

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจในปัจจุบัน” มีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การจัดการหนังสือพิมพ์
2. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือพิมพ์
3. ทฤษฎีเฝ้าประตู
4. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การจัดการหนังสือพิมพ์¹

โดยการแบ่งภาระความรับผิดชอบในการทำงาน และลักษณะพิเศษของงาน หนังสือพิมพ์ จึงได้แบ่งแยกการทำงานของหนังสือพิมพ์ออกเป็น 3 หลัก ๆ แต่จะมีขนาดแตกต่างกันไปบ้างขึ้นอยู่กับความสามารถในการลงทุนของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับองค์ประกอบทั้ง 3 คือ

1. ฝ่ายบรรณาธิการ (Editorial Department)
2. ฝ่ายการจัดการ (Business Department)
3. ฝ่ายผลิต (Mechanical Department)

โดยขนาดทั้ง 3 ฝ่าย แตกต่างกันตามขนาดและการลงทุนของหนังสือพิมพ์ โดยขอบเขตของแต่ละฝ่ายประกอบด้วย

1. ฝ่ายบรรณาธิการบริหาร (Editorial Department) รับผิดชอบเกี่ยวกับเนื้อหาสาระของหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับที่เป็นเรื่องราวสำหรับอ่าน (reading matter) ตั้งแต่การแสวงหารวบรวม จัดเตรียมต้นฉบับทุกประเภท เช่น ข่าว (ในประเทศและต่างประเทศ) บทความ สารคดี บทบรรณาธิการ ภาพการ์ตูน ต้นฉบับที่ถูกส่งมายังกองบรรณาธิการจะได้รับการพิจารณาวินิจฉัยคุณค่า คัดเลือก ตรวจสอบความถูกต้อง เขียนให้เหมาะสมในรูปแบบที่ต้องนำเสนอในรูปแบบของ

¹ มาลี บุญศิริพันธ์, หลักการทำหนังสือพิมพ์เบื้องต้น, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์และทำปกเจริญผล, 2534), น. 10-11.

ข่าว หรือบทความ พาดหัวข่าว ให้ตัวอักษร ก่อนจะส่งไปยังที่ฝ่ายการพิมพ์ กล่าวคือ กองบรรณาธิการมีภาระโดยตรงในการเตรียมต้นฉบับเนื้อหาทุกประเภทก่อนจะส่งไปพิมพ์เป็นฉบับสมบูรณ์

ทั้งนี้ หนังสือพิมพ์โดยทั่วไปจะจัดแบ่งส่วนรับผิดชอบในกองบรรณาธิการออกเป็นฝ่ายย่อย ซึ่งจะจัดแบ่งตามกระบวนการและความสะดวกในการทำงานของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ

2. ฝ่ายการจัดการ (Business Department) ฝ่ายนี้รับผิดชอบโดยตรงทางด้านธุรกิจ การจัดการตลาด เพื่อให้หนังสือพิมพ์มีรายได้สามารถเลี้ยงตัวเองได้ และให้หนังสือพิมพ์ไปถึงมือผู้อ่านให้มากที่สุด เร็วที่สุด ครอบคลุมถึงการจัดจำหน่าย หาสมาชิก การบัญชี ขายนื้อที่โฆษณา บุคลากร และการขนส่ง

การบริหารงานทางธุรกิจ นับว่าเป็นหัวใจสำคัญสำหรับหนังสือพิมพ์ปัจจุบัน เพราะการพัฒนา การแข่งขันทางธุรกิจทำให้ต้องอาศัยหลักการที่ใช้หลักวิชาทันสมัย จึงสามารถสู้กับภาวะการเปลี่ยนแปลงของการตลาดอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการโฆษณา ทั้งการโฆษณาตัวหนังสือพิมพ์เอง และการขายนื้อที่โฆษณา ฝ่ายจัดหาโฆษณาต้องมีประสบการณ์กว้างขวางสามารถทำงานประสานกับฝ่ายบรรณาธิการตลอดเวลา ไม่เช่นนั้นอาจมีผลกระทบต่อรายได้ของหนังสือพิมพ์ทั้งฉบับได้ เพราะรายได้จากการโฆษณา ก็ยังถือเป็นเส้นเลือดใหญ่ของหนังสือพิมพ์ ฝ่ายจัดการมีความสำคัญยิ่งในการวางแผนพัฒนา การธุรกิจการตลาด และส่งเสริมการขายให้ก้าวหน้าอยู่ตลอดเวลา

3. ฝ่ายการผลิต (Mechanical Department) รับผิดชอบด้านการพิมพ์เพื่อให้หนังสือพิมพ์เสร็จจุล่งออกมาเป็นฉบับสมบูรณ์พร้อมที่จะออกวางตลาดได้ ส่วนนี้ประกอบด้วย การเรียงพิมพ์ ทำบล็อก ตรวจพิสูจน์ ทำเพลท ฯลฯ ในระบบการพิมพ์แบบเลตเตอร์เพรส (Letterpress) ฝ่ายการพิมพ์ต้องใช้มือในการเรียงตัวอักษร ทำบล็อก ซึ่งยุ่งยากและล่าช้า ปัจจุบันระบบการพิมพ์ก้าวหน้าทันสมัยขึ้นมาก หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่จะใช้ระบบพิมพ์แบบออฟเซต (off-set) ใช้ตัวเรียงคอมพิวเตอร์ ทำให้การผลิตงานพิมพ์รวดเร็ว สะอาดขึ้นมากและสามารถผลิตหนังสือพิมพ์ได้เป็นจำนวนมากภายในระยะเวลาอันสั้น มีผลให้การรายงานข่าวรวดเร็ว ทันสมัย ประสิทธิภาพของหนังสือพิมพ์ดีขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก แต่ก็มีผลทำให้การลงทุนสูงขึ้น

ดังนั้น องค์กรทั้ง 3 ฝ่าย มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน ต่างฝ่ายต้องประสานงานกันอย่างใกล้ชิด เพราะหากขาดฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดไป หรือฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดล่าช้าก็จะทำให้หนังสือพิมพ์ไม่สามารถออกทันเวลา การทำหนังสือพิมพ์เป็นงานที่ทำกันเป็นทีม แข่งกับเวลา ต้องการความรวดเร็ว งานทุกชิ้นต้องพร้อมก่อนกำหนดเส้นตาย (Deadline) หากขาดความสนใจ

ต่อเงื่อนไขเวลาอันนี้ ก็จะทำให้หนังสือพิมพ์ขาดประสิทธิภาพ ส่งผลถึงความล่าช้าและความไม่ทันสมัยในการรายงานเหตุการณ์

อย่างไรก็ดี การดำเนินงานขององค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ทั่วไป หรือหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ ต่างก็มีโครงสร้างองค์กรในรูปแบบที่เหมือนกัน เพียงแต่ขึ้นอยู่กับนโยบาย การกำหนดแนวทางในการบริหาร เพื่อที่จะให้ทุกฝ่ายดำเนินงานไปตามเป้าหมายที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับได้วางไว้

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือพิมพ์

ลักษณะการนำเสนอเนื้อหาในหนังสือพิมพ์สามารถจำแนกรูปแบบในการนำเสนอเนื้อหาได้ดังต่อไปนี้²

ข่าว

“ข่าว” สามารถตีได้หลากหลายความหมาย ขึ้นอยู่กับจะมองจากแง่มุมใด ซึ่งผู้สื่อข่าวอาจจะให้ความหมายไปตามชนิดของข่าวที่เกี่ยวข้อง ขณะที่ผู้อ่านข่าวอาจให้ความหมายของข่าวผันแปรไปตามความแตกต่างด้าน เพศ อายุ อาชีพ และความสนใจ แต่ปัจจัยที่สำคัญของความเป็นข่าวทั้งในความเห็นของผู้สื่อข่าวและผู้อ่านข่าวนั้น ควรจะมีอย่างน้อย 2 ประการ คือ

1. ข่าวจะต้องมาจากสถานการณ์ ข้อเท็จจริง สิ่งของ หรือ ความคิดเห็นที่เกิดขึ้นจริง
2. ข่าวต้องน่าสนใจ โดยองค์ประกอบสำคัญ ที่ทำให้ข่าวนั้น ๆ เป็นที่น่าสนใจ มีหลาย

ประการ เช่น

2.1 ความใหม่สด ข่าวจะต้องได้รับการรายงานอย่างรวดเร็ว โดยเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หากได้รับการเสนอต่อผู้อ่านทันที และทันต่อเหตุการณ์ ย่อมถือว่าข่าวนั้นมีคุณค่าสูง

2.2 ความใกล้ชิดของผู้อ่านกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นความใกล้ชิดทางกายหรือทางใจ ซึ่งโดยปกติคนทั่วไปจะให้ความสนใจต่อสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว

² นพมาศ เพรศพรพรรณ, “การนำเสนอเนื้อหาเชิงคาดการณ์ของข่าวการเงินในหนังสือพิมพ์รายวัน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542), น. 14-16.

2.3 ความขัดแย้ง ซึ่งเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นในสังคมเป็นประจำ และมักได้รับความสนใจเสมอ เริ่มตั้งแต่ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในครอบครัวไปจนถึงความขัดแย้งระหว่างกลุ่มคนระหว่างสังคม และระหว่างประเทศ โดยความขัดแย้งนี้อาจจะเป็นความขัดแย้งในระดับทางความคิด หรือผลประโยชน์

2.4 ความมีเงื่อนงำ หมายถึง ชาวที่มีความสลับซับซ้อน ยังไม่เป็นที่กระจ่างชัด โดยปกติมักจะเป็นเหตุการณ์ที่เกี่ยวกับการสืบหาผู้กระทำผิดมาลงโทษ เช่น การคอร์รัปชัน ที่ทำให้คนอยากรู้ อยากติดตาม โดยเฉพาะเรื่องที่มีผลกระทบต่อส่วนรวม

2.5 ผลกระทบของข่าวที่มีต่อคนส่วนใหญ่หรือคนหมู่มาก เป็นผลกระทบที่ทำให้เกิดความสูญเสีย หรือผลกระทบต่อชีวิต และความรู้สึกของมวลชน ซึ่งองค์ประกอบนี้นับเป็นองค์ประกอบสำคัญอีกประการหนึ่งที่นอกจากจะช่วยในการพิจารณาว่าเหตุการณ์นั้น ๆ ควรจะเป็นข่าวหรือไม่แล้ว ยังช่วยในการพิจารณาว่าเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นนั้นจะเป็นข่าวเล็กหรือข่าวใหญ่ด้วย โดยเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อคนจำนวนมาก ย่อมมีคุณค่าข่าวสูงกว่าเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อคนจำนวนน้อย

บทความ

บทความ สามารถให้คำจำกัดความได้ 2 ความหมาย คือ

1. ความเรียงที่เสนอเรื่องราวต่าง ๆ อันเป็นจริงมิใช่เรื่องสมมติ เขียนขึ้นด้วยท่วงทำนองที่ค่อนข้างเอาจริงเอาจัง เช่น บทความวิชาการ บทความวิเคราะห์เหตุการณ์
2. เรื่องที่มุ่งเสนอความคิดเห็นเป็นสำคัญอยู่บนพื้นฐานความเป็นจริง แต่ข้อเท็จจริงจริงนั้นก็จะอยู่ในฐานะเป็น “บันได” ที่นำไปสู่การแสดงความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง

ในส่วนของกรวิเคราะห์การนำเสนอเนื้อหาเชิงคาดการณ์ของข่าวการเงินในรูปแบบของบทความนี้ ได้รวมถึงการนำเสนอในรูปแบบของรายงานไว้ในกลุ่มเดียวกับบทความด้วย เนื่องจากการรายงานเนื้อหาเชิงคาดการณ์ของข่าวการเงินนั้น มีการเขียนด้วยท่วงทำนองที่ค่อนข้างเอาจริงเอาจังเช่นเดียวกับบทความ

บทบรรณาธิการ

บทบรรณาธิการหรือบทนำ เป็นคอลัมน์หนึ่งที่ปรากฏในหน้าบทบรรณาธิการ เพื่อแสดงความคิดเห็นของหนังสือพิมพ์ ต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง โดยผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล

อย่างรอบคอบและยุติธรรม ซึ่งแนะทางออกที่ดีที่สุดในการแก้ปัญหาอย่างเป็นกลาง ซึ่งบทบาทบรรณาธิการมีความสำคัญต่อการสะท้อนถึงนโยบายและจุดยืนของหนังสือพิมพ์ต่อเหตุการณ์

คอลัมน์

คอลัมน์โดยทั่วไปในหนังสือพิมพ์ มักเป็นข้อเขียนที่มีความสมบูรณ์ในตัวเอง มีความยาวจำกัดอยู่ในเนื้อที่เฉพาะมักลงชื่อผู้เขียนหรือใส่นามปากกา และมักมีตำแหน่งประจำ

ประเภทของข่าวเศรษฐกิจ

ดร.ฉวี หิรัญรักษ์³ กล่าวถึง ข่าวสารทางด้านพัฒนาเศรษฐกิจ ซึ่งมักจะพบเห็นในหน้าหนังสือพิมพ์แต่ละวัน ดังนี้

1. การตลาด ได้แก่ ข่าวซึ่งเกี่ยวกับตลาดหุ้น การตลาดปศุสัตว์ และสินค้าเกษตร เป็นรายงานข่าวระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ
2. การซื้อขายที่ดิน เป็นรายงานทั่ว ๆ ไป เกี่ยวกับการโยกย้ายไถ่ถอน การปรับปรุงการขายตึก อาคาร และการอนุญาตให้ทำการก่อสร้าง
3. การค้า เป็นข่าวที่เกี่ยวกับร้านค้าปลีก ร้ายขายส่ง การขยายกิจการ การปรับปรุงหรือการพัฒนา การต่อตั้งบริษัทหรือหุ้นส่วน การรวมบริษัท การล้มละลาย ราคาสินค้า และค่าครองชีพ
4. การเงินและการธนาคาร ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวกับการประชุมของผู้ถือหุ้นและคณะกรรมการ เงินปันผล การซื้อขายหุ้น อัตราส่วนลดและอัตราดอกเบี้ย ตลาดเงินทั่วไป การจ่ายคืนและแนวโน้ม
5. การอุตสาหกรรม ได้แก่ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับการก่อตั้งอุตสาหกรรมใหม่ ๆ สินค้าใหม่ การปรับปรุงกระบวนการและวิธีทำ การขยายกิจการ การโยกย้าย การซื้อขายหุ้นและการรวมบริษัท เป็นต้น

³ ดร.ฉวี หิรัญรักษ์, เทคนิคการหาข่าวและการเขียนข่าวหนังสือพิมพ์, พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538), น. 94-95.

6. การคมนาคม ได้แก่ ชาวที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงตารางเวลาและทิศทางการคมนาคม สิทธิในการใช้เส้นทาง การประชุมคณะกรรมการ ตลาดหุ้น การจ่ายเงินและแนวโน้ม เป็นต้น

7. แรงงาน ได้แก่ ชาวที่เกี่ยวข้องกับค่าจ้างและชั่วโมงทำงาน การว่างงาน การสไตรก์ การปิดโรงงาน การช่วยเหลือสงเคราะห์และนโยบาย เป็นต้น

8. ธุรกิจและรัฐบาล ได้แก่ ชาวที่เกี่ยวข้องกับภาษี การออกกฎหมาย และคำสั่งศาลที่มีผลกระทบต่อวงการธุรกิจกฎเกณฑ์และข้อบังคับต่าง ๆ เป็นต้น

9. การเกษตร ได้แก่ ชาวที่เกี่ยวข้องกับพืชผล ปริมาณการขาย ภาวะความแห้งแล้ง วิธีการเพาะปลูกที่ทันสมัย กฎเกณฑ์และข้อบังคับของรัฐบาล การเปลี่ยนแปลงแก้ไขใหม่ เป็นต้น

ซัตติยะ เหล็มนโัส๊ะ⁴ จำแนกชาวเศรษฐกิจออกเป็นดังนี้

ตารางที่ 2.1

ประเภทชาวเศรษฐกิจ

ประเภทชาวเศรษฐกิจ	
1. ชาวการเงิน-การธนาคาร	9. การบริหารธุรกิจ-แรงงาน
2. การลงทุน-อุตสาหกรรม	10. เศรษฐกิจต่างประเทศ
3. การก่อสร้าง-ที่ดิน	11. เศรษฐกิจภูมิภาค
4. การคมนาคม-สื่อสาร	12. การท่องเที่ยว
5. รถยนต์	13. เศรษฐกิจอื่น ๆ
6. การตลาด	14. การเมือง
7. คอมพิวเตอร์	15. สถานการณ์
8. การเกษตร-การค้า	16. สังคม-บันเทิง

⁴ ซัตติยะ เหล็มนโัส๊ะ, “การจัดวาระสารในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ: การวิเคราะห์สาระ,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), น. 12-14.

อย่างไรก็ดี การนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจก็มีทั้งการนำเสนอข่าวทั้งในรูปแบบที่หลากหลายทั้งที่เป็นเนื้อข่าว บทความ บทบรรณาธิการ รวมถึงคอลัมน์แสดงความคิดเห็นต่าง ๆ เหมือนกับหนังสือพิมพ์ทั่วไป เพียงแต่นำหนักและเนื้อหาข่าวจะเน้นหนักไปทางด้านเศรษฐกิจ ตามการแบ่งประเภทของข่าว ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับแต่ละฉบับว่ามีการกำหนดรูปแบบการนำเสนอข่าวอย่างไร

ทฤษฎีเฝ้าประตู (Gate Keeper Theory)

การที่นักสื่อสารมวลชนมีหน้าที่เลือกสรร ตกแต่ง เรียงราวหรือเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นก่อนที่จะเสนอไปยังผู้รับสาร ซึ่งลักษณะหน้าที่เช่นนี้คล้ายกับว่าทำหน้าที่เป็น "ผู้เฝ้าประตู" (Gatekeeper) หรือบางแห่งก็เรียกกันว่านายทวารข่าวสาร หรือผู้ปิดและเปิดประตูสาร ซึ่งการจะเรียกเช่นใดนั้นความหมายก็คงไม่พ้นผู้ที่คอยกั้นกรองข่าวสารเพื่อที่จะส่งผ่านสื่อมวลชนไปยังผู้รับสารนั่นเอง

ผู้ปิดเปิดประตูสาร⁵ Gatekeeper เป็นบุคคลผู้ซึ่งควบคุมการไหลของข่าวสาร บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้ตัดสินใจว่าข่าวสารอะไรควรจะส่งต่อไป และข่าวสารอะไรควรจะส่งไปช้าหน่อย หรือข่าวสารอะไรควรตัดออกไปทั้งหมด บุคคลผู้ทำหน้าที่ปิดและเปิดประตูข่าวสารนี้ยืนอยู่ระหว่างตัวข่าวสารเองและผู้รับสารจากสื่อมวลชน

หน้าที่ของ Gatekeeper ไม่เพียงแต่เลือกหรือปฏิเสธสารต่าง ๆ ที่เข้ามาเท่านั้น Gatekeeper ยังทำหน้าที่จัดสารนั้น ๆ ให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าต้องการตลอดจนกระทั่งกำหนดการนำเสนอข่าวสาร ระยะเวลาที่หน่วงเหนี่ยวข่าวสารนั้นไว้ว่าจะเสนอในช่วงเวลาใดหรือเสนอสารทั้งหมดซ้ำ ๆ กัน หรือเลือกเสนอเพียงบางส่วนเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม กรณีที่นักข่าวได้รับมอบหมายจากบรรณาธิการข่าวให้ไปหาข่าว นักข่าวผู้นั้นก็จะทำหน้าที่เหมือนกับผู้เฝ้าประตูหรือผู้ปิดเปิดประตูสารเช่นกัน คือจะเป็นคนตัดสินใจในเบื้องต้นว่าจะเขียนข้อเท็จจริงในเรื่องของข่าวที่ตนหามาอย่างไร

⁵ อรณุช เลิศจรรยาภักดิ์ และดาราวรรณ สุขุมาลชาติ, ทฤษฎีสื่อสารมวลชน, พิมพ์ครั้งที่ 7 (กรุงเทพมหานคร: บริษัท รุ่งศิลป์การพิมพ์ (1977) จำกัด, 2531), น. 19-21.

จากข้อเขียนของ Bagdikian⁶ นักข่าวและบรรณาธิการข่าวจะตัดสินใจเลือกข่าวอย่างไร ขึ้นอยู่กับปัจจัย 5 ประการ คือ

1. หลักที่ยึดถือในการบริหาร
2. การมองโลกของความจริงและนิสัยของคน โดยมองว่าผู้อ่านต้องการอะไรและมีความปรารถนาอย่างไร
3. ค่านิยม ซึ่งยึดถือโดยกองบรรณาธิการที่มีความเชี่ยวชาญในวิชาชีพ มีมาตรฐานทางด้านความยุติธรรม และเป็นที่ยอมรับในวงวิชาชีพ คือเขาจะเป็นผู้ตัดสินว่าอะไรที่ผู้อ่านในหมู่คณะของเขาควรจะได้รู้
4. การประเมินค่าของข่าวสาร โดยการแข่งขันของสื่อ
5. ค่านิยมส่วนตัว และนิสัยแปลก ๆ ของบรรณาธิการเช่น ถ้าบรรณาธิการกลัวหรือไม่ชอบอะไรบางอย่าง เขาจะไม่อนุญาตให้สิ่งที่เขาไม่ชอบปรากฏอยู่ในข่าว หรือตีพิมพ์บนหนังสือพิมพ์ในขณะที่เขาเป็นบรรณาธิการอยู่

นอกจากปัจจัยทั้ง 5 แล้ว ยังมีสิ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจของบรรณาธิการอีก เช่น ปัจจัยเรื่องเวลา และเนื้อที่การเสนอข่าวสาร ตัวอย่างเช่น นักข่าวที่หาข่าวมาได้แล้ว รายงานข่าวเข้าสู่หน่วยงานของตนก็จะมีคนอื่น ๆ คือ พวกรีไรท์เตอร์ (rewriter) เป็นผู้เฝ้าประตูอีกต่อหนึ่ง พวกนี้จะทำหน้าที่ตบแต่งข่าว จะโดยการตัดทอน ย่อหน้า ตัดบางประโยค บางคำของข่าว หรืออาจจะไม่แก้ไขต้นฉบับข่าวที่นักข่าวคนนั้นส่งมาเลยก็ได้ แล้วก็ส่งข่าวนั้นออกไปตีพิมพ์หรือออกอากาศ แต่บางครั้งเมื่อส่งข่าวไปแล้วไม่ได้ตีพิมพ์ก็มี ทั้งนี้เพราะเนื้อที่ในหน้าหนังสือพิมพ์ไม่พอ หรือเวลาในการกระจายเสียงมีไม่พอ อาจจะเป็นเพราะผู้จัดการฝ่ายโฆษณา รับโฆษณาเข้ามามากจนทำให้เนื้อที่และเวลาในการเสนอข่าวไม่พอ ตัวผู้จัดการฝ่ายโฆษณานี้ก็คือว่าทำหน้าที่เป็น Gatekeeper เช่นกัน

⁶ Bagdikian อังโน ออรนุช เลิศจรรยาวัักษ์ และดาราวรรณ สุขุมาลชาติ, ทฤษฎีสื่อสารมวลชน, น. 19-21.

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy of Media Theory)

จากแนวคิดของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง⁷ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยึดมั่นตามหลักการวิเคราะห์ของ คาร์ล มาร์กซ์ ซึ่งนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาสื่อมวลชน โดยมีแนวคิดหลักอยู่ 3 แนวทาง คือ โครงสร้างทางเศรษฐกิจของสังคม อุตสาหกรรมสื่อมวลชน และเนื้อหา ผลผลิต ของสื่อมวลชน ซึ่งคำตอบสำคัญสำหรับการวิจัยจะเกี่ยวข้องอยู่กับการเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิตที่เกี่ยวข้องกับสื่อและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง (Ownership) ระบบการควบคุมสื่อด้วยกลไกทางเศรษฐกิจและการเมือง ระบบตลาดของสื่อ เป็นต้น

จากการศึกษาระบบสื่อมวลชนนั้นทฤษฎีกลุ่มนักคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง เสนอว่า จะต้องวิเคราะห์ให้เชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจและการเมืองของสังคมอยู่เสมอ เพราะเราไม่อาจเข้าใจสื่อ ผลผลิตของสื่อ และเนื้อหาของสื่อเลย หากไม่ได้พิจารณาสื่อเช่นเดียวกับसानตาของนายทุนที่มองว่า สื่อเป็นอุตสาหกรรมชนิดหนึ่งที่ทำกรผลิตไปเพื่อขายหวังผลกำไร ผลกำไรนั้นนอกจากจะมาจากอุตสาหกรรมสื่อโดยตรงแล้ว ยังอาจมาจากอุตสาหกรรมข้างเคียง และหากเมื่อใดที่มีการผูกขาดทั้งแนวนอนและแนวตั้ง เมื่อนั้น การสะสมผลกำไรของอุตสาหกรรมนี้จะยิ่งทวีเพิ่มขึ้น

การวิเคราะห์ระดับของเนื้อหา นั้น กลุ่มนักวิชาการกลุ่มนี้เชื่อว่า ส่วนหนึ่งของเนื้อหาจะถูกกำหนดมาจากระบบตลาด และอีกส่วนหนึ่งจะถูกกำหนดมาจากผลประโยชน์ของเจ้าของเงินทุนหรือผู้ตัดสินใจระดับนโยบาย

การวิเคราะห์ผลที่เกิดขึ้น จากภาวะที่สื่อมวลชนมาดำเนินการอยู่ในระบบทุนนิยมนี้ นักวิชาการกลุ่มนี้ได้ทำนายว่าผลที่จะกล่าวถึงต่อไปนี้เป็นปรากฏการณ์ที่ไม่อาจจะหลีกเลี่ยงได้ คือ สื่อที่ดำเนินการอย่างเป็นอิสระจากระบบทุน (ไม่หวังกำไร) หรือจากนายทุนจะล้มหายตายจากไป สื่อที่ต้องการจะเอาชีวิตรอดอยู่ต่อไป จะทำงานอย่างมีอิสระน้อยลง จะเกิดการรวมศูนย์ของตลาดในทุกระดับ ไม่ว่าจะเป็นการรวมศูนย์ของทุนการกระจุกตัวของสื่อในตลาดผู้บริโภค ผู้ทำงานสื่อจะต้องใช้กลยุทธ์การผลิตที่ลดความเสี่ยงให้น้อยที่สุด มีการลดทุนในสาขาที่ทำกำไรน้อย เนื้อหาของข่าวสารจะมีลักษณะไม่สมดุลย์ทางการเมือง ทั้งนี้เพื่อเอาใจเจ้าของทุนซึ่งมักเป็นผู้มีอำนาจทางการเมือง

⁷ กาญจนา แก้วเทพ, สื่อสารมวลชน ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา, พิมพ์ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: บริษัทโรงพิมพ์ศาลาแดง จำกัด, 2545), น. 133-136.

โดยนักวิชาการคนสำคัญ เช่น P. Golding, G. Murdock และ J. Curran ให้ความสนใจวิเคราะห์ เช่น โครงสร้างการเป็นเจ้าของสื่อประเภทต่างๆ วิธีการทำงานทางการตลาดของสื่อ ซึ่งเป็นไปตามกลไกของตลาดสินค้าอื่นๆ เช่น ต้องทำกำไร ต้องให้ได้สัดส่วนในตลาดเพิ่มขึ้น ต้องขยายตลาด หรือการสร้างตลาดใหม่ๆ ปรัชญาการณการผูกขาดสื่อมวลชน การกระจุกตัวของสื่อมวลชน เช่น ในตลาดผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะมีปริมาณหนังสือพิมพ์บางฉบับที่ครองตลาดผู้อ่านเป็นจำนวนมาก เจ้าของทุนคนเดียวสามารถครอบครองสื่อหลายประเภท มีข้อน่าสังเกต คือ จุดแข็งของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง มีหลักทฤษฎีที่เอื้อต่อการทำวิจัยได้ง่ายกว่า เพราะตัวแปรทางเศรษฐศาสตร์เป็นตัวแปรที่มองเห็นจับต้องได้

ข้อดีของทฤษฎีนี้อยู่ที่การสามารถนำเอาสมมติฐานในเรื่องตัวกำหนดทางด้านการตลาดมาทดสอบกับข้อมูลที่เป็นจริงได้ แม้ว่าการที่จะได้ข้อมูลมาทดสอบจะไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายนักก็ตาม เพราะเป็นเรื่องที่ยากและมีความซับซ้อนอย่างมาก จุดอ่อนของการศึกษาสื่อมวลชนตามแนวคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์การเมือง ก็คือ สื่อมวลชนตกอยู่ภายใต้การควบคุมของสาธารณชน ทำให้การดำเนินงานในตลาดเสรีหรือเศรษฐกิจแบบตลาดเสรีเป็นไปได้ไม่มากนัก วิธีการศึกษาจึงมุ่งจุดสนใจไปที่ตัวสื่อมวลชนในฐานะที่เป็นกระบวนการทางเศรษฐกิจอันหนึ่งที่จะนำไปสู่ผลิตภัณฑ์ หรือการผลิตสินค้า แต่ก็มีแนวทางการศึกษาทางด้านเศรษฐกิจการเมืองแนวอื่นที่ได้ให้ข้อเสนอแนะที่น่าสนใจเอาไว้ว่า แท้ที่จริงแล้วตัวสื่อมวลชนเองเป็นผู้สร้างผู้รับสารของตนในลักษณะที่ตัวสื่อมวลชนเป็นผู้นำความสนใจของกลุ่มผู้รับสารไปสู่ผู้ทำการโฆษณา และได้ปั้นแต่งพฤติกรรมของผู้รับสารส่วนใหญ่ทางสื่อมวลชนให้มีลักษณะที่แน่นอน และเห็นได้ชัด

ทั้งนี้ หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจในปัจจุบันส่วนใหญ่ก็มีเจ้าของเป็นเอกชน และเข้าจดทะเบียนอยู่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งสามารถตรวจสอบความโปร่งใสและผลการดำเนินงานได้ รวมถึงการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ขององค์กร โดยเจ้าของหนังสือพิมพ์ในปัจจุบันค่อนข้างมีอิทธิพลต่อการนำเสนอเนื้อหา หรือการมุ่งหวังที่จะสร้างกำไรจากการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจที่เนื้อเรื่องเกี่ยวกับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการเงิน การลงทุน การตลาด รวมถึงการอุปโภคบริโภคต่าง ๆ ของประชาชน ซึ่งอาจจะมีความเป็นไปได้ว่าจะง่ายต่อการถูกหลอกใช้ให้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่หรือโฆษณาให้กับสินค้าโดยไม่ตั้งใจ

นอกจากนี้ ยังรวมถึงการกำหนดนโยบายของผู้บริหาร ซึ่งหากมีอำนาจผูกขาดอยู่ในมือ หรือนั่นการมุ่งหวังที่สร้างกำไร เพิ่มยอดขายแล้ว ก็อาจเป็นไปได้ว่า การกำหนดนโยบายหรือการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ อาจถูกบิดเบือนดังนั้น ความเป็นเจ้าของหรือ Ownership ใน

ธุรกิจหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งจำเป็น รวมถึงการผูกแทรกแซงจากสื่ออื่นที่อาจทำให้การทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ลดความน่าเชื่อถือ และไม่เป็นกลาง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการอยู่รอดของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจนั้นยังไม่เป็นที่แพร่หลาย มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์ไทย รวมถึงการกำหนดระเบียบวาระ หรือการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ

รัชนี วงศ์วรรณ⁸ ได้ศึกษาแนวโน้มของหนังสือพิมพ์ไทยในด้าน ทิศทางและนโยบายของหนังสือพิมพ์ เนื้อหา สิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ การดำเนินกิจการของหนังสือพิมพ์ และศึกษาด้านผู้ประกอบการวิชาชีพและผู้อ่านหนังสือพิมพ์ โดยศึกษาเฉพาะหนังสือพิมพ์รายวัน ซึ่งผลปรากฏว่า แนวโน้มด้านทิศทางและนโยบายของหนังสือพิมพ์ ขึ้นอยู่กับความก้าวหน้าของระบบการสื่อสาร ทุนประกอบการของหนังสือพิมพ์ การศึกษาของประชาชน คุณภาพของผู้ประกอบการวิชาชีพ เสรีภาพของการเสนอข่าวสาร ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิต เจ้าของ การแข่งขัน สภาพทางการเมือง สังคม การบริหารงานของภาครัฐบาล ทิศทางและนโยบายของสื่อมวลชนอื่น ๆ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิต เป็นต้น

ทั้งนี้ แนวโน้มด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ไทย ออกมาในลักษณะของการเสนอเนื้อหาทั้งด้านการเมือง เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และบทวิเคราะห์ ส่วนแนวโน้มด้านสิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบของหนังสือพิมพ์ จะมีสิทธิ เสรีภาพ และความรับผิดชอบมากขึ้น เนื่องจากระบบการสื่อสารที่ทันสมัยทำให้เกิดกระแสความตื่นตัวในเรื่องดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการวิชาชีพมีความรู้ และเข้าใจในบทบาทหน้าที่มากขึ้น มีการเรียกร้องความไม่เป็นธรรม ยึดมั่นในอุดมการณ์ และจรรยาบรรณของผู้ประกอบการมากขึ้น

นอกจากนี้ แนวโน้มด้านการดำเนินการ จะเป็นไปได้ในรูปแบบของบริษัทมหาชนมากขึ้น มีการดำเนินธุรกิจแบบธุรกิจสากล มีการบริหารโดยเครือข่ายที่เชื่อมโยงจากหน่วยงานอื่น ซึ่งอาจเป็นหนังสือพิมพ์หรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง

⁸ รัชนี วงศ์วรรณ, “แนวโน้มหนังสือพิมพ์ไทยในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2535-2544),” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2534), น. บทคัดย่อ.

ชัตติยะ เพลียมโง๊ะ⁹ ได้ศึกษา “การจัดวางสาระในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ: การวิเคราะห์สาระ” ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ การให้ความสำคัญกับธุรกิจต่าง ๆ ทิศทางการเสนอข่าว โดยศึกษาจากหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจชั้นนำ ในช่วง มกราคม 2532 ถึง ธันวาคม 2533 ซึ่งได้แบ่งเนื้อหาเป็น 16 ประเภท คือ การเงิน-การธนาคาร การลงทุน-อุตสาหกรรม การก่อสร้าง-ที่ดิน การคมนาคม-สื่อสาร รถยนต์ การตลาด คอมพิวเตอร์ การเกษตร-การค้า ท่องเที่ยว การบริหารธุรกิจ-แรงงาน เศรษฐกิจภูมิภาค เศรษฐกิจต่างประเทศ เศรษฐกิจอื่น ๆ การเมือง สถานการณ์ และสังคม-บันเทิง

จากการวิจัย พบว่า หนังสือพิมพ์เศรษฐกิจนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบโฆษณามากกว่ารูปแบบอื่น ๆ โดยเสนอข่าวรองลงมา และหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจเสนอเนื้อหาสาระเกี่ยวกับธุรกิจ การธนาคาร ก่อสร้าง-ที่ดิน และการตลาดมากที่สุด โดยในส่วนของโฆษณาหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจเสนอโฆษณาก่อสร้าง-ที่ดินมากที่สุด และมีการเสนอโฆษณาที่สัมพันธ์กัน

ทั้งนี้ ในด้านของปริมาณการเสนอเนื้อหาสาระและโฆษณาแตกต่างกันตามช่วงเวลา และหัวหนังสือพิมพ์ โดยช่วงเวลาที่เปลี่ยนไป ปริมาณเนื้อหาสาระมีแนวโน้มลดลง ส่วนปริมาณโฆษณากลับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนหัวหนังสือพิมพ์ โดยการเสนอข่าวทิศทางเป็นกลางค่อนข้างไปทางบวก ซึ่งทิศทางข่าวแตกต่างกันตามช่วงเวลาและตำแหน่งหน้าที่นำเสนอ แต่ไม่แตกต่างกันตามหัวหนังสือพิมพ์ ซึ่งหากเป็นช่วงเศรษฐกิจที่ดี ทิศทางข่าวจะเป็นกลางค่อนข้างไปทางบวก แต่เมื่อเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจตกต่ำ จะทำให้หนังสือพิมพ์ทิศทางข่าวจะเป็นกลางค่อนข้างไปทางลบ หน้าในทิศทางเป็นกลางค่อนข้างไปทางบวก ส่วนหัวหนังสือพิมพ์ไม่มีผลต่อทิศทางข่าว

สุวิชา เอื้อสมศักดิ์สกุล¹⁰ ได้ศึกษาถึงอิทธิพลของโฆษณาที่มีต่อทิศทางการนำเสนอเนื้อหาทางการเมืองในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย” ซึ่งพบว่า หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากผู้ลงโฆษณาของบริษัทเอกชนที่มีสายสัมพันธ์ทางการเมือง ดังนั้น การนำเสนอข่าวจึงต้องลดระดับความรุนแรงในการใช้ภาษาลง และในส่วนของการทำงานที่ของหนังสือพิมพ์ในปัจจุบันนั้น มองว่าหนังสือพิมพ์มักนำเสนอเนื้อหาข่าวทางการเมืองเพียงด้านเดียว จึงเชื่อว่าปัจจุบัน

⁹ ชัตติยะ เพลียมโง๊ะ, “การจัดวางสาระในหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจ: การวิเคราะห์สาระ,” น. บทคัดย่อ.

¹⁰ สมศักดิ์ เอื้อสมศักดิ์สกุล, “อิทธิพลโฆษณาที่มีต่อทิศทางการนำเสนอเนื้อหาทางการเมืองในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรายวัน,” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547), น. 139-148 .

หนังสือพิมพ์ไม่มีความน่าเชื่อถือ และไม่เป็นอิสระ มีการถูกกดดันจากผู้ลงโฆษณา เป็นสาเหตุที่ทำให้ประชาชนมองว่าการนำเสนอเนื้อหาข่าวทางการเมืองของหนังสือพิมพ์ไม่เป็นกลาง

ดังนั้น จากการรวบรวมศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ พอจะสรุปได้ว่า การศึกษาความหมายและทิศทางของหนังสือพิมพ์ซึ่งได้ศึกษาถึงการดำเนินงานในส่วนของการบริหารกิจการและการบริหารเนื้อหา หรือการนำเสนอข่าว โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบและเนื้อหา เพื่อหาข้อสรุปว่าเกิดขึ้นจากปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการดำเนินงาน รวมถึงการทำหน้าที่และบทบาทของการนำเสนอข่าว ซึ่งปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความอยู่รอดของหนังสือพิมพ์เศรษฐกิจทั้งสิ้น

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้ศึกษาสามารถวิเคราะห์เป็นกรอบความคิดได้ ดังนี้

แผนภาพที่ 2.1
กรอบความคิดในการศึกษา

