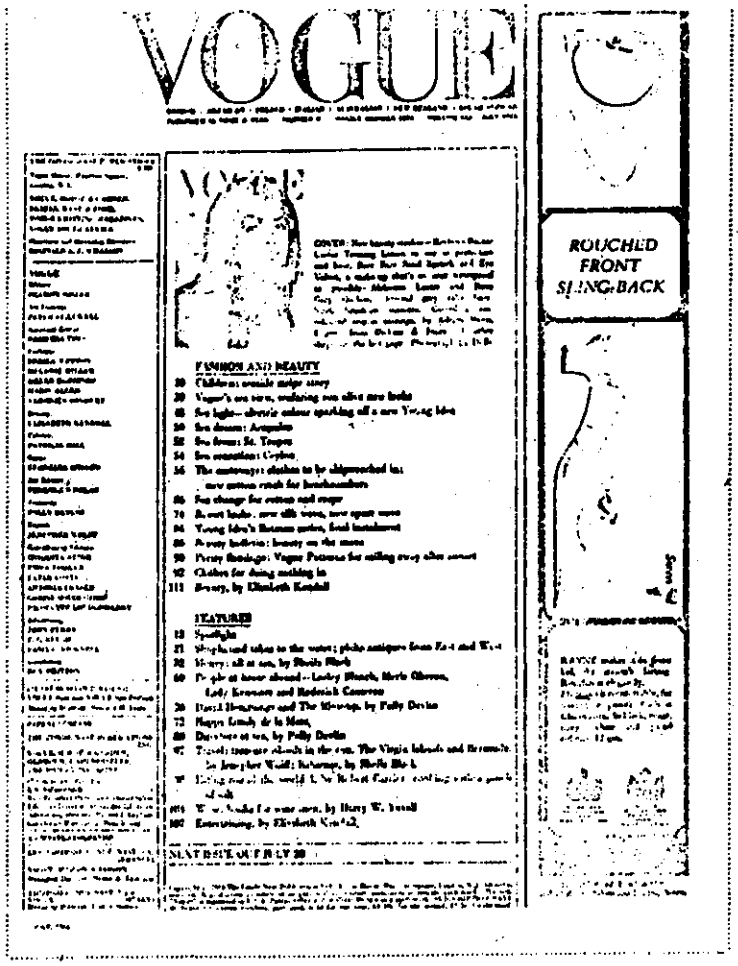
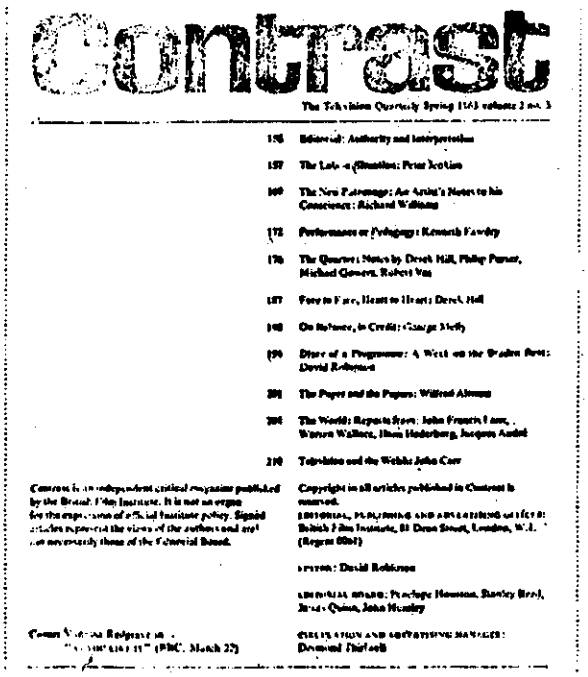


ฉะนั้นจะเห็นได้ว่า หน้าสารบัญนี้ท้าทายผู้ออกแบบในการวางองค์ประกอบต่างๆ ลงไปในหน้าสารบัญนี้อย่างยิ่ง หน้าสารบัญนี้ยังถือหลักว่าเป็นหน้าที่ซึ่งช่วยในการขายนิตยสาร (to help sell a magazine) อีกด้วย เนื่องจากผู้อ่านจะเปิดหน้าสารบัญเป็นลำดับที่สองรองจากหน้าปกนั่นเอง หากเป็นไปได้แล้วการวางองค์ประกอบต่างๆ ดังกล่าวลงไปในหน้าสารบัญนั้น มีหลักที่ต้องคำนึงว่า ต้องให้เกิดสิ่งต่อไปนี้คือ

1. Clarity: ความแจ่มชัด สะอาด อย่าวางองค์ประกอบให้สับสนวุ่นวาย สกปรก

2. Lucidity: ความกระจ่างแจ้ง เด่น มองเห็นได้ง่าย

3. White space: ความมีที่ว่าง เกิดที่ว่างสีขาว เพื่อเป็นบริเวณพักสายตาบ้าง ไม่วางองค์ประกอบให้แน่นทึบเกินไป



Contrast

The Television Quarterly Spring 1963 volume 2 no. 3

156	Editorial: Authority and Interpretation
157	The Late-night Situation: Peter Scotton
160	The New Patronage: An Artist's Notes to his Conscience: Richard Williams
172	Performance or Pedagogy: Kenneth Fawdry
176	The Quarters: Notes by Derek Hill, Philip Purser, Michael Gowers, Robert Vas
187	Face to Face, Heart to Heart: Derek Hill
190	On Balance, to Credit: George Mely
196	Diary of a Programme: A Week on the Braden Beat: David Robinson
201	The Paper and the Papers: Wilfred Altman
206	The World: Reports from: John Francis Lane, Winston Wallace, Ilona Haderburg, Jacques Audiol
210	Television and the Welsh: John Corr

Contrast is an independent critical magazine published by the Broadcast Film Institute. It is not an organ for the expression of official Institute policy. Signed articles represent the views of the authors and not necessarily those of the Editorial Board.

Copyright in all articles published in Contrast is reserved.

EDITORIAL, PUBLISHING AND ADVERTISING OFFICES: British Film Institute, 81 Dean Street, London, W.1. (Regent 0861)

EDITOR: David Robinson

EDITORIAL BOARD: Penelope Houston, Stanley Reed, Jonah Quinn, John Huntley

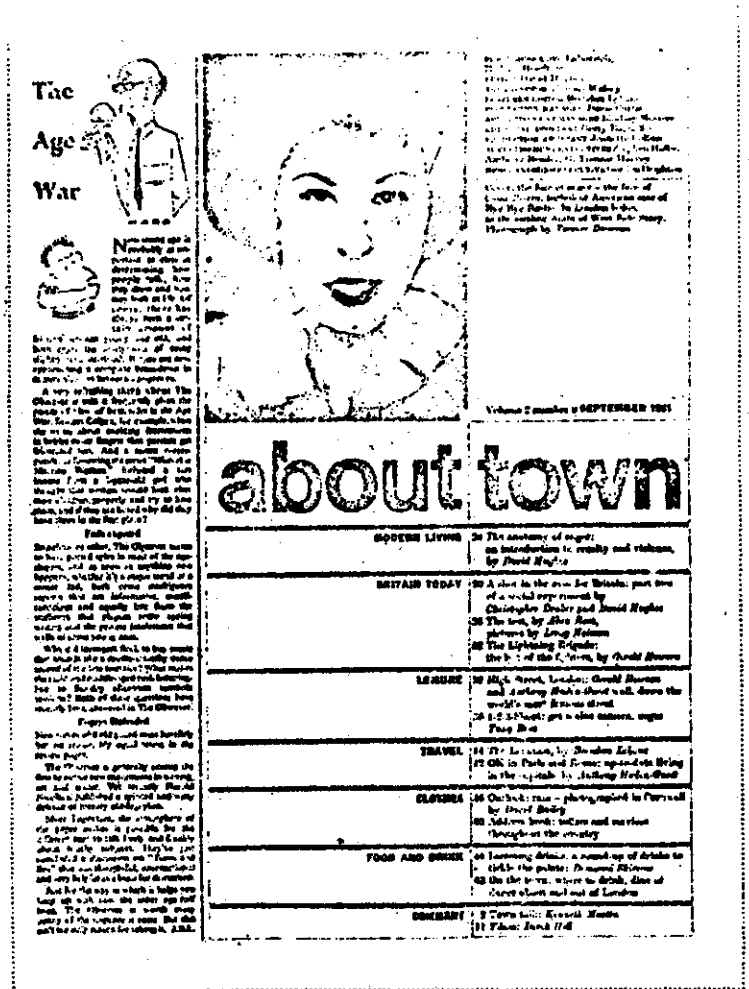
CIRCULATION AND ADVERTISING MANAGER: Desmond Dinneen

การใช้ตัวอักษรต้องรู้จักเลือกใช้ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นชนิดที่ออกแบบเสมอไป ตัวพิมพ์ (type) ที่มีอยู่ในโรงพิมพ์นั้น ก็สามารถเลือกใช้อย่างเหมาะสมได้ ทั้งนี้ ต้องตัดคำที่ไม่จำเป็นออก เพื่อให้เกิดสิ่งที่ต้องการตามหลักที่ต้องคำนึงถึงข้างต้นดังคำกล่าวที่ว่า "cut out all unnecessary warding"

บางครั้งการออกแบบโฆษณาในหน้าสารบัญนี้อาจทำให้ดูเหมือนว่าเป็นบทบรรณาธิการ โดยออกแบบชื่อเรื่องภาพประกอบ ให้มีลักษณะเป็นหัวคอลัมน์ (Column head) จะทำให้หน้าสารบัญมองดูมีสาระมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม นิตยสารที่มีขนาดเล็กนั้น การจะนำองค์ประกอบของโฆษณามาวางไว้ในหน้าสารบัญ ก็ต้องดูว่า พื้นที่ของหน้านี้ มีพอเพียงหรือไม่ เนื่องจากโฆษณานั้น มีข้อจำกัดอยู่บ้างในเรื่องของการตกลง หรือสัญญากันระหว่างผู้ให้โฆษณากับนิตยสารฉบับนั้นๆ ด้วย

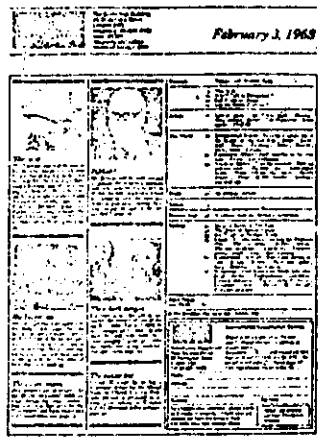
ตัวอย่างงานที่ประสบความสำเร็จในการวางองค์ประกอบของ "หน้าสารบัญ" นิตยสารต่างประเทศ



3. ลำดับหน้า (Sequences of pages)

มีคำกล่าวที่ถือเป็นหลักสำคัญในการลำดับหน้าคือ คำที่ว่า "good magazines are never static" * หมายถึงนิตยสารที่ดีนั้นจะมีการจัดหน้าที่เปลี่ยนไปเรื่อยๆ ไม่หยุดนิ่งตายตัวลงไปว่า หน้า 3 เป็นสารบัญ หน้า 5 เป็นโฆษณา ทั้งนี้ก็เนื่องมาจากความเจริญก้าวหน้าของโลก และมนุษย์ได้พัฒนาความรู้และเทคโนโลยีไปทุกสาขา นิตยสารจึงต้องทันต่อโลกทุกนาที (up-to-the-minute) และในทุกทาง

การจัดให้นิตยสารมีลักษณะเฉพาะตัว (Character) หรือมีเอกลักษณ์ของตนเองนั้น จะขึ้นอยู่กับคุณภาพของเนื้อหา (quality of the contents) ภายในนิตยสารนั้นประกอบกับ **"การจัดลำดับหน้า"** เพื่อเสนอเรื่องให้ผู้อ่าน ตลอดจน "ตัวอักษร (text) และการอธิบายโดยใช้ภาพประกอบเรื่อง (illustrations) การออกแบบหัวเรื่อง (Captions) การจัดหน้า (layout)

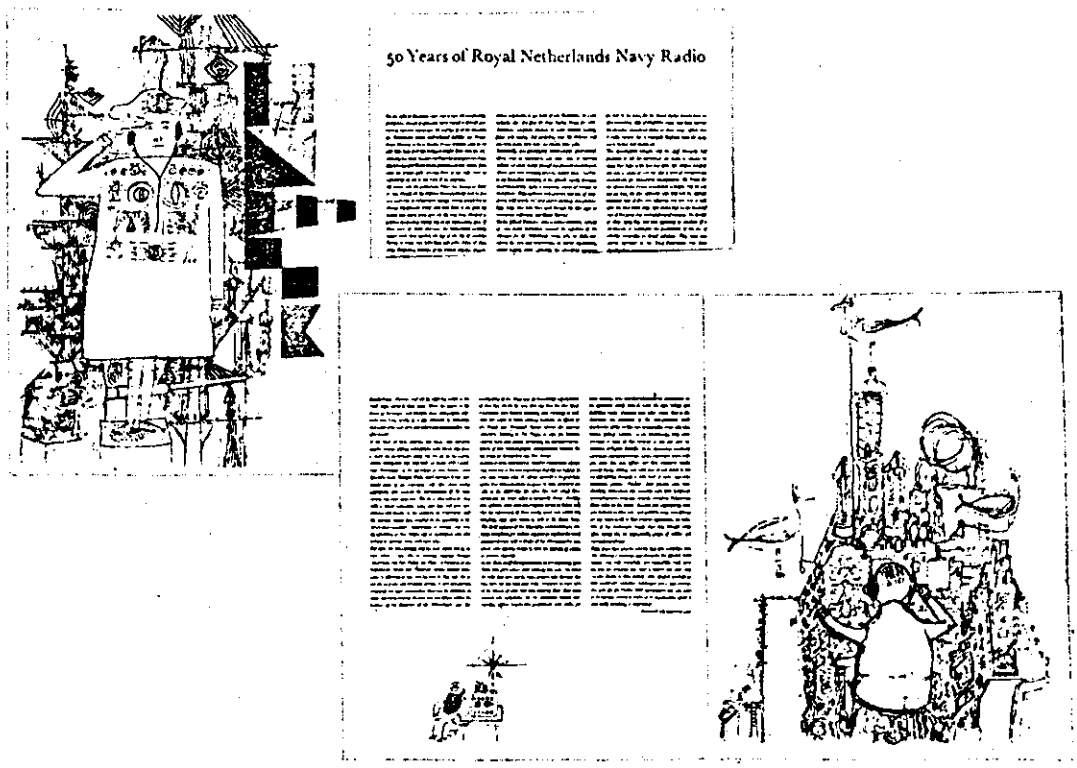


การออกแบบตัวอักษรของหัวเรื่องในหน้าก็ไม่จำเป็นจะต้องเป็นลักษณะหรือลีลา (Style) เดียวกันเสียทุกหน้า การจัดภาพถ่ายจนเกินความต้องการ เป็นสิ่งที่ไม่น่าดูหรือเกิดความสนใจในระยะยาวได้ ในขณะที่ภาพเขียนจะเกิดความดึงดูดใจได้ในบางครั้งก็ควรจัดลงไป

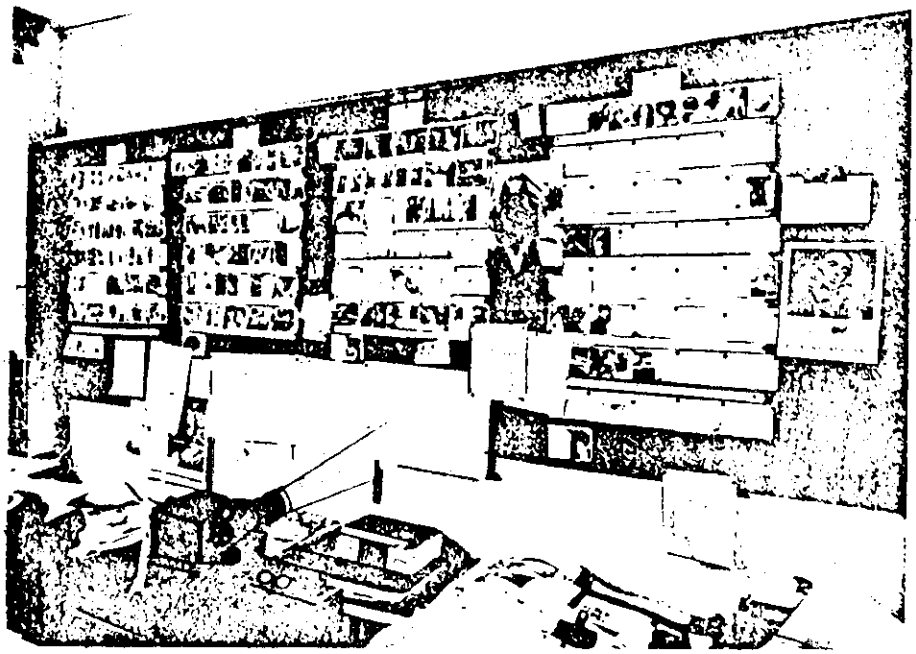
---

* Ruari McLean, *Opcit.* p. 120.

ภาพการ์ตูนนับเป็นสิ่งที่ผู้อ่านต้องการมาก และยอมรับ เนื่องจากเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความเพลิดเพลิน และลืมเรื่องที่ตึงเครียดลงไปได้



การจัดหน้าให้เป็นเนื้อหาเดียวกันทั้ง 2 หน้า หรือที่เรียกว่า Double Spread ทำให้หน้าทั้งสองติดกันเหมือนหน้าเดียว จะก่อให้เกิดความรู้สึกที่มองภาพได้จุใจ ใหญ่ขึ้น และติดต่อกันไป เป็นที่นิยมแก่การจัดลำดับหน้าของนิตยสารทั่วๆ ไป

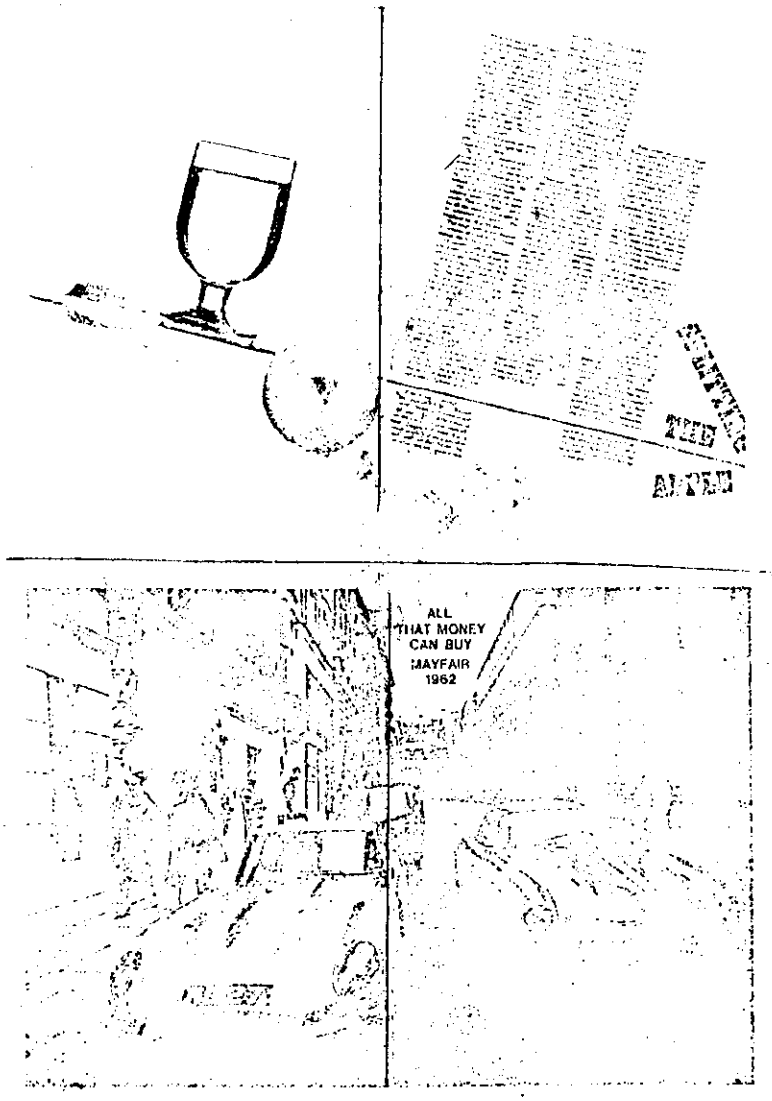


A wall in the art director's office at Vogue, London, showing the planning of the next four issues. In the foreground are two projectors for viewing colour transparencies.

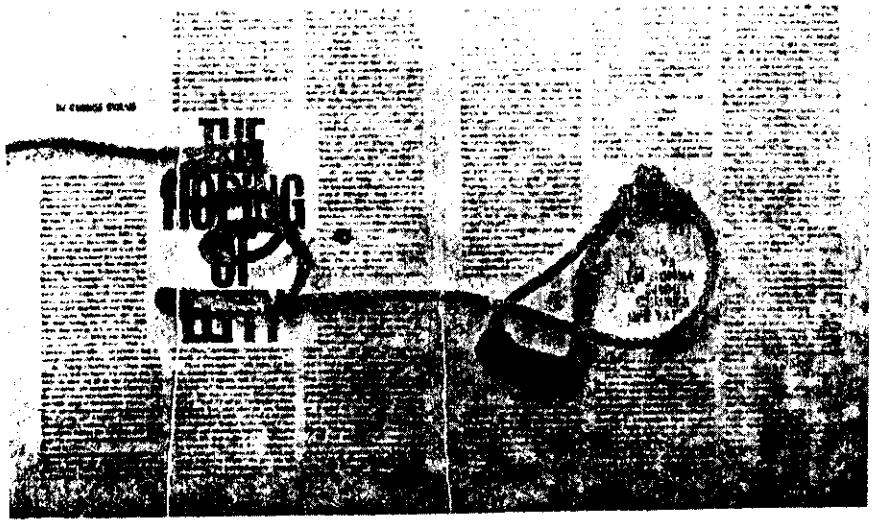
การจัดลำดับหน้านิตยสารนั้น ควรมีกระดานติดภาพ ดังรูปข้างบนนี้ พร้อมทั้งอุปกรณ์ประเภทเครื่องฉาย (proojectors) ภาพโปร่งแสง ซึ่งส่วนมากเป็นสไลด์ และฟิล์มสีต่างๆ สำหรับตรวจสอบภาพ เพื่อจัดลำดับหน้าได้ง่ายขึ้น

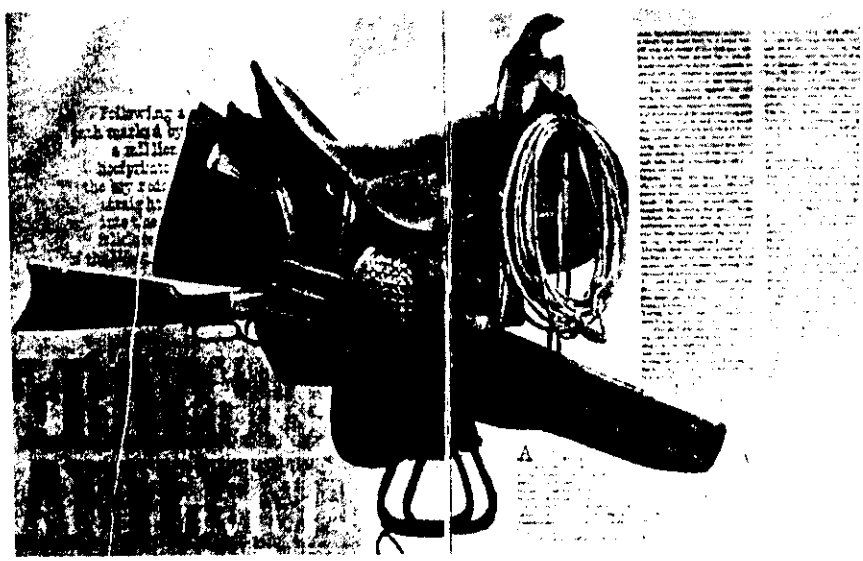
การจัดทำนิตยสารรายสัปดาห์โดยทั่วๆ ไปนั้น จะจัดลำดับหน้าพร้อมกันอย่างน้อย 2 ฉบับ (รูปข้างบนนั้นจัดครั้งละ 4 ฉบับ) เพื่อดูความเหมาะสมที่จะเสนอต่อผู้อ่านให้มีเรื่องติดต่อกัน หรือภาพต่อเนื่องกันไป ในกรณีที่มีเรื่องต่อกัน กันหลงลืม และไม่ต้องกล่าวคำว่า "ขออภัยท่านผู้อ่าน ฉบับที่แล้วลงรูปผิดไป" ดังนี้เป็นต้น

การจัดหน้า 2 หน้า ให้เป็นหน้าเดียวนั้นมีความนิยมสูงมากในนิตยสารต่างประเทศ (โดยเฉพาะหน้ากลางของยกหนึ่งๆ) นิตยสารในบ้านเราอาจมีปัญหาในการเย็บเล่ม โดยเฉพาะโรงพิมพ์ที่ขาดความชำนาญมากพอ จะทำให้รอยต่อของภาพไม่สนิทเป็นภาพเดียวกัน แต่ก็มีโรงพิมพ์ที่ได้มาตรฐานอยู่บ้าง ผู้จัดทำควรตรวจสอบผลงานดูก่อนจัดทำหรือตกลงพิมพ์



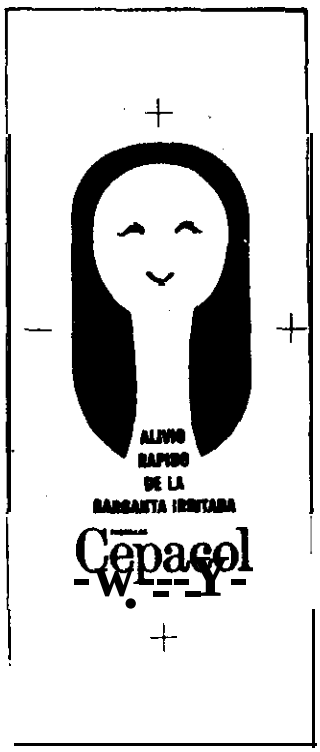
การจัดลำดับหน้าโดยการวางภาพ และหัวเรื่องในลักษณะ Double Spread





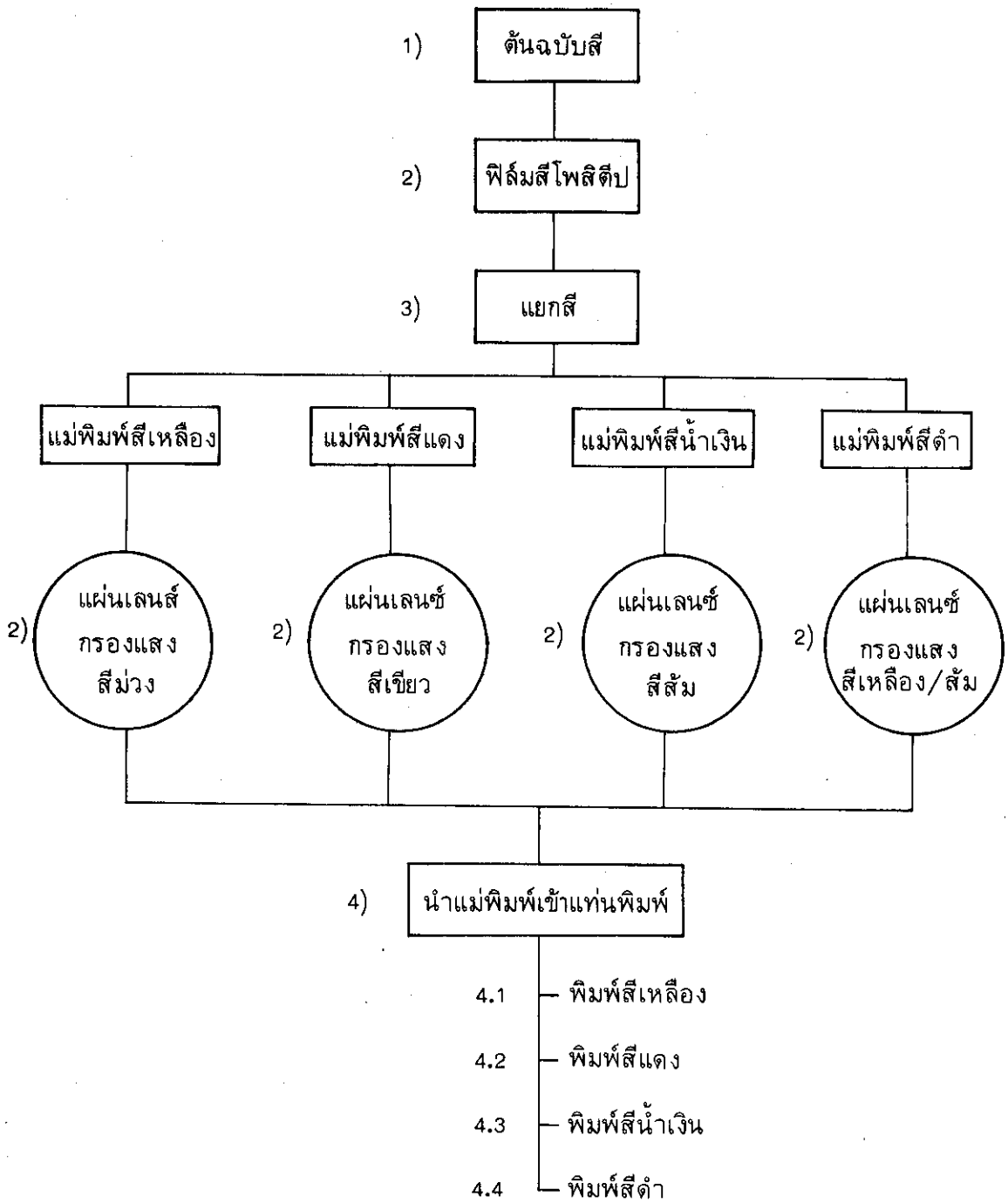
4. สี (Colour)

สีเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดทำนิตยสาร ผู้ออกแบบ (designer) มักประสบปัญหาอย่างยิ่งในเรื่องของการให้สีนิตยสาร เนื่องจากการทำนิตยสารนั้นเป็นกระบวนการ คือ นับตั้งแต่ต้นฉบับ (copy) ฟิล์ม (film) ซึ่งส่วนมากเป็นฟิล์มโพสิตีป เช่น สไลด์สี เป็นต้น การแยกสี การพิมพ์หลายสี (ซึ่งปกติจะมี 4 สี) ในกรณีนี้มักเรียกกันว่า Multi-Color Printing คือ พิมพ์มากกว่า 1 สี ผู้ออกแบบสี มักได้สีหลังจากการพิมพ์นิตยสารสำเร็จแล้วไม่ตรงตามที่กำหนด และบ่อยครั้งพิมพ์สีเลอะเทอะหรือแยกสีพลาดมุมไป (จะกล่าวในเรื่องการแยกสี)

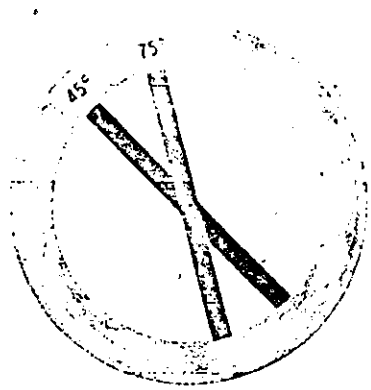


ดังนั้น การใช้สีกับนิตยสารบางครั้ง ผู้จัดทำจะต้องทราบถึงกระบวนการพิมพ์สีด้วย จึงจะทำให้ได้นิตยสารที่มีสีตรงตามที่กำหนดไว้ เนื่องจากโรงพิมพ์ ผู้พิมพ์ หรือช่างพิมพ์สี ที่มีความชำนาญมาก ยังหายากอยู่ในเมืองไทย โดยเฉพาะกับโรงพิมพ์เล็กๆ แต่ก็คาดว่าอนาคตคงจะดีขึ้น อย่างไรก็ตามในเบื้องต้นนี้ จึงอยากจะขอกล่าวถึงกระบวนการพิมพ์สีพอสังเขป ดังนี้คือ

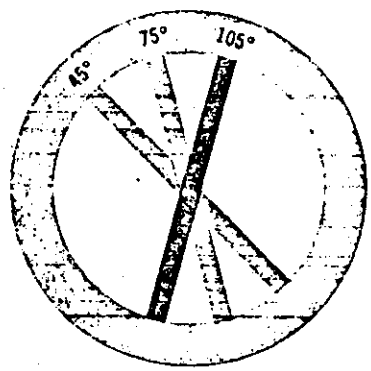
แผนผังแสดงกระบวนการพิมพ์สี



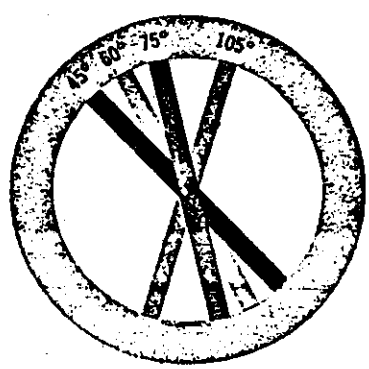
มุมของเม็ดสีในแม่พิมพ์ฮาร์ฟโทน



SCREEN ANGLES USED IN TWO-COLOR PROCESS



SCREEN ANGLES USED IN THREE-COLOR PROCESS



SCREEN ANGLES USED IN FOUR-COLOR PROCESS

โดยปกติการแยกสีเพื่อทำแม่พิมพ์ฮาร์ฟโทนนั้น นิยมให้มุม (องศา) ของสีอยู่เหลื่อมกันไป เพื่อให้เม็ดสีตกลงบนพื้นที่สีขาวมองเห็นได้ชัดเจน และกรณีที่สีผสม เม็ดสีก็จะทับกันทำให้ได้สีผสมกันสนิท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าจะพิมพ์กี่สี เช่น

1. **พิมพ์ 2 สี** นิยมให้มีองศาสี หรือมุมของสกรีน

สีดำ 45 องศา

สีแดง 75 องศา

2. **พิมพ์ 3 สี** นิยมให้มีมุม มุมของสกรีนดังนี้ คือ

สีเหลือง 75 องศา

สีน้ำเงิน 45 องศา

สีแดง 105 องศา

3. **พิมพ์ 4 สี** นิยมให้มีมุมของสกรีนดังนี้คือ

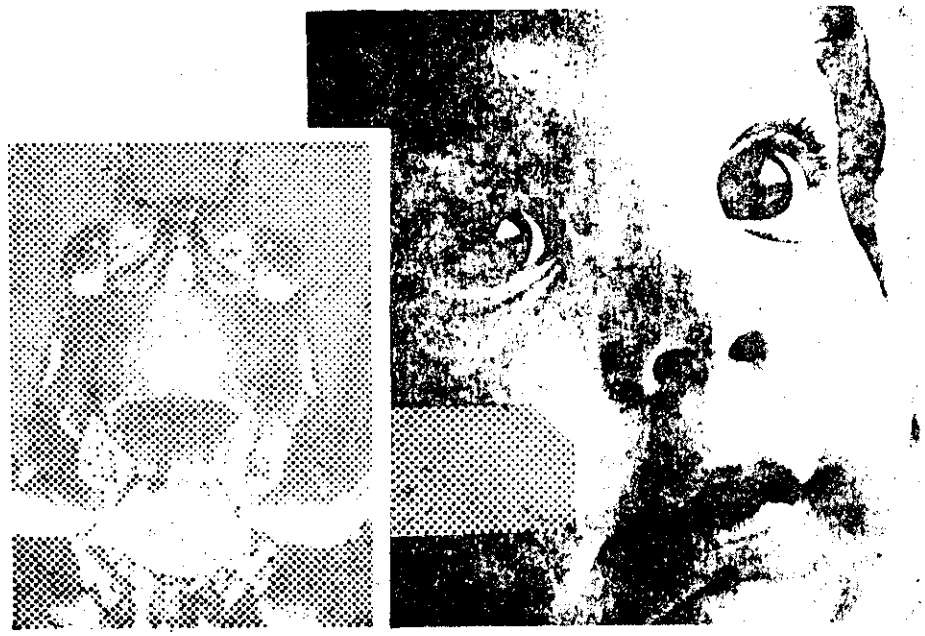
สีเหลือง 60 องศา

สีน้ำเงิน 105 องศา

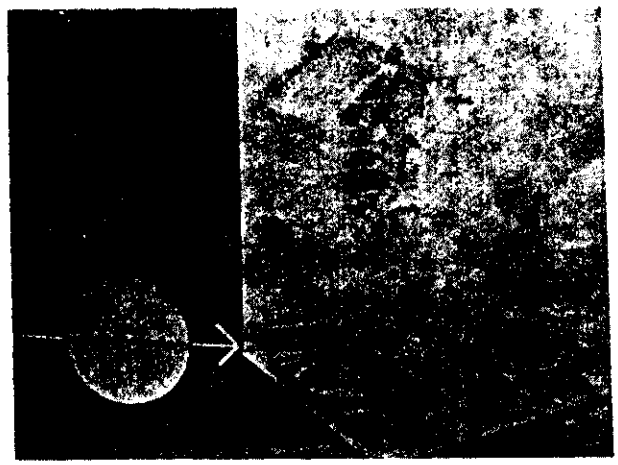
สีแดง 75 องศา

สีดำ 45 องศา

Halftone screen-angles used in process platemaking.



แสดงเม็ดสกรีน ขยายให้เห็นมุม (องศา)



แสดงการแยกสีด้วยเลนซ์กรองแสงสี

การพิมพ์สี (Color printing) ในนิตยสาร หรือพิมพ์สีในแผ่นพิมพ์ใดก็ตาม อาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

1. flat color
2. process color

1. flat color

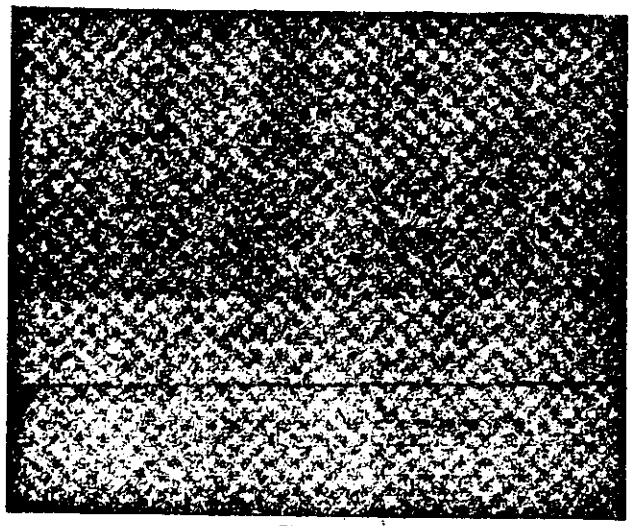
พิมพ์จากสีหมึกมาตรฐาน หรือหมึกผสมที่เข้ากันได้กับสีอื่น พื้นที่ของสีอาจจะเข้ม (Solid) หรือเป็นสกรีน หรือฮาร์ฟโทน ซึ่งพิมพ์ขึ้นจากต้นฉบับขาว-ดำ

2. process color

เป็นการพิมพ์จากต้นฉบับสี (Continuous-ton color) หรือเรียกว่าการพิมพ์ในระบบ 4 สี (four-color process; full-color process; Simply; process printing) นั่นเอง

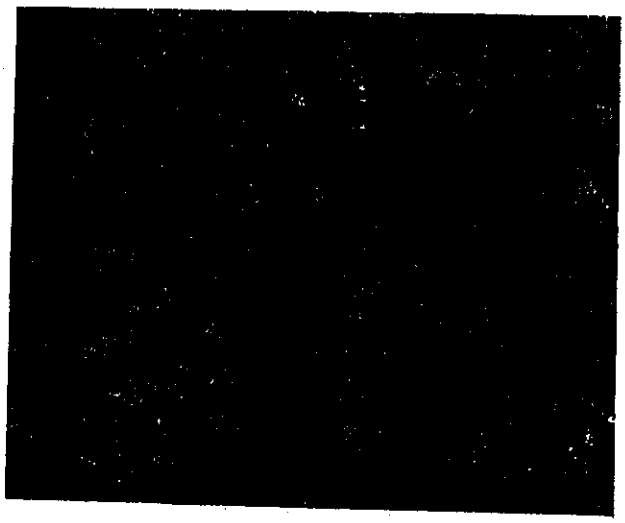
MOIRÉ

คือปรากฏการณ์ที่เม็ดสีฮาร์ฟโทน เกิดพิมพ์ซ้อนกัน (overlapping) ทำให้เกิดสีไม่เรียบ กลายเป็นลายจุดหรือตาตะแกง แก้ไขโดยเลื่อนมุมของเม็ดสี (screen angle) มิให้ซ้อนกันในการแยกสีทำแม่พิมพ์



a. The moire pattern is caused by the incorrect angling of one of the halftone screens.

แสดงปรากฏการณ์ที่เรียกว่า MOIRE ในการพิมพ์สี

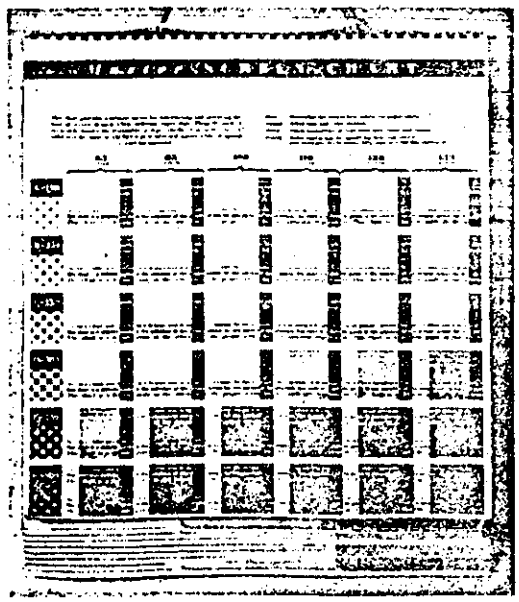


b. Correct screen angle permits the dots to lie next to each other and appear as an even, deep color.

เมื่อแก้ไขมุมของเม็ดสีแล้ว จะทำให้สีเรียบขึ้นได้

Color Guides

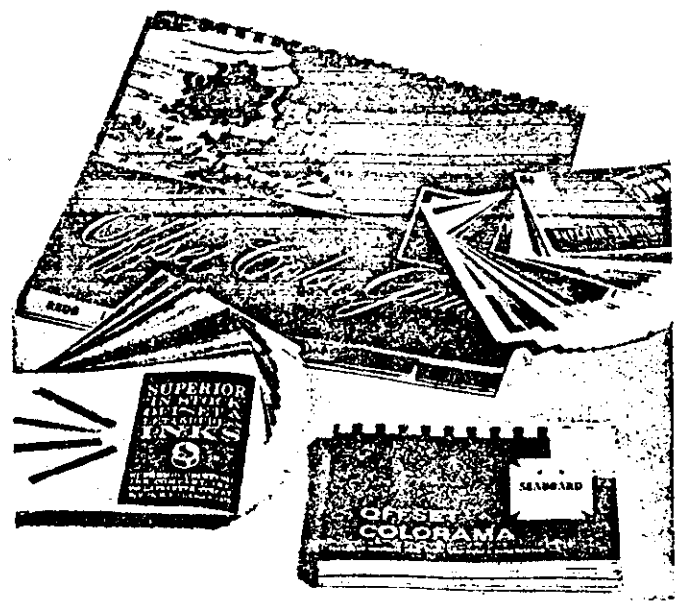
เป็นเครื่องมือหรือคู่มือในการพิมพ์สี ช่วยผู้ออกแบบสีได้กำหนดสี และผลของสีที่พิมพ์ออกมาแล้วก่อนที่จะมีการพิมพ์จริง นอกจากนี้ยังช่วยผู้พิมพ์ให้รู้ถึงลักษณะของสีด้านต่างๆ เช่น ความเข้ม การผสมสี คุณค่าของสีหมึก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี chart แสดงระดับสีในภาพ benday ชนิดต่างๆ อีกด้วย แสดง tint ในแต่ละสกรีนฮาร์ฟโทน ปกติจะมีตั้งแต่ 65-120 เส้นต่อนิ้ว



Engravers tint chart.

ตารางหรือแผ่น chart ดังกล่าวเรียกกันว่า engravers tint chart

คู่มือต่างๆ ดังกล่าวนี้ จะช่วยให้ผู้ตกแต่งภาพฮาร์ฟโทน ภาพ benday ภาพ surprint ได้หลายแบบ หลายขนาด เหมาะอย่างยิ่งที่จะใช้ทำภาพในนิตยสาร เป็นคู่มือของช่างสี และผู้ทำนิตยสารได้อย่างดี

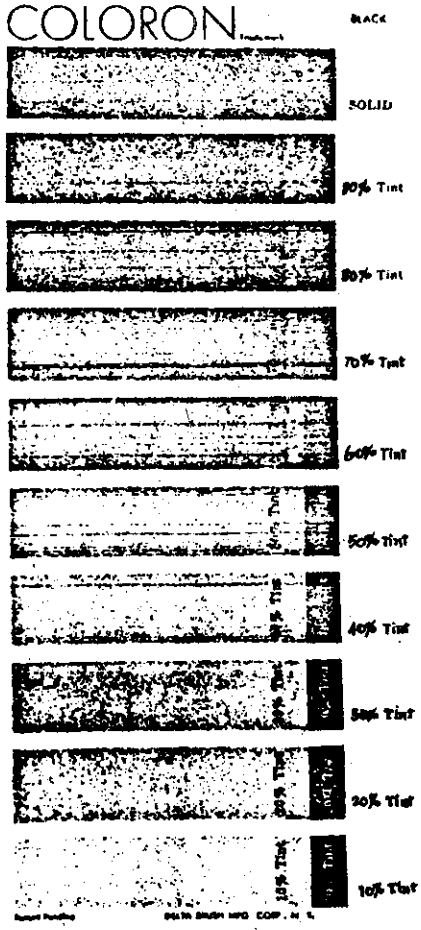


Ink manufacturers' swatch books.

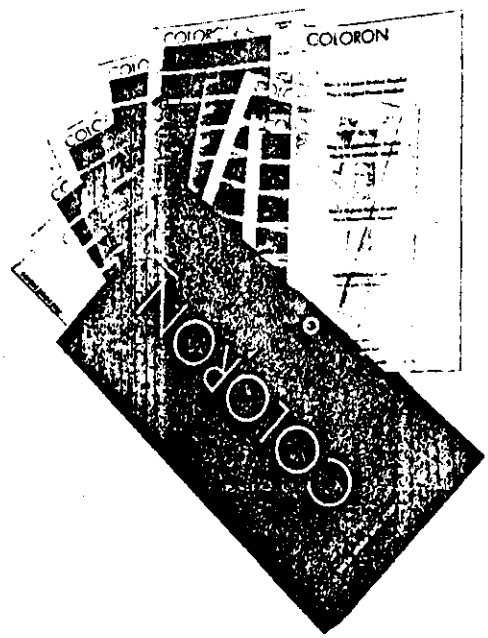
Coloron

โคโลรอน คือเครื่องมือถาวรช่วยการบังคับและวิเคราะห์สี ในการพิมพ์สีเดียว และสีผสม (multi-colour printing) จะมีลักษณะเป็นแผ่นโปร่งแสง (transparent sheets) มีสีต่างๆ กันไปตามระดับความเข้มของสีจาก 10 จนถึงเข้มสุด (solid)

และแต่ละแผ่นยังแสดงถึงผลของ tints คือระดับสีในภาพชนิดต่างๆ เช่น surprint ภาพสกรีน เป็นต้น หรือจะดูผลของการพิมพ์สีหลายๆ สีทับกัน ตามความเข้มที่ต้องการ

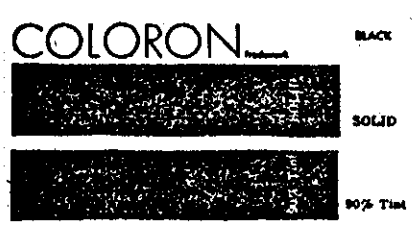


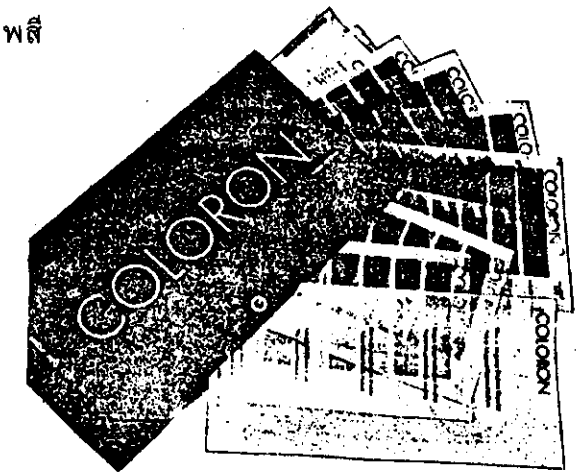
A tool for predetermining color effects of overprinting inks.



เป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้ออกแบบสีนิตยสาร มองเห็นสีที่กำหนดไว้ก่อนการพิมพ์จริง

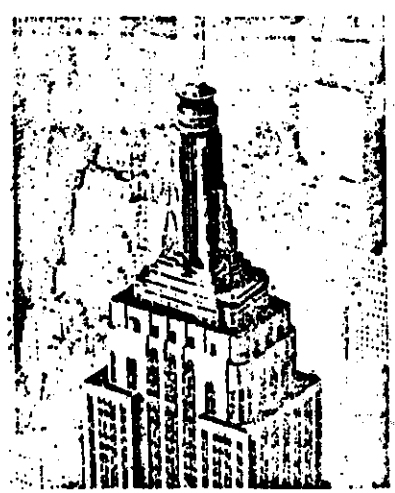
หรือเป็นคู่มือของผู้พิมพ์ ช่างพิมพ์ ในการพิมพ์สีผสมและแตกต่างภาพสี ให้สวยงามได้อีกด้วย



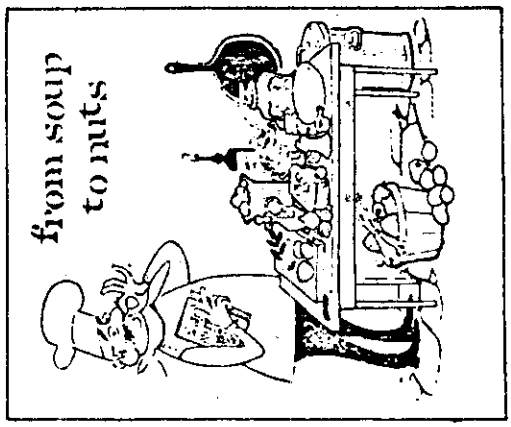


Bourges

เป็นเครื่องมือกันสี (Colour medium) หรือวัสดุสี ในการตกแต่งภาพสี หรือขาวดำ เพื่อจะเน้นความเข้มของสี หรือใส่สีในบริเวณที่ต้องการเป็นภาพโปร่งแสง ซึ่งเคลือบไว้ด้วย หมึกพิมพ์สี ที่ขูดออกได้ หรือตัดชิ้นส่วนไปติด ไปทับตามที่ต้องการ หรือเพื่อต้องการจะให้ภาพบริเวณใดมีแสงมากน้อย หรือมีสีเข้ม-จางหรือทึบ ได้ตามที่ปรารถนา แผ่นโปร่งแสงนี้เรียกชื่อเต็มๆ ว่า bourges overlay sheet สามารถจะตกแต่งภาพได้ทั้งภาพถ่ายและภาพลายเส้น ใช้ในงานศิลป์ทั่วไป

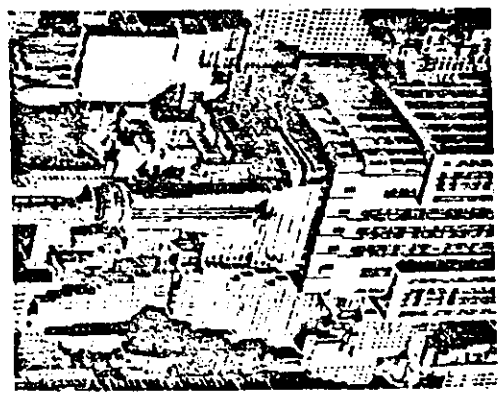


1) ภาพลายเส้นต้นฉบับ

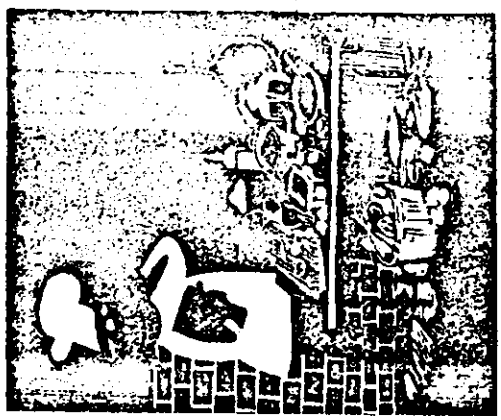


1

ต้นฉบับภาพถ่าย

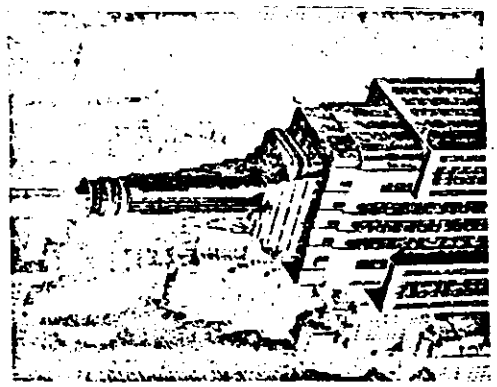


2) ใช้ bourges

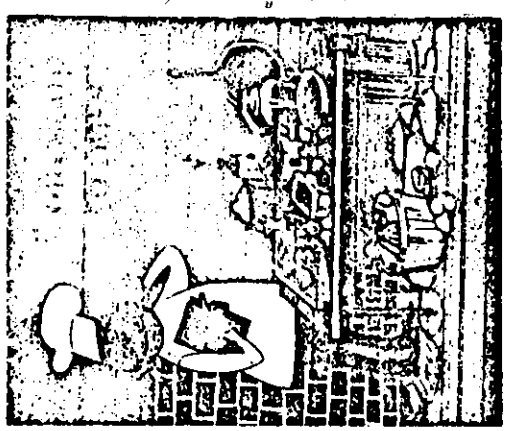


2

ใช้ bourges 50% วางทาบ และใช้ overlay ย้ำส่วนที่เป็นดำ

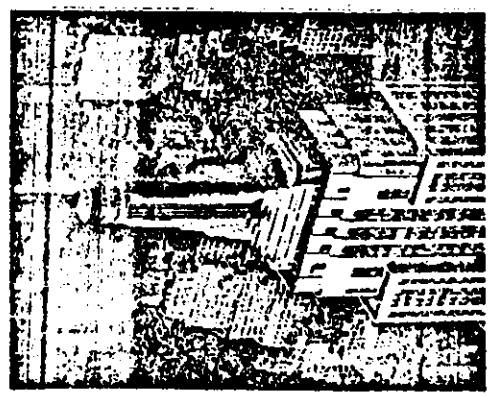


3) พ่นฟิล์มผลิตภัณฑ์แล้ว



3

พ่นฟิล์มผลิตภัณฑ์แล้ว



5. เรื่องพิเศษ (Special Cases)

เรื่องพิเศษของนิตยสารนั้น นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่ง เนื่องจากประกอบด้วยเรื่องต่างๆ มากมาย เช่น

5.1 Typographical headings

5.2 Picture headings

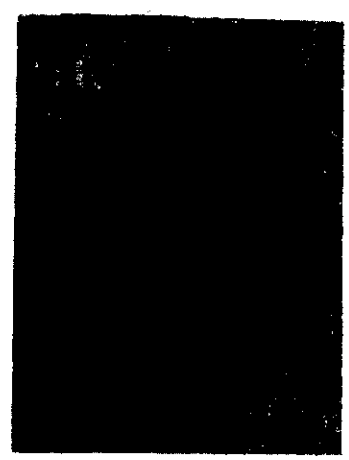
5.3 The use of photographs

5.4 Some restylings and comparisons

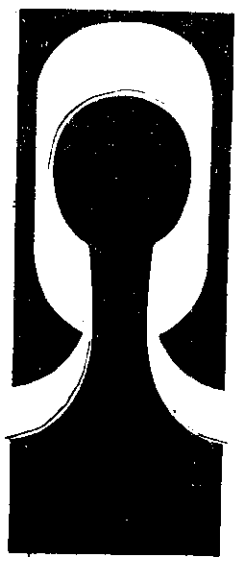
5.5 Some special problems

5.1 Typographical headings การใช้ตัวพิมพ์หรือการออกแบบตัวอักษรให้เป็นประโยชน์แก่การเขียนหัวเรื่อง (heading)

การออกแบบและใช้ตัวอักษรสร้างหัวเรื่องในลักษณะที่หัวเรื่องมีพื้นที่เข้าไปสอดแทรกอยู่ในเนื้อเรื่อง (body) เป็นวิธีหนึ่งที่เกี่ยวกับศิลปการใช้ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์สร้างหัวเรื่อง

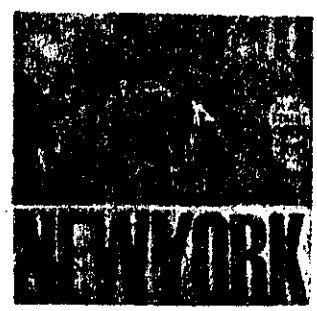


5.2 Picture headings การใช้ภาพสร้างหัวเรื่อง (heading) ภาพเป็นสิ่งที่นำสายตาผู้ผู้อ่านได้ดี การใช้ภาพล่อสายตาผู้อ่านจึงนับว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ **"สร้างความสนใจ"**



มีผู้จัดทำนิตยสารหลายฉบับนิยมใช้ภาพเป็นสิ่งที่เป็นหัวเรื่อง หรือหัวคอลัมน์หน้าในนิตยสาร

ดังตัวอย่างการใช้ภาพ สร้างหัวเรื่องรูปต่อไปนี้

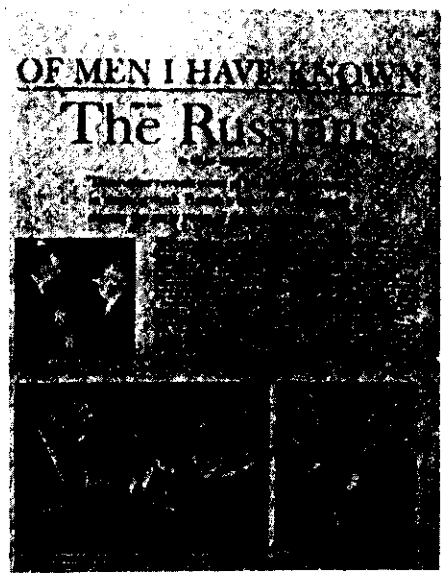


5.3 The use of photographs การเลือกใช้ภาพในการจัดทำนิตยสาร หน้าใน (inside pages) นั้น ท้าทายความสามารถ ทักษะ ของบรรณาธิการฝ่ายศิลป์ (Art Director) มากที่สุด เนื่องจากผลงานที่ปรากฏนั้น จะได้มาจากสิ่งที่สำคัญ 2 ประการคือ

ก. รสนิยม (taste)

ข. ประสบการณ์ (Experience)

กฎเบื้องต้นของการจัดภาพหน้าในนิตยสาร มีอยู่ว่า *

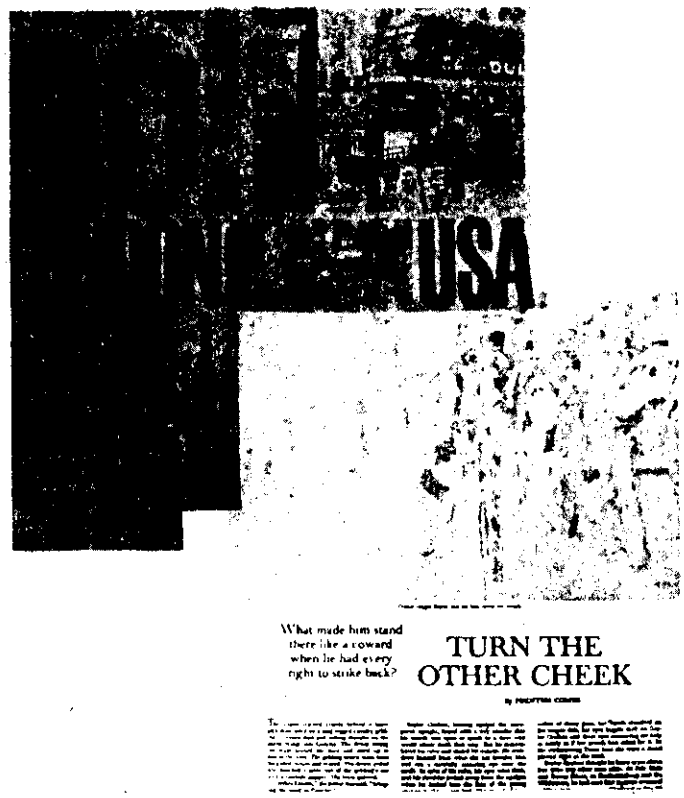


1. ภาพใกล้ควรอยู่ใกล้ๆ ผู้อ่าน เช่น ด้านล่างของหน้า ภาพไกลควรอยู่ห่างออกไป เช่น ด้านบนของหน้า
2. ภาพที่จัดนั้นควรมีความลึก (depths) ความกว้าง (widths) และมิติที่เข้ากันได้ เมื่อจัดภาพเกินกว่า 2 ภาพ ในหน้าเดียวกัน
3. ภาพที่มีลักษณะ ขนาด ใกล้เคียงกัน เมื่อจัดในหน้าเดียวกันอาจทำให้ไม่มีสิ่งน่าสนใจ (dull) ควรจัดให้มีภาพที่เด่นเพียงภาพเดียว จะเหมาะกว่า
4. ควรจัดภาพในหน้าเดียวให้เกิดการเคลื่อนไหว (movement) มีชีวิตชีวา (lively) ภาพที่มีลักษณะแข็ง ตรึงแน่น หรือสิ่งของ เป็นภาพที่จัดให้เกิดชีวิตชีวาได้ยากกว่า การจัด "ภาพคน" และ "สัตว์"

---

* Ruari McLean. *Magazine Design*. London: Oxford University Press.. 1969. p. 262.

5.4 Some restylings and comparisons การเปรียบเทียบนิตยสารที่กำลังจัดทำกับฉบับอื่นๆ นับเป็นประโยชนน์มากในด้านการแข่งขัน การจำหน่าย ความแปลกใหม่ ความเด่น ความรู้ ฯลฯ จึงมีผู้ทำนิตยสารหลายฉบับ ใช้นิตยสารฉบับที่ประสบความสำเร็จแล้วนั้นเป็นคู่มือ หรือเป็นแนวทางในการสร้างนิตยสารของตน เช่น การเปรียบเทียบ ปก (Cover) สี (Colour) เนื้อเรื่อง, หน้าสารบัญ เป็นต้น



5.5 Some special problems ผู้จัดทำนิตยสารมักประสบปัญหาปลีกย่อยอีกมาก และถือเป็นเรื่องที่ต้องคำนึงไว้ด้วยอย่างยิ่ง เช่น

1. การจัดหน้าโดยใช้ภาษาต่างๆ หลายภาษาจะมีปัญหาเรื่องพิมพ์ (Multilingual layout)
2. การโฆษณาออกอากาศ เพื่อวางจำหน่าย (Radio programmes)
3. รายได้ต่ำหรือสถิติจำหน่ายต่ำ (Low-budget)
4. นิตยสารคู่แข่ง (other magazines)
5. นิตยสารออกใหม่ เป็นต้น

3. นิตยสารประเภทต่างๆ

ประเภทของนิตยสาร (Types of magazines)

โดยทั่วๆ ไปแล้ว นิตยสารที่เราพบเห็นกันอยู่ทั้งของต่างประเทศและที่ผลิตออกจำหน่ายในบ้านเราเองนั้น แบ่งออกได้เป็น 2 พวกใหญ่ๆ คือ

1. **นิตยสารเพื่อผู้อ่านทั่วไป** (General magazines) หรือ Consumer magazine) บางครั้งจะเรียกกันว่า นิตยสารสำหรับ "มหาชน" หรือ "มวลชน" (Mass magazines) เนื่องจากเป็นนิตยสารที่ทุกคน ทุกวัย อ่านได้ เพราะว่ามีเนื้อหาสาระสำหรับผู้อ่านทุก ๆ คนนั่นเอง

2. **นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Specialized magazines)** นิตยสารประเภทนี้ มีคำเรียกเป็นสามัญโดยทั่วๆ ไปว่า "Class" * ในกลุ่มนิตยสารวงการอุตสาหกรรมของสหรัฐ ต่อมามีนักประวัติศาสตร์ที่ศึกษาเกี่ยวกับนิตยสารยุคใหม่ ชื่อ **ปีเตอร์สัน** (Dean Theodore Peterson) ได้เรียกชื่อนิตยสารเฉพาะกลุ่มนี้ว่า **Minority** แทนคำ "Class" เนื่องจากนิตยสารประเภทนี้จะมีเนื้อหาสาระเน้นหนักไปในด้านการแสดงความคิดเห็น อภิปราย ข้อเสนอแนะ ข้อขัดแย้ง การอธิบายตีความหมายต่างๆ ในนกลุ่มผู้สนใจเรื่องราวนั้นๆ โดยเฉพาะ เช่น นิตยสาร Negro

---

* Roland E. Wolseley, *Understanding Magazines*, The Iowa State University Press, Ames, Iowa, 1969, p. 302.

digest, Ebony, Jet, Tan etc. เป็นต้น นิตยสารในบ้านเราก็มี ยานยนต์ มอเตอร์ไซค์ บ้าน พระเครื่อง ฯลฯ เป็นต้น

1. นิตยสารเพื่อผู้อ่านทั่วไป (The Consumer or general) แยกได้เป็นพวกๆ ดังนี้คือ *

1.1 Women's

ได้แก่นิตยสารเพื่อผู้หญิงทั่วๆ ไป ไม่จำกัดอายุ ระดับการศึกษา เชื้อชาติ นิตยสารพวกนี้ได้แก่ กุลสตรี ขวัญเรือน แม่ศรีเรือน Ladies' Homes Journal, Today's Woman เป็นต้น

1.2 Men's

คือนิตยสารสำหรับผู้ชายทุกคน เนื้อหาสาระก็มีเรื่องทั่วๆ ไป ได้แก่ แมน, Esquire True เป็นต้น

1.3 Sophisticated

เป็นนิตยสารที่ทันสมัยกับยุค เช่น กล่าวถึงบ้านเมือง ความเป็นไปในปัจจุบันทั้งในเมืองและชนบท ข้อเขียนเชิงวิจารณ์ ถ่ายทอดสภาพความเป็นจริงต่างๆ ให้ผู้อ่านทราบ เช่น นิตยสาร The New Yorker, Town and Country

1.4 Quality

นิตยสารนี้พิมพ์เพื่อผู้อ่านที่รักนิตยสาร โดยจะเก็บสะสมไว้ทุกฉบับ เนื่องจากระบบพิมพ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน เช่น Atlantic Tomorrow เป็นต้น

1.5 Confession

นิตยสารเบื้องหลังความจริง เป็นนิตยสารที่วิเคราะห์ข่าว เบื้องหลังข่าว เป็นเรื่องเกี่ยวกับการค้นหาความจริงมาตีแผ่แก่ผู้อ่านทุกแง่ทุกมุม นิตยสารพวกนี้ได้แก่ True Story, True Confessions เป็นต้น

1.6 News

นิตยสารข่าว เสนอข่าวในรอบสัปดาห์ ข่าวที่ปรากฏอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมิใช่ข่าวรายวัน โดยปกติจะเป็นข่าวที่ประชาชนสนใจเป็นจำนวนมากนั่นเอง นิตยสารพวกนี้ได้แก่ Pathfinder, Newsweek เป็นต้น

---

* Roland E. Wolseley, *The Magazine World*. New York: Prentice-Hall, Inc. 1955, p. 6.

1.7 Picture

นิตยสารภาพ มักรายงานข่าวด้วยภาพ หรือรายงานข้อเท็จจริงด้วยภาพประกอบมากกว่าคำบรรยาย นิตยสารพวกนี้มีตัวอย่างที่เห็นได้หลายประเทศ เช่น Look, Life เป็นต้น

1.8 Digest

นิตยสารเรื่องย่อ เป็นนิตยสารที่มักพิมพ์ขนาดกระเป๋า (pocket book) และพิมพ์เป็นจำนวนมาก จำหน่ายทั่วโลก ตัวอย่างนิตยสารที่พิมพ์จำหน่ายมากที่สุดคือ Reader's Digest, Everybody's Digest นั่นเอง

1.9 Interpretative or Idea

เป็นนิตยสารที่เสนอเรื่องราวของความคิด การตีความหมาย เรื่อง ข่าวต่างๆ บางครั้งเสนอเรื่องที่ขัดแย้งกัน และอธิบายแยกแยะให้ผู้อ่านเห็นเรื่องที่ขัดแย้งนั้นๆ (Controversial) นิตยสารพวกนี้มีตัวอย่างเช่น New Republic, Commonweal เป็นต้น

1.10 Self-help and health

นิตยสารเพื่อสุขภาพ คุณค่าชีวิต มีบทความวิชาการแพทย์ วิทยาศาสตร์ และเน้นหนักในเรื่องของโรคภัยไข้เจ็บ สุขภาพ อนามัย สาธารณสุข การบริหารร่างกาย ความเป็นอยู่ชีวิตที่ดี เป็นต้น นิตยสารประเภทนี้ มีตัวอย่างเช่น Your Life, Better Health ใกล้หมอ, วารสารสุขภาพ เป็นต้น

2. นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Specialized magazines)

นิตยสารพวกนี้บางครั้งเรียกว่า "THE SPECIALIZED" เนื่องจากจะเลือกลงองค์ประกอบต่างๆ ที่เน้นหนักไปในเรื่องเฉพาะกลุ่มนั่นเอง นิตยสารพวกนี้แยกเป็นพวกหรือกลุ่มต่างๆ ดังนี้

2.1 Juvenile

นิตยสารสำหรับเด็กวัยรุ่น ลงเรื่องราวเกี่ยวกับเด็กวัยหนุ่มสาววัยรุ่น (Teenage) จะมีเรื่องของแฟชั่น บันเทิง กีฬา ดนตรี เป็นหลัก ตัวอย่างได้แก่ Child Life, Highroad เป็นต้น

2.2 Comic

นิตยสารประเภทขบขัน การ์ตูน โดยมากจะเสนอเรื่องราวสำหรับเด็ก และผู้สนใจเรื่องขบขันโดยเฉพาะ เช่น นิตยสาร Superman, The Spirit เป็นต้น

2.3 Pulp

นิตยสารเรื่องราว เป็นนิตยสารที่ลงบทความที่หนักไปในเรื่องราว สารคดี เรื่องจริง คือลงแต่เนื้อเรื่องที่เป็นประโยชน์แก่ผู้อ่านในลักษณะที่เป็นเนื้อหาของเรื่องเท่านั้น เช่น Weird Tales, Western Stories เป็นต้น

2.4 Literary

นิตยสารประเภทวรรณคดี หรือวรรณกรรมประเภทต่างๆ เช่น ร้อยกรอง (โคลง ฉันท์ กาพย์ กลอน) ร้อยแก้วประเภทต่างๆ ตัวอย่างนิตยสารพวกนี้ก็มี Saturday Review of *Literature, Poetry* เป็นต้น

2.5 Little

เป็นนิตยสารที่ออกแบบรูปเล่มกะทัดรัด ให้ทันยุคทันสมัย มักเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ ในเรื่องขนาดของเล่ม แต่ก็ยังยึดขนาดจิ๋ว หรือขนาดเล็กไว้ มีบทความน้อย ตัวอย่างได้แก่ Epoch. Accent

2.6 Scholarly

พวกนิตยสารเชิงวิชาการ นิตยสารโรงเรียน วิทยาลัย นิตยสารเกี่ยวกับการให้ความรู้ด้านต่างๆ เช่น American Language. Journalism Quarterly เป็นต้น

2.7 Educational

นิตยสารการศึกษา จะลงเรื่องราวเกี่ยวกับการศึกษา โรงเรียน สังคมภายในโรงเรียน ในรั้วมหาวิทยาลัย หรือการศึกษาสำหรับนักศึกษา นักเรียน นั่นเอง พวกนี้มี Journal of Education, School and Society เป็นต้น

2.8 Business

นิตยสารธุรกิจ มี Business Week Nation's Business เป็นต้น

2.9 Religious

นิตยสารศาสนา มี Christan Century, Jewish Forum, Catholic World เป็นต้น

2.10 Industrial

มีนิตยสาร Think, The Kraftsman เป็นต้น

2.11 Sports

ได้แก่นิตยสารกีฬา เช่น Sport, กีฬาทุกชนิด ตัวอย่าง เทนนิส ฟุตบอล ชูตโกล์ เป็นต้น

2.12 Labor

นิตยสารกรรมกรหรือผู้ใช้แรงงานโดยเฉพาะ เช่น Justice, Advance เป็นต้น

2.13 Transportation

นิตยสารการขนส่ง เช่น Railway Age, Trailer Topics เป็นต้น

2.14 Science

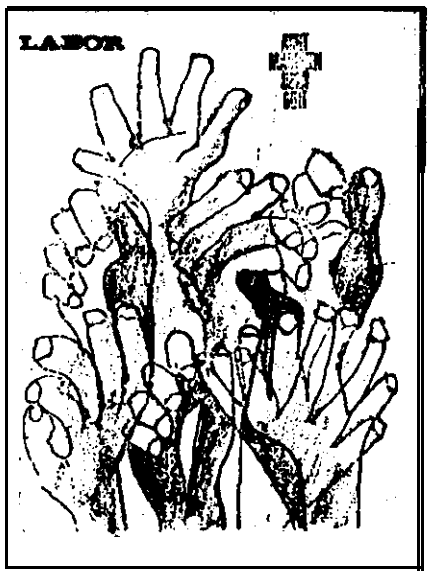
นิตยสารวิทยาศาสตร์ ได้แก่พวก Science Digest, Scientific American เป็นต้น

การจัดนิตยสารออกเป็นประเภทต่างๆ นั้น บางครั้งเป็นเรื่องยาก จึงมีผู้จัดแบ่งนิตยสารอย่างกว้างๆ ออกเป็น 5 ประเภท คือ

1. GLOSSY (FASHION MAGAZINES)
2. WEEKLIES OF COMMENT FOR INFORMATION
3. SPECIALIST, TRADE, AND MISCELLANEOUS MAGAZINES
4. INDUSTRIAL AND HOUSE MAGAZINES
5. DESIGN AND ART MAGAZINES

นักศึกษาจะเห็นว่าการจัดแบ่งนิตยสารออกเป็นพวกต่างๆ นั้น ไม่มีแบบการจัดที่แน่นอนตายตัวลงไปว่าแบบใดจัดดีที่สุด การจัดแบ่งนิตยสารนั้น นักศึกษาที่สนใจอาจจะศึกษาได้จากหนังสือ การตกแต่งต้นฉบับ (MC467) หน้า 297 ของผู้เขียนเดียวกัน ซึ่งจัดแบ่งเป็นอีกประเภทหนึ่งแตกต่างกับที่กล่าวมาแล้วข้างต้นนี้

อย่างไรก็ตามนิตยสารในบ้านเรานั้น ตามที่จัดแยกประเภทไว้นี้ อาจหาตัวอย่างได้ไม่ครบประเภท เนื่องจากผู้อ่านในบ้านเรานั้นยังไม่ถือว่าเป็นกลุ่มผู้อ่านนิตยสาร เช่น นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (The Specialized) ตัวอย่างพวก Labor หรือ Transportation เป็นต้น



4. นิตยสารในฐานะสื่อสารมวลชน

แม้ว่า "นิตยสาร" จะเป็นประเภทหนึ่งของสิ่งพิมพ์ (Publication) ซึ่งเป็นประเภทสื่อมวลชนที่มีบทบาทมากก็ตาม นิตยสารก็ยังเป็นวิชาการที่รองลงมาจาก หนังสือพิมพ์ในฐานะที่เป็นวิชาการวารสารศาสตร์ ซึ่งใช้ศึกษากันอยู่ในมหาวิทยาลัย หรือสถาบันการศึกษาวิชาการสื่อสารมวลชน

เนื่องจากในระยะเริ่มแรกนั้น วิชาการสาขาวารสารศาสตร์ (Journalism) นั้นเริ่มมาจาก นักหนังสือพิมพ์ ซึ่งเรียกกันสมัยก่อนว่า Newsmen หลักสูตรวิชาการหนังสือพิมพ์ในสถาบันการศึกษานั้นก็มีนักหนังสือพิมพ์เข้าไปช่วยวางหลักสูตร และยังช่วยสอน ตำรา อุปกรณ์ การเรียนการสอนในสมัยแรกๆ จึงออกแบบเป็นบรรยากาศของ นักหนังสือพิมพ์ มีการฝึกงาน เพื่อฝึกคนให้ออกไปทำงานหนังสือพิมพ์ บางครั้งอาศัยสำนักงานหนังสือพิมพ์เป็นที่ฝึกงานอีก แน่นอน วิชาการสาขาวารสารศาสตร์ซึ่งเกิดขึ้นจากนักหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็น "แม่แบบ" ของวิชาการสื่อสารมวลชน ดังกล่าวแล้วนั่นเอง

• Ruari McLean, *opcit.* p. [illegible]

ต่อมาเมื่อวิชาการหนังสือพิมพ์ได้ขยายออกไปมาก มีผู้ออกหนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่ซึ่งจำหน่ายไปทั่วโลกแล้ว ยังมีหนังสือเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์เช่น The Brass Check, Freedom of the Press, The Coming Newspaper. etc. ขึ้นอีกทำให้วิชาสาขาดังกล่าวขยายวงกว้างออกไปมากขึ้นในที่สุด จึงแตกสาขาออกไปเป็น วิชาการสาขาต่างๆ ดังนี้ คือ

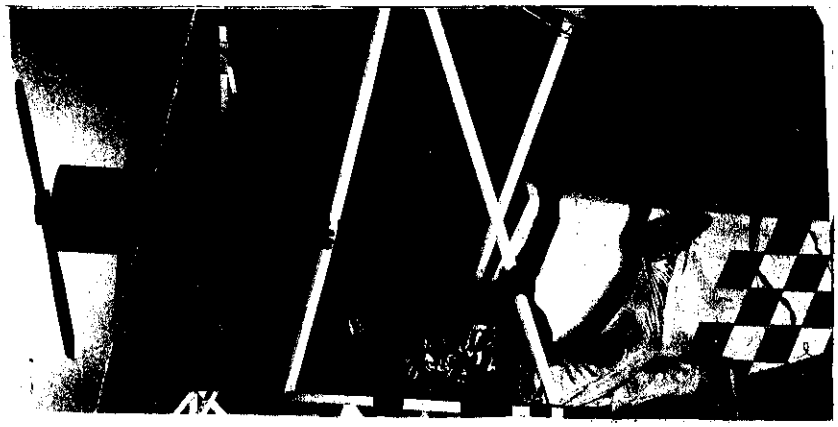
นิตยสารทั่วไป นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม หนังสือพิมพ์เพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม และยังมีวิชา วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ ตลอดจนหนังสือสารคดีต่างๆ (non-fiction book) อีกด้วย ถึงแม้ว่าในช่วงระยะเวลาที่หนังสือพิมพ์ได้ขยายตัวไปกว้างขวางแล้ว จนถึงปี พ.ศ.2463 ศัพท์บัญญัติต่างๆ ปทานุกรม พจนานุกรมต่างๆ ก็ยังให้ความหมายของคำ PRESS ว่า "เป็นหนังสือพิมพ์หรือการรวบรวมสารคดีต่างๆ เพื่อออกตามกำหนดเวลา หรือผลงานของบุคคลที่ได้รวบรวมเรื่องต่างๆ เช่น บรรณาธิการ นักข่าว เป็นต้น ทั้งนี้ก็เพื่อภาระหน้าที่ในการจัดการสำหรับสิ่งพิมพ์ที่ตนได้มีส่วนร่วมกันเสนอเรื่องราวนั้น"

นักศึกษาจะมองเห็นว่า คำจำกัดความดังกล่าว ก็ยังอาศัยคำหนังสือพิมพ์อยู่ก่อนเก่า เช่น นักข่าว การเสนอเรื่องราว เป็นต้น คำ "นิตยสาร" ยังให้ความสำคัญอยู่เพียงว่า เป็นสิ่งที่ออกตามเวลา (periodical: ต่อมาภายหลังจึงได้ชื่อว่า "นิตยสาร" สำหรับคำนี้) สิ่งที่บรรจุเรื่องราวต่างๆ ไว้ โครงเรื่องต่างๆ (Sketches) และมีภาพประกอบด้วย นิตยสารในความหมายของประชาชนทั่วๆ ไป ก็ยังมองดูนิตยสารเป็นเช่นหนังสือพิมพ์อยู่ในยุคแรก เมื่อจะกล่าวถึงอาชีพของผู้ทำนิตยสารก็ยังให้ความหมายว่า เป็นบุคคลที่คอยทำธุรกิจหรือนักเขียนเรื่องให้กับหนังสือพิมพ์ และมักจะตีความออกไปว่า เป็นผู้ทำงานเกี่ยวกับการบันทึก จดรายงาน เหตุการณ์ประจำวัน ซึ่งก็หมายถึงนักหนังสือพิมพ์ในปัจจุบันนั่นเอง

หลังจากที่ความรู้สึกของประชาชนยังให้ความหมายของนิตยสารว่าเปรียบเสมือนหนังสือพิมพ์นั้น ต่อมาอีก 15 ปี จึงมีการยอมรับกันว่า PRESS นั้นมิได้มีความหมายเพียงหนังสือพิมพ์อย่างเดียว แต่จะให้ความหมายว่า "เป็นสิ่งพิมพ์ที่ออกตามกำหนดเวลา เป็นนิตยสาร" (any periodical publication: a magazine) ตกอยู่ในราวปี พ.ศ.2478 นิตยสารจึงได้ยอมรับว่าเป็นสื่อมวลชนสาขาหนึ่ง ในความรู้สึกของผู้อ่านทั่วๆ ไป ทั้งๆ ที่สิ่งพิมพ์ชนิดนี้เกิดมาหลายศตวรรษแล้ว เพิ่งจะมีการเปลี่ยนแปลงความหมาย ทั้งในความรู้สึกของประชาชนและในทางวิชาการ เช่นในพจนานุกรมทั่วๆ ไป

หลังจากที่ นิตยสาร ได้เปลี่ยนความหมายจาก หนังสือพิมพ์ไป ความแตกต่างเรื่องคำนิยาม ก็เปลี่ยนไปมาก มีการให้คำจำกัดความในพจนานุกรมใหม่ เป็น "สิ่งพิมพ์ที่ออกตาม

กำหนดระยะเวลา นิตยสารนั้นจะออกเป็นรูปโล่มจำหน่ายได้จะกินเวลามากกว่า 1 วัน



ทัศนคติเปลี่ยนไป (Attitude is Changing)

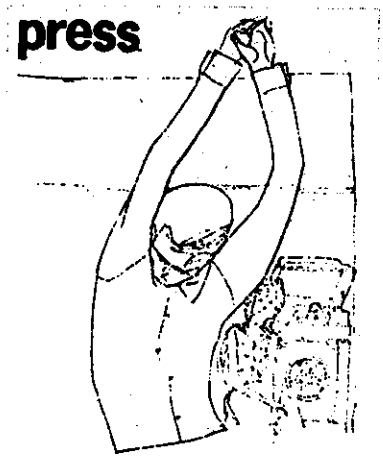
หลังจากความหมายในพจนานุกรมได้เปลี่ยนไปแล้วนี้ จึงมีผลกระทบให้นักประวัติศาสตร์ ครู นักวิจารณ์ ฯลฯ เปลี่ยนทัศนคติตามไปด้วย

ตัวอย่างเรื่องราวชีวิตหรือประวัติของ Park Benjamin, John Bigelow, George Greel, Theodore Dreiser, Kenneth Roberts, Briton Hadden, และ Walter Lippmann ได้ถูกตีพิมพ์ขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2490 และในปี พ.ศ.2491 มหาวิทยาลัย 5 แห่ง ได้มองเห็นความสำคัญของวิชาการนิตยสาร ได้เปิดสอนวิชานี้ขึ้นพร้อมกันในสหรัฐอเมริกา

นิตยสารที่พิมพ์จำนวนมากชื่อ Journalism Quarterly ก็พิมพ์จำหน่ายขึ้นในเดือนกันยายน พ.ศ.2491 มีผู้เขียนที่มีชื่อเสียงอาทิ Frank Luther Mott's ซึ่งเขียนเรื่อง "ประวัตินิตยสารอเมริกัน" (A History of American Magazines) James Playsted Wood's เขียน "นิตยสารในอเมริกา" (Magazines

in the United States) หลังจากนั้นนิตยสารอื่นๆ ก็เกิดขึ้นอีก เช่น

- The little magazine
- Early Georgia Magazines
- Little Wonder
- etc. เป็นต้น



ในที่สุด เมื่อมีผู้จัดทำนิตยสารขึ้นพร้อมๆ กันมากขึ้นๆ นิตยสารจึงกลายเป็น "สื่อที่สำคัญของการให้ความบันเทิงใจ" (chiefly a medium of Entertainment)

ปัจจุบัน นักศึกษาจะได้ยินได้เห็นนิตยสาร Life, Reader's Digest, The New Yorker, The American Mercury และนิตยสาร Time ตลอดจนได้ยินชื่อนักเขียนที่สำคัญของโลกซึ่งเขียนบทความลงในนิตยสารดังกล่าว

— John Shaw Billings
— S.N. Behrman
— John Hersey
— A.D. Divine
— A.J. Liebling
— Robert Lewis Taylor
— Rebecca West
— William Bradford Huie

นิตยสารแต่ละฉบับที่กล่าวข้างต้นนั้นมีจำนวนพิมพ์ (Circulations) และสมาชิกทั่วโลก ตีพิมพ์ไม่ต่ำกว่า 5 แสนฉบับ จึงนับได้ว่านิตยสารนั้นมีอิทธิพลอยู่มากในเรื่องของ "การตรวจสอบความเป็นไปของสังคม" มีประโยชน์และเอื้ออำนวยให้กับผู้อ่านดังคำโฆษณาที่ว่า "ทันโลก" นั่นเอง

วิชาการทุกสาขาถูกว่าจ้าง

เมื่อเกิด "สื่อ" ชนิดที่มีอิทธิพลต่อสังคมในทุกๆ ด้านขึ้นแล้วนี้ ความจำเป็น และความต้องการจึงเข้ามารวมตัวกัน การจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ดังกล่าวนี้ ต้องอาศัยผู้มีประสบการณ์ความรู้หลายสาขา เข้าร่วมดำเนินการดังหลักฐานที่แสดงได้ชัดแจ้ง คือ

1. นิตยสารมีรายได้จาก โฆษณา การพิมพ์จำหน่าย การพิมพ์ และธุรกิจทางการเงิน จึงหมุนเวียนในวงกว้าง

2. นิตยสารต้องใช้ ผู้รู้ ผู้เขียนจำนวนมาก ทั้งการใช้รูปภาพ ก็มีจำนวนมากกว่าสิ่งพิมพ์ชนิดอื่น

3. แต่ละฉบับต้องใช้ขบวนการผลิต โดยเฉพาะเรื่อง การใช้ก็ทำให้วงการค้า วงการอุตสาหกรรม มีความตื่นตัวมาก

4. โดยธรรมชาติของการพิมพ์จำหน่ายไปทั่ว ทำให้สมาชิกผู้อ่านได้รับความรู้ วิธีการต่างๆ ได้แพร่หลายทั่วถึงกันอย่างรวดเร็ว

5. ผู้รับ (Consumer) และผู้โฆษณา (Advertiser) ได้มีความสัมพันธ์กัน ทำให้วงการนิตยสารพยายามปรับปรุงตัวให้ดีขึ้นตลอดเวลา

6. ด้วยการใช้วิธีการแบบเก่าๆ ผลิตและผสมกับวิธีการอย่างใหม่เข้าจัดดำเนินการ ทำให้มีการรวมตัวกันระหว่างผู้ผลิตทั้งแบบเก่าและแบบใหม่ในเรื่องธุรกิจสิ่งพิมพ์

คุณภาพ หน้าที่ของนิตยสาร (Qualities and Individual Functions)

นิตยสารในฐานะสื่อสารมวลชน จะให้ทั้งคุณภาพในด้านการเสนอสารคดี บันเทิง ข่าว ความรู้ ซึ่งเป็นส่วนที่ดีของนิตยสารโดยเฉพาะ (peculiar virtues) แต่ในทางตรงข้าม นิตยสารก็มีลักษณะที่เสนอสิ่งต่างๆ ไปในทางที่ผิดพลาด (faults) นับเป็นสื่อมวลชนที่เรียกกันว่าเป็น "ดาบสองคม" อย่างไรก็ตามหน้าที่โดยตรงของนิตยสารในฐานะสื่อสารมวลชนนั้นจะมีอยู่ 3 ประการใหญ่ๆ คือ

1. หน้าที่ในการบอกข่าวสาร ความรู้ (to inform)

2. หน้าที่ในด้านความมีอิทธิพลต่อผู้อ่าน (to influence)

และ 3. หน้าที่ในการให้ความบันเทิงใจ (to entertain) เช่น เสนอเรื่องสั้น นวนิยาย การ์ตูน เรื่องขบขัน ร้อยกรอง ฯลฯ เป็นต้น

คุณภาพของนิตยสารนั้นเกี่ยวกับองค์ประกอบด้านต่างๆ อาทิ เช่น

1. Editing การตกแต่งต้นฉบับ เช่น การจัดหน้า การพิมพ์ เพื่อให้ทันออกจำหน่าย

2. Production การผลิตอย่างมีระบบ การเข้าหน้า การพิมพ์ ฟิล์ม ฯลฯ เป็นต้น

3. Magazine advertising การโฆษณาที่เป็นจริงในด้าน สี กระดาษ การออกแบบปก เป็นต้น

4. Circulation ยอดการจำหน่ายสูง จะเป็นเครื่องหมายของคุณภาพในหมู่ผู้อ่านประการหนึ่ง

5. Specialization กลุ่มผู้สนใจพิเศษ จะเป็นสมาชิกของนิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม เช่น นักวิทยาศาสตร์ นักอุตสาหกรรม นักธุรกิจการค้า น้ำมัน ฯลฯ นิตยสารเหล่านี้สามารถพิมพ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานได้

6. Research การวิจัยค้นคว้า หาค่านิยมจากผู้อ่านอยู่เสมอ

ความอ่อนแอของนิตยสาร (Individual Weaknesses)

ความไม่สำเร็จบางประการในการจัดทำนิตยสารนั้น อาจมาจากสิ่งต่างๆ ดังนี้ คือ

1. Untimeliness ความไม่ตรงต่อเวลา การกำหนดออกเป็นเรื่องสำคัญของนิตยสาร เนื่องมาจากความล่าช้า การบริหารงาน ต้นฉบับ นักเขียน ฯลฯ ทำให้ผู้อ่านขาดความนิยมได้ในที่สุด

2. Internal Competition การโฆษณาและการออกแบบแข่งขันกัน เป็นองค์ประกอบอย่างสำคัญในเรื่องการแข่งขันภายในของนิตยสาร ในขณะเดียวกัน การกลั่นกรองเนื้อหาภายใน เช่น การพิมพ์ ภาพสี ข่าว สารคดี เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ต้องจัดปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา ผู้อ่านจะเปรียบเทียบฉบับก่อน กับฉบับใหม่ ว่าคุณภาพในทุกๆ ด้าน ลดลงหรือคงเดิม นั่นเอง การโฆษณานั้นเป็นสิ่งจำเป็น การจองรายการที่ดีทางวิทยุ โทรทัศน์ น่าจะพิจารณาเป็นกรณีพิเศษด้วย จึงจะทำให้ยอดจำนวนสูงขึ้น

3. External Competition นิตยสารเป็นสื่อที่มีขีดจำกัด เป็นสิ่งพิมพ์ที่จัดพิมพ์ขึ้นได้ง่าย แต่ประสบความสำเร็จได้ยาก การแข่งขันกันเองในระหว่างผู้จัดทำนิตยสารด้วยกันนั้น ดูเหมือนเป็นสิ่งอ่อนแอประการหนึ่ง เนื่องจากต้องเสียเวลาและกังวลอยู่กับการบริหาร การพิจารณาองค์ประกอบของนิตยสารทั้งหมด เช่น ผู้พิมพ์ ผู้ผลิต ผู้จัดหน้า เนื้อหา บรรณาธิการ ตลอดจนผู้เขียน ผู้ตกแต่งภาพ ดังตัวอย่างนิตยสารที่ประสบความสำเร็จในต่างประเทศ มียอดจำหน่ายเกิน 4 ล้านฉบับ ได้แก่ Cue, The New Yorker และ LIFE, Look เป็นต้น นักเขียนที่เป็นคู่แข่งกันก็มี Mr.Sir. Ringmaster ทำให้นักเขียนฉบับอื่นต้องแข่งขันกันมากขึ้น

4. Circulation limitations ความจำกัดในการจำหน่ายหรือยอดพิมพ์ของนิตยสารบางฉบับมีจำนวนที่สมาชิกไม่อาจขยายให้กว้างออกไปได้รวดเร็ว เช่น นิตยสารเพื่อผู้อ่านเฉพาะกลุ่ม (Specialized magazines) ตัวอย่าง นิตยสารทางศาสนา เป็นต้น