



### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสร้างภาพตัวตนของผู้หญิงสุขภาพดีในนิตยสารสุขภาพและความงาม” เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะและกระบวนการสร้างภาพตัวตนของผู้หญิงสุขภาพดี ที่ปรากฏในนิตยสารสุขภาพและความงาม และใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ผลิตนิตยสารเพื่อทราบถึงนโยบายทางสารสนเทศของผู้ผลิต ในการคัดเลือกเนื้อหาและกำหนดรูปแบบการนำเสนอเกี่ยวกับผู้หญิงสุขภาพดีที่ปรากฏในนิตยสารสุขภาพและความงาม

#### ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษานิตยสารสุขภาพและความงาม จำนวน 2 ชื่อฉบับ ได้แก่ นิตยสารสลิมมิ่ง (Slimming) นิตยสารห้วนอกของประเทศอังกฤษ และนิตยสารลิซ่า (Lisa Weekly) นิตยสารห้วนอกของประเทศเยอรมนี โดยพิจารณาจากการจัดอันดับที่สูงสุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปี 2547 และ ปี 2548 ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ซีอีดับเบิลยูเซ็นเตอร์, 2548 และ 2549) โดยศึกษาตั้งแต่ช่วงเดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2550 โดยจะได้จำนวนนิตยสารที่ต้องการศึกษาชื่อฉบับละ 12 เล่ม รวมทั้งสิ้น 24 ฉบับ

#### ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นิตยสารสุขภาพและความงามทั้งหัวในและห้วนอกที่วางจำหน่ายตามร้านหนังสือและแผงหนังสือทั่วไป โดยเลือกนิตยสารสุขภาพที่มีการนำเสนอเนื้อหาเฉพาะที่เกี่ยวกับสุขภาพและความงาม เนื่องจากต้องการศึกษาภาพตัวตนของผู้หญิงสุขภาพดี ซึ่งนิตยสารดังกล่าวจะสามารถทำการศึกษาได้ชัดเจนกว่า เพราะมีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นผู้หญิง

## กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบค่าความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากผลการจัดอันดับที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล (ข้อมูลโดยซีเอ็ดบุ๊คเซ็นเตอร์) ได้แก่ นิตยสารสลิ้มมิ่ง และนิตยสารลิซ่า

การจัดอันดับที่สุดในธุรกิจหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ปี 2547 ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในหมวดนิตยสารสุขภาพและความงาม นิตยสารสลิ้มมิ่งมียอดจำหน่ายสูงเป็นอันดับที่ 1 และนิตยสารลิซ่ามียอดจำหน่ายเป็นอันดับที่ 2 และในปี 2548 นิตยสารสลิ้มมิ่งมียอดจำหน่ายสูงเป็นอันดับที่ 1 และนิตยสารลิซ่ามียอดจำหน่ายเป็นอันดับที่ 3 การจัดอันดับดังกล่าว มีการสำรวจและจัดอันดับอย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งปี 2548 เป็นการจัดอันดับที่แถลงข้อมูลวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2549 และเป็นข้อมูลล่าสุด เนื่องจากขณะนี้ซีเอ็ดฯ กำลังรวบรวมและสรุปผล การจัดอันดับปีต่อมา (เว็บมาสเตอร์ ซีเอ็ดฯ, 2550)

สำหรับหน่วยในการวิเคราะห์นั้น ผู้วิจัยจะศึกษาครอบคลุมเนื้อหาทั้งหมดที่ปรากฏในนิตยสารสุขภาพและความงาม ได้แก่ คอลัมน์ถาม-ตอบ บทความ บทสัมภาษณ์ รูปภาพ (รวมภาพปกหน้าและภาพปกหลัง) โฆษณา บทความเชิงโฆษณา ภาพสินค้า/ผลิตภัณฑ์ และภาพแฟชั่น โดยวิเคราะห์ว่าตัวบทแต่ละชิ้นในนิตยสารสุขภาพและความงาม มีการนำเสนอลักษณะภาพตัวแทนของผู้หญิงสุขภาพดีอย่างไร รวมทั้งมีการสร้างสัญลักษณ์ในรูปแบบและเนื้อหาอย่างไรบ้าง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 แบบ ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)
2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

### 1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

วิเคราะห์เนื้อหาในนิตยสารสุขภาพและความงาม 2 ชื่อฉบับ ได้แก่ นิตยสารสลิมมิ่ง (Slimming) และนิตยสารลิซ่า (Lisa Weekly) เพื่อศึกษาลักษณะภาพตัวแทน กระบวนการสร้างภาพตัวแทนของผู้หญิงสุขภาพดี และศึกษารูปแบบและเนื้อหาของการสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณาที่ปรากฏในนิตยสารสุขภาพและความงาม

### 2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

สัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการบริหารของนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับ เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการศึกษา วิเคราะห์ และทำความเข้าใจวัตถุประสงค์ นโยบาย แนวคิด ฯลฯ ของผู้ผลิตนิตยสารในการคัดเลือกเนื้อหา และกำหนดรูปแบบการนำเสนอเกี่ยวกับผู้หญิงสุขภาพดีในนิตยสารสุขภาพและความงาม

### แหล่งข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการศึกษาจากแหล่งข้อมูล 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ นิตยสารสุขภาพและความงาม และแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ บรรณาธิการบริหารนิตยสารที่เลือกศึกษา ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการสร้างภาพตัวแทนของผู้หญิงสุขภาพดีได้อย่างรอบด้าน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

### แหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร

#### 1. นิตยสารสุขภาพและความงาม

เก็บข้อมูลส่วนนี้ด้วยการศึกษาและวิเคราะห์นิตยสาร 2 ชื่อฉบับ ได้แก่ นิตยสารสลิมมิ่งและนิตยสารลิซ่า โดยศึกษาตั้งแต่ช่วงเดือนมกราคม 2550 ถึงเดือนธันวาคม 2550 ซึ่งนิตยสารทั้ง 2 ชื่อฉบับมีรอบการออก ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงรอบการออกของนิตยสารสุขภาพและความงาม

นิตยสาร	รอบการออก
สลิมมิ่ง	รายเดือน
ลิซ่า	รายสัปดาห์

จากช่วงเวลาที่ต้องการศึกษาและรอบการออกของนิตยสาร จะได้จำนวนนิตยสารที่ต้องการศึกษาทั้งหมด ดังนี้ นิตยสารสลิมีมิ่ง จำนวน 12 ฉบับ และ นิตยสารลิซ่า จำนวน 48 ฉบับ

ผู้วิจัยต้องการนิตยสารชื่อฉบับละ 12 เล่ม จึงต้องการสุ่มตัวอย่างนิตยสารลิซ่า โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบทราบค่าความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) คือ การจับฉลาก ด้วยการเขียนหมายเลขฉบับของแต่ละเล่ม แล้วจับฉลากขึ้นมาให้ได้จำนวน 12 เล่ม ตามที่ต้องการ

2. เอกสารไม่ตีพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ทำการสืบค้นจากเว็บไซต์ต่างๆ เช่น งานวิจัย บทความ ข่าว เป็นต้น
3. เอกสาร สิ่งพิมพ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัย บทความ หนังสือ ที่นำมาใช้ประกอบการศึกษา ทำการรวบรวมด้วยการค้นคว้าจากห้องสมุด

#### แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้จะใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) บรรณาธิการบริหารของนิตยสารสุขภาพและความงาม 2 ชื่อฉบับ คือ

กมลลา กำภู ณ อยุธยา บรรณาธิการบริหารนิตยสารสลิมีมิ่ง  
พิมพ์ฤทัย ชูแสงศรี บรรณาธิการบริหารนิตยสารลิซ่า

เพื่อจะได้ทราบถึงนโยบายทางสารสนเทศของผู้ผลิตในการคัดเลือกเนื้อหา และกำหนดรูปแบบการนำเสนอเกี่ยวกับผู้หญิงสุขภาพดี โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลส่วนนี้ไปใช้ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา

## การวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 จะแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน ดังนี้

### ส่วนที่ 1 วิเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับภาพตัวตน

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา โดยพิจารณาจากเนื้อหาทั้งหมดที่ปรากฏในนิตยสารสุขภาพและความงาม ได้แก่ คอลัมน์ถาม-ตอบ บทความ บทสัมภาษณ์ และรูปภาพทั้งหมดที่ปรากฏในนิตยสาร รวมถึงภาพปกหน้าและภาพปกหลัง

ตารางที่ 2 แสดงหมวดเนื้อหาของนิตยสารสลิมมิ่งและนิตยสารลิซ่า

นิตยสารสลิมมิ่ง	นิตยสารลิซ่า
1. Beauty Smart	1. Being Beautiful
2. Food	2. Being Woman
3. Interview	3. Being Smart
4. Features	4. Being Connected
5. Contributions	
6. Entertainment	
7. In Every Slimming	

จากตาราง เนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสารสลิมมิ่ง ประกอบด้วยเนื้อหา 7 หมวดใหญ่ๆ ดังนี้ Beauty Smart, Food, Interview, Features, Contributions, Entertainment และ In Every Slimming และเนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสารลิซ่า ประกอบด้วยเนื้อหา 4 หมวดใหญ่ๆ คือ Being Beautiful, Being Woman, Being Smart และ Being Connected



## ส่วนที่ 2 วิเคราะห์รูปแบบและเนื้อหาของการสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณา

การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งพิจารณาจากเนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสารสุขภาพและความงาม ได้แก่ โฆษณา บทความเชิงโฆษณา ภาพสินค้า/ผลิตภัณฑ์ ภาพแฟชั่น คอลัมน์ถาม-ตอบ บทความ และบทสัมภาษณ์ โดยจะศึกษาทั้งการโฆษณาโดยตรงและโฆษณาแฝง และศึกษาทั้งความหมายโดยอรรถและความหมายโดยนัย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนนี้ผู้วิจัยจะทำการบันทึกลงในตารางบันทึกข้อมูล (Coding Sheet) ที่ออกแบบขึ้นเพื่อจดบันทึก

### ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

ผู้วิจัยได้กำหนดคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกบรรณาธิการบริหาร ดังต่อไปนี้

1. ความเป็นมาของนิตยสารสลิมมิ่ง (Slimming) / นิตยสารลิซ่า (Lisa Weekly)
2. จุดเด่นหรือจุดขายของนิตยสาร
3. นโยบายและวัตถุประสงค์ของผู้ผลิตนิตยสาร
4. แนวคิดหลักในการผลิตนิตยสาร
5. กลุ่มเป้าหมายหลักคือใคร ช่วงอายุเท่าไร
6. กระบวนการคัดเลือกเนื้อหาที่ปรากฏในนิตยสารเป็นอย่างไร
7. ปัจจัยอะไรบ้างที่กำหนดการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสาร
8. เนื้อหาและโฆษณาในเล่มมีสัดส่วนเท่าไร (เฉลี่ยประมาณกี่เปอร์เซ็นต์)
9. บริษัทแม่มีบทบาทต่อเนื้อหาภายในเล่มมากน้อยแค่ไหน อย่างไร (ถ้ามีเป็นคอลัมน์ใดบ้าง เฉลี่ยประมาณกี่เปอร์เซ็นต์ต่อเล่ม)
10. มีข้อกำหนดทางลิขสิทธิ์อย่างไร ในการผลิตนิตยสาร (ถ้ามี เรื่องใดบ้าง)
11. โฆษณามีส่วนในการกำหนดเนื้อหาเล็กน้อยแค่ไหน อย่างไร
12. มีเกณฑ์อะไรบ้าง ในการคัดเลือกโฆษณาลงในนิตยสาร
13. สัดส่วนของโฆษณาแฝง และโฆษณาปกติมีสัดส่วนเท่าไร
14. กระแสห่วงใยสุขภาพ (Health Conscious) มีส่วนในการกำหนดเนื้อหาและโฆษณาที่ปรากฏในนิตยสารหรือไม่ อย่างไร
15. นิตยสารมีกลยุทธ์ในการขายอย่างไร
16. ความเปลี่ยนแปลงของนิตยสารตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน (ถ้ามี สาเหตุมาจากอะไร)
17. การตอบรับจากผู้อ่านเป็นไปในทิศทางใด อย่างไร
18. มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผู้หญิงสุขภาพดีอย่างไร

19. ผู้หญิงสุขภาพดีในแบบของนิตยสารสลิมมิ่ง / นิตยสารลีซ่าเป็นอย่างไร
20. กลยุทธ์ในการนำเสนอเกี่ยวกับผู้หญิงสุขภาพดีเป็นอย่างไร
21. นิตยสารทราบหรือไม่ว่ามีส่วนในการกำหนดภาพตัวแทนผู้หญิงสุขภาพดีให้กับสังคม
22. ยอดขายนิตยสารเป็นอย่างไร
23. มีหนังสือในเครือเล่มใดบ้าง
24. คิดอย่างไรกับผู้หญิงสมัยใหม่ ที่มีการเอาใจใส่ดูแลสุขภาพของตนเป็นพิเศษ
25. คาดว่าแนวโน้มเรื่องสุขภาพในอนาคตจะเป็นไปในทิศทางใด

ประเด็นคำถามข้างต้น เพื่อให้ทราบถึง วัตถุประสงค์ นโยบาย และแนวคิดต่างๆ ในการผลิตนิตยสาร โดยเฉพาะเรื่องการสร้างภาพตัวแทนและกระบวนการสร้างภาพตัวแทน

### การนำเสนอข้อมูล

การนำเสนอข้อมูลของการวิจัยเรื่อง “การสร้างภาพตัวแทนของผู้หญิงสุขภาพดีในนิตยสารสุขภาพและความงาม” เป็นการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Analysis Description) โดยนำเสนอข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ลักษณะเนื้อหาและข้อมูลเบื้องต้นของนิตยสารสุขภาพและความงาม ได้แก่ นิตยสารสลิมมิ่ง และนิตยสารลีซ่า
2. ลักษณะภาพตัวแทนของผู้หญิงสุขภาพดี ที่เกิดจากกระบวนการสร้างภาพตัวแทนของนิตยสารสุขภาพและความงามทั้ง 2 ที่ฉบับ โดยวิเคราะห์ออกมาเป็นประเภท
3. ลักษณะรูปแบบและเนื้อหาของการสร้างสัญลักษณ์ผ่านโฆษณา ที่ปรากฏในนิตยสารสุขภาพและความงาม
4. กระบวนการสร้างภาพตัวแทนของผู้หญิงสุขภาพดีของนิตยสารสุขภาพและความงาม โดยนำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาประกอบด้วยข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บรรณาธิการบริหาร