

# เพิ่มขึ้นและเปลี่ยนไป: บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการ ความงามนิตยสารไทยช่วงขาลง

ถมทอง ทองนอก<sup>1</sup>

## บทคัดย่อ

ขณะที่ธุรกิจนิตยสารกำลังเผชิญกับปัญหาซึ่งมีที่มาส่วนหนึ่งจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีการสื่อสาร ผู้อ่านจำนวนหนึ่งที่เคยซื้อนิตยสารเปลี่ยนไปเลือกรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์ บริษัทสินค้าที่เคยลงโฆษณาหันไปทุ่มเงินเพื่อกระตุ้นยอดขายผ่านทางสื่อออนไลน์ ส่งผลให้รายได้ของนิตยสารลดลงอย่างต่อเนื่อง กระทั่งหลายฉบับตัดสินใจปิดตัวลง ขณะที่หลายฉบับมีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงในหลายด้าน อาทิ เปลี่ยนจากมีการตั้งราคาขายไปเป็นแจกฟรี ปรับลดความถี่ในการวางแผงลง ไปจนถึงการเปิดช่องทางออนไลน์ขึ้นใหม่เพื่อสื่อสารกับผู้อ่าน ซึ่งเป็นหนึ่งในวิธีการที่นิตยสารแทบทุกฉบับเลือกใช้

สำหรับนิตยสารผู้หญิง แฟชั่น และไลฟ์สไตล์ บุคลากรที่ได้รับผลกระทบมากจากการเปลี่ยนแปลงและต้องปรับเปลี่ยนบทบาทหน้าที่ในการทำงานหลังมีการเปิดช่องทางออนไลน์ขึ้นก็คือ บรรณาธิการความงาม ซึ่งมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ดูแลและผลิตเนื้อหาในส่วนที่เคยสร้างรายได้ให้นิตยสารอย่างเป็นกอบเป็นกำ

ทฤษฎีเทคโนโลยีสื่อสารเป็นตัวกำหนด คือกรอบแนวคิดที่ใช้ในการมองปรากฏการณ์การปรับตัวและเปลี่ยนแปลงหน้าที่รับผิดชอบของบรรณาธิการความงาม ซึ่งในปัจจุบันต้องคิดค้นและหาวิธีใหม่ในการนำเสนอเนื้อหาความงามเพื่อดึงดูดใจผู้อ่าน พร้อมหวังว่าจะเป็นการดึงดูดเงินทุนที่จะช่วยต่อชีวิตให้สื่อนิตยสารด้วย

<sup>1</sup> อาจารย์ ประจำกลุ่มวิชาหนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

## Abstract

Magazine is now facing a problem resulted partly from the change of communication technologies. Readers no longer buy magazines but they choose to be exposed to online information instead. Advertisers who used to spend on advertisements in prints have now invested more in online media, the result of which is the continually decrease of the income of print magazines. Many magazines decided to cease publication, while others decided to change drastically. For example, some magazines turn themselves into free-copy, lower down from printing biweekly to monthly, or start their own online channel to communicate with their target audiences.

For woman, fashion, and lifestyle magazines, the process of change has affected beauty editors whom once played an important role as the manager of the beauty section in the magazine which is the section that used to generate a big amount of income for the magazine.

Communication technology determinism theory is used in this study to look at the situation that increases the works of beauty editors and forces them to create a better way to communicate a beauty-related content to attract the audience. It is hoped that this transformation will keep the magazine business alive.

แม้จะไม่ใช่ว่าปีแรกที่มีนิตยสารปิดตัว แต่ในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2558-2559) ก็เป็นปีที่แสดงให้เห็นชัดเจนว่า สื่อสิ่งพิมพ์ในประเทศไทย โดยเฉพาะนิตยสารในกลุ่มผู้หญิง แฟชั่น และไลฟ์สไตล์กำลังมาถึงจุดวิกฤต เห็นได้ชัดจากการที่นิตยสารหลายฉบับซึ่งวางแผนมายาวนานทยอยปิดตัวลงอย่างต่อเนื่อง

การปิดตัวลงมีสาเหตุมาจากเงื่อนไขหลายประการ โดยหนึ่งในเงื่อนไขสำคัญคือ ความนิยมในสื่อออนไลน์ที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้บริโภค จนทำให้บริษัทสินค้า