

ศุภรักษ์ ศรีใจ : การจัดทำนิตยสารวัยรุ่นแนวเอเชียตะวันออกเฉียงของบริษัทศรีสยามการพิมพ์. (THE PRODUCTION OF TEENAGE MAGAZINES WITH AN EAST-ASIAN DISPOSITION OF SRISIAM PUBLISHING COMPANY) อ. ที่ปรึกษา : ผศ. ดร. พิงรอร งามสุต วัฒนันท์, 183 หน้า. ISBN 974-14-3357-3

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาขององค์กร แนวคิดและนโยบาย ตลอดจนปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการจัดทำ การนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสาร ตลอดจนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเอเชียตะวันออกเฉียงที่ถูกนำเสนอผ่านนิตยสาร 5 ฉบับ คือนิตยสาร I SPY, J SPY, J: NETT, I LIKE, และ SINCERE ซึ่งผลิตโดยบริษัทศรีสยามการพิมพ์ นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเอเชียเฉียงใต้อีกด้วย

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) นิตยสารทั้ง 5 ชื่อฉบับ ตั้งแต่ฉบับปฐมฤกษ์จนถึงฉบับที่ออกในเดือน ธันวาคม 2547 รวมทั้งสิ้น 306 ฉบับ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ บุคลากรของบริษัทศรีสยามการพิมพ์ และกลุ่มผู้อ่านของนิตยสารที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 25 ราย

ผลการวิจัยพบการจัดทำนิตยสารแนวเอเชียตะวันออกเฉียงของบริษัทศรีสยามการพิมพ์มีแนวคิดและนโยบายจากความต้องการขยายประเภทนิตยสารของบริษัทให้ครอบคลุมตลาดมากขึ้น โดยเป็นรูปแบบนิตยสารเฉพาะกลุ่ม (Fan magazine) เพื่อตอบรับกับกระแสนิยมด้านวัฒนธรรมแบบเอเชียตะวันออกเฉียง ซึ่งเริ่มมาจากกระแสวัฒนธรรมนิยมซึ่งนำเสนอผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ เป็นต้น โดยปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำนิตยสาร ตลอดจนรูปแบบและการนำเสนอ ได้แก่ ปัจจัยด้านการจัดการองค์กรซึ่งมีลักษณะเป็นการรวมศูนย์ (Centralization) สูง ในแง่การบริหารจัดการองค์กรที่มีขนาดเล็กจึงส่งผลให้มีการจัดสรรบุคลากรในลักษณะการใช้ทรัพยากรให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุด (Maximization of Resources) ปัจจัยด้านนโยบายเพื่อเป็นการขยายตลาดในธุรกิจสิ่งพิมพ์ให้กว้างขวางมากยิ่งขึ้นและเพื่อกระจายความเสี่ยงในการทำธุรกิจ ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายและการตลาด เพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นและเยาวชน โดยมีลักษณะการแยกเป็นกลุ่มย่อย (Market Segmentation) เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความเฉพาะตัวมากขึ้น และมีปัจจัยด้านการโฆษณาซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุด เนื่องจากอาศัยปัจจัยด้านงบประมาณหรือเงินทุนจากยอดขายเป็นสำคัญ

การที่บริษัทจัดทำนิตยสารที่มีลักษณะรูปแบบและการนำเสนอที่คล้ายคลึงกันหลายชื่อฉบับ พบว่าแต่ละฉบับจะมีการแยกรูปแบบและการนำเสนอเนื้อหาออกเป็น 5 กลุ่มอย่างชัดเจน ได้แก่ นิตยสารสำหรับกลุ่มที่ชอบคารานักร้องนักแสดงญี่ปุ่น, กลุ่มที่ชอบคารานักร้องนักแสดงจีน ฮองกง ไต้หวันและเกาหลี, กลุ่มที่ชอบคารานักร้องนักแสดงทุกประเทศ, กลุ่มที่ชอบเฉพาะเนื้อหาสาระด้านแฟชั่นต่างๆ เท่านั้นและสุดท้ายกลุ่มที่ไม่ชอบเรื่องคารานักร้องนักแสดงแต่ชอบเฉพาะเนื้อหาที่มีความหลากหลายเท่านั้น

สำหรับเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเอเชียตะวันออกเฉียงที่ปรากฏผ่านการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสาร ถูกนำเสนอผ่านวัฒนธรรมวัยรุ่น (Youth Culture) ในด้านต่างๆ ที่มีลักษณะปรากฏเด่นชัด ได้แก่ ด้านรูปลักษณ์ การแต่งกาย เครื่องประดับ วัฒนธรรมบันเทิงประเภทดนตรี ด้านภาษา รวมทั้งค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิต

ในส่วนของการรับรู้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเอเชียตะวันออกเฉียงผ่านการนำเสนอของนิตยสารนั้น กลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่รับรู้เอกลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นรูปธรรม แม้ว่าผู้อ่านจะความชื่นชอบในเอกลักษณ์เหล่านั้น แต่จะไม่มีการเลียนแบบเอกลักษณ์เหล่านั้นโดยตรง ทั้งนี้จะอาศัยการประยุกต์ให้เข้ากับตนเอง โดยมีพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นส่วนช่วยในการเลือกมาเป็นแบบอย่าง

4685118128 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD : TEENAGE MAGAZINE / I SPY / J SPY / J: NETT / I LIKE / SINCERE / SRISIAM /

SUPARAK SRIJAI : THE PRODUCTION OF TEENAGE MAGAZINES WITH AN EAST-ASIAN DISPOSITION OF SRISIAM PUBLISHING COMPANY. THESIS ADVISOR : ASST. PROF PIRONGRONG RAMASOOTA NARANAND, Ph.D. 183 pp. ISBN 974-14-3357-3.

This qualitative research has the following objectives: to study the history, concept, policy, and factors surrounding the production of five magazines – I SPY, J SPY, J: NETT, I LIKE, and SINCERE; to study forms and content of the five magazines, to study cultural identity as presented through the magazines, all of which were produced by Sri Siam Publishing Co. Ltd. Furthermore, the research also studies about the perception of the presented cultural identity by magazine readers.

Content analysis of a total of 306 magazines was carried out, using samples from the pool of magazines from the first issue until December 2004. This is done together with in-depth interviews of a group of informants – personnel of Sri Siam Publishing and 25 readers of the five magazines studied.

The research finds that Sri Siam Publishing initiated the five magazines in order to expand its magazine market to cover fan magazine category and to respond to the strong current of East Asian culture in Thailand, spurred in part by other media such as radio and television. Factors which influence the production of the magazine, including form and content are : organizational management which is highly centralized, maximization of resources within a small organization, market expansion to distribute risk, and marketing segmentation to cater to target group of readers. However, the study finds that advertising factor is the least important since the company generates its income mainly from magazine sales.

The content of the five magazines studied can be classified as follows: magazine for readers who like Japanese entertainers, magazine for readers who like Chinese, Hong Kong, Taiwanese, and Korean entertainers, magazine for readers who like entertainers from any country, magazine for readers who like content about fashion and new trends, and magazine for those readers who do not necessarily like entertainers but prefer diverse content.

As for the East Asian cultural identity, it is mostly presented through content about youth culture in the magazines. Aspects which are evident include outside appearance, attire, decorations, entertainment culture such as music, language, values and lifestyle.

With respect to the perception of such cultural identity, the sampled magazine readers tend to perceive identity in more concrete terms. Although they may admire such identity, they do not directly imitate it but will make appropriation by using their own social and cultural capital.