านเข้าใจง่าย บอกเล่าถึงสิ่งที่เกิดขึ้นรอบๆตัว และสอดแทรกความคิดเห็นของผู้เขียนในบางมุม หรือในลักษณะเสนอความคิดเห็นเชิงเชิญชวน เพื่อให้ผู้อ่านได้ตระหนัก และอยากปฏิบัติตาม

5 แฟชั่น มีแฟชั่นหลัก 3 เขตโดยมีองค์ประกอบสำคัญ 3 อย่างคือ

(5.1) นายแบบ นางแบบ ในแต่ละเขตจะมีดารานักร้อง นางแบบ นายแบบมาเป็นผู้สวมใส่เสื้อผ้าที่ต้องการจะถ่ายรูปเช่น นัท มีเรีย (จ.มกราคม 2538) เฉอมาลย์ บุญยศักดิ์ (จ.กุมภาพันธ์ 2538) สำหรับแฟชั่นเซ็กต์ปกพบว่านางแบบและนายแบบที่ขึ้นปกมักจะเป็นดาราและนักร้องที่กำลังนิยมในหมู่วัยรุ่นหรือมีผลงานทางด้านบันเทิงออกมาในช่วงนั้นเป็นส่วนใหญ่ เช่น คัทลียา แมคอินทอช ลลิตา ปัญโญภาส เรย์ แม็คโดนัลด์ เจสัน ยัง มีหนึ่งฉบับที่นำเอานักร้องต่างประเทศคือ วง BOYZONE มาขึ้นปก (จ.พฤศจิกายน 2538)

(5.2) ฉาก มีการยกกองไปถ่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ มีสามฉบับที่ไปถ่ายยังต่างประเทศคือ ปกลลิตา ปัญโญภาส ไปถ่ายที่ประเทศอังกฤษและฝรั่งเศส (จ.16 พฤษภาคม และ จ.16 กันยายน 2538) และ ปกเรย์ แม็คโดนัลด์ไปถ่ายที่นิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา (จ.16 ธันวาคม)

(5.3) สไตลเสื้อผ้า และยี่ห้อ ยี่ห้อของเสื้อผ้าในแต่ละเขตมีจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำทั่วไป และเป็นยี่ห้อที่นิยมในหมู่วัยรุ่นทั้งของทีดีไอเนอริไทยเป็นผู้ออกแบบหรือยี่ห้อนำเข้าจากต่างประเทศเช่นBLUE CORNER PENAHOUSE SISLEY LACOSTE ดวงใจ บิส FLY NOW ฯลฯ รูปแบบของเสื้อผ้าจะมีทั้งสไตล์ลาลอง กางเกงยีน เสื้อเชิ้ต เสื้อยืด ชุดทำงานของสาวทันสมัย ชุดทำงานของบุรุษ ในบางเขตโดยเฉพาะเล่มพิเศษเช่น เล่มฉบับ

วันเกิดคือฉบับที่ 16 กุมภาพันธ์ จะมีการคิดคอนเซ็ปต์ทำเสื้อผ้าพิเศษขึ้นมาเพื่อร่วมฉลองฉบับครบรอบวันเกิด

นอกเหนือจากนั้นมีการจัดถ่ายแฟชั่นโดยการนำนักร้อง ดาราชื่อดัง มาจับแต่งแฟชั่นให้มีบุคลิกแตกต่างไปจากที่เคยเห็น ในคอลัมน์ "นิวลุค" เช่น นำทราย เจริญปุระ มาแต่งตัวให้เป็นนักร้องแนวแจ๊ส (ฉ.กันยายน 2538) สุนิสา ฤชบุญสังข์ ในชุดเสื้อลูกไม้หวาน (ฉ.16 สิงหาคม) พร้อมทั้งนี่ก็มีการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในวงการแฟชั่นด้วยรูปแบบภาพข่าวแฟชั่นโชว์ที่มาเปิดแสดงในประเทศไทย ทั้งยี่ห้อของดีไซเนอร์ไทย และยี่ห้อนำเข้าจากต่างประเทศ

จากการศึกษาลักษณะเนื้อหา และการสัมภาษณ์ ทำให้สรุปได้ว่า

1. ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาหมวดบันเทิงจะเขียนในแบบวิพากษ์วิจารณ์ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโดยวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายคือการทำงานเป็นหลัก เวลาว่างคือการพักผ่อน ซึ่งมีเวลาไม่มากนัก จึงชอบอ่านเรื่องราวที่มีลักษณะสั้นๆ ไม่ต่อเนื่องอย่างนวนิยาย และการเขียนในเชิงวิจารณ์ถือเป็นการช่วยย่นระยะเวลาในการตัดสินใจยามที่ผู้อ่านสนใจจะไปเลือกใช้ความบันเทิงตามที่นิตยสารเขียนแนะนำเช่น การดูภาพยนตร์ การเลือกฟังเพลง อ่านหนังสือ อีกเหตุผลคือการเขียนแนวนี้ถือเป็นการช่วยขยายมุมมองให้กับคนอ่านอีกทางหนึ่ง คล้าย "เพื่อน" ที่มาช่วยกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นสังเกตได้จากข้อเขียนที่ปรากฏในคอลัมน์ เช่น

"จะเห็นได้ว่า ด้วยเค้าโครงความคิดที่ได้ออกมาเป็นเรื่องราวเพียงไม่กี่บรรทัด และถ่ายทอดออกมาได้เป็นเพลงหนึ่ง ยังสร้างผลต่อเนื่องให้เกิดเพลงอื่นๆซึ่งเป็นส่วนปูพื้นเสริม ขยายความ และสรุปความคิดนั้นๆจนได้เห็นภาพที่กระจ่างขึ้น และได้ตระหนักถึงอิทธิพลที่มากมายเหลือเกินของ "เธอ" ที่มีต่อชีวิตคนๆหนึ่ง ซึ่งคนคนนั้นอาจหมายถึงผม คุณ หรือเราทุกคนก็ได้ เห็นที่จะต้องรอทั้งอัลบั้มเต็มอย่างใจจดใจจ่อเสียแล้ว เพราะอาจได้ยินข่าวดีจาก "เธอ" (ปนาพันธ์ // โปรเกรสซีฟไทย คอลัมน์ "เพลงไทยสุดส์ปดาร์ ฉ.ธันวาคม 2538)

2. เนื้อหาประเภทบุคคล พบว่ามี "จุดขาย" ในการนำเสนอที่สำคัญอยู่ 2 ประการคือ
- ขายด้วยความเป็น "คนดัง" การที่ต้องสัมภาษณ์คนดังเป็นส่วนใหญ่ บรรณาธิการ

ได้ให้สัมภาษณ์ว่า เนื่องจากขณะนี้ธุรกิจบันเทิงกำลังเป็นที่เฟื่องฟู และคนดังกำลังเป็นที่สนใจของคนในสังคม จึงมีการนำคนดังเหล่านั้นมาสัมภาษณ์ เพื่อไม่ให้ตกข่าว อีกประการคือ คนทำมีพื้นฐานที่คิดว่า คนย่อมสนใจในตัวคนด้วยกัน และเมื่อกลุ่มผู้อ่านของแพรวสุดสัปดาห์ส่วนใหญ่เป็นวัยรุ่น ชาวคราวหรือบทสัมภาษณ์ของบุคคลที่นำมาเสนอนั้นก็มักจะเป็นคนในวงการบันเทิง และมีอายุไม่มาก หากในอีกมุมหนึ่งผู้วิจัยคิดว่า เพราะคนดังสามารถนับเป็น "จุดขาย" อย่างง่ายดาย ที่ประกันได้ว่าผู้อ่านทั่วไปมักสนใจนั่นเอง เมื่อนำคนดังมาลง จึงหมายถึงการขายหนังสือได้ด้วย อาจไม่ร้อยเปอร์เซ็นต์ แต่เปอร์เซ็นต์ที่จะขายได้มีค่อนข้างมาก โดยเฉพาะคนอ่านจะซื้อนิตยสารอ่านเพื่อความบันเทิง การรู้เรื่องของคนเหล่านี้ อาจถือเป็นความบันเทิงของเขาส่วนหนึ่งเพราะเป็นคนที่เขารู้จักมาบ้างจากสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะละครโทรทัศน์

- ขายด้วย "ประเด็น" เพราะคนต้องการให้หนังสือมีความทันสมัย จับใจ ทันต่อเหตุการณ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะมีลักษณะสนใจต่อสังคม และคิดว่าประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจของผู้คน นิตยสารสามารถนำมาเล่นในแง่มุมที่ลึกกว่าหนังสือพิมพ์ หรือข่าวเสนอเท่านั้น

3. เนื้อหาประเภทปกิณกะ จะเน้นเรื่องการใช้ชีวิตที่ทันสมัย และไม่ค่อยมีเวลาของคนอ่าน จะนำเสนอเรื่องราวการกินอยู่นอกบ้าน การตกแต่งที่เน้นความทันสมัยแต่เรียบง่าย เป็นของที่ดูเก๋เหมาะกับวัยรุ่น และราคาไม่แพงมากนัก แต่ดูมีรสนิยม

4. เนื้อหาประเภทสาระความรู้จะเหลัดส่วนเนื้อหาและปริมาณพื้นที่ไปที่ความรู้แนวทันเหตุการณ์เป็นคอลัมน์ใหญ่ เช่น คอลัมน์สติปัญญา เรื่องราวความรู้รอบตัวจะมีทั้งเรื่องต่างประเทศและในประเทศ เพื่อประดับเป็นความรู้ และเปิดมุมมองให้เห็นเรื่องของสังคมภายนอก ในขณะที่เดียวกันก็มีสาระความรู้ที่เป็นเรื่องใกล้ตัว ซึ่งผู้อ่านสามารถนำมาใช้ปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ด้วย เช่น คอลัมน์ทางด้านสิ่งแวดล้อม และสุขภาพความงาม

5. เนื้อหาประเภทแฟชั่น ไม่มีการนำเสนอแฟชั่นจากต่างประเทศ แต่จะให้คนไทยทำแฟชั่นเอง การนำคนดังมาถ่ายแฟชั่นถือเป็นการดึงดูดคนอ่านให้มองต่อไปยังเสื้อผ้าที่คนดังสวมใส่ด้วย การถ่ายแฟชั่นจึงเป็นรูปแบบของการโฆษณาเสื้อผ้าอย่างหนึ่ง และแนวเสื้อผ้าส่วนใหญ่ที่นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์เสนอจะเน้นเสื้อผ้าวัยรุ่น และวัยเริ่มทำงานทั้งของบุรุษและสตรี ถือเป็นการช่วยส่งเสริมการบริโภคทางการซื้อเครื่องแต่งกายทางหนึ่ง

ค) นิตยสารขวัญเรือน

ตารางที่ 8 แสดงปริมาณรายเรื่องของการกำหนดเนื้อหาแต่ละประเภทในนิตยสาร
ขวัญเรือน ปี 2538

ฉบับ	ประเภทของเนื้อหา (หน่วย)					รวม
	ปกิณกะ	บันเทิง	บุคคล	สาระความรู้	แฟชั่น	
16 มค.	21	17	9	8	5	60
16 กพ.	20	18	9	9	6	62
16 มีค.	19	18	9	9	5	60
16 เมย.	19	17	9	8	5	58
16 พค.	20	18	9	9	4	60
16 มิย.	20	18	10	9	4	61
16 กค.	20	18	9	8	4	59
16 สค.	17	19	11	10	6	63
16 กย.	21	19	9	8	4	61
16 ตค.	20	19	11	8	3	61
16 พย.	23	18	13	8	3	65
16 ธค.	22	18	10	9	4	63
รวม	242	217	118	103	53	733
ร้อยละ	33.02	29.60	16.10	14.05	7.23	100

จากตารางที่ 8 พบว่า ปริมาณเนื้อหาที่มีมากที่สุดในนิตยสารขวัญเรือนจะอยู่ในหมวดปกิณกะ (33.02%) ซึ่งปรากฏออกมาในคอลัมน์ประเภทงานฝีมือ ตอบปัญหา รองลงมาคือหมวดบันเทิง (29.60%) อันจะนำเสนอในรูปแบบของนวนิยายเป็นหลัก ต่อมาเป็นหมวดบุคคล(16.10%) หมวดสาระความรู้ (14.05%) และแฟชั่น (7.23%)

สำหรับรายละเอียดของเนื้อหา สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 หมวดดังต่อไปนี้

1.ปกิณกะสามารถแบ่งแนวเนื้อหาออกเป็น แนวคือ

(1.1) เนื้อหาเกี่ยวกับแม่บ้านการเรือน เช่น คอลัมน์งานฝีมือ ตำรับอาหาร มีการแนะนำร้านอาหาร และมีทั้งสูตรทำอาหารของร้านนั้น เรียนตัดเสื้อ จัดดอกไม้ ประดิษฐ์ของใช้ต่างๆ ในคอลัมน์ “หลากหลายไอเดีย” งานฝีมือ จะมีการแนะนำแพทเทิร์นในการปักผ้าปูโต๊ะ ทำหมอนอิง โคมบาย แนะนำร้านอาหาร พร้อมสูตรทำกับข้าวของแต่ละร้าน รวมไปถึงคอลัมน์อาหาร “เพื่อชีวิตและสุขภาพ สอนการตัดผม และเกร็ดความรู้เกี่ยวกับเรื่องความงามต่างๆ เช่น การทำผม การตอบปัญหาเกี่ยวกับเรื่องเพศ และการครองเรือน แนะนำร้านขายของประเภทต่างๆ ในคอลัมน์ “ซื้อปิ้งไต่”

(1.2) เนื้อหาเกี่ยวกับเด็ก จะเสนอนิทาน เกมสำหรับเด็ก เรียนภาษาอังกฤษจากนิทาน แนะนำหนังสือเด็ก การเขียนเรียงความ การแลกแสตมป์ไว้สะสม ความรู้คู่สมอง

(1.3) เนื้อหาเบ็ดเตล็ดมีคอลัมน์เกี่ยวเกมในปริศนาพาเพลิน “คอลัมน์ดูดวง ‘โชคชะตาราศี’ บทบรรณาธิการ

2. บันเทิง แบ่งเป็น

(2.1) นวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องแปล บทกวี ในหมวดนี้เรื่องราวที่เด่นชัดที่สุดจะเป็นนวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องแปล ซึ่งมีการนำเสนอมากถึง 10 เรื่อง แบ่งเป็นเรื่องยาว หรือนวนิยาย 7 เรื่อง โดยเป็นผลงานประพันธ์จากนักเขียนที่มีชื่อเสียงทั้งสิ้น เช่น ลักษณ์าวดี ประภัสสร เสวิกุล กิ่งฉัตร โบตัน มานพ ถนอมศรี นวนวนิยายจะเน้นเรื่องของการรักครอบครัว ซึ่งจะต่างไปตามสไตล์ของนักเขียนแต่ละท่าน เรื่องสั้นมี 2 เรื่องเป็นเรื่องสั้นแปล และเรื่องสั้นจากงานของนักเขียนไทยเองและอีกประเภทคือนวนิยายต่างแดน เป็นผลงานแปลจาก “นิดา”

นอกจากนี้เป็นเรื่องอ่านเพลิน จากผู้อ่านส่งเข้ามาในคอลัมน์ “เรียงถ้อยร้อยคำ” เขียนเล่าประสบการณ์ของตัวเองมาแลกเปลี่ยน เรื่องจากต่างแดน ที่มีนักเขียนส่งเข้ามาเล่าถึงชีวิตความเป็นอยู่ของตนในต่างแดน ที่เด่นชัดคือ “สาวน้อยไทยเมืองฝรั่ง (ภาคพิเศษ) ของปุยฝ้าย” ลูกสาวคุณโสภาค สุวรรณ (นักเขียน) จดหมายจากอลาสก้า ของ สุชาติ สำหรับบทกวีมีไม่บ่อยมาก แต่มีคอลัมน์ “เพียงเสียงอารมณ์” สำหรับผู้อ่านที่สนใจอยากเขียนกลอนเข้ามาร่วมสนุก

(2.2) เพลง จะแนะนำเพลงไทยเป็นส่วนใหญ่ ในคอลัมน์ "อัลบั้มเพลง" นอกจากนี้จะมี หน้าเนื้อเพลงและคอร์ดกีตาร์ ซึ่งเป็นเพลงไทยเสียส่วนใหญ่

(2.3) ภาพยนตร์ ได้แก่คอลัมน์ "ดูหนังโรง" เป็นการแนะนำภาพยนตร์ที่กำลังเข้าฉาย ตามโรงภาพยนตร์ในช่วงเวลานั้น มีทั้งภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศ จะเขียนทั้งในเชิง แนะนำและวิจารณ์หนังเรื่องนั้นไปในตัว

(2.4) หนังสือ มีสองคอลัมน์นำเสนอในรูปแบบการแนะนำหนังสือ ในคอลัมน์ "ขานขานหนังสือ" และรูปแบบวิจารณ์หนังสือในคอลัมน์ "กึ่งก้านวรรณกรรม"

3 บุคคล คอลัมน์ที่กล่าวถึงเรื่องราวของบุคคลจะมีการนำเสนอออกมาในประเด็น ดังนี้

(3.1) เรื่องราวของบุคคลที่เกี่ยวกับประวัติชีวิต การงาน โดยเสนอออกมาในรูปแบบข้อเขียนดังนี้

- ชาว มีการนำเสนอชาวสังคม ชาววัฒนธรรม ชาวการกุศล ชาวเปิดตัวสินค้า และ ชาวบุคคลในแวดวงชั้นสูง เพื่อบอกเล่าความเคลื่อนไหวของบุคคลในระดับผู้ใหญ่ ในคอลัมน์ "จับภาพ"

- สัมภาษณ์ มีคอลัมน์ "เปิดใจสนทนา" เป็นคอลัมน์หลักที่สัมภาษณ์ยาวเกี่ยวกับชีวิต และการทำงานของบุคคลผู้มีประวัติชีวิตที่น่าสนใจ ผ่านประสบการณ์ทั้งแง่การดำเนินชีวิต และการทำงานมาพอสมควรจนสามารถถ่ายทอดเรื่องราวเหล่านั้นเพื่อมาเป็นข้อคิดให้กับคนอ่านได้ เช่น "อัญมณี สีชาติ ชีวิตคือลมหายใจแห่งการต่อสู้" (คอลัมน์ "เปิดใจสนทนา" ฉ. มีนาคม 2538) "บันทึกชีวิตของบุรุษ 6 แผ่นดิน เสวตร เปี่ยมพงศ์สานต์" (คอลัมน์ "เปิดใจสนทนา" ฉ. มิถุนายน 2538)

นอกจากนี้เป็นการสัมภาษณ์ผู้มีชื่อเสียงในระดับหนึ่ง เช่น "ชีวิตที่สูญสิ้นของ อีราตี นวมานนท์" "คุณหญิงแจ่มใส ศิลปอาชา คู่ชีวิตนายกรัฐมนตรีคนที่ 21" มีการสัมภาษณ์บุคคลที่มีความสามารถทางด้านศิลปะในคอลัมน์ "สีสันปันแต่ง" เช่น "สมบุญ พวงดอกไม้ เก็บความอลังการสูงงานศิลปะ" (ฉ. ตุลาคม 2538) และผู้มีความสามารถทางด้านงานฝีมือ ใน

คอลัมน์ "หลากมูมมอ" เช่น "ผลไม้ดินปั้น จากลุงเฮม อับดุลเลาะห์" (จ. มิถุนายน 2538) พร้อมแนะนำดารานำใหม่ผู้มีความสามารถทางการแสดงในคอลัมน์ "ไฟฝันวัยแฉะ" รวมทั้งการย้อนรำลึกถึงช่วงเวลาแห่งความทรงจำต่างๆของคนดัง ในคอลัมน์ "ความทรงจำ"

-บทความ ส่วนใหญ่จะเป็นการเขียนถึงบุคคลที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคนในราชวงศ์อังกฤษ หรือประเทศอื่นๆ เรื่องของดาราชื่อดัง รวมถึงบุคคลที่มีเรื่องราวแปลกประหลาดเกิดขึ้นในชีวิต และประวัติบุคคลที่มีชื่อเสียงในอดีต บทความเหล่านี้ปรากฏอยู่ในคอลัมน์ "ข่าวราชวงศ์" "เงาอดีต" "ถนนเมืองนอก"

(3.2) เรื่องที่เกี่ยวกับรสนิยมของบุคคล มีเพียงหนึ่งคอลัมน์ คือ คอลัมน์ "เล่มที่รัก" ของนักอ่าน นำเสนอเรื่องราวมูมมอ ความคิดจากโลกหนังสือของผู้ที่รักการอ่าน เช่น

"หนังสือที่รักขออีกกลุ่มหนึ่งที่ถือว่าเป็น PASSIONATE ส่วนตัว และเป็นตัวเสริมในเรื่องรสนิยมทางศิลปะคือหนังสือประเภทชีวิตและงานของศิลปิน เพราะผมเชื่อว่าศิลปะมันส่องทางให้กันและกัน" (สุชาติ สวัสดิ์ศรี คุณค่าที่คงความหมาย" จ.เมษายน 2538)

(3.3) เรื่องที่เกี่ยวกับมูมมอความคิดและทัศนะต่อปัญหาเรื่องราวต่างๆ ในคอลัมน์ "หน้าต่างทัศนะ" จากบุคคลที่เกี่ยวข้องกับประเด็นนั้นๆ เช่น เรื่องอาหารเสริมเพื่อสุขภาพ แพชั่นหรือจำเป็น ซึ่งไปสัมภาษณ์ นพ.บรรจบ ชุณหสวัตติกุล ผู้อำนวยการศูนย์ธรรมชาติบำบัด บัลวี ผศ.ดร.วงสวาท ปัทมาคม จากสถาบันวิจัยโภชนาการ มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา เป็นต้น (คอลัมน์ "หน้าต่างทัศนะ ปักซ์หลังพุดศจิกายน 2538)

4 สารความรู้ แบ่งเป็น

(4.1) ความรู้รอบตัวทั่วไป เช่น คอลัมน์ "น้ำพรมลมหา" เป็นเกร็ดความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างประเทศทั้งสถานที่ ประวัติ และผู้คนที่เป็นคนดัง เช่น เรื่องของโมนาลิซ่า (จ.กรกฎาคม 2538) ชาวมายาหายไปไหน (จ.ตุลาคม 2538) ความเหมือนและความต่างของหมาเจ้าอูง (จ.มีนาคม 2538)

(4.2) สังคม บทบาทของหญิงยุคใหม่ จะเป็นการให้ข้อคิดข้อสังเกตหรือข้อชี้แนะแก่ผู้ครองเรือน ส่วนใหญ่จะเป็นบทความว่าด้วยเรื่องการวางตัวมารยาทของหญิงไทยว่าด้วยเรื่องผู้หญิงกับสังคม สาวยุคใหม่ควรวางตัวอย่างไร เช่น ว่าด้วยความรัก (คอลัมน์ "ผู้หญิงกับสังคม" ฉบับ ๑.กุมภาพันธ์ 2538) หน้าทีสตรีในสังคมไทย (คอลัมน์ "ผู้หญิงกับสังคม" ฉบับ ๑.พฤษภาคม 2538) รวมไปถึงการนำเสนอเรื่องการเมืองต่างประเทศในคอลัมน์ "ก้าวทันโลก" เช่น ปากีสถาน: ปัญหาเดือดของนายกหญิง (๑.เมษายน 2538)

(4.3) วัฒนธรรม นำเสนอในรูปคอลัมน์ท่องเที่ยวคือ "สืบเหง้า-สาวเครือ" เป็นการท่องเที่ยวเมืองทางเหนือของคุนมาลา คำจันทร์ และคอลัมน์ "เที่ยวไปในสยาม" แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยกองบรรณาธิการเป็นคนเขียน

(4.4) สิ่งแวดล้อม จะเสนอเป็นภาพและคำกลอนภายใต้คอลัมน์ "รักษาระรรมชาติและสิ่งแวดล้อม"

(4.5) ธรรมะ นำเสนอมุมมอง ข้อคิด และคำสอนทางด้านธรรมะใกล้ตัวให้กับคนอ่านนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรมโดยการยกตัวอย่างเหตุการณ์ประกอบ เช่น คาถาอาคมใช้แล้วได้ผลจริงหรือ (คอลัมน์ "ธรรมะ 5 นาที" ฉบับ ๑.กรกฎาคม 2538) มรณานุสติ (๑.กรกฎาคม 2538)

"ท้ายสุดแห่งข้อเขียนวันนี้จะใช้พระคาถาหรือไม่ก็ตามความหมายนั้นก็คือ การรู้จักรำลึกถึงคุณพระรัตนตรัย คุณบิดามารดา คุณแห่งครูบาอาจารย์ทั้งหลายที่เราทุกท่านควรยกขึ้นเอาไว้เหนือเกล้าเกศา ยกเอาไว้ในหัวใจอยู่เสมอ" ("คาถาอาคมใช้แล้วได้ผลจริงหรือ" ฉบับ ๑.กรกฎาคม 2538)

(4.8) กฎหมาย ได้แก่คอลัมน์ "ทนายคู่คิด" จะนำเสนอเรื่องกฎหมายในรูปแบบการเขียนเขียนที่ให้อ่านเข้าใจง่าย มักเป็นคดีใกล้ตัว เช่น กรรมสิทธิ์ร่วมมักจจะร้าง (๑.มิถุนายน 2538) คดีค่านายหน้า (๑.ตุลาคม 2538)

5 แผ่น จะมี 2 เข็ทหลักเข็ทแรกจะเป็นเข็ทปกแบ่งตามองค์ประกอบได้ 3 อย่างคือ

(5.1) นายแบบ นางแบบ ผู้แสดงแบบเสื้อผ้ามีทั้งนางแบบ นายแบบ ดารา แต่จะเน้นการนำเสนอไปที่นางแบบ หรือนักแสดงหญิงมากกว่านายแบบ หรือนักแสดงชาย จากการเก็บข้อมูลเฉพาะฉบับปี 2538 มีเพียงหนึ่งฉบับที่มีนายแบบคือ ธรรม เทพพิทักษ์ (ขวัญเรือน ๑.16 กุมภาพันธ์ 2538) ขึ้นปก นอกจากนี้เมื่ออีกเพียงสองสามเล่มที่มีแฟชั่นของนายแบบ แต่ทุกเล่มที่มีผู้แสดงแบบเป็นผู้ชายจะมีผู้แสดงแบบผู้หญิงรวมอยู่ด้วยเสมอไม่ปรากฏมีแฟชั่นผู้ชายเลย นางแบบหน้าปกและนางแบบแฟชั่นภายในเล่ม ส่วนใหญ่เป็นดารามีชื่อเสียงพอสมควรจากละครทางโทรทัศน์ เพื่อให้เป็นที่คุ้นหน้าคุ้นตาของกลุ่มผู้อ่านที่เป็นแม่บ้าน

(5.2) จาก การถ่ายแฟชั่นจะมีทั้งถ่ายในสตูดิโอ และไปถ่ายนอกสถานที่ มีสองปกที่ยกทีมไปถ่ายต่างประเทศคือ ที่ประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ปกขวัญเรือน สัตบุษย์ (ขวัญเรือน ๑.16 กันยายน 2538) ประเทศฝรั่งเศส ปกอาภาศิริ นิตินน (ขวัญเรือน ๑.16 พฤศจิกายน 2538) และแฟชั่นเทห์ในอีก 1 เทห์ ที่ประเทศเนปาล (ขวัญเรือน ๑.16 มิถุนายน 2538)

(5.3) สไตส์เสื้อผ้า ยี่ห้อ เสื้อผ้าส่วนใหญ่จะเน้นสไตส์ชุดสาวทำงาน และแนวชุดลำลองที่มียี่ห้อ ซึ่งสามารถหาซื้อได้ตามห้างสรรพสินค้าทั่วไป เช่น ยี่ห้อ IN STYLE, ESPADA, FREEWAY, SANTINI ฯลฯ

นอกจากนี้จะเป็นการนำเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการแฟชั่น ด้วยรูปแบบข่าวแฟชั่นโชว์ของดีไซเนอร์ไทย และภาพแฟชั่นจากต่างประเทศ ในคอลัมน์ "ท่องไปกับแฟชั่น" และในทุกเล่มขวัญเรือนยังมีหน้าเรียนตัดเสื้อ พร้อมแบบตัดเสื้อและวิธีตัดในชุดต่างๆ ทั้งชุดลำลอง ชุดทำงาน ชุดแอสค เสื้อคอกระเช้า ฯลฯ

จากการศึกษาลักษณะเนื้อหา สามารถสรุปได้ว่า

1. การที่นิตยสารขวัญเรือนมีสัดส่วนเนื้อหาประเภทปกิณกะมากที่สุด โดยเนื้อหาในหมวดนี้ส่วนใหญ่เน้นไปที่งานประดิษฐ์และเนื้อหาเกี่ยวกับแม่บ้านการเรือนนั้นเป็นเพราะต้องการให้สอดคล้องกับแนวโน้มนโยบายของหนังสือที่ต้องการให้เป็น "ขวัญ" ของ "เรือน" และเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นแม่บ้านส่วนใหญ่

2. เนื้อหาประเภทบันเทิง จะเน้นงานเขียนทางด้านนวนิยายเป็นส่วนมาก อาจเป็น เพราะผู้อ่านส่วนใหญ่อยู่กับบ้าน เวลาว่างคือการพักผ่อนด้วยการอ่านหนังสือและดูโทรทัศน์ และรายการที่แม่บ้านสนใจมักเป็นละครทั้งนี้ก็มีผลสืบเนื่องมาจากนวนิยายที่ลงในนิตยสาร ซึ่ง ส่วนหนึ่งได้ถูกนำมาดัดแปลงเป็นละครโทรทัศน์ นอกจากนี้ยังมีผลสืบเนื่องไปยังปกแฟชั่นที่ ต้องนำนักแสดงจากละครเหล่านั้นมาขึ้นปก เพื่อให้หนังสือขายได้ เนื่องจากคนดังในละคร โทรทัศน์กำลังเป็นที่สนใจของคนอ่านนิตยสาร ซึ่งดูโทรทัศน์ควบคู่ไปด้วย อาจกล่าวได้ว่า นิตยสารกลายเป็นพื้นที่ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับละครโทรทัศน์อีกรูปแบบหนึ่ง ฉะนั้นจึงถือได้ว่านิตยสารกำลังทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมให้ไปสู่การบริโภคสินค้าอื่นๆต่อไป (ในที่นี้หมายถึงการดูละครโทรทัศน์ การซื้อหนังสือนวนิยายที่เคยลงในนิตยสาร และถูกนำมา รวมเล่ม)

3. เนื้อหาประเภทบุคคล พบว่า นิตยสารขวัญเรือนจะเน้นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับชีวิต และงานมากกว่าเรื่องรสนิยม สังเกตว่ามีคอลัมน์ที่เกี่ยวกับรสนิยมของบุคคลเพียงคอลัมน์ เดียวคือ "เล่มที่รักของนักอ่าน" และที่สำคัญเนื้อหาคอลัมน์บุคคลจะเน้นไปทำงานประดิษฐ์ และงานตกแต่งทางด้านศิลปะ ซึ่งผู้อ่านสามารถนำเอาเนื้อหาเหล่านั้นมาปรับใช้ และปฏิบัติตามได้ในชีวิตประจำวัน

4. เนื้อหาประเภทสาระความรู้เน้นนำเสนอเกี่ยวกับบทความ การให้ข้อคิดและ ประโยชน์ที่จะนำมาประยุกต์ใช้กับชีวิตได้ มากกว่าการรู้เพื่อประดับความรู้เท่านั้น

5. เนื้อหาประเภทแฟชั่น พบว่า นิตยสารขวัญเรือนจะมีการเสนอแฟชั่นทั้งในประเทศ และต่างประเทศ แต่แนวเสื้อผ้าส่วนใหญ่จะเป็นชุดทำงาน และชุดลำลองไม่ปรากฏว่ามีชุด ราตรีในการถ่ายแฟชั่น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายคือการทำงานทั้งในบ้าน และนอกบ้าน มากกว่าจะมีวิถีชีวิตในการออกงานสังคมตอนกลางคืน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(1.2) การวิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนและความแตกต่างของเนื้อหาต้น
เนื้อเรื่องของนิยายสารผู้หญิงทั้ง 3 ฉบับ

ตารางที่ 9 ตารางเปรียบเทียบประเภทของเนื้อหาในนิยายสารทั้ง 3 ฉบับ

ประเภทของ เนื้อหา (เรื่อง)	ชื่อนิยายสาร					
	ดิฉัน		แพรวสุดสัปดาห์		ขวัญเรือน	
	คอลัมน์	ร้อยละ	คอลัมน์	ร้อยละ	คอลัมน์	ร้อยละ
ปกิณฑกะ	186	26.61	156	21.05	242	33.02
บันเทิง	145	20.74	233	31.44	217	29.60
บุคคล	183	26.18	185	24.97	118	16.10
สาระความรู้	150	21.46	111	14.98	103	14.05
แฟชั่น	35	5.01	56	7.56	53	7.23
รวม	699	100	741	100	733	100

จากตารางที่ 9 พบว่า นิยายสารดิฉันและขวัญเรือนมีการนำเสนอในหมวดของปกิณฑกะมากที่สุด(ดิฉัน 26.61% ขวัญเรือน 33.02%) ในขณะที่นิยายสารแพรวสุดสัปดาห์นำเสนอเนื้อหาในหมวดบันเทิงมากที่สุด (31.44%)

แต่ถ้าเปรียบเทียบให้ดูจะพบว่า ปริมาณเปอร์เซ็นต์ที่ขวัญเรือนจะนำเสนอเนื้อหาในหมวดปกิณฑกะนั้นมีมากกว่าดิฉันทั้งนี้อาจเป็นเพราะคอลัมน์ปกิณฑกะของขวัญเรือน ส่วนใหญ่จะเน้นด้านการประดิษฐ์ เย็บปักถักร้อยต่างๆ ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์สำหรับขวัญเรือนอยู่แล้ว

นอกจากนี้ยังพบข้อที่น่าสนใจบางประการคือหมวดเนื้อหาที่นิยายสารส่วนใหญ่จะให้ความใส่ใจในการนำเสนอแก่ผู้อ่านเป็นอันดับต้นๆคือปกิณฑกะซึ่งเป็นคอลัมน์ที่มักจะนำเสนอความรู้ในเชิงประยุक्तหรือเป็นเรื่องเบ็ดเตล็ดต่างๆที่ช่วยส่งเสริมทักษะให้กับผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ เช่น คอลัมน์ ตกแต่งบ้าน ทำอาหาร ดูดวง ตอบปัญหา ซึ่บปั้ง หรือบทความในเชิงเสริมสร้างบุคลิกภาพต่างๆ จากข้อค้นพบตรงนี้อาจวิเคราะห์ได้ว่านิยายสารส่วนใหญ่จะทำหน้าที่ให้ความรู้ในเชิงประยุक्तมากกว่าสาระหนักๆ และมักจะเป็นความรู้เชิงประยุक्तที่เป็น

‘คู่มือ’ ให้ผู้หญิงเป็นทั้งแม่บ้านและผู้หญิงทำงานนอกบ้านในเวลาเดียวกัน ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้จัดทำสวนใหญ่มีวัตถุประสงค์คืออยากจะทำให้นิตยสารของตนมีทั้งสาระและความบันเทิงไปในตัว จึงไม่ค่อยได้เสนอเนื้อหาทางด้านวิพากษ์วิจารณ์การเมืองหรือสังคม แต่มุ่งจะให้ผู้หญิงได้หันกลับมามองและสนใจในสิ่งใกล้ๆ ตัวของตัวเองมากกว่า และอาจจะเนื่องมาจากการมีพื้นที่ที่จำกัด เนื้อหาทางการเมืองไม่ตรงกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย หรือความต้องการที่จะฉีกแนวให้มีเอกลักษณ์ของตนเอง (เยาวภา เจริญศิลป์, 2530)

ตัวอย่างคอลัมน์ในหมวดบุคคลจะพบว่า เป็นคอลัมน์อันดับยอดนิยมของผู้หญิงไม่น้อยกว่าคอลัมน์อื่นๆ (ในดิฉันมีปริมาณ 26.18% แพรวสุดสัปดาห์ 24.97% ขวัญเรือน 16.10%) โดยเฉพาะผู้หญิงจะเลือกอ่านสัมภาษณ์มากที่สุด เพราะเห็นว่าได้แนวคิด และหลักในการดำเนินชีวิตมาปรับใช้ในชีวิตของตัวเองได้อีกประการคือช่วยตอบสนองความอยากรู้ของตนในเรื่องคนดัง และคนที่ตนเองรู้จักด้วย พบว่าในนิตยสารดิฉันให้ความสำคัญกับหมวดคอลัมน์นี้มากกว่าเล่มอื่น (26.18%) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบุคคลที่ดิฉันนำมาสัมภาษณ์มีเรื่องราวที่น่าสนใจ และมีชื่อเสียงในวงสังคม จึงเป็นที่สนใจของคนอ่านซึ่งกลุ่มหนึ่งเป็นคนที่อยู่ในวงสังคมเช่นเดียวกับคนที่ถูกสัมภาษณ์ ให้เป็นข้อมูลในการเข้าสังคมได้ อีกกลุ่มหนึ่งเป็นกลุ่มที่อยากจะรู้เรื่องของคนดังในวงสังคม และอีกกลุ่มหนึ่งสนใจที่จะได้แนวคิดความรู้จากบทสัมภาษณ์ซึ่งบรรจประสพการณ์ที่น่าสนใจของคนถูกสัมภาษณ์

สำหรับคอลัมน์ในหมวดบันเทิงพบว่า รูปแบบการให้ความบันเทิงนั้นมักจะเป็นไปในรูปแบบปฏิบัติเองได้คนเดียว เช่น การฟังเพลง ดูภาพยนตร์ อ่านหนังสือ จนอาจกล่าวได้ว่านิตยสารได้ทำหน้าที่เป็นคู่มือในการแนะนำทางออกหรือวิธีพักผ่อนให้กับคนอ่านในช่วงเวลาว่างแต่การเป็นคู่มือตรงนี้ก็ไดกลายมาเป็นเครื่องมือในการหล่อหลอมให้คนได้หันมาบริโภคมากขึ้นด้วยเช่น การแนะนำภาพยนตร์สักเรื่องแนะนำหนังสือ หรืออัลบั้มเพลงในนิตยสารล้วนเป็นสะพานให้ผู้อ่านได้ไปบริโภคสินค้าอื่นๆ ที่นิตยสารแนะนำเอาไว้ต่อไปทั้งสิ้น

ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความเหมือนและความต่างของเนื้อหาด้านเนื้อเรื่องครั้งนี้ จะขอแยกตามหมวดของการนำเสนอเนื้อหา 6 หมวด ซึ่งสามารถสรุปเป็นภาพรวมได้ ดังนี้

ตารางที่ 10 การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาวิทยสารผู้หญิงทั้ง 3 ฉบับ

หมวดคอลัมน์	ดิฉัน	แพรวสุดสัปดาห์	ขวัญเรือน
ปกิณกะ	เสนอรสนิยมการกินอยู่ของชนชั้นสูงและเรื่องราวต่างประเทศ	แนะนำแหล่งซื้อของ การจัดโต๊ะทำงาน จัดห้องสไตล์ทันสมัย	แนะนำการประดิษฐ์ของทำเอง ตำราอาหาร ที่นำไปใช้ในชีวิตจริงได้
บันเทิง	ฟังเพลงสากล อ่านหนังสือ	แนะนำเพลง หนังสือ ภาพยนตร์ ละครเวที โฆษณาเป็นคอลัมน์แนววิจารณ์	นวนิยายเป็นหลัก
บุคคล	บุคคลที่อยู่ในสังคมชั้นสูง มีเกร็ดชีวิตที่น่าสนใจ	ดารา นักร้อง คนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ มีผลงานที่น่าสนใจ	บุคคลที่มีอายุ และมีเกร็ดชีวิตและผลงานที่น่าสนใจ
สาระความรู้	มีหลากหลายด้าน ทั้งเรื่องต่างประเทศ ในประเทศที่เป็นความรู้รอบตัว ประเภทรู้ไว้ใช่ว่า	ทันเหตุการณ์ ทันสมัย	บทความเกี่ยวกับการใช้ชีวิต และเรื่องราวทางด้านวัฒนธรรม ขรรมะกฎหมาย
แฟชั่น	เน้นนายแบบ นางแบบ และลูกหลานคนมีฐานะ สไตล์เสื้อผ้าเนียบ หรือดูมีรสนิยม	นายแบบ นางแบบ ดารา นักร้องที่กำลังดัง สไตล์เสื้อผ้าวัยรุ่น เรียบง่าย แต่ดูดี มั่นใจ	นางแบบ ดารา เสื้อผ้าสไตล์ชุดทำงาน

จากตารางที่ 10 สามารถนำมาแจกแจงรายละเอียดการเปรียบเทียบเนื้อหาวิทยสารผู้หญิงทั้ง 3 ฉบับ ตามแต่ละหมวดได้ ดังนี้

1. ปกิณกะ

ความเหมือนจะมีรูปแบบวิธีการนำเสนอคล้ายคลึงกันเป็นส่วนใหญ่ อาทิ เกม ตอบจดหมาย บทบรรณาธิการ ข้อเขียนเกี่ยวกับเรื่องการใช้ชีวิต ดูดวง แนะนำร้านอาหาร สูตรอาหาร การตกแต่งห้อง ตกแต่งบ้าน การช้อปปิ้ง

ความแตกต่างจะแตกต่างกันตรงเนื้อหาที่นำเสนอในหมวดนี้จะช่วยสะท้อนความแตกต่างเกี่ยวกับรสนิยมการกินอยู่ ชื่อของของนิตยสารแต่ละเล่มเป็นอย่างดี

นิตยสารดิฉัน จะเน้นเรื่องราวทั่วไปทั้งต่างประเทศและในประเทศ ถ้าเปรียบเทียบทั้งสามเล่ม ดิฉันถือเป็นนิตยสารที่พาออกไปชมของในต่างประเทศมากที่สุด เช่นพาไปชมของที่ระลึกจากตุรกี สำหรับเรื่องในประเทศจะเน้นเป็นเรื่องการกินอยู่ที่ดีมีรสนิยม หรือเกร็ดความรู้รอบตัวซึ่งลงเพื่อประดับเป็นความรู้ และถือเป็นการรักษาเรื่องราวไว้เท่านั้น ไม่ได้นำเอามาใช้ประโยชน์อย่างจริงจัง หรือในคอลัมน์จับจ่ายใช้สอย มักจะพาไปชมของที่มีค่าและมีราคา เช่น พาไปซื้อพรม หรือเครื่องแก้วเจียรระโน จากเนื้อหาที่ปรากฏสามารถอ้างอิงไปได้ถึงรสนิยมของคนอ่านว่าต้องเป็นผู้มีรสนิยมดี มีฐานะ มีเวลาว่าง บางคนอาจมีวิถีชีวิตในการออกงานสังคมเป็นหลัก อยู่ในกลุ่มสังคมชั้นสูง

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ จะออกทันสมัยเป็นวัยรุ่นแนะนำแหล่งชื่อของของคนรุ่นใหม่ทันสมัย หรือแนะนำการจัดโต๊ะทำงาน จัดห้องในสไตล์ทันสมัย เช่นเดียวกับสไตส์การเลือกสิ่งของมาลงในคอลัมน์ช้อปปิ้งของแพรวสุดสัปดาห์จะปรากฏให้เห็นได้ว่า คนอ่านจะมีวิถีชีวิตแบบทันสมัย เน้นการทำงานนอกบ้าน ไม่ค่อยมีเวลาว่างมาก อยู่ในช่วงสร้างเนื้อสร้างตัว อยู่ในกลุ่มชนชั้นกลางที่ค้ำจุนทั้งประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพชีวิต มีแนวโน้มในการยกระดับรสนิยม โดยมีหนังสือเป็นคู่มือสอนให้ยกระดับรสนิยม เช่น ถ้ามีเวลาว่างคือการจัดห้อง ชื่อของ นิตยสารก็จะเป็นเสมือนคู่มือในการแนะนำของแต่งบ้าน สังคม ความทันสมัยต่างๆ

นิตยสารขวัญเรือน เน้นลักษณะออกแนวแม่บ้าน มีคอลัมน์ทำอาหาร ประดิษฐ์ดอกไม้เย็บปลอกหมอน ตัดเสื้อผ้า โดยมีแบบเสื้อผ้าแนบมาในนิตยสารให้พร้อมสรรพ สำหรับลักษณะกลุ่มเป้าหมายของขวัญเรือนมักใช้เวลาว่างทำของใช้เองสังเกตจากเนื้อหา คอลัมน์ที่จะมีแพทเทิร์นแบบตัดเสื้อ จัดดอกไม้ต่างๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นคู่มือให้ผู้อ่านได้นำไปฝึกหัดปฏิบัติในชีวิตประจำวันได้ นอกจากนี้เนื้อหาอื่นๆยังสอนแม่บ้านให้ทันสมัย อาจจะไม่ต้องทำงานนอกบ้าน แต่มีความคิดทันโลก สังเกตว่าจะมีคอลัมน์ที่ช่วยแนะนำเรื่องการวางตัวในสังคม เช่น งามมรรยาท คลายปัญหา สาวยุคใหม่

โดยสรุปจะพบว่าคอลลัมน์ในดิฉันและแพรวสุดสัปดาห์มักจะมีแนวโน้มส่งเสริมให้คนอ่านมีพฤติกรรมในการซื้อของ และออกไปใช้ชีวิตภายนอกบ้านเป็นหลักไม่ว่าจะเป็นเรื่องทานอาหารนอกบ้าน การแนะนำแหล่งซื้อของ โดยดิฉันจะแนะนำลักษณะดูมีราคา มีระดับ ซึ่งถือเป็นคุณค่าทางด้านสัญลักษณ์ (Sign value) ในขณะที่แพรวสุดสัปดาห์จะเน้นความทันสมัย เพื่อให้ดูเข้ากับสังคม ถือเป็นคุณค่าการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic exchange value) แต่ขวัญเรือนเน้นทำของใช้เองอยู่กับบ้าน จะมองในแง่สรรพประโยชน์ และการแลกเปลี่ยนที่ดูคุ้มค่า (Use value and Exchange value)

2 บันเทิง

ความเหมือน มีรูปแบบการนำเสนอความบันเทิงให้กับคนอ่านไม่แตกต่างกัน เช่น การนำเสนอนวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี การแนะนำหนังสือ อัลบั้มเทป

ความแตกต่าง ในรูปแบบเนื้อหาที่นำเสนอออกมาจะมีปริมาณที่นำเสนอแตกต่างกันไป ดังนี้

- นวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี

ในที่นี้ ขวัญเรือน จะมีปริมาณนวนิยายเรื่องสั้นเรื่องแปลมากที่สุดประมาณ 10 เรื่อง ต่อหนึ่งปีก็ แนวเรื่องจะเน้นความรัก ครอบครัวเป็นหลัก ดิฉัน จะนำเสนอเรื่องไม่ต่างจากขวัญเรือน และจะมีนักเขียนที่มาเขียนลงให้เหมือนกันอยู่หลายคน เช่น ประภัสสร เสวิกุล โสภาค สุวรรณ แพรวสุดสัปดาห์ไม่ค่อยเน้นนวนิยาย เท่าที่เห็นจะเป็นเรื่องความรักของหนุ่มสาวงานเขียนของวดีลดา เพียงศิริ แต่จะเน้นเรื่องเล่าจากผู้มีประสบการณ์ในเรื่องแนวสบาย หรือเรื่องในแวดวงบันเทิง เช่น สมจัญ เจตนา นานาสนุก

- ภาพยนตร์

แพรวสุดสัปดาห์ จะมีคอลลัมน์ที่นำเสนอเรื่องราวของภาพยนตร์มากกว่าเล่มอื่น ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายกำลังอยู่ในวัยที่สนใจดูภาพยนตร์สำหรับขวัญเรือน มีเพียงคอลลัมน์เดียวคือ "ดูหนังโรง" ลักษณะการแนะนำภาพยนตร์ทั้งสองเล่มมักจะเป็นภาพยนตร์ฝรั่งเนื่องจากเป็นเรื่องที่มาแรงในกระแสสังคมไทยมากกว่าภาพยนตร์ไทย สำหรับดิฉันไม่มีคอลลัมน์ที่แนะนำเกี่ยวกับภาพยนตร์เลย

- เพลง

การแนะนำอัลบั้มเพลงจะมีในทุกเล่ม แต่มีความแตกต่างคือดิฉัน จะแนะนำแต่เพลงฝรั่งซึ่งหลายอัลบั้มไม่ใช่เพลงฝรั่งแนวใหม่ แต่เน้นความอมตะของอัลบั้มนั้นมากกว่า เช่น

อัลบั้มเพลงโอเปรา เพลงคลาสสิก (คอสมันน์) ทุกลีลาสำหรับ แพรวสุดสัปดาห์ นอกจากจะมีการแนะนำอัลบั้มทั้งเพลงไทยและเพลงฝรั่งแล้ว ยังมีการเสนอข่าวคราวของนักร้องทั้งไทยและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอเป็นคอสมันน์ประจำเลขที่เดียว เนื่องจากผู้จัดทำมีนโยบายว่าต้องการให้หนังสือทันกระแสสังคม และเรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของกลุ่มเป้าหมายอยู่แล้ว ส่วน ขวัญเรือนจะมีแต่การแนะนำอัลบั้มเพลงไทยเท่านั้น ซึ่งล้วนแต่เป็นอัลบั้มที่กำลังออกวางแผงในช่วงเวลาที่หนังสือออก พร้อมกับมีเนื้อเพลง และคอร์ทิกิตารีให้กับคนอ่านที่สนใจจะหัดเล่นกีตาร์ด้วย

- การแนะนำหนังสือ

พบว่านิตยสารทั้งสามเล่ม ล้วนมีคอสมันน์เหมือนกัน แม้แต่หนังสือที่แนะนำ ก็ไม่ได้มีความแตกต่างกันมากนักจะมีทั้งแนววิชาการ และความบันเทิง จึงอาจวิเคราะห์ได้ว่า เป็นพื้นที่ส่งเสริมให้คนรักการอ่าน ซึ่งการจะเลือกอ่านเล่มไหน ขึ้นอยู่กับความสนใจของแต่ละคน

นอกจากนี้พบว่าในหมวดบันเทิง ยังการนำเสนอเรื่องของโฆษณา ละครเวที ซึ่งถือเป็นสัญญาณในการยกระดับรสนิยมอย่างหนึ่ง แต่มีปรากฏแคในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์เล่มเดียวเท่านั้นทั้งนี้อาจเป็นเพราะเรื่องของโฆษณาและละครเวทีเป็นความสนใจของคนรุ่นใหม่ ที่อยากจะเรียนรู้ และเป็นศาสตร์ที่กำลังได้รับการสนใจเรียนมากขึ้นสำหรับเด็กรุ่นใหม่ และคนที่สนใจตรงนี้ก็เป็เฉพาะกลุ่ม ซึ่งอาจไม่ใช่เรื่องที่ผู้ใหญ่ส่วนใหญ่สนใจ เมื่อเทียบกับเด็ก จึงไม่ปรากฏในดิฉันและขวัญเรือน

โดยสรุป พบว่า รูปแบบการให้ความบันเทิงที่มีความหลากหลายมากที่สุดจะพบในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ คือมีทั้งภาพยนตร์ เพลง การอ่านหนังสือ โฆษณาละครเวที เรื่องสั้น นวนิยาย บทกวีซึ่งเน้นเรื่องของเหตุผล ความเข้าใจ ให้ข้อคิดหรือเป็นบทวิจารณ์ หยิบเรื่องราวของสังคมคนรุ่นใหม่มาเขียนในเชิงวิจารณ์ สะท้อนสังคมมากกว่าจะบรรยายด้วยอารมณ์เพียงอย่างเดียว อันเป็นความแตกต่างไปจากแนวนวนิยายที่ลงในขวัญเรือนและดิฉัน ที่เน้นเรื่องราวความรักและครอบครัวเป็นหลัก

นอกจากนี้ยังพบว่ารูปแบบการให้ความบันเทิงของแพรวสุดสัปดาห์จะเน้นส่งเสริมการเสียเงินเพื่อซื้อความบันเทิงเหล่านั้นมากกว่าขวัญเรือนและดิฉัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโดยวิถีชีวิตของกลุ่มเป้าหมายนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ คือคนทำงานที่ไม่ค่อยมีเวลา การใช้เงินเพื่อ

ซื้อความสุจริตเป็นทางเลือกที่สะดวกสบายที่สุด และในราคาที่ไม่แพงมากนัก แต่พวกเขา รู้สึกว่าคุ้มค่า นอกจากนี้ความบันเทิงเหล่านี้ยังนำไปใช้ในการพูดคุยเข้าสังคมกับกลุ่มคนรุ่นเดียวกันได้ด้วย เพราะโดยสังคมที่เขาดำเนินอยู่จะมีวิถีชีวิตที่แวดล้อมไปด้วยสื่อบันเทิงนานาชนิด ในขณะที่กลุ่มเป้าหมายนิตยสารดิฉันจะมีวิถีชีวิตโดยส่วนใหญ่คือการเข้าสังคม และออกงานสังคมนับเป็นกิจวัตร คนกลุ่มนี้จะรับความบันเทิงจากการอ่านนิตยสารเพื่อหาข้อมูล และเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในกลุ่มสังคมเดียวกันจากการอ่านนอกจากนี้ถึงแม้คนอ่านดิฉันจะดูเป็นคนมีฐานะดี แต่ค่อนข้างมีความพิถีพิถันในการเลือกใช้ความบันเทิงนั้นคือต้องมีความพิเศษที่ไม่เหมือนใคร ซึ่งมักมีราคาสูง จุดขายในเนื้อหาของนิตยสารดิฉันไม่ได้อยู่ที่หมวดบันเทิงพบว่ามี การนำเสนอเรื่องราวของความบันเทิงไม่มากนัก เท่าที่มีคืออยู่ในปริมาณที่เฉลี่ยพอกับคอลัมน์ในหมวดอื่นๆของนิตยสาร และพบว่าเมื่อเทียบกับนิตยสารทั้ง 3 เล่ม นิตยสารดิฉันจะมีเนื้อหาในหมวดบันเทิงน้อยที่สุด (20.74% ในขณะที่แพรวสุดสัปดาห์มี 31.44% ชวีญเรือน 29.60%) รูปแบบการให้ความบันเทิงไม่ได้เน้นไปที่จุดใดจุดหนึ่งเป็นพิเศษ แต่พบว่า สัดส่วนของเนื้อหาโดยรวมที่ให้ความบันเทิง

สำหรับนิตยสารดิฉันคือการนำเสนอเรื่องราวแปลกๆอีกส่วนคือการนำเสนอเรื่องราวต่างประเทศโดยเฉพาะคอลัมน์ท่องเที่ยว จึงอาจกล่าวได้ว่า นิตยสารดิฉันจะเน้นเรื่องราวที่พาดคนอ่านออกสู่โลกกว้าง และต้องการนำเสนอเรื่องราวที่แปลกใหม่ไว้เพื่อประดับเป็นความรู้กับคนอ่านมากกว่าจะนำเอาไปปฏิบัติตามอย่างจริงจัง และถ้าจะมีการปฏิบัติตามเช่น ไปท่องเที่ยวตามสถานที่ที่นิตยสารแนะนำ ก็จะเป็นการใช้ความบันเทิงในรูปแบบการเสียเงินค่อนข้างมาก

สำหรับนิตยสารชวีญเรือน รูปแบบความบันเทิงที่เด่นชัดที่สุดคือ นวนิยาย ซึ่งยังคงเป็นการให้ความบันเทิงในรูปแบบเก่า แนะนำการอ่านหนังสือ เน้นการหาความบันเทิงที่อยู่กับบ้าน และเสียเงินไม่มากนัก สามารถนำมาประยุกต์และใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้

3 บุคคล

ความเหมือน รูปแบบการนำเสนอคอลัมน์จะคล้ายกันทั้งดิฉันแพรวสุดสัปดาห์และชวีญเรือนคือจะมีคอลัมน์เกี่ยวกับ (1) การให้สัมภาษณ์ประสบการณ์ชีวิต การทำงาน

(2) ความคิดเห็น (3) การแสดงให้เห็นถึงรสนิยมต่างๆในรูปแบบที่แสดงความสามารถหรือความเป็นตัวเองของคนที่ทำให้สัมภาษณ์ ดังตัวอย่างที่กล่าวมาแล้ว

ความแตกต่างลักษณะบุคคลที่เลือกมาให้สัมภาษณ์จะมีความแตกต่างกันอยู่บ้างในสามเล่มดังกล่าว

ดิฉัน จะเลือกบุคคลที่มีชีวิตอยู่ในสังคมชั้นสูง และนำมาเสนอในมุมมองชีวิตที่ไม่มีใครคิดว่าบุคคลผู้นั้นจะได้เจอกับความยากลำบากมาก่อน หรือถ้าเป็นบุคคลที่มีฐานะไม่ตึง ก็จะมีเกร็ดชีวิตที่น่าสนใจ สมควรจดไว้เป็นบันทึก

แพรวสุดสัปดาห์ เน้นสัมภาษณ์บุคคลในวัย 17-30 ต้นๆ ที่มีงานและชีวิตที่น่าสนใจ โดยเฉพาะดารานักร้องที่มีชื่อเสียง หรือผู้คนที่ทำงานเกี่ยวกับสื่อสารมวลชน มีคุณสมบัติเป็นคนที่มีความสามารถ และเป็นคนเก่ง

ขวัญเรือน อาจเลือกคุณลักษณะของบุคคลที่ใกล้เคียงกับดิฉัน คือเป็นผู้ที่มีอายุ และมีประสบการณ์ชีวิตที่น่าสนใจ เช่น คุณหญิงแจ่มใส ศิลปอาชา แต่ความแตกต่างคือสไตล์การเขียน และการสัมภาษณ์ ดิฉันจะมีการเจาะลึกมากกว่าขวัญเรือนซึ่งถามเนื้อหาเพียงผิวเผิน ในขณะที่ขวัญเรือนก็เลือกสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงคล้ายกับแพรวสุดสัปดาห์ด้วยเช่น ศักดิ์สิทธิ์ แท่งทอง เต๋อแต๋ม ตาติตูลย์ ศศิธร ลัมศรีมณี อาจกล่าวได้ว่าคุณลักษณะของคนขวัญเรือนจะนำมาสัมภาษณ์มีเพียงประเด็นเดียว คือเป็นบุคคลที่น่าสนใจ ไม่จำกัดอยู่แต่เฉพาะแวดวงวงการบันเทิง หรือบุคคลที่มีชีวิต และฐานะดีในสังคมเท่านั้น

หากในขณะเดียวกัน กลับพบว่ามีความสัมพันธ์บางประการที่ร่วมกันในการเลือกคนสัมภาษณ์ของนิตยสารทั้งสามเล่มอยู่ดังนี้

- 1) เป็นคนดังที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วในวงสังคม และนำมาสัมภาษณ์ในประเด็นต่างๆที่ครอบคลุมอยู่ภายใต้ประเด็นทั้งสามดังที่ได้แยกไว้
- 2) เป็นบุคคลที่กำลังได้รับความสนใจจากประเด็นที่กำลังเป็น CURRENT ISSUE ฉะนั้น หากจะกล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของคอลัมน์หมวดบุคคลว่าได้ทำหน้าที่อย่างไร ในส่วนไหนบ้าง ก็คงสามารถสรุปได้ดังนี้

- เป็นแนวทางชีวิต และให้ข้อคิดกับผู้อ่าน ในการเรียนรู้ผู้คนในสังคมมากขึ้น

-สอนให้คนอ่านเปิดใจกว้าง ยอมรับฟังความคิดเห็น นานาทัศนะจากคนรอบข้างในสังคม ซึ่งในชีวิตจริงอาจไม่เคยได้พบ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันเลย แต่หนังสือสามารถสร้างโลกความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนจากทั่วทุกสารทิศได้

-ช่วยสร้างความรู้จักในเบื้องต้นให้กับคนอ่านได้รู้จักคนดัง ที่เขาอาจจะชื่นชอบ ซึ่งเป็นการตอบสนองความอยากรู้อึ้งของคนดังของคนอ่าน

- เป็นพื้นที่โฆษณาให้กับคนดังบางกลุ่ม ได้ประชาสัมพันธ์ผลงาน และชีวิตของตัวเอง เช่น การสัมภาษณ์นักร้องที่กำลังออกเทป

- สะท้อนภาพผู้คนในสังคมที่กำลังให้ความสนใจ และมีวิถีการดำเนินชีวิตอย่างไรบ้าง ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามสถานการณ์ของคนอ่านแต่ละกลุ่ม

4 สาระความรู้

ความเหมือน นิตยสารมีการให้สาระความรู้กับคนอ่านอยู่หลายแนว เช่น ความรู้รอบตัวทั่วไป สิ่งแวดล้อม ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และความรู้ส่วนใหญ่จะเป็นความรู้ประยุกต์ เป็นเกร็ดความรู้ ไม่ใช่เนื้อหาสาระที่หนักหน่วงมากกว่าจะออกแนววิชาการ มุ่งนำเสนอในเรื่องอารมณ์ความรู้สึกมากกว่าจะนำเสนอเป็นการรายงานข่าว การเขียนจะนิยมความเป็นกันเอง ซึ่งแตกต่างไปจากการเขียนข่าวในหนังสือพิมพ์รายวัน นอกจากนี้ยังเสนอทั้งเรื่องไทยและเรื่องต่างประเทศ รูปแบบการนำเสนอจะมีทั้งที่เป็นเรื่องยาวและสั้น

ความแตกต่างแม้จะมีการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นสาระความรู้เหมือนกัน แต่แนวเรื่องที่น่ามาลงค่อนข้างแตกต่างกัน

ดิฉัน จะนำเสนอแนวเรื่องค่อนข้างหลากหลายทั้งประวัติศาสตร์ สุขภาพ สิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้เขียนคือผู้ชำนาญการในแนวเรื่องเหล่านี้ แต่ที่เด่นสุดคือสารคดีท่องเที่ยวจะนำเสนอการท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ อาทิ ตามเสด็จ พ.ศ.2538 เกร็ดความรู้เกี่ยวกับพระราชพิธีพระบรมศพ

แพรวสุดสัปดาห์ จะนำเสนอประเด็นที่ทันเหตุการณ์หรือกำลังเกิดขึ้นในสังคม คอลัมน์เด่นสุดคือ สก๊อปพิเศษ เช่น คิกแพชั้ระดู แปรนดิลอคัล VS แปรนด้นอก นอกจากนี้ก็มีแนววิทยาศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม

ขวัญเรือน จะเป็นบทความเกี่ยวกับการใช้ชีวิต แนวเรื่องทางวัฒนธรรม ธรรมะ กฎหมาย คอลัมน์เด่นสุดคือคอลัมน์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ไปชมประติมากรรมพื้นบ้าน วัดม่วง

นอกจากนี้แนวเรื่องที่มีแตกต่างกันไป ยังพบว่ามีความรู้บางเรื่องพบในนิตยสาร ดิฉันและขวัญเรือน แต่กลับไม่ปรากฏในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ ได้แก่ ความรู้แนวธรรมะ ซึ่งปรากฏในนิตยสารดิฉันในคอลัมน์ "ธรรมในธรรมชาติ" เป็นการมองธรรมชาติแล้วนำ ประยุกต์เข้ากับธรรมะสำหรับนิตยสารขวัญเรือน ได้แก่ คอลัมน์ ธรรมะ 6 นาที จะเป็นการ พูดถึงคำสอนทางธรรม แล้วอธิบายพร้อมยกตัวอย่างให้เห็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของคนอ่าน ถึงกระนั้นยังพบว่าความรู้แนวธรรมะนี้ จะพบความแตกต่างในการนำเสนอ ระหว่างดิฉันและขวัญเรือน ดิฉันจะนำเสนอโดยใช้วิธีเปรียบเทียบที่ทำให้ดูเนียบเนียนใน ความรู้สึกกว่า ไม่ได้อ่านเรื่องธรรมะโดยตรง แต่ขวัญเรือนจะนำเสนอเรื่องธรรมะอย่างตรงไป ตรงมา

จากข้อสังเกต ผู้วิจัยขอวิเคราะห์ว่าเนื่องจากคนส่วนใหญ่ยังติดภาพว่าเรื่องของธรรมะ เป็นเรื่องของคนมีอายุ จึงเห็นไม่เหมาะที่จะมาลงเป็นคอลัมน์ประจำในนิตยสารแพรวสุด สัปดาห์ ซึ่งมีภาพลักษณ์ว่าเป็นนิตยสารของคนรุ่นใหม่

หากในขณะเดียวกัน ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ กลับพบเป็นคอลัมน์ประจำอยู่ใน นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์เพียงฉบับเดียว ได้แก่ คอลัมน์ก้าวทันโลก ซึ่งจะนำเสนอถึงอุปกรณ์ เทคโนโลยีแบบใหม่ ที่ทันสมัยเช่นเดียวกับการนำเสนอประเด็นที่ทันเหตุการณ์ (CURRENT ISSUE) ได้แก่ คอลัมน์ "สกู๊ปพิเศษ" ก็พบในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์เพียง ฉบับเดียว ในขณะที่นิตยสารดิฉัน และขวัญเรือน จะนำเสนอแนวความรู้รอบตัวในลักษณะ ชาวning ไม่ถูกจำกัดด้วยเรื่องเวลามากนัก

หากความรู้ในเรื่อง แม่และเด็ก ก็จะมีพบแต่ในนิตยสารดิฉัน และขวัญเรือนโดยใน ขวัญเรือนจะมีคอลัมน์เกี่ยวกับเรื่องนี้มากกว่าดิฉันแต่ไม่พบความรู้แนวนี้ในนิตยสารแพรวสุด สัปดาห์เลย อาจเนื่องมาจากคนอ่านของแพรวสุดสัปดาห์ส่วนใหญ่ยังมีสถานภาพเป็นโสด และมีลักษณะเป็นผู้หญิงทำงาน มากกว่ามีลักษณะของความเป็นแม่บ้าน จาก

แนวความรู้ต่างๆที่ได้แยกแยะออกมา ทำให้ผู้วิจัยมองเห็นว่า นิตยสารผู้หญิงได้บรรจุแนวความรู้ที่หลากหลาย และมีแนวความรู้ที่เหมือนกันและต่างกัน ซึ่งขึ้นอยู่กับบุคลิกของนิตยสารเล่มนั้นๆว่าต้องการเน้นความรู้ในสัดส่วนใดและแนวไหนให้กับคนอ่านของตนและจากการเปรียบเทียบพบว่า นิตยสารทั้งสามเล่มต่างเสนอแนวความรู้ได้เหมาะสมกับลักษณะกลุ่มเป้าหมายของตนเป็นอย่างดี

ในการทำหน้าที่ให้ความรู้ของนิตยสาร ซึ่งถือเป็นหน้าที่ประการแรกที่สำคัญ ที่มีมาตั้งแต่กำเนิดนิตยสารนั้นพบว่านิตยสารในปัจจุบันยังคงทำหน้าที่นี้เป็นอย่างดี และพบพัฒนาการว่า นิตยสารยังได้ทำหน้าที่ให้ความรู้ที่หลากหลายมากขึ้นด้วย มีการสอนให้ผู้หญิงรู้ว่าควรสนใจความรู้ในมิติใดของโลกบ้างจากที่ได้วิเคราะห์แล้วพบว่า มิติที่นิตยสารทั้งสามเล่มต่างให้เหมือนกัน แม้จะเป็นนิตยสารเพื่อผู้หญิงเฉพาะกลุ่มที่ต่างกันคือ ความรู้รอบตัวทั่วไป ในที่นี้ "นิตยสาร" จะเปรียบเสมือน "โรงเรียน" นอกกระบวน สำหรับผู้หญิง ในการให้ความรู้นอกตำราเรียนนั่นเอง

5 แฟชั่น ขอแยกเปรียบเทียบตามองค์ประกอบของแฟชั่นดังนี้

- **หน้าสี**

นิตยสารดิฉัน แพรวสุดสัปดาห์ และขวัญเรือน จะมีการนำเสนอเซตแฟชั่นในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน คือประมาณ 2-3 เซต และทุกเล่มต่างใช้หน้าสี กระดาษอาร์ตในการลงรูปแฟชั่นทั้งสิ้น

- **นายแบบ นางแบบ**

นิตยสารดิฉัน จะมีนายแบบ นางแบบหน้าใหม่ รวมไปถึงพวกลูกหลานคนมีฐานะ ผลัดเปลี่ยนมาขึ้นปกมากกว่าเล่มอื่น แต่ก็ยังคงมีการนำนายแบบ นางแบบอาชีพ รวมถึงดารา นักร้องมาขึ้นปกตามปกติด้วย

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ เน้นดารา นักร้องที่มีชื่อเสียงเป็นหลัก

นิตยสารขวัญเรือน เน้นถ่ายที่พีริเซ็นเตอร์ผู้หญิงมากกว่าซึ่งจะมีทั้งนางแบบอาชีพ ดารา และนักร้องที่มีชื่อเสียงเป็นส่วนใหญ่

- จาก พบว่า ทั้งสามเล่มต่างมีบรรยากาศการถ่ายแฟชั่นทั้งในประเทศและ

ต่างประเทศในจำนวนพอๆกัน ประเทศที่ไม่มีทั้งที่เหมือนและแตกต่างกัน คือประเทศฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ (ในนิตยสารขวัญเรือน) ตุรกี ฟินแลนด์ (ในนิตยสารดิฉัน) ฝรั่งเศส อังกฤษ สหรัฐอเมริกา (ในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์)

-สไตล์เสื้อผ้า และยี่ห้อ

นิตยสารดิฉัน จะเน้นเสื้อผ้าจากดีไซน์เนอร์และมียี่ห้อทั้งต่างประเทศและในประเทศ สไตล์เสื้อผ้าส่วนใหญ่จะเน้นชุดผู้หญิงทำงานที่เรียบง่าย และดูดี มีรสนิยม ไม่นิยมเน้นลาย ปักดอกไม้มากมาย นอกจากนี้จะมีการถ่ายชุดราตรีอยู่บ้าง สำหรับงานกลางคืน เช่น เสื้อผ้า จากดวงใจ บิส ANNE KLIEN

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ มีเสื้อผ้าจากดีไซน์เนอร์บ้างโดยเฉพาะเซ็ทปกสไตล์เสื้อผ้า จะเน้นวัยรุ่นหนุ่มๆมัดทะแมง เช่นกางเกงยีน เสื้อยืดแบบทันสมัย หรือชุดทำงานสไตล์วัยเริ่ม สาว แบบน่ารัก

นิตยสารขวัญเรือนเน้นถ่ายชุดทำงาน หรือเสื้อผ้าจำลองแบบไม่หือหาวมากนัก นอกจากนี้ขวัญเรือนยังเป็นนิตยสารเล่มเดียวใน 3 เล่มนี้ที่มีการแถมแบบตัดเสื้อแบบมาด้วย

โดยสรุปนิตยสารทั้ง 3 ฉบับ ต่างมีรูปแบบเนื้อหาที่คล้ายคลึงซ้อนทับกันอยู่ แต่ในเวลา เดียวก็มีส่วนที่ฉีกแตกต่างกันออกไป ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นรูปแบบหลักของแบบแผนการผลิต สินค้าในระบบทุนนิยม คือ จะไม่แยกรูปลักษณ์ หรือรูปแบบอย่างเด็ดขาด แต่ก็ไม่รวมเหมือน กันทั้งหมด เช่น ลลิตา ปัญโญภาส สามารถขึ้นปกนิตยสารได้ทั้ง 3 เล่ม แต่แต่ละเล่มจะทำ แฟชั่นให้ลลิตาที่แตกต่างกัน เป็นการขายจุดเด่นกันคนละอย่าง ที่เป็นเช่นนี้เพราะจะสามารถ ขายได้ทั้งในแง่ความเป็นมวลชนคนทั่วไป ในเวลาเดียวกันก็สามารถขายได้ในระดับชนชั้น ของหนังสือแต่ละเล่มด้วย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

(2) การวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาด้านโฆษณาของนิตยสารทั้งสามเล่ม

ปัจจุบันโฆษณาดังกล่าวถือเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการทำนิตยสารเนื่องจากแหล่งรายได้ของนิตยสารในยุคนี้คือค่าโฆษณา มีการพบว่าพื้นที่โฆษณากินเนื้อที่ถึงประมาณ 1 ใน 3 ของพื้นที่บนหน้านิตยสารทั้งหมด โดยสามารถแบ่งประเภทสินค้าโฆษณาออกได้เป็น 5 หมวด ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง เครื่องประดับ อาหาร และเบ็ดเตล็ด

ตารางที่ 11 แสดงปริมาณจำนวนหน้าเนื้อหาและโฆษณาของนิตยสารทั้งสามฉบับ

ชื่อนิตยสาร	จำนวนหน้า					
	เนื้อหา	ร้อยละ	โฆษณา	ร้อยละ	รวม	ร้อยละ
ดิฉัน	3,119	63.81	1,769	36.19	4,888	100
แพรวสุดสัปดาห์	2,397	78.93	640	21.07	3,037	100
ขวัญเรือน	3,136	75.13	1,097	24.87	4,210	100

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่านิตยสารดิฉันจะมีเนื้อที่โฆษณามากที่สุด (ร้อยละ 36.19) รองลงมาคือ นิตยสารขวัญเรือน (ร้อยละ 24.87) และลำดับสุดท้ายคือ นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ (ร้อยละ 21.07)

จากการที่นิตยสารดิฉันมีพื้นที่โฆษณามากกว่าเล่มอื่นอาจวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มผู้อ่านหรือผู้บริโภคมีอำนาจในการซื้อสูง เอเจนซีโฆษณาจึงเหมาโฆษณาให้ เพราะอย่างน้อยที่สุดจะไม่มีปัญหาเรื่องการเงินให้เห็น ถ้าผู้บริโภคคนนั้นคิดจะอยากซื้อสินค้าที่ลงโฆษณาไว้สำหรับนิตยสารขวัญเรือน เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายเป็นแม่บ้านเสียส่วนใหญ่ การลงโฆษณาในขวัญเรือน โดยเฉพาะสินค้าประเภทอุปโภคบริโภคในชีวิตประจำวันย่อมไม่ผิดพลาด เพราะแม่บ้านคือผู้กุมเศรษฐกิจในบ้านอยู่แล้ว

อย่างไรก็ตาม จะสังเกตเห็นว่า ตามตารางพื้นที่โฆษณาที่ลงในนิตยสารถือว่ากินเนื้อที่ถึงประมาณ 30-20 % ซึ่งนับว่าเป็นเปอร์เซ็นต์ที่ค่อนข้างสูง ยิ่งไปกว่านั้นเปอร์เซ็นต์ของพื้นที่

โฆษณา นี้ ยังแสดงให้เห็นได้อีกว่า นิตยสารกำลังทำหน้าที่ขยายลัทธิการบริโภคมากขึ้นเพราะ การโฆษณา คือวิธีการอันสำคัญในการเผยแพร่ลัทธิการบริโภคเลยทีเดียว

และจากข้อมูลของ คู่แข่ง ดาด้า แบงก์ ได้มีการแจกแจงตารางถึงงบโฆษณาที่ลงใน นิตยสารผู้หญิง (รายปักษ์) 10 อันดับสูงสุดระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2539 ก็พบว่า มีนิตยสารที่เป็นกรรมสิทธิ์ทั้งสามฉบับติดอันดับ 1 ใน 10 ด้วย โดยนิตยสารติดอันดับใน อันดับที่ 1 นิตยสารขวัญเรือน อยู่ในอันดับที่ 5 และนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์อยู่ในอันดับที่ 7

ตารางที่ 12 ตารางแสดงงบโฆษณานิตยสารผู้หญิง (รายปักษ์) ระหว่างเดือน มกราคม - มิถุนายน 2539

งบโฆษณานิตยสารผู้หญิง (รายปักษ์) ระหว่างเดือนมกราคม - มิถุนายน 2539						
ชื่อนิตยสาร	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.
1.ดิฉัน	8,328	9,124	9,492	9,268	10,528	9,464
2.แพรว	7,160	7,238	4,900	13,430	8,787	9,458
3.ผู้หญิง'24	5,262	5,776	7,230	6,693	6,887	7,942
4.พลอยแฉกเพชร	5,542	6,075	5,872	6,725	5,894	7,473
5.ขวัญเรือน	4,597	5,203	5,926	6,422	6,058	6,430
6.เปรี้ยว	2,886	3,364	3,810	5,528	4,702	5,269
7.แพรวสุดสัปดาห์	2,301	3,743	2,964	4,136	4,899	4,557
8.คุณหญิง	2,084	2,191	2,579	2,474	3,973	2,014
9.กุลสตรี	1,744	1,704	2,428	1,752	2,102	2,000
10.หญิงไทย	346	436	397	421	337	292

หมายเหตุ : หน่วย: 000 บาท

ที่มา : คู่แข่ง ดาด้า แบงก์

จากตารางที่ 12 จะพบว่ามีการเทงบประมาณโฆษณาให้เป็นจำนวนมากมูลค่าถึงหลักล้าน ซึ่งนับเป็นเม็ดเงินที่ถือว่าสูงพอสมควรสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ ฉะนั้นย่อมหมายความว่าถึงว่า เอเจนซีทั้งหลายคงต้องเห็นถึงผลตอบแทนที่คุ้มค่า ในการจะยอมเสียเงินถึงหลักล้านเพื่อลงโฆษณาในสื่อนิตยสารนี้โดยดูทางที่จะเห็นประโยชน์สำหรับการโฆษณาในสื่อสิ่งพิมพ์ก็คือ สามารถลงโฆษณาได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย เมื่อเทียบกับสื่อมวลชนอื่นๆ สื่อสิ่งพิมพ์จะมีราคาค่าโฆษณาที่ถูกกว่า ผู้บริโภคสามารถพิจารณาโฆษณาได้ในเวลาอันยาวนาน และจากการที่โฆษณาต้องจ่ายเงินในการลงโฆษณาเป็นจำนวนมากมาย ฉะนั้นเพื่อให้สินค้าของตนดูมีระดับในสายตาผู้บริโภค และยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของนิตยสารไปในตัว โฆษณาในนิตยสารทุกวันนี้ จึงมิใช่เป็นเพียงการบอกเล่าแจ้งความสินค้าดังในสมัยก่อน หากผ่านการจัดหน้า ใช้สีสันทันดูสวยงาม มีการออกแบบโฆษณาอย่างปราณีตเพื่อดึงดูดผู้อ่านให้หันมาสนใจโฆษณาของตนไม่แพ้การอ่านเนื้อเรื่องซึ่งลักษณะแบบนี้ได้รับอิทธิพลมาจากนิตยสารต่างประเทศนั่นเอง

ดังนั้น จึงอาจสรุปได้ว่า นิตยสารผู้หญิงในยุคปัจจุบันนี้ ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงการให้สาระความรู้ และความบันเทิงเท่านั้น แต่นิตยสารยังทำหน้าที่ขยายลัทธิการบริโภค ซึ่งแสดงออกโดยผ่านเนื้อหาโฆษณาทางหนึ่ง อันมีตำแหน่งสำคัญอยู่สองประการคือ ช่วยเป็นช่องทางให้กับผู้อ่านในการไปรู้จักสินค้าโฆษณาอื่นๆ และทำหน้าที่ขาย "ผู้รับสาร" ให้กับโฆษณา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 13 แสดงปริมาณจำนวนสินค้าโฆษณาที่ลงในนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่ม ปี 2538 ตั้งแต่ฉบับมกราคม-ธันวาคม (เฉพาะปีหลัง)

ประเภทของ หมวดสินค้า(ชิ้น)	นิตยสาร					
	ดิฉัน		แพรวสุดสัปดาห์		ขวัญเรือน	
	สินค้า	ร้อยละ	สินค้า	ร้อยละ	สินค้า	ร้อยละ
เบ็ดเตล็ด	675	43.69	116	22.57	362	39.55
เครื่องสำอาง	285	18.45	116	22.57	253	28.43
เครื่องประดับ	215	13.92	71	13.81	47	5.28
อาหาร	203	13.14	76	14.79	167	18.76
เสื้อผ้า	167	10.81	135	26.26	71	7.98
รวม	1,545	100	514	100	890	100

จากตารางที่ 13 พบว่า หมวดสินค้าโฆษณาที่ลงในนิตยสารผู้หญิงมากที่สุดสามารถจำแนกออกเป็น 5 ประเภท คือ เบ็ดเตล็ด เครื่องสำอาง เครื่องประดับ อาหาร และเสื้อผ้า โดยหมวดสินค้าโฆษณาที่ลงในนิตยสารผู้หญิงทั้งสามเล่ม สามารถเรียงลำดับจากปริมาณมากที่สุดไปถึงน้อยสุดได้ดังนี้

นิตยสารดิฉัน 1.เบ็ดเตล็ด (43.69%) 2.เครื่องสำอาง (18.45%)3.เครื่องประดับ (13.92%) 4.อาหาร (13.14%) 5.เสื้อผ้า (10.81%)

นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ 1.เสื้อผ้า (26.26%) 2.เบ็ดเตล็ด (22.57%) 2.เครื่องสำอาง (22.57%) (หมวดเบ็ดเตล็ดและเครื่องสำอาง มีปริมาณเท่ากัน)4.อาหาร (14.79%) 5.เครื่องประดับ (13.81%)

นิตยสารขวัญเรือน 1.เบ็ดเตล็ด (39.55%)2.เครื่องสำอาง (22.57%) 3.อาหาร (18.76%) 4.เสื้อผ้า (7.98%) 5.เครื่องประดับ (5.28%)

จากผลตัวเลขในตารางสามารถนำมาแยกรายละเอียดประเภทของสินค้าที่ลงในแต่ละหมวดได้ดังนี้

1.หมวดเบ็ดเตล็ด

(ก) นิตยสารดิฉัน ประเภทของสินค้าที่ลงในหมวดนี้มากที่สุด 5 อันดับแรกได้แก่

(1) ของใช้ในบ้าน มีทั้งหมด 130 ชิ้น (จาก 12 เล่มที่นำมาศึกษา)ส่วนใหญ่เป็นเครื่องอุปโภคที่มีเยื่อเป็นที่แพร่หลาย มีมูลค่าตั้งแต่ราคาเยื่อเยื่อไปจนถึงราคาสูง รูปแบบโฆษณาเน้นสร้างความประทับใจต่อตัวสินค้าด้วยภาพถ่ายที่สวยงามกว่าการเขียนเป็นตัวหนังสือเพื่อบอกคุณสมบัติมากมาย บางชิ้นมีโฆษณาเพียงภาพ และคำโฆษณาไม่กี่คำ เช่น

“บทเพลงจากสายน้ำ บรรเลงโดย COTTO ก๊อมน้ำคอดได้ สวย..ครบคุณภาพ”

“ที่อิตาลี เขาเชื่อกันว่า มีสองสิ่งเท่านั้นที่จะกำจัดความสกปรกให้หมดไป มือป็นหรือเครื่องซักผ้า ซานูสซี่”

“CHERRY TEMPLE เปิดโลกทัศน์ใหม่ของดีไซน์ รูปทรงแปดเหลี่ยมเบี่ยมเสน่ห์หลายเชอริ เป็นหนึ่งคุณค่าความงามที่แตกต่างเฉพาะตัว ซุปเปอร์แวร์ คุณค่าเพื่อชีวิต”

(2) สถานที่ท่องเที่ยว มีทั้งหมด 57 ชิ้น ส่วนใหญ่เป็นโฆษณาท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีระดับราคาแพง เช่น

“ฮ่องกง มหัศจรรย์ที่ไม่เคยหมด”

“วางใจเมื่อไปกับเอ็ม.ดี ทัวร์ ท่องเที่ยวอย่างภาคภูมิ ท่องไปในโลกกว้าง เที่ยวอย่างมืออาชีพ สนุกกับหลากหลายบรรยากาศ เพิ่มสีสันที่ไม่มีพรมแดน กับเอ็ม.ดี ทัวร์”

“สิงคโปร์ ดินแดนมหัศจรรย์”

(3) โรงแรม และที่พัก มีทั้งหมด 44 ชิ้น เป็นโรงแรมและที่พักระดับหรู สำหรับวันพักผ่อน เช่น

“วนาชาเลต์ รีสอร์ทสวีต สมบูรณ์แบบที่พร้อมให้คุณเป็นเจ้าของรีสอร์ทส่วนตัว บนที่ดินของคุณเอง”

“โอเชียน มาริน่า ยอร์ค คลับ ความสุขของคนรักเรือและทะเล อีกหนึ่งในความแตกต่างของความเป็น ‘ดุสิต’”

“ความรู้สึกที่แสนอบอุ่น พร้อมบริการแบบกันเอง ของโรงแรมเฟลิกซ์ อโนมา สวิสไฮเตล จะยังคงประทับใจตลอดไป แม้จะจากไปนานสักเท่าไร”

(4) ยานี้ มีทั้งหมด 43 ชิ้น จะเป็นยานักปอด แก้วใช้ และยานาฬโรคเคล็ดขัดยอกเป็นส่วนใหญ่ เช่น

"ดัลโคแล็กซ์ อัดอัดกับภาวะติดตัว ยาระบายตำรับของเบอริงเกอร์ อินเกลไฮม์ ดัลโคแล็กซ์ เยอรมนี"

"เมื่อเคลื่อนไหวผิดจังหวะ จนเคล็ด จนปวด จนบวมซ้ำ เอลมาทาชิน อัดฟันไม่ต้องฉุนวดเพื่อความเคลื่อนไหวที่ถูกจังหวะ"

"พาราเซตามอล ก่อนถึงมือหมอ ก่อนพบทันตแพทย์ บรรเทาอาการปวดฟันด้วยพาราเซตามอล ใช้ บรรเทาปวด"

(5) รถยนต์ มีทั้งหมด 41 ชิ้น ส่วนใหญ่เป็นรถหรู มีระดับ และราคาแพง และรูปแบบโฆษณานิยมใช้ข้อความที่ส่งเสริมความมีเอกลักษณ์ของผู้ขับขี่ หรือให้ความรู้สึกที่ดีเมื่อเป็นเจ้าของรถคันนี้ เช่น

"การติดต่อระหว่างคุณกับเรามีใช่เป็นเพียงแค่การซื้อขาย แต่นั่นหมายถึงมิตรภาพและบริการจากเราตลอดไป Mercedes Auto Haus"

"มันไม่ใช่แค่ความสะดวกสบายที่มากยิ่งขึ้นกว่า แต่ผมว่ามันยังให้ความชอบที่ทั้งเจ้าของหรือคนขับก็รู้สึกได้...ไม่ต่างกัน PEUGEOT 805"

"เมื่อจากรถโลดแล่นอยู่บนท้องถนน ทุกองค์ประกอบของยนตรกรรมคลาสสิกสะท้อนให้เห็นถึงความโดดเด่น ที่หลายคนต้องจับตามอง เพราะผู้ที่เป็นเจ้าของจากรถนั้น มักมีวิถีชีวิตและรสนิยมที่แตกต่าง ความเป็น 'คุณ' กับ 'จากรถ' จึงมีไม่มากจนดาดดินเป็นร้อย..พัน..หมื่น เหมือนรถยนต์ทั่วไป"

(ข) นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ ประเภทของสินค้าที่ลงโฆษณาในหมวดนี้มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่

(1) สถาบันภาษา มีทั้งหมด 31 ชั้น ส่วนใหญ่จะลงโฆษณาในหน้าขาวดำ รูปแบบการโฆษณาจะบอกถึงสถานที่ตั้ง ที่ติดต่อ และหลักสูตรการเรียนการสอน

"สถาบันภาษาและธุรกิจการบินนิคส์ โอกาสของการเป็นแอร์โฮสเตส ของหญิงไทยไม่ไกลเกินเอื้อม หากได้รับการเตรียมตัวที่ถูกแนวของแต่ละสายการบิน"

"สถาบัน OPINION ก้าวให้ทัน กับการพัฒนาประเทศ ผู้การพัฒนาตนเองของคนหนุ่มสาวสมัยใหม่ กับการศึกษาต่อในระดับปริญญาโท ทั้งภายในและต่างประเทศ"

(2) สถานที่ท่องเที่ยว มีทั้งหมด 24 ชั้น จะมีทั้งเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ รูปแบบโฆษณานำภาพถ่ายสวย ให้เห็นบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นหลัก ด้านข้อความโฆษณานิยมใช้ความเป็นมิตร และการพักผ่อนที่สุขใจ เช่น

"GALA TOUR กลุ่มทัวร์ท่องเที่ยว สนุกสนาน สุดแสนสำราญ จะขึ้นเหนือ ล่องไดโนเสาร์ หรือลงเรือ ให้เป็นที่เอิกเขกในหัวใจกันทุกคน ถ้วนหน้า เพลิดเพลินกับสายลมเย็น พักใจยามแดดอ่อนอุ่น ทั้งนี้ทั้งนั้นความสัมพันธ์แสนงาม ระหว่างมิตรภาพที่ออกเงยขึ้นคงเป็นเรื่องยาก ถ้าหากเราจะพรรณนาให้คุณฟัง เพราะภาพแห่งความสุขที่คุณจะได้สัมผัส งดงามอย่างเหลือเกินแล้ว"

"ไปกับซีทรานคราฟท์ ลัดฟ้าฟรี แบบสบายกระเป๋า"

(3) เทคโนโลยี และเครื่องมือสื่อสาร มีทั้งหมด 11 ชั้น ส่วนใหญ่เป็นโทรศัพท์มือถือ และเครื่องมือติดตามตัว ที่เน้นความทันสมัย สัญลักษณ์ของการส่งข้อความที่เร็วทันใจให้เข้ากับวัยรุ่น เช่น

"EASY CALL รับส่งข้อความที่งานซึ่งกินใจ ให้หวานซึ่งกินใจยิ่งขึ้น"

"เว็ลด์โฟน 800 รุ่นใหม่ มาแรง พร้อมกระแทบใจคุณแล้ววันนี้"

(4) กล้อง และกระดาษอัดรูป มีทั้งหมด 8 ชิ้น รูปแบบโฆษณาเน้นคุณภาพของตัวกล้อง และข้อความที่บอกถึงการเก็บความทรงจำที่ดีและสีสันชัดเจนในชีวิต เช่น

"ไม่ว่าจะสีไหน ก็อิ่มละใจไม่ต่างกัน ถ้าเป็นกระดาษสีฟูจิเคลียร์แมกซ์ ที่มีโครงสร้างเนื้อสีหนาแน่น ถ่ายทอดทุกเม็ดสีได้เต็มร้อย แม้รายละเอียดที่เล็กที่สุดของภาพ ทุกภาพของคุณจึงสีจัดจ้านใจ..ร้อยเปอร์เซ็นต์"

"กล้องเพนแท็กซ์คอมแพค ทางเลือกสำหรับงานถ่ายภาพสร้างสรรค์ของคุณ"

"ไม่ว่าสีสิ้นสุดฤทธิ์ขนาดไหน ฟิล์มสีฟูจิบอกได้สุดอารมณ์"

(5) มอเตอร์ไซค์ มีทั้งหมด 7 ชิ้น จะเป็นการนำนายแบบและนางแบบมาถ่ายคู่กับโฆษณา รวมทั้งภาพโฆษณาของมอเตอร์ไซค์เอง เช่น มอเตอร์ไซค์ฮอนด้า และซูซูกิ อากีลาร์

(ค) นิตยสารขวัญเรือน ประเภทของสินค้าที่ลงโฆษณาในหมวดนี้มากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่

(1) ของใช้ภายในบ้าน มีทั้งหมด 101 ชิ้น ส่วนใหญ่จะเป็นเครื่องนอน เครื่องครัว และเครื่องอุปโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น

"แรงดี ตกไม่แตก เคนวูด เครื่องครัวควบคุมคุณภาพและดีไซน์"

"เอเวอร์กรีน แต่งเติมความฝันให้สวยกว่าที่คุณเคยฝัน เพิ่มความหรูหราสวยด้วยสายระบายโค้ง 2 ชั้น อันเป็นเสน่ห์แห่ง ...เอเวอร์กรีน"

"ใครจะกล้าปฏิเสธโฉมใหม่ของหม้อหุงข้าวชาร์ปได้ลงคอ"

(2) สถานบริการความงาม มีทั้งหมด 83 ชิ้น ลงโฆษณาทั้งหน้าสีและขาวดำ ลักษณะโฆษณามีทั้งแนะนำสถาบัน บอกสถานที่ตั้ง และรับบริการความงามด้านใดบ้าง นอกจากนี้ยังมีการรับสมัครสมาชิก หรือมีใบสั่งของสำหรับเครื่องมือหรือผลิตภัณฑ์ที่บำรุงความงาม โดยข้อความโฆษณาจะบอกประโยชน์ คุณสมบัติของสินค้า และวิธีใช้อย่างละเอียด เช่น

"พัชชา บิวตี้ คลินิก เขียนคิ้ว ขอบตา ขอบปากถาวร ราคาพิเศษ"

"เสริมเสน่ห์ทรวงอก Ideal Bust ผลิตภัณฑ์ใหม่ของ Marina Louis ช่วยแก้ปัญหาทรวงอกเล็กให้หมดไป หากท่านไม่ได้ผลที่ต้องการจากใช้ Ideal Bust หน้าอกของท่านไม่ได้แปรเปลี่ยนอย่างสิ้นเชิง และพัฒนาขึ้นภายใน 15 วัน ท่านสามารถส่งคืนหลอดครีมให้กับเรา แล้วเราจะส่งเงินคืนให้กับท่านโดยไม่ขอคำอธิบายใดๆ"

(3) ยา มีทั้งหมด 29 ชิ้น ส่วนใหญ่เป็นยาที่สามารถหาซื้อได้ตามร้านขายยาทั่วไป ประเภทยาแก้ปวด แคลเซียม และอาหารเสริมที่เป็นเม็ดยาเช่น

"แคลเซียมดี-เรดิออกซอน ป้องกันโรคกระดูกพรุน"

"ยาลดไขมันคาลปอล มีรสหวานพร้อมคุณภาพที่คุณวางใจได้ เปลี่ยนความรู้สึกเดิมๆของการกินยา"

"อีรูโดยด์ เพื่อขายามพักผ่อน"

(4) สถานที่ท่องเที่ยวมีทั้งหมด 20 ชิ้น มีทั้งท่องเที่ยวในประเทศ และต่างประเทศ เช่น

"ฮ่องกง มหัศจรรย์ที่ไม่เคยหมด"

"หากคุณเชื่อว่า ธรรมชาติกำหนดชีวิต สำหรับที่นี่.. ชีวิต..คุณกำหนด ส่วนชลพฤษ นครนายก"

(5) บัตรเครดิต มีทั้งหมด 18 ชิ้น รูปแบบโฆษณาเน้นความมีอภิสิทธิ์ในการใช้บัตร เช่น

"บัตรไทยประกัน วิชา มอบอภิสิทธิ์แด่ผู้ถือกรมธรรม์"

"เครดิตการ์ดกรุงเทพบอกความแตกต่างที่เหนือใครด้วยบัตรเครดิตจากธนาคารอันดับหนึ่งของไทย"

2.หมวดเครื่องสำอาง พบว่า นิตยสารขวัญเรือนมีการลงโฆษณาในหมวดนี้มากที่สุด (28.43%) รองลงมาคือแพรวสุดสัปดาห์ (22.57%) อันดับที่สามคือนิตยสารดิฉัน (18.45%) หากเมื่อเปรียบกับสินค้าหมวดอื่นๆในเล่มเดียวกันทั้งสามเล่ม ถือว่าเครื่องสำอางมี

การลงโฆษณาในปริมาณที่ค่อนข้างสูง (แต่ละเล่มจัดอยู่ในบันดัดสอง) ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารเป็นผู้หญิงย่อมมีความสนใจในเรื่องความสวยงามโดยความเป็นธรรมชาติของผู้หญิงยี่ห้อและประเภทสินค้าเครื่องสำอางจะมีทั้งยี่ห้อที่ลงเหมือนกันทั้งสามเล่ม และบางเล่มจะมียี่ห้อที่แตกต่างกันไป โดยความแตกต่างนี้ขึ้นอยู่กับยี่ห้อและราคา ซึ่งจะผันแปรไปตามราคาของหนังสือ เช่น ถ้าเป็นยี่ห้อที่มีราคาค่อนข้างแพงจะปรากฏในนิตยสารดิฉันมากกว่าเล่มอื่นตัวอย่าง

"ดูแลผิวพรรณทุกวัน ด้วยเซอรามาโด ไทม์ คอมเพล็กซ์ แคปซูล เพียงวันละครั้ง เพื่อผิวที่นุ่มนวล ดูอ่อนเยาว์ elizabeth arden"

นอกจากนี้ ยังพบว่า ในดิฉันจะมีสินค้าประเภทน้ำหอมลงโฆษณามากกว่าเล่มอื่น ซึ่งเป็นยี่ห้อที่มีขายที่ต่างประเทศ และตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำในประเทศไทย เช่น ไปโล คริสเตียน ดิออร์ ซึ่งอาจวิเคราะห์ได้ว่า กลุ่มคนอ่านส่วนใหญ่ต้องมีการปรุงแต่งความงามด้วยความหอมมากกว่าธรรมดา และการใช้น้ำหอมก็ถือเป็น "สัญลักษณ์" ที่บอกถึงบุคลิกและฐานะของคนใช้น้ำหอมด้วย เพราะคนที่ใช้น้ำหอมได้ต้องเป็นคนมีฐานะและมีอำนาจในการซื้อระดับหนึ่ง เนื่องจากถือเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย และมีราคาค่อนข้างแพง

สำหรับเครื่องสำอางสำหรับวัยรุ่นจะปรากฏในนิตยสารแพรวสุดสัปดาห์เป็นส่วนใหญ่ ตัวอย่าง

"ใสแบบธรรมชาติ สะอาดแบบเอสกินอล คุณค่าจากธรรมชาติ เพื่อผิวหน้าสะอาดใส"
"เพ็ชช แอคเน่ เพราะเรารู้จริงเรื่องผิวหน้า"

สำหรับขวัญเรือนมีการลงโฆษณาเครื่องสำอางทั้งที่มียี่ห้อราคาแพงเช่น ลิปสติค เอลิซาเบท อาเดน ไปจนถึงราคาปานกลาง เช่น ลิปสติคเพ็ชช เครื่องสำอางฮานาโกะ การที่เป็นเช่นนี้ คาดว่า ผู้ลงโฆษณามองในแง่ความเป็นสื่อมวลชน และยอดขายของขวัญเรือนที่ครอบคลุมจำนวนคนอ่านในวงกว้างกว่านิตยสารทั้งสองเล่ม นอกจากนี้ พบว่า ขวัญเรือนจะมีโฆษณาสถานบริการความงามมากกว่าอีกสองเล่ม

3.เครื่องประดับ พบว่า นิตยสารดิฉัน มีการลงโฆษณาในหมวดนี้มากที่สุด(13.92%)โดยเครื่องประดับส่วนใหญ่จะมีราคาแพง และมียี่ห้อ สินค้าบางประเภทเช่น นาฬิกา มีการลงโฆษณาถึง 14 ชิ้น และล้วนแต่มียี่ห้อมาจากต่างประเทศทั้งสิ้น เช่น VACHERON CONSTANTIN จากเจนีวา PATEK PHILIPPE จากเจนีวา TIFFANY&CO และ CATIER ฯลฯ นอกจากนี้เป็นเครื่องประดับเช่นสร้อยคอ จาก PRIMA GOLD กระเป๋า รองเท้า จาก ST.JAMES ส่งนำเข้าจากประเทศอิตาลี

อันดับที่สองคือ นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ มีการลงโฆษณามหมวดเครื่องประดับ 13.81% สินค้าเครื่องประดับส่วนใหญ่คือ รองเท้า และมีราคาปานกลาง เหมาะสำหรับวัยเรียน และวัยสาวทำงาน หรือรองเท้าแนวแฟชั่น เช่น รองเท้า NATURALIZER, FOOTWORK, CRYSTAL, DE FONSECA

อันดับที่สามคือ นิตยสารขวัญเรือน ซึ่งมีการลงโฆษณาในหมวดนี้น้อยมาก เพียง 5.28% ลักษณะสินค้าจะมีคละเคล้ากันไประหว่างสร้อยคอ เครื่องประดับเสื้อผ้า รองเท้า ซึ่งมีราคาอยู่ในระดับปานกลาง เช่น อัญมณี JEWEL FEST โกลด์เนเจอร์ รองเท้าแตะหนังยาง รองเท้า SCHOOL กระเป๋าและรองเท้า MAYFINE

4.อาหาร พบว่า นิตยสารขวัญเรือน มีการลงโฆษณาในหมวดนี้มากที่สุด (18.76%) สินค้าส่วนใหญ่จะครอบคลุมตั้งเครื่องปรุงอาหาร เช่นแป้งตราฉลากทอง ซอสพริกแดงตราฉลากทอง อายิโนะโมะโต๊ะ หรือตัวอาหารสำเร็จรูป เช่น ปลากระป๋องตราซีแล็ดทูน่า ตราสามแม่ครัว ตราเพชร บะหมี่โซน่าซ็อบ คิวิกจี๊ก ประเภทเครื่องดื่ม เช่น นมสดยี่ห้อต่างๆ เครื่องดื่มเกลือแร่ นมกระป๋อง เนสกาแฟและประเภทขนมขบเคี้ยว เช่นเค้ก ข้าวโพดกรอบ อากสาวได้สินค้าประเภทอาหารที่ลงโฆษณาในนิตยสารขวัญเรือนจะครอบคลุมตั้งแต่แม่บ้านไปถึงคุณลูก

อันดับที่สองคือ นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์(14.79%) สินค้าส่วนใหญ่เน้นขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม และอาหารสำเร็จรูปที่ไม่ต้องใช้เวลาในการปรุงนาน เช่น บะหมี่มาม่า สไปย ไวน์ คุลเลอร์ ลูกอมริโคล่า ขนม GATEAUX HOUSE ทั้งนี้เพราะกลุ่มเป้าหมายของหนังสือยัง

อยู่ในวัยเรียนวัยทำงานที่เน้นความสนุกสนานกับชีวิต ไม่ค่อยมีเวลาในการปรุงอาหาร และนิยมของท่านเล่นในระหว่างมื้ออาหาร

อันดับที่สาม คือ นิตยสารดิฉัน ลงโฆษณาในหมวดนี้ประมาณ 13.14% สินค้าส่วนใหญ่มีหลายประเภท ตั้งแต่ ขนมปัง ปลากระป๋อง นมกล่อง นมสด ประเภทสินค้าไม่แตกต่างจากนิตยสารขวัญเรือน หากต่างกันตรงปริมาณที่ลงโฆษณาเท่านั้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กลุ่มคนอ่านส่วนใหญ่คือ วัยผู้ใหญ่ซึ่งมีบทบาททั้งเป็นแม่บ้าน และออกงานสังคมรวมถึงมีอำนาจในการซื้อพอสมควร สินค้าโฆษณาประเภทนี้จึงลงโฆษณาทั้งสองเล่ม เพื่อให้ครอบคลุมลูกค้าในทุกกลุ่ม อีกประการสินค้าประเภทของกิน คนมักจะเห็นว่าเป็นความสุข และนิยมซื้อรับประทาน โดยราคาสินค้าโฆษณาที่ลงก็อยู่ในระดับที่หาซื้อได้โดยไม่ยุ่งยากนัก

4.เสื้อผ้า พบว่า นิตยสารแพรวสุดสัปดาห์ มีการลงโฆษณาในหมวดนี้มากที่สุด คือ (26.26%) เสื้อผ้าส่วนใหญ่เป็นกางเกงยีน เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต และชุดทำงานของผู้หญิงซึ่งมีเยื่อส่วนใหญ่สำหรับวัยรุ่นและข้อความโฆษณาที่เน้นสร้างความมั่นใจให้กับผู้สวมใส่ เช่น STUDIO HOLLYWOOD,ZONDI, GERE,JASPAL

"ไม่เคยรับบทหนักขนาดนี้ ทุกทีเคยเป็นแต่นางเอ็กนางเอก ZONDI ถอดแบบความเข้าใจสวมใส่ชีวิต"

"ความมั่นใจสำคัญที่สุด ความมั่นใจนี้แหละ ทำให้ของง่าย ๆ ดูมีสไตล์ อยู่ที่ว่าเรากล้าแค่ไหน A || Z"

อันดับที่สองคือ นิตยสารดิฉัน ลงโฆษณาในหมวดเสื้อผ้า 10.81% เยื่อสินค้าส่วนใหญ่จะมาจากต่างประเทศและนิยมจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าชั้นนำเท่านั้น มีทั้งยีน เสื้อผ้าชุดทำงานทั้งผู้หญิงและผู้ชาย เช่น NINO CERRUTI 1881 JEANS, DANCE FRANCE,TRUSSARDI,KOOKAI และไม่นิยมโฆษณาด้วยข้อความยืดยาว แต่เน้นการใช้เสื้อเสื้อผ้า และอารมณ์นางแบบถ่ายออกมาให้ดูมีศิลปะอย่างสวยงาม

อันดับที่สามคือ นิตยสารขวัญเรือน ลงโฆษณาในหมวดนี้ 7.98% เสื้อผ้าที่ลงโฆษณา คือ พวกชุดชั้นในกุลสตรี จินตนา ไอโนโน ชุดคลุมท้อง มามือองต์ และชุดเด็กอ่อน

ในโฆษณาสินค้าหมวดเสื้อผ้า จะพบว่า นิตยสารทั้งสามเล่มมีลักษณะของสินค้าที่ค่อนข้างแตกต่างกันมาก และทำให้มองเห็นชัดถึงกลุ่มเป้าหมาย และรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายได้ในระดับหนึ่ง การที่สินค้าเสื้อผ้านิยมลงในหนังสือแพรวสุดสัปดาห์มากเป็นอันดับหนึ่ง คาดว่าเป็นเพราะกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจในการซื้อเสื้อผ้า เพราะกำลังอยู่ในวัยแต่งงาน แต่ลักษณะการแต่งงานจะเน้นไปที่ความเรียบง่ายแต่ดูดี ทำให้มีความมั่นใจ และมีบุคลิกของตน สำหรับเสื้อผ้าที่ลงในนิตยสารดิฉันจะสะท้อนให้เห็นถึงอำนาจในการซื้อของกลุ่มเป้าหมายว่ามีค่อนข้างสูง นิยมเสื้อผ้าที่มีคุณภาพและมีการตัดเย็บที่ปราณีต สวยงาม มีราคา และมีเยื่อ เพราะคิดว่าหลังจากเมืองนอกจะต้องเป็นของมีคุณภาพดี ในขณะที่นิตยสารขวัญเรือน จะไม่ค่อยเน้นเสื้อผ้าสำเร็จรูปชุดทำงาน แต่เน้นชุดชั้นใน ชุดเด็ก และชุดแม่ อาจเป็นเพราะเสื้อผ้าส่วนหนึ่งได้หุ้มนำไปที่นิตยสารผู้หญิงเล่มอื่นแล้ว สำหรับขวัญเรือนชุดทำงานจะลงโฆษณาด้วยวิธีการนำมาถ่ายแฟชั่น และเมื่อภายในเนื้อหาได้มีแบบตัดเสื้อแนบมาอยู่แล้ว ผู้อ่านกลุ่มนี้จะเน้นการเย็บตัดเสื้อผ้าใส่เอง มากกว่าจะไปหาซื้อ ในขณะที่สินค้าประเภทชุดชั้นในจะต้องซื้อใส่

จากเนื้อหาด้านโฆษณาที่ได้แจกแจงมาทั้งหมด สามารถนำมาสรุปเป็นภาพรวมของประเภทสินค้าโฆษณาที่ลงในนิตยสารผู้หญิงทั้ง 3 ฉบับได้ ดังนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 14 สรุปประเภทสินค้าโฆษณาที่ลงในนิตยสารผู้หญิงทั้ง 3 ฉบับ

ประเภทสินค้า	ดิฉัน	แพรวสุดสัปดาห์	ขวัญเรือน
เบ็ดเตล็ด	1. ของใช้ในบ้าน เครื่องอุปโภคที่มี ยี่ห้อ มีราคา 2. สถานที่ท่องเที่ยว ต่างประเทศ 3. โรงแรม ที่พัก 4. ยา 5. รถยนต์	1. สถาบันภาษา 2. สถานที่ท่องเที่ยว ในประเทศ 3. เครื่องมือสื่อสาร 4. กล้องถ่ายรูป 5. มอเตอร์ไซด์	1. ของใช้ในบ้าน เช่น เครื่องครัว เครื่องอุปโภค 2. สถานบริการความงาม 3. ยา 4. สถานที่ท่องเที่ยวใน ประเทศ ต่างประเทศ 5. บัตรเครดิต
เครื่องสำอาง	มียี่ห้อ มีราคา สินค้าต่างประเทศ	แป้ง โลชั่น โฟมล้าง หน้าสำหรับวัยรุ่น	มียี่ห้อ มีราคาสูงถึง ปานกลาง
เครื่องประดับ	นาฬิกาจากต่าง ประเทศ สร้อยคอ มีราคา	รองเท้า กระเป๋าแนว วัยรุ่น	สร้อยคอ รองเท้า กระเป๋าอยู่ในระดับ ปานกลาง
อาหาร	ขนมปัง นมสด อาหารกระป๋อง	ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่ม อาหารสำเร็จรูป	อาหารกระป๋อง นมสด เครื่องปรุงอาหาร
เสื้อผ้า	มียี่ห้อ สินค้าต่าง ประเทศ ทั้งชุด ทำงานและลำลอง	เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต ยีน มียี่ห้อเป็นที่นิยม ของวัยรุ่นหนุ่มสาว	ชุดชั้นใน ชุดคลุมท้อง ชุดเด็กอ่อน

จากตารางที่ 14 สามารถสรุปได้ว่า สินค้าโฆษณาบางประเภทจะนิยมลงโฆษณาทั้ง
นิตยสารสำหรับชนชั้นสูง และชนชั้นกลางระดับล่าง เช่นโฆษณาประเภทอาหาร ที่มีลงดิฉัน

และขวัญเรือน แต่สินค้าโฆษณาบางประเภทก็เป็น "เครื่องหมาย" ที่บ่งบอกความแตกต่าง
ของกลุ่มเป้าหมายนิตยสารอย่างชัดเจน เช่น โฆษณาเสื้อผ้า และเครื่องประดับ อาจกล่าวได้
ว่า แม้แต่รูปแบบโฆษณาก็ยังมีการลงสินค้าที่มีส่วนซ้อนทับกันอยู่ในนิตยสารทั้งสามฉบับ
และมีส่วนที่แตกต่างแยกออกมาให้เห็นชัดว่า นิตยสารแต่ละเล่มเป็นนิตยสารเพื่อคน
อ่านกลุ่มไหน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย