

บทที่ 1

บทนำ



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สื่อมวลชน เป็นสถาบันที่มีอิทธิพลและมีประสิทธิภาพ ในการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล ต่างๆ ให้กับสมาชิกในสังคม ทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับ โดยทั่วไป นักวิชาการมักมองว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่เป็นกระจกเงา ที่คอยสะท้อนสิ่งที่มีอยู่ในสังคม ให้สมาชิกของสังคมได้รับรู้

แต่ในความเป็นจริงแล้ว สื่อมวลชนมีสัมพันธภาพ 2 ทางกับสังคมและความเป็นจริง สัมพันธภาพแรก คือ การสะท้อนสิ่งที่มีอยู่ และเป็นอยู่ในสังคม ส่วนสัมพันธภาพที่สอง คือ การสร้างภาพแห่งความเป็นจริงของสังคมขึ้นมาใหม่ โดยเลือกที่จะนำเสนอเนื้อหาใด ในรูปแบบ ต่างๆ กับบุคคลในสังคม และการให้ความหมายของสิ่งต่างๆ ของสื่อเท่ากับเป็นการสร้างความ จริงที่เกิดขึ้นมาใหม่ ให้เกิดขึ้นในสังคมด้วย (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2526)

นอกจากจะทำหน้าที่ในการเผยแพร่ข่าวสารต่างๆ แล้ว สื่อมวลชนยังกำหนดแบบแผน การดำเนินชีวิตใหม่ๆ ให้เป็นที่ยอมรับของประชาชน ตลอดจนเป็นสื่อที่สะท้อนให้เห็นถึงสภาพ แวดล้อมและค่านิยมของคนในสังคม ในทางกลับกันก็ยังสร้างค่านิยมให้เกิดขึ้นในสังคมได้อีก ด้วย

นับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการ ผลิตนิตยสารกันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้เนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการ พิมพ์ ทำให้สามารถผลิตนิตยสารได้รวดเร็วขึ้น จึงนับได้ว่านิตยสารเป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ที่ได้รับความนิยมจากประชาชนในระดับสูง จะเห็นได้จากการศึกษาตลาดนิตยสารในปี 2540 พบว่า มีการผลิตนิตยสารออกมาสู่ตลาดประมาณ 290 ฉบับ และในแต่ละเดือนมีการผลิต นิตยสารเล่มใหม่ ต่างรูปแบบออกมาสู่ตลาดอยู่ตลอดเวลา (โฆษณารุรกิจปีที่ 11 ฉบับที่ 11)

แต่อย่างไรก็ตามนิตยสารส่วนใหญ่มีอายุสั้น เนื่องจากปัญหาการจัดการ การดำเนินการ ผลิต และการจัดจำหน่ายไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ และเนื่องจากมีการแข่งขันกันมากในตลาด นิตยสาร ทำให้นิตยสารบางฉบับพิมพ์จำหน่ายได้เพียงเล่มเดียว ก็ต้องเลิกกิจการหรือขาย

กิจการให้ผู้อื่นไป บางฉบับพิมพ์โดยไม่มีกำหนดออกที่แน่นอน แต่บางฉบับที่มีเนื้อหาอยู่ในความสนใจของผู้อ่านเท่านั้น จึงสามารถยื่นยอดจำหน่ายได้ต่อไป (ไพลิน รุ่งรัตน์, 2525 : 34)

นอกจากนี้ในบรรดาสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวิทยุ โทรทัศน์ ภาพยนตร์ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร กลับพบว่า สื่อมวลชนประเภทนิตยสารมีผู้ให้ความสนใจศึกษา ในแง่ของการให้ความรู้น้อยกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่นๆ ทั้งๆ ที่ในปัจจุบันบทบาทของนิตยสาร ในการเสนอเนื้อหาสาระได้เปลี่ยนแปลงไป จากการเน้นให้ความบันเทิงเพียงอย่างเดียว มาเป็นการให้เนื้อหาในเชิงความรู้และเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านมากขึ้น

ในปัจจุบันมีการผลิตนิตยสารประเภทต่างๆ ออกมาเป็นจำนวนมาก ซึ่งนิยมจัดทำโดยมุ่งผู้อ่านเฉพาะกลุ่มเป็นหลัก เพื่อตอบสนองความต้องการข่าวสารของผู้รับสารแต่ละกลุ่มที่มีอยู่หลากหลาย โดยแบ่งเป็น นิตยสารสำหรับผู้หญิง นิตยสารสำหรับผู้ชาย นิตยสารเด็ก นิตยสารสำหรับครอบครัว นิตยสารการเมือง นิตยสารธุรกิจ นิตยสารศิลปวัฒนธรรม และนิตยสารบันเทิง (อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ไผ่, 2529)

ในบรรดานิตยสารที่แบ่งตามกลุ่มผู้รับสารดังกล่าว อาจจะกล่าวได้ว่าผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด คือ ผู้หญิง เนื่องจากผู้หญิงเป็นประชากรกว่าครึ่งหนึ่งในสังคม ทำให้นิตยสารผู้หญิงมีจำนวนมากมายหลายชื่อ และเป็นนิตยสารที่มีประวัติยาวนานจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ได้มีผู้ให้ข้อสังเกตเกี่ยวกับ สาเหตุที่ผู้หญิงชอบอ่านนิตยสารสตรีไว้หลายประเด็น เช่น ผู้หญิงมีความสนใจร่วมกันมากกว่าผู้ชาย ผู้หญิงชอบอ่านเรื่องเบาสมองเพื่อคลายเครียด ผู้หญิงชอบดูภาพสวยๆ งาม ๆ ผู้หญิงมีเวลาว่างมาก ผู้หญิงมีกำลังซื้อมากขึ้น เป็นต้น ประเด็นที่สำคัญ คือ ผู้หญิงจะได้รับความรู้ในเรื่องต่างๆ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้หญิง จากการอ่านนิตยสาร นิตยสารจึงเป็นสื่อมวลชนที่เข้าถึงผู้หญิงได้เป็นจำนวนมาก (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2530)

อุบลวรรณ ปิติพัฒน์ไผ่ และอวยพร พานิช (2532) ศึกษาและพบว่า นิตยสารผู้หญิงของไทยนั้น สามารถแบ่งออกเป็นยุคต่างๆ ได้ 5 ยุค โดยที่แต่ละยุคมีการนำเสนอเนื้อหาที่แตกต่างกันไป ตามสภาพของสังคมในยุคนั้นๆ ดังนี้

1. ยุคของการปลูกสำนึกในด้านการเฝ้าหาความรู้และสิทธิสตรีไทย (พ.ศ. 2431 - 2475)

นับเป็นยุคแรกของนิตยสารสตรี ซึ่งเป็นยุคที่ยาวนานกว่ายุคอื่นๆ ซึ่งกินเวลาถึง 44 ปี แม้จะมีการแบ่งย่อยออกเป็น 2 ช่วง คือ ช่วงแรก เริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2431 - 2459 และช่วงหลัง เริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2465 - 2475

มีนิตยสารผู้หญิงเกิดขึ้น เป็นจำนวนทั้งสิ้น 18 ฉบับ ส่วนใหญ่เป็นหนังสือที่มีคุณค่า และสะท้อนให้เห็นถึง ความตื่นตัวในการให้ความคิดแก่สตรีไทย เกี่ยวกับสังคมและการเมืองทั้งสิ้น ที่เรียกว่าเป็น "ยุคปลูกสำนึกทางความรู้ ความคิด และสิทธิสตรี" จะเห็นได้จากเนื้อหาของนิตยสารหลายเล่มๆ เช่น กุลสตรี บำรุงนารี สตรีศัพท์ สตรีไทย สยามยุพดี และนารีนาถ ฯลฯ ลักษณะที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่ง คือ นิตยสารสตรีเหล่านี้ยังนิยมใช้ร้อยกรอง โดยเฉพาะนารีรมย์เล่มแรกๆ นั้นเป็นร้อยกรองล้วน ต่อมาก็มีร้อยแก้วปะปนเข้าไป แต่ก็ยังคงมีร้อยกรองเป็นหลักอยู่โดยส่วนใหญ่

2. ยุคมีดของนิตยสารสตรี (พ.ศ. 2475 - 2489)

เนื่องจากเป็นช่วงที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และสงครามโลกครั้งที่ 2 เศรษฐกิจของประเทศค่อนข้างตกต่ำ ซึ่งทำให้กระดาษมีราคาแพง จึงมีผลกระทบต่อนิตยสารสตรี คือ มีค่อนข้างน้อย ในช่วงนี้มีเพียงนิตยสาร "หญิงไทย" เท่านั้นที่เป็นหนังสือสำหรับผู้หญิงแท้ๆ โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับแม่บ้านแม่เรือน หน้าที่ของภรรยา และการนำเสนอเรื่องราวของสิทธิสตรี

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

ในยุคตื่นตัวของนิตยสารสตรีนี้ มีนิตยสารสตรีเกิดขึ้นมากมาย รวมแล้วไม่น้อยกว่า 25 ฉบับ ในช่วง 10 ปี โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ

ช่วงต้นยุค (2490 - 2493) มีนิตยสารสตรีเกิดขึ้นหลายฉบับ ทั้งๆ ที่สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และกระดาษพิมพ์มีราคาสูงมาก นิตยสารที่เด่นๆ ในช่วงนี้ คือ สตรีสาร เริงรมย์ เพลินจิตต์ ปิยะมิตรวันอาทิตย์ เดลิเมล์วันจันทร์ เป็นต้น ซึ่งมีหลายฉบับที่มีอายุยืนยาวต่อมานับเป็นสิบๆ ปี เช่น สตรีสาร และเดลิเมล์วันจันทร์

ช่วงกลางยุค (2494 - 2497) มีนิตยสารสตรีลักษณะแม่บ้านการเรือนเกิดขึ้นมาก ผู้หญิงหันมาสนใจการแต่งตัว การเย็บปักถักร้อยมากขึ้น นิตยสารเด่นๆ ได้แก่ กุลสตรี สกุลไทย แม่ศรีเรือน ศรีสัปดาห์ ซึ่งมีอายุยืนยาวต่อมาอีกหลายสิบปีเช่นกัน

ช่วงท้ายยุค (2498 - 2500) นิตยสารสตรีเกิดขึ้นไม่มากนัก แต่เรียกได้ว่ามีนิตยสารสตรีหลายฉบับ เนื่องจากมีนิตยสารจำนวนไม่น้อย ที่มีอายุยืนยาวตลอดยุคสมัย นิตยสารที่เด่นที่สุดในช่วงนี้ คือ เรวดี (2499) ซึ่งมีลักษณะการจัดทำอย่างดี และให้ความรู้ภาษาอังกฤษ และวัฒนธรรมตะวันตกค่อนข้างมาก เกี่ยวกับการดำเนินชีวิต การสร้างครอบครัวให้เป็นสุข การปรับปรุงตนเอง และการป้องกันการผิดพลาดของความเป็นลูกผู้หญิง และควรแก้ไขอย่างไรหากมีเรื่องน่าละอายเกิดขึ้น

4. ยุคพาฝัน (พ.ศ. 2501 - 2516)

เป็นช่วงที่นิตยสารนำเสนอเรื่องที่หนีปัญหาสังคม จึงมักจะมีแต่นิยายแบบรักๆ ใคร่ๆ เสนอแต่นิยายน้ำเน่า ประเภทเมียหลวงเมียน้อย ความรักแบบเพื่อฝัน นิตยสารที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก เช่น สตรีไทย ขวัญเรือน ทานตะวัน ดุริณี ซึ่งเป็นกลุ่มนิตยสารที่มีมากที่สุดในยุคนี้

อีกกลุ่มเป็นนิตยสารเกี่ยวกับการเรือน ซึ่งเป็นรองจากกลุ่มแรก เช่น เรวดี กุลสตรี คู่มีแม่บ้าน

กลุ่มสุดท้ายเป็นกลุ่มนิตยสารแนวปัญญา ปฏิเสธนิยายแบบพาฝัน ได้แก่ ลลนา สาวสยาม สตรีสยาม เป็นนิตยสารเพื่อผู้หญิงแนวใหม่

5. ยุคข่าวสารและความหลากหลายของนิตยสารสตรี (พ.ศ. 2516 - ปัจจุบัน)

เป็นยุคที่มีความหลากหลายของนิตยสารสตรี เพราะมีความเจริญทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร ข่าวสารและความรู้ต่างๆ จึงมีความสำคัญมากขึ้นในนิตยสารสตรี ช่วงนี้นิตยสารสตรีเกิดขึ้นมากมาย มีความแตกต่างกันทั้งรูปแบบและเนื้อหา จำนวนที่เกิดขึ้นใหม่ในช่วงนี้ นับได้เป็นครึ่งหนึ่งของนิตยสารทั้งหมดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน นิตยสารที่เด่นในยุคนี้ เช่น ดิฉัน แพรพลอยแถมเพชร และนอกจากนี้ยังมีนิตยสารในกลุ่มวัยรุ่นเกิดขึ้นอีกมาก

ในอดีตพบว่าการทำนิตยสารนั้น จะเริ่มจากกลุ่มผู้จัดทำที่มีใจรัก และมีทักษะในการเขียนหนังสือ เน้นการผลิตเป็นขั้นตอนที่สำคัญ ส่วนการจัดจำหน่ายจะเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญรองลงมา แต่ในปัจจุบันเกิดการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างในการผลิตนิตยสาร คือ

1. เปลี่ยนจากผู้ผลิตที่เป็น "มือสมัครเล่น" มาเป็น "มืออาชีพ" คือ เปลี่ยนจากการทำเพราะใจรักมาเป็นการผลิตในเชิงธุรกิจ โดยเริ่มสนใจผู้อ่าน โดยเฉพาะจะให้ความสำคัญกับกลุ่มผู้อ่านที่เป็นผู้หญิงมากขึ้น
2. มีเนื้อหาที่หลากหลายมากขึ้น ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น แนวแม่บ้านการเรือน แนวให้ความรู้ทันโลกทันสมัย แนวบันเทิง แนวความรู้ความคิดและการพัฒนาสตรี แนวภาพและแฟชั่น นอกจากนี้ยังมีการเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันไปด้วย เพื่อเป็นการหาช่องทางทางการตลาดในการผลิตหนังสือ ให้ขายได้มากขึ้น
3. เริ่มเปลี่ยนไปสู่ลักษณะของการเป็นนิตยสารสำหรับผู้หญิงมากขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา เห็นได้จากจำนวนหน้าของโฆษณาสินค้า และบริการสำหรับผู้หญิงที่เพิ่มมากขึ้นด้วย
4. เริ่มมีระบบการจัดหาสมาชิกของนิตยสาร โดยการแจกของแถมแก่ผู้สมัครเป็นสมาชิกของหนังสือ เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างหนึ่ง เพื่อดึงดูดใจให้ผู้อ่านทั่วไปหันมาเป็นสมาชิก นอกจากนี้ยังมีระบบการจัดส่งที่รวดเร็ว แม่นยำ ถึงมือผู้อ่านทุกเล่ม
5. การเป็นเจ้าของและดำเนินธุรกิจการพิมพ์ ในปัจจุบันกิจการสื่อสิ่งพิมพ์กลายเป็นกิจการและการทำธุรกิจสมัยใหม่ มีการร่วมทุนมากขึ้น จะเห็นได้จากการที่ธุรกิจสิ่งพิมพ์ต่างๆ เข้าสู่ตลาดหุ้น หรือลักษณะที่เจ้าของอาจจะเป็นเจ้าของกิจการสื่อสิ่งพิมพ์อื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ สตูดิโอผลิตรายการโทรทัศน์ ซึ่งจะมีลักษณะเป็น "กลุ่มกิจการสื่อ" มากขึ้น

จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ยุคต้นกำเนิดของนิตยสารในปี พ.ศ. 2431 จนมาถึงปัจจุบัน มีการผลิตนิตยสารขึ้นมามากมาย โดยเฉพาะนิตยสารผู้หญิงที่มีการผลิตออกมาเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มผู้อ่านจำนวนมาก ไม่ว่าจะ เป็นนิตยสารที่ใช้ชื่อภาษาไทย เช่น ดิฉัน พลอยแถมเพชร แพรว ฯลฯ หรือนิตยสารที่ใช้ชื่อภาษาอังกฤษ เช่น อิมเมจ ซิตี โลฟ ฯลฯ ผวนกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในยุคข่าวสารในปัจจุบัน สื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนิตยสารก็พัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้ง ทั้งการนำเสนอในด้านรูปแบบ และเนื้อหาสาระที่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของ "ตลาด" และ "สังคม"

แต่เดิมได้มีการแบ่งแยกนิตยสารผู้หญิง โดยพิจารณาตามเนื้อหา ออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ (อุบลวรรณ ปิติพัฒนะไพสิต, 2532)

1. ด้านแม่บ้านการเรือน รวมทั้งการเลี้ยงเด็ก การจัดบ้าน ประกอบด้วยนวนิยายที่ให้แต่ความบันเทิงเป็นหลักส่วนหนึ่ง อีกส่วนหนึ่งเป็นเนื้อหาเกี่ยวกับงานแม่บ้านการเรือนด้านต่างๆ เน้นกลุ่มผู้อ่านที่เป็นแม่บ้านและกึ่งแม่บ้าน ได้แก่ แม่บ้าน แม่บ้านทันสมัย กุลสตรี หญิงไทย ขวัญเรือน ฯลฯ

2. ด้านการให้ความรู้ ทันโลกทันสมัยแก่สตรี รวมทั้งแฟชั่นใหม่ๆ เพราะมุ่งผู้อ่านกลุ่มผู้หญิงที่มีความรู้ ทำงานนอกบ้าน เนื้อหาจะให้ความรู้แก่สตรีหลายๆ ด้าน ทั้งข่าวสาร ความรู้รอบตัว งานบ้าน ความคิดใหม่ๆ รวมทั้งด้านกฎหมายและอื่นๆ ได้แก่ ดิฉัน แพรว สตรีสาร นคะ จันทร์ ฯลฯ

3. ด้านความบันเทิงเป็นส่วนใหญ่ นิตยสารกลุ่มนี้จะประกอบด้วยนวนิยายเป็นส่วนใหญ่ ประมาณ 80 เปอร์เซ็นต์ นอกจากนั้นจะมีคอลัมน์อื่นๆ และสารคดี รวมทั้งโฆษณา ได้แก่ สกุลไทย แก้ว ทานตะวัน ฯลฯ

4. ด้านวิชาการให้ความรู้ ความคิด และการพัฒนาสตรี ประกอบด้วยบทความที่มีเนื้อหาค่อนข้างหนัก วิชาการวิจารณ์สังคม และบทบาทของสตรี เพราะมุ่งกลุ่มผู้อ่านเป็นผู้หญิงที่มีการศึกษา ใฝ่หาความรู้ แต่นิตยสารกลุ่มนี้ไม่ประสบความสำเร็จในการขาย จนปัจจุบันแทบจะไม่มีจำหน่าย ได้แก่ ฮอทไลน์ ผู้หญิงเก่ง สตรีทัศน์ ฯลฯ

5. เนื้อหาสำหรับวัยรุ่น สุขภาพอนามัยของครอบครัว และแฟชั่น นิตยสารในกลุ่มนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มย่อยๆ ดังนี้

5.1 เน้นเนื้อหาเฉพาะวัยรุ่น เป็นนิตยสารที่เกิดขึ้นได้ประมาณ 4 - 5 ปี จะเน้นความบันเทิง และเรื่องราวรอบๆ ตัว ประกอบด้วย นวนิยาย เรื่องสั้น แฟชั่น และคอลัมน์ต่างๆ ที่ล้วนแต่เป็นเรื่องของวัยรุ่นปัจจุบัน ได้แก่ วัยหวาน เธอกับฉัน แพรวสุดสัปดาห์ และเปรี้ยว ฯลฯ

5.2 เน้นสุขภาพอนามัยในครอบครัว จะประกอบไปด้วยบทความที่ให้ความรู้ ด้านอนามัยในครอบครัว รวมทั้งด้านจิตวิทยาในการอบรม ดูแลบุตรแก่สตรี ได้แก่ แม่และเด็ก รัก ลูก เลี้ยงลูก

5.3 เน้นภาพและแฟชั่นทันสมัยต่างๆ มีลักษณะเป็นหนังสือแบบเสื้อ แบบผม ประมาณ 70 เปอร์เซ็นต์ แต่มีคอลัมน์ที่ให้ความรู้อื่นๆ รวมทั้งความบันเทิงอื่นๆ อีกด้วย ได้แก่ แฟชั่นรีวิว สาวสยาม ฯลฯ

นิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัว

สำหรับนิตยสารที่นำมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ถือเป็นนิตยสารผู้หญิง อีกกลุ่มหนึ่ง ที่ผลิตขึ้นเฉพาะเจาะจงสำหรับกลุ่มผู้หญิงที่มีครอบครัวแล้ว แต่เดิมเป็นนิตยสารผู้หญิงกลุ่มย่อยที่เน้นด้านสุขภาพอนามัยในครอบครัว โดยมีเนื้อหาสาระที่กว้างขึ้น เป็นลักษณะของแนวครอบครัว จึงใคร่จัดเป็นกลุ่มใหม่ เรียกว่า "นิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัว" ซึ่งโดยภาพรวมจะนำเสนอเนื้อหา เน้นในเรื่องของการเลี้ยงดูบุตรเป็นหลัก

ในช่วงแรกนิตยสารในกลุ่มดังกล่าวนี้เริ่มต้นผลิตขึ้น ในลักษณะของนิตยสารคู่มือการเลี้ยงดูบุตร สำหรับกลุ่มผู้หญิงที่กำลังเตรียมตัวที่จะเป็นแม่ และผู้หญิงที่มีบุตรในวัยตั้งแต่แรกเกิด - 5 ปี ซึ่งเนื้อหาส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องการดูแลสุขภาพอนามัยของแม่และเด็ก และพัฒนาการทางด้านต่างๆ ของเด็ก ซึ่งได้รับความสนใจจากผู้อ่าน จนเรียกได้ว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ต่อมาจึงเกิดการขยายการผลิตนิตยสารในกลุ่มนี้เพิ่มขึ้น เมื่อผู้หญิงกลุ่มที่มีบุตรซึ่งกำลังก้าวสู่วัยรุ่น คือ ตั้งแต่วัย 7 - 15 ปี ต้องการข่าวสารข้อมูลในการเลี้ยงดูบุตรในวัยนี้ เนื่องจากเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงทั้งทางร่างกายและจิตใจอย่างมาก ทำให้เนื้อหาของนิตยสารดังกล่าว จะมุ่งนำเสนอเนื้อหาในการเลี้ยงดูบุตรในเชิงพฤติกรรม โดยใช้หลักของจิตวิทยาและเหตุผล เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงจิตใจและพฤติกรรมของเด็กเป็นหลัก

นิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวที่เลือกมาทำการศึกษาทั้ง 3 ฉบับในครั้งนี้ มีรายละเอียดและความเป็นมา ดังนี้

1. นิตยสารแม่และเด็ก

เป็นนิตยสารรายเดือน ขนาด 8.5 x 11.5 นิ้ว มีจำนวนหน้าแต่ละฉบับเฉลี่ย 130 หน้า เริ่มออกจำหน่ายเมื่อปี พ.ศ. 2520 มีอายุถึง 21 ปีแล้ว ปัจจุบันราคาฉบับละ 49 บาท สมาชิก

1 ปี 500 บาท บรรณาธิการ คือ เสาวณี โรจนรัตน์วิชัย สำนักงาน 200 / 26 - 27 ซอยพุทธโอสถ ถนนนเรศ กรุงเทพฯ 10500

วัตถุประสงค์การจัดทำของนิตยสารฉบับคือ เพื่อให้ความรู้ในการเลี้ยงดูบุตรที่อยู่ในวัย 1 - 5 ปี เนื้อหาประกอบด้วย สุขภาพอนามัยของแม่และเด็ก พัฒนาการของเด็กในด้านต่างๆ อาหารและโภชนาการ ตอบปัญหาทางแพทย์ ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างสามีและภรรยา ซึ่งกลุ่มผู้อ่านเป็นผู้หญิงที่มีบุตรในวัยดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่

2. นิตยสารดวงใจพ่อแม่

เป็นนิตยสารรายเดือน ขนาด 8.25 x 11.25 นิ้ว จำนวนหน้าแต่ละฉบับเฉลี่ย 90 หน้า เริ่มออกจำหน่ายเมื่อปี พ.ศ. 2538 มีอายุประมาณ 4 ปี ปัจจุบันราคาฉบับละ 45 บาท สมาชิก 1 ปี 480 บาท บรรณาธิการ คือ จินตนา คุ้มประพันธ์ สำนักงาน 1532 / 40 - 43 ซอยกรุงเทพฯ - นนทบุรี 36 ถนนกรุงเทพฯ - นนทบุรี เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

วัตถุประสงค์การจัดทำของนิตยสาร คือ เพื่อเป็นคู่มือในการเลี้ยงดูบุตรที่อยู่ในวัย 1 - 6 ปี สำหรับครอบครัวยุคใหม่ โดยจะเน้นเนื้อหาเกี่ยวกับการดูแลเด็กในวัย 1 - 3 ปีมากเป็นพิเศษ เนื้อหาประกอบด้วย สุขภาพอนามัยของแม่ระหว่างตั้งครรภ์ สุขภาพอนามัยของเด็ก พัฒนาการของเด็กในด้านต่างๆ อาหารและโภชนาการ เพศศึกษา และการครองชีวิตคู่ ซึ่งกลุ่มผู้อ่านเป็นผู้หญิงที่มีบุตรในวัยดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่

3. นิตยสารไลฟ์ แอนด์ แฟมิลี

เป็นนิตยสารรายเดือน ขนาด 8.25 x 11.25 นิ้ว จำนวนหน้าแต่ละฉบับเฉลี่ย 160 หน้า เริ่มออกจำหน่ายเมื่อปี พ.ศ. 2539 มีอายุประมาณ 3 ปี ปัจจุบันราคาฉบับละ 70 บาท สมาชิก 1 ปี 840 บาท บรรณาธิการ คือ สุภาวดี นาญเมธี สำนักงาน 1532 / 40 - 43 ซอยกรุงเทพฯ - นนทบุรี 36 ถนนกรุงเทพฯ - นนทบุรี เขตบางซื่อ กรุงเทพฯ 10800

วัตถุประสงค์การจัดทำนิตยสารคือ เพื่อให้ความรู้ในการเลี้ยงดูบุตรที่อยู่ในวัย 7 - 15 ปี เนื้อหาประกอบด้วย สุขภาพอนามัยแม่และเด็ก พัฒนาการของเด็ก ความสัมพันธ์ในครอบครัว การศึกษา ทักษะคิด สิ่งแวดล้อม ซึ่งกลุ่มผู้อ่านเป็นผู้หญิงที่มีบุตรในวัยดังกล่าวเป็นส่วนใหญ่

นิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวดังกล่าว ได้รับความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ถึงแม้ว่านิตยสารทั้ง 3 ฉบับจะไม่มีเนื้อหาประเภทนวนิยาย เรื่องสั้น และเรื่องแปลเลย เนื้อหาในส่วนนี้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อนิตยสารผู้หญิงเป็นประจำมากที่สุด (สุพจน์ กุลปรารค์ทอง, 2529)

สาเหตุหนึ่งที่นิตยสารดังกล่าวได้รับความนิยมนั้น เนื่องจากในปัจจุบันผู้หญิงมีการศึกษาสูงขึ้น จึงให้ความสนใจในการเลี้ยงดูบุตรมากเป็นพิเศษ ประกอบกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจในปัจจุบัน ที่ทำให้ผู้หญิงที่มีบุตรแล้วกลุ่มหนึ่ง ต้องออกไปทำงานนอกบ้าน ขณะเดียวกันก็ยังคงรับบทบาทของความเป็น “แม่” จึงต้องการข่าวสารข้อมูลในการเลี้ยงดูบุตร นิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวดังกล่าว จึงเข้ามามีบทบาทในการช่วยผู้หญิงดังกล่าว ที่จำเป็นต้องทำหน้าที่ 2 อย่างในเวลาเดียวกัน ให้สามารถดำเนินบทบาททั้ง 2 ไปพร้อมๆ กัน ได้เป็นอย่างดี โดยการให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตรในวัยต่างๆ การดูแลสุขภาพของตนเอง และการปฏิบัติตนระหว่างสามีและภรรยา ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิกในครอบครัว

นิตยสารในแนวครอบครัวดังกล่าว จึงเข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและส่งเสริมครอบครัว โดยเนื้อหาที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารดังกล่าว จะถูกถ่ายทอดผ่านไปยังผู้อ่านกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งก็คือ ผู้หญิงที่เตรียมพร้อมจะเป็น “แม่” หรือผู้หญิงที่มีบุตรแล้ว ซึ่งจะนำเอาความรู้ที่ได้จากนิตยสาร ไปปรับใช้ในการเลี้ยงดูบุตร ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิกในครอบครัวต่อไป

นับได้ว่านิตยสารแนวครอบครัวได้ช่วยพัฒนาทั้งสตรี และเด็กไปพร้อมๆ กัน และที่สำคัญยังเป็นการเสริมสร้างและพัฒนาครอบครัว ซึ่งเป็นสถาบันพื้นฐานที่ทำหน้าที่วางรากฐานให้แก่สถาบันอื่นๆ ในสังคม ซึ่งส่งผลต่อไปถึงการพัฒนาประเทศชาติ เพราะประชากรเป็นพลังสำคัญในการพัฒนาในทุกๆ ด้าน และประชากรที่มีคุณภาพนั้นจะเกิดขึ้นจากการอบรมเลี้ยงดูปลูกฝัง และพัฒนาจากสถาบันครอบครัวนี้เอง

การพัฒนาคุณภาพชีวิตบุคคลในครอบครัวจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ในสังคมไทย ความสำคัญของสถาบันครอบครัว ได้รับความสนใจอย่างเป็นทางการเพิ่มมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 5 (2525 - 2529) เป็นต้นมา ที่หันมาให้ความสำคัญกับแนวคิดในการพัฒนา “คน” ขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้กำหนดนโยบายให้ความสำคัญแก่สถาบันครอบครัวไว้ในแผน 5 เป็นต้นมา

สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ. 2540 - 2544 ก็ได้มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาบทบาทของครอบครัว ไว้ในแผนพัฒนาเด็กและเยาวชนอย่างชัดเจน

ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมและประสานงานเยาวชนแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2539)

1. ให้ความรู้เรื่องบทบาทและหน้าที่ของสมาชิกรรยาที่ดี การเป็นบิดาที่พึงประสงค์ วิธีประสบความสำเร็จในชีวิตสมรส และชีวิตครอบครัวแก่คู่สมรส
2. ส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจเรื่องครอบครัวศึกษา เพศศึกษา แก่คู่สมรส ครอบครัว และชุมชน
3. เสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจแก่บิดามารดา หรือผู้ปกครองในการให้ความรัก ความเข้าใจ และการอบรมสั่งสอนบุตรให้เห็นคุณค่าของการเป็นคนดีมีคุณธรรม
4. ให้บิดามารดา ผู้ปกครอง บุคคลในครอบครัวและผู้นำชุมชน เป็นกำลังสำคัญในการป้องกันอบายมุขและสิ่งเสพติดในชุมชน
5. รณรงค์ให้ครอบครัวและชุมชนปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่เด็กและเยาวชน รวมทั้งสอดส่องดูแลเพื่อคุ้มครองสิทธิ และการเอาใจใส่เปรียบการใช้แรงงานเด็ก
6. ส่งเสริมให้เยาวชนมีความพร้อมที่จะเป็น บิดามารดาที่มีคุณภาพในอนาคต
7. รณรงค์ให้ครอบครัวเห็นความสำคัญ ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมืองกับบุตรหลาน เพื่อหล่อหลอมความรู้ ความเข้าใจเรื่องประชาธิปไตย
8. ส่งเสริมความสัมพันธ์ในสถาบันครอบครัว ระหว่างผู้สูงอายุ บิดา มารดา เด็ก และเยาวชนให้เข้มแข็งขึ้น
9. สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์บริการส่งเสริมความเป็นครอบครัวในชุมชน เพื่อแก้ปัญหาให้คำแนะนำแก่สมาชิก ภรรยา ในการดำรงความเป็นครอบครัวที่สมบูรณ์ และการเลี้ยงดูบุตรให้ถูกวิธี
10. ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการผลิตสื่อในรูปแบบต่างๆ เพื่อสร้างค่านิยม เจตคติ บุคลิกภาพ และความภูมิใจในบทบาทของบิดามารดาที่ดี
11. สนับสนุนให้มีการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาระบบบริการ แนวครอบครัว และรูปแบบการสร้างกิจกรรมสำหรับครอบครัว

จากแนวทางการพัฒนาบทบาทของครอบครัวจะเป็นผลสำเร็จได้ ต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคคลหลายๆ ฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นพ่อแม่ สมาชิกในครอบครัว ตลอดจนสมาชิกของสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชน เพราะการสื่อสารมวลชนได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน

ในสังคมสมัยใหม่นี้จะพบว่า มีข่าวสารข้อมูลมากมาย ซึ่งส่วนแต่มีความซับซ้อนทั้งสิ้น ทั้งข้อมูลที่ได้จากประสบการณ์โดยตรง (direct experience) ซึ่งบางครั้งไม่สามารถตอบสนอง

ต่อความจำเป็นในการดำรงชีวิตได้อย่างเพียงพอ ดังนั้นประสบการณ์ผ่านตัวกลาง (mediated experience) อาทิ สื่อมวลชน จึงกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญใน กระบวนการเรียนรู้ทางสังคม ของบุคคลส่วนใหญ่ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงมีส่วนกำหนดการพัฒนาของบุคคลในบางระดับอย่าง หลีกเลียงไม่ได้ (บุญรักษ์ บุญญะเขตมาลา, 2537)

จากอิทธิพลของสื่อมวลชนที่มีบทบาทในการพัฒนาดังกล่าว ทำให้ในรายละเอียดของ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ในส่วนของแนวทางการพัฒนาบทบาทของครอบครัว ได้กำหนดให้มีการ ส่งเสริมการใช้สื่อมวลชนในการพัฒนาศักยภาพของครอบครัว ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการ พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2539)

1. สนับสนุนและกระตุ้นให้สื่อมวลชน เสนอสื่อที่สร้างสรรค์ชีวิตครอบครัวและชุมชน เช่น บทบาทของการเป็นพ่อแม่ลูกที่ดี ความรู้ในการอบรมเลี้ยงดูเด็กให้พัฒนาการตามวัย เป็นต้น
2. พัฒนาและเผยแพร่สื่อที่มีคุณภาพ ถูกต้องและทันสมัยในทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นสื่อ สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ให้สามารถกระจายเข้าถึงชุมชนต่างๆ อย่างทั่วถึงและกว้างขวาง
3. สร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน ให้รู้จักเลือกและกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยี ที่เข้ามาในชีวิตประจำวัน เพื่อให้มีโลกทัศน์สากลควบคู่ไปกับการรักษาคุณค่าของ ความเป็นไทย โดยผ่านการศึกษาทั้งในและนอกระบบโรงเรียน และการศึกษาอัธยาศัยในรูปแบบ ต่างๆ
4. ส่งเสริมสิทธิการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของประชาชนอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการให้ ความรู้เกี่ยวกับสิทธิหน้าที่พื้นฐานของตนและสังคม ในการรับบริการสังคม กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ และข่าวสารต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนและสังคม

จากแผนพัฒนาดังกล่าว พบว่าสื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในการพัฒนาครอบครัวใน ปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อสิ่งพิมพ์ ประเภทนิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวได้ก้าวเข้ามามี บทบาทสำคัญแก่ผู้อ่านเป็นอย่างยิ่ง ทั้งในด้านของการให้ความรู้เกี่ยวกับการเลี้ยงดูบุตรในแต่ละ วัย ตลอดจนให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตครอบครัวให้เป็นไปอย่างราบรื่น

จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาถึง ปัจจัยที่ทำให้นิตยสารดังกล่าวได้รับความนิยม ไม่ว่าจะเป็นในด้านของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ หรือประโยชน์ของเนื้อหา ตลอดจนความคิดเห็นของผู้อ่าน นิตยสารดังกล่าว เพราะนิตยสารเหล่านี้มีบทบาทในการพัฒนาครอบครัว อันเป็นที่มาของการศึกษา “บทบาทของนิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวในการพัฒนาครอบครัว”

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปริมาณประเภทของเนื้อหา รูปแบบของการนำเสนอ และประโยชน์ของเนื้อหาที่นิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวเสนอแก่ผู้อ่าน
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปริมาณประเภทของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และประโยชน์ของเนื้อหา ที่มีอยู่ในนิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัว กับความต้องการและความคิดเห็นของผู้อ่าน
3. เพื่อศึกษาถึงบทบาทของนิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัว ในการพัฒนาครอบครัว

ปัญหานำการวิจัย

1. นิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวทั้ง 3 ฉบับ มีเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และประโยชน์ของเนื้อหา ที่มีบทบาทในการพัฒนาครอบครัวแก่ผู้อ่าน เป็นปริมาณและสัดส่วนเท่าใด
2. เนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และประโยชน์ของเนื้อหา ที่ปรากฏอยู่ในนิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวทั้ง 3 ฉบับ สอดคล้องกับความต้องการ และความคิดเห็นของผู้อ่านหรือไม่ อย่างไร
3. นิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวมีบทบาทในการพัฒนาครอบครัวอย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

1. ศึกษาเฉพาะนิตยสารสำหรับผู้หญิงแนวครอบครัว 3 ฉบับ ซึ่งออกเป็นรายเดือน คือ แม่และเด็ก ดวงใจพ่อแม่ และโลพี แอนด์ แฟมิลี่ ตั้งแต่ฉบับเดือนกรกฎาคม 2541 ถึงเดือนธันวาคม 2541 รวมทั้งสิ้น 18 ฉบับ
2. ศึกษาเฉพาะความต้องการทางด้านเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเสนอไปใช้ประโยชน์ ของผู้อ่านนิตยสาร 3 ฉบับดังกล่าว เฉพาะผู้อ่านที่เป็นสมาชิก หรืออ่านเป็นประจำเท่านั้น

นิยามคำศัพท์

นิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัว หมายถึง นิตยสารที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับแม่และลูกเป็นส่วนใหญ่ หรือเกือบทั้งหมด จัดทำขึ้นเพื่อกลุ่มผู้อ่านผู้หญิงที่แต่งงานและมีบุตรแล้ว เนื้อหาที่นำเสนอจะมีทั้งสาระและความบันเทิง ซึ่งเน้นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิกในครอบครัว

ครอบครัว หมายถึง กลุ่มบุคคลที่มีความผูกพันกันทางอารมณ์ และจิตใจในการดำเนินชีวิตร่วมกัน รวมทั้งการพึ่งพิงกันทางสังคมและเศรษฐกิจ มีความสัมพันธ์กันทางกฎหมายและสายโลหิต

การพัฒนาครอบครัว หมายถึงการเสริมสร้างครอบครัว ให้มีความมั่นคงเป็นปึกแผ่น โดยสนับสนุนให้เกิดการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างสมาชิกในครอบครัว ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือและศักยภาพของสมาชิกทุกคนในครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่งบทบาทของพ่อแม่ในการดำเนินชีวิตครอบครัวเป็นหลัก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปริมาณประเภทของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และประโยชน์ของเนื้อหาในการพัฒนาครอบครัวที่มีอยู่ในนิตยสารดังกล่าว
2. ทำให้ทราบถึงความสัมพันธ์หรือความขัดแย้งกัน ระหว่างความต้องการและความคิดเห็นของผู้อ่านกับเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และประโยชน์ของเนื้อหาที่มีอยู่ของนิตยสารทั้ง 3 ฉบับ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้จัดทำได้นำไปพิจารณา ปรับปรุงคุณภาพของนิตยสารต่อไป
3. ทำให้ทราบถึงบทบาทของนิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวในการพัฒนาครอบครัว ตลอดจนแนวโน้มของนิตยสารผู้หญิงแนวครอบครัวในอนาคต