

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารโลกทิพย์ของสมาชิกในเขตกรุงเทพมหานคร” ได้อาศัยทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยต่างๆ มาเป็นกรอบในการศึกษาวิเคราะห์ อันประกอบด้วย

1. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร
2. ความเป็นมาของนิตยสาร
3. นิตยสาร โลกทิพย์
4. ความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์
5. ทฤษฎีการคาดหวังจากสื่อ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

1.1 ความหมายของนิตยสาร

มีผู้ให้ความหมายของคำว่า นิตยสาร ไว้หลากหลาย โดยประมวลได้ว่าเป็นหนังสือที่พิมพ์ออกเผยแพร่โดยออกเป็นรายคาบ เช่น นิตยสารรายสัปดาห์ นิตยสารรายเดือน (พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

คำว่า นิตยสาร ตรงกับภาษาอังกฤษว่า magazine แปลว่า ศูนย์กลางการค้า (warehouse) ผู้ชื่อนิตยสารนั้นก็เปรียบเสมือนผู้ซื้อสินค้าไปทั้งศูนย์สินค้า หรือซื้อไปทั้งคลังสินค้า และยังเผาคอยซื้อสินค้าที่ออกใหม่ต่อไปอีกด้วย หากว่าสินค้านั้นมีคุณภาพ ปกตินิตยสารจะมีความสมบูรณ์กว่าสิ่งพิมพ์ในรูปแบบต่างๆ แต่จะมีความสมบูรณ์น้อยกว่าหนังสือเล่ม และโดยธรรมชาติ นิตยสารเปลี่ยนแปลงได้ง่าย (วิษณุ สุวรรณเพิ่ม, 2536)

วารสารหรือนิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์อีกประเภทหนึ่งที่เสนอข่าวสารและสาระความรู้ ความบันเทิงหลายอย่าง มีกำหนดระยะเวลาออกแน่นอน อาจออกเป็นรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน หรือกว่านั้น แต่ไม่ได้ออกประจำรายวันเหมือนหนังสือพิมพ์รายวัน (กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ, 2544)

นิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์อีกประเภทหนึ่งที่เสนอข่าวสารและสาระความรู้ ความบันเทิงหลายอย่าง มีกำหนดระยะเวลาออกแน่นอน อาจออกเป็นรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน หรือกว่านั้น แต่ไม่ได้ออกประจำวันเหมือนหนังสือพิมพ์รายวัน (กรมวิชาการ กระทรวงศึกษาธิการ, 2544)

นิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านเฉพาะกลุ่มได้ดีกว่าหนังสือพิมพ์เพราะมีเนื้อหาที่เป็นทั้งเรื่องราวข่าวสาร ความรู้และสาระบันเทิงมากมาย กล่าวได้ว่า “เป็นสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาหลากหลายเรื่อง” (พงษ์ศักดิ์ พยัคฆวิเชียร และ สุกานดา วรพันธุ์พงศ์, 2548)

นิตยสารและวารสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่จัดเป็น หนังสือรายคาบ (periodical) โดยที่วารสาร (journal) นั้นมักจะนิยมใช้เรียกหนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับวิชาการด้านใดด้านหนึ่ง เช่น สารนิเทศศาสตร์ วารสารสังคมศาสตร์ เป็นต้น วารสารเหล่านี้จัดรวมเป็นนิตยสาร (magazine) ประเภทหนึ่ง เพียงแต่เรียกชื่อแตกต่างออกไป (พิระ จิรโสภณ, 2546)

นิตยสาร เป็นเครื่องมือหรือสื่อในการประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง นิตยสารมีรูปเล่ม กะทัดรัดสวยงาม และมีระบบการพิมพ์ที่ประณีต มีที่สวยงามช่วยดึงดูดความสนใจของผู้อ่านได้เป็นอย่างดี (วิรัช ลภีรัตนกุล, 2540)

การให้คำจำกัดความหรือความหมายนิตยสาร นักวิชาการมักจะตีกรอบความคิดว่า นิตยสารเป็นเสมือนผลิตภัณฑ์ชนิดหนึ่งที่มีรูปร่างชัดเจน เช่น ผลิตภัณฑ์ทั่วไป แม้แต่พจนานุกรมฉบับภาษาอังกฤษเองก็ให้ความหมายของนิตยสารคล้ายๆ กันว่า “เป็นสิ่งพิมพ์ที่ออกเผยแพร่อย่างสม่ำเสมอ เนื้อหาประกอบด้วยข้อเขียนต่างๆ ในรูปของข่าวสาร สารคดี โดยนักเขียนต่างๆ” จะเห็นว่าความหมายที่ให้ไว้นี้ ใช้นับหนังสือพิมพ์บางฉบับก็ได้ ไม่เฉพาะแต่นิตยสาร

นิตยสารรายสัปดาห์บางฉบับแสดงบทบาทคล้ายๆ หนังสือพิมพ์ ขณะเดียวกันหนังสือพิมพ์บางฉบับมีขนาดรูปเล่มและรูปร่างหน้าตาคล้ายนิตยสาร เช่น หนังสือพิมพ์ “USA Today” ของสหรัฐในปัจจุบันมีขนาดเล็กหรือที่เรียกว่า แท็บลอยด์ (tabloid) การพิมพ์ก็เน้นสีสัน และมีความหลากหลายด้านภาพประกอบเรื่อง นอกจากนี้ยังเสนอข่าวเบา และสารคดีคล้ายๆ กับเนื้อหาของนิตยสาร ปรากฏการณ์เช่นนี้ทำให้ความแตกต่างระหว่างสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งสองประเภทลดลง (J . William Click, Russell N Biard, 1994)

ศัพท์คำว่า “magazine” ใช้เป็นครั้งแรกใน ค.ศ. 1731 (ประมาณ พ.ศ. 2274) โดยปรากฏในหนังสือชื่อ “The Gentlemen’s Magazine” พิมพ์จำหน่ายในกรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ ซึ่งนักวิชาการอธิบายคำว่า magazine ในความหมายโดยเปรียบเทียบว่า “คลังสินค้า” (storehouse) และหมายถึงเฉพาะเนื้อหา แต่ไม่ได้มีความหมายไปถึงรูปเล่มของนิตยสาร พร้อมกับให้ข้อสังเกตว่า

เอกลักษณ์ของนิตยสารก็ต้องเขียนเล่ม และชื่อเรียกของสิ่งพิมพ์ประเภทนี้เป็นการบ่งบอกในที่ว่า เนื้อหาที่บรรจุอยู่ในนิตยสารเป็นเรื่องที่ให้ความบันเทิงเสียเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้น ถ้าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ สำหรับกลุ่มผู้อ่านที่เป็นจิตแพทย์ (Psychiatrist) ก็จะไม่เรียกว่าเป็นนิตยสารจิตแพทย์ (Psychiatrist's Magazine) แต่จะเรียกว่า “วารสารจิตแพทย์” (Psychiatrist's Journal หรือ Review)

ในปัจจุบันความเข้าใจเรื่องนิตยสารเน้นกันที่เนื้อหาสาระของสื่อประเภทนี้มากกว่า รูปแบบหรือรูปเล่ม โดยเฉพาที่เน้นว่าจะต้องเป็นสิ่งพิมพ์ที่เขียนเป็นรูปเล่มจึงจะเรียกว่านิตยสาร เกณฑ์นี้จะใช้ไม่ได้ต่อไปอีกแล้ว เพราะมีสื่อใหม่ที่มีเนื้อหาสาระแบบนิตยสาร แต่แทนที่จะเสนอ ในรูปของสิ่งพิมพ์ ก็จะเสนอบนจอโทรทัศน์ หรือแผ่นซีดีที่สามารถเปิดอ่านได้ทั้งในจอโทรทัศน์ และคอมพิวเตอร์ พัฒนาการในลักษณะนี้ทำให้เกิดนิตยสารชนิดใหม่ขึ้นมา อาจจะเรียกว่า อี-แมกกาซีน (E-Magazine) เช่นเดียวกับ อี-บุ๊ก (E-Book) ก็น่าจะได้ และมุมมองที่เกี่ยวกับนิตยสาร ก็เปลี่ยนไปด้วย คือ แทนที่จะมองว่าเป็นเพียงแหล่งแสวงหาความบันเทิง ก็เปลี่ยนเป็นแหล่งสำหรับ แสวงหาข้อมูลข่าวสาร

จากความหมายที่นำเสนอข้างต้นที่นำเสนอไว้ข้างต้น อาจกล่าวได้ว่า นิตยสารมีความหมายทั้งอย่างแคบและความหมายอย่างกว้างดังนี้

1) นิตยสารในความหมายอย่างกว้าง ในความหมายอย่างกว้างนั้น นิตยสารหมายรวมทั้งวารสาร (journal) ด้วย เพราะพิจารณาเห็นว่าเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีหลายอย่างที่คล้ายคลึงกันมาก กล่าวคือ นิตยสารกับวารสารต่างก็เป็นสิ่งพิมพ์ที่ออกเป็นรายคาบ (periodical publication) ขนาดรูปเล่มก็ละม้ายคล้ายคลึงกัน

2) นิตยสารในความหมายอย่างแคบ ในความหมายอย่างแคบคำว่า นิตยสาร จะไม่รวมเอาวารสารเข้าไว้ด้วย ตรงข้ามจะแยกวารสารหรือ “journal” ไว้ต่างหากและให้หมายถึงสื่อสิ่งพิมพ์รายคาบที่ใช้ในวงวิชาการความรู้ หรือวิทยาการด้านใดด้านหนึ่ง เช่น วารสารด้านการแพทย์ วารสารด้านการวิจัย วารสารของภาคหรือคณะวิชาในสถาบันอุดมศึกษา เป็นต้น

นอกจากนี้ยังจัดให้สื่อสิ่งพิมพ์รายคาบที่จัดทำโดยหน่วยงานประชาสัมพันธ์ขององค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนให้อยู่ในกลุ่ม วารสาร แยกไปต่างหากจากนิตยสารซึ่ง วิรัช ลิทธิธนกุล (อ้างแล้ว) ระบุว่า วารสาร หมายถึงสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ออกมาเป็นรูปเล่ม เช่น วารสารต่างๆ หรือวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ซึ่งองค์กรสถาบันจัดทำขึ้นเพื่อเผยแพร่ข่าวสารเรื่องราวต่างๆแก่ประชาชน โดยมีกำหนดระยะเวลาออกที่แน่นอนและต่อเนื่องกันไป แบ่งออกเป็นวารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ภายนอกซึ่งมีประชาชนที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมของสถาบันองค์กรเป็นกลุ่มเป้าหมาย

สิ่งที่ต้องคิดในเบื้องต้นเมื่อต้องการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ก็คือ จะผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ในรูปแบบใดจึงจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะใช้งานและสามารถดำเนินการผลิตได้อย่างถูกต้องเหมาะสม โดยเฉพาะนิเทศสารจะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์เฉพาะในแต่ละฉบับที่จะออกด้วยว่าต้องการเน้นตรงจุดตรงไหนจึงจะสามารถเข้าถึงความสนใจและความอยากรู้ของผู้อ่านในระยะที่นิเทศสารฉบับนั้นๆ จะออกวางสู่ตลาด การผลิตนิเทศสารจึงจำเป็นต้องมีการวางวัตถุประสงค์ในการผลิตว่าเนื้อหาและรูปภาพของนิเทศสารเล่มนั้นๆจะเกี่ยวข้องกับอะไร เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

1.2 การกำหนดเนื้อหา นิเทศสาร มักเป็นสารคดี ความรู้ ความบันเทิง และข่าวสาร เนื้อหาจะเน้นหนักในด้านใด มีความแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของนิเทศสารฉบับนั้น แนวความคิดส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับการวางแผนนิเทศสารให้ประสบความสำเร็จ ก็คือความสำคัญในการเลือกสรรเนื้อหานั้นเอง (วานิช พูลวงษ์กาญจน์, 2529, น. 56) คือทำอย่างไรจะให้นิเทศสารดังกล่าวมีเนื้อหาที่น่าสนใจและเป็นที่ถูกใจของผู้อ่านให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ทำได้ยากมากที่สุด แต่ก็เชื่อว่าไม่มีทางทำได้ การที่เนื้อหาจะเป็นที่นิยมในหมู่ผู้อ่านอาจทำได้จากการศึกษาความต้องการของผู้อ่านว่า ผู้อ่านสนใจอะไรบ้าง มีวิธีการทำได้หลายทาง เช่น โดยการสุ่มตัวอย่าง เขียนคำถามคำตอบไปถึงผู้อ่าน เพื่อถามความคิดเห็นหรือสำรวจความต้องการโดยตรง สิ่งเหล่านี้จะทำให้เราทราบว่า ความต้องการของผู้อ่านเกี่ยวกับนิเทศสารที่เราทำเป็นอย่างไร เมื่อทราบแล้วก็สามารถปรับปรุงแก้ไข ได้ซึ่งตามหลักการแล้ว การปรับปรุงแก้ไขนั้นมักจะทำได้เล็กน้อยและค่อยๆ ทำไป

อีกประการหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึงในการจัดทำเนื้อหา คือ จุดประสงค์ของนิเทศสารที่แท้จริงนั่นคือ ศึกษาถึงการกำหนดนโยบายของคณะฝ่ายบริหาร ซึ่งทางฝ่ายกองบรรณาธิการจะต้องเดินตามนโยบาย บางครั้งอาจจะขัดเจตนารมณ์ของผู้อ่านได้ ซึ่งก็สามารถที่จะปรับปรุงแก้ไขได้ตามความเหมาะสม แต่ถึงจะปรับปรุงอย่างไร นโยบายพื้นฐานก็ต้องยึดถือไว้เสมอ

เรื่องคุณสมบัติของเนื้อหาเป็นหน้าที่โดยตรงของกองบรรณาธิการที่จะวางแผนและกำหนดคุณสมบัติที่แน่นอน ซึ่งมีข้อกำหนดถึง 5 ประการด้วยกัน ดังนี้

- 1) ความสมดุล
- 2) กินความกว้าง
- 3) มีเนื้อหาและเรื่องราวหลายสาร
- 4) มีแง่คิดที่เหมาะสม เชื่อถือได้
- 5) มีหลักการทางการสื่อสารที่มีผล

ความสมดุลของเนื้อหาในนิตยสารคือการกำหนดเรื่องราวการตัดสินใจในการคัดเลือกเรื่องราวที่จะลงตีพิมพ์ให้สมดุลกัน ซึ่งผู้อ่านมีแนวความคิดหรือความชอบต่างกันสามารถเลือกอ่านได้ตามชอบใจ เป็นเรื่องที่ทำไต่ยากในบางครั้งก็ไม่ใช่เรื่องที่ทำไม่ได้เสียเลยทั้งนี้และทั้งนั้นขึ้นอยู่กับทักษะของบรรณาธิการในการทำนิตยสารด้วย

เนื้อหาที่กินความกว้างก็เช่นเดียวกัน เนื้อเรื่องบทความหรือบทวิพากษ์วิจารณ์ที่มีความแหลมคมจะทำให้ทราบความจริงและมีโลกทัศน์กว้างขึ้น บทความหรือเรื่องราวชนิดนี้ ปกติหายากแต่สำหรับนิตยสารที่มีเวลาเพียงพอจะทำได้ไต่ยาก ซึ่งต่างจากหนังสือพิมพ์รายวันที่มีเวลาจำกัด ไม่มีโอกาสไต่ไต่มากนัก

มีเนื้อหาและเรื่องราวหลายสาระ ตามปกติแล้วการทำนิตยสารจะคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้ อยู่แล้วเพราะการกำหนดเนื้อหา และเรื่องราวที่หลากหลายเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้อ่านไต่เลือกมากขึ้น บางคนซื้อนิตยสารเพราะต้องการอ่านเรื่องเพียงเรื่องเดียว แต่หลายคนอาจจะต้องอ่านหลายเรื่อง ดังนั้นเรื่องรสนิยมเป็นสิ่งที่กำหนดยาก

แง่คิดและความถูกต้องของเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอในนิตยสารก็เป็นเรื่องสำคัญ อีกเรื่องหนึ่งที่ควรพิจารณา เพราะเกี่ยวข้องกับศรัทธาและความเชื่อของผู้อ่าน ถ้าวันใดที่ผู้อ่านของนิตยสารนั้นๆ หมดความเชื่อถือในสิ่งตีพิมพ์อวสานของการทำนิตยสารก็จะสิ้นสุดลงอย่างไต่ต้องสงสัย

ดังนั้น การทราบถึงความต้องการของผู้อ่านว่าชอบหรือไต่ชอบเนื้อหาประเภทใด จะทำให้ผู้จัดทำไต่แนวคิดที่ถูกต้องในการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของผู้อ่านมากขึ้น

นิตยสารโลกทิพย์ ประกอบด้วย เนื้อหาที่ปรับปรุงและพัฒนารูปแบบจนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ทำให้สร้างความโดดเด่นกว่านิตยสารเล่มอื่นในแนวเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ นิตยสารโลกทิพย์จึงเป็นที่หนึ่งตลอดกาล ในกลุ่มผู้อ่านที่นิยมอ่านหนังสือแนวเดียวกัน ไต่ว่าอดีตที่ผ่านมา ปัจจุบัน หรืออนาคต ก็คาดเดาไต่ยากว่า นิตยสารโลกทิพย์จะยืนยงถาวรอยู่คู่แวงหนังสือเมืองไทย ครอบเท่าที่พุทธศาสนายังฝังรากลึกอยู่ในสังคมไทย

อย่างไรก็ตาม นิตยสารโลกทิพย์ แม้จะประกอบด้วยเนื้อหาที่เน้นเรื่องราวของความเชื่อในทางพุทธศาสนา แต่ก็มีหลากหลายมุมมองที่ให้นักอ่านไต่ส่งเสริมปัญญา โดยพยายามนำเอาปรัชญาชีวิตของผู้ประสบความสำเร็จในหลายด้าน มาสร้างเนื้อหาให้คติธรรมคำสอนกับนักอ่าน จนเกิดการนำไปปฏิบัติเกิดเป็นรูปธรรม สิ่งเหล่านี้ คือ ความโดดเด่นของนิตยสารโลกทิพย์ จนกลายเป็นตัวอย่างสำหรับนิตยสารเล่มอื่นนำไปเป็นแรงบันดาลใจ

ดังนั้น จึงอาจวิเคราะห์ได้ว่า นิตยสารโลกทิพย์ นั้นเป็นนิตยสารที่มีแนวทางชัดเจน ในออกแบบปก จัดรูปเล่ม การจัดพิมพ์ในรูปแบบที่เรียบง่าย กลมกลืน สบายตา ให้เหมาะสมกับ เป็นนิตยสารแนวธรรมะที่อาศัยความน่าเชื่อถือ รวมถึงการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับธรรมะ แวดวง ศาสนาพุทธ และแนวทางการนำหลักธรรมมาพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจให้เกิดความสุขและ ความสำเร็จในชีวิตด้วยการประพฤติตามหลักการศึกษาศีล ทำทาน อบรมบ่มสมาธิให้เกิด ซึ่ง สอดคล้องกับสโลแกนของนิตยสารโลกทิพย์ที่ว่า นิตยสารธรรมะแห่งทาน ศีล สมาธิ อันเป็นไป เพื่อบริการและสร้างอรรถประโยชน์ให้แก่ผู้อ่านและผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นเป้าหมายหลัก

การกำหนดเนื้อหาของนิตยสาร การกำหนดเนื้อหาภายในนิตยสารแต่ละฉบับ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงบุคลิกลักษณะของนิตยสารนั้น โดยเฉพาะ กล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ เนื้อหา ของนิตยสารก็คือส่วนหนึ่งของบุคลิกภาพนิตยสาร ดังนั้นการกำหนดส่วนประกอบของนิตยสารให้ เหมาะสมจึงเท่ากับเป็นการสร้างบุคลิกภาพที่เหมาะสมให้กับนิตยสารด้วย (ณัฐวัตร์ โพธิ์ประสาธ, 2548, น. 13) บุคลิกภาพของนิตยสารจึงแสดงออกมาโดยการนำเสนอเนื้อหาหรือเรื่องราวใน แนวทางในแนวทางหนึ่งอย่างต่อเนื่อง จนผู้อ่านคุ้นเคยและเกิดความจดจำในบุคลิกนั้นจนกลายเป็น ภาพลักษณ์ให้กับนิตยสารนั้นๆ

ส่วนประกอบเนื้อหา (Editorial Component) ของนิตยสาร ได้แก่ สารในคอลัมน์ หลัก คอลัมน์ประจำและเรื่องทั่วไป (มาลี บุญศิริสัมพันธ์, 2532, น. 219)

ส่วนประกอบของเนื้อหาดังกล่าวข้างต้น เป็นแนวการจัดองค์ประกอบเรื่องใน นิตยสารว่าควรประกอบด้วยสัดส่วนสาระอะไรบ้างอย่างเป็นหมวดหมู่ในทางปฏิบัติ การจัดสรร เนื้อหาเหล่านี้มีลักษณะเฉพาะเจาะจงโดยนิตยสารส่วนใหญ่จะแบ่งองค์ประกอบเนื้อหาออกเป็น ส่วนๆที่นิยมเรียกว่า คอลัมน์ (Column) หรือประเภท (Section) แต่ละส่วนหรือคอลัมน์เนื้อหาอาจ วัดความยาวด้วยจำนวนหน้าต้นฉบับหรือขนาดความยาวเป็นคอลัมน์นี้ สัดส่วนที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับนโยบายของนิตยสารแต่ละฉบับ ในแต่ละคอลัมน์จะนำเสนอเรื่องราวตามขอบเขตจุดมุ่งหมาย ของคอลัมน์นั้นๆ หมุนเวียนไปตามความเหมาะสมของกาลเทศะและเนื้อหาหลักของนิตยสารแต่ละ เล่ม

ส่วนประกอบที่เป็นคอลัมน์หลักหรือคอลัมน์ประจำที่นิตยสารกำหนดอย่างถาวร เพื่อสื่อความคิด แสดงและสะท้อนถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนิตยสารให้ผู้อ่านเข้าใจ เป้าหมาย ฉะนั้นเมื่อผู้อ่านซื้อนิตยสารฉบับนั้นเมื่อใด ก็หวังที่จะได้อ่านคอลัมน์หลักเหล่านั้นเป็น ประจำ ซึ่งจะต้องจัดวางให้ผู้อ่านซื้อนิตยสารฉบับนั้นเมื่อใด ก็หวังที่จะได้อ่านคอลัมน์หลักเหล่านั้น เป็นประจำ ซึ่งจะต้องจัดวางให้ผู้อ่านสามารถเปิดอ่านได้ทันที ในตำแหน่งที่เด่นชัด ส่วนสารใน คอลัมน์ดังกล่าวอาจปรับเปลี่ยนตามความเหมาะสมและ โอกาสที่นิตยสารออกจำหน่าย จึงถือเป็น

เกณฑ์อย่างหนึ่งว่า เนื้อหาในคอลัมน์หลักจะต้องสามารถตอบสนองนโยบายด้านเนื้อหาหลักของนิตยสารด้วยเสมอ

สำหรับคอลัมน์ประจำอื่นๆ จะทำหน้าที่สนับสนุนเนื้อหาหลักของนิตยสารให้เข้มข้นหลากหลายมากขึ้น โดยแนวเนื้อหาอาจแตกต่างกันไป แต่จะต้องไม่ทำให้นิตยสารสูญเสียความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองไปด้วย ส่วนใหญ่จะเป็นสาระที่ให้ความรู้ทันสมัย เข้ากับสถานการณ์และอยู่ในความสนใจของประชาชน ซึ่งอาจจะสัมพันธ์กับเนื้อหาหลักหรือเหตุการณ์ปัจจุบันก็ได้

ส่วนเรื่องอื่นๆ ไปนั้น ถือเป็นคอลัมน์หรือเรื่องที่น่าสนใจต่อเนื่องเพื่อความบันเทิงผ่อนคลาย อาจไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับแนวเนื้อหาหลักของนิตยสารเสมอไป ถือว่าเป็นส่วนประกอบที่ช่วยให้นิตยสารน่าติดตามและเพิ่มความหลากหลายในการเลือกอ่านมากขึ้น ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามโอกาส เพราะไม่ใช่คอลัมน์เนื้อหาประจำ

การวางแผนกำหนดเนื้อหาตามองค์ประกอบของนิตยสารให้มีสัดส่วนที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงบุคลิกภาพ เอกลักษณ์และแนวทางของนิตยสารเล่มนั้นๆ เพื่อให้เนื้อหาสาระทั้งในด้านเนื้อเรื่องและรูปแบบการนำเสนอความคิดเห็นสอดคล้องกัน จะทำให้นิตยสารสามารถสื่อความหมายกับผู้อ่านได้นิตยสารของตนมีแนวหลักให้ความสำคัญกับเรื่องอะไร ก่อให้เกิดความน่าสนใจและกลายเป็นสื่อที่น่าติดตามอ่านสำหรับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

โดยปกติรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารจะถูกกำหนดโดยบรรณาธิการในนิตยสารต่างๆ ไปเนื้อหาหรือสิ่งที่นำเสนอไว้ในนิตยสารมีหลากหลายมากมาย เริ่มตั้งแต่บทความซึ่งเป็นเนื้อหาหลักในนิตยสาร ประเภทของบทความที่เสนอในนิตยสารอาจจะเป็น บทความชวนหัว ตัณยานุภาพบุคคลสำคัญ หรือประวัติส่วนตัวของบุคคลที่น่าสนใจ ฯลฯ จากบทความก็จะเป็นเรื่องสั้นหรือเรื่องแต่งสำคัญ (Fiction) รูปถ่าย ภาพถ่าย ข่าวสารต่างๆ คอลัมน์ที่น่าสนใจเกี่ยวกับการวิจารณ์ภาพยนตร์ วิจารณ์หนังสือ หรือคอลัมน์คำแนะนำในเรื่องต่างๆ นอกจากนี้ก็จะมีบทบรรณาธิการ บทกลอน การ์ตูน ขำขัน เกมส์ต่างๆ ฯลฯ

การกำหนดเนื้อหาของนิตยสาร โลกทิพย์โลกทิพย์นั้นจะเน้นเนื้อหาทางวิชาการ แนวทางพระพุทธศาสนา ดังนั้น องค์ประกอบส่วนใหญ่ของนิตยสาร โลกทิพย์จะเป็นบทความทางพระพุทธศาสนา การนำเสนอเนื้อหาโลกทิพย์เน้นธรรมะปฏิบัติของพระสงฆ์นักปฏิบัติธรรมสายกรรมฐานที่มีชื่อเสียง ประสบการณ์การปฏิบัติของผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้อ่าน ตลอดจนบทความของนักเขียนที่มีความรู้เฉพาะด้านพระพุทธศาสนา

การกำหนดเนื้อหาสาระนิตยสาร โลกทิพย์นั้นจะแบ่งเป็น 3 ส่วนคือ

1) พระธรรมเทศนา บทความความรู้ทางวิชาการ และประวัติพระกรรมฐาน

(1) ประวัติพระกรรมฐาน เป็นการนำเสนอประวัติพระกรรมฐานที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบและได้ลงหน้าปกของนิตยสารโลกทิพย์ซึ่งเป็นนโยบายของนิตยสารที่จะได้นำเสนอประวัติและความเป็นมาของผู้ที่ได้ลงหน้าปกของนิตยสาร โดยเฉพาะในสายพระป่าสายพระกรรมฐาน พระอริยสงฆ์ สายหลวงปู่มั่น ภูริทัตโต วัดป่าสุทธาวาส อำเภอเมือง จังหวัดสกลนครซึ่งประวัติพระวิปัสสนาจารย์ พระกรรมฐาน พระอริยสงฆ์ สายหลวงปู่มั่น นั้นทางนิตยสารโลกทิพย์ได้รวบรวมประวัติพระวิปัสสนาจารย์ รูปต่างๆที่เป็นลูกศิษย์ของหลวงปู่มั่นและทำหน้าที่ พระวิปัสสนาจารย์ อันได้แก่ พระภิกษุผู้ทำการสอนการปฏิบัติกรรมฐานตามหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา พระวิปัสสนาจารย์ คือพระภิกษุผู้สอนการปฏิบัติกรรมฐานตามหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา ซึ่งนิตยสารโลกทิพย์ได้เผยแพร่หลักการของวิปัสสนากรรมฐานซึ่งเป็นการปฏิบัติเพื่อพัฒนาให้เกิดสติที่จดจ่อ เฝ้ายคม การพากเพียรกำหนดรู้สภาวะธรรม ทางกายและทางจิตที่เกิดขึ้นในแต่ละขณะในตัวเรา จะก่อให้เกิดปัญญาหยั่งรู้ในธรรมชาติที่แท้จริงของชีวิต ปัญญาญาณนี้เองที่ช่วยให้เราดำรงชีวิตได้อย่างเป็นอิสระ และข้องเกี่ยวกับ โลกรอบตัวได้อย่างยึดมั่นถือมั่นน้อยลง กลัวและสับสนน้อยลง ทั้งยังช่วยให้เราดำเนินชีวิตไปพร้อมกับความคิดที่สุขุมถูกต้อง มีความกรุณา และมีปัญญาเป็นตัวกำกับมากยิ่งขึ้น

(2) เรื่องยาว เป็นการนำเสนอเรื่องราวต่างๆของผู้ทรงคุณ นักปฏิบัติธรรมที่มีชื่อเสียงในกลุ่มสมาธิและผู้ติดตามอ่านนิตยสารโลกทิพย์ อาทิ เรื่องที่ท่านยังไม่ทราบ โดย หลวงพ่อเกษม เขมสุข วัชรธรรมาธิปัตย์ กรุงเทพมหานคร บันทึกของชาโค้ว โดย อัญญะ มณีจักร ธรรมะโอสธ โดย โค่งวัดถ้ำ อดีตชาติของพระพุทธเจ้า โดย กองบรรณาธิการ พลังอำนาจ โดย กองบรรณาธิการ ซึ่งและเรื่องมีความยาวหลายตอน ผู้อ่านและสมาชิกรู้จักติดตามทุกเดือน และที่ได้รับความนิยมจากผู้อ่าน คือ นวนิยายทางพระพุทธศาสนาที่เขียนโดยผู้เขียนที่ใช้นามปากกาว่า “สัทธาเชตะวัน” ซึ่งเป็นนักเขียนที่เป็นผู้บุกเบิกการก่อตั้งนิตยสารโลกทิพย์สืบเนื่องจากมีผลงานในนิตยสารขวัญเรือน โดยเขียนคอลัมน์ “สังกัณฐ์และอภินิหาร” ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น “โลกทิพย์” ซึ่งกลายมาเป็นนิตยสารโลกทิพย์ในปัจจุบัน ส่วนข้อมูลที่ใช้ในการเขียนแนวธรรมะจะศึกษาจากพระไตรปิฎก รวมทั้งการสัมภาษณ์ครูบาอาจารย์ตามป่าเขาเพื่อนำมาเขียนเป็นสารคดีแนวธรรมะได้อย่างน่าติดตามด้วยเรื่อง “ปีศาจราหู” จากนั้นจึงเริ่มเขียนนวนิยายอิงธรรมะ สารคดีธรรมต่างๆ เช่น ครูบาเสือคำเพชรดาเสือ พญาเงือกคำ พลังแฝงเร้นมหัศจรรย์ หลวงปู่คำคะนิง จุลมณี บุคเมืองพญานาคและท่องนรก ของดีในพระไตรปิฎก หลวงปู่เยอรมัน, พระอาจารย์มั่น ภูริทัตโต ยอดอริยะแห่งยุค ชาติปางก่อนของพระอาจารย์จันทา ถาวโร เรื่องเล่าหลวงปู่สีโห พระผู้ทรงอภิญญา ลงในนิตยสารโลกทิพย์เป็นที่ติดตามของสมาชิกรู้จักผู้อ่านทั่วไป

2) บทความจากผู้อ่าน ข่าวสารทวิ์บุญ ทางกองบรรณาธิการได้นำบทความที่น่าสนใจของผู้อ่านที่สนใจในการปฏิบัติธรรมได้เขียนเล่าเรื่องราวของตนและบุคคลใกล้ชิดมาเล่าสู่กันฟังเป็นธรรม และทางกองบรรณาธิการได้นำเสนอภาพข่าวสารทางพระพุทธศาสนามาแจ้งให้ทราบพร้อมกับแจ้งรายการทวิ์ธรรมะไหว้พระของบริษัทวิ์ต่างๆ

(1) เรื่องจากผู้อ่าน ประกอบไปด้วยคอลัมน์ลิขิตกรรม คอลัมน์อภิหารพระแม่กวนอิม และคอลัมน์กรรมใด..ใครก่อ ที่ผู้อ่านได้เขียนส่งมาโดยทางกองบรรณาธิการได้จัดลงตามความเหมาะสมและมอบคำตอบแทนแก่เรื่องที่ได้ลงในนิตยสาร ซึ่งคอลัมน์ที่ผู้อ่านมักส่งมาตีพิมพ์คือ คอลัมน์ ลิขิตกรรม ซึ่งเป็นเรื่องของผู้อ่านเขียนส่งมาเป็นเรื่องกฎแห่งกรรม กฎแห่งการกระทำ เป็นกฎแห่งเหตุและผล เป็นกฎของธรรมชาติ คือ ธรรมฝ่ายใดเกิดขึ้นในใจก็ทำกรรมฝ่ายนั้นเกิดกุศลธรรมก็ประกอบกุศลกรรม เกิดอกุศลธรรมก็ประกอบอกุศลกรรม อย่างนี้เรียกว่า ธรรมชาติ กฎแห่งกรรมเป็นเรื่องราวความเป็นจริงของชีวิต คือ ประกอบเหตุอย่างนี้ต้องไปมีผลอย่างนั้น ประสพผลอย่างนี้เพราะประกอบเหตุมาอย่างนั้น กรรม คือ การกระทำทางกาย ทางวาจา และทางใจ จะดีหรือชั่ว เจตนาหรือไม่ จะน้อยหรือมาก ทุกเพศทุกวัย ล้วนมีผลทั้งสิ้นที่ไม่มีผลไม่มีเลย ผลบางอย่างปรากฏในปัจจุบันทันตาเห็น บางอย่างเห็นผลตอนตายไปแล้ว กฎแห่งกรรมนี้ไร้ความปรานี ไม่มีข้อยกเว้นให้กับใครๆ ไม่จำกัดเชื้อชาติ ภาษา ศาสนาใดก็ตามในโลก จะอยู่บนดิน บนน้ำ บนอากาศ ดวงจันทร์ ดวงดาว ก็หนีกฎแห่งกรรมไม่พ้น แม้แต่พระสัมมาสัมพุทธเจ้าของเราในสมัยที่ยังเป็นพระบรมโพธิสัตว์นั้นกสร้างบารมีก็ยังต้องสวดยวิบากกรรม เพราะกรรมติดตามตัวเราไปทุกที่ทุกสถานเหมือนเงาติดตามตัว เมื่อเราขยับตัวเราไม่พ้น เราก็หนีกฎแห่งกรรมไม่พ้นเหมือนกัน กฎหมายหรือกฎเกณฑ์อะไรบางอย่างในโลกที่มนุษย์สมมติกันขึ้นมา ยังหลีกเลี่ยงเปลี่ยนแปลงได้ปีนื้อใช้อย่างนี้ปีหน้าเปลี่ยนไปอีกอย่าง แต่กฎแห่งกรรมไม่เคยเปลี่ยนแปลง (สัมภาษณ์ หลวงพ่อคะนอง เนินอุไร ผู้ก่อตั้งนิตยสารโลกทิพย์, 25 มกราคม 2558)

(2) ทวิ์แสงบุญ ประกอบด้วยคอลัมน์ธรรมทานและคอลัมน์ท่องเที่ยวธรรมที่แจ้งตารางการเดินทางอย่างชัดเจนเป็นรายการที่เน้นการศึกษาและปฏิบัติธรรมบนพื้นฐานการเรียนรู้วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนาในลักษณะบุญจาริกการริเริ่มโครงการนี้ เนื่องจากปัจจุบันพบว่าคนไทยที่สนใจแสวงหาความสงบด้วยธรรมะมากขึ้น โดยเฉพาะสมาชิกในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ต้องการเดินทางไปต่างจังหวัด ขณะเดียวกันต้องการความสะดวกในการจัดการ เช่น ไม่ต้องการขับรถไปเอง จึงออกแบบโปรแกรมที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางไปปฏิบัติธรรมระยะสั้น 3 วัน 2 คืน โดยเลือกเดินทางไปยังวัดป่าและสำนักสงฆ์ในภาคอีสานที่มีสถานปฏิบัติธรรมจำนวนมาก

3) ปกิณกะ เป็นข้อมูลต่างๆ ที่แทรกเพิ่มอรรถรสในการอ่าน

(1) แฉ่งงานบุญต่างๆ ได้แก่ คอถัมน์บอกข่าว เป็นสื่อกลางของสมาชิกนิคยสารโลกทิพย์ญาคิธรรมทั้งหลายที่จะร่วมทำบุญ ฟังธรรม อบรมธรรม ปฏิบัติธรรม บวชพระ บวชเณร สร้างพระ สร้างวัด และงานกุศลต่างๆ

(2) เกมสตั๊บสมองและภาษาธรรม เป็นเกมสตั๊บที่ให้ผู้่านนิตยสารโลกทิพย์ได้ทำกิจกรรมตอบคำถามต่างๆอันเกี่ยวเนื่องกับรายละเอียดในนิตยสารโลกทิพย์เล่มนั้น หรือให้ทายสุภายิตคำคมธรรมะที่น่ารู้ โดยมีรางวัลเป็นพระเครื่องหรือหนังสือธรรมะมอบให้แก่ผู้ทายถูกและโชคดีจากการจับรางวัลอีกครั้ง

(3) วัดอุ้มงคล เป็นการโฆษณาให้บูชาวัดอุ้มงคลหรือพระเครื่อง ซึ่งนิตยสารโลกทิพย์ถือว่าเป็นขวัญกำลังใจและเครื่องยึดเหนี่ยวของผู้่านและสมาชิกนิตยสารโลกทิพย์ซึ่งรายได้จากการบูชาวัดอุ้มงคลของนิตยสารโลกทิพย์ได้นำไปใช้ในกิจกรรมการเผยแพร่พระพุทธศาสนาของศูนย์ปฏิบัติธรรมโลกทิพย์ซึ่งหลวงพ่อกะนอง เนินอุไร ผู้ก่อตั้งนิตยสารโลกทิพย์เป็นผู้ดูแลและบริหารการทำงานของศูนย์ปฏิบัติธรรมโลกทิพย์ วัดอุ้มงคลจึงเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงให้สิ่งที่คนเคารพนับถือมีมิติทางพุทธศาสนา วัดอุ้มงคลเป็นเพียงสะพานผ่านไปสู่ธรรมะมงคลอีกทีหนึ่ง พุทธศาสนาไม่ได้ปฏิเสธความเป็นจริงของมนุษย์ว่ามนุษย์มีความแตกต่างทางสติปัญญาอยู่คนบางกลุ่มจึงอาจต้องใช้วัดอุ้มงคลเป็นเครื่องมือเพื่อเข้าสู่ธรรม ถ้าหากเราจะนับถือวัดอุ้มงคล พระพุทธเจ้าบอกว่ามีสิ่งที่ควรนับถืออยู่ ทรงพูดไว้ในเจดีย์ 4 ประการ คำว่า เจดีย์ หมายถึงสิ่งที่ถูกบรรจุเอาไว้ในสิ่งปลูกสร้างชนิดต่างๆ ที่เป็นสัญลักษณ์ของคุณงามความดีที่นำคนเข้าสู่ธรรม หนึ่งในชาตุเจดีย์ เจดีย์ที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ สอง-บริโกทเจดีย์ เจดีย์หรือสิ่งที่พระพุทธเจ้าเคยทรงใช้สอย สาม-ธรรมะเจดีย์ เจดีย์บรรจุพระธรรม สี่-อุเทสิกะเจดีย์ เจดีย์ที่สร้างอุทิศให้แก่พระพุทธเจ้า ได้แก่ พระพุทธรูปทั้งหลายทั้งปวง ฉะนั้น เราจะเห็นว่าแนวคิดเรื่องวัดอุ้มงคลในพุทธศาสนาก็มาจากแนวคิดนี้ แนวคิดเจดีย์ทั้ง 4 สะท้อนว่าพระพุทธเจ้าก็แนะนำให้บูชาสิ่งที่เป็่นวัดอุ้มงคลเหมือนกัน แต่ไม่ให้จับที่ตัวสิ่งเหล่านั้น แต่ให้สิ่งเหล่านั้นเป็นสะพานเชื่อมคนเข้าไปสู่ธรรมอีกทีหนึ่ง อย่างไรก็ตาม แม้จะอนุญาตให้มีเจดีย์ 4 ประการ แต่จุดเด่นของพระพุทธศาสนาก็ยังเป็นเรื่องของธรรมะ เจดีย์ทั้ง 4 เป็นแค่รรควิธีในการดึงคนเข้าสู่ธรรม ไม่ใช่เป้าหมายในตัวเอง ทุกครั้งที่เรากราบไหว้สิ่งปลูกสร้างทางศาสนาขอให้เรานึกถึงอยู่เสมอว่า เราไม่ได้กราบไหว้ตัวพระอิฐพระปูนแล้วคิดว่าชีวิตจะดีขึ้น แต่เรากราบไหว้สิ่งเหล่านั้นเพื่อให้สิ่งเหล่านั้นเป็นสะพานเชื่อมคนเข้าสู่ธรรม ถ้าเรารำลึกเช่นนี้ไว้เสมอ การนับถือวัดอุ้มงคลของชาวพุทธก็เป็นสิ่งที่ยอมรับได้

การยอมรับนับถือวัดอุ้มงคลเป็นสิ่งที่พุทธศาสนาเห็นด้วยก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นนำคนเข้าสู่ธรรม แต่ถ้าสิ่งนั้นนำคนเข้าสู่ความมกมาย ชั่วคนให้โลกไม่จบไม่สิ้น วัดอุ้มงคลเหล่านี้ถือว่าเป็น

วัตถุมงคลที่พุทธศาสนาไม่เห็นด้วย (สัมภาษณ์ หลวงพ่อคะนอง เนินอุไร ผู้ก่อตั้งนิตยสาร โลกทิพย์, 25 มกราคม 2558)

นิตยสารแต่ละฉบับจะมีการผสมผสานของเนื้อหาต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นส่วนจำนวนจะมากจะน้อยจะขึ้นอยู่กับรูปแบบที่บรรณาธิการกำหนดให้นิตยสารนั้นๆ แต่อย่างไรก็ตามการจะเสนอเนื้อหาแบบต่างๆ ในนิตยสารนั้นก็ควรจะมีความเป็นแนวทางในการปฏิบัติอยู่บ้าง เช่น

1) ควรมีความสมดุลของสิ่งต่างๆ ระหว่างข่าวสารและบทความ ความต้องการของนิตยสารและความต้องการของผู้อ่าน ความหนักและเบาของสาระในนิตยสารเนื้อหาและภาพประกอบ และสุดท้ายคือ ความสมดุลระหว่างความยาวและความสั้นของเนื้อหาสาระที่เสนอในนิตยสาร ดังนั้นบรรณาธิการควรจัดหาความสมดุลให้กับเนื้อหาของนิตยสาร มิให้มีการนำเสนอสาระในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งมากเกินไป จนทำให้ความหลากหลายและความสมดุลของเนื้อหาหมดไป

2) ความหลากหลายของเนื้อหาสาระ ซึ่งจะได้มาจากการที่บรรณาธิการพยายามสร้างความสมดุลของเนื้อหาสาระในนิตยสาร ผู้อ่านทุกคนควรมีโอกาสได้เลือกอ่านสิ่งที่ตนสนใจในนิตยสาร

3) ความต่อเนื่องของรูปแบบ เนื้อหา และจุดประสงค์ของนิตยสาร แม้ว่าบรรณาธิการควรให้เนื้อหาสาระที่บรรจุอยู่ในนิตยสารมีความแปลกใหม่และได้รับการปรับปรุง แต่สิ่งหนึ่งที่ควรคงไว้ได้แก่ ความต่อเนื่องของรูปแบบและเนื้อหาสาระของนิตยสาร ผู้อ่านซื้อนิตยสารก็เพื่อรูปแบบและเนื้อหาที่ตนสนใจและต้องการอ่าน เป็นการแน่นอนที่ผู้อ่านต้องการเห็นการเปลี่ยนแปลงและสิ่งใหม่ในนิตยสารบ้าง แต่การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของนิตยสารไปเลยนั้นเป็นสิ่งที่บรรณาธิการไม่ควรทำ เพราะจะทำให้ผู้อ่านหรือแฟนนิตยสารไปหาซื้อนิตยสารอื่นซึ่งเป็นรูปแบบอย่างที่คุณเคยชอบ

แนวคิดและความถูกต้องของรูปแบบ เนื้อหา เรื่องราวที่ต้องการนำเสนอในนิตยสารก็เป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งที่ต้องพิจารณา เพราะเกี่ยวข้องกับความสำเร็จและความเชื่อของผู้อ่าน ถ้าวันใดที่ผู้อ่านของนิตยสารนั้นๆ หักความเชื่อถือในสิ่งตีพิมพ์ อวสานของการทำนิตยสารก็จะสิ้นสุดลงอย่างไม่ต้องสงสัย

ดังนั้น การทราบถึงความพึงพอใจของกลุ่มผู้อ่านว่าชอบหรือไม่ชอบรูปแบบเนื้อหาประเภทใด จะทำให้ผู้จัดทำได้แนวคิดที่ถูกต้องในการนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านมากขึ้น

1.3 การกำหนดรูปแบบนิตยสาร

รูปแบบ หมายถึง ขนาดและรูปเล่มของนิตยสารที่มีส่วนสัมพันธ์กับการจัดหน้า นิตยสาร โดยรูปแบบของนิตยสารสามารถแสดงบุคลิกพิเศษของนิตยสารแต่ละเล่ม แต่ละประเภท ได้ด้วยการพิจารณาตัดสินใจเรื่องขนาดและรูปเล่มของนิตยสารยังต้องคำนึงถึงการสร้างบุคลิกของ นิตยสารให้เป็นที่น่าสนใจ ต้องใจผู้ที่พบเห็นอีกด้วย

ส่วนความหนาและจำนวนหน้าของนิตยสารย่อมมีส่วนสัมพันธ์กับขนาดรูปเล่ม ของนิตยสาร โดยคำนึงถึงปริมาณของเนื้อหาและโฆษณา ซึ่งคาดว่าจะนำลงในนิตยสารแต่ละฉบับ แต่เนื่องจากการจัดทำนิตยสารเป็นธุรกิจอย่างหนึ่งซึ่งต้องมีการขายเนื้อที่โฆษณาด้วย ดังนั้นจำนวน หน้าของนิตยสารแต่ละฉบับอาจมีความหนาไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับปริมาณโฆษณาและอัตราส่วน ระหว่างจำนวนหน้ากระดาษสำหรับบรรจุเนื้อหา กับจำนวนหน้ากระดาษสำหรับขายเนื้อที่โฆษณา ด้วย กล่าวคือ ความหนาของนิตยสารจะคำนึงถึงสัดส่วนระหว่างเนื้อเรื่องที่จะนำเสนอ กับเนื้อที่ โฆษณา โดยพิจารณาจากความอยู่รอดของนิตยสารควบคู่กับการคำนึงถึงผู้อ่าน โดยสัดส่วนเนื้อที่ โฆษณาควรจะมีปริมาณมากพอที่จะคุ้มต้นทุนการผลิต แต่จะต้องไม่ทำให้เนื้อที่สำหรับเสนอ เนื้อหาของนิตยสารนั้นมีน้อยจนลดคุณภาพและกลายเป็นการเอาเปรียบผู้อ่านนิตยสาร การกำหนด อัตราส่วนระหว่างเนื้อโฆษณาจึงมักไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว แต่จะอยู่ในดุลพินิจและนโยบายการบริหารงานนิตยสารแต่ละแห่ง

อย่างไรก็ตาม ในการกำหนดขนาด รูปเล่ม และความหนาของนิตยสารนั้น นิตยสารแต่ละเล่มควรสร้างคุณลักษณะพิเศษเฉพาะ เพื่อสะท้อนความเป็นบุคลิกของตนเอง สามารถสื่อสารกับผู้อ่านได้ทันทีว่านิตยสารเล่มนั้นเป็นนิตยสารประเภทใด แตกต่างกับนิตยสาร เล่มอื่นๆอย่างไร เนื่องจากนิตยสารประเภทเดียวกันอาจมีรูปแบบคล้ายกัน แต่รายละเอียดและ ลักษณะพิเศษของการออกแบบ จัดหน้า รูปลักษณ์ตัวอักษร สัญลักษณ์ชื่อหนังสือ เทคนิคการพิมพ์ ตั้งแต่ปกหน้าจนถึงปกหลัง ย่อมสะท้อนถึงความเป็นตัวเองของนิตยสารได้เป็นอย่างดี

การกำหนดขนาดรูปเล่มของนิตยสาร จึงควรทำเป็นมาตรฐานคล้ายหนังสือเล่ม เพื่อให้สอดคล้องกับขนาดของเครื่องพิมพ์ที่มีและขนาดกระดาษมาตรฐานที่จำหน่ายทั่วไป ตลอดจนคำนึงถึงความสะดวกในการเก็บรวบรวมในชั้นหนังสือ (จันทนา ทองประยูร, 2537, น. 15)

การพัฒนาแบบและรูปแบบ เป็นสิ่งสำคัญของการทำนิตยสารอย่างยิ่ง โดยเฉพาะนิตยสารโลกทิพย์เองก็ได้พัฒนาแบบเนื้อหาให้เข้ากับความสำเร็จของสังคมไทย โดย ผู้คนส่วนมากนับถือพุทธศาสนา จึงเท่ากับว่ามีกลุ่มนักอ่านจำนวนมากที่คอยเป็นฐานลูกค้า และ สนับสนุนให้นิตยสารโลกทิพย์ยืนหยัดอยู่คู่แผงหนังสือมายาวนานหลายทศวรรษ อาจกล่าวได้ว่า

นิตยสารโลกทิพย์ได้พัฒนาเนื้อหาและรูปแบบก็มีส่วนทำให้นิตยสารโลกทิพย์สร้างยอดขายได้เช่นกัน

1) การออกแบบและการจัดหน้า การออกแบบจัดหน้าเริ่มตั้งแต่การวางแนวคิด ออกแบบปกให้สะดุดตา น่าสนใจและการนำต้นฉบับทั้งหมด อาทิ เนื้อหา เรื่อง รูปภาพ มาจัดวางให้เป็นระเบียบอย่างมีศิลปะให้ได้สัดส่วนสวยงาม ดึงดูดสายตาตามเวลาบนแผงหนังสือ สะดวกแก่การอ่านและสร้างแรงจูงใจ การอ่านตั้งแต่ปกหน้าไปจนถึงปกหลัง โดยเป้าหมายของการออกแบบปก มาจัดวางให้เป็นระเบียบอย่างมีศิลปะให้ได้สัดส่วนสวยงาม ดึงดูดสายตาเวลาวางบนแผงหนังสือ สะดวกแก่การอ่านและสร้างแรงจูงใจ การอ่านตั้งแต่ปกหน้าไปจนถึงปกหลัง โดยเป้าหมายของการออกแบบและการจัดหน้า ก็คือ การดึงดูดให้ผู้อ่านอยากหยิบนิตยสารขึ้นดูหน้าปกและเปิดอ่านเนื้อหาตลอดเล่ม รวมทั้งเพื่อสร้างบุคลิกลักษณะเฉพาะของนิตยสารชื่อฉบับนั้นๆ เนื่องจากนิตยสารแต่ละฉบับจะมีวัตถุประสงค์และกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายที่แตกต่างกัน ทำให้นิตยสารแต่ละเล่มมีโอกาสดึงดูดหน้าให้มีคุณลักษณะเฉพาะตัวที่สอดคล้องกับรสนิยมของผู้อ่าน สัมพันธ์กับนโยบายและแนวเนื้อหาของหนังสือโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสามารถดึงดูดความสนใจของผู้อ่านเป้าหมายได้มากที่สุด ขั้นตอนการออกแบบปกและการออกแบบจัดหน้านิตยสารจึงต้องอาศัยการประยุกต์ทั้งความรู้ทางศิลปะจิตวิทยาการสื่อสารและความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นประโยชน์ เพื่อมุ่งสร้างความสนใจแก่นิตยสารตั้งแต่แรกเห็น และให้ผู้อ่านเนื้อเรื่องแต่ละหน้า แต่ละเรื่องที่ปรากฏในนิตยสารได้อย่างไม่เบื่อด้วยโดยการออกแบบปกและการออกแบบจัดหน้านิตยสารมีหลักดังนี้

(1) การออกแบบปก เนื่องจากการตัดสินใจชื่อนิตยสารในเบื้องต้นมักมาจากความประทับใจของผู้อ่านที่มีต่อสิ่งที่ปรากฏบนหน้าปก ปกจึงมีบทบาทหน้าที่ของตนเอง โดยเฉพาะการดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน ผู้ซื้อ ตลอดจนผู้ที่ต้องการลงโฆษณา การออกแบบปกนิตยสารที่ดีจึงต้องสามารถแสดงถึงบุคลิกลักษณะของนิตยสารได้ดีพอๆกับการสะท้อนแนวเนื้อหา ตลอดจนความคิดของผู้จัดทำต่อผู้อ่าน ปกนิตยสารที่ดีจึงไม่เพียงทำหน้าที่แค่เป็นสิ่งห่อหุ้มเนื้อหาภายในเล่มเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่สร้างความน่าเชื่อถือ ความเป็นเอกลักษณ์และเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้อ่านกับนิตยสารก่อให้เกิดความภักดีต่อนิตยสารได้อย่างต่อเนื่องอีกด้วย

โดยทั่วไปแล้ว องค์ประกอบสำคัญของปกนิตยสาร ได้แก่

- ก. รูปแบบพื้นฐาน เช่น ลักษณะการวางหน้า ขนาดหนังสือ ความต่อเนื่อง
- ข. ตราสัญลักษณ์และข้อมูลที่จำเป็น เช่น ฉบับที่ วันเดือนปี
- ค. รูปภาพหรืองานศิลป์ ตามแนวเนื้อหาแต่ละฉบับ
- ง. ข้อความโปรย คือ ข้อความแสดงเรื่องเด่นภายในเล่ม

นอกจากนั้น การออกแบบปกที่ดียังควรคำนึงถึงปัจจัยประกอบอื่นๆด้วย ได้แก่ ประเภทนิตยสาร กลุ่มเป้าหมาย บุคลิกของนิตยสาร การสร้างสรรค์ทางศิลปะ ระบบการผลิตคุณภาพของกระดาษ รวมถึงความหนาของนิตยสาร เพื่อให้การออกแบบปกนิตยสารมีคุณภาพและประสิทธิภาพสอดคล้องกับเป้าหมายของการจัดทำนิตยสารแต่ละฉบับ อีกทั้งการออกแบบจัดวางองค์ประกอบต่างๆของหน้าปกนิตยสารยังต้องยึดถือตามหลักการออกแบบจัดหน้าสื่อสิ่งพิมพ์ โดยทั่วไปอีกด้วย คือ หลักของความเรียบง่าย ความสมดุล ความกลมกลืนและความน่าอ่าน เพื่อมาประยุกต์กับการออกแบบได้อย่างน่าสนใจ สามารถสื่อความหมายได้ยิ่งขึ้น

(2) การจัดหน้านิตยสาร เนื่องจากการจัดหน้านิตยสารมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการนำเสนอเนื้อหาให้น่าสนใจและการสร้างความสวยงามให้กับนิตยสาร หลักการจัดหน้าทั่วไป จึงยึดหลักความเรียบง่าย (Simple) ความสมดุล (Balance) ความกลมกลืน (Harmony) และ ความน่าอ่าน (Pleasant) ซึ่งสามารถแบ่งรูปแบบของการจัดหน้าได้ดังต่อไปนี้

ก. แบบ สมดุล (Balance/Symmetry) หมายถึง การจัดหน้าโดยวางองค์ประกอบต่างๆให้มีน้ำหนักเท่าเทียมกันทั้งด้านซ้ายและด้านขวาของหน้านิตยสาร เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบ เรียบง่าย สะดวกในการอ่าน ลักษณะการจัดหน้าวิธีนี้อาจขาดความเด่นเมื่อต้องการเน้นส่วนใดส่วนหนึ่งไปบ้าง แต่ก็ให้ความรู้สึกเป็นเอกภาพและความกลมกลืนของหน้านิตยสารได้เป็นอย่างดี

ข. แบบ ไม่สมดุล (Imbalance/Asymmetry) หมายถึง การจัดหน้าที่ไม่จำเป็นต้องวางทุกองค์ประกอบให้เท่าเทียมเพื่อกันให้ทั้งซ้ายและขวาอย่างชัดเจน แต่เป็นแนวการจัดหน้าเพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวทางสายตา โดยถ่วงดุลน้ำหนัก สี สันให้กระจายทั่วไปบนหน้านิตยสารอย่างเหมาะสม เมื่อผนวกกับพื้นที่ว่างบนหน้ากระดาษทำให้ดูรวมๆแล้วเกิดความผสมกลมกลืนในแต่ละหน้าอย่างน่าสนใจมีความเป็นเอกภาพ เกิดความสมดุลในความรู้สึกของผู้อ่านได้เช่นกัน

ค. แบบ แตกต่าง (Contrast) หมายถึง การออกแบบจัดหน้าที่ไม่ถือกฎเกณฑ์ตายตัวมุ่งให้ความสำคัญโดยเน้นการวางองค์ประกอบให้มีความขัดแย้งกัน แต่ไม่ถึงกับกระจัดกระจายจนขาดความเป็นเอกภาพอย่างกลมกลืน การวางเนื้อหาในแต่ละตำแหน่งจะมุ่งให้เห็นความเด่นที่ชัดเจนโดยอาจใช้ความเข้มของสี ขนาดตัวอักษร พื้นที่ว่างสีขาว การจัดหน้าแบบนี้ผู้จัดจะมีความยืดหยุ่นตามความเหมาะสมของเนื้อหาที่ต้องการเน้นและสามารถให้ความหลากหลาย ความมีชีวิตชีวา ความแปลกตาและน่าสนใจ แต่อย่างไรก็ดี การจัดหน้าในลักษณะนี้ก็ต้องคงหลักความสมดุลไว้เช่นกัน เพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างจนดูเหมือนไร้เป้าหมายและไม่สะดวกในการอ่าน

กล่าวโดยสรุป การจัดหน้าที่ดีควรคำนึงถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้

- ก) ความสมดุล ของเนื้อหา ภาพ ตัวอักษรและน้ำหนักร
- ข) ความแตกต่าง หรือตัดกันในด้านของสี โทน ภาพ ขนาดอักษร
- ค) ความกลมกลืน การเข้ากันได้ของทุกอย่างบนหน้านิตยสาร โดยดูแล้วไม่ขัด

ตา

ง) ความมีเอกภาพ ทุกสิ่งต้องมีเป้าหมายและมุ่งไปสู่วัตถุประสงค์เดียวกัน ไม่ทำให้เกิดความขัดแย้งทางองค์ประกอบเนื้อหาและสายตา (จินทนา ทองประยูร, 2537, น. 79)

นิตยสารโลกทิพย์ มีรูปแบบที่ปรากฏเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีรูปแบบที่น่าสนใจ ขนาดกะทัดรัดไม่หนาไม่ใหญ่เกินไปและสวยงาม มีระบบการพิมพ์ที่ประณีต ทำให้นิตยสารเป็นสื่อที่ดึงดูดใจและจูงใจสำหรับผู้่าน สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างดีนอกจากนี้ยังเป็นนิตยสารแนวธรรมะผลิตออกมาจำหน่ายอย่างต่อเนื่องรายเดือน และปรากฏอยู่คู่แผงหนังสือมาช้านาน ถือเป็นสีสันอย่างหนึ่งของวงการนิตยสารแนวธรรมะของเมืองไทย

นิตยสารโลกทิพย์ ประกอบด้วยรูปแบบที่ปรับปรุงและพัฒนาเนื้อหาจนกลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน ทำให้สร้างความโดดเด่นกว่านิตยสารเล่มอื่นในแนวเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ นิตยสารโลกทิพย์จึงเป็นที่หนึ่งตลอดกาล ในกลุ่มนักรอ่านที่นิยมอ่านหนังสือแนวเดียวกัน ไม่ว่าอดีตที่ผ่านมา ปัจจุบัน หรืออนาคต ก็คาดเดาไม่ยากว่า นิตยสารโลกทิพย์จะยืนยงถาวรอยู่คู่แผงหนังสือเมืองไทย ตราบเท่าที่พุทธศาสนายังฝังรากลึกอยู่ในสังคมไทย

อย่างไรก็ตาม นิตยสารโลกทิพย์ แม้จะประกอบด้วยรูปแบบ และเนื้อหาที่เน้นเรื่องราวของความเชื่อในทางพุทธศาสนา แต่ก็มีหลากหลายมุมมองที่ให้นักรอ่านได้ส่งเสริมปัญญา โดยพยายามนำเอาปรัชญาชีวิตของผู้ประสบความสำเร็จในหลายด้าน มาสร้างเนื้อหาให้คติธรรมคำสอนกับนักรอ่าน จนเกิดการนำไปปฏิบัติเกิดเป็นรูปธรรม สิ่งเหล่านี้ คือความโดดเด่นของนิตยสารโลกทิพย์ จนกลายเป็นตัวอย่างสำหรับนิตยสารเล่มอื่นนำไปเป็นแรงบันดาลใจ

ดังนั้น จึงอาจวิเคราะห์ได้ว่า นิตยสารโลกทิพย์ นั้นเป็นนิตยสารที่มีแนวทางชัดเจน ในออกแบบปก จัดรูปแบบ การจัดพิมพ์ในรูปแบบที่เรียบร้อย กลมกลืน สบายตา ให้เหมาะสมกับเป็นนิตยสารแนวธรรมะที่อาศัยความน่าเชื่อถือรวมถึงการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับธรรมะ แวดวงศาสนาพุทธ และแนวทางการนำหลักธรรมมาพัฒนาคุณภาพชีวิตและจิตใจให้เกิดความสุขและความสำเร็จในชีวิตด้วยการประพฤติตามหลักการรักษาศีล ทำทาน อบรมบ่มสมาธิให้เกิด ซึ่งสอดคล้องกับสโลแกนของนิตยสารโลกทิพย์ที่ว่า นิตยสารธรรมะแห่ง ทาน ศีล สมาธิ อันเป็นไปเพื่อบริการและสร้างอรรถประโยชน์ให้แก่ผู้อ่านและผู้ทีสนใจเป็นเป้าหมายหลัก

2. ความเป็นมาของนิตยสาร

2.1 นิตยสารในประเทศไทย นิตยสารในความหมายรวม หมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีกำหนดระยะเวลาออกไว้นานอน (จันทนา ทองประยูร, 2537, น. 8) เช่น รายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน ราย 12 เดือน ราย 3 เดือน และรายปี เป็นต้น การออกจะเป็นอย่างสม่ำเสมอ และมีชื่อใช้เรียกแน่นอน โดยจะตีพิมพ์บทความและเรื่องราวต่างๆ ที่ทันสมัยไว้ในเล่มเดียวกัน เขียนโดยผู้เขียนหลายคน เนื้อหาสาระภายในเป็นเรื่องหลายเรื่องหลายแบบรวมกัน จัดเป็นคอลัมน์หรือส่วนแบ่งเฉพาะ อาจมีอาจบบทความที่ให้ความรู้หรือแสดงความคิดเห็น มีเรื่องสั้นนวนิยายเป็นตอนๆ รวมไปถึงสารคดีทั่วไป และแฟชั่นมีประกาศโฆษณาขายสินค้าและบริการต่างๆ ด้วย เรื่องของการจัดทำจะประกอบไปด้วยคณะผู้จัดทำหลายคน แต่ละคนก็รับผิดชอบหน้าที่กันคนละอย่าง ตั้งแต่เจ้าของผู้อำนวยการกองบรรณาธิการ บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ เป็นต้น

นิตยสารจัดว่าเป็นสิ่งพิมพ์ประเภทแรกที่เกิดขึ้นในเมืองไทย ถือว่าเป็นสถาบันสำหรับการรวบรวมเก็บรักษา และเผยแพร่ข่าวสารทุกชนิดที่มาจากแหล่งต่างๆ ของสังคม ดังที่มีคำเปรียบเปรยไว้ว่า ถ้าอยากรู้เรื่องราวของสังคมใดหรือยุคไหน ว่ามีชีวิตการดำรงอยู่ หรือมีแนวคิดอย่างไร ให้เปิดดูได้จากนิตยสารในสมัยนั้นๆ ก็จะทราบเรื่องราวทั้งหมด จึงเปรียบนิตยสารไว้ว่าเป็นเสมือนห้องสมุดที่เกี่ยวกับกิจกรรมมนุษย์เลยทีเดียว

นิตยสารไทยเริ่มขึ้นโดยชาวต่างประเทศ ซึ่งจัดทำนิตยสารออกจำหน่าย ในสมัยรัชกาลที่ 3 และต้นรัชกาลที่ 4 ในสมัยแรกนั้นยังไม่ถือว่าเป็นนิตยสารสำหรับมวลชน มีอ่านกันเฉพาะในวังในวังเท่านั้น และมีจำนวนพิมพ์ไม่มาก แต่ก็ถือว่าเป็นแรงกระตุ้นให้คนไทยตื่นตัวในการจัดทำ ต่อมาเริ่มมีนิตยสารที่จัดทำขึ้นโดยคนไทยแท้ คือ ครูโณวาทของพระองค์เจ้าเกษมสันต์ โสภาคย์ออกจำหน่ายในรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2417 (Davison, 1987 อ้างใน ครุณี หิรัญรักษ์, 2530, น. 22) เหตุผลเพื่อต้องการสื่อสารบอกข่าวคราวความเป็นไปของราชสำนักสู่ประชาชน

ในสมัยรัชกาลที่ 5 ถือว่าเป็นช่วงที่มีการผลิตนิตยสารประเภทต่างๆ เพื่อรับใช้กลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่มมากมาย ได้แก่ การกำเนิดนิตยสารสำหรับเด็ก นิตยสารสำหรับผู้หญิง เป็นต้น กลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่ยังเป็นเชื้อพระวงศ์ ขุนนาง เจ้านาย และปัญญาชนที่จบการศึกษาจากต่างประเทศ ในปลายรัชกาลที่ 5 พ.ศ. 2540 เริ่มมีการออกนิตยสารรายเดือนที่มุ่งเน้นความบันเทิงเป็นหลัก จำหน่ายในราคาเพียงฉบับละ 2 บาท มีชื่อว่า “นิทรานูเคราะห์” เนื้อหาเป็นเพียงแค่โคลงสั้นๆ และต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 6 และรัชกาลที่ 7 ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยมีการปกครองแบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ (ระวีวรรณ ประกอบผล, 2527, น. 1-2) ได้มีการจัดทำนิตยสารมากนับร้อยฉบับ เนื่องจากในระบอบนั้นทางการประกาศให้มีเสรีภาพในการพิมพ์อย่างเต็มที่ รวมทั้งประเทศไทย

เราเริ่มมีการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศอย่างจริงจัง ทำให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงเกิดความ ต้องการที่จะรับข่าวสาร เริ่มมีการเน้นหนักไปที่การโฆษณาขายสินค้า ในขณะที่นั้นนับรวมนิตยสาร ได้ทั้งสิ้น 314 รายชื่อ และภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 มีมากกว่า 1,200 รายชื่อ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นนิตยสารที่มีเนื้อหาเน้นหนักไปในเรื่องของความบันเทิงทั้งสิ้น

ในสมัยรัชกาลที่ 8 จำนวนของนิตยสารเพิ่มขึ้นไม่มากนัก สาเหตุเนื่องจากรัฐบาล เริ่มจำกัดสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน ทำให้นิตยสารเกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหา ซึ่งแตกต่างไปจากระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์อย่างสิ้นเชิง ภายหลัมนิตยสารได้มุ่งให้ความรู้ และประโยชน์แก่ผู้อ่านมากขึ้น จึงนับว่าเป็นการเพิ่มทางเลือกใหม่ให้กับผู้อ่านได้พิจารณาเลือกซื้อ บางฉบับที่ตนเห็นว่าเป็นประโยชน์มากกว่านิตยสารจึงเริ่มมีบทบาทมากขึ้นเป็นเงาตามตัว จากการ ที่เป็นเพียงสื่อสำหรับข่าวสารเพื่อการบันเทิงก็ได้กลายเป็นสื่อที่สามารถสร้างอิทธิพลหรือการ ดำรงชีวิตของผู้อ่านหลายๆ ด้าน ด้วยการนำเสนอข่าวสารข้อมูลอันเป็นพื้นฐานสำคัญ รวมทั้งเป็น ผู้นำในการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมของการใช้ชีวิต รวมไปถึงความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ทั้ง ในสังคมสถานะปกติและยามเกิดวิกฤตการณ์ต่างๆ ดังที่เห็นได้จากนิตยสารหลายๆ ฉบับในขณะนี้ และวิวัฒนาการของนิตยสารซึ่งสามารถสะท้อนบทบาทในการสร้างค่านิยม รวมถึงวัฒนธรรม ใหม่ๆ ให้กับสังคมไทยอย่างชัดเจนนั้น จะเห็นได้จาก นิตยสารหัวนอก ที่เริ่มทยอยเข้ามาเปิดตลาด ในประเทศไทยในระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมาเองและโดยธรรมชาติทางกายภาพของนิตยสารทั่วไป นั้น สามารถเสนอเนื้อหาได้หลากหลายและกว้างขวางลึกซึ้งซึ่งเหมาะสมกับผู้อ่านทุกระดับ นิตยสาร จึงนับเป็นสื่อของการสื่อสารและเป็นสถาบันอันทรงพลังสถาบันหนึ่งในสังคม และถึงแม้ว่าจะมีสื่อ ประเภทอื่นๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์หรือมัลติมีเดียอื่นๆ มาเป็นคู่แข่งในระยะหลังๆ ก็ตาม จำนวนของ นิตยสารและปริมาณการพิมพ์จำหน่ายของสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทนี้ก็ไม่ได้ลดลงแต่อย่างใด

ปัจจุบันนิตยสารได้พัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากมาย ทั้งในแง่ของบทบาท หน้าที่ รูปร่าง ลักษณะทางกายภาพ ในขณะเดียวกัน จำนวนของผู้อ่านก็มากขึ้นจากเดิมด้วยนิตยสาร จึงกลายเป็นสื่อสำคัญที่สนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในสังคมด้วยการให้ทั้ง ข้อมูลข่าวสาร และการโฆษณาอีกทั้งยังเป็นเครื่องมือสำหรับรวบรวมมวลชน ให้มีส่วนร่วมในกิจกรรม ต่างๆ เช่น คนตรีและกีฬารวมไปถึงพัฒนาการทางด้านต่างๆ ของผู้คนในสังคมด้วย

นิตยสารเป็นลักษณะหนึ่งของสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ ซึ่งนับตั้งแต่ หนังสือพิมพ์จนถึงแผ่นปลิวโฆษณาต่างๆ ในบรรดาประเภทสื่อมวลชนด้วยกัน นิตยสารนับเป็นสื่อ ที่มีลักษณะและธรรมชาติที่มีรูปแบบแปลกแตกต่างไปจากสื่อประเภทอื่นๆ ในลักษณะบทบาท และหน้าที่

2.2 จุดมุ่งหมายของนิตยสาร ลักษณะของนิตยสารในอดีตนั้น คือ สิ่งพิมพ์ที่มีระยะเวลาการออกเป็นระยะ ซึ่งมีได้ออกทุกวัน และมีการกำหนด เนื้อหา รูปเล่ม ปก ภาพ ดังเช่น ปัจจุบัน (ครุณี หิรัญรักษ์, 2530, น. 2) การกำหนดนโยบายหลักโดยทั่วไป คือ มีไว้จำหน่ายในลักษณะดังนี้

- 1) เพื่อเผยแพร่กิจกรรมการสำนัก (ประชาสัมพันธ์)
 - 2) เพื่อให้ความรู้แก่สมาชิก (เป็นเวทีบทความ สารคดี)
 - 3) เพื่อส่งเสริมธุรกิจ (สถาบันอาชีพ ตัวแทนสำนักพิมพ์)
- ต่อมา นิตยสาร จึงได้กำหนดลักษณะนโยบายเบื้องต้นขึ้นมา คือ
- 1) เพื่อจะบอกข่าวคราวความรู้ (to inform)
 - 2) เพื่อจะแนะนำแนวทางต่างๆ (to guide)
 - 3) เพื่อจะให้ความบันเทิง (to entertain)

2.3 ลักษณะของนิตยสาร นิตยสารมีความแตกต่างกับสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์ รายวัน ซึ่งแม้ว่า วิวัฒนาการของนิตยสารและหนังสือพิมพ์จากในอดีตมาจกจุดกำเนิดเดียวกัน ซึ่งนิตยสารและหนังสือพิมพ์มีความแตกต่างอย่างเห็นได้ชัดหลายด้าน คือ

2.3.1 เนื้อหา เนื้อหาหรือสารนิตยสารจะลึกกว่าในหนังสือพิมพ์ ทั้งส่วนมากยังไม่ขึ้นกับระยะเวลา ยกเว้นนิตยสารข่าวรายสัปดาห์ ซึ่งต้องเป็นเรื่องในสัปดาห์นั้นที่มีความน่าสนใจ ในขณะที่เนื้อหาของหนังสือพิมพ์ต้องมีความรวดเร็ว การทำงานต้องแข่งกับเวลา เพื่อให้ได้ข่าวที่สดและทันเหตุการณ์ เป็นลักษณะการรายงานเหตุการณ์มากกว่าวิเคราะห์วิจารณ์

2.3.2 กลุ่มผู้อ่าน กลุ่มผู้อ่านหรือกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารสามารถแบ่งออกได้ชัดเจนกว่าจึงสามารถดูได้จากแนวทางของนิตยสารแต่ละฉบับ เช่น นิตยสารวัยรุ่น นิตยสารสำหรับแม่และครอบครัว นิตยสารสำหรับผู้สนใจทางด้านภาพยนตร์ต่างประเทศ เป็นต้น เป็นการแบ่งที่ละเอียดกว่าของหนังสือพิมพ์ เนื่องจากพิมพ์แบ่งกลุ่มผู้อ่านอย่างคร่าวๆ เท่านั้น

2.3.3 ขนาดและราคา ขนาดรูปเล่มของนิตยสารเล็กกว่าหนังสือพิมพ์ เพราะความสะดวกในการพกพาและการวางขายบนแผงหนังสือ ด้านราคาของหนังสือพิมพ์นั้นถูกกว่านิตยสารมากและนิตยสารมีจำนวนหน้ามากกว่า

2.3.4 ระยะเวลาออก นิตยสารมีระยะเวลาในการออกเป็นรายสัปดาห์ รายปักษ์ รายเดือน แต่หนังสือพิมพ์ส่วนมากออกเป็นรายวัน ราย 3 วัน และบางฉบับออกเป็นรายสัปดาห์

2.3.5 การพิมพ์ นิตยสารมีระบบการพิมพ์ที่พิถีพิถันกว่าหนังสือพิมพ์มาก เพราะไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องระยะเวลาเท่ากับหนังสือ นิตยสารจึงมีความสวยงามในการจัดหน้า มีการพิมพ์ภาพ 4 สี เป็นปกและสอดแทรกในเล่มและใช้กระดาษที่มีคุณภาพดีกว่า ส่วนหนังสือพิมพ์ต้องใช้

ความรวดเร็วเป็นสำคัญ การจัดรูปเล่มจึงไม่มีความพิถีพิถัน กระดาษก็ใช้กระดาษคุณภาพไม่ดี เพราะต้องขายในราคาถูก ไม่มีภาพ 4 สีให้เห็น นอกจากในโฆษณาหรือในฉบับพิเศษ เช่น บางกอกโพสต์ เป็นต้น

2.3.6 อายุ นิตยสารมีอายุยาวมากกว่าหนังสือพิมพ์ เนื่องจากหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์รายวัน จะมีอายุเพียงวันเดียว หากพ้นวันที่ออกหรือมีฉบับใหม่ออกมาแล้วของเก่าก็จะขายไปไร้ค่า ขณะที่นิตยสารสามารถเก็บไว้ได้นานกว่า แม้จะมีเล่มใหม่ออกมาเล่มเก่าก็ยังไม่ตาย เราสามารถอ่านย้อนได้ เพราะเนื้อหาไม่ขึ้นกับเวลา

2.4 ประเภทของนิตยสาร นิตยสารมีลักษณะที่คล้ายคลึงกับวารสารเป็นอย่างมาก แตกต่างกันแต่เพียงว่านิตยสารจัดทำและพิมพ์จำหน่ายโดยเอกชนเพื่อการค้า ส่วนวารสารมักจัดทำขึ้นโดยหน่วยงานราชการหรือองค์กรอื่นๆ การจัดแบ่งประเภทของนิตยสารอาจแบ่งตามลักษณะเนื้อหาที่เสนอและผู้อ่านให้ความสนใจ และแบ่งแบบของสมาคม โฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทยก็ได้ (สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ, 2546, น. 74-81)

2.4.1 การแบ่งประเภทนิตยสารตามลักษณะเนื้อหาเน้นนำเสนอและผู้อ่านให้ความสนใจ

การแบ่งในลักษณะนี้มักแบ่งย่อยเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ นิตยสารกลุ่มผู้อ่านทั่วไป (general magazine) และนิตยสารกลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (specialized magazine)

1) นิตยสารกลุ่มผู้อ่านทั่วไป (general magazine) นิตยสารกลุ่มผู้อ่านทั่วไปนั้นมีมากมายหลายชนิด เช่น นิตยสารสำหรับสตรี สำหรับบุรุษและสำหรับเด็ก เป็นต้น ทั้งนี้เมื่อนิตยสารกลุ่มนี้มีการเจาะจงกลุ่มผู้อ่าน โดยอาจจะถือตามเพศและอายุเป็นเกณฑ์ แต่นิตยสารลักษณะนี้ก็มักมีเรื่องปะปนกันหลายรส ผู้อ่านต่างกลุ่มสามารถให้ความสนใจอ่านได้ ต่างจากนิตยสารกลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม ซึ่งมีเนื้อเรื่องที่มีความสนใจจำเพาะเฉพาะกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น และเนื้อหาของเรื่องมีความลึกซึ้งมากกว่าแบบทั่วไป นิตยสารกลุ่มผู้อ่านทั่วไปอาจแบ่งออกได้เป็นประเภทต่างๆ ได้แก่

(1) นิตยสารข่าว (news magazine) เป็นนิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับข่าวต่างๆ ไป เช่น นำเสนอเบื้องหลังข่าว บทวิเคราะห์ข่าว บทสัมภาษณ์บุคคลในข่าว เป็นต้น จะมีเนื้อหาด้านอื่นบ้าง เช่น ศิลปวัฒนธรรม วรรณกรรม ก็เป็นเพียงประกอบเข้ามาเพื่อให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นเท่านั้น ตัวอย่างนิตยสารข่าวได้แก่ ได้แก่ มติชนสุดสัปดาห์, เนชั่นสุดสัปดาห์, สยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์, ฐานสัปดาห์วิจารณ์ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าส่วนใหญ่นิตยสารข่าวมักเป็นข่าวด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมและกำหนดออกเป็นรายสัปดาห์ ดังนั้น นิตยสารกลุ่มนี้ยังมีความแตกต่างจากนิตยสารการเมืองในประเภทนิตยสารกลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม เนื่องจาก

นิตยสารการเมือง เช่น อาทิตยวิเคราะห์ หลักไทย เป็นต้น ซึ่งจะมุ่งเน้นนำเสนอวิเคราะห์เจาะลึก เบื้องหน้าเบื้องหลังข่าวการเมืองเป็นหลัก

(2) นิตยสารสำหรับครอบครัว (family magazine) เป็นนิตยสารเพื่อครอบครัวมีบทความเกี่ยวกับการมีชีวิตในครอบครัวให้มีความสุข มีบทความเสริมความงาม การทำครัว งานอดิเรก กีฬา การ์ตูน ตอบปัญหา ดาราภาพยนตร์ นักร้อง เป็นต้น ลักษณะเด่นที่สามารถแบ่งนิตยสารสำหรับครอบครัวออกจากนิตยสารสตรีก็คือ จะมีการนำเสนอเนื้อหาที่เด็กและพ่อบ้านอ่านได้ด้วยในเล่มเดียวกัน กล่าวคือ อ่านกันได้ทั้งครอบครัว ตัวอย่างนิตยสารสำหรับครอบครัว ได้แก่ รักลูก แม่และเด็ก ดวงใจพ่อแม่ และ Life & Family เป็นต้น

(3) นิตยสารสำหรับสตรี (Women Magazine) นิตยสารสำหรับผู้หญิงทุกกลุ่มอาชีพ ในเล่มจะประกอบด้วยภาพ นวนิยาย เรื่องสั้น แฟชั่น ตำราอาหาร เป็นต้น นิตยสารสำหรับสตรีจัดเป็นนิตยสารที่มีจำนวนชื่อฉบับมากที่สุดในตลาดนิตยสารไทยในปัจจุบันนี้ ตัวอย่างนิตยสารสำหรับสตรี ได้แก่ คุณหญิง ผู้หญิง ดิฉัน พลอยแถมเพชร สกุลไทย แพร่สุดสัปดาห์ เปรี๊ยะกุลสตรี ขวัญเรือน แม่บ้านและศรีสยาม เป็นต้น

(4) นิตยสารสำหรับเด็ก (Children Magazine) เป็นนิตยสารสำหรับเด็กๆ ทั่วไป ประกอบด้วยเกร็ดความรู้ เรื่องตลก นิทาน กีฬา เป็นต้น ตัวอย่าง นิตยสารสำหรับเด็ก ได้แก่ เสียงเด็ก สวรรค์เด็ก ชัยพฤกษ์การ์ตูน เป็นต้น

2) นิตยสารกลุ่มผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Specialized Magazine) ได้แก่

(1) นิตยสารการเมือง (Political Magazine) เป็นนิตยสารเจาะลึกทางการเมือง มีบทวิเคราะห์หรือรายงานพิเศษ (scoop) ที่เจาะลึกวงการการเมืองมากกว่านิตยสารข่าว ตัวอย่าง นิตยสารการเมือง เช่น มติชนสุดสัปดาห์ เนชั่นสุดสัปดาห์ สยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์ ฐานสัปดาห์วิจารณ์ หลักไท และอาทิตยวิเคราะห์ เป็นต้น

(2) นิตยสารแฟน (Fan magazine) เป็นนิตยสารสำหรับแฟนทางกีฬาทางบันเทิง ทางภาพยนตร์ หรืออย่างใดอย่างหนึ่ง ตัวอย่างของนิตยสารแฟนในไทย เช่น “RS Star” ของบริษัท อาร์เอส โปรโมชัน จำกัด ที่แจกจ่ายให้กับสมาชิกของอาร์เอส สตาร์ คลับ ความหมายของคำว่า “แฟน” มาจากภาษาอังกฤษ ว่า “Fatic” หมายถึง คนที่คลั่งไคล้เรื่องใดเรื่องหนึ่งเป็นพิเศษนิตยสารแฟนมักจัดพิมพ์ขึ้นและเผยแพร่ไปยังกลุ่มผู้อ่านเป้าหมายที่เรียกว่า “แฟนคลับ” (Fan club) เช่น นักร้อง นักแสดง นักกีฬา เป็นต้น นิตยสารแฟนมักนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับตัวบุคคลมากกว่าเนื้อหาสาระอื่นๆ ในวงการนั้นๆ

(3) นิตยสารงานอดิเรก (Hobbies and Pastime Magazine) นิตยสารพวกนี้ออกมาเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่มที่ชอบงานอดิเรกอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นนิตยสารที่เพิ่มพูนความรู้

แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันระหว่างกลุ่มที่สนใจในเรื่องเดียวกัน ได้แก่ นิตยสารเกี่ยวกับแสดมบี้ เล่นเรือใบ ทำสวน ถ่ายภาพ รถจักรยานยนต์และสร้างวิทยุ เป็นต้น นิตยสารในกลุ่มนี้รวมถึง นิตยสารที่ให้สาระความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เช่น นิตยสาร Update เป็นต้น ตัวอย่าง นิตยสารงานอดิเรก ได้แก่ กอล์ฟ ตกปลา ชีวิตสัตว์เลี้ยง トラไปรษณียากร HI-FI ชัตเตอร์ ลั่นกลอง ปืน เพื่อนเดินทาง แคมป์ ประดิษฐ์ประคอง เป็นต้น

(4) นิตยสารอาชีพ (Trade and Professional) นิตยสารอาชีพมีความแตกต่างจากนิตยสารงานอดิเรก เช่น นิตยสารเกี่ยวกับรถยนต์ ถ้าเป็นนิตยสารอาชีพจะกล่าวถึงอุตสาหกรรมสร้างรถยนต์ การขายรถยนต์ แต่ถ้าเป็นนิตยสารงานอดิเรกจะแนะนำผู้เล่นรถยนต์ให้รู้จักการรักษารถยนต์ แนะนำรถยนต์ใหม่ๆ และการแข่งขันรถ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของผู้ใช้รถยนต์มากกว่าผู้มีอาชีพในอุตสาหกรรมรถยนต์ ไม่ว่าจะเป็นผู้สร้างรถยนต์หรือซ่อมรถยนต์ตลอดจนผู้ขายรถยนต์

(5) นิตยสารวรรณกรรม (Literary Magazine) เป็นนิตยสารทางวรรณคดีมีบทบาทความทางด้านหนังสือ ผู้แต่ง งานเขียนทั่วไป และข้อเขียนของนักเขียนหน้าใหม่ มีเรื่องสั้นและบทกลอนต่างๆ ตัวอย่าง นิตยสารวรรณกรรม เช่น เพื่อนหนังสือ โลกหนังสือ ถนนหนังสือ ศิลปวัฒนธรรม a day และ open เป็นต้น

จากการจัดประเภทนิตยสารข้างต้น ชี้ให้เห็นว่า นิตยสารโลกทิพย์ เป็นนิตยสารเฉพาะกลุ่ม (Specialized Magazine) ที่เกี่ยวกับศาสนา (Religious) โดยมุ่งเน้นที่จะนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับธรรมะ หลักธรรมตามแนวทางของพระพุทธศาสนา และข่าวสารในแวดวงพระพุทธศาสนาโดยมุ่งเน้นที่จะนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับธรรมะ ประวัติปฏิบัติของพระภิกษุสงฆ์ ผู้ปฏิบัติธรรม ประสบการณ์เกี่ยวกับการปฏิบัติธรรมทำสมาธิ และเรื่องราวของวัดวาอารามสำคัญต่างๆ โดยกลุ่มผู้อ่านคือผู้ที่สนใจในเรื่องดังกล่าว หรือกลุ่มที่ต้องการธรรมะและแนวความรู้ทางการปฏิบัติธรรมทำสมาธิเพื่อแก้ไขปัญหาชีวิตและผ่อนคลายความตึงเครียดทางจิตใจ

แนวคิดสำคัญของ นิตยสารโลกทิพย์ คือ การเผยแพร่หลักธรรมคำสอนในพุทธศาสนาตลอดถึงประสบการณ์การปฏิบัติธรรมที่ถ่ายทอดจากนักเขียนและผู้อ่านจากทางบ้านกองบรรณาธิการนิตยสารโลกทิพย์ก็เห็นว่าน่าจะนำมาต่อยอดในแนวธรรมะของพุทธศาสนาได้ นั่นจึงเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ศรีสยามการพิมพ์จำกัดผลิตนิตยสารแนวธรรมะเล่มหนึ่งออกมา ซึ่งนับได้ว่าเป็นนิตยสารแนวธรรมะเล่มแรกๆบนแผงหนังสือของประเทศไทย

2.4.2 การแบ่งนิตยสารตามแบบของสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย การแบ่งนิตยสารตามแบบของสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทยกลายเป็นข้อมูลสำคัญที่ต้องอ้างอิงของวงการผลิตนิตยสารและวงการโฆษณา เนื่องจากผู้ประกอบการบริษัทนายหน้าโฆษณา

(Advertising agency) รวมกลุ่มกันตั้งสมาคมขึ้น เพื่อกำหนดประเภทของนิติสารที่มีอยู่ในประเทศ ไทย ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจโฆษณาได้มีประสิทธิภาพเป็นผลดีแก่บริษัท และบริษัทองค์กรของ ลูกค้าที่ลงโฆษณา แบ่งเป็น

- 1) นิติสารเชิงการเมือง ได้แก่ มติชนสุดสัปดาห์ เนชั่นสุดสัปดาห์ สยามรัฐ สัปดาห์วิจารณ์ ฐานสัปดาห์วิจารณ์ หลักไท และอาทิตย์วิเคราะห์ เป็นต้น
- 2) นิติสารเชิงกีฬา ได้แก่ กีฬาสยาม กอล์ฟ เทนนิส ฟุตบอลสยาม ชอกเกอร์และมวยโลก เป็นต้น
- 3) นิติสารด้านเครื่องเสียง วีดีโอ คอมพิวเตอร์ เช่น ไฮ-ไฟเคลิตี้ ออดิโอ เครื่องเสียง วีดีโอ วีดีรามา คอมพิวเตอร์รีวิว อินเทอร์เน็ต ไมโครคอมพิวเตอร์ อี-คอมเมิร์ซ ฮิลฟ์ และ IT Soft เป็นต้น
- 4) นิติสารเด็กและการ์ตูน เช่น ชัยพฤกษ์การ์ตูน สวนสัตว์เสียงเด็กและเด็ก เป็นต้น
- 5) นิติสารด้านถ่ายภาพและการพิมพ์ เช่น โฟโต้-กราฟโฟ โฟโต้ชัตเตอร์ โฟกัสและภาพถ่าย เป็นต้น
- 6) นิติสารด้านท่องเที่ยว ได้แก่ National Geographic เทียวรอบโลก เดินทางท่องเที่ยว เพื่อนเดินทางไกล โลกทะเล สารคดีและอนุสาร อ.ส.ท. เป็นต้น นอกจากนั้น สำนักงานตำรวจแห่งชาติก็มีการออกนิติสารเพื่อเผยแพร่ข่าวสารในแวดวงตำรวจและการท่องเที่ยวชื่อ นิติสารข่าวตำรวจ-ท่องเที่ยว (polices-tourist news) รายสองเดือน โดยใช้คำขวัญว่า รักตำรวจเกลียดตำรวจ อ่านหนังสือตำรวจ
- 7) นิติสารด้านธุรกิจและโฆษณา ได้แก่ ดอกเบี้ย การเงินธนาคาร ผู้นำนักบริหาร ผู้จัดการรายเดือน Corporate Thailand เป็นต้น
- 8) นิติสารบันเทิง ได้แก่ ทีวีพูล คู่สร้างคู่สม ดาราภาพยนตร์ ดาราไทยรีวิว ทีวี ชีวิตดารา โลกดารา ราชาเสียงทอง เอนเตอร์เทน สตาร์ฟิคและลีสัน เป็นต้น
- 9) นิติสารบ้าน ได้แก่ ตกแต่ง คู่มือบ้าน บ้านและสวน เฟอร์นิเจอร์ มัณฑรา สถาปัตย์และสถาปนิก เป็นต้น
- 10) นิติสารผู้ชาย ได้แก่ Hi-Clas GM แมน M boss เป็นต้น
- 11) นิติสารผู้หญิง ได้แก่ คุณหญิง ขวัญเรือน สตรีสาร แม่และเด็ก กุลสตรี เปรียว พลอยแถมเพชร แพรวสุดสัปดาห์ แพรว ดิฉัน CLEO LIPS COSMOPLITANT Maquire เป็นต้น

12) นิติสารรถ ได้แก่ รถจักรยาน รถจักรยานยนต์ φόρมูล่า มอเตอร์ไซค์
ขุดขาน แห่รถรถ นักเลงรถและกรังปรีซ์ เป็นต้น

13) นิติสารศิลปะ-วัฒนธรรม ประกอบด้วย ถนนหนังสือ โลกศิลปะ
ศิลปวัฒนธรรม a day และ open เป็นต้น

14) นิติสารเศรษฐกิจ ได้แก่ สัตว์เศรษฐกิจ เป็นต้น

15) นิติสารสุขภาพ ได้แก่ ไก่หม้อ หม้อชาวบ้าน ชีวิต สมุนไพรเพื่อ
สุขภาพ Gourmet Cuisine และ ครั้ว เป็นต้น

นิติสารโลกทิพย์เป็นนิติสารที่สร้างปาฏิหาริย์และแรงบันดาลใจให้กับชีวิตด้วย
ธรรมะ ทั้งด้านความรัก การงาน ความมั่งคั่ง และสุขภาพ ความแรงที่ว่าเป็นธรรมคาทางกอง
บรรณาธิการตั้งใจทำนิติสารให้คนเห็นแล้วรู้สึกอยากหยิบมาอ่าน เหมือนขนมหวานที่ดูแล้วน่า
หยิบมารับประทาน แต่เนื้อในหรือแก่นจริง ๆ ไม่ใช่เป็นเพียงแค่ขนมหวานให้กินอร่อยเล่นเท่านั้น
แต่จะต้องมีสารประโยชน์ และมีคุณค่าแฝงอยู่แต่อาจไม่ได้ดึงเอาตัวแก่นออกมานำเสนอให้เห็นกัน
อย่างเด่นชัดนักคนนำเสนอประวัติพระกรรมฐานผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบมานำเสนออย่างโดด
เด่น โดยปกตินั้นคนทั่วไปมักมองว่าธรรมะเป็นอะไรที่ล้าสมัยและน่าเบื่อ ฉะนั้นทางกอง
บรรณาธิการจึงต้องพยายามหาวิธีนำเสนอให้ดูมีสีสัน มีความสวยงาม มีความสารประโยชน์ มีจุด
สนใจทางโลกเพื่อดึงดูดผู้อ่าน แต่ลึกลงไปทุกคอลัมน์จะต้องมีข้อคิด นิติสารโลกทิพย์เป็น
นิติสารธรรมะเล่มแรก ที่วางขายมาอย่างยาวนาน ซึ่งส่วนใหญ่หนังสือธรรมะหรือวารสารแนว
ธรรมะมักแจกฟรี เพราะนิติสารที่วางขายจำเป็นต้องมีโฆษณา และต้องมีเรื่องที่น่าสนใจ
หลากหลายมากพอที่ผู้อ่านจะยอมเสียเงินซื้อ แต่โดยปกติคนจะชินว่าอะไรที่เป็นธรรมะมักจะเป็น
ของฟรี อาจเป็นด้วยเหตุนี้เลยไม่ค่อยมีใครกล้าทำ เพราะจะต้องมีองค์ประกอบหลายอย่างถึงจะ
สามารถขายนิติสารแนวธรรมะได้โดยไม่ขาดทุน การจัดทำนิติสารแนวธรรมะอย่างนิติสารโลก
ทิพย์เหมือนเงินครกขึ้นภูเขาหรือเงินธรรมะขึ้นภูเขาที่มีอุปสรรคไม่เฉพาะเนื้อหา หรือรูปเล่ม โลก
ปัจจุบันที่ต่อสู้กันด้วยแผนการตลาด ก็ถือเป็นอีกด่านสำคัญ

ด่านหินอย่างการเสนอขายโฆษณา ที่ในระบบธุรกิจถือว่ายาก แต่นิติสารโลกทิพย์
ก็ยังได้รับการสนับสนุนมีโฆษณาเข้ามาพ่วงให้นิติสารโลกทิพย์ดำรงอยู่ได้พอสมควร หากจัด
ประเภทของนิติสารที่มีอยู่ในประเทศไทยตามแบบของสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทยแล้ว
นิติสารแนวธรรมะอาจยังไม่ได้ถูกจัดเข้ากลุ่มอาจเป็นเพราะนิติสารแนวธรรมะเป็นกลุ่มเล็กยังไม่
โดดเด่นและธุรกิจโฆษณาในนิติสารธรรมะยังน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มนิติสารอื่นๆ

2.5 องค์ประกอบของนิตยสาร นิตยสารมีองค์ประกอบ ได้แก่

2.5.1 ปก มักมีสีสันสวยงาม หรุหร่า สะดุดตา พิมพ์สีสี่ เพื่อเรียกร้องความสนใจ นิตยสารที่พิมพ์จำหน่ายในท้องตลาดมักใช้ภาพถ่ายบุคคลที่มีชื่อเสียงในขณะที่นิตยสารฉบับนั้นออกจำหน่าย เช่น นักแสดง นักร้อง นักการเมือง นักกีฬา เป็นต้น เป็นภาพปก

ปกของนิตยสาร โลกทิพย์จะมีชื่อนิตยสาร โลกทิพย์อยู่มุมบนด้านซ้ายมือของปก และได้ชื่อนิตยสารจะระบุสโลแกนของนิตยสาร ส่วนด้านขวาบนของนิตยสารจะระบุฉบับที่ของนิตยสารข้างล่างเลขที่ฉบับเป็นปีที่ตีพิมพ์ เดือน และปีพุทธศักราช ภาพปกเป็นภาพสี่สี และภาพที่ใช้เป็นภาพปกของพระกรรมฐานผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ เพื่อให้ผู้อ่านได้รำลึกถึงพระสงฆ์ผู้ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบและได้อ่านประวัติปฏิบัติภาวนาอันดีงามของท่านเพื่อการน้อมนำสู่ธรรมะตามแนวทางพระพุทธศาสนา

2.5.2 สารบัญ มักเลือกเนื้อหาที่น่าสนใจมาก (High light) ภายในฉบับนั้นๆ มาใส่ไว้ในสารบัญ และมีการออกแบบสวยงาม โดยอาจใช้ภาพประกอบเรื่องมาเป็นภาพประกอบ ทั้งนี้ นิตยสารจะมีสารบัญมากกว่า 1 หน้าก็ได้

สารบัญของนิตยสาร โลกทิพย์ออกแบบแบบสบายตาในหน้าสี่สี ด้านบนของหน้าระบุสารบัญ นิตยสาร โลกทิพย์ พร้อม ฉบับตีพิมพ์ ปีที่พิมพ์ เดือนที่วางตลาด มีภาพของพระกรรมฐานผู้ปฏิบัติดีงามที่ขึ้นหน้าปกประกอบสารบัญ ทำให้ดูน่าเชื่อถือและสบายตามากกว่า หรุหร่า สารบัญของนิตยสาร โลกทิพย์ใช้พื้นที่ช่วงกลางของหน้าสี่สีเพื่อบอกว่าคอลัมน์ไหนเดือนนี้นำเสนออะไร อยู่หน้าที่เท่าไร ส่วนด้านล่างของหน้าระบุรายละเอียดของนิตยสาร โลกทิพย์

1) ข้อมูลที่ระบุด้านล่างของหน้าสารบัญของนิตยสาร โลกทิพย์

เจ้าของ บริษัท ศรีสยามการพิมพ์

ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา พนิดา ชอบวนิชชา

บรรณาธิการอำนวยการ มงคล เนินอุไร

บรรณาธิการบริหาร ไปเรขา จันทโรจวงศ์

ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหาร อนิสรา ถาวร

กองบรรณาธิการ หลวงพ่อเกษมสุข เขมสุโข คุณคุณโต พุทธญา

พระเทพ-กิตติปัญญาคุณ โด่งวัดถ้ำ อัญเชิญ มณีจักร ปุณณภา รักษาวงศ์ วัชรระ ทองนาค เทพอาถรรพ์ (สิทธิชัย บุญศิริ)

ฝ่ายศิลป์ มรรค เนินอุไร

กองจัดการ ฝ่ายสมาชิกและขายทางไปรษณีย์ อรจนา เชื้องช้า

ฝ่ายกองการกุศลและมูลนิธิโลกทิพย์ ภัทรพร สุวรรณ์

สำนักงานนิตยสารโลกทิพย์ 483/11 ถ.ประชาสงเคราะห์ ซอย 2 (ซอย
สุทธิพร) ดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทร. (02) 2483291-3, (02) 6417941-52 ต่อ 131 แฟกซ์. (02)
2466463 อีเมล: lokthip2525@hotmail.com

จัดจำหน่าย บริษัท ศรีสยามการพิมพ์ 479/330 ถ.ประชาสงเคราะห์ ซอย
2 (ซอยสุทธิพร) ดินแดง กรุงเทพฯ 10400 โทร. (02) 6417648 แฟกซ์. (02) 2485810-7

ก้าวล้ำสู่ยุคไอที กับอีกหนึ่งทางเลือกใหม่เพื่อการสื่อสารที่สะดวกจับไว
สำหรับผู้่านนิตยสารโลกทิพย์-โลกลีลับทั่วทุกมุมโลกได้รับทราบข้อมูลข่าวสาร ฟังเสียงสวด
มนต์ ฟังธรรม การสมัครเป็นสมาชิก การสั่งซื้อหนังสือธรรมะ บูชาวัตถุมงคล กิจกรรมที่ชมรม
ปฏิบัติธรรมโลกทิพย์ ศาสนพิธีในวันสำคัญๆ และการจัดงานพิธีอันเกี่ยวกับพระพุทธศาสนาทาง
อินเทอร์เน็ต หรือแจ้งข่าวสาร สอบถามข้อมูลใดๆ กับกองบรรณาธิการนิตยสารโลกทิพย์ได้ที่
อีเมล: lokthip2525@hotmail.com, www.lokthip.net (webmaster มรรค เนินอุไร)

2) บทบรรณาธิการ เป็นข้อเขียนของบรรณาธิการ มักเป็นการทักทายกับ
ผู้อ่าน รวมทั้งแนะนำเรื่องเด่นๆ ภายในเล่ม หรือแนะนำผู้เขียน คอลัมน์นิสต์ เพื่อเป็นข้อมูลเลือก
อ่านให้กับผู้อ่าน

บทบรรณาธิการนิตยสารโลกทิพย์ เน้นสาระธรรมที่ทันยุคทันสมัยเข้า
กับสถานการณ์ของสังคม รวมถึงบทความที่เน้นหลักธรรมดำเนินชีวิตที่ทางบรรณาธิการเห็นว่า
เหมาะสมมาลงไว้ในหน้าบทบรรณาธิการด้วย ท่วงทำนองการเขียนบทบรรณาธิการนิตยสารโลก
ทิพย์ จึงมีความชัดเจน เป็นกลางตรงไปตรงมา และอยู่บนพื้นฐานของความสุภาพ

3) สารและคอลัมน์ มักเป็นสารคดี ความรู้ ความบันเทิง และข่าวสาร
เนื้อหาจะเน้นหนักในด้านใด มีความแตกต่างกันไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของนิตยสารฉบับนั้น
แนวความคิดส่วนใหญ่ที่เกี่ยวกับการวางแผนนิตยสารให้ประสบความสำเร็จ ก็คือความสำคัญใน
การเลือกสรรเนื้อหาตัวเอง (วานิช พูลวงศ์กาญจน์, 25529, น. 56) คือทำอย่างไรจะให้นิตยสาร
ดังกล่าวมีเนื้อหาที่น่าสนใจและเป็นที่ถูกใจของผู้อ่านให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่
ทำได้ยากมากที่สุด แต่ก็เชื่อว่าไม่มีทางทำได้ การที่เนื้อหาจะเป็นที่นิยมในหมู่ผู้อ่านอาจทำได้
จากการศึกษาความต้องการของผู้อ่านว่า ผู้อ่านสนใจอะไรบ้าง มีวิธีการทำได้หลายทาง เช่น โดย
การสุ่มตัวอย่าง เขียนคำถามคำตอบไปถึงผู้อ่าน เพื่อถามความคิดเห็นหรือสำรวจความต้องการ
โดยตรง สิ่งเหล่านี้จะทำให้เราทราบว่า ความต้องการของผู้อ่านเกี่ยวกับนิตยสารที่เราทำเป็นอย่างไร
เมื่อทราบแล้วก็สามารถปรับปรุงแก้ไขได้ ซึ่งตามหลักการแล้ว การปรับปรุงแก้ไขนั้นมักจะทำได้
น้อยและค่อยๆ ทำไป

อีกประการหนึ่งที่จะต้องคำนึงถึงในการจัดทำเนื้อหา คือ จุดประสงค์ของนิเทศสารที่แท้จริงนั้นคือ ศึกษาถึงการกำหนดนโยบายของคณะฝ่ายบริหาร ซึ่งทางฝ่ายกองบรรณาธิการจะต้องเดินตามนโยบาย บางครั้งอาจจะขัดเจตนาของผู้อ่านได้ ซึ่งก็สามารถที่จะปรับปรุงแก้ไขได้ตามความเหมาะสม แต่ถึงจะปรับปรุงอย่างไร นโยบายพื้นฐานก็ต้องยึดถือไว้เสมอ

เรื่องคุณสมบัติของเนื้อหาเป็นหน้าที่โดยตรงของกองบรรณาธิการที่จะวางแผนและกำหนดคุณสมบัติที่แน่นอน ซึ่งมีข้อกำหนดถึง 5 ประการด้วยกัน

- (1) ความสมดุล
- (2) กว้างขวาง
- (3) มีเนื้อหาและเรื่องราวหลากหลายสาระ
- (4) มีแง่คิดที่เหมาะสม เชื่อถือได้
- (5) มีหลักการทางการสื่อสารที่มีผล

ความสมดุลของเนื้อหาในนิเทศสารคือการกำหนดเรื่องราวการตัดสินใจในการคัดเลือกเรื่องราวที่จะลงตีพิมพ์ให้สมดุลกัน ซึ่งผู้อ่านมีแนวความคิดหรือความชอบต่างกันสามารถเลือกอ่านได้ตามชอบใจ เป็นเรื่องที่ทำให้ยากในบางครั้งก็ไม่ใช่เรื่องที่ทำได้เสียเลยทั้งนี้และทั้งนั้นขึ้นอยู่กับทักษะของบรรณาธิการในการทำนิเทศสารด้วย

เนื้อหาที่กินความกว้างก็เช่นเดียวกัน เนื้อเรื่องบทความหรือบทวิพากษ์วิจารณ์ที่มีความแหลมคมจะทำให้ทราบความจริงและมีโลกทัศน์กว้างขึ้น บทความหรือเรื่องราวชนิดนี้ ปกติหายากแต่สำหรับนิเทศสารที่มีเวลาเพียงพอจะทำให้ได้ไม่ยาก ซึ่งต่างจากหนังสือพิมพ์รายวันที่มีเวลาจำกัด ไม่มีโอกาสได้ทำมากนัก

มีเนื้อหาและเรื่องราวหลายสาระ ตามปกติแล้วการทำนิเทศสารจะคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้อยู่แล้วเพราะการกำหนดเนื้อหา และเรื่องราวที่หลากหลายเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้เลือกมากขึ้น บางคนชื่อนิเทศสารเพราะต้องการอ่านเรื่องเพียงเรื่องเดียว แต่หลายคนอาจจะต้องอ่านหลายเรื่อง ดังนั้นเรื่องรสนิยมเป็นสิ่งที่กำหนดยาก

แง่คิดและความถูกต้องของเรื่องราวที่ต้องการนำเสนอในนิเทศสารก็เป็นเรื่องสำคัญอีกเรื่องหนึ่งที่ควรพิจารณาเพราะเกี่ยวข้องกับความจริงและความเชื่อของผู้อ่านถ้าวันใดที่ผู้อ่านของนิเทศสารนั้นๆ หักความเชื่อถือในสิ่งตีพิมพ์ อวสานของการทำนิเทศสารก็จะสิ้นสุดลงอย่างไม่ต้องสงสัย ดังนั้นการทราบถึงความพึงพอใจของกลุ่มผู้อ่านว่าชอบหรือไม่ชอบเนื้อหาประเภทใด จะทำให้ผู้จัดทำได้แนวคิดที่ถูกต้องในการนำเสนอเนื้อหาที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้อ่านมากขึ้น

โลกทิพย์เป็นนิตยสารซึ่งนำเสนอเรื่องราวของพุทธศาสนาในปัจจุบัน พร้อมสอดแทรกเนื้อหาธรรมะตามหลักคำสอนของศาสนาพุทธ เพื่อผู้สนใจศึกษาธรรมะและ ปฏิบัติธรรม วางแผงทุกวันที่ 30 ของเดือน

2.6 บทบาทและหน้าที่ของนิตยสารที่มีต่อสังคม (ระวี ประกอบผล, 2530 อ้างอิงจาก อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2547, น. 246) มีดังนี้

2.6.1 การทำหน้าที่เหมือนนยาม คอยรวบรวมรายงานเหตุการณ์หรือเรื่องราวความ เคลื่อนไหวต่างๆ ที่เกิดขึ้นให้สมาชิกในสังคมได้ทราบ

2.6.2 การทำหน้าที่เหมือนสะพาน เชื่อมโยงระหว่างสังคมเก่าและสังคมใหม่ ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในสังคมทุกช่วงขณะ นั้นหมายความว่า นิตยสารย่อมสามารถ ถ่ายทอดเรื่องราว ลักษณะของการเปลี่ยนแปลงให้บุคคลในสังคมได้รับทราบไม่ว่าจะเป็นเรื่อง เล็กน้อย หรือเรื่องใหญ่ๆ ที่มีความสำคัญมาก เช่น ถ่ายทอดความเปลี่ยนแปลงในทางวัฒนธรรมและ วิถีชีวิตของคนในช่วงเวลาต่างๆ

2.6.3 การทำหน้าที่เสมือนเวที หรือสื่อกลางในการแสดงความคิดเห็น ซึ่งนิตยสาร มีความได้เปรียบกว่าสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากนิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ ผู้ที่จะ อ่านจะต้องมีความรู้ความสามารถ และความรักในการอ่าน ประกอบกับนิตยสารสามารถเสนอเรื่อง ที่ลักษณะละเอียดอ่อนลึกซึ้งได้ ดังนั้นนิตยสารจึงเป็นเวทีสื่อกลางการเสนอความคิดเห็นต่อ ประเด็นของเรื่องราวต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมได้มากและยืดดลอ และเป็นสิ่งที่เอื้ออำนวยต่อการ ใช้ ความคิดและแสดงออกซึ่งความคิดเห็นนั้นๆ

2.6.4 การทำหน้าที่เสมือนครู ให้ความรู้ และความบันเทิงต่อสังคม ซึ่งหน้าที่นี้ เป็นหน้าที่หลักประการหนึ่งของนิตยสาร โดยนิตยสารแต่ละประเภทอาจจะทำหน้าที่ต่างๆ กัน นิตยสารบางฉบับอาจมุ่งหน้าให้ความรู้และการศึกษาแก่ผู้อ่านเป็นหลัก ในขณะที่นิตยสารบางฉบับ อาจให้ความรู้ผสมผสานกับความบันเทิงรื่นรมย์ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความมุ่งหมายและแนวทาง ดำเนินงานของนิตยสารแต่ละฉบับ

2.6.5 การทำหน้าที่ให้บริการทางด้านธุรกิจ เป็นสื่อกลางในการประกาศและ โฆษณา ทั้งเรื่องสาธารณะประโยชน์ และทั้งเรื่องการค้าทางสินค้า เพื่อให้ผู้อ่านได้รับทราบ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้นๆ

2.7 คุณค่าทางการศึกษาของนิตยสาร นิตยสารเป็นสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะระหว่าง หนังสือเล่มกับหนังสือพิมพ์ คือ มีเนื้อหาค่อนข้างละเอียดที่ผ่านการเรียบเรียงกลั่นกรองมาจาก ความคิดของนักเขียน นักวิชาการเป็นอย่างดีเหมือนหนังสือเล่ม แต่มีสาระบันเทิง และข่าวสารใหม่ พิมพ์ออกมาเป็นระยะสม่ำเสมอ เช่นเดียวกับหนังสือพิมพ์ วารสารจึงมีคุณลักษณะพิเศษ คือ

นอกจากจะมีคุณค่าโดยทั่วไปในด้านต่างๆเช่นเดียวกับสื่อมวลชนอื่นๆแล้ว ยังมีคุณค่าต่อการศึกษาหลายด้าน (พีระ จิระโสภณ, 2529, น. 636-637) คือ

2.7.1 ความหลากหลาย ความหลากหลายของวารสาร มีทั้งในด้านจำนวนวารสารชื่อต่างๆและความหลากหลายในเนื้อหาสาระที่บรรจุอยู่ในวารสารแต่ละฉบับ เกี่ยวกับจำนวนวารสารชื่อต่างๆและความหลากหลายในเนื้อหาสาระที่บรรจุอยู่ในวารสารแต่ละฉบับเกี่ยวกับจำนวนวารสารที่รวบรวมโดยสมาคม โฆษณา ธุรกิจแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2527 มีจำนวนถึง 256 ฉบับ ในจำนวนนี้วารสารประเภทผู้หญิงมีจำนวนสูงสุด คือ 44 ฉบับ รองลงมาคือ วารสารบันเทิงและวัยรุ่น 30 ฉบับ วารสารธุรกิจ 26 ฉบับ วารสารผู้ชายมี 25 ฉบับ วารสารเกี่ยวกับรถ 22 ฉบับ วารสารเกี่ยวกับกีฬา การท่องเที่ยว เครื่องเสียง คอมพิวเตอร์ อย่างละ 20 ฉบับ วารสารเกี่ยวกับกีฬา การท่องเที่ยว เครื่องเสียง คอมพิวเตอร์ อย่างละ 20 ฉบับ นอกจากนี้ยังมีวารสารเกี่ยวกับบ้าน สุขภาพ อนามัย การเมือง เด็ก ศิลปกรรม การถ่ายภาพ อย่างละ 10 ฉบับ ทั้งหมดเป็นวารสารเฉพาะที่วางจำหน่ายตามแผงขายหนังสือต่างๆ ไม่รวมวารสารของหน่วยงานองค์กรต่างๆ ที่เผยแพร่ด้วยวิธีอื่น ซึ่งถ้ารวมวารสารประเภทหลังด้วยเชื่อว่าจะมีจำนวนหลายพันฉบับ สารความรู้ต่างๆ ที่ถูกบันทึกไว้ในวารสาร มีจำนวนมหาศาล การรวมทั้งวิชาการ และวิชาด้านอาชีพด้านเนื้อหาสาระที่มีอยู่ในวารสารแต่ละฉบับ นิตยสารส่วนใหญ่มีเนื้อหาหลากหลาย มีทั้งข่าว บทวิเคราะห์ เรื่องบันเทิง ตลอดจนความรู้ในด้านวิชาการต่างๆ วารสารเสนอเรื่องราวเฉพาะด้าน เช่น วารสารสุขภาพ วารสารกีฬา มีวิธีการนำเสนอเนื้อหา หลากหลาย ทั้งรูปของข่าวความเคลื่อนไหวของแต่ละวงการ บทความทางวิชาการ ภาพประกอบ จึงเปิดโอกาสให้ผู้อ่านได้ศึกษาหาความรู้ในแต่ละสาขาอย่างกว้างขวาง

นิตยสารเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แม้บางฉบับอาจจะหยุดพิมพ์ไป แต่ก็มินิกิตยสารหรือวารสารใหม่ๆเกิดขึ้นมาแทนอยู่ตลอดเวลา และมีจำนวนมากขึ้นเรื่อยๆความหลากหลายของวารสารจึงไม่คงที่ แต่เปลี่ยนแปลงไม่หยุดนิ่งทั้งในด้านรูปแบบ เนื้อหา และวัตถุประสงค์

2.7.2 คุณค่าของเนื้อหา กล่าวโดยเฉพาะเนื้อหาที่มีคุณค่าทางการศึกษา ได้แก่ ความรู้ทั่วไปที่ทำให้เกิดผลในการสร้างสรรค์ขึ้นในตัวผู้อ่าน และความรู้ในสาขาวิชาการต่างๆ นิตยสารส่วนใหญ่ล้วนแต่มีเนื้อหาที่มีคุณค่าทางการศึกษาด้วยกันทั้งสิ้น เพียงแต่อาจมีมาก หรือน้อยแตกต่างกัน แม้แต่วารสารที่มุ่งเนื้อหาด้านบันเทิงเรียกทั่วไปว่า นิตยสารก็มักนำเสนอเรื่องราวที่มีคุณค่า ควบคู่กับความบันเทิงเสมอ เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านนิตยสารส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษาสูงกว่าชาวบ้านทั่วไป จึงเลือกอ่านสารบันเทิงมากกว่าการอ่านเรื่องบันเทิงแต่เพียงอย่างเดียว วารสารวิชาการ ซึ่งนำเสนอเรื่องราวที่เป็นความรู้ทางวิชาการแต่ละด้าน โดยเฉพาะเกี่ยวกับ

บทความทางวิชาการ บทวิเคราะห์ รายงานการศึกษาค้นคว้า จึงมีคุณค่าสำหรับการศึกษามากเป็นพิเศษ

2.7.3 ความรู้ใหม่ๆ สื่อสารมวลชนโดยทั่วไปจะดำเนินงานด้านต่างๆอย่างทันสมัย ทันเหตุการณ์ วารสารต่างๆ จึงมักนำเสนอความรู้ที่เกิดขึ้นใหม่ๆ ในช่วงเวลาการออกนิตยสารแต่ละฉบับ หรือไม่ก็เป็นการนำความรู้ในอดีตมาวิเคราะห์ เชื่อมโยงกับเหตุการณ์หรือความรู้ในปัจจุบัน ดังนั้น การศึกษาหาความรู้จากวารสารจึงเป็นที่ยอมรับเชื่อถือของบุคคลทุกวงการว่า ความรู้ที่ได้รับเป็นความรู้ที่มีความสอดคล้องกับสภาพของสังคม และการดำรงชีวิต ซึ่งแตกต่างจากความรู้ที่ได้รับจากตำรา หรือหลักสูตรการสอนในสถาบันการศึกษา ซึ่งบางอย่างล้าสมัยไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงทางสังคม และการค้นพบความรู้ใหม่ในปัจจุบัน ทั้งนี้เนื่องจากเนื้อหาวิชาที่กำหนดให้ศึกษาในระบบโรงเรียน ต้องใช้เวลานานสำหรับพิจารณาคำหนดเนื้อหานั้น ไปอีกนานหลายปี การศึกษาจากนิตยสารโดยเฉพาะนิตยสารการจัดช่วยให้ได้รับความรู้ที่ใหม่ ทันสมัยทันเหตุการณ์เสมอ

2.7.4 ความน่าสนใจการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสาร โดยทั่วไปผู้เขียนมักมีวิธีการเขียน หรือนำเสนอเรื่องราวต่างๆ ได้น่าสนใจ แตกต่างไปจากการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือหรือตำราวิชาการทั่วไปคือ

- 1) นิตยสารมักนำเสนอในลักษณะเป็นความรู้สำหรับคนทั่วไป ซึ่งส่วนใหญ่ไม่ละเอียดลึกซึ้งนัก ไม่เสนอหลักการ หรือทฤษฎีที่ยุ่งยากเกินความจำเป็น จะเลือกเสนอเฉพาะเรื่องที่ผู้อ่านเข้าใจ และนำไปประยุกต์ใช้ได้ง่ายๆ
- 2) การใช้ภาษามักจะใช้ภาษาที่คนทั่วไปใช้สื่อสารอยู่ปัจจุบัน ใช้คำ และสำนวนภาษาที่อ่านเข้าใจง่าย ไม่ยึดหลักการ หรือแบบแผนของภาษาที่เป็นหลักเกณฑ์ตายตัวหากมีคำศัพท์เฉพาะ ก็อธิบายให้เข้าใจชัดเจนด้วยภาษาง่ายๆ
- 3) รูปแบบการจัดพิมพ์ ได้แก่ การจัดทำรูปเล่มที่พอเหมาะ ภาพปกสวยงามดึงดูดความสนใจ ตัวอักษรมีการกำหนดขนาด และจัดวางรูปแบบที่อ่านง่าย มีภาพเพื่อการอธิบายเนื้อหา และภาพประกอบเนื้อหาที่ช่วยให้เรื่องราวที่น่าสนใจ ชวนติดตาม
- 4) ปริมาณเนื้อหาที่นำเสนอ แต่ละครั้งมักนำเสนอเป็นตอนสั้นๆอยู่ในช่วงเวลาความสนใจของผู้อ่าน หากเนื้อหามากก็แบ่งเสนอเป็นตอนๆ
- 5) วิธีการนำเสนอเนื้อหา มักใช้หลายวิธีปะปนกัน เช่น ใช้รูปแบบบทความ ร้อยกรอง เกมส์ การตอบปัญหา

2.8 เป็นแหล่งศึกษาค้นคว้า นิตยสารที่ออกในช่วงเวลาหนึ่ง ย่อมบันทึกเรื่องราวเหตุการณ์ และความรู้ต่างๆที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานั้นๆการศึกษาจากนิตยสารจึงทำให้ทราบความเคลื่อนไหว หรือการเปลี่ยนแปลงของสังคมในด้านต่างๆ ในช่วงเวลานั้นๆ ได้เป็นอย่างดี ทั้งในด้าน

ประวัติศาสตร์ การเมือง การศึกษา วิชาการ และศิลปะวรรณกรรมสามารถใช้เป็นแหล่งศึกษาค้นคว้า และอ้างอิงได้

นอกจากคุณค่าทางการศึกษาโดยตรง ดังกล่าว นิติสารยังก่อให้เกิดผลทางการศึกษาโดยทางอ้อมอีกหลายอย่าง (วิชฌ สุวรรณเพิ่ม, 2531, น. 106-108) เช่น

1) *ส่งเสริมความคิด และเจตคติที่ดี* ด้วยการเสนอบทวิเคราะห์ บทวิจารณ์ ความคิดเห็นต่อเรื่องราว สถานการณ์และปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคมในแง่มุมต่างๆเพื่อต้องการให้บุคคล หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งประชาชนทั่วไปได้ตระหนักถึงความสำคัญของปัญหา วิธีการป้องกัน และแก้ไขปัญหาดังกล่าว

2) *ทำให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างบุคคล หน่วยงาน หรือระหว่างชาติ* ด้วยการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลงานของหน่วยงานต่างๆ ให้ทราบเรื่องที่ควรทราบทั่วกัน และเกิดความเข้าใจอันดีต่อกัน

3) *ส่งเสริมสุขภาพจิต* ด้วยการพักผ่อนหย่อนใจจากการอ่านเรื่องบันเทิงต่างๆ เช่น นวนิยาย เรื่องสั้น บทกวี การ์ตูน ขำขัน รูปภาพ และเกมส์ต่างๆ เป็นต้น

4) *ส่งเสริมธุรกิจการค้า* ทำให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ จากการโฆษณาสินค้าและบริการต่างๆ บริษัทผู้ผลิตสินค้าและบริการจะเกิดการตื่นตัวแข่งขันกันพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการ ทำให้ประชาชนมีโอกาสเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่ดีที่สุด

3. นิติสารโลกทิพย์

นิติสารโลกทิพย์ มีจุดกำเนิดมาจาก นิติสารขวัญเรือนซึ่งอยู่เครือของบริษัท ศรีสยาม การพิมพ์ จำกัด เช่นเดียวกัน นิติสารขวัญเรือนถือว่าเป็นนิติสารขวัญใจแม่บ้านทั่วฟ้าเมืองไทย ซึ่งอาจจะพูดได้ว่า ไม่มีผู้หญิงคนไหนไม่รู้จักนิติสารขวัญเรือน

นิติสารขวัญเรือน ถือว่าเป็นจุดกำเนิดของนิติสารโลกทิพย์ เดิมทีนั้นเป็นเพียงคอลัมน์หนึ่งที่ใช้หัวคอลัมน์ว่า สิ่งศักดิ์สิทธิ์และอภินิหาร ซึ่งตีพิมพ์ครั้งแรกในนิติสารขวัญเรือน ปีที่ 3 ฉบับที่ (424) เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2518 เขียนโดย สิทธา เขตวัน (ภายหลังได้อุปสมบทเป็นพระภิกษุสงฆ์) ในเวลาต่อมาคอลัมน์ดังกล่าวได้เปลี่ยนชื่อใหม่เป็นคอลัมน์โลกทิพย์ใน พ.ศ. 2523

คอลัมน์โลกทิพย์ อยู่ในนิติสารขวัญเรือนเล่มมาถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2525 อันเป็นปีเฉลิมฉลองกรุงรัตนโกสินทร์ครบ 200 ปี กองบรรณาธิการนิติสารขวัญเรือนก็ได้รวบรวมคอลัมน์โลกทิพย์จัดพิมพ์เป็นรูปเล่มเฉพาะกิจขึ้น โดย คุณคณะอง เนินอุไร (อานนท์ เนินอุไร) เป็นบรรณาธิการ ซึ่งนิติสารโลกทิพย์ฉบับรวมเล่ม ฉบับที่ 1 ถึง ฉบับที่ 17 ออกวางตลาดเป็นรายเดือน

ต่อมาได้เปลี่ยนมาเป็น รายบัญชีตามความเรียงร้องของท่านผู้อ่าน ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2526 ฉบับที่ 18

กระทั่ง พ.ศ. 2525 บริษัทศรีสยามการพิมพ์ จำกัด ได้จัดพิมพ์นิตยสารโลกทิพย์ เพื่อรองรับผู้อ่านที่มีความสนใจศึกษาด้านธรรมะตามหลักคำสอนในพุทธศาสนา พร้อมทั้งการปฏิบัติธรรมครบถ้วน หลังจากนั้น พ.ศ. 2527 นิตยสารโลกทิพย์ได้ขยายเพิ่มนิตยสารรายเดือนอีกฉบับ คือ นิตยสารโลกลีลับเป็นการจัดแยกเนื้อหาจากนิตยสารโลกทิพย์ เพื่อเจาะกลุ่มผู้อ่านที่มุ่งสนใจเรื่องราวของจิตวิญญาณและศาสตร์แห่งความเร้นลับ เพราะได้สังเกตเห็นว่ากลุ่มผู้ชื่นชอบเรื่องราวเหล่านี้มีจำนวนมากพอควร

นิตยสารโลกทิพย์ ฉบับปฐมฤกษ์ พ.ศ. 2525 ได้นำเสนอถึงธรรมเนียมปฏิบัติของท่านหลวงปู่แหวน วัดดอยแม่ปั๋ง อำเภอพร้าว จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีภาพปกหน้าคือ หลวงปู่แหวน สุจิณฺโณ ภาพปกหลัง จากซ้ายไปขวา) หลวงพ่อพระมหาวิระ ถาวโร (ถาวโรถึงคำ) หลวงปู่คำแสน คุณาลังกาโร หลวงพ่อบุศดา ถาวโร ครูบาชุ่มโพธิโก ครูบาวงษ์ (พระครูใบฎีกาชัยยะวงษา) พระครูปัญญารัตน์โสภณ (พระมหาอำพัน บุญ-หลง) หลวงปู่ครูบาธรรมชัย ธรรมชโย (จากซ้ายไปขวา) ขนาดกว้าง 18.5 ซม. ยาว 26 ซม. ปกอ่อน 122 หน้า นิตยสารโลกทิพย์ ได้เผยแพร่ข่าวสารในกระแสโลก กระแสธรรมอยู่เป็นเวลาหลายสิบปี ได้แตกลูกแตกหลานเป็นหนังสือธรรมะมากมาย ไม่ว่าจะเป็น นิตยสารโลกลีลับ (วางตลาดฉบับแรก เดือนธันวาคม พ.ศ. 2527 เป็นแนวหนังสือแปลก และต่อมาเปลี่ยนแนวหนังสือเป็นหนังสือธรรมะ และพลั้งจิตลีลับ เมื่อเดือนสิงหาคม 2528 ฉบับที่ 8 ซึ่งอยู่คู่กับนิตยสารโลกทิพย์ ตลอดมาจนถึงปัจจุบัน) นิตยสารพันโลก นิตยสารญาณวิเศษ นิตยสารฤทธิ์อำนาจ นิตยสารสยอง ซึ่งขณะนี้หยุดพิมพ์เผยแพร่แล้ว หนังสือธรรมะและพลั้งจิตที่ลีลับนั้นได้พิมพ์เผยแพร่ไปมากกว่า 200 ปก รวมทั้งหนังสือทิพย์ (หนังสือธรรมะรวมเล่มในเครือโลกทิพย์) ตายแล้วไปไหน เงามกรรม ตลอดจนการ์ตูนธรรมะ และหนังสือธรรมะรวมเล่ม (พ็อกเก็ตบุ๊ก) อีกทั้งเทปธรรมะอีกด้วย จนกระทั่งในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2538 นิตยสารโลกทิพย์ ฉบับที่ 308 ทนต่อกระแสโลกไม่ไหว เนื่องจากข่าวคราวของพระสงฆ์ได้ถูกสื่อทางโลกกระหน่ำโจมตีอย่างไม่หยุดยั้ง ทำให้ผู้อ่านหนังสือธรรมะลดลง นิตยสารโลกทิพย์ จึงต้องปรับตัว วางตลาดเป็นรายเดือน และได้หยุดพิมพ์นิตยสารอื่นๆ โดยคงเหลือไว้เฉพาะนิตยสารโลกทิพย์ (วางตลาดทุกวันที่ 1) และ นิตยสารโลกลีลับ (วางตลาดทุกวันที่ 15)

หลังจากนั้นอีกไม่นาน กระแสเศรษฐกิจทรุด ก็โถมกระหน่ำโจมตีประเทศไทย ทางคณะทำงานนิตยสารโลกทิพย์ ก็ทบทวนผู้ตีพิมพ์นิตยสารโลกทิพย์ออกจำหน่ายหรือแม้แต่ในช่วงที่มีการนำเสนอข่าวพระภิกษุสงฆ์ที่ปฏิบัติไม่ดีเป็นข่าวครึกโครม เช่น พระยันตระ อมโร พระนิกร ธรรมวาที พระภาวนาพุทธโช เณรคำ เป็นต้น จากสื่อหนังสือพิมพ์ก็เป็นเหตุทำให้ภาพลักษณ์ ความคิด

และความรู้สึกของผู้อ่านเปลี่ยนไปมาก ซึ่งก็เป็นสาเหตุที่ทำให้มีผลกระทบกับยอดจำหน่ายของ นิตยสารโลกทิพย์ แต่ก็เป็นที่ทำให้ต้องหากลยุทธ์มาปรับปรุงแก้ไขคือ พยายามนำเสนอประวัติ พระกรรมฐานที่เคร่งครัดพระธรรมวินัยสายป่าซึ่งบางรูปแม้จะมรณภาพไปแล้วก็ยังมีผู้ศรัทธาเป็น จำนวนมากมานำเสนอเป็นหลัก เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาโดยรวมและนิตยสารจะ สามารถครองความนิยมอยู่บนแผงนิตยสารและกับสมาชิกได้นาน (สัมภาษณ์ คุณมงคล เนินอุไร บรรณาธิการอำนวยการ, มิถุนายน 2557)

จากประวัติเส้นทางการทำงานผลิตสื่อธรรมะบนบรรณพิภพแวดวงนิตยสารแนวธรรมะ นี้ นิตยสารโลกทิพย์ได้พยายามสู่กระแสเศรษฐกิจและรักษาจิตศรัทธาพุทธศาสนิกชนให้ยึดมั่นกับ ธรรมะมาโดยตลอด จนกระทั่งฉบับที่ 336 ปีที่ 16 เดือนมีนาคม พ.ศ. 2541 จึงลดหน้าพิมพ์ลง เพื่อ จะได้ไม่ต้องขึ้นราคา โดยจำหน่ายในราคา เล่มละ 40 บาทเท่าเดิม (ฉบับปฐมฤกษ์ พ.ศ. 2525 ฉบับ ละ 20 บาท) และได้ปรับการทำงานและทิศทางการนำเสนออย่างต่อเนื่องจนถึงราคาที่ได้จำหน่าย ในปัจจุบันราคาเล่มละ 60 บาท

นิตยสารโลกทิพย์ ถือว่าเป็นสื่อเผยแพร่ทางพระพุทธศาสนาที่มีระยะเวลายาวนานถึง 33 ปี ทางนิตยสารโลกทิพย์มีเป้าหมายหลักของการผลิตเพื่อสนับสนุนให้ประชาชนหันมาอ่าน หนังสือธรรมะ จนทำให้มีความสนใจในเรื่องของการปฏิบัติธรรมตามมา เมื่อได้อ่านหลักธรรม แล้วนำมาปฏิบัติก็แสดงให้เห็นความเป็นวิทยาศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงความเป็นจริงของชีวิต แม้แต่ พระพุทธองค์ทรงได้ตรัสรู้เอาไว้ให้เห็นถึงการเกิด แก่ เจ็บ ตาย ล้วนแล้วแสดงให้เห็นถึงความเป็น จริงของชีวิตที่ธรรมดา อ่านแล้วเป็นการเปิดความเร้นลับ ความเป็นธรรมชาติ เปิดความจริงแท้ของ ธรรมชาติให้เราได้รับรู้

ต้องยอมรับว่าในแวดวงนักอ่านนิตยสารแนวธรรมะ ไม่มีใครไม่รู้จักนิตยสารโลกทิพย์ ซึ่งถ้าย้อนเวลากลับไปเมื่อประมาณ 30 กว่าปีที่แล้ว ถือว่าเป็นยุคทองของนิตยสารฉบับนี้แต่เพียงผู้ เดียว ชนิดไม่มีคู่แข่ง นักเขียนหนังสือธรรมะรุ่นใหม่ที่โลดแล่นอยู่ในวงการน้ำหมึกยุคปัจจุบัน ล้วน ต้องเคยผ่านตาข้อเขียนแนวอวัชชีวะประวัติของครูบาอาจารย์กรรมฐาน ที่รังสรรค์ขึ้นจากน้ำพักน้ำแรง ของนักเขียนที่มากด้วยประสบการณ์ อาทิ สิทธา เชตวัน ไทยดำ สุรสิทธิ์ ภูไท ดำรง ภูระยา ซึ่งทำให้ เรื่องราวต่างๆ จากนิตยสารโลกทิพย์มีคุณภาพก่อเกิดกุศลประโยชน์แก่คนทั่วไป ให้ได้ข้อคิดและ พึงนำไปปฏิบัติธรรมจนเกิดมรรคผลตามกำลังสติปัญญาต่อไป (หนังสือพิมพ์คมชัดลึก, 24 กันยายน 2556, น. 30)

การอ่านนิตยสารแนวธรรมะ ทำให้มีความสนใจในเรื่องของการปฏิบัติธรรมตามมา เมื่อได้อ่านหลักธรรมแล้วนำมาปฏิบัติก็แสดงให้เห็นความเป็นวิทยาศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงความเป็น จริงของชีวิต แม้แต่พระพุทธองค์ทรงได้ตรัสรู้เอาไว้ให้เห็นถึงการเกิด แก่ เจ็บ ตาย ล้วนแล้ว

แสดงให้เห็นถึงความเป็นจริงของชีวิตที่ธรรมดา อ่านแล้วเป็นการเปิดความเร้นลับ ความเป็นธรรมชาติ เปิดความจริงแท้ของธรรมชาติให้เราได้รับรู้ เมื่อได้เข้าสู่การปฏิบัติธรรมก็เชื่อว่าจะทำให้ชีวิตเจริญก้าวหน้า เพราะหลักธรรมะสอนให้เรามีสติมีสมาธิที่ดีขึ้น เป็นการช่วยทางด้านปัญญา มีชีวิตดำรงอยู่อย่างไม่ประมาท ใครที่ได้ปฏิบัติธรรมตามหลักพุทธศาสนากันอย่างจริงจังแล้ว จะมีประโยชน์ต่อชีวิตเรา เป็นมงคลกับชีวิตเราอย่างยิ่ง ต่อไป (บทสัมภาษณ์ คุณพนิดา ชอบวิชา ผู้ร่วมก่อตั้งนิตยสารโลกทิพย์ จากหนังสือพิมพ์คมชัดลึก, วันเสาร์ 2 เมษายน 2548, หน้าข่าวพระเครื่อง)

นิตยสารโลกทิพย์ มีอุดมคติที่จะเปลี่ยนแปลงมุมมองของพุทธศาสนิกชนให้มีความสนใจในธรรมะมากขึ้น ทั้งนี้การอ่านหนังสือธรรมะหลายคนมองว่าเข้าถึงยาก อ่านแล้วอาจไม่รู้เรื่อง แต่ทางกองบรรณาธิการนิตยสารโลกทิพย์ได้จัดคอลัมน์และบทความตามแนวทางพระพุทธศาสนาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้อ่านทุกกลุ่มตั้งแต่ธรรมะที่เรียบง่ายเข้าใจได้ไม่ยากไปจนธรรมะขั้นลึกที่ต้องอาศัยการปฏิบัติธรรมมาพอสมควรจึงจะเข้าใจได้ การอ่านหลักธรรมะที่ง่าย ก่อนอ่านแล้วถ้าหาสื่อธรรมะมารับชมหรือฟังได้ก็ลองชมหรือฟังไปเรื่อยๆ เพียงเท่านี้ก็จะทำให้ผู้อ่านใจสนใจในเรื่องของธรรมะขึ้นมาได้ในระดับหนึ่ง ยิ่งจะให้เข้าถึงได้ต้องอ่านแล้วแปลไปหรือถ้าเราสวดมนต์แล้วแปลตามไปด้วยผู้อ่านก็ได้หลักธรรมะที่ชัดเจน ได้คัมภีร์กับธรรมะจากบทสวดได้มากขึ้น

หากพิจารณานิตยสารโลกทิพย์แล้วจะเห็นว่า เป็นนิตยสารสำหรับผู้่านเฉพาะกลุ่ม คือเป็นกลุ่มคนที่ศรัทธาเลื่อมใสในพระพุทธศาสนา สืบเนื่องจากสภาพสังคมที่แสนจะวุ่นวายในปัจจุบัน ทำให้คนไทยจำนวนมากหันมาพึ่งพิงจิตใจจากนิตยสารแนวธรรมะกันมากขึ้น นิตยสารโลกทิพย์จึงได้รับการยอมรับเป็นลำดับต้นๆ ของตลาดนิตยสารแนวธรรมะของเมืองไทย ประการสำคัญการที่นิตยสารโลกทิพย์เข้าถึงความต้องการของประชาชนได้นั้น มีสาเหตุจากนิตยสารโลกทิพย์ได้พัฒนารูปเล่มให้สวยงาม มีระบบการพิมพ์ที่ประณีต จึงมีความน่าสนใจและน่าอ่านมากขึ้น ซึ่งการที่นิตยสารสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มสมาชิกและประชาชนทั่วไปตามความต้องการของสำนักพิมพ์ได้ เนื่องจากนิตยสารโลกทิพย์เพิ่มเนื้อหาหลากหลายประเภทสามารถเสนอรูปแบบ เนื้อหาสาระจำนวนมากและซับซ้อนได้ มีความคงทนถาวร ใช้บททวนข่าวสารได้ นิตยสารมีเนื้อหาสาระที่มีประโยชน์กับผู้อ่าน จนสามารถสร้างหรือเปลี่ยนทัศนคติของผู้อ่านได้ง่ายขึ้น เช่น สร้างกระแสส่งเสริมการท่องเที่ยววัดป่าสายกรรมฐานแถบภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือสร้างค่านิยมให้พุทธศาสนิกชนหันมาปฏิบัติธรรม รักษาศีล ได้เนื่องจากนิตยสารมีภาพประกอบที่สวยงามเหมือนจริงและนำเสนอข้อมูลได้อย่างน่าสนใจและมีความเชื่อถือได้

4. ทฤษฎีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์

4.1 ความหมายของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์

ความพึงพอใจหรือความพอใจตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ได้มีผู้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้

มอร์ส (Morse อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2547, น. 17) กล่าวว่า ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” หมายถึงสิ่งตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เป็นการลดความตึงเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรือสภาพของบุคคลที่มีความสุข ความชื่นใจ ตลอดจนสามารถสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามพอใจต่อสิ่งนั้น

เชลล์ (Shell อ้างถึงใน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2547, น. 17) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกทางบวกที่คิดแล้วจะมีความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่ระบบย้อนกลับความสุขที่สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ ตอบสนองต่อความรู้สึกของตนอย่างดีหรือสมบูรณ์ที่สุด

จากความหมายของความพึงพอใจที่กล่าวมาข้างต้นพอจะสรุปได้ว่า ความพึงพอใจหมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีต่อบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนเองต้องการก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการที่ตนไม่ได้รับการสนองตอบความไม่พอใจก็จะเกิดขึ้น

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจ อูกกฤษฎ์ ทรงชัยสงวน (2543, น. 43) ได้รวบรวมกลุ่มแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบแรงจูงใจ ดังนี้

1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory motivation) ทฤษฎีนี้เขาได้เสนอความต้องการในด้านต่างๆกันของมนุษย์ เรียงลำดับจากความต้องการขั้นพื้นฐาน เพื่อการอยู่รอด ไปจนถึงความต้องการทางสังคมและความต้องการยอมรับนับถือจากกลุ่มว่าตนมีคุณค่าและพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น มาสโลว์ถือว่าการเรียงลำดับความต้องการนี้มีความสำคัญ โดยมนุษย์จะมีความต้องการในระดับสูงๆ ได้ก็ต่อเมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว

2) ทฤษฎีการจูงใจ การบำรุงรักษาของ Herz berg ได้กล่าวถึงปัจจัยการจูงใจ ซึ่งเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานด้านความพึงพอใจ ได้แก่ โอกาส ความสำเร็จ การยอมรับ ความรับผิดชอบความเจริญก้าวหน้า และปัจจัยการบำรุงรักษา ซึ่งเป็นตัวขัดขวางความพึงพอใจ ได้แก่ นโยบายขององค์กร สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

3) ทฤษฎีแรงจูงใจของ Mc celland ซึ่งแบ่งความต้องการของมนุษย์ออกเป็น 3 ประเภท คือ ความต้องการความสำเร็จ ความต้องการมีอำนาจ และความต้องการความสัมพันธ์ โดยความต้องการความสำเร็จ หรือเรียกว่าแรงจูงใจใฝ่สำเร็งนั้น ถ้าบุคคลใดมีสูงจะมีความปรารถนาที่จะทำสิ่งหนึ่งให้ลุล่วงไปด้วยดี

4) ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบุคคล จะประเมินความเป็นไปได้ของผลที่บังเกิดขึ้นแล้ว จึงดำเนินการปฏิบัติตามที่ตนคาดหวังไว้ การจูงใจขึ้นอยู่กับความคิดของมนุษย์ต่อผลที่เกิดขึ้น ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom นี้ ทนายว่าบุคคลจะร่วมกิจกรรมที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับรางวัลหรือสิ่งต่างๆ ที่เขาปรารถนา

มิเชล แบร์ (Micheal Beer อ้างถึงใน สมหมาย เปียณอม, 2551, น. 7) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า เป็นทัศนคติของคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

1) V มาจากคำว่า Valance หมายถึง ความพึงพอใจ

2) I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึง สื่อ เครื่องมือ วิธีทางนำไปสู่ความพึงพอใจ

3) E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึง ความหวังภายในตัวบุคคลนั้นๆ ซึ่งบุคคลมีความต้องการและมีความหวังในหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงต้องกระทำด้วยวิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วตามที่ตั้งความหวังในสิ่งที่สูงขึ้นไปเรื่อยๆ ซึ่งอาจจะแสดงในรูปสมการได้ ดังนี้

แรงจูงใจ = ผลของความพึงพอใจ+ความคาดหวัง ซึ่งหมายถึง แรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่งต่อการกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เช่น ต่อการประเมินผลงานขององค์กรที่เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของตน หรือแรงจูงใจที่บุคคลจะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมขององค์กรใดจะเป็นผลที่เกิดจากทัศนคติขององค์กร หรือการทำงานขององค์กรนั้นรวมกัน ความคาดหวังที่เขาหมายไว้ ถ้ามีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่อผลงานขององค์กร และได้รับการตอบสนองทั้งรูปธรรมและนามธรรมเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะสูง แต่ในทางกลับกัน ถ้ามีทัศนคติในเชิงลบต่องานและการตอบสนองไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ แรงจูงใจที่จะมีความรู้สึกพึงพอใจก็จะต่ำไปด้วย

ความหมายของคำว่า ประโยชน์ (Uses) กับความพึงพอใจ (Gratifications) คาร์ล อีริก โรเซนเกรน (Karn Erik Rosengren, 1974) กล่าวว่าไว้ว่าทั้ง 2 คำนี้ มีความสัมพันธ์กันในแง่ประโยชน์สามารถนำไปสู่ความพอใจ และความพึงพอใจก็อาจได้รับจากประโยชน์

จากความหมายของความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ ทำให้ทราบว่า บุคคลมีความพึงพอใจในข่าวสารก็เพื่อต้องการนำข้อมูลจากข่าวสารนั้นมาใช้ในการตัดสินใจเพื่อการสนทนากับผู้อื่น ใช้เป็นคำแนะนำในการดำเนินชีวิต และใช้เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน ซึ่งเป็นประโยชน์ในการดำรงชีวิตในสังคมอย่างมีความสุขมากขึ้น

4.2 ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ (The Use and Gratification Theory) เป็นทฤษฎีที่เน้นความสำคัญที่ผู้รับสาร แคทซ์ บลัมเบอร์ และกูรีวิทซ์ (แสงรพี ภัทรกิจกุลธร, 2543, น. 38 อ้างถึงใน Katz, Blumber and Gurevitch, 1974) โดยเน้นว่า ผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกใช้ประเภทของสื่อ และเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการ (Needs) ของแต่ละบุคคลโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตัวเองเป็นหลักซึ่งการตัดสินใจเลือกกับสื่ออื่น ผู้รับสารจะดูในแง่ที่ว่า คนต้องการอะไร จากสื่อใดสารประเภทไหนและสารนั้นตอบสนองความต้องการของตนอย่างไร ถือได้ว่าเป็นการเน้นความสำคัญของผู้รับสารในฐานะผู้กระทำการสื่อสาร โดยผู้รับสารไม่ได้เป็นผู้รับอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้นยังต้องการการตอบสนองประโยชน์ และความพึงพอใจของตนอีกด้วย

การศึกษาในแนวการใช้ประโยชน์ และสนองความพึงพอใจจากสื่อมวลชนเน้นความเชื่อ ค่านิยม ทักษะ และความคิดเห็นส่วนบุคคลการศึกษาทฤษฎีนี้จึงเน้นความต้องการ และสาเหตุของความต้องการของประชาชนผู้ใช้สื่อมวลชนอันเป็นผลสืบเนื่องมาจากกระบวนการทางสังคมและจิตวิทยาของผู้ใช้ ทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจนี้อธิบายว่า ในการสื่อสารแต่ละครั้งจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ควรเตรียมสารและเตรียมสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการให้ข่าวสาร เพื่อให้ความรู้หรือการศึกษาเพื่อชักจูงใจหรือให้ความบันเทิง ดังนั้น เพื่อสามารถเตรียมสารและสื่อให้เหมาะสมกับผู้รับสาร จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำการวิเคราะห์ผู้รับสาร

กลุ่มเป้าหมาย ปัจจัยที่ควรคำนึงถึงสำหรับการวิเคราะห์ผู้รับสารได้แก่ แคทซ์ บลัมเบอร์ และกูรีวิทซ์ (พีระ จิระ โสภณ, 2541, น. 634-635 อ้างถึงใน Katz, Blumber and Gurevitch, 1973)

4.2.1 ความต้องการของผู้รับสาร โดยทั่วไปแล้วของแต่ละบุคคลนั้นจะเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของคน ประกอบด้วย

- 1) ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน

2) ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทักษะคติ ค่านิยมของตน

3) ต้องการประสบการณ์ใหม่

4) ต้องการความสะดวก และรวดเร็วในการรับสาร

4.2.2 ความแตกต่างของผู้รับสาร ซึ่งโดยปกติแล้วนั้นการรับสารเป็นไปเฉพาะบุคคลซึ่งจำเป็นต้องศึกษาลักษณะทางประชากรอันประกอบด้วย

1) อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม บุคคลที่มีอายุมากจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อการติดต่อสื่อสารต่างจากบุคคลที่มีอายุมากขึ้น โดยทั่วไปแล้วคนที่มีอายุมากกว่ามักอนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติระมัดระวังและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่าคนที่มีอายุน้อย สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องมาจากคนที่มีอายุมากมัก มีประสบการณ์ชีวิตซึ่งเคยผ่านยุคปัญหาต่างๆ ตลอดจนมีความผูกพันที่ยาวนานและมีผลประโยชน์ในสังคมมากกว่าคนที่มีอายุน้อยนอกจากนั้น โดยปกติแล้วคนที่มีวัยต่างกันด้วย ดังนั้นอายุจึงน่าจะเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจ ในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน

2) เพศ ความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน กล่าวคือ เพศหญิงมีแนวโน้มและมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับสารและส่งข่าวสารนั้นด้วย การวิจัยทางจิตวิทยาหลายเรื่องได้แสดงให้เห็นว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมาก ในเรื่องความคิด ค่านิยมและทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนทั้งสองเพศไว้แตกต่างกัน ผู้หญิงมักจะเป็นคนที่มีจิตใจอ่อนโยน หรือเจ้าอารมณ์ถูกชักจูงได้ง่ายและหึงถึงจิตใจของคนได้ดีกว่าผู้ชาย ในขณะที่ผู้ชาย ใช้เหตุผลและจดจำข่าวสารได้มากกว่าผู้หญิง

3) สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง อาชีพรายได้ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่าสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมนั้นมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของผู้รับสาร

4) การศึกษา เป็นลักษณะอีกประการที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร ดังนั้นคนที่ได้รับการศึกษาในระดับที่ต่างกัน ในยุคสมัยที่ต่างกัน ในระบบการศึกษาที่ต่างกัน ในสาขาวิชาที่ต่างกันจึงย่อมมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์ และความต้องการที่แตกต่างกันไป คนที่มีการศึกษาสูงหรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบอย่างมากในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี ทั้งนี้เพราะคนเหล่านี้มีความรู้

กว้างขวางในหลายเรื่อง สามารถเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักจะเป็นคนที่ไม่เชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐาน หรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านั้น ดังนั้น ผู้ส่งสารจึงตระหนักและระมัดระวังว่าในการให้ข่าวสารนั้น ผู้รับสารมีการศึกษาอยู่ระดับใด เพื่อจะได้เสนอข่าวสาร คำแนะนำ และบริการให้เหมาะสมกับผู้รับสาร

4.2.3 ความตั้งใจและประสบการณ์ ในขณะที่ตั้งใจจะช่วยให้บุคคลรับรู้ข่าวสารได้ดีกว่าดังคำกล่าวที่ว่า เราเห็นในสิ่งที่อยากเห็น และได้ยินในสิ่งที่เราต้องการได้ยิน ดังนั้น ความตั้งใจและประสบการณ์เดิมของผู้รับสารจึงมีความสำคัญต่อการรับสารเช่นกัน

4.2.4 ความคาดหวัง และความพึงพอใจ ความคาดหวังเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคนในการที่จะดี ความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อสื่อสาร คือ ความพึงพอใจข่าวสารที่ได้รับ เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจและการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ดังนั้นผู้ส่งสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่างๆ ว่ามีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

เสรี วงษ์มณฑา (2545, น. 6) ได้ทำการศึกษาสื่อมวลชนตามแนวของทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจมีข้อสรุปที่ยอมรับกันโดยทั่วไป ดังนี้

- 1) มนุษย์สนใจ และแสวงหาข่าวสาร ไม่ได้ถูกยัดเยียดให้อ่าน ดู หรือฟัง มนุษย์มีการเลือกและการหลบหนีข่าวสารได้ถ้าต้องการ
- 2) การใช้สื่อมวลชนของมนุษย์มีจุดมุ่งหมาย หรือเป้าหมาย (Goal-Directed)
- 3) สื่อสารมวลชนต้องแข่งขันกับสิ่งเร้าอื่นๆ อีกหลายอย่างที่อาจตอบสนองความต้องการรับรู้ของมนุษย์
- 4) มนุษย์เป็นผู้กำหนดความต้องการของตนเอง จากความสนใจ แรงจูงใจที่เกิดขึ้นในกรณีต่างๆ กัน

การวิจัยเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจนั้นเริ่มขึ้นเมื่อเซอร์ชอก (รัชฎา ขวัญดี, 2544 , น. 38 อ้างถึงใน Herzog, 1944) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจที่แม่บ้านได้รับจากการฟังรายการละครวิทยุภาคกลางวัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้รับสารเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาของสารเพื่อสนองความต้องการของตน ขณะเดียวกันการศึกษาผลกระทบของสื่อต่อผู้รับสารเริ่มส่อเค้าให้เห็นว่า สื่อมวลชนไม่ได้มีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากดังที่นักวิชาการในยุคแรกเคยตั้งสมมติฐานไว้ การค้นพบครั้งนี้เป็นแนวทางให้นักนิเทศศาสตร์มองเห็นว่า ผู้รับสารนั้น ไม่ได้เป็นเพียงผู้รับเอาอิทธิพลจากสื่อมวลชนเท่านั้น แต่มีบทบาทมากขึ้นไปยิ่งกว่านั้น จึงโยงไปสู่ความคิดที่ว่าเลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ และเลือกรับเนื้อหาสนองความต้องการ

ของตน ทำให้เกิดการวางแนวคิดใหม่ ซึ่งถือว่าการสื่อสารนั้นผู้รับสาร คือ ตัวจักรสำคัญในการตัดสินใจโดยอาศัยพื้นฐานความต้องการของตนเป็นหลักและได้รับการสนับสนุนเป็นจริงเป็นจังจากการศึกษาวิจัยเพิ่มขึ้น

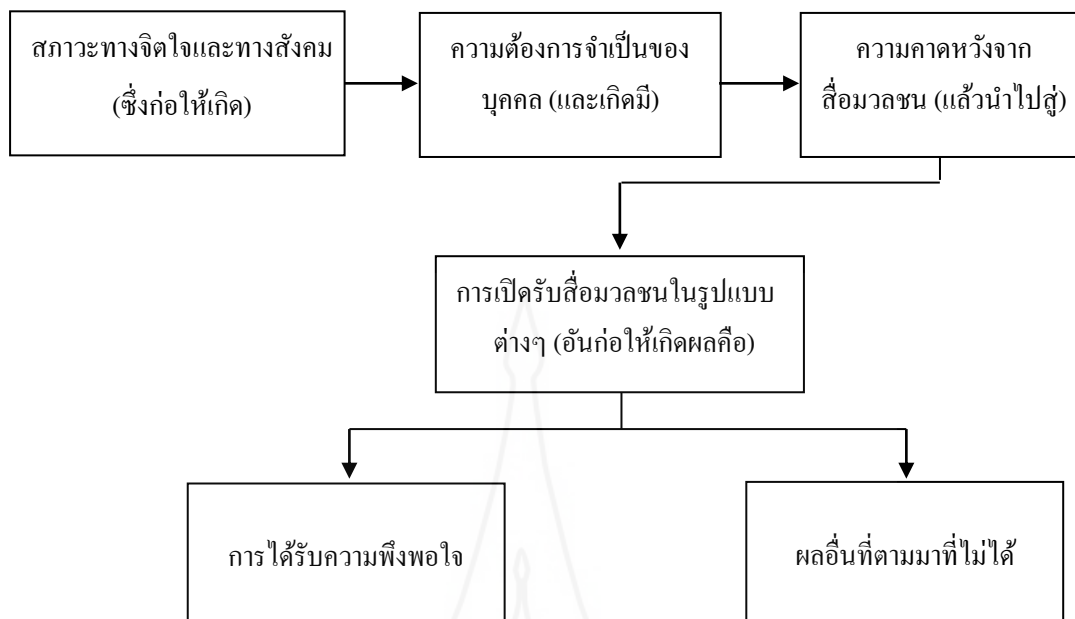
ต่อมา แคทซ์ บลัมเบอร์ และกูริวิทซ์ (พีระ จิระโสภณ, 2541 น. 635 อ้างถึงใน Katz, lumber and Gurevitch, 1973) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ โดยศึกษาข้อมูลที่เก็บจากผู้ใช้งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการสำรวจขั้นพื้นฐาน และความพยายามที่ประดิษฐ์เครื่องมือในการวัดมากกว่าจะเป็นการศึกษาเพื่อพิสูจน์สมมติฐานใดๆ เนื่องจากเป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่มีการวิจัยการใช้สื่อ และความพึงพอใจและเป็นต้นแบบของงานวิจัยในแนวนี้ แคทซ์ และคนอื่นๆ ได้สร้างมาตรวัดความต้องการทางด้านจิตใจ และสังคมมนุษย์ขึ้น โดยนำองค์ประกอบ 3 อย่างมารวมเข้าเป็นความต้องการ ในแง่ต่างๆ องค์ประกอบทั้ง 3 ดังกล่าว ได้แก่

1) รูปแบบ (Mode) คือ ลักษณะของความต้องการเช่น ต้องการให้เพิ่มมากขึ้น ต้องการให้ได้อะไร

2) การติดต่อ (Connection) คือ จุดประสงค์ของการติดต่อของบุคคลต่อสิ่งภายนอก คือ การติดต่อเพื่อรับข่าวสาร ความรู้ การติดต่อเพื่อความสนใจ เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ การติดต่อเพื่อความเชื่อถือ ความมั่นคง และสถานภาพ การติดต่อเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์

3) สิ่งอ้างอิง (Referent) คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์ โยงการติดต่อไปสู่ได้แก่ตนเอง ครอบครัว เพื่อนฝูง สังคม รัฐบาล ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมโลก สิ่งภายนอกอื่นๆที่มีความหมายนัยลบ

จากองค์ประกอบทั้งสามส่วนที่กล่าวนี้ แคทซ์ได้สร้างข้อความสนองความต้องการของบุคคลขึ้น เพื่อชี้ให้เห็นถึงความต้องการของบุคคลซึ่งสามารถใช้สื่อต่างๆ ตอบสนองให้ความพึงพอใจได้โดยสามารถสร้างเป็นแบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจได้ดังภาพที่ 2.1 (พีระ จิระโสภณ, 2541, น. 635)



ภาพที่ 2.1 แบบจำลองเกี่ยวกับการใช้สื่อเพื่อความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์

แบบจำลองที่แคทซ์ และคนอื่นๆ สร้างขึ้นสามารถอธิบายได้ ดังนี้ คือสภาวะของสังคมและจิตใจที่แตกต่างกันก่อให้เกิดความต้องการที่แตกต่างกัน และความต้องการที่แตกต่างกันนี้ทำให้แต่ละคนคาดคะเนว่า สื่อแต่ละประเภทจะสนองความพึงพอใจได้แตกต่างกันออกไปด้วย ดังนั้นลักษณะของการใช้สื่อของบุคคลที่มีความต้องการไม่เหมือนกันจะแตกต่างกันไปที่สุดท้ายคือ ความพึงพอใจที่ได้รับจากการใช้สื่อจะแตกต่างกันออกไปด้วย คำอธิบายเกี่ยวกับแบบจำลองนี้ อาจยกเป็นตัวอย่างให้เห็นในกรณีที่ปัจเจกบุคคลผู้หนึ่งซึ่งมีความต้องการตามสภาวะทางจิตใจและสังคม เช่น ความต้องการเป็นคนรอบรู้ ทันสมัยเพื่อเป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น และมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนว่าจะสนอง ความต้องการของเขาได้ เขาจึงเลือกใช้สื่อมวลชนโดยเลือกดูรายการข่าวจากวิทยุโทรทัศน์ฟังข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียง หรืออ่านข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์ที่จะช่วยให้เขาได้รับความพึงพอใจ ตามที่ต้องการ คือเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย ขณะเดียวกันผลจากการบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน ทุกวันก็อาจมีผลอื่นๆตามมานอกเหนือจากการเป็นผู้รอบรู้ทันสมัย เช่น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนแปลงลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้เช่นกัน

นอกจากนี้ แมคคอมส์ และเบคเคอร์ (รัชฎา ขวัญดี, 2544, น. 45-46 อ้างถึงใน McCombs and Backer, 1979, pp. 51-52) ได้กล่าวไว้ไว้ในเรื่องการใช้สื่อเพื่อความพอใจและความต้องการว่าบุคคลใช้สื่อมวลชนเพื่อความต้องการดังนี้

1) *ต้องการรู้เหตุการณ์ (Surveillance)* โดยการสังเกตการณ์ และติดตามความเคลื่อนไหวจากสื่อมวลชน เพื่อให้รู้ทันต่อเหตุการณ์ เพื่อความทันสมัย รู้ว่าอะไรมีความสำคัญและควรเรียนรู้

2) *เพื่อต้องการช่วยตัดสินใจ (Decision)* โดยเฉพาะการตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน การรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลสามารถกำหนดความเห็นของตัวเอง ต่อสถานะหรือเหตุการณ์รอบๆ ตัว

3) *ความต้องการข้อมูลเพื่อพูดคุย (Discussions)* โดยการรับสื่อมวลชนทำให้บุคคลมีข้อมูลที่สามารถนำไปพูดคุยกับผู้อื่นได้

4) *ความต้องการการมีส่วนร่วม (Participating)* ในเหตุการณ์และความเป็นไปต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว

5) *ความต้องการเสริมความคิดเห็น หรือการสนับสนุนการตัดสินใจที่ได้กระทำไปแล้ว (Reinforcement)*

6) *ความต้องการความบันเทิง (Relax and Entertainment)* เพื่อความความเพลิดเพลินและผ่อนคลายอารมณ์

คิฟแพ็ค และเมอร์เรย์ (แสงระพี ภัทรกิจกุลธ , 2543, น. 34 อ้างถึงใน Kippax and Murray, 1980, pp. 355-359) ได้เพิ่มเติมเรื่องการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วย และนำความคิดเห็นของแพทย์ไปศึกษาด้วยจุดประสงค์ของการศึกษา คือ ต้องการหาความสัมพันธ์ของความถี่การใช้สื่อมวลชนกับความพึงพอใจ และการใช้สื่อมวลชนกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษาเป็นดังนี้

1) ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ โดยเฉพาะปัจจัยที่เกี่ยวกับอายุ ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากคืออายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จะเลือกใช้สื่อเพราะคำนึงถึงความสำคัญของสื่อมากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุน้อยคืออายุตั้งแต่ 9-11 ปี และกลุ่มที่มีอายุน้อยจะใช้สื่อเพื่อความบันเทิง แต่กลุ่มที่มีอายุมากจะใช้สื่อเพราะสนใจที่จะรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับสังคม และความต้องการของตนเอง

2) คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าประเภทว่าคนที่มีการศึกษาดำ

3) จากประเภทของสื่อที่ทำการศึกษา โทรทัศน์จะถูกเลือกใช้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เพราะกลุ่มเป้าหมาย เห็นว่าเป็นสื่อที่มีประโยชน์โดยให้ข้อมูลต่างๆ ที่สนใจ เช่น เกี่ยวกับโลกและเหตุการณ์ภายในประเทศ รวมทั้งให้ความบันเทิงได้ด้วย หนังสือพิมพ์ หนังสือเล่ม วิทยู และภาพยนตร์จะถูกเลือกใช้เป็นอันดับรองตามเหตุผลของการใช้เลือกใช้

4) กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีเป้าหมาย และเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้

การศึกษาของคิฟแพ็ค และเมอร์เรย์ สามารถสรุปได้ว่า ความต้องการการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อนอกจากนี้ เว็นเนอร์ (Wenner, 1985, pp. 171-193) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (News Gratifications) ได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1) การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล (Orientation Gratification) เพื่อการอ้างอิง เพื่อเป็นแรงเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างปัจเจกบุคคลกับสังคม รูปแบบของความต้องการที่แสดงออกมา ได้แก่ การติดตามข่าวสาร หรือการได้มาซึ่งข้อมูลเพื่อช่วยในการตัดสินใจ

2) เป็นการใช้อย่างข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม ซึ่งรับรู้จากข่าวสารเข้ากับเครือข่ายส่วนบุคคลของปัจเจกชน เช่น การนำเสนอข้อมูลไปใช้ในการสนทนาหรือใช้ข้อมูลเพื่อการชักจูงใจ

3) กระบวนการใช้ประโยชน์ข่าวสารเพื่อดำรงเอกลักษณ์ของบุคคล (Para-Social Gratifications)

4) กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์เพื่อปกป้องตนเอง (Para-Orientation Gratifications) เช่น การใช้เวลาให้หมดไปเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน เพื่อหลีกเลี่ยงหนีจากสิ่งไม่พึงพอใจอย่างอื่น

นอกจากนี้ ยังสามารถแบ่งการใช้ประโยชน์จากสื่อรายการประเภทส่งเสริมวัฒนธรรมไทยได้ดังนี้ (กนิษฐา ขาวนก, 2551, น. 142-143)

- 1) สามารถใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
- 2) สามารถให้รายการเป็นเพื่อนคลายเหงาได้
- 3) สามารถนำเรื่องราวไปใช้เป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นได้
- 4) สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวัน
- 5) ได้ตอบสนองความสนใจของตนเอง
- 6) ทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน
- 7) ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

จากทฤษฎีดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการเปิดรับสื่อของบุคคลเป็นไปเพื่อประโยชน์ เน้นว่าผู้รับสารจะเป็นตัวจักรในการตัดสินใจเลือกนั้นผู้รับสารจะดูในแง่ที่ว่า คนต้องการอะไร จากสื่อใดสารประเภทไหนและสารนั้นตอบสนองความต้องการของตน ประกอบด้วย ต้องการข่าวสารที่เป็นประโยชน์กับตน ต้องการข่าวสารที่สอดคล้องกับความเชื่อ ทัศนคติ ค่านิยมของตน ต้องการ

ประสบการณ์ใหม่ ต้องการความสะดวกและรวดเร็วในการรับสาร โดยมีความแตกต่างของผู้รับสาร เช่น อายุ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องความคิด และพฤติกรรม ดังนั้นอายุจึงเป็นตัวกำหนดทัศนคติ พฤติกรรม การเปิดรับข่าวสาร และความพึงพอใจ ในการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน เพศ ความแตกต่างทางเพศทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารที่แตกต่างกัน สถานะทางสังคมและเศรษฐกิจหมายถึง อาชีพ รายได้ เชื้อชาติและชาติพันธุ์ ตลอดจนภูมิหลังครอบครัว ทำให้คนมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีทัศนคติ ค่านิยม และเป้าหมายที่แตกต่างกัน การศึกษา ความตั้งใจ และประสบการณ์ ความคาดหวัง และความพึงพอใจ การรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อด้วยและการใช้สื่อมวลชนกับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ ผลการศึกษาเป็นดังนี้ ปัจจัยด้านตัวบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นตัวกำหนดการใช้สื่อและการรับรู้คุณประโยชน์ของสื่อ คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะเลือกใช้สื่อมากกว่าคนที่มีการศึกษาดำเนินการจะถูกละเลยสูงเป็นอันดับหนึ่ง กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีการเลือกใช้สื่ออย่างมีเป้าหมายและเข้าใจถึงคุณประโยชน์ของสื่อที่มีต่อผู้ใช้ความต้องการการใช้สื่อมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ในคุณประโยชน์ของสื่อ และปัจจัยด้านตัวบุคคลมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สื่อด้วยนอกจากนี้ ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในการบริโภคข่าวสาร (New Gratifications) ได้แบ่งความพึงพอใจ เช่น การใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ทางด้านข้อมูล เป็นการใช้ข่าวสารเพื่อเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลเกี่ยวกับสังคม กระบวนการใช้ข่าวสารเพื่อประโยชน์ในการลด หรือผ่อนคลายความตึงเครียดทางอารมณ์เพื่อปกป้องตนเอง นอกจากนี้ ยังสามารถใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ สามารถให้รายการเป็นเพื่อนคลายเหงาได้ สามารถนำเรื่องราวไปใช้เป็นหัวข้อสนทนากับผู้อื่นได้ สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากรายการมาปรับใช้ในชีวิตประจำวันได้ตอบสนองความสนใจของตนเองทำให้รู้สึกสนุกสนาน เพลิดเพลิน ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์มาวิเคราะห์ถึงความพึงพอใจที่มีต่อการอ่านนิตยสารโลกทิพย์เพื่อรับรู้ข่าวสารทางพระพุทธศาสนาว่ามีมากน้อยเพียงใด และศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารโลกทิพย์อย่างไรบ้าง

ผู้วิจัยได้นำทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์ และความพึงพอใจ (The Use and Gratification Theory) มาปรับใช้ในการวิจัยความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากนิตยสารโลกทิพย์ของสมาชิกในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนี้ ได้รับความรู้และสารประโยชน์จากเรื่องมากที่สุด ได้รับความรู้และความคิดจากธรรมชาติที่สอดแทรกในข้อเขียนมากที่สุด รองลงมาคือ การใช้ธรรมะในการปฏิบัติตนในสังคมได้อย่างมีความสุข ก่อให้เกิดกำลังใจในการทำมาหากิน เกรงกลัวและละอายต่อบาป ใช้เป็นคำแนะนำในการดำเนินชีวิต ใช้ในการสนทนากับผู้อื่น ได้รับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวในแวดวงชาวพุทธ

5. ทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

ทฤษฎีความคาดหวังมีความคล้ายคลึงกับทฤษฎีการใช้สื่อและความพึงพอใจ นั่นคือ เน้นการศึกษาผู้รับสารและแรงจูงใจในการเลือกรับข่าวสาร โดยอธิบายว่า ความคาดหวังในสื่อต่างๆ หรือการคาดคะเนผลประโยชน์ที่จะได้รับจากสื่อ เป็นตัวการอธิบายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร นั่นคือ ผู้รับสารเป็นผู้มีจุดมุ่งหมายอยู่ในใจ และสามารถกำหนดพฤติกรรมของตนเองที่จะนำไปสู่จุดมุ่งหมายนั้นๆ

ชิษณุกร พรภาณวิษญ์ (2540, 6) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ หรือคาดหวังเอาไว้

พจนานุกรมออกซ์ฟอร์ด (Oxford Advanced Learner's Dictionary, 2000) ได้ให้ความหมายของความคาดหวัง เป็นความเชื่อ เป็นความรู้สึกนึกคิด ของบุคคลที่คาดการณ์ล่วงหน้าต่อบางสิ่งบางอย่างว่า ควรจะเป็น หรือควรเกิดขึ้น มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2540, น. 18) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังของผู้รับบริการว่า เมื่อผู้รับบริการมาติดต่อกับองค์กรหรือธุรกิจบริการใดๆ ก็มักจะคาดหวังว่า จะได้รับการบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง ซึ่งผู้ให้บริการจำเป็นต้องรับรู้ และเรียนรู้เกี่ยวกับ ความคาดหวังพื้นฐาน และรู้จักสำรวจ ความคาดหวังเฉพาะของผู้รับบริการ เพื่อสนองบริการที่ตรงกับ ความคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ หรืออาจเกิดความประทับใจขึ้นได้หากการบริการนั้นเกินความ

สิริวรรณ อัสวกุล (2528, น. 1) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังของมนุษย์เป็นการคิดล่วงหน้าไว้ก่อน ซึ่งอาจจะไม่เป็นไปตามที่คิดไว้แต่มีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมของบุคคล

เคลย์ (Clay, 1988, น. 252) ได้กล่าวถึง ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่าเป็นการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงอนาคตที่ดี เป็นความมุ่งหวังที่ดีงาม เป็นระดับหรือค่าความน่าจะเป็นของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่หวังไว้

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) ของวิกเตอร์วรูม (Vroom) มีองค์ประกอบของทฤษฎีที่สำคัญคือ (อัญชลี อำนวรูปหาวณิช, 2539, น. 53)

- 1) *Valence* หมายถึง ความพึงพอใจของบุคคลที่มีต่อผลลัพธ์
- 2) *Instrumentality* หมายถึง เครื่องมือ อุปกรณ์ วิธีทางที่จะไปสู่ความพึงพอใจ

3) *Expectancy* หมายถึง ความคาดหวังในตัวบุคคลนั้นๆบุคคลมีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่าง ดังนั้น จึงพยายามค้นหาหรือ กระทำด้วย วิธีใดวิธีหนึ่ง เพื่อตอบสนองความต้องการหรือสิ่งที่คาดหวังไว้ ซึ่งเมื่อได้รับการตอบสนองแล้วก็ตามความคาดหวังของบุคคล จะได้รับความพึงพอใจ ขณะเดียวกันก็คาดหวังในสิ่งที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

พาราสุมาน, ไชธมอล และแบร์รี (Parasuraman, Zeithmal and Berry, 1990) ได้ระบุถึงปัจจัยหลักที่มีผลต่อความคาดหวังของผู้บริการแบ่งออกเป็น 5 ประการ ได้แก่

- 1) การได้รับการบอกเล่า คำแนะนำจากบุคคลอื่น
- 2) ความต้องการของแต่ละบุคคล
- 3) ประสบการณ์ในอดีต
- 4) ข่าวสารจากสื่อ และ จากผู้ให้บริการ
- 5) ราคา

สรุปได้ว่า ความคาดหวัง คือความรู้สึกความต้องการที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เป็นอยู่ในปัจจุบันไปจนถึงอนาคตข้างหน้า เป็นการคาดคะเนถึงสิ่งที่จะมากระทบต่อ การรับรู้ของเรา โดยใช้ประสบการณ์การเรียนรู้เป็นตัวบ่งบอก

ลักษณะของความคาดหวังเป็นตัวบ่งชี้แห่งความสำเร็จซึ่งจะช่วยในการตัดสินใจของแต่ละคนในการเลือกการกระทำไว้ทั้งนี้ทั้งนั้นขึ้นอยู่กับลักษณะ และความแตกต่าง ของแต่ละบุคคล และ สภาพแวดล้อมซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ ที่จะทำให้ความคาดหวังนั้นเป็นจริงขึ้นมาได้

เกทเซน และคณะ (Getzels; et al, 1974, น. 132) ได้กล่าวไว้ว่า “ความคาดหวังของบุคคลย่อมแตกต่างกันเพราะคนเราต่างก็มีความคิดและความต้องการแตกต่างกัน”

วูม (Vroom, 1964, น. 103) ได้มีคติฐานความเชื่อว่าพฤติกรรมของบุคคลเป็นผลมาจากการตัดสินใจเลือกระหว่างทางเลือกต่างๆ โดยพฤติกรรมเหล่านั้นมีระบบ มีความสัมพันธ์กับกระบวนการทางจิตใจ ได้แก่ การรับรู้ ความเชื่อ เจตคติ โดยเกิดจากแรงจูงใจ

ศรีนิตย์ (2521, น. 10) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมทางสังคมของบุคคลจึงแตกต่างกันตามที่บุคคลได้กำหนดต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งความรู้สึกนึกคิดหรือคาดการณ์นั้นๆ ประเมินโดยมาตรฐานของตนเองเป็นเครื่องวัดความคาดการณ์ของแต่ละบุคคล

แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ เป็นทฤษฎีที่พัฒนามาจาก แนวทฤษฎีพฤติกรรม และ แรงจูงใจ (Action/Motivation Perspective) แนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ นั้น ใช้แนวทางการอธิบายพฤติกรรมการรับสาร ด้วยหลักการเดียวกับแนวทฤษฎีพฤติกรรมแรงจูงใจ และยังเป็นหลักการที่พัฒนามาจากแนวทฤษฎีการใช้สื่อเพื่อประโยชน์และความพึงพอใจ

ด้วย คือ เน้นการใช้สื่อที่ว่าเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นอย่างมีเหตุเป็นผล ตามหลักการที่ อัลเฟรด ชูทซ์ (Alfred Schutz, 1972) นักสังคมวิทยาได้เสนอแนวทฤษฎีเชิงโครงสร้าง (Structural Approach) ว่าพฤติกรรมของมนุษย์ล้วนแล้วแต่เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นโดยตั้งใจ เนื่องจากก่อนมนุษย์จะลงมือกระทำสิ่งใด จะต้องวาดภาพใจก่อนแล้ววาด นี่เป็นสิ่งตนต้องการกระทำนักวิชาการสื่อสารได้นำแนวทฤษฎีนี้มาใช้กับพฤติกรรมการเปิดรับสารของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสถานการณ์ที่การใช้สื่อมีลักษณะเกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย และผู้รับสารสามารถอธิบายทางเลือกได้ ซึ่งแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมและแรงจูงใจ มีพื้นฐานหลักอยู่ 3 ประการ ดังนี้

1) พฤติกรรมของมนุษย์นั้นเป็นอิสระไม่เพียงแต่ที่จะเลือกพฤติกรรมต่างๆ ได้เท่านั้น หากแต่ยังมีอิสระที่จะให้ความหมายส่วนตัวกับพฤติกรรมและประสบการณ์ต่างๆ ได้ กล่าวคือ ไม่จำเป็นต้องมีความคิดเห็นเหมือนคนอื่น

2) แม้ว่าจะมีแรงจูงใจบางอย่างอยู่ภายในมนุษย์ แต่เราควรศึกษาเฉพาะพฤติกรรมที่ผู้รับสารสามารถอธิบายความหมายและวัตถุประสงค์ที่แสดงพฤติกรรมนั้นออก

3) ทฤษฎีนี้มีสิ่งสำคัญ คือ เรื่องของอนาคต อนาคตที่ผู้รับสารสามารถมองเห็น นั่นคือผู้รับสารสามารถคาดการณ์ได้ว่า หากพฤติกรรมเช่นนี้เกิดขึ้น จะมีสิ่งใดเกิดขึ้นตามมาบ้าง ในเมื่อได้นำมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับผู้รับสาร และพฤติกรรมการสื่อสาร

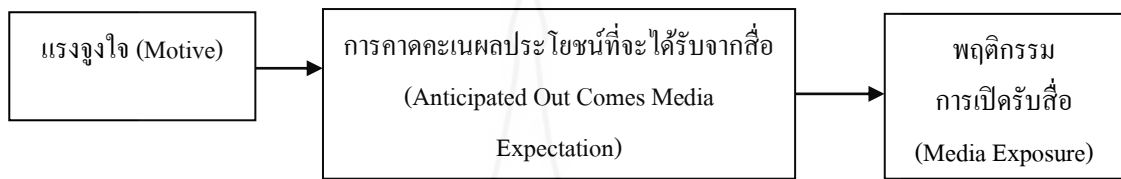
การแยกความคาดหวัง (Gratification Sought) และความพึงพอใจที่ได้รับ (Gratification Obtained) ออกจากกันนั้น เป็นที่ยอมรับโดยนักทฤษฎีหลายท่านว่า เป็นการพัฒนาทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจร่วมกับทฤษฎีทางจิตวิทยาสังคม ซึ่งก็คือ ทฤษฎีความคาดหวัง (ซิโมน อุนเมตตาคิต, 2541 อ้างถึงใน วรณลักษณ์ นพประเสริฐ, 2552)

ทฤษฎีนี้อธิบายว่ามนุษย์เป็นผู้มีสติปัญญาสามารถวางแผนในการจัดการพฤติกรรมของตน พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นอย่างมีเป้าหมาย (Goal Oriented) พฤติกรรมการสื่อสารก็เช่นเดียวกัน เมื่อมนุษย์คาดคะเนว่าจะได้รับอะไรบ้าง หรือสื่อจะสนองความพึงพอใจอย่างไรบ้าง การใช้สื่อของมนุษย์ก็จะดำเนินไปตามความคาดหวังนั้นๆ

เช่นเดียวกับที่โทลแมน (Edward C.Tolman) นักจิตวิทยาพฤติกรรมนิยมได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังไว้ว่า “พฤติกรรมของมนุษย์ทุกอย่างที่แสดงออกมาจากต้องมีความมุ่งหมายหรือมีจุดหมายปลายทาง เมื่อมีความต้องการเกิดขึ้น ร่างกายย่อมจะดิ้นรนเพื่อหาทางสนองความต้องการนั้นๆ และจะหยุดสนองความต้องการที่สะเปะสะปะเมื่อพบการตอบสนองที่ได้รับความพึงพอใจ” (วรรณลักษณ์ เมียนเกิด, 2549 อ้างถึงใน วรณลักษณ์ นพประเสริฐ, 2552)

นอกจากนี้ ความคาดหวังยังหมายถึง ทศนคติเกี่ยวกับความปรารถนา หรือความต้องการของผู้บริโภคที่พวกเขาคาดหวังว่าจะเกิดขึ้นในบริการนั้นๆ (Parasuraman, Zeithaml & Berry,

1988 อ้างถึงใน อินทรา จันทรรัฐ, 2552) ลูกค้าซื้อสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะเจาะจง และลูกค้าจะประเมินผลของการซื้อโดยมีพื้นฐานจากสิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับความต้องการคือสิ่งที่ถูกพึงลืออยู่ในจิตใต้สำนึกของมนุษย์ เป็นผลสืบเนื่องมาจากชีวิตความเป็นอยู่และสถานภาพของแต่ละบุคคล เมื่อรู้สึกรู้ว่ามีความต้องการ พวกเขาจะมีแรงจูงใจที่จะทำให้ความต้องการได้รับการตอบสนอง



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองของแนวคิดและทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ

จากภาพที่ 2.2 อธิบายได้ว่า เมื่อเกิดความคาดหวังต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ก็จะเกิดการแสวงหาซึ่งนำไปสู่การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) และผลที่ได้ก็คือความพึงพอใจที่ได้รับ หรือผลอื่นๆ ที่ตามมา ซึ่งมีความเป็นไปได้ว่าผลอื่นๆ (Discrepancy in Gratification Obtained) นั้น อาจเป็นผล

แกลโลเวย์ และ มีค (Galloway & Meek, 2524 อ้างถึงใน ชิตินา อุ่นเมตตาคิจิต) กล่าวว่า ในบางครั้งความคาดหวังสามารถเกิดขึ้นเมื่อผู้รับสารมีการปฏิสัมพันธ์กับสื่อ ซึ่งก่อให้เกิดผลต่อมาคือ ผู้รับสารเกิดความคาดหวังต่อสื่อหรือเนื้อหาสื่อ เพื่อผลลัพธ์คือ ความพึงพอใจที่จะได้รับเมื่อมีการเปิดรับสื่อ (Exposure) และความพึงพอใจที่ได้รับของบุคคลต่อสื่อหนึ่ง ๆ อาจมากกว่าหรือน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ก็ได้

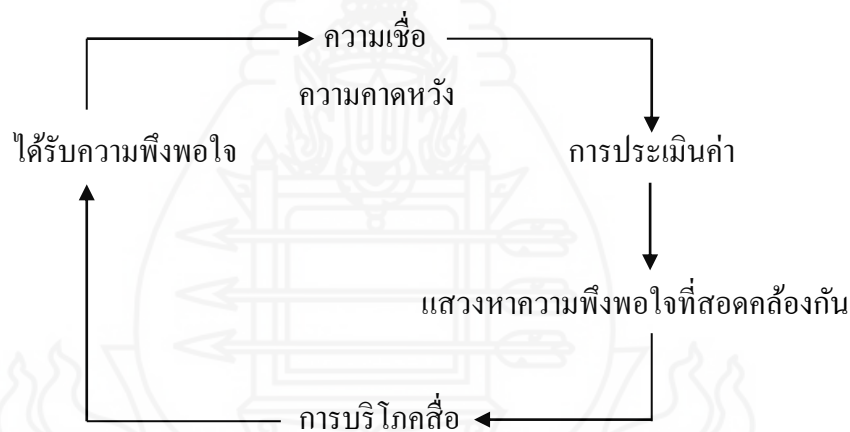
ความคาดหวังเป็นการตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีหน้าที่ หรือคุณสมบัติเฉพาะตัว หรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อก็คือความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอที่จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจแก่ตน และเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อนั้น ตลอดจนเป็นความรู้สึกที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของคน ในการที่จะตีความต่อสภาพแวดล้อมเพื่อให้ได้มาในสิ่งที่ตนต้องการ ส่วนความพึงพอใจในการติดต่อกับสื่อ คือ ความพึงพอใจในข่าวสารที่ได้รับ (Information Satisfaction) เพราะข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับนั้น ผู้รับสารสามารถนำไปใช้ในการตัดสินใจ และการปฏิบัติงานต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปได้ ดังนั้น ผู้รับสารจึงควรคำนึงถึงข่าวสารต่างๆ ว่า มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้

จากแนวความคิดที่กล่าวมา สามารถนำมาอธิบายแปรความคาดหวังของกลุ่มสมาชิกนิชยสารโลกทิพย์ในกรุงเทพมหานคร อันเนื่องจากการให้ได้มาซึ่งข่าวสารเรื่องต่างๆจึงมีความคาดหวังว่าจะได้รับข่าวสารจากสื่อ

นอกจากนี้ยังมีนักสื่อสารหลายท่าน ได้ให้ข้อเสนอและข้อคิดเห็นที่น่าสนใจอีก 3 ประการ

1) ความคาดหวัง (Expectancy) ได้แก่ การตระหนักว่าสิ่งใดสิ่งหนึ่งมีหน้าที่หรือคุณสมบัติเฉพาะตัวหรือพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ความคาดหวังที่บุคคลมีต่อสื่อ ก็คือความเชื่อของบุคคลที่ว่าสื่อนั้นมีศักยภาพพอ ที่จะให้ประโยชน์และความพึงพอใจแก่ตนและเป็นแรงจูงใจที่ทำให้บุคคลเปิดรับสื่อนั้น

เรย์เบิร์น และปาล์มกรีน (Rayburn and Palmgreen, 1985) ได้ร่วมศึกษาเกี่ยวกับการใช้สื่อและความพึงพอใจ และได้สร้างแบบจำลองขึ้นมาอีกแบบหนึ่ง เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆตามแนวคิดนี้เรียกว่า (Expectancy Value) ซึ่งมีรูปแบบดังนี้ คือ



ภาพที่ 2.3 กระบวนการของความพึงพอใจจากสื่อ

Rayburn และ Palmgreen อธิบายความเชื่อ (Beliefs) หรือ ความคาดหวัง (Expectations) เกี่ยวกับสื่อใดๆ ว่าสื่อชนิดนั้นๆ มีคุณลักษณะเฉพาะบางอย่างผสมผสานกับการประเมินค่า (Evaluation) ทางอารมณ์เกี่ยวกับคุณลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในสื่อนั้นเป็นตัวแปรที่สำคัญของแรงจูงใจ (Motive) ที่จะแสวงหาความพึงพอใจที่สอดคล้องกัน (Gratifications Sought) ทำให้เกิดการตัดสินใจที่จะใช้สื่อนั้นๆ และหากการบริโภคสื่อ (Media Consumption) ดังกล่าว ทำให้ได้รับความพอใจ (Perceived Gratifications Obtained) ผลนี้ก็จะย้อนกลับไปมีอิทธิพลต่อความเชื่อหรือความคาดหวังเกี่ยวกับสื่อ และเกิดการทำงาน

Rayburn และ Palmgreen อธิบายความหมายของความคาดหวัง (Expectations) ว่า หมายถึงความน่าจะเป็นที่ว่าการรับรู้ว่ามีสิ่งบางสิ่ง (Object) มีคุณลักษณะเฉพาะ หรือรับรู้ว่าการปฏิบัติบางอย่างจะให้ผลเฉพาะอย่างตามมา

จากแผนภาพจะเห็นได้ว่า การแสวงหาความพึงพอใจจากสื่อ เกิดจากความคาดหวัง และประเมินค่าของบุคคล การแสวงหาความพึงพอใจจะนำไปสู่การเปิดรับสื่อ ทำให้เกิดความพึงพอใจที่บุคคลได้รับ หรือเชื่อว่า ได้รับซึ่งจะส่งผลย้อนกลับไปสนับสนุนหรือเปลี่ยนแปลงความเชื่อ หรือความคาดหวังที่มีอยู่แต่เดิมของบุคคล ตัวอย่างเช่น หากบุคคลประเมินค่าข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ในปัจจุบันในทางบวก และคาดว่าหนังสือพิมพ์ก็ย่อมจะมีผลต่อผู้รับสาร กล่าวคือหากผู้รับสารได้รับข่าวสารที่คาดหมายไว้ ก็จะมีผลต่อความเชื่อเดิม โดยทั้งนี้หากผู้รับสารได้รับข่าวสารในระดับต่ำกว่า หรือสูงกว่าที่คาดหมายไว้ ก็จะมีผลต่อความเชื่อเดิม โดยทั้งนี้หากผู้รับสารได้รับข่าวสารในระดับต่ำกว่า หรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ ความเชื่อหรือความคาดหวังที่มีอยู่เดิมของผู้รับสารก็จะเปลี่ยนแปลงไป และส่งผลให้การแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับเหตุการณ์ปัจจุบันข่าวทางหนังสือพิมพ์เปลี่ยนแปลงไปด้วย

จุดมุ่งหมายของการทำนิตยสารโลกทิพย์มีความคาดหวังอยากให้บุคคลที่ไม่เชื่อว่าธรรมะมีผลต่อการปรับปรุงคุณภาพจริงให้เห็นถึงความสำคัญของธรรมะมากขึ้นทั้งนี้นอกการเผยแพร่ธรรมะแล้วการนำเสนอเรื่องราวของสิ่งศักดิ์สิทธิ์อภินิหารก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะนำผู้คนหันเข้าหาธรรมะหากเขียนแล้วนั้นเรื่องธรรมะอย่างเดียวผู้อ่านมักไม่สนใจ ดังนั้น จึงต้องมีอภินิหารเข้ามาก่อนพร้อมทั้งนำธรรมะเข้าไปแทรกเสมอ คณะผู้จัดทำนิตยสารโลกทิพย์มีความคาดหวังว่าการอ่านนิตยสารโลกทิพย์จะทำให้มีความสนใจในเรื่องของการปฏิบัติธรรมตามมาเมื่อได้อ่านหลักธรรมแล้วนำมาปฏิบัติก็แสดงให้เห็นความเป็นวิทยาศาสตร์ แสดงให้เห็นถึงความเป็นจริงของชีวิตแม้แต่พระพุทธองค์ทรงได้ตรัสรู้เอาไว้ให้เห็นถึงการเกิด แก่ เจ็บ ตาย ล้วนแล้วแสดงให้เห็นถึงความเป็นจริงของชีวิตที่ธรรมดา อ่านแล้วเป็นการเปิดความเร้นลับ ความเป็นธรรมชาติ เปิดความจริงแท้ของธรรมชาติให้เราได้รับรู้ คณะผู้จัดทำยังคาดหวังจากการนำเสนอเรื่องอภินิหารและพระเครื่องไว้ในนิตยสารโลกทิพย์เกี่ยวกับการแขวนพระเครื่องว่า พระเครื่องถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่เป็นจุดหนึ่งในการดึงดูดคนที่เพิ่งเริ่มสนใจธรรมะ ส่วนเรื่องปาฏิหาริย์ที่เกิดจากพระเครื่องนั้น ก็เป็นจุดเริ่มต้นของคนที่น่าสนใจในหลักพระธรรม ระยะเวลาหนึ่งถ้าพวกเขาศึกษาธรรมะได้สักช่วงหนึ่งก็จะทำให้เข้าใจหลักธรรม ประกอบกับเห็นพระเครื่องเป็นเพียงสิ่งที่เคารพบูชา ในที่สุดก็จะปล่อยวาง ไม่ต้องแขวนพระก็ได้ เพราะใจเป็นธรรมะแล้ว จุดมุ่งหมายของนิตยสารโลกทิพย์ คือ การเผยแพร่พระสัจธรรม ขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงประทานไว้ ออกเผยแพร่ธรรมะภาคปฏิบัติ

ให้เป็นที่ยอมรับแพร่หลายในหมู่นักวิทยาศาสตร์ในประเทศไทย ธรรมเนียมของกลาง ไม่มีการแบ่ง เชื้อชาติ เพศ ศาสนา วัยวุฒิปัญญา ทุกคนสามารถนำธรรมะเข้าสู่จิตใจของตนได้ทั้งสิ้น

2) ความพึงพอใจจากสื่อ (Gratification) คำว่า “ ความพึงพอใจ” หรือที่แปลมาจากภาษาอังกฤษที่ว่า “Gratification” เป็นคำที่น่าสนใจอย่างยิ่งในการศึกษานี้ ทั้งนี้ในภาษาไทยเมื่อเราพูดคำว่า “ความพึงพอใจ ซึ่งได้รับการเปิดสื่อ” สามารถตีความหมายได้ 2 ประเด็นด้วยกันได้แก่ (Palmgreen and Rayburn, 1985)

ประเด็นที่ 1 ความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อ (Gratification Sought) เป็นการมองในแง่ผลจากความเชื่อ หรือความคาดหวังของบุคคล ตลอดจนการประเมินค่าเกี่ยวกับความพึงพอใจที่สื่อจะให้ได้อันเป็นแรงจูงใจผลักดันให้บุคคลเปิดรับสื่อ หรือเนื้อหาประเภทต่างๆ นักทฤษฎีหลายท่านเรียกความพึงพอใจที่บุคคลแสวงหาจากสื่อนี้อีกอย่างหนึ่งว่า “ความพึงพอใจที่บุคคลคาดว่าจะได้รับจากสื่อ” หรือ(Perceived Gratification Obtained)

ประเด็นที่ 2 ความพึงพอใจที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Gratification Obtained) เป็นการมองในแง่ผลที่บุคคลได้รับจากสื่อ (Perceived Gratification Obtained) เนื่องจากความหมายในประเด็นนี้เน้นถึงการเป็นผู้กระทำของผู้รับสาร (Active Audience) ซึ่ง แสดงถึงพฤติกรรมต่างๆ ตามแรงจูงใจของตนเอง (Motivational Nature) และแนวความคิดของนักจิตวิทยาหลายคนที่ยืนยันว่าความสุขของมนุษย์เกิดจากการได้รับการตอบสนองความต้องการที่มีอยู่ ละความต้องการที่มีอยู่นี้เองจะเป็นตัวกระตุ้นหรือผลักดันให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม

3) โครงสร้างทางสังคม (Social Structure) การอธิบายถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถานการณ์ทางสังคมกับความต้องการในการเปิดรับสื่อ นั้น แคทซ์และคณะ (Katz and Others, 1974) กล่าวว่าเท่าที่มีผู้ศึกษาไว้พอจะสรุปได้ 5 ประการดังนี้

(1) สถานการณ์ทางสังคมมีความขัดแย้ง หรือวุ่นวายสับสน ทำให้บุคคลได้รับความตึงเครียดและแรงกดดัน บุคคลจึงต้องการผ่อนคลายแรงกดดันโดยการใช้สื่อ

(2) สถานการณ์ทางสังคมทำให้โอกาสในชีวิตจริงของบุคคล เกิดความรู้สึกตระหนักถึงปัญหาที่ควรระมัดระวัง บุคคลจึงต้องการข่าวสาร และ ข่าวสารเหล่านั้นก็ได้มาด้วยการเปิดรับสื่อ

(3) สถานการณ์ทางสังคมให้โอกาสในชีวิตจริงของบุคคล ที่จะสนองความต้องการต่างๆ ลดน้อย บุคคลจึงต้องหันไปใช้สื่อเพื่อชดเชยหรือทดแทนความต้องการเหล่านั้น

(4) สถานการณ์ทางสังคมทำให้เกิดค่านิยมบางประการ ซึ่งการใช้สื่อเป็นการแสดงถึงการยืนยันหรือกล่าวเสริมย้ำค่านิยมดังกล่าว

(5) สถานการณ์ทางสังคมให้เกิดความคาดหวัง เกี่ยวกับบทบาทของสื่อในการรักษาค่านิยมของการรวมกลุ่มทางสังคม

สมาชิกของนิตยสารโลกทิพย์มีความคาดหวังเบื้องต้นที่จะได้รับประโยชน์จากธรรมชาติของนิตยสารโลกทิพย์ได้นำเสนอเนื่องจากสภาพสังคมที่แสนจะวุ่นวายในปัจจุบัน คนไทยหลายคนหันมาพึ่งพิงจิตใจจากนิตยสารแนวธรรมะกันมากขึ้น ทำให้นิตยสารในหมวดนี้มียอดขายเติบโตมากขึ้น นิตยสารโลกทิพย์ได้ตอบสนองธรรมชาติของคนรุ่นใหม่และวัยทำงาน เป็นนิตยสารที่สร้างขึ้นด้วยจุดประสงค์เพียงสิ่งเดียว คือ การปลูกจิตสำนึกของชาวพุทธศาสนิกชน ให้ลุกขึ้นมาช่วยกันปกป้องและจรโลงพระพุทธรูปศาสนา ให้หยิ่งรักและยังยืนดังพระปณิธานของพระพุทธองค์ นิตยสารโลกทิพย์ได้พยายามเผยแพร่พระธรรม ความรู้ทางธรรมอันหลากหลายมุมมองและข้อคิดดีๆ ที่ทันสมัย พร้อมรูปแบบที่เต็มไปด้วยงานดีไซน์ ที่แปลกตา สวยงามทั้งจากบุคคลที่ไม่ใช่นักเขียนแต่มีประสบการณ์ทางธรรมะและนักเขียนชั้นนำผู้มีความรู้ทางธรรมหลายท่าน เพื่อตอบสนองความคาดหวัง ความต้องการของสมาชิกและผู้อ่านให้ได้มากที่สุด

จากทฤษฎีความคาดหวังจากสื่อ ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ให้ความสำคัญความพึงพอใจจากสื่อ (Gratification) ของสมาชิกนิตยสารโลกทิพย์ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในกรุงเทพมหานครว่ามีความพึงพอใจนิตยสารด้านรูปแบบและด้านเนื้อหาในระดับใด โดยเฉพาะด้านประเด็นที่สมาชิกหรือผู้อ่านได้รับความรู้และสารประโยชน์จากเรื่องมากที่สุดทำให้คณะผู้จัดทำนิตยสารโลกทิพย์มีความจำเป็นต้องพัฒนาตัวเองมุ่งแข่งขันเพื่อให้การบริการให้สมาชิกและผู้อ่านพึงพอใจ ทั้งนี้คณะผู้จัดทำนิตยสารโลกทิพย์ได้คำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ด้านบุคคลเพื่อจะให้การบริการ รูปแบบ เนื้อหาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้ศึกษาได้นำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษาความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของสมาชิกนิตยสารโลกทิพย์ เพื่อนิตยสารโลกทิพย์จะได้นำไปปรับปรุงข้อมูลในเนื้อหาสาระและรูปแบบในนิตยสารโลกทิพย์ให้ตรงกับความต้องการของสมาชิกนิตยสารโลกทิพย์ในเขตกรุงเทพมหานครมากยิ่งขึ้น

ผานิต ผิวสว่าง (2552) ได้ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคนิตยสารออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคนิตยสารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคมีอายุ 15 – 24 ปี สถานภาพโสด การศึกษาค่ำกว่าระดับปริญญาตรี กำลังอยู่ในช่วงนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และผู้บริโภคส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท ผู้บริโภค

มีพฤติกรรมการอ่านมีความถี่เฉลี่ยเท่ากับ 3 ครั้ง ต่อหนึ่งสัปดาห์ ระยะเวลาที่ผู้บริโภครอ่านนิตยสารออนไลน์ประมาณ 1 ชั่วโมง 9 นาที ช่วงเวลาประมาณ 19.01 – 24.00 น. นิยมอ่านนิตยสารเพื่อการท่องเที่ยว WWW.geocities.com ติดตามอ่านนิตยสารออนไลน์ประเภทบันเทิง แต่ไม่เป็นสมาชิกนิตยสารออนไลน์

ทัศนคติที่มีต่อนิตยสารออนไลน์เมื่อเทียบกับนิตยสารแบบรูปเล่มด้านเนื้อหาของนิตยสารออนไลน์ อยู่ในระดับเหนือกว่า รองลงมาได้แก่ ความทันสมัยของเนื้อหา นิตยสารออนไลน์ ความหลากหลายของนิตยสารออนไลน์ และความน่าสนใจของนิตยสารออนไลน์ ตามลำดับ

ทัศนคติที่มีต่อนิตยสารออนไลน์เมื่อเทียบกับนิตยสารแบบรูปเล่มทัศนคติด้านการออกแบบ อยู่ในระดับเหนือกว่า รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการใช้งานนิตยสารออนไลน์โดยไม่ต้องพกพานิตยสารรูปเล่ม อยู่ในระดับเหนือกว่า ภาพประกอบเนื้อหาชัดเจนเหมือนจริง การแบ่งหมวดหมู่เนื้อหาชัดเจนของนิตยสารออนไลน์และความสวยงามของรูปเล่มนิตยสารออนไลน์ ตามลำดับทัศนคติที่มีต่อนิตยสารออนไลน์เมื่อเทียบกับนิตยสารแบบรูปเล่มด้านการปฏิสัมพันธ์กับผู้อ่าน อยู่ในระดับเหนือกว่า รองลงมา ได้แก่ ข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ ที่ได้จากนิตยสารออนไลน์ ความรู้แปลกใหม่ที่ได้จากนิตยสารออนไลน์และความน่าสนใจของกิจกรรมร่วมสนุกชิงรางวัลของนิตยสารออนไลน์ตามลำดับ

วุฒิชัย ผาสุกกานนท์ (2542) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกชมรายการพระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า รายการโทรทัศน์ที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ รายการข่าว รายการละครเพลง และภาพยนตร์เรื่องยาว แต่รายการธรรมะได้รับความนิยมน้อยที่สุด ช่วงเวลาค่าเป็นต้นไปเป็นช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมโทรทัศน์มากที่สุด ขณะที่รายการพระพุทธศาสนาส่วนใหญ่ออกอากาศในช่วงเวลาที่กลุ่มตัวอย่างไม่สะดวกแลส่วนใหญ่มักรับชมรายการพระพุทธศาสนาบ่อย คือ ประมาณ 1-2 ครั้งต่อเดือน ปัจจัยของรายการที่มีผู้ชมชื่นชอบมากที่สุด คือ ด้านรูปแบบวิธีนำเสนอรายการพระพุทธศาสนา โดยรูปแบบที่ชื่นชอบมากที่สุด คือ แบบธรรมบรรยายล้วนและแบบละครธรรม ซึ่งได้รับความนิยมในสัดส่วนที่เท่ากัน ขณะที่วิทยากรหรือผู้บรรยายที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด คือ พระพยอม กัลยาโณ วัดสวนแก้ว รายการธรรมะรับอรุณที่ออกอากาศในตอนเช้า เป็นรายการพระพุทธศาสนาที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบมากที่สุด ผลการวิเคราะห์อันดับความชื่นชอบรายการตามหา...แก่นธรรม ที่ออกอากาศในช่วงเวลา 20.30 น. พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นรายการที่นิยมอันดับที่ 3 มากที่สุด

วัชรียา อานามวัฒน์ (2534) ศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ ศึกษาเฉพาะรายการธรรมะพระพยอมกับนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยที่น่าสนใจ พบว่า ร้อยละ 84.6 เคยชมรายการ

ธรรมะพระพยอม เนื่องจากรูปแบบที่มีทั้งเนื้อหาสาระและความบันเทิง สามารถนำมาใช้ประโยชน์ และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้ และรูปแบบของการสอนธรรมะที่สอดคล้องกับยุคสมัย เพื่อดึงดูดผู้ชมและผู้ฟัง อีกทั้งเวลาในนำเสนอสะดวกที่จะติดตามชม คือ ทุกวันอาทิตย์ เวลา 11.30 น. ทางไทยทีวีสี ช่อง 3

รวิกรณ์ วุฒกรณัณท์ (2552) ได้ศึกษาเรื่องการเปิดรับสาร การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจที่มีต่อรายการโทรทัศน์ กรรมลิขิต ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร งานวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นในช่วงกระแสสูงของรายการธรรมะทางโทรทัศน์ถึง 28 รายการ แต่ทว่าในเชิงคุณภาพแล้ว รูปแบบและเนื้อหารายการเกือบทั้งหมดจะยังคงเหมือนกัน รวมทั้งช่วงเวลาที่นำเสนอก็ยังเป็นแบบแผนเดียวกันคือระหว่าง 04.00-06.00 น. ซึ่งไม่สะดวกต่อการรับชม

อย่างไรก็ตาม ยังมีรายการโทรทัศน์รายการหนึ่งที่แตกต่างออกมาจากรายการธรรมะอื่นๆ คือ รายการ กรรมลิขิต มีรูปแบบการนำเสนอที่แตกต่างออกไป กล่าวคือ ได้เชิญแขกรับเชิญเจ้าของเรื่องราวและผู้ที่ได้ประสบกับเหตุการณ์ด้วยตนเองหรือพบเห็นเหตุการณ์เกี่ยวกับการกระทำกรรม มาเป็นผู้เล่าเรื่องโดยใช้การจำลองเหตุการณ์จริงหรือการแสดงละคร และพิธีกรประจำรายการเป็นผู้มาเชื่อมโยงและสรุป สำหรับช่วงเวลาก็คือเป็นทุกวันอังคาร เวลา 21.20 น. ทางช่อง 5 ซึ่งนับว่ายังเป็นช่วงเวลาไพร์ไทม์ (ซึ่งช่องอื่นๆ กำลังนำเสนอละครหลังข่าวอยู่) รายการนี้ได้รับความนิยมระดับที่มีเรตติ้งสูงเทียบเท่าละครหลังข่าว

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิเคราะห์ผู้ชมรายการนี้โดยใช้ทฤษฎีการใช้ประโยชน์เป็นแนวทางนำ ผู้วิจัยได้สำรวจผู้ชมรายการนี้ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

1) โฉมหน้าของผู้ชมรายการนี้เป็นใคร ในแง่เพศปรากฏว่า เป็นผู้หญิง 2 ใน 3 (ซึ่งแปลว่าผู้หญิงมีความสนใจศาสนาในแง่หลักแห่งกรรมค่อนข้างสูง) และเป็นคนรุ่นหนุ่มสาวอายุ 18-30 ปี มีถึง 58 % จบปริญญาตรีครั้งหนึ่ง เป็นนักเรียนและรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (เข้าใจว่าเป็นกลุ่มเพิ่งเริ่มเข้าทำงาน) เป็นส่วนใหญ่ (60%) รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท – 15,000 บาท รวม 70% (ยังมีรายได้น้อย) กล่าวคือเป็นชนชั้นกลางรุ่นหนุ่มสาวนั่นเอง

2) พฤติกรรมการเปิดรับ ในขณะที่รายการ กรรมลิขิต มีทุกสัปดาห์เดือนละ 4 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จะมีการชมบ้าง (เดือนละ 1-2 ครั้ง) ทั้งนี้ น่าจะเนื่องจากช่วงเวลาจะชนกับละครหลังข่าวซึ่งน่าจะเป็นรายการประจำของผู้ชมกลุ่มนี้ แต่หากได้เปิดชม 1 ใน 3 ก็จะตั้งใจดู (เป็นช่องมีโฆษณาเท่านั้น) ส่วนอีกใน 1 ใน 3 ก็จะชมแบบเรื่อยๆ ซึ่งผู้วิจัยสรุปภาพรวมว่า แม้ว่าเรตติ้งรายการจะสูง แต่ทว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ก็เปิดรับชมแบบไม่มากนัก

3) การวัดความพึงพอใจ ผู้วิจัยวัดความพึงพอใจใน 2 มิติ คือ ด้านรูปแบบ การนำเสนอ และด้านเนื้อหา โดยภาพรวมแล้ว ผู้ชมรายการจะมีความพึงพอใจในระดับมาก และเมื่อแยกดูรูปแบบและเนื้อหา พบว่า ในด้านรูปแบบ ผู้ชมจะพึงพอใจตัวพิธีกรมากที่สุดรวมทั้งพอใจแขกรับเชิญด้วย นอกจากนั้นก็จะพึงพอใจรูปแบบการนำเสนอที่ใช้การแสดงเหตุการณ์จำลองซึ่งผลดีกว่าการเชิญแขกรับเชิญมานั่งเล่าเหตุการณ์ แต่ด้านที่พอลน้อยก็คือระยะเวลาในการออกอากาศ ซึ่งใช้เวลา 40 นาที ในด้านเนื้อหา เนื่องจากรายการนี้ได้ขยายแนวคิดเรื่อง กรรม ที่ถือว่าเป็นบาป เช่น กรรมที่กระทำกับบิดา มารดา การทำแท้ง การหลอกหลำ ซึ่งน่าสังเกตว่า เนื้อหาเหล่านี้มีความสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มผู้ชมที่เป็นคนหนุ่มสาว ซึ่งจะต้องพบกับปัญหาดังกล่าว และเป็นเนื้อหาที่เป็นรูปธรรม ดังนั้นผู้ชมจึงมีความพึงพอใจในเนื้อหาอย่างมาก

4) การวัดการนำไปใช้ประโยชน์ ผู้ชมรายการส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากรายการในระดับมาก โดยการนำไปใช้ทั้งด้านความรู้และการกระทำ กล่าวคือ ทำให้ได้ทราบถึงเรื่อง ผลกรรมจากการกระทำชั่วและรู้จักยับยั้งชั่งใจมากขึ้นเมื่อคิดจะกระทำผิด และยังเป็นการเรียนรู้คำสอนพุทธศาสนาด้วยตนเองผ่านรายการโทรทัศน์

พระมหาสำราญน้อย ภิรมฺโม (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ศึกษาการเขียนบทสุนทรพจน์เพื่อใช้ในการเผยแผ่พุทธธรรม เพราะเล็งเห็นว่า การเผยแผ่ธรรมในปัจจุบันพระสงฆ์ได้ใช้รูปแบบการเผยแผ่ธรรมด้วยวิธีการเขียนมากขึ้น ซึ่งการเขียนบทสุนทรพจน์ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งในการเผยแผ่ที่ประยุกต์หลักพุทธธรรม เพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตและแก้ปัญหาสังคมได้ ผลการวิจัยพบว่า การเขียนบทสุนทรพจน์เป็นส่วนสำคัญในการเผยแผ่พระพุทธศาสนาที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นการประคิษฐ์ด้วยถ้อยคำอย่างไพเราะ จนทำให้เกิดศรัทธาและนำหลักพุทธธรรมไปใช้ใน ชีวิตประจำวันได้

ชยุดรา สิริไกรวัฒนวงศ์ (2541) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับ การคาดหวัง ประโยชน์ และความพึงพอใจของผู้อ่านนิตยสารแนวธรรมะ และแนววิถีปฏิบัติ โดยศึกษาจากสมาชิกผู้อ่านนิตยสารแนวธรรมะ และแนววิถีปฏิบัติ ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขต กรุงเทพมหานคร และในเขตปริมณฑล(นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ) จำนวน 291 คน ในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (survey research) จากการศึกษาพบว่า นิตยสารแนวศักดิ์สิทธิ์เกิดมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2526 โดยประมวลเนื้อหาที่ครอบคลุม มิติโลกแห่งศาสนา อย่างกว้างขวางนับตั้งแต่ ประวัติของพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียงในด้านต่างๆ หรือพระสงฆ์สายวิปัสสนาที่เชี่ยวชาญทางสมาธิและ ธรรมะ และนิตยสารประเภทนี้ได้ยื่นหยัดสืบทอดต่อเนื่องมาจนมีการแตกตัวออกไปเป็นนิตยสาร ธรรมะและนิตยสารแนวปฏิบัติในชั้นต่อมาจนกระทั่งครั้งหลังของทศวรรษ 2530 ที่มีข่าวไม่ดี งามของพระสงฆ์ทำให้ยอดจำหน่ายของนิตยสารแนวนี้นลดจำนวนผู้อ่านลงไป ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจ

จะสำรวจทัศนคติของกลุ่มผู้อ่านนิตยสารประเภทนี้ซึ่งในขั้นต้นผู้วิจัยระบุว่า กลุ่มคนอ่านหนังสือแนวนี้นี้อาจครอบคลุมตั้งแต่พระสงฆ์ ผู้ปฏิบัติธรรม ผู้สนใจด้านปฎิหาริย์ ผู้สนใจเครื่องรางของขลัง และพระเครื่อง รวมทั้งผู้ประกอบธุรกิจการค้าต่างๆ โดยผู้วิจัยได้ออกแบบแยกผู้รับสารเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้อ่านที่เป็นสมาชิกนิตยสารแนวธรรมะ (นิตยสารโลกทิพย์และนิตยสารกัลยาณมิตร) และกลุ่มผู้อ่านนิตยสารแนวปฎิหาริย์ (คือ นิตยสารศักดิ์สิทธิ์และโลกลับ) ที่คัดเลือกมาได้ 291 คน (ในกรุงเทพมหานคร) เพื่อที่ว่าพวกเขาเป็นใครและมีพฤติกรรมเปิดรับ ความคาดหวังและความพึงพอใจในนิตยสารเหล่านี้ได้อย่างไร (นิตยสารทั้ง 4 เล่มนี้ มีอายุยาวนานกว่า 10 ปี) ผลการศึกษา พบว่า โฉมหน้าของผู้อ่านนิตยสารศาสนาทั้ง 4 เล่ม ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย มีอายุระหว่าง 40-49 ปี เป็นส่วนใหญ่ กลุ่มผู้อ่านนิตยสารแนวธรรมะจะมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่ระดับอนุปริญญา ส่วนผู้อ่านนิตยสารแนวปฎิหาริย์จะจบปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ และพบผู้ประกอบอาชีพค้าขายมากที่สุด (ซึ่งเป็นอาชีพที่มีความเสี่ยงในชีวิตประจำวันอย่างมาก) กล่าวโดยสรุปคือ เป็นชนชั้นกลางระดับล่าง อยู่ในวัยผู้ใหญ่ที่มีวุฒิภาวะแล้ว แม้ว่ากลุ่มผู้อ่านทั้ง 2 กลุ่ม จะมีความสนใจในศาสนาเหมือนกันแต่พวกเขาก็มีความแตกต่างกันในแง่ ขั้ว / ปีกของศาสนา ที่สนใจนั้น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเปรียบเทียบพฤติกรรม และรสนิยมการอ่านของทั้ง 2 กลุ่ม ดังนี้

- 1) ในแง่จำนวนหน้า ปริมาณการอ่าน กลุ่มสนใจธรรมะจะอ่านในปริมาณที่มากกว่า กลุ่มสนใจปฎิหาริย์จะเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์กับเนื้อหาที่สนใจเท่านั้น
- 2) ในแง่ความตั้งใจในการอ่าน กลุ่มสนใจธรรมะจะอ่านแบบตั้งใจมากกว่าอ่านหมดทั้งเล่ม กลุ่มสนใจธรรมะจะอ่านแบบตั้งใจมากกว่า เช่น อ่านหมดทั้งเล่ม กลุ่มปฎิหาริย์จะเลือกอ่านเฉพาะคอลัมน์และเนื้อหาที่สนใจเท่านั้น
- 3) ในแง่ความเชื่อถือในเนื้อหา กลุ่มอ่านนิตยสารแนวธรรมะจะเชื่อถือเนื้อหามากกว่า กลุ่มอ่านนิตยสารซึ่งเชื่อครึ่งไม่เชื่อครึ่ง ทั้งนี้เหตุผลหลักน่าจะมาจากลักษณะของเนื้อหาศาสนา นั่นเอง

แม้จะมีความแตกต่างกันในแง่มุมต่างๆระหว่างผู้อ่านนิตยสารทั้ง 2 กลุ่ม แต่ทว่า ลักษณะเด่นร่วมกันของผู้อ่านนิตยสารศาสนาทั้ง 2 กลุ่ม ก็คือ มีความสนใจในเนื้อหา มากกว่ารูปแบบทั้งนี้ น่าจะเป็นรสนิยมเฉพาะกลุ่มของผู้อ่านนิตยสารศาสนา (อันเนื่องมาจากเพศ อายุ ลักษณะทางชนชั้น) และเนื่องจากนิตยสารแนวนี้นี้สามารถช่วยผ่อนคลายปัญหาจากชีวิตจริง (อาชีพ การงาน) ที่ตึงเครียดไปได้ และคาดหวังจะได้สารประโยชน์จากตัวนิตยสารเพิ่มขึ้น ผู้อ่านทั้ง 2 กลุ่ม อยู่ในระดับใกล้เคียงกันมีความพึงพอใจที่จะได้รับสารประโยชน์ และความรู้ในเรื่องราวต่างๆมากขึ้น แต่ยังมี การคาดหวังที่จะได้รับความรู้ยิ่งขึ้นไปอีก งานวิจัยดังกล่าวนี้ ทำให้ผู้วิจัยมองเห็น แนวโน้มของนิตยสารดังกล่าวว่า มีโอกาสเติบโตเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากผู้อ่านมีการใช้ประโยชน์มาก

ขึ้นและมีการคาดหวังที่จะได้ความรู้เพิ่มขึ้น งานวิจัยดังกล่าวนี้จึงมีความสอดคล้องกับตัวแปรของ
ผู้วิจัยทั้งในส่วนปัจจัยต่างๆที่ทำให้เกิดความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของสมาชิกของนิตยสาร
โลกทิพย์ในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงได้นำผลการวิจัยและแนวคิดมาประกอบในการวิจัยครั้งนี้

อรณี ผุ้วรรณลักษณ์ (2537) ศึกษาการเปิดรับ การคาดหวังประโยชน์ และความพึง
พอใจในรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนาในกรุงเทพมหานคร
ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 322 คน พบว่า เพศ อายุ อาชีพ และสถานภาพทางครอบครัว มีความสัมพันธ์
กับการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา โดยเพศชาย
เปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าเพศหญิง อายุมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการเปิดรับ
รายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ ผู้ประกอบอาชีพข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และข้าราชการ
บ้านนอกเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าอาชีพอื่น ผู้ที่มีสถานภาพครอบครัวเป็นหม้าย
แยกกันอยู่ หย่า เปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพครอบครัวที่สมบูรณ์

การคาดหวังประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์เพื่อ
คาดหวังประโยชน์ที่จะแสวงหาความรู้ทางพระพุทธศาสนามากที่สุด

การเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของสมาชิก
ชมรมทางพระพุทธศาสนา นั่นคือ เมื่อสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนามีการคาดหวังประโยชน์ที่
ได้จากสื่อเข้าไปสู่พฤติกรรมการเปิดรับรายการธรรมะทางสื่อโทรทัศน์ ยังผลให้เกิดความพึงพอใจที่
ได้รับจากการเปิดรับรายการธรรมะนั้น

การคาดหวังประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจจากการเปิดรับรายการธรรมะ
ทางสื่อโทรทัศน์ของสมาชิกชมรมทางพระพุทธศาสนา โดยสมาชิกชมรมส่วนใหญ่ชมรายการ
ธรรมะสื่อทางโทรทัศน์เพื่อการคาดหวังประโยชน์ในแง่ของการแสวงหาความรู้ทางด้าน
พระพุทธศาสนา ซึ่งอาจนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้และในทำนองเดียวกันสมาชิกชมรม
ทางพระพุทธศาสนาได้รับความพึงพอใจในด้านที่ทำให้มีความรู้ทางพระพุทธศาสนามากขึ้น
เช่นกัน

บุญพา สันทาย (2540) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยการสื่อสารที่มีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจซื้อนิตยสารสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

1) เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลกับความถี่และ
ปริมาณในการซื้อนิตยสารสตรีของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ
ความเชื่อมั่น 95% แต่อาชีพและรายได้ไม่มีความสัมพันธ์กับปริมาณในการซื้อนิตยสารสตรีอย่าง
ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2) เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีผลกับทัศนคติที่มีต่อนิตยสารสตรีในปัจจุบัน ไม่มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

3) ส่วนผสมทางการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารสตรีสามารถจำแนกได้ดังนี้

(1) เพศ อายุ สถานภาพการสมรส และระดับการศึกษาไม่มีผลต่อสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมไปซื้อนิตยสารสตรี แต่อาชีพและรายได้มีผลกับสถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างนิยมไปซื้อนิตยสารสตรี อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 95% กล่าวคือ ทั้งอาชีพและรายได้ของกลุ่มตัวอย่างจะเป็นตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลทำให้กลุ่มตัวอย่างไปเลือกซื้อนิตยสารสตรีจากสถานที่สถานที่หนึ่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพใด และมีรายได้เท่าใด

(2) เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ ไม่มีผลทางสถิติกับส่วนผสมของการสื่อสารทางการตลาดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งอาชีพจะเป็นที่สำคัญที่มีอิทธิพลทำให้กลุ่มตัวอย่างมีผลต่อการตัดสินใจซื้อนิตยสารสตรี ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพใด

วัชรียา อานามวัฒน์ (2534) ศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์เพื่อการใช้ประโยชน์และการตอบสนองความต้องการ ศึกษาเฉพาะรายการธรรมะของพระพยอม กับนักเรียนมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยที่น่าสนใจพบว่า ร้อยละ 84.6 เคยชมรายการธรรมะของพระพยอม เนื่องจากรูปแบบ เนื้อหาสาระและความบันเทิง สามารถนำมาใช้ประโยชน์และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้ และรูปแบบของการสอนธรรมะที่สอดแทรกมุขตลกขบขันเพื่อดึงดูดผู้ชมและผู้ฟัง อีกทั้งเวลาในการนำเสนอสะดวกที่จะติดตามชม คือ ทุกวันอาทิตย์เวลา 11.30 น. ทางไทยทีวีสีช่อง 3

สุพจน์ กุลปรารักษ์ทอง (2529) ศึกษาพฤติกรรมเกี่ยวกับการซื้อวารสารสตรีของสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้กลุ่มตัวอย่าง 500 คน ในการตอบแบบสอบถาม รวมทั้งการสัมภาษณ์บรรณาธิการ ตลอดจนสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับวงการวารสาร ผลสรุปจากการวิจัยในครั้งนี้ทำให้ทราบว่า เนื้อหาสาระในวารสารเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการซื้อวารสารสตรีเป็นประจำมากที่สุด โดยเฉพาะคอลัมน์ที่เกี่ยวกับนวนิยาย เรื่องสั้น เรื่องแปล รองลงมาเป็นปัจจัยด้านราคา เหตุผลส่วนใหญ่ในการซื้อวารสารสตรีมาอ่านคือ ต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดจากชีวิตประจำวัน

เด่นเดือน เหลืองแข็ง (2538) ได้ศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ในการสนับสนุนวัฒนธรรมการเลี้ยงชีพจากตัวเลข โดยการวิเคราะห์จากนิตยสาร และสิ่งพิมพ์ที่มีเนื้อหาในการชี้้นำการเลี้ยงชีพจากตัวเลข โดยเฉพาะ ผลของการวิจัย พบว่า สื่อดังกล่าวได้มีบทบาทเฉพาะด้านในการตอกย้ำบรรทัดฐานในสังคมอย่างหนึ่ง คือ การทำหน้าที่ในการตอกย้ำค่านิยมเกี่ยวกับความเชื่อในสิ่ง

ศักดิ์สิทธิ์ จากการนำเสนอเรื่องราวที่แปลกประหลาดมหัศจรรย์ผิดธรรมชาติ อิทธิปาฏิหาริย์ของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ต่างๆ ที่บันดาลโชคลาภให้กับผู้อ่าน

งานวิจัยของ เคนเดียน เหลืองเซ็ง แสดงให้เห็นว่า สื่อมวลชนได้มีบทบาทในการตอกย้ำค่านิยมความเชื่อในสังคมไทยในเรื่องของไสยศาสตร์ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และนิยายสารแนวไสยศาสตร์ เคนเดียนก็ได้ให้นิยามสารประเภทนี้มาวิเคราะห์เช่นกัน นอกเหนือจากการนำเสนอเรื่องไสยศาสตร์ เรื่องบาป-บุญ เวรกรรมแล้วยังมีการสอดแทรกเนื้อหาที่เป็นการขึ้นการเสี่ยงโชคจากตัวเลขอีกด้วย ประชาชนจึงยังให้ความสนใจ มีการใช้ประโยชน์จากสื่อดังกล่าว เพราะมีความเชื่อว่าสิ่งศักดิ์ จะสามารถทำให้ตนมีโชคลาภ จนนำไปสู่การแสวงหาโชคลาภ ผู้วิจัยจึงนำผลการวิจัย และแนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อของผู้รับสารมาประกอบการวิจัยในครั้งนี้

สุปราณี เทียนเล็ก (2551) งานวิจัยเรื่องพฤติกรรมการอ่าน การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจที่มีต่อหนังสือธรรมะประยุกต์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มาของความสนใจในเรื่องนี้เกิดมาจากปรากฏการณ์การขายตัวของหนังสือธรรมะในช่วงปี พ.ศ. 2545 ที่มากขึ้นอย่างน่าสังเกต (รวมทั้งส่งผลต่อการขยายตัวในธุรกิจต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น มีสำนักพิมพ์ที่พิมพ์หนังสือธรรมะเป็นพิเศษ) ผู้วิจัยอธิบายว่า ปรากฏการณ์นี้น่าจะเกิดมาจากทั้ง 2 ปัจจัยที่มาพบกัน ด้านหนึ่งด้านอุปสงค์ (demand) เนื่องจากหลังวิกฤติเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ผู้คนโดยเฉพาะกลุ่มที่มีการศึกษาสมัยใหม่ เริ่มหันมาหาศาสนาเป็นเครื่องบรรเทาความวิตกกังวลในความผันผวนทางเศรษฐกิจมากขึ้น อีกปัจจัยหนึ่งคือด้านอุปทาน (supply) ที่หนังสือธรรมะเองก็มีการปรับตัวทั้งด้านเนื้อหาและด้านรูปแบบ ที่เรียกว่าเป็นหนังสือธรรมะประยุกต์

นอกจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวแล้ว ผู้วิจัยยังตั้งข้อสังเกตว่า ตามปกติหนังสือธรรมะนั้นนั้นมักจะเป็นของกลุ่มคนแก่กับคนเฒ่าคนแก่ แต่สำหรับหนังสือประเภทธรรมะประยุกต์นี้ได้ขยายกลุ่มผู้อ่านออกไปถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ด้วย โดยอาศัยทฤษฎีการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ ผู้วิจัยจึงต้องการจะค้นหาว่า กลุ่มผู้อ่านกลุ่มนี้เป็นใคร มีพฤติกรรมการอ่านหนังสือประเภทนี้อย่างไร และมีความพึงพอใจหรือไม่ ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลการวิจัยคือ

1) เพศของกลุ่มผู้อ่าน มีเพศหญิงมากกว่าผู้ชายด้วยสัดส่วน 2:1 ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจทุกครั้ง

2) อายุของกลุ่มผู้อ่านมีอายุระหว่าง 15-29 ปี มีจำนวนรวมกันถึง 90% ซึ่งตรงกับการคาดคะเนที่เกริ่นเอาไว้ว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่จะเปิดรับหนังสือธรรมะประยุกต์มากขึ้น นอกจากนี้ตัว

แปรอายุก็ยังผันแปรไปกับปริมาณพฤติกรรมการอ่าน กล่าวคือ ยิ่งมีอายุมากขึ้น ก็จะยิ่งอ่านหนังสือธรรมะมากขึ้นไปด้วย

3) ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ 3 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ กลุ่มตัวอย่างเกือบ 80% มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

4) พฤติกรรมการอ่าน กลุ่มตัวอย่างอ่านหนังสือประเภทนี้ไม่มากนัก เพียง 1-2 เล่ม/สัปดาห์ และอ่านครั้งละ 30 นาที - 1 ชั่วโมงเท่านั้น และที่น่าสนใจก็คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักอ่านหนังสือธรรมะหน้าใหม่ ซึ่งเพิ่งเริ่มอ่านมาได้เพียง 1-2 ปีและจะอ่านเมื่อมีเวลาหรือเครียดไม่สบายใจ

5) นักเขียนที่ชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ พระพยอม กัลยาโณ และท่าน ว.วชิรเมธี ซึ่งช่วยตอกย้ำอีกครั้งว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นคนรุ่นใหม่ชนชั้นกลางระดับล่างที่ทันสมัย

6) การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ กลุ่มตัวอย่างรายงานว่าได้รับความพึงพอใจและได้ใช้ประโยชน์จากหนังสือธรรมะประยุกต์มากที่สุด โดยใช้ประโยชน์จากการมีเนื้อหาที่หลากหลายหรือช่วยตอกย้ำในที่สุด อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยได้แสดงว่า การนำไปใช้ประโยชน์ได้มากน้อยไม่ได้ขึ้นอยู่กับปริมาณการอ่านมากน้อย หากแต่อยู่ที่การจับประเด็นที่สนใจได้มากกว่า

จรัล มานตรี (2538) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการเปิดรับ ความพึงพอใจในการอ่านวารสารประเภทอาชญากรรมกับทัศนคติต่อพฤติกรรมก้าวร้าวของวัยรุ่นในชุมชนแออัด: กรณีศึกษาวารสาร “อาชญากรรม” และ “191” กับวัยรุ่นในชุมชนแออัดคลองเตย กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ วัยรุ่นอายุระหว่าง 10 - 21 ปี ในชุมชนแออัดคลองเตย จำนวน 200 คน ผลการวิจัยพบว่า

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้านการพักอาศัยกับพ่อแม่ พ่อหรือแม่และญาติพี่น้อง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการอ่านวารสารในช่วงระยะเวลาที่สั้นกว่ากลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่กับญาติพี่น้อง ส่วนลักษณะประชากรด้านการศึกษามีความสัมพันธ์กับกรได้มาซึ่งวารสารคือ ผู้ที่มีการศึกษาดำรงระดับการศึกษา 6 มีแนวโน้มการได้มาซึ่งวารสารจากการซื้ออ่านเองสูงกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาสูง และกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สูงอายุจะซื้ออ่านเองมากกว่ากลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุอื่นๆ

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีระดับความพึงพอใจในวารสารน้อย จะมีระดับความผูกพันในครอบครัวต่ำ กล่าวคือ ยิ่งมีความผูกพันในครอบครัวสูงก็จะมีแนวโน้มว่าความพึงพอใจในวารสารประเภทอาชญากรรมก็จะมีน้อยลง

เจนิสตาร์ รักยสิริโสภา (2553) งานวิจัยเรื่องความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์ของผู้ชมแต่ละระดับที่มีต่อรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทย เป็นการศึกษาผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยทั้ง3ระดับคือ ระดับสูง ระดับกลางและระดับล่างมีความพึงพอใจและการใช้

ประโยชน์แต่ละรายการแตกต่างกันเนื่องจากมีปัจจัยที่ต่างกัน เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ ส่งผลให้ผู้ชมแต่ละระดับมีการเปิดรับสารและเลือกรับสารแตกต่างกันทั้งยังมีปัจจัยเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างบุคคลเป็นตัวการสำคัญในการเลือกรับข้อมูลต่างๆ ดังนั้นจึงส่งผลให้ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยแต่ละระดับนำประโยชน์ที่ได้รับจากการชมรายการไปใช้ในลักษณะที่ต่างกัน

ความพึงพอใจที่มีต่อรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยของผู้ชมแต่ละรายการแตกต่างกันออกไปโดยมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ เป็นต้น ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มบุคคลในระดับสูงโดยมากคือระดับผู้บริหารมีความพึงพอใจรายการพินิจนครในด้านเนื้อหาและรูปแบบของรายการ ด้านพิธีกรและด้านอื่นๆ เช่น เวลาในการออกอากาศ กลุ่มบุคคลระดับกลางโดยมากเป็นพนักงานบริษัทมีความพึงพอใจรายการวิกสยาม ในด้านเนื้อหา รูปแบบรายการ ด้านพิธีกร เพราะเป็นรายการสาระบันเทิง ที่นำเสนอเรื่องราวขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตผู้คนในอดีต และกลุ่มบุคคลระดับล่างโดยมากเป็นกลุ่มคนผู้ใช้แรงงานมีความพึงพอใจ รายการกัศดาการบ้านทุ่ง ด้านเนื้อหา รูปแบบรายการ พิธีกร เพราะเห็นว่ารายการมีเนื้อหา สาระเป็นประโยชน์ต่อตนเองและเป็นรายการเกษตรในระดับพื้นบ้าน ช่วยสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นตลอดจนช่วยปลูกฝังจิตสำนึกรักบ้านเกิดให้เกิดขึ้นด้วย

การใช้ประโยชน์ที่ได้จากการชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยของผู้ชมแต่ละรายการแตกต่างกันออกไปโดยมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และประสบการณ์ เป็นต้น ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ชมในระดับสูงโดยมากคือระดับผู้บริหารเลือกใช้ประโยชน์จากการชมรายการพินิจนครในด้านเนื้อหาและรูปแบบของรายการ ด้านพิธีกร และด้านอื่นๆ เช่น เวลาในการออกอากาศ กลุ่มผู้ชมระดับกลางโดยมากเป็นพนักงานบริษัทเลือกใช้ประโยชน์จากชม รายการวิกสยาม ในด้านเนื้อหา รูปแบบรายการ ด้านพิธีกร เพราะเป็นรายการสาระบันเทิง ที่นำเสนอเรื่องราวขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตผู้คนในอดีต และกลุ่มบุคคลระดับล่างโดยมากเป็นกลุ่มคนผู้ใช้แรงงานเลือกใช้ประโยชน์จากการชม รายการกัศดาการบ้านทุ่ง ด้านเนื้อหา รูปแบบรายการ พิธีกร เพราะเห็นว่ารายการมีเนื้อหา สาระเป็นประโยชน์ต่อตนเองและเป็นรายการเกษตรในระดับพื้นบ้านช่วยสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นตลอดจนช่วยปลูกฝังจิตสำนึกรักบ้านเกิดให้เกิดขึ้นด้วย

การศึกษา พบว่า ผู้ชมรายการส่งเสริมวัฒนธรรมนั้นเลือกชมรายการที่ตนมีความสนใจอยู่เดิมแล้วหากรายการไหนไม่อยู่ในความสนใจก็เพียงเปิดผ่านๆ ไปเท่านั้น การเปิดรับชมรายการต่างๆ จึงแตกต่างกันไปเพราะแต่ละรายการมีประโยชน์ที่ต่างกันไปตามเชียวกัน

พวงทอง อังกาบ (2538) ได้ศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการเผยแพร่พระพุทธศาสนาทางโทรทัศน์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมรายการธรรมะทางโทรทัศน์แบบนานๆ ครั้ง แต่ในทางจิตสำนึกแล้ว คนกรุงเทพมหานครก็ยังเห็นว่าจำเป็นต้องมีรายการธรรมะทางโทรทัศน์ และเห็นว่า ปริมาณรายการธรรมะที่มีอยู่น้อยเกินไป ประชาชนยังมีข้อเสนอแนะอีกว่า ช่วงเวลาของรายการไม่เหมาะสม เข้าเกินไป ควรมีการปรับปรุงรูปแบบและเนื้อหาให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

กรกนก กมลรัตน์ (2550) งานวิจัยเรื่องบทบาทของอินเทอร์เน็ตในการเผยแพร่พระพุทธศาสนาสำหรับเด็กและเยาวชน ศึกษาเฉพาะกรณีเว็บไซต์พลังจิต ซึ่งศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์พลังจิตดอทคอม ซึ่งเป็นเว็บไซต์พระพุทธศาสนาได้รับความนิยมสูงสุดซึ่งในปีที่ศึกษา (2550) มีผู้สมัครสมาชิกถึง 2 แสนคน ผู้วิจัยจึงศึกษาวิเคราะห์หาปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์นี้เป็นที่นิยมสำหรับวัยรุ่นที่ต้องการเรียนรู้ศาสนา

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการสำรวจสอบถามสมาชิกเว็บไซต์พลังจิตที่เป็นวัยรุ่น จำนวน 200 คน ทั้งหญิงและชาย ผลการวิจัยที่น่าสนใจมีดังนี้

1) ปัจจัยที่ทำให้เว็บไซต์พลังจิตเป็นที่นิยมนั้นมาจาก 3 ลักษณะคือ

(1) เหตุผลจากธรรมชาติของตัวสื่ออินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชนัญสรา อรณพ ฌ อยุธา (2549) ที่ได้กล่าวไปก่อนหน้านี้

(2) เหตุผลจากลักษณะเนื้อหา ซึ่งเข้าใจง่าย ตรงกับปัญหาของเด็กและนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงๆ

(3) เหตุผลประการที่ 3 นี้ น่าจะเป็นเหตุผลที่สำคัญคือ หลักความหลากหลาย ทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหา (diversity in form and content) สำหรับความหลากหลายด้านเนื้อหาการนำเสนอในเว็บไซต์พลังจิตนั้นทำได้ดีเนื่องจาก เริ่มตั้งแต่เนื้อหานั้นครอบคลุมตั้งแต่วิทยาศาสตร์ทางจิต หลักศาสนา ไปจนกระทั่งเรื่องพระเครื่อง วัตถุมงคล แม้แต่ในหลักศาสนาเองก็มีแนวคิดจากครูบาอาจารย์จากทุกสายทุกสำนัก ในแง่ตัวบุคคลที่มาเป็นต้นแบบก็มีทั้งบุคลากรทางศาสนา ไปจนกระทั่งถึงดารา นักร้อง ซึ่งลักษณะความหลากหลายด้านเนื้อหาดังกล่าวนี้เป็นประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่า เป็นคุณสมบัติพิเศษที่ไม่ค่อยพบในเว็บไซต์ศาสนาอื่นๆ ซึ่งมักจะมีเพียงแนวทางใดแนวทางหนึ่ง เช่น ถ้าเชื่อหลักศาสนา ก็ปฏิเสธวิทยาศาสตร์ทางจิต หรือหากมีเรื่องวัตถุมงคล พระเครื่อง ก็จะไม่มีการธรรมคำสอน เป็นต้น และเราอาจจะอธิบายจุดจับใจของเยาวชนในเรื่องความหลากหลายได้ตามทฤษฎีของ R. Wuthnow ที่กล่าวว่า รสนิยมของคนในสังคมบริโภคนิยมนี้ ต้องการตัวเอกที่หลากหลายในการบริโภค ไม่เว้นแม้แต่วิถีทางศาสนา

2) สำหรับความหลากหลายของเว็บไซต์นั้นสามารถเกิดขึ้นได้เนื่องจากธรรมชาติของตัวสื่อเองที่มีพื้นที่ไม่จำกัด ทำให้สามารถออกแบบหน้าเว็บให้แบ่งซอยเป็นห้องต่างๆ เช่น ห้องพลังจิต ห้องพุทธศาสนา ห้องพระเครื่อง และห้องทั่วไป นอกจากนั้นก็ยังเนื่องมาจากเจตนาารมณ์และองค์ประกอบของผู้รับผิดชอบเว็บซึ่งได้ตั้งใจแล้วว่า จะใช้เว็บพลังจิตเป็นพื้นที่ที่เปิดกว้างสำหรับทุกความคิดและความเชื่อ รวมทั้งในกลุ่มผู้รับผิดชอบก็ยังประกอบด้วยพระสงฆ์ แม่ชี และฆราวาสที่มีประสบการณ์การสื่อสารศาสนากับเยาวชนมาช้านาน

3) ส่วนคำถามที่ว่า เยาวชนได้ใช้ประโยชน์อะไรจากเว็บไซต์พลังจิตบ้างนั้น ผลการวิจัยพบว่าเยาวชนได้ใช้ประโยชน์ในแง่เป็นแหล่งเรียนรู้พุทธศาสนาเป็นอันดับแรก และที่น่าสนใจก็คือ แม้ตัวสื่อจะใหม่เอี่ยมอ่องแล้ว แต่เนื้อหาที่เยาวชนยังคงสนใจเนื้อหาขออนุญาตของพุทธศาสนา คือ กฎแห่งกรรม ส่วนประโยชน์อันดับรองลงมา ก็คือการเป็นแหล่งที่ให้คำแนะนำปรึกษาหารือ ซึ่งเป็นบทบาทหน้าที่หลักที่ศาสนาเคยกระทำมาก่อน เนื่องจากทุกห้องจะมีผู้เชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ คอยให้คำปรึกษาอยู่เป็นประจำ เด็กๆ จึงระบุว่า ตนเองรู้สึกว่าเว็บไซต์พลังจิตเป็นเสมือนบ้านอีกหลังสำหรับพวกเขาเพราะความเป็นกันเองของเพื่อนสมาชิก และความเอื้อเฟื้อที่มีต่อกันโดยทุกคนอยู่ร่วมกันอย่างพี่น้องนี้จึงดูเหมือนการเปิด โฉมหน้าใหม่ของศาสนา ที่มิใช่เป็นเพียงพื้นที่พิธีกรรมที่เด็กไม่มีความเชื่อ ไม่รู้เรื่อง / ไม่เข้าใจ มิใช่พื้นที่ที่ใช้อ่านาหรือลี้ลับ หากทว่าเป็นห้องพักที่ไว้วางใจได้ของเยาวชนผู้ยังมีประสบการณ์น้อยในชีวิตและต้องการแนวทางชีวิต

4) ข้อค้นพบที่น่าสนใจมากที่สุดจากงานวิจัยชิ้นนี้ก็คือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการที่เด็ก/เยาวชนได้เข้าไปใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์พลังจิต ซึ่งตามหลักการจัดลำดับชั้นของผลกระทบ (Hierarchy of Effect) นั้นมีอยู่ 3 ลำดับ คือ ความรู้ความเข้าใจ ทศนคติ และการลงมือกระทำ โดยมีติที่ยากที่สุดคือการลงมือกระทำนั้นจะยากที่สุดและถือเป็นประสิทธิภาพขั้นสูงสุดของสื่อ แต่ผลจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า เด็กและเยาวชนส่วนใหญ่หลังจากเข้าเว็บไซต์พลังจิตแล้วจะหันมาสนใจการสวดมนต์ภาวนา การรู้จักให้ทาน การมีจิตใจที่สงบและเอื้อเฟื้อ และ การปฏิบัติตนเป็นพุทธมามกะที่ดีในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา รวมทั้งมีความคิดที่จะเป็นผู้เผยแพร่ต่อไปในสื่ออินเทอร์เน็ต จึงนับว่าประสิทธิภาพของสื่อเว็บไซต์นี้ได้รับใช้พระพุทธศาสนาอย่างน่าสนใจอย่างยิ่ง

จากแนวคิดและทฤษฎี และการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นที่กล่าวมานั้น ทำให้ผู้วิจัยทราบถึงทฤษฎีและแนวคิด สามารถนำมาใช้อ้างอิงในการสร้างแบบสอบถาม และใช้วิเคราะห์งานวิจัยโดยนำมาศึกษาถึงความพึงพอใจ และการใช้ประโยชน์ที่มีต่อเนื้อหาเกี่ยวกับรูปแบบของนิตยสารโลกทิพย์ของสมาชิกในกรุงเทพมหานครและเห็นถึงความจำเป็นที่ผู้ผลิต คณะจัดทำนิตยสารแนวธรรมะจะต้องรู้ถึงความพึงพอใจและการใช้ประโยชน์จากการอ่านนิตยสารแนว

ธรรมะ หรือสื่อธรรมะของสมาชิกเพื่อนำข้อมูลไปพัฒนารูปแบบ เนื้อหา และการนำเสนอให้ตรงกับความต้องการของสมาชิก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่า สมาชิกนิตยสารโลกทิพย์ในเขตกรุงเทพมหานครมีความพึงพอใจและมีการใช้ประโยชน์จากนิตยสารโลกทิพย์ มากน้อยเพียงใด และระดับใด

