


นิตยสารค้าเจียห่าวกับการนำเสนออัตลักษณ์จีน - สยาม



นางสาวปรววรรณ ทรงบัณฑิตย

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมมหาบัณฑิต


สาขาวิชาวารสารสนเทศ ภาควิชาวารสารสนเทศ

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DA- JIA- HAO MAGAZINE AND THE PRESENTATION OF CHINESE – THAI IDENTITY



Miss Porrawan Songbundit

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts Program in Journalism

Department of Journalism

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์
โดย
สาขาวิชา
อาจารย์ที่ปรึกษา

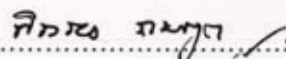
นิตยสารดำเจียห่าวกับการนำเสนออัตลักษณ์จีน - สยาม
นางสาวปรวพรรณ ทรงบัณฑิตย
วารสารสนเทศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต วัฒนันท์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ รจิตลักษณ์ แสงอุไร)


..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต วัฒนันท์)


..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์)

สภามหาวิทยาลัย
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

นางสาวปรววรรณ ทรงบัณฑิตย : นิตยสารต้าเจี๋ยห่าวกับการนำเสนออัตลักษณ์จีน-สยาม.

(DA- JIA- HAO MAGAZINE AND THE PRESENTATION OF CHINESE-THAI IDENTITY)

อ. ที่ปรึกษา : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรงรอง รามสูต วนะนันท์, 168 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการด้านองค์กร พัฒนาการด้านเนื้อหาและรูปแบบกระบวนการและปัจจัยในการผลิตนิตยสาร การนำเสนออัตลักษณ์จีน-สยามในนิตยสารและการเรียนรู้อัตลักษณ์ของกลุ่มผู้อ่าน โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ คือ การศึกษาเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการวิจัยพบว่า นิตยสารต้าเจี๋ยห่าว เป็นนิตยสารมีจุดกำเนิดมาจากการเป็นนิตยสารทำมือขนาดเล็ก มีโครงสร้างองค์กรเป็นคนทำงานเพียงไม่กี่คน ในระยะเวลาต่อมาสามารถพัฒนาขึ้นมาเป็นนิตยสารเพื่อผู้บริโภค ภายใต้การบริหารงานของสำนักพิมพ์ผู้จัดการตั้งแต่ปี 2547-2549 และมีการขยายโครงสร้างองค์กรหรือคนทำงานมากขึ้นไปตามรูปแบบของนิตยสาร

ส่วนพัฒนาการด้านเนื้อหาและรูปแบบ ผู้ผลิตนิตยสารได้นำแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์จีน-สยาม เช่น ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยมและรูปแบบทางศิลปะ ของชาวจีนหรือชาวไทยเชื้อสายจีน มาเป็นแนวคิดหลักในการนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศ และยึดวิธีการนำเสนอดังกล่าวเป็นเอกลักษณ์ในการทำงานนับตั้งแต่ยุคหนังสือทำมือมาจนถึงยุคที่เป็นนิตยสารเพื่อผู้บริโภค นอกจากนั้นในส่วนของเนื้อหาด้านโฆษณา ยังมีลักษณะเด่นที่น่าสนใจ คือ มีโฆษณาของธุรกิจที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการศึกษาและวัฒนธรรมจีนหรือมีการแสดงออกด้านอัตลักษณ์จีน-สยามอย่างเปิดเผยเป็นจำนวนมาก

ด้านขั้นตอนและกระบวนการผลิต นิตยสารต้าเจี๋ยห่าวต้องเผชิญกับปัญหาในการทำงานตลอดเวลาเนื่องจากปัจจัยหลายอย่าง คือ ความไม่ชำนาญด้านภาษาจีนของทีมงาน ไม่มีผู้เชี่ยวชาญในหนังสือหรือการออกแบบประมาณเนื่องจากบริษัทแม่ระดมทุนไปทำกิจกรรมทางการเมืองในช่วงปี 2548 จนมีผลให้หนังสือต้องปิดตัวลงในเดือนพฤศจิกายนปี 2459

ในแง่การนำเสนออัตลักษณ์จีน-สยาม จากการวิจัยพบว่าลักษณะอัตลักษณ์ที่นำเสนอในนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ อัตลักษณ์ที่นำเสนอผ่านเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศและอัตลักษณ์ที่นำเสนอผ่านรูปภาพและภาพประกอบในหนังสือ ส่วนการเรียนรู้อัตลักษณ์อัตลักษณ์ในกลุ่มผู้อ่าน จากการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 25 คน พบว่าส่วนใหญ่มีการเรียนรู้อัตลักษณ์จากการอ่านนิตยสาร แต่การเรียนรู้ดังกล่าวไม่มีผลในระดับที่สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติในเรื่องอัตลักษณ์จีน-สยามของผู้อ่านส่วนใหญ่ได้

ภาควิชา.....วารสารสนเทศ.....

ลายมือชื่อนิสิต..... *ปรววรรณ ทรงบัณฑิตย*.....

สาขาวิชา.....วารสารสนเทศ.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา..... *พิรงรอง รามสูต*.....

ปีการศึกษา 2549

468 50867 28 : MAJOR JOURNALISM

KEY WORD: DA-JIA-HAO / MAGAZINE / IDENTITY

PORRAWAN SONGBUNDIT: DA-JIA-HAO MAGAZINE AND THE PRESENTATION OF CHINESE – THAI IDENTITY THESIS ADVISOR : ASSISTANT PROFESSOR PIRONGRONG RAMASUTRA RANANAND, Ph.d., 168 pp.

The objective of this research is to study the development in organization, content, and form, including processes and factors affecting the production of *Da jia hao* magazine, the presentation of Chinese-Thai identity, and the learning of cultural identity among the readers of the magazine. The study is qualitative nature, using content-analysis, documentary research and in-depth interviews as methods of data collection

The study finds that the magazine originates from a small-scale hand-made magazine. At its inception, the magazine was produced by a few staff members but was later developed into a commercial magazine. This shift was evident after it was taken over by the Manager Publishing company. More staff were recruited during 2005 and 2006, altering the formerly loose-structured organization into a more structured one, as in most magazines.

As for the development in form and content, the editorial staff have used the concept of Chinese-Thai identity including tradition, culture, values and art forms of Chinese or Sino-Thai people as a main framework in presenting the content. This concept has been a unique trait of the magazine throughout its short life. In addition, in the advertising content, there are a significant number of advertisements placed by businesses that are involved with Chinese education and culture or those that exhibit Chinese-Thai identity.

With regard to the production processes, *Da jia hao* magazine has many shortcomings stemming from factors such as the lack of Chinese proficiency of the staff, insufficient advertising revenue, and budget cut due to the mother company's massive mobilization of funds for political activities during the political crisis in 2005-2006. This resulted in the closedown of the magazine in November 2006.

In presenting the Chinese-Thai identity, two types of identity can be discerned – those that are presented through informative content and those that are presented to photos and graphics in the magazine. In terms of the learning of Chinese-Thai identity in the readers, the study, deriving from in-depth interviews of 25 readers, finds that most learn some form of identity from their exposure to the magazine but the learning is not significant enough to change their attitudes about Chinese-Thai identity.

Department.....Journalism..... Student's signature.....*Porrawan Songbundit*
 Field of study.....Journalism..... Advisor's signature.....*Pirongrong Ransara*
 Academic year2006.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะไม่สามารถสำเร็จลงได้ ถ้าปราศจากบุคคลสำคัญที่คอยให้กำลังใจและให้ความช่วยเหลือ ผู้วิจัยจึงขอใช้พื้นที่ในหน้านี้กล่าวขอบคุณบุคคลที่มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จของวิทยานิพนธ์นี้

ขอขอบคุณผศ.ดร.พิรงรอง รามสูต รัตนันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ที่เป็นมากกว่าครูผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชา ที่คอยให้คำปรึกษา ความรัก ความเมตตา ให้กำลังใจยามท้อแท้และอดทนต่อความเกรงของผู้วิจัยที่เกิดขึ้นตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์

ขอขอบคุณรศ.ดร.อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ที่ให้คำแนะนำที่ดี และมุมมองบางอย่างที่ตัวผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงได้ ช่วยปรับปรุงและแก้ไขจนทำให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นวิทยานิพนธ์ที่มีสาระประโยชน์และสมบูรณ์เพิ่มมากยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณรศ. รจิตลักขณ์ แสงอุไร ประธานสอบวิทยานิพนธ์ที่กรุณาให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ต่อวิทยานิพนธ์และคอยส่งกำลังใจผ่านทางรอยยิ้มแก่ผู้วิจัยเสมอมา

ขอขอบคุณพ่อและแม่ที่ปลูกฝังความสำคัญเรื่องการศึกษา คอยให้กำลังใจและกำลังใจทรัพย์ ทำให้ผู้วิจัยมีแรงผลักดันในการเรียนจนประสบความสำเร็จ และขอบคุณพี่ชายคนเดียวที่คอยเป็นช่างเทคนิคดูแลคอมพิวเตอร์ จนผู้วิจัยสามารถทำวิทยานิพนธ์ได้อย่างราบรื่น

ขอบคุณปิ่น ไนส์ ขวัญและยอด กัลยาณมิตรร่วมรุ่นที่ทำให้การเรียนปริญญาโทเป็นช่วงเวลาที่น่าประทับใจ อีกทั้งยังคอยให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือ และให้คำปรึกษาจนการทำวิทยานิพนธ์สำเร็จลงได้

ขอบคุณพี่นาย และเจ้าหน้าที่ในภาคีวารสารสนเทศที่คอยอำนวยความสะดวก และพี่ฝนที่คอยให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์และเป็นกำลังใจเสมอมา

ขอบคุณพี่น้อง พี่ณัฐ พี่สาวและพี่ชายที่เคารพรัก ซึ่งเป็นผู้จุดประกายทางความคิดให้ผู้วิจัยกลับมาทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จ ขอขอบคุณและบิน ที่คอยเคียงเชิญให้ผู้วิจัยมีวินัยในตนเอง รวมไปถึงหญิงยาว หญิงสั้น บุษย์ ไร่ ฟ้า และนน ซึ่งเป็นเพื่อนรักที่ให้กำลังใจ คอยรับฟังปัญหา ปรับทุกข์และทำให้ผู้วิจัยฝ่าฟันอุปสรรคในการเรียนมาได้ในที่สุด

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณ คุณเหมา คุณกร และทีมงานของนิตยสารต้าเจียหัวทุกคน โดยเฉพาะคุณอ้อ ที่คอยอำนวยความสะดวก ให้ข้อมูลที่เป็ประโยชน์และให้สัมภาษณ์ รวมไปถึงกลุ่มผู้อ่านนิตยสารต้าเจียหัวที่สละเวลาอันมีค่ามาพูดคุย และให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์ เป็นอย่างดีแม้ว่าจะไม่เคยรู้จักกันก็ตาม หากปราศจากบุคคลสำคัญเหล่านี้ วิทยานิพนธ์นี้คงจะไม่สามารถสำเร็จลงได้อย่างแน่นอน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ญ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	3
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์.....	6
แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อย.....	9
แนวคิดหลังสมัยใหม่นิยม.....	11
แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร.....	13
แนวคิดเรื่องชาวจีนในประเทศไทย.....	16
แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร.....	20
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	27
การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis).....	27
การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview).....	29
แหล่งข้อมูล.....	32
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	33
ส่วนที่ 1 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของนิตยสารต้าเจียหัว.....	33
ส่วนที่ 2 พัฒนาการของเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศ.....	41
ส่วนที่ 3 พัฒนาการของเนื้อหาที่เป็นโฆษณา.....	78
ส่วนที่ 4 กระบวนการและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหา.....	85

ส่วนที่ 5 รูปแบบของอัตลักษณ์ที่นำเสนอในนิตยสาร.....	102
ส่วนที่ 6 การเรียนรู้อัตลักษณ์จีน-สยามในกลุ่มผู้อ่าน.....	132
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	141
สรุปและอภิปรายผล.....	141
ข้อจำกัดในการวิจัย.....	158
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป.....	158
รายการอ้างอิง.....	159
ภาคผนวก.....	160
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์.....	168



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปแบบทางกายภาพของนิตยสารต้าเจียหัววายุคที่1.....	41
ตารางที่ 2 ตารางแสดงตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่างคอนเซ็ปต์ประจำเล่มและเนื้อหา ภายในของแผ่นพับต้าเจียหัววเล่มที่1.....	43
ตารางที่ 3 ตารางแสดงเนื้อหาของนิตยสารต้าเจียหัววยุคที่1 ตั้งแต่ฉบับเดือนกุมภาพันธ์- กันยายน 45.....	45
ตารางที่ 4 ตารางแสดงรูปแบบทางกายภาพของนิตยสารต้าเจียหัววในยุคที่2.....	48
ตารางที่ 5 ตารางแสดงเนื้อหาของนิตยสารต้าเจียหัววยุคที่2 ตั้งแต่ฉบับเดือนสิงหาคม – ตุลาคม 46.....	49
ตารางที่ 6 ตารางแสดงรูปแบบทางกายภาพของนิตยสารต้าเจียหัววในยุคที่3.....	53
ตารางที่ 7 ตารางแสดงตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่างคอนเซ็ปต์ประจำเล่มและเนื้อหาภายใน นิตยสารต้าเจียหัววฉบับที่3.5.....	62
ตารางที่ 8 ตารางแสดงเนื้อหาของนิตยสารต้าเจียหัววยุคที่3 ตั้งแต่ฉบับเดือนพฤศจิกายน 46 – พฤศจิกายน 47.....	63
ตารางที่ 9 ตารางแสดงการเปลี่ยนแปลงของคอลัมน์ในนิตยสารต้าเจียหัวว ตั้งแต่ฉบับที่ 4.2 -4.7.....	73
ตารางที่ 10 ตารางแสดงจำนวนและประเภทของโฆษณาในนิตยสารต้าเจียหัววยุคที่1.....	79
ตารางที่ 11 ตารางแสดงจำนวนและคุณลักษณะของบุคลากรที่ดูแลเนื้อหา ของนิตยสารต้าเจียหัวว.....	93

สารบัญภาพ

ภาพประกอบ	หน้า
ภาพที่ 1 ภาพปกของแผ่นพับต้านภัยไข้หวัดใหญ่ในยุคนี้นี้ทั้ง 4 เล่ม.....	42
ภาพที่ 2 ภาพปกของนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่ในยุคนี้นี้ทั้ง 3 เล่ม.....	48
ภาพที่ 3 ภาพปกของนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่เล่มที่ 3.1.....	55
ภาพที่ 4 ภาพปกของนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่เล่มที่ 3.2.....	56
ภาพที่ 5 ภาพปกของนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่เล่มที่ 3.3, 3.5, 3.7 และ 3.8.....	57
ภาพที่ 6 ภาพปกของนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่เล่มที่ 3.10 และ 4.2.....	58
ภาพที่ 7 ภาพปกของนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่เล่มที่ 4.5.....	59
ภาพที่ 8 ภาพปกของนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่เล่มที่ 4.6.....	60
ภาพที่ 9 ภาพปกของนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่เล่มที่ 3.5.....	61
ภาพที่ 10 ภาพปกของนิตยสารเสี้ยวเล่ม 1-3.....	76
ภาพที่ 11 ภาพปกของนิตยสารทนบุรีเล่ม 1 และ 2.....	77
ภาพที่ 12 ภาพปกของนิตยสารหมี่แพนต้า.....	77
ภาพที่ 13 ภาพโฆษณาที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์จีนในนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่ในยุคนี้นี้ 3.....	84
ภาพที่ 14 ภาพแสดงการโฆษณาแบบ Advertorial.....	98
ภาพที่ 15 ภาพแสดงลักษณะหน้าตาและการแต่งกายที่บ่งบอกถึงชาติพันธุ์จีน.....	102
ภาพที่ 16 ภาพตัวอักษรจีน.....	104
ภาพที่ 17 ภาพตัวอักษรภาษาไทยที่มีรูปทรงเลียนแบบภาษาจีน.....	105
ภาพที่ 18 ภาพเขียนศิลปะแบบจีน.....	106
แผนภูมิที่ 1 แสดงที่มาของบทความและเนื้อหาในนิตยสารต้านภัยไข้หวัดใหญ่.....	88
แผนภูมิที่ 2 แสดงโครงสร้างสื่อที่อยู่ในเครือข่าย.....	100

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สภาพการณ์ของสื่อในปัจจุบันนี้ อาจกล่าวได้ว่าเป็น “ยุคทอง” ของสื่อสิ่งพิมพ์ไทย จาก การที่มี หนังสือและนิตยสารประเภทต่างๆ ถูกตีพิมพ์ออกมาให้ประชาชนเลือกอ่านอย่างมากมาย และหลากหลายอยู่ในท้องตลาดอย่างไม่ขาดสาย แม้ว่าสภาพเศรษฐกิจในปัจจุบันจะไม่ เอื้ออำนวยก็ตาม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อสิ่งพิมพ์มีคุณสมบัติบางอย่างแตกต่างจากสื่อประเภทอื่นๆ เช่น ผู้รับสามารถเลือกรับสื่อได้อย่างอิสระโดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านเวลาหรือสถานที่และเป็นสื่อที่ สามารถพัฒนาทักษะในการอ่านให้กับผู้รับสารได้ ทำให้ความนิยมในสื่อสิ่งพิมพ์ของคนไทยเพิ่ม สูงขึ้น

ในแง่ของการแข่งขันทางธุรกิจ ความมากมายและหลากหลายของนิตยสารที่มีอยู่ใน ท้องตลาดทำให้ผู้ประกอบการสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละรายมีคู่แข่งทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ผู้ผลิต นิตยสารในปัจจุบันจึงต้องหันมาสร้างลักษณะเด่นให้กับหนังสือของตนเอง ทั้งในแง่รูปแบบลีลา สัน ภายนอกตลอดจนเนื้อหาที่อยู่ภายใน บ้างก็พยายามฉีกแนวเนื้อหาให้หลุดออกไปจากความเป็น “กระแสหลัก” ของนิตยสารที่มีอยู่ในปัจจุบัน

นิตยสารต้าเจียหัว เป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่ถือกำเนิดในช่วงเดือนพฤศจิกายนปี 2546 เป็น นิตยสารอีกเล่มหนึ่งที่เราอาจจัดได้ว่าเป็นนิตยสารทางเลือก เนื่องจากนิตยสารฉบับนี้เกิดขึ้นจาก เจตนารมณ์ของผู้ผลิตที่ต้องการให้สื่อสิ่งพิมพ์ฉบับนี้เป็น “นิตยสารชุมชน” ของชาวจีนรุ่นใหม่ ที่ อาศัยอยู่ในประเทศไทย คือ เยาวราชและในเขตสัมพันธวงศ์ที่ประกอบไปด้วยชุมชนจีน 22 แห่ง (โพสท์ทูเดย์, 3 กรกฎาคม 2547 : 7)และเป็นสื่อกลางให้กับคนจีนในแต่ละรุ่นได้สื่อสารกันเอง ภายในกลุ่ม โดยเริ่มต้นจากการผลิตในรูปแบบแผ่นพับหรือหนังสือทำมือ ก่อนจะมีการขยายตัวมา เป็นรูปแบบของนิตยสารและมีการบริหารงานที่เป็นองค์กรมากขึ้น

ในด้านเนื้อหา นิตยสารต้าเจียหัว มุ่งเน้นไปที่การเสนอภาพความเป็นจีน ทั้งในแง่ วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ แนวคิด ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภาษาจีน ฯลฯ โดยอาศัยการนำเสนอ ผ่านภาษาไทยเป็นส่วนใหญ่ และมีกลุ่มเป้าหมายอยู่ที่วัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 18 - 25 ปี การตอบรับ

ของผู้อ่านในเบื้องต้นพบว่ามีการแสดงตอบรับมาจากผู้อ่านที่เป็นเด็กจีนรุ่นใหม่อายุ 16 - 23 ปี โดยการขอเข้ามาเป็นอาสาสมัครนักข่าวชุมชนในช่วงปิดภาคเรียน(แหล่งที่มา www.ssf.or.th/th/sanpatiroob.php)

ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่า นิตยสารต้าเจียหัว ได้พยายามนำเสนอและจับเอา “อัตลักษณ์ของชาวจีน-สยาม” เข้ามาใช้เป็นแนวทางหลักในการสร้างเนื้อหาให้กับสื่อของตนเอง โดยมีทัศนะว่าชาวจีนเป็น “กลุ่มวัฒนธรรมย่อย” ในสังคมไทยที่ต้องการมีสื่อของตนเอง

ในครั้งอดีต ชาวจีนในประเทศไทยเคยถูกจัดว่าเป็นชนกลุ่มน้อยของสังคม การเข้ามาของชาวจีนกลุ่มแรกๆเกิดขึ้นตั้งแต่สมัยสุโขทัยเนื่องมาจากติดต่อทางการค้า ต่อมาเมื่อการค้าเจริญรุ่งเรือง ชาวจีนจึงค่อยๆอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในประเทศไทยมากขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสมัยรัชกาลที่3 จนทำให้เกิดปัญหาระหว่างคนไทยที่เป็นเจ้าของแผ่นดินและชาวจีนที่เพิ่งอพยพเข้ามาเพราะความแตกต่างกันทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม กระทั่งในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีพระราชดำริให้รวมชาวจีนเป็นพลเมืองของไทยแต่ชาวจีนก็ยังไม่เป็นที่ยอมรับในทางนิตินัย

ต่อมาในยุคของรัชกาลที่6 นโยบาย “การผสมกลมกลืนชาติ” ก็ถูกนำมาใช้กับชาวจีนเพื่อลดทอนอำนาจของชาวจีนทั้งในแง่เศรษฐกิจและการเมืองที่มีอยู่มากมายในสังคมตอนนั้น จนจบจนมาถึงสมัยจอมพล ป. พิบูลสงคราม ชาวจีนต้องยินยอมทำตามรัฐนิยมที่เป็นนโยบายรัฐ เช่น การเปลี่ยนชื่อนามสกุล การเปลี่ยนสัญชาติให้เป็นไทยและการอ่านเขียนภาษาไทย เป็นต้นทำให้ชาวจีนถูกกลืนไปอย่างซ้ำๆทั้งในแง่ของอัตลักษณ์และวัฒนธรรม

แต่ในยุคปัจจุบัน วัฒนธรรมของชาวจีนในเมืองไทยอาจไม่ใช่กลุ่มวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ในสังคมไทยอีกต่อไป เนื่องมาจากกระแสความนิยมของโลกในทุกวันนี้ได้แปรเปลี่ยนไปตามกระแสของทุนและการค้า ความสัมพันธ์ทางการค้าของจีนกับประเทศมหาอำนาจต่างๆทั่วโลกทำให้ชาวจีนไม่ใช่ชนชาติที่ถูกรังเกียจแต่กลายเป็นชาติที่ได้รับการยอมรับว่ามีอารยธรรม มีความเจริญทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าชาติตะวันตกทั้งหลาย ประกอบกับประเทศจีนกำลังกลายเป็นชาติผู้นำของทวีปเอเชียที่มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจบนเวทีโลกในปัจจุบัน

ยิ่งไปกว่านั้น ในปัจจุบันที่เราได้ก้าวเข้าสู่ความเป็น “โลกาภิวัตน์” (Globalization) แล้วนั้น พรมแดนที่ขีดกั้นระหว่างแต่ละประเทศก็ได้ถูกทำลายลงด้วยเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่รวดเร็ว และทันสมัย ทำให้วัฒนธรรมจากทุกมุมโลกสามารถถ่ายทอดและถ่ายทอดถึงกันได้โดยปราศจากข้อจำกัดของพื้นที่ (space) และเวลา (time) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อารยธรรมและวัฒนธรรมใหญ่ๆ จากโลกตะวันออกเช่น อินเดีย, ญี่ปุ่นและจีน ก็กำลังได้รับความสนใจจากผู้ชมทั่วโลก นอกเหนือจากวัฒนธรรมตะวันตก และถูกนำมาผลิตเป็นสินค้าในสื่อเพิ่มมากขึ้นตัวอย่างเช่น ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่อง “Crouching Tiger, Hidden Dragon” ที่ได้รับเงินทุนข้ามชาติและสร้างโดยทีมผู้ผลิตภาพยนตร์เชื้อสายจีนซึ่งใช้แรงงานและนักแสดงจากชาวจีนทั่วทุกมุมโลกและมีกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดขนาดใหญ่อยู่ที่ผู้บริโภคทั่วทั้งโลก (Wang, P.41) หรืออย่างภาพยนตร์การ์ตูนเรื่อง “มู่หลาน” ซึ่งเป็นตำนานเก่าแก่ของจีนเกี่ยวกับวีรสตรีที่ปลอมตัวเป็นชายเพื่อออกรบ ก็ได้ถูกบริษัทผลิตภาพยนตร์การ์ตูน “วอลท์ ดิสนีย์” ของสหรัฐอเมริกานำมาสร้างจนโด่งดัง ทำให้วิถีชีวิตและความเชื่อของชาวจีนถูกเผยแพร่และเป็นที่รู้จักมากขึ้น

การที่โลกไหลเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์นี้เอง อาจกลายเป็นสิ่งที่กระทบต่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมหรือก่อให้เกิด “อัตลักษณ์วิกฤต” (Crisis of Identity) อันหมายถึงอุดมการณ์ใหม่ที่ถูกผลักดันโดยสื่อทุนนิยมระดับโลก ส่งผลให้คนหอบอัตลักษณ์ของตนแยกออกไปจากสังคมใหญ่ หรือเกิดอัตลักษณ์ต่อต้านหันไปหาค่านิยมท้องถิ่นดั้งเดิม หรือเกิดการสร้างจุดยืนใหม่ให้อัตลักษณ์ใหม่ก็ได้ (สุกัญญา สูดบรรทัด, 2545)

การนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นจีน-สยามในนิตยสารตำเจี้ยห่าวนั้น อาจเกิดขึ้นจากปรากฏการณ์อัตลักษณ์วิกฤต เป็นการต่อสู้ทางอุดมการณ์ในด้านเชื้อชาติผ่านสื่อดังเช่นที่กลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่นๆทำ หรือการเลือกนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมานำเสนอ อาจเป็นการรื้อฟื้นหรือหยิบเอาอัตลักษณ์ของชาวจีนที่เคยถูกมองว่าเป็นเพียงวัฒนธรรมย่อยในสังคมกลับมาเชิดชูในช่วงที่วัฒนธรรมจีนกำลังจะครองโลก หรืออาจจะเป็นแค่เพียงกลยุทธ์ทางการตลาดที่นิตยสารทางเลือกยุคใหม่นำมาใช้ด้วยการพยายามนำวัฒนธรรม (ที่เป็นที่สนใจของกลุ่มวัยรุ่น) มาทำให้เป็นสินค้าเท่านั้น

ปัญหานำวิจัย

1. นิตยสารต้าเจียห่าวมีพัฒนาการในด้านรูปแบบและเนื้อหาจากอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไรบ้าง
2. นิตยสารต้าเจียห่าวมีพัฒนาการด้านการจัดการธุรกิจและองค์กรอย่างไร
3. นิตยสารต้าเจียห่าวมีกระบวนการสร้างเนื้อหาอย่างไรและปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียห่าว
4. นิตยสารต้าเจียห่าวก่อให้เกิดการเรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยหรือไม่ อย่างไร
5. รูปแบบและลักษณะของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าเสนอในนิตยสารต้าเจียห่าวเป็นเช่นไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการองค์กรและพัฒนาการของนิตยสารต้าเจียห่าวภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์
2. ศึกษากระบวนการสร้างและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียห่าว และการเรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากกลุ่มผู้อ่าน
3. ศึกษารูปแบบและลักษณะของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าเสนอในนิตยสารต้าเจียห่าว

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **อัตลักษณ์จีน-สยาม** - ลักษณะสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างเชื้อชาติวัฒนธรรม และประเพณีของไทยกับจีน ตัวอย่างเช่น
 - บุคคลที่มีสัญชาติไทย สามารถพูด อ่าน เขียนภาษาไทยได้ มีชื่อหรือทั้งชื่อและนามสกุลเป็นภาษาไทยแต่มีลักษณะทางชาติพันธุ์เป็นจีน เช่น มีผิวขาวเหลือง ตาชั้นเดียว ตาเล็ก หรือตาเฉียง
 - ตัวอักษรภาษาไทยที่เลียนแบบรูปทรง (form) ของอักษรภาษาจีน
 - การแต่งกายที่น่าเอาชุดประจำชาติและเครื่องประดับของจีนมาประยุกต์ ดัดแปลง หรือสวมใส่ผสมกับเครื่องแต่งกายแบบอื่นๆที่ไม่ใช่ของจีน

- ศิลปวัฒนธรรมที่มีการผสมผสานกันระหว่างไทยและจีน เช่น การตกแต่งบ้าน อาคาร ร้านค้า ด้วยลวดลายจีนหรือเครื่องเรือนแบบจีน ฯลฯ
2. **วัฒนธรรมย่อย** – กลุ่มคนที่มีลักษณะแนวคิด พฤติกรรม การปฏิบัติตน ความเชื่อและค่านิยม ที่เหมือนหรือคล้ายคลึงกัน และแตกต่างไปจากกลุ่มคนกลุ่มใหญ่ในสังคม
 3. **การกำหนดเนื้อหา** – หลักเกณฑ์ที่ผู้ผลิตเนื้อหาในนิตยสารตั้งไว้เพื่อกำหนดขอบเขตและรูปแบบของเนื้อหาในนิตยสาร
 4. **แนวคิดหลัก (concept)** – จุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์สำคัญ ที่ผู้จัดทำนิตยสารหยิบยกมานำเสนอเพื่อใช้เป็นแนวทางในการผลิตนิตยสาร เช่น นิตยสารต้าเจียห่าวมีแนวคิดหลักคือการสร้างรากฐานทางวัฒนธรรมจีน-สยาม ให้กับผู้อ่าน
 5. **แก่นเรื่อง (theme)** – กรอบหรือแนวคิดที่แตกต่างกันไปในแต่ละฉบับ ซึ่งผู้ผลิตนิตยสารเลือกมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเนื้อหาภายในเล่มให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยดูจากวลีที่โปรยไว้ที่หน้าปกหนังสือฉบับนั้นๆ ตัวอย่างเช่น แก่นเรื่องของนิตยสารต้าเจียห่าว ฉบับที่3.6 คือ “Chill ซา”

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. รับรู้ถึงรูปแบบการบริหารจัดการองค์กรและพัฒนาการของนิตยสารของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์
2. เรียนรู้กระบวนการสร้างและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหาในนิตยสารของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย
3. ศึกษาการเรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมในกลุ่มผู้อ่านนิตยสารต้าเจียห่าว
4. รับรู้ถึงรูปแบบและลักษณะของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่นำเสนอในนิตยสารต้าเจียห่าว

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกที่จะนำทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่จะศึกษามาใช้เป็นกรอบในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)
2. แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อย (Subculture)
3. แนวคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernism)
4. แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Use & Gratifications Approach)
5. แนวคิดเรื่องชาวจีนในประเทศไทย
6. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

จุดประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้ ต้องการจะศึกษาถึงตัวสื่อ อันได้แก่นิตยสารต้าเจียหัวว ว่ามีการสร้างอัตลักษณ์ความเป็นจีน-สยามให้กับหนังสือของตนเองอย่างไร โดยอาศัยแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ และนำแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยและแนวคิดเรื่องชาวจีนในประเทศไทย มาใช้เป็นแนวทางและกรอบในการทำความเข้าใจวัฒนธรรมของชาวจีนโดยเฉพาะชาวจีนในประเทศไทย หรือจีน-สยามที่ถือเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยกลุ่มหนึ่งในสังคมไทย ส่วนแนวคิดเรื่องผู้รับสารนั้น ผู้วิจัยจะนำมาใช้ศึกษาการเปิดรับสารและการเปิดรับอัตลักษณ์จีน-สยาม จากนิตยสารต้าเจียหัววของกลุ่มผู้อ่านเยาวชนที่เลือกมาเป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนแนวคิดหลังสมัยใหม่นั้น จะนำมาใช้พิจารณารูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารดังกล่าว

1. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ (Identity)

Hornburger (1963, อ้างถึงใน โสวรรณ คงสวัสดิ์, 2545: 7) ได้นิยามความหมายของอัตลักษณ์ไว้ว่า เป็นคุณลักษณะที่มีอยู่ในคนหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ทำให้เกิดความโดดเด่น มี

ลักษณะเฉพาะและแตกต่างจากบุคคลอื่น อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลจึงมีความหมายถึง ลักษณะเฉพาะของบุคคลนั้นๆที่ไม่ซ้ำแบบใคร ซึ่งในบุคคลหนึ่งอาจมีลักษณะโดดเด่นนี้ได้หลายรูปแบบ อาจเป็นบุคลิกภาพที่ซ่อนอยู่ภายในหรือเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นซ้ำๆกันบ่อยครั้ง จนเกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน กลายเป็นเอกภาพของลักษณะเฉพาะตัวๆได้

ตามแนวคิดของ Moghadam (1994 : 44-45 อ้างถึงใน อรุณทิพย์ ปันศิริ,2544 :17) อัตลักษณ์กลับหมายถึง ความรู้สึกตัวว่าฉันคือใคร (Who I am) ความตระหนักรู้ในตนเองแล้วแสดงออกต่อบุคคลอื่นหรือกลุ่มสังคม ตลอดจนเป็นการมองตัวเขาอย่างไร ร่วมกับการที่ผู้อื่นมองเขาอย่างไร นอกจากนี้ อัตลักษณ์ยังสามารถเปลี่ยนแปลงได้ครั้งแล้วครั้งเล่าเช่นกัน โดยเกิดขึ้นจากแรงขับภายนอก กล่าวคือ เปลี่ยนแปลงตามการเข้าไปอยู่ในกลุ่มสังคมใหม่ กลุ่มทางการเมืองใหม่ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ อาจจะเป็นการสร้างคามผันแปรแก่อัตลักษณ์ หรืออาจจะเป็นการสร้างประสบการณ์ในการพัฒนาอัตลักษณ์ก็เป็นได้ เพราะฉะนั้น อัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลอาจจะคงที่ในแง่มุมใดแง่มุมหนึ่ง ในขณะที่อาจจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอัตลักษณ์เพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์หนึ่งๆไปพร้อมๆกัน

งานวิจัยของ อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546: 27-28) ได้กล่าวถึงแนวคิดอัตลักษณ์ของ เออร์วิง ก๊อฟมัน (Erving Goffman) นักสังคมวิทยาสายปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ไว้ว่า ก๊อฟมัน เป็นนักคิดที่ทำการจำแนกแยกแยะความแตกต่างระหว่างอัตลักษณ์ส่วนบุคคลและอัตลักษณ์ทางสังคมเอาไว้ ดังนี้

1. ego identity คือ ความรู้สึกที่ปัจเจกมีต่อตัวเอง
2. personal identity คือ ภาพของปัจเจกในสายตาผู้อื่น ในฐานที่เป็นบุคคลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว
3. social identity คือ สถานภาพทางสังคมของบุคคล เช่น อาชีพ ชนชั้น เพศ ชาติพันธุ์ หรือศาสนาที่ปัจเจกบุคคลนั้นสังกัดอยู่

สังคมจะคาดหวังและเรียกร้องว่าปัจเจกบุคคลในวัยนี้ เพศนี้ ชนชั้นนี้ ควรวางตัวหรือมีบุคลิกภาพเฉพาะตนที่พึงปรารถนาอย่างไรบ้าง นี่คือจุดที่อัตลักษณ์ทางสังคมและอัตลักษณ์ปัจเจกชนทับซ้อนกัน อัตลักษณ์ทางสังคมจึงมีสองส่วน ส่วนหนึ่งคือมาตรฐานที่สังคมเรียกร้องจากปัจเจกบุคคล (virtual identity) และอีกส่วนคืออัตลักษณ์ที่เป็นจริงของคนคนนั้น (actual identity)

ในขณะที่ Mead (อ้างถึงใน อภิญา เพ็ญฟูสกุล, 2543: 26) ซึ่งเป็นนักปฏิสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์อีกคน กลับมองว่า กลไกสำคัญของการสร้างตัวตนคือการเรียนรู้ที่จะสวมบทบาท (role-taking) ของผู้อื่น และหัวใจสำคัญในการเรียนรู้คือ “ภาษา” ซึ่งเป็นช่องทางถ่ายทอดระบบสัญลักษณ์และกฎเกณฑ์ร่วมของสังคม

นอกจากอัตลักษณ์ของแต่ละบุคคลแล้ว Melucci (อ้างถึงใน สกลกานต์ อินทร์ไทร, 2539 : 22) ยังได้อธิบายถึง อัตลักษณ์ร่วม (collective identity) ไว้ว่า คือกระบวนการสร้างสำนึกร่วมของกลุ่มต่างๆ ในสังคม อันจะทำให้สมาชิกตระหนักถึงลักษณะร่วมของกลุ่มและเข้าใจว่า “พวกเรา” มีลักษณะแตกต่างไปจาก “พวกเขา” อย่างไร สำนึกร่วมดังกล่าว สามารถสร้างและปรับเปลี่ยนได้ โดยอาศัยสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมของกลุ่ม เช่น เพลง พื้นบ้าน ตำนานเรื่องวีรกรรมของบรรพบุรุษ ดังนั้นสังคมและวัฒนธรรม จึงมีบทบาทในการสร้าง การดำรงรักษาและการปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์โดยตรง

ยิ่งไปกว่านั้น อัตลักษณ์ร่วม ยังมีความหมายที่สอดคล้องและคล้ายคลึงกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural identity) ที่มีความหมายว่าเป็น (ความรู้สึถึง) อัตลักษณ์ของกลุ่มหรือวัฒนธรรม หรือของปัจเจกบุคคล ที่เธอหรือเขา ได้รับอิทธิพลโดยกลุ่มหรือวัฒนธรรมที่เธอหรือเขาร่วมอยู่ ([http://en.wikipedia.org/wiki/Cultural identity](http://en.wikipedia.org/wiki/Cultural_identity))

ในทางสังคมวัฒนธรรม อัตลักษณ์เป็นลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรมของคนและชุมชนซึ่งสืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษ ถูกครอบงำโดยวัฒนธรรมกระแสหลักและของผู้มีอำนาจมากกว่า การพัฒนาแนวคิดวัฒนธรรมชุมชนหรือท้องถิ่นนิยมพูดถึงการพัฒนาว่า เป็นกระบวนการ “คืนสู่รากเหง้า” สืบค้นหาตัวตนและ อัตลักษณ์ที่ถูกลืม ถูกครอบงำ ให้ฟื้นคืนมาเป็นพลังในการเปลี่ยนแปลงไปสู่การพึ่งตนเอง ให้คืนความเชื่อมั่นและการเคารพตนเอง ความรู้ ภูมิปัญญาและจารีตประเพณีอันดีงาม (เสรี พงศ์พิศ, 2547)

กรองแก้ว วัฒนะมงคลรักษ์ (2545) ได้กล่าวถึงคุณสมบัติของอัตลักษณ์ไว้ว่า เป็นเหมือนเหรียญที่มี 2 ด้าน ในด้านหนึ่งอัตลักษณ์จะมีลักษณะที่อยู่คงกระพันไม่เปลี่ยนแปลง (Enduring) แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีบางอย่างที่เปลี่ยนแปลงและปรับเปลี่ยนไปอยู่ตลอดเวลา นอกจากนั้น อัตลักษณ์ยังมีหลายมิติ (Dimension) และมีพลวัต (Dynamic) โดยอาจเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพการณ์

ดังนั้น เราอาจพอจะสรุปได้ว่า อัตลักษณ์ หมายถึงลักษณะเด่นของปัจเจกบุคคล ที่มีใช้สิ่งที่ติดตัวมนุษย์มาตั้งแต่กำเนิด แต่เป็นสิ่งที่ปัจเจกบุคคลสร้างขึ้นจากการเรียนรู้ความต้องการภายในคือตัวเอง และจากภายนอกอันได้แก่บุคคล-แวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยมและสถาบันทางสังคม นอกจากนั้น ในแง่ของนักคิดกลุ่มหลังสมัยใหม่นิยม อัตลักษณ์ยังเป็นสิ่งลื่นไหล ไม่ตายตัว ทว่าสามารถปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์และมีการพัฒนาตลอดช่วงชีวิตของปัจเจกชนผู้นั้นด้วย

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยต้องการนำแนวคิดอัตลักษณ์มาเป็นแนวทางศึกษาใน 2 กรณี คือ 1. ศึกษาถึงอัตลักษณ์จีน-สยาม ที่อยู่สอดแทรกในนิตยสารต้าเจียห่าว 2. ศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้อ่านนิตยสาร ในช่วงอายุ 16-25 ปี ว่ามีการเปิดรับเนื้อหาและการสร้างเครือข่ายวัฒนธรรมจีน-สยาม อย่างไรบ้าง

2. แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อย (Subculture)

ในทางสังคมวิทยา วัฒนธรรมย่อย คือวัฒนธรรมหรือกลุ่มคนที่มีพฤติกรรมและความเชื่อแตกต่างไปจากวัฒนธรรมที่มีขนาดใหญ่กว่า ลักษณะสำคัญของวัฒนธรรมย่อย ที่จำแนกมันออกจากการรวมกลุ่มทางสังคมอื่นๆ คือ การตระหนักรู้ในรูปแบบ (style) และความแตกต่างระหว่างรูปแบบ อันได้แก่ เสื้อผ้า ดนตรี หรือความสนใจด้านอื่นๆ ในช่วงต้นปี 1950 David Riesman ได้จำแนกความแตกต่างระหว่างคนหมู่มาก (majority) ซึ่งเป็น “กลุ่มคนที่ยอมรับรูปแบบและจุดมุ่งหมาย (styles and meaning) ที่ถูกจัดเตรียมไว้เพื่อการค้าอย่างไม่มีทางเลือกใดๆ” กับกลุ่มวัฒนธรรมย่อย (subculture) ซึ่งมีความกระตือรือร้นที่จะค้นหารูปแบบของคนกลุ่มน้อย (ซึ่งก็คือแนวดนตรี hot jazz ในช่วงเวลานั้น) และตีความคุณค่าของมันไปในทางบ่อนทำลายโดยพร้อมเพรียงกัน (Riesman 1950 : 361)

Dick Hebidge (1981) ได้นำ “รูปแบบ” (style) มาพิจารณาถึง แฟชั่น, การแสดงพฤติกรรม, การใช้ศัพท์เฉพาะ, กิจกรรม, ดนตรี, และความสนใจของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย รูปแบบของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยถูกจำแนกออกจากรูปแบบกระแสหลัก (mainstream) โดยการถูกสร้างหรือผลิตขึ้นอย่างจงใจ ซึ่งโครงสร้างเหล่านี้จะมีความแตกต่างไปจากธรรมเนียมปฏิบัติเดิมๆ

Hebidge ยังได้ยกตัวอย่าง กลุ่ม”พังค์” ที่ถือเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อย ว่าเป็น “แบบแผนทางสุนทรียศาสตร์แบบสุดโต่ง” (radical aesthetic practices) การนำวัตถุที่ใช้ในระบบอุตสาหกรรมมาใช้คุณสมบัติความเป็นศิลปะลงไป ตัวอย่างของสิ่งของที่ดูธรรมดาและไม่เหมาะสมอันได้แก่ เข็ม, เสื้อพลาสติกตอกหมุด, ชิ้นส่วนจากทีวี, ไข่มืดโกน, ผ้าอนามัยแบบสอด เหล่านี้สามารถถูกนำมาใช้ในขอบเขตทางแฟชั่นของพวกเขาได้ทั้งนั้น หรือวัตถุที่ถูกยืมมาจากบริบทที่สกริปโตมมที่สุกกลับมีพื้นที่ดำรงอยู่ในเครื่องแต่งกายที่เข้าชุดกันของพวกเขาพังค์ เช่น ไซ้ห้องน้ำที่ถูกนำมาห้อยประดับหน้าอกที่ห่อหุ้มไว้ด้วยถุงพลาสติกใสขยะ เข็มที่ดูมีความปลอดภัย ก็ถูกนำออกมาจากบริบทของคำว่า “ประโยชน์ใช้สอย” ซึ่งครอบงำมันอยู่และถูกนำไปใส่ในฐานะเป็นเครื่องประดับที่มีความหนักแน่นตามแก้ม, หู หรือริมฝีปาก ส่วนต่างๆของเครื่องแบบนักเรียน (เสื้อเชิ้ตสีขาว, เนคไทโรงเรียน) ถูกทำให้เลอะเทอะอย่างจงใจ (เสื้อเต็มไปด้วยลายกราฟิตี้ หรือเสื้อปลอม, เนคไทที่ผูกไม่เสร็จ) และนำมาจับคู่กับปลอกคอหนัง หรือผมทรงโมฮอกสีชมพูสด” (หน้า 106-12)

(<http://en.wikipedia.org/wiki/Subculture>)

พฤติกรรมดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Snejina Michailova (www.sonlifeafrica.com/mode/subcult1.htm) ที่ได้นำเสนอคำจำกัดความของวัฒนธรรมย่อยไว้ว่า

1. วัฒนธรรมย่อย คือการกระทำตัวอย่างชัดเจนของความเข้าใจ, พฤติกรรม และรูปแบบทางวัฒนธรรมซึ่งบ่งชี้กลุ่มคนที่อยู่ในองค์กร พวกเขาจะมีความแตกต่างไปจากกลุ่มทางวัฒนธรรมแบบปกติอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งพวกเขาจะถูกปลูกฝังความเข้าใจในวัฒนธรรมดังกล่าวเพิ่มขึ้นจนเกิดการเบี่ยงเบนไปจากกลุ่มทางวัฒนธรรมเหล่านั้น (Tric and Beyer)
2. วัฒนธรรมย่อย คือทางออกในการประนีประนอมระหว่างความต้องการที่ขัดแย้ง 2 ประการ คือ 1.) ความต้องการที่จะสร้างและแสดงออกทางร่างกายที่แตกต่างไปจากผู้อื่น 2.) ความต้องการที่จะรักษาการแสดงตัวตนต่อวัฒนธรรมภายในขอบเขตของตนที่วัฒนธรรมย่อยเป็นผู้พัฒนาขึ้น (Cohen)

Sarah Thornton (1995) ยังได้อธิบายถึงวัฒนธรรมย่อยว่า เป็นการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและการได้รับประโยชน์จากสมาชิกของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยนั้นๆ โดยการสร้างสถานะและสร้างความแตกต่างระหว่างพวกเขาเองให้ต่างไปจากสมาชิกของกลุ่มอื่นๆ

ในมุมมองของBrake (1980: อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ) วัฒนธรรมย่อยจัดเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมชาติ (national culture) ที่มีการสร้างภาพลักษณ์ ค่านิยม และพฤติกรรมเฉพาะกลุ่มที่แตกต่างไปตามวัฒนธรรมชาติของคนส่วนใหญ่ๆ ส่วน Hall & Jefferson (1976) กลับเห็นว่า วัฒนธรรมย่อยเป็นวิธีการที่กลุ่มย่อยใช้ในการจัดการกับชีวิตทางวัตถุและวิถีชีวิตทางด้านอื่นๆ ที่แตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างอัตลักษณ์ (identity) วิธีนี้เป็นปฏิบัติการที่กลุ่มดำเนินการอย่างมีความหมายและมีสำนึกไม่ว่าจะเป็น “วัตถุ/ความสัมพันธ์/ระบบค่านิยม/ระบบความเชื่อที่ผลิตออกมา (what they produce) และวิธีการที่ผลิต (how they produce) ล้วนมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม

ในแง่โครงสร้างอำนาจ วัฒนธรรมย่อยมิใช่วัฒนธรรมที่ล่องลอยอย่างไม่สัมพันธ์กับวัฒนธรรมอื่นๆ แต่ทว่าวัฒนธรรมย่อยนั้นดำรงอยู่ในโครงสร้างลำดับชั้นของอำนาจที่แตกต่างกัน (hierarchical power structure)ระหว่างวัฒนธรรมย่อยกับวัฒนธรรมหลัก ดังนั้น คำว่า“ย่อย”จึงหมายถึง “ย่อย/เล็ก/น้อยในแง่อำนาจ” ด้วยการมี “วัฒนธรรมย่อย” จึงหมายความถึงการใช้อำนาจการครอบงำ การเอาเปรียบ (Domination, exploitation, manipulation) ที่วัฒนธรรมหลักกระทำต่อวัฒนธรรมย่อย แต่ในอีกด้านหนึ่งก็หมายถึงการตอบโต้ การต่อรอง การมีปฏิกิริยาของวัฒนธรรมย่อยที่มีต่อวัฒนธรรมหลักเพื่อการดำรงอยู่และการสืบทอดของวัฒนธรรมย่อยด้วย

ดังนั้นเราอาจสรุปได้ว่า กลุ่มวัฒนธรรมย่อย คือกลุ่มคนที่มีแบบแผนในเรื่องความคิด ความเชื่อ ค่านิยมและธรรมเนียมปฏิบัติ แตกต่างไปจากกลุ่มคนส่วนใหญ่ในสังคม ทั้งนี้พฤติกรรมดังกล่าว มีจุดมุ่งหมายเพื่อแสดงตัวตน สืบทอดและดำรงวิถีของกลุ่มให้ดำเนินต่อไป เป็นการแสดงออกอย่างมีนัยยะเพื่อตอบโต้หรือต่อสู้กับกลุ่มวัฒนธรรมที่มีขนาดใหญ่กว่าซึ่งโอบล้อมกลุ่มวัฒนธรรมย่อยเหล่านั้นไว้นั่นเอง

3. แนวคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernism)

แนวคิดหลังสมัยใหม่ (Postmodernism) เป็นทฤษฎีที่ยังไม่มีความไม่ชัดเจนในการให้คำนิยามความหมาย เนื่องจากแนวคิดหลังสมัยใหม่ เป็นแนวคิดที่อิงกับช่วงเวลา “หลังสมัยใหม่” ซึ่งยังเป็นที่ยกเถียงในแวดวงวิชาการว่า เส้นแบ่งระหว่างยุค “สมัยใหม่ (Modern)” กับ “หลังสมัยใหม่ (Postmodern)” อยู่ที่ใด ดังนั้น การจะทำความเข้าใจแนวคิดหลังสมัยใหม่จึงจำเป็นต้องนิยามคำว่าสมัยใหม่เสียก่อน

แนวคิดสมัยใหม่นิยม (Modernism) มีที่มาจากการเคลื่อนไหวของวงการศิลปะตะวันตก ในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 - ต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20 ในช่วงนี้เองที่ศิลปินผู้ผลิตงานศิลปะกรรม ดนตรี วรรณกรรมและการละคร ได้เกิดการปฏิเสธมาตรฐานทางการสร้างและบริโภค (การตีความ) ศิลปะแบบเก่าในยุควิคตอเรีย หรืออาจกล่าวได้ว่า มีการเปลี่ยนความสนใจในการเสพ ศิลปะ จากที่เคยสนใจว่าผู้ผลิตต้องการจะสื่อ “อะไร” มาสนใจว่าผู้เสพตีความหมายงานศิลปะชิ้น นั้น “อย่างไร” ทั้งนี้เป็นผลมาจากการที่ Nietzsche (อ้างถึงในธีรยุทธ บุญมี : 115) ได้นำเสนอ แนวคิดไว้ว่า ความจริงทางโลกวิทยาศาสตร์ ความจริงทางโลกปรัชญา ความงามทางโลกศิลปะ ไม่ได้มีอยู่หนึ่งเดียว แต่มีหลายวิธีและหลายมุมมองที่จะเข้าถึงความจริงเหล่านี้ (relativism และ perspectivism)

นอกจากนั้น แนวคิดสมัยใหม่นิยมยังเริ่มปฏิเสธขอบเขตระหว่าง “ชนชั้นสูง” และ “ชนชั้นล่าง” เนื่องจากผลของสังคมนิยมอุตสาหกรรมในขณะนั้นและการผลิตแบบมวลชน (mass production) ทำให้ความเชื่อในที่ว่าศิลปะและครอบครองงานศิลปะเป็นเรื่องของชนชั้นสูง เท่านั้นหมดไป เพราะการผลิตแบบอุตสาหกรรม สามารถผลิตซ้ำ (reproductive) สินค้าหรืองาน ศิลปะจากต้นแบบได้เป็นจำนวนมากมหาศาล ทำให้ชนชั้นกลางมีโอกาสชื่นชมศิลปะเช่นเดียวกับชน ชั้นสูงในราคาที่ถูกลง

การเปลี่ยนผ่านจากยุคสมัยใหม่มาสู่ยุคหลังสมัยใหม่ เกิดขึ้นในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 Frederic Jameson ได้กล่าวว่า สมัยใหม่นิยมและหลังสมัยใหม่นิยม เป็นการก่อตัวทาง วัฒนธรรมที่เกิดขึ้นมาพร้อมกับ “ลัทธิทุนนิยม” โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะคือ ระยะ แรก เป็นช่วง ที่มีความเกี่ยวข้องเป็นพิเศษกับการพัฒนาทางเทคโนโลยี คือ การค้นพบเครื่องจักรพลังไอน้ำ ระยะ ที่สอง เกิดขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 - กลางศตวรรษที่ 20 (ช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2) เป็นช่วง ทุนนิยมแบบผูกขาด มีความเกี่ยวข้องเป็นพิเศษกับการผลิตไฟฟ้าและมอเตอร์ ระยะที่สาม ซึ่งเรา กำลังอยู่ในช่วงนี้ คือ ยุคสังคมนิยมบริโภค (consumer capitalism) ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับ นิวเคลียร์และเทคโนโลยีไฟฟ้าเป็นสำคัญ

Lyotard (1984 : Mike Featherstons 1991, P.3) ได้กล่าวถึงสังคมนิยมหลังสมัยใหม่หรือยุค หลังสมัยใหม่ไว้ว่า เป็นการเคลื่อนไหวที่เป็นผลต่อเนื่องมาจากสังคมนิยมหลังอุตสาหกรรม (post-industrial) โดยที่เขายังมุ่งสนใจไปที่ผลกระทบของ “การทำให้เป็นสังคมคอมพิวเตอร์ (computerization of society)” ทางความรู้ เช่นเดียวกับ Baudrillard (1983a) ที่เน้นว่ารูปแบบ

ใหม่ของเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารจะกลายเป็นศูนย์กลาง จากการแลกเปลี่ยนทางการผลิต (productive) ไปเป็นการผลิตซ้ำ (reproductive) ซึ่งการจำลองและแบบจำลองจะมีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จนทำให้เส้นแบ่งความแตกต่างระหว่างความจริงและภาพที่ปรากฏกำลังจะถูกกลบเลือนไป - simulacrum : ความจริงที่ถูกสร้างจากการจำลองแบบ

นอกจากนั้น ในแง่อุดมคติ แนวคิดหลังสมัยใหม่ยังปฏิเสธความเชื่อตามแนวคิดกระแสหลัก (grand narrative) ในเรื่อง ความเป็นเหตุเป็นผลทางวิทยาศาสตร์และควมมีระเบียบ (order) ดังเช่นที่เคยเชื่อถือกันมาในตั้งแต่ยุคแสงสว่างทางปัญญา (enlightenment) จนถึงยุคสมัยใหม่ ดังนั้น แนวคิดหลังสมัยใหม่นิยมจึงหันไปเชื่อในเรื่องการไร้ระเบียบ (disorder)

จันทน์ เจริญศรี (2544 : 14-16) ได้จำแนกความหมายของหลังสมัยใหม่นิยม ตามมโนทัศน์ที่แตกต่างกัน คือ

1. หมายถึงรูปแบบและลีลา (style) ทางศิลปะ : มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

- 1.1 พยายามที่จะลบล้างเส้นแบ่งระหว่างศิลปะกับชีวิตประจำวัน
- 1.2 ยกเลิกการแบ่งลำดับชั้นระหว่างศิลปะชั้นสูงกับศิลปะชาวบ้าน
- 1.3 เน้นรูปแบบและลีลาที่หลากหลาย ผสมผสานหลายรูปแบบเข้าด้วยกันเพื่อสร้างความรู้สึกประหลาดพิสดาร (eclectic) โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการผสมผสานลีลาทางศิลปะที่ดูแล้วไม่น่าจะเข้ากันได้
- 1.4 มีลักษณะเชิงละเล่น (playfulness) ล้อเลียนแบบไมวิพากษ์ (blank parody) โดยการนำเอารูปแบบทางศิลปะในอดีตมาผสมผสานกันโดยไม่เน้นความลึกซึ้งทางความคิด (pastiche)
- 1.5 เลิกเชิดชูศิลปินที่มีความคิดริเริ่มและเป็นอัจฉริยะ โดยมองว่าศิลปะเป็นเพียงสิ่งซ้ำซากที่วนเวียนอยู่กับการลอกเลียนสิ่งเก่าๆ

2. หมายถึงความซับซ้อนทางวัฒนธรรม : ในทัศนะของเบลล์ (Bell, 1976) หลัง

สมัยใหม่นิยมไม่ใช้การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมเข้าสู่ยุคหลังสมัยใหม่ แต่หมายถึงวัฒนธรรมแบบสุดขีดของยุคสมัยใหม่ โดยในที่นี้เขานิยามสมัยใหม่นิยมว่า หมายถึงค่านิยมที่ต้องการต่อต้านค่านิยมของกระฎุมพีและจริยธรรมแบบพิวริตัน ซึ่งมีค่านิยมและทัศนคติตามแบบแผนกระแสหลักและเคร่งศีลธรรม โดยเสนอค่านิยมแบบนสุนิยม (hedonistic) ของการบริโภคแบบมวลชนเข้ามาแทนที่ ซึ่งในแง่นี้จะก่อให้เกิดลักษณะทางวัฒนธรรมที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

เนื่องจากไม่มีคนชั้นกลางหรือกระฎุมพีซึ่งเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่ยึดมั่นในวัฒนธรรมกระแสหลัก แต่เต็มไปด้วยมวลชนที่หลากหลายซึ่งต่างก็ยึดถือวัฒนธรรมของตนเอง ในขณะที่เจมสัน ซึ่งใช้แนวคิดวิเคราะห์ตามแบบมาร์กซิสต์ ที่แบ่งระหว่างโครงสร้างส่วนล่างกับส่วนบน (base-superstructure analysis) มองว่า วัฒนธรรมแบบหลังสมัยใหม่คือลักษณะทางวัฒนธรรมที่ครอบงำสังคมปัจจุบัน ซึ่งเป็นช่วงปลายของยุคทุนนิยม กล่าวคือ เขาเห็นว่าวัฒนธรรมแบบหลังสมัยใหม่มีที่มาจาก “การผลิตซ้ำในเครือข่ายระดับโลกของทุนนิยมแบบนานาชาติ” (Jameson, 1992) อันนำไปสู่การขยายตัวของวัฒนธรรมเข้าไปสู่ทุกๆ ปริณทลของชีวิตทางสังคม จนอาจกล่าวได้ว่าทุกสิ่งในชีวิตทางสังคมของเราล้วนมีลักษณะเชิงวัฒนธรรมทั้งสิ้น

3. หมายถึงลายแทงของความเปลี่ยนแปลงทางพื้นฐานทางวัฒนธรรมและการขยายความสำคัญของวัฒนธรรมตะวันตกปัจจุบัน : อาจแบ่งได้เป็น 3 ระดับคือ

3.1 หมายถึงความเปลี่ยนแปลงในปริณทลของศิลปะและวิชาการ ในที่นี้คำว่าหลังสมัยใหม่นิยามหมายถึงความเปลี่ยนแปลงในแนวคิดต่อทฤษฎี มีการทำลายการแบ่งเป็นสาขาย่อยทั้งในทางศิลปะและวิชาการ

3.2 หมายถึงสัมพันธ์ระหว่างความเปลี่ยนแปลงในทางศิลปวิชาการกับปริณทลทางวัฒนธรรมที่กว้างกว่า : สนใจในเรื่องการผลิต การบริโภคและการจำหน่าย แจกสินค้าเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในระดับที่กว้างกว่า คืออาจกระทบต่อดุลของอำนาจ การพึ่งพาระหว่างกลุ่มและการแตกตัวทางชนชั้น

3.3 หมายถึงการเปลี่ยนแปลงในการปฏิบัติการของชีวิตประจำวัน (everyday practices) และประสบการณ์ของคนต่างกลุ่ม ซึ่งเป็นผลจากกระบวนการที่กล่าวมา 2 ข้อข้างต้น

4. แนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Use & Gratifications Approach)

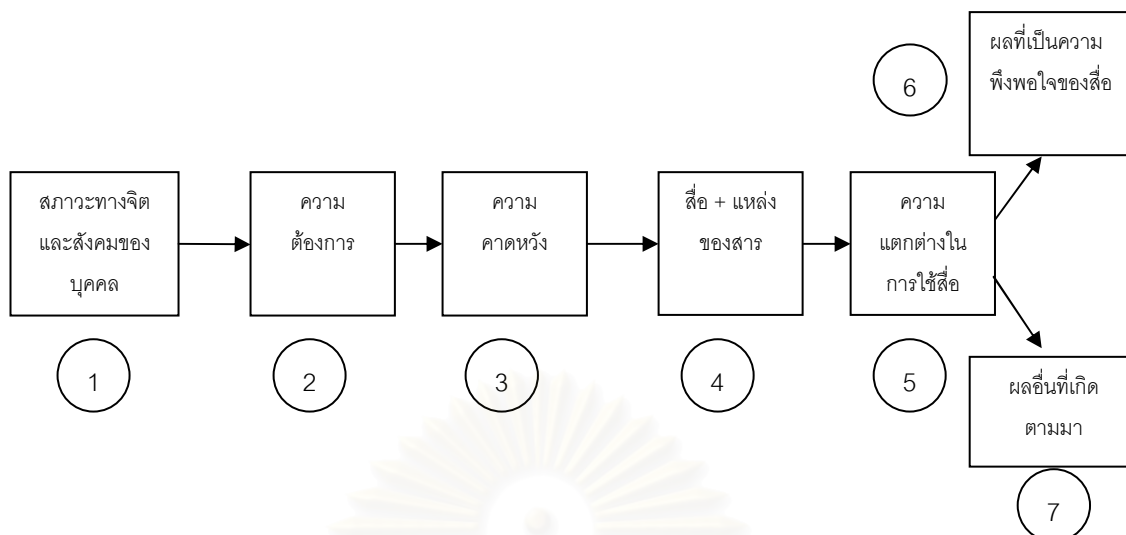
การวิเคราะห์แบบแผนการใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้น เป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาบทบาทหน้าที่ของสื่อ (Functionalism) เพียงแต่ว่าแทนที่จะตอบคำถามว่าสื่อมีบทบาทหน้าที่ต่อสังคมอย่างไร ก็เปลี่ยนมาเป็นมุมมองของปัจเจกบุคคลว่า “คนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำ

หน้าที่อะไรบ้าง” เอกลักษณะเด่นๆของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารนั้นก็ คือ นักวิจัยจะให้ความสนใจต่อ “ตัวผู้รับ/ใช้สาร” (Media users) มากกว่า “ตัวสาร” (Media/content)

แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสารที่มีต่อสื่อ มีดังนี้

1. โดยส่วนใหญ่ ในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสาร เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เพื่อประกอบการตัดสินใจ เลือกซื้อ เพื่อควบคุมสถานการณ์ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการลงมือกระทำ (เช่น รายงานพยากรณ์อากาศ)
2. เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนดังกล่าว การเข้าไปใช้สื่อจึงไม่ใช่กิจกรรมที่กระทำไปตาม ยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าประสงค์ที่แน่นอน (Goal – oriented activity)
3. ในท่ามกลางสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อมวลชนมิได้เป็นทางเลือกทาง เดียวของบุคคล หากทว่าเป็นเพียงตัวเลือกหนึ่งท่ามกลางตัวเลือกตัวอื่นๆและสื่อมวลชน คงต้องพบว่าแหล่งข่าวสารอื่นๆ มีฐานะเป็นคู่แข่งโดยปริยาย (ลดสถานะของสื่อมวลชนที่มี ต่อบุคคลลงมา)
4. สำหรับทิศทางที่บุคคลจะเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความ ต้องการของบุคคลนั้นเป็นปฐมเหตุ จากนั้นความต้องการดังกล่าวจะถูกแปรมาเป็น แรงจูงใจ (Motivation) ที่จะผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาการใช้สื่อประเภทต่างๆ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ในทางปฏิบัติ Katz(1973) ได้สร้างเครื่องมือวัดลักษณะการใช้สื่อที่ประยุกต์มาจากแบบจำลองดังกล่าว ให้มีลักษณะใช้งานจริงได้มากขึ้น โดยใช้ตัวแปร 3 แปรเป็นแกน ในแต่ละตัวแปรมีลักษณะแยกย่อยออกไปและสามารถผสมเป็นสูตรเพื่อจัดแบบแผนการใช้สื่อของบุคคลดังนี้

1. **Mode** คือ ลักษณะของความ ต้องการ ประกอบด้วย
 - 1.1 ต้องการเพิ่มมากขึ้น (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - 1.2 ต้องการให้น้อยลง (จากที่มีอยู่แล้ว)
 - 1.3 ต้องการให้ได้มา (ยังไม่มีเลย)
2. **Connection** คือ จุดประสงค์ของการใช้สื่อประกอบด้วย
 - 2.1 รับรู้ข่าวสารความรู้
 - 2.2 เพื่อประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความตื่นเต้น ความสนุกสนาน)
 - 2.3 เพื่อความมั่นใจ ความเชื่อถือ ความมั่นคงของสถานภาพ
 - 2.4 เพื่อสร้างหรือธำรงรักษาความสัมพันธ์
3. **Referent** คือ บุคคลหรือสิ่งภายนอกที่มนุษย์เียงการติดต่อไปถึงในระดับต่างๆ โดยเริ่มจากระดับใกล้ตัว จนห่างออกไปเรื่อยๆ ดังนี้
 - 3.1 ตนเอง

- 3.2 ครอบครัว
- 3.3 เพื่อนฝูง
- 3.4 ชนบประเพณี ธรรมเนียม สังคม
- 3.5 โลกกว้าง
- 3.6 สิ่งอื่นๆที่อยู่เหนือระดับการรับรู้ทางกายภาพ เช่น อำนาจเหนือธรรมชาติ

ส่วนในเรื่องของการจัดแบบแผนเรื่องความพึงพอใจนั้น ได้มีนักวิชาการแนวทางนี้หลายท่านได้นำเสนอวิธีการจัดประเภทแบบต่างๆ ตัวอย่างเช่น Blumler McQuail และ Brown (1972) ได้จัดหมวดหมู่ของบทบาทหน้าที่ของสื่อจากมุมมองของปัจเจกบุคคลดังที่ได้กล่าวมาแล้วเป็น 4 กลุ่มใหญ่ๆ และภายในแต่ละกลุ่มก็อาจแยกแยะออกไปได้อีกคือ

1. **ความเพลิตเพลิน (Diversion)** ซึ่งจะออกในรูปแบบของการใช้สื่อเพื่อหลบเลี่ยงออกมาจากประสบการณ์ในชีวิตประจำวันที่ซ้ำซากจำเจ หรือเพื่อหลบหนีปัญหา
2. **มนุษยสัมพันธ์ (Personal Relation)** เป็นการใช้สื่อเพื่อเสริมความสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ในสังคม เช่น นั่งดูรายการเกมโชว์ทางโทรทัศน์ร่วมกันทั้งครอบครัว หรือการนำเอาเรื่องราวจากละครโทรทัศน์มาพูดคุยกับคนในที่ทำงาน
3. **เอกลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Personal Identity)** เป็นการใช้สื่อเพื่อต่อย้ำหรืออ้างอิงกับกลุ่มเพื่อเสริม/สร้างเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น ถ้าเป็นวัยรุ่นก็ต้องดูรายการสอนภาษาอังกฤษแบบวัยรุ่นที่มีรูปแบบทันสมัย มีเนื้อหาสาระที่วัยรุ่นสนใจ ใช้พิธีกรขวัญใจวัยรุ่น เป็นต้น
4. **ติดตามข่าวสาร (Surveillance)** อันเป็นหน้าที่พื้นฐาน ของการเปิดรับสื่ออยู่แล้ว

5. แนวคิดเรื่องชาวจีนในประเทศไทย

ชาวจีนในประเทศไทย เป็นชนกลุ่มน้อยที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมของประเทศไทยมาเป็นระยะเวลายาวนาน การเข้ามาของชาวจีนในประเทศไทยเกิดขึ้นครั้งแรกในสมัยสุโขทัย โดยชาวจีนพวกแรกที่เข้ามาติดต่อกับชาวไทยในสมัยนั้นเป็นพวกพ่อค้าที่เดินเรือมาค้าขายในบริเวณอ่าวไทยและตั้งแหล่งการค้าและท่าจอดเรือหลายแห่งในบริเวณนี้ ก่อนที่ชาวไทยจะเข้ามาตั้งตัวเป็นปึกแผ่นที่บริเวณลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาและคาบสมุทรมาลายูในพุทธศตวรรษที่ 18 (คริสต์ศตวรรษที่ 13)

แม้ว่าในสมัยสุโขทัย ประเทศไทยจะมีการติดต่อกับชาวจีนมาโดยตลอด แต่การตั้งถิ่นฐานที่ถาวรของชาวจีนยังไม่เกิดขึ้นกระทั่งในสมัยกรุงศรีอยุธยา ในรัชสมัยของสมเด็จพระนารายณ์มหาราช (พ.ศ. 2199-2231) มีชาวจีนจำนวนหนึ่งได้เดินทางโดยเรือผ่านมาทางรัฐฉาน (ของพม่า) น่าน ลำปางและหลวงพระบาง เพื่อเข้ามาประกอบอาชีพและอาศัยในประเทศไทย จำนวนประมาณ 3,000 คน ส่วนใหญ่มาจากมณฑลกว๋างตุ้ง ฮกเกี้ยนและไหหลำ โดยอาชีพของชาวจีนในสมัยนั้นมีได้มีเพียงแต่พ่อค้าเท่านั้น ยังมีครู หมอ ช่างฝีมือ คนตอนและคนเลี้ยงหมู ปลูกผัก ไปจนถึงเป็นตัวละครด้วย

ถิ่นฐานสำคัญที่ชาวจีนเข้ามาตั้งรกราก ได้แก่ ในภาคใต้ (เมืองปัตตานี) และบริเวณใกล้เคียง แถบลุ่มน้ำเจ้าพระยาและตามหัวเมืองชายทะเลต่างๆ ชาวจีนที่เข้ามาพำนักอาศัยในสมัยอยุธยา นั้น ในระยะแรกๆตั้งบ้านเรือนอยู่ในที่ซึ่งทางการไทยจัดให้เป็นพิเศษนอกกำแพงเมือง เช่นเดียวกับชาวต่างประเทศกลุ่มอื่นๆ ภายหลังเมื่อได้สตรีไทยเป็นภรรยา จึงโยกย้ายไปตั้งถิ่นฐานอยู่ตามที่ต่างๆทั่วไปแม้กระทั่งภายในพระนคร และมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเป็น 6,000 คนในช่วงก่อนเสียกรุง

ในสมัยต้นของกรุงรัตนโกสินทร์ ปรากฏว่ามีชาวจีนเข้ามาในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสมัยรัชกาลที่ 3 (ระหว่าง พ.ศ. 2368 - 2371) G. William Skinner (1955) นักวิชาการชาวต่างชาติได้รวบรวมตัวเลขของชาวจีนในประเทศไทยตั้งแต่ต้นรัชกาลที่ 3 จนถึงระบะก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 ไว้โดยประมาณดังปรากฏในตาราง ดังนี้

ปี พ.ศ.	ชาวจีน	จำนวนประชาชนทั้งหมด
2365	440,000	2,790,500
2370	800,000	3,252,650
2378	500,000	3,620,300
2397	1,500,000	6,000,000
2460	1,500,000	6,020,000

ในตอนต้นศตวรรษที่ 19 ชาวจีนในประเทศไทยส่วนมากได้มาตั้งหลักแหล่งอยู่ตามหัวเมืองชายทะเลของอ่าวไทย ตั้งแต่อำเภอคลองใหญ่จังหวัดตราดไปจนถึงไทรบุรีในภาคใต้ ส่วนในภาคกลางนั้นจะอยู่บริเวณลำน้ำบางปะกงจนจรดปราจีนบุรีรวมทั้งตามลำน้ำเจ้าพระยา ทำจีนไปจนถึงปากน้ำโพ และตามลำน้ำแม่กลองไปจนถึงกาญจนบุรี เฉพาะในกรุงเทพฯ นั้น เป็นแหล่งใหญ่หรือเป็นศูนย์กลางของสังคมชาวจีน และมีชาวจีนถึงประมาณครึ่งหนึ่งของพลเมืองทั้งสิ้นในกรุงเทพฯ บางครั้งก็มีจำนวนมากกว่าครึ่งด้วยซ้ำ ในระยะครึ่งแรกของศตวรรษที่ 19 ส่วนในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 19 ปรากฏว่าชาวจีนได้กระจายตัวออกสู่เมืองต่างในชนบท เนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศเริ่มขยายตัวไปยังภูมิภาคต่างๆ และเมื่อเส้นทางรถไฟที่ไปสู่จังหวัดต่างๆ เสร็จเรียบร้อย ชาวจีนจำนวนมากโดยเฉพาะจีนแต้จิ๋วและฮกเกี้ยนก็ได้หลั่งไหลเข้าไปสู่จังหวัดสุโขทัย อุตรดิตถ์ พิษณุโลก น่าน แพร่ ลำปาง เชียงใหม่และโคราช

เราสามารถจำแนกกลุ่มชาวจีนที่เข้ามาในประเทศไทยตามภาษาพูดออกได้เป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

1.จีนแต้จิ๋ว (Teachiu) ชาวจีนกลุ่มนี้มีภูมิลำเนาเดิมอยู่ตามเมืองต่างๆ ของซัวเถา และตามท้องถื่นบริเวณแม่น้ำฮั่น ในมณฑลกว๋างตุ้งทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือซึ่งเรียกว่าเซาซุ ซึ่ง 56% ของชาวจีนในประเทศไทยเป็นพวกแต้จิ๋ว

2.จีนแคะ (Hakka) ชาวจีนกลุ่มนี้แตกต่างจากจีนแต้จิ๋วเนื่องจากมักจะไม่ได้อยู่รวมตัวกันเป็นกลุ่มเป็นก้อน จึงไม่มีเมืองอยู่เป็นของตนเองในประเทศจีน หากแต่อยู่กันเป็นหมู่ๆ ตามนอกเมืองเป็นแถวทางตะวันออกและตะวันตกจากมณฑลฮกเกี้ยนไปจนถึงกว๋างสี และในระหว่างช่องเขาที่เป็นแนวทางไปจนถึงทางเหนือของมณฑลกว๋างตุ้ง ดังนั้น คนจีนบางพวกจึงถือว่าจีนแคะเป็นพวกเร่ร่อน ไม่มีหลักฐานกำพืดอย่างพวกอื่น ชาวจีนแคะในประเทศไทย มีอยู่ประมาณ 16% ของคนจีนทั้งหมด

3.จีนไหหลำ (Hainanese) จีนพวกนี้นับได้ว่าเป็นประชากรส่วนใหญ่ของเกาะไหหลำ (แต่ไม่ใช่คนพื้นเมืองเดิม) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของมณฑลกว๋างตุ้ง มาจากเกาะไหหลำทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของมณฑลกว๋างสี พวกกว๋างตุ้งมีอยู่ในประเทศราว 7% ของคนจีนทั้งหมดในไทย

4.จีนกวางตุ้ง (Cantonese) จีนกวางตุ้งเป็นประชากรส่วนใหญ่ของมณฑลกวางตุ้งและตามภาคต่างๆของภาคตะวันออกเฉียงใต้ของมณฑลกวางสี มีจำนวนประมาณ 7% ของชาวจีนในประเทศไทย

5.จีนฮกเกี้ยน (Fukienese) ชาวจีนกลุ่มนี้อยู่ทางตอนใต้ของมณฑลฮกเกี้ยนโดยมีเมืองเอ๋อหมิง เป็นศูนย์กลาง มีจำนวนประชากรในประเทศไทยคิดเป็น 7%

6.พวกอื่นๆ มาจากไต้หวัน เซียงไฮ้และนิงโป (Nigpo) รวมกันแล้วมีประมาณ 2% ของจำนวนคนจีนทั้งหมดในประเทศไทย

นับตั้งแต่ชาวจีนได้อพยพเข้ามาเป็นพลเมืองของไทยตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาจนถึงปัจจุบัน อาจกล่าวได้ว่าชาวจีนเป็นชนกลุ่มน้อยที่มีความสำคัญต่อประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแง่เศรษฐกิจและสังคมที่ชาวจีนเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อน ในช่วงแรกๆนั้น ชาวจีนที่อพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยยังไม่ได้เข้ามามีบทบาทมากนักเนื่องจากในช่วงนั้นอาชีพส่วนใหญ่ของชาวจีนในประเทศไทยคือการใช้แรงงาน ต่อมาเมื่อชาวจีนหันมายึดอาชีพค้าขาย ระบบการค้าของไทยก็ตกไปอยู่ในความควบคุมของชาวจีนเกือบทั้งหมด เพราะอาชีพค้าขายไม่ค่อยเป็นที่นิยมในหมู่คนไทยเท่าใดนักนอกจากนี้ โครงสร้างของสังคมไทยเองก็มีส่วนเอื้ออำนวยให้ชาวจีนประสบความสำเร็จในการค้าจนสามารถครอบงำระบบเศรษฐกิจของไทยได้ ทั้งนี้เพราะชาวไทยมีความนิยมในอาชีพรับราชการมากกว่า

ทางด้านสังคม ถ้ามองจากลักษณะโครงสร้างทางสังคมของชาวจีนในประเทศไทยแล้ว จะเห็นว่าชาวจีนในประเทศไทยยังสามารถดำรงวัฒนธรรมประเพณีจีนดั้งเดิมไว้ได้ ทั้งนี้เป็นเพราะการเข้ามามีบทบาททางสังคมของชาวจีนในรูปแบบต่างๆ เช่น การรวมตัวกันในรูปแบบสมาคม การออกหนังสือพิมพ์จีนและการจัดตั้งโรงเรียนจีนเป็นต้น การก่อตั้งสมาคมของชาวจีนเกิดจากสมาชิกที่มีวัตถุประสงค์ที่คล้ายคลึงกัน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพิทักษ์ผลประโยชน์ของชาวจีนทั้งสิ้น มีการควบคุมการแข่งขันทางการค้า กำหนดราคา ใกล้เคียงข้อพิพาท จัดระบบสวัสดิการ และเป็นตัวกลางระหว่างเอกชนกับรัฐบาล ป้องกันและรักษาสิทธิของชาวจีน

สมาคมของชาวจีนในประเทศไทยสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

1. สมาคมบรรดาชาวจีนที่ใช้ชื่อสกุล (แซ่)เดียวกัน ผู้ที่มาจากท้องถิ่นเดียวกันในประเทศจีน และสมาคมของผู้ที่พูดภาษาเดียวกัน มีบทบาทสำคัญในการรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมของชาวจีน
2. สมาคมอาชีพและธุรกิจต่างๆ มีหน้าที่เป็นผู้ออกเอกสารรับรองสินค้าที่บริษัทห้างร้านของชาวจีนส่งไปจากประเทศไทย เป็นผู้รวบรวมข่าวการพาณิชย์ต่างๆออกเผยแพร่แก่พ่อค้าชาวจีนทั้งหลาย ให้การส่งเสริมในด้านการศึกษาของชาวจีนและให้การอุดหนุนโรงเรียนราษฎรที่เปิดสอนภาษาจีน นอกจากนี้ยังทำหน้าที่คล้ายตัวแทนตามทางการของชุมชนชาวจีนในประเทศไทยคล้ายกับเป็นกงสุลจีนประจำประเทศไทย
3. สมาคมเพื่อการกุศล ทำหน้าที่ช่วยเหลือชาวจีนเมื่อประสบความทุกข์ยากและเดือดร้อนทางเศรษฐกิจ เป็นผู้จัดให้บริการทางสังคมสงเคราะห์แก่ชาวจีนทั้งหลายในประเทศไทย ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง

ส่วนในแง่วัฒนธรรม ชาวจีนในประเทศไทยยังคงยึดถือแบบฉบับในการดำเนินชีวิตของตนเองดังที่เคยปฏิบัติกันมาตั้งแต่ในประเทศจีน ธรรมเนียมที่สำคัญอันดับหนึ่งคือ การถือว่าผู้ใหญ่หรือผู้เฒ่าผู้แก่ ผู้สูงอายุ เป็นผู้ปกครองครอบครัวโดยตลอด และถือว่าสามีเป็นหัวหน้าโดยเด็ดขาดของครอบครัว ผู้สืบสันดานถือสกุลทางด้านฝ่ายชายและห้ามมิให้ผู้ถือแซ่เดียวกันแต่งงานกัน ชีวิตหลังแต่งงาน คู่สมรสใหม่จะต้องอยู่กับครอบครัวฝ่ายเจ้าบ่าว ผู้หญิงมีฐานะในครอบครัวที่ต่ำกว่าผู้ใหญ่และผู้ชาย

ในด้านที่อยู่อาศัย คนจีนส่วนมากมักจะรวมกันอยู่ในศูนย์กลางหรือย่านการค้าภายในเมือง แบบฉบับของบ้านคนจีนคือห้องแถวหรือตึกแถวขนาดสองหรือสามชั้น ชั้นล่างส่วนหน้าใช้เป็นที่สำหรับการค้าหรือธุรกิจ ส่วนหลังและชั้นบนเป็นที่อยู่อาศัย บางครั้งก็อยู่เป็นครอบครัวขนาดใหญ่ ใช้ภาษาพูดของตนเองและใช้เครื่องแต่งกายตามธรรมเนียมจีน แม้ว่ามีชื่อไทย แต่เมื่ออยู่ภายในบ้านก็จะใช้เฉพาะชื่อจีนเท่านั้น ความสัมพันธ์ต่างๆ อันเป็นประเพณียังคงรักษาไว้เป็นอย่างดี ความกตัญญูต่อบิดามารดาและความเคารพผู้ใหญ่ยังคงถือว่าเป็นคุณธรรมอันสูงส่ง

ในระยะหลัง การสมรสระหว่างชาวจีนและชาวไทยได้เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพราะส่วนใหญ่ชาวจีนที่อพยพเข้าเกือบทั้งหมดนั้นเป็นชายฉกรรจ์ที่เข้ามาประกอบอาชีพกรรมกรหรือจับกัง หาก

ไม่แต่งงานกับหญิงไทยก็ต้องครองตัวเป็นโสด บางคนแต่งงานมีภรรยาอยู่ที่เมืองจีนแล้วก็ยังมาแต่งงานกับหญิงไทยอีก ทั้งนี้เป็นเพราะต่างฝ่ายต่างก็พึงพอใจในคุณสมบัติในอุปนิสัยบางอย่าง เช่น หญิงไทยมองว่าชายชาวจีนมีความขยันขันแข็ง ส่วนชายชาวจีนก็มองว่าผู้หญิงไทยมีความขยัน อดทน มีความสามารถในทางการค้า เป็นต้น การสมรสระหว่าง 2 เชื้อชาติ ได้ส่งผลให้ในยุคต่อมา มีเด็กลูกครึ่งไทย-จีนในสังคมไทยเพิ่มมากขึ้น แต่เด็กเหล่านี้กลับต้องแสดงตัวเป็นคนไทยหรือคนจีนอย่างใดอย่างหนึ่งอย่างชัดเจน เนื่องจากรัฐบาลไม่อนุญาตให้มีการแสดงตนกึ่งกลางระหว่าง 2 วัฒนธรรม โดยเฉพาะในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 กระแสชาตินิยมระหว่างชาวจีนและชาวไทยที่เกิดขึ้นเนื่องจากการขึ้นมาเป็นนายของจอมพล ป. พิบูลสงครามและความไม่พอใจของรัชกาลที่ 6 ที่มีต่อชาวจีนเนื่องจากการเข้ามาครอบงำทางเศรษฐกิจและกระแสของจีนคอมมิวนิสต์ ทำให้รัฐมีนโยบายผสมกลมกลืนชาวจีนที่เกิดในเมืองไทย เช่น เด็กที่เกิดมาต้องใช้ นามสกุลและถือสัญชาติไทย ควบคุมการตั้งโรงเรียนจีนโดยใช้พระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ เป็นต้น

การผสมกลมกลืนดังกล่าว ส่งผลให้เด็กลูกผสมระหว่างชาวจีนและชาวไทยในรุ่นถัดมา ซึมซับเอาวัฒนธรรมและธรรมเนียมปฏิบัติของไทยเข้าไปมากกว่าคนรุ่นพ่อแม่ ความนิยมในการส่งลูกไปศึกษาในประเทศจีนหรือฮ่องกงก็ลดลง เนื่องจากปัญหาเรื่องการปราบปรามประชาชนอย่างรุนแรงของรัฐบาลจีนคอมมิวนิสต์ในประเทศจีน หากไม่ศึกษาในโรงเรียนจีนที่อยู่ในประเทศไทยก็จะศึกษาในโรงเรียนไทย ซึ่งการศึกษานี้เองที่ส่งผลอย่างมากต่อแนวคิดและการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมของจีน

6. แนวคิดเกี่ยวกับนิตยสาร

6.1 นิยามและการจัดประเภทนิตยสาร

เดวิดสัน (1996) ได้ให้นิยามความหมายของคำว่านิตยสารว่า หมายถึงวารสารสำหรับผู้อ่านทั่วไปที่มีบทความ เรื่องราวต่างๆซึ่งเขียนโดยผู้เขียนหลายคน ส่วนมากมักจะเป็นเรื่องอ่านเล่น นวนิยาย คำประพันธ์ ความหมายเดิมของนิตยสารคือ สังเขปข่าวและเรื่องเบ็ดเตล็ด จากหนังสือพิมพ์และนิตยสาร ไม่มีเรื่องราวของสมาคม และพิมพ์ขึ้นเพื่อความบันเทิง

Click และ Baird (1979) ได้ทำการแบ่งประเภทนิตยสารโดยอาศัยกลุ่มผู้อ่านเป็นเกณฑ์ไว้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ

1. นิตยสารเพื่อผู้อ่านทั่วไป (Consumer Magazines) ได้แก่
 - นิตยสารข่าว (News Magazines)
 - นิตยสารภาพ (Picture Magazines)
 - นิตยสารประเภทย่อเรื่อง (Digest Magazines)
 - นิตยสารประเภทเปิดเผยข้อเท็จจริง (Confession Magazines)
 - นิตยสารแฟน (Fan Magazines)
 - นิตยสารกีฬา (Sports)
 - นิตยสารบุคคล (Personal Magazines)
 - นิตยสารชาย/ หญิง (Men and Women)
 - นิตยสารวิชาการ (Academic)
 - นิตยสารการ์ตูน (Cartoon)
2. นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Specialized Magazines) ได้แก่
 - นิตยสารธุรกิจ (Business publications)
 - นิตยสารสมาคม (Association Magazines)
 - นิตยสารประชาสัมพันธ์ (Public Relation Magazines)
 - นิตยสารวาระพิเศษ (One-Shot Magazine)

ในส่วนของนิตยสารเพื่อผู้อ่านทั่วไปหรือนิตยสารเพื่อผู้บริโภค (Consumer magazine) นอกจากการแบ่งโดยใช้กลุ่มผู้อ่านเป็นเกณฑ์ ดังที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว เรายังสามารถแบ่งโดยยึดกลุ่มผู้อ่านและลักษณะเนื้อหาเป็นหลัก (ไศลทิพย์ จารุภูมิ, 2547: 253) ได้ดังนี้

1. นิตยสารผู้หญิง
2. นิตยสารผู้ชาย ซึ่งแบ่งออกเป็น
 - นิตยสารรถ
 - นิตยสารกีฬา
 - นิตยสารเพศและกามารมณ์
 - นิตยสารประเภทเครื่องเสียง วีดีโอเทปและคอมพิวเตอร์
3. นิตยสารเด็ก
4. นิตยสารสำหรับครอบครัว ซึ่งแบ่งออกเป็น

- นิตยสารบ้านและนิตยสารแต่งบ้าน
 - นิตยสารท่องเที่ยว นิตยสารสุขภาพ อนามัย
 - นิตยสารสารคดี
5. นิตยสารการเมือง
 6. นิตยสารเศรษฐกิจและธุรกิจ
 7. นิตยสารศิลปะและวัฒนธรรมและนิตยสารวรรณกรรม
 8. นิตยสารบันเทิง

นอกเหนือจากเกณฑ์การจัดประเภทนิตยสารดังที่กล่าวมาข้างต้น หากเราใช้เกณฑ์เรื่องอุดมการณ์หรือจุดยืนทางเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของผู้ผลิตนิตยสารมาเป็นเครื่องชี้วัด ก็อาจจำแนกรูปแบบของนิตยสารออกได้อีกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ นิตยสารกระแสหลักและนิตยสารทางเลือก

Chris Atton (2002 : 8-9) ได้นิยามคำว่าสื่อทางเลือก (Alternative and Radical Media) ไว้ว่า เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ที่สื่อพยายามมีอิสรภาพในการนำเสนอข้อมูลและปลดปล่อยตัวเองจากอิทธิพลทางการเมือง สื่อทางเลือกกลุ่มแรกๆเกิดขึ้นมาจากภายในชุมชน จากกลุ่มคนที่มีความสนใจเหมือนกัน หรือจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในสังคม ซึ่งใช้สื่อดังกล่าวเพื่อการปฏิสัมพันธ์ต่อกันและมีการมีส่วนร่วมของคนในกลุ่ม

แต่เมื่อถึงยุคปัจจุบัน รูปแบบที่ของสื่อทางเลือกเริ่มเปลี่ยนแปลงไปจากจุดเริ่มต้น การนิยามความเป็นสื่อทางเลือกจึงยังเป็นที่ถกเถียงกันในวงกว้าง จากตอนหนึ่งในบทความเรื่อง “สื่อทางเลือก” บนเว็บไซต์ www.onopen.com ที่เขียนโดย ปกป้อง จันวิทย์ ได้กล่าวถึงสื่อทางเลือกไว้ว่า “สื่อทางเลือกพัวพันกับอำนาจ ผลประโยชน์และถูกทุนครอบงำในระดับที่ต่ำกว่าสื่อยักษ์ใหญ่โดยเปรียบเทียบ และเผชิญความจำเป็นที่ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของตัวเองต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบ กล่าวโดยสรุป ระดับของความเป็นสื่อทางเลือก ควรวัดตรงที่ความเป็นอิสระปลอดพันธนาการทั้งปวง จนสามารถเป็นตัวของตัวเองได้อย่างเต็มที่มากกว่าทิศทางของจุดยืน ความแตกต่างจากค่านิยมหลัก ทำที่ท่วงทำนองหรือบทบาทในการชี้นำสังคม”

จากบทความนี้อาจทำให้เราสรุปได้ว่า สื่อทางเลือกก็คือสื่อที่มีรูปแบบโครงสร้างแตกต่างไปจากสื่อในกระแสหลัก ในแง่อุดมการณ์การทำงาน อิทธิพลจากระบบเศรษฐกิจ การเมืองและสังคม เป้าหมายหลักของสื่อทางเลือกก็มักจะมุ่งเน้นไปที่ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อประชาชน

มากกว่าผลกำไร และหากนำเกณฑ์ดังกล่าวมาใช้เพื่อจำแนกนิตยสารนิตยสารซึ่งถือเป็นสื่อประเภทหนึ่งแล้ว ลักษณะสำคัญของนิตยสารทางเลือกก็คือ นิตยสารที่นำเสนอเนื้อหาแตกต่างไปจากนิตยสารในกระแสหลัก เน้นความสนใจของคนกลุ่มเล็กๆ มีเนื้อหาตอบสนองอุดมการณ์ของผู้ผลิตและผู้อ่านเป็นสำคัญมากกว่ามุ่งหวังผลกำไร

6.2 บุคคลากรขององค์กรนิตยสาร

ในการผลิตและดำเนินงานของนิตยสารแต่ละฉบับ จำเป็นจะต้องมีการจัดแบ่งหน้าที่บุคลากรภายในองค์กรไว้อย่างชัดเจน เพื่อกำหนดบทบาทและหน้าที่รับผิดชอบ ดังนี้

1. เจ้าของ/ผู้พิมพ์โฆษณา

เป็นผู้วางแผนหรือกำหนดนโยบายสูงสุดของนิตยสารทั้งในด้านธุรกิจและในด้านกองบรรณาธิการ

2. บรรณาธิการ

บรรณาธิการสูงสุดของนิตยสารมักจะเป็นตำแหน่งทางการบริหารและงานหลักของบรรณาธิการคือการติดต่อสื่อสารกับพนักงานในแผนก การควบคุมงาน ตรวจสอบ และงานบรรณาธิการนิตยสาร การวางแผนงานและการประชาสัมพันธ์

3. บรรณาธิการบริหาร (Managing editor)

รับผิดชอบเกี่ยวกับงานประจำวันในกองบรรณาธิการเพื่อให้งานทุกอย่างเสร็จออกมาเป็นรูปเล่มได้ตามกำหนด

4. ผู้อำนวยการฝ่ายศิลป์ (Art director)

มีหน้าที่ออกแบบนิตยสาร คัดเลือกตัวพิมพ์สำหรับหัวเรื่องต่างๆและวางแผนการใช้รูปภาพประกอบ หน้าที่หลักคือประสานงานกับบรรณาธิการและทำให้นิตยสารมีสิ่งน่าดึงดูดใจมากที่สุด

5. คณะผู้จัดทำนิตยสาร (Staff)

ขนาดของคณะผู้จัดทำนิตยสารจะขึ้นอยู่กับปริมาณของงานและระดับความมีประสิทธิภาพที่ต้องการ นิตยสารขนาดเล็กจะมีผู้จัดทำประมาณ 6-12 คน เพื่อให้เกิดการแบ่งหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพ

โครงสร้างในการบริหารและตำแหน่งของคณะผู้จัดทำของแต่ละนิตยสารจะแตกต่างกันไปและไม่มีโครงสร้างตายตัว จำนวนบุคลากรในคณะผู้จัดทำอาจมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความถี่ของการพิมพ์นิตยสาร เช่น เป็นรายสัปดาห์หรือรายเดือน นอกจากนี้ยังขึ้นอยู่กับรูปแบบของนิตยสาร เช่น ถ้าเป็นนิตยสารข่าวสาร ก็จะต้องมีคณะผู้จัดทำมากกว่านิตยสารที่เกี่ยวกับการแสดงความคิดเห็น โดยนิตยสารดังกล่าวอาจจะว่าจ้างบุคคลภายนอกในการจัดทำบทความต่างๆ แทนได้



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยเรื่อง “นิตยสารตำเจี้ยห่าวกับการนำเสนออัตลักษณ์จีน-สยาม” เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) และการจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) โดยที่ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์และนำเสนอด้วยวิธีพรรณนา (Descriptive)

ระเบียบวิธีวิจัย

1. การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

เพื่อสำรวจเนื้อหาของนิตยสารในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา โดยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ คือ ระยะที่ 1 คือช่วงที่ยังเป็นหนังสือทำมือ (4 เล่ม) ระยะที่ 2 คือช่วงทดลองตลาด (แจกฟรีให้กับผู้ชื่อนิตยสารมาร์ส) และระยะที่ 3 คือช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงระบบการผลิตมาเป็นนิตยสารและจัดจำหน่ายตามกลไกตลาดแบบธุรกิจ เพื่อตอบคำถามเกี่ยวกับลักษณะรูปเล่ม รูปแบบการนำเสนอประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอ และพัฒนาการของเนื้อหา โดยใช้แบบบันทึกข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาในตารางลงรหัส (Coding Sheet) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

ตัวอย่างตารางที่ 1 ตารางแสดงลักษณะทางกายภาพ

ฉบับที่	เดือนปี	การเย็บเล่ม	จำนวนหน้า	ราคา (บ.)	ขนาด(นิ้ว)

ตัวอย่างตารางที่2 ตารางแสดงความเชื่อมโยงระหว่างคอนเซปต์และเนื้อหายุคที่ 1

แก่นเรื่อง/คอนเซปต์	ชื่อคอลัมน์/ บทความ	เนื้อหา

ตัวอย่างตารางที่3 ตารางแสดงความเชื่อมโยงระหว่างคอนเซปต์และเนื้อหายุคที่ 3

คอลัมน์	หน้า	เรื่อง	เนื้อหา

ตัวอย่างตารางที่4 ตารางแสดงเนื้อหายุคที่1และ2

ฉบับที่	แก่นเรื่อง / คอนเซปต์	ชื่อคอลัมน์/ บทความ	นักเขียน

ตัวอย่างตารางที่5 ตารางแสดงเนื้อหายุคที่3

ฉบับที่	หมวด/ ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ

ตัวอย่างตารางที่6 ตารางแสดงจำนวนและประเภทของโฆษณา

ฉบับที่	โฆษณา	ประเภท

2.การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การสัมภาษณ์เชิงลึกจะนำมาใช้เพื่อเก็บข้อมูล 2 ส่วน คือข้อมูลในส่วนผู้ผลิต ผู้จัดทำ และผู้บริหารนิตยสารเพื่อให้ทราบถึงจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของผู้ผลิตในฐานะผู้ส่งสาร ว่ามีปัจจัยใดที่เป็นตัวสร้างเนื้อหาในนิตยสารและรูปแบบในการจัดการธุรกิจและองค์กร และในส่วนของผู้อ่านซึ่งถือเป็นผู้รับสารเพื่อดูว่าผู้อ่านนิตยสารต่ำเจียห่าวมีการเรียนรู้อัตลักษณ์จีน-สยาม ในนิตยสารหรือไม่ อย่างไร

แหล่งข้อมูลบุคคลที่จะสัมภาษณ์ ในส่วนผู้ผลิตนิตยสาร ประกอบด้วย

1. บรรณาธิการ ผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา

- นายกิตติ จินศิริวานิชย์

2. บรรณาธิการบริหาร

- นายธนกร แสงสินธุ์

4.กองบรรณาธิการ

- วีรภัทร วิไลศิลป์ดีเลิศ

- ประพัฒน์ สุกฤณา

- เพ็ญนภา อุตตะมัง

- ชวิญชนก แก้วกันทา

5. ฝ่ายศิลปกรรม

- สังกาส นารักษ์

- สมพร รัตนพันธ์

6.นักเขียนประจำคอลัมน์ต่างๆ

แนวคำถาม ในที่นี้ผู้วิจัยได้แยกคำถามออกเป็น 2 ประเด็นใหญ่ๆ ตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ

1. **คำถามที่เกี่ยวข้องกับการก่อตั้ง พัฒนาการ และการบริหารจัดการองค์กร ได้แก่**
 - นิตยสารต้าเจียห่าวก่อตั้งขึ้นเมื่อไร
 - นิตยสารต้าเจียห่าวมีจุดมุ่งหมายหลักในการก่อตั้งอย่างไร
 - ตั้งแต่ก่อตั้งจนถึงปัจจุบัน นิตยสารมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรบ้าง
 - แหล่งเงินทุนในการทำนิตยสารมาจากที่ใด
 - นิตยสารมีการแบ่งสายงานความรับผิดชอบอย่างไร
 - ผู้อ่านที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของนิตยสารคือคนกลุ่มใด
 - ในการดำเนินธุรกิจประสบปัญหาใดบ้างหรือไม่ อย่างไร

2. **คำถามที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดหลัก(concept) ของนิตยสาร รูปแบบนิตยสาร การคัดสรร และการผลิตเนื้อหาที่มีความเกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ความเป็นจีน-สยาม ได้แก่**
 - แนวคิดหลัก (concept) ของนิตยสารคืออะไร
 - บุคคลใดบ้างที่มีส่วนในการกำหนดเนื้อหาและแนวทางของนิตยสาร
 - ปัจจัยใดบ้างที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบของนิตยสาร
 - ปัจจัยใดที่ทำให้นิตยสารเลือกนำเสนอเนื้อหาที่แฝงวัฒนธรรมและอัตลักษณ์จีน-สยาม
 - นิตยสารมีการสร้างสรรค์หรือส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับ ประเพณี วัฒนธรรมจีน-สยามระหว่างกลุ่มผู้อ่านอย่างไรบ้าง

3. **คำถามเฉพาะเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์นักเขียนเป็นรายบุคคล ดังนี้**
 - งานเขียนในคอลัมน์นี้เกี่ยวกับเรื่องอะไร
 - งานเขียนในคอลัมน์นี้ต้องการนำเสนอประเด็นใดเป็นสำคัญ
 - ปัจจัยใดเป็นตัวกำหนดเนื้อหาในการสร้างงานเขียนแต่ละครั้ง
 - การหาข้อมูลเพื่อสร้างงานเขียนในแต่ละครั้งมาจากแหล่งใดบ้าง

ส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกในส่วนผู้อ่านซึ่งอยู่ในฐานะผู้รับสาร เพื่อวัดการเปิดรับเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์จีน-สยามของนิตยสารต้าเจียหาวนั้น จะเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากรายชื่อผู้สมัครรอบรับเป็นสมาชิกของนิตยสารต้าเจียห่าว จำนวน 25

คนโดยผู้วิจัยจะเป็นผู้ดำเนินการถามคำถามและจะใช้การอัดเทป ทั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับลักษณะสังคมประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่สุ่มเลือกมาโดยมีคำถามดังนี้

ตัวอย่างคำถาม

ส่วนที่ 1 : แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล

1.1 ข้อมูลด้านสังคมประชากร (Demographic)

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- รายได้ต่อเดือน

1.2 ความสนใจและความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีน

- มีเชื้อสายจีนหรือไม่
- พูด อ่าน ฟังหรือเขียน ภาษาจีนได้หรือไม่
- รู้จักธรรมเนียม ประเพณีอะไรบ้างของชาวจีน (ลองยกตัวอย่าง)

1.3 การเปิดรับเนื้อหาในนิตยสาร

- รู้จักนิตยสารต้าเจียห่าวได้อย่างไร
- อ่านนิตยสารฉบับนี้บ่อยแค่ไหน (ประมาณกี่ครั้งต่อปี)

ส่วนที่ 2 : แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เจาะลึก

- รู้สึกอย่างไรเมื่อเห็นนิตยสารฉบับนี้เป็นครั้งแรก
- คิดว่าได้อะไรจากการอ่านนิตยสารฉบับนี้บ้าง
- ชอบอ่านหรือสนใจคอลัมน์ใดเป็นพิเศษ และเพราะเหตุใด
- รู้สึกอย่างไรกับการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมจีนของลูกหลานชาวไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบัน
- มีความภูมิใจหรือไม่ที่เกิดเป็นคนไทยเชื้อสายจีน
- จากการอ่านนิตยสารต้าเจียห่าวแล้วคิดว่า“ความเป็นจีน”หมายถึงอะไรและครอบคลุมถึงอะไรบ้าง
- ก่อนอ่านกับหลังอ่านนิตยสารต้าเจียห่าว รู้สึกกับ“ความเป็นจีน”แตกต่างกันไหม/ทำไม

แหล่งข้อมูล

ข้อมูลจากเอกสาร ได้แก่

1. นิตยสารตำเเจยห่าว 26 ฉบับ
 - ฉบับทำมือ 4 เล่ม
 - ฉบับทดลอง 3 เล่ม
 - ฉบับเดือนพฤศจิกายน 2546 – พฤษภาคม 2548 รวมทั้งหมด 19 เล่ม
2. งานวิจัย/วิทยานิพนธ์/หนังสือ/ตำรา/เอกสาร ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยนี้

ข้อมูลจากบุคคล ได้แก่

- ผู้ผลิตนิตยสาร
- ผู้อ่านนิตยสาร



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “นิตยสารต้าเจียห่าวกับการนำเสนออัตลักษณ์จีน-สยาม” เป็นเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาถึงพัฒนาการของนิตยสารต้าเจียห่าวทั้งในด้านรูปแบบและเนื้อหา การจัดการองค์กร นับตั้งแต่ก่อตั้งจนกระทั่งปัจจุบัน รวมไปถึงกระบวนการและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหา รูปแบบของอัตลักษณ์จีน-สยามที่นำเสนอ และการเรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มผู้อ่าน โดยผู้วิจัยจะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นประเด็นดังนี้

1. ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของนิตยสารต้าเจียห่าว
2. พัฒนาการด้านเนื้อหาและรูปแบบ
3. กระบวนการและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหา
4. รูปแบบอัตลักษณ์จีน-สยามที่นำเสนอ
5. การเรียนรู้อัตลักษณ์จีน-สยามในกลุ่มผู้อ่าน

1. ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของนิตยสารต้าเจียห่าว

ยุคที่ 1 : หนังสือทำมือแห่งเยาวราช

จุดเริ่มต้นของนิตยสารต้าเจียห่าว เกิดขึ้นในช่วงประมาณปีพ.ศ. 2545 เมื่อนายกิตติ จินศิริวานิชย์ นักเขียนหนุ่มที่เกิดและเติบโตในชุมชนเยาวราชและคลุกคลีอยู่กับงานเขียน ทั้งงานประจำในฐานะพนักงานของเว็บไซต์ไทยเดย์ดอทคอม(www.thaiday.com) และสำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ ซึ่งอยู่ในเครือผู้จัดการ และยังเป็นนักเขียนอิสระผู้รักในการทำหนังสือทำมือ ได้เกิดความสนใจในการเปลี่ยนแปลงและความหลากหลายของชุมชนชาวจีนในประเทศไทย

“ในฐานะที่ผมเกิดและเติบโตในเยาวราช ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีทั้งมรดกและมุมมองในตัวเมือง มีทั้งส่วนผสมของความหลากหลายในรากที่มา มีทั้งคนไทย จีน แขก ชิกซ์ อีสานอยู่ในนั้น และเป็นเพราะผมใช้ชีวิตอยู่นอกย่านเยาวราชเยอะ จนวันหนึ่งเดินกลับไปที่บ้านแล้ว

มองเห็นความเฉพาะตัวของชุมชนอย่างไร้ที่ไว้ ผมกลับรู้สึกแปลกแยกกับมัน ก็เลยนึกตั้งคำถามกับความแปลกแยกแล้วอยากทำความเข้าใจกับมันว่ามันเกิดอะไรขึ้น มีอะไรบางอย่างที่เปลี่ยนแปลงไปเพราะตอนเด็กๆผมคุ้นเคยกับมันมากกว่าตอนโต” (นายกิตติ จินศิริวานิชย์, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2549)

จากการที่กิตติเป็นคนเยาวราชและจบการศึกษาแผนกวารสารศาสตร์(จากสถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จฯ) ซึ่งต้องคลุกคลีกับการทำหนังสือมาโดยตลอด จึงเป็นแรงผลักดันให้เขาริเริ่มที่จะทำวารสารชุมชนหรือแผ่นพับชุมชนโดยใช้เงินทุนของตัวเอง จุดมุ่งหมายเพื่อเป็นสื่อสำหรับคนในชุมชนเยาวราชหรือไชน่าทาวน์ของเมืองไทย หนังสือพิมพ์หรือแผ่นพับชุมชนในเยาวราชและเขตสัมพันธวงศ์ จึงถูกผลิตขึ้นครั้งแรกในลักษณะสื่อทางเลือกหรือหนังสือทำมือ โดยใช้ชื่อภาษาจีนว่า “ต้าเจียห่าว”

“คำว่า ‘ต้าเจียห่าว’ แปลเป็นไทยได้ว่า สวัสดิ์ทุกคน เป็นคำที่มีความหมายไปในทางมงคล เป็นการทักทายกันว่า ทุกคนสบายดีนะ ให้ความรู้สึกเป็นกันเองระหว่างคนพูดและคนฟังว่า พวกเราเป็นพวกเดียวกัน ไม่แบ่งแยกกัน” (นายกิตติ จินศิริวานิชย์, ต้าเจียห่าว, กุมภาพันธ์ 2545)

แผ่นพับชุมชนต้าเจียห่าวซึ่งมีกิตติเป็นบรรณาธิการ ผู้เขียนคอลัมน์ ผู้จัดพิมพ์และผู้จัดจำหน่ายด้วยตัวเองทั้งหมด ได้ออกมาสู่ผู้อ่านครั้งแรกในเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2545 โดยกิตตินำไปฝากขายที่แผงหนังสือในชุมชนฯและร้านหนังสือนอกชุมชนฯบางร้านเท่านั้น จำหน่ายในราคาเพียงเล่มละ 5 บาท และมีระยะเวลาวางแผงราย 2 เดือน

“ในช่วงยุคแรก ผมจะเขียนคอลัมน์เอง 90% แล้วต่อมาก็มีเด็กอาสาสมัครเข้ามาช่วยงานและส่งเรื่องมาบ้าง บางคนก็ขอบทความเขามาลงซึ่งก็เป็นบทความจากคนที่ทำงานอยู่ในย่านนั้น ในตอนนั้นเรายังไม่ได้วางแผงอย่างชัดเจน เราใช้การวางแผงตามร้านหนังสือริมถนนในเยาวราชเฉพาะเจ้าที่เขาเปิดรับ บางเจ้าก็ไม่เปิดรับเพราะเขาไม่สามารถดูแลหนังสือเล่มเล็กๆของเราได้ บางเจ้าก็รับในเงื่อนไขที่หักค่าดูแลหรือค่าใช้จ่ายของเขาประมาณ 25% บางร้านก็ 20%ซึ่งก็ถือว่าเยอะ แต่บางร้านก็ไม่คิดอะไรเลย” (นายกิตติ จินศิริวานิชย์, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2549)

หลังจากที่ต้าเจียห่าวในยุคแรกผลิตออกมาเพียง 4 เล่มในช่วงระยะเวลา 8 เดือน

(กุมภาพันธ์ – กันยายน พ.ศ.2545) ก็มีอันต้องเลิกไป เนื่องจากกิตติประสบกับปัญหาหลายๆ อย่าง ทั้งเรื่องงานประจำที่ทำอยู่หลายอย่างจนไม่มีเวลาว่าง เงินทุนที่ใช้ในการผลิตแผ่นพับก็เริ่มหมดลง ประกอบกับการวางแผนทางการตลาดที่ยังไม่ดีพอทำให้กิตติตัดสินใจหยุดการผลิต ต่ำเจียห่าวไว้ก่อน

แม้จะหยุดการผลิต แต่กิตติก็ยังไม่ละทิ้งความพยายามที่จะทำต่ำเจียห่าวต่อ จึงนำแนวคิดต่างๆ ไปปรึกษากับนายธนกร แสงสินธุ์ ซึ่งเป็นเพื่อนสนิทตั้งแต่สมัยเรียนที่สถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จฯ และเคยร่วมทำกิจกรรมเกี่ยวกับการทำหนังสือมาด้วยกัน จนทำให้ความคิดที่จะทำต่ำเจียห่าว ขยายตัวจากสื่อในชุมชนไปเป็นนิตยสารรายเดือน และทำให้ธนกรเข้ามามีบทบาทในนิตยสารตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

เมื่อกิตติและธนกรได้ขยายแนวคิดหลักในการทำหนังสือ จากที่เคยตั้งไว้ว่าจะให้ต่ำเจียห่าวเป็นสื่อในชุมชนเยาวราชเพียงอย่างเดียว ก็เริ่มมองไปถึงที่ประเด็นเกี่ยวข้องกับความเป็นจีนอื่นๆ ทั้งจีนในประเทศไทย จีนในประเทศจีน และจีนในเวทีสากล

“ ตอนนั้นผมมีความคิดว่าจะกลับไปปรับปรุง พอดีคุยกับกร (ธนกร แสงสินธุ์) ก็เลยมีแง่มุมของแนวโน้มทางการตลาดเข้ามาว่า กระแสจีนกำลังเป็นที่นิยมมากในช่วงปี 45 - 46 โรงเรียนสอนภาษาจีนเปิดกันมากมาย ประเทศจีนก็กำลังเข้าเป็นสมาชิกของ WTO รวมถึงข่าวคราวว่าจีนกำลังเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ ประเด็นถกเถียงเรื่อง FTA กับจีนและอาเซียน ซึ่งมันจะมีไทยเข้าไปพ่วงด้วย สิ่งต่างๆ เหล่านี้มันเป็นแนวโน้มว่า ประเด็นของจีนต้องอยู่ในหน้าข่าวอย่างแน่นอนและน่าสนใจ มีผลกระทบไปถึงคนระดับพ่อค้า-แม่ค้า นักเรียน นักศึกษา รวมไปถึงพนักงานเอกชน คนทุกระดับชั้นแน่นอน

ตอนแรกเรามองว่าจีนเป็นจีน แนวโน้มจากจีนต้องมีผลกระทบต่อไทยก็ต้องมองถึงจีนในไทยซึ่งไม่ได้มองถึงในแง่ความสัมพันธ์ ไทย-จีน แต่พอมาดูอีกชั้นหนึ่งก็มองเห็นความสัมพันธ์ไทย-จีนที่มันจะแน่นแฟ้น มากขึ้นและก็มีเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมกัน ถ้ามองลึกไปอีกก็พบว่าความสัมพันธ์ไทย-จีนมันมีการวางรากฐานมาตั้งแต่สมัยสุโขทัย ดังนั้นพอมาพูดถึงความสัมพันธ์ไทย-จีน หรือจีน-ไทย มันก็มีเรื่องมาให้พูดกันเยอะเลย เป็นเนื้อหาของเนื้อหาอีกจำนวนหนึ่งและถ้ามองในแง่ของการศึกษาวัฒนธรรม ประเด็นอัตลักษณ์หรือเชื้อชาตินิยมก็ยังสามารถไปอีกเยอะหรือแนวคิดเกี่ยวกับโครงสร้างความเป็นจีนในสังคมไทยก็ยังเล่นได้ อีกเยอะ ” (นายกิตติ จินศิริวานิชย์, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2549)

จากนั้นทั้งคู่จึงเริ่มทำนิตยสารตัวอย่าง (mock up) ขึ้นมา และนำเอาโครงการดังกล่าวเข้าไปนำเสนอกับนายจิตตนาถ ลิ้มทองกุลและนายพชร สมุทวณิช ผู้บริหารนิตยสารมาร์ส (Mars) ซึ่งเป็นนิตยสารที่อยู่ในเครือผู้จัดการ เนื่องจากในขณะนั้น ทั้งกิตติและธนากรเป็นพนักงานของเครือผู้จัดการอยู่เช่นเดียวกัน

“ผมกับเหมา (กิตติ) เป็นพนักงานของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการอยู่แล้วและเจ้านายก็เห็น Project ของเรามาโดยตลอด ก็เลยมาคุยกัน เอาหนังสือมาให้เขาดูเขาก็เลยให้ทุนทำ ที่เจ้านายสนใจ Project ของเราน่าจะเป็นเพราะนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวมันมีความอินดี้¹ (Indy) ในช่วงนั้นนิตยสารอินดี้มีอยู่เพียงไม่กี่เล่มในบ้านเรา ต้าเจี๋ยห่าวก็อาจจะพัฒนาให้เป็นนิตยสารอินดี้ได้ อาจจะตอบโจทย์ทางธุรกิจของที่นี่ (สำนักพิมพ์ผู้จัดการ) ที่พูดถึงกลุ่มวัยรุ่นแล้วหนังสือพิมพ์ผู้จัดการก็ชอบเรื่องเงินอยู่แล้ว

ผู้บริหารเองก็ลงมาช่วยทำด้วย ลงมาคุยประเด็นต่างๆ เหมือนเป็นการทดลองอย่างหนึ่งเพราะที่นี่มีหนังสือในเครือคือ แคมปัส (Campus) ที่เจาะกลุ่มนักศึกษา และมาร์ส ซึ่งเป็นหนังสือผู้ชายที่ผู้หญิงก็อ่านได้อยู่แล้ว แต่พอมาเป็นต้าเจี๋ยห่าวซึ่งเป็นนิตยสารเรื่องเงินมันก็ต้องต่อสู้มากขึ้น เลยเป็นความสนุกและแปลกใหม่เพราะเราไม่ได้ทำเป็นเรื่องบันเทิงทั้งเล่มเหมือนหมิงซิง² หรือเป็นธุรกิจล้วนๆแบบหัวซาง³ แต่เราทำแบบวัยรุ่นที่เด็กมัธยมปลายถึงมหาวิทยาลัยได้อ่านกัน” (นายธนากร แสงสินธุ์, สัมภาษณ์, 14 กันยายน 2549)

ภายหลังจากได้พูดคุยกัน ผู้บริหารทั้ง 2 คนจึงเห็นชอบให้กิตติและธนากรเป็นบรรณาธิการและผลิตต้าเจี๋ยห่าวออกมาในรูปแบบนิตยสารวัยรุ่นรายเดือน โดยวางแผนการแนะนำตัวด้วยการให้ผลิตออกมาเป็นหนังสือเล่มเล็กแทรกไว้ในนิตยสารมาร์ส 3 ฉบับ (ตั้งแต่ฉบับเดือนสิงหาคม - ตุลาคม พ.ศ.2546) ก่อนที่จะทำเป็นนิตยสารรายเดือนจริงๆในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2546

¹ คำว่า Indy ย่อมาจากคำว่า Independent หมายถึง สิ่งที่มีความแตกต่างไปจากค่านิยมในกระแสหลัก มักใช้กับสื่อต่างๆ เช่น เพลง ภาพยนตร์ และนิตยสาร ที่มีความแปลกใหม่และมีลักษณะเฉพาะตัว

² นิตยสารบันเทิง ที่เน้นนำเสนอเรื่องราวข่าวบันเทิง ภาษา วัฒนธรรมและการศึกษาของประเทศไทย เจ้าของคือนายจิรวัดน์ อัครวิฑิตกิจ ซึ่งเป็นผู้ดูแลเว็บไซต์ www.china2learn.com

³ นิตยสารธุรกิจ สองภาษา (ไทย-จีน) ฉบับแรกในประเทศไทย มีนายชัชวาลย์ นิรมิตรวิจิตร เป็นบรรณาธิการอำนวยการ

ยุคที่ 2 : จากหนังสือทำมือสู่นิตยสารฉบับทดลอง

ในช่วงแรกที่ต้าเจี๋ยห่าวยังเป็นแผ่นพับหรือหนังสือพิมพ์นั้น คณะผู้ผลิตยังไม่มีลักษณะความเป็นองค์กรที่ชัดเจน เพราะเนื้อหาของแผ่นพับในยุคนั้น จะมีกิตติซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งเป็นผู้เขียนบทความเกือบทั้งหมด รวมทั้งเป็นผู้ดำเนินการพิมพ์และจัดจำหน่าย จนกระทั่งในเล่มที่ 2 เมื่อกิตติได้ลงประกาศรับ “อาสาสมัครนักข่าวชุมชน” จึงทำให้ในเล่มที่ 3 และ 4 มีผลงานจากอาสาสมัครซึ่งเป็นนักข่าวเยาวชนเพิ่มเข้ามาด้วย

เมื่อเข้าสู่ยุคที่ 2 (เล่มเล็กแทรกในนิตยสารมาร์ส) และยุคที่ 3 (นิตยสารเล่มใหญ่) ต้าเจี๋ยห่าวจึงเริ่มมีทีมงานและกองบรรณาธิการเป็นรูปแบบที่ชัดเจนมากขึ้น แต่ขณะนั้นกองบรรณาธิการก็ยังมีกันอยู่เพียง 6-7 คนเท่านั้น ประกอบด้วย นางสาวเพ็ญภา อุตตะมัง (พนักงานประจำ) , นางสาวขวัญชนก แก้วกันทา (free lance), นายประพัฒน์ สกุนา (free lance), นายธนกร แสงสินธุ์และนายกิตติ จินศิริวานิชย์ เป็นคอลัมนิสต์และทำบทสัมภาษณ์ ส่วนนาย สังกัส นารักษ์เป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลปกรรมและนายวิรัชกร วิไลศิลป์ดีเลิศ เป็นทั้งคอลัมนิสต์และช่างภาพ

การทำงานของกองบรรณาธิการในช่วงเริ่มต้นของนิตยสารนั้น แม้ทีมงานส่วนใหญ่ของต้าเจี๋ยห่าวจะเพิ่งจบการศึกษาจากมหาวิทยาลัย แต่ปัญหาดังกล่าวก็ไม่นับอุปสรรคต่อการเขียนคอลัมน์แต่อย่างใด เพราะทีมงานส่วนใหญ่ก็เป็นนักเขียนและเคยเขียนหนังสือมาก่อน เช่น เพ็ญภาและประพัฒน์ ที่เคยเขียนหนังสือทำมืออยู่ระยะหนึ่ง ก่อนจะมาพบกับธนกรและกิตติในงานหนังสือทำมือ และถูกชักชวนให้มาร่วมงานเป็นหนึ่งในกองบรรณาธิการต้าเจี๋ยห่าว

“ก่อนมาทำงานที่นี้ผมเรียนที่ราชภัฏสวนสุนันทา ในช่วงระหว่างเรียนปี 2-3 ผมทำหนังสือทำมือชื่อ “อะดินารีน” แบบจริงจังคือส่งโรงพิมพ์ขาย ต่อมาก็มาเจอกับพี่เหมา (กิตติ) และคุณจิรัฐ เขมมณี ซึ่งทำงานอยู่ที่นิตยสารมาร์ส แต่ในตอนนั้นยังไม่มีมาร์ส เขาทำอยู่ที่เว็บไซต์ไทยเดย์ดอทคอม และทำหนังสือทำมือที่ชื่อว่า “เพลิน” ก็เลยได้รู้จักและสนิทกันเพราะได้เจอกันบ่อยเวลาไปขายหนังสือทำมือตามบูทต่างๆ จนพี่เขาเข้ามาทำงานที่มาร์ส พี่เหมา ก็เสนอโครงการต้าเจี๋ยห่าวกับทางผู้จัดการ เขาก็เลยเริ่มหาทีมงาน ตอนนั้นผมยังเรียนอยู่ปี 4 เขาก็ชวนมาทำ ก็เลยเริ่มทำครั้งแรกตั้งแต่เป็นเล่มเล็กที่แทรกอยู่ในนิตยสารมาร์ส” (นายประพัฒน์ สกุนา, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2549)

“ อ้อ (เพ็ญภา) ก็เคยเขียนหนังสือทำมือมาก่อนตั้งแต่สมัยเรียน จนได้มาเจอกับพีกร (ธนกร) ที่งานหนังสือทำมือตรงสวนสันติชัยปราการช่วงปี 46 เขาเลยชวนมาร่วมงาน ก่อนหน้านั้นอ้อทำงานอยู่ที่เว็บไซต์สะแควดอทคอม ซึ่งก็อยู่ในเครือผู้จัดการเหมือนกัน ก็ทำเว็บได้ซั๊กพัก พอต้าเจียห่าวเปิดตัวก็เลยออกมาทำ เริ่มทำตั้งแต่ตอนที่เป็นเล่มเล็ก” (นางสาวเพ็ญภา อุตตะมัง, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2549)

ส่วนขวัญชนกนั้นได้มีโอกาสเข้ามาฝึกงานกับนิตยสารต้าเจียห่าวขณะที่ศึกษาอยู่ปีสุดท้ายที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และเข้ามาเป็นกองบรรณาธิการอีกครั้งหลังจากจบการศึกษา โดยการชักชวนของนายวีรภัทร ซึ่งเป็นกองบรรณาธิการและช่างภาพของหนังสืออยู่ก่อนแล้ว

ยุคที่ 3 : นิตยสารทางเลือก

เดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2546 นิตยสารต้าเจียห่าวในรูปแบบของนิตยสารทางเลือก ก็ได้ถูกส่งออกวางจำหน่ายเป็นครั้งแรก โดยกลุ่มเป้าหมายของนิตยสาร คือวัยรุ่นตั้งแต่ระดับมัธยมไปจนถึงกลุ่มหนุ่มสาวในวัยทำงานโดยเน้นไปที่กลุ่มคนที่มีความสนใจเรื่องเงินแต่ไม่จำเป็นต้องมีเชื้อสายจีน เนื้อหาและรูปแบบของนิตยสารมีความแตกต่างไปจากนิตยสารวัยรุ่นอื่นๆตรงที่นำความเป็นจีนนับตั้งแต่ ภาษา ตัวอักษร เนื้อหาและรูปแบบทางศิลปกรรม ที่แฝงไว้ด้วยกลิ่นอายของวัฒนธรรมจีนแท้ๆและวัฒนธรรมจีนผสมกับวัฒนธรรมไทยมาเป็นจุดเด่นในการนำเสนอ

การกำหนดหน้าที่การทำงานของกองบรรณาธิการต้าเจียห่าวในช่วงเริ่มต้นนั้นไม่ได้มีรูปแบบตายตัว แต่เป็นลักษณะการทำงานที่แบ่งตามความถนัดของแต่ละคนและช่วยเหลือซึ่งกันและกัน บรรณาธิการทั้งสองคนคือ นายกิตติและนายธนกรจะเป็นผู้วางแนวทางหลักในการทำงานและคิดคอนเซ็ปท์ของหนังสือแต่ละเล่ม นอกจากนี้ ทั้งคู่ยังต้องทำบทสัมภาษณ์หรือคอลัมน์ใหญ่ๆ ส่วนคอลัมน์อื่นๆนอกจากนี้ก็จะเป็นการแบ่งงานกันระหว่าง เพ็ญภา, ประพัฒน์, ขวัญชนก และวีรภัทร

“อ้อจะทำหลายคอลัมน์ ยิ้ม(ขวัญชนก)ยังทำไม่มากเท่าไร ไพกรกับพีเหมาก็จะเขียนเยอะในช่วงแรกๆ ตอนหลังที่มีคนทำเยอะขึ้น ไพกรกับพีเหมาก็จะไปช่วยดูแลในส่วนอื่นๆ อย่างคอลัมน์เซ็งลี้้อ ยิ้มจะเป็นคนคิดเนื้อเรื่องแล้วส่งไปให้ฝ่ายวาดรูปอีกที ใ้ (ประพัฒน์) จะ

รับผิดชอบทำบทสัมภาษณ์ใหญ่ๆในเล่ม คอลัมน์เงินรอบตัว, เงินในไทย, Some หมวย, Some ตี ส่วนคอลัมน์แพนด้าไดอารี่ มันเกิดขึ้นจากการที่ยิ้มเป็นคนเชียงใหม่และต้องเดินทางกลับเชียงใหม่อยู่บ่อยๆ ก็เลยคิดคอลัมน์นี้ขึ้นมาแล้วให้ยิ้มเป็นคนรับผิดชอบหาข้อมูลและเขียน” (นางสาวขวัญชนก แก้วกันทา, สัมภาษณ์, 8 กันยายน 2549)

ถึงแม้ต้าเจี้ยห่าวจะเป็นนิตยสารที่มีอัตลักษณ์ความเป็นจีน แต่ที่มกอบรรณาธิการในช่วงเริ่มต้นกลับเป็นผู้ที่ไม่ได้มีความรู้ความชำนาญด้านจีนหรือภาษาจีนแต่กลับเป็นผู้ที่รักและสนใจในการทำหนังสือมากกว่า ดังนั้น ในช่วงแรกของการทำงานหนังสือ ทีมงานจึงต้องศึกษาข้อมูลจีนจากหลายๆด้าน และปรึกษาหรือขอคำแนะนำจากผู้รู้อีกต่อหนึ่ง และเน้นเนื้อหาที่มาจากบทสัมภาษณ์มากกว่า

“เนื่องจากในการเริ่มต้นก่อตั้ง ตัวคนทำเองไม่ใช่ผู้รู้แต่เป็นนักเรียนรู้ ทีมงานที่ทำถ้ามองในแง่เชื้อสายจีนก็คงมีผมคนเดียวที่มีความเข้มข้นทางเชื้อสายจีนมากกว่า ส่วนคนอื่นก็มีเชื้อจีนบ้างแต่ก็ไม่ได้โดดเด่นจนนำเอามาใช้ประโยชน์กับงานได้ แต่ทุกคนรักและชอบในการทำหนังสือและมีทักษะในการทำหนังสือซึ่งอาจจะดูว่าบุคลากรกับคอนเซ็ปท์หนังสือมันไปกันไม่ค่อยได้ แต่เราก็พยายามทำบทสัมภาษณ์เพื่อรวบรวมข้อมูลก่อนจะมาทำเนื้อหาอีกที” (นายกิตติ จินศิริวานิชย์, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2549)

“ด้วยความที่เราไม่รู้ภาษาจีนแต่มาทำเรื่องจีน เราก็จะมีความคิดว่าอยากรู้เรื่องอะไร ในมุมมองของคนที่ไม่รู้ภาษาจีนเขาถึงจะสนใจ มีช่วงหนึ่งพี่เหมาก็ให้พวกเราเสนอมาว่าแต่ละคนสนใจเรื่องอะไรกันบ้าง เราก็เสนอกันไปว่าอยากรู้เรื่องอะไร ซึ่งเราคิดว่าถ้าทำให้มีความเป็นจีนมากจนเกินไป คนที่ไม่เคยอ่านมาก่อนก็จะมองว่าไม่น่าสนใจ คนที่ไม่ได้เรียนภาษาจีนก็จะไม่อ่าน แต่ถ้ามีเรื่องจีนบ้าง หนังสือเราก็จะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับจีนแต่นำเสนอเป็นภาษาไทยคนทั่วไปก็จะอ่านได้” (นางสาวขวัญชนก แก้วกันทา, สัมภาษณ์, 14 กันยายน 2549)

ด้านศิลปกรรม นายสังกาส นารักษ์ จะเป็นผู้ทำหน้าที่ดูแลและรับผิดชอบ ตั้งแต่เป็นผู้ทำภาพประกอบ ออกแบบตัวอักษร (กราฟฟิก) ออกแบบรูปเล่ม จัดอาร์ตเวิร์ค รวมไปถึงรับผิดชอบด้านการประสานงานกับโรงพิมพ์ ตรวจสอบและแก้ไขผลงานก่อนตีพิมพ์

นอกจากนักเขียนในกองบรรณาธิการแล้ว ต้าเจี้ยห่าวยังมีคอลัมน์ของนักเขียนอาวุโส เช่น อาจารย์เวืองรอง รุ่งรัศมี (ผู้เชี่ยวชาญด้านชาและวัฒนธรรมจีน) อาจารย์สายัณห์ เล็ก

อุทัย (ผู้เชี่ยวชาญด้านปรัชญาจีน) นางสาวจิตรา ก่อเน้นทเกียรติ และนายรงค์ วงษ์สวรรค์ นักเขียนอาวุโสที่เป็นที่ยอมรับในวงการหนังสือ โดยนักเขียนดังกล่าวจะถูกเชิญให้เข้ามาเขียนคอลัมน์ตามความถนัดเพื่อเพิ่มสาระและความรู้ด้านจีนให้มีความเข้มข้นมากขึ้น และยังเป็นที่ปรึกษาให้กับทีมหาข้อมูลด้วย

“ผมคุยกับกรว่า เราไม่ใช่ผู้รู้ที่จะทำหนังสือเล่มนี้ขึ้นมา คอนเซ็ปท์มันน่าสนใจจริงแต่เราไม่มีความรู้ เราจึงต้องเรียนรู้ในขณะที่ทำไปด้วย ผมจึงเชิญคอลัมนิสต์ที่เขียนเรื่องจีนมาเขียนในเล่มด้วย ตั้งใจว่าจะให้มีหลายๆท่าน หลายแนวทางการศึกษา บางคนชำนาญด้านภาษา บางคนเน้นด้านวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม บางคนก็ถนัดสำนวนแบบจีน หรือบางคนก็ถนัดเรื่องการแพทย์ ตอนนั้นก็พยายามจัดหมวดหมู่โดยตั้งชื่อว่าโซนหล่าวซือไว้ให้ชัดเจน” (นายกิตติ จินศิริวานิชย์, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2549)

ในส่วนของทีมหาโฆษณา นิตยสารต้าเจียห่าวไม่มีผู้รับผิดชอบหน้าที่นี้โดยตรง แต่เนื่องจากความสัมพันธ์สนมกับนิตยสารมาร์และเป็นหนังสือในเครือเดียวกัน จึงใช้เจ้าหน้าที่จากนิตยสารมาร์และหนังสือพิมพ์ผู้จัดการมาช่วยดูแลด้านการหาโฆษณาให้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2. พัฒนาการของเนื้อหาและรูปแบบ

2.1) พัฒนาการของเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศของนิตยสารตำเจียห่าว

การศึกษาพัฒนาการของเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศของนิตยสารตำเจียห่าว จะแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ยุค นับตั้งแต่ฉบับที่ 1- 26 (กุมภาพันธ์ 2545 – พฤษภาคม 2548) ตามรูปแบบทางกายภาพและระบบการจัดจำหน่ายของหนังสือ ได้แก่

ยุคที่ 1 แผ่นพับหรือหนังสือพิมพ์ในชุมชนเยาวราช

ยุคที่ 2 ฉบับทดลอง แจกฟรีพร้อมนิตยสารมาร์ส(Mars)

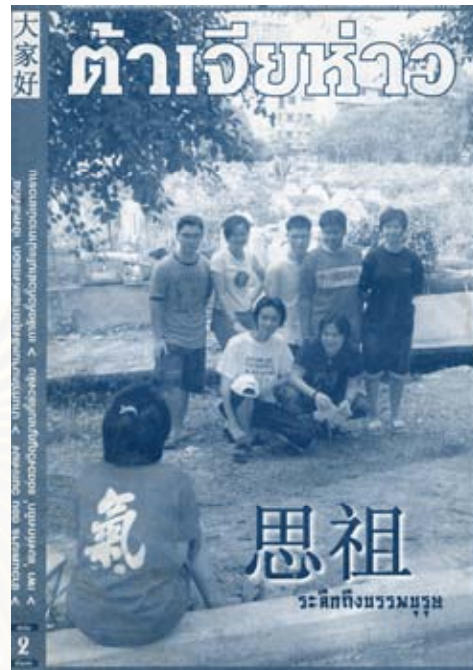
ยุคที่ 3 นิตยสารรายเดือนในเครือหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

ยุคที่ 1

ในยุคที่ 1 รูปแบบทางกายภาพของนิตยสารตำเจียห่าว มีลักษณะเป็นแผ่นพับและไม่มีการเย็บเล่มยกเว้นในเล่มที่ 4 มีจำนวนหน้าทั้งหมด 8 หน้า ดังนำเสนอในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรูปแบบทางกายภาพของนิตยสารตำเจียห่าวในยุคที่ 1

ฉบับที่	เดือน/ ปี	การเย็บเล่ม	จำนวนหน้า	ราคา (บ.)	ขนาด (นิ้ว)
1	กุมภาพันธ์/ 45	แผ่นพับ	8	5	8×11.5
2	เมษายน/ 45	แผ่นพับ	8	5	8×11.5
3	มิถุนายน/ 45	แผ่นพับ	8	5	8×11.5
4	กันยายน/ 45	มุงหลังคา	16	5	5.5×8



ภาพประกอบที่ 1 ภาพปกของแผ่นพับต้าเจียห่าวในยุคที่ 1 ทั้ง 4 เล่ม

ต้าเจียห่าวในยุคที่ 1 นั้น เนื้อหาภายในเล่มยังไม่มีการจัดคอลัมน์ประจำหรือประเภทของบทความอย่างชัดเจนเหมือนในนิตยสารเล่มใหญ่ แต่จะมีการตั้งคอนเซ็ปต์และแก่นเรื่อง (Theme) ประจำแต่ละเล่มไว้เพื่อสร้างกรอบของเนื้อหาภายในเล่มให้ไปในทิศทางเดียวกัน ดังตัวอย่างที่ยกมานำเสนอในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่างคอนเซ็ปต์ประจำเล่มและเนื้อหาภายในของแผ่นพับต้าเจียห่าวเล่มที่ 1

คอนเซ็ปต์	ชื่อคอลัมน์/ บทความ	เนื้อหา
วันตรุษจีน	บทบรรณาธิการ	อธิบายถึงวัตถุประสงค์ในการทำแผ่นพับต้าเจียห่าว
	ถามเอากัน	บทสัมภาษณ์ความคิดเห็นของคนในชุมชนเยาวราชที่มีต่อวันตรุษจีน
	ต้าเจียห่าว	อธิบายความหมายของคำว่า “ต้าเจียห่าว” และการนำคำนี้ไปใช้ในโอกาสต่างๆ
	แมวกวักมงคลเข้าบ้าน	ต้นกำเนิดของที่มาและความเชื่อของตุ๊กตาแมวนางกวัก ซึ่งปัจจุบันเป็นสิ่งของมงคลที่คนสมัยใหม่ให้ความนับถือ

<p>ข้าวันพเนจร ตอน วันตรุษจีน</p>	<p>แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้</p> <p><u>ส่วนที่1</u></p> <p>เขียนแบบบันทึกประจำวันโดยสมมุติให้เป็นบันทึกประจำวันของคนงานที่อาศัยกับครอบครัวหนึ่งในชนาทาวน เพื่อบอกเล่าวิธีการเตรียมตัวและเตรียมอุปกรณ์ต่างๆในการประกอบพิธีไหว้ตรุษจีน พร้อมแทรกเรื่องราวเกี่ยวกับพิธีกรรมไว้</p> <p><u>ส่วนที่2</u></p> <p>“อาหารตรุษจีนมีความหมาย” บอกความหมายของอาหารแต่ละอย่างที่ไหว้ในวันตรุษจีน</p> <p><u>ส่วนที่3</u></p> <p>“เกร็ดตรุษจีน” ให้ข้อมูลการจัดประเพณีตรุษจีนครั้งแรกในประเทศไทยว่าเริ่มต้นจากราชสำนักในสมัยรัชกาลที่ 3</p>
<p>ดื่มเหลียงจู้ย คินสมุดูให้ร่างกาย</p>	<p>อธิบายความหมายและความสำคัญของคำว่าเหลียงจู้ย ว่าคือน้ำเย็น/น้ำสมุนไพรแบบจีน มีแผนที่แสดงที่ตั้งร้านที่ขายเหลียงจู้ยในเยาวราช ตารางระบุชื่อร้าน, ประเภทของน้ำที่ขาย, ราคา, เวลาเปิด-ปิดและอายุของร้าน</p>
<p>จากเล็กๆ รวมเป็นใหญ่ในภายหลัง</p> <p>“หัวการค้า”แบบร้าน ส.เจริญ</p>	<p>บทความที่น่าเสนอเรื่องราวของร้านขายรองเท้าในเยาวราชซึ่งขยายตัวมาจากร้านลดช่องเล็กๆ เพื่อชี้ให้เห็นความมีหัวการค้าของเจ้าของที่ปรับตัวทางธุรกิจอยู่ตลอดเวลา</p>
<p>‘อึ่งเปาของแม่’ ภาพยนตร์สะท้อนใจชาวจีน</p>	<p>บทสัมภาษณ์นายพนอด ไมตรีจิตร์ ผู้กำกับภาพยนตร์สั้นเรื่อง “อึ่งเปาของแม่” ที่ได้รับรางวัลกำกับภาพยนตร์ยอดเยี่ยมในเทศกาลภาพยนตร์กรุงเทพฯ ครั้งที่3 ปี2543 ถึงแนวคิดในการเลือกเนื้อหา การทำงานและสิ่งที่ต้องการนำเสนอ</p>

การตั้งคอนเซ็ปต์เพื่อวางกรอบให้กับเนื้อหาของต้าเจียห่าว เริ่มมีการพัฒนาชัดเจนยิ่งขึ้นในเล่มที่ 3 และ 4 ซึ่งสังเกตได้จากการเลือกใช้ภาพและเขียนคำบรรยายบนหน้าปกของหนังสือให้เกิดความเชื่อมโยงกับคอนเซ็ปต์ในแต่ละเล่ม (ดังที่แสดงไว้ในภาพประกอบที่ 1) โดยในส่วนของเนื้อหาของนิยายสารต้าเจียห่าวในยุคแรกนี้ จะมีนายกิตติ จินศิริวานิชย์ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มเป็นผู้เขียนบทความส่วนใหญ่ โดยสามารถแบ่งคอลัมน์สำคัญๆและผู้เขียนออกมาได้ ดังที่แสดงไว้ในในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ตารางแสดงเนื้อหาของนิยายสารต้าเจียห่าว ยุคที่ 1 ตั้งแต่ฉบับเดือนกุมภาพันธ์ – กันยายน 45

ฉบับที่	คอนเซ็ปต์	ชื่อคอลัมน์/ บทความ	ผู้เขียน
1	วันตรุษจีน	- บทบรรณาธิการ - ทามเอากัน - ต้าเจียห่าว - แมวกวักมงคลเข้าบ้าน - ซ้ำวันพเนจร ตอน วันตรุษจีน - ตีมเหียงจู้ย คีนสมดุลให้ร่างกาย - จากเล็กๆ รวมเป็นใหญ่ในภายหลัง “ห้วงการค้า”แบบร้าน ส.เจริญ - ‘อึ้งเปาของแม่’ ภาพยนตร์สะเทือนใจชาวจีน	กิตติ จินศิริวานิชย์
2	วันเซ็งเม้ง	- บทบรรณาธิการ - ย่างก้าวของชีวิต - Shing ming - บ้านท่าโคมจีนหลังสุดท้ายแห่งตรอกเต็งหลังโกย - ซ้ำวันพเนจร ตอน วันเซ็งเม้ง - เผาแบงคังเด็กแต่ดวงวิญญาณที่ล่องลับ - เกาลัดคั่วหัวไชน่าทาวน์เยาวราช - ทามเอากัน	วิษุกร ปิยะประพันธ์พงศ์ ลิ้มอิมทิว์พาซิม
3	เทศกาลบ๊ะจ่าง	- บทบรรณาธิการ : วิชาชุมชนไชน่าทาวน์ - เทียวไกลบ้าน : เทียววัดจักรวรรดิกับครูเพี้ย - ซ้ำวันพเนจร ตอน บ๊ะจ่างให้คุณ - บ๊ะจ่างแบบอาชีพหมาย อร่อยสวยไม่ต้องแต่งหน้า	ชัยณรงค์ เตชะมณีวัฒน์

		<ul style="list-style-type: none"> - แนะนำเว็บไซต์เมืองจีนแดนสยาม - ขอดเกิ้ลดั่งม้งกร : สุรัตน์ โอสถานุเคราะห์ จากเด็กเยาวราช มุ่งสู่ระดับโลก - สุภาสิต “แพะหายซ่อมคอก” - เจียบ่าบ่อลื้อจ้อ : บังลอยน้ำขิง แป๊ะก๊วย <p>เซ็งทึ่ง</p>	<p>พิเชษฐ ยิ่งเกียรติคุณ</p> <p>เพชรรัตน์ แซ่อึ้ง</p> <p>วิษณุกร ปิยะประพันธ์พงศ์, ชัยณรงค์ เตชะมณีวัตร</p>
4	จิวเว่	<ul style="list-style-type: none"> - บทบรรณาธิการ - แนะนำเว็บไซต์เรียนภาษาจีน www.China2learn.com - เทียวใกล้บ้าน : เยือนตลาดน้อย-เซียงกงกับครูเพี้ย - บางชีวิต : รวยรินกลิ่นจิวเว่ - เจียบ่าบ่อลื้อจ้อ : ลืมดื่มชา อืมหน้าสำราญ <p>กระเพาะ</p> <ul style="list-style-type: none"> - ซำวันพเนจร ตอน จิวไทยใช่เลย - ขอดเกิ้ลดั่งม้งกร : อนันต์ กาญจนพาสณ์ ฝ่าวิกฤตด้วยเลือดนักสู้ 	<p>เพชรลดา ชั่งจิตสิริโรจน์</p> <p>เล็กเสียวเหมา</p> <p>อาสาพาชิม</p> <p>พิเชษฐ ยิ่งเกียรติคุณ</p>

รายละเอียดของเนื้อหาในแต่ละคอลัมน์ของนิตยสารต้าเจียห่าว ยุคที่ 1 มีดังนี้

บทบรรณาธิการ

เป็นส่วนที่บรรณาธิการใช้เป็นช่องทางการสื่อสารระหว่างผู้จัดทำกับผู้อ่าน อยู่ในหน้าแรกของหนังสือ มีการเขียนอธิบายความเป็นมาของหนังสือ วัตถุประสงค์และแนวคิดในการทำ ความเปลี่ยนแปลงของหนังสือในแต่ละครั้ง รวมไปถึงมีการเปิดรับสมัครผู้อ่านที่อยากมีส่วนร่วมในการทำหนังสือ

ถามเอากัน

บทสัมภาษณ์ความคิดเห็นจากคนภายในชุมชนเยาวราชหรือคนไทยเชื้อสายจีน

ซำวันพเนจร

คอลัมน์ซำวันพเนจร เป็นบทความที่เกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกับแก่นเรื่อง(Theme) ในแต่ละเล่ม โดยใช้รูปแบบการเขียนบันทึกประจำวันในการเล่าเรื่องและสอดแทรกสาระที่

ต้องการนำเสนอไว้เป็นระยะๆ เช่น ในเล่มที่ 1 แก่นเรื่องคือ วันตรุษจีน คอลัมน์นี้จึงนำเสนอ ตั้งแต่ขั้นตอนการเตรียมของในการไหว้ ที่มาของวันตรุษจีน การประกอบพิธีกรรม ไปจนถึง ความหมายของอาหารแต่ละชนิดที่ใช้ในการไหว้ เป็นต้น

แนะนำร้านอาหารในเยาวราช/ เจียะป่าบ่อสี่จ่อ

คอลัมน์แนะนำร้านอาหารที่ขายอาหาร ขนม หรือเครื่องต้มแบบจีน ที่หาได้ทั่วไปไปตามท้องถนน โดยผู้เขียนจะให้ข้อมูลตั้งแต่ประวัติความเป็นมาของอาหารชนิดนั้นๆ แผนที่ตั้งร้าน ชื่อร้าน ราคา เวลาเปิด-ปิดร้าน ตลอดจนอายุของแต่ละร้าน

ขอดเกิ้ล็ดมังกร

ถ่ายทอดเรื่องราวชีวิตคนไทยเชื้อสายจีนที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตให้กับผู้อ่าน เน้นไปที่ช่วงวัยเรียน การเริ่มต้นเข้าสู่วงการธุรกิจ การฝ่าฝืนอุปสรรคก่อนที่จะประสบความสำเร็จเป็นที่รู้จักอย่างในปัจจุบัน

เที่ยวไกลบ้าน/ เที่ยวใกล้บ้าน

พาเที่ยวสถานที่สำคัญในบริเวณเขตสัมพันธวงศ์ เช่น วัด หรือย่านการค้า สอดแทรกความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของสถานที่เหล่านั้น

จากการสำรวจและเก็บข้อมูลด้านเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศของนิตยสารต้าเจียหัววใน ยุคที่ 1 พบว่าลักษณะของนิตยสารมีคุณลักษณะของ "นิตยสารข่าว" นับตั้งแต่เนื้อหาภายในเล่มที่เน้นเรื่องราวของสังคมและความเคลื่อนไหวภายในชุมชนเยาวราช กลุ่มเป้าหมายหรือผู้อ่านก็มุ่งเน้นไปที่กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนที่เกิดและเติบโตอยู่ภายในชุมชน หรือกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนรุ่นที่ 2 โดยเฉพาะกลุ่มที่มีเชื้อสายแต่จิ๋ว (เพราะเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดในเยาวราช) ที่สามารถอ่านภาษาไทยได้ เนื่องจากผู้ผลิตนิตยสารในยุคนั้นนั้นเลือกใช้ภาษาไทยเป็นหลักและมีภาษาจีนแต่จิ๋วประกอบในบางส่วน

ยุคที่ 2

ในยุคนี้อย่างที่เริ่มตั้งแต่ฉบับที่ 2.1-2.3 (สิงหาคม – ตุลาคม 46) นิตยสารต้าเจียหัววมีขนาด 5.5×6.5 นิ้ว เย็บเล่มแบบมุงหลังคา มีหน้าทั้งหมด 31 หน้าและไม่มีการจัดจำหน่ายตามแผงหนังสือ รูปแบบของต้าเจียหัววในยุคนี้อย่างที่ 2 เป็นดังนี้

ตารางที่ 4 ตารางแสดงรูปแบบทางกายภาพของนิตยสารตำเจี๋ยห่าวในยุคที่ 2

ฉบับที่	เดือน/ ปี	การเย็บเล่ม	จำนวนหน้า	ราคา(บ.)	ขนาด (นิ้ว)
5 (2.1)	สิงหาคม/ 46	มุงหลังคา	31	ฟรี	5.5×6.5
6 (2.2)	กันยายน/ 46	มุงหลังคา	31	ฟรี	5.5×6.5
7 (2.3)	ตุลาคม/ 46	มุงหลังคา	31	ฟรี	5.5×6.5



ภาพประกอบที่2 ภาพปกของนิตยสารตำเจี๋ยห่าวในยุคที่ 2 ทั้ง 3 เล่ม

ในยุคที่ 2 ผู้จัดทำยังยึดแนวทางในการนำเสนอเนื้อหาภายในเล่มเช่นเดียวกับในยุคที่1 กล่าวคือมีการสร้างคอนเซปท์ให้กับหนังสือแต่ละเล่มอย่างชัดเจน และใช้ภาพปกกับคำโปรยเป็นตัวสื่อถึงประเด็นหลักที่ต้องการนำเสนอ ตัวอย่างเช่นในเล่มที่ 2.1 มีภาพเด็กนักเรียนและคำโปรยปกว่า “เรียนร้อยโรงเรียนจีน” เนื้อหาในเล่มนี้จึงมีคอลัมน์สารคดี เป็นคอลัมน์หลักที่

นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับโรงเรียนจีนในประเทศไทยและที่มาของคำว่าเรียบริ้อยโรงเรียนจีน เป็นต้น

นอกจากนี้ การเรียงลำดับเล่มของหนังสือจะแตกต่างไปจากยุคที่ 1 เนื่องจากผู้จัดทำใช้ระบบทศนิยมเป็นตัวระบุลำดับเล่ม โดยเลขตัวหน้าจะสื่อถึงปีและเลขหลังจุดทศนิยมจะสื่อถึงลำดับเล่ม ตัวอย่างเช่น เล่มที่ 2.1 เลข 2 จะหมายถึง ปีที่ 2 ของหนังสือและเลข 1 หมายถึงเล่มที่หนึ่งของปี เมื่อครบปีก็จะเรียงลำดับเลขใหม่ (ดังในภาพประกอบที่ 2)

และเนื่องจากตำเจี๋ยห่าวในยุคที่ 2 เป็นฉบับทดลองและแจกฟรีพร้อมกับนิตยสารมารส์ ซึ่งเป็นนิตยสารผู้ชายในเครือสำนักพิมพ์ผู้จัดการประกอบกับผู้จัดทำได้แสดงเจตนารมณ์ในการทำให้ได้อย่างชัดเจนว่าจะมีการพัฒนาไปเป็นนิตยสารฉบับใหญ่ในอนาคต เนื้อหาของนิตยสารตำเจี๋ยห่าวในยุคที่ 2 จึงเริ่มมีการจัดคอลัมน์ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางแสดงเนื้อหาของนิตยสารตำเจี๋ยห่าว ยุคที่ 2 ตั้งแต่ฉบับเดือนสิงหาคม - ตุลาคม 46

ฉบับที่	คอนเซปต์	ชื่อคอลัมน์/ บทความ	นักเขียน
2.1	เรียบริ้อยโรงเรียนจีน	<ul style="list-style-type: none"> - ทุกคนสบายดีหรือ - สื่อใจยี่ - ชาวล่า...ไชน่าทาวน์ - จดหมายจากแผ่นดินใหญ่ - Some หมวย - เจียะป่าอู่สื่อ - ตั้หมวยรวยกิน - สารคดี เรียบริ้อยโรงเรียนจีน - เกมชิงรางวัล - ศัพท์จากภาพ - เซ็งลี้ฮ้อ - กวี กะ วาด 	<ul style="list-style-type: none"> เกอจี หนูส้มจุก ประพัฒน์ สุกณา ธนกร แสงสินธุ์ เพ็ญภา อุดตะมั่ง ธนกร แสงสินธุ์ ธนกร แสงสินธุ์ อาทิเช่น
2.2	เหมาอินสยาม	<ul style="list-style-type: none"> - ทุกคนสบายดีหรือ - สื่อใจยี่ (ซี) - ชาวล่า...ไชน่าทาวน์ - จดหมายจากแผ่นดินใหญ่ 	<ul style="list-style-type: none"> ตีใหญ่ หนูส้มจุก

		<ul style="list-style-type: none"> - สารคดี เหมาเจ๋อตง ดินรนไปสู่อิสรภาพ - ยกน้ำชา..ให้อาจารย์ - Some หมวย - เหมาตั้งแต่หัวจรดเท้า - “คอคคอมมิวนิสต์” กับ 30 ปีที่รอคอย - Red Dust : แก๊ง 4 คนปฏิวัติแพชั่น - ตีหมวยรวยกัน - เกมชิงรางวัล - ตีหมวยพาเที่ยว - กวี กะ วาด 	<p>วีรภัทร วิไลศิลป์ดีเลิศ</p> <p>ประพัฒน์ สุกญา ตี๋น้อย</p> <p>ประพัฒน์ สุกญา, วีรภัทร วิไลศิลป์ดีเลิศ</p> <p>วีรภัทร วิไลศิลป์ดีเลิศ</p> <p>เพ็ญนภา อุดตะมั่ง</p> <p>ข้าเหมา</p> <p>อาทิเช้น</p>
2.3	“หล่าวซือ” คือ อาจารย์	<ul style="list-style-type: none"> - ทุกคนสบายดีหรือ - สื่อใจ๋ (ซี) - จดหมายจากแผ่นดินใหญ่ - Some หมวย - Some ตี - ตีหมวยรวยกัน - สารคดี - เกมชิงรางวัล - โหงวเฮ้ง - กวี กะ วาด 	<p>ธนกร แสงสินธุ์</p> <p>เพ็ญนภา อุดตะมั่ง</p> <p>หนูส้มจุก</p> <p>ตี๋น้อย</p> <p>เพ็ญนภา อุดตะมั่ง</p> <p>เพ็ญนภา อุดตะมั่ง</p> <p>กองบรรณาธิการ</p> <p>ชินแส ช่องเตียน</p> <p>อาทิเช้น</p>

รายละเอียดของเนื้อหาในแต่ละคอลัมน์ของนิตยสารต้าเจี๋ยห่าว ยุคที่ 2 สามารถสรุปโดยสังเขป ดังนี้

ทุกคนสบายดีหรือ

บทบรรณาธิการของหนังสือ

สื่อใจ๋ซี/ สื่อใจ๋ (ซี)

ภาพข่าวและคำบรรยายกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและความบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ งานแสดงดนตรีดนตรี ละครเวที ละครการกุศล การเปิดตัวหรือแนะนำหนังสือและวรรณกรรม

การแข่งขันกีฬา/ เกม กิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน นิสิตและนักศึกษา งาน นิทรรศการศิลปะ งานสัมมนาทางวิชาการ โดยเน้นไปที่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและ วัฒนธรรมจีน ประเทศในแถบเอเชียตะวันออก และชุมชนชาวจีนในประเทศไทย

ข่าวล่า...ไชน่าทาวน์

ข่าวหรือเหตุการณ์ต่างๆที่น่าสนใจที่กำลังเกิดขึ้นในชุมชนเยาวราช

จดหมายจากแผ่นดินใหญ่

เรื่องเล่าจากตัวละครที่มีชื่อว่าหนูส้มจุก ที่เดินทางไปประเทศจีน เล่าเรื่องราวต่างๆที่ พบเห็นเป็นจดหมายกลับมาให้ญาติที่เมืองไทยฟัง

Some หมาย

บทสัมภาษณ์สาวไทยเชื้อสายจีน (ที่เป็นมีชื่อเสียงและไม่มีชื่อเสียง) ถึงทัศนคติในการ ดำเนินชีวิต การเรียน การทำงาน ความใฝ่ฝันในอนาคต

Some ตี

บทสัมภาษณ์หนุ่มไทยเชื้อสายจีน (ที่เป็นมีชื่อเสียงและไม่มีชื่อเสียง) ถึงทัศนคติในการ ดำเนินชีวิต การเรียน การทำงาน ความใฝ่ฝันในอนาคต

เจียะป้าอู่สื่อ

คอลัมน์นี้มีแค่ในเล่มที่ 2.1 เท่านั้น เป็นการแนะนำหนังสือ

ตีหมายรวยกิน

บทสัมภาษณ์หนุ่มสาวไทยเชื้อสายจีนถึงทัศนคติและความคิดเห็นในประเด็นต่างๆที่ นิตยสารตั้งขึ้น

ศัพท์จากภาพ

เรียนรู้คำศัพท์ภาษาจีน วิธีการเขียนและวิธีออกเสียงจากสิ่งของที่อยู่ในภาพถ่าย

เชิงลึกข้อ

บทสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่เป็นที่รู้จัก ถึงความเป็นมาในการเริ่มธุรกิจ กระบวนการวิธีคิด ตลอดจนการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค กว่าจะประสบความสำเร็จได้อย่างในปัจจุบัน

กวี กะ วาด

บทกวีที่ไม่มีรูปแบบชัดเจน ไม่มีการสัมผัสคำ เขียนตามอารมณ์แต่แฝงแง่คิดสนุกๆ หรือหักมุม พร้อมภาพวาดประกอบแบบการ์ตูน

สารคดี

บทความที่มีเนื้อหาเชื่อมโยงกับ theme ประจำเล่ม เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทั้งจากเอกสารและบทสัมภาษณ์ ตามแง่มุมที่ทีมงานสนใจ และต้องการนำเสนอแก่ผู้อ่าน

ยกน้ำชา..ให้อาจารย์

มีเฉพาะเล่ม 2.2 เพื่อเพิ่มเติมเนื้อหาจากคอลัมน์สารคดี เป็นการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้และเชี่ยวชาญในประเด็นที่อยู่ในคอลัมน์สารคดี

ตีหมวยพาเที่ยว

มีเฉพาะเล่ม 2.2 เป็นคอลัมน์ที่นำนักข่าวและทีมงานจากหนังสือในเครือผู้จัดการมาเล่นเกมแรลลี่กับรถยนต์BMW ซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนหนังสือ

เกมชิงรางวัล

เกมที่ให้ผู้อ่านมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นอย่างสร้างสรรค์เพื่อชิงของรางวัลเล็กๆน้อยๆ

โงงเฮ้ง

มีเฉพาะเล่ม 2.3 เป็นคอลัมน์ที่นำหลักการทำงานโดยการดูลักษณะที่ตี 5 ประการแบบชาวจีนหรือที่เรียกว่าโงงเฮ้ง มาใช้ในการดูลักษณะรถ BMW

ในยุคดี 2 ของนิตยสารนิตยสารต้าเจียหัว แม้ว่าเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศจะมีลักษณะคล้ายคลึงกับในยุคดี 1 แต่ขอบเขตของเนื้อหาบางส่วนได้ขยายออกไป คือ มีการนำเสนอ

เรื่องราวของความเป็นเงินภายนอกชุมชนเขาวราชมากขึ้น โดยเฉพาะเนื้อหาของความเป็นเงินที่เชื่อมโยงกับสังคมยุคใหม่และมีความเป็นสากล ทั้งนี้เป็นเพราะนิตยสารในยุคนั้นที่ 2 มีกลุ่มเป้าหมายหรือผู้อ่านเป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานที่สนใจเรื่องราวความเป็นเงิน มิได้จำกัดอยู่ในกลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีนในเขาวราชแบบยุคที่ 1

นอกจากนั้น นิตยสารต้าเจียห่าวในยุคนั้นที่ 2 ยังปรับปรุงรูปแบบให้นำสนใจ ใช้สีสันทึบสวยงามแปลกตา ลดขนาดให้กะทัดรัดและเย็บเล่มให้มีความสะดวกในการอ่านมากขึ้น ทั้งนี้ น่าจะเป็นเพราะนิตยสารในยุคนั้นที่ 2 มีจุดมุ่งหมายในการผลิตเพื่อประชาสัมพันธ์นิตยสารในยุคนั้นที่ 3 ลักษณะของนิตยสารในยุคนั้นที่ 2 นี้จึงเป็นส่วนผสมระหว่างนิตยสารเพื่อผู้บริโภค (Consumer Magazine) กับนิตยสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ (Public Relation Magazine)

ยุคที่ 3

เมื่อเข้าสู่ยุคที่ 3 นิตยสารต้าเจียห่าว เริ่มมีลักษณะทางกายภาพเป็นนิตยสารรายเดือน กล่าวคือมีการจัดพิมพ์ด้วยระบบ 4 สี เย็บเล่มทั้งแบบมุงหลังคาในช่วงแรกๆ และเปลี่ยนมาเป็นแบบไสกวางในตอนหลัง จัดจำหน่ายโดยสายส่ง โดยมีบริษัทต้าเจียห่าว เป็นผู้ดูแลการผลิตและอยู่ภายใต้เครือของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ อาจกล่าวได้ว่ายุคที่ 3 ของนิตยสารต้าเจียห่าวถือเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวในด้านกายภาพมากที่สุด ดังนี้

ตารางที่ 6 ตารางแสดงรูปแบบทางกายภาพของนิตยสารต้าเจียห่าวในยุคนั้นที่ 3

ฉบับที่	เดือน/ ปี	การเย็บเล่ม	กระดาษปก	จำนวนหน้า	ราคา	ขนาด (นิ้ว)
8 (3.1)	พฤศจิกายน/ 46	มุงหลังคา	อาร์ตด้าน	90	55	8.5×9.5
9 (3.2)	ธันวาคม/ 46	มุงหลังคา	อาร์ตด้าน	90	55	8.5×9.5
10 (3.3)	มกราคม/ 47	มุงหลังคา	อาร์ตด้าน	90	55	8.5×9.5
11 (3.4)	กุมภาพันธ์/ 47	มุงหลังคา	อาร์ตด้าน	90	55	8.5×9.5
12 (3.5)	มีนาคม/ 47	มุงหลังคา	อาร์ตด้าน	90	55	8.5×9.5
13 (3.6)	เมษายน/ 47	มุงหลังคา	อาร์ตด้าน	90	55	8.5×9.5
14 (3.7)	พฤษภาคม/ 47	ไสกวาง	อาร์ตมัน	110	55	8.5×9.5
15 (3.8)	มิถุนายน/ 47	ไสกวาง	อาร์ตมัน	110	55	8.5×9.5
16 (3.9)	กรกฎาคม/ 47	ไสกวาง	อาร์ตมัน	114	55	8.5×9.5
17 (3.10)	สิงหาคม/ 47	ไสกวาง	อาร์ตด้าน	118	55	8.5×9.5

18 (3.11)	กันยายน/ 47	ไสกาว	อาร์ตมัน	130	55	8.5×9.5
19 (3.12)	ตุลาคม/ 47	ไสกาว	อาร์ตมัน	114	55	8.5×9.5
20 (4.1)	พฤศจิกายน/ 47	ไสกาว	อาร์ตมัน	128	60	8.5×11
21 (4.2)	ธันวาคม/ 47	ไสกาว	อาร์ตมัน	118	60	8.5×11
22 (4.3)	มกราคม/ 48	ไสกาว	อาร์ตมัน	110	60	8.5×11
23 (4.4)	กุมภาพันธ์/ 48	ไสกาว	อาร์ตมัน	122	60	8.5×11
24 (4.5)	มีนาคม/ 48	ไสกาว	อาร์ตมัน	126	60	8.5×11
25 (4.6)	เมษายน/ 48	ไสกาว	อาร์ตมัน	122	60	8.5×11
26 (4.7)	พฤษภาคม/ 48	ไสกาว	อาร์ตมัน	114	60	8.5×11

ในช่วงเล่มที่ 3.1 – 3.6 หนังสือมีขนาด 8.5×9.5 นิ้วหรือมีขนาดสั้นกว่านิตยสารทั่วไป เย็บเล่มแบบมุงหลังคาและใช้กระดาษปกเป็นกระดาษอาร์ตแบบด้าน ต่อมาในเล่มที่ 3.7 เป็นต้นมา ก็มีการเปลี่ยนการเย็บเล่มมาเป็นแบบไสกาว เนื่องจากหน้ากระดาษที่มากขึ้นและความสะดวกในการวางเลย์เอ๊าท์

นอกจากนั้น ตั้งแต่เล่ม 3.9 มีการเปลี่ยนกระดาษที่ใช้ทำปกเป็นกระดาษอาร์ตมัน เพื่อให้หนังสือดูไม่สกปรกเวลาวางบนจำหน่ายบนแผงหนังสือและดูสวยงามมากขึ้น และต่อมาเมื่อขึ้นปีที่ 4 หรือตั้งแต่เล่ม 4.1 เป็นต้นมา ก็มีการเพิ่มขนาดของหนังสือให้ยาวเท่ากับนิตยสารทั่วไป คือ 8.5×11 นิ้ว และเพิ่มราคาจาก 55บาทเป็นเล่มละ 60 บาท โดยในยุคที่ 3 นี้ หนังสือยังกำหนดลำดับเล่มเป็นระบบทศนิยมเช่นเดียวกับในยุคที่ 2 และยังใช้การวางคอนเซ็ปท์หนังสือเป็นตัวกำหนดทิศทางของหน้าปกและเนื้อหาภายในเล่ม แต่มีการเพิ่มเติมรูปการ์ตูนที่วาดโดยภัทริดา ประสานทอง¹ บนหน้าปก เพื่อให้หนังสือมีรูปแบบดึงดูดด้วยรุ่นมากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ ภัทริดา ประสานทอง หรือ แป้ง เป็นนักวาดการ์ตูนประกอบหนังสือและนิทานที่เป็นที่รู้จักกันดีในแวดวงวรรณกรรมและนิตยสารในปัจจุบัน เนื่องจากตัวการ์ตูนของภัทริดามีลักษณะเป็นลายเส้นง่ายๆ สีสันสดใส และมีเอกลักษณ์ที่ง่ายต่อการจดจำ



ภาพประกอบที่ 3 ตัวอย่างภาพปกนิตยสารต้าเจียหัวยุคที่ 3 เล่มที่ 3.1 ที่นำเจ้ากอแก้ว
 ประกายกาวิล ณ เชียงใหม่ ซึ่งเป็นบุคคลที่มักจะได้รับเชิญไปเป็นประธานและตัดริบบิ้นเปิดงาน
 หรือห้างร้านใหม่ มาขึ้นปกในฉบับแรก เพื่อสื่อให้เห็นการเปิดตัวของหนังสือและเชื่อมโยงกับคำว่า
 “เปิดซิ่ง” ซึ่งเป็นคอนเซ็ปต์ประจำเล่ม

ศูนย์วิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ 4 ตัวอย่างปกนิตยสารต้าเจียห่าวเล่มที่ 3.2 ที่มีหน้าปกเป็นรูปของหมีแพนด้าทูตสันถวไมตรี 1 ใน 2 ตัวที่ประเทศไทยได้รับมาจากรัฐบาลจีน (ช่วงช่วงและหลินฮุ่ย) สื่อให้เห็นประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ไทย-จีน และเป็นเล่มแรกที่มีคอลัมน์ “แพนด้าไดอารี่” ซึ่งรายงานความเคลื่อนไหวของแพนด้าทั้งสองตัวนี้ในขณะที่อาศัยอยู่ที่สวนสัตว์เชียงใหม่

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ 5 ตัวอย่างปกนิตยสารต้าเจี้ยวเล่มที่ 3.3, 3.5, 3.7 และ 3.8 ที่แสดงให้เห็นถึงการใช้ภาพประกอบที่เชื่อมโยงกับคอนเซ็ปต์เนื้อหาภายในแต่ละเล่ม และมีการนำอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนมาผสมผสานในด้านศิลปกรรม



ภาพประกอบที่ 6 ภาพปกนิตยสารต้าเจี่ยห่าวเล่มที่ 3.10 และ 4.2 ซึ่งเป็นช่วงที่นิตยสารเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงภาพปก จากเดิมที่ใช้ภาพที่สื่อถึงคอนเซ็ปต์ประจำเล่มมาใช้ภาพดารานักแสดงมากขึ้น (นางแบบเล่มที่ 3.10 คือ แดงโม ภัทรธิดา ส่วนเล่มที่ 4.2 คือเชียร์ ทิฆัมพร ทั้งคู่เป็นนางเอกละครโทรทัศน์ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของวัยรุ่น)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ 7 ตัวอย่างภาพปกนิตยสารต้าเจียหววเล่มที่ 4.5 ที่ใช้นางแบบและนายแบบซึ่งเป็นผู้ชนะจากการประกวด Some หมวย Some ดี ที่นิตยสารจัดขึ้นเพื่อให้ผู้อ่านและหนุ่มสาวชาวไทยเชื้อสายจีนที่สนใจเข้ามาร่วมกิจกรรมและพบปะกัน



ภาพประกอบที่ 8 ตัวอย่างปกนิตยสารต้าเจียห่าวเล่มที่ 4.6 ที่แสดงให้เห็นความเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนของการเลือกใช้ภาพปก จากเดิมที่เน้นภาพที่สามารถเชื่อมโยงกับคอนเซปต์เนื้อหาในเล่ม ก็เริ่มหันมาใช้ภาพในลักษณะหิวหว่าเพื่อดึงดูดกลุ่มผู้อ่านวัยรุ่นมากขึ้น

ภาพปกและคำโปรยบนปกของนิตยสารต้าเจียห่าวยุคที่ 3 ในช่วงแรก ๆ (ตั้งแต่เล่มที่ 3.1 – 3.10) ยังเป็นองค์ประกอบที่สำคัญและเป็นสิ่งที่ผู้จัดทำใช้สื่อความหมายและเชื่อมโยงถึงคอนเซปต์ที่ในแต่ละเล่มเช่นเดียวกับทั้ง 2 ยุคที่ผ่านมา ภาพที่ใช้ขึ้นปกในช่วงแรกๆ (เล่มที่ 3.1-3.9) จะไม่เน้นภาพดาราวัยรุ่นเหมือนนิตยสารฉบับอื่นๆ แต่จะวางองค์ประกอบของฉาก เสื้อผ้าของนายแบบหรือนางแบบ ภาพการ์ตูน ให้สื่อถึงคอนเซปต์ที่วางไว้ให้ได้มากที่สุด ดังจะยกตัวอย่างจากเล่มที่ 3.5



ภาพประกอบที่ 9 ภาพตัวอย่างปกนิตยสารต้าเจียห่าวเล่มที่ 3.5 ที่แสดงคอนเซ็ปต์ของเล่มและการเชื่อมโยงกับเนื้อหา

นิตยสารต้าเจียห่าวเล่มที่ 3.5 มีคอนเซ็ปต์ประจำเล่มเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเดินทาง โดยดึงเอาการเดินทางท่องเที่ยวแบบแบ็กแพ็กเกอร์ (Backpacker) หรือการเดินทางท่องเที่ยวแบบแบกสัมภาระโดยการสะพายเป้ (Backpack) ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปและแพร่หลายมาถึงคนไทยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เปรียบเทียบกับการเดินทางของพระถังซัมจั๋ง นักบวชชาวจีนที่เดินทางไปตามหาพระไตรปิฎกในชมพูทวีปตามตำนานทางพุทธศาสนาของจีน โดยมีคำโปรยบนปกว่า “พระถังซัมจั๋ง-แบ็กแพ็กเกอร์ นักเดินทางต่างยุคและต่าง Look”

ในภาพที่นำมาขึ้นปกนั้น ประกอบด้วยภาพชายวัยกลางคนสวมชุดพระจีนถือไม้เท้า สี่ถึงพระถังซัมจั๋ง ภาพตัวการ์ตูนรูปหมู สี่ถึงตือโป๊ยก่าย ลูกศิษย์คนสำคัญของพระถังซัมจั๋งกำลังแสดงคำพูดว่า “Life is a journey” หรือ “ชีวิตคือการเดินทาง” พร้อมทั้งมีหญิงสาววัยรุ่นสะพายเป้และแต่งตัวเหมือนนักเดินทางที่เราเห็นในปัจจุบัน

ส่วนคอลัมน์ภายในเล่ม ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับคอนเซ็ปต์เรื่องการเดินทาง มีดังนี้

ตารางที่ 7 ตารางแสดงตัวอย่างความเชื่อมโยงระหว่างคอนเซ็ปต์ประจำเล่มและเนื้อหาภายใน นิตยสารตำเจี๋ยหัวฉบับที่ 3.5

คอลัมน์	หน้า	เรื่อง	เนื้อหา
สารคดี	35-37	ชั้นเหมาพเนจร	ประวัติความเป็นมาของการ์ตูนเรื่องชั้นเหมาพเนจรซึ่งเป็นที่มาของคำว่าซ่าเหมา ที่คนไทยรู้จักและนำมาใช้แพร่หลายในปัจจุบัน ในความหมายของการเดินทางแบบซอมซ่อ ไม่หรูหรา
สารคดี	38-51	แบ็กแพ็กเกอร์กับการเดินทางที่ไม่เป็นแพ็ก	บันทึกการเดินทางของทีมงานและแขกรับเชิญ 2 คนซึ่งเป็นผู้ชื่นชอบและเชี่ยวชาญในการเดินทางแบบผจญภัย พร้อมทั้งบทสัมภาษณ์ความคิดเห็นต่อคำว่าแบ็กแพ็กเกอร์จากบุคคลต่างๆที่พบตลอดเส้นทางจากกรุงเทพฯถึง อ. ปาย จ.แม่ฮ่องสอน
ยกน้ำชา	52-55	โจ้ย บางจาก กับเส้นทางผจญภัยที่ลุยไปด้วยหัวใจนักเดินทาง	บทสัมภาษณ์ โจ้ย บางจาก เจ้าของรายการสารคดีท่องเที่ยวเชิงผจญภัย “สองโลก” ถึงความเป็นมาที่ทำให้เขาสนใจที่จะเดินทางและทำสารคดี
สารคดี	56-59	พระถังซัมจั๋งเดินทางล่าพิงแสงหวังแก่นแท้	ประวัติและตำนานเรื่องพระถังซัมจั๋ง กับการเดินทางจาริกแสวงบุญเพื่อสืบทอดศาสนาพุทธ

แต่รูปแบบการนำเสนอที่ใช้ภาพปกเป็นตัวสร้างความชัดเจนและเป็นตัวกำหนดคอนเซ็ปต์ให้กับเนื้อหาของนิตยสารตำเจี๋ยหัวฉบับนั้น ได้เริ่มเกิดความเปลี่ยนแปลงนับตั้งแต่ฉบับที่ 3.10 เป็นต้นมา กล่าวคือ ผู้จัดทำเริ่มนำดารา นางแบบ หรือหญิงสาววัยรุ่นมาเป็นแบบปกมากขึ้น ภาพและองค์ประกอบต่างๆที่ใช้ก็ไม่ค่อยสื่อถึงคอนเซ็ปต์และเนื้อหาภายในเล่มดังเช่นเล่มแรกๆ สิ่งนี้

ยังคงไว้คือคำโปรยปกและเป็นสิ่งเดียวที่ยังสื่อเนื้อหาภายในเล่มได้อย่างชัดเจน ทั้งนี้เป็นเพราะหนังสือต้องปรับตัวตามความต้องการของผู้ให้โฆษณา

“ภาพปกจะมีความเกี่ยวข้องกับสตูภายในเล่ม ตั้งแต่เล่ม 2.1 เป็นต้นมา จนถึง 3.9 แต่จะมีการเปลี่ยนรูปแบบในเล่มที่ 4.1 ขึ้นไป เช่น ในเล่ม 4.1 จะมีนางแบบมาขึ้นปกส่วนภายในเล่มจะมีบทสัมภาษณ์นางแบบคนนั้นแต่ไม่ใช่สตู ที่เช่นนี้เพราะจุดประสงค์ทางการตลาดที่จะต้องไปควบคู่กัน คือเขา (ผู้ซื้อโฆษณา) ต้องการให้เราปรับปรุง product เพื่อให้เข้าตลาดได้ ตลาดในแง่ของการซื้อพื้นที่โฆษณาของนิตยสาร product เรายังมีหน้าตาไม่เชิญชวนกลุ่มเป้าหมายของเจ้าของสินค้าของเขา เราก็คิดว่ามันยังพอเป็นส่วนผสมที่ยังพอไปด้วยกันได้ โดยที่เราพยายามคิดโยงกับคอนเซ็ปต์หลักของเราอยู่ ยังต้อง link กับรากฐานเดิมของนิตยสารอยู่”

ผมคิดว่ามันเป็นการปรับตัว ถ้าคิดว่าปรับแล้วดีกับทุกๆ ฝ่าย ต่อคนทำเองที่ยังต้องการทำงานในเชิง คอนเซ็ปท์อยู่ เหมือนที่ผมบอกไว้ตอนแรกว่าชอบทำงานเชิงคอนเซ็ปท์ แต่ตอนแรกที่เราคิดคอนเซ็ปท์ เราไม่ได้เอาส่วนผสมเหล่านี้เข้ามาคิด เราก็พัฒนาไปเรื่อยๆ พอถึงตอนนั้นมันก็เป็นพัฒนาการที่ต้องเอาส่วนผสมทางการตลาดเข้ามาร่วมด้วย ภาพปกกับเนื้อหาภายในเล่มก็เลยค่อยๆ ห่างออกจากกัน” (นายกิตติ จินศิริวานิชย์, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2549)

ในด้านเนื้อหาทั่วไปตั้งแต่เล่มที่ 3.1 ถึงเล่มที่ 4.1 จะมีการจัดแบ่งเนื้อหาออกเป็น 5 หมวด ดังนี้

ตารางที่ 8 ตารางแสดงเนื้อหาของนิตยสารต้าเจียหัว ยุคที่ 3 ตั้งแต่ฉบับเดือนพฤศจิกายน 46 - พฤศจิกายน 47

ฉบับที่	หมวด/ ประเภท	ชื่อคอลัมน์	ผู้เขียน	หมายเหตุ
3.1-4.1	โซนคำอวย (หมวดเรื่องราว เล่าสู่กันฟัง)	ทุกคนสบายดีหรือ (บท บรรณาธิการ)	ธนกร แสงสินธุ์	เลิกไปในเล่มที่ 4.1
		สื่อใจซี้ มองจีน/ จีนรุ่นใหม่ จีนในใจ มองจีนด้วยตาหี ตอบจดหมาย	ตี & หมวยน้อย เจ้เมาท ไม่มีนักเขียนประจำ หลินลี่ editor@dajiahao.net/ ธนกร แสงสินธุ์	

	แพนด้าไดอารี่ จู้จี้เมืองจีน จีนรุ่นใหม่ จีนในไทย โครหนอ	หมาแพนด้า มูหลาน เจีเม่า กองบรรณาธิการ	เริ่มในเล่ม 3.7 และ เลิก ไปในเล่ม 4.1 เริ่มในเล่ม 3.7 เริ่มในเล่ม 4.1 มีเฉพาะเล่มที่ 3.1 เล่ม เดียว เพื่อแนะนำ นักเขียน
โซนหล่าวซือ (หมวดอาจารย์ หลายสำนัก)	ยกน้ำชา หยินหยาง ภาษาจีนน่ารู้ ยอดน้ำลายมังกร ชาชม ชมมเปี้ยะ คูดวง โหงวเฮ้ง บ้านจีน ยี่หวาไชน่าทาวน์ เรียบง่าย Amazing ภาษาจีน คำภาพ ฮวงจุ้ย	ไม่มีนักเขียนประจำ สายันท์ เล็กอุทัย ทะเลดาว เล่าชวนหัว เรื่องรอง รุ่งรัศมี ซินแสของเตียน ซินแสของเตียน เศรษฐพงศ์ จงสงวน หลง หวัง ชาน หยวน (รงค์ วงสวรรค์) ปิฎกใหญ่ ไตรสุริยธรรมา ..สี่หวหลง ศิษย์สันติ ซินแสของเตียน	มีแค่เล่มที่ 3.1 และ 3.2 มีแค่เล่มที่ 3.4 และ 3.5
โซนโชว์กัน (หมวดความคิด สร้างสรรค์ บรรเจิด)	การ์ตูน เชิงลึ้อ สุภาเสียด ภาษาจีนปากจัด เขียนน้อย	ซูเปอรินจินจางงง (เรื่องและ ภาพประกอบ) ธนกรณ์ แสงสินธุ์/ ขวัญชนก แก้วกันทา (เรื่อง) เต๋มาหัวง (ภาพประกอบ) สุภา ที่มาข้อมูลจีน โบพัต (เรื่อง) และ ภัทรีดา ประสานทอง	เริ่มมครั้งแรกในเล่ม 4.1

	เกม จอมยุทธ์ล้อเลียน	(ภาพประกอบ) บรรณาธิการ กระบี่ไร้เทียมเจียว (เรื่อง) ใจแอนท์ (ภาพ)	มีแค่เล่ม 3.1-3.3
โซนกาที่นี้ (หมวดคนกันเอง ทั้งนั้น)	พริตต้า Some หมวย Some ตี/ Some เขียว ตีหมวยรายกิน รากเหง้า อยู่กับก๋ง/ ม่าม้า/ ป๊า/ ม่า คิดถึงอาม่า ต้า' ฎุน สืบจากแซ่ ก๊วน	วิรัชกร วิไลศิลป์ดีเลิศ ธนากร แสงสินธุ์/ ประพัฒน์ สกฤณา/ เพ็ญภา อุตตะมัง เพ็ญภา อุตตะมัง/ ตี น้อย กลอยจิต/ ประพัฒน์ สกฤณา เพ็ญภา อุตตะมัง ธนากร แสงสินธุ์/ ขวัญ ชนก แก้วกันทา/ วิรัชกร วิไลศิลป์ดีเลิศ เพ็ญภา อุตตะมัง/ ขวัญชนก แก้วกันทา จิตร ก่อฉันทเกียรติ ชูปเปอร์ชินจางงงง ละม่อม กองบรรณาธิการ	มีเฉพาะบางเล่ม
โซนจับจ่าย	เจียะป่าอู่สื่อ บันเทิง - เอเซีย โซว์ห่วย โต๊ะจีน หอเจียะ สมาชิก กวี กะ วาด ภาพหนึ่งภาพ..ค่านับ พัน/ มองตาซ้ายไชน่า ทาวน์ ชำเหมาพเนจร หอเจียะบ้านสมาชิก เพื่อนบ้าน	บั้งก็สีฟ้า/ สหายสิง เทียนเจียว/ ทีมหมั่น โถว เจ้าแก่น้อย แจมเจียะ เหมาหมด/ กินหมด อาทิเช่น สมิทธิ ธนานิติโชติ ชำเหมา ชิมไปคุยไป กิดติ จินศิริวานิชย์	

1. คอลัมน์ประจำ

1.1) โซน'ตัวอ้อย / หมวดเรื่องราวเล่าสู่กันฟัง

สื่อใจยี่

ภาพข่าวและคำบรรยายกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและความบันเทิง เช่น ภาพยนตร์ งานแสดงดนตรีดนตรี ละครเวที ละครการกุศล การเปิดตัวหรือแนะนำหนังสือและวรรณกรรม การแข่งขันกีฬา/ เกม กิจกรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับเด็ก เยาวชน นิสิตและนักศึกษา งานนิทรรศการศิลปะ งานสัมมนาทางวิชาการ โดยเน้นไปที่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและวัฒนธรรมจีน ประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียง และชุมชนชาวจีนในประเทศไทย

มองจีน/ จีนรุ่นใหม่

ข่าวหรือเหตุการณ์แปลกๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิต กฎหมาย ค่านิยมทางสังคม ความก้าวหน้าทางการแพทย์และเทคโนโลยีในประเทศจีน ส่วนใหญ่เป็นข่าวประเภทเบาสมองหรือตลกขบขัน โดยในแต่ละคอลัมน์จะประกอบด้วยข่าว 4 ข่าว พร้อมภาพวาดแบบการ์ตูนประกอบในแต่ละเรื่อง

จีนในใจ

เรื่องเล่าและภาพถ่ายจากประสบการณ์ของนักเขียนที่หมุนเวียนเปลี่ยนไปเรื่อยๆ ทั้งจากนักเขียนที่มีชื่อเสียงและผู้อ่านทางบ้านที่สนใจส่งเรื่องเล่าเข้ามา เกี่ยวกับความประทับใจการเดินทางไปท่องเที่ยว ทำงานหรือศึกษาต่อที่ประเทศจีนของแต่ละคน

มองจีนด้วยตาหมี

มุมมองของผู้เขียนคอลัมน์สาวชาวไทย ซึ่งไปใช้ชีวิตนักศึกษาอยู่ที่ประเทศจีน สะท้อนเรื่องราวที่พบเห็นรอบๆตัวในชีวิตประจำวัน เกี่ยวกับวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ความเชื่อของชาว

¹ เป็นคำทับศัพท์มาจากภาษาอังกฤษ คือ Zone ที่แปลว่า เขตหรือบริเวณ โดยคณะผู้จัดทำได้นำคำนี้มาใช้เพื่อแบ่งกลุ่มเนื้อหาในนิตยสารคำฉีกหัวข้อที่ 3 ให้เป็นหมวดหมู่ชัดเจนขึ้น ทั้งนี้เพราะต้องการสร้างความแปลกใหม่ให้หนังสือ และทำให้คณะผู้จัดทำสามารถตรวจสอบความสมดุลของเนื้อหาภายในเล่มได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

จีนแผ่นดินใหญ่ โดยใช้วิธีการเขียนแบบจดหมายกิ่งบันทึก เล่าสู่เพื่อนๆ (ซึ่งผู้เขียนหมายถึง ผู้อ่าน) ที่อยู่ในเมืองไทย

ตอบจดหมาย

เป็นช่องทางการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้จัดทำและผู้อ่าน รูปแบบการตอบจดหมายมีลักษณะเหมือนนิยายสารทั่วๆไป คือนำเนื้อความในจดหมายมาตีพิมพ์และมีทีมงานคอยตอบคำถามหรือข้อสงสัย พร้อมทั้งแจกของสมนาคุณให้กับเจ้าของจดหมายที่ได้ลงตีพิมพ์ในนิยายสารในแต่ละฉบับด้วย

แพนด้าไดอารี่

บันทึกเล่าเรื่องชีวิตความเป็นอยู่ของช่วงช่วงและหลินฮุ่ย แพนด้าทูตสันถวไมตรีจากประเทศจีน เหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในขณะที่ทั้งสองตัวใช้ชีวิตอยู่ในสวนสัตว์เชียงใหม่ เช่น การเข้ามาเยี่ยมชมในแต่ละวัน การปรับตัวของแพนด้า โดยได้รับการบอกเล่าข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับระบบการดูแล การให้อาหาร และการเตรียมตัวเพื่อขยายพันธุ์ จากเจ้าหน้าที่สวนสัตว์เชียงใหม่

อนึ่ง คอลัมน์นี้มีตั้งแต่เล่มที่ 3.2 ถึงเล่มที่ 3.8 เท่านั้น

จู่จีเมืองจีน

ข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับค่านิยมและพฤติกรรมการแสดงออกทางเพศของวัยรุ่นในประเทศจีน ซึ่งกำลังเป็นปัญหาใหญ่ในสังคมจีนปัจจุบัน รวมไปถึงวิธีการแก้ไขและรับมือต่อปัญหาของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้อง

จีนในไทย

เป็นคอลัมน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้อ่านส่งเกร็ดความรู้เรื่องจีนในไทยสั้นๆและรูปภาพประกอบ เพื่อการศึกษาเรื่องจีนในประเทศไทย

1.2) โชนหล่าวซือ/ หมวดอาจารย์หลายสำนัก

คำว่าหล่าวซือแปลว่าอาจารย์ ดังนั้นหมวดนี้จึงเป็นหมวดที่รวบรวมคอลัมน์ของนักเขียนที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเรื่องราวของจีน ทั้งในแง่ปรัชญาศาสนา ภาษา วัฒนธรรม ความเชื่อ พิธีกรรมและศาสตร์ความรู้แบบจีน คอลัมน์ที่ถูกจัดอยู่ในหมวดนี้ ได้แก่

ยกน้ำชา

บทสัมภาษณ์บุคคลที่มีชื่อเสียงหรือบุคคลที่สืบเนื่องมาจากแก่นเรื่อง (Theme) ประจำเล่ม ถึงแนวคิด ทักษะคิดในการดำเนินชีวิต การทำงาน ความคิดเห็นส่วนตัวต่อประเด็นที่น่าสนใจทั่วไปหรือประเด็นที่กำลังเป็นที่ถกเถียงในสังคม

หยินหยาง

เรื่องราวและข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์ความรู้ของจีนเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องชั่วตรงข้ามหรือเรื่อง หยิน-หยาง ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ซึ่งสามารถเรียนรู้และนำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ อาทิเช่น หยิน-หยางในอาหารแต่ละชนิด พลังหยิน-หยางที่เกี่ยวข้องกับเพศชายและหญิง การวินิจฉัยโรคแบบหยิน- หยาง การสร้างสมดุลให้กับร่างกายและจิตใจ เป็นต้น

ยอดน้ำลายมังกร

ให้ความรู้เรื่อง สุภาษิต คำพังเพย หรือสำนวนในภาษาจีน ที่มาของคำและความหมายซึ่งเชื่อมโยงและสะท้อนไปถึงความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆของชาวจีน สอนวิธีการอ่านและออกเสียงไปจนถึงการนำไปใช้ และเปรียบเทียบกับสำนวนที่เป็นที่รู้จักในภาษาไทย

ชาวม ชนมเปี้ยะ

เกร็ดความรู้เรื่องชาแบบจีน ตั้งแต่ความสำคัญของชา การดื่มชา พิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดื่มชา ตลอดจนสุนทรียะในการเสพศิลปะและดนตรีแบบจีน ไปจนถึงปรัชญาและคติความเชื่อแบบจีนโบราณ

ดูดวง/ โหงวเฮ้ง

คอลัมน์ดูดวงเป็นการทำนายดวงชะตาแบบปี่นักษัตร 12 ราศีแบบจีน เช่นเดียวกับนิตยสารทั่วไป ส่วนคอลัมน์โหงวเฮ้งจะเป็นการทำนายดวงชะตาจากลักษณะบนใบหน้า 5 จุดตามศาสตร์แบบจีน แบ่งออกเป็นสองส่วนคือ ส่วนที่ 1 ดูดวงชะตาจากผู้อ่านทางบ้านที่ส่งรูปเข้ามา 2 คนต่อหนึ่งฉบับ และส่วนที่ 2 คือดูดวงให้กับบุคคลที่มีชื่อเสียง

ภาษาจีนน่ารู้/ เรื่องจีนน่ารู้

เรียนภาษาจีนจากบทความหรือนำชื่อเสียงคำภาษาอังกฤษที่เป็นที่รู้จักมาแปลงเป็นภาษาจีนให้มีความหมายหรือการออกเสียงใกล้เคียงกันมากที่สุด

บ้านจีน

ความรู้ด้านสถาปัตยกรรมของบ้านแบบจีนที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ภูมิปัญญาของชาวจีนในการสร้างบ้านให้สอดคล้องกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ ปัจจัยที่ทำให้การสร้างบ้านของชาวจีนแตกต่างกันไปในแต่ละมณฑล เป็นต้น

ยี่หวาไชน่าทาวน์

เรื่องสั้นของนักเขียน รงค์ วงษ์สวรรค์¹ ที่เขียนถึงไชน่าทาวน์หรือชุมชนชาวจีนในซานฟรานซิสโก ประเทศสหรัฐอเมริกา เชื่อมโยงถึงประวัติศาสตร์การเข้าไปตั้งรกรากของคนจีนรุ่นแรก การประกอบอาชีพ วิถีชีวิตของชาวจีนที่อาศัยอยู่ในสังคมชาวอเมริกัน การใช้แรงงาน และการต่อสู้กับการเหยียดสีผิว

เวียงง่าย

การวาดลายเส้นพู่กันจีนประกอบคำแบบปรัชญาจีน

Amazing ภาษาจีน

เกร็ดความรู้เกี่ยวกับความมหัศจรรย์ที่ซ่อนอยู่ในภาษาและตัวอักษรจีน และการสอนภาษาจีนแบบใหม่ที่ไม่เน้นการท่องจำ

1.3) โชนโซว์กิน / หมวดความคิดสร้างสรรค์บรรเจิด

เป็นหมวดที่รวบรวมเรื่องราวที่มีภาพประกอบแบบการ์ตูน และการนำภาษาจีน สุภาษิต คำพังเพยแบบจีนมาประยุกต์ให้เข้ากับสถานการณ์ทางสังคมในช่วงนั้นๆ

การ์ตูน

ภาพวาดประกอบเรื่องเบาสมองแบบจบในตอน

¹ รงค์ วงษ์สวรรค์ ได้เข้ามาเป็นคอลัมนิสต์อาวุโสให้กับนิตยสารคำเจี๋ยห่าว ภายหลังจากที่คณะผู้จัดทำหนังสือได้ไปขอสัมภาษณ์เขาที่บ้านในจังหวัดเชียงใหม่ โดยรงค์ได้เสนอให้นำเรื่องสั้นของเขา คือ ยี่หวา ไชน่าทาวน์ ซึ่งเขียนไว้ตั้งแต่สมัยที่เขาคือที่ประเทศสหรัฐอเมริกา มาลงเป็นคอลัมน์หนึ่งในนิตยสารคำเจี๋ยห่าวตั้งแต่ฉบับที่ 3.7 เป็นต้นมา

เจ๋งลือ้อ

ภาพวาดประกอบเรื่องราว เล่าประวัติความเป็นมา ประวัติ และการต่อสู้ของเจ้าของธุรกิจและกิจการต่างๆที่มีชื่อเสียงในปัจจุบัน

สุภาเสียด

สุภาสิต คำคมแบบจีนประกอบภาพผู้มีชื่อเสียงแบบเสียดสี

ภาษาจีนปากจัด

นำคำศัพท์จากสินค้าภาษาอังกฤษ ศัพท์แสลงหรือคำดำของไทยที่คนนิยมใช้ มาแปลเป็นภาษาจีน

เขียนน้อย

ภาพการ์ตูนประกอบเรื่องราวกึ่งนิทาน เกี่ยวกับตัวเอกที่เป็นเทวดาหรือเซียน ตามความเชื่อของชาวจีน เป็นเรื่องราวเบาสมองแต่แฝงแง่คิดและคติสอนใจ

เกม

กิจกรรมการตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาภายในเล่มของนิตยสาร เปิดโอกาสให้ผู้อ่านสามารถส่งคำตอบมาร่วมสนุกเพื่อชิงของรางวัล

1.4) โชนกานี้้ง/ หมวดคนกันเองทั้งนั้น

บทสัมภาษณ์และบทความจากคนรุ่นใหม่ที่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน รวมไปถึงเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับการสืบเชื้อสายจีนจากบรรพบุรุษ

พริตตี้¹

เป็นคอลัมน์ที่เปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา หนุ่มสาวที่มีอายุระหว่าง 17-25 ปี สมัครเข้ามาร่วมงานกับหนังสือในฐานะนางแบบและนายแบบปก และไปร่วมสัมภาษณ์แหล่งข่าวกับทีมงาน โดยผู้ที่ได้รับคัดเลือกจะได้รับเงินทุนการศึกษา 2000 บาทและได้อ่านนิตยสารฟรี 1 ปี

¹ คำว่าพริตตี้ เป็นคำศัพท์แสลงที่คณะผู้จัดทำนิตยสารตั้งขึ้นเอง โดยนำคำว่าพริตตี้ (Pretty) ซึ่งหมายถึงหญิงสาวที่ทำหน้าที่เป็นประชาสัมพันธ์สินค้า มารวมกับคำว่าคั้นเงื่อหัว

Some นมวย

บทสัมภาษณ์สาวไทยเชื้อสายจีน (ที่เป็นมีชื่อเสียงและไม่มีชื่อเสียง) ถึงทัศนคติในการดำเนินชีวิต การเรียน การทำงาน ความใฝ่ฝันในอนาคต

Some ตี

บทสัมภาษณ์หนุ่มไทยเชื้อสายจีน (ที่เป็นมีชื่อเสียงและไม่มีชื่อเสียง) ถึงทัศนคติในการดำเนินชีวิต การเรียน การทำงาน ความใฝ่ฝันในอนาคต

ตี นมวย รวยกิน

บทสัมภาษณ์ความคิดเห็นสั้นๆของหนุ่มสาวตามหัวข้อที่หนังสือกำหนดแตกต่างกันไปในแต่ละฉบับ

รากเหง้า

บทสัมภาษณ์และการสืบค้นประวัติความเป็นมาในการสืบทอดเชื้อสายจีน ของดารานักร้องหรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการบันเทิงไทย

อยู่กับก๋ง/ ม่าม้า/ ป๊า/ ม่า

เรื่องเล่าจากบรรพบุรุษถึงการดิ้นรนต่อสู้ คิดสอนใจในการใช้ชีวิต การยึดมั่นในคุณธรรม และการฝ่าฟันอุปสรรคเพื่อเข้ามาประกอบอาชีพในเมืองไทย

คิดถึงอาม่า

เกร็ดความรู้และเรื่องเล่าจากอาม่าซึ่งเป็นประสบการณ์ของผู้เขียน จิตรา ก่อนันทเกียรติ ที่ได้รับการบอกเล่าต่อกันมา

ต้า' ตูน

ภาพวาดแบบลายเส้นการ์ตูนที่มีตัวเอกของเรื่องชื่อ ต้า เป็นเด็กผู้ชายที่สวมหัวเป๊ะยิ้ม เนื้อเรื่องจะเป็นเรื่องราวใกล้ๆตัวแต่แฝงไว้ด้วยแง่คิด

สืบจากแช่

เป็นคอลัมน์ที่มีไว้บอกไปถึงดารารหรือศิลปินที่เป็นแขกในเล่มต่อไป โดยนำภาพในวัยเด็กของบุคคลเหล่านั้นมาลงพร้อมคำใบ้

1.5) โชนจับจ่าย

เป็นหมวดที่รวบรวมคอลัมน์ซึ่งไม่สามารถจัดเข้ากับหมวดอื่นๆข้างต้นได้

เจียะป้าอู่สื่อ

โฆษณาหนังสือ ภาพยนตร์ เว็บไซต์ อัลบั้มเพลง ละครเวที กิจกรรมความบันเทิงใหม่ๆ

บันเทิง – เอเชีย

บทความเกี่ยวกับดาราศิลปิน ในวงการบันเทิงจากจีนฮ่องกงไต้หวัน ญี่ปุ่นและเกาหลี
เช่น ประวัติส่วนตัว ผลงานในวงการบันเทิง

โชว์ห่วย

โฆษณาสินค้าและบริการใหม่ๆ

โต๊ะจีน/ หอเจียะบ้านสมาธิ

ชวนสมาธิหรือผู้อ่านมาทำอาหารหรือไปทำอาหารที่บ้านสมาธิ

หอเจียะ

คอลัมน์ชิมอาหารจีน ตามร้านอาหารที่มีชื่อเสียง

สมาธิ

เงื่อนไขในการสมัครสมาธิ ไบสมาธิ ของสมาธิคุณ การสั่งซื้อนิตยสารฉบับย้อนหลัง

กวี กะ วาด

กลอนและกวีพร้อมภาพประกอบ

ภาพหนึ่งภาพ.. คำนับพัน/ มองตาซ้าย ไชน่าทาวน์

ภาพถ่ายที่สามารถบอกเล่าเรื่องราววิถีชีวิตแบบชาวจีน

ข่าวเหมาพเนจร

สารคดีพาทัวร์สถานที่สำคัญและน่าสนใจ ทั้งในและนอกประเทศไทย

เพื่อนบ้าน

บทสัมภาษณ์ชาวต่างชาติที่มาอาศัยและประกอบอาชีพอยู่ในประเทศไทย

ในเล่มที่ 4.2 (ธันวาคม 47) เป็นต้นมา ผู้จัดทำได้เปลี่ยนแปลงคอลัมน์ต่างๆในหนังสือ คือ ยกเลิกการจัดหมวดหมู่หรือโซน พร้อมทั้งมีการเพิ่มคอลัมน์และตัดคอลัมน์บางคอลัมน์ออกไป ดังนี้

ตารางที่ 9 ตารางแสดงการเปลี่ยนแปลงของคอลัมน์ในนิตยสารดำเจียหัวตั้งแต่ฉบับที่ 4.2 – 4.7

คอลัมน์ที่ยังคงเดิมไม่เปลี่ยนแปลง	คอลัมน์ที่ตัดออกไป	คอลัมน์ใหม่ที่เพิ่มเข้ามา
ทุกคนสบายดีหรือ	แพนด้าโคอารี	CT News (จีนในจีน + จีนในไทย)
สื่อใจยซี	จูจีเมืองจีน	ดวงอินดี
ตอบจดหมาย	จีนรุ่นใหม่	ศัพท์จากภาพ
เจี่ยป้าอู๋สื่อ	ภาษาจีนน่ารู้	ร่องเสียงเงาฟิล์ม
Some ดี	ดูดวง	แพนด้าฯ
Some หมวย	การ์ตูน	อัปเดต
รายงาน	ตีหมวยรวยกัน	
มองจีนด้วยตาเหยี	คิดถึงอามา	
จีนในใจ	ด้า' ตูน	
เพื่อนบ้าน	ไต่ะจีน	
สุภาเสียด	กวี กะ วาด	
รากเหง้า		
อยู่กับหม่าม้า/ ป้า		
สารคดี		
เขียนน้อย		
แข็งลิ้อ		
ยกน้ำชา		
หอเจียะบ้านสมาชิก		
หอเจียะ		
โหงวเฮ้ง		
ยอดน้ำลายมังกร		

ชานม ขนมเปียะ หยินหยาง บ้านจีน ยี่หว่า ไซน่าทาวน์ เรียบง่าย มองตาข่ายไซน่าทาวน์ ซ้ำหมาพเนจร ภาษาจีนปากจัด เกม ระบายเป็นคำๆ สมาชิก ไซฟ์หน่วย บันเทิงเอเชีย พริตตี้ สืบจากแช่		
---	--	--

ส่วนรายละเอียดโดยสังเขปของเนื้อหาในคอลัมน์ที่เพิ่มเข้ามาใหม่ มีดังนี้

CT News (จีนในจีน + จีนในไทย)

รายงานข่าวจีนทั้งจากในประเทศไทยและจากประเทศจีน ในส่วนที่เป็นการรายงานข่าวจากประเทศจีนนั้นรูปแบบคอลัมน์จะคล้ายพาดหัวข่าวในหนังสือพิมพ์ คือ มีการพาดหัวและเรื่องย่อสั้นๆไว้ในหน้าแรกพร้อมภาพประกอบแนวล้อเลียน เนื้อหาที่เหลือจะอยู่ในหน้าถัดไป ส่วนข่าวในประเทศไทย จะทำเป็นบทความปกติ พร้อมกับมีภาษาจีนกำกับและภาพประกอบเรื่อง

ดวงอินดี้

การดูดวงชะตาจากลักษณะบนใบหน้า 5 จุด หรือการดูโหงวเฮ้ง ให้อัปคนทางบ้านที่ส่งรูปถ่ายเข้ามา รูปแบบการดูดวงไม่จริงจังนัก ขึ้นอยู่กับคำถามของผู้ที่ต้องการจะให้ดู มีการใช้ภาษาสนุกสนานแบบวัยรุ่นและมีภาพประกอบการ์ตูนจากกราฟฟิคคอมพิวเตอร์

ศัพท์จากภาพ

เรียนคำศัพท์ภาษาจีนจากภาพถ่าย

ร้องเสียงเงาฟิล์ม

เรื่องราวของภาพยนตร์และเพลงของจีน ทั้งจากในอดีตและปัจจุบัน ประวัติของบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแวดวงอุตสาหกรรมเพลงและภาพยนตร์จีน

แฟนตั๋ว

คอลัมน์แนะนำสมาชิกของนิตยสารต้าเจี๋ยห่าว โดยการนำเสนอประวัติและข้อมูลส่วนตัว พร้อมทั้งภาพประกอบของสมาชิก

อัปเดต¹

คอลัมน์ที่นำเสนอข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับดาราและนักร้องในเอเชีย เน้นข่าวสารความคืบหน้าเรื่องผลงานใหม่ๆ และข่าวซุบซิบ

2. คอลัมน์อื่นๆ

สารคดี/ สกู๊ปพิเศษ

คอลัมน์สารคดีหรือสกู๊ปพิเศษ เป็นคอลัมน์ที่เกี่ยวข้องเนื่องมาจากคอนเซ็ปต์ประจำเล่ม เพื่อขยายความรายละเอียดของเรื่องราวตามคอนเซ็ปต์ให้ลึกซึ้งมากขึ้น และบางครั้งก็จะมีสกู๊ปย่อยเพิ่มมาอีก 2-3 สกู๊ป

ปฏิทินกิจกรรม

หมายกำหนดการกิจกรรมที่น่าสนใจได้แก่ นิทรรศการ งานเสวนาและศิลปะร่วมสมัย

3. นิตยสารเล่มเล็ก

นอกจากเนื้อหาภายในเล่ม นิตยสารต้าเจี๋ยห่าวยังเปิดโอกาสให้นักเรียนและนักศึกษาที่มีความสนใจในการทำนิตยสารหรือกำลังเรียนอยู่ในคณะนิเทศศาสตร์ สามารถส่งผลงานนิตยสารของตัวเองมาเพื่อลงเป็นนิตยสารเล่มเล็ก ขนาด 5.5×8.5 นิ้ว แทรกอยู่ในนิตยสารต้าเจี๋ยห่าว

¹ เป็นคำแสลงที่ผู้จัดทำ คิดขึ้นเอง โดยนำคำว่า “อัปเดต (update)” ที่แปลว่า ทันทันที ทันเหตุการณ์ กับคำว่า “สุด” ในภาษาไทย มาผสมกัน มีความหมายโดยนัยว่า เป็นการดูข้อมูลข่าวสารใหม่ๆ นานาเสนอให้อ่านทันเหตุการณ์

นิตยสารเล่มเล็กที่ได้ตีพิมพ์แทรกอยู่ในนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวมีทั้งหมดดังนี้

1.) นิตยสาร "เสี่ยว"

จัดทำโดยอดีตอาสาสมัครนักข่าวเยาวชนของนิตยสารต้าเจี๋ยห่าว คือ นายพิเชฐ ยิ่งเกียรติคุณและนางสาวเพชรรัตน์ แซ่อึ้ง มีทั้งหมด 3 เล่ม (ในช่วงที่ผู้วิจัยทำการศึกษา) คือ เสี่ยว 1 (แถมมากับนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวเล่มที่ 4.2) เสี่ยว 2 (แถมมากับนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวเล่มที่ 4.5) และเสี่ยว 3 (แถมมากับนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวเล่มที่ 4.7)



ภาพประกอบที่ 10 ภาพหน้าปกนิตยสารเสี่ยวเล่ม 1-3

2.) นิตยสาร "ทนนบุรี"

จัดทำโดยนักศึกษาจากสถาบันราชภัฏธนบุรี มีทั้งหมด 2 เล่ม (ในช่วงที่ผู้วิจัยทำการศึกษา) คือ ทนนบุรี ฉบับฮีด (แถมมากับนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวเล่มที่ 4.3) และทนนบุรี ฉบับเสียงเนียน (คิดถึง) เจียงฮาย เจ้า (แถมมากับนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวเล่มที่ 4.6)



ภาพประกอบที่ 11 ภาพหน้าปกนิตยสารทอนบุรีเล่ม 1 และ 2

3.) นิตยสาร "หมีแพนด้า"

โดยนักศึกษา(ฝึกงาน)มหาวิทยาลัยเชียงใหม่



ภาพประกอบที่12 ภาพหน้าปกนิตยสารหมีแพนด้า

จากการสำรวจด้านเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศของนิตยสารต้าเจียหัววในยุคที่ 3 พบว่า เนื้อหาด้านสารสนเทศจะมีลักษณะใกล้เคียงกับในยุคที่ 2 คือ เน้นเรื่องราวความเป็นจีนที่มีความทันสมัยและความเป็นจีนในเวทีระดับสากล แต่ก็ยังคงนำเรื่องราวความเป็นจีนแบบดั้งเดิมหรืออัตลักษณ์จีนโบราณมาสอดแทรกไว้อยู่ตลอด ทำให้เนื้อหาด้านสารสนเทศเป็นลักษณะแบบลูกผสม (Hybrid) ระหว่างความเป็นจีนโบราณและจีนสมัยใหม่

ส่วนการใช้ภาษาในการนำเสนอข้อมูล ต้าเจียห่าวในยุคที่3 ยังคงยึดภาษาไทยเป็นภาษาหลัก และมีภาษาจีน ทั้งจีนแต้จิ๋วและจีนกลาง (แมนดาริน) สอดแทรกอยู่ควบคู่กันไป และสิ่งที่พัฒนาไปมากกว่าใน 2 ยุคที่ผ่านมาคือลักษณะรูปเล่มที่ตีพิมพ์เป็นนิตยสารเล่มใหญ่และรูปแบบทางศิลปกรรมที่เน้นความทันสมัย เพื่อดึงดูดใจวัยรุ่นซึ่งเป็นกลุ่มผู้อ่าน อาจกล่าวได้ว่า อັดลักษณะของนิตยสารต้าเจียห่าวในยุคที่ 3 คือ นิตยสารเพื่อผู้บริโภคที่มุ่งเน้นไปในด้านศิลปะและวัฒนธรรมจีน ผสมผสานกับความบันเทิง

2.2) พัฒนาการของเนื้อหาที่เป็นโฆษณา

ในการศึกษาพัฒนาการของเนื้อหาที่เป็นโฆษณาของนิตยสารต้าเจียห่าว ผู้วิจัยจะแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ยุค เช่นเดียวกับการศึกษาพัฒนาการของรูปแบบและเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศ คือ

- ยุคที่ 1 แผ่นพับหรือหนังสือพิมพ์ในชุมชนชาวเยาวราช
- ยุคที่ 2 ฉบับทดลอง แจกฟรีพร้อมนิตยสารมาร์ส (Mars)
- ยุคที่ 3 นิตยสารรายเดือนในเครือหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยจะจัดแบ่งประเภทโฆษณาออกเป็นประเภทต่างๆ เพื่อวิเคราะห์ให้เห็นถึงสัดส่วนและลักษณะของธุรกิจที่ลงโฆษณาในนิตยสารต้าเจียห่าว โดยใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษเป็นตัวกำหนด ดังนี้

B (Business)	ธุรกิจทั่วไป
- B	ธุรกิจขนาดใหญ่
- b	ธุรกิจขนาดเล็ก
M (Manager)	ธุรกิจในเครือผู้จัดการ
T (Tourism)	ธุรกิจท่องเที่ยวและสายการบิน
E (Education)	ธุรกิจการศึกษา
CH (China)	ธุรกิจที่แสดงถึงความเป็นจีนอย่างเปิดเผย
R (Relationship)	ธุรกิจที่มีสายสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้จัดทำหนังสือ

ยุคที่ 1

ในยุคที่ 1 ซึ่งนิตยสารดำเจียห่าวยังมีรูปแบบเป็นแผ่นพับนั้น สามารถจำแนกลักษณะของโฆษณาออกมาเป็นประเภทต่างๆ ดังแสดงในตาราง

ตารางที่ 10 ตารางแสดงจำนวนและประเภทของโฆษณาในนิตยสารดำเจียห่าวยุคที่ 1

ฉบับที่	โฆษณา	ประเภท
1-2	- ร้านโชวห่วยยงสุวัฒน์ - นิตยสารเพลิน - เว็บไซต์ thaiday.com	b, CH, R R M
3	- สำนักพิมพ์เม่นวรรณกรรม - เว็บไซต์ hotlinesoccer.com - ร้านกาแฟบ้านพระอาทิตย์	R b M
4	- นิตยสารเพลิน - สำนักพิมพ์เม่นวรรณกรรม - อุปกรณ์กันขโมย Power Phone Protection - ร้านกาแฟบ้านพระอาทิตย์	R R b M

จากการจำแนกข้อมูลข้างต้น ชี้ให้เห็นว่าประเภทของธุรกิจที่ลงโฆษณากับดำเจียห่าวในยุคที่ 1 จะประกอบด้วยสัดส่วนที่ผสมผสานกันระหว่าง

1. ธุรกิจทั่วไป (โดยเฉพาะธุรกิจขนาดเล็ก)
2. ธุรกิจที่มีสายสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้จัดทำหนังสือ
3. ธุรกิจในเครือผู้จัดการ

ร้านโชวห่วยยงสุวัฒน์ ซึ่งเป็นหนึ่งในผู้ลงโฆษณาในแผ่นพับ 2 เล่มแรกนั้น เป็นร้านขายของชำที่อยู่ในชุมชนเยาวราชและเป็นกิจการเล็กๆของครอบครัวนายภิตติ สำนักพิมพ์เม่นวรรณกรรมก็เป็นธุรกิจที่มีความสนิทสนมกับนายภิตติเป็นการส่วนตัว ส่วนร้านกาแฟบ้านพระอาทิตย์และเว็บไซต์ไทยเคย์ดอทคอมนั้น ก็เป็นธุรกิจในเครือผู้จัดการซึ่งภิตติทำงานอยู่ สิ่งเหล่านี้

แสดงให้เห็นว่า โฆษณาส่วนใหญ่ที่อยู่ในแผ่นพับตำแจ้ห่าวหรือหนังสือตำแจ้ห่าวในยุคที่ 1 นั้น มาจากบุคคลหรือกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กที่อยู่ใกล้ตัวและมีความสนิทสนมใกล้ชิดกับนายกิตตินันท์เอง

ยุคที่ 2

ในยุคที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงเปลี่ยนผ่าน นิติสารตำแจ้ห่าวไม่ได้วางจำหน่ายแต่แจกฟรีโดย แทรกไปกับนิติสารมาร์ซึ่งเป็นนิติสารในเครือผู้จัดการเช่นเดียวกัน ผู้บริหารนิติสารมาร์คือนายพร สมทวนิชและนายจิตตนาถ ลิ้มทองกุล ก็เป็นที่ปรึกษาและผู้ถือหุ้นใหญ่ในบริษัท ตำแจ้ห่าวจำกัด ซึ่งเป็นเจ้าของนิติสารตำแจ้ห่าวด้วย

เมื่อเข้าสู่ยุคที่ 2 นิติสารตำแจ้ห่าวซึ่งเป็นฉบับทดลอง 3 เล่ม คือ เล่มที่ 2.1-2.3 นั้น มีสินค้าที่ลงโฆษณาเพียงชนิดเดียวเท่านั้นคือ รถยนต์ BMW โดยโฆษณาของรถยนต์ BMW จะอยู่ที่ปกหลังสุดของทั้ง 3 เล่ม มีลักษณะพิเศษคือใช้ตัวอักษรภาษาจีนในการเขียนคำโฆษณา ซึ่งถ้ามองตามลักษณะของสินค้าที่เป็นรถยนต์ยุโรปราคาแพง ผู้อ่านตำแจ้ห่าวซึ่งเน้นกลุ่มวัยรุ่นอาจไม่ใช่เป้าหมายโดยตรงในการโฆษณา แต่ที่ BMW มาลงโฆษณาในตำแจ้ห่าวก็เพราะเจ้าของสินค้าได้ซื้อโฆษณาในนิติสารมาร์มาก่อนและชื่นชอบแนวคิดของนิติสารตำแจ้ห่าวเป็นการส่วนตัวจึงต้องการสนับสนุน และเพื่อทำให้สินค้าเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายของตำแจ้ห่าวซึ่งเน้นเรื่องความเป็นจีน เจ้าของสินค้าจึงเลือกให้ใช้ภาษาจีนในการโฆษณาสินค้าของตน

แนวความคิดที่จะผลิตและเผยแพร่นิติสารตำแจ้ห่าวในยุคที่ 2 นี้ เป็นกลยุทธ์ที่ทางผู้บริหารนิติสารมาร์และตำแจ้ห่าวคิดขึ้นร่วมกัน เพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนอ่านรู้ว่าจะมีการผลิตตำแจ้ห่าวเป็นนิติสารเล่มใหญ่ในอนาคต ดังนั้น การผลิตและจัดพิมพ์นิติสารตำแจ้ห่าวจึงได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารนิติสารมาร์เป็นส่วนใหญ่ และโฆษณาของรถยนต์ BMW ก็เป็นสายสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องเชื่อมโยงมาจากนิติสารมาร์นั่นเอง

ยุคที่ 3

เมื่อเข้าสู่ยุคที่ 3 นับตั้งแต่เล่มที่ 3.1-4.7 โฆษณาในนิติสารตำแจ้ห่าวมีการเปลี่ยนแปลงทั้งในแง่ความหลากหลายของรูปแบบสินค้าและจำนวนผู้ซื้อโฆษณาที่มากขึ้นกว่าใน 2 ยุคแรก (ตารางแจกแจงลักษณะและรูปแบบของโฆษณาในยุคที่ 3 ผู้วิจัยได้นำไป 'จุไว้' ในภาคผนวก) ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็นประเภทต่างๆ ได้ดังนี้

1.) ธุรกิจทั่วไป ได้แก่

กลุ่มที่ 1 สินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภค

เช่น เครื่องดื่ม Red bull extra, น้ำผลไม้ทิปโก้, ขนมเจลลี่ตราजेเล่, ขนมปลาเส้นแบนโตะ, กล้วย MWNS, ครีมเปลี่ยนสีผมมิราโทน, แบนโรลออน, ถุงยางอนามัยแพร์, เครื่องแต่งกาย Play Boy รดยนต์และรถจักรยานยนต์ เป็นต้น

กลุ่มที่ 2 สินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

- อุปกรณ์สื่อสารและอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือโนเกีย, กล้องดิจิตอลซัมซุง
- ผู้ให้บริการระบบโทรศัพท์มือถือ เช่น แอปเปิ้ล, ฮัทธ
- เว็บไซต์และผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต
- บริการดาวน์โหลดผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่

กลุ่มที่ 3 สินค้าที่เกี่ยวข้องกับสื่อและธุรกิจบันเทิง

เช่น โรงภาพยนตร์เมเจอร์ซิเนเพล็กซ์, รายการวิทยุ GET 102.5, บริษัทซีวีส อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล

2.) ธุรกิจในเครือสำนักพิมพ์ผู้จัดการ

- สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์
- รายการโทรทัศน์มาร์ทีวี
- รายการโทรทัศน์ดำเจียห่าวมะ
- สำนักพิมพ์บุรพัฒน์คอมมิคส์
- นิตยสาร Positioning
- เว็บไซต์ www.dajiahao.net

3.) ธุรกิจที่มีสายสัมพันธ์ส่วนตัวกับผู้จัดทำหนังสือ

- รดยนต์ BMW

4.) ธุรกิจการศึกษา

- มหาวิทยาลัยรังสิต
- มหาวิทยาลัยมหิดล

- โรงเรียนสอนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก OKLS
- ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED เซ็นเตอร์
- สถาบันภาษาและความรู้ Happy Genius
- ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ Net Design
- สถาบันภาษาไบเอ็ด เซ็นเตอร์

5.) ธุรกิจท่องเที่ยวและสายการบิน

- สายการบินบางกอกแอร์เวย์
- สายการบินไทยแอร์เอเชีย
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

6.) ธุรกิจที่แสดงถึงความเป็นจีนอย่างเปิดเผย

- วิดีโอละครจีนเรื่อง รักเหนือฟ้า ธิดาจักรพรรดิ (บริษัท CVD อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล)
- วิดีโอละครจีนเรื่อง คดีเลือด ปริศนามาตร (บริษัท CVD อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล)
- ร้านขายของ China City
- ภาพยนตร์จีนเรื่องจอมสลัดสาว ลุยบัลลังก์มังกร
- ละครโทรทัศน์เรื่อง มังกรเดียวดาย ค่าย Xact

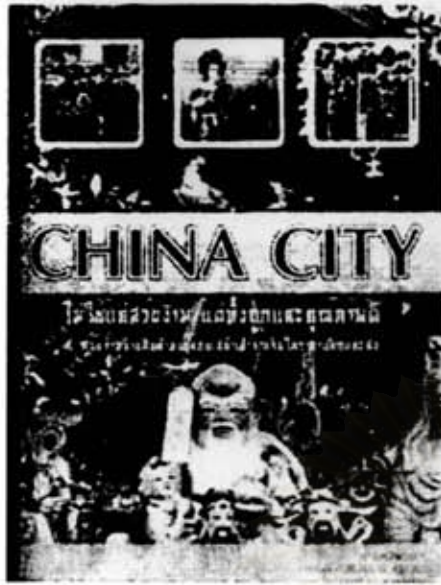
โฆษณาของนิตยสารค้าเจียห่าวในยุคที่ 3 นี้ มีสัดส่วนของสินค้าประเภทธุรกิจทั่วไปมากที่สุดเมื่อเทียบกับธุรกิจประเภทอื่นๆ หากสังเกตให้ดีจะพบว่า สินค้าส่วนใหญ่จะมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยรุ่นไปจนถึงกลุ่มคนวัยทำงานซึ่งเป็นกลุ่มผู้อ่านของนิตยสาร เช่น ขนมขบเคี้ยว เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โทรศัพท์มือถือ เว็บไซต์เกมส์ออนไลน์ บริการดาวน์โหลดผ่านมือถือ และสื่อบันเทิงต่างๆ เป็นต้น

ส่วนสินค้าที่พบรองลงมาคือธุรกิจการศึกษา เน้นไปที่กลุ่มสถาบันสอนภาษาและวัฒนธรรมจีนหรือวัฒนธรรมตะวันออก โดยสินค้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการศึกษาเริ่มมีการเข้ามาลงโฆษณาครั้งแรกในเล่มที่ 3.7 และเพิ่มจำนวนมากขึ้นในเล่มต่อมา กับธุรกิจการท่องเที่ยวและสายการบินที่เน้นการท่องเที่ยวในประเทศจีนและได้วันซึ่งเริ่มเข้ามาลงโฆษณาตั้งแต่เล่มที่ 3.9 เป็นต้นมา ทั้งนี้เพราะสินค้าทั้งสองประเภทสามารถเชื่อมโยงกับเนื้อหาในหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวัฒนธรรมจีนได้

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่าในกลุ่มโฆษณาของสถาบันการศึกษา มีสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาบางแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยรังสิต มีหลักสูตรการศึกษาที่เชื่อมโยงกับการศึกษาด้านสังคมและวัฒนธรรมจีน ได้แก่หลักสูตรปริญญาโท ศศ. ม. สาขาวิชาจีนในระบบเศรษฐกิจโลก ของวิทยาลัยนวัตกรรมสังคม และเป็นหลักสูตรจีนศึกษาระดับปริญญาโทแห่งแรกในประเทศไทย ภาควิชาดังกล่าวยังมีการให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาที่ชนะเลิศทำนิตยสารคำเจียห่าว 2 คน ได้แก่ นาย ธนกร แสงสินธุ์และนางสาวเพ็ญนภา อุดตะมั่ง ซึ่งปัจจุบันทั้งคู่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ 1 ของภาควิชาดังกล่าวด้วย

และในยุคที่ 3 นี้ เรายังสามารถพบเห็นโฆษณาของธุรกิจในเครือผู้จัดการอยู่ เช่นเดียวกับใน 2 ยุคที่ผ่านมา รวมไปถึงโฆษณาของรถยนต์ BMW ซึ่งอยู่ในประเภทธุรกิจที่มีสายสัมพันธ์ส่วนตัว แต่กลุ่มธุรกิจที่น่าสนใจมากที่สุดน่าจะเป็นสินค้าที่แสดงออกถึงความเป็นจีนอย่างเปิดเผย โดยการสื่อความเป็นจีนผ่านภาพประกอบที่ใช้ในการโฆษณาและลักษณะของสินค้าที่มีความเป็นจีนอย่างชัดเจน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ 13 ตัวอย่างภาพโฆษณาที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์จีนในนิตยสารค้าเจียหัวยุคที่ 3

สถาบันวิจัยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. กระบวนการและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียห่าว

3.1 กระบวนการในการผลิตนิตยสารต้าเจียห่าว

ในการศึกษากระบวนการในการผลิตนิตยสารต้าเจียห่าว ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษาจากนิตยสารต้าเจียห่าวในยุคที่ 3 ซึ่งมีรูปแบบเป็นนิตยสารรายเดือน และมีการทำงานเป็นระบบกว่าใน 2 ยุคแรก ดังได้กล่าวถึงไปแล้วในส่วนก่อนหน้านี้ ทั้งนี้สามารถอธิบายกระบวนการในการจัดทำและผลิตนิตยสารเป็น 5 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1.) การกำหนดรูปแบบและเนื้อหา
- 2.) การคัดเลือกบทความ
- 3.) การจัดหน้า คัดเลือกภาพและวางองค์ประกอบศิลป์
- 4.) การหาโฆษณา
- 5.) การตีพิมพ์และการจัดจำหน่าย

1.) การกำหนดรูปแบบและเนื้อหา

การวางคอนเซ็ปต์หลักของนิตยสารต้าเจียห่าวในยุคที่ 3 ในช่วงแรกนั้นจะเน้นเรื่องราวแห่งความเป็นจีนแต่ในระยะต่อมามีการปรับเปลี่ยนไปเน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคุณธรรมมากขึ้น ซึ่งในส่วนของคอนเซ็ปต์หลักของตัวนิตยสารนั้น บรรณาธิการทั้งสองคนรวมไปถึงผู้ให้ทุนคือ นายจิตตนาถ ลี้มทองกุลนายพชร สมุทวานิชจะเป็นผู้ที่อยู่ดูแลร่วมกัน โดยบรรณาธิการทั้งสองคนจะเป็นผู้ควบคุมดูแลในรายละเอียด ส่วนนายจิตตนาถและนายพชรจะเป็นผู้ให้คำปรึกษาและให้ข้อเสนอแนะในมุมมองของผู้บริหาร

ส่วนการกำหนดรูปแบบและเนื้อหาในเล่มนั้น เป็นหน้าที่ร่วมกันระหว่างบรรณาธิการและทีมงานในกองบรรณาธิการ โดยจะมีการประชุมวางแผนระยะยาวเพื่อกำหนดคอนเซ็ปต์ของนิตยสารที่จะออกมาในแต่ละเดือนไว้ล่วงหน้าใน 1 ปีว่าจะมีการนำเสนอเรื่องราวหรือประเด็นใดบ้าง เพื่อให้ทีมงานสามารถกำหนดการทำงานได้อย่างคร่าวๆ หลังจากนั้นก็จะมีการประชุมอีกครั้งล่วงหน้าประมาณ 1-2 เดือน ก่อนจะทำหนังสือแต่ละฉบับ เพื่อมอบหมายและแบ่งงานในการหาข้อมูลและเขียนบทความให้กับทีมงานอีกครั้ง

นายธนกร ซึ่งเป็นบรรณาธิการที่ดูแลด้านเนื้อหา กล่าวว่าการประชุมวางแผนงานในแต่ละครั้ง เขาจะเปิดโอกาสให้ทีมงานสามารถแสดงความคิดเห็นและนำเสนอมุมมองของตนเองอย่างเสรี ตัวอย่างเช่น หากหนังสือเล่มต่อไปมีคอนเซปต์เกี่ยวกับขนมไหว้พระจันทร์ ซึ่งตรงกับเทศกาลไหว้พระจันทร์ที่กำลังจะมาถึง และหนังสือเคยทำเรื่องนี้ไปแล้วเมื่อปีที่ผ่านมา ก็จะทำให้ทีมงานมานั่งคุยกันเพื่อหามุมมองใหม่ๆ ในการนำเสนอที่แตกต่างออกไปจากที่เคยทำตามความคิดของทีมงานแต่ละคน เพราะแม้ว่าจะเป็นคอนเซปต์ที่เคยทำไปแล้วแต่หากมีวิธีคิดและวิธีการหาข้อมูลในแง่มุมใหม่ๆ ที่อาจยังไม่มีใครเคยนำเสนอ คอนเซปต์ดังกล่าวก็ยังคงมีความน่าสนใจอยู่

2.) การคัดเลือกบทความ

บทความในนิตยสารตำเจียวสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือบทความจากนักเขียนในกองบรรณาธิการและบทความจากนักเขียนอิสระ ซึ่งวิธีการในการทำงานของนักเขียนทั้ง 2 กลุ่มจะแตกต่างกันไป

บทความจากนักเขียนในกองบรรณาธิการยังสามารถจำแนกออกไปได้อีก 2 ประเภท ได้แก่ ประเภทที่หนึ่ง คือบทความที่เกี่ยวข้องกับคอนเซปต์หลักในเล่ม เช่น คอลัมน์สารคดี ที่จะมีเนื้อหาขยายความจากคอนเซปต์หลักที่ต้องการนำเสนอและหน้าปก ซึ่งในแต่ละเล่มอาจจะมีเนื้อหาในคอลัมน์สารคดีมากกว่า 1 คอลัมน์ แล้วแต่ว่าทีมงานต้องการนำเสนอแง่มุมต่างๆ ในประเด็นเดียวกันนั้นมากน้อยแค่ไหน โดยบทความในส่วนนี้จะเน้นไปที่การสัมภาษณ์บุคคล ผสมผสานกับการค้นคว้าหาข้อมูลจากตำราเอกสารที่น่าเชื่อถือและแหล่งข้อมูลซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในเรื่องนั้นๆ และนำข้อมูลดังกล่าวมาเรียบเรียงอีกที และในบางครั้งก็เป็นข้อมูลที่แปลมาจากภาษาต่างประเทศด้วย ประเภทที่ 2 คือบทความที่เป็นบทสัมภาษณ์บุคคลต่างๆ เช่น คอลัมน์ Some หมวย Some ตี และยกน้ำชา ซึ่งอาจจะเชื่อมโยงกับคอนเซปต์ในแต่ละเล่มหรือไม่ก็ได้

และจากการที่นิตยสารมีนักเขียนอยู่เพียง 6 คน (รวมถึงตัวบรรณาธิการด้วยนั้น) การแบ่งงานจึงเป็นไปตามความถนัดและประสบการณ์ บทความที่มีเนื้อหาจริงจังและต้องอาศัยประสบการณ์ความรู้จึงมักจะมาจากการเขียนของบรรณาธิการเป็นส่วนใหญ่ หรือบางคอลัมน์ที่ต้องอาศัยการค้นคว้าข้อมูลมากก็จะเป็นการทำงานร่วมกันของกองบรรณาธิการทั้งหมด

ในส่วนนี้นักเขียนอิสระของนิตยสารตำเจี้ยห่าว คือ นักเขียนอาวุโสที่เชี่ยวชาญในความรู้จีน ซึ่งจะมีคอลัมน์ประจำอยู่ในหมวดอาจารย์หลายสำนัก เช่น อ.เวียงรอง รุ่งรัศมี¹, อ.สายัณห์ เล็กอุทัย² และรงค์วิเศษวรรค์ นักเขียนชื่อดังเป็นต้น นักเขียนอิสระเหล่านี้จะมีเสรีภาพในการเขียนบทความตามความถนัดของตัวเองและเนื้อหาไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับคอนเซ็ปต์ในแต่ละเล่มของหนังสือ บทความส่วนใหญ่จะมีเนื้อหาที่ต่อเนื่องกับบทความในคอลัมน์ของตัวนักเขียนเองจากเล่มก่อนหน้านี้นี้มากกว่า ซึ่งนักเขียนอาวุโสเหล่านี้ยังเป็นที่ปรึกษาให้กับหนังสือด้วย

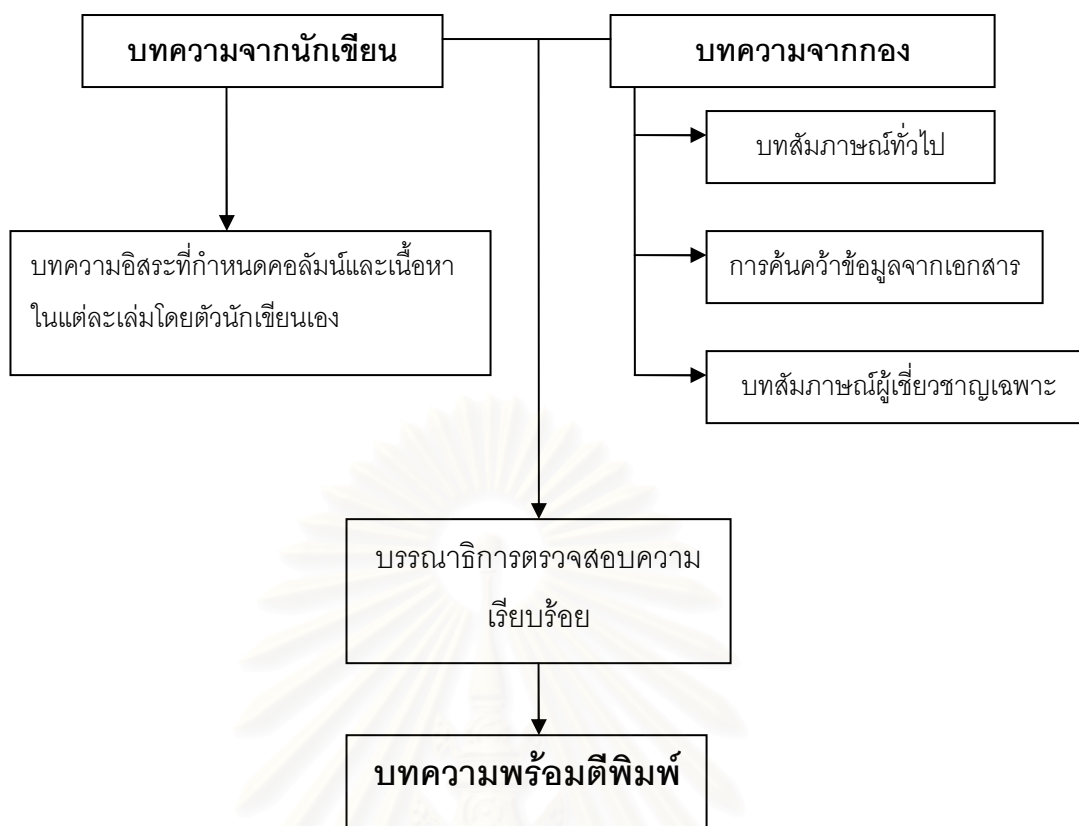
บทความในนิตยสารตำเจี้ยห่าว ทั้งที่มาจากนักเขียนในกองบรรณาธิการและจากนักเขียนอิสระ จะต้องผ่านการตรวจสอบจากchnerและกิตติซึ่งเป็นบรรณาธิการ ก่อนจะมีการตีพิมพ์ทุกครั้ง



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ นักเขียนและคอลัมนิสต์ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องชาและวัฒนธรรมจีน และเจ้าของงานเขียนหนังสือเรื่อง “รายรินกลิ่นชา”

² นักเขียนและคอลัมนิสต์ที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องพลังจิต หินหยางและการดูแลสุขภาพแบบจีน



แผนภูมิที่ 1 แผนภูมิแสดงที่มาของบทความและเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียห่าว

3.) การจัดหน้า คัดเลือกภาพและวางองค์ประกอบศิลป์

การจัดหน้า คัดเลือกภาพและวางองค์ประกอบศิลป์ของนิตยสารต้าเจียห่าว เป็นหน้าที่ร่วมกันระหว่างบรรณาธิการและนายสังกาส ผู้ดูแลฝ่ายศิลปกรรมของหนังสือ โดยเมื่อฝ่ายนักเขียนส่งบทความที่จะลงมาให้กับฝ่ายศิลปกรรมเรียบร้อยแล้ว นายสังกาสก็จะหารือกับบรรณาธิการอีกครั้งว่าต้องการให้รูปแบบของคอลัมน์นั้นๆหรือรูปแบบของหนังสือฉบับนั้นๆออกมาในลักษณะใด โดยทั่วไปถ้าเป็นคอลัมน์ที่มีเรื่องราวให้อ่านมากก็จะเน้นไปที่สีสันสบายตา ตัวหนังสืออ่านง่าย แต่ถ้าเป็นคอลัมน์บันเทิงหรือดูวัยรุ่นก็จะใช้สีสันสะดุดตา ซึ่งสีหลักที่ฝ่ายศิลปกรรมเลือกใช้จะมีอยู่ 3 สี คือ ขาว ดำและแดง เพื่อสื่อถึงความเป็นจีน และมีการกำหนดรูปแบบของตัวหนังสือตั้งแต่ชื่อหนังสือ เลขหน้า ชื่อคอลัมน์ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การจัดหน้าหรือที่เรียกว่าการวางเลย์เอาต์นั้น ต้องอาศัยความรู้ความชำนาญในการพิมพ์ มาประกอบด้วย นายสังกัสซึ่งเป็นฝ่ายศิลปกรรมของหนังสือได้เล่าให้ฟังว่า ในยุคแรกของ นิตยสารตำเจี้ยห่าวที่เย็บเล่มแบบมุงหลังคานั้น หากจะกำหนดให้คอลัมน์ใดเป็นหน้าสีจะต้องมีการวางแผนล่วงหน้า เพราะเทคนิคในการเย็บเล่มจะทำให้หน้าที่เป็นสีต้องอยู่ตรงกันข้ามกัน เท่านั้น ซึ่งทำให้หน้าสีของนิตยสารตำเจี้ยห่าวจะมีอยู่ในช่วงหน้าแรกๆและหน้าท้ายๆของหนังสือ และเมื่อเปลี่ยนระบบเย็บเล่มมาเป็นแบบไสกาบ การจัดวางตัวหนังสือก็ต้องเปลี่ยนไปคือ ต้องเว้น ที่ด้านซ้ายของหน้ากระดาษไว้ประมาณ 1 นิ้ว เนื่องจากระบบไสกาบจะต้องตัดกระดาษด้านซ้าย ออกให้กระดาษทุกแผ่นมีขนาดเท่ากัน ก่อนจะทากาวและประกอบเล่ม

ในส่วนของการวางลำดับเนื้อหา นิตยสารตำเจี้ยห่าวได้ใช้การวางหมวดหมู่ของคอลัมน์ที่มีรูปแบบคล้ายกันให้อยู่ในกลุ่มเดียวกัน โดยการกำหนดชื่อแต่ละกลุ่มไว้ เช่น โชนกาก็ั่ง โชนห ล่าวซือ เป็นต้น ซึ่งที่เป็นเช่นนี้ นายกิตติกล่าวว่าเป็นเพราะต้องการให้ผู้จัดทำสามารถควบคุม เนื้อหาในแต่ละส่วนได้อย่างสมดุล ไม่มีเนื้อหาประเภทใดประเภทหนึ่งมากเกินไป

การคัดเลือกภาพประกอบก็นับเป็นส่วนสำคัญ เนื่องจากภาพจะเป็นตัวอธิบายและทำให้ ผู้อ่านเข้าใจเนื้อหาได้มากขึ้น การคัดเลือกภาพจึงเป็นการทำงานประสานงานกันระหว่างนาย สังกัสและนายวีรภัทร ซึ่งเป็นช่างภาพประจำหนังสือ โดยนายสังกัสกล่าวว่า ในแต่ละคอลัมน์ ช่างภาพจะส่งรูปถ่ายทั้งหมดที่ถ่ายไว้มาให้เขาเป็นผู้เลือกและจัดวาง บางครั้งภาพถ่ายที่ส่งมา อาจมีจำนวนหลายสิบภาพ เขาจะต้องเลือกภาพที่ดีที่สุด ทั้งในแง่ความสวยงามและสามารถสื่อ ถึงสิ่งที่แต่ละคอลัมน์ต้องการนำเสนอให้ตรงที่สุด และต้องเลือกขนาดของภาพให้สมดุลกับตัว เนื้อหา เพื่อไม่ให้ภาพประกอบมาแย่งพื้นที่ของเนื้อหามากเกินไป

นอกจากภาพประกอบที่เป็นภาพถ่ายแล้ว นิตยสารตำเจี้ยหาวยังมีภาพประกอบอื่นๆ เช่น ภาพกราฟฟิกจากคอมพิวเตอร์ ภาพการ์ตูน ภาพวาดลายเส้น เป็นต้น ซึ่งฝ่ายศิลปกรรมมอง ว่าภาพเหล่านี้มีความสำคัญไม่แพ้ภาพถ่าย เพราะทำให้หนังสือมีสีสันแปลกตา สามารถสร้างความ สนุกสนานให้กับคนอ่านได้และทำให้หนังสือดูทันสมัยถูกใจวัยรุ่น เราจึงสามารถพบเห็น ภาพเหล่านี้ได้ตลอดทั้งเล่มของนิตยสาร โดยภาพในส่วนนี้มาจากการเลือกของนายสังกัสและ สร้างภาพขึ้นมาเองโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์

ในบางคอลัมน์เช่น คอลัมน์การ์ตูน ผู้แต่งเรื่องก็จะวาดภาพประกอบเอง เช่นเดียวกับ คอลัมน์ หินทรายที่ อ.สายัณห์ผู้เขียนก็เป็นคนวาดรูปประกอบด้วยตัวเอง ส่วนคอลัมน์การ์ตูน เรื่องเขียนน้อยก็ได้ภทริดา ประสานทอง นักวาดการ์ตูนประกอบมืออาชีพมาวาดให้

4.) การหาโฆษณา

การหาโฆษณาเป็นกระบวนการสำคัญที่มีผลต่อความอยู่รอดของนิตยสาร เพราะรายได้ ส่วนใหญ่ของนิตยสารในปัจจุบันมักจะมาจากโฆษณามากกว่ายอดขายทั้งสิ้น ซึ่งนิตยสารต่ำ เจียวหัวก็เป็นหนังสืออีกฉบับที่มีรายได้หลักมาจากการขายโฆษณา

วิธีการหาโฆษณาของนิตยสารต่ำเจียวหัวมีลักษณะเหมือนนิตยสารทั่วไป คือมีเจ้าหน้าที่ ฝ่ายขายโฆษณา เป็นผู้ดูแลและออกไปพูดคุยกับเจ้าของสินค้าหรือติดต่อกับบริษัทขายโฆษณา โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายหาโฆษณาจะได้ส่วนแบ่งรายได้จากการขายโฆษณาแต่ละครั้งร้อยละ 3 ในช่วง แรกของการผลิตนิตยสาร โฆษณาที่ซื้อพื้นที่กับหนังสือต่ำเจียวหัวจะมาจากสินค้าในเครือ ผู้จัดการด้วยกันและเจ้าของสินค้าที่ชื่นชอบนิตยสารเป็นการส่วนตัว ต่อมาในช่วงหลังจึงเริ่มมี โฆษณาที่มาจากเอเจนซีมากขึ้น

นอกจากวิธีการหาโฆษณาดังกล่าวแล้ว เพ็ญภา ซึ่งเป็นนักเขียนในกองบรรณาธิการได้ เล่าให้ฟังว่า ในบางครั้งเจ้าหน้าที่ฝ่ายหาโฆษณาอาจจะต้องเดินทางไปพร้อมกับนักเขียนที่ทำ คอลัมน์เชิงลึ้อ ซึ่งเป็นคอลัมน์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับของเจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จใน ปัจจุบัน เพื่อแนะนำตัวเองกับเจ้าของกิจการ ซึ่งหากเจ้าของกิจการนั้นๆสนใจ ก็อาจซื้อโฆษณาใน นิตยสารเพิ่ม

เมื่อหาผู้ลงโฆษณาได้แล้ว ผู้ขายโฆษณาจะต้องประสานงานกับฝ่ายศิลปกรรม เพื่อให้ ภาพโฆษณาที่ปรากฏในหนังสือมีลักษณะขนาดและสีถูกต้องตามความต้องการของเจ้าของ สินค้าและในบางครั้งก็เกี่ยวข้องกับระยะเวลาในการวางแผงของหนังสือและระยะเวลาในการวาง จำหน่ายสินค้า เนื่องจากสินค้าบางชนิดกำลังออกผลิตภัณฑ์ใหม่และต้องการลงโฆษณากับ หนังสือก่อนที่สินค้าจะเปิดตัว ฝ่ายโฆษณาจะต้องแจ้งกับฝ่ายศิลปกรรมให้กำหนดระยะเวลาวาง แผงให้ตรงกับเงื่อนไขด้านเวลาของผู้ซื้อโฆษณาด้วย ซึ่งหากไม่เป็นดังที่ตกลงไว้ เจ้าของสินค้าก็ จะไม่จ่ายเงินให้

5.) การตีพิมพ์และการจัดจำหน่าย

การตีพิมพ์นิตยสารเป็นหน้าที่ของโรงพิมพ์ ซึ่งบริษัทที่รับผิดชอบการพิมพ์หนังสือให้กับ นิตยสารต้าเจียห่าวคือ บริษัทศรีสยามพริ้นท์แอนด์แพค โดยมีนายสังกัสฝ่ายศิลปกรรมของ นิตยสารเป็นผู้ประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่ในกองบรรณาธิการและเจ้าหน้าที่ของโรงพิมพ์ เพื่อให้การตีพิมพ์เป็นไปอย่างราบรื่นมากที่สุด

ขั้นตอนก่อนที่จะมีการตีพิมพ์นั้น ฝ่ายศิลปกรรมจะต้องทำการรวบรวมข้อเขียนจาก นักเขียนทั้งหมดเลือกภาพประกอบ และวางเลย์เอาท์ ของหนังสือให้เป็นไปตามที่กอง บรรณาธิการกำหนดไว้ จากนั้นจะส่งตัวอย่างหนังสือไปยังโรงพิมพ์เพื่อให้โรงพิมพ์ทำตัวอย่าง มาให้ดู 1 รอบ เพื่อตรวจดูความเรียบร้อยหรือที่รู้จักกันทั่วไปในการทำหนังสือว่า การตรวจฉบับซึ่ง ต้องอาศัยความละเอียดรอบคอบ จากนั้นจึงเข้าสู่ขั้นตอนการทำเพลทและเรียงพิมพ์ นอกจากนั้น ฝ่ายศิลปกรรมยังจะต้องเป็นผู้กำหนดลักษณะของกระดาษโดยดูตามความเหมาะสมระหว่าง ความสวยงามและงบประมาณที่มีอยู่

เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนการพิมพ์ก็จะเข้าสู่กระบวนการจัดจำหน่าย โดยนิตยสารต้าเจียห่าว ได้มอบหมายให้บริษัทบูคไฟร์ยู จำกัด เป็นผู้ดูแลการจัดจำหน่ายหรือที่เรียกกันว่า “สายส่ง” โดย บริษัทที่เป็นตัวแทนจำหน่ายจะหักรายได้จากหนังสือร้อยละ 60 และกลับเข้าสู่เจ้าของหนังสือ เพียงร้อยละ 40 และเนื่องจากการหักรายได้ที่มากเกินไป ทำให้ทีมผู้จัดทำนิตยสารต้าเจียห่าวต้อง พยายามนำหนังสือของตัวเองไปขายตามงานออกร้าน หรือตามเทศกาลหนังสือต่างๆด้วยตัวเอง มากกว่า

3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อเนื้อหาภายในเล่ม

1.) ปัจจัยด้านบุคลากร

บุคลากรสำคัญที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหาภายในเล่มคือนายธนกรและนายกิตติซึ่งเป็นผู้ ริเริ่มก่อตั้งนิตยสาร ทำหน้าที่บรรณาธิการบริหารและบรรณาธิการผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา ตลอดจนเป็น ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำหนังสือมากกว่าทีมงานคนอื่นๆ โดยนายกิตตินั้นเป็นผู้ที่นำเสนอคอน เซปต์หลักให้กับหนังสือว่าจะเน้นการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีนในประเทศไทย ต่อมาเมื่อมีการปรึกษากันกับนายธนกร คอนเซปต์ดังกล่าวจึงขยายใหญ่ขึ้นไปเป็นการศึกษาเรื่อง

จีนทั้งในประเทศไทยและจีนในเวทีโลก โดยเน้นไปที่รากเหง้าและความเป็นตัวตนของคนที่มีเชื้อสายจีน

ในช่วงแรกของการทำนิตยสารต้าเจียห่าว นายกิตติเป็นเพียงคนเดียวที่มีความรู้ด้านภาษาและวัฒนธรรมจีนมากที่สุด เนื่องจากการได้เติบโตและคลุกคลีกับครอบครัวที่อาศัยอยู่ในชุมชนเยาวราช ทักษะดังกล่าวนับเป็นส่วนสำคัญเพราะกิตติกลายเป็นที่ปรึกษาให้กับทีมงานในกองบรรณาธิการที่เหลือซึ่งไม่รู้ภาษาจีนโดยกิตติจะมีบทบาทสำคัญในการแนะนำแหล่งข้อมูล แต่ตัวเขาเองกลับมองว่า ความรู้ในเรื่องจีนที่เขามียังไม่เพียงพอและไม่ใช่ว่าผู้ชำนาญในเรื่องจีนอย่างถ่องแท้ เขาจึงเล็งเห็นว่าเนื้อหาในนิตยสารควรจะเน้นไปที่การทำบทสัมภาษณ์ผู้รู้จริงในเรื่องนั้นๆมากกว่า เพราะจะทำให้เนื้อหาที่ได้ตรงกับข้อเท็จจริงและทำให้ทีมงานได้เรียนรู้เรื่องราวเหล่านั้นไปพร้อมกับการทำงานด้วย

สำหรับนายธนกรนั้น จะมีหน้าที่ควบคุมดูแลภาพรวมของหนังสือ ให้มีความร่วมสมัย สดุดสนานทั้งในแง่เนื้อหาและศิลปกรรม นายสังกัสซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลปกรรมกล่าวว่า ทุกครั้งที่เขาจะเริ่มวางรูปแบบให้หนังสือ เขาจะต้องปรึกษาและขอคำแนะนำจากนายธนกร เพราะนายธนกรจะมีความคิดแปลกๆไม่เหมือนใคร นอกจากนั้น นายธนกรก็จะเป็นผู้วางแผนด้านส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ให้กับหนังสือ เช่น การจัดงานตรุษจีนในเยาวราชและงานประกวดหนุ่มสาวชาวจีน

ในส่วนของผู้ทำหน้าที่คนอื่นๆในกองบรรณาธิการ ก็มีผลสำคัญต่อเนื้อหาของหนังสือมิใช่น้อย เนื่องจากจำนวนบุคลากรในกองบรรณาธิการที่มีเพียง 6 คน ส่งผลให้เกิดข้อจำกัดในการสร้างความหลากหลายให้กับเนื้อหา อีกทั้งการขาดความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านวัฒนธรรมและภาษาจีนอย่างลึกซึ้ง ทำให้การสร้างบทความแต่ละครั้งต้องใช้เวลามากในการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมและทำให้เนื้อหาไม่มีความลุ่มลึกเท่าที่ควร

ตารางที่ 11 ตารางแสดงจำนวนและคุณลักษณะของบุคลากรที่ดูแลเนื้อหาของนิตยสารต้าเจียห่าว

ชื่อ	หน้าที่	ประวัติความเป็นมา	ข้อจำกัดในการทำงาน
กิตติ จินศิริวานิชย์	บรรณาธิการผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา	- จบการศึกษาในสาขานิเทศศาสตร์ จากสถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จฯ - ฝึกงานกับกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ - ผู้ช่วยบรรณาธิการหนังสือพิมพ์มติชน - นักเขียนหนังสือทำมือ (นิตยสารเพลลิน, โปรดเก็บไว้เพื่ออ่าน ฯลฯ) - ผู้ก่อตั้งแผ่นพับต้าเจียห่าว	-
ธนกร แสงสินธุ์	บรรณาธิการบริหาร	- จบการศึกษาในสาขานิเทศศาสตร์ จากสถาบันราชภัฏบ้านสมเด็จฯ - ฝึกงานกับกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ - ผู้สื่อข่าวออนไลน์เว็บไซต์ไทยเดย์ดอทคอม - นักเขียนหนังสือทำมือ (นิตยสารเพลลิน, เล่นกับไฟ, เล่นกับน้ำ)	ไม่มีความชำนาญด้านภาษาจีน
ประพัฒน์ สุกฤณา	กองบรรณาธิการ/ นักเขียน	- จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา - ฝึกงานกับหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ - นักเขียนหนังสือทำมือ	ไม่มีความชำนาญด้านภาษาจีน

เพ็ญภา อุตตะมัง	กองบรรณาธิการ/ นักเขียน/ เลขากอง บรรณาธิการ	- จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวน ดุสิต - ฝึกงานกับหนังสือพิมพ์ ผู้จัดการ - เจ้าหน้าที่ของเว็บสะแตว์ ดอทคอม - นักเขียนหนังสือทำมือ	ไม่มีความชำนาญด้าน ภาษาจีน
ขวัญชนก แก้วกันทา	กองบรรณาธิการ/ นักเขียน	- จบการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ - ฝึกงานกับนิตยสารต้าเจียห่าว	ไม่มีความชำนาญด้าน ภาษาจีน
วีรภัทร วิไลศิลป์ดีเลิศ	กองบรรณาธิการ/ ช่างภาพ/ นักเขียน	*ไม่ทราบประวัติเนื่องจาก ปัจจุบันไม่ได้ทำงานให้กับต้า เจียห่าวแล้ว	ไม่มีความชำนาญด้าน ภาษาจีน

นอกจากตัวบรรณาธิการและกองบรรณาธิการแล้ว ยังมีกลุ่มบุคคลซึ่งมีผลต่อการสร้างเนื้อหาอีกหลายคน เช่น นายเพชรและนายจิตตนาถ ซึ่งเป็นทั้งที่ปรึกษาและผู้ให้ทุนในการผลิตหนังสือ โดยนายจิตตนาถนั้นเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ ร้อยละ 80 ในบริษัทต้าเจียห่าว จำกัด จึงเป็นผู้ที่ให้คำปรึกษาและคอยดูแลด้านการตลาดให้ อีกทั้งยังมีสายสัมพันธ์ส่วนตัวกับนักเขียนทั้งในเครือผู้จัดการและในแวดวงสื่อสารมวลชน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีความรู้เรื่องจีน เขาจึงแนะนำให้กิตติและธนกรเชิญนักเขียนเหล่านั้นมาเขียนเรื่องลงนิตยสารต้าเจียห่าว (ในหมวดอาจารย์หลายสำนัก) เพื่อเพิ่มเนื้อหาให้มีความหลากหลายมากขึ้น นอกเหนือจากการทำสื่อบันเทิงและเน้นเรื่องบันเทิง

2.) ปัจจัยด้านระบบโฆษณา

ระบบโฆษณาของนิตยสารต้าเจียหาวนับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหา เนื่องจากนิตยสารต้าเจียหาวไม่ใช่หนังสือที่มีรายได้หลักมาจากยอดขาย จึงจำเป็นต้องอาศัยรายได้จากระบบโฆษณา แต่การพึ่งพาระบบโฆษณาก็ทำให้หนังสือต้องปรับตัวด้านรูปแบบและเนื้อหาอยู่ตลอดเวลา

ในระยะแรกที่ยังเป็นแผ่นพับนั้น โฆษณาที่มีอยู่เป็นลักษณะของผู้อุปถัมภ์หรือผู้ที่ชื่นชอบหนังสือเป็นการส่วนตัวที่อยากให้คิดทำหนังสือต่อไปเรื่อยๆ ไม่ได้เป็นระบบโฆษณาที่จริงจังมากนัก ส่วนใหญ่เป็นคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนเยาวราช ต่อมาเมื่อทำเป็นเล่มเล็กแทรกไปกับหนังสือมาร์โฆษณาก็จะมาจากรนิตยสารมาร์เป็นส่วนใหญ่ บางส่วนก็เป็นเจ้าของธุรกิจที่มีชื่อเสียงและอยากสนับสนุนการทำงานของต้าเจียห่าวเช่นเดียวกับในยุคแรก ทำให้ไม่มีผลต่อการกำหนดเนื้อหาในหนังสือ

“หนังสือเรามีรูปแบบเฉพาะตัว ลูกค้าที่จะมาลงโฆษณาจากเอเจนซีจะไม่ค่อยสนใจทำหนังสือแพชชั่นเพราะยอดขายเราต่ำ กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดก็มองเห็นภาพไม่ชัดเจน โฆษณาส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มลูกค้าแบบdirect คือกลุ่มเจ้าของกิจการหรือผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจและมีความนิยมในตัวหนังสือเรา และจะไม่ใช้ลักษณะการซื้อพื้นที่เพื่อโฆษณาแต่เป็นการลงโฆษณาเพราะอยากให้หนังสือยังมีอยู่ จนเจออุปถัมภ์กันไว้มากกว่าจะหวังผลทางธุรกิจกับหนังสือที่มีสไตล์แบบนี้

ต้าเจียห่าวในยุคที่2 ดูจะเป็นเล่มที่มีความเป็นอิสระสูงสุด ดูจากเนื้อหาและหลายๆอย่างจะพบว่าเราสามารถแสดงความเป็นจุดยืนของตัวเองได้อย่างชัดเจนแต่พอมาเป็นรูปเล่มใหญ่ (ยุคที่3) ที่ต้องเลี้ยงดูตัวเอง ความคิดก็จะโดนบีบอัดไปโดยปริยาย” (นายสังกัส นารักษ์, สัมภาษณ์, 14 กันยายน 2549)

ระบบการโฆษณาเริ่มเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในช่วงยุคที่3 คือเมื่อเริ่มทำเป็นนิตยสารรายเดือน ในช่วงแรกคือนับตั้งแต่เล่มที่ 2.1 – 3.9 ภาพหน้าปกซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของต้าเจียหาวนั้นจะไม่เน้นภาพแพชชั่น แม้ว่าจะมีนางแบบหรือนายแบบวัยรุ่นขึ้นปกแต่จะออกแบบให้สอดคล้องกับเนื้อหาภายในหรือ Theme ของเล่มนั้นๆ แต่หลังจากเล่ม 3.9 เป็นต้นมา หรือในช่วงขึ้นปีที่ 4 ต้าเจียห่าวเริ่มมีภาพปกเป็นภาพแพชชั่นมากขึ้นด้วยเหตุผลจากการปรับตัวทางการตลาด

3.3 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน

1.) ความไม่รู้ภาษาจีนของทีมงาน

แม้ว่านิตยสารต้าเจียห่าวจะเป็นหนังสือที่นำเสนอเรื่องจีน แต่ทีมงานเกือบทั้งหมดไม่มี

ความรู้ความชำนาญด้านภาษาจีน ซึ่งปัญหาดังกล่าวเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้ทีมงานต้องมีการปรับตัวเพื่อแก้ไขปัญหานี้อยู่ตลอดระยะเวลาทำงาน ช่วงแรกเริ่ม ทีมงานต้าเจี๋ยห่าวจะปรึกษากับทีมงานของหนังสือพิมพ์ผู้จัดการที่ดูแล “มูมจีน” และเหล่าอาจารย์ที่ปรึกษาที่มีความเชี่ยวชาญด้านภาษาจีน ต่อมากิตติจึงแก้ปัญหาด้วยการรับคนที่มีความรู้ภาษาจีนเข้ามา แต่ทีมงานที่รู้ภาษาจีนซึ่งเข้ามาใหม่นั้นมีความถนัดในด้านการแปลมากกว่าทักษะการทำหนังสือ และไม่สามารถทำบทสัมภาษณ์ได้ กิตติจึงใช้วิธีให้ประกบคู่ทำงาน คือ เมื่อต้องออกไปสัมภาษณ์ ทีมงานเดิมกับทีมงานที่รู้ภาษาจีนจะออกไปสัมภาษณ์ร่วมกัน โดยทีมงานที่รู้ภาษาจีนจะคอยเป็นล่ามให้ และคอยเป็นที่ปรึกษาเวลาเรียบเรียงข้อมูล

ระยะต่อมากิตติสังเกตเห็นว่าต้าเจี๋ยห่าวน่าจะมีทีมงานที่ทั้งมีความรู้ภาษาจีนและสามารถทำสื่อบทสัมภาษณ์ได้ จึงรับทีมงานเพิ่มอีกหนึ่งคน ทำให้ช่วงยุคที่3 ทีมงานต้าเจี๋ยห่าวจึงเพิ่มเป็น 5 คน แต่การรับทีมงานที่มีความรู้ภาษาจีน กลับสร้างแรงกดดันให้กับทีมงานเก่าที่ไม่มีความรู้ด้านภาษาจีน ทำให้ทุกคนต้องทำการบ้านเพิ่มมากขึ้น ต้องเรียนรู้ไปพร้อมๆกับการทำงาน

“คนที่เข้ามาใหม่นั้นเป็นตัวแปรสำคัญเพราะทำให้ทีมงานเก่าที่ไม่รู้ภาษาจีนเขารู้สึกว่าต้องพัฒนาตัวเอง ทั้งเรียนภาษาจีน หรือชวนขวายเป็นเรียนรู้เรื่องจีนมากขึ้น เพื่อที่จะไปพร้อมๆกับทีมงานทุกคน สุดท้ายเราก็บอกให้เขาทำงานร่วมกันเป็นเพื่อนกันไป เพราะว่าเนื้อหาบางอย่างที่ไม่ใช่จีนก็มี ที่เหลือที่ไม่รู้ภาษาจีนก็ทำส่วนนั้นไป แต่เราก็คงความสมดุลตรงนั้นได้ไม่นาน ทีมงานจึงลาออกไป 2 คน (ขวัญชนกและประพัฒน์)” (นายกิตติ จินศิริวานิชย์, สัมภาษณ์, 25 กันยายน 2549)

2.) การขายโฆษณา

การขายโฆษณาของนิตยสารต้าเจี๋ยห่าว นับเป็นปัญหาสำคัญที่มีผลต่อการทำงานของนิตยสาร เนื่องจากนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวจำเป็นต้องพึ่งพารายได้หลักจากการขายโฆษณา มากกว่ารายได้จากยอดขายนิตยสาร

นางสาวเพ็ญภา ซึ่งเป็นผู้จัดการกองบรรณาธิการ กล่าวถึงปัญหาการขายโฆษณาในขั้นแรกว่า มาจากการที่ตัวนิตยสารมีรูปแบบไม่ชัดเจนในสายตาเอเจนซีและเจ้าของสินค้า กล่าวคือ นิตยสารต้าเจี๋ยห่าวไม่ใช่นิตยสารวัยรุ่นที่เน้นความบันเทิงเป็นหลัก แต่เป็นนิตยสารวัยรุ่นที่สอดแทรกสาระ ทำให้กลุ่มคนอ่านมีหลากหลายตั้งแต่กลุ่มวัยรุ่นไปจนถึงกลุ่มคนทำงาน

ดังนั้น เจ้าของสินค้าที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น ก็มองว่าการซื้อโฆษณาบนนิตยสารด้าเจียห่าว อาจไม่คุ้มค่าเท่ากับการไปซื้อโฆษณาในนิตยสารเล่มอื่นที่มีกลุ่มผู้อ่านเป็นวัยรุ่นอย่างชัดเจน และทำให้นิตยสารขายโฆษณาได้แค่ลักษณะเดือนต่อเดือน ซึ่งรายรับที่ได้จากการขายโฆษณารายเดือน 1 ตัวจะอยู่ที่ประมาณ 30,000-50,000 บาท ซึ่งเป็นเงินรายได้ไม่มากนักเมื่อเทียบกับการขายโฆษณาแบบผูกขาดรายปีที่จะมีรายได้ครั้งละประมาณ 100,000 บาท

นอกจากการขายโฆษณาแบบ direct ในข้างต้น เพ็ญภายังได้กล่าวถึงรูปแบบอื่นๆของโฆษณาในนิตยสารด้าเจียห่าว อาทิเช่น Ad-house อันได้แก่โฆษณาของสินค้าและผลิตภัณฑ์ในเครือผู้จัดการด้วยตนเอง ซึ่งเป็นโฆษณาที่ไม่มีค่าตอบแทน, Ad-barter หรือโฆษณาที่แลกเปลี่ยนกันระหว่างสื่อประเภทอื่นๆ เช่น การลงโฆษณาสถานีวิทยุในนิตยสารเพื่อแลกกับการที่สถานีวิทยุนั้นๆจะโฆษณานิตยสารในรายการให้ซึ่งเท่ากับว่าไม่มีค่าตอบแทนเป็นตัวเงินอย่างชัดเจน และ Advertorial คือ การโฆษณาแฝงหรือฝังลงไปในเรื่องหาคอลัมน์ที่นิตยสารนำเสนอ ซึ่ง Advertorial เป็นรูปแบบที่มักจะพบได้ในโฆษณาเครื่องสำอางในนิตยสารผู้หญิงหรือโฆษณารถยนต์ในนิตยสารผู้ชาย ซึ่งสามารถทำรายได้ให้กับหนังสือมากกว่าการขายโฆษณาในรูปแบบอื่นๆ แต่สำหรับนิตยสารด้าเจียห่าว ไม่นิยมการโฆษณาแบบ Advertorial มากนัก แต่จะเริ่มมีโฆษณารูปแบบนี้ในช่วงปลายยุคที่ 3 ซึ่งเป็นโฆษณาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและสายการบินเป็นส่วนใหญ่

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพประกอบที่ 14 ภาพและเนื้อหาของคอลัมน์หนึ่งในนิตยสารตำเจียวหัวฉบับที่ 4.3 ซึ่งมีลักษณะของการโฆษณาแบบ Advertorial หรือการโฆษณาที่ฝังในเนื้อหา โดยคอลัมน์ดังกล่าวจะเป็นการพาชิมแหล่งท่องเที่ยวในประเทศสิงคโปร์ โดยมีพนักงานต้อนรับของสายการบิน Air Asia เป็นผู้แนะนำในการเดินทาง

ในอีกด้านหนึ่ง คือ บรรณาธิการและผู้ก่อตั้ง ก็ต้องการให้โฆษณาในหนังสือ สามารถเชื่อมโยงกับเนื้อหาที่มีความเป็นจีนหรือกลุ่มสินค้าที่มีอัตลักษณ์ความเป็นจีน ซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายและอุดมการณ์หลักในการทำนิตยสาร และไม่ต้องการเน้นโฆษณาสินค้าที่มีภาพประกอบล่อแหลมต่อศีลธรรม เพราะหวังว่าจะสร้างผลกระทบต่อกลุ่มผู้อ่านที่เป็นเยาวชน ทำให้สินค้าหลายประเภทที่มีความต้องการจะลงโฆษณากลับไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริหารและบรรณาธิการ

3.) การกำหนดรูปแบบทางศิลปกรรม

รูปแบบทางศิลปกรรมของหนังสือนับเป็นสิ่งสำคัญ เพราะถือเป็นด่านแรกที่จะสามารถดึงความสนใจต่อกลุ่มผู้อ่านที่เป็นวัยรุ่นได้ ทำให้ในช่วงเริ่มต้นของยุคที่ 3 เจ้าหน้าที่ฝ่ายศิลปกรรมซึ่งมีอยู่เพียงคนเดียวต้องทำงานหนัก เพื่อหาจุดลงตัวและเอกลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับหนังสือ

นายสังกัสซึ่งรับหน้าที่เป็นเจ้าหน้าที่ศิลปกรรมและดูแลกระบวนการผลิตหนังสือตั้งแต่ต้นจนจบเล่าให้ฟังว่า ช่วงแรกเริ่มของยุคที่3นั้น เขาต้องเผชิญกับปัญหามากมายนับตั้งแต่ความ

เป็นมือใหม่ของทีมเขียน ที่เขียนต้นฉบับเยอะจนไม่ได้เผื่อเนื้อที่กระดาษไว้เข้าเล่ม การจัดวางหน้า สี่ การเลือกกระดาษ ไปจนถึงการแก้ไขด้านเทคนิคตัวอักษรที่มีถึง 3 ภาษาทั้งไทย จีน และอังกฤษ

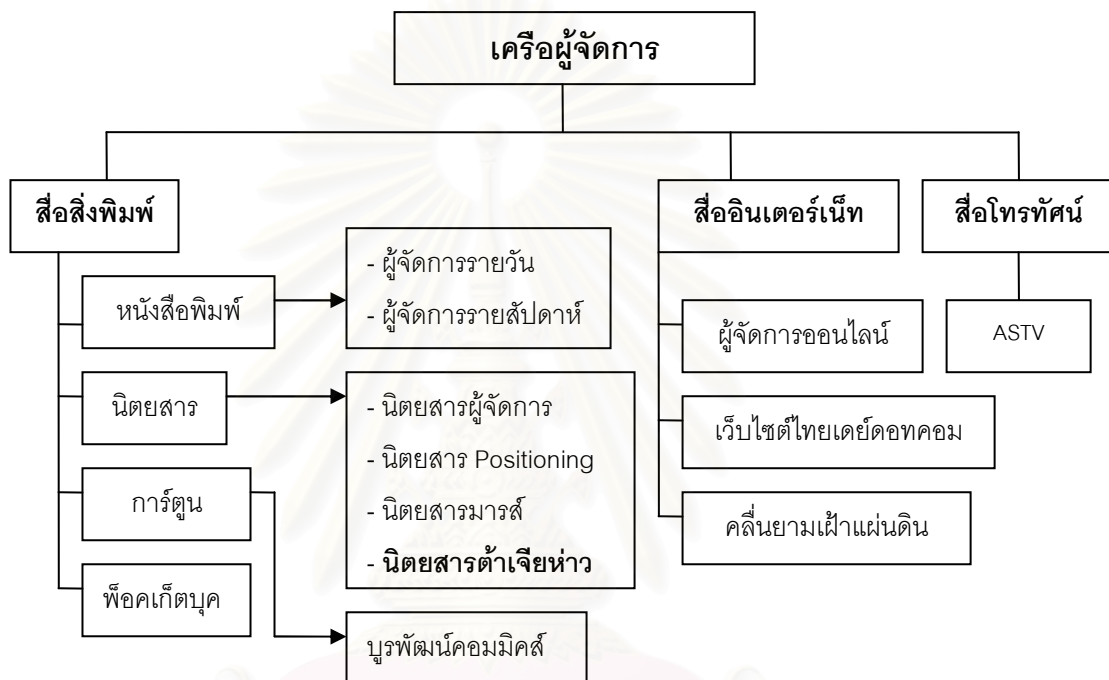
“ปกในยุคที่ 3 ช่วงแรก (3.1-3.10) เป็นกระดาษอาร์ตการ์ดที่ไม่ได้เคลือบมัน มันดูสวยแต่มีปัญหาเรื่องโทรมและสกปรกง่าย อมฝุ่นด้วย ต่อมาเราเลยต้องเปลี่ยนมาเคลือบปก กระดาษที่ใช้ภายในเล่มคือ กระดาษปอนด์ 80-90 แกรม เนื้อจะออกสีขาวอมฟ้าเพื่อให้อ่านสบายตา ต่อมาเราก็เปลี่ยนจากเย็บเล่มแบบมุงหลังคามาเป็นไสกาวเนื่องจากเหตุผลในการวางหน้าสี่ เพราะถ้าเย็บเล่มแบบมุงหลังคา การวางหน้าสี่มันจะยากมีเทคนิคว่าหน้าที่เป็นสี่จะต้องเป็นกระดาษที่อยู่ตรงข้ามกัน แต่ถ้าเข้าเล่มแบบไสกาวข้อจำกัดตรงนั้นก็จะหมดไปเราสามารถเลือกให้หน้าไหนเป็นสี่ก็ได้ แต่การเย็บแบบไสกาวมีความแข็งแรงน้อยกว่าและยังเสียพื้นที่ด้านที่ติดกาวไปจำนวนหนึ่ง เนื่องจากเราต้องตัดออกเพื่อเข้าเล่ม หรือเราเรียกว่าเข้าอก ถ้าลืมนเผื่อเนื้อที่ตรงนั้น เนื้อหาก็คะหายไป

ตั้งแต่เล่ม 4.1 เป็นต้นมา เราก็ปรับขนาดหนังสือเป็นเล่มยาว หรือที่เรียกว่า size letter จากที่ตอนแรกจะเป็นเล่มสั้น (8.5×9.5 นิ้ว) มันเกิดจากการที่เราเอากระดาษ size letter มาตัดส่วนหัวทิ้ง แล้วมันก็มีกระดาษเหลือเกินความจำเป็น กระดาษส่วนนั้นเราก็เอามาทำสมุดโน้ตไว้แจกสมาชิกบ้างแต่ตอนหลังมันเหลือเยอะก็เลยคิดว่าปรับขนาดให้เป็นปกที่ดีดีกว่า อีกเหตุผลที่ปรับขนาดมันมาจากเรื่องโฆษณาด้วย เพราะจะได้ไม่ต้องเสียเวลาปรับโฆษณาที่ได้มาให้เท่ากับขนาดหนังสือ เพราะกว่าเราจะได้โฆษณามากก็เกือบปิดเล่ม เราก็ไม่อยากเสียเวลามาแก้ตรงนั้นอีก

ในเรื่องของตัวอักษร เนื่องจากโปรแกรมจัดหน้าที่มีอยู่จะใช้ได้แค่ 2 ภาษาคือไทยกับอังกฤษ แต่หนังสือเรามีภาษาจีนด้วยก็เลยลำบากมากขึ้น ต้องใช้โปรแกรมพิเศษช่วย แต่ภาษาจีนที่เห็นไม่ใช่ font มันเป็นไฟล์ภาพที่เป็นคำๆ เวลาเราจะใช้ก็ต้องก๊อปปี้มาใส่ทีละคำ ถ้าคอลัมน์ไหนมีภาษาจีนเยอะก็ต้องใช้เวลาเพราะต้องใส่ทีละตัว ถ้าผิดก็ต้องเอาออก มันจะลำบากมากกว่าปกติ” (นายสังกาส นารักษ์, สัมภาษณ์, 14 กันยายน 2549)

4.) โครงสร้างองค์กรของสื่อในเครือผู้จัดการ

นอกจากปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นโดยตรงจากการทำงานของนิตยสารแล้ว นิตยสาร ต่ำเจียห่าวยังต้องประสบกับปัญหาที่เกิดจากปัจจัยภายนอก ซึ่งเป็นผลกระทบจากลักษณะของ โครงสร้างองค์กรแม่ที่นั่นคือ เครือผู้จัดการ ที่เป็นองค์กรธุรกิจสื่อขนาดใหญ่และมีสื่อหลาย ประเภทอยู่ภายใต้การควบคุมดูแล ดังแสดงในแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 2 แผนผังแสดงโครงสร้างสื่อที่อยู่ในเครือผู้จัดการ

จากแผนภูมิจะเห็นได้ว่า เครือผู้จัดการมีธุรกิจสื่ออยู่ในมือหลายแขนง นับตั้งแต่สื่อ สิ่งพิมพ์ดั้งเดิมคือ หนังสือพิมพ์ผู้จัดการรายวัน ผู้จัดการรายสัปดาห์ นิตยสารผู้จัดการและ ขยายตัวไปยังสื่ออินเทอร์เน็ตอันได้แก่ ผู้จัดการออนไลน์ เว็บไซต์ไทยเดย์ดอทคอม และคลื่นยาม เฝ้าแผ่นดิน¹ ส่วนนิตยสารต่ำเจียหาวนั้น นับเป็นสื่อที่เพิ่งเข้ามาภายหลังโดยอยู่ภายใต้การดูแล ของนายจิตตนาถ ลิ่มทองกุล ซึ่งเป็นบุตรชายของนายสนธิ ลิ่มทองกุล ผู้ก่อตั้งและผู้บริหาร ระดับสูงของเครือผู้จัดการ เช่นเดียวกับนิตยสารมาร์สและนิตยสารPositioning

¹ คลื่นยามเฝ้าแผ่นดินจะอยู่ในรูปแบบอินเทอร์เน็ตเอชทีพีทีพีที่ผู้เข้าชมเว็บไซต์สามารถดาวน์โหลดภาพและเสียงของรายการมาฟังได้ด้วยตัวเอง

ด้วยปัจจัยที่บริษัทแม่มีสื่อภายใต้การดูแลมากมายเช่นนี้ จึงส่งผลกระทบต่อนิตยสารต้าเจียห่าว เนื่องจากผู้บริหารองค์กรจะต้องกระจายและจัดสรรทรัพยากรเงินทุนไปยังสื่ออื่นๆ โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์และโทรทัศน์ที่มีจำนวนคนทำงานมากกว่าและเป็นธุรกิจหลักที่สร้างผลกำไรให้กับองค์กร ยิ่งไปกว่านั้น ในช่วงปี 2548 เป็นต้นมา ผู้บริหารระดับสูงคือนายสนธิ ได้เข้ามา มีบทบาททางการเมืองเพื่อต่อต้านการทำงานของรัฐบาลในยุคนั้น โดยนำสื่อของตัวเองมาใช้เป็นช่องทางในการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองดังกล่าว งบประมาณส่วนใหญ่จึงถูกดึงไปใช้ในกิจกรรมทางการเมืองมากขึ้นและจัดสรรให้กับสื่อในองค์กรน้อยลง

จากปัญหาทั้งหมดที่กล่าวมาในข้างต้น ได้ส่งผลกระทบต่อนิตยสารต้าเจียห่าวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อเข้าสู่ปี 2549 เนื่องด้วยยอดจำหน่ายทั่วประเทศที่มีจำนวนลดลง ส่งผลให้เจ้าของธุรกิจและเจ้าของสินค้ามีความสนใจที่จะซื้อโฆษณาในนิตยสารก็ลดจำนวนลง ประกอบกับเงินทุนสนับสนุนจากบริษัทแม่ก็ถูกดึงไปใช้ในกิจกรรมทางการเมืองเป็นส่วนใหญ่ ทำให้นิตยสารต้าเจียห่าวต้องปรับรูปแบบของหนังสือใหม่ โดยการยกเลิกเนื้อหาในหมวดอาจารย์หลายสำนักทั้งหมดเพราะไม่มีงบประมาณในการจ้างหรือซื้องานเขียนจากนักเขียนอาวุโสที่เคยเขียนบทความมาให้ อีกทั้งยังได้ปรับเปลี่ยนรูปแบบของกระดาษในหนังสือมาใช้กระดาษรีไซเคิลซึ่งนิยมใช้ในหนังสือเพื่อเกิดคุณค่าเพราะมีราคาถูกกว่ากระดาษปอนด์ที่ใช้ในนิตยสารเพื่อประหยัดงบประมาณในการจัดทำ

แต่ถึงแม้ว่าคณะผู้จัดทำจะพยายามต่อสู้กับอุปสรรคทางการเงินและการบริหารเพียงใดก็ตาม ในที่สุดนิตยสารต้าเจียห่าวก็ต้องปิดตัวลงในเดือนพฤศจิกายน 49 โดยเล่มสุดท้ายคือเล่มที่ 44 และเป็นวาระที่หนังสือได้ผลิตมาครบ 3 ปีพอดี (เริ่มนับนิตยสารในยุคที่ 3 เป็นปีที่เริ่มผลิต)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. รูปแบบของอัตลักษณ์ที่นำเสนอในนิตยสารต้าเจียห่าว

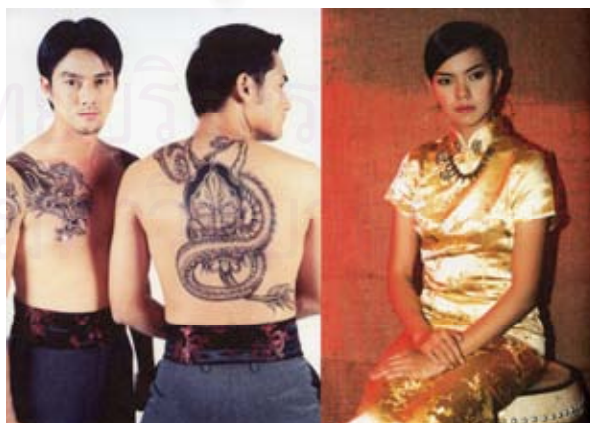
นิตยสารต้าเจียห่าวเป็นนิตยสารที่มีแนวคิดหลักในการนำเสนอเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจีน โดยความเป็นจีนที่แสดงออกมานั้นไม่ใช่จีนแบบดั้งเดิม แต่เป็นการผสมผสานระหว่างความเป็นจีนกับความเป็นไทยและความเป็นจีนกับความเป็นสากล อัตลักษณ์ที่สอดแทรกอยู่ในนิตยสารต้าเจียห่าวจึงเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนที่เป็นรูปแบบผสมผสานกับวัฒนธรรมไทยและสากล มีความร่วมสมัย โดยรูปแบบของอัตลักษณ์ที่นำเสนอ นั้นมีทั้งในแง่รูปลักษณะภายนอกที่มองเห็นได้อย่างชัดเจนและอัตลักษณ์ที่ซ่อนอยู่ภายในเนื้อหา

เพื่อศึกษารูปแบบของอัตลักษณ์ในนิตยสารต้าเจียห่าว ผู้วิจัยจึงจำแนกประเด็นในการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็นดังนี้

4.1 อัตลักษณ์ทางกายภาพและภาพประกอบของนิตยสาร ได้แก่

1.) ลักษณะหน้าตาและการแต่งกายที่บ่งบอกถึงชาติพันธุ์จีน

เป็นภาพบุคคลที่มีลักษณะทางชาติพันธุ์แบบชาวจีน คือ ผิวขาว ตาชั้นเดียว และแต่งกายด้วยชุดเสื้อผ้าแบบชาวจีนหรือผสมกันระหว่างเครื่องแต่งกายแบบจีนกับเครื่องแต่งกายสมัยใหม่



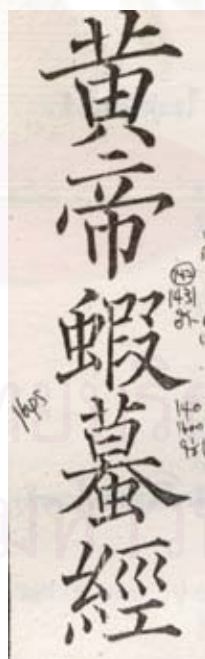


ภาพประกอบที่ 15 ลักษณะหน้าตาและการแต่งกายที่บ่งบอกถึงชาติพันธุ์จีน

2.) ภาษาและตัวอักษรจีน

นอกจากลักษณะหน้าตาที่บ่งบอกถึงชาติพันธุ์จีนแล้ว ภาษาและตัวอักษรจีนที่ปรากฏอยู่ในเนื้อหาของนิตยสารต้าเจียห่าว ก็เป็นอีกองค์ประกอบหนึ่งที่สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนได้ รูปแบบของภาษาที่นิตยสารต้าเจียห่าวนำมาใช้นั้นมีดังนี้

2.1 ภาษาและตัวอักษรจีนกลางและแต้จิ๋ว



ภาพประกอบที่ 16 ภาพตัวอักษรจีน

2.2 ตัวอักษรภาษาไทยที่มีรูปทรงเลียนแบบภาษาจีน



ภาพประกอบที่ 17 ภาพตัวอักษรภาษาไทยที่มีรูปทรงเลียนแบบภาษาจีน

3.) ภาพเขียนหรือศิลปะแบบจีน

ภาพเขียนในที่นี้ได้แก่ ภาพที่เขียนด้วยพู่กันจีน ภาพวาดลายเส้นที่มีลวดลายแบบจีน ภาพสัตว์ต่างๆในเทพนิยายจีนเช่น มังกร สิงห์ หรือภาพวาดที่มีเอกลักษณ์แบบศิลปะจีน เป็นต้น





ภาพประกอบที่ 18 ภาพเขียนศิลปะแบบจีน

4.2 อัตลักษณ์ในสารสนเทศที่น่าเสนอผ่านบทความและข้อเขียน

อัตลักษณ์ที่น่าเสนอผ่านบทความและข้อเขียนในนิตยสารต้าเจียห่าว จะแสดงออกในรูปแบบของบทสัมภาษณ์บุคคล บทความทั่วไป บทความพิเศษ หรือเนื้อหาในคอลัมน์ประจำของกลุ่มนักเขียนอาวุโส โดยผู้วิจัยสามารถแจกแจงออกเป็นประเด็นได้ดังต่อไปนี้

- 1.) รากเหง้าและบรรพบุรุษ
- 2.) ความเชื่อ ปรัชญาและศาสนาแบบจีน
- 3.) วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและการประกอบพิธีกรรมแบบจีน
- 4.) ค่านิยมแบบชาวจีน
- 5.) ศาสตร์ความรู้เฉพาะทางแบบจีน
- 6.) ความสัมพันธ์ ไทย-จีน หรือภายในชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีน

1.) รากเหง้าและบรรพบุรุษ

เนื้อหาที่มีการนำเสนออัตลักษณ์ผ่านบทความที่เป็นสารสนเทศในประเด็นเรื่องรากเหง้าและบรรพบุรุษ จะอยู่ในคอลัมน์“รากเหง้า” โดยสามารถวิเคราะห์เนื้อหาออกได้เป็น 3 ส่วนคือ

- ความเป็นมาของตัวตนในฐานะผู้สืบเชื้อสายจีน

อยู่ในส่วนที่ 1 อันได้แก่ แผนผังวงศ์ตระกูลตั้งแต่ปู่ย่า ตายาย พ่อแม่ จนมาถึงบุคคลดังกล่าวเพื่อบรรยายให้เห็นภาพโดยรวมว่ามีรูปแบบการสืบเชื้อสายจีนมาอย่างไร

- การนับถือบรรพบุรุษและสายใยของครอบครัวจีน

อยู่ในส่วนที่ 2 อันได้แก่ บทสัมภาษณ์ถึงความผูกพันกับคนในครอบครัว การเลี้ยงดูอบรมสั่งสอนจากบรรพบุรุษ

- ค่านิยมแบบจีนที่ถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง

อยู่ในส่วนที่ 3 อันได้แก่ บทสัมภาษณ์ถึงความคิด ทศนคติและแนวทางดำเนินชีวิต ที่ได้รับมาจากคนในครอบครัวจนหล่อหลอมความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นในปัจจุบัน

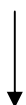
ตัวอย่างที่ 1 บทสัมภาษณ์นายอภิศร ศรียาสวิน คอลัมน์รากเหง้า หน้า 32 เล่มที่ 3.4

ส่วนที่ 1 แผนผังวงศ์ตระกูลตั้งแต่ปู่ย่า ตายาย พ่อแม่ จนมาถึงบุคคลดังกล่าวเพื่อบรรยายให้เห็นภาพโดยรวมว่ามีรูปแบบการสืบเชื้อสายจีนมาอย่างไร

ปู่- ชด ศรียาสวิน (ไทย 100%)+ ย่า- สมหมาย ศรียาสวิน (ไทย 100%) ตา- บุญมี จรรย์ศักดิ์พงษ์ (จีน 100%) + ยาย- พิณมัย แซ่เจี๋ย (จีน 100%)



พ่อ- วีรพงษ์ ศรียาสวิน (ไทย100%) +แม่- อมรรัตน์ (จีน 100%)



อภิศร ศรียาสวิน (จีน 50%)

ส่วนที่ 2 บทสัมภาษณ์ถึงความผูกพันกับคนในครอบครัว การเลี้ยงดู อบรมสั่งสอนจากบรรพบุรุษ

“ ในตอนเด็กๆ เด็กชายกำเเคยมีความรู้สึกตลอดมาว่าตัวเองเป็นเด็กมีปัญหา ครอบครัวไม่สมบูรณ์ พ่อแม่แยกทางกันตั้งแต่เขาอายุ 13 ปี มีคุณปู่กับคุณย่าเลี้ยงดู แต่เมื่อเวลาไหลผ่านความทรงจำอันหลากหลายเริ่มหลั่งออกมาให้เขาระลึกถึงมันว่าเต็มไปด้วยการห่วงหาอาทร การเอาใจใส่ ให้ความสำคัญกับเด็กชายกำเเป็นอย่างดี คุณปู่ที่สอนดนตรีจนเข้าซึมซับในจิตใจให้มีความอ่อนโยน คุณย่าที่ใจละเอียดจนทำให้ชีวิตเขามีระเบียบอย่างไม่รู้ตัว คุณพ่อที่พาเขาติดสอยห้อยตามไปทุกหนทุกแห่งเพื่อเปิดดวงตาแห่งจินตนาการและความรอบรู้ให้กว้างขึ้น **คุณตาและคุณยายที่ทำให้รู้จักการต่อสู้ ตั้รบนเพื่อการอยู่รอดด้วยความมานะ** แม่ที่มักจะไปรับในช่วงเสาร์อาทิตย์และช่วงปิดเทอมเพื่อให้ได้เข้ามารู้จักกับต้นปลายสายเลือดของเขา”

“ในสมัยเด็กๆนั้นกำเไม่รู้สึกรังเกียจในความเป็นจีนเพราะยุคนั้นคนจีนไม่ได้รับการยอมรับจากสังคมไทยนัก กำเเองก็รู้สึกว่าความแตกต่างของครอบครัวที่คุณพ่อเป็นไทยแท้กับฝั่งคุณแม่ที่เป็นจีนจ๋า ทำให้ครอบครัวของกำเไม่สมบูรณ์ เพราะความแตกต่างของทั้ง 2 ครอบครัวระหว่างอาชีพค้าขายเป็นนายตัวเองกับครอบครัวที่รับราชการเป็นลูกจ้างของรัฐ แม้ไม่มีการแสดงออกอย่างชัดเจนแต่มีอาการอึมครึมบางอย่างที่ปกคลุมทั้งคุณพ่อและคุณแม่ของกำเซึ่งต้องอยู่ระหว่างความขัดแย้งนั้น ทำให้กำเคิดว่ารอยร้าวของความสัมพันธ์เกิดขึ้นจากจุดนี้”

“แต่เมื่อโตขึ้นความรู้สึกข้างต้นกลับจางหายไป คงเหลือไว้แต่ความรู้สึกนับถือในความขยัน ความเก่งของคนจีนที่ต่อสู้ และกำเรู้สึกว่ บทบาทของคนจีนในสังคมไทยปัจจุบันเปลี่ยนไป จากคนจีนที่เคยถูกเรียกขานว่าเป็น “จับกัง” ชนชั้นแรงงาน แต่ปัจจุบันเขาสามารถถีบตัวเองให้มีฐานะทั้งทางการเงินและทางสังคมได้ด้วยความมานะพยายาม ซึ่งเป็นความภูมิใจของกำเที่ตัวเองได้มีเลือดของนักสู้เหล่านี้อยู่ในตัว”

ส่วนที่ 3 บทสัมภาษณ์ถึงความคิด ทศนคติและแนวทางดำเนินชีวิต ที่ได้รับมาจากคนในครอบครัวจนหล่อหลอมความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นในปัจจุบัน

“กำเไม่เคยเชื่อมาก่อนว่าการที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวและเป็นคนทำงานศิลปะที่มีจิตใจละเอียดอ่อนจะเป็นกรรมพันธุ์กันได้ แต่เมื่อสืบค้นหาเรื่องราวในรากเหง้าของตัวเอง เขาพบว่าความรักในการท่องเที่ยววันนั้นเป็นการถ่ายทอดทางพันธุกรรมอย่างแน่นอน เพราะไม่ว่าจะเป็นคุณ

50%แต่ท่านก็ไม่ได้ปฏิบัติตามประเพณีเงินเช่นกัน แต่นั่นมองว่าลึกๆแล้ว ความเป็นเงินในตัวคุณ ย่ำนั่นแหละที่ทำให้เขาเป็นนรก พรชานิดงั้นเช่นทุกวันนี้”

“นกล่าว่าแม้คุณย่าจะมีเชื้อเงินอยู่ครั้งเดียว แต่ในความรู้สึกเขา คุณย่ามีความ เป็นเงินมาก ๆ เป็นคนที่รักครอบครัวจะทำอะไรก็ตามครอบครัวจะต้องมาเป็นอันดับหนึ่ง เสมอ ย่าเป็นผู้หญิงที่สู้งาน ทำงานได้หลากหลายอย่างเป็นผู้หญิงทำงานในยุคแรกๆเลย ก็ว่าได้ กิจการที่คุณย่าสร้างขึ้นมาก็เพื่อลูกหลานนั้นก็มีมากมาย ท่านทำโรงพยาบาลนตร์ ทำ โรงน้ำแข็ง ทำกิจการประกันภัย”

“สมัยเด็กๆ คุณย่าจะพานาไปยังที่ต่างๆ บางที่เขาก็ไม่ชอบเช่น ตลาดสดเพราะมีกลิ่น เหม็นและแฉะแฉะไม่น่าเดิน แต่นาก็ต้องไปกับคุณย่า เมื่อมองย้อนกลับไปเขารู้ว่าสิ่งเหล่านี้คือ กุศโลบายที่คุณย่าพยายามสอนอะไรบางอย่าง”

ส่วนที่3 บทสัมภาษณ์ถึงความคิด ทศนคติและแนวทางดำเนินชีวิต ที่ได้รับมา จากคนในครอบครัวจนหล่อหลอมความเป็นตัวตนของบุคคลนั้นในปัจจุบัน

“ผมมีครอบครัวที่แน่นและแข็งแรง ไม่มีเรื่องทุกข์ร้อนใจอะไรเลย ล้มยังงาก็ล้ม บนฟูกเพราะว่าคุณย่าทำไว้ให้ทั้งหมด เราเลยมีโอกาสพัฒนาจิตใจเราให้ดีขึ้นไปเรื่อยๆ แต่เรา ก็มองออกด้วยว่าเราเกิดมามีสิ่งเหล่านี้แล้ว ไม่ได้มีตลอดไป ต้องรู้จักรักษาเอาไว้ให้ได้ด้วย และ การรักษานี้มันยากกว่าการมีโดยกำเนิด คุณเกิดมาแล้วคุณมีตรงนี้ คุณจะรักษาอย่างไร ให้มันไปถึงลูกหลานคุณ ตรงนี้ที่ยาก ยิ่งเวลาผ่านไปสังคมยิ่งแก่งแย่งชิงดีกันมากขึ้น เรา จะทำอย่างไรให้ลูกหลานเราโตไปด้วยความมั่งคั่ง หมายถึงความมั่งคั่งทางจิตใจและ ความอบอุ่นนะครับ”

2.) ความเชื่อ ปรัชญาและศาสนาแบบจีน

เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ปรัชญาและศาสนาแบบจีนโบราณในนิตยสารต้าเจียหัวว โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในหมวดอาจารย์หลายสำนัก หรือชนเหล่าซือ โดยสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 ความเชื่อเรื่องหยิน-หยาง

ความเชื่อเรื่องหยินหยาง เป็นความเชื่อจากนักปราชญ์จีนโบราณ ที่พูดถึงพลังของขั้วตรงข้าม อาทิเช่น เลขคู่-เลขคี่, เพศชาย-เพศหญิง, ความร้อน-ความเย็น, ความแข็ง-ความอ่อน เป็นต้น คนจีนได้นำความเชื่อดังกล่าวเข้ามาอธิบายการกำเนิดของชีวิตมนุษย์ วิถีปฏิบัติในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงการดูแลสุขภาพ ที่มีความเชื่อมโยงกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดการรักษาสสมดุลระหว่างร่างกายและจิตใจภายในตัวเราเอง

ในปัจจุบัน ความรู้เรื่องหยินและหยางได้ขยายออกไปสู่สังคมในวงกว้าง มิใช่เชื่อถือกันแค่ในหมู่ชาวจีนเท่านั้น การแพทย์สายทางเลือกก็ได้นำความรู้เรื่องหยินและหยางไปประยุกต์ใช้และผสมผสานกับการแพทย์แผนปัจจุบัน การเรียนรู้เรื่องหยินและหยางยังเชื่อมโยงกับความเชื่อเรื่องรากเหง้าและที่มาของตัวตนในมนุษย์ทุกคนบนโลก

เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความรู้เรื่องหยินกับหยางในนิตยสารตำเจียวหัว เป็นเนื้อหาที่อยู่ในคอลัมน์ หยินหยาง เขียนโดยอาจารย์สายัณห์ เล็กอุทัย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และเชี่ยวชาญในด้านนี้ มุ่งเน้นเนื้อหาที่ให้ความรู้ตั้งแต่ที่มาและความเชื่อที่ก่อให้เกิดเป็นการศึกษาเรื่องหยินหยางตั้งแต่สมัยโบราณ ไปจนถึงการนำความรู้ดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ในการดูแลสุขภาพในชีวิตประจำวัน และเรียนรู้ความแตกต่างกันของเพศชายและเพศหญิง

ตัวอย่างที่ 1 คอลัมน์หยินหยาง, หน้า32-33 เล่มที่3.3

“คน มีต้นกำเนิดมาจากทะเล สภาพน้ำในครรภ์มารดาพัฒนาเติบโตจนแก่เฒ่ามุ่งสู่ภูเขา จนเป็นเขื่อน คำว่าเขื่อนก็คือ คน+ภูเขา ในตำราเรียนทั่วโลกไม่มีใครพูดถึงปรัชญาหยินหยาง ที่อธิบายถึงแนวคิดและการกำเนิดชีวิตและวิวัฒนาการของสัตว์สู่คนที่ผูกขาดสัมปทานความเชื่อของฝรั่งที่ชื่อ ท่าน ชาร์ล ดาร์วิน ที่บังเอิญบัญญัติวิวัฒนาการมนุษย์ว่าด้วยการอยู่รอดที่ผู้อ่อนแอ ย่อมตกเป็นเหยื่อของผู้ที่แข็งแรงกว่า สรุปลงเป็นกฎเกณฑ์ธรรมชาติ นับตั้งแต่นั้นมา คนรุ่นใหม่จึงเน้นแต่ความกำยำของร่างกายกล้ามเนื้อ แข่งขัน เอาจัดเอาเปรียบผู้ด้อยกว่าทางสังคม โปรโมทนโยบายกินเนื้อสัตว์และดื่มนม เพิ่มโปรตีน เสริมวิตามินเพื่อความได้เปรียบ ค้นหาเทคนิคการแข่งขันกีฬาทุกรูปแบบเพื่อสร้างดารา ยอดคน จนกลายเป็นวิถีค่านิยมของคนหนุ่มสาวทั่วโลกยุคปัจจุบัน ไม่มีใครเอ่ยถึงแนวชีวิตแบบหยิน หยางแบบสร้างสมดุลระหว่างกายและจิตใจ หรือระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม หรือส่งเสริมความเมตตาของผู้แข็งแรงต่อผู้อ่อนแอกว่า”

ตัวอย่างที่ 2 คอลัมน์หยินหยาง ตอน รู้เท่าทันสิว, หน้า60-61 เล่มที่3.5

“สิวปรากฏบนใบหน้าเพราะใบหน้าเป็นศูนย์รวมเส้นระบายพลังลมปราณสัมพันธ์กับอวัยวะภายใน เมื่อใดอวัยวะมีปัญหา ใบหน้าจะสะท้อนตั้งหน้าต่างหรือกระจก ที่ตรงข้ามกับนิ้วที่อึดแน่นหลบภายในส่วนลึกและมักเกิดส่วนล่างแสดงว่า หยางกว่า”

ตัวอย่างที่ 3 คอลัมน์หยินหยาง ตอน ทำไมผู้หญิงไม่มีหนวด, หน้า86-87 เล่มที่ 3.8

“ ผู้หญิงที่ไม่มีหนวดก็เพราะพลังเลือดของสตรีต้องปรับทุกเดือน จนไม่สามารถผลักดันให้สูงไปถึงริมฝีปากได้เหมือนผู้ชาย หากแต่จะแผ่กระจายออกขยายวงกว้างแค่ระดับทรวงอก เพราะพลังดินดันจากมดลูกด้านล่างไม่มีแรงดันอัดได้เพียงพอ ณ ที่ด้านมบนหน้าอกจึงคล้ายคลึงและสัมพันธ์กับความรู้สึกของลูกอันทะของผู้ชาย ความรู้สึกของเต้านมสตรีก็จะรู้สึกเหมือนกับการสัมผัสลูกอันทะของผู้ชาย เพราะทั้งสองคู่เป็นจุดศูนย์รวมความรู้สึกเมื่อถูกกระตุ้นทางเพศ”

2.2 ความเชื่อเรื่องศาสนา

ชาวจีนนับถือศาสนาพุทธ นิกายมหายานที่สืบทอดมาจากอินเดียโบราณ ซึ่งผสมผสานความเชื่อจากลัทธิต่างๆเช่น ลัทธิเต๋าและขงจื้อ รวมถึงความเชื่อแบบเซน ปรัชญาและความเชื่อดังกล่าวเป็นพื้นฐานที่สำคัญที่มีผลต่อความคิดและวิถีปฏิบัติของชาวจีน เป็นที่มาของพิธีกรรมต่างๆในปัจจุบัน

การนำเสนอแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อและศาสนาของชาวจีนในนิตยสารต้าเจียห่าว จึงเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ทำให้ผู้อ่านเรียนรู้ถึงรากและที่มาของคนจีนได้

ตัวอย่างที่ 1 คอลัมน์หยินหยาง ตอน มนุษย์ที่แท้แค่เดียวกัน, หน้า 46-47 เล่มที่3.1

“ถามคนจีนว่าเกิดมาทำไม ทุกคนจะตอบเป็นเสียงเดียวกันว่า ‘เกิดมาเพื่อบรรลุเป็นเซียน’ นี่คือนัยหมายที่แท้จริงของการเกิดมาเป็นมนุษย์ ปรัชญาแห่งพุทธศาสนาหมายานที่เป็นหนึ่งในหลักศาสนาของคนจีน ได้กล่าวถึงวงจรการเกิด แก่ เจ็บ ตาย กล่าวไว้อย่างน่าสนใจ

ว่า เราทุกคนที่เกิดเป็นคนมีชีวิตอยู่ในปัจจุบันล้วนแล้วแต่เคยเกิดเป็นมนุษย์แล้วในอดีตชาติ ครั้งแล้วครั้งเล่าจนนับไม่ถ้วน ฉะนั้นจึงไม่มีใครสักคนที่อ่านหนังสือเล่มนี้อยู่ ที่ไม่เคยเกิดมาหลายชาติก่อนและขณะนี้เราได้กลับชาติมาเกิดในรูปร่างใหม่เท่านั้น เหมือนโทรศัพท์มือถือเครื่องใหม่ แต่เบอร์ยังใช้ซิมเดิม ดังนั้นแนวคิดการทำหนังสือตำเจียวนี้ แท้จริงก็คือการเริ่มทบทวนความจำในอดีตชาติใช้จิตสำนึกว่าครั้งหนึ่งเราทุกคนต่างเคยเป็นญาติพี่น้องกัน แซ่เดียวกันมาก่อน”

ตัวอย่างที่ 2 คอลัมน์สารคดี ตอน พระถังซัมจั๋ง เดินล่าพงแสวงหาแก่นแท้, หน้า56-59 เล่มที่3.5

“พระถังซัมจั๋งหรือนักเดินทางเพื่อแสวงบุญชาวจีนท่านนี้ เป็นพระสงฆ์ที่คนจีนยกย่องมาก เพราะท่านได้สร้างคุณูปการให้กับวัฒนธรรมจีนไว้หลายประการ และเป็นชื่อที่ได้รับยกย่องอีกครั้งภายหลังจากเรื่องไซอิ๋วที่ปรากฏในภาพยนตร์จีน ในนิทานพื้นบ้านหรือเป็นเรื่องเล่าต่อกันมาจากรุ่นต่อรุ่น แต่เรื่องของพระถังซัมจั๋งก็มีอิทธิพลทำให้ชื่อของนักเดินทางผู้แสวงบุญท่านนี้ เป็นที่รู้จักของผู้คนในยุคสมัยถัดมา ไม่ว่าจะเป็นในด้านความเป็นอัจฉริยะบุคคล ความอดทน ทั้งยังเป็นผู้มีอุปการคุณยิ่งใหญ่ต่อพระพุทธศาสนานิกายมหายานอย่างหาที่สุดไม่ได้ และท่านก็ทำให้คำว่านักเดินทางอุบัติขึ้นตั้งแต่นั้น”

“ท่านเป็นตัวอย่างของคนที่มีศรัทธาและใฝ่รู้อย่างแท้จริง มิได้เกิดจากความต้องการลาภ ยศ สรรเสริญ แม้ต้องพานพบกับอุปสรรคนานับประการทั้งจากภัยธรรมชาติ กิเลสตัณหาที่เข้าหลอกล่อและจากน้ำมือมนุษย์ด้วยกัน อันอาจจะทำลายความตั้งใจที่จะนำพระไตรปิฎกและพุทธศาสนาเข้ามาเผยแพร่ในประเทศจีน จนกลายเป็นมรดกอันสำคัญของชาติจนถึงเวลาปัจจุบัน

2.3 ความเชื่อแบบจีนสำหรับชีวิตประจำวัน

นอกจากความเชื่อเรื่องศาสนาและหยินหยางแล้ว เนื้อหาที่สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในนิตยสารตำเจียวก็คือความเชื่อทั่วไปในการปฏิบัติตน ที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นความเชื่อที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ลักษณะดังกล่าวยังทำให้คนจีนเป็นที่จดจำ

เพราะเป็นชาติที่มีความเชื่อของตัวเองมากมาย ความเชื่อเหล่านี้บ้างก็ได้รับอิทธิพลมาจากศาสนาและลัทธิต่างๆ บ้างก็เป็นความเชื่อทั่วไปที่มาจากแนวคิดส่วนบุคคล ดังต่อไปนี้

ตัวอย่างที่ 1 คอลัมน์มองเงินด้วยตาเหยี, หน้า23 เล่มที่3.2

“อย่างเช่นเมืองจีน วันแต่งงานห้ามกินลูกสาส์ เพราะลูกสาส์ ภาษาจีนเรียกว่า ‘หลี่’ ไปพ้องกับคำว่า ‘หลี่ไค’ ที่แปลว่าจากกัน ซึ่งถือว่าไม่เป็นมงคล”

“ที่คนจีนไม่ซื้อพัดให้กันเพราะพัดใช้ได้เฉพาะในฤดูร้อนเท่านั้น และฤดูร้อนของจีนมีระยะเวลาสั้นมากการซื้อพัดให้หมายถึงการได้อยู่ด้วยกันในระยะเวลาอันสั้นหรือหมายถึงการพรากจากนั่นเอง”

ตัวอย่างที่ 2 คอลัมน์ชาวม ขนมเปี้ยะ, หน้า88-89 เล่มที่4.1

“การอยู่เดือนของคนจีนคล้ายกับคติการอยู่ไฟของไทย คือต้องการให้แม่ลูกอ่อนมีโอกาสพักผ่อนจากงานหนักและต้องการให้สตรีฟื้นฟูสุขภาพที่สมบูรณ์แข็งแรง เพื่อให้สามารถเลี้ยงดูบุตรได้

ในช่วงอยู่เดือน จีนเชื่อว่าแม่ลูกอ่อนควรรักษาความอบอุ่นของร่างกาย ไม่ควรโดนลม ไม่ควรอาบน้ำเย็น ไม่ควรสระผมและควรบำรุงร่างกาย

ในช่วงอยู่เดือน การที่จีนถือปฏิบัติให้สตรีพักผ่อนร่างกายให้อยู่นิ่งๆในห้องและให้ครอบครัวทำอาหารบำรุงให้รับประทานอย่างต่อเนื่องเป็นเดือน นอกจากเพื่อบำรุงสุขภาพผู้เป็นแม่แล้วยังนัยของการ ‘มีเกียรติ’ และ ‘ได้รับรางวัล’ จากการเลื่อนสถานะของผู้หญิงทั่วไปสู่สถานะความเป็นแม่ ยิ่งเป็นแม่ของลูกชายก็ยิ่งถูกให้ความสำคัญมากขึ้น เสมือนเป็นการสื่อความหมายให้มีลูกคนต่อไป เพราะชีวิตใหม่ที่เพิ่งคลอดมานี้จะคือแรงงานสำคัญของครอบครัวในวันข้างหน้า”

ตัวอย่างที่ 3 บทสัมภาษณ์ รศ.พรพรรณ จันทโรนานันท์, คอลัมน์สารคดี ตอน ของมงคล หน้า60 เล่มที่4.2

“ของมงคลแบบจีนจะแบ่งประเภทได้เป็น บุคคล สัตว์ สิ่งของและดอกไม้ ถ้าคนจะแบ่งเป็นเขียนต่างๆ นอกจากเขียนแล้ว ถ้าเปรียบเทียบกันระหว่างผู้ชายกับผู้หญิง ผู้ชายจะเป็นมงคลมากกว่าผู้หญิง คนจีนจะให้ความสำคัญกับผู้ชายมากกว่าผู้หญิงในการทำพิธีกรรมใหญ่ๆ ผู้หญิงจะไม่มีสิทธิ์เข้าร่วม เพราะฉะนั้นเราจะเห็นได้ว่า รูปศิริมงคลทั้งหลายจะเป็นรูปผู้ชายเสียส่วนใหญ่”

ถ้าเป็นสัตว์ จีนจะใช้สัตว์ที่มีเสียงร้องเป็นส่วนใหญ่ อย่างม้าซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความเร็วก็นำมาจากคำจีนที่พ้องกัน คือ หม่าซ่าง ซึ่งพ้องเสียงกันและมีความหมายว่าเร็ว เพราะฉะนั้นเวลามีคนป่วย ของขวัญที่จะให้บางทีต้องมีลักษณะเป็นคนควมม้า ซึ่งมีความหมายว่าขอให้หายเร็วๆ”

สำหรับสิ่งของ ส่วนใหญ่จะใช้เสียงพ้องในการเลือกมาเป็นของมงคลเช่นกัน อย่างแจกัน ในภาษาจีนจะเรียกว่า ผิง ซึ่งพ้องกับคำว่า ผิงอัน ที่มีความหมายว่าอยู่เย็นเป็นสุข ทำให้คนจีนชอบแจกันมากๆ และต้องเป็นแจกันเปล่าด้วย”

3.) วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีและการประกอบพิธีกรรมแบบจีน

ผู้ผลิตนิตยสารต้าเจียห่าว ให้ความสำคัญกับเนื้อหาในส่วนที่กล่าวถึงวัฒนธรรมประเพณี และการประกอบพิธีกรรมแบบจีนเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการที่มีการสอดแทรกเนื้อหาดังกล่าวมาตั้งแต่ในยุคแรกที่ยังเป็นแผ่นพับ จนกระทั่งเข้าสู่ยุคที่ 3 เพราะวัฒนธรรมและประเพณีที่สืบทอดมาจากจีนนั้น เป็นสิ่งที่บอกถึงความเป็นตัวตน วิถีการดำรงชีวิต และความเชื่อ ที่ทำคนไทย เชื้อสายจีนตระหนักถึงอัตลักษณ์ของตนเองได้เป็นอย่างดี โดยเนื้อหาดังกล่าว ยังมีความหลากหลายและแยกย่อยออกไปได้หลายแง่มุม ดังนี้

3.1 วัฒนธรรมด้านภาษา

3.2 ประเพณีและการประกอบพิธีกรรม

3.3 วัฒนธรรมด้านดนตรีและศิลปะ

3.1 วัฒนธรรมด้านภาษาจีน

เนื้อหาของนิยายสารด้าเจียห่าวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมด้านภาษาจีนนั้น โดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องเล่าจากประสบการณ์ของบุคคลที่ได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับภาษาจีน นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นที่บุคคลเหล่านั้นเริ่มสนใจในภาษาจีน ประโยชน์ที่ได้รับจากการเรียนภาษาจีนและการนำภาษาจีนไปใช้ในชีวิตจริงเพื่อการประกอบอาชีพ เพื่อสื่อให้เห็นว่า ภาษาจีนเป็นภาษาที่มีความสำคัญสามารถเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมจีนด้านอื่นๆและเป็นภาษาที่ได้รับความนิยมอยู่ในปัจจุบัน

นอกจากนั้น เนื้อหาในอีกแง่มุมหนึ่งก็ต้องการนำเสนอว่า การเรียนภาษาจีนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ในเมืองไทยทั้งที่มีเชื้อสายจีนและไม่มีนั้น เป็นสิ่งที่ทำให้ผู้เรียนเข้าถึงรากเหง้าของความเป็นจีนได้ลึกซึ้งมากขึ้น หรือเป็นช่องทางสำคัญในกาศึกษาวัฒนธรรมจีนนั่นเอง

ตัวอย่างที่ 1 บทสัมภาษณ์นายชานนท ทองชัยประสิทธิ์, คอลัมนิสต์สารคดี ตอน เปิดชิง หน้า38 เล่มที่3.1

“ผมจำได้ว่าเมื่อก่อนปอนมีทัศนคติว่าเมืองจีนเป็นเมืองที่ไม่น่าอยู่ บ้านเมืองสกปรก คนจีนชอบพูดเสียงดัง แต่พอปอนได้มีโอกาสไปศึกษาต่อทางด้านทักษะการสอนและการเป็นครูอยู่ช่วงหนึ่ง และมีโอกาสไปลองสอนภาษาจีนที่โรงเรียนกวตวิซามิราเคิล ความรู้สึกไม่ดีที่เคยมีก็เปลี่ยนไป เขาเริ่มสนใจในวัฒนธรรมจีนมากขึ้นและเมื่อศึกษาถึกลงไปเรื่อยๆ เขาเริ่มหลงรักความเป็นจีนเข้าไปเต็มๆจนปอนโดนเพื่อนๆแซวว่าปอนเป็น ไชนิสซึม (Chinism).....เขาเล่าให้ฟังว่าเขาชอบดูวีดีโอละครชุดของจีนหลายเรื่องโดยเฉพาะเรื่องมังกรหยก เขาพูดถึงชื่อของอึ้งย้ง คิลปิน ชาวจีนที่เขาชื่นชอบคือ โจวเจียหลุน เขายังนำเพลงของคิลปินผู้ี้มาแปลและนำไปใช้ในการสอนภาษาจีนของเขาด้วย”

“การที่เขาตัดสินใจไปเรียนต่อที่เมืองจีนจึงเป็นเรื่องที่ดูยิ่งใหญ่สำหรับเขา สิ่งที่ปอนคิดว่าจะได้กลับมาจากการไปเมืองจีนคือมุมมองใหม่ๆในชีวิตและได้รู้จักวัฒนธรรมจีนแบบลงลึกถึงรากเลยทีเดียว”

ตัวอย่างที่ 2 บทสัมภาษณ์นางสาวดาริณี ศุภรสกุล, คอลัมน์ Some หมาย หน้า 37 เล่มที่ 3.7

“ในช่วงวัยเด็กแม่ที่บ้านจะเป็นคนจีน คุณพ่อเป็นจีน คุณแม่เป็นคนไทย แต่จริงๆแล้วไม่ค่อยได้ใช้ชีวิตแบบจีนๆอย่างที่บ้านถือปฏิบัติเท่าไร เพราะเวลาส่วนมากจะอยู่กับโรงเรียน ความเป็นจีนที่เราน่าจะสัมผัสได้คือการสั่งสอนของคนในครอบครัวเรื่องของพิธีกรรมต่างๆที่เราเองก็ปฏิบัติได้แต่ไม่ใส่ใจนัก เพราะเคยมีหน้าที่ปฏิบัติทำตามเท่านั้น และการเรียนภาษาจีนสำหรับเราในช่วงนั้นมันเป็นเรื่องที่เกเรตัว เพราะถือว่าเป็นเรื่องยากและน่าเบื่อ ยิ่งถูกเคี่ยวเข็ญเราก็ต้อต้านและไม่เข้าใจว่าเราต้องเรียนเพราะอะไร”

“แต่เมื่อเรามีประสบการณ์จากการเรียนปริญญาตรีมาแล้วหนึ่งใบ ทำให้เราได้เห็นประโยชน์ของภาษาจีนมากขึ้นแล้วยังสอดคล้องไปกับยุคปัจจุบันอีกด้วย นอกจากนั้น ก่อนตัดสินใจเรียนภาษาจีน เราได้อ่านเจอเนื้อหาในหนังสือที่เกี่ยวกับความเป็นคลีนลูกที่ 5 ที่ไม่ใช่เป็นเพียงแค่คลีนลูกที่ 3 เท่านั้น”

“จากสิ่งที่เห็นในข้างต้นนี้ มันช่วยจุดประกายให้เรามองเห็นภาพความเป็นไปมากขึ้นจึงตัดสินใจไปเรียนภาษาจีน และการที่เลือกไปเรียนที่เชียงใหม่เพราะเป็นเมืองใหญ่ที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมและมีความเจริญในด้านต่างๆ ซึ่งมีความเป็นสากลเหมาะแก่การที่เราจะไปเรียนรู้ในหลายๆด้านของสังคม”

ตัวอย่างที่ 3 บทสัมภาษณ์นางสาวพรรัตน์ อริยโชติมา, คอลัมน์ Some หมาย, หน้า 7-8 เล่มที่ 2.3

“พรรัตน์ อริยโชติมาหรือนุ้ย เธอเป็นครูสอนภาษาจีนโรงเรียนกวดวิชามีราเคิลย่านสีลม จบจากเอกภาษาจีนที่คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหินทราลัย ประเทศไทย แล้วกลับมาสอนภาษาจีนที่เมืองไทย นอกจากเธอเป็นหลาวซือสาวไทยที่มีความรู้เรื่องจีนดีมาแล้ว เธอยังเป็นครูสอนเต้น สอนศิลปะการแสดงของจีนและที่น่าทึ่งกว่านั้นก็คือ เธอเคยเป็นนักปกป้องชุดเยาวชนทีมชาติไทยมาแล้ว และยังได้คุยถึงก้าวในวันนี้ของเธอแล้วมันอีกเต็ม ทำให้เราตั้งใจเรียนภาษาจีนขึ้นอีกเยอะทีเดียว เธอมีสโลแกนประจำตัวว่า ภาษาจีนง่ายนิดเดียว”

“ตอนเด็กๆเรียนที่โรงเรียนผยองซึ่งเป็นโรงเรียนจีน ทำให้ได้สัมผัสภาษาจีนอยู่ตลอด หลังจากนั้นเราก็เรียนรู้ภาษาจีนเพิ่มเติมมาเรื่อยๆจนมีโอกาสได้ไปเรียนที่เมืองจีน ก็เลือกเรียนอักษรศาสตร์ภาษาจีน ซึ่งมันตรงกับความต้องการของเราขณะนั้น ระหว่างเรียนก็พยายามเรียนรู้ศึกษาภาษาจีนและวัฒนธรรมจีนต่างๆให้ถ่องแท้มากขึ้น มีการเรียนมวยจีน กังฟู เรียนศิลปะการแสดงต่างๆที่เป็นของจีน”

3.2 วัฒนธรรมด้านดนตรีและศิลปะ

ดนตรีและศิลปะของจีน เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สะท้อนวัฒนธรรมและตัวตนของคนจีนได้เป็นอย่างดี ชาวจีนตั้งแต่โบราณกาลเป็นชาติที่มีรูปแบบทางดนตรีและศิลปะเฉพาะตัว เนื้อหาที่กล่าวถึงดนตรีและศิลปะของจีนจึงพบได้บ่อยๆในนิยายสารด้าเจียห่าว

ตัวอย่างที่ 1 คอลัมน์ชาชม ขนมเปี้ยะ ตอน ดนตรีจีน จิว พระคลังหน พิณกุ๊ฉิน, หน้า65 เล่มที่3.6

“เสื้อผ้าของจิววิจิตรงดงามและมีความหมายเฉพาะ ลองไปสังเกตดูโดยไม่ต้องถามใคร แค่อ่านสีเสื้อผ้าของตัวละครก็สนุกแล้วสำหรับคนเริ่มดูจิวครั้งแรกๆ ถ้ายังไม่รู้สึกสนุก ลองพิจารณาดูจังหวะการเคลื่อนไหวของร่างกาย โดยเฉพาะคนสนใจบัลเลต์ สนใจการรำรำ จะเห็นพลังและความอ่อนช้อยผสมผสานกันอย่างน่าทึ่ง การเคลื่อนไหวของจิว ของมวยจีน ของไท่เก๊ก และบัลเลต์ มีส่วนคล้ายจอง คล้ายคลึงและน่าจะใช้พื้นฐานบางส่วนคล้ายกันแม้แต่โมเดิร์นแดนซ์ก็มีส่วนคล้าย ดูการเยื้องย่างและการวางน้ำหนักเท้าของจิว บัลเลต์ มวยจีน การรำดาบจีน การเชิดสิงโต จะเห็นความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอย่างน่าทึ่ง”

“พิณ คือพิณรูปหยดน้ำ เป็นเครื่องดนตรีที่นิยมเล่นกันแพร่หลายในวงดนตรีตามชนบจีน เป็นเครื่องดนตรีประจำตัวของหวางจาวจินในประวัติศาสตร์ หวางจาวจินเป็นเพลงสมัยใหม่ที่ยังนิยมร้องกันมาไม่ต่ำกว่า 30 ปีแล้ว เล่าเรื่องราวเกี่ยวกับตัวเธอ”

“กุ๊ฉินเป็นพิณตัวเล็กมี 7 สายบรรเลงโดยวางพิณตามแนวนอน ดัดลักษณะคล้ายกุ๊เจิ้ง ทว่าพิณกุ๊ฉินมีน้ำหนักเสียงเบากว่า เสียงต่ำกว่าและเล่นยากกว่า พิณกุ๊ฉินเป็นเครื่องดนตรีที่เก่าแก่มาก มีหลักฐานบันทึกเกี่ยวกับพิณกุ๊ฉินไม่ต่ำกว่า 2,500ปี ด้านหลักฐานทางโบราณคดี มี

การขุดพบพิณกู่ฉินชนิด 10 สาย มีอายุ 2,400ปี ที่มณฑลหูเป่ย์ และมีการขุดพบกู่ฉินชนิด 7 สาย อายุกว่า 1,900 ปี ที่มณฑลหูหนาน”

ตัวอย่างที่ 2 คอลัมน์บ้านจีน, หน้า 90 เล่มที่3.7

“บ้านจีนนอกจากจะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวแล้วยังเป็นจุดศูนย์รวมจิตใจแบบจีน บ้านจีนแบบดั้งเดิมนั้นสะท้อนอิทธิพลของแต่ละท้องถิ่นได้เป็นอย่างดีที่สุด เป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า ดินแดนจีนนั้นกว้างใหญ่ไพศาล รวมภูมิประเทศแบบต่างๆ ทั้งภูเขา ที่ราบสูง ที่ราบลุ่มฯลฯ ชาวจีนที่ตั้งถิ่นฐาน ณ ดินแดนเหล่านี้ย่อมเป็นผู้สร้างสรรค์บ้านจีนเหล่านี้ให้ปรากฏเป็นผลงานสถาปัตยกรรมที่ควรค่าแก่การชม ชาวจีนนอกจากจะสร้างบ้านเหล่านี้บนแผ่นดินเกิดแล้ว ยังนำเอารูปแบบบ้านจีนไปสร้างบนแผ่นดินใหม่ที่บุกเบิก เมื่อสามารถตั้งตัวบนแผ่นดินนั้นๆได้อย่างมั่นคง”

3.3 ประเพณีและการประกอบพิธีกรรม

ชาวจีนเป็นชนชาติหนึ่งที่อยู่กันโดยทั่วไปว่า มีความยึดมั่นในประเพณีและวัฒนธรรมมาก ทั้งนี้เป็นเพราะประเทศจีนเป็นแหล่งรวมและจุดกำเนิดของอารยธรรมโบราณ ซึ่งยังแผ่อิทธิพลไปถึงประเทศต่างๆที่อยู่ใกล้เคียงรวมถึงประเทศไทยด้วย เพราะคนจีนภาคภูมิใจในความยิ่งใหญ่ของวัฒนธรรมและอารยธรรมของตนเอง นอกจากนั้นประเพณีและวัฒนธรรมจีนยังมีลักษณะพิเศษต่างจากชนชาติอื่นตรงที่มีการสืบทอดจากบรรพบุรุษมาสู่คนรุ่นหลังโดยไม่มี การขาดตอน จึงถือได้ว่าประเพณีและวัฒนธรรมเหล่านี้ เป็นกระบวนการสำคัญที่สร้างความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์ให้กับชาวจีนที่อยู่ในทุกส่วนของมุมโลกรวมทั้งชาวจีนในประเทศไทย

ในส่วนเนื้อหาของตำราเจียวท้าวที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและพิธีกรรมนั้น เป็นการให้ข้อมูลแบบเจาะลึกถึงประวัติความเป็นมาในพิธีกรรมต่างๆที่สืบทอดกันมายาวนานของชาวจีน หลักความเชื่อ ความหมาย เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย รวมไปถึงรูปแบบของการประกอบพิธีกรรมที่ถูกต้องตามหลักโบราณ เพื่อให้ความรู้แก่ผู้อ่าน

ตัวอย่างที่ 1 คอลัมน์ข่าววันพเนจร ตอน วันตรุษจีน, หน้า6 เล่มที่1

“วันตรุษจีนถือเป็นวันที่เริ่มต้นศักราชใหม่ที่ไม่ใช่แค่เปลี่ยนปฏิทินใหม่ะ แต่หมายถึงการเริ่มต้นชีวิตการทำงานเพาะปลูกเพื่อเลี้ยงชีพกันอีกครั้งทีเดียว หลังจากพ้นฤดูหนาวที่แห้งแล้งมา เพราะแต่ก่อนสังคมจีนเป็นสังคมเกษตรกรรม หลังจากรอคอยฤดูหนาวที่หนาวเหน็บเพื่อต้อนรับ “อรุณแรกแห่งฤดูใบไม้ผลิ” ก็ได้เวลาการวางแผนดินก่อนทำมาหากินกันต่อไป ช่วงเวลาที่ฤดูใบไม้ผลิผ่านไปก็สดชื่น มีความสุข ช่วงเวลาของเทศกาลตรุษจีนก็เริ่มขึ้นตอนนี้แหละ ทั้งสุขและสดชื่น”

ตัวอย่างที่ 2 บทสัมภาษณ์ อ.วิโรจน์ ตั้งวานิช, คอลัมน์ยกน้ำชา หน้า63-64 เล่มที่3.3

“ทุกประเทศในโลกนี้ ตั้งแต่โบราณเป็นต้นมา เทศกาลนักขัตฤกษ์ต่างๆขึ้นกับการเกษตรทั้งหมด ขึ้นกับการผลิตทั้งหมด อย่างของไทยเราลอยกระทงก็คือเก็บเกี่ยวเสร็จแล้วถึงจะลอยกระทงใช้ไหม คนจีนก็เก็บเกี่ยวเสร็จก่อนถึงจะมาตรุษจีน ทุกอย่างเกี่ยวกับฤดูกาลทั้งหมด แต่ตรุษจีนนี่คือขุนเทียนมาแล้ว เริ่มการผลิตได้ หรือเชิงเม็งก็คือหญ้าเขียวขจีจะได้ไปตะแซ(สำเนียงแต้จิ๋ว)งไปเหยียบเขียว ไม่ใช่ว่าถึงตรุษจีนแล้วหญ้าเขียวนะ หญ้าเขียวตอนเชิงเม็ง พอเชิงเม็งหญ้าเขียวแล้วก็ออกไปไหว้บรรพบุรุษได้ละ พอถึงเทศกาลกินบ๊ะจ่างบ๊อบ ร้อนทันทีเลย ถึงมีคำพูดว่า “ห่วยเจียห่วยจ่างห่วยอิมก่าบั้ง” ‘ไม่ถึงเดือน 5 กินบ๊ะจ่าง เสื่อนวมเก่าขาดไม่กลัววาง’ แปลว่ายังไม่ถึงตอนกินบ๊ะจ่างมีโอกาสหนาวได้ตลอด”

ตัวอย่างที่ 3 คอลัมน์จีนในไทย, หน้า16 เล่มที่ 4.1

ประเพณีกินผัก ภูเก็ต

“ตามข้อมูลที่ว่าภูเก็ตได้ทำการศึกษากัน การกินผักเริ่มต้นครั้งแรกที่มณฑลกังไส ประเทศจีน ในครั้งนั้นมีเศรษฐีใจบุญคนหนึ่งปลูกบ้านหลังใหม่ขึ้นมา ตั้งใจว่าก่อนย้ายเข้าไปอยู่เขาจะทำบุญทำทานให้คนยากจนติดต่อกัน 100 วัน และเมื่อใกล้ครบกำหนดปรากฏว่า มีขอลานผู้หนึ่งป่วยด้วยโรคเรื้อนตามร่างกายมีน้ำเหลืองไหลเยิ้ม กลิ่นเหม็นคุ้ง ทั้งขอลานยังเอามือที่เปื้อนน้ำเหลืองป้ายตามผนังบ้านใหม่เสียมันแต่ท่านเศรษฐีก็ไม่ได้ว่าอะไรพอครบ 100 วัน เศรษฐีผู้ใจบุญได้เข้าไปอยู่ที่บ้านหลังใหม่ แทนที่ฝาผนังจะสกปรกเลอะคราบน้ำเหลือง แต่ที่เห็นกลับเป็น

ภาพที่งดงาม มีข้อความเขียนว่า อีไม่นานมณฑลกังไสจะประสบภัยธรรมชาติร้ายแรง จนถึงกับ
จมหายไปในมหาสมุทรเขียวนั้น (แท้จริงแล้วขอทานน้ำเหลืองอาบกาย นั่นคือเขียนผู้วิเศษปลอม
ตัวลงมาเพื่อช่วยเพื่อนมนุษย์ และด้วยเหตุที่ท่านเศรษฐีทำบุญไว้มาก เขียนผู้วิเศษจึงบอก
เหตุร้ายนี้ให้)

“บนฝาผนังยังบอกอีกว่า การที่ชาวมณฑลกังไสจะรอดพ้นจากภัยได้จะต้องถือศีลปฏิบัติ
กันเป็นเวลา 9 วัน 9 คืน ในทุกๆต้นเดือน 9 ของจีนทุกปี และชาวกังไสก็ปฏิบัติตามและรอดพ้น
มาได้ ประเพณีกินผักจึงแพร่หลายออกไปทั่วประเทศจีนและที่อื่นๆที่มีชาวจีนอาศัยอยู่”

“สำหรับประเพณีกินผักในจังหวัดภูเก็ตทั้งนักโบราณคดีและผู้สนใจได้ทำการค้นคว้าสรุป
ออกมาตรงกันว่า การถือศีลกินผักในจังหวัดภูเก็ตเริ่มครั้งแรกในราวปี 2368 พระยาถลาง(เจิม)
ได้ย้ายเมืองมาตั้งใหม่ที่บ้านเกิดโฮ้ เป็นแหล่งแร่อุดมสมบูรณ์ ผู้คนต่างหลั่งไหลไปขุดแร่กันมาก
และส่วนใหญ่เป็นคนจีนที่อพยพมาจากเมืองถลางเดิมและจากเมืองจีนโดยผ่านเข้ามาทางแหลม
มลายู ในปีนั้นได้มีคณะจิวเร่ชาวจีนคณะหนึ่งเข้ามาเปิดแสดงที่หมู่บ้านเกิดโฮ้ ปัจจุบันเป็น
หมู่บ้านหนึ่งในอำเภอกระทุ้ง คณะจิวได้เปิดทำการแสดงได้ระยะหนึ่งก็เกิดเจ็บป่วยทั้งคณะ คิดไป
คิดมาพบว่าชาวจิวได้ละเลยการถือศีลกินผักที่เคยปฏิบัติกันมาทำให้เทพเจ้าที่เคารพลงโทษ และ
เมื่อชาวจิวได้ถือศีลและกินผักกัน โรคภัยก็หายไป”

อีกด้านหนึ่ง จะเป็นเนื้อหาที่อยู่ในส่วนของบทสัมภาษณ์จากบุคคล ถึงความตระหนักรู้
และสำนึกในการยึดถือและสืบทอดประเพณี

ตัวอย่างที่ 1 บทสัมภาษณ์นายเกียรติวัฒน์ ศรีจันทร์วันเพ็ญ, คอลัมน์อยู่กับป่า หน้า25
เล่มที่3.3

“ พิธีกรรมส่วนใหญ่ป่าจะเป็นคนทำ เวลาเข้าตลาดไปซื้อเปิดไก่มาไหว้เจ้า อู๊ยกก็ไปช่วย
หิ้วทำให้พอรู้ว่าอะไรเป็นอะไรบ้าง แต่ประเพณีจีนที่บ้านอาจจะไม่ละเอียดเคร่งเหมือนบางบ้าน
อะไรที่ยังต้องมีอยู่ป่าก็จะทำตาม แต่บางครั้งอะไรที่มันเย็นเยื่อ ยืดยาวตัดได้ ป่าก็จะตัด บางที
พิธีการไหว้เจ้าที่มีขั้นตอนมาก ต้องเตรียมอะไรที่ไม่จำเป็นก็ไม่ยึดว่าต้องครบ อะไรไม่จำเป็นก็ตัด
ออก แต่ไม่ใช่ว่าไม่ไหว้ ไหว้ครบทุกเทศกาล อย่างเช่นรูปเทียนสมัยนี้ก็มีของปลอมมาใช้ไหว้
แทนแล้ว”

ตัวอย่างที่ 2 บทสัมภาษณ์เชียร์ ทิชัมพร ฤทธิธำภินันท์, คอลัมน์รากเหง้า หน้า49 เล่ม

ที่4.1

“เป็นอาหมวยอย่างเต็มตัวแต่ที่บ้านก็ไม่เคยสอนอะไรจริงๆให้อย่างจริงจัง ส่วนมากเชียร์จะซึมซับมาเองจากการทำพิธีกรรมต่างๆ ไหว้พระจันทร์ วันสารท ครบรอบวันตายบรรพบุรุษอย่างตระกูลจีนเอาส้มไปไหว้ผู้ใหญ่ ไปเอาอั่งเปา (เชียร์บอกเรื่องอั่งเปานี้สำคัญเลย) มีไหว้เซ็งเม้งที่บ้านหรือไปไหว้ศาลกวนอู เชียร์ก็เรียนรู้ขั้นตอนการไหว้มาเอง ตอนนี่เชียร์ก็นับถือเทพต่างๆอยู่ด้วย อย่างตอนนี้เชียร์นับถือเจ้าแม่กวนอิมก็จะไม่ทานเนื้อเลย เอาเนื้อเข้าบ้านไม่ได้ มีที่หนึ่งเพื่อนซื้อเนื้อมา แล้วจะเอาเข้าบ้าน เราก็บอกไม่ได้นะ แค่ว่าทำไม่ได้ นอกจากนั้นก็จะมีตุ๋นจืดๆที่เอี้ยที่อยู่ในบ้าน ก็จะกราบไหว้ทุกวัน เวลาไปไหนมาไหนก็จะยกมือไหว้ตลอด บางทีถ้าไปกับเพื่อน เพื่อนก็จะงง เอ๊ะแกไหว้อะไร ก็นี้ไงศาลเจ้า บางทีเพื่อนเขาไม่รู้ไงคะ แต่เรานับถือของเราและชอบด้วยคะ ไม่รู้เกี่ยวกับไหม แต่เชียร์บอกว่าการเลื่อมใสเจ้าแม่กวนอิม ส่วนหนึ่งมาจากเรื่องไสอิ้วที่เคยดูตอนเด็กๆ ก็เลยยิ่งชื่นชมและนับถือ”

4.) ค่านิยมแบบชาวจีน

เนื้อหาที่กล่าวถึงการยึดถือค่านิยมแบบชาวจีนในนิตยสารตำเจี้ยหัวนั้น สอดแทรกอยู่ในบทสัมภาษณ์ในคอลัมน์ต่างๆ โดยการยกเอาชีวิตของคนหนุ่มสาวไทยเชื้อสายจีน ทั้งที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในสังคมและเป็นบุคคลธรรมดามาแล้วสู่กันฟัง มุ่งประเด็นไปที่หลักการปฏิบัติตนในชีวิตแนวคิด ทศนคติที่ได้รับอิทธิพลจากการอบรมสั่งสอนของครอบครัวไทยเชื้อสายจีน ที่เน้นด้านค่านิยม ซึ่งค่านิยมดังกล่าวจำแนกออกไปเป็น 3 ประเด็นใหญ่ๆคือ

4.1 ความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ

4.2 ความขยันหมั่นเพียรและความอดทนอดกลั้น

4.3 ความประหยัด มัธยัสถ์ อดออม

4.1 ความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ

ตัวอย่างที่ 1 บทสัมภาษณ์นางสาวรสพร จิระประณีต, คอลัมน์อยู่กับมา หน้า31 เล่มที่3.5

“ในวัยเยาว์ของเด็ก พ่อและแม่ต้องทำก๋วยเตี๋ยวจนปล่อยให้การเลี้ยงดูเธอเป็นหน้าที่ของอาผ่อ (เป็นภาษาฮกเกี้ยนที่ใช้เรียกย่าหรือยาย ความหมายเดียวกับคำว่าอาม่าในภาษาแต้จิ๋ว/ผู้วิจัย) ทุกครั้งที่นึกถึงอดีต ภาพที่ได้นั่งตักอาผ่อและการสนทนาของเด็กผู้หญิงขี้แย แม้จะเป็นเรื่องเล็กๆน้อยๆสมันนั้นแต่มันกลับยิ่งใหญ่ทุกครั้งเมื่อเธอนึกถึง

“เมื่อถึงเทศกาลเซ็งเม้งของทุกปี เด็กและครอบครัวจะไปไหว้อาผ่อและอากง โดยสุสานของบรรพบุรุษจะตั้งอยู่ที่จังหวัดสระบุรี นอกจากจะไปไหว้แล้ว เด็กก็ชอบตรงที่เป็นวันที่ครอบครัวอยู่กันพร้อมหน้า ญาติที่ไม่ได้เจอนานก็ได้เจอและได้ไปเห็นรูป เห็นความเปลี่ยนแปลงของสุสานนั้นทำให้ยังหวอนคิดถึงอาผ่อผู้ใจดีของเธอ”

“เมื่อกลางเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมาฉันเพิ่งครบ 15 ปีที่อาผ่อจากเด็กไป เด็กใช้ชีวิตไปกับความทรงจำระหว่างเธอและอาผ่อ แม้จะเป็นแค่อดีตแต่ทุกวันต่อจากนี้อาผ่อก็จะยังอยู่ใกล้ๆเด็ก ซึ่งในเทศกาลเซ็งเม้งปีนี้เด็กจะนำของโปรดที่อาผ่อชอบไปไหว้เช่นเคย เช่น หมูกรอบ น้ำส้ม อีกทั้งเด็กมักจะพกเพลงจีนไปเปิดให้อาผ่อและอากงฟังด้วย ก็เหมือนที่อาผ่อท่านดูแลเธออย่างดีในสมัยเด็กๆ นั่นจึงทำให้เธอก็ไม่เคยรู้สึกที่อาผ่อหายจากเธอไปไหน ท่านยังอยู่ใกล้ๆ มองดูอาผ่ออย่างเธอมีความสุขในสถานที่แห่งหนึ่งแห่งใดบนโลกใบนี้”

ตัวอย่างที่ 2 บทสัมภาษณ์นายรุ่งโรจน์ อุดมภักดิ์โพธิ์วัฒน์, คอลัมน์อยู่กับป้า หน้า41 เล่มที่3.9

“ตั้งแต่เด็กจนโต รุ่งเห็นภาพที่ป้าป้าลำบากเพื่อให้ครอบครัวสบายมาตลอด ป้าทำธุรกิจเกี่ยวกับเหล็ก เช่นการหล่อเหล็กที่ใช้สำหรับงานก่อสร้าง เป็นงานที่หนักพอสมควรแต่ถึงจะงานหนักขนาดไหน ป้าก็มีเวลาให้ครอบครัวไม่เคยขาด ทุกวันหยุดก็จะมีกรออกไปทานข้าวนอกบ้านกัน ตอนเช้าของทุกวันป้าต้องไปส่งลูกๆทั้งสามคนไปโรงเรียน ตอนนั้นไม่เคยรู้ว่านี่คือความอบอุ่นที่ควรจะมีให้กัน รู้เพียงอย่างเดียวว่าเป็นสิ่งที่ป้าทำให้พวกเราอย่างเต็มที่”

“วันนี้รุ่งได้ก้าวมาสู่ความสำเร็จในระดับที่ต้องการของเขาแล้ว แต่สิ่งที่เขาจะทำต่อไปนี้คือการหวนกลับไปหาครอบครัวอีกครั้ง นี่ไม่ใช่ไปเพื่อรับความอบอุ่นจากครอบครัวแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่เขาจะทำหน้าที่ให้ความอบอุ่นกับครอบครัวแทน มันคือสิ่งที่เขาได้เรียนรู้จากการที่ป่าได้ทำให้ ไปทำหน้าที่ดูแลครอบครัวอาจจะเหนื่อย แต่นี่คือสิ่งที่ป่าของเขาทำมาตลอด กับวันนี้เขากำลังเรียนรู้สิ่งเหล่านั้น และพร้อมที่จะทำหน้าที่ผู้นำครอบครัวอย่างเต็มที่”

4.2 ความขยันหมั่นเพียรและความอดทนอดกลั้น

ตัวอย่างที่ 1 ชีวประวัติของนายชิน โสภณพนิช, คอลัมน์รายงาน หน้า 100-101 เล่มที่

4.2

“ด้วยความที่ชินเป็นคนขยัน ทำให้ชินสามารถผ่านงานสาขาต่างๆมาได้ เป็นจับกังแบกหามก็หนักเอาเบาสู้ และบวกกับสติปัญญาแหลมคมจึงเป็นเสมือนที่คิดเงินดี คิดบัญชีเก่งอีกด้วย ทั้งนี้ชินมีความสำคัญอยู่ตลอดว่า เขาคือคนจนเขาจึงถ่อมตนอยู่ตลอดเวลา นี่เองที่เป็นพื้นฐานของคนที่ทำธุรกิจการค้าหรือคนจริงที่เริ่มจากเสื่อผืนหมอนใบ จนเป็นเจ้าของกิจการค้าไม้และกิจการอื่นๆได้ในเวลาต่อมา”

“จากช่วงอายุราวๆ 20 ปี และผ่านไปไม่น้อยกว่า 15 ปี ในที่สุดชินในวัยประมาณ 35 ปี สะสมเงินได้ในระดับแสนบาท สามารถร่วมทุนก่อตั้งกิจการธนาคารกรุงเทพได้ในปีพ.ศ. 2487”

“จนกระทั่งปี 2495 ชินได้เป็นกรรมการผู้จัดการใหญ่ของธนาคาร เขาได้แสดงฝีมืออย่างเต็มที่ และที่เด่นๆคือ ชินทำให้ธนาคารกรุงเทพเป็นธนาคารแรกๆที่เริ่มบุกเบิกสาขาในต่างประเทศ โดยสาขาแรกเปิดที่ฮ่องกง (2497) ต่อมาที่โตเกียว (2498) สิงคโปร์ ลอนดอน ตามลำดับ นับว่าการเปิดสาขาในต่างประเทศเป็นสิ่งที่คุ้มค่ากับธนาคารมาก”

ตัวอย่างที่ 2 ภาพการ์ตูนประกอบเรื่อง “ชีวิตดั่งนิยายของแซนดิวซ์ ศิริวัฒน์ วรเวทภูมิคุณ, คอลัมน์เชิงลึ้อ หน้า 76-79 เล่มที่ 3.7

“ชีวิตเป็นดั่งนิยาย ด.ช.ศิริวัฒน์ เกิดในครอบครัวที่สุขสบาย เขาเรียนมัธยมที่อัสสัมชัญ

ศรียาชา ต่อด้วยอัสสัมชัญพาณิชย์ ระหว่างนั้นมีโอกาสชิงทุน AFS ไปเป็นนักเรียนแลกเปลี่ยนที่อเมริกา 1 ปี แล้วกลับมาเรียนต่อจบจบ จากนั้นทำงานครั้งแรกที่องค์การสหประชาชาติ ในตำแหน่งเลขานุการผู้จัดการบุคคล”

“จุดมุ่งหมายการทำงานก็คือเก็บสะสมเงินไว้เรียนต่อต่างประเทศ จากนั้น 2 ปีต่อมา ศิริวัฒน์ก็ได้ไปเรียนสนใจด้วยทุนของตัวเองและจากพ่อบางส่วน เขากลับมาพร้อมกับปริญญาตรีสาขาบริหารธุรกิจการเงินจากมหาวิทยาลัยเท็กซัส สหรัฐฯ ก่อนจะกลับมาทุ่มทำงานที่บ้านเกิดอย่างเต็มตัว”

“อายุได้เพียง 25 ปี ศิริวัฒน์ถูกทาบทามให้รับตำแหน่งกรรมการผู้จัดการของบริษัทหลักทรัพย์เอเชีย เขาทำงานจนโด่งดังและร่ำรวย แวดวงเศรษฐกิจรู้จักดี ศิริวัฒน์ในฐานะเซียนหุ้นเขานำเงินที่สะสมไว้ลงทุนสร้างคอนโดมิเนียมเสร็จพร้อมขายในปี 2540 พอดี แต่ก็อย่างที่รู้กันในปีนั้น ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หลายล้มครืน ศิริวัฒน์ปรึกษากับภรรยาคุ้ทุกข์คุ้ยากของเขาวouldจะทำอย่างไรดี ภรรยาแนะนำให้ขายแซนดิวิชเพราะพอทำได้แต่เขากลับไม่เห็นด้วย”

“20 เมษายน 2540 เป็นวันที่เขาไม่มีทางเลือก ศิริวัฒน์นำแซนดิวิช 20 ห่อไปขายที่โรงพยาบาลกรุงเทพ ‘ผมไปขออนุญาตตั้งโต๊ะเล็กๆเพื่อขายแซนดิวิช คนผ่านไปผ่านมาเยอะแต่ไม่ค่อยมีใครสนใจ เริ่มขาย 8 โมงเช้า ขายหมดสองโมงครึ่งได้เงิน 500 บาท’ นั้นยังไม่ใช้กำไรแต่เขายังอดทนสู้ไป”

“หลังจากทำหีบห่อใหม่ ศิริวัฒน์ก็คิดขายพื้นที่ให้ลูกน้องได้กระจายขายด้วยเพื่อจะได้มีรายได้มาแบ่งกันมากขึ้น แต่ไม่ถนัดอย่างที่คิดสำหรับเศรษฐกิจที่ถดถอย ศิริวัฒน์ การคลั่งงกถองเดินเร็วขายเป็นสิ่งที่ไม่คุ้นเคยมาก่อน “อายุก็อายุ คนก็บ่นว่าแพงผมต้องคอบออธิบาย โดนเทศกิกไล่ด้วยลำบากมาก”

“จากนั้นเขาก็พัฒนาสินค้าแบบใหม่ๆขึ้นมาอีกเรื่อยๆ เป็นต้นว่า ปิด้าแซนดิวิช ใช้ขนมปังปิด้าที่ชาวเอเชียกลางนิยมแทนขนมปัง มีข้าวตังสูตรเด็ดๆและขนมปังเนยอบกรอบยี่ห้อศิริวัฒน์วางขายแล้วเช่นกัน ถ้าสุดเขารำว่าจะทำน้ำเต้าหู้และทุกอย่างต้องอยู่ในคอนเซ็ปท์ อร่อย สด สะอาด สไตส์ศิริวัฒน์”

“เขาบอกว่าคนรุ่นใหม่โชคดีเพราะเกิดมาในยุคที่สะดวกสบาย อยากฝากข้อคิดไว้ว่า ชีวิตจะสมหวังทุกอย่างตั้งแต่เกิดจนตายมันไม่มี แต่ไม่ใช่ทุกอย่างพังแล้วก็จบ ต้องดูว่าทำไมเราถึงพลาด แล้วเริ่มขึ้นใหม่ ขออย่าให้ท้อ อย่ายอมแพ้ ผมสอนลูกอย่างนี้เช่นกัน”

4.3 ความประหยัด มัธยัสถ์ อดออม

ตัวอย่างที่ 1 บทสัมภาษณ์นางสาวยุวลักษณ์ อภินาคคุณ, คอลัมน์ Some หมายถึง หน้า 26 เล่มที่3.2

“จ้อยได้รับการอบรมสั่งสอนจากคุณพ่อเสมอๆในเรื่องการใช้ชีวิต ท่านสอนถึงการใช้ชีวิตมาตั้งแต่เล็ก ท่านเก็บทุกบาททุกสตางค์ โดยเฉพาะเรื่องการตรงต่อเวลา ท่านบอกว่าการตรงต่อเวลาเป็นเรื่องสำคัญมาก ไม่ว่าจะเด็กกว่าหรือผู้ใหญ่กว่าเพราะมันทำให้เครดิตเราดี”

“ด้านคุณแม่ก็จะสอนเรื่องความประหยัด คุณแม่จะสอนเรื่องเงินมาก ไม่ใช่อยากได้อะไรก็ซื้อ ดูด้วยว่ามันมีความจำเป็นแค่ไหน อันไหนมีแล้วจะมีอีกทำไม คุณแม่จะสอนถึงความมัธยัสถ์ตรงนี้ สาเหตุก็มาจากประสบการณ์ในการดำเนินชีวิตของทั้งสองท่านที่เข้าใจในการต่อสู้และความยากลำบากมาก่อน จึงอยากให้ลูกได้ต่อสู้ด้วยตัวเอง ทำอะไรได้ด้วยตัวเองตั้งแต่เด็กๆ”

ตัวอย่างที่ 2 ภาพการ์ตูนประกอบเรื่อง “ต้องอดออม อดทน กว่าจะเป็นหมื่นป้า่นในวันนี้”, คอลัมน์เชิงลึ้อ หน้า78-81 เล่มที่3.6

“ชวนบอกว่า เขาเป็นคนประเภท ‘จ๊กแมวออกสาด’ หรือภาษากลางว่า ‘ดิ่งแมวออกจากเสื่อ’ เล็บแมวจะเกี่ยวติดเสื่อทำให้ดิ่งออกยากมาก เป็นสำนวนทางเหนือแปลว่าขี้เหนียว ไม่ได้ขี้เหนียวแบบงกนะ เราจะรู้จักคุณค่าของเงิน จะคิดนานๆก่อนยอมให้มันออกจากกระเป๋า นี่คือนิสัยที่เขาได้จากการค้าขาย”

“ปี2540 แม่ยื่นได้เสียชีวิตลงขณะมีอายุ 92 ปี สิ่งที่ยังคงอยู่คือคำสอนของแม่ แม่ไม่เคยสอนตรงๆว่าต้องทำอะไร เราได้คลุกคลีมาตั้งแต่เด็กก็ครุพักลักจำเอาเอง ที่ได้จากแม่ก็คือนิสัย อดทน อดออม รู้ค่าของเงิน ใช้ชีวิตแบบง่ายๆ เหล่านี้คือสิ่งที่เราภูมิใจ เขาเล่าถึงมรดกที่ได้มานอกเหนือจากฝีมือทำเหมมรสเด็ด”

5.) ศาสตร์ความรู้เฉพาะทางแบบจีน

นอกจากวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมที่สืบทอดกันมาจากอดีตแล้ว ชาวจีนยังมีศาสตร์ความรู้เฉพาะทางที่คิดค้นกันขึ้นมาตั้งแต่อดีต เช่น การดูดวงชะตา การดูโหงวเฮ้ง การแพทย์แผนจีน ฯลฯ ซึ่งนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวมีเนื้อหาในส่วนที่นำเสนอศาสตร์ความรู้ต่างๆ เหล่านี้ สอดแทรกอยู่ในหลายคอลัมน์ ดังนี้

ตัวอย่างที่ 1 คอลัมน์สารคดี ตอน หมั่งหมิง, หน้า 77-79 เล่มที่ 3.4

ประวัติความเป็นมาของศาสตร์การถอนขนบนใบหน้าหรือ หมั่งหมิง

“หมั่งหมิงอาจเรียกได้ว่าเป็นศาสตร์การถอนหน้า หรือการถอนขนหน้าแบบจีน เป็นเคล็ดลับหนึ่งที่ทำให้ใบหน้าเนียน ไร้ขน ช่วยให้เลือดลมบนใบหน้าไหลเวียนดีขึ้น อีกทั้งยังทำให้ใบหน้าได้ผลัดเซลล์ใหม่ หน้าใสแบบไม่ต้องพึ่งสารเคมีหรือแสงเลเซอร์

หากกล่าวถึงความเป็นมาของหมั่งหมิงนี้แล้ว เล่ากันว่าในสมัยก่อน การถอนหน้าเป็นกิจกรรมหนึ่งในประเพณีแต่งงานแบบจีน ซึ่งสมัยโบราณพ่อแม่ของทั้งสองฝ่ายจะเป็นผู้จัดการเลือกคู่ให้กับลูกของตัวเองหรือผ่านการแนะนำของพ่อแม่หรือแม่สื่อ โดยที่ฝ่ายชายและฝ่ายหญิงไม่รู้จักกันมาก่อนก็เรียกว่าคลุมถุงชน แต่รากความคิดของประเพณีนี้คือฝ่ายชายยังคงเป็นฝ่ายเลือก ฝ่ายหญิงเป็นผู้ถูกเลือก จึงนำไปสู่การที่ฝ่ายหญิงจะต้องจัดแจงแต่งปรุงเพื่อให้ถูกเลือกจากฝ่ายชาย อีกทั้งฝ่ายหญิงจะต้องเป็นผู้หาฤกษ์ยามในการถอนหน้านี้เองด้วย เมื่อฝ่ายหญิงมีใบหน้าเกลี้ยงเกลา สวยเนียน ก็จะทำให้ฝ่ายชายที่เพิ่งพบหน้าฝ่ายหญิงครั้งแรกในวันแต่งงานตกหลุมรักเธอทันที(บางคนถึงกับหนีเจ้าสาวในคืนแต่งงานก็มีให้ได้ยินได้ฟังบ้างเพราะไม่ถูกใจ) การถอนขนหน้าจึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงการเปลี่ยนสถานภาพของผู้หญิงจากหญิงสาวของพ่อแม่ไปสู่การเป็นภรรยาหรือสะใภ้ของอีกครอบครัวหนึ่ง พูดถึงที่สุดก็เป็นเพียงหนึ่งประเพณีย่อยๆ ในกระบวนการแต่งงานของจีนสมัยก่อนนั่นเอง”

ขั้นตอนการถอนหน้า

“ขั้นแรกก็คือผู้ถอนจะคาดผมของผู้ถูกถอนเก็บขึ้นทั้งหมด ไม่ให้ตกลงมาบังหน้าผากและใบหน้า แล้วเก็บไรผมด้วยก๊ีบหนีบผม เพื่อความสะดวกในการถอน จากนั้นจะเริ่มป้ายแป้งบน

ผิวหน้าให้ทั่ว จากนั้นผู้ถอนก็เริ่มนำด้ายมาทำเกลียว เมื่อจับปลายข้างหนึ่งไว้อีกข้างหนึ่งคล้องไว้ที่ฟันซี่ในแล้วแนบเกลียวด้ายลงบริเวณที่ต้องทำการถอนแล้วผู้ถอนจะเคลื่อนใบหน้าไปในทิศทางที่ต้องการรูดขนออก เกลียวด้ายจะกลิ้งไปที่บริเวณนั้นแล้วรูดดึงขนออกมา ช่วงนี้เองที่ทำให้ผู้ถูกถอนขนเริ่มรู้สึกเจ็บและหน้าชา เมื่อเริ่มซาก็จะเริ่มรู้สึกเจ็บน้อยลง”

ตัวอย่างที่ 2 คอลัมน์รายงาน ตอน ปฏิทินจีน, หน้า28-29 เล่มที่4.3

“ปฏิทินจีนเป็นแบบจันทรคติ 1 ปี มี 12 เดือน เดือนละ 29 หรือ 30 วัน ในแต่ละปีมีสัญลักษณ์เป็นสัตว์ต่างๆ 12 ชนิด ผลัดปีก็หมุนเวียนเปลี่ยนไป จนครบ 12 ปี 6 เดือนแรกของปีในเดือนที่เป็นเลขคี่ (1, 3, 5) จะมี 30 วัน เดือนที่เป็นเลขคู่ (2, 4, 6) จะมี 29 วัน แต่พอ 6 เดือนหลังจะกลับกัน คือเดือนเลขคี่(7, 9, 11) จะมี 29 วัน ส่วนเดือนเลขคู่ (8, 10, 12) จะมี 30 วัน เมื่อดำเนินแล้ว 1 ปีจะมีเพียง354 วัน ดังนั้นบางปีจึงมี 13 เดือนเป็นเดือนพิเศษ เพื่อทดแทนจำนวนกว่า 10 วันที่หายไป โดยทุก 3 ปีจะมีเดือนพิเศษ 1 ครั้ง

ปีปกติแต่ละปีจึงมีจำนวนวัน 353 วัน, 354วัน หรือ 355 วัน

ในปีพิเศษ มีจำนวนวัน 383วัน, 384วัน หรือ385วัน

ปฏิทินจีนคือตำราโหราศาสตร์ หมายความว่าปฏิทินจีนนั้นถือเป็นเครื่องมือสำคัญของโหราศาสตร์ นักโหราศาสตร์จีนใช้ปฏิทินจีนเป็นตำราในการดูฤกษ์ยาม การดำเนินชีวิตในแต่ละวันต้องอาศัยปฏิทินจีนทั้งสิ้น แหล่งผลิตปฏิทินจีนในปัจจุบันคือไต้หวันและฮ่องกง หลายคนกำลังแย้งในใจว่าเห็นปฏิทินจีนพิมพ์ภาษาไทยขายในบ้านเราเกลื่อนไป นั่นเป็นเพียงรูปแบบที่ประยุกต์มาจากของดั้งเดิมเท่านั้นเอง บ้านเรายังไม่พบนักโหราศาสตร์ทั้งจีน ทั้งไทยที่มีความสามารถขนาดนั้น”

6.) ความสัมพันธ์ไทย-จีน หรือภายในชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีน

ประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและจีน รวมไปถึงความสัมพันธ์ของคนไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทยที่อาศัยอยู่กันเป็นชุมชนกระจายไปทั่วประเทศไทยนั้น เป็นอีกประเด็นที่พบมากในนิตยสารต้าเจียห่าว ทั้งนี้ การเสนอเนื้อหาในแง่มุมดังกล่าว ทำให้ผู้อ่านสามารถรับรู้ถึงสายสัมพันธ์ของชาวจีนที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงกันอยู่ตลอดเวลา และระลึกถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวในชาติพันธุ์ที่มีความยิ่งใหญ่

ตัวอย่างที่ 1 เรื่องเล่าจากประสบการณ์ของนายสนธิ ลิ้มทองกุล, คอลัมน์จีนในใจ, หน้า 36-37 เล่มที่ 3.2

นายสนธิได้เล่าถึงประสบการณ์การไปเยือนประเทศจีนของตนเองเมื่อปี 2530 และได้มีโอกาสไปเยี่ยมชมหมีแพนด้าสัตว์ประจำชาติจีน เขาได้บริจาคเงินให้รัฐบาลจีนเป็นค่าเลี้ยงดูหมีแพนด้าและทำให้เขาได้ตระหนักถึงความสำคัญของแพนด้าในประเทศจีน ซึ่งเชื่อมโยงมาถึงการที่จีนยอมมอบหมีแพนด้าให้กับรัฐบาลไทย

“จีนถือว่าแพนด้าเป็นสมบัติประจำชาติ เมื่อเป็นสมบัติของชาติเขาแล้วเขาไม่ให้ใครง่าย ๆ หรือก ถ้าจำไม่ได้เขาเคยให้หมีแพนด้ากับ 2 ประเทศเท่านั้นเอง ที่ให้แบบที่เขาไม่ติดออก คือเขาใช้หมีแพนด้าในทางการเมืองด้วย ช่วงนั้นเป็นช่วงที่ประเทศจีนจะเริ่มมีความสัมพันธ์กับประเทศอเมริกา เขาก็เลยให้มาตัวหนึ่ง ไม่ได้ให้แบบฟรีๆนะ ให้ยืมแต่ยืมมาแค่ 10 ปี พอครบ 10 ปีก็ต่ออายุมาเรื่อยๆ เขาถือว่าเป็นสมบัติของชาติ เขาให้ใครไม่ได้แต่ให้ยืมได้ ที่อเมริกาก็อยู่ที่สวนสัตว์ซานดิเอโก หลังจากนั้นก็มีให้ญี่ปุ่นอีกเจ้าหนึ่ง เพราะว่ามีกรณีพิพาทไม่ตรีใหม่ ตอนนั้นประเทศจีนเริ่มเปิดประเทศ”

“แต่ว่าทางไทยได้พลเอกชวลิต ยงใจยุทธเป็นคนไปขอมา ที่ไทยมีหมีแพนด้ามาได้เพราะพลเอกชวลิต ท่านไปเมืองจีนเมื่อปีที่แล้ว(2545) มีคณะทหารไปโดยท่านเป็นหัวหน้าคณะแล้วท่านชวนผมไปด้วยท่านขอต่อหน้าประธานาธิบดี เจียงเจ๋อหมิน บอกว่าเราคบกันมาตั้งนานแล้วอยากได้หมีแพนด้าไปให้คนไทยดู ท่านเจียงเจ๋อหมินก็ดี ท่านบอกว่าเรื่องนี้เป็นเรื่องของการบริหารภายใน ต้องให้นายกรัฐมนตรีจู่หงจี้เป็นคนตัดสินใจ ปรากฏว่าในพวกทหารด้วยกันเขาจะช่วยประเทศไทย ท่านจางหวานเหนียนซึ่งเป็นเหมือนกับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงกลาโหมจีน ท่านแอบไปบอกท่านจู่หงจี้ว่าท่านเจียงเจ๋อหมินเห็นด้วย ทั้งๆที่ท่านเจียงเจ๋อหมินเพียงแค่พูดว่าให้ท่านจู่หงจี้ตัดสินใจ ท่านจู่หงจี้เลยบอกว่า ถ้าเจ้านายผมสั่งว่าเห็นด้วย ผมก็ต้องทำตาม นี่คือเบื้องหลังแท้จริงที่มา”

“ทางประเทศจีนเขามีวิธีการสื่อสารทางการเมืองหลายแบบ สมัยก่อนเขาเรียกว่าการทูตแบบปิงปอง สมัยเริ่มเปิดประเทศใหม่ๆเขามีการแข่งขันปิงปอง เขาเอาชาติที่ไม่เคยมีความสำคัญกับจีนมาเล่นปิงปอง นักปิงปองจีนเขาเรียกว่า Pingpong Diplomacy อันนี้กลายเป็น Panda Diplomacy แต่ปิงปองจัดง่าย แค่ไม่ปิงปองแล้วก็เล่น แต่แพนด้าเป็นสมบัติของชาติ จึงไม่ใช่

การทูตธรรมดา แต่เป็นสัญญาณหรือสัญลักษณ์ที่บอกให้ทุกคนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทย
รู้ว่า ประเทศจีนเขาแคร์ประเทศไทยมาก ตรงนี้เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุด”

ตัวอย่างที่ 2 คอลัมน์จีนในไทย เรื่อง สำเพ็งในอดีต, หน้า 37 เล่มที่4.6

“รู้ใหม่ว่าจริงๆแล้ว สำเพ็งในอดีตนั้นไม่ได้เรียกว่าสำเพ็งอย่างในปัจจุบัน หากแต่มีผู้
สันนิษฐานไว้ว่า สำเพ็งอาจจะมาจากคำว่า สามเพ็ง โดยนำชื่อวัดและหมู่บ้านเก่าก่อนที่รัชกาลที่
1 จะโปรดให้ย้ายมาอยู่ที่บริเวณนี้ เมื่อเรียกกันไปนานๆเข้าเลยเพี้ยนเป็นสำเพ็ง และชาวจีน
ตระกูลแรกๆที่เข้ามาอยู่ในบริเวณนี้เป็นต้นตระกูลใหญ่ๆ คือตระกูลไกรฤกษ์ อีกพวกหนึ่งก็ว่า สำ
เพ็งนั้นมาจากคำว่าสามแพรง เพราะเมื่อก่อนคงจะเป็นทางสามแพรงแล้วนี่ก็เป็นที่น่าลึก บางคน
เรียกสามแพรงไม่ถนัดก็เลยออกสำเนียงจีนว่า สำเพ็ง แต่ไม่ว่าสำเพ็งในอดีตจะเรียกอย่างไรก็
ตาม ในปัจจุบันนี้จะเห็นว่าสำเพ็งนั้นเป็นแหล่งชุมชนคนจีนและการค้าที่สำคัญแห่งหนึ่งก็ว่าได้”

ตัวอย่างที่ 3 บทสัมภาษณ์อาจารย์สุธิงค์ พงศ์ไพบูรณ์, คอลัมน์สารคดี ตอน เรื่องเงินใน
กระบี่ มีน้อยแต่มากในแดนใต้, หน้า67-69 เล่มที่4.6

“คนจีนที่เข้ามาในกระบี่ส่วนใหญ่จะเข้าไปในบทบาทนักธุรกิจจากเกาะปีนัง สิงคโปร์ที่ได้
อพยพเข้ามา ซึ่งคนเหล่านั้นจะใช้ทรัพยากรในพื้นที่โดยนำภูมิปัญญาและกึ่งองค์ความรู้เก่าเอามา
ประยุกต์ใช้ คนจีนอีกส่วนหนึ่งที่ทำธุรกิจเหมือนแร่ส่วนมากจะอาศัยอยู่ในภูเก็ต พังงา ระนอง มั่น
ต่างกันว่าฝั่งภูเก็ต กิจการทุกอย่างเป็นของคนจีนจริงๆ ไม่ว่าจะป็นนายเหมือง เจ้าของเหมือง
บริษัทเหมืองและกรรมกร ที่ต้องอาศัยแรงงานจีนในจำนวนมากเพราะว่านายทุนต้องการ จึง
จัดการนำคนจีนในประเทศจีนมาทำกิจการนี้โดยเฉพาะ

“ส่วนใหญ่คนจีนในกระบี่เป็นคนที่มีการปรับตัวเข้ากับวัฒนธรรมในท้องถิ่นสูง เพราะ
ค่อนข้างเป็นชุมชนที่ขยายตัวเรื่อยๆ เมื่อเข้ามาในพื้นที่ เพราะฉะนั้นก็จะอนุรักษ์วัฒนธรรมเก่าไว้
ซึ่งมันก็มีที่คนจีนเหล่านั้นมีการปรับตัวกลืนไปกับคนในพื้นที่”

5. การเรียนรู้อัตลักษณ์จีน-สยามในกลุ่มผู้อ่าน

เพื่อศึกษาการเรียนรู้อัตลักษณ์จีน-สยามในกลุ่มผู้อ่านนิตยสารต้าเจียห่าว ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ในการเก็บข้อมูล โดยการสุ่มเลือก (Purposive sampling) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 คน จากประชากรคือ ตารางฐานข้อมูลผู้บอกรับเป็นสมาชิกของนิตยสารต้าเจียห่าว ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าว สามารถจำแนกออกตามข้อมูลด้านต่างๆได้ดังนี้

5.1 ข้อมูลด้านสังคมประชากร (Demographic)

อายุ	จำนวน
ต่ำกว่า 20 ปี	4
ระหว่าง 20-35 ปี	15
35 ปีขึ้นไป	6

การศึกษา	จำนวน
ต่ำกว่าปริญญาตรี	4
ปริญญาตรี	17
ปริญญาโท	4

รายได้ต่อเดือน	จำนวน
ต่ำกว่า 5,000 บาท	7
5,000 – 15,000 บาท	9
15,000 บาท ขึ้นไป	9

อาชีพ	จำนวน
ธุรกิจส่วนตัว	6
พนักงานบริษัทเอกชน	8
ครูสอนภาษาจีน	2
นักแปล (ล่าม)	1
แม่บ้าน	2
กำลังศึกษาอยู่	6

5.2 ความสนใจและความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีน

เชื้อสายจีน	จำนวน
มีเชื้อสายจีน	23
ไม่มี	2

ความรู้และความสามารถในการใช้ภาษาจีน	จำนวน
มีความรู้ภาษาจีน	24
- ฟัง พูด อ่าน หรือเขียนได้เป็นอย่างดี	14
- ฟัง พูด อ่าน หรือเขียนได้บ้าง	10
ไม่มีความรู้ภาษาจีน	1

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้อ่านส่วนใหญ่ จะมีอายุอยู่ในช่วงวัยรุ่นและวัยทำงาน เกือบทั้งหมดมีเชื้อสายจีนและมีความรู้ด้านภาษาจีน ทั้งจากการศึกษาโดยตรง เช่น เรียนภาษาจีนเป็นวิชาเอกหรือวิชาโทในมหาวิทยาลัย เรียนพิเศษเพิ่มเติมจากโรงเรียนสอนภาษาจีน และใช้ภาษาจีนในชีวิตประจำวันอยู่สม่ำเสมอจากการพูดคุยกับคนในครอบครัว

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างเกือบทั้งหมดยังมีการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมจีนพอสมควร กล่าวคือ ยังรู้จักวันสำคัญตามประเพณีจีนและประกอบพิธีกรรมอยู่เสมอแต่ก็ไม่ได้เคร่งครัดตามธรรมเนียมโบราณ แต่ในกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 35 ปีนั้น จะประกอบพิธีกรรมตามครอบครัวโดยมีผู้สูงอายุในครอบครัวเป็นผู้เตรียมอุปกรณ์ต่างๆให้ มีเพียงไม่กี่คนที่มีความเข้าใจในพิธีกรรมอย่างลึกซึ้งและสามารถเตรียมอุปกรณ์ต่างๆในการประกอบพิธีได้ด้วยตนเอง

5.3 การเปิดรับเนื้อหาในนิตยสาร

ระยะเวลาการเป็นสมาชิกนิตยสาร	จำนวน
ต่ำกว่า 1 ปี	4
1-2 ปี	14
3 ปีขึ้นไป	7

ความถี่ในการอ่าน	จำนวน
ต่ำกว่า 12 เล่ม/ปี	3
12 เล่ม/ปี	22

5.4 เหตุผลในการเลือกอ่านนิตยสาร

- 1.) สนใจด้านภาษา ประเพณีและวัฒนธรรมจีน
- 2.) เสริมความรู้ด้านภาษาจีนที่กำลังศึกษาอยู่และการศึกษาต่อในประเทศจีน
- 3.) อ่านเพื่อความบันเทิงและผ่อนคลายความเครียด
- 4.) ชอบรูปแบบทางศิลปกรรมที่แปลกตา

5.5 เนื้อหาที่สนใจอ่านเป็นพิเศษ

- 1.) เนื้อหาที่ให้ความรู้ด้านประเพณีและวัฒนธรรม
- 2.) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการสอนคำศัพท์ภาษาจีน
- 3.) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและการศึกษาต่อในประเทศจีน
- 4.) เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับคอนเซ็ปต์ประจำเล่ม
- 5.) เนื้อหาที่น่าสนใจเรื่องราวของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ/ รากเหง้า
- 6.) เนื้อหาด้านบันเทิง

ในส่วนของการเปิดรับเนื้อหา นั้น จากการสัมภาษณ์พบว่าเหตุผลที่ผู้อ่านทุกกลุ่มอายุจะเลือกอ่านนิตยสารต้าเจียห่าวเพราะสนใจในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรมและภาษาจีน ที่นิตยสารนำเสนอโดยมองว่านิตยสารสามารถให้ความรู้ เกร็ดเล็กเกร็ดน้อย หรือข้อมูลในเชิงลึกที่ไม่เคยรู้มาก่อนเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีนได้เป็นอย่างดี และมองว่าหนังสือมีรูปเล่มที่แปลกตา ไม่เหมือนกับนิตยสารเล่มอื่นๆที่มีในท้องตลาด

นอกจากนั้นในกลุ่มตัวอย่างที่เคยเรียนภาษาจีน กำลังเรียนเรียนวิชาเอกภาษาจีน จบการศึกษาในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีน หรือประกอบอาชีพที่ต้องใช้ภาษาจีนจำนวน 11 คน ซึ่งมีอายุอยู่ในช่วง 21-30 ปี จะเลือกอ่านเพราะต้องการเรียนรู้คำศัพท์เพิ่มเติมจากการเรียนในห้องเรียนและมีข้อมูลในการไปศึกษาต่อที่ประเทศจีน โดยกลุ่มผู้อ่านกลุ่มนี้จะมองว่านิตยสารต้าเจียห่าวเป็นหนังสืออ่านเสริมความรู้ทางด้านภาษาจีนของตนเอง

ตัวอย่างเช่น นายณภัทร ตั้งเสริมมั่นคง อายุ 26 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะมนุษยศาสตร์ เอกภาษาจีนจากมหาวิทยาลัยบูรพา สืบเชื้อสายจีนยกถิ่นมาจากทางบิดาซึ่งอาศัยอยู่ที่จังหวัดนครราชสีมา ปัจจุบันประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนอยู่ที่จังหวัดชลบุรี และรับสอนพิเศษภาษาจีน นายณภัทร กล่าวว่ารู้จักนิตยสารต้าเจียห่าวมาตั้งแต่ยุคที่ 1 ซึ่งยังเป็นหนังสือทำมือจากการแนะนำของพี่สาวและสนใจอ่านเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันเพราะชอบเนื้อหาที่ให้มีการสอนคำศัพท์ภาษาจีนใหม่ๆ ซึ่งเขายังได้นำเนื้อหาเหล่านั้นไปประยุกต์ใช้ในการสอนหนังสืออีกด้วย

อีกตัวอย่างหนึ่งคือ นางสาวสุดปรารถนา แก่นแก้ว ซึ่งไม่มีเชื้อสายจีนแต่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะบริหาร เอกการจัดการ แต่ในสมัยเรียนได้ลงเรียนภาษาจีนเป็นภาษาที่ 3 ตามระเบียบของมหาวิทยาลัย สามารถใช้ภาษาจีนได้เป็นอย่างดีและปัจจุบันเป็นล่ามอยู่ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ก็เลือกที่จะอ่านนิตยสารต้าเจียห่าวเพราะสนใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับภาษาจีนและมีการสอนคำศัพท์ใหม่ๆอยู่เสมอ นางสาวสุดปรารถนา ยังสนใจอ่านในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและข่าวสารในประเทศจีนด้วยเพราะมองว่าเป็นการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และทางวัฒนธรรมโดยที่เธอไม่ต้องเดินทางไปประเทศจีนด้วยตนเอง

แต่ในกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไปจำนวน 4 คน กลับให้เหตุผลในการเลือกอ่านนิตยสารต้าเจียห่าวว่าเพื่อสร้างความเพลิดเพลินและผ่อนคลายความเครียด โดยกลุ่มตัวอย่าง 3 คนเป็นสตรีที่อยู่ในวัยเกษียณอายุ ได้แก่

- นางสาวสุรีย์ ทรงศิริเลิศ อายุ 54 ปี ประกอบอาชีพค้าขายอยู่กับบ้าน จบการศึกษาระดับระดับมัธยมต้น
- นางวัลยา เล็กสมบุญไชย อายุ 64 ปี อาชีพแม่บ้าน จบการศึกษาระดับประถม
- นางกัลยาณี พฤษวิวัฒน์ อายุ 51 ปี อาชีพแม่บ้าน จบการศึกษาระดับปริญญาโท

กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 คน มีลักษณะร่วมที่คล้ายคลึงกันคือ มีเวลาว่างในช่วงกลางวัน เนื่องจากไม่ได้ทำงานประจำ คอรัลมนที่เลือกอ่านจึงมักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับบันเทิง คอรัลมนที่พาไปท่องเที่ยวหรือชิมอาหารตามร้านต่างๆ ส่วนอีก 1 คน คือ นายไพฑูรย์ กาญจนบัตร อายุ 35 ปี ก็ทำธุรกิจส่วนตัวอยู่กับที่บ้าน มีเวลาว่างมากและเลือกอ่านเพราะต้องการความบันเทิงเช่นกัน

ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 35 ปี อีก 3 คน กลับเลือกที่จะอ่านเพราะต้องการสาระและความรู้จากตัวหนังสือมากกว่าความบันเทิง ซึ่งกลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปและมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 25,000 – 100,00 บาท

ตัวอย่างเช่น นางปราณี ปรีชานฤชิตกุล อายุ 38 ปี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว จบการศึกษาระดับปริญญาโทจากมหาวิทยาลัยเอแบค ให้เหตุผลในการเลือกอ่านว่า ตนเองสนใจภาษา ประเพณีและวัฒนธรรมจีนมาตั้งนานแล้วถึงขนาดชวนภรรยาศึกษาด้วยตนเองมาตลอด และเมื่อได้มาอ่านนิตยสารต้าเจียหัว ก็พบว่าสอดแทรกความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและภาษาจีน ทำให้ได้เรียนรู้ในสิ่งที่ไม่เคยรู้มาก่อน และได้ความรู้เพิ่มเติมมากขึ้น

5.6 การเรียนรู้อัตลักษณ์จีน

1.) ทักษะการมีต่อการสืบทอดประเพณีและวัฒนธรรมจีนของชาวไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบัน

เป็นสิ่งที่ดีที่ควรปลูกฝังและปฏิบัติกับสืบต่อไป	8	คน
คนยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการสืบทอดมากขึ้น	3	คน
คนยุคปัจจุบันให้ความสำคัญกับการสืบทอดน้อยลง	14	คน

2.) ความรู้เรื่องจีนภายหลังจากที่ได้่านนิตยสาร

คิดว่าได้รับความรู้เรื่องจีนเพิ่มขึ้น	21	คน
ไม่รู้สึกรู้ว่ามีความรู้เพิ่มขึ้น	4	คน

3.) ทักษะที่มีต่อความเป็นจีนของตนภายหลังจากการอ่านนิตยสาร

ภูมิใจในความเป็นจีนของตัวเองมากขึ้น	4	คน
ไม่รู้สึกรู้แตกต่างไปจากเดิม	21	คน

ในประเด็นเรื่องการสร้างให้เกิดการเรียนรู้อัตลักษณ์จีน-สยามของนิตยสารนั้น จากการสัมภาษณ์พบว่ามียุุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน ที่คิดว่าได้รับความรู้เรื่องจีนเพิ่มขึ้นภายหลังจากที่ได้่านนิตยสารต้าเจียห่าว โดยความรู้ที่ได้รับส่วนใหญ่เป็นเรื่องของวัฒนธรรม ประเพณี ภาษา ประวัติศาสตร์ ตลอดจนศาสตร์ความรู้และภูมิปัญญาที่คิดค้นโดยชาวจีน

ส่วนกลุ่มตัวอย่างอีก 4 คนที่เหลือ กลับไม่รู้สึกรู้ว่าตนเองได้รับความรู้เพิ่มขึ้น โดย 2 คนแรก คือนางสาวอนัญญา เลิศตระการสกุลและนางกัลยาณี พฤกษ์วิวัฒน์ ให้เหตุผลว่า ไม่รู้สึกรู้ว่าได้รับความรู้เพิ่มเพราะตัวเองมีความรู้ความเข้าใจในประเพณีและวัฒนธรรมจีนดีกว่าหรือเคยรับรู้ข้อมูลที่น่าเสนอในหนังสือมาก่อนแล้ว ส่วนอีก 2 คน คือ นางสาวสมิทธา แสงจินดาและนางสุรียะ ทรงศรีเลิศ ให้เหตุผลว่าไม่รู้สึกรู้ว่าได้รับความรู้เพิ่มเพราะอ่านนิตยสารเพื่อความบันเทิงเพียงอย่างเดียว

ในแง่ของทัศนคติภายหลังจากการอ่านหรือเปิดรับนิตยสารนั้น พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างเพียง 4 คน ที่รู้สึกรู้ว่าภายหลังจากการอ่านนิตยสารต้าเจียห่าว ทำให้เกิดความภาคภูมิใจในเชื้อชาติจีนเพิ่มมากขึ้น โดยทั้ง 4 คนมีอายุระหว่าง 15- 22 ปี มีเชื้อสายจีนและมีความรู้ภาษาจีน คอลัมน์ที่ทั้ง 4 คนชอบอ่านคือ คอลัมน์ที่เกี่ยวกับเรื่องรากเหง้าและบทสัมภาษณ์คนที่มีเชื้อสายจีน รวมไปถึงคอลัมน์เชิงลึ้อที่เป็นภาพการ์ตูนประกอบเรื่องราวของเจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน

นางสาวดารณี จิรประเสริฐวงศ์ อายุ 22 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะอักษรศาสตร์ วิชาเอกภาษาจีนจากมหาวิทยาลัยศิลปากร ปัจจุบันเป็นอาจารย์อยู่ที่โรงเรียนแห่งหนึ่ง ได้เล่าให้ฟังว่าครอบครัวได้ปลูกฝังทัศนคติเรื่องความยากลำบากในการใช้ชีวิตของบรรพบุรุษ การประหยัดและความขยันอดทนให้เธอมาตั้งแต่เด็กๆ ประกอบกับพ่อและแม่ก็ใช้ชีวิตแบบนั้นให้เห็น

เป็นตัวอย่าง ทำให้เธอมีความภูมิใจในเชื้อสายจีนของตนเองมากและเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้เธอเลือกเรียนวิชาเอกภาษาจีนด้วย และเมื่อเธอได้อ่านนิตยสารต้าเจียห่าว คอลัมน์ที่เธอสนใจก็มักจะเป็นคอลัมน์ที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอรากเหง้าของคนไทยเชื้อสายจีนทั้งที่เป็นบทสัมภาษณ์และเป็นสื่อบุคคล รวมไปถึงคอลัมน์เชิงลึ้อ ซึ่งทำให้ได้รับรู้ถึงความขยันและอดทนของคนไทยเชื้อสายจีนคนอื่นๆ ความภูมิใจในเชื้อสายจีนที่เธอมีอยู่จึงเพิ่มมากขึ้นจนตระหนักถึงรากเหง้าของตนเองและการสืบทอดประเพณี วัฒนธรรมมากขึ้นไปอีก

ส่วนนางสาวสุจินดา เตชุปกรณ์ อายุ 20 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 วิชาเอกเอเชียใต้ มีเชื้อสายจีนจากทั้งพ่อและแม่ เรียนภาษาจีนเพิ่มเติมมาตั้งแต่ชั้นมัธยมปลาย อ่านนิตยสารต้าเจียห่าวมาประมาณ 1 ปี กล่าวว่าเธอรู้สึกภูมิใจในความเป็นคนจีนของตัวเองเนื่องจากครอบครัวปลูกฝังเรื่องความขยันหมั่นเพียรให้ตั้งแต่เด็ก และรู้สึกได้เปรียบคนอื่นที่สามารถฟังภาษาจีนรู้เรื่องเวลาไปเดินในย่านเยาวราช สุจินดาอ่านนิตยสารต้าเจียห่าวเพราะมาถ่ายแบบปกให้หนังสือในเล่มที่ 2.3 และติดตามอ่านเรื่อยมา ซึ่งคอลัมน์ที่สนใจมักจะเกี่ยวข้องกับการแนะนำสถาบันการศึกษาด้านภาษากับคอลัมน์ที่ให้ข้อมูลด้านประเพณีและวัฒนธรรมของจีน โดยส่วนตัวแล้วเธอรู้สึกว่าเธอเป็นคนจีนมากกว่าคนไทยและคิดว่าการอ่านนิตยสารต้าเจียห่าวทำให้เธอมีความภูมิใจในเชื้อชาติจีนมากขึ้นเพราะทำให้ได้เรียนรู้เรื่องราวดีๆของคนไทยเชื้อสายจีนคนอื่นๆ และมองว่านิตยสารต้าเจียห่าวเป็นหนังสือที่ทำขึ้นมาเพื่อกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนแบบเธอ

นางสาวรัตนวรรณ มานะสารวิฒิ อายุ 15 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่โรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีเชื้อสายจีนฮ่อจากพ่อและแม่และสามารถพูดภาษาจีนกลางได้ เป็นสมาชิกนิตยสารมาประมาณ 3 ปี ชอบอ่านคอลัมน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและบทสัมภาษณ์เจ้าของธุรกิจที่มีเชื้อสายจีน เธอกล่าวว่าภูมิใจในเชื้อชาติจีนเพราะชาวจีนเป็นชาติที่ยิ่งใหญ่ เป็นแหล่งอารยธรรมและคนจีนเป็นคนที่มีความสามารถในการประดิษฐ์คิดค้น โดยก่อนหน้าที่จะอ่านนิตยสารนั้น เธอรู้สึกเฉยๆกับความเป็นจีนของตัวเอง ทั้งที่พ่อแม่มักจะเคี่ยวเข็ญให้เรียนภาษาจีนแต่เธอก็ไม่สนใจเท่าไรนัก แต่เมื่อได้มาอ่านนิตยสารและอ่านบทสัมภาษณ์ของนักศึกษาที่เรียนภาษาจีนหลายคน ก็เห็นว่าภาษาจีนเป็นภาษาที่สำคัญในปัจจุบันและอนาคต จึงทำให้เธออยากเรียนภาษาจีนเพิ่มเติม การอ่านนิตยสารยังทำให้เธอรู้สึกเป็นผู้ใหญ่มากขึ้น

คนสุดท้ายคือ นางสาวนฤมล ศรีวิลาส อายุ 16 ปี ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 5 มีเชื้อสายจีนแต่จี๊จากทางพ่อและแม่ สามารถเขียน ฟังและอ่านภาษาจีนกลางได้ เริ่มอ่านนิยายสารมาประมาณ 1 ปีและชอบอ่านคอลัมน์ที่มีบทสัมภาษณ์คนไทยเชื้อสายจีนที่มีชื่อเสียง เธอกล่าวว่าเมื่ออ่านความคิดเห็นจากบทสัมภาษณ์หลายๆครั้ง ก็พบว่าคนเหล่านั้นภูมิใจในตัวเองที่มีเชื้อสายจีน ตัวเธอก็เป็นคนหนึ่งที่มีเชื้อจีนก็รู้สึกดีไปด้วยและภูมิใจในเชื้อชาติจีนของตนเองมากขึ้น จากที่แต่เดิมเธอภูมิใจอยู่แล้วเพราะได้รับการชื่นชมจากคนรอบข้างที่เธอพูดภาษาจีนได้และมีผิวขาวกว่าคนอื่นๆ นฤมลยังมองว่าหนังสือเป็นสื่อกลางที่ดีที่ทำให้เธอระลึกถึงรากเหง้าและความเป็นมาของตัวเอง และทำให้เธอได้เรียนรู้วัฒนธรรมจีนเพิ่มมากขึ้น

สำหรับกลุ่มตัวอย่างอีก 21 คนที่ไม่รู้สึกว่านิยายสารมีส่วนเปลี่ยนแปลงทัศนคติเรื่องความเป็นจีนของตนเองนั้น มีสาเหตุหลายประการ เช่น ในกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุมากกว่า 35 ปีจะมองว่าตนเองมีความรู้และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและวัฒนธรรมคืออยู่แล้ว การอ่านนิยายสารทำให้มีความรู้ใหม่ๆเพิ่มขึ้นจริงแต่ไม่ได้ทำให้ตนเองรู้สึกถึงรากเหง้าของตนเองได้ หรือบางคนก็รู้สึกภูมิใจในความเป็นคนเชื้อสายจีนมาตั้งแต่ก่อนที่จะได้อ่านนิยายสาร

ตัวอย่างเช่น นางจินดา ตั้งมั่นอนันตกุล อายุ 45 ปี ปัจจุบันประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีเชื้อสายจีนจากพ่อและแม่ซึ่งเป็นคนฮ่องกง ทำให้เธอสามารถพูดภาษาจีนกวางตุ้งได้เป็นอย่างดีและได้นำความรู้ภาษาจีนของตนเองมาใช้ในการทำงาน นางจินดาภูมิใจที่เป็นคนไทยเชื้อสายจีนแต่เธอไม่คิดว่าการอ่านนิยายสารต่าเจี้ยห่าวทำให้เธอรู้สึกภูมิใจในความเป็นจีนมากขึ้น เพราะการที่หนังสือพยายามนำเสนอเรื่องราวที่ดีของบรรพบุรุษ ทั้งแนวคิดและคุณธรรมแบบจีนเพื่อกระตุ้นจิตสำนึกเรื่องรากเหง้าให้กับคนอ่าน เป็นการนำเสนอที่แคบและมีมิติเดียว เธอมองว่าแนวคิดและความเชื่อบางอย่างของคนจีนในอดีต ยังเป็นแนวคิดที่ล้าหลังและไม่เข้ากับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน แต่การเรียนรู้ความผิดพลาดของบรรพบุรุษในอดีตและนำมาปรับใช้ น่าจะเป็นสิ่งที่มีประโยชน์กับคนรุ่นหลังมากกว่า

อีกตัวอย่างหนึ่งคือ นางสาวรพีพร รัตนานุสร อายุ 23 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขานิติศาสตร์จากมหาวิทยาลัยเอแบค ปัจจุบันเป็นอาจารย์สอนพิเศษ มีเชื้อสายจีนจากพ่อและมีความรู้ภาษาจีนจากการเรียนมาโดยตรง รพีพรภูมิใจในความเป็นคนมีเชื้อสายจีนของตนเองเพราะคิดว่าทำให้ตัวเองโดดเด่น มีเอกลักษณ์ต่างจากคนอื่นๆ เหตุผลสำคัญที่ทำให้เธอเลือกอ่านต่าเจี้ยหาวก็เพราะความแปลกตาของหนังสือที่ไม่เหมือนกับนิยายสารวัยรุ่นเล่มอื่นๆในท้องตลาด คอลัมน์ที่อ่านส่วนใหญ่คือคอลัมน์ภาษาจีนปากจัด ที่นำคำตำหรือคำแสลงที่วัยรุ่น

ชอบใช้มาแปลเป็นภาษาจีนเพราะไม่ค่อยมีหนังสือเล่มอื่นทำ และยังสามารถนำประโยคต่างๆไปพูดคุยกับเพื่อนๆได้ เธอยังกล่าวว่า ที่ชอบอ่านเพราะหนังสือดู “แนว” ดี แต่หนังสือไม่ได้ทำให้เธอรู้สึกภูมิใจในความเป็นจีนของตนเองมากขึ้นกว่าเดิม



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง การนำเสนออัตลักษณ์จีน-สยามในนิตยสารต้าเจียห่าว ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึกคณะผู้จัดทำและผู้่านนิตยสารต้าเจียห่าว และนำผลการวิจัยจากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดมาประกอบกันเพื่อตอบปัญหานำวิจัยดังต่อไปนี้

1. นิตยสารต้าเจียห่าวมีพัฒนาการในด้านรูปแบบและเนื้อหาจากอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไรบ้าง
2. นิตยสารต้าเจียห่าวมีพัฒนาการด้านองค์การจากอดีตจนถึงปัจจุบันอย่างไร
3. นิตยสารต้าเจียห่าวมีกระบวนการสร้างเนื้อหาอย่างไรและปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียห่าว
4. นิตยสารต้าเจียห่าวก่อให้เกิดการเรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยหรือไม่ อย่างไร
5. รูปแบบและลักษณะของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่นำเสนอในนิตยสารต้าเจียห่าวเป็นเช่นไร

สรุปและอภิปรายผล

1. พัฒนาการทางด้านรูปแบบและเนื้อหาของนิตยสารต้าเจียห่าว

จากการศึกษาเปรียบเทียบเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียห่าวทั้ง 3 ยุค อันได้แก่ ยุคที่ 1 คือ ช่วงที่เป็นหนังสือทำมือหรือแผ่นพับชุมชน ยุคที่ 2 คือ ช่วงที่เป็นนิตยสารฉบับทดลองแทรกไปกับนิตยสารมาร์และยุคที่ 3 คือช่วงที่เป็นนิตยสารเล่มใหญ่ นั้น พบว่า รูปแบบและเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียห่าวมีความแตกต่างและพัฒนาไปตามประสบการณ์ของผู้ผลิต และปัจจัยด้านเงินทุนและรูปแบบทางธุรกิจ

ในยุคที่ 1 นั้นนายกิตติ จินศิริวานิชย์ ซึ่งเป็นผู้ริเริ่ม รับผิดชอบดูแลเนื้อหาและข้อมูลเกือบทั้งหมดรวมไปถึงการจัดจำหน่าย และมีจุดมุ่งหมายสำคัญในการผลิตก็เพื่อเป็นสื่อในชุมชน

ดังนั้น เนื้อหาส่วนใหญ่จึงเกี่ยวข้องกับหรือพูดถึงสิ่งที่เกิดขึ้นในเยาวราช ทั้งบทสัมภาษณ์และการแนะนำสถานที่ ประกอบกับการที่กิตติต้องการทำงานในเชิงคอนเซปท์¹ ทำให้หนังสือทั้ง 4 เล่มในยุคดี 1 นั้น มีการวางแก่นเรื่องประจำเล่มไว้อย่างชัดเจนและเชื่อมโยงกับเนื้อหาในคอลัมน์ซ้ำหมาพเนจร ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเนื้อหาในคอลัมน์นี้เป็นหัวใจสำคัญของหนังสือในยุคดี 1 ส่วนเนื้อหาอื่นๆนอกจากนั้นพบว่า ยังไม่มีการจัดวางคอลัมน์ที่แน่นอนนัก เนื้อหาที่มีความหลากหลายและไม่มีขอบเขตที่ชัดเจนแต่สามารถจำกัดความได้ว่าเป็นเรื่องราวของชุมชนชาวจีนในเมืองไทยและแนวคิดต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความเป็นจีน เพื่อให้ความรู้แก่ผู้อ่านตามมุมมองของคนที่เกิดและเติบโตในเยาวราช บางคอลัมน์ก็มาจากการหาข้อมูลของอาสาสมัครเยาวชนที่สนใจในการทำงานหนังสือและเข้ามาทำงานร่วมกับกิตติ เป็นเสมือนที่ฝึกงานของนักข่าวชุมชนเพื่อหาประสบการณ์ส่วนลักษณะทางกายภาพนั้น รูปเล่มของตำเจี๋ยห่าวในยุคดี 1 จะเน้นความแปลกใหม่ สะดุดตา โดยการทำเป็นแผ่นพับที่ไม่ได้เย็บเล่ม รูปเล่มเหมือนหนังสือพิมพ์แต่มีขนาดเล็กกว่าหนังสือพิมพ์ปกติ เน้นความเรียบง่าย โดยดูจากการเลือกใช้กระดาษและสีที่ไม่ฉูดฉาด นอกจากนี้ภาพปกก็ไม่ได้ใช้ภาพนายแบบ นางแบบชื่อดังหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง อาจกล่าวได้ว่า ตำเจี๋ยห่าวในยุคดี 1 เป็นเหมือนสื่อทดลอง มีการลองผิดลองถูกของผู้จัดทำ และต้องการตอบสนองอุดมการณ์การผลิตสื่อแบบทางเลือกมากกว่าที่จะมุ่งผลิตสื่อขึ้นมาเพื่อหาผลกำไร

เมื่อเข้าสู่ยุคดี 2 นิตยสารตำเจี๋ยห่าวมีการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ คือ มีการพิมพ์แบบ 4 สี และเพิ่มจำนวนหน้าและมีการวางคอลัมน์ต่างๆชัดเจนมากขึ้นเช่นเดียวกับนิตยสารเล่มใหญ่แต่ยังคงขนาดรูปเล่มที่เล็กและบางเนื่องจากต้องการให้เกิดความสะดวกเพราะต้องแทรกไว้ในนิตยสารมาร์ การพิมพ์แบบสี่สีรวมไปถึงการวางเลย์เอาต์ภายในเล่มและภาพประกอบที่ดูทันสมัยยังทำให้หนังสือดูสวยงามและน่าสนใจมากขึ้น ส่วนในด้านเนื้อหานั้น ได้มีการขยายคอนเซปท์จากประเด็นที่เน้นเรื่องราวในชุมชนเยาวราช ก็เพิ่มเนื้อหาที่มีความเป็นสากลและทันสมัยและพยายามดึงประเด็นเรื่องรากเหง้าและสำนึกในอัตลักษณ์จีนเข้ามานำเสนอมากขึ้น ทั้งนี้เป็นเพราะการเข้าเป็นบรรณาธิการร่วมของนายธนกร และเป็นผู้เสนอแนวคิดในการขยายคอนเซปท์และวางรูปแบบรูปเล่มให้ทันสมัย แต่สิ่งที่ยังคงเหมือนในยุคดี 1 คือการกำหนดคอนเซปท์และวางแก่นเรื่องให้เชื่อมโยงกับเนื้อหาในหนังสือ โดยในยุคดี 2 นี้ มีคอลัมน์สารคดีเป็นคอลัมน์ที่บรรจุเนื้อหาในส่วนที่เชื่อมโยงกับคอนเซปท์หรือแก่นประจำเล่มไว้ ตำเจี๋ยห่าวในยุคดี 2 จึงเป็นเสมือนรอยต่อที่สำคัญของนิตยสาร เพราะเป็นช่วงที่ทีมงานในยุคดีปัจจุบันเริ่มเข้ามารวมตัวกันจึงเป็น

¹ การทำงานเชิงคอนเซปท์คือ การตั้งแนวคิดหลักให้กับหนังสือแต่ละเล่ม และพยายามสร้างเนื้อหาภายในฉบับให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่น นิตยสารตำเจี๋ยห่าวเล่มที่ 4 (ยุคดี 1) มีคอนเซปท์ประจำเล่มเป็นเรื่อง “จ้าวเร” หน้าปกของหนังสือและเนื้อหาภายในก็จะมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราวดังกล่าว เป็นต้น

เหมือนเวทีให้ทีมงานได้ทดลองการทำงานหนังสือ ก่อนเข้าสู่การทำงานในเชิงธุรกิจอย่างแท้จริง และในยุคที่ 2 นี้ยังมีความเป็นอิสระในการสร้างเนื้อหามากที่สุดด้วย เนื่องจากไม่มีปัจจัยด้านระบบโฆษณาเข้ามาเกี่ยวข้อง

ในยุคที่ 3 มีความต่อเนื่องในการวางคอนเซ็ปต์หลักมาจากยุคที่ 2 คือ เน้นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับรากเหง้า อัตลักษณ์ของคนไทยเชื้อสายจีน ความสัมพันธ์ไทย-จีนและสากล และเน้นเรื่องราวที่เกี่ยวข้องประเพณีวัฒนธรรมของชาวจีนผนวกกับเพิ่มเนื้อหาในส่วนบันเทิงให้มากขึ้น เนื้อหาของนิตยสารตำเจี๋ยห่าวในยุคนี้จึงมีความหลากหลายและขยายพื้นที่การศึกษาเรื่องจีนออกไปมากกว่าทั้ง 2 ยุคที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อหาในหมวดอาจารย์หลายสำนัก (โซนห่าวซือ) ที่เต็มไปด้วยเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับประเพณี วัฒนธรรมและความเชื่อแบบจีนและเขียนโดยเหล่านักเขียนที่มีความรู้เรื่องจีน เนื้อหาในส่วนนี้จึงมีความเข้มข้นและดูจริงจังมากกว่าส่วนอื่นๆ และเป็นคอลัมน์ที่ไม่มีใน 2 ยุคแรก

นิตยสารตำเจี๋ยห่าวในยุคที่ 3 ยังเป็นยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวด้านเนื้อหาจากการสังเกตพบว่าในช่วงปีแรก นับตั้งแต่เล่มที่ 3.1-3.12 นั้น คอลัมน์ต่างๆในนิตยสารมีการปรับเปลี่ยน ตัดทอนหรือเพิ่มเข้ามาใหม่อยู่ตลอดเวลา และมีการแบ่งเนื้อหาออกเป็นหมวดต่างๆ หรือจัดโซน เพื่อควบคุมเนื้อหาให้เป็นหมวดหมู่ ซึ่งในปีต่อมาคือตั้งแต่เล่ม 4.2 เป็นต้นมา ทีมงานได้ยกเลิกการจัดหมวดหมู่เพื่อเป็นการไม่ตีกรอบให้กับเนื้อหาจนเกินไป ส่วนที่พัฒนาเพิ่มขึ้นนอกเหนือไปจากเนื้อหาก็คือรูปเล่ม ที่มีขนาดใหญ่ขึ้นตามรูปแบบมาตรฐานของนิตยสารทั่วไปในท้องตลาดและมีการเพิ่มจำนวนหน้า เลือกใช้สีที่มีความสดใส ทันสมัย จัดวางเลย์เอาท์และใช้ภาพประกอบที่แปลกตา ทั้งนี้เพราะต้องการดึงดูดกลุ่มผู้อ่านซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นให้หันมาสนใจมากขึ้น

นอกจากพัฒนาการของเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศของนิตยสารแล้ว ผู้วิจัยยังได้ศึกษาพัฒนาการของเนื้อหาที่เป็นโฆษณาของนิตยสารตำเจี๋ยห่าว โดยแบ่งออกเป็น 3 ยุคเช่นเดียวกับการศึกษาพัฒนาการของเนื้อหาที่เป็นสารสนเทศ พบว่าโฆษณาของนิตยสารตำเจี๋ยห่าวมีการเปลี่ยนแปลงไปตามรูปแบบของหนังสือในแต่ละยุค กล่าวคือ ในยุคที่ 1 โฆษณาเกือบทั้งหมดเป็นธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนเยาวราชหรือเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวงการสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีสายสัมพันธ์ส่วนตัวกับกิตติซึ่งเป็นผู้ก่อตั้ง ทั้งนี้เพราะลักษณะของหนังสือในยุคนี้ยังเป็นลักษณะของหนังสือทำมือ การโฆษณาจึงยังไม่เป็นระบบธุรกิจแบบในนิตยสารทั่วไป และผู้ลงโฆษณาส่วนใหญ่สนใจ

ลงโฆษณาเพราะต้องการสนับสนุนแนวคิดในการทำแผนพับมากกว่าและโฆษณาในยุคนี้ก็ไม่
 อิทธิพลต่อการสร้างเนื้อหาในหนังสือด้วย

เมื่อเข้าสู่ยุคที่ 2 นิตยสารต้าเจียห่าวมีโฆษณาสินค้าชนิดเดียวคือรถยนต์ BMW เนื่องจาก
 ในยุคนี้ เป็นฉบับทดลองและไม่ได้วางจำหน่ายแต่แจกฟรีพร้อมนิตยสารมาร์ จึงไม่จำเป็นต้องมี
 โฆษณาและโฆษณาดังกล่าวก็มาจากเจ้าของธุรกิจที่มีความสนิทสนมกับผู้บริหารในเครือ
 ผู้จัดการและนิตยสารมาร์อยู่ก่อนแล้ว จากการทำไม่มีโฆษณานี้เองทำให้การสร้างเนื้อหาในยุคที่ 2
 มีความเป็นอิสระมากที่สุด

ในยุคที่ 3 ถือเป็นยุคที่โฆษณาในนิตยสารต้าเจียห่าวมีพัฒนาและบทบาทโดดเด่นมาก
 ที่สุด สังเกตได้จากประเภทของธุรกิจที่ซื้อโฆษณากับหนังสือมีความหลากหลายมากขึ้นในช่วง
 ระยะเวลา 1 ปี ในระยะแรกจะเป็นโฆษณาในธุรกิจในกลุ่มเครื่องอุปโภคบริโภคและอุปกรณ์สื่อสาร
 ต่อมาในช่วงกลางและปลายยุคที่ 3 ก็เริ่มมีการเข้ามาของโฆษณาจากกลุ่มธุรกิจการศึกษา ความ
 บันเทิง การท่องเที่ยวและสายการบินมากขึ้น ทั้งนี้เพราะรูปแบบของสินค้ามีความเกี่ยวข้องและ
 เชื่อมโยงถึงอัตลักษณ์ความเป็นจีนของหนังสือ และก่อให้เกิดการสร้างเนื้อหาที่แฝงการโฆษณา
 (Advertorial) มากขึ้น เช่น คอลัมน์ Amazing ภาษาจีน ซึ่งเป็นคอลัมน์สอนภาษาจีน ที่สนับสนุน
 โดยสถาบันสอนภาษาไบเอ็ดเซ็นเตอร์ หรือคอลัมน์ท่องเที่ยวที่สนับสนุนโดยสายการบิน เป็นต้น
 การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสะท้อนถึงระบบทางการตลาดที่เข้ามามีอิทธิพลต่อการสร้างเนื้อหาและ
 รูปแบบของหนังสืออย่างชัดเจน

2. พัฒนาการด้านองค์กรของนิตยสารต้าเจียห่าว

พัฒนาการด้านองค์กรของนิตยสารต้าเจียห่าว เกิดขึ้นในลักษณะคู่ขนานไปกับ
 พัฒนาการด้านเนื้อหาและรูปแบบของนิตยสาร กล่าวคือ ในยุคที่ 1 ที่ลักษณะของนิตยสารยังเป็น
 เพียงหนังสือทำมือนั้น นายกิตติ จินศิริวานิชย์ ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้ง เป็นผู้ที่รับผิดชอบงานเขียนและหา
 ข้อมูลเพียงคนเดียว แม้ว่าจะมีอาสาสมัครเยาวชนมาช่วยหาข้อมูลและเขียนบทความในเล่ม
 ต่อๆมาของยุคที่ 1 แต่จำนวนคนทำงานและการวางแผนการทำงาน ยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจน
 ตายตัว

เมื่อก้าวเข้าสู่ยุคที่ 2 พัฒนาการด้านองค์กรของนิตยสารต้าเจียห่าวก็เริ่มมีความชัดเจน
 มากขึ้น แม้ว่าจะเป็นช่วงที่หนังสือทำมือนิตยสารต้าเจียห่าวกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่การเป็นนิตยสารราย

เดือน ซึ่งการผลิตนิตยสารในช่วงนี้จะเป็นเพียงฉบับทดลองและยังไม่ได้วางจำหน่าย แต่การทำงานในยุคที่ 2 นี้เสมือนเป็นการเตรียมพร้อมที่จะเข้าสู่การผลิตนิตยสารในเชิงพาณิชย์ที่กำลังเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ ซึ่งเป็นผลให้กระบวนการผลิตต้องมีคนทำงานมากขึ้นและมีการแบ่งหน้าที่ในการทำงานอย่างเป็นระบบที่ชัดเจนขึ้น ดังนั้น นายกิตติจึงได้มอบหมายให้นายธนกร แสงสินธุ์ เพื่อนสนิทที่มีส่วนร่วมในการวางคอนเซ็ปต์หนังสือ เข้ามาเป็นบรรณาธิการร่วม พร้อมทั้งชักชวนนักเขียนรุ่นน้องอีก 2 คน คือ นายประพัฒน์ สุกุณาและนางสาวเพ็ญญา อุตตะมัง มาเป็นนักเขียนในกองบรรณาธิการขณะนั้น

ในยุคที่ 3 ซึ่งนิตยสารต้าเจียห่าวได้กลายเป็นนิตยสารรายเดือนอย่างเต็มตัวแล้วนั้น จำนวนคนทำงานและโครงสร้างองค์กรจึงขยายตัวและมีความชัดเจนมากขึ้นกว่า 2 ยุคที่ผ่านมา โดยมีการแบ่งสายงานความรับผิดชอบตามรูปแบบทั่วไปของนิตยสาร คือ มีบรรณาธิการบริหาร บรรณาธิการผู้พิมพ์/ผู้โฆษณา กองบรรณาธิการ 5 คน (ฝ่ายศิลปกรรมและช่างภาพอย่างละ 1 คน) และฝ่ายหาโฆษณา 2 คน มีการจัดพิมพ์ในโรงพิมพ์ขนาดใหญ่และจัดจำหน่ายโดยระบบสายส่งเช่นเดียวกับนิตยสารทั่วไปในท้องตลาด

อาจกล่าวได้ว่า ความเป็นองค์กรของนิตยสารต้าเจียห่าวนั้น มีจุดเริ่มต้นที่แตกต่างกับนิตยสารเล่มอื่นๆ เพราะเป็นสื่อที่พัฒนาตัวเองมาจากทางเลือกแต่ในท้ายที่สุดกลับต้องเข้ามาอยู่ในองค์กรที่เป็นธุรกิจสื่อในกระแสหลัก ซึ่งมีรูปแบบวิธีคิดและเป้าหมายในการทำงานที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง กล่าวคือ การผลิตสื่อทางเลือกนั้น ผู้ผลิตมีเสรีภาพในการสร้างสรรค์และนำเสนอผลงาน เน้นความเป็นสุนทรีย์และศิลปะโดยไม่ค่อยสนใจในเรื่องรายได้และการจำหน่าย แต่ธุรกิจสื่อในกระแสหลักนั้นจะให้ความสำคัญกับผลกำไรและผู้อ่านเป็นสำคัญ ทำให้เมื่อนิตยสารต้าเจียห่าวเปลี่ยนรูปแบบมาเป็นสื่อในเครือผู้จัดการ รูปแบบขององค์กรและคนทำงานจึงต้องปรับเปลี่ยนไปตามลักษณะขององค์กรที่สังกัดอยู่นั่นเอง

3. กระบวนการสร้างเนื้อหาและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียห่าว

ในการศึกษากระบวนการสร้างเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียห่าว ผู้วิจัยเลือกที่จะศึกษากระบวนการสร้างเนื้อหาของนิตยสารในยุคที่ 3 เนื่องจากมีรูปแบบที่ชัดเจนมากกว่าใน 2 ยุคแรกพบว่า กระบวนการการสร้างเนื้อหาจะเริ่มต้นจากการวางคอนเซ็ปต์หลักให้กับหนังสือ โดยมีบรรณาธิการร่วมทั้ง 2 คน คือ กิตติและธนกรเป็นผู้คิดและวางแผนคอนเซ็ปต์ดังกล่าว คือ การ

นำเสนอเรื่องราวความเป็นจีน โดยขยายขอบเขตจากการศึกษาเรื่องจีนในชุมชนชาวจีนในประเทศไทยให้เป็นการศึกษาเรื่องจีนทั้งในและนอกประเทศ ตลอดจนความเป็นจีนในเวทีโลก จากนั้นจะมีการวางแผนระยะยาว 1 ปีเพื่อวางแนวทางในการสร้างเนื้อหาให้นิตยสารแต่ละเล่ม และเมื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตนิตยสารในแต่ละเดือน บรรณาธิการและทีมงานทั้งหมดจะประชุมร่วมกันอีกครั้งเพื่อกำหนดรายละเอียดของคอลัมน์และแบ่งหน้าที่ในการทำงานและหาข้อมูล

ในส่วนของเนื้อหาของนิตยสารตำเเจงห่าวนั้นยังสามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ คอลัมน์จากนักเขียนในกองบรรณาธิการกับคอลัมน์ของนักเขียนอาวุโส ซึ่งในส่วนของนักเขียนอาวุโสเน่เอง จะมีการกำหนดเนื้อหาในคอลัมน์ของนักเขียนแต่ละคนไว้อย่างชัดเจนและให้อิสระในการเขียนอย่างเต็มที่ เนื่องจากนักเขียนอาวุโสแต่ละคนเป็นผู้ที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในเรื่องราวเกี่ยวกับจีนและเป็นผู้ที่คร่ำหวอดอยู่ในวงการหนังสือมาเป็นเวลานาน

เมื่อเสร็จสิ้นการทำงานในส่วนของการรวบรวมข้อมูล งานเขียนทั้งหมดจะผ่านการคัดเลือก แก้ไขและตรวจสอบจากบรรณาธิการ ก่อนเข้าสู่กระบวนการจัดหน้าและวางองค์ประกอบศิลป์ ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างบรรณาธิการ ฝ่ายศิลป์และช่างภาพ โดยใช้หลักสำคัญ คือ รูปแบบศิลปกรรมโดยรวมของหนังสือจะใช้แก่น หรือ Theme ในแต่ละเล่มเป็นตัวกำหนดรูปแบบ ส่วนรูปแบบในแต่ละคอลัมน์จะวางองค์ประกอบไปตามวัตถุประสงค์ในการนำเสนอ เช่น ถ้าเป็นคอลัมน์ที่เน้นข้อมูลให้อ่านจะใช้สีที่สบายตา ภาพประกอบน้อย ส่วนคอลัมน์ที่เกี่ยวกับเรื่องบันเทิงจะใช้สีฉูดฉาด มีรูปภาพหรือตัวอักษรที่ดูสนุกสนาน เป็นต้น

นอกจากภาพประกอบในแต่ละคอลัมน์และองค์ประกอบศิลป์โดยรวมของตัวหนังสือ ฝ่ายศิลปกรรมยังต้องดูแลเรื่องการวางภาพโฆษณาจากผู้ซื้อโฆษณาในหนังสือด้วย โดยการทำงานส่วนนี้ต้องประสานงานกับฝ่ายหาโฆษณาว่า ในนิตยสารแต่ละเล่มจะมีหน้าโฆษณาเท่าใด และลูกค้าต้องการให้ภาพมีขนาดและสีเป็นแบบใด เพื่อให้ภาพโฆษณาที่ลงในนิตยสารมีความถูกต้องตามความต้องการของลูกค้า กระบวนการในขั้นตอนนี้นับว่ามีผลต่อการผลิตนิตยสารเป็นอย่างยิ่ง เพราะรายได้จากการโฆษณาเป็นรายได้หลักของนิตยสาร หากภาพโฆษณาไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ก็หนังสือก็จะไม่ได้ค่าตอบแทนตามที่ตกลงกันได้

เมื่อสิ้นสุดกระบวนการวางองค์ประกอบศิลป์แล้ว ฝ่ายศิลปกรรมจะทำเลย์เอาท์ เพื่อให้ภาพของหนังสือที่ต้องการออกมาเป็นรูปเป็นร่างและพร้อมเข้าสู่กระบวนการพิมพ์ โดยในช่วงนี้ฝ่ายศิลปกรรมจะต้องเปลี่ยนการทำงานจากด้านศิลปะไปเป็นการทำงานด้านเทคนิคกับโรงพิมพ์

เมื่อได้ตัวอย่างหนังสือที่ต้องการมาแล้วก็ต้องตรวจรูปหรือตรวจสอบความเรียบร้อยอีกหนึ่งครั้ง ก่อนจะอนุมัติให้โรงพิมพ์ทำการพิมพ์หนังสือตามจำนวนที่กำหนด และส่งต่อไปยังสายส่งเพื่อวางวางจำหน่ายเป็นขั้นตอนสุดท้าย

4. รูปแบบของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่นำเสนอในนิตยสารต้าเจียห่าว

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่นำเสนอในนิตยสารต้าเจียห่าว เป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย-จีน สามารถจำแนกการนำเสนอออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. อัตลักษณ์ทางกายภาพ อันได้แก่

- ภาพบุคคลที่มีลักษณะหน้าตาที่บ่งบอกถึงชาติพันธุ์จีน
- ภาษาและตัวอักษร
 - ภาษาและตัวอักษรในภาษาจีนกลางและจีนแต้จิ๋ว
 - ตัวอักษรภาษาไทยที่มีรูปทรงเลียนแบบตัวอักษรจีน
- ภาพเขียนหรือศิลปะแบบจีน

อัตลักษณ์ทางกายภาพในนิตยสารต้าเจียห่าว ได้ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นส่วนประกอบในการนำเสนอเนื้อหาของนิตยสารให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดใจผู้อ่านและสื่อถึงคอนเซ็ปต์หลักด้านความเป็นจีนที่หนังสือต้องการนำเสนอ ลักษณะของอัตลักษณ์ดังกล่าวสามารถพบเห็นได้ทั่วไปนับตั้งแต่หน้าปกของหนังสือไปจนถึงองค์ประกอบศิลป์ภายในเล่ม ซึ่งรูปแบบของอัตลักษณ์ทางกายภาพที่พบเห็นได้ในนิตยสารต้าเจียหาวนั้น มีทั้งอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนแบบดั้งเดิม เช่น การใช้ภาษาจีนในการตั้งชื่อหนังสือและชื่อคอลัมน์ การใช้ภาษาและตัวอักษรจีนในการนำเสนอเนื้อหา การใช้ภาพศิลปะแบบจีนเป็นภาพประกอบ อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมจีนและวัฒนธรรมไทย เช่น การนำตัวอักษรไทยมาประยุกต์ให้มีรูปทรงคล้ายตัวอักษรจีน การแต่งกายของบุคคลที่นำเครื่องแต่งกายแบบจีนมาผสมผสานกับเครื่องแต่งกายสมัยใหม่ และอัตลักษณ์ที่มีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมไทย จีนและตะวันตก เช่น ชื่อคอลัมน์ Some หมวย Someดี และเนื้อหาในคอลัมน์เรื่องจีนน่ารู้ ที่นำ ชื่อสินค้าจากประเทศมาแปลเป็นภาษาจีน เป็นต้น

2. อัตลักษณ์ในสารสนเทศที่นำเสนอผ่านบทความและข้อเขียน อันได้แก่

- รากเหง้าและบรรพบุรุษ
 - ความเป็นมาของตัวตนในฐานะผู้สืบเชื้อสายจีน
 - การนับถือบรรพบุรุษและสายใยของครอบครัวจีน
 - ค่านิยมแบบจีนที่ถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง
- ความเชื่อ ปรัชญาและศาสนาแบบจีน
 - ความเชื่อเรื่องหยิน-หยาง
 - ความเชื่อเรื่องศาสนา
 - ความเชื่อแบบจีนสำหรับชีวิตประจำวัน
- วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและการประกอบพิธีกรรมแบบจีน
 - วัฒนธรรมด้านภาษาจีน
 - วัฒนธรรมด้านดนตรีและศิลปะ
 - ประเพณีและการประกอบพิธีกรรม
- ค่านิยมแบบชาวจีน
 - ความกตัญญูต่อบรรพบุรุษ
 - ความขยันหมั่นเพียรและความอดทนอดกลั้น
 - ความประหยัด มัธยัสถ์ อดออม
- ศาสตร์ความรู้เฉพาะทางแบบจีน
- ความสัมพันธ์ ไทย-จีน หรือภายในชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีน

ในส่วนของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนและวัฒนธรรมไทย-จีน ที่นำเสนอผ่านเนื้อหาในคอลัมน์ต่างๆของหนังสือ จะเป็นในรูปแบบของบทสัมภาษณ์จากบุคคลต่างๆในสังคม ที่พบเห็นได้จากหลายคอลัมน์ เช่น คอลัมน์รากเหง้า Someหมวย และในรูปแบบของบทความที่ผ่านการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและจากประสบการณ์ของผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีความรู้ในเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์จีน เช่น คอลัมน์หยิน-หยาง ซาซิม ขนมเปี๊ยะ ยอดน้ำลายมังกร เป็นต้น เนื้อหาทั้งสองลักษณะมีรูปแบบที่ไม่ต่างกัน คือ มุ่งเน้นการเชิดชูและยกย่องในภูมิปัญญา ค่านิยม แนวคิดในการดำรงชีวิตและมรดกทางวัฒนธรรม ที่ได้รับมาจากบรรพบุรุษ เพื่อสร้างจิตสำนึกให้ชาวจีนรุ่นใหม่หรือชาวจีนที่เกิดในเมืองไทย รู้สึกภูมิใจในตัวตนความเป็นจีนของตัวเอง

5. การเรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกลุ่มวัฒนธรรมย่อย

จากการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้่านซึ่งเป็นสมาชิกของนิตยสารต้าเจียห่าวจำนวน 25 คน พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 21 คน คิดว่าตนเองได้เรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนเพิ่มมากขึ้นจากการอ่านนิตยสาร โดยส่วนใหญ่คิดว่า การอ่านนิตยสารต้าเจียห่าวทำให้ตนได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีและค่านิยมแบบชาวจีนมากขึ้นกว่าตอนที่ยังไม่ได้อ่าน และเห็นว่าข้อมูลที่ได้รับมีประโยชน์ แต่การเรียนรู้ดังกล่าว ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติที่มีต่อตัวตนความเป็นจีนของตัวเองมากนัก

นอกจากนี้ ในกลุ่มตัวอย่าง 21 คนที่เกิดการเรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีเพียง 4 คนเท่านั้นที่คิดว่า การเรียนรู้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมดังกล่าว สามารถส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับทัศนคติ กล่าวคือ ทั้ง 4 คนรู้สึกภูมิใจในเชื้อสายจีนของตนเองมากขึ้น หันมาสนใจเรียนภาษาจีนและประเพณี วัฒนธรรมจีนมากขึ้น ทั้งที่ก่อนหน้านี้จะได้่านนิตยสารไม่ค่อยสนใจสิ่งเหล่านี้มากนัก

อภิปรายผล

การนำเสนออัตลักษณ์จีน-สยามในนิตยสารต้าเจียห่าว : การต่อรองทางวัฒนธรรมหรือการนำวัฒนธรรมมาเป็นสินค้า

จากการศึกษารูปแบบของอัตลักษณ์จีน-สยามในนิตยสารต้าเจียห่าว พบว่าเป็นลักษณะของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของกลุ่มคนจีนหรือคนไทยเชื้อสายจีน ซึ่งถือเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยในสังคมไทย สาเหตุสำคัญที่นิตยสารต้าเจียห่าวเลือกนำอัตลักษณ์ดังกล่าวมาเป็นจุดขายหรือประเด็นใหญ่ในการนำเสนอเนื้อหา เป็นอิทธิพลมาจากบริบททางสังคมในช่วง ปี 2545 ที่มีการไหลบ่าเข้ามาของกระแสโลกาภิวัตน์ และส่งผลกระทบถึงแนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ในระดับปัจเจกบุคคลและวัฒนธรรม

อภิญา เพื่อพิสูจน์ (อ้างแล้ว) ได้กล่าวถึงความเชื่อมโยงระหว่างกระแสโลกาภิวัตน์กับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้ว่า เป็นผลมาจากการปฏิบัติทางการสื่อสารที่มีความรวดเร็วจนสามารถหลอมละลายให้มิติด้านเวลาและพื้นที่ (time & space) หายไป จนโลกถูกเชื่อมต่อกัน

เป็นหนึ่งเดียว การผลิตในระบบทุนนิยมจึงต้องรวดเร็วและมีการกระตุ้นการบริโภคมากขึ้น ทำให้เกิดค่านิยมแบบวูบวาบฉาบฉวย (ephemerality) และแบบแผนทางวัฒนธรรมแบบเดียวกันทั่วโลก แต่ก็ทำให้เกิดข้อสงสัยในระบบคุณค่าที่มั่นคงและอัตลักษณ์ของตนเองมากขึ้น จนต้องหวนกลับไปหารากเหง้าและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง ปრაภฏการณดังกล่าวส่งผลให้กลุ่มคนในหลายวัฒนธรรมเริ่มนำวัฒนธรรมดั้งเดิมในท้องถิ่นของตัวเองออกมาเชิดชูและสร้างคุณค่า เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับตนเองและต่อสู้กับการเข้ามาครอบงำของกระแสวัฒนธรรมที่ใหญ่กว่า

ในกรณีของชาวไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบัน ถือเป็นกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างไปจากกลุ่มวัฒนธรรมย่อยอื่นๆในสังคม เพราะแม้จะถูกจัดว่าเป็นกลุ่มวัฒนธรรมรอง แต่จำนวนของคนไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบันก็มีมากเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรในประเทศเมื่อเทียบกับอัตราส่วนของประชากรทั้งหมด ซึ่งอัตลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายจีนก็มีการเปลี่ยนแปลงไปตามบริบททางสังคมในแต่ละยุคสมัย

ย้อนกลับไปในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว การเข้ามาของคนจีนอพยพในช่วงนั้นก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจไทยอย่างรวดเร็ว ความหวาดกลัวว่าคนจีนจะเข้ามามีบทบาททางสังคมและการเมืองไทยมากขึ้นส่งผลให้รัฐบาลต้องออกนโยบายผสมกลมกลืนทางเชื้อชาติระหว่างคนจีนและคนไทยเพื่อลดบทบาททางเศรษฐกิจและการเมืองของกลุ่มคนจีนอพยพ ในช่วงเวลาดังกล่าว ภาพลักษณ์หรืออัตลักษณ์ของคนจีนในประเทศไทยจึงเป็นไปในแง่ลบและยังถูกสร้างภาพตัวแทนดังกล่าวจากการนำเสนอของสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง แต่ภายหลังจากการเปิดประเทศของจีนในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ทำให้จีนกลายเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจในเอเชีย ภาพลักษณ์ทางสังคมของคนจีนจึงเปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้อัตลักษณ์ของคนจีนในประเทศไทยก็เปลี่ยนตามไปด้วย

ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องวัฒนธรรมย่อยของกลุ่มนักคิดสายโครงสร้างนิยม (กาญจนา แก้วเทพ, 2544) ที่ว่าการสร้างความหมายให้กับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยจะแปรเปลี่ยนไปตามโครงสร้างทางอำนาจของกลุ่มคนที่สร้าง นั่นคือในอดีตชาวจีนในประเทศไทยยังไม่มีอำนาจในสังคม ภาพลักษณ์ที่ออกมาก็จะดูต่ำต้อยกว่าคนไทยซึ่งถือเป็นกลุ่มวัฒนธรรมหลัก แต่ปัจจุบันชาวไทยเชื้อสายจีนมีอำนาจทางเศรษฐกิจและสังคมมากขึ้น อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ออกมาจึงเป็นไปในทางบวก

สำหรับอัตลักษณ์ลักษณะจีน-สยามที่แสดงออกผ่านเนื้อหาในนิตยสารต้าเจียหัวนั้น จากการวิจัยพบว่าเป็นการเลือกเอาส่วนดีงามทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์ของชาวจีนมานำเสนอ เพื่อสร้างภาพต้นแบบ (stereotype) ให้กับอัตลักษณ์ของชาวไทยเชื้อสายจีนเสียใหม่ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการนิยามเทคนิคการสร้างภาพลักษณ์ต้นแบบของ Stuart Hall (อ้างถึงใน อภิญา เฟื่องฟูสกุล) ว่าหมายถึง การเลือกดึงเอาคุณสมบัติบางอย่างของบุคคลหรือกลุ่มชาติพันธุ์ที่เด่นชัด มีชีวิตชีวา เข้าใจง่าย เป็นที่รับรู้ทั่วไปและลดทอนอัตลักษณ์บุคคลลงไปเป็นคุณสมบัติไม่กี่อย่าง ตัวอย่างเช่น ชาวจีนเป็นคนขยัน ทำธุรกิจเก่ง เป็นชนชาติที่มีรากฐานทางประเพณี วัฒนธรรมเป็นของตนเอง

จุดมุ่งหมายในการหยิบยกอัตลักษณ์จีน-สยามมานำเสนอจึงไม่ได้เป็นการต่อรองทางวัฒนธรรมผ่านสื่อ เพราะคนไทยเชื้อสายจีนในปัจจุบันไม่ได้อยู่ในสถานภาพของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่ถูกกดขี่ในสังคมอีกต่อไป หนังสือต้องการทำหน้าที่แค่ธำรงรักษาหรือสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้กับกลุ่มวัฒนธรรมย่อยกลุ่มนี้ไว้เท่านั้น ในทางกลับกันอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมดังกล่าวได้ถูกนำเข้าสู่กระบวนการทำวัฒนธรรมให้เป็นสินค้า เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้กับกลุ่มทุนต่างๆที่เข้ามามีผลประโยชน์กับหนังสือ เช่น ธุรกิจการศึกษาด้านภาษา และวัฒนธรรมจีนและธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศจีน พร้อมทั้งกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าเหล่านั้นมากขึ้น ซึ่งเป็นรูปแบบของสื่อที่ได้รับอิทธิพลจากกระแสโลกาภิวัตน์นั่นเอง

ศิลปะแบบหลังสมัยใหม่นิยม (Postmodernism) ในนิตยสารต้าเจียหัว

แนวคิดเรื่องหลังสมัยใหม่นิยม เกิดขึ้นจากการปฏิวัติทางศิลปะในคริสต์ศตวรรษที่ 19-20 อันเป็นผลจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมและการกำเนิดของลัทธิทุนนิยม เกิดการต่อต้านแนวคิดกระแสหลักและเชื่อในทฤษฎีไร้ระเบียบ (disorder) ในมโนทัศน์ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ ตามที่ Featherstone (อ้างแล้ว) ให้นิยามไว้ หลังสมัยใหม่หมายถึงรูปแบบและลีลา (style) ของงานศิลปะ โดยมีกรอบสำคัญ 5 ประการคือ

1. พยายามลบล้างเส้นแบ่งระหว่างศิลปะกับชีวิตประจำวัน
2. ยกเลิกการแบ่งลำดับชั้นระหว่างศิลปะชั้นสูงกับศิลปะชาวบ้าน
3. เน้นรูปแบบลีลาที่หลากหลายและผสมผสานรูปแบบหลายอย่างเข้าด้วยกันเพื่อสร้างความรู้สึกประหลาดพิสดาร โดยเฉพาะลีลาทางศิลปะที่ดูไม่น่าจะเข้ากันได้

4. มีลักษณะเชิงละเล่น (playfulness) ล้อเลียนแบบไม่วิพากษ์ (blank parody) โดยนำศิลปะในอดีตมาผสมผสานกันโดยไม่เน้นความลึกซึ้งทางความคิด

5. เลิกเชิดชูศิลปินว่ามีความคิดริเริ่มและเป็นอัจฉริยะ โดยมองว่าศิลปินเป็นเพียงสิ่งชั่วช้าที่วนเวียนอยู่กับการลอกเลียนสิ่งเก่าๆ

จากการศึกษากลวิธีการนำเสนอภาพและเนื้อหาของนิยายสารต่าเจี้ยห่าว พบว่าการจัดวางองค์ประกอบของหนังสือตลอดจนการนำเสนอเนื้อหาที่มีลักษณะรูปแบบและลีลาตามมโนทัศน์ของศิลปะแบบหลังสมัยใหม่นิยมตามกรอบที่ยกมาข้างต้น โดยเฉพาะการผสมผสานรูปแบบทางศิลปะหลายอย่างเข้าไว้ด้วยกันจนก่อให้เกิดลักษณะที่แปลกใหม่ และการผสมกันดังกล่าวยังก่อให้เกิดลักษณะเชิงละเล่น ล้อเลียน

ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ องค์ประกอบศิลป์บนหน้าปกของนิยายสาร ซึ่งจะประกอบไปด้วยชื่อหนังสือ (ต่าเจี้ยห่าว) ที่เป็นภาษาจีนแต่เขียนด้วยภาษาไทย ซึ่งรูปทรงของตัวอักษรภาษาไทยดังกล่าวกลับมีรูปทรงเลียนแบบภาษาจีน นอกจากนี้คำโปรยที่อยู่บนหน้าปกก็จะใช้ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษหรือภาษาจีนอยู่ด้วยกัน ส่วนภาพประกอบนั้นจะมีสัญลักษณ์บางอย่างของวัฒนธรรมจีนอยู่เสมอ มีนางแบบ นายแบบที่มีลักษณะทางชาติพันธุ์แบบชาวจีน แต่ก็มีการนำภาพวาดตัวการ์ตูนมาใส่รวมอยู่เป็นองค์ประกอบในภาพด้วย

การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้อ่านนิยายสารต่าเจี้ยห่าว

แนวคิดหลักของการวิเคราะห์การใช้และความพึงพอใจของผู้รับสาร (Use & Gratifications Approach) ที่มีต่อสื่อ นั้น เป็นการวิเคราะห์หน้าที่สื่อจากมุมมองของปัจเจกบุคคล โดยมีแนวคิดสำคัญคือ เชื่อว่าคนส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสาร เพราะมีความตั้งใจในการแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง ดังนั้นกิจกรรมดังกล่าวจึงเกิดขึ้นจากเป้าหมายหรือเป้าประสงค์ที่ชัดเจน (Goal-oriented activity) มิใช่ทำไปตามยถากรรม ซึ่งในสภาวะการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารนี้ สื่อจึงกลายเป็นแค่ทางเลือกหนึ่งท่ามกลางทางเลือกอื่นๆ แหล่งข่าวอื่นๆ จึงมีฐานะเป็นคู่แข่งโดยปริยาย แต่ทิศทางที่บุคคลเลือกแสวงหาและใช้สื่อประเภทใดนั้น จะเกิดจากความต้องการของแต่ละบุคคลเป็นปฐมเหตุ แปรเปลี่ยนเป็นแรงจูงใจที่ผลักดันให้บุคคลเคลื่อนไหวเข้าหาสื่อประเภทต่างๆ

จากการศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้อ่านนิตยสารต้าเจียห่าวโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น พบว่า จุดประสงค์สำคัญของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เลือกรับนิตยสารต้าเจียห่าว นอกจากจะเลือกอ่านเพื่อความเพลิดเพลินหรือหาความบันเทิงแล้ว ยังเป็นเปิดรับเพื่อเติมเต็มความรู้เรื่องภาษาจีน โดยเฉพาะในกลุ่มที่เรียนภาษาจีนเป็นวิชาเอกและวิชาเลือกในมหาวิทยาลัยหรือเรียนในโรงเรียนสอนพิเศษ เห็นว่าการอ่านนิตยสารต้าเจียห่าวทำให้รู้คำศัพท์ภาษาจีนเพิ่มขึ้น รู้จักรูปแบบประโยคใหม่ๆ และวิธีการนำคำเหล่านั้นไปใช้ นอกจากนี้ มีกลุ่มตัวอย่าง 3-4 คนที่มีอาชีพหลักและอาชีพเสริมเกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาจีนโดยตรง ได้แก่ นักแปล มัคคุเทศน์และอาจารย์สอนพิเศษภาษาจีน ก็ใช้นิตยสารเพื่อแสวงหาความรู้เพิ่มเติมและเพื่อติดตามสถานการณ์ด้านภาษาและวัฒนธรรมจีนให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา เนื่องจากเห็นว่าข้อมูลดังกล่าวนำไปใช้สนับสนุนการทำงานของตนเองได้

ในฐานะสื่อมวลชน นิตยสารต้าเจียห่าวจัดเป็นสื่อที่ให้ข่าวสารด้านภาษาและวัฒนธรรมไทย-จีน ในลักษณะ 2 ภาษา ซึ่งสื่อในรูปแบบนี้ยังมีอยู่ในเมืองไทยไม่มากนัก และจากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยพบว่ามีนิตยสารอีกหนึ่งเล่มคือ “นิตยสารจีนไทย” ที่เป็นที่นิยมอ่านในหมู่นักเรียนนักศึกษาและผู้สนใจภาษาจีน เนื่องจากเป็นนิตยสารที่เน้นเรื่องการสอนภาษาจีนโดยใช้ 2 ภาษาเช่นเดียวกัน จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เรียนภาษาจีน ทุกคนกล่าวว่ารู้จักนิตยสารทั้งสองเล่มจากการแนะนำของอาจารย์ที่สอนภาษาจีนและจะอ่านนิตยสารจีนไทยกับนิตยสารต้าเจียห่าวควบคู่กันเป็นหนังสือเสริมความรู้นอกเวลา แต่ส่วนใหญ่เห็นว่า นิตยสารจีนไทยมีข้อมูลทั้งด้านข่าวสาร บทความและวิธีการเรียนภาษาจีนที่ดูจริงจังและเป็นวิชาการมากกว่านิตยสารต้าเจียห่าว

นอกจากการเปิดรับเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการเรียนภาษาจีนแล้ว กลุ่มตัวอย่างบางคนก็เปิดรับเพื่อหาความเพลิดเพลินและเลือกรับเฉพาะด้านความบันเทิงเพียงอย่างเดียว ในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นวัยรุ่นหลายคน ก็นำเนื้อหาที่ได้จากการอ่านไปใช้ในการพูดคุยกับเพื่อนๆ ที่โรงเรียน เช่น คำคำหรือศัพท์แสลงที่มาจากคอลลัมน์ภาษาจีนปากจัด แต่สิ่งที่น่าสังเกตคือ กลุ่มตัวอย่างเกือบทุกคนเป็นคนไทยเชื้อสายจีนและเลือกที่จะอ่านนิตยสารเพราะสนใจในอัตลักษณ์ความเป็นจีนที่หนังสือนำเสนอ พฤติกรรมการเปิดรับสารข้างต้น สอดคล้องกับแนวคิดในการมองสื่อของ Blumler McQuail และ Brown ที่แบ่งกลุ่มของมุมมองในการเลือกใช้สื่อจากผู้รับสารออกเป็น 4 กลุ่ม คือ เพื่อตอบสนองด้านความเพลิดเพลิน (Diversion) เพื่อใช้สร้างมนุษยสัมพันธ์ (Personal relation) เพื่อตอกย้ำเอกลักษณ์ของตนเอง (Personal identity) และเพื่อติดตามข่าวสาร (Surveillance)

การดำเนินงานของนิตยสารต้าเจียห่าวในฐานะสื่อทางเลือก : ปัญหาและปัจจัยที่ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จ

นิตยสารต้าเจียห่าวจัดเป็นตัวอย่างของสื่อที่มีแนวคิดและวิธีการทำงานที่แตกต่างไปจากสื่อ นิตยสารทั่วไปในท้องตลาด หากมองในมุมมองของบริษัทเอเจนซี นิตยสารต้าเจียห่าวถูกจัดเป็นหนังสือที่ไม่สามารถจัด Category สำหรับการลงโฆษณาได้อย่างชัดเจนหรือไม่สามารถจัดประเภทตามเกณฑ์ของนิตยสารที่มีอยู่ในปัจจุบันได้

จากการศึกษางานวิจัยของนิธินา ศรีประเสริฐ เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำนิตยสารที่เกิดขึ้นใหม่ในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ” (2545) พบว่านิตยสารในกลุ่มที่นิธินาเลือกศึกษา 3 เล่มที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับนิตยสารต้าเจียห่าวในแง่ที่ไม่สามารถ Category ได้แก่ นิตยสารอะเดย์ (A day) นิตยสารโอเพ่น (Open) และนิตยสารซัมเมอร์ (Summer) และยังมีจุดกำเนิดที่น่าสนใจคล้ายกันๆ คือ ก่อตั้งโดยนักเขียนหรือกลุ่มนักเขียนที่มีประสบการณ์ในการทำนิตยสารมาก่อนแต่เพื่อหนีภัยกับการทำนิตยสารในรูปแบบเดิมๆ เพื่อตอบสนองของกลุ่มทุน นอกจากนี้ยังเป็นหนังสือที่มีต้นทุนต่ำ ใช้คนทำงานน้อย มีแนวคิดหลักหรือคอนเซ็ปต์แปลกไปจากนิตยสารอื่นๆ ในยุคเดียวกัน ซึ่งต่อมามีการนิยามนิตยสารที่มีคุณลักษณะแบบนี้ว่านิตยสารอินดี้ (Indy) หรือนิตยสารทางเลือก

จากงานวิจัยของนิธินา ปัญหาสำคัญที่นิตยสารขนาดเล็กหรือทางเลือกอย่างนิตยสารโอเพ่นและซัมเมอร์ต้องเจอคือเรื่องการทำโฆษณา ซึ่งเป็นผลมาจากการที่บริษัทเอเจนซีโฆษณาไม่สามารถ Categories หนังสือได้ดังที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้เจ้าของธุรกิจและเจ้าของสินค้าต่างๆ เกิดความไม่แน่ใจว่ากลุ่มผู้อ่านของหนังสือคือคนกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่ตนต้องการหรือไม่ ความสนใจที่จะซื้อหน้าโฆษณาในนิตยสารประเภทนี้จึงน้อยกว่านิตยสารที่มีกลุ่มผู้อ่านชัดเจนอย่างนิตยสารผู้หญิงหรือนิตยสารวัยรุ่น

นิตยสารต้าเจียห่าวเองก็ต้องประสบกับปัญหาดังกล่าวเช่นเดียวกันและส่งผลกระทบต่อรายได้และเงินทุนหมุนเวียนของหนังสือเป็นอย่างมาก จนเป็นผลให้ต้องปิดตัวเองลงเมื่อก้าวสู่ปีที่ 3 ของหนังสือ เหตุผลหลักที่นิตยสารต้าเจียห่าวต้องพึ่งพารายได้จากการโฆษณานั้น เป็นเพราะเงื่อนไขการหักรายได้ของสายส่งหนังสือที่มีอัตราส่วนถึงร้อยละ 60 ของราคาหนังสือ ทำให้รายรับที่ผู้ผลิตนิตยสารจะได้จากการจำหน่ายเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ

ในกรณีของนิตยสารต้าเจียห่าว ผู้บริหารนิตยสารได้ใช้วิธีให้เจ้าหน้าที่ขายโฆษณาเดินทางไปพร้อมกับทีมงานหรือนักเขียนที่มีหน้าที่เก็บข้อมูลในคอลัมน์ “เซ็งลื้อฮ้อ”¹ เพื่อแนะนำตัว แม้ทีมงานจะมองว่าการกระทำดังกล่าวไม่ใช่เรื่องเสียหาย เพราะหนังสือไม่ได้เปิดการขายโฆษณา ณ เวลานั้น แต่ก็ไม่ปฏิเสธหากเจ้าของกิจการรายใดสนใจที่จะซื้อโฆษณาในภายหลัง พฤติกรรมดังกล่าวเป็นภาพสะท้อนให้เห็นจรรยาบรรณของผู้บริหารสื่อที่เปลี่ยนไปเมื่อต้องเจอกับความกดดันทางธุรกิจ

นอกจากนั้น การเข้ามามีอิทธิพลของระบบโฆษณา ยังส่งผลต่ออุดมการณ์ในการสร้างเนื้อหาของนิตยสาร เห็นได้จากการปรับตัวของนิตยสารต้าเจียห่าวในปลายยุคที่ 3 ที่เปลี่ยนแนวคิดในการเลือกภาพหน้าปกจากที่เคยใช้คอนเซ็ปต์ของหนังสือในแต่ละเดือนเป็นตัวกำหนด ก็เปลี่ยนมาใช้นางแบบวัยรุ่นหรือดาราดังเป็นปกและเน้นภาพแฟชั่นมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ภาพลักษณ์ของหนังสือดูเป็นนิตยสารวัยรุ่นและสร้างแรงจูงใจให้เจ้าของสินค้าหันมาสนใจลงโฆษณาทั้งที่ทีมผู้ผลิตนิตยสารเองก็ไม่ได้ต้องการให้เป็นแบบนั้นแต่ต้องยอมทำเพื่อความอยู่รอดของหนังสือ การปรับเปลี่ยนดังกล่าวยังส่งผลถึงทัศนคติในกลุ่มคนอ่านในกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มคนสูงอายุ เพราะผู้อ่านกลุ่มดังกล่าวไม่แน่ใจว่าภาพลักษณ์ที่เป็นวัยรุ่นมากขึ้นนั้นจะส่งผลให้เนื้อหาภายในเล่มเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ เห็นได้จากการที่สมาชิกของหนังสือบางคนก็ไม่ได้ต่ออายุสมาชิกเมื่อเข้าสู่ปีที่ 3-4 ของหนังสือ

รูปแบบหนังสือที่หันไปเน้นเรื่องความสวยงามแปลกตาโดยอาศัยการผสมผสานรูปแบบทางศิลปะและเนื้อหาของนั้นกลับทำให้หนังสือมีลักษณะของ “Pop Culture” มากขึ้น ทั้งที่แท้จริงแล้วจุดมุ่งหมายของหนังสือต้องการนำเสนออัตลักษณ์หรือความเป็นตัวตนและวัฒนธรรมจีนของกลุ่มวัฒนธรรมย่อยซึ่งเป็นเรื่องของวัฒนธรรมท้องถิ่น (Folk Culture) ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งการสร้างเนื้อหาในประเด็นดังกล่าวจึงต้องอาศัยความรู้และความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง

ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ผลิตนิตยสารยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องชาติพันธุ์ (Ethnic) ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความละเอียดอ่อนและยากต่อการนำมาผลิตสื่อ จึงส่งผลให้หนังสือไม่เป็นที่สนใจของในกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนคือเรื่องของการเลือกใช้ภาษาจีน โดยนิตยสาร

¹ คอลัมน์เซ็งลื้อฮ้อ เป็นภาพการ์ตูนประกอบเรื่อง เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาในการทำธุรกิจของเจ้าของกิจการที่แนวคิดน่าสนใจและประสบความสำเร็จในประเทศไทย

ต้าเจียห่าวเลือกใช้ภาษาและตัวอักษรจีนแต่จื๊วกับจีนกลางมานำเสนอเนื้อหาเท่านั้น เพราะมองว่าเป็นกลุ่มคนจีนเชื้อสายแต่จื๊วเป็นกลุ่มเชื้อชาติที่มีจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย แต่ในความเป็นจริง คนไทยเชื้อสายจีนในประเทศไทยยังมีอีกหลายกลุ่ม และแต่ละกลุ่มก็ใช้ภาษาของตัวเอง เมื่อภาษาที่ใช้ในหนังสือไม่ใช่ภาษาของตน หนังสือจึงไม่ใช่สื่อหรือตัวแทนทางชาติพันธุ์ให้กับคนจีนกลุ่มอื่น ๆ ซึ่งข้อบกพร่องดังกล่าวมาจากการขาดความรู้ความชำนาญในด้านภาษาและวัฒนธรรมจีนของทีมงานนั่นเอง

นอกจากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ความล้มเหลวของนิตยสารยังเป็นผลที่เกิดมาจากสถานภาพของนิตยสารต้าเจียห่าวที่ไม่ชัดเจน เมื่อวิเคราะห์สถานภาพของนิตยสารในแต่ละยุคจะพบว่าอัตลักษณ์หรือตัวตนของนิตยสาร (ego identity) ในแต่ละยุคนั้น มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ในยุคที่ 1 ต้าเจียห่าวมีคุณลักษณะของนิตยสารข่าว (news magazine) เนื้อหาก็มุ่งเน้นที่จะนำเสนอข้อมูลภายในชุมชนและต้องการเป็นสื่อกลางให้กับกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนในชุมชนเยาวราช ซึ่งคนกลุ่มนี้จะมีข้อจำกัดในการใช้ภาษาไทย เนื่องจากการใช้ชีวิตส่วนใหญ่อยู่ในชุมชนเยาวราชซึ่งมีแต่คนจีนด้วยกันนั้น ทำให้คนกลุ่มนี้ไม่สามารถอ่านหรือเขียนภาษาไทยได้อย่างแตกฉาน ส่วนใหญ่จะสามารถพูดและฟังได้เท่านั้น การนำเสนอเนื้อหาที่เป็นสาระสนเทศ ทั้งรูปเล่ม บทความ และรูปแบบทางศิลปกรรม จึงเน้นที่ความเรียบง่ายหรือความเป็นจีน-สยามแบบดั้งเดิมไม่ซับซ้อน ซึ่งก็สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อ่านได้ดีในระดับหนึ่ง

ในทางกลับกันเมื่อเข้าสู่ยุคที่ 3 เมื่อผู้จัดทำได้ปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของหนังสือไปเป็นนิตยสารเพื่อผู้บริโภค (Consumer magazine) ที่ยังยึดแนวการทำงานแบบนิตยสารทางเลือก มุ่งนำเสนอเนื้อหาและรูปลักษณะที่มีกลิ่นอายของศิลปะและวัฒนธรรมจีนแบบลูกผสม (hybrid) เป็นจุดเด่น โดยหวังให้ตอบสนองต่อกลุ่มเป้าหมายของหนังสือที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานทั้งที่มีเชื้อสายจีนและไม่มี แต่ผลลัพธ์คือนิตยสารกลับไม่ประสบความสำเร็จด้านยอดขายดังที่ตั้งใจไว้ และไม่สามารถดึงดูดเจ้าของธุรกิจและเจ้าของสินค้าต่างๆ ให้มาลงโฆษณาได้จนต้องประสบกับภาวะขาดทุน ขาดสภาพคล่องทางการเงินและปิดตัวลงในที่สุด

เหตุที่เป็นเช่นนั้นน่าจะเป็นผลมาจากความสับสนและความไม่ชัดเจนในสถานภาพของตัวนิตยสารเอง เนื่องจากความต้องการของทีมงานที่อยากให้เนื้อหามีความครอบคลุมในประเด็นเรื่องความเป็นจีนให้มากที่สุด จึงพยายามนำเนื้อหาที่เป็นสาระความรู้เชิงวิชาการและเนื้อหาที่ให้ความบันเทิงเบาสมองมาอยู่รวมกัน โดยไม่ได้เน้นไปที่ด้านใดด้านหนึ่งอย่างชัดเจน สร้างความ

ลับสนแก่ผู้อ่าน จนไม่สามารถนิยามลักษณะและสถานะของหนังสือได้ว่าต้องการสื่อสารอะไรกับผู้อ่าน

ปัจจัยสำคัญอีกประการที่ทำให้นิตยสารไม่ประสบความสำเร็จ คือ ความแตกต่างทางอัตลักษณ์จีน-สยามของกลุ่มเป้าหมายของนิตยสาร โดยเฉพาะกลุ่มที่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน กล่าวคือ กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนรุ่นแรกหรือรุ่นที่สอง ที่มีพ่อหรือแม่เป็นกลุ่มคนจีนอพยพนั้น แม้จะเกิดและเติบโตในเมืองไทยแต่คนไทยเชื้อสายจีนกลุ่มนี้จะยังคงมีความผูกพันยึดมั่นกับวัฒนธรรมจีนแบบดั้งเดิมเพราะการปลูกฝังมาจากบรรพบุรุษ เห็นได้จากการรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่นเป็นชุมชนขนาดใหญ่หรือเล็กที่จะคบค้าสมาคมกันอยู่ในกลุ่มคนจีนด้วยกันและยังใช้ภาษาจีนในการสื่อสาร ซึ่งคนกลุ่มนี้จะมองความทันสมัยและลีลาทางศิลปะจีนแบบลูกผสมของนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวในยุคที่3 เป็นเรื่องฉาบฉวยและไม่ได้สื่อถึงวัฒนธรรมจีนดั้งเดิมอย่างแท้จริง จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าคนกลุ่มนี้มักจะซื้อนิตยสารให้ลูกหลานอ่านเพราะเห็นว่ามีข้อมูลหรือข้อเท็จจริงทางวัฒนธรรมที่อยากให้ลูกหลานได้รับรู้ มากกว่าจะซื้อมาอ่านเอง

ส่วนในกลุ่มวัยรุ่นที่มีเชื้อสายจีนนั้น ทักษะคติที่มีต่ออัตลักษณ์จีน-สยามของตนเองจะแตกต่างกับคนรุ่นก่อน เนื่องจากสภาพแวดล้อมในครอบครัวที่มีความเคร่งครัดหรือยึดมั่นในประเพณีและค่านิยมแบบดั้งเดิมที่น้อยลง ประกอบกับการเข้ามาเรียนหนังสือในโรงเรียนและใช้ภาษาไทย รวมไปถึงการเติบโตในสังคมและวัฒนธรรมไทย ทำให้เด็กกลุ่มนี้ไม่ได้นิยามตัวเองว่าเป็นลูกคนจีน แต่กลับมองว่าตนเองเป็นคนไทยและมีสถานะเท่าเทียมกับคนไทยคนอื่นๆ อีกทั้งสังคมไทยปัจจุบันไม่ได้มีการแบ่งแยกหรือกีดกันกลุ่มคนจีนว่าเป็นกลุ่มวัฒนธรรมรองอีกต่อไปแล้ว ดังนั้น การที่นิตยสารพยายามนำเสนอหรือดึงประเด็นเรื่องราวเหล่านี้เข้ามาเป็นจุดขายจึงไม่เป็นที่สนใจของกลุ่มวัยรุ่น เพราะสิ่งที่นิตยสารพยายามสื่อไม่ได้ตรงกับข้อมูลที่เขาต้องการ

ประเด็นสุดท้ายที่มีผลต่อความสำเร็จในการผลิตนิตยสารต้าเจี๋ยห่าว คือ การเป็นนิตยสารทางเลือกภายใต้การบริหารงานขององค์กรสื่อกระแสหลัก ซึ่งก่อให้เกิดความขัดแย้งทางอุดมการณ์ เป็นที่รู้กันดีว่าการผลิตสื่อในกระแสนั้น ผู้ผลิตจำเป็นต้องพึ่งพาและอาศัยกลไกทางธุรกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไร ในทางกลับกันอุดมการณ์ของผู้ผลิตสื่อทางเลือกนั้นมักให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลและเนื้อหาอย่างอิสระต่อผู้รับสารมากกว่าผลกำไรหรือความอยู่รอดทางธุรกิจ และในกรณีของนิตยสารต้าเจี๋ยห่าวนั้น แม้ผู้บริหารจากบริษัทแม่จะมีนโยบายให้อิสระในการสร้างเนื้อหาแก่ทีมงานแต่เมื่อหนังสือไม่สามารถหล่อเลี้ยงตัวเองด้วยรายได้จากยอดขายหรือโฆษณาและไม่ได้ทำผลกำไรให้กับองค์กรใหญ่ ก็จำเป็นที่จะต้องยุติการให้เงิน

สนับสนุนซึ่งถือเป็นการลงทุนในแง่ธุรกิจลง บทเรียนครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การผลิตสื่อขนาดเล็ก ภายใต้เครือข่ายของสื่อทางธุรกิจขนาดใหญ่ก็อาจไม่ได้ประสบความสำเร็จเสมอไป

ข้อจำกัดในการวิจัย

ผลการศึกษางานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาการทำงานของนิตยสารต้าเจียห่าวในช่วงระยะเวลา 3 ปี นับตั้งแต่ก่อตั้งในปี 2545 จนถึงปี 2548 ซึ่งเป็นช่วงระยะเวลาที่ผู้วิจัยเป็นคนกำหนดเท่านั้น ซึ่งหากมีการขยายกรอบระยะเวลาในการศึกษาออกไปอีก ข้อมูลที่ได้ อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปจากนี้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

งานวิจัยเรื่องการนำเสนออัตลักษณ์จีน-สยามในนิตยสารต้าเจียห่าว เป็นเลือกการศึกษา นิตยสารทางเลือกเพียงฉบับเดียวซึ่งอาจจะยังไม่สามารถสะท้อนภาพรวมของสถานการณ์สื่อ ทางเลือกหรือสื่อทางวัฒนธรรมในประเทศไทยได้อย่างชัดเจนนัก ในอนาคตควรมีการศึกษาการ ทำงานของนิตยสารทางเลือกในประเทศไทยฉบับอื่นๆที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อเป็นแนวทางให้ นักสื่อสารมวลชนรุ่นใหม่ที่ต้องการผลิตสื่อตามอุดมการณ์และแนวคิดของตน ได้รับทราบถึง ปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการอยู่รอดทางธุรกิจและตอบสนองความต้องการด้านข่าวสารของผู้อ่านใน ฐานะผู้บริโภคได้มากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กาญจนา แก้วเทพ. ศาสตร์แห่งสื่อและวัฒนธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ : เอดิชั่นเพลสโปรดักส์, 2544.

กาญจนา แก้วเทพ. สื่อสารมวลชน : ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ :

ศาลาแดง, 2545

ขจิตภัย บุรุษพัฒน์. ชาวจีนในประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : แพร์พิทยา, 2517

จันทน์ เจริญศรี. โพสต์โมเดิร์น & สังคมวิทยา. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : วิชาษา, 2544

ธีรยุทธ บุญมี. โลก Modern & Post Modern. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สายธาร, 2546

นิธินา ศรีประเสริฐ. ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดทำนิตยสารที่เกิดใหม่ในภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ.

ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาวารสารสนเทศ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
, 2545

ยุพเรศ มิลลิแกน. บทบาทของชาวจีนในประเทศไทย (The Role of the Chinese in Thailand).

ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2510

ไสลทิพย์ จารุภูมิ. นิตยสาร. ใน อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, สื่อสารมวลชนเบื้องต้น: สื่อมวลชน

วัฒนธรรม และสังคม, หน้า 252 - 253. กรุงเทพฯ: โครงการสื่อสันติภาพ คณะนิเทศ
ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

สกลกานต์ อินทร์ไทร. การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มเด็กป๊อปในกรุงเทพฯ.

ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
, 2539

โสวรรณ กงสวัสดิ์. การสื่อสารกับการสร้างอัตลักษณ์ของเด็กและเยาวชนสถานสงเคราะห์เด็กหญิง

บ้านราชวิถี. ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2545

เสรี พงศ์พิศ. ร้อยคำที่ควรรู้. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : พลังปัญญา, 2547

อภิญา เพ็ญฟูสกุล. อัตลักษณ์ (Identity) การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด. พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพฯ : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการ
วิจัยแห่งชาติ, 2546.

อรุโณทัย ปันศิริ. อัตลักษณ์ที่สร้างขึ้นบนโฮมเพจของวัยรุ่นไทยที่อาศัยอยู่ในบริบทสังคมไทยและ

สังคมอเมริกัน. ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาสื่อสารมวลชน คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2544

ภาษาอังกฤษ

Atton, Chris. Alternative Media. First published. London :SAGE publication, 2002

Featherstone, Mike. Consumer Culture & Postmodernism. First published. London :
SAGE publication, 1991



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางแสดงจำนวนและประเภทของโฆษณาในนิตยสารต้าเจียห่าวยุคที่ 3

ฉบับที่	โฆษณา	ประเภท
3.1	- เครื่องดื่ม Red bull extra - เครื่องดื่ม Nite - ปูน ทีพีไอ - สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ - รถยนต์ BMW (ภาษาจีน)	B B B M B, CH, R
3.2	- โทรศัพท์มือถือโนเกีย - เครื่องดื่ม Nite - น้ำผลไม้ทิปโก้ - ละครเพลง Zhanghai (ซึ่งให้ ลิขิตฟ้าชะตาเลือด) - รถยนต์ BMW (ภาษาจีน)	B B B CH B, CH, R
3.3	- กล้องดิจิตอล Sumsung - ละครเพลง Zhanghai (ซึ่งให้ ลิขิตฟ้าชะตาเลือด) - เครื่องดื่มแองก์ - స్తు MWNS - ระบบโทรศัพท์มือถือ Hucth	B CH B B B
3.4	- รายการโทรทัศน์ Mars TV - กล้องดิจิตอล Sumsung - วีดีโอละครจีนเรื่อง คดีเลือด ปริศนาฆาตกร (บริษัท CVD อินเตอร์เนชันแนล) - รายการโทรทัศน์ ต้าเจียห่าวมะ - స్తు MWNS - ระบบโทรศัพท์มือถือ Happy	M B B, CH M B B
3.5	- รายการโทรทัศน์ Mars TV - กล้องดิจิตอล Sumsung - วีดีโอละครจีนเรื่อง รักเหนือฟ้า ธิดาจักรพรรดิ (บริษัท CVD อินเตอร์เนชันแนล) - รายการโทรทัศน์ ต้าเจียห่าวมะ - స్తు MWNS	M B B, CH M B

	- ขนมปลาเส้น เบนโตะ	B
3.6	- รายการโทรทัศน์ Mars TV - กล้องดิจิตอล Samsung - ร้านอาหาร The Peak - รายการโทรทัศน์ ต้าเจียห่าวมะ - บริษัท CVD อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนล - ขนมปลาเส้นเบนโตะ	M B b M B B
3.7	- รายการโทรทัศน์ Mars TV - Ban ไรลออน - ร้านอาหาร The Peak - มหาวิทยาลัยรังสิต - ครีมเปลี่ยนสีผมมิราโทน - สถาบันวัฒนธรรมและภาษาจีน-หัวเขี้ยว - รายการโทรทัศน์ต้าเจียห่าวมะ - โรงเรียนสอนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก OKLS - ขนมปลาเส้นเบนโตะ	M M b E B E M E B B
3.8	- โรงภาพยนตร์ Major Cineplex - โรงเรียนสอนภาษา OKLS - ร้านอาหาร The Peak - ครีมเปลี่ยนสีผมแกสบี้ - เว็บไซต์ www.tsonline.in.th - สถาบันภาษาไบเอ็ด เซ็นเตอร์ - Ban ไรลออน - รายการโทรทัศน์ ต้าเจียห่าวมะ - ขนมเจลลี่ Jele - ขนมปลาเส้นเบนโตะ	B E b B B E B M B B
3.9	- รายการโทรทัศน์ ต้าเจียห่าวมะ - โรงภาพยนตร์ Major Cineplex - โรงเรียนสอนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก OKLS	M B E B

	<ul style="list-style-type: none"> - บริษัทเอเน็ต อินเทอร์เน็ต - ชนมเจอลลี่ Jele - ชนมปลาเส้นเบนโตะ - รถยนต์ Honda - สายการบินบางกอกแอร์เวย์ - เว็บไซต์ www.asiasoft.co.th - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ - สถาบันภาษาไบเอ็ด เซ็นเตอร์ 	<p>B</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>T</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>M</p> <p>E</p>
3.10	<ul style="list-style-type: none"> - Major Introductive Entertainment - สายการบินบางกอกแอร์เวย์ - ละครโทรทัศน์เรื่อง มังกรเดียดาย ค่าย Xact - โรงเรียนสอนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก OKLS - บริษัทเอเน็ต อินเทอร์เน็ต - สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - ชนมถั่วลันเตากรอบ กรีนนัท - ชนมเจอลลี่ Jele - ชนมปลาเส้นเบนโตะ - สถาบันภาษาไบเอ็ด เซ็นเตอร์ 	<p>B</p> <p>T</p> <p>B, CH</p> <p>E</p> <p>B</p> <p>M</p> <p>E</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>E</p>
3.11	<ul style="list-style-type: none"> - Major Introductive Entertainment - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สายการบินบางกอกแอร์เวย์ - โรงเรียนสอนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก OKLS - สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ - บริษัทเอเน็ต อินเทอร์เน็ต - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - ละครโทรทัศน์เรื่อง มังกรเดียดาย ค่าย Xact - ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ Net Design 	<p>B</p> <p>T</p> <p>T</p> <p>E</p> <p>M</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>CH</p> <p>E</p> <p>B</p>

	<ul style="list-style-type: none"> - ชนมเจลดลี Jele - ชนมปลาเส้นเบนโตะ 	B
3.12	<ul style="list-style-type: none"> - โรงภาพยนตร์ Major Cineplex - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สายการบินบางกอกแอร์เวย์ - โรงเรียนสอนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก OKLS - เครื่องแต่งกาย Playboy - Major Interactive Entertainment - บริษัทเอเน็ต อินเตอร์เน็ต - สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - ละครเรื่องเป็นต่อ/ Scenario - Ban ไรลออน - ชนมปลาเส้นเบนโตะ 	<p>B</p> <p>T</p> <p>T</p> <p>E</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>M</p> <p>E</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>B</p>
4.1	<ul style="list-style-type: none"> - สายการบินไทยแอร์เอเชีย (2 หน้า) - เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ กรุงเทพฯ 2005 - รถยนต์ Honda - รถจักรยานยนต์ Honda - ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ Net Design - เครื่องแต่งกาย Playboy - รถยนต์ Chevrolet - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - โรงเรียนสอนภาษา OKLS - ระบบโทรศัพท์มือถือ Hucth - I- Mobilesoft - มหาวิทยาลัยมหิดล - บริษัทเอเน็ต อินเตอร์เน็ต - รถยนต์ Toyota - ชนมปลาเส้นเบนโตะ 	<p>T</p> <p>T</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>E</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>B</p> <p>B</p>
4.2	<ul style="list-style-type: none"> - สายการบินบางกอกแอร์เวย์ 	T

	<ul style="list-style-type: none"> - เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ กรุงเทพฯ 2005 - รถยนต์ Honda - ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ Net Design - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - คลินิกทันตกรรมเดนต้า - บริษัทเอเน็ตอินเตอร์เน็ต - โรงเรียนสอนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก OKLS - รายการโทรทัศน์ Mars TV - สถาบันภาษาและความรู้ Happy Genius - สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ - โรงภาพยนตร์ Major Cineplex - ละครโทรทัศน์ เป็นต่อ/ Scenario - ขนมปลาเส้นเบนโตะ 	<ul style="list-style-type: none"> T B B E B B E M E M B B B
4.3	<ul style="list-style-type: none"> - เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ กรุงเทพฯ 2005 (Bangkok International Film Festival 2005) - รถยนต์ Honda - ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ Net Design - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - สถาบันภาษาและความรู้ Happy Genius - สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ - โรงเรียนสอนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก OKLS - ร้านขายของ China City - โรงภาพยนตร์ Major Cineplex - บริษัท CVD อินเตอร์เนชันแนล - รายการโทรทัศน์ Mars TV - ขนมปลาเส้น เบนโตะ 	<ul style="list-style-type: none"> T B E E E M E CH B B M B

4.4	<ul style="list-style-type: none"> - สายการบินไทยแอร์เอเชีย - เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ กรุงเทพฯ 2005 - ภาพยนตร์เรื่อง แจ๋ว/ GTH - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - รายการโทรทัศน์ Mars TV - สถาบันภาษาและความรู้ Happy Genius - โรงเรียนสอนภาษาแลภูมิปัญญาตะวันออก OKLS - สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ - นิตยสาร positioning - ละครซิทคอม เป็นต่อ/ Xact - บริษัท CVD อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนล - ร้านขายของ China City - สำนักพิมพ์บุรพัฒน์ คอมมิคส์ - ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ Net Design 	<ul style="list-style-type: none"> T T B E M E E M M B B CH M E
4.5	<ul style="list-style-type: none"> - ระบบโทรศัพท์มือถือ Happy - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - Planet 7 SMS - เครื่องแต่งกาย Playboy - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - เว็บไซต์ www.prettygang.com - สถาบันภาษาและความรู้ Happy Genius - สำนักพิมพ์บ้านพระอาทิตย์ - โรงเรียนสอนภาษา OKLS - ภาพยนตร์เรื่อง แจ๋ว/ GTH - เว็บไซต์ www.dajiahao.net - ภาพยนตร์จีนเรื่องจอมสลัดสาว สยบบัลลังก์มังกร - สายการบินบางกอกแอร์เวย์ (2 หน้า) - ฝูงยางอนามัย Fair - บริษัท CVD อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนล - ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ Net Desig 	<ul style="list-style-type: none"> B T B B E B E M E B M CH T B B E
4.6	-สายการบินไทยแอร์เอเชีย	T

	<ul style="list-style-type: none"> - ชนม์ข้าวอบกรอบไอเซน - ระบบโทรศัพท์มือถือ Happy - เว็บไซต์ www.prettygang.com - โรงภาพยนตร์ Major Cineplex - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - เว็บไซต์ www.dajiahao.net - บริษัท CVD อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนล (2 หน้า) - ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ Net Design - รายการวิทยุ GET 102.5 - ระบบโทรศัพท์มือถือ I- Mobile 	<p>B</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>M</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>B</p> <p>B</p>
4.7	<ul style="list-style-type: none"> - ศูนย์รวมดาวนโหลดบนมือถือ Siam 2 you - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล - สายการบินไทย แอร์เอเชีย - ชนม์ข้าวอบกรอบไอเซน - มหาวิทยาลัยมหิดล - ระบบโทรศัพท์มือถือ Happy - M Club (Major Cineplex) - เว็บไซต์ www.prettygang.com - ศูนย์อบรมคอมพิวเตอร์ Net Design - เว็บไซต์ www.dajiahao.net - บริษัท CVD อินเทอร์เน็ตเนชั่นเนล - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - เครื่องแต่งกาย Playboy - ศูนย์เรียนภาษาจีน MA-ED Center - สำนักพิมพ์บูรพาพัฒนาคอมมิคส์ - โรงเรียนสอนภาษาและภูมิปัญญาตะวันออก OKLS - ศูนย์รวมดาวนโหลด Tel Teen 	<p>B</p> <p>E</p> <p>T</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>M</p> <p>B</p> <p>T</p> <p>B</p> <p>E</p> <p>M</p> <p>E</p> <p></p> <p>B</p>

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวปรววรรณ ทรงบัณฑิตย เกิดเมื่อวันที่ 23 เมษายน พ.ศ. 2522 ที่กรุงเทพมหานคร สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี เมื่อปีการศึกษา 2544 ในสาขาวิชาประวัติศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และเข้าทำงานครั้งแรกที่มูลนิธิเพื่อนช้าง ในตำแหน่งเจ้าหน้าที่ธุรการและผู้ช่วยฝ่ายประชาสัมพันธ์ ก่อนจะเข้าศึกษาต่อในหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวารสารสนเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปีการศึกษา 2546



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย