

จุดกำเนิดและพัฒนารูปแบบและเนื้อหาของสารดาราศาสตร์และทีวีพูล



นางสาวแทนใจ โฟธิแทน

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2545

ISBN 974-17-1182-4

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ORIGIN AND DEVELOPMENT OF FORMAT AND CONTENT OF DARAPAPYOUN
AND T.V. POOL MAGAZINES

Miss Tanjai Pothitaen

สถาบันวิทยบริการ

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Arts in Journalism

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2002

ISBN 974-17-1182-4

หัวข้อวิทยานิพนธ์ จุดกำเนิดและพัฒนาการของรูปแบบและเนื้อหาวิทยาสารดารากาพยนตร์
และทีวีพูล
โดย นางสาวแทนใจ โปธิแทน
สาขาวิชา วารสารสนเทศ
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาามหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ จุมพล รอดคำดี)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ นันทริกา คุ่มไฟโรจน์)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)

.....กรรมการ
(อาจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต รณะนันท์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แทนใจ โปธิแท่น : จุดกำเนิดและพัฒนาการของรูปแบบและเนื้อหา นิตยสารดารามาภาพยนตร์ และทีวีพูล. (ORIGIN AND DEVELOPMENT OF FORMAT AND CONTENT OF DARAPAPYOUN AND T.V. POOL MAGAZINES) อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร, 249 หน้า. ISBN 974-17-1182-4.

งานวิจัยเรื่องจุดกำเนิดและพัฒนาการของรูปแบบและเนื้อหา นิตยสารดารามาภาพยนตร์และทีวีพูล เป็นการวิจัยแบบผสม ได้แก่การสัมภาษณ์เชิงลึก และการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อศึกษาพัฒนาการการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบของนิตยสารทั้งสองฉบับ

ผลการวิจัยพบว่าดารามาภาพยนตร์กำเนิดขึ้นในปี พ.ศ.2520 โดยธนู จงเลิศจรรยา แรงจูงใจจากความต้องการทำนิตยสารบันเทิงมีนโยบายหลักเพื่อมุ่งให้ความบันเทิงในแวดวงภาพยนตร์ ควบคู่ไปกับสารประโยชน์เกี่ยวกับสุขภาพ

นิตยสารทีวีพูลกำเนิดขึ้นปีพ.ศ. 2533 โดยเกรียงศักดิ์ สกุลชัย โดยต้องการทำนิตยสารบันเทิงที่สามารถสื่อความคิดของตัวเองได้อย่างเสรี นโยบายหลักของทีวีพูลคือการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในวงการโทรทัศน์ เน้นการนำเสนอข่าวจริง เจาะลึก

พัฒนาการของนิตยสารดารามาภาพยนตร์แบ่งได้เป็น 3 ยุคได้แก่ยุคที่ 1 พ.ศ. 2520-2527 เน้นการนำเสนอข่าวคราวในวงการภาพยนตร์เป็นหลัก ยุคที่ 2 พ.ศ. 2528-2540 เพิ่มการนำเสนอเนื้อหาในวงการโทรทัศน์ควบคู่ไปกับภาพยนตร์ และนำเสนอเนื้อหาทางการเมืองในส่วนสื่อบันเทิง ยุคที่ 3 พ.ศ.2541-2545 ปรับเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการโทรทัศน์มากขึ้น และปรับรูปแบบเป็นแบบไฮเกว เน้นแฟชั่นเพื่อความทันสมัย

ทีวีพูลพัฒนาการแบ่งออกเป็น 2 ยุค ได้แก่ยุคที่ 1 พ.ศ. 2533-2537 เน้นการนำเสนอข่าวหรือข่าว บทวิจารณ์ที่ใช้ภาษารุนแรงเพื่อให้หนังสือติดตลาด ยุคที่ 2พ.ศ. 2538-2544 ปรับเนื้อหาให้เบาลง เพิ่มการนำเสนอไลฟ์สไตล์ของดาราและเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารประสบความสำเร็จได้แก่ 1 การปรับตัวทางด้านรูปแบบและเนื้อหาให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมของผู้อ่าน 2. กลยุทธ์การกำหนดเนื้อหาให้มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนิตยสารทั้งสองฉบับ 3. กลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ของนิตยสารต่อผู้อ่าน 4.การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดอื่นๆที่แตกต่างกันได้แก่กลยุทธ์การกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย โฆษณา และการสร้างความสัมพันธ์กับสื่ออื่น

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ..... ลายมือชื่อนิสิต.....
 สาขาวิชา.....วารสารสนเทศ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....
 ปีการศึกษา.....2545.....

428 50790 28 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: ENTERTAINMENT MAGAZINES / MOVIE /

TANJAI POTHITAEN : ORIGIN AND DEVELOPMENT OF FORMAT AND CONTENT OF DARAPAPYOUN AND T.V.POOL MAGAZINES. THESIS ADVISOR : ASSOC.PROF.RACHITLUK SANG-URAI, 249 pp. ISBN 974-17-1182-4.

The research on “ORIGIN AND DEVELOPMENT OF FORMAT AND CONTENT OF DARAPAPYOUN AND T.V.POOL MAGAZINES” is a combination of in-depth interview and content analysis with the aim to study the development of form and content presentation of both magazines.

The findings of the research are as follows. DARAPAPYOUN magazine was first published in 1977 by Tanoo Chonglertjanya. He is motivated by the desire to publish an entertainment magazine, the main policy being to give information about motion picture business as well as useful information about health. T.V.POOL magazine, on the other hand, was published much later in 1990 by Kriengsak Sakulchai. His aim is to publish an entertainment magazine that can deliberately convey the most expressive opinions to his readers. The main policy of T.V.POOL is to present information about television network with an emphasis on actual news in depth.

The development of DARAPAPYOUN magazine can be grouped into 3 stages. The first stage (1977-1984) mainly placed an emphasis on the presentation of information about the celluloid world. The second stage (1985-1997) added information about television together with motion pictures, highlighting on political content in the hard news scoop. The third stage (1998-2002) saw an increase in television content and a change in the look of the magazine to emphasize fashion in order to keep up with the trend. The development of T.V.POOL magazine can be grouped into 2 stages. The first stage (1990-1994) put an emphasis on sensational news and lively reviews using harsh language to increase circulation. The second stage (1995-2001) saw an adjustment in terms of content towards a less sensational tone while adding information about the lifestyle of stars and show business. The factors leading to the success of both magazines are: 1) the adjustment in form and content to suit the taste of the readers, 2) the strategy in designing the content that is not only outstanding but also unique of each individual magazine, 3) the strategy in creating the magazine's images to attract the readers, and finally 4) the use of different marketing strategies, such as pricing, sales promotion, advertising and establishing relationship with other media.

DepartmentJournalism..... Student's signature.....

Field of study.....Journalism..... Advisor's signature.....

Academic year2002..... Co-advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีด้วยความกรุณาจาก รศ.รจิตลักษณ์ แสงอุไร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รศ.นันทริกา คุ่มไพบโรจน์ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ อ.ดร.พิรงรอง รามสูต ภาควิชาภาษาไทย ภาควิชาการสอบวิทยานิพนธ์ที่ให้คำปรึกษา แนะนำและให้กำลังใจ

กราบขอบพระคุณคุณพ่อ คุณแม่ที่เป็นกำลังใจ และคอยเตือนสติในยามท้อแท้ ขอบพระคุณผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูล ขอบคุณเพื่อนๆที่คอยช่วยเหลือ และขอบคุณทุกกำลังใจที่มีให้มาตลอด

แทนใจ โภธิแทน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ

บทที่

1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	5
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการสิ่งพิมพ์ไทย.....	7
แนวคิดที่เกี่ยวกับนิตยสาร.....	11
แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนและจัดทำนิตยสาร.....	22
แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา.....	30
ทฤษฎีองค์การ.....	34
แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและการวางแผน.....	37
แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด.....	41
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	46
นิยามศัพท์.....	48
ข้อสันนิษฐานการวิจัย.....	50
3. ระเบียบวิธีวิจัย.....	52
กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย.....	52
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	53

บทที่	หน้า
4. ผลการวิจัย.....	57
จุดกำเนิดนิตยสารดารารายจันทร์.....	57
พัฒนาการนิตยสารดารารายจันทร์.....	62
ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารดารารายจันทร์ประสบความสำเร็จ.....	124
จุดกำเนิดนิตยสารทีวีพูล.....	128
พัฒนาการนิตยสารทีวีพูล.....	136
ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารทีวีพูลประสบความสำเร็จ.....	182
เปรียบเทียบพัฒนาการด้านเนื้อหาของนิตยสารดารารายจันทร์และทีวีพูล.....	189
เปรียบเทียบพัฒนาการด้านรูปแบบนิตยสารดารารายจันทร์และทีวีพูล.....	193
สรุปปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จของนิตยสารดารารายจันทร์และทีวีพูล.....	206
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย.....	210
สรุป.....	211
อภิปรายผล.....	220
ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป.....	220
รายการอ้างอิง.....	236
ภาคผนวก	238
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	249

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1: เนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์ยุคที่ 1 พ.ศ. 2520-2527	63
ตารางที่ 2: รูปแบบของนิตยสารดารารายภาพยนตร์ยุคที่ 1 พ.ศ. 2520-2527.....	73
ตารางที่ 3: เนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์ยุคที่ 2 พ.ศ. 2528-2540	78
ตารางที่ 4: รูปแบบของนิตยสารดารารายภาพยนตร์ยุคที่ 2 พ.ศ. 2528-2540.....	88
ตารางที่ 5: เนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์ยุคที่ 3 พ.ศ. 2541-2545	93
ตารางที่ 6: รูปแบบของนิตยสารดารารายภาพยนตร์ยุคที่ 3 พ.ศ. 2541-2545.....	102
ตารางที่ 7: สรุปพัฒนาการด้านเนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์.....	106
ตารางที่ 8: สรุปเนื้อหาที่คงอยู่ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน.....	117
ตารางที่ 9: สรุปพัฒนาการรูปแบบนิตยสารดารารายภาพยนตร์.....	119
ตารางที่ 10: เนื้อหาของนิตยสารทีวีพูลยุคที่ 1 พ.ศ. 2533-2537.....	137
ตารางที่ 11: รูปแบบของนิตยสารทีวีพูลยุคที่ 1 พ.ศ. 2533-2537	149
ตารางที่ 12: เนื้อหาของนิตยสารทีวีพูลยุคที่ 2 พ.ศ. 2538-2544.....	154
ตารางที่ 13: รูปแบบของนิตยสารทีวีพูลยุคที่ 2 พ.ศ. 2538-2544	164
ตารางที่ 14: สรุปพัฒนาการด้านเนื้อหาของนิตยสารทีวีพูล.....	168
ตารางที่ 15: สรุปเนื้อหาที่คงอยู่ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน.....	176
ตารางที่ 16: สรุปพัฒนาการด้านรูปแบบนิตยสารทีวีพูล	177
ตารางที่ 17: เปรียบเทียบพัฒนาการด้านเนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวีพูล	189
ตารางที่ 18: เปรียบเทียบพัฒนาการด้านรูปแบบนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวีพูล	193
ตารางที่ 19: สรุปความเหมือนและแตกต่างด้านเนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวีพูล ...	198
ตารางที่ 20: สรุปความเหมือนและความแตกต่างด้านรูปแบบนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวีพูล	202

สารบัญภาพ

ภาพประกอบที่ 1: หัวหนังสือดารารายานตร์.....	58
ภาพประกอบที่ 2: ดารารายานตร์ฉบับปฐมฤกษ์.....	61
ภาพประกอบที่ 3: ตัวอย่างหัวหนังสือในช่วงที่ 1.....	75
ภาพประกอบที่ 4 : ตัวอย่างหัวหนังสือแบบใหม่ ช่วงที่ 2.....	76
ภาพประกอบที่ 5: ตัวอย่างหัวหนังสือขนาดเดิม 7.3x1.9 นิ้ว.....	90
ภาพประกอบที่ 6: ตัวอย่างหัวหนังสือขนาดปรับปรุง 10.3x3 เซนติเมตร	90



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สิ่งพิมพ์ประเภทให้ความบันเทิงของไทยเริ่มมีขึ้นในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 พระองค์ทรงโปรดทางการประพันธ์และการละครเป็นอย่างยิ่ง ทรงพระราชนิพนธ์และแปลบทประพันธ์ต่างๆ ทั้งประเภทร้อยแก้วและร้อยกรอง และยังทรงส่งเสริมให้ข้าราชการบริพารและบุคคลทั่วไปแต่งหนังสือ เป็นผลให้เกิดสิ่งพิมพ์ประเภทวรรณกรรมให้ความบันเทิง นอกจากนี้ยังทรงสนับสนุนการละคร และกิจกรรมทางสังคมต่างๆ ก่อให้เกิดสิ่งพิมพ์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมเหล่านี้

ในรัชสมัยนี้นอกจากสิ่งพิมพ์ประเภทให้ความบันเทิงที่สนับสนุนกิจกรรมให้ความบันเทิงเกิดขึ้นแล้ว และยังมีสิ่งพิมพ์ที่เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการเติบโตของสื่อภาพยนตร์ซึ่งเป็นสื่อมวลชนชนิดใหม่ ที่เข้ามาพร้อมๆกับการขจรจรมตะวันตกอื่นๆที่ทยอยไหลเข้าสู่ประเทศตะวันออกเมื่อ พ.ศ. 2440 ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งเป็นรัชสมัยที่ไทยมีการติดต่อกับประเทศตะวันตกเพื่อเจริญสัมพันธไมตรี

เมื่อสื่อมวลชนชนิดใหม่เข้ามาระยะเวลาหนึ่ง จึงได้รับความนิยมจากประชาชนชาวไทย อันเป็นผลทำให้เกิดสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาให้ความบันเทิงทางด้านภาพยนตร์ ได้แก่ ภาพยนตร์สยาม รายสัปดาห์ , ข่าวภาพยนตร์สยาม รายสัปดาห์ และสมมตภาพยนตร์ รายสัปดาห์ รวมทั้งสิ่งพิมพ์บันเทิงที่เกี่ยวกับละครเรื่องเกิดขึ้นจำนวนหลายฉบับ เพราะขณะนั้นภาพยนตร์และละครเรื่องเป็นที่นิยมชมชอบกันมากในหมู่ประชาชน

นิตยสารที่เสนอเนื้อหาสาระด้านความบันเทิงดังกล่าวได้แก่ ข่าวละครปราโมทย์นาคร (2469 – 2470) , ข่าวละครเทพบรรเทิง (2469 – 2471) , ข่าวหนังไทย (2470 และเลิกไปในปีเดียวกัน) , ข่าวละครรัตนบรรเทิง (2471) , ข่าวละครปราโมทย์สมัย (2471) , ภาพยนตร์บันเทิง (2475) และภาพยนตร์สยาม (Siam Movie Magazine 2476) เป็นต้น นิตยสารเหล่านี้ส่วนใหญ่แล้วจะลงข่าวเกี่ยวกับภาพยนตร์และละคร พร้อมทั้งเรื่องราวของดารา (ระวีวรรณประกอบผล , 2530)

ในยุคแรกที่ภาพยนตร์เข้ามา นิตยสารบันเทิงที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ทั้งภาพยนตร์ไทยและต่างประเทศเกิดขึ้นมากกว่า 20 รายชื่อ ซึ่งเมื่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเฟื่องฟูตั้งแต่ปี พ.ศ. 2480 เรื่อยมาจนพ.ศ. 2500 นิตยสารภาพยนตร์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย คาราวไทย ตลอดจนเรื่องย่อ การถ่ายทำภาพยนตร์ไทย ก็เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนมาถึงยุคเริ่มต้นของการเข้ามาของสื่อโทรทัศน์ในปี พ.ศ. 2489 ซึ่งเป็นสื่อบันเทิงชนิดใหม่ที่ผู้คนยังให้ความสนใจน้อย สื่อสิ่งพิมพ์ที่เกิดขึ้นเนื่องจากอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ในระยะเริ่มต้นยังมีน้อย และส่วนใหญ่ยังผลิตออกมาในรูปของการเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับวงการภาพยนตร์และคาราวาภาพยนตร์เป็นส่วนใหญ่

นิตยสารที่เกิดขึ้นเพราะอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ในระยะเริ่มต้นมักจะเป็นนิตยสารที่ผลิตจากทางสถานีโทรทัศน์จัดทำขึ้นเอง เพื่อลงรายละเอียดเกี่ยวกับรายการโทรทัศน์ของสถานีนั้นๆ ตารางเวลาการออกอากาศ มีวัตถุประสงค์หลักในการจัดทำเพื่อเผยแพร่ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมโทรทัศน์ของสถานี อาทิเช่น นิตยสารไทยโทรทัศน์ (2497) โดยมีเจ้าของคือ สถานีโทรทัศน์ช่อง 4 บางขุนพรหม

นอกจากนี้ยังมีนิตยสารบันเทิงของสถานีโทรทัศน์ช่องอื่นๆอีกได้แก่ แคนดารา (2500) , แฟนทีวีสยาม (2501) และเบญจมาศ T.V. (2508) ของสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ซึ่งมีจุดประสงค์เดียวกันกับนิตยสารไทยโทรทัศน์ของช่อง 4 บางขุนพรหม คือเป็นเอกสารที่ทำขึ้นเพื่อโฆษณา โปรโมทรายการของทางสถานี (วันเพ็ญ ริชดิบัณฑิต , 2533)

นิตยสารบันเทิงไทยเกิดขึ้นและมีวิวัฒนาการยาวนานควบคู่ไปกับพัฒนาการของสื่อภาพยนตร์ วิทยุโทรทัศน์ ทำให้เกิดการแข่งขันอย่างสูงในการนำเสนอเนื้อหา มีนิตยสารบันเทิงหลายฉบับที่จำเป็นต้องล้มเลิกไปเพราะปัญหาภายในจากการจัดทำนิตยสารนั้นๆและปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลอย่างมากในการตัดสินใจว่านิตยสารใดจะสามารถอยู่ได้หรือไม่ได้ นั่นคือปัจจัยทางด้านสังคมที่เน้นการยอมรับจากผู้อ่านเป็นหลัก เพราะผู้อ่านคือหัวใจสำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้หนังสืออยู่ได้ คณะผู้จัดทำนิตยสารจะต้องสามารถเสนอเนื้อหาให้เป็นที่ต้องการถูกถึงรสนิยมของผู้อ่านของตน

นิตยสารบันเทิงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา มีมากเกือบ 80 ฉบับ ซึ่งมีนิตยสารจำนวนมากที่ไม่สามารถแข่งขันอยู่ในตลาดนิตยสารบันเทิงได้นานนัก และมีจำนวนไม่น้อยที่ต้องล้มเลิกไปเพราะไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับยุคและตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ จะเห็นได้ว่านิตยสารบันเทิงในยุคหลังระยะ 20 กว่าปีที่ผ่านมานี้ นิตยสารบันเทิงที่สามารถยืนหยัดได้นาน

และสามารถผ่านพ้นสภาพการปรับเปลี่ยนของสังคมในแต่ละช่วง โดยเฉพาะช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ โดยธุรกิจสิ่งพิมพ์ในช่วงวิกฤตนี้น่าจะอยู่ในช่วงของการถดถอยไปทุกๆฉบับ แต่ความเป็นจริงแล้วในตลาดของการแข่งขันด้านสื่อสิ่งพิมพ์กลับมีสื่อสิ่งพิมพ์ใหม่ๆเกิดขึ้นมาอีกหลายฉบับ บางฉบับก็ยังมีกำไรอยู่ดีโตอย่างสม่ำเสมอหรือบางฉบับก็ถึงจุดอิ่มตัวและแสวงหาตลาดใหม่เพื่อขยายส่วนครองตลาดให้มากขึ้น แต่บางฉบับก็ถึงจุดวิกฤตจริงๆ และพยายามปรับกลยุทธ์ต่างๆเพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอด (ปัญญา จันทรา : 2542 , 3)

ปัจจัยทางสังคมที่สำคัญที่ส่งผลต่อกิจการ นิตยสารบันเทิงคือการที่กิจการโทรทัศน์ในประเทศไทยขยายตัวกว้างขวางขึ้น เมื่อสื่อโทรทัศน์ได้รับความนิยมมากขึ้นเนื่องมาจากการขยายตัวในส่วนของรัฐมีการแพร่ภาพอากาศ ช่วงเวลาในการออกอากาศ ความหลากหลายของรายการโทรทัศน์ และเครื่องรับโทรทัศน์ราคาต่ำลง ทำให้เกิดมีผู้รับสารมากขึ้น นิตยสารบันเทิงที่เกี่ยวกับแวดวงโทรทัศน์จึงเกิดมากขึ้นเป็นเงาตามตัว ส่วนใหญ่จัดทำโดยเอกชน นิตยสารบันเทิงที่จัดทำโดยสถานีโทรทัศน์ในยุคเริ่มแรกนั้นค่อยๆเล็กลงไป เนื่องมาจากการบีบรัดตัวของสภาพทางธุรกิจ (วันเพ็ญ ศิริโชคบัณฑิต , 2533) อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยเริ่มได้รับความนิยมน้อยลง นิตยสารที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ในช่วง พ.ศ. 2500 - 2520 มีประมาณ 10 กว่ารายชื่อ อาทิเช่น ดาราภาพ (ยุครุ่งอรุณ) 2500 , ภาพยนตร์บันเทิง (2517) เป็นต้น ท่ามกลางกระแสนิยมสื่อโทรทัศน์สูงขึ้น นิตยสารภาพยนตร์หลายฉบับได้เล็กลงไปเนื่องจากไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับกระแสความนิยมในสังคมได้ แต่มีนิตยสารบันเทิงฉบับหนึ่งที่เกิดขึ้นในช่วงต่อของสื่อมวลชน 2 ประเภท นั่นคือนิตยสารดารารายการบันเทิงที่เกิดขึ้นในช่วงความนิยมภาพยนตร์ไทยตอนปลาย ต่อกับช่วงสื่อโทรทัศน์ตอนต้น เริ่มแรกนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแวดวงภาพยนตร์ภาพยนตร์ไทย แลภายหลังเมื่อสื่อโทรทัศน์ได้รับความนิยมมากกว่าภาพยนตร์จึงมีการปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหาให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับแวดวงโทรทัศน์ด้วย จึงทำให้นิตยสารดารารายการบันเทิงเป็นนิตยสารบันเทิงฉบับเดียวที่มีพัฒนาการยาวนานที่สุดจนถึงปัจจุบัน รวมอายุ 25 ปี การปรับตัวของนิตยสารดารารายการบันเทิงจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นิตยสารมีการเจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอจนถึงปัจจุบัน และสามารถคงความเป็นผู้นำตลาดกลุ่มเป้าหมายของตนได้

ในยุคปัจจุบันความอยากรู้อยากเห็นของประชาชนเกี่ยวกับแวดวงบันเทิงของประชาชนเพิ่มมากขึ้น ผู้ชมต้องการทราบรายละเอียดที่ลึกลงไปกว่าสิ่งที่ฉายออกมาทางจอโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ อันได้แก่ข้อมูลเกี่ยวกับเบื้องหลังการถ่ายทำ ดารา และความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง นิตยสารที่สามารถนำเสนอเนื้อหาต่างๆเหล่านี้ได้อย่างครบถ้วนจึงเป็นที่ต้องการของประชาชน

นิตยสารบันเทิงฉบับหนึ่งที่เกิดขึ้นในยุคที่สื่อโทรทัศน์เฟื่องฟู เพื่อที่จะสนองตอบความต้องการทางด้านข่าวสารในแวดวงโทรทัศน์ของประชาชนอย่างละเอียดและลึกซึ้งได้แก่ นิตยสารอินไซด์ทีวี ที่ผลิตขึ้นเพื่ออุด “ช่องว่างทางข่าวสาร” นั่นคือไม่มีสื่อใดที่สามารถนำเสนอข่าวสารในแวดวงโทรทัศน์ได้อย่างละเอียดเจาะลึก นิตยสารบันเทิงอื่นๆที่พยายามจะออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการส่วนนี้ อาทิเช่น นิตยสารทีวีบันเทิง ดำเนินงานโดย สรนันท์ ร. เอกวัฒน์ , นิตยสารทีวีนิวส์ ของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 และนิตยสารบันเทิงเล่มอื่นๆในขณะนั้นไม่สามารถยื่นหยัดอยู่ได้ในตลาดนิตยสารบันเทิง คงเหลือแต่อินไซด์ทีวีที่สามารถแข่งขันและดำเนินกิจการมาได้ระยะเวลาหนึ่ง อย่างไรก็ตามปัจจุบันนิตยสารอินไซด์ทีวีได้ล้มเลิกกิจการไป

นิตยสารบันเทิงที่สามารถยืนหยัดได้นานและสามารถผ่านพ้นสภาพการปรับเปลี่ยนของสังคมในแต่ละช่วง โดยเฉพาะช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ โดยธุรกิจสิ่งพิมพ์ในช่วงวิกฤตนี้น่าจะอยู่ในช่วงของการถดถอยไปทุกๆฉบับ แต่ความเป็นจริงแล้วในตลาดของการแข่งขันด้านสื่อสิ่งพิมพ์กลับมีสื่อสิ่งพิมพ์ใหม่ๆเกิดขึ้นมาอีกหลายฉบับ บางฉบับก็ยังคงมีการเจริญเติบโตอย่างสม่ำเสมอหรือบางฉบับก็ถึงจุดอิ่มตัวและแสวงหาตลาดใหม่เพื่อขยายส่วนครองตลาดให้มากขึ้น แต่บางฉบับก็ถึงจุดวิกฤตจริงๆและพยายามปรับกลยุทธ์ต่างๆเพื่อให้ธุรกิจของตนอยู่รอด

(ปัญญา จันทรา : 2542 , 3)

นิตยสารดาราทะวันออกมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและเนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ เรียกได้ว่ามีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มผู้อ่านของตน ซึ่งความต้องการข้อมูลข่าวสารของผู้รับสารในปัจจุบันยิ่งมากขึ้นเนื่องจากเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ข้อมูลข่าวสารแพร่กระจายไปทั่วทุกมุมโลก ดังนั้นจึงจำเป็นที่นิตยสารต้องคล้อยตามกระแสของสังคมซึ่งคนในสังคมทุกวันนี้ต้องการรู้เรื่องคนเด่นคนดัง การนำเสนอเนื้อหาในด้านนี้จึงเป็นการสนองความต้องการที่ตรงกับความอยากรู้อยากเห็นอันเป็นลักษณะหนึ่งของมนุษย์

จากพัฒนาการที่ยาวนานของนิตยสารดาราทะวันออกสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า นิตยสารเปรียบเสมือนสิ่งมีชีวิตซึ่งต้องมีการเปลี่ยนแปลง เมื่อสภาพสังคมเปลี่ยนแปลงไป รูปแบบของนิตยสารตลอดจนเนื้อหาสาระก็ย่อมจะต้องมีการพัฒนาตามไปด้วย ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษาพัฒนาการของนิตยสารดาราทะวันออกให้มีการปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในแต่ละ

ละช่วงจนถึงปัจจุบันอย่างไร เพราะจะสะท้อนให้เห็นถึงสภาพสังคมไทยในแต่ละช่วง และปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของนิตยสารทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและปัจจัยด้านผู้อ่าน

ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสภาพเศรษฐกิจและสังคม และการเติบโตของสื่อโทรทัศน์ นิตยสารบันเทิงอีกฉบับที่กำลังได้รับความนิยมสูงสุดในปัจจุบัน ได้แก่ นิตยสารทีวีพูล ซึ่งถือกำเนิดมากกว่า 10 ปี พ.ศ. 2532 แม้ว่าทีวีพูลจะเกิดล่าช้ากว่าดาราทองจันทร์เกือบเท่าตัวแต่ก็สามารถตีตลาดและเจาะกลุ่มเป้าหมายของตนได้ภายในเวลาไม่นาน สามารถนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาได้ตรงกับความต้องการของผู้อ่าน โดยเน้นจุดยืนที่ว่า เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาฉบับบันเทิงและข่าวสารในวงการโทรทัศน์ รวมไปถึงนักแสดง นักร้องและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับวงการบันเทิง

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีนิตยสารบันเทิงออกจำหน่ายเพื่อแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น ได้แก่ ทีวีรีวิว , ภาพยนตร์บันเทิง , ชีวิตจริง , อนุทินชีวิตดารา , ชีวิตรักดารา ซึ่งแต่ละฉบับพยายามนำเสนอเนื้อหาและจุดเด่นของตนเพื่อดึงดูดผู้อ่าน และมีรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาใกล้เคียงกัน แต่นิตยสารเหล่านี้เป็นนิตยสารบันเทิงที่เกิดใหม่ได้ไม่นาน เป็นนิตยสารที่แข่งขันในตลาดนิตยสารบันเทิงกับนิตยสารที่เกิดใหม่ในระดับเดียวกัน สำหรับผู้ครองตลาดอันดับหนึ่งของนิตยสารบันเทิงคือ ทีวีพูล และดาราทองจันทร์เพราะมีประวัติและพัฒนาการนานอีกทั้งยังได้รับความนิยมจากประชาชนมากที่สุด ซึ่งสามารถฝ่าฟันสภาพการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในขณะที่นิตยสารบันเทิงฉบับอื่นๆที่กำเนิดในระยะเวลาใกล้เคียงกับนิตยสารทั้งสองฉบับ อาทิเช่น นิตยสารรีวิวทีวี รายเดือน , เปิดใจดารา รายปักษ์ และ โลกบันเทิง รายเดือน เป็นต้น

จากพัฒนาการที่ยาวนานและการเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารบันเทิง นิตยสารดาราทองจันทร์จึงควรได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบกับนิตยสารทีวีพูล ที่ตามสโลแกนของนิตยสารกล่าวไว้ว่าเป็น “ นิตยสารวงการทีวีที่มียอดจำหน่ายสูงสุดของประเทศ ” เป็นนิตยสารที่เกิดทีหลังแต่ได้รับความนิยมสูงสุด ว่ามีความแตกต่างกันในด้านรูปแบบและเนื้อหาอย่างไรจึงสามารถยึดกลุ่มผู้อ่านของแต่ละฉบับไว้ได้อย่างเหนียวแน่น

ปัญหาคำวิจัย

1. จุดกำเนิด และพัฒนาการของนิตยสารดาราทองจันทร์และทีวีพูลเป็นอย่างไร
2. นิตยสารดาราทองจันทร์มีรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาแตกต่างจากนิตยสารทีวีพูลอย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาถึงจุดกำเนิดและพัฒนาการของนิตยสารดารภาพยนตร์และทีวีพูล
2. ศึกษารูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารดารภาพยนตร์เปรียบเทียบนิตยสารทีวีพูล
3. ศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้นิตยสารดารภาพยนตร์และทีวีพูลสามารถดำเนินธุรกิจมาจนถึงปัจจุบัน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการในการจัดทำนิตยสารบันเทิงเพื่อประโยชน์ในการเป็นแนวทางแก่ธุรกิจสิ่งพิมพ์บันเทิงในอนาคตและสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ
2. เพื่อให้ทราบแนวทางและหลักการ การนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารบันเทิง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

ทฤษฎีแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี

การวิจัย เรื่อง “จุดกำเนิดและพัฒนาการของรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารดารภาพ-
ยนตร์และทีวีพูล” ใช้ทฤษฎีและแนวคิดต่างๆ เป็นหลักเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการสิ่งพิมพ์ไทย
2. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร
3. แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนและจัดทำนิตยสาร
4. แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา
5. ทฤษฎีองค์กร
6. แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและการวางแผน
7. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด

แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการสิ่งพิมพ์ไทย

ประวัติการพิมพ์ไทยเริ่มขึ้นเมื่อมีการคิดประดิษฐ์แท่นพิมพ์ภาษาไทยในประเทศพม่า เมื่อ
ประมาณปี พ.ศ. 2357 โดยนางแอนด์ จัดสัน ภรรยาของดร.จัดสัน มิชชันนารีคณะเบบติสต์ เพื่อ
พิมพ์หนังสือสอนและเผยแพร่ศาสนาคริสต์ จากนั้น การพิมพ์ในประเทศไทยได้มีพัฒนาการอย่าง
ต่อเนื่องมา โดยการศึกษาพัฒนาการสิ่งพิมพ์ไทยนี้สามารถแบ่งออกได้เป็นช่วงๆ ดังนี้ (มหาวิทยาลัย
สุโขทัยธรรมมาธิราช เอกสารการสอนชุดวิชาการสื่อสารมวลชนไทย, 2538)

1. ช่วงระยะเริ่มต้นการพิมพ์จนถึงก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง (พ.ศ. 2378-2475)

1.1 ระยะเริ่มแรก (พ.ศ. 2378-2411)

พัฒนาการสิ่งพิมพ์ในช่วงนี้อยู่ในปลายรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และต้น
รัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว หมอบรัดเลย์เป็นผู้เริ่มกิจการการพิมพ์ในสยาม
ได้พิมพ์หนังสือคำสอนศาสนาออกเผยแพร่แก่คนไทย และได้พิมพ์ประกาศห้ามสูบฝิ่นโดยคำสั่ง

จากทางราชการ ต่อมาได้ขอพระราชทานอนุญาตพิมพ์นิตยสารชื่อว่า บางกอกเรคคอร์ดเดอร์ (The Bangkok Recorder) หรือเรียกเป็นไทยว่าหนังสือจดหมายเหตุ และในสมัยนั้นยังมีนิตยสารอีกฉบับหนึ่งที่ออกตามมาก็ือ บางกอกคาลันเดอร์ (Bangkok Calendar) แต่เนื่องจากข้อจำกัดต่างๆ อาทิเช่น ข้อจำกัดทางเทคโนโลยีการพิมพ์ ข้อจำกัดในด้านข่าวสาร ข้อมูลและข้อจำกัดทางการเมืองของไทย ที่เป็นระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ ข้อจำกัดในด้านการรู้หนังสือของประชาชนชาวไทย ข้อจำกัดเหล่านี้ทำให้สิ่งพิมพ์ที่ออกมาในระยะเริ่มต้นนี้ต้องล้มเลิกไป

การพิมพ์ของไทยในระยะเริ่มแรกนี้ ผู้ที่มีบทบาทได้แก่ มิชชันนารี พระมหากษัตริย์และบรรดาเจ้านายชั้นสูงเท่านั้น ยังไม่ได้ขยายขอบเขตออกไป กิจการการพิมพ์มักจะมีเจ้าของเป็นคณะมิชชันนารีและพระมหากษัตริย์

1.2 สิ่งพิมพ์ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2411-2458)

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว กิจการการพิมพ์ของไทยเจริญขึ้น ตามลำดับ จุดประสงค์ของการพิมพ์เปลี่ยนไปจากการเผยแพร่ศาสนามาเป็นเพื่อให้เกิดการศึกษาแก่ประชาชน ในสมัยนี้มีโรงพิมพ์เกิดขึ้นมากมาย ทั้งของไทย จีนและอังกฤษ การผลิตสิ่งพิมพ์จึงเพิ่มปริมาณมากขึ้น เป็นรัชสมัยที่การศึกษาเริ่มแพร่ออกจากเขตพระราชวังออกไปสู่ราษฎรในจังหวัดต่างๆ และได้มีการนำสิ่งพิมพ์รูปแบบใหม่ๆ เช่น หนังสือพิมพ์รายวัน นวนิยาย เรื่องสั้น สารคดี บทละครพูดและบทละครร้อง โดยชาวไทยที่ได้ไปศึกษาในยุโรป

ในสมัยนี้การออกหนังสือพิมพ์รายวันที่จัดทำโดยเจ้านายไทยฉบับแรกคือ คอร์ต (Court) หรือหนังสือข่าวราชการ เพื่อจัดพิมพ์ข่าวราชการแจกกันในกลุ่มเจ้านายเป็นประจำทุกวัน นอกจากนี้ยังมีผู้จัดทำหนังสือพิมพ์ภาษาไทยฉบับอื่นๆ ออกมาอีกประมาณ 10 ฉบับ และมีการพิมพ์หนังสือเล่มออกพระราชทานแจก สิ่งพิมพ์ที่เกิดขึ้นในรัชกาลนี้มีทั้งที่เป็นของราชการและทั้งที่เป็นของเอกชน

1.3 สิ่งพิมพ์ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2453-2468)

พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ที่ทรงสนพระทัยในด้านวรรณกรรม และการละคร และเป็นกษัตริย์ที่ทรงเปิดโอกาสเสรีให้มีการแสดงความคิดเห็นผ่านทางหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ทำให้การสิ่งพิมพ์ของไทยในช่วงนี้เจริญก้าวหน้ามาก โดยมากมักจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับแสดงความคิดเห็นทางการเมือง และนิตยสารที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับกิจกรรมต่างๆ ในสังคม อาทิเช่น นิตยสารที่เกี่ยวกับกิจการเสือป่า ลูกเสือและอนุชาชาด

นอกจากนี้ ยังมีนิตยสารประจำโรงเรียนและหน่วยงานราชการอื่นๆ เนื้อหาของสิ่งพิมพ์ในสมัยรัชกาลที่ 6 ขยายครอบคลุมไปในทุกด้าน ทั้งในด้านที่เป็นความรู้ ความคิดเห็น ความบันเทิง และการประกาศโฆษณาต่างๆ เป็นสมัยที่สามัญชนเข้ามาดำเนินกิจการนิตยสารกันมากกว่าที่แล้วๆ มา เพราะประชาชนมีความรู้และการศึกษาคึกคักขึ้น

1.4 สิ่งพิมพ์ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว (พ.ศ. 2468-2475)

สิ่งพิมพ์ในช่วงนี้คือ ช่วงระหว่างการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ไปเป็นการปกครองระบอบประชาธิปไตย มีสิ่งพิมพ์เกิดใหม่ต่อเนื่องมาจากสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวจำนวนมากว่า 100 รายชื่อ มีทั้งที่เป็นของราชการ สถาบัน และที่เป็นของเอกชน นิตยสารประเภทหนึ่งที่เกิดขึ้นมากในช่วงนี้ ได้แก่ นิตยสารประเภทที่เสนอวนิยาย เรื่องสั้น วรรณกรรมและนิตยสารผู้หญิง (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530)

โดยสรุปสิ่งพิมพ์ในสมัยก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครองมีความหลากหลายและมีการจัดทำสิ่งพิมพ์เฉพาะกลุ่มมากขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้นและระบบการศึกษาของชาวไทยดีและขยายวงกว้างขึ้น ประกอบกับสื่ออื่นๆ เช่น ภาพยนตร์ ละคร ส่งผลให้เกิดสิ่งพิมพ์เพื่อตอบสนองสื่อประเภทนี้ด้วย

2. สิ่งพิมพ์ในยุคหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475

ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 สภาพทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมไทยส่งผลกระทบต่อพัฒนาการของสิ่งพิมพ์ไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นสื่อสารมวลชนสำคัญ โดยหนังสือพิมพ์ไทยถูกควบคุมการนำเสนอเนื้อหาและอิสรภาพในการแสดงความคิดเห็น โดยคณะผู้ก่อการเปลี่ยนแปลงการปกครอง เพื่อให้ให้นำเสนอเนื้อหาที่ไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการนำประเทศไปสู่การปกครองระบอบประชาธิปไตย ดังนั้น ในช่วงระยะแรกๆ ของการเปลี่ยนแปลงการปกครอง สิทธิ เสรีภาพของสื่อสิ่งพิมพ์ไทยถูกลิดรอนและถูกควบคุมเป็นอันมาก จำทำให้ผู้จัดทำหนังสือพิมพ์เกิดความกดดัน บางรายถูกลงโทษ ทำให้การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องประเด็นทางการเมืองและการเสนอความคิดเห็นไม่ค่อยมี แต่จะนำเสนอเนื้อหาทางด้านความบันเทิง เบาสมอง ประเภทนวนิยาย เรื่องสั้นและบทประพันธ์ต่างๆ แทน

สภาพทางการเมืองในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองมีผลต่อสื่อสิ่งพิมพ์โดยตรง สภาพทางการเมืองไทยในขณะนั้นยังไม่มั่นคง ผู้นำประเทศหรือผู้ก่อการปฏิวัติรัฐประหารต่างๆ

ต่างพากันควบคุมสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อป้องกันไม่ให้ตีพิมพ์ความคิดเห็นใดๆ ที่จะเป็นการคัดค้านการดำเนินการทางการเมืองของตน

พัฒนาการสิ่งพิมพ์ไทยในระยะนี้จึงไม่ค่อยมีอะไรก้าวหน้าและหลากหลายมากนัก เพราะการดำเนินการเป็นไปด้วยความยากลำบาก ในขณะเดียวกัน สื่อมวลชนประเภทวิทยุกระจายเสียงได้เข้ามาในประเทศไทย และถูกนำไปใช้เป็นเครื่องมือของรัฐบาล เพื่อให้ข่าวสารของรัฐบาล ตลอดจนแนวทางการปกครองใหม่ ดังนั้น สื่อวิทยุกระจายเสียงจึงเป็นแหล่งข่าวสารใหม่พร้อมทั้งเป็นแหล่งให้ความบันเทิงต่อคนไทยอีกแหล่งหนึ่งที่เข้ามามีบทบาทในการแข่งขันกับสื่อสิ่งพิมพ์

ในภาพรวมของพัฒนาการสื่อสิ่งพิมพ์ในช่วงตั้งแต่เปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 นี้ เรียกได้ว่าพัฒนาการถูกจำกัดให้อยู่ในกรอบของรัฐบาล สิ่งพิมพ์ที่นำเสนอเรื่องราวในด้านบันเทิงมีมากเพราะเป็นหนทางในการแสดงออกเพื่อระบายความกดดันจากปัญหาทางการเมือง จึงทำให้เกิดการแยกบทบาทหน้าที่กันอย่างชัดเจนระหว่างนิตยสารและหนังสือพิมพ์ ทำให้นิตยสารมีลักษณะเป็นสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นเพื่อความบันเทิงและความรู้มากกว่า และมีได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยสนับสนุนทางด้านการเมือง

อุปสรรคสำคัญอีกประการหนึ่งต่อพัฒนาการสื่อสิ่งพิมพ์คือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากในช่วงหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองได้เกิดสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นผลให้เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก ทำให้ราคากระดาษสูงขึ้นมาก สิ่งพิมพ์เป็นจำนวนมากที่ไม่สามารถสู้กับวิกฤตินี้ได้ จำเป็นต้องล้มเลิกกิจการไป

นอกจากนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ยังได้รับผลจากการขยายตัวของสื่ออื่นด้วย ได้แก่ สื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่แพร่หลายอย่างรวดเร็วในสังคมไทยในขณะนั้น สื่อสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องปรับตัว การนำเสนอเนื้อหาเพื่อดึงผู้อ่านของตนเพื่อความอยู่รอด

ภายหลังจากเหตุการณ์ 16 ตุลาคม พ.ศ. 2516 เป็นช่วงที่ประเทศกำลังพัฒนาอยู่ในช่วงที่เปลี่ยนไปสู่ยุคสารสนเทศ (Information Age) จากสังคมเกษตรกรรมมาสู่ระบบอุตสาหกรรม และมาสู่ยุคสารสนเทศ ตามลำดับ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นผลมาจากการคิดค้นเทคโนโลยีทางการสื่อสาร เหตุการณ์ทางการเมืองที่เริ่มเป็นปกติ เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในทางการเมืองมากขึ้น การกระจายสารสนเทศผ่านสื่อต่างๆ มีมากขึ้น เทคโนโลยีการสื่อสารถูกพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมาก ทำให้การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของสังคมไทยเป็นไปได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว สิ่ง

พิมพ์ในช่วงนี้เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาทั้งในด้านการนำเสนอรูปแบบที่นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ และการนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลายสอดคล้องกับความรู้ที่เฉพาะด้านต่างๆ ทำให้เกิดสิ่งพิมพ์เฉพาะกลุ่ม เฉพาะความสนใจมากขึ้น เสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นทั้งในสื่อสิ่งพิมพ์และนิตยสารมีมากขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก เรียกได้ว่าเป็นสื่อที่ประชาชนสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้ในระดับหนึ่ง

สิ่งพิมพ์ไทยมีพัฒนาการยาวนานมากกว่า 150 ปี ปัจจุบันสิ่งพิมพ์ในประเทศไทยเกิดขึ้นมาก และมีเนื้อหาหลากหลาย โดยจะเน้นการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะกลุ่มเพื่อตอบสนองความสนใจเฉพาะของผู้อ่าน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้สิ่งพิมพ์มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องคือ ปัจจัยทางเทคโนโลยี ทั้งเทคโนโลยีการพิมพ์ที่ทันสมัยและเทคโนโลยีการสื่อสารที่ก้าวหน้า ล้วนแต่เอื้อต่อการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดผู้อ่านสูงขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาการสิ่งพิมพ์ไทยนี้ นำมาประกอบการวิเคราะห์พัฒนาการนิตยสารบ้านเทิง ซึ่งเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งของไทยที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว และมีวิวัฒนาการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในแต่ละยุคเพื่อให้สิ่งพิมพ์ดำรงอยู่ได้นานที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

1. ความหมายของนิตยสาร

ปรมะ สตะเวทิน (2541) กล่าวถึงความหมายของ magazine มาจากภาษาฝรั่งเศสว่า magasin ซึ่งความหมายเริ่มต้นคือโรงพัสดุ (storehouse) หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่เย็บเล่มและมีปก โดยมีกำหนดออกเป็นประจำและมีเนื้อหาหลากหลาย

วิษณุ สุวรรณเพิ่ม (2525) คำว่า “นิตยสาร” ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า magazine ซึ่งเป็นตัวอักษรที่มาจากภาษาอาหรับ (Arabic) หมายถึง ศูนย์กลางการค้า (emporium) หรือคลังสินค้าที่เต็มไปด้วยสินค้า (warehouse)

Leonard Mogel (1979) นิตยสาร (magazine) ตามความหมายของ The Random House Dictionary of the English Language หมายถึง สิ่งตีพิมพ์ที่ออกตามวาระในรูปสิ่งพิมพ์ โดยมักจะ

บรรจุเรื่องราวต่างๆ เรื่องเล่า บทกวีและอื่นๆ โดยนักเขียนหลายๆ คน อีกทั้งมีรูปประกอบทั้งรูปถ่าย และภาพวาด โดยมากนิตยสารจะจงใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น งานอดิเรก ข้าวหรือกีฬา

Roland E. Wolseley (1969) นิยามความหมายของคำว่า นิตยสารว่าหมายถึง สิ่งตีพิมพ์ที่ปกคิมิปกอ่อน บางทีมีภาพ และเป็นแหล่งรวมเรื่องราวต่างๆ บทความ โดยผู้เขียนหลายคน และมักจะมีโฆษณาภายในเล่ม

E. W. Hildick (1965) ให้ความหมายว่า “นิตยสารเป็นแหล่งรวมของบทความหรือเรื่องราวต่างๆ ซึ่งเขียนโดยผู้เขียนหลายคนและมีกำหนดออกตามวาระ”

Davidson (1969) ให้นิยามความหมายของคำว่า นิตยสาร หมายถึง วารสารสำหรับผู้อ่านทั่วไปที่มีบทความ เรื่องราวต่างๆ ซึ่งเขียนโดยผู้เขียนหลายคน ส่วนมากมักจะเป็นเรื่องอ่านเล่น นวนิยายและคำประพันธ์ ความหมายเดิมของนิตยสารคือ ตังเขปข้าวและเบ็ดเตล็ดจากหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร ไม่มีเรื่องราวสมาคมและพิมพ์ขึ้นเพื่อให้ความบันเทิง

ระวีวรรณ ประกอบผล (2530) ให้คำจำกัดความนิตยสารว่า คือหนังสือรายคาบ ซึ่งลงพิมพ์บทความ นวนิยาย คำประพันธ์และภาพต่างๆ เพื่อผู้อ่านซึ่งเป็นสาธารณชนทั่วไป หรือเป็นหนังสือรายคาบที่มุ่งกลุ่มผู้อ่านที่มีความสนใจเป็นพิเศษเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง อาจจะเป็นเรื่องของงานอดิเรก วิชาชีพ หรือมุ่งเฉพาะกลุ่มผู้อ่านวัยใดวัยหนึ่ง เนื้อหาประกอบด้วยข้อเขียนหลายๆ ประเภท มีกำหนดออกตามเวลาที่พิมพ์แจ้งไว้ มีวัตถุประสงค์ที่มุ่งไปในทางให้ความบันเทิงรื่นรมย์

จากคำจำกัดความของ “นิตยสาร” ต่างๆ ประมวลได้ว่า นิตยสารหมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีกำหนดออกตามวาระ มักจะมีปกอ่อน เนื้อหาภายในเล่มนำเสนอเรื่องราวต่างๆ อาจจะเป็นเรื่องทั่วไป หรือเรื่องราวเฉพาะเจาะจงเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งขึ้นอยู่กับความสนใจของผู้อ่าน มีบทความต่างๆ จากผู้เขียนที่หลากหลาย บทสัมภาษณ์ เรื่องสั้น นวนิยาย สารคดี บทกวี และมีโฆษณาประกอบ บางครั้งอาจมีรูปภาพต่างๆ ทั้งรูปถ่ายและรูปวาดแทรกอยู่ในเล่ม นิตยสารมีบทบาทในการให้ความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่างๆ พร้อมทั้งให้ความบันเทิง

นิตยสารเป็นสื่อมวลชนประเภทแรกที่เกิดขึ้นในประเทศไทย มีหน้าที่สำคัญในการเป็นสื่อถ่ายทอดสารสนเทศ (Information) สื่อให้ความรู้ (Education) ให้ความบันเทิง (Entertainment) และการให้บริการในการประกาศและโฆษณาต่างๆ หรือในอีกแง่หนึ่ง นิตยสารเป็นสื่อในการบันทึก

เรื่องราว เหตุการณ์ ความทรงจำ เป็นเวทีแห่งการแสดงทัศนะและเป็นประจักษ์พยานเชื่อมโยงจากสังคมเก่าไปยังสังคมใหม่ เป็นแหล่งค้นคว้าเพื่อความรู้จักกับอดีตและความเป็นมาของสังคมมนุษย์ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530)

2. ประเภทของนิตยสาร

นิตยสารที่เราพบเห็นกันทั้งของต่างประเทศและที่ผลิตออกจำหน่ายในบ้านเรานั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ ตามการแบ่งของ Roland Wolseley ได้แก่

1. นิตยสารประเภทผู้บริโภค (Consumer Magazines) หมายถึง นิตยสารสำหรับผู้่านทั่วไป มีกลุ่มเป้าหมายคือ ประชาชนทั่วไป ซึ่งจะแตกต่างจากนิตยสารเฉพาะกลุ่ม เพราะผลิตขึ้นเพื่อความสนใจโดยกว้างของกลุ่มคนในสังคม เป็นนิตยสารที่ทุกคน ทุกวันอ่านได้ เพราะมีเนื้อหาสาระสำหรับผู้่านทุกๆ คน

นิตยสารประเภทผู้บริโภคที่มีการเรียกเช่นนี้ J.W. Click และ Ressel N. Baird (1974) อธิบายว่า เพราะผู้อ่านซื้อและบริโภคสินค้าและบริการที่ลงประกาศหรือโฆษณาในนิตยสารนั้น นิตยสารประเภทนี้มักจะมียอดการที่ใหญ่มากกว่านิตยสารเฉพาะกลุ่ม

ตัวอย่างนิตยสารประเภทผู้บริโภค เพื่อผู้อ่านทั่วไป เช่น Reader's Digest ซึ่งเป็นนิตยสารที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ถึง 19 ภาษาทั่วโลก และมีกลุ่มผู้อ่านไม่จำกัดเพศ อายุ เชื้อชาติ

นิตยสารประเภทผู้บริโภค เพื่อผู้อ่านทั่วไป มีดังนี้

1.1 นิตยสารประเภทย่อเรื่อง (Digest Magazines) เป็นนิตยสารที่มีขนาดเล็ก เนื้อหาส่วนใหญ่จะนำเอาเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่สำคัญๆ หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งเป็นเฉพาะด้านมาเสนอ โดยการย่อให้สั้นกว่าเรื่องเดิมที่เคยเสนอมาก่อน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อ่านประหยัดเวลา

1.2 นิตยสารแฟน (Fans Magazines) เป็นนิตยสารที่เสนอเกี่ยวกับสาระและเกร็ดความรู้ในด้านต่างๆ ที่คนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ เน้นหนักไปในด้านบันเทิง

1.3 นิตยสารการ์ตูน ขำขัน (Comics Magazines) เป็นนิตยสารที่มีทั้งเรื่องและภาพประกอบที่เน้นเนื้อหาที่ตลกขบขัน

1.4 นิตยสารกีฬา (Sports Magazines) นิตยสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬาทุกประเภท

1.5 นิตยสารประเภทเปิดเผยข้อเท็จจริง (Confession Magazines) มุ่งเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวที่คนทั่วไปสนใจและมีความอยากรู้อยากเห็นในเรื่องของข้อเท็จจริงและเบื้องหลังต่างๆ ที่เกิดขึ้น

1.6 นิตยสารข่าว (News Magazines) เป็นนิตยสารที่มีการเสนอเรื่องราวคล้ายกับหนังสือพิมพ์ โดยวิธีการเขียนข่าวจะมีลักษณะแบบอธิบายข่าว สรุปข่าว วิเคราะห์ข่าว มักจะเป็นนิตยสารที่ออกมาเพื่อเป็นส่วนเสริมให้กับหนังสือพิมพ์แต่ไม่ได้มาแทนที่หนังสือพิมพ์เพราะมีการนำเสนอที่แตกต่างกัน นิตยสารประเภทนี้ได้แก่ Time, Newsweek, Asiaweek, มติชนสุดสัปดาห์, เนชั่นสุดสัปดาห์, สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ เป็นต้น

1.7 นิตยสารภาพ (Picture Magazines) เป็นนิตยสารที่เน้นการนำเสนอรูปภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพถ่าย (Photographic Pictures) ลงภาพเพื่อสื่อหรือถ่ายทอดและนำเสนอข่าวสารต่างๆ ตัวอย่างเช่น นิตยสาร Life เป็นต้น

1.8 นิตยสารชาย หญิง (For men, for women Magazines) มุ่งนำเสนอเนื้อหาสาระเพื่อผู้ชายหรือผู้หญิง นิตยสารเพื่อผู้ชายจะนำเสนอเนื้อหาที่สื่อถึงความเป็นชาย เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับการผจญภัย (Adventure), การสืบสวนสอบสวน (Detective), การออกกำลังกายและเรื่องเพศ ตัวอย่างเช่น นิตยสาร Playboy, Penthouse เป็นต้น สำหรับนิตยสารเพื่อผู้หญิงก็จะเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่ผู้หญิงสนใจ เช่น แฟชั่น ความงาม สุขภาพ การบ้านการทำอาหาร ตัวอย่างเช่น Cosmopolitan, Vogue, แพรว, คิฉัน, ขวัญเรือน เป็นต้น

นิตยสารยังสามารถแบ่งแยกได้ตามความสนใจด้านต่างๆ ดังนี้

2. นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Specialized Magazines) หมายถึง นิตยสารที่มีเนื้อหาสาระเน้นหนักไปในด้านการแสดงความคิดเห็น อภิปราย ข้อเสนอแนะ ข้อขัดแย้ง การอธิบายตีความหมายต่างๆ ในกลุ่มสนใจเรื่องราวนั้นๆ

นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม แบ่งได้เป็นประเภทย่อยได้ ดังนี้

2.1 นิตยสารประเภทธุรกิจ (Business Publications) นิตยสารประเภทนี้มุ่งที่จะบริการเฉพาะกลุ่มผู้อ่านที่อยู่ในวงการธุรกิจ อุตสาหกรรม หรือวิชาชีพใดวิชาชีพหนึ่งโดยเฉพาะ บางทีเรียกว่าวารสารการค้า (Trade Journals) เน้นการเสนอข่าวสารในวงการธุรกิจ

2.2 นิตยสารเพื่อความคิดเห็น (Opinion Magazines) เป็นนิตยสารที่เป็นแหล่งรวบรวมความคิด ประเด็น ความคิดเห็น ข้อโต้แย้ง บทความต่างๆ ไว้ ถือเป็นแหล่งสำหรับประชาชนและนักวิชาการในการแสดงทัศนคติต่อประเด็นปัญหาต่างๆ ในสังคม ส่วนใหญ่จะมีกำหนดออกเป็นรายสัปดาห์เพื่อให้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันได้ทันต่อประเด็นต่างๆ ในสังคม

2.3 นิตยสารเพื่อกลุ่มคนผิวดำ (Black Magazines) มักจะนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประเด็นปัญหาในสังคมที่เกี่ยวกับกลุ่มคนผิวดำ

2.4 นิตยสารสมาคม (Association Magazines) เป็นนิตยสารที่จัดทำโดยสมาคมแห่งใดแห่งหนึ่ง เนื้อหาจะเน้นหนักในด้านเกี่ยวกับเรื่องราวข่าวสาร รายงานกิจกรรมของสมาคมนั้นๆ

2.5 นิตยสารเกี่ยวกับวรรณกรรม (Literary Magazines) เสนอบทความเกี่ยวกับหนังสือ นักเขียน งานเขียนทั่วไป เรื่องสั้น บทกวี และคำวิจารณ์

สำหรับนิตยสารในประเทศไทย อาจสรุปได้ว่านิตยสารไทยแบ่งเป็นประเภทใหญ่ได้ 4 ประเภท (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530)

1. นิตยสารทั่วไป (General of Consumer Magazines) เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาเพื่อคนทั่วไป มีหลายเนื้อหาในฉบับเดียวกันและมีการนำเสนอเนื้อหาที่เฉพาะกลุ่มย่อยๆ ไปอีก ตามความสนใจของผู้อ่าน มักจะมุ่งให้ความบันเทิงและความรู้ในด้านต่างๆ กัน ได้แก่ นิตยสารสำหรับผู้หญิง-ผู้ชาย นิตยสารกีฬา นิตยสารข่าว นิตยสารบันเทิง ตัวอย่างเช่น For men แพรวดิฉัน ขวัญเรือน สยามสปอร์ต มติชนสุดสัปดาห์ เป็นต้น

2. นิตยสารวงการธุรกิจ (Business Publications) เป็นนิตยสารที่มุ่งให้ผู้ที่อยู่ในวงการธุรกิจอุตสาหกรรม หรือผู้ที่อยู่ในอาชีพธุรกิจต่างๆ ได้อ่าน และเข้าใจถึงสถานะและสถานการณ์ทางด้านการธุรกิจด้านต่างๆ ตัวอย่างเช่น นิตยสารการเงินการธนาคาร เป็นต้น

3. นิตยสารสมาคม (Association Magazines) จัดทำโดยสมาคมต่างๆ ที่มีจุดประสงค์จะเผยแพร่ในระหว่างหมู่สมาชิกในสมาคมนั้นๆ เนื้อหามักจะเป็นเรื่องราวหรือบทความที่เกี่ยวข้องกับสมาคมในด้านต่างๆ ความเคลื่อนไหว ข่าวคราวต่างๆ ในสมาคม และระหว่างหน่วยงานต่างๆ เพื่อ

รายงานให้สมาชิกในสมาคมได้รับทราบ จะเป็นนิตยสารเฉพาะสมาชิกและผู้ที่เกี่ยวข้องกับสมาคมเท่านั้น มักจะมีกำหนดออกเป็นรายปี ตัวอย่างเช่น นิตยสารสมาคมวันนักข่าว สมาคมโรตารี เป็นต้น

4. นิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relations Magazines) เป็นนิตยสารที่จัดทำโดยองค์กรหรือบริษัทต่างๆ เพื่อต้องการแจกจ่ายไปยังพนักงาน ลูกค้า ผู้แทนจำหน่าย ผู้ถือหุ้น หรือผู้ที่สนใจ ซึ่งนิตยสารประเภทนี้ยังแบ่งออกได้เป็นนิตยสารแบบภายใน (Internal Magazines) และนิตยสารภายนอก (External Magazines) หรืออาจจะเป็นทั้งสองประเภทรวมกัน (External-Internal) ซึ่งขึ้นอยู่กับนโยบายของผู้จัดทำ

3. ประเภทการเป็นเจ้าของและองค์กรนิตยสาร

การเป็นเจ้าขององค์กรนิตยสารเป็นรูปแบบโดยทั่วไปของระบบธุรกิจแบบอเมริกันทั้งหมด (Roland E. Wolseley, 1969)

1. ประเภทเจ้าของโดยส่วนตัว (Individual proprietorship) เป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับการจัดทำนิตยสารขนาดเล็ก ซึ่งมีผู้รับผิดชอบดูแล ควบคุมและเป็นเจ้าของแต่ละส่วนงานด้วยตัวเอง
2. ประเภทหุ้นส่วน (Partnership) เป็นการรวมตัวกันระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป เพื่อร่วมกันจัดทำนิตยสาร ซึ่งเงินทุนในการประกอบกิจการจะมากขึ้น และความรับผิดชอบทางการเงินจะร่วมกันและกำไรสุทธิจะถูกแบ่งออกเท่าๆ กัน
3. ประเภทบริษัท (Corporation) เป็นรูปแบบการเป็นเจ้าขององค์กรที่มีขนาดใหญ่ มีผู้ถือหุ้นหลายคนภายใต้กฎหมายรัฐและบริหารในรูปแบบนิติบุคคล ผู้ถือหุ้นมักจะอยู่ในวงใกล้ชิดกันและหุ้นมักจะไม่ถูกขายให้กับบุคคลภายนอก

นอกจากนี้ การเป็นเจ้าของนิตยสารยังมีรูปแบบอื่นๆ นอกเหนือไปจาก 3 รูปแบบที่กล่าวมาอันได้แก่ รูปแบบที่รัฐบาลเป็นเจ้าของนิตยสาร และจัดทำนิตยสารเพื่อใช้เป็นสื่อในการสื่อสารข่าวความเคลื่อนไหว หรือการชี้แจงข้อเท็จจริง ปัญหาต่างๆ ในประชาชนได้รับทราบ เป็นกระบอกเสียงให้กับรัฐบาลเพื่อสื่อสารถึงประชาชน

4. บุคลากรขององค์กรนิตยสาร (ดรุณี หิรัญรักษ์, 2530)

4.1 เจ้าของ / ผู้พิมพ์โฆษณา

ผู้พิมพ์ผู้โฆษณาจะเป็นผู้ที่วางแผนหรือกำหนดนโยบายสูงสุดของนิตยสารทั้งในด้านธุรกิจและในด้านกองบรรณาธิการ แต่โดยส่วนใหญ่แล้ว ผู้พิมพ์ผู้โฆษณาจะเกี่ยวข้องกับด้านธุรกิจของนิตยสารมากกว่าของบรรณาธิการ ดังนั้น ตัวบรรณาธิการเองจะรับผิดชอบด้านเนื้อหาสาระของนิตยสารและรายงานให้ผู้พิมพ์ผู้โฆษณาทราบและเห็นชอบ

นอกจากบรรณาธิการแล้ว ยังมีผู้อำนวยการฝ่ายโฆษณาและฝ่ายจัดจำหน่ายอีกสองคนที่จะมีหน้าที่รายงานให้กับผู้พิมพ์ผู้โฆษณาทราบถึงความเป็นไปในการบริหารงานทั้งหมด แม้ว่าหน้าที่ของบรรณาธิการจะแยกออกจากทั้งฝ่ายโฆษณาและฝ่ายจัดจำหน่าย แต่บรรณาธิการก็มีส่วนช่วยและให้ความร่วมมือกับทั้งสองแผนก

4.2 บรรณาธิการ

บรรณาธิการสูงสุดของนิตยสารมักจะเป็นตำแหน่งทางการบริหาร และงานหลักของบรรณาธิการคือ การติดต่อสื่อสารกับพนักงานในแผนก การควบคุมงานตรวจแก้ และงานบรรณาธิการนิตยสาร การวางแผนและการประชาสัมพันธ์ งานที่บรรณาธิการมักจะใช้เวลามากคืองานวางแผนที่จะทำให้นิตยสารออกมาตามเป้าหมายและรูปแบบที่กำหนดไว้

การติดต่อสื่อสารและมีมนุษยสัมพันธ์กับพนักงานจะทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ และจะได้ผลงานที่ตรงตามเป้าหมาย ส่วนการวางแผนงานนั้น บรรณาธิการจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้าของฉบับต่อไปด้วย และควบคุมการทำงานของฉบับปัจจุบันให้ดีที่สุด

บรรณาธิการควรจะร่วมมือกับฝ่ายโฆษณาและฝ่ายส่งเสริมการขาย โดยแจ้งให้ทั้งสองฝ่ายทราบถึงเนื้อหาสาระในนิตยสาร เพื่อหาทางเพิ่มการขายเนื้อที่โฆษณาในฉบับที่มีสาระน่าสนใจเป็นพิเศษ นอกจากนี้ บรรณาธิการยังมีหน้าที่ประชาสัมพันธ์นิตยสารด้วย โดยอาจจะหาโอกาสพูดในที่สาธารณะเพื่อเผยแพร่รูปแบบของนิตยสาร บรรณาธิการควรมีการติดต่อกับกลุ่มในสังคม เช่น กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มพ่อค้าที่เป็นผู้อ่านนิตยสารและต้องรู้ความคิดเห็นผู้อ่านเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของนิตยสาร เพื่อนำความคิดเห็นนี้มาปรับปรุงนิตยสารและการดำเนินงานของคน

4.3 บรรณาธิการบริหาร (managing editor)

จะรับผิดชอบเกี่ยวกับงานประจำวันในกองบรรณาธิการ โดยต้องพยายามทำให้งานทุกอย่างเสร็จจนออกมาเป็นรูปเล่มได้ตามกำหนด จุดสำคัญของความแตกต่างระหว่างบรรณาธิการและบรรณาธิการฝ่ายจัดการคือ บรรณาธิการจะมีการวางแผนของรูปแบบและเนื้อหาของเนื้อหา นิตยสารในฉบับต่างๆ ไป 3-6 ฉบับ ส่วนฝ่ายจัดการจะเน้นและให้ความสำคัญกับงานที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ดังนั้น งานการทำนิตยสารแต่ละฉบับจะมีบรรณาธิการฝ่ายจัดการมีความรับผิดชอบเต็มที่ และเขาจะเป็นคนที่ทำงานอย่างใกล้ชิดกับนักเขียน ช่างศิลป์ ฯลฯ

4.4 ผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ (art director)

นิตยสารส่วนใหญ่จะมีตำแหน่งนี้อยู่ มีหน้าที่ออกแบบนิตยสาร คัดเลือกตัวพิมพ์สำหรับหัวเรื่องต่างๆ และวางแผนการใช้รูปภาพประกอบ หน้าที่หลักของเขาก็คือ ประสานงานกับบรรณาธิการและทำให้นิตยสารมีสิ่งน่าดึงดูดใจมากที่สุดในด้านของสี สัน ภาพประกอบ นิตยสารขนาดเล็กและนิตยสารรายเดือนมักจะไม่มีการจ้างผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ประจำ แต่จะจ้างบริษัทที่เชี่ยวชาญดำเนินงาน และนิตยสารข่าวก็มักไม่จำเป็นต้องมีงานศิลป์มากนัก โดยทั่วไปแล้วนิตยสารที่ไม่ต้องการงานศิลป์มากมักจะจ้างโรงพิมพ์ให้ทำหรือเหมางานศิลป์หรือว่าจ้างช่างศิลป์อิสระทั่วไปทำ

4.5 คณะผู้จัดทำนิตยสาร (staff)

ขนาดของคณะผู้จัดทำนิตยสารจะขึ้นอยู่กับปริมาณของงานและระดับความมีประสิทธิภาพที่ต้องการ นิตยสารขนาดเล็กส่วนใหญ่จะมีคณะผู้จัดทำประมาณ 6-12 คน เพื่อให้เกิดการแบ่งหน้าที่กันอย่างมีประสิทธิภาพ งานของนิตยสารส่วนหนึ่งจะเป็นงานที่จ้างบุคคลภายนอกทำ เช่น งานเขียนบทความสารคดี ข่าวสารต่างๆ ซึ่งนักเขียนอิสระจะเป็นผู้ส่งบทความเข้ามาในกองบรรณาธิการ ส่วนคอลัมน์และส่วนข่าวบริการผู้อ่าน จะเขียนโดยคณะผู้จัดทำเอง

การมีจำนวนคนพอเหมาะในคณะผู้จัดทำนิตยสาร เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้การทำงานและการบริการประสบความสำเร็จในสำนักงานของนิตยสารขนาดเล็ก โดยทั่วไปจะมีคณะผู้จัดทำ ซึ่งประกอบด้วย

1. บรรณาธิการอำนวยการ

2. บรรณาธิการบริหาร
3. ผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์
4. ผู้ช่วยบรรณาธิการ
5. บรรณาธิการบทความ
6. บรรณาธิการตรวจต้นฉบับ
7. ผู้จัดการฝ่ายผลิต

โครงสร้างการบริหารและตำแหน่งของคณะผู้จัดทำของแต่ละนิตยสารจะแตกต่างกันไป และไม่มีโครงสร้างตายตัว จำนวนบุคลากรในคณะผู้จัดทำอาจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความถี่ของการพิมพ์นิตยสาร เช่น เป็นรายสัปดาห์ หรือรายเดือน นอกจากนี้ ยังขึ้นกับรูปแบบของนิตยสาร เช่น ถ้าเป็นนิตยสารข่าวสาร ก็จะต้องมีคณะผู้จัดทำมากกว่านิตยสารเกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น โดยในนิตยสารดังกล่าวอาจจะว่าจ้างบุคคลภายนอกในการจัดทำบทความต่างๆ แทนได้

ในปัจจุบัน ค่าใช้จ่ายในการทำนิตยสารสูงขึ้นมาก ทำให้การทำนิตยสารส่วนใหญ่จะใช้คณะผู้จัดทำจำนวนน้อยลงและว่าจ้างนักเขียนอิสระในการทำบทความและงานเขียนต่างๆ มากขึ้น เพราะค่าใช้จ่ายถูกกว่าการจ้างนักเขียนประจำมาทำงานในสำนักงาน นิตยสารบางฉบับจะว่าจ้างหรือมีสัญญากับนักเขียนอิสระเป็นรายปี โดยตกลงราคาค่างานเขียนและความถี่ของการส่งงานเป็นรายๆ ไป

5. บทบาทหน้าที่ของนิตยสาร (Qualities and Individual Functions)

วิชญ์ สุวรรณเพิ่ม (2525) กล่าวว่านิตยสารในฐานะสื่อสารมวลชนจะให้ทั้งคุณภาพในด้านการเสนอสารคดี บันเทิง ความรู้ ซึ่งเป็นส่วนที่ดีของนิตยสารโดยเฉพาะ (peculiar virtues) แต่ในทางตรงกันข้าม นิตยสารก็มีลักษณะที่เสนอสิ่งต่างๆ ไปในทางที่ผิดพลาด (faults) นับเป็นสื่อมวลชนที่เรียกกันว่าเป็น “ดาบสองคม” อย่างไรก็ตาม หน้าที่โดยตรงของนิตยสารในฐานะสื่อสารมวลชนนั้นจะมีอยู่ 3 ประการใหญ่ๆ คือ

1. หน้าที่ในการบอกข่าวสาร ความรู้ (to inform)
2. หน้าที่ในการมีอิทธิพลต่อผู้อ่าน (to influence)
3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิงใจ (to entertain) เช่น เสนอเรื่องสั้น นวนิยาย การ์ตูน เรื่องขบขัน ร้อยกรอง ฯลฯ เป็นต้น

6. ความสำเร็จและความล้มเหลวในการการดำเนินงานนิตยสาร

เนื่องจากในปัจจุบันมีนิตยสารเกิดขึ้นจำนวนมาก โดยเฉพาะนิตยสารเฉพาะกลุ่มเพื่อสนองความสนใจเฉพาะด้านของผู้อ่าน จึงทำให้มีการแข่งขันกันอย่างสูง กลยุทธ์ในการจัดการนิตยสารแต่ละฉบับจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนไปตามความเหมาะสมกับสภาพการณ์ของสังคม นิตยสารส่วนหนึ่งจึงสามารถยืนหยัดและเติบโตอยู่ได้ แต่มีนิตยสารจำนวนไม่น้อยที่ประสบความล้มเหลวในการดำเนินงาน

นิตยสารที่ประสบความล้มเหลวนั้น ตามทัศนะของ J.W. Click และ Russell N. Baird (1974) กล่าวว่า การดำเนินงานที่ล้มเหลวของนิตยสารเป็นเพราะ

- กองบรรณาธิการนิตยสารขาดเหตุผลและวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนในการดำเนินการนิตยสาร (The lack of an editorial reason)
- ขาดรูปแบบการบริหารงานที่ชัดเจน (The lack of a clearly defined editorial pattern)
- ขาดผู้สนับสนุน (The lack of an advertising basis)
- ขาดความรู้ด้านการจัดทำนิตยสารตลอดจนด้านคู่แข่งของตน (The lack of knowledge of the magazine field in general and of the specific competition)
- ขาดเงินทุน (Lack of realistic budget projections)
- ขาดการจัดสรรเวลาเพื่อดึงดูดผู้อ่านและโฆษณา (Lack of realistic schedule of time required to gain either reader or advertising acceptance)
- ขาดข้อมูลที่ถูกต้องเกี่ยวกับบุคคลที่จ้างมาดำเนินงานด้านการผลิตนิตยสารใหม่ (Lack of accurate information about the personnel which is hired to produce the new magazine)
- ขาดวัตถุประสงค์ที่แน่ชัดของการจัดทำนิตยสารใหม่และขาดการติดตามตรวจสอบนิตยสารใหม่ที่เกิดขึ้นว่ามีความเป็นไปได้ในตลาดอย่างไร (Lack of an objective and independent (non-staff) audit of the potentialities of the new magazine and of the publishing program that has been set up)

จากปัจจัยที่ส่งผลให้นิตยสารอาจประสบความสำเร็จล้มเหลวดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น พอจะสรุปได้ว่า การดำเนินงานนิตยสารเพื่อให้มีการเติบโตและดำรงอยู่ได้อย่างยาวนานนั้น ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่

1. การกำหนดนโยบายการจัดทำนิตยสารและวัตถุประสงค์ในการจัดทำให้ชัดเจน
2. การบริหารงานขององค์กรนิตยสารต้องมีประสิทธิภาพ
3. ต้องมีทีมงานหรือบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ คือ มีความรู้และประสบการณ์ทางด้านการจัดทำนิตยสาร
4. ผู้สนับสนุนเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญช่วยให้นิตยสารอยู่รอด ได้แก่ เงินทุนและโปรโมชั่น
5. ต้องมีการประเมินผลและสำรวจสภาพตลาดเพื่อดูความได้เปรียบ เสียเปรียบของกลุ่มแข่งขัน รวมไปถึงสำรวจผู้อ่านซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญมากในการจัดทำนิตยสาร

สำหรับนิตยสารที่สามารถอยู่รอดได้ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ จำเป็นต้องปรับตัวตามความต้องการของตลาด ทักษะคิดและรสนิยมตลอดจนพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อสรรหาสิ่งที่ผู้อ่านและผู้โฆษณาต้องการเพื่อที่จะสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด

Wharton (1992) กล่าวว่านิตยสารมักจะถูกเปรียบว่าเป็น “สิ่งมีชีวิต” (Living entities) เพราะความอยู่รอดหรือการคงอยู่ของนิตยสารจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ เช่นเดียวกันที่สิ่งมีชีวิตทุกชนิดในโลกต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดของตน

ผู้จัดทำนิตยสาร (Publishers) จำเป็นต้องจับตาและเฝ้าระวังถึงสัญญาณของการเปลี่ยนแปลงอย่างรอบคอบเพื่อที่จะสามารถปรับตัวตามกระแสได้อย่างเสมอ และหาโอกาสในการป้องกันและรับมือกับสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างทันเวลาและมั่นคง

ตัวอย่างของการปรับตัวของนิตยสาร สกุลไทย (กนกวรรณ นະนะกร, 2542) ที่ดำเนินกิจการมากกว่า 40 ปี โดยเริ่มออกวางจำหน่ายฉบับแรกเมื่อวันจันทร์ที่ 1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2497 และปัจจัยที่ทำให้สกุลไทยสามารถดำรงอยู่ได้จนถึงปัจจุบันนี้ มล. ศรีฟ้า มหาวรรณ (สัมภาษณ์ 29 เมษายน 2542) กล่าวว่า

“นิตยสารควรคล้อยตามกระแสนิยมของสังคมซึ่งคนในสังคมเกือบทุกคนนี้ต้องการรู้เรื่องของคนเด่นคนดัง สนองความต้องการของผู้อ่าน ต้องตามกระแส หนังสือสมัยก่อนธุรกิจเป็นรอง คือ ส่วนมากเขาจะทำด้วยอุดมการณ์ อุดมคติ มีหลักยึดของเขา แต่ปัจจุบันนี้ไม่ว่าหนังสืออะไรทั้งนั้น ถ้าไม่เป็นไปตามกระแสความนิยมก็อยู่ไม่ได้ แม้แต่นักเขียนก็เหมือนกัน จะเห็นว่านักเขียนเมื่อก่อนนี้คนตามนักเขียน นักเขียนเขียนอะไรมาคนตาม แต่ปัจจุบันนี้ส่วนหนึ่งของนักเขียนตามคนว่าคนสนใจอะไรก็เขียนคล้อยตามความพอใจของคน”

แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนและจัดทำนิตยสาร

การดำเนินการนิตยสารแต่ละฉบับนั้นส่วนที่มีความสำคัญในการวางแผนการจัดทำนั้น ได้แก่ บรรณาธิการ เพราะการบรรณาธิการนิตยสารโดยทั่วไปจะรวมถึงงานที่เกี่ยวกับการพิมพ์ การโฆษณา การส่งเสริมการขายและการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ เกี่ยวกับหัวเรื่องของบทความและเนื้อหาสาระที่จะลงพิมพ์ในนิตยสาร

ขอบเขตการทำงานของบรรณาธิการนิตยสารเริ่มจากการควบคุมดูแลงานในหน้าที่ของฝ่ายบริหารทั้งหมด การวางแผนเตรียมต้นฉบับเพื่อลงพิมพ์ รวมทั้งการวางแผนทั่วไปในระยะยาว พิจารณาเกี่ยวกับการเขียนบทบรรณาธิการ มอบหมายงานเขียนด้านต่างๆ กำหนดการรับเรื่องสำหรับพิมพ์ฉบับต่อฉบับ การจัดหาและเตรียมภาพ ตรวจสอบแก้ต้นฉบับ เขียนชื่อเรื่องและหัวเรื่อง การจัดวางหน้า ส่งต้นฉบับ ตรวจสอบรูป และลงพิมพ์ (กนกวรรณ นະนะกร, 2542)

J.W. Click และ Russell N. Baird (1974) กล่าวว่า การบรรณาธิการจะเกี่ยวพันกับสูตรสำเร็จที่เกิดจากการวางแผน การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารแต่ละฉบับ ประเภทของผู้อ่านและประเภทของโฆษณาที่จะลงในนิตยสารแต่ละประเภท

สูตรสำเร็จของการบรรณาธิการทั่วไปนั้น มีกฎเกณฑ์ตายตัวขึ้นอยู่กับเนื้อหาของสาระที่เสนอในนิตยสาร รูปแบบของนิตยสารแต่ละฉบับจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงบุคลิกลักษณะของนิตยสารนั้น มีองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้

1. เรื่อง (Departments) เรื่องที่นำเสนอในนิตยสาร โดยจะถูกกำหนดให้สอดคล้องกับบุคลิกของนิตยสารแต่ละประเภท และกำหนดจากความสนใจ รวมทั้งสิ่งที่ผู้อ่านคาดหวังจากนิตยสารเล่มนั้นๆ ตัวอย่างเช่น นิตยสารผู้หญิง (ขวัญเรือน) จะแบ่งเรื่องออกเป็นส่วนตัวๆ คือ แฟชั่น สัมภาษณ์

รอบโลกรอบรู้ นวนิยาย-เรื่องสั้น-เรื่องแปล อาหาร-สุขภาพ-ความงาม ศิลปะ-บันเทิง-วรรณกรรม ท่องเที่ยว-สารคดี-บทความ-บทกวี เพื่อนเด็ก งานฝีมือ ซึ่งทุกส่วนของแต่ละเรื่องในนิตยสารขวัญเรือนจะนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนิตยสาร

2. บทความย่อยในแต่ละเรื่อง (Articles) เรื่องแต่ละส่วนจะประกอบไปด้วยบทความ หรือเรื่องย่อยๆ ที่สอดคล้องหรืออาจเกี่ยวเนื่องกันในแต่ละส่วนนั้น ตัวอย่างเช่น ในนิตยสารขวัญเรือน ในส่วนของอาหาร-สุขภาพ-ความงาม จะประกอบด้วยเรื่องย่อยๆ ได้แก่ ห่วงใยสุขภาพ Beauty by AVON โต้ะเครื่องแป้ง กระจกแต่งหน้า อร่อยริมทาง ตำรับอาหาร มุมสุขภาพ และเพื่อชีวิตและสุขภาพ เป็นต้น ซึ่งการกำหนดเรื่องย่อยๆ หรือบทความในแต่ละส่วนนั้นจะต้องคำนึงว่าเรื่องที่กำหนดมันต้องเป็นเรื่องที่ผู้อ่านกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารคาดหวังว่าจะพบและได้อ่านในนิตยสารเล่มนี้

3. เนื้อหาทั่วไป (General Types of Content) นอกเหนือไปจากเรื่องเฉพาะแต่ละส่วนในนิตยสารที่มักจะประกอบด้วยเรื่องย่อยหรือบทความแล้ว นิตยสารยังประกอบด้วยส่วนของเนื้อหาทั่วๆ ไป ตัวอย่างเช่น นิยาย (Fiction) มักจะนำเสนอนิยายประเภทต่างๆ ไปเรื่อยๆ ไม่จำเป็นที่จะต้องนำเสนอให้สอดคล้องกับกลุ่มผู้อ่านกลุ่มเดียว สามารถเปลี่ยนจากนิยายประเภทสยองขวัญมาเป็นรักโรแมนติก เพื่อสนองกลุ่มผู้อ่านที่ชอบแนวนี้ด้วยก็ได้ หรือการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ไม่จำเป็นเสมอไปที่จะต้องนำเสนอแต่สถานที่ท่องเที่ยวและโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบประหยัดเท่านั้น สามารถนำเสนอการท่องเที่ยวแบบหรูหราและสะดวกสบายสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป ทั้งนี้ สูตรสำเร็จในการกำหนดเนื้อหาทั่วไปนี้จะคำนึงถึงความต้องการของผู้อ่าน ซึ่งความต้องการ ความปรารถนาของแต่ละคนก็แตกต่างกันไป

Norman Cousins (บรรณาธิการนิตยสาร Saturday Review) กล่าวว่า ในการบรรณาธิการนิตยสารนั้นต้องคำนึงถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้อ่านต้องการเป็นสำคัญ ไม่ใช่จะคำนึงถึงแต่รสนิยมและความคิดเห็นส่วนตัวของตนเป็นหลัก

สูตรสำเร็จในการกำหนดเนื้อหาของการบรรณาธิการนั้น จะส่งเสริมให้นิตยสารแต่ละเล่มมีบุคลิกลักษณะของตนเด่นชัดขึ้น ซึ่งจะช่วยให้จุดยืนของนิตยสารเด่นชัดและมีกลุ่มเป้าหมายที่แน่ชัด ทำให้ภาพของนิตยสารนั้นชัดเจนในใจของผู้อ่าน

รูปแบบของนิตยสารเป็นตัวกำหนดเนื้อหาที่เสนอในนิตยสารและจะแยกประเภทของนิตยสารให้เด่นชัด ซึ่งองค์ประกอบในการกำหนดรูปแบบนิตยสารโดยทั่วไปตามแนวคิดของ Wolseley (Magazine editing and Function)

1. จุดประสงค์ของการจัดทำนิตยสาร
2. ตลาดสำหรับนิตยสาร
3. มาตรฐานการครองชีพและอำนาจในการซื้อของผู้อ่าน
4. ระดับการศึกษาและวัฒนธรรมของผู้อ่าน
5. สภาพการแข่งขันของนิตยสารอื่นๆ ภายในประเภทเดียวกัน
6. การทดลองรูปแบบนิตยสารเพื่อดูว่าสูตรสำเร็จที่ใช้ในการผลิตนิตยสารมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด
7. ความคิดเห็นของสาธารณชนและปฏิกิริยาที่มีต่อนิตยสารแต่ละเล่ม
8. งบประมาณการเงินของผู้จัดทำนิตยสาร

การบริหารนิตยสารแต่ละประเภทมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปตามลักษณะของนิตยสารและกลุ่มผู้อ่าน ตัวอย่างเช่น นิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์สำหรับพนักงานของหน่วยงาน ลูกค้า เป็นต้น แต่ทั้งนี้วัตถุประสงค์ของนิตยสารทุกฉบับที่เหมือนกันก็คือ จุดมุ่งหมายที่มุ่งหวังหรือจุดจบแห่งความสำเร็จที่ฝ่ายบรรณาธิการและผู้จัดทำนิตยสารทุกประเภทพยายามนำพานิตยสารของตนให้ไปสู่ความสำเร็จ

1. การกำหนดเนื้อหาของนิตยสาร

เนื้อหาที่หลากหลายในนิตยสารแต่ละเล่มนั้น ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดการนำเสนอเนื้อหาที่สำคัญที่สุดคือ ผู้อ่าน ผู้จัดทำนิตยสารจำเป็นต้องทราบว่าผู้อ่านนิตยสารของตนเองคือกลุ่มใด และมีความต้องการ ความสนใจในเรื่องใดเป็นพิเศษ ดังนั้น การกำหนดเนื้อหาจึงต้องสัมพันธ์กับกลุ่มผู้อ่านอยู่เสมอ ความสมดุลของเนื้อหาจึงมีความสำคัญต่อการผลิตนิตยสารฝ่ายบรรณาธิการต้องยึดหลักการในการเสนอเนื้อหา คือ

- 1) เนื้อหาต้องมีความหลากหลาย (Variety) ความหลากหลายในที่นี้หมายถึง เนื้อหาที่สามารถดึงดูดและเป็นที่น่าสนใจอย่างทั่วถึงในบรรดากลุ่มผู้อ่านของตน เพราะถึงแม้ว่ากลุ่มผู้อ่านจะมี

จุดประสงค์ในการอ่านนิตยสารเล่มเดียวกัน แต่ในส่วนของความสนใจในแต่ละบุคคลอาจแตกต่างกันไป

- 2) เนื้อหาต้องมีขอบเขตที่กว้างอย่างเหมาะสม (Breadth of coverage) ในการนำเสนอเรื่องหรือบทความเฉพาะ จะต้องม เนื้อหาที่เหมาะสมไม่กว้างมากและไม่แคบจนเกินไป
- 3) ความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง (Consistency)
- 4) มีจุดมุ่งหมายในการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทอย่างชัดเจน (Purpose)

นอกจากนี้ Click และ Russell กล่าวว่า ประเภทที่หลากหลายของเนื้อหา นั้นจำเป็นอย่างยิ่ง ตัวอย่างเช่น การนำเสนอเนื้อหา เรื่องราวเกี่ยวกับความสนใจทั่วไปของมนุษย์ควบคู่ไปกับเนื้อหาที่เคร่งเครียดเน้นวิชาการ การนำเสนอบทความควบคู่ไปกับตัวอย่างหรือภาพประกอบ เป็นต้น เท่ากับว่าให้มีการนำเสนอเนื้อหาหนักผสมกับเบาควบคู่กันไป

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดทำและกำหนดเนื้อหาของนิตยสาร (Roland E. Wolseley , 1969)

2.1 ปัจจัยภายนอก

1. ระดับการศึกษา กลุ่มผู้อ่านมีระดับการศึกษาและฐานะทางสังคมอย่างไร
4. อัตราการเพิ่มและลดในการใช้เวลาว่างของประชากร โดยเฉพาะ การเพิ่มและลดของเวลาว่างของประชากรจะสามารถบ่งชี้ถึงความสามารถในการใช้เวลาในการอ่านของประชากรและนำไปสู่การชื้อนิตยสาร
5. ตลาด ได้แก่ ผู้อ่านนิตยสารว่ามีอัตราการอ่านนิตยสารแต่ละประเภทมากน้อยแตกต่างกันอย่างไร
6. กลุ่มผู้อ่าน ระดับความสนใจของผู้อ่านทั่วไปที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่ง รวมไปถึงความปรารถนา ความชอบ ความต้องการของผู้อ่านที่อยากจะรับรู้ข่าวสาร ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยเฉพาะ
7. มาตรฐานการครองชีพ ฐานะทางการเงินของผู้ซื้อ ผู้อ่าน
8. การแข่งขันกับสื่อมวลชนชนิดอื่น การแข่งขันกับสื่อกระจายเสียงไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ สื่อทั้งสองประเภทนี้มีแนวโน้มที่จะดึงดูดประชาชนในการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนหรือเพื่อรับข้อมูลข่าวสารมากกว่าสื่อสิ่งพิมพ์
9. สภาพการแข่งขัน หมายถึง คู่แข่งขันของนิตยสารประเภทเดียวกันในตลาดเดียวกัน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอและเนื้อหา

10. โฆษณา ปัจจัยทางด้านโฆษณามีความสำคัญมากพอๆ กับปัจจัยทางด้านผู้อ่าน เพราะในปัจจุบันรายได้หลักของการทำนิตยสารจะมาจากโฆษณา และการหาโฆษณานั้นจะต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารนั้นคือกลุ่มผู้อ่านเป็นสำคัญ เพราะโฆษณาเปรียบเสมือนสินค้าที่นำเสนอต่อกลุ่มผู้อ่านในนิตยสารนั่นเอง
11. สภาพเศรษฐกิจและสังคม เป็นปัจจัยสำคัญมากอีกประการที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดเนื้อหา เพราะในการดำเนินการจัดทำนิตยสารนั้น สิ่งสำคัญที่ผู้จัดทำจะต้องเผชิญคือการเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคมและเศรษฐกิจ ผู้จัดทำและนิตยสารจำเป็นต้องติดตามให้ทันกับเหตุการณ์และการแปรเปลี่ยนอยู่เสมอ เพื่อที่จะสามารถปรับตัว ปรับเนื้อหา ปรับองค์กรให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว การปรับเปลี่ยนอย่างทันท่วงทีนี้เป็นหัวใจหลักในการประสบความสำเร็จของนิตยสารแต่ละฉบับ

2.2 ปัจจัยภายใน

1. นโยบายฝ่ายบรรณาธิการ ฝ่ายบรรณาธิการจะเป็นฝ่ายที่มีความสำคัญที่สุดในการดำเนินการนิตยสารแต่ละฉบับเพราะเป็นผู้ที่กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ จุดยืนของนิตยสารซึ่งนำไปสู่การกำหนดเนื้อหาที่สมดุลและเป็นฝ่ายที่จะต้องสำรวจและศึกษากลุ่มผู้อ่านเพื่อทำความเข้าใจ ความต้องการ ความชอบและการแสวงหาข่าวสารของผู้อ่านเพื่อนำมากำหนดเนื้อหาให้สอดคล้องและสามารถสนองความต้องการของผู้อ่านได้อย่างตรงจุด อีกทั้งเพื่อให้สามารถดึงดูดโฆษณาที่สัมพันธ์กับกลุ่มผู้อ่านของตน

2. ปัจจัยทางกายภาพของนิตยสาร รูปแบบของนิตยสารจะเป็นตัวกำหนดเนื้อหาภายใน เพราะรูปแบบและเนื้อหาต้องมีความสอดคล้องกันเพื่อที่จะสื่อถึงนโยบายและวัตถุประสงค์ จุดยืนของนิตยสารแต่ละฉบับ

3. ความรู้ความเข้าใจผู้อ่าน

ขั้นตอนสำคัญที่จะขาดไม่ได้ในการวางแผนและจัดทำนิตยสารนั้น คือ การหาความรู้เกี่ยวกับกลุ่มผู้อ่านของตน จัดว่าเป็นส่วนที่สำคัญที่สุดของงานบรรณาธิการ John Morrish (1996) กล่าวว่า “ต่อให้เป็นบรรณาธิการที่มีความสามารถในการจัดการอย่างเยี่ยมยอด เป็นผู้นำและบริหารองค์กรได้อย่างดีเยี่ยม แต่ถ้าเป็นบรรณาธิการที่ไม่ให้ความสำคัญกับผู้อ่านของตนและความต้องการของพวกเขาแล้ว คุณสมบัติต่างๆ ข้างต้นก็ไม่มีความหมาย”

บรรณาธิการส่วนมากจะสละเวลาเพื่อศึกษากลุ่มผู้อ่านของตนและทำความเข้าใจกับความต้องการของพวกเขา แต่ก็มีข้อพึงระวังว่าผู้อ่านบอกความต้องการแต่ไม่ได้หมายถึงสิ่งที่พวกเขาต้องการจะซื้อ ดังนั้น บรรณาธิการจำเป็นจะต้องสำรวจมากกว่าความต้องการคือ ต้องค้นหาความต้องการที่ลึกซึ้งที่แท้จริงของผู้อ่าน ซึ่งต้องสำรวจไปถึงวิถีชีวิต รวมไปถึงสภาพครอบครัวของผู้อ่านด้วย (latent needs)

จากงานวิจัยทางการสื่อสารชี้ให้เห็นลักษณะโดยทั่วไปของผู้อ่านมี ดังนี้

1. คนทั่วไปมักอ่าน ฟังสิ่งที่ตนสนใจ ถึงแม้ว่าจะไม่มีความรู้ในเรื่องเหล่านั้นมากนัก แต่ก็มักจะยินดีเปิดรับข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว

2. คนทั่วไปมีแนวโน้มที่จะอ่านและฟังเรื่องหรือสิ่งที่ตนเห็นพ้องด้วย และมักจะเลียงหรือไม่สนใจสิ่งที่ตนไม่เห็นด้วย และมีแนวโน้มที่จะตีความเรื่องที่ตนเชื่ออยู่ก่อนแล้ว

3. คนทั่วไปมักจะตรวจสอบความคิดเห็นของตนกับนักวิชาการหรือผู้ที่มีความรู้อื่นๆ ในสังคม

4. คนทั่วไปมีแนวโน้มที่จะตรวจสอบว่าความคิดเห็นและทัศนคติของพวกเขาสอดคล้องหรือขัดแย้งกับกลุ่มคนในสังคมอย่างไร ทัศนคติในกลุ่มคนเป็นสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ยาก เมื่อเสนอเนื้อหาที่ตรงข้ามกับทัศนคติเหล่านั้น ซึ่งอาจจะมีผลเล็กน้อยต่อการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็น ค่านิยม หรือพฤติกรรมได้

วิษณุ สุวรรณเพิ่ม กล่าวถึงธรรมชาติของผู้อ่าน 6 ประเภท

Mrs. Betty Volk คอลัมนิสต์ของนิตยสาร Clevean Press ในอเมริกาได้จัดแบ่งประเภทของผู้อ่านที่มีปฏิกริยาตอบโต้ต่อนิตยสารออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. The Discomfitted Reader คือ กลุ่มผู้อ่านที่มีความสงสัยในข้อเท็จจริงและเกิดความสับสนในข้อเขียนนั้นกับความรูสึกเดิมของตนเอง และมักจะมีปฏิกริยาโดยการเขียนไปถามบรรณาธิการนิตยสารอยู่เนืองๆ นิตยสารที่ทำให้เกิดผู้อ่านกลุ่มนี้ ได้แก่ พวกนิตยสารสุขภาพ เพศ
2. The Mistrustful Reader คือ กลุ่มผู้อ่านที่มีความเคลงใจและไม่เชื่อใจนิตยสาร
3. The Annoyed Reader คือ กลุ่มผู้อ่านที่ถูกรบกวนโดยผู้ขาย เช่น กลุ่มเจ้าของกิจการอุตสาหกรรม ร้านค้าหรือธุรกิจต่างๆ ไป ซึ่งมีนิตยสารที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของตนเอง
4. The Bewildered Reader คือ กลุ่มผู้อ่านที่ยังมีความงุนงงต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของนิตยสารยุคใหม่ การโฆษณาในนิตยสารที่มีมากจนผู้อ่านจับสาระภายในได้ยาก ทำให้เกิดความงุนงงแก่ผู้อ่านกลุ่มนี้

5. The Indifferent Reader คือ กลุ่มผู้อ่านที่ทำตัวไม่เอาใจใส่หรือเฉยเมยต่อสภาพการเปลี่ยนแปลงภายในนิตยสาร กลุ่มนี้จะไม่สนใจว่านิตยสารที่คนอ่านนั้นจะมีโฆษณาหรือเปลี่ยนคอลัมน์ เปลี่ยนผู้เขียน แต่จะสนใจเฉพาะรูปภาพหรือภาพถ่าย แฟชั่น การ์ตูน
6. The Satisfied Reader คือ กลุ่มผู้อ่านที่ได้รับความพอใจจากการอ่านนิตยสารเล่มนี้จะเป็นผลจากการจัดทำนิตยสารโดยมีรูปแบบที่แน่นอน

ธรรมชาติของผู้อ่านทั้ง 6 ประเภทข้างต้น กล่าวถึงลักษณะของผู้อ่านในขั้นตอนที่จัดทำนิตยสารออกมาแล้ว และสังเกตลักษณะของผู้อ่านที่มีปฏิกิริยาต่อนิตยสารประเภทต่างๆ แต่สำหรับการทำความเข้าใจผู้อ่านเพื่อเป็นข้อมูลสำคัญในขั้นตอนของการวางแผนการจัดทำนิตยสารนั้นมักจะใช้วิธีสำรวจผู้อ่าน (Readership Surveys) โดยจะสำรวจความต้องการพื้นฐานของผู้อ่านแต่ละคน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านอาชีพ งานอดิเรก ความสนใจเฉพาะหรือความสนใจที่เป็นพิเศษ และความต้องการต่างๆ ไป โดยจะแตกต่างกันไปตามอายุ เพศ

สำหรับวิธีการสำรวจผู้อ่านตามี่ John Wharton ระบุ ได้แก่

1. วิจัยกับกลุ่มเป้าหมายโดยการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (face-to-face) สัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ (Postal questionnaire)
2. วิจัยกับกลุ่มผู้อ่านที่เป็นที่รู้จักโดยสัมภาษณ์ตัวต่อตัว ทางโทรศัพท์หรือส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์
3. วิจัยกับกลุ่มผู้อ่านที่เป็นที่รู้จักโดยใช้แบบสอบถามแนบไปกับนิตยสาร

ส่วนรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ควรจะสำรวจนั้น จะขึ้นอยู่กับประเภทของนิตยสาร เช่น นิตยสารธุรกิจ ข้อมูลที่จำเป็นคือ ประเภทของบริษัท หน่วยงาน ขนาดของบริษัท / หน่วยงาน ประเภทของบริษัท หน้าที่รับผิดชอบ นิตยสารเพื่อผู้บริโภคทั่วไป ข้อมูลที่จำเป็น ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส รายได้ ความสนใจ การใช้จ่าย ที่อยู่ เป็นต้น

ข้อได้เปรียบของการทำวิจัยผู้อ่าน ได้แก่

1. เพื่อให้ทราบถึงช่องว่างทางความรู้ของกลุ่มผู้อ่าน
2. เพื่อให้ทราบว่ากลุ่มผู้อ่านรู้สึกหรือมีทัศนคติอย่างไรเกี่ยวกับนิตยสาร
3. เพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่กลุ่มผู้อ่านอ่านและทราบว่าผู้อ่านมีความสนใจต่อสิ่งที่อ่านมากน้อยอย่างไร
4. เพื่อให้ค้นพบวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการนำเสนอสิ่งที่ผู้อ่านต้องการ

5. การวิจัยเป็นการลดความเสี่ยงในการดำเนินงานนิตยสารและความเสี่ยงที่จะล้มเหลว

แนวคิดเกี่ยวกับการวางแผนและจัดทำนิตยสารจะนำมาใช้เพื่อเป็นหลักในการวิเคราะห์การดำเนินการนิตยสารบัณฑิต ในส่วนของการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาและความสัมพันธ์ของรูปแบบและเนื้อหา กับความต้องการของผู้อ่าน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นระเบียบวิธีวิจัยประเภทหนึ่งที่นิยมใช้ในการวิจัยการสื่อสาร มีลักษณะผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) สามารถศึกษาวิเคราะห์ไปยังผู้ส่งสาร ตลอดจนผลและปฏิกิริยาของผู้รับสารด้วย

เบอร์นาร์ด เบเรลสัน (Bernard Berelson) ให้คำจำกัดความการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นเทคนิคการวิจัยที่มีความเป็นปรนัย (Objectivity) เป็นระบบ (Systemtic) มีการอธิบายในเชิงปริมาณ (Quantitative) ถึงสิ่งที่แสดงออกอย่างแท้จริง (Manifest) ในเนื้อหาของการสื่อสาร

โอล อาร์ โฮลส์ท (Ole R. Holsti, 1969) ให้คำจำกัดความการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นระเบียบวิธีวิจัยอเนกประสงค์ (Multipurpose Research Method) มักจะใช้ในการตรวจสอบปัญหาต่างๆ ในเนื้อหาทางการสื่อสาร

บาร์คัส (Barcus, 1959) การวิเคราะห์เนื้อหาหมายถึง การวิเคราะห์ด้วยวิธีทางวิทยาศาสตร์ (The Scientific Analysis) ของเนื้อหาทางการสื่อสารมวลชน

เพสลีย์ (Paisley) กล่าวว่า การวิเคราะห์เนื้อหา คือ กระบวนการประมวลผลข้อมูลซึ่งเป็นเนื้อหาทางการสื่อสารมวลชนที่มีความเป็นปรนัย (Objective) เป็นระบบ (Systematic) โดยวิธีการแบ่งแยกประเภทเพื่อสรุปและทำการเปรียบเทียบ

อรนุช เลิศจรยารักษ์ (2524) นิยามการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นการวิเคราะห์ให้เห็นประจักษ์สำรวจเนื้อหาซึ่งแฝงอยู่กับเครื่องมือสื่อสารโดยการจัดประเภท จัดทำตารางและหาค่าจากสัญลักษณ์และใจความเพื่อทราบถึงความหมายและผลกระทบ

เกษม ศิริสัมพันธ์ (2507) นิยามการวิเคราะห์เนื้อหาว่าเป็นวิธีการวิจัยในทางสังคมศาสตร์ชนิดหนึ่ง เป็นวิธีการวิจัยสื่อสารมวลชนชนิดหนึ่ง มุ่งเฉพาะถึงเนื้อหาของสื่อสารมวลชน จะเป็นหนังสือพิมพ์ นิตยสาร รายการวิทยุหรือโทรทัศน์ ทั้งนี้เพื่อตรวจสอบเปรียบเทียบข้อมูลเพื่อแสดงถึงแนวโน้มของการสื่อสารมวลชน

สุภางค์ จันทวานิช (2542) กล่าวว่า การวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารอาจทำได้ทั้งโดยวิธีการเชิงปริมาณ และวิธีการเชิงคุณภาพ วิธีการเชิงปริมาณคือ การทำให้ข้อมูลเอกสาร ได้แก่ ถ้อยคำ ประโยคหรือใจความในเอกสารเป็นจำนวนที่วัดได้ แล้วเจงนับจำนวนของถ้อยคำ ประโยค หรือใจความเหล่านั้น วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเช่นนี้ที่รู้จักกันดีคือ การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ส่วนวิธีการเชิงคุณภาพคือ การตีความสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (Induction) จากเอกสารดังกล่าวประกอบกับเอกสารอื่นๆ โดยอาจมีการแบ่งประเภทตามเนื้อหาของเอกสารแล้วเปรียบเทียบเนื้อหาประเภทต่างๆ กันด้วยก็ได้

การวิเคราะห์เนื้อหา คือ เทคนิคการวิจัยที่พยายามจะบรรยายเนื้อหาของข้อความหรือเอกสาร โดยใช้วิธีการเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบ และเน้นสภาพวัตถุวิสัย (Objectivity) การบรรยายนี้เน้นที่เนื้อหาตามที่ปรากฏในข้อความ พิจารณาจากเนื้อหาโดยผู้วิจัยไม่มีอคติ หรือความรู้สึกของตัวเองเข้าไปพัวพัน ไม่เน้นการตีความหรือหาความหมายที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังหรือความหมายระหว่างบรรทัด สำหรับนักวิจัยบางคนถือว่าการวิเคราะห์เนื้อหาอาจไม่จำเป็นต้องเป็นวิธีการเชิงปริมาณก็ได้ เพียงแต่ให้การระบุคุณลักษณะเฉพาะของข้อความหรือสาระเป็นอย่างมีระบบและเป็นสภาพวัตถุวิสัย

ในการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยเฉพาะในสาขาที่มีการใช้ข้อมูลเอกสาร เช่น ประวัติศาสตร์ โบราณคดี วรรณคดี ภาษา นิเทศศาสตร์ การวิเคราะห์เนื้อหามิมีบทบาทเด่นในการช่วยบรรยายหรือแยกแยะสาระ (message) ของข้อความที่ศึกษา อาจกล่าวโดยย่อว่าในเอกสารหรือตัวบทที่จะวิเคราะห์นั้นมียังองค์ประกอบหลักๆ 6 ประการ ได้แก่ (สุภางค์ จันทวานิช, 2542)

1. แหล่งที่มาของข้อความหรือสาระ ได้แก่ ผู้สื่อ (Source / sender)
2. กระบวนการใส่ความหมายของสาระ (Encoding Process)
3. ตัวสาระหรือข้อความ (Message)
4. วิธีถ่ายทอดสารไปยังผู้อื่น (Channel of transmission)
5. ผู้รับสาร (Detector)
6. กระบวนการถอดความหมายของสาร (Decoding Process)

ในกรอบแนวคิดนี้ ตัวสารหรือข้อความเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุด การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการวิจัยที่สามารถช่วยวิเคราะห์ตัวสารหรือข้อความที่ถูกสื่อได้เป็นอย่างดี

เกษม สิริสัมพันธ์ (2507) กล่าวถึงจุดประสงค์และคุณประโยชน์ของการวิเคราะห์เนื้อหา
ดังนี้

1. เพื่อทราบแนวโน้มและระดับของการสื่อสารมวลชน การวิเคราะห์เนื้อหาอาจแสดงผลเป็นทำนองเปรียบเทียบให้เห็นถึงแนวโน้มและระดับการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชน ผลของการวิเคราะห์เนื้อหาช่วยชี้ให้เห็นถึงคุณภาพและปริมาณของเนื้อหาที่ถ่ายทอดไปสู่ประชาชน
2. เพื่อเปรียบเทียบแนวโน้มและระดับของเนื้อหาของการสื่อสารมวลชนระหว่างประเทศ (การตรวจสอบวิเคราะห์เนื้อหาของสื่อมวลชนโดยนำข้อมูลเกี่ยวกับเนื้อหาของสื่อมวลชนของแต่ละประเทศมาเปรียบเทียบ จึงอาจอนุมานให้เห็นถึงระดับของการแลกเปลี่ยนข่าวสารและความคิดเห็น เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ)
3. เพื่อทราบระดับความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชนเนื้อหาของสื่อมวลชนดำเนินไปตามกฎของการเสนอและสนองเมื่อประชาชนมีความต้องการเนื้อหาของสื่อมวลชนประเภทใด ชนิดใด ผู้ดำเนินการจัดทำย่อมต้องสนองความต้องการของประชาชน
4. เพื่อทราบ “แบบแผนวัฒนธรรม” (Cultural Pattern) ของสังคมปัจจุบัน วัฒนธรรมคือกรอบหรือแนวแห่งพฤติกรรมของมนุษย์ในสังคม สื่อมวลชนเป็นสื่อติดต่อเข้าถึงมวลชน จึงเป็นตัวจักรสำคัญในการกำหนดแนวโน้มทางวัฒนธรรมมวลชน ดังนั้น การตรวจสอบเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงเป็นทางหนึ่งซึ่งนักสังคมศาสตร์สามารถกำหนดเรียนรู้ “แบบแผนวัฒนธรรม” ของสังคมได้
5. เพื่อทราบแนวความคิดเห็นของสื่อมวลชนในฐานะเป็นแหล่งกลางในการแสดงความคิดเห็น (ในปัญหาอันเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์อันเป็นส่วนรวมของสังคม)
6. เพื่อตรวจสอบการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda)

Krippendorff (1980, หน้า 52-55 อ้างใน กนกวรรณ นະนะกร ,2542) อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการในการวิเคราะห์เนื้อหาว่าประกอบด้วย

1. กระบวนการข้อมูล (Data Making Process) คือ ข้อมูลเป็นหน่วยหนึ่งของข่าวสาร ซึ่งบันทึกอยู่ในสื่อที่มีความคงทนถาวร เป็นการนำข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบหนึ่งเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในการวิเคราะห์เนื้อหาจะนำเอาข่าวสารที่ไม่มีโครงสร้างทางภาษาชัดเจนทำให้อยู่ในรูปของการวิเคราะห์ ข้อมูลที่ได้มาจะต้องเป็นตัวแทนที่ดีของปรากฏการณ์ โดย

- 1.1 เรื่องที่สนใจศึกษาต้องแยกเป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Unitizing)

1.2 จำนวนหน่วยที่จะบันทึกต้องผ่านการสุ่มตัวอย่าง (Sampling) อย่างมีระบบ

1.3 หน่วยทุกหน่วยต้องมีการลงทะเบียนให้อยู่ในรูปแบบที่สามารถวิเคราะห์ได้

2. การเปลี่ยนแปลงข้อมูล (Data Reduction) คือ การจัดทำข้อมูลให้อยู่ในลักษณะที่สามารถนำมาใช้กับคอมพิวเตอร์ได้

3. การอนุมานข้อมูล (Inference) คือ การพิจารณาข้อมูลอย่างมีเหตุผล ซึ่งต้องเกี่ยวข้องกับการใช้สถิติ และต้องทำอย่างมีความเที่ยงตรง

4. การวิเคราะห์ (Analysis) คือ กระบวนการในการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่สังเกตได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หรือมีการพรรณนาผลของการวิเคราะห์ชัดเจน

ขั้นตอนในการวิเคราะห์เนื้อหา (สุภางค์ จันทวานิช, 2542)

1. ตั้งกฎเกณฑ์ ผู้วิจัยต้องตั้งกฎเกณฑ์ขึ้นสำหรับการคัดเลือกเอกสารและหัวข้อที่จะทำการวิเคราะห์

2. วางเค้าโครงของข้อมูล โดยการทำรายชื่อคำหรือข้อความในเอกสารที่จะถูกนำมาวิเคราะห์ แล้วแบ่งไว้เป็นประเภท (Categories) เพื่อช่วยให้การวิเคราะห์มีความสม่ำเสมอ ซึ่งผู้วิเคราะห์สามารถตัดสินใจว่าจะดึงคำหรือข้อความใดออกจากเอกสารหรือตัวบท (Text) และจะทิ้งคำหรือข้อความใดออกไป

3. บริบท (Context) เป็นสิ่งที่ผู้วิจัยต้องคำนึงถึง ผู้วิจัยควรตั้งคำถามเกี่ยวกับเอกสารที่นำมาวิเคราะห์ เพื่อให้การวิเคราะห์เป็นไปอย่างลึกซึ้ง การพิจารณาเอกสารในสภาพที่เป็นองค์ประกอบจึงเป็นสิ่งจำเป็น การบรรยายคุณลักษณะเฉพาะของเนื้อหาโดยไม่โยงไปสู่ลักษณะของเอกสารของผู้ส่งสารและผู้รับสารจะทำให้ผลการวิเคราะห์มีคุณค่าน้อย แต่ถ้าได้มีการเปรียบเทียบคุณลักษณะของเนื้อหาเข้ากับบริบทของเอกสาร และมีการโยงคุณลักษณะดังกล่าวเข้ากับกรอบแนวคิดทฤษฎีที่เหมาะสมที่ผู้วิจัยเลือกมาเปรียบเทียบ จะทำให้การวิเคราะห์ข้อมูลมีความกว้างขึ้น และนำไปสู่การอ้างอิงกับข้อมูลอื่นๆ ได้

4. โดยปกติการวิเคราะห์เนื้อหาจะกระทำกับเนื้อหาตามที่ปรากฏ (Manifest Content) ในเอกสารมากกว่ากระทำกับเนื้อหาที่ซ่อนอยู่ (Latent Content) การวัดความถี่ของคำหรือข้อความในเอกสารก็หมายถึงคำหรือข้อความที่มีอยู่ ไม่ใช่คำหรือข้อความที่ผู้วิจัยตีความได้ การตีความข้อความ จะกระทำในอีกขั้นตอนหนึ่งภายหลังเมื่อผู้วิจัยจะสรุปข้อมูล

การวิเคราะห์เนื้อหาเป็นวิธีการวิจัยหนึ่งที่ใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบของนิตยสารบันเทิง เพื่อเปรียบเทียบเนื้อหาของนิตยสารบันเทิงทั้งสองฉบับ คือ คาราวานยนตร์และทีวีพูล

ทฤษฎีองค์กร (Organization Theory)

ซงชัย สันติวงศ์ (2533) องค์กร หมายถึง กลุ่มของบุคคลที่ซึ่งได้มีการรวมกันเข้า และร่วมกันทำกิจกรรมด้วยกัน โดยกิจกรรมเหล่านั้นได้มีการจัดประสานให้เข้ากันได้เป็นอย่างดี เพื่อที่จะสามารถทำงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ร่วมอันเดียวกัน หรือหลายๆ วัตถุประสงค์พร้อมกันได้

วัตถุประสงค์ที่สำคัญขององค์กรโดยทั่วไปอาจแยกได้เป็น 3 ประเภท คือ (พะยอม วงศ์สารศรี, 2538)

1. วัตถุประสงค์ทางเศรษฐกิจหรือกำไร (Economic or Profit Objectives) กำไรในที่นี้อาจแสดงออกมาในรูปของจำนวนเงิน กำไรที่ได้จากการขายหรือผลตอบแทนจากการลงทุน (return on investment) กำไรเป็นเครื่องแสดงให้เห็นถึงความเข้มแข็งหรืออ่อนแอขององค์กร
2. วัตถุประสงค์เกี่ยวกับการให้บริการ (Service Objectives) ในองค์กรที่เป็นหน่วยงานของรัฐนั้น วัตถุประสงค์หลักก็คือ การมุ่งจัดทำบริการสาธารณะต่างๆ สนองความต้องการของประชาชน สำหรับองค์กรทางธุรกิจเองก็ได้มีการพิจารณาปรับปรุงวัตถุประสงค์ด้านที่พยายามทำกำไรสูงสุดมาเป็นการเสริมวัตถุประสงค์เกี่ยวกับการให้บริการมากขึ้น
3. วัตถุประสงค์ทางด้านสังคม (Social Objectives) วัตถุประสงค์ประเภทนี้จะเห็นได้ชัดในองค์กรภาคราชการ ทั้งนี้เพราะการก่อตัวขององค์กรเกิดขึ้นเพื่อจัดบริการต่างๆ สนองความต้องการของประชาชน หรือมุ่งสร้างความเจริญมั่นคงให้แก่ประเทศชาติ

องค์กรนิตยสารมีรูปแบบเดียวกันกับองค์กรธุรกิจทั่วไป ซึ่งเป็นองค์กรที่มีวัตถุประสงค์หลักทางเศรษฐกิจหรือกำไร ถึงแม้ว่าจะพยายามปรับปรุงวัตถุประสงค์ในด้านการให้บริการเพิ่มขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า อันเป็นผลที่จะทำให้องค์กรมีความเจริญเติบโตและมีความมั่นคง สามารถแข่งขันกับผู้แข่งขันอื่นๆ ได้

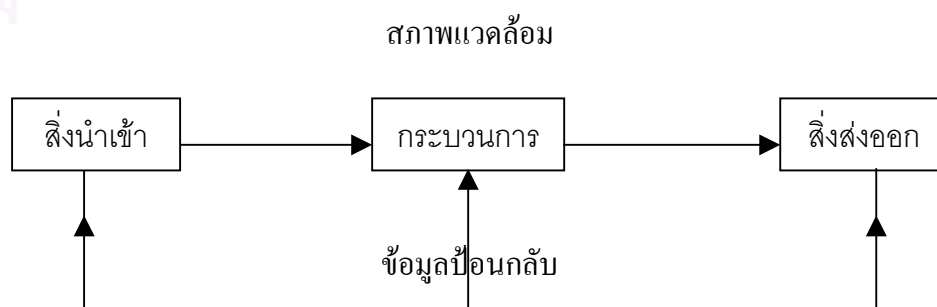
องค์กรทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นองค์กรธุรกิจ องค์กรด้านรัฐบาล ทางการศึกษาหรืออื่นๆ ต่างก็เป็นการทำงานในลักษณะกลุ่มที่จำเป็นจะต้องมีการบริหารในองค์กร ในการบริหารงานของ

องค์กรจะต้องมีผู้บริหารเข้ามาบริหารงาน เพื่อให้กลุ่มสามารถทำงานจนสำเร็จตามวัตถุประสงค์ขององค์กร การบริหารงานขององค์กรนิตยสาร กองบรรณาธิการเป็นฝ่ายบริหารที่กำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ และแนวทางในการดำเนินงานนิตยสารแต่ละฉบับ เป็นฝ่ายสั่งการให้ผู้ทำงานทุกฝ่ายทำงานประสานกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ปัญหาสำคัญที่องค์กรและผู้บริหารองค์กรจะต้องเผชิญคือ ปัญหาในเรื่องของการจัดระเบียบและดำรงไว้ซึ่งสภาพภายใน และปัญหาของการสามารถปรับตัวให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งปัจจัยทั้งสภาพภายในและภายนอกนี้เป็นปัญหาสำคัญที่จะมีผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวขององค์กร

การจัดองค์กรดังกล่าวสอดคล้องกับหลักของทฤษฎีองค์กรที่ว่า เป็นแนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างมีแบบแผน เกิดขึ้นจากการที่องค์กรต้องดำเนินการภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองกับการแก้ปัญหาความเสื่อมถอยหรือล่มสลายขององค์กร โดยมีสมมติฐานว่าการปล่อยให้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงโดยธรรมชาติโดยการกระทำของสิ่งแวดล้อม และไม่มีการปรับตัวเพื่อการอยู่รอด องค์กรจะเสื่อมสูญและล่มสลายไปในที่สุด ลักษณะโครงสร้างขององค์กรหรือวิธีในการจัดองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอเพื่อความเหมาะสมและเข้ากันได้ดีกับสภาพแวดล้อม รวมทั้งเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการทำกำไรให้สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ (กิตติพงศ์ ไทยเจริญ, 2541)

การปรับตัวหรือการเปลี่ยนแปลงขององค์กรเพื่อให้องค์กรดำรงอยู่ได้และสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุวัตถุประสงค์นั้น เพราะองค์กรเป็นระบบที่ประกอบด้วยสิ่งนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) สิ่งส่งออก (Output) ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) และสภาพแวดล้อม (Environment) ดังแผนภาพโดย Norbert Wiener อ่างใน พะยอม วงศ์สารศรี, 2538)



การปรับตัวตามสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป ข้อมูลป้อนกลับ (feedback) เป็นตัวสำคัญที่กำหนดให้องค์กรมีการปรับตัวอยู่เสมอ องค์กรจะต้องเป็นระบบเปิด (open system) ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต่างๆ มากมายที่เกี่ยวข้องกันและกัน ได้แก่ ปัจเจกชน รูปแบบองค์กร โครงสร้างด้านฐานะและบทบาท หน้าที่ของบุคคลในองค์กรและสภาพแวดล้อม ซึ่งตัวแปรเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อกระบวนการปฏิบัติงานขององค์กร

สรุปปัจจัยที่ส่งผลผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์กรเกิดจากปัจจัย 2 ประการ ได้แก่ (ประวูฒิ เพิ่มทรัพย์, 2540)

1. แรงผลักดันจากภายนอกองค์กร หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ที่องค์กรไม่สามารถเข้าไปควบคุมได้หรือควบคุมได้น้อย แรงผลักดันจากภายนอกองค์กรที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้แก่

- 1.1 ปัจจัยทางการตลาดหรือการบริหาร หมายถึง สินค้าและบริการต่างๆ ที่องค์กรผลิต ประเภทของลูกค้า ขนาดและความซับซ้อนของตลาด องค์กรคู่แข่ง
- 1.2 ความก้าวหน้าด้านวิทยาการเทคโนโลยี หมายถึง เครื่องมือและความรู้ต่างๆ ที่ใช้ในกระบวนการผลิต
- 1.3 ปัจจัยทางด้านสังคม หมายถึง ค่านิยม ทศนคติ วัฒนธรรม และความคาดหวังของสังคมที่เปลี่ยนไป
- 1.4 ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจตกต่ำในด้านต่างๆ ที่สังคมกำลังเผชิญอยู่

2. แรงผลักดันภายในองค์กร หมายถึง ปัจจัยต่างๆ ภายในองค์กรที่เป็นผลสืบเนื่องอันเกิดจากกระบวนการต่างๆ ภายในองค์กร และพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร ปัจจัยต่างๆ ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ได้แก่

- 2.1 การกำหนดวัตถุประสงค์ การกำหนดวัตถุประสงค์ขององค์กรมีความสำคัญต่อการปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรและการดำเนินงานขององค์กร
- 2.2 การปรับนโยบาย องค์กรจำเป็นต้องดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กรตามที่ผู้บริหารได้กำหนดไว้ เพื่อความสอดคล้องและประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.3 การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านเทคโนโลยีมีความสำคัญมากต่อองค์กรทุกประเภทในปัจจุบัน เพราะการพัฒนาเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าและมีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและเพิ่มประสิทธิผล ดังนั้น การก้าวตามทันเทคโนโลยีจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทุกองค์กรต้องคำนึงถึง

ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีองค์ประกอบในการวิเคราะห์เรื่องปัจจัยการบริหารและการดำเนินงานของนิตยสารบันเทิง เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการขององค์กรและการจัดทำนิตยสารตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และศึกษาการปรับเปลี่ยนองค์กรผู้จัดทำนิตยสารและผลกระทบของการปรับองค์กรต่อการจัดทำนิตยสารบันเทิงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายและการวางแผน

ประทุม รอดประเสริฐ (2527) อธิบายคำว่านโยบายกับการวางแผนว่าเป็นสิ่งที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดในลักษณะที่เป็นทั้งวัฏจักร (cycle) และการปฏิสัมพันธ์ (interrelation) กันและกัน

กล่าวคือ นโยบายอาจเป็นทั้งแม่แบบและรูปแบบของการวางแผน หรือการวางแผนอาจเป็นทั้งแม่แบบและรูปแบบของการกำหนดนโยบาย

พะยอม วงศ์สารศรี (2538) ได้ให้คำจำกัดความนโยบายว่าเป็น หลักการที่กำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติ นโยบายจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือที่ช่วยแนะแนวทางให้การปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ นโยบายจึงมีลักษณะที่กำหนดให้ผู้ปฏิบัติงานรู้ว่าจะต้องปฏิบัติงานอะไรบ้าง ที่ไหน อย่างไร เพื่อถือเป็นแนวทางก่อนจะดำเนินการตัดสินใจ

นโยบายเป็นกรอบสำหรับการตัดสินใจของผู้บริหารในลักษณะแสดงให้เห็นถึงวิถิต่างและผลแห่งการดำเนินงาน นโยบายที่ดีย่อมทำให้การตัดสินใจถูกต้องและดีตามไปด้วย นโยบายที่ดีย่อมทำให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพโดย

1. ช่วยสนับสนุนให้มีการตัดสินใจที่ถูกต้อง
2. เป็นการควบคุมขั้นพื้นฐานของการบริหารงาน
3. ทำให้เกิดความแน่นอนและการประสานงานในการปฏิบัติงาน
4. ช่วยลดเวลาที่ต้องใช้ในการตัดสินใจ

ปัจจัยที่ใช้พิจารณาเพื่อการกำหนดนโยบายจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

1. ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน (Fundamental Factors) เป็นสิ่งที่ผู้ที่มีหน้าที่กำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึงซึ่งแบ่งได้เป็น

- 1.1 ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ ผู้กำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรเป็นสำคัญในลักษณะที่เป็นการกำหนดให้องค์กรได้รับผลประโยชน์มากที่สุด หรือสูญเสียผลประโยชน์อันพึงได้น้อยที่สุด
- 1.2 ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้กำหนดนโยบาย วิธีการ หรือกระบวนการในการดำเนินนโยบาย ผู้กำหนดนโยบายควรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องวิธีการกำหนดนโยบายและความรู้ความเข้าใจโดยทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย
- 1.3 ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลและเอกสารต่างๆ ผู้กำหนดนโยบายจะต้องพยายามกรอข่าวสารและข้อมูลที่ได้อย่างละเอียดรอบคอบ พิจารณาอย่างลึกซึ้ง อาศัยข้อเท็จจริงเป็นหลัก เพื่อความถูกต้องและป้องกันการผิดพลาดอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรและหน่วยงาน

2. ปัจจัยที่เป็นสิ่งแวดล้อม (Environmental factors) หมายถึงสิ่งแวดล้อมในสังคมที่ผู้กำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึง เพราะสิ่งแวดล้อมในสังคมมีผลกระทบต่อผู้กำหนดนโยบายเป็นอย่างมากทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ปัจจัยที่เป็นสิ่งแวดล้อมสามารถจำแนกออกเป็น

- 2.1 ปัจจัยทางการเมืองและวัฒนธรรมการเมืองรูปแบบของการเมืองหรือการปกครองย่อมจะเป็นรูปแบบของการกำหนดนโยบายทางสังคมหรือองค์กรด้วย ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายของรัฐ ของหน่วยงานหรือองค์กรตลอดจนความรุนแรงของอิทธิพลหรือผลกระทบที่มีต่อนโยบายจะมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสถานการณ์
- 2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การดำเนินงานของนโยบายจะเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพและมีความต่อเนื่องได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับลักษณะทางเศรษฐกิจขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น
- 2.3 ปัจจัยทางสังคม อันได้แก่ลักษณะความเป็นอยู่ของสมาชิก ความแตกต่างกลุ่มสมาชิก ความสมัครสมานสามัคคีของกลุ่มสมาชิก ซึ่งล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบาย นอกจากนี้ ปัจจัยทางสังคมด้านวัฒนธรรม ระเบียบประเพณี ค่านิยมและความเชื่อ รวมไปถึงลักษณะชุมชนล้วนมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายทั้งสิ้น
- 2.4 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ ซึ่งจะเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง พื้นที่ อาณาเขต สภาพภูมิศาสตร์ และสภาพภูมิประเทศขององค์กรหรือหน่วยงาน โดยที่ผู้กำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึง เพื่อให้นโยบายที่กำหนดขึ้นเป็นนโยบายที่ถูกต้องและสามารถปฏิบัติได้จริง

1. ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน (Fundamental Factors) เป็นสิ่งที่ผู้ที่มีหน้าที่กำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึงซึ่งแบ่งได้เป็น

- 1.4 ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ ผู้กำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ขององค์กรเป็นสำคัญในลักษณะที่เป็นการกำหนดให้องค์กรได้รับผลประโยชน์มากที่สุด หรือสูญเสียผลประโยชน์อันพึงได้น้อยที่สุด
- 1.5 ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้กำหนดนโยบาย วิธีการ หรือกระบวนการในการดำเนินนโยบาย ผู้กำหนดนโยบายควรมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องวิธีการกำหนดนโยบายและความรู้ความเข้าใจโดยทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบาย
- 1.6 ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลและเอกสารต่างๆ ผู้กำหนดนโยบายจะต้องพยายามกรอข่าวสารและข้อมูลที่ได้อย่างละเอียดรอบคอบ พิจารณาอย่างลึกซึ้ง อาศัยข้อเท็จจริงเป็นหลัก เพื่อความถูกต้องและป้องกันการผิดพลาดอันอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรและหน่วยงาน

2. ปัจจัยที่เป็นสิ่งแวดล้อม (Environmental factors) หมายถึงสิ่งแวดล้อมในสังคมที่ผู้กำหนดนโยบายจะต้องคำนึงถึง เพราะสิ่งแวดล้อมในสังคมมีผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายเป็นอย่างมากทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ปัจจัยที่เป็นสิ่งแวดล้อมสามารถจำแนกออกเป็น

- 2.5 ปัจจัยทางการเมืองและวัฒนธรรมการเมืองรูปแบบของการเมืองหรือการปกครองย่อมจะเป็นรูปแบบของการกำหนดนโยบายทางสังคมหรือองค์กรด้วย ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายของรัฐ ของหน่วยงานหรือองค์กรตลอดจนความรุนแรงของอิทธิพลหรือผลกระทบที่มีต่อนโยบายจะมากหรือน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับสภาวะการณ์
- 2.6 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ การดำเนินงานของนโยบายจะเป็นไปโดยมีเสถียรภาพและมีความต่อเนื่องได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับลักษณะทางเศรษฐกิจขององค์กรหรือหน่วยงานนั้น
- 2.7 ปัจจัยทางสังคม อันได้แก่ลักษณะความเป็นอยู่ของสมาชิก ความแตกต่างกลุ่มสมาชิก ความสมัครสมานสามัคคีของกลุ่มสมาชิก ซึ่งล้วนแต่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบาย นอกจากนี้ ปัจจัยทางสังคมด้านวัฒนธรรม ระเบียบประเพณี ค่านิยมและความเชื่อ รวมไปถึงลักษณะชุมชนล้วนมีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายทั้งสิ้น
- 2.8 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ ซึ่งจะเกี่ยวกับสถานที่ตั้ง พื้นที่ อาณาเขต สภาพภูมิศาสตร์ และสภาพภูมิประเทศขององค์กรหรือหน่วยงาน โดยที่ผู้กำหนดนโยบายจะ

ต้องคำนึงถึง เพื่อให้นโยบายที่กำหนดขึ้นเป็นนโยบายที่ถูกต้องและสามารถปฏิบัติได้จริง

แนวทางในการกำหนดนโยบายที่ดี (ประชุม รอดประเสริฐ :2527)

1. นโยบายที่ดีจะต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และสามารถที่จะช่วยให้การดำเนินงาน บรรลุถึงเป้าประสงค์ได้
2. ต้องกำหนดขึ้นจากข้อมูลที่เป็นจริง มิใช่เป็นข้อมูลที่เกิดจากความคิดเห็นส่วนตัว
3. ควรกำหนดนโยบายก่อนที่จะมีการดำเนินงาน โดยการกำหนดกลวิธีและจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมแก่การดำเนินงาน
4. กำหนดขึ้นเพื่อสนองหรือส่งผลประโยชน์ให้กับบุคคลโดยส่วนรวม
5. นโยบายที่ดีจะต้องเป็นถ้อยคำหรือข้อความที่กะทัดรัด ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย และแถลงไว้เป็นลายลักษณ์อักษรที่สมาชิกทุกคนและทุกระดับสามารถเข้าใจได้อย่างชัดเจน
6. นโยบายที่ดีจะต้องมีขอบเขตและระยะเวลาในการใช้ นโยบายจะต้องอยู่ภายในขอบเขตของวัตถุประสงค์และมีความยืดหยุ่นสามารถที่จะปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อเหตุการณ์ใหม่ๆ เสมอ
7. นโยบายที่ดีจะต้องเป็นจุดร่วมหรือศูนย์ประสานสัมพันธ์ของหน่วยงานต่างๆ ภายในองค์กร กล่าวคือ หน่วยงานต่างๆ สามารถใช้นโยบายเป็นหลักการในการปฏิบัติการกิจของตน
8. ต้องกำหนดให้ครอบคลุมไปถึงสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตด้วย เพื่อให้การดำเนินงานที่เป็นในปัจจุบัน และงานที่กำลังจะทำในระยะเวลาอันใกล้กับงานที่จะต้องทำในอนาคตมีความสอดคล้องและต่อเนื่องกัน
9. ต้องกำหนดนโยบายให้สอดคล้องกับปัจจัยภายนอกองค์กร กล่าวคือจะต้องสอดคล้องกับระเบียบ กฎหมาย และข้อบังคับต่างๆ ของสังคมโดยส่วนรวม และสอดคล้องกับความสนใจหรือความคิดเห็นของสาธารณชนด้วย

ธุรกิจซึ่งประสบความสำเร็จส่วนใหญ่มักเกิดจากที่ผู้บริหารของธุรกิจนั้นๆ มิได้ตระหนักถึงความสำคัญของการวางแผน และมองข้ามสิ่งต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอภายในระบบเศรษฐกิจ ธุรกิจต้องเกี่ยวข้องอยู่ด้วยตลอดเวลา ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นหน้าที่ทางการบริหารที่สำคัญที่สุด และเป็นพื้นฐานของนักบริหาร (ชงชัย สันติวงศ์:2533)

ธงชัย สันติวงศ์ (2533) ให้นิยามความหมายของการวางแผนว่าคือ กระบวนการกำหนดวัตถุประสงค์สำหรับช่วงเวลาข้างหน้าและกำหนดสิ่งที่จะกระทำต่างๆ เพื่อที่จะให้บรรลุผลในวัตถุประสงค์ดังกล่าว

พะยอม วงศ์สารศรี (2538) ให้คำจำกัดความการวางแผนว่าเป็นความพยายามที่เป็นระบบ (Systematic attempt) เพื่อตัดสินใจเลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดสำหรับอนาคต เพื่อให้องค์กรบรรลุผลที่ปรารถนา

ระบบสภาพแวดล้อมภายนอกกับการวางแผน

การเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีผลต่อธุรกิจนั้นมีมากและอัตราการเปลี่ยนแปลงก็รวดเร็ว ครอบคลุมกว้างขวางและมีอิทธิพลกระทบรุนแรงกว่าแต่ก่อนมาก สภาพการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมเหล่านี้ที่เป็นบรรยากาศสำหรับการดำเนินงานของธุรกิจ พร้อมๆ กับการเป็นโอกาสให้ธุรกิจดำเนินการทำประโยชน์และหาประโยชน์คู่กันไป เงื่อนไขของสภาพแวดล้อมหลายประการที่เป็นไปและเปลี่ยนแปลงไป จะกลายเป็นข้อจำกัดสำหรับการบริหาร ผู้บริหารจึงต้องดำเนินการวางแผน โดยต้องมีความสามารถในการติดตามถึงความเป็นไปของอิทธิพลประเภทต่างๆ ในสภาพแวดล้อมได้อย่างทั่วถึง ครบถ้วนทุกด้าน (ธงชัย สันติวงศ์:2533)

ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดนโยบายและการวางแผนมาใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์การกำหนดนโยบายขององค์กร นิตยสารที่จัดเป็นองค์กรธุรกิจรูปแบบหนึ่ง ซึ่งการกำหนดนโยบายและการวางแผนขององค์กรนี้จะส่งผลถึงการจัดทำนิตยสารซึ่งเปรียบเสมือนผลิตภัณฑ์ขององค์กร

แนวคิดเรื่องการตลาด

การตลาด (ดร.เสรี วงษ์มณฑา:2532) เป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพอใจด้วยการพัฒนาสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการ นำเอาไปใช้แก้ไขปัญหาที่เขามีอยู่ในราคาที่เขาพึงใจในระบบการจัดจำหน่ายที่เอื้อต่อความสะดวกสบายตามแนวพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายด้วยความพยายามในทิศทางที่ถูกต้อง

การตลาดเป็นเรื่องของการจัดการที่ต้องมีการตัดสินใจในการกำหนดทางเลือกเพื่อจะใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดกำไรตามเป้าหมายของธุรกิจ และปัญหาที่นักการตลาดต้องตัดสินใจคือ

Objects ผู้บริโภคต้องการอะไร

Objective ผู้บริโภคต้องการสิ่งนั้นเพราะอะไร สิ่งจูงใจที่สำคัญ

Occasions ผู้บริโภคต้องการสิ่งนั้นในเวลาใด

Outlets ผู้บริโภคไปหาสิ่งที่เขาต้องการที่ไหน

Organization ผู้บริโภคจัดการด้านการซื้อและการตัดสินใจของเขาอย่างไร

Operation ผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจซื้ออย่างไร ปัจจัยที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจมีอะไรบ้าง ราคามีส่วนสำคัญเพียงใด และแสวงหาข้อมูลข่าวสารกันอย่างไร

การตลาดคือวิธีการที่องค์กรใช้ดำเนินการเพื่อให้การใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่ใช้ไปเพื่อการผลิตและการดำเนินงาน ให้สามารถผลิตสิ่งซึ่งตรงกับความต้องการของลูกค้า การตลาดจะเป็นตัวเชื่อมให้การใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กรเป็นไปโดยมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกาให้คำจำกัดความการตลาดว่าเป็นการปฏิบัติงานหรือการดำเนินงานที่เป็นกิจกรรมทางธุรกิจ ที่มีผลทำให้มีการกำกับให้สินค้าและบริการไหลผ่านจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือผู้ใช้สินค้าและบริการ

E.Jerome McCarthy ให้คำจำกัดความการตลาด หมายถึงผลงานที่เกิดจากกิจกรรมทั้งหลายที่เกี่ยวข้องกับการพยายามให้องค์กรบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ทั้งนี้โดยวิธีการคาดหมายถึงความต้องการต่างๆ ของลูกค้า และรวมถึงการกำกับให้สินค้าและบริการผ่านจากผู้ผลิตไปยังลูกค้า เพื่อตอบสนองความต้องการและความพอใจต่างๆ ให้แก่ลูกค้า

โดยสรุปการตลาด หมายถึงกิจกรรมทางธุรกิจที่เน้นให้ความสำคัญกับผู้บริโภคเป็นหลัก การตลาดที่แท้จริงจะเริ่มต้นที่การพิจารณาค้นหาความต้องการของลูกค้าก่อนสำคัญที่สุด จากนั้นจึงจะทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามที่ลูกค้าต้องการขึ้นมาเสนอขาย กำหนดราคาให้เหมาะสม พิจารณาวิธีการจำหน่ายที่คล่องตัวโดยวิธีส่งเสริมการจัดจำหน่ายและยังคลุมถึงกิจกรรมที่สร้างความพอใจต่างๆ ให้กับลูกค้าหลังการขายด้วย

ทุกกระบวนการแต่ละขั้นตอนของการตลาดจะต้องให้ความสำคัญกับผู้ซื้อสินค้าหรือผู้บริโภคเป็นหลัก หรือการสนใจที่ตัวลูกค้าโดยดูถึงความต้องการและพิจารณาลึกลงไปถึงพฤติกรรมและความชอบของผู้บริโภค

ลักษณะของงานการตลาดประกอบด้วยเงื่อนไข 4 ประการคือ (ธงชัย สันติวงศ์:2531)

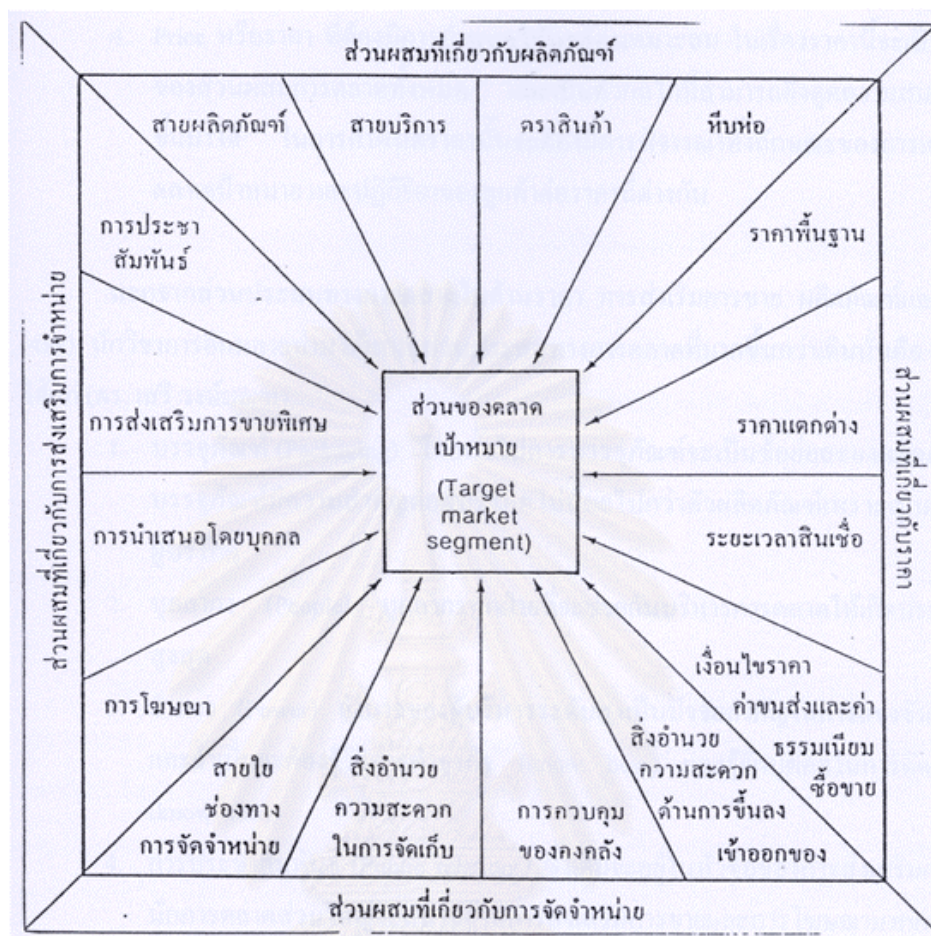
1. สามารถสร้างความพอใจให้ลูกค้า (customer profitability) ซึ่งเป็นพื้นฐานแรกเริ่มของความจงรักภักดีและสนับสนุนองค์กรต่อไป
2. สามารถทำกำไรกับลูกค้าทุกกลุ่มได้ (customer satisfaction) คือจากการสามารถตอบสนองความพอใจให้ลูกค้าได้ดี ลูกค้าก็จะยินดีและเต็มใจจ่ายเพื่อแลกกับสิ่งที่ต้องการ
3. สามารถทำกำไรในทางการตลาด (marketing profitability) นั่นคือสามารถได้รับผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการชนะคู่แข่งขั้นได้
4. สามารถสร้างลูกค้า (create customer) หรือหาตลาด โดยมุ่งที่การพยายามทำให้การขายแตกตัวขยายวงออกไปกว้างที่สุดและเร็วที่สุด

กิจกรรมทางการตลาดและส่วนผสมทางการตลาด

รูปแบบของกิจกรรมทางการตลาดที่จัดเป็นกลุ่มงานภายในองค์กรคือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งหมายถึงการผสมที่เข้ากันได้เป็นอย่างดีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของการกำหนดราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย และระบบการจัดจำหน่ายซึ่งได้มีการจัดออกแบบเพื่อใช้สำหรับการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการ

แผนภาพที่แสดงส่วนผสมทางการตลาด (ธงชัย สันติวงศ์ :2531)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ส่วนผสมทางการตลาดเพื่อมุ่งสนใจตอบสนองลูกค้า มีดังนี้

1. Product หรือผลิตภัณฑ์ ที่จะต้องมีการพิจารณาออกแบบหรือพัฒนาขึ้นมาได้ตรงกับความต้องการของตลาดและลูกค้า ความหมายของผลิตภัณฑ์จะหมายถึงแบบ รูปร่างของผลิตภัณฑ์และ / รวมไปถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ส่วนสำคัญที่สุดของเรื่องผลิตภัณฑ์นี้คือการมุ่งพยายามพัฒนาให้มีสิ่งซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้
2. Place หรือสถานที่ หรือการไปให้ถึงเป้าหมาย กล่าวคือผลิตภัณฑ์ที่ดีหากไม่สามารถไปถึงทันเวลาและในสถานที่ที่มีความต้องการแล้ว ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ก็จะไม่มีความหมาย
3. Promotion หรือการส่งเสริมการจัดจำหน่าย หรือการแจ้ง การบอกกล่าวและการขาย ความคิดความเข้าใจให้ลูกค้าได้รับ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับวิชาการต่างๆ ที่ใช้สำหรับสื่อความ (communicate) ให้ถึงตลาดเป้าหมาย

4. Price หรือราคา ที่ต้องมีการกำหนดให้ถูกต้องเหมาะสม ในเรื่องราคาดังกล่าวจะเป็นใจกลางของส่วนผสมการตลาดทั้งหมด และเป็นตัวกลไกที่สามารถดึงดูดความสนใจให้เกิดขึ้นมาได้ ในการกำหนดราคานั้นจะต้องมีการพิจารณาทั้งลักษณะของการแข่งขันในตลาดเป้าหมาย และปฏิกิริยาของลูกค้าต่อราคาที่ต่างกัน

นอกจากส่วนประสมทางการตลาดในด้านราคา การส่งเสริมการขาย ผลิตภัณฑ์และสถานที่ (4Ps) นักวิชาการอีกหลายท่านได้เสนอส่วนประสมทางการตลาดที่มากขึ้นกว่าเดิม นั่นคือ 8Ps อันได้แก่ (ดร. เสรี วงษ์มณฑา,

1. บรรจุภัณฑ์ (Packaging) โดยทั่วไปการบรรจุภัณฑ์จะเป็นข้อย่อยของผลิตภัณฑ์ ซึ่งบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อผู้บริโภคไม่น้อยไปกว่าตัวผลิตภัณฑ์เพราะเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภค
2. บุคลากร (People) บุคลากรทุกฝ่ายที่จะช่วยกันบริหารการตลาดให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด
3. อำนาจ (Power) อำนาจของผู้บริหารระดับสูงเป็นปัจจัยสำคัญในการแข่งขันในตลาด และจำเป็นต้องรู้วิธีการทำธุรกิจ (know how) และรู้จักบุคคลในการติดต่อธุรกิจ (know who)
4. การประชาสัมพันธ์ (Public relations) ซึ่งเดิมจะอยู่ในหัวข้อของการส่งเสริมการตลาด นักการตลาดส่วนใหญ่จะสนใจด้านการส่งเสริมการขายและการโฆษณา มากกว่าการประชาสัมพันธ์ แต่การประชาสัมพันธ์สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าได้ดีกว่าการส่งเสริมการขายและการโฆษณาซึ่งจะทำให้สินค้านั้นขายได้แพงกว่า และได้รับการเลือกมากกว่าเมื่อสินค้านั้นมีคุณสมบัติอื่นเท่าเทียมกับสินค้าคู่แข่ง

ปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆ หลายชนิดที่มีอิทธิพลต่อการตลาด ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ (อคุลย์ จาตุรงค์กุล : 2519)

1. ปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ (Controllable factors) ซึ่งได้แก่ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps หรือ 8Ps ดังกล่าว เพราะเป็นปัจจัยที่อยู่ในอำนาจหรืออิทธิพลของนักการตลาดที่จะผลิตมันขึ้นมาเพื่อเสนอต่อผู้บริโภคในตลาด
2. ปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Uncontrollable factors) ได้แก่
 - สิ่งแวดล้อมของตลาดที่เกี่ยวกับสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic)
 - รากฐานเกี่ยวกับสังคมเศรษฐกิจเบื้องต้น (Basic Socioeconomic Foundations)

- เกณฑ์ต่างๆ ของสิ่งแวดล้อม (Dimensions of the Social Environment)
- ชั้นทางสังคมและกลุ่มอ้างอิง (Social Classes and Reference Groups)
- บรรทัดฐานทางสังคมที่กำหนดขึ้นไว้แล้ว (Socially Defined Norms)
- สไตล์ในการครองชีพของผู้บริโภค (Consumer Life Style)
- สิ่งแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Law)
- สิ่งแวดล้อมเกี่ยวกับเทคโนโลยี (Technological Environment)

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กนกวรรณ นະนะกร (2542) เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบ นโยบายและวิธีการดำเนินธุรกิจ ศึกษารูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารสกุลไทย และวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ทำให้นิตยสารสกุลไทยสามารถดำเนินธุรกิจมาจนถึงปัจจุบัน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาของสกุลไทยคือปัจจัยด้านสังคมเศรษฐกิจ ความสนใจของผู้อ่าน และบุคลากรในองค์กร และสกุลไทยมีจัดตั้งและแนวทางในการนำเสนอเนื้อหาที่มีนวนิยายเป็นหลัก รูปแบบและเนื้อหาที่ปรากฏเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีสาระครบถ้วน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการจัดทำนิตยสาร ราคาจำหน่ายไม่สูงมากนัก เป็นปัจจัยที่ทำให้นิตยสารสกุลไทยสามารถดำเนินธุรกิจมาจนถึงปัจจุบัน

ภัทรนันท์ ชัยพงศ์เกษม (2539) การวิจัยเชิงพรรณนาวิเคราะห์ โดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการวิเคราะห์จากเอกสาร มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงพัฒนาการและทิศทางของอุตสาหกรรมนิตยสารในอนาคต โดยการวิเคราะห์ภายในกรอบการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและเทคโนโลยีเฉพาะบริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรที่ประกอบธุรกิจหลักทางด้านนิตยสาร ซึ่งมีนิตยสารในเครือได้แก่ การเริ่มธุรกิจด้วยนิตยสารบ้านและสวน แพรว แพรวสุดสัปดาห์ LIFE & DÉCOR TRENDY MAN และปัจจัยที่มีผลต่อพัฒนาการของบริษัท ได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร โดยมีผู้บริหารกำหนดนโยบายและปัจจัยภายนอก ได้แก่ เศรษฐกิจ สังคมและเทคโนโลยี ซึ่งสนับสนุนดำเนินกิจการให้เติบโตอย่างรวดเร็ว และในด้านแนวโน้มของอุตสาหกรรมนิตยสารผู้บริหารของบริษัทให้ใช้นโยบายอย่างค่อยเป็นค่อยไป ดู

จังหวะและโอกาส และแสวงหาความร่วมมือจากองค์กรอื่น ๆ เพื่อช่วยในการขยายความเจริญเติบโต

นฤพนธ์ เอื้อธวัช (2539) เป็นการศึกษาที่มุ่งศึกษาองค์กรผู้ผลิตหนังสือแนวท่องเที่ยว เนื้อหาและผู้รับสาร พบว่าองค์กรผู้ผลิตนิตยสารแนวท่องเที่ยวจะแตกต่างกันไปโดยแยกเป็นองค์กรของรัฐและองค์กรอิสระของเอกชน องค์กรจะสัมพันธ์กับการนำเสนอเนื้อหาซึ่งจะแตกต่างกันไปตามลักษณะขององค์กร และกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งแนวโน้มของนิตยสารแนวท่องเที่ยวมีภาวะที่จะแข่งขันกันสูงขึ้น เนื่องจากมีนิตยสารแนวนี้ออกใหม่ ๆ อยู่เรื่อย ๆ เนื่องจากผู้ผลิตสามารถนำเสนอเนื้อหา ลักษณะและรูปแบบได้อย่างหลากหลาย

ระวีวรรณ ประกอบผล (2539) งานวิจัยเรื่องนิตยสารไทย เป็นการศึกษาเกี่ยวกับประวัติและวิวัฒนาการของนิตยสารไทยตั้งแต่ยุคเริ่มแรก (รัชกาลที่ 3) จนถึงปัจจุบัน (มิถุนายน พ.ศ. 2527) โดยศึกษาประเภทของนิตยสาร รูปแบบ เนื้อหา จำนวนการผลิต การโฆษณา การกระจายไปสู่ผู้อ่าน ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญของการผลิตนิตยสารไทย ตลอดจนศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ของนิตยสารในฐานะที่เป็นสื่อมวลชนประเภทสื่อสิ่งพิมพ์อย่างหนึ่งเพื่อที่จะได้ทราบถึงปัจจัยสนับสนุนหรืออุปสรรคในการผลิตนิตยสารในประเทศไทย

อุบลวรรณ ปิติพัฒนา โฆษิต และ อวยพร พานิช (2532) ศึกษานิตยสารสตรีของไทยในช่วง 100 ปี นับตั้งแต่ พ.ศ. 2431-2431 รวมทั้งหมด 130 ฉบับ จึงแบ่งได้เป็น 5 ยุค คือ

ยุคที่ 1 ยุคการปลุกสำนึกในด้านการศึกษาและความรู้ และสิทธิสตรีไทย (พ.ศ. 2431-2475)

ยุคที่ 2 ยุคมีคของนิตยสารสตรี (มิถุนายน 2475-2489)

ยุคที่ 3 ยุคตื่นตัวของนิตยสารสตรี (พ.ศ. 2490-2500)

ยุคที่ 4 ยุคนวนิยายพาฝัน (พ.ศ. 2501-2516)

ยุคที่ 5 ยุคข่าวสารและความหลากหลายของนิตยสารสตรี (พ.ศ. 2516-2531)

โดยศึกษานิตยสารสตรีตามยุคที่ได้แบ่งไว้ เพื่อดูการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารสตรีโดยมีอิทธิพลจากสิ่งแวดล้อม สภาพสังคมในแต่ละช่วงเป็นตัวกำหนด

นิยามศัพท์

นิตยสารบันเทิง หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีกำหนดออกตามวาระ มีปกอ่อน เน้นการนำเสนอเนื้อหาเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ความบันเทิง ให้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับความบันเทิงในด้านต่างๆ ทั้งในวงการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ การแสดงต่างๆ ตลอดจนให้ข้อมูลเกี่ยวกับนักแสดง นักร้อง รวมไปถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในแวดวงบันเทิง และให้ความรู้ในเชิงวิชาการในบางเรื่อง เช่น เรื่องเพศศึกษา และสุขภาพ

นิตยสารบันเทิงในที่นี้หมายถึง

นิตยสารดาราทะเล เป็นนิตยสารบันเทิงที่มีกำหนดออกเป็นรายสัปดาห์ เน้นการนำเสนอเนื้อหาด้านภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ รวมไปถึงข่าวคราวในแวดวงโทรทัศน์ ภาพยนตร์ วิทยุและอื่นๆ ที่มีจุดประสงค์หลักในการให้ความบันเทิง ตลอดจนให้ความรู้ตอบปัญหาทางวิชาการจากนักวิชาการ

นิตยสารทีวีพูล คือนิตยสารที่มุ่งให้ข้อมูลเกี่ยวกับข่าวคราวในวงการโทรทัศน์ไทย อันได้แก่รายการโทรทัศน์ ละครโทรทัศน์ ข่าวเกี่ยวกับดาราทะเลโทรทัศน์ไทย ความเคลื่อนไหว เหตุการณ์และประเด็นต่างๆ ที่มีผู้วิจารณ์เกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ และนำเสนอคอลัมน์ให้ความรู้ทางวิชาการในเรื่องเพศศึกษา

พัฒนาการของนิตยสารบันเทิง หมายถึงประวัติ ความเป็นมาของนิตยสารบันเทิงทั้งสองฉบับอันได้แก่ นิตยสารดาราทะเล และทีวีพูล พัฒนาการสามารถจำแนกได้ดังนี้

- ประวัติ ความเป็นมา จุดเริ่มต้นในการทำนิตยสาร
- ความเปลี่ยนแปลงในด้าน นโยบาย รูปแบบ และการนำเสนอเนื้อหา
- องค์กร ในแง่การเป็นเจ้าของ และการบรรณาธิการบริหาร

การนำเสนอรูปแบบและเนื้อหา

การนำเสนอด้านรูปแบบ หมายถึงตัวเล่มของนิตยสารบันเทิงโดยมีองค์ประกอบได้แก่ การนำเสนอภาพปกหน้า-ปกหน้าด้านใน-ปกหลัง-ปกหลังด้านในลักษณะทั่วไป ได้แก่ ราคา-ขนาด-ความหนา-หัวหนังสือ-โปรยปก-การเย็บเล่ม-กระดาษ-การพิมพ์โฆษณา

การนำเสนอด้านเนื้อหา หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาประเภทต่างๆในนิตยสารดาราทะยานตร์และทีวีพูล

ภาพ หมายถึงรูปภาพที่ปรากฏในนิตยสารดาราทะยานตร์และทีวีพูล จัดเป็นเนื้อหาภายในเล่ม

ภาพ แบ่งได้เป็น 4 ประเภทตามวัตถุประสงค์ของการนำเสนอ ได้แก่

- ภาพโฆษณา หมายถึงภาพที่แทรกอยู่ในเนื้อหา มีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำ นำเสนอสินค้าและบริการต่างๆ
- ภาพข่าว หมายถึงภาพประกอบการรายงานข่าว ความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง ซึ่งอาจจะเป็นภาพดาราประกอบข่าวเกี่ยวกับดารา และภาพเหตุการณ์ต่างๆ
- ภาพประกอบเรื่องราว หมายถึงภาพประกอบเนื้อหาในส่วนที่เป็นคอลัมน์ต่างๆที่เกี่ยวกับการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆของนักแสดง ศิลปิน ภาพยนตร์และเรื่องราวอื่นๆในวงการบันเทิงและโทรทัศน์
- ภาพดำเนินเรื่อง หมายถึงเนื้อหาที่ใช้ภาพเป็นตัวดำเนินเรื่องราว มีตัวหนังสือประกอบเพียงเล็กน้อย ตัวอย่างเช่น ภาพงานประกาศรางวัลตุ๊กตาทอง , ภาพบรรยากาศงานครบรอบวันเกิด เป็นต้น

โฆษณาแฝง หมายถึง การนำเสนอเนื้อหาและภาพ ซึ่งใช้ดาราและศิลปินเป็นผู้นำเสนอสินค้านั้นๆ ตั้งขึ้นเป็นคอลัมน์ประจำภายในเล่ม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำ สร้างภาพลักษณ์และขายสินค้าและบริการ

เอื้อเอื้อค คอลัมน์ระจำที่นำเสนอพื้นที่โฆษณาในนิตยสารทีวีพูล โดยมีดาราเป็นฟรีเซ็นเตอร์ ตลอดจนการนำเสนอสินค้าและบริการโดยผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ ซึ่งนิตยสารทีวีพูลเป็นผู้ประสานงานระหว่างลูกค้าและดาราและมีการตกลงทำสัญญากันเพื่อนำ

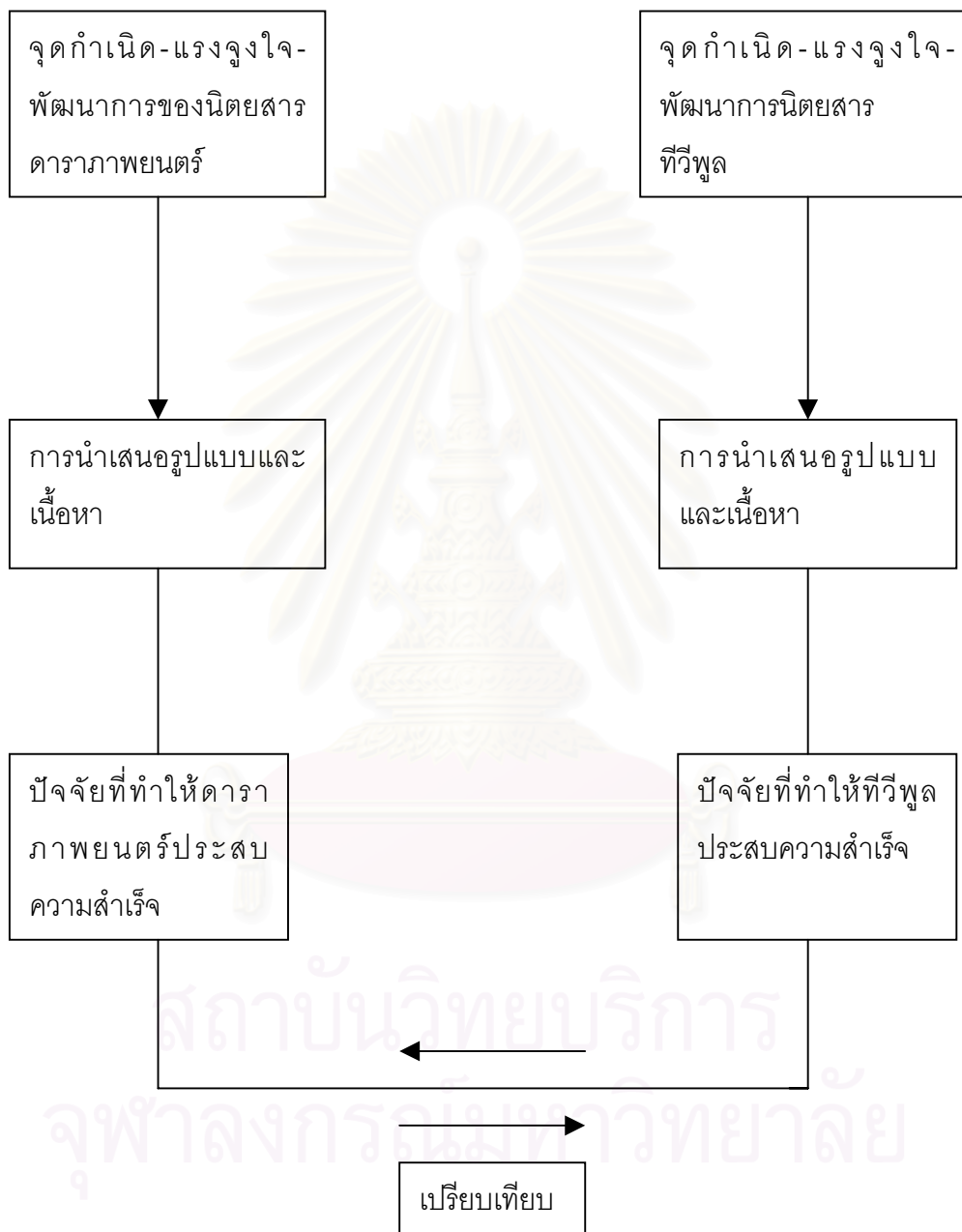
เสนอภาพโฆษณาให้กับนิตยสารทีวีพูลเพียงฉบับเดียว โดยมีจุด
ประสงค์หลักคือการนำเสนอสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้าง
ภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการนั้นๆ คอลัมน์ที่จัดเป็นเอื้อเอ็ด
ของทีวีพูล ได้แก่ คอลัมน์คลินิกทีวีพูล , ศัลยกรรมกับความ
งาม , คริวคนดังกับเบสท์ฟู้ด , สูตรเด็ดกับโรซ่าเฟิร์ช , Diary กับ
ย่ำยา และ Saving energy

ข้อสันนิษฐานการวิจัย

1. นิตยสารดาราทะทัศน์และทีวีพูลมีที่มาและจุดกำเนิดไม่เหมือนกัน
2. นิตยสารดาราทะทัศน์และทีวีพูลมีการสร้างภาพลักษณ์ของเนื้อหาภายในเล่มไม่เหมือนกัน
3. นิตยสารดาราทะทัศน์และทีวีพูลมีการสร้างจุดขายไม่เหมือนกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Conceptual Framework



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “จุดกำเนิด พัฒนาการของรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวี่พูล” ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบของนิตยสารบันเทิง ได้แก่ นิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวี่พูล เพื่อมุ่งที่จะศึกษาถึงพัฒนาการนิตยสารบันเทิงในด้านจุดกำเนิด ประวัติ ความเป็นมา ความเปลี่ยนแปลงด้านนโยบาย รูปแบบและการนำเสนอเนื้อหา

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาจุดกำเนิด และพัฒนาการด้านรูปแบบและเนื้อหา มุ่งศึกษาเฉพาะนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวี่พูล ผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. ศึกษาจุดกำเนิดและแรงจูงใจในการจัดทำนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวี่พูล โดย การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตนิตยสารและผู้ก่อตั้ง
2. ศึกษาพัฒนาการด้านรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวี่พูลว่ามีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบ และเนื้อหาลักษณะใดบ้างตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน

กลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่างประเภทเอกสาร ได้แก่ นิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวี่พูล ตั้งแต่ฉบับแรก ที่ได้รับการตีพิมพ์มาจนถึงฉบับปัจจุบัน ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Random Sampling นิตยสารดารารายภาพยนตร์ ตั้งแต่ฉบับแรก (เดือนเมษายน พ.ศ. 2520) จนถึงปัจจุบัน (เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545) เพราะมีการเปลี่ยนรูปแบบการเขียนเล่มใหม่ รวมจำนวน 49 ฉบับ รวมระยะเวลา 26 ปี

นิตยสารทีวี่พูล ตั้งแต่ฉบับแรก (เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2533) จนถึงปัจจุบัน (เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2544) จำนวน 32 ฉบับ รวมระยะเวลา 12 ปี

2. กลุ่มตัวอย่างประเภทเอกสาร ได้แก่บทบรรณาธิการนิตยสารดารารายจันทร์และทีวีพูล เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Purposive Sampling (เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง) คือฉบับครบรอบปี ,ครบรอบปีใหม่ และฉบับที่มีการเปลี่ยนแปลงราคา และรูปเล่ม

3. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยสำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคลในองค์กรนิตยสารทั้ง 2 ฉบับ รวมทั้งสิ้น 3 คน ได้แก่

1. บุคคลในกองบรรณาธิการนิตยสารดารารายจันทร์
ตำแหน่งนักข่าวอาวุโสและคอลัมนิสต์ประจำกองบรรณาธิการ
(ไม่สามารถเปิดเผยนามได้เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านนโยบายขององค์กร)
2. เกรียงศักดิ์ สกุลชัย
ตำแหน่งอดีตบรรณาธิการบริหารนิตยสารทีวีพูล
3. ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์
ตำแหน่งหัวหน้าบรรณาธิการนิตยสารทีวีพูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้มา

1. แหล่งข้อมูลประเภทเอกสารโดยค้นคว้าจาก

- 1.1 งานวิจัยต่างๆ ได้แก่ วิทยานิพนธ์ เอกสารต่างๆจากห้องสมุดคณะนิเทศศาสตร์ และสถาบันวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- 1.2 ตำนิตยสารดารารายจันทร์ และทีวีพูล ค้นคว้าจากหอสมุดแห่งชาติ หอภาพยนตร์และบริษัทไนต์ พับบลิชซิ่ง จำกัด

2. แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลสัมภาษณ์เจาะลึก บุคคลสำคัญในการก่อตั้งและการผลิตนิตยสาร จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์พัฒนาการทางด้านรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารดาราทาภาพยนตร์และทีวีพูลใช้แบบบันทึกข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาลงในตารางลงรหัส (Coding Sheet) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล โดยแยกเป็นประเภท ดังนี้

- 1.1 ตารางบันทึกการนำเสนอรูปแบบของนิตยสารดาราทาภาพยนตร์และทีวีพูล โดยพิจารณาจากลักษณะทางกายภาพของนิตยสารทั้งสองฉบับ

- 1.2 ตารางบันทึกการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารดาราทาภาพยนตร์และทีวีพูล โดยพิจารณาจากเนื้อหาภายในนิตยสารทั้งสองฉบับ ว่านำเสนอเนื้อหาเป็นกี่ประเภท เหมือนและแตกต่างกันอย่างไร

2. การสัมภาษณ์เจาะลึกบุคคล โดยมีแนวคำถามดังนี้

1. วัน เดือน ปี ที่ผลิตนิตยสาร
2. แรงจูงใจในการจัดทำนิตยสาร
3. นโยบายและแนวคิดหลักของนิตยสาร
4. กลุ่มเป้าหมาย
5. หลักในการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสาร
6. จุดขายของนิตยสาร
7. การปรับเปลี่ยนทางด้านรูปแบบและเนื้อหาในแต่ละช่วง
8. หลักการทำงานของทีมงานผู้ผลิตนิตยสาร
9. ปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไข
10. แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางรหัส (Coding Sheet) ใช้วิธีการแจกแจงค่าความถี่หาค่าร้อยละเพื่อหาความถี่ของเนื้อหาและรูปแบบ เพื่อศึกษาพัฒนาการทางด้านรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน

2. วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกในเชิง นโยบาย การบริหารงาน การกำหนดเนื้อหาและรูปแบบ

การนำเสนอข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงบรรยายที่ศึกษาถึงพัฒนาการของนิตยสารตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน มีขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1. การศึกษาเนื้อหาและรูปแบบ โดยศึกษาจากตัวนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูลเพื่อให้ทราบถึง

1.1 ประวัติความเป็นมาโดยละเอียด

1.2 การนำเสนอเนื้อหาภายในเล่มของนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูลตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน โดยแบ่งเป็นช่วงการศึกษาเป็นยุคตามการเปลี่ยนแปลงของบรรณาธิการบริหารและผู้อำนวยกา เพื่อให้ทราบถึงพัฒนาการทางด้านกรนำเสนอเนื้อหา หลักการกำหนดเนื้อหา และเนื้อหาที่เป็นจุดขายของนิตยสารมาตั้งแต่ต้นจนถึงปัจจุบัน

1.3 รูปแบบของนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูล ศึกษาพัฒนาการความเปลี่ยนแปลงรูปแบบของนิตยสารตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน โดยแบ่งการศึกษาเป็นยุคเช่นเดียวกับการนำเสนอเนื้อหา โดยแบ่งออกเป็น

- การนำเสนอภาพปก ได้แก่ ภาพปกหน้า , ปกหน้าด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านใน
- ลักษณะทั่วไป ได้แก่ ราคา,ขนาด,ลักษณะหัวหนังสือ,การโปรยปกและการเย็บเล่ม
- กระดาษและการพิมพ์
- ภาพประกอบ
- โฆษณาและโฆษณาแฝง (วิเคราะห์เป็นอัตราส่วนร้อยละโดยคิดจากสัดส่วนเนื้อหาทั้งหมด)

2. การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูล ได้แก่บุคคลในกองบรรณาธิการนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูล

3. การศึกษาข้อมูลเชิงเปรียบเทียบด้านการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูลถึงความเหมือนและความแตกต่าง
4. ศึกษาในเชิงเปรียบเทียบปัจจัยต่างๆที่ทำให้นิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูลดำเนินธุรกิจมาจนถึงปัจจุบัน
5. สรุปและอภิปรายผล
6. ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบข้อมูล

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์บุคคลผู้ก่อตั้งและผลิตนิตยสาร ใช้วิธีการตรวจสอบโดยใช้คำถามเดียวกันตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้นั้นตรงกันหรือไม่ และใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์นำมาเปรียบเทียบกับข้อมูลเอกสาร

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ จุดกำเนิด พัฒนาการรูปแบบและเนื้อหาวิทยาสารดารารากาพยนตร์ และทีวีพูล “ เป็นการศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาถึงที่มา จุดกำเนิดของพัฒนากาหรนิตยสารดารารากาพยนตร์และทีวีพูล รวมไปถึงการเจริญเติบโต เปลี่ยนแปลง ทางด้านรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารทั้งสองเล่ม โดยผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น

1. จุดกำเนิดและพัฒนากาหรนิตยสารดารารากาพยนตร์
2. จุดกำเนิดและพัฒนากาหรนิตยสารทีวีพูล

ผู้ศึกษาได้แบ่งการวิจัยพัฒนากาหรนิตยสารทั้งสองเล่มออกเป็นยุค ตามการเปลี่ยนแปลง บรรณาธิการ

จุดกำเนิดและพัฒนากาหรนิตยสารดารารากาพยนตร์

ความเป็นมาและจุดกำเนิดของนิตยสารดารารากาพยนตร์

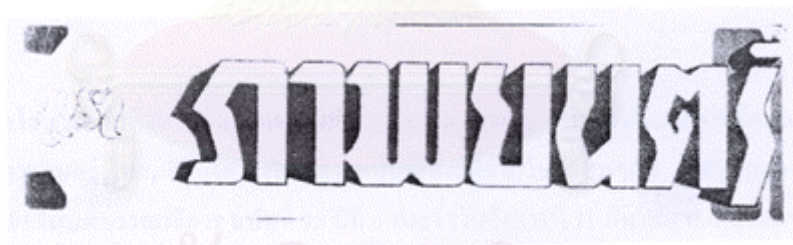
เริ่มจากเดิมเป็นโรงพิมพ์ “ ธรรมะบรรณากาน “ พิมพ์หนังสือธรรมะ ตำราเรียน ซึ่งเป็นกิจการของครอบครัว “ จงเลิศจรรยา “ ซึ่งมีแท่นพิมพ์เป็นของตัวเอง คือแท่นพิมพ์ที่เรียกว่า “ ลับแกละ ” คือการพิมพ์ที่ใช้ระบบตัวเรียงมาเข้าเรียงด้วยตัวตะกั่ว พิมพ์หนังสือธรรมะ ตำราสวดมนต์ ตำราเรียน จากนั้นเปลี่ยนจากโรงพิมพ์ธรรมะบรรณากานมาเป็นสำนักพิมพ์อำนวยการ ตามชื่อเจ้าของคือ อำนวยการ จงเลิศจรรยา

ช่วงปลายปี พ.ศ. 2520 ธนู จงเลิศจรรยา ซึ่งเป็นบุตรชายคนโตของอำนวยการ สนใจงานบันเทิง ประกอบกับมีเพื่อนฝูงทำงานในสายบันเทิงอยู่ จึงเกิดความคิดที่อยากจะทำหนังสือในแนวบันเทิง และตลาดหนังสือบันเทิงมีอยู่ไม่มากนัก ได้แก่ ดารากาพ ภาพดารากาพยนตร์บันเทิง โลกดารากาพ และมิตรภาพ จึงเอื้อให้เกิดนิตยสารบันเทิงขึ้นมาอีกหนึ่งเล่มในตลาด คือนิตยสารดารากาพยนตร์

ที่มาของชื่อ “คาราภาพยนตร์”

หนังสือคาราภาพยนตร์วางแผงฉบับปฐมฤกษ์เมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2520 เกิดขึ้นท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ภาพยนตร์กำลังเฟื่องฟู พร้อมกับหนังสือบันเทิงเล่มอื่นๆ ในแนวเดียวกันอีก 3-4 เล่ม

“ ตอนนั้นทีวีไม่ได้รับความนิยม ชื่อที่เค้าตั้งครั้งแรกเท่าที่สอบถามกับคุณอำนวย จงเลิศจรรยา ตอนนั้นตั้งชื่อว่า “ภาพยนตร์” เฉยๆ หัวหนังสือตอนนั้นคือ ภาพยนตร์ แต่ไม่ได้ออกขายคือเป็นตัวอักษรคำว่า “ภาพยนตร์” อยู่ในแถบสี 7 สี ซึ่งแถบสีนี้คุณอำนวยเจ้าของเป็นคนคิด เค้าบอกว่าเห็นมันสวยดี มันต้องมีสีส้ม เป็นวงการบันเทิงมันต้องมีสีส้ม พอเอามารวมกันกับคำว่า ภาพยนตร์แล้ว คุณอำนวยมองว่ามันไม่สวยดูๆเลยต้องเติมคำว่า “คารา” ลงไปข้างหน้า แต่ตอนแรกคำว่า “คารา” กับ “ภาพยนตร์” ยังไม่ได้ติดกัน “คารา” จะอยู่ในคารา และคำว่า “ภาพยนตร์” จะอยู่ในแถบสี “ (บุคคลในกองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)



ภาพประกอบที่ 1: หัวหนังสือคาราภาพยนตร์

“ คาราภาพยนตร์ ชื่อตรงๆ ไม่มีคำต่อหน้าหรือเติมท้ายชื่อ ชื่อเหมือนก็ไม่ใช่ว่าเวลาซื้อดูให้คิดว่า “คาราภาพยนตร์” ชื่อนี้ไม่เคยเลียนแบบชื่อหนังสืออื่นเลย เราตั้งชื่อนี้โดยขอจดชื่อหนังสือจากสันติบาลแผนกเอกสารโดยตรง ชื่อ “คาราภาพยนตร์” “ (บทบรรณาธิการ , ฉบับที่ 7 , ปีที่ 1, 15 พฤศจิกายน 2520)

หลังจากฉบับปฐมฤกษ์ไปประมาณฉบับที่ 6 ได้รวมคำว่าดารารายและภาพยนตร์ไว้ติดกัน เป็น “ดารารายภาพยนตร์” อยู่ในแถบสี

แนวคิดและนโยบายหลัก

นิตยสารดารารายภาพยนตร์เกิดขึ้นจากความสนใจที่อยากจะทำหนังสือประเภทบันเทิงของธนู จงเลิศจรรยา และสภาวะแวดล้อมที่เอื้อต่อการทำหนังสือแนวนี้เนื่องจากเป็นยุคที่ภาพยนตร์เฟื่องฟู มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2518 ภาพยนตร์ไทยมีพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงหลายด้าน ได้แก่การค้นหา แนวทางใหม่ในการนำเสนอโดยพยายามเป็นภาพยนตร์ที่สะท้อนปัญหาสังคม ซึ่งภาพยนตร์แนวนี้ ได้รับการยอมรับจากผู้ชมที่นิยมภาพยนตร์ที่มีคุณภาพ (นิภาพร เนียมแสง , 2537 , หน้า 43 อ้างถึง ในการสื่อสารมวลชนเบื้องต้น) และการมีผู้กำกับรุ่นใหม่ ๆ เกิดขึ้นในวงการภาพยนตร์ทั้งที่เรียนจบ ภาพยนตร์มาโดยตรงหรือมาจากรั้วมหาวิทยาลัย และมาจากวงการหนังสือพิมพ์เพื่อเข้ามาสร้าง สรรค์วงการภาพยนตร์ไทย ซึ่งได้นำความรู้ที่ได้เรียนมาใช้ในวงการภาพยนตร์ไทย ทำให้เกิด พัฒนาในด้านต่างๆ เช่น ด้านเทคนิคการถ่ายภาพ ,การจัดองค์ประกอบของแสง สี ในภาพ เป็นต้น

นโยบายหลักที่จัดทำขึ้นในแรกเริ่มคือ การมุ่งขายความบันเทิงโดยเฉพาะข้อมูลข่าวสาร ในวงการภาพยนตร์ ไทย ให้ทั้งสาระและความบันเทิงแก่ผู้อ่านไปพร้อมๆกัน ดังถ้อยแถลงของธนู จงเลิศจรรยา ในบทบรรณาธิการ ฉบับที่ 95 ปีที่ 4 ประจำวันอังคารที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2523 ว่า

“ นิตยสารดารารายภาพยนตร์ มีเจตนามุ่งหมายที่แน่นอนคือเป็นสื่อกลางให้สาระ บันเทิง นิยายที่สร้างความสนุก ความบันเทิงแก่ผู้อ่านให้มากที่สุดโดยยึดมั่นความเป็นธรรม วางตัวเป็น กลางกับทุกฝ่าย “

“ นโยบายหลักตอนแรกมุ่งขายบันเทิงล้วน พอช่วงหลังตอนปรับเป็น 4 สีเล่มแรกของ ประเทศไทยและเล่มแรกของเอเชีย มีการย้ายสำนักงาน ขยายงาน ซื้อแท่นพิมพ์ใหม่ คุณธนูเริ่มมี ความคิดที่เปลี่ยนไปคืออยากจะ “คืนกำไรสู่สังคม” เริ่มมีการให้ความรู้ เริ่มมีคอลัมน์พวกตอบ ปัญหาสุขภาพ ตอบปัญหาจิตวิทยา สิ่งแวดล้อม สังคม “ (บุคคลในกองบรรณาธิการ ,สัมภาษณ์ ,12 กรกฎาคม 2545)

ขนาดของนิตยสารคาราภาพยนตร์

นิตยสารคาราภาพยนตร์ฉบับปฐมฤกษ์ วางแผงครั้งแรกเมื่อวันที่ 5 เมษายน พ.ศ. 2520 ขนาด 7.3x10.1 นิ้ว จำนวนหน้า 88 หน้า ซึ่งการกำหนดขนาดและรูปแบบในเริ่มแรกนั้น บุคคลในกองบรรณาธิการกล่าวว่า

“ตอนนั้นมันมีแพทเทิร์นมาตรฐานที่เค้าขายกันอยู่ในตลาด ซึ่งมีโลกคารา คาราภาพ ภาพคารา ซึ่งใช้กระดาษหนังไก่ แต่คาราภาพยนตร์ออกมาไม่ใช่กระดาษหนังไก่ เพราะเขาใช้กระดาษอาร์ตเคลือบมันเป็นหน้าปกอย่างนี้มาตั้งแต่แรกแล้ว แต่ขนาดไม่ใช่อย่างตอนนี้นะ จะเล็กกว่านี้ ขนาดมันไม่มาตรฐาน พอออกไปได้ซักพักหนึ่งเขาก็ค่อยๆปรับ แล้วก็เลยเอาคำว่า “คารา” ที่อยู่ในความรวมกับแถบสีเลยกลายเป็น “คาราภาพยนตร์” อยู่ด้วยกัน แล้วก็เป็นอย่างนี้มาตั้งแต่เริ่มต้น “

“ ส่วนเรื่องความหนาและการพิมพ์กำหนดโดยการคำนวณจากต้นทุนการพิมพ์มากกว่า เช่นถ้าจะต้องขายหนังสือราคา 5 บาทและยอดพิมพ์ 20,000 – 30,000 เล่มต้องดูว่าขาย 5 บาทและจำนวนยอดพิมพ์ตอนนั้นถ้าพิมพ์สีสีมากไปมันก็ขาดทุน และสมัยก่อนระบบแยกสีทำเพลท* ยังต้องไปจ้างเค้าทำ ต้องจ้างเค้าทำเพลทและสมัยก่อนค่าเพลทจะแพงมาก 1 เพลทประมาณ 5,000 – 10,000 บาท สีสีก็ปาเข้าไป 30,000 บาท ก็คือสีจะน้อยในยุคแรกๆ แต่ว่าก็ตามมาตรฐานตามที่เขามีขายกันอยู่ ตามเกณฑ์หนังสือที่เขาขายก่อนหน้านั้นเป็นตัวกำหนดว่าเราทำออกมามันก็จะหน้าตาใกล้เคียงกัน “ (บุคคลในกองบรรณาธิการ ,สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

การนำเสนอภาพปก

คาราภาพยนตร์ฉบับปฐมฤกษ์ ภาพปกคือดวงชีวิต โกมลเสน หลักในการกำหนดภาพปกของคาราภาพยนตร์คือ

“ ปกแรกคือคุณดวงชีวิต โกมลเสน ซึ่งคุณธนู ลงไปลุยเอง ออกไปถ่ายปกเอง ตอนนั้นนโยบายการขึ้นปกก็คือเน้นคนดัง ตอนนั้นดวงชีวิตกำลังดัง เจ้าของฉายา สะโพกสุดเลียงสังข์ คุณธนูก็ลงมาลุยเองพร้อมช่างภาพ 1 คน “ (บุคคลในกองบรรณาธิการ ,สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)



ภาพประกอบที่ 2: ดาราภาพยนตร์ฉบับปฐมฤกษ์

การกำหนดราคาและการวางตลาด

ดาราภาพยนตร์ฉบับแรกจำหน่ายราคา 5 บาทซึ่งเป็นราคาที่ถูกลงกว่าหนังสือบันเทิงเล่มอื่นที่ขายในท้องตลาดขณะนั้นซึ่งขายกันอยู่ที่ 7 บาท ตามนโยบายของเจ้าของที่ต้องการให้ผู้อ่านหนังสือที่มีทั้งสาระและความบันเทิงในราคาประหยัด ดังถ้อยแถลงของบรรณาธิการในบทบรรณาธิการ “เปิดอกคุย” ฉบับที่ 5 ปีที่ 1 กรกฎาคม 2520 ว่า

“ในบรรดาหนังสือดาราในท้องตลาดมีมากหลายสิบเล่ม มีตั้งแต่ราคา 5-8 บาท คุณผู้อ่านเคยสังเกตบ้างไหมว่า หนังสือราคาแพงๆเท่านั้นที่อาบพลาสติก แม้หนังสือดาราหลายๆฉบับที่มีราคาสูงยังไม่กล้าที่จะอาบพลาสติกเพราะต้องใช้ต้นทุนสูงแต่ดาราภาพยนตร์ทำแล้วและเราทำได้ ลองนับจำนวนหน้าหนังสือ “ดาราภาพยนตร์” เรากล้าคุยได้อย่างเต็มปากว่า จำนวนหน้ากระดาษของเรา มีได้น้อยกว่าหนังสือดาราในท้องตลาดทั้งราคา 5 บาทและกว่า 5 บาททุกฉบับ แต่คุณลองพลิกไปดูสารบัญของเรา เนื้อหา สาระของเราก็น่ามากกว่าทุกฉบับ”

การกำหนดราคาของนิตยสารดาราภาพยนตร์ที่ถูกลงมานิตยสารบันเทิงฉบับอื่นๆ ในช่วงเริ่มจัดทำ คือจำหน่ายราคา 5 บาท เป็นนโยบายหลักของดาราภาพยนตร์ที่นำเสนอความบันเทิงและสาระในราคาประหยัด

ส่วนกำหนดการวางตลาดเป็นรายสัปดาห์จะต้องยึดหลักการรักษาระดับเวลาการออกวางตลาดให้ตรงตามกำหนด เพื่อเป็นมาตรฐานแน่นอนได้ และหนังสือดาราภาพยนตร์มีความได้เปรียบหนังสือบันเทิงเล่มอื่นๆในเรื่องการตรงเวลาเนื่องจากสามารถจัดจำหน่ายด้วยตัวเองไม่ต้องจ้างคนอื่น ส่วนการกำหนดวันในการวางตลาดนั้นมีหลักคือ

“ เปลี่ยนไปเรื่อยๆก็ว่ามันอยู่ที่ตลาดคู่แข่ง สมมติว่าคู่แข่งวางวันพุธ เราก็ต้องออกวันอังคารก็ออกก่อนเค้าวันหนึ่ง ถ้าคู่แข่งออกวันอังคารเราก็ต้องออกวันจันทร์ ซึ่งผู้จัดการด้านจัดจำหน่ายเขาบอกว่ามันมีผลทางการขายทางการตลาด เหมือนหนังสือเฉพาะกิจ* ใครออกก่อนซึ่งความได้เปรียบ จริงๆถ้าเราจะสนใจอ่านเรื่องย่อละครมันต้องดูละครไปแล้วตอนหนึ่ง ถ้าออกมาก่อนเราไม่ซื้อ แต่ฝ่ายการตลาดจัดจำหน่ายเขาบอกว่าไม่จริง มันได้เปรียบกว่า เช่นออกก่อน 2 เดือนกว่าละครจะเข้าฉาย ถามว่าขายทำไม แต่เขาอยากขายเหมือนลงเรื่องย่อละคร ถ้าไปลงที่หลังตอนละครเข้าฉายไปแล้วมันเหมือนกับว่าเป็นการแข่งขันในเรื่องของความเร็วของข่าวสาร เราก็อาจจะช้ากว่าเขา” (บุคคลในกองบรรณาธิการ, สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

พัฒนาการนิตยสารดาราทะเล

การศึกษา พัฒนาการด้านรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารดาราทะเล วิเคราะห์โดยแบ่งเป็นยุคตามการเปลี่ยนแปลงของบรรณาธิการ ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 3 ยุคดังนี้

ปี / พ.ศ.	บรรณาธิการ	บรรณาธิการผู้พิมพ์ โฆษณา	ผู้อำนวยการ
ยุค1. 2520-2527	ธนุ จงเลิศจรรยา	ร.ต.อ.ประเทศ กุลนิตี	ธนุ จงเลิศจรรยา
ยุค2. 2528-2540	ณรงค์ รอดเจริญ	นคร จงเลิศจรรยา	ธนุ จงเลิศจรรยา
ยุค3. 2541-2545	อำนาจ รุ่งเรือง	นคร จงเลิศจรรยา	ธนุ จงเลิศจรรยา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

* หนังสือเฉพาะกิจ คือนิตยสารที่จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอเนื้อเรื่องย่อละครโทรทัศน์โดยเฉพาะ

1. ยุคที่ 1 พ.ศ. 2520 – 2527

นิตยสารดารารายภาพยนตร์ในยุคแรก ตั้งแต่ถือกำเนิด พ.ศ. 2520 – 2527 มีธนู จงเลิศจรรยา เป็นผู้อำนวยการ และบรรณาธิการ และร.ต.อ. ประเทศ กุลนิตี เป็นบรรณาธิการผู้พิมพ์-โฆษณา

เนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์ในยุคที่ 1 พ.ศ. 2520-2527

ตารางที่ 1: เนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์ยุคที่ 1 พ.ศ. 2520-2527

1. คอลัมน์ประจำ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2520-2527	ข้อมูลดารา	ดาราทาहरुด	วิชัยกรรจ์	
		จอเพชรเฉาะนางเอก	จอเพชร	
		ความรักที่ไม่เคยเฉา	หว่า กรุงธน	
		ลายมือดารา	อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา	
		เยี่ยมบ้านคนดัง	ปู้ ภูเขาทอง	
		คนขายเสียง	นักจัดรายการ	-เลิกไปปี2521
		มุขมั่งดารา	นายชอกแซก	-เลิกไปปี2521
	ข่าวสังคมบันเทิง	5 นาทีคุยกับดารา	ทราวดี/ดินสอสีม่วง	เริ่มปี2523
		คู่ย์-แคะ-แกะ-เกา	วังดิน คนเดิม	
		ข่าวลือข่าวลวง		เลิกไปปี2522
		ข่าวบันเทิง	หนุ่ม ‘ 80	เริ่มปี2524
	ข้อมูลเพลง	ดาวล้อมเดือน	สาวโสด No.2	เริ่มปี2527
		มายาดาราเทศ		เลิกปี2521
		เพลงรักประทับใจ	สมชาติ ธนะ ไซติล	
		สังคมนักเพลง	กล้า ตะลุมพุก	
	ลูกทุ่งทั่วทิศ	มนต์ณรงค์	เลิกปี2525	
	อาณาจักรเพลงลูกทุ่ง	โจ๊ะ เจ้าพระยา	เลิกปี2525	
	สารพันปัญหาลูกทุ่ง	นนท์ปัญญา	เริ่มปลายปี	
	เพลงรักเพื่อเธอ		2521	

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
	ข่าวบันเทิงทีวี	คนขายเสียง	ไอยรา	เริ่มปี2523
	โปรแกรมภาพ	ฝากเพลงถึงคุณ	เนื้อเพลง	เริ่มปี2525
	ยนตร์	สตริงสแควร์	ตะนอย	เริ่มปี2527
	ตอบปัญหาดาราดารา	แหวดวงคนทีวี	เลนซ์ .35	เริ่มปี2524
	ตอบปัญหาสุขภาพ	โปรแกรมภาพยนตร์ใน		เริ่มปี2525
	ตอบปัญหาชีวิต-สังคม	รอบสัปดาห์	ดาวศุกร์	
	บทความวิชาการ	ตอบปัญหาแฟนดารา	หอมธงชัย เล็กกำ	เริ่มปี2522
		ปัญหาทางเพศและสุขภาพ	พล	
		ภาพ	ศิริณี	เริ่มปี2523
		พีธีราณีที่รัก		
		กฎหมายชาวบ้าน	ต้อย ตูลา	เริ่มปี 2524
		เสปซุซสมอารมณ์หมาย	สมศักดิ์ ชัยสงคราม	เริ่มปี2524

2. สกู๊ปพิเศษ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อสกู๊ป	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2520-2527	ข้อมูลดาราดารา	คนดังทางอากาศ	ณรงค์ รอดเจริญ	อยู่ 1 ปี
		ทางสู่ประตูดาว	เวย์ ตะวัน	เริ่มปี2521
		ก่อนจะมาเป็นดาว	ดาวลอย	เริ่มปี2523
		เบื้องหลังชีวิตบันเทิง	สนทยา	เริ่มปี2524
	สัมภาษณ์พิเศษ	50 คำถามกับ..	ยอดหญ้า	เริ่มปี2523
		สัมภาษณ์พิเศษ ,		เริ่มปี2524
		สัมภาษณ์เปิดใจ		
	เบื้องหลังการถ่ายทำ	หน้าหลัง - หน้าไทย	ประเวศ เทพรักษา	ในยุคนี้มีแค่ปี 2520-2521

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อสื่อบุคคล	ผู้เขียน	หมายเหตุ
	ข่าวความเคลื่อนไหว	สื่อบุคคลพิเศษ		ตามสถานการณ์

3. ภาพยนตร์

เนื้อหาประเภทภาพยนตร์จะนำเสนอรายละเอียดของภาพยนตร์ไทยทั้งในลักษณะการให้เนื้อเรื่องย่อและการแนะนำภาพยนตร์ใหม่

4. ละครโทรทัศน์

เนื้อหาประเภทละครโทรทัศน์นำเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับละครทางโทรทัศน์คือให้ทั้งเนื้อเรื่องย่อและแนะนำละคร แต่จะมีน้อยกว่าภาพยนตร์ เนื่องจากในยุคแรกละครโทรทัศน์ยังไม่เป็นที่นิยมเหมือนภาพยนตร์ที่กำลังเฟื่องฟู

5. นิยาย

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้แต่ง	หมายเหตุ
2520	ถึงไหนถึงกัน	อรุณวรรณ	
	สาวมฤตยู	ทรงกลด สุริยัน	
2521	ดาวแข่งเดือน	วลัย นวาระ	
	เปลือย	ประภารัตน์	แนวอีโรติก
	น้ำผึ้งฉิมพลี	รมย์ รัชนี	แนวอีโรติก
	เลือดจอมคนอง	อรุณวรรณ	
2522	ทาสทรมาน	ศรีนประภา	
	เจ้าสาว 16	วลัย นวาระ	
	สาวห้วนอกกับหนุ่มหัวใน	นลิน บุษกร	
	โยเสนาหา	นราวดี	
2523	อัปสรสวรรค์	ทองกร สีมาวาร	
	นี่หรือรัก	รมย์ รัชนี	
	อยากกู่ก้องร้องหารัก	โรสแมรี่	

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้แต่ง	หมายเหตุ
2524	วิมานน้ำผึ้ง ผิวเซลด อ้อมอกทะเล นภาลัย อ้อมอกฟ้า พันธะพิศวาส กว่าจะซึ่งคำว่ารัก รักนี้อยู่ที่ดวงใจ กลมดำเสื่อ	ทองกร สีมาวาร จามรี พรรณชมพู นราวดี ศรินประภา นราวดี กุลธีร์ รมย์ รัชนี้ นันทวัช วัชรินทร์	
2525	ทำไมต้องมีรัก พายนน้ำผึ้ง ดาวหลงฟ้า หัวใจบอกให้รัก มะลิแรกแย้ม	รมย์ รัชนี้ นภัตสร เพชรไพลิน วรางคณา จามรี พรรณชมพูนนท	
2526	หนุ่มปลาไหล สาวปรอท สะก๊อ้นส่ง บัญญัติรัก สาปผู้ชาย พรมแดนหัวใจ ไฟที่ต้องดับ ความรักเรียกหา	วรรณ ศรินประภา มนสิการ วรางค์ รจเรข มาลัยพร กันยามาส	
2527	ไฟบาป ค่าเพียงดิน สิ้นเส่นหา เปลวไฟในทรวง	รมย์ รัชนี้ รจเรข กันยามาส นันทวรรณ	

6. เนื้อหาอื่นๆ

เนื้อหาประเภทอื่นๆ หมายถึงเนื้อหาที่ไม่จัดรวมอยู่ในคอลัมน์ประจำและสื่อบุพิเศษ เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับดวงชะตาราศี แฟชั่น ตอบปัญหาชิงรางวัล และการร่วมสนุกต่างๆ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2520-2527	ให้ผู้อ่านมีส่วนร่วม	มิตรทั่วแดน หน้านี้มีรางวัล สุขสันต์วันเกิด	หนุ่มผุดผาด	เริ่มปี2525
	ดวงชะตาราศี	ประกวดภาพถ่ายคุณหนู น่ารัก	อรรถวิโรจน์ ศรี ตุลา	เริ่มปี2525 เริ่มปี2523
	รายการทีวี	ชะตาชีวิตในรอบ 7 วัน เดินตามดาว	อรรถวิโรจน์	เริ่มปี2525
	แนะนำหนังสือ	รายการทีวีในรอบ สัปดาห์ แฟนนักอ่าน	แวนแก้ว	เริ่มปี2524 เริ่มปี2527

7. ภาพ

ภาพเป็นเนื้อหาหนึ่งของนิตยสารบันเทิง ซึ่งมีความสำคัญเทียบเท่ากับเนื้อหาในส่วนเนื้อเรื่อง

ปี / พ.ศ.	ภาพ / ประเภท	สัดส่วน / ประมาณ	หมายเหตุ
ยุคที่ 1 2520-2527	1. ภาพโฆษณา 2. ภาพข่าว ประกอบคอลัมน์ ดารานาฬิกา, ข่าวบันเทิง, ดาวล้อมเดือน, แวดวงคนทีวี 3. ภาพประกอบเรื่องราว (ประกอบเนื้อหาในคอลัมน์) 4. ภาพดำเนินเรื่อง	4% ของเนื้อหาทั้งหมด 20 % ของเนื้อหาทั้งหมด 70% ของเนื้อหาทั้งหมด 10% ของเนื้อหาทั้งหมด	

เนื้อหาส่วนแรกในคอลัมน์ประจำ นำเสนอเนื้อหาประเภทต่างเป็นประจำทุกฉบับ แบ่งออกได้เป็นประเภทต่างๆคือ คอลัมน์ประเภทให้ข้อมูลดารานาฬิกา นำเสนอข้อมูลดารานาฬิกา รายละเอียดเรื่องราวส่วนตัวของดารานาฬิกา ในลักษณะเล่าเรื่อง ประวัติย่อ ตลอดจนการสัมภาษณ์ถึงเรื่องราวส่วนตัวของดารานาฬิกา มักจะเน้นเรื่องราวเกี่ยวกับความรักดารานาฬิกา ตลอดจนการแนะนำดารานาฬิกาใหม่ๆ ตัวอย่างเช่น เขา

พบรักในกองถ่าย , เชิงขวัญผู้จะเป็นขวัญใจชาย , เทพบุตรนักรัก ชาญ ชัยณรงค์ , ชีวิตสมรส 16 ปีของปรีชา ประภาชื่น ซึ่งคอลัมน์ประเภทนี้ให้ข้อมูลดาราดำได้แก่ ดาราพาเหวด นำเสนอข่าวคราว ความเคลื่อนไหวของดาราดังแต่ละคน , คอลัมน์จ้อเพชรเฉาะนางเอก , ความรักที่ไม่เคยเฉา , ลายมือดาราดัง , เยี่ยมบ้านคนดัง , มุดมุ้งดาราดัง , 5 นาทีคุยกับดาราดัง และคอลัมน์คนชายเสียง ซึ่งนำเสนอประวัติและข้อมูลของศิลปิน นักร้อง

ข่าวสังคมบันเทิง ให้ข้อมูลข่าวคราวความเคลื่อนไหวต่างๆในแวดวงบันเทิง ซึ่งในช่วงแรกเน้นข่าวในวงการภาพยนตร์ไทย ตลอดจนข่าวซุบซิบ ข่าวลือต่างๆ คอลัมน์ประเภทข่าวสังคมบันเทิงได้แก่ คู้ย-กะ-กะ-เกา , ข่าวลือข่าวลวง , ข่าวบันเทิง , ดาวล้อมเดือน นำเสนอเรื่องราวในวงการบันเทิงจีนและ คอลัมน์มายาดาราเทศ นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิงต่างประเทศ

ข้อมูลเพลง การนำเสนอข้อมูลเพลงในยุคแรกมีสัดส่วนมากเมื่อเทียบกับเนื้อหาประเภทอื่นๆในคอลัมน์ประจำ เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอทั้งเนื้อเพลงไทยสากล – เพลงลูกทุ่ง ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการเพลงไทยสากล – ลูกทุ่ง รวมไปถึงการตอบปัญหาต่างๆในวงการเพลงลูกทุ่ง และการนำเสนอข้อมูลของนักร้อง ศิลปินและผู้ที่ทำงานในแวดวงเพลงไทย คอลัมน์ประเภทนี้ให้ข้อมูลเพลงได้แก่ เพลงรักประทับใจ นำเสนอเนื้อร้องและทำนองเพลง , สังคมนักเพลง นำเสนอข่าวคราวในวงการเพลงทั่วไป , ลูกทุ่งทั่วทิศและอาณาจักรเพลงลูกทุ่ง นำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวในวงการเพลงไทยลูกทุ่งโดยเฉพาะ , สารพันปัญหาลูกทุ่ง ตอบปัญหาแฟนผู้อ่านเกี่ยวกับเรื่องในวงการเพลงลูกทุ่ง , เพลงรักเพื่อเธอ และฝากเพลงถึงคุณ เป็นคอลัมน์แนวเดียวกัน คือนำเสนอเนื้อร้องและทำนองเพลงซึ่ง คอลัมน์ฝากเพลงถึงคุณเกิดมาแทนคอลัมน์เพลงรักเพื่อเธอ , คอลัมน์คนชายเสียง นำเสนอเรื่องราวของนักร้อง ศิลปิน ตลอดจนผู้จัดรายการวิทยุ และคอลัมน์สตรีงสแควร์ นำเสนอข่าวคราวเฉพาะในวงการเพลงสตรีง

ข่าวบันเทิงทีวี เนื่องจากในยุคแรกวงการโทรทัศน์ไม่มีบทบาทมากเท่าภาพยนตร์ ซึ่งกำลังเฟื่องฟู ทำให้ข่าวคราวและข้อมูลต่างๆในวงการโทรทัศน์มีน้อย คอลัมน์ประเภทนี้ได้แก่ แวดวงคนทีวี นำเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์ ตลอดจนดาราทโทรทัศน์

โปรแกรมภาพยนตร์ คือการนำเสนอตารางฉายภาพยนตร์ในแต่ละสัปดาห์ พร้อมทั้งให้รายละเอียดของภาพยนตร์แต่ละเรื่องสั้นๆ คอลัมน์นี้เริ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2525

ตอบปัญหาคารา ใช้ชื่อคอลัมน์ว่าตอบปัญหาแฟนคารา โดยดาวศุกร์ เป็นรกรการเปิดให้ผู้อ่านเขียนจดหมายเข้ามาถามปัญหาต่างๆในแวดวงบันเทิง ซึ่งโดยมากเป็นคำถามเกี่ยวกับคาราที่ตนเองชื่นชอบและติดตามผลงานอยู่เสมอ

ตอบปัญหาสุขภาพ เป็นคอลัมน์ที่ตั้งขึ้นเพื่อให้เกิดความหลากหลายในเนื้อหาและให้สาระความรู้แก่ผู้อ่านในเรื่องของสุขภาพกาย ชื่อคอลัมน์ปัญหาทางเพศและสุขภาพ โดยเน้นการตอบปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพทางเพศโดยตรง ถือว่าเป็นคอลัมน์ที่ให้ประโยชน์แก่ผู้อ่านที่ขาดความรู้วิชาการแพทย์ในเรื่องเพศศึกษาอย่างถูกต้อง คอลัมน์นี้เริ่มในปี พ.ศ. 2522 โดยนายแพทย์ ธงชัย เล็กกำพล

ตอบปัญหาชีวิต – สังคม นอกจากจะมีคอลัมน์ประเภทตอบปัญหาสุขภาพเพื่อให้ความรู้แก่ผู้อ่านในเรื่องของสุขภาพกาย ทางเพศแล้ว ยังมีคอลัมน์ที่ให้ความรู้และตอบปัญหาในด้านเกี่ยวกับปัญหาชีวิตและสังคม และสภาพจิตใจ ได้แก่คอลัมน์ พี่ศิราณีที่รัก โดยศิราณี

“ จุดประสงค์ของคอลัมน์ตอบปัญหาทางเพศและสุขภาพ ตั้งขึ้นมาเพื่อให้เนื้อหามันมีหลากหลาย คือพยายามจะไม่ทำให้เหมือนคนอื่น ตอนนั้นจะมีตอบจดหมายเกี่ยวกับเรื่องคารา และภาพยนตร์ ในหนังสือบันเทิงเล่มอื่น เราก็จะมาเริ่มในเรื่องของคอลัมน์เพลงซึ่งมีมาตั้งแต่เล่มแรก และก็พวกลูกสาวคนเศร้า ซึ่งตอนหลังดูแล้วมันเศร้าไป รันทดและไม่ได้เกี่ยวอะไรกับหน้าบันเทิงก็เลยเลิกไป และเพิ่มคอลัมน์ตอบจดหมายดาวศุกร์ซึ่งก็มีมาตั้งแต่แรกจนปัจจุบัน” (บุคคลในกองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

บทความวิชาการ คอลัมน์ประจำประเภทนี้เริ่มขึ้นในช่วงหลังของยุคแรก ได้แก่คอลัมน์กฎหมายชาวบ้าน และเสพสุขสมอารมณ์หมาย ในปีพ.ศ. 2524 คอลัมน์กฎหมายชาวบ้านนำเสนอเนื้อหาในลักษณะบทความในเชิงวิชาการเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนทั่วไป ถ้อยแถลงของคุณธนู จงเลิศจรรยา บรรณาธิการขณะนั้นกล่าวใน “เสียงกระซิบจากบ.ก.“ ฉบับที่ 176 ปีที่ 5 ประจำวันที่ 29 กันยายน 2524 ว่า

“ ประชาชนทุกคนต้องรู้กฎหมาย เป็นเรื่องน่าเสียใจซึ่งมักจะพบเสมอ ผู้กระทำผิดเพราะรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ถูกหลอกลวงต้มตุ๋นหรือตกเป็นผู้เสียหาย ฝ่ายเสียเปรียบเพราะไม่รู้กฎหมาย ผมจึงเสนอคอลัมน์ “กฎหมายชาวบ้าน” โดยคุณต้อย ตุลา ข้อสำนวนและลีลาตลอดจนเรื่องราวพื้นๆง่ายๆ โดยพยายามเลือกสรรเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน สิ่งที่มีประสบการณ์เห็นเกิดขึ้นเสมอๆ

ของชาวบ้าน เพราะเล็งเห็นว่าเป็นโอกาสอันดีที่แฟน ๆ ดาราภาพยนตร์จะได้สาระประโยชน์เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากสาระบันเทิงโดยปกติทั่วไป “

สำหรับคอลัมน์ “เสพสุขสมอารมณ์หมาย” นำเสนอบทความกึ่งวิชาการให้ความรู้ เคล็ดลับ และเทคนิควิธีในการใช้ชีวิตคู่ โดยเฉพาะเรื่องการแสดงความรัก ความพึงพอใจของทั้งสองฝ่าย จากถ้อยแถลงของธนู จงเลิศจรรยา กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการตั้งคอลัมน์นี้ใน “จากใจถึง แฟน ๆ ดาราภาพยนตร์ที่รักทุกท่าน” ฉบับที่ 162 ปีที่ 5 ประจำวันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2524 ว่า

“ ดาราภาพยนตร์ ฉบับนี้เริ่มคอลัมน์ใหม่ เสพสุขสมอารมณ์หมาย ซึ่งนักกระดืบ 5 ดาว คุณสมศักดิ์ ชัยสงคราม ยินดีรับเกียรติจับปากกาครั้งแรกในชีวิต เผยเคล็ดลับ กลเม็ด เทคนิคต่างๆ จากประสบการณ์ในชีวิต

ผมกล้าที่จะเสนอคอลัมน์แปลกใหม่นี้ นอกเหนือจากความบันเทิงและผลประโยชน์อื่น ๆ ทั้งนี้เพราะเห็นว่าให้คุณประโยชน์มากกว่าโทษและมีใช้สิ่งชั่วร้าย หยาบ โยน สกปรกเพียงแต่ควร หรือไม่ควรต้องขึ้นอยู่กับ ถูก “กาละ” “เทศะ”

โดยเฉพาะแฟน ๆ ดาราภาพยนตร์ส่วนใหญ่อยู่ในวัยรุ่นหนุ่มสาว ถ้ามีคูครองแล้วจะได้ประโยชน์จากคอลัมน์ “เสพสุขสมอารมณ์หมาย” โดยตรงทันที แต่สำหรับแฟน ๆ ที่ยังไม่มีคูครอง ก็เพียงรับรู้เป็นการเรียนรู้เตรียมตัวก่อนการแต่งงาน เพื่อเป็นแนวทางดำเนินชีวิตรักต่อไปในอนาคต”

เนื้อหาประเภทต่างๆ ในคอลัมน์ประจำยุคแรกนี้มีการปรับเปลี่ยนเข้าออกอยู่ตลอดเวลา เพราะหนังสือเพิ่งก่อตั้งยังไม่ลงตัว ต้องคอยปรับเนื้อหาต่างๆ ให้ลงตัว พบว่าในประเภทเดียวกันมีคอลัมน์ที่นำเสนอเนื้อหาที่คล้ายคลึงกันหลายคอลัมน์ พอมาช่วงหลังของยุคแรกจะไม่ค่อยมีการเพิ่มคอลัมน์ประเภทเดียวกันเข้าไปมากกว่า 1 เพื่อไม่ให้ซ้ำซ้อนแต่จะเพิ่มที่ความหลากหลายของเนื้อหาแทน

สื่ूपพิเศษ หมายถึงเนื้อหาประเภทต่างๆ ที่นำเสนอในลักษณะเป็นการรายงานข่าวตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แบ่งได้ตามประเภทดังนี้ สื่ूपประเภทข้อมูลดาราคือการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวของดาราที่มีชื่อเสียงหรือมีข่าวในช่วงเวลานั้นๆ ได้แก่ สื่ूपคนดังทางอากาศ , ทางสู่ประตูดาว , ก่อนจะมาเป็นดาวและเบื้องหลังชีวิตบันเทิง เน้นการรายงานข่าวเกี่ยวกับประวัติชีวิตดาราคือความเป็นมาและผลงานที่สร้างชื่อเสียง สื่ूपสัมภาษณ์พิเศษ เน้นการสัมภาษณ์เจาะใจ ดาราศิลปิน

ตลอดจนบุคคลต่างๆที่มีอาชีพอยู่ในแวดวงการบินไทย ได้แก่สฎีป 50 คำถามกับ... , สัมภาษณ์พิเศษ และสัมภาษณ์เปิดใจ

สฎีปประเภทเบื้องหลังการถ่ายทำ จะมีขึ้นตามสถานการณ์ของการถ่ายทำภาพยนตร์ไทย ในขณะนั้น จะมีในช่วงแรกของยุคที่ 1 ในช่วงหลังเริ่มหายไปจากหนังสือ สฎีปข่าวความเคลื่อนไหว นำเสนอข่าวคราวเหตุการณ์พิเศษที่เกิดขึ้นไม่บ่อยใน 1 ปี เช่นการรายงานพิเศษเรื่องงานทีวีตุ๊กตาทองมหาชน , สฎีปบรรยากาศงานตุ๊กตาทอง , ข่าวผลการตัดสินสุพรรณหงส์ทองคำ เป็นต้น ตัวอย่างสฎีปพิเศษ เช่น สฎีปพิเศษ กิ่งดาว ดารณี เขียนถึงมิตร ชัยบัญชา เป็นสฎีปลับสุดยอดที่นำเสนอทุกแง่มุมของชีวิต มิตร ชัยบัญชา เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับมิตรหลังจากที่มิตรได้เสียชีวิตไปแล้ว หรือข้อมูลต่างๆที่ยังไม่มีใครเปิดเผย

ความแตกต่างระหว่างสฎีปพิเศษและคอลัมน์ประจำ ตามคำสัมภาษณ์ของบุคคลในกองบรรณาธิการว่า

“ สฎีปพิเศษคือเป็นคอลัมน์ที่ไม่ใช่คอลัมน์ประจำ คอลัมน์ประจำจะมีหัวไปเลย สฎีปพิเศษคือคอลัมน์ไม่ประจำ แล้วแต่เหตุการณ์เช่น อย่างเล่มที่แล้วเรื่องของป๊อ ภรทิพย์ ก็คือมันไม่ได้มีเรื่องป๊อทุกเล่ม แต่มันเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจในเวลานั้น เป็นสฎีปที่เปิดขึ้นมาตามสถานการณ์ข่าว “ (สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

สัดส่วนของเนื้อหาในยุคแรกเน้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับดารารายงาน โดยรายงานในลักษณะสฎีปประเภทต่างๆคิดเป็นสัดส่วน 25 % ของเนื้อหาทั้งหมด คอลัมน์ประจำคิดเป็น 30 % ของเนื้อหาทั้งหมด

นิยาย นิยายเริ่มต้นขึ้นในปีแรก พ.ศ. 2520 เริ่มแรกสัดส่วนของนิยายจะน้อยคือฉบับละประมาณ 2-3 เรื่อง ต่อมาปรับเปลี่ยนขึ้นเรื่อยๆเป็นฉบับละ 8 เรื่อง ผู้เขียนนิยายทางกองบรรณาธิการสรรหามาในช่วงแรกๆ และกลายเป็นักเขียนนิยายประจำของดารารายงานมาจนปัจจุบัน เช่น รมย์ รัชนี เป็นต้น

“ นิยายเป็นจุดขายของหนังสือครั้งหนึ่งอยู่แล้ว มีประมาณ 8 เรื่อง ปัจจุบันนี้กลายเป็นว่านิยายพอลงไป 2 ตอนก็จะถูกซื้อไปทำละคร ผู้เขียนนิยายช่วงแรกๆก็หามาแล้วก็เขียนมาไม่เคยเปลี่ยนคน แนวนิยายของดารารายงานจะเป็น รัก-หวาน-โรแมนติก บู้ และผี-สยองขวัญ 3

แนวคิดคือแนวบันเทิง อะไรที่เอาไปทำอะไรได้ “ (บุคคลในกองบรรณาธิการ . สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

อื่นๆ หมายถึงเนื้อหาประเภทต่างๆไป เช่น ดวงชะตาราศี ตอบปัญหาชิงรางวัล เปิดให้ผู้อ่านมีส่วนร่วม ภาพแฟชั่น ภาพบรรยากาศงานต่างๆ แนะนำหนังสือที่น่าสนใจ คิดเป็นสัดส่วน 3 % ของเนื้อหาทั้งหมด ตัวอย่างคอลัมน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมได้แก่ คอลัมน์มิตรทั่วแดน ซึ่งให้ผู้อ่านส่งรูปพร้อมชื่อที่อยู่เข้ามาเพื่อเป็นการสร้างเพื่อนและได้รู้จักเพื่อนใหม่ๆ

“ หากใครผู้ใด ปรารถนาต้องการจะมีมิตรไม่ว่าเพศเดียวกันหรือต่างเพศ หรือมิตรต่างบ้านต่างเรือนละก็ ส่งจดหมายแจ้งความประสงค์มาให้คอลัมน์นี้ได้ล่ะจ๊ะ และถ้าเห็นว่าตัวเองหล่อหรือสวย อยากจะโชว์รูปเพื่อให้เตะตา ผู้อ่านรายการสร้างหนังไทยละก็ส่งรูปมาได้โดย ผมจะจัดการนำลงให้ (รูปขนาด 2 นิ้วก็พอจ๊ะ) “ (คอลัมน์มิตรทั่วแดน โดยหนุ่ม ผุ่ผาด , ฉบับที่ 1 ปีที่ 1 , เมษายน 2520)

ภาพ หมายถึงเนื้อหาที่มีภาพเป็นหลักในการสื่อสารเรื่องราวซึ่งแบ่งออกได้เป็น

ภาพโฆษณา ในยุคที่ 1 ภาพโฆษณาของดาราทะยานตร์มีปริมาณที่น้อยคือ 4% ของเนื้อหาทั้งหมด

ภาพข่าวประกอบคอลัมน์เกี่ยวกับข่าว ความเคลื่อนไหวของดารา นักร้องและข่าวคราวในวงการภาพยนตร์ เป็นภาพดาราและภาพเหตุการณ์ข่าวต่างๆ คิดเป็น 20% ของเนื้อหาทั้งหมด

ภาพประกอบเรื่องราว ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นภาพดารา ประกอบคอลัมน์ที่เกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลดารา ในอิริยาบถต่างๆ คิดเป็น 70% ของเนื้อหาทั้งหมด

ภาพดำเนินเรื่อง เป็นภาพที่ใช้ดำเนินเรื่องราวเป็นหลัก มีตัวอักษรควบคู่ไปกับภาพจะเป็นลักษณะการบรรยายได้ภาพเล็กน้อย ตัวอย่างเช่น ภาพบรรยากาศงานประกาศผลรางวัลสุพรรณหงส์ทองคำ , ภาพบรรยากาศงานประกาศผลรางวัลตุ๊กตาทอง เป็นต้น คิดเป็น 10% ของเนื้อหาทั้งหมด

หลักการกำหนดเนื้อหาของนิตยสารดาราทะยานตร์คือการนำเสนอความบันเทิงเป็นหลัก โดยช่วงแรกเน้นรายละเอียดข้อมูลทุกเรื่องในแนววงบันเทิงโดยเฉพาะวงการภาพยนตร์ ในลักษณะการรายงานข่าว ความเคลื่อนไหว การสัมภาษณ์เจาะลึกดาราในความเป็นจริงและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย รวมทั้งให้สาระความรู้ที่จำเป็นกับกลุ่มเป้าหมายคือ ชาวบ้าน ประชาชนทั่วไป กลุ่ม C ถึง B เพื่อความเพลิดเพลินและประโยชน์ในชีวิตประจำวันควบคู่กันไป

“ กลุ่มเป้าหมายของคาราภาพยนตร์คือชาวบ้าน ประชาชนทั่วไป แต่ไม่ได้หมายถึงเราเห็นเขาเป็นชาวบ้านแล้วจะต้องเขียนถึงแต่เรื่องโง่ เจ้านายเขามองกลับ ข้อดีของเขาคือไม่ดูถูกคนอ่าน และรู้สึกว่าคุณอ่านเขาคิดเป็น การที่เราจะไปด่าใครอย่างที่คุณอื่นเขาทำกันเจ้านายไม่ทำ เพราะเขาบอกว่า สักวันหนึ่งประชาชนจะคิดได้ว่ามันไม่น่าจะเป็นไปได้ว่าใครมันจะเลวให้ด่าได้ 7 วันอย่างนั้น นโยบายของการทำงานคือห้ามเรื่องส่วนตัว ไม่ถูกกันกับเรื่องส่วนตัว ต้องเอามาเข้าที่ประชุม มีมติ เหมือนขึ้นศาล มีประกาศิตว่าห้ามเขียนถึงคนนี้ “ (บุคคลในกองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

พบว่าการนำเสนอเนื้อหาของคาราภาพยนตร์จะไม่เน้นการวิจารณ์แสดงความคิดเห็นอย่างรุนแรง แต่เน้นการนำเสนอในลักษณะการรายงานข่าว ความเคลื่อนไหว ประวัติชีวิตคารา ข้อมูลคาราทั่วไป และบทความวิชาการเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชน

รูปแบบของนิตยสารคาราภาพยนตร์ยุคที่ 1 (พ.ศ. 2520 –2527)

ตารางที่ 2: รูปแบบของนิตยสารคาราภาพยนตร์ยุคที่ 1 พ.ศ. 2520-2527

1.การนำเสนอภาพปก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปี / พ.ศ.	การนำเสนอปกหน้า	ปกหน้า ด้านใน	การนำเสนอปกหลัง	ปก หลัง ด้านใน	หมายเหตุ
2 5 2 0 - 2523	ดารา (เน้นดาราดัง เป็นที่นิยม)	การา	ดารา	ดารา	
2 5 2 4 - 2527	ดารา	โฆษณา (มี ภาพ ดาราแทรก บางฉบับ)	ดารา (ช่วงหลัง ประมาณ 2527 นำ เสนอโฆษณาบาง ฉบับ)	ดารา (บาง ฉบับ นำ เสนอ แพชั่นทรง ผม)	

การนำเสนอภาพปกของยุคที่ 1 ช่วงแรก พ.ศ. 2520-2523 ปกหน้าเป็นภาพดารา โดยเน้นดารามีชื่อเสียงมากในแต่ละฉบับ ทั้งชายและหญิง ดาราที่มีชื่อเสียงในยุคนั้นเช่น สรพงษ์ ชาตรี , เนารัตน์ ยุคตะนันท์ , วิยะดา อุมารินทร์ , นันทนา เงากระจ่าง , วาสนา สิทธิเวช , ปิยะมาศ โมนยกุล , จารุณี สุขสวัสดิ์ , ทศวรรษ เสนีย์วงศ์ ณ อยุธยา เป็นต้น ซึ่งมักจะเป็นดารานำในภาพยนตร์เรื่องต่างๆและรูปดาราในช่วงแรกนำเสนอในแบบที่หัวือหา

ปกหน้าด้านใน ปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอภาพดาราเช่นกันทั้งชายและหญิง นอกจากนี้ยังนำเสนอภาพดาวร้าย ดาวตลก ดาวยั่วสลัดกันไป

ยุคที่ 1 ช่วงหลัง พ.ศ. 2524-2527 การนำเสนอปกหน้าเหมือนในช่วงแรกคือใช้ดารามีชื่อเสียง การนำเสนอภาพปกด้านในเปลี่ยนเป็นเนื้อที่สำหรับโฆษณาประเภทเครื่องอุปโภคบริโภคของสตรี อาทิ ผ้าอนามัย ครีมขจัดสิวฝ้า ผงซักฟอก ครีมทาผิว เครื่องสำอาง ตลอดจนรถจักรยานยนต์ และรองเท้า เป็นต้น และนำเสนอภาพดาราในบางฉบับ ส่วนการนำเสนอปกหลังและปกหลังด้านในเป็นภาพดาราเช่นเดิม แต่จะแทรกภาพแฟชั่นทรงผมที่ปกหลังด้านในบางฉบับ

2. ลักษณะทางกายภาพ

ปี / พ.ศ.	ราคา	ขนาด	หัวหนังสือ	โปรยปก	เย็บเล่ม	หมายเหตุ
2 5 2 0 - 2522	5 บาท	7.3x10.1 นิ้ว	2520 – คำว่า”ดารา” กับ ”ภาพยนตร์” แยกกัน 2521-2522 - รวมคำว่า ดารากับภาพยนตร์	ทั่วปก	มุงหลังคา	เม.ย.-พ.ค. 2520 ราย เดือน
2 5 2 2 - 2523	6 บาท	7.3x10.1 นิ้ว	รวมคำว่าดาราภาพยนตร์ ไว้ด้วยกันในแถบสี	ทั่วปก	มุงหลังคา	ร า ย สัปดาห์
2 5 2 4 - 2527	7 บาท	7.3x10.1 นิ้ว	ดาราภาพยนตร์ในแถบสี ขนาด 7.3x1.9 นิ้ว	ทั่วปก	มุงหลังคา	ร า ย สัปดาห์

ลักษณะทางกายภาพได้แก่ ราคา ขนาด ลักษณะหัวหนังสือ ลักษณะการโปรยปก และการเย็บเล่ม ในยุคที่ 1 (พ.ศ. 2520-2521) โดยมีคุณธนู จงเลิศจรรยาเป็นบรรณาธิการ แบ่งการศึกษาพัฒนาการออกเป็น 3 ช่วงดังนี้

ช่วงนี้ (พ.ศ. 2520-2522) จำหน่ายราคา 5 บาท ขนาด 7x10 นิ้ว หรือ 18x25 เซนติเมตร หัวหนังสือในช่วงแรก คำว่า ดารา และ ภาพยนตร์แยกจากกันโดยคำว่า ดารา จะอยู่ในกรอบรูปดาว และคำว่า ภาพยนตร์ จะอยู่ในแถบสี และโปรยกระจายทั่วปก การเย็บเล่มแบบมุงหลังคา



ภาพประกอบที่ 3: ตัวอย่างหัวหนังสือในช่วงที่ 1

ช่วงที่ 2 (พ.ศ. 2522-2523) ปรับราคาเพิ่มขึ้น 1 บาทเมื่อฉบับที่ 69 ปีที่ 3 ประจำวันที่ 11 กันยายน พ.ศ.2522 เป็นจำหน่ายราคา 6 บาท เนื่องจากประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจในประเทศและ

ทั่วโลก อันส่งผลกระทบต่อปัญหาการขึ้นราคาน้ำมันจากรัฐบาล ทำให้สินค้าต่างๆขึ้นราคาและต้นทุนการผลิตสูงขึ้นตามไปด้วย

อย่างไรก็ตามก่อนที่จะปรับราคาขึ้นจาก 5 บาทเป็น 6 บาทนี้ ตามนโยบายของผู้บริหารที่พยายามตรึงราคาเดิมให้นานที่สุดเพื่อการไม่เอาเปรียบผู้อ่าน ดังถ้อยแถลงของธนู จงเลิศจรรยา บรรณาธิการ ใน “เสียงกระซิบจาก บ.ก.” ฉบับที่ 40 ปีที่ 3 ประจำวันที่ 20 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2522

“ผมขอยืนยันแก่คุณผู้อ่านอีกครั้งว่า จะพยายามแก้ไขทุกวิถีทางเพื่อให้คาราภาพยนตร์รับใช้ให้ความบันเทิงในราคา 5 บาทนานเท่านาน คุณผู้อ่านคงจะทราบดีว่าในภาวะปัจจุบัน เศรษฐกิจของประเทศเราในขณะนี้หมุนเวียนเป็นลูกโซ่เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจของโลก จะสังเกตเห็นว่าบรรดา สินค้าต่างๆได้ขึ้นราคาตามไป แต่คาราภาพยนตร์จะไม่ผลักภาระนี้แก่ท่านโดยการขึ้นราคาหนังสือเหมือนหลายๆฉบับที่ปฏิบัติกัน คาราภาพยนตร์จะยืนหยัดในราคา 5 บาทจนกว่าเราจะทนการขาดทุนไม่ไหวแล้ว นั่นแหละเราจึงขอความเห็นใจจากท่าน แต่คาราภาพยนตร์จะอดทนถึงที่สุด”

ในที่สุดคาราภาพยนตร์ก็ปรับราคาขึ้นอีก 1 บาทเป็นจำหน่าย 6 บาท เพื่อประคองให้สามารถผลิตหนังสือได้ต่อไป ด้านขนาดเท่าเดิมคือ 7.3x10.1 นิ้ว เปลี่ยนหัวหนังสือใหม่โดยรวมเอาคำว่า “คารา” ซึ่งอยู่ในกรอบดาว มารวมกับคำว่า “ภาพยนตร์” และให้อยู่ในแถบสี ขนาด 7.3x1.9 นิ้ว ลักษณะการโปรยข่าวกระจายทั่วปกบางๆ และการเย็บเล่มแบบมุงหลังคา



ภาพประกอบที่ 4 : ตัวอย่างหัวหนังสือแบบใหม่ ช่วงที่ 2

ช่วงที่ 3 (พ.ศ. 2524-2527) ช่วงนี้ปรับราคาเพิ่มขึ้นอีก 1 บาท จาก 6 บาทเป็น 7 บาทเมื่อฉบับที่ 119 ปีที่ 4 ประจำวันอังคารที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2523 เนื่องจากสภาวะราคากระดาษเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจตกต่ำเกือบทุกประเทศ อันมีเหตุให้สินค้าต่างๆต้องขึ้นราคา ทำให้เกิดภาวะเงินเฟ้อและเงินฝืด รวมทั้งวัสดุต่างๆที่ใช้ในการพิมพ์ต่างปรับราคาสูง

ขึ้น สิ่งพิมพ์ประเภทหนังสือพิมพ์มีการปรับราคาเพิ่มเป็นฉบับละ 2 บาท ดังนั้นดารากาพยนตร์ที่ประสบปัญหาเช่นเดียวกันจึงต้องปรับราคาเพิ่มเพื่อความอยู่รอด

ดารากาพยนตร์ช่วงหลังขนาดเท่าเดิมคือ 7.3x10.1 นิ้ว หัวหนังสืออยู่ในแถบสีขนาด 7.3x1.9 นิ้ว การเย็บเล่มแบบมุงหลังคา

3. กระจายและการพิมพ์

ปี / พ.ศ.	กระจาย	การพิมพ์	หมายเหตุ
2520-2521	อาร์ตแข็ง 5% ปกหน้า,หลัง อาร์ต 5% แฟชั่นหน้ากลาง พรีฟ 90% ส่วนเนื้อหา	สีสี่ 9% ขาวดำ 91%	
2522-2527	อาร์ตแข็ง 4% อาร์ต 6% พรีฟ 90%	สีสี่ 10% สองสี 40% ขาวดำ 50%	เพิ่มการพิมพ์ระบบสองสีเมื่อปีที่ 2 ฉบับที่ 33 ธันวาคม 2521

ในช่วงเริ่มต้น พ.ศ. 2520-2521 พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็งในส่วนของปกคิดเป็น 5 % ของเนื้อหาทั้งหมด กระดาษอาร์ตในส่วนของแฟชั่นและภาพประกอบในสัดส่วน 5% และกระดาษพรีฟ 90% คือเนื้อหาส่วนใหญ่ในเล่ม ระบบการพิมพ์สีสี่ 9% และขาวดำ 91%

ช่วงหลัง 2522-2527 สัดส่วนของประเภทกระดาษใกล้เคียงช่วงเริ่มต้นคือ อาร์ตแข็ง 4% อาร์ต 6% และพรีฟ 90% ส่วนระบบการพิมพ์พบว่าเป็นสีสี่ 10% เพิ่มระบบการพิมพ์แบบ 2 สี 40% เมื่อปีที่ 2 ฉบับที่ 33 ธันวาคม 2521 และขาวดำ 50%

ถ้อยแถลงของธนู จงเลิศจรรยา ใน”เสียงกระซิบจากบ.ก.” ฉบับที่ 33 ปีที่ 2 ประจำวันที่ 30 ธันวาคม 2521 ดังนี้

“นิตยสารดารากาพยนตร์ฉบับที่คุณผู้อ่านถืออยู่นี้ เป็นฉบับที่ 33 นับเป็นฉบับแรกที่ดารากาพยนตร์ปรับปรุงการพิมพ์เป็นระบบ 2 สี และปกอบพลาสติกมันระยับทั้งที่ราคากระดาษดิบตัวขึ้นราคาเกือบจะทุกวัน แต่ดารากาพยนตร์กล้าที่จะเพิ่มคุณภาพและคุณค่าแก่แฟนฯ

คณะกรรมการบริหาร คาราวายนตร์รู้สึกซาบซึ้งในไมตรีจิตที่คณผู้อ่านหยิบยื่นให้ต่อเรา ช่วยอุดหนุนจนเจ็ดคาราวายนตร์มาตลอด จนสามารถแก้ไขอุปสรรคต่างๆและปรับปรุงหนังสือให้ก้าวหน้าต่อไป”

“ช่วงแรกระบบการพิมพ์สัดส่วนของสีลดลงเพราะเริ่มแรกต้องอาศัยการจ้าง 71 พิมพ์แยกสีทำเพลทซึ่งต้นทุนค่อนข้างสูง คือ 1 เพลทประมาณ 5,000 – 10,000 บาท สีสีประมาณ 30,000 บาท เป็นผลให้สีจะน้อยในยุคแรก” (บุคคลในกองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

4. โฆษณา

ปี / พ.ศ.	โฆษณา / ประเภท	สัดส่วน	หมายเหตุ
2520-2527	ประเภท - ภาพยนตร์,นาฬิกา, ร้านตัดเสื้อ-ทำผม,แป้งเด็ก,ร้านอาหาร,ครีมบำรุง ช่วงหลังเพิ่มประเภท - รถจักรยานยนตร์,เครื่องสำอาง,รองเท้า	4% ของเนื้อหาทั้งหมด	ในช่วงแรก 2520-2524 โฆษณาไม่หลากหลาย

พื้นที่โฆษณาในยุคแรกคิดเป็นสัดส่วน 4% ของเนื้อหาทั้งหมด ช่วงแรกเริ่มประมาณพ.ศ. 2520-2524 ประเภทโฆษณาไม่หลากหลาย ได้แก่ ร้านอาหาร ภาพยนตร์ ร้านตัดเสื้อ-ทำผม แป้งเด็ก เป็นต้น หลังจากนั้นเริ่มเพิ่มประเภทรถจักรยานยนตร์ เครื่องสำอาง รองเท้า ผงซักฟอก ผ้าอนามัย เป็นต้น

2. ยุคที่ 2 พ.ศ. 2528 – 2540

ธนู จงเลิศจรรยา เป็นผู้อำนวยการ ณรงค์ รอดเจริญ เป็นบรรณาธิการ และนคร จงเลิศจรรยา เป็นบรรณาธิการผู้พิมพ์-โฆษณา

เนื้อหาของนิตยสารคาราวายนตร์ ยุคที่ 2 พ.ศ. 2528 – 2540

ตารางที่ 3: เนื้อหาของนิตยสารคาราวายนตร์ยุคที่ 2 พ.ศ. 2528-2540

1. คอลัมน์ประจำ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2528-2540	ข้อมูลคารา	คาราพาเหรด 5 นาทีกับเพลงเด่นคนดัง มุมบ้านคารา รอบวันรอบตัว เบื้องหลังคนดัง	วิชัยกรรจจ์ คู่ย เงาไม้ เงาไม้ อ้อ เอ๊ะเอ๊ะ	เริ่มปี2529 เริ่มปี2532 เริ่มปี2537
	ข่าวสังคมบันเทิง	ดาวล้อมเดือน เถิดเทิงบันเทิง มาลัยลอยชาย ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ มูฟวีนิวส์	หนุ่ม'80 แอ๊ด ตลาดพลู อรรถวินิจ พิชญ์ วิชัยกรรจจ์ และ เพื่อน	เริ่มปี2528 เริ่มปี2528 เริ่มปี2529 เริ่มปี2536
	ข้อมูลเพลง	7 วันบันเทิง สตริงสแควร์ ลูกทุ่งทั่วทิศ	วิชัยกรรจจ์ และ เพื่อน ป้อ เปรี้ยวปรี้ง กล้า ตะลุมพุก	เริ่มปี2537
		ชุมทางชาวทุ่ง เพิ่มสตริง	กล้า ตะลุมพุก เสกสรร ภู	เปลี่ยนชื่อ เป็น “ชุมทาง ชาวทุ่ง”เมื่อ 2529 เริ่มปี2532
	ข่าวบันเทิงทีวี	แหวดวงคนทีวี	ประดิษฐ์ เลนซ์ .35	เปลี่ยนชื่อ เป็น “จอ แก้ว” ปี2529
	ตอบปัญหาคารา	จอแก้ว กอบปัญหาคารา	บรรดาดาว ดาวศุกร์	

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2528-2540	ตอบปัญหาสุข ภาพ	ปัญหาทางเพศ คุยกับหมอเรื่องผิวพรรณ คลินิกลูกรัก	หมอนพพร นพ.บันเทิง ชม เชยวงษ์ ศ.พญ.ชนิกา ตู้ จินดา	เริ่มปี2534 เริ่มปี2535
	ตอบปัญหาสุข ภาพ	หมอใกล้ตัว คลินิกแพทย์สตรี	นพ.สุวัฒน์ จริยา เลิศศักดิ์ นพ.พนิตย์ จิระนั นทประวีติ	เริ่มปี2537 แทนคอลัมน์ ตอบปัญหา ทางเพศของ หมอนพพร
	ตอบปัญหาชีวิต - สังคม	พี่สิราณีที่รัก สอนรักสอนน้อง	สิราณี รศ. สุนีย์ สินธุ เดชะ	เลิกไปปี2537 แทนคอลัมน์ ของสิราณี

2. สกู๊ปพิเศษ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อสกู๊ป	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2528-2540	ข้อมูลดาราศาสตร์	ชีวิตรักคนดัง เบื้องหลังชีวิตบันเทิง ใกล้ชีวิตดาราศาสตร์ 5 นาทีเพลงเด่นคนดัง ก่อนจะมาเป็นดาว ของรักของหวง จากใจคนดัง ที่มาของนามสกุล จากวันนั้นถึงวันนี้ แข่งสาวแข่งสวย ขอบฟิล์ม	นักรักโลกมาชา สนธยา แอ๊ด ตลาดพลู ต๋วย จิ๊ก นอกโลก น้องแชมป์ พร พิตรรา ภริมโรส ภริมโรส หญิงงาม ปีกเหล็ก	เริ่มปี2528 เริ่มปี2528 เริ่มปี2534 เริ่มปี2534 เริ่มปี2536 เริ่มปี2536

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อสื่อบุคคล	ผู้เขียน	หมายเหตุ
	ข้อมูลคารา	เสน่ห์ สาว สาว สาว	ดินสอสี	เริ่มปี2536
		ครัวคารา	นักรักโลกคารา	เริ่มปี2537
		เปลือยหัวใจ	มาษา	เริ่มปี2537
		ชีวิตต้องสู้		เริ่มปี2537
		สื่อบุคคลเพลง	ดินสอสีม่วง	เริ่มปี2537
		ดนตรีติดดาว	ดาร์กี้	เริ่มปี2537
		สวีสฮาร์ท	จีจ๋า	เริ่มปี2538
		เก็บไว้ด้วยใจรัก	แอ๊ด ตลาดพลู	แทนคอลัมน์ ของรักของ หวง
		ที่สุดในชีวิต	เพ็ญ	เริ่มปี2538
		ผิวสวยหลังจอ	ดินสอสี	เริ่มปี2539
		เรื่องจริงยิ่งกว่านิยาย	เพ็ญ คารา	เริ่มปี2539
	สัมภาษณ์พิเศษ	ถนนสู่ดวงดาว	ภาพยนตร์	เริ่มปี2540
		50 คำถามคนเด่นคนดัง	ภริมาโรส	
		จับเข่าคุย	ปู้ ภูเขาทอง	
		แซกรับเชิญ	ดลยา สารภี,แอ๊ด	
	ข่าวบันเทิง	เจาะใจถึงใจ	ตลาดพลู	
		เป็นสื่อบุคคลแล้วแต่เหตุการณ์	จิ๊ก นอกโลก	
	เบื้องหลังการถ่าย	โน้ตเด่นระบำ	แอ๊ด ตลาดพลู	เริ่มปี2537
	ทำ	หลังกล้องกองถ่าย		
	สื่อบุคคลหนัก	สนทนาประสาชาวบ้าน	สเปโต , วินัส	เริ่มปี2538
		สื่อบุคคลตามเหตุการณ์	ปิย สุดา และ ทีม ข่าว	เริ่มปี2538

3. ภาพยนตร์

นำเสนอเรื่องย่อภาพยนตร์ไทย – จีนและต่างประเทศ ในยุคนี้ภาพยนตร์จีน ฮอลลีวูดเริ่มเข้ามามีบทบาททั้งในสื่อภาพยนตร์และสื่อโทรทัศน์ ดังนั้นการนำเสนอเรื่องย่อของหนังจีนพร้อมทั้งประวัติศาตร์ จึงได้รับความสนใจจากผู้อ่านมาก เนื้อหาส่วนภาพยนตร์ในยุคที่ 2 คิดเป็น 4% ของเนื้อหาทั้งหมด แนะนำภาพยนตร์ฉบับละประมาณ 2 – 4 เรื่อง ซึ่งนับว่าน้อยกว่าในยุคแรกที่เป็นยุคภาพยนตร์เฟื่องฟู ประกอบกับสื่อโทรทัศน์เป็นที่นิยมมากขึ้น ทำให้ภาพยนตร์ได้รับความนิยมน้อยลง ตัวอย่างของการจัดทำฉบับพิเศษเรื่องย่อภาพยนตร์ฮอลลีวูดทางโทรทัศน์พร้อมข่าวคราวดารานำจากภาพยนตร์เรื่อง “เทพบุตรทรชนง” เป็นฉบับพิเศษที่ขายเสริมคู่กับดารากาภาพยนตร์ฉบับที่ 398 ปีที่ 9 ประจำวันพุธที่ 25 ธันวาคม 2528

4. ละครโทรทัศน์

ยุคที่ 2 วงการโทรทัศน์และสื่อวิทยุกระจายเสียงเริ่มเติบโตและได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นละครโทรทัศน์จึงเข้ามาดึงดูดผู้ชมมากกว่าภาพยนตร์ ทำให้การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องย่อละครโทรทัศน์ในแต่ละช่องเพิ่มขึ้น และการนำเสนอในลักษณะแนะนำละครโทรทัศน์ใหม่ๆ โดยให้รายละเอียดเกี่ยวกับดารานำที่แสดงละครโทรทัศน์แต่ละเรื่อง รวมไปถึงบรรยากาศการถ่ายทำอย่างสั้นๆ ตัวอย่างการจัดทำฉบับพิเศษ นำเสนอเนื้อเรื่องย่อของละครโทรทัศน์และรายละเอียดในการถ่ายทำละครเรื่อง “ไอ้ลูกรัก” ขายเสริมคู่กับดารากาภาพยนตร์ฉบับที่ 398 ปีที่ 9 ประจำวันพุธที่ 25 ธันวาคม พ.ศ. 2528

5. นิยายประจำฉบับ

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2528	สายน้ำไม่ไหลกลับ ค้นหา ผ้าขี้ริ้วห่อดิน รู้หลากสี ค่าเพียงดิน	เกตุวดี นันทวรรณ คุณดาว ศรินประภา รจเรช	

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2529-2530	ไฟเสนาหา ดอกหญ้าบุชารัก นางรอง เปลวไฟกลางลม หัวใจไม่สิ้นรัก น.ส.บัวลอย ร้อยรศพันคำ จำจอมลุย กุหลาบไร่กลิ่น ภูตอเวจี อิหนูนักสู้ เมียจำเป็น นส.ไพลิน กิ่งเดือน..ใบดิน เงาชีวิต	กันยามาส รมย์ รัชณี วรงค์ รมย์ รัชณี บุษยมาศ อัญชัน คารกา ศรินประภา เพชร ชัยพฤกษ์ เกตุวดี นิรชร สายรุ้ง วรงค์ อัญชัน คารกา บุษยมาศ สายรุ้ง	แนวอิโรติก
2531-2532	สะกั๊ทาส หยาดฝนบนพื้นทราย เพลงชีวิต กรรมลิขิต บุษบาอธิษฐาน หงส์ไฟ มฤตยูสีแดง ละอองทราย วิมานมายา	นันทนา วีระชน รมย์ รัชณี รมย์ รัชณี สายรุ้ง รัศมีจันทร์ นันทนา วีระชน เพชร ชัยพฤกษ์ นิรชร เกตุวดี บุษยมาศ	
2533-2534	รักไร้อันดับ พ่อไก่แก่แม่ปลาช่อน ดาวเต็มฟ้า ระบำอสูร ทะเลอารมณ์	กันยามาส นันทนา วีระชน มณีบุษย์ กันยามาส เกตุวดี	

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2535-2536	ศพ 5 ปี ขายชีวิต เหมือนไฟและสายฝน อมฤตา...เทพธิดาจอมชน ระบำอสูร ปีสาคดำ สาวเลือดเหล็ก ปลายไฟ อ้อมมาเกิด กระแสแห่งปรารถนา ทางทมิฬ กำเนิดเจ้าแม่สายรุ้ง เพลงรักเริงไฟ แม่ย่านาง จอมชนคนทะเล้น ปณิตาหารรัก แรงพยายาม ผึ้งนางพญา	นิรชร สายรุ้ง รัศมีจันทร์ รมย์ รัชนี เจิด จินตนา กัญยามาส นพวรรณ เพชร ชัยพฤษ์ รมย์ รัชนี เจิด จินตนา กัญยามาส คมเกี้ยว คนเมืองซาง นพวรรณ อังศุมาลี นันทนา วีระชน เกตุวดี เจิด จินตนา ศศิภาวรรณ เกตุวดี	
2537	พิศواسมาษา สองเสน่หา ผู้ชายขายฝาก ไฟรัก ไฟพิศวาส ภาพผีสิง อัศวินลุยเพลิง พี่ชาย ปลายไฟ สมาหนุ่มเนื้อทอง เมียชื้อ แม่เมือง	อังศุมาลี กัญยามาส นันทนา วีระชน มณีบุษย์ นิรชร นพวรรณ วศิน ธารา รมย์ รัชนี กัญยามาส จิตรภา นันทนา วีระชน	

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2538-2539	กุหลาบแดง คลื่นรักคลื่นซัง อสุรสามเงา วิวาท์ลำผัว ขอที่ว่าข้างหัวใจ พรุ่งนี้จะบอกว่ารัก รักฤดาวง รอยร้าวในหัวใจ นางร้าย บัญชากับฝาแฝด สะกัทธิพิศ ร้อนพยาบาล กลางคืนเป็นของฉัน กลางวันเป็นของเธอ นส.จันทร์จรีรา บานเบิกฟ้า สายเลือดสายรัก เล่ห์ซาดาน ข้าวจิ้มเกลือ หนีเกียรติยศ ทะเลใจ คุณหญิงเนื้อทอง	นพวรรณ มณีบุษย์ นิรชร ศรี อภิรุม รมย์ รัชนิ แก้ว กานดา ชลาลัย อังศุมาลี เกตุวดี ศรี อภิรุม มณี เมขลา มณีบุษย์ นิรชร นันทนา วีระชน เหมือนจันทร์ ศรี อภิรุม เจ็ด จินตนา ชลาศัย กัญยามาส เกตุวดี	
2540	สวยสังหาร เพลงรักนางบำเรอ หัวใจจ้าวอยู่ไหน ข้าชื่อเพลิง สาวหอทนมุ่หัวใจ เจ้าพ่อसानสัก ยอดรักพระนาง ลัทธิของสองพันปี	นพวรรณ ชลาลัย เกตุวดี นพวรรณ กัญยามาส เจ็ด จินตนา มณีบุษย์ นิรชร	

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้เขียน	หมายเหตุ
	ภาพรักลวงใจ กระท่อมปลายนา นารี สีเพลิง	เหมือนจันทร์ นันทนา วีระชน ตรี อภิรม	

6. เนื้อหาอื่นๆ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2528-2540	ให้ผู้อ่านมีส่วนร่วม ดวงชะตาราตี แนะนำหนังสือ	ประกวดภาพถ่ายคุณหนู น่ารัก ชะตาชีวิตในรอบสัปดาห์ ฤกษ์งามยามดี แฟนนักอ่าน	อรรณีวิโรจน์ ศรี ศุลา เทพ ประสิทธิ์ แวนแก้ว	เริ่มปี2539เลิก ไปปี2528

7. ภาพ

ปี / พ.ศ.	ภาพ / ประเภท	สัดส่วน / ประมาณ	หมายเหตุ
ยุคที่ 2 2528-2540	1. ภาพโฆษณา 2528-2532 2533-2540 2. ภาพข่าว 3. ภาพประกอบเรื่องราว 3.1 ภาพประกอบเรื่องย่อละคร 3.2 ภาพประกอบเรื่องย่อภาพยนตร์ 3.3 ภาพประกอบนิยาย 4. ภาพดำเนินเรื่อง	7% ของเนื้อหาทั้งหมด 23% ของเนื้อหาทั้งหมด 8% ของเนื้อหาทั้งหมด 13% ของเนื้อหาทั้งหมด 2% ของเนื้อหาทั้งหมด 3% ของเนื้อหาทั้งหมด 3% ของเนื้อหาทั้งหมด 3% ของเนื้อหาทั้งหมด	

เนื้อหาส่วนคอลัมน์ประจำยุคที่ 2 (พ.ศ. 2528 – 2540) ประเภทข้อมูลคารา ข่าวสังคม บันเทิง และข้อมูลเพลง ปรับเนื้อหาเพิ่มและลดเล็กน้อย ส่วนใหญ่คงยึดการนำเสนอเนื้อหาใน ลักษณะเดิม คือเน้นที่การให้ข้อมูล ข่าวคราว ความเคลื่อนไหวของคารา และแวดวงภาพยนตร์ และวงการเพลงไทยสากลและลูกทุ่ง

คอลัมน์ที่เพิ่มเนื้อหาขึ้นคือประเภทตอบปัญหาสุขภาพ โดยในยุคแรกเป็นคอลัมน์ตอบ ปัญหาทางเพศและสุขภาพโดยนายแพทย์ธงชัย เล็กกัมพล ในยุคที่ 2 นี้เปลี่ยนเป็นหมอนพพร ตอบปัญหาแทน และเพิ่มคอลัมน์ คู่กับหมอเรื่องผิวพรรณ โดยนพ.บันเทิง ชมเชยวงษ์ , คลินิก ลูกรัก โดยศ.พญ.ชนิกา ตูจินดา เริ่มปี 2535 ,คอลัมน์หมอใกล้ตัว โดย นพ.สุวัฒน์ จริยาเลิศศักดิ์ เริ่มปี 2537 และคอลัมน์คลินิกแพทย์สตรี โดยนพ.พนิตย์ จิระนนท์ประวัติ (เริ่มในปี พ.ศ. 2537 โดยนำมาแทนคอลัมน์ตอบปัญหาทางเพศของหมอนพพร)

คอลัมน์ประเภทตอบปัญหาชีวิต – สังคม เพิ่มคอลัมน์สอนรักสอนน้อง โดยรศ. สุนีย์ ลินธุเดชะ ในปีพ.ศ. 2537 โดยมาแทนคอลัมน์ “พีศิราณีที่รัก”

ส่วนของสัปดาห์พิเศษในยุคที่ 2 พบว่าจะแบ่งแยกออกเป็นสัปดาห์นักและสัปดาห์เบา ซึ่งสัปดาห์นักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมือง สังคม คือสัปดาห์ “ สนทนาประชาชาวบ้าน “ และสัปดาห์ตามเหตุการณ์ เริ่มในปีพ.ศ. 2538 โดยนำเสนอเนื้อหาสาระทางการเมือง ข่าวสารและเหตุการณ์ ที่จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชน ในลักษณะการสัมภาษณ์พูดคุยกับนักการเมือง เปิดโอกาสให้นักการเมืองสื่อสารกับประชาชนโดยผ่านดาราภาพยนตร์เป็นสื่อกลางเพื่อทำความเข้าใจกับประชาชนในประเด็นต่างๆ พร้อมทั้งความคิดเห็นของคาราและบุคคลในวงการบันเทิง บุคคลในกองบรรณาธิการกล่าวถึงวัตถุประสงค์และนโยบายของคอลัมน์ “สนทนาประชาชาวบ้าน “ ว่า

“ เป้าหมายหลักคือการให้นักข่าวไปสัมภาษณ์บุคคลในวงการ ไม่ว่าจะป็นในวงวิชาการ หรือการเมือง หัวข้อที่จะพูดคือสังคมทั่วไป แล้วเอคารามาพูด ซึ่งจำได้ว่า topic แรกเป็นเรื่องเกี่ยวกับน้ำมันไร้สารตะกั่ว นโยบายจริงๆก็จะเอานักการเมืองมาพูดถึงผลดี – ผลเสียและเอาคนในวงการบันเทิงมาพูดในแง่แสดงความคิดเห็น ปัญหาคือ เจ้านายมองว่านักการเมืองเป็นโรคพูดจาไม่รู้เรื่อง พูดแล้วต้องแปล เลยสั่งให้ไปถามแล้วให้พูดแบบพูดให้ชาวบ้านฟัง ก็ได้ผล ซึ่งคนในวงการเองก็ชื่นชมว่าเป็นคอลัมน์ที่ดีมีประโยชน์ นักการเมืองพูดรู้เรื่อง ไม่ใช่ภาษาการเมืองแต่ต้อง

อยู่ในขอบของวิชาการ ช่วงนี้โดยมีการแยกเป็น สกู๊ปหนัก สกู๊ปเบา ซึ่งสกู๊ปหนักก็เกี่ยวกับพวก การเมืองกฎหมาย และคนพูดก็จะเป็ระดับนายกฯ , รัฐมนตรี สกู๊ปเบาก็จะเป็นพวก “ออกหักดี กว่ารักไม่เป็น” , “หญิงกับชายเท่าเทียมกันแล้วจริงหรือ” , “นุ่งกระโปรงสั้นเค้าว่ามันปวกใจ” จะแยกออกมาเป็นสกู๊ปหนัก - เบาให้เห็นชัด “ (บุคคลในกองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

เนื้อหาประเภทแนะนำและให้เนื้อเรื่องย่อภาพยนตร์ในยุคที่ 2 พบว่า สัดส่วนลดลงและ ภาพยนตร์ต่างประเทศเข้ามามีอิทธิพลมากขึ้นโดยเฉพาะภาพยนตร์จีน - ฮองกง โดยนำเสนอ เนื้อเรื่องย่อละครโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นเนื่องจากสื่อวิทยุโทรทัศน์เริ่มเติบโตและมีบทบาทเข้าถึง ประชาชนได้ง่ายขึ้น ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาให้สนองตอบต่อ ความต้องการข่าวสารและบันเทิงของชนชั้นกลางมากยิ่งขึ้น มีการแข่งขันกันเพื่อปรับปรุงรายการ โทรทัศน์ของแต่ละสถานีทั้งให้สาระข่าวสาร และประเภทรายการบันเทิงที่เป็นหลักและได้รับความนิยม ได้แก่ ละครโทรทัศน์ ส่วนนิยายยาวประจำฉบับเพิ่มขึ้นเป็นฉบับละ 11 เรื่อง ส่วนแนวของ นิยายยังคงเดิมคือ รัก-หวาน-โรแมนติก , บู๊ และผี-สยองขวัญ

ส่วนเนื้อหาอื่นๆยังคงคอลัมน์ชะตาชีวิตในรอบสัปดาห์ และเพิ่มคอลัมน์ฤกษ์ยามยามดีใน ประเภทดวงชะตาราศี และคงคอลัมน์ประกวดภาพถ่ายคุณหนูน่ารักเป็นคอลัมน์ประเภทเปิด โอกาสให้ผู้อ่านมีส่วนร่วม

เนื้อหาส่วนภาพ พบว่า ภาพโฆษณาเพิ่มขึ้นจากเดิมในยุคแรก 4% เป็น 7% และ 23% ตาม ลำดับ นอกจากนั้นยังมีการเพิ่มภาพประกอบเรื่องย่อละครโทรทัศน์ เป็น 3% ของเนื้อหาทั้งหมด

รูปแบบของนิตยสารดาราทะลุยุคที่ 2 (พ.ศ. 2520 – 2540)

ตารางที่ 4: รูปแบบของนิตยสารดาราทะลุยุคที่ 2 พ.ศ. 2528-2540

1. การนำเสนอภาพปก

ปี / พ.ศ.	การนำเสนอปกหน้า	ปก หน้า ด้านใน	การนำเสนอปกหลัง	ปก หลัง ด้านใน	หมายเหตุ
2 5 2 8 - 2540	คารา (คาราจากภาพ ยนตร์และละครโทร ทัศน์)	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา	

การนำเสนอภาพปกในยุคที่ 2 (2528 – 2540) พบว่า ปกหน้ายึดนโยบายเดิมคือการนำเสนอภาพคารา นักร้องที่มีชื่อเสียงในวงการภาพยนตร์เป็นหลัก และวงการโทรทัศน์ ส่วนปกหน้าด้านใน , ปกหลังและปกหลังด้านในเป็นพื้นที่โฆษณา

2. ลักษณะทั่วไป

ปี / พ.ศ.	ราคา	ขนาด	หัวหนังสือ	โปรยปก	เย็บเล่ม	หมายเหตุ
2 5 2 8 - 2531	7 บาท (2528- 2531)	8.25x11.5 นิ้ว	ปรับหัวหนังสือใหม่ให้ มีขนาดเล็กลงจากเดิม 7.3x1.9 นิ้ว เป็น 10.3x3 เซนติเมตร ตำแหน่งมุมบนซ้ายของ ผู้อ่าน	ทั่วปก	มุงหลังคา	ราย สัปดาห์
2 5 3 2 - 2533	8 บาท 9 บาท (2533)	8.2x11.5	ขนาด 9x2.6 เซนติเมตร	ทั่วปก	มุงหลังคา	ราย สัปดาห์
2 5 3 4 - 2538	10 บาท (2534)	8.2x11.5 นิ้ว	ขนาด 9x2.6 เซนติเมตร	ทั่วปก	มุงหลังคา	ราย สัปดาห์
2 5 3 9 - 2540	10 บาท	8.2x11.5 นิ้ว	ขนาด 8x2.4 เซนติเมตร	ทั่วปก	มุงหลังคา	ราย สัปดาห์

ยุคที่ 2 ช่วงแรก พ.ศ. 2528 – 2529 พบว่า จำหน่ายราคา 7 บาท ขนาด 8.25x11.5 นิ้ว มีการปรับปรุงขนาดของหัวหนังสือ คือรูปแบบเดิมคำว่าคาราภาพยนตร์อยู่ในแถบสี ขนาด 7.3x1.9 นิ้ว หรือ 18.7x4.7 เซนติเมตร ปรับลดลงให้เหลือขนาด 10.3x3 เซนติเมตร ตำแหน่งมุมบนซ้าย

มือของผู้อ่าน ลักษณะการโปรยทั่วปก และการเย็บเล่มแบบมุงหลังคา การปรับลดขนาดหัวหนังสือลงครั้งแรกในฉบับที่ 414 ปีที่ 10 ประจำวันเสาร์ที่ 12 เมษายน 2529 จากถ้อยแถลงของธนูจงเลิศจรรยา ใน “เปิดใจคุยกับแฟนฯดาราทะนตรีที่รัก” ดังนี้

“ ดาราทะนตรีฉบับนี้ปรับปรุงหัวหนังสือใหม่ เก๋เก๋ไปอีกแบบ นับตั้งแต่ดาราทะนตรีฉบับแรกจนถึงปัจจุบันเป็นเวลาเกือบ 10 ปี (เต็มบริบูรณ์) “หัวหนังสือ” ตลอดจนแถบสีที่เป็นเอกลักษณ์เด่นเป็นสง่า สะดุดตาตลอดมา เพียงแต่ดาราทะนตรีตั้งแต่ฉบับนี้จะย่อส่วนของหัวดาราทะนตรีให้เล็กลง เพื่อเปิดโอกาสให้ภาพดาราทะนตรีที่เป็นปกมีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าเดิม สะดุดสะอวดตา “



ภาพประกอบที่ 5: ตัวอย่างหัวหนังสือขนาดเดิม 7.3x1.9 นิ้ว



ภาพประกอบที่ 6 : ตัวอย่างหัวหนังสือขนาดปรับปรุง 10.3x3 เซนติเมตร

เมื่อ พ.ศ. 2531 คารากาพยนตร์ปรับราคาขึ้นจาก 7 บาทเป็น 8 บาท เริ่มจากฉบับที่ 526 ปีที่ 12 ประจำวันศุกร์ที่ 3 มิถุนายน 2531 เนื่องจากภาวะกระดาษสูงขึ้น จากบทบรรณาธิการของ นคร จงเลิศจรรยา บรรณาธิการผู้พิมพ์-โฆษณา กล่าวถึงการปรับราคาในช่วงนี้ว่ามีสาเหตุมาจาก ราคาต้นทุนการผลิต ได้แก่กระดาษ วัสดุหมึกพิมพ์ดิบตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงต้องมีการปรับราคาเพิ่มอีก 1 บาทเพื่อไม่ให้หนีตยสารขาดทุน

ยุคที่ 2 ช่วง พ.ศ. 2532 – 2533 มีขนาด 8.2x11.5 นิ้ว หัวหนังสือปรับลงมีขนาด 9x2.6 เซนติเมตร ตำแหน่งมุมบนซ้ายของผู้อ่าน ลักษณะโปรยขาวทั่วปก และการเย็บเล่มแบบมุงหลังคา และ ในช่วง พ.ศ. 2533 ได้มีการปรับราคาขึ้นจาก 8 บาทเป็น 9 บาท เพราะราคาค่ากระดาษพิมพ์ และวัสดุสิ่งพิมพ์ยังสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากถ้อยแถลงของคุณอำนาจ รุ่งเรือง บรรณาธิการ (รักษาการขณะนั้น) ใน “บก.แถลง” ในฉบับที่ 626 ปีที่ 13 ประจำวันอังคารที่ 1 พฤษภาคม 2533 ดังนี้

“ขณะนี้เรากำลังเจอปัญหาเกี่ยวกับกระดาษพิมพ์และวัสดุการพิมพ์ ดิบตัวสูงขึ้นกว่า 20% มากกว่า 2 ปีแล้ว และนั่นก็คือต้นทุนผลิตของเราต้องสูงขึ้นไปอีก ซึ่งเหลือบ่ากว่าแรงที่จะแบกภาระอันหนักหน่วงเช่นนี้เอาไว้ได้ จึงต้องขอปรับราคาขึ้นอีกเพียง 1 บาท จากราคา 8 บาทเป็น 9 บาท เพื่อความอยู่รอดของหนังสือตั้งแต่ฉบับหน้า (ฉบับที่ 627) เป็นต้นไป จึงขอความเมตตาและเห็นใจแก่ท่านผู้มีอุปการคุณในครั้งนี้นี้ด้วย “

ช่วงที่ 3 พ.ศ. 2534 – 2538 พบว่ามีการปรับราคาจาก 9 บาทเป็น 10 บาทในพ.ศ. 2534 ขนาดรูปเล่ม 8.2x11.5 นิ้ว ขนาดหัวหนังสือ 9x2.6 เซนติเมตร ลักษณะโปรยขาวทั่วปกและเย็บเล่มแบบมุงหลังคา

สาเหตุของการปรับราคาขึ้นอีก 1 บาทยังคงสืบเนื่องมาจากกระดาษที่ยังคงดิบตัวสูงขึ้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก

ช่วงที่ 4 พ.ศ. 2539 – 2540 จำหน่ายราคา 10 บาท ขนาดรูปเล่ม 8.2x11.5 นิ้ว หัวหนังสือปรับลดขนาด 8x2.4 เซนติเมตร โปรยทั่วปกและเย็บเล่มแบบมุงหลังคา

3. กระดาษและการพิมพ์

ปี / พ.ศ.	กระดาษ	การพิมพ์	หมายเหตุ
2528-2538	อาร์ตแข็ง 5% ปอนด์มัน 5% ปอนด์ 32% พรีฟ 73%	สี่สี 73% สองสี 19% ขาวดำ 36%	พิมพ์ขาวดำปี2528 ถึงกลางปี2528แล้ว เปลี่ยนเป็นระบบสี่ สีและสองสี
2539-2540	อาร์ตแข็ง 4% ปอนด์ 47% พรีฟ 48%	สี่สี 100%	

ช่วงแรกของยุคที่ 2 (พ.ศ. 2528-2538) ความหนาของเล่มประมาณ 80-100 หน้า พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง ปอนด์มันในส่วนปกและภาพประกอบ คิดเป็นสัดส่วนละ 5% กระดาษปอนด์และพรีฟในส่วนเนื้อหาคิดเป็น 32% และ 73% ตามลำดับ ระบบการพิมพ์ในสัดส่วนสี่สี 73% ,สองสี 19% และขาวดำ 36% ช่วงนี้สืบเนื่องมาจากยุคเริ่มต้นที่ระบบการพิมพ์ยังต้องอาศัยการจ้างแยกสีทำเพลทอยู่ เพราะแท่นพิมพ์ที่สำนักพิมพ์อำนาจนาสน์ในยุคแรกจนยุคที่ 2 นี้เป็นแท่นพิมพ์โพลีแลนธรรมดา ไม่สามารถทำการแยกสีเองได้ แต่ก็ได้เพิ่มปริมาณการพิมพ์สี่สีขึ้นตามลำดับ ตามกำลังต้นทุนการผลิตในเวลานั้น ซึ่งการพิมพ์ขาวดำในยุคที่ 2 ช่วงประมาณต้นเดือนพฤษภาคม 2528 ได้เปลี่ยนเป็นการพิมพ์สี่สีและสองสี ส่วนขาวดำก็ยกเลิกไป

ยุคที่ 2 ช่วงหลัง (พ.ศ. 2539-2540) ความหนาประมาณ 90-110 หน้า ปรับเปลี่ยนจากการใช้กระดาษปอนด์มันในส่วนภาพประกอบมาเป็นใช้กระดาษปอนด์ รวมกับเนื้อหาบางส่วนคิดเป็นสัดส่วน 47% ที่เหลือเป็นกระดาษพรีฟในสัดส่วน 48% การพิมพ์ในช่วงนี้มีการปรับเปลี่ยนเป็นระบบสี่สีตลอดเล่ม เนื่องจากทางสำนักพิมพ์ได้นำเข้าเครื่องพิมพ์ระบบออฟเซต^๕ เข้ามาจากต่างประเทศ

4. โฆษณา

ปี / พ.ศ.	ประเภท	สัดส่วน	หมายเหตุ
2528-2532	ประเภท : เครื่องสำอาง , ยาสีฟัน, สถานเสริมความงาม , ภาพยนตร์ , ร้านอาหาร , เครื่องปรุงอาหาร , เทปเพลง , รถจักรยานยนต์ , ชุดชั้นใน , ไคเร็กเซลล์	7% ของเนื้อหาทั้งหมด	
2533-2540	ประเภท : เหมือนช่วงแรก เพิ่มโฆษณาเทปเพลงของค่ายต่างๆมากขึ้น , เครื่องใช้ไฟฟ้า , อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ , คลินิกศัลยกรรมความงาม , ยาสำหรับสตรี , คลินิกลดความอ้วน	23% ของเนื้อหาทั้งหมด	

พื้นที่โฆษณายุคที่ 2 ช่วงพ.ศ. 2528-2532 พบว่าเพิ่มขึ้นจากยุคที่ 1 คือ 4% เป็น 7% ของเนื้อหาทั้งหมด ประเภทโฆษณาที่ลงในนิตยสารเหมือนกับในยุคแรก ช่วงหลังของยุคที่ 2 พ.ศ. 2533-2540 โฆษณาเพิ่มขึ้นเป็น 23% ของเนื้อหาทั้งหมดและมีความหลากหลายมากขึ้นตามกาลเวลา กล่าวคือมีโฆษณาประเภทสนองความต้องการของผู้อ่านในแง่ต่างๆมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิง เช่นผลิตภัณฑ์ลดน้ำหนัก คลินิกลดความอ้วน ยาลดความอ้วน คลินิกศัลยกรรมความงาม ซึ่งสนองความต้องการและให้ข้อมูลในเรื่องความสวยความงาม เป็นต้น

ยุคที่ 3 พ.ศ. 2541 – 2545 (ฉบับเปลี่ยนแปลงโฉม) ธนุ จงเลิศจรรยาเป็นผู้อำนวยการ อำนวย รุ่งเรืองเป็นบรรณาธิการ และนคร จงเลิศจรรยาเป็นบรรณาธิการผู้พิมพ์-โฆษณา

เนื้อหาของนิตยสารดาราภาพยนตร์ ยุคที่ 3 พ.ศ. 2541 – 2545

ตารางที่ 5: เนื้อหาของนิตยสารดาราภาพยนตร์ยุคที่ 3 พ.ศ. 2541-2545

1. คอลัมน์ประจำ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2541-2545	ข้อมูลดารา	ดาราพาเหรด	วิชัยกรรจ์	เริ่มปี2542
		ดาวกระทบดาว	จันทร์แรม	
	ข่าวสังคมบันเทิง	7 วันบันเทิง	วิชัยกรรจ์และเพื่อน	เล็กปี2543
		มูฟวี่นิวส์	วิชัยกรรจ์	
	ข้อมูลเพลง	ดาวล้อมเดือน	หนุ่ม'80	เริ่มปี2542
		มูมข่าวบันเทิง	วิชัยกรรจ์	
		ชุมทางชาวทุ่ง	กล้า ตะลุมพุก	เลิกปลา ย 2541
		เพิ่มสตริง	เสกสรร ภูประดิษฐ์	
		สี่สันคนตรี	ไวไฟ	เริ่มปี2542
		ดนตรีติดดาว	ดาร์กี้	เริ่มปี2542
สี่สันหน้าปัทม์			เริ่มปี2543	
ข่าวบันเทิงทีวี		จอแก้ว	บรรดาดาว	อยู่ปีเดียว
			เลิกปลา ย 2542	
2541-2545	ตอบปัญหาดารา	ตอบปัญหาดารา	ดาวศุกร์	
	ตอบปัญหาสุขภาพ	คลินิกแพทย์สตรี	นพ.พนิตย์ จิระนนท ประวัติ	
		คลินิกลูกรัก	ศ.พญ.ชนิกา ตูจินดา	
		คุยกับหมอเรื่องผิวพรรณ	นพ.บันเทิง ชมเชย วงษ์	
		หมอไถ่ตัว	นพ.สุวัฒน์ จริยาเลิศ ศักดิ์	
ตอบปัญหาชีวิต-สังคม		คุยกับ หมอสุรสิทธิ์เรื่อง ศีลยกรรมความงาม	นพ.สุรสิทธิ์ อัสดา มงคล	เริ่มปี2543
		สอนรักสอนน้อง	รศ. สุนีย์ สิ้นธุเคชะ	
		ล้อมวงสนทนากับคุณ หญิงสุพัตรา	คุณหญิงสุพัตรา มาศดิษฐ์	

2. สกู๊ปพิเศษ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อสกู๊ป	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2541-2545	ข้อมูลคารา	ผิวสวยหลังจ้อ	ดินสอสี	เริ่มปี2541 แ ท น ค อ ลั ม น์ ส วิทฮาร์ท
		ครัวคารา	ซ็อนทอง	
		เปลือยหัวใจ	นักรักโลกมาฮา	
		เยี่ยมบ้านคารา	ร่มพฤษ์	
		ถนนสู่ดวงดาว	ภริมโรส	
		สวีทฮาร์ท	แอ๊ด ตลาดพลู	
		ใกล้ชิดคารา	จีจ้า	
		เปิดตู้คารา	อู๋ม ปีกเหล็ก	
		คู่รักคู่ชีวิต	จีจ้า	
	สัมภาษณ์พิเศษ	เกร็ดชีวิตคนดัง	จूरีย์รัตน์	เริ่มปี2542
		เคล็ดลับความงาม	กันสร	เริ่มปี2542
		คนดีที่หนึ่ง	เพ็ญ ถนนมอญ	เริ่มปี2545
	เจาะใจถึงใจ	เกียรติยา		
	สัมภาษณ์พิเศษ	สะกึ๊ดดาว		
	เบื้องหลังการถ่ายทำสกู๊ปหนัก	สกู๊ปแล้วแต่เหตุการณ์	เพ็ญ ถนนมอญ	เลิก ไป ปี 2543
หลังกล้องกองถ่าย				
สนทนาประสาชาวบ้าน				
		สกู๊ปตามเหตุการณ์		

3. ภาพยนตร์

เนื้อหาส่วนการแนะนำภาพยนตร์และการนำเสนอเนื้อเรื่องย่อภาพยนตร์ในยุคลที่ 3 พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน คิดเป็นสัดส่วน 2% ของเนื้อหาทั้งหมด กล่าวคือในยุคลที่ 2 เนื้อหาเกี่ยวกับ

ภาพยนตร์ลดปริมาณลงจากยุคที่ 1 และแม้ว่าวงการภาพยนตร์ค่อยๆฟื้นตัวในยุคปัจจุบัน (2544-2545) แต่เมื่อเทียบกับสัดส่วนความนิยมกับเรื่องราวในวงการโทรทัศน์แล้วการนำเสนอเนื้อหา ด้านภาพยนตร์คิดเป็นสัดส่วนน้อยกว่าเนื้อหาด้านโทรทัศน์

4. ละครโทรทัศน์

เนื้อหาด้านละครโทรทัศน์คิดเป็นสัดส่วน 6% ของเนื้อหาทั้งหมด

5. นิยายประจำฉบับ

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2541	ส่วยสะท้านเมือง สัมผัสพิศวง หัวจอมซึ่งกลิ้งระเบิด ตะวันขึ้นที่ภูกุ่มข้าว ยอดรักพระนาง สัตย์สยของสองพันปี ภาพรักดวงใจ กระท่อมปลายนา ขอเถาะอยากเป็นคนดี พระจันทร์ข้างขึ้น อูสา บารส พายุกรรม สัญญามาร ภรรยาคนเดียว คาวทะเล ไปไม่ถึงปลายฝัน เจี้ยวชาดาน	นพวรรณ ตรี อภิรุณ เกตุวดี มณีเมขลา มณีบุษย์ นิรชร เหมือนจันทร์ นันทนา วีระชน รมย์ รัชนี กัญยามาส เจิด จินตนา รมย์ รัชนี มณีบุษย์ เกตุวดี เจิด จินตนา วรางคณา นิรชร	

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2542	นางบุญ ผักบุ้งไฟแดง สายสืบสายแสบ ด้วยร้ายแต่รัก เห่าไฟ หน้ากาก	นันทนา วีระชน ชลาชัย กัญยามาส มณีบุษย์ นพวรรณ	
2543	ศิระอะสุร บัลลังก์ดอกบัว เจ้าสาวสลัม ผู้หญิงไม่ใช่เหยื่อ พระเอก อมตะ คุณหนู ไอเอ็มเอฟ แมลงร้ายดอกไม้หนาม	นันทนา วีระชน ตรี อภิรุณ เกตุวดี เกตุวดี นันทนา วีระชน ตรี อภิรุณ เจิด จินตนา เกตุวดี	
2544	เมฆอุ้มฝน บัวลอยไขหวาน ฝั่งดิบ งูกินหาง ม่านมลายา นางสาวส้มหล่น เจียวหวาน 2001 อยากให้เป็นเหมือนใจฝัน ไฟนางฟ้า ไฟนองค์ สายพันธุ์พยัคฆ์ ลูกเขยซ่า พ่อตาแสบ	รมย์ รัชณี กัญยามาส นพวรรณ นันทนา วีระชน เจิด จินตนา เกตุวดี กัญยามาส รมย์ รัชณี เกตุวดี มณีบุษย์ ตรี อภิรุณ นันทนา วีระชน	
2545	คฤหาสน์สีชมพู	โสภาค สุวรรณ	สำรวจถึงเดือน มีนาคม 2545 เพิ่มนิยายใหม่ 1 เรื่อง

6. เนื้อหาอื่นๆ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2541-2545	ดวงชะตาราசி เกร็ดความงาม แฟชั่น	ชะตาชีวิตในรอบสัปดาห์ สวยใสๆ ใส่ใจสุขภาพ แฟชั่นจากปก	อรรณวิโรจน์ ศรีตุลา แอนเจล	เริ่มปี2543 เริ่มปี2544 (ช่วง ฉบับปรับปรุง ใหม่)

7. ภาพ

ปี / พ.ศ.	ภาพ / ประเภท	สัดส่วน / ประมาณ	หมายเหตุ
ยุคที่ 3 2541-2545	1. ภาพโฆษณา 2. ภาพข่าว 3. ภาพประกอบเรื่อง 3.1 ภาพประกอบเรื่องย่อละคร 3.2 ภาพประกอบเรื่องย่อภาพยนตร์ 4. ภาพดำเนินเรื่อง	10% ของเนื้อหาทั้งหมด 14% ของเนื้อหาทั้งหมด 3% ของเนื้อหาทั้งหมด 1% ของเนื้อหาทั้งหมด 9% ของเนื้อหาทั้งหมด	

คอลัมน์ประจำที่คงอยู่มาตั้งแต่ยุคแรกจนปัจจุบันได้แก่ คอลัมน์ดาราทะเล , ดาวล้อมเดือน , แฟ้มสตรี และคอลัมน์ตอบปัญหาดาราดอกดาวศุกร์ที่อยู่มาจนปัจจุบันและไม่เปลี่ยนชื่อคอลัมน์ ซึ่งคอลัมน์เกี่ยวกับการรายงานข่าวความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง ในยุคปัจจุบันจะปรับแนวการนำเสนอข่าวในลักษณะ “ข่าวเจาะ” คือข่าวความเคลื่อนไหวสั้นๆ ถ้าเกี่ยวกับดารานักเรื่องก็จะเพิ่มภาพดารารายชื่อข่าวให้เห็นหน้าตา

ส่วนคอลัมน์บางประเภทที่เลิกไปแล้วมีคอลัมน์ใหม่ในแนวเดียวกันมาแทน ได้แก่ คอลัมน์คลินิกแพทย์สตรี มาแทนคอลัมน์ตอบปัญหาทางเพศและสุขภาพ คอลัมน์สอนรักสอนน้องแทนคอลัมน์พีธีราณีที่รัก และการเพิ่มคอลัมน์ประเภทตอบปัญหาชีวิตและสังคม ชื่อคอลัมน์

“ล้อมวงสนทนากับคุณหญิงสุพัตรา“ โดยคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ ในปี พ.ศ. 2543 ซึ่งที่มาของการเกิดคอลัมน์นี้ บุคคลในกองบรรณาธิการท่านหนึ่งกล่าวว่า

“คุณหญิงสุพัตราโทรมาประสาน และก็เคยรู้จักกับคุณหญิงตอนที่ไปสัมภาษณ์ คุณหญิงก็ขอเบอร์มาจากสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ แก่อายากจะขอเขียนเป็นคอลัมน์ประจำเลยได้ไหมเพื่อให้ความรู้กับประชาชนดีมาก ก็เลยนัดหมายคุณธนู บก.อำนวยการ แล้วตัวเองไปพบคุณหญิงที่ทำเนียบ พูด่างๆว่าในพรรคประชาธิปัตย์เขาวัดกันมาแล้วเห็นผลเลยว่ามันได้ผล มันเป็นการเข้าถึงชาวบ้านอย่างแท้จริง เคยไปขอสัมภาษณ์คุณสนั่น แล้วไม่ให้สัมภาษณ์เพราะเห็นเป็นหนังสือคารา คุณชวนพูดต่อหน้าคุณสนั่นว่า หนังสือนี้มันเข้าถึงประชาชน ถ้าต้องการพูดอะไรให้ประชาชนฟังให้พูดผ่านคาราภาพยนตร์ ตั้งแต่นั้นหนังสือมาชาวบ้านไม่เคยมาทักว่าลงหนังสือเขาก็งว่าลงคาราภาพยนตร์แล้วหลายคนในพรรค และพรรคอื่นๆทุกคนจะเจอเรื่องนี้เหมือนกันว่าลงคาราภาพยนตร์แล้วเจอชาวบ้านทักว่าลงหนังสือคาราด้วย แล้วเริ่มรู้สึกว่าจะจริงๆแล้วนักการเมืองพูดแล้วลงหนังสือการเมืองก็คือพูดให้คนในวงการฟังกันเอง แต่ถ้าต้องการพูดให้ประชาชนฟังทำความเข้าใจกับประชาชนต้องพูดกับคาราภาพยนตร์ ยุคนี่ก็เหมือนกันคุณประชัย เรื่องจัดระเบียบสังคม เขาก็แอบปี ที่จะให้คาราภาพยนตร์ลงให้ คือโทรมาคุยให้สัมภาษณ์ยาว ให้เวลาเต็มที่คือขอให้ลง อธิบาย ทำความเข้าใจกับประชาชนว่าวัตถุประสงค์ของเค้าคืออะไร ลงแล้วมันได้ผล “

“ ตั้งเป็นคอลัมน์ของคุณหญิงสุพัตรา จุดประสงค์แรกคืออยากรู้กับชาวบ้านกับผู้คน ความคิดของคุณธนู บอกว่าถ้าเอาหมอมานำเรื่องเอดส์ ประชาชนก็ไม่ฟัง ก็ต้องเอาหมอมานำแล้วเอาคารามาพูดด้วย คุณธนูใช้คำว่า “เหมือนเอาช็อคโกแลตเคลือบยา” ก็คืออมเข้าไปแล้วมันหวานๆ กลืนเข้าไปในคอแล้วไม่รู้สึกอะไร แต่มันก็คล้ายเหมือนกันเป็นการให้วัคซีนกับประชาชน ก็คือเป็นข้อดี สมัยอาจารย์เอนก เหล่าธรรมทัศน์ สมัยนั้นเป็นนักวิชาการ เขาเคยลงคาราภาพยนตร์แล้วทำวิเคราะห์เรื่องของคาราภาพยนตร์แล้วถามว่า ทำไมหนังสือเราถึงทำเนื้อหาตรงนี้ เขาวิเคราะห์มาแล้วว่าเป้าหมายของประชาชนก็คืออ่านหนังสืออย่างนี้ ตอนหลังๆก็กลายเป็นว่าสภากาชาดไทยก็ใช้คาราภาพยนตร์เป็นสื่อ จะเห็นว่าคาราภาพยนตร์เป็นหนังสือบันเทิงลึบเดียวที่มีกิจกรรมสังคมเยอะมาก ซึ่งเป็นนโยบายของผู้บริหารด้วยที่สนับสนุนการให้ความรู้กับประชาชน สนุกที่จะทำ “

ในส่วนเนื้อหา “สตู๊ปพิเศษ” จากยุคที่ 2 พบว่าสตู๊ปพิเศษประเภทให้ข้อมูลดรามามีหลากหลายสตู๊ป เนื้อหาโดยลึกลับนำเสนอทั้งในเรื่องประวัติส่วนตัว ความเป็นมา ชีวิตรัก ความชอบ

ส่วนตัว ผลงานและเคล็ดลับต่างๆของคารา นักร้องและบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิง สกู๊ปที่คงอยู่ตั้งแต่ยุคที่ 2 จนปัจจุบันได้แก่ ครัวคารา , เปลือยหัวใจ , โกลีซิดคารา, ถนนผู้ดวงดาว ,ของรักของหวง คู่รักคู่ชีวิต ซึ่งเรานำเสนอในลักษณะเจาะลึกเรื่องราวคาราในแง่มุมต่างๆ ยุคที่ 3 เพิ่มสกู๊ป “คนดีที่หนึ่ง” โดยเฟย์ ถนนมณู จุดประสงค์ของการตั้งสกู๊ปนี้ตามคำสัมภาษณ์ของบุคคลในกองบรรณาธิการ คือ

“ คุณหนูเปิดคอลัมน์นี้ขึ้นมาเพื่อต้องการส่งเสริมยกย่องคาราที่เค้าทำความดี จะได้มีกำลังใจ คนจะได้รู้ว่าเป็นคนดีนะ เพราะคาราเวลาทำอะไรเลยนึกเดี๋ยวก็เป็นข่าว คนทำดีก็มีแต่คนไม่เห็นก็เลยเปิดคอลัมน์นี้ชื่อ “คนดีที่หนึ่ง” เชิดชูคนดี ให้เกียรติเค้าว่าเป็นคนดี “ (สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

“ เพิ่มคอลัมน์ใหม่ขึ้นมาอีกในหัวเรื่อง “คนดีที่หนึ่ง” ซึ่งเป็นเรื่องราวของคารานักแสดง นักร้องตลอดจนพิธีกร และเหล่าคนบันเทิงทุกแนวที่สร้างคุณงามความดีให้กับสังคม ซึ่งน่าจะเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเยาวชนและบุคคลทั่วไปในสังคมน่าติดตาม “ (อำนาจ รุ่งเรือง , “บก.แกลง” , ฉบับที่ 1243 , ปีที่ 26 ประจำวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2545)

สกู๊ปดังกล่าวจัดอยู่ในประเภทสกู๊ปเบา ส่วนสกู๊ปหนักคือ “สนทนาประสาชาวบ้าน” ซึ่งเกิดขึ้นตั้งแต่พ.ศ. 2538 นั้น ต่อมาเมื่อปีพ.ศ. 2542 ก็ได้เลิกไปเนื่องจาก

“ ความมองต่างมุมในระดับผู้บริหารเองมองว่า หนังสือเราไม่ควรจะมีเรื่องหนักขนาดนี้ ก็เลยประชุมกัน สรุปว่าก็ใช้วิธีสลับเอา หน้า-เบา หนังสือเราเป็นรายสัปดาห์ 1 สัปดาห์หนัก 1 สัปดาห์เบา เท่ากับว่าเดือนนึงออก 4 ฉบับ หน้า 2 ฉบับ เบา 2 ฉบับ พอช่วงหลังมีนักร้องเมืองให้ ความสนใจหนังสือเยอะมาก จนกระทั่งระยะหลังก็มีคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ตอนนั้นเป็นรมต. ประจำสำนักนายก เค้าแสดงเจตจำนงขอมาเขียน ส่วนคอลัมน์นี้พี่ทำคนเดียวซึ่งเป็นคอลัมน์ที่ทำยากแต่ได้เงินพอกันกับคอลัมน์เบาๆ แล้วการเข้าไปในสถานที่ราชการมันยาก ช่วงหลังๆก็ไม่ค่อยมีคนช่วย หนีหมด ก็เลยต้องเลิกไป “ (บุคคลในกองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

ส่วนสกู๊ปพิเศษตามเหตุการณ์ยังมีอยู่จนปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น สกู๊ปพิเศษคุณเห็นด้วยหรือไม่ที่ต่างประเทศเข้ามาทำหนังในบ้านเรา , “คุณเตรียมความพร้อมรบกับสหัสวรรษใหม่อย่างไร” , สกู๊ปพิเศษข้างเลี้ยงคนหรือคนเลี้ยงข้าง เป็นต้น

สัดส่วนของนิยายประจำฉบับในยุคที่ 3 พบว่าใกล้เคียงกับยุคที่ 2 คือฉบับละ 9 เรื่อง คิดเป็นเนื้อที่ 23% ของเนื้อหาทั้งหมด ซึ่งในปัจจุบันพื้นที่นิยายประจำจะกำหนดแน่นอนไม่มากไปกว่านี้ ในความหนาประมาณ 84 – 88 หน้า นิยายประมาณ 18-20 หน้า ส่วนผู้เขียนประจำที่เขียนมาจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ รมย์ รัชณี , ตรี อภิกรม , เกตุวดี , นันทนา วีระชน , เจิด จินตนา , กัญยามาศ , นิรชร และมณีบุษย์

เนื้อหาอื่นๆคงเดิม ได้แก่ คอลัมน์ชะตาชีวิตในรอบสัปดาห์ โดยอรรธวิโรจน์ ศรีตุลา ที่อยู่มาตั้งแต่ต้นจนปัจจุบัน โดยมีฉายาว่า “โหรที่แม่นยำที่สุดแห่งประเทศไทย “ และเพิ่มคอลัมน์ชื่อ “สวยใสๆใส้ใจสุขภาพ” นำเสนอเกร็ดความรู้ด้านความสวยความงาม และภาพแฟชั่นจากปก โดยเริ่มขึ้นเมื่อฉบับปรับปรุงใหม่แบบใสกาว ซึ่งการนำเสนอภาพปกเปลี่ยนเป็นการถ่ายแฟชั่น และมีภาพแฟชั่นจากปก 4 หน้า

ในส่วนของภาพประกอบเรื่อง ประเภทประกอบเรื่องย่อภาพยนตร์จะลดปริมาณลงเนื่องจากนำเสนอเนื้อหาเรื่องย่อภาพยนตร์น้อยลงเพราะกระแสละครโทรทัศน์มาแทนที่

เนื้อหาของดาราภาพยนตร์ตั้งแต่ยุคแรกจนปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา เพิ่ม-ลดอย่างค่อยเป็นค่อยไป ให้เหมาะสมกับสภาพสังคมและสถานการณ์ของสังคมในแต่ละช่วง โดยหลักยังคงยึดรูปแบบการนำเสนอข่าวสาร ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิง และข่าวคราว ข้อมูลดาราเป็นหลัก พร้อมทั้งให้ความรู้ สาระในเรื่องต่างๆที่มีประโยชน์ต่อผู้อ่านและสังคมควบคู่กันไป

“เนื้อหาก็ปรับไปเรื่อยๆ หมุนไปหมุนมา อย่างเช่นคอลัมน์ เก็บไว้ด้วยใจรัก แต่ก่อนเป็นคอลัมน์ของรักของหวง ไม่มีกำหนดการเปลี่ยนที่แน่นอนในการทำงาน แต่จะมีการประชุม การกำหนดที่จะเปลี่ยนเนื้อหาข้างในมาจากกองบก.ด้วยกัน คือความอยากได้ของเจ้านาย แต่อย่างเรื่องการเมืองล้วนๆมาจากคุณชนูคนเดียว พวกศาสนา สังคม การกุศลมาจากคุณชนู “ (บุคคลในกองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

รูปแบบของนิตยสารดาราภาพยนตร์ยุคที่ 3 (พ.ศ. 2541 – 2545)

ตารางที่ 6: รูปแบบของนิตยสารดารามาภาพยนตร์ยุคที่ 3 พ.ศ. 2541-2545

1. การนำเสนอภาพปก

ปี / พ.ศ.	การนำเสนอปกหน้า	ปกหน้า ด้านใน	การนำเสนอปก หลัง	ปกหลัง ด้านใน	หมายเหตุ
2541-2544	ดารา	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา	
2545	ดารา (ตั้งแต่ฉบับปรับปรุงโฉมจะใช้การถ่ายแฟชั่นดาราขึ้นปก)	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา	เริ่มฉบับแรกที่ 1243 ปีที่ 26 21 กุมภาพันธ์ 2545

การเปลี่ยนแปลงการนำเสนอภาพปกหน้าในยุคที่ 3 (พ.ศ. 2541 – 2545) คือการเปลี่ยนรูปแบบการเชื่อมเล่มจากมุงหลังคาเป็นไสกาวในปี 2545 การนำเสนอภาพปกหน้าเป็นการถ่ายแฟชั่นขึ้นปกและมีภาพแฟชั่นจากปก ซึ่งวัตถุประสงค์ของการเปลี่ยนแปลงคือเพื่อความทันสมัยและก้าวทันแฟชั่น

2. ลักษณะทั่วไป

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปี/ พ.ศ.	ราคา	ขนาด	หัวหนังสือ	โปรยปก	เย็บเล่ม	หมายเหตุ
2 5 4 1 - 2544	12 บาท (2541)	8.2x11.5 นิ้ว	ขนาด 8x2.3 เซนติ เมตร	ท้วปก	มุงหลังคา	
2545	15 บาท	8.15x11. 15 นิ้ว	ขนาด 6.9x2	ซ้าย-ขวา มีโฆษณา ด้านล่าง	ไสกาว	เพิ่มราคา ใน ช่วง ครบรอบ 25 ปี

ยุคที่ 3 (พ.ศ. 2541-2544) ปรับราคาขึ้นจาก 10 บาทเป็น 12 บาทในเดือนกุมภาพันธ์ 2541 และปรับขนาดหัวหนังสือให้เล็กลงจากยุคที่ 2 (2539-2540) ขนาด 8x2.8 เซนติเมตร มาเป็นขนาด 8x2.3 เซนติเมตร ลักษณะการโปรยขาวท้วปก และเย็บเล่มแบบมุงหลังคา

สาเหตุของการปรับราคาจาก 10 บาทเป็น 12 บาทเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจฝืดเคืองในประเทศไทย และการประกาศให้ค่าเงินบาทลอยตัวในประเทศไทย ทำให้ดารายาพยนตร์ต้องสู้กับราคาวัสดุที่แพงขึ้น โดยเฉพาะจากการนำเข้ากระดาษนิวพรีนส์ จากต่างประเทศซึ่งราคากระดาษได้เพิ่มสูงขึ้นกว่า 100% จึงจำเป็นต้องมีการปรับราคาเพิ่มขึ้นอีก 1 บาท

ช่วงปีพ.ศ. 2544 กลางปีมีการปรับราคาขึ้นจาก 12 บาทเป็น 15 บาทพร้อมๆกับการก้าวเข้าสู่การครบรอบ 25 ปี และมีการปรับโฉมครั้งล่าสุดเมื่อปี 2545 คือการปรับขนาดรูปเล่มจาก 8.2x11.5 นิ้ว มาเป็นขนาด 8.15x11.15 นิ้ว และเย็บเล่มรูปแบบไสกาว ลักษณะหัวหนังสือปรับให้มีขนาดเล็กลงเป็น 6.9x 2 เซนติเมตร ฉบับปรับปรุงโฉมฉบับแรกได้แก่ ฉบับที่ 1243 ปีที่ 26 ประจำวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2545 ภาพปกคือ ป้อ ฉัฐวุฒิ สกิดใจและอัม พัชราภา ไชยเชื้อ วัตถุประสงค์ของการเปลี่ยนรูปเล่มเป็นแบบไสกาวคือ ทางผู้บริหารต้องการปรับให้เป็นแบบมาตรฐานสากล

“ทางคุณธนู เขาต้องการปรับให้เป็นรูปแบบมาตรฐานสากล คนอื่นเขาเป็นไสกาวกันมานานแล้ว แต่ความที่เราไม่เป็นไสกาวเนื่องจากยอดหนังสือเราสูงมาก สูงอยู่แล้ว พอไสกาวมันจะเสียเวลา ตอนเปลี่ยนก็ขลุกขลักมากเหมือนกันเพราะว่าไสกาวจะเสียเวลามากกว่าเย็บมุง ซึ่งเย็บมุงพอแทนพับขึ้นมาเสร็จขึ้นแทนกระที่บ 2 ที ส่งไปตัด คนอื่นเขาทำได้เพราะยอดแก้ต่ำ อย่างหนังสือคินัน พิมพ์ 10,000 เล่มอยู่ได้ด้วยโฆษณา แต่ของเราอยู่ได้ด้วยตัวหนังสือเอง อย่างพิมพ์ 100,000

เล่ม มานั่งไสกาบ คือต้องเข้าเล่มแล้วกระทุ้งนะแล้วกว่าจะอัดกาบ กว่ากาบจะแห้งคือเสียเวลามาก คิดแล้วคิดอีกว่าไม่อยากทำเลย แต่มานั่งนี้กว่าน่าจะได้ถึงเวลาให้มันเป็น pattern สากล ลงทุนค่าแทน ไปอีก 10 กว่าล้านบาท แทนไสกาบ พิมพ์สี่สี ที่หมุนด้วยกระดาษโรลม้วน แล้วพับลงมาเสร็จ เรียกแทนระบบออฟเซ็ทแท่งม้วน

ที่อยากให้เป็นไสกาบ เพราะเหมือนกับว่าเป็น *masterpiece* ของหนังสือแนวนี้ โลกคารา มิตรภาพ ภาพดาราก็ตายไปแล้ว ที่ยังอยู่ที่ภาพยนตร์บันเทิง แต่ก็ขึ้นราคาเป็น 25 บาท แล้วถึงได้ ไสกาบ แต่ยอดมันจะมีน้อยก็เลยทำได้ แต่ 25 บาทของภาพยนตร์บันเทิงนี่ก็คือกระอักเลือด เพราะว่าเขาต้องจ้างทำเพลท ด้วยความที่โรงพิมพ์คาราภาพยนตร์ทำเองหมดทุกอย่าง แม้กระทั่ง คู่มือเรื่องแทนพิมพ์ ช่างแทนพิมพ์ก็เดินสายซ่อมตามแทนพิมพ์ต่างๆ คำนวณด้วยตัวแทนกับมาตรฐาน คุณภาพของแทนมันจะรู้เลยว่าแทนนี้พิมพ์ได้อย่างเก่งต่อให้พิมพ์ทั้งวันทั้งคืนก็ไม่ได้ยอคนี่ “ (บุคลิกในกองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

3. กระดาษและการพิมพ์

ปี / พ.ศ.	กระดาษ	การพิมพ์	หมายเหตุ
2541-2544	อาร์ตแข็ง 5% ปอนด์ 19% พรีฟ 76%	สี่สี 100%	
2545	อาร์ตแข็ง 5% อาร์ต 5% (แพจันจากปก) ปอนด์ 34% พรีฟ 56%	สี่สี 100%	ฉบับปรับ โฉม เป็นไสกาบ ฉบับ ที่ 1243 21 กุมภาพันธ์ 2545

ยุคที่ 3 (พ.ศ. 2541 – 2544) ช่วงก่อนปรับโฉมพบว่า การใช้กระดาษเมื่อเทียบกับความหนา ของเล่มประมาณ 84 หน้า คิดเป็นกระดาษอาร์ตแข็ง 5% , ปอนด์ 19% และกระดาษพรีฟ 76% ของเนื้อหาทั้งหมด การพิมพ์แบบสี่สีทั้งเล่ม 100%

พ.ศ. 2545 ฉบับปรับโฉมใหม่รูปเล่มแบบไสกาบ พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง ในส่วนปก 5% ในความหนา 88 หน้า กระดาษอาร์ต 5% ในส่วนภาพแพจันจากปก กระดาษปอนด์ 34% และกระดาษพรีฟ 56% การพิมพ์สี่สีตลอดเล่ม

4. โฆษณา

ปี / พ.ศ.	ประเภท	สัดส่วน	หมายเหตุ
2541-2545	ประเภท : เครื่องสำอาง,ยาคุมกำเนิด, ผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร, ไคเร็ก เซลล์, เครื่องใช้ในบ้าน, โรงพยาบาล, คลินิกศัลยกรรม, สถานเสริมความงาม, ร้านอาหาร, โรงเรียนเสริมสวย, ชุดชั้นใน, รถจักรยานยนต์, เครื่องใช้ไฟฟ้า, อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	19% ของเนื้อหาทั้งหมด	

พื้นที่โฆษณายุคที่ 3 พบว่าลดลงจากยุคที่ 2 33% เป็น 19% ของเนื้อหาทั้งหมด ประเภทเดียวกับในยุคที่ 2 ในช่วงหลังประมาณ 2544-2545 พื้นที่โฆษณามักจะเป็นลักษณะ สตรีปแอด (Strip Ad.) คือเป็นพื้นที่กรอบเล็กๆแทรกอยู่ด้านข้างในคอลัมน์หรือด้านล่างของคอลัมน์ รวมไปถึงการแทรก สตรีปแอดไว้ที่ปกหน้าด้วยโดยเฉพาะตั้งแต่ฉบับปรับโฉมเป็นต้นมา

ตารางสรุปพัฒนาการด้านเนื้อหาขงวารสารกราฟิก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7: สรุปพัฒนาการด้านเนื้อหาวิทยสารดารภาพยนตร์

พ.ศ.	ผู้อำนวยการ และบก.	เนื้อหาภายในเล่ม			หมายเหตุ
		คอลัมน์ประจำ	สัปดาห์พิเศษ	ทั่วไป	
ยุคที่ 1 2520- 2527	ธนู จงเลิศ จรรยา ผู้ ผู้อำนวยการ และ บรรณาธิกา ร	แบ่งเป็นประเภท ดังนี้ 1. ข้อมูลดารา 2. ข่าวสังคม บันเทิง 3. ข้อมูลเพลง 4. ข่าวบันเทิงทีวี 5. โปรแกรม ภาพยนตร์ 6. ตอบปัญหา ดารา 7. ตอบปัญหาสุข ภาพ 8. ตอบปัญหา ชีวิต-สังคม 9. บทความวิชา การ - คอลัมน์ประจำ 30% ของเนื้อหา ทั้งหมด - เนื้อหาเน้นภาพ ยนตร์ 70% , โทรทัศน์ 5% , และอื่นๆ 25%	แบ่งเป็นประเภท ดังนี้ 1. ข้อมูลดารา 2. สัมภาษณ์ พิเศษ 3. เบื้องหลังการ ถ่ายทำ 4. ข่าวความ เคลื่อนไหว - คิดเป็น 20% ของเนื้อหาทั้งหมด	1. ภาพยนตร์ 12% แนะนำและ เสนอเนื้อเรื่องย่อ 2. ละครโทรทัศน์ 6% แนะนำและ เสนอเนื้อเรื่องย่อ 3. นิยายประจำ ฉบับ เริ่มฉบับละ 4 เรื่องไปจนถึง 8 เรื่อง คิดเป็น 30% 4. เนื้อหาอื่นๆ 2% - นำเสนอคอลัมน์ ที่เปิดโอกาสให้ผู้ อ่านมีส่วนร่วม , คอลัมน์ดวงชะตา ราศี , โปรแกรม รายการทีวีและ แนะนำหนังสือ	

พ.ศ.	ผู้อำนวยการ และบ.ก.	เนื้อหาภายในเล่ม			หมายเหตุ
		คอลัมน์ประจำ	สื่อบุพิเศษ	ทั่วไป	
ยุคที่ 2 2528- 2540	ธนู จงเลิศ จรรยา ผู้ อำนวยการ ณรงค์ รอดเจริญ บรรณาธิการ	เพิ่มเนื้อหา ประเภทตอบ ปัญหาสุขภาพอีก 3 คอลัมน์ได้แก่ - คุยกับหมอเรื่อง ผิวพรรณ , คลินิก ลูกรัก และหมอ ใกล้ตัว ส่วน คลินิกแพทย์สตรี มาแทนคอลัมน์ ตอบปัญหาทาง เพศ - คอลัมน์ ประเภทตอบ ปัญหาชีวิต- สังคม “สอนรัก สอนน้อง” ของรศ.สุนีย์ สินธุเดชะ แทน คอลัมน์ “พีธีรา ณีที่รัก” - เนื้อหาเกี่ยวกับ แคววงโทรทัศน์ เพิ่มมากขึ้น - คอลัมน์ประจำ คิดเป็น 25% ของเนื้อหาทั้ง หมด	แบ่งออกเป็นสื่อบุ หนักและสื่อบุเบา อย่างชัดเจนเนื่อง จากเพิ่มสื่อบุเกี่ยว กับการเมือง , เหตุ การณ์บ้านเมือง นำเสนอใน ลักษณะคำชี้แจง ของนักการเมืองใน ประเด็นต่างๆเพื่อ ให้ความรู้แก่ ประชาชนพร้อมทั้ง ความคิดเห็นของ ดารา - สื่อบุหนักได้แก่ สื่อบุ “สนทนา ประสาชาวบ้าน” และสื่อบุตามเหตุ การณ์ - สื่อบุพิเศษคิด เป็น 30% ของเนื้อ หาทั้งหมด	- เนื้อหาเกี่ยวกับ ภาพยนตร์ 4% ของเนื้อหาทั้งหมด - นำเสนอเนื้อเรื่อง ย่อภาพยนตร์จีน- ฮ่องกง - เรื่องย่อละครโทรทัศน์ 7% ของเนื้อ หาทั้งหมด - นิยายประจำ ฉบับเพิ่มขึ้นเป็น ฉบับละ 8-11 เรื่อง คิดเป็น 25% - เนื้อหาอื่นๆ เหมือนในยุคที่ผ่าน มา	

พ.ศ.	ผู้อำนวยการ และ บรรณาธิการ	เนื้อหาภายในเล่ม			หมายเหตุ
		คอลัมน์ประจำ	สัปดาห์พิเศษ	ทั่วไป	
		- เน้นความหลากหลายของเนื้อหา เพื่อให้ความรู้แก่ผู้อ่านหลากหลายแนว			
ยุคที่ 3 2541- 2545	ธนู จงเลิศ จรรยา ผู้ ผู้อำนวยการ อำนวยการ เรื่อง บรรณาธิการ	- คอลัมน์ประจำ เพิ่ม “ล้อมวง สนทนากับคุณ หญิงสุพัตรา” ใน ประเภทตอบ ปัญหาชีวิต-สังคม - แนวการเขียน ข่าวบันเทิง ความ เคลื่อนไหวดารานัก เน้น การนำเสนอ แบบ “ข่าวเจาะ” พร้อมให้รูป ประกอบ - คอลัมน์ประจำ ยุคที่ 3 คิดเป็น 26%	- ลดเนื้อหา ประเภทสัปดาห์ ลง ยังกังน้า เสนอสัปดาห์ตามเหตุ การณ์ - คิดเป็น 23% ของเนื้อหาทั้งหมด	- เนื้อหาภาพ ยนตร์ 2% - ละครโทรทัศน์ 6% - นิยายประจำ ฉบับนำเสนอ ฉบับละ 9 เรื่อง คิดเป็น 23% - เนื้อหาอื่นๆคิด เป็น 2%	

จากตารางสรุปพัฒนาการทางด้านเนื้อหาภายในเล่มของนิตยสารดาราทะวันออก พบว่า
ในยุคที่ 1 (พ.ศ. 2520-2527) แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 คอลัมน์ประจำได้แก่ประเภท ข้อมูลดารานักข่าวบันเทิง ข้อมูลเพลง ข่าว
บันเทิงทีวี โปรแกรมภาพยนตร์ ตอบปัญหาดารานักข่าว ตอบปัญหาสุขภาพ ตอบปัญหาชีวิต-สังคม
และบทความวิชาการ รวมทั้งหมด 30% ของเนื้อหาทั้งหมด

ส่วนที่ 2 สถิติพิเศษหมายถึงคอลัมน์ที่ไม่ประจำ เป็นเรื่อง ข่าวตามเหตุการณ์ที่น่าสนใจในแต่ละช่วง แบ่งออกเป็นสถิติดาราศาสตร์ สัมภาษณ์พิเศษ เบื้องหลังการถ่ายทำ และข่าวความเคลื่อนไหวตามเหตุการณ์รวม 20% ของเนื้อหาทั้งหมด

เนื้อหาทั่วไปประเภทแนะนำและให้เนื้อเรื่องย่อภาพยนตร์ 12% แนะนำและให้เนื้อเรื่องย่อละครโทรทัศน์ 6% นิยายประจำฉบับซึ่งแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ รัก-หวาน-โรแมนติก , บู๊ และผี-สยองขวัญ 30% นิยายในยุคแรกมีแนวนิยายแบบอีโรติกรวมอยู่ด้วยประมาณฉบับละ 1-2 เรื่อง และเนื้อหาอื่นๆได้แก่ การตอบปัญหาชิงรางวัล โชคชะตาโรตี โปรแกรมรายการโทรทัศน์ และการแนะนำหนังสือ 2% ของเนื้อหาทั้งหมด

ยุคที่ 1 เนื้อหาในเล่มเน้นภาพยนตร์ 70% โทรทัศน์ 5% และอื่นๆ 25%

ยุคที่ 1 ของดาราศาตร์ เน้นการนำเสนอเรื่องราวในวงการภาพยนตร์ เป็นนโยบายหลักของนิตยสาร เนื่องจากดาราศาตร์เกิดขึ้นในช่วงที่ภาพยนตร์ไทยมีพัฒนาการและหลากหลาย ตั้งแต่พ.ศ. 2513 ภาพยนตร์ปรับมาสร้างด้วยฟิล์ม 35 มม. เสียงในฟิล์ม หรือที่เรียกกันว่า “ระบบมาตรฐาน” ตัวอย่างเช่นภาพยนตร์ไทยเรื่อง “มนต์รักลูกทุ่ง” ของรังสี ทัศนพยัคฆ์ และเรื่อง “โทน” ของเป๊ยก โปสเตอร์ และในพ.ศ. 2520 ภาพยนตร์ไทยเพิ่มขึ้นจากผลิตปีละ 100-200 เรื่อง เป็น 200 เรื่องต่อปี เนื่องจากรัฐบาลนายธานินทร์ กรัยวิเชียร ขึ้นภาษีศุลกากรนำเข้าภาพยนตร์จากต่างประเทศ จากเมตรละ 2.20 บาท (บวกภาษีขาเข้า) เป็นเมตรละ 30 บาท ผู้จำหน่ายงดสั่งหนังจากต่างประเทศ ทำให้ผู้กำกับหน้าใหม่ได้มีโอกาสเสนอผลงาน (การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น , หน้า 69) ดังนั้นยุคที่ดาราศาตร์เกิดขึ้นมาจึงตรงกับช่วงเวลาที่ภาพยนตร์ไทยมีพัฒนาการทั้งทางด้านการผลิต และรัฐบาลให้การสนับสนุน ถือเป็นยุคที่ภาพยนตร์ไทยเฟื่องฟู

จุดเด่นของเนื้อหายุคที่ 1

เนื้อหาในยุคที่ 1 (พ.ศ. 2520-2527) มีจุดเด่นอยู่ที่การนำเสนอเนื้อหาที่ให้สาระความรู้ควบคู่ไปกับความบันเทิงที่เน้นภาพยนตร์ เนื้อหาดังกล่าวได้แก่คอลัมน์ตอบปัญหาสุขภาพทางเพศ , คอลัมน์พีธีราณีที่รัก , คอลัมน์กฎหมายชาวบ้าน และคอลัมน์เสพสุขสมอารมณ์หมาย

คอลัมน์ดังกล่าวตั้งขึ้นมาเพื่อให้ความรู้แก่ผู้อ่านในด้านต่างๆ ดังนี้

1. คอลัมน์ตอบปัญหาสุขภาพทางเพศ ตั้งขึ้นมาโดยมีจุดประสงค์ให้ความรู้เกี่ยวกับเพศศึกษาแก่ผู้อ่าน ซึ่งถือเป็นความแปลกใหม่ในวงการนิตยสารบันเทิงเนื่องจากดาราราภาพยนตร์เป็นนิตยสารบันเทิงฉบับแรกที่ตั้งคอลัมน์ประเภทนี้ขึ้นมา ตอบปัญหาเกี่ยวกับข้อสงสัยในเรื่องเพศโดยนายแพทย์นพพร ลักษณะการตอบคำถามเป็นการให้ความกระจ่าง ตอบข้อสงสัยต่างๆที่ผู้อ่านถาม และให้ความรู้ซึ่งเป็นข้อมูลทางวิชาการที่ถูกต้องในระดับที่ชาวบ้านทั่วไปเข้าใจได้ง่าย ตัวอย่างเช่น การตอบปัญหาเรื่องการคุมกำเนิดทั้งโดยวิธีธรรมชาติและใช้เครื่องมือหรือยาป้องกัน

การตอบปัญหาในคอลัมน์นี้มีประโยชน์ต่อผู้อ่านในแง่ที่ให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในเรื่องเพศศึกษา เพราะการให้ความรู้ด้านเพศแก่ชาวบ้าน ประชาชนทั่วไปในยุคนี้ยังไม่แพร่หลาย ดาราราภาพยนตร์เป็นนิตยสารบันเทิงที่เข้าถึงชาวบ้านได้อย่างกว้างขวาง ดังนั้นผู้อ่านจึงได้ความรู้จากคอลัมน์นี้ในเรื่องเพศอย่างถูกต้องมากขึ้น ตัวอย่างเช่นการให้ความรู้เกี่ยวกับการตั้งครรรภ์ กระบวนการที่ทำให้เกิดการตั้งครรรภ์ และตอบข้อสงสัยที่ว่า การระบายอารมณ์เพศด้วยตัวเองจะทำให้เกิดการตั้งครรรภ์ได้หรือไม่ เป็นต้น

2. คอลัมน์พีศิราณีที่รัก ถือเป็นจุดเด่นของเนื้อหาดาราราภาพยนตร์ในยุคเริ่มต้น ที่นอกจากจะมีเนื้อหาที่ให้ความรู้ทางสุขภาพกายแล้ว คอลัมน์พีศิราณีที่รักเป็นการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสุขภาพทางจิตใจและสังคม ผู้อ่านจำนวนมากมักจะเขียนจดหมายเข้ามาเพื่อปรึกษาปัญหาเกี่ยวกับชีวิต โดยเฉพาะเรื่องความรัก โดยที่ “พีศิราณี” จะเป็นผู้ตอบคำถามและแนะนำถึงวิธีการแสดงออก จุดเด่นของคอลัมน์นี้ที่นอกเหนือไปจากการตอบปัญหาเกี่ยวกับชีวิตและสังคมแล้ว ยังนำเสนอเนื้อหาที่เป็นคำแนะนำสั่งสอนผู้หญิงในการประพฤติตัวให้สมกับเป็นกุลสตรีไทยด้วย ตัวอย่างเช่น การเตือนผู้หญิงในเรื่องการรักษาชื่อเสียงเกียรติยศ โดยเฉพาะในเรื่องทางชู้สาวถึงผลเสียต่างๆที่จะตามมา

3. คอลัมน์กฎหมายชาวบ้าน ตั้งขึ้นเพื่อให้ความรู้ทางด้านกฎหมายทั่วไปที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันแก่ประชาชน ถือเป็นเนื้อหาที่มุ่งให้ความรู้และประโยชน์แก่ผู้อ่านเพราะกฎหมายเป็นสิ่งที่ประชาชนทุกคนควรรู้ และเป็นเนื้อหาที่มีขึ้นในนิตยสารดาราราบันเทิงฉบับแรก

4. คอลัมน์เสพสุขสมอารมณ์หมาย เป็นอีกคอลัมน์หนึ่งที่มีความแปลกใหม่ เพราะไม่มีการเปิดเผย ตีพิมพ์เรื่องราวเกี่ยวกับเทคนิคการแสดงความรักลงในนิตยสารบันเทิง ซึ่งดารารายนตร์เป็นนิตยสารบันเทิงฉบับแรกที่จัดทำคอลัมน์นี้ขึ้นมา เพราะเล็งเห็นประโยชน์สำหรับผู้ที่มีคู่ครองแล้วและเล็งเห็นความสำคัญของการแสดงความรักซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการใช้ชีวิตคู่

เนื้อหาที่นำเสนอในคอลัมน์เสปซสุขสมอารมณ์หมายนำเสนอในเชิงให้ความรู้ เทคนิคกึ่งวิชาการ ไม่นำเสนอในลักษณะหยาบโผน หรือลามก และเข้าใจง่าย ตัวอย่างเช่น

“ผมขอแนะนำสามีและภรรยาที่อยู่ร่วมกันแล้ว อย่าได้อายซึ่งกันและกันเลย “เช็กส์” สมัยนี้เขาล้าหน้ากันแล้ว มีอยู่แต่ท่านที่มีอายุอานาม 35 เศษเท่านั้นเป็นบุคคลครึ่งสมัย ที่วิ่งตามโลกเฉื่อยชา เรื่องของสามีภรรยาเราร่วมรสรักกันก็อยู่แต่ในที่มืดซิด ไอ้เรื่องที่ชาวบ้านจะมาสอดคุ้ สอดเห็นนั้นเป็นไปไม่ได้แน่ เมื่อเป็นเช่นนี้ภรรยาก็ช่วยปลุกเช็กส์ให้สามี และสามีก็ช่วยภรรยา สำเร็จความใคร่ในเวลาใกล้เคียงกัน หรือบางท่านก็ควรจะเปลี่ยนสถานที่เพื่อสร้างบรรยากาศให้มี รสชาติยิ่งขึ้น การเปลี่ยนสถานที่สร้างอารมณ์ได้เป็นอย่างดี อย่าอยู่คงที่คงความมันจะทำให้รสรักจืด ซิดไป ควรจะเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เปลี่ยนที่ทำให้มันสนุกร่วมกัน แต่ขอเตือนผู้เป็นภรรยา ต้องเป็นฝ่ายสงวนที่ทำให้น้อย อย่าว่าวามทำลงไปทันทีทันใด ค่อยๆ เรื่อยๆ ใกล้เคียงอยู่ใกล้จุดกระสันต์ สักสอง-สามครั้ง แล้วค่อยเป่าปี่ ถ้าคุณรีบเดินเครื่องสามีของคุณจะคิดเป็นอื่น หรือแกล้งเป็นคุณ กันให้มันสนิทใจเสียก่อน นื่องทำให้พี่เพราะรักพี่ พี่ทำให้น้องเพราะรัก จงเริ่มลงมือบรรเลงเพลง สวาทของคู่สามี-ภรรยา ให้กันและกันเถิดครั้นก่อนที่เหตุมันจะหน่ายในบทรักของภรรยาไม่เอา ไหน สามีของท่านที่บอกติดงานเลี้ยงนะ เปล่าหรือถูกหมอนวดดูดเสียหัวเบา แล้วแกล้งมาม่อย หลับเอนที่บ้าน อ้างว่าเมา “ (คาราภาพยนตร์ , ฉบับที่ 162 , ปีที่ 5 ประจำวันอังคารที่ 23 มิถุนายน 2524)

ยุคที่ 2 (พ.ศ. 2528 – 2540) พบว่าเป็นยุคที่อยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของวงการภาพยนตร์ ไทยที่ความนิยมลดลงและวงการโทรทัศน์ไทยเติบโต เนื่องจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์สามารถเข้าถึง ประชาชนได้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารข้อมูลจากโทรทัศน์ได้โดย สะดวกและหลากหลายกว่าภาพยนตร์

ในส่วนคอลัมน์ประจำพบว่าเพิ่มคอลัมน์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพมากขึ้น คอลัมน์ ประจำประเภทอื่นเหมือนในยุคแรก เน้นในวงการโทรทัศน์มากขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงคอลัมน์เล็ก น้อย เช่น นำคอลัมน์ “สอนรักสอนน้อง” มาแทน คอลัมน์ “พีธีราณีที่รัก” ซึ่งนำเสนอเนื้อหาใน แนวเดียวกัน

ในส่วนสฎู๊ปพิเศษ พบว่าเพิ่มสฎู๊ป “สนทนาประสาชาวบ้าน” และ “สฎู๊ปตามเหตุการณ์” นำเสนอเนื้อหาทางการเมือง วิชาการ ข่าวเหตุการณ์บ้านเมือง ทำให้ต้องแบ่งเนื้อหาในส่วนสฎู๊ป พิเศษออกเป็น สฎู๊ปหน้าและสฎู๊ปเบา นำเสนอสลับกันไป การนำเสนอเนื้อหาในช่วงนี้เน้นการ

ให้ความรู้แก่ประชาชนเพื่อประโยชน์ในการดำเนินชีวิตเพราะเป็นนโยบายของผู้บริหารที่คิดจะคืนกำไรให้สังคม

เนื้อหาส่วนแนะนำและเนื้อเรื่องย่อภาพยนตร์ 4% และเพิ่มภาพยนตร์ต่างประเทศโดยเฉพาะภาพยนตร์จี-ฮ็อกกิง เรื่องย่อละคร 7% นิยายประจําฉบับเพิ่มขึ้นโดยนำเสนอฉบับละ 8-11 เรื่อง คิดเป็น 25% ของเนื้อหาทั้งหมด

จุดเด่นของเนื้อหาในยุคที่ 2

ในยุคที่ 2 พ.ศ. 2528-2540 มีการเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์มากขึ้นเนื่องจากการขยายตัวของสื่อโทรทัศน์ เนื้อหาเด่นภายในเล่มของยุคที่ 2 ได้แก่

1. คอลัมน์สอนรักสอนน้อง โดยอาจารย์สุนีย์ สินธุเดชะ ซึ่งมาแทนคอลัมน์ “พีศิราณีที่รัก” ตอบปัญหาชีวิต-สังคม ในลักษณะเดียวกันกับศิราณี แตกต่างกันคืออาจารย์สุนีย์เป็นนักวิชาการทางด้านครุศาสตร์ การตอบคำถามจึงครอบคลุมทั้งด้านความรัก ปัญหาชีวิต-ครอบครัว สังคม การทำงาน ในรูปแบบของอาจารย์สุนีย์คือให้ทั้งคำแนะนำ วิธีการแก้ปัญหา คำสั่งสอน ตลอดจนการว่ากล่าวตักเตือน เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านของคาราภาพยนตร์อยู่ในวัยรุ่นมีจำนวนค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงมีการให้ความรู้และเตือนสติในการดำเนินชีวิต ซึ่งผู้อ่านก็เหมือนกับได้ที่พึ่งในการปรึกษาปัญหาส่วนตัวที่คนส่วนใหญ่มักกลัวการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านโดยตรง และอาจารย์สุนีย์ได้ชื่อว่าเป็นอาจารย์แม่ของคนในสังคม ดังนั้นจึงได้รับความไว้วางใจจากผู้อ่านในการปรึกษาปัญหา

ตัวอย่างการตอบปัญหา

“ คำถามของคุณที่จริงต้องถามแพทย์ ฉิฉันไม่ใช่แพทย์ก็ต้องตอบคุณโดยอาศัยจากบทความของแพทย์บ้าง และแนะนำคุณให้ปฏิบัติตนบ้าง อาการของคุณตามที่บอกมาฉิฉันคิดว่าไม่น่าไว้ใจแล้ว คุณต้องไปพบแพทย์โดยเร็วที่สุด เล่าให้ฟังอย่างละเอียด การปิดบังแพทย์ไม่ช่วยอะไรเราเลย

การที่คุณไปเที่ยวตามประสาผู้ชายที่คุณชมตัวเองนักหนาว่ามีพลังนั้น คุณใช้ถุงยางอนามัยหรือเปล่า ถ้าคุณทบทวนและตอบได้ว่า ใช้บ้างไม่ใช้บ้างก็ต้องรีบตรวจเลือดแล้วละคะ ปลอดภัยไว้ไม่ได้แล้ว คุณเคยได้ยินที่เขาโฆษณาไหมคะ เขาบอกว่า แม้ครั้งเดียวก็ติดเชื้อโรคเอดส์ได้ แล้วนี่คุณมันก็ครั้งแล้วเล่า แล้วยังมีหน้ามาบอกว่า “ผมเป็นคนมีพลังดีที่สุด” นี่แหละสมชายแล้ว อยากจะ

บอกว่าสมน้ำหน้า ก็ยังเกรงใจ แต่พูดไปแล้วนะคะ” (คาราภาพยนตร์ ,ฉบับที่863 , ปีที่ 17 ประจำวันอาทิตย์ที่ 13 พฤศจิกายน 2537)

จากตัวอย่างการตอบปัญหาจากผู้อ่านที่สงสัยว่าคนไม่สบายไม่ทราบสาเหตุ ซึ่งอาจารย์สุณีย์ได้ตอบปัญหาโดยให้คำแนะนำว่าควรจะไปปรึกษาแพทย์เพื่อการวินิจฉัยโรคที่ถูกต้อง นอกจากนี้ยังมีการดำเนินผู้เขียนถึงการแสดงออกความสามารถและความภูมิใจที่ไม่ถูกต้องโดยใช้คำของอาจารย์สุณีย์เอง

คอลัมน์สอนรักสอนน้อง จึงมีประโยชน์ต่อผู้อ่านในวงกว้างไม่เฉพาะเรื่องความรักเพียงอย่างเดียว แต่รวมไปถึงเรื่องปัญหาส่วนตัวอื่นๆที่ทำให้เกิดความวิตกกังวล ไม่สบายใจก็สามารถเขียนมาระบายและขอคำแนะนำจากอาจารย์สุณีย์ได้

2. การแบ่งเนื้อหาในส่วนสื่อบุพิเศษออกเป็นสื่อบุหลักและสื่อบุเบาเนื่องจากการเพิ่มเนื้อหาทางด้านการเมืองและสังคม ได้แก่สื่อบุ “สนทนาประชาชนบ้าน” ซึ่งนับว่าเป็นการฝึกแนวของนิตยสารบันเทิงที่หันมานำเสนอเนื้อหาทางการเมืองและสังคม เพื่อเป็นสื่อกลางประเด็นทางการเมืองระหว่างนักการเมืองและประชาชน ตลอดจนความคิดเห็นของนักแสดงต่อประเด็นต่างๆนั้น ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาประเภทนี้สอดคล้องกับนโยบายของผู้บริหารที่ยึดมั่นการนำเสนอสาระความรู้เพื่อประโยชน์แก่ผู้อ่าน

สื่อบุ “สนทนาประชาชนบ้าน” ที่ตั้งขึ้นทำให้นิตยสารคาราภาพยนตร์มีบทบาทในการเป็นสื่อกลางระหว่างองค์กรภาครัฐกับประชาชน เพราะเป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงประชาชนอย่างแท้จริง นับว่าเป็นนิตยสารบันเทิงฉบับเดียวที่มีการประสานงานระหว่างองค์กรต่างๆกับประชาชน

การนำเอาความคิดเห็นของดาราสตรีเข้ามาในสื่อบุนี้ทำให้เนื้อหาที่นำเสนอไม่เป็นเรื่องวิชาการทางการเมืองมากนัก เป็นการปรับเนื้อหาทางการเมืองให้ดูเบาและเป็นเรื่องที่ไม่เครียด เพราะนโยบายหลักของคาราภาพยนตร์คือการนำเสนอความบันเทิง ดังนั้นสาระส่วนนี้ที่นำเสนอภายในเล่มจึงต้องอยู่ในขอบเขตของความบันเทิงด้วยผู้อ่านจึงจะสนใจ

ตัวอย่างสื่อบุพิเศษ “สนทนาประชาชนบ้าน” (ฉบับที่ 878 , ปีที่ 18 ประจำวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2538)

“ สก๊อปพิเศษ สนทนาประสาชาวบ้านกับสป.ก. 4-01 นำมาเขียนถึงเพื่อให้เกิดความกระจ่างแก่ประชาชนคนไทย แบบสไตส์สบายๆ ไม่การเมืองไม่ซีเรียส ใครเขาคิดกันอย่างไร เรื่องราวมันไปทางไหน ฟังหูไว้หูแบบชาวบ้าน ซึ่งเราก็ได้รับเกียรติจากภาครัฐบาล ทั้งฝ่ายรัฐบาล และฝ่ายค้านรวมไปถึงนักวิชาการและคณาจารย์บัณฑิต มองเรื่องเดียวกันไปมุมไหน อย่างไร”

จากตัวอย่างข้างต้น คารากาพยนตร์ได้นำเสนอในเชิงการแสดงความคิดเห็นจากบุคคลที่เกี่ยวข้องและบุคคลในวงการอื่นๆทั้งในวงการบันเทิงและวงวิชาการ ผู้อ่านก็จะได้รับมุมมองที่หลากหลายจากบุคคลหลายกลุ่ม ทำให้เนื้อหาไม่เครียดมากกว่าการเอานักการเมืองมาพูดโดยตรง

เนื้อหาสก๊อป “สนทนาประสาชาวบ้าน” ถือเป็นจุดเด่นของเนื้อหาในยุคที่ 2 เนื่องจากจุดประสงค์ในการนำเสนอคือเพื่อให้ความรู้ และในด้านของผู้อ่านก็ให้ความสนใจเนื่องจากมีดาราทันสมัยชอบให้ความเห็นและให้ความสนใจต่อประเด็นดังกล่าว ดังนั้นจึงเป็นการดึงดูดผู้อ่านให้หันมาสนใจเรื่องการเมืองมากขึ้น

3. คอลัมน์ประเภทตอบปัญหาสุขภาพ ที่เพิ่มขึ้นอีก 3 คอลัมน์ได้แก่ คุยกับหมอเรื่องผิวพรรณ ,คลินิกลูกรัก และหมอใกล้ตัว ซึ่งเป็นการให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพร่างกายที่แตกต่างกันไปในแต่ละด้าน ซึ่งเป็นเรื่องที่ผู้อ่านให้ความสนใจ กล่าวคือทั้งเรื่องสุขภาพผิวที่ในปัจจุบันคนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ ดูแลรักษา และถนอมอย่างพิถีพิถันมากขึ้น โดยเฉพาะผู้หญิงที่ต้องคู่กับเรื่องความสวยความงาม และความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตร ตลอดจนโรคร้ายไข้เจ็บของเด็ก และคอลัมน์หมอใกล้ตัวที่ให้ความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับโรคร้ายไข้เจ็บทั่วไป

จากคอลัมน์ทั้ง 3 ที่เพิ่มขึ้นมาทำให้ผู้อ่านได้รับความรู้เกี่ยวกับสุขภาพที่เรียกได้ว่า “ครบวงจร” ซึ่งเป็นการปรึกษาเบื้องต้นจากแพทย์เฉพาะทาง ประโยชน์ของคอลัมน์ดังกล่าวที่ให้ความรู้แก่ผู้อ่านเนื่องจากมีผู้อ่านจำนวนมากที่มีปัญหาเรื่องโรคร้ายไข้เจ็บ และการผิดปกติต่างๆที่เกิดขึ้นกับตน แต่ไม่กล้า กลัวการไปพบแพทย์โดยตรง ตลอดจนอาจเกิดความอายที่จะไปปรึกษาแพทย์ คอลัมน์ดังกล่าวจึงช่วยให้ผู้อ่านสามารถนำเอาความรู้ไปปรับใช้ และปฏิบัติตนได้เหมาะสมเมื่อเกิดการเจ็บป่วย เป็นการป้องกัน ตลอดจนเป็นการแก้ไขเบื้องต้น

ในยุคที่ 2 (พ.ศ.2528-2540) คือ เป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของยุคที่ภาพยนตร์เสื่อมความนิยมลง พร้อมกับยุคของการเติบโตของสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 ภาพยนตร์ไทยมีคู่แข่งจากต่างประเทศทั้งภาพยนตร์แนวชีวิต และแนวแฟนตาซีจากฮอลลีวูด และภาพยนตร์บู๊จาก

ฮ่องกง ผู้ผลิตจึงพยายามหาทางออกด้วยการเปิดตลาดใหม่ นั่นคือตลาดวัยรุ่นและตลาดผู้ชาย (นิภาพร นิยมแสง, 2537, หน้า 45, อ้างถึงในการสื่อสารมวลชนเบื้องต้น หน้า 70)

ตั้งแต่นั้นมาเนื้อหาของภาพยนตร์จึงวนเวียนอยู่แต่เรื่องวัยรุ่น ทำให้ตลาดภาพยนตร์ไทยยิ่งหดแคบลงเรื่อยๆ จากปริมาณภาพยนตร์ที่ผลิตจาก 107 เรื่องในปีพ.ศ. 2534 ลดลงเหลือเพียง 53 เรื่องในปีพ.ศ. 2537 วงการภาพยนตร์ไทยต้องพยายามแสวงหาแนวทางในการต่อสู้กับภาพยนตร์ต่างประเทศ (การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น, หน้า 71)

ยุคที่ 3 (พ.ศ. 2541 – 2545) พบว่าในส่วนคอลัมน์ประจำมีการปรับเปลี่ยน-ลดอย่างค่อยเป็นค่อยไป และรักษาเนื้อหาประเภทต่างๆ ในคอลัมน์ประจำไว้ ปรับเปลี่ยนแนวการเขียนข่าวจากยุคที่ผ่านมาคือการรายงานข่าวคราว ความเคลื่อนไหว มานำเสนอในลักษณะ “ข่าวเจาะ” คือการรายงานความเคลื่อนไหวพร้อมนำเสนอภาพประกอบในแต่ละเรื่อง และเพิ่มคอลัมน์ของคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ เป็นคอลัมน์ที่พูดคุยกับผู้อ่าน ตอบปัญหาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้อ่านในประเด็นเกี่ยวกับการเมืองและสังคมในชื่อ “ล้อมวงสนทนากับคุณหญิงสุพัตรา”

ในส่วนสัปดาห์พิเศษพบว่า ในปี 2543 ได้ยกเลิกสัปดาห์ “สนทนาประสาชาวบ้าน” ส่วนสัปดาห์ตามเหตุการณ์ยังคงอยู่ และสัปดาห์ประเภทต่างๆ เหมือนในยุคที่ผ่านมา

เนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ลดลงเหลือ 2% จากยุคที่ 2 ละครโทรทัศน์ลดลงเหลือ 6% เนื่องจากสามารถติดตามได้จากฉบับพิเศษละครโทรทัศน์ นิยายประจำลดลงฉบับละ 9 เรื่องคิดเป็น 23% ตั้งแต่ต้นปี 2545 มีการปรับโฉมรูปแบบได้เพิ่มพื้นที่แฟชั่นจากปก 2% ของเนื้อหาทั้งหมด

จุดเด่นของเนื้อหาในยุคที่ 3

1. คอลัมน์ “ล้อมวงสนทนากับคุณหญิงสุพัตรา” โดยคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ โดยมีจุดประสงค์ในการให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องการเมืองและสังคม การนำเสนอเนื้อหาเป็นการพูดคุยกับผู้อ่านที่มีการเขียนจดหมายเข้าไปพูดคุยและถามคำถามกับคุณหญิงสุพัตรา โดยคุณหญิงจะเขียนในลักษณะให้ข้อมูล ตลอดจนวิจารณ์และแสดงความคิดเห็นส่วนตัวในลักษณะที่เป็นกลาง

ตัวอย่างเรื่องในคอลัมน์ “ล้อมวงสนทนากับคุณหญิงสุพัตรา” เช่นเรื่องราวเกี่ยวกับการประกวดภาพยนตร์แห่งชาติ, เรื่องราวของแม่ชีคุณหญิงกนิษฐา วิเชียรเจริญ นักพัฒนาดีเด่น และเรื่อง เปลือยสังคม จากกรณีที่มีการวิพากษ์วิจารณ์ถึงความเหมาะสมที่ปนัดดา วงศ์ผู้ดี ถ่ายภาพ

หือหาเพื่อโปรโมตละคร โดยมีการทำรีทัชที่รูป ซึ่งคุณหญิงได้ให้ความเห็นในกรณีนี้เป็นกลางว่าแล้วแต่มุมมองของผู้ชมว่าภาพที่ออกมาต้องการจะสื่ออะไร และยกตัวอย่างกรณีที่เกิดขึ้นด้วย เช่นการรณรงค์เพื่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้การบอติเพนตร์ร่างกายนางแบบผู้หญิง แต่ต่อต้านการแก้ผ้าเพื่อทำมาหากินเลี้ยงปากเลี้ยงท้อง

เนื้อหาส่วนนี้ได้เปิดโอกาสให้ผู้อ่านแลกเปลี่ยนความคิดเห็นส่วนตัวและข้อสงสัยต่างๆกับคุณหญิงสุพัตรา และบุคคลในแวดวงต่างๆที่ร่วมกันเขียนจดหมายเข้ามาร่วมสนทนาถึงประเด็นต่างๆในสังคม ซึ่งทำให้เกิดการกระตุ้นเพื่อให้เกิดการพัฒนาสังคมในด้านต่างๆ

ตารางสรุปเนื้อหาที่คงอยู่ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนปัจจุบัน



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8: สรุปรูปเนื้อหาที่คงอยู่ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน

ประเภท	ชื่อคอลัมน์ / สก๊อป
1. เนื้อหาประเภทข้อมูลดารา	ดาราพาเหรด
2. เนื้อหาประเภทข่าวสังคมบันเทิง	7 วันบันเทิง , ดาวล้อมเดือน
3. เนื้อหาประเภทข้อมูลเพลง	แฟ้มสตริง
4. ตอบปัญหาดารา	ตอบปัญหาดารา
5. ตอบปัญหาสุขภาพ	ตอบปัญหาทางเพศและสุขภาพ (ปัจจุบันเปลี่ยนมาเป็นคอลัมน์คลินิกแพทย์สตรี)
6. ตอบปัญหาชีวิต-สังคม	สอนรักสอนน้อง (แทนคอลัมน์พีซีราณีที่รัก)
7. สก๊อปพิเศษประเภทข้อมูลดารา	ครัวดารา, เปลี่ยหัวใจ, เยี่ยมบ้านดารา, ถนนสู่ดวงดาว และใกล้ชิดดารา
8. สก๊อปสัมภาษณ์พิเศษ	สัมภาษณ์พิเศษ
9. เรื่องย่อภาพยนตร์	
10. เรื่องย่อละครโทรทัศน์	
11. นิยายประจำฉบับ	
12. เนื้อหาอื่นๆ	ชะตาชีวิตในรอบสัปดาห์

จากตารางการสรุปรูปเนื้อหาที่คงอยู่ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน พบว่า เนื้อหาที่เป็นหลักของดาราภาพยนตร์ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน ก็คือการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับดาราและความเคลื่อนไหวในวงการบันเทิง ซึ่งในยุคแรกนำเสนอตามนโยบายเริ่มแรกของดาราภาพยนตร์คือการนำเสนอความบันเทิงในด้านภาพยนตร์เป็นหลัก ต่อมาได้มีการปรับให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมในสังคมคือปรับเนื้อหาแนะนำเสนอข้อมูลดาราจากละครโทรทัศน์มากขึ้นตามลำดับและนำเสนอข่าวคราวในวงการโทรทัศน์เพิ่มขึ้นด้วย

การปรับเนื้อหาดังกล่าวเป็นการปรับให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมของผู้อ่านแต่โดยหลักแล้วการนำเสนอข่าวสาร และข้อมูลของดาราในนิตยสารดาราภาพยนตร์นำเสนอถึงเรื่องทั่วไป ได้แก่ ประวัติการ ข่าวดารา เรื่องราว-วิถีชีวิตของดาราเป็นหลัก ตลอดจนเคล็ดลับความงาม

ของดารา ซึ่งเป็นเรื่องที่เบาๆ เป็นข้อมูลทั่วไปของดารา ที่ผู้อ่านทั่วไปอยากจะรู้เหมือนเป็นการทำ ความรู้จักกับดาราที่ตนชื่นชอบว่ามีวิถีชีวิตประจำวันเป็นอย่างไรบ้าง และมีวิธีการดูแลความงาม อย่งไร เพราะเรื่องของความสวยงามของดาราเป็นเรื่องที่ผู้อ่านให้ความสนใจเพราะอยากจะได้ดูดี และสวยอย่างดาราที่ตนชื่นชอบบ้าง

ในยุคแรกเนื้อหาเกือบทั้งหมดภายในเล่มจะเน้นหนักไปในทางภาพยนตร์ แต่ในปัจจุบัน เนื้อหาทางด้านภาพยนตร์ลดปริมาณลงมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ในส่วนในเรื่องย่อ ภาพยนตร์ประมาณฉบับละ 1-2 เรื่อง ดังนั้นจึงเป็นการนำเสนอเนื้อหาทั้งภาพยนตร์และโทรทัศน์ ปนกัน ไปซึ่งปัจจุบันเนื้อหาเกี่ยวกับละครโทรทัศน์เพิ่มปริมาณมากขึ้น ซึ่งเป็นการปรับเนื้อหาไป ตามกระแส

เนื้อหาหลักที่บ่งถึงบุคลิกของดาราภาพยนตร์ที่เป็นนิศยสารเพื่อความบันเทิงและสาระ ประโยชน์คือเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพทางกาย และการตอบปัญหาชีวิต-สังคม ถือเป็น เอกลักษณะทางเนื้อหาที่ดาราภาพยนตร์เป็นผู้บุกเบิกและดำรงคงอยู่มาจนปัจจุบัน ในยุคแรกที่ คอลัมน์ตอบปัญหาของศิริณีได้รับความนิยมอย่างสูงสุดในด้านการตอบปัญหาหรั้จากผู้อ่าน ซึ่งใน ปัจจุบันแม้ว่าศิริณีจะเสียชีวิตไปแล้ว แต่ได้มีการจัดตั้งคอลัมน์ สอนรักสอนน้อง ขึ้นมาแทนเพื่อ ตอบปัญหาในลักษณะเดียวกัน เพราะเป็นจุดเด่นของเนื้อหาที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่าน ที่ต้องการที่พึ่ง ที่ระบายในเรื่องความรักซึ่งถือเป็นปัญหาหนักอกสำหรับผู้ที่ประสบด้วยตัวเอง

เนื้อหาหลักที่สะท้อนถึงความเป็นนิศยสารที่ให้ความบันเทิงของดาราภาพยนตร์มารโดย ตลอด คือนิยายประจำฉบับ ที่เน้นนิยายประเภท รัก-หวาน-โรแมนติก , บู๊ และผี-สยองขวัญ ซึ่ง เป็นแนวที่สนุกและประโลมโลก ซึ่งผู้อ่านกลุ่มเป้าหมายมักจะชอบนิยายประเภทนี้คือไม่ต้องให้แ่ง คืดมาก แต่เน้นการเพื่อฝันและจินตนาการเป็นหลัก

เนื้อหาเกี่ยวกับการทำนายโชคชะตาดาราศี เป็นเนื้อหาหลักของดาราภาพยนตร์ที่เน้นการให้ ข้อมูลที่แม่นยำจากโหรที่ตั้งฉายาให้ตัวเองว่าเป็น “โหรที่แม่นยำที่สุดในประเทศไทย” คืออาจารย์ อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา

โดยรวมแล้วจุดยืนทางด้านเนื้อหาของดาราภาพยนตร์จะแบ่งได้เป็น 2 ส่วนคือเนื้อหาที่เบา ให้ความบันเทิงเกี่ยวกับดาราและแวดวงบันเทิง และเนื้อหาส่วนที่ให้สาระ ความรู้ และประโยชน์

แก่ผู้อ่าน เนื้อหาส่วนที่สองถือเป็นจุดเด่นของนิตยสารดารารายภาพยนตร์ที่ทำให้เกิดความโดดเด่น และแตกต่างจากนิตยสารบันเทิงเล่มอื่นๆ มาตั้งแต่เริ่มจัดทำจนปัจจุบัน

สรุปพัฒนาการรูปแบบนิตยสารดารารายภาพยนตร์

ตารางที่ 9: สรุปพัฒนาการรูปแบบนิตยสารดารารายภาพยนตร์

พ.ศ.	ผู้อำนวยกร และบ.ก.	ราคา	ขนาด	ลักษณะทั่วไป	โฆษณา	หมายเหตุ
ยุคที่ 1 2520- 2527	ธนู จงเลิศ จรรยา ผู้ อำนวยการและ บรรณาธิการ	5 บาท (2520 - 2522) 6 บาท (2522 - 2523) 7 บาท (2524 - 2527)	7.3x10.1 นิ้ว	ภาพปก : 2520-2523 - ปกหน้าใช้ดารามีชื่อ เสียง - ปกหน้าด้านใน , ปก หลังและปกหลังด้านใน เป็นภาพดาราร 2524-2527 - ปกหน้าเหมือนช่วง แรก - ปกหน้าด้านในนำ เสนอโฆษณา - ปกหลัง,ปกหลังด้าน ใน ภาพดาราร ปลายปี 2527 มีโฆษณาแทรก บางฉบับ ความหนา : 80-88 หน้า Logo : 2521 แยกกัน	4% ประเภท ภาพยนตร์, ร้านตัดเสื้อ/ ทำผม,ร้าน อาหาร, เครื่อง ประดับ, เครื่อง สำอาง,รถ จักรยาน ยนต์, เครื่องแต่ง กาย	

พ.ศ.	ผู้อำนวยการ และบ.ก.	ราคา	ขนาด	ลักษณะทั่วไป	โฆษณา	หมายเหตุ
				<p>อยู่ในกรอบรูปดาวและ ภาพยนตร์อยู่ในแถบสี 2521 รวมคำว่าดาราก และภาพยนตร์ไว้ด้วย กันในแถบสี ขนาด 7.3x1.9 นิ้ว (18.7x4.7 cm.)</p> <p>ไปรษณูปก : ทั่วไป เย็บเล่ม : มุงหลังคา กระดาษ : 2520-2521 อาร์ตแข็ง 5% , อาร์ต 5% , พรีฟ 90% การ พิมพ์ สีสี 9% และขาว ดำ 91%</p> <p>2522-2527 อาร์ตแข็ง 4% ,อาร์ต 6% และ พรี ฟ 90%</p> <p>การพิมพ์ สีสี 10% , สองสี 40% และขาวดำ 50%</p> <p>(เริ่มระบบพิมพ์สองสี เมื่อปีที่ 2 จ. 33 ธันวาคม 2521)</p>		

พ.ศ.	ผู้อำนวยการ และบ.ก.	ราคา	ขนาด	ลักษณะทั่วไป	โฆษณา	หมายเหตุ
ยุคที่ 2 (2528- 2540)	ธนุ จงเลิศ จรรยา ผู้ ผู้อำนวยการ ณรงค์ รอด เจริญ บรรณาธิการ	7 บาท (2528 - 2531) 8 บาท (2532 - 2533) 9 บาท (2533) 10 บาท (2534 - 2540)	8.2x11.5 นิ้ว	ภาพปก : ปกหน้าดารา จากภาพยนตร์และละคร โทรทัศน์ ปกหน้าด้านใน,ปกหลัง, ปกหลังด้านใน - โฆษณา Logo : ปรับหัวหนังสือ ขนาดเล็กลง 9x2.6 cm. ตำแหน่งมุมบน ซ้ายของผู้อ่าน 2539-2540 ปรับลด ขนาด 8x2.4 cm. โปรยปก : ทั่วปก เย็บเล่ม : มุงหลังคา กระดาษ : 2528-2538 อาร์ตแข็ง 5% ,ปอนด์ มัน 5% , ปอนด์ 32% , พรีฟ 73% การพิมพ์ สี สี 73% , สองสี 19% , ขาวดำ 36% 2539-2540 อาร์ตแข็ง 4% ,ปอนด์ 47% ,พรีฟ 48% การพิมพ์ สีสี 100%	2528-2532 7% ประเภท เครื่อง สำอาง, เครื่อง ประดับ- แต่งกาย, สถานเสริม ความงาม, เครื่องปรุง อาหาร,เทป เพลง,รถ จักรยาน ยนต์,ได เร็กเซลส์ 2533-2540 23% ประเภท หมอนใน ช่วงที่ผ่าน มา เพิ่ม ประเภท เครื่องใช้ อิเล็กทรอนิกส์, กส์,	

พ.ศ.	ผู้อำนวยการ และ บรรณาธิการ	ราคา	ขนาด	ลักษณะทั่วไป	โฆษณา	หมายเหตุ
					คลินิกลด ความอ้วน	
ยุคที่ 3 (2541- 2545)	ธนู จงเลิศ จรรยา ผู้ ผู้อำนวยการ อำนาจ รุ่ง เรือง บรรณาธิการ	12 บาท (2541 - 2544) 15 บาท (2545)	8.2x11.4 นิ้ว (2541 2544) 8.15x11. 1 นิ้ว (2545)	ภาพปก : ตั้งแต่ฉบับ ปรับโฉม 2545 ปรับ ภาพปกเป็นการถ่าย แพชั่น ปกหน้าด้านใน,ปกหลัง, ปก หลังด้านใน -โฆษณา Logo : 2541-2544 ขนาด 8x2.3cm. 2545 ขนาด 6.9x2 cm. โปรยขาว : ทั่วปก (ฉบับปรับโฉมโปรยขาว- ขาวและมีพื้นที่โฆษณา ด้านล่าง เย็บเล่ม : 2541-2544 มุงหลังคา 2545 ไส้กาว กระดาษ : 2541-2544 อาร์ตแข็ง 5% , ปอนด์ 19% , พรีฟ 76% 2545 อาร์ตแข็ง 5% , ดาร์ต 5% , ปอนด์ 34% , พรีฟ 56% การพิมพ์ : สีสี่ 100%	19% ของ เนื้อหาทั้ง หมด ประเภท เหมือนกับ ยุคที่ผ่านมา 3% เป็นสัดส่วน โฆษณาแฝง	

พัฒนาการรูปแบบชนิดยสารดารากาพยนตร์ยุคที่ 1 (พ.ศ. 2520 – 2527) พบว่ามีการปรับราคา 2 ครั้งจากฉบับปฐมฤกษ์ พ.ศ. 2520 ราคา 5 บาท ปรับเพิ่ม 1 บาทเป็น 6 บาทในช่วง 2522-2523 และเพิ่มเป็น 7 บาทช่วง 2524-2527 โดยมีขนาดเท่าเดิมตั้งแต่เริ่มแรก คือ 7.3x10.1 นิ้ว การนำเสนอภาพปกในช่วงแรก 2520-2523 เน้นใช้ดารานำจากภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงหรือดารากี่ได้รับความนิยมสูง ภาพปกหน้าด้านใน ,ปกหลังและปกหลังด้านในใช้ดาราร่วมกัน 2524-2527 ปกหน้าด้านในเปลี่ยนเป็นพื้นที่โฆษณา ส่วนปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอภาพดารา จนปลายปี 2527 จึงนำเสนอโฆษณาแทรกบางฉบับ

ยุคแรกหนาประมาณ 80-88 หน้า ลักษณะหัวหนังสือช่วงแรก 2520-กลางปี2521 คำว่าดารากาและภาพยนตร์แยกกัน โดยคำว่าดารากาจะอยู่ในกรอบดาวและภาพยนตร์อยู่ในแถบสี่ หลังจากนั้นปรับรวมไว้ด้วยกันในแถบสี่ขนาด 7.3x1.9 นิ้ว (18.7x4.7 cm.) ลักษณะการโปรยข่าวทั่วปกเย็บเล่มแบบมุงหลังคา

ช่วงแรก 2520-2521 พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% ,อาร์ต 5% และพรีฟ 90% ตามลำดับ การพิมพ์ในช่วงแรกพบว่าสัดส่วนสีสี่ 9% และขาวดำ 91% 2522-2527 พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% ,อาร์ต 6% และพรีฟ 90% การพิมพ์ สีสี่ 10% เริ่มระบบพิมพ์ 2 สีเมื่อปีที่ 2 ฉบับที่ 33 ธันวาคม 2521 40% และขาวดำ 50%

โฆษณาในยุคที่ 1 นำเสนอ 4% เป็นประเภท ภาพยนตร์,ร้านตัดเสื้อ-ทำผม,ร้านอาหาร,เครื่องประดับ-เครื่องแต่งกาย,รถจักรยานยนต์

ยุคที่ 2 (2528-2540) จากตารางพบว่ามีกรปรับราคา 2 ครั้งคือจากราคา 7 บาทเป็น 8 บาทในช่วง 2532-2533 และจากราคา 8 บาทเป็น 10 บาทในช่วง 2534-2540 ขนาด8.2x11.5 นิ้ว การนำเสนอภาพปกใช้ดารานำจากภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ส่วนปกหน้าด้านใน,ปกหลัง,ปกหลังด้านในเป็นพื้นที่โฆษณา ลักษณะหัวหนังสือปรับให้มีขนาดเล็กลง 9x2.6 เซนติเมตร ในช่วง 2528-2538 และช่วง 2539-2540 ลดขนาดลงเหลือ 8x2.4 เซนติเมตร การโปรยข่าวกระจายทั่วปกและเย็บเล่มแบบมุงหลังคา

กระดาษช่วง 2528-2538 ปรับเป็นกระดาษอาร์ตแข็ง 5% ,ปอนด์มัน 5% ,ปอนด์32% และพรีฟ 73% สัดส่วนการพิมพ์สีสี่ 73% ,สองสี 19% และขาวดำ 36% (เพิ่มการพิมพ์สองสีเมื่อ

กลางปี 2528) ช่วง 2539-2540 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% ,ปอนด์ 47% และพรีฟ 48% การพิมพ์สี่สี 100%

โฆษณายุคนี้พบว่าแบ่งเป็น 2 ช่วง คือช่วงแรก 2528-2532 สัดส่วนโฆษณาเพิ่มขึ้นจากยุคแรกเป็น 7% และช่วงหลัง 2533-2540 สัดส่วนโฆษณาเพิ่มขึ้นเป็น 23% และเพิ่มประเภทเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ ,คลินิกศัลยกรรม-ลดความอ้วน เป็นต้น

ยุคที่ 3 (2541-2545) พบว่ามีการปรับราคาจาก 10 บาทเป็น 12 บาทในช่วงพ.ศ. 2541 และปรับเพิ่มเป็น 15 บาทกลางปี พ.ศ. 2544 ขนาด 8.2x11.5 นิ้ว มีการปรับโฉมรูปแบบใหม่เป็นสี่กวางขนาด 8.15x11.15 นิ้ว และปรับการนำเสนอภาพปกจากเดิมเป็นภาพดารานำจากภาพยนตร์และละครโทรทัศน์มาเป็นการถ่ายแฟชั่นและมีภาพแฟชั่นจากปก ขนาดหัวหนังสือช่วง 2541-2544 ปรับลงมีขนาด 6.9x2 เซนติเมตร และเพิ่มพื้นที่โฆษณาด้านล่าง (สตรีปแอดขนาดพิเศษ 8.15x1.7 นิ้ว)

การใช้กระดาษในยุคที่ 3 พบว่าช่วง 2541-2544 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% ,ปอนด์ 19% และกระดาษพรีฟ 76% ช่วงปรับโฉมใหม่ตั้งแต่กุมภาพันธ์ 2545 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% ,อาร์ต 5% ,ปอนด์ 34% และพรีฟ 56% การพิมพ์สี่สี 100%

ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารดารานักแสดงประสบความสำเร็จ

1. การให้ประโยชน์แก่ผู้อ่านและสังคม

ความบันเทิงจากเนื้อหาที่หลากหลายเป็นวัตถุประสงค์หลักที่นำเสนอแก่ผู้อ่าน และผู้อ่านยังได้รับสาระประโยชน์ทางด้านความรู้ทางการแพทย์เกี่ยวกับโรคภัยไข้เจ็บ ความรู้เกี่ยวกับเรื่องทางเพศโดยตรง ความรู้และเรื่องราวในสังคม โดยเป็นสื่อกลางให้ความรู้ระหว่างนักวิชาการทางสังคม-การเมือง อย่างคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์ , อาจารย์สุนีย์ สิ้นธุเดชะ ตลอดจนนักการเมืองที่ต้องการจะสื่อสารเรื่องราวทางการเมืองแก่ผู้อ่านโดยตรง

ประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับจากการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าว คือแนวคิดด้านต่างๆในทางการเมืองและสังคมเพื่อเป็นความรู้พื้นฐานและเป็นแนวทางต่อผู้อ่านในการมีส่วนร่วมทั้งทางการเมืองและการพัฒนาสังคมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตโดยรวมของประชาชนในสังคม การให้ความรู้โดย

ตรงแก่ผู้อ่านผ่านทางเนื้อหาภายในเล่มที่คาราภาพยนตร์กำหนดเป็นนโยบายหลักของนิตยสารแล้ว การทำประโยชน์ให้สังคมด้วยการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆในสังคม อาทิเช่นการรณรงค์ทางการเมือง การเลือกตั้ง การรณรงค์ให้มีการร่วมมือร่วมใจในการแสดงความคิดเห็นต่อเรื่องราวต่างๆในสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องปัญหาสุขภาพเสพติด ปัญหาการทำแท้ง ปัญหาเรื่องมิฉาชีพ เป็นต้น ทำให้สังคมเกิดความตื่นตัว ตระหนักถึงโทษและความรุนแรงจากปัญหาดังกล่าว และเกิดสำนึกและเห็นความสำคัญในการร่วมมือกันแก้ไขปัญหาใหญ่ระดับชาติต่อไป

การวางตัวเป็นสื่อเพื่อให้ประโยชน์แก่ผู้อ่าน และสังคม เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนิตยสารคาราภาพยนตร์แก่ผู้อ่านว่าเป็นนิตยสารที่ไม่ได้มุ่งขายความบันเทิงเพียงอย่างเดียวแต่ต้องการให้ผู้อ่านได้รับประโยชน์จากนิตยสารอย่างคุ้มค่า ตลอดจนสังคมโดยรวมก็ได้รับประโยชน์จากคาราภาพยนตร์ ในแง่ของการเป็นสื่อที่คอยสังเกต จับตา ระแวงระวังเป็นหูเป็นตาให้กับผู้อ่าน เพื่อคอยเตือนผู้อ่านถึงปัญหาต่างๆในสังคมโดยรวม

สิ่งที่ผู้อ่านได้รับจากคาราภาพยนตร์ทั้งความสนุก เพลิดเพลิน เรื่องราวในสังคม เป็นสิ่งที่นิตยสารคาราภาพยนตร์ยึดถือและปฏิบัติตามมาปัจจุบัน เป็นจุดยืนของเนื้อหาที่นิตยสารคาราภาพยนตร์สามารถรักษาระดับคุณภาพมาโดยตลอด จึงเป็นสิ่งที่ทำให้นิตยสารมีมาตรฐานที่มั่นคงและชัดเจนในใจของผู้อ่านเสมอมา

2. การปรับตัวให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม

คาราภาพยนตร์มีพัฒนาการมานานกว่า 25 ปี ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารคาราภาพยนตร์สามารถดำเนินธุรกิจมาได้จนถึงปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องปรับตัวให้ก้าวทันกับกระแสความนิยมของคนในสังคมล้วนแต่เป็นสิ่งสำคัญที่มีผลโดยตรงต่อการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ ดังนั้นการปรับตัวของนิตยสารคาราภาพยนตร์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในสังคม และแฟชั่น ผู้จัดทำนิตยสารจำเป็นต้องปรับตัวให้ก้าวทันกับกระแสดังกล่าว

คาราภาพยนตร์มีการปรับเนื้อหาและรูปแบบอย่างต่อเนื่องในแต่ละยุค จากพัฒนาการด้านเนื้อหาจากที่เน้นเรื่องราวในวงการภาพยนตร์โดยเฉพาะ ในยุคที่ 2 ได้ปรับเพิ่มเนื้อหาในวงการโทรทัศน์ตามกระแสความนิยมของประชาชนที่สนใจสื่อโทรทัศน์เพิ่มอย่างต่อเนื่อง และรายการโทรทัศน์ของแต่ละสถานีมีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้ประชาชนหันมาให้ความสนใจกับรายการโทรทัศน์มากกว่าสื่อภาพยนตร์เพราะเป็นสื่อที่ใกล้ตัว

การปรับตัวให้สอดคล้องตามสภาพแวดล้อมดังกล่าว เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นิตยสารดาราทาพยนตร์ครองความนิยมจากผู้อ่านมาทุกยุค เนื่องจากมีการพัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้อ่านที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เป็นหัวใจสำคัญของการตลาดที่ต้องคำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลัก

นอกเหนือไปจากการปรับรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาในแต่ละยุคแล้ว การปรับราคาเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญที่ดาราทาพยนตร์ปฏิบัติทุกครั้งที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ เพราะต้นทุนการผลิตที่ผันผวนไปตามสภาพเศรษฐกิจที่ผ่านมาซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลโดยตรงต่อการปรับราคา เพื่อความอยู่รอดของนิตยสารดาราทาพยนตร์

3. การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้อ่าน

การนำเสนอสิ่งที่ดีต่อผู้อ่านทั้งด้านเนื้อหาและรูปแบบ ตลอดจนการสร้างความรู้สึที่ดีระหว่างผู้อ่านและนิตยสารดาราทาพยนตร์และรักษามาตรฐานของตนมาได้จนปัจจุบัน เป็นวิธีการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในใจผู้อ่าน ซึ่งจะส่งผลให้ผู้อ่านเกิดความภักดี (Loyalty) ต่อนิตยสาร เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในธุรกิจทุกประเภท

ตัวอย่างการสร้างภาพลักษณ์ของดาราทาพยนตร์จากบทบรรณาธิการที่สื่อให้ผู้อ่านเชื่อมั่นว่านิตยสารดาราทาพยนตร์ไม่เอาเปรียบคนอ่าน โดยเฉพาะเรื่องการปรับราคาจำหน่ายในแต่ละช่วงที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ โดยใช้วิธีการตรึงราคาจำหน่ายจนถึงที่สุดถ้ายังไม่ขาดทุน และขอความสนใจจากผู้อ่านถึงความจำเป็นในกรณีที่ต้องปรับราคา ดังถ้อยแถลงในบทบรรณาธิการ “เสียงกระซิบจากบ.ก.” (ฉบับที่ 64 ปีที่ 3 ประจำวันที่ 7 สิงหาคม 2522) ดังนี้

“นิตยสารดาราทาพยนตร์จะต่อสู้ไปด้วยความอดทนซื่อสัตย์ ยังไม่ขึ้นราคาไม่เอาเปรียบผู้ซื้อ ทั้งที่ตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ดาราทาพยนตร์ให้ความบันเทิงแก่แฟนฯนับตั้งแต่ฉบับแรกนั้นกับฉบับปัจจุบัน ราคาต้นทุนการผลิตสูงขึ้นกว่าเท่าตัวแล้วก็ตาม ที่กล่าวมานี้เพื่อให้แฟนได้เข้าใจสภาพความเป็นจริงที่ดาราทาพยนตร์ประสบความเดือดร้อนเช่นกัน

แต่คาราภาพยนตร์คงจำหน่ายราคา 5 บาทต่อไปโดยที่ความสนุก ความบันเทิง ความสวยงามมิได้ลดหย่อนไปเลย กลับจะเพิ่มขึ้นทุกฉบับ ขอเพียงให้แฟนๆคาราภาพยนตร์ให้กำลังใจอุดหนุนคาราภาพยนตร์ฉบับนี้อย่างมั่นคงตลอดไปเท่านั้น”

จากตัวอย่างข้างต้นเป็นคำชี้แจงจากบรรณาธิการถึงการยื่นหยัดเพื่อผู้อ่านที่จะไม่ปรับราคา และเรียกร้องความเห็นใจจากผู้อ่าน แสดงความจริงใจและใช้วิธีการที่นุ่มนวลเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้อ่านและผู้จัดทำ

นอกจากนี้ยังใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดโดยการแจก-แถมโปสเตอร์ดารา และปฏิทินควบคู่ไปกับนิตยสารอยู่เป็นประจำ เป็นธรรมเนียมปฏิบัติมาตั้งแต่ต้น และเปิดโอกาสให้ผู้อ่านเขียนจดหมายเข้าไปขอภาพดารา เป็นการปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่านทางหนึ่ง

คาราภาพยนตร์ใช้เวลาในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้อ่านมา 26 ปี ระยะเวลาที่ยาวนานและความสม่ำเสมอของรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหา ตลอดจนความซื่อสัตย์ต่อผู้อ่านที่คาราภาพยนตร์ยึดมั่นอย่างต่อเนื่อง สามารถสร้างความเชื่อใจและสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้อ่านกับนิตยสารคาราภาพยนตร์

นิตยสารในเครือ

นิตยสารในเครือสำนักพิมพ์อ่านวยสาส์นได้แก่ นิตยสารโกลด์สตาร์ , ราชาสีงทอง , สตาร์แอนด์สไตล์ และนิตยสารฉบับพิเศษละครโทรทัศน์

นิตยสารโกลด์สตาร์ คือนิตยสารประเภทบันเทิงจีน – ฮองกง

นิตยสารราชาสีงทอง เป็นนิตยสารเกี่ยวกับวงการบันเทิงเพลงลูกทุ่ง

นิตยสารสตาร์แอนด์สไตล์ เป็นนิตยสารบันเทิงต่างประเทศ

นิตยสารดังกล่าวเป็นนิตยสารในแนวบันเทิงเหมือนกันแต่แยกออกเป็นประเภทย่อยๆต่าง

กัน

“ นิตยสารในเครือนี้เป็นบันเทิงเหมือนกันหมดเลย คือเค้าตั้งใจทำ เช่นยุคหนึ่งจีนบูมเค้าก็ออกโกลด์สตาร์ ยุคหนึ่งฝรั่งตอนนั้นยังไม่มีปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ก็ออก สตาร์แอนด์สไตล์ อยู่ช่วงหนึ่ง แต่ตอนนี้มีปัญหาระหว่างลิขสิทธิ์ต่างประเทศ ซึ่งมันไม่คุ้มกับการขาย หนังสือหน้าขาย 20

บาทในขณะที่คนอื่นขาย 60 บาท เรียกว่าเป็นหนังสือบันเทิงเหมือนกันแต่แยกเซ็กชั่น เป็น บันเทิงฝรั่ง บันเทิงญี่ปุ่น บันเทิงจีน แล้วเค้าเคยออกหนังสือหิวหามาเล่มหนึ่ง ชื่อ “ข่าว บันเทิง” คือออกก่อนอินไซด์ทีวี เป็นเหมือนสยามบันเทิง มายาชาแนล ปัจจุบัน เป็นหนังสือ พิมพ์ไซส์สี่สีบันเทิง แต่ด้วยความที่เป็นหนังสือพระมาจะเคย พอเขียนค่าใคร เล่นแรง หิวหาว ฟีน้องผู้บริหารก็ขัดแย้งกันเอง ตอนหลังก็ต้องเลิกไปเพราะผู้อำนวยการไม่เห็นด้วย “ (บุคคลใน กองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

นิตยสารฉบับพิเศษละครโทรทัศน์เริ่มขึ้นเมื่อ ปี พ.ศ.2542 ทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์คือ

“ ฉบับพิเศษละครทำขึ้นเพื่อ พอมีปัญหาเศรษฐกิจตกสะเก็ด โรงพิมพ์ก็พยายาม ทำให้ พนักงานมีงาน โรงพิมพ์อยู่ได้โดยที่ไม่ได้ถอนออก จะหางานเสริมมาให้ทำ คนทำก็จะมีรายได้ พนักงานก็จะได้เงินล่วงหน้า ได้ขาย พูดได้ว่าไปกันได้ แทนพิมพ์ก็ไม่ต้องว่าง พอช่วงมาปรับ โคมเป็นสี่สีแล้วย้ายโรงพิมพ์มา เราก็เปลี่ยนแทนพิมพ์ ชื่อแทนพิมพ์มา เปลี่ยนมาใช้กระดาษม้วน ก็คือพิมพ์ออกมาแล้วก็แห้ง พบในตัวเสร็จ ก็เลยคิดทำฉบับพิเศษละครขึ้นเพื่อเสริมงานให้โรง พิมพ์” (บุคคลในกองบรรณาธิการ , สัมภาษณ์ , 12 กรกฎาคม 2545)

2. จุดกำเนิดและพัฒนาการนิตยสารทีวีพูล

ความเป็นมา

บริษัทไนต์ โปรโมชัน จำกัด ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2524 โดยพรรติภา - เกรียงศักดิ์ สกุล ชัย เพื่อผลิตรายการวิทยุ โดยพรรติภา สกุลชัยได้สะสมประสบการณ์จากงานหนังสือพิมพ์ภาค ภาษาอังกฤษ ทั้งเดอะเนชั่นและบิวสิเนสไทม์ ซึ่งเคยเฟื่องฟูในยุคปี 2518 รวมทั้งประสบการณ์ในการทำบริษัทโฆษณาอีก 2-3 แห่ง ซึ่งเห็นว่าในยุคนี้วงการวิทยุยังไม่ค่อยมีผู้ที่ถูกเรียกว่า “มือ อาชีพ” ลงในสนามนี้ จนกระทั่งเมื่อปี พ.ศ. 2535 บริษัทมีสถานีวิทยุที่ได้สัมปทานมากที่สุดใน ประเทศถึง 33 สถานี และมีรายการที่ผลิตเองเช่น อัลบั้มไนต์ , ลูกโป่งเพลงไทยเป็นต้น ต่อมา ได้ขายบริษัทไนต์ โปรโมชัน จำกัดดังกล่าว ด้วยเห็นว่าวงการวิทยุกำลังจะเข้าสู่สภาพของทาสบริ ยักษ์ค่ายเทปหรือนักการเมือง เนื่องจากต้นทุนการสัมปทานสูงมาก จนไม่สามารถทำให้ค่าใช้จ่ายสปีดโฆษณาทางวิทยุสูงตามจนไม่คุ้มค่า

ประกอบกับช่วงเวลาเศรษฐกิจฟองสบู่ บริษัทโน้ต โปรโมชั่น จำกัดจึงต้องขายไป และหันมาผลิตนิตยสารด้านบันเทิงอย่างจริงจัง ดังถ้อยแถลงของพรทิภา สกุลชัยในบทบรรณาธิการนิตยสารทีวีพูล ฉบับที่ 525 ว่า

“ คิฉินออกมาเป็นศิลปินเดี่ยว ตั้งบริษัทโน้ต โปรโมชั่น จำกัด ทำรายการวิทยุเองจนถูกเรียกว่า “เจ้าแม่วงการวิทยุ” เพราะมีสัมปทานวิทยุในมือมากถึง 33 คลื่น ...เหนื่อย เพราะมีสัมปทานก็เหมือนเช่าบ้านเขาอยู่ คิฉินเลยเดินออกจากวงการวิทยุ ลุยทำนิตยสารทีวีพูลเต็มตัว ทีวีพูลเกิดและโตอย่างที่ฝัน “

จุดกำเนิดของทีวีพูล

นิตยสารทีวีพูลถือกำเนิดขึ้นเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2533 ในนามของบริษัททีวีเมกกาซีน จำกัด ซึ่งเป็นนิตยสารในการบริหารงานของบริษัทโน้ต โปรโมชั่น จำกัด ซึ่งทำรายการวิทยุเป็นหลัก ผู้ก่อตั้งคือพรทิภา - เกรียงศักดิ์ สกุลชัย

ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ หัวหน้าบรรณาธิการนิตยสารทีวีพูลกล่าวถึงแรงจูงใจในการจัดทำว่า

“ พอมาถึงยุคหนึ่งทางผู้บริหารก็จะทำธุรกิจด้านสื่อครบวงจรก็เลยทำหน้าที่เกี่ยวกับวงการบันเทิงขึ้นมา แต่ก่อนเราจะใช้ชื่อว่าทีวีพูลเป็นของ บริษัททีวีเมกกาซีน จำกัด แต่ปัจจุบันใช้ในนามโน้ตพับลิชชิ่ง คือเมื่อเริ่มดำเนินธุรกิจด้านสื่อเต็มตัว 4-5 ปีหนังสือเริ่มจะอยู่ตัว แล้วตอนหลังหยุดทำรายการวิทยุและโทรทัศน์ เหลือแต่สื่อสิ่งพิมพ์เลยเปลี่ยนชื่อบริษัทมาเป็น โน้ตพับลิชชิ่ง นอกจากนั้นก็มินิกิตยสาร Boss และคุณหญิงในเครือเดียวกัน “

“ ทางคุณเกรียงศักดิ์ และคุณพรทิภา สกุลชัย คิดว่าเริ่มแรกน่าจะทำสื่อสิ่งพิมพ์อีก 1 เล่มจะได้ครบวงจร และจะได้เอื้อกันได้ เช่นด้านการเชิดดารามาออกทีวี ออกรายการวิทยุ คิดว่ามันเกี่ยวกับสาขาวงการบันเทิงอยู่แล้ว แขนงเดียวกันก็เลยคิดว่าทำหน้าที่ไปด้วยเลยดีกว่า และอีกประการหนึ่ง ช่วงนั้นวงการบันเทิงทีวีกำลังอยู่ในช่วงยุคเริ่มเติบโต ก่อนหน้านั้นยุค 10 กว่าปีที่แล้ว ถ้าพูดถึงวงการบันเทิงไทยหนังสือจะเป็นหลัก ปีหนึ่งมีหนังสือ 30-40 เรื่อง หน้าบันเทิงหนังสือพิมพ์รายวันก็จะเต็มไปด้วยโฆษณาหนังสือ ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับหนังสือ แต่พอทีวีเริ่มต้นตัวรายการ ละครทีวีเริ่มมีเรตติ้งสูงขึ้น ข่าวบันเทิงหน้าหนังสือพิมพ์เริ่มเปลี่ยนทิศทาง มาเป็นข่าว

ความเคลื่อนไหวในวงการทีวี ไม่ว่าจะ เป็น ละคร เกมโชว์ ซึ่งจำได้ว่ามีอยู่ช่วงหนึ่งที่ทำให้วงการภาพยนตร์ไทยเริ่มตกต่ำลง วงการทีวีเติบโตขึ้น คนเริ่มไม่ยอมออกจากบ้านไปดูหนังไทย ออกอยู่บ้าน ดูทีวีมากกว่า ซึ่งก็เป็นอีกจุดหนึ่งที่ทีวีพลมมองเห็นช่องว่างตรงนี้ก็เลยของเสริมขึ้นมา เพื่อเป็นสื่อให้กับวงการบันเทิงทางทีวีถึงใช้ชื่อว่า “ทีวีพูล” เน้นวงการทีวีโดยเฉพาะ “ (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ ,สัมภาษณ์ , 18 เมษายน พ.ศ. 2545)

แรงจูงใจในการจัดทำนิตยสารทีวีพูล เกรียงศักดิ์ สกุลชัยกล่าวว่า

“ นักข่าวทุกคน หรือคนทุกคนทุกอาชีพจะมีแนวคิดอยู่อย่างหนึ่งก็คือแสวงหาสิ่งที่ดีกว่าเสมอ แม้กระทั่งเด็กเสิร์ฟก็อยากจะเป็นกัปตัน กัปตันก็อยากจะเป็นผู้จัดการ ผู้จัดการก็อยากจะเป็นเจ้าของร้าน นักข่าวเหมือนกันเกือบทุกคนที่เขายกอยากจะมีหนังสือเป็นของตัวเองทั้งนั้น ออกจะมี ทำอะไรก็ได้อย่างที่ใจเราคิดว่าจะเป็นอย่างนี้ เราคิดว่าเราทำข่าวบันเทิงมา เพราะเพื่ออยู่เดลินิวส์ อยู่คู่สร้างคู่สมมา พี่ก็มีความรู้สึกว่ามันเขียนไม่ได้ทุกอย่าง มันก็ต้องดูนโยบายของบริษัท ต้องดูแนวโน้มตลาดโดยรอบด้วย บางสิ่งบางอย่างเราก็ไม่ได้ทำ เมื่อเราไม่ได้ทำเราก็อยากจะมีหนังสืออะไรสักอย่างหนึ่งซึ่งจะเป็นไปอย่างที่เราคิดให้มากที่สุด ซึ่งหมายความว่าหมายถึงเกี่ยวกับธุรกิจด้วยแล้วก็เกี่ยวกับสิ่งที่มันเป็นศิลปะได้ด้วย เลยคิดมาแนวที่ตัวเองอยากทำ ก็เลยเป็นทีวีพูล”

“ เหตุผลก็คือสมัยก่อนมันก็มีหนังสืออินไซด์ทีวีซึ่งพี่เป็นคนทำกับคุณไพลิน สีน้าเงินสมัยก่อน พออินไซด์ทีวีบูม ประสบความสำเร็จด้วยดีก็มีความรู้สึกว่าจะตลาดในแนวหนังสือบันเทิงมันน่าจะไปได้ เพราะบันเทิงนี่คือสิ่งเดียวที่ผู้บริโภคซึ่งหมายถึงประชาชนเค้าเสพมากที่สุด ในอัตราส่วนของบรรดาข่าวทั้งหมด ไม่ว่าจะ เป็นข่าวการเมือง ข่าวกีฬา ข่าวเศรษฐกิจ สังคมอะไรต่างๆ นี่ บันเทิงจะมากที่สุด เราวัดจากการที่เราเปิดหนังสือพิมพ์รายวันต่างๆนี้ เราเปิดขึ้นมาเราก็จะเปิดหน้าบันเทิง ถึงเราไม่ได้อยู่ในวงการบันเทิง มันก็น่าสนใจดี ก็อ่าน ความน่าสนใจตรงนั้นมันก็มีเยอะ แล้วที่นี้พี่ก็มองตลาดของอินไซด์ทีวีมันเป็นรูปแบบหนังสือพิมพ์เหมือนมายาชาแนลที่พี่ทำอยู่นี้ มันเป็นลักษณะอย่างนี้ พี่ก็มองว่าถ้าเป็นแมกกาซีนมันจะเก็บได้นานกว่า ถ้าเป็นหนังสือพิมพ์มันเก็บได้ไม่นาน เราก็ทำเป็นแมกกาซีน “

“ พอทำเป็นแมกกาซีนมันก็จะมีการพัฒนาการของมันมาจนกว่าจะเป็นรูปแบบนี้ ตั้งแต่เย็บมุงหลังคาขายในราคา 15 บาทแรกๆ คือในขณะตอนที่พี่ออกเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2532-2533 ในตลาดหนังสือมันจะมีหนังสือบันเทิงวางอยู่ซึ่งเค้าขาย 7 บาทเป็นรายสัปดาห์ สีสี่ทั้งเล่ม ของเรา 15 บาทไม่ได้สี่ทั้งเล่ม บางก็บางกว่าเขา เรามีโจทย์ที่หนักมากเลย เพราะประชาชนไม่รู้

หรือว่าเล่มนี้จะแตกต่างจากเล่มนั้นยังไง จะรู้ว่าเป็นหนังสือแบบนี้ มันก็คงเหมือนกัน ชาวบ้านเขาก็คงจะคิดอย่างนั้น มันก็เป็นโจทย์ที่หนัก เรายังเอ..เขาเน้นหนัง เราก็มั่นทีวีนี้แหละมันก็น่าจะแคบกว่า มันก็เลยเป็นทีวีพูล ก็เหมือนโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ มันเป็นชื่อเดียวกัน มันเป็นชื่อทีวีพูลก็คือรวมทีวีทุกช่อง นี่ก็ทำแล้วเน้นทีวีแล้วแบ่งชัดเจนให้มันอยู่ในคอนเซ็ปท์ของอินไซด์ทีวีที่อยู่ในเล่ม” (เกรียงศักดิ์ สกุลชัย ,สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

ทีวีพูล กำเนิดขึ้นในยุคที่โทรทัศน์เฟื่องฟูทางธุรกิจ (พ.ศ. 2520-2534) เพราะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ คือมีการเปิดสถานีโทรทัศน์ช่องใหม่ที่เป็นระบบ free-to-air และช่องเคเบิล ทำให้สื่อโทรทัศน์และการผลิตรายการมีสภาพเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือกรมประชาสัมพันธ์ได้จัดตั้งสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยเพิ่มขึ้นในส่วนภูมิภาคอีก 3 จังหวัด ได้แก่ นครศรีธรรมราช , อุบลราชธานี และพิษณุโลก ในส่วนกลางได้เตรียมจัดตั้ง “สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11” ขึ้นเมื่อปีพ.ศ. 2528 โดยได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลญี่ปุ่น จำนวน 330 ล้านบาท แพร่ภาพในปี 2531

ในปี 2532 องค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย ได้ให้สัมปทานโทรทัศน์ระบบบอกรับสมาชิก หรือเคเบิลทีวี แก่บริษัทอินเตอร์เนชั่นแนลบรอดคาสติ้ง คอร์ปอเรชัน หรือโอบีซี ในเครือชินวัตร และในปี 2533 ให้สัมปทานแก่บริษัทสยามบรอดคาสติ้ง แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น จำกัด หรือไทยสกายเคเบิล ในเครือธนาียง (การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น ,หน้า 87)

การขยายตัวของสื่อโทรทัศน์ดังกล่าวทำให้ผู้ผลิตรายการโทรทัศน์มีการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาให้สนองต่อความต้องการข่าวสารและบันเทิงของชนชั้นกลางมากขึ้น เช่นมีการเสนอข่าวภาคภาษาอังกฤษ จากซีเอ็นเอ็น ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 5 มีรายการมองต่างมุม ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 11 เปิดเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเรื่องสังคมและการเมือง ด้านรายการละครก็มีการลงทุนมากขึ้น โดยมีละครที่ไปถ่ายทำในต่างประเทศ และมีนักแสดงรุ่นใหม่ที่เป็นลูกครึ่ง สะท้อนภาพลักษณ์ที่เป็นสากล / โลกาภิวัตน์ สื่อโทรทัศน์จึงเฟื่องฟูไปพร้อมกับพลังทางเศรษฐกิจของชนชั้นกลางและกระแสบริโภคนิยม (การสื่อสารมวลชนเบื้องต้น,หน้า87)

จากกระแสการเติบโตของสื่อโทรทัศน์และความนิยมรายการโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น ทำให้ผู้ก่อตั้งทีวีพูล คือเกรียงศักดิ์ สกุลชัยกำหนดนโยบายหลักในการนำเสนอเรื่องราวต่างๆในวงการโทรทัศน์เป็นหลัก

ที่มาของชื่อ “ทีวีพูล”

จากถ้อยแถลงของเกรียงศักดิ์ สกุลชัย คอลัมน์ “ปลาเป็นว่ายทวนน้ำ” ในนิตยสารทีวีพูลฉบับปฐมฤกษ์ กล่าวถึงที่มาของชื่อ “ทีวีพูล” ว่า

“ ก่อนจะไปจดทะเบียนของหัวหนังสือเล่มนี้คือ “ทีวีพูล” ก็ใช้เวลานานถึง 8 เดือนเต็มๆ กว่าจะคิดชื่อออกมาให้ตรงกลุ่มเป้าหมายได้ มิใช่เรื่องง่ายๆ ว่ากันว่าหนังสือนอกเหนือจากชื่อฟังแล้วเข้าใจโดยไม่ต้องแปลทันสมัย ยังต้องไม่ซ้ำกับชื่อหนังสืออื่นที่เขาจดทะเบียนไว้ก่อน ผมได้พบกับ พลตรีจรรยาพันธ์ บุรณสงคราม เจ้ากรมทหารสื่อสารทหารบก ผู้อำนวยการช่อง 5 และประธานโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจหรือทีวีพูล ท่านบอกว่า “ตั้งชื่อหนังสือ ทีวีพูล ชีวรวมทั้งหมดดี” ผมฟังปุ๊บก็บึ้งขึ้นมา เพราะเป็นชื่อที่ฟังแล้วรู้เลยว่าเป็นการรวมทั้งหมดของทีวี ได้กลุ่มเป้าหมายที่ผมวางไว้

ผมก็ถามว่าถ้าใช้ชื่อ “หนังสือทีวีพูล” จะไม่ชนกับโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจแห่งประเทศไทยหรือ ท่านก็บอกว่าคนละเรื่องไม่เกี่ยวกัน หนังสือถ้าที่สันติบาลไม่มีคนจดทะเบียนไว้ก่อนเรายื่นเรื่องขอไปได้รับอนุญาตก็ไม่มีปัญหาอะไร ผมก็เลยถึงบางอ้อ ทำเรื่องขอไปที่กองเอกสารที่สันติบาล กรมตำรวจ ปรากฏว่ายังไม่มีใครจดทะเบียนไว้ ผมก็ยื่นเรื่องขออนุญาตในวันนั้นเลยในชื่อ “ทีวีพูล”

กว่าจะได้ใบอนุญาตออกมาในวันนี้ก็กินเวลา 4 เดือนเศษๆ ก็ต้องขอบคุณท่านเจ้ากรมสื่อสาร ประธาน ทีวีพูล (โทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ) และผู้อำนวยการช่อง 5 ที่ให้โอเคเดียวผม ทีวีพูลเล่มนี้จึงมีชื่อทีวีพูลที่เป็นงาน เฉพาะกิจ ของสถานีโทรทัศน์ที่ร่วมมือกันถ่ายทอดสดในครั้งคราว แต่เป็นนิตยสาร ทีวีพูล ที่วางตลาดทุกสัปดาห์”

หลักการตั้งชื่อของเกรียงศักดิ์ สกุลชัย คือการตั้งชื่อที่สื่อถึงหนังสือเล่มนั้นๆ ได้อย่างชัดเจนว่าเป็นหนังสือประเภทใด เนื้อหาเกี่ยวกับอะไร

“ อย่างการตั้งชื่อ Boss ทำไมต้องเป็น Boss เพราะเป็นสัญลักษณ์ของผู้ชาย “คุณหญิง” ดูก็รู้ว่าเป็นผู้หญิงเลย มันจะต้องไม่ง เช่น “Image” ว่ามันเป็นหนังสืออะไร ของเมื่อนอกมันเป็นหนังสือวิทยาศาสตร์ ไม่ต้องไปตอบใจทยนี้ไม่เอา ทีวีพูลก็ต้องเป็นทีวีพูล เป็น “ดิฉัน” ชัดเจนไปเลยว่าเป็นแนวผู้หญิง ต้องไม่ใช่ “แพรว” ที่ต้องใช้เวลาเพื่อที่จะรู้ว่า แพรว นี้คือ

ชื่อของลูกสาวเจ้าของหนังสือเอามาตั้งเฉยๆ แค่นั้นเอง แล้วแต่คนคิด ตัวบท. ของพี่นี่มีแนวคิดแบบนี้ คนอื่นอาจจะแตกต่างนะ “ (เกรียงศักดิ์ สุกุลชัย , สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

แนวคิดและนโยบายหลักของทีวีพูล

ทีวีพูล เป็นนิตยสารบันเทิงที่เน้นวงการบันเทิงโทรทัศน์ไทย เพื่อรวบรวมและนำเสนอข่าวสารในด้านต่างๆ ในวงการโทรทัศน์เพื่อให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกที่ดีและมีความรู้ในวงการโทรทัศน์ไทย ตามถ้อยแถลงของเกรียงศักดิ์ สุกุลชัย ในคอลัมน์ “ปลาเป็นว่ายทวนน้ำ” ฉบับปฐมฤกษ์ ดังนี้

“ เจตนาของ นิตยสารทีวีพูล คือจะสร้างอิมเมจที่ดีต่อวงการทีวีบ้านเราและ “พูล” ข่าวสารในแวดวงทีวีให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ “

นโยบายหลักของนิตยสารทีวีพูล จากคำกล่าวของธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ หัวหน้าบรรณาธิการ ว่า

“ นโยบายหลักของนิตยสารทีวีพูลก็เหมือนสโลแกน “รู้ลึก-รู้ดี” คือรู้อะไรก็ต้องให้ลึกกว่าหน้าบันเทิงหนังสือพิมพ์รายวัน เพราะเรื่องความเร็วเราสู้เค้าไม่ได้อยู่แล้ว ถึงต้องหาเนื้อหาที่มันมากกว่า ดูทั้งเบื้องหน้า - เบื้องหลัง รายละเอียด ถ้าเป็นไปได้ข่าวประเภทเขียนลอยๆ อย่างนี้ไม่นิยม จะพยายามสัมภาษณ์ผู้ตกเป็นข่าวให้ได้เพื่อที่จะหลีกเลี่ยงคำว่า “นั่งเทียนเขียนข่าว” หรือข่าวบันเทิงมีแต่ “เสกสรรปั้นแต่งขึ้นมาเอง” เราพยายามจะเน้นตรงนี้คือเสนอ “ข่าวจริง” เป็นหลักเพื่อจะได้หลีกเลี่ยงเรื่องหมิ่นประมาท ซึ่งจะเป็นเรื่องที่วงการบันเทิงจะมีการฟ้องร้องกันมากที่สุด” (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

นโยบายและแนวคิดหลักของทีวีพูลคือการนำเสนอข่าวในวงการบันเทิงในลักษณะที่เป็นข้อเท็จจริงที่เจาะลึกและแม่นยำ ดังคำกล่าวของเกรียงศักดิ์ สุกุลชัย ในคอลัมน์ Last talk ฉบับเดือน มิถุนายน 2542 ดังนี้

“ ความนิยมของทีวีพูลที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ฉบับแรกจนมาถึงปัจจุบันคือความรวดเร็วและแม่นยำของข่าว ไม่มีข่าวมั่ว คิดเองเขียนเองอย่างแน่นอน ความแรงของข่าวบางชิ้นถูก

มองว่าเป็นความก้าวร้าวดูเด็ด ไม่ถนอมน้ำใจ ในฐานะที่ผมเป็นคนรับผิดชอบข่าวทุกชิ้นที่ตีพิมพ์ ยืนยันได้ว่าเป็นข่าวจริง เป็นข่าวที่ผู้อ่านสนใจอยากรู้

สำนึกที่ ทวีพูล ยึดถือคือต้องชื้อตรงต่อผู้อ่านเพราะเราชื้อตรงต่อผู้อ่าน “ผู้อ่าน” จึงสะท้อนความปรารถนาดีมาให้จนทำให้ยอดจำหน่ายของทวีพูลมากกว่า 1 แสน 5 หมื่นเล่มต่อสัปดาห์ ผมมั่นใจว่าสำนึกของทวีพูลคือแรงขับเคลื่อนให้ทวีพูลเป็นผู้นำและเป็นมาตรฐานใหม่ๆ ให้ฉบับอื่นๆเลียนแบบ “

นโยบายของทวีพูลที่นำเสนอเรื่องราวเจาะลึกและเน้นข่าวจริงนั้นอยู่ในขอบเขตของความเหมาะสมคือต้องไม่ทำให้ผู้ตกเป็นข่าวเดือดร้อน เป็นการนำเสนอโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเตือนสติหรือคิดปินที่ประพุดิตัวไม่เหมาะสม หรือเขียนถึงปัญหา ความขัดแย้งต่างๆในวงการโทรทัศน์ เพื่อเรียกร้องให้มีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ไม่มีจุดประสงค์ที่จะนำเสนอเนื้อหาเพื่อโจมตีหรือกลั่นกลอง

จุดยืนของนิตยสารทวีพูล ตามคำกล่าวของเกรียงศักดิ์ สกุลชัย คือ

“ ทุกคนพยายามถามว่าแนวทวีพูลเขียนข่าวดูเด็ด รุนแรง ด่าคนนั้นคนนี้ ที่จริงไม่ได้ด่า หนังสือเล่มนี้ไม่ได้ด่า ไม่เคยว่าเพียงแต่ว่าต้องยอมรับความเป็นจริง เช่นดาราบางคนข่าวจริงเขาก็ปฏิเสธเพราะไม่ยอมให้มันเป็นข่าว ข่าวจริงแต่มันไม่ค่อยมีใครกล้าลงเท่าไร แต่เราก็ลง ก็คือจะไม่ค่อยมีหนังสือพิมพ์บันเทิงสมัยก่อน ไม่ค่อยมีคนมองจุดในเรื่องของข่าวที่มันเป็นจริง เราไม่ได้ไม้ ไม่ได้เตี้ยมหรือทำขึ้นมาเองหรือเขียนขึ้นมาเองโดยเอาอารมณ์ส่วนตัว ไม่ได้เอาปากกามาเป็นอาวุธว่าจะด่า แต่รายงานตามความเป็นจริงที่มันเกิดขึ้นจริงๆ คุณจะปิดหรือไม่ปิดก็แล้วแต่ แต่ว่าประชาชนควรจะรู้ข่าวจริง เพราะวัฒนธรรมของชาวบ้านเทิงมันจะต้องถูกมองว่าไร้สาระ เราทำไม่ไร้สาระได้ไหม “ (สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

ขนาดของนิตยสารทวีพูล

นิตยสารทวีพูลมีขนาด 8.25x11.5 นิ้ว หน้า 76 หน้า ปัจจัยในการกำหนดขนาดของนิตยสาร ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวว่

“ ต้องดูที่แนวหนังสือ การวางหนังสือบนแผง ลักษณะต้องวางให้ไม่เทอะทะไม่เกะกะแผงหนังสือก็อยากวางเป็นลักษณะมาตรฐาน วางซ้อนๆกันได้สะดวกแผง ถ้าเป็นลักษณะแทบ

ลอยด์ (Tabliod) มันค่อนข้างเทอะทะ ส่วนขนาดที่เรากำหนดเป็นมาตรฐานสากลทั่วไปของหนังสือส่วนใหญ่แนวนี้ และอีกอย่างรูปเล่มมันหยาบจับง่าย เปิดอ่านสะดวก ตอนแรกๆก็มีแนวคิดจะทำในลักษณะหนังสือพิมพ์แต่มันเทอะทะ แล้วมีการเย็บเล่มด้วย อ่านก็ลำบากมานั่งอ่านบนรถเมล์ไม่สะดวก “ (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

ภาพปก

“ทีวีพูล” วางแผนฉบับแรกภาพปกคือ “แสงระวี อัศวรักษ์” ซึ่งเป็นดารามีชื่อเสียงและถือว่า “ฮอต” ในขณะนั้น การกำหนดภาพปกแรกเริ่มคือการเอาดารามีชื่อเสียงเป็นหลักหรือบุคคลที่อยู่ในวงการโทรทัศน์และมีชื่อเสียงตามกระแส

ตัวอย่างภาพปก ฉบับปฐมฤกษ์



การกำหนดราคาและการวางตลาด

ทีวีพูลฉบับแรกจำหน่ายราคา 15 บาท เป็นรายสัปดาห์ เริ่มวางแผงเมื่อวันจันทร์ที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2533

“ กำหนดราคาเริ่มแรก 15 บาทเพราะเป็นราคามาตรฐานของยุคนั้นเลย ถ้าเกินกว่า 15 บาทเป็น 20 บาทไปนี่จะเป็นหนังสือแพงไปแล้ว “ (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ , สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

เกรียงศักดิ์ สกุลชัย กล่าวถึงการกำหนดราคาในระยะเริ่มต้นของนิตยสารทีวีพูลและความแตกต่างจากนิตยสารบันเทิงฉบับอื่นในขณะนั้นว่า

“ เดิมทำอินไซด์ทีวีแล้วแยกมาหลอมอินไซด์ทีวีที่มันเป็นหนังสือพิมพ์ เราก็ทำเป็นแมกกาซีน รูปแบบที่มันแตกต่างจากหนังสือบันเทิงอื่นๆราคา 7 บาทยังงี้ ที่ของเรา 15 บาท แตกต่างก็คือปกตินิตยสารบันเทิงพวกนี้เขาจะใช้วิธีถือกล่องไปตามกองถ่ายแล้วพระเอก – นางเอกหันหน้าชนกัน ถ่ายรูปแล้วก็เอามาขึ้นปก ซึ่งก็คิดว่ามันเป็นการไม่ลงทุน มีความรู้สึกว่ามันต้องลงทุนหน่อย ถ้ามันจะเป็นธุรกิจ และจะต้องบอกคนอื่นว่าเหนือกว่า ลงทุนก็ต้องมีสไตล์ ต้องจ้างคนเพิ่มขึ้น มีช่างแต่งหน้า ประสานงาน ติดต่อดาราก็จะต้องมาถ่ายเป็นเรื่องเป็นราว แต่งหน้าอย่างดี วางคอนเซ็ป ให้มันจับแล้วดูรู้เลยว่ามันไม่เหมือนกัน พี่ก็เลยเริ่มแบบนั้น “ (สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

ตามคำสัมภาษณ์ของธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ ถึงกำหนดการวางตลาดว่าเป็นวันประมาณกลางสัปดาห์เพื่อให้คนที่มาซื้อมีเวลาตัดสินใจและใช้เวลาอ่านวันหยุดสุดสัปดาห์ การวางแผนต้นสัปดาห์ทางสายส่งหนังสือแจ้งว่าจะเป็นการทิ้งช่วงบนแผงไว้นานแล้วจะดูเหมือนหนังสือเก่าเร็ว

พัฒนาการนิตยสารทีวีพูล

การศึกษาพัฒนาการด้านรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารทีวีพูล วิเคราะห์โดยแบ่งเป็นช่วงตามการเปลี่ยนแปลงของบรรณาธิการ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ยุค ดังนี้

ปี / พ.ศ.	ประธานบริหาร	บรรณาธิการบริหาร	หัวหน้าบรรณาธิการ
พ.ศ. 2533-2537	พรทิภา สกุลชัย	เกรียงศักดิ์ สกุลชัย	นรชา พิพัฒน์กิตติ
พ.ศ. 2538 - ปัจจุบัน	พรทิภา สกุลชัย	เกรียงศักดิ์ สกุลชัย (ปี2545 เปลี่ยนเป็น พรทิภา สกุลชัย)	ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์

ยุคที่ 1 พ.ศ. 2533 – 2537 เกรียงศักดิ์ สกุลชัย เป็นบรรณารักษารบริหาร และนรชา พิพัฒน์
กิตติ เป็นหัวหน้าบรรณารักษาร

เนื้อหาของนิตยสารที่วิบูลในยุคที่ 1 พ.ศ. 2533 – 2537

ตารางที่ 10: เนื้อหาของนิตยสารที่วิบูลยุคที่ 1 พ.ศ. 2533-2537

1. คอลัมน์ประจำ



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2533- 2537	ข้อมูลดาราศาสตร์	ขอแก้ไขข่าวหน่วย คุณคือดวงดาว โลกส่วนตัว คนดังคนนั้นฉันเคยรู้จัก กาลครั้งนั้น จุกจิกดาราศาสตร์ สัมมนาดาราศาสตร์ สก็๊ปดาราศาสตร์ จุกจิกดาราศาสตร์ ต่างคน-ต่างมา คลื่นลูกใหม่ คนดีที่หนึ่ง แฝดคนละฝา ข่าวสังคม ข่าวบันเทิง	ระพีพรรณ เปี่ยมบุญ บุษบง ตี อินเตอร์ ธันว์ ธนธร วิคเตอร์ กาจไกวด์ เวียงพง โชติกา อำพัน ปวีณ บัจจรี จันทิมา	เริ่มปี2534 เริ่มปี2534 เริ่มปี2534 เริ่มปี2534 เริ่มปี2535 เริ่มปี2535 เริ่มปี2536 เริ่มปี2536 เริ่มปี2536
	ข่าวสังคม	สังคมบันเทิง		เริ่มปี2536
	ข่าวบันเทิง	จับประเด็นข่าว ที่สถานีวิฑูล เคาะข่าว คนตกข่าว บันเทิงนอกบ้าน คอหนัง สังคมบันเทิง หนังฝรั่ง หนังจีน หนังไทย จากฮ่องกง..สู่ไทยแลนด์ ไฮไลท์ที่วิฑูล อมยิ้ม	โชติกา อำพัน ปวีณ บัจจรี จันทิมา ธันว์ ธนธร ปรียา ปรียฉัตร กิมเล้ง เสงไต้	เริ่มปี2535 เริ่มปี2535 เริ่มปี2535 เริ่มปี2535
	ซุบซิบ			เริ่มปี2535

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
	ตอบจดหมาย สัมภาษณ์	ตอบจดหมาย เรื่องจากปก เดอะ สกู๊๊ป สกู๊๊ปพิเศษ สัมภาษณ์พิเศษ วี.ไอ.พี ที่วิบูล	ระดมพล ปรานค์ ปีกมี ศิริเพ็ญ วันเพ็ญ	
	วิจารณ์บันเทิง	ปลาเป็นว่ายทวนน้ำ สนานจิตต์ บางสะพาน The Big Story T.V. View Point เหตุการณ์และสามัญ สำนึก ปิดประตูตีแมว มองต่างมุม ผลัดกันเขียน ฟรีสไตล์	ตั๋ย แอ็คเน่อร์ สนานจิตต์ บางสะพาน นรชา พิพัฒน์กิตติ เมธา วรกาล	เริ่มปี2534 เริ่มปี2534 เริ่มปี2534
	เบื้องหลัง	แหงใจดำ จับกระแส สกู๊๊ปธุรกิจ เจาะลึกหลังจอ	สนานจิตต์ บางสะพาน ธนสิทธิ์ สายแสง จันทร์ วันเพ็ญ เดือนสิบ สอง	เริ่มปี2534 เริ่มปี2534 เริ่มปี2534
	ข่าวดนตรี	ตะกอนข่าว ร้อยทำนอง เพลงเด่นสัปดาห์นี้	พริยา รัชนีกร สิริ ฟ้าม่วย	
	โปรแกรมทีวี	โปรแกรมรายการทีวี		ช่อง3,5,7,9,11

2. ละครโทรทัศน์

นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการแนะนำละครโทรทัศน์ และเนื้อเรื่องย่อละครโทรทัศน์ ช่อง 3-5-7-9

3. นิยายประจำฉบับ

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2533	คุณหญิง ชุลิตา...ผู้หญิงคนนั้น	นันทนา วีระชน นิเวศน์ กันไทยราษฎร์	
2534	เขี้ยว	นิเวศน์ กันไทยราษฎร์	
2535-2536	เจ้าแม่ รักครึ่งราคา	นันทนา วีระชน นิเวศน์ กันไทยราษฎร์	
2537	คนบันเทิง ลูกโป่งสวรรค์	นันทนา วีระชน นิเวศน์ กันไทยราษฎร์	

4. Coffee break / คำคม

Coffee break หรือคำคมเป็นเนื้อหาที่ดึงเอาคำพูดของดารา นักแสดง นักร้อง ตลอดจนบุคคลที่มีชื่อเสียง บุคคลสำคัญหรือผู้ที่ทำงานในวงการบันเทิง ซึ่งเป็นคำพูดที่ให้ข้อคิด แนวคิด หรือปรัชญาชีวิต

5. ปกิณกะ

ปี / พ.ศ.	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2533-2536	มุมแม่บ้าน เพื่อนเด็ก ราศีที่วิพุล แฟนทีวี ทีวีพุลบริการธุรกิจ ภาพข่าวบริหาร หน้านี้มีรางวัล	ดารารบถ	อยู่ปีเดียว2533 อยู่ปีเดียว2533 เริ่มปี2534 เริ่มปี2534 เริ่มปี2535
2537	ไฮ-แพชั่น แฮปปี้เบิร์ด ดารานะทีวีพุลชิม	หนูแจ่ม	

6. เนื้อหาอื่นๆ

หมายถึงเนื้อหาที่ไม่จัดรวมอยู่ในคอลัมน์ประจำและปกิณกะ

ปี / พ.ศ.	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2533-2536	เบื้องหลังโฆษณา สตอรี่บอร์ด PR จ๊ะจ๋า ปกเปลือกรธุรกิจ คนโฆษณา ทีวีมอนิเตอร์ หมายเหตุมาษา	ปริญท์ ปริญท์คุย คัคนางค์ เมธา วรรณกาล	เริ่มปี2535 เริ่มปี2535 เริ่มปี2535 เริ่มปี2536
2537	คุณเขียนมา เราอึดอัด	สิทธิกรณ์	

7. ภาพ

หมายถึงเนื้อหาประเภทหนึ่งที่ใช้ภาพเป็นหลักเพื่อสื่อรายละเอียดต่างๆ

ปี / พ.ศ.	ภาพ / ประเภท	สัดส่วน / ประมาณ	หมายเหตุ
ยุคที่ 1 2533-2537	ภาพโฆษณา	16% ของเนื้อหาทั้งหมด	ภาพโฆษณาเพิ่ม เป็น 23% ของเนื้อหาทั้งหมดในปี พ.ศ. 2537
	ภาพประกอบเรื่อง	14% ของเนื้อหาทั้งหมด	
	2.1 ภาพประกอบเรื่องย่อละคร	1% ของเนื้อหาทั้งหมด	
	ภาพประกอบนิยาย	1% ของเนื้อหาทั้งหมด	
	ภาพข่าว	4% ของเนื้อหาทั้งหมด	
	ภาพดำเนินเรื่อง	2% ของเนื้อหาทั้งหมด	

คอลัมน์ประจำ ในยุคแรกพบว่าแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆตามลักษณะของการนำเสนอเนื้อหาได้ดังนี้

คอลัมน์ประเภทข้อมูลดาราศาสตร์ คือคอลัมน์ที่จะเน้นการนำเสนอเนื้อหาที่ให้ข้อมูลของดารานักแสดง นักร้อง ตลอดจนบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลัง และเน้นบุคคลที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและเป็นที่น่าสนใจของประชาชน การนำเสนอข้อมูลดาราศาสตร์ในคอลัมน์ประจำนี้มีลักษณะที่แตกต่างกันไป คือการนำเสนอเกี่ยวกับประวัติย่อดารารายชื่อ-ชีวิต ความเป็นมาในการเข้ามาในวงการบันเทิง ได้แก่คอลัมน์กาลครั้งนั้น , โลกส่วนตัว , ต่างคน-ต่างมา และแฝดคนละฝา

การนำเสนอข้อมูลดาราศาสตร์ประเภทที่มีจุดประสงค์ต้องการยกย่อง ชื่นชม โดยนำเสนอถึงประวัติหรือผลงานของนักแสดงผู้นั้น ได้แก่คอลัมน์ คุณคือดวงดาว ซึ่งกองบรรณาธิการจัดทำขึ้นเพื่อให้กำลังใจแก่คนทำงานในแวดวงทีวี ไม่ว่าจะแขนงใดก็ตาม

“คุณจะเป็นคนอยู่เบื้องหน้า-หรือเบื้องหลัง เราจะคู่มาประดับดาวให้ ขอให้คุณเป็นคนเด่นจริงๆและคุณจงสบายใจเถอะว่า คุณทำดียังมี ที่วิบูล มองเห็น “ (ถ้อยแถลงของกองบรรณาธิการในคอลัมน์ คุณคือดวงดาว, ฉบับที่ 32 ,2534)

นอกจากนี้ยังมีคอลัมน์ คนดีที่หนึ่ง ที่นำเสนอเรื่องราวของดารา นักแสดง นักร้องในแง่ที่ชื่นชมผลงาน ความสามารถและความดี

การนำเสนอข้อมูลดาราโดยเปิดโอกาสให้ผู้อ่านทางบ้านเป็นผู้นำเสนอ โดยที่ผู้อ่านต้องรู้จักดารา นักร้องหรือคนในวงการบันเทิง เคยรู้จักหรือคุ้นเคย และเขียนเล่าเรื่องราวของดารานั้นมาเพื่อตีพิมพ์ลงในทีวีพูล

คอลัมน์ที่แนะนำดาราใหม่ๆ ได้แก่ คอลัมน์คลื่นลูกใหม่ และคอลัมน์ที่เปิดโอกาสให้ดาราได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองที่เป็นข้อเท็จจริงซึ่งเป็นการโต้แย้งข่าวลือเกี่ยวกับดารานั้น ได้แก่ คอลัมน์ ขอแก้ข่าวหน่อย ซึ่งตั้งขึ้นมาเพื่อให้ดาราและคนในวงการได้ออกโรงปฏิเสธข่าวคราว - ข่าวควา ที่มีสื่อมวลชนเขียนถึง หรือเกิดข่าวลือโดยที่ตัวคนไม่ถึง ตัวอย่างเช่น

ผู้ขอแก้ข่าว ลีลาวดี วัชรโบล

เนื้อข่าวมีว่า ระยะเวลาที่เธอมักเจอคำถามของบรรดาพี่ๆนักข่าว และยังมีนสพ.บางฉบับ ลงข่าวทำนองว่าเธอเลิกกับแฟนหนุ่มในเครื่องแบบอย่างนั้นหรือ บ้างก็ว่าเธอกับแฟนมีเรื่องที่ตกลงกันไม่ได้บ้างละ อะไรบ้างละ

ขอแก้ข่าวดังต่อไปนี้ “ ปัจจุบันเลิกกับแฟนคนนั้นซึ่งเป็นทหารยศร้อยเอกที่รักกันมาหลายปี ยังคงสนิทเหมือนเคยไม่ได้มีปัญหาอะไร อย่างที่คนอื่นเข้าใจหรือตามที่มีคนเขียนในหน้านสพ.

“

นอกจากนี้คอลัมน์ประเภทให้ข้อมูลดาราเกี่ยวกับดาราต่างประเทศ ได้แก่ คอลัมน์ จุกจิกดารารจีน สัมมนาดารารจีน สก๊อปดารารจีน และจุกจิกดารารฝรั่ง ซึ่งจะนำเสนอเป็นข่าวดารารจีน-ฝรั่ง ข่าวซุบซิบ รวมไปถึงข้อมูลเกี่ยวกับประวัติดารารและผลงานของดาราร

คอลัมน์ประเภทข่าวบันเทิง ส่วนมากจะนำเสนอข่าวคราว ความเคลื่อนไหวต่างๆในวงการบันเทิงไทยโดยเฉพาะวงการโทรทัศน์ นำเสนอเป็นข่าวสั้นๆได้แก่คอลัมน์ ที่นี้สถานีทีวีพูล , เคาะข่าว , สังคมบันเทิง , คอหนัง , หนังสือ , หนังสือ , หนังสือไทย , บันเทิงนอกบ้าน และคอลัมน์ที่นำเสนอการรายงานข่าวเป็นสก๊อปเพื่อขยายประเด็นข่าวที่อยู่ในกระแส ได้แก่คอลัมน์จับประเด็นข่าว , คนตกข่าว , จากฮ่องกง..สู่ไทยแลนด์

คอลัมน์ประเภทซุบซิบ นำเสนอข่าวซุบซิบ ข่าวลือของดารานักร้อง ซึ่งเป็นข่าวที่อยู่ในกระแสความสนใจของประชาชน ได้แก่คอลัมน์ไฮไลท์ทีวีพูล และคอลัมน์อมยิ้ม

คอลัมน์ประเภทตอบจดหมาย คอลัมน์ ตอบจดหมาย เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้เขียนจดหมายเข้ามาพูดคุย และสอบถามข้อสงสัยเกี่ยวกับดาราที่ตนชื่นชอบ หรือเรื่องราวข้อสงสัยต่างๆในวงการบันเทิง จดหมายจากกองบรรณาธิการที่ผู้อ่านเขียนเข้ามา นักข่าวอาวุโสเป็นผู้ตอบ

คอลัมน์ประเภทสัมภาษณ์ นำเสนอการสัมภาษณ์พูดคุยกับดารา หรือบุคคลที่มีชื่อเสียง และทำงานในวงการโทรทัศน์ ได้แก่คอลัมน์ เดอะสตูปี , สัมภาษณ์พิเศษ ,วี.ไอ.พี.ทีวีพูล และการสัมภาษณ์ดารานักร้องที่มาเป็นปกติให้ทีวีพูลแต่ละฉบับนั้น ได้แก่คอลัมน์ เรื่องจากปก

คอลัมน์ประเภทวิจารณ์บันเทิง เป็นคอลัมน์ที่นำเสนอบทความวิเคราะห์ถึงประเด็นข่าวหรือกระแสข่าวต่างๆในแวดวงบันเทิง โดยเขียนในลักษณะวิพากษ์วิจารณ์แสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อมูลความรู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการโทรทัศน์

คอลัมน์ประเภทข่าวดนตรี นำเสนอการรายงานข่าวคราวความเคลื่อนไหวในแวดวงดนตรีทั้งดนตรีสากล , ไทยสากล และลูกทุ่ง

คอลัมน์ประเภทโปรแกรมทีวี นำเสนอโปรแกรมรายการโทรทัศน์ช่อง 3-5-7-9-11 รวมทั้งรายงานข่าวคราวความเคลื่อนไหวในแต่ละสถานี ตลอดจนบทวิพากษ์วิจารณ์ความเคลื่อนไหวของแต่ละสถานีแบบสั้นๆ ตัวอย่างเช่น คอลัมน์ จับตาดาววาณิช ของช่อง 3 , เฟงชีพจรของห้า เป็นต้น

ละครโทรทัศน์ นำเสนอในลักษณะเรื่องย่อละครแต่ละช่อง ในยุคแรกๆแต่ละเล่มจะนำเสนอไม่ครบทุกช่อง เริ่มแรกนำเสนอละครช่อง 3 และช่อง 7 เป็นส่วนใหญ่ ตามกระแสความนิยมของคนดูโทรทัศน์

นิยายประจำฉบับ ยุคเริ่มแรกจนถึงปี 2537 นำเสนอประเภตนิยายเรื่องยาว และผู้เขียนนิยายมี 2 ท่านคือนันทนา วีระชน ได้แก่เรื่องคุณหญิง เจ้าแม่ และคนบันเทิง และนิเวศน์ ก้นไทยราษฎร์ ได้แก่เรื่อง ซูลิตา..ผู้หญิงคนนั้น เขี้ยว รักครึ่งราคา และลูกโป่งสวรรค์

เนื้อหาในส่วนนิยายประจำฉบับนั้น หลักในการเลือกผู้เขียนนิยาย ธนสิทธิ์ สายแสง จันทร์กล่าวว่

“ แรกๆเราต้องขอร้องให้เขาเขียน มีไม่เยอะ ของคุณนั้นหนา วีระชน และคุณนิเวศน์ กันไทยราษฎร์ คือเลือกคนเขียนโดยตอนแรกเอาสนิทก่อนและพอมีชื่อเสียงอยู่บ้าง ” (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

เนื้อหาประเภท Coffee break เป็นเนื้อหาส่วนหนึ่งที่นำเสนอความคิด คำพูดของนักแสดง นักร้อง หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในวงการโทรทัศน์ วงการบันเทิง เริ่มแรกเนื้อหาประเภทนี้จะนำเสนอในรูปแบบของ “คำคม..คำคน” โดยนำเสนอคำพูดที่ให้ข้อคิด แนวคิดหรือปรัชญาชีวิตต่างๆของแต่ละบุคคล ในลักษณะกรอบเล็กๆคั่นระหว่างเนื้อหาแต่ละคอลัมน์ประมาณ 1-2 ปีแรก หลังจากนั้นก็เปลี่ยนรูปแบบเนื้อหาประเภทนี้เป็นชื่อ Coffee break ซึ่งวัตถุประสงค์ของการจัดทำเนื้อหาประเภทนี้ ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวว่

“ วัตถุประสงค์ของ Coffee break คือเราต้องดูว่าคำพูดต้องสะดุดจริงๆ ต้องเข้าทำในละคร สังเกตดูว่าบางเล่มก็มีเยอะ บางเล่มก็มีน้อย บางเล่มก็ไม่มีเลย ในการจัดทำตอนแรกเลยดูละครว่ เออ..คำพูดเข้าทำ ฟังแล้วเป็นคำคมสะดุดหู นำเอามาแทรกให้คนอ่านได้ break บ้าง เป็น Coffee break จริงๆให้ได้คิดบ้าง อ่านอะไรที่มันคมๆให้ได้มีความคิดบ้าง ”

เราจะแบ่งนักข่าวประจำออกมาเลย เป็นช่อง 3-5-7-9 พวกนี้จะทำความเคลื่อนไหวในแต่ละช่องไปเลย สังเกตความเคลื่อนไหวในที่ว่

ส่วน “คำคม..คำคน” ที่เป็นกรอบก็สไตล์เดียวกัน ในช่วงแรกๆคือเอาคำพูดเขามาแทรก แต่หลังๆคนทำเยอะแล้ว มันเผลอไปก็เลยเปลี่ยนดีกว่า แต่เดี๋ยวนี้อาจจะเอากลับมาใช้อีกเพราะดูแล้วมันเข้าทำดี มันมีอะไรให้เรา break ได้เยอะ บางครั้งดาราก็อาจจะมีคำพูดอะไรที่โอเวอร์ ใช้อวดตัวเอง แต่อยากจะ break เขาไม่รู้จะ break ยังไงก็ break ด้วยคำพูดนี้แหละ เหมือนเป็นคนคอยเตือน ส่งสัญญาณดาราว่ทำไม่เหมาะสม” (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

เนื้อหาประเภทปกิณกะ หมายถึงคอลัมน์ทั่วไปที่ให้ความรู้เล็กๆน้อยๆ ประเภทแม่บ้าน งานฝีมือ การทำอาหาร โศกชะตาราตี ข่าวประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ แฟชั่นโชว์ และตอบ ปัญหาชิงรางวัล

เนื้อหาอื่นๆ ได้แก่เนื้อหาที่ไม่จัดรวมอยู่ในคอลัมน์ประจำ กล่าวคือนำเสนอคอลัมน์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ - โฆษณา และธุรกิจบันเทิงในลักษณะการให้ข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์ ได้แก่ คอลัมน์ เบื้องหลังโฆษณา , สตอรี่บอร์ด , PR จ๊ะจ๋า , ปอกเปลือกธุรกิจ และคนโฆษณา และเนื้อหาประเภทที่เปิดโอกาสให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมโดยการเขียนจดหมายเข้ามาแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องราวในวงการบินได้แก่ คอลัมน์ คุณเขียนมา และเราอึดอัด จุดประสงค์ของคอลัมน์ประเภทนี้ ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวว่า

“ เปิดคอลัมน์นี้เพราะมันเป็นเสียงสะท้อนของผู้อ่านโดยตรง คนที่ดูโทรทัศน์โดยตรงเขามีข้ออึดอัดอะไร ถ้าฟังจะให้นักข่าวมาวิจารณ์อย่างเดียวมันก็เป็นมุมมองเดียว แต่ส่วนใหญ่คนไทยจะไม่ค่อยชอบวิพากษ์วิจารณ์ แสดงความคิดเห็น ชอบจะเป็นผู้ดูที่ดีมากกว่า แต่เวลามีใครเขาเฮไปก็เฮตามกันไป ไม่อยากแสดงความคิดเห็นอะไร นานๆจะมีจดหมายแสดงเหตุผลดีๆเข้ามาซักที ที่ไม่ผ่านการพิจารณาก็คือใช้ภาษารุนแรงเกินไปหรือเขียนเหตุผลที่ไม่สมเหตุผล

มีการระบายความอึดอัดหลากหลาย เช่นเจอดาราคณนี้ ไปหาคนที่บ้านเพราะบ้านอยู่ข้างๆกัน เขียนมาเล่าให้ฟัง ช่วยติดตามข่าวให้หน่อย เราก็ต้องไปตามเช็คข่าวดูว่าจริงไหม ก็ตามให้เขา บางครั้งเราก็ได้ข่าวซุบซิบเพิ่มขึ้นมาเหมือนเป็นแหล่งข่าวที่ดี “ (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

ภาพ ภาพเป็นเนื้อหาที่สำคัญอย่างมากสำหรับนิตยสารบันเทิง นิตยสารที่วิบูลย์ในยุคแรก เนื้อหาส่วนภาพรวมทั้งหมดคิดเป็น 38% ของเนื้อหาทั้งหมด เป็นภาพโฆษณาส่วนใหญ่ 16% ของเนื้อหาทั้งหมด จากตารางพบว่า ภาพในนิตยสารที่วิบูลย์ยุคที่ 1 มีปริมาณน้อยกว่าเนื้อหาที่เป็นตัวอักษร ภาพที่น่าเสนอมักจะเป็นภาพดารารอบเรื่องราว และคอลัมน์ต่างๆภายในเล่ม สำหรับภาพประกอบนิยายประจำฉบับจะเป็นภาพวาดที่สื่อถึงเนื้อหาของแต่ละเรื่อง

การกำหนดเนื้อหาในยุคแรก คือพ.ศ. 2533-2537 มีการแบ่งคอลัมน์ออกเป็นประเภทต่างๆชัดเจน หลักใหญ่ได้แก่บทสัมภาษณ์ วิจารณ์ วิเคราะห์และการรายงานข่าว

“ ชาวในลักษณะแมกกาซีน การนำเสนอจะไม่สดไม่รู้ว่าหนังสือพิมพ์รายวัน จะเน้นไปในทางสื่อบันเทิง เป็นการเจาะลึก รายงานความเคลื่อนไหว

เนื้อหาประเภทบันเทิงถ้าเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์ ธุรกิจบันเทิง 30% 70% เน้นข่าวตามกระแส ประเภทดาราทะเลาะกัน เลิกกันเป็นข่าวตามกระแสทั่วไป 30% เป็นข่าวพวกธุรกิจบันเทิง ตัวอย่างเช่น แกรมมี่ - อาร์เอส มีโปรเจกต์ใหญ่อย่างไร , วงการหนังไทยในยุคนี้เป็นอย่างไร “ (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ , สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

การจัดทำนิตยสารที่วิบูลในช่วงแรก มีหลักคือการเล่นประเด็นข่าวแรงๆ หรือหว่า เพื่อให้คนสนใจและให้หนังสือติดตลาดได้เร็ว

“ เนื้อหาที่วิบูลแบ่งได้เป็น 80% เป็นบันเทิง 20% ที่เหลือเป็นพวกนิยายและปกิณกะทั่วไป ส่วน 80% ที่เป็นเนื้อหาเกี่ยวกับบันเทิงนั้นก็จะเป็นนำเสนอในแง่ทั้งชีวิตประจำวันของดารา ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์ มีวิจารณ์ เราพยายามเน้นสื่อบันเทิงของวิบูลค่อนข้างจะดุเดือดรุนแรง กล้าที่จะเจาะ เปิดเผย “ (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ , สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

เกรียงศักดิ์ สกุลชัย กล่าวถึงการกำหนดเนื้อหาว่า

“ เริ่มสตาร์ทไปซักระมาณ 2-3 เล่มแรกนี่ยอดไม่ดีเลย แต่เนื้อหาดีมากมาย เนื้อหานี้เข้มเลย แต่ทำยังไงชาวบ้านเขาก็คิดว่ามันเป็นหนังสือดารา ทำไมจะต้องมาซื้อ 15 บาทล่ะ ไปซื้อ 7 บาทสิ มันก็ยาก ก็เลยใช้กลยุทธ์ใหม่ ปรับกลยุทธ์ใหม่ เพราะขายได้แค่ 20% จาก 100% เอง ก็เลยเปลี่ยนรูปแบบใหม่ คือเน้นข่าวสื่อบันเทิงเป็นแกนหลัก เน้นข่าวที่เป็นข่าวแรงๆเลย ข่าวแรงๆในที่นี้ก็ได้หมายความว่าต้องไปด่าใครนะ ชาวในลักษณะที่เป็นรายงานพิเศษ ให้มันเป็นธุรกิจบันเทิง ให้มันมีความรู้สึกว่ามันไม่ใช่มีดาราอย่างเดียวแล้ว เป็นธุรกิจบันเทิง เช่นจะรู้เลยว่าค่ายเทปนี้มันต้องลงทุนเท่าไร เรตติ้งโฆษณามันเป็นอย่างไร เจาะกลุ่มเป้าหมายกลุ่มบนเลย มีความรู้สึกว่าคุณนักศึกษานี้ต้องอ่านแล้วละ อยากรู้ว่าตอนนี้เขาเขียนบทละครกันยังไง ถ้าอยากรู้จะทำละครเรื่องหนึ่งต้องทำยังไงบ้าง อยากรู้ว่าทำหนังเรื่องหนึ่ง เรามีคอนเซ็ปต์ เราจะเสนอบประมาณจะต้องเป็นยังไงบ้าง แล้วก็เดิมนักวิจารณ์เข้าไปเยอะเยอะ เช่นคุณสนานจิตต์ บางสพาน , คุณทิวา ซึ่งเป็นเพื่อนกันอยู่ พยายามแสวงหากลุ่มของตัวเอง สร้างกลุ่มก่อน “

“ ก็เลยจับกลุ่มให้มันชัดเจนขึ้น บอกว่าอันนี้มีการ upgrade คือต้องเป็นนักศึกษาเลยนะ ตั้งแต่ 6 ขึ้นไปเลย แต่เราก็จะไม่ลืมแม่บ้านให้อยู่ในสาระตรงนี้ก็ต้องมีเนื้อหาสาระเกี่ยวกับบ้านด้วย เช่น รู้ไว้ใช้ว่า เคล็ดลับต่างๆ พยายามเติมสิ่งละอันพันละน้อยใส่เข้าไป เพื่อให้คนอ่านรู้สึกว่เนื้อหามันดี อยากจะให้คนอ่านรู้สึกคุ้มกับราคา 15 บาท และรู้สึกว่แตกต่างจากราคา 7 บาท เพิ่มเอาคอลัมน์นิสต์พวกนี้ใส่เข้าไป พอเพิ่มเข้าไปพวกนี้เขาจะเขียนแรง จะเขียนในสไตล์เขา จะกล้าวิจารณ์ เช่นหนังสือนี้มันไม่ดี เขาก็บอกว่ไม่ดี บอกว่มันห่วย มันไม่ควรจะเป็นอย่างนี้ในยุคสมัยนี้ พวกนี้เขาจะใช้ภาษาของเขา นักข่าวทั่วๆไปจะเขียนในแนว เช่นการจัดแสงยังไม่ดีเท่าที่ควร แต่ว่พวกคอลัมน์นิสต์อย่างสนานจิตต์ หรือทิวา จะเขียนประมาณว่ไอ้มันห่วยมาก มันไม่ควรจะมีมือคนทำได้ ถ้าเอามือทำมันน่าจะดีกว่านี้ เป็นต้น “ (สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

“ การเขียนของพี พีก็จะเน้นในเรื่องของธุรกิจบันเทิงมากขึ้น มีความรู้สึกว่เวลาไปสัมภาษณ์ก็จะไปสัมภาษณ์คุณแดง ในการที่ทำไมต้องประกบดารารายนี้ หรือช่อง 3 วางกลยุทธ์อย่างไร เราก็จะเน้นในเรื่องพวกนี้ คนที่อ่านหนังสือบันเทิงก็จะไม่เคยเจอในสิ่งพวกนี้ เขาจะไม่เคยรู้เลยว่า เรตติ้งคืออะไร ทำไมต้องเรตติ้งล่ะ ทำไมดาวพระศุกร์ต้องมาทำบ่อยๆล่ะ ทำไมบ้านทรายทองต้องมาทำบ่อยๆ ทำไมต้องมีคนมาเลียนแบบอยู่เรื่อย มันก็จะเป็นรูปแบบใหม่ในการนำเสนอข่าวสาร แล้วความนิยมของทีวีพูลก็พุ่งขึ้นมาใน 1 ปีก็แรงเลย

พีพีจำได้ว่ามันแรงขึ้นมาพร้อมกับละครเรื่องคู่กรรม พร้อมกับเลยไปเบิร์ดดัง คือจริงๆเบิร์ด ดงชัยออกเทปมาก่อน ทำคอนเสิร์ต แบบเบิร์ดเบิร์ด พอละครคู่กรรมมาแล้วเขาได้เล่นเพราะนโยบายของแกรมมี่ match กับช่อง 7 สีที่พยายามจะเอาดาราของตัวเองมาเล่นละคร มาช่วยในการโปรโมชันอยู่แล้วก็เลยจับเบิร์ดมาลงพอดีเพราะเทปบูมเมอแรงออกพอดี แล้วพบบูมเมอแรงออกขายไป 2-3 เดือนมันแผ่วแล้วเลิกโปรโมทแล้วนะ พอละครคู่กรรมมันบูมขึ้นมา เพลงก็กลับมาดังอีก แล้วเค้าก็ปั๊มใหม่ แล้วพอดีไม่มีใครรายงาน มีทีวีพูลฉบับเดียวลงรายงานเรื่องคู่กรรมละเอียดยับเลย พลิกประวัติคู่กรรมเลย มันก็จะเป็น topic เป็นรายละเอียดในสิ่งที่เราคาดไม่ถึง ในสิ่งที่คนอยากรู้ ต้องจับกระแสว่าตอนนั้นคู่กรรมมันแรง รายงานเรื่องคู่กรรม จะลองทำสื่อบ้างเรื่องคู่กรรมจะดีไหม จะลองดูใหม่ พยายามพลิกให้เป็นแนววิเคราะห์บันเทิง ที่นี้ค่อยจับจุดถูก คนก็กำลังบูมก็เลยไปกันใหญ่ ยอดขึ้นพรวดๆเลย “ (เกรียงศักดิ์ สุกุลชัย , สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์กล่าวถึงหลักในการนำเสนอข่าวในช่วงแรกว่ต้องเล่นประเด็นข่าวแรงๆ พาดหัวหรือหัวข่าเป็นหลักเพื่อให้หนังสือติดตลาด หลังจากหนังสือติดตลาดแล้วถึงจะมีการปรับเนื้อหาให้เบาลง ขณะเดียวกันก็คงความลึกและเข้มข้น เน้นข้อเท็จจริงเป็นจุดยืนของหนังสือ

การกำหนดเนื้อหาของนิตยสารต้องสอดคล้องกับกลุ่มผู้อ่านเนื่องจากผู้อ่านเป็นปัจจัยหลักของการทำหนังสือ การกำหนดเนื้อหาของนิตยสารที่วิพุลนอกจากจะคำนึงถึงกลุ่มผู้อ่านเป็นหลักแล้วยังคำนึงถึงกระแสข่าว ความเคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์ในขณะนั้นเป็นหลักด้วย

ตามคำสัมภาษณ์ของธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวว่ากลุ่มผู้อ่านมีทุกกลุ่มตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงคนทั่วไปโดยเน้นกระจายทุกระดับ นำเสนอทั้งข่าวซุบซิบ ข่าวดารา และเรื่องราวเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงเพื่อให้คนที่มีความรู้เช่นกลุ่มนักศึกษา รวมทั้งบุคคลที่ทำงานในวงการโทรทัศน์ได้อ่าน

การกำหนดคอลัมน์ในทีวีพุลจะกระจายคอลัมน์ทุกประเภทไว้ทั่วทั้งเล่ม เพื่อสลับสับเปลี่ยนกันไปให้คนอ่านไม่เบื่อ

“ คอลัมน์ในหนังสือไม่สามารถจะแบ่งเป็น section ได้ว่าส่วนแรกจะเป็นสัมภาษณ์ ส่วน 2 ต้องเป็นเฉพาะข่าวซุบซิบ ต้องกระจายไปให้ทั่วหนังสือ เพราะทำอย่างนั้นคนก็จะเปิดอ่านเฉพาะ section เดียว ต้องกระจาย บทสัมภาษณ์เราก็มีกระจายไปตลอดเล่ม ” (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ , สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

รูปแบบนิตยสารทีวีพุล ยุคที่ 1 พ.ศ. 2533-2537

ตารางที่ 11: รูปแบบของนิตยสารทีวีพุลยุคที่ 1 พ.ศ. 2533-2537

1. การนำเสนอภาพปก

ปี / พ.ศ.	การนำเสนอภาพปก	ปกหน้า ด้านใน	การนำเสนอปกหลัง	ปกหลัง ด้านใน	หมายเหตุ
2533- 2537	ดารา หรือบุคคลตาม กระแส (บุคคลที่มีชื่อเสียง ในวงการโทรทัศน์)	โฆษณา	โฆษณา	โฆษณา	

การนำเสนอภาพปกหน้าในยุคแรก พ.ศ. 2533-2537 จะใช้ดารานักร้องที่มีชื่อเสียง และบุคคลในวงการโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงในแต่ละช่วง คุณอนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวถึงหลัก การกำหนดภาพปกในยุคแรกว่า

“ 5-6 ปีแรกเราก็เล่นตามกระแส ก็คือมีละครอะไรออกมาช่วงนั้นก็ขอฟิล์มขอสไลด์เข้ามา หรือบางทีเราก็มองดูว่าในวงการทีวียุคแรกๆนั้น วงการข่าวตื่นตัว เช่นในยุคดร.สมเกียรติเข้ามา เมื่อวงการข่าวตื่นตัว เราก็เอาผู้ประกาศข่าวแต่ละช่องที่ดังๆในช่วงนั้นมาถ่ายเป็นปก ความสนใจ ก็สร้างกระแสได้ดีพอสมควร “ (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

เกรียงศักดิ์ สกุลชัย กล่าวถึงการกำหนดภาพปกว่า

“ พี่เป็นคนกำหนดภาพปกเอง โดยคิดว่าคนดูที่หน้าตาดีก็จะมีเฉพาะดารานั่นแหละ นักการเมืองก็ไม่ค่อยมีหน้าตาดีๆ เราต้องทำออกมาเป็นรูปดารานั่น คือสินค้าที่คนเค้าจะมาลงใน หนังสือเรา หนังสือเราต้องเป็นหนังสือที่ขายดีด้วย ต้องมียอดด้วย ปกสวยด้วย น่าสนใจ มันถึง จะขายได้ “ (สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

ส่วนปกหน้าด้านในนำเสนอภาพโฆษณา ได้แก่ โฆษณาประเภทรถจักรยานยนต์ เครื่องหนัง ชุดชั้นใน ผงซักฟอก และเทปเพลง เป็นต้น

การนำเสนอปกหลังจะเป็นภาพโฆษณามาตั้งแต่เริ่มจัดทำ ได้แก่โฆษณาประเภทเบาะหมี่ กุ้งสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์บำรุงผิว เสื้อผ้าสตรี เครื่องนอน เครื่องใช้ในครัว และโฆษณาขายตรง เป็นต้น

ส่วนปกหลังด้านในนำเสนอภาพโฆษณา ได้แก่ประเภท เครื่องสำอาง เสื้อผ้า ยา และ เครื่องอุปโภคต่างๆ ซึ่งโฆษณาแต่ละประเภทที่นำเสนอในส่วนดังกล่าวนี้จะไม่ตายตัว เปลี่ยนไปเรื่อยๆตามอัตราพื้นที่โฆษณาของนิตยสาร

2. ลักษณะทั่วไป

ปี/ พ.ศ.	ราคา	ขนาด	ความ หนา	หัวหนังสือ	โปรยปก	เย็บเล่ม	หมายเหตุ
2533- 2535	15 บาท	8.25x11. 5 นิ้ว	120 หน้า	สีเหลือง	ท้วปก	มุงหลัง คา	ราย สัปดาห์
2535- 2537	20 บาท	8.25x11. 5 นิ้ว	140-148 หน้า	สีเหลือง	ท้วปก	ไสกาว	ราย สัปดาห์

จากฉบับปฐมฤกษ์ มิถุนายน 2533 ความหนา 76 หน้า จำหน่ายราคา 15 บาท ขนาด 8.25x11.5 นิ้ว และได้เพิ่มจำนวนหน้าขึ้นอีกอย่างต่อเนื่องจนปีพ.ศ. 2535 เป็น 120 หน้า การเย็บเล่มแบบมุงหลังคา หัวหนังสือมีรูปแบบสีเหลือง ซึ่งที่มาของการจัดทำหัวหนังสือ ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวว่า

“ หัวหนังสือตอนแรกจะเป็น logo สีเหลือง คนที่ช่วยออกแบบคือคุณวิฑูรย์ สุนทรวิเนตร โดยดูรูปแบบจาก logo ของสถานีโทรทัศน์ 3-5-7-9 แต่ละช่องจะเป็นลักษณะสีเหลือง และก็มีตัวเลขอยู่ ก็เลยเอามาประยุกต์ใช้เลยออกมาเป็นอย่างนั้น ” (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

การโปรยข่าวนี้อาจมีลักษณะกระจายท้วปก หรือในบางเล่มจะอยู่เฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง ช่วง พ.ศ. 2535 – 2537 มีการเปลี่ยนแปลงในส่วนองราคาและการเย็บเล่ม กล่าวคือเมื่อปี 2535 เปลี่ยนรูปแบบการเย็บเล่มจากมุงหลังคามมาเป็นแบบไสกาว และปรับราคาจาก 15 บาท เป็น 20 บาท

“ ปี 2535 ฉบับที่ 115 หรืออย่างเข้าปีที่ 3 ในสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนสิงหาคม ผมปรับราคาขายจาก 15 บาทเป็น 20 บาท เปลี่ยนจากปกมุงหลังคาเป็นไสกาว ประเดิมด้วยคู่มือรักสุขภาพพ.ศ. นั้นคือ ใก้-นฤเบศร์ กอดคอรหวานแหวกกับ เบิ้ล-วินัส มีวรรณ ” (เกรียงศักดิ์ สกุลชัย , ทีวีพูล , 2542)

เหตุที่เปลี่ยนลักษณะการเย็บเล่มจากมุงหลังคามมาเป็นไสกาวนั้น ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ ให้ข้อมูลว่าเพื่อความทันสมัย เป็นการยกระดับของนิตยสารบันเทิง และประเด็นสำคัญคือต้องการฉีกรูปแบบให้โดดเด่นเนื่องจากมีนิตยสารบันเทิงเกิดขึ้นอีกหลายเล่ม จึงต้องมีการปรับ

เปลี่ยนเพื่อให้ชนิดยสารบันเทิงฉบับอื่นๆตามไม่ทัน และเปลี่ยนการนำเสนอภาพปกจากการขอสไลด์ ขอฟิล์มจากกองถ่ายมาซึ่งภาพจะไม่ค่อยคมชัดมาเป็นการถ่ายแพชั่น

ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลให้มีการปรับราคาจาก 15 บาทเป็น 20 บาท การปรับราคาจาก 15 บาทเป็น 20 บาท คือสาเหตุจากวัสดุการผลิตขึ้นราคา ได้แก่ค่ากระดาษและหมึกพิมพ์ ซึ่งเป็นการปรับราคาพร้อมกับการปรับรูปเล่มและเพิ่มหน้ากระดาษ เปลี่ยนจากกระดาษพวูฟธรรมดาเป็นกระดาษปอนด์

3. กระดาษและการพิมพ์

ปี / พ.ศ.	กระดาษ	การพิมพ์	หมายเหตุ
2533-2534	อาร์ตแข็ง 4% ปอนด์ 18% พวูฟ 78%	สีสี่ 20% ขาวดำ 80%	
2535-2537	อาร์ตแข็ง 3% อาร์ต 17% พวูฟ 80%	สีสี่ 20% ขาวดำ 80%	

กระดาษและการพิมพ์ในช่วงแรก พ.ศ. 2533-2534 ใช้กระดาษ 3 ชนิด ได้แก่ อาร์ตแข็ง 4% ในส่วนของปกหน้า ปกหลัง กระดาษปอนด์ 18% ในส่วนของภาพประกอบและโฆษณา และกระดาษพวูฟ 78% ในส่วนของเนื้อเรื่อง ช่วงพ.ศ. 2535-2537 ใช้กระดาษ อาร์ตแข็ง 3% , กระดาษอาร์ต 17% และกระดาษพวูฟ 80% ส่วนการพิมพ์จะแบ่งออกได้เป็นพิมพ์สีสี่ 20% และขาวดำ 80%

4. โฆษณา

ปี / พ.ศ.	โฆษณา	สัดส่วน	โฆษณาแฝง	สัดส่วน
2533-2536	ประเภท : รถจักรยานยนต์, เครื่องสำอาง, สถานเสริมความงาม, ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม, เทปเพลง, ไตเวิร์คเซลล์, ร้านอาหาร, เครื่องแต่งกาย	16%	-	-
2537	ประเภทเหมือนในช่วงที่ผ่านมา	23%	-	-

โฆษณาในช่วงแรก พ.ศ. 2533-2536 คิดเป็นสัดส่วนประมาณ 16% ซึ่ง มีการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนตามการเพิ่มจำนวนหน้า การกำหนดพื้นที่โฆษณาในช่วงแรกๆจะเป็นโฆษณาประเภทสินค้าหลักเพียงไม่กี่ตัว โดยใช้เครือข่ายจากคลื่นวิทยุซึ่งเมื่อหนังสือติดตลาดแล้ว สินค้าและบริการจะมาติดต่อลงโฆษณาเอง

“ โฆษณาในช่วงแรกๆจะหลากหลายมาก รถจักรยานยนต์ยันซีพีโร หลังๆจะออกในแนวเจาะกลุ่มเป้าหมายสำหรับผู้หญิง ประเภทสถานเสริมความงาม เครื่องสำอาง

การกำหนดโฆษณาในเล่ม ถ้าโฆษณาไม่เยอะคุณก็ต้องอ่านหนังสือเล่มนี้ 35 บาทหรือไม่ก็มี 50 กว่าหน้า “ (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์, สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2545)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ยุคที่ 2 พ.ศ. 2538-2544 พรรทิกา สกุลชัยดำรงตำแหน่งประธานบริหาร เกรียงศักดิ์ สกุลชัย
บรรณาธิการบริหาร และธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ หัวหน้าบรรณาธิการ

เนื้อหาของนิตยสารที่วิบูลในยุคที่ 2 พ.ศ. 2538-2544

ตารางที่ 12: เนื้อหาของนิตยสารที่วิบูลยุคที่ 2 พ.ศ. 2538-2544

1. คอลัมน์ประจำ

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ	
2538- 2544	ข้อมูลดารา	ต่างคน-ต่างมา	คุณหิน		
		คนดีที่หนึ่ง	สายรุ้ง		
		คลื่นลูกใหม่	การ์เทพสตรี		
		เวทีชีวิต	รัชชบา		
		คู่ขวัญ			
		สุขสันต์วันเกิด			
		สวีทโฮม	นายเดดคอร์ด	เริ่มปี2543	
		Star Hollywood	แจ๊คเกอร์	เริ่มปี 2543	
		ข่าวสังคม	Gossip Society		
		ข่าวบันเทิง	เคาะข่าว	ตะวันฉาย	
สถานีที่วิบูล	ศิริพันธ์				
The scoop					
เกาะกองถ่าย				เลิกไปปี2539	
	7 วันบันเทิง			เลิกไปปี2539	
	ข่าวเด่นในรอบสัปดาห์	กองบรรณาธิการ			
	เจาะเกราะ	ลำพู รำพึง			

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
		วาไรตี้มูฟวี่ อินไซด์มูฟวี่ รู้ลึก รู้ดี	ภัทรวนิช ตะวันฉาย	เปลี่ยนชื่อ เป็น Inside news เริ่มปี2541 เริ่มปี2541 เริ่มปี2543 ตอนหลังใช้ ชื่อ update news
	ซุบซิบ	เสี่ยงตามสาย star couple Hot Issue Exclusive ไฮไลต์ที่วิพุล	ป้าแหวน นายเกะกะ นารินทร์ ธนสิทธิ์ แพรวา แพรทอง	เริ่มปี2543
	ตอบจดหมาย สัมภาษณ์	เรื่องมีอยู่ว่า Picks&Pans ระเบิดเวลา (secret story) ตอบจดหมาย เรื่องจากปก (Cover star) สัมภาษณ์พิเศษ Let's talk	ไรลิตา จันท์ฉาย ตะกาย ฟ้า เทพบุตร สุดเวหา รัชณี ทับทิม ณ.ดำเนิน จันท์ฉาย ณ.ไร่ สัม , มณี มนตรา คุณหินและหนูหิน	เริ่มปี2539 เริ่มปี2543 เริ่มปี2541 เปลี่ยนชื่อ เป็น From letter ปี2543 เริ่มปี2543

ปี / พ.ศ.	ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
	วิจารณ์บันเทิง	ปลาเป็นวายทวนน้ำ เงินสะพัด จับกระแส จับประเด็นข่าว ปากกาพูดได้ (Last talk) ทีวีพูลโหวต	ตั๋ย แอ็คเน่อร์ ฉันทนิจ ธนสิทธิ์ เทพบุตร สุดเวหา เกรียงศักดิ์ สกุล ชัย ป้าแซม	เริ่มปี2540 เริ่มปี2540 เริ่มปี2541 ปี2543 เปลี่ยนเป็น สวนดุสิตโพล เป็นผู้สำรวจ (Behind the scene) เริ่มปี2540 เริ่มปี2541
	เบื้องหลัง	เจาะลึกหลังจอ	วันเพ็ญ เดือนสิบ สอง	เริ่มปี2541 (variety music)
	ตอบปัญหาสุขภาพ	คลินิกทีวีพูล	นพ.โกศิน	เล็กปี2540
	ข่าวดนตรี	ศัลยกรรมกับความงาม ตะกอนข่าว ท็อป ออฟ เดอะ วีค	นพ.สุรสิทธิ์ พริยา รัชนิกร	
		หลายท่ากระบวนเพลง อาร์ทิสต์ ออฟ เดอะ วีค ลูกทุ่งวาไรตี้ อินไซด์ลูกทุ่ง	ฉันทนิจ เมธาธาร อลังการ ฉัญจกร ประดับฟ้า ดารา รัตน์	เล็กปี2540 เริ่มปี2540 เริ่มปี2540
	โปรแกรมทีวี	โปรแกรมรายการทีวี ช่อง 3-5-7-9 -ITV		

2. ละครโทรทัศน์

3. นิยายประจำฉบับ

ปี / พ.ศ.	ชื่อเรื่อง	ผู้แต่ง	หมายเหตุ
2538-2540	คู่กรรม 2 เพื่อน กุหลาบทะเลทราย ดับเดือน..ดับดาว..ในราวฟ้า บ้านเลขที่ 9/9ซอย9 เมื่อน..หนู ปะทะคีนูรีฟส์ หลอน นรกหนาวในเยอรมัน ดวงใจในสายรุ้ง ระบำหงส์ ใต้เงาโดม ตุ๊กตาทอง	ทมยันตี ประภัสสร เสวิกุล วราภา นันทนา วีระชน คุณ บุญทวี โสภาค สุวรรณ นันทนา วีระชน คำพูน บุญทวี ประภัสสร เสวิกุล โสภาค สุวรรณ หยก บุรพา เพ็ญแข วงศ์สง่า	เป็นเรื่องสั้น เริ่มปี2539 เริ่มปี2539 เริ่มปี2539 เริ่มปี2539 เริ่มปี2540 เริ่มปี2540
2541	เหมือนใบไม้และสายลม ญาติต่างภาพ ลูกหลง เนื่ออกหนาม	นันทนา วีระชน ชนิตร์ ภูกาญจน์ นันทนา วีระชน ประภัสสร เสวิกุล	
2542-2543	วัยคนละครุ่น ภู่นอลเวง	นันทนา วีระชน	
2544	อลหม่านล้านเจ็ด นิสิตใหม่ จำปา คาลี พิมานแพร หวังด้วยใจไปด้วยฝัน หนึ่งไม่มีสอง เจ้าช่อมาลัย กั๊กหันมายุ เพลงรัก เพลงปิ่น บัวสายสุดท้าย	ประภัสสร เสวิกุล เพ็ญแข วงศ์สง่า โสภาค สุวรรณ ประภัสสร เสวิกุล นันทนา วีระชน วราภา โสภี พรรณราย หยก บุรพา นันทนา วีระชน เพ็ญแข วงศ์สง่า	เริ่มปี2543 เริ่มปี2543 เริ่มปี2543 เริ่มปี2543

4. Coffee break

เนื้อหาส่วน Coffee break โดยเฉลี่ยแล้วที่วีพูแต่ละฉบับนำเสนอเนื้อหาส่วนนี้ประมาณ 5
กรอบ

5. ปกิณกะ

ปี / พ.ศ.	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2538-2544	ไฮ-แฟชัน ดารานะที่วีพูชิม ราศีที่วีพู หน้านี้มีรางวัล เก้าอี้ดวงดาว ภาพประทับใจ รอบรั้วที่วีพู ครัวคนดังกับเบสท์ฟู้ด ร้านเด็ดกับโรซ่าเฟิร์ช Energy saving Diary กับยำยำ What's up	ชิมจัง ดาราบถ หมอยอย ธัชชบา ทานตะวัน แอมแปร์ นายสนุก	เริ่มปี2539 เริ่มปี2540 เริ่มปี2540 เริ่มปี2542 เริ่มปี2543 เริ่มปี2543
	Star cuisine Catwalk		What's up แทนคอลัมน์ รอบรั้วที่วีพู และstar cuisine แทน คอลัมน์ครัวคน ดังกับเบสท์ฟู้ด เริ่มปี2544

6. เนื้อหาอื่นๆ

ปี / พ.ศ.	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
2538-2544	<p>นานาทศนะ</p> <p>ตลาด & โฆษณา</p> <p>ทีวีมอไนเตอร์</p> <p>คุณเขียนมา</p> <p>ขอเขียนด้วยคน</p> <p>บันทึกบันทึก</p> <p>กฎหมายกับดาราศาสตร์</p> <p>เกาะจุดตู้ตู้กีฬา</p>	<p>ดีใจ</p> <p>สู้บแจง</p> <p>ฉันทนิจ</p>	<p>ปี2543เปลี่ยนชื่อเป็น The Ideas</p> <p>ปี2543 เปลี่ยนเป็น Story board</p> <p>เริ่มปี2539</p> <p>เริ่มปี2540 เลิก</p> <p>ไปปี2541</p> <p>เริ่มปี2541 เลิก</p> <p>ปี 2542</p>

7. ภาพ

ปี / พ.ศ.	เนื้อหา / ประเภท	สัดส่วน / ประมาณ	หมายเหตุ
<p>ยุคที่ 2</p> <p>2538-2544</p>	<p>1. ภาพโฆษณา และโฆษณาแฝง</p> <p>2. ภาพประกอบเรื่อง</p> <p>ภาพประกอบเรื่องย่อละคร</p> <p>ภาพประกอบนิยาย</p> <p>3. ภาพข่าว</p> <p>4. ภาพดำเนินเรื่อง</p>	<p>26% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>17% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>1% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>1% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>4% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>2% ของเนื้อหาทั้งหมด</p>	

คอลัมน์ประจำ ในยุคที่ 2 (พ.ศ. 2528-2544) พบว่ามีการเพิ่มเนื้อหาประเภท “โหวต” ในชื่อคอลัมน์ “ทีวีพูลโหวต” และตอบปัญหาสุขภาพ ในชื่อคอลัมน์ “คลินิกทีวีพูล” และ “ศัลยกรรมกับความงาม”

คอลัมน์ประเภทโหวตนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อเปิดให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมแสดงความชื่นชม ชื่นชอบต่อดารา นักร้อง ละคร ภาพยนตร์ ตามประเด็นหรือหัวข้อที่ทางทีวีพูลตั้งขึ้นในแต่ละฉบับ ในช่วงหลังปีพ.ศ. 2543 ทางผู้จัดทำคอลัมน์ “โหวต” มีการปรับเปลี่ยนให้สถาบันราชภัฏสวนดุสิตทำการสำรวจ ความชอบของผู้อ่านในหัวข้อต่างๆที่ทางผู้จัดทำตั้งขึ้น เพื่อเป็นการสำรวจความนิยมของผู้อ่านและประชาชนที่ชมโทรทัศน์

“ เราให้ดุสิตโพลเขาไปสำรวจ ซึ่งเราก็ร่วมกับดุสิตโพลด้วยเป็นประจำ โดยเราเป็นคนคิดหัวข้อแล้วให้เขาไปทำการสำรวจให้เรา เช่นมีการเปลี่ยนแปลงละครเรื่องใหม่ เช่นเรื่องนี้จบแล้ว และมีเรื่องใหม่ก็ต้องเริ่มสำรวจกลุ่มเป้าหมายได้แล้ว “ (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ , สัมภาษณ์, 18 เมษายน 2545)

คอลัมน์อีกประเภทหนึ่งที่เพิ่มเข้ามาในช่วงยุคหลังนี้ได้แก่ ประเภทตอบปัญหาสุขภาพในชื่อคอลัมน์ว่า “คลินิกทีวีพูล” โดยนายแพทย์โกศิน ให้ความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและโรคภัยไข้เจ็บต่างๆของผู้หญิงโดยตรง ลักษณะเนื้อหาเป็นการให้ข้อมูลโดยตอบคำถามจากผู้อ่านที่เขียนจดหมายเข้ามาถาม อีกหนึ่งคอลัมน์คือ “ศัลยกรรมและความงาม” โดยนายแพทย์สุรสิทธิ์ อัครดามงคล ให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการทำศัลยกรรมเพื่อความงามโดยเฉพาะในลักษณะตอบจดหมายจากผู้อ่าน

จุดประสงค์ของการเพิ่มคอลัมน์ทั้ง 2 ดังกล่าว ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวว่า

“ ถ้าสังเกตดีๆคอลัมน์ 2 อันนี้มันคือโฆษณาเลยนะ จริงๆแล้วเป็นเนื้อหาที่โฆษณาเพราะหนังสือบันเทิงนี้เอาคอลัมน์เกี่ยวกับสุขภาพเพิ่มเข้ามามันดูไม่เข้ากันเลย แตกคอนเซ็ปต์ออกไปเลย เนื้อที่เรามีน้อยอยู่แล้วเลยอยากขายโฆษณาเนื้อหาๆไปเลย และคุณหมอมือที่มาเขียนคอลัมน์เขาก็เป็นลูกค้าเรา เช่น ประตูนํ้าโพลีคลินิก พวกศัลยกรรมเป็นหลัก หรือพวกคลินิกเอาใจคนอยากสวย ประทินโคม ความงาม” (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

ส่วนเนื้อหาในคอลัมน์ประจำมีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา เน้นการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะการรายงานข่าวเป็นสื่อบุคคล และปรับแนวเนื้อหาที่นำเสนอทาง ไลฟ์สไตล์ มากขึ้น

“ ด้านคอลัมน์เราเปลี่ยนมาเล่น ไลฟ์สไตล์ มากขึ้น เปลี่ยนแนวทางการเขียน บางครั้ง คนอ่านก็อยากจะอ่านอะไรสบายๆของดารา ไม่ใช่เป็นข่าวชิงรักหักสวาทเพียงอย่างเดียว ก็อยากจะรู้ว่า ไลฟ์สไตล์ของดาราเป็นอย่างไร ซึ่งเรามองว่าตรงนี้นั้นเป็นส่วนหนึ่งที่ผู้อ่านชอบ เรื่องกระจุ๊กกระจิก เรื่องเล็กๆน้อยๆ ไม่ต้องหวือหวา ฮือฮามาก เป็นเรื่องสนุกๆ อ่านแล้ว สบายๆ “ (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ , สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

การปรับเนื้อหาให้มีลักษณะเป็นไลฟ์สไตล์มากขึ้น และเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น เน้นข่าวสังคม ในคอลัมน์ “สังคมบันเทิง” , “Gossip” และ “society” ซึ่งนำเสนอภาพข่าวงานสังคมต่างๆเช่น งานเปิดตัวสินค้าหรืองานในวงการบันเทิง

“ ช่วงหลังพีดีเอ็ม (พรรทิกา) จะเข้ามามีบทบาทเยอะมาก หลังๆจะมาช่วยปรับ เน้นแฟชั่น เน้นข่าวสังคมที่เอื้อกับลูกค้า ทำยังไงทำให้ลูกค้ามี activities “ (เกรียงศักดิ์ สกุลชัย , สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

นอกจากนี้ยังมีการปรับเปลี่ยนประเด็นการเขียนข่าวในคอลัมน์ประเภทสัมภาษณ์ โดยการนำข้อมูลจริงจากการพูดคุยกับผู้ให้สัมภาษณ์มาเขียนรายงาน ซึ่งเดิมในยุคที่1 คอลัมนิสต์จะเขียนเองโดยอิงจากข้อมูลที่มีอยู่เดิม ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ ให้ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงประเด็นการเขียนข่าวดังนี้

“ การเปลี่ยนแปลงในช่วง 4 ปีหลังคือ ปี2539-2540 เรื่อยมา เมื่อก่อนนี้เขียนโดยไม่ได้ผ่านการสัมภาษณ์ เขียนเองจากข้อมูลของคนที่ยื่นปก ตอนหลังเราปรับสไตล์มาเป็นบทสัมภาษณ์ดีกว่าจะได้เหมือนการที่ดาราเขาคุยกันกับคนอ่านเอง ที่บอกว่าเมื่อก่อนเขียนเองก็คือเขียนจากข้อมูลที่เคยสัมภาษณ์กันมาก็คือสัมภาษณ์กันมาแต่ยังไม่ได้เขียนเป็นบทสัมภาษณ์ เขียนเป็นข้อมูลสื่อบุคคล เป็นรายงานธรรมดา แต่ก่อนสไตล์การเขียนจะเป็นแบบนี้เกือบทั้งหมดเลย 70-80% ช่วงหลังเราจึงมาเปลี่ยนเป็นบทสัมภาษณ์ดีกว่า คนอ่านก็อยากได้ เป็นการสื่อสารกับดาราซึ่งไม่ต้องผ่านการกลั่นกรอง ไม่ต้องผ่าน rewrite ของเรามากมาย คือสื่อกันโดยตรง เขาอยากอ่านบทสัมภาษณ์ของเรามากกว่า ถ้าไปอย่างนี้ ดาราตอบมาอย่างนี้ถึงได้ความชัดเจน

ได้ความเป็นกันเอง แล้วมันจะเข้าใจมากกว่าที่จะไปนั่งอ่านที่นักข่าวเขียน วิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์เค้าอีกทีหนึ่ง “ (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

ส่วนคอลัมน์ประเภทวิจารณ์บันเทิง เกียรติศักดิ์ สกุลชัยเป็นผู้ดูแลโดยตรง ในยุคที่ 1 จะมีนักวิจารณ์มาช่วยเขียนซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่เกียรติศักดิ์กล่าวว่าต้องการเล่นข่าวแรงในช่วงเริ่มแรก โดยได้นักวิจารณ์อย่างสนานจิตต์ บางสะพาน และทิวา มาเขียนคอลัมน์นี้ให้ ส่วนในยุคที่ 2 เมื่อหนังสือติดตลาดแล้ว เกียรติศักดิ์เป็นผู้รับผิดชอบในการเขียนคอลัมน์ประเภทวิจารณ์พร้อมกับทีมงานในกองบรรณาธิการที่วิบูลย์ร่วมกันเขียน ซึ่งในปัจจุบันเกียรติศักดิ์ สกุลชัยเขียนคอลัมน์นี้ที่วิบูลย์เพียงคอลัมน์เดียว ได้แก่คอลัมน์ Last talk หน้าสุดท้าย ซึ่งที่เหลือทีมงานในวิบูลย์แบ่งกันรับผิดชอบ โดยสไตล์การเขียนของทีมงานและเกียรติศักดิ์คล้ายกัน เนื่องจากเกียรติศักดิ์ได้วางแบบและแนวทางในการทำงานให้กับทีมงาน เช่นการสอนให้พาดหัวข่าว จับประเด็นข่าว และนำเสนอประเด็นที่มีสาระ และเน้นเรื่องราวเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของดาราเพื่อให้ดาราอ่านและใช้เป็นแนวทางในการทำงานในวงการบิน

นอกจากการนำเสนอเนื้อหาในคอลัมน์ประจำดังที่กล่าวมา ในวาระสำคัญเช่นวันครบรอบปีของหนังสือ วันปีใหม่หรือเทศกาลสำคัญอื่นๆ ที่วิบูลย์จะมีการจัดทำเนื้อหาพิเศษ โดยการเพิ่มการรายงานข่าวในลักษณะสลับเกี่ยวกับผลการสำรวจหัวข้อต่างๆในวงการบิน เช่น 10 อันดับพระเอก-นางเอกยอดนิยม , สรุปรายชื่อนักแสดงในวาระครบปี , ทำเนียบที่อยู่ดารา-นักร้อง เป็นต้นเพื่อความพิเศษแก่ผู้อ่านในวาระสำคัญดังกล่าว

สัดส่วนเนื้อหาประเภทนิยายประจำฉบับในยุคที่ 2 พบว่าเพิ่มขึ้นจากยุคแรกโดยนำเสนอ นิยายยาวปีละประมาณ 5-7 เรื่องต่อเนื่องกันไป โดยมีนักเขียนประจำได้แก่ นันทนา วีระชน , โสภาค สุวรรณ , ประภัสสร เสวิกุล ซึ่งเขียนนิยายให้กับวิบูลย์มาตั้งแต่ยุคแรกๆ

“ ตอนหลังๆ นักเขียนต่างๆก็มาเขียนกับเราเยอะ แล้วส่วนใหญ่นิยายที่ลงหนังสือเราก็เอาไปทำเป็นละคร ถูกซื้อลิขสิทธิ์เอาไปทำเป็นละคร แนวทางการเขียนนิยายของคนเขียนนิยายหนังสือเราเป็นหลักเลยคือ เน้นนิยายที่ทำละครแล้วสนุกด้วย คนเขียนนิยายที่เขียนมานานคือ นันทนา วีระชน “ (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ , สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

เนื้อหาประเภทปกิณกะ มนุษย์ที่ 2 มีการปรับเปลี่ยน แตกต่างยากยุคแรก คือเนื้อหาเกี่ยวกับแฟชั่น โชคชะตาวิชา และแนะนำร้านอาหารหรือสูตรอาหาร ตอบปัญหาชิงรางวัลและการประชาสัมพันธ์สินค้า คอลัมน์ดังกล่าวนี้ยังคงอยู่ มีการเปลี่ยนแปลงชื่อคอลัมน์จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ ในปี 2543-2544 และมีการนำพื้นที่เนื้อหาส่วนนี้ไปเป็นพื้นที่โฆษณามากขึ้น ทำเป็นคอลัมน์โฆษณาแฝง ได้แก่คอลัมน์ หน้านี้มีรางวัล สนับสนุนโดยผลิตภัณฑ์ PIAS , ครั้วคนดั่งกับเบสท์ฟู้ด , ร้านเด็ดกับโรซ่าเฟิร์ช , Energy saving กับหลอดไฟฟลูออโรและ Diary กับยำ

ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวถึงการกำหนดพื้นที่โฆษณาในคอลัมน์ดังกล่าวว่า

“ คอลัมน์ที่เป็นโฆษณาแฝง คัพท์โฆษณาเค้าเรียกว่า “ เอื้อ Ad “ คือหน้าโฆษณาที่เขาซื้อหน้าโฆษณาของเรา ขอฟรีเซ็นเตอร์เป็นดารา และดาราเขาก็เข้าใจว่าเป็นธุรกิจที่ทำกันทั่ว ทุกเจ้าใช้เทคนิคเดียวกัน แต่ลงได้ครั้งเดียว สัปดาห์เดียว ไปลงครั้งอื่นไม่ได้ ลงได้เฉพาะเล่ม ถ้าจากที่วิบูลไปลง Boss หรือคุณหญิงโยกย้ายเครือข่ายเดียวกันก็ต้องคุยกันใหม่ สัมภาษณ์กันใหม่แล้วก็ต้องให้ค่าตัวดาราใหม่ แล้วแต่ตกลงกับลูกค้าและดาราว่าจะใช้ Ad ตัวเดิมได้ไหมไม่ต้องถ่ายใหม่ แต่ถึงยังไงดาราก็ต้องได้รับค่าตัวเพิ่มอีก “

“ ทางเราคุยให้เลย ถือว่าเป็นการเอื้อลูกค้าให้เลยเพราะไหนๆนักข่าวก็ต้องไปเจอดารายู่อ แล้วก็คุยมาให้เลย เพียงแต่การหาโฆษณาเป็นหน้าที่ฝ่ายการตลาดเขามา แต่ต้องบอกรายละเอียดข้อมูลว่าลูกค้าขอให้ทำให้ มีค่าโฆษณาให้ถ้ามีฟรีเซ็นเตอร์เป็นดาราก็แล้วแต่จะจ่าย อัตราราคาก็แล้วแต่สินค้า “ (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

เนื้อหาอื่นๆ ในยุคที่ 2 พบว่าเนื้อหาที่ยังคงมีอยู่ต่อเนื่องมาจากยุคแรกได้แก่ คอลัมน์ทีวี มอนิเตอร์ , ตลาด & โฆษณา , คุณเขียนมา ซึ่งเป็นคอลัมน์ประเภทให้ข้อมูลเกี่ยวกับการโฆษณา และคอลัมน์ที่เปิดให้ผู้อ่านเขียนแสดงความคิดเห็น ส่วนคอลัมน์ที่มีการปรับเปลี่ยนเข้ามาได้แก่ คอลัมน์น่านาทัศนะ เป็นการสำรวจความคิดเห็นดารา นักร้องในประเด็นต่างๆ , คอลัมน์บันทึกบันเทิง คือบทความที่ให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับวงการบันเทิงในเรื่องต่างๆ , คอลัมน์กฎหมายกับดารา ให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่มีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของนักแสดงรวมทั้งประชาชนทั่วไป และคอลัมน์เกาะจอตู้ดูกีฬา นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับกีฬา การแข่งขันกีฬาทุกประเภท

ภาพ ในยุคนี้เพิ่มขึ้นจากยุคที่ 1 เป็น 51% โดยเฉพาะในส่วนภาพโฆษณาที่มีการเพิ่มมากที่สุดถึง 26% ทั้งภาพโฆษณาทั่วไปและโฆษณาแฝงในรูปแบบของคอลัมน์ประจำ ลักษณะของภาพในยุคนี้มีการนำภาพเหตุการณ์และภาพอิริยาบถต่างๆของดารามาเพื่อสื่อรายละเอียดและประกอบเนื้อหาในคอลัมน์ และการนำเสนอภาพประกอบนิยายมีการใช้ภาพดาราสลับกับภาพวาด

“ ทุกๆปีจะมีการปรับเปลี่ยน ไม่กำหนดแน่นอน บางครั้งจะปรับตรงเนื้อหา บางครั้งอาจจะปรับตรงอาร์ตเวิร์ค มีการปรับตลอด บางครั้งปรับไปปรับมาก็เอารูปแบบเดิมแหละกลับมาใช้อีก หนังสือพวกนี้อยู่นิ่งไม่ได้เลย

ในการปรับแต่ละครั้งก็ดูกระแสเป็นหลักเลย เช่นบางครั้งของตกแพชชั่นไปแล้วสามารถดึงมาใช้กับยุคนี้ได้ อย่างบางคอลัมน์หายไปจากหนังสือเราตั้งนานแล้ว เช่นพวกไลฟ์สไตล์ เราก็นำเอากลับมาใหม่ได้” (ธรสัทธี สายแสงจันทร์ , สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

รูปแบบนิตยสารที่วิบูลยุคที่ 2 (พ.ศ. 2538-2544)

ตารางที่ 13: รูปแบบของนิตยสารที่วิบูลยุคที่ 2 พ.ศ. 2538-2544

การนำเสนอภาพปก

ปี / พ.ศ.	การนำเสนอปกหน้า	ปกหน้าด้านใน	ภาพจากปกหน้า	การนำเสนอปกหลัง	ปกหลังด้านใน	หมายเหตุ
2538-2544	ดารา (ตามกระแสละครโทรทัศน์)	โฆษณา	แพชชั่น	โฆษณา	โฆษณา	

ในยุคที่ 2 พ.ศ. 2538-2544 พบว่ามีการปรับเปลี่ยนการนำเสนอภาพปกหน้าคือจากเดิมในยุคที่ 1 นำเสนอดารานีบูคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงโทรทัศน์ตามกระแสนิยมในแต่ละช่วง ได้แก่ ดารา นักร้องไปจนถึงบุคคลที่ทำงานในวงการโทรทัศน์ไทยเช่นผู้ประกาศข่าวที่มีชื่อเสียงเป็นต้น เรียกได้ว่าในยุคแรกการนำเสนอภาพปกหน้าจะเล่นตามกระแส พอมาถึงยุคที่ 2 ปรับโดยการนำเสนอภาพปกหน้าเป็นดารานักร้องที่มีชื่อเสียง เน้นดารานำจากละครโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมในขณะนั้น และมีการถ่ายแพชชั่น ธรสัทธี สายแสงจันทร์ กล่าวถึงการปรับเปลี่ยนภาพปกในยุคที่ 2 ว่า เริ่มจับกลุ่มเป้าหมายได้ว่าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง ดังนั้นจึงเน้นแพชชั่นดารา โดยเน้นดารานำจากละครดังในแต่ละช่วงเป็นหลัก และภาพปกไม่เน้นผู้ชาย เนื่องจากไม่

ได้รับความนิยมน และมีผลต่อยอดจำหน่าย ซึ่งการนำเสนอภาพปกแฟ้มชั้นจากคารานำหญิงตรงกับความต้องการของผู้อ่านที่ชอบดูแฟ้มชั้น รักสวยรักงามและชอบการแต่งตัวตามดารา

ส่วนปกหน้าด้านใน ปกหลังและปกหลังด้านในเป็นพื้นที่โฆษณา

ลักษณะทั่วไป

ปี / พ.ศ.	ราคา	ขนาด	หัวหนังสือ	โปรยปก	เย็บเล่ม	หมายเหตุ
2538- 2541	25 บาท	8.25x11. 5 นิ้ว	Freehand	ด้านใดด้าน หนึ่ง	ไสกาว	จำนวนหน้า ประมาณ120- 128 หน้า
2542- 2544	25 บาท	8.25x11. 5 นิ้ว	Freehand	ทั้งสองด้าน (ซ้าย-ขวา)	ไสกาว	จำนวนหน้า ประมาณ 100- 120หน้า

ในยุคที่ 2 พ.ศ.2538-2544 พบว่ามีขนาด 8.25x11.5 นิ้ว จำหน่ายราคา 25 บาท ช่วง 2538-2541 เปลี่ยนหัวหนังสือจากรูปแบบสี่เหลี่ยม เป็น Freehand โปรยขาวด้านใดด้านหนึ่งของหน้าปก เย็บเล่มแบบไสกาวและความหนาประมาณ 120-128 หน้า

การเปลี่ยนหัวหนังสือจากรูปแบบสี่เหลี่ยมเป็นแบบ Freehand เกียรติศักดิ์ สกุลชัย กล่าวถึงจุดประสงค์ในการปรับเปลี่ยนว่า

“ logo ที่เป็นสี่เหลี่ยมคุณวิทวัส มีแนวคิดว่ามันเหมือนที่วิโก้ของเมืองนอก เป็นเส้นๆ เหมือนกับที่วิมันเป็นคนสั้น แล้วเวลาวางบนแผงดูแล้วมันไม่อินเตอร์ และมีความรู้สึกว่าจะอยากจะเป็น freehand ให้มันดูทันสมัยขึ้น “ (สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวถึงการปรับหัวหนังสือ ดังนี้

“ จาก logo สีเหลี่ยมธรรมดาเราก็เปลี่ยนเป็นตัวหนังสือ freehand หัวหนังสือแบบสี่เหลี่ยมเนี่ยตอนหลังมาดูแล้วมันจะทำให้การจัดหน้าหนังสือมีลักษณะตายตัว ไม่สวย เลยต้องเปลี่ยนเป็น logo freehand เป็นตัวหนังสือแบบนี้แทน เปลี่ยนในช่วงราว 5-6 ปีหลัง “ (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

ส่วนการพาดหัวข่าวหรือโปรยปกมีลักษณะอยู่ด้านใดด้านหนึ่งของปกหน้า ตัวอย่างลักษณะการโปรยปกแบบด้านในด้านหนึ่ง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กระดาษและการพิมพ์

ปี / พ.ศ.	กระดาษ	การพิมพ์	หมายเหตุ
2538-2542	อาร์ตแข็ง 3% อาร์ต 24% พรีพ 73%	สีสี่ 25% ขาวดำ 75%	
2543-2544	อาร์ตแข็ง 4% อาร์ต 31% ปอนด์มัน 51% พรีพ 14%	สีสี่ 100%	

ในยุคที่ 2 พบว่าช่วงแรก พ.ศ.2538-2542 ใช้กระดาษ อาร์ตแข็ง 3% , กระดาษ อาร์ต 24% และกระดาษพรีพ 73% และการพิมพ์สีสี่ 25% ขาวดำ 75%

ช่วง 2543-2544 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% , กระดาษอาร์ต 31% , กระดาษ ปอนด์มัน 51% และกระดาษพรีพ 14% และการพิมพ์สีสี่ 100%

โฆษณา

ปี / พ.ศ.	โฆษณา	สัดส่วน	โฆษณาแฝง	สัดส่วน	หมายเหตุ
2538-2544	ประเภท : เครื่อง สำอาง,ร้านอาหาร,ยา, เครื่องใช้อุปโภค, ประชาสัมพันธ์รายการ โทรทัศน์,เทปเพลง,รถ จักรยานยนต์	23%	ประเภท : เกี่ยวกับการ ประกอบอาหาร,ผลิต ภัณฑ์เกี่ยวกับความ งาม ,สถานเสริมความ งาม,โรงพยาบาล	3%	

ยุคที่ 2 สัดส่วนของพื้นที่โฆษณาพบว่า เพิ่มขึ้นเป็น 23% ของพื้นที่ทั้งหมด ประเภทของ โฆษณาที่มาลงจะคล้ายกับโฆษณาในยุคแรก แต่ในยุคที่ 2 กลุ่มเป้าหมายเริ่มชัดเจนกว่าคือเป็น

ผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย ดังนั้นโฆษณาส่วนใหญ่จะเป็นประเภทเครื่องสำอาง , ผลิตภัณฑ์ดูแลความงาม , สถานเสริมความงาม เป็นหลัก และประเภทอาหาร , ยา , เครื่องอุปโภคทั่วไป , ร้านอาหาร , เทปเพลง , รถจักรยานยนต์ และการประชาสัมพันธ์รายการโทรทัศน์

ส่วนโฆษณาแฝงที่เพิ่มเข้ามานำเสนอในรูปแบบคอลัมน์ ได้แก่คอลัมน์ star cuisine , คลินิกที่วิบูล , ศัลยกรรมกับความงาม ซึ่งเป็นสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร ความงาม สถานเสริมความงาม ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด ในส่วนส่วนโดยเฉลี่ย 3% ของพื้นที่ทั้งหมด

ตารางสรุปพัฒนาการด้านเนื้อหาวิทยสารที่วิบูล

ตารางที่ 14: สรุปพัฒนาการด้านเนื้อหาวิทยสารที่วิบูล

พ.ศ.	บรรณาธิการบริหาร	หัวหน้าบรรณาธิการ	เนื้อหาภายในเล่ม		หมายเหตุ
			คอลัมน์ประจำ	ทั่วไป	
ยุคที่ 1 2533- 2537	เกรียงศักดิ์ สกุลชัย	นรชา พิพัฒน์กิตติ	แบ่งเป็นประเภทดังนี้ 1. ข้อมูลดาราน 2. ข่าวสังคม (เริ่มปี2536) 3. ข่าวบันเทิง 4. ชุบชิบ 5. ตอบจดหมาย 6. สัมภาษณ์ 7. วิจารณ์บันเทิง 8. ข่าวดนตรี โปรแกรมหีวี - นำเสนอใน	1. ละครโทรทัศน์ -แนะนำและให้เรื่องย่อ 2. นิยายประจำฉบับ - ฉบับละ 2-3เรื่อง 3. Coffee break - แต่ละเล่มนำเสนอ ไม่เท่ากันหรือบาง เล่มก็ไม่มีเลย 4. ปกิณกะ นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับ	

พ.ศ.	บรรณาธิการ บริหาร	หัวหน้า บรรณาธิการ	เนื้อหาภายในเล่ม		หมาย เหตุ
			คอลัมน์ประจำ	ทั่วไป	
			สัดส่วน 80% ของ เนื้อหาทั้งหมดโดย เน้นในลักษณะข่าวส ก๊ิป และบทวิจารณ์ เป็นหลัก	ดวงชะตาราศี , ตอบปัญหาชิง รางวัล , แม่บ้าน , การประชาสัมพันธ์ สินค้า 5. เนื้อหาอื่นๆ - ลักษณะบทความ เกี่ยวกับการ โฆษณาและความรู้ ในวงการโทรทัศน์ และความคิดเห็น จากผู้อ่าน - เนื้อหาส่วนนี้คิด เป็น 20%	
ยุคที่ 2 2538- 2544	เกรียงศักดิ์ สกุลชัย	ธนสิทธิ์ สาย แสงจันทร์		- เพิ่มนิยายประจำ ฉบับประมาณฉบับ ละ 5-7 เรื่อง - coffee break นำเสนอทุกฉบับๆ ละ 5 กรอบ - เนื้อหาประเภท ปกิณกะเพิ่ม คอลัมน์ที่เป็นพื้นที่ โฆษณาเข้าไปเป็น สินค้าประเภทผลิต ภัณฑ์เกี่ยวกับहार ประกอบอาหาร	

พ.ศ.	บรรณารักษะ บริหาร	หัวหน้า บรรณารักษะ	เนื้อหาภายในเล่ม		หมายเหตุ
			คอลัมน์ประจำ	ทั่วไป	
			- เนื้อหานำเสนอใน แนวไลฟ์สไตล์ของ ดารามากขึ้น ยังคง เน้นข่าวสื่อบท วิจารณ์	และเครื่องสำอาง - เนื้อหาอื่นๆเพิ่ม การสำรวจทัศน ความคิดเห็นของ ดาราในประเด็น ต่างๆที่กำหนดขึ้น	

จากตารางสรุปพัฒนาการทางด้านเนื้อหาภายในเล่มของนิตยสารที่วิบูล พบว่าในยุคลที่ 1 (พ.ศ.2533-2537) มีการแบ่งเนื้อหาออกเป็นคอลัมน์ประจำ ซึ่งนำเสนอเนื้อหาหลักได้แก่ข้อมูล ดารา ข่าวคราวความเคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์ คิดเป็นสัดส่วน 80% ของเนื้อหาทั้งหมด เน้น การนำเสนอในลักษณะข่าวสื่อบทวิจารณ์เป็นหลัก

เนื้อหาทั่วไปซึ่งประกอบด้วยเรื่องย่อละครโทรทัศน์ นิยายประจำฉบับ ในยุคแรกนำเสนอ นิยายเรื่องยาวฉบับละ 2 เรื่อง เนื้อหาส่วน coffee break นำเสนอไม่แน่นอนทุกฉบับ ส่วน ปกิณกะนำเสนอเนื้อหาเบาๆเกี่ยวกับดวงชะตาดาราซี มุมแม่บ้าน เล่นเกมส์ และการประชาสัมพันธ์สินค้า เนื้อหาอื่นๆหมายถึงเนื้อหาที่แยกประเภทออกไปจากเนื้อหาในคอลัมน์ประจำ นำเสนอในลักษณะบทความให้ความรู้ในเรื่องเกี่ยวกับโฆษณา และรายละเอียดต่างๆในวงการ โทรทัศน์ ค่อนข้างจะออกแนววิชาการ และเปิดให้ผู้อ่านเขียนบทความเข้ามาแสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ประเด็นในวงการโทรทัศน์ได้อย่างเสรี

จุดเด่นของเนื้อหาในยุคลที่ 1

1. เนื้อหาประเภทการรายงานข่าวสื่อบท ได้แก่คอลัมน์ฉบับประเด็นข่าว ซึ่งนำเสนอการรายงาน ความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับประเด็นข่าวที่น่าสนใจตามกระแส นำเสนอในลักษณะการรายงาน เจาะลึกถึงความเป็นมาของข่าวแต่ละเรื่อง

2. เนื้อหาประเภทวิจารณ์บันเทิง ได้แก่คอลัมน์ปลาทูเป็นว่ายทวนน้ำ โดยต้อย แอ็คเน่อร์ ,คอลัมน์ฟรีสไตล์ โดยสนานจิตต์ บางสพาน , คอลัมน์จับกระแส โดยธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ และคอลัมน์สื่อบทวิจารณ์ คอลัมน์ดังกล่าวเป็นเนื้อหาที่เน้นการแสดงความคิดเห็นและวิพากษ์

วิจารณ์อย่างตรงไปตรงมาในประเด็นต่างในแวดวงสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะวงการโทรทัศน์ และเน้นเรื่องราวเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงควบคู่กันไป

เนื้อหาประเภทวิจารณ์บันเทิงในยุคที่ 1 ถือเป็นจุดเด่นของนิตยสารทีวีพูล เพราะเป็นผู้บุกเบิกในการนำเสนอเนื้อหาประเภทนี้ ฉีกแนวนิตยสารบันเทิงฉบับอื่นในท้องตลาด เน้นการดึงเอา นักวิจารณ์ที่มีชื่อเสียงอย่างสนานจิตต์ บางสพานมาเขียนบทวิจารณ์บันเทิง โดยใช้สไตล์การเขียนของนักวิจารณ์แต่ละคนเอง ซึ่งความแรงของภาษาก็จะแตกต่างกันไป ซึ่งเป็นจุดที่ดึงให้ผู้อ่านเกิดความสนใจในเนื้อหาที่หือหาวและได้สาระ

ตัวอย่างบางส่วนของเนื้อหาในคอลัมน์ “ฟรีสไตล์” โดยสนานจิตต์ บางสพาน เรื่อง “กะหรี ที่ไม่ใช่แกงหรือขนม” (ทีวีพูล, ฉบับที่ 132, ปีที่ 3 ประจำวันที่ 30-6 ธ.ค. 2535)

“ประเด็นที่ทำให้ผมดูรายการเจาะใจจนจบ เห็นจะเป็น “ประเด็น” ที่เขานำมาเสนอ เป็นเรื่องนั้นแหละ ก็เรื่อง “โสเภณี” ที่กำลังทำให้ตำรวจโดนไฟลนกันอยู่ตอนนี้ โดยเฉพาะ “โสเภณีเด็ก” หรือ “การล่อลวงหญิง” ก็ตลกร้ายดีครับ กะหรีทั้งประเทศมีอยู่ประมาณ 800,000 คน ตำรวจที่มีหน้าที่จับมีกำลังอยู่ 7 คน รถ 1 คัน

เรื่องโสเภณีหรือกะหรีนี้ มันหนังสือวิศวะต้องดูกันยาวๆ ไม่ใช่ตอนเดียวจบ เราเถียงกันไม่เสร็จ ถกกันไม่เลิกมานานเต็มทีกับอาชีพขายที่นาผืนน้อย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องให้อาชีพนี้ถูกกฎหมาย ,เรื่องตีทะเบียน, และอีกสารพัดเรื่อง รวมไปถึงปัจจุบันที่มีปัญหาโรคเอดส์เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ไม่นับเรื่องตำรวจรับเงินจากช่อง , ขบวนการค้าหญิงสาว ทั้งโดเมสติค คือภายในประเทศ และอินเตอร์คือข้ามชาติ

ร้านตัดผมแบบพิเศษ คือกเทลเลาจน์ บาร์ อาบอบนวด คาเฟ่ ไปจนถึงโต๊ะสนุ๊ก ทั้งหมดนี้คือช่องนั้นแหละจะต่างกันก็ตรงวิธีการซื้อขาย รูปแบบ รายละเอียดว่าจะเลี้ยงภาษี หรือเลี้ยงกฎหมายกันอย่างไร

ผมคงไม่ลองลึกลงไปถึงว่าจะแก้กันอย่างไร จะดำเนินการกันอย่างไร แต่ถ้าเรายังหลอกตัวเองว่าเมืองไทยไม่มีกะหรี หรือโสเภณี อาชีพเหล่านี้จะต้องหมดไปจากเมืองไทยในสองสามเดือนนี้ บ้าครับ เหมือนการทำแท้งนั้นแหละ เราอ้างความเป็นพุทธ เราอ้างสารพัด แต่เราลืมไปว่าตัวเลขและงบประมาณที่รัฐต้องเสียไปกับคนใช้หญิงที่ไปทำแท้งกับหมอไม่มีใบประกอบโรคศิลป์ ที่สำคัญเรามีสถานที่ที่รับทำแท้ง โดยหมอมที่มีใบประกอบโรคศิลป์อย่างเปิดเผย แต่เราเลี้ยงไปใช้คำว่า “วางแผนครอบครัว” มั่ง “คุมกำเนิด” มั่ง บ้าดีนะครับ”

จากตัวอย่างเนื้อหาประเภทวิจารณ์บันเทิงข้างต้น พบว่าเป็นแนวการวิจารณ์แนวเสียดสีที่
ให้ข้อเท็จจริงและให้ความเห็น แง่มุมถึงปัญหาที่เกิดขึ้นโดยใช้คำอย่างตรงไปตรงมา เช่นคำว่า
“กะหรี” ซึ่งหมายถึงโสเภณี และหือหว่าแสดงความรู้สึกของผู้วิจารณ์ต่อประเด็นดังกล่าวอย่าง
เต็มที่

อีกหนึ่งตัวอย่างของส่วนหนึ่งในเนื้อหาประเภทวิจารณ์บันเทิง ในคอลัมน์ฟรีสไตล์
(ทิวพูล , ฉบับที่133 , ปีที่ 3 ประจำวันที่ 7-13 ธ.ค. 2535) ที่เขียนวิจารณ์การกระทำของพวก
ใช้ถนนของประชาชนเป็นสถานที่แข่งรถจักรยานยนต์

“ เมื่อศุกร์ปลายเดือน เจออีกครบบถนนวิภาวดี ทางคู่ขนาน มันแข่งกันสนั่นลั่นโลก
ริมทางก็มีรถจอดตั้งแต่เชิงสะพานทางด่วนขาออกไปจนยันบริษัทโกดักฝั่งตรงข้ามก็อีกรอบเดียว
กัน ตั้งแต่ทางแยกเข้าโรงขยะไปจนเกือบถึงดับเพลิงสุทธิสาร

โคตรพ่อโคตรแม่พวกนี้เป็นใคร? ทำไมรัฐฯและหน่วยงานของรัฐฯที่รับผิดชอบถึงปล่อยให้
คนเหล่านี้อาศัย “ถนนหลวง” ซึ่งเป็นถนนสาธารณะที่ประชาชนใช้ร่วมกัน มาสร้างความเดือด
ร้อนให้กับประชาชนผู้บริสุทธิ์ทั้งหลาย ซึ่งไม่ได้รับรู้ในความเลวระยำต่าบอนของพวกเหี้ยมาแต่
กำเนิดเหล่านี้

คอยดูนะครับ มันต้องมีสักวันที่ประชาชนเขาหมดความอดทน ถึงวันนั้นเราอาจจะได้
เห็นแรมโบ้ลึกลับซัดพวกบรรดาพวกขยะสังคมเหล่านี้เข้าให้สักเบรียงสองเบรียง เสร็จแล้วก็ตะบึง
รุดหายไปในความมืด เสร็จแล้วก็สะใจกันไป จะเอากันแค่นั้นนะครับ บ้าดีนะครับ บ้านนี้เมือง
นี้”

จากตัวอย่างข้างต้น พบว่านอกจากเรื่องราวในแวดวงบันเทิงและโทรทัศน์แล้ว สำนวน
จิตต์ บางสพาน ยังให้ความสำคัญกับปัญหาสังคมที่เกิดขึ้นรอบๆตัว และสร้างความเดือดร้อนให้
แก่ประชาชนส่วนใหญ่ ได้นำประเด็นดังกล่าวมาวิพากษ์วิจารณ์ ว่ากล่าวใส่อารมณ์เป็นตัวแทน
ประชาชนเพื่อเรียกร้องให้ผู้ดูแลเกี่ยวข้องใส่ใจที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจัง

ยุคที่ 2 (พ.ศ. 2538-2544) พบว่ามีการเพิ่มประเภทเนื้อหาในคอลัมน์ประจำ ได้แก่
โหวต คือการสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่านและผู้ชมโทรทัศน์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวงการโทร
ทัศน์ , เบื้องหลัง คือการนำเสนอข้อมูล รายละเอียดของรายการโทรทัศน์ที่ผลิตออกมาใหม่
และตอบปัญหาสุขภาพ ซึ่งเป็นพื้นที่โฆษณา (โฆษณาแฝง) แบ่งเป็น 2 คอลัมน์คือ คลินิกทีวี

พูดและศัลยกรรมกับความงาม โดยสรุปพบว่าเนื้อหาในส่วนคอลัมน์ประจำยุคที่ 2 จะหลากหลายขึ้น นอกจากนี้เนื้อหาส่วนนิยายประจำฉบับเพิ่มขึ้นเป็นฉบับละ 5-7 เรื่อง และ coffee break กำหนดให้มีทุกฉบับๆละ 5 กรอบ

ในยุคที่ 2 นี้โฆษณาจะเพิ่มขึ้น และเพิ่มพื้นที่ของโฆษณาแฝงในรูปของคอลัมน์ต่างๆและในเนื้อหาส่วนปกิณกะ คอลัมน์ประเภทแนะนำอาหารโดยผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการประกอบอาหาร โดยมีดาราคือเป็นฟรีเซ็นเตอร์ และเนื้อหาอื่นๆเพิ่มการสำรวจความคิดเห็นของดาราและคนในวงการบันเทิงต่อประเด็นต่างๆที่กำหนดขึ้น

จุดเด่นของเนื้อหาในยุคที่ 2

1. เน้นเนื้อหาวิจารณ์บันเทิงเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง ได้แก่คอลัมน์ปลาเป็นว่ายทวนน้ำ โดยต้อย แฉ็คเนอร์ , จับกระแส โดยธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ และปากกาพูดได้ โดยเกรียงศักดิ์ สกุลชัย การวิเคราะห์วิจารณ์บันเทิงในยุคที่ 2 มีลักษณะไม่หือหวาเหมือนในยุคที่ 1 ระดับความแรงในเนื้อหาลดลงแต่ยังคงเอกลักษณ์ของกรวิจารณ์ประเด็นต่างๆในแวดวงบันเทิง โทรทัศน์ และธุรกิจบันเทิง เนื้อหาที่น่าสนใจในคอลัมน์โดยเฉพาะคอลัมน์ที่เขียนโดยเกรียงศักดิ์ สกุลชัยไม่ได้เน้นที่การตำหนิ หรือด่าว่าดาราที่ประพฤติตัวไม่เหมาะสมเพียงด้านเดียว เพื่อให้ดารารู้สึกตัวซึ่งนำเสนอในลักษณะที่ไม่เอ่ยชื่อแต่บรรยายพฤติกรรมต่างตลอดจนลักษณะของดารานั้นให้คนอ่านทราบว่าเป็นใคร มีการวิจารณ์และให้กำลังใจ รวมทั้งสนับสนุนดาราที่สำนึกผิดที่ตนเคยปฏิบัติ ตัวอย่างบางส่วนของเนื้อหา ในคอลัมน์ Last talk โดยเกรียงศักดิ์ สกุลชัย (ทีวีพูล , ฉบับที่ 578 , ปีที่ 12 ประจำวันที่ 22-28 มิถุนายน 2544) ในประเด็น “หนูเชียวยิ้ม จะบ้าหรือไม่ก็ช่างเถอะ อย่าไปซ้ำเติมเขาเลย”

โดยพูดถึง หนู เชียวยิ้ม หรือ “หนู คลองเตย” ดาราตลกที่มีการวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างหนาแน่นถึงความประพฤติที่ทำให้เขาตกอับในวันนี้ โดยนำเสนอถึงประวัติ ความเป็นมาว่าประสบความสำเร็จอย่างไรก่อนหน้าที่จะตกอับ และสาเหตุของการตกอับเนื่องจากเป็นหนี้สินจากการเล่นพนันบอล ซึ่งสาเหตุนี้เองที่ทำให้หนู เชียวยิ้มเกิดความเครียดอย่างหนักจนใครๆพากันมองว่า “บ้า” ซึ่งเกรียงศักดิ์ สกุลชัยได้แสดงความคิดเห็นว่าอย่าไปซ้ำเติม และให้กำลังใจว่าเมื่อล้มแล้วก็ลุกขึ้นมาใหม่ได้ แต่ต้องมีใจมุ่งมั่นและจริงใจที่จะทำงานอย่างจริงๆจังๆ

“ปัญหาที่เกิดขึ้นก็จากเรื่องที่เราเขียนมาทั้งหมดนั่นแหละ เรารู้ทั้ง “ต้นเหตุ” และเหตุแห่งการคลุ้มคลั่งจนใครๆตั้งข้อวิเคราะหว่า “บ้า”

อย่ากระนั้นเลย เราอย่าไปซ้ำเติมชีวิตเขาอีก เมื่อล้มแล้วก็ลุกขึ้นมาใหม่ได้ แต่คนๆนั้นต้องมีใจมุ่งมั่นและจริงใจที่จะทำงานอย่างจริงๆจัง อย่ากลัวว่าไม่มีใครจ้าง “หนู” มีความสามารถ มีจุดขาย งานพอมือ รายได้อย่างขึ้นหูขึ้นมาไม่ต่ำกว่าเดือนละ 3-4 แสน

ถ้าคุยกับเจ้านี่ รับการผ่อนส่งเดือนละ 1 แสนบาท หรือถ้ามีมากก็หามาโปะ ก็จะเป็นการเจรจาที่อยู่บนพื้นฐานเหตุผลที่เป็นไปได้ เจ้านี่ก็แฮปปี้ที่ “หนู” กลับมาเป็น “หนู” อีกครั้ง

อย่าไปสบถใส่ข่าว หรือข่มขู่เมื่อเขาพลาดพลั้ง จนถูกมองว่านั่นคือคนบ้า นั่นคืออาการบ้าที่เกิดมาจากการติดยาเสพติดและเป็นทาสพนันฟุตบอล

หันกลับมามองอีกมุมของ “หนู” มุมที่จะฟื้นอดีตเขากลับคืนมา เอาใจมารวมกัน สร้างความรู้สึกใหม่ให้ เป็นกำลังใจเพื่อสู้กับงาน “

เนื้อหาดังกล่าวไม่เพียงแต่มุ่งนำเสนอให้ผู้อ่านได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารของดารา และได้รับแง่มุมการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับดาราแล้ว ยังมุ่งเพื่อนำเสนอให้ดารา และบุคคลในวงการบันเทิงอ่านด้วยเพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบอาชีพในแวดวงนี้โดยตรง ตามนโยบายการกำหนดเนื้อหาของทีวีพูลที่มุ่งนำเสนอเนื้อหาเพื่อให้ดาราได้อ่านเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบอาชีพในวงการบันเทิง

2. เนื้อหาประเภทโหวต ได้แก่คอลัมน์ทีวีพูลโหวต เป็นคอลัมน์ที่เปิดให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมให้คะแนนดารา ศิลปินที่ตนชื่นชอบเพื่อจัดอันดับความนิยม และผู้อ่านที่ร่วมให้คะแนนเข้ามาจะมีสิทธิลุ้นรับของขวัญจากดารา ซึ่งเนื้อหาส่วนนี้ร่วมกับสวนดุสิตโพลสำรวจความนิยมของประชาชนเกี่ยวกับความนิยมในประเด็นต่างๆในวงการโทรทัศน์ และข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและการร่วมโหวตจากผู้อ่านนั้นได้นำมาเป็นข้อมูลในการจัดรางวัล Top Awards ที่ถือว่าเป็นรางวัลความนิยมจากประชาชนโดยตรง ทำให้ทีวีพูลเป็นสื่อกลางเพื่อเป็นกระบอกเสียงให้กับประชาชน

เนื้อหาส่วนนี้ในทีวีพูลจึงกลายเป็นจุดเด่นของนิตยสารไป เนื่องจากการประชาสัมพันธ์นิตยสารในรูปแบบหนึ่งที่ตั้งผู้อ่านเข้ามาร่วมด้วยและกว้างขวางเพราะได้รับการสนับสนุนจากสื่อโทรทัศน์ในการจัดงานประกาศผลรางวัลจากประชาชน ซึ่งประชาชนก็พอใจที่ได้รับชมและร่วมลุ้นว่าดาราที่ตนชื่นชอบจะได้รับรางวัลเป็น “Popular Vote” จากการให้คะแนนของตนหรือไม่

3. เนื้อหาประเภทตอบปัญหาสุขภาพ ได้แก่ คอลัมน์คลินิกที่วิบูล โดยนพ.โกสิน และ คอลัมน์ศัลยกรรมกับความงาม โดยนพ.สุรสิทธิ์ ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่เป็นพื้นที่โฆษณา หรือที่เรียกว่า เอื้อเอ็ด นอกจากนี้ยังมีคอลัมน์ที่เป็นโฆษณาแฝงในเนื้อหาอื่นๆ ได้แก่ คอลัมน์ครัวคนดังกับ เบสท์ฟู้ด ,ร้านเด็ดกับโรซ่าเฟิร์ช , Energy Saving และ Diary กับย่ำย่า คอลัมน์ดังกล่าวถือเป็นจุดเด่นของเนื้อหาในทีวีพูลเนื่องจากการประสานงานระหว่างทีวีพูลและลูกค้าที่ต้องการซื้อ พื้นที่โฆษณา กับดารามาเป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้กับสินค้า นั้น และโฆษณาดังกล่าวจะปรากฏในทีวี พูลฉบับเดียว ไม่มีที่อื่น เพราะถ้ามีหลายฉบับอื่นต้องการเนื้อหารูปแบบนี้ต้องติดต่อกับลูกค้า และดารารอง

สินค้าที่นำเสนอในคอลัมน์เอื้อเอ็ดเหล่านี้ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร โดยมีดารา เป็นผู้แนะนำการประกอบอาหาร แนะนำร้านอาหาร-ตำราอาหาร ส่วนคอลัมน์ที่นำเสนอเนื้อหา ในแนวให้ความรู้ทางการแพทย์และศัลยกรรมโดยมีสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม สถาน เสริมความงาม ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด และโรงพยาบาลเป็นผู้สนับสนุน

ในยุคที่ 2 พบว่าเนื้อหาที่เป็นพื้นที่โฆษณาเกิดขึ้นในทีวีพูลและเพิ่มมากขึ้นตามสัดส่วน ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดของทีวีพูลที่จะขายโฆษณาในรูปแบบใหม่โดยที่ทาง ทีวีพูลเป็นตัวหลักในการติดต่อประสานงานให้กับลูกค้าที่สนใจจะซื้อพื้นที่โฆษณา

เนื้อหาภายในเล่มที่คงอยู่ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนปัจจุบัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 15: สรุปเนื้อหาที่คงอยู่ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนปัจจุบัน

เนื้อหา / ประเภท	คอลัมน์
ข้อมูลดาราศาสตร์	คลื่นลูกใหม่ (New wave)
ข่าวบันเทิง	เจาะข่าว (Update news), สถานีทีวีพูล (T.V.pool station), เดอะสก็๊ป (The scoop), สก็๊ปพิเศษ (Special scoop) และเจาะเกราะ (Insider news)
ซุบซิบ	ไฮไลท์ทีวีพูล (Hilight T.V.pool)
ตอบจดหมาย	ตอบจดหมาย (From letter)
สัมภาษณ์	เรื่องจากปก (Cover star), สัมภาษณ์พิเศษ (Special Interview)
วิจารณ์บันเทิง	ปลาเป็นว่ายทวนน้ำ , จับกระแส (Exclusive)
เบื้องหลัง	เจาะลึกหลังจอ (Behind the scene)
ข่าวดนตรี	ตะกอนข่าว (Variety music)
โปรแกรมรายการทีวี	โปรแกรมรายการทีวี
เรื่องย่อละครโทรทัศน์	
นิยายประจำฉบับ	
Coffee Break	
ปกิณฑกะ	ราศีทีวีพูล (Horoscope), หน้านี่มีรางวัล (Game), What's up (เดิมคือคอลัมน์ทีวีพูลบริหารธุรกิจ)
14. เนื้อหาอื่นๆ	คอลัมน์ตลาด&โฆษณา (Story board)

เนื้อหาหลักของทีวีพูลที่มีมาจนปัจจุบัน สรุปคือทีวีพูลเน้นการนำเสนอเกี่ยวกับข้อมูลดาราศาสตร์และข่าวคราวต่างๆในแวดวงโทรทัศน์ ในลักษณะที่เป็นการรายงานข่าวเจาะลึกถึงประเด็นต่างๆที่

อยู่ในกระแสมาโดยตลอด เป็นเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการอยากรู้ข่าวสารของดาราที่ตนชื่นชอบ โดยเฉพาะข่าวลือและข่าวซุบซิบของดาราจัดว่าเป็นข่าวที่สร้างความฮือฮาให้กับวงการบินเท็งได้ทุกยุคสมัย เป็นข่าวที่ผู้อ่านให้ความสนใจและติดตามมากกว่าข้อมูลดาราทั่วไป การเจาะลึกและสัมภาษณ์ดาราผู้มีข่าวซุบซิบทั้งหลายเพื่อให้ชี้แจงถึงข้อเท็จจริงเป็นสิ่งที่ผู้อ่านต้องการจะทราบและเป็นจุดขายที่สำคัญของทีวีพูลเนื่องจากเน้นข่าวจริง และเจาะลึก

บทวิจารณ์บันเทิง ซึ่งเป็นจุดเด่นของทีวีพูลในทุกยุคที่เน้นการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิงควบคู่ไปกับข่าวความเคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์ เป็นจุดที่ทำให้ทีวีพูลแตกต่างจากนิตยสารบันเทิงฉบับอื่น เป็นการฉีกแนวการนำเสนอข่าวบันเทิงในแง่มุมที่เพิ่มสาระ ความรู้ และการวิเคราะห์ในแง่มุมธุรกิจซึ่งถือว่ามี การเติบโตอย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ทีวีพูลยังเน้นการนำเสนอเนื้อหาประเภทให้ความบันเทิงทั่วไปจากเรื่องย่อละครโทรทัศน์ นิยายประจำฉบับ ดวงชะตาดาราซึ่งถือว่าเป็นเนื้อหาที่ขาดไม่ได้ในนิตยสารบันเทิง และเกมส์ ให้ความบันเทิงแก่ผู้อ่านเป็นหลัก

ตารางสรุปพัฒนาการด้านรูปแบบนิตยสารทีวีพูล

ตารางที่ 16: สรุปพัฒนาการด้านรูปแบบนิตยสารทีวีพูล

พ.ศ.	บรรณาธิการบริหาร	หัวหน้าบรรณาธิการ	ราคา	ขนาด	ลักษณะทั่วไป	โฆษณา
ยุคที่ 1 2533- 2535	เกรียงศักดิ์ สกุลชัย	นรชา พิพัฒน์กิตติ	15 บาท	8.25x11 .5 นิ้ว	ภาพปกหน้า – ดารา / บุคคลที่มีชื่อเสียงในวง การโทรทัศน์ ตาม กระแสความนิยม ปกหน้าด้านใน , ปก หลังปละปกหลังด้าน	16% ประเภท – รถ จักรยานยนต์, ผลิตภัณฑ์เพื่อ ความงาม, เทพ

พ.ศ.	บรรณาธิการ บริหาร	หัวหน้า บรรณาธิการ	ราคา	ขนาด	ลักษณะทั่วไป	โฆษณา
					<p>ใน -โฆษณา</p> <p>ความหนา - 120 หน้า</p> <p>หัวหนังสือ - สีเหลือง</p> <p>โปรยปก - ทัวปก</p> <p>เย็บเล่ม - มุงหลังคา</p> <p>กระดาษ - อาร์ตแข็ง , ปอนด์ , พรีพ</p> <p>การพิมพ์ - สีสี 20%</p> <p>ขาวดำ 80%</p>	<p>เพลง, ไคเร็ค</p> <p>เซลส์, ร้าน</p> <p>อาหาร, เครื่อง</p> <p>อุปโภคทั่วไป,</p> <p>เครื่องแต่งกาย</p>
ยุคที่ 1 2535- 2537	เกรียงศักดิ์ สกุลชัย	นรธา พิพัฒน์กิตติ	20 บาท	8.25x11 .5 นิ้ว	<p>การนำเสนอภาพปก</p> <p>เหมือนกับในช่วงแรก</p> <p>ความหนา - 140-148 หน้า</p> <p>หัวหนังสือ - สีเหลือง</p> <p>โปรยปก - ทัวปก</p> <p>เย็บเล่ม - ไส้กาว</p> <p>กระดาษ - อาร์ตแข็ง , อาร์ตและพรีพ</p> <p>การพิมพ์ - สีสี 20% ขาวดำ 80%</p>	<p>โฆษณาเพิ่มขึ้น</p> <p>จากช่วงแรกคิด</p> <p>เป็นสัดส่วน</p> <p>23% ประเภท</p> <p>ของโฆษณา</p> <p>เหมือนในช่วงที่</p> <p>ผ่านมา</p>
ยุคที่ 2 2538- 2544	เกรียงศักดิ์ สกุลชัย	ธนสิทธิ์ สาย แสงจันทร์	25 บาท	8.25x11 .5 นิ้ว	<p>ภาพปก - ดารา (</p> <p>ตามกระแสละครโทรทัศน์)</p> <p>ปกหน้าด้านใน, ปก</p> <p>หลังและปกหลังด้าน</p> <p>ใน - โฆษณา</p>	<p>โฆษณา 23%</p> <p>โฆษณาแฝง</p> <p>นำเสนอใน</p> <p>ลักษณะ</p> <p>คอลัมน์โดยมี</p> <p>ดาราคือเป็นฟรี</p>

พ.ศ.	บรรณารักษะ บริหาร	หัวหน้า บรรณารักษะ	ราคา	ขนาด	ลักษณะทั่วไป	โฆษณา
					- 120-128 - 100-120 หัวหนังสือ -freehand โปรยปก 2538-2541 ด้านใด ด้านหนึ่ง 2542-2544 ทั้งสอง ด้าน เย็บเล่ม - ใส่กา กระดาษ 2538-2542 อาร์ต แข็ง ,อาร์ต ,พรีฟ 2543-2544 อาร์ต แข็ง,อาร์ต,ปอนด์มัน, พรีฟ การพิมพ์ 2538-2542 สีสี25% ขาวดำ 75% 2543-2544 สีสี 100%	เซ็นเตอร์ 3%

จากตารางสรุปพัฒนาการรูปแบบนิตยสารที่วิบูล ยุคที่ 1 (พ.ศ.2533-2537) พบว่า แบ่งพัฒนาการเป็น 2 ช่วงคือช่วงแรก 2533-2535 พบว่านิตยสารที่วิบูลบริหารงานโดยเกรียงศักดิ์ สกุลชัย และนรธา พิพัฒนภิตติ เป็นหัวหน้าบรรณารักษะ จำหน่ายราคา 15 บาท ขนาด 8.25x11.5 นิ้ว การนำเสนอภาพปกใช้ดารารหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการโทรทัศน์ นำเสนอตามความนิยมในแต่ละช่วง ส่วนปกหน้าด้านใน ปกหลังและปกหลังด้านในนะเสนอภาพโฆษณา กำหนดความหนา 120 หน้า หัวหนังสือเป็นรูปแบบสี่เหลี่ยม โปรยขาวทั่วปกและเย็บเล่มแบบมุงหลังคา

การใช้กระดาษในช่วงแรก แบ่งได้เป็น 3 ประเภทได้แก่ อาร์ทแข็ง 4% ในส่วนของปก กระดาษปอนด์ 18% ในส่วนภาพประกอบและโฆษณา และกระดาษฟลูฟ 78% ในส่วนของเนื้อหา การพิมพ์สี 20% และขาวดำ 80%

ยุคที่ 1 ช่วงหลัง พ.ศ. 2535-2537 ปรับราคาเพิ่มจาก 15 บาทเป็น 20 บาท ขนาดเท่าเดิม การนำเสนอภาพปกเหมือนกับในช่วงแรก ความหนาเพิ่มขึ้นประมาณ 140-148 หน้า หัวหนังสือและโปรยขาวคงรูปแบบเดิม มีการปรับเปลี่ยนการเย็บเล่มจากมุงหลังคามมาเป็นแบบไสกาว กระดาษที่ใช้มี 3 ประเภทคืออาร์ทแข็ง ในส่วนปก จากกระดาษปอนด์ในส่วนของภาพประกอบและโฆษณาเปลี่ยนมาใช้กระดาษอาร์ทแทน และเนื้อหายังคงใช้กระดาษฟลูฟ การพิมพ์เหมือนในช่วงแรก

โฆษณา ในยุคที่ 1 พบว่าพื้นที่โฆษณาคิดเป็นสัดส่วน 16% ของเนื้อหาทั้งหมด มีหลากหลายประเภท ได้แก่ รถจักรยานยนต์, ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม, เทปเพลง, ไตเร็กซ์เซลส์, ร้านอาหาร, เครื่องอุปโภคและเครื่องแต่งกาย

พัฒนาการด้านรูปแบบในยุคที่ 2 (พ.ศ. 2538-2544) โดยเกรียงศักดิ์ สุกุลชัยเป็นบรรณาธิการบริหาร และธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์เป็นหัวหน้าบรรณาธิการ พบว่ามีการปรับราคาจาก 20 บาทเป็น 25 บาทในช่วงปลายปี 2537 ขนาดคงเดิมจนถึงปัจจุบันคือ 8.25x11.5 นิ้ว การนำเสนอภาพปกเปลี่ยนจากเดิมที่ใช้ดารารหรือบุคคลในวงการโทรทัศน์ตามกระแสความแรงมาเป็นใช้ดาราทตามกระแสความดังของละครโทรทัศน์ และเพิ่มภาพแฟชั่นจากปก ส่วนการนำเสนอปกหน้าด้านใน, ปกหลัง และปกหลังด้านในเป็นพื้นที่โฆษณา

ความหนาในช่วงพ.ศ. 2538-2541 ประมาณ 120-128 หน้า หลังจาก พ.ศ. 2541 จนปัจจุบันความหนาอยู่ระหว่าง 100-120 หน้า มีการเปลี่ยนรูปแบบหัวหนังสือจากรูปแบบสี่เหลี่ยมมาเป็นตัวหนังสือ freehand การโปรยขาวช่วงพ.ศ. 2538-2541 มีลักษณะโปรยด้านใดด้านหนึ่งเพียงด้านเดียว หลังจากนั้นผู้จัดทำเล็งเห็นว่าการโปรยในลักษณะนี้เป็นรูปแบบที่ออกจั้งปรับการโปรยขาวให้อยู่ทั้งสองด้าน และใช้ตัวหนังสือต่างกันไปโดยได้รับอิทธิพลมาจากนิตยสารต่างประเทศ การเย็บเล่มแบบไสกาว

ยุคที่ 2 แบ่งการใช้กระดาษเป็น 2 ช่วงได้แก่ ปีพ.ศ. 2538- 2542 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 2% , กระดาษอาร์ต 22% กระดาษฟรุ๊ฟ 76% พิมพ์สี 25% และขาวดำ 75%

ช่วงหลัง พ.ศ. 2543-2544 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 3% , อาร์ต 31% , ปอนด์มัน 51% และกระดาษฟรุ๊ฟ 15% พิมพ์สี 100%

โฆษณา ยุคที่ 2 พบว่าเพิ่มขึ้นเป็น 23% ของเนื้อหาทั้งหมด และเพิ่มพื้นที่โฆษณาแฝงในรูปแบบคอลัมน์โดยมีดาราเป็นพรีเซ็นเตอร์คิดเป็นสัดส่วน 3% ซึ่งเป็นสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการประกอบอาหาร ความงาม สถานเสริมความงาม ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิดและโรงพยาบาล

รูปแบบการทำงานนิตยสารทีวีพูล

การทำงานของนิตยสารทีวีพูลจะแบ่งเป็นฝ่ายได้แก่ ฝ่ายกองบรรณาธิการ การตลาด ฝ่ายศิลป์ โรงพิมพ์ ฝ่ายผลิตเป็นลักษณะครบวงจร และแยกทีมงานกันชัดเจนจากนิตยสาร Boss และคุณหญิง แต่อยู่ในพื้นที่เดียวกัน ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวถึงระบบการทำงานว่า

“ทีวีพูล Boss คุณหญิง จับ 3 กลุ่มไปเลย Boss ก็เกี่ยวกับธุรกิจ คุณหญิงก็แนวเดียวกับพวกขวัญเรือน กุลสตรีอะไรพวกนี้ สำหรับการทำงานนิตยสารทีวีพูลที่ออกเป็นรายสัปดาห์ มีนักร้อง 5 คน รับผิดชอบคนละหลายคอลัมน์ บางคอลัมน์เป็นคอลัมน์ข่าวแห้งๆไม่ใช่ข่าวที่ต้องตามกระแส เราก็สามารถเตรียมล่วงหน้าไว้ได้ ตัวอย่างคอลัมน์ “Behind the scene “ ไปเจาะลึกหลังจอ ทำเบื้องหลังรายการ ดูแนวคิด Producer เกี่ยวกับการทำรายการซึ่งพวกนี้เป็นคอลัมน์แห้งล่วงหน้าได้ จะไม่เหมือนกับพวกสัมภาษณ์เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจ หรือสื่อบันเทิงที่อยู่ในความสนใจ “

“ รูปแบบการทำงานก็จะมีนักร้อง senior ซึ่งจะได้งานในคอลัมน์พวกสื่อบันเทิง , สัมภาษณ์พิเศษซึ่งยากหน่อยและจะมีนักร้องเข้าไปตามกองถ่ายไปเก็บรายละเอียด แล้วมานั่งประชุมกันอีกทีว่าที่ไปเก็บรายละเอียดมา อันไหนพอจะเป็นข่าวใหญ่ได้บ้าง

ต้องมีการประชุมข่าว ประชุมกองทุกครั้ง ทุกอาทิตย์ ต้องมานั่งประชุมกันว่าเอาอะไรเป็นประเด็นข่าวสำคัญในเล่ม บางครั้งนักร้องส่วนใหญ่จะไม่ค่อยอยู่ติดที่ จะใช้วิธีโทรถาม

กัน หรือเจอหน้าก็ถามว่ามีประเด็นอะไรน่าสนใจ บอกมาแล้วจะมานั่งพิจารณาอันไหนน่าสนใจ น่าจะเอามาเป็น “โปรยปก” โดยมีหัวหน้าบรรณาธิการเป็นคนตัดสินใจ “ (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

เกรียงศักดิ์ สกุลชัย อดีตบรรณาธิการนิตยสารทีวีพูลกล่าวถึงรูปแบบการทำงานว่า

“ การทำงานมีการวางโครงสร้าง ต้องสร้างเป็นทีม ทีวีพูลไม่ใช่เป็นพี้อยคนเดียว นี่คือรูปแบบของการทำงานสมัยใหม่ one man show ไม่ได้ แต่เราจะเป็นผู้กำหนดนโยบาย ทีวีพูลที่คิดทุกคอลัมน์ แต่ว่าคิดแล้วคุณทำ คุณทำไม่ถึง ผมทำให้คุณดูแล้วคุณทำ ผมต้องการแบบนี้ เพราะว่าภูมิปัญญาของคนไม่ได้แตกต่างกัน จบนิเทศ จบวารสารเหมือนกัน “

(สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

ปัจจัยที่ทำให้ นิตยสารทีวีพูลประสบความสำเร็จ

1. การนำเสนอข้อเท็จจริงในเนื้อหา

นโยบายหลักของทีวีพูลคือเน้นการนำเสนอเนื้อหาเจาะลึกและเป็นข้อเท็จจริง เป็นการนำเสนอข่าวของดาราและประเด็นต่างๆในวงการโทรทัศน์ในเชิงลึก มีการไปสัมภาษณ์เจาะลึกแหล่งข่าวต่างๆเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกและหลากหลายจากแหล่งข่าวต่างๆ การยึดมั่นในการนำเสนอข้อเท็จจริงของเนื้อหาเป็นการต่อสู้กับคำกล่าวที่ว่า “นั่งเทียนเขียนข่าว” เพราะจากคำสัมภาษณ์ของ ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวว่าในปัจจุบันผู้อ่านมีการศึกษาและต้องการรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นข้อเท็จจริง มีแหล่งข่าวที่มีอยู่จริง ไม่ใช่เขียนขึ้นมาเอง ดังนั้นการตอบสนองความต้องการของผู้อ่านเป็นนโยบายหลักและปฏิบัติเป็นจุดยืนมาจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามการนำเสนอข้อเท็จจริงดังกล่าวมีขอบเขตในการนำเสนอที่เหมาะสม คือต้องไม่สร้างความเดือดร้อนแก่การดำเนินชีวิตและครอบครัวของดารา ไม่มีการกลั่นแกล้งหรือเอาอารมณ์ส่วนตัวเข้ามาเกี่ยวข้อง

“ ข้อเท็จจริงในเนื้อหาของเรา ซึ่งเรานั้นตรงนี้มาก เรื่องที่เขียนต้องเป็นเรื่องจริง พูดเรื่องจริง เรื่องไหนที่คนอยากรู้เราก็มาขยับขยายให้รู้ บางครั้งมันเป็น 3 บรรทัดในไทยรัฐ คนอ่านอ่านแล้วคาใจมาก เราก็ต้องบุกขึ้นไปสัมภาษณ์ คนตกเป็นข่าว ถึงแม้ว่าเขาจะโกหกกลับมาหรือพูดความจริงกลับมาที่เอามาลง คนอ่านจะได้หายข้องใจ เราทำให้คนอ่านหายข้องใจจาก 3-4 บรรทัดของฉบับอื่น ตามประเด็นของหนังสือพิมพ์อื่นๆซึ่งคนอ่านอ่านแล้วไม่รู้จะพึ่งใครได้อีก ตัวอย่างเช่น คอลัมน์ในไทยรัฐที่คุณยิ่งยงเขียน คนอ่าน อ่านจากหนังสือเราได้เขาก็จะหายสงสัย บางครั้งอาจจะสงสัยหนักกว่าคาราโกหกหรือเปล่า“ (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

เกรียงศักดิ์ สกุลชัย กล่าวถึงปัจจัยด้านข้อเท็จจริงซึ่งเป็นนโยบายหลักของการทำงานว่า

“ คนรุ่นใหม่เขาจะบริโภคในสิ่งใหม่ๆ เขาไม่เชื่อในสิ่งที่เราเขียนทุกเรื่อง ถ้าไม่จริงแล้วอยู่ไม่ได้เป็นนโยบายหลักเลย ที่ค่อนข้างจะยืนอยู่ข้างประชาชนมาก สนใจว่าประชาชนบริโภคแล้วจะต้องมีศรัทธา มีความเชื่อมั่นในทีมงาน เชื่อมั่นในตัวบก. เพราะทุกคนไม่ได้เกิดมาเป็นบก. ได้นะ เขียนหนังสือได้แต่เป็นบก. ไม่ได้“

“ บก.ต้องรู้ทั้งศาสตร์ทั้งศิลป์ รู้ว่าควรจะต้องทำอะไร สามารถบอกนักข่าวได้ว่าข่าวอย่างนี้เขียนไปแล้วจะไปมีผลกระทบต่อเขา เช่นผัวเมียคารา เราไปเจอผัวเค้าไปกับผู้หญิงคนหนึ่งเป็นนางเอกที่เล่นละครด้วยกัน พระเอกก็มีเมียมีลูกแล้ว เราเห็นก็ส่งข่าวมา เราก็ไม่ลง ความเป็นจริงก็ใช่ แต่ถ้าลงแล้วครอบครัวเขาอาจจะเลิกกันได้ แล้วลูกเขามันก็จะเป็นปมด้อย อย่างนี้เราไม่ลง ข่าวอย่างนี้ไม่ลงถึงแม้จะเป็นข่าวจริง ก็คือเรายอมจะตกข่าวเพราะว่าถ้าเราลงไปแล้วมันจะมีผลกระทบต่อครอบครัว เพราะคาราเป็นเวดวงของคนหน้าตาดีในวงการบันเทิง ดังนั้นการที่ต้องเปลี่ยนคู่มันก็จะเปลี่ยนกันบ่อยมาก เราก็เลยมีความรู้สึกว่สิ่งเหล่านี้มันควรจะเป็นนโยบายของบริษัท อย่าไปทำลายครอบครัวเขาเลยถ้าอย่างนั้นมันจะโตไม่ได้ มันจะมีจุดของตัวเองอยู่ตลอดเวลาว่าหนังสือแต่ละเล่ม ทิศทางจะขึ้นอยู่กับตัวบก.“ (สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

2. การปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

ปัจจัยที่สำคัญของการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์คือการปรับตัวตามกระแสอยู่ตลอดเวลา ซึ่งทีวีพูลยึดหลักตรงจุดนี้เพื่อหาสิ่งที่สอดคล้องกับรสนิยมของผู้อ่านที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การปรับเปลี่ยนของทีวีพูลสะท้อนออกมาทางรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาซึ่งมีการปรับปรุง

เพิ่ม-ลดอย่างสม่ำเสมอ ไม่มีกำหนดแน่นอน และไม่มีการเกณฑ์ตายตัว ขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมในสังคมเป็นหลัก

“ไม่ว่าจะเป็นปก อาร์ทเวิร์ค สไตล์การเขียนคอลัมน์ บางคนมองว่าเปลี่ยนบ่อยๆมันไม่ดีนะ คนอ่านไม่ชอบ มันดูกระจัดกระจาย จับต้องไม่ได้ แต่จริงๆแล้วไม่ใช่ เปลี่ยนบ่อยๆดีมาก คนไม่ชอบความซ้ำซากจำเจ ดูจากกระแสละคร เช่นช่วงนี้ Comedy มา อีกซั๊กพักก็เป็นละครบู๊ ต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เรื่อยๆในทางที่ดีขึ้น นิตยสารบันเทิงกับละครต่างก็กำหนดบทบาทซึ่งกันและกัน เช่น ถ้าวางการภาพยนตร์โตขึ้น หนังสือของเราก็ต้องปรับแนวไปเล่นข่าวทางภาพยนตร์มากขึ้นกว่าทีวี เช่นเดียวกันเราก็สามารถกำหนดทิศทางได้ บอกเค้าได้ว่าละครดราม่า เส่ร้า สะเทือนใจ มันไม่ไหวแล้ว คนดูแล้วน้ำตาท่วมจอแล้ว เปลี่ยนบ้างถึงเวลาเปลี่ยน บางครั้งเราก็แนะนำได้ว่าดาราที่คุณอยากปั้น เล่นไม่ไหวเลยนะ แข็งเป็นท่อนไม้ ถ้าปรับเปลี่ยนน้อยก็อาจจะดีต่างฝ่ายต่างก็เอื้อกัน” (ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ , สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

“ ถ้าถามว่าทีวีพูลสำเร็จเพราะอะไร ก็เพราะว่าตลอดระยะเวลาตั้งแต่เกิดจนถึงวันนี้ที่ไม่เคยหยุดการเปลี่ยนแปลง การปรับปรุง ไม่เคยหยุด ต้องถามตัวเองตอบตัวเองโดยตลอด วันๆที่จะต้องอ่านหนังสือเกือบทุกประเภทเลย หนังสือฝรั่งอะไรต่างๆออกมา มาวางคอนเซ็ป หนังสือบันเทิงฝรั่งมันเป็นยังไง มาเทียบกันอยู่ตลอดเวลา ถ้าอย่างนั้นคุณตามเค้าไม่ทันหรือกว่าโลกมันไปถึงไหนแล้ว” (เกรียงศักดิ์ สกฤษชัย , สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

3. การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อ่านและสื่ออื่นๆ

กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ของนิตยสารทีวีพูลที่ต้องการสร้างภาพลักษณ์เพื่อการเป็นผู้นำของนิตยสารบันเทิงที่ทันสมัยและก้าวทันกระแสเทคโนโลยีการสื่อสารปัจจุบัน คือการสร้างเว็บไซต์ ได้แก่ www.tvpoolmagazine.com เพื่อนำเสนอประเด็นต่างๆภายในเล่มเป็นการกระตุ้นและประชาสัมพันธ์ด้านเนื้อหาให้ผู้อ่านอยากไปติดตามต่อภายในเล่ม เกรียงศักดิ์ สกฤษชัย กล่าวถึงจุดประสงค์การจัดทำเว็บไซต์ว่า

“ ทำขึ้นมาเพื่อเสริม เพื่อให้ไม่ตกยุคสมัย เนื้อหาในเว็บไซต์ก็อยู่ในทีวีพูลอยู่ในคอลัมน์ นำเสนอเฉพาะไฮไลท์ รายละเอียดต่างๆให้ไปอ่านในหนังสือ ก็เราอยากให้เกิดความอยากไปอ่านในหนังสือ จะมีหัวข้อข่าวว่าเป็นยังไงแล้วค่อยไปอ่านรายละเอียด ” (สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

เนื้อหาภายในเล่มของทีวีพูลเน้นข้อมูลข่าวสารในวงการโทรทัศน์ จึงมีการพึ่งพาทันระหว่างสื่อโทรทัศน์และทีวีพูล ดังเช่นรายการโทรทัศน์หลายรายการได้ข้อมูลจากรายการทีวีพูล ตัวอย่างเช่นรายการสมาคมชมดาว โดยทีวีพูลให้การสนับสนุนเอื้อเพื่อข้อมูลที่มืออยู่ และมีการค้นคว้าเพิ่มเติมให้กับทางรายการด้วย ในกรณีที่ข้อมูลที่มืออยู่ไม่เพียงพอ นอกจากนี้ยังเอื้อกันระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ได้แก่หนังสือพิมพ์รายวัน เช่นไทยรัฐเอื้อเพื่อภาพประกอบในคอลัมน์มาลัยไทยรัฐและภาพประกอบเนื้อหาส่วน “ชะ”

การพึ่งพาทันของทีวีพูลและสื่ออื่นๆ ถือได้ว่าเป็นข้อได้เปรียบและเป็นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกทางหนึ่ง que เข้าถึงผู้อ่านมากที่สุด เนื่องจากทั้งสื่อโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์รายวันเป็นสื่อที่ผู้อ่านเปิดรับมากในแต่ละวัน อีกทั้งสื่อทั้งสองประเภทยังเอื้อต่อทีวีพูลในแง่ของการหาแหล่งข่าว โดยเฉพาะกับดารา นักแสดงซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการนำเสนอเนื้อหา ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการทำธุรกิจของทีวีพูลที่มีปัจจัยภายนอกสนับสนุนซึ่งได้แก่สื่อประเภทต่างๆและดารา นักแสดงแล้ว มีผลต่อประสิทธิภาพในการเจาะลึกข้อมูลข่าวสารและการตลาดของทีวีพูลโดยตรง

การสร้างความสัมพันธ์กับผู้อ่านเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งของทีวีพูล ได้แก่การเปิดคอลัมน์ “โหวต” เป็นการเปิดให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมในการลงคะแนนให้แก่ดารา นักร้อง รายการทีวีที่ชื่นชอบ สืบเนื่องไปถึงการจัดรางวัล Top Awards ที่เป็นการแจกรางวัลจากคะแนนนิยมของผู้อ่านโดยตรง เป็นวิธีการที่ดึงให้ผู้อ่านร่วมลงคะแนนและติดตามผลจากนิตยสารทีวีพูลทุกสัปดาห์ไปจนถึงผลรางวัลสูงสุดในแต่ละสาขา สร้างความสำคัญให้แก่การลงคะแนนของผู้อ่าน

นอกจากนั้นการจัดงานครบรอบปีของทีวีพูลในแต่ละปีนั้น ถือเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างดารา นักร้อง บุคคลต่างๆในวงการบันเทิง ตลอดจนบุคคลหรือหน่วยงานทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องในวงการโทรทัศน์ สื่อมวลชน ตลอดจนลูกค้าผู้สนับสนุนด้านโฆษณาแก่นิตยสารทีวีพูล เพื่อประโยชน์ในการเผยแพร่ข่าวสารและประชาสัมพันธ์ รวมทั้งเอื้อประโยชน์ต่อการทำงานที่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับทั้งดารา นักร้อง ตลอดจนองค์กรต่างๆในแวดวงธุรกิจบันเทิง

ในส่วน of แนวโน้มในการเปลี่ยนแปลงในอนาคต เกรียงศักดิ์ สกุลชัย กล่าวว่

“ทีวีพูลคงจะดำรงในความเป็นผู้นำข่าวบันเทิงอย่างนี้ไปตลอด พัฒนาการไปกับยุคสมัย ถ้าถามว่าปรับปรุงอะไรใหม่ ทีวีพูลปรุ่งตลอด ปรับปรุงตลอดเหมือนกับมายาชาแนลนี้แต่ละฉบับ

จะไม่เหมือนกัน จะเปลี่ยนไปเรื่อยๆ เปลี่ยน lay out รูปแบบ หัวคอลัมน์ ไปเรื่อยๆ “ (สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

ชนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตว่า

“ ต้องดูแนวโน้มวงการบันเทิงเป็นหลัก แต่ที่จะพลิกแนวๆคือวงการภาพยนตร์ ต่อไปเราอาจจะเน้นวงการภาพยนตร์เพิ่มขึ้นมากกว่าทีวีก็ได้ เพราะทีวีชักจะเริ่มเฉื่อยไม่โต ในขณะที่อุตสาหกรรมภาพยนตร์มันเริ่มโตขึ้นอีกแล้ว ” (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

4. การศึกษาคู่แข่ง

ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารทีวีพูลประสบความสำเร็จ คือการศึกษาสภาพแวดล้อมทางตลาด และศึกษาผู้เท่าทันสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ รวมไปถึงการศึกษาคู่แข่งทางการตลาด คุณชนสิทธิ์ สายแสงจันทร์ กล่าวถึงการศึกษาคู่แข่ง ดังนี้

“ ต้องศึกษาคู่แข่ง อย่างยุคแรกๆมีอยู่เล่ม-สองเล่ม เช่นอินไซด์ทีวี ทีวีนิวส์ ตอนนีตลาดมันโตขึ้นแล้วใครๆก็อยากทำหนังสือบันเทิงเพราะมันทำง่าย ต้องศึกษาว่าจะมีเล่มใหม่ๆเกิดมาอีกแล้วนะ ต้องรู้เดี๋ยวจะมีคนมาบอก ส่งข่าวให้เอง พอรู้ว่าจะมีเล่มใหม่ๆก็ต้องหาทางปรุจโหมหนังสือเราทีหนึ่ง อาจจะเปลี่ยนซั๊กคอลัมน์ สองคอลัมน์ ปรับอาร์ทเวิร์คใหม่นิดๆหน่อยๆ ก็คือเราต้องรู้เท่าทันคู่แข่ง ไม่ได้กลัวแต่ต้องรู้ว่าเขามีอะไร แต่ถ้าเกิดเราฟอกแล้วเขาไปแล้วนี้ ทำอะไรก็ต้องระแวงระวังเกร็งไปหมด ทำให้การทำงานออกมาไม่ดี “

“ คู่แข่งทางการตลาดของเราคือข่าวบันเทิงรายวันในหนังสือพิมพ์ ก็คู่แข่งของเราจริงๆคือเช่นอย่างรู้มาเท่าๆกันพร้อมๆกัน กว่าเราจะลงวันพฤหัสบดีแต่เขาลงได้เลย ในแวดวงของนิตยสารบางครั้งเราต้องทำใจว่าเราไม่สามารถหาข้อมูลได้มากกว่านี้อีกแล้ว ก็ต้องมีการพัฒนาด้านคอลัมน์เล่นกับข่าว เปลี่ยนแนวมาเล่นไลฟ์สไตล์ เปลี่ยนแนวทางการเขียน บางครั้งคนอ่านก็อยากอ่านอะไรสบายๆของดารา ไม่ใช่เป็นข่าวซิงรักหักสวาทเพียงอย่างเดียว อยากรู้บ้างว่า ไลฟ์สไตล์ ของดาราเป็นอย่างไร “ (สัมภาษณ์ , 18 เมษายน 2545)

นิตยสารในเครือ

เกรียงศักดิ์ สุกฤษชัย กล่าวถึงแรงจูงใจและจุดประสงค์ในการจัดทำนิตยสารในเครือได้แก่ Boss และคุณหญิง ว่า

“ที่เป็นคนคิดเอง คือคิดว่าเวลาขาย target เช่นขายทีวีพูล หนังสือเราถ้าเป็นสินค้าผู้ชาย ก็คงไม่ได้หรอก เช่นรถยนต์ หนังสือบันเทิงมันไม่ค่อยเข้ากัน เราก็เปิด Boss มาเลย พวกน้ำปลา ผ่าอ้อมก็เปิดคุณหญิงเลย ให้ครบ section เลย เป็นแพ็คเกจเลย ขายเป็นแพ็คเกจ เช่นคุณเดินเข้าไป คุณขายอะไร น้ำปลาลงคุณหญิง ขายรถตัด เสื้อเชิ้ต ลง Boss ก็ได้ ขายผงซักฟอกลงทีวีพูล คุณหญิงก็ได้ ก็คือถ้าเดินไป 3 เล่มนี้คุณปฏิเสธไม่ได้เลย ไม่มีไม่ตรงเป้า ไม่ได้เลยมันต้องตรงแนวๆ แค่นี้ไม่มีจุดอื่นเลย จุดเพื่อออกให้มันครบ 3 sections เท่านั้นเอง สินค้าวัยรุ่นก็ลงทีวีพูล แม่บ้านก็ลงทีวีพูลได้ ของคุณหญิงนี้ก็ลงในเรื่องของกะปิ น้ำปลา แพ้ชั้น เสื้อผ้า ร้านอาหาร คุณลงได้หมดเลย เพราะฉะนั้นมันก็ cover ตอนนี้น้ำมันโตหมดเลย โฆษณาเต็ม อยู่ได้ทำกำไรได้ทั้ง 3 ตัว” (สัมภาษณ์ , 13 มิถุนายน 2545)

1. นิตยสาร Boss

นิตยสาร Boss เกิดขึ้นเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2535 ในเครือของบริษัทโน้ต พับบลิชซิ่ง จำกัด เป็นนิตยสารธุรกิจรายเดือน สำหรับนักธุรกิจทั้งชายและหญิง ขนาด 8.5x11.5 นิ้ว จำหน่ายราคา 70 บาท กลุ่มเป้าหมายคือนักธุรกิจและนักการเมือง คิดเป็นสัดส่วน ชาย : หญิง 80 : 20

ความเป็นมาของนิตยสาร Boss (รายงานนิตยสาร Boss , บริษัทโน้ต พับบลิชซิ่ง จำกัด)

Boss เป็นนิตยสารธุรกิจโฉมใหม่ที่จุดประกายความสนใจของนักธุรกิจทั้งหลายด้วยภาพปกนางแบบเซ็กซี่สตาร์ที่มีชื่อเสียงของเมืองไทย และเนื้อหาภายในที่อัดแน่นไปด้วยข่าวสาร บทสัมภาษณ์ สกู๊ปธุรกิจ การตลาด โฆษณา รถยนต์ และสิ่งละอันพันละน้อยที่อยู่ในความสนใจของนักธุรกิจได้แก่ การท่องเที่ยว กีฬา ภาพยนตร์ ดนตรี เซ็กซี่ ฯลฯ

ต่อมาเมื่อ Boss เริ่มเป็นที่รู้จักของผู้อ่าน ได้ทำการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาให้เข้าถึงผู้อ่านมากขึ้น พร้อมด้วยการเปลี่ยนภาพปกจากสาวเซ็กซี่เป็นคาราชายและนักธุรกิจชื่อดังที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับในความสามารถ โดยที่ในส่วนของเนื้อหาที่เน้นหนักการเจาะลึกข้อมูลทางด้านธุรกิจและการตลาดมากขึ้น ทั้งบทสัมภาษณ์และความเคลื่อนไหวในแวดวงธุรกิจ

เมื่อก้าวเข้าสู่ปีที่ 3 ความเข้มข้นของนิตยสาร Boss ก็เริ่มเพิ่มน้ำหนักของการเป็นนิตยสารธุรกิจชั้นนำ เห็นได้ชัดเจนว่าข้อมูลที่ตีพิมพ์ในนิตยสารทุกหน้าสามารถนำไปเป็นข้อมูลอ้างอิงในเชิงธุรกิจได้เป็นอย่างดี หลังจากการปรับเนื้อหาให้เข้มข้นขึ้นกว่าเดิม Boss ก็ได้มีการปรับแต่งหน้าปกใหม่กลายเป็นการนำเสนอในรูปแบบของภาพกราฟฟิก สื่อความหมายของประเด็นธุรกิจที่อยู่ในความสนใจในขณะนั้น พร้อมกับเพิ่มศักยภาพในการเจาะลึกถึงข้อมูลที่จะนำเสนอให้ได้มากที่สุด อาทิเช่น “เจาะลึกเบื้องหลังสงครามชิงหวยออนไลน์” ซึ่งเป็นธุรกิจนอกระบบที่ทำให้ธุรกิจในระบบปั่นป่วนไม่น้อย ข้อมูลธุรกิจทั้ง “ลึก” และ “ลับ” นี้เองที่ส่งให้ Boss กลายเป็นนิตยสารที่มียอดผู้ที่สมัครสมาชิกสูงที่สุด

ต่อมาเมื่อมีสมาชิกเพิ่มมากขึ้น มีการแสดงความคิดเห็นจากผู้อ่านเข้ามามากขึ้น Boss จึงมีการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่เพื่อเอาใจผู้อ่านด้วยเนื้อหาที่เข้าถึงความสนใจของบุคคลทั่วไป แต่ยังคงบุคลิกความเป็นนิตยสารสำหรับนักธุรกิจไว้เช่นเดิม

2. นิตยสารคุณหญิง

นิตยสาร “คุณหญิง” เกิดขึ้นเมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม 2538 ด้วยการเปิดตัวพร้อมกับถ่ายทอดสดงานนิเวศน์อวอร์ด ทางสถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 ซึ่งนับได้ว่าเป็นนิตยสารฉบับเดียวในประเทศไทยที่การเปิดตัวได้ถ่ายทอดสดทางสถานีโทรทัศน์ที่ครอบคลุมกลุ่มผู้ชมได้มากที่สุดของประเทศ ด้วยคอลัมน์ที่เข้มข้น เน้นคุณธรรม จริยธรรม และคอลัมน์การช่างที่ไม่เหมือนใคร จึงทำให้นิตยสารคุณหญิงติดตลาดอย่างรวดเร็ว

นิตยสาร “คุณหญิง” เป็นนิตยสารในเครือบริษัท โน้ต พัชวลิชซึ่ง จำกัด บริหารงานโดยคพรทิกา สกุลชัย แรกเริ่มก่อนที่นิตยสาร “คุณหญิง” จะออกมาเพราะตลาดของหนังสือบ้านเรายังขาดนิตยสารสำหรับคุณผู้หญิงและครอบครัวในราคาย่อมเยา นิตยสารคุณหญิงวางแผงครั้งแรกโดยจำหน่ายในราคาเล่มละ 35 บาทด้วยหน้าปกของ มะปราง – ภาวดี วิเชียรรัตน์ นางสาวไทยปี 2538 กับอดีตนางสาวไทยคนอื่นๆ

จากฉบับปฐมฤกษ์มาจนถึงคุณหญิง ฉบับที่ 20 “คุณหญิง” ได้มีการเปลี่ยนแปลงราคาจาก 35 บาทเป็น 40 บาทเนื่องจากภาวะราคกระดาษที่เพิ่มขึ้น แต่คุณภาพและเนื้อหาสาระของคุณหญิงก็ยังแน่นและเพิ่มมากขึ้น ในฉบับที่ 51 คุณหญิงได้ปรับปรุงให้มีขนาดรูปเล่มที่ใหญ่กว่าเดิม

ในราคา 40 บาท ตลอดจนถึงการปรับเปลี่ยนการจัดหน้าให้น่าอ่านมากขึ้น ภาพสีที่คมชัด นักเขียนที่มีชื่อเสียง และพร้อมนำเสนอสิ่งดีๆที่มีประโยชน์ให้แก่ผู้อ่าน

นิตยสารในเครือของทีวีพูลทั้งสองฉบับ คือ Boss และคุณหญิง เป็นนิตยสารที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของทีวีพูล กล่าวคือเป็นสื่อที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์ให้แก่ทีวีพูล ดังเช่นการนำเสนอข่าวของทีวีพูล ไม่ว่าจะเป็นการลงภาพข่าวงานครบรอบวันเกิดของทีวีพูลในนิตยสาร Boss และคุณหญิงและการประชาสัมพันธ์งานประกาศรางวัล Top Awards ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์นิตยสารทีวีพูลไปสู่ผู้อ่านกลุ่มเป้าหมายอื่นซึ่งเป็นกลุ่มนักธุรกิจและแม่บ้าน

ตารางเปรียบเทียบพัฒนาการด้านเนื้อหา นิตยสารดารารายวันและทีวีพูล

ตารางที่ 17: เปรียบเทียบพัฒนาการด้านเนื้อหา นิตยสารดารารายวันและทีวีพูล

นิตยสารดารารายวัน	นิตยสารทีวีพูล
แบ่งพัฒนาการเป็น 3 ยุค (พ.ศ. 2520-2545) ยุคที่ 1 พ.ศ. 2520-2527 ธนุ จงเลิศจรรยา ผู้อำนวยการและ บรรณาธิการ	แบ่งพัฒนาการเป็น 2 ยุค (พ.ศ. 2533-2544) ยุคที่ 1 พ.ศ. 2533-2537 เกรียงศักดิ์ สกฤชชัย บรรณาธิการบริหาร นรธา พิพัฒน์กิตติ หัวหน้าบรรณาธิการ
นิตยสารดารารายวัน	นิตยสารทีวีพูล
เนื้อหาแบ่งออกเป็น 1. คอลัมน์ประจำ แบ่งเป็น 9 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลดารารายวัน, ข่าวสังคมบันเทิง, ข้อมูลเพลง, ข่าวบันเทิงทีวี, โปรแกรมภาพยนตร์, ตอบปัญหาดารารายวัน, ตอบปัญหาสุขภาพ, ตอบปัญหาชีวิต-สังคม และบทความวิชาการ 30% ของเนื้อหาทั้งหมด 2. สกู๊ปพิเศษ แบ่งเป็น 4 ประเภท ได้แก่	เนื้อหาแบ่งออกเป็น 1. คอลัมน์ประจำ แบ่งเป็น 9 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลดารารายวัน, ข่าวสังคม, ข่าวบันเทิง, ชุบชิบ, ตอบจดหมาย, สัมภาษณ์, วิจารณ์บันเทิง, ข่าวดนตรี และโปรแกรมทีวี 80% ของเนื้อหาทั้งหมด เน้นข่าวสกู๊ปและบทวิจารณ์แนะนำและให้เนื้อเรื่องย่อละครโทรทัศน์, นิยายประจำฉบับ, coffee break, ปกิณกะ และอื่นๆ รวม 20% ของเนื้อหาทั้งหมด

นิตยสารดาราทอง	นิตยสารทีวีพูล
<p>ข้อมูลคารา, สัมภาษณ์พิเศษ ,เบื้องหลังการถ่ายทำ และข่าวความเคลื่อนไหว 20% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>3. ทัวไป ได้แก่ เรื่องย่อและแนะนำภาพยนตร์ 12% ,เรื่องย่อละครโทรทัศน์ 6% , นิยายประจำฉบับ 30% , อื่นๆ 2% ,</p> <p>* เนื้อหาในยุคแรกเน้นภาพยนตร์ 70% ,โทรทัศน์ 5% และอื่นๆ 25%</p>	<p>2. ทัวไป ได้แก่ แนะนำและให้เนื้อเรื่องย่อ</p> <p>* เน้นนำเสนอเนื้อหาในแวดวงโทรทัศน์ 80%</p>
<p><u>ยุคที่ 2 พ.ศ. 2528-2540</u></p> <p>ธนู จงเลิศจรรยา ผู้อำนวยการ ณรงค์ รอดเจริญ บรรณาธิการ พัฒนาการยุคที่ 2 ได้แก่</p> <p>1. เพิ่มเนื้อหาในคอลัมน์ประจำประเภทตอบปัญหาสุขภาพอีก 3 คอลัมน์ได้แก่ คู่กับหมอเรื่องผิวพรรณ , คลินิกลูกรักและหมอใกล้ตัว และคอลัมน์คลินิกแพทย์สตรีแทนคอลัมน์ตอบปัญหาทางเพศ</p> <p>เพิ่มคอลัมน์ประเภทตอบปัญหาชีวิต-สังคม โดยรศ.สุนีย์ สินธุเดชะ ชื่อ “สอนรักสอนน้อง” ซึ่งมาแทนคอลัมน์ “พีธีราณีที่รัก”</p> <p>2. แบ่งเนื้อหาส่วนสฎีปพิเศษออกเป็น สฎีปหนักและสฎีปเบาอย่างชัดเจน เนื่องจากเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการเมือง-สังคมและการแสดงความคิดเห็นของดาราประกอบ ส่วนสฎีปเบาเป็นประเด็นเกี่ยวกับดารา ชีวิต ประวัติ สัมภาษณ์</p> <p>3. เนื้อหาด้านภาพยนตร์ลดลง ละครโทรทัศน์ และข่าวความเคลื่อนไหวในวงการโทรทัศน์เพิ่มขึ้น</p>	<p><u>ยุคที่ 2 พ.ศ. 2538-2544</u></p> <p>เกรียงศักดิ์ สกุดชัย บรรณาธิการบริหาร ชนลัทธิต สายแสงจันทร์ หัวหน้าบรรณาธิการ</p> <p>1. เพิ่มเนื้อหาในคอลัมน์ประจำอีก 3 ประเภท ได้แก่ โหวด ,เบื้องหลัง และตอบปัญหาสุขภาพ เนื้อหานำเสนอแนวไลฟ์สไตล์ของดารามากขึ้น และคงเน้นข่าวสฎีปและบทวิจารณ์</p> <p>2. เพิ่มนิยายประจำฉบับ ฉบับละ 5-7 เรื่อง เนื้อหาส่วน coffee break นำเสนอทุกฉบับๆละ 5 กรอบ</p> <p>3. เพิ่มคอลัมน์ประเภทโฆษณาแฝง ประเภทผลิตภัณฑ์ประกอบอาหารและเครื่องสำอาง</p> <p>4. เพิ่มคอลัมน์การสำรวจทัศนคติความคิดเห็นของดาราในประเด็นต่างๆที่กำหนดขึ้น (ชื่อ คอลัมน์ Survey)</p>

นิตยสารดาราทะวันออก	นิตยสารทีวีพูล
4. เพิ่มนิตยสารประจำฉบับจากฉบับละ 4-8 เรื่อง เป็นฉบับละ 8-11 เรื่อง	
<p>ยุคที่ 3 พ.ศ. 2541-2545</p> <p>ธนุ จงเลิศจรรยา ผู้อำนวยการ อำนวยการ รุ่งเรือง บรรณาธิการ พัฒนาการยุคที่ 3 ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เพิ่มคอลัมน์ประจำประเภทตอบปัญหาชีวิต-สังคม ชื่อ “ล้อมวงสนทนากับคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์” 2. เปลี่ยนแนวการเขียนข่าวเป็นรูปแบบ “ข่าวเจาะ” พร้อมรูปภาพประกอบ 3. ลดสัปดาห์ที่นำเสนอเรื่องทางการเมืองในปี 2543 ยังคงนำเสนอสัปดาห์ตามเหตุการณ์ 4. นิตยสารประจำฉบับนำเสนอฉบับละ 9 เรื่อง 	

จากตารางพบว่า ยุคที่ 1 นิตยสารดาราทะวันออกมีพัฒนาการมาก่อนนิตยสารทีวีพูลเนื่องจากถือกำเนิดก่อนเป็นเวลานานถึง 13 ปี เนื้อหาดาราทะวันออกแบ่งออกเป็นคอลัมน์ประจำ 30% , สัปดาห์พิเศษ 20% และทั่วไปซึ่งได้แก่ภาพยนตร์ , ละครโทรทัศน์ , นิตยสารประจำฉบับและอื่นๆในสัดส่วน 20% ยุคแรกของดาราทะวันออกเป็นช่วงที่วงการภาพยนตร์เฟื่องฟูและได้รับความนิยม ดังนั้นเนื้อหาในช่วงแรกจึงเน้นภาพยนตร์ถึง 70% เนื้อหาเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ 5% และเนื้อหาอื่นๆ 25%

ในขณะที่จุดกำเนิดของนิตยสารทีวีพูลเกิดขึ้นในช่วงที่วงการโทรทัศน์เฟื่องฟู เนื่องจากสื่อวิทยุและโทรทัศน์เติบโตและเข้าถึงประชาชนในวงกว้างมากขึ้น ทำให้เนื้อหาของนิตยสารทีวีพูลเน้นการนำเสนอเนื้อหาในแวดวงโทรทัศน์เป็นหลักถึง 80% โดยแบ่งออกเป็นคอลัมน์ประจำ และทั่วไปได้แก่ เรื่องย่อละครโทรทัศน์ , นิตยสารประจำฉบับ , Coffee break , ปกิณกะ และอื่นๆรวม 20% ของเนื้อหาทั้งหมด

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาในยุคที่ 1 นิตยสารดารารายภาพยนตร์เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับข้อมูล ภาพยนตร์ ข่าวความเคลื่อนไหวในวงการภาพยนตร์ไทยและดารา และบทความวิชาการในด้านต่างๆที่จะให้ความรู้แก่ผู้อ่านในชีวิตประจำวัน เช่นบทความเกี่ยวกับกฎหมาย สุขภาพ เพศศึกษา เป็นต้น ส่วนนิตยสารทีวี่พูลในยุคที่ 1 จะเน้นการนำเสนอข่าวสื่อบันเทิงและบันเทิง และบทวิจารณ์ข่าวในวงการบันเทิงและโทรทัศน์

ยุคที่ 2 ดารารายภาพยนตร์ (พ.ศ. 2528-2540) พบว่าเนื้อหาหลากหลายขึ้น โดยเน้นการนำเสนอคอลัมน์ที่ให้ความรู้แก่ผู้อ่านเกี่ยวกับสุขภาพกายและสุขภาพจิต นักวิชาการในสาขาต่างๆเข้ามามีบทบาทในการเป็นคอลัมนิสต์ ได้แก่คอลัมน์ประเภทตอบปัญหาสุขภาพโดยนายแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน , รศ.สุณีย์ สันธูเดชะในคอลัมน์ประเภทตอบปัญหาชีวิต-สังคม และสื่อบันเทิง “สนทนาประสาชาวบ้าน” โดยนักการเมือง และนักวิชาการ เนื้อหาด้านภาพยนตร์ลดลงเนื่องจากสื่อโทรทัศน์เริ่มได้รับความนิยมแทนที่

นิตยสารทีวี่พูล (พ.ศ. 2538-2545) พบว่ามีการเพิ่มเนื้อหาในคอลัมน์ประจำอีก 3 ประเภท ได้แก่ โหวต , เบื้องหลังและตอบปัญหาสุขภาพ และปรับการนำเสนอข่าวให้เป็นแนวไลฟ์สไตล์ ของดารามากขึ้น ลักษณะการนำเสนอข่าวไม่หวือหวามาก แต่ยังคงเน้นบทวิจารณ์แสดงความคิดเห็น และเพิ่มการสำรวจทัศนคติความคิดเห็นของดาราในประเด็นต่างๆ รวมทั้งเพิ่มคอลัมน์ประเภทพื้นที่โฆษณามากขึ้น

โดยสรุปพัฒนาการยุคที่ 2 ของดารารายภาพยนตร์คือมีการเพิ่มเนื้อหาที่ให้ความรู้และประโยชน์ต่อส่วนรวมมากขึ้น และเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์มากขึ้น ในขณะที่นิตยสารทีวี่พูล หันมานำเสนอเนื้อหาในแนวเบาๆ เป็นไลฟ์สไตล์ของดาราเพิ่มขึ้น และเพิ่มเนื้อหาที่ให้อ่านมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นต่างๆในวงการโทรทัศน์

ยุคที่ 3 นิตยสารดารารายภาพยนตร์ (พ.ศ. 2541-2545) พบว่าเนื้อหาสื่อบันเทิงเกี่ยวกับเรื่องการเมืองและสังคมลดลง ปรับการนำเสนอข่าวเป็นแบบ “ข่าวเจาะ” พรอมรูปภาพประกอบ เนื้อหาเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์เพิ่มขึ้น พร้อมทั้งเพิ่มคอลัมน์ประจำประเภทตอบปัญหาชีวิต-สังคม ชื่อ “ล้อมวงสนทนากับคุณหญิงสุพัตรา มาศดิตถ์”

ตารางเปรียบเทียบพัฒนาการด้านรูปแบบนิตยสารดารานิตยสารภาพยนตร์และทีวีพูล

ตารางที่ 18: เปรียบเทียบพัฒนาการด้านรูปแบบนิตยสารดารานิตยสารภาพยนตร์และทีวีพูล

นิตยสารดารานิตยสาร	นิตยสารทีวีพูล
<p>ยุคที่ 1 พ.ศ. 2520-2527</p> <p>ธนุ จงเลิศจรรยา ผู้อำนวยการและบรรณาธิการ</p> <p>ขนาด - 7.3x10.1 นิ้ว</p> <p>ราคา - 5 บาท (2520-2522) , 6 บาท (2522-2523) , 7 บาท (2524-2527)</p> <p>ความหนา - 80-88 หน้า</p> <p>ภาพปก : 2520-2523 ปกหน้า,ปกหน้าด้านใน,ปกหลัง,ปกหลังด้านใน นำเสนอภาพดารานิตยสารจากภาพยนตร์ไทยที่มีชื่อเสียง</p> <p>2524-2527 ปกหน้าด้านในนำเสนอโฆษณา , ปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอภาพดารานิตยสารจนถึงปลายปี 2527 มีโฆษณาแทรกบางฉบับ</p> <p>หัวหนังสือ - 2520-กลางปี2521 คำว่าดารานิตยสารและภาพยนตร์แยกกัน</p> <p>ตั้งแต่กลางปี 2521 รวมคำว่าดารานิตยสารและภาพยนตร์ไว้ด้วยกันในแถบสี ขนาด 7.3x1.9 นิ้ว</p> <p>โปรยปก - ทั่วปก</p> <p>เย็บเล่ม - มุงหลังคา</p> <p>กระดาษ : 2520-2521 อาร์ตแข็ง 5% , อาร์ต 5% และพรีฟ 90%</p> <p>2522-2527 อาร์ตแข็ง 4% ,อาร์ต 6% และพรีฟ 90%</p> <p>การพิมพ์ : 2520-2521 สีสี 9% ,ขาวดำ 91%</p> <p>2522-2527 สีสี 10% ,สองสี 40% ,ขาวดำ 50%</p> <p>โฆษณา : 4% ประเภทนิตยสาร,ร้านตัดเสื้อ-ทำผม,ร้านอาหาร,เครื่องประดับ,</p>	<p>ยุคที่ 1 พ.ศ. 2533-2537</p> <p>เกรียงศักดิ์ สกฤษชัย บรรณาธิการบริหาร</p> <p>นรธา พิพัฒน์กิตติ หัวหน้าบรรณาธิการ</p> <p>ขนาด - 8.15x11.5 นิ้ว</p> <p>ราคา - 15 บาท (2533-2535) ,20 บาท (2535-2537)</p> <p>ความหนา - 120หน้า (2533-2535) ,140-148 หน้า (2535-2537)</p> <p>ภาพปก - ดารา/บุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการโทรทัศน์ ปกหน้าด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอโฆษณา</p> <p>หัวหนังสือ - รูปแบบสี่เหลี่ยม</p> <p>โปรยปก - ทั่วปก</p> <p>เย็บเล่ม - มุงหลังคา (2533-2535) ,ไสกาว (ตั้งแต่2535)</p> <p>กระดาษ : 2533-2535 อาร์ตแข็ง 4%,ปอนด์ 18% และพรีฟ 78%</p> <p>อาร์ตแข็ง 3% ,อาร์ต 17% และพรีฟ 80%</p> <p>การพิมพ์ - สีสี 20% ขาวดำ 80%</p> <p>โฆษณา : 2533-2535 16% ประเภทรถจักรยานยนต์,ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม,เทพเพลง,ไคเร็กซ์เซลส์,ร้านอาหาร,เครื่องใช้อุปโภค,เครื่องแต่งกาย</p> <p>2535-2537 23% ประเภทเหมือนในช่วงที่ผ่านมา</p> <p>2535-2537</p>

นิตยสารดาราทอง	นิตยสารทีวีพูล
<p>เครื่องสำอาง,รถจักรยานยนต์</p> <p>โฆษณา : 2528-2532 7%</p> <p>2533-2540 23% เพิ่มประเภทเครื่องใช้</p> <p>อิเล็กทรอนิกส์,สถานเสริมความงาม-ศัลยกรรม-ลดความอ้วน)</p> <p>ยุคที่ 3 พ.ศ. 2541-2545</p> <p>ธนุ จงเลิศจรรยา ผู้อำนวยการ</p> <p>อำนวยการ รุ่งเรือง บรรณาธิการ</p> <p>ขนาด : 2541-2544 8x11.2 นิ้ว , 2545 8.15x11.5 นิ้ว</p> <p>ราคา : 12 บาท (2541- 2544) ,15 บาท(2545)</p> <p>ความหนา : 2541-2544 84 หน้า , 2545 88 หน้า</p> <p>ภาพปก : ปกหน้านำเสนอภาพดาราทอง (ฉบับปรับโฉม 2545 หน้าปกปรับเป็นการถ่ายแฟชั่น)</p> <p>ปกหน้าด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอภาพโฆษณา และเพิ่มภาพแฟชั่นจากปก</p> <p>หัวหนังสือ : 2541-2544 ขนาด 8x2.3 cm.</p> <p>2544 ขนาด 6.9x2 cm.</p> <p>โปรยปก : ท้วปก (ฉบับปรับโฉมเพิ่มพื้นที่โฆษณาด้านล่าง)</p> <p>เย็บเล่ม : 2541-2544 ,มุงหลังคา</p> <p>2545 ไส้กาว</p> <p>กระดาษ : 2541-2544 อาร์ตแข็ง 5% ,</p> <p>ปอนด์19% , พรีฟ 76%</p> <p>2546 อาร์ตแข็ง 5% , อาร์ต 5% ,ปอนด์ 34% , พรีฟ 56%</p> <p>การพิมพ์ : สีสี่ 100%</p> <p>โฆษณา : 19%</p>	<p>2543-2544 75% สีสี่ 100%</p> <p>โฆษณา : 23% และ 3% เป็นโฆษณาแฝง</p>

จากตารางเปรียบเทียบรูปแบบ ยุคที่ 1 ดารากาพยนตร์ พ.ศ. 2520-2527 พบว่ามีขนาด 7.3x10.1 นิ้ว ราคาเริ่มแรก 5 บาทและมีการปรับขึ้นในช่วง พ.ศ. 2522-2523 เป็น 6 บาท และช่วง 2524-2527 เป็น 7 บาท ความหนา 80-88 หน้า

นิตยสารทีวีพูล พ.ศ. 2533-2537 พบว่ามีขนาด 8.15x11.5 นิ้ว ราคาเริ่มแรก 15 บาท มีการปรับขึ้นในช่วง 2535-2537 เป็น 20 บาท ความหนา 120 หน้าในช่วง 2533-2535 และ 140-148หน้า ในช่วง 2535-2537

การนำเสนอภาพปกของดารากาพยนตร์แบ่งเป็น 2 ช่วงได้แก่ ช่วงแรก 2520-2523 ปกหน้า,ปกหน้าด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านใน นำเสนอภาพดาราที่มีชื่อเสียงจากภาพยนตร์ไทย ช่วง 2524-2527 ปกหน้าคงนำเสนอภาพดารา ส่วนปกหน้าด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านในเริ่มมีโฆษณาแทรกบางฉบับในปี 2527

การนำเสนอภาพปกของทีวีพูล ยุคที่ 1 ใช้ภาพดาราหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการโทรทัศน์ เน้นบุคคลที่มาแรงตามกระแสนิยมในแต่ละช่วง ส่วนภาพด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอโฆษณา

หัวหนังสือของดารากาพยนตร์ในช่วงแรก (2520-กลางปี2521) คำว่าดาราและภาพยนตร์แยกกัน หลังจากกลางปี 2521 จึงรวมดาราและภาพยนตร์ไว้ด้วยกันในแถบสี ส่วนหัวหนังสือของทีวีพูลมีรูปแบบเป็นกรอบสี่เหลี่ยมและมีคำว่า “ทีวีพูล” อยู่ในกรอบ โดยทำให้คล้ายกับ Logo ของสถานีโทรทัศน์ที่มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยม

ลักษณะการเย็บเล่มของดารากาพยนตร์เป็นรูปแบบมุงหลังคา เช่นเดียวกับทีวีพูลในช่วงแรก คือพ.ศ. 2533-2535 ช่วงหลังตั้งแต่ปีพ.ศ. 2535 ทีวีพูลเปลี่ยนรูปแบบการเย็บเล่มเป็นแบบไสกาว

การใช้กระดาษของนิตยสารดารากาพยนตร์พบว่า ช่วง 2520-2521 พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% ,อาร์ต 5% และพวูฟ 90% โดยการพิมพ์ในช่วงนี้พิมพ์ระบบสี่สี 9% และขาวดำ 91% ช่วง พ.ศ. 2522-2527 พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% , อาร์ต 6% แลพวูฟ 90% พิมพ์สี่สี 10% , สองสี 40% และขาวดำ 50%

การใช้กระดาษของนิตยสารที่วิบูลพบว่า ช่วง พ.ศ. 2533- 2535 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% ,ปอนด์ 18% และพรีฟ 78% ช่วง 2535-2537 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 3% ,อาร์ต 17% และพรีฟ 80% ระบบการพิมพ์คือสี 20% และขาวดำ 80%

สัดส่วนโฆษณาของดาราภาพยนตร์พบว่ายุคแรกพบว่า โฆษณา 4% ของเนื้อหาทั้งหมด โดยมีประเภทภาพยนตร์,ร้านตัดเสื้อ-ทำผม,ร้านอาหาร,เครื่องประดับ,เครื่องสำอางและรถจักรยานยนต์ สัดส่วนโฆษณาของทีวีพูลช่วงแรก พ.ศ. 2533-2535 คิดเป็น 16% ของเนื้อหาทั้งหมด ในช่วงพ.ศ. 2535-2537 เพิ่มขึ้นจากช่วงแรกคิดเป็น 23% ของเนื้อหาทั้งหมด โดยมีประเภทรถจักรยานยนต์,ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม,เทพเพลง,ไคเร็กเซลส์, ร้านอาหาร,เครื่องใช้อุปโภคและเครื่องแต่งกาย

ยุคที่ 2 ดาราภาพยนตร์ ช่วง พ.ศ. 2528-2540 พบว่ามีขนาด 8.2x11.5 จำหน่ายราคา 7 บาทในช่วง 2528-2531 ปรับขึ้นเป็น 8 บาทในช่วง 2532-2533 และปรับเป็น 10 บาทในช่วง 2534-2540 ความหนา ช่วง 2528-2538 80-100 หน้า และช่วง 2539-2540 90-110 หน้า

ยุคที่ 2 ของทีวีพูล (พ.ศ. 2538-2544) พบว่ามีขนาด 8.25x11.5 นิ้ว ปรับราคาจาก 20 บาท เป็น 25 บาทในช่วง 2538 ความหนา 120-128 หน้าในช่วง พ.ศ. 2538-2541 และ 100-120 หน้าในช่วง 2542-2544

ดาราภาพยนตร์นำเสนอภาพปกหน้าโดยใช้ดาราจากภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ ปกหน้าด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอโฆษณา

การนำเสนอภาพปกของทีวีพูลพบว่าจากยุคแรกที่น่าเสนอภาพดาราและบุคคลในวงการโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงปรับมาเป็นการถ่ายแฟชั่นจากดารานำตามกระแสละครโทรทัศน์ และเพิ่มภาพแฟชั่นจากปก ส่วนปกหน้าด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอโฆษณา

หัวหนังสือดาราภาพยนตร์ช่วงพ.ศ. 2528-2538 พบว่าปรับลดขนาดลงเป็น 9x2.6 cm. และในช่วง 2539-2540 ปรับลดลงอีกขนาด 8x2.4 cm. โปรยข่าวทั่วไป ส่วนหัวหนังสือของทีวีพูลในยุคที่ 2 พบว่ามีเปลี่ยนแปลงจากลักษณะหัวหนังสือแบบสี่เหลี่ยมมาเป็นรูปแบบหัวหนังสือ Freehand และการโปรยข่าวในช่วง 2538-2541 โปรยด้านใดด้านหนึ่ง ช่วง 2542-2544 โปรยทั้งสองด้าน

ลักษณะการเขียนเล่มของดารารากษณตรีเป็นรูปแบบมุงหลังคา ส่วนที่วิบูลเป็นรูปแบบใส
กาว

การใช้กระดาษของดารารากษณตรี ช่วง พ.ศ. 2520-2538 พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% ,
ปอนด์มัน 5% ,ปอนด์ 32% และพริ้ว 73% การพิมพ์ระบบสี่สี 73% ,สองสี 19% และขาวดำ
36% ช่วงพ.ศ. 2539-2540 พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% ,ปอนด์ 47% และพริ้ว 48% การ
พิมพ์สี่สี 100%

การใช้กระดาษของทีวิบูล ช่วงพ.ศ. 2538-2542 พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 3% ,อาร์ต
24% และพริ้ว 73% ระบบการพิมพ์สี่สี 25% และขาวดำ 75% ช่วง พ.ศ. 2543-2544 ใช้
กระดาษอาร์ตแข็ง 4% ,อาร์ต 31% ,ปอนด์มัน 51% และพริ้ว 14% ระบบการพิมพ์สี่สี 100%

สัดส่วนของโฆษณานิตยสารดารารากษณตรี พบว่าช่วงพ.ศ. 2528-2532 พื้นที่โฆษณาคิด
เป็น 7% และช่วงพ.ศ 2533-2540 พื้นที่โฆษณาคิดเป็น 23% ของเนื้อหาทั้งหมด โดยช่วงหลังจะ
เพิ่มโฆษณาประเภทเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ ,สถานเสริมความงาม-ศัลยกรรม-ลดความอ้วน สัด
ส่วนโฆษณาในทีวิบูล ยุคที่ 2 (พ.ศ. 2538-2544) พบว่ามีพื้นที่โฆษณาทั้งหมด 23% และเพิ่ม
คอลัมน์โฆษณาแฝง 3% ของเนื้อหาทั้งหมด

ยุคที่ 3 นิตยสารดารารากษณตรี (พ.ศ. 2541-2545) ช่วง 2541-2544 มีขนาด 8.2x11.5
นิ้ว และช่วง 2545 ในฉบับปรับโฉม มีขนาด 8.15x11.15 นิ้ว มีการปรับราคาขึ้นจากยุคที่ 2 10
บาท เป็น 12 บาทในช่วง 2541-2544 และปรับเป็น 15 บาท ในปีกลาง 2544 ความหนา 84 หน้า
พ.ศ. 2541-2544 และหนา 88 หน้า พ.ศ. 2545

ภาพปกนำเสนอภาพดารารากษณตรีและละครโทรทัศน์ จะเมื่อฉบับปรับโฉม พ.ศ.
2545 เปลี่ยนมาเป็นการถ่ายแฟชั่นและเพิ่มภาพแฟชั่นจากปก เน้นดารารักที่มีชื่อเสียง
เสียงเพื่อความใสและก้าวทันแฟชั่น ส่วนภาพปกด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอ
โฆษณา

ขนาดของหัวหนังสือในยุคที่ 3 ช่วงพ.ศ. 2541-2544 มีขนาด 8x2.3 cm. และตั้งแต่ฉบับ
ปรับโฉม มีขนาด 6.9x2 cm. ลักษณะการโปรยข่าวกระจายทั่วปก ส่วนในฉบับปรับโฉมมีพื้นที่
โฆษณาด้านล่างขนาด 8.15x1.65 นิ้ว

การเขียนเล่มช่วง 2541-2544 รูปแบบมุงหลังคาและตั้งแต่พ.ศ. 2545 ปรับรูปแบบการเขียนเล่มเป็นไสกา

การใช้กระดาษในช่วงพ.ศ. 2541-2544 พบว่าใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% , ปอนด์ 19% และพรีฟ 76% พ.ศ. 2545 ใช้กระดาษแข็ง 5% , อาร์ต 5% , ปอนด์ 34% และพรีฟ 56% การพิมพ์ระบบสี 100% และสัดส่วนพื้นที่โฆษณา 19% ของเนื้อหาทั้งหมด

ตารางสรุปความเหมือนและแตกต่างด้านเนื้อหาของนิตยสารดาราทะวันออกและทีวีพูล

ตารางที่ 19: สรุปความเหมือนและแตกต่างด้านเนื้อหาของนิตยสารดาราทะวันออกและทีวีพูล

ความเหมือน	ความแตกต่าง
1. เนื้อหาประเภทข้อมูลดารา	1. เนื้อหาประเภทข่าวสังคมบันเทิง
2. เนื้อหาประเภทข้อมูลเพลง	2. คอลัมน์ประเภทซุบซิบของทีวีพูล
3. เนื้อหาประเภทตอบจดหมายเกี่ยวกับดาราจากผู้อ่าน	3. เนื้อหาประเภทวิจารณ์บันเทิงในทีวีพูล
4. เนื้อหาประเภทสัมภาษณ์	4. จุดประสงค์ของการนำเสนอคอลัมน์ประเภทตอบปัญหาสุขภาพของดาราทะวันออกและทีวีพูล
5. เนื้อหาประเภทเรื่องย่อละครโทรทัศน์	5. ดาราทะวันออกมีเนื้อหาประเภทตอบปัญหาชีวิตและสังคม
6. นิยายประจำฉบับ	6. เนื้อหาประเภทโหวตและการสำรวจความคิดเห็นของดาราในทีวีพูล
7. เนื้อหาส่วนปกิณกะ	7. เนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ในแวดวงโทรทัศน์และธุรกิจบันเทิง
8. ประเภทของโฆษณา	8. เนื้อหาประเภท Coffee Break ในทีวีพูล
9. เนื้อหาภาพในนิตยสารทั้งสองฉบับ	

สรุปความเหมือนของนิตยสารดาราทะวันออกและทีวีพูล

1. เนื้อหาประเภทข้อมูลคารา ทั้งสองฉบับมีการนำเสนอในด้าน
 - ข่าวกวราความเคลื่อนไหวของคารา นักร้อง
 - ประวัติความเป็นมาของคารา นักร้อง
 - ชีวิตความเป็นอยู่
 - เรื่องส่วนตัวโดยเฉพาะเรื่องความรัก
 - การแนะนำคาราใหม่
2. เนื้อหาประเภทข้อมูลเพลง ทั้งสองฉบับ มีการนำเสนอข่าวกวราในแวดวงดนตรีไทย-สากล และลูกทุ่ง ตลอดจนศิลปิน นักร้องและการแนะนำผลงานเพลง
3. เนื้อหาประเภทตอบจดหมายจากผู้อ่าน โดยให้ผู้อ่านเขียนมาถามคำถามที่สงสัยเกี่ยวกับคาราที่ตนชื่นชอบ
4. เนื้อหาประเภทสัมภาษณ์ คารา นักร้องและบุคคลที่มีชื่อเสียงในแวดวงบันเทิง
5. เนื้อหาประเภทเรื่องย่อละครโทรทัศน์ที่ทั้งสองฉบับนำเสนอเหมือนกัน แต่คาราภาพยนตร์จะนำเสนอเรื่องย่อภาพยนตร์เป็นหลัก
6. นิยายประจำฉบับ นิตยสารทั้งสองเล่มนำเสนอเนื้อหาในส่วนนี้ แต่คาราภาพยนตร์จะเน้นการนำเสนอ นิยายในสัดส่วนที่มากกว่าทีวีพูล และผู้เขียนนิยายเป็นผู้ที่เขียนมาตั้งแต่ยุคแรกจนปัจจุบัน ส่วนทีวีพูลเน้นนิยายที่สามารถนำไปทำละครแล้วสนุก
7. เนื้อหาส่วนปกิณกะ ประเภทดวงชะดาราசிที่ทั้งสองฉบับมีเหมือนกันมาตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน
8. ประเภทของโฆษณาทั้งคาราภาพยนตร์และทีวีพูลเหมือนกันคือเป็นโฆษณาสินค้าหรือบริการที่เจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่เครื่องสำอาง ,เครื่องแต่งกาย ,สถานเสริมความงาม และผลิตภัณฑ์เพื่อความงามต่างๆ เป็นต้น
9. ภาพประกอบในนิตยสารทั้งสองฉบับ แบ่งออกได้เป็น

9.1 ภาพโฆษณา ของทั้งสองฉบับจะมีประเภทที่คล้ายกันกล่าวคือเน้นโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิง ได้แก่ เครื่องสำอาง , ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม,สถานเสริมความงาม,เครื่องแต่งกาย, เครื่องใช้ภายในบ้าน,ผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร,รถจักรยานยนต์ เป็นต้น

9.2 ภาพประกอบเรื่อง ได้แก่ภาพดารา หรือภาพเรื่องราวต่างที่นำมาเพื่อประกอบเนื้อหาในคอลัมน์ประจำและสัปดาห์พิเศษ โดยมากมักจะเป็นภาพดาราทั้งภาพนิ่งและภาพดาราในอิริยาบถต่างๆ นอกจากนี้ยังมีภาพประกอบเรื่องย่อละครโทรทัศน์และภาพยนตร์ ซึ่งเป็นภาพดารา นำ ภาพเหตุการณ์บางส่วนของภาพยนตร์และละครแต่ละเรื่อง ตลอดจนภาพเบื้องหลังการถ่ายทำ และภาพประกอบนิยายซึ่งทั้งสองฉบับใช้ภาพวาดเพื่อประกอบนิยายประจำฉบับ แต่ในยุคปัจจุบันทีวีพูลใช้ภาพดาราประกอบนิยายสลับกับภาพวาด

9.3 ภาพข่าว หมายถึงภาพเพื่อประกอบเนื้อหาที่เป็นข่าวสารเกี่ยวกับดาราและข่าว ความเคลื่อนไหวต่างๆในแวดวงบันเทิง ซึ่งดาราภาพยนตร์ในยุคแรกจะเน้นภาพข่าวเกี่ยวกับวงการภาพยนตร์ ส่วนทีวีพูลจะเน้นภาพข่าวในวงการโทรทัศน์มาตั้งแต่ต้นจนปัจจุบัน ซึ่งภาพข่าวได้แก่ ภาพดาราประกอบเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับดารา ภาพข่าวสังคม บันเทิง และภาพเหตุการณ์ต่างๆเพื่อประกอบเนื้อหาข่าวสังคมและบันเทิง

9.4 ภาพดำเนินเรื่อง หมายถึงการใช้ภาพเพื่อสื่อสารเรื่องราว ซึ่งทั้งดาราภาพยนตร์และทีวีพูลมีเนื้อหาของภาพดำเนินเรื่องมาตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน แต่จะไม่นำเสนอเป็นประจำทุกฉบับ เนื้อหาส่วนนี้จะนำเสนอตามเหตุการณ์ต่างๆที่ต้องการสื่อสารด้วยภาพ เช่นภาพบรรยากาศงานประกาศรางวัลสุพรรณหงส์ทองคำ , ภาพบรรยากาศงานประกาศรางวัลตุ๊กตาทอง ,ภาพบรรยากาศงานครบรอบปีของนิตยสาร ,ภาพบรรยากาศงานบวชดารา ,ภาพบรรยากาศงานเลี้ยงปีใหม่ ,ภาพบรรยากาศงานประกาศผลรางวัล Top Awards เป็นต้น

สรุปความแตกต่างของนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูล

1. เนื้อหาประเภทข่าวสังคมบันเทิง ในดาราภาพยนตร์เนื้อหาประเภทนี้คือการนำเสนอข่าวคราว ความเคลื่อนไหวในแวดวงบันเทิงโดยเฉพาะ แต่สำหรับทีวีพูลจะแบ่งออกเป็นประเภทข่าวสังคมและข่าวบันเทิง โดยข่าวสังคมนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับข่าวคราวความเคลื่อนไหวในแวดวงสังคมไทย โดยเน้นแวดวงธุรกิจ เช่นข่าวการเปิดตัวสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือข่าวการจัดงานการกุศลต่างๆ ส่วนข่าวบันเทิงคือการนำเสนอข่าวความเคลื่อนไหวเฉพาะในแวดวงการโทรทัศน์

2. ทิวพุลมีคอลัมน์ประเภทซุบซิบแยกออกมาคือการนำเสนอข่าวลือ ข่าวซุบซิบเกี่ยวกับดารานักร้องที่เป็นประเด็นร้อนในแวดวงบันเทิง เนื้อหาส่วนนี้ของดาราภาพยนตร์จะรวมอยู่ในเนื้อหาประเภทข่าวดาราและข่าวสังคมบันเทิง และเนื้อหาซุบซิบในทิวพุลนำเสนอข้อมูลต่างจากดาราภาพยนตร์ก็จะเจาะลึกเรื่องราวของดารามีข่าวและสัมภาษณ์ให้ได้ข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น รวมทั้งสืบหารายละเอียดเพิ่มเติมจากแหล่งข่าวอื่นๆ ซึ่งเป็นการนำเสนอข่าวในเชิงลึกของดาราโดยเฉพาะข่าวในทางลบเพราะเป็นเรื่องที่ผู้อ่านให้ความสนใจเป็นพิเศษ

3. ทิวพุลเน้นการนำเสนอเนื้อหาประเภทวิจารณ์บันเทิงในคอลัมน์ประจำ เกี่ยวกับดารานักแสดง เรื่องราวในวงการบันเทิง โทรทัศน์ ตลอดจนเรื่องของธุรกิจบันเทิง ซึ่งในดาราภาพยนตร์จะไม่เน้นเนื้อหาประเภทวิจารณ์ดังกล่าว

4. จุดประสงค์การนำเสนอคอลัมน์ประเภทตอบปัญหาสุขภาพของทิวพุลและดาราภาพยนตร์ต่างกัน กล่าวคือดาราภาพยนตร์มีจุดประสงค์เพื่อให้สาระความรู้ ส่วนทิวพุลมีจุดประสงค์เพื่อการขายพื้นที่โฆษณาเชิงพาณิชย์ ได้แก่เรื่องเกี่ยวกับสุขภาพ ความงาม ศัลยกรรม ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารและการประกอบอาหาร เป็นต้น

5. ดาราภาพยนตร์มีเนื้อหาประเภทตอบปัญหาชีวิตและสังคมมาตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน รวมทั้งบทความวิชาการที่เกี่ยวกับกฎหมายและความรู้เกี่ยวกับศิลปะการใช้ชีวิตคู่ เรียกได้ว่าดาราภาพยนตร์มีการนำเสนอสาระเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตของผู้อ่านในเรื่องสุขภาพกาย และสุขภาพใจ การตอบปัญหาเกี่ยวกับชีวิต-สังคม ตลอดจนเรื่องราวทางการเมืองที่ฮิตหลักกว่า การเมืองเป็นเรื่องของทุกคนซึ่งนำเสนอในรูปแบบที่ไม่เครียด เน้นสาระสบายๆและความคิดเห็นของดาราประกอบ ซึ่งทิวพุลไม่ได้มีเน้นการนำเสนอเนื้อหาดังกล่าวเป็นหลัก

6. ทิวพุลเพิ่มเนื้อหาประเภทโหวตและการสำรวจความคิดเห็นของดาราในยุคที่ 2 ถือเป็นจุดขายของทิวพุลที่เปิดให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมโดยการร่วมลงคะแนนให้กับดารา และศิลปิน รวมทั้งละครและรายการโทรทัศน์ที่ตนชื่นชอบ เพื่อนำไปตัดสินรางวัล “Top Awards” จากผลคะแนนที่ผู้อ่านร่วมกันส่งมาว่าใคร หรือรายการใดที่ครองใจ และครองความนิยมจากประชาชนมากที่สุด ซึ่งเป็นรางวัลที่มาจากความชื่นชอบ และการตัดสินจากประชาชนอย่างแท้จริง

7. ทิวพุลมีคอลัมน์ในลักษณะบทความเกี่ยวกับความรู้ในแวดวงโทรทัศน์ และธุรกิจบันเทิง ได้แก่คอลัมน์ Storyboard , ตลาด&โฆษณา , ทิวมอนิเตอร์ และบันทึกบันเทิง เป็นต้น ทั้ง

เป็นการให้ความรู้ ข้อมูลเกี่ยวกับเรื่องราวต่างๆในแวดวงธุรกิจบันเทิง และให้ข้อมูลในลักษณะเป็นการวิพากษ์วิจารณ์ แสดงความคิดเห็น ถือว่าเป็นเนื้อหาเด่นของทีวีพูลที่ผู้อ่านทั่วไปทั้งที่อยู่ในวงการบันเทิงและไม่ได้จะสามารถหาความรู้ดังกล่าวได้จากทีวีพูล ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกในการนำเสนอเนื้อหาประเภทนี้ทำให้โดดเด่นจากนิตยสารบันเทิงฉบับอื่นๆ

8. ทีวีพูลมีเนื้อหาประเภท Coffee Break ซึ่งเป็นการนำเสนोकำพูด คำคม ข้อคิดของดารานักร้องแทรกอยู่ระหว่างเนื้อหาเพื่อให้ข้อคิดแก่ผู้อ่าน แม้ว่าเนื้อหาส่วน coffee break จะเป็นเนื้อหาส่วนย่อยๆที่แทรกอยู่ระหว่างคอลัมน์ต่างๆภายในเล่ม แต่ก็ถือว่าเป็นจุดเด่นของทีวีพูลที่พยายามนำเสนอข้อคิดเตือนใจ คำคมเพื่อให้ผู้อ่านได้หยุดคิด ได้คำสอน ข้อคิด คำเตือนใจ และปรัชญาในการดำรงชีวิต โดยการนำเสนอจากดาราศิลปินในวงการบันเทิงและสื่อสารมวลชนซึ่งเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อผู้อ่านอย่างมาก

สรุปความเหมือนและความแตกต่างด้านรูปแบบนิตยสารดารานิตยสารและทีวีพูล

ตารางที่ 20: สรุปความเหมือนและความแตกต่างด้านรูปแบบนิตยสารดารานิตยสารและทีวีพูล

ดารานิตยสาร	ทีวีพูล
<p><u>การนำเสนอภาพปก</u></p> <p>ปกหน้าใช้ภาพดารานิตยสารในยุคนั้น 1 และ 2 ส่วนยุคนั้น 3 ใช้ภาพดารานิตยสารละครโทรทัศน์สลับกันไป</p> <p><u>ปกหน้าด้านใน-ปกหลัง-ปกหลังด้านใน</u></p> <p>นำเสนอภาพดารานิตยสารตั้งแต่เริ่มจนปี 2527 เปลี่ยนเป็นการนำเสนอภาพโฆษณา</p> <p><u>ราคา</u></p> <p>กำหนดราคาถูกที่สุดในบรรดานิตยสารบันเทิงมาตั้งแต่เริ่มต้นคือ 5 บาทและปัจจุบัน 15 บาท</p> <p><u>ขนาด</u></p> <p>เริ่มต้นมีขนาดไม่มาตรฐาน คือ ขนาด 7.3x10.1</p>	<p><u>การนำเสนอภาพปก</u></p> <p>ปกหน้าในยุคนั้นใช้ภาพดารานิตยสารและบุคคลตามกระแสในวงการโทรทัศน์ ต่อมายุคนั้น 2 ปรับเป็นการนำเสนอภาพดารานิตยสารจากกระแสละครโทรทัศน์</p> <p><u>ปกหน้าด้านใน-ปกหลัง-ปกหลังด้านใน</u></p> <p>นำเสนอภาพโฆษณาตั้งแต่เริ่มต้น</p> <p><u>ราคา</u></p> <p>กำหนดราคาเริ่มต้น 15 บาทซึ่งถือเป็นราคามาตรฐานของนิตยสารบันเทิงยุคนั้น (พ.ศ.2533) และปัจจุบัน 25 บาทซึ่งเป็นราคามาตรฐานในยุคนั้น</p> <p><u>ขนาด</u></p> <p>ทีวีพูลมีขนาดมาตรฐานมาตั้งแต่เริ่มจัดทำจน</p>

ดาราทาพยนตร์	ทีวีพูล
<p>นิ้วและได้มีการปรับขนาดมาโดยตลอดจนปัจจุบันมีขนาดมาตรฐานคือแปดหน้ายก ขนาดประมาณ 8.15x11.5 นิ้ว</p> <p><u>หัวหนังสือ</u></p> <p>ภายหลังเปลี่ยนรูปแบบหัวหนังสือจากคำว่า ดาราและภาพยนตร์แยกกัน เมื่อนำมารวมกันก็ใช้รูปแบบนี้มาจนถึงปัจจุบัน มีการปรับเพียงขนาดของหัวหนังสือ</p> <p><u>โปรยปก</u></p> <p>ไม่มีรูปแบบการโปรยปกที่แน่นอน แต่จะปรับไปเรื่อยๆไม่มีกฎเกณฑ์ โดยมากโปรยปกจะกระจายบางๆทั่วปก</p>	<p>ปัจจุบันคือขนาดแปดหน้ายก ประมาณ 8.25x11.5</p> <p><u>หัวหนังสือ</u></p> <p>จากเริ่มแรกใช้หัวหนังสือลักษณะสี่เหลี่ยมเปลี่ยนมาเป็นรูปแบบฟรีแฮนด์ (Freehand)</p> <p><u>โปรยปก</u></p> <p>ในยุคแรกคโปรยปกบางๆทั่วปก ต่อมายุคที่มีการปรับหัวหนังสือรูปแบบฟรีแฮนด์ รูปแบบการโปรยปกคือโปรยด้านในด้านหนึ่งของหน้าปก ต่อมาในปัจจุบันปรับรูปแบบการโปรยปกคือโปรยทั้งสองด้านของภาพปก</p>
<p><u>เย็บเล่ม</u></p> <p>มุงหลังคาตั้งแต่เริ่มจัดทำ จนปัจจุบัน เปลี่ยนเป็นไสกาวเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2545</p> <p><u>กระดาษ</u></p> <p>ในยุคแรกและยุคที่ 2 ใช้กระดาษฟรุ๊ฟเป็นส่วนใหญ่ประมาณ 70-80% ของเนื้อหาทั้งหมด ยุคที่ 3 ปรับเพิ่มกระดาษปอนด์ประมาณ 50% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>สัดส่วนกระดาษที่คงปริมาณมาตั้งแต่เริ่มจนปัจจุบัน คือกระดาษอาร์ตแข็งและกระดาษอาร์ตประมาณ 5-10% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p><u>การพิมพ์</u></p> <p>ระบบการพิมพ์เริ่มจากสี่สีและขาวดำในสัดส่วน 9% และ 91% ของเนื้อหาทั้งหมด</p>	<p><u>เย็บเล่ม</u></p> <p>ตั้งแต่เริ่มจัดทำจนปีพ.ศ. 2535 เป็นรูปแบบมุงหลังคา หลังจากนั้นเปลี่ยนมาเป็นไสกาวจนปัจจุบัน</p> <p><u>กระดาษ</u></p> <p>ทีวีพูลตั้งแต่ยุคเริ่มต้นจนปีพ.ศ. 2543 ใช้กระดาษฟรุ๊ฟเป็นส่วนใหญ่ประมาณ 70-80% ของเนื้อหาทั้งหมดตั้งแต่ปี 2544 ปรับมาใช้กระดาษปอนด์มันประมาณ 50% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p><u>การพิมพ์</u></p> <p>ตั้งแต่เริ่มจัดทำถึงปีพ.ศ.2542 พิมพ์ระบบสี่สีและขาวดำในสัดส่วนประมาณ 20% และ 80%</p>

คาราภาพยนตร์	ทีวีพูล
<p>ตั้งแต่ปี 2522 ปรับเพิ่มการพิมพ์สองสีในสัดส่วน 40% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>ตั้งแต่ปี 2539 ระบบการพิมพ์สี่สี 100%</p> <p><u>โฆษณา</u></p> <p>โฆษณาในปัจจุบันมีสัดส่วนประมาณ 20-23% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>ประเภทของโฆษณาได้แก่ เครื่องสำอาง ,ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม-ศัลยกรรม , โรงพยาบาล , เครื่องใช้ภายในบ้าน , ผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร</p>	<p>ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>ตั้งแต่ปี 2543 ระบบการพิมพ์สี่สี 100%</p> <p><u>โฆษณา</u></p> <p>โฆษณาทั่วไปของทีวีพูลมีสัดส่วนประมาณ 23% ของเนื้อหาทั้งหมด</p> <p>โฆษณาแฝงในรูปแบบคอลัมน์ประจำ ซึ่งเป็นสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร และเครื่องสำอาง ในสัดส่วนประมาณ 3-5% ของเนื้อหาทั้งหมด</p>

จากตารางสรุปความเหมือนและแตกต่างด้านรูปแบบนิตยสารคาราภาพยนตร์และทีวีพูลพบว่า

การนำเสนอภาพปกของทั้งสองเล่มต่างกัน กล่าวคือคาราภาพยนตร์เน้นการนำเสนอภาพคาราจากภาพยนตร์ ส่วนทีวีพูลเน้นการนำเสนอภาพคาราและบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการโทรทัศน์ แม้ว่าในปลายยุคที่ 2 ถึงยุคที่ 3 คาราภาพยนตร์จะปรับการนำเสนอภาพปกโดยนำภาพคาราจากละครสลับกับภาพยนตร์ แต่ก็ยังเน้นภาพคาราจากภาพยนตร์ ซึ่งในปัจจุบันคาราภาพยนตร์มีการปรับครั้งล่าสุดคือเน้นภาพคาราสาวมาถ่ายแฟชั่น ส่วนทีวีพูลในยุคที่ 2 ปรับการนำเสนอภาพปกเป็นการถ่ายแฟชั่น เน้นคารานำตามกระแสละครโทรทัศน์ และมีภาพจากปกภายในเล่ม

ส่วนปกหน้าด้านใน-ปกหลังและปกหลังด้านใน คาราภาพยนตร์นำเสนอภาพคารามาจนถึงปลายปี 2527 หลังจากนั้นเปลี่ยนเป็นการนำเสนอภาพโฆษณา ส่วนทีวีพูลจะนำเสนอภาพโฆษณามาตั้งแต่ต้นจนปัจจุบัน

ราคา คาราภาพยนตร์มีการกำหนดราคาที่ถูกกว่านิตยสารบันเทิงฉบับอื่นๆในท้องตลาดมาตั้งแต่ต้นจนปัจจุบัน เพราะปฏิบัติตามนโยบายที่เน้นการนำเสนอสาระและความบันเทิงในราคาประหยัด เพื่อกลุ่มผู้อ่านประชาชนทั่วไประดับ B ถึง C ส่วนทีวีพูลจะต่างจากคาราภาพยนตร์โดยกำหนดราคาในระดับมาตรฐานของนิตยสารบันเทิงทั่วไปคือเริ่มแรกราคา 15 บาท และปัจจุบันราคา 25 บาทซึ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายระดับ A ถึง B

ขนาด ขนาดของคาราภาพยนตร์ในช่วงเริ่มแรกไม่มาตรฐาน คือมีขนาด 7.3x10.1 นิ้ว แต่มีการปรับขนาดอย่างต่อเนื่องจนปัจจุบันมีขนาดมาตรฐานคือแปดหน้ายก ประมาณ 8.15x11.5 นิ้ว ส่วนที่วีพูลมีขนาดมาตรฐานมาตั้งแต่ต้นจนปัจจุบัน คือแปดหน้ายก ประมาณ 8.15x11.5 นิ้ว

หัวหนังสือ คาราภาพยนตร์มีการปรับรูปแบบของหัวหนังสือจากเดิมที่คำว่าคาราและภาพยนตร์แยกกัน ปี 2522 ปรับรวมคำว่าคาราภาพยนตร์ไว้รวมกันในแถบสี ซึ่งเป็นรูปแบบนี้มาตั้งแต่ต้นจนปัจจุบันถือเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นอย่างหนึ่งของคาราภาพยนตร์ ส่วนที่วีพูลเดิมที่รูปแบบหัวหนังสือมีลักษณะเป็นรูปสี่เหลี่ยม หลังปีพ.ศ. 2538 ปรับเป็นรูปแบบฟรีแฮนด์ (Free hand) จนปัจจุบัน

โปรยปก คาราภาพยนตร์ไม่มีหลักเกณฑ์ของรูปแบบโปรยขาวในภาพปกหน้าที่แน่นอนส่วนมากจะโปรยในลักษณะกระจายบางๆทั่วปก ส่วนที่วีพูลมีหลักเกณฑ์ในการโปรยปก กล่าวคือในช่วงแรกโปรยปกลักษณะกระจายทั่วปก ปี 2538 ที่มีการปรับการนำเสนอภาพปกเป็นคารานำจากละครโทรทัศน์ จะกำหนดลักษณะการโปรยปกแบบด้านใดด้านหนึ่งของภาพปก และในปัจจุบันคือตั้งแต่ปี 2542 โปรยปกทั้งสองด้านซ้าย-ขวา

เย็บเล่ม รูปแบบการเย็บเล่มของคาราภาพยนตร์คือรูปแบบมุงหลังคาตั้งแต่เริ่มจัดทำจนปีพ.ศ. 2544 และในปี 2545 มีการเปลี่ยนแปลงการเย็บเล่มมาเป็นแบบไสกาว ส่วนนิตยสารที่วีพูลเริ่มแรกมีการเย็บเล่มแบบมุงหลังคาเช่นเดียวกัน แต่ได้ปรับมาเป็นแบบไสกาวเมื่อปี 2535 จนปัจจุบัน

กระดาษ ทั้งคาราภาพยนตร์และที่วีพูลในช่วงเริ่มต้นมีการใช้กระดาษฟรุ๊ฟในสัดส่วนประมาณ 70-80% ของเนื้อหาทั้งหมด และปรับเพิ่มกระดาษปอนด์ในคาราภาพยนตร์ปัจจุบันประมาณ 50% ของเนื้อหาทั้งหมด และที่วีพูลเพิ่มกระดาษปอนด์มัน ประมาณ 50% ของเนื้อหาทั้งหมด

การพิมพ์การพิมพ์ของคาราภาพยนตร์เริ่มจากระบบสี่สี 9% และขาวดำ 91% ของเนื้อหาทั้งหมด และเพิ่มสัดส่วนของระบบการพิมพ์แบบสองสีในปี 2522 ประมาณ 40% ของเนื้อหาทั้งหมด และตั้งแต่ปี 2539 ปรับเป็นระบบสี่สี 100% ส่วนที่วีพูลเริ่มจากพิมพ์ระบบสี่สี 20% และขาวดำ 80% จากนั้นปรับมาเป็นระบบสี่สี 100% ในปีพ.ศ. 2543

โฆษณา ประเภทของโฆษณาในคาราภาพยนตร์และทีวีพูลเหมือนกันคือเน้นสินค้าและบริการที่เน้นกลุ่มผู้อ่านที่เป็นผู้หญิง สัดส่วนประมาณ 20-25% ของเนื้อหาทั้งหมดแต่ละเล่ม ส่วนทีวีพูลแตกต่างจากคาราภาพยนตร์คือกำหนดเนื้อหาที่เป็นพื้นที่โฆษณาในคอลัมน์ประจำประมาณ 3-5% ของเนื้อหาทั้งหมด ถือเป็นจุดขายของทีวีพูลอย่างหนึ่งเพราะเป็นผู้ที่ติดต่อประสานงานระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจและดาราที่เป็นฟรีเซ็นเตอร์ เป็นการสร้างความสะดวกให้ลูกค้าและสร้างรายได้ให้ดาราและนิตยสารไปพร้อมกัน

สรุปปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จของนิตยสารคาราภาพยนตร์และทีวีพูล

1. เนื้อหา

เนื้อหาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนิตยสารทั้งสองฉบับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นิตยสารมีจุดยืนที่ชัดเจน มีความสม่ำเสมอในการนำเสนอเนื้อหาตามนโยบายที่กำหนด และนำเสนอเนื้อหาให้เหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่านของแต่ละฉบับ นิตยสารคาราภาพยนตร์และทีวีพูลมีการนำเสนอเนื้อหาที่มุ่งเน้นการให้ความบันเทิงเป็นหลัก แต่มีเอกลักษณ์ต่างกันไปตามจุดเน้นของตน กล่าวคือ คาราภาพยนตร์เน้นการนำเสนอความบันเทิงในวงการภาพยนตร์เป็นหลัก และทีวีพูลนำเสนอความบันเทิงในวงการโทรทัศน์

ความมีเอกลักษณ์ของแต่ละฉบับนั้น ทั้งสองฉบับมีการกำหนดเนื้อหาให้มีความโดดเด่นทั้งคาราภาพยนตร์และทีวีพูลต่างก็เป็นผู้บุกเบิกในการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างจากนิตยสารบันเทิงฉบับอื่นในตลาด ไม่ว่าจะเป็น ภาพยนตร์บันเทิง ,ชีวิตรักดารา , นิตยสารชีวิตจริง , ทีวีวิว เป็นต้น คาราภาพยนตร์เป็นผู้บุกเบิกการนำเสนอเนื้อหาการให้ความรู้ทางเพศ ,ตอบปัญหาชีวิต-สังคม , การให้ความรู้ทางการเมืองและสังคม ส่วนทีวีพูลเป็นนิตยสารบันเทิงผู้บุกเบิกการนำเสนอเนื้อหาที่เน้นการวิพากษ์วิจารณ์ ข่าวเจาะลึก หัวือหวา และเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

ความเป็นผู้บุกเบิกของทั้งสองฉบับ ทำให้เกิดความแตกต่างจากนิตยสารบันเทิงทั่วไป ซึ่งสอดคล้องกับหลักการตลาดที่ตัวสินค้าจะต้องมีเอกลักษณ์และความโดดเด่นเฉพาะตัว จึงจะสามารถก้าวมาเป็นผู้นำทางตลาดได้

2. การปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสสังคม

การดำเนินธุรกิจนิตยสารบันเทิงทั้งดาราภาพยนตร์และทีวีพูล มีการปรับตัวอยู่ตลอดเวลา เพราะการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นสิ่งที่ผู้จัดทำนิตยสารต้องระแวงระวังและก้าวทันอยู่เสมอเพื่อที่จะปรับให้นิตยสารของตนให้ตามกระแสดังกล่าวได้ กระแสการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญคือความสนใจของคนในสังคม ดาราภาพยนตร์และทีวีพูลให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบของนิตยสารเพื่อให้สอดคล้องและสามารถสนองความต้องการของผู้อ่านได้

ดาราภาพยนตร์มีการใช้กลยุทธ์ในการปรับตัวมาตั้งแต่เริ่มต้น จนปัจจุบัน ทั้งการปรับราคาเพื่อให้นิตยสารสามารถดำเนินธุรกิจมาได้ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ และการปรับรูปแบบให้มีความทันสมัยขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปในแต่ละยุคเพื่อให้ก้าวทันกับพัฒนาการของเทคโนโลยี และปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับความนิยมของผู้อ่าน เช่นเดียวกับนิตยสารทีวีพูลที่มีการปรับเปลี่ยนอย่างสม่ำเสมอโดยไม่มีกำหนด และกฎเกณฑ์ ระยะเวลาตายตัวในการปรับแต่ละครั้งถึงกระแสนิยมในแต่ละช่วงเป็นหลัก เพราะกระแสดังกล่าวถือว่าเป็นแฟชั่นที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันก็ไม่แน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเช่นกัน

3. การสร้างภาพลักษณ์ของนิตยสาร

นิตยสารดาราภาพยนตร์มีกลยุทธ์ในการสร้างภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันตามนโยบายหลักของนิตยสาร กล่าวคือดาราภาพยนตร์จะเน้นภาพลักษณ์ของการนำเสนอความบันเทิง สนุกสนาน และสาระประโยชน์แก่ผู้อ่านในราคาที่ประหยัดและคุ้มค่า ส่วนทีวีพูลเน้นภาพลักษณ์ที่นำเสนอข่าวหรือหาเพื่อเป็นตัวแทนของผู้อ่านในการสืบหา ขุดค้นหาข่าวดาราที่ผู้อ่านอยากรู้และเป็นที่น่าสนใจในกระแส เพื่อนำเสนอข้อเท็จจริงจากแหล่งข่าวนั้น

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กลุ่มผู้อ่านของนิตยสารทั้งสองฉบับอาศัยระยะเวลาตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน คือการยึดปฏิบัติตามนโยบายและหลักการดำเนินงานที่กำหนดขึ้นแต่เริ่มแรก ซึ่งทำให้ภาพของนิตยสารชัดเจนในใจของผู้อ่าน เกิดความเชื่อถือและไว้วางใจ และติดตามอ่านนิตยสารอย่างต่อเนื่อง

4. กลยุทธ์ทางการตลาด

การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่แตกต่างกันของนิตยสารคาราภาพยนตร์และทีวีพูลที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้อ่านของตน ทำให้นิตยสารทั้งสองฉบับสามารถดำเนินธุรกิจมาได้จนถึงปัจจุบันและเป็นผู้นำทางการตลาด ด้วยยอดจำหน่ายสูงสุดในแต่ละกลุ่ม นั่นคือคาราภาพยนตร์เป็นนิตยสารบันเทิงที่มียอดจำหน่ายสูงสุดในกลุ่มนิตยสารแนวเดียวกัน ได้แก่ ภาพยนตร์บันเทิง , ชีวิตรักดารา , ชีวิตจริง ส่วนนิตยสารทีวีพูลเป็นนิตยสารบันเทิงในวงการโทรทัศน์ที่มียอดจำหน่ายสูงสุด ซึ่งนิตยสารประเภทเดียวกัน ได้แก่ นิตยสารทีวีวิว เป็นต้น

นิตยสารคาราภาพยนตร์มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่โดดเด่นในเนื้อหาที่น่าสนใจ กล่าวคือมีเนื้อหาทั้งบันเทิงและสาระควบคู่กันไป ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ผู้อ่านสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตได้ แม้ว่าจะเป็นเนื้อหาที่ให้ความรู้ทางการเมืองและสังคมและวิธีการนำเสนอที่ไม่น่าเบื่อและหนักจนเกินไปเพราะกลุ่มผู้อ่านเป็นระดับชาวบ้าน การเป็นผู้บุกเบิกเนื้อหาที่มีความโดดเด่นของคาราภาพยนตร์ในแต่ละยุคตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบันเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทำให้นิตยสารมีความแปลกใหม่และน่าสนใจอย่างต่อเนื่อง สามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านตลอดมา

นอกจากนี้คาราภาพยนตร์มีการสร้างความสัมพันธ์กับองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อวางตัวเป็นสื่อกลางเพื่อนำเสนอสาระประโยชน์แก่ผู้อ่านและให้การสนับสนุนกิจกรรมที่มีประโยชน์ต่อสังคมเรื่อยมา การคำนึงถึงส่วนรวมของคาราภาพยนตร์ทำให้นิตยสารสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างแท้จริง

ส่วนนิตยสารทีวีพูลมีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นหนักไปในทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นความโดดเด่นของพื้นที่โฆษณาภายในเล่ม ทั้งโฆษณาทั่วไปและโฆษณาแฝงหรือที่เรียกว่า เอื้อเอ็ด โดยเป็นธุรกิจที่ทีวีพูลเอื้อประโยชน์ให้กับลูกค้าโดยการติดต่อประสานงานดาราที่เป็นฟรีเซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นพื้นที่โฆษณาเฉพาะตัวของทีวีพูล

นอกจากนี้นิตยสารทีวีพูลยังเน้นกลยุทธ์การสร้างความสัมพันธ์ครบวงจรระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ของนิตยสารในเครือเดียวกัน ได้แก่ Boss และคุณหญิงที่เอื้อในการทำงานและการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างสื่อโทรทัศน์และทีวีพูล ดารา ศิลปินและผู้อ่าน ซึ่งเป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกัน และเป็นสื่อที่สามารถเผยแพร่ได้อย่างกว้างขวาง เป็นการประชาสัมพันธ์หนังสือผ่านสื่อโทรทัศน์ และเปิดโอกาสให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมกับนิตยสารโดยการร่วมให้คะแนนโหวตแก่ดารา หรือรายการทีวีที่ตนชื่นชอบ เป็นผลให้เกิดการติดตามผลคะแนนเพื่อลุ้นว่า

คะแนนที่ลงไปนั้น ท้ายที่สุดดารา ศิลปินหรือรายการทีวีไหนจะได้รับรางวัลความนิยมสูงสุดจากผู้อ่าน เป็นการสร้างกิจกรรมและปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่าน นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และสื่อโทรทัศน์



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “จุดกำเนิด พัฒนาการรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวีพูล “ เป็นการศึกษาพัฒนาการทางด้านการนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบของนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวีพูลตั้งแต่เริ่มแรก (นิตยสารดารารายภาพยนตร์ พ.ศ. 2520 และนิตยสารทีวีพูล พ.ศ. 2533) จนถึงปัจจุบัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงจุดกำเนิดและพัฒนาการของนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวีพูล และศึกษารูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารดารารายภาพยนตร์เปรียบเทียบนิตยสารทีวีพูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาจาก

1. นิตยสารดารารายภาพยนตร์ ตั้งแต่ฉบับแรกที่ได้รับการตีพิมพ์ (พ.ศ. 2520) มาจนถึงปัจจุบัน (ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ 2545)

นิตยสารทีวีพูล ตั้งแต่ฉบับแรกที่ได้รับการตีพิมพ์ (พ.ศ. 2533) จนมาถึงปัจจุบัน (ฉบับเดือนธันวาคม 2544)

กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบ Random Sampling คือการหยิบกลุ่มตัวอย่างปีละ 1 เล่มตั้งแต่เริ่มจัดทำจนถึงปัจจุบัน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบ Purposive Sampling คือการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงคือนิตยสารฉบับครบรอบปีและฉบับที่มีการเปลี่ยนแปลงราคา

2. บทบรรณาธิการของนิตยสารดารารายภาพยนตร์และทีวีพูล เพื่อศึกษาถึงวัตถุประสงค์ของการเปลี่ยนแปลง รูปแบบและเนื้อหาของผู้จัดทำนิตยสาร

3. ข้อมูลจากบุคคลในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 3 ท่านได้แก่

1. บุคคลในกองบรรณาธิการนิตยสารดารารายภาพยนตร์

ตำแหน่งนักข่าวอาวุโสและคอลัมนิสต์ประจำกองบรรณาธิการ

(ไม่สามารถเปิดเผยชื่อได้เนื่องจากข้อจำกัดเกี่ยวกับระเบียบขององค์กร)

2. เกรียงศักดิ์ สกุลชัย

ตำแหน่งอธิบดีบรรณาธิการบริหารนิตยสารทีวีพูล

3. ชนสิทธิ์ สายแสงจันทร์

ตำแหน่งหัวหน้าบรรณาธิการนิตยสารทีวีพูล

สรุปผลการวิจัย

1. จุดกำเนิดของนิตยสารดาราทะเลและทีวีพูล

นิตยสารดาราทะเลกำเนิดขึ้นเมื่อเดือนเมษายน พ.ศ. 2520 จำหน่ายราคาฉบับละ 5 บาท ขนาด 7.3x10.1 นิ้ว จำนวน 88 หน้า โดยมี ธนู จงเลิศจรรยาดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการและบรรณาธิการ

เดิมทีก่อนที่จะมาทำหนังสือดาราทะเล เป็นโรงพิมพ์ “ธรรมะบรรณาคาน” พิมพ์หนังสือเพราะ ธรรมะและตำราเรียนซึ่งเป็นกิจการของครอบครัว “จงเลิศจรรยา” หลังจากนั้น ธนู จงเลิศจรรยามีแนวคิดสนใจงานบันเทิง จึงเริ่มทำนิตยสารแนวบันเทิงขึ้นเป็นครั้งแรก ชื่อ “ดาราทะเล” ที่เน้นการนำเสนอเนื้อหาในด้านภาพยนตร์ เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่วงการภาพยนตร์ไทยเฟื่องฟูและได้รับความนิยม ประกอบกับหนังสือแนวบันเทิงในตลาดมีน้อย จึงทำให้เกิดแรงจูงใจทำหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา และเปลี่ยนชื่อสำนักพิมพ์มาเป็นสำนักพิมพ์อำนวยการ ตามชื่อเจ้าของคืออำนวยการ จงเลิศจรรยา

บริบททางสังคมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดนิตยสารดาราทะเล โดยที่นำเสนอเนื้อหาเน้นหนักในทางบันเทิง กล่าวคือสื่อบันเทิงที่เกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ยังมีน้อย เพราะโทรทัศน์ยังเป็นสื่อใหม่ของสังคมไทย และความนิยมในรายการโทรทัศน์ยังมีน้อย การรายงานความเคลื่อนไหวของวงการบันเทิงจึงเป็นเนื้อหาการรายงานข่าวสารด้านวงการบันเทิงทางดาราทะเล ดังนั้นนิตยสารดาราทะเลจึงเกิดขึ้นเพื่อที่จะสนองความต้องการของผู้อ่านในเรื่องข่าวสารด้านดาราทะเลโดยเฉพาะ

นิตยสารทีวีพูลถือกำเนิดขึ้นหลังจากนิตยสารดาราทะเลรวม 10 กว่าปี คือวางแผงฉบับแรกเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2533 ในการบริหารงานของบริษัทไนต์โปรโมชัน จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทที่เป็นเจ้าของสัมปทานวิทยุกว่า 30 กว่าคลื่น แรงจูงใจในการจัดทำนิตยสารทีวีพูลคือความต้องการที่จะมีสื่อสิ่งพิมพ์ในแนวบันเทิงให้ครบวงจร นอกเหนือไปจากสื่อโทรทัศน์และวิทยุ หลังจากบริษัทไนต์ โปรโมชันขายสัมปทานวิทยุทั้งหมดไปเมื่อ พ.ศ. 2535 ผู้บริหารจึงหันมาทุ่ม

ให้กับสื่อสิ่งพิมพ์อย่างเต็มที่และเปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น โน้ตพับบลิชซิง จำกัด ประกอบกับในช่วงที่ทีวีพูลถือกำเนิดขึ้นนี้เป็นเวลาที่สื่อโทรทัศน์เล็งเติบโต และเข้าถึงประชาชนได้อย่างสะดวก และกลายเป็นสื่อที่ประชาชนนิยมในชีวิตประจำวันมากที่สุดในเวลาต่อมา ทีวีพูลเล็งเห็นความสำคัญของสื่อโทรทัศน์จึงเน้นการนำเสนอข่าวสารทางด้านบันเทิงในวงการโทรทัศน์ทั้งหมด จำหน่ายครั้งแรกราคาฉบับละ 15 บาท ขนาด 8.25x11.5 นิ้ว จำนวน 120 หน้า โดยผู้ก่อตั้งคือเกรียงศักดิ์ และพรทิภา สกุลชัย

1. นโยบายของนิตยสารดาราทองและทีวีพูล

นโยบายหลักของนิตยสารดาราทองแรกเริ่มคือการมุ่งขายความบันเทิงโดยเฉพาะข้อมูลข่าวสารในวงการภาพยนตร์ไทย โดยเน้นการให้ทั้งสาระและความรู้ความบันเทิงแก่ผู้อ่านไปพร้อมๆกัน และยึดหลักการความเป็นธรรมและวางตัวเป็นกลางกับทุกฝ่ายและไม่เอาเปรียบผู้อ่าน ส่งผลให้การนำเสนอเนื้อหาของดาราทองนิตยสารที่นอกจากจะเน้นความบันเทิงในแวดวงภาพยนตร์แล้ว ยังนำเสนอคอลัมน์ประเภทที่ให้ความรู้หลากหลายที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านในการดำเนินชีวิตประจำวัน

นโยบายของนิตยสารทีวีพูลคือการนำเสนอข่าวบันเทิงในวงการโทรทัศน์ไทยโดยเฉพาะในลักษณะที่เป็น “ข้อเท็จจริง” ที่เจาะลึกและแม่นยำ โดยยึดหลักการของความซื่อตรงต่อผู้อ่าน

แนวทางการนำเสนอเนื้อหาของดาราทองนิตยสารและทีวีพูลจะต่างกันไปตามนโยบายและแนวคิดหลักของแต่ละเล่ม กล่าวคือดาราทองนิตยสารจะไม่เน้นการนำเสนอในลักษณะวิพากษ์วิจารณ์และเล่นข่าวแรงเช่นเดียวกับที่ทีวีพูลนำเสนอ แต่ดาราทองนิตยสารเน้นแนวการนำเสนอแบบให้ข้อมูลทางด้านบันเทิงและสาระไม่แรงและหนักจนเกินไป

การนำเสนอเนื้อหาของดาราทองนิตยสารจะสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ว่าเป็นชาวบ้านทั่วไป ดังนั้นการใช้ภาษาและเรื่องที่น่าสนใจต้องให้ชาวบ้านอ่านแล้วเข้าใจได้ง่าย สนุกและได้ประโยชน์ควบคู่กันไป ส่วนกลุ่มเป้าหมายของทีวีพูลที่กำหนดไว้คือเป็นประชาชนในระดับบน มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาขึ้นไป ดังนั้นเนื้อหาที่น่าสนใจออกมาจึงเน้นไปในทางวิเคราะห์ วิจารณ์แสดงความคิดเห็นและให้ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพต่างๆในวงการโทรทัศน์เพื่อประโยชน์ต่อทั้งผู้ประกอบการอาชีพในสายนี้และผู้สนใจ

2. พัฒนาการด้านเนื้อหาในคดียุติการการภาพยนตร์และทีวีพูล

พัฒนาการด้านเนื้อหาของการภาพยนตร์เริ่มในช่วงที่ภาพยนตร์ไทยเฟื่องฟู คั้งนั้นสัดส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์จึงเป็นเนื้อหาหลักประมาณ 70% ของเนื้อหาทั้งหมด ส่วนทีวีพูลที่เกิดขึ้นในช่วงที่วงการโทรทัศน์เติบโตทำให้สัดส่วนเนื้อหาเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์ ประมาณ 80% ของเนื้อหาทั้งหมด

การแบ่งสัดส่วนของเนื้อหาในเล่มของดารภาพยนตร์แบ่งออกเป็น คอลัมน์ประจำ สกู๊ปพิเศษ และเนื้อหาทั่วไปที่นำเสนอประเภทเรื่องย่อภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ นิยายประจำฉบับและอื่นๆ เนื้อหาส่วนคอลัมน์ประจำและสกู๊ปพิเศษจะแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ คั้งนี้ ข้อมูลดาร,ข่าวสังคมบันเทิง,ข้อมูลเพลง,ข่าวบันเทิงทีวี,โปรแกรมภาพยนตร์,ตอบปัญหาดาร,ตอบปัญหาสุขภาพ,ตอบปัญหาชีวิต-สังคม และบทความวิชาการ ส่วนสกู๊ปพิเศษแบ่งออกเป็น ประเภทข้อมูลดาร,สัมภาษณ์พิเศษ,เบื้องหลังการถ่ายทำ และข่าวความเคลื่อนไหว

ความแตกต่างระหว่างเนื้อหาในคอลัมน์ประจำและสกู๊ปพิเศษคือ สกู๊ปพิเศษไม่นำเสนอเนื้อหาประจำ นำเสนอตามเหตุการณ์ในแต่ละช่วงที่น่าสนใจ

ในยุคต่อมา (พ.ศ.2528-2540) ดารภาพยนตร์เพิ่มเนื้อหาที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการตอบปัญหาสุขภาพ ได้แก่คอลัมน์คุยกับหมอเรื่องผิวหนัง , คลินิกลูกรัก และหมอใกล้ตัว และตั้งคอลัมน์คลินิกแพทย์สตรีขึ้นมาแทนคอลัมน์ตอบปัญหาทางเพศ ของหมอนพพร นอกจากนี้ยังตั้งคอลัมน์ประเภทตอบปัญหาชีวิต-สังคม ชื่อ “สอนรักสอนน้อง” โดยรศ. สุนีย์ สิริเดชะ ขึ้นมาแทนคอลัมน์ “พีธีราณีที่รัก” โดยศิริราณี เนื่องจากผู้เขียนเสียชีวิตลง

นอกจากนี้ยังเพิ่มเนื้อหาประเภทการเมืองและสังคมทำให้มีการแบ่งเนื้อหาในสกู๊ปพิเศษออกเป็นสกู๊ปหนักและสกู๊ปเบา เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อสารทางการเมืองระหว่างนักการเมืองและประชาชน ได้แก่สกู๊ป “สนทนาประสาชาวบ้าน” พร้อมเพิ่มนักเขียนคอลัมน์ประจำที่เป็นนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆเพื่อให้ความรู้อย่างถูกต้องแก่ผู้อ่าน เนื้อหาโดยรวมในยุคที่ 2 มีความหลากหลายและเป็นเนื้อหาที่มีประโยชน์ต่อผู้อ่าน ให้สาระและความบันเทิงควบคู่กันไป และเนื้อหาทางด้านโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้นเพราะเป็นช่วงที่เคลื่อนเข้าสู่การเติบโตของสื่อโทรทัศน์

ในยุคที่ 3 การเติบโตและความนิยมในวงการโทรทัศน์ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องทำให้เนื้อหาในยุคนี้ยังคงคล้ายกับในยุคที่ 2 เพียงแต่เนื้อหาด้านโทรทัศน์มีมากขึ้น และปรับลดเนื้อหาประเภทสื่อบันเทิง โดยลดสื่อบันเทิง “สนทนาประชาชนบ้าน” ในปี 2543 เนื่องจากผู้บริหารมีความเห็นว่าเป็นการนำเสนอเนื้อหาที่หนักเกินไป ไม่เหมาะกับหนังสือบันเทิงแนวนี้

คอลัมน์ประจำที่มีมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรกจนปัจจุบัน ได้แก่ คอลัมน์ดาราทะเล โดยวัยฉกรรจ์ , มุมข่าวบันเทิง , แฟ้มสตรีง โดยเสกสรรค์ ภูประดิษฐ์ , ฆะตาศิวติในรูปสัปดาห์ โดย อ.อรรถวิโรจน์ ศรีตุลา และคอลัมน์ตอบปัญหาดาราดอกดาวศุกร์

ส่วนสื่อบันเทิงที่มีมาตั้งแต่ยุคเริ่มแรกจนปัจจุบันได้แก่ สื่อบันเทิงหัวใจ , เยี่ยมบ้านดาราดอก , ใกล้เคียงดาราดอก , สัมภาษณ์พิเศษ และหลังกล้องกองถ่าย

ในส่วนของนิยายประจำฉบับ ผู้เขียนนิยายของดาราทะเลที่เขียนมาตั้งแต่ต้นจนปัจจุบันได้แก่ รมย์ รัชณี , เจ็ด จินคณา , เกตุวดี , กัญยามาส , มณีบุษย์ และนันทนา วีระชน

เนื้อหาภายในเล่มของนิตยสารทีวีพูลแบ่งออกเป็นคอลัมน์ประจำ 80% และทั่วไป 20% คอลัมน์ประจำแบ่งเป็นประเภทได้แก่ ข้อมูลดาราดอก , ข่าวสังคม , ข่าวบันเทิง , ชุบชีพ , ตอบจดหมาย , สัมภาษณ์ , วิจารณ์บันเทิง , ข่าวดนตรี และโปรแกรมทีวี เน้นการนำเสนอลักษณะข่าวสื่อบันเทิงและบทวิจารณ์เป็นหลัก เนื้อหาทั่วไปได้แก่เรื่องย่อละครโทรทัศน์ , นิยายประจำฉบับที่เน้นเนื้อหาที่ต้องสามารถนำไปทำละครและสนุกได้ , coffee break เป็นข้อคิด คำคมของดาราดอก นักร้อง , ปกฉีก เป็นเนื้อหาพวกดวงชะตาดาราดอก , ตอบปัญหาชิงรางวัล และการประชาสัมพันธ์สินค้า และเนื้อหาอื่นๆเกี่ยวกับบทความที่ให้ความรู้ในแวดวงโทรทัศน์

คอลัมน์ประจำในยุคที่ 2 (พ.ศ. 2538-2544) เพิ่มเนื้อหาประเภทโหวต , เบื้องหลัง และตอบปัญหาสุขภาพ ซึ่งคอลัมน์ตอบปัญหาสุขภาพเพิ่มขึ้นมาเพื่อเป็นพื้นที่โฆษณาสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม รวมทั้งโรงพยาบาล - คลินิก ได้แก่คอลัมน์ Clinic T.V.pool , Surgery&Beauty

ปัจจุบันโฆษณามีบทบาทมากในการดำเนินธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ ดังนั้นในยุคที่ 2 ของนิตยสารทีวีพูลจึงเพิ่มคอลัมน์ที่เป็นพื้นที่โฆษณาสินค้าประเภท ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการประกอบอาหารและ

เครื่องสำอาง ได้แก่คอลัมน์ Star cuisine , ครีวคนดั่งกับเบสท์ฟู้ด , Energy saving และDiary กับ ยำยำ เป็นต้น การนำเสนอเนื้อหาในยุคที่ 2 จนปัจจุบันจะเน้นแนว ไลฟ์สไตล์ ของดารามากขึ้น

4. สรุปความเหมือนและแตกต่างด้านเนื้อหาของนิตยสารดาราราภาพยนตร์และทีวีพูล

การนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารบันเทิงทั้งดาราราภาพยนตร์และทีวีพูล ในคอลัมน์ประจำที่เหมือนกัน คือ เนื้อหาประเภทข้อมูลดาราที่นำเสนอข่าวคราวความเคลื่อนไหวของดารา แต่ในยุคแรกของดาราราภาพยนตร์จะเน้นไปในทางภาพยนตร์มากกว่าละครโทรทัศน์ นอกจากนี้คอลัมน์ประเภทเดียวกัน ได้แก่ ข่าวบันเทิง ,ตอบจดหมาย ,สัมภาษณ์ ,ตอบปัญหาสุขภาพ และตอบปัญหาชิงรางวัล

ความแตกต่างของการนำเสนอเนื้อหาทั้งสองเล่ม คือ นิตยสารดาราราภาพยนตร์มีคอลัมน์ประจำประเภทตอบปัญหาชีวิตและสังคม และแยกเนื้อหาประเภทสื่ूपิเศษออกจากคอลัมน์ประจำ ส่วนนิตยสารทีวีพูลจะเน้นคอลัมน์ประเภทวิจารณ์บันเทิง และเพิ่มคอลัมน์ที่ให้อ่านมีส่วนร่วม ได้แก่คอลัมน์ โหวต ให้อ่านมีส่วนร่วมในการตัดสินใจคะแนนศิลปิน ดารา ละคร รายการทีวีที่ตนชื่นชอบ

นิตยสารทีวีพูลมีเนื้อหาย่อยๆแทรกอยู่ในเล่ม ได้แก่เนื้อหาส่วน Coffee break ซึ่งเป็นคำคมของดารา นักร้องเพื่อให้อ่านคิด เตือนใจ ตลอดจนปรัชญาในการดำรงชีวิต

สรุปการนำเสนอเนื้อหาทางด้านบันเทิงและสาระความรู้ที่ทั้งนิตยสารดาราราภาพยนตร์และทีวีพูลมีเหมือนกัน แต่ละฉบับจะแตกต่างกันไปในเนื้อหาบางส่วนที่สื่อถึงนโยบายการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารเล่มนั้น

5. พัฒนาการด้านรูปแบบนิตยสารดาราราภาพยนตร์และทีวีพูล

ขนาด

ดาราราภาพยนตร์เริ่มแรกมีขนาด 7.3x10.1 นิ้ว ปรับครั้งแรกเป็นขนาด 8.2x11.5 นิ้ว ในปี พ.ศ.2528-2529 แลปรับให้มีขนาด 8.15x11.15 นิ้ว ในปี 2545

ทีวีพูลเริ่มแรกมีขนาด 8.15x11.5 นิ้วในปี 2533 เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

การนำเสนอภาพปก

ปกหน้าของดารารายานตร์นำเสนอภาพดารารายานตร์ไทยที่มีชื่อเสียงในยุคที่ 1 ปรับครั้งที่ 1 ตามกระแสความนิยมของละครโทรทัศน์โดยนำเสนอภาพปกหน้าเป็นดารารายานตร์ทั้งจากภาพยนตร์และละครโทรทัศน์สลับกันไป ในช่วงพ.ศ. 2528-2544 และการปรับครั้งล่าสุดคือการนำเสนอภาพปกเป็นการถ่ายแฟชั่น โดยเน้นดาราสาวที่มีชื่อเสียง

ปกหน้าของทีวีพูลในยุคแรก (พ.ศ.2533-2537) นำเสนอภาพดารารายานตร์และบุคคลในวงการโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียง และในช่วงที่ 2 ปรับมาเป็นการนำเสนอภาพดารารายานตร์จากละครโทรทัศน์ที่ได้รับความนิยมตามกระแสในลักษณะการถ่ายแฟชั่น เริ่มในปีพ.ศ. 2538

ปกหน้าด้านใน ,ปกหลัง และปกหลังด้านในของดารารายานตร์ในช่วง 2520-2527 นำเสนอภาพดารารายานตร์ ตั้งแต่กลางปี พ.ศ. 2527 นำเสนอโฆษณา ส่วนทีวีพูลปกหน้าด้านใน,ปกหลังและปกหลังด้านในนำเสนอโฆษณา

ความหนา

ดารารายานตร์เริ่มจากความหนา 80-88 หน้าในยุคแรก เพิ่มมาเป็น 80-100 หน้าในช่วง พ.ศ. 2528-2538 เพิ่มเป็น 90-110 หน้าในช่วง พ.ศ. 2539-2540 ปรับลดเหลือประมาณ 84 หน้าในช่วง พ.ศ. 2541-2544 และ ปรับเป็น 88 หน้าในปี พ.ศ. 2545

ทีวีพูลเริ่มจากความหนาประมาณ 120 หน้าในยุคที่ 1 (พ.ศ.2533-2537) และเพิ่มขึ้นประมาณ 140-148 หน้าในช่วง พ.ศ. 2535-2537 และในช่วง พ.ศ. 2538-2541 ปรับลดลงมาอยู่ที่ 120-128 หน้า และ พ.ศ. 2542-2544 ความหนาประมาณ 100-120 หน้า

หัวหนังสือ

ดารารายานตร์มีการปรับหัวหนังสืออย่างสม่ำเสมอ คือจากฉบับแรก คำว่าดารารายานตร์และภาพยนตร์แยกกัน โดยคำว่า ดารารายานตร์อยู่ในกรอบรูปดาวและภาพยนตร์อยู่ในแถบสี ได้ปรับรวมคำว่า ดารารายานตร์ไว้ด้วยกันเมื่อกลางปี พ.ศ. 2521 ขนาด 7.3x1.9 นิ้ว (18.7x4.7 cm.) ปรับครั้งที่ 2 คือการปรับขนาดหัวหนังสือให้เล็กลงเป็น 9x2.6 cm ตำแหน่งมุมบนซ้ายของผู้อ่าน เมื่อ พ.ศ.

2529 และปรับลดให้มีขนาด 8x2.4 cm. ในช่วง พ.ศ.2539-2540 พ.ศ. 2541-2544 ปรับให้มีขนาด 8x2.3 cm. และพ.ศ. 2545 ปรับให้มีขนาด 6.9x2 cm.

ที่วิบูลมีการปรับหัวหนังสือ 1 ครั้งคือจากเดิมหัวหนังสือรูปแบบสี่เหลี่ยมคล้ายกับ logo ของสถานีโทรทัศน์ ได้ปรับให้มีลักษณะรูปแบบตัวหนังสือรูปแบบ Freehand ในปี พ.ศ. 2538 จนถึงปัจจุบัน

โปรยปก

ลักษณะการโปรยข่าวของนิตยสารดาราทะวันออกตั้งแต่แรกจนถึงปัจจุบัน ไม่มีรูปแบบการโปรยที่เป็นหลักตายตัว โดยมากมักจะโปรยข่าวบางๆกระจายทั่วปก ตั้งแต่ฉบับปรับโฉมล่าสุด พ.ศ. 2545 มีการโปรยบางๆด้านซ้ายและขวาด้านใดด้านหนึ่ง

หลักการโปรยข่าวของนิตยสารที่วิบูลยุคแรก (พ.ศ. 2533-2535) โปรยลักษณะกระจายทั่วปก พ.ศ. 2538-2541 โปรยด้านใดด้านหนึ่งของภาพปก และพ.ศ. 2542-2544 โปรยข่าวทั้งสองด้านซ้าย-ขวา

การเขียนเล่ม

ดาราทะวันออกเขียนเล่มแบบมุงหลังคามาดั้งแต่ต้น พ.ศ. 2520 จนพ.ศ. 2544 แล้วเปลี่ยนมาเป็นเขียนเล่มแบบไสกาวเมื่อเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545

ที่วิบูลเขียนเล่มแบบมุงหลังคามาดั้งแต่พ.ศ. 2533-2535 แล้วเปลี่ยนมาเป็นไสกาวตั้งแต่ปีพ.ศ. 2535 จนถึงปัจจุบัน

กระดาษ

การใช้กระดาษของนิตยสารดาราทะวันออกสรุปลงได้ดังนี้

- | | |
|-----------|---|
| 2520-2521 | ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% , อาร์ต 5% และพรีฟ 90% |
| 2522-2527 | ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% , อาร์ต 6% และพรีฟ 90% |
| 2528-2538 | ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% , ปอนด์มัน 5% , ปอนด์ 32% และพรีฟ 73% |
| 2539-2540 | ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% , ปอนด์ 47% และพรีฟ 48% |
| 2541-2544 | ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% , ปอนด์ 19% และพรีฟ 76% |

2545 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 5% ,อาร์ต 5% , ปอนด์ 34% และพรีฟ 56%

การใช้กระดาษของนิตยสารที่วิบูลสรูปได้ดังนี้

2533-2535 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% ,ปอนด์ 18% และพรีฟ 78%

2535-2537 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 3% ,อาร์ต 17% และพรีฟ 80%

2538-2542 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 3% ,อาร์ต 24%และพรีฟ 73%

2543-2544 ใช้กระดาษอาร์ตแข็ง 4% ,อาร์ต 31% ,ปอนด์มัน 51% และพรีฟ 14%

การพิมพ์

พัฒนาการการพิมพ์ของนิตยสารดาราทาภาพยนตร์สรูปได้ดังนี้

2520-2521 พิมพ์สี่สี 9% และขาวดำ 91%

2522-2527 พิมพ์สี่สี 10% , สองสี 40% และขาวดำ 50%

(เริ่มระบบ 2 สีเมื่อธันวาคม พ.ศ. 2522)

2528-2538 พิมพ์สี่สี 73% ,สองสี 19% และขาวดำ 36%

2539-2545 พิมพ์สี่สี 100%

การพิมพ์ของนิตยสารที่วิบูลสรูปได้ดังนี้

2533-2536 พิมพ์สี่สี 20% และขาวดำ 80%

2538-2542 พิมพ์สี่สี 25% และขาวดำ 75%

2543-2544 พิมพ์สี่สี 100%

โฆษณา

สรุปพัฒนาการพื้นที่โฆษณาในนิตยสารดาราทาภาพยนตร์ ดังนี้

2520-2527 4% ของเนื้อหาทั้งหมด ประเภทภาพยนตร์,ร้านตัดเสื้อ-ทำผม,ร้านอาหาร, เครื่องประดับ,เครื่องแต่งกาย,เครื่องสำอาง และรถจักรยานยนต์

2528-2532 7% ของเนื้อหาทั้งหมด ประเภทเครื่องสำอาง,เครื่องประดับ-เครื่องแต่งกาย,สถานเสริมความงาม,เครื่องประกอบอาหาร,เทปเพลง,รถจักรยานยนต์,ไคเร็กเซลล์

2533-2540 23% ของเนื้อหาทั้งหมด ประเภทเหมือนในช่วงที่ผ่านมา เพิ่มประเภทเครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์,คลินิกความงาม-ลดความอ้วน,ผลิตภัณฑ์คุมกำเนิด,ยาสำหรับสตรี

2541-2545 19% ของเนื้อหาทั้งหมด ประเภทเหมือนในช่วงที่ผ่านมา และ 2% เป็น คอลัมน์ที่เป็นพื้นที่โฆษณาประเภทผลิตภัณฑ์ยา-เพื่อสุขภาพ,คลินิก,โรงพยาบาล,เครื่อง ลำโพง,ผลิตภัณฑ์อาหาร

สรุปพัฒนาการพื้นที่โฆษณาในนิตยสารทีวีพูล ดังนี้

2533-2537 16% ของเนื้อหาทั้งหมด ประเภทรถจักรยานยนต์,ผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม, เทปเพลง,ไดเรกเชลล์,ร้านอาหาร,เครื่องอุปโภค,เครื่องแต่งกาย

2535-2537 23% ของเนื้อหาทั้งหมด ประเภทเหมือนในช่วงที่ผ่านมา

2538-2543 23% ของเนื้อหาทั้งหมด และเพิ่มคอลัมน์ที่เป็นพื้นที่โฆษณา 3% ประเภท ผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร,สุขภาพ-ยา-โรงพยาบาล-คลินิก

ประเภทของโฆษณาในนิตยสารดาราทะวันออกและทีวีพูลจะคล้ายคลึงกันคือ มักจะนำเสนอโฆษณาที่เจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงเป็นหลัก ประเภทเครื่องสำอาง ผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยความงาม เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย เป็นต้น และในช่วงหลังคือตั้งแต่ พ.ศ. 2538 จะเพิ่มพื้นที่โฆษณาในลักษณะคอลัมน์ประจำที่เกี่ยวกับอาหารและสุขภาพ

6. ราคา

สรุปการเปลี่ยนแปลงราคาของนิตยสารดาราทะวันออก ดังนี้

2520-2522 ราคา 5 บาท

2522-2523 ราคา 6 บาท

2523-2530 ราคา 7 บาท

2531-2532 ราคา 8 บาท

2533-2534 ราคา 9 บาท

2534-2540 ราคา 10 บาท

2541-2544 ราคา 12 บาท

2545 ราคา 15 บาท

หลักการปรับราคาขึ้นของนิตยสารดาราทะวันออกคือ ในช่วงแรกจะปรับขึ้นครั้งละ 1 บาท ในช่วง พ.ศ. 2541 ปรับเพิ่มจาก 10 บาทเป็น 12 บาท ต่อมาปรับเพิ่มไม่เกินครั้งละ 3 บาท สาเหตุหลักของการปรับราคาแต่ละช่วงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจฝืดเคือง ทำให้ราคาระบายและหมักพิมพ์สูงขึ้น

สรุปการเปลี่ยนแปลงราคาของนิตยสารทีวีพูล ดังนี้

2533-2535 ราคา 15 บาท

2535-2537 ราคา 20 บาท (ปรับราคาขึ้นพร้อมกับการปรับเปลี่ยนรูปเล่มจากมุงหลังคา เป็นใสขาว)

2538-2544 ราคา 25 บาท

การปรับราคาของนิตยสารทีวีพูลมีการปรับทั้งหมด 3 ช่วง ครั้งละไม่เกิน 5 บาท ปรับราคาในแต่ละช่วงพร้อมกับการปรับรูปเล่ม หรืออาร์ตเวิร์คภายในเล่ม

7. นิตยสารในเครือ

สำนักพิมพ์อำนวยการมีนิตยสารในเครือ ได้แก่ นิตยสารโกลด์สตาร์ เป็นนิตยสารบันเทิงในแวดวงบันเทิงจีน-ฮ่องกง ,นิตยสารราชาเสียงทอง เป็นนิตยสารเกี่ยวกับวงการเพลงลูกทุ่ง ซึ่งปัจจุบันได้เลิกดำเนินการไปแล้ว ,นิตยสารสตาร์เอนด์สไตล์ เป็นนิตยสารบันเทิงต่างประเทศ และนิตยสารฉบับพิเศษละครโทรทัศน์ ซึ่งนิตยสารในเครือของสำนักพิมพ์อำนวยการเป็นนิตยสารประเภทบันเทิงทั้งหมดแต่แยกออกเป็นประเภทต่างๆกัน

นิตยสารในเครือของบริษัทไนต์ พับบลิชซิ่ง ได้แก่ นิตยสาร Boss และคุณหญิง ซึ่งนิตยสาร Boss เป็นนิตยสารธุรกิจที่มีกลุ่มเป้าหมายคือผู้ชาย ส่วนคุณหญิงเป็นนิตยสารประเภทแม่บ้านกลุ่มเป้าหมายคือผู้หญิง จุดประสงค์ในการทำนิตยสารทั้ง 3 ฉบับคือการจัดทำขึ้นเพื่อให้แตกต่างประเภทกันเพื่อประโยชน์ในการขายพื้นที่โฆษณาให้ครบ section

อภิปรายผล

อิทธิพลของสื่อมวลชนแขนงต่างๆส่งผลต่อการกำเนิดนิตยสารบันเทิง ดาราภาพยนตร์และทีวีพูลที่ต่างกัน กล่าวคือพัฒนาการของนิตยสารทั้งสองฉบับเริ่มต้นพร้อมกับการเติบโตของสื่อมวลชนต่างประเภทและต่างยุคสมัย นิตยสารดาราภาพยนตร์ถือกำเนิดขึ้นในภาวะที่สื่อภาพยนตร์เฟื่องฟูและได้รับความนิยม ส่วนนิตยสารทีวีพูลเกิดขึ้นเมื่อสื่อโทรทัศน์กระจายเสียงได้ขยายตัวกว้างขวาง และเป็นที่ยอมรับของประชาชนอย่างมากในเวลาต่อมา

จุดกำเนิดของนิตยสารบันเทิงทั้งสองเล่มในสภาพแวดล้อมที่ต่างยุคสมัยนี้ ทำให้การกำหนดนโยบายและการนำเสนอเนื้อหาแตกต่างกัน ซึ่งดาราภาพยนตร์นำเสนอความบันเทิงแก่ผู้อ่านที่เกี่ยวกับภาพยนตร์ ส่วนทีวียุคนำเสนอความบันเทิงที่เกี่ยวกับแวดวงโทรทัศน์ โดยที่เนื้อหาของนิตยสารทั้งสองฉบับได้สี่ออกมากทางชื่อหนังสือในตัวแล้ว

จากจุดกำเนิดที่ต่างกันตามยุคสมัย และสภาพแวดล้อม รวมทั้งวัตถุประสงค์ของผู้จัดทำนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวียุค สรุปลงได้ว่าเป็นไปตามข้อสันนิษฐานการวิจัยที่ว่านิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวียุคมีที่มาและจุดกำเนิดไม่เหมือนกัน

ปัจจัยทำให้นิตยสารประสบความสำเร็จ ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับการเป็นเจ้าของและองค์กรนิตยสาร มาวิเคราะห์ถึงโครงสร้างองค์กรนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวียุค ดังนี้

การเป็นเจ้าของนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวียุคเป็นประเภทบริษัท (Corporation) ได้แก่ แก่บริษัท สำนักพิมพ์อานวยศาสตร์ จำกัด และบริษัทไนต์พับลิชชิง จำกัด รูปแบบของบริษัทเป็นระบบครอบครัว กล่าวคือบริษัทอยู่ภายใต้การบริหารงานของตระกูลจงเลิศจรรยา (นิตยสารดาราภาพยนตร์) และสกุลชัย (นิตยสารทีวียุค) ซึ่งลักษณะการบริหารงานจะมีผู้บริหารควบคุมนโยบายทั้งหมดเพียงคนเดียว คือ ธนู จงเลิศจรรยา ผู้อำนวยการนิตยสารดาราภาพยนตร์ และเกรียงศักดิ์ สกุลชัยผู้บริหารนิตยสารทีวียุค

ผู้บริหารนิตยสารทั้งสองเล่มเป็นผู้ที่มีความสำคัญต่อองค์กรเนื่องจากเป็นผู้กำหนดนโยบายหลักและควบคุมการทำงานของทีมงานให้อยู่ในกรอบที่วางไว้ ธนู จงเลิศจรรยา ผู้ก่อตั้งนิตยสารดาราภาพยนตร์โดยกำหนดนโยบายหลักคือการให้ความบันเทิง ความเพลิดเพลินข่าวสาร เรื่องราวในแวดวงภาพยนตร์ควบคู่ไปกับสาระประโยชน์ และวางตัวเป็นธรรม นโยบายที่ธนู จงเลิศจรรยา กำหนดไว้ได้สี่ออกมากในการกำหนดเนื้อหาของนิตยสาร กล่าวคือนอกจากเนื้อหาที่มุ่งให้ความบันเทิงทางด้านข่าวคราวในวงการภาพยนตร์ เพลง นิยายและปกิณกะแล้ว ได้กำหนดเนื้อหาที่มีสาระด้านต่างๆ เช่น สุขภาพ เพศศึกษา กฎหมายควบคู่กันไป มิได้มุ่งแต่จะขายความบันเทิงล้วนแต่ต้องการจะคืนกำไรให้กับสังคม

ความเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ของธนู จงเลิศจรรยาเห็นได้จากพัฒนาการของดาราภาพยนตร์ทั้งทางด้านเนื้อหาและรูปแบบ ซึ่งพยายามพัฒนาและนำเสนอสิ่งที่ดียิ่งขึ้นต่อผู้อ่านอย่างสม่ำเสมอ พัฒนารูปแบบให้ถูกใจผู้อ่านอย่างค่อยเป็นค่อยไป มีการปรับปรุงการพิมพ์มาโดยตลอดจากขาว-ดำ

แล้วค่อยปรับเปลี่ยนเป็นการพิมพ์ระบบสองสี และสี่สีตามลำดับ ตลอดจนการปรับรูปเล่ม การนำเสนอภาพและเนื้อหาให้มีความหลากหลาย

เนื่องจากทางสำนักพิมพ์จัดทำหนังสือพระ ตำราสวดมนต์และตำราเรียนมาก่อนที่จะหันมาทำนิตยสารบันเทิง ประกอบกับตัวผู้ก่อตั้งเป็นผู้ที่เล็งเห็นความสำคัญของการทำประโยชน์เพื่อส่วนรวม เพื่อสังคมร่วมกับการนำเสนอสาระประโยชน์ต่อผู้อ่าน คาราวาทยนต์จึงเป็นนิตยสารที่มีนโยบายในการเข้าไปมีส่วนร่วมในเรื่องสาธารณะประโยชน์อย่างสม่ำเสมอตั้งแต่เริ่มแรกจนปัจจุบัน ตัวอย่างเช่นการเป็นสื่อกลางในการรณรงค์การมีส่วนร่วมทางการเมือง ,รณรงค์การออกความเห็นเกี่ยวกับกฎหมายทำแท้งเสรี เป็นต้น ซึ่งเรื่องเหล่านี้ล้วนต้องเกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของประชาชนแทบทั้งสิ้น

แม้ว่าการกำหนดนโยบายหลักและการควบคุมจะมาจากผู้บริหารสูงสุดเพียงคนเดียวคือ ธนุ จงเลิศจรรยา แต่ด้วยความเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์ และเล็งเห็นความสำคัญของการนำเสนอสิ่งที่มีสาระต่อผู้อ่านทำให้คาราวาทยนต์มีพัฒนาการที่ดีด้านเนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ มีการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในแต่ละช่วง คือในยุคแรกที่เน้นเนื้อหาทางภาพยนตร์เป็นหลักเนื่องจากสื่อภาพยนตร์ได้รับความนิยม ต่อมาเมื่อสื่อโทรทัศน์กระจายเสียงขยายตัวและเติบโต จึงปรับให้เนื้อหาเกี่ยวกับแวดวงโทรทัศน์มากขึ้นตามความนิยม และเมื่อกระแสละครโทรทัศน์แรงขึ้น คาราวาทยนต์จึงมีการเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับเนื้อเรื่องย่อละครโทรทัศน์

นอกจากการเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์แล้ว ธนุ จงเลิศจรรยายังให้ความสำคัญแก่ผู้อ่าน กล่าวคือนโยบายหลักที่สำคัญอีกประการที่กำหนดขึ้นคือ การไม่เอาเปรียบผู้อ่าน ซึ่งนอกจากจะพยายามนำเสนอสาระเพื่อผู้อ่านแล้ว การกำหนดราคาจำหน่ายที่ต่ำกว่านิตยสารบันเทิงฉบับอื่นในท้องตลาด เพื่อให้ผู้อ่านได้รับสาระและความบันเทิงในราคาประหยัดและคุ้มค่า แม้กระทั่งเมื่อประสบปัญหาทางเศรษฐกิจ นโยบายการตรึงราคาเป็นวิธีการที่คาราวาทยนต์ใช้มาโดยตลอดจนปัจจุบัน สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้อ่านโดยการไม่ผลัดภาระให้ผู้อ่านถ้าไม่จำเป็น ด้วยเหตุนี้ผู้อ่านที่ติดตามคาราวาทยนต์มาโดยตลอดจึงเกิดความไว้วางใจและเชื่อมั่นว่าจะได้รับความคุ้มค่าอย่างเต็มที่

สำหรับนิตยสารทีวีพูล ผู้บริหารที่เป็นผู้กำหนดนโยบายสูงสุดเพียงคนเดียวคือ นายเกรียงศักดิ์ สกุลชัย ซึ่งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การเป็นนักข่าวในองค์กรสื่อสิ่งพิมพ์มาก่อน ได้แก่ เดลินิวส์ คู่สร้างคู่สม และอินไซด์ทีวี เป็นต้น เนื่องจากเป็นผู้ที่คลุกคลีในวงการสื่อสิ่งพิมพ์และแวดวงบันเทิงมานาน ทั้งเป็นผู้ที่มีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจด้านสื่อวิทยุมาก่อน จึงเกิด

ความคิดที่จะสร้างสื่อสิ่งพิมพ์เป็นภทนิตยสารบันเทิงเพื่อนำเสนอเนื้อหาในวงการโทรทัศน์ ได้กำหนดนโยบายหลักคือการนำเสนอข่าวที่เป็นข้อเท็จจริงและเจาะลึก เน้นบทวิจารณ์และเรื่องราวเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง ตลอดจนความรู้ต่างๆในวงการโทรทัศน์ และมีจุดยืนที่จะสร้างนิตยสารที่วิพูลให้เป็นผู้นำในการนำเสนอข่าวสารและเรื่องราวในวงการโทรทัศน์ให้มากและเจาะลึกที่สุด

สิ่งที่เกรียงศักดิ์ สกฤชยัตติถือในการบริหารองค์กร คือการเป็นบรรณาธิการที่ดี คือต้องมีทักษะ ความสามารถในการชี้แนะให้ทีมงานเห็นแนวทางในการทำงานที่ถูกต้องตามนโยบายที่กำหนดขึ้น ต้องมีความรู้ทั้งศาสตร์และศิลป์เพื่อนำนิตยสารของตนไปสู่สิ่งที่คืออยู่เสมอ ดังคำกล่าวของ John Wharton (1996) ว่า “ผู้จัดทำนิตยสารจำเป็นต้องจับตาและเฝ้าระวังถึงสัญญาณของการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อที่จะสามารถปรับตัวตามกระแสได้อย่างอยู่เสมอ และหาโอกาสในการป้องกันและรับมือกับสิ่งที่เกิดขึ้นได้อย่างทันเวลาและมั่นคง” ซึ่งสอดคล้องกับการดำรงตนเป็นผู้บริหารที่ดีของนายเกรียงศักดิ์ ที่ยึดถือหลักความไม่หยุดนิ่ง มีการศึกษาและเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ คือต้องศึกษาเนื้อหาทั้งจากนิตยสารประเภทบันเทิงและอื่นๆทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนต้องติดตามกระแสสังคม เพื่อให้สามารถปรับตัวของนิตยสารให้สอดคล้องและก้าวทันต่อกระแสสังคมที่เปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา

ความเป็นผู้มีวิสัยทัศน์และมีความสามารถในการบริหารงานของผู้บริหาร ส่งผลให้นิตยสารทั้งสองฉบับมีชีวิตที่ยืนยาว และผ่านพ้นอุปสรรคต่างๆมาได้จนปัจจุบัน

แนวคิดเกี่ยวกับหลักการกำหนดเนื้อหาของนิตยสาร ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์ในการกำหนดเนื้อหาของนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูล ซึ่งเนื้อหาที่มีความสำคัญมากต่อการดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์

หลักการกำหนดเนื้อหาที่สำคัญที่ผู้บริหารต้องคำนึงถึงคือความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของนิตยสารแต่ละเล่ม เพราะการกำหนดเนื้อหาให้มีเอกลักษณ์ และลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัวนี้จะส่งเสริมให้นิตยสารแต่ละเล่มมีบุคลิกลักษณะของตนเด่นชัด และแตกต่างจากนิตยสารบันเทิงฉบับอื่นในท้องตลาด ซึ่งจะทำให้จุดยืนของนิตยสารชัดเจนและมีกลุ่มเป้าหมายที่แน่ชัด ทำให้ภาพของนิตยสารชัดเจนในใจของผู้อ่าน

นิตยสารดาราภาพยนตร์มีเนื้อหาหลักคือข่าวสาร ข้อมูล ความเคลื่อนไหวต่างๆในวงการภาพยนตร์ นักแสดง นักร้อง และสาระ ความรู้ทางด้านสุขภาพทางเพศ การตอบปัญหาชีวิตและ

สังคม ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมาย และความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการแสดงความรัก คาราภาพยนตร์เป็นนิตยสารบันเทิงเล่มแรกที่น่าเสนอเนื้อหาเหล่านี้ที่นอกเหนือจากความบันเทิง ถือเป็นเนื้อหาที่โดดเด่นไม่เหมือนใครและมีประโยชน์ต่อผู้อ่าน ซึ่งเรื่องเพศในยุคนั้นเป็นเรื่องที่ยังไม่มีการให้ความรู้อย่างแพร่หลายและเปิดเผยมากนัก ผู้อ่านส่วนใหญ่มองว่าเป็นเรื่องที่น่าอับอาย ผู้อ่านที่มีปัญหาทางด้านเพศจึงไม่กล้าที่จะไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญหรือแพทย์โดยตรง ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการให้สาระเรื่องเพศในนิตยสารบันเทิงมีประโยชน์ต่อผู้อ่านที่อยากจะมีความรู้และอยากได้รับคำปรึกษาโดยที่ไม่ต้องเสี่ยงต่อความอับอาย และไม่ต้องเปิดเผยชื่อและข้อมูลส่วนตัว และเป็นเรื่องที่คนทั่วไปสนใจอยากจะมีรู้ จึงทำให้เนื้อหาประเภทนี้ในคาราภาพยนตร์ได้รับความนิยมจากผู้อ่านอย่างต่อเนื่องมาจนปัจจุบัน

เอกลักษณ์ทางเนื้อหาของนิตยสารทีวีพูลคือ ข้อเท็จจริงในเนื้อหา และการนำเสนอบทวิจารณ์ ทีวีพูลยึดมั่นในจุดยืนที่จะนำเสนอข่าวตรา ความเคลื่อนไหว เรื่องราวในวงการโทรทัศน์ที่เป็นข้อเท็จจริงและเจาะลึก ซึ่งการนำเสนอเนื้อหาของทีวีพูลตั้งแต่ต้นจนปัจจุบันได้นำเสนอข้อมูลที่สอดคล้องกับนโยบายที่กำหนดไว้ด้วยจรรยาบรรณของผู้ผลิตนิตยสารในฐานะเป็นสื่อมวลชนหนึ่ง คือการนำเสนอข่าวจริงและเจาะลึกที่หาอ่านไม่ได้ในหนังสือพิมพ์รายวันมาโดยตลอด ความโดดเด่นดังกล่าวของทีวีพูลที่ไม่เหมือนนิตยสารบันเทิงฉบับอื่นทำให้ทีวีพูลเป็นนิตยสารที่ผู้อ่านติดตามแสวงหาข้อเท็จจริงในวงการโทรทัศน์จนปัจจุบัน

เอกลักษณ์ในเนื้อหาของนิตยสารคาราภาพยนตร์และทีวีพูลสามารถทำให้นิตยสารทั้งสองฉบับติดตลาดและเป็นผู้นำทางตลาดของนิตยสารประเภทเดียวกันมาโดยตลอด ซึ่งตรงกับแนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารของ ดร.ณิ หิรัญรักษ์ (2530) ว่า “การที่นิตยสารจะประสบความสำเร็จและติดตลาดได้นั้นรูปแบบของนิตยสารต้องมีเอกลักษณ์ของตนเอง และเป็นที่ยอมรับในหมู่นัก” ซึ่งนอกจากเนื้อหาที่เป็นเอกลักษณ์ดังที่กล่าวมาแล้ว รูปแบบของนิตยสารทั้งสองฉบับที่สื่อออกมาจากขนาด การเย็บเล่ม ลักษณะหัวหนังสือที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละฉบับ ได้แก่คาราภาพยนตร์ที่อยู่ในแถบสี ที่สื่อถึงความสดใสของวงการบันเทิง และหัวหนังสือลักษณะสีเหลี่ยมในช่วงเริ่มแรกของทีวีพูลที่สื่อถึงการรวมเรื่องราวในวงการโทรทัศน์ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับ logo ของสถานีโทรทัศน์

การทำให้เนื้อหาของนิตยสารแต่ละฉบับมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง และแตกต่างจากผู้อื่นถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นิตยสารประสบความสำเร็จจนปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับหลักการสร้างความแตกต่าง ของ Jack Trout (อ้างใน Brand Age ฉบับที่ 8 ,ปีที่ 3 ประจำเดือน

สิงหาคม 2545 ,หน้า120) ว่า “ การที่ทุกคน Me-too Product เหมือนกันหมด ไม่มี Differentiate ทำให้อยู่รอดยากเพราะไม่มี Differentiation Concept อยู่ในตัวเอง ซึ่งผู้ที่มีความ เชี่ยวชาญนี้เมื่อเวลาผ่านไปผู้ที่อยู่รอดได้คือผู้ที่ป็นผู้นำตลาด”

ความสมดุลของเนื้อหาที่มีความสำคัญต่อการผลิตนิตยสารตามหลักการในการนำเสนอเนื้อหา ได้แก่

1. เนื้อหาต้องมีความหลากหลาย (Variety) นิตยสารดาราทะภาพยนตร์มีนโยบายในการกำหนดเนื้อหาให้มีความหลากหลายมาตั้งแต่เริ่มจัดทำ กล่าวคือเนื้อหาประเภทให้สาระความรู้ที่นอกเหนือไปจากการให้ความบันเทิง จัดเป็นกลยุทธ์ในการนำเสนอเนื้อหาให้หลากหลาย ยกตัวอย่างเช่นการตั้งคอลัมน์ตอบปัญหาทางเพศและสุขภาพ มีจุดประสงค์เพื่อให้เนื้อหาที่หลากหลายและสร้างความแตกต่างจากนิตยสารบันเทิงฉบับอื่น ฉีกแนวของเนื้อหาในนิตยสารบันเทิงทั่วไป ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้อ่านที่ปกติเรื่องเพศเป็นเรื่องที่ทุกคนให้ความสนใจ แต่ไม่กล้าที่จะแสดงออกหรือแสดงความคิดเห็น นอกจากนี้ดาราทะภาพยนตร์มีการกำหนดเนื้อหาให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายขั้นพื้นฐานในขอบเขตที่กลุ่มผู้อ่านสามารถเข้าใจได้

นิตยสารทีวีพูลมีการกำหนดเนื้อหาให้หลากหลาย นอกเหนือไปจากการนำเสนอเนื้อหาในวงการโทรทัศน์โดยตรงแล้ว ยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง และไม่ลืมที่จะนำเสนอเนื้อหาปักษ์กะต่างๆ เกร็ดเล็กเกร็ดน้อยเพื่อสร้างความบันเทิงเบาๆแก่ผู้อ่าน ภาพแฟชั่น และในปัจจุบันทีวีพูลเพิ่มเนื้อหาประเภทโหวตเพื่อสำรวจความนิยมของผู้อ่านต่อดารา ศิลปินและรายการโทรทัศน์ที่ประชาชนชื่นชอบและสำรวจความคิดเห็นของดาราต่อประเด็นต่างๆในวงการบันเทิง พร้อมทั้งการแทรกเนื้อหาปักษ์กะต่างๆเข้าไประหว่างเนื้อหาในเล่ม เช่นเนื้อหาส่วน coffee break ผู้วิจัยมีความเห็นว่าการเสริมเนื้อหาย่อยๆแทรกเข้าไประหว่างเนื้อหาในเล่มนั้นทำให้เนื้อหาภายในเล่มดูแน่นและทำให้ผู้อ่านเกิดความรู้สึกคุ้มค่ากับเนื้อหาที่อัดแน่นของทีวีพูล

การนำเสนอภาพภายในเล่มของนิตยสารบันเทิงมีความสำคัญมากพอกับเนื้อหาประเภทตัวอักษร และสามารถเป็นส่วนที่ทำให้เนื้อหาที่มีความหลากหลาย ถือเป็นการผสมผสานเนื้อหาหนักผสมกับเบาควบคู่กันไป ดังคำกล่าวของ Click และ Russell (1974) ว่า “ประเภทที่หลากหลายของเนื้อหานั้นจำเป็นอย่างยิ่ง เช่นการนำเสนอเนื้อหา เรื่องราวเกี่ยวกับความสนใจต่างๆไปของมนุษย์ควบคู่ไปกับเนื้อหาที่เคร่งเครียด เน้นวิชาการ การนำเสนอบทความควบคู่ไปกับตัวอย่างหรือภาพประกอบเป็นต้น” ซึ่งทั้งนิตยสารดาราทะภาพยนตร์และทีวีพูลให้ความสำคัญของเนื้อหาส่วนภาพ โดยมีการนำภาพเพื่อประกอบเนื้อหาและสื่อสารเรื่องราวต่างๆ ซึ่งภาพเป็นส่วนสำคัญที่

ดึงดูดผู้อ่าน มีผู้อ่านจำนวนมากที่นิยมดูภาพภายในเล่มมากกว่าที่จะอ่านเนื้อหา เพราะภาพที่ดีสามารถสื่อความหมายและสื่อสารเรื่องราวได้มากกว่าตัวอักษร ประกอบกับโดยธรรมชาติของนิตยสารบันเทิงที่มุ่งนำเสนอความบันเทิงแก่ผู้อ่านเป็นหลัก ภาพยังเป็นเนื้อหาหนึ่งที่ต้องปรากฏภายในเล่ม เพื่อให้ความเพลิดเพลินทางสายตาแก่ผู้อ่าน

เนื้อหาภาพในนิตยสารดารานาฏยตร์และทีวี่พูล ประกอบไปด้วย ภาพโฆษณา ซึ่งเป็นเนื้อหาในสัดส่วนที่มากที่สุดของจำนวนเนื้อหาภาพทั้งหมด เนื่องจากการขายพื้นที่โฆษณาภายในเล่มซึ่งเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของนิตยสาร ภาพประกอบเรื่องราว ประกอบเนื้อหาคอลัมน์ประจำและสัปดาห์พิเศษ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าถ้าเนื้อหาที่มีแต่ตัวอักษรล้วนๆ ไม่มีภาพประกอบเลยนั้นจะทำให้ขาดความน่าสนใจและน่าติดตาม ภาพจึงเป็นส่วนเสริมให้เนื้อหาน่าสนใจมากขึ้นได้ ภาพประกอบเรื่องราวนี้สามารถแยกออกได้เป็นภาพประกอบเรื่องย่อภาพยนตร์ เรื่องย่อละคร และประกอบนิยายประจำฉบับ ซึ่งเป็นเนื้อหาส่วนสำคัญในนิตยสารบันเทิงทั้งสองเล่มโดยไม่ลืมที่จะนำภาพมาประกอบเนื้อหาส่วนดังกล่าวด้วย เพราะจะทำให้ผู้อ่านเห็นบรรยากาศของภาพยนตร์หรือละครโทรทัศน์เรื่องนั้นๆ ตลอดจนเป็นการนำเสนอให้เห็นองค์ประกอบของทีมงานทั้งดารานาและเบื้องหลังการถ่ายทำโดยใช้ภาพนำเสนอ

ภาพข่าวเป็นภาพที่จำเป็นต้องมีประกอบในนิตยสารบันเทิงเพราะเนื้อหาหลักส่วนหนึ่งของดารานาฏยตร์และทีวี่พูลนั้นนำเสนอข่าวคราวของดารา ศิลปินและบุคคลต่างๆในวงการบันเทิงเพียงแต่ต่างกันไปตามนโยบายของการนำเสนอข่าวบันเทิงที่ดารานาฏยตร์เน้นในวงการภาพยนตร์และทีวี่พูลเน้นวงการโทรทัศน์ ภาพข่าวเนื้อหาสำคัญที่ทำให้ผู้อ่านเห็นเรื่องราว ความเคลื่อนไหวต่างๆที่เกิดขึ้นในวงการบันเทิง

ภาพดำเนินเรื่องที่น่าสนใจในดารานาฏยตร์และทีวี่พูล จัดเป็นเนื้อหาที่มีจุดเด่นคือสามารถนำเสนอใดๆได้โดยไม่ต้องใช้ตัวอักษรประกอบ หรือถ้ามีก็เป็นเพียงการบรรยายสั้นๆ เพราะภาพเหล่านี้จะเป็นเนื้อหาที่ดำเนินเรื่องราวในตัวเอง ผู้อ่านโดยมากมักจะชอบการดูบรรยากาศของงานต่างๆ เพราะได้เห็นอริยาบทของดาราและศิลปินมากกว่าภาพนิ่งทั่วไป

การผสมผสานของภาพและเนื้อหาที่หลากหลายของดารานาฏยตร์และทีวี่พูลทำให้นิตยสารแต่ละฉบับมีความน่าสนใจ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าผู้อ่านจะเลือกซื้อนิตยสารที่ดูน่าสนใจโดดเด่น และคุ้มค่าได้รับความบันเทิงจากเนื้อหาหลายๆประเภท ในขณะเดียวกันก็ได้สาระเล็กน้อยๆติดตัวไปด้วย

2. เนื้อหาต้องมีขอบเขตที่กว้างอย่างเหมาะสม เนื้อหาที่นำเสนอในนิตยสารต้องสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายของนิตยสาร กล่าวคือ กลุ่มผู้อ่านของตนต้องสามารถเข้าใจในเนื้อหาที่นำเสนอได้ ซึ่งจะต้องไม่กว้างเกินไปและไม่แคบเกินไป นิตยสารดาราทาภาพยนตร์มีการนำเสนอเหมาะกับกลุ่มผู้อ่านคือประชาชนทั่วไประดับ B ถึง C คือการนำเสนอเนื้อหาในภาษาที่เข้าใจง่าย กึ่งภาษาพูด ส่วนบทความหรือเนื้อหาส่วนที่ให้ความรู้ไม่เน้นวิชาการมากเกินไป นำเสนอในระดับที่ผู้อ่านสามารถทำความเข้าใจกับเนื้อหาได้ ตัวอย่างเช่นคอลัมน์กฎหมายชาวบ้าน นำเสนอความรู้กฎหมายขั้นพื้นฐานโดยใช้ภาษาธรรมดา หลีกเลี่ยงการใช้ศัพท์ทางวิชาการ หรือคอลัมน์ตอบปัญหาทางเพศและสุขภาพซึ่งมีลักษณะเป็นการตอบคำถามจากผู้อ่าน ดังนั้นภาษาที่ใช้จึงเป็นภาษาพูดในลักษณะคุยได้ตอบกับผู้อ่านในประเด็นที่สงสัย

ส่วนนิตยสารทีวีพูลกำหนดกลุ่มผู้อ่านในระดับ B ถึง A เนื้อหาที่นำเสนอส่วนใหญ่เน้นการรายงานข่าว และเจาะลึกข่าวพร้อมทั้งบทวิจารณ์เรื่องราวต่างๆในแวดวงบันเทิง และเนื้อหาเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง การนำเสนอเนื้อหาของทีวีพูลต่อผู้อ่านจะมีสไตล์เฉพาะตัวของเจ้าของคอลัมน์แต่ละท่านโดยที่ทีวีพูลจะนำเสนอในลักษณะใช้ภาษาง่ายๆที่ไม่เน้นวิชาการ มักจะใส่ความคิดเห็นและสไตล์ของผู้เขียนแต่ละคนลงไป ถ้าเป็นเนื้อหาส่วนบทวิจารณ์จะใช้ภาษาพูดเพื่อวิพากษ์วิจารณ์อย่างตรงไปตรงมา อาจมีการใช้คำที่รุนแรงบ้างเพื่อเป็นการดำเนิน วากล่าว และตักเตือนดารา ศิลปินที่ประพฤติตนไม่เหมาะสม หรือใช้คำประชดประชัน โดยที่กลุ่มผู้อ่านทีวีพูลสามารถเข้าใจได้เพราะส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีการศึกษาหรือผู้ที่อยู่ในวงการบันเทิง

การนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบที่เหมาะสมกับผู้อ่าน ผู้ผลิตนิตยสารต้องรู้จักกลุ่มผู้อ่านของตน และเข้าใจในสิ่งที่ผู้อ่านของตนชอบและพอใจเพื่อที่จะได้สรรหาความเหมาะสมให้กับผู้อ่านของตนให้ได้รับประโยชน์จากนิตยสารมากที่สุด ซึ่งทั้งนิตยสารดาราทาภาพยนตร์และทีวีพูลสามารถนำเสนอได้ถูกใจกลุ่มผู้อ่านมาจนปัจจุบัน

3. ความสม่ำเสมอและต่อเนื่อง นิตยสารดาราทาภาพยนตร์และทีวีพูลสามารถรักษาเอกลักษณ์ของเนื้อหาภายในเล่มของตนมาอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือดาราทาภาพยนตร์มีการปรับเนื้อหาอย่างต่อเนื่อง โดยที่รักษาจุดยืนโดยเน้นการนำเสนอที่ให้ความบันเทิงและสาระตามนโยบายหลักของนิตยสารจนปัจจุบัน เช่นเดียวกับนิตยสารทีวีพูลที่มีการนำเสนอเนื้อหาหลักในแวดวงโทรทัศน์และเน้นการรายงานข่าวจริง และเจาะลึกอย่างต่อเนื่อง การรักษาความสม่ำเสมอในนโยบายและการนำเสนอเนื้อหาตามนโยบายที่มีมาตลอดจนปัจจุบันของนิตยสารทั้งสองฉบับ ทำให้ผู้อ่านเกิด

ความเชื่อมั่น ไว้วางใจ ผู้วิจัยคิดว่าความเชื่อมั่นและไว้วางใจที่เกิดขึ้นต่อนิตยสารทั้งสองฉบับของผู้อ่านทำให้นิตยสารทั้งสองฉบับเป็นผู้นำตลาดและประสบความสำเร็จมาจนปัจจุบัน

4. มีจุดมุ่งหมายในการนำเสนอเนื้อหาแต่ละประเภทอย่างชัดเจน เนื้อหาแต่ละประเภทของดาราภาพยนตร์และทีวียุคมีจุดมุ่งหมายในการนำเสนออย่างชัดเจน โดยดูจากบทบรรณาธิการและถ้อยแถลงของผู้เขียนคอลัมน์ ซึ่งจะชี้แจงจุดประสงค์ของการตั้งคอลัมน์ใหม่ขึ้นมาและสิ่งที่ผู้อ่านจะได้รับจากการอ่านคอลัมน์นั้น ถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งในการกำหนดเนื้อหาเพื่อสื่อถึงความตั้งใจของผู้จัดทำ ตัวอย่างเช่น คอลัมน์เสปซุสมอารมณ์หมายของนิตยสารดาราภาพยนตร์ ซึ่งตั้งคอลัมน์นี้ขึ้นมาเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคและเคล็ดลับต่างๆในเรื่องการแสดงความรัก โดยมุ่งที่จะให้เกิดประโยชน์แก่ผู้อ่านถ้าใช้ความรู้ที่ได้อย่างถูกกาลเทศะ และมุ่งให้เกิดประโยชน์โดยตรงแก่ผู้ที่มีคู่ครองแล้ว และคอลัมน์คนดีที่หนึ่งที่ตั้งขึ้นมา มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการส่งเสริมยกย่องดาราที่ทำความดีเพื่อเป็นกำลังใจ เป็นต้น

นิตยสารทีวียุค ตัวอย่างการตั้งคอลัมน์ขึ้นมาอย่างมีจุดประสงค์ เช่น คอลัมน์ขอแก้ข่าวหน่อย ตั้งขึ้นมามีจุดประสงค์เพื่อเปิดโอกาสให้ดาราได้นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับตัวเองที่เป็นข้อเท็จจริงซึ่งเป็นการโต้แย้งข่าวลือเกี่ยวกับดารานั้น และเนื้อหาประเภท Coffee break ตั้งขึ้นเพื่อจุดประสงค์ที่ต้องการนำเสนอคำพูดของดาราที่เป็นคำคม ให้ข้อคิด เพื่อนำมาแทรกในเล่มเพื่อให้ผู้อ่านได้หยุดคิด ได้ความคิดและปรัชญาจากคำคมดังกล่าว

จากเอกลักษณ์เฉพาะตัวทางการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวียุคที่มีความโดดเด่นแตกต่างกันไป สรุปได้ว่าการสร้างเอกลักษณ์ของนิตยสารทั้งสองฉบับแตกต่างกันไปตามวิสัยทัศน์ของผู้ก่อตั้งและปัจจัยภายนอก อันได้แก่กระแสความนิยม เป็นตัวกำหนด

แนวคิดเรื่อง “ส่วนประสมทางการตลาด” นำมาวิเคราะห์นิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวียุคในแง่การดำเนินธุรกิจสิ่งพิมพ์ ดังนี้

1. นิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวียุคจัดเป็นสินค้าประเภทหนึ่งในธุรกิจสิ่งพิมพ์ ดังนั้นจุดขายของนิตยสารประเภทบันเทิงจึงอยู่ที่การนำเสนอเนื้อหาและรูปแบบเป็นหลัก เนื้อหาของนิตยสารเปรียบได้กับตัวผลิตภัณฑ์สินค้า สิ่งสำคัญคือต้องเน้นคุณภาพที่ตัวสินค้า การกำหนดเนื้อหาของนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวียุคดำเนินไปตามนโยบายและจุดยืนขององค์กรที่ผู้บริหารกำหนดขึ้น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น จุดขายของดาราภาพยนตร์อยู่ที่เนื้อหาที่ให้อรรถรสบันเทิง

ในวงการภาพยนตร์และวงการโทรทัศน์ นิยาย ควบคู่ไปกับสาระประโยชน์ทางด้านสุขภาพกาย สุขภาพจิต และสังคมอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มจัดทำจนปัจจุบัน ส่วนจุดขายของนิตยสารทีวีพูล ตั้งแต่เริ่มต้นจนปัจจุบันคือเนื้อหาที่เน้นข่าวจริง การเจาะลึกเรื่องราวในวงการโทรทัศน์ และเน้นการนำเสนอบทวิจารณ์บันเทิงรวมทั้งเรื่องราวเกี่ยวกับธุรกิจบันเทิง

เนื้อหาของนิตยสารบันเทิงที่เปรียบเหมือนกับตัวผลิตภัณฑ์สินค้า รูปแบบของนิตยสารจึงเปรียบได้กับบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ของผลิตภัณฑ์ เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสะดุดตาและดึงดูดผู้อ่านและมีส่วนในการตัดสินใจเลือกซื้อประการหนึ่ง

รูปแบบของนิตยสารดารานักแสดงต่างจากทีวีพูลโดยปัจจัยที่กำหนดรูปแบบได้แก่นโยบายของผู้บริหาร กลุ่มผู้อ่าน ยอดการจำหน่าย กล่าวคือนิตยสารดารานักแสดงมีรูปแบบเข้าเล่มมุงหลังคาตั้งแต่เริ่มจน พ.ศ. 2544 และเปลี่ยนมาเป็นรูปแบบไสกวางในปีพ.ศ. 2545 การกำหนดรูปแบบลักษณะนี้คือความสะดวกในการเข้าเล่มเนื่องจากยอดจำหน่ายมาก ทำให้ไม่เสียเวลา และต้นทุนไม่สูงสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้เป็นระดับ B ถึง C ในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบในปัจจุบันเป็นไสกวางคือความคิดที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีลักษณะเป็นมาตรฐานสากล อีกทั้งปรับเปลี่ยนการนำเสนอภาพปกเป็นภาพแฟชั่นดาราสาวเนื่องจากต้องการปรับให้ดูทันสมัยมากขึ้น ผู้วิจัยเห็นว่าการปรับครั้งล่าสุดนี้เป็นการยกระดับของนิตยสารตนให้เป็นมาตรฐานสากลเพื่อผู้อ่านจะได้รับทั้งคุณภาพจากเนื้อหาและความทันสมัย สวยงามจากรูปแบบ

นิตยสารทีวีพูลให้ความสำคัญกับรูปแบบมาตั้งแต่ต้นจนถึงปัจจุบัน เกรียงศักดิ์ สกูลชัย ได้สร้างสรรค์รูปแบบที่ทันสมัยเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้เป็นระดับ A คือ นักศึกษา คนทำงานทั้งในและนอกวงการบันเทิง ดังนั้นจึงเปลี่ยนรูปแบบจากมุงหลังคาในช่วงเริ่มแรกมาเป็นไสกวางในช่วง 2 ปีหลังจากก่อตั้งนิตยสาร และเน้นการถ่ายแฟชั่นมาจนถึงปัจจุบัน เพราะเริ่มจับกลุ่มเป้าหมายได้ว่าส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงที่ชอบดูดาราดังตัว และแต่งตัวเลียนแบบดารา ส่วนรูปแบบของนิตยสารทีวีพูลในปัจจุบันผู้วิจัยมีความเห็นว่ามีความคล้ายกับนิตยสารแฟชั่นของต่างประเทศ ในส่วนของการนำเสนอภาพปกและรูปแบบการโปรยข่าว ซึ่งการจัดทำรูปแบบส่วนนี้เกรียงศักดิ์ สกูลชัยผู้บริหารคงได้รับอิทธิพลมาจากนิตยสารแฟชั่นต่างประเทศส่วนหนึ่ง เพราะจากการสัมภาษณ์ ได้ข้อมูลว่าทางผู้บริหารต้องมีการศึกษาข้อมูลต่างๆรอบตัวอยู่ตลอดเวลาทั้งจากนิตยสารภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการปรับเปลี่ยนและปรับปรุงนิตยสารของตนให้ก้าวทันกระแสสังคมอยู่ตลอดเวลา ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงคิดว่าการกำหนดรูปแบบของทีวีพูลน่าจะได้รับอิทธิพลจากนิตยสารแฟชั่นต่างประเทศส่วนหนึ่ง

2. ราคาจำหน่ายของนิตยสารดาราทะวันออกในปัจจุบันจำหน่ายราคาฉบับละ 15 บาท (ฉบับแรกจำหน่ายราคาฉบับละ 5 บาทจนปัจจุบัน 15 บาท ระยะเวลา 26 ปี) การเปลี่ยนแปลงราคาจำหน่ายของนิตยสารดาราทะวันออกขึ้นอยู่กับกระบวนการผลิต และสภาพเศรษฐกิจในแต่ละช่วง ประกอบกับการพิจารณาถึงกลุ่มผู้อ่านของนิตยสารซึ่งเป็นกลุ่มชาวบ้าน ประชาชนทั่วไป ดังนั้น การกำหนดราคาของดาราทะวันออกจึงต้องคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลักตามนโยบายของผู้บริหารที่จะไม่เพิ่มภาระให้กับผู้บริโภค และให้ผู้อ่านได้สาระและความบันเทิงในราคาประหยัด

ราคาจำหน่ายของนิตยสารทีวีพูลในปัจจุบันจำหน่ายราคาฉบับละ 25 บาทถือเป็นราคามาตรฐานของหนังสือบันเทิงประเภทเดียวกันในตลาด โดยมีกลุ่มเป้าหมายในระดับบน ทีวีพูลจำหน่ายราคาในระดับนี้ได้เนื่องจากมีรายได้จากยอดจำหน่ายและจากค่าโฆษณาในสัดส่วนที่มาก

3. การจัดจำหน่ายของนิตยสารดาราทะวันออกและทีวีพูล มีระบบการจัดจำหน่ายเองทั่วประเทศ นิตยสารทีวีพูลมีระบบสมาชิกทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งดาราทะวันออกได้ยกเลิกระบบสมาชิกไปเนื่องจากประสบปัญหาเรื่องการจัดส่งล่าช้าและความผันผวนของอัตราค่าเงิน ซึ่งการจัดจำหน่ายโดยที่นิตยสารทั้งสองฉบับเป็นผู้จัดจำหน่ายเองนี้มีความได้เปรียบในแง่ของความเที่ยงตรงในการวางแผน และการปรับเปลี่ยนกำหนดการวางแผนเพื่อให้สามารถวางแผนได้ก่อนนิตยสารฉบับอื่นๆ ซึ่งเป็นข้อได้เปรียบทางการตลาดที่นิตยสารดาราทะวันออกทำการสำรวจมาว่า เวลาในการวางแผนที่เร็วกว่าคู่แข่งจะมีผลต่อยอดจำหน่ายได้

4. การส่งเสริมการขาย เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญในการดึงดูดผู้อ่าน นิตยสารดาราทะวันออกตั้งแต่เริ่มต้นจนปัจจุบัน มีการส่งเสริมการขายควบคู่ไปกับนิตยสารมาโดยตลอด คือการแจกแถม ปฏิทิน และภาพโปสเตอร์ดารานาวาระพิเศษ ฉบับครบรอบปี ครบรอบปีใหม่ และเทศกาลต่างๆ หรือฉบับที่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ เนื้อหา หรือมีการปรับราคา จนเรียกได้ว่าเป็น “ธรรมเนียม” ของนิตยสารดาราทะวันออก ส่วนนิตยสารทีวีพูลเน้นการส่งเสริมการขายในรูปแบบให้ผู้อ่านร่วมสนุกกับนิตยสารและชิงของขวัญจากดารา นักร้อง รวมทั้งการแถมภาพโปสเตอร์ในวาระพิเศษเช่น ปีใหม่ เป็นต้น

ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารดาราทะวันออกและทีวีพูลประสบความสำเร็จจนปัจจุบันที่สำคัญคือการปรับตัวของนิตยสารให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทางสังคมถือเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริหารต้องคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลาเพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิด

ขึ้น ดังแนวคิดเกี่ยวกับนิตยสารของ John Wharton (1996) ที่กล่าวว่า “นิตยสารมักจะถูกเปรียบว่าเป็น “สิ่งมีชีวิต” (Living entities) เพราะความอยู่รอดหรือการคงอยู่ของนิตยสารจะขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะปรับตัวต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ เช่นเดียวกับที่สิ่งมีชีวิตทุกชนิดในโลกต้องเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงเพื่อความอยู่รอดของตน”

กลยุทธ์การปรับตัวของนิตยสารดาราทาภาพยนตร์เริ่มจากการปรับเนื้อหาให้สอดคล้องกับกระแสสังคมในแต่ละยุค กล่าวคือยุคแรกดาราทาภาพยนตร์เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับภาพยนตร์ไทย ซึ่งยึดเป็นนโยบายหลัก แต่ต่อมาเมื่อวงการโทรทัศน์ขยายตัว ได้มีการปรับเนื้อหาโดยเพิ่มเรื่องราวเกี่ยวกับวงการโทรทัศน์มากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นข่าวคราวความเคลื่อนไหว และเรื่องย่อละครโทรทัศน์ ซึ่งการปรับเนื้อหาของดาราทาภาพยนตร์นี้จำเป็นอย่างมากเพราะสื่อโทรทัศน์ได้รับความนิยมจากประชาชนเพิ่มขึ้นทุกวัน ในขณะที่เดียวกันรายการโทรทัศน์ก็มีความหลากหลายมากขึ้น ดังนั้นการปรับเนื้อหาให้นำเสนอเรื่องราวในแวดวงโทรทัศน์เพิ่มขึ้นก็ไม่ได้ถือว่าเป็นการขัดกับนโยบายหลักที่ตั้งไว้ตั้งแต่แรก แต่เป็นการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดซึ่งนิตยสารบันเทิงทุกฉบับในตลาดจำเป็นต้องปรับตามกระแสสังคมเช่นกัน

การเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับการเมืองเป็นการปรับตัวให้เข้ากับกระแสการรณรงค์ให้ประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยให้ความรู้ทางการเมืองและเป็นสื่อกลางให้นักการเมืองชี้แจงประเด็นต่างๆต่อชาวบ้าน ผ่านคอลัมน์ “สนทนาประชาชาวบ้าน” ซึ่งคอลัมน์นี้เป็นผลจากการปรับตัวให้ก้าวทันกระแสสังคมแล้ว ยังเป็นการสร้างความโดดเด่น และนิทแนวของนิตยสารบันเทิงที่ดาราทาภาพยนตร์เป็นผู้บุกเบิกในการนำเสนอเนื้อหาทางการเมือง

การปรับเนื้อหาโดยการเล่นข่าวแรงและหือหวาในยุคแรกของนิตยสารทีวีพูลเป็นวิธีการสร้างความสนใจและดึงดูดผู้อ่านที่นิตยสารส่วนใหญ่ใช้กันในช่วงเริ่มต้นของการเปิดตัวเพราะต้องการให้นิตยสารติดตลาด เน้นการรายงานข่าวสัปดาห์โดยใช้คำที่หือหวา ตรงไปตรงมา ผู้อ่านให้ความสนใจเพราะเป็นสิ่งที่แปลกใหม่ในตลาดนิตยสารบันเทิง

การปรับตัวในภาวะเศรษฐกิจฝืดเคือง ดาราทาภาพยนตร์ใช้วิธีการปรับราคาเพิ่มครั้งละไม่เกิน 1 บาทและมีนโยบายที่จะตรึงราคาเพื่อการไม่เอาเปรียบและผลกระทบต่อผู้บริโภค นโยบายดังกล่าวเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้อ่านที่จะไม่ได้รับความกระทบกระเทือนจากการปรับราคาเพิ่มและให้การสนับสนุนนิตยสารต่อไป และเป็นกลยุทธ์ของดาราทาภาพยนตร์ที่ต่อสู้ต่อราคาค้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น และในการปรับราคาแต่ละครั้งจะต้องมีการปรับเนื้อหาหรือปรับรูป

แบบต่างๆ เล็กๆ น้อยๆ ควบคู่กันไป เพื่อให้ผู้อ่านรู้สึกว่าคุณค่ากับราคาที่เพิ่มขึ้น การปรับราคาถือเป็นการปรับตัวในเชิงธุรกิจเพื่อให้องค์กรนิตยสารสามารถประคองคนต่อสู้กับปัญหาที่เกิดขึ้นและสามารถดำเนินการผลิตมาได้ถึงปัจจุบัน เป็นวิธีการที่ธุรกิจสิ่งพิมพ์นำมาใช้เมื่อประสบกับภาวะเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์รายวัน หรือนิตยสารประเภทอื่นๆ

การปรับเพิ่มพื้นที่โฆษณาภายในเล่มถือเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่สำคัญที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ นิตยสารไม่น้อยไปกว่ารายได้หลักจากยอดขาย ทั้งนี้ นิตยสารดาราทะวันออกและทีวีพูลมีการปรับเพิ่มพื้นที่โฆษณาอย่างต่อเนื่องในทุกยุค สำหรับกลยุทธ์ในการสร้างรายได้จากค่าโฆษณาที่แพร่หลายในปัจจุบัน ได้แก่ การกำหนดพื้นที่โฆษณาแฝงในคอลัมน์ประจำเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการซึ่งมีลักษณะพิเศษคือการใช้ดารา และศิลปินหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงมาเป็นพรีเซ็นเตอร์เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการนั้นๆ กลยุทธ์การสร้างรายได้จากพื้นที่โฆษณาแฝงเห็นได้ชัดจากนิตยสารทีวีพูล ที่มีการกำหนดพื้นที่ส่วนนี้ในคอลัมน์ประจำหลายคอลัมน์ ตัวอย่างเช่น คอลัมน์เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม สินค้าและบริการที่นำเสนอได้แก่ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความงาม สถานเสริมความงาม เป็นต้น ซึ่งสินค้าเกี่ยวกับความงามมุ่งเจาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิง ซึ่งมีนิสัยพื้นฐานคือความรักสวยรักงาม ตลอดจนวิธีการเสริมแต่งเพื่อความงาม การศัลยกรรมซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมจากผู้หญิงจำนวนมาก เพราะค่าใช้จ่ายไม่สูงเกินไป และสะดวกรวดเร็ว ทำให้สวยได้ทันใจ

นอกจากนี้ คอลัมน์ที่เป็นพื้นที่โฆษณาแฝงในทีวีพูล ได้แก่ คอลัมน์ที่นำเสนอสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์ประกอบอาหาร โดยใช้ดาราเป็นพรีเซ็นเตอร์ ซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญของทีวีพูล เนื่องจากทีวีพูลเป็นผู้ติดต่อประสานงานระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจกับดาราที่ถูกค่าต้องการให้มาเป็นพรีเซ็นเตอร์ เป็นการเอื้อประโยชน์ให้ลูกค้า และสร้างรายได้ สร้างความสัมพันธ์กับดารา และสร้างรายได้ให้กับองค์กร ซึ่งการนำเสนอคอลัมน์โฆษณาแฝงในลักษณะนี้ นิตยสารบันเทิงประเภทอื่นๆ ตลอดจนนิตยสารประเภทอื่นๆ ได้ใช้วิธีเดียวกันเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการต่างๆ สำหรับทีวีพูลถือเป็นนโยบายหลักที่ต้องการกำหนดพื้นที่ส่วนหนึ่งในคอลัมน์ประจำให้เป็นพื้นที่โฆษณา และผู้วิจัยมีความเห็นว่าความนิยมในการนำเสนอสินค้าและบริการในลักษณะนี้เป็นเพราะการใช้ดาราเป็นพรีเซ็นเตอร์เพราะดาราถือว่าเป็นบุคคลในวงการบันเทิงที่มีอิทธิพลต่อผู้อ่าน ซึ่งจะมีผลต่อการชักจูง และโน้มน้าวใจผู้อ่านในสนใจในตัวสินค้าและบริการนั้น และผู้อ่านยังได้สาระจากคอลัมน์ดังกล่าวไปพร้อมกันด้วย

สำหรับนิตยสารดาราภาพยนตร์ พื้นที่ในส่วนโฆษณาแฝงอย่างในทีวีพูลนั้นมีสัดส่วนที่น้อยกว่าทีวีพูล และนำเสนอไม่ประจำทุกฉบับ ซึ่งดาราภาพยนตร์จะเน้นรายได้ที่มาจากโฆษณาทั่วไปภายในเล่มและรายได้จากยอดจำหน่ายหนังสือซึ่งสูงอยู่แล้วถือเป็นรายได้หลักของนิตยสารดาราภาพยนตร์

การศึกษาคู่แข่งในด้านของการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งที่ผู้บริหารดาราภาพยนตร์ให้ความสำคัญ ตัวอย่างเช่นในเรื่องของหลักการวางตลาดคือต้องวางจำหน่ายก่อนนิตยสารประเภทเดียวกันในตลาดก่อน 1 วัน ซึ่งเป็นกลยุทธ์ในการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการซื้อในแง่ของความเร็วในการรับข้อมูลข่าวสารของผู้อ่าน การศึกษาคู่แข่งของนิตยสารทั้งสองฉบับจะแตกต่างกันไป ดังที่กล่าวมาว่าดาราภาพยนตร์ให้ความสำคัญกับการจัดจำหน่าย ส่วนทีวีพูลจะศึกษาคู่แข่งในตลาดเพื่อที่จะสำรวจด้านเนื้อหาและรูปแบบของนิตยสารประเภทเดียวกันในตลาด เนื่องจากนิตยสารบันเทิงเป็นนิตยสารที่เกิดง่ายและมีจำนวนมากในท้องตลาด การศึกษาถึงความเคลื่อนไหวของนิตยสารฉบับอื่นๆ จะทำให้ผู้ผลิตสามารถรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงต่างๆที่เกิดขึ้น และสามารถคาดการณ์แนวโน้มของกระแสการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อเตรียมพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นดังกล่าว

นอกจากหลักการวางตลาดของดาราภาพยนตร์ที่ต้องศึกษาคู่แข่งตลอดเวลาเพื่อความได้เปรียบในด้านความเร็วในการวางแผงแล้ว การปรับเปลี่ยนรูปแบบ รูปแบบเพื่อให้เป็นมาตรฐานสากลของดาราภาพยนตร์ ถือเป็นการปรับตัวเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นกว่าคู่แข่งในตลาด โดยดาราภาพยนตร์ได้ปรับรูปแบบให้เป็นแบบใสกาวและนำเสนอภาพปกเป็นการถ่ายภาพแฟชั่น พร้อมภาพแฟชั่นจากปกให้มีความทันสมัยมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดที่เน้นให้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน (product-differentiated marketing) โดย Philip Kotler (อ้างในธงชัย สันติวงษ์, 2539) ว่า “แบบของการตลาดที่ผู้ขายพยายามออกแบบสินค้าให้มีลักษณะที่แตกต่างกันและให้ต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขึ้น ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละอย่างเหล่านี้จะมีรูปร่าง แบบ คุณภาพ ขนาด หรืออื่นๆที่ต่างกันด้วย”

กลยุทธ์ในการปรับตัวให้ก้าวทันกระแสความเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นตลอดเวลา นั้น นิตยสารทีวีพูลอาศัยการปรับเปลี่ยนเนื้อหาและรูปแบบเล็กน้อย อย่างสม่ำเสมอ โดยไม่มีกำหนดที่แน่นอนในการเปลี่ยน ขึ้นอยู่กับกระแสความนิยมเป็นหลัก ตัวอย่างเช่นการปรับเนื้อหาที่เน้นไลฟ์สไตล์ของดารามากขึ้น เน้นเนื้อหาเบาๆ ไม่เครียดเพราะผู้อ่านต้องการอยากรู้เรื่องเบาๆ เช่นชีวิตประจำวันของดาร นักร้อง หรือการปรับชื่อคอลัมน์จากภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษเพื่อให้

คู่มือสมัยมากขึ้น หลักการปรับเปลี่ยนและไม่หยุดนิ่งนี้สอดคล้องกับคำกล่าวของ มล.ศรีฟ้า มหาวรรณ (อ้างถึงในกนกวรรณ นະนะกร , 2542) ว่า “นิตยสารควรคล้อยตามกระแสนิยมของ สังคม ซึ่งคนในสังคมเกือบทุกวันนี้ต้องการรู้เรื่องของคนเด่นคนดัง สนองความต้องการของผู้อ่าน ต้องตามกระแส ปัจจุบันนี้ไม่ว่าหนังสืออะไรทั้งนั้นถ้าไม่เป็นไปตามกระแสความนิยมก็อยู่ไม่ได้”

การประชาสัมพันธ์นิตยสารซึ่งเป็นเครื่องมือทางการตลาดอย่างหนึ่งของทีวีพูลที่ถักแนว ไปจากนิตยสารบันเทิงในท้องตลาดทั่วไป คือการจัดรางวัล Top Awards เพื่อสนองความต้องการ ของผู้อ่านที่ต้องการให้คะแนนแก่ดารา ศิลปินที่ผู้อ่านชื่นชอบ ร่วมทำการสำรวจกับสวนดุสิตโพล เป็นรางวัลประเภท Popular vote คือความนิยมจากประชาชนอย่างแท้จริง การสร้างให้เสียงของ ประชาชนมีความหมายในลักษณะเช่นนี้ ประชาชนจะเกิดความรู้สึกว่าตนสำคัญและเป็นการ สร้างปฏิสัมพันธ์ของนิตยสารกับผู้อ่าน คะแนนที่ลงไปให้แก่ดารา ศิลปินตลอดจนรายการโพร ทักชั่นที่ตนชื่นชอบนั้นสามารถทำให้ดาราของพวกเขาได้รับรางวัลความนิยมสูงสุดได้ ซึ่งก็ถือว่าเป็นการสนองความพอใจของผู้อ่านและผู้ชมโทรทัศน์ที่ต้องการให้รางวัลแก่ผู้ที่เป็นขวัญใจตัวจริง ของประชาชน

การจัดการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบนี้เป็นวิธีการหนึ่งของการส่งเสริมการจำหน่าย (promotion) ซึ่งร่วมกับสื่อโทรทัศน์ เป็นการขยายฐานกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มผู้อ่านประจำไปสู่ผู้ที่ ชมโทรทัศน์ได้ทั่วประเทศ เป็นวิธีการที่ประสบความสำเร็จเพื่อสื่อสารถึงประชาชน ตลอดจนผู้ ประกอบธุรกิจการค้าต่างๆ ในวงกว้างเพื่อย้ำถึงคุณค่าของนิตยสารว่าเป็นนิตยสารที่คำนึงถึงข้อเท็จจริงและความเที่ยงธรรมที่พิสูจน์ได้

จากที่กล่าวมาถึงการปรับตัวของนิตยสารดาราภาพยนตร์และทีวีพูล การใช้กลยุทธ์ทาง การตลาดที่แตกต่างกันตามความเหมาะสมกับนโยบายของนิตยสารแต่ละฉบับ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญ ที่จะผลักดันให้นิตยสารประสบความสำเร็จ ได้รับความนิยมจากผู้อ่านและเป็นผู้นำทางตลอดมาจน ถึงปัจจุบัน

ข้อจำกัดในการวิจัย

1. ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหา รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงเนื้อหาและ ราคาในแต่ละช่วงได้มาจากข้อมูลเอกสารได้แก่บทบรรณาธิการนิตยสารดาราภาพยนตร์ และ

การสัมภาษณ์บุคคลในกองบรรณาธิการ แต่เนื่องจากไม่ได้สัมภาษณ์ผู้ก่อตั้งนิตยสารเฉพาะ นิตยสารดาราทาพยนตร์จึงทำให้ข้อมูลบางอย่างมีไม่ครบถ้วน

2. ผู้ศึกษามีความจำเป็นที่จะต้องสงวนนามผู้ให้สัมภาษณ์จากกองบรรณาธิการนิตยสารดาราทาพยนตร์ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านนโยบายขององค์การของนิตยสารดาราทาพยนตร์
3. ข้อมูลในส่วนตัวเล่มนิตยสารทั้งดาราทาพยนตร์และทีวีพูลที่ผู้ศึกษาเริ่มศึกษาตั้งแต่ต้นจนปัจจุบัน ทางหอสมุดแห่งชาติและทางสำนักพิมพ์เองไม่ได้เก็บไว้อย่างครบถ้วน อาจทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษานิตยสารบันเทิงเล่มอื่นๆในตลาดเพื่อเปรียบเทียบความเหมือนและแตกต่างในการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหา ตลอดจนองค์กรผู้ผลิตนิตยสารบันเทิงนั้น
2. ควรมีการศึกษาเจาะลึกเปรียบเทียบนิตยสารบันเทิงภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กนกวรรณ นະนระกร. 2542. การวิเคราะห์ห้องค์กร รูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารสกุลไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กิตติพงศ์ ไทยเจริญ. 2541. การกำหนดนโยบายองค์กรและลักษณะการรายงานข่าวผ่านอินเทอร์เน็ต (WWW) ของสื่อมวลชนไทย วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เกรียงศักดิ์ สกุลชัย. 13 มิถุนายน 2545. บรรณาธิการบริหารของทีวี่พุด. สัมภาษณ์.
- เกษม ศิริสัมพันธ์. 2507. รายงานการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) หนังสือพิมพ์รายวันในกรุงเทพฯ 14 ฉบับ. กรุงเทพฯ : แผนกวารสารศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ดุณี หิรัญรักษ์. 2530. นิตยสาร. กรุงเทพฯ : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธงชัย สันติวงษ์ . 2533. กลยุทธ์การจัดกาข. กรุงเทพฯ : รุ่งแสงการพิมพ์.
- ธนสิทธิ์ สายแสงจันทร์. 18 เมษายน 2545. หัวหน้าบรรณาธิการทีวี่พุด. สัมภาษณ์.
- นฤพนธ์ เอื้อธวันต์. 2539. นิตยสารแนวท่องเที่ยว : ศึกษาองค์กร เนื้อหา และผู้รับสาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาคศึกษาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุคคลในกองบรรณาธิการดารภาพยนตร์. 12 กรกฎาคม 2545. สัมภาษณ์.
- ประมะ สตะเวทิน. 2541. การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.
- ประชุม รอดประเสริฐ. 2527. นโยบายและการวางแผน : หลักการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : ภาควิชาบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- ประวุฒิ เพิ่มทรัพย์. 2540. การรับนวัตกรรมอินเทอร์เน็ตของกลุ่มอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์กับการปรับตัว ขององค์กร. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต สาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปัญญา จันทรา. 2542. การปรับกลยุทธ์การจัดจำหน่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ในภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ. วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต ภาคศึกษาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- พยอม วงศ์สารศรี. 2538. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : สุภา.
- ระวีวรรณ ประกอบผล. 2530. รายงานผลการวิจัยเรื่อง นิตยสารไทย. กรุงเทพฯ : โครงการเผยแพร่ผลงานวิจัย ฝ่ายวิจัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วันเพ็ญ ศิริโชติบัณฑิต. 2533. บทบาทหน้าที่ของสิ่งพิมพ์บันเทิงที่สนับสนุนโทรทัศน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิษณุ สุวรรณเพิ่ม. 2525. นิตยสาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สุภาวดี จันทร์วานิช. 2542. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 8. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. 2540. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ : Diamond in Business World.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2541. หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ไผ่ และอวยพร พานิช. 2532. 100 ปี ของนิตยสารสตรีไทย (พ.ศ.2431-2531). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภาษาอังกฤษ

- Bernard, Berelson and Janowitz, Moris. 1996. Reader in public opinion and communication. 2nd ed. New York : Free Press.
- Click, J. William and Baird, Russell N. 1974. Magazine editing and production. Iowa : Wn C. Brown.
- Hildick, Wallace. 1965. Word for word : a study of authors' alterations with exercises. London : Faber and Faber.
- Wharton, John 1992. Managing magazine publishing. London : Blueprint.
- Holsti, Ole R.. 1969. Content analysis for the social sciences and Humanities. California : Menlo Park.
- Wolseley, Roland E. 1969. Understanding magazines. 2nd ed. Iowa : The Iowa State University Press.



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ฝ่ายโฆษณาติดต่อ: นลินี ชินพฤทธิวงศ์ (สาม)
โทร. 0-24340032, 0-28820800 ต่อ 115
(09.00-12.00 น.) มือถือ 01-870-2299

ราคาโฆษณานิตยสารดารานิตยสารปี 2545

อัตราหน้ากระดาษอาร์ต

<input type="checkbox"/> ปกหลัง	130,000 บาท	}
<input type="checkbox"/> หน้าใน	100,000 บาท	
<input type="checkbox"/> หลังใน	80,000 บาท	
<input type="checkbox"/> อาร์ต P.3	100,000 บาท	
<input type="checkbox"/> อาร์ต P.4	90,000 บาท	
<input type="checkbox"/> อาร์ต P.5	92,000 บาท	
<input type="checkbox"/> อาร์ต P.6	85,000 บาท	

วางตลาดทุกวันพฤหัสบดี ขอดพิมพ์ 200,000 ฉบับต่อสัปดาห์

อัตราหน้ากระดาษปอนด์

<input type="checkbox"/> ปอนด์ P.7	70,000 บาท	}
<input type="checkbox"/> ปอนด์ P.23	65,000 บาท	

อัตราหน้ากระดาษปรู๊ฟ

<input type="checkbox"/> ปรู๊ฟเต็มหน้า	40,000 บาท
<input type="checkbox"/> ปรู๊ฟครึ่งหน้า	25,000 บาท

ขนาดพิเศษ

Stip Ad

ตำแหน่งหัวเรื่อง (คู่สตู๊ปหรือคอลัมน์ประจำ ขนาด 2x7 นิ้ว)

ไม่ฟิกซ้ายหรือขวา (แนวตั้ง, แนวนอน)

<input type="checkbox"/> ปอนด์ (ทุกฉบับทั้งปี)	15,000 บาท
<input type="checkbox"/> ปอนด์ ครั้งละ	17,000 บาท
<input type="checkbox"/> ปรู๊ฟ (ทุกฉบับทั้งปี)	13,000 บาท
<input type="checkbox"/> ปรู๊ฟ ครั้งละ	14,000 บาท

บรรณาธิการ: อรุณรัตน์ งามวิจิตร
ดาราแฟนตาซี
 ฉบับที่ 1751 วันที่ 17 มิ.ย. 2551 ราคา 25.65 บาท

- "ชายที่รัก" รุ่งเรือง
ยอมทิ้งครอบครัว มุ่งงานอย่างเดียว !!
- ใครจะเดินเคียงคู่ "โอ กะริรา"
อยากมีลูกปรี๊ด ก่อนอายุ 30
- มีครอบครัว "อัน โอสิวอร์"
ขอลบทิ้งเพราะ "ภักดี" รุ่งเรือง!

พาราแคป บรรเทาปวด ลดไข้
PARACAP
 ขนาดบรรจุเม็ดขนาด 500 มิลลิกรัม

บริษัท พาราแคป จำกัด โทร. 02-971-6299 Email: medclub@hotmail.com

ภาสกร บุญประจักษ์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การตีพิมพ์ฉบับนี้ของ **ผู้จัดการรายสัปดาห์**
ดาเทอเพี้ยนตี
 วันที่ 12-13 ธันวาคม 2543 ราคาเล่ม 25.45 บาท

ใจใหม่!!!
สวยสดใส
กว่าเคย

"ป้อ นริจวุฒิ"
พระเอกบอห์รหนึ่ง
มีระเบิดติดหลัง
ขึ้นแล้วลงไม่ได้

เริ่มบวชนิยาย
สุดคลาสสิกสี่หมื่น
เล่มที่สาม สุวรรณ

สุดระทึกว๊านต์ วันสำคัญอยู่ที่เงินเป็นสาระ

มังกะกุ
 หนึ่งเล่มจบ...จรรวยเสีงเสีง

ISSN 1511-8453
 9771513845006

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายละเอียดนิตยสารทีวีพูล (รายสัปดาห์)

รูปแบบ	รายงานความเคลื่อนไหววงการทีวีสำหรับทุกคนในครอบครัว
ขนาด	8.14" x 11.5" (ใสกาว)
ปก	อาร์ต 190 แกรม อบายูวี
ยอดพิมพ์	250.000 ฉบับ/สัปดาห์
ยอดสมาชิก	10 %
วางตลาด	ทุกวันศุกร์
ราคา	25 บาท

กลุ่มเป้าหมาย

หญิง : ชาย	70 : 30
อายุ	15-35 ปี เป็นกลุ่มหลัก 36 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มเสริม
การศึกษา	ระดับมัธยมตอนต้นขึ้นไป
ฐานะทางสังคม	A, B, C+
เขตพื้นที่	ทุกพื้นที่ทั่วประเทศไทย โดยแบ่งเป็นกรุงเทพฯ 50% ต่างจังหวัด 50% รวมถึงในต่างประเทศที่มีคนไทยอาศัยอยู่
อาชีพ	นักเรียน นักศึกษา, แม่บ้าน และประชาชนทั่วไป
ไลฟ์สไตล์	ชอบดูทีวี โดยเฉพาะ ละคร วาไรตี้ เกมโชว์ สนใจข่าวสารวงการบันเทิง เป็นคนทันสมัย รักความสวยงาม

อัตราค่าโฆษณา ปี 2545

ปกหลัง	(5 ลี)	69,000 บาท
ปกหน้าใน	(4 ลี)	52,000 บาท
ปกหลังใน	(4 ลี)	49,000 บาท
หน้า 3	(4 ลี)	55,000 บาท
ชนแฟชัน	(4 ลี)	49,000 บาท
หน้าปกดี	(4 ลี)	45,000 บาท
สตรีปแอด 1/3 หน้า	(4 ลี)	20,000 บาท

ใบแทรก ชิ้นละ 2 บาท จำนวนตั้งแต่ 20,000 ชิ้นขึ้นไป

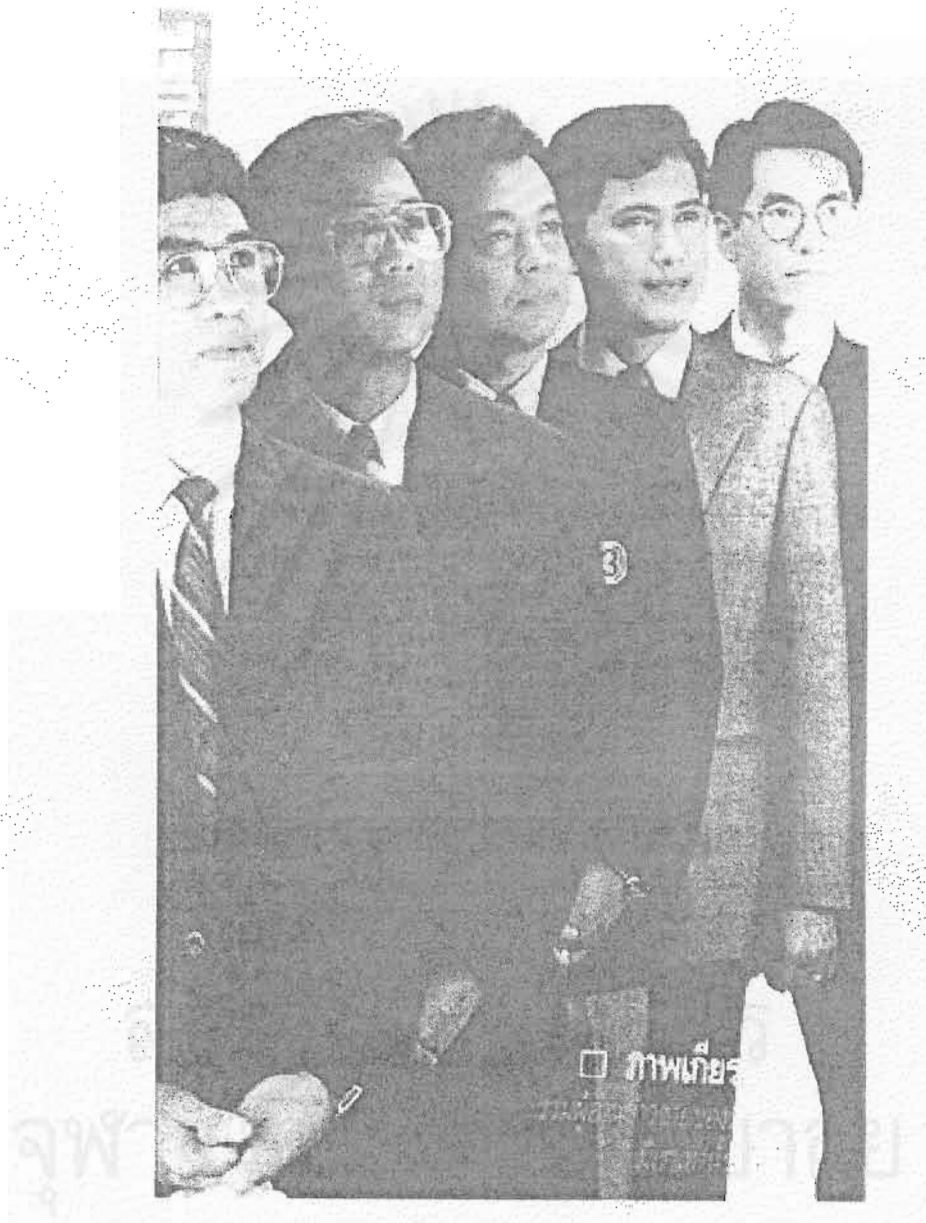
(ถ้าเป็นสินค้าตัวอย่างที่มีมูลค่ามากจะติดไว้ที่หน้าปกหรือด้านหลังพลาสติก)

AGENCY	ลดพิเศษ 30%
ลูกค้าตรง	ลดพิเศษ 15%
กำหนดขอลงโฆษณา	ก่อนหนังสือออก 20 วัน
วันส่งอาร์ตเวิร์ค	4 ลี ล่วงหน้า 15 วัน

หมายเหตุ ราคานี้ไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%









เฉพาะ

ธงไชย”

วิเศษ

ชมคอนเสิร์ต 21 รอบของเขา

ได้

“ประชา มาลีนนท์”

ประกาศกร้าว!!

ไล่ทั้งสัณญาดา

ย่า“เอส.พีฯ” เดือนไม่รุ่ง

ยุบบริษัท!!

■ ■ ■

“ดร.สมเกียรติ”

สวนกระแส

“เด็กนิตย-วารสาร”

คิดข่าวไม่เป็น!

■ ■ ■

ดาวเป็รักข้างเตียงนักร้องดัง

ไม่สมหวัง-ก๊วน

รู้มัย? ใครกันจะ!!

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวแพนใจ โทธิแท้่น เกิดวันที่ 30 ธันวาคม 2520 สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสารนิเทศศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2541 และเข้าศึกษาต่อปริญญาโทนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปีการศึกษา 2542



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย