

การนำเสนอภาพตัวแทนและค่านิยม “ความเป็นหญิงยุคใหม่”
ในนิตยสารคลีโอที่มีผลต่อทัศนคติของผู้อ่าน

ศศิกัญจน์ กสิวัฒน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

พ.ศ. 2550

**THE REPRESENTATION AND VALUE OF “MODERN WOMEN”
IN CLEO MAGAZINE THAT HAVE AFFECT
ON READERS’ ATTITUDES**



SASIKARN KASIWAT

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts (Communication)
Department of Business Communication
Graduate School, Dhurakij Pundit University**

2007

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การนำเสนอภาพตัวตนและค่านิยม “ความเป็นหญิงยุคใหม่” ในนิตยสารคลีโอที่มีผลต่อทัศนคติของผู้อ่าน
ชื่อผู้เขียน	ศศิภาณจน์ กสิวัฒน์
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว
สาขาวิชา	นิเทศศาสตร์ธุรกิจ
ปีการศึกษา	2549

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การนำเสนอภาพตัวตนและค่านิยม “ความเป็นหญิงยุคใหม่” ในนิตยสารคลีโอที่มีผลต่อทัศนคติของผู้อ่าน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะการนำเสนอภาพตัวตนความเป็นหญิงยุคใหม่ และค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหาของนิตยสารคลีโอ รวมถึงทัศนคติของผู้อ่าน โดยทำการวิเคราะห์เนื้อหาในคอลัมน์ที่มีการนำเสนอภาพตัวตนของผู้หญิงยุคใหม่ ตั้งแต่บัดเดือนมกราคม 2549 ถึงฉบับเดือนธันวาคม 2549 รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 ฉบับ และทำการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกองบรรณาธิการคลีโอจำนวน 5 คน และผู้อ่านนิตยสารคลีโอจำนวน 16 คน

ผลของการวิจัยพบว่า ลักษณะการนำเสนอภาพตัวตนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอมีการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา แต่เนื่องจากนโยบายของนิตยสารที่มีการปรับเปลี่ยนตามท้องที่ จึงมีการคัดเลือกเรื่องของกองบรรณาธิการที่คำนึงถึงรูปแบบการดำเนินชีวิต ความคิด ความเชื่อ และค่านิยมของผู้อ่านที่เป็นคนไทย โดยภาพตัวตนความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอจะมีการผสมผสานให้ภาพที่ออกมามีลักษณะทั้งความเป็น อุดมคติ (Ideal) ด้วยการวางบุคลิกของนิตยสารเปรียบเทียบกับผู้หญิงคนหนึ่งที่น่ารัก สดใส มนุษย์สัมพันธ์ดี มีความสุข มองโลกในแง่ดี เข้าใจในการใช้ชีวิต เปิดรับสิ่งใหม่ๆ มีความสนใจโลกภายนอก และส่วนที่เป็นความจริง (Reality) ด้วยการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้นกับผู้หญิง ทั้งนี้ภาพตัวตนที่วางไว้ก็สอดคล้องกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนออกมาจากเนื้อหาของนิตยสารคลีโอ จะเป็นค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ในแง่ของการดำเนินชีวิตของผู้หญิงที่มองโลกในแง่ดี เป็นตัวเอง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ มีอิสระทางความคิด มีการวางแผนชีวิตไว้ล่วงหน้า สนใจติดตามเหตุการณ์ต่างๆ รู้ทันการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เชื่อในการสร้างสรรค์ทางความคิดและวัตถุประสงค์ต่างๆ ยอมรับในศักดิ์ศรีของตนเองและผู้อื่น สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพปัจจุบันและอนาคตได้

ในส่วนของการศึกษาทัศนคติของผู้อ่าน พบว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่ยอมรับภาพตัวตนของความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ โดยผู้อ่านเห็นว่าภาพตัวตนของผู้หญิงยุคใหม่ คือภาพของ

ผู้หญิงที่มองโลกในแง่ดี ทันสมัย เป็นตัวของตัวเอง สามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง มีความมั่นใจ แต่ก็อยู่ในกาละเทศะ และผู้อ่านยังเห็นว่าภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่มีความเหมาะสมกับสังคมไทย เพราะนิตยสารได้มีการผสมผสานลักษณะของคนไทยเข้าไป ทั้งนี้ นิตยสารคลีโอสามารถทำให้ผู้อ่านมีความรู้เพิ่มมากขึ้น มองโลกกว้างขึ้น ทนต่อเหตุการณ์ต่างๆ และยังมีการดูแลตัวเองมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามพบว่าผู้อ่านไม่ได้ประพฤติตนตามแบบอย่างภาพตัวแทนผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอทั้งหมด แต่จะมีการเลือกรับ เลือกปฏิบัติ หรือนำเอาเนื้อหาบางส่วนที่คิดว่าเหมาะสมกับตนเองมาใช้

Thesis Title	The Representation and Value Of “Modern Woman” in Cleo Magazine that have affect on Readers’ Attitudes
Author	Sasikarn Kasiwat
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Asawin Nedpogaeo
Department	Business Communication
Academic Year	2006

ABSTRACT

This research: Representation and Value of Modern Women That Have Affect on Readers’ Attitude is objected to study about characteristic of how Cleo magazine presented the representation of modern women and value of being modern women, in which reflected in the magazine contents. It also includes the reader’s attitude by analyzing in the columns which relate the representation of modern women from total 12 issues from January 2006 to December 2006, accompanying by In-depth Interview from 5 Cleo Magazine editors and 16 Cleo Magazine readers.

The result revealed that the characteristic of representation of modern women in Cleo Magazine were influenced by Western culture. However, since the Magazine aims to attune the contents with local culture, there are some contents adjusted by Cleo editor group to cope with Thai readers in living style, thought, belief and value of life. The representation of modern women in Cleo Magazine are the intermixture of the ideal picture, throughout the personality theme of Cleo Magazine, that could be compared with a lady who is very lively, cheerful, friendly, happy, optimistic, know how to open to the outer world but in another side, also of reality by presenting the stories which really happened to women. In other words, the assigned representation is in accordance with the reality happened.

Value of being modern women that reflected from the magazine’s contents are that they must know how to live optimistically and independently, ready to accept new things and feel free to think, well planned for their life, interested in most events, up-date in the social changes, believe in creativity both ideally and materially, accept in dignity of own-self and other people, adjust themselves to live with present and future.

In the part of studying from readers’ attitude, it shows that most readers accept the representation of modern women from Cleo Magazine, which readers indicate that representation of modern women is the picture of women who are optimistic, modern, independent, very confident

but felicitous. Moreover, readers also agree that the representation of modern women is suitable for Thai society since the magazine has attuned the characteristic of Thai in most contents. Thus, Cleo Magazine helps its readers to learn more, being foresighted and wide vision, and take better care of themselves. However, the research found that magazine readers do not totally follow the representation of modern women from Cleo Magazine, but they tend to absorb some and resist others or apply some parts of the contents that are proper to themselves.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำที่ดีอยู่เสมอ รวมทั้งกราบขอบพระคุณ อาจารย์ อรุณ งามดี ประธานกรรมการ ศาสตราจารย์สุกัญญา สุดบรรทัด และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกินส์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อคิด และกรุณาสละเวลามาเป็นกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยให้ผ่านไปด้วยดี

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณสุพิชา สอนคำริห์ คุณสวรรย์ พิภพฉานนท์ คุณทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ คุณสุวรรณีย์ ดอกไม้ คุณปารมี สุวรรณสิทธิ์ และผู้อ่านทุกๆท่านที่ได้สละเวลาในการพูดคุย ให้สัมภาษณ์ และเอื้อเฟื้อข้อมูลต่างๆที่ใช้ในการวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณแม่ ที่คอยเป็นกำลังใจ สนับสนุนในเรื่องการเรียน การทำวิทยานิพนธ์ และสนับสนุนในทุกๆอย่างของลูกคนนี้อย่างเต็มที่ตลอดมา

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณปุ่นนี้ สำหรับกำลังใจ และความช่วยเหลือในทุกๆอย่าง ขอขอบคุณเตเต้ สำหรับการตอบปัญหาของเพื่อนช่างสงสัยคนนี้ รวมทั้งขอบคุณเพื่อนๆอีกหลายคน ที่ได้คอยถามไถ่ และให้ความช่วยเหลือ จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ถ้าหากไม่มีบุคคลดังที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยคงไม่มีวันนี้ “ขอบคุณมากค่ะ”

ศศิภาณจน์ กสิวัฒน์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๖
กิตติกรรมประกาศ.....	๗
สารบัญตาราง.....	๘
สารบัญภาพ.....	๙
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 ปัญหานำการวิจัย.....	6
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	6
1.5 นิยามศัพท์.....	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร.....	9
2.2 แนวคิดเรื่องนายทวารข่าวสาร.....	18
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพความเป็นหญิง.....	22
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม.....	25
2.5 แนวคิดความเป็นสมัยใหม่.....	28
2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	31
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	34
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	39
3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	39
3.2 วิธีเก็บและรวบรวมข้อมูล.....	40
3.3 วิธีการวิจัย.....	41
3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล.....	46
3.5 การนำเสนอข้อมูล.....	47

สารบัญ (ต่อ)

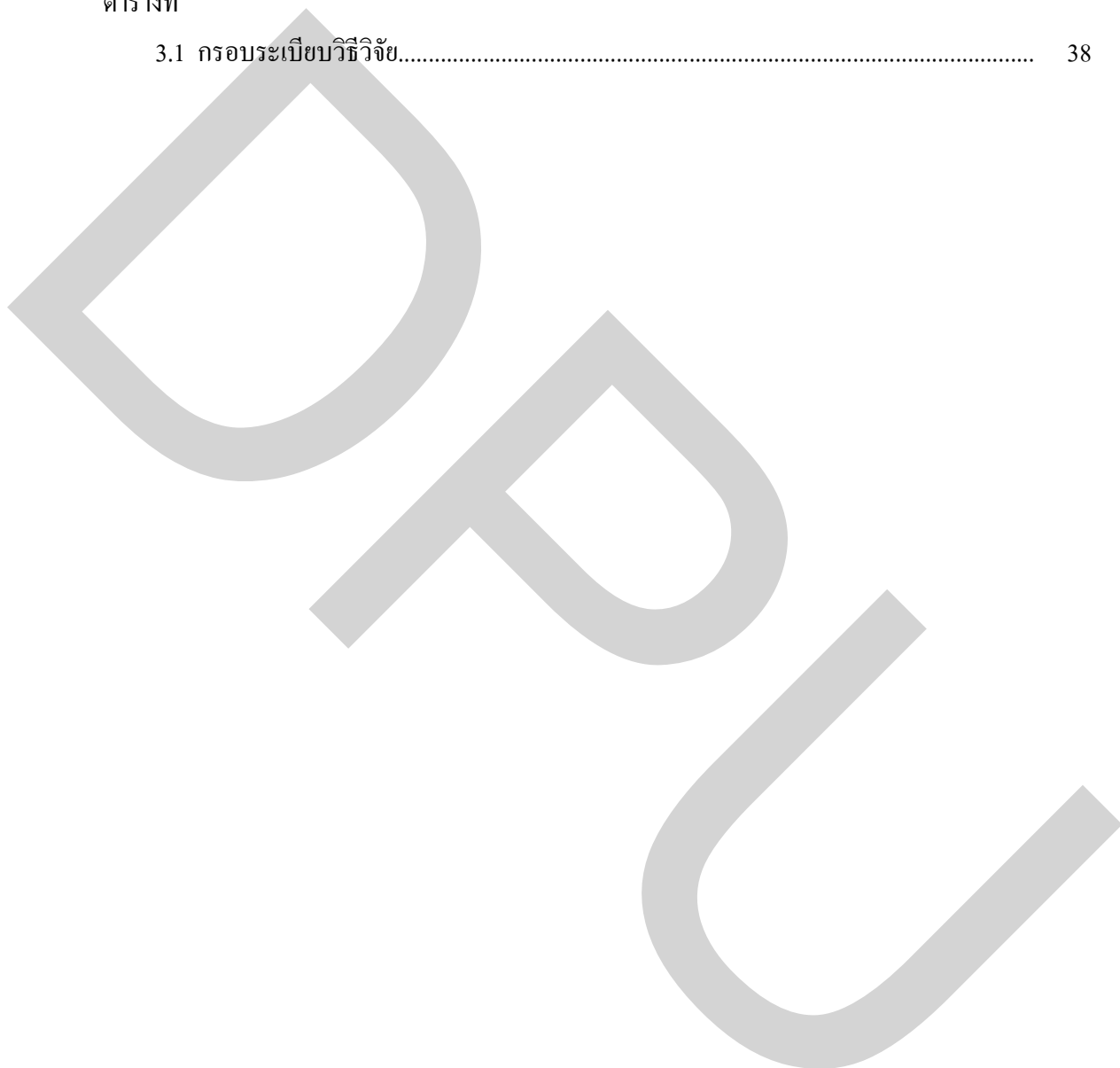
	หน้า
4. ผลการศึกษา.....	48
4.1 การวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่.....	48
- วิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาษา การจัดหน้า การใช้ภาพประกอบ.....	49
- เกณฑ์ในการคัดเลือกเรื่อง.....	73
4.2 การวิเคราะห์ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหา.....	89
4.3 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้อ่านในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่.....	112
5. สรุปผลการศึกษา.....	131
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	131
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	136
5.3 ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	142
5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป.....	142
บรรณานุกรม.....	143
ภาคผนวก.....	153
ประวัติผู้เขียน.....	168

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่

3.1 กรอบระเบียบวิธีวิจัย.....	38
-------------------------------	----



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แบบจำลองนายทวารข่าวสารของ ดี เอ็ม ไวท์.....	19
4.1 การจัดหน้าของนิตยสารคลีโอแบบจัดเป็น เรื่องย่อยๆหลายเรื่องในหนึ่งคอลัมน์พร้อมภาพประกอบ.....	62
4.2 การจัดหน้าของนิตยสารคลีโอแบบจัดเป็น คอลัมน์เฉพาะเรื่อง พร้อมภาพประกอบ.....	63
4.3 การจัดหน้าของนิตยสารคลีโอแบบจัดเป็น คอลัมน์เฉพาะเรื่อง พร้อมการแสดงความคิดเห็นและภาพประกอบ.....	64
4.4 การจัดหน้าของนิตยสารคลีโอในลักษณะ การแสดงความคิดเห็นสั้นๆ พร้อมภาพประกอบ.....	65
4.5 การจัดหน้าของนิตยสารคลีโอแบบจัดเป็น คอลัมน์เฉพาะเรื่องโดยเน้นรูปภาพ พร้อมคำอธิบายภาพ.....	66
4.6 การใช้ภาพประกอบของนิตยสารคลีโอเพื่อ ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน.....	68
4.7 ใช้ภาพประกอบของนิตยสารคลีโอเพื่อขยาย ความจุดใจจุดหนึ่งในบทความ.....	69
4.8 การใช้ภาพประกอบของนิตยสารคลีโอเพื่อ การเล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์เป็นลำดับๆ ประกอบกับภาพประกอบอื่นๆ.....	70
4.9 การใช้ภาพประกอบของนิตยสารคลีโอเพื่อ ช่วยให้ผู้อ่านได้พักสายตาจากการอ่าน และเกิดความหลากหลาย.....	71
4.10 การใช้ภาพประกอบหลายๆภาพของนิตยสาร คลีโอโดยอาศัยเพียงคำประกอบภาพ.....	72

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อมวลชนมีสัมพันธภาพสองทางกับสังคมและความเป็นจริง กล่าวคือ สัมพันธภาพแรกก็ คือเป็นการสะท้อนสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่ในสังคม ส่วนสัมพันธภาพที่สองคือ การสร้างภาพแห่งความเป็นจริงของสังคมขึ้นมาใหม่ โดยการเลือกว่าจะเสนอเนื้อหาใด และการให้ความหมายของสิ่งต่างๆ ของสื่อเท่ากับเป็นการสร้างความเป็นจริงใหม่ให้เกิดขึ้นในสังคมด้วย (ระวีวรรณ ประกอบผล, ใน กาญจนา แก้วเทพ (บรรณาธิการ), 2535 : 2-3)

กาญจนา แก้วเทพ (2547:42) ได้กล่าวถึงบทบาทสื่อมวลชนที่มีต่อวิถีชีวิตว่า สื่อมวลชน ไม่ได้เพียงแต่ขายข่าวสารเท่านั้นหากทว่ายังได้ขาย “แบบแผนวิถีการดำเนินชีวิต” ไปพร้อมๆกัน ดังมีผลการวิจัยพบว่าในนิตยสาร Reader’s Digest นั้น นอกจากจะมีเนื้อหาสาระความรู้ต่างๆแล้ว ยังได้ทำหน้าที่ขาย “วิถีชีวิต” แบบชาวอเมริกันให้แก่คนทั่วโลกด้วย ทุกวันนี้เราจึงไม่อาจปฏิเสธได้เลยว่าคนเกือบทั่วโลกดื่มกาแฟ กินขนมปังเป็นอาหารเช้า ดื่มไวน์ในตอนเย็น เนื่องมาจากได้รับข้อมูลเรื่องการค้ารงชีวิตแบบดังกล่าวมาจากสื่อมวลชน

สื่อมวลชนที่อยู่ล้อมรอบตัวเราในสังคมนั้น ล้วนมีอิทธิพลต่อการสร้างภาพของผู้หญิงในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง และสื่อมวลชนยังมีส่วนในการช่วยตอกย้ำค่านิยม ทักษะคติ และความเชื่อเดิมที่มีอยู่ก่อนแล้ว ตลอดจนส่งผลต่อกระบวนการเรียนรู้ และพฤติกรรมของผู้รับสาร นับวันสื่อมวลชนก็ยิ่งทวีความสำคัญในการเป็นสถาบันสังคมที่มีบทบาทในการถ่ายทอดค่านิยม ทักษะคติต่างๆให้แก่สังคมมากยิ่งขึ้น เพราะฉะนั้นคำถามที่เกี่ยวข้องระหว่างสื่อมวลชนกับการสร้างภาพก็คือ “ภาพตัวแทน” (Representation) อะไรบ้างที่สื่อมวลชนได้สร้างขึ้น และสร้างขึ้นมาได้อย่างไร

ภาพตัวแทนที่ปรากฏออกมาในสื่อมวลชนมีหลายรูปแบบ แต่ที่มักพบเห็นกันในทุกสื่อไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ นั่นก็คือ ภาพของผู้หญิง โดยมีด้วยกันหลายรูปแบบ เช่น “ภาพสัตรีโลกที่แสนสวย แต่ไร้สมอง” มีเสน่ห์ดึงดูดใจทางเพศแต่มีมันสมองอันน้อยนิดที่จะรู้คิดด้วยตัวเอง จะแก้ไขปัญหาคงของตนเองไม่ได้ ตกอยู่ภายใต้อำนาจของผู้ชาย และเป็นเหยื่อของสังคมตลอดเวลา (ศิริพร สะโครบานีล, 2526:12-15) ภาพของ “แม่ศรีเรือนและกุลสตรี” ที่นำเสนอผู้หญิงในบทบาทหน้าที่ที่ถูกกำหนดมาแต่ดั้งเดิมในสังคม มีการแบ่งงานกันทำตาม

เพศคือหน้าที่ของ แม่ ภรรยา หรืออาชีพที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่สังคม เช่น ครู พยาบาล หรือ เลขาณูการ เป็นต้น (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2530:34-41) “ภาพของสิทธิสตรี” ซึ่งเป็นภาพของผู้หญิงที่มี สิทธิ ฐานะเท่าเทียมกับผู้ชาย เช่น ในแง่ของอาชีพการงาน และรวมถึง “ภาพของหญิงยุคใหม่” ที่เป็น ภาพของผู้หญิงที่ปรากฏในนิตยสารที่ก้าวหน้าทันสมัย หญิงยุคใหม่นี้จะฉลาด ทันสมัย มีความสามารถทัดเทียมกับผู้ชายทั้งในแง่ของความเป็นอยู่ และหน้าที่การงาน รวมถึงสิทธิในสังคม ต่างๆ และมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี โดยไม่ต้องให้ผู้ชายเป็นผู้นำเพียงอย่างเดียว และผู้หญิงยุคใหม่ไม่ได้ มีจุดมุ่งหมายที่จะคืนรนเพื่อจะทำให้ตัวเองเป็นที่ยอมรับของผู้ชาย แต่มีความคิดที่จะปรับปรุงตัวเอง เพื่อที่จะให้บรรลุจุดมุ่งหมายในชีวิตของตัวเอง (Hale, 2000 : 323 - 345)

นิตยสารเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีหน้าที่สำคัญในการเป็น สื่อถ่ายทอดสารสนเทศ (Information) สื่อให้ความรู้ (Education) ให้ความบันเทิงใจ (Entertainment) และการให้บริการในการประกาศและโฆษณาต่างๆ หรือในอีกแง่หนึ่ง นิตยสารเป็นสื่อบันเทิงเรื่องราว เหตุการณ์ ความทรงจำ เป็นเวทีแห่งการแสดงทัศนะ และเป็นสื่อที่เชื่อมโยงจากสังคมเก่าไปยังสังคม ใหม่ เป็นแหล่งค้นคว้าเพื่อความรู้จักกับอดีตและความเป็นมาของสังคมมนุษย์(ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530 : 1)

นิตยสารถือว่าเป็นสถาบันสำหรับการเก็บรวบรวมรักษา และเผยแพร่ข่าวสารทุกชนิดที่มา จากแหล่งต่างๆของสังคม ดังที่มีคำเปรียบเปรยไว้ว่า “ถ้าอยากจะทำเรื่องของสังคมใดหรือยุคไหน ว่ามี วิธีชีวิตการดำรงอยู่ หรือมีแนวคิดอย่างไร ให้เปิดดูได้จากนิตยสารในสมัยนั้นๆ ก็จะทราบเรื่องราว ทั้งหมด” จึงเปรียบนิตยสารไว้ว่าเป็นเสมือนห้องสมุดเกี่ยวกับชีวิตวัฒนธรรมของมนุษย์เลยทีเดียว (ไศลทิพย์ จารุภูมิ, ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ (บรรณาธิการ), 2547 : 246)

นิตยสารเป็นที่ยอมรับว่ามีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญและมีอิทธิพลต่อสังคมในการที่จะ ถ่ายทอดความรู้สึกนึกคิดมาสู่ประชาชน จึงจัดเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่มีความสัมพันธ์กับสังคม อย่างแยกไม่ออกในฐานะเป็นกระบอกเสียงคอยสะท้อน และบันทึกภาพสังคม และเป็นสื่อหนึ่งซึ่งมี เนื้อหาที่ปรับเปลี่ยนไปตามบริบททางสังคมอยู่ตลอดเวลา (พจนีย์ พจนะลาวัณย์, 2544:4)

นิตยสารถือได้ว่าเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้นิตยสารมีความเป็นสากลมากขึ้น นับตั้งแต่ นิตยสารผู้หญิงเล่มแรกของ ไทย ก่อกำเนิดขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2431 นั่นคือนิตยสาร “นารีธรรม” นับเป็นระยะเวลากว่า 100 ปีมาแล้วที่ นิตยสารได้ทำหน้าที่ของสื่อมวลชนในการให้ข่าวสาร ข้อมูลความรู้ ความบันเทิงแก่ผู้หญิง ซึ่ง นิตยสารได้มีการพัฒนาในด้านรูปแบบ และเนื้อหาโดยตลอด จนถึงยุคปัจจุบัน มีนิตยสารผู้หญิง

จำนวนมากมายให้สามารถเลือกซื้อ เลือกมาอ่านตามความพอใจของผู้อ่านแต่ละคน (อวยพรพานิช, 2541:289-292)

นิตยสารสำหรับผู้หญิงจะมีเนื้อหาและบทความที่หลากหลาย มีแบบฉบับของตัวเอง มีการปรับเปลี่ยนไปตามกระแสของสังคมและวัฒนธรรม โดยจะเพิ่มหรือเรียบเรียงเนื้อหาไปในคอลัมน์พิเศษในนิตยสาร และนิตยสารผู้หญิงนั้นจะมีความหลากหลายมากขึ้น เจาะจงไปที่ผู้อ่านเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (Lont, 1995 : 100 - 103) นิตยสารเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่งที่ดีว่าใกล้ชิดผู้หญิงมาก เพราะนิตยสารจะเสนอแนวคิด เนื้อหาสาระเพื่อตอบสนองความต้องการและความจำเป็นด้านต่างๆ ของผู้หญิง

ระวีวรรณ ประกอบผล (อ้างถึงใน บุญกร พรมสอาด, 2543: 2) กล่าวว่า ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เนื้อหาของนิตยสารผู้หญิง ได้มีการพัฒนาตามแนวตะวันตกมากขึ้น นั่นคือมีเนื้อหาที่ทำให้ผู้หญิงไทยมีความทันสมัยมากขึ้น ประกอบด้วยเรื่องการประกอบอาหารฝรั่ง การตัดเย็บเสื้อผ้า สิ่งประดิษฐ์ งานฝีมือ การปรุงแต่งตนเองเพื่อออกงานสังคม เพื่อเป็นคนทันสมัยทันโลก นิตยสารผู้หญิงได้มีความเปลี่ยนแปลงไปสู่การเป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงมากขึ้น มีการโฆษณาและการบริการค่อนข้างมาก

ในปลายปี พ.ศ. 2537 ได้มีความเปลี่ยนแปลงครั้งใหม่เกิดขึ้นในวงการนิตยสารผู้หญิงอีกครั้ง เมื่อบริษัทธุรกิจนิตยสารของไทยมองเห็นโอกาสการลงทุนกับบริษัทธุรกิจนิตยสารของต่างประเทศ ได้นำนิตยสารผู้หญิงจากต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย โดยมีการแปล และเรียบเรียงเนื้อหาของนิตยสารฉบับแม่ประกอกับเนื้อหาของไทยนั้น ถือได้ว่า นิตยสารหัวนอกได้นำเอาวิถีชีวิตของชาวต่างชาติมาสู่ผู้หญิงไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Alvin Toffler เกี่ยวกับขั้นตอนการพัฒนาของอารยธรรมโลก โดยแบ่งเป็น 3 คลื่นคือ คลื่นลูกที่ 1 เป็น อารยธรรมแบบเกษตรกรรม ช่วงก่อนศตวรรษที่ 17 คลื่นลูกที่ 2 เป็นอารยธรรมอุตสาหกรรม เริ่มตั้งแต่ศตวรรษที่ 17 และคลื่นลูกที่ 3 เป็นอารยธรรมของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และข่าวสาร โดยเริ่มตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 20 อันจะทำให้เกิดเศรษฐกิจแบบทั้งโลก (Global Economy) โดยมีการปฏิวัติระบบความคิดและวัฒนธรรม เป็นแบบกิ่งสมัยใหม่อย่างรวดเร็ว และดำเนินชีวิตไปทั่วโลก (รจิตลักษณ์ แสงอุไร, วิชา อุดมฉันท, ยุคล เบ็ญรงค์กิจ และ สุกัญญา ติระวนิช (ผู้แปล), 2532 : 20 -21)

บริษัทธุรกิจนิตยสารของไทยได้ดำเนินการโดยซื้อลิขสิทธิ์ “ชื่อ” หรือ “หัว” ของนิตยสารชื่อดังได้แก่ หนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ร่วมทุนกับบริษัท Hachette Filipacchi Press จากประเทศฝรั่งเศส นำเข้านิตยสารแอล (Elle) จัดตั้งบริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิ โปสต์ จำกัด เป้าหมายก็เพื่อนำ

นิตยสาร แอล มาเปิดตลาดและจำหน่ายในประเทศไทยในเดือน พฤศจิกายน 2537 โดยมีการแปลและเรียบเรียงเนื้อหาเป็นภาษาไทย มีเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่นและความงาม(บุษกร พรหมสอาด, 2543 : 2) ต่อมาในเดือนกุมภาพันธ์ 2540 บริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิ โปสต์ จำกัดก็ได้ร่วมลงทุนกับบริษัท ACP (Australian Consolidated Press) ดำเนินการเปิดตลาดนิตยสารคลีโอ (Cleo) นอกจากนี้ในเดือน เมษายนปีเดียวกันก็ยังมีนิตยสารคอสมโพลิแทน (Cosmopolitan) จากเครือแปซิฟิกอินเตอร์คอมมิวนิเคชั่น ได้วางจำหน่ายในประเทศไทยด้วยเช่นกัน ซึ่งมักจะเรียกนิตยสารประเภทนี้ว่า “นิตยสารหัวนอก”

นิตยสารคลีโอเป็นนิตยสารหัวนอกที่มีต้นกำเนิดอยู่ที่ประเทศออสเตรเลีย สำหรับของทวีปเอเชียนั้นก็ยังมีของประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย รวมถึงประเทศไทย นิตยสารคลีโอเริ่มเข้ามาเปิดตลาดในเมืองไทยเมื่อต้นปี 2540 จนถึงปัจจุบันรวมระยะเวลาประมาณ 10 ปี โดยฉบับปฐมฤกษ์วางแผงเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2540 หลังจากนั้นเพียง 1 ปีก็ได้ประสบความสำเร็จอย่างมากในด้านยอดขาย ซึ่งผลสำรวจความนิยมของผู้อ่านจาก AC Nielson พบว่า นิตยสารคลีโอเป็นนิตยสารที่มีผู้อ่านมากเป็นลำดับที่ 4 ในบรรดานิตยสารผู้หญิงที่มีในประเทศไทย (กรกช แสนจิตร, 2543 : 3 - 4) ต่อมาในปี พ.ศ.2547 ในการสำรวจ “ที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปี 2547” ในเขตกรุงเทพฯและปริมณฑล ครั้งที่ 2 ของบริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน) นิตยสารคลีโอขายดีเป็นอันดับที่ 1 จากนิตยสารรวมทุกประเภท (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2548, 1 มีนาคม) และล่าสุดในปี 2548 ก็มียอดขายเป็นจำนวนมากที่สุดในนิตยสารวาไรตี้สำหรับผู้หญิง(บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน), 2549, 14 กุมภาพันธ์) ปัจจุบันมียอดพิมพ์อยู่ที่ 120,000 ฉบับต่อเดือน ออกวางจำหน่ายเป็นรายเดือน มีราคา 80 บาท

นิตยสารคลีโอของทุกประเทศจะมีการใช้ฉบับภาษาอังกฤษ นอกจากของประเทศไทยเท่านั้นที่เป็นฉบับเดียวที่ใช้ภาษาของท้องถิ่น ในครั้งเริ่มแรกนั้นเนื้อหาในนิตยสารที่เป็นฉบับภาษาไทยนั้นจะมาจากต้นฉบับของต่างประเทศร้อยละ 70 และเป็นเนื้อหาที่กองบรรณาธิการคนไทยจัดทำขึ้นอีกร้อยละ 30 กลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงอายุ 19 -29 ปี ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักจะเป็นผู้หญิงอายุ 20 -25 ปี เน้นการนำเสนอเรื่องราวต่างๆของผู้หญิง มุ่งองค์ประกอบการจัดหน้าด้วยการใช้สีที่สดใส ตัวอักษรที่เด่นสะดุดตาเหมือนกับฉบับแม่เพียงแต่ใช้ตัวอักษรไทย ใช้ภาพประกอบเนื้อเรื่องทั้งจากของบริษัทแม่และภาพของกองบรรณาธิการคนไทย

นิตยสารคลีโอมีการนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ ประกอบไปด้วยภาพปกที่เป็นผู้หญิงทันสมัย มีการนำเสนอเนื้อหาผ่านคอลัมน์ เน้นการให้ความรู้เรื่องการใช้ชีวิตที่เสรีแบบตะวันตก ทำอะไรเชื่อมั่นแบบผู้หญิงสมัยใหม่ โดยคอลัมน์ต่างๆ จะมีเรื่องราวที่เกี่ยวกับแฟชั่นและการแต่งกาย

ความงาม สุขภาพ ความรัก ความสัมพันธ์กับเพื่อนต่างเพศ การงาน อาหาร บันเทิง การบอกเล่า เรื่องราวประสบการณ์ในมุมมองของผู้หญิงหลายคน เป็นต้น จากการศึกษาของบุษกร พรหมสอาดในปี พ.ศ. 2543 (94 - 98) ที่ได้ศึกษาเจตคติของนักศึกษาหญิงมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ต่อนิตยสารแอล นิตยสาร คลีโอ และนิตยสารคอสโมโพลิแทน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบนิตยสารคลีโอระดับมาก ชอบนิตยสารแอลและคอสโมโพลิแทนในระดับปานกลาง และยังได้ศึกษาถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารหัวนอกทั้ง 3 ฉบับมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวัน พบว่า ผู้อ่านมีความคิดเห็นระดับที่ดีมากกับเนื้อหาในนิตยสารหัวนอกทั้ง 3 ฉบับที่ทำให้ผู้อ่านเป็นผู้หญิงที่ทันสมัย และทำให้ผู้หญิงมีความคิดที่กว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจต่อเรื่องราวต่างๆมากขึ้น

ดังนั้นนิตยสารหัวนอกรวมถึงนิตยสารคลีโอได้มีการนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ให้กับผู้อ่านด้วยการนำเสนอเนื้อหาด้านความเป็นสมัยใหม่ในด้านต่างๆ โดยที่บางส่วนมาจากกองบรรณาธิการจัดทำขึ้นมาเอง หรือจากการคัดเลือกและเรียบเรียงมาจากของต่างประเทศที่ส่วนใหญ่มาจากการดำเนินชีวิตของผู้หญิงตะวันตก จึงถือเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมของต่างชาติมาสู่สังคมไทย ส่งผลกระทบให้คนไทยมีความเชื่อ ค่านิยม และแนวทางการดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนไป และการที่ผู้หญิงไทยได้รับค่านิยมจากต่างชาติเข้ามานั้น มีผลทำให้ผู้หญิงไทยมีความคิด และพฤติกรรมตามค่านิยมที่ได้เรียนรู้มา

จากการที่สื่อ นิตยสารมีการเปลี่ยนแปลงหลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นการมีนิตยสารที่หลากหลายมากขึ้น โดยจะยิ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เล็กลงไปเรื่อยๆ มีการขยายตัวของนิตยสารหัวนอก นิตยสารผู้หญิงก็มีการปรับรูปโฉมและเนื้อหาให้ทันสมัยมากขึ้น เพื่อให้ตรงตามความสนใจของผู้อ่าน ประกอบกับที่นิตยสารผู้หญิงมีการนำเสนอภาพตัวแทนของ “หญิงยุคใหม่” ขึ้นมา ทำให้ส่งผลต่อกระบวนการเรียนรู้ ความคิดเห็น ทักษะคติ ค่านิยม การกำหนดพฤติกรรม รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้หญิง และยังส่งผลกระทบต่อค่านิยมของสังคมไทย งานวิจัยชิ้นนี้จึงต้องการศึกษาการนำเสนอภาพตัวแทนและค่านิยม “ความเป็นหญิงยุคใหม่” ในนิตยสารคลีโอ เนื่องจากเป็นนิตยสารหัวนอกที่มียอดจำหน่ายสูงที่สุด ว่านิตยสารมีการนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ออกมาอย่างไร กองบรรณาธิการของนิตยสารคลีโอ มีเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาอย่างไร และเนื้อหาได้สะท้อนค่านิยมของ “ความเป็นหญิงยุคใหม่” ออกมาอย่างไร รวมทั้งผู้อ่านมีทัศนคติอย่างไรต่อการนำเสนอเนื้อหา

1.2 ปัญหาการวิจัย

- 1.2.1 นิตยสารคดีโอมีลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่เป็นอย่างไร
- 1.2.2 เนื้อหาในนิตยสารคดีโอได้สะท้อนค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่เป็นอย่างไร
- 1.2.3 ผู้อ่านมีทัศนคติอย่างไรต่อการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคดีโอ

1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.3.1 เพื่อศึกษาถึงลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารคดีโอ
- 1.3.2 เพื่อศึกษาถึงค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหาของนิตยสารคดีโอ
- 1.3.3 เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้อ่านนิตยสารคดีโอในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่

1.4 ขอบเขตการวิจัย

- 1.4.1 การวิจัยนี้มุ่งศึกษาเฉพาะเนื้อหาที่มีการนำเสนอภาพตัวแทนและค่านิยมของความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคดีโอระหว่างเดือนมกราคม 2549 - ธันวาคม 2549 เท่านั้น
- 1.4.2 ศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างผู้หญิงที่อ่านนิตยสารคดีโอ อายุตั้งแต่ 20 -31 ปี ที่อ่านนิตยสารคดีโอมาไม่ต่ำกว่า 12 ฉบับ

1.5 นิยามศัพท์

1.5.1 การนำเสนอ หมายถึง การกลั่นกรองเนื้อหาความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ผ่านคอลัมน์ต่างๆ ของนิตยสารคดีโอซึ่งได้แก่ วิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาษา การจัดหน้า การใช้ภาพประกอบและการคัดเลือกเรื่อง

1.5.2 คอลัมน์ที่เกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ ตอนหนึ่งในหน้านิตยสาร ที่มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคดีโอ โดยฉบับหนึ่งๆจะแบ่งออกมาเป็นหัวข้อต่างๆ ที่แยกย่อยออกมา เนื้อหาจะเป็นการรวบรวมเรื่องราว ข้อมูล ความรู้ ความคิดเห็น ในแง่มุมต่างๆ ของผู้หญิงยุคใหม่

1.5.3 ภาพตัวแทน หมายถึง ภาพซึ่งเกิดจากการที่ผู้ผลิตนิตยสารได้มีการเลือกสื่อสารและสร้างความหมายของสิ่งที่มีอยู่ในสังคมให้ผู้อ่านได้รับรู้ รวมถึงการสร้างภาพให้กับผู้หญิง โดยในงานวิจัยนี้คือ ภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ ทั้งนี้ภาพตัวแทนมีสัมพันธภาพแบบ 2 ทาง นั่นก็คือ การสะท้อนสิ่งที่มีหรือเป็นอยู่ และการสร้างภาพแห่งความเป็นจริงของสังคมขึ้นมาใหม่

1.5.4 ค่านิยม หมายถึง สิ่งที่น่าสนใจ และเป็นแรงจูงใจให้เกิดการประพฤติตาม การปฏิบัติตาม สิ่งที่ต้องต้องการ หรือสิ่งที่เห็นว่าควรทำ ค่านิยมของมนุษย์จะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรม ซึ่งในงานวิจัยนี้หมายถึง ค่านิยมของความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในด้านต่างๆ ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหาของ นิตยสารคลีโอ

1.5.5 หญิงยุคใหม่ หมายถึง ลักษณะของผู้หญิงที่เป็นตัวของตัวเอง มีอิสระทางความคิด พร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ มีการวางแผนชีวิตไว้ล่วงหน้า กระตือรือร้นในการติดตามเหตุการณ์ต่างๆ รู้ทันการเปลี่ยนแปลงทางสังคม มีความเชื่อว่าโลกสามารถพัฒนาไปได้พร้อมกับการสร้างสรรค์ทางความคิดและวัตถุต่างๆ สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพปัจจุบันและอนาคตได้ ยอมรับในศักดิ์ศรีของตนเองและผู้อื่น อีกทั้งยังมองโลกในแง่ดี

1.5.6 นิตยสารคลีโอ หมายถึง นิตยสารหัวนอก ซึ่งเป็นนิตยสารผู้หญิงจากประเทศออสเตรเลีย นำเข้ามาในไทย โดยการร่วมลงทุนกับบริษัทในประเทศไทย มีการนำเนื้อหาจากฉบับแม่มาแปลและเรียบเรียงเป็นภาษาไทย เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้หญิงยุคใหม่ ประกอบไปด้วยคอลัมน์ต่างๆ เช่น ภาพถ่ายแฟชั่น บทความโดยผู้เขียนหลายคน บทสัมภาษณ์ เรื่องสั้น มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงอายุ 19-29 ปี ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักคือ ผู้หญิงอายุ 20-25 ปี วางจำหน่ายเป็นรายเดือน

1.5.7 นิตยสารหัวนอก หมายถึง นิตยสารที่บริษัทจากต่างประเทศเข้ามาร่วมลงทุนกับบริษัทในประเทศไทย เพื่อดำเนินการจัดทำในรูปแบบภาษาไทย โดยมีการแปลและเรียบเรียงเนื้อหาจากนิตยสารของฉบับต่างประเทศ และบางส่วนก็เป็นเนื้อหาที่คนไทยจัดทำขึ้น

1.5.8 ทัศนคติ หมายถึง ความคิด ความรู้สึกต่อคนรอบข้าง ไม่ว่าจะเป็นบุคคล วัตถุ หรือสถานการณ์ต่างๆ โดยมีรากฐานมาจากความเชื่อถือ มีลักษณะเป็นการประเมินไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ในงานวิจัยนี้หมายถึง ความคิดเห็น ความรู้สึก ค่านิยม ของผู้อ่านที่มีต่อการนำเสนอภาพลักษณ์ของความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอ โดยทัศนคติที่บุคคลแสดงออกมีอยู่ 3 ประเภท คือ

1.5.8.1 ทัศนคติทางบวก เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาในด้านดีต่อบุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งอาจจะมีส่วนทำให้คนหรือกลุ่มคน ตัดสินใจมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วย

1.5.8.2 ทัศนคติทางลบ เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลมีความรู้สึกที่ไม่ดีหรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลอื่นและสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้ามกับทัศนคติทางบวก ทัศนคติในทางลบมักจะเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจ อันจะมีผลทำให้เกิดความไม่สงบขึ้นภายในองค์กรหรือสังคมได้

1.5.8.3 ทัศนคติเฉย ผู้มีทัศนคติเฉยอาจเป็นเพราะว่าเขาไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคลเรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ ดังนั้นจึงไม่มีความรู้สึกใดๆ เกิดขึ้นกับบุคคลเรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ นั้นด้วย

1.5.9 ผู้อ่าน หมายถึง ผู้ที่อ่านนิตยสารคลีโอเป็นประจำ โดยอ่านมาไม่น้อยกว่า 12 ฉบับ และขณะนี้ก็ยังอ่านอยู่ หรือเป็นสมาชิกของนิตยสาร

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ทำให้ทราบถึงลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารคลีโอ

1.6.2 ทำให้ทราบถึงค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหาของนิตยสารคลีโอ

1.6.3 ทำให้ทราบถึงทัศนคติของผู้อ่านในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอ

1.6.4 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาในสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารที่จะสามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการและความเหมาะสมของผู้อ่านในอนาคต

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การนำเสนอภาพตัวแทนและคำนิยาม “ความเป็นหญิงยุคใหม่” ในนิตยสาร คลีโอที่มีผลต่อทัศนคติของผู้อ่าน ผู้วิจัยได้นำแนวคิดมาประยุกต์ใช้ โดยพิจารณาจากเนื้อหา ผู้ส่งสาร และผู้รับสาร ในที่นี้ก็คือ เนื้อหาในนิตยสารคลีโอ กองบรรณาธิการและผู้อ่านนิตยสารคลีโอ โดย กรณีศึกษาครั้งนี้อาศัยแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร
- 2.2 แนวคิดเรื่องนายทวารข่าวสาร
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพความเป็นหญิง
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับคำนิยาม
- 2.5 แนวคิดความเป็นสมัยใหม่
- 2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
- 2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

Webster’s Third New International Dictionary of English Language อธิบายความหมาย ของนิตยสารว่าคือหนังสือรายคาบ ซึ่งลงบทความ นวนิยาย คำประพันธ์ และภาพต่างๆ เพื่อผู้อ่านซึ่งเป็นสาธารณชนทั่วไป หรืออีกความหมายหนึ่งนั้น นิตยสารหมายถึงหนังสือรายคาบซึ่งมุ่งกลุ่มผู้อ่านที่มีความสนใจเป็นพิเศษเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง อาจจะเป็นเรื่องของงานอดิเรก วิชาชีพ เช่นการแพทย์ การถ่ายภาพ หรือมุ่งเฉพาะกลุ่มผู้อ่านวัยใดวัยหนึ่ง เช่นเด็ก สตรี วัยรุ่น หรือบางทีก็หมายถึง สิ่งพิมพ์ ส่วนพิเศษ ที่แถมมากับหนังสือพิมพ์ฉบับวันอาทิตย์ เรียกว่านิตยสารฉบับเล็ก หรือ Little Magazine (อ้างถึงใน สมชาติ ธรรมยศติมัน, 2545 : 12)

นิตยสาร หมายถึง สิ่งพิมพ์ซึ่งตามปกติมีปกอ่อน ระบุกำหนดออกที่แน่นอน ประกอบด้วย เนื้อหาสาระที่ให้ทั้งความรู้และความบันเทิง เช่น บทความต่างๆ โดยผู้เขียนหลายคน บทสัมภาษณ์ เรื่องสั้น นวนิยาย บทวิจารณ์ ข่าวต่างๆและโฆษณา มีภาพประกอบค่อนข้างมาก (ดร.ฉวี หิรัญรักษ์, 2530 : 2)

E.W. Hildick (อ้างถึงใน ภัทรนันท์ ชัยพงษ์เกษม, 2539 : 12) ได้ให้ความหมายของนิคยสารว่าเป็นแหล่งรวบรวมของบทความ เรื่องราวต่างๆ ซึ่งเขียน โดยผู้เขียนหลายๆคน มีกำหนดออกตามวาระ

นิตยสารเป็นสื่อที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้หญิง เป็นสื่อที่เข้าถึงผู้ชมได้ง่าย และไม่ได้มีจุดประสงค์ในการครอบคลุมผู้รับสารจำนวนมากเหมือนเช่นโทรทัศน์ ผู้อ่านจะสามารถตัดสินใจด้วยตัวเองว่านิตยสารมีสิ่งที่ต้องการ หรือมีบรรทัดฐานตามที่ตนเองได้ตั้งเอาไว้หรือไม่ (Lont, 1995 : 106 - 108)

การจัดทำนิตยสารเพื่อสนองความต้องการของผู้อ่านนั้นก็คือ การจัดสนองผู้อ่านในเรื่องสำคัญ 3 ประการคือ (วิชญ สุวรรณเพิ่ม, 2530 : 1)

1. รสนิยม (Taste) ของผู้อ่าน
2. ความสนใจ (Interests) ของผู้อ่าน
3. ทักษะคติ (Attitudes) ของผู้อ่านโดยทั่วไป

2.1.1 บทบาทและหน้าที่ของนิตยสาร

นิตยสารเป็นสื่อมวลชนอย่างหนึ่งที่สนองความต้องการในด้านต่างๆ ของสังคม นิตยสารได้ถูกกำหนดให้ทำหน้าที่ต่อสังคมที่สำคัญ ได้แก่ (พจนีย์ พงนะลาวัลย์, 2544 : 20)

2.1.1.1 ทำหน้าที่ให้ข่าวสาร คอยรวบรวมรายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้สังคมได้รับทราบ

2.1.1.2 ทำหน้าที่สืบทอดวัฒนธรรมของสังคม เชื่อมโยง ระหว่างสังคมเก่ากับสังคมใหม่ ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมทุกขณะ นิตยสารสามารถถ่ายทอดเรื่องราวและลักษณะของความเปลี่ยนแปลงให้สังคมรับทราบ

2.1.1.3 ทำหน้าที่เป็นเวทีหรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ต่อประเด็นของเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม ซึ่งสะท้อนให้เห็นในเรื่องต่างๆ อย่างไรบ้าง

2.1.1.4 ทำหน้าที่ให้ความรู้และความบันเทิงแก่สังคม ซึ่งหน้าที่นี้ถือได้ว่าเป็นหน้าที่หลักประการหนึ่งของนิตยสาร นิตยสารแต่ละประเภทอาจจะทำหน้าที่นี้ต่างกัน นิตยสารบางฉบับอาจจะมุ่งให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้อ่านเป็นหลัก ในขณะที่นิตยสารอีกหลายฉบับอาจจะให้ความรู้ผสมผสานกับความบันเทิงเริงรมย์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความมุ่งหมาย และแนวทางในการดำเนินการของนิตยสารแต่ละฉบับ

2.1.1.5 หน้าที่ให้บริการทางด้านธุรกิจ เป็นสื่อกลางในการประกาศ และโฆษณา ทั้งเรื่องสาธารณประโยชน์และทั้งเรื่องของการ โฆษณาสินค้า กล่าวคือให้ข้อมูลข่าวสาร อันเกี่ยวกับบริการ และสินค้านั่นเอง

2.1.2 ประเภทของนิตยสารผู้หญิง

ในยุคปัจจุบันนี้เป็นยุคที่มีความหลากหลายของนิตยสารผู้หญิง เพราะมีความเจริญทางเทคโนโลยีการพิมพ์และเทคโนโลยีการสื่อสาร จึงทำให้ข่าวสารและความรู้ต่างๆ มีความสำคัญมากขึ้นในนิตยสารผู้หญิง ส่วนใหญ่นิตยสารผู้หญิงในยุคนี้จะเน้นไปที่ผู้หญิงทำงาน นิตยสารฉบับเด่นๆ ในยุคนี้ได้แก่ ดิฉัน แพรว อิมเมจ พลอยแถมเพชร Lips รวมทั้งมีนิตยสารผู้หญิงที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ เช่น Elle Cleo Cosmopolitan ซึ่งส่วนใหญ่จะเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ชีวิตในสังคม ความสัมพันธ์ด้านเพศ การรักษาสุขภาพ ความงาม เรื่องแฟชั่น (สไลทิพย์ จารุภูมิ, ใน อุบลรัตน์ สิริยวศักดิ์ (บรรณาธิการ), 2547 : 254 -256)

นิตยสารผู้หญิงที่ถือกำเนิดมาตั้งแต่อดีต กุลสตรี จนถึงนิตยสารผู้หญิงในปัจจุบัน รวมถึงนิตยสารที่ได้รับลิขสิทธิ์จากต่างประเทศ ถ้าแบ่งประเภทเนื้อหาที่จะได้ 7 กลุ่มดังนี้

2.1.2.1 แนวแม่บ้านการเรือน

เน้นเนื้อหาแม่บ้านการเรือนและสาระบันเทิง เน้นกลุ่มผู้อ่านที่เป็นแม่บ้านและถึงแม่บ้าน แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1) นิตยสารที่เน้นความรู้ด้านแม่บ้านการเรือน ความบันเทิง และความรู้ทั่วไป จะประกอบด้วยนวนิยายเรื่องยาว เรื่องสั้น คอลัมน์ต่างๆ และเนื้อหาอีกประมาณร้อยละ 30 เป็นด้านแม่บ้านการเรือน เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้า การทำอาหาร และเย็บปักถักร้อย ได้แก่ นิตยสารกุลสตรี ขวัญ เรือน คุณหญิง หญิงไทย ฯลฯ

2) นิตยสารที่เน้นความรู้เฉพาะด้านของแม่บ้าน เช่น นิตยสารครัว แม่บ้านทันสมัย จะเน้นเฉพาะการทำอาหาร ส่วนนิตยสารงานฝีมือและประดิษฐ์ประดอย จะเน้นเฉพาะงานฝีมือและเย็บปักถักร้อย

2.1.2.2 แนวให้ความรู้ทันโลกทันสมัยแก่สตรี

เน้นเนื้อหาความรู้รอบตัวที่ทันสมัย ข่าวสารการปรับตัว การอยู่ร่วมกันในสังคม โลกของผู้หญิงทำงาน ชีวิตคู่ และปัญหาในสังคม กลุ่มผู้อ่านเป็นผู้หญิงที่มีความรู้ตั้งแต่วัยรุ่นจนถึงวันกลางคนที่ทำงานนอกบ้าน ได้แก่ นิตยสารดิฉัน พลอยแถมเพชร แพรว แพรวสุดสัปดาห์ ผู้หญิงวันนี้ ผู้หญิงเปรี้ยว Image และนิตยสารต่างประเทศฉบับภาษาไทย ได้แก่ นิตยสาร Elle Cleo Cosmopolitan ซึ่งแม้จะเปิดตัวในช่วงเศรษฐกิจตกต่ำคือ ตั้งแต่ปี 2538 - 2540 แต่ก็ได้รับความนิยมมากจากผู้อ่านจนกลายเป็นคู่แข่งสำคัญของนิตยสารสตรี

2.1.2.3 แนวครอบครัว

เน้นเนื้อหาการเลี้ยงดูบุตร การดูแลครอบครัว ความสัมพันธ์ของสมาชิกในครอบครัว ได้แก่ นิตยสาร แม่และเด็ก รักลูก ดวงใจพ่อแม่ Perfect Home & Family คู่สร้างคู่สม และคู่รักคู่ชีวิต

2.1.2.4 แนวเน้นความบันเทิงด้านนวนิยาย

เน้นความบันเทิงด้วยนวนิยายเรื่องยาวเป็นหลัก นอกนั้นมีคอลัมน์ที่ให้ความรู้เบาๆ เช่น การตอบปัญหาชีวิต ที่สำคัญคือ เป็นแหล่งกำเนิดของนวนิยายเรื่องยาวต่างๆ ของยุคสมัยนั้นๆ กลุ่มผู้อ่านค่อนข้างกว้าง เป็นผู้หญิงทั่วไปทุกช่วงอายุและระดับการศึกษา นิยายสารในกลุ่มนี้ได้แก่ สกุลไทย ศรีสยาม และทานตะวัน

2.1.2.5 แนวสิทธิและการพัฒนาสตรี

เน้นเนื้อหาค่อนข้างหนักไปในทางสิทธิและการพัฒนาสตรี การวิพากษ์วิจารณ์สังคม กลุ่มผู้อ่านเป็นผู้หญิงที่มีการศึกษา ใฝ่หาความรู้และพัฒนาสังคม นิยายสารในกลุ่มนี้กำลังจะหายไปจากสังคมไทย ยังคงเหลือให้เห็นในช่วงทศวรรษนี้ได้แก่ สตรีทัศน์ หญิงไทยก้าวไกล (เป็นหนังสือพิมพ์) ทั้งสองเล่มนี้ออกโดยมูลนิธิเพื่อนหญิง

2.1.2.6 แนววัยรุ่นเน้นเนื้อหาด้านบันเทิง

มักมีเนื้อหาเกี่ยวกับสังคมของวัยรุ่น เพื่อกลุ่มผู้อ่านวัยรุ่น โดยเฉพาะ ได้แก่ วัยรุ่นรัก เธอ กับฉัน ฯลฯ

2.1.2.7 แนวแฟชั่น

เน้นภาพแฟชั่นและสังคมวงการแฟชั่น โดยเฉพาะ แต่ก็นับเป็นนิยายสารที่มีกลุ่มผู้อ่านและใช้ประโยชน์เฉพาะด้าน สามารถพบเห็นตามร้านตัดเสื้อผ้าและร้านทำผมทั่วไป ได้แก่ แฟชั่นรีวิว โลกแฟชั่น ฯลฯ

2.1.3 การกำหนดเนื้อหาของนิยายสาร

รูปแบบ และเนื้อหาของนิยายสาร จะถูกกำหนดโดยบรรณาธิการในนิยายสารต่างๆ ไปเนื้อหาหรือสิ่งที่นำเสนอไว้ในนิยายสารมีความหลากหลายมากมาย มีบทความซึ่งเป็นเนื้อหาหลักในนิยายสาร ประเภทของบทความที่เสนอจะเป็นบทความชวนหัว สัมภาษณ์บุคคลสำคัญ หรือประวัติบุคคลที่น่าสนใจ ฯลฯ เรื่องสั้น รูปภาพ ข่าวสารต่างๆ คอลัมน์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับวิจารณ์ภาพยนตร์ วิจารณ์หนังสือ หรือคอลัมน์คำแนะนำในเรื่องต่างๆ นอกจากนี้จะมีบทบรรณาธิการ บทกลอน การ์ตูน ขำขัน เกมต่างๆ ฯลฯ (ครุณี หิรัญรักษ์, 2530 : 68 - 69)

นิยายสารแต่ละฉบับจะมีการผสมผสานของเนื้อหาในรูปแบบต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ส่วนจำนวนจะมากหรือน้อย จะขึ้นอยู่กับข้อกำหนดรูปแบบเนื้อหาของนิยายสารนั้นๆ และการนำเสนอเนื้อหาแบบต่างๆ ในนิยายสารนั้น ก็ควรมีกฎเกณฑ์เป็นแนวทางในการปฏิบัติดังนี้

2.1.3.1 ควรมีความสมดุลของสิ่งต่างๆ ระหว่างข่าวสาร และบทความ ความต้องการของนิยายสาร และความต้องการของผู้อ่าน ความหนักและเบาของสาระในนิยายสาร เนื้อหาและภาพประกอบ และความสมดุลระหว่างความยาวความสั้นของเนื้อหาสาระที่เสนอในนิยายสาร คั้งนั้น

ควรจัดหาความสมดุลให้กับเนื้อหาของนิตยสาร มิให้การเสนอสาระในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งมากเกินไป จนทำให้ความหลากหลาย และความสมดุลของเนื้อหาหมดไป

2.1.3.2 ความหลากหลายของเนื้อหาสาระ เพื่อให้ผู้อ่านทุกคนมีโอกาสได้เลือกอ่านสิ่งที่ตนสนใจในนิตยสาร

2.1.3.3 ความต่อเนื่องของเนื้อหาสาระ รูปแบบและจุดประสงค์ของนิตยสารแม้ว่าควรให้มีเนื้อหาสาระความแปลกใหม่ก็ตาม แต่ควรคงไว้ซึ่งความต่อเนื่องของเนื้อหาสาระ และรูปแบบของนิตยสาร จริงอยู่ที่ผู้อ่านต้องการเห็นการเปลี่ยนแปลงและสิ่งใหม่ๆ ในนิตยสารบ้างแต่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของนิตยสารไปเลยนั้น เป็นสิ่งไม่สมควรทำ เพราะจะทำให้ผู้อ่านหันไปสนใจนิตยสารอื่น

รูปแบบของนิตยสารเป็นตัวกำหนดเนื้อหาที่จะนำเสนอในนิตยสารและจะแยกประเภทของนิตยสารให้ชัดเจนตามความต้องการของผู้อ่าน รูปแบบของนิตยสารจะต้องมีการตกลงกันระหว่างเจ้าของผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา และกองบรรณาธิการ การจะทำให้นิตยสารประสบความสำเร็จนั้น รูปแบบของนิตยสารจะต้องได้รับความสนใจ และดึงดูดใจผู้อ่านให้ได้

องค์ประกอบในการกำหนดรูปแบบของนิตยสาร โดยทั่วไปมีดังนี้ (ดร.ฉวี หิรัญรักษ์, 2530 : 47)

- 1) จุดประสงค์ของการจัดทำนิตยสาร
- 2) ตลาดสำหรับนิตยสาร
- 3) มาตรฐานการครองชีพของผู้อ่านและอำนาจในการซื้อของผู้อ่าน
- 4) ระดับการศึกษาของผู้อ่าน
- 5) รูปแบบของนิตยสารคู่แข่ง
- 6) การพิจารณาและทดลองรูปแบบที่เป็นอยู่ของนิตยสาร โดยดูจากยอดจำหน่าย ยอดโฆษณา และรายงานรายได้ของนิตยสารตลอดจนความคิดเห็นของผู้อ่าน
- 7) ความต้องการและความคิดเห็นของผู้อ่าน
- 8) งบประมาณการเงินของผู้พิมพ์โฆษณา หรือเจ้าของนิตยสาร

ในส่วนรูปแบบและงานเขียนประเภทต่างๆ ของนิตยสารจะประกอบไปด้วยสารคดี การท่องเที่ยว การสัมภาษณ์ชีวิตและผลงาน ฯลฯ รวมไปถึง บันเทิงคดี ที่ปรากฏในงานเขียนประเภทเรื่องสั้น นวนิยาย การ์ตูน ขำขัน ฯลฯ

2.1.4 บทความในนิตยสาร

บทความในนิตยสารจะเป็นไปในขอบเขตของความเป็นจริง ไม่ใช่การแต่งขึ้นโดยปราศจากข้อมูล คือ เป็นเรื่องราวที่จินตนาการและสร้างขึ้นโดยการผูกเรื่องราวจากความคิดและเขียนลงในนิตยสาร อาจจะเป็นเรื่องเล่าหรือไม่กี่ได้ บทความในนิตยสารไม่ใช่เป็นความเรียงทั่วไป (Essay)

บทความจะมีความยาวมากน้อยต่างกัน และต้องการสื่อความคิดและความเป็นจริง เพื่อให้ผู้อ่านได้เรียนรู้ และได้รับความบันเทิง (ครุณี หิรัญรักษ์, 2530 : 70 - 72)

บทความในนิตยสารแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ เช่น บทความประวัติ ประสบการณ์ส่วนตัว บทความที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ การอธิบายและแก้ปัญหา ฯลฯ นิตยสารต่างๆ จะมีบทความหลายประเภทตีพิมพ์ และนิตยสารก็ใช้บทความเหล่านี้ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน บทความอาจจะมีเนื้อหาตั้งแต่เหตุการณ์ปัจจุบันภายในและภายนอกประเทศ

ในการเขียนบทความลงนิตยสาร นักเขียนจะต้องมีคุณสมบัติหลายประการ อาทิเช่น จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่จะเขียน มีทักษะในการสังเกตสิ่งต่างๆ ได้ดี มีความสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ของความเป็นจริงและความคิด ฯลฯ นอกจากคุณสมบัติส่วนตัวแล้ว นักเขียนจะต้องมีการอ้างอิงเอกสารต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ รายงาน บันทึกราชการ และแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้

ในบางครั้งการแยกประเภทของบทความก็ไม่สำคัญนักสำหรับนักบรรณาธิการนิตยสารบางฉบับ แต่เพื่อความสะดวกในการจัดบทความและระบบการทำงาน การจัดประเภทของนิตยสารจะช่วยให้การทำงานในกองบรรณาธิการมีประสิทธิภาพขึ้น

แผนกต่างๆ (Department) ในนิตยสาร หมายถึงส่วนของนิตยสารที่เสนอเรื่องราวหรือข่าวสารแบบต่างๆ แผนกหนึ่งอาจจะมีเนื้อที่เพียงคอลัมน์เดียว หรือทั้งแผ่นกระดาษหรือหลายๆแผ่นก็ได้ การมีแผนกต่างๆทำให้ผู้อ่านเกิดความสนใจ และเลือกอ่านในสิ่งที่ตนต้องการได้ การที่ผู้อ่านซื้อนิตยสารอาจเป็นเพราะสนใจและต้องการติดตามผลงานในแผนกใดแผนกหนึ่งของนิตยสาร

เนื้อหาในนิตยสารนอกจากจะมีบทความ และแผนกต่างๆในนิตยสารแล้ว ยังมีบทบรรณาธิการ คอลัมน์ประจำ เรื่องเบ็ดเตล็ดเล็กน้อย เช่นเกมส์ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มักเขียนประจำ หรือนักเขียนอิสระจะเป็นผู้หามาลงในนิตยสาร

สำหรับคอลัมน์ต่างๆของนิตยสารนั้นจะมีความคล้ายคลึงกับแผนกในนิตยสาร ถ้าเป็นคอลัมน์ประจำก็จะถูกกำหนดในหน้าที่กำหนดไว้ โดยใช้เนื้อที่เท่าๆกันในทุกฉบับ ส่วนเนื้อหาของคอลัมน์จะต่างกันไป เช่นอาจจะเป็นด้านบันเทิง การตีความ เป็นต้น

2.1.5 การใช้ภาษาในนิตยสาร

ผู้เขียนบทความในนิตยสารจะต้องใช้เวลา ความพิถีพิถันในการรวบรวมข้อมูล หลังจากทีรวบรวมข้อมูลที่ต้องการเขียนแล้ว ผู้เขียนจะต้องเรียบเรียงเรื่องราวให้สละสลวย น่าอ่าน สื่อสารให้ผู้อ่านเข้าใจได้ง่าย แม้รูปแบบการเขียนจะกำหนดตายตัวได้ยาก แต่โครงสร้างหลักที่ประกอบขึ้นเป็นงานเขียนในนิตยสารก็จะคล้ายกับความเรียงทั่วไป กล่าวคือ มีส่วนนำเรื่อง เนื้อเรื่อง และส่วนสรุปหรือความจบ การใช้ภาษาจะเป็นไปอย่างหลากหลายและมีลีลาแตกต่างกันไปตามเนื้อหาที่นำเสนอ รวมทั้งลีลาการเขียนและสำนวนภาษาที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผู้เขียนซึ่งมีส่วนส่งเสริมให้งานเขียนแต่ละเรื่องมีลีลา และมีความน่าสนใจแตกต่างกันออกไป

ลักษณะการใช้ภาษานิตยสาร (จันทนา ทองประยูร และมนวิภา วงจริระ, 2548 : 158 - 160)

2.1.5.1 การเปิดเรื่อง การเขียนส่วนนำเรื่อง เป็นจุดเริ่มต้นที่ดึงดูดความสนใจคนอ่านได้มาก การเปิดเรื่องมีหลายลักษณะ ได้แก่

- 1) บรรยายสรุปประเด็นสำคัญ ก่อนที่จะขยายความรายละเอียด
- 2) บรรยายบรรยากาศของเรื่องให้ตื่นตาตื่นใจ
- 3) พรรณนา ทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกอารมณ์ร่วม มีความรู้สึกเหมือนได้เห็น ได้รู้สึกร่วมกับเหตุการณ์หรือเรื่องราวที่ผู้เขียนต้องการจะถ่ายทอด
- 4) การใช้คำพูด เป็นการหยิบยกคำพูดซึ่งขึ้นอยู่กับผู้เขียนที่ต้องการดึงความสนใจไปสู่จุดใด
- 5) การใช้คำถามเปิดเรื่อง
- 6) การใช้ภาษาสนทนาพูดคุยกับผู้อ่านโดยตรง
- 7) การหยอกล้อ ชั่วเข้า เป็นการเปิดเรื่องโดยใช้ภาษาสนทนาเชิงสัพยอกเพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกผ่อนคลาย ไม่เคร่งเครียด

2.1.5.2 ระดับการใช้ภาษา ภาษาในนิตยสารมีอยู่ทุกระดับ คือ บางเรื่องต้องการนำเสนอเรื่องราวทางวิชาการ ก็จะใช้ภาษาแบบเป็นทางการ บางเรื่องต้องการนำเสนอเรื่องราวที่เพลิดเพลินบันเทิงใจ การใช้ภาษา ก็จะเป็นระดับกึ่งทางการ หรืออาจใช้ภาษาสนทนากับผู้อ่านเพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกเป็นกันเอง

2.1.5.3 การใช้สำนวนโวหาร การใช้สำนวนโวหารจะมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับเนื้อหาที่นำเสนอ การใช้บรรยายโวหารนิยมใช้ในงานที่ให้ความรู้ทางวิชาการ ประวัติศาสตร์ หรือในงานสารคดีท่องเที่ยว ส่วนการใช้พรรณนาโวหารนั้นผู้เขียนมีความต้องการจะให้ผู้อ่านจินตนาการจนเห็นภาพ เรื่องราวต่างๆ นอกจากนี้ยังอาจใช้คำเปรียบเทียบ นิยามความหมาย หรือสร้างภาพพจน์ให้ผู้อ่านรู้สึกตกลงบนัน เศร้าสร้อย สะท้อนใจ ซาบซึ้ง หรือหุดหู่ใจก็ได้ ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่ผู้เขียนต้องการสื่อให้ผู้อ่านเข้าใจนั่นเอง

โดยทั่วไปบทความแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ บทความเชิงสาระ และ บทความเชิงปณิณะ บทความเชิงสาระจะเน้นหนักทางวิชาการ เป็นการอธิบายความรู้ได้อย่างใดอย่างหนึ่ง ผู้เขียนจึงไม่เน้นการใช้สำนวนโวหารเพื่อความเพลิดเพลินของคนอ่าน เพราะมีเป้าหมายที่การเสริมสร้างปัญญา หรือการแตกฉานทางความคิดมากกว่าความสนุกเพลิดเพลิน จึงมักพบบทความประเภทนี้ในวารสารทางวิชาการ หรือบทบรรณาธิการ ในขณะที่บทความในนิตยสารมักเป็นบทความเชิงปณิณะ เพราะผู้เขียนมุ่งให้ความรู้ ความคิดกับผู้อ่านควบคู่กับความเพลิดเพลิน นักเขียนบางคนเขียนบทความเชิงสาระพร้อมๆ กับให้ความรู้สึกละหล่อนเพลิดเพลินแก่ผู้อ่านด้วย (จันทนา ทองประยูร และมนวิภา วงจริระ, 2548 : 150 - 151)

2.1.6 องค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า

การออกแบบจัดหน้า (Design and Layout) ถือเป็นขั้นตอนสำคัญของการจัดทำนิตยสาร เป็นหน้าที่ของบรรณาธิการฝ่ายจัดหน้า (Art Director) โดยนำวัตถุดิบต่างๆ ได้แก่ เรื่องรูปภาพ มาจัดวางในที่ๆเหมาะสม ได้สัดส่วน สวยงาม และสะดวกในการอ่าน ดึงดูดสายตาเวลาวางบนแผงหนังสือ

การจัดหน้าของนิตยสารจะต้องมีความสัมพันธ์กับการวางแผนงานของนิตยสาร โดยจะต้องรู้ว่านิตยสารฉบับนั้นๆเป็นนิตยสารประเภทใด มีผู้อ่านกลุ่มใด และเนื้อหาของนิตยสารเป็นประเภทใด และพิจารณาต่อไปถึงลักษณะของผู้อ่านว่าเพศใด วัยใด อาชีพและการศึกษาเป็นอย่างไรด้วย

ศิลปะการออกแบบจัดหน้าที่ดีมักจะเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่ทำให้นิตยสารขายดีด้วยและสิ่งที่จะต้องได้รับความพิถีพิถันในการคิด แก้ปัญหา และการกำหนดรูปแบบให้น่าสนใจได้แก่ ภาพประกอบ การให้สีสัน และการใช้ตัวอักษร ถ้าเป็นนิตยสารผู้หญิงก็เน้นที่ความสวยงามและความทันสมัย เป็นต้น (เรณูกาชลิ คำนวนสิน, 2548 : 14 - 17)

2.1.6.1 ภาพ

ภาพและส่วนประกอบตกแต่งภาพเป็นส่วนที่ทำให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสาร วัตถุประสงค์ของการออกแบบและการกำหนดภาพมาใช้คือ เป็นแนวทางในการสร้างบุคลิกของสิ่งพิมพ์ ทำให้ผู้อ่านหรือผู้รู้และยอมรับในสิ่งพิมพ์นั้น เพื่อดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็น และกลุ่มเป้าหมายโดยตรง เพื่อสร้างความสวยงามทางศิลปะของสิ่งพิมพ์ เพื่อให้การนำเสนอข้อมูลเกิดความง่ายแก่การจดจำ รูปภาพจะช่วยให้เกิดความชัดเจนของเนื้อหาสาระมากขึ้น เพื่อปิดบังความด้อยในคุณภาพของวัสดุสิ่งพิมพ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อความหมาย เข้าใจง่าย ใช้เวลาน้อยและเพิ่มความชัดเจนของเนื้อหา ภาพประกอบที่ใช้ในสิ่งพิมพ์แต่ละประเภทมีความเหมาะสมกับสิ่งพิมพ์ ในลักษณะที่แตกต่างกัน การรู้จักเลือกใช้ภาพประกอบที่มีคุณภาพ สื่อความหมาย และสอดคล้องกับประเภทและลักษณะเนื้อหาของสิ่งพิมพ์ จะช่วยส่งเสริมคุณค่าให้สิ่งพิมพ์มากขึ้น เช่นการใช้ภาพประกอบเพื่อบรรยายความงดงามตามธรรมชาติในสิ่งพิมพ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว การใช้ภาพประกอบเพื่อบรรยายขั้นตอนในการออกกำลังกายในสิ่งพิมพ์เพื่อสุขภาพ เป็นต้น ภาพประกอบจึงเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของการจัดหน้าที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มผู้อ่านนิตยสารได้

ภาพประกอบในนิตยสารจะมีหน้าที่สำคัญ ดังนี้ (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530 : 107 - 108)

- 1) ดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน
- 2) ขยายความจุดใดจุดหนึ่งในบทความ
- 3) ภาพจะเล่าเรื่องในตัวเองโดยอาศัยเพียงคำประกอบภาพ
- 4) เล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์เป็นลำดับๆ ประกอบกับภาพประกอบอื่นๆ
- 5) ช่วยให้อ่านได้พักสายตาจากการอ่านและเกิดความหลากหลาย

การดึงดูดความสนใจของผู้อ่านนั้น ภาพประกอบโดยเฉพาะรูปถ่ายมิใช่เป็นสิ่งเดียวที่จะดึงดูดความสนใจ หัวเรื่อง(Titles) ซึ่งมีการออกแบบต่างๆ ก็จะเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจได้เช่นกัน

รูปภาพหรือลายเส้นที่ทำหน้าที่เป็นหัวเรื่อง ควรจะมีการจัดไว้ในที่ที่มองเห็นได้ง่ายเพื่อดึงดูดความสนใจ นอกจากนี้ยังควรจะมีการแต่งเติมสี และมีขนาดใหญ่เพื่อให้เห็นได้ชัดเจน

2.1.6.2 สี

การใช้จิตวิทยาในการใช้สีสำหรับงานออกแบบเพื่อก่อให้เกิดผลในการจูงใจและสร้างความสนใจแก่ผู้ดูนั้น Gregg Berryman เสนอไว้ว่า “ในการเป็นนักออกแบบคุณไม่สามารถจะเลือกสีได้ตามความชื่นชอบของตนเองเท่านั้น แต่จะต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับการออกแบบด้วย” กล่าวโดยสรุปก็คือการใช้สีของนักออกแบบนั้นนักออกแบบจะต้องเปิดใจให้กว้าง มีรสนิยมอันดี เข้าใจจิตวิทยาผู้บริโภค เข้าใจวัฒนธรรม เข้าใจการเปลี่ยนแปลงในการใช้สีสำหรับงานออกแบบเพื่อก่อให้เกิดผลในการจูงใจและสร้างความสนใจผู้อ่าน สามารถพิจารณาจากจุดมุ่งหมายของการออกแบบว่า ต้องการสร้างความรู้สึกอย่างไรต่อผู้อ่านด้วยการใช้สีให้เหมาะสมโดยมีการใช้สีวรรณะเดียว (Tone) การใช้สีต่างวรรณะและการใช้สีตรงข้าม (Contrast) กลุ่มของสีจะให้ความรู้สึกต่างกัน นักออกแบบโฆษณาได้ศึกษาและทดลองใช้กลุ่มสีในการสร้างความรู้สึกแก่กลุ่มเป้าหมายให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการโฆษณาโดยสามารถสรุปลักษณะของกลุ่มสีได้ดังนี้ ตัวอย่างเช่น สีเขียวใสมหมายถึงฤดูใบไม้ผลิ สีเหลืองสดหมายถึงฤดูร้อน สีส้มหรือสีน้ำตาลหมายถึงฤดูใบไม้ร่วง สีขาวหรือสีน้ำเงินหมายถึงฤดูหนาว สำหรับเทศกาลต่างๆยังมีการใช้สีเป็นสัญลักษณ์ในลักษณะสากลได้ดังนี้ สีแดงและสีเขียวสำหรับเทศกาลคริสต์มาส สีม่วงลาเวนเดอร์สำหรับเทศกาลอีสเตอร์ เป็นต้น จิตวิทยาในการใช้สีให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ของสิ่งพิมพ์จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งที่จะสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มเป้าหมายได้

2.1.6.3 อักษรตัวพิมพ์

ตัวอักษรเป็นอีก 1 องค์ประกอบที่มีบทบาทต่อการออกแบบจัดหน้าสิ่งพิมพ์เป็นอย่างมาก ลักษณะเฉพาะของตัวอักษรแต่ละแบบต่างก็ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของงานแต่ละอย่าง บางครั้งตัวอักษรถูกนำมาเป็นสิ่งดึงดูดใจในสื่ออื่นด้วยการเลือกใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบแปลก น่าสนใจหรือการขยายให้ใหญ่เป็นพิเศษการจะเลือกใช้รูปแบบตัวอักษรใดต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและเงื่อนไขต่างๆ

2.1.7 ความสัมพันธ์ระหว่างนิยายสารกับผู้อ่าน

ความอยากรู้อยากเห็นเป็นธรรมชาติวิสัยติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่เกิด ด้วยเหตุที่ต้องการรู้เรื่องราวที่อาจเกี่ยวพันกับตัวเอง เพื่อเตรียมตัวรับมือกับเหตุการณ์หรือหาทางแก้ไข จากความอยากรู้อยากเห็นเรื่องราวต่างๆรอบตัว ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถแยกออกจากชีวิตประจำวันของคนเราได้ ทำให้การอ่านนิยายสาร เป็นการตอบสนองต่อความอยากรู้อยากเห็นของผู้อ่านได้ส่วนหนึ่ง ผู้อ่านได้อ่านนิยายสารเพื่อช่วยรับข่าวสารทันต่อเหตุการณ์ให้ทราบเรื่องต่างๆ เมื่อผู้จัดทำมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้อ่าน ดังนั้นผู้จัดทำจึงพยายามสรรหาข้อเขียนรูปแบบการเขียนให้น่าสนใจอยู่เสมอ ทั้งนี้

เพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ขณะเดียวกันก็เพิ่มความสัมพันธ์กันอย่างแน่นแฟ้น ไม่ว่าจะ เป็นทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่งสามารถแสดงให้เห็นคุณลักษณะบางประการของผู้อ่านได้ดังนี้ (สมชาติ ชรรยงสติมัน, 2545 : 22)

2.1.7.1 บุคคลทั่วไปสนใจอ่าน ดู และฟังสิ่งที่ตนเองมีความสนใจอยู่แล้ว ถึงแม้ว่าไม่มี ความรู้เกี่ยวกับเรื่องนั้นเลยก็ตาม และในทางตรงกันข้ามบุคคลที่ไม่มีความสนใจในเรื่องราวใด จะไม่ เป็นเป้าหมายที่ดีของข่าวสารทั้งสิ้น เราจะเห็นได้ว่ากรรมรงค์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารบางอย่างต้อง ล้มเหลว เพราะผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องมองข้ามความสนใจของผู้อ่านไปนั่นเอง

2.1.7.2 บุคคลมีแนวโน้มที่จะอ่าน ฟัง เรื่องราวซึ่งตนมีความเห็นพ้องด้วย และหลีกเลี่ยงสิ่ง ที่ตนไม่เห็นด้วย นอกจากนั้นถ้าบุคคลจำเป็นต้องเผชิญข่าวสารที่ไม่เห็นด้วยมักจะแปลข่าวสารนั้นให้ สอดคล้องกับความคิด ความเชื่อถือที่ตนมีอยู่ก่อนแล้ว

2.1.7.3 บุคคลจะทำการตรวจสอบความคิดเห็นของตนเองกับผู้มีอำนาจหน้าที่หรือผู้นำ ความคิดเห็น การใช้อิทธิพลทางความคิดเห็นเหล่านี้ จะมีความสำคัญมากในการปรุงแต่งหรือ เปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของคนอื่น

2.1.7.4 บุคคลจะตรวจสอบความคิดเห็นของตนเองกับความคิดเห็นของบุคคลอื่น ภายใน กลุ่มซึ่งตนสังกัดอยู่ และถ้าหากว่าต้องเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปในทิศทางที่ขัดแย้งกับทัศนคติของกลุ่ม แล้ว บุคคลย่อมเปลี่ยนแปลงทัศนคติไปตามข่าวสารที่ได้รับเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

ลักษณะทั้ง 4 ข้อดังกล่าว เป็นคุณลักษณะทั่วไปของผู้อ่านที่มีความสำคัญในการกำหนด เนื้อหาของนิตยสาร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารมาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เนื้อหาในคอลัมน์ที่มีการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ เพื่อทราบถึงการนำเสนอ ว่าเป็นอย่างไร ซึ่งได้แก่ วิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาษา การจัดหน้า และการใช้ภาพประกอบ

2.2 แนวคิดเรื่องนายทวารข่าวสาร (Gatekeeper)

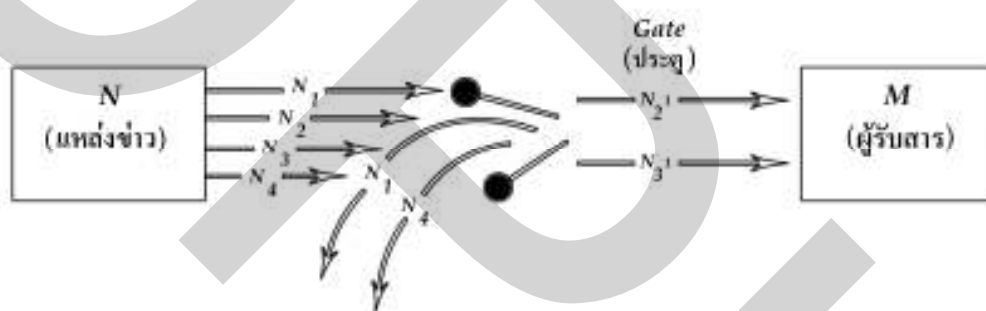
แนวความคิดเกี่ยวกับหน้าที่ “นายทวารข่าวสาร” หรือ “ผู้เฝ้าประตู” (Gatekeeper) นี้มา จากข้อเขียนของ เคิร์ต เลวิน (Kurt Lewin) ซึ่งให้ข้อสังเกตว่า ข่าวสารมักจะไหลผ่านช่องทางต่างๆ อัน ประกอบไปด้วยบริเวณประตูที่ซึ่งมีการปล่อยหรือกักข่าวสารต่างๆ ตามกฎเกณฑ์ที่ตั้งไว้ หรือโดย วินิจฉัยของนายทวารข่าวสารเองว่าจะยอมให้ข่าวสารใดไหลผ่านไปได้หรือไม่ ซึ่งแนวความคิดนี้ได้ ถูกนำมาอธิบายลักษณะการไหลของข่าวสารในกระบวนการสื่อสารมวลชน (พีระ จิตรโสภณ, 2546 : 624)

นายทวารข่าวสาร คือ บุคคลที่มีความสำคัญและมีหน้าที่ต้องตัดสินใจเลือกข่าวสารที่จะ เผยแพร่ไปสู่ประชาชน ว่าข่าวสารอย่างไรไม่ควรส่งไป และข่าวสารอย่างไรควรส่งไป จะส่งไปใน

ทันใดหรือส่งไปซ้ำๆ และด้วยคุณสมบัติดังกล่าว นายทวารข่าวสารจึงมักเป็นผู้ได้รับความเชื่อถือมากกว่าคนอื่นๆ (พัชนี เชมจรรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2541 : 172)

บุคคลทำหน้าที่นี้มักได้แก่ นักข่าว บรรณาธิการข่าว ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ซึ่งทำหน้าที่ตรวจสอบ คัดเลือก เรียบเรียงข่าวสาร เพื่อเสนอให้ประชาชนรับรู้ ทั้งบรรณาธิการข่าวและนักข่าวจึงอยู่ในฐานะที่จะ “ควบคุม” ข่าวสารต่างๆ ที่จะผ่านไปยังประชาชนทั่วไป โดยอาศัยวิธีการคัดเลือกและเรียบเรียงข่าว ตลอดจนการตกแต่ง การจัดหน้าหนังสือพิมพ์ รวมทั้งการกำหนดเวลาเสนอข่าวสาร และการลำดับความสำคัญของข่าวด้วย

ดี เอ็ม ไวท์ (White, D.M.) ได้ใช้แนวความคิดเรื่อง “นายทวารข่าวสาร” ในการศึกษา กิจกรรมของบรรณาธิการข่าว โทรพิมพ์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นอเมริกาฉบับหนึ่ง ซึ่งกิจกรรมในการตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์นี้มีส่วนคล้ายกับหน้าที่ผู้เฝ้าประตู (พีระ จิร โสภณ, 2546 : 624 - 625)



N = แหล่งที่มาของข่าวต่างๆ

N₁, N₂, N₃, N₄ = เรื่องต่างๆ ที่เป็นข่าว

N_{2,1}, N_{3,1} = เรื่องต่างๆ ที่เลือกสรรไว้

M = ผู้รับสาร

N₁, N₄ = เรื่องต่างๆ ที่ตัดทิ้งไป

ภาพที่ 2.1 แบบจำลองนายทวารข่าวสารของ ดี เอ็ม ไวท์

ที่มา: ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้ส่งสาร. ใน เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9 - 15 ของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

แบบจำลองนี้แสดงให้เห็นว่า จากต้นตอแหล่งข่าว (สำนักข่าว โทรพิมพ์) จะมีข่าวสารมากมายหลายชิ้นส่งมายังสำนักงานหนังสือพิมพ์ หรือสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ต่างๆ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชิ้นเพื่อตีพิมพ์หรือออกอากาศ

ส่วนอีกหลายชิ้นก็อาจถูกโยนทิ้งตะกร้า ข่าวสารที่ถูกคัดเลือกนี้จะถูกตัดแต่งให้เหมาะกับเวลา เนื้อที่หรือลักษณะสื่อเพื่อส่งไปยังผู้อ่าน ผู้ฟังหรือผู้ชม

จะเห็นได้ว่า แบบจำลองนี้พยายามชี้ให้เห็นกิจกรรมผู้เฝ้าประตูของสื่อมวลชนทั่วไป จากตัวอย่าง ดี เอ็ม ไวท์ ได้ศึกษาบทบาทของบรรณาธิการข่าวโทรทัศน์ทั่วไปในสหรัฐอเมริกา ถ้าเป็นตัวอย่างในเมืองไทยเราก็คงจะหมายถึง บทบาทของบรรณาธิการข่าวต่างประเทศทั่วไปที่ทำหน้าที่คอยตรวจข่าวจากเครื่องโทรทัศน์ หรือจากเอกสารข่าวที่ส่งมาจากสำนักข่าวต่างๆ เช่น เอพี เอ เอฟ พี รอยเตอร์ หรือสำนักข่าวไทย เป็นต้น แต่ละวันจะมีข่าวเข้ามามากมายนับสิบนับร้อยชิ้น แต่บรรณาธิการจะเลือกตีพิมพ์ หรือออกอากาศเพียงไม่กี่ชิ้นที่เห็นว่าน่าสนใจเท่านั้น

แบบจำลองของ ดี เอ็ม ไวท์ อธิบายอย่างง่ายๆ ถึงบทบาท “นายทวารข่าวสาร” ของสื่อมวลชน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วอาจจะมีขั้นตอนสลับซับซ้อนกว่านี้ เช่น ข่าวโทรทัศน์ที่ส่งมานั้น ก่อนที่จะส่งมาก็จะต้องมีการกลั่นกรองมาก่อนจากบรรณาธิการสำนักข่าวนั้นๆ หรือแม้แต่ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเองก็จะทำหน้าที่ “นายทวารข่าวสาร” คือเลือกที่จะทำรายงานข่าวไหน หรือไม่ทำข่าวไหนบ้างก็ได้ และเมื่อข่าวโทรทัศน์นั้นถูกส่งมายังสำนักพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียง หรือสถานีวิทยุโทรทัศน์ นอกจากจะถูกคัดเลือกโดยบรรณาธิการข่าวต่างประเทศแล้ว ก็อาจจะถูกกลั่นกรองจากบรรณาธิการหรือหัวหน้าข่าวในระดับสูงอีกทีก็ได้เช่นกัน นอกจากนั้นข่าวที่ตีพิมพ์หรือออกอากาศไปยังผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารได้อ่าน ได้รับฟังหรือได้รับชมแล้วก็อาจจะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่น เช่น สมาชิกในครอบครัวญาติ เพื่อน ฯลฯ การถ่ายทอดโดยผู้เปิดรับสารสื่อมวลชนนี้ก็จะเข้าไปในลักษณะ “นายทวารข่าวสาร” คือ เลือกจะถ่ายทอดเพียงบางส่วน หรือส่วนใดส่วนหนึ่งก็ย่อมได้อีกเช่นกัน จึงเห็นได้ว่าข่าวสารสื่อมวลชนมักจะไหลผ่านนายทวารข่าวสารต่างๆ มากมายหลายชั้น

กระบวนการนายทวารข่าวสาร เป็นกระบวนการทำงานของผู้ปฏิบัติงานสื่อมวลชน เช่น นักข่าวบรรณาธิการ ผู้จัดรายการ ดีเจ ผู้กำกับ ผู้ตัดต่อภาพยนตร์โดยทำหน้าที่ในการรวบรวม เรียบเรียง เลือกสรรกลั่นกรองข่าวสารประจำวันก่อนนำเสนอสู่สายตาประชาชนในสังคมได้รับรู้ การทำงานด้านข่าวสารต่างๆที่เปรียบเสมือนผู้รักษาประตูก่อนที่จะปลดปล่อยให้ข่าวสารต่างๆผ่านไปนี้ เกิดขึ้นภายในสภาวะเงื่อนไขต่างๆ ทั้งที่เป็นปัจจัยภายในองค์กรเอง หรือปัจจัยภายนอกทั้งทางเศรษฐกิจการเมือง สังคม วัฒนธรรม และวิชาชีพและโดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยผู้รับสารที่เป็นทั้งตลาดผู้ซื้อและสมาชิกในสังคมที่มีความคาดหวังต่างๆจากสื่อมวลชน (พีระ จิตร โสภณ, 2548 : 230)

ปัจจัยกำหนดการทำหน้าที่เป็น “นายทวารข่าวสาร” ของบุคลากรฝ่ายข่าวหรือขององค์กรสื่อมวลชนด้านข่าวสารโดยทั่วไปมีดังนี้ (พีระ จิตร โสภณ, 2548 : 229 - 230)

2.2.1 มูลค่าหรือคุณค่าข่าว (News Values) คือองค์ประกอบของเหตุการณ์เรื่องราวต่างๆ ที่ทำให้เหตุการณ์เรื่องราวนั้นมีค่าในเชิงข่าว (News Worthiness) คือทำให้คนสนใจอยากรู้ เช่น มีผลกระทบต่อกันจำนวนมาก มีการขัดแย้งต่อสู้กัน มีความใกล้ชิดหรือมีความผูกพันทางสังคมและวัฒนธรรม มี

ความทันสมัย ทันเวลา เป็นสิ่งที่ไม่คาดฝัน เป็นเรื่องแปลก เรื่องลึกลับมีเงื่อนงำ เป็นเรื่องทางร้าย ทางลบ เป็นเรื่องของคนดัง คนสำคัญมีชื่อเสียง เป็นเรื่องอื้อฉาวและเรื่องเพศ และเป็นเรื่องราวอารมณ์ ความสนใจของมนุษย์ทุกคนทั่วไป เป็นต้น

2.2.2 นโยบายองค์กร/นโยบายข่าวสารเช่น เน้นข่าวหนัก หรือข่าวเบา

2.2.3 ผู้รับสาร (ตลาดผู้ซื้อ ผู้บริโภค) เป็นกลุ่มเป้าหมายกลุ่มใด เช่น ชาวบ้านทั่วไป นักธุรกิจหรือผู้มีการศึกษา เป็นต้น

2.2.4 กฎหมายและนโยบายของรัฐ/นัการเมือง ที่กำหนดระเบียบปฏิบัติให้กับสื่อมวลชนและมีบทลงโทษหากละเมิด

2.2.5 ผู้ซื้อเนื้อที่/เวลา โฆษณา มักมีอิทธิพลทั้งโดยตรงหรือโดยอ้อมเพราะความอยู่รอดของสื่อ มาจากรายได้โฆษณาคือหลัก

2.2.6 มาตรฐานข้อกำหนดทางวิชาชีพ (องค์กรวิชาชีพ/เพื่อนร่วมวิชาชีพ) คือจรรยาบรรณสื่อมวลชนที่ใช้ควบคุมกันเอง

2.2.7 เจ้าของ/ผู้ลงทุน มักมีบทบาทในการกำหนดนโยบายทางด้านธุรกิจหรือการทำงานวิชาชีพ

2.2.8 บรรทัดฐานทางสังคม/วัฒนธรรม เป็นการควบคุมจากภายนอกเพื่อให้เป็นไปตามครรลองและคุณค่าของสังคม

2.2.9 กลุ่มกดดันทางสังคมต่างๆ เช่นองค์กรเอกชน สถาบันต่างๆ ในสังคม สมาคม ชมรมต่างๆ กลุ่มผลประโยชน์ และประชาชนทั่วไป

2.2.10 ข้อจำกัดทางเทคโนโลยี ปริมาณ เนื้อที่เวลาของสื่อ/เส้นตายของเวลาการส่งต้นฉบับ เนื้อหาข่าวสาร หรือรายละเอียดบางอย่างไม่สามารถนำเสนอได้เพราะข้อจำกัดด้านนี้

ปัจจัยเหล่านี้ แต่ละด้านอาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจแตกต่างกันไป แล้วแต่องค์กรสื่อแต่ละแห่ง และผู้ปฏิบัติวิชาชีพสื่อแต่ละคน ที่ไม่เหมือนกัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จาก เนื้อหา ข่าวสารประจำวันที่ปรากฏในสื่อต่างๆ บางสื่อให้ความสำคัญกับมูลค่าข่าวสารบางด้าน เช่น เรื่องเร้าอารมณ์ ความสนใจ บางสื่ออาจเน้นผลกระทบต่อสังคม และบางสื่ออาจมองผู้อ่านในเชิงตลาดของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคเป็นสำคัญ จึงเน้นการสร้างความดึงดูดใจในการขาย แต่สำหรับสื่อที่มุ่งรักษามาตรฐานวิชาชีพที่ยึดถือเรื่องจริยธรรมเป็นสำคัญ ข่าวบางชิ้นที่ขายได้แต่ไร้สาระไม่มีประโยชน์กับสังคม อาจทำร้ายจิตใจผู้ตกเป็นข่าวหรือเป็นตัวอย่างที่ไม่ดีกับสังคม สื่อที่มีมาตรฐานวิชาชีพก็มักตัดสินใจไม่นำเสนอข่าวนี้อย่างนี้เป็นต้น

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับนายทวารข่าวสาร มาประกอบกับแนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร และแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพความเป็นหญิง มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์เนื้อหาในคอลัมน์ที่มีการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ เพื่อทราบถึงการนำเสนอ

ว่ามีเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา วิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาษา การจัดหน้า และการใช้ภาพประกอบเป็นอย่างไร

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพความเป็นหญิง

ความสนใจเป็นพิเศษประการหนึ่งของสำนักวัฒนธรรมการศึกษาก็คือ การตั้งคำถามเรื่องภาพตัวแทน (Representation) หรือการวิเคราะห์ว่า โลกรอบตัวเราถูกประกอบสร้างขึ้นโดยสังคม (Socially constructed) และสืบทอดเผยแพร่โดยตัวเราหรือมาถึงตัวเราได้อย่างไร

วิธีการศึกษาเรื่อง ภาพ หรือ ภาพตัวแทน นั้นมีหลายจุดยืนด้วยกัน ตามสูตรของนักภาษาศาสตร์ดั้งเดิมอธิบายว่า ภาพ คือกระบวนการที่ภาษา/การสื่อสารได้ สะท้อน (Reflect) ความเป็นจริงของโลกรอบตัวเราออกมา เช่น เมื่อมีข่าวหรือเหตุการณ์ใดๆเกิดขึ้น กล้องของนักหนังสือพิมพ์หรือช่างภาพโทรทัศน์ ก็จะนำเสนอภาพเหตุการณ์เหล่านั้นสะท้อนออกมาตามที่มันเป็นอยู่จริง หรือในกรณีของทัศนะที่ว่า “วรรณกรรมก็คือกระจกสะท้อนสังคม” ซึ่งก็หมายความว่า ถ้าสังคมจริงๆในแต่ละยุคเป็นเช่นไร วรรณกรรมในสมัยนั้นๆก็จะสะท้อนความจริงของสังคมออกมา เพราะฉะนั้นตามทฤษฎีภาษาศาสตร์แนวภาพสะท้อน (Reflectionism) จึงเชื่อว่า ความจริงเคยมีอยู่/มีอยู่แล้ว (The truth is out there) และภาพ/การสื่อสารก็คือกระจกส่องให้เราเห็นความจริงนั้นๆ ตามแบบฉบับที่มันเป็นอยู่ ไรก็ดี ทัศนะต่อ ภาพ และ ภาพตัวแทน ของสำนักวัฒนธรรมศึกษา ได้รับอิทธิพลจากแนวทางของทฤษฎีปรากฏการณ์นิยม (Phenomenology) ที่เชื่อว่า ภาพตัวแทน มิใช่การสะท้อน/เลียนแบบ/ค้นพบ หากแต่เป็นการประกอบสร้างส่วนเสี้ยวหนึ่งของโลกความเป็นจริง หรือที่รู้จักกันในชื่อของแนวคิดเรื่อง การประกอบสร้างความเป็นจริงทางสังคม (Social construction of reality)

ด้วยเหตุนี้ สำนักวัฒนธรรมศึกษาจึงมักตั้งคำถามว่าสิ่งต่างๆหรือความหมายต่างๆในโลกเรานี้ ถูกสร้างภาพขึ้นมาได้อย่างไร ผ่านสัญลักษณ์ที่เป็นเสียง ตัวอักษร รูปภาพ หนังสือ คลื่นโทรทัศน์ และสื่อต่างๆได้อย่างไร เช่น หากเราใช้ทฤษฎีวัฒนธรรมศึกษามาอธิบายภาพตัวแทนของโสเภณีที่อยู่ในข่าวและละครโทรทัศน์ คำถามสำคัญก็คือ ภาพของโสเภณีที่มักเป็นแบบฉบับ (Typical) ที่จัดว่าแต่งตัวจัดจ้าน แต่งหน้าฉูดฉาด พูดจาไม่ไพเราะหู และเป็นผู้หญิงไม่ดีของสังคม ภาพต่างๆเหล่านี้ถูกประกอบสร้างขึ้นมาได้อย่างไร (สมสุข หินวิมาน, 2548 : 426)

กาญจนา แก้วเทพ (2543 : 49 - 50) กล่าวถึงภาพของหญิงยุคใหม่ว่า ภาพผู้หญิงยุคใหม่ที่ปรากฏในนิตยสารที่ก้าวหน้าทันสมัย หญิงยุคใหม่นี้จะเปิดโลกภายนอกให้กว้างขวางกว่าชายคาบ้านออกไป พวกเขาจะปรากฏตัวอยู่ในวิชาชีพต่างๆ เคียงบ่าเคียงไหล่กับผู้ชาย เช่น สถาปนิก วิศวกร แพทย์ ทนายความ ฯลฯ แต่ในขณะที่ลักษณะวิชาชีพของเธอขยายออกไปนั้น การขยายนี้จะมีลักษณะเป็นการเพิ่มเติมมิได้เป็นการทดแทน หรือเป็นการเพิ่มเติมในส่วนที่เป็นหน้าที่ แต่มิได้รับการชดเชยในส่วนที่เป็นสิทธิ กล่าวคือ ในขณะที่เธอต้องประกอบงานวิชาชีพให้ดีเด่นเต็มทีนั้น งานในบ้านของ

เธอก็ต้องไม่บ่นพร่องไปพร้อมๆ กัน ดังจะเห็นได้จากคอลัมน์สัมภาษณ์บรรดาสตรีชั้นนำทั้งหลายที่ทำได้ “ทั้งงานหลวงไม่ให้ขาด งานราษฎร์ไม่ให้อบพร่อง” และถึงแม้ข้อเรียกร้องจากวิชาชีพจะผลักดันให้ผู้หญิงยุคใหม่เหล่านี้ต้องพัฒนาความเฉลียวฉลาด ความสามารถ แต่เธอก็ต้องคอยระวังว่าต้องอย่าให้ความฉลาดและความสามารถนั้นล้ำหน้าเกินสามีของตน เพราะจะทำให้ผู้ชายเกิดความรู้สึกมีปมด้อยขึ้นมา

นิตยสารผู้หญิงที่มีภาพของ “หญิงยุคใหม่” จะมีภาพปกของผู้หญิงล้ำยุค มีคอลัมน์การทำตัวเป็นสาวออฟฟิศที่ทันสมัย คล่องแคล่ว ปราดเปรี้ยว มั่นใจในตนเอง พร้อมๆ กับที่มีนวนิยายที่ยังสอนให้เป็นผู้แม่ที่รักลูกและเป็นเมียที่ซื่อสัตย์ต่อสามีอย่างไม่เปลี่ยนแปลง (กาญจนา แก้วเทพ, 2543 : 164)

กาญจนา แก้วเทพ, คำจร หลุยยะพงศ์, รุจน์ โกมลบุตร และสมสุข หินวิมาน (2548 : 234) พบว่า เมื่อพิจารณามายังโลกของสื่อมวลชนปัจจุบัน ดูเหมือนว่าโลกของสื่อกำลัง “สะท้อน” (Reflect) หรือฉายภาพของ “ผู้หญิงทำงาน” ในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น แต่บนภาพเดียวกับที่ “กระจก” กำลัง “สะท้อน” ออกมานี้ สื่อมวลชนก็ร่วมกัน “ประกอบสร้าง” (Construct) นิยามของ “ผู้หญิงทำงาน” ให้เป็นเพียง “สตรีชนชั้นกลางที่ประสบความสำเร็จในภาระงานนอกบ้าน” เท่านั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง สื่อมวลชนมิได้สะท้อนภาพผู้หญิงที่ทำงานจริงๆ ทั้งหมด (เช่น ไม่ได้นำเสนอภาพแม่บ้านที่ทำงานอยู่กับบ้าน หรือละเลยต่อภาพแรงงานสตรีราคาถูก) หากแต่มักนำเสนอภาพของตัวแทน ความหมายของ “ผู้หญิงทำงาน” ในบางแง่มุมหรือบางเสี้ยวบางส่วนเท่านั้น

สื่อเลือกที่จะ “ประกอบสร้าง” ภาพให้เห็นว่า แม้แต่ในกลุ่มผู้หญิงทำงานก็ยังเห็น “ความเป็นหญิง/บทบาทของผู้หญิง/ชีวิตครอบครัว” สำคัญกว่า “ความเป็นนักวิชาชีพ/ชีวิตส่วนรวม” สื่อประกอบสร้างภาพว่า แม้จะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงบางคนเข้ามาโดดเด่นได้ในพื้นที่สาธารณะได้บ้างแล้ว แต่ทว่า ผู้หญิงเหล่านั้นก็ยังเล่นบทบาทเป็นเพียง “ตัวประกอบที่ไม่สำคัญ” หรือเป็น “เพียงท่ารอง” ของผู้ชายเท่านั้น (กาญจนา แก้วเทพ, คำจร หลุยยะพงศ์, รุจน์ โกมลบุตร และสมสุข หินวิมาน ใน อมรา พงศาพิชญ์ (บรรณาธิการ), 2548 : 265)

จากงานวิจัยของ ปัญญา รักแตงาม (2538) ได้ทำการวิเคราะห์เนื้อหารายการผู้หญิงทางโทรทัศน์พิสูจน์ให้เห็นว่า รายการทางโทรทัศน์ไม่ได้สะท้อนสถานะที่เป็นจริงของผู้หญิงไทยเลยตรงกันข้าม รายการดังกล่าวกลับนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงแบบใหม่ ซึ่งเป็น “ผู้หญิงทำงาน” ที่กังวลแต่ปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ในชีวิตประจำวัน เช่น ปัญหาความสวยความงาม ปัญหาความไม่มั่นใจในชีวิตการทำงาน แต่ไม่เคยนำเสนอปัญหาที่ผู้หญิงต้องเผชิญเกี่ยวกับสิทธิส่วนบุคคลที่แท้จริง เช่น ปัญหาการถูกเจ้านายคุกคามทางเพศ หรือปัญหาความขัดแย้งระหว่างภาระงานนอกบ้านและในบ้าน ในขณะที่เดียวกัน “ผู้หญิงทำงาน” เหล่านี้ ยังได้ถูกประกอบสร้างมายาคติให้เป็น “ผู้หญิงที่ก้าวหน้าเกิน

จริง” (Superwomen) กล่าวคือ เป็นผู้ที่อาจก้าวหน้าได้ในอาชีพการงานก็จริง แต่เมื่อกลับถึงบ้าน เธอก็ยังคงต้องเป็นแม่ เมีย และแม่บ้านที่ดีของสามีและลูก งานวิจัยของปัญจมาจึงสรุปได้ว่า แรงงานผู้หญิงในบ้าน แรงงานสตรีชนชั้นล่าง และกลุ่มผู้หญิงทำงานแต่ไม่เก่ง ไม่เคยถูกผนวกรวมอยู่ในนิยามของความ เป็น “ผู้หญิงทำงาน” ใน โลกของสื่อมวลชนเลย เพราะฉะนั้นแม้สื่ออาจจะเป็นกระบอกส่งข้อความของ “ผู้หญิงทำงาน” ที่เพิ่มขึ้นในโลกความเป็นจริง แต่ก็เป็น การเลือกส่งและสร้างความหมายถึงเฉพาะ เพียงผู้หญิงทำงานที่ต้องประสบความสำเร็จในปริบททลสาธาณะเท่านั้น

Michele Mattelart (1986 : 25 - 26) ได้กล่าวถึงสื่อมวลชนว่า ในบรรดาสื่อต่างๆที่ล้อมรอบตัวเราอยู่ในสังคมนั้น ล้วนมีอิทธิพลต่อภาพของผู้หญิงในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะผู้หญิงในยุคสมัยใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างระบบเศรษฐกิจและการเมืองในระบบทุนนิยม ที่มีการส่งเสริมให้สินค้าต่างๆ เพิ่มขีดความสามารถในการผลิต ทำให้สื่อต้องมีการสร้างภาพในการโฆษณาสินค้าต่างๆ ให้ดึงดูดใจผู้บริโภคมากขึ้น

ตัวอย่างของการสร้างภาพผู้หญิงนั้น Mattelart ได้ให้ความเห็นว่า สมัยก่อนภาพของผู้หญิงในสื่อต่างๆนั้น ค่อนข้างเป็นลักษณะอยู่ในโลกส่วนตัว (Private status) เช่น เป็นแม่ เป็นภรรยา โดยลักษณะดังกล่าว ทำให้มองว่าสิ่งนั้นเป็นธรรมชาติของผู้หญิง ที่จะต้องมีลักษณะเช่นนั้นอยู่ตลอดเวลา หากแต่ในสมัยปัจจุบัน สื่อได้เพิ่มลักษณะของความเป็นตัวแทนของสาธารณะ (Public representative) ที่เปิดลักษณะของผู้หญิงที่ไม่จำกัดอยู่แค่เพียงความเป็นแม่และภรรยา เช่น ภาพของผู้หญิงทำงาน (Working woman) อันเป็นลักษณะของผู้หญิงสมัยใหม่ เป็นต้น

เช่นเดียวกับลักษณะความเป็นผู้หญิงที่เป็นภาพตายตัว (Stereotype) ที่เป็นความอ่อนแอเหมือนเด็ก ๆ ที่ต้องการพ่อคอยปกป้องคุ้มครองได้ถูกแทนที่โดยลักษณะความแข็งแกร่งคล้ายผู้ชายที่มีอำนาจพึ่งพาตนเองได้ และความเป็นหญิงดูจะมีสถานะที่มั่นคงมากขึ้น Mattelart เห็นภาพของผู้หญิงในสื่อต่างๆ นั้น มีทั้งลักษณะที่เป็นการสะท้อนภาพจริง (Reality) และเป็นภาพที่ถูกจินตนาการขึ้น (Imaginary) โดยที่ภาพของผู้หญิงเหล่านี้ จะมีลักษณะที่เป็นภาพอุดมคติ (Ideal type) เช่น ภาพของแม่บ้านในสมัยใหม่ต้องมีอุปกรณ์ทำครัวทันสมัย ที่คอยอำนวยความสะดวกให้ (Modern housewife is no longer a cook - she is a can-opener)

ในฐานะสื่อสารมวลชนเป็นสื่อที่มีหน้าที่สะท้อน สิ่งที่มีอยู่ในสังคมให้คนในสังคมได้รับรู้ร่วมกัน หากสภาพสังคมเป็นอย่างไร หน้าที่ของสื่อที่ดีก็คือ การเป็นกระบอกส่งเพื่อที่จะสะท้อนภาพนั้นๆ ออกมาอย่างเที่ยงตรงไม่บิดเบือน

แต่ในความเป็นจริงแล้ว สื่อมวลชนมีสัมพันธ์ภาพแบบ 2 ทาง กับสังคมและความเป็นจริง นั่นก็คือ

- 1) สื่อมวลชนกับการสะท้อนสิ่งที่มีอยู่และเป็นอยู่
- 2) สื่อมวลชนกับการสร้างภาพแห่งความเป็นจริงของสังคมขึ้นมาใหม่

ดังนั้น การที่สื่อมวลชนเลือกจะเสนอเนื้อหาอะไร และการให้ความหมายของสิ่งต่างๆ ก็เท่ากับเป็นการสร้างภาพความเป็นจริงนั้นๆ ให้กับสังคมด้วย

เช่นเดียวกันกับภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ที่น่าเสนอในนิตยสาร หากนิตยสารมีการคัดเลือก เสนอภาพความเป็นผู้หญิงยุคใหม่อย่างไร ก็อาจจะก่อให้เกิดการสร้างมติดิสสาธารณชน และเป็นการตอกย้ำค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมที่เกี่ยวกับผู้หญิง

ในงานการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้นำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพความเป็นหญิง มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารคลีโอว่าเป็นอย่างไร

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม

สุพัตรา สุภาพ (2526 : 21) กล่าวว่า ค่านิยมของสังคม หมายถึง สิ่งที่คนสนใจ สิ่งที่คุณปรารถนาจะได้ ปรารถนาจะเป็น หรือกลับกลายมาเป็นสิ่งที่คุณถือว่าเป็นสิ่งบังคับต้องทำปฏิบัติ เป็นสิ่งที่คุณบูชายกย่องและมีความสุขที่จะได้เห็น ได้ฟัง ได้เป็นเจ้าของ ค่านิยมของสังคมจึงเป็น “วิถีของการจัดรูปความประพฤติ” ที่มีความหมายต่อบุคคลและเป็นแบบฉบับของความคิดที่ฝังแน่นสำหรับยึดถือในการปฏิบัติตัวของคนในสังคม

พัทธา สายหู (อ้างถึงใน อรวรรณ ปีลันธนโรวาท, 2547 : 190) นิยามว่า ค่านิยมหมายถึง สิ่งที่คุณยึดถือประจำใจที่ช่วยการตัดสินใจในการเลือก トラบโดมนุษย์ยังต้องเลือก มนุษย์ต้องอาศัยคุณค่าประจำตัวเป็นเครื่องกำหนด

ค่านิยม หมายถึง ทศนคติร่วมระดับส่วนรวมที่สังคมมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยการประเมินค่าสิ่งนั้นว่าดีหรือเลว น่าพอใจหรือไม่น่าพอใจ มีค่าหรือไม่มีค่า เป็นต้น การประเมินค่าดังกล่าวของสังคมมีอิทธิพลต่อการกระทำของคนในสังคม เพราะค่านิยมจะทำหน้าที่ประจักษ์ที่ชี้แจงการกระทำของบุคคล (กาญจนา แก้วเทพ, 2547 : 50 - 51)

สมพร เทพสิทธา (อ้างถึงใน พจนีย์ พจนะลาวัณย์, 2544 : 59) กล่าวว่า ค่านิยมหมายถึง ความรู้สึก ความคิดว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นที่ต้องการ ปรารถนา ควร มี ควรทำ และค่านิยมอาจแบ่งออกเป็นค่านิยมที่พึงประสงค์หรือค่านิยมในทางบวก และค่านิยมที่ไม่พึงประสงค์หรือค่านิยมในทางลบ

ค่านิยมที่พึงประสงค์เป็นค่านิยมที่ทำให้เกิดความสุข ความเจริญ แก่บุคคล สังคมและประเทศชาติ เป็นค่านิยมที่ตรงกับหลักธรรมะของศาสนา เช่น ค่านิยมในเรื่องความขยันหมั่นเพียร ความซื่อสัตย์สุจริต การมีระเบียบวินัย

สำหรับค่านิยมที่ไม่พึงประสงค์นั้น เป็นค่านิยมที่ขัดหรือไม่ตรงกับหลักธรรมะของศาสนา เป็นค่านิยมที่ทำให้เกิดความทุกข์และความเสื่อมแก่บุคคล สังคม และประเทศชาติ เช่น ค่านิยม

ที่กำลังระบอบในบรรดาข้าราชการว่า คนซื้อคือคนเชื่อ ไม่โกงไม่รวย จึงทำให้มีการทุจริต ใช้อำนาจ บังหลวงเพิ่มขึ้น หรือค่านิยมที่ว่า เป็นลูกผู้ชายต้องค้ำเกล้าแก่ง คนไม่ค้ำเกล้าเป็นคนคับแคบ เข้าสังคมไม่ได้

Phillip H. Phinix (อ้างถึงใน จิตตราพร เรื่องจรัส, 2541 : 46) มีความเห็นว่าค่านิยมเกี่ยวข้องกับความสุขและความสามารถในการแยกความชอบอย่างหนึ่งออกจากอย่างอื่นๆ วิธีแสดงออกของค่านิยมที่เห็นได้ชัดคือ ความสนใจ ความปรารถนาในสิ่งนั้น

2.4.1 ประเภทของค่านิยม

พินิกซ์แบ่งค่านิยมออกเป็น 6 ชนิด ดังนี้

2.4.1.1 ค่านิยมทางวัตถุ (Material Value) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับปัจจัยสี่ของค่านิยม ได้แก่ เรื่องของอาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค

2.4.1.2 ค่านิยมทางสังคม (Social Value) เป็นค่านิยมที่ช่วยให้บุคคลเกิดความรักและความสัมพันธ์กันในสังคม

2.4.1.3 ค่านิยมด้านความจริง (Truth Value) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับความจริง ซึ่งเป็นค่านิยมที่สำคัญยิ่งสำหรับผู้ต้องการหาความรู้ นักปราชญ์ และนักวิทยาศาสตร์ที่ค้นหากฎแห่งธรรมชาติ

2.4.1.4 ค่านิยมทางจริยธรรม (Moral Value) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความรับผิดชอบในหน้าที่ ความรู้สึกผิดชอบชั่วดีต่างๆ และยึดถือไว้เป็นแนวปฏิบัติ

2.4.1.5 ค่านิยมทางสุนทรีย์ (Esthetic Value) เป็นค่านิยมทางความซาบซึ้งในความดีและความงามของสิ่งต่างๆ

2.4.1.6 ค่านิยมทางศาสนา (Religious Value) เป็นค่านิยมที่เกี่ยวกับความปรารถนาในความสมบูรณ์ของชีวิต รวมทั้งความรักและการบูชาในศาสนาของตนด้วย

2.4.2 ความสำคัญของค่านิยม

สมาน ชาติเครือ (อ้างถึงใน จิตตราพร เรื่องจรัส, 2541 : 48) กล่าวว่าในสังคมมนุษย์นั้นเรา มีความเชื่อว่า ค่านิยมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดพฤติกรรมของบุคคล เพราะค่านิยมจะเป็นเครื่องตัดสินใจ กำหนด หรือผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้นค่านิยมจึงเป็นพลังที่ซ่อนเร้นอยู่ภายใต้พฤติกรรมทางสังคมส่วนใหญ่ของมนุษย์

นอกจากนี้ ค่านิยมยังเป็นเครื่องชี้แนวทาง และลักษณะความประพฤติของคนในสังคม ดังนั้น การปลูกฝังและการพัฒนาค่านิยมอันดีงามให้เกิดขึ้นแก่คนในชาติจึงเป็นความจำเป็นที่จะต้องกระทำโดยไม่ชักช้า และจะต้องมีการกระทำที่ต่อเนื่องในทุกระดับการศึกษา เพราะพลังอำนาจแห่งชาติจะมั่นคงเพียงใดนั้นย่อมขึ้นอยู่กับคุณภาพของคนในชาติ ซึ่งย่อมจะประพฤติและปฏิบัติตาม

ค่านิยมที่ตนยอมรับนับถืออยู่ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า สังคมจะเจริญก้าวหน้าหรือเสื่อมไปในทิศทางใด นั้น ย่อมขึ้นอยู่กับค่านิยมของสังคมเป็นสำคัญ เพราะฉะนั้นการสร้างค่านิยมที่ถูกต้องและเหมาะสมจึง เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างสรรค์ความเจริญก้าวหน้าให้เกิดขึ้นในสังคม

2.4.3 ลักษณะของค่านิยม

สุนทรีย์ โคมินิ และสนิท สัมกรการ (อ้างถึงใน อรวรรณ ปีลันธนโรวาท, 2547 : 190 - 191) ได้อธิบายถึงลักษณะหรือธรรมชาติของค่านิยมดังนี้

2.4.3.1 ค่านิยมมีลักษณะทั้งถาวรและเปลี่ยนแปลงได้ เหมือนด้าน 2 ด้านของเหรียญอัน เดียวกัน ค่านิยมมีลักษณะคงที่เฉพาะไม่เปลี่ยนแปลงง่าย เพราะมนุษย์ต้องการความต่อเนื่องของ วัฒนธรรมและสังคมเพื่อสร้างบุคลิกภาพให้ดำรงอยู่ได้ ณ ช่วงเวลาหนึ่ง การที่ค่านิยมมีลักษณะคงที่ ทำให้การหล่อหลอมบุคลิกภาพของคนกลุ่มหนึ่งแตกต่างจากอีกกลุ่มหนึ่ง เพราะมนุษย์เรียนรู้ค่านิยม จากครอบครัวหรือขบวนการหล่อหลอมจากสังคมที่ติดต่อกันเป็นเวลานานทำให้เกิดความมั่นคงของ ค่านิยม อย่างไรก็ตามค่านิยมก็ยังสามารถเปลี่ยนแปลง เพราะค่านิยมมีระดับความสำคัญแตกต่างกัน และระดับ ความสำคัญที่ต่างกันนี้จะถูกจัดให้เข้ากับสภาพการณ์และประสบการณ์ชีวิต แต่การเปลี่ยนแปลง จะไม่เกิดในลักษณะตามอารมณ์

2.4.3.2 ด้วยเหตุที่ค่านิยมมีระดับความสำคัญไม่เท่ากัน และด้านขบวนการสังคมประภิด (Socialization) ที่มาจากครอบครัวและสถาบันต่างๆที่มนุษย์เข้าไปเกี่ยวข้องกับสถาบัน (Norms) ของสังคมทำให้บางครั้งค่านิยมใหม่ที่เรียนรู้ไม่สอดคล้องเข้าใจกันเกิดความแตกต่างระหว่าง บุคคล อย่างไรก็ตาม ค่านิยมของเขาจะไม่แตกต่างไปจากกลุ่มมากนักและมักจะสะท้อนวัฒนธรรม ของกลุ่มที่เขาสังกัด

Rokeach (อ้างถึงใน อรวรรณ ปีลันธนโรวาท, 2547 : 191) สรุปว่าค่านิยมของมนุษย์นั้น สืบสาวไปถึงวัฒนธรรม สังคม สถาบันสังคมต่างๆไปจนถึงบุคลิกภาพได้ สิ่งเหล่านี้กล่าวได้ว่า เป็น บ่อเกิดของค่านิยม ที่สำคัญที่สุดค่านิยมของมนุษย์จะแสดงออกทางทัศนคติและพฤติกรรมของมนุษย์ ในทุกรูปแบบและโดยเหตุที่วัฒนธรรมและสังคมที่บุคคลใช้ชีวิตได้ทำให้ค่านิยมของคนในวัฒนธรรม เดียวกันคล้ายคลึงกัน ความเหมือนกันทางวัฒนธรรมนี้ทำให้ลดความแตกต่างของค่านิยมในแต่ละ ปัจเจก ผลก็คือค่านิยมจะเป็นตัวกำหนด (Determine) พฤติกรรมทุกชนิดที่เรียกได้ว่าเป็นพฤติกรรม สังคม เช่น การกระทำทางสังคม ทัศนคติ อุดมการณ์ พฤติกรรมในการประเมิน การตัดสินใจทาง จริยธรรมและการให้เหตุผลสำหรับตนเองหรือผู้อื่น

ดังนั้นงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะนำแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยมประกอบกับแนวคิดความเป็น สมัยใหม่ เนื่องจากความเป็นสมัยใหม่นั้นก็เป็นค่านิยมอีกแบบหนึ่งเช่นกัน โดยจะนำทั้งสองทฤษฎี

มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ว่าเนื้อหาที่นิตยสารมีการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงยุคใหม่นั้น มีการสะท้อนค่านิยมความเป็นสมัยใหม่ออกมาในด้านไหน อย่างไร

2.5 แนวคิดความเป็นสมัยใหม่ (Modernity)

ในยุคปัจจุบัน ลักษณะความเป็นสมัยใหม่หรือความทันสมัยนั้น มีอยู่ทั้งในแง่วัตถุต่างๆ ที่เจริญก้าวหน้าตามยุคเทคโนโลยี และทั้งยังมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งต่างๆ อีกหลายชนิด รวมไปถึงระบบองค์ประกอบต่างๆ ในสังคม อาทิเช่นระบบการปกครอง ระบบเศรษฐกิจ และระบบการศึกษา หรือสถาบันต่างๆ เช่น สถาบันครอบครัว โดยความเป็นสมัยใหม่นี้อาจจะสะท้อนออกมาในรูปแบบความคิดการแสดงออก การแต่งกาย ของปัจเจกบุคคล ซึ่งสิ่งเหล่านี้ เป็นการยอมรับในหมู่คนส่วนใหญ่ที่ถือว่าดี และนำไปปฏิบัติตาม

ความเป็นสมัยใหม่ แบ่งได้เป็น 2 ระดับคือ

2.5.1 ความเป็นสมัยใหม่ในระดับสถาบันสังคม (Modern Society) Robert E. Ward และ Samuel P. Huntington (อ้างถึงใน Inkeles and Smith, 1974 : 16) ได้กล่าวถึงลักษณะความเป็นสมัยใหม่ในระดับนี้ เป็นความสมัยใหม่ในด้านเศรษฐกิจ การเมือง การบริหาร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ระดับการศึกษาของประชากร เช่น การนำเอาวิทยาการและเทคโนโลยีทางวิทยาศาสตร์ และนำพลังงานต่างๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์ มีการกระจายแรงงาน มีตลาดการค้ากลางที่เป็นอิสระรวมไปถึงระบบการหมุนเวียนเงินตราหลายๆทางเช่นนี้ ถือเป็นลักษณะของความทันสมัยทางเศรษฐกิจของประเทศนั้นๆ

สำหรับในด้านการเมืองแล้ว กลุ่มบุคคลทั่วไปหรือกลุ่มประชาชนมีส่วนร่วมในการปกครองมากขึ้น อำนาจการปกครองจะมีลักษณะแผ่กระจายออกไปในกลุ่มคนหลายพวก ทำให้หลายฝ่ายมีส่วนในการจัดตั้งองค์กรทางการเมืองขึ้น โดยในการปกครองในแบบดังกล่าว คือการปกครองในระบบประชาธิปไตย ซึ่งให้อิสระกับประชาชนในการเลือกจัดสรรอำนาจที่มาจากประชาชนนั้น จะมีลักษณะที่แสดงความเป็นสมัยใหม่ได้ชัดเจนที่สุด

2.5.2 ความเป็นสมัยใหม่ในระดับส่วนบุคคล (Individual Modernity) ลักษณะความเป็นสมัยใหม่ที่ปรากฏในบุคคล ที่ประกอบไปด้วยทัศนคติ ค่านิยม ความรู้สึก และพฤติกรรม ซึ่งบุคคลที่ถือได้ว่ามีลักษณะของบุคคลสมัยใหม่ ควรมีลักษณะที่แสดงออกดังต่อไปนี้ (Inkeles and Smith, 1974 : 19 - 25)

2.5.2.1 เป็นผู้ที่พร้อมจะยอมรับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ผ่านเข้ามาในชีวิต (Openness to new experience) บุคคลที่มีความเป็นสมัยใหม่ต้องมีความพร้อมในการรับเอาประสบการณ์ใหม่ๆ เข้ามาในชีวิต ซึ่งจะต่างกับผู้ที่มีความคิดแบบเก่าซึ่งจะค่อนข้างปิดตัวเอง ไม่ยอมรับในความคิดหรือการกระทำใหม่ๆ นอกจากนี้บุคคลที่ยอมรับประสบการณ์ใหม่ๆ นี้ จะค่อนข้างมีความพร้อมในการตอบสนอง

ให้กับโอกาสต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาเพื่อเป็นแนวทางในการใช้ปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ได้เป็นมาตรฐานที่ดีขึ้น

2.5.2.2 เป็นผู้ที่ยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ทางสังคมได้อย่างมีเหตุผล (Readiness for Social Change) มีความรู้เท่าทันในการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมรอบๆ ตัว หรือในเรื่องเกี่ยวกับตนเอง บุคคลสมัยใหม่พร้อมจะยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อาทิเช่น การพัฒนาด้านสังคม การเมือง การเปิดโอกาสให้กับผู้หญิงในการทำงาน หรือสัมพันธ์ภาพระหว่างวัยที่แตกต่างกัน โดยบุคคลสมัยใหม่จะสามารถยอมรับในสิ่งต่างๆ ที่ดำเนินไปตามวิถีทางใหม่ได้อย่างมีความสุข

2.5.2.3 เป็นผู้ที่มีความคิดอิสระและมีหัวก้าวหน้า (The Growth of Opinion) มีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลมองไปข้างหน้าให้ไกลกว่าสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ ทั้งยังสามารถเปิดใจให้กว้างที่จะมีโลกทัศน์ใหม่ๆ บุคคลสมัยใหม่ตระหนักดีว่า ในสังคมเราย่อมมีทัศนคติและความคิดเห็นที่แตกต่างกันไป ไม่มีบุคคลใดจะคิดได้เหมือนกันตลอดเวลา ดังนั้น จึงควรต้องยอมรับความคิดเห็นอื่นๆ ด้วย โดยไม่ปฏิเสธทัศนคติของผู้อื่น หากแต่ต้องยอมรับฟังและมองเห็นคุณค่าในทัศนคตินั้นๆ

2.5.2.4 เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้นในการติดตามเหตุการณ์ทั้งภายในและภายนอกสังคมตนเอง (Being energetic in acquiring facts and information) บุคคลสมัยใหม่ควรจะมีใจคอยติดตามข่าวสารข้อมูลต่างๆ ที่ผ่านเข้ามาในชีวิต

2.5.2.5 เป็นผู้ที่สามารถปรับตัวให้เข้าสภาพปัจจุบัน และอนาคต (The Readiness for the present and the future) บุคคลสมัยใหม่ควรจะมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงตนเอง เพื่อให้มีความสอดคล้องกับสภาพการณ์ที่จะเกิดขึ้นในภายหน้า ทั้งยังมีความมั่นคงในสิ่งที่บุคคลเชื่อว่า จะมีประโยชน์ต่อตนเอง

2.5.2.6 เป็นผู้ que เชื่อในประสิทธิภาพของตนเอง (Efficacy) มีความเชื่อมั่นว่าตนเองมีความสามารถในการกระทำสิ่งต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายแห่งความสำเร็จได้ด้วยตนเอง ไม่เป็นผู้ถูกรอบงำโดยความเชื่อของบุคคลอื่นๆ หรือความเชื่อในโชคชะตาใดๆ ซึ่งความมั่นใจนี้จะแสดงออกมาให้เห็นได้ในรูปแบบของการพึ่งพาตนเอง การดำเนินชีวิต การตัดสินใจกระทำสิ่งต่างๆ และการมีสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลต่างๆ ที่จะสามารถทำให้สังคมที่เป็นอยู่พัฒนาขึ้นได้อย่างเป็นระบบ

2.5.2.7 เป็นผู้ที่มีการวางแผนชีวิตไว้ล่วงหน้า (Planning for future) เพื่อให้มีความพร้อมในการดำเนินชีวิต บุคคลสมัยใหม่จะต้องมีการเตรียมพร้อมวางแผนชีวิตไว้ในระยะยาว (Long - term planning) ทั้งในเรื่องเกี่ยวกับสังคมภายนอก (public affairs) และทั้งในเรื่องชีวิตส่วนตัว (private personal life)

2.5.2.8 เป็นผู้ที่มีความเชื่อว่ามนุษย์สามารถกำหนดและแก้ไขสิ่งต่างๆ ได้ (Calculability and Trust) บุคคลผู้มีความสมัยใหม่มักจะมีความศรัทธาในความสามารถของมนุษย์เชื่อว่า โลกนี้สามารถกำหนดได้ด้วยความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ด้วยกันเอง ชีวิตไม่อาจถูกกำหนดได้ด้วย โชค

กลาง โชคชะตา หรือแม้แต่สถานภาพที่ติดต่อมาตั้งแต่เกิด ความคิดและความตั้งใจของมนุษย์ต่างหากที่สามารถกำหนดให้ชีวิตดำเนินไปตามที่ตนเองปรารถนา

2.5.2.9 เป็นผู้ที่เชื่อในคุณค่าของการพัฒนา ทางวัตถุและความคิด (The Valuing of technical Skill) โลกสามารถพัฒนาไปได้พร้อมๆ กับการพัฒนาสร้างสรรค์ทางวัตถุต่างๆ บุคคลสมัยใหม่จะยอมรับพัฒนาการใหม่ทางวัตถุว่าเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ ถ้านำมาใช้ในการดำเนินชีวิตให้ถูกวิธี รวมไปถึงการมีพัฒนาการทางความคิดของมนุษย์ โดยการใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

2.5.2.10 เป็นผู้ที่น่าเอาความคิดใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้กับชีวิตของตนเอง (Aspirations, educational and occupational) บุคคลผู้เป็นสมัยใหม่จะมีความสนใจในการศึกษาหาความรู้ ตามหลักเหตุผลและผลโดยเชื่อว่าการศึกษานั้นเป็นสิ่งจำเป็นที่ทำให้การดำรงชีวิตดำเนินไปได้ แต่ทั้งนี้ต้องเป็นไปตามความต้องการและความสามารถของตนเอง มิใช่เกิดจากความต้องการของผู้อื่น นอกจากนี้ยังสามารถนำเอาประสบการณ์ที่เคยผ่านมา เข้ามาประยุกต์ใช้กับชีวิตตนเองได้ ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีเหตุผล และใช้ชีวิตได้อย่างคุ้มค่า

2.5.2.11 เป็นผู้ที่มีความเคารพและยอมรับในศักดิ์ศรีของตนเองและของผู้อื่น (Awareness of and respect for the dignity of others) ความแตกต่างของแต่ละบุคคลนั้นเป็นลักษณะเฉพาะตัว บุคคลสมัยใหม่จึงต้องสามารถยอมรับและเข้าใจในสิ่งที่ผู้อื่นเป็น แม้ว่าจะมีความแตกต่างไปจากตนเองก็ตาม ทั้งยังต้องให้ความเคารพในศักดิ์ศรีของผู้อื่น และในขณะที่ยวกันตนเองก็ต้องรักษาความเป็นตัวของตัวเองไว้ด้วย

2.5.2.12 เป็นผู้ที่มีความเข้าใจในขั้นตอนต่างๆ ของชีวิต และมองโลกในแง่ดี (Understanding life and optimism) บุคคลสมัยใหม่มักจะเป็นผู้ที่มองโลกในแง่ดี มีความเข้าใจชีวิตว่าเป็นไปอย่างไร และมักปฏิบัติตามเหตุผลตามขั้นตอนนั้นๆ มากกว่าที่จะปฏิบัติตามคำสั่งของบุคคลหนึ่งบุคคลใด

เมื่องานวิจัยครั้งนี้ ต้องการค้นหาลักษณะภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ ดังนั้นการนำเอาแนวคิดด้านความเป็นสมัยใหม่ (Modernity) มาเป็นกรอบในการวิจัย จะทำให้ได้ทราบถึงลักษณะของความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ว่ามีการนำเสนอลักษณะความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ไปในลักษณะใดบ้าง

ผู้วิจัยจะนำเอาลักษณะความเป็นบุคคลสมัยใหม่ทั้ง 12 ประการมาประกอบกับแนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม เพื่อนำมาวิเคราะห์การนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารลีโอ โดยศึกษาจากเนื้อหามีการสะท้อนค่านิยมความเป็นหญิงยุคใหม่ และสอดคล้องกับลักษณะของความเป็นบุคคลสมัยใหม่ในด้านไหน อย่างไร

2.6 แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

Goods (อ้างถึงใน พัทธนี เขจรรรยา, ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ และเมตตา วิวัฒนาอนุกุล, 2541 : 124) นิยามความหมายของทัศนคติว่า เป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือในทางลบต่อสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่

ทัศนคติ หมายถึง สภาพจิตที่เกิดจากประสบการณ์ การเรียนรู้ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรม และการตัดสินใจ (ปริญ ลักษิตานนท์, 2544 : 220)

Roleach (อ้างถึงใน ศิษยา งามสุข, 2546 : 13) ทัศนคติเป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบของความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งผลของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลที่จะมีต่อพฤติกรรมตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ

Newcomb (อ้างถึงใน ลัดดา กิติวิภาต, 2532 : 13) กล่าวว่าทัศนคติของบุคคลขึ้นอยู่กับลักษณะของสิ่งแวดล้อมที่บุคคลได้รับ อาจแสดงออกมาทางพฤติกรรมใน 2 ลักษณะคือ ทัศนคติทางบวก (Positive attitude) แสดงออกในลักษณะพึงพอใจ และเห็นด้วยหรือชอบ จะทำให้บุคคลอยากกระทำ อยากได้ อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น ทัศนคติทางลบ (Negative attitude) แสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ และไม่เห็นด้วยหรือไม่ชอบ จะทำให้บุคคลเกิดความเบื่อหน่าย ซิงซัง ต้องการหนีห่างจากสิ่งนั้น

2.6.1 กระบวนการของทัศนคติ กระบวนการของทัศนคติ มีองค์ประกอบหลักอยู่ 3 ส่วนคือ (อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์, 2545 : 18 -19)

2.6.1.1 องค์ประกอบด้านความรู้เชิงประเมินค่า (Cognitive Component or Beliefs) องค์ประกอบทางด้านความรู้ เป็นความเข้าใจ รวมทั้งความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่เราจะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นว่า ดี มีประโยชน์ หรือเลวมีโทษ และเป็นองค์ประกอบแรกของการมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ ถ้าเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้นๆ เลย เราจะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นไม่ได้

2.6.1.2 องค์ประกอบด้านความรู้สึก (Affective Component) องค์ประกอบด้านความรู้สึกนี้ นักจิตวิทยาสังคมบางคนใช้คำว่า องค์ประกอบด้านอารมณ์ เป็นการแสดงความรู้สึกหรืออารมณ์ ต่อสิ่งที่เรามีทัศนคติ สิ่งที่จะเป็นเครื่องชี้ขาดว่าบุคคลจะมีความรู้สึก หรืออารมณ์อื่นๆ ที่มาผลักดันโดยบุคคลไม่รู้ตัว

2.6.1.3 องค์ประกอบทางด้านความพร้อมที่จะแสดงออก (Behavioral Component) เป็นองค์ประกอบสุดท้ายของทัศนคติ เป็นความพร้อมที่จะแสดงออกสิ่งๆ ที่ตนมีทัศนคติ การแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งๆ ที่บุคคลมีทัศนคติได้รับความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้น

2.6.2 กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดของมนุษย์นั้น มีกระบวนการเปลี่ยนแปลงอยู่ 3 ระดับ จุมพล รอดคำดี (อ้างถึงใน อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท, 2546 : 37)

2.6.2.1 การเปลี่ยนแปลงความคิด สิ่งที่จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้จะมาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ ซึ่งอาจมาจากสื่อมวลชนและบุคคลอื่น

2.6.2.2 การเปลี่ยนความรู้สึก การเปลี่ยนในระดับนี้จะมาจากประสบการณ์หรือความประทับใจ หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความสะเทือนใจ

2.6.2.3 การเปลี่ยนพฤติกรรม เป็นการเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินชีวิตในสังคมซึ่งไปมีผลต่อบุคคล ทำให้ต้องปรับพฤติกรรมเดิมเสียใหม่

2.6.3 หน้าที่ของทัศนคติ

ทัศนคติมีหน้าที่ 4 ประการ คือ (ถัดดา กิติวิภาต, 2532 : 9)

2.6.3.1 ทัศนคติช่วยให้บุคคลเข้าใจโลกรอบๆตัวเรา (Knowing Function) ทำให้เกิดความรู้ โดยสร้างทัศนคติอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อจัดระบบสิ่งแวดล้อมที่สับสนวุ่นวายให้ง่ายแก่การเข้าใจ เพื่อทำนายเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อบอกให้ทราบถึงสาเหตุของเหตุการณ์นั้นๆ อาจถูกหรือผิดก็ได้

2.6.3.2 ทัศนคติช่วยป้องกันตนเอง (Self Defensive Function) ทำให้บุคคลไม่ถูกตนเองเกิดความภาคภูมิใจ โดยการสร้างทัศนคติอย่างหนึ่งอย่างใด เพื่อหลีกเลี่ยงความจริงต่างๆที่ทำให้ตนเองไม่พึงพอใจ เช่น บอกใครๆว่าไม่อยากเรียนต่อเพราะต้องการออกมาทำงานช่วยเหลือสังคมมากกว่าคนที่เอาแต่เรียนเป็นคนเบียดเบียนสังคม (ซึ่งตามความเป็นจริงแล้วบุคคลผู้นี้ประสบความสำเร็จในการเรียนมาตลอด) จากตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นว่าบุคคลสร้างอคติต่อบุคคลอื่นเพื่อจะได้รู้สึกว่าคุณเองดีกว่าคนอื่นๆ

2.6.3.3 ทัศนคติเป็นเครื่องมือทำให้บุคคลได้รับประโยชน์ต่างๆ และช่วยในการปรับตัวให้เข้ากับสังคม (Instrumental or Social Adjustive Function) สิ่งที่ทำให้เราได้รับประโยชน์ เราก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น สิ่งใดที่ขัดขวางความต้องการของเรา เราก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น หนีห่างจากสิ่งนั้น เช่น คนงานสนับสนุนพรรคการเมืองพรรคหนึ่ง เพราะเขามีความเชื่อว่าพรรคการเมืองพรรคนี้อาจช่วยให้พวกเขามีเศรษฐกิจดีขึ้น นายคนหนึ่งมีทัศนคติที่ดีต่อการตีอล์ฟ เพราะเจ้านายชอบตนเองก็มีโอกาสใกล้ชิดเจ้านาย ทำให้ได้รับผลประโยชน์ต่างๆ

2.6.3.4 ทัศนคติช่วยให้บุคคลแสดงตนเองออกมา (Self-expressive Function) บุคคลอื่นจะทราบว่าเขาเป็นอย่างไร มีความคิดอย่างไร ยึดถืออะไร บุคคลมักจะมีทัศนคติที่สอดคล้องกับความคิดหรือค่านิยมของตนเอง การแสดงทัศนคติอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้นเป็นการสร้างความคิดเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) ของบุคคลด้วย

โดยความเข้มข้นหรือความรุนแรงของทัศนคติที่ออกมาตามการแสดงออกของบุคคลสามารถกำหนดท่าทีของผู้รับสารที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้ ซึ่งได้แก่

- 1) ทักษคติในทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยาด้านดีต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่างๆ เป็นพื้นฐานที่ดีในการยอมรับความคิด ข้อมูลใหม่
- 2) ทักษคติในทางลบ (Negative Attitude) เป็นทัศนคติที่ไม่ดีต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่างๆ
- 3) ทักษคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) บุคคลอาจไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคล เรื่องราวหรือสิ่งต่างๆ จนกลายเป็นความรู้สึกนิ่งเฉยต่อเรื่องนั้นๆ

โดยทั่วไปทัศนคติและความคิดเห็นมักจะสอดคล้องกันเสมอ คือ ความคิดเห็นก็เป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้ การที่แสดงความคิดเห็นบางอย่างออกมา เพราะเคยมีทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้นมาก่อน หรือความคิดเห็นอาจได้รับอิทธิพลมาจากทัศนคติที่ขัดแย้ง หรือ เกิดจากทัศนคติที่มีลักษณะส่งเสริมสนับสนุนกันก็ได้

2.6.4 ความคิดเห็น

ความคิดเห็น (Opinion) คือผลผลิตของทัศนคติของบุคคลในสภาพการณ์บางอย่างรอบตัว บุคคลจะจัดเรียงทัศนคติของตนตามลำดับความสำคัญ เมื่อบุคคลพูดหรือเขียน บุคคลนั้นกำลังแสดงลำดับชั้น (Hierarchy) ของทัศนคติของเขา กล่าวคือ เขากำลังให้ความคิดเห็น เมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นในสภาพแวดล้อมภายนอก การเปลี่ยนแปลงนี้จะเกิดขึ้นในลำดับชั้นของทัศนคติด้วย ทำให้เกิดการจัดลำดับใหม่ และเกิดความคิดเห็นใหม่ตามมา ฉะนั้นความคิดเห็นจึงเป็นการแสดงออกว่าตนมีทัศนคติอย่างไรด้วยคำพูดหรือตัวหนังสือ (พัชนี เจริญรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และถิรนนท์ อนุรักษ์วิริวงศ์, 2538 : 124)

อุทัย หิรัญโศ (2519 : 80) กล่าวว่า ความคิดเห็นของคนมีหลายระดับ คืออย่างผิวเผินก็มีอย่างลึกซึ้งก็มี สำหรับความคิดเห็นที่เป็นทัศนคติ (Attitude) นั้น เป็นความคิดเห็นอย่างลึกซึ้งและติดตัวไปเป็นเวลานาน เป็นความคิดเห็นทั่วไปไม่เฉพาะอย่าง ซึ่งมีประจำตัวของบุคคลทุกคน ส่วนความคิดเห็นที่ไม่ลึกซึ้งและเป็นความคิดเห็นเฉพาะอย่างและมีอยู่เป็นระยะเวลาสั้นเรียกว่า (Opinion)

สุชา จันทรเฒ (2524 : 104) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เพราะคนเรามีความคิดเห็นแตกต่างกันออกไปและความคิดเห็นเป็นส่วนหนึ่งของทัศนคติ

จิรายุ ทรัพย์สิน (2540 : 16) ได้สรุปความหมายของความคิดเห็นไว้ว่า ความคิดเห็นหมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่แสดงออกมา เพื่อให้ผู้อื่นได้สามารถที่จะรับรู้ ตลอดจนสามารถที่จะประเมินค่าเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือประเด็นใดประเด็นหนึ่ง การลงความเห็นอาจจะเป็นไปในลักษณะเห็นด้วย หรือไม่เห็นด้วยก็ได้ อันเนื่องมาจากสถานการณ์สิ่งแวดล้อม การติดต่อกับภายนอก การเข้าเป็นสมาชิกกลุ่มต่างๆ การพบปะสังสรรค์ประจำวัน

Maier (อ้างถึงใน สมชาย รัตนคำซวงศ์, 2542 : 15) ให้ความหมายว่า ความคิดเห็นเป็นการประเมินค่า เกี่ยวกับเหตุการณ์หรือพฤติกรรม หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งเฉพาะ โดยการประเมินค่าหรือการให้ความหมายที่ได้แสดงออกมา จะได้รับอิทธิพลจากทัศนคติ และความคิดเห็นเป็นการแสดงออกของทัศนคติ

Foster (อ้างถึงใน จิรายุ ทรัพย์สิน, 2540 : 14-15) กล่าวว่า ความคิดเห็นเกิดจากมูลเหตุ 2 ประการ คือ

1) ประสบการณ์ (Experiences) ที่บุคคลมีต่อสิ่งของ บุคคล หรือหมู่คณะ เรื่องราวต่างๆหรือสถานการณ์ความคิดเห็น คู่ขนาน อาจถือได้ว่าเป็นประสบการณ์ตรง (Direct experience) และจากการได้ยิน ได้ฟัง ได้เห็นรูปถ่าย หรืออ่านจากหนังสือ โดยไม่พบเห็นจากของจริง ถือว่าเป็นประสบการณ์ทางอ้อม

2) ระบบค่านิยมและการตัดสินใจค่านิยม (Value system and judgment) เนื่องจากกลุ่มชนแต่ละกลุ่มมีค่านิยมและการตัดสินใจค่านิยมไม่เหมือนกัน แต่ละคนจึงมีความคิดเห็นต่อสิ่งที่เกี่ยวข้องกัน แตกต่างกันไป

แนวความคิดเกี่ยวกับทัศนคติ ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาวิจัยในเรื่องของทัศนคติของผู้อ่านนิตยสารคลีโอว่ามีความรู้สึกอย่างไร เกี่ยวกับการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิตยสาร ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงค่านิยม ความคิดเห็น ความรู้สึกต่างๆ เช่น เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย ความชอบหรือไม่ชอบ พอใจหรือไม่พอใจ อย่างไร ต่อลักษณะการนำเสนอ “ความเป็นผู้หญิงยุคใหม่” ของนิตยสารคลีโอ

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มิตรารักษ์ อยู่สถาพร (2539) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ ผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยม ระหว่างปีพ.ศ. 2527-2539” เป็นการศึกษาถึงภาพรวมของลักษณะภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ รวมถึงลักษณะความคิด ค่านิยม และ ทัศนคติของผู้หญิงสมัยใหม่ ตลอดจน กระบวนการสร้างภาพในเพลงไทยสมัยนิยม โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกผลงานเพลงไทยสมัยนิยมจากนักร้องหญิง ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่โดยรวม ที่ได้รับการนำเสนอผ่านสื่อเสียงเพลงนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบคือ ความเป็นผู้หญิงกล้า แกร่ง และเก่ง โดยจากเนื้อหาของเพลงที่เกี่ยวข้องกับความรักเป็นส่วนใหญ่ ผู้หญิงสมัยใหม่จะมีลักษณะที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความเข้มแข็ง อดทน ต่อสู้ชีวิต เชื่อมมั่นในตนเอง มีอำนาจเหนือชาย และมักเป็นผู้วิพากษ์ นอกจากนี้ ผู้หญิงสมัยใหม่ยังแสดงความคิดที่เป็นอิสระและมีหัวก้าวหน้า เคารพในศักดิ์ศรีของตนเองและผู้อื่น เชื่อมมั่นในความมีประสิทธิภาพของตนเอง และเป็นผู้ที่พร้อมรับเอาประสบการณ์ใหม่ๆ

สำหรับกระบวนการสร้างภาพในเพลงไทยสมัยนิยมนั้น ประกอบไปด้วย การคัดเลือกและแสวงหาความเป็นตัวตนของนักร้อง การวางความคิดหลักในงานเพลงและการกำหนดภาพลักษณ์ รวมถึงขั้นตอนต่างๆในการประชาสัมพันธ์ นักร้อง ที่ล้วนแต่มีการวางแผนอย่างเป็นระบบ และเป็นกระบวนการทำให้มีผลต่อลักษณะภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ โดยกระบวนการสร้างภาพที่เป็นขั้นตอน และการคำนึงถึงความเป็นตัวตนของนักร้องนั้น มีส่วนที่ผสมผสานให้ภาพที่ออกมาจึงมีลักษณะทั้งความเป็นอุดมคติ (Ideal type) และส่วนที่เป็นความจริง (Reality) และองค์ประกอบต่างๆ ในผลงานเพลงเช่น แนวเพลง รูปแบบท่าทางการแสดงออก การแต่งกาย และเนื้อหาของเพลง ได้มีส่วนปรับเปลี่ยนรูปแบบลักษณะความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ให้ทันสมัยและเปิดกว้างมากขึ้น แต่ในส่วนที่เป็นเนื้อหานั้นยังคงไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก กล่าวคือ ยังคงเน้นที่เรื่องความรักเป็นหลัก

กนกพรรณ วิบูลย์ศรี (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทย และภาพยนตร์อเมริกัน” เพื่อศึกษาถึงภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่ และหลังสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์อเมริกันว่ามีลักษณะอย่างไร และทำการเปรียบเทียบโดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์เนื้อหา ผลของการวิจัยพบว่า ภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทย มีลักษณะทางกายภาพที่ดีมีความมั่นใจในตนเอง กล้าเปิดเผย แต่ยังคงแสดงอาการลังเลในการตัดสินใจ พยายามที่จะผลักดันตนให้หลุดพ้นจากความเชื่อเดิมๆ สำหรับภาพตัวแทนของผู้หญิงหลังสมัยใหม่พบภาพของการไม่ยึดติดกับสิ่งต่างๆ ทำตามความต้องการส่วนตน ใช้เรื่องเพศเป็นตัวแสดงความรู้สึกรัก มุ่งหาความสุขให้กับชีวิต กำหนดครสนิยมทางเพศของตนเองให้

ในภาพยนตร์อเมริกัน ภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่ มีความเป็นปัจเจกชนสูง แต่ก็ให้ความสำคัญกับครอบครัว มีลักษณะของการทวนกระแสสังคม ไม่ต้องการให้สังคมคาดหวัง สำหรับภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่มีการประกอบอาชีพทางด้านวิทยาศาสตร์ มีความล้ำหน้า แต่ก็โหยหาถึงรากเหง้าของตน ปฏิเสธกฎเกณฑ์ของสังคมทั้งปวง ใช้เทคโนโลยีในการเสริมความรู้ และมีเพศสัมพันธ์กับผู้ชายได้หลายคนเพื่อหาความสุขใส่ตัว

ภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทย และภาพยนตร์อเมริกันมีความคล้ายคลึงกันและแตกต่างกันในแง่ของการดำเนินชีวิต การแสดงออกที่มีต่อสังคมและคนรอบข้าง แต่ก็แฝงด้วยความเหงา และมีความแตกต่างกันในแง่ของการเลือกกำหนดครสนิยมทางเพศ การให้ความสำคัญกับครอบครัว และการได้รับการลงโทษจากสังคม และภาพตัวแทนของผู้หญิงหลังสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์อเมริกันมีความคล้ายคลึงกัน ในแง่การรู้ความต้องการของตัวเอง การดำเนินชีวิต และมีความแตกต่างกันในแง่ของการใช้อำนาจของตนกับผู้ชาย เพื่อให้ประสบความสำเร็จ หรือถึงยังเป้าหมาย

Andsager and Roe (1999) ศึกษาเรื่องการสร้างภาพนักร้องหญิงและนักแสดงหญิงในมิวสิก วิดีโอแนว Country ในช่วงปี 1997 ซึ่งเป็นปีของผู้หญิงว่าเป็นอย่างไร งานวิจัยนี้พบว่านักร้องหญิงส่วนมากเสนอภาพนักแสดงหญิงในลักษณะสมัยใหม่ กล่าวคือ เป็นผู้หญิงที่เข้มแข็ง ปรากฏกายด้วยชุดสูทลำลอง และจ้องมองไปที่กล้อง และเพลงของนักร้องหญิงจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับความรัก ออกหัก และการปลดแอกผู้หญิง แต่ภาพผู้หญิงในมิวสิกวิดีโอของนักร้องชายจะเป็นภาพแบบฉบับตายตัว เช่น เป็นคนรักของนักร้องชายในมิวสิกวิดีโอ เป็นต้น

ชนัญชี กาญจนอุไร โรจน์ (2538) ได้ทำการศึกษาภาพลักษณ์ของผู้หญิงในหนังสือพิมพ์รายวัน ระหว่างปี 2528-2537 เพื่อศึกษาทิศทางในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับผู้หญิงในประเด็นต่างๆ ผลการวิจัยพบว่า มีการนำเสนอผู้หญิงกับความงามมากที่สุด โดยมีการเสนอเป็นลักษณะของข่าวที่เป็นภาพส่วนใหญ่ และค่อนข้างเป็นทิศทางที่เป็นกลาง บทบาทของผู้หญิงยุคใหม่กับความมีลักษณะที่เป็นสาธารณะ (public) ที่เปิดกว้างมากขึ้น เช่น ลักษณะของผู้นำ เป็นต้น อย่างไรก็ตามก็พบว่าในเนื้อหาข่าว ผู้หญิงยังคงมีลักษณะของผู้ถูกระทำอยู่ (passive)

อุบลวรรณ ปิติพัฒนะ โนมิต (2529) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “บทบาทของนิตยสารผู้หญิงในการให้ความรู้เพื่อพัฒนาสตรี” โดยวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อวัตถุประสงค์ของความรู้ ทั้งความรู้โดยตรงและความรู้ที่จะนำไปใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิต พบว่า การนำความรู้มาใช้ในการพัฒนานั้นจะเป็นความรู้เชิงประยุกต์มากกว่าที่จะเป็นความรู้โดยตรง นิตยสารผู้หญิงมีบทบาทในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิต การดูแลร่างกายและจิตใจ ในปริมาณที่มากกว่าเนื้อหาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในสังคม เช่น บทบาททางสังคม ค่านิยม ศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น กล่าวโดยสรุปคือ นิตยสารนั้นจะส่งเสริมการพัฒนาสตรีในด้วยลักษณะส่วนตัวมากที่สุด รองลงมาคือด้านสังคม และน้อยที่สุดคือด้านชีวิตและครอบครัว

กนิษฐา พึ่งวร (2543) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “นิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทย ในการพัฒนาบุคลิกภาพ” เพื่อศึกษาแนวคิดด้านการพัฒนาบุคลิกภาพที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทย อันได้แก่ Elle Cleo และ Cosmopolitan โดยศึกษาถึงการนำความรู้ที่ได้รับจากการอ่านไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาบุคลิกภาพของผู้อ่าน ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาถึงปริมาณและอัตราส่วนของแนวคิดด้านการพัฒนาบุคลิกภาพที่ปรากฏอยู่ในโฆษณาเชิงพาณิชย์ โฆษณาเชิงวิชาการ และเนื้อหาของนิตยสารดังกล่าว รวมถึงการสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่าน ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาของนิตยสารทั้ง 3 ฉบับ เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอกด้านการแต่งกายสูงสุด ส่วนการพัฒนาบุคลิกภาพภายในปรากฏว่ามีการสร้างความเชื่อมั่นในตนเองมากที่สุด และพบว่านิตยสารเสนอแนวคิดด้านการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอกและนำไปประยุกต์ใช้ใน

ระดับสูง ส่วนความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพภายใน ผู้อ่านได้รับความรู้ในระดับปานกลางแต่นำไปประยุกต์ใช้ในระดับสูง ในส่วนความคิดเห็นของผู้อ่านนั้นพบว่า นิตยสารช่วยในการสร้างความมั่นใจทั้งทางกายและความคิดมากขึ้น นิตยสารมีอิทธิพลในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพทั้งภายนอกและภายใน



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง การนำเสนอภาพตัวตนและค่านิยม “ความเป็นหญิงยุคใหม่” ในนิตยสาร คีโอดีที่มีผลต่อทัศนคติของผู้อ่าน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาถึงเนื้อหา และค่านิยม ความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่นิตยสารคีโอดีนำเสนอ รวมถึงทัศนคติของผู้อ่าน โดยผู้วิจัยได้ กำหนดระเบียบวิธีวิจัยในการศึกษาค้างนี้คือ

ตารางที่ 3.1 กรอบระเบียบวิธีวิจัย

ปัญหานำวิจัย	แนวคิดทฤษฎี	วิธีการวิจัย
1. นิตยสารคีโอดีมีลักษณะการนำเสนอภาพตัวตนความเป็นหญิงยุคใหม่เป็นอย่างไร	- แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร - แนวคิดเรื่องนายทวารข่าวสาร - แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพความเป็นหญิง	วิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอเนื้อหา โดยใช้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร แนวคิดเรื่องนายทวารข่าวสาร และแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพความเป็นหญิง มาใช้ในการอธิบาย รวมทั้งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกองบรรณาธิการคีโอดีมาประกอบการวิเคราะห์ ว่ามีการนำเสนอภาพตัวตนความเป็นหญิงยุคใหม่อย่างไร
2. เนื้อหาในนิตยสารคีโอดีสะท้อนค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่เป็นอย่างไร	- แนวคิดเกี่ยวกับค่านิยม - แนวคิดความเป็นสมัยใหม่	วิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาในนิตยสารคีโอดี ว่ามีการสะท้อนค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่อย่างไรบ้าง โดยใช้แนวคิดมาประกอบการอธิบาย

ตารางที่ 3.1 (ต่อ)

ปัญหานำวิจัย	แนวคิดทฤษฎี	วิธีการวิจัย
3. ผู้อ่านมีทัศนคติอย่างไรต่อการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ	- แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ	วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้อ่านนิตยสารคลีโอ โดยนำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ มาเป็นกรอบในการอธิบายถึงความคิดเห็นของผู้อ่านว่าผู้อ่านมีทัศนคติต่อการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโออย่างไร

ในส่วนต่อไปนี้จะกล่าวถึงรายละเอียดของระเบียบวิธีวิจัยอันประกอบไปด้วย แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย วิธีเก็บและรวบรวมข้อมูล วิธีการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล และการนำเสนอข้อมูล

3.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

3.1.1 ข้อมูลเอกสาร

เอกสารชั้นต้น คือ คอลัมน์ที่มีการนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ เนื่องจากนิตยสารคลีโอเป็นนิตยสารผู้หญิงที่มียอดจำหน่ายสูงที่สุด โดยจะใช้ฉบับเดือนมกราคม 2549 - เดือนธันวาคม 2549 รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 ฉบับ

เอกสารชั้นรอง ได้จาก ตำราประกอบการศึกษา วิทยานิพนธ์ สื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

ข้อมูลจากเอกสารทั้งชั้นต้นและชั้นรอง ได้จากห้องสมุดต่างๆ ได้แก่ หอสมุดแห่งชาติ ทำวสุกรี หอสมุดมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต หอสมุดคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หอสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และบางส่วนจากที่ผู้วิจัยได้เก็บสะสมไว้

3.1.2 แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

3.1.2.1 กองบรรณาธิการนิตยสารคลีโอ จำนวน 5 คน

ถึงแม้งานวิจัยชิ้นนี้ จะเน้นในเรื่องการวิเคราะห์เนื้อหา อย่างไรก็ตามก็ต้องมีการศึกษาจากบุคคลที่มีประสบการณ์การทำงานในกองบรรณาธิการของนิตยสารคลีโอ อันจะได้มาซึ่งทัศนะของผู้ที่

มีประสบการณ์โดยตรง เพื่อนำมาประกอบการวิเคราะห์ในงานวิจัย

3.1.2.2 ผู้อ่านนิตยสารคลีโอ จำนวน 16 คน

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มีการศึกษาถึงทัศนคติของผู้อ่าน ในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอ

3.2 วิธีเก็บและรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งการรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนได้แก่

3.2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากนิตยสารคลีโอ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทนิตยสารนั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมคอลัมน์ที่มีการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ ตั้งแต่ฉบับเดือนมกราคม 2549 - เดือนธันวาคม 2549 รวมทั้งสิ้นจำนวน 12 ฉบับ เพราะจะได้เป็นข้อมูลที่เป็นปัจจุบันมากที่สุด

3.2.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทบุคคล ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) พร้อมกับบันทึกเสียงด้วยเทปบันทึกเสียง จากบุคคลต่างๆ ดังนี้

3.2.2.1 กองบรรณาธิการคลีโอจำนวน 5 คน

1) คุณสุพิชา สอนคำรห์ - บรรณาธิการนิตยสารคลีโอ

มีหน้าที่หลักคือ ดูแลภาพรวมทั้งหมดของนิตยสาร ควบคุมงานให้ได้ตามแนวคิดหลักที่วางไว้ ตรวจสอบนิตยสารทั้งฉบับ และเขียนบทความ

2) คุณสวรรย์ พิภพณานนท์ - ซับ-เอดิเตอร์ (Sub-Editor)

มีหน้าที่หลักคือ ควบคุมบุคลิกของนิตยสาร คุรรายละเอียดทั้งหมด ซึ่งได้แก่การใช้ภาษา การใช้ภาพ ตรวจสอบข้อมูล และเขียนบทความ

3) คุณทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ - บรรณาธิการบทความ

มีหน้าที่หลักคือ คุเนื้อหาของบทความในนิตยสาร ส่วนใหญ่จะเป็นคอลัมน์ที่กองบรรณาธิการของไทยเขียนขึ้นมาเอง

4) คุณปรามิ สุวรรณสิทธิ์ - ผู้เขียนบทความ

มีหน้าที่เขียนบทความ คอลัมน์ประจำที่เขียนส่วนใหญ่จะเกี่ยวกับความงาม และคอลัมน์อื่นๆได้แก่ สุขภาพ อาหาร และคอลัมน์พิเศษประจำฉบับ

5) คุณสุวรรณีย์ ดอกไม้ - บรรณาธิการฝ่ายศิลป์

หน้าที่หลักคือ การจัดหน้า สี และภาพของทั้งเล่ม ให้เข้ากับแนวคิดหลักของนิตยสาร

3.2.2.2 ผู้อ่านนิตยสารคลีโอจำนวน 16 คน

โดยผู้อ่านจะต้องมีคุณสมบัติดังนี้

1) เป็นผู้ที่อ่านนิตยสารคลีโอเป็นประจำ โดยอ่านติดต่อกันมาอย่างน้อย 12 ฉบับ หรือเป็นสมาชิกของนิตยสาร

2) เพศหญิงอายุ 20 - 31 ปี

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลักของนิตยสารคลีโอคือผู้หญิงอายุ 20 - 25 ปี และผู้อ่านในช่วงอายุ 26 - 31 ก็มีเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างทั้ง 16 คน ได้แก่

1) มณีนันท์	ช่อมณี (หนู)	อายุ 20 ปี
2) นงนุช	โอวาทวัฒนกุล (นุช)	อายุ 21 ปี
3) ธีรา	ตุ้จินดา (จ๋า)	อายุ 22 ปี
4) เขียวลักษณ์	ศิริแก้ว (เปิ้ล)	อายุ 23 ปี
5) ปวีณ์นุช	บุญเสริมสุข (ป้อม)	อายุ 23 ปี
6) มุตตาลัทธ์	กฤษดาร์ตน์ (อ้อม)	อายุ 24 ปี
7) ขวัญรุ่ง	ยอดทหาร (ชม)	อายุ 24 ปี
8) อัมพิกา	ถิ่นปฐม (ป๊วย)	อายุ 25 ปี
9) ชัญญาภัค	ทองบ่อ (อีด)	อายุ 26 ปี
10) วิริยา	วิกรมโยธิน (อ้อม)	อายุ 26 ปี
11) กาญจนา	แตงผล (เม)	อายุ 27 ปี
12) กนกวรรณ	เลิศสุรนนท์ (จู)	อายุ 27 ปี
13) สุขชา	วชิรเสรมณี (เบส)	อายุ 28 ปี
14) ศิริพร	ทวิญษิต (บี)	อายุ 29 ปี
15) วรณนภา	สิทธิมนต์อำนาจ (เก๋)	อายุ 30 ปี
16) เต๋บบี้	คุสิตนายนนท์ (เต๋บบี้)	อายุ 31 ปี

3.3 วิธีการวิจัย

วิธีศึกษาวิจัยข้อมูลจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

3.3.1 การวิเคราะห์เนื้อหา ในคอลัมน์ที่มีการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ ในส่วนของการวิเคราะห์เนื้อหาผู้วิจัยจะทำการศึกษาวิจัยถึง

3.3.1.1 วิธีการนำเสนอได้แก่ การเล่าเรื่อง การใช้ภาษา การจัดหน้า และการใช้ภาพประกอบ

3.3.1.2 วิเคราะห์ความเป็นผู้หญิงยุคใหม่จากเนื้อหา ว่ามีเนื้อหาในคอลัมน์ใดบ้างที่มีการสะท้อนค่านิยมของความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ โดยใช้แนวคิดทฤษฎีมาเป็นกรอบในการตีความ

3.3.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก

3.3.2.1 การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับกองบรรณาธิการคลีโอ เพื่อนำมาวิเคราะห์เกณฑ์ในการคัดเลือกเรื่องที่จะนำมาเสนอ ซึ่งได้แก่

1) บรรณาธิการนิตยสารคลีโอ

มีแนวคำถามดังนี้

- หน้าที่ๆรับผิดชอบ

- นโยบายของนิตยสาร

- หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหา ทั้งจากประเทศออสเตรเลีย และจากกองบรรณาธิการของไทย

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอเนื้อหา

- การวางแนวความคิดหลักของแต่ละฉบับ

- นิตยสารมีการนำเสนอเนื้อหาในด้านใดบ้าง และเน้นด้านไหน

- แหล่งข้อมูลในการเขียนบทความ

- ผู้หญิงยุคใหม่ในทัศนะเป็นอย่างไร

- ผู้หญิงยุคใหม่ในแบบของนิตยสารคลีโอเป็นอย่างไร

- นิตยสารคลีโอได้มีการเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่อย่างไร

- เกณฑ์ในการเลือกรื่องที่จะนำมาเสนอทั้งของไทยและของออสเตรเลียนั้นขึ้นอยู่กับ

กับผู้หญิงยุคใหม่ในมุมมองของคุณหรือไม่ อย่างไร

- ทราบได้อย่างไรว่าผู้อ่านต้องการอะไร

- ภาพของผู้อ่านที่คิดไว้ในใจเป็นอย่างไร

- การตอบสนองของผู้อ่านต่อการนำเสนอ

- ความแตกต่างของเนื้อหาในนิตยสารคลีโอกับนิตยสารผู้หญิงฉบับอื่นๆ

- การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยกับการคัดเลือกเนื้อหา

- ความมุ่งหวังในการพัฒนาและปรับปรุงนิตยสาร

2) ชับ-เอคิเตอร์

มีแนวคำถามดังนี้

- หน้าที่ๆรับผิดชอบ
- การนำเสนอบทความของนิตยสาร
- หลักเกณฑ์ในการเขียนบทความ
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอเนื้อหา
- แหล่งข้อมูลในการเขียนบทความ
- นิตยสารมีการนำเสนอเนื้อหาด้านใดบ้าง และเน้นด้านไหน
- ผู้หญิงยุคใหม่ในทัศนะเป็นอย่างไร
- ผู้หญิงยุคใหม่ในแบบของนิตยสารคลีโอเป็นอย่างไร
- นิตยสารคลีโอได้มีการเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่อย่างไร
- เกณฑ์ในการเลือกเรื่องที่จะนำมาเสนอทั้งของไทยและของออสเตรเลียขึ้นขึ้นอยู่

กับผู้หญิงยุคใหม่ในมุมมองของคุณหรือไม่ อย่างไร

- ทราบได้อย่างไรว่าผู้อ่านต้องการอะไร
- ภาพของผู้อ่านที่คิดไว้ในใจเป็นอย่างไร
- การตอบสนองของผู้อ่านต่อการนำเสนอ
- ความแตกต่างของเนื้อหาในนิตยสารคลีโอกับนิตยสารผู้หญิงฉบับอื่นๆ
- การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยกับการคัดเลือกเนื้อหา
- ความมุ่งหวังในการพัฒนาและปรับปรุงนิตยสาร

3) บรรณาธิการบทความ

มีแนวคำถามดังนี้

- หน้าที่ๆรับผิดชอบ
- หลักเกณฑ์ในการเลือกเนื้อหา
- การวางแผนความคิดหลักของแต่ละฉบับ
- นิตยสารมีการนำเสนอบทความด้านใดบ้าง และเน้นด้านไหน
- แหล่งข้อมูลในการเขียนบทความ
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอเนื้อหา
- ผู้หญิงยุคใหม่ในทัศนะเป็นอย่างไร
- ผู้หญิงยุคใหม่ในแบบของนิตยสารคลีโอเป็นอย่างไร
- นิตยสารคลีโอได้มีการเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่อย่างไร

- เกณฑ์ในการเลือกรื่องที่จะนำมาเสนอทั้งของไทยและของออสเตรเลียขึ้นขึ้นอยู่กับหญิงยุคใหม่ในมุมมองของคุณหรือไม่ อย่างไร

- เกณฑ์ในการเขียนบทความนั้นขึ้นอยู่กับผู้หญิงยุคใหม่ในมุมมองหรือไม่
- ทราบได้อย่างไรว่าผู้อ่านต้องการอะไร
- ภาพของผู้อ่านที่คิดไว้ในใจเป็นอย่างไร
- การตอบสนองของผู้อ่านต่อบทความ
- ความแตกต่างของเนื้อหาในนิตยสารคลีโอกับนิตยสารผู้หญิงฉบับอื่นๆ
- การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยกับการคัดเลือกเนื้อหา
- ความมุ่งหวังในการพัฒนาและปรับปรุงนิตยสาร

4) ผู้เขียนบทความ

มีแนวคำถามดังนี้

- หน้าที่ๆรับผิดชอบ
- หลักเกณฑ์ในการเขียนบทความ
- แหล่งข้อมูลในการเขียนบทความ
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอเนื้อหา
- ผู้หญิงยุคใหม่ในทัศนะเป็นอย่างไร
- ผู้หญิงยุคใหม่ในแบบของนิตยสารคลีโอเป็นอย่างไร
- นิตยสารคลีโอได้มีการเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่อย่างไร
- เกณฑ์ในการเขียนบทความนั้นขึ้นอยู่กับผู้หญิงยุคใหม่ในมุมมองหรือไม่
- ทราบได้อย่างไรว่าผู้อ่านต้องการอะไร
- ภาพของผู้อ่านที่คิดไว้ในใจเป็นอย่างไร
- การตอบสนองของผู้อ่านต่อบทความ
- ความแตกต่างของเนื้อหาในนิตยสารคลีโอกับนิตยสารผู้หญิงฉบับอื่นๆ
- การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยกับการคัดเลือกเนื้อหา
- ความมุ่งหวังในการพัฒนาและปรับปรุงนิตยสาร

5) บรรณาธิการฝ่ายศิลป์

มีแนวคำถามดังนี้

- หน้าที่ๆรับผิดชอบ
- แนวคิดหลักในงานฝ่ายศิลป์ของนิตยสาร

- นิตยสารมีหลักในการจัดหน้าอย่างไร และการจัดหน้าอย่างไรที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนิตยสาร

- หลักการใช้ภาพประกอบเนื้อเรื่อง
- หลักการในการใช้เส้น สี และภาพจัดหน้า
- นโยบายในการนำเสนอภาพปก
- การจัดหน้าเนื้อหาภายในเล่ม
- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่องานในฝ่ายศิลป์
- ผู้หญิงยุคใหม่ในทัศนะเป็นอย่างไร
- ผู้หญิงยุคใหม่ในแบบของนิตยสารคลีโอเป็นอย่างไร
- ในงานฝ่ายศิลป์ของนิตยสารคลีโอได้มีส่วนในการเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่

หรือไม่ อย่างไร

- ทราบได้อย่างไรว่าการจัดหน้าลักษณะไหนที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่าน
- ภาพของผู้อ่านที่คิดไว้ในใจเป็นอย่างไร
- การตอบสนองของผู้อ่านต่อบทความ
- ความแตกต่างของงานศิลป์ในนิตยสารคลีโอกับนิตยสารผู้หญิงฉบับอื่นๆ
- การเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยกับงานฝ่ายศิลป์
- ความมุ่งหวังในการพัฒนาและปรับปรุงนิตยสาร

3.3.2.2 การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักเครือข่าย (Network Sampling) ด้วยการใช้เทคนิคก้อนหิมะ (Snowball Technique) กล่าวคือเป็นการให้ผู้อ่านแนะนำผู้อ่านคนอื่นๆ ให้แก่ผู้วิจัย ทั้งนี้ผู้อ่านจะต้องอ่านนิตยสารคลีโอมาแล้วไม่ต่ำกว่า 12 เล่ม และปัจจุบันก็ยังอ่านอยู่ โดยผู้วิจัยจะเตรียมคำถามไว้ล่วงหน้าและเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended Question) โดยใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และไม่ชี้นำคำตอบ

โดยมีแนวคำถามดังนี้

- ข้อมูลทั่วไป เช่น อายุ การศึกษา อาชีพ ความยาวนานในการอ่าน
- วิธีการดำเนินชีวิต เช่น สไตล์การแต่งตัว กิจกรรมยามว่าง
- วัตถุประสงค์ที่เลือกอ่านนิตยสารคลีโอ
- ความคิดเห็นโดยรวมต่อนิตยสารคลีโอ
- ท่านชอบอ่านคอลัมน์ใด หรือส่วนไหนในนิตยสารคลีโอ เพราะเหตุใด
- ความคิดเห็นกับคำว่า ผู้หญิงยุคใหม่

- ท่านคิดว่านิตยสารคลีโอได้มีการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่หรือไม่ ถ้าคิดว่าการนำเสนอ นิตยสารคลีโอได้เสนอความเป็นยุคใหม่ในเรื่องอะไรบ้าง
- ท่านคิดว่าผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอเป็นอย่างไร
- ท่านคิดว่าการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอมีข้อดี และข้อที่ควรปรับปรุงอย่างไร
- ท่านคิดว่าภาพของผู้หญิงยุคใหม่ที่นิตยสารคลีโอได้นำเสนอนั้นสอดคล้องกับผู้หญิงในสังคมไทยมากน้อยเพียงใด อย่างไร
- ท่านคิดว่าภาพของผู้หญิงยุคใหม่ที่นิตยสารคลีโอได้นำเสนอมีความเหมือนหรือแตกต่างกับภาพของผู้หญิงยุคใหม่ในความคิดของท่านอย่างไร
- นิตยสารคลีโอได้ตอบสนองความต้องการของท่านหรือไม่ ด้านไหน อย่างไร
- ก่อนและหลังที่อ่านนิตยสารคลีโอ คิดว่าตัวท่านเองมีความรู้สึกแตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร
- หลังจากที่ได้ติดตามนิตยสารคลีโอมาอย่างน้อย 1 ปีแล้ว คิดว่าตนเองมีการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ อย่างไร และเปลี่ยนด้านไหน
- สิ่งที่ชอบมากที่สุดไปในนิตยสารคลีโอ และสิ่งที่ยากให้ปรับปรุง

3.4 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องการนำเสนอภาพตัวแทนและค่านิยม “ความเป็นหญิงยุคใหม่” ในนิตยสารคลีโอที่มีผลต่อทัศนคติของผู้อ่าน ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เนื้อหาจากคอลัมน์ที่มีการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอ และการสัมภาษณ์ ได้แก่

3.4.1 ศึกษาถึงลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารคลีโอ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลในกองบรรณาธิการคลีโอ ในประเด็นการคัดเลือกเรื่องที่จะนำมาเสนอ และวิเคราะห์เนื้อหาทั้งหมดจากนิตยสารคลีโอว่าวิธีการนำเสนอได้แก่ การเล่าเรื่อง การใช้ภาษา การจัดหน้า และการใช้ภาพประกอบของนิตยสารเป็นอย่างไร โดยใช้แนวคิดทฤษฎี และการสัมภาษณ์บุคคลในกองบรรณาธิการคลีโอมาเป็นกรอบในการวิจัย

3.4.2 ศึกษาค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหาของนิตยสารคลีโอ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจากนิตยสารคลีโอ เพื่อแยกประเภทของข้อมูล ว่าคอลัมน์ไหนมีการเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ จากนั้นก็จะวิเคราะห์ตีความเนื้อหา โดยใช้แนวคิดทฤษฎีมาเป็นกรอบในการวิจัย

การวิเคราะห์ค่านิยมความเป็นหญิงยุคใหม่ จะตีความจากคำหรือข้อความที่แสดงค่านิยม ความเป็นสมัยใหม่ ได้แก่

- พร้อมจะยอมรับประสบการณ์ใหม่ๆที่ผ่านเข้ามาในชีวิต
- ยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆทางสังคมได้อย่างมีเหตุผล
- มีความคิดอิสระและมีหัวก้าวหน้า
- มีความกระตือรือร้นในการติดตามเหตุการณ์ทั้งภายในและภายนอกสังคมตนเอง
- สามารถปรับตัวให้เข้าสภาพปัจจุบัน และอนาคต
- เชื่อในประสิทธิภาพของตนเอง
- มีการวางแผนชีวิตไว้ล่วงหน้า
- มีความเชื่อว่ามนุษย์สามารถกำหนดและแก้ไขสิ่งต่างๆ ได้
- เชื่อในคุณค่าของการพัฒนา ทางวัตถุและความคิด
- นำเอาความคิดใหม่ๆมาประยุกต์ใช้กับชีวิตของตนเอง
- มีความเคารพและยอมรับในศักดิ์ศรีของตนเองและของผู้อื่น
- มีความเข้าใจในขั้นตอนต่างๆของชีวิต และมองโลกในแง่ดี

3.4.3 ศึกษาทัศนคติของผู้อ่านนิตยสารคลีโอในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่
ผู้วิจัยจะทำวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก จากผู้อ่านนิตยสารคลีโอ โดยนำแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติมาเป็นกรอบการวิจัย ว่าผู้อ่านมีทัศนคติต่อการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโออย่างไร

3.5 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยจะใช้การนำเสนอข้อมูลในลักษณะการบรรยาย หรือพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) จากการนำแหล่งข้อมูลต่างๆที่ได้มา ไม่ว่าจะเป็นแหล่งข้อมูลประเภทเอกสารและแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล โดยนำมาแสดงผลของการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยทั้ง 3 ข้อ เพื่อให้เกิดความชัดเจนต่อการศึกษา และการนำไปใช้ประโยชน์จากผู้ที่สนใจศึกษาวิจัยต่อไป

โดยเรียงลำดับข้อมูลดังต่อไปนี้

- ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่
 - วิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาษา การจัดหน้า การใช้ภาพประกอบ
 - เกณฑ์ในการคัดเลือกเรื่อง
- ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหา
- ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้อ่านในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่

บทที่ 4

ผลการศึกษา

นิตยสารคลีโอ เป็นนิตยสารที่ได้รับลิขสิทธิ์มาจากประเทศออสเตรเลีย มีการแปลและเรียบเรียงเนื้อหาเป็นภาษาไทย และพิมพ์จำหน่ายในประเทศไทยตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ปี 2540 ปัจจุบันมียอดพิมพ์อยู่ที่ 120,000 ฉบับต่อเดือน ในปี 2547 และ ปี 2548 ที่ผ่านมานิตยสารคลีโอมียอดจำหน่ายเป็นอันดับที่ 1 จากนิตยสารผู้หญิงทั้งหมด ในเริ่มแรกนั้นเนื้อหาในนิตยสารที่เป็นฉบับภาษาไทยจะมาจากต้นฉบับของต่างประเทศร้อยละ 70 และเป็นเนื้อหาที่กองบรรณาธิการคนไทยจัดทำขึ้นอีกร้อยละ 30 เน้นการนำเสนอเรื่องราวต่างๆของผู้หญิง โดยวิธีการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interview) โดยจำแนกการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้คือ

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่

- วิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาษา การจัดหน้า การใช้ภาพประกอบ
- เหนือกว่าในการคัดเลือกเรื่อง

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหา

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้อ่านในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่

4.1 ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่

การวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหาจากคอลัมน์ที่มีการเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ และการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์กองบรรณาธิการของนิตยสารคลีโอ

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่จากการวิเคราะห์เนื้อหาจากคอลัมน์ที่มีการเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอ ฉบับเดือนมกราคม 2549 - ธันวาคม 2549 รวมทั้งหมด 12 ฉบับ พบว่ามี วิธีการเล่าเรื่อง การใช้ภาษา การจัดหน้า การใช้ภาพประกอบ ดังนี้

4.1.1 วิธีการเล่าเรื่อง

การนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ มีวิธีการเล่าเรื่องแบ่งได้ 5 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

4.1.1.1 การเล่าเรื่องจากผู้หญิงที่มีประสบการณ์จริง

การนำเสนอรูปแบบนี้เป็นการเล่าเรื่องราว จากบุคคลทั่วไปและบุคคลที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ผู้อ่านได้รับรู้ถึงความคิดเห็น และประสบการณ์ต่างๆของบุคคลเหล่านั้น

“อย่าดูถูกตัวเอง ช่วงนี้จำกำลังมีไฟ อยากทำอะไรเนี่ยต้องบอกตัวเองว่า อย่าดูถูกตัวเอง บางคนชอบสร้างกรอบว่า ฉันทำไม่ได้หรอก ทั้งที่ยังไม่ได้เริ่มด้วยซ้ำ” (มองอะไรให้มันดูง่าย แล้วชีวิตจะมีความสุขแบบ จำ ญัฐฐาวิรุณช ทองมี, 2549 : 171)

“เพราะเราไม่อยากจะคิดหวังในตัวเอง เรียกได้ว่าตอนนั้นเราเปิดรับทุกการรับรู้ อ่าน ดู ฟัง ตาม เป็นงานที่กดดันมาก เราก็ต้องคิดว่าจะสู้หรือถอย แต่ถ้าถอยเราจะถอยตลอดไปนะ เราก็เลยเลือกที่จะทำให้ดีที่สุด ไขว่คว้าที่สุด ถ้าต้องกระอักเลือดก็เอา ตลอดการทำงานไม่เคยคิดว่าไม่ไหวแล้วหรืออยากลาออก จริงๆมันขึ้นอยู่กับว่าเราพร้อมใช้ศักยภาพตัวเองแค่ไหน ไม่มีอะไรยากเกินไปหรอก วันที่เผชิญเราจะรู้สึกลับว่า มันคืออุปสรรค แต่พอผ่านไปได้มันคือความสำเร็จ” (คู่มือประจำตัวสาวทำงานมือใหม่, 2549 : 171)

“ฉันจะไม่มีวันยอมแพ้ การแข่งขันทำให้ฉันได้พัฒนาตัวเอง ฉันจะเล่นให้ดีและดีขึ้นแม้ว่าผลการแข่งขันจะไม่ใช่อย่างที่คิดก็เถอะ” (มิเชล วี, 2549 : 318)

“ทุกคนมีความคิด แม้กระทั่ง คาแร็คเตอร์ที่แตกต่างกัน แพรว่าเวลาถกเถียงมันมีความหมาย มันทำให้เรามีเหตุผล แต่ก็ต้องมีกาลเทศะด้วย ไม่ใช่อยู่ดีๆตะโกนโพล่งออกมา ต้องดูว่าเราจะแชร์ความคิดเราแบบไหน เวลาประชุมแพรก็จะมเหตุผลของแพร ถ้าคิดเห็นต่างกับนายเราก็จะแชร์กัน แล้วก็ปรับให้เป็นความคิดเห็นของทีม แต่ต้องมีวิธีการพูดให้น่าฟัง ถ้าเราเชื่อว่าไอเดียนี้นี้ดี เราก็ต้องมีวิธีหวานล่อม แต่ก็ต้องฟังเหตุผลของคนอื่นด้วย เพราะการฟังก็สำคัญ” (ผู้หญิงมั่นใจ ใครๆก็อยากเป็น, 2549 : 188)

“ถ้าใครติเรา มันจะคิดไปในแง่บวก เพราะถ้าเราคิดมันตัวเอง แต่แก้ไม่ได้ มันก็ไม่มีอะไรดีขึ้น เอาจกลับมามคิดในแง่ใหม่ว่า เขาติเพราะรัก อยากให้เราทำได้ดีๆ ยอมรับและถือซะว่าเขาเป็นผู้มีพระคุณ เป็นอาจารย์” (10 ผู้หญิงเก่งและเจ๋งจริง, 2549 : 176)

4.1.1.2 การถาม-ตอบระหว่างนิตยสารคลีโอกับผู้หญิงที่มีประสบการณ์จริง

การนำเสนอรูปแบบนี้เป็นการถามคำถามโดยนิตยสารคลีโอ และตอบโดยบุคคลทั่วไปหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง เพื่อให้ผู้อ่านได้รับรู้ถึงความคิดเห็น และประสบการณ์ต่างๆของบุคคลเหล่านั้น

“ทาทาคิดยังไงกับเรื่องแต่งงาน?”

“ทาทาไม่เชื่อเรื่องแต่งงาน เพิ่งจะไม่เชื่อก็ไม่นานมานี้ ทาทาไม่อยากแต่งงาน อยากมีงานแต่งงานนะ แต่ทาทาไม่รู้สิกว่าทาทาจำเป็นจะต้องมาแต่งงานเพราะสังคม แค่จ้ดงานปาร์ตี้เล็กๆก็พอ คนเราแต่งงานกันเพื่อหน้าตาในสังคม แต่ถามว่ามีความสุขไหม ก็อาจไม่มี คุณแม่เคยบอกทาทาว่าถ้าจะมาแต่งงานเพื่อแม่เนี่ยไม่ต้องเลยนะ ทาทารู้สึกว่าโชคดีมากที่แม่ไม่ได้รู้สึกว่าคุณจำเป็นต้องแต่งงานเพื่อเอาหน้า ทาทาไม่ชอบหลอกคน ไม่รู้จะแต่งไปทำไมถ้ายังไม่แน่ใจว่าจะมีความสุขจริงหรือเปล่า” (ทาทา ยัง ทั้งหมดนี้คือตัวจริงของเธอ, 2549 : 169)

“คิดยังไงถึงกลับไปสมัครงานที่เดิมถึง 3 รอบ”

“ไม่เคยอยากทำงานที่ไหนเท่าที่นี้ และเชื่อว่าทุกอย่างที่เกิดขึ้นล้วนมีเหตุผลในตัวมันเอง และมักจะเป็นอย่างนั้นจริงๆด้วย เพราะ 3 ครั้งที่ผ่านมาเป็นการสมัครงานคนละตำแหน่งกัน ครั้งแรกเราคิดว่าตำแหน่งนี้เหมาะกับเราแล้ว แต่พอมาครั้งที่สองกลับรู้สึกว่าตำแหน่งนี้ไม่ใช่เลย ครั้งสุดท้ายที่สมัครนี้เพราะรู้สึกที่ไม่มีตำแหน่งไหนที่จะเหมาะกับเราขนาดนี้อีกแล้ว ทั้งคุณสมบัติกับประสบการณ์การทำงานของเราที่ตรงทุกอย่างที่เขาระบุไว้” (ฉันทสมัครงานที่เดิม 3 ครั้ง ในที่สุดฉันก็ได้ทำ, 2549 : 158)

“แบบไหน คือนักร้องที่ดี”

มาร์ลีน : “การเป็นนักร้องที่ดีนั้นไม่ใช่ว่าจะต้องมีเสียงที่ทรงพลังอย่างเดียว ฉันต้องดูแลจิตใจตัวเองด้วย เพราะในฐานะนักร้อง คุณต้องสื่อสารจิตวิญญาณของคุณผ่านเสียงเพลง ในกรณีของฉัน ฉันสูญเสียคุณแม่ไปตั้งแต่ฉันอายุน้อยมากๆ มันทำให้ชีวิตฉันแย่ไปเลย แต่ฉันก็ผ่านมาได้เพราะคุณแม่คนใหม่ของฉันที่รักฉันมาก และจิตแพทย์ที่คอยเป็นกำลังใจและให้คำปรึกษา ประสบการณ์เหล่านี้ทำให้ฉันเข้าใจโลกมากขึ้น ทำให้ยอมรับเหตุการณ์ทั้งที่ดีและแย่ในชีวิต และมันทำให้เพลงของฉันมีพลัง” (แจ๊ส แอด เดอะ โมเมนต์, 2549 : 320)

4.1.1.3 การเล่าเรื่องจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

การนำเสนอรูปแบบนี้ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านต่างๆเป็นผู้เสนอเรื่องราว ความคิดเห็น ในด้านที่ตนเองชำนาญ ซึ่งจะทำให้ผู้อ่านเกิดความเชื่อถือ เพราะจะมีบอกรชื่อ และสาขาที่เชี่ยวชาญของผู้นำเสนอไว้ในคอลัมน์ด้วย

“แก๊ใจรีวรอยบนใบหน้า จะทำวิธีไหนดี”

“โบท็อกซ์ (Botox) จะช่วยลดริ้วรอยบริเวณครึ่งบนของหน้า ได้แก่ หน้าผาก ระหว่างคิ้ว และหางตาได้ดีมาก แต่ร่องแก้มใช้สารเติมแต่งเนื้อเยื่อจะ ได้ผลดีกว่า และผลของโบท็อกซ์อยู่ได้นาน 4-6 เดือน

สารเติมแต่งเนื้อเยื่อ เช่น Collagen Hygluronic Acid จะช่วยเสริมร่องแก้ม ร่องระหว่างคิ้ว และร่องใต้ตา สาร Hygluronic Acid ใช้ได้ดี ไม่มีผลข้างเคียง แต่สารเติมแต่งตัวอื่นอาจทำให้เกิดอาการข้างเคียงได้

เลเซอร์(Laser) เช่น Cooltouch Aramis ก็เป็นอีกวิธีที่ช่วยลดริ้วรอย จะช่วยยกกระชับผิวหนังได้ โดยเลเซอร์รุ่นใหม่ทำให้ผิวสวยใสโดยไม่มีแผลมักจะต้องทำหลายครั้ง และควรทำต่อเนื่อง จึงจะเห็นผลชัดเจน

พบว่าถ้าใช้หลายวิธีร่วมกันจะช่วยเสริมผลของแต่ละวิธีคะเช่น ถ้าฉีดโบท็อกซ์ร่วมกันกับเลเซอร์ ทำให้ผลของโบท็อกซ์และเลเซอร์อยู่ได้นานขึ้น” แพทย์หญิง อนุชญา ปิยาวรานนท์ คลินิกสุขภาพผิว รพ.มงกุฎวัฒนะ (แก๊ใจรีวรอยบนใบหน้า จะทำวิธีไหนดี, 2549 : 102)

“คำแนะนำจากมือโปรที่รับรองว่าสาว ๆ จะรอดได้ทุกสถานการณ์

เสื้อผ้าที่ทุกคน โดยเฉพาะสาวเอเชียต้องมีติดตู้ไว้เลย ได้แก่ กางเกงลีวายส์ 501 เสื้อคาร์ดิแกนสีดำ แจ็กเก็ตยีนส์ เดรสสั้นคลุมเข่าสีดำ เสื้อกล้ามสีขาว เซ็ตขาวเข้ารูป กระโปรงพลีทคลุมเข่า รองเท้าดำคัทชูสั้นเขมสวยๆ รองเท้าหัวเปิดหนังจะเข้สีดำ สูทเข้ารูป”

“คำแนะนำในการแต่งตัวไปงาน

1. ก่อนอื่นต้องดูในการ์ดเชิญก่อนว่าเจ้าภาพระบุเรื่องการแต่งตัวมารีเปลาว่าเป็นสไตล์ไหน สีอะไร
2. มาดูว่าตอนนี้อะไรกำลังอินเทรนด์ โดยอาจจะเปิดดูจากแมกกาซีนแฟชั่นต่างๆ
3. ชั้นตอนนี้สำคัญที่สุด คือ เลือกชุดให้เข้ากับบุคลิกตัวเองเข้าไว้ และจำไว้ว่าไม่จำเป็นต้องประโคมแต่งให้มากเป็นสิ่งที่ดีที่สุด เรียบง่ายและน้อย จะทำให้สาว ๆ ปลอดภัยมากกว่าการใส่อะไรเยอะเยอะไปหมด
4. การแต่งหน้า ทำผม ต้องให้ดูเรียบร้อย และสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม คือ ทำเล็บมือเล็บเท้าให้สะอาดสวยงาม

5. เลือกระเป่าและรองเท้าให้เข้ากับชุดที่ใส่ด้วย” สมบัษร ถิระสาโรช (พีดีอ) กูรูทางด้านแฟชั่นและสไตล์ลิสต์แบรนด์ชั้นนำ” (สถานการณ์ยากแก่ไหนฉันพร้อมเสมอ, 2549 : 219)

จากตัวอย่างที่ยกมานี้จะเห็นได้ว่าได้มีการนำเอาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านผิวหนัง และผู้ที่ได้รับการยอมรับในวงการแฟชั่น มาเป็นผู้เสนอเรื่องราวที่มาจากประสบการณ์และความชำนาญในสายอาชีพของตนเอง ซึ่งจะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้อ่าน

4.1.1.4 การถาม-ตอบกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

การนำเสนอนี้เป็นการไขข้อข้องใจของผู้อ่าน โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านนั้นๆ เป็นผู้ให้คำตอบ และคำแนะนำอย่างมีหลักทางวิชาการ ซึ่งจะมีทั้งผู้อ่านเป็นคนถามเอง และนิตยสารคลีโอเป็นผู้ถาม

“เราเพิ่งได้ยินศัพท์คำหนึ่งมาค่ะ ไม่แน่ใจว่ามันเป็น โรคอะไร คำว่า Athletic Menstrual Irregularity มันคืออะไรคะ? เราเป็นนักกีฬาจะ เป็นโรคนี้ได้หรือเปล่า?”

“Athletic Menstrual Irregularity อธิบายง่ายๆ ได้ก็คือระบบของรอบเดือนปั่นป่วนจากการฝึกกีฬายังหนักของนักกีฬาหญิง ซึ่งการฝึกซ้อมของนักกีฬานั้นจะมีระดับความเข้มข้นมากกว่าการออกกำลังกายธรรมดา หรือมากกว่าการใช้แรงโดยเฉลี่ยของคนทั่วไป เลยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในร่างกายจนทำให้ประจำเดือนมาไม่ปกติเช่น การออกกำลังกายอย่างหักโหมอาจทำให้การผลิตฮอร์โมนเอสโตรเจนลดลง หรือไม่ก็นักกีฬาหญิงมีไขมันในร่างกายน้อยมาก การผลิตฮอร์โมนทำได้ไม่เต็มที่ และทำให้รอบเดือนผิดปกติไป แต่อาการแบบนี้ไม่ใช่จะเป็นกันได้ง่ายๆ ถ้าคุณเป็นนักกีฬาที่ฝึกหนัก และมีอาการประจำเดือนไม่มาเลยหรือมาไม่ปกติ ก็ให้ลองปรึกษาคุณหมอได้ค่ะ เพราะบางครั้งการที่ประจำเดือนมาไม่ปกตินั้นมาได้จากหลายสาเหตุค่ะ” (ออกกำลังกายประจำเดือนขาด, 2549 : 148) ธันวาคม

“ตอนสัมภาษณ์งานแต่งตัวยังไง?”

“จิล โลว์ (ที่ปรึกษาด้านภาพลักษณ์และความงามสำหรับสาวเอเชีย) บอกว่า “ก่อนอื่นต้องเตือนตัวเองว่า คุณไม่ใช่นักศึกษาอีกต่อไปแล้ว เลยต้องระมัดระวังเรื่องการแต่งกายเป็นพิเศษ เช่นเรื่องรองเท้า คุณไม่จำเป็นต้องเดินขึ้นลงตึกเปลี่ยนห้องเรียนอีกต่อไป พอมาทำงานคุณจะต้องใส่รองเท้าที่เป็นทางการ ไม่ใช่รองเท้าแตะหรือผ้าใบ ทรงผมก็ต้องแต่งทรงให้ดีก่อนออกจากบ้าน ไม่ใช่แค่หวีครั้งเดียวแล้วปล่อยแห้ง ผมม้าที่ปอย ผมที่เคยปรกหน้าแบบเด็กสาวใสๆ ก็ให้ตัดทิ้งเก็บให้หมดแทน เสื้อผ้าก็ควรเป็นเสื้อเชิ้ต กับกางเกงสแล็คหรือกระโปรง

วิธีการนั่ง ยิ้ม เคลื่อนไหวก็สำคัญ เพราะคุณกำลังถูกจับตามองอยู่ทุกขณะ และคุณต้องแต่งหน้าเล็กน้อยด้วย ในสายตาของนายจ้างหมายความว่า คุณ โทพอ และพร้อมจะทำงาน” (เราเปลี่ยนให้คุณคิดขึ้นได้ เชื้อเถอะแล้วชีวิตจะเปลี่ยนไป, 2549 : 156)

จากตัวอย่างที่ยกมานี้จะเห็นได้ว่าได้มีการนำเอา แพทย์ผู้เชี่ยวชาญในด้านการรักษาโรค และที่ปรึกษาด้านภาพลักษณ์และความงาม มาเป็นผู้ตอบคำถาม และแก้ไขปัญหาข้อข้องใจให้กับผู้อ่าน

4.1.1.5 การนำเสนอโดยมีนิตยสารคลีโอเป็นผู้ดำเนินเรื่อง

วิธีการนำเสนอรูปแบบนี้เป็นการบอกเล่าเรื่องราว หรือเป็นคำแนะนำ จากนักเขียนของนิตยสารคลีโอเอง โดยจะมีประเด็นหัวข้อขึ้นมา และเล่าเรื่องราวหรือแนะนำตามประเด็นนั้นๆ

“เสน่ห์ของคุณไม่จำเป็นต้องเหมือนคนอื่น ไม่มีผู้ชายคนไหนอยากเดทกับผู้หญิงที่ไม่มี ความเป็นตัวของตัวเอง คุณไม่จำเป็นต้องคิดเหมือนเขา ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยหมดทุกอย่าง แต่ก็ไม่ได้หมายความว่าต่อไปนี้จะต้องตั้งหน้าตั้งตาคัดค้านเขาไปหมดทุกอย่าง ก็แค่เปิดเผยความรู้สึกส่วนตัวของคุณ ถ้าเขาชวนคุณไปทานอาหารญี่ปุ่น ซึ่งคุณไม่ชอบ คุณก็บอกเค้าไปตรงๆ ได้ว่าคุณไม่ถนัดอาหารญี่ปุ่น ลองเป็นอาหารไทยหรืออิตาเลียนแทนได้ไหม แบบนี้รับรองว่าชายหนุ่มจะรู้สึกดีแน่ๆ เพราะคุณเองก็มีเหตุผล” (11 วิธีค้นหาตัวเองให้เจอ, 2549 : 194)

“ถ้างานไหนเจ้านายไม่ผ่าน ให้ถามกลับไปว่าเพราะอะไร ถ้าฟังแล้วยังงง ก็ถามต่อ ไปอีกแต่ต้องทำใจนิดนึงนะจะว่าเจ้านายบางคนอาจไม่มีความอดทนอธิบายอะไรนัก ถ้าไม่ได้เหตุผลที่ดีจากเจ้านายคนนี้อาจลองหาคนที่เรานับถือ ที่เขามีประสบการณ์พอๆ หรือมากกว่าเจ้านายเรา แล้วถามเขาอย่างเป็นทางการว่าโอเคเราไม่ตรงไหน ถ้าเขาให้เหตุผลคุณได้ ก็อาจแสดงว่าคุณยังต้องสั่งสมประสบการณ์เพิ่ม ถ้าทำงานจริงก็ตั้งหน้าตั้งตาสู้ต่อไปเถอะละ แต่ถ้าคุณตั้งใจทำงานทุกอย่างโดยตัดความรู้สึกส่วนตัวออกไปแล้ว และมีใครที่คุณเล่างานให้ฟังเขาเห็นว่างานคุณดีจริงๆ แต่ดียังไงเจ้านายคุณก็ไม่ให้ผ่าน นั่นก็อาจเป็นเพราะเจ้านายคุณมีอีโก้สูง ยากจะยอมรับผลงานใคร ไม่ใช่เป็นเพราะคุณก็ได้ละ” (ฉันทใจแล้วงานที่รักแต่อยากลาออก, 2549 : 229)

“วิธีซื้อยาราคาถูกกว่า ถ้าคุณเป็นคนหนึ่งหรือมีญาติพี่น้องคนใกล้ตัว ที่ไม่ใช่ยาสามัญประจำบ้าน ราคาถูกๆแล้วยังต้องกินสม่ำเสมอเป็นประจำทุกวัน คุณจะรู้ซึ่งเลยว่านั่นคือค่าใช้จ่ายที่สูง

เอาการที่เดียว ถ้ามีทางเลือกที่ช่วยประหยัดได้ คุณจะดีใจเป็นที่ผู้คัดค้าน...และนี่คือคำแนะนำจากพวกเรา

1. ซื้อจากบริษัทโดยตรง ซึ่งบางบริษัทจะมีบัญชีลูกค้าเงินสด ขายให้กับผู้ซื้อโดยตรงได้ เลข ลองดูที่กล่องยาจะมีชื่อบริษัทและรายละเอียดของบริษัทนั้นอยู่ ลองติดต่อเข้าไปดูค่ะ
2. ซื้อจากร้านขายยาที่เป็นคิสเคานท์สโตร์ หรือร้านขายยาร้านใหญ่ๆ จะให้ราคาถูกลงได้
3. สอบถามราคาให้ทั่วๆ เพื่อให้ได้ราคาที่ดีที่สุด
4. ถ้าเป็นข้าราชการ หรือพนักงานที่เบิกจ่ายค่ารักษาพยาบาลได้ ถ้าไม่มีตัวยาที่ต้องการอยู่ในบัญชียาที่เบิกได้ ปรึกษาคูณหมอว่าใช้ยาตัวอื่นที่ให้การรักษาเหมือนกัน แต่มีอยู่ในบัญชียาที่เบิกได้หรือไม่
5. ติดต่อกับเภสัชกรร้านยาใกล้บ้าน ว่าถ้าเราซื้อเป็นประจำแบบนี้จะสั่งซื้อยาราคาพิเศษให้เราได้หรือไม่” (5 วิธีซื้อยาราคาถูกกว่า, 2549 : 138)

วิธีการนำเสนอโดยมีนิตยสารคลีโอเป็นผู้ดำเนินเรื่อง เป็นการบอกเล่าหรือแนะนำเรื่องราวต่าง ๆ จากนักเขียนของนิตยสารคลีโอเอง โดยจะมีวิธีการเล่าเรื่องที่มีลักษณะเป็นกันเอง จะเห็นได้จากการนำภาษาพูดมาใช้ เช่น “ตั้งหน้าตั้งตา” “นั่นแหละ” “อ้อ ก็” หรือ “เป็นที่ผู้คัดค้าน” ให้ความรู้สึกเหมือนกับว่า เป็นเพื่อนสนิทที่รู้จักให้กับผู้อ่าน หรือพี่สาวแนะนำและเล่าเรื่องราวต่างๆ ให้น้องสาวฟัง

โดยรวมแล้วจุดเด่นในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารคลีโอจะมีลักษณะเนื้อหาประเภท “วิธีทำ” หรือที่เรียกกันว่า “ฮาว ทู” (How to) คือ การตอบปัญหาข้อข้องใจที่ผู้หญิงต้องการจะรู้ หรือรู้ยู่บ้างแล้วแต่ต้องการมีความเข้าใจมากขึ้น และในบางเรื่องผู้อ่านอาจจะต้องกลับไปคิดต่อเองด้วย

4.1.2 การใช้ภาษา

ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในคอลัมน์ต่างๆ แบ่งได้ 7 ลักษณะดังต่อไปนี้

4.1.2.1 การใช้ภาษาที่เปิดเผยเข้าใจง่าย

การบรรยายเรื่องราวต่างๆ ทำให้ผู้อ่านเข้าใจเรื่องราวต่างๆ ที่อ่านได้ง่ายขึ้น

“ใช้ตะเกียบยังงี้ให้ดูดี มันก็คือมารยาทบนโต๊ะอาหารอย่างหนึ่งนั่นแหละ เหมือนกับการที่เราต้องเรียนรู้การใช้ช้อนส้อม การใช้มีด ต้องเรียงจากนอกเข้าไปในอะไรทำนองเนี่ย และถ้าคุณต้องขึ้นเหลา หรือเลี้ยงโต๊ะจีนแต่มาร้องขอช้อนส้อมเนี่ย ดูไม่โปรม่เท่ห่าเอาเสียเลย หัดใช้ตะเกียบให้เก่งๆ ดีกว่า และควรเรียนรู้วัฒนธรรมการใช้ตะเกียบที่ถูกต้องด้วยจ๊ะ

- อย่าใช้ปลายตะเกียบเสียบหรือจิ้มลงไปบนอาหาร แล้วเอาชิ้นมากินเหมือนใช้ช้อนส้อมจะ
ใช้ตะเกียบช้อนเดียวหรือทั้งสองข้างก็ได้ทั้งนั้น

- ไม่ควรถือตะเกียบขณะพูดคุยแล้วเล่นเวฟด้วยตะเกียบไปมา มันดูไม่สุภาพเหมือนจะเอา
ตะเกียบจิ้มตาคอนนั่งตรงข้าม และมันก็เป็นจุดสนใจของมือให้คนร่วมโต๊ะต้องมอง

- ในวัฒนธรรมของชาวจีน มันโอเคจะถ้าจะใช้ริมฝีปากสัมผัสกับขอบถ้วยหรือชามข้าว
ขณะที่คุณกำลังใช้ตะเกียบพวยให้ข้าวเข้าปาก ถ้าคุณกำลังกินข้าวตมกับอะไรอย่างนั้นนะ

- ห้ามใช้ตะเกียบปักลงไปบนข้าวเหมือนรูปปักลงในกระถางแบบนั้น คนโบราณเชื่อกันว่า
มันชวนให้นึกถึงบรรพบุรุษและถือเป็นการดูหมิ่น

- ขณะหยิบอาหารด้วยตะเกียบต้องให้หลังมือขึ้น แล้วค่อยพลิกข้อมือให้เป็นด้านข้างเพื่อเอา
อาหารเข้าปาก อย่าไขว้ฝ่ามือให้หงายขึ้นมันจะดูไม่สุภาพ” (ใช้ตะเกียบยังไงให้ดูดี, 2549 : 148)

จากตัวอย่าง เป็นเรื่องราวของการใช้ตะเกียบที่มีการใช้ภาษาที่เปิดเผย เข้าใจง่าย ด้วยการใส่
คำที่อ่านแล้วมีความหมายชัดเจนเลยว่า สิ่งไหนที่ควรทำ และสิ่งไหนที่ไม่ควรทำ

4.1.2.2 การใช้คำพูด

การใช้คำพูดด้วยการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ หรือการหยิบยกคำพูดที่ผู้เขียนต้องการดึงความ
สนใจไปสู่จุดใดๆ ต่อไป

“เราก็ต้องดูว่าจะสู้หรือถอย แต่ถ้าถอยเราก็จะถอยตลอดไปนะ เราก็เลยเลือกที่จะทำให้ดี
ที่สุด ไขว่คว้าที่สุด ถ้าต้องกระอักเลือดก็เอา ตลอดการทำงานไม่เคยคิดว่าไม่ไหวหรืออยากลาออก
จริงๆมันขึ้นอยู่กับว่าเราพร้อมใช้ศักยภาพตัวเองแค่ไหน ไม่มีอะไรยากเกินไปหรอก วันที่เผชิญเราจะ
รู้สึกว่ามันคืออุปสรรค แต่พอผ่านไปได้มันคือความสำเร็จ” (คู่มือประจำตัวสาวทำงานมือใหม่, 2549 :
171)

“ฉันมักจะมีนิสัยชอบยกภูเขาออกไปเสมอ เวลาใครบอกว่าฉันนี้ทำไม่ได้แน่ๆ ฉันจะ
พยายามทำมันให้ได้ ฉันเรียนรู้ว่างานที่ฉันทำประสบความสำเร็จทุกวันนี้ 95% มาจากความยึดมั่นของ
ฉันว่าต้องทำให้ได้ หลายคนมีความสามารถมากกว่าฉันอีก บางคนเขียนเรื่องดีกว่าฉันมากๆ แต่เขา
อาจเลิกล้มที่จะทำเรื่องยากๆซะก่อน ส่วนฉันกลับเชื่อเสมอว่าทุกสิ่งมีวิธีทำให้สำเร็จได้เสมอ เพียงแค่
ไม่ยอมแพ้” (เธอทำได้ยังไง ภายใน 1 ปี แมกกาซีนของเธอขายดีกว่าใคร, 2549 : 154)

“อยากให้ผู้หญิงไทยกล้าพูดมากขึ้น แสดงออกมากขึ้น เป็นตัวของตัวเองมากขึ้น อย่า
อ่อนแอแต่คำสุดท้ายที่สุด จงเป็นเพศที่แข็งแรง ก้าวเดินด้วยความเชื่อมั่นของตัวเอง ให้รักตัวเองให้มากๆและ

ก็หยุดพูดสักทีว่า ถ้าฉันไม่มี จุด จุด จุด แล้วฉันจะทำยังไง เพราะช่องว่างจุด จุด จุด นั้นนะ ทาทาจะใส่ ว่า ถ้าฉันไม่มีตัวเองอยู่ แล้วฉันจะทำยังไง ก่อนจะไปใส่ชื่อคนอื่น” (ทาทา ยัง ทั้งหมดนี้คือตัวจริงของเธอ, 2549 : 170)

“ฟังก์คิดว่าต่อให้ไม่มีประสบการณ์ ไม่มีความรู้ก็เดินเข้ามาทำงานนี้ถ้าเรารักการเรียนรู้จริงๆ คนเราถ้าอยากจะทำจริงๆจะมีแรงขับเคลื่อนว่าต้องทำให้ได้และไม่ขี้เกียจที่จะทำ” (25 อาชีพสุดฮิตในฝันของหญิงสาว, 2549 : 230)

4.1.2.3 การใช้ภาษาสนทนาพูดคุยกับผู้อ่านโดยตรง

การใช้ภาษาสนทนาพูดคุยกับผู้อ่านแบบเป็นกันเองเหมือนเพื่อนชวนคุย ผู้เขียนจะใช้ภาษาพูด เช่น “เรา” “คุณ” “ค่ะ” เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกใกล้ชิด และมีส่วนร่วม

“ไม่มีอะไรจะเหนือการรับมือของเราได้ ถ้าเราจัดการทุกอย่างให้เป็นระบบแบบมืออาชีพ และนี่คือคำแนะนำจากเรา พนันได้เลยว่าต่อให้ย้ายอีกสิบรอบ...ก็สู้ไหว!” (คู่มือย้ายบ้านแบบมืออาชีพ, 2549 : 275)

“ข้อแรกที่ต้องท่องจำเลยคะบริษัทจ้างคุณมาเป็นหัวหน้าเขา บริษัทมองเห็นความสามารถคุณแล้ว เมื่อคุณเห็นว่าอะไรควรเปลี่ยน มันก็เป็นหน้าที่ที่คุณต้องทำอยู่แล้ว แน่ใจว่าลูกทีมจะไม่พอใจในตอนแรก เขากำลังพิสูจน์คุณ อย่าขอมคะเดินหน้าต่อไป ทำงานอย่างจริงจังให้เขาเห็นซึ่งเหตุผลให้เค้าฟัง บอกไปเลยว่าถ้ามีใครมีปัญหาให้มาคุยกับคุณ เวลาเขาเถียงอะไรก็กลับมา พิจารณาก่อนว่าเขาเถียงแบบมีเหตุผลหรือด้วยอารมณ์ ถ้ามีเหตุผล ก็ฟังเขา แล้วช่วยกันทำให้ระบบมันดีขึ้น ช่วงแรกๆเมื่อคุณเข้ามาเป็นหัวหน้าก็ต้องเจอเหตุการณ์แบบนี้เสมอ เป็นธรรมดาค่ะ มันคือการเรียนรู้ ตั้งใจต่อไปแล้วทุกอย่างจะคลี่คลายลงคะ ถ้าเขายังไม่เต็มใจทำงานกับคุณอีก วันหนึ่งเขาจะลาออกไปเองแหละค่ะ” (ฉันเจอแล้วงานที่รักแต่อยากลาออก, 2549 : 232)

“รับมือกับงานใหม่ยังไงดี ก่อนอื่นคุณต้องพยายามให้กำลังใจตัวเองบ่อยๆ อย่าคิดอะไรแง่ลบตลอดเวลา อย่างเช่น ฉันทำไม่ได้หรอก งานนี้มันยากเกินไปสำหรับฉัน ฉันเพิ่งทำงานจะไปรู้เรื่องอะไร...ถ้าอยากประสบความสำเร็จกับงานใหม่ตรงหน้า ลองหิยวิธีเหล่านี้ไปใช้ดู” (คู่มือประจำตัวสาวทำงานมือใหม่, 2549 : 165)

“บางครั้งการที่คุณคิดอะไรด้านเดียว ทำให้คิดว่าคนอื่นก็คิดเหมือนตัวเองเช่นกัน แต่เราอยากจะบอกว่าไม่มีมนุษย์คนไหนเหมือนกันทั้ง โลก ถึงนิสัยบางอย่างจะเหมือนกันบ้าง” (เปิดใจแก้ข้อด้อยในตัวเอง, 2549 : 148)

4.1.2.4 การใช้คำแสดงหรือคำศัพท์ภาษาอังกฤษ

การใช้คำแสดงหรือคำศัพท์ภาษาอังกฤษในการบรรยายรายละเอียดต่างๆ โดยคำที่ใช้จะเป็นคำที่ใช้กันโดยทั่วไป

“ก่อนจะมาเป็นจีเอ็ม ผ่านงานมาหลากหลาย ทั้งเกี่ยวข้องและไม่เกี่ยวข้องกับเพลง แต่ทุกงานก็สร้างให้เป็นเรอวันนี้” (ผู้บริหารระดับสูงอายุยังไม่ถึง 30, 2549 : 198)

จากตัวอย่าง คำว่า “จีเอ็ม” เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นตัวย่อ มาจากคำว่า General Manager (GM) ที่หมายถึง ผู้จัดการทั่วไป

“เวลาที่ต้องโดนอ่าวว่าหายไปกับความมืด มันเป็นความเจ็บปวดใจเล็กๆ ของผู้หญิงผิวเข้ม ถึงแม้จะกลบเกลื่อนด้วยเสียงหัวเราะเพื่อนๆก็ตาม เราจึงขอทำพิสูจน์ว่าถึงเราจะผิวแทนเข้มแบบนี้ แต่เราก็สามารถดูเด่นปังได้ในตอนกลางคืน มาดูกันเลยดีกว่าว่าจะมีเทคนิคอะไรให้คุณเอาไปใช้บ้าง” (สาวผิวเข้มขอสวยในงานกลางคืนบ้าง, 2549 : 100)

จากตัวอย่าง คำว่า “อ่าว” เป็นคำแสดง ที่มักจะหมายถึง การหลอก การล้อกันเล่น
“ปัง” เป็นคำแสดง ที่มักจะหมายถึง เด่น หรือ สะดุดตา

“เราทิ้งในตัวคุณมดอย่างแรงเพราะสืบรู้ว่าเธอทำงานทุกอย่างจริงๆ เพื่อสร้างสื่อชิทานให้ขึ้นมาเป็นแบรนด์บิวตี้ดีใจสาวไทยได้อย่างรวดเร็วแบบนี้ คุณมดจริงจังและจริงใจกับงานทุกเม็ด เราถึงกับอึ้งพอเธอเล่าว่านี่คือสิ่งที่เธอต้องทำ” (เธอทำงานนี้ได้ยังไง, 2549 : 156)

จากตัวอย่าง คำว่า “อย่างแรง” เป็นคำแสดง ที่มักจะหมายถึง มากๆ อย่างมาก มากมาย
“อึ้ง” เป็นคำแสดง ที่มักจะหมายถึง ตะลึง ประหลาดใจ
“แบรนด์” เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ที่หมายถึง ยี่ห้อสินค้า
“บิวตี้” เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ที่หมายถึง ความงาม

“ชีวิตมันไม่มีอะไรแน่นอน วันนี้มีความสุขสุดๆ แต่พรุ่งนี้อาจจะเจอทุกข์มหันต์ก็ได้ วันนี้รักกันดี พรุ่งนี้เขาอาจจะเดินจากเราไป โลกนี้มันไม่มีอะไรที่ฟอร์เอฟเวอร์ เมื่อใดที่มีความสุขหรือทุกข์เราต้องเข้าใจและมีสติกับมัน แล้วยิ้มสู้ไป” (7 พี่สาวในฝันของคลีโอ, 2549 : 272)

จากตัวอย่าง คำว่า “ฟอร์เอฟเวอร์” เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษ ที่หมายถึง ตลอดกาล

4.1.2.5 การบรรยายเหตุการณ์ของเรื่อง

การใช้ประโยคที่แสดงให้เห็นภาพเหตุการณ์ของเรื่อง เพื่อให้ผู้อ่านเห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้น

“คุณกำลังอยู่ในงานปาร์ตี้และก็แทบเป็นลมเมื่อต้องตกอยู่ในกลุ่มสนทนาที่ทุกคนคุยเรื่องการเมืองกันหมด ที่หนักก็คือเลยไปถึงการเมืองต่างประเทศโน่นเลย โอ้ มาย ก๊อด! ฉันไม่มีความเห็นเรื่องเหล่านี้จริงๆ ไม่ต้องกลัวไปเลย สิ่งที่คุณควรทำคือทำหน้าที่อาสาสนใจผู้พูดเข้าไป พักหน้าตามแล้วบอกว่า "อืมหรือคะ" หรือ "โอ้! ไม่รู้มาก่อนเลยคะนั่น" รับรองทำแบบนั้นคุณจะไม่ดูเป็นหญิงสาวน่าเบื่อเด็ดขาด เรื่องของเรื่องก็คือคุณควรเป็นตัวของตัวเองเข้าไป และสนใจกับความรู้อื่นๆที่ได้รับจริงๆ และจำไว้ว่า “มันไม่มีอะไรผิด คนเราต้องเรียนรู้อยู่เสมอ” เป็น โชคดีมากกว่าที่คุณได้เรียนรู้อะไรเพิ่ม” (จันโง่ไปรีเปล่าเนี่ย, 2549 : 138)

จากตัวอย่าง เมื่ออ่านแล้วจะรู้สึกถึงความอึดอัดใจของผู้หญิงที่ไม่มีความรู้ในเรื่องของการเมือง แต่ก็ต้องพยายามทำตัวให้เข้ากับสังคมให้ได้ จะเห็นได้จากประโยคที่ว่า “แทบเป็นลมเมื่อต้องตกอยู่ในกลุ่มสนทนาที่ทุกคนคุยเรื่องการเมืองกันหมด” หรือ “โอ้ มาย ก๊อด! ฉันไม่มีความเห็นเรื่องเหล่านี้จริงๆ”

4.1.2.6 การใช้คำอุปมาอุปไมย

การใช้คำอุปมาอุปไมย คือการใช้คำเปรียบเทียบ เป็นคำที่ใช้เพื่อสร้างอรรถรสให้กับผู้อ่าน

“บทเรียนนี้มันสอนให้ผู้หญิงอ่อนแออย่างเราเข้มแข็งขึ้น ทำให้เราต้องหัดมองคนให้ลึกขึ้น เรามักจะนึกถึงคำนี้ “รู้หน้าไม่รู้ใจ” แต่มันก็มีอะไรบางอย่างทำให้เรารู้ว่ากำลังใจทำให้เราเข้มแข็งขึ้นได้ และเราก็ได้แต่หวังว่านี่คงจะเป็นครั้งแรกและครั้งสุดท้ายในชีวิต” (หลังจากรักจบลง ฉันถูกมือมืดก่อกวนจนแทบเสียน, 2549 : 339)

จากตัวอย่างเป็นการเปรียบเทียบประโยค “การมองคนให้ลึกขึ้น” กับคำว่า “รู้หน้าไม่รู้ใจ” ซึ่งหมายถึง การมองคนอย่างมองแต่ภายนอก เพราะสิ่งที่เราเห็นจากภายนอก ภายใต้ออกของเขายังจะไม่ได้เป็นอย่างที่เราเห็นก็ได้

“เปิดใจให้กว้าง พนักงานใหม่ก็เหมือนเด็กเกิดใหม่นั้นแหละ เป็นผ้าขาว ยังไม่รู้ต้นลึกหนาบางของใครทั้งนั้น เพราะฉะนั้นทำให้เป็นผ้าขาวไว้ให้นานที่สุด เป็นธรรมดาทุกที่จะมีการเมืองภายใน อาจได้ยินเรื่องของคนอื่นแบบไม่ต้องถาม และที่ตามมาคุณอาจไม่ชอบหน้าคนนั้นไปก่อนที่จะรู้จักด้วยซ้ำ...ท่องไว้...เปิดใจให้กว้าง ทำให้เป็นผ้าขาวไว้ให้นานที่สุด” (ไปทำงานวันแรกต้องเปิดอะไรบ้าง, 2549 : 148)

จากตัวอย่างมีการเปรียบเทียบ พนักงานใหม่กับเด็กเกิดใหม่ และ เด็กเกิดใหม่กับผ้าขาว ซึ่งเด็กเกิดใหม่กับผ้าขาว จะหมายถึง คนที่มีจิตใจบริสุทธิ์ ไม่คิดร้ายกับใครๆ ในที่นี้ก็คือ พนักงานใหม่ที่เพิ่งเข้าไปทำงาน ยังไม่รู้เรื่องของคนอื่นๆ เพราะฉะนั้นก็จะยังไม่มีอคติกับคนอื่นด้วย

จากที่คิดว่าเป็นฝรั่งเชื้อชาติไทย กลายเป็นฉันเป็นคนไทยร้อยเปอร์เซ็นต์ เพราะความอบอุ่นของญาติพี่น้องที่ให้มาได้เปลี่ยนแปลงทุกอย่างและสร้างตัวเรา ณ ปัจจุบันนี้คนมักถามว่าเกิดมาในสังคมตะวันตกและมาอยู่ในสังคมตะวันออก คิดว่าตัวเองเป็นฝรั่งมากกว่าไทยหรือไทยมากกว่าฝรั่งตอบได้เต็มปากเต็มคำว่าเป็นคนไทยร้อยเปอร์เซ็นต์ ชอบคิดกับตัวเองว่าเราได้ข้อดีของสองวัฒนธรรมกล้าแสดงออก มั่นใจแบบตะวันตก แต่ก็มีค่านิยม ความเคารพผู้ใหญ่แบบตะวันออก” (สโรชา พรอุดมศักดิ์ อะไรหล่อหลอมเธอให้ยืนหยัดต่อไป, 2549 : 166)

จากตัวอย่างจะเป็นการพูดถึงวัฒนธรรมของสังคมตะวันตกและสังคมตะวันออก เป็นการเปรียบเทียบถึงความกล้าแสดงออก ความมั่นใจกับวัฒนธรรมตะวันตก หมายถึง คนที่อยู่ในสังคมตะวันตก จะมีความมั่นใจ มีความกล้าแสดงออก และยังมีการเปรียบเทียบถึง ค่านิยม การเคารพผู้ใหญ่กับวัฒนธรรมตะวันออก หมายถึง คนที่อยู่ในสังคมตะวันออกจะเป็นคนที่มีค่านิยม มีความเคารพผู้ใหญ่

4.1.2.7 การใช้อุปลักษณ์

การใช้อุปลักษณ์ คือ การใช้คำที่มีความหมายแทนซึ่งก่อให้เกิดความสวยงามทางภาษาและสร้างอารมณ์ในการอ่านให้มีสีสันมากขึ้น

“ที่ผ่านมาแต่งตาด้วยอายแชโดว์โทนสีเดียวกันมาตลอด ตั้งแต่สมัยที่มอสยังอ่อนใก้อยู่เลย ไซม์ซี่? เปลี่ยนบ้างเถอะจ๊ะ จะมัวจำใจอยู่กับการแต่งตาแบบเดิมๆ ไปโย...ลองเพิ่มจากสีเดียวเป็นสองสี ทูโทนดูบ้างสิ น่าสนุกจะตาย” (ตาสวยกิ้ง แบบทูโทน, 2549 : 75)

จากตัวอย่าง “สมัยที่มอสยังอ่อนใก” ในที่นี้หมายถึง เวลาที่ผ่านมามีลิปกว่าปีแล้ว เนื่องจาก “มอส ปฏิภาณ” คือนักร้องที่ออกเทปชุดแรกมาเมื่อสิบกว่าปีก่อน และมีทำเดินในเพลง ที่สมัยนั้นใครๆก็เรียกชื่อของทำเดินนั้นว่า “ทำอ่อนใก”

“ทุกวันนี้มีคนตายจากปัญหาของสังคมเยอะมาก และมันขยายผลเร็วมาก ถ้าตราบไคที่เราหยุดมรดกมันจะขยายพันธุ์ไปเรื่อยๆ เราต้องสร้างเมล็ดเลือดดี ยิ่งสร้างเร็วเท่าไรมันก็จะไปหยุดเมล็ดเลือดขาวเร็วเท่านั้น ถ้าเราทุกคนช่วยกันมันจะเป็นฐานสำคัญของสังคมต่อไปในอนาคต” ใ้อบอกถึงความตั้งใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีในสังคม ถ้าเราเชื่อว่าสิ่งที่ทำเป็นเรื่องดีแล้วทำให้คนข้างๆ เห็นความสำคัญของสิ่งที่ทำอยู่ได้ เราจะได้ใจเขามาช่วยอย่างมาก และถ้าเราเชื่อในสิ่งเดียวกัน พลังสังคมมันจะเกิดขึ้น นี่คือนี่สิ่งที่เธอหวังจะให้เกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้” (10 ผู้หญิงเก่งและเจ๋งจริง, 2549 : 182)

จากตัวอย่าง “เมล็ดเลือดดี” ในที่นี้หมายถึง คนดีในสังคม และ “เมล็ดเลือดขาว” ในที่นี้หมายถึง คนไม่ดี

“เมื่อคุณต้องร่วมงานกับคู่รักที่เขารักกันแล้วต้องทำงานร่วมกับคุณด้วย แล้วเขาก็ทะเลาะกันพาลไม่ทำงาน เกิดสงครามเย็นเล็กๆ ทีนี้จัดการยังไงไม่ให้งานล่มไปด้วยล่ะ” (เขารักกันในที่ทำงานแต่มากระทบกับงานคุณ, 2549 : 154)

จากตัวอย่าง “สงครามเย็น” ในที่นี้หมายถึง บรรยากาศตึงเครียดที่เกิดจากการทะเลาะกัน

4.1.3 การจัดหน้า

การจัดหน้าในนิตยสารคลีโอของทุกประเทศนั้นจะมีความเหมือนกัน โดยทางสำนักงานใหญ่ที่ตั้งอยู่ที่ประเทศสิงคโปร์จะมีการกำหนดรูปแบบของการจัดหน้าเอาไว้ ซึ่งเอกลักษณ์ในการจัดหน้าของนิตยสารคลีโอก็คือ การใช้สีสันที่สดใส มีการพาดหัวให้ดูสะดุดตา และในหนึ่งหน้าจะต้องไม่มีที่ว่าง เพื่อให้ผู้อ่านมีความรู้สึกว่ายากอ่านต่อไปเรื่อยๆ

บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ ได้ให้ความเห็นไว้ว่า

“เขาจะมีรูปแบบของอาร์ตมาให้ อย่างเช่นแถบสีๆข้างบน ทางสิงคโปร์เขาจะส่งมาให้ว่า จะต้องทำอย่างไร เอกลักษณ์เฉพาะตัวในการจัดหน้าของคลีโอ คือ จะต้องไม่มีเนื้อที่ว่าง ใ้ทุกอย่างลงไปให้รู้สึกว่ายากอ่านตรงนี้แล้ว ก็อยากจะอ่านตรงนั้นต่อไปเรื่อยๆ ในแต่ละหน้า จะไม่มีการที่อ่านตรงนี้แล้วให้พัก และส่วนที่สำคัญก็คือพาดหัว จะเน้นให้น่าสนใจ สีสันสดใส คือเวลาวางในแผงที่หนังสือมันเยอะมาก ต้องใช้เวลาคนเดินผ่านแล้วสะดุด ให้มันเด่นออกมาจากแผง” (สุวรรณีย์ ดอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

นอกจากจะมีการใช้รูปแบบการจัดหน้าที่มีลักษณะเหมือนกับนิตยสารคลีโอของทุกประเทศแล้ว ก็จะต้องมีการดูจากเนื้อหา และการจัดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายด้วย

บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ ได้ให้ความเห็นไว้ว่า

“ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอด้วยเรื่องที่เครียดหรือไม่เครียด ก็จะต้องนึกถึงกลุ่มเป้าหมายของเราไว้ก่อน กลุ่มเป้าหมายของคลีโอจะเป็นแนวสาว ๆ น่ารัก เริ่มมีวุฒิภาวะ มีความรับผิดชอบ เพราะฉะนั้นในแต่ละหน้าก็จะไม่เด็กมากนัก จะให้ดูสนุกสนาน เบรีย ๆ เซ็กซี่เล็กน้อย สีสดใส ถ้าเป็นเรื่องที่มาจากชีวิตจริง ก็ไม่ใช่ว่าจะใส่ให้ดูเครียด แต่จะแค่ใส่ให้ดูเรียบขึ้นนิดนึง พยายามให้เรื่องที่เครียดดูแล้วไม่เครียดเกินไป แต่ถ้าเป็นเรื่องที่สนุก ก็จะยังใช้การจัดหน้าและสีให้ดูสนุกขึ้น” (สุวรรณีย์ ดอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

การจัดหน้าของคอลัมน์ที่มีการนำเสนอหาความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

- 4.1.3.1 จัดเป็นเรื่องย่อยๆ หลายเรื่อง ในหนึ่งคอลัมน์พร้อมภาพประกอบ
- 4.1.3.2 จัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่อง พร้อมภาพประกอบ
- 4.1.3.3 จัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่อง พร้อมการแสดงความคิดเห็นและภาพประกอบ
- 4.1.3.4 จัดเป็นลักษณะการแสดงความคิดเห็นสั้นๆ พร้อมภาพประกอบ
- 4.1.3.5 จัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่อง โดยเน้นรูปภาพ พร้อมคำอธิบายภาพ

4.1.3.1 จัดเป็นเรื่องย่อยๆ หลายเรื่อง ในหนึ่งคอลัมน์พร้อมภาพประกอบ



ภาพที่ 4.1 การจัดหน้าของนิตยสารคลีโอแบบจัดเป็นเรื่องย่อยๆหลายเรื่อง ในหนึ่งคอลัมน์พร้อมภาพประกอบ

4.1.3.2 จัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่อง พร้อมภาพประกอบ



ภาพที่ 4.2 การจัดหน้าของนิตยสารกลีไอแบบจัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่อง พร้อมภาพประกอบ

4.1.3.3 จัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่อง พร้อมการแสดงความคิดเห็นและภาพประกอบ

The image shows a magazine page from 'HER SAY'. At the top, the magazine's name 'HER SAY' is written in white on a blue background. Below it, the main title 'วิธีรับมือเมื่อเพื่อนอกหัก' (How to deal with a friend who has a broken heart) is in large green font. The page features a large photo of two women, one in a purple top and another in a black top. The text is arranged in columns, with a pink sidebar on the right containing small portraits of women. The content includes an introduction, a main article, and several small portraits with accompanying text.

HER SAY BY TWAN

วิธีรับมือเมื่อเพื่อนอกหัก

เพื่อนกับเราเป็นดีมีอายุเยอะมากทำไมถึงโกรธเรา? เธอเป็นวัยรุ่นกับคนอื่นได้ยังไงล่ะ! แผลใจเธอจะดีเท่าไร? แผลใจเธอจะดีเท่าไร?

สมัยเรียนชั้น 3 เดือน เดือนสุดท้าย การรู้จักเพื่อนสนิทเป็นสิ่งที่ใครๆก็ไม่มีใครอยากพลาด ดังนั้น การถอยห่างหรือการแยกตัวออกจากกันทำให้เพื่อนบางคนรู้สึกว่าเรารู้สึกแบบนั้นไม่จริงเลย... แต่ความจริงแล้วการตัดสินใจของเธอไม่ใช่เรื่องง่าย และต้องอาศัย ใจไว้ดูแลความรู้สึกของเธอด้วยเช่นกัน... ไม่ใช่เพราะความรักของเธอ

อย่าเพิ่งโกรธเธอหรือคนอื่น เป็นเรื่องที่ยาก และจะง่ายก็ในเวลาที่คุณได้คุยกับเธอจริงๆ และคุยกันบ่อยๆ และอย่าลืมที่จะหาเพื่อนใหม่ให้เร็วที่สุด

ขณะที่เพื่อนบางคนเป็นเพื่อนที่ดีต่อเรา... แต่คนอื่นบางคนก็ไม่ใช่... เมื่อเวลาผ่านไป เพื่อนบางคนก็อาจจะหายไป... แต่เพื่อนบางคนก็อาจจะอยู่กับเราไปตลอดชีวิต... ดังนั้น เราต้องเรียนรู้ที่จะรับมือกับทุกสถานการณ์ที่เกิดขึ้น... และอย่าลืมที่จะหาเพื่อนใหม่ให้เร็วที่สุด

เพื่อนบางคนก็เป็นเพื่อนที่ดีต่อเรา... แต่คนอื่นบางคนก็ไม่ใช่... เมื่อเวลาผ่านไป เพื่อนบางคนก็อาจจะหายไป... แต่เพื่อนบางคนก็อาจจะอยู่กับเราไปตลอดชีวิต... ดังนั้น เราต้องเรียนรู้ที่จะรับมือกับทุกสถานการณ์ที่เกิดขึ้น... และอย่าลืมที่จะหาเพื่อนใหม่ให้เร็วที่สุด

กำลังใจดีสุดเมื่อเพื่อนอกหัก

“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”
“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”
“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”
“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”
“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”
“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”
“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”
“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”
“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”
“เธอเป็นเพื่อนที่ดีมาก...”

ภาพที่ 4.3 การจัดหน้าของนิตยสารคลีโอแบบจัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่อง พร้อมการแสดงความคิดเห็นและภาพประกอบ

4.1.3.4 จัดเป็นลักษณะการแสดงความคิดเห็นสั้นๆ พร้อมภาพประกอบ



ภาพที่ 4.4 การจัดหน้าของนิตยสารคลีโอในลักษณะการแสดงความคิดเห็นสั้นๆ พร้อมภาพประกอบ

4.1.3.5 จัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่อง โดยเน้นรูปภาพ พร้อมคำอธิบายภาพ



ภาพที่ 4.5 การจัดหน้าของนิตยสารคลีโอแบบจัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่องโดยเน้นรูปภาพ พร้อมคำอธิบายภาพ

4.1.4 การใช้ภาพประกอบ

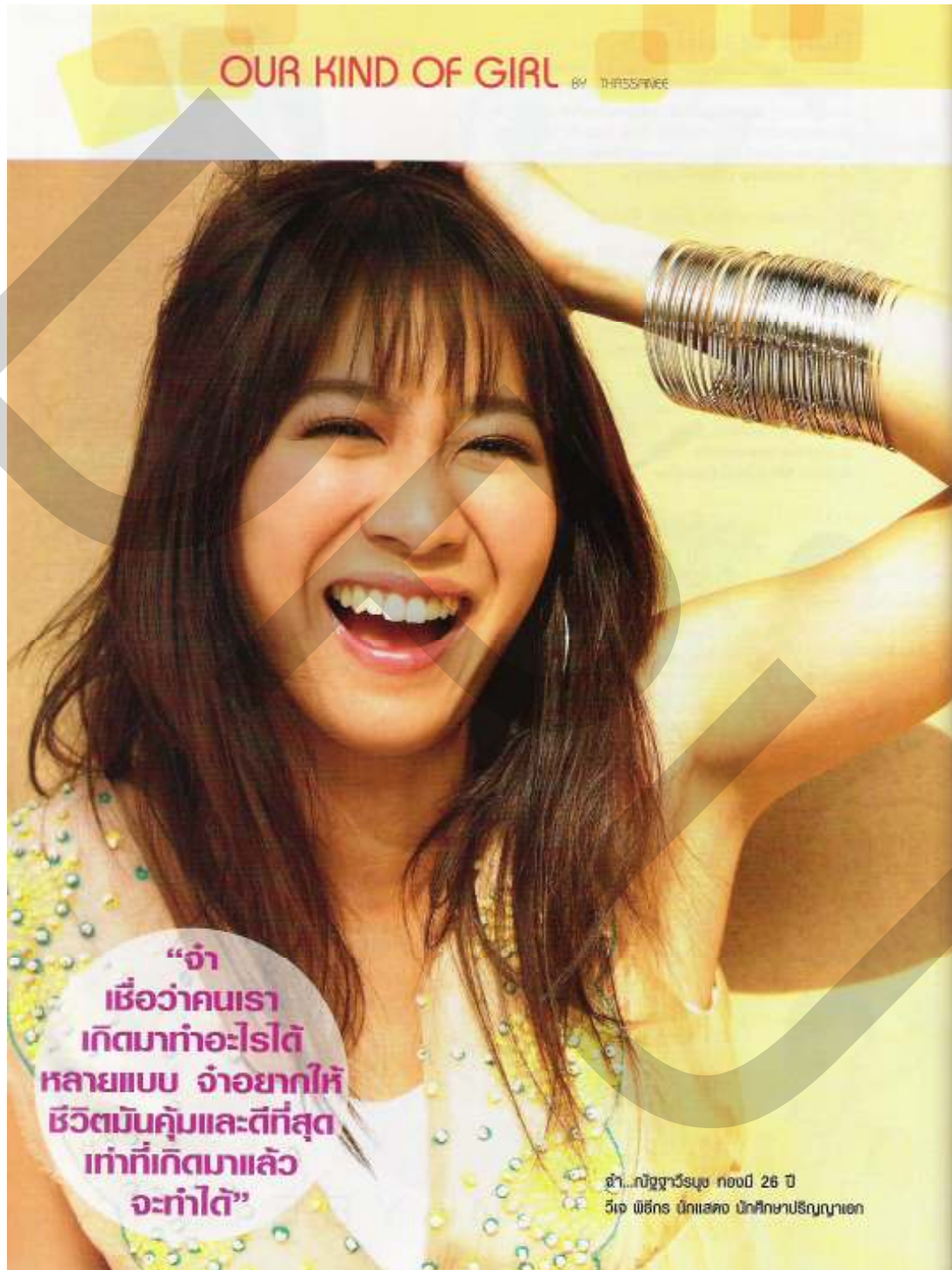
การเลือกใช้ภาพประกอบในนิตยสารคลีโอ จะเลือกใช้ให้เข้ากับเนื้อหาที่น่าสนใจ และเนื่องจากเป็นนิตยสารหัวนอก การใช้ภาพบุคคลมาประกอบจึงมักจะใช้ภาพของชาวต่างชาติ บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ ได้ให้ความเห็นไว้ว่า

“จะอ่านเรื่องในแต่ละหน้าให้เข้าใจก่อน และก็มาหาภาพให้เข้ากับเรื่อง ก็ตัดสินใจว่าเอารูปฝรั่งดีกว่า ไม่งั้นจะออกมาเป็นแนวเอเชียเกินไป” (สุวรรณี คอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

โดยภาพประกอบที่ใช้ในการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวกับหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ สามารถแบ่งได้ 5 รูปแบบ ดังต่อไปนี้

- 4.1.4.1 การใช้ภาพเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน
- 4.1.4.2 การขยายความจุดใดจุดหนึ่งในบทความ
- 4.1.4.3 การเล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์เป็นลำดับๆ ประกอบกับภาพประกอบอื่นๆ
- 4.1.4.4 การใช้ภาพเพื่อช่วยให้ผู้อ่านได้พักสายตาจากการอ่านและเกิดความหลากหลาย
- 4.1.4.5 การใช้ภาพหลายๆภาพโดยอาศัยเพียงคำประกอบภาพ

4.1.4.1 การใช้ภาพเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน



ภาพที่ 4.6 การใช้ภาพประกอบของนิตยสารคลีโอเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน

4.1.4.2 การขยายความจุดใดจุดหนึ่งในบทความ

HEALTH REPORT BY INDIAN ROSE

5 นิสัยแย่ๆ ต้นเหตุทำให้มีลูกยาก

เรื่องนี้จะดีลูกอาจ
ยังอีกนานสำหรับคุณ
แต่สิ่งที่คุณทำอยู่ตอนนี้
สามารถทำลายโอกาส
ตั้งครรภ์ในอนาคต

1 มีเชิ็กซ์ไม่ ปลอดภัย

คุณน่าจะรู้ดีว่าการมีเชิ็กซ์โดยไม่ใส่ถุงยาง
เป็นเรื่องไม่ควรทำอย่างยิ่ง แต่อยู่บ้างที่เรา
รู้สึกผิดกับการฉีดยาคุมหรือใส่ยาและบอกกับ
ตัวเองว่าไม่เป็นไร ปัญหาคือคุณกำลังคิดเชิ
โรคจากการร่วมเพศ จะเกิดปัญหาในระบบ
สืบพันธุ์ของคุณ เหมือนบอกว่า เชิโรคต่างๆ
เช่น เชิคลาโมเนีย หงตงใน ซฟิลิส อาจทำให้
ท่อนำไข่อักเสบ ตัดชีวิต และเป็นอันตรายได้ ถ้า
ท่อนำไข่เสียหายถาวร คุณต้องใช้วิธีผสม
เทียมในหลอดแก้วเพื่อจะมีลูกในอนาคต



2 น้ำหนักขึ้นๆ ลงๆ

ถ้าคุณผอมแห้ง หรือเป็นโรคอ้วน นี่เป็นอีก
เหตุผลหนึ่งสำหรับการมีลูกยาก การ
รักษาน้ำหนักตัวได้ใกล้เคียงกับน้ำหนักที่
เหมาะสมกับความสูงจะเพิ่มอัตราการความ
ไม่สมบูรณ์ของออร์แกนที่อาจเกิดขึ้นได้ โรค
อ้วนจะกระตุ้นต่อการตกไข่ ลดศักยภาพใน
การสืบพันธุ์ และเพิ่มความเสี่ยงต่อโรค
แทรกซ้อนระหว่างตั้งครรภ์ การออกกำลังกาย
และการไดเอทอย่างเหมาะสมไปที่มีผลเสียต่อการ
ตกไข่ด้วย ช่วงตั้งครรภ์น้ำหนักที่ไปได้
คือการเพิ่มน้ำหนักหรือลดน้ำหนักอย่าง
ถูกต้อง แพทย์ที่คิดว่าวิธีรักษาหรือสร้างให้
ได้สัดส่วนตั้งแต่ตอนนี้ ดีกว่าปล่อยให้จบ
สายเกินไป

3 ใช้วิธีคุมกำเนิดพิศ

แน่นอนว่ามีผู้หญิงจำนวนมากหันมาใช้วิธีคุมกำเนิดที่ปลอดภัย แต่บ่อยครั้งวิธีต่างๆ
ของคุณกำเนิดไม่ควรรู้จักวิธีอื่นในเมื่อมีลูกหรือผู้หญิงที่เสียต่อการตีฟอยล์ของ
สเปิร์มหรือไข่ เหมือนบอกว่าช่วงคุมกำเนิดมีความเสี่ยงสูงที่จะเป็นโรคสูงเช่นกรวยอักเสบ ซึ่ง
อาจทำให้เป็นหมันกับสเปิร์มได้รักษา และอย่าลืมคำใบ้แนะนำกับเครื่องที่เกี่ยวกับคุมกำเนิด
ปัญหาบางอย่างเกิดขึ้นเมื่อผู้หญิงที่คุมกำเนิดเป็นประจำเดือนมาไม่ปกติ เช่น ประจำเดือนมาไม่ตรง
อีกครึ่งเมื่อคุณหยุดคุมกำเนิดและอาจต้องใช้วิธีทางการแพทย์แก้ไขปัญหานี้

4 ต้มเหล้า สูบบุหรี่ และใช้ยาเสพติด

แอลกอฮอล์ โทเคน ฝิ่น และบุหรี่ต่างก็เป็น
อันตรายต่อระบบสืบพันธุ์อย่างที่เราทุกคน
บางคนอาจต้องเพราะสิ่งเหล่านี้ แต่ทางที่
ที่สุดคือหลีกเลี่ยงสิ่งเหล่านี้ตั้งแต่ต้น ผล
กระทบของการเอทานอลที่มากเกินไปคือ
คุณภาพของไข่จะแย่ และเสี่ยงต่อการตั้งครรภ์
ขึ้น แม้ยังลดความต้องการทางเพศ และ
ทำให้ฮอร์โมนสืบพันธุ์เปลี่ยนแปลง สร้าง
ความแปรปรวน ซึ่งอาจทำให้มีลูกยากใน
อนาคต

5 เลื่อนการ มีลูกออกไป

คุณอาจตั้งใจไว้กับการแต่งงานและเลี้ยงดู
ของลูก แต่อย่าเข้าใจผิดคิดว่าลูกจะเกิด
เมื่อไรก็ได้ต้องการ โอกาสของการตั้งครรภ์จะลด
ลงไปตามวัยโดยเฉลี่ยหลังจากอายุ 35 ปี ผู้หญิงอายุ
ไม่ยี่ 30 ปี มีเพียงครึ่งเดียวโอกาสตั้งครรภ์ 20% ใน
แต่ละเดือน แต่เมื่ออายุ 40 โอกาสนั้นจะลดเหลือ
5% ในทางสัตววิทยาแล้ว ช่วงเวลาที่ดีที่สุดคืออายุ
20 ปี แต่เป็นช่วงเวลาที่ขัดแย้งกับปัจจัยทาง
สังคมเศรษฐกิจ อาจไม่มีรถ "เวลาเหมาะสม"
สำหรับการมีลูก มีที่ "สายเกินไป" สำหรับ

142

ภาพที่ 4.7 การใช้ภาพประกอบของนิตยสารสตีโอเพื่อขยายความจุดใดจุดหนึ่งในบทความ

4.1.4.3 การเล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์เป็นลำดับๆ ประกอบกับภาพประกอบอื่นๆ

DAY IN A LIFE BY THE GMM

หนึ่งวันทำงานของสาวเก่งกราฟฟิก




ทุกๆ เช้าที่เราเจอการจราจรติดขัด ก็จะต้องเพิ่มตัวจราจรรถทำหน้าตัวอย่างแข็งขัน เพื่อให้การจราจรคล่องตัวที่สุด และถ้าเราหิวมาเปรี้ยวเทียบกับงานดู เมื่อไรจนคิดชีวิตไม่คล่องตัว จะมีใครมาจัดการตรงนี้ได้บ้างไหม? คำตอบคือกราฟฟิก ตำแหน่งที่คอยอำนวยความสะดวกให้งานสื่อได้คล่องตัว วันนี้ ไอ้-เกศรินทร์ บัญชานนท์ กราฟฟิกสาวของบริษัทที่ดูแลสื่อโฆษณาต่างๆ ของรถไฟฟ้าใต้ดิน จะหยุดฝึกฝนทริคของเธอมาคุยกับเรา

ได้ดิบได้ดีกว่า แล้วมาปรับงานที่ไอ้-เกศรินทร์เป็นสายงานด้านกราฟฟิก เราต้องควบคุมการขึ้นรถ ขึ้นงานที่อยู่ในระยะเวลาของเรา ซึ่งถ้าเราออกแบบอาร์ตเวิร์คของฝ่ายกราฟฟิก ส่งไปบนแพลตฟอร์ม ประสานงานกับโรงพิมพ์ ออกไปบนลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าตรวจงานก่อนส่งต่อลูกค้าไปลูกค้าที่จริง และสุดท้ายคือคอนซูเมอร์คิดคิงในเน็ต **เทคนิคเฉพาะตัว :** ต้องสำคัญงานให้ดีและประสานงานให้ถูกอย่างเข้าที่ เข้าใจบทบาทหน้าที่ดีและรวดเร็ว

เรื่องสนุกของงาน : ได้รู้จักคนหลายระดับ หลายหลาย ทำทุกอย่างสามารถในกรณีฉุกเฉินทางหน้า และได้ทำงานที่เรานำมันขึ้นมาดีและมันอยู่แล้ว **ถ้าถ้า ไม่มีกราฟฟิก :** คงวนวาย เพราะไม่ได้ส่งผลงานประสานงาน ไม่ได้ตัวกันนะ ฝ่ายต่างๆ ที่ทำงานเกี่ยวข้องคงจะเดือดร้อนมากเป็น **กราฟฟิกที่ดี :** ต้องรู้จักกระบวนการทำงานว่าใช้เวลาตามแค่ไหน จะคุมได้อย่างไร แต่ถ้ามีชิ้นงานบ้างก็ได้เนียบ ต้องเนียบสับสันต์คอยงานรู้เรื่อง มีไหวพริบในการแก้ไขปัญหาการแก้ปัญหาหน้า ใจเย็น รองรับความคิดเห็นได้ดี และนิสัย **แนะนำกราฟฟิกมือใหม่ :** สิ่งสำคัญที่สุดของคนที่อยากทำงานด้านนี้ต้องมีพื้นฐานไม่เบรกงานที่เราจะทำ คือ รู้ระบบของงาน ดูผลงานเป็น ประสานงานได้ดี คือความรู้ ประสบการณ์ที่เราเอาไปเรื่อยๆ ถ้ายังไม่ประสบความสำเร็จก็หาประสบการณ์ได้

ทัศนคติไหน ก็จับไว้ก่อน

วันทำงานก็ใจกัน

โทรศัพท์โทรแก้จนไฟดับ

เริ่มต้นบทจาก : ตัวความที่เริ่มด้านกราฟฟิกมา ทำให้เรามีทักษะและรู้ระบบการผลิต นอกจากนี้เราเป็นคนชอบดูแลเรื่องงานของเรา และนี่แหละงานสำคัญจัดการมากว่า ทำให้เรารู้ว่างานนี้ต้องทำอะไรทุกส่วนงานเรื่องอาร์ต และคุยงานกับลูกค้าให้สะดวก **หนึ่งวันของกราฟฟิก :** หลักๆ เป็นการทำงานควบคู่เวลาในการทำงาน เป็นตัวประสานระหว่างลูกค้า ฝ่ายของเราและฝ่ายอื่นๆ หลายต่อ คือรับงานจากเอเจนซีไปขายคืนกับลูกค้าของรถไฟฟ้า

Tip **จับสำคัญงานยุ่งให้อยู่หมัด**
 สิ่งที่ต้องระวังคือเมื่อไหร่ที่เราทำงานยุ่งเกินไป เราต้องระวังเรื่องเวลาของเราให้ดี เราต้องดูสิ่งที่สำคัญก่อนว่า เราควรทำอะไรก่อน แล้วค่อยทำอะไรทีหลังๆ ไม่ใช่ทำอะไรไปเรื่อยๆ เราต้องมองว่าสิ่งที่ต้องทำก่อนแล้วค่อยทำอะไรทีหลังๆ... ถ้าเราทำงานยุ่งเกินไป เราต้องระวังเรื่องเวลาของเราให้ดี เราต้องดูสิ่งที่สำคัญก่อนว่า เราควรทำอะไรก่อน แล้วค่อยทำอะไรทีหลังๆ... ถ้าเราทำงานยุ่งเกินไป เราต้องระวังเรื่องเวลาของเราให้ดี เราต้องดูสิ่งที่สำคัญก่อนว่า เราควรทำอะไรก่อน แล้วค่อยทำอะไรทีหลังๆ...

ภาพที่ 4.8 การใช้ภาพประกอบของนิตยสารคดีไอเพื่อการเล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์เป็นลำดับๆ ประกอบกับภาพประกอบอื่นๆ

4.1.4.4 การใช้ภาพเพื่อช่วยให้ผู้อ่านได้พักสายตาจากการอ่านและเกิดความหลากหลาย

คนที่ไม่ได้มอง

ดูจ้างมาหลายคนแล้วแต่ทำไมจะทำงานไม่ได้สักวัน... ผมทำงานมาหลายคนแล้วแต่ทำไมจะทำงานไม่ได้สักวัน... ผมทำงานมาหลายคนแล้วแต่ทำไมจะทำงานไม่ได้สักวัน...

แต่ดูจ้างที่หลายคนคิดว่าเมื่อไรจะทำงานได้สักวัน... ผมทำงานมาหลายคนแล้วแต่ทำไมจะทำงานไม่ได้สักวัน... ผมทำงานมาหลายคนแล้วแต่ทำไมจะทำงานไม่ได้สักวัน...

ถ้าจ้างมาใหม่เล่นงานคุณดูเด็ด ให้เวลาอย่างน้อยสักสองเดือนก่อนจะตัดสินว่าเขาเล่นงานคุณเพราะไม่ถูกชะตาส่วนตัวหรือเพราะผลงานคุณ

มีชัย ฤชุพันธุ์ กรรมการกฤษฎีกาจะผ่านไปในที่สุด และสุดท้ายก็จะพ้น การขอเพิ่มในการต่อสู้คดีของอัยการไม่ว่าจะคดีในศาลฎีกาคุณเป็นฝ่ายชนะสงครามในที่สุดไม่ว่าก็ตาม

ลูกน้องสมบูรณ์แบบ
Ed Sykes(www.thesykesgrp.com)
มาบอกเราว่าลูกน้องแบบไหนที่เจ้านายรัก

1 แสดงความนับถือ : ผู้ที่ขยันขันแข็งกว่าคนอื่นคือคนที่มีความภาคภูมิใจของเรามากกว่าคนอื่น...
2 มีความรู้ : ยิ่งรู้มาก ยิ่งดี...
3 การสื่อสาร : ลูกน้องที่ดีคือการสื่อสาร...
4 คำชม : ชมเชยบ่อยๆ...
5 รับผิดชอบ : รับผิดชอบ...
[๒]

276
MARCH

ภาพที่ 4.9 การใช้ภาพประกอบของนิตยสารคลีโอเพื่อช่วยให้ผู้อ่านได้พักสายตาจากการอ่านและเกิดความหลากหลาย

4.1.4.5 การใช้ภาพหลายๆภาพโดยอาศัยเพียงคำประกอบภาพ



ภาพที่ 4.10 การใช้ภาพประกอบหลายๆภาพของนิตยสารคลีโอโดยอาศัยเพียงคำประกอบภาพ

ในส่วนของการวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกองบรรณาธิการคลีโอ พบว่ามีเกณฑ์ในการคัดเลือกเรื่อง ดังนี้

4.1.5 เกณฑ์ในการคัดเลือกเรื่อง

นิตยสารคลีโอฉบับแรกวางแผงเมื่อเดือน กุมภาพันธ์ 2540 โดยบรรณาธิการคนแรก คือ คุณรัชยา ทองคงเย่า การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารคลีโอในช่วงนั้นมีการแปลเนื้อหาจากต่างประเทศ ประมาณร้อยละ 70 และจากของไทยร้อยละ 30

หลังจากนั้นในปี 2543 โดยบรรณาธิการคนที่สองและคนปัจจุบัน คุณสุพิชา สอนคำริห์ นิตยสารคลีโอได้มีการใช้เนื้อหาจากต่างประเทศเป็นสัดส่วนที่ค่อนข้างมากในช่วงแรกของการทำงาน แต่ต่อมาก็ได้มีการใช้เนื้อหาของไทยเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ บรรณาธิการได้ให้ความเห็นว่า

“เมื่อก่อนตอนปีแรกที่มาทำงานทางนายพี่เขาจะบอกว่าเอาจากของต่างประเทศมาสัก 70 เปอร์เซ็นต์ แต่ตอนนี้พี่แทบจะไม่เลย อาจจะเอามาในลักษณะของการจัดหน้า การวางมา” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารคลีโอจะยึดถือคนในท้องถิ่นที่สำคัญ คือมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับท้องถิ่นๆ ประกอบกับผู้หญิงไทยกับผู้หญิงตะวันตกก็จะมีนิสัยและการใช้ชีวิตที่ไม่เหมือนกัน

กองบรรณาธิการได้ให้ความเห็นว่า

“ลักษณะของคลีโอเรียกว่า ปรับเปลี่ยนตามท้องถิ่นๆ โดยที่ยังคงความอินเตอร์เนชั่นแนล อยู่ เนื้อหาเนี่ยจะต้องยึดถือคนในท้องถิ่นๆ เป็นสำคัญด้วย” (สวรัย พิภุชฉานนท์, ชับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“คนอ่านที่เป็นผู้หญิงไทยก็ไม่เหมือนกับผู้หญิงตะวันตกเลย ผู้หญิงไทยจะนุ่มนวล มีความเป็นครอบครัว รักเพื่อน มีน้ำใจ แต่ผู้หญิงตะวันตกเขาจะแบบ อีสาระกันมาก เพราะฉะนั้นเนื้อหาของเราย่อมไม่เหมือนกันอยู่แล้ว” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

ถึงแม้ว่านิตยสารคลีโอมีต้นกำเนิดอยู่ที่ประเทศออสเตรเลีย แต่เนื้อหาที่นำมาแปลและเรียบเรียงนั้นจะนำมาจากนิตยสารคลีโอของประเทศอื่นๆ ด้วยซึ่งได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ มาเลเซีย หรือไต้หวัน แต่ทั้งนี้สิ่งที่นิตยสารคลีโอของทุกประเทศเหมือนกันก็คือ ลักษณะการใช้สี และรูปเล่ม

กองบรรณาธิการนิตยสารคลีโอ ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“ที่เลือกมาของต่างประเทศ ไม่ใช่ของออสเตรเลียอย่างเดียว จะมีของสิงคโปร์ มาเลเซีย และไต้หวันด้วย การเลือกก็จะมาจากเนื้อหาที่น่าสนใจที่เกี่ยวกับผู้หญิง” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“เนื้อหาของต่างประเทศอาจจะเอามาจากประเทศสิงคโปร์ ออสเตรเลีย มาเลเซีย เราจะต้องเลือกมาว่าอันไหนที่มันเหมาะกับบ้านเรา” (สวรรค์ พิภพชานนท์, ซับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

ในปัจจุบันการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารคลีโอประเทศไทยนั้น กองบรรณาธิการของไทยจึงมีการเขียนขึ้นมาเองเป็นส่วนใหญ่ โดยจะมีสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่ของต่างประเทศไม่ได้เข้ากับความเป็นอยู่ของสังคมไทย และอีกประมาณร้อยละ 20 จะเป็นเนื้อหาของต่างประเทศ โดยเรื่องที่น่าสนใจนั้นก็จะมีมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับคนไทย สังคมไทย และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยมากยิ่งขึ้น

กองบรรณาธิการได้ให้ความเห็นว่า

“เนื้อหาจากประเทศออสเตรเลียตอนนี้ อาจจะประมาณหนึ่งเรื่อง เพราะว่าตอนนี้เนื้อหาของเขาจะค่อนข้างไปทางเรื่องเซ็กซี่ซะเยอะ อย่างเมื่อก่อนเขาอาจจะมีเรื่องเกี่ยวกับทำงานบ้าง แต่เดี๋ยวนี้ไม่มีเลย เนื้อหาที่เอามาอาจจะเป็นเรื่องความสัมพันธ์ ที่เอาไอเดียของเขามา แล้วเรามาทำเรื่องใหม่ เนื้อหาของไทยตอนนี้เกิน 80 เปอร์เซ็นต์แน่ๆ ในทุกฉบับ” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“เนื้อหาของไทยเกือบจะประมาณ 80-90 เปอร์เซ็นต์ อย่างเรื่องที่เป็นเรื่องแปล เราก็จะมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับคนไทยมากขึ้น เช่นอย่างที่มีสัมภาษณ์คุณหมอ เราก็จะสัมภาษณ์คุณหมอกคนไทย และก็เป็นที่มันเกี่ยวกับคนไทยมากขึ้น คือจะไม่ได้มาแปล 100 เปอร์เซ็นต์ปะ” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“บางเรื่องอย่างของออสเตรเลียนี้จะเซ็กซี่จ๋า มันก็อาจจะไม่เหมาะกับชีวิตการเป็นอยู่ของบ้านเรา แต่คลีโอของทุกประเทศก็จะมีเหมือนกัน อย่างลักษณะการใช้สี ลักษณะรูปเล่มมันก็จะเหมือนกัน มันต้องมีความเหมือนกัน เพราะถ้าเราไปหยิบคลีโอที่ประเทศอื่นแล้วลักษณะรูปเล่มไม่

เหมือนกัน เราก็จะเอ๊ะ ทำไมไม่เหมือนกัน” (สวรัย พิภษณานนท์, ซับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

ทั้งนี้วิธีการคัดเลือกเรื่องจะประกอบไปด้วยปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้

4.1.5.1 องค์ประกอบต่างๆของกองบรรณาธิการ

1) การวางแนวคิดหลัก

กองบรรณาธิการนิตยสารคลีโอจะมีการวางแนวคิดหลักไว้ล่วงหน้าตลอดทั้งปีว่าในแต่ละเดือน จะมีเรื่องหลักๆอะไรบ้าง และก็จะมีการประชุมกันอีกครั้งถึงรายละเอียดในแต่ละเล่ม โดยเนื้อหาจะต้องมีความน่าสนใจ และหลากหลาย เป็นเรื่องในทุกๆด้านของผู้หญิง ซึ่งจะประกอบไปด้วยเรื่องแฟชั่น ความงาม ความรัก ความสัมพันธ์ สุขภาพ งาน เงิน และท่องเที่ยว

กองบรรณาธิการนิตยสารคลีโอได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“จะมีการวางแนวความคิดหลักเป็นปีๆ อย่างเดือนที่แล้วก็ทำของปีหน้าเสร็จหมดแล้ว ว่าในแต่ละเดือนเราจะมีเรื่องหลักๆอะไรบ้าง เรามีไอเดียอะไรเจ๋งๆ อะไรที่จะมาใส่เป็นเฮดไลน์ ถ้าสังเกตในคลีโอจะเห็นว่ามันจะมี 10 กว่าหน้าเลขที่เป็นเรื่องเดียว เช่นเดือนที่แล้วที่ทำเรื่องเกี่ยวกับบอห์กเก็อบ 10 หน้า บิวตี้ ฮอลล์ ออฟ เฟม (Beauty Hall of Fame) 20 หน้า อันนี้จะเป็นเรื่องหลักในเล่ม และพีก็จะมีย่อยๆ ที่มันน่าสนใจใส่เข้าไป แล้วพอมันถึงตอนนั้นก็ปรับเปลี่ยนได้ ถ้าตอนนั้นมันไม่อินแล้ว” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“การทำงานของคลีโอ พอจบเล่มปุ๊บ เปิดเล่มใหม่จะมีการรวบรวมความคิดเห็นที่ว่าอยากทำอะไรในแต่ละส่วนของตัวเอง แล้วเรื่องไหนน่าทำ มันจะมีความรับผิดชอบในแต่ละคอลัมน์ของตัวเองอยู่แล้ว พีก็จะดูแลคอลัมน์ สุขภาพ ท่องเที่ยว เรื่องการทำงาน เรื่องเงิน และก็จะมียุทธศาสตร์พิเศษในแต่ละเล่ม เช่นอยากทำเรื่องช้อปช้อปปิ้งคือผู้หญิงที่บ้าช้อปปิ้งมากๆ” (สวรัย พิภษณานนท์, ซับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“ต้องดูแลแต่ละเล่มว่าเป็นแนวไหน เน้นเรื่องเกี่ยวกับอะไร เพื่อที่จะรับผิดชอบหน้าของนิตยสาร คู่มือโดยรวมของแต่ละนิตยสาร อย่างสมมุติว่าถ้าเล่มนี้ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงาน พีก็จะดูแลเป็นแนวที่ไม่ต้องสนุกมากนัก ไม่ต้องจูดจาดมากนัก แต่ถ้าเกิดเล่มนี้เป็นแนวแฟชั่น ก็จะทำให้ดูให้เปรี้ยวขึ้นมา คือให้มันไปกันได้ แล้วก็ดูแลส่วนไหนก็ตาม ไม่ว่าจะแฟชั่น ความงาม หรืออะไรก็แล้วแต่ รวมถึงทำหน้าที่ปกของนิตยสาร” (สุวรรณีย์ ดอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“ส่วนใหญ่ชื่อคอลัมน์มันก็บอกอยู่แล้วว่าเกี่ยวกับเรื่องอะไร ก็จะทำให้มันอยู่ในกรอบของคอลัมน์นั้นๆ ส่วนบทความพิเศษของแต่ละฉบับจะมีการมาคุย มาประชุมกันกับกอง กับนักเขียนทั้งหมดว่าเดือนนี้อยากเขียนเรื่องอะไรกัน ใครมีไอเดียอะไรก็จะนำมาเสนอ” (ปารมี สุวรรณสิทธิ์, ผู้เขียนบทความ, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

“เนื้อหาส่วนใหญ่จะมาจากการประชุม ว่าในช่วงนั้นเรามีเรื่องอะไรสนใจ ใครอยากทำเรื่องอะไร หรือว่าช่วงนี้รู้สึกยังไง คือส่วนใหญ่จะมาจากสิ่งต่างๆรอบตัว สิ่งของตัวเองเจอ หรือสิ่งที่เพื่อนๆเราเจอ บางทีก็จะมีจดหมายจากคนอ่านเข้ามา ทุกอย่างจะมาประกอบๆกัน เราก็จะดูว่าแต่ละเดือนจะทำอะไร แต่เรื่องราวก็ต้องมีความหลากหลาย จะไม่เน้นเรื่องความรักอย่างเดียว หรือเรื่องอะไรอย่างเดียว ก็จะมีทุกส่วนประกอบกัน พอได้แนวคิดหลักแล้วก็จะมาวางรายละเอียดปลีกย่อยว่ามีอะไรบ้าง” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

2) ภาพตัวแทนของนิตยสาร

นิตยสารคลีโอได้มีการวางภาพตัวแทนและบุคลิกเปรียบเทียบกับผู้หญิงคนหนึ่งที่มีมองโลกในแง่ดี เข้าใจในการใช้ชีวิต ร่าเริง สนุก มีความสุข มนุษย์สัมพันธ์ดี เปิดรับสิ่งใหม่ๆ และสนใจโลกภายนอก ทั้งนี้ภาพลักษณ์ที่วางไว้ได้สะท้อนออกมาทางเรื่องราวที่นำเสนอ กองบรรณาธิการนิตยสารคลีโอได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“คลีโอเป็นผู้หญิงสนุก มองโลกแง่ดี ฉลาดในการใช้ชีวิต คือ ทุกข์ก็ได้ไม่เป็นไร ก็เข้าใจว่ามันทุกข์ประเดี๋ยว แต่เดี๋ยวฉันจะมีความสุขแล้วนะ และเขาก็จะมีวิธีการจัดการกับความทุกข์ได้ คลีโอเป็นผู้หญิงตาใส แล้วก็ ขำๆ ก็ขำได้ และก็เป็นผู้หญิงที่ชอบที่จะให้ มีอะไรดีก็จะให้ห่อหุ้มให้เพื่อน ให้แม่ เป็นผู้หญิงไม่เยอะเกินไป ไม่น้อยเกินไป เบี้ยวบ้างก็ได้ ขำ สนุก สนุก สนุก สนุกๆ แต่ไม่ไร้สาระ” (สุพิชา สอนคำรื้อ, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“เป็นผู้หญิงที่แฮปปี้ มีความสุข มองโลกในแง่ดีเนี่ยสำคัญมาก คือเป็นคนที่มีชีวิตหลากหลายมาก คือรักสวยรักงาม รักสุขภาพ สนใจโลกภายนอก เฟรนด์ลี่ เช่กซี่ กำกั้นเล็กน้อยในตัว” (สววรรษ พิภพฉานนท์, ชับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“ภายนอกจะเป็นคนที่ยิ้มร่าเริง มีความสุข เป็นที่ปรึกษา เป็นพี่สาว สมมุติว่าในกลุ่มเพื่อน ผู้หญิงคลีโอจะมีเพื่อนมาปรึกษาเขาบ่อยๆ อาจจะเป็นเรื่อง เอ๊ะ เธอฉันแต่งตัวอย่างไรดีริ้งฉันแต่งตัวสวยไหม ฉันจะไปสมัครงานที่ไหนดี ช่วงนี้นั้นรู้สึกว่ามันอ้วนจังเลย จะไปออกกำลังกายที่

ไหนดี คือผู้หญิงคลีโอจะเป็นแนวรอบรู้แต่ไม่ใช่แนวก้าวร้าว ที่มีความมั่นใจเกิน วินแคว ผู้หญิงคลีโอจะเป็นคนที่ใครๆก็อยากอยู่ใกล้ ใครๆก็อยากคุยด้วย ในแง่ของความคิดจะเป็นคนที่มองโลกในแง่ดี มองทุกอย่างในแง่บวก ไม่ว่ามันจะเกิดอะไรขึ้น สมมุติในการทำงานมีอุปสรรค เขาก็จะสามารถคิดออกมาเป็นมุมมองในแง่ดี และก็สร้างให้เป็นพลังให้ตัวเอง ว่าโอเคมันก็แค่อุปสรรคเดี๋ยวก็ผ่านไป” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“ผู้หญิงสไตล์คลีโอก็น่าจะเป็นคนที่เปิดรับอะไรมากขึ้น ไม่ได้เป็นกุลสตรีอะไร มากมายขนาดเมื่อก่อนแล้ว มีความมั่นใจ แต่ก็ไม่ใช่มั่นใจไร้สติ น่าจะรู้จักการแต่งตัว รู้จักมิกซ์แอนด์แมทช์ รู้จักการเลือกอะไรให้มันเหมาะกับตัวเอง” (ปารมี สุวรรณสิทธิ์, ผู้เขียนบทความ, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

3) เป็นเรื่องที่กำลังได้รับความสนใจ

เนื้อหาที่น่าสนใจจะเป็นประเด็นหรือเรื่องราวที่กำลังได้รับความสนใจในขณะนั้น กองบรรณาธิการนิตยสารคลีโอได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“จะเริ่มจากการนั่งประชุมกัน ว่าช่วงนี้มีประเด็นอะไรแรงๆ เช่น ช่วงนี้เห็นผู้หญิงแซดกันเยอะเหลือเกิน พอผู้หญิงไปแซดกับผู้ชายคนนึง แล้วก็ไปเป็นกิ๊กกับเขา ซึ่งในยุคแต่ก่อนมันไม่มีเลย ยุคพ่อแม่เรา หรือตอนที่เราเป็นเด็กก็ยังไม่เคยมีเลย แล้วทำไมตอนนี้มันเป็นอย่างนั้น” (สุพิชชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“ข้อมูลในการเขียนจะมารอบๆตัวว่า ตอนนี้เขากำลังฮิตอะไร มีกระแสอะไร อะไรกำลังน่าสนใจเป็นพิเศษ อะไรกำลังอยู่ในช่วงที่คนให้ความสนใจกันเยอะ หรืออาจจะดูจากเวปไซต์ก็มี” (ปารมี สุวรรณสิทธิ์, ผู้เขียนบทความ, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

4) แรงบันดาลใจของกองบรรณาธิการ

ในการเขียนบทความนั้นส่วนหนึ่งจะมาจากแรงบันดาลใจ จากเหตุการณ์ต่างๆ รอบตัว หรือสิ่งที่ใกล้ตัวของกองบรรณาธิการ เช่น การเจอเรื่องๆหนึ่งมาเกี่ยวกับตัวเอง กับเพื่อน กับคนรู้จัก หรือศึกษาจากกรณีที่เกิดขึ้นมาแล้วนำมาเป็นประเด็น โดยเรื่องราวที่นำมาเขียนนั้นจะเกี่ยวข้องกับชีวิตของผู้หญิงทั้งหมด

กองบรรณาธิการนิตยสารคลีโอได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“พี่ไปต่างประเทศ คือสวนดอกไม้ที่ฝรั่งเศส ก็ไปได้แรงบันดาลใจมาว่า เอ๊ะ ดอกไม้มันเป็นยาได้ตั้งเยอะ มันช่วยผู้หญิงได้เยอะมาก พี่ก็อาจจะมาทำเรื่องดอกไม้ คือเนื้อหามาจากโลกรอบตัวเรา มาจากผู้หญิงที่ในชีวิตมีทั้ง สุข ทุกข์ เหงา เศร้า แล้วเราทำไงให้เขาอยู่ในอารมณ์ปกติ มีความสุขได้ โดยการเอาสิ่งที่อยู่รอบตัวเขา ที่เขาจะสนใจเข้ามา” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“การเขียนบทความ พี่พยายามจะหาเรื่องอะไรที่อยู่ใกล้ตัว เรื่องอะไรที่อยู่ใกล้ตัว เราจะรู้สึก รู้ดีเทล (Detail) ก่อนข้างมาก สมมุติเรื่องความรัก เราก็จะถามจากคนรอบๆข้างก่อน คนในกองก็จะสามารถแทรกความคิดให้เราได้ และส่วนหนึ่งก็ได้จากการออกไปเจอคนอื่นๆ อย่างเวลาไปงาน ไปสัมภาษณ์ นอกจากเรื่องที่เราสัมภาษณ์เราก็จะคุยทั่วไป ถามเรื่องนั้น เรื่องนี้ บางทีการคุยกับคนหลายๆ เราจะได้ข้อมูลที่มาใช้ในการทำงานในคอลัมน์ได้” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการ บทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“มาจากรอบตัวเลยละ อย่างเช่นคุยกับคนๆหนึ่ง แล้วเกิดคิดเป็นประเด็นขึ้นมา เราก็จะไปตีออกเป็นเรื่องใหญ่ หรืออย่างเช่น เพื่อนผู้หญิงอยู่กับแฟน แล้วแฟนเป็นผู้ชายที่รับมืออยากมาก แต่เพื่อนเรายังทนอยู่ เราก็เอ๊ะแล้วเขาจะทนทำไม ก็จะมากคิดว่าในสังคมยังมีคนอย่างนี้อีกเยอะไหม เราก็หาเคสมาสักสามเคส เราก็จะหาเหตุผลว่า ทำไมเขาต้องทน แล้วถ้าไม่ทนจะต้องทำอะไร คือเหมือนกับว่าจากจุดหนึ่งจะต้องตีออกไปให้ได้ หรือพี่อาจจะไปไหน เจออะไร ก็อาจจะเอามาตีเป็นประเด็นออกมา” (สววรรษ พิภพชานนท์, ชับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

ในงานด้านศิลป์นั้นจะทำการค้นหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆ

“ก็จะค้นหาเทรนด์ใหม่ๆ กราฟฟิกใหม่ๆ ส่วนใหญ่แหล่งข้อมูลของพี่จะอยู่ที่ ทีซีดี ซี ซึ่งเป็นห้องสมุดอาร์ตอยู่ที่เอ็มโพเรียม ก็จะเป็นอาร์ตอย่างเดียวเลยทั้งห้องสมุด” (สววรรษย์ ดอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

5) ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ

การเสนอความคิดเห็นของกองบรรณาธิการก็เป็นอีกส่วนหนึ่งของเนื้อหา โดยจะไม่ได้เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของใครคนเดียว แต่จะเป็นความคิดเห็นที่มาจากหลายๆคน เป็นความคิดเห็นที่อยู่ในระดับที่เป็นกลาง รวมถึงความคิดเห็นที่เกี่ยวกับเรื่องราวของผู้หญิงยุคใหม่ด้วยเช่นกัน

ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการแต่ละท่านเกี่ยวกับผู้หญิงยุคใหม่ ก็ได้มีการสะท้อนผ่านออกมาทางเนื้อหาที่ต่างกันไปตามแต่ละบุคคล โดยจะมีการผสมผสานออกมาให้อยู่ในระดับที่พอดี เช่น การให้ผู้หญิงมีความชัดเจนในตัวเอง แต่ก็ยังเป็นผู้หญิงที่น่ารักมีกาลเทศะอยู่ กองบรรณาธิการได้ให้ความคิดเห็นว่า

“มีอยู่บ้างเหมือนกัน แต่ก็จะมีผู้หญิงยุคเก่าอยู่ เพราะว่าผู้หญิงยุคเก่าก็มีความน่ารักอยู่อย่างสิ้นเหลือ เช่น ยุคแม่ ยุคยายเรา ที่เขาสอนอะไรดีๆเกี่ยวกับการที่ให้เราเป็นสาวไทยที่เป็นกุลสตรีพวกนี้ ก็จะมีเรื่องราวเหล่านี้แทรกอยู่ มันเหมือนกับเอามาผสมผสานมากกว่า คือเราไม่ได้เป็นผู้หญิงยุคใหม่แบบมองไม่เห็นหัวใคร แบบฉันจะทำของฉันอย่างไง ฉันจะทำงานแบบนี้ไม่สนใจใคร เพื่อนฉันที่ทำงานด้วยกันเขาจะเกลียดฉันไหม อะไรอย่างเงี้ย ไม่ใช่จะกะ เราจะให้ผู้หญิงชัดเจนกับตัวเอง ในระดับที่น่ารักมากกว่า” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“ก็ค่อนข้างเยอะนะ อย่างเมื่อก่อนจะไม่มีผู้หญิงออกมาอยู่บ้านคนเดียว มาซื้อบ้านของตัวเอง แต่พอวันหนึ่งสมมุติที่ทำได้เนี่ย เราก็จะมาเขียนว่า เฮ้ยมันไม่ได้ยาก แต่คลีโอเนี่ยไม่แน่ใจว่าจะอะไรมันสะท้อนกันระหว่างคนกับหนังสือ แต่บอกได้เลยว่าหนังสือแต่ละเล่ม คาแรคเตอร์ของคนที่ทำจะไม่ต่างจากหนังสือ” (สุวรรณย์ พิภูษณานนท์, ชับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“มีการใส่เข้าไป แต่ก็ไม่ใช่ความคิดของเราคนเดียว จะมีการคุยกับหลายๆคน การเขียนบทความหนึ่งทุกอย่างจะไม่ได้มาจากตัวเองคนเดียว บางอย่างก็คุยกับเพื่อน ถามเพื่อนเพื่อให้แน่ใจว่าสิ่งที่เราจะเขียนไม่ได้เป็นความคิดของเราคนเดียว แล้วไปบอกทุกคนว่าต้องทำอย่างงี้ๆ คือเหมือนกับเป็นการแชร์ความคิดและข้อมูล ว่าถ้าเป็นแบบนี้เธอคิดกันยังไง คือที่นี้ค่อนข้างจะมีหลากหลายอายุ ก็จะดูว่า วัยที่กำลังเริ่มต้นทำงานคิดแบบนี้รีเปล่า อย่างเราทำงานมาหลายปีแล้ว เราคิดแบบนี้ วัยที่ตรงกว่านี้อีกเขาคิดแบบไหน เราก็จะค่อยเอามาผสมผสานรวมกัน เพื่อที่จะได้อะไรที่มันเป็นกลางๆ” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

นอกจากความเห็นของความเป็นผู้หญิงยุคใหม่จะสะท้อนออกมาทางเรื่องราวแล้ว การจัดหน้าก็จะต้องเพิ่มสิ่งใหม่ๆเข้าไปด้วย บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“ก็จะมีพวกกราฟฟิก ก็คือต้องไปหากราฟฟิกอะไรใหม่ๆที่เด็กวัยรุ่นสมัยนี้ชอบลายเส้นเท่ๆ เก๋ๆเพิ่มเข้าไปในงาน ไม่ใช่อ่านแล้วเดิมนๆไปเรื่อยๆ มันก็จะไม่น่าอ่าน” (สุวรรณย์ ดอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ จะเห็นได้จากบทความในหลายๆเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการที่ผู้หญิงมีความชัดเจนในความคิดของตัวเอง เปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ มีความมั่นใจในตัวเอง การใช้ชีวิตที่สามารถดูแลตัวเองได้ หรือเรื่องราวที่มาจากชีวิตจริงของผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงเรื่องของรูปลักษณ์ภายนอก ไม่ว่าจะเป็นการแต่งตัว หรือการแต่งหน้าที่เหมาะสมกับตัวเอง

กองบรรณาธิการได้ให้ความคิดเห็นต่อเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอไว้ว่า

“ผู้หญิงมั่นใจที่เขาทำสิ่งที่ตัวเองรักมาตั้งแต่ต้น จนเขาประสบความสำเร็จออกมา ก็จะมีเรื่องราวอย่างนี้อยู่เสมอเลย อย่างความสัมพันธ์นี้ก็เกี่ยวนะ คือเดี๋ยวนี้มีการหย่ากันเยอะนะ ก็เราก็จะมีเรื่องหนึ่งที่เสนอว่า ถ้าคุณไม่อยากหย่า คุณจะต้องทำยังไง เราจะดำเนินชีวิตยังไงดี จะมองโลกยังไงดี ก็เป็นการป้องกันเอาไว้ก่อนก็มีเหมือนกัน” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“เป็นเรื่องของความชัดเจนในความคิด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของอะไรก็แล้วแต่ การแต่งตัว การแต่งหน้า เรื่องชีวิต มุมมองการใช้ชีวิตจะชัดเจนมากขึ้น และก็จะทำให้คนอ่านรู้สึกได้ว่า สิ่งที่เขาคิดมา ถูกต้องแล้วนะ ทำเถอะ ให้ลงมือทำสิ อย่ามัวแต่ลังเลๆ เอ๊ยไม่ทำดีกว่า ฉันไม่กล้า” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“ที่ว่าทุกอย่างเลยนะ ตั้งแต่รูปลักษณ์ภายนอก เทรนด์แฟชั่นเรามีให้ตลอด บิวดีสวยยังไง ทำยังไง แล้วเราก็มีสวยแบบประหยัด ไม่ต้องเสียเงินมาก ในขณะที่เดียวกันเรามีการดูแลตัวเอง และที่สำคัญคือความคิด คือถ้าคนที่ไม่ได้อ่านคลีโอจริงๆ ก็จะพูดว่า เฮ้ยมันมีแต่ขายของวะ มีแต่เครื่องสำอาง แต่เขาไม่ได้อ่านบทความ ถ้าเป็นคนอ่านของเรา มีหลายครั้งเหมือนกันที่มีฟีดแบคกลับมาว่า พี่คะ จากเรื่องนี้ทำให้เราเป็นอย่างนี้ เพราะประโยชน์ในคอลัมน์นี้ ทำให้เขารู้สึกดีอย่างนี้ๆ คือมันเหมือนกับฟังเพลงอะ ที่บางทีมันตรงกับเรื่องตัวเอง ก็จะโดนขึ้นมา อ่านหนังสือก็จะเหมือนกัน ซึ่งก็ทำให้เราดีใจนะว่าอย่างน้อยเรื่องของเรามีผลต่อเขา ทำให้เขารู้สึกดีขึ้น” (สวรัย พิภูษณานนท์, ชับ-เอคิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“มันเป็นเรื่องผู้หญิงยุคใหม่สนใจ เราจะเสนอในสิ่งที่เขาอย่างรู้และต้องการทั้งหมด อย่างการแต่งตัว แฟชั่น การใช้เครื่องสำอาง การใช้ชีวิต ความรัก การทำงาน การรักษาสุขภาพ” (ปารมี สุวรรณสิทธิ์, ผู้เขียนบทความ, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

“เป็นผู้หญิงที่เปิดรับความรู้อะไรใหม่ๆ ค้นหาสิ่งใหม่ๆ ด้วยตัวเอง” (สุวรรณีย์ ดอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

6) จุดมุ่งหมายในการพัฒนาและปรับปรุง

กองบรรณาธิการมีจุดมุ่งหมายในการที่จะพัฒนาและปรับปรุงในด้านเนื้อหาให้มีความหลากหลายมากขึ้น ให้ผู้อ่านๆแล้วมีกำลังใจ มีความมั่นใจในตัวเอง เป็นตัวของตัวเอง เป็นคนที่อารมณ์ดี มีความน่ารักจากข้างใน ไม่ยึดติดกับรูปลักษณ์ภายนอก รวมทั้งสามารถอ่านแล้วนำไปใช้กับตัวผู้อ่านได้จริง และเป็นประโยชน์กับตัวผู้อ่านให้มากที่สุด

กองบรรณาธิการได้ให้ความคิดเห็นว่า

“ทำหนังสือให้คนอ่านเอาไปใช้ในชีวิตได้จริง และให้เกิดผลทำให้ชีวิตเขาดีขึ้น อย่างตอนนี้ผู้หญิงมีเยอะมาก เรื่องนี้อาจจะโดนคนนี้ ไม่โดนคนนี้ ที่มุ่งหวังคือให้โดนให้มากที่สุดให้ได้ ให้เขาอ่านแล้วมีกำลังใจ แล้วทำให้มีความสุขกันให้มากที่สุดเลย มันจะต้องหลากหลาย จะต้องตอบโจทย์ให้มันตรงๆหน่อย และในขณะที่เดียวกันก็ให้เขารู้สึกผ่อนคลายและสนุกด้วย” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“อย่างของปีหน้า ผู้หญิงคลีโอ จะเป็นผู้หญิงที่ชัดเจนขึ้นในทุกๆเรื่อง เป็นตัวของตัวเอง อย่างอ้วนก็สวยได้ ทำไมหละ ฉันทิดีอย่างอื่นหนี เช่นฉันทิดีเป็นคนน่ารัก ฉันทิดีเป็นคนอารมณ์ดี คือคนเรามีความน่ารักมากกว่ากายภาพ จะทำยังไงให้คนอ่านรู้สึกว่าเขาสวยได้ด้วยตนเอง มั่นใจได้ด้วยตนเอง” (สุวรรณีย์ พิภพฉานนท์, ชับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“เรื่องที่ยากพัฒนาก็คือ การให้มีความหลากหลายมากขึ้นกว่านี้ อยากให้สิ่งที่เรานำเสนอเป็นประโยชน์กับคนอ่านมากที่สุด ไม่ว่าจะเล่มไหนๆก็แล้วแต่ สมมุติเล่มเก่าๆก็เช่นกัน ถ้าหากย้อนไปเปิดดูก็ยังเป็นประโยชน์ ไม่ใช่แค่การเขียนไว้สาระแล้วก็ผ่านไป อยากให้เรื่องที่น่าเสนอไม่ว่าจะอ่านวันไหนก็ยังเป็นประโยชน์อยู่ เพียงแต่อยู่ที่ช่วงเวลาของคนอ่าน เช่น ถ้าหากเล่มนั้นมีเรื่องราวเกี่ยวกับคนที่อกหัก แล้วคนอ่านเขาอกหักอยู่พอดี มันก็จะเป็นการเข้าถึงความรู้สึกของคนอ่านมากขึ้น แต่ถ้าเขาไม่ได้อกหัก เขาก็จะแค่อ่านผ่าน ว่าโอเคมันมีเรื่องแบบนี้ละ แล้วถ้าวันหนึ่งเขาเกิดอกหักขึ้นมาแล้วเอากลับมาอ่าน เขาก็จะรู้ว่าเขาควรจะทำตัวเองแบบไหนให้ผ่านไปได้ด้วยดี” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“ก็คงต้องพัฒนาไปเรื่อยๆ ทั้งรูปแบบหนังสือ เลย์เอาต์ หรือเนื้อหาณะกะ จริงๆมันมีใจความสำคัญอยู่ มีจุดอยู่ คือแกนที่เราไปพลิกอะไรจากนั้นไม่ได้ เพราะว่ามันก็คงไม่ใช่คลีโอ แต่ก็ต้องหาอะไรดีๆมาเพิ่มมากขึ้น” (ปารมี สุวรรณสิทธิ์, ผู้เขียนบทความ, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

ในส่วนของการศิลปะจะมีการเปลี่ยนแปลงใหม่ในทุกๆปี แต่ทั้งนี้ก็ต้องคงเอกลักษณ์ของนิตยสารเอาไว้

“ก็ต้องพยายามหาสิ่งใหม่ๆเข้ามาเติมเต็มในหนังสืออีก อย่างเช่น ทุกๆปีก็จะมีการเปลี่ยนอาร์ต ไดรเรชั่นของหนังสือ ไปหาอะไรใหม่ๆมาใช้แทน อย่างลายเส้นนี้พอเราไปใช้แล้ว เราก็ต้องเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ก็ต้องดูจากทางสิงคโปร์ด้วย” (สุวรรณชัย ดอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

4.1.5.2 นโยบายขององค์กร

นิตยสารคลีโอจะต้องมีเนื้อหาที่กลุ่มเป้าหมายสนใจและต้องการ สิ่งที่สำคัญคือจะต้องมีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ต่างๆ ทำให้ผู้อ่านๆแล้วรู้สึกดีขึ้นไป มีกำลังใจมากขึ้น โดยการเขียนนั้นจะเป็นไปตามแนวทางของนิตยสาร คือ การมองโลกในแง่ดี การเปิดใจให้กับคนอื่น ในส่วนของหน้าปกจะต้องมีพาดหัวที่น่าสนใจ สีสดใส สดุดะดุตา

กองบรรณาธิการนิตยสารคลีโอได้ให้ความคิดเห็นไว้ว่า

“นโยบายจริงๆแล้วไม่มีอะไรมาก แค่ทำนิตยสารให้ดี และทำให้ชีวิตคนอ่านดีขึ้น และก็ให้เป็นหนังสือที่จับใจ เพราะทุกอย่างมันเปลี่ยนไปได้ทุกเดือนทุกวัน เราต้องให้ทันกับสิ่งที่เปลี่ยนไป เราต้องคอยเป็นเทรนด์เซตเตอร์ (Trend Setter) ให้กับคนอ่าน คือถ้าเราตามคนอื่น เราก็ไม่รู้จะทำนิตยสารไปทำไม ต้องอินเทรนด์หาอะไรที่เขาไม่เคยรู้มา” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“เขียนให้มันเป็นไปตามแนวทางของนิตยสารเรา ก็คือมองโลกในแง่ดี เปิดใจให้กับคนอื่น จะไม่เขียนแนวที่ดำ หรือจิกกัดคนมากนัก จะไม่เป็นแง่ลบ จะไม่เขียนอะไรให้คนอื่นเสียหาย และก็นำเสนอเรื่องราวที่กลุ่มเป้าหมายสนใจและต้องการ ซึ่งก็อยู่ในวัยประมาณไม่เกินอายุ 30 - 31” (ปารมี สุวรรณสิทธิ์, ผู้เขียนบทความ, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

“ส่วนที่สำคัญก็คือพาดหัว จะเน้นให้น่าสนใจ สีสันสดใส คือเวลาวางในแผงที่หนังสือมันเยอะมาก ต้องให้เวลาคนเดินผ่านแล้วสะดุด ให้มันเด่นออกมาจากแผง” (สุวรรณชัย คอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

4.1.5.3 ผู้อ่าน

การคัดเลือกเรื่องของนิตยสารคลีโอจะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ

1) กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้หญิงอายุ 17-29 ปี การคัดเลือกเรื่องจะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายของนิตยสาร คือ ผู้หญิงอายุ 17-29 ปี และกลุ่มเป้าหมายหลักคือ 20-25 ปี กองบรรณาธิการได้ให้ความคิดเห็นว่า

“เราต้องดูก่อนว่า กลุ่มเป้าหมาย และโพสิชันนิง (Positioning) บอกอะไรกับคนอ่าน ซึ่งโพสิชันนิงของคลีโอ คือ เป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงวัย 17-29 ปี กลุ่มเป้าหมายหลักคือ 20-25 คนอ่านจะเป็นผู้หญิงที่มองโลกในแง่ดี ฉลาด อยากรู้อะไรใหม่ๆ เซ็กซี่ เป็นคนที่สนคดีดี พอรู้แล้วเราก็จะเข้าใจผู้หญิงที่เป็นคนอ่านของเรา ทำให้เราทำหนังสือออกมาให้ตรงกับความต้องการของเขาได้” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

การจัดหน้า การใช้สี จะมีการใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย และเรื่องราวที่นำเสนอ โดยจะใช้สีสดใส ดูสนุกสนาน

“ต้องนึกถึงกลุ่มเป้าหมายของเราก่อน ว่าคลีโอจะเป็นแนวสาว ๆ น่ารัก เริ่มมีวุฒิภาวะ มีความรับผิดชอบ เพราะฉะนั้นในแต่ละหน้าก็จะไม่เด็กมากนัก จะให้ดูสนุกสนาน เบี้ยวๆ เซ็กซี่เล็กๆ สีสดใส คือไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอด้วยเรื่องที่เครียดหรือไม่เครียด ก็จะต้องนึกถึงกลุ่มเป้าหมายของเราไว้ก่อน เช่นที่เป็นเรื่องที่มาจากชีวิตจริง ก็ไม่ใช่ว่าจะใส่ให้ดูเครียด แต่จะแค่ใส่ให้ดูเรียบขึ้นนิดนึง พยายามให้เรื่องที่เครียดดูแล้วไม่เครียดเกินไป แต่ถ้าเป็นเรื่องที่สนุก ก็จะยิ่งใช้การจัดหน้าและสีให้ดูสนุกขึ้น” (สุวรรณชัย คอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

เรื่องที่น่าสนใจจะเป็นเรื่องราวที่ผู้อ่านอยากรู้ สนใจ ใกล้ตัว หรือไม่เคยรู้มาก่อน

“คลีโอจะใช้คำว่า ว๊อท อะ เกิร์ล วอนท์ (What a girl wants) คือทุกเรื่องที่มีผู้หญิงอยากรู้ เนื้อหาที่ออกมาทั้งหมดจะเป็นแบบนี้ เราจะคิดว่าถ้าเราเป็นคนอ่านแล้วจะอยากอ่านไหม ต้องสมมุติว่าตัวเองเป็นคนอ่าน จะต้องทำตัวเป็นเด็กอายุ 19-29 ตลอดเวลาห้ามเกินกว่านั้น เรื่องไหนก็

ตามที่มันไม่เกี่ยวข้องกับเรา หรือไม่ใกล้ตัวเรา คนจะผลิตหนังสือออก คือถ้าเกิดบางเรื่องที่เราอยากทำ ทำได้นะ แต่ต้องทำให้เขาอยากอ่าน เหมือนอย่างบางเรื่องที่เราอยากสอนเด็กที่เพิ่งเรียนจบใหม่ๆ เรื่อง การทำงานกับผู้ใหญ่ เราจะเขียนยังไงให้เขาอยากอ่าน คืออย่าให้เขารู้สึกไกลตัว ถ้าเขารู้สึกไกลตัวบ้าง ไอ้สารที่เราส่งก็จะไม่ถึงเขา” (สววรรษ พิภพนิพนธ์, ซับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

เนื้อหาทั้งหมดจะเกี่ยวข้องกับชีวิตผู้หญิงในทุกๆ ด้าน ได้แก่ ความงาม แฟชั่น ความรัก ความสัมพันธ์ การงาน การใช้จ่าย สุขภาพ ท่องเที่ยว และเอนเตอร์เทนเมนต์อื่นๆ

“เนื้อหาจะเน้นทุกด้านของชีวิตของผู้หญิง คือพี่จะมองก่อนเลยว่าในหนึ่งวัน ชีวิตผู้หญิงต้องเจออะไรบ้าง เช่น หนึ่งคือ ตื่นเช้ามาจะแต่งชุดอะไรดี ก็แฟชั่นแล้ว แต่งหน้าก็เป็นบิวตี้ก็ออกไปทำงานก็เป็นเรื่องแคเรียร์ (Career) พอทำงานแล้ว เราก็อาจจะทะเลาะกับแฟน ก็เป็นเรื่อง ความสัมพันธ์ได้ กลับบ้านมาก็ต้องกินข้าว จะกินข้าวที่ไหนดี ก็ต้องเป็นเอนเตอร์เทนเมนต์ แล้วก็ต้องดูว่า ผู้หญิงในวัยนี้เขาสนใจอะไรกันมากที่สุด เช่น 20-25 งานกับความสัมพันธ์เนี่ยมาอันดับหนึ่งเลย พี่ก็จะมีแนวคิดเรื่องเกี่ยวกับงาน เช่น ให้ผู้หญิงตกลงมารักกับงานตัวเองกันเถอะ แล้วผู้หญิงวัยนี้ ต้องการมั่นใจ อยากให้ตัวเองรู้สึกที่เราดูดีในสายตาคนอื่น เราเป็นที่ยอมรับ เพราะฉะนั้นบิวตี้กับ แฟชั่น ก็มีอิทธิพลกับผู้หญิงทีเดียว (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“เวลาที่เรทำงานในแต่ละเล่ม เราจะดูเลยว่า เรื่องนี้เรื่องอะไร เรื่องงานมีรียัง ความรักความสัมพันธ์ เรามีรียัง ความสวยความงาม แฟชั่น เรามีรียัง เพราะฉะนั้นในหนึ่งเล่มจะอ่านได้ ทั้งหมด โดยจะต้องดูที่กลุ่มเป้าหมายด้วยว่า เป็นผู้หญิงอายุเท่านี้เนาะ เนื้อหาที่จะมีในส่วนของ บิวตี้ แฟชั่น ความรัก ความสัมพันธ์ เรื่องงาน เรื่องการใช้จ่าย การช้อปปิ้ง” (สววรรษ พิภพนิพนธ์, ซับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

2) ภาพของผู้อ่านในใจกองบรรณาธิการ ทางกองบรรณาธิการได้มีการจินตนาการ ภาพของผู้อ่านนิตยสารคลีโอไว้ว่า เป็นผู้หญิงธรรมดาๆ คนหนึ่งที่ร่าเริง สดใส มีความสุข มองโลกในแง่ดี รู้จักกาลเทศะ เป็นน้องสาวที่อยากได้คำปรึกษาจากพี่ๆ

กองบรรณาธิการได้ให้ความเห็นไว้ว่า

“ส่วนใหญ่จะเป็นแนวน้องสาว ที่อยากได้คำปรึกษาจากพี่ คือเขาอาจจะมีความคิด เป็นของตัวเองบางส่วน แต่ว่าเขายังไม่แน่ใจว่าแบบนี้ถูกไหม หรือบางเรื่องเขาก็ไม่รู้เลย แล้วพี่สาวก็เป็นคนคอยบอกว่าแบบนี้เนาะ เพราะพี่สาวผ่านประสบการณ์ตรงนั้นมาก่อน สมมุติว่าเรื่องเรียน จะเลือกเรียนสายไหนดี แล้วทำงานอะไรดี คือเหมือนกับคลีโอเป็นพี่สาวคนหนึ่งที่คอยบอกว่าแบบนี้ๆ ที่

เหลือมันก็ต้องอยู่ที่พื้นฐานจากตัวของเขาเองด้วย คือการที่เราบอกอย่างเดียวแล้วเขาไม่คิดตามมันก็จะไม่ดี แต่ถ้าเราไม่บอกอะไรเลยก็ไม่ได้ เพราะฉะนั้นถ้าเขาคิดตามจะได้อะไรออกมาที่โอเค” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“คนอ่านคลีโอจะตาใส เวลาที่เจอจะรู้เลย คนอ่านคลีโอแน่ๆ เวลาเขายืมให้ เขาจะยืมกว้าง ยืมสดใส ยืมจริงใจ ยืมแบบตาใสบริสุทธิ์ เป็นผู้หญิงที่มีความสุข” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“เป็นผู้หญิงแบบไหนก็ได้ ทั่วไป อาจจะไม่ต้องเป็นผู้หญิงที่เก๋จัด หรือแต่งตัวจัด แต่จะอะไรก็ได้ เป็นผู้หญิงที่มองโลกแง่ดี” (ปารมี สุวรรณสิทธิ์, ผู้เขียนบทความ, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

“ถ้าภายนอกที่คิดว่าคง เก๋ๆ แต่งตัวนิดนึง แต่งหน้าหน่อยนึง คือไม่ใช่เซ็กซี่จนเกินไป และก็ไม่ใช่ขี้ขลาดจนเกินไป ถ้าเป็นแฟชั่นในนิตยสารเราจะแกล้งๆสยาม ผู้อ่านก็น่าจะประมาณนั้น จากคนที่ไม่เคยแต่งตัว ก็อาจจะหันมาแต่งตัวบ้าง แต่งหน้านิดนึง ให้ดูมีกาลเทศะขึ้น” (สุวรรณีย์ ดอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“พี่ว่าคนอ่านของพี่ เป็นผู้หญิงธรรมดา ช่างคุย เป็นผู้หญิงที่ชีวิตมีความสุข” (สรวรรย์ พิภพณานนท์, ชับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

3) การตอบสนองของผู้อ่าน

การตอบสนองกลับจะมาจากที่ผู้อ่านส่งอีเมล หรือจดหมายมาติชมว่าผู้อ่านรู้สึกอย่างไรกับเรื่องที่น่าสนใจ ผู้อ่านชอบเรื่องแบบไหน และต้องการรู้เรื่องอะไรเพิ่มเติม โดยการตอบสนองกลับมาของผู้อ่านก็ทำให้ได้แง่คิดใหม่ๆเพิ่มมากขึ้นด้วย

กองบรรณาธิการได้ให้ความคิดเห็นว่า

“นอกจากจะมีเขียนจดหมาย อีเมลมา ก็จะมีแวะเวียนมาหา คือเคยมีคนอ่านที่เขามีปัญหาความรักอย่างรุนแรงก็โทรมาหาที่บ้าน แล้วหลังจากนั้นเราก็เป็นเพื่อนกัน คือเขาจะไม่ได้พุ่งมาหาที่ตัวพี่ขนาดนั้น เขาจะเชื่อในตัวคลีโอทั้งฉบับมากกว่า คือเหมือนกับตัวนิตยสารคือเพื่อนสนิทของคนอ่านมากกว่า” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“จะมีเขียนมาชื่นชมแบบนี้ๆ จะไม่มีที่มาค่าหรืออะไร จะมีก็แค่บอกว่าอยากได้อะไรเพิ่มเติม” (ปารมี สุวรรณสิทธิ์, ผู้เขียนบทความ, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

“มาจากจดหมายของคนอ่านด้วยฟีดแบค (Feedback) ที่ได้รับในแต่ละเดือนด้วย ในแต่ละเล่มจะพยายามใส่ข้อมูลไว้ให้ สมมุติว่าถ้าเป็นเรื่องจริงของผู้หญิงที่เกิดขึ้น ก็จะพยายามใส่ว่า ถ้าอยากได้ข้อมูลเพิ่มเติม หรืออยากแบ่งปันประสบการณ์อะไรก็แล้วแต่ ให้อีเมลมาบอก เราก็จะได้ ข้อมูลจากคนอ่านจริงๆ บางคนก็มีโทรเข้ามาคุย อย่างเพิ่งอหังก็ไม่รู้จะไปหาใคร ก็โทรมาปรึกษา บางทีเราก็ได้แง่คิดอะไรดีๆ จากคนอ่านเยอะ” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“ส่วนใหญ่เขาก็จะชอบ บอกน่ารักดี” (สุวรรณีย์ ดอกไม้, บรรณาธิการฝ่ายศิลป์, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“คนอ่านคลิโอดีต้องการเพื่อน เพื่อนที่คุยได้ตลอดเวลา คนอ่านจะอยากอ่านเรื่องที่ ตรงกับเขาพอดี อยากให้เราตอบใจที่เขาได้ตลอดเวลา เวลาที่เราได้เมลหรือจดหมายจากคนอ่านเนี่ย ก็มันเป็นความรู้สึกแบบนี้ อย่างพี่เคยเจอ คนอ่านที่เพิ่งถูกข่มขืนแล้วเขาโทรเข้ามาหาเรา คือเขาไม่ โทรหาตำรวจ ไม่โทรหาญาติ แต่เขาโทรมาที่เรา เราก็จะแนะนำไปว่าทำแบบนี้ๆ นะ ให้ใจเย็นๆ คือถ้า แข็งความต้องไปตรวจร่างกายนะ ต้องทำอะไรนะ และก็เคยมีน้องที่อกหักมากๆ แล้วเขาอยากฆ่าตัว ตาย เขาเลือกที่จะโทรมาหาเราแทน พี่ก็ชวน มานั่งสิคะ มานั่งที่ออฟฟิศ มากินกาแฟด้วยกัน และก็มีคน อ่านบอกว่า แพ้ชั้นสวย และมีจดหมายเขียนเข้ามาว่า ชอบคุณค่ะที่ทำให้เขาสวยขึ้น ส่วนเรื่องดีก็มี แต่จะเป็นของฝ่ายสมาชิกหนังสือ หรือส่งมาแล้วทำไมไม่ได้รางวัลและก็จะมีการมีคำผิด” (สุวรรณย์ พิภุชณานนท์, ชับ-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

4.1.5.4 บรรทัดฐานทางสังคมและวัฒนธรรม

เรื่องราวที่นำมาลงในนิตยสารจะต้องมีความเหมาะสม อยู่ในขอบเขตบรรทัดฐานของ สังคมไทย เนื้อหาจะมีการพัฒนาไปตามสังคมในขณะนั้น ถ้าเรื่องอะไรที่มีผลกระทบต่อสังคมและตัว ของผู้อ่าน เรื่องๆ นั้นก็จะต้องนำมาเสนอตามความเหมาะสม

กองบรรณาธิการได้ให้ความคิดเห็นว่า

“เรื่องที่น่ามาลงก็ต้องดูความเหมาะสมด้วย อย่างบางเรื่องที่เราเพิ่งเขียน ไปที่เป็นเรียลไลฟ์ (Real Life) ชีวิตจริงของผู้หญิง ที่รู้สึกตัวเหมือนถูกมอมยา แล้วมีการไปสัมภาษณ์คุณหมอมานัน

มีรายละเอียดบางอย่างที่เราต้องเช็คแล้วล่ะว่า เรื่องนี้เราใส่เข้าไปไม่ได้ สมมุติว่ายาประเภทนี้เอาไปใส่ไมโครเวฟแล้วมันจะกลายเป็นผง แบบนี้ แบบนี้ แล้วจะเป็นยังไง ซึ่งมันเป็นอะไรที่เป็นคาบสองคมเหมือนกัน คือคนอ่านอาจจะรู้สึกมากขึ้น แต่ถ้าเกิดคนอ่านเอาไปใช้เป็นยาสลบ ก็จะเกิดอันตราย คือเราจะต้องดูด้วยว่าเรามีขอบเขตในการนำเสนอแค่ไหน อย่างรูปภาพก็เหมือนกัน สมมุติว่าไปถ่ายแพชั่นมา แล้วรูปมันเปิดเผยตัวนางแบบไป เราก็ต้องตัดออก เนื้อหาก็คงเหมือนกันอะไรที่มันเยอะเกินไป เราก็ต้องตัดออก” (ทัศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ, บรรณาธิการบทความ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“พี่เคยเห็นน้องๆ นักศึกษาบางคน ว่าทำไมเขาคิดแบบนี้ เราก็จะมาตีประเด็นออกมา อย่างเช่นบทความ “20 อย่างน่ารักที่เราลืมไปแล้ว” เราลืมขอบคุณผู้ใหญ่ ลืมสวัสดิแม่ตอนเช้า อะไรอย่างเงี้ย ซึ่งอันนั้นน่าจะมาจากที่เราเห็นมาจริงๆ เราก็จะเอ๊ะ ทำไมเดี๋ยวนี้เด็กเป็นแบบนี้ เราก็เลยตีออกมาว่า เราทำเรื่องนี้กันเถอะ เขียนให้เขารู้สึก อย่างคอนเทนต์ที่ฮิตที่สุดคือ เอคิเตอร์ไนต์ ของพี่เอ บรรณาธิการ อย่างบางทีวันนี้วันแม่ เราบอกรักแม่ริ่งๆ ไปกอดแม่ คืออย่างบางทีคนรุ่นใหม่จะลืมตรงนี้ไป เด็กเดี๋ยวนี้น่ารักน้อยลง แล้วเราจะทำยังไงให้เขาเป็นเด็กที่น่ารักได้ตลอดเวลา” (สุวรรณย์ พิภูษณานนท์, ชับ-เอคิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“ตั้งแต่ทำมาเกือบสามปี ก็คงไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลงมากนัก การเขียนยังสไตล์เดิม ที่เปลี่ยนแปลงเป็นเนื้อหาที่พัฒนาไปตามสังคมในตอนนั้นมากกว่า” (ปารมี สุวรรณสิทธิ์, ผู้เขียนบทความ, สัมภาษณ์, 21 กันยายน 2549)

“เรื่องอะไรที่มันกระทบสังคมตอนนี้จะต้องเอามาพิจารณาหมดเลย เพราะมันเป็นสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวชีวิตของคนอ่านของเรา” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

4.1.5.5 ผู้ซื้อโฆษณา

เนื่องจากรายได้ของนิตยสารมาจากโฆษณาเป็นหลัก ผู้ซื้อโฆษณาจึงมีอิทธิพลกับการทำนิตยสาร หากเศรษฐกิจมีการเปลี่ยนแปลง กองบรรณาธิการก็จะต้องมีการพิจารณาข้อเสนออื่นๆ ในการโฆษณาของผู้ซื้อโฆษณา

บรรณาธิการของนิตยสารคลีโอได้ให้ความคิดเห็นว่า

“ของเมืองไทยจะด้วยยอดโฆษณา ซึ่งเป็นทุกฉบับในประเทศเรา ซึ่งก็เป็นเรื่องปกติอยู่แล้ว พอเศรษฐกิจมันแย่ลง ลูกค้ายิ่งประมาณในการลงโฆษณาน้อยลง เขาก็จะต้องมาลองขอกับกองบ.ก. มากขึ้น ว่าให้ช่วยไอนั้น ไอนี้ให้หน่อย เราก็ต้องชัดเจน พิจารณาว่าถ้าข้อเสนอมันดี แล้วมันไม่เป็น

การฮาร์ดเซลล์ (Hard Sale) ยึดเยียดกับคนอ่าน มันก็น่าจะโอเค แต่ที่ว่าตอนนี้ก็ยังไม่มีปัญหาอะไรกับคลีโอ เราก็ยังดำเนินตามนโยบายเดิมของเราไปได้” (สุพิชา สอนคำริห์, บรรณาธิการ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

4.1.5.6 ข้อจำกัดทางต้นทุนและเวลา

ข้อจำกัดในการผลิตนิตยสารก็คือเรื่องต้นทุน โดยเฉพาะวัตถุดิบ คือค่ากระดาษที่ราคาสูงมากขึ้น และข้อจำกัดทางด้านเวลาที่จะต้องปิดต้นฉบับให้ทันเวลา เพื่อโอกาสในการขาย

ชัย-เอดิเตอร์ของนิตยสารคลีโอได้ให้ความคิดเห็นว่า

“เรื่องวัตถุดิบ คือกระดาษ ที่ต้นทุนมันแพงมาก และเรื่องเวลา เพราะทุกอย่างต้องอยู่ในเวลา ต้องให้ทัน เพราะถ้าไม่ทันปั๊บ จะรวนทั้งระบบ ปิดต้นฉบับไม่ทัน ทุกอย่างก็จะเข้าไปหมกจนไปถึงการวางแผน ยิ่งวางแผนช้าเท่าไร โอกาสในการขายน้อยลงเท่านั้น” (สุวรรณ พิภูษณานนท์, ชัย-เอดิเตอร์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

โดยสรุปแล้ว การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารคลีโอจะมีลักษณะที่เป็นการแนะนำ ตอบปัญหาข้อข้องใจที่ผู้หญิงต้องการจะรู้ หรือรู้อยู่บ้างแล้วแต่ต้องการมีความเข้าใจมากขึ้น ผู้เขียนจะมีการใช้ภาษาที่มีลักษณะเป็นกันเอง เป็นเหมือนกับเพื่อนชวนคุย เพื่อให้ผู้อ่านมีความรู้สึกใกล้ชิด และมีส่วนร่วมกับเรื่องราวต่างๆ ในการจัดหน้านิตยสารคลีโอของประเทศจะมีรูปแบบที่เหมือนกัน ซึ่งเอกลักษณ์ก็คือ การใช้สีสันที่สดใส มีการพาดหัวให้ดูสะดุดตา และในหน้ากระดาษจะต้องไม่มีที่ว่างส่วนการเลือกใช้ภาพประกอบนั้น จะมีการเลือกใช้ให้เข้ากับเนื้อหาที่นำเสนอ และเนื่องจากเป็นนิตยสารหัวนอก จึงมักมีการใช้ภาพของชาวต่างชาติมาประกอบ

นิตยสารคลีโอจะมีการปรับเปลี่ยนเนื้อหาให้เหมาะสมตามท้องถิ่นนั้นๆ นิตยสารคลีโอฉบับประเทศไทยจึงมีเนื้อหาที่กองบรรณาธิการของไทยจัดทำขึ้นมาเองเป็นส่วนใหญ่ โดยจะมีสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 จากเนื้อหาทั้งหมด และอีกร้อยละ 20 จะมาจากของประเทศ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ หรือมาเลเซีย เนื่องจากเนื้อหาส่วนใหญ่ของต่างประเทศไม่ได้เข้ากับความเป็นอยู่ในสังคมไทย เนื้อหาจะประกอบไปด้วยเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น ความงาม ความรัก ความสัมพันธ์ งาน สุขภาพ ท่องเที่ยวและอื่นๆ ทั้งนี้เรื่องราวที่นำเสนอจะต้องเป็นเรื่องที่กลุ่มเป้าหมายอยากรู้ สนใจ และเป็นเรื่องที่กำลังได้รับความสนใจในขณะนั้น โดยกองบรรณาธิการมีการนำเสนองานภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ที่มีความชัดเจนในความคิดของตัวเอง เปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ มีความมั่นใจในตัวเอง สามารถดูแลตัวเองได้ มีกาลเทศะ มีการแต่งตัวและแต่งหน้าที่เหมาะสมกับตนเอง

4.2 ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหา

ในส่วนที่ 2 นี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหา ได้แก่ การวิเคราะห์เนื้อหาจากคอลัมน์ที่มีการเสนอภาพตัวแทนและค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ ในนิตยสารคลีโอฉบับเดือน มกราคม 2549 - ฉบับเดือน ธันวาคม 2549 รวมทั้งหมด 12 ฉบับ

ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหา มีด้วยกัน 12 ประการ ดังต่อไปนี้

4.2.1 พร้อมจะยอมรับประสบการณ์ใหม่ๆที่ผ่านเข้ามาในชีวิต

เนื้อหาจะบ่งบอกถึงความพร้อมที่จะรับประสบการณ์ใหม่ๆ การเรียนรู้สิ่งใหม่ หรือการกระทำใหม่ๆ และการกล้าที่จะลองสิ่งต่างๆที่เข้ามาท้าทายในชีวิต รวมทั้งการมีความพร้อมในการตอบสนองกับโอกาสที่ผ่านเข้ามาในชีวิต ตัวอย่างเช่น

“ให้อิสระกับตัวเองลองทำสิ่งใหม่ๆ เช่น เข้าร่วมกลุ่มที่ช่วยคุณได้ ถ้าคุณชอบสูบบุหรี่ก็เข้าโครงการบ้านปลอดบุหรี่ซะเลย จะได้มีกฎไว้บังคับตัวเองหรือการใช้ยาและโปรแกรมบำบัดต่างๆ เพราะถ้าคุณทนไม่ได้กับวิธีที่ทำอยู่ก็ยังมีทางเลือกรออยู่เสมอ” (คุณพร้อมเปลี่ยนตัวเองให้ดีขึ้น หรือยัง, 2549 : 140)

“ถ้าอยากจะทำสิ่งที่เป็นประโยชน์กับเรา หรืออะไรที่เป็นโอกาสเข้ามา อย่าปล่อยให้ผ่านไป ต้องลอง จะได้หรือไม่ได้ก็อีกเรื่อง เพราะถ้าเราไม่ได้ลองก็ไม่ได้แน่ๆ แต่ถ้าลองยังมีโอกาส” (ไม่ต้องเป็นอัจฉริยะก็ชิงทุนไปเรียนเมืองนอกได้, 2549 : 209)

“มันท้าทายเพราะงานมีหลายรูปแบบ และไม่ใช่งานที่เราคุ้นเคยทุกครั้ง ความท้าทายจะมาพร้อมความกดดันและความเครียด พองานจบแล้วเราก็รู้สึกภูมิใจที่ทำได้ ทำให้เราได้เรียนรู้แง่มุมของหลายๆธุรกิจ ไม่จำเจ ได้ทำเป็นทีมด้วย” (หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง ที่ปรึกษากฎหมาย, 2549 : 158)

“อยากลองเปลี่ยนมาเป็นพรีอาร์ทในสายงานธุรกิจดูบ้าง เพราะเป็นงานที่ได้เจอคนมากมาย ได้เรียนรู้ตลอดเวลา และยังท้าทายในการที่จะสร้างสรรค์ผลงานของเราให้มันแตกต่างจากที่อื่น” (งานแจ๋วๆ เธอได้มาทำกันได้อย่างไร, 2549 : 224)

“การเรียนรู้ คือหัวใจในการทำงานของแอม มันเป็นกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต เราไม่ได้แข่งกับคนอื่นแต่แข่งกับตัวเอง เราจะทำได้ดีกว่าอาทิตย์ที่แล้ว ปีที่แล้วม๊วย ถ้าเราหยุดนิ่งในขณะที่คน

อื่นเดินหน้าก็เท่ากับว่าเราถอยหลัง เพราะฉะนั้นหยุดนิ่งไม่ได้ อาจารย์ที่ดีก็สำคัญ เรามีคนให้โอกาสอย่างคุณสิทธิชัย หยุ่น และคุณสนธิ แต่การทำงานเราเรียนรู้ไม่มีที่สิ้นสุด” (สโรชา พรอุดมศักดิ์ อะไรหล่อหลอมเธอให้ยืนหยัดต่อไป, 2549 : 168)

เนื้อหาข้างแสดงถึงการเปลี่ยนมุมมอง การเอาชนะใจตนเอง การเอาชนะความกลัวที่มีอยู่ในใจ และการได้บทเรียนที่มีค่าจากประสบการณ์ใหม่นั้น ตัวอย่างเช่น

“เราเชื่อว่าโลกนี้มีไม่มีอะไรได้มาง่ายๆ ขอเพียงแต่จิตใจที่เข้มแข็งเท่านั้น วินาทีที่อยู่ที่ไร ลูกเถอะ ซีดเถอะ ไม่มีอะไรดีไปกว่าเราคงต้องเปลี่ยนมุมมองของเรา และพร้อมปรับปรุงสิ่งต่างๆ ให้ดีขึ้นเสมอ เริ่มต่อสู้อากตัวเราก่อนเลยนี่ละ แล้วคุณจะได้บทเรียนในการทำงานที่มีค่าที่สุดจากตัวคุณเอง” (คู่มือประจำตัวสาวทำงานมือใหม่, 2549 : 163)

“เลิกกลัวกับสิ่งที่เราคิดไปเองว่ามันน่ากลัว เอาชนะใจตัวเอง เปิดใจแล้วกล้าทำในสิ่งใหม่ๆ” (ความลับของชายหนุ่มที่คุณไม่เคยรู้, 2549 : 200)

“สิ่งที่ดีที่สุดของการเป็นนักแสดงคือคุณต้องเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลา และนั่นก็ทำให้ผมรู้สึกกระตือรือร้น อันที่จริงผมคิดว่าผมคงต้องขอคำแนะนำด้านการแสดงจาก อลิซซา (นักแสดงสาวที่เขาเคยร่วมงานด้วย) เธอไม่กลัวที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ด้านการแสดง เธออยู่ในวงการนี้มานาน เธอจึงรู้สึกมั่นใจและผ่อนคลาย หลากๆ เทคผ่านไปเธอยังคงทำในสิ่งที่แตกต่างและแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา และเธอก็ไม่กลัวการที่ก้าวไปข้างหน้า” (คริส ฟูลเลอร์, 2549 : 302)

“นักธุรกิจหญิงที่ประสบความสำเร็จจำนวนมากเริ่มจากไอเดียเก๋ ก่อนพุ่งทะยานกลายเป็นธุรกิจทำเงินมหาศาล ทุกคนล้วนแต่ผ่านช่วงเวลากล้าๆ กว้างๆ มาทั้งนั้น แต่พวกเธอก็ไม่ปล่อยให้ความกลัวมาทำลายความฝัน” (คุณกำลังปิดโอกาสดีๆ เพราะความกลัวหรือเปล่า, 2549 : 193)

“ไม่มีใครเข้าใจคุณหาก你不เปิดใจให้ใครเข้ามาเดินเล่นและเรียนรู้ในสิ่งที่คุณเป็น หากคุณมัวแต่กลัวความเจ็บปวดชีวิตคุณก็จะจมปลักกับสิ่งเดิมๆ อย่าลืมนะว่าโลกใบนี้ไม่มีอะไรได้มาง่ายๆ และสวยหรูเหมือนในเทพนิยายหรอก” (เดอะ คลีโอ โสโรส โคป แอนด์ บุค, 2549 : 295)

4.2.2 ยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆทางสังคมได้อย่างมีเหตุผล

เนื้อหาจะแสดงถึงการยอมรับสิ่งที่เปลี่ยนแปลงต่างๆทางสังคมได้อย่างมีเหตุผล อีกทั้งการรู้จักหน้าที่ของตนเองในสังคม และการทำให้สังคมน่าอยู่ขึ้น

“อยากให้เห็นสังคมที่ทุกคนยอมรับข้อดีข้อเสียซึ่งกันและกัน แอ้มเป็นบุคคลสาธารณะ กลายๆ ใครจะรู้สึกยังไงก็ต้องยอมรับ ถ้าไม่ชอบถูกวิพากษ์วิจารณ์ แอ้มก็ดึงตัวเองออกมาจากตรงนั้น ถ้าทุกฝ่ายสามารถทำใจ ตรงนี้น่าจะเป็นสังคมที่น่าอยู่ บทบาทของแอ้มก็หวังว่าสังคมไทยจะเปิดกว้างที่จะยอมรับว่ามีคนไม่ชอบเรา แล้วก็ควรจะมิลิทิพู่ว่าชอบหรือไม่ชอบ ไม่อยากให้เป็นลักษณะว่าไม่ชอบก็อย่าพูดเลย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นทุกคนมีหน้าที่ในสังคม แอ้มทำหน้าที่แอ้ม หลากๆท่านก็ทำหน้าที่ของตัวเอง ถ้าเชื่อว่าดีที่สุดก็จะทำให้สังคมน่าอยู่มากขึ้น ส่วนที่ว่าใครจะไม่ถูกกับใคร ถ้าเชื่อว่าทำหน้าที่ของตัวเองก็จบตรงนั้น” (สโรชา พรอุดมศักดิ์ ไร่หล่อหลอมเธอให้ยืนหยัดต่อไป, 2549 : 168)

“การรับคนพิการเข้าทำงานเป็นการช่วยสังคมอย่างเป็นทางการช่วยสังคมอย่างที่เป็นรูปธรรมที่สุด ตอนที่รับนุ้ยเข้าทำงานเราเชื่อว่าเขาทำได้ และพอทำงานด้วยกันนุ้ยก็เป็นคนที่ทำงานได้ดี นุ้ยเป็นคนที่ติดต่อกับทางโทรศัพท์ได้ดีมาก มีคนชมหลายคน เขาเขียนหนังสือได้ดี เราไม่คิดว่านี่คือการกุศล เราอยากให้เราทำงานได้จริง ซึ่งผมว่าตัวนุ้ยเขาภูมิใจมากกว่าที่เรารับเขาเพราะเขามีความสามารถ ไม่ใช่เพราะสงสาร” (ไม่มีอะไรที่คนตาบอดทำไม่ได้, 2549 : 317)

“เป็นคนดีนี้ประเสริฐที่สุดแล้วค่ะ อย่าต้องไปพุดจาแยะแบบใครเขาเลย เขาจะเป็นยังไงก็ช่างเถอะ ถึงเป็นโลกแห่งการทำงานก็จริง แต่คนเรา คิดดี ทำดี พุดดี ไครมองเรายังไงก็ช่าง อย่างน้อยเราก็ชอบที่เราเป็น ถ้าออฟฟิศเป็นอย่างนี้จริงๆก็อาจต้องมองให้ลึกลงไปว่า อืม! จะแข่งกันไปถึงไหน เหนื่อยไปหรือเปล่า ไม่เห็นจำเป็นเลย เรามาทำงานให้มีสิ่งใหม่ๆเกิดขึ้น ให้สนุกไม่ใช่หรือ องค์กรไหนที่แข่งกันมากๆ สภาพจิตใจพนักงานก็อาจก้าวร้าวขึ้นได้ แต่ถ้าคุณมีสติรู้ทันเสมอ ถึงจะแข่งกันยังไง คุณก็ไม่สน ทำงานของคุณไปให้ดีที่สุดเท่านั้นเอง บอกตัวเองว่า ถ้างานนี้เป็นงานที่ฉันรัก มันจะไม่ทำร้ายฉัน ให้ฉันเป็นคนแย่งได้เด็ดขาด” (ฉันทใจแล้วงานที่รักแต่อยากลาออก, 2549 : 231)

เนื้อหาที่ยังบอกถึงสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นๆในสังคม เช่นเพื่อน หรือ หัวหน้างาน ตัวอย่างเช่น

“ในสังคมมีทั้งผู้ใหญ่และผู้น้อย วันนี้เราอาจเป็นผู้ใหญ่และผู้บังคับบัญชาเราอาจจะเป็นผู้ใหญ่กว่า การก้มตัวให้ต่ำกว่าเขามันเป็นนัยที่แสดงให้เห็นว่าเราให้เกียรติเขา ยอมรับว่าเราอยู่ใน

ตำแหน่งที่เด็กกว่า และเราจะรู้สึกดีแค่ไหนถ้าเมื่อวันหนึ่งที่เราโตขึ้นมาแล้วมีเด็กๆเดินผ่านเราแล้ว นอบน้อมกับเราอย่างที่เราเคยทำ” (คำสอนน่ารักของคุณแม่, 2549 : 236)

“ทำอะไรไม่ถูกเวลาเพื่อนต่างกลุ่มมาพบกัน ให้เลือกสถานที่นัดพบที่มีคนเยอะๆ เพราะจะ สร้างแรงกดดันน้อยกว่าการกินข้าวร่วมโต๊ะ ทำให้บทสนทนาสั้นไหลด้วยการอธิบายว่าคุณรู้จักพวกเขาแต่ละกลุ่มได้ยังไง จากนั้นลองหาความสนใจร่วมกันของเพื่อนสองกลุ่ม ถ้ายังไม่ได้ผลให้คุณพูดตรงๆ ขอให้เพื่อนๆพยายามทำความเข้าใจกันมากกว่านี้ บอกพวกเขาว่าคุณเริ่มต้นให้แล้ว และหวังว่าพวกเขาจะสามารถสานต่อหรือไม่ก็ยอมรับว่าคุณจะเป็นคนคุยอยู่คนเดียว” (4 วิธีเรียกความมั่นใจ, 2549 : 140)

นอกจากนั้นยังแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่เกี่ยวกับตนเองในสังคมใหม่ๆ ตัวอย่างเช่น

“ชีวิตทำงานมันไม่เหมือนชีวิตนักเรียนอีกต่อไป ถึงแม้ว่าเราจะเห็นเราเป็นเด็ก แต่ในเมื่อทุกคนเข้าไปในสายอาชีพกันหมดแล้วก็ต้องมองหาความรับผิดชอบระดับหนึ่ง ไปอแงไม่ได้ ต้องคาดหวังว่าชีวิตเราจะเปลี่ยนไปและก็ต้องพัฒนาตัวเองให้เต็มที่” (คู่มือประจำตัวสาวทำงานมือใหม่, 2549 : 171)

“ฉันเป็นคนเปลี่ยนที่อยู่บ่อย มันทำให้ฉันต้องเริ่มต้นชีวิตในที่ใหม่อยู่เสมอ บางครั้งย้ายโรงเรียนใหม่ตอนกลางเทอม ทำให้ฉันไม่มีเพื่อนเลยสักคน แต่ฉันรู้ว่าฉันได้อะไรดีจากการย้ายสังคมใหม่ๆ ฉันได้ประสบการณ์ใหม่ๆในชีวิตตลอด เคยอยู่คนเดียวทั้งวันโดยไม่พูดอะไรเลยสักคำ ฉันกำลังทบทวนชีวิต มันก็เหมือนฉันกำลังนั่งดูหนังสักเรื่อง แต่มันเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับชีวิตตัวเองและไม่คาดคิดว่าตัวเองจะมาอยู่ตรงจุดนี้ได้” (เคอร์รี่ รัสเซลล์ กับเสน่ห์ที่อยู่ในตัวเธอ, 2549 : 170)

4.2.3 มีความคิดอิสระและมีหัวก้าวหน้า

เนื้อหาจะบอกถึงการมีอิสระทางความคิด การที่ไม่จำเป็นต้องเหมือนใคร และความเป็นตัวของตัวเอง ตัวอย่างเช่น

“เรารู้สึกว่าชีวิตเป็นของเรา รู้ว่าเราใช้ชีวิตต่อไปได้ เราเป็นตัวของตัวเองมาแต่ไหนแต่ไรแล้ว จุดสิ้นสุดของชีวิตไม่ได้อยู่ที่การแต่งงาน มันแค่การเริ่มต้น ถ้าไม่ได้ก็ออกมาแล้วก้าวเดินต่อไป” (เพื่อให้รักนี้อยู่กับคุณนานที่สุด, 2549 : 185)

“งานครีเอทีฟไม่มีเคล็ดลับ ไม่มีสูตรสำเร็จ การสร้างสรรค์งานโฆษณาไม่มีฮาวทู การทำตามฮาวทูหมายถึงการเดินตามทางคนอื่น งานมันก็ซ้ำ เราต้องสร้างขึ้นมาเอง ‘ไม่เทรนด์คือเทรนด์’” (25 อาชีพสุดฮิตในฝันของหญิงสาว, 2549 : 250)

“ใครจะมองยังไงก็ช่างคุณน่าจะดีใจที่คุณคือคนหนึ่งในร้อย ไม่เหมือนคนอื่น คนที่กล้าลุกขึ้นสู้ในสิ่งที่ถูกต้อง มักจะเป็นคนที่ประสบความสำเร็จเสมอ และทำให้ได้เรียนรู้อะไรมากกว่าใคร เป็นตัวของตัวเองต่อไปเถอะ แต่เวลาเราจะออกไอดีอะไรอาจพูดไม่ต้องใส่อารมณ์ให้มีเหตุผลมากที่สุด และอาจบ่นท้ายว่า มีใครอยากแนะนำอะไรมั๊ยคะ ทำนองนี้จะได้อยู่ไม่แรงไป และก็ยิ้มและเป็นมิตรไว้ล่ะ” (ฉันทะเจอแล้วงานที่รักแต่อยากลาออก, 2549 : 230)

“คนทั่วไปมักจะคิดว่าการเป็นสไตลิสต์ก็แค่ต้องมีรสนิยมดี รักการช้อปปิ้ง และเป็นสมาชิกบัตรเครดิตมากมาย แต่ความจริงแล้วคุณต้องมีไอดีบรรเจิดด้วย ผมมักจะลองสิ่งใหม่ๆ ที่ไม่เหมือนใครอยู่เสมอ” (แต่งตัวตามที่ฉันทะบอกสิรับรองเร็ด คำยืนยันจากสไตลิสต์สุดช่อดของฮอลลีวู้ด, 2549 : 205)

“ในปีค.ศ.1492 คริสโตเฟอร์ โคลัมบัส บอกกับใครๆ ว่าโลกนี้กลมเขาถูกทุกคนหัวเราะเยาะใส่หน้า แต่โคลัมบัสยังคงมุ่งหน้าที่จะพิสูจน์ความเชื่อของเขาต่อไป เขาตัดสินใจมุ่งหน้าออกทะเล ในขณะที่นักเดินเรืออื่นๆ จะเดินเรือในทิศทางที่เลียบกับชายฝั่งให้มากที่สุด แต่โคลัมบัสตัดสินใจเบนหัวเรือออกไปในทะเลเว้งว้างและนำกลับสำหรับคนอื่นๆ ที่ไม่รู้ว่าการเดินเรือออกไปแบบนั้นต้องเจอกับอะไรบ้าง แต่โคลัมบัสเลือกที่จะทำตามความฝันและความเชื่อมั่นว่ามันต้องเป็นไปได้ และชื่อของเขาก็ได้จารึกมาจนปัจจุบันว่าเขาคือผู้ค้นพบทวีปอเมริกา” (มองโลกอย่างอัจฉริยะไม่เห็นจะยาก, 2549 : 227)

“ตัวเราเองทำอะไรก็ได้ที่ทำให้เรามีความสุขทำไปเถอะ เหมือนมีพลังด้านบวกไปทำอย่างอื่นต่อได้ ถ้าไม่ยอมทำก็ไม่ต้องทำ ทาทาเชื่อในสัญชาตญาณตัวเองมาก มันคนละเรื่องกับการเห็นแก่ตัวนะ คือทำตามหัวใจเราไปเถอะ ไม่ต้องไปทำอะไรตามคนอื่นเค้าถ้ามันไม่ใช่ตัวเรา มันไม่มีใครทำถูกไปซะทุกอย่างหรอกนะ บางทีคนเรามันต้องมีทำผิดบ้าง เพื่อที่จะได้รู้ว่าการทำผิดนั้นมันดีหรือไม่ดีต่อเรายังไง” (ทาทา ยัง ทั้งหมดนี้คือตัวจริงของเธอ, 2549 : 170)

เนื้อหาข้างแสดงถึงการเปิดใจกว้าง การมีวิสัยทัศน์กว้างไกลและมองไปข้างหน้า รวมทั้งการไม่ปฏิบัติตนคคิของผู้อื่น ตัวอย่างเช่น

“สิ่งดีๆที่ได้จากงาน: ได้ประสบการณ์ ได้เพื่อน มีคนรู้จักเพิ่มขึ้น มีเพื่อนต่างประเทศ ได้มองอะไรที่กว้างขวางขึ้น ไม่อยู่กับที่ ได้เดินทางทั้งในและต่างประเทศ ได้เจอคนเยอะ เราได้เดินทางไปใหม่ๆแต่ทุกอย่างไม่เหมือนเดิม เราได้เห็นความแตกต่าง คนที่ไปด้วยก็เปลี่ยนไปเรื่อยๆ” (หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง ทัวร์ โอเปเรชั่น, 2549 : 162)

“พยายามมองโลกในมุมกว้าง หัดฟังและยอมรับว่ายังมีอีกหลายวิธีในการแก้ปัญหาที่อาจแตกต่างจากที่คุณคิด” (ทางออกง่ายๆถ้าไม่อยากทะเลาะกับใครในที่ทำงาน, 2549 : 260)

“เวลาเสนองานถ้าคิดว่าความคิดเราดี ก็จะไปให้สุดๆก่อน เราให้โอกาสคนอื่นได้เลือก แต่เราก็ต้องให้โอกาสตัวเองที่จะได้พยายามในการขายสิ่งที่เราคิดได้ก่อนเหมือนกัน แต่ถ้าฟังเหตุผลคนอื่นแล้วคิดว่าเรา เราก็ยอมรับ คือเราไม่ได้หลับนูหลัปลาแรง แอบแคร์ประชาชนเหมือนกัน” (ผู้หญิงมั่นใจใครๆก็อยากเป็น, 2549 : 186)

“ชีวิตคนเรามีอยู่ประมาณ 20,000 กว่าวัน อย่างน้อยก็มี 1 วันที่เราได้ทำตามความฝันของเรา ดังนั้นถ้าเราอยากจะทำอะไรก็ควรทำตามที่ต้องการ ถ้าสิ่งนั้นไม่เดือดร้อนคนอื่น คนเราต้องมีจุดมุ่งหมายในการดำเนินชีวิต ไม่อย่างนั้น 20,000 กว่าวันที่มีอยู่ก็ไม่มีจุดหมาย” (คลีโอ สตาร์ โทเวอร์ คอนเทสต์, 2549 : 186)

4.2.4 มีความกระตือรือร้นในการติดตามเหตุการณ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรตนเอง

เนื้อหาจะแสดงถึงการมีความสนใจติดตามข่าวสารข้อมูล หรือเป็นคำแนะนำ ข้อดี ในการเป็นคนติดตามข่าวสารข้อมูล และการเล่าเรื่องจากคนที่มีความสนใจในการทำงานจริงๆ ที่มีความสนใจติดตามเหตุการณ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กรของตนเอง ตัวอย่างเช่น

“พยายามรับรู้โลกรอบตัวคุณ การเมืองอาจดูยุ่งเหยิง ข่าวเศรษฐกิจอาจดูไม่เกี่ยวกับคุณ และความเป็นไปในสิ่งต่างๆของโลกอาจดูไกลตัว แต่ยิ่งคุณรู้สิ่งที่กำลังเกิดขึ้นมากเท่าไร คุณจะยิ่งพบว่าสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อตัวคุณทั้งนั้น และการพยายามเข้าใจปัญหาในหลายแง่มุมจะช่วยให้คุณมีจิตใจเปิดกว้าง พร้อมพิชิต ปัญหาทุกเรื่อง” (12 กิจกรรมทำเพลินๆระหว่างรอหนุ่มในฝัน, 2549 : 167)

“ควรหมั่นเติมความรู้เข้าสมองเป็นประจำ นอกจากมันจะทำให้คุณฉลาดรอบรู้มากขึ้นไม่บ๊องเบี้ยวแล้ว บางทีความรู้ที่ได้คุณอาจเอามาประยุกต์ หรือต่อยอดกับงานของคุณก็ได้ อย่างเช่น ถ้าคุณ

เป็นเซลล์ คุณก็อาจมองเห็นช่องทางเข้าหาลูกค้าใหม่ได้จากการดูข่าวเศรษฐกิจ หรือมองเห็นช่องทางธุรกิจใหม่ๆจากการอ่านนิตยสาร” (คู่มือประจำตัวสาวทำงานมือใหม่, 2549 : 169)

“เคล็ดลับทำงานให้เวิร์ค: เราต้องรู้เรื่องราวข่าวสารต่างๆไว้บ้าง เป็นล่ำมไม่ได้แปลว่าต้องแปลเฉยๆ บางครั้งเราต้องนั่งรถไปกับเขา เราก็ต้องคุยกับเขา ถ้าเรารู้เรื่องรอบตัวต่างๆไว้ก็จะเป็นการสร้างการสนทนาให้เขาเข้าใจที่ๆจะไป หรือการพูดคุยที่เขาอาจจะเจอต่อไปได้มากขึ้น” (หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง ล่ำม, 2549 : 160)

“เป็นคนเขียนเพลง จะต้องตามโลกทัน 3 วิธีที่จะรู้ข่าวคือ นิตยสาร ทีวี และอินเทอร์เน็ต” (แทน ลิปตา, 2549 : 312)

“ต้องมีความรู้ที่หลากหลายหลาย ทั้งเกี่ยวและไม่เกี่ยวกับงาน เราต้องอัปเดตให้ทันนาย ไม่ใช่ถามอะไรมาก็ไม่รู้” (25 อาชีพสุดฮิตในฝันของหญิงสาว, 2549 : 242)

“เราอยากให้ทุกคนตื่นตัวและให้ความสนใจการเมืองมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ตอนนี้ เพราะการเมืองเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อเราทุกคน เข้ามา ตื่นนอน อาบน้ำ ข้าวของแพง เพราะฉะนั้นชีวิตประจำวันเราเลี่ยงการเมืองไม่ได้ ก็เลยมองว่าการเมืองเป็นเรื่องของทุกคน ที่เราต้องให้ความสนใจ และต้องติดตามอย่างต่อเนื่อง” (การเมืองเรื่องของคน, 2549 : 156)

“คอนเซ็ปต์อีกอย่างของสาวคลิโอกี้คือ เราจะไม่ยอมเป็นผู้หญิงแสบๆเด็ดขาด! เรื่องราวรอบตัวเป็นประโยชน์กับตัวเองและคนอื่นๆ เราขอรู้ด้วยแน่นอน อย่างเรื่องผู้หญิงรอบโลกที่มีวิถีชีวิตแตกต่างกัน บางแห่งก็น่าอิจฉา แต่บางแห่งก็น่ากลัว และมีความเชื่อที่น่าตกใจ อ่านแล้วคุณจะรู้สึกภูมิใจและดีใจที่เกิดมาเป็นผู้หญิงไทย แล้วยังอยากลุกขึ้นมาทำอะไรดีๆเพื่อคนอื่นอีกเลยล่ะ” (เรื่องราวจากผู้หญิงรอบโลกที่คุณควรรู้, 2549 : 261)

“ไม่มีอะไรทำให้ตัดสินใจพลาดได้มากเท่ากับการไม่ทำการบ้าน เมื่อจะตัดสินใจ สิ่งสำคัญมากคือ คุณต้องมีข้อมูลทั้งหมด ทั้งดีและแย่ก่อนตัดสินใจ อย่าด่วนตัดสินใจปุบปับ และการเลื่อนเวลาการตัดสินใจก็เปล่าประโยชน์ ถ้าคุณไม่ใช่เวลานั้นหาข้อมูล ขอคำแนะนำ และมองหาประเด็นต่างๆผ่านสายตาวិพากษ์วิจารณ์ การตัดสินใจในอีก 3 วันคงแย่พอกันถ้าไม่มีข้อมูลใหม่มาร่วมในการตัดสินใจสถานการณ์” (ตัดสินใจครั้งสำคัญ ครั้งไหนก็ไม่พลาด, 2549 : 177)

นอกจากนั้นทางนิตยสารยังมีการนำความรู้ในเรื่องต่างๆที่อาจจะไกลตัวผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลายๆคนมานำเสนอ เพื่อให้ผู้อ่านได้ติดตามข่าวสารอื่นๆที่เป็นประโยชน์ ซึ่งก็เหมือนกับได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารภายนอกสังคมตนเองไปด้วย ตัวอย่างเช่น

“เสียงดังไม่ดีต่อหัวใจนะ นักวินิจัยการแพทย์มหาวิทยาลัยซาร์ต ในเบอร์ลินได้ค้นพบว่าเสียงดังเรื้อรังจากถนนและในที่ทำงานอาจเพิ่มความเสียงต่ออาการหัวใจวาย นักวิทยาศาสตร์ที่ทำการศึกษาผลกระทบจากเสียงต่อสุขภาพบอกว่า มันจะเพิ่มระดับความเครียดจนอาจทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในร่างกายถึงขั้นหัวใจวายฉับพลันได้เลย” (เสียงดังไม่ดีต่อหัวใจนะ, 2549 : 132)

“DID YOU KNOW? พันธบัตรใช้ทำอะไรได้บ้าง

- ทำให้ผู้ซื้อได้ดอกเบี้ยมากกว่าการฝากเงินทั่วไป
- ใช้เป็นหลักประกันในเรื่องต่างๆเช่น หลักประกันสัญญาต่างๆกับส่วนราชการ หลักประกันการใช้กระแสไฟฟ้า หลักประกันการทำงาน หลักประกันการเบิกเงินเกินบัญชี เป็นต้น
- ใช้วางประกันตัวผู้ต้องหาที่ศาล หรือสถานีตำรวจ
- ใช้เป็นหลักทรัพย์เพื่อการกู้ยืมในตลาด Repurchase, Loan Window, และ ILF สำหรับสถาบันการเงิน” (พันธบัตรใช้ทำอะไรได้บ้าง, 2549 : 168)

4.2.5 สามารถปรับตัวให้เข้าสภาพปัจจุบัน และอนาคต

เนื้อหาได้แสดงออกถึงความพร้อมในการปรับความคิด การปรับตัวให้เข้ากับผู้อื่นในสังคมได้ หรือการจัดการกับความทุกข์ที่เกิดขึ้นอย่างมีสติ และการใช้ชีวิตให้มีความหมายและมีความสุข ตัวอย่างเช่น

“เราเป็นคนประเภทยินดีรับความเปลี่ยนแปลงเสมอ ถ้าพรุ่งนี้แขนขาาก็ไม่เป็นไร ชีวิตเราไม่ได้ยึดติดกับรูปธรรม หรือถ้าตื่นมาเป็นมะเร็งเราก็คิดว่าเหลือเวลาอีกเท่าไร คิดว่าทำทุกวันให้ดีที่สุด ให้อุณหภูมิของคลองธรรมเหมือนเดิม ถ้าชีวิตเปลี่ยนก็หาทางดำเนินชีวิตใหม่ให้มันเป็นไปได้ดี อย่าพุ่มพวยมันจะยิ่งตกต่ำลงเรื่อยๆ สรุปคือไม่ว่าจะทางกายหรือทางใจ ถ้ามันเปลี่ยนก็ให้มีสติเรียกกลับมาให้เร็ว” (ผู้หญิงมั่นใจใครๆก็อยากเป็น, 2549 : 187)

“ที่เราต้องทำก็คือต้องอดทน ต้องสู้กับตัวเอง ปรับความคิด การดำเนินชีวิตให้เปลี่ยนไปในแต่ละวันให้ได้” (ฉันทเป็นโรคมะเร็งงานต้องกรัดข้อมือตัวเองซ้ำๆ, 2549 : 187)

“เราพยายามใช้ชีวิตให้เหมือนคนปกติที่สุดเท่าที่จะทำได้ ถ้าเราทำตัวเป็นคนป่วย คนรอบข้างก็จะป่วยด้วย แต่เราก็ต้องพยายามดูแลตัวเองให้ดีที่สุด ทำอะไรให้มันสมดุลกัน อย่าเข้มงวดกับตัวเองทุกเรื่องยกเว้นเรื่องสำคัญจริงๆ อย่างการกินยา การพบแพทย์ และอย่าเสียใจว่าทำไมเราต้องเป็นโรคแบบนี้ ทำใจให้ยอมรับมัน พุ่มพวยไปมันไม่มีอะไรดีขึ้นมา ยิ่งยอมรับให้เร็วที่สุดก็จะได้รับมือกับมันได้เร็ว มีสติกับตัวเอง” (น้องชายสละไตของเขา เพื่อให้ฉันมีชีวิตที่สบายขึ้น, 2549 : 179)

“เชื่อไหมว่าคุณสามารถเปลี่ยนชีวิตตัวเองได้ด้วยการเปลี่ยนความคิด? แค่คิดในแง่ดี อารมณ์คุณก็จะสดใส ภูมิคุ้มกันจิตใจแข็งแรงและสร้างโชคให้คุณได้” (เปลี่ยนความคิดใหม่เพื่อชีวิตสดใสขึ้น, 2549 : 191)

“ถ้าเราอยากทำให้ชีวิตมีความสุขขึ้น เราคงต้องตั้งสติมองดูตัวเองอย่างจริงจัง ทำการวิเคราะห์ตัวเองให้ได้ว่า อะไรยังทำให้เรามีความทุกข์อยู่ แล้วลงมือจัดการอย่างตั้งใจจริง เปลี่ยนมันซะให้กลายเป็นนิสัยใหม่ของเรา มันคงให้ความหมายกับชีวิตมากกว่าการอยู่ไปวันๆ” (ทำไมเราถึงไม่อยากเปลี่ยนตัวเองกัน, 2549 : 28)

เนื้อหาข้างแสดงถึงการปรับตัวในเรื่องอื่นๆที่มีประโยชน์ต่อตัวเองอีกด้วย เช่น การปรับตัวในเรื่องการทำงาน

“สมัยเรียนดิฉันทำงานไปด้วยเรียนไปด้วยค่ะ ยอมรับว่าแรกๆก็ต้องปรับตัวพอสมควร แต่พองานสนุกมันก็เป็นพลังให้เราไม่ท้อ อีกอย่างถ้าเราไม่คิดว่านี่เป็นปัญหา แต่คิดว่าเป็นสิ่งท้าทาย ถ้าเราทำได้ทุกอย่างก็จะผ่านไปได้ด้วยดี ซึ่งตอนนั้นก็ผ่านไปได้อย่างดีจริงๆค่ะ” (4 คำถามโหดๆ ตอนสมัครงานที่ใหม่, 2549 : 164)

“หลังเหตุการณ์ร้ายไม่คาดฝันเกิดขึ้น ทุกคนต้องช่วยกันดูแลจิตใจและเดินหน้ารับผิดชอบธุรกิจครอบครัวกันต่อ จำเองเคยทำงานฝ่ายมาร์เก็ตติ้งบริษัทอิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ตแห่งหนึ่งได้เพียง 7 เดือนแต่ไม่เคยมีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวกับของครอบครัวมาก่อนเลย เธอก็ต้องเปลี่ยนตัวเองและช่วยสานต่อธุรกิจใหญ่ของครอบครัวทันที “สมัยคุณพ่อยังมีชีวิตอยู่ ท่านจะดูแลธุรกิจทุกอย่าง แต่พอท่านไม่อยู่แล้วพวกเราเลยต้องปรับตัวกันยกใหญ่ อย่างแรกเลยก็คือกำจัดความเสียใจที่มีอยู่ให้ลดน้อยลงพอที่จะมีสติย้อนกลับมาใส่ใจเรื่องงานให้ได้” (หลังสิ้นนามีผ่านไป จากผู้หญิงที่ไม่เคยทำงานวันที่เธอต้องดูแล 8 ธุรกิจใหญ่ของครอบครัว, 2549 : 344)

“ควรฝึกทำใจยอมรับว่า นี่คือนานใหม่ะ เราต้องยอมรับว่ามีอะไรหลายอย่างที่เรายังไม่รู้ และต้องเรียนรู้ อย่าใจร้อน อย่าประมาท หายใจลึกๆเข้าไป แล้วค่อยๆสงบตัวเองให้เนียนไปกับความเปลี่ยนแปลงแบบไม่กดดัน” (เมื่อคุณเริ่มงานใหม่ ทำใจยังไงดี, 2549 : 142)

“คุณไม่สามารถเปลี่ยนคนอื่นได้ แต่คุณเปลี่ยนแปลงตัวเองได้และนั่นคือก้าวแรกในการช่วยให้โลกของการทำงานน่ากลัวน้อยลง” (อย่าริเล่นการเมืองในออฟฟิศ เราเตือนคุณแล้ว, 2549 : 337)

นอกจากนั้นยังมีการปรับตัวในเรื่องความรักที่จะสามารถเผชิญ และรับมือกับความเสียใจ พร้อมทั้งปรับตัว รวมทั้งแก้ไขสถานการณ์ให้ดีขึ้นได้ เช่น

“นักจิตวิทยาบอกว่าส่วนใหญ่เราจะเจ็บปวดเมื่อความสัมพันธ์จบลง เราต้องเผชิญหน้ากับในในฐานะที่เป็นปัญหาหนึ่ง และรับรู้ว่าคุณก็เป็นแบบนี้เอง บางครั้งความสัมพันธ์ก็ต้องมีการเจ็บปวด แม้กับความสัมพันธ์ที่ยังอยู่ด้วยกันก็ตาม ดังนั้นคุณต้องหัดรับมือกับมันทั้งแง่ดีและเลว” (บัญชีความรักของคุณติดลบหรือเปล่า, 2549 : 150)

“ฉันรู้สึกแย่มากๆ เลยคิดว่าเอาละ มาดูสิว่าอะไรที่เรามีอยู่แล้วและมีอะไรที่แก้ไขให้ดีขึ้นได้ หรือเปล่า พอฉันสนใจแต่ด้านดี และพยายามยอมรับด้านแย่ฉันเลยเริ่มรู้สึกทรมานน้อยลง แล้วทุกอย่างก็ดีขึ้น ฉันกับแฟนเริ่มคุยกันว่าเราไม่พอใจกันเรื่องอะไรบ้าง เราควรปรับตัวกันอย่างไรบ้าง มันเหมือนเราเดินย้อนศรของการเป็นแฟนกันนะ คือแต่งงานแล้วค่อยมาเรียนรู้กัน เหนื่อยนะ แต่มันทำแล้วความรักเราก็ดีขึ้นก็ยอม” (บางเรื่องแม้ไม่ได้รู้ดีที่สุด, 2549 : 174)

4.2.6 เชื่อในประสิทธิภาพของตนเอง

เนื้อหาในแง่มุมมองนี้ จะแสดงความเชื่อมั่นในตนเองว่ามีความสามารถกระทำการต่างๆ ให้บรรลุถึงเป้าหมายได้ด้วยตนเอง การสามารถพึ่งพาตนเองได้และยังเห็นคุณค่าในตัวเอง ซึ่งจะเห็นได้จากรูปแบบดำเนินชีวิต การมีความพยายาม ความมุ่งมั่น หรือการกล้าตัดสินใจ ตัวอย่างเช่น

“ฉันพูดภาษาอังกฤษไม่ได้เลย แต่ฉันบอกตัวเองว่า ฉันมาไกลขนาดนี้แล้วจะท้อไม่ได้ คนเราทำได้ทุกอย่างถ้าเราตั้งใจทำอย่างเต็มที่ ฉันลงเรียนภาษาอังกฤษทุกๆ ที่ตารางงานแน่นเอี้ยดมาทั้งวัน ฉันไม่มองเเพียงเพราะร่างกายรู้สึกเหนื่อย ฉันรู้ว่ามันจะทำให้อนาคตฉันดีขึ้น ฉันจึงมีกำลังใจสู้” (ทัศนคติดีๆ มองโลกสดใสกับ แอมเบอร์ เชีย, 2549 : 182)

“เริ่มจากเห็นคุณค่าของตัวเองก่อนเพราะทุกคนที่สิ่งดีในตัวเอง เช่น ฉันสวย ฉันดี ดียังไงให้ ลิสท์ออกมาแล้วคิดว่าตัวเองเป็นยังไง แล้วค่อยๆสร้างความมั่นใจให้ตัวเองจากตรงนั้น” (ผู้หญิงมั่นใจ ใครๆก็อยากเป็น, 2549 : 190)

“ตอนนั้นก็ยังไม่มีการทำไอศกรีมโฮมเมด ตอนแรกก็คิดจะทำแล้วบอกใครก็โดนหาว่าบ้า เหมอ จะไปขายได้ยังไง แต่เราคิดว่าเรามั่นใจว่าของฉันทนอ้อมมาก เราก็คิดว่ามุ่งมั่นทำเลยดีกว่า ถึงเรา จะไม่ได้เรียนการตลาดมาแต่เราก็พยายามด้วยการอ่านหนังสือ คุยกับผู้ใหญ่หลายๆท่าน จนตอนนี้เรา สามารถเป็นเจ้าของกิจการของเราเอง บอกได้เลยว่าทุกอย่างปลาค่อยๆสร้างมาด้วยตัวเอง” (คู่มือ ประจำตัวสาวทำงานมือใหม่, 2549 : 172)

“ฉันยอมรับว่าเป็นคนที่มีความทะเยอทะยานสูง เพราะฉันมักคิดอยู่เสมอว่ายังมีอะไรอีก มากมายในภายภาคหน้าที่ยังไม่รู้มาก่อน ฉะนั้นฉันจึงเตรียมพร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้าเพื่อที่จะ เรียนรู้อยู่เสมอ” (เคลลี่ คลาร์กสัน ตัวอย่างของผู้หญิงมุ่งมั่น, 2549 : 342)

“ทุกวันนี้ทำงานเต็มที่แล้วล่ะ ตักเป็นคนเชื่อมั่นในตนเอง จะเลือกงานของเราเองก็เลยแฮปปี้ สนุกสนาน แล้วงานตรงนี้ก็อิสระ เราวางแผนงานได้เต็มที่ ก็เลยรู้สึกไม่กดดัน” (ความรักกับงานต้อง สวนทางกันจริงหรือ, 2549 : 218)

“ข้อดีของการเป็นผู้หญิงชัดเจนอีกอย่างก็คือ ทุกครั้งที่เราได้ชัดเจนทำอะไรหรือพูดอะไรลง ไปแล้ว เราจะไม่เก็บไปคิดมากเลยเพราะมันมาจากสิ่งที่เราคิดมาแล้วจนสุด เราจะไม่สนใจจริงๆว่าจะ มีใครว่าอะไรไหม เพราะเราชัดเจนไปแล้ว คิดมาดีแล้วนี่นา” (เป็นผู้หญิงชัดเจนชีวิตง่ายขึ้นเยอะ, 2549 : 28)

“คนอื่นอาจมองว่าน่าจะหาประสบการณ์ที่อื่นก่อน แต่พลอยไม่อยากจะเสียเวลาอยากทำก็ ทำเลย อายุเท่านี้เรารู้อะไรได้ง่าย ยังมีแรง พลอยไม่ได้มองว่ามันหนักเกินความสามารถแต่มองว่า มันเป็นโอกาสที่ยิ่งใหญ่มากกว่า” (ผู้บริหารระดับสูง อายุยังไม่ถึง 30, 2549 : 202)

“ฉันพยายามทำทุกอย่างให้ดีที่สุดอย่างที่ฉันจะทำได้ ถึงแม้บางครั้งมันอาจไม่ดีเท่าที่ควร แต่เป้าหมายของฉัน ไม่ได้อยู่แต่ในโลกของการเป็นนักแสดงอย่างเดียว แต่ฉันหวังว่าฉันจะใช้ชีวิตให้มีความสุขมากกว่า และฉันก็เชื่อว่าเป็นเวลาที่ดีที่สุดของชีวิตฉัน” (เคท ฮัดสัน ผู้หญิงมีความสุขที่ ใครๆก็อยากเป็น, 2549 : 164)

“จากเหตุการณ์ที่ผ่านมาจนถึงทุกวันนี้ทำให้เราได้รู้ว่าการจะทำอะไรบางอย่างให้สำเร็จขึ้นอยู่กับความเชื่อค่ะ คือต้องเชื่อในตัวเอง ต้องมั่นใจและกล้าที่จะตัดสินใจ ส่วนเรื่องประสบการณ์นั้นมันไม่ได้มีความสำคัญอะไรมากไปกว่าการเรียนรู้และเอาใจใส่กับงานที่เรากำลังทำเลยคะ ไม่มีอะไรในโลกนี้ที่เกินความสามารถ ถ้าเราตั้งใจ” (หลังสีนามีผ่านไป จากผู้หญิงที่ไม่เคยทำงาน วันที่เธอต้องดูแล 8 ธุรกิจใหญ่ของครอบครัว, 2549 : 344)

4.2.7 มีการวางแผนชีวิตไว้ล่วงหน้า

เนื้อหาจะแสดงถึงความสำคัญของการมีความพร้อมในการวางแผนชีวิตในระยะยาว ตัวอย่างเช่น

“ถ้าเรารู้แน่ๆว่าที่ฉันเกิดมาชีวิตนี้เพื่ออะไร ถ้าเราคิดได้เราจะเริ่มลงมือเตรียมการณั่ อย่างไร อย่างถ้าคุณรู้ว่าฉันเกิดมาเพื่อเป็นนักเดินทาง ถึงแก่ขัง ใจก็ยังอยากเดินทางไปเก็บเกี่ยวเรื่องราวต่างๆมาเขียนหนังสือ สมมุติเป็นอย่างนี้ คุณก็เริ่มคิดว่าทำยังไงให้มีชีวิตอยู่ได้เดินทางให้รู้สึกว่ามันมีความหมายพอเท่ากับที่เกิดมาหนึ่งชีวิต คุณก็จะเริ่มลงมือคิดว่า เราต้องดูแลตัวเองยังไง เริ่มเก็บเงินยังไง” (คลีโอ ก้าวเข้าสู่ปีที่ 9 สาวขึ้น, 2549 : 30)

“การวางแผนธุรกิจในฝันจริงๆๆ การวางแผนเป็นเรื่องสำคัญมาก มันก็เหมือนคู่มือที่ทำให้เรารู้ว่าทิศทางการทำงานของเราจะเป็นไปในทางไหน ถ้าไม่มีเลยก็เหมือนคนเดินสะเปะสะปะไปโน่นมานี่แบบไร้จุดหมาย อาจจะถึงเส้นชัยได้แต่ก็ช้ากว่าคนอื่นไม่รู้กี่เท่า” (คู่มือทำธุรกิจแบบมืออาชีพ, 2549 : 200)

เนื้อหาที่เกี่ยวกับการวางแผนชีวิตที่พบส่วนใหญ่ จะเป็นการเตรียมความพร้อมในเรื่องเงินเก็บ หรือการใช้จ่าย เช่น

“ชีวิตเป็นสิ่งไม่แน่นอน รุกๆ คุณอาจจะป่วยหนัก รถชน รถเสีย ตกงาน ถ้าเกิดขึ้นจริงคุณเตรียมพร้อมไว้หรือยัง

ทางแก้: ควรมีเงินเตรียมไว้สำหรับเรื่องฉุกเฉินประมาณ 3 - 6 เท่าของค่าใช้จ่ายในแต่ละเดือน แล้วเช็คดูว่าประกันสุขภาพ ประกันรถ ประกันชีวิตของคุณยังไม่หมดอายุไปใช่ไหม?” (10 นิศยเสียๆที่ทำให้คุณเป็นหนี้ท่วมหัว, 2549 : 160)

“ไม่มีใครรู้ว่าอนาคตเราจะต้องเจอกับอะไรบ้าง รู้ๆอาจจะไม่สบายจนทำงานไม่ได้ อาจจะ ต้องออกจากงาน ถ้าคุณไม่ระวังการใช้จ่าย ไม่เก็บออมไว้เลยจะมีชีวิตที่มั่นคงได้อย่างไร” (6 ข้อคิดดีๆ จากนิทานอีสปที่คุณอาจจะลืมไปแล้ว, 2549 : 378)

“ในช่วงเทศกาลสิ่งของต่างๆมีโอกาสขึ้นราคาสูงกว่าปกติ เราขอแนะนำให้คุณเริ่มวางแผนว่าจะซื้ออะไรให้ใครบ้างและซื้อเตรียมไว้ตั้งแต่เนิ่นๆ ทั้งนี้ให้คำนึงถึงประโยชน์และคุณค่าของสิ่งนั้น มากกว่าที่จะเน้นไปที่ของราคาแพง แต่ไม่มีประโยชน์อะไรเลย หรือไม่ก็ทำของขี้ด้วยตัวเอง ประหยัดได้หลายบาทแน่นอน แถมยังมีคุณค่าทางจิตใจด้วยนะ” (เตรียมใช้เงินช่วงปีใหม่แบบไม่ กรอบ, 2549 : 168)

“บัญชีเงินเก็บอื่นๆคือพยายามจะไม่ไปแตะมันเลย เก็บไว้เวลาฉุกเฉินจริงๆ ยังก่อนนี้มี ครอบครัวยังต้องระวังและคิดมากกว่าเดิม จากตอนที่อยู่คนเดียวเราเก็บ 10% แต่ตอนนี้เราต้องเพิ่ม เป็น 25% เพราะเราต้องคิดเผื่อลูก เผื่อครอบครัวด้วย ไม่เคยคิดว่าการเก็บเงินทำให้ชีวิตเราลำบาก แต่ มันทำให้ชีวิตเรามั่นคงขึ้น เราไม่รู้ว่าเราจะตกงานวันไหน คนรอบข้างเราจะไม่สบายวันไหน เราต้องมี คิดเตรียมตัวไว้ก่อน” (อยากเป็นผู้หญิง รวย เก่ง ต้องออมตั้งแต่วันนี้, 2549 : 205)

“งานนี้คุณมีรายจ่ายเพียบแน่ๆ ลองคิดคำนวณค่าใช้จ่ายให้ดี ไม่อย่างนั้นอาจเจอเหตุการณ์ กระทบไปถึงได้ ถ้าเป็นไปได้อะไรไม่จำเป็นตัดออกไปได้ก็จะดีกว่า หรือลองหาข้อมูลตัดสินใจจ่ายเงิน ให้ดี อย่างเช่น ค่าแต่งหน้าทำผม แนะนำว่าควรจะลิสต์ออกมาเป็นข้อๆ แล้วกะงบประมาณไปเลยว่า แต่ละส่วนคุณจะจ่ายได้เท่าไร” (คู่มือเตรียมพร้อมวันรับปริญญา, 2549 : 204)

นอกจากนั้นยังมีการเตรียมความพร้อมในเรื่องของสุขภาพด้วย ตัวอย่างเช่น

“วางแผนสุขภาพ กำหนดวันสำหรับตรวจร่างกายประจำปี ปีละ 1 ครั้ง เช็กให้ละเอียดทุก อย่าง ถ้าเป็นผู้หญิงการตรวจภายในสำคัญมาก ถ้าทำได้ตั้งแต่เนิ่นๆ บั้นปลายชีวิตง่ายขึ้นแน่ๆเพราะถ้า คุณตรวจเจอโรคร้ายเร็วเท่าไรโอกาสรักษาหายก็มีมากขึ้นเท่านั้น” (5 วิธีทำให้ชีวิตง่ายขึ้นอีกเยอะ, 2549 : 132)

“ทุกครั้งที่คุณไปหาหมอ เพื่อรักษาอาการป่วยหรือปรึกษาสุขภาพ อย่าลืมติดยาหรือรายชื่อยาที่กินอยู่ประจำนั้นไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นวิตามินเสริม ยาสมุนไพร หรือยาที่คุณซื้อทานเองได้ด้วย เพื่อ

หมอจะได้ทราบว่าคุณกินยาอะไรมาบ้าง ยาตัวไหนที่จะมีปัญหาเกี่ยวกับการรักษาของหมอบ้างหรือเปล่า”
(เฮลท์ รีพอร์ท, 2549 : 142)

4.2.8 มีความเชื่อว่ามนุษย์สามารถกำหนดและแก้ไขสิ่งต่างๆได้

เนื้อหาจะแสดงถึงการมีความเชื่อในตัวของมนุษย์ด้วยกันเอง ว่าความสามารถ และการสร้างความแตกต่างให้กับตัวเองของมนุษย์ จะสามารถกำหนดสิ่งต่างๆได้ ตัวอย่างเช่น

“เคยได้ยินนักการตลาดพูดกันว่า “differentiate or die” ซึ่งหมายความว่าจงสร้างความแตกต่างให้กับตัวเอง ไม่อย่างนั้นคุณก็จะเป็นแค่อีกคนที่กลืนไปกับคนส่วนใหญ่ แต่ถ้าเราสามารถสร้างความแตกต่างไม่เหมือนใครให้กับตัวเองได้ เราก็อาจจะเป็นคนหนึ่งที่ประสบความสำเร็จได้”
(มองโลกอย่างอัจฉริยะไม่เห็นจะยาก, 2549 : 227)

“เมื่อใดที่คนเราได้ทำให้สิ่งที่ตัวเองรักอย่างแท้จริง ผลงานที่ออกมาของชากร้านนอกจากจะดี สมบูรณ์แบบแล้วยังมีพลังมากพอที่จะเปลี่ยนแปลงในโลกใบนี้ได้ด้วย สาวคลีโอเห็นใหม่ว่ามีผู้หญิงสองบุคลิกคนนี้น่าสนใจแค่ไหน ชากร้ารักในความแตกต่างภายในบุคลิกของเธอนั้น ช่วยส่งเสริมกัน และกัน ไม่ใช่ขัดแย้งกัน มันทำให้เธอเป็นคนมีความสุขและสมบูรณ์ขึ้น” (ชากร้า สาวสองบุคลิกที่เรา รัก, 2549 : 141)

รวมถึงเชื่อว่ามนุษย์สามารถแก้ไขสิ่งต่างๆได้ถ้าไม่ยอมแพ้ เพราะทุกอย่างจะอยู่ที่ความตั้งใจ ความเชื่อมั่น และความพยายาม ตัวอย่างเช่น

“เราจะต้องมั่นใจเชื่อมั่นในสิ่งที่ตัวเองทำในเวทีระดับโลก คุณไม่สามารถดังได้เพียงชั่วข้ามคืน ทุกคนต้องมุ่งมั่นกันทั้งนั้น คนที่ประสบความสำเร็จก็คือคนไม่ย่อท้อไม่ยอมแพ้ระหว่างทาง”
(ทัศนคติดีๆ มองโลกสดใสกับ แอมเบอร์ เจีย, 2549 : 182)

“เอาล่ะ...คิดใหม่ทำใหม่ คุณไม่ต้องเป็นลูกคนมีสตางค์ก็สามารถไปเรียนต่อเมืองนอกได้ แค่คุณอาศัยความพยายาม และเปิดหูเปิดตาให้กว้างไกลสักหน่อย อย่าง 4 สาวที่เราไปทำความรู้จักมา”
(ไม่ต้องเป็นอัจฉริยะก็ชิงทุนไปเรียนเมืองนอกได้, 2549 : 208)

“อยากให้ทุกคนมีความเชื่อมั่นในตัวเอง ทุกคนมีดีและความสามารถ เชื่อในความสามารถที่เรามีและทำให้ดีที่สุดในทุกๆอย่าง อย่าหวังพึ่งใคร ตัวเองก็พึ่งตัวเองได้” (7 พี่สาวในฝันของคลีโอ, 2549 : 275)

“Career Must Do “ทันทีที่คุณพิจารณาจนสุดปัญญาแล้วพบว่า 1.คุณชอบอะไรที่สุด 2.คุณถนัดอะไรที่สุดก็จงลุกขึ้นหากระดาษหนึ่งแผ่นจดลิสต์อาชีพที่ใช่กับสิ่งนั้น หรือ ใกล้เคียงกับสิ่งนั้นที่สุดและลุกขึ้นเปิดหนังสือพิมพ์หน้าหางานและเข้าอินเทอร์เน็ต ส่งจดหมายสมัครงานไป เขียนจดหมายปะหน้าอย่างจริงใจและตั้งใจที่สุด ทำอย่างนี้ไปเรื่อยๆ ที่สำคัญถ้ายังไม่ได้ทำงานนั้นแบบโഴ๊ะจริงๆ ให้หางานที่เข้าใกล้เรื่อยๆ วันหนึ่งคุณจะได้ทำงานนั้นแน่นอน” (แคร์เรียร์ มัสท์ ดู, 2549 : 142)

“ไม่ยากอย่างที่คิดหรอก! รู้หรือเปล่าว่าคนเราใช้เวลา 21 วันในการสร้างความเคยชินให้เป็นนิสัย แค่ 3 สัปดาห์ที่คุณจะเปลี่ยนเป็นผู้หญิงคนใหม่ใจโลกว่าเดิม” (ตั้งแต่ต้นปีคุณเปลี่ยนตัวเองบ้างหรือยัง, 2549 : 128)

“วิธีสร้างความมั่นใจอย่างรวดเร็ว นึกถึงข้อดีทุกอย่างของคุณ ไม่ว่าจะมียารมณัชั้น มีความอดทน มีความคิดสร้างสรรค์ หรืออะไรก็ตามที่ดีๆ ความคิดแบบนี้พาคุณผ่านพ้นสถานการณ์ลำบากใจไปได้” (วิธีสร้างความมั่นใจแบบไม่เสแสร้ง, 2549 : 207)

“ชีวิตไม่มีอะไรมากหรอก อยู่ที่การจัดการเท่านั้นเอง เราจะจัดการตัวเราอย่างไรให้ “อยู่” อย่างมีความสุข ชีวิตเรา เราต้องลงมือจัดการกับมันด้วยมือเราจริงๆ หลายคนโศกเศร้าเสียใจ ไม่ใช่เป็นเพราะคุณเป็นผู้หญิงอ่อนแอหรอก อาจเป็น เพราะคุณยังไม่รู้วิธีจัดการกับมันเท่านั้นเอง” (อยู่อย่างมีความสุขกับสิ่งที่เรามีอยู่แล้วกันเถอะ, 2549 : 30)

“เราเชื่อว่าทุกคนมีความสามารถในตัว ไม่ว่าจะทำงานในตำแหน่งไหน ถ้าคุณทำอย่างตั้งใจและเต็มที่ ทำดีที่สุด คุณก็มั่นใจได้ว่าคุณทำงานได้ไม่ด้อยไปกว่าใคร ไม่ว่าจะอยู่ตำแหน่งไหน” (7 สิ่งที่จะทำให้คุณเสียความมั่นใจ, 2549 : 192)

4.2.9 เชื้อในคุณค่าของการพัฒนา ทางวัตถุและความคิด

เนื้อหาในแง่มุมมองนี้จะแสดงถึงการยอมรับว่าการพัฒนาทางวัตถุ และความคิดเป็นสิ่งมีประโยชน์ ส่วนใหญ่จะเห็นได้จากการเชื่อว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ มีประโยชน์ สามารถทำให้ชีวิตง่ายขึ้น เพราะเทคโนโลยีเหล่านั้นสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน และการทำงานได้ ตัวอย่างเช่น

“การเคลือบฟันด้วยลามิเนตก็โปร่งแสงอย่างถาวรจะทำให้คุณมีรอยยิ้มสวยปังแบบคาราไม่จำเป็นต้องเคลือบทั้งปากก็ได้ถ้าคุณมีฟันซี่หรือสองซี่ที่บิ่นร้าว การเคลือบฟันซี่นั้นก็ทำให้ฟันกลมกลืนเหมือนฟันที่เหลือแล้ว” (เราสวยเองก็ได้ อัปเดตตัวเองตามนี้เลย, 2549 : 102)

“ปัญหาอยู่ที่พอจะหาเวลาว่างเพื่อเรียนอะไรสักอย่างก็ช่างยากเย็นเสียเหลือเกิน ไหนจะเวลาที่ไม่ลงตัวกับตารางที่แสนจะวุ่นวายในแต่ละวันหรือการเดินทางที่ต้องฝ่ารถติดอีก วันนี้เทคโนโลยีนำอินเทอร์เน็ตกับเครื่องมือดีๆ อย่างพีซีหรือโน้ตบุ๊กให้เราได้เป็นเจ้าของในราคาไม่แพง อยากจะเรียนแบบเลือกเวลา หรือสถานที่เรียนตามที่อยาก คุณเลือก และที่สำคัญที่สุดมีหลายคอร์สที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายด้วย สิ่งที่ต้องเตรียมมีเพียงแค่...

- คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะหรือโน้ตบุ๊กคู่ใจ

- อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

เท่านั้นที่เริ่มเทอมแรกได้เลย” (เลือกเรียนง่ายๆ สดออนไลน์, 2549 : 320)

“เลเซอร์ (Laser) เช่น Cooltouch Aramis ก็เป็นอีกวิธีที่ช่วยลดริ้วรอย จะขยักกระชับผิวหนังได้ โดยเลเซอร์รุ่นใหม่ทำให้ผิวสวยใสโดยไม่มีแผลมักจะต้องทำหลายครั้ง และควรทำต่อเนื่องจึงจะเห็นผลชัดเจน” (แก้ไขริ้วรอยบนใบหน้าจะทำวิธีไหนดี, 2549 : 102)

“ใช้อีเมลเป็นเลขส่วนตัว ใครที่ขอลืมอวยพรและชื่อของขวัญวันเกิดเพื่อนๆ เพราะมัวแต่จดไว้ในสมุดเหมือนสมัยประถม เซกเก็บไปแล้ว วิธีที่กำลังนิยมสำหรับเดือนนัดพิเศษก็คือใช้บริการเตือนความจำจากอินเทอร์เน็ตอย่าง www.birthdayalarm.com หรือ www.rememberit.com คุณจะได้รับข้อความเตือนผ่านทางอีเมลว่า ถึงเวลาเปลี่ยนน้ำมันเครื่องรวมทั้งพามาที่บ้าน ไปฉีดวัคซีนแล้ว” (5 วิธีทำให้ชีวิตง่ายขึ้นอีกเยอะ, 2549 : 132)

“แล้วสาวซีลิมชอบลิมกินยาคุมกับสาวกั้วเจ็บไม่ชอบฉีดยาคุมก็ได้มีเฮ! วันนี้มีแผ่นคุมกำเนิดมาช่วยแก้ปัญหาลิมกินยา ไม่ต้องขาดความมั่นใจไปว่าวันไหนกินยาพลาดแล้วเดือนนั้นจะพลาดไปด้วยหรือเปล่า แผ่นยาคุมกำเนิดนี้จะประกอบด้วยฮอร์โมน 2 ชนิด คือ โปรเจสเตอโรนและเอสโตรเจน เหมือนยาคุมกำเนิดทั่วไปเมื่อแปะแผ่นยาแล้วด้วยจะค่อยๆ ซึมผ่านผิวหนังเข้าสู่กระแสเลือด ใครสนใจลองสอบถามตามร้านขายยาชั้นนำทั่วไปหรือสูตินารีแพทย์” (อแพคท แผ่นแปะคุมกำเนิดมาแล้ว, 2549 : 144)

“เครื่องพิมพ์ขนาดเล็กที่สามารถใช้งานแบบไร้สาย น้ำหนักเบา ใช้งานได้ง่าย ถ้าบ้านคุณเกิดไฟดับแต่ต้องส่งงานพรุ่งนี้ก็ไม่ต้องห่วง เพราะสามารถใส่แบตเตอรี่เฉพาะที่นำมาพร้อมกันกับเครื่องตอนซื้อ” (7 อย่างนี้เราอยากมีไว้ที่บ้าน, 2549 : 344)

“เกิดเป็นสาวยุคนี้ดีไปหลายอย่าง มีปัญหาเรื่องสวยๆงามๆกันทั้งทีก็ไม่จำเป็นต้องทนนอนถอนใจให้วุ่นวายอีกแล้ว เพราะมีสารพัดเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาเป็นตัวช่วยให้ได้อุ่นใจกันอีกเยอะ แต่อะไรจะเหมาะกับใครนั้นต้องลองมาดูแบบเจาะลึกกันไปเลย” (เบื้องหลังความสวยของผู้หญิงยุคนี้, 2549 : 208)

นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาทางความคิด นำของเก่ามาผสมผสานกับเทคโนโลยีใหม่ด้วย ตัวอย่างเช่น

“เรานำการออกแบบมาใช้กับเบญจรงค์ เป็นการดีไซน์ที่รู้เท่าทันรสนิยมคนในสมัย ทำให้ได้ของที่แตกต่างกันและมีโอกาสที่จะขาย” นี่คือวัตถุประสงค์ของโครงการออกแบบลวดลายสำหรับเครื่องเบญจรงค์ ที่อาจารย์พิม และผศ.ดร.เอถึง พัฒโนภาย ร่วมทำงานกับชุมชนที่อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม จนได้รับรางวัลชมเชยสิ่งประดิษฐ์แห่งชาติ” (10 ผู้หญิงเก่งและเจ๋งจริง, 2549 : 180)

4.2.10 นำเอาความคิดใหม่ๆมาประยุกต์ใช้กับชีวิตของตนเอง

เนื้อหาจะแสดงถึงความเป็นยุคใหม่ในแง่ของ การสนใจในการศึกษาหาความรู้ การเรียนรู้ตามหลักเหตุและผล รวมถึงการที่บุคคลรู้จักเอาประสบการณ์จากการทำงาน หรือจากการใช้ชีวิตด้านอื่นๆมาประยุกต์ใช้กับตนเองได้ ทั้งนี้จะเป็นไปตามความต้องการของตนเอง ไม่ใช่ตามความคิดของคนอื่น ตัวอย่างเช่น

“เขาเริ่มเขียนเพลงและหัดเล่นกีตาร์เองตั้งแต่อายุน้อยจึงทำให้เขาไม่รู้สึกละแวกที่ต้องแสดงต่อหน้าคนเยอะๆ และเขาก็ตัดสินใจลาออกจากมหาวิทยาลัยเพื่อที่จะมุ่งมั่นกับงานเพลงอย่างจริงจัง เขาเริ่มเรียนร้องเพลงกับผู้เชี่ยวชาญที่โรงเรียน สอนร้องเพลงในดัลลัสบ้านเกิดของเขา เขาต้องฝึกซ้อมและออกกำลังกายอย่างหนักเพื่อการร้องเพลงที่ถูกต้อง เขาชอบเขียนเพลงเกี่ยวกับความรักพระเจ้า และธรรมชาติ ทุกเพลงที่เขาเขียนเกี่ยวข้องกับสิ่งที่เกิดขึ้นและสิ่งที่กำลังทำอยู่ในขณะนั้น” (ไรอัน คาบรีร์รา หนุ่มหล่อมากความสามารถ, 2549 : 312)

“งานปริตตีและเอ็มซีที่ผ่านมาเป็น โอกาสที่ทำให้ได้เข้าไปศึกษาธุรกิจนั้นๆไปในตัว เราทำงานมาหลายวงการแล้ว ทั้งรถยนต์ เครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ อาหารเครื่องดื่ม โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ เครื่องจักร สปา ทำให้เราเห็นว่าธุรกิจนี้คู่แข่งน้อย ธุรกิจนี้คู่แข่งเยอะ ธุรกิจนี้น่าสนใจ” (ปริตตีอาชีพคนสวย เงินเยอะงานสบายจริงหรือ, 2549 : 157)

“งานกฎหมาย คือ งานที่เน้นความละเอียด และคิดให้รอบคอบ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยประสบการณ์ ยิ่งอายุงานมากยิ่งมีคุณค่า ความรู้ยิ่งเพิ่ม เราเป็นที่ปรึกษาแล้วเราต้องรู้ให้มากกว่าลูกความ” (หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง ที่ปรึกษากฎหมาย, 2549 : 158)

“เพราะอยากรู้ว่าคลาสสิกคืออะไร เลยเข้ามาเรียน ยิ่งเรียนก็ยิ่งผูกพันจนไม่รู้เลยว่าเริ่มรักสิ่งนี้ไปแล้ว รู้อีกทีคือเลิกไม่ได้ ก็เรียนต่อมาเรื่อยๆ พอจบมาก็ร้องคลาสสิกอย่างเดียวเลย ประมาณ 6 ปีกว่าแล้ว” (หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง นักแสดงโอเปร่า, 2549 : 148)

“เด็กชอบเก็บข้อคิดต่างๆจากการอ่านมาไว้ในคลังข้อมูล เมื่อไหร่ที่เขาอยากแต่งเพลง สิ่งต่างๆนี้จะไหลซึมออกมาเองโดยอัตโนมัติ และบ่อยครั้งที่เวลาเขาคิดอะไรไม่ออก สถานที่ใกล้ตัวที่จะไปและได้ผลบ่อยๆคือร้านหนังสือและร้านซีดี มันทำให้รู้ว่า มีเรื่องอีกตั้งเยอะที่เรายังไม่รู้” (เด็ก อุทัย บุญญมณฑ์, 2549 : 310)

“เราเคยบอกวิธีง่ายๆในการลดน้ำหนักกันมาบ่อยแล้ว แต่คราวนี้เป็นผลการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ที่มีหลักฐานยืนยันแน่นอนแล้วว่าถ้าคุณลองทำแบบตั้งใจจริงดูรับรองว่าน้ำหนักที่พุ่งเกินจะต้องลดลงแน่ๆ” (5 ผลวิจัยบอกนิสัย ถ้าคุณทำได้หุ่นดีแน่ๆ, 2549 : 136)

“ถามตัวเองก่อนว่าชอบแน่ๆ แต่ต้องจริงจัง เพราะถ้าไปเรียนเพื่อให้ได้สูตรมาทำ เราก็จะได้แค่สูตรมาทำจริงๆ ยังมีอะไรอีกมากที่ต้องเรียนรู้ในการทำขนมหนึ่งชิ้น การเรียนทำให้เราได้รู้คุณสมบัติของวัตถุดิบแต่ละอย่างและถามจากผู้รู้จริงได้ เขาจะช่วยแก้ข้อผิดพลาดให้เราได้ และทำให้เราพลิกแพลงได้อีกเยอะ” (หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง เชฟ เบเกอร์, 2549 : 166)

“คุณควรหันมาปรับปรุงตัวเองด้วยการเรียนรู้และอัปเดตทักษะต่างๆ ทั้งในเรื่องการติดต่อผู้คนและฝีมือด้านไอที พนักงานเป็นสิ่งที่สามารถเปลี่ยนเข้าเปลี่ยนออกได้แต่ในสังคมที่เน้นการบริการแบบนี้ นายจ้างยังต้องการคนทำงานเฉพาะด้านเสมอ ดังนั้นคนที่เหมาะสมจะมีงานให้ทำอย่างต่อเนื่อง หน้าต่างแห่งโอกาสเปิดอยู่เสมอที่ใดที่หนึ่ง ขณะที่คุณย้ายงานจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งคุณก็จะได้รับทักษะและประสบการณ์ใหม่ๆและเพิ่มความสามารถในการทำงานของคุณเอง” (หรือคุณกำลังสร้างภาพ คนบ้างาน, 2549 : 284)

“คนเราเรียนได้ไม่จบกะ จบป.6 แล้วชีวิตเรายังไม่ได้หยุดแค่นั้น ตอนทำงานก็ลงเรียน การศึกษานอกโรงเรียน จนจบม.6.แล้วก็มาลงเรียนปวส.การตลาด เราเองงานของเราที่เกี่ยวกับการ บริการมาเทียบโอนได้” (จากสาวชานามาสู่เครื่องสำอางแบรนด์เนม, 2549 : 330)

4.2.11 มีความเคารพและยอมรับในศักดิ์ศรีของตนเองและของผู้อื่น

การเข้าใจว่าความแตกต่างระหว่างบุคคลนั้นเป็นลักษณะเฉพาะตัว ดังนั้นความคิดเห็นของตนเองกับของคนอื่นอาจต่างกันได้ และทุกคนก็มีข้อดีหรือข้อเสียแตกต่างกันไป เพราะฉะนั้นจึงมีความเคารพและให้เกียรติคนอื่น อีกทั้งยอมรับในสิ่งที่ผู้อื่นเป็น ตลอดจนสามารถอยู่ร่วมกับบุคคลอื่น และเมื่อถึงเวลาที่มีปัญหา ก็สามารถร่วมกันแก้ไขได้ ตัวอย่างเช่น

“จำไว้ว่า ทุกคนมีคุณค่าเสมอ อย่าตัดสินคนอื่นจากความคิดของคุณคนเดียว ทุกคนมีข้อดี ข้อเสียต่างกัน คุณอาจมีข้อดีหลายข้อ เช่น ทำงานเร็ว เต็มไปด้วยข้อมูล มีเหตุผล แต่ทำงานผิดพลาด บ่อยก็ทำให้ขัดแย้งกับเจ้านายได้ หลังจากรู้จักตัวเองแล้ว รู้ว่าเราเป็นคนแบบไหน ข้อดีของเราคืออะไร ข้อเสียที่ต้องระวังคืออะไร หลังจากนั้นให้ทำแบบนี้กับคนอื่นด้วย ข้อดีของเขาคืออะไร ดึงขึ้นมาเป็น จุดเด่น ส่วนข้อเสียก็ให้ระวังและหาวิธีป้องกัน” (ทางออกง่ายๆถ้าไม่อยากทะเลาะกับใครในที่ทำงาน, 2549 : 260)

“ลองใช้ทัศนคติและสายตาของเขามองสถานการณ์นี้ หรือลองเอาใจเขามาใส่ใจเรา ซึ่งเป็น ขั้นตอนที่ยากมาก ไม่ได้หมายถึงให้คุณต้องเป็นด้วยกับเขา คุณอาจไม่เห็นด้วยมากๆ แต่คุณสามารถทำความเข้าใจจุดยืนของเขา” (วิธีจัดการกับอารมณ์โกรธ, 2549 : 216)

“แสดงความนับถือนับถือเพื่อนร่วมงานว่าเป็นบุคคลที่มีความคิดของตนเองและความคิด นั้นอาจต่างจากของคุณ นับถือผลงานของคนอื่นในแง่ที่เขาทุ่มเทเวลาและแรงกายทำงานนั้น” (ถูก เจ้านายเล่นงาน เพราะผลงานหรือไม่ถูกชะตา, 2549 : 276)

“ไม่มีใครเคยบอกเลยว่า one man show คือการทำงานที่ได้ผลที่สุด การอยู่ร่วมกับคนอื่น ด้วยความเอื้ออาทรเป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งที่มนุษย์ธรรมดาคนหนึ่งพึงต้องมี คุณไม่รู้หรือว่าคุณต้องการ ความช่วยเหลือจากใคร เมื่อใด จำไว้ว่าคุณไม่ได้เป็นผู้วิเศษมาจากไหน งานบางงานต้องการพลัง สร้างสรรค์ ถ้าพวกเขาไม่ร่วมมือกับคุณบ้างจริงๆ คุณอาจทำงานได้ยากกว่านี้” (6 ข้อคิดดีๆ จากนิทาน อีสปที่คุณอาจจะลืมไปแล้ว, 2549 : 378)

“ทำงานด้วยวิธีนุ่มนวล ถึงแป้งจะเป็นเจ้าของบริษัทแต่ก็ไม่เคยสั่งการอย่างเดียว “ถ้าเราทำตัวให้เกียรติคนอื่น น่ารัก นุ่มนวล ในขณะที่เดียวกันก็มีหลักการ จะทำให้คนอื่นกล้าคุยกับเรา เรายังมีความสุขกับคนที่เจอและงานที่เรารัก เราไม่ได้มองที่ผลประโยชน์ ถ้าอยากทำงานให้สนุกขึ้นเราต้องเลือกใช้ชีวิตทำงานที่นุ่มนวล จริงใจกับคนที่เราพบ จริงใจต่อกันจะทำให้การทำงานไม่มีปัญหาทุกอย่างจะราบรื่นมากขึ้น และไม่ต้องพูดถึงคนอื่นในทางไม่ดี แค่นี้ก็ทำให้เรามีความสุขแล้ว” (ผู้บริหารระดับสูงอายุยังไม่ถึง 30, 2549 : 200)

“ความคิดเห็นไม่ตรงกันเป็นเรื่องธรรมดา แต่อย่ามองว่าใครถูกใครผิด มองแค่ว่าความคิดเห็นไม่ตรงกันก็มาจูนให้มันเข้ากัน ให้เข้าใจว่าทำไมเขาคิดแบบนั้นปัญหาก็จะไม่มี” (ไม่ว่าจะอย่างไรเราเป็นเพื่อนกันเสมอ, 2549 : 159)

“การฟังคำแนะนำไม่ได้หมายความว่าให้คุณควรรับทุกความคิดเห็นมาปฏิบัติตามอย่างจริงจังที่กำลังจะบอกคืออย่างน้อยคุณควรเปิดรับความเป็นไปได้ของคำแนะนำดีๆที่จะเข้ามาหา อย่าปิดกั้นเพราะต้องปิดกั้น เพราะมีแต่คนโง่เท่านั้นที่จะเชื่อว่าไม่มีคำแนะนำดีๆ” (ตัดสินใจครั้งสำคัญครั้งไหนก็ไม่พลาด, 2549 : 178)

“เตรียมใจไว้เลยนะว่า เวลาคุณเสนอความเห็นอะไร อาจมีคนที่อยู่ดีๆก็พูดแทรกคุณหรือพอคุณพูดจบเขาก็ส่ายหน้าบอกว่าไม่เห็นด้วย อย่าเพิ่งชักสีหน้า โกรธเขา ยิ้มไว้ แล้วถามว่า “ไม่เห็นด้วยตรงไหนหรือคะ” แล้วถ้าเขามีเหตุผลที่คุณพิจารณาว่าดีจริง ก็พยักหน้ายอมรับฟังเขา แล้วช่วยกันแก้ปัญหาต่อไปดีกว่า” (เมื่อคุณไม่กล้าออกความเห็นในที่ทำงาน, 2549 : 152)

“คู่รักที่ดีจะมองคนรักเป็นบุคคลที่มีตัวตนแยกจากตัวเองอย่างสิ้นเชิงเสมอ ยิ่งกว่านั้นคู่รักที่ดีจะให้เกียรติและส่งเสริมความเป็นตัวของตัวเองของคนรักเสมอ” (อ่านเท่าที่เพื่อให้คุณรู้จักเขาดีขึ้น, 2549 : 167)

“ฉันคงไม่แนะนำอะไรเขาหรอก แต่ละคนมีสไตล์และรสนิยมไม่เหมือนกัน มันยากที่จะไปตัดสินว่าต้องแต่งตัวแบบไหนถึงจะเหมาะสม” (โจลิน ไซ่ บริษัทนีย์ สเปียร์สแห่งไต้หวัน, 2549 : 172)

4.2.12 มีความเข้าใจในขั้นตอนต่างๆของชีวิต และมองโลกในแง่ดี

เนื้อหาความเป็นยุคใหม่ในแง่มุมนี้จะแสดงถึงการเป็นคนที่มีความเข้าใจในการดำเนินชีวิต และการยอมรับความจริง มีความเข้าใจว่าในชีวิตทุกคนก็อาจต้องเจอกับปัญหาหรืออุปสรรค จึงจะได้พบกับความสำเร็จในวันข้างหน้า

“เรียนรู้ข้อผิดพลาด อย่าท้อใจและยอมแพ้ง่ายๆ ท่องเอาไว้ว่าอุปสรรคคือทางที่จะทำให้คุณแข็งแกร่งขึ้นในวันข้างหน้า” (คู่มือประจำตัวสาวทำงานมือใหม่, 2549 : 166)

“ถึงแม้เราจะเลือกเส้นทางชีวิตพลาดไปแล้ว แต่เราต้องลุกขึ้นมาให้ได้ อย่าโทษตัวเอง อย่าให้พลาดซ้ำสองกับเรื่องเดิมๆก็พอ เราต้องเลือกเส้นทางชีวิตของตัวเอง อย่าไปเสียใจกับสิ่งที่ผ่านมายุ่เลย” (กว่าฉันจะฝ่าฟันมาได้, 2549 : 253)

“เมื่อถึงเวลาที่เราต้องยอมรับความจริง เราก็ต้องสู้กับความเจ็บปวดนั้น ตั้งใจทำเวลาที่เหลืออยู่ในทุกๆวันของเราให้ดีที่สุด เพื่อตัวเองและเพื่อคนรอบข้าง ทำให้พวกเขามีความสุข ไม่ทำให้ตัวเองเป็นคนป่วยที่รอเวลาที่จะจากพวกเขาไป แล้วมันก็จะทำให้ชีวิตของเรานั้นมีความสุขทุกวัน” (ค้นหาจากโรคเอสแอลอีได้ เพราะใจสู้, 2549 : 190)

“ที่ตายเป็นคนที่ถูกขังแล้วยังยิ้มได้ มันต้องมีเรื่องที่ทำให้เรายิ้มออกมาบ้างละ ไม่ว่าจะทุกข์ระทมเหลือเกิน ถ้าได้ฟังเรื่องตลกแล้วยังไงมันก็ต้องหัวเราะออกมาบ้าง” (คู่มือสร้างอารมณ์แบบขำๆให้ตัวเอง, 2549 : 275)

เนื้อหายังแสดงถึงการเป็นคนมองโลกในแง่ดี การคิดในแง่ดี หรือการมองข้อดีของคนอื่น ตัวอย่างเช่น

“คำสอนของเพลโตอาจจะเป็นนามธรรมที่ค่อนข้างอธิบายยาก แต่พอได้มุมมองจากเขาว่าการมองโลกนี้ว่าเป็นสิ่งสวยงาม มองลึกๆเข้าไปให้ทุกๆสัมผัสของชีวิตมีสิ่งสวยงามซ่อนอยู่ ซึ่งบางทีมันอาจจะเป็นสิ่งที่ยากมาก อย่างเช่นการมองหาข้อดีของคนที่เราเกลียดที่สุดก็ตาม เราได้ประโยชน์จากแนวคิดง่าขำนี้ด้วยว่า การมองโลกในแง่ดีทำให้เรามีความทุกข์น้อยลงและเราก็จะกลายเป็นคนที่มีความสุขในทุกๆที่” (มองโลกอย่างอัจฉริยะไม่เห็นจะยาก, 2549 : 227)

“สติและการมองโลกแง่ดีเท่านั้นที่จะทำให้คุณยืนบนโลกนี้ต่อไปได้ นี่ไม่ใช่เรื่องง่ายๆ บอกกับตัวเองแบบนี้บ่อยๆแล้วทุกอย่างก็จะผ่านไปได้อเอง” (7 โจทย์ยากในชีวิต เอาตัวรอดให้ได้เมื่อเจอ, 2549 : 256)

“ข้อดีหลายๆของการฝึกคิดแง่บวกคือมันเป็นการลงใจตัวเอง เพิ่มความหวังว่ากฎเกณฑ์ที่คุณตั้งไว้ทั้งเรื่องการออกกำลังบริหารจิตใจและร่างกายจะคุ้มค่าความทุ่มเทของคุณ กรอบคิดแบบนี้จะทำให้คุณมีความสุขและแข็งแรงขึ้นด้วย” (เปลี่ยนความคิดใหม่เพื่อชีวิตสดใสขึ้น, 2549 : 194)

“เราจะเป็นคนคิดในแง่ดี อย่างน้อยก็มากกว่าในแง่ร้าย วิธีที่เราอยากแนะนำคือ “รู้จักฟังคนอื่น” เสียงจากคนที่รักคุณรอบๆตัวจะช่วยให้คุณมองโลกในแง่บวกมากขึ้น แล้วก็ปลีกตัวออกจากเพื่อนที่ชอบพูดให้หมดกำลังใจอย่างด่วน” (ได้เวลาดีที่ท้อซ้ความคิดแล้ว, 2549 : 154)

“จะมองคนในแง่ดีตลอดเวลา ไม่โกรธใครง่ายๆถ้ามีอะไรไม่ดีเข้ามา ก็มองให้เป็นขำๆ คิดว่าเขาจะมีเหตุผลแหละที่ทำแบบนั้น” (พักใจกับ ทฤษฎี สหวงษ์ ปอ, 2549 : 244)

นอกจากนั้นยังมีเนื้อหาที่แสดงถึงความเข้าใจในการดำเนินชีวิต และการมองโลกในแง่ดีในเรื่องของความรักและงาน ตัวอย่างเช่น

“เราจะรู้ว่ามีคนบนโลกรักเรามากมายแล้วการเลิกกับแฟนก็เป็นเรื่องธรรมดา เราต้องทำให้ตัวเองมีความสุข ถ้ามันแต่เศร้าก็กลายเป็นซากศพที่น่าสมเพช ถึงตอนนั้นคงไม่มีใครอยากอยากเป็นแฟนกับคนมีปัญหาหรอก ทำตัวให้สนุกสนานมีค่าเข้าไว้ แล้วก็อย่าไปดึงเขาเอาไว้เลย ตัวเราจะยังเจ็บปวด ปล่อยเขาไปดีกว่า ออกหักก็ไม่ใช่เรื่องใหญ่ที่สุดในชีวิตอย่างที่เราคิด เราต้องผ่านมันไปให้ได้ เรายังมีเรื่องงาน เรื่องครอบครัว ยิ่งคิดก็ยิ่งทำร้ายตัวเองเปล่าๆ” (ฉันเคยตาบอดกับความรักเพราะ ไร้สติแท้ๆ, 2549 : 264)

“อาการเศร้าเป็นอารมณ์ปกติที่มนุษย์ต้องเจอ ถ้าเรามองในแง่ดี เวลาที่เราเศร้า เรามักทำสิ่งที่คนทั่วไปทำไม่ได้ อย่างแต่งเพลงออกหัก ภาษาโดนๆ ได้อย่างไม่น่าเชื่อ ความเศร้าทำให้ชีวิตเราสนุกยิ่งขึ้น และเข้าใจว่าความสุขจริงๆในชีวิตคืออะไร เปลี่ยนความเศร้าให้เป็นสีสันในชีวิต แต่อย่าให้มันอยู่นานเกินไป” (มาจัดระเบียบความเศร้ากันเถอะ, 2549 : 150)

“ฉันเพิ่งถูกโศกนาฏกรรมให้ออกจากงานทำยังไงดี? ขอมรับในสิ่งที่มันเป็น บอกตัวเองว่าก็เป็นแค่ประสบการณ์หนึ่งในชีวิตที่คุณไม่อยากจะให้มันเกิดขึ้น แต่มันเกิดขึ้นแล้วทำไงได้ข้อดีคือมันกลับเป็นโอกาสให้คุณได้ทบทวนตัวเอง และเป็นแรงผลักดันให้คุณก้าวกระโดดในงานต่อไปได้มากขึ้น” (ฉันเพิ่งถูกโศกนาฏกรรมให้ออกจากงานทำยังไงดี, 2549 : 152)

โดยสรุปแล้ว เนื้อหาที่มีการนำเสนอค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่มีอยู่ด้วยกันในทั้ง 12 ฉบับ โดยเนื้อหาที่แสดงความเป็นหญิงยุคใหม่ได้สะท้อนออกมาทางเรื่องราวที่นิตยสารนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องงาน ความรัก ความสัมพันธ์ สุขภาพ หรือเรื่องอื่นๆ โดยจะมีเนื้อหาที่แสดงความเป็นยุคใหม่ ได้แก่

- การพร้อมจะยอมรับประสบการณ์ใหม่ๆที่ผ่านเข้ามาในชีวิต
- การยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆทางสังคมได้อย่างมีเหตุผล
- การมีความคิดอิสระ และมีหัวก้าวหน้า
- การมีความกระตือรือร้นในการติดตามเหตุการณ์ทั้งภายในและภายนอกสังคมตนเอง
- การที่สามารถปรับตัวให้เข้าสภาพปัจจุบัน และอนาคต
- การเชื่อในประสิทธิภาพของตนเอง
- การมีการวางแผนชีวิตไว้ล่วงหน้า
- การมีความเชื่อว่ามนุษย์สามารถกำหนดและแก้ไขสิ่งต่างๆได้
- การเชื่อในคุณค่าของการพัฒนา ทางวัตถุและความคิด
- การนำเอาความคิดใหม่ๆมาประยุกต์ใช้กับชีวิตของตนเอง
- การมีความเคารพและยอมรับในศักดิ์ศรีของตนเองและของผู้อื่น
- การมีความเข้าใจในขั้นตอนต่างๆของชีวิต และมองโลกในแง่ดี

4.3 ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ทัศนคติของผู้อ่านในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่

ในส่วนที่ 3 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ทัศนคติของผู้อ่านในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ ได้แก่ การวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้อ่านนิตยสารคลีโอจำนวน 16 คน ที่อ่านนิตยสารคลีโอเป็นประจำ โดยอ่านมาไม่น้อยกว่า 12 ฉบับ หรือเป็นสมาชิกของนิตยสาร ทั้งนี้ผู้อ่านทั้ง 16 คน ได้แก่

- 1) มณีนันท์ ช่อมณี (หนู) อายุ 20 ปี
นักศึกษา คณะสื่อสารมวลชน
อ่านนิตยสารคลีโอมา 7 ปี
- 2) นงนุช โอวาทวัฒนกุล (นุช) อายุ 21 ปี
นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ, ธุรกิจส่วนตัวเกี่ยวกับประดับยนต์
อ่านนิตยสารคลีโอมา 3 ปีกว่า
- 3) ชีรา ผู้จินดา (จ๋า) อายุ 22 ปี
นักศึกษา คณะมัณฑนศิลป์
อ่านนิตยสารคลีโอมา 6 ปี
- 4) เขวลักษณ์ สิริแก้ว (เปิ้ล) อายุ 23 ปี
นักศึกษา คณะบริหารธุรกิจ, ธุรกิจส่วนตัวเกี่ยวกับอุปกรณ์ทำเสื้อผ้า
อ่านนิตยสารคลีโอมา 3 ปี
- 5) ปวีณ์นุช บุญเสริมสุข (ป้อม) อายุ 23 ปี
พนักงาน บริษัทเกี่ยวกับกฎหมาย
อ่านนิตยสารคลีโอมา 4 ปี
- 6) มุตตาลัทธ์ กฤษคาร์ตัน (อ้อม) อายุ 24 ปี
นักศึกษาปริญญาโท, พนักงานบริษัทเอกชน
อ่านนิตยสารคลีโอมา 6 ปีกว่า เป็นสมาชิกมา 1 ปี
- 7) ขวัญรุ่ง ยอดทหาร (ชม) อายุ 24 ปี
พนักงานบัญชี บริษัทขายวัสดุก่อสร้าง
อ่านนิตยสารคลีโอมา 7 ปี
- 8) อัมพิกา ถิ่นปฐม (ป๊วย) อายุ 25 ปี
พนักงานฝ่ายการจัดการ บริษัทเอกชน
อ่านนิตยสารคลีโอมา 4 ปี

- 9) ชัญญาภัค ทองบ่อ (อีด) อายุ 26 ปี
พนักงานขาย บริษัทจำหน่ายรถยนต์
อ่านนิตยสารคดีโฮมา 4 ปี เคยเป็นสมาชิก 2 ปี
- 10) วิริยา วิกรมโยธิน (อ้อม) อายุ 26 ปี
ประชาสัมพันธ์ บริษัทเอกชน
อ่านนิตยสารคดีโฮมา 4 ปี
- 11) กาญจนา แต่งผล (เม) อายุ 27 ปี
พนักงานดูแลลูกค้า บริษัทอแกไนเซอร์
อ่านนิตยสารคดีโฮมา 4 ปีกว่า
- 12) กนกวรรณ เลิศสุรนนท์ (จู) อายุ 27 ปี
ธุรกิจส่วนตัว ประเภทร้านอาหาร
อ่านนิตยสารคดีโฮมา 2 ปีกว่า เป็นสมาชิกมา 1 ปี
- 13) สุขชา วชิรเสรณี (เบส) อายุ 28 ปี
พนักงานฝึกหัด บริษัทเอกชน
อ่านนิตยสารคดีโฮมา 2 ปีกว่า
- 14) ศิริพร ทวีภูษิต (บี) อายุ 29 ปี
พนักงานต้อนรับบนเครื่องบิน
อ่านนิตยสารคดีโฮมา 2 ปี
- 15) วรรณภา สิทธิมนต์อำนวย (เก้) อายุ 30 ปี
พนักงานขาย บริษัทเกี่ยวกับอิมพอร์ต-เอ็กซ์พอร์ต
อ่านนิตยสารคดีโฮมา 6 ปีกว่า เคยเป็นสมาชิกมา 3 ปี
- 16) เต๋บบี้ คุณิตนันทน์ (เต๋บบี้) อายุ 31 ปี
รับราชการ สำนักราชเลขาธิการ
อ่านนิตยสารคดีโฮมา 5 ปี เป็นสมาชิกมา 4 ปี

ผู้อ่านส่วนหนึ่งกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี อีกส่วนหนึ่งจบการศึกษาชั้นระดับปริญญาตรีและปริญญาโท โดยผู้อ่านเกือบทั้งหมดกำลังทำงานอยู่ ลักษณะการดำเนินชีวิตของผู้อ่านจะมีลักษณะไปในทางเดียวกัน คือ มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบผู้หญิงในสังคมเมือง กิจกรรมยามว่างที่ชอบทำ ได้แก่ ชมภาพยนตร์ อ่านหนังสือ ฟังเพลง เล่นอินเทอร์เน็ต ซ้อมปิ้งตามห้างสรรพสินค้า ผู้อ่านบางส่วนก็จะชอบออกกำลังกาย บางรับประทานอาหารตามร้านอาหารที่มีบรรยากาศดี ๆ และท่องเที่ยว

ก่อนทำการสัมภาษณ์ผู้อ่านถึงการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิตยสาร คลิโอ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้อ่านถึงความคิดเห็นต่างๆไป ซึ่งผู้อ่านเห็นว่านิตยสารคลิโอเป็นนิตยสารที่ทันสมัย น่าสนใจ มีเรื่องราวต่างๆที่ผู้หญิงอยากรู้ ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น เครื่องสำอาง สุขภาพ หรือ ประสบการณ์จริง จากตัวอย่างเช่น

“เวลาอ่านคลิโอเราจะรู้สึกเหมือนเขาคูยกับเรา หรือเขามาแนะนำ แต่จะเป็นแบบพี่สาวกับน้องสาว รู้สึกเหมือนใกล้ชิดกันนะค่ะ อ่านแล้วมันจะเข้าใจง่าย แล้วก็ชอบพวกคอลัมน์เครื่องสำอาง ส่วนใหญ่พวกของที่เขาเอามาลงมันจะไม่แพงจนเกินไป เหมือนกับเขาเลือกของมาได้เหมาะกับคนอ่าน เหมาะกับเรา” (ธีรา ตูจินดา, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2549)

“จะนึกถึงแฟชั่น เสื้อผ้าอะไรที่อินเทรนด์ก็จะเอามาลง อะไรที่ทันสมัยก็จะเอามาลงให้ดู” (เขาวลัษณ์ ศิริแก้ว, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

“เป็นหนังสือที่เอาชีวิตจริง หรือเรื่องเล่าที่น่าสนใจ ที่สามารถเกิดขึ้นได้กับผู้หญิงทุกคนมานำเสนอ และก็เป็นหนังสือที่สบายๆ แนะนำแฟชั่น อะไรแบบไหนกำลังฮิต เครื่องสำอาง สีไหนแบบไหนทันสมัย วิธีแต่งหน้าแต่งยังไง” (ศิริพร ทวีภูษิต, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2549)

“จะนึกถึงทุกอย่างที่กำลังอินเทรนด์ ที่ไม่ใช่ช่วยรุ่นเกินไป เหมาะกับวัยทำงานด้วย แต่ก็จะไม่แก่จนเกินไปด้วย” (เด็บบี้ คุสิตนันทน์, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2549)

“เป็นนิตยสารผู้หญิงที่ดีที่สุดในตลาดหนังสือบ้านเราตอนนี้ เพราะมีทุกเรื่องครอบคลุมทุกเนื้อหา ไม่แฟชั่นเกินไป และเนื้อหาที่ไม่หนักเกินไป เป็นเหมือนหนังสือคู่มือของผู้หญิง” (ขวัญรุ่ง ยอดทหาร, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2549)

“คลิโอเป็นนิตยสารที่มีความเป็นตัวของตัวเอง มีเสน่ห์ เป็นนิตยสารที่เหมาะสมกับผู้หญิง รู้สึกว่าเขาเลือกข้อมูลมาลงได้น่าอ่าน เรื่องราวก็น่าสนใจ ให้สาระในเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับที่ผู้หญิงอยากรู้ รูปเล่มก็ดี เป็นนิตยสารหัวนอกที่ไม่อิงกระแสต่างชาติมากเกินไป” (วิริยา วิกรมโยธิน, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2549)

“ทันสมัย เหมาะกับผู้หญิงที่ทันสมัย ก่อนข้างดูแลตัวเอง” (มณีนันท์ ช่อมณี, สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2549)

“แพชั่นแล้วก็เทคนิคเกี่ยวกับพวกเรื่องของผู้หญิงอะคะ แพชั่นก็คืออัพเดทเทรนด์ใหม่ๆ เสื้อผ้า เครื่องสำอาง การแต่งหน้า หรือไม่มีก็ เรื่องของสุขภาพด้วย” (วรรณภา สัทธิมนต์อำนวย, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“เป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิง ถ้าคลีโอเป็นผู้หญิงจะเป็นคนที่ชอบแต่งตัว มองโลกในแง่ดี น่ารัก และก็ไม่อยากตกข่าว” (มุตตาลัทธ กฤษดารัตน์, สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2549)

วัตถุประสงค์ในการเลือกอ่านนิตยสารคลีโอของผู้อ่านส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สาเหตุที่เลือกอ่านนิตยสารคลีโอเนื่องจาก การนำเสนอเนื้อหาที่มีความน่าสนใจ มีหลายหลายเรื่องราว มีความเป็นตัวของตัวเอง และเป็นเรื่องที่ใกล้ตัว อ่านแล้วสามารถนำไปใช้ได้จริง อีกทั้งเอาไปแนะนำคนอื่นได้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการดูแลตัวเอง การแต่งตัว หรือเรื่องอื่นๆ จากตัวอย่างเช่น

“คลีโอมีความเป็นตัวของตัวเอง แล้วเรื่องราวที่คลีโอนำมาเสนอจะเป็นสิ่งที่มีอยู่จริงในประเทศไทย ทำให้รู้สึกเหมือนกับว่าคลีโอเป็นเพื่อนที่คอยให้คำแนะนำในเรื่องต่างๆ ที่ไม่ไร้สาระจนเวอร์ หรืออัดสาระจนเต็มเกินไป เนื้อหาในแต่ละส่วนก็ยังสามารถนำไปใช้ได้จริงได้ด้วย (วิริยา วิกรมโยธิน, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2549)

“มีเรื่องราวให้อ่านเยอะดี มีหลายๆด้านให้อ่าน และเรื่องทุกอย่างก็จะเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวของผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นการคบคน การแต่งตัว การดูแลตัวเอง เครื่องสำอาง การทำงาน เพื่อนร่วมงานเป็นอย่างไรต้องทำยังไง เจ้านายทำอย่างไรต้องทำยังไง” (ชญัญญภัค ทองบ่อ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“น่าสนใจดีค่ะ คอลัมนิสต์จะใช้ภาษาที่เหมือนกับเพื่อนๆในกลุ่ม ให้คอมเมนต์เรื่องแพชั่น อ่านแล้วสนุกดีค่ะ ไม่ทางการเกินไป” (มุตตาลัทธ กฤษดารัตน์, สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2549)

“ดีแล้วค่ะ ดีมากๆเลย อย่างพวกเรียลไลฟ์ ที่เป็นชีวิตจริง อ่านแล้วมันเป็นเรื่องใกล้ตัวค่ะ เราอ่านแล้วเราได้ความรู้ไปด้วย แล้วไปแนะนำคนอื่นได้ หรือว่าถ้าเป็นพวกแพชั่นก็ชอบ เหมือนกับว่ามันมีหลากหลายสไตล์ให้เราอ่านในคอลัมน์ อย่างแต่งตัวมีกซ์แอนด์แมทซ์ก็ชอบ คือเขาเอาหลายๆอย่างมารวมๆแล้วออกมามัน โอเค” (ธีรา ตู้จินดา, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2549)

“มีประโยชน์หลายอย่างนะ เรื่องแนะนำการดูแลตัวเอง สอนการแต่งหน้า การถนอมผิว การทำจิตใจให้สบาย การแต่งตัว จับตัวนี้มาใส่กับตัวนี้ ใส่เสื้อผ้ายังไงให้สวย แล้วบทความในฉบับที่ดี

นะ ตรงประเด็นดี อย่างเช่นที่เคยอ่านมาจะมีเรื่อง เพื่อนติดเรากินไปไหม แล้วเราจะทำยังไง คือมันเป็นเรื่องจริงที่ต้องเจออะ เอามาประยุกต์ใช้กับตัวเองได้” (สุชชา วชิรเสรมณี, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“ค่อนข้างมีเรื่องที่น่าสนใจดี และรู้สึกว่าคุณโอจะมีบุคลิกของตนเองเมื่อเทียบกับนิตยสารหัวนอกอื่นๆ ถึงจะมีทั้งส่วนที่ชอบ หรืออาจจะไม่ชอบบ้าง แต่ก็ดูมีลักษณะเฉพาะ มีความเป็นตัวของตัวเอง และรู้จักยืนของตัวเองค่ะ” (ปวีณนุช บุญเสรมสุข, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2549)

ถึงแม้ว่าผู้อ่านจะมีการตัดสินใจเลือกอ่านนิตยสารคลีโอ แต่ก็ยังมีผู้อ่านบางท่านที่เห็นว่านิตยสารมีการนำเสนอที่มีความละเอียดน้อยไปในบางเรื่อง และผู้อ่านบางคนก็ไม่ได้อ่านทุกเรื่อง เพราะรู้สึกว่าตนเองยังไม่ได้มีประสบการณ์ในเรื่องนั้นๆ

“พวกเคล็ดลับต่างๆก็โอเคนะคะ คือเหมือนกับว่าใกล้ตัวดี แล้วสามารถเอามาปรับใช้ได้จริง สามารถทำได้ เรื่องการทำงานก็เป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริงๆ พวกบิวตี้กับแฟชั่นก็ดี มีหลายราคาดิไม่ใช่มีแต่แพงๆอย่างเดียว ถ้ารวมๆแล้วการนำเสนอเนะ บางครั้งโอเคก็ใช้ได้ แต่บางครั้งก็รู้สึกว่ามันเป็นข้อมูลที่ตื่นไปนิดนึงหรือเปล่า คืออ่านแล้วเรารู้อยู่แล้วอะคะ มันไม่ใช่อะไรที่เราไม่รู้ บางครั้งอ่านแล้วรู้สึกว่าอยากให้เนื้อหามันลึกกว่าเนี่ย ไม่ใช่คนอ่านเขาได้ว่าคำตอบมันต้องมาแบบนี้” (กาญจนา แต่งผล, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2549)

“บทความที่เขาเขียนเป็นเรื่องที่ไชนะ น่าสนใจ เป็นเรื่องที่ยากรู้ แต่บางเรื่องรายละเอียดยังไม่ลึกซึ้ง เป็นรูปแบบตายตัวเกินไป ควรจะชี้ให้เห็นมากกว่าว่าแต่ละคนมีความแตกต่างกัน มันไม่มีใครเป็นแพทเทิร์นที่แน่นอน แต่ถ้าเกิดว่าเป็นคนที่ยังเรียนอยู่หรือเพิ่งเรียนจบอ่านก็โอเคนะ” (กนกวรรณ เลิศสุรนนท์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“รวมๆที่น่าสนใจดี เรามักจะอ่านพวกที่เกี่ยวกับบิวตี้ และแฟชั่น การดูแลตัวเอง แล้วก็เอามาทำตามบ้าง ไปบอกเพื่อนบ้าง เรื่องการทำงานก็รู้สึกว่ามันเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริงๆนะ ก็ได้เอาไปปรับใช้บ้าง เรื่องความรักความสัมพันธ์ เขาก็ให้ความรู้ดีนะ แต่บางทีมันก็ยังไม่ใช่ตัวเรา ไม่ค่อยเข้ากับตัวเรา เพราะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างผู้ใหญ่มากกว่าวัยเรารู้สึกหน่อย บางทีเราก็จะไม่อ่าน เรามักจะเลือกอ่านเรื่องที่ใกล้ตัวกับตัวเรามากกว่า” (อัมพิกา ถิ่นปฐม, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกครั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่าผู้อ่านมีทัศนคติต่อการนำเสนอภาพตัวแทน ความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอในแง่ที่หลากหลาย ดังนั้นผู้วิจัยได้ทำการแยกแยะสรุปผล ออกมาเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

4.3.1 ผู้หญิงยุคใหม่ในความคิด

ผู้หญิงยุคใหม่ในความคิดของผู้อ่านจะเป็นผู้หญิงที่มีความเชื่อมั่นในตัวเอง เป็นตัวของ ตัวเอง กล้าคิด กล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็น แต่ก็อยู่ในกาละเทศะ และยังเป็นคนที่มีความทันสมัย รู้ทันเหตุการณ์ปัจจุบันต่างๆ เป็นผู้หญิงทำงาน สามารถพึ่งพิงและดูแลตัวเองได้ รวมทั้งเป็นคนที่มอง โลกในแง่ดี

“มั่นใจในตัวเอง เป็นตัวของตัวเอง มองโลกในแง่ดี มีเสน่ห์ในแบบของตัวเอง ไม่เง่เงา หรือ มัวแต่คิดเล็กคิดน้อย” (มุตตลาภัทร์ กฤษดารัตน์, สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2549)

“เวิร์กก็เก่งวแมนอะคะ ผู้หญิงทำงานที่กล้าคิด กล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็นในทางที่ถูกต้อง แต่ไม่ใช่ก้าวร้าว” (กาญจนา แต่งผล, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2549)

“ดูใสใส แต่มั่นใจ ดูดี สุขภาพดี เป็นคนที่มองโลกในแง่ดีนะ” (ศิริพร ทวีภูษิต, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2549)

“เป็นของตัวเอง มีสมอง ถ้าเป็นคนที่สวยงาม ก็จะเป็นคนสวยที่มีสมองที่ไม่ใช่วันๆจะสนใจ แต่เรื่องเสื้อผ้า ลูกภายนอกก็จะสไตล์ใครสไตล์คนนั้น มันอยู่ที่ใครเป็นตัวของตัวเองยังไรมากกว่า” (กนกวรรณ เลิศสุรนนท์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“ต้องทันสมัย รู้เหตุการณ์บ้านเมืองต่างๆ รู้ทุกอย่างไม่ว่าจะเทรนด์แฟชั่น ว่าอะไรกำลังมา มั่นใจในตัวเอง เป็นของตัวเอง คือทันสมัยแต่ก็ยังมีจุดยืนของตัวเองอยู่” (สุชชา วชิรเสถรณี, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“ดูแลตัวเอง ไม่จำเป็นที่จะต้องพึ่งใครไม่ว่าจะเรื่องงาน เรื่องความสัมพันธ์ คือมั่นใจว่าเรา ทำได้ทุกอย่าง มั่นใจในความคิดของตนเอง แต่ไม่ได้โอเวอร์ไปนะ ก็ต้องดูแลตัวเองบ้างด้วย ไม่ได้มั่นใจ จนสั่งกรมรับไม่ได้” (เด็บบี้ ดุสิตนันทน์, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2549)

“ผู้หญิงที่กล้าคิด กล้าทำ เลี้ยงตัวเองได้ ไม่ต้องพึ่งพิงคนอื่น” (ขวัญรุ่ง ยอดทหาร, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2549)

“ผู้หญิงที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ปัจจุบัน ทันโลก ฉลาด ทันคน กล่องแกล้วว่องไว” (ชญัญภัก ทงบ่อ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

ผู้อ่านส่วนน้อยก็ยังได้พูดถึงภาพภายนอกของผู้หญิงยุคใหม่ เช่น การแต่งตัวที่ดูดี ซึ่งจะเห็นได้จากคำพูดที่ว่า

“สำหรับหนูจะมองว่า สาวมันอะ บุคลิกทำงาน ทะมัดทะแมง มั่นใจในตัวเอง ทำได้หลายอย่าง อย่างเข้ามาทำงาน เย็นก็อาจจะไปปาร์ตี้ต่อ ก็เป็นได้หลายลุคด้วย” (นงนุช โอวาทวัฒน์กุล, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

“กล้าพูด กล้าทำ กล้าแสดงออก แต่งตัวเก่ง คิดเป็น ทันคน ทันสมัย” (อัมพิกา ถิ่นปฐม, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

“มีความมั่นใจ กล้าแสดงออก แต่งตัวแต่งหน้าเป็น ดูดี” (วิริยา วิกรมโยธิน, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2549)

“ต้องมีความเชื่อมั่นในตัวเองสูง มีความรู้ในทุกๆเรื่อง แต่งตัวดูดี ไม่เก่าแก่คร่ำครึ ไม่เชย” (เขวาลักษณ์ สิริแก้ว, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

4.3.2 การนำเสนอเรื่องราวความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ

ผู้อ่านให้ความเห็นว่า นิตยสารคลีโอนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้หญิงยุคใหม่ด้วยการนำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงที่เป็นตัวของตัวเอง กล้าตัดสินใจ สามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง ไม่จำเป็นต้องพึ่งใคร และนิตยสารยังมีเรื่องราวที่สร้างความมั่นใจให้กับผู้อ่านในหลายๆเรื่อง เช่นในเรื่องความคิด การแต่งกายให้เหมาะสมกับตัวเอง การมองโลกในแง่ดี หรือการทำตัวให้ทันสมัย ทันเหตุการณ์

“เขอะนะ การมองโลกในแง่ดี ความเป็นตัวของตัวเอง อายุ 30 ปียังไม่ได้แต่งงานฉันก็ไม่ตาย หรือชีวิตการทำงาน การสร้างความมั่นใจให้กับผู้หญิง และก็การแต่งตัวด้วย ข้อมูลก็ดูน่าเชื่อถือดี” (ชญัญภัก ทงบ่อ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“ก็จะบอกว่าผู้หญิงตอนนี้เขาทำอะไรกัน ไม่ว่าจะเกี่ยวกับชีวิต การงาน หรืออะไรที่ทันสมัย ดูเหมือนว่าจะพยายามสร้างความมั่นใจให้กับผู้หญิงทุกแบบ อย่างเช่น การแต่งตัวของผู้หญิงที่วาม หรือ พนักงานออฟฟิศ ที่เอานางแบบที่เป็นคนธรรมดามาลองแต่งตัว แต่งหน้า เพื่อให้เค้าดูมีความมั่นใจขึ้น มีการแนะนำการแต่งหน้า แต่งตัว แบบไหนดี ไม่ดียังไง เหมือนสร้างความมั่นใจให้เค้าดี” (ศิริพร ทวีภูษิต, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2549)

“คลีโอเหมือนกับเขาจะบอกเราว่า เราสามารถใช้ชีวิตอยู่ในสังคมอย่างมีความสุขโดยที่เราสามารถอยู่ได้ด้วยตัวของเราเอง ไม่ต้องพึ่งใคร เหมือนกับว่าฉันใช้ชีวิตได้อย่างมีความสุข” (ธีรา ตูจินดา, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2549)

“นิตยสารเหมือนกับนำให้เราเป็นหญิงยุคใหม่ กล้าตัดสินใจ แล้วเรื่องการคบคนหรืออะไร อย่างเงี้ย เขาเหมือนกับนำเสนอเรื่องจริง ซึ่งพอเราอ่านแล้ว เราก็เอ๊ะจริงเนอะ” (นนุช โอวาทวัฒนกุล, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

“เราชอบนะ รู้สึกจะมีเยอะอะ มีการเป็นตัวของตัวเอง การพึ่งตัวเอง คนเราไม่ว่าจะเป็น ผู้หญิงหรือผู้ชายมันต้องพึ่งตัวเองจะเป็นส่วนใหญ่ และหลายๆเรื่องก็ทำให้เราเห็นมุมมองต่างๆที่เรา อาจจะไม่เคยนึกถึงมัน พออ่านปุ๊บอาจจะเกิดขึ้นมาก็ได้ เป็นการแนะนำว่ามันยังมีความคิดแบบนี้ นะ” (สุชชา วชิรเสรณี, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“ก็น่าจะเป็นพวกแฟชั่น เรื่องความทันสมัยในการแต่งตัวออกมาให้ดูดี ทำให้เรารู้จักการ แต่งตัวมากยิ่งขึ้น ให้เราอัพเดทตัวเองขึ้นมาให้ทันสมัย และก็เรื่องการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนต่างเพศ ต่างวัย ก็มีผลในการทำให้เราได้เรียนรู้เหมือนกัน” (เขวาลักษณ์ ศิริแก้ว, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

“มีเยอะนะ อย่างเช่นการรู้จักแต่งตัว หรือการทำงาน ถ้าจะไปสัมภาษณ์ต้องเตรียมตัวยังไง บ้าง หรือจะรับมือกับเจ้านายยังไง รวมๆก็คือการสร้างความมั่นใจให้กับผู้หญิงมากขึ้น” (เด็บบี ดุสิตนันทน์, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2549)

ผู้อ่านให้ความคิดเห็นว่า นิตยสารคลีโอ ได้มีเรื่องราวของผู้หญิงยุคใหม่ในด้านอื่นๆอีก เช่น แนะนำในเรื่องชีวิตการทำงาน

“เยอะนะ ในเรื่องการทำงาน ปัญหาในการทำงาน เจอะอะไรในที่ทำงาน อะไรจะเกิดขึ้นบ้าง แล้วจะจัดการกับปัญหานั้นยังไง” (กาญจนา แต่งผล, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2549)

“คอลัมน์เกี่ยวกับงาน วิธีการพิชิตใจนาย หรือว่าวิธีการทำงานบริหารงานอะไรอย่างเงี้ย บางคอลัมน์ก็เจอเจ้านายที่เป็นผู้ชายแต่ะอั้งแล้วทำยังไงดี หรือบางทีก็กรีเอทีฟหรืออาชีพบางอาชีพที่ผู้หญิงดูแล้วไม่น่าจะทำได้ อย่างมันมีช่วงที่เป็นยิงปืนมั้ง คนนั้นรู้สึกจะเป็นตำรวจแล้วก็ยิงปืนด้วยในคือแนวนี้ที่จะชอบอ่าน แล้วบางทีมันได้อะไรกับตัวเองด้วย เราไปปรับเปลี่ยน เอาไปประยุกต์ใช้กับลูกน้องได้” (วรัณณา สิทธิมนต์อำนวย, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

ผู้อ่านยังให้ความคิดเห็นอีกว่า นิยายสารมีการเสนอในเรื่องความเท่าเทียมกันทางเพศ เรื่องความรัก ความสัมพันธ์ การคบเพื่อนต่างเพศ และเรื่องเซ็กส์ โดยผู้อ่านเห็นว่าในสังคมปัจจุบันนี้เป็นสังคมที่เปิดมากขึ้น ดังนั้นก็เป็นสิ่งที่ผู้หญิงควรจะรู้

“อย่างเรื่องการเข้าสังคม หรือเรื่องความสัมพันธ์ของผู้หญิงกับผู้ชาย ก็จะมีมาแนะนำ เจอผู้ชายแล้วต้องทำยังไง แบบอย่างไหนที่ผู้ชายชอบ เหมือนกับว่าเขาเปิดมากขึ้นอะ ถ้าอย่างเมื่อก่อนเขาจะไม่พูดเรื่องนี้ ก็คิดว่าเป็นข้อดีนะ อย่างอายุเราอยู่ในเกณฑ์ที่ยังยืดหยุ่นได้ก็ช่วยนะ อายากรู้อยู่แล้ว เรื่องโน้นเรื่องนี้ที่เราไม่รู้ก็ได้รู้จากหนังสือเยอะ บางทีเราจะไปถามใครก็ไม่กล้าถาม เหมือนกับว่าเค้าเปิดเรื่องเซ็กส์มากขึ้นด้วย” (ธีรา ตูจินดา, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2549)

“จะเน้นเรื่องบทบาทของผู้หญิงที่มีมากขึ้น ความเป็นผู้นำ และเรื่องความอิสระ ผู้หญิงกับผู้ชายเท่าเทียมกัน ความเท่าเทียมทางเพศ อย่างการที่มีความเท่าเทียมกันในการทำงาน หรือการมีเซ็กส์ก่อนแต่งของผู้หญิงเป็นเรื่องปกติ” (ปวีณ์นุช บุญเสริมสุข, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2549)

“เรื่องที่นำเสนอความเป็นหญิงยุคใหม่มีหลายๆเรื่องนะ ทั้งความรัก เซ็กส์ การงาน อาชีพ รู้สึกเขียนได้ทันสมัยทันสมัย คนที่ชอบอ่านคลิโอส่วนใหญ่ก็น่าจะเป็นผู้หญิงยุคใหม่ เพราะเนื้อหาจะทันสมัยมากๆ ถ้ารุ่นยายมาอ่านคงจะตกใจในบางคอลัมน์” (ขวัญรุ่ง ยอดทหาร, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2549)

4.3.3 ข้อดีในการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่

ผู้อ่านมีทัศนคติในแง่ดีต่อการนำเสนอเนื้อหาความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในเรื่องที่นิตยสาร คดีโอทำให้ผู้หญิงได้รู้เรื่องราวต่างๆมากยิ่งขึ้น สร้างความมั่นใจและทันสมัยมากขึ้น อีกทั้งทำให้มอง โลกในแง่ดีขึ้น และผู้อ่านยังสามารถนำเอาส่วนที่ดีมาปรับใช้ได้จริง เพราะเรื่องที่น่าเสนอเป็นเรื่องที่ ต้องเจอในชีวิตประจำวันจริงๆ เช่น เรื่องการปรับปรุงบุคลิกภาพตนเอง ปรับใช้กับการทำงาน หรือ การแต่งตัว

“เอามาปรับใช้กับชีวิตเราได้ อย่างที่เราอ่านการรู้จักคบคน คนเพื่อน คบคนต่างเพศอย่างเงี้ย เราก็คือเป็นข้อคิด นำส่วนดีๆมาใช้กับตัวเราได้ และก็ให้เราอัปเดตตัวเองขึ้นมา ให้ทันสมัยทันสมัย” (เขาวลัษณ์ ศิริแก้ว, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

“เอามาปรับใช้ได้นะ บางทีก็ทำให้เรามองโลกในแง่ดีขึ้น และจากบางทีเรื่องที่เราไม่รู้เลย เราก็อ่านมากขึ้น” (ชญัญญากัด ทองบ่อ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“ทำให้ผู้หญิงรู้จักปรับปรุงบุคลิกของตนให้ดีขึ้น มีความมั่นใจมากขึ้น” (วิริยา วิกรมโยธิน, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2549)

“เอาเคล็ดลับของเขามาปรับใช้ได้ ถ้าอ่านแล้วเราว่าดี ก็จะเอาไปใช้ต่อ” (นงนุช โอวาทวัฒนกุล, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

“มันเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นจริง เราสามารถทำอย่างนี้ได้ เอามาใช้ในชีวิตประจำวันเราได้” (กาญจนา แต่งผล, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2549)

“ให้ผู้หญิงที่อยากปรับตัวเองให้ทันสมัยมากขึ้น ได้รู้ว่าจะต้องทำยังไงบ้าง” (มณีนันท์ ช่อมณี, สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2549)

“นำมาปรับใช้กับชีวิตประจำวันของเราได้นะ ใช้กับการทำงานของเราได้ นำมาปรับเรื่อง การแต่งหน้า การแต่งตัวได้ และก็ทำให้เรามองโลกในแง่ดีขึ้นด้วย” (อัมพิกา ถิ่นปฐม, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

“เนื้อหาทันสมัย ได้รู้เรื่องราวของผู้หญิงในหลายๆด้าน ประสบการณ์ชีวิตจริงของผู้หญิงในปัจจุบันนี้ เขานำเสนอได้ดีนะ” (ขวัญรุ่ง ยอดทหาร, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2549)

“ทำให้ผู้หญิงมั่นใจขึ้นในด้านต่างๆ ได้รู้เรื่องราวในสังคมรอบตัวเยอะขึ้น คำแนะนำหลายๆเรื่องอ่านแล้วมีประโยชน์นะ ขึ้นอยู่กับว่าเราจะทำรีเปล่า” (สุชชา วชิรเสรมณี, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“พยายามสอนให้คนอ่านสร้างความมั่นใจให้ตนเองนะ ให้เป็นผู้หญิงที่ทันสมัย ใ้มองโลกในแง่ดีนะ” (ศิริพร ทวีภูมิต, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2549)

“การทำให้ผู้หญิงมั่นใจมากขึ้น และก็เป็นกรกระชากวัยด้วย คือถ้าต่อไปเราอายุ 35 ขึ้นไป แล้วเรายังอ่านอยู่เนี่ย อาจจะทำให้เรารู้สึกเด็กลง” (เด็บบี้ คุณิตนันทน์, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2549)

4.3.4 ข้อควรปรับปรุงในการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่

ผู้อ่านส่วนใหญ่มีความพอใจในเนื้อหาค่อนข้างมาก แต่ก็มีเรื่องที่ยอยากให้ปรับปรุงจะเป็นเรื่องของโฆษณาที่มีเยอะ และบางคนก็รู้สึกว่าเป็นการยึดเยียดสินค้าที่เป็นผู้สนับสนุนมากเกินไป ตัวอย่างเช่น

“ตัวเนื้อหาที่ดีแล้วอะค่ะ เพราะว่าในส่วนตัวเราแล้วเราชอบ แล้วในส่วนที่มันกำลังพอดีๆ คือแบบไม่มีส่วนไหนที่มันแบบเรื่อนั้นเรื่อนี้บ่อยเกิน จะมีก็โฆษณาเยอะเกิน มันแฝงธุรกิจเยอะเกินไป” (วรัณณา สิทธิมนต์อำนาจ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“รู้สึกเหมือนกับการยึดเยียดสินค้าที่เป็นสปอนเซอร์มากเกินไปจนความจำเป็น ทั้งๆที่สินค้าตัวนั้นเคยลองแล้วไม่ได้ดีตามที่บอก” (วิริยา วิกรมโยธิน, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2549)

ผู้อ่านบางท่านให้ความเห็นว่า ควรจะมีข้อมูลมาสนับสนุนในเรื่องราวที่แนะนำมาบ้าง เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูล หรือบางท่านก็ให้ความเห็นว่าอยากให้เนื้อหาที่มีความละเอียดมากกว่านี้ และอยากให้มีความน่าสนใจใหม่ๆ เพราะบางทีผู้อ่านก็รู้อยู่แล้ว

“น่าจะนำเสนอมุมมองของเรื่องที่แตกต่างกันออกไปจากที่เขียนอยู่ทุกวันนี้บ้าง หมายความว่าถ้าเกี่ยวกับความสัมพันธ์ หรืออาจจะการแนะนำอะไรเนี่ย ก็อยากให้มามีวิธีอื่นๆบ้าง ไม่อยากได้คำตอบ

หรือคำแนะนำที่ตายตัว ฟันๆเกินไป บางทีคำตอบที่เราก็นึกได้อย่างที่เขาเขียนเหมือนกัน” (กนกวรรณ เลิศสุรนันท์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“บางทีคอลัมน์ที่เป็นฮาวทู เช่นจะทำยังไงให้เงินเดือนขึ้น คอลัมน์นิสต์น่าจะหาข้อมูลมา ช้พอร์ตให้มาหลายๆหน่อย เพราะบางวิธีที่แนะนำมามันดูขำๆไปนิด” (มุตตาลัทธ กฤษดารัตน์, สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2549)

“เนื้อหาที่ไม่ลึกลับ” (กาญจนา แต่งผล, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2549)

“ที่เขาเอาเรื่องการทำงานมาแล้ว อยากรู้ละเอียดมากกว่านี้ในส่วนที่ว่าเขาลำบากยังไง ต้องทำอะไรบ้างกว่าจะมาถึงวันนี้ คือตอนนี้นึกว่าอ่านแล้วยังไม่ค่อยรู้ลึกลับ อยากรู้ลึกๆกว่านี้” (นงนุช โอวาทวัฒนกุล, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

นอกจากนี้ผู้อ่านส่วนน้อยยังให้ความเห็นว่า ในบางเรื่องเนื้อหาที่ดูเป็นของต่างประเทศไป บ้าง อยากให้ปรับปรุงให้เข้ากับสังคมไทย

“รวมๆเนื้อหาที่ครบแล้วนะ แต่ก็มีเนื้อหาบางส่วนดูเป็นต่างประเทศไปบ้าง และก็เล่มใหญ่ ไปอะ พอไม่ค่อยสะดวก” (เด็บบี้ ดุสิตนานนท์, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2549)

“เรื่องบางอย่างรู้สึกว่าจะแจ้งเกินไป น่าจะปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมไทยบ้างก็ดีค่ะ” (ปวีณนุช บุญเสริมสุข, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2549)

รวมถึงผู้อ่านบางท่านที่ให้ความเห็นว่า ไม่ได้อ่านทั้งเล่ม เพราะบางเรื่องผู้อ่านยังไม่ได้มี ประสบการณ์ในเรื่องนั้น หรือเรื่องบางเรื่องก็มีเนื้อหาที่ยาวเกินไป ถ้าหากเป็นเรื่องที่ผู้อ่านไม่สนใจอยู่ แล้ว อาจจะทำให้อ่านเรื่องอื่นๆข้ามไปได้

“อันนี้ส่วนตัวหน่อยนะ คือบางเรื่องเราว่ามันยังไม่ใกล้ตัวเราเท่าไร มันก็เลยทำให้เราอ่าน ไม่ได้หมดทั้งเล่ม” (อัมพิกา ถิ่นปฐม, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

“บางทีเรื่องที่เค้าเอามาลงมันเยอะไป มันแน่นมันอัด แต่ก็คิดว่ามันก็ดีนะคะ คือถ้าเราอ่าน จบเนี่ยเราก็จะได้รายละเอียดเยอะ แต่ว่าบางคนเขาอาจจะข้ามใจ เหมือนมันเยอะก็เลยข้าม ถ้าเกิดว่า

เรื่องไม่น่าสนใจก็ข้าม ทั่วๆที่จุด โคลแม็กซ์มันจะอยู่ท้ายๆเรื่องก็ได้ แต่ถ้าเป็นหัวข้อที่เขาสนใจก็คงอ่าน” (ธีรา ตู้จินดา, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2549)

4.3.5 การนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอกับสังคมไทย

ผู้อ่านส่วนใหญ่มีความเห็นว่า นิตยสารคลีโอมีการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่เหมาะสมกับการดำรงชีวิตในสังคมไทยดีแล้ว อีกทั้งยังมีการผสมผสานลักษณะของคนไทยเข้าไป และถึงแม้ว่าจะมีการนำเสนอเรื่องเพศสัมพันธ์ก็ตาม แต่ผู้อ่านเห็นว่าเป็นแค่หัวข้อหนึ่งเท่านั้น เพราะมีการเสนอเรื่องอื่นๆมากมาย

ผู้อ่านยังให้ความเห็นอีกว่านอกจากนิตยสารคลีโอจะเสนอเรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้นจริงแล้ว ก็ยังมีการให้ความรู้ ให้มุมมองใหม่ๆ แนะนำ การบอกว่าจะไรควรทำ หรือไม่ควรทำ และผู้อ่านก็เห็นว่า เป็นสิ่งที่ดีที่ได้นิตยสารคอยบอกด้วยว่า ตอนนี้สังคมได้เปลี่ยนไปอย่างไร

“เราว่าดีแล้วนะ เพราะมันก็ไม่ได้ล่อแหลม แล้วก็บางเรื่องมันเป็นแค่ส่วนเล็กๆในสังคมเอง เพราะที่เราเจอกันในชีวิตจริงอยู่อะ บางทีมันน่าอายกว่านั้นตั้งเยอะอะ มันเป็นแค่อีกมุมหนึ่งของชีวิตเค้าที่เอามาตีแผ่ แล้วสุดท้ายมันก็จะมียบทสรุป ให้แง่คิดที่ที่ทำอะไรงั้นถูกหรือผิด ควรหรือไม่ควรทำทำ นั่นเอง” (วรัณภา สิทธิมนต์อำนาญ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“กำลังพอดีกับสังคมไทยนะ มันไม่เกินไป ให้เราได้อัปเดตตัวเอง แต่คนที่ไม่ได้อ่าน เขาจะชอบดีกว่า นิตยสารแบบนี้เน้นเรื่องเซ็กส์ ซึ่งจริงๆแล้วมันไม่ใช่” (เขวาลักษณ์ ศิริแก้ว, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

“เข้ากับสังคมไทยมากเลยนะ มันมีทั้งเดือน ทั้งให้ความรู้ ให้มุมมองใหม่ๆที่มันเปิดโลกมากขึ้น เหมือนกับที่สาวคอยเดือนน้อง ให้ความรู้น้อง ถ้าเทียบกับเล่มอื่น บางทีเขาจะเน้นทางแพ่ชั้นมากไป หรือว่าเอามาจากต่างประเทศมากไป แต่ของคลีโอเค้าจะเลือกหัวข้อที่มันเข้ากับสังคมไทย เข้ากับผู้หญิงอย่างเรา” (ธีรา ตู้จินดา, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2549)

“เขาเสนอก็ค่อนข้างตรงกับสังคมไทยในตอนนี้ละ อย่างเรื่องการแต่งตัวที่แต่งกันเก่งมากขึ้น เรื่องความสัมพันธ์ เรื่องเซ็กส์ ที่เดี๋ยวนี้นักก็พูดถึงและเปิดเผยมากกว่าแต่ก่อน ถ้าเทียบกับเล่มอื่น เขาจะมีความผสมผสานลักษณะของคนไทยเข้าไปมากกว่า คือก็จะตะวันตกกึ่งไทย ก่อนข้างจะเป็นกลางมากกว่าเล่มอื่น เพราะอย่างเล่มจะแบบไทยเกินไป บางเล่มก็ฝรั่งจ๋าเกินไป” (กนกวรรณ เลิศสุรนันท์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“ก็เหมาะกับผู้หญิงสมัยนี้นะ ถ้าเป็นสมัยก่อนๆ อาจจะรับไม่ค่อยได้ เขาพยายามให้ผู้หญิง อินเทอร์เน็ตอยู่เสมอนะ ในเรื่องบางเรื่องผู้หญิงอาจจะไม่ค่อยรู้เรื่องรู้อะไรก็ได้หนังสือนี้แหละที่ คอยเล่าถึงสังคมว่าเปลี่ยนไปถึงไหนแล้ว” (ศิริพร ทวีภูษิต, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2549)

“เหมาะกับการดำรงชีวิตในสังคม เพราะตอนนี้สังคมก็ทันสมัยนะ รู้สึกว่าเขาเอามาปรับได้ เหมาะสมกับสังคมไทยแล้ว” (ชญัญภัก ทงบ่อ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“มันควรจะเป็นอย่างนี้อยู่แล้ว เพราะสมัยนี้ผู้หญิงทำงานเยอะ ก็ควรจะมีข้อมูลตรงนี้นะดี แล้ว แล้วก็รู้สึกว่ามันสะดวกไปนะ แต่บางคนที่ไม่ได้อ่านเขาจะคิดว่าเรื่องเช็กส์เยอะ คือมันมีจริง แต่มันไม่ได้มีเรื่องนั้นเยอะเลยนะ มันมีตั้งหลายหัวข้อเยอะแยะ” (สุชชา วชิรเสถณี, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

ผู้อ่านส่วนน้อยมีความเห็นว่า การนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่มีความเหมาะสมกับ สังคมไทยพอสมควร เพราะยังมีบางเรื่องที่ไม่ค่อยเข้ากับสังคมไทยบ้าง และเมื่ออ่านแล้วก็รู้สึกว่าเรื่อง นั้นๆ มีการแปลมาจากของต่างประเทศ โดยผู้อ่านอยากให้ทางนิตยสารปรับให้เข้ากับสังคมไทยมาก ยิ่งขึ้น

“สอดคล้องในระดับหนึ่ง จากบทบาทของผู้หญิงในสังคมไทยที่มีมากขึ้น บางเรื่องก็ควรจะ ปรับให้เข้ากับวัฒนธรรมไทยมากขึ้น” (ปวีณนุช บุญเสริมสุข, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2549)

“บางเรื่องก็ไม่เหมาะกับสังคมไทยนะ อ่านแล้วรู้สึกว่ามันเป็นการแปลมาจากของเมืองนอก คือไม่ได้พูดว่าสังคมไทยมันไม่มีปัญหาอย่างที่เขานำเสนอแนะ แต่ถ้าเสนอบ่อยๆ มันอาจจะกลายเป็น เรื่องปกติไป แต่ถ้าคนอ่านๆ แล้วรู้สึกว่า สังคมมันเป็นอย่างนี้ๆ นะ ก็โอเค” (เด็บบี้ คุสติตานนท์, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2549)

“ส่วนใหญ่ก็เหมาะสมนะ แต่ก็มีบางเรื่องที่ไม่ค่อยเหมาะกับสังคมไทยบ้าง หรือเวอร์ไปบ้าง จะรู้สึกว่าเรื่องนี้ต้องแปลมาจากของต่างประเทศเน่ๆ เลย” (อัมพิกา ถิ่นปฐม, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

4.3.6 สิ่งที่เหมือนกันระหว่าง “ภาพของผู้หญิงยุคใหม่ในความคิดของผู้อ่าน” กับ “ภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอที่ผู้อ่านรับรู้”

ผู้อ่านให้ความคิดเห็นว่าสิ่งที่เหมือนระหว่างผู้หญิงยุคใหม่ในความคิดของผู้อ่าน กับผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ ได้แก่ การมีความสามารถ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมั่นใจในตัวเอง การดูแลพึ่งพิงตัวเอง และแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเอง

“ก็เหมือนนะ เป็นผู้หญิงที่เป็นตัวของตัวเอง มีความคิด มีความสามารถ” (ขวัญรุ่ง ยอดทหาร, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2549)

“ค่อนข้างเหมือนในความคิดหลายๆอย่างกะ คือ เป็นคนมั่นใจในตัวเอง ตัดสินใจอะไรเอง ไม่ต้องพึ่งพา หรือขึ้นอยู่กับผู้ชาย” (ปวีณนุช บุญเสริมสุข, สัมภาษณ์, 9 ตุลาคม 2549)

“จริงๆแล้วก็ไม่ค่อยต่างมาก เพราะว่าสิ่งที่นำเสนอส่วนใหญ่สามารถเอามาใช้ได้จริงแล้วแต่ว่าจะเอามาใช้ตอนไหน ส่วนเนื้อหาที่ทั่วไป เหมือนเป็นเรื่องที่ควรจะมีไว้มากกว่า หรือช่วยในการตัดสินใจในบางครั้งนะ” (ศิริพร ทวีภูษิต, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2549)

“เหมือนนะ เรื่องการดูแลตัวเอง การให้ความสำคัญตัวเองมากขึ้น แล้วก็สามารถคิดแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเอง มีมุมมองมากขึ้น” (กาญจนา แต่งผล, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2549)

“ก็คิดว่าไม่แตกต่างกันนะ คลีโอฟรีเซนต์ภาพของผู้หญิงยุคใหม่ได้สินะ แล้วสังคมตอนนี้ก็เป็นอย่างนี้” (เด็บบี้ ดุสิตนานนท์, สัมภาษณ์, 24 ตุลาคม 2549)

“เราว่าไม่แตกต่างกันเพราะว่าในชีวิตจริงเนี่ยมันก็เป็นอย่างนั้นนะ เดี่ยวเนี่ยคลีโอเขาก็มีคอลัมน์ที่ ฉันทันเป็น โสดได้ อย่างเช่นอยู่คนเดียวก็ได้แฮปปี้ได้ หรือวิธีการทำให้มีความสุขเมื่ออยู่คนเดียวมันก็เออจริง” (วรัณนภา สิทธิมนต์อำนาจ, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

4.3.7 ความแตกต่างกันระหว่าง “ภาพของผู้หญิงยุคใหม่ในความคิดของผู้อ่าน” กับ “ภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอที่ผู้อ่านรับรู้”

ในความคิดผู้อ่านเห็นว่า ภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอจะค่อนข้างมีการให้ความสำคัญกับเรื่องการแต่งตัว และแฟชั่นค่อนข้างมากไป ซึ่งผู้อ่านเห็นว่า สิ่งที่สำคัญของผู้หญิงยุคใหม่น่าจะเป็นความคิด ความสามารถและความเป็นตัวของตัวเองมากกว่า

“ก็มีแตกต่างบ้างนะ อย่างผู้หญิงยุคใหม่ของคลีโอคอนข้างจะต้องมีสมองด้วย แต่งตัวเก่งด้วย แต่ผู้หญิงยุคใหม่ของเราภายนอกไม่จำเป็นนะ อยู่ที่สมองมากกว่า” (กนกวรรณ เลิศสุรนนท์, สัมภาษณ์, 4 ตุลาคม 2549)

“ส่วนใหญ่ไม่ค่อยแตกต่างนะ อาจจะมีก็บางคอลัมน์ที่แตกต่างบ้าง อย่างบางทีการแต่งตัวที่บางทีจะดูเวอร์เกิน เพราะผู้หญิงยุคใหม่ไม่ได้อยู่ที่ต้องแต่งตัวเวอร์ น่าจะอยู่ที่ความเป็นตัวของตัวเอง ความสามารถมากกว่า” (นงนุช โอวาทวัฒนกุล, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

“ต่างอยู่บ้างค่ะ คิดว่าเนื้อหาที่คลีโอนำเสนอจะเน้นที่แฟชั่นมาก จริงๆความคิด จิตใจสำคัญกว่า เพราะการเป็นผู้หญิงยุคใหม่จะต้องมีองค์ประกอบหลายอย่าง” (วิริยา วิกรมโยธิน, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2549)

“ก็มีแตกต่างอย่างการแต่งตัวที่นิตยสารนำเสนอ บางทีจะดูแฟชั่นเกิน เวอร์เกิน ถ้าเราจะมาแต่งเดินถนนมันไม่ได้” (เขวาลักษณ์ ศิริแก้ว, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

4.3.8 การตอบสนองความต้องการของนิตยสารคลีโอ ในการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับผู้หญิงยุคใหม่

ทัศนคติของผู้อ่านด้านการตอบสนองความต้องการ ได้แก่ การเสนอความรู้ แง่คิด เรื่องราวใหม่ๆ และ การที่ผู้อ่านสามารถนำเรื่องราวจากนิตยสารนำเสนอมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันของตัวเองได้จริง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการทำงาน การดูแลตัวเอง การแต่งตัว การแต่งหน้า หรือความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ อีกทั้งการอ่านเรื่องราวจากชีวิตจริงของผู้หญิงที่สู่วิตหลายๆคนก็ทำให้ผู้อ่านมีกำลังใจมากยิ่งขึ้น

“ตรงกับที่ต้องการมากๆ ทุกด้านก็ว่าได้ เพราะทั้งแนะนำ ชี้แนวทาง ยกตัวอย่าง เพียงแต่ว่าเราจะนำไปปฏิบัติจริงได้รีเปล่านั้นเอง แล้วชอบเรื่องราวจากชีวิตจริงบางเรื่องที่มีใกล้เคียงกับชีวิตเรา อ่านแล้วรู้สึกเป็นอุทธาหรณ์สอนใจ ชอบแฟชั่นด้วย ดูแล้วรู้สึกดี รู้ว่าจะไรกำลังอินเทรนด์ แล้วก็ชอบเกร็ดเล็กเกร็ดน้อยที่คลีโอเสนอ บางทีก็ดีกว่าคนเขียนเขาช่างคิดนะ คิดได้ไงเนี่ย อ่านแล้วคิดตาม” (ขวัญรุ่ง ยอดทหาร, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2549)

“บางที่เป็นเรื่องที่เราไม่รู้ พออ่านแล้วเราก็จะรู้บ้าง หลายๆเรื่องอ่านแล้วก็เอามาปรับใช้ได้นะ แล้วบางทีก็ไปแนะนำเพื่อนต่อ” (สุชชา วชิรเสณิ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“ก็เป็นในส่วนของอัพเดทเทรนด์ รองลงมาก็เป็นพวกประสบการณ์ชีวิตจริงของแต่ละคน แล้วก็บางทีก็มีพวกคอลัมน์ที่พูดถึงสาวเก่งว่า ชีวิตเค้าผกผันมาขนาดไหน หรือบางคนก็เป็นโรคมะเร็ง แต่ว่าก็ยังต่อสู้อยู่จนถึงทุกวันนี้ได้ แล้วเขาทำยังไง เราอ่านมา 6 ปีแล้วไม่เคยพลาดสักเล่มอะ” (วรัณภา สิริพิมพ์อนันต์อำนวย, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“ก็รู้จะโร่มากขึ้นเยอะ ได้รับความรู้หลายๆแง่มุม ก็มีเอามาปรับใช้บ้าง อย่างเรื่องความสัมพันธ์ บางทีเราไม่เข้าใจกันกับเพื่อนหรือแฟน ก็ได้คลีโอบอกว่าคุณชายเขาเป็นอย่างงี้ ทำให้เราเข้าใจผู้ชายมากขึ้น หรือพวกแฟนก็รู้สึกว่าเขาเลือกของมาดีจัง แล้วก็เรื่องการใช้ชีวิต บางครั้งเราท้อ เราก็ได้เรื่องราวจากในคลีโอมาทำให้เรารู้สึกดีขึ้น อ่านแล้วก็จะทำให้คิดว่าขนาดเขายังดีกว่าเรา เขายังสู้ แล้วทำไมเราจะสู้ไม่ได้ เล่มเก่าๆก็เอากลับมาอ่านได้ตลอด” (ธีรา ตูจินดา, สัมภาษณ์, 18 ตุลาคม 2549)

“แตกต่างในด้านการดูแลตัวเอง เราจะเห็นความสำคัญ ความจำเป็นในส่วนนี้มากขึ้น มากกว่าตอนที่ไม่เคยอ่าน ทำให้เราเห็นประโยชน์ของการดูแลตัวเอง” (มณีนันท์ ช่อมณี, สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2549)

“เรื่องการทำงานที่เขาแนะนำมา ก็เคยลองเอามาใช้ที่ทำงานนะ และก็เคยแนะนำเพื่อนด้วย ก็ค่อนข้างได้ผล หรือการคบคนว่า ถ้าคนเข้ามาแบบนี้ เราต้องทำยังไง และก็วิธีการแต่งหน้า ก็เอามาใช้ได้ และที่แนะนำเสื้อผ้า ถ้าเราเห็นแล้วชอบ ราคาไม่แพงเกินไป ก็มีไปซื้อบ้าง” (ชญญากัท ทองบ่อ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“ก็ได้ด้านความเพลิดเพลิน เวลาที่เครียดๆมาอ่าน ก็รู้สึกผ่อนคลายดี คว้ามีสปาที่ไหนเปิดใหม่ หรือมีของบิวตี้ชิ้นไหนออกมาใหม่บ้าง แล้วคลีโอก็เป็นแบบที่เราชอบมากๆ ตั้งแต่เป็นบรรณาธิการคนนี้” (มุตตาลัทธ กฤษดารัตน์, สัมภาษณ์, 22 กันยายน 2549)

“ก็เยอะเหมือนกันนะคะ อย่างเรื่องแฟนที่นำมาใช้ได้ เรื่องปัญหาในการทำงาน บางครั้งก็เอามาใช้เหมือนกัน แล้วก็เรื่องการดูแลตัวเอง” (กาญจนา แต่งผล, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2549)

“เรื่องงานก็ค่อนข้างตรงตามความต้องการนะ และอย่างแฟนในแบบที่เราดูแล้วชอบก็มีการมาปรับใช้ แต่จะไม่เลียนแบบไปซะทีเดียว แต่ถ้าเล่มไหนไม่ใช่สไตล์ที่เราชอบ เราก็แค่ดูว่าตอนนี้มันเป็นอย่างงี้หรือ ดูไว้ให้ไม่ตกยุคแค่นั้นเอง” (นงนุช โอวาทวัฒน์กุล, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

4.3.9 ความเปลี่ยนแปลงของผู้อ่านหลังจากที่ได้่านนิตยสารคลีโอ

การเปลี่ยนแปลงของผู้อ่านหลังจากที่ได้่านนิตยสารคลีโอจะเป็นในเรื่องของ การดูแลตัวเองมากขึ้น รู้จักการวางตัวในสังคม มีความมั่นใจในตัวเองและมองโลกในแง่ดีมากขึ้น

“ได้รู้อะไรมากขึ้น รักการอ่านมากขึ้น มองโลกในแง่ดีมากขึ้น มั่นใจขึ้นกว่าเดิมบ้างเล็กน้อย บางทีก็รู้จักการวางตัวมากขึ้นนะ รักสวยรักงามมากขึ้นด้วย แต่งตัวเก่งขึ้น ชื่อของมากขึ้นด้วย” (ชญญากัท ทองบ่อ, สัมภาษณ์, 16 ตุลาคม 2549)

“รู้สึกอยากดูแลตัวเองมากขึ้น คือเป็นคนรักสุขภาพอยู่แล้ว พอเรามีเรื่องที่เราสนใจมาให้อ่าน ก็ยังสนับสนุนความคิดของตัวเองมากขึ้นไปอีก แล้วก็มีการนำเคล็ดลับมาใช้ ในการแต่งตัว การแต่งหน้าให้ดีขึ้น” (อัมพิกา ถิ่นปฐม, สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2549)

“ในด้านการดูแลตัวเอง เราจะเห็นความสำคัญ ความจำเป็นในส่วนนี้มากขึ้น มากกว่าตอนที่ไม่เคยอ่าน ทำให้เราเห็นประโยชน์ของการดูแลตัวเอง จะเปลี่ยนในเรื่องการดูแลตัวเอง การออกกำลังกาย ซึ่งแต่ก่อนจะไม่ค่อยใส่ใจ” (มณีนันท์ ช่อมณี, สัมภาษณ์, 6 ตุลาคม 2549)

“รู้สึกว่ามีแนวคิด มุมมองมากขึ้น สนใจในเรื่องการดูแลตัวเองมากขึ้น” (กาญจนา แต่งผล, สัมภาษณ์, 11 ตุลาคม 2549)

“แตกต่างกันนะ รู้สึกว่าได้รู้อะไรใหม่ๆ เยอะดี หลายเรื่อง ครอบคลุมดี เปลี่ยนแปลงด้านความคิดนะ รู้สึกว่าฉลาดขึ้น” (ขวัญรุ่ง ยอดทหาร, สัมภาษณ์, 17 ตุลาคม 2549)

“มีผลต่อตัวเองในเรื่องการแต่งตัว เราจะรู้การมีเซ็กซี่ แอนด์แมทซ์เสื้อผ้า แต่งหน้า ทำให้มองโลกในแง่ดีขึ้นด้วย แล้วก็รู้จักการปรับให้มองคนแบบใหม่ เพราะบางคนดูดี แต่พอรู้จักจริงๆ แล้วมันไม่ใช่ จะรู้จักระวังตัวมากขึ้น อ่านแล้วก็ให้รู้ว่าบางทีมันมีพวกภัยมืด อายุมากขึ้นแล้วเลยสนใจพวกนี้มากขึ้นด้วย” (วิรัชภา สิทธิมนต์อำนวย, สัมภาษณ์, 19 กันยายน 2549)

“รู้จักดูแลตัวเองมากขึ้น แต่งตัวดีขึ้น รู้จักว่าตอนนี้เค้าแต่งอะไรกัน หรือออกงานไหนแต่งยังไง มองโลกในแง่ดีขึ้น มองโลกกว้างขึ้น เหมือนว่าทุกอย่างมีทางแก้ คือเคยท้อกับการทำงาน เบื่อหัวหน้างาน แล้วพอดีกับอ่านเจอคำแนะนำพาพอดี พอเอามาคิดๆ ตามดูก็สบายใจขึ้นเยอะนะ” (ศิริพร ทวีภูษิต, สัมภาษณ์, 27 ตุลาคม 2549)

“คิดว่ามีความรู้เยอะขึ้นอะ ในการดูแลตัวเองในหลายๆด้าน รู้จักการแต่งหน้า รู้จักที่จะ แต่งตัวให้เหมาะสมเวลาที่ต้องเจอหรือไปกับผู้ใหญ่ รู้จักการวางตัวมากขึ้น มีการดูแลตัวเองมากขึ้น เอาเคล็ดลับที่เขาให้มาใช้” (นงนุช โอวาทวัฒนกุล, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

“รู้สึกอยากดูแลตัวเองมากขึ้น แต่งตัว แต่งหน้าก็ดีขึ้น” (วิริยา วิกรมโยธิน, สัมภาษณ์, 27 กันยายน 2549)

“รู้สึกว่าคุณมีความมั่นใจมากขึ้นกว่าเดิม ก่อนที่จะได้อ่านคลีโอ การแต่งตัวจะมีอะไรให้ ใส่ก็ใส่ไป แต่ตอนนี้จะรู้จักแต่งตัวมากขึ้น จะดูว่าตอนนี้จะอะไรฮิต แล้วก็มีความมั่นใจมากขึ้นกว่าเดิม” (เขวาลักษณ์ ศิริแก้ว, สัมภาษณ์, 30 กันยายน 2549)

โดยสรุปแล้ว ผู้อ่านให้ความเห็นถึงการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ใน นิตยสารคลีโอว่ามีการนำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงที่มองโลกในแง่ดี ความเป็นตัวของตัวเอง มีความ มั่นใจ ไม่จำเป็นต้องพึ่งพาใครก็สามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง แต่ก็อยู่ในกาละเทศะ โดยผู้อ่านส่วนใหญ่มี ทักษะคิดที่ค่อนข้างดีกับเนื้อหา เพราะสามารถทำให้ผู้อ่านมีความรู้เพิ่มมากขึ้น มองโลกกว้างขึ้น ทันสมัย และยังดูแลตัวเองในด้านต่างๆมากขึ้นด้วย และผู้อ่านยังเห็นว่าถึงแม้ นิตยสารคลีโอจะเป็น นิตยสารหัวนอก แต่ก็มีการนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ที่มีความเหมาะสมกับสังคมไทย ดีแล้ว เพราะนิตยสารได้มีการผสมผสานลักษณะของคนไทยเข้าไป

สิ่งที่เหมือนกันระหว่าง ภาพของผู้หญิงยุคใหม่ในความคิดของผู้อ่าน กับภาพตัวแทนของ ผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอที่ผู้อ่านรับรู้ คือผู้หญิงยุคใหม่ที่มีความสามารถ เป็นตัวของตัวเอง มั่นใจในตัวเอง การดูแลพึ่งพิงตัวเอง และแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเอง

ผู้อ่านมีความคล้ายคลึงกับผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอในเรื่องของ ความเป็นตัวของ ตัวเอง มีการติดตามเหตุการณ์ต่างๆ รู้ทันการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สามารถปรับตัวได้ มีการนำ แนวคิดหรือประสบการณ์ใหม่ๆมาใช้กับตัวเอง มองโลกในแง่ดี และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง การนำเสนอภาพตัวแทนและค่านิยม “ความเป็นหญิงยุคใหม่” ในนิตยสารคลีโอที่มีผลต่อทัศนคติของผู้อ่าน เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา จากนิตยสารจำนวน 12 ฉบับ ได้แก่ฉบับเดือน ฉบับเดือนมกราคม 2549 - เดือนธันวาคม 2549 เพื่อศึกษาถึงลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนและค่านิยมของความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ ประกอบกับการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกองบรรณาธิการ เพื่อทราบถึงเกณฑ์ในการคัดเลือกเรื่องที่จะนำมาเสนอ รวมถึงทัศนคติของผู้อ่านที่มีต่อการนำเสนอของนิตยสารคลีโอ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเรื่องนี้ ได้แก่

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารคลีโอ
2. เพื่อศึกษาถึงค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหาของนิตยสารคลีโอ
3. เพื่อศึกษาถึงทัศนคติของผู้อ่านนิตยสารคลีโอในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่

5.1 สรุปผลการศึกษา

5.1.1 ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ

นิตยสารคลีโอมีวิธีการเล่าเรื่องแบ่งได้ 5 รูปแบบ คือ

- 1) การเล่าเรื่องจากผู้หญิงที่มีประสบการณ์จริง
- 2) การถาม-ตอบระหว่างนิตยสารคลีโอกับผู้หญิงที่มีประสบการณ์จริง
- 3) การเล่าเรื่องจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
- 4) การถาม-ตอบกับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน
- 5) การนำเสนอโดยมีนิตยสารคลีโอเป็นผู้ดำเนินเรื่อง

การเลือกใช้วิธีการเล่าเรื่องแบบใดนั้นขึ้นอยู่กับเนื้อหา เช่น ถ้าเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับประสบการณ์ชีวิตจริงของผู้หญิง ก็จะใช้วิธีการเล่าเรื่องจากผู้หญิงที่มีประสบการณ์จริง หรือการถาม-ตอบระหว่างนิตยสารคลีโอกับผู้หญิงที่มีประสบการณ์จริง ส่วนเนื้อหาที่ต้องการความน่าเชื่อถือ เช่น เป็นคำแนะนำทางการแพทย์ ก็จะใช้การเล่าเรื่องจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หรือการถาม-ตอบกับ

ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน และถ้าเป็นการแนะนำหรือ การบอกเล่าเรื่องราวอื่นๆ ก็อาจจะใช้การนำเสนอ โดยมีนิตยสารคลีโอเป็นผู้ดำเนินเรื่อง

ภาษาที่ใช้ในการนำเสนอเนื้อหาจะใช้ภาษาที่เปิดเผยเข้าใจง่าย การใช้คำพูด การใช้ภาษา สนทนาพูดคุยกับผู้อ่านโดยตรง การใช้คำแสดงหรือคำศัพท์ภาษาอังกฤษ การบรรยายเหตุการณ์ของ เรื่อง การใช้คำอุปมาอุปไมย การใช้อุปลักษณ์

การใช้ภาพประกอบนั้นจะใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้อ่าน ขยายความจุดใดจุดหนึ่งใน บทความ เล่าเรื่องราวหรือเหตุการณ์เป็นลำดับๆ ประกอบกับภาพประกอบอื่นๆ เพื่อช่วยให้ผู้อ่านได้ พักสายตาจากการอ่านและเกิดความหลากหลาย และการใช้ภาพหลายๆภาพโดยอาศัยเพียงคำประกอบ ภาพ โดยการเลือกใช้ภาพประกอบในนิตยสารคลีโอ จะเลือกใช้ให้เข้ากับเนื้อหาที่นำเสนอ และ เนื่องจากเป็นนิตยสารหัวนอก การใช้ภาพบุคคลมาประกอบจึงมักจะใช้ภาพของชาวต่างชาติ

วิธีการจัดหน้าแบ่งได้เป็น 5 รูปแบบ คือ

- 1) จัดเป็นเรื่องย่อยๆ หลายเรื่อง ในหนึ่งคอลัมน์พร้อมภาพประกอบ
- 2) จัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่องพร้อมภาพประกอบ
- 3) จัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่องพร้อมการแสดงความคิดเห็นและภาพประกอบ
- 4) จัดเป็นลักษณะการแสดงความคิดเห็นสั้นๆพร้อมภาพประกอบ
- 5) จัดเป็นคอลัมน์เฉพาะเรื่องโดยเน้นรูปภาพพร้อมคำอธิบายภาพ

ทั้งนี้การจัดหน้าจะเป็นสิ่งที่นิตยสารคลีโอของทุกประเทศมีรูปแบบเดียวกัน รวมถึง ลักษณะของรูปเล่ม ลักษณะการใช้สีสันที่สดใส มีการพาดหัวให้ดูสะดุดตา และในหนึ่งหน้าจะต้องไม่ มีที่ว่าง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกองบรรณาธิการคลีโอมีเกณฑ์ในการคัดเลือกเรื่อง ได้แก่ ผู้อ่านที่ เป็นกลุ่มเป้าหมาย การวางแนวคิดหลักในแต่ละปีและแต่ละเดือนว่าจะมีประเด็นหลักอะไรบ้าง นโยบายของนิตยสารที่เนื้อหาจะต้องมีความทันสมัย เป็นเรื่องที่กำลังได้รับความสนใจในขณะนั้น ภาพลักษณ์ของนิตยสาร แรงบันดาลใจและความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ การตอบสนองกลับของ ผู้อ่าน บรรทัดฐานทางสังคมและวัฒนธรรม จุดมุ่งหมายในการที่จะพัฒนาและปรับปรุงนิตยสารต่อไป ผู้ซื้อโฆษณา ข้อจำกัดทางต้นทุนและเวลา

เนื้อหาของนิตยสารคลีโอในปัจจุบัน กองบรรณาธิการของไทยจะมีการเขียนขึ้นมาเอง โดยจะมีสัดส่วนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 80 อีกประมาณร้อยละ 20 จะมีการแปลและเรียบเรียงมาจากนิตยสารคลีโอของประเทศ ออสเตรเลีย สิงคโปร์ มาเลเซีย หรือไต้หวัน ซึ่งเนื้อหาที่คัดเลือกมานั้นจะเป็นเรื่องที่อยู่ในกระแสของสังคม โดยจะมีการปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมของสังคมไทย และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทย

นิตยสารคลีโอจะใช้คำว่า ว๊อท อะ เกิร์ล ว๊อนท์ (What a girl wants) ซึ่งก็คือ ทุกเรื่องที่คุณผู้หญิงอยากรู้ เพราะฉะนั้นเนื้อหาในนิตยสารจะประกอบไปด้วยเรื่องราวต่างๆที่เกี่ยวกับผู้หญิง ไม่ว่าจะเป็นแฟชั่น ความงาม ความรัก ความสัมพันธ์ งาน สุขภาพ ท่องเที่ยวและอื่นๆ โดยการนำเสนอภาพลักษณ์ความเป็นหญิงยุคใหม่จะเห็นได้จากเรื่องราวของผู้หญิงหลายๆคนที่นิตยสารนำเสนอ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความคิด การใช้ชีวิต หรืออุปนิสัยภายนอก ทั้งนี้นักเขียนจะมีการเขียนที่เป็นไปตามแนวทางของนิตยสารนั้นคือการมองโลกในแง่ดี

โดยรวมแล้วจุดเด่นในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารคลีโอจะมีลักษณะเนื้อหาประเภท “วิธีทำ” (How to) คือ การตอบปัญหาข้อข้องใจที่ผู้หญิงต้องการจะรู้ หรือรู้อยู่บ้างแล้วแต่ต้องการมีความเข้าใจมากขึ้น และในบางเรื่องผู้อ่านอาจจะต้องกลับไปคิดต่อเองด้วย

5.1.2 ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหาของนิตยสารคลีโอ

เนื้อหาที่สะท้อนค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอมีด้วยกัน 12 ประการ ได้แก่

1) การพร้อมจะยอมรับประสบการณ์ใหม่ๆที่ผ่านเข้ามาในชีวิต ได้แก่ การเรียนรู้สิ่งใหม่ หรือการกระทำใหม่ๆ การเปลี่ยนมุมมอง การเอาชนะความกลัวที่มีอยู่ในใจ และการได้บทเรียนที่มีค่าจากประสบการณ์นั้น

2) การยอมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆทางสังคมได้อย่างมีเหตุผล ได้แก่ การยอมรับสิ่งที่เปลี่ยนแปลงต่างในสังคมได้อย่างมีเหตุผล รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงในเรื่องที่เกี่ยวกับตนเองในสังคมใหม่ๆ การรู้จักหน้าที่ของตนเองในสังคม

3) การมีความคิดอิสระและมีหัวก้าวหน้า ได้แก่ การมีอิสระทางความคิด การที่ไม่จำเป็นต้องเหมือนใคร และความเป็นตัวของตัวเอง และการเปิดใจกว้าง

4) การมีความกระตือรือร้นในการติดตามเหตุการณ์ทั้งภายในและภายนอกสังคมตนเอง ได้แก่ การมีความสนใจติดตามข่าวสารข้อมูล หรือเหตุการณ์ต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกสังคมของตนเอง

5) สามารถปรับตัวให้เข้าสภาพปัจจุบัน และอนาคต ได้แก่ ความพร้อมในการปรับความคิด การปรับตัว และการจัดการกับความทุกข์ที่เกิดขึ้นอย่างมีสติ

6) การเชื่อในประสิทธิภาพของตนเอง ได้แก่ ความเชื่อมั่นในตนเองว่ามีความสามารถกระทำการต่างๆ ให้บรรลุถึงเป้าหมายได้ด้วยตนเอง

7) มีการวางแผนชีวิตไว้ล่วงหน้า ได้แก่ ความพร้อมในการวางแผนชีวิตในด้านต่างๆ

8) การมีความเชื่อว่ามนุษย์สามารถกำหนดและแก้ไขสิ่งต่างๆ ได้ ได้แก่ การเชื่อในความสามารถของมนุษย์ด้วยกันเอง และมนุษย์สามารถแก้ไขสิ่งต่างๆ ได้ถ้าไม่ยอมแพ้

9) การเชื่อในคุณค่าของการพัฒนา ทางวัตถุและความคิด ได้แก่ การยอมรับว่าการพัฒนาทางวัตถุและความคิดเป็นสิ่งมีประโยชน์ เช่น ยอมรับว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ มีประโยชน์ สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันและการทำงานได้

10) การนำเอาความคิดใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้กับชีวิตของตนเอง ได้แก่ การที่บุคคลรู้จักการเรียนรู้ตามหลักเหตุและผล เห็นความสำคัญของการศึกษา รวมถึงสามารถนำประสบการณ์ใหม่ๆ มาปรับใช้กับชีวิตตนเองได้

11) การมีความเคารพและยอมรับในศักดิ์ศรีของตนเองและของผู้อื่น ได้แก่ การเข้าใจว่าความแตกต่างระหว่างบุคคลนั้นเป็นลักษณะเฉพาะตัว ดังนั้นความคิดเห็นของตนเองกับของคนอื่นอาจต่างกันได้

12) การมีความเข้าใจในขั้นตอนต่างๆ ของชีวิต และมองโลกในแง่ดี ได้แก่ การเป็นคนที่มีความเข้าใจในการดำเนินชีวิต การยอมรับความจริง การมองโลกในแง่ดี การคิดในแง่ดี

เนื้อหาที่มีค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่มีอยู่ในทั้ง 12 ฉบับ และทุกฉบับจะมีค่านิยมความเป็นหญิงยุคใหม่ทั้ง 12 ประการ ซึ่งจะมามากหรือน้อยแตกต่างกันออกไป แล้วแต่ประเด็นหลักๆ ในแต่ละเล่ม โดยค่านิยมความเป็นหญิงยุคใหม่จะสะท้อนออกมาจากรื่องราวที่นำเสนอในทุกๆ เรื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องงาน ความรัก ความสัมพันธ์ สุขภาพ หรือเรื่องอื่นๆ

5.1.3 ทักษะของผู้อ่านนิตยสารคลีโอในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่

ผู้อ่านมีอายุตั้งแต่ 18-31 ปี โดยส่วนหนึ่งกำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี อีกส่วนหนึ่งจบการศึกษาขั้นระดับปริญญาตรีและปริญญาโท มีลักษณะการดำเนินชีวิตที่คล้ายกัน โดยผู้อ่านส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่านิตยสารคลีโอเป็นนิตยสารที่ทันสมัย มีความน่าสนใจ เพราะมีเรื่องราวหลายๆ เรื่องที่ผู้อ่านอยากรู้ อ่านแล้วสามารถนำไปใช้ได้จริง แต่ผู้อ่านบางส่วนก็มีความคิดเห็นว่า ข้อมูลที่นิตยสารนำเสนอยังมีความละเอียดน้อยไป

ผู้หญิงยุคใหม่ในความคิดของผู้อ่านจะเป็นผู้หญิงที่มีความมั่นใจในตัวเอง กล้าคิด กล้าแสดงความคิดเห็น แต่ก็อยู่ในกาลเทศะ มีความรู้ทันเหตุการณ์ต่างๆ สามารถดูแลตัวเองได้ดี มองโลกในแง่ดี และมีการแต่งกายที่ดูดี

การนำเสนอเรื่องราวความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ ผู้อ่านให้ความเห็นว่า นิตยสารได้นำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงที่เป็นตัวของตัวเอง สามารถพึ่งตนเองได้ การทำตัวให้ทันสมัย การมองโลกในแง่ดี มีการแนะนำในเรื่องของการแต่งกาย การทำงาน ความรัก ความสัมพันธ์ ความเท่าเทียมกันทางเพศ และเรื่องของเพศสัมพันธ์ ซึ่งผู้อ่านเห็นว่า เป็นเรื่องผู้หญิงควรจะต้องรู้

ผู้อ่านมีทัศนคติที่ดีต่อการนำเสนอเนื้อหาความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในเรื่องที่ทำให้ผู้อ่านทันเหตุการณ์ ทันสมัย มีการมองโลกในแง่ดีมากขึ้น สร้างความมั่นใจมากขึ้น และรู้สึกว่าการนำเสนอเป็นเหตุการณ์ที่สามารถเกิดขึ้นกับผู้อ่านได้จริง สามารถนำเอาคำแนะนำในเรื่องของการปรับปรุงบุคลิกภาพตนเอง การทำงาน หรือการแต่งตัวมาปรับใช้กับตัวเองได้ และถึงแม้ว่าผู้อ่านส่วนใหญ่จะมีทัศนคติที่ดีต่อเนื้อหา แต่ก็มีผู้อ่านส่วนน้อยที่เห็นว่านิตยสารคลีโอควรปรับปรุงในเรื่องของความละเอียด ความน่าเชื่อถือของข้อมูล และอยากให้มีความน่าสนใจใหม่ๆ ที่ผู้อ่านยังไม่ทราบมากกว่านี้ รวมถึงผู้อ่านบางคนที่รู้สึกว่า การนำเสนอบางเรื่องนั้นมีความยาวเกินไป ถ้าหากเป็นเรื่องที่ผู้อ่านไม่ค่อยสนใจอาจจะทำให้อ่านข้ามไปได้ และบางคนก็ยังรู้สึกว่า เป็นการยึดเยียดสินค้าที่เป็นผู้สนับสนุนมากเกินไป

ในเรื่องการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอกับสังคมไทย ผู้อ่านส่วนใหญ่มีความเห็นว่า เหมาะสมกับการดำรงชีวิตในสังคมไทย เพราะนิตยสารได้มีการผสมผสานลักษณะของคนไทยเข้าไป และยังมีทำให้ความรู้ ให้มุมมอง แนะนำว่าอะไรเป็นสิ่งที่ควรทำ อีกทั้งก็เป็นเรื่องราวที่เกิดขึ้นจริงในสังคม แต่ผู้อ่านส่วนน้อยก็มีความเห็นว่า ยังมีบางเรื่องที่ไม่ค่อยเข้ากับสังคมไทยบ้าง และเมื่ออ่านแล้วก็รู้สึกว่าเรื่องนั้นๆ มีการแปลมาจากของต่างประเทศ

สิ่งที่เหมือนกันระหว่างภาพของผู้หญิงยุคใหม่ในความคิดของผู้อ่าน กับภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอที่ผู้อ่านรับรู้ คือผู้หญิงยุคใหม่ที่มีความสามารถ ความเป็นตัวของตัวเอง ความมั่นใจในตัวเอง การดูแลพึ่งพิงตัวเอง และแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเอง ส่วนด้านความแตกต่างกัน ผู้อ่านเห็นว่า ภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอจะค่อนข้างมีการให้ความสำคัญกับการแต่งตัว และแฟชั่นค่อนข้างมากไป ซึ่งผู้อ่านเห็นว่า สิ่งที่สำคัญของผู้หญิงยุคใหม่น่าจะเป็นความคิด ความสามารถและความเป็นตัวของตัวเองมากกว่า

ในด้านการตอบสนองความต้องการของผู้อ่าน ผู้อ่านให้ความเห็นว่า นิยายสารคดีโอมีการเสนอความรู้ แง่คิด เรื่องราวใหม่ๆ ที่ทำให้ผู้อ่านๆ แล้วสามารถนำมาปรับใช้กับตัวเองได้จริง และการนำเสนอเรื่องราวประสบการณ์ชีวิตของผู้หญิงหลายๆ คน ก็สามารถทำให้ผู้อ่านมีกำลังใจมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้อ่านมีความเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการดูแลตัวเองมากยิ่งขึ้น รู้จักการวางตัว มีความมั่นใจ และมองโลกในแง่ดีมากขึ้น

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

5.2.1 ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิยายสารคดีโอ

ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิยายสารคดีโอพบว่า มีการรับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามา แต่ทั้งนี้ก็ยังคงอยู่ในบรรทัดฐานของสังคมไทย จะเห็นได้จากนโยบายของนิยายสารคดีที่มีการปรับเปลี่ยนตามท้องถิ่นๆ และการคัดเลือกเรื่องของกองบรรณาธิการที่คำนึงถึงผู้อ่านที่เป็นคนไทยว่ามีรูปแบบการดำเนินชีวิต ความคิด ความเชื่อ และค่านิยมที่ไม่เหมือนกับชาวตะวันตก เพราะฉะนั้นการนำเสนอเนื้อหาที่จะไม่เหมือนกัน และเนื้อหาที่คัดเลือกมาจากของต่างประเทศก็มีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับคนไทย สังคมไทย และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยมากยิ่งขึ้น

ถึงแม้ว่าการนำเสนอความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิยายสารคดีโอในประเทศไทยจะรับค่านิยมของตะวันตกเข้ามา แต่ก็ยังมีการเลือกรับ และปฏิเสธบางอย่างออกไป เช่นในเรื่องของการมีเพศสัมพันธ์ก่อนวัยอันควร หรือความมีอิสระทางเพศ ที่ไม่ได้เป็นเรื่องเปิดเผยในสังคมไทย เนื้อหาในเรื่องประเภทนี้ก็จะถูกคัดเลือกมานำเสนอในสัดส่วนที่เล็กน้อย ไม่โจ่งแจ้งจนเกินไป เช่น อาจจะมีการนำเสนอเรื่องราวประสบการณ์ชีวิตจริงของผู้หญิงที่เคยผิดพลาดเพราะการมีเพศสัมพันธ์โดยไม่ได้ตั้งใจ และเสนอผลที่ได้รับจากเหตุการณ์นั้นๆ พร้อมทั้งแง่คิดให้ผู้อ่านติดตาม

นิยายสารคดีโอของประเทศไทยไม่ได้มีการรับแต่ค่านิยมของตะวันตกมาเท่านั้น แต่ยังมีการนำค่านิยมของประเทศตะวันออกอื่นๆ มาด้วยเช่นกัน เนื่องจากการคัดเลือกเรื่องอาจจะมีการนำเนื้อหาจากประเทศ สิงคโปร์ มาเลเซีย หรือไต้หวันมาด้วย การคัดเลือกเรื่องของนิยายสารคดีโอในปัจจุบันนี้ จึงไม่ได้ถูกกำหนดด้วยสัดส่วนของเนื้อหาว่าต้องคัดเลือกมาจากต่างประเทศเป็นจำนวนเท่าไร แต่จะขึ้นอยู่กับเรื่องราวนั้นๆ ว่าเป็นแง่มุมที่ควรนำมาเสนอให้ผู้อ่านและสังคมรับรู้ อีกทั้งจะต้องมีความเหมาะสมกับสังคมไทย เพราะฉะนั้นสัดส่วนการคัดเลือกเนื้อหาจากต่างประเทศก็สามารถปรับเปลี่ยนได้

หากพิจารณาแนวคิดเกี่ยวกับนายทวารข่าวสารที่ว่า นายทวารข่าวสารคือบุคคลที่มีความสำคัญ และมีหน้าที่ต้องตัดสินใจเลือกข่าวสารที่จะเผยแพร่ไปสู่ประชาชน ว่าข่าวสารอย่างไรไม่ควรส่งไป และข่าวสารอย่างไรควรส่งไป จะส่งไปในทันใดหรือส่งไปช้าๆ และด้วยคุณสมบัติดังกล่าว นายทวารข่าวสารจึงมักเป็นผู้ได้รับความเชื่อถือมากกว่าคนอื่นๆ (พัชนี เษยจรรยา, เมตตา วิวัฒนานุกูล และฉัตรนันทน์ อนุวัชศิริวงศ์, 2541 : 172) สอดคล้องกับผลการศึกษาที่ว่า ในการคัดเลือกเรื่องที่จะนำมาเสนอในแต่ละเล่มของนิตยสารคลีโอ จะมาจากการประชุมของกองบรรณาธิการว่าจะมีการเสนอเรื่องอะไรในฉบับไหน มีประเด็นอะไรที่เป็นประเด็นหลัก โดยมีบรรณาธิการเป็นผู้ดูภาพรวมทั้งหมดของนิตยสาร ตัดสินใจ ควบคุมงานให้ได้ตามแนวคิดหลักที่วางไว้ ซึ่งจะเห็นได้จากการนำเสนอของต่างประเทศมาใช้เป็นสัดส่วนที่น้อยลงเรื่อยๆ จากปี 2543 ที่มีถึงประมาณร้อยละ 80 ลดลงมาเหลือประมาณร้อยละ 20

เมื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของกองบรรณาธิการกับผู้อ่านพบว่า มีความคิดเห็นที่คล้ายกันในการคัดเลือกเรื่อง ได้แก่ การที่กองบรรณาธิการมีความคิดว่า การคัดเลือกเรื่องจากต่างประเทศจะต้องมีความเหมาะสม อยู่ในขอบเขตบรรทัดฐานของสังคมไทย โดยเนื้อหาจะมีการพัฒนาไปตามสังคมไทยในขณะนั้น และถึงแม้จะมีเรื่องที่น่าสนใจนำมาแปลก็จะมีการนำมาปรับให้เข้ากับคนไทย ส่วนในด้านของผู้อ่านก็มีความเข้าใจว่าเนื้อหาที่นิตยสารนำมาเสนอมีความเหมาะสมกับการดำเนินชีวิตของคนไทย และสังคมไทยดีแล้ว

ในขณะที่ผู้อ่านส่วนใหญ่เห็นว่าเนื้อหามีความเหมาะสมกับสังคมไทยดีแล้ว แต่ก็ยังมีผู้อ่านส่วนน้อยที่มีความเห็นว่า เนื้อหาในบางเรื่องก็ยังไม่เข้ากับสังคมไทยเท่าที่ควร และเมื่ออ่านแล้วก็ทำให้รู้สึกว่าเรื่องนั้นๆมีการแปลมาจากของต่างประเทศ

ลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอ หากพิจารณาจากแนวคิดเกี่ยวกับการสร้างภาพความเป็นหญิง นิตยสารคลีโอมีลักษณะการนำเสนอภาพตัวแทนที่ประกอบไปด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ภาพอุดมคติ (Ideal) ที่เป็นภาพที่ถูกจินตนาการขึ้น เช่น การที่นิตยสารมีการวางแนวคิดหลัก หรือการวางภาพตัวแทนและบุคลิกของนิตยสารเปรียบเทียบกับผู้หญิงคนหนึ่งที่มีมองโลกในแง่ดี เข้าใจในการใช้ชีวิต ร่าเริง สดใส มีความสุข มนุษย์สัมพันธ์ดี เปิดรับสิ่งใหม่ๆ มีความสนใจโลกภายนอก และส่วนที่เป็นภาพความจริง (Reality) ซึ่งก็คือลักษณะที่สะท้อนภาพจริง จะเห็นได้จากการนำเสนอเรื่องราวที่เป็นประสบการณ์จริงที่เกิดขึ้นกับผู้หญิง เช่น การที่ผู้หญิงเจอเรื่องราวที่เลวร้ายในชีวิตมาแล้วเขาสามารถผ่านประสบการณ์นั้นมาได้ด้วยการที่มองโลกในแง่ดี เข้าใจว่าชีวิตก็อาจต้องเจอเรื่องที่เลวร้ายบ้าง ทั้งนี้ภาพตัวแทนที่วางไว้ก็สอดคล้องกับความเป็นจริงที่เกิดขึ้น

5.2.2 ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหาของนิยายสารคดีโอ

ลักษณะของผู้หญิงยุคใหม่ในนิยายสารคดีโอมีความเชื่อมั่นในด้านความคิด ไม่ถูกรอบงำ โดยความเชื่อของบุคคลหรือสิ่งอื่นๆ แต่จะเชื่อในตัวเองว่าสามารถกระทำการต่างๆ ได้ มีความแตกต่างกับงานวิจัยของ กนกพรรณ วิบูลย์ศรีน (2547) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การเปรียบเทียบภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทย และภาพยนตร์อเมริกัน” พบว่า ภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทย มีลักษณะทางกายภาพที่ดีมีความมั่นใจในตนเอง กล้าเปิดเผย แต่ยังคงแสดงอาการลังเลในการตัดสินใจ พยายามที่จะผลักดันตนให้หลุดพ้นจากความเชื่อเดิมๆ

ผู้หญิงยุคใหม่ในนิยายสารคดีโอจะมีลักษณะที่กล่าวถึง การดำเนินชีวิตของผู้หญิงที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง พึ่งพาตนเองได้ รวมถึงการปรับตัวในด้านต่างๆ เพื่อให้การใช้ชีวิต และความสัมพันธ์กับคนในสังคมมีความราบรื่น เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของ มิตรากรณ์ อยู่สถาพร (2539) เรื่อง “การสร้างภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยม ระหว่างปี พ.ศ. 2527-2539” ที่พบว่า ผู้หญิงสมัยใหม่จะมีลักษณะที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ มีความเข้มแข็ง อดทน ต่อสู้ชีวิต เชื่อมั่นในตนเอง มีอำนาจเหนือชาย และมักเป็นผู้วิพากษ์ โดยเนื้อหาจะเน้นที่เรื่องความรักเป็นหลัก ซึ่งจะเห็นได้ว่าผู้หญิงยุคใหม่ในนิยายสารคดีโอจะมีลักษณะที่สอดคล้องกับผู้หญิงสมัยใหม่ในเพลงไทยสมัยนิยม ในเรื่องการมีความเชื่อมั่นในตนเอง พึ่งพาตนเองได้ แต่จะแตกต่างตรงที่เนื้อหาในนิยายสารคดีโอไม่ได้กล่าวถึงการเป็นผู้วิพากษ์ การที่มีอำนาจเหนือผู้ชาย หรือมุ่งเน้นที่เรื่องความรักเป็นหลักเหมือนกับในบทเพลง แต่นิยายสารคดีโอจะมีเนื้อหาในทุกๆ เรื่องที่เกี่ยวกับผู้หญิง และกล่าวถึงการที่ไม่มีผู้ชายก็สามารถอยู่ได้ ทั้งนี้เพราะสื่อนิยายสารคดีโอเป็นสื่อที่บันทึกเรื่องราวเหตุการณ์สังคมในขณะนั้น อีกทั้งบทเพลงจะมีลักษณะความเป็นมายามากกว่า เพราะส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องราวที่แต่งขึ้นมา

ภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ในนิยายสารคดีโอ จะมีภาพของผู้หญิงที่มองโลกในแง่ดี เป็นตัวของตัวเอง เปิดรับสิ่งใหม่ๆ มีอิสระทางความคิด มีการวางแผนชีวิตไว้ล่วงหน้า สนใจติดตามเหตุการณ์ต่างๆ รู้ทันการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เชื่อในการสร้างสรรค์ทางความคิดและวัตถุประสงค์ต่างๆ ยอมรับในศักดิ์ศรีของตนเองและผู้อื่น สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพปัจจุบันและอนาคตได้ หากพิจารณาจากแนวคิดความเป็นสมัยใหม่ (Modernity) ของ Inkeles and Smith (1974 : 19 - 25) ค่านิยมของความเป็นหญิงยุคใหม่ที่นิยายสารคดีโอได้สะท้อนออกมาเด่นชัดมากที่สุดคือ การมีความเข้าใจในขั้นตอนต่างๆ ของชีวิตและการมองโลกในแง่ดี การพร้อมจะยอมรับประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ผ่านเข้ามาในชีวิต รวมทั้งการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และการเชื่อในประสิทธิภาพของตนเอง

จากผลการวิจัยยังพบว่า ภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอมีทิศทางที่เป็นบวกมากขึ้นในเรื่องของความเท่าเทียมทางเพศ เมื่อเปรียบเทียบกับที่ กาญจนา แก้วเทพ (2543 : 49 - 50) ได้กล่าวถึง นิตยสารผู้หญิงที่มีภาพลักษณ์ เป็น “หญิงยุคใหม่” ว่าจะมีภาพปกของผู้หญิงทันสมัย มีคอดัมน์การทำตัวเป็นสาวออฟฟิศที่มั่นใจในตนเอง พร้อมๆกับให้เป็นแม่ที่รักลูกและเป็นเมียที่ซื่อสัตย์ต่อสามีอย่างไม่เปลี่ยนแปลง งานในบ้านก็ต้องไม่บกพร่อง และอย่าให้ความฉลาดและความสามารถนั้นล้ำหน้าเกินสามีของตน ซึ่งจะเห็นได้ว่า นิตยสารคลีโอจะมีภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ที่นอกจากจะมีความมั่นใจในตัวเองแล้ว จะมีการกล่าวถึงความเท่าเทียมทางเพศมากขึ้นกว่าเดิม เพราะผู้หญิงจะมีอิสระทางความคิด สามารถพึ่งพาตนเองได้ ชีวิตของผู้หญิงไม่ได้ขึ้นอยู่กับผู้ชาย หรือผู้หญิงก็มีความสามารถเทียบเท่าหรือมากกว่าผู้ชายได้

เมื่อพิจารณาสื่อมวลชนในปัจจุบัน สื่อมวลชนไม่ได้สะท้อนภาพของผู้หญิงจริงๆทั้งหมด แต่สื่อมักจะร่วมกัน “ประกอบสร้าง” (Construct) นำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงเพียงบางส่วนเท่านั้น เช่น นำเสนอภาพของผู้หญิงที่ทำงานนอกบ้าน แต่ไม่ค่อยจะนำเสนอภาพของแม่บ้านที่ทำงานอยู่กับบ้าน ซึ่งจากผลการวิจัยนี้จะเห็นได้ว่า สื่อมักจะนำเสนอภาพของผู้หญิงยุคใหม่ที่เป็นผู้หญิงเก่ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ ทำงานนอกบ้าน มีชีวิตที่ประสบความสำเร็จในการทำงาน ใช้ชีวิตในสังคมเมือง แต่ไม่ได้นำเสนอภาพของผู้หญิงที่เป็นแม่บ้านที่ต้องทำงานอยู่กับบ้าน หรือผู้หญิงที่ใช้ชีวิตในชนบท ซึ่งสอดคล้องกับที่ กาญจนา แก้วเทพ, กัจจร หลุยยะพงศ์, รุจน์ โกมลบุตร และสมสุข หินวิมาน (2548 : 234) ที่พบว่า สื่อมวลชนกำลังสะท้อน หรือฉายภาพของผู้หญิงทำงานในปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น และมักนำเสนอภาพของตัวแทน ความหมายของผู้หญิงทำงานในบางแง่บางมุมหรือบางเลี้ยวบางส่วนเท่านั้น

5.2.3 ทักษะการอ่านนิตยสารคลีโอในการนำเสนอภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่

จากผลการศึกษา ผู้อ่านให้ความเห็นถึงภาพตัวแทนความเป็นหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอว่ามีการนำเสนอเรื่องราวของผู้หญิงที่มองโลกในแง่ดี ทันสมัย มีความมั่นใจ แต่ก็อยู่ในกาละเทศะ มีความเป็นตัวของตัวเอง สามารถอยู่ได้ด้วยตัวเอง โดยผู้อ่านส่วนใหญ่มีทัศนคติในแง่บวก ได้แก่ การที่นิตยสารคลีโอสามารถทำให้ผู้อ่านมีความรู้เพิ่มมากขึ้น มองโลกกว้างขึ้น ทนต่อเหตุการณ์ต่างๆ และยังมีการดูแลตัวเองมากขึ้นด้วย และผู้อ่านยังเห็นว่าถึงแม้ นิตยสารคลีโอจะเป็นนิตยสารหัวนอก แต่ก็มี การนำเสนอภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ที่มีความเหมาะสมกับสังคมไทยดีแล้ว เพราะนิตยสารได้มีการผสมผสานลักษณะของคนไทยเข้าไป

ในขณะที่ผู้อ่านส่วนใหญ่มีทัศนคติในแง่บวกต่อภาพตัวแทนของหญิงยุคใหม่ในนิตยสารคลีโอ แต่ก็ยังมีผู้อ่านบางท่านที่มีทัศนคติแง่ลบในเรื่องของความละเอียด และความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยผู้อ่านอยากให้ข้อมูลมาสนับสนุนเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลให้มากกว่านี้ รวมถึงผู้อ่านบางท่านที่เห็นว่ายังมีบางเรื่องที่ไม่ค่อยเหมาะสมกับสังคมไทยเท่าที่ควร

จากการเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้อ่าน และกองบรรณาธิการพบว่า มีความคิดเห็นที่ค่อนข้างเหมือนกันในเรื่องของการนำเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอ ได้แก่ การที่ผู้อ่านมีความคิดเห็นว่า นิตยสารคลีโอเสนอความเป็นผู้หญิงยุคใหม่ในเรื่อง ความเป็นตัวของตัวเอง การพึ่งตนเองได้ กล้าตัดสินใจ ส่วนกองบรรณาธิการมีความคิดว่า สิ่งที่ตั้งใจจะสื่อออกมาให้ผู้อ่านรับรู้ เป็นเรื่องของความชัดเจนในความคิดของตัวเอง การเปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ ความมั่นใจในตัวเอง การใช้ชีวิตที่สามารถดูแลตัวเองได้

ถึงแม้ว่าผู้อ่านส่วนใหญ่จะเข้าใจในสิ่งที่กองบรรณาธิการสื่อออกมา แต่ก็มีผู้อ่านส่วนน้อยที่มีความคิดเห็นว่า ผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอเน้นค่อนข้างให้ความสำคัญกับเรื่องการแต่งตัว และแฟชั่นค่อนข้างมากไป ซึ่งผู้อ่านเห็นว่า สิ่งที่สำคัญของผู้หญิงยุคใหม่น่าจะเป็นความคิด ความสามารถ และความเป็นตัวของตัวเองมากกว่า ทั้งนี้เกิดจากการที่ผู้อ่านมีการตีความเนื้อหาออกมาแตกต่างกัน เพราะเกิดจากความเชื่อ ค่านิยม และประสบการณ์เดิมที่มีอยู่ไม่เหมือนกัน หรืออาจเกิดจากการที่ผู้อ่านให้ความสำคัญกับเนื้อหาในแต่ละส่วนไม่เท่ากัน

เมื่อเปรียบเทียบภาพของผู้หญิงยุคใหม่ในความคิดของผู้อ่าน และค่านิยมความเป็นหญิงยุคใหม่ที่สะท้อนอยู่ในเนื้อหา จะเห็นได้ว่า ผู้อ่านมีความเห็นที่คล้ายคลึงกับในเนื้อหา ได้แก่ ผู้หญิงยุคใหม่จะมีความเชื่อมั่นในตัวเอง เป็นตัวของตัวเอง กล้าคิด กล้าพูด กล้าแสดงความคิดเห็น มีกาลเทศะ และยังเป็นคนที่มีความทันสมัย รู้ทันเหตุการณ์ปัจจุบันต่างๆ สามารถพึ่งพิงและดูแลตัวเองได้ รวมทั้งเป็นคนที่มีมองโลกในแง่ดี แต่ทั้งนี้ยังมีผู้อ่านส่วนน้อยที่เห็นว่า นอกจากผู้หญิงยุคใหม่จะดูจากความคิดแล้ว ผู้หญิงยุคใหม่จะต้องมีบุคลิกภายนอกที่ดูเป็นผู้หญิงทำงาน และแต่งตัวดีด้วย

ผู้อ่านมีความเห็นว่า นิตยสารคลีโอมีการเสนอภาพตัวแทนที่เป็นบุคลิกภาพภายนอกของผู้หญิงในด้านแฟชั่นการแต่งกาย และภาพตัวแทนที่เป็นบุคลิกภาพภายในเรื่องความมั่นใจ ทันสมัย การมองโลกในแง่ดี และนิตยสารมีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงผู้อ่านในเรื่องของ การดูแลตัวเองมากขึ้น รู้จักการวางตัวในสังคม มีความมั่นใจในตัวเองและมองโลกในแง่ดีมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนิษฐา พังวร (2543) เรื่อง“นิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทยในการพัฒนา

บุคลิกภาพ” ที่พบว่า เนื้อหาของนิยายสารเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพภายนอกด้านการแต่งกายสูงสุด ส่วนการพัฒนาบุคลิกภาพภายในปรากฏว่ามีการสร้างความเชื่อมั่นในตนเองมากที่สุด รวมถึงนิยายสารช่วยในการสร้างความมั่นใจทั้งทางกายและความคิดมากขึ้น และมีอิทธิพลในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลงบุคลิกภาพทั้งภายนอกและภายใน

จากผลการศึกษา ผู้อ่านมีความคล้ายคลึงกับภาพตัวแทนของผู้หญิงยุคใหม่ในนิยายสารคลีโอ ได้แก่ เรื่องของการมองโลกในแง่ดี ความเป็นตัวของตัวเอง มีการติดตามเหตุการณ์ต่างๆ รู้ทันการเปลี่ยนแปลงทางสังคม สามารถปรับตัวได้ มีการนำแนวคิดหรือประสบการณ์ใหม่ๆ มาใช้กับตัวเอง และยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และจากผลการศึกษาทำให้เห็นว่า ผู้อ่านส่วนใหญ่ค่อนข้างให้ความสนใจเป็นอย่างมากกับภาพตัวแทนที่เป็นบุคลิกภาพภายนอกของผู้หญิง เช่น แฟชั่น การแต่งกาย การแต่งหน้า หรือการดูแลตัวเองให้ดูดี

นอกจากนี้ยังพบอีกว่า ผู้อ่านบางท่านมีลักษณะที่มีความผูกพันกับนิยายสารคลีโอมาช้านาน โดยจะมีการอ่านนิยายสารคลีโอมาไม่ต่ำกว่า 6 ปี ผู้อ่านส่วนนี้จะมีความภักดีกับนิยายสารคลีโอที่ค่อนข้างสูง คือมีความชอบนิยายสารคลีโอมาก รู้ว่านิยายสารต้องการสื่ออะไร หรือบอกอะไร เช่น จากคำพูดที่ว่า “เราอ่านมา 6 ปีแล้วไม่เคยพลัดสักเล่ม” “ชอบทุกคอลัมน์ อ่านได้ทั้งเล่มเลย เวลาซื้อมาก็เปิดอ่านไปเรื่อยๆทุกหน้า” “ชอบบรรณาธิการค่ะ เพราะรู้สึกว่าจะตั้งแต่เป็นบรรณาธิการคนนี้ คลีโอก็เป็นแบบที่เราชอบมากๆ” “เป็นนิยายสารผู้หญิงที่ดีที่สุดในตลาดหนังสือบ้านเราตอนนี้ เป็นเหมือนหนังสือคู่มือของผู้หญิง” ซึ่งในทางกลับกันทางกองบรรณาธิการก็รู้ความต้องการของผู้อ่านว่าผู้อ่านต้องการรู้เรื่องอะไร ต้องการให้นิยายสารคลีโอเป็นแบบไหน

หากพิจารณาจากแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ จะเห็นได้ว่าทัศนคติและความคิดเห็นของผู้อ่านที่ออกมาจะคล้ายหรือแตกต่างกัน ชอบเนื้อหาหรือไม่ชอบนั้น ไม่ได้ขึ้นอยู่กับอายุที่แตกต่างกัน แต่จะขึ้นอยู่กับความเชื่อ ค่านิยมและประสบการณ์เดิมที่มีมาอยู่แล้ว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของ Roleach (อ้างถึงใน ศิษยา งามสุข, 2546 : 13) ที่ได้อธิบายไว้ว่า ทัศนคติเป็นการผสมผสานหรือการจัดระเบียบของความเชื่อของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งผลของความเชื่อนี้จะเป็นตัวกำหนดแนวโน้มของบุคคลที่จะมีต่อพฤติกรรมตอบสนองในลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบ และของ Goods (อ้างถึงในพัชนี เษขจรรรยา, ถิรนนท์ อนุวัชสิริวงศ์ และเมตตา วิวัฒน์นุกุล, 2541 : 124) ที่ได้อธิบายไว้ว่า ทัศนคติ เป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกิริยาในทางบวกหรือในทางลบต่อสิ่งหนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับค่านิยมของบุคคลและประสบการณ์ทางสังคมที่ฝังรากลึกอยู่ อย่างไรก็ตามพบว่าผู้อ่านไม่ได้ประพฤติตนตามแบบอย่างภาพ

ตัวแทนผู้หญิงยุคใหม่ของนิตยสารคลีโอทั้งหมด แต่จะมีการเลือกรับ เลือกรูปพิเศษ หรือนำเอาเนื้อหาบางส่วนที่คิดว่าเหมาะสมกับตนเองมาใช้

5.3 ข้อเสนอแนะทั่วไป

5.3.1 ผู้ผลิตนิตยสารควรมีการพัฒนาและปรับปรุงเนื้อหาเพื่อผู้อ่านอย่างแท้จริง โดยให้เนื้อหาตรงตามความต้องการและความเหมาะสมกับผู้อ่าน

5.3.2 ผู้ผลิตนิตยสารควรมีการนำเสนอเนื้อหาให้มีความหลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาที่ส่งเสริมให้ผู้อ่านปรับตัว พัฒนา และมีการก้าวให้ทันการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกในอนาคต

5.3.3 สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการสร้างภาพตัวแทนในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง เพราะฉะนั้นสื่อมวลชนควรเป็นกระจกเงาที่คอยสะท้อนภาพนั้นๆ ให้ออกมาเหมาะสมกับความเป็นจริงในสังคม

5.4 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษานิตยสารคลีโอฉบับเดียว หากมีการศึกษาเพิ่มเติมควรศึกษาเพิ่มเติมถึงนิตยสารหัวนอกเล่มอื่น หรือมีการศึกษาเปรียบเทียบกับนิตยสารผู้หญิงของไทยเพื่อให้เห็นถึงข้อแตกต่าง

5.4.2 การศึกษาในเรื่องภาพลักษณ์และค่านิยม สามารถศึกษาในเชิงปริมาณได้ ซึ่งจะบอกถึงจำนวนของค่านิยมที่สะท้อนออกมา

ป
ร
จ

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

หนังสือ

- กาญจนา แก้วเทพ. (2543). *ความเรียงว่าด้วยสตรีกับสื่อมวลชน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. (2547). *การวิเคราะห์สื่อแนวคิดและเทคนิค* (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น
- กาญจนา แก้วเทพ, กำจร หลุยยะพงศ์, รุจน์ โกมลบุตร และสมสุข หินวิมาน. (2548). “ผู้หญิงทำงานในสื่อมวลชนไทย.” ใน *อมรา พงศาพิชญ์*. (บรรณาธิการ). *เพศสถานะและเพศวิถีในสังคมไทย*. (หน้า 231-265). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทนา ทองประยูร และมนวิภา วงรุจิระ. (2548). “ภาษาหนังสือพิมพ์และนิตยสาร.” *ภาษาเพื่อการสื่อสาร* (พิมพ์ครั้งที่ 4 ฉบับปรับปรุงแก้ไข). (หน้า 124 - 183). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- ครุณี หิรัญรักษ์. (2530). *นิตยสาร*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทอฟเลอร์, อัลวิน. (2532). *คลื่นลูกที่สาม*. แปลจาก *The Third Wave* โดย รัตติกาลย์ แสงอุไร, วิชา อุดมจันทร์, ยุคล เบ็ญจรงค์กิจ และสุกัญญา ติระวนิช. กรุงเทพฯ: พิมพ์วาด.
- ปริญญ์ ลัทธิตานนท์. (2544). *จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ทิปป์ปอยท์
- พระ จิรโสภณ. (2546). “ทฤษฎีการสื่อสารมวลชนเกี่ยวกับผู้ส่งสาร.” *เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9 - 15* (พิมพ์ครั้งที่ 20). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. (2548). “พฤติกรรมกรรมการสื่อสารมวลชน.” *เอกสารการสอนชุดวิชา ทฤษฎีและพฤติกรรม การสื่อสาร หน่วยที่ 8 - 15* (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พັນนี เชาจรรยา, ถิรนันท์ อนวัชศิริวงศ์ และเมตตา วิวัฒน์านุกูล. (2541). *แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- พัทธา สายหู. (2516). *โลกสมมติ*. กรุงเทพฯ: ศึกษิตสยาม.

- ระวีวรรณ ประกอบผล. (2530). **นิตยสารไทย**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2535). “ภาพรวมของสตรีจากสื่อสารมวลชนระดับสากล.” ใน กาญจนา แก้วเทพ. (บรรณาธิการ). **ภาพลักษณ์ของผู้หญิงในสื่อมวลชน**. (หน้า 1-60). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลัดดา กิติวิภาต. (2532). **ทัศนคติทางสังคมเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: ชวนพิมพ์.
- วิญญู สุวรรณเพิ่ม. (2530). **นิตยสาร**. กรุงเทพฯ: รามคำแหง.
- ไสลทิพย์ จารุภูมิ. (2547). “นิตยสาร.” ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (บรรณาธิการ). **สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม** (พิมพ์ครั้งที่ 4 ฉบับปรับปรุงแก้ไข). (หน้า 246 - 286). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุชา จันทร์เอม. (2524). **จิตวิทยาสังคม**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- สุพัตรา สุภาพ. (2526). **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- สมสุข หินวิมาน. (2548). “ทฤษฎีสำนึกวัฒนธรรมศึกษา.” **ประมวลสารชุดวิชาปรัชญา นิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 8 - 15**. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- อุทัย หิรัญโต. (2523). **การปกครองท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- อมรศิริ สัมภ์สุรติกุล. (2534). **ซีโมนเดอบอว์วัวร์ ผู้หญิงที่ขบถ**. กรุงเทพฯ : เจนเดอร์เพรส.
- อรรรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2543). **การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2547). **วาทวิทยาทัศวันต**. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อวยพร พานิช. (2541). “สองด้านความกล้าหาญของหญิงไทยใน พ.ศ.นี้.” ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (บรรณาธิการ). **จับจ้องมองสื่อ**. (หน้า 289-292). กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

บทความ

- “การเมืองเรื่องของคน.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ**, 117. หน้า 156.
- “กว่านั้นจะฝ่าฟันมาได้.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ**, 110. หน้า 253.
- “แก้ไขรั้วรอยบนใบหน้า จะทำวิธีไหนดี.” (2549, กุมภาพันธ์). **คลีโอ**, 109. หน้า 102.
- “เขารักกันในที่ทำงานแต่มากระทบกับงานคุณ.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ**, 117. หน้า 154.
- “คลีโอก็ก้าวเข้าสู่ปีที่ 9 สาวขึ้น.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ**, 110. หน้า 30.
- “คลีโอ สตาร์ โคเวอร์ คอนเทสต์.” (2549, มิถุนายน). **คลีโอ**, 113. หน้า 186.

- “ความรักกับงานต้องสวนทางกันจริงหรือ.” (2549, กุมภาพันธ์). **คลีโอ, 109.** หน้า 218.
- “ความลับของชายหนุ่มที่คุณไม่เคยรู้.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 200.
- “คุณกำลังปิดโอกาสดีๆ เพราะความกลัวหรือเปล่า.” (2549, กันยายน). **คลีโอ, 116.** หน้า 193.
- “คุณพร้อมเปลี่ยนตัวเองให้ดีขึ้นหรือยัง.” (2549, เมษายน). **คลีโอ, 111.** หน้า 140.
- “คู่มือเตรียมพร้อมวันรับปริญญา.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 204.
- “คู่มือทำธุรกิจแบบมืออาชีพ.” (2549, กันยายน). **คลีโอ, 116.** หน้า 200.
- “คู่มือประจำตัวสาวทำงานมือใหม่.” (2549, มกราคม). **คลีโอ, 108.** หน้า 163 - 172.
- “คู่มือย้ายบ้านแบบมืออาชีพ.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 275.
- “คู่มือสร้างอารมณ์แบบต่างๆ ให้ตัวเอง.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 275.
- “เคท ฮัดสัน ผู้หญิงมีความสุขที่ใครๆ ก็อยากเป็น.” (2549, สิงหาคม). **คลีโอ, 115.** หน้า 164.
- “เคลลี่ คลาร์กสัน ตัวอย่างของผู้หญิงมุ่งมั่น.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 342.
- “เคอร์รี่ รัสเซลล์ กับเสน่ห์ที่อยู่ในตัวเธอ.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 170.
- “เค็ก อูทซ์ ปุณฺณมัตต์.” (2549, สิงหาคม). **คลีโอ, 115.** หน้า 310.
- “แคร์เรียร์ มัทธ คู.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 142.
- “คำสอนน่ารักของคุณแม่.” (2549, เมษายน). **คลีโอ, 111.** หน้า 236.
- “งานแจ๊ๆ เธอได้มาทำกันได้อย่างไร.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 224.
- “จากสาวชานามาสู่เครื่องสำอางแบรนด์เนม.” (2549, มิถุนายน). **คลีโอ, 113.** หน้า 330.
- “7 โจทย์ยากในชีวิต เอาตัวรอดให้ได้เมื่อเจอ.” (2549, กันยายน). **คลีโอ, 116.** หน้า 256.
- “7 พี่สาวในฝันของคลีโอ.” (2549, พฤศจิกายน). **คลีโอ, 118.** หน้า 272 - 275.
- “7 สิ่งที่ทำจะทำให้คุณเสียความมั่นใจ.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ, 117.** หน้า 192.
- “7 อย่างนี้เราอยากมีไว้ที่บ้าน.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 344.
- “แจ็ส แอด เดอะ โมเมนต์.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 320.
- “โจลิน ไซ่ บริษัทนี้ สเปียร์สแห่งไต้หวัน.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ, 117.** หน้า 172.
- “ฉันเคยตาบอดกับความรักเพราะไร้สติเท่าๆ.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 264.
- “ฉันโง่ไปรีเปล่าเนี่ย.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 138.
- “ฉันเจอแล้วงานที่รักแต่อยากลาออก.” (2549, สิงหาคม). **คลีโอ, 115.** หน้า 229 - 232.
- “ฉันเป็นโรคซึมเศร้าจนต้องกรีดข้อมือตัวเองซ้ำๆ.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 187.
- “ฉันเพิ่งถูกโดนให้ออกจากงานทำยังไงดี.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ, 117.** หน้า 152.
- “ฉันสมัครงานที่เดิม 3 ครั้ง ในที่สุดฉันก็ได้ทำ.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 158.
- “ฉันหายจากโรคเอสแอลไอได้ เพราะใจสู้.” (2549, เมษายน). **คลีโอ, 111.** หน้า 190.
- “ซากร่า สาวสองบุคลิกที่เรารัก.” (2549, มกราคม). **คลีโอ, 108.** หน้า 141.

- “ใช้ตะเกียบขังใจให้คูตี.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 148.
- “คริส ฟูลเลอร์.” (2549, สิงหาคม). **คลีโอ, 115.** หน้า 302.
- “เดอะ คลีโอ ไฮโรสโคป แอนด์ บุค.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 295.
- “ได้เวลาตีที่อกซ์ความคิดแล้ว.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 154.
- “ดาวหยกแบบทูโทน.” (2549, เมษายน). **คลีโอ, 111.** หน้า 75.
- “ตัดสินใจครั้งสำคัญ ครั้งไหนก็ไม่พลาด.” (2549, พฤศจิกายน). **คลีโอ, 118.** หน้า 177 - 178.
- “ตั้งแต่ต้นปีคุณเปลี่ยนตัวเองบ้างหรือยัง.” (2549, สิงหาคม). **คลีโอ, 115.** หน้า 128.
- “เตรียมใช้เงินช่วงปีใหม่แบบไม่กรอบ.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 168.
- “แต่งตัวตามที่ฉันทบอกรับรองเร็ด คำยืนยันจากสไตลิสต์สุดยอดของฮอลลีวู้ด.” (2549, กันยายน). **คลีโอ, 116.** หน้า 205.
- “ถูกเจ้านายเล่นงาน เพราะผลงานหรือไม่ถูกชะตา.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 276.
- “ทางออกง่ายถ้าไม่อยากทะเลาะกับใครในที่ทำงาน.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 260.
- “ทาทา ยัง ทั้งหมดนี้คือตัวจริงของเธอ.” (2549, พฤศจิกายน). **คลีโอ, 118.** หน้า 169 - 170.
- “ทัศนคติๆ มองโลกสดใสกับ แอมเบอร์ เชีย.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 182.
- “ทำไมเราถึงไม่อยากเปลี่ยนตัวเองกัน.” (2549, มิถุนายน). **คลีโอ, 113.** หน้า 28.
- “แทน ลิปตา.” (2549, เมษายน). **คลีโอ, 111.** หน้า 312.
- “เธอทำงานนี้ได้ยังไง.” (2549, กันยายน). **คลีโอ, 116.** หน้า 156.
- “เธอทำได้ยังไง ภายใน 1 ปี แมกกาซีนของเธอขายดีกว่าใคร.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ, 117.** หน้า 154.
- “น้องชายสละไตของเขา เพื่อให้ฉันมีชีวิตที่สบายขึ้น.” (2549, กันยายน). **คลีโอ, 116.** หน้า 179.
- “บางเรื่องแมกก็ไม่ได้รู้ดีที่สุด.” (2549, กุมภาพันธ์). **คลีโอ, 109.** หน้า 174.
- “บัญชีความรักของคุณติดลบหรือเปล่า.” (2549, มกราคม). **คลีโอ, 108.** หน้า 150.
- “เบื้องหลังความสุขของผู้หญิงคุณนี่.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ, 117.** หน้า 208.
- “เปลี่ยนความคิดใหม่เพื่อชีวิตสดใสขึ้น.” (2549, สิงหาคม). **คลีโอ, 115.** หน้า 191 - 194.
- “เปิดใจแก้อึดอยู่ในตัวเอง.” (2549, มิถุนายน). **คลีโอ, 113.** หน้า 148.
- “เป็นผู้หญิงชัดเจนชีวิตง่ายขึ้นเยอะ.” (2549, พฤศจิกายน). **คลีโอ, 118.** หน้า 28.
- “ไปทำงานวันแรกต้องเปิดอะไรบ้าง.” (2549, สิงหาคม). **คลีโอ, 115.** หน้า 148.
- “ผู้บริหารระดับสูงอายุยังไม่ถึง 30.” (2549, เมษายน). **คลีโอ, 111.** หน้า 198 - 202.
- “ผู้หญิงมั่นใจใครๆก็อยากเป็น.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ, 117.** หน้า 186 - 190.
- “พริตตี้อาชีพคนสวย เงินเยอะงานสบายจริงหรือ.” (2549, มกราคม). **คลีโอ, 108.** หน้า 157.
- “พักใจกับ ทฤษฎี สหวงษ์ ปอ.” (2549, มิถุนายน). **คลีโอ, 113.** หน้า 244.

- “พันธบัตรใช้ทำอะไรได้บ้าง.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 168.
- “เพื่อให้รักนี้อยู่กับคุณนานที่สุด.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 185.
- “มาจัดระเบียบความเศร้ากันเถอะ.” (2549, พฤศจิกายน). **คลีโอ, 118.** หน้า 150.
- “มองโลกอย่างอัจฉริยะไม่เห็นจะยาก.” (2549, กุมภาพันธ์). **คลีโอ, 109.** หน้า 227.
- “มองอะไรให้มันดูง่าย แล้วชีวิตจะมีความสุขแบบ จำ ัญญาวิรุช ทองมี.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 171.
- “มิเชล วี.” (2549, พฤศจิกายน). **คลีโอ, 118.** หน้า 318.
- “เมื่อคุณ ไม่กล้าออกความเห็นในที่ทำงาน.” (2549, มิถุนายน). **คลีโอ, 113.** หน้า 152.
- “เมื่อคุณเริ่มงานใหม่ ทำใจยังงี้ดี.” (2549, พฤศจิกายน). **คลีโอ, 118.** หน้า 142.
- “ไม่ต้องเป็นอัจฉริยะก็ลงทุนไปเรียนเมืองนอกได้.” (2549, มิถุนายน). **คลีโอ, 113.** หน้า 208 - 209.
- “ไม่มีอะไรที่คนตาบอดทำไม่ได้.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 317.
- “ไม่ว่าจะอย่างไร เราเป็นเพื่อนกันเสมอ.” (2549, กุมภาพันธ์). **คลีโอ, 109.** หน้า 159.
- “25 อาชีพสุดฮิตในฝันของหญิงสาว.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 230 - 250.
- “เราเปลี่ยนให้คุณดูดีขึ้นได้ เชื่อเถอะแล้วชีวิตจะเปลี่ยนไป.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 156.
- “เราสวยเองก็ได้ อัพเดทตัวเองตามนี้เลย.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 248.
- “เรื่องราวจากผู้หญิงรอบโลกที่คุณควรรู้.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 261.
- “ไรอัน คาบรีร์่า นุ่มหล่อมากความสามารถ.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 312.
- “เลือกเรียนง่ายๆ สไลต์ออนไลน์.” (2549, พฤศจิกายน). **คลีโอ, 118.** หน้า 320.
- “วิธีจัดการกับอารมณ์โกรธ.” (2549, สิงหาคม). **คลีโอ, 115.** หน้า 216.
- “วิธีสร้างความมั่นใจแบบไม่เสแสร้ง.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 207.
- ศิริพร สะ โครบานีค. (2526, พฤษภาคม - กรกฎาคม). “ภาพพจน์ของผู้หญิงไทยในสายตา สื่อมวลชน.” **สตรีทัศน์, 1, 2.** หน้า 12 - 15.
- “สถานการณ์ยากแค้นไหนฉันพร้อมเสมอ.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 219.
- “สโรชา พรอุดมศักดิ์ อะไรหล่อหลอมเธอให้ยืนหยัดต่อไป.” (2549, กุมภาพันธ์). **คลีโอ, 109.** หน้า 166 - 168.
- “สาวผิวเข้มขอสวยในงานกลางคืนบ้าง.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 100.
- “10 นิสัยเสียๆ ที่ทำให้คุณเป็นหนี้ท่วมหัว.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ, 117.** หน้า 160.
- “10 ผู้หญิงเก่งและเจ๋งจริง.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 176 - 182.
- “12 กิจกรรมทำเพลินๆ ระหว่างรอหนุ่มในฝัน.” (2549, สิงหาคม). **คลีโอ, 115.** หน้า 167.

- “11 วิธีค้นหาตัวเองให้เจอ.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 194.
- “4 คำถาม โหดๆ ตอนสมัครงานที่ใหม่.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 164.
- “4 วิธีเรียกความมั่นใจ.” (2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 140.
- “เสียงดังไม่ดีต่อหัวใจนะ.” (2549, มิถุนายน). **คลีโอ, 113.** หน้า 132.
- “6 ข้อคิดดีๆ จากนิทานอีสปที่คุณอาจจะลืมไปแล้ว.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 378.
- “หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง เซฟ เบเกอร์.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 166.
- “หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง ที่ปรึกษากฎหมาย.” (2549, ตุลาคม). **คลีโอ, 117.** หน้า 158.
- “หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง ทัวร์ โอเปร่าซัน.” (2549, เมษายน). **คลีโอ, 111.** หน้า 162.
- “หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง นักแสดงโอเปร่า.” (2549, พฤศจิกายน). **คลีโอ, 118.** หน้า 148.
- “หนึ่งวันทำงานของสาวเก่ง ล่าม.” (2549, กันยายน). **คลีโอ, 116.** หน้า 160.
- “หรือคุณกำลังสร้างภาพ คนบ้างาน.” (2549, กันยายน). **คลีโอ, 116.** หน้า 284.
- “หลังจากรักจบลง ฉันถูกมือมีดก่อวินาศกรรมแทบเสียชีวิต.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.**
หน้า 339.
- “หลังสิ้นปีผ่านไป จากผู้หญิงที่ไม่เคยทำงาน วันที่เธอต้องดูแล 8 ธุรกิจใหญ่ของครอบครัว.”
(2549, มีนาคม). **คลีโอ, 110.** หน้า 344.
- “5 ผลวิจัยบอกนิตยสาร ถ้าคุณทำได้หุ่นดีแน่ๆ.” (2549, พฤษภาคม). **คลีโอ, 112.** หน้า 136.
- “5 วิธีชื้อยาราคาถูกกว่า.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 138.
- “5 วิธีทำให้ชีวิตง่ายขึ้นอีกเยอะ.” (2549, มิถุนายน). **คลีโอ, 113.** หน้า 132.
- “อยากเป็นผู้หญิง รวย เก่ง ต้องออมตั้งแต่วันนี้.” (2549, มกราคม). **คลีโอ, 108.** หน้า 205.
- “อย่าริเล่นการเมืองในออฟฟิศ เราเตือนคุณแล้ว.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 337.
- “อยู่อย่างมีความสุขกับสิ่งที่มีอยู่แล้วกันเถอะ.” (2549, กรกฎาคม). **คลีโอ, 114.** หน้า 30.
- “ออกกำลังจนประจำเดือนขาด.” (2549, ธันวาคม). **คลีโอ, 119.** หน้า 148.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2530, มกราคม-พฤษภาคม). “นางฟ้าติดหนวด.” **สตรีทส์, 4, 5.** หน้า 34 -
41.
- “อ่านเท่าที่เพื่อให้คุณรู้จักเขาดีขึ้น.” (2549, กันยายน). **คลีโอ, 116.** หน้า 167.
- “อัมพาต แผลเน่าเปะคุมกำเนิดมาแล้ว.” (2549, เมษายน). **คลีโอ, 111.** หน้า 144.
- “เฮลท์ รีพอร์ต.” (2549, เมษายน). **คลีโอ, 111.** หน้า 142.

วิทยานิพนธ์

- กชกร แสนจิต. (2543). ความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ของนิตยสาร CLEO: ศึกษาเฉพาะเนื้อหาและองค์ประกอบที่ใช้ในการจัดหน้า. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กนกพรรณ วินุชสริน. (2547). การเปรียบเทียบภาพตัวแทนของผู้หญิงสมัยใหม่และหลังสมัยใหม่ในภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์อเมริกัน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กนิษฐา พิงวร. (2543). การศึกษานิตยสารสตรีต่างประเทศฉบับภาษาไทยในการพัฒนาบุคลิกภาพ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตตราพร เรืองจรัส. (2541). การนำเสนอเนื้อหาด้านส่งเสริมความรู้ความคิดสร้างสรรค์และปลูกฝังค่านิยมทางสังคม ในนิตยสารสำหรับเด็กและเยาวชน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิรายุ ทรัพย์สิน. (2540). ความคิดเห็นของนิสิตที่มีต่อการเลือกตั้งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร ศึกษาเฉพาะกรณี นิสิตปริญญาตรี คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชัชฎาภรณ์ ประยูรวงษ์. (2546). การรับรู้ภาพลักษณ์ของวีระ ชีรภัทรผ่านสื่อมวลชน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนัญชี กาญจนอุไรโรจน์. (2538). การศึกษาภาพลักษณ์สตรีในหนังสือพิมพ์รายวันในช่วงปี 2528-2537. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุษกร พรหมสอาด. (2543). เจตคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ต่อนิตยสาร Elle นิตยสาร Cleo และนิตยสาร Cosmopolitan. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปัญญา รักแตงาม. (2538). การวิเคราะห์รายการโทรทัศน์สำหรับสตรี ปี 2537. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พจน์ีย์ พจนะลาวัลย์. (2544). **เนื้อหา และการสะท้อนค่านิยมในนิตยสารวัยรุ่นเชกกับจัน เดอะบอย ฮาร์ท**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัทรนันท์ ชัยพงษ์เกษม. (2539). **พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสาร คีตาเฉพาะ กรณี บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มิตรากรณ์ อยู่สถาพร. (2539). **การสร้างภาพความเป็นผู้หญิงสมัยใหม่ผ่านบทเพลงไทยสมัยนิยม ระหว่างปี พ.ศ. 2527 - 2539**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เรณูกาชลิ คำนวนสิน. (2548). **การนำเสนอเนื้อหาและการให้คำนิยามมาตรฐานจริยธรรมทาง เพศของผู้่านนิตยสารคอสโมโพลิแทน**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชา นิเทศศาสตร์ธุรกิจ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- ศิษยา งามสุข. (2546). **พฤติกรรมการดู และความคิดเห็นที่มีต่อภาพยนตร์ไทยของนักเรียน มัธยมศึกษาตอนปลาย ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- สมชาติ ขรรยงสติมัน. (2545). **พฤติกรรมการเปิดรับ ความพึงพอใจ และการนำไปใช้ประโยชน์ ของผู้อ่านนิตยสารผู้ชาย กรณีศึกษานิตยสาร GM นิตยสาร BOSS และนิตยสาร Esquire**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชาย รัตนคำชูวงศ์. (2542). **ความคิดเห็นในการประกอบอาชีพบรรณาธิการของนิสิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒนาะโฆษิต. (2529). **บทบาทของนิตยสารผู้หญิงในการให้ความรู้เพื่อพัฒนาสตรี**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรอุมา ศรีสุทธิพันธ์. (2545). **ความคิดเห็นและพฤติกรรมการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตกับรูปแบบ การดำเนินชีวิตของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สารสนเทศจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรุงเทพธุรกิจ. (2548, 1 มีนาคม). ที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปี 2547. สืบค้นเมื่อ 15 มีนาคม 2549, จาก <http://www.bangkokbiznews.com/2005/03/01/pageone/index.php?news=pag5.html>

บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน). (2549, 14 กุมภาพันธ์). ที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสารปี 2548. สืบค้นเมื่อ 27 มีนาคม 2549, จาก <http://www.se-ed.com/CountDown/UpFiles/ที่%20สุด%20ใน%20ธุรกิจ%20หนังสือ%20พิมพ์%20และ%20นิตย%20สาร%202548%20-%2025490214.pdf>

ภาษาต่างประเทศ

BOOKS

Inkeles, Alex and Smith, David H. (1974). **Becoming Modern: Individual Change in Six Developing Countries**. London: Heinemann Education Books.

Hales, Dianne. (2000). **Just Like a woman**. NY: Random House.

Lont, Cynthia M. (1995). **Women and Media**. CA: Wadsworth.

Mattelart, Michele (1986). **Women, Media and Crisis: Femininity and disorder**. London: Comedia Group.

ARTICLE

Andsager, Julie L. and Roe, Kimberly. (1999, Winter). "Country Music Video in Country's Year of The Woman." **Journal of Communication**, 49. pp.69-81.

ด

พ

ภาคผนวก

ช

กองบรรณาธิการ นิตยสารคดีโอ



คุณสุพิชา สอนดำริห์
บรรณาธิการ



คุณ สวรรย์ พิภูษณานนท์
ซัพ-เอดิเตอร์



คุณ ทศนีย์ สิริเลิศประเสริฐ
บรรณาธิการบทความ



คุณ สุวรรณีย์ ดอกไม้
บรรณาธิการฝ่ายศิลป์



คุณ ปารมี สุวรรณลัทธิตี
นักเขียนบทความ

Editor's Note

เป็นพู่ทึงเจตเจอน ชีวิตง่ายขึ้นเยอะ

ช่วงนี้คำพูดที่คนปากอั้นหนึ่งของพวกเราคือ "อ่า... ไม่ชัดเจนนี่นา" หรือ "เลาใจก็เอา ชัดเจนไปเลย" ฟังดูแล้วอาจจะฟังดูธรรมดาที่เราพูดกันผ่านๆ หมายถึงว่าให้ชัดเจนใจอะไรที่ได้แน่นอน มันก็ใช้อยู่ แต่ถ้านเราตั้งใจกับ "ความชัดเจน" มากขึ้น จะค้นพบว่ามีอะไรมากกว่านั้น อย่างถ้าเราเอาความ

ชัดเจนมาใช้กับชีวิตประจำวันได้มีประสิทธิภาพจริง ๆ ชีวิตเราจะง่ายขึ้นได้เยอะเลย เรามีทั้งหมดแล้วกับผู้หญิงสวย ผู้หญิงเก่ง ผู้หญิงมีใจ เราขอเพิ่มผู้หญิงชัดเจนเข้าไปอีกแล้วกัน ตามความหมายที่เราคิดก็คือ "เป็นผู้หญิงที่ชัดเจนจริงๆ" ชัดเจนในเรื่องที่ได้คิดมาแล้ว และได้ลงมือทำตามสิ่งที่คิดมาแล้ว ผู้หญิงชัดเจนไม่จำเป็นต้องทำอะไร จะไม่ต้องอยู่ในสถานการณ์ใดก็ตามแล้ว มันจะเลือกอะไรดี เพราะเราชัดเจนใจ ความชัดเจนของและคนเกิดขึ้นจากประสบการณ์ในชีวิตที่ผ่านมาเกี่ยวกับความเมตตา และความตั้งใจว่าเราจะเลือกทำอะไร และเพราะมันเป็นเรื่องที่จะทำให้อชีวิตมีความสุขได้ ไม่ใช่ปัญหาตามมา ยกตัวอย่างผู้หญิงชัดเจน เช่น เอมมีแฟนอยู่แล้ว ไม่เที่ยวกลางคืนกับเพื่อน มีชายหนุ่มผู้ดีมาจีบมาจีบ เราถามเธอว่า "มีแฟนแล้วอีจกัน?" เธอตอบว่า "มีแล้วค่ะ" เปรียบเทียบกับผู้หญิงคนเดียวกันนั่นเธอตอบว่า "ยังไม่มีค่ะ" ชายหนุ่มที่เธอชอบแล้ว เธอก็ไปเบอร์ หลังจากเป็นเราไปโทรมา เธอก็คุยกับเขา และเริ่มชอบเขา และก็ยังคบกับแฟนตัวเองอยู่ หลังจากนี้ลองไปคิดต่อกับเอาเองนะละนะ จะเกิดอะไรขึ้นกับเธอ เพียงความไม่ชัดเจนแต่แรกทีเธอคุยกับเขาทุกทีคนนั้น

หรือ สัมภาษณ์งานแล้วถูกถามว่า คิดว่าจะทำงานนี้ได้มั้ย เราตอบไปว่า ทำได้ค่ะ ทั้งๆ ที่ในใจกลับไม่แน่ใจ พอได้ทำงานจริงเราก็จะมีอาการกลัวๆ กลัวๆ ไม่มั่นใจอยู่ตลอด เกิดเป็นความทุกข์ในใจได้ แต่ถ้านเราชัดเจนตั้งแต่สมัครงานแล้วว่า ฉันว่าถึงงานนี้ฉันจะชก แต่ฉันว่าถ้าถึงแล้วพ่อกายฉันทำไม่ได้แน่ แล้วตอนสัมภาษณ์ถูกถาม เราชัดเจนกับสิ่งที่เราตั้งใจจะทำในนี้ เราจะสามารถลดความกลัวตาม ตอบอย่างฉิวรีได้ว่า คิดว่าทำได้ค่ะ และถึงแม้เราจะเจองานยากแทนหลาย ความชัดเจนและความคิดที่ชัดเจนช่วยเหลือนำเราผ่านไปให้สบาย

ข้อดีของการเป็นผู้หญิงชัดเจนอีกอย่างก็คือ ทุกครั้งที่เราไปชัดเจนทำอะไรหรือพูดอะไรลงไปแล้ว เราจะไปก็ไปคิดมากเลย เพราะมันมาจากสิ่งที่เราคิดมาแล้วจนสุด เราจะไปสนใจจริง ๆ ว่าจะมีใครว่าอะไรไหม เพราะเราชัดเจนไปแล้ว คิดมาดีแล้วนี่นา สองอีกเป็นผู้หญิงชัดเจนได้เยอะ เริ่มจากไม่พูดต่อตัวของคนเลย เมื่อไรที่เราต้องทำอะไรที่เราไม่แน่ใจหรือกลัวว่าความถูกต้องของเราจะผิดไปบ้าง มันไม่ทำ แต่ต้องเป็นสิ่งที่มันดีอยู่คนความดีนั่นแหละที่มันดีอยู่แล้ว และต้องคิดให้ชัดเจนว่าความถูกต้องของเราคืออะไร เช่น เราจะมาชัดเจนไปบอกผู้ชายที่แฟนแล้ว และบอกว่าฉันชัดเจน อย่างนี้ไม่ใช่ เราคิดไม่สุดว่าเราที่เราไปบอกผู้ชายที่แฟนแล้วมันทำให้เราทุกข์ได้ในที่สุด อย่างนั้นไม่เรียกว่าชัดเจน ผู้หญิงชัดเจนของเราคือความเมตตาที่มีต่อผู้รู้ว่าจะทำอะไรให้เกิดทุกข์กับตัวเอง และคนอื่นได้เสมอ เราจึงชัดเจนเลือกสิ่งที่จะทำที่ไม่ให้เกิดทุกข์ ออกมาเป็นคำพูด ความคิด และการกระทำของเราที่สามารถบอกได้เต็มปากว่า "ในหนึ่งวัน ฉันได้ขอบคุณอย่างที่สุดทั้งตัวเองและทุกคนที่เจอ" เพราะชัดเจนก็เลยทำให้ชีวิตมันดีอย่างยากอะไรนัก และเกิดเป็นความสุขใจที่สุดในที่สุดได้ไหม

WIN!

Cover Girl's Make-Up

บริษัท ราชบัณฑิตยสถาน ร่วมกับ สอนัดดา โสภณดี กับ สอนัดดา มีราฮัก เครื่องสำอางจาก Etnasas ก็สิปาร์ก ไลฟ์ช็อป เซ็นทรัลพลาซ่า และได้รับเกียรติเป็นสปอนเซอร์พิเศษของเราว่า "แต่ก็คิดอะไรจากทุกสิ่งที่คุณเอาไปใช้ได้อะไร และใช้ยังไง?" ส่วนที่จะคือ Editor's Note November 2006 รับไปเลยเครื่องสำอาง 1 ชุดดังนี้
 โครว์ไลเนอร์ มเมธิล 5 Light Brown, 480 บาท สัปดาห์ อายกลอส 5 Brown, 730 บาท แป้ง กลอส 5 ส่างกับเฟรมกับ 5 PK4, 730 บาท ทุบล 5 สี Tuip Pink, 780 บาท และ อีลอสต้า 51 นาส 5 Pearl Pink, 720 บาท เราได้ 5\$ 1 ชุด ภายใน 30 พฤศจิกายน 2006 นี้

Supha
 สุพิดา สอนัดดา
 supicha_s@hfp.co.th

เบื้องหลังโต๊ะบก.

ที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ปี 2548

กลายเป็นธรรมเนียมประจำปีไปแล้วที่ ร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์ หรือ บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน) จะออกมาจัดงานแถลงข้อมูล ที่สุดของธุรกิจสิ่งพิมพ์ ทุกๆ ต้นปี เพื่อเปิดเผยข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ รวมถึงความเคลื่อนไหวและแนวโน้มการเติบโตที่เห็นได้ชัดเจนในช่วงปีที่ผ่านมา ซึ่งมี ทนง โชติสรยุทธ์ กรรมการผู้จัดการเป็นผู้แถลงข่าว และคนในวงการต่างให้ความสนใจ

สำหรับการจัดแถลงข้อมูล ที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ประจำปี 2548 กรุงเทพฯ และปริมณฑล เมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2549 ที่ผ่านมา ณ ห้องประชุมบี ชั้น 9 อาคารเนชั่นทาวเวอร์ แม้จะไม่ใช่งานรวมที่สุดของทั้งประเทศ แต่ก็สามารถสะท้อนภาพใหญ่ของธุรกิจนี้ได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นฐานข้อมูลจากหน้าร้านซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์เท่านั้น

นอกจากนี้ยังเป็นการจัดเฉพาะหมวดที่คนทั่วไปสนใจหรือมีการแข่งขันกันสูง และมีจำนวนมากพอที่จะแสดงถึงการเติบโตของภาพรวม โดยแบ่งหมวดหมู่ตามกลุ่มเป้าหมายคนอ่านและความสนใจ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ได้มาจากจำนวนยอดขายสุทธิเฉลี่ย 3 เดือนสุดท้ายของปี 2548 หรือช่วงไตรมาสสุดท้ายของปีนั่นเอง และถ้าหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารที่ออกน้อยกว่า 3 เดือน จะไม่ถูกนำมาจัดอันดับด้วย หรือกรณีรอบการออกไม่เท่ากัน จะคิดจากจำนวนขายสุทธิต่อฉบับเพื่อให้เกิดการเปรียบเทียบกันได้ชัดเจน หรือหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารบางฉบับมีการจำกัดยอดการผลิตเพื่อลดต้นทุน และเน้นการขายตรงให้กับสมาชิกมากกว่าที่วางขายหน้าร้าน ซึ่งรายละเอียดข้อจำกัดต่างๆ สามารถดูได้ที่ซีเอ็ด หรือ www.se-ed.com

ต่อไปนี่คือที่สุดของธุรกิจนิตยสาร ปี 2548

นิตยสารที่ขายดีที่สุด 10 อันดับแรก ได้แก่ 1.CLEO 2.ทีวีพูล 3.เอสท. 4.Gossip star 5.Spicy 6.คู่สร้าง คู่สม 7.ELLE 8.FHM 9.seventeen 10.Cosmopolitan จะเห็นว่า 5 ใน 10 หัว เป็นนิตยสารหัวนอก

แยกตามประเภทนิตยสาร

- นิตยสารวิเคราะห์ข่าวรายสัปดาห์ อันดับ 1.มติชนสุดสัปดาห์ 2.เนชั่นสุดสัปดาห์ 3.สยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์

- นิตยสารธุรกิจการตลาด อันดับ 1.BrandAge 2.marketeer และPositioning 3.MBA
- นิตยสารการเงินการลงทุน อันดับ 1.Money & Wealth 2.การเงินธนาคาร 3.Make Money
- นิตยสารผู้ประกอบการรายย่อย อันดับ 1.SMEs ชีวข้องราย และตั้งตัว 2.แก่นใจ และเส้นทางเศรษฐกิจ 3.ช่องทางทำมาหากิน 4.เส้นทางรวย 5.โอกาสธุรกิจ & แฟรนไชส์ 6.SMEs Thailand
- นิตยสารธุรกิจด้านการบริหาร/จัดการ อันดับ 1.ผู้จัดการรายเดือน 2.e.COMMERCE 3.LEADER TIME 4.THINK BIG
- นิตยสารคอมพิวเตอร์ อันดับ 1.PC TODAY 2.CHIP 3.PC WORLD 4.COMPUTER TODAY 5.QUICK PC
- นิตยสารสินค้าไฮเทค อันดับ 1.first mobilE 2.What Phone 3.first mobilE next 4.Smart Phone 5.On Mobile
- นิตยสารรถยนต์ อันดับ 1.Xo Atosport 2.Tuned by 3.Car performance 4.Auto Bild 5.นักร้องรถกระบะ
- นิตยสารท่องเที่ยว ยอดขายอันดับ 1.อสท. 2.TRIPS 3.เที่ยวรอบโลก 4.Goto 5.คนชอบเที่ยว 6.เพื่อนเดินทาง
- นิตยสารสารคดี ยอดขายอันดับ 1.Advance Thailand Geographic 2.สารคดี 3.National Geographic 4.ศิลปวัฒนธรรม
- นิตยสารบ้านและการตกแต่ง อันดับ 1.บ้านและสวน 2.room 3.Elle Decoration 4.Livingetc และWallpaper* 5.Decoration guide 6.Home & Decor
- นิตยสารพัฒนาการเด็ก อันดับ 1.Modern Mom 2.รักลูก 3.Real Parenting และM & C แม่และเด็ก 4.Mother & Baby 5.Lisa family 6.บันทึกคุณแม่
- นิตยสารอาหารและสุขภาพ อันดับ 1.Gourmet & Cuisine 2.Health & Cuisine
- นิตยสารสุขภาพและความงาม อันดับ 1.Slimming 2.HealthToday 3.Lisa wellfit 4.ชีวจิต
- นิตยสารสารวาไรตี้สำหรับผู้ชาย อันดับ 1.FHM 2.Maxim 3.mars 4.j-spy 5.GM
- นิตยสารวาไรตี้สำหรับวัยรุ่นผู้หญิง ยอดขายอันดับ 1.Spicy 2.seventeen 3.Cawaii 4.Cheeze 5.สุดซ่าปดาร์ 6.buzz และIce 7.Candy for teen และA-Star
- นิตยสารวาไรตี้สำหรับผู้หญิง ยอดขายอันดับ 1.CLEO 2.ELLE 3.Cosmopolitan (เล่มเล็ก) 4.marie claire และLisa Weekly 5.front 6.แพรว 7.Cosmopolitan (เล่มใหญ่) 8.Harper's Bazaar
- นิตยสารวาไรตี้และสาระบันเทิง อันดับ 1.a day 2.Hamburger
- นิตยสารบันเทิงภาพยนตร์ อันดับ 1.Starpics 2.เอนเตอร์เทน 3.PULP และMT (Movie Time) 4.Bioscope
- นิตยสารบันเทิงดาราและทีวี อันดับ 1.ทีวีพูล 2.Gossip star 3.Oops! 4.สตาร์นิวส์ 5.In Magazine 6.ซุบซิบ 7.อัลบั้ม ชีวิตดารา 8.ทีวี อินไซด์

- นิตยสารบันเทิงประสบการณ์ชีวิตรัก อันดับ 1.คู่สร้าง คู่สม 2.ชีวิตจริง 3.เรื่องผู้หญิง
- นิตยสารแฟชั่นผมและความงาม อันดับ 1.HAIR 2.Hair & Beauty 3.แฮร์สตูดิโอ แอนด์ บิวตี้

นิตยสารออกใหม่ ปี 2548 มี 96 ปก แบ่งตามประเภทดังนี้ นิตยสารวาไรตี้ผู้หญิง บ้านเทิดคารา และการศึกษา เกิดใหม่ 8 ปก นิตยสารท่องเที่ยว และรถยนต์ เกิดใหม่ 7 ปก นิตยสารเกี่ยวกับสินค้าไฮเทค 6 ปก วาไรตี้วัยรุ่นผู้หญิง และธุรกิจการตลาด 4 ปก พัฒนาการเด็กเล็ก คอมพิวเตอร์ อาหารและสุขภาพ เกิดใหม่ 3 ปก และอื่นๆ อีก 35 ปก และนิตยสารออกใหม่ที่ติดอันดับขายดีได้แก่ ตั้งตัว, Maxim, first mobile next, Real Parenting, Goto, Wallpaper, Mother & Baby, In magazine, ซุปซิป, Harper's BAZAAR ซึ่งนิตยสาร 5 ใน 10 มาจากนิตยสารหัวนอก

ทั้งนี้ยอดขายของนิตยสารแต่ละฉบับยังขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น 1.ผลสืบเนื่องมาจากกระแสการเมือง โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวันและรายสัปดาห์ 2.เพิ่มมูลค่าของแถมในตัวเล่ม 3.เพิ่มมูลค่าของรางวัลเมื่อส่งคูโปงชิงรางวัล 4.ซื้อสื่อทางทีวีเพื่อแนะนำนิตยสาร โดยเฉพาะนิตยสารบันเทิงคารา เพราะสื่อทีวีฐานกว้างทำให้ยอดขายสูงขึ้น

ปัจจุบันเนื่องจากราคาคณะค้าปรับตัวสูงขึ้น หนังสือพิมพ์และนิตยสารจึงปรับราคาเพิ่มขึ้นโดยทั่วไป 5-10 บาท และนิตยสารขายดีบางฉบับไม่พิมพ์เพิ่ม เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูงกว่าราคาปก หรือมีการควบคุมยอดพิมพ์นั่นเอง

ทงง โชติสรยุทธ์ กล่าวเพิ่มเติมถึงแนวโน้มด้วยว่า "เชื่อว่าแนวโน้มตอนนี้คนไทยคงอ่านหนังสือมากขึ้น เห็นภาพชัดเวลาที่ไปเปิดตัวร้านหนังสือต่างจังหวัด จะเห็นว่าผลตอบรับดีมาก เพราะเมื่อก่อนคิดว่าคนต่างจังหวัดไม่อ่านหนังสือมากนัก หรือถ้าดูจากยอดขายของซี.เอ็ดเมื่อเทียบปี 2547 โตขึ้นประมาณ 18-19% ซึ่งผมถือว่าเป็นแนวโน้มที่ดี แต่ถึงอย่างไรภาพรวมน่าจะโตขึ้นอีก 10-12% และนิตยสารกลุ่มคาราบันเทิงถือว่าเป็นกลุ่มที่เติบโตมากที่สุด และมีข่าวออกมาให้คนอ่านตื่นเต้นอยู่ตลอดเวลา กลุ่มนี้ถือว่าเป็นฐานใหญ่มาก และเชื่อว่ายังคงเติบโตต่อเนื่อง จะเห็นว่านิตยสารออกใหม่หลายฉบับหรือเล่มเดิมก็ยังสามารถขายได้ดีขึ้น ตลาดน่าจะขยายต่อไป"

ที่มา : จุดประกาย วรรณกรรม

ปีที่ 16 ฉบับที่ 6274

วันอาทิตย์ที่ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2549

หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ

อันดับนิตยสารวาไรตี้สำหรับผู้หญิง

อันดับ (พ.ศ. 2548)	ชื่อ	จำนวนขาย เปรียบเทียบ	อันดับ (พ.ศ. 2547)	รอบการออก	ราคา (บาท)
1	CLEO *	●●●●●	1	รายเดือน	80
2	ELLE	●●●	2	รายเดือน	80
3	COSMOPOLITAN *(เล่มเล็ก)	●●●	3	รายเดือน	60
4	marie claire	●●	3	รายเดือน	80
	Lisa WEEKLY	●●	4	รายสัปดาห์	40
5	front	●	-	รายเดือน	90
6	แพรว *	●	4	รายปักษ์	90
7	COSMOPOLITAN (เล่มใหญ่)	●	5	รายเดือน	80
	Harper'sBAZAAR	●	-	รายเดือน	90

ข้อสังเกต

- * จำนวนไม่พอขาย
- front ปรับโฉมใหม่วางแผง กรกฎาคม 2548
- แพรว ปรับราคาจาก 80 บาท เป็น 90 บาท
- Harper's BAZAAR นิตยสารออกใหม่ ฉบับแรกวางแผง มีนาคม 2548

ที่มา : ที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ปี 2548

บริษัท ซีอีเคยูเคชั่น จำกัด (มหาชน)

กุมภาพันธ์ 2549

แมกกาซีนหัวนอก7พันล.เดือน 'ลิซ่า' วิกิลีเท 1.5 ล้านแจกทอง/'คลีโอ' โหมอีเวนต์

บ.เบอร์ดี/วอลกลุ่ม/คลีโอ: ระเบิดศึกนิตยสารหัวนอกมูลค่ารวม 7 พันล้าน "ลิซ่า" พุ่ม 1.5 ล้าน จัดแคมเปญ "คว่ำโชคทอง ทุกสัปดาห์" หลังเพิ่มความถี่เป็นรายสัปดาห์ หวังดูดผู้อ่านเพิ่ม ขณะที่ แบรินด์ไทย ชูเนื้อหาอินเตอร์ "วอลกลุ่ม" เล็งออก 2 หัวหนังสือใหม่ เผยทีเด็ดขายพ่วง "คู่มือสาวโสด" ด้านผู้นำตลาด "คลีโอ" ยกจุดแข็งเข้าถึงพฤติกรรมทาร์เก็ตกรุ๊ปสาวยุคใหม่ ชูกิจกรรมเชื่อมสัมพันธ์ รักษาแบรินด์รอยัลดี

การเปิดตัวนิตยสารหัวนอกฉบับใหม่ โดยเฉพาะการซื้อลิขสิทธิ์มาจากประเทศสหรัฐและ อังกฤษในช่วง หลังมานี้ สร้างความคึกคักให้กับวงการเป็นอย่างดี เพราะหัวหนังสือที่นำเข้ามาเหล่านั้น ล้วนมียอดขายถล่มทลายในฝั่งอเมริกาและยุโรปแทบทั้งสิ้น ขณะเดียวกันยังได้รับการตอบรับจากกลุ่มนักอ่านคนไทยอย่างกว้างขวางเช่นกัน สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการเปิดรับวัฒนธรรม ตะวันตกได้ในระดับหนึ่ง

โดยหนังสือแบรินด์นอกที่นำเข้ามาเผยแพร่ จะมุ่งจับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับว่าจะเลือกกลงเล่นในเซ็กเมนต์ไหน ผู้หญิงผู้ชายวัยรุ่น หรือท้องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มแรกนั้น ก่อนข้างจะมีผู้เล่นอยู่มากและการแข่งขันค่อนข้างสูงทีเดียว ซึ่งในตลาดนี้จะมี คลีโอ เมโทร โพลิสแดน และแมรี แคลร์ เป็นผู้นำตลาดอยู่ แต่การขยับตัวของหลายแบรินด์ เพื่อเบียดแทรกตัวเองขึ้นติดอันดับ ยอดนิยมในช่วงนี้นั้น เสมือนเป็นสัญญาณบอกถึงการแข่งขันในสมรภูมินี้ในปี 49 ว่า ตลาดนิตยสารที่ คาดการณ์ว่าจะมีมูลค่ารวมไม่น้อยกว่า 7,000 ล้านบาทนั้น จะเป็นไปอย่างเข้มข้นแน่นอน

"คลีโอ" เน้นจัดกิจกรรมร่วมกับผู้อ่าน

รายงานข่าวจากนิตยสาร คลีโอ ซึ่งถือเป็นผู้นำในกลุ่มนิตยสารผู้หญิงในปัจจุบัน เปิดเผยว่า การปรับตัวของคลีโอในนั้นมีมาตลอด โดยเฉพาะรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอ นับแต่เข้าสู่ในช่วง ประมาณ 8 ปีที่ผ่านมา เนื่องจากพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคปัจจุบัน เปลี่ยนไปค่อนข้างเร็ว ซึ่งจำเป็นต้องรับรู้ถึงความต้องการเหล่านั้น เพื่อรักษาไว้ซึ่งแบรินด์รอยัลดี

โดยสิ่งที่ให้ความสำคัญค่อนข้างมาก ก็คือ การจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆร่วมกับสมาชิก หรือกลุ่มเป้าหมาย อาทิ "Cleo cover contest" เวิร์คชอปการเรียนรู้วิธีแต่งหน้า ด้วยการเชิญผู้เชี่ยวชาญ เฉพาะด้านมาให้คำแนะนำ ซึ่งผู้ที่ชนะการประกวดจะได้ลงปกนิตยสาร หรือ "Cleo on campus" ประจำปีร่วมกับนิสิต-นักศึกษา ในรูปแบบการเพิ่มทักษะทางวิชาชีพ หรือเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่

ตลาดแรงงาน เป็นต้น ล่าสุดได้จัดประกวด "50 หนุ่มโสด คลีโอ" ซึ่งถือเป็นกิจกรรมที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเครือข่าย คลีโอ ทั่วโลก ที่ได้จัดต่อเนื่องเป็นประจำทุกปี

สำหรับรูปเล่มของนิตยสาร ที่มีเสียงสะท้อนจากผู้อ่านบางส่วนว่า มีความหนา เทอะทะ ไม่สะดวกต่อหยิบจับนั้น คลีโอ ไม่ปฏิเสธว่าอาจเป็นข้อเสียอยู่บ้าง แต่เนื่องจากการเป็นนิตยสารรายเดือน ซึ่งเฉลี่ยจะมีเนื้อหาอยู่ประมาณ 460 หน้า เมื่อแยกเนื้อหาออกจากพื้นที่โฆษณาแล้ว ก็ถือเป็นการนำเสนอที่สมเหตุผล ทั้งยังยอมรับว่ามีแนวโน้มที่จะปรับตัวค่าโฆษณาขึ้นอีกประมาณ 5-10% เพื่อให้สอดคล้องกับภาวะต้นทุนการดำเนินงาน และวัตถุดิบที่เพิ่มขึ้น

"สัดส่วนการนำเสนอระหว่างเรื่องในประเทศและเรื่องแปล ยังคงอยู่ในระดับ 80/20 แต่เรื่องที่น่าสนใจส่วนใหญ่ก็จะเป็นเรื่องที่อยู่ในกระแส ซึ่งการปรับเนื้อหานั้นเราจะทำเป็นประจำอยู่แล้ว เพราะตลาดทุกวันนี้เปลี่ยนแปลงค่อนข้างเร็ว เราต้องปรับตัวก่อนเสมอ แต่จุดเด่นที่เรามีก็คือการเข้าถึงผู้อ่าน เพราะกลุ่มเป้าหมายจะอยู่ระหว่าง 19-29 ปี ซึ่งมีความผูกพันกันมายาวนาน โดยกิจกรรมก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เราและผู้อ่านใกล้ชิดกันมากขึ้น"

ที่มา : หนังสือพิมพ์สยามธุรกิจ

http://www.siamturakij.com/book/index.php?option=com_content&task=view&id=643&Itemid=71

1 พฤศจิกายน 2548

ปีทอง (ฝั่งเพชร) ของนิตยสารผู้หญิง ?

หลังปี 2547 หลายฝ่ายต่างคาดว่า ปี 2548 จะกลายเป็น "ปีทอง" ของนิตยสารผู้หญิง และก็เป็นเช่นนั้นจริงๆ จนกระทั่งใกล้จะสิ้นปีในเวลานี้ ก็มีแนวโน้มว่า ปี 2549 ธุรกิจนิตยสารผู้หญิงจะยิ่งเติบโตยิ่งกว่า จนอาจเป็น "ปีทองฝั่งเพชร" ของนิตยสารผู้หญิงในเมืองไทย

อัตราเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจนิตยสารผู้หญิงที่เน้นเรื่องราวเกี่ยวกับความบันเทิง แฟชั่น และความสวยความงามนั้น นับเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในบรรดานิตยสารประเภทต่างๆ สังเกตเห็นได้จากในรอบปีนี้และปีที่ผ่านมามีจำนวนนิตยสารผู้หญิงทั้งหัวไทย หัวนอกบนแผงหนังสือจำนวนมากมาย และมีการเปิดตัวนิตยสารใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งยังมีแนวโน้มความเป็นไปได้ว่า ในปีหน้าจะมีการออกหัวนิตยสารใหม่ๆ ออกมาอีกไม่ต่ำกว่า 10 หัว

แม้จะยังไม่มีการสรุปตัวเลขในปี 2548 อย่างเป็นทางการในเวลานี้ แต่เมื่อดูจากรายงานการใช้งบประมาณผ่านสื่อของบริษัทนิลเส็น มีเดีย รีเสิร์ช (ประเทศไทย) จำกัด (เอซี นิลเส็น) พบว่า ในช่วง 3 ไตรมาสแรก (ม.ค.-ก.ย.) ของปี 2548 มียอดการใช้งบประมาณรวมทั้งสิ้น 65,576 ล้านบาท โดยสื่อ นิตยสารนั้นถือเป็นสื่อที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีเม็ดเงินโฆษณาถึงกว่า 4,863 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราการเติบโต 11.51% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว และมากกว่าช่วงเศรษฐกิจเฟื่องฟูในปี 2539 ที่มีการใช้งบประมาณผ่านสื่อนิตยสารตลอดทั้งปีเพียง 3,876 ล้านบาท

ข้อมูลจากเอซี นิลเส็นยังรายงานอีกว่า 20 อันดับนิตยสารที่มีการลงโฆษณาสูงสุดในปี 2546-2547 นั้น เกินกว่าครึ่ง คือ นิตยสารผู้หญิง เท่านั้นที่คงพอกำไรได้ดีแล้วว่า ตลาดนิตยสารไทย โดยเฉพาะนิตยสารผู้หญิงยังคงเป็นเค้กก้อนใหญ่ ที่หลายค่ายอยากจะทำกำไรเข้ามาร่วมแชร์ส่วนแบ่งทางการตลาด แม้แต่เครือจีเอ็ม กรุ๊ป ที่ถนัดแนวหนังสือผู้ชายก็ยังส่ง "Woman plus weekly" ออกมาช่วงชิงตลาดนิตยสารผู้หญิงรายสัปดาห์ที่มีเจ้าเก่าอยู่แล้วอย่าง

หัวนอกยอดขายดี -โฆษณาเปรี๊ยะ

นับตั้งแต่การเดินทางไปช้อปปิ้งและนำเข้าหนังสือหัวนอกของค่ายใหญ่ทุนหนาอย่าง จีเอ็มเอ็ม อินเตอร์ พับลิเคชั่น ที่เปิดตัว "Her World" นิตยสารผู้หญิงสัญชาติสิงคโปร์ และแมกกาซีนที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในฝรั่งเศสอย่าง "madame FIGARO" ภาครภาษาไทยที่ประเดิมด้วยยอดพิมพ์ 1.5 แสนก๊อปปี้ ตามมาติดๆ ด้วย "HAIR" นิตยสารแฟชั่นผมและความงามจากประเทศอังกฤษ และ Haper's BAZAAR นิตยสารแฟชั่นเก่าแก่จากอเมริกา เพื่อเจาะตลาดผู้หญิงระดับบนโดยเฉพาะของ

เครื่องชั้น กรู๊ป จึงดูเหมือนว่าในช่วงปีที่ผ่านมา การทำนิตยสารหัวนอกจะกลายเป็นเทรนด์ของแมกกาซีนในบ้านเรา ด้วยชื่อเสียงโด่งดังระดับอินเตอร์ของหัวแมกกาซีนนั้นๆ ที่น่าจะได้รับประกันยอดขายและสร้างความมั่นใจให้แก่เอเจนซี่โฆษณา

แม้ "madame FIGARO" จะมียอดขายดีกว่า ELLE, VOGUE และ marie claire ในฝรั่งเศส แต่ทว่าสำหรับตลาดในเมืองไทยแล้ว แมกกาซีนหัวนกรุ่นแรกๆ อย่าง COSMOPOLITAN, ELLE (ยอดพิมพ์ 2.3 แสน ก๊อปปี้), CLEO, SEVENTEEN หรือแม้แต่น้องใหม่ที่เพิ่งเปิดตัวใหม่ๆ กันอย่าง marie claire กลับเป็นนิตยสารผู้หญิงติดอันดับขายดี จากการสำรวจของซีอีค्यूเซ็นเตอร์ (www.se-ed.com) ที่รวบรวมข้อมูล "ที่สูงสุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ปี 2547" โดยวัดจากยอดขายของเครือข่ายร้านซีอีค्यूเซ็นเตอร์ทั้งหมด และแผ่ลายนิตยสารรวมกว่า 500 จุดขาย ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ซึ่งนับเป็นฐานข้อมูลแหล่งที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ

สุพิชา สอนคำริห์ บก.นิตยสาร CLEO นิตยสารหัวนอกที่ติดอันดับ 1 นิตยสารผู้หญิงที่ขายดีที่สุดของซีอีค्यूฯ ถึง 2 ปีซ้อน บอกว่าจุดแข็งของการเป็นแมกกาซีนหัวนอกของคลีโอคือ "ข้อดีก็คือมันจะมี know how จากเมืองนอกมา ที่แตกต่างคือ คลีโอจะไม่มึหน้าสังคม เราจะไม่ฮาร์ดเชลล์หลายๆหน้า ถ้าจะทำอย่างนั้นก็จะเป็นโฆษณาเลย เราจะไม่ทำแบบโปรดักต์หนึ่งเขียนไป 3 หน้า เนื่องจากทางบริษัทแม่ที่ต่างประเทศตั้งกฎมาเข้มงวดในเรื่องนี้" จุดเด่นอีกอย่างของ CLEO ก็คือ เนื้อหาเชิง How to "คนเราทุกคนมีคำถามกับตัวเองมากมาย แล้วไม่รู้ว่าจะถามใคร เราก็เป็นเหมือนเพื่อนมาตอบ โจทย์ที่คนสงสัย ก็เหมือนช่วยหญิงสาวให้เข้าใจมากขึ้น แต่เราก็ไม่ได้ฟังธงลงไป คนอ่านก็ต้องกลับไปคิดต่อเองด้วย"

การเข้ามาของนิตยสารหัวนอกอย่าง CLEO เมื่อ 8 ปีก่อนนั้น จึงตอบโจทย์ความต้องการของสังคมไทย ที่ยังไม่ค่อยมีนิตยสารผู้หญิงแนวนี้ในตลาด ส่งผลให้ CLEO ก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำกลุ่มแมกกาซีนผู้หญิงหัวนอกอย่างรวดเร็ว เหตุผลหนึ่งนอกจากเนื้อหาที่โดนใจกลุ่มเป้าหมายแล้ว การจัด event ต่างๆ ของ CLEO ก็เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ทำให้นิตยสารเป็นที่รู้จักในวงกว้าง "CLEO เป็นแมกกาซีนเล่มแรกๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์กับคนอ่าน โดยจะพ่วงไปกับหนังสือ ตอบโจทย์คอนเทนต์แต่ละคอนเทนต์ ที่โดดเด่นก็คือการโหวต 50 นุ่มโสดในฝัน และล่าสุดคือ CLEO Star Contest ที่ให้คนอ่านที่เป็นผู้หญิงธรรมดามาร่วมประกวด"

กลุ่มผู้อ่าน CLEO นั้นจะมีอายุตั้งแต่ 17-29 ปี โดยกลุ่มหลักคือผู้หญิงอายุ 20-25 ปี ที่เพิ่งเรียนจบ เพิ่งทำงานเป็นครั้งแรก สุพิชากล่าวว่า "คนอ่าน CLEO จะเป็น Yong Adult ไม่เหมือน marie Claire ที่จะอายุมากหน่อย คนอ่านเขาก็จะมีไลฟ์สไตล์ไม่เหมือน CLEO"

สุพิชามองสภาพการแข่งขันของธุรกิจนิตยสารผู้หญิงในปัจจุบันว่า CLEO ไม่ได้คิดแข่งกับใคร แต่แข่งกับตัวเอง แม้จะมีนิตยสารบางฉบับออกมาใหม่ มีรูปแบบคล้ายกับ CLEO บ้าง ก็ถือว่าเขาคงเห็นนิตยสารฉบับนี้มีดีจึงทำตาม ส่วนในปัจจุบันนี้ยอดขายและโฆษณาของ CLEO ก็เป็นที่น่าพอใจ "เท่าที่ดูเปอร์เซ็นต์ยอดขายของแมกกาซีนตอนนี้ถือว่าดีมาก บริษัทที่ต่างประเทศก็พอใจ เพราะยอดขายของเมืองนอกสัก 50% ก็ถือว่าดีแล้ว แต่ของเราดีกว่านั้นมากๆ" บก.คลีโอกล่าว

<http://www.manager.co.th/Daily/ViewNews.aspx?NewsID=9480000173884>

โดย ผู้จัดการรายวัน

20 ธันวาคม 2548

ประวัติความเป็นมาบริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิ โพลด์ จำกัด

บริษัทฮาเซท ฟิลิปปากิ โพลด์ จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมีนาคม 2537 โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างบริษัทฮาเซท ฟิลิปปากิ เพรส ประเทศฝรั่งเศส กับบริษัทโพลด์ พับลิชชิ่งจำกัด (มหาชน) ของไทย

บริษัทฮาเซท ฟิลิปปากิ เพรส จำกัดนั้นก่อตั้งในปี พ.ศ. 2541 โดยหลุยส์ ฮาเซท เริ่มพิมพ์หนังสือจำหน่ายในกรุงปารีสทั้งหนังสือพิมพ์และนิตยสาร โดยปัจจุบันมีหนังสือในเครือกว่า 120 รายการพิมพ์จำหน่ายอยู่ทั่วโลก สำหรับในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก มีบริษัท ฮาเซท ฟิลิปปากิ เอเชียแปซิฟิก ซึ่งมีสำนักงานอยู่ในฮ่องกงเป็นผู้ดูแลกิจการครอบคลุมในออสเตรเลีย, ญี่ปุ่น, เกาหลี, ไต้หวัน, จีน, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย, ซึ่งรวมทั้งไทยด้วย ทั้งนี้ฮาเซท ฟิลิปปากิ มีนิตยสารที่ผลิตและวางจำหน่ายในภูมิภาคนี้ถึง 25 ฉบับ

บริษัทโพลด์ พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ผู้พิมพ์และจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์บางกอกโพลด์ และสิ่งพิมพ์ในเครืออีกหลายฉบับ ก่อตั้งขึ้นเมื่อเดือนมิถุนายน 2489 โดย อาเล็กซานเดอร์ แมคโดนัลด์ ชาวอเมริกัน ปัจจุบันเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

หลังจากเริ่มก่อตั้งบริษัทในประเทศไทย นิตยสารเล่มแรกของฮาเซท ฟิลิปปากิ โพลด์ก็ได้เริ่มออกวางจำหน่ายไปพร้อมๆกัน ซึ่งได้แก่นิตยสาร ELLE และนับว่าเป็นนิตยสารที่ประสบความสำเร็จอย่างยิ่ง กล่าวคือ ภายในเวลาไม่นานก็สามารถเพิ่มยอดพิมพ์จำหน่ายได้ถึง 100,000 เล่มต่อฉบับ

หลังจากนั้นในปี 2549 ก็ได้ทยอยออกนิตยสารเพิ่มอีก 2 ฉบับคือ ELLE Décor และ BMW ในปีเดียวกัน

ต่อมาในปี พ.ศ. 2540 ได้ร่วมมือกับบริษัท ออสเตรเลียน คอนโซลิเดท เพรส จำกัด จากประเทศออสเตรเลีย ทำการผลิตและวางจำหน่ายนิตยสารผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงคือนิตยสาร CLEO

ฮาเซท ฟิลิปปากิ โพลด์

ก่อตั้งเมื่อเดือนมีนาคม 2537 เป็นการร่วมทุนระหว่างฮาเซท ฟิลิปปากิ เพรส (HFP Press) และโพลด์ พับลิชชิ่ง (Post Publishing) ซึ่งเป็นการรวมความแข็งแกร่งของ 2 บริษัทซึ่งเป็นเจ้าแห่งวงการสิ่งพิมพ์ นิตยสารฉบับแรกที่วางจำหน่ายคือ แอล (ELLE) และ แอลเดคคอร์ (ELLE Décor) ในปีพ .ศ. 2538

เอซีพี

บริษัทสิ่งพิมพ์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศออสเตรเลีย มีนิตยสารและสิ่งพิมพ์ภายใต้การผลิตกว่า 70 ชื่อ และมีวางจำหน่ายทั่วโลกเช่นนิตยสาร CLEO, Dolly, Australian Women's Weekly บริษัทได้ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1933 มุ่งเน้นการผลิตนิตยสารเพื่อความรู้ความบันเทิงแก่ผู้อ่านในทุกกลุ่มอาชีพ


DPU
มหาวิทยาลัยอรรถวิภัชบัณฑิตย์
 มหาวิทยาลัยอรรถวิภัชบัณฑิตย์

Dharakij Pundit University

๔๑๐/๔ ถนนประชาชื่น ซอย ๗ แขวงจตุจักร เขตจตุจักร กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐ โทรศัพท์ (๖๖๒) ๙๕๔-๗๓๐๐ โทรสาร (๖๖๒) ๕๘๘-๘๖๐๖-๖

110/1-4 Prachachuen Rd., Laksi, Bangkok 10210 Tel. (662) 954-7300 Fax. (662) 588-8606-6 www.dpu.ac.th

ที่ มชน 0306(1)09122

9 กันยายน 2549

เรื่อง ขอสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการทำวิทยานิพนธ์

เรียน นางสาวสุพิชา สอนคำวิท

บรรณารักษกร บริษัท สาขา พิธีป่าติ โพลด์-เอซีที จำกัด

หัวข้อ นางสาวศศิภาญจน์ กสิวิวัฒน์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชานิติศาสตร์ จะทำการศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การนำเสนองานภาพลักษณ์และค่านิยม ความเป็นอยู่ยุคใหม่ ในนิคมสวนทิวสนอก ที่มีผลต่อทัศนคติของผู้อ่าน : ศึกษาเฉพาะกรณีนิคมสวนคดีโอ”

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยอรรถวิภัชบัณฑิตย์ จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านอนุญาตให้ นางสาวศศิภาญจน์ กสิวิวัฒน์ สัมภาษณ์เรื่อง การนำเสนองานเนื้อหาของนิคมสวนคดีโอ ข้อมูลที่ได้มาจะใช้สำหรับการทำวิทยานิพนธ์เท่านั้น

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ คำวิชอบ)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ปฏิบัติการแทน

อธิการบดี

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย

โทร. 0-2954-7300-29 ต่อ 570

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล

ประวัติการศึกษา

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

นางสาวศศิกาญจน์ กสิวัฒน์

ศิลปศาสตรบัณฑิต โปรแกรมนิเทศศาสตร์ เอกโฆษณา

สถาบันราชภัฏสวนดุสิต ปีการศึกษา 2546

ผู้ช่วยผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด ซี เอส วิลลา