

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แม่หลักการของหนังสือพิมพ์โดยทั่วไปคือ การเป็นตัวแทนเป็นปากเป็นเสียงให้กับประชาชน หากเมื่อประกอบความเป็นธุรกิจ อันเป็นกิจกรรมที่จัดการใช้ทรัพยากรต่างๆรวมทั้งมนุษย์เพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด ทำให้หนังสือพิมพ์ไม่เพียงเกี่ยวข้องกับผู้ใช้ข่าวหรือแหล่งข่าวเท่านั้น หากยังต้องสัมพันธ์กับผู้ซื้อพื้นที่โฆษณาซึ่งมีสภาพไม่ต่างจากผู้อุปถัมภ์เท่าใดนัก และยังเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าวสารของหนังสือพิมพ์อีกด้วย

ในการศึกษา ปัจจัยอิทธิพลที่มีผลต่อการคัดเลือกเนื้อหาด้านอสังหาริมทรัพย์ของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจ : ระหว่างปีเศรษฐกิจเฟื่องฟูกับถดถอย มีทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้.

1. องค์ประกอบในการคัดเลือกข่าวของหนังสือพิมพ์ (News Elements)
2. แนวคิดและทฤษฎีการคัดเลือกข่าว
 - 2.1 นายประตูข่าวสาร (Gatekeeper)
 - 2.2 การกำหนดประเด็นรับรู้ข่าวสาร (Agenda Setting)
 - 2.3 การสื่อข่าวและการรวบรวมข่าว (News Gathering)
 - 2.4 ทฤษฎีคุณค่าข่าว (News Theory)
3. บทบาทหน้าที่ของหนังสือพิมพ์
4. การบริหารธุรกิจหนังสือพิมพ์
5. ทฤษฎีองค์กร (Organization Theory)
6. การสื่อสารการตลาด (Intergrated Marketing Communication)
7. ความสัมพันธ์ระหว่างนักข่าวกับนักประชาสัมพันธ์
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 8.1 การวิเคราะห์อุตสาหกรรมข่าวในประเทศไทย
 - 8.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์

8.3 กระบวนการคัดเลือกและ นำเสนอเนื้อหาวิจัยของ หนังสือพิมพ์รายวัน ภาษาไทย: ศึกษาเฉพาะกรณีจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

8.4 บทบาทและการนำเสนอข่าวสารรถยนต์ผ่านสื่อมวลชน

8.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการคัดเลือกข่าวต่างประเทศใน หนังสือพิมพ์ ภาษาไทยรวม 4 ฉบับ

8.6 การทำงานร่วมกันของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตสื่อสารมวลชน

1. องค์ประกอบในการคัดเลือกข่าวของหนังสือพิมพ์ (News Elements)¹

1.1 ความสดและความทันต่อเหตุการณ์ (Immediacy or Timeliness)

1.2 ความใกล้ชิดต่อเหตุการณ์ (Proximity or Nearness)

1.3 ความต่อเนื่อง (Consequence)

1.4 ความเด่น (Prominence) ของบุคคล สถานที่ สิ่งของ และสถานการณ์

1.5 ความ ฉงน สงสัย และตลกขบขันของชีวิต (Drama)

1.6 ความแปลกพิสดาร (Addity or unusuliness)

1.7 ความขัดแย้ง (Conflict)

1.8 เพศ (Sex)

1.9 อารมณ์ (Emotions) และสัญชาตญาณ (Instinct)

1.10 ความก้าวหน้า (Progress) หรือความสำเร็จในการศึกษาทดลอง

หรือค้นพบ

นอกจากนี้แล้ว ยังมีองค์ประกอบอื่นๆ ที่หนังสือพิมพ์นำมา เป็นองค์ประกอบในการคัดเลือกข่าวนอกจาก 10 ประการที่กล่าวข้างต้นแล้ว เช่น นโยบายของหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นๆ นโยบายด้านธุรกิจ นโยบายทางการเมือง ความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้บริหาร หรือนักข่าวกับแหล่งข่าวรวมถึง นักประชาสัมพันธ์ การลงโฆษณาของผู้ประกอบการ

¹ดร.ณิ หิรัญรักษ์, อ้างแล้ว หน้า 20.

2. แนวคิดและทฤษฎีการคัดเลือกข่าว

2.1 นายประตูข่าวสาร (Gatekeeper)¹

การรายงานข่าวของสื่อสารมวลชนทุกแขนงจะเป็นการ รายงานข่าวสารโดยผ่านกระบวนการคัดเลือกข่าวมีเหตุการณ์เพียงบาง เหตุการณ์ จากหลายๆเหตุการณ์เท่านั้นที่จะได้รับการสื่อสารไปยังผู้รับ เนื่องจากสื่อมวลชนมีข้อจำกัด เช่น เวลา มีพื้นที่หรือเวลารายงานจำกัด ต้องคัดเลือกข่าวสารที่ได้รับความสนใจจากผู้รับข่าวที่มีผลกระทบต่อส่วนรวม กระบวนการดังกล่าวก็คือการกระทำหน้าที่ของนายประตูข่าวสาร (Gatekeeper)

นายประตูข่าวสาร คือบุคคลที่ทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารและตัดสินใจว่าข่าวสารใดจะส่ง ไปยังมวลชนซึ่งบุคคลที่ทำหน้าที่นี้มีชั้นลำดับความสำคัญ เรียงจากน้อยไปหามากดังนี้ ผู้สื่อข่าว หัวหน้าข่าว หัวหน้ากองบรรณาธิการหรือบรรณาธิการข่าว และบรรณาธิการบริหาร เคิร์ท เลวิน นักสังคมวิทยา ผู้นำคำนี้มาใช้เป็นคนแรก อธิบายว่าการสื่อสารนั้นต้องส่งข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสาร และในช่องทางนี้จะมีทำหน้าที่ที่กลั่นกรองข่าวสารก็คือนาย ทวารข่าวสาร

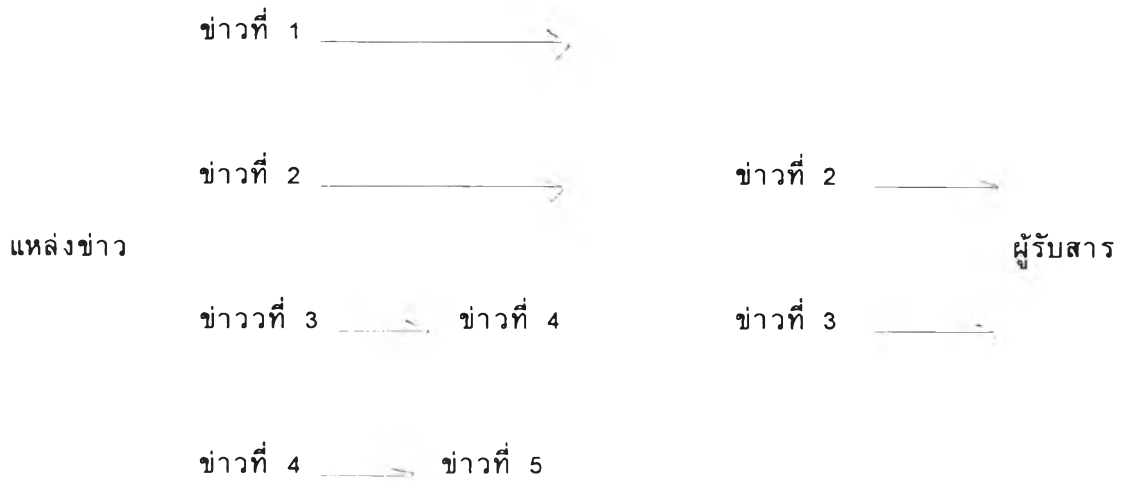
ทั้งนี้ในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนายประตูข่าวสาร พบว่าผู้ทำหน้าที่ดังกล่าว มักไม่คำนึงข่าวที่ประชาชนต้องการ หากมักตัดสินใจเองว่าข่าวสารนั้นเป็นที่สนใจของประชาชน กระทั่งมีการกล่าวว่าข่าว ก็คือสิ่งที่บรรณาธิการหรือนักข่าวสร้างขึ้นเพื่อเผยแพร่ทางสื่อมวลชน

ไวท์ (White)² ได้ทำการศึกษาบทบาทของนายประตูข่าวสารจากการทำงาน ของบรรณาธิการข่าวโทรพิมพ์ ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในอเมริกาฉบับหนึ่ง ซึ่งมีกิจกรรมใน การตัดสินใจคัดเลือกข่าวเพื่อตีพิมพ์ ในหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นดังกล่าวโดยมีขบวนการตามแบบ จำลองดังนี้

¹ พชญา เจริญ และคนอื่น. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 4 (กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ข่าวฟ้า, 2538), หน้า 153.

² White, D.M. "The Gatekeeper : A Case Study in the Selection of News" Journalism Quarterly 27 (Fall 1950), pp. 383-390

แบบจำลองของไวท์



จากแบบจำลองผู้กรองสารเห็นได้ว่าแหล่งข่าวจะมีสารมากมายหลายชั้นที่ส่งมายังสื่อมวลชนอันได้แก่หนังสือพิมพ์ บรรณาธิการข่าวจะทำหน้าที่คัดเลือกข่าวสารเพียงบางชั้นเพื่อตีพิมพ์ อีกหลายชั้นถูกตัดทิ้งไปข่าวสารที่ถูกคัดเลือกไว้นี้จะผ่านกระบวนการผลิตหรือตกแต่งให้เหมาะสมกับเวลา เนื้อที่ หรือลักษณะของสื่อ เพื่อส่งไปยังผู้รับ ซึ่งจากแบบจำลองดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นบทบาทของนายทวารข่าวสารได้อย่างชัดเจน

พีระ จิระโสภณ¹ ได้อธิบายบทบาทของผู้กรองสารไว้ว่า ในความเป็นจริงผู้กรองสาร อาจจะมีขั้นตอนในการทำงานที่สลับซับซ้อนกว่าในแบบจำลอง เช่น ชาวโทรพิมพ์ที่ส่งมายังสื่อมวลชนต่าง ๆ นั้นก่อนที่จะส่งมาจะต้องมีการกลั่นกรองจากบรรณาธิการของสำนักข่าวนั้นๆ เสียก่อน หรือแม้แต่ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเองก็จะทำหน้าที่เป็นผู้กรองสารคือ คัดเลือกว่าจะทำรายงานข่าวไหน หรือไม่ทำข่าวไหนบ้าง และเมื่อข่าวโทรพิมพ์ถูกส่งมายังสื่อมวลชนต่างๆ นอกจากจะถูกคัดเลือกโดยบรรณาธิการนอกจากจะถูกคัดเลือกโดยบรรณาธิการข่าวต่างประเทศแล้ว ก็ยังอาจถูกกลั่นกรองจากบรรณาธิการ หรือหัวหน้าข่าวในระดับสูงอีกที นอกจากนี้ข่าวที่ถูกเผยแพร่ไปยังผู้รับสาร เมื่อผู้รับสารได้อ่านได้รับฟังหรือรับชมแล้ว ก็อาจจะถ่ายทอดไปยังบุคคลอื่นๆ เช่น สมาชิกในครอบครัวญาติเพื่อน ฯลฯ การถ่ายทอดสารโดยผู้รับสารจากสื่อมวลชนนี้เป็นไปในลักษณะของ "นายทวารข่าวสาร" เช่นเดียวกันคือ จะเลือกถ่ายทอดเพียงบางส่วน จึงเห็นได้ว่าข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นจะไหลผ่านผู้กรองมากมายหลายชั้น

2.2 การกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสาร (Agenda-Setting)²

การกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสาร (Agenda-setting) แนวคิดนี้ให้ความสำคัญต่อสื่อมวลชนในแง่ของการเป็นผู้กำหนดประเด็นการรับรู้ เหตุการณ์ข่าวสารของประชาชน โดยแนวทางการศึกษาแนวคิดดังกล่าวในปัจจุบันเน้นสื่อมวลชนในฐานะเป็นผู้ชักชวนหรือโน้มน้าวใจ (Persuasion)

¹พีระ จิระโสภณ "ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน" ในเอกสารการสอนชุดวิชา หลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 9-15 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์สหมิตร 2529) หน้า 625

²พชันี เขยจรรยา และคนอื่น . อ่างแล้ว , หน้า 201

แนวความคิด เรื่องการกำหนดประเด็นการรับรู้ข่าวสาร เริ่มเกิดขึ้นตั้งแต่สมัยที่ลิปแมน (Walter Lipman) เริ่มใช้คำว่า "picture in our heads" ในราวปี ค.ศ. 1922 โดยเสนอความเห็นว่สื่อมวลชน มีบทบาทสำคัญช่วยให้คนเรา รับทราบและเรียนรู้เกี่ยวกับสถานการณ์โลกภายนอก ซึ่งตามปกติแล้วเราไม่มีโอกาสสัมผัสด้วยตนเอง ในปี ค.ศ. 1925 พาร์ค (Robert Ezra Park) ได้ชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของการเสนอข่าวทางหน้าหนังสือพิมพ์ที่มีต่อชุมชนต่างๆ ต่อมาในปี ค.ศ. 1942 นักสังคมวิทยา พอล ลาซาร์เฟลด์ (Paul Lazarsfeld) และคณะได้ทำการวิจัยบทบาทและหน้าที่ของสื่อมวลชนในการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกาและอธิบายให้เห็นถึงผลสำคัญของสื่อมวลชนในการรณรงค์หาเสียง

มีการอธิบายความหมายของ Agenda-setting ว่า หมายถึงความสามารถของสื่อมวลชนในการ เป็นผู้กำหนด (Set) ประเด็นหรือหัวข้อปัญหาต่างๆ ให้ประชาชนผู้รับข่าวสารทั่วไป ซึ่งเปรียบเสมือนผู้เข้าร่วมประชุม ซึ่งจะต้องรับทราบหรือตระหนักถึงปัญหาประเด็นต่างๆ ตามที่กำหนดไว้ในวาระการประชุม (agenda) เมื่อสื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดวาระ หรือหัวข้อประเด็นข่าวสารให้กับประชาชนได้รับทราบผลที่เกิดขึ้นที่ตามมาคือประชาชนจะคิดและปฏิบัติตามวาระหรือประเด็นที่สื่อมวลชนกำหนด

การศึกษาเกี่ยวกับการกำหนดประเด็นข่าวสาร มีสมมติฐานชี้ให้เห็น ความสัมพันธ์ระหว่างการที่สื่อมวลชนเลือกประเด็น หรือหัวข้อในการรายงานข่าวสารกับการรับรู้ (Perception) หรือความเข้าใจและการตระหนักถึงสาระสำคัญของหัวข้อประเด็นนั้นๆ โดยมีข้อสรุปว่า ถ้าสื่อมวลชนยังเลือกเสนอข่าวเกี่ยวกับประเด็น หรือปัญหาใดมาก ประชาชนผู้รับสารก็จะรับรู้หรือตระหนัก ถึงความสำคัญของประเด็นหรือปัญหานั้นมากขึ้นตามไปด้วย

โคเฮน ¹ (Cohen) เป็นนักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนที่มีอิทธิพลต่อความคิดในเรื่องนี้ เขากล่าวถึงอิทธิพลของหนังสือพิมพ์ ในการเป็นผู้บอกแก่ผู้อ่านว่า เรื่องอะไรควร จะคิด

¹Cohen, Bernard C. The Press and Foreign Policy
Princeton : Princeton University Press, 1976, PP. 120

2.3. การสื่อข่าวและการรวบรวมข้อมูลข่าว (News Gathering)¹

การรวบรวมข้อมูลข่าว เป็นการแสวงหาข้อมูลข่าวของผู้สื่อข่าวจากแหล่งข่าวต่าง ๆ ได้แก่ แหล่งข่าวประจำ เอกสารบันทึก ห้องสมุดหนังสือพิมพ์ หนังสืออ้างอิง ห้องสมุดหนังสือพิมพ์ หนังสืออ้างอิงและข้อมูลสถิติ ซึ่งการรวบรวมข้อมูลข่าว จำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ในการรวบรวมข้อมูลข่าว เช่นการใช้เครื่องบันทึกเสียง โทรศัพท์ และกล้องถ่ายรูป เป็นต้น¹

ดรูณี²กล่าวว่าวิธีหาข่าวที่ดีนั้น นักข่าวจะต้องมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้เช่น มีความสามารถในการหาสิ่งที่น่าสนใจ และสิ่งที่เกิดขึ้นกับตัวผู้อ่าน มีความสามารถในการพบปะผู้คนทุกแบบทุกวัย เพื่อหาข่าวจากพวกเขาเหล่านั้น มีความมั่นใจตัวเอง และสามารถทำให้บุคคลที่อยู่รอบข้างรู้สึกสบายใจไม่อึดอัด เป็นต้น

สำหรับการเสนอข่าวสู่มวลชน เป็นหน้าที่ขององค์กรทางสื่อมวลชน ซึ่งต้องทำหน้าที่บอกกล่าวและให้ข้อเท็จจริงของข่าวสารไปสู่ประชาชน ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าการสื่อข่าวและการรวบรวมข่าว เป็นขั้นตอนที่สำคัญยิ่งสำหรับนักข่าว เพื่อที่จะได้มาซึ่งข่าวหรือเหตุการณ์ที่จะต้องการนำเสนอและรายงานให้ประชาชนผู้อ่านทราบ

2.4 ทฤษฎีคุณค่าข่าว (News Value Theory)

การคัดเลือกข่าวของนายทวารข่าวสารนั้นจะยึดคุณสมบัติของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นว่าข่าวมีคุณสมบัติอย่างไรบ้างจะถูกเลือกลงตีพิมพ์ ขณะเดียวกันมีผู้ศึกษาถึงคุณค่าของข่าวไว้หลายคนเช่น

แวนดิก (Van Dijk)³ แบ่งคุณค่าของข่าวออกเป็น 2 ประเภทคือคุณค่าของข่าวที่เกิดจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่นค่าใช้จ่ายในการแสวงหาหรือรวบรวมข่าวของ

¹ฉ้าน วุฒิกกรรมรักษา. หลักการรายงานข่าว: กรุงเทพฯ (สำนักพิมพ์ประกายพลี .2536) หน้า 51

²ดรูณี หิรัญรักษ์. อ้างแล้ว, หน้า 21.

³Van Dijk, T.A., News as Discourse (Hillsdale, N.J.: Lawrence Erlbaum Associates, 1987)

หนังสือพิมพ์ต่างๆ จำนวนโฆษณาการซื้อข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศเหล่านี้จะมีอิทธิพล และเป็นตัวกำหนดจำนวนเนื้อที่สำหรับลงข่าว ตลอดจนเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของข่าวที่จะได้รับการตีพิมพ์ไม่ทางตรงก็ทางอ้อม คุณค่าของข่าวอีกประเภทหนึ่ง จะถูกกำหนดโดยธรรมชาติของตัวข่าวเองซึ่งก็คือคุณค่าของข่าวนั้นๆเอง

วอลเตอร์ ลิปปแมน (Walter Lippman)¹ เป็นผู้ให้ความสำคัญกับคุณค่าของข่าวคนแรก เขาได้กล่าวไว้ว่าข่าวจะมีกฎเกณฑ์การคัดเลือกของตนเอง แต่โดยทั่วไปแล้ว เขาคิดว่าข่าวจะต้องปลุกเร้าความรู้สึก และทำให้เกิดจินตนาการ ในขณะที่ ออสการ์ด (Ostgaard E.)²กล่าวว่า ข่าวที่ดีควรมีลักษณะสำคัญ 2 ประการคือ ข่าวที่ให้อารมณ์ความรู้สึก (Sensation) ข่าวที่มีความเหมือนกัน (Identification) ข่าวที่ให้ความรู้สึก ส่วนมากเป็นข่าวที่เกี่ยวข้องกับความผิดปกติ (Unusualness) การที่ไม่สามารถคาดหมายได้ (Unexpected-ness) หรือการไม่สามารถทำนายผลสิ้นสุดได้ (Unknow Final Outcome) ส่วนความเหมือนกัน หมายถึงความสำคัญของข่าวที่มีต่อผู้อ่านในแง่ต่างๆ เช่น บุคลิกลักษณะการเป็นชาติมหาอำนาจหรือความคล้อยคลึงด้านวัฒนธรรม

ดรุณี³ ให้ความหมายของคุณภาพข่าว (Quality of News) ว่า

1. ข่าวจะต้องมีความถูกต้อง โดยอธิบายว่าข้อเท็จจริงเช่นวันที่ อายุ และที่อยู่จะต้องถูกต้อง ระมัดระวังไม่เอารายละเอียดที่ไม่สำคัญมาเป็นจุดเน้นของเรื่องต้องระวังการเสาะแสวงหาข่าวเพราะบางครั้งข่าวที่ได้จากแหล่งข่าวอาจผิดเพี้ยน

2. ข่าวจะต้องมีความสมดุล เช่นต้องรายงานรายละเอียดทุกด้าน ทุกแง่ทุกมุม เพื่อให้ผู้รับสารเข้าใจเป็นอย่างดี

3. ข่าวจะต้องมีความเป็นกลาง หมายถึงการรายงาน ข้อเท็จจริงต้องปราศจากการลำเอียง ต้องรายงานข่าวอย่างตรงไปตรงมาโดยสุจริตใจ และระมัดระวังไม่ใช้อารมณ์ความรู้สึกและความเห็นส่วนตัวในการรายงานข่าว

¹Walter Lippmann, Public Opinion (New York: Macmillan,)1922).

²Einar Ostgaard, Factors influencing the flow of news, Journal of Peace Research 2 (1965): 39-63

³ดรุณี หิรัญรักษ์ , อ้างแล้ว. หน้า 18.

4. ข่าวจะต้องมีความกะทัดรัดและชัดเจน เช่นใช้ถ้อยคำเข้าใจง่ายไม่กำกวม มีลีลาชวนอ่าน ไม่ใช่ถ้อยคำกำกวม

5. ข่าวจะต้องมีความสดและทันต่อเหตุการณ์

3. บทบาทและหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ ¹

3.1 การให้ข่าวสาร (to inform) หนังสือพิมพ์มีหน้าที่หลักคือต้องแสวงหาข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงมารายงานให้ประชาชนได้ทราบ อาจรายงานในลักษณะของข่าว บทความ หรือสารคดีก็ได้ โดยให้ข้อมูลตามตรงอย่างสมบูรณ์มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อให้ผู้อ่านรับทราบเหตุการณ์ทั้งหมด และสามารถวินิจฉัยได้ด้วยตัวเอง

3.2 การให้ข้อเสนอแนะ (to give opinion) หน้าที่ในการให้ข้อเสนอแนะ หรือชี้แนะแนวทางนั้นต้องไม่ใช่การเสนอแนะในการรายงานข่าว เพราะข่าวคือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง การเสนอแนะควรแสดงความคิดเห็น ต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นหรือต่อข่าวที่ได้รายงานไปแล้ว โดยผ่านทางคอลัมน์ต่าง ๆ บทบรรณาธิการ บทวิจารณ์บทความ เป็นต้น

3.3 การให้ความบันเทิง (to entertain) หน้าที่ส่วนนี้หมายถึงความบันเทิงที่ผู้อ่านจะได้รับจากรับจากการอ่านเนื้อหาในหนังสือพิมพ์เป็นการผ่อนคลายความตึงเครียด และพักผ่อนสมองไปด้วยในเวลาเดียวกัน เช่นความบันเทิงที่ได้รับจากการอ่าน บทความ สารคดี รูปภาพการ์ตูน และบทวิจารณ์ เป็นต้น

3.4 การเป็นสื่อในการโฆษณา (to advertise) การขายเนื้อที่โฆษณาเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุดของหนังสือพิมพ์ โฆษณา เป็นเส้นโลหิตของธุรกิจหนังสือพิมพ์ ถ้าไม่มีโฆษณาหนังสือพิมพ์ก็อยู่ไม่ได้ และผู้บริโภคต้องซื้อหนังสือพิมพ์ในราคาที่แพงขึ้น

¹ มาลี บุญศิริพันธ์ , การจัดทำหนังสือพิมพ์ , ในเอกสารประกอบการสอนชุดวิชา ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ หน่วยที่ 10 , มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช 2531

แฟรงค์ ดับบลิว รูเชอร์ (Frank W. Rucher) ¹กล่าวถึงบทบาทของหนังสือพิมพ์ที่มีต่อสังคมไว้ดังนี้

1. ทำหน้าที่แถลงการณ์โดยเสนอข้อเท็จจริงต่างๆ เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน
2. ให้สาระสำคัญของข่าวสาร โดยอาจมีภาพประกอบความเข้าใจด้วย
3. สร้างประชาคติโดยการกระตุ้นให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นลงในหนังสือพิมพ์.
4. เผยแพร่ชุมชนของตนต่อโลกภายนอก ซึ่งให้เห็นข้อบกพร่อง ข้อควรแก้ไขของชุมชน
5. ให้การศึกษาแก่ผู้อ่านด้วยการให้ความรู้

เอ็ดมันด์ ซี อาร์ โนลด์ (Edmund C . Arnold) ² กล่าวว่าหน้าที่ที่แท้จริงของหนังสือพิมพ์ คือการแจกจ่ายข่าวให้แก่ผู้ที่ต้องการจะทราบ และสิ่งที่หนังสือควรปฏิบัติได้แก่

1. ให้ข่าว
2. แปลความหมาย
3. ชักชวนผู้อ่าน
4. บริการบันเทิง

¹Frank W. Rucher, Newspaper Organization and Management, (Iowa : State University , 1968) pp. 5-6

²Edmund C. Arnold, Function Newspaper Design (New York: Harper & Row, 1956), P. 1

เอลการ์ เดล (Edgar Dale)¹ ให้ความเห็นว่า หนังสือพิมพ์ควรปฏิบัติ ดังนี้

1. หนังสือพิมพ์ต้องรายงานข่าวอย่างถูกต้องตามความเป็นจริง และเป็นข่าวที่น่าสนใจ มีความสมบูรณ์ในเนื้อหา ให้ข่าวตรงกับเนื้อหา และไม่สันจนไม่รู้เรื่อง

2. หนังสือพิมพ์ต้องทำหน้าที่แปลความหมายของข่าวเช่น หนังสือพิมพ์ลงข่าวว่า ระหว่างนี้กลุ่มผู้สนใจ 58 ไฟแนนซ์ กำลังทำคิว ดีลีเจนซ์ (Due de legence) หนังสือพิมพ์ต้องอธิบายความหมายของคำดังกล่าวประกอบการรายงานข่าวด้วยว่าหมายถึงการตรวจสอบทรัพย์สิน

3. หนังสือพิมพ์ต้อง เสนอความคิดเห็นที่เชื่อถือได้ มีเหตุผลมีหลักฐานและมีความเป็นกลาง

4. หนังสือพิมพ์ต้องช่วยให้ชุมชนดำเนินธุรกิจไปด้วยความสะดวกเช่นการโฆษณาต่างๆหนังสือพิมพ์ที่ดีต้องคำนึงและพิจารณาว่า สิ่งใดควรและสิ่งใดไม่ควรโฆษณาโดยไม่ควรเห็นแก่รายได้เพียงอย่างเดียว

5. หนังสือพิมพ์ช่วยในธุรกิจการเงิน การสหธนาคาร ครอบครัวย และปัญหาอื่นๆเช่นคอลัมน์ สุขภาพอนามัย เป็นต้น

6. หนังสือพิมพ์ให้ความบันเทิงผ่อนคลายอารมณ์กับผู้อ่าน เช่นคอลัมน์การ์ตูน นวนิยาย

¹Edgar Dale, HOW To Read a Newspaper , (Chicago : Scott, Foreaman Co.,) ,PP. 19-28

4. การบริหารและธุรกิจหนังสือพิมพ์

แม้การคัดเลือกเพื่อนำเสนอ และให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าวสาร มีแนวคิดและทฤษฎีที่ชัดเจน หากในธุรกิจหนังสือพิมพ์ไม่ต่างจากธุรกิจทั่วไปที่ผู้ประกอบการต้องบริหารโดยมีเป้าหมายเพื่อแสวงหารายได้ และกำไร ซึ่งถือเป็นเป้าหมายสำคัญในการประกอบการ

มีคำอธิบายธุรกิจว่าหมายถึง "กิจกรรมทางเศรษฐกิจซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานเพื่อแสวงหากำไรเป็นหลัก แต่องค์กรธุรกิจที่คตินั้นจะต้องมีวัตถุประสงค์ ในการดำเนินงานเพื่อแสวงหากำไรเป็นหลัก แต่องค์การธุรกิจที่คตินั้นจะต้องมีวัตถุประสงค์อื่นควบคู่ไปด้วย เช่น ให้ธุรกิจของตนเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ สังคมและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งยังต้องการความเป็นเลิศในด้านการบริหารและบริการ เพื่อเป็นที่ยอมรับของสังคมด้วย"¹

ส่วนการบริหาร (Administration) หมายถึง "กระบวนการในการนำเอาทรัพยากรการบริหารได้ แก่ คน วัสดุสิ่งของ เครื่องจักร หรือเครื่องมือในการผลิตและเงินทุนมาใช้ในการดำเนินการเรื่องใดเรื่องหนึ่งให้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้"²

ด้านความหมายของหนังสือพิมพ์ ตามพระราชบัญญัติการพิมพ์ พ.ศ. 2484 มาตรา 4 ได้ให้คำจำกัดความหรือความหมายของหนังสือพิมพ์ว่า เป็นสิ่งพิมพ์ซึ่งมีชื่อจำหน่าย เช่นเดียวกัน และออกหรือเจตนาจะออกตามลำดับเรื่อยไป มีกำหนดระยะเวลาหรือไม่ก็ตาม มีข้อความต่อเนื่องกันหรือไม่ก็ตาม ดังนั้น หนังสือพิมพ์ในที่นี้จึงหมายถึง สิ่งพิมพ์ที่มีชื่อจำหน่ายเช่นเดียวกัน โดยออกจะออกเป็นรายวันสองวันสามวัน ห้าวัน เจ็ดวัน ฯลฯ ก็ได้

¹ชาญชัย ลวิตรังสิมา เอกสารการสอนชุดความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับสื่อสิ่งพิมพ์ หน้า 817

²อ่าน วุฒินิพนธ์การศึกษ, หลักการบริหารกับงานหนังสือพิมพ์. ในเอกสารการสอนชุดวิชา การบริหารงานหนังสือพิมพ์ หน่วยที่ 1, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช 2534 . หน้า 5

เมื่อรวมคำว่า ธุรกิจ การบริหาร และหนังสือพิมพ์แล้ว คำว่า การบริหาร ธุรกิจหนังสือพิมพ์ หมายถึง "กระบวนการในการนำเอาทรัพยากรการบริหาร ได้แก่คน วัสดุสิ่งของ เครื่องจักรหรือเครื่องมือในการผลิต และเงินทุนมาใช้ดำเนินการผลิตหนังสือพิมพ์รายวันหรือรายอื่น เพื่อนำหนังสือพิมพ์ออกมาจำหน่ายทั่วไป โดยหวังผลตอบแทนกลับมา ในรูปของกำไร เอื้อประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมรวมทั้ง เป็นที่ยอมรับแก่สังคม ด้วย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และนโยบายของหนังสือพิมพ์นั้นเป็นประการสำคัญ"¹

ทั้งนี้การลงทุนในธุรกิจหนังสือพิมพ์ปัจจุบันต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูง เพราะต้องแข่งขันด้านการพิมพ์ ซึ่งจะต้องนำ เทคโนโลยีหรือวิทยาการสมัยใหม่มาใช้ในการพิมพ์ และต้องซื้อวัสดุที่สำคัญ เช่นกระดาษพิมพ์หนังสือพิมพ์โดยเฉพาะจากต่างประเทศอีกด้วยจึงทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงและมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆตามสถานการณ์เศรษฐกิจ²

นางสาวอัญชิสา พานิชศิริ³ กล่าวไว้โดยสรุปตอนหนึ่งว่าการที่หนังสือพิมพ์ เป็นองค์การ เพื่อแสวงหากำไร เช่นเดียวกับธุรกิจทั่วไปและผู้ประกอบการทำหน้าที่บริหาร ปัจจัยการผลิต จึงอาจสรุปได้ว่ากระบวนการสื่อสารทุกวันนี้ เป็นกระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมโดยผลผลิตที่ออกมาเป็นเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมซึ่งไม่เหมือนกับบรรดาสินค้าอุปโภคบริโภค ที่เป็นปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิตแต่ในระบบเศรษฐกิจทุนนิยม สินค้าทางวัฒนธรรมก็มีส่วนคล้ายคลึงกับสินค้าอื่นๆ ตรงที่มีกระบวนการผลิตและจำหน่ายเพื่อแสวงหากำไร

¹ ฉอาน วุฒิกกรมรักษา , อ่างแล้ว , หน้า 6

² ฉอาน วุฒิกกรมรักษา , อ่างแล้ว , หน้า 19

³ อัญชิสา พานิชศิริ, "พัฒนาการและแนวทางของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน: การวิเคราะห์"บริษัทผู้จัดการ จำกัด(มหาชน)" (วิทยานิพนธ์ ปรียญมหาบัณฑิตสาขาวิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย2538)

อย่างไรก็ตาม เป็นที่ยอมรับกันว่าธุรกิจหนังสือพิมพ์มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีจำนวนหนังสือพิมพ์ มากมายในตลาดเช่นมีหนังสือพิมพ์ธุรกิจรายวัน รายสองวัน รายสามวัน และรายสัปดาห์ ถึง 11 ฉบับ คือ ผู้จัดการรายวัน กรุงเทพธุรกิจ วัฏจักร คู่แข่งรายวัน ประชาชาติธุรกิจ ฐานเศรษฐกิจ คู่แข่งรายสัปดาห์ ผู้จัดการรายสัปดาห์ ดอกเบี๋ยสยามธุรกิจ และ อสังหารธุรกิจ ประกอบกับสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันอยู่ในภาวะชะลอตัว ทำให้ ธุรกิจหนังสือพิมพ์ไม่เพียงแข่งขัน ในเรื่องการเสนอข่าวสารเท่านั้น หากยังต้องแข่งขันเพื่อหารายได้อีกด้วย

8. ทฤษฎีองค์กร (Organization Theory)¹

นอกจากกระบวนการคัดเลือกข่าวสาร และเป้าหมายในการทำธุรกิจที่มีผลต่อ การนำเสนอข่าวแล้ว การควบคุมภายในองค์กรของสถาบันสื่อ่นั้นจะมีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าวสารด้วยเช่นกัน โดยองค์กรนั้นประกอบไปด้วย

5.1 นโยบาย (Policy) คือนโยบายของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะกำหนดไว้ เกี่ยวกับการเสนอ หรือไม่เสนอข่าวบางประเภท อันเป็นผลจากนโยบายเกี่ยวกับธุรกิจ (Business Policy) เช่นกรณีข่าวใด หากนำลงตีพิมพ์แล้วจะกระทบต่อธุรกิจ ในเครือของคนนโยบายส่วนบุคคล(Personal Policy) นโยบายการเมือง(Political Policy)¹

¹Peter M. sandman, David M. Rubin, David B. Sachsman,

5.2 ผู้นำความคิด (Opinion Leader) หมายถึงอิทธิพลที่ เกิดจากผู้นำทางความคิดในกระบวนการคัดเลือกข่าว ซึ่งได้แก่ ผู้ที่มีความรู้ความสามารถในข่าวบางประเภท หรือแม้แต่ผู้ที่เสาะหารวบรวมข่าวบางข่าวมาโดยตรงกลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) ภายในกองบรรณาธิการและผู้นำความคิดในบรรดาผู้สื่อข่าวเอง เป็นต้น

5.3 ความคิดเห็นร่วมกันของคณะบรรณาธิการ (Consensus of Editorial staff) ได้แก่การประชุมโต๊ะข่าวประจำวันในกองบรรณาธิการนั้น เพื่อตัดสินใจคัดเลือกข่าวประจำวัน

5.4 ข่าวที่ได้รับความสนใจจากหนังสือพิมพ์คู่แข่ง และจากสื่อประเภทอื่นๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ จะมีผลต่อการคัดเลือกข่าวของผู้มีอำนาจในการตัดสินใจ เช่นเดียวกัน

เลวิทท์ เจ. ฮาโรลด์ และคณะกล่าวว่างค์กรต่างๆ ประกอบด้วยกิจกรรม 4 ประการคือ

1. หน้าที่และเป้าหมายขององค์กรว่ามีเป้าหมายอย่างไรและบรรลุเป้าหมายนั้นได้อย่างไร

2. โครงสร้างภายในองค์กรว่าลักษณะภายในองค์กรแบ่งเป็นอย่างไร

3. เครื่องมือในการบริหารองค์กรว่าจะมีการใช้ เทคโนโลยีเพื่อควบคุมการ

4. บุคลากรในองค์กรจะมีลักษณะแนวคิดเป็นอย่างไร มีวิธีใดที่จะสร้างความ

พร้อม

จากปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นจึงอาจกล่าวได้ว่ากระบวนการคัดเลือกข่าวนอกจากผู้มีอำนาจในการคัดเลือกข่าว และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจแล้วนโยบายขององค์กรหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับจะมีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าว เช่นเดียวกัน

¹Leavitt J. Harold, et al., The Organization World (New York: Harcourt Brace, 1973), P 4)

6. ทฤษฎีการสื่อสารการตลาด (Intergrated Marketing Communication)

อย่างไรก็ดีในยุคปัจจุบันการแข่งขันด้านการตลาด เพื่อขายสินค้าหรือบริการ ได้พัฒนาวิธีการจากเดิมที่ใช้เครื่องมือด้านการโฆษณาเพียงอย่างเดียว มาเป็นการสื่อสารด้านการตลาด (Intergrated Marketing Communication) เพื่อให้ข่าวสารเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด

เสรี วงศ์มณฑา¹ ให้ความหมายของการสื่อสารการตลาดว่าเป็นกระบวนการของการพิจารณาแผนงานของการสื่อสารทางการตลาด ที่ต้องใช้การสื่อสารเพื่อการจูงใจหลายรูปแบบกับกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์เป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการ การสื่อสารการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์มีหน้าที่ ให้ข้อมูลข่าวสาร(Added value) สร้างภาพลักษณ์ (Image building) ให้การศึกษา(Education) และการสร้างความน่าเชื่อถือ (Credibility building) ให้กับ ผลิตภัณฑ์ องค์กร หรือบุคคล

"การบริหารข่าวเชิงกลยุทธ์ จำเป็นต้องจัดทำขึ้น เพราะมีนิตยสารธุรกิจเกิดขึ้นมาก เช่นมี ฐานเศรษฐกิจ ประชาชาติธุรกิจ คู่แข่ง ผู้จัดการ ฯลฯ ถ้าเราไม่ใช้การประชาสัมพันธ์ ปล่อยให้ข่าวเกี่ยวกับบริษัทของเราเกิดขึ้นตามยถากรรมก็จะไม่ใช่เรื่องดีการประชาสัมพันธ์เท่ากับเป็นการควบคุมทิศทางการให้สัมภาษณ์เป็นระยะ และการปล่อยข่าวเป็นระยะ" ²

อาจกล่าวได้ว่า การพัฒนาด้านการตลาดที่มีการผสมผสานระหว่าง การขาย การโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เข้าด้วยกัน คืออีกปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าวสารของสื่อมวลชนในยุคปัจจุบัน

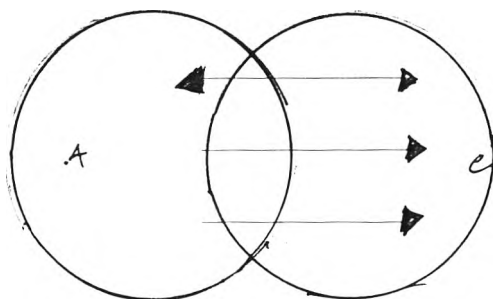
¹ เสรี วงศ์มณฑา. ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด (กรุงเทพฯ: วิสิต์พัฒนา , 2540) , หน้า 75 .

² เรื่องเดียวกัน, หน้า , 204 .

7. ทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างแหล่งข่าวกับนักประชาสัมพันธ์

ไม่เพียงปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นเท่านั้นที่มีผลต่อการพิจารณาคัดเลือกข่าว ของ สื่อมวลชนหาก สัมพันธภาพระหว่างแหล่งข่าวกับผู้สื่อข่าวยังเป็นอีกประเด็นที่มีการศึกษากัน มากในแบบจำลองความสัมพันธ์ระหว่าง แหล่งข่าวกับผู้สื่อข่าวที่สร้างขึ้นโดย กิเบอร์และ จอห์นสัน (Giber W. and Johnson) ¹ จำนวน 3 แบบจำลอง นั้นได้แสดงแบบ ที่แสดงให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่าง นักประชาสัมพันธ์กับผู้สื่อข่าวแบบกลมกลืนบางส่วนและ กลมกลืนกันสนิท

แบบจำลองที่บทบาทผู้สื่อข่าวกับนักประชาสัมพันธ์กลมกลืนกันบางส่วน

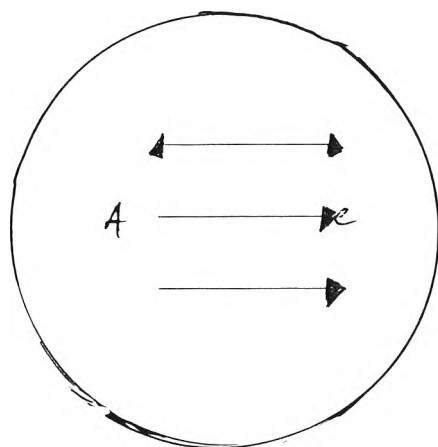


แบบจำลองดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าทั้งแหล่งข่าวและผู้สื่อข่าว แม้อยู่คนละองค์กร แต่มีความสัมพันธ์กัน อยู่ในระดับหนึ่ง ทั้งคู่มีบทบาทหน้าที่และรับรู้ในการเสนอข่าวสาร ที่คล้ายคลึงกันส่วนหนึ่ง การถ่ายทอดข่าวสาร (ลูกศรทางเดียว) มีลักษณะไม่เป็นทางการ การสื่อสารหรือการพูดคุยกันอย่างไม่เป็นทางการในเรื่องในเรื่องอื่นๆ (ลูกศร 2 ทาง) เกิดขึ้นได้อย่าง เป็นอิสระต่อกันไม่มีข้อจำกัดมากนัก

¹อ้างถึงใน พิระ จิรโสภณ 2529 : 626-628

สัมพันธภาพลักษณะนี้ใกล้เคียงกับความเป็นจริงในสังคมมาก ทั้ง 2 ฝ่ายมีวัตถุประสงค์บางประการร่วมกันคือผู้สื่อข่าวจะต้องมีสัมพันธกับแหล่งข่าว (นักประชาสัมพันธ์ผู้บริหารที่รับผิดชอบด้านการตลาด) เป็นการส่วนตัวอยู่บ้างเพื่อจะได้ข่าวพิเศษกว่าคู่แข่ง ขณะเดียวกันแหล่งข่าว ก็ต้องมีความสัมพันธ์เป็นการส่วนตัวกับนักข่าวบ้างเพื่อประโยชน์กับหน่วยงานตน เช่น ให้ช่วยเผยแพร่ข่าวสาร หรือชี้แจงข้อเท็จจริงบางประการ ความสัมพันธ์ในลักษณะนี้ผู้สื่อข่าวจะสูญเสียความเป็นกลางหรือเกิดความลำเอียง ทั้ง 2 ฝ่ายต่างเข้าใจบทบาท และหน้าที่ซึ่งกันและกัน และต่างสงวนท่าทีที่จะไม่เป็นเครื่องมือของอีกฝ่ายหนึ่ง คือยังคงเป็นอิสระต่อกัน

แบบจำลองที่กลมกลืนกันสนิทระหว่างแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว



แบบจำลองนี้ทั้ง 2 ฝ่ายคือ ผู้สื่อข่าวและแหล่งข่าว | ต่างไม่เป็นอิสระต่อกัน ต่างฝ่ายต่างเป็นเครื่องมือซึ่งกันและกัน ความสัมพันธ์ลักษณะนี้องค์กรทั้งฝ่าย ผู้สื่อข่าว กับ แหล่งข่าวอาจเป็นเจ้าของเดียวกัน มีข้อตกลงในการสนับสนุนซึ่งกันและกันหรือตกลงในเรื่องผลประโยชน์ร่วมกัน.

อย่างไรก็ตามนอกจากปัจจัยข้างต้นแล้ว แหล่งข่าวยังเป็นอีกปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าวสารของสื่อมวลชน

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

8.1 สุชาติ เพชรแก้ว คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2536) ศึกษาวิจัยเรื่อง "การวิเคราะห์ลักษณะอุตสาหกรรมข้าวในประเทศไทย" มีจุดประสงค์เพื่อศึกษาถึงกระบวนการผลิตกระจายข้าว และลักษณะของอุตสาหกรรมข้าว ทั้งในภาครัฐบาล รัฐวิสาหกิจและภาคเอกชน โดยพิจารณาในเชิงโครงสร้างพฤติกรรมการค้า เน้นบทบาทและเนื้อหา

จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมข้าวในประเทศไทยสามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มคือ

1. อุตสาหกรรมข้าวที่ผลิตและให้บริการข้าวผ่านสื่อมวลชน ซึ่งมีเพียงสำนักข่าวไทยเพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่ทำหน้าที่นี้

2. อุตสาหกรรมข้าวที่ผลิต และกระจายข้าวให้แก่ผู้รับสารซึ่งหมายถึงกลุ่มสถาบันสื่อมวลชน ซึ่งถูกจัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตและขายข้าวให้แก่ผู้รับสารโดยตรง

ลักษณะของอุตสาหกรรมข้าวในประเทศไทย

1. คุณลักษณะในเชิงโครงสร้าง และเนื้อหาของอุตสาหกรรมข้าว ได้รับผลกระทบมาจากการที่สมาชิกของอุตสาหกรรมมีสถานภาพเป็นสถาบันสื่อ ทำให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมข้าวทั้งระบบต้องตอบสนอง ต่อโครงสร้างภายนอกที่ใหญ่กว่า อันได้แก่ บริบทด้านกฎหมาย การเมือง เศรษฐกิจเป็นสำคัญ

2. คุณลักษณะทางพฤติกรรม และเนื้อหาของอุตสาหกรรม เป็นผลลัพธ์ ที่ได้จากการมีโครงสร้างลักษณะดังกล่าว ปรากฏให้เห็นเป็น 3 ลักษณะคือ

2.1 พฤติกรรมการตัดสินใจของสมาชิกของอุตสาหกรรมข้าว มักขาดเหตุผลที่แน่ชัด ทั้งนี้เพราะตลาดของการสื่อสารมีความผันผวนง่าย ผนวกกับมีความกดดันจากการแข่งขันที่สูงขึ้นทุกขณะ

2.2 พฤติกรรมทางเทคโนโลยี แสดงให้เห็นถึงอย่างมาก ในการควบคุมทุกขั้นตอนการปฏิบัติงาน

2.3 พฤติกรรมการค้าระหว่างสมาชิกของอุตสาหกรรมข้าว ซึ่งดำเนินการในเชิงพาณิชย์ และผู้ซื้อคือกลุ่มโฆษณา ไม่ได้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างราคาและคุณค่าของเนื้อหาอย่างแท้จริง

3. การดำเนินบทบาทของอุตสาหกรรมข้าว เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่สำคัญ 4 ประการดังนี้คือ

3.1 รายได้และผู้รับสาร

3.2 ระเบียบบังคับและหลักกฎหมาย

3.3 หลักเกณฑ์ด้านผู้บริโภค อันได้แก่การโฆษณา มีอิทธิพลในการสร้างเงื่อนไขในการดำเนินบทบาทให้กับสมาชิกของอุตสาหกรรมข้าว ที่ดำเนินในเชิงพาณิชย์

3.4 วิธีปฏิบัติของอุตสาหกรรม อันหมายถึง เจ้าของ ผู้ถือหุ้น หรือผู้ให้เครดิตสามารถสร้างเงื่อนไขในการดำเนินบทบาททางการผลิตเนื้อหาให้แก่สมาชิกของอุตสาหกรรมข้าวทั้งระบบ

3.5 กลุ่มผลประโยชน์ในสังคมซึ่งพบว่า กลุ่มอำนาจทางการเมืองและกลุ่มผู้รับสาร เป็นกลุ่มสำคัญในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินบทบาทของอุตสาหกรรมข้าวได้อย่างชัดเจน

4. เนื้อหาของอุตสาหกรรมข้าว ที่มีคุณลักษณะพื้นฐานที่สำคัญ 2 ประการคือ

4.1 เนื้อหาที่สามารถใช้ประโยชน์และขายได้เสนอ (Disposibility) ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือ การผลิตข้าวภายในวันเดียวกัน และการผลิตข้าวข้ามวันหรือตามข้าว

4.2 เนื้อหาที่มีความเหมาะสมในการนำเสนอ (Access) ด้วยกลวิธีต่างๆ ซึ่งจะแตกต่างกันตามประเภทของสื่อ

8.2 รัศมี อธิวรรณพงศ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยศึกษาวิจัยเรื่อง : ปัจจัยที่มีผลต่อการพิจารณาเลือกเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ : การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างหนังสือพิมพ์รายวัน ประเภทเฟื่องคุณภาพ, ประเภทประชานิยม และประเภทกึ่งคุณภาพกึ่งประชานิยม.

การวิจัยดังกล่าวมีเป้าหมาย เพื่อทราบปัจจัยการพิจารณาเลือก เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของหนังสือพิมพ์ เพื่อที่นักประชาสัมพันธ์จะได้ดำเนินการผลิตข่าวได้ตรงตามความต้องการ ของหนังสือพิมพ์ โดยนำไปประสานกับหน่วยงาน เพื่อให้ข่าวประชาสัมพันธ์ได้รับการตีพิมพ์ในหน้าหนังสือพิมพ์ และผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาไว้ดังนี้ว่า

ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าวประชาสัมพันธ์มีดังนี้

1. ประโยชน์ของประชาชนผู้อ่าน
2. เนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์
3. ประโยชน์ของหนังสือพิมพ์
4. หน่วยงานที่ส่งข่าวประชาสัมพันธ์
5. วิธีการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์
6. เวลาปิดต้นฉบับ
7. หนังสือพิมพ์สัมพันธ์
8. ความสัมพันธ์ฉันท์ญาติมิตร

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ระบุว่า บรรณาธิการบริหารหนังสือพิมพ์ ทั้ง 3 ประเภท ได้ลำดับความสำคัญใกล้เคียงกันมาก

นอกจากนี้ความต้องการ ด้านข่าวประชาสัมพันธ์ของบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทยังไม่แตกต่างกันอีกด้วย ซึ่งเนื้อหาที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท ยินดีให้ตีพิมพ์ข่าวประชาสัมพันธ์มีเนื้อหาพอกๆกัน โดยให้ตีพิมพ์มากที่สุดในหน้าบันเทิง รองลงมา หน้าการศึกษา ข่าวในประเทศ เศรษฐกิจสังคม กีฬา สตรี ตามลำดับ สำหรับหน้า 1 มีโอกาสได้ลงข่าวประชาสัมพันธ์น้อยมาก ส่วนใหญ่เป็นข่าวของทางราชการ รองลงมา เป็นข่าวของหน่วยงานหนังสือพิมพ์ และข่าวแปลกประหลาด

เช่นเดียวกับพื้นที่ภาพข่าวที่บรรณาธิการหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทยินดีให้ตีพิมพ์เผยแพร่ มีปริมาณพื้นที่ใกล้เคียงกันมาก คือ ให้พื้นที่เผยแพร่ภาพข่าวมากในหน้าสังคม รองลงมาคือ หน้าเศรษฐกิจ การศึกษา สตรี บันเทิง ข่าวในประเทศ ตามลำดับ

8.3 เสาวนีย์ สงวนพันธ์คณะนิเทศศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยศึกษาเรื่อง : กระบวนการคัดเลือกและนำเสนอเนื้อหาวิจัยของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย: ศึกษา เฉพาะกรณีของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย การวิจัยดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายเพื่อ

1. ศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการคัดเลือกข่าววิจัยที่เผยแพร่ โดยโครงการเผยแพร่ผลงานวิจัยของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ของหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทยแต่ละประเภท

2. ศึกษาลักษณะและเนื้อหารวมทั้งปริมาณ ของข่าววิจัยที่ได้รับการคัดเลือก และเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

3. วิเคราะห์เกณฑ์และปัจจัยที่เกี่ยวข้องในกระบวนการคัดเลือกและเผยแพร่ข่าววิจัยโดยหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

4. ศึกษานโยบายและทัศนคติต่อข่าววิจัยของนักข่าวและหัวหน้าข่าวในฐานะผู้กรองข่าวสาร

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยไว้ดังนี้

1. ชาววิจัยของโครงการเผยแพร่งานวิจัยของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ส่งไปเผยแพร่ในหนังสือพิมพ์นั้นเนื้อหาด้านสังคมศาสตร์ ได้รับการเผยแพร่มากที่สุด รองลงมาเป็นสาขาวิทยาศาสตร์กายภาพและชีวภาพ ส่วนสาขาสามนุษยศาสตร์ไม่ได้รับการตีพิมพ์เลย

2. หนังสือพิมพ์เน้นข่าวหนักเช่น มติชน สยามโพสต์ นำเสนอเนื้อหาวิจัยเป็นปริมาณมากที่สุด ซึ่งมากกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทเน้นข่าวเบาเช่น ไทยรัฐ เดลินิวส์ และพบว่าเนื้อหางานวิจัยนำเสนอในรูปแบบข่าวมากที่สุด

3. เกณฑ์ในการคัดเลือกข่าววิจัย หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทได้แก่ หนังสือพิมพ์ประเภทเน้นข่าวหนัก (มติชน สยามโพสต์) ประเภทเน้นข่าวเบา (ไทยรัฐ เดลินิวส์) และแนวผสมข่าวหนักเบา (แนวหน้า บ้านเมือง) ให้ความสำคัญกับเนื้อหาที่มีผลต่อประชาชนและสังคมมากที่สุด รองลงมาเป็นความสนใจของผู้อ่าน และด้านคุณค่าข่าวที่หนังสือพิมพ์มักให้ความสำคัญได้แก่ ความ สด ใหม่ ทันสมัย ทันเหตุการณ์มากที่สุด

4. นโยบายในการคัดเลือกข่าววิจัย ของนักข่าว หัวหน้าข่าว และบรรณาธิการพบว่า

โดยเฉลี่ยหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภทให้ความสำคัญต่อข่าววิจัยต่ำสุด เมื่อเทียบกับข่าวอื่นๆ ทั้งนี้พบว่าหนังสือพิมพ์ประเภทเน้นข่าวหนัก และแนวผสมข่าวหนัก-ข่าวเบา ให้ความสำคัญต่อข่าววิจัยในอันดับที่ 9 ในบรรดาทั้งหมด 13 ประเภท ซึ่งสูงกว่าหนังสือพิมพ์ประเภทเน้นข่าวเบา ส่วนทัศนคติของนักข่าว หัวหน้าข่าว และบรรณาธิการ พบว่าหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ประเภท มีทัศนคติเชิงบวกต่อข่าววิจัยในเรื่อง ของการส่งเสริมพัฒนาและส่งเสริมสนับสนุน ส่วนทัศนคติเชิงลบมองว่าข่าววิจัยเป็นเรื่องน่าเบื่อ และเข้าใจยาก

8.4. สมพงษ์ เทียนชัยเกิดศิลป์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยศึกษา เรื่อง : บทบาทและกระบวนการของการนำเสนอข่าวสารรถยนต์ผ่านสื่อมวลชน งานวิจัยดังกล่าวผู้วิจัยระบุว่า เพื่อเข้าใจกระบวนการ และบทบาทของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารยานยนต์ด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลผลงานข่าวสารยานยนต์ของสื่อมวลชน และการสัมภาษณ์ผู้ปฏิบัติงานข่าวสารยานยนต์ของสื่อมวลชน โดยแสดงให้เห็นปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการปฏิบัติงานดังกล่าว และการวิเคราะห์บทบาทต่างๆ ประกอบกับ การนำเสนอตัวอย่างผลงานข่าวสารของสื่อมวลชน

ผลการวิจัยพบว่ากระบวนการปฏิบัติงานนำเสนอข่าวสารยานยนต์ผ่านสื่อมวลชนมีขั้นตอนและบุคคลสำคัญที่ตัวผู้ปฏิบัติงานข่าวสาร โดยมีกลุ่มผู้ปฏิบัติงานเป็นกลุ่มอ้างอิง ผู้ปฏิบัติงานข่าวสารค่อนข้างจะมีบทบาทสำคัญ ในการคัดเลือกและควบคุม เนื้อหาข่าวสาร เนื่องจากเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านข่าวสารยานยนต์ และมีค่านิยมเรื่อง เสรีภาพในการปฏิบัติงานนำเสนอข่าวสารข้อมูลแม้ว่าจะได้รับอิทธิพลจากกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องภายใต้กระบวนการปฏิบัติงาน ในองค์การสื่อมวลชนบ้างก็ตาม สำหรับบทบาทในการนำเสนอข่าวสารยานยนต์ของสื่อมวลชน อาจพิจารณาได้จากเนื้อหาและลีลาของการนำเสนอข่าวสารทั้งนี้ปัจจัยที่มีส่วนกำหนดบทบาทดังกล่าวได้ค่อนข้างชัดเจนคือ ตัวผู้ปฏิบัติงานซึ่งมีส่วนได้รับอิทธิพลจากนโยบายรวมทั้งธรรมชาติของแต่ละสื่อด้วย

8.5 เพ็ญแข เอี่ยมนิรรัตน์ คณะวารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการคัดเลือกข่าวต่างประเทศเพื่อลงพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ภาษาไทยรวม 4 ฉบับ" โดยผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา 4 ประการคือ เพื่อทราบปริมาณของข่าวต่างประเทศ ที่หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับนำลงพิมพ์ เพื่อทราบถึงรูปแบบและประเภทของข่าวต่างประเทศ เพื่อทราบถึงลักษณะของกระบวนการคัดเลือกข่าวเพื่อลงพิมพ์ และเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจคัดเลือกข่าว

ผลจากการศึกษาของผู้วิจัย มีสาระสำคัญดังนี้คือหนังสือพิมพ์รายวัน 4 ฉบับที่ผู้วิจัยทำการศึกษาคือ สยามรัฐ มติชน เดลินิวส์ และไทยรัฐ มีกระบวนการผลิตข่าวต่างประเทศไม่ต่างกัน และมีปัจจัยบางประการที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าว เมินคุณค่าข่าว นโยบาย และเป้าหมายทางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ และทัศนคติส่วนตัวของนักข่าวหัวหน้าข่าว และ บรรณาธิการข่าว ในฐานะนายประตู่ข่าวสารพร้อมกันนั้นผู้วิจัยยังได้ให้ข้อเสนอแนะว่า ควรมีการศึกษาความต้องการ แรงจูงใจ และความคาดหวังของประชาชนในการเปิดรับข่าวต่างประเทศทางสื่อมวลชนประเภทต่าง ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการคัดเลือกข่าวต่างประเทศ สื่อมวลชน ประเภทอื่นเพื่อเปรียบเทียบ

8.6 รสวรรณ สุขศรีเลิศวิชัย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศึกษา "การทำงานร่วมกันของนักข่าวและนักประชาสัมพันธ์ในภาวะวิกฤตสื่อสาริมทรัพย์" โดยใช้กรณีศึกษาของ 3 สถานการณ์ บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ได้แก่ บริษัท แลนด์แอนด์เฮ้าส์ จำกัด(มหาชน) บริษัท บางกอก

แลนด์ จำกัด(มหาชน) และบริษัท สมประสงค์แลนด์ จำกัด(มหาชน) ผลการวิจัยสรุปว่า แผนงานประชาสัมพันธ์เชิงกลยุทธ์ เพื่อส่งเสริมการตลาดและการขาย เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จได้ต้องพึงสื่อ โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งเป็นตัวกลางนำข่าวสารจากองค์กรสู่ประชาชน แต่ด้วยเนื้อที่จำกัดและต้องการได้รับความร่วมมืออย่างเต็มที่ นักประชาสัมพันธ์ จึงต้องหาวิธี และให้ผลประโยชน์เป็นตัวผลักดัน ในกรณีการแก้ไขภาวะวิกฤติต้องมีลักษณะการให้ข้อมูลที่เป็นข้อเท็จจริงที่ถูกต้องอย่างต่อเนื่อง และการโน้มน้าวจะสามารถลดความตระหนกของประชาชน
