

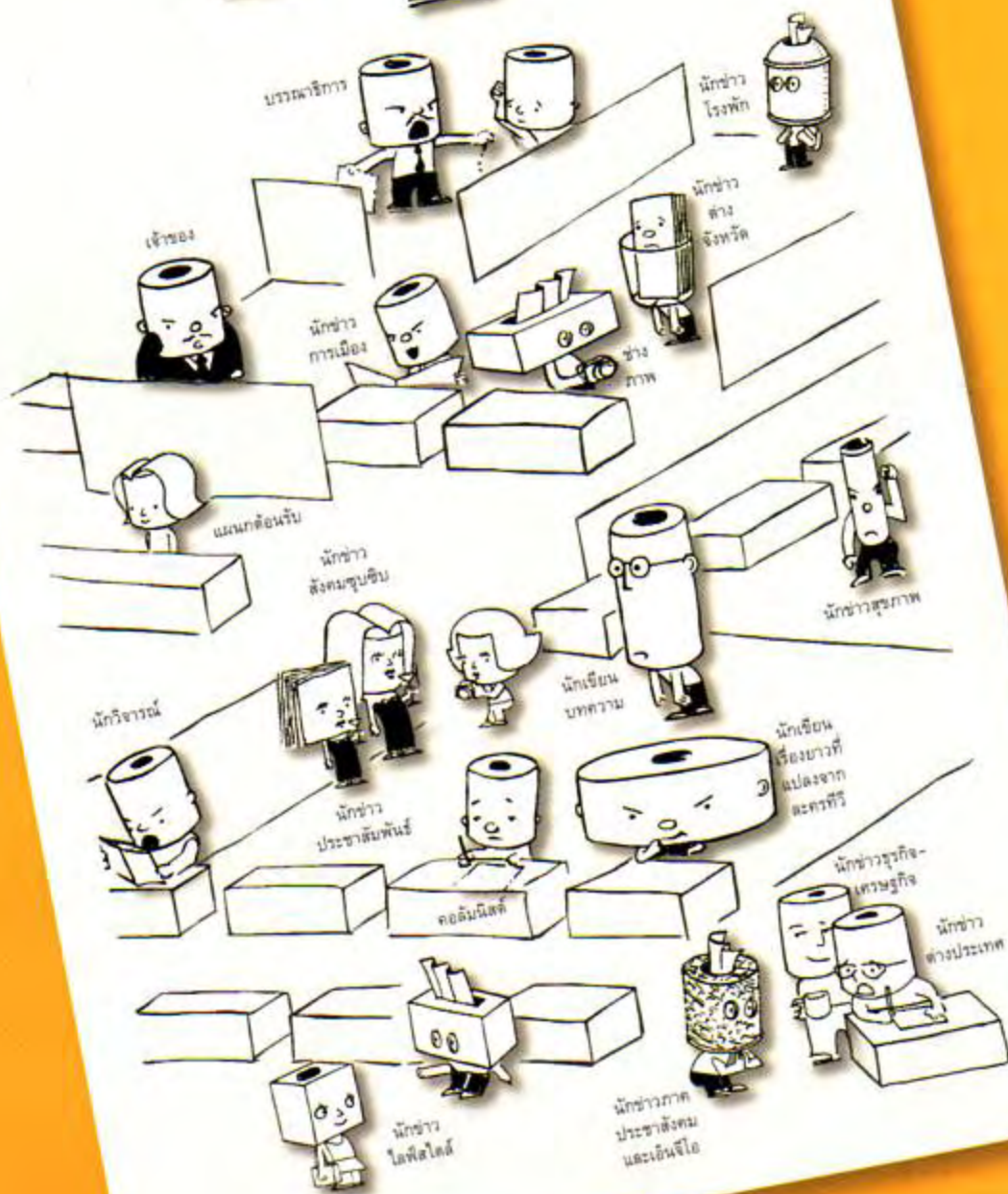


วันนักข่าว 5 มีนาคม 2550

๕ เพื่อนักข่าว

เวณ ปิณฑุชาติ

ข้าราชการ



อนาคตของหนังสือพิมพ์ไทย
ในยุคแห่งการแข่งขันและความท้าทาย



อนาคต ของหนังสือพิมพ์ไทย ในยุคแห่งการแข่งขัน และความท้าทาย





สุดท้ายแล้ว อนาคตของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย จะเดินไปอย่างไร สื่อหนังสือพิมพ์กำลังจะตาย? ผู้เล่นในสนามค่อยๆ ล้มหายตายจากไปทีละหัว หรือสามารถต้านทานแรงตีขนามของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งใหม่และเก่าได้อย่างยั่งยืน

จริงๆ แล้ว ไม่มีใครทราบแน่ชัดว่า คำตอบที่สมบูรณ์พร้อมสำหรับผู้เล่นทุกรายในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยคืออะไรแน่ และยิ่งหาคำตอบได้ยากยิ่งว่า เมื่อถึงปลายทางของวงจรชีวิตช่วงหนึ่งแล้ว ใครจะอยู่ และใครจะไปบ้าง

การคาดคะเนหนึ่งเดียวที่ทุกค่ายยอมรับเหมือนกันคือ เรากำลังเผชิญคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้น เข้มข้นมากขึ้น และนำเกรงขามมากขึ้น การปรับตัวคือไฟโบบแรกๆ ที่ทุกค่ายมีอยู่ในมือ เพียงแต่กำลังหาทางเลือกให้ตัวเองว่า จะปรับกันอย่างไร ถึงจะดีที่สุด และเหมาะสมกับสถานการณ์

สถานการณ์ของหนังสือพิมพ์ไทยในเวลานี้ ก็ไม่แตกต่างจากสื่อกระดาษในเมืองนอกสักเท่าไรนัก

คือ หมดยุคกินบุญเก่า !! ต้องสร้างทางเลือกเพื่อเป็นบุญใหม่ของตัวเอง

เพราะจากข้อมูลของ “มายด์ แชร์ มีเดีย” เอเยนซีรายใหญ่ของประเทศไทย นำมาตีแผ่ ซึ่งระบุถึงสถิติการใช้จ่ายผ่านสื่อในช่วงกว่า 10 ปีที่ผ่านมาว่า เม็ดเงินในอุตสาหกรรมโฆษณาตั้งแต่ปี 2539 มีทิศทางขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่มาสะดุดในปีที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งผลมาแสดงออกในปี 2542 ที่อุตสาหกรรมโฆษณาดลดลง 23% หลังจากนั้นเป็นต้นมาก็เติบโตต่อเนื่องถึงปัจจุบัน จากเม็ดเงินโฆษณา 47,271 ล้านบาท ในปี 2539 เพิ่มขึ้นเป็น 86,593 ล้านบาท ในปี 2548 และ 74,489 ล้าน

บาท ในช่วง 10 เดือน (ม.ค.-ต.ค. 2549) เติบโตราว 5.83%

แต่สิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดช่วง 10 ปีที่ผ่านมา คือสัดส่วนการลงโฆษณาผ่านสื่อ ที่สะท้อนโดยตรงจากการบริโภคสื่อแต่ละประเภทของประชากรไทย ปัจจุบันทีวีเป็นสื่อที่ครองส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณาไว้ได้สูงสุด ประมาณ 57% หนังสือพิมพ์ 19% วิทยุ 10% นิตยสาร 7% และสื่อกลางแจ้ง 6%

ทั้งนี้ หากพิจารณาแนวโน้มการเติบโตรายสื่อ จะพบว่ากรอบครองสัดส่วนโฆษณาของสื่อทีวีและสื่อกลางแจ้ง จะอยู่ในอัตราคงที่ และเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ มีอัตราการใช้โฆษณาลดลงอย่างต่อเนื่องในระยะ 10 ปีนี้

คำตอบที่ได้ กำลังสร้างความอึดอัดให้กับค่ายหนังสือพิมพ์เกือบทุกราย เพราะไม่ว่าจะเป็นการประเมินแนวโน้มในรอบ 5 ปี 10 ปี หรือ 14 ปี ล้วนชี้ไปในทางเดียวกันว่า เม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อ ลดลงมากที่สุดในกลุ่มหนังสือพิมพ์

สัญญาณเตือนจากต่างประเทศ

สถานการณ์ที่อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยกำลังเผชิญอยู่ ไม่แตกต่างเลย เมื่อมองจากภาพกว้างของอุตสาหกรรมสื่อหนังสือพิมพ์โลก เดินคล้อยไปในทิศทางเดียวกันทุกกระเบียดนิ้ว

ข้อมูลในรายงานการใช้โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของ World Newspapers Congress ครั้งที่ 59 ในปี 2005 ที่ระบุถึงการครองส่วนแบ่งโฆษณาผ่านสื่อปี 2544 เปรียบเทียบกับปี 2548 พบว่า ในสื่อทีวี 36.2% เพิ่มขึ้นเป็น 37.2% หนังสือพิมพ์ 32.1% ลดลงเหลือ 30.3% นิตยสาร 14.6% ลดลงเหลือ 13.5% วิทยุ 8.7% เป็น 8.6% สื่อกลางแจ้ง 5.5% ซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงในปี 2005 เช่นเดียวกับสื่อในโรงภาพยนตร์ จาก 0.3% เป็น 0.4% แต่พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีตัวเลขเพิ่มขึ้นชัดเจนจาก 2.6% เป็น 4.5%

ธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ในต่างประเทศกำลังเผชิญปัญหาท้าทายใหญ่ๆ อยู่ 2 เรื่อง คือ ยอดผู้อ่านลดลงอย่างฮวบฮาบ และการถูกแย่งชิงเม็ดเงินโฆษณา





จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งรูปแบบเก่า และรูปแบบใหม่

ปัญหาแรกนั้น พบมากในประเทศ อังกฤษ ซึ่งตลาดหนังสือพิมพ์แข็งและมีการแข่งขันสูงอยู่เป็นทุนเดิม

ธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ของอังกฤษ กำลังเผชิญปัญหาท้าทายจากการลดลงของจำนวนผู้อ่านอย่างฮวบฮาบ โดยจากผลสำรวจของสำนักข่าวเอบีซี นิวส์ พบว่า ในช่วงตุลาคมถึงมีนาคม ปี 2549 หนังสือพิมพ์หัวใหญ่ของอังกฤษส่วนใหญ่ มียอดผู้อ่านตกลงอย่างมาก อาทิ ยอดผู้อ่านของเดลี มิร์เรอร์ ตกลงมากถึง 12% ขณะที่ เดอะ การ์เดียน มียอดผู้อ่านลดลง 7% และ เดลี เทเลกราฟ มีคนอ่านลดลง 7% แม้กระทั่ง เดอะ ซัน ถึงจะครองความนิยมสูง แต่ยอดผู้อ่านก็ลดลง 2% มีเพียง ดิ อินดิเพนเดนท์ และเดอะ ไทมส์ ที่ยังสวนกระแสขาลงในวงการหนังสือพิมพ์อังกฤษ มียอดผู้อ่านเพิ่มขึ้น 18% และ 9% ตามลำดับ

ส่วนอีกปัญหาท้าทายอย่างหลังปรากฏเด่นชัด ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์อเมริกัน คือ กำลังถูกสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะสื่อรูปแบบใหม่ๆ (new media) เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณา ยิ่งกว่านั้น ในบางตลาดของอเมริกาพบว่า หนังสือพิมพ์กำลังเผชิญทั้งสองปัญหาท้าทายก็มี กล่าวคือ

ต้องรับมือทั้งยอดผู้อ่านลดลง และเม็ดเงินโฆษณาหดหายไป

นั่นคือที่มาของการปรับตัวกันขนานใหญ่ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์อเมริกัน

ลดขนาดธุรกิจขาย/ซื้อกิจการหนังสือพิมพ์หัวที่ไม่มีเงิน จนถึงยอมควมรวมกิจการกับคู่แข่ง เพื่อหาทางลดต้นทุนและผนวกศักยภาพที่ดีที่สุดเข้าด้วยกัน แต่บางรายก็ไปไกลถึงขั้นยอมเปลี่ยนมือให้นายทุนใหม่เข้ามาบริหารกิจการแทน โดยไม่จำกัดว่า นายทุนใหม่ต้องเป็นคนในแวดวงอาชีพสื่อด้วยกัน

จึงไม่น่าแปลกใจที่แนวโน้มหลายๆ ของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ที่กำลังแรงขึ้นมา คือ หัวหนังสือพิมพ์บางค่ายกำลังแปรสภาพเป็น “ของสะสม” ของบรรดามหาเศรษฐีอเมริกัน คล้ายๆ การสะสมภาพเขียนของจิตรกรดัง

เครือหนังสือพิมพ์ที่กำลังตกเป็นเป้าหมายเทคโนโลยีอยู่ในปัจจุบัน คือ กลุ่มทรูมูน ส่วนที่ขายกิจการไปแล้ว คือ หนังสือในกลุ่มไนต์ริตเตอร์ ของเครือแมคคลัดซี ยอมปล่อยมือ เปลี่ยนสถานะจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาชนไปเป็นของเอกชนแล้ว

แต่บางรายก็มีเลือกที่จะผ่าตัดตัวเอง ก่อนที่อนาคตจะไล่ล่าทัน การเคลื่อนไหวที่ได้รับการจับตามองมากที่สุด คือ การปรับตัวของเครือดาวโจนส์ ที่ทำทั้งขายกิจการหนังสือพิมพ์ในมือ และปรับโฉมใหม่ให้กับวอลล์สตรีท เจอร์นัล

ค่ายดาวโจนส์ ขายหัวหนังสือพิมพ์ 6 ฉบับในกลุ่มออกตาเวย์ นิวส์เปเปอร์ และกำลังประกาศขายหนังสือพิมพ์อีก 7 หัวในกลุ่มเจอร์นัล รีจิสเตอร์ ควบคู่ไปกับการปรับโฉมและเขย่าคอนเทนต์ให้กับวอลล์สตรีท เจอร์นัล ซึ่งมีขนาดเล็กลงจากเดิมอีก 3 นิ้ว เข้าใกล้ความเป็นแท็บลอยด์มากขึ้นไปทุกที

ปรากฏการณ์เหล่านี้ เป็นเพียงน้ำจิ้มที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ อากาศขยับเพื่อหาทางเลือกที่เหมาะสมยังคงดำเนินอยู่ต่อไป ขึ้นอยู่กับว่าใครจะไปได้ไกลกว่าเท่านั้น

ปัญหาท้าทายของหนังสือพิมพ์ไทย

ย้อนกลับมามองตัวเอง อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยกำลังจะเดินไปในทิศทางใดแน่?

ก่อนจะเดินไปถึงจุดนั้น อย่างแรกที่ควรพิจารณาก่อนคือ อะไรบ้างที่ถือเป็นปัญหาท้าทายของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย

ประการแรกคือ ยอดผู้อ่านและเม็ดเงินโฆษณาลดลง ซึ่งถือเป็นปัญหาท้าทายอันดับแรกสุด เพราะจะนำไปสู่ปัญหาท้าทายประการที่สอง คือ การบริหารต้นทุนที่พุ่งขึ้นอันเนื่องมาจากวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์นั้น ส่วนใหญ่ต้องพึ่งพิงการนำเข้าจากต่างประเทศ

ประการถัดมา เป็นปัญหาท้าทายจากการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นแม้หนังสือพิมพ์บางหัวจะหายหน้าหายตาไปจากวงการ แต่ในจังหวะเดียวกันจะสังเกตพบว่า หนังสือพิมพ์หัวใหม่จะเกิดแทรกขึ้นมาอยู่เกือบตลอดเวลา

สถานการณ์เช่นนั้นยังไม่นับรวมถึงการแข่งขันจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังข้ามเซกเมนต์เข้ามาช่วงชิงลูกค้า (ผู้อ่าน) ให้แปรพักตร์ไปอยู่ในกลุ่มผู้ชม ตลอดจนเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อ ที่นับวันจะทยอยตีจากสื่อกระดาษไปมากขึ้นเรื่อยๆ



นั่นหมายความว่า สื่อกระดาษ เมืองไทยกำลังเผชิญแนวรบรอบด้าน ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ด้วยกัน ควบคู่ไปกับสื่อวิทยุโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต

ประการสุดท้าย วัฒนธรรมการอ่าน (หนังสือพิมพ์) ที่ปรับตัวไปตามไลฟ์สไตล์ของคนแต่ละกลุ่ม เทรนด์ที่รับทราบกันมาระยะหนึ่งแล้วคือ คนอ่านหนังสือน้อยลง เวลาอ่านสั้นลง ซึ่งแนวโน้มดังกล่าว เป็นจุดกำเนิดของหนังสือพิมพ์โพสต์ ทูเดย์ ในปัจจุบัน

เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว หนทางอยู่รอดท่ามกลางกระแสเชี่ยวกรากของปัญหาท้าทายใหม่ๆ คืออะไร

ทางเลือกแรก อาจจะตอบเหมือนกัน คือ ต้องปรับตัวเองก่อน แต่นั่นก็นำไปสู่คำถามที่ยากขึ้นไปอีกว่า แล้วเราจะปรับกันอย่างไร

หากเลือกเดินตามโมเดล ของหนังสือพิมพ์นอก อย่าง วอลล์สตรีทเจอร์นัล นั่นหมายความว่า หนังสือพิมพ์บางค่ายอาจเริ่มต้นที่การปรับโฉมรูปแบบ และเขย่าคอนเทนต์ให้สนองตอบความต้องการของกลุ่มผู้อ่าน และขยายพื้นที่ไปสู่กลุ่มผู้อ่านใหม่ๆ ตลอดจนการออก

ช่องโหว่ในเรื่องเม็ดเงินโฆษณาค่อยๆ หดหายไปทีละน้อยๆ ซึ่งถือเป็นส่วนที่ยากที่สุดสำหรับวงการหนังสือพิมพ์ไทยที่อิงกับรายได้ส่วนนี้ มากกว่าจำนวนผู้อ่าน

“หนังสือพิมพ์ก็คงจะเหมือนสินค้าทุกอย่างในท้องตลาดซึ่งนิ่งไม่ได้ เพราะต้องปรับไปเรื่อยๆ ตั้งแต่ลักษณะ พัฒนาการ ฟอนต์ หน้า โทนสี เพราะว่าในเชิงอุตสาหกรรมกระดาษยังปรับมาตั้งแต่เยอะ การพิมพ์ก็ปรับเยอะ รูปแบบเป็นสิ่งที่เราปรับได้ แต่ว่าจุดยืนไม่ต้องปรับ จุดยืนใช้เหมือนเดิม เพราะจุดยืนนั่นคือจุดยืนที่เราใช้ เหมือนกระดุกกลั่นหลัง แต่จะทำผม แต่งเล็บยังไงก็ได้”

นั่นเป็นเสียงสะท้อนของทายาทรุ่นใหม่แห่งเครือมติชน “ปานบัว บุนปาน” หากทักษะและมุมมองของเธอ คือคำตอบที่แม่นยำ

ในอนาคตอันใกล้ ธุรกิจหนังสือพิมพ์จะมีพัฒนาการไปอีกระดับหนึ่ง มีกลืนอายุของความเป็นธุรกิจ และมีมิติทางด้านการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้ โดยไม่กระทบหลักการเดิมของวิชาชีพ นั่นคือการนำเสนอข่าวสาร

คล้ายๆ กับที่เครือเนชั่นกำลังทำ และโพสต์ ทูเดย์เป็นอยู่ หนังสือพิมพ์บางหัวในอนาคตข้างหน้า อาจล้าที่จะผลิตคอนเทนต์แบบสวนกระแส เพื่อชิงตลาดเฉพาะหรือ niche market มาไว้ในมือ หรือบางหัวอาจจะเลือกวิธีการปรับไปเรื่อยๆ จนกว่าจะหาจุดยืนในตลาดที่เหมาะสมกับตัวเองได้ในที่สุด

ตั้งรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์

อย่างไรก็ตาม ปัญหาเฉพาะหน้าที่สำคัญไม่แพ้กันคือ การรับมือกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะสื่อรูปแบบใหม่ๆ มีบางเสียงกระตุ้นเตือนให้มองสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ว่าไม่ใช่คู่แข่ง แต่เป็นทางเลือกหนึ่งที่เพิ่มขึ้นสำหรับธุรกิจหนังสือพิมพ์และผู้อ่าน

การเปิดรับสื่อรูปแบบใหม่ๆ ไม่ได้หมายความว่าหนังสือพิมพ์จะหมดความหมาย ค่ายสื่อสิ่งพิมพ์ในต่างประเทศส่วนใหญ่ยังเชื่อมั่นในอนาคตของธุรกิจหนังสือพิมพ์อยู่ เพียงแต่ค่ายสื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่นี้ได้อย่างไร

ปริศนาดังกล่าวเหมือนจะเป็นโจทย์ที่ตอบยาก แต่จริงๆ แล้วมีค่ายสื่อยักษ์ใหญ่จำนวนมากไม่น้อย ที่ประสบความสำเร็จในการผสมผสานสื่อดิจิทัลเข้ามาเป็นทางเลือกในธุรกิจข่าว

มีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจจากเทเลกราฟ ที่ให้ไว้ระหว่างการประชุมสมาคมหนังสือพิมพ์โลกเมื่อไม่นานมานี้ เป็นแนวทางการปรับตัว 4 ประการ เพื่อช่วยให้การผสมผสานสื่อรูปแบบใหม่เข้ากับวัฒนธรรมหนังสือพิมพ์ได้อย่างกลมกลืน ซึ่งได้แก่ 1. ต้องให้ความสำคัญกับผู้บริโภค โดยใช้มุมมองของผู้อ่านเป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทางของหนังสือพิมพ์ 2. ต้องกล้าหาญที่จะเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสิ่งใหม่ๆ มาทดสอบตลาด โดยไม่ต้องกังวลกับความล้มเหลว “คุณจะต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ และสามารถนำเสนอในสิ่งที่ได้เรียนรู้ในโอกาสถัดไป

แนวทางที่ 3 คือ ต้องลงทุนในธุรกิจหลัก ตั้งแต่แบรนด์ เรื่อยไปจนถึงทรัพยากรมนุษย์ และคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะคอนเทนต์ที่มีคุณภาพนั่นคือหัวใจสำคัญของโลกสื่อ และแนวทางสุดท้ายคือ การผนวกเอาเทคโนโลยีดิจิทัล



เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ ทุกแผนก จำเป็นต้องคิดและดำเนินการอย่างเป็นดิจิทัล

นิวส์คอร์ป อาณาจักรสื่อมัลติมีเดียชื่อดังของโลก เป็นหนึ่งในบริษัทที่มีการปรับตัวอย่างจริงจังมากที่สุดค่ายหนึ่งในยุคที่ “สื่อใหม่” กำลังมีอิทธิพลต่อผู้อ่านมากขึ้นเรื่อยๆ โดยปัจจุบันนิวส์คอร์ป เป็นเจ้าของเว็บไซต์ดัง MySpace.com ซึ่งถือเป็นแหล่งพบปะทางอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น และหนุ่มสาวทั่วไป และถือหุ้นใหญ่ใน ไทเร็กซ์ ผู้ให้บริการทีวีผ่านดาวเทียม และบริษัทเอ็นดีเอส ค่ายบันทึกวิดีโอดิจิทัล หรือ DVR

“สิ่งสำคัญสุด ที่เทคโนโลยีกำลังทำอยู่ในขณะนี้ คือ กำลังเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ เราไม่จำเป็นต้องกลัวใจกับช่องทางกระจายสื่อในรูปแบบใหม่ๆ เพียงแต่เราจะต้องสร้างความมั่นใจได้ว่า กำลังสนองตอบได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค” คมวาทะนี้เป็นอีกหนึ่งมุมมองจาก ทอม สแตกส์ หัวหน้าคณะเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินของดิสนีย์ อาณาจักรบันเทิงแห่งฮอลลีวูด หนึ่งในผู้ผลิตคอนเทนต์ชั้นนำของโลก

อดีตคดี ลิมปรุ่งพัฒน์กิจ กรรมการผู้จัดการ บริษัท บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ให้มุมมองที่น่าสนใจว่าสถานการณ์หนังสือพิมพ์ไทย กำลังจะเป็นเทรนด์ที่เหมือนต่างประเทศ คือ ต่างประเทศเห็นอยู่แล้วที่ยอดขายหนังสือพิมพ์ลดลง รายได้ลดลง หรือบางทีก็ต้องลดขนาดลงเพื่อลดต้นทุน

“ผมคิดว่าแนวโน้มนี้ คงจะเกิดขึ้นภายใน 2-3 ปีข้างหน้า ถ้ายังบอกว่าอีก 5 ปีข้างหน้า หากใครไม่ปรับตัว ผมคิดว่าจะลำบากมาก เพราะว่าอัตราการคนอ่านต่อสื่อใหม่ หรือคนใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 1 ล้านคน ยอด

หนังสือพิมพ์รวมกันทุกฉบับ ยกซ์ใหญ่ยกซ์เล็กทั้งหลายไม่เกิน 2 ล้านฉบับต่อวัน”

สู่ออนาคตหนังสือพิมพ์ไทย

การทำนายอนาคตธุรกิจหนังสือพิมพ์โดยรวมว่า จะเดินไปในแนวทางใด คงตอบได้ยาก เพราะต่างค่ายต่างมีสิทธิเลือกกำหนด “ลู่วิ่ง” ของค่ายตนทั้งสิ้น

ดังนั้นกรณีของเครือเนชั่น ที่มีความเชื่อในความแรงของสื่อใหม่ ลู่วิ่งของเครือเนชั่น จึงมุ่งหน้าสู่ความเป็นมัลติมีเดีย

หนังสือพิมพ์ทุกฉบับในเครือ มีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง กระทั่งเนชั่นสุดสัปดาห์ ก็มีแล้ว ในเชิงโครงสร้าง เครือเนชั่นได้จัดองค์กรข่าวให้มีลักษณะเป็นสำนักข่าวเนชั่นคือ ใช้ข่าวกลางรวมกัน ซึ่งนักข่าวผลิตข่าวลงมาอยู่ในตะกร้าข่าว สื่อแต่ละฉบับเอามาใช้ได้ จากนั้นก็พยายามฝึกนักข่าวให้เป็น “มัลติมีเดีย เจอร์นอลลิสต์”

“คือแทนที่คุณจะเขียนข่าวส่งหนังสือพิมพ์อย่างเดียว แต่คุณจะต้องรายงานวิทยุได้ เขียนสั้นๆ เป็น breaking news ออกทางมือถือได้ หรืออย่างน้อยต้องถ่ายภาพได้ เพราะว่าในที่สุดกล่องที่ติดมากับโทรศัพท์มันก็จะมีคุณละเอียดสูงพอที่สามารถตีพิมพ์ได้ นักข่าวเป็นได้ทุกอย่าง ช่างภาพก็เหมือนกัน”

แต่กับบางค่าย ยังเชื่อมั่นต่ออนาคตของหนังสือพิมพ์ว่า มีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก ดังเสียงสะท้อนจากผู้บริหารของหนังสือพิมพ์ที่มีรากฐานมายาวนาน อย่างเดลินิวส์

ประชา เหวระกุล บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ให้ทัศนะว่าหนังสือพิมพ์มีจำนวนจำหน่ายเพิ่ม 7-8% ต่อปี ไม่ถือว่ามากนัก แต่ก็ไม่น้อยเทียบกับประชากรที่เพิ่มประมาณ 1% ต่อปี ยังจัดว่าค่อนข้างมีความสัมพันธ์กัน แต่ถ้าเทียบกับคอมพิวเตอร์ที่ยังต้องใช้เวลา และการอ่านข่าวผ่านทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีเฉพาะในออฟฟิศหรือองค์กรต่างๆ

“ถ้าบอกสื่อพวกนี้มาทดแทนสื่อสิ่งพิมพ์ เราคิดว่าการขยายตัวของหนังสือพิมพ์ยังมีอยู่ อย่างเดลินิวส์มาถึงวันนี้ผ่านมากกว่า 40 กว่าปีแล้ว จำนวนจำหน่ายก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ก็ยังไม่พอใจ ยังต้องมีการเปลี่ยนแปลง ตอนนี้อย่างภาคพายุดี๋ยกต่างกันไป ฉบับหนึ่งมี 6 กรอบ และมีกรุงเทพฯ และปริมณฑลอีกพิเศษ 1 กรอบ โดยการทำมากกรอบ เพื่อตอบสนองการสนใจของประชาชนที่ต้องการรับรู้ข่าวใกล้ตัวเป็นหลัก โดยเฉพาะข่าวที่ให้ผลดีผลเสียต่อตัวเองหรือส่วนรวม”

สำหรับค่ายหนังสือพิมพ์ที่มีลู่วิ่งของตัวเองชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเครือเนชั่น เดลินิวส์ หรือไทยรัฐ ย่อมสามารถนำพาธุรกิจฝ่าความท้าทายนานาประการไปได้โดยไม่ยากเย็นนัก แต่มองในมุมของสื่อหนังสือพิมพ์ที่อยู่ท่ามกลางการแข่งขันสูง บวกความท้าทายจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตัวแปรที่จะช่วยนำทางคือ การฟังเสียงสะท้อนจากตลาด เพื่อพยายามหาจุดยืนที่เหมาะสมของตัวเอง แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในต่างประเทศ แม้จะดูว่ากำลังใกล้เข้ามาทุกขณะ แต่ที่สุดแล้วการเปลี่ยนแปลงทุกครั้งมักจะมีช่วงเปลี่ยนผ่านเสมอ นั่นคือจังหวะเวลาที่เปิดกว้างให้ค่ายหนังสือพิมพ์ไทย ได้สำรวจและทบทวนตัวเองว่า ที่สุดแล้ว เราควรจะอยู่ในลู่วิ่งใด

- @ -





มุมมอง เจ้าของกิจการ หนังสือพิมพ์

ความเป็นห่วงในอนาคตของหนังสือพิมพ์ ที่บางครั้งเกรงว่าจะไม่สามารถปรับตัวรับมือกับกระแสเทคโนโลยีหลังไหลได้ทันการ ทันเวลา ทั้งยังเป็นกังวลว่า ต่อไปจะก้าวเดินอย่างไร เพื่อแข่งขันกับสื่อสมัยใหม่ที่ทั้งเร็ว สด และยังสามารถสื่อสารได้สองทาง นอกจากนี้ยังช่วยเสริมบุคลิกของผู้รับสารให้รู้สึกว่าเป็นคนร่วมสมัยไม่ตกยุค ที่จะแตกต่างไปจากภาพของการนั่งตีพิมพ์กับปาต่องโก้แล้ววางหนังสือพิมพ์อ่านกันในตอนเช้า ก่อนที่จะพับแล้วหันมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันในสภากาแฟ ภาพเช่นนั้นกำลังถูกมองว่า “เชย” และเราก็เริ่มเห็นว่าคนรุ่นใหม่เริ่มหนีบทหนังสือพิมพ์ไปไหนต่อไหนน้อยลง แต่ในความคิดของ “เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์” อย่างพวกเขาเหล่านี้ล่ะจะเป็นอย่างไร





● ปานบัว บุณปาน ไม่เชื่อโทษคุณ... ป่าต้องมีต้นไม้หลายพันธุ์

ถ้าการเปลี่ยนแปลงคือความ
ท้าทายแล้ว การที่จะคงอยู่ของสื่อ
กระแสหลักท่ามกลางกระแสเทคโนโลยี
ที่ทันสมัยแล้วเป็นการท้าทายยิ่งกว่า

“ปานบัว บุณปาน” บรรณาธิการ
บริหารสำนักพิมพ์มติชน และในฐานะ
คนรุ่นใหม่ของค่ายมติชนกรุ๊ป ให้ความ
เห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันว่า สื่อ
สิ่งพิมพ์มีการเติบโตไปไกล กลายเป็น
ธุรกิจมากกว่าสมัยแรกๆ ที่เกิดขึ้นด้วย
อุดมการณ์หรือการรวมตัวกันของกลุ่ม
ปัญญาชน แต่ยุคนี้หนังสือพิมพ์เกิดขึ้น
ด้วยปัจจัยทางธุรกิจเป็นตัวสำคัญ อยู่
ด้วยดัชนีของการซื้อและโฆษณาในการ
กำหนดคอนเซ็ปต์หรือรูปแบบ นี่คือนสิ่งที่
เห็นอยู่ในปัจจุบัน

แต่ในเรื่องของทิศทางข่าวหรือ
รูปแบบข่าวสารที่ดี ตรงนี้ยังแข่งกัน
น้อยไป การเจาะข่าวอ่อนลง กลายเป็น
ว่าแตะทุกเรื่อง แต่ละเรื่องตื้นๆ ไม่ลึก
ลึกเรื่อง ยิ่งนานมันยิ่งไม่เข้มข้น กลายเป็น
อาหารอ่อนๆ ถูกใจทุกคน แต่เมื่อ
มองกลับไปในยุคก่อนมันเข้มข้นกว่านี้มาก

แล้วก็มีหลักการหรือแนวคิดบางอย่างที่ทำให้เกิดรูปแบบทางความคิดได้ แต่วันนี้
เป็นแค่องค์ประกอบหนึ่งในชีวิตเพื่อความบันเทิง เฟลิดเฟลิน ก็เลยไม่รู้ว่่าหลายคน
จะนำอะไรจากหนังสือพิมพ์ไปใช้ได้หรือเปล่า หรือเอาไว้แค่ประกอบกับการคุยกับ
เพื่อน ... มันอึ้งขนาดนั้น

ทั้งนี้เป็นเพราะพฤติกรรมคนอ่าน คนเสพ คนทำ คงเปลี่ยนไป พฤติกรรมคน
ต้องบอกอย่างหนึ่งว่า มนุษย์ทั่วไปชอบอะไรง่าย ๆ ง่ายๆ จะจับติดได้ก่อน แต่ว่าจริง ๆ
คงเป็นหน้าที่คนทำที่ต้องไม่ยอม ที่ต้องหลอกล่ออะไรบางอย่าง แต่ก็คิดว่ามี
หลายสื่อที่เกิดขึ้นมาแล้วพยายามตอบสนองคนรุ่นใหม่มากเกินไป แต่ว่าไร้ทิศทาง
ถ้าจะทำหนังสือเพื่อตอบคนรุ่นใหม่ มันจะขาดจุดไปเลย เพราะคนรุ่นใหม่เปลี่ยน
ทุกวัน อาทิตย์หน้าก็เปลี่ยนแล้ว ชอบร้านอื่น ชอบแต่งตัวแบบอื่น แล้วคนสมัยนี้
เปลี่ยนง่าย ความสนใจสั้น คือถ้าเป็นอย่างนั้น มองว่าก็ต้องเปลี่ยนกันเรื่อยไป

สวนกระแสได้ ถ้าทำเป็น

เมื่อถามว่าถ้ายึดหลักของตัวเองแล้วสวนกระแสจะขายได้หรือไม่ คุณปานบัว
กล่าวว่า “มันอยู่ที่รูปแบบ แน่แน่นอนว่าจะต้องมีจุดขายของมัน เราจะต้องดึงคน และ
ต้องมีลึกลับกันบางอย่าง อาจจะต้องให้บางรุ่น/บางคนที่มีความเข้าใจพอสมควร เป็น
คนพูดในประเด็นที่เราเชื่อและคิดว่าเป็นประเด็นที่สำคัญเราเลือกโมเดลสักตัวลงไปพูด
ลงไปใช้ในการเชื่อม เหมือนกับว่าในแง่ภาคธุรกิจก็คงมองหารุ่นต่อไป รุ่นทายาทเลย
เพราะเป็นรุ่นต่อไปที่ต้องเป็นคนกำหนดอนาคตวันข้างหน้า ขณะที่รุ่นพ่อคือรากฐาน
ทุกคนจะพูดรากฐานหมดแล้ว แต่อนาคตมันพูดยาก เพราะว่ารุ่นทายาทเอาเข้าจริง
ก็บอกอนาคตไม่ได้ แค่นี้ถึงภาระสานต่อก็เกิดขึ้นแล้ว (หัวเราะ) ไม่สามารถบอก
ในระยะยาวได้

คนอาจจะบอกว่า ข้อดีก็คือเราสืบต่อ แต่มันคือโจทย์ที่ยากที่สุดในการสืบต่อ
แล้วไปให้ได้ ตรงนี้เป็นความน่าสนใจ ที่บางที่เราเอาคำถามเดิมๆ แก่นที่เราสนใจ
แต่ถามคนรุ่นใหม่บ้าง เพราะไม่เช่นนั้นรุ่นใหม่เขาจะเจอคำถามง่ายๆ อย่างเช่น เขาคิด
เห็นยังงัยกับประเด็นนี้ คือ ประเด็นที่มันลออกๆ เหมือนคำถามนี้ถามตั้งแต่นัก
ธุรกิจรุ่นใหม่จนถึงดารารุ่นล่าสุด แล้วก็ไปถามดาวยั่ว ถามเด็กมัธยมฯ ทำไมเป็น
คำถามเดียวกัน

ในฐานะถ้าเราทำสื่อ เราคงจะต้องคัดเลือกประเด็นให้ใช้ได้กับบุคคลกลุ่มนั้น
กลุ่มนี้ คือใช้พวกเขาให้เป็นกลไกที่มีประโยชน์ในการส่งต่อข่าวสาร เชื่อว่าทุกคน
ต้องมีความคิดเห็นที่ดี เพราะถือว่ารุ่นเราได้เปรียบในเรื่องการศึกษา ทุกคนรู้ 2 ภาษา
อย่างต่ำ การรู้ 2 ภาษาหมายความว่า คุณต้องรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่า ส่วนตั้งใจ
หรือไม่ตั้งใจก็รู้มากกว่า เพราะฉะนั้นถ้าเราตั้งคำถามยากๆ เพราะเชื่อว่าตอบได้

ดังนั้นในแง่ที่ว่าสวนกระแสหรือไม่ มันอยู่ที่เทคนิค เป็นหมายความว่าในเชิงเทคนิค
เพราะสิ่งปรับได้ง่ายก็คือเรื่องของเทคนิค ไม่ว่าจะปรับรูปแบบที่เขานิยมกัน มันก็
เหมือนกับเสื้อผ้า ชอบหรือไม่ชอบเราเลยเปลี่ยนแปลง บางที่เราไม่ได้ตามกระแสด้วย
ซ้ำ เพียงแต่ว่ามันก็เป็นไปเอง เหมือนกับอาหาร ใครกินอะไรเราก็กินด้วย ไม่ได้ขัด
แย้งกับใครเขา

หนังสือพิมพ์ก็คงจะเหมือนสินค้าทุกอย่างในท้องตลาดซึ่งนี้ไม่ได้ เพราะต้อง
ปรับไปเรื่อยๆ ตั้งแต่ลักษณะ พัฒนาการ ฟอนต์ หน้า โทนสี เพราะว่าในเชิง



อุตสาหกรรมกระดาษยังปรับมาตั้งเยอะ การพิมพ์ก็ปรับเยอะ รูปแบบเป็นสิ่งที่เราปรับได้ แต่ว่าจุดยืนไม่ต้องปรับ จุดยืนใช้เหมือนเดิม เพราะจุดยืนนั่นคือจุดยืนที่เราใช้ เหมือนกระดูกสันหลัง แต่จะทำผม แต่งเล็บยังงี้ก็ได้

อีกเรื่องที่น่าสนใจก็คือ สมัยนี้คนอ่านหนังสือน้อยลง เวลาอ่านสั้นลง คืออาจจะเปิดผ่านๆ ฉะนั้นคอลัมนิสต์ที่แข็งในการวิเคราะห์ต้องมี ต้องสามารถสรุปประมวลให้ได้ เหมือนวิตามิน เดียวนี้ต้องเป็นวิตามินรวม คนสมัยนี้เป็นอะไรก็ไม่ทราบ จะให้กินอาหารครบ 5 หมู่ยากมากเลย แต่ถ้าบอกว่าเอาวิตามินรวมวันละเม็ดหลังอาหาร กินนะ...สามารถ

ก็เลยรู้สึกว่า จะต้องทำขนาดนั้น แต่ถ้ามองว่ามันสนุกก็สนุก ก็ต้องลองดูว่า จะเอาอย่างไรกับคนรุ่นนี้ดี แต่เชื่อว่า ถ้าสิ่งที่เรานำเสนอมันสำคัญ แล้วจำเป็น และเป็นสาระกับเขา มันเกี่ยวกับเขา ยังไงเขาก็ขาดไม่ได้ ยังไงก็ต้องติดตามอ่าน และก็ต้องยืนหยัดในข้อเท็จจริง ความถูกต้องของเนื้อหาข่าวด้วย

สื่ออิเล็กทรอนิกส์ แค่ไอศกรีม...ไม่ใช่เมนูหลัก

ถ้ามองอีกซอต กรณีสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นคู่แข่งหรือไม่ คุณปานบัวกล่าวไว้ว่า “คิดว่าไม่แย่ง แต่มันเป็นทางเลือกที่เพิ่มขึ้นสำหรับเรา ทุกวันนี้คนไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง แต่คนที่อ่านหนังสือพิมพ์แล้วรับ massage ต่างหาก แล้วก็เล่นอินเทอร์เน็ตด้วย เสริมเข้าไปอีกในประเด็นที่อยากติดตามอีกนิดหนึ่ง อยากรู้แล้วว่าอันนั้นคนอื่นเขาจะว่ายังไง แต่ไม่ได้หมายความว่าเราจะลิมกินอาหารหลักของเรา แต่สิ่งที่เสริมมาเหมือนกับเรากินไอศกรีม อย่างเอสเอ็มเอส คือ ไอศกรีมของเรา ถ้าอยู่ดีๆ ไม่มีมันก็แปลก บนโต๊ะอาหาร มือถือก็

กะพริบๆ (หัวเราะ) รู้สึกมันก็ไม่ได้มีอะไรเร่งด่วนสักอย่างเลยนะในแต่ละเรื่อง ที่ส่งมา และมันก็ไม่ได้เป็นขยะ เพียงแต่ว่ามันไม่ได้ประเด็น มันไม่ได้แหลมคม เท่ากับหนังสือพิมพ์ เพราะยังเชื่อมั่นในการเขียนมากกว่าการสื่อสารแบบอื่น เพราะการพูดก็บิดเบือน วิหุขบิดเบือน โทรทัศน์ก็เลือกนำเสนอได้ แล้วยิ่งสดยิ่งพลาดง่าย ยิ่งเร็วยิ่งด่วนยิ่งเสียง่าย มันบิดเบือนไปในกระบวนได้โดยที่ไม่รู้ตัว แต่การเขียนมันกลั่นกรองก่อน เพราะกว่าที่ทุกคนจะเขียนได้ต้องคิดเยอะ ยังงี้ก็เชื่อว่าเป็นที่สุดสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะอินเทอร์เน็ต เอสเอ็มเอส หรือโทรทัศน์ รายการข่าว ก็ล้วนยืนอยู่บนพื้นฐานจากการอ่านหนังสือพิมพ์ก่อน

เขายังไม่ได้หาข่าวกันได้ เขายังไม่ใช่ นักข่าวเอสเอ็มเอส นักข่าวอินเทอร์เน็ต ยังไม่ใช่ เขายังเป็นในเชิงเทคนิค แต่อ้างอิงอยู่บนพื้นฐานของนักข่าวที่เป็น journalist ในทุกๆ วัน เชื่อว่าทุกคนต้องจับประเด็นจากหนังสือพิมพ์ก่อน

และมองว่าหนังสือพิมพ์ไทยยังไม่ต้องแฉเหมือนในเมืองนอก อย่างสมัยที่วิหุขเริ่มใหม่ๆ คนทำหนังสือพิมพ์ก็กลัวไปรอบหนึ่งแล้ว พอทีวีเกิด ก็กลัวๆ ตายแน่นอน พออินเทอร์เน็ต ไอ้โฮ! มีการถกเถียงกันเลย มันต้องไม่รอดภายในกี่ปี แต่แล้วมันก็รอด ตอนนี้เราอาจจะกลัวอินเทอร์เน็ต ล่าสุดเราอาจจะกลัวเอสเอ็มเอส แต่คิดว่ามันคือทางที่เสริมขึ้นมา เหมือนว่าประเทศใหญ่ขึ้น มีถนนหลักก็ต้องมีซอยย่อย มีทางลัด แต่มันไม่มีทางจะเป็นสายหลัก สมมุติว่าในระยะที่ตัวเองมองเห็น เชื่อว่าหนังสือพิมพ์ยังอยู่อีกนาน ยังไม่เปลี่ยนอย่างที่คุณคนกลัวกัน

อีกอย่างเชื่อว่า ในโลกมันมีความผันผวน ซึ่งถ้าเรายึดติดกับอะไรที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์มากๆ เวลามันล้มมันจะไปทั้งหมดเหมือนกัน ฉะนั้นยังเชื่ออยู่ในเรื่องของการเขียนและการอ่านแบบสัญชาตญาณมนุษย์นะ เชื่อว่ามันถาวรสุด และมองเป็นเรื่องสนุกท้าทายมากกว่า ที่ว่า เอ๊ะ! จะหลอกล่อคนอ่านยังไงดี เหมือนเราทำหนังสือเล่มหนึ่ง หลอกด้วยปกเลยนะ แต่จริงๆ เนื้อหาหนักมากเลย ชื่อปกไปเก็บก็ได้ไม่เป็นไร แล้ววันหนึ่งเขาก็อ่านเอง ชอบใช้มัย ชอบก็ซื้อไปก่อนเลย

ไม่เชื่อไทคุณ...ป่าต้องมีต้นไม้หลายพันธุ์

เมื่อถามว่า ถ้าอย่างนั้นแนวทางของมติชนก็ยังไม่หันไปจับสื่อชนิดอื่นนอกจากสื่อสิ่งพิมพ์ คุณปานบัวกล่าวว่า “ใช่ เพราะ 1. ไม่เชื่อในเรื่องของการเป็นไทคุณ ไม่เชื่อการเป็นเจ้าของอาณาจักร หมายความว่าป่านี้เราจะเป็นใหญ่คนเดียว เย็นไม่เชื่อ





แต่เข็นเชื่อว่าในป่าต้องมีต้นไม้หลายพันธุ์ มีสัตว์ทั้งใหญ่ทั้งเล็ก มันถึงจะสมดุลกัน ตามภาวะธรรมชาติ ฉะนั้นในความเป็นจริง สิ่งสะท้อนกลับมาก็คือ ไม่มีใครเก่ง เป็นใหญ่และครอบคลุมได้ทั้งระบบ แล้วทุกคนที่พยายามทำก็ล้มเหลวทั้งนั้น

เหมือนโมเดลแบบเศรษฐกิจอเมริกัน ที่พยายามจะครอบงำทุกอย่าง แต่มองว่ายิ่งครอบงำทุกอย่างมันยิ่งแคบลง หลายคนทำอย่างนั้นยังแสดงความคับแคบออกมา แปลกใจมากๆ คือจุดประสงค์เพื่อจะกว้างขึ้นหรือเปล่า แต่จุดจบของมันคือ แคบลงทุกคน แล้วเส้นทางที่เคยใหญ่กลับตีบลงไปอีก

มองว่าในความเป็นจริง ทุกๆ วัน เราเป็นคนทำงาน เราจะรู้ว่ามีข้อบกพร่องที่ต้องแก้ คือถ้าแก้ได้ก็จะแก้ ถ้าเพิ่มคอลัมน์ได้ก็จะทำ ถ้าอินเทอร์เน็ตกว่านี้ได้ก็จะไป แค่อ่านตรงหน้า แค่นี้เป็นสิ่งพิมพ์หนังสือพิมพ์ก็คิดว่า เดี่ยวจะทำยังไงดี จะเอาภาษาแทรกมัย หรือจะเปิดพื้นที่ใหม่ขึ้นมาเลย มองว่าตัวหนังสือพิมพ์เองก็มีกลไก ที่มันยังพัฒนาได้อีก ที่ปรับเปลี่ยนได้อีก

“ก็เลยมีความเชื่อว่าถ้าเราจับอยู่ กับมัน มันก็มันด้วย เราก็กิน แล้วก็บอกรายชื่อสิ่งพิมพ์กำลังจะตาย ยิ่งชอบใหญ่เลย มันทำทนาย อยากดูจริงๆ เพราะเขาก็พูดกันมานานมากแล้ว แล้วก็รู้สึกว่าในที่สุดคนเราต้องมีจุดเด่นหรือจุดแข็ง บางอย่าง แล้วก็มีความข้อย่อยบางอย่าง ก็ต้องยอมรับ

ดังนั้น ถ้าเรามี content หนังสือพิมพ์ที่แข็ง สื่อทีวีจะเข้ามาเอง เกมโชว์ช่วงหลังมาทั้งนั้น ขอ content ขอวิทยากร ขอคนเขียนหนังสือไปออก คือถ้าเรายืนหยัดในจุดแข็ง ทุกอย่างมันจะต้องโน้มเข้ามาหาเอง แล้วเราค่อยให้อันนั้นละศักดิ์ศรีเยอะกว่าอีก มาถามลึเตี๋ยวะจะตอบให้ แต่ไม่ใช่จะลงไปปิดลู่

รู้สึกว่าการประมวลกันดูดีๆ คือในเมืองไทยจะโครมครามก็ช่วงตอนริเริ่ม แล้วเวลาปิดตัวก็เงียบกันทุกราย ก็จะไม่ค่อยมีใครเห็นสภาวะจริงๆ เกิดเท่าไรก็ดับเท่านั้น

ฉะนั้นถ้าวัดกันจริงๆ ว่าสื่อไหนไปทำโทรทัศน์แล้วล้มเหลวหรือประสบความสำเร็จ หรือสื่อโทรทัศน์กระโดดมาทำหนังสือแล้วประสบความสำเร็จจริงๆ ก็ราย ก็ยังไม่เห็นข้อมูล แม้กระทั่งที่บอกว่าเป็นเบสต์เซลเลอร์ ก็ไม่จริง ยังไม่มี

มองว่า ถูกแล้วที่ทุกคนรู้ว่าตัวเองทำอะไร ขอบเขตแค่ไหน เพราะว่าเราก็ต้องแบ่งพื้นที่ให้คนอื่นเขาด้วย พื้นที่ในโลกนี้มันจำกัด ทุกอย่างจำกัดหมด เพราะอย่างนั้นเป็นไปไม่ได้ที่เราจะยึดพื้นที่ให้กว้างที่สุด แล้วที่เหลือเขาจะอยู่ยังไง มันก็ไม่ได้ รู้สึกว่าต้องรู้จักบทบาทซึ่งกันและกัน แล้วก็เอื้อเพื่อซึ่งกันและกันดีที่สุด อะไรที่ช่วยกันได้ก็ช่วยกัน เพราะว่ามันต้องอยู่ร่วมกัน แต่ว่าจะไปแย่งเพราะว่าเขาดีกว่า ไม่เชื่อเช่นนั้น

ต้องมั่นคงในจุดยืน

ส่วนประเด็นที่มติชนถูกมองว่าอนุรักษ์นิยมนั้น คุณปานบัวกล่าวไว้ว่า อยากให้มองทั้งจุดดีและจุดด้อย ในจุดที่บอกว่าพัฒนาช้า ไม่ฉับไว หรือหลุดกระแสไปบ้าง แล้วกลายเป็นอะไรที่ขยับช้ามาก หรือบางข่าวทำไม่ไม่แตะ แต่อีกแง่หนึ่งคือ ลักษณะความเป็นสถาบัน ยกตัวอย่างในประเทศอังกฤษ ถ้าถามว่าเขาเปลี่ยนมัยไปกี่ปีก็ไม่เปลี่ยน แต่อยู่รอดตลอดมัย ก็รอด รากฐานแน่น ไม่หวั่นไหว ไม่สั่นไหว ก็อยากให้อยู่กับความเป็นจริงก็คือว่า ในทุกองค์กรรากฐานสำคัญที่สุด สมมติถ้าดิฉันเข้ามาแล้วไม่เข้าใจรากฐาน มาแต่งหน้าเค้กใหม่แบบสุดๆ แล้วถามว่าจะรอดมัย เป็นไปไม่ได้

ฉะนั้น ส่วนหนึ่งภูมิใจในจุดยืนที่เราเข้มแข็ง เราไม่เคยตื่นเต้นกับงานเลี้ยงไหนทั้งสิ้น ไม่ว่าจะอาหารหรู อาหารบ้าน หรืออาหารแปลก เราก็กินไม่เคยกระโดดเข้าไป อย่างมากเราเดินดูแล้วก็วิเคราะห์ แล้วเราก็กินผ่านไป เจออีกวงแล้วกวักมือเรียกเข้าไปอีกแล้ว

จริงๆ จุดนี้เป็นจุดที่ยาก แล้วที่วิพากษ์วิจารณ์กันมา ส่วนหนึ่งก็เพราะว่าทำกันไม่ได้ ไม่นิ่ง เพราะว่าใจคนไม่นิ่ง ถ้าโดยทั่วไปคนทั่วไปหวังว่าจะใหญ่กว่านี้ก็จะรวยกว่านี้ จะเป็นอย่างนี้เสมอ แต่ในที่สุดแล้ว กระทั่งหลักความคิดของโลก ยังต้องกลับมาที่เรื่องพอ เมื่อพอแล้วมันจะค่อยๆ ขยับไปตามสภาพความเป็นจริง อันนี้เป็นเหตุเป็นผลที่สุด

แต่ก็ทราบว่าคุณเราชอบอะไรที่เร็ว เห็นผลชัดๆ ให้บอกมาเรื่อยๆ ขอเป็นวิชั่น แต่เมื่อเรารู้ตรรกะของความเป็นจริงแล้ว เราจะไม่ค่อยหวั่นไหว และการเปลี่ยนแปลงที่เร็วในองค์กร มองว่านำมาซึ่งความไม่กลมเกลียว มันเหมือนกับต้องมีอควินม้าชาวสีกคน ซึ่งที่นี่ไม่มี แล้วก็รู้สึกว่าเราไปพร้อมกัน ที่เติบโตมาถึงทุกวันนี้ เพราะทุกคน ไม่ใช่ใครคนไหน คนนั้น อันนี้สำคัญ เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ทำให้ใครคนใดคนหนึ่งรู้สึกว่าฉันเก่ง

- @ -





● **เพ็ญ ฐิริปติภาน**
แทบลอยด์คือ
อนาคตหนังสือพิมพ์

“เพ็ญ ฐิริปติภาน” พญาไม้ แห่งบางกอกทูเดย์ให้ทัศนะว่า อีก 10 ปี ข้างหน้า วงการสื่อจะพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงมหาศาล เร็วจนคาดการณไม่ได้ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงที่จะอยู่ในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์

“เมื่อก่อนรูปจากเอพีต้องมีรถมอเตอร์ไซค์ขนส่งวิ่งไปตามโรงพิมพ์ต่างๆ ต้องสมัครสมาชิกเดือนละ 8 พันบาท เดือนละหมื่นเพื่อเอารูปเขา ทุกวันนี้กดจากเว็บไซต์ได้ทั่วโลก ดังนั้น 10 ปี ข้างหน้าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมาก โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์”

อย่างไรก็ตาม ไซว่าสื่อสิ่งพิมพ์จะไม่มีพื้นที่ในอนาคตเอาเสียเลย เพ็ญ เชื่อว่า หนังสือพิมพ์ก็คือหนังสือพิมพ์ ยังยืนหยัดสามารถอยู่ได้ เพราะตราใบที่คนยังอ่านหนังสือ ขณะที่การเรียนการสอนก็ผ่านการอ่าน การฟัง ดังนั้น ก่อนที่จะเข้าสู่ยุคอิเล็กทรอนิกส์ ก็ต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้อย่างเดิมอยู่

แล้วหนังสือพิมพ์ก็ยังคงต้องอยู่ ไม่ว่าจะในประเทศที่เจริญแค่ไหน การพิมพ์และสื่อผ่านกระดาษก็ยังมีบทบาทอยู่ เพียงแต่ความสำคัญอาจลดน้อยลง แต่ก็ยังสำคัญอยู่

“มันจะเอื้อเพื่อกัน ในวันที่เราหาหนังสืออ่านไม่ได้ เราก็เปิดจากเว็บไซต์ แต่ถ้าเราอยู่ระหว่างการรอคอยในสถานที่ที่ไม่สะดวกต่อการใช้อุปกรณ์ หนังสือต่างๆ ก็ยังอยู่ในมือคน เพราะสิ่งที่อยู่ในคอมพิวเตอร์ มันให้รสชาติที่ไม่เหมือนกับการอ่านจากคอลัมน์ที่อยู่เต็มๆ ในหน้ากระดาษ มันให้ความสมบูรณ์ในการรับรู้มากกว่า ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังมีอยู่ในโลกนี้ไม่ไปไหน”

เพ็ญ ยังทำนายว่า ในอนาคตหนังสือพิมพ์ไซซ์แทบลอยด์ จะเป็นไซซ์แห่งอนาคต ขณะที่หนังสือพิมพ์ไซซ์ใหญ่จะค่อยๆ จางหายไป เพราะในอนาคตระบบขนส่งมวลชนจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก การเดินทางไปยังรถไฟฟ้าที่มากขึ้นจะถูกทดแทนด้วยการอ่าน สื่อสิ่งพิมพ์ก็มีความสำคัญ เช่นเดียวกับในประเทศที่มีรถไฟใต้ดิน หรือในประเทศที่มีระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ และหนังสือแทบลอยด์จะเกิดและจะเป็นอนาคตของสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะมันสามารถคลี่ได้เท่าขนาดตัวเราเอง ไม่ต้องไปบังหน้าคนข้างๆ

“วันหนึ่ง เมื่อคนส่วนใหญ่ใช้การอ่านหรือการรับรู้ข่าวสารระหว่างการเดินทางในพื้นที่จำกัด มันก็ต้องกลับมาสู่จุดของสื่อสิ่งพิมพ์ เมื่อมีการนำเสนอในสิ่งที่เหมาะสมกับพื้นที่ในการนำเสนอ เพราะแทบลอยด์คนอ่านที่ไหนก็ได้”

“ลองคิดดูว่า ถ้าวันหนึ่งคนกรุงเทพฯ มี 10 กว่าล้านคน ครึ่งหนึ่งไปไหนมาไหนด้วยรถเมล์หรือรถไฟฟ้าใต้ดิน เขาจะทดแทนเวลาที่สูญเสียด้วยการอ่าน เขาก็จะพึ่งหนังสือแทบลอยด์ ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์อาจต้องเสียค่าสมาชิก มันต้องเสียตั้งค์ทั้งนั้น จริงๆ ของฟรีไม่มีในโลก เพียงแต่เราจะจับมันตรงไหน หน้าเล็กลงค่าใช้จ่ายในการโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์ด้วย”

เพ็ญบอกว่า รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ในอนาคต อาจไม่มีความแตกต่างกันมากนัก แต่ขึ้นอยู่กับว่า คนทำหนังสือมีเป้าหมายเป็นของตนเองที่ชัดเจน คนทำหนังสือดาราที่ขายคนชอบอ่านดารา คนทำหนังสือพิมพ์การเมืองก็เพื่อคอกการเมือง รูปแบบจะอยู่ที่คนอ่านเป็นผู้เลือก

เช่นเดียวกับเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ที่เน้นเรื่องเฉพาะ จะอยู่ได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาหลากหลาย หนังสือพิมพ์ประเภทเปรอะไปหมดจะอยู่ลำบาก นอกจากจะใหญ่จริงอย่างไทยรัฐ เดลินิวส์ หรือมติชน

ส่วนหัวเล็กๆ ก็อยู่ในระหว่างปากกัดตีนถีบทั้งนั้น อยู่ๆหายๆ ตามกำลังเงินนี้คือ อนาคตของหนังสือพิมพ์ไทย ในทัศนะของพญาไม้

- @ -





● **อดิศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒนกิจ**
เวลาของ น.ส.พ.
ใกล้หมดแล้ว
เนชั่น เชื่อเรื่อง นิวมีเดีย

“อดิศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒนกิจ” กรรมการผู้จัดการ บริษัท บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด คือ ผู้บริหารสื่อมืออาชีพของเครือเดอะเนชั่น เป็นคนที่ทำสื่อมาอย่างยาวนาน จนสามารถมองอนาคตของสื่อหนังสือพิมพ์ได้อย่างชัดเจน ต่อไปนี้คือบทสัมภาษณ์ของอดิศักดิ์ ผู้บริหารสื่อชั้นนำของเมืองไทย ผู้มองอนาคตจากยอดดึกสูง

หนังสือพิมพ์กำลังจะตาย !!! ?

ในสายตาของผม สื่อสิ่งพิมพ์ไทย โดยเฉพาะกลุ่มใหญ่ๆ ยังมีการปรับตัวที่จะรับมือกับสื่อใหม่อย่าง “นิวมีเดีย” หรือ “สื่อออนไลน์” น้อยเกินไป และเท่าที่จับคู่ตัวเลขสถานการณ์สื่อสิ่งพิมพ์ไทย ผมคิดว่ากำลังเริ่มมีปัญหาในแง่ของยอดคนอ่านและยอดรายได้จากการขายหนังสือ รวมถึงยอดรายได้จากการขายโฆษณา

ผมคิดว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ยอดพิมพ์ของหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะรายวัน ไม่ได้เพิ่มขึ้นเลย นั่นหมายความว่า ยอดขายก็ไม่ได้เพิ่ม ทุกคนเหมือนอาจจะอยู่ในจุดอิมตัว นอกจากนี้คนหันไปหาสื่อใหม่ แต่ถ้าหากเทียบกันกับสื่ออย่างอินเทอร์เน็ต ที่สื่อหลักๆ ก็มีเว็บไซต์ จะเห็นว่ายอดคนอ่านเว็บไซต์ก้าวกระโดดในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาอย่างมาก ผมว่าทุกฉบับขึ้นหมดเลย ในขณะที่รายได้จากการขายโฆษณาของสิ่งพิมพ์ หากดูจากเอชวีแอลแล้วจะเห็นว่าโทรทัศน์อันดับหนึ่งอยู่แล้ว แค็กของโทรทัศน์ไม่เคยลดลงเลย อันดับสองคือสิ่งพิมพ์ แต่จะลดลงตลอด หรือถ้าไม่ลดลงก็เสมอตลอดเวลา แล้วก็ทีวี และก็สื่อกลางแจ้งหรือสื่อใหม่ๆ

จะสังเกตได้ชัดเจนว่า ยอดขายและยอดรายได้จากการขายโฆษณาหนังสือพิมพ์บ้านเราแทบจะไม่เพิ่มเลย ผมเชื่อว่าลดลงด้วยซ้ำ เพราะว่าการเก็บข้อมูลของหนังสือพิมพ์โฆษณาที่เอชวีแอลแล้วจะเห็นว่าหนังสือพิมพ์ก็พัฒนาเยอะ แต่ทำไมหนังสือพิมพ์ถึงบ่นว่าเริ่มขาดทุน ขณะเดียวกันต้นทุนก็สูงขึ้น ราคาน้ำมันช่วงปี 2 ปีที่ผ่านมาที่สูงมหาศาล เพราะต้นทุนน้ำมันเป็นต้นทุนใหญ่ของหนังสือพิมพ์ด้วย เพราะว่าต้องไปส่ง นี่คือปัญหา เพราะมันต้องส่งทุกวัน

ซึ่งสถานการณ์อย่างนี้ ประกอบกับมีสื่อใหม่ๆ อย่างอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้น หรือวิทยุชุมชนต่างๆ ก็เลยทำให้ยอดหนังสือ รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์จากการขายโฆษณาหดตัวลง และแทบจะไม่เพิ่มเลย คนอ่านหนังสือพิมพ์อาจจะอ่านจากพอร์มอื่นใจ ไม่ได้อ่านจากฉบับพิมพ์ คืออ่านจากเว็บไซต์ ซึ่งก็คือข่าวจากหนังสือพิมพ์นั่นแหละ แทนที่จะรอถึงวันรุ่งขึ้นก็อ่านได้เลย

จริงๆ สถานการณ์อย่างนี้เกิดขึ้นแล้วในต่างประเทศ หนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกาเกือบทั้งหมดยอดขายลดลง รายได้ลดลง แล้วลดเยอะด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายได้ที่ธุรกิจหนังสือพิมพ์ในอเมริกาที่เคยได้มาๆ อย่างธุรกิจสมัครงาน ลดลงมากเลย เมืองไทยก็เห็น หนังสือพิมพ์ที่มีรายได้จากการโฆษณาหลายฉบับบางลงอย่างเห็นได้ชัด เพราะว่าคนที่สมัครงาน เขาก็ไปหางานบนอินเทอร์เน็ต

หรือคนที่โฆษณารับสมัครคน เขาก็โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต เพราะบางทีโฆษณาฟรีด้วยซ้ำไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานประเภทที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์หรือไอที ผมคิดว่าแทบจะไม่มียอดหนังสือพิมพ์แล้ว อยู่ในอินเทอร์เน็ต แล้วมันก็ตรงกลุ่ม

ตรงนี้ผมจึงคิดว่า สถานการณ์หนังสือพิมพ์บ้านเรานั้นกำลังจะเป็นเทรนด์ที่เหมือนต่างประเทศ คือต่างประเทศเห็นอยู่แล้วที่ยอดขายหนังสือพิมพ์ลดลง รายได้ลดลง หรือบางทีก็ต้องลดขนาดลงเพื่อลดต้นทุน

บ้านเราผมคิดว่าแนวโน้มก็จะเป็นอย่างนี้ แล้วผมคิดว่าแนวโน้มนี้ก็จะเกิดขึ้นภายใน 2-3 ปีข้างหน้า ถ้ายังบอกว่าอีก 5 ปีข้างหน้า หากใครไม่ปรับตัว ผมคิดว่าลำบากมาก เพราะว่าอัตรายอดคนอ่านต่อสื่อใหม่ หรือคนใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 1 ล้านคน ยอดหนังสือพิมพ์รวมกันทุกฉบับ ยกซ์ใหญ่ ยกซ์เล็กทั้งหลายไม่เกิน 2 ล้านฉบับต่อวัน

โอเค...ว่า อาจจะมีคนอ่านมากกว่า 2 ล้าน อันนั้นก็แล้วแต่ แต่ยอดการใช้ อินเทอร์เน็ต มันเพิ่มขึ้นปีละประมาณล้าน ตอนนี้มียอดประมาณ 10 ล้านคน ที่ใช้อินเทอร์เน็ต แล้วถ้าดูตัวเลขแล้ว 10 ล้านอาจจะเป็นคนใช้ แต่ที่ใช้ทุกวัน มีสถิติจากทวิต จะประมาณ 2 ล้านจอคอมพิวเตอร์ที่คนเชื่อมเข้าอินเทอร์เน็ต



นั่นแสดงว่ามันเท่ากันแล้ว ยอดหนังสือพิมพ์รวมกันทุกฉบับประมาณ 2 ล้าน กับยอดคนที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยที่ใช้คอมพิวเตอร์ประมาณ 2 ล้าน ตัวเลขนี้เป็นตัวเลขที่มีหลักฐานยืนยัน แล้วมันเพิ่มขึ้นทุกปี ฉะนั้นผมคิดว่าในที่สุดแล้ว หนังสือพิมพ์ก็ต้องปรับตัว โดยเฉพาะกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ๆ ที่อ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง นี่คือนักข่าวที่นำห่วงถ้าหากว่าคนในวงการหนังสือพิมพ์ยังคิดว่าคนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตน้อย แต่ผมคิดว่าอัตราเพิ่มมันเร็ว โดยเฉพาะในเมือง มันเร็วมาก

การปรับตัวอาจจะมีหลายแนวความคิด หนังสือพิมพ์บางจำพวก อยู่ในเมืองนอกเขาก็อยู่กับสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตเลย ก็คือ หารายได้จากอินเทอร์เน็ตด้วย เอาแค่ว่ารายได้รวมไม่ลดลง เพราะผมคิดว่ามันหนีไม่พ้นที่ว่าสื่อใหม่มันจะมาแย่งคนอ่าน หนังสือพิมพ์ทางรอดผมดูแล้วแทบจะ....คือมันหนีไม่พ้นหรอกที่จะต้องอยู่กับมัน คืออย่าไปกลัวมัน

เพราะผมคิดว่าหนังสือพิมพ์ยังมีข้อดีคือ เป็นผู้ผลิตเนื้อหา แต่สื่ออินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไม่ได้ผลิตเนื้อหาเอง แล้วในที่สุดสื่ออินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่ ถ้าไม่นับสื่อประเภทที่เป็นวัยรุ่น คือหนังสือพิมพ์ที่มีเว็บไซต์เป็นคอนเทนต์ของตัวเองจะอยู่ได้ เพราะในอนาคตเว็บไซต์ก็ต้องหารายได้ ซึ่งทุกวันนี้ก็มีอยู่ นี่คือนักข่าวที่ต้องปรับตัว

เราต้องยอมรับความจริงว่าหนังสือพิมพ์มันจะไม่โตขึ้นมาอีกแล้ว แล้วคนลงโฆษณา ก็จะลงหลายๆ ที่ ไม่ใช่ลงเฉพาะหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าหากต้องการเข้าถึงคนรุ่นใหม่ เพราะคนใช้อินเทอร์เน็ตอายุระหว่าง 25-40 มีถึง 50 เปอร์เซ็นต์ของผู้ใช้ทั้งหมด นี่คือนักข่าวที่หนีไม่พ้นซึ่งหนังสือพิมพ์ต้อง

ปรับตัว เพียงแต่ปรับตัวในเชิงธุรกิจก็อีกแบบหนึ่ง ปรับตัวในเชิงนักข่าวก็อีกแบบหนึ่ง ปรับตัวในเชิงนักธุรกิจที่เป็นเจ้าของกิจการเขาก็ต้องดูว่าจะอะไรที่มันสามารถลดต้นทุนได้ก็ต้องลด หรือการเข้าไปในสื่อใหม่ๆ

ถึงเวลาต้องสร้าง “มัลติมีเดีย เจอร์นอลลิสต์”

ในฐานะนักข่าว นักวิชาชีพที่ทำงานข่าว ผมคิดว่าถึงเวลาที่ต้องปรับตัวที่จะต้องเรียนรู้อยู่กับสื่อใหม่ๆ เพราะในที่สุดแล้วคนอ่านหรือประชาชนจะกลายเป็นนักข่าว คือตอนนี้มันมีแนวโน้มใหม่ของโลก คือเป็น “Citizen Reporter”

คือนักข่าวชาวบ้านหรือนักข่าวอาสา ซึ่งกระแสนี้มันเกิดขึ้นมาโดยเฉพาะในเกาหลี เว็บไซต์ “โอมายด์นิวส์” เป็นเว็บไซต์ที่มีนักข่าว Citizen Reporter 3 หมื่นกว่าคน ส่งข่าวเข้ามาทุกวันบนเว็บไซต์ แต่กองบรรณาธิการของเขามีประมาณ 40 คนเอง แล้วเขาใช้วิธี Citizen Reporter โดยให้คนเลือกข่าว สนใจข่าวไหนก็นำขึ้นมาอยู่หน้าแรกของเว็บ

การเลือกตั้งประธานาธิบดีเกาหลีใต้หลังสุด เว็บไซต์นี้เป็นตัวที่ช่วยกระพือส่งข่าว สร้างคะแนนเสียงขึ้นมาอย่างมาก หรือเหตุการณ์ระเบิดรถไฟใต้ดินที่ลอนดอนนั้นเป็นตัวอย่งที่ชัดเจนที่สุดของ Citizen Reporter คือ นักข่าวปกติไม่สามารถถ่ายภาพได้เลย เพราะตำรวจเขากันหมด แต่ภาพที่บีบีซีนำมาขึ้นบนเว็บไซต์ เป็นพันๆ ภาพ มาจากประชาชน ในฐานะคนที่เป็นนักข่าวต้องคิดเรื่องนี้ว่า อีกหน่อยถ้าพวกเราไม่ปรับตัว....ตายนะ (หัวเราะ)

เพราะบีบีซีเอาภาพเป็นพันๆ ภาพจากกล้องมือถือ กล้องดิจิทัลต่างๆ มาเล่นลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ด้วย แต่นักข่าวจริงไม่มีครับ นี่คือนักข่าวแล้วในที่สุดแล้วผมคิดว่าชาวบ้านเขาก็ต้องการนำเสนอข่าวของตัวเอง หรือแม้กระทั่งเขาอาจจะติดต่อกับนักข่าวด้วยตัวเอง เขาเป็นนักข่าวด้วย สร้างข่าวของเขาเอง มีบล็อกมีเว็บไซต์

ซึ่งในแง่ของคนทำข่าวก็จะมียูทูปเป็นส่วนตัว นักข่าวสามารถสื่อสารกับคนอ่านได้โดยไม่ต้องผ่านบรรณาธิการ ไม่ต้องผ่านหัวหน้าข่าว เขาสามารถเขียน





อะไรที่มันนอกเหนือจากที่ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ แล้วสื่อสารกับชาวบ้านโดยตรงได้ ชาวบ้านก็สามารถทำตัวเป็นนักข่าวได้ เปิดบล็อกของตัวเองขึ้นมา

บล็อกนี้เหมือนเป็นบ้านของตัวเอง เว็บไซต์เหมือนเป็นห้างฯ เข้าไปทำอะไรก็ได้ แค่อุสส่วนใหญ่ แต่บล็อกเหมือนเป็นบ้าน เราอยากเอาข่าวอะไรใส่ เราอยากเขียนข่าวให้คนอื่นอ่านก็ได้ นี่คือ Citizen Reporter ซึ่งในที่สุด นักข่าวก็ต้องปรับตัว มิฉะนั้นถ้าคุณคิดว่าคุณจะทำข่าวเพื่อลงหนังสือพิมพ์อย่างเดียว ผมเชื่อว่าตายแน่นอน ยกเว้นว่าคุณมีความสามารถพิเศษจริงๆ

เพราะประชาชนต้องการข่าวเร็ว ข่าวทันที ข่าวผ่านมือถือ ซึ่งนักข่าวก็ต้องปรับตัวให้เป็น “มัลติมีเดียเจอร์นัลลิสต์” เราอาจคิดว่าเมืองนอกเป็นอย่างนั้น แต่เราไม่เป็น ใครจะเชื่อว่าการใช้อินเทอร์เน็ตของเราเติบโตจากหลักสิบเดียวถึงล้าน ก็ถือว่าเยอะแล้ว

ใครจะเชื่อว่ามือถือจากหลักล้านต้นๆ เดี่ยวนี้คนใช้มือถือ 30 ล้านเลขหมาย ก็ถือว่าเติบโตเร็วมาก เกือบ 50 เปอร์เซ็นต์ของประชากร ใครจะเชื่อก็ไม่มีใครเชื่อ แล้วมันจะมา แต่มันจะมาเร็ว มาเร็ว มันขึ้นอยู่กับอินฟราสตรักเจอร์

ของบ้านเรา อย่างอินเทอร์เน็ต บ้านเราอาจจะยังมีปัญหาในเรื่องของโครงข่ายความเร็วมันช้า คนก็ใช้น้อย แต่ในที่สุดแล้วการแข่งขันของโอเปอเรเตอร์ทางด้านโทรคมนาคม มันก็จะมาทางด้านไฮสปีดหมด จะเห็นว่าเดี๋ยวนี้ใครๆ ก็ไฮสปีด มือถือที่เป็นไวร์เลส ก็จะเป็นแบบบรอดแบนด์ ไวร์เลส เป็น 3 จี อะไรต่างๆ ถ้าพวกนี้มาแล้วเนี่ย ผมคิดว่าอะไรๆ ก็จะไปเปลี่ยนหมดนะ

ที่บอกว่าเป็นไปไม่ได้หรอก เป็นไปได้ทั้งนั้น ผมเชื่อว่าเป็นไปได้ อย่างอเมริกา เคเบิลทีวีก็เป็นที่เข้าถึงมากกว่าฟรีทีวี เข้าถึงชุมชนด้วย บ้านเราก็เห็นแนวโน้ม 2-3 ปีที่ผ่านมา เคเบิลทีวีก็มีความสำคัญขึ้นมาก ผมเชื่อว่าถ้าคุณไปถามนักธุรกิจหรือคนที่ทำงานออฟฟิศ การอ่านหนังสือพิมพ์จะน้อยลงเรื่อยๆ เพราะเขาอ่านข่าวจากอินเทอร์เน็ตในระหว่างที่เขาทำงาน

ฉะนั้นที่บอกเรื่องนักข่าวอาสา ในอนาคตมันก็จะเกิดขึ้น เพราะว่าเมื่อโทรศัพท์มือถือมันสามารถเป็นได้ทั้งมือถือ เป็นได้ทั้งกล้องถ่ายภาพ เป็นได้ทั้งคอมพิวเตอร์ เป็นได้ทุกอย่าง ชุมชนพวกนี้ก็จะค่อยๆ เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ

ทำไมค่ายเพลงอย่าง “อาร์เอส” เลิกขายแผ่นซีดีแล้ว แต่ทำเป็นดิจิตอลอย่างเดียว นักร้องของเขายังเป็นดิจิตอลเลย ไม่มีตัวตนจริง แต่เขาได้กำไรมากกว่า นักร้องจริง เพราะนักร้องจริงมีความเสี่ยงมาก นี่คือทางด้านบันเทิง

แล้วถ้าหากว่าโครงข่ายโทรศัพท์มันเปลี่ยนเป็น 3 จี เป็นบรอดแบนด์มากขึ้นๆ พวกที่เป็นคอนเทนต์ที่เป็นดิจิตอล ที่เป็นภาพเคลื่อนไหว มันจะเฟื่องฟูเลย แล้วคนอ่านหนังสือพิมพ์ก็จะน้อยลงอีก หรือไม่หนังสือพิมพ์ก็ต้องไปอยู่ในฟอร์มของดิจิตอล ที่เป็นกระดาษจะน้อยลง ยิ่งไงก็น้อยลง

แล้วการแข่งขันทางด้านธุรกิจโทรคมนาคม จะทำให้เกิดปรากฏการณ์ให้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เข้าถึงนิวมีเดียใหม่ๆ มากขึ้น เร็วขึ้น อย่างที่ผมบอกว่าคุณเข้าใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นปีละ 1 ล้านคน ซึ่งหนังสือพิมพ์ทำไม่ได้เลย นี่คือสิ่งที่คนในวงการหนังสือพิมพ์ต้องมาดู ซึ่งแนวโน้มของต่างประเทศเราเอามาศึกษาได้ เพราะของเราต้องเป็นอย่างนั้น แต่จะช้าหรือเร็วเท่านั้นเอง และจะเดินหน้าอย่างไรก็อยู่ที่ความเชื่อของผู้บริหารหนังสือพิมพ์ของแต่ละองค์กร

เรามีความเชื่อเรื่อง “นิวมีเดีย”

อย่างเนชั่น เรามีความเชื่อเรื่อง “นิวมีเดีย” ฉะนั้นเราจึงมาทางมัลติมีเดียมาตั้งนานแล้ว แล้วปัจจุบันถ้าจะลงทุนแทนพิมพ์ บอร์ดจะไม่อนุมัติเลย หยุดเลย แต่ถ้าลงทุนทางด้านนิวมีเดีย ด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ โอเค เพราะคิดว่าหนังสือพิมพ์มันถึงจุดที่เดินต่อไปไม่ได้

หรือบางทีถ้าหนังสือพิมพ์แจกฟรีก็อาจจะไม่มีคนเอาก็ได้ ไม่มีประโยชน์ที่จะแจกฟรี เพราะเขาสามารถดูบนเว็บไซต์ได้ หรือหนังสือพิมพ์อาจจะกลายเป็นแผ่นที่ไม่ต้องไปพิมพ์ทุกวัน แต่ดาวโหลดข้อมูลมาเลยทางสายโทรศัพท์ พลิกดูได้เลย ถือไปไหนก็ได้

แต่ทุกวันนี้คนก็อ่านข่าวของหนังสือพิมพ์บนเว็บไซต์มาก มากจนเราใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ที่เป็นปริ้นต์น้อยลง ยกเว้นชาวบ้านที่ยังเข้าไม่ถึงอินเทอร์เน็ต แต่คนที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตแล้ว ชั่วโมงของการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง ชั่วโมงของการอ่านข่าวบนเว็บไซต์มาก มากกว่าแน่นอนเลย รับรอง



ยิ่งในเมือง ผมคิดว่า การเปลี่ยนแปลงนี้จะเกิดขึ้นเร็ว ผมว่าภายใน 2-3 ปีข้างหน้า เพราะช่วงนี้เป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของโครงข่ายโทรศัพท์ที่จะมีการเปลี่ยนแปลง เราดูโทรศัพท์จากมือถือได้ อย่างนี้ผมคิดว่าหนังสือพิมพ์ยิ่งกระทบใหญ่เลย เพราะมันจะสะดวกกว่าหนังสือพิมพ์เยอะ ไม่เปื้อนมือ ดูย้อนหลังก็ได้หมด หนังสือพิมพ์ไอโหมกอยู่กรบ้าน มันมาแน่นอน คือผมเชื่ออย่างรุนแรงว่ามันมาเร็วแน่ (หัวเราะ)

เนชั่นเอง เราทำเรื่องมัลติมีเดียมาโดยตลอด อย่างเรื่องเว็บไซต์เราก็ทำมาตลอดตั้งแต่ต้นๆ หนังสือพิมพ์ทุกฉบับของเรามีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง กระทั่งเนชั่นสุดสัปดาห์ก็มี แล้วเราก็จัดองค์กรข่าว มีลักษณะเป็นสำนักข่าวเนชั่นคือใช้ข่าวกลางรวมกัน ซึ่งนักข่าวผลิตข่าวลงมาอยู่ในตะกร้าข่าว สื่อแต่ละฉบับเอามาใช้ได้

แล้วเราก็พยายามฝึกนักข่าวของเราให้เป็น “มัลติมีเดีย เจอร์นอลลิสต์” คือแทนที่คุณจะเขียนข่าวส่งหนังสือพิมพ์อย่างเดียว แต่คุณจะต้องรายงานวิทยุได้ เขียนสั้นๆ เป็น **breaking news** ออกทางมือถือได้ หรืออย่างน้อยต้องถ่ายภาพได้ เพราะว่าในที่สุดกล้องที่ติดมากับโทรศัพท์ มันก็จะมีคุณภาพสูงพอที่สามารถตีพิมพ์ได้ นักข่าวเป็นได้ทุกอย่างช่างภาพก็เหมือนกัน

เพราะถ้าไม่ทำอย่างนี้ Citizen Reporter ก็จะมาแทนพวกคุณ แล้วเราก็ปรับองค์กร ทำอะไรพวกนี้เยอะ แล้วเราก็ตั้งเป็นยูนิตขึ้นมายูนิตนี้เลย เป็นทีมนิวมมีเดีย คือมีหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้คนของเราให้เข้าใจ อย่างน้อยให้เขาเข้าใจและตระหนักว่าสื่อสิ่งพิมพ์มันหมดสมัยแล้ว ถ้าคุณไม่ปรับตัว คุณตายตายอย่างเดียว เราจึงมียูนิตนี้

เราพยายามป้อนข้อมูลของต่างประเทศว่าเป็นยังไง ของเราเป็นยังไง ทั้งอบรมจัดเวิร์กชอป เปิดเป็นบล็อกเพื่อให้ทุกคนเข้าไปเปิดอ่านอัปเดตข่าวพวกนิวมมีเดียของต่างประเทศได้ อย่างน้อยระหว่างนี้ก็ทำมาหลายเดือนแล้ว เพื่อให้ทุกคนได้ตระหนักว่า เราต้องปรับตัวนะ

อาจเป็นเรื่องยาก แต่ถ้าเขาเข้าใจแล้ว ผมคิดว่าง่ายที่เราจะเดินไปข้างหน้า หรือรับมือกับนิวมมีเดีย นอกจากนี้เรายังมีอีกทีมคือ มีหน้าที่พัฒนานิวมมีเดียใหม่ๆ ให้มันมีอินเตอร์แอ็กทีฟกับคนมากขึ้น ก็พยายามทำ พยายามทดลองกับนักข่าวบางทีมที่สามารถถ่ายได้ทั้งกล้องธรรมดา กล้องมือถือ ส่งข่าวส่งภาพทางอินเทอร์เน็ต เราก็พยายามพัฒนานักข่าวของเราตรงนี้ทั้งหมดเลย ซึ่งนักข่าวของเราประมาณ 90 เปอร์เซนต์เป็นหนังสือพิมพ์ แต่เราก็บอกว่าเขาต้องเปลี่ยนตัวเองนะ จากนักข่าวหนังสือพิมพ์เป็นนักข่าวที่เป็นมัลติมีเดีย

อย่างน้อยต้องทำให้ข่าวที่เขาทำมาได้มันอยู่ในฟอร์มของดิจิทัลให้มาก เพราะถ้าเป็นดิจิทัลมันสามารถเอาไปทำอย่างอื่นได้ แต่ไม่ใช่เรื่องง่าย เริ่มจากเปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนนิสัย แล้วก็ต้องรู้ว่าพวกคุณตายแน่ เอาตัวอย่างของต่างประเทศมาให้ดูว่าหนังสือพิมพ์ต่างประเทศฉบับนี้มันเอาคนออกจากงานเลย (นะ) ทำหลายอย่างมาก

ตอนนี้เราเหมือนรณรงค์ในออฟฟิศเลยนะว่า ยุคของหนังสือพิมพ์มันใกล้จะหมดแล้ว มันอาจจะไม่ตายไปหรอก แต่ว่ามันไม่โตแล้ว แล้วถ้าคุณจะไปสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ คุณสื่อสารบนสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ได้ แล้วเราก็รณรงค์ภายในกองบรรณาธิการ ฝ่ายชายด้วย โฆษณาด้วย ให้เขารู้ว่าหันตภัยมันมาแล้วนะ โดยเฉพาะอย่างทีมชายโฆษณาด้วย ซึ่งชัดเจนว่าของเราก็ตก ถึงเราไม่ตกเราก็ต้องออกแรงมากกว่าปกติแต่ได้รายได้เท่าเดิม

คนของเราเครียดมากขึ้น แต่เป้าหมายของเราคือ ถ้าสามารถทำให้เราอยู่กับมันได้ เพราะยังไงเราคิดว่าจุดแข็งของเนชั่นคือ คอนเทนต์โปรดิวเซอร์ มันจะออกไปสื่อไหนก็แล้วแต่ แต่เราต้องเข้าใจตัวเองก่อนว่า เราอย่าไปยึดติดกับสื่อสิ่งพิมพ์อย่างเดียว ต้องไปทุกสื่อ ทั้งนักข่าว คนขายโฆษณา ต้องคิดไปในทางเดียวกัน

- @ -





● พัฒนพงศ์ จันทรานนท์ หนังสือพิมพ์ ต้องสร้างแบรนด์

“พัฒนพงศ์ จันทรานนท์”

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ซึ่งถือว่าเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษของไทยที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดฉบับหนึ่ง ได้เปิดเผยถึงมุมมองและทิศทางอนาคตของธุรกิจหนังสือพิมพ์ในช่วง 5 -10 ปีข้างหน้าว่า การแข่งขันจะมุ่งเน้นการทำแผนการตลาดมากขึ้น เนื่องจากหนังสือพิมพ์ในยุคนี้กลายเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างหนึ่ง ทำให้พฤติกรรมในการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์จะเลือกจากแบรนด์หรือชื่อหนังสือพิมพ์เป็นสำคัญ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะต้องมุ่งเน้นในการสร้างแบรนด์ เพื่อให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ส่วนหนังสือพิมพ์ที่ขาดความรู้ด้านการตลาดหรือมีทุนน้อยในการทำแผนโปรโมชันก็อาจเสียเปรียบและนับวันจะตายลงได้ ในขณะที่การแข่งขันยังเป็นการปิดโอกาสในการเกิดขึ้นของหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ๆ เพราะจะไม่สามารถแข่งกับแบรนด์ที่มีอยู่หรือหนังสือพิมพ์ที่ก่อเกิดมายาวนานกว่าได้

พัฒนพงศ์บอกว่า ตราใบที่หนังสือพิมพ์กลายเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค คนที่ซื้อหนังสือพิมพ์จะซื้อเพราะแบรนด์ เจ้าของสื่อจึงต้องพยายามทำแบรนด์ให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคให้ได้ตลอดเวลา เช่นเดียวกับการซื้อน้ำดื่ม คนทั่วไปจะนึกถึงเครื่องดื่มยี่ห้อโค้กหรือเป๊ปซี่ โดยไม่สนใจในเรื่องของคุณภาพมากนัก แต่จะยึดติดในแบรนด์มากกว่า นอกจากนี้แนวโน้มที่เกิดขึ้นในหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อหนังสือพิมพ์ไม่ได้มีความรู้สึกว่าจะซื้อหนังสือพิมพ์ แต่เป็นการเลือกซื้อจากแบรนด์ หรือชื่อของหนังสือพิมพ์มากกว่า บางรายไม่ได้สนใจว่าจะมีข่าวอะไร และแนวโน้มเช่นนี้ก็จะมีการพัฒนาและขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เจ้าของสื่อหนังสือพิมพ์ต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนการตลาดมากยิ่งขึ้น

หนังสือพิมพ์ต้องปรับตัวเพื่ออยู่รอด

ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์รายเดิมๆ เชื่อว่ายังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้ภาวะของการปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันกับสื่อประเภทอื่นๆ ด้วย โดยเฉพาะสื่อใหม่ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความไวและรวดเร็วกว่าสื่อหนังสือพิมพ์มาก ทำให้โอกาสที่จะเกิดสิ่งพิมพ์ฉบับใหม่ยังคงเป็นไปได้ยาก แต่หนังสือพิมพ์ระดับชาติฉบับใหญ่ที่มียอดจำหน่ายสูงๆ หรือเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว อาจไม่ได้รับผลกระทบ แต่หนังสือพิมพ์ฉบับเล็กที่มีทุนน้อยกว่าอาจต้องดิ้นรนอย่างหนักทีเดียว

ในการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ฉบับเล็กนั้น เป็นสิ่งจำเป็นในการรองรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป หากสามารถรวมตัวหรือรวมกลุ่มกันได้ก็จะเป็นสิ่งที่ดี เพื่อช่วยในด้านการบริหารจัดการและลดต้นทุนได้ทางหนึ่ง เพราะที่ผ่านมาได้พิสูจน์แล้วว่าธุรกิจที่มีขนาดเล็กจะไม่คุ้มในด้านการจัดการ เช่น องค์กรที่มีพนักงาน 500 คน ต้องมีแผนกบัญชี ซึ่งใช้คนทำงาน 3 - 4 คน เท่ากับองค์กรที่มีพนักงาน 50 คน แต่ค่าใช้จ่ายขององค์กรใหญ่เฉลี่ยจะน้อยกว่าองค์กรขนาดเล็ก แต่ปรากฏการณ์เพื่อให้สื่อรวมกิจการกันนั้นอาจเกิดขึ้นได้ค่อนข้างยากเช่นกัน

อย่างไรก็ดี การทำธุรกิจหนังสือพิมพ์ในยุคปัจจุบันนั้นดูจะแตกต่างจากอดีต ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างหนึ่งก็คือ ในสมัยก่อนหนังสือพิมพ์ที่มีกลุ่มคนอ่านที่เป็นแฟนประจำนั้น หากกลุ่มคนทำหนังสือพิมพ์หรือกองบรรณาธิการเกิดความไม่พอใจ นายทุนก็มักเลือกที่จะยกทีมลาออก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเจ้าของกิจการ เพราะกลุ่มคนอ่านจะย้ายตามไปด้วย แต่แนวโน้มเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน จากตัวอย่างเคยเกิดขึ้นกับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ครั้งนั้นมีการยกทีมกองบรรณาธิการลาออกไปทั้งหมด ทำให้มีการคาดหมายว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐอาจไปไม่รอด แต่ปรากฏว่าหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ยังคงอยู่ได้และขยายกิจการอย่างยิ่งใหญ่ ในขณะที่ทีมกองบรรณาธิการที่ลาออกไปเปิดหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่กลับไม่ประสบผลสำเร็จ สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าคนอ่านจะยึดติดในแบรนด์มากกว่า

ส่วนทิศทางในอนาคตของจำนวนหนังสือพิมพ์นั้น จำนวนหนังสือพิมพ์ที่มีอยู่อาจไม่ลดจำนวนลงมากนัก แต่หนังสือพิมพ์ระดับชาติจะเหลือเพียงไม่กี่ฉบับ ในขณะที่หนังสือพิมพ์เฉพาะกลุ่มหรือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็ยังคงมีอยู่ แต่โอกาสที่จะเติบโตและพัฒนาเป็นหนังสือพิมพ์ระดับชาติ คงเป็นไปได้ยาก แต่ก็จะมีกลุ่มนายทุน





ที่ทำหนังสือพิมพ์โดยมิได้คำนึงถึงเรื่องของการขาดทุน แต่จะมองว่าการมีสื่ออยู่ในมือเพียงเพื่อช่วยให้สามารถแลกมาซึ่งอิทธิพลหรือผลประโยชน์บางอย่างได้เท่านั้น ดังนั้นนายทุนเหล่านี้อาจคิดว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เพราะเป็นสิ่งที่ไม่ปฏิเสธไม่ได้ว่าหนังสือพิมพ์ฉบับใหญ่หรือเล็กก็ตามจะมีอิทธิพลในตัวเองอยู่มากน้อยแตกต่างกันไป

สื่อเผชิญภาวะแข่งขันกันเอง

พัฒนาพงศ์ ยังชี้ให้เห็นว่าอุปสรรคปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลกระทบต่อธุรกิจสื่อทุกประเภท ทั้งด้านของสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ นั่นก็คือ การแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงเวลาจากกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งในแต่ละวันนั้นผู้คนโดยเฉลี่ยจะใช้เวลาในการเสพสื่อประมาณ 1 - 2 ชั่วโมงเท่านั้น ทำให้สื่อแต่ละกลุ่มจำเป็นต้องแข่งขันเพื่อชิงเวลาของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด แม้ว่าสื่อโทรทัศน์และวิทยุจะมีความได้เปรียบในด้านการนำเสนอข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ก็มิใช่ว่าสื่อที่นำเสนอผ่านไปแล้ว หากใครพลาดไม่ได้ดูหรือติดตามก็จะพลาดในการรับรู้ข่าวสารช่วงนั้นไปได้ ในขณะที่หนังสือพิมพ์อาจได้เปรียบเพราะสามารถหยิบอ่านได้ตลอดเวลา แต่หนังสือพิมพ์ก็ต้องปรับตัวอย่างมากเช่นกัน แม้จะแข่งในด้านความเร็วไม่ได้ จึงต้องพยายามแข่งในด้านความลึก ความกว้าง และความหลากหลายของข้อมูลข่าวสารแทน

ในหลักการบริหารธุรกิจสื่อ นั้น จะเห็นว่ารายได้หลักถึงร้อยละ 70 มาจากการขายโฆษณาและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกด้วย ทำให้ปัจจัยจากคนอ่านจึงไม่ได้เป็นเครื่องชี้วัดถึงความอยู่รอดของ



หนังสือพิมพ์ เพราะรายได้หลักมาจากการโฆษณา จุดนี้จึงเป็นภาวะที่ลำค้ำอยู่ยิ่งในการทำหน้าที่ของสื่อด้วย โดยเฉพาะกองบรรณาธิการจะต้องวางบทบาทให้ชัดเจนระหว่างการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนกับความอยู่รอดของธุรกิจ เพื่อป้องกันและไม่ให้ถูกมองว่ามีการเอาใจฝ้ายโฆษณามากเกินไป

อย่างไรก็ตาม พัฒนาการที่ตั้งข้อสังเกตจากประสบการณ์ในวงการสื่อว่าหนังสือพิมพ์เป็นสินค้าประเภทเดียวที่มีการปรับราคาได้น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทอื่นที่มีการปรับราคาขึ้นไปมาก หากเทียบกับอัตราเงินเฟ้อหรือภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่อาจเห็นบางฉบับมีการแจกฟรีเพื่อแลกกับการขายโฆษณาแทน

ส่วนมุมมองของนายทุนในการทำธุรกิจหนังสือพิมพ์ให้อยู่รอดนั้น ต้องมีการคิดและขยายธุรกิจให้เติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งเป้าหมายของบางกองโพล์นั้นจะเน้นการขยายธุรกิจที่ยังอยู่ในกลุ่มทางด้านสื่อเป็นหลัก จากตัวอย่างการบริหารงานของหนังสือพิมพ์บางกองโพล์ที่ผ่านมา มีสินค้าหลักคือหนังสือพิมพ์บางกองโพล์ฉบับเดียวมานาน ซึ่งมีสภาพเป็น Single Product ซึ่งตามหลักของการบริหารธุรกิจถือว่าอันตราย หากผลิตภัณฑ์ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง จะทำให้บริษัทได้รับผลกระทบไปด้วยโดยไม่มีรายได้อื่นมาชดเชยได้ ทำให้ผู้บริหารจึงต้องมีแนวคิดในการขยายธุรกิจเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เช่น การขยายไปสู่หนังสือพิมพ์โพล์ ทุเดย์ การเปิดแผนกโพล์ดิจิตอล เป็นการขายข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยเริ่มต้นทำงานที่มีแนวโน้มการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง หรือการให้บริการข่าวผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

- @ -





อนาคต ของหนังสือพิมพ์ไทย ในยุคแห่งการแข่งขัน และความท้าทาย





สุดท้ายแล้ว อนาคตของสื่อหนังสือพิมพ์ในประเทศไทย จะเดินไปอย่างไร สื่อหนังสือพิมพ์กำลังจะตาย? ผู้เล่นในสนามค่อยๆ ล้มหายตายจากไปทีละหัว หรือสามารถต้านทานแรงตีขนาบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งใหม่และเก่าได้อย่างยั่งยืน

จริงๆ แล้ว ไม่มีใครทราบแน่ชัดว่า คำตอบที่สมบูรณ์พร้อมสำหรับผู้เล่นทุกรายในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยคืออะไรแน่ และยิ่งหาคำตอบได้ยากยิ่งว่า เมื่อถึงปลายทางของวงจรชีวิตช่วงหนึ่งแล้ว ใครจะอยู่ และใครจะไปบ้าง

การคาดคะเนหนึ่งเดียวที่ทุกค่ายยอมรับเหมือนกันคือ เรากำลังเผชิญคู่แข่งที่เพิ่มมากขึ้น เข้มข้นมากขึ้น และนำเกรงขามมากขึ้น การปรับตัวคือไฟโบบแรกๆ ที่ทุกค่ายมีอยู่ในมือ เพียงแต่กำลังหาทางเลือกให้ตัวเองว่า จะปรับกันอย่างไร ถึงจะดีที่สุด และเหมาะสมกับสถานการณ์

สถานการณ์ของหนังสือพิมพ์ไทยในเวลานี้ ก็ไม่แตกต่างจากสื่อกระดาษในเมืองนอกสักเท่าไรนัก

คือ หมดยุคกินบุญเก่า !! ต้องสร้างทางเลือกเพื่อเป็นบุญใหม่ของตัวเอง

เพราะจากข้อมูลของ “มายด์ แชร์มีเดีย” เอเยนซีรายใหญ่ของประเทศไทย นำมาตีแผ่ ซึ่งระบุถึงสถิติการใช้จ่ายงบประมาณสื่อในช่วงกว่า 10 ปีที่ผ่านมาว่า เม็ดเงินในอุตสาหกรรมโฆษณาตั้งแต่ปี 2539 มีทิศทางขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่มาสะดุดในปีที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งผลมาแสดงออกในปี 2542 ที่อุตสาหกรรมโฆษณาดูดซับ 23% หลังจากนั้นเป็นต้นมาก็เติบโตต่อเนื่องถึงปัจจุบัน จากเม็ดเงินโฆษณา 47,271 ล้านบาท ในปี 2539 เพิ่มขึ้นเป็น 86,593 ล้านบาท ในปี 2548 และ 74,489 ล้าน

บาท ในช่วง 10 เดือน (ม.ค.-ต.ค. 2549) เติบโตราว 5.83%

แต่สิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดช่วง 10 ปีที่ผ่านมา คือสัดส่วนการลงโฆษณาผ่านสื่อ ที่สะท้อนโดยตรงจากการบริโภคสื่อแต่ละประเภทของประชากรไทย ปัจจุบันทีวีเป็นสื่อที่ครองส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณาไว้ได้สูงสุด ประมาณ 57% หนังสือพิมพ์ 19% วิทยุ 10% นิตยสาร 7% และสื่อกลางแจ้ง 6%

ทั้งนี้ หากพิจารณาแนวโน้มการเติบโตรายสื่อ จะพบว่ากรอบครองสัดส่วนโฆษณาของสื่อทีวีและสื่อกลางแจ้ง จะอยู่ในอัตราคงที่ และเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวิทยุ มีอัตราการใช้โฆษณาลดลงอย่างต่อเนื่องในระยะ 10 ปีนี้

คำตอบที่ได้ กำลังสร้างความอึดอัดให้กับค่ายหนังสือพิมพ์เกือบทุกราย เพราะไม่ว่าจะเป็นการประเมินแนวโน้มในรอบ 5 ปี 10 ปี หรือ 14 ปี ล้วนชี้ไปในทางเดียวกันว่า เม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อ ลดลงมากที่สุดในกลุ่มหนังสือพิมพ์

สัญญาณเตือนจากต่างประเทศ

สถานการณ์ที่อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยกำลังเผชิญอยู่ ไม่แตกต่างเลย เมื่อมองจากภาพกว้างของอุตสาหกรรมสื่อหนังสือพิมพ์โลก เดินคล้อยไปในทิศทางเดียวกันทุกกระเบียดนิ้ว

ข้อมูลในรายงานการใช้โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของ World Newspapers Congress ครั้งที่ 59 ในปี 2005 ที่ระบุถึงการครองส่วนแบ่งโฆษณาผ่านสื่อปี 2544 เปรียบเทียบกับปี 2548 พบว่า ในสื่อทีวี 36.2% เพิ่มขึ้น 37.2% หนังสือพิมพ์ 32.1% ลดลงเหลือ 30.3% นิตยสาร 14.6% ลดลงเหลือ 13.5% วิทยุ 8.7% เป็น 8.6% สื่อกลางแจ้ง 5.5% ซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงในปี 2005 เช่นเดียวกับสื่อในโรงภาพยนตร์ จาก 0.3% เป็น 0.4% แต่พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีตัวเลขเพิ่มขึ้นชัดเจนจาก 2.6% เป็น 4.5%

ธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ในต่างประเทศกำลังเผชิญปัญหาท้าทายใหญ่ๆ อยู่ 2 เรื่อง คือ ยอดผู้อ่านลดลงอย่างฮวบฮาบ และการถูกแย่งชิงเม็ดเงินโฆษณา





จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ทั้งรูปแบบเก่า และรูปแบบใหม่

ปัญหาแรกนั้น พบมากในประเทศ อังกฤษ ซึ่งตลาดหนังสือพิมพ์แข็งและมีการแข่งขันสูงอยู่เป็นทุนเดิม

ธุรกิจสื่อหนังสือพิมพ์ของอังกฤษ กำลังเผชิญปัญหาท้าทายจากการลดลงของจำนวนผู้อ่านอย่างฮวบฮาบ โดยจากผลสำรวจของสำนักข่าวเอบีซี นิวส์ พบว่า ในช่วงตุลาคมถึงมีนาคม ปี 2549 หนังสือพิมพ์หัวใหญ่ของอังกฤษส่วนใหญ่ มียอดผู้อ่านตกลงอย่างมาก อาทิ ยอดผู้อ่านของเดลี มิร์เรอร์ ตกลงมากถึง 12% ขณะที่ เดอะ การ์เดียน มียอดผู้อ่านลดลง 7% และ เดลี เทเลกราฟ มีคนอ่านลดลง 7% แม้กระทั่ง เดอะ ซัน ถึงจะครองความนิยมสูง แต่ยอดผู้อ่านก็ลดลง 2% มีเพียง ดิ อินดิเพนเดนท์ และเดอะ ไทมส์ ที่ยังสวนกระแสขาลงในวงการหนังสือพิมพ์อังกฤษ มียอดผู้อ่านเพิ่มขึ้น 18% และ 9% ตามลำดับ

ส่วนอีกปัญหาท้าทายอย่างหลังปรากฏเด่นชัด ในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์อเมริกัน คือ กำลังถูกสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะสื่อรูปแบบใหม่ๆ (new media) เข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณา ยิ่งกว่านั้น ในบางตลาดของอเมริกาพบว่า หนังสือพิมพ์กำลังเผชิญทั้งสองปัญหาท้าทายก็มี กล่าวคือ

ต้องรับมือทั้งยอดผู้อ่านลดลง และเม็ดเงินโฆษณาหดหายไป

นั่นคือที่มาของการปรับตัวกันขนานใหญ่ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์อเมริกัน

ลดขนาดธุรกิจขาย/ซื้อกิจการหนังสือพิมพ์หัวที่ไม่มีเงิน จนถึงยอมควมรวมกิจการกับคู่แข่ง เพื่อหาทางลดต้นทุนและผนวกศักยภาพที่ดีที่สุดเข้าด้วยกัน แต่บางรายก็ไปไกลถึงขั้นยอมเปลี่ยนมือให้นายทุนใหม่เข้ามาบริหารกิจการแทน โดยไม่จำกัดว่า นายทุนใหม่ต้องเป็นคนในแวดวงอาชีพสื่อด้วยกัน

จึงไม่น่าแปลกใจที่แนวโน้มหลายๆ ของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ที่กำลังแรงขึ้นมา คือ หัวหนังสือพิมพ์บางค่ายกำลังแปรสภาพเป็น “ของสะสม” ของบรรดามหาเศรษฐีอเมริกัน คล้ายๆ การสะสมภาพเขียนของจิตรกรดัง

เครือหนังสือพิมพ์ที่กำลังตกเป็นเป้าหมายเทคโนโลยีอยู่ในปัจจุบัน คือ กลุ่มทรูมูน ส่วนที่ขายกิจการไปแล้ว คือ หนังสือในกลุ่มไนต์ริตเตอร์ ของเครือแมคคลัตช์ซึ่งยอมปล่อยมือ เปลี่ยนสถานะจากสื่อสิ่งพิมพ์มหาชนไปเป็นของเอกชนแล้ว

แต่บางรายก็มีเลือกที่จะผ่าตัดตัวเอง ก่อนที่อนาคตจะไล่ล่าทัน การเคลื่อนไหวที่ได้รับการจับตามองมากที่สุด คือ การปรับตัวของเครือดาวโจนส์ ที่ทำทั้งขายกิจการหนังสือพิมพ์ในมือ และปรับโฉมใหม่ให้กับวอลล์สตรีท เจอร์นัล

ค่ายดาวโจนส์ ขายหัวหนังสือพิมพ์ 6 ฉบับในกลุ่มออกตาเวย์ นิวส์เปเปอร์ และกำลังประกาศขายหนังสือพิมพ์อีก 7 หัวในกลุ่มเจอร์นัล รีจิสเตอร์ ควบคู่ไปกับการปรับโฉมและเขย่าคอนเทนต์ให้กับวอลล์สตรีท เจอร์นัล ซึ่งมีขนาดเล็กลงจากเดิมอีก 3 นิ้ว เข้าใกล้ความเป็นแท็บลอยด์มากขึ้นไปทุกที

ปรากฏการณ์เหล่านี้ เป็นเพียงน้ำจิ้มที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ อากาศขยับเพื่อหาทางเลือกที่เหมาะสมยังคงดำเนินอยู่ต่อไป ขึ้นอยู่กับว่าใครจะไปได้ไกลกว่าเท่านั้น

ปัญหาท้าทายของหนังสือพิมพ์ไทย

ย้อนกลับมามองตัวเอง อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทยกำลังจะเดินไปในทิศทางใดแน่?

ก่อนจะเดินไปถึงจุดนั้น อย่างแรกที่ควรพิจารณาก่อนคือ อะไรบ้างที่ถือเป็นปัญหาท้าทายของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ไทย

ประการแรกคือ ยอดผู้อ่านและเม็ดเงินโฆษณาลดลง ซึ่งถือเป็นปัญหาท้าทายอันดับแรกสุด เพราะจะนำไปสู่ปัญหาท้าทายประการที่สอง คือ การบริหารต้นทุนที่พุ่งขึ้นอันเนื่องมาจากวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตหนังสือพิมพ์นั้น ส่วนใหญ่ต้องพึ่งพิงการนำเข้าจากต่างประเทศ

ประการถัดมา เป็นปัญหาท้าทายจากการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงขึ้นแม้หนังสือพิมพ์บางหัวจะหายหน้าหายตาไปจากวงการ แต่ในจังหวะเดียวกันจะสังเกตพบว่า หนังสือพิมพ์หัวใหม่จะเกิดแทรกขึ้นมาอยู่เกือบตลอดเวลา

สถานการณ์เช่นนั้นยังไม่นับรวมถึงการแข่งขันจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่กำลังข้ามเซกเมนต์เข้ามาช่วงชิงลูกค้า (ผู้อ่าน) ให้แปรพักตร์ไปอยู่ในกลุ่มผู้ชม ตลอดจนเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อ ที่นับวันจะทยอยตีจากสื่อกระดาษไปมากขึ้นเรื่อยๆ



นั่นหมายความว่า สื่อกระดาษ เมืองไทยกำลังเผชิญแนวรบรอบด้าน ทั้งสื่อหนังสือพิมพ์ด้วยกัน ควบคู่ไปกับสื่อวิทยุโทรทัศน์และอินเทอร์เน็ต

ประการสุดท้าย วัฒนธรรมการอ่าน (หนังสือพิมพ์) ที่ปรับตัวไปตามไลฟ์สไตล์ของคนแต่ละกลุ่ม เทรนด์ที่รับทราบกันมาระยะหนึ่งแล้วคือ คนอ่านหนังสือน้อยลง เวลาอ่านสั้นลง ซึ่งแนวโน้มดังกล่าว เป็นจุดกำเนิดของหนังสือพิมพ์โพสต์ ทูเดย์ ในปัจจุบัน

เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว หนทางอยู่รอดท่ามกลางกระแสเชี่ยวกรากของปัญหาท้าทายใหม่ๆ คืออะไร

ทางเลือกแรก อาจจะตอบเหมือนกัน คือ ต้องปรับตัวเองก่อน แต่นั่นก็นำไปสู่คำถามที่ยากขึ้นไปอีกว่า แล้วเราจะปรับกันอย่างไร

หากเลือกเดินตามโมเดล ของหนังสือพิมพ์นอก อย่าง วอลล์สตรีทเจอร์นัล นั่นหมายความว่า หนังสือพิมพ์บางค่ายอาจเริ่มต้นที่การปรับโฉมรูปแบบ และเขย่าคอนเทนต์ให้สนองตอบความต้องการของกลุ่มผู้อ่าน และขยายพื้นที่ไปสู่กลุ่มผู้อ่านใหม่ๆ ตลอดจนการออก

ช่องโหว่ในเรื่องเม็ดเงินโฆษณาค่อยๆ หดหายไปทีละน้อยๆ ซึ่งถือเป็นส่วนที่ยากที่สุดสำหรับวงการหนังสือพิมพ์ไทยที่อิงกับรายได้ส่วนนี้ มากกว่าจำนวนผู้อ่าน

“หนังสือพิมพ์ก็คงจะเหมือนสินค้าทุกอย่างในท้องตลาดซึ่งนิ่งไม่ได้ เพราะต้องปรับไปเรื่อยๆ ตั้งแต่ลักษณะ พัฒนาการ ฟอนต์ หน้า โทนสี เพราะว่าในเชิงอุตสาหกรรมกระดาษยังปรับมาตั้งแต่เยอะ การพิมพ์ก็ปรับเยอะ รูปแบบเป็นสิ่งที่เราปรับได้ แต่ว่าจุดยืนไม่ต้องปรับ จุดยืนใช้เหมือนเดิม เพราะจุดยืนนั้นคือจุดยืนที่เราใช้ เหมือนกระดุกกลั่นหลัง แต่จะทำผม แต่งเล็บยังไงก็ได้”

นั่นเป็นเสียงสะท้อนของทายาทรุ่นใหม่แห่งเครือมติชน “ปานบัว บุนปาน” หากทักษะและมุมมองของเธอ คือคำตอบที่แม่นยำ

ในอนาคตอันใกล้ ธุรกิจหนังสือพิมพ์จะมีพัฒนาการไปอีกระดับหนึ่ง มีกลืนอายุของความเป็นธุรกิจ และมีมิติทางด้านการตลาดเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดได้ โดยไม่กระทบหลักการเดิมของวิชาชีพ นั่นคือการนำเสนอข่าวสาร

คล้ายๆ กับที่เครือเนชั่นกำลังทำ และโพสต์ ทูเดย์เป็นอยู่ หนังสือพิมพ์บางหัวในอนาคตข้างหน้า อาจกล้าที่จะผลิตคอนเทนต์แบบสวนกระแส เพื่อชิงตลาดเฉพาะหรือ niche market มาไว้ในมือ หรือบางหัวอาจจะเลือกวิธีการปรับไปเรื่อยๆ จนกว่าจะหาจุดยืนในตลาดที่เหมาะสมกับตัวเองได้ในที่สุด

ตั้งรับสื่ออิเล็กทรอนิกส์

อย่างไรก็ตาม ปัญหาเฉพาะหน้าที่สำคัญไม่แพ้กันคือ การรับมือกับสื่ออิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะสื่อรูปแบบใหม่ๆ มีบางเสียงกระตุ้นเตือนให้มองสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ว่าไม่ใช่คู่แข่ง แต่เป็นทางเลือกหนึ่งที่เพิ่มขึ้นสำหรับธุรกิจหนังสือพิมพ์และผู้อ่าน

การเปิดรับสื่อรูปแบบใหม่ๆ ไม่ได้หมายความว่าหนังสือพิมพ์จะหมดความหมาย ค่ายสื่อสิ่งพิมพ์ในต่างประเทศส่วนใหญ่ยังเชื่อมั่นในอนาคตของธุรกิจหนังสือพิมพ์อยู่ เพียงแต่ค่ายสื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่นี้ได้อย่างไร

ปริศนาดังกล่าวเหมือนจะเป็นโจทย์ที่ตอบยาก แต่จริงๆ แล้วมีค่ายสื่อยักษ์ใหญ่จำนวนมากไม่น้อย ที่ประสบความสำเร็จในการผสมผสานสื่อดิจิทัลเข้ามาเป็นทางเลือกในธุรกิจข่าว

มีข้อเสนอแนะที่น่าสนใจจากเทเลกราฟ ที่ให้ไว้ระหว่างการประชุมสมาคมหนังสือพิมพ์โลกเมื่อไม่นานมานี้ เป็นแนวทางการปรับตัว 4 ประการ เพื่อช่วยให้การผสมผสานสื่อรูปแบบใหม่เข้ากับวัฒนธรรมหนังสือพิมพ์ได้อย่างกลมกลืน ซึ่งได้แก่ 1. ต้องให้ความสำคัญกับผู้บริโภค โดยใช้มุมมองของผู้อ่านเป็นข้อมูลในการกำหนดทิศทางของหนังสือพิมพ์ 2. ต้องกล้าหาญที่จะเปลี่ยนแปลงและพัฒนาสิ่งใหม่ๆ มาทดสอบตลาด โดยไม่ต้องกังวลกับความล้มเหลว “คุณจะต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ และสามารถนำเสนอในสิ่งที่ได้เรียนรู้ในโอกาสถัดไป

แนวทางที่ 3 คือ ต้องลงทุนในธุรกิจหลัก ตั้งแต่แบรนด์ เรื่อยไปจนถึงทรัพยากรมนุษย์ และคอนเทนต์ที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะคอนเทนต์ที่มีคุณภาพนั้นคือหัวใจสำคัญของโลกสื่อ และแนวทางสุดท้ายคือ การผนวกเอาเทคโนโลยีดิจิทัล



เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ ทุกแผนก จำเป็นต้องคิดและดำเนินการอย่างเป็นดิจิทัล

นิวส์คอร์ป อาณาจักรสื่อมัลติมีเดียชื่อดังของโลก เป็นหนึ่งในบริษัทที่มีการปรับตัวอย่างจริงจังมากที่สุดค่ายหนึ่งในยุคที่ “สื่อใหม่” กำลังมีอิทธิพลต่อผู้อ่านมากขึ้นเรื่อยๆ โดยปัจจุบันนิวส์คอร์ป เป็นเจ้าของเว็บไซต์ดัง MySpace.com ซึ่งถือเป็นแหล่งพบปะทางอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่น และหนุ่มสาวทั่วไป และถือหุ้นใหญ่ใน ไทเร็กซ์ทีวี ผู้ให้บริการทีวีผ่านดาวเทียม และบริษัทเอ็นดีเอส ค่ายบันทึกวิดีโอดิจิทัล หรือ DVR

“สิ่งสำคัญสุด ที่เทคโนโลยีกำลังทำอยู่ในขณะนี้ คือ กำลังเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมากขึ้นเรื่อยๆ เราไม่จำเป็นต้องกลัวใจกับช่องทางกระจายสื่อในรูปแบบใหม่ๆ เพียงแต่เราจะต้องสร้างความมั่นใจได้ว่า กำลังสนองตอบได้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค” คมวาทะนี้เป็นอีกหนึ่งมุมมองจาก ทอม สแตกส์ หัวหน้าคณะเจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงินของดิสนีย์ อาณาจักรบันเทิงแห่งฮอลลีวูด หนึ่งในผู้ผลิตคอนเทนต์ชั้นนำของโลก

อดิศักดิ์ ลิ้มปรั่งพัฒน์กิจ กรรมการผู้จัดการ บริษัท บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด ให้มุมมองที่น่าสนใจว่าสถานการณ์หนังสือพิมพ์ไทย กำลังจะเป็นเทรนด์ที่เหมือนต่างประเทศ คือ ต่างประเทศเห็นอยู่แล้วที่ยอดขายหนังสือพิมพ์ลดลง รายได้ลดลง หรือบางทีก็ต้องลดขนาดลงเพื่อลดต้นทุน

“ผมคิดว่าแนวโน้มนี้ คงจะเกิดขึ้นภายใน 2-3 ปีข้างหน้า ถ้ายังบอกว่าอีก 5 ปีข้างหน้า หากใครไม่ปรับตัว ผมคิดว่าจะลำบากมาก เพราะว่าอัตราการคนอ่านต่อสื่อใหม่ หรือคนใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 1 ล้านคน ยอด

หนังสือพิมพ์รวมกันทุกฉบับ ยกซ์ใหญ่ยกซ์เล็กทั้งหลายไม่เกิน 2 ล้านฉบับต่อวัน”

สู่อานาคตหนังสือพิมพ์ไทย

การทำนายอนาคตธุรกิจหนังสือพิมพ์โดยรวมว่า จะเดินไปในแนวทางใด คงตอบได้ยาก เพราะต่างค่ายต่างมีสิทธิเลือกกำหนด “ลู่วิ่ง” ของค่ายตนทั้งสิ้น

ดังนั้นกรณีของเครือเนชั่น ที่มีความเชื่อในความแรงของสื่อใหม่ ลู่วิ่งของเครือเนชั่น จึงมุ่งหน้าสู่ความเป็นมัลติมีเดีย

หนังสือพิมพ์ทุกฉบับในเครือ มีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง กระทั่งเนชั่นสุดลับปาดาก็มีแล้ว ในเชิงโครงสร้าง เครือเนชั่นได้จัดองค์กรข่าวให้มีลักษณะเป็นสำนักข่าวเนชั่นคือ ใช้ข่าวกลางรวมกัน ซึ่งนักข่าวผลิตข่าวลงมาอยู่ในตะกร้าข่าว สื่อแต่ละฉบับเอามาใช้ได้ จากนั้นก็พยายามฝึกนักข่าวให้เป็น “มัลติมีเดีย เจอร์นลลิสต์”

“คือแทนที่คุณจะเขียนข่าวส่งหนังสือพิมพ์อย่างเดียว แต่คุณจะต้องรายงานวิทยุได้ เขียนสั้นๆ เป็น breaking news ออกทางมือถือได้ หรืออย่างน้อยต้องถ่ายภาพได้ เพราะว่าในที่สุดกล่องที่ติดมากับโทรศัพท์มันก็จะมีคุณละเอียดสูงพอที่สามารถตีพิมพ์ได้ นักข่าวเป็นได้ทุกอย่าง ช่างภาพก็เหมือนกัน”

แต่กับบางค่าย ยังเชื่อมั่นต่ออนาคตของหนังสือพิมพ์ว่า มีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก ดังเสียงสะท้อนจากผู้บริหารของหนังสือพิมพ์ที่มีรากฐานมายาวนาน อย่างเดลินิวส์

ประชา เหนระกุล บรรณาธิการบริหาร หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ให้ทัศนะว่าหนังสือพิมพ์มีจำนวนจำหน่ายเพิ่ม 7-8% ต่อปี ไม่ถือว่ามากนัก แต่ก็ไม่น้อยเทียบกับประชากรที่เพิ่มประมาณ 1% ต่อปี ยังจัดว่าค่อนข้างมีความสัมพันธ์กัน แต่ถ้าเทียบกับคอมพิวเตอร์ที่ยังต้องใช้เวลา และการอ่านข่าวผ่านทางอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่มีเฉพาะในออฟฟิศหรือองค์กรต่างๆ

“ถ้าบอกสื่อพวกนี้มาทดแทนสื่อสิ่งพิมพ์ เราคิดว่าการขยายตัวของหนังสือพิมพ์ยังมีอยู่ อย่างเดลินิวส์มาถึงวันนี้ผ่านมากกว่า 40 กว่าปีแล้ว จำนวนจำหน่ายก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่ก็ยังไม่พอใจ ยังต้องมีการเปลี่ยนแปลง ตอนนี้อย่างภาคพายุดูต่างกันไป ฉบับหนึ่งมี 6 กรอบ และมีกรุงเทพฯ และปริณทลอีกพิเศษ 1 กรอบ โดยการทำมากกรอบ เพื่อตอบสนองการสนใจของประชาชนที่ต้องการรับรู้ข่าวใกล้ตัวเป็นหลัก โดยเฉพาะข่าวที่ให้ผลดีผลเสียต่อตัวเองหรือส่วนรวม”

สำหรับค่ายหนังสือพิมพ์ที่มีลู่วิ่งของตัวเองชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นเครือเนชั่น เดลินิวส์ หรือไทยรัฐ ย่อมสามารถนำพาธุรกิจฝ่าความท้าทายนานาประการไปได้โดยไม่ยากเย็นนัก แต่มองในมุมของสื่อหนังสือพิมพ์ที่อยู่ท่ามกลางการแข่งขันสูง บวกความท้าทายจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ตัวแปรที่จะช่วยนำทางคือ การฟังเสียงสะท้อนจากตลาด เพื่อพยายามหาจุดยืนที่เหมาะสมของตัวเอง แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในต่างประเทศ แม้จะดูว่ากำลังใกล้เข้ามาทุกขณะ แต่ที่สุดแล้วการเปลี่ยนแปลงทุกครั้งมักจะมีช่วงเปลี่ยนผ่านเสมอ นั่นคือจังหวะเวลาที่เปิดกว้างให้ค่ายหนังสือพิมพ์ไทย ได้สำรวจและทบทวนตัวเองว่า ที่สุดแล้ว เราควรจะอยู่ในลู่วิ่งใด

- @ -





มุมมอง เจ้าของกิจการ หนังสือพิมพ์

ความเป็นห่วงในอนาคตของหนังสือพิมพ์ ที่บางครั้งเกรงว่าจะไม่สามารถปรับตัวรับมือกับกระแสเทคโนโลยีหลังไหลได้ทันการ ทันเวลา ทั้งยังเป็นกังวลว่า ต่อไปจะก้าวเดินอย่างไร เพื่อแข่งขันกับสื่อสมัยใหม่ที่ทั้งเร็ว สด และยังสามารถสื่อสารได้สองทาง นอกจากนี้ยังช่วยเสริมบุคลิกของผู้รับสารให้รู้สึกว่าเป็นคนร่วมสมัยไม่ตกยุค ที่จะแตกต่างไปจากภาพของการนั่งตีพิมพ์กับปาต่องโก้แล้ววางหนังสือพิมพ์อ่านกันในตอนเช้า ก่อนที่จะพับแล้วหันมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันในสภากาแฟ ภาพเช่นนั้นกำลังถูกมองว่า “เชย” และเราก็เริ่มเห็นว่าคนรุ่นใหม่เริ่มหนีบทหนังสือพิมพ์ไปไหนต่อไหนน้อยลง แต่ในความคิดของ “เจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์” อย่างพวกเขาเหล่านี้ล่ะจะเป็นอย่างไร





● ปานบัว บุณปาน ไม่เชื่อโทษคุณ... ป่าต้องมีต้นไม้หลายพันธุ์

ถ้าการเปลี่ยนแปลงคือความ
ท้าทายแล้ว การที่จะคงอยู่ของสื่อ
กระแสหลักท่ามกลางกระแสเทคโนโลยี
ที่ทันสมัยแล้วเป็นการท้าทายยิ่งกว่า

“ปานบัว บุณปาน” บรรณาธิการ
บริหารสำนักพิมพ์มติชน และในฐานะ
คนรุ่นใหม่ของค่ายมติชนกรุ๊ป ให้ความ
เห็นต่อสื่อสิ่งพิมพ์ในปัจจุบันว่า สื่อ
สิ่งพิมพ์มีการเติบโตไปไกล กลายเป็น
ธุรกิจมากกว่าสมัยแรกๆ ที่เกิดขึ้นด้วย
อุดมการณ์หรือการรวมตัวกันของกลุ่ม
ปัญญาชน แต่ยุคนี้หนังสือพิมพ์เกิดขึ้น
ด้วยปัจจัยทางธุรกิจเป็นตัวสำคัญ อยู่
ด้วยดัชนีของการซื้อและโฆษณาในการ
กำหนดคอนเซ็ปต์หรือรูปแบบ นี่คือนิสัย
ที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน

แต่ในเรื่องของทิศทางข่าวหรือ
รูปแบบข่าวสารที่ดี ตรงนี้ยังแข่งกัน
น้อยไป การเจาะข่าวอ่อนลง กลายเป็น
ว่าแตะทุกเรื่อง แต่ละเรื่องตื้นๆ ไม่ลึก
ลึกเรื่อง ยิ่งนานมันยิ่งไม่เข้มข้น กลายเป็น
อาหารอ่อนๆ ถูกใจทุกคน แต่เมื่อ
มองกลับไปในยุคก่อนมันเข้มข้นกว่านี้มาก

แล้วก็มีหลักการหรือแนวคิดบางอย่างที่ทำให้เกิดรูปแบบทางความคิดได้ แต่วันนี้
เป็นแค่องค์ประกอบหนึ่งในชีวิตเพื่อความบันเทิง เฟลิดเฟลิน ก็เลยไม่รู้ว่่าหลายคน
จะนำอะไรจากหนังสือพิมพ์ไปใช้ได้หรือเปล่า หรือเอาไว้แค่ประกอบกับการคุยกับ
เพื่อน ... มันอึ้งขนาดนั้น

ทั้งนี้เป็นเพราะพฤติกรรมคนอ่าน คนเสพ คนทำ คงเปลี่ยนไป พฤติกรรมคน
ต้องบอกอย่างหนึ่งว่า มนุษย์ทั่วไปชอบอะไรง่าย ๆ เบาๆ จะจับติดได้ก่อน แต่ว่าจริง ๆ
คงเป็นหน้าที่คนทำที่ต้องไม่ยอม ที่ต้องหลอกล่ออะไรบางอย่าง แต่ก็คิดว่ามี
หลายสื่อที่เกิดขึ้นมาแล้วพยายามตอบสนองคนรุ่นใหม่มากเกินไป แต่ว่าไร้ทิศทาง
ถ้าจะทำหนังสือเพื่อตอบคนรุ่นใหม่ มันจะขาดจุดไปเลย เพราะคนรุ่นใหม่เปลี่ยน
ทุกวัน อาทิตย์หน้าก็เปลี่ยนแล้ว ชอบร้านอื่น ชอบแต่งตัวแบบอื่น แล้วคนสมัยนี้
เปลี่ยนง่าย ความสนใจสั้น คือถ้าเป็นอย่างนั้น มองว่าก็ต้องเปลี่ยนกันเรื่อยไป

สวนกระแสได้ ถ้าทำเป็น

เมื่อถามว่าถ้ายึดหลักของตัวเองแล้วสวนกระแสจะขายได้หรือไม่ คุณปานบัว
กล่าวว่า “มันอยู่ที่รูปแบบ แน่แน่นอนว่าจะต้องมีจุดขายของมัน เราจะต้องดึงคน และ
ต้องมีลิ้งค์กันบางอย่าง อาจจะต้องให้บางรุ่น/บางคนที่มีความเข้าใจพอสมควร เป็น
คนพูดในประเด็นที่เราเชื่อและคิดว่าเป็นประเด็นที่สำคัญเราเลือกโมเดลสักตัวลงไปพูด
ลงไปใช้ในการเชื่อม เหมือนกับว่าในแง่ภาคธุรกิจก็คงมองหารุ่นต่อไป รุ่นทายาทเลย
เพราะเป็นรุ่นต่อไปที่ต้องเป็นคนกำหนดอนาคตวันข้างหน้า ขณะที่รุ่นพ่อคือรากฐาน
ทุกคนจะพูดรากฐานหมดแล้ว แต่อนาคตมันพูดยาก เพราะว่ารุ่นทายาทเอาเข้าจริง
ก็บอกอนาคตไม่ได้ แค่นี้ถึงภาระสานต่อก็เกิดขึ้นแล้ว (หัวเราะ) ไม่สามารถบอก
ในระยะยาวได้

คนอาจจะบอกว่า ข้อดีก็คือเราสืบต่อ แต่มันคือโจทย์ที่ยากที่สุดในการสืบต่อ
แล้วไปให้ได้ ตรงนี้เป็นความน่าสนใจ ที่บางที่เราเอาคำถามเดิมๆ แก่นที่เราสนใจ
แต่ถามคนรุ่นใหม่บ้าง เพราะไม่เช่นนั้นรุ่นใหม่เขาจะเจอคำถามง่ายๆ อย่างเช่น เขาคิด
เห็นยังงัยกับประเด็นนี้ คือ ประเด็นที่มันหลอกๆ เหมือนคำถามนี้ถามตั้งแต่นัก
ธุรกิจรุ่นใหม่จนถึงดารารุ่นล่าสุด แล้วก็ไปถามดาวยั่ว ถามเด็กมัธยมฯ ทำไมเป็น
คำถามเดียวกัน

ในฐานะถ้าเราทำสื่อ เราคงจะต้องคัดเลือกประเด็นให้ใช้ได้กับบุคคลกลุ่มนั้น
กลุ่มนี้ คือใช้พวกเขาให้เป็นกลไกที่มีประโยชน์ในการส่งต่อข่าวสาร เชื่อว่าทุกคน
ต้องมีความคิดเห็นที่ดี เพราะถือว่ารุ่นเราได้เปรียบในเรื่องการศึกษา ทุกคนรู้ 2 ภาษา
อย่างต่ำ การรู้ 2 ภาษาหมายความว่า คุณต้องรู้ข้อมูลข่าวสารมากกว่า ส่วนตั้งใจ
หรือไม่ตั้งใจก็รู้มากกว่า เพราะฉะนั้นถ้าเราตั้งคำถามยากๆ เพราะเชื่อว่าตอบได้

ดังนั้นในแง่ที่ว่าสวนกระแสหรือไม่ มันอยู่ที่เทคนิค เป็นหมายความว่าในเชิงเทคนิค
เพราะสิ่งปรับได้ง่ายก็คือเรื่องของเทคนิค ไม่ว่าจะปรับรูปแบบที่เขานิยมกัน มันก็
เหมือนกับเสื้อผ้า ชอบหรือไม่ชอบเราเลยเปลี่ยนเลย บางที่เราไม่ได้ตามกระแสด้วย
ซ้ำ เพียงแต่ว่ามันก็เป็นไปเอง เหมือนกับอาหาร ใครกินอะไรเรากินด้วย ไม่ได้ขัด
แย้งกับใครเขา

หนังสือพิมพ์ก็คงจะเหมือนสินค้าทุกอย่างในท้องตลาดซึ่งนี้ไม่ได้ เพราะต้อง
ปรับไปเรื่อยๆ ตั้งแต่ลักษณะ พัฒนาการ ฟอนต์ หน้า โทนสี เพราะว่าในเชิง



อุตสาหกรรมกระดาษยังปรับมาตั้งเยอะ การพิมพ์ก็ปรับเยอะ รูปแบบเป็นสิ่งที่เราปรับได้ แต่ว่าจุดยืนไม่ต้องปรับ จุดยืนใช้เหมือนเดิม เพราะจุดยืนนั่นคือจุดยืนที่เราใช้ เหมือนกระดูกสันหลัง แต่จะทำผม แต่งเล็บยังงี้ก็ได้

อีกเรื่องที่น่าสนใจก็คือ สมัยนี้คนอ่านหนังสือน้อยลง เวลาอ่านสั้นลง คืออาจจะเปิดผ่านๆ ฉะนั้นคอลัมนิสต์ที่แข็งในการวิเคราะห์ต้องมี ต้องสามารถสรุปประมวลให้ได้ เหมือนวิตามิน เดียวนี้ต้องเป็นวิตามินรวม คนสมัยนี้เป็นอะไรก็ไม่ทราบ จะให้กินอาหารครบ 5 หมู่ยากมากเลย แต่ถ้าบอกว่าเอาวิตามินรวมวันละเม็ดหลังอาหาร กินนะ...สามารถ

ก็เลยรู้สึกว่าต้องทำขนาดนั้น แต่ถ้ามองว่ามันสนุกก็สนุก ก็ต้องลองดูว่า จะเอาอย่างไรกับคนรุ่นนี้ดี แต่เชื่อว่า ถ้าสิ่งที่เรานำเสนอมันสำคัญ แล้วจำเป็นและเป็นสาระกับเขา มันเกี่ยวกับเขา ยังไงเขาก็ขาดไม่ได้ ยังไงก็ต้องติดตามอ่าน และก็ต้องยื่นหยัดในข้อเท็จจริง ความถูกต้องของเนื้อหาข่าวด้วย

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

แค่ไอศกรีม...ไม่ใช่เมนูหลัก

ถ้ามองอีกซอต กรณีสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ถือเป็นคู่แข่งหรือไม่ คุณปานบัวกล่าว “คิดว่าไม่แย่ง แต่มันเป็นทางเลือกที่เพิ่มขึ้นสำหรับเรา ทุกวันนี้คนไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง แต่คนที่อ่านหนังสือพิมพ์แล้วรับ massage ต่างหาก แล้วก็เล่นอินเทอร์เน็ตด้วย เสริมเข้าไปอีกในประเด็นที่อยากติดตามอีกนิดนึง อยากรู้แล้วว่ามันน่าสนใจเขาจะว่ายังไง แต่ไม่ได้หมายความว่าเราจะลิมกินอาหารหลักของเรา แต่สิ่งที่เสริมมาเหมือนกับเรากินไอศกรีม อย่างเอสเอ็มเอส คือ ไอศกรีมของเรา ถ้าอยู่ดีๆ ไม่มีมันก็แปลก บนโต๊ะอาหาร มือถือก็

กะพริบๆ (หัวเราะ) รู้สึกมันก็ไม่ได้มีอะไรเร่งด่วนสักอย่างเลยนะในแต่ละเรื่อง ที่ส่งมา และมันก็ไม่ได้เป็นขยะ เพียงแต่ว่ามันไม่ได้ประเด็น มันไม่ได้แหลมคมเท่ากับหนังสือพิมพ์ เพราะยังเชื่อมั่นในการเขียนมากกว่าการสื่อสารแบบอื่น เพราะการพูดก็บิดเบือน วิหุขบิดเบือน โทรทัศน์ก็เลือกนำเสนอได้ แล้วยิ่งสดยิ่งพลาดง่าย ยิ่งเร็วยิ่งด่วนยิ่งเสีงง่าย มันบิดเบือนไปในกระบวนไ้โดยที่ไม่รู้ตัว แต่ว่าการเขียนมันกลั่นกรองก่อน เพราะกว่าที่ทุกคนจะเขียนได้ต้องคิดเยอะ ยังงี้ก็เชื่อว่าเป็นที่สุดสื่อต่างๆ ไม่ว่าจะอินเทอร์เน็ต เอสเอ็มเอส หรือโทรทัศน์ รายการข่าว ก็ล้วนยืนอยู่บนพื้นฐานจากการอ่านหนังสือพิมพ์ก่อน

เขายังไม่ได้หาข่าวกันได้ เขายังไม่ใช่ นักข่าวเอสเอ็มเอส นักข่าวอินเทอร์เน็ต ยังไม่ใช่ เขายังเป็นในเชิงเทคนิค แต่อ้างอิงอยู่บนพื้นฐานของนักข่าวที่เป็น journalist ในทุกๆ วัน เชื่อว่าทุกคนต้องจับประเด็นจากหนังสือพิมพ์ก่อน

และมองว่าหนังสือพิมพ์ไทยยังไม่ต้องแฉเหมือนในเมืองนอก อย่างสมัยที่วิหุขเริ่มใหม่ๆ คนทำหนังสือพิมพ์ก็กลัวไปรอบหนึ่งแล้ว พอทีวีเกิด ก็กลัวๆ ตายแน่นอน พออินเทอร์เน็ต ไอ้โฮ! มีการถกเถียงกันเลย มันต้องไม่รอดภายในกี่ปี แต่แล้วมันก็รอด ตอนนี้เราอาจจะกลัวอินเทอร์เน็ต ล่าสุดเราอาจจะกลัวเอสเอ็มเอส แต่คิดว่ามันคือทางที่เสริมขึ้นมา เหมือนว่าประเทศใหญ่ขึ้น มีถนนหลักก็ต้องมีซอยย่อย มีทางลัด แต่มันไม่มีทางจะเป็นสายหลัก สมมุติว่าในระยะที่ตัวเองมองเห็น เชื่อว่าหนังสือพิมพ์ยังอยู่อีกนาน ยังไม่เปลี่ยนอย่างที่คุณคนกลัวกัน

อีกอย่างเชื่อว่า ในโลกมันมีความผันผวน ซึ่งถ้าเรายึดติดกับอะไรที่เป็นอิเล็กทรอนิกส์มากๆ เวลามันล้มมันจะไปทั้งหมดเหมือนกัน ฉะนั้นยังเชื่ออยู่ในเรื่องของการเขียนและการอ่านแบบสัญชาตญาณมนุษย์นะ เชื่อว่ามันถาวรสุด และมองเป็นเรื่องสนุกท้าทายมากกว่า ที่ว่า เอ๊ะ! จะหลอกล่อคนอ่านยังไงดี เหมือนเราทำหนังสือเล่มหนึ่ง หลอกด้วยปกเลยนะ แต่จริงๆ เนื้อหาหนักมากเลย ชื่อปกไปเก็บก็ได้ไม่เป็นไร แล้ววันหนึ่งเขาก็อ่านเอง ชอบใช้มัย ชอบก็ซื้อไปก่อนเลย

ไม่เชื่อไทคุณ...ป่าต้องมีต้นไม้หลายพันธุ์

เมื่อถามว่า ถ้าอย่างนั้นแนวทางของมติชนก็ยังไม่หันไปจับสื่อชนิดอื่นนอกจากสื่อสิ่งพิมพ์ คุณปานบัวกล่าวว่า “ใช่ เพราะ 1. ไม่เชื่อในเรื่องของการเป็นไทคุณ ไม่เชื่อการเป็นเจ้าของอาณาจักร หมายความว่าป่านี้เราจะใหญ่คนเดียว เย็นไม่เชื่อ





แต่เข็นเชื่อว่าในป่าต้องมีต้นไม้หลายพันธุ์ มีสัตว์ทั้งใหญ่ทั้งเล็ก มันถึงจะสมดุลกัน ตามภาวะธรรมชาติ ฉะนั้นในความเป็นจริง สิ่งสะท้อนกลับมาก็คือ ไม่มีใครเก่ง เป็นใหญ่และครอบคลุมได้ทั้งระบบ แล้วทุกคนที่พยายามทำก็ล้มเหลวทั้งนั้น

เหมือนโมเดลแบบเศรษฐกิจอเมริกัน ที่พยายามจะครอบงำทุกอย่าง แต่มองว่ายิ่งครอบงำทุกอย่างมันยิ่งแคบลง หลายคนทำอย่างนั้นยังแสดงความคับแคบออกมา แปลกใจมากๆ คือจุดประสงค์เพื่อจะกว้างขึ้นหรือเปล่า แต่จุดจบของมันคือ แคบลงทุกคน แล้วเส้นทางที่เคยใหญ่กลับตีบลงไปอีก

มองว่าในความเป็นจริง ทุกๆ วัน เราเป็นคนทำงาน เราจะรู้ว่ามีข้อบกพร่องที่ต้องแก้ คือถ้าแก้ได้ก็จะแก้ ถ้าเพิ่มคอลัมน์ได้ก็จะทำ ถ้าอินเทอร์เน็ตกว่านี้ได้ก็จะไป แค่อ่านตรงหน้า แค่นี้เป็นสิ่งพิมพ์หนังสือพิมพ์ก็คิดว่า เดี่ยวจะทำยังไงดี จะเอาภาษาแทรกมัย หรือจะเปิดพื้นที่ใหม่ขึ้นมาเลย มองว่าตัวหนังสือพิมพ์เองก็มีกลไก ที่มันยังพัฒนาได้อีก ที่ปรับเปลี่ยนได้อีก

“ก็เลยมีความเชื่อว่าถ้าเราจับอยู่ กับมัน มันก็มันด้วย เราก็กิน แล้วก็บอกว่าสื่อสิ่งพิมพ์กำลังจะตาย ยิ่งชอบใหญ่เลย มันทำทนาย อยากดูจริงๆ เพราะเขาก็พูดกันมานานมากแล้ว แล้วก็รู้สึกว่าในที่สุดคนเราต้องมีจุดเด่นหรือจุดแข็ง บางอย่าง แล้วก็มีความยืดหยุ่นบางอย่าง ก็ต้องยอมรับ

ดังนั้น ถ้าเรามี content หนังสือพิมพ์ที่แข็ง สื่อทีวีจะเข้ามาเอง เกมโชว์ช่วงหลังมาทั้งนั้น ขอ content ขอวิทยากร ขอคนเขียนหนังสือไปออก คือถ้าเรายืนหยัดในจุดแข็ง ทุกอย่างมันจะต้องโน้มเข้ามาหาเอง แล้วเราค่อยให้อันนั้นละศักดิ์ศรีเยอะกว่าอีก มาถามลึ เดี่ยวจะตอบให้ แต่ไม่ใช่จะลงไปปิดลู่

รู้สึกว่าการประมวลกันดูดีๆ คือในเมืองไทยจะโครมครามก็ช่วงตอนริเริ่ม แล้วเวลาปิดตัวก็เงียบกันทุกราย ก็จะไม่ค่อยมีใครเห็นสภาวะจริงๆ เกิดเท่าไรก็ดับเท่านั้น

ฉะนั้นถ้าวัดกันจริงๆ ว่าสื่อไหนไปทำโทรทัศน์แล้วล้มเหลวหรือประสบความสำเร็จ หรือสื่อโทรทัศน์กระโดดมาทำหนังสือแล้วประสบความสำเร็จจริงๆ ก็ราย ก็ยังไม่เห็นข้อมูล แม้กระทั่งที่บอกว่าเป็นเบสต์เซลเลอร์ ก็ไม่จริง ยังไม่มี

มองว่า ถูกแล้วที่ทุกคนรู้ว่าตัวเองทำอะไร ขอบเขตแค่ไหน เพราะว่าเราก็ต้องแบ่งพื้นที่ให้คนอื่นเขาด้วย พื้นที่ในโลกนี้มันจำกัด ทุกอย่างจำกัดหมด เพราะอย่างนั้นเป็นไปไม่ได้ที่เราจะยึดพื้นที่ให้กว้างที่สุด แล้วที่เหลือเขาจะอยู่ยังไง มันก็ไม่ได้ รู้สึกว่าต้องรู้จักบทบาทซึ่งกันและกัน แล้วก็เอื้อเพื่อซึ่งกันและกันดีที่สุด อะไรที่ช่วยกันได้ก็ช่วยกัน เพราะว่ามันต้องอยู่ร่วมกัน แต่ว่าจะไปแย่งเพราะว่าเขาดีกว่า ไม่เชื่อเช่นนั้น

ต้องมั่นคงในจุดยืน

ส่วนประเด็นที่มติชนถูกมองว่าอนุรักษ์นิยมนั้น คุณปานบัวกล่าวไว้ว่า อยากให้มองทั้งจุดดีและจุดด้อย ในจุดที่บอกว่าพัฒนาช้า ไม่ฉับไว หรือหลุดกระแสไปบ้าง แล้วกลายเป็นอะไรที่ขยับช้ามาก หรือบางข่าวทำไม่ไม่แตะ แต่อีกแง่หนึ่งคือ ลักษณะความเป็นสถาบัน ยกตัวอย่างในประเทศอังกฤษ ถ้าถามว่าเขาเปลี่ยนมัยไปกี่ปีก็ไม่เปลี่ยน แต่อยู่รอดตลอดมัย ก็รอด รากฐานแน่น ไม่หวั่นไหว ไม่สั่นไหว ก็อยากให้อยู่กับความเป็นจริงก็คือว่า ในทุกองค์กรรากฐานสำคัญที่สุด สมมติถ้าดิฉันเข้ามาแล้วไม่เข้าใจรากฐาน มาแต่งหน้าเค้กใหม่แบบสุดๆ แล้วถามว่าจะรอดมัย เป็นไปไม่ได้

ฉะนั้น ส่วนหนึ่งภูมิใจในจุดยืนที่เราเข้มแข็ง เราไม่เคยตื่นเต้นกับงานเลี้ยง ไหนทั้งสิ้น ไม่ว่าจะอาหารหรู อาหารบ้าน หรืออาหารแปลก เราก็กินไม่เคยกระโดดเข้าไป อย่างมากเราเดินดูแล้วก็วิเคราะห์ แล้วเราก็กินผ่านไป เจออีกวงแล้ว กวักมือเรียกเข้าไปอีกแล้ว

จริงๆ จุดนี้เป็นจุดที่ยาก แล้วที่วิพากษ์วิจารณ์กันมา ส่วนหนึ่งก็เพราะว่าทำกันไม่ได้ ไม่นิ่ง เพราะว่าใจคนไม่นิ่ง ถ้าโดยทั่วไปคนทั่วไปหวังว่าจะใหญ่กว่านี้ก็จะรวยกว่านี้ จะเป็นอย่างนี้เสมอ แต่ในที่สุดแล้ว กระทั่งหลักความคิดของโลก ยังต้องกลับมาที่เรื่องพอ เมื่อพอแล้วมันจะค่อยๆ ขยับไปตามสภาพความเป็นจริง อันนี้เป็นเหตุเป็นผลที่สุด

แต่ก็ทราบว่าคุณเราชอบอะไรที่เร็ว เห็นผลชัดๆ ให้บอกมาเรื่อยๆ ขอเป็นวิชั่น แต่เมื่อเรารู้ตรรกะของความเป็นจริงแล้ว เราจะไม่ค่อยหวั่นไหว และการเปลี่ยนแปลงที่เร็วในองค์กร มองว่านำมาซึ่งความไม่กลมเกลียว มันเหมือนกับต้องมีอคติคนมาชาวสักคน ซึ่งที่นี้ไม่มี แล้วก็รู้สึกว่าเราไปพร้อมกัน ที่เติบโตมาถึงทุกวันนี้ เพราะทุกคน ไม่ใช่ใครคนไหน คนนั้น อันนี้สำคัญ เป็นวัฒนธรรมองค์กรที่ไม่ทำให้ใครคนใดคนหนึ่งรู้สึกว่าฉันเก่ง

- @ -





● **เพ็ญ ฐิริปติภาน**
แทบลอยด์คือ
อนาคตหนังสือพิมพ์

“เพ็ญ ฐิริปติภาน” พญาไม้ แห่งบางกอกทูเดย์ให้ทัศนะว่า อีก 10 ปีข้างหน้า วงการสื่อจะพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว มีการเปลี่ยนแปลงมหาศาล เร็วจนคาดการณไม่ได้ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงที่จะอยู่ในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์

“เมื่อก่อนรูปจากเอพีต้องมีรถมอเตอร์ไซค์ขนส่งวิ่งไปตามโรงพิมพ์ต่างๆ ต้องสมัครสมาชิกเดือนละ 8 พันบาท เดือนละหมื่นเพื่อเอารูปเขา ทุกวันนี้กดจากเว็บไซต์ได้ทั่วโลก ดังนั้น 10 ปีข้างหน้าจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วมาก โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์”

อย่างไรก็ตาม ไซว่าสื่อสิ่งพิมพ์จะไม่มีพื้นที่ในอนาคตเอาเสียเลย เพ็ญ เชื่อว่า หนังสือพิมพ์ก็คือหนังสือพิมพ์ ยังยืนหยัดสามารถอยู่ได้ เพราะตราใบที่คนยังอ่านหนังสือ ขณะที่การเรียนการสอนก็ผ่านการอ่าน การฟัง ดังนั้นก่อนที่จะเข้าสู่ยุคอิเล็กทรอนิกส์ ก็ต้องผ่านกระบวนการเรียนรู้อย่างเดิมอยู่

แล้วหนังสือพิมพ์ก็ยังคงต้องอยู่ ไม่ว่าจะในประเทศที่เจริญแค่ไหน การพิมพ์และสื่อผ่านกระดาษก็ยังมิมีบทบาทอยู่ เพียงแต่ความสำคัญอาจลดน้อยลง แต่ก็ยังสำคัญอยู่

“มันจะเอื้อเพื่อกัน ในวันที่เราหาหนังสืออ่านไม่ได้ เราก็เปิดจากเว็บไซต์ แต่ถ้าเราอยู่ระหว่างการรอคอยในสถานที่ที่ไม่สะดวกต่อการใช้อุปกรณ์ หนังสือต่างๆ ก็ยังอยู่ในมือคน เพราะสิ่งที่อยู่ในคอมพิวเตอร์ มันให้รสชาติที่ไม่เหมือนกับการอ่านจากคอลัมน์ที่อยู่เต็มๆ ในหน้ากระดาษ มันให้ความสมบูรณ์ในการรับรู้มากกว่า ดังนั้นสื่อสิ่งพิมพ์ก็ยังมีอยู่ในโลกนี้ไม่ไปไหน”

เพ็ญ ยังทำนายว่า ในอนาคตหนังสือพิมพ์ไซซ์แทบลอยด์ จะเป็นไซซ์แห่งอนาคต ขณะที่หนังสือพิมพ์ไซซ์ใหญ่จะค่อยๆ จางหายไป เพราะในอนาคตระบบขนส่งมวลชนจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก การเดินทางไปยังรถไฟฟ้าที่มากขึ้นจะถูกทดแทนด้วยการอ่าน สื่อสิ่งพิมพ์ก็มีความสำคัญ เช่นเดียวกับในประเทศที่มีรถไฟใต้ดิน หรือในประเทศที่มีระบบขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ และหนังสือแทบลอยด์จะเกิดและจะเป็นอนาคตของสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะมันสามารถคลี่ได้เท่าขนาดตัวเราเอง ไม่ต้องไปบังหน้าคนข้างๆ

“วันหนึ่ง เมื่อคนส่วนใหญ่ใช้การอ่านหรือการรับรู้ข่าวสารระหว่างการเดินทางในพื้นที่จำกัด มันก็ต้องกลับมาสู่จุดของสื่อสิ่งพิมพ์ เมื่อมีการนำเสนอในสิ่งที่เหมาะสมกับพื้นที่ในการนำเสนอ เพราะแทบลอยด์คนอ่านที่ไหนก็ได้”

“ลองคิดดูว่า ถ้าวันหนึ่งคนกรุงเทพฯ มี 10 กว่าล้านคน ครึ่งหนึ่งไปไหนมาไหนด้วยรถเมล์หรือรถไฟฟ้าใต้ดิน เขาจะทดแทนเวลาที่สูญเสียด้วยการอ่าน เขาก็จะพึ่งหนังสือแทบลอยด์ ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์อาจต้องเสียค่าสมาชิก มันต้องเสียตั้งค์ทั้งนั้น จริงๆ ของฟรีไม่มีในโลก เพียงแต่เราจะจับมันตรงไหน หน้าเล็กลงค่าใช้จ่ายในการโฆษณาอิเล็กทรอนิกส์ด้วย”

เพ็ญบอกว่า รูปแบบสื่อสิ่งพิมพ์ในอนาคต อาจไม่มีความแตกต่างกันมากนัก แต่ขึ้นอยู่กับว่า คนทำหนังสือมีเป้าหมายเป็นของตนเองที่ชัดเจน คนทำหนังสือดาราที่ขายคนชอบอ่านดารา คนทำหนังสือพิมพ์การเมืองก็เพื่อคอกการเมือง รูปแบบจะอยู่ที่คนอ่านเป็นผู้เลือก

เช่นเดียวกับเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ที่เน้นเรื่องเฉพาะ จะอยู่ได้มากกว่าหนังสือพิมพ์ที่มีเนื้อหาหลากหลาย หนังสือพิมพ์ประเภทเปรอะไปหมดจะอยู่ลำบาก นอกจากจะใหญ่จริงอย่างไทยรัฐ เดลินิวส์ หรือมติชน

ส่วนหัวเล็กๆ ก็อยู่ในระหว่างปากกัดตีนถีบทั้งนั้น อยุ่ๆหายๆ ตามกำลังเงินนี้คือ อนาคตของหนังสือพิมพ์ไทย ในทัศนะของพญาไม้

- @ -



● **อดิศักดิ์ ลิมปรุ่งพัฒนกิจ**
เวลาของ น.ส.พ.
ใกล้หมดแล้ว
เนชั่น เชื่อเรื่อง นิวมิตเดีย

“อดิศักดิ์ ลิมปรุ่งพัฒนกิจ” กรรมการผู้จัดการ บริษัท บรอดแคสต์ติ้ง คอร์ปอเรชั่น จำกัด คือ ผู้บริหารสื่อมืออาชีพของเครือเดอะเนชั่น เป็นคนที่ทำสื่อมาอย่างยาวนาน จนสามารถมองอนาคตของสื่อหนังสือพิมพ์ได้อย่างชัดเจน ต่อไปนี้คือบทสัมภาษณ์ของอดิศักดิ์ ผู้บริหารสื่อชั้นนำของเมืองไทย ผู้มองอนาคตจากยอดดึกสูง

หนังสือพิมพ์กำลังจะตาย !!! ?

ในสายตาของผม สื่อสิ่งพิมพ์ไทย โดยเฉพาะกลุ่มใหญ่ๆ ยังมีการปรับตัวที่จะรับมือกับสื่อใหม่อย่าง “นิวมิตเดีย” หรือ “สื่อออนไลน์” น้อยเกินไป และเท่าที่จับดูตัวเลขสถานการณ์สื่อสิ่งพิมพ์ไทย ผมคิดว่ากำลังเริ่มมีปัญหาในแง่ของยอดคนอ่านและยอดรายได้จากการขายหนังสือ รวมถึงยอดรายได้จากการขายโฆษณา

ผมคิดว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ยอดพิมพ์ของหนังสือพิมพ์โดยเฉพาะรายวัน ไม่ได้เพิ่มขึ้นเลย นั่นหมายความว่า ยอดขายก็ไม่ได้เพิ่ม ทุกคนเหมือนอาจจะอยู่ในจุดอิมตัว นอกจากนี้คนหันไปหาสื่อใหม่ แต่ถ้าหากเทียบกันกับสื่ออย่างอินเทอร์เน็ต ที่สื่อหลักๆ ก็มีเว็บไซต์ จะเห็นว่ายอดคนอ่านเว็บไซต์ก้าวกระโดดในช่วง 3 ปีที่ผ่านมาอย่างมาก ผมว่าทุกฉบับขึ้นหมดเลย ในขณะที่รายได้จากการขายโฆษณาของสิ่งพิมพ์ หากดูจากเอชเอ็นเอสไลน์สำรวจ จะเห็นว่าโทรทัศน์อันดับหนึ่งอยู่แล้ว เค้กของโทรทัศน์ไม่เคยลดลงเลย อันดับสองคือสิ่งพิมพ์ แต่จะลดลงตลอด หรือถ้าไม่ลดลงก็เสมอตลอดเวลา แล้วก็ทีวี และก็สื่อกลางแจ้งหรือสื่อใหม่ๆ

จะสังเกตได้ชัดเจนว่า ยอดขายและยอดรายได้จากการขายโฆษณาหนังสือพิมพ์บ้านเราแทบจะไม่เพิ่มเลย ผมเชื่อว่าลดลงด้วยซ้ำ เพราะว่าการเก็บข้อมูลของหนังสือพิมพ์โฆษณาที่เอชเอ็นเอสไลน์เก็บ จะเห็นว่าหนังสือพิมพ์ก็พัฒนาเยอะ แต่ทำไมหนังสือพิมพ์ถึงบ่นว่าเริ่มขาดทุน ขณะเดียวกันต้นทุนก็สูงขึ้น ราคาน้ำมันช่วงปี 2 ปีที่ผ่านมาที่สูงมหาศาล เพราะต้นทุนน้ำมันเป็นต้นทุนใหญ่ของหนังสือพิมพ์ด้วย เพราะว่าต้องไปส่ง นี่คือปัญหา เพราะมันต้องส่งทุกวัน

ซึ่งสถานการณ์อย่างนี้ ประกอบกับมีสื่อใหม่ๆ อย่างอินเทอร์เน็ตเกิดขึ้น หรือวิทยุชุมชนต่างๆ ก็เลยทำให้ยอดหนังสือ รายได้จากการขายหนังสือพิมพ์จากการขายโฆษณาหดตัวลง และแทบจะไม่เพิ่มเลย คนอ่านหนังสือพิมพ์อาจจะอ่านจากฟอร์มอื่นใจ ไม่ได้อ่านจากฉบับพิมพ์ คืออ่านจากเว็บไซต์ ซึ่งก็คือข่าวจากหนังสือพิมพ์นั่นแหละ แทนที่จะรอถึงวันรุ่งขึ้นก็อ่านได้เลย

จริงๆ สถานการณ์อย่างนี้เกิดขึ้นแล้วในต่างประเทศ หนังสือพิมพ์ในสหรัฐอเมริกาเกือบทั้งหมดยอดขายลดลง รายได้ลดลง แล้วลดเยอะด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายได้ที่ธุรกิจหนังสือพิมพ์ในอเมริกาที่เคยได้มาๆ อย่างธุรกิจสมัครงาน ลดลงมากเลย เมืองไทยก็เห็น หนังสือพิมพ์ที่มีรายได้จากการโฆษณาหลายฉบับบางลงอย่างเห็นได้ชัด เพราะว่าคนที่สมัครงาน เขาก็ไปหางานบนอินเทอร์เน็ต

หรือคนที่โฆษณารับสมัครคน เขาก็โฆษณาบนอินเทอร์เน็ต เพราะบางทีโฆษณาฟรีด้วยซ้ำไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานประเภทที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์หรือไอที ผมคิดว่าแทบจะไม่มียอดหนังสือพิมพ์แล้ว อยู่ในอินเทอร์เน็ต แล้วมันก็ตรงกลุ่ม

ตรงนี้ผมจึงคิดว่า สถานการณ์หนังสือพิมพ์บ้านเรานั้นกำลังจะเป็นเทรนด์ที่เหมือนต่างประเทศ คือต่างประเทศเห็นอยู่แล้วที่ยอดขายหนังสือพิมพ์ลดลง รายได้ลดลง หรือบางทีก็ต้องลดขนาดลงเพื่อลดต้นทุน

บ้านเราผมคิดว่าแนวโน้มก็จะเป็นอย่างนี้ แล้วผมคิดว่าแนวโน้มนี้ก็จะเกิดขึ้นภายใน 2-3 ปีข้างหน้า ถ้ายังบอกว่าอีก 5 ปีข้างหน้า หากใครไม่ปรับตัว ผมคิดว่าลำบากมาก เพราะว่าอัตรายอดคนอ่านต่อสื่อใหม่ หรือคนใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นปีละประมาณ 1 ล้านคน ยอดหนังสือพิมพ์รวมกันทุกฉบับ ยกซ์ใหญ่ ยกซ์เล็กทั้งหลายไม่เกิน 2 ล้านฉบับต่อวัน

โอเค...ว่า อาจจะมีคนอ่านมากกว่า 2 ล้าน อันนั้นก็แล้วแต่ แต่ยอดการใช้ อินเทอร์เน็ต มันเพิ่มขึ้นปีละประมาณล้าน ตอนนี้มียอดประมาณ 10 ล้านคน ที่ใช้อินเทอร์เน็ต แล้วถ้าดูตัวเลขแล้ว 10 ล้านอาจจะเป็นคนใช้ แต่ที่ใช้ทุกวัน มีสถิติจากทริวิต จะประมาณ 2 ล้านจอคอมพิวเตอร์ที่คนเชื่อมเข้าอินเทอร์เน็ต



นั่นแสดงว่ามันเท่ากันแล้ว ยอดหนังสือพิมพ์รวมกันทุกฉบับประมาณ 2 ล้าน กับยอดคนที่ใช้อินเทอร์เน็ต โดยที่ใช้คอมพิวเตอร์ประมาณ 2 ล้าน ตัวเลขนี้เป็นตัวเลขที่มีหลักฐานยืนยัน แล้วมันเพิ่มขึ้นทุกปี ฉะนั้นผมคิดว่าในที่สุดแล้ว หนังสือพิมพ์ก็ต้องปรับตัว โดยเฉพาะกับกลุ่มคนรุ่นใหม่ๆ ที่อ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง นี่คือนักข่าวที่นำห่วงถ้าหากว่าคนในวงการหนังสือพิมพ์ยังคิดว่าคนไทยเข้าถึงอินเทอร์เน็ตน้อย แต่ผมคิดว่าอัตราเพิ่มมันเร็ว โดยเฉพาะในเมือง มันเร็วมาก

การปรับตัวอาจจะมีหลายแนวความคิด หนังสือพิมพ์บางจำพวก อยู่ในเมืองนอกเขาก็อยู่กับสื่อใหม่อย่างอินเทอร์เน็ตเลย ก็คือ ทหารายได้จากอินเทอร์เน็ตด้วย เอาแค่ว่ารายได้รวมไม่ลดลง เพราะผมคิดว่ามันหนีไม่พ้นที่ว่าสื่อใหม่มันจะมาแย่งคนอ่าน หนังสือพิมพ์ทางรอดผมดูแล้วแทบจะ....คือมันหนีไม่พ้นหรอกที่จะต้องอยู่กับมัน คืออย่าไปกลัวมัน

เพราะผมคิดว่าหนังสือพิมพ์ยังมีข้อดีคือ เป็นผู้ผลิตเนื้อหา แต่สื่ออินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ไม่ได้ผลิตเนื้อหาเอง แล้วในที่สุดสื่ออินเทอร์เน็ตที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่ ถ้าไม่นับสื่อประเภทที่เป็นวัยรุ่น คือหนังสือพิมพ์ที่มีเว็บไซต์เป็นคอนเทนต์ของตัวเองจะอยู่ได้ เพราะในอนาคตเว็บไซต์ก็ต้องหารายได้ ซึ่งทุกวันนี้ก็มีอยู่นี่คือสิ่งที่เราต้องปรับตัว

เราต้องยอมรับความจริงว่าหนังสือพิมพ์มันจะไม่โตขึ้นมาอีกแล้ว แล้วคนลงโฆษณา ก็จะลงหลายๆ ที่ ไม่ใช่ลงเฉพาะหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าหากต้องการเข้าถึงคนรุ่นใหม่ เพราะคนใช้อินเทอร์เน็ตอายุระหว่าง 25-40 มีถึง 50 เปอร์เซ็นต์ของผู้ใช้ทั้งหมด นี่คือนักข่าวที่หนีไม่พ้นซึ่งหนังสือพิมพ์ต้อง

ปรับตัว เพียงแต่ปรับตัวในเชิงธุรกิจก็อีกแบบหนึ่ง ปรับตัวในเชิงนักข่าวก็อีกแบบหนึ่ง ปรับตัวในเชิงนักธุรกิจที่เป็นเจ้าของกิจการเขาก็ต้องดูว่าจะอะไรที่มันสามารถลดต้นทุนได้ก็ต้องลด หรือการเข้าไปในสื่อใหม่ๆ

ถึงเวลาต้องสร้าง “มัลติมีเดีย เจอร์นลลิสต์”

ในฐานะนักข่าว นักวิชาชีพที่ทำงานข่าว ผมคิดว่าถึงเวลาที่ต้องปรับตัวที่จะต้องเรียนรู้อยู่กับสื่อใหม่ๆ เพราะในที่สุดแล้วคนอ่านหรือประชาชนจะกลายเป็นนักข่าว คือตอนนี้มันมีแนวโน้มใหม่ของโลก คือเป็น “Citizen Reporter”

คือนักข่าวชาวบ้านหรือนักข่าวอาสา ซึ่งกระแสนี้มันเกิดขึ้นมาโดยเฉพาะในเกาหลี เว็บไซต์ “โอมายด์นิวส์” เป็นเว็บไซต์ที่มีนักข่าว Citizen Reporter 3 หมื่นกว่าคน ส่งข่าวเข้ามาทุกวันบนเว็บไซต์ แต่กองบรรณาธิการของเขามีประมาณ 40 คนเอง แล้วเขาใช้วิธี Citizen Reporter โดยให้คนเลือกข่าว สนใจข่าวไหนก็นำขึ้นมาอยู่หน้าแรกของเว็บ

การเลือกตั้งประธานาธิบดีเกาหลีใต้หลังสุด เว็บไซต์นี้เป็นตัวที่ช่วยกระพือส่งข่าว สร้างคะแนนเสียงขึ้นมาอย่างมาก หรือเหตุการณ์ระเบิดรถไฟใต้ดินที่ลอนดอนนั้นเป็นตัวอย่งที่ชัดเจนที่สุดของ Citizen Reporter คือ นักข่าวปกติไม่สามารถถ่ายภาพได้เลย เพราะตำรวจเขากันหมด แต่ภาพที่บีบีซีนำมาขึ้นบนเว็บไซต์ เป็นพันๆ ภาพ มาจากประชาชน ในฐานะคนที่นักข่าวต้องคิดเรื่องนี้นะว่า อีกหน่อยถ้าพวกเราไม่ปรับตัว....ตายนะ (หัวเราะ)

เพราะบีบีซีเอาภาพเป็นพันๆ ภาพจากกล้องมือถือ กล้องดิจิทัลต่างๆ มาเล่นลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ด้วย แต่นักข่าวจริงไม่มีครับ นี่คือนักข่าวแล้วในที่สุดแล้วผมคิดว่าชาวบ้านเขาก็ต้องการนำเสนอข่าวของตัวเอง หรือแม้กระทั่งเขาอาจจะติดต่อกับนักข่าวด้วยตัวเอง เขาเป็นนักข่าวด้วย สร้างข่าวของเขาเอง มีบล็อกมีเว็บไซต์

ซึ่งในแง่ของคนทำข่าวก็จะมียิบลือกเป็นส่วนตัว นักข่าวสามารถสื่อสารกับคนอ่านได้โดยไม่ต้องผ่านบรรณาธิการ ไม่ต้องผ่านหัวหน้าข่าว เขาสามารถเขียน





อะไรที่มันนอกเหนือจากที่ลงตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ แล้วสื่อสารกับชาวบ้านโดยตรงได้ ชาวบ้านก็สามารถทำตัวเป็นนักข่าวได้ เปิดบล็อกของตัวเองขึ้นมา

บล็อกนี้เหมือนเป็นบ้านของตัวเอง เว็บไซต์เหมือนเป็นห้างฯ เข้าไปทำอะไรก็ไม่ได้ แค่อุส่วนใหญ่ แต่บล็อกเหมือนเป็นบ้าน เราอยากเอาข่าวอะไรใส่ เราอยากเขียนข่าวให้คนอื่นอ่านก็ได้ นี่คือ Citizen Reporter ซึ่งในที่สุด นักข่าวก็ต้องปรับตัว มิฉะนั้นถ้าคุณคิดว่าคุณจะทำข่าวเพื่อลงหนังสือพิมพ์อย่างเดียว ผมเชื่อว่าตายแน่นอน ยกเว้นว่าคุณมีความสามารถพิเศษจริงๆ

เพราะประชาชนต้องการข่าวเร็ว ข่าวทันที ข่าวผ่านมือถือ ซึ่งนักข่าวก็ต้องปรับตัวให้เป็น “มัลติมีเดียเจอร์นัลลิสต์” เราอาจคิดว่าเมืองนอกเป็นอย่างนั้น แต่เราไม่เป็น ใครจะเชื่อว่าการใช้อินเทอร์เน็ตของเราเติบโตจากหลักสิบเดียวถึงล้าน ก็ถือว่าเยอะแล้ว

ใครจะเชื่อว่ามือถือจากหลักล้านต้นๆ เดี่ยวนี้คนใช้มือถือ 30 ล้านเลขหมาย ก็ถือว่าเติบโตเร็วมาก เกือบ 50 เปอร์เซ็นต์ของประชากร ใครจะเชื่อก็ไม่มีใครเชื่อ แล้วมันก็มา แต่มันจะมาช้ามาเร็ว มันขึ้นอยู่กับอินฟราสตรักเจอร์

ของบ้านเรา อย่างอินเทอร์เน็ต บ้านเราอาจจะยังมีปัญหาในเรื่องของโครงข่ายความเร็วมันช้า คนก็ใช้น้อย แต่ในที่สุดแล้วการแข่งขันของโอเปอเรเตอร์ทางด้านโทรคมนาคม มันก็จะมาทางด้านไฮสปีดหมด จะเห็นว่าเดี๋ยวนี้ใครๆ ก็ไฮสปีด มือถือที่เป็นไวร์เลส ก็จะเป็นแบบบรอดแบนด์ ไวร์เลส เป็น 3 จี อะไรต่างๆ ถ้าพวกนี้มาแล้วเนี่ย ผมคิดว่าอะไรๆ ก็จะไปเปลี่ยนหมดนะ

ที่บอกว่าเป็นไปไม่ได้หรอก เป็นไปได้ทั้งนั้น ผมเชื่อว่าเป็นไปได้ อย่างอเมริกา เคเบิลทีวีก็เป็นที่เข้าถึงมากกว่าฟรีทีวี เข้าถึงชุมชนด้วย บ้านเราก็เห็นแนวโน้ม 2-3 ปีที่ผ่านมา เคเบิลทีวีก็มีความสำคัญขึ้นมาก ผมเชื่อว่าถ้าคุณไปถามนักธุรกิจหรือคนที่ทำงานออฟฟิศ การอ่านหนังสือพิมพ์จะน้อยลงเรื่อยๆ เพราะเขาอ่านข่าวจากอินเทอร์เน็ตในระหว่างที่เขาทำงาน

ฉะนั้นที่บอกเรื่องนักข่าวอาสา ในอนาคตมันก็จะเกิดขึ้น เพราะว่าเมื่อโทรศัพท์มือถือมันสามารถเป็นได้ทั้งมือถือ เป็นได้ทั้งกล้องถ่ายภาพ เป็นได้ทั้งคอมพิวเตอร์ เป็นได้ทุกอย่าง ชุมชนพวกนี้ก็จะค่อยๆ เกิดขึ้นโดยอัตโนมัติ

ทำไมค่ายเพลงอย่าง “อาร์เอส” เลิกขายแผ่นซีดีแล้ว แต่ทำเป็นดิจิตอลอย่างเดียว นักร้องของเขายังเป็นดิจิตอลเลย ไม่มีตัวตนจริง แต่เขาได้กำไรมากกว่า นักร้องจริง เพราะนักร้องจริงมีความเสี่ยงมาก นี่คือทางด้านบันเทิง

แล้วถ้าหากว่าโครงข่ายโทรศัพท์มันเปลี่ยนเป็น 3 จี เป็นบรอดแบนด์มากขึ้นๆ พวกที่เป็นคอนเทนต์ที่เป็นดิจิตอล ที่เป็นภาพเคลื่อนไหว มันจะเฟื่องฟูเลย แล้วคนอ่านหนังสือพิมพ์ก็จะน้อยลงอีก หรือไม่หนังสือพิมพ์ก็ต้องไปอยู่ในฟอร์มของดิจิตอล ที่เป็นกระดาษจะน้อยลง ยิ่งไงก็น้อยลง

แล้วการแข่งขันทางด้านธุรกิจโทรคมนาคม จะทำให้เกิดปรากฏการณ์ให้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ต เข้าถึงนิวมีเดียใหม่ๆ มากขึ้น เร็วขึ้น อย่างที่ผมบอกว่าคุณเข้าใช้อินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นปีละ 1 ล้านคน ซึ่งหนังสือพิมพ์ทำไม่ได้เลย นี่คือสิ่งที่คนในวงการหนังสือพิมพ์ต้องมาดู ซึ่งแนวโน้มของต่างประเทศเราเอามาศึกษาได้ เพราะของเราต้องเป็นอย่างนั้น แต่จะช้าหรือเร็วเท่านั้นเอง และจะเดินหน้าอย่างไรก็อยู่ที่ความเชื่อของผู้บริหารหนังสือพิมพ์ของแต่ละองค์กร

เรามีความเชื่อเรื่อง “นิวมีเดีย”

อย่างเนชั่น เรามีความเชื่อเรื่อง “นิวมีเดีย” ฉะนั้นเราจึงมาทางมัลติมีเดียมาตั้งนานแล้ว แล้วปัจจุบันถ้าจะลงทุนแทนพิมพ์ บอร์ดจะไม่อนุมัติเลย หยุดเลย แต่ถ้าลงทุนทางด้านนิวมีเดีย ด้านฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ โอเค เพราะคิดว่าหนังสือพิมพ์มันถึงจุดที่เดินต่อไปไม่ได้

หรือบางทีถ้าหนังสือพิมพ์แจกฟรีก็อาจจะไม่มีคนเอาก็ได้ ไม่มีประโยชน์ที่จะแจกฟรี เพราะเขาสามารถดูบนเว็บไซต์ได้ หรือหนังสือพิมพ์อาจจะกลายเป็นแผ่นที่ไม่ต้องไปพิมพ์ทุกวัน แต่ดาวนโหลดข้อมูลมาเลยทางสายโทรศัพท์ พลิกดูได้เลย ถือไปไหนก็ได้

แต่ทุกวันนี้คนก็อ่านข่าวของหนังสือพิมพ์บนเว็บไซต์มาก มากจนเราใช้เวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์ที่เป็นปริ้นต์น้อยลง ยกเว้นชาวบ้านที่ยังเข้าไม่ถึงอินเทอร์เน็ต แต่คนที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตแล้ว ชั่วโมงของการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง ชั่วโมงของการอ่านข่าวบนเว็บไซต์มาก มากกว่าแน่นอนเลย รับรอง



ยิ่งในเมือง ผมคิดว่า การเปลี่ยนแปลงนี้จะเกิดขึ้นเร็ว ผมว่าภายใน 2-3 ปีข้างหน้า เพราะช่วงนี้เป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อของโครงข่ายโทรศัพท์ที่จะมีการเปลี่ยนแปลง เราดูโทรศัพท์จากมือถือได้ อย่างนี้ผมคิดว่าหนังสือพิมพ์ยิ่งกระทบใหญ่เลย เพราะมันจะสะดวกกว่าหนังสือพิมพ์เยอะ ไม่เปื้อนมือ ดูย้อนหลังก็ได้หมด หนังสือพิมพ์ไอโห! กองอยู่รกบ้าน มันมาแน่นอน คือผมเชื่ออย่างรุนแรงว่ามันมาเร็วแน่ (หัวเราะ)

เนชั่นเอง เราทำเรื่องมัลติมีเดียมาโดยตลอด อย่างเรื่องเว็บไซต์เราก็ทำมาตลอดตั้งแต่ต้นๆ หนังสือพิมพ์ทุกฉบับของเรามีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง กระทั่งเนชั่นสุดสัปดาห์ก็มี แล้วเราก็จัดองค์กรข่าว มีลักษณะเป็นสำนักข่าวเนชั่นคือใช้ข่าวกลางรวมกัน ซึ่งนักข่าวผลิตข่าวลงมาอยู่ในตะกร้าข่าว สื่อแต่ละฉบับเอามาใช้ได้

แล้วเราก็พยายามฝึกนักข่าวของเราให้เป็น “มัลติมีเดีย เจอร์นอลลิสต์” คือแทนที่คุณจะเขียนข่าวส่งหนังสือพิมพ์อย่างเดียว แต่คุณจะต้องรายงานวิทยุได้ เขียนสั้นๆ เป็น **breaking news** ออกทางมือถือได้ หรืออย่างน้อยต้องถ่ายภาพได้ เพราะว่าในที่สุดกล้องที่ติดมากับโทรศัพท์ มันก็จะมีคุณภาพสูงพอที่สามารถตีพิมพ์ได้ นักข่าวเป็นได้ทุกอย่างช่างภาพก็เหมือนกัน

เพราะถ้าไม่ทำอย่างนี้ Citizen Reporter ก็จะมาแทนพวกคุณ แล้วเราก็ปรับองค์กร ทำอะไรพวกนี้เยอะ แล้วเราก็ตั้งเป็นยูนิตนิตขึ้นมายูนิตนิตเลย เป็นทีมนิวมมีเดีย คือมีหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้คนของเราให้เข้าใจ อย่างน้อยให้เขาเข้าใจและตระหนักว่าสื่อสิ่งพิมพ์มันหมดสมัยแล้ว ถ้าคุณไม่ปรับตัว คุณตายตายอย่างเดียว เราจึงมียูนิตนิตนี้

เราพยายามป้อนข้อมูลของต่างประเทศว่าเป็นยังไง ของเราเป็นยังไง ทั้งอบรมจัดเวิร์กชอป เปิดเป็นบล็อกเพื่อให้ทุกคนเข้าไปเปิดอ่านอัปเดตข่าวพวกนิวมมีเดียของต่างประเทศได้ อย่างน้อยระหว่างนี้ก็ทำมาหลายเดือนแล้ว เพื่อให้ทุกคนได้ตระหนักว่า เราต้องปรับตัวนะ

อาจเป็นเรื่องยาก แต่ถ้าเขาเข้าใจแล้ว ผมคิดว่าง่ายที่เราจะเดินไปข้างหน้า หรือรับมือกับนิวมมีเดีย นอกจากนี้เรายังมีอีกทีมคือ มีหน้าที่พัฒนานิวมมีเดียใหม่ๆ ให้มันมีอินเตอร์แอ็กทีฟกับคนมากขึ้น ก็พยายามทำ พยายามทดลองกับนักข่าวบางทีมที่สามารถถ่ายได้ทั้งกล้องธรรมดา กล้องมือถือ ส่งข่าวส่งภาพทางอินเทอร์เน็ต เราก็พยายามพัฒนานักข่าวของเราตรงนี้ทั้งหมดเลย ซึ่งนักข่าวของเราประมาณ 90 เปอร์เซนต์เป็นหนังสือพิมพ์ แต่เราก็บอกว่าเขาต้องเปลี่ยนตัวเองนะ จากนักข่าวหนังสือพิมพ์เป็นนักข่าวที่เป็นมัลติมีเดีย

อย่างน้อยต้องทำให้ข่าวที่เขาทำมาได้มันอยู่ในฟอร์มของดิจิทัลให้มาก เพราะถ้าเป็นดิจิทัลบีบ มันสามารถเอาไปทำอย่างอื่นได้ แต่ไม่ใช่เรื่องง่าย เริ่มจากเปลี่ยนทัศนคติ เปลี่ยนนิสัย แล้วก็ต้องรู้ว่าพวกคุณตายแน่ เอาตัวอย่างของต่างประเทศมาให้ดูว่าหนังสือพิมพ์ต่างประเทศฉบับนี้มันเอาคนออกจากงานเลย (นะ) ทำหลายอย่างมาก

ตอนนี้เราเหมือนรณรงค์ในออฟฟิศเลยนะว่า ยุคของหนังสือพิมพ์มันใกล้จะหมดแล้ว มันอาจจะไม่ตายไปหรอก แต่ว่ามันไม่โตแล้ว แล้วถ้าคุณจะไปสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ คุณสื่อสารบนสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ได้ แล้วเราก็รณรงค์ภายในกองบรรณาธิการ ฝ่ายขายด้วย โฆษณาด้วย ให้เขารู้ว่าหันตภัยมันมาแล้วนะ โดยเฉพาะอย่างทีมขายโฆษณาด้วย ซึ่งชัดเจนว่าของเราก็ตก ถึงเราไม่ตกเราก็ต้องออกแรงมากกว่าปกติแต่ได้รายได้เท่าเดิม

คนของเราเครียดมากขึ้น แต่เป้าหมายของเราคือ ถ้าสามารถทำให้เราอยู่กับมันได้ เพราะยังไงเราคิดว่าจุดแข็งของเนชั่นคือ คอนเทนต์โปรดิวเตอร์ มันจะออกไปสื่อไหนก็แล้วแต่ แต่เราต้องเข้าใจตัวเองก่อนว่า เราอย่าไปยึดติดกับสื่อสิ่งพิมพ์อย่างเดียว ต้องไปทุกสื่อ ทั้งนักข่าว คนขายโฆษณา ต้องคิดไปในทางเดียวกัน

- @ -





● พัฒนพงศ์ จันทรานนท์ หนังสือพิมพ์ ต้องสร้างแบรนด์

“พัฒนพงศ์ จันทรานนท์”

บรรณาธิการหนังสือพิมพ์บางกอกโพสต์ ซึ่งถือว่าเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาอังกฤษของไทยที่มีอายุเก่าแก่ที่สุดฉบับหนึ่ง ได้เปิดเผยถึงมุมมองและทิศทางอนาคตของธุรกิจหนังสือพิมพ์ในช่วง 5 -10 ปีข้างหน้าว่า การแข่งขันจะมุ่งเน้นการทำแผนการตลาดมากขึ้น เนื่องจากหนังสือพิมพ์ในยุคนี้กลายเป็นสินค้าอุปโภคบริโภคอย่างหนึ่ง ทำให้พฤติกรรมในการเลือกซื้อหนังสือพิมพ์จะเลือกจากแบรนด์หรือชื่อหนังสือพิมพ์เป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นการแข่งขันของธุรกิจหนังสือพิมพ์จะต้องมุ่งเน้นในการสร้างแบรนด์ เพื่อให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด ส่วนหนังสือพิมพ์ที่ขาดความรู้ด้านการตลาดหรือมีทุนน้อยในการทำแผนโปรโมชันก็อาจเสียเปรียบและนับวันจะตายลงได้ ในขณะที่การแข่งขันยังเป็นการปิดโอกาสในการเกิดขึ้นของหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่ๆ เพราะจะไม่สามารถแข่งกับแบรนด์ที่มีอยู่หรือหนังสือพิมพ์ที่ก่อเกิดมายาวนานกว่าได้

พัฒนพงศ์บอกว่า ตราใบที่หนังสือพิมพ์กลายเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค คนที่ซื้อหนังสือพิมพ์จะซื้อเพราะแบรนด์ เจ้าของสื่อจึงต้องพยายามทำแบรนด์ให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคให้ได้ตลอดเวลา เช่นเดียวกับการซื้อน้ำดื่ม คนทั่วไปจะนึกถึงเครื่องดื่มยี่ห้อโค้กหรือเป๊ปซี่ โดยไม่สนใจในเรื่องของคุณภาพมากนัก แต่จะยึดติดในแบรนด์มากกว่า นอกจากนี้แนวโน้มที่เกิดขึ้นในหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ชี้ให้เห็นว่า กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อหนังสือพิมพ์ไม่ได้มีความรู้สึกว่าจะซื้อหนังสือพิมพ์ แต่เป็นการเลือกซื้อจากแบรนด์ หรือชื่อของหนังสือพิมพ์มากกว่า บางรายไม่ได้สนใจว่าจะมีข่าวอะไร และแนวโน้มเช่นนี้ก็จะมีการพัฒนาและขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เจ้าของสื่อหนังสือพิมพ์ต้องให้ความสำคัญกับการวางแผนการตลาดมากยิ่งขึ้น

หนังสือพิมพ์ต้องปรับตัวเพื่ออยู่รอด

ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์รายเดิมๆ เชื่อว่ายังคงสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้ภาวะของการปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันกับสื่อประเภทอื่นๆ ด้วย โดยเฉพาะสื่อใหม่ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความไวและรวดเร็วกว่าสื่อหนังสือพิมพ์มาก ทำให้โอกาสที่จะเกิดสิ่งพิมพ์ฉบับใหม่ยังคงเป็นไปได้ยาก แต่หนังสือพิมพ์ระดับชาติฉบับใหญ่ที่มียอดจำหน่ายสูงๆ หรือเป็นที่รู้จักอยู่แล้ว อาจไม่ได้รับผลกระทบ แต่หนังสือพิมพ์ฉบับเล็กที่มีทุนน้อยกว่าอาจต้องดิ้นรนอย่างหนักทีเดียว

ในการปรับตัวของหนังสือพิมพ์ฉบับเล็กนั้น เป็นสิ่งจำเป็นในการรองรับกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป หากสามารถรวมตัวหรือรวมกลุ่มกันได้ก็จะเป็นสิ่งที่ดี เพื่อช่วยในด้านการบริหารจัดการและลดต้นทุนได้ทางหนึ่ง เพราะที่ผ่านมาได้พิสูจน์แล้วว่าธุรกิจที่มีขนาดเล็กจะไม่คุ้มในด้านการจัดการ เช่น องค์กรที่มีพนักงาน 500 คน ต้องมีแผนกบัญชี ซึ่งใช้คนทำงาน 3 - 4 คน เท่ากับองค์กรที่มีพนักงาน 50 คน แต่ค่าใช้จ่ายขององค์กรใหญ่เฉลี่ยจะน้อยกว่าองค์กรขนาดเล็ก แต่ปรากฏการณ์เพื่อให้สื่อรวมกิจการกันนั้นอาจเกิดขึ้นได้ค่อนข้างยากเช่นกัน

อย่างไรก็ดี การทำธุรกิจหนังสือพิมพ์ในยุคปัจจุบันนั้นดูจะแตกต่างจากอดีต ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างหนึ่งก็คือ ในสมัยก่อนหนังสือพิมพ์ที่มีกลุ่มคนอ่านที่เป็นแฟนประจำนั้น หากกลุ่มคนทำหนังสือพิมพ์หรือกองบรรณาธิการเกิดความไม่พอใจ นายทุนก็มักเลือกที่จะยกทีมลาออก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเจ้าของกิจการ เพราะกลุ่มคนอ่านจะย้ายตามไปด้วย แต่แนวโน้มเช่นนี้จะไม่เกิดขึ้นในยุคปัจจุบัน จากตัวอย่างเคยเกิดขึ้นกับหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ครั้งนั้นมีการยกทีมกองบรรณาธิการลาออกไปทั้งหมด ทำให้มีการคาดหมายว่าหนังสือพิมพ์ไทยรัฐอาจไปไม่รอด แต่ปรากฏว่าหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ยังคงอยู่ได้และขยายกิจการอย่างยิ่งใหญ่ ในขณะที่ทีมกองบรรณาธิการที่ลาออกไปเปิดหนังสือพิมพ์ฉบับใหม่กลับไม่ประสบผลสำเร็จ สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องแสดงให้เห็นว่าคนอ่านจะยึดติดในแบรนด์มากกว่า

ส่วนทิศทางในอนาคตของจำนวนหนังสือพิมพ์นั้น จำนวนหนังสือพิมพ์ที่มีอยู่อาจไม่ลดจำนวนลงมากนัก แต่หนังสือพิมพ์ระดับชาติจะเหลือเพียงไม่กี่ฉบับ ในขณะที่หนังสือพิมพ์เฉพาะกลุ่มหรือหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็ยังคงมีอยู่ แต่โอกาสที่จะเติบโตและพัฒนาเป็นหนังสือพิมพ์ระดับชาติ คงเป็นไปได้ยาก แต่ก็จะมีกลุ่มนายทุน





ที่ทำหนังสือพิมพ์โดยมิได้คำนึงถึงเรื่องของการขาดทุน แต่จะมองว่าการมีสื่ออยู่ในมือเพียงเพื่อช่วยให้สามารถแลกมาซึ่งอิทธิพลหรือผลประโยชน์บางอย่างได้เท่านั้น ดังนั้นนายทุนเหล่านี้อาจคิดว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า เพราะเป็นสิ่งที่ไม่ปฏิเสธไม่ได้ว่าหนังสือพิมพ์ฉบับใหญ่หรือเล็กก็ตามจะมีอิทธิพลในตัวเองอยู่มากน้อยแตกต่างกันไป

สื่อเผชิญภาวะแข่งขันกันเอง

พัฒนาพงศ์ ยังชี้ให้เห็นว่าอุปสรรคปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อในปัจจุบัน ซึ่งเป็นผลกระทบต่อธุรกิจสื่อทุกประเภท ทั้งด้านของสิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ นั่นก็คือ การแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงเวลาจากกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งในแต่ละวันนั้นผู้คนโดยเฉลี่ยจะใช้เวลาในการเสพสื่อประมาณ 1 - 2 ชั่วโมงเท่านั้น ทำให้สื่อแต่ละกลุ่มจำเป็นต้องแข่งขันเพื่อชิงเวลาของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด แม้ว่าสื่อโทรทัศน์และวิทยุจะมีความได้เปรียบในด้านการนำเสนอข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว แต่ก็มีข้อด้อยที่ว่าเมื่อนำเสนอผ่านไปแล้ว หากใครพลาดไม่ได้ดูหรือติดตามก็จะพลาดในการรับรู้ข่าวสารช่วงนั้นไปได้ ในขณะที่หนังสือพิมพ์อาจได้เปรียบเพราะสามารถหยิบอ่านได้ตลอดเวลา แต่หนังสือพิมพ์ก็ต้องปรับตัวอย่างมากเช่นกัน แม้จะแข่งในด้านความเร็วไม่ได้ จึงต้องพยายามแข่งในด้านความลึก ความกว้าง และความหลากหลายของข้อมูลข่าวสารแทน

ในหลักการบริหารธุรกิจสื่อ นั้น จะเห็นว่ารายได้หลักถึงร้อยละ 70 มาจากการขายโฆษณาและมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกด้วย ทำให้ปัจจัยจากคนอ่านจึงไม่ได้เป็นเครื่องชี้วัดถึงความอยู่รอดของ



หนังสือพิมพ์ เพราะรายได้หลักมาจากการโฆษณา จุดนี้จึงเป็นภาวะที่ลำค้ำอยู่ยิ่งในการทำหน้าที่ของสื่อด้วย โดยเฉพาะกองบรรณาธิการจะต้องวางบทบาทให้ชัดเจนระหว่างการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนกับความอยู่รอดของธุรกิจ เพื่อป้องกันและไม่ให้ถูกมองว่ามีการเอาใจฝ้ายโฆษณามากเกินไป

อย่างไรก็ตาม พัฒนาการที่ตั้งข้อสังเกตจากประสบการณ์ในวงการสื่อว่าหนังสือพิมพ์เป็นสินค้าประเภทเดียวที่มีการปรับราคาได้น้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าประเภทอื่นที่มีการปรับราคาขึ้นไปมาก หากเทียบกับอัตราเงินเฟ้อหรือภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน จึงไม่ใช่เรื่องแปลกที่อาจเห็นบางฉบับมีการแจกฟรีเพื่อแลกกับการขายโฆษณาแทน

ส่วนมุมมองของนายทุนในการทำธุรกิจหนังสือพิมพ์ให้อยู่รอดนั้น ต้องมีการคิดและขยายธุรกิจให้เติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งเป้าหมายของบางกองโพล์นั้นจะเน้นการขยายธุรกิจที่ยังอยู่ในกลุ่มทางด้านสื่อเป็นหลัก จากตัวอย่างการบริหารงานของหนังสือพิมพ์บางกองโพล์ที่ผ่านมา มีสินค้าหลักคือหนังสือพิมพ์บางกองโพล์ฉบับเดียวมานาน ซึ่งมีสภาพเป็น Single Product ซึ่งตามหลักของการบริหารธุรกิจถือว่าอันตราย หากผลิตภัณฑ์ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง จะทำให้บริษัทได้รับผลกระทบไปด้วยโดยไม่มีรายได้อื่นมาชดเชยได้ ทำให้ผู้บริหารจึงต้องมีแนวคิดในการขยายธุรกิจเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เช่น การขยายไปสู่หนังสือพิมพ์โพล์ ทุเดย์ การเปิดแผนกโพล์ดิจิตอล เป็นการขายข้อมูลข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นถึงวัยเริ่มต้นทำงานที่มีแนวโน้มการอ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง หรือการให้บริการข่าวผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ เป็นต้น

- @ -





กล่าวได้ว่า ขาดเลือดใหม่ในวงการหนังสือพิมพ์จีน และดูเหมือนจะไม่มี ความพยายามในการแก้ไขปัญหานี้ นอกจากนี้ หนังสือพิมพ์จีนไม่สามารถ ร่วมมือกันเหมือนสมัยยุคทอง กลับ แข่งขันกันทั้งในด้านอัตราค่าโฆษณา และ ค่าหนังสือพิมพ์ แข่งขันกันไม่ปรับขึ้น ทำให้ค่าโฆษณาหนังสือพิมพ์จีนมีอัตรา ต่ำอย่างผิดปกติ ทั้งๆ ที่ผู้อ่านส่วนใหญ่ เป็นนักธุรกิจร่ำรวย และมีการลง โฆษณาในลักษณะอวยพรวันเกิด วัน แต่งงาน เปิดกิจการ หรือแสดงความ เสียใจในโอกาสต่างๆ กัน น่าจะเป็น รายได้ที่งดงามของหนังสือพิมพ์ แต่ ด้วยเหตุที่ต่างฝ่ายต่างไม่กล้าเรียกค่า โฆษณาให้สูงขึ้น ทำให้หนังสือพิมพ์จีน กลายเป็นธุรกิจที่ไม่เติบโตเท่าที่ควร

หนังสือพิมพ์จีนในเมืองไทย มี ลักษณะพิเศษมาเป็นเวลาหลายสิบปี คือ แต่ละฉบับจะมีแฟนประจำของตนเอง แต่ จุดนี้คนคนหนึ่งจะไม่ได้อ่านหนังสือเพียง ฉบับเดียว หลายคนอ่านทุกฉบับ บ้างก็ อ่านสองฉบับ ฉะนั้น หนังสือพิมพ์จีนใน เมืองไทย ไม่มีคำว่ายักษ์ใหญ่อย่าง หนังสือพิมพ์ไทยแต่ละฉบับที่ต่างอ้างว่า หนังสือพิมพ์ของตัวเองขายดีที่สุด ซึ่ง ไม่มีใครยอมเปิดเผยตัวเลขการพิมพ์ ที่แท้จริง

หนังสือพิมพ์รายวันภาษาจีน ใน เมืองไทยที่มีอยู่ 6 ฉบับ มีรายนามดังนี้ (เรียงตามอายุหนังสือพิมพ์)

1. หนังสือพิมพ์ชิงจางเจี้ยนรายวัน ก่อตั้งปี 1938 (พ.ศ. 2481) โดยกลุ่ม พ่อค้าชาวจีนในเมืองไทย ถูกปิดปี 2500 เปิดใหม่ปี 2516 ผู้อ่านส่วนใหญ่นิยมจีน แผ่นดินใหญ่ จุดเด่นของหนังสือพิมพ์คือ มีคอลัมน์วิจารณ์มากกว่าฉบับอื่น
2. หนังสือพิมพ์ชิงเสียนเยอะเป่า ก่อตั้งมา 50 ปีเศษ โดยเจ้าของ ย่าหมองตราเสือ ซึ่งเป็นเจ้าของ

หนังสือพิมพ์จีนชิง 1 อย่าง ในฮ่องกงด้วย แต่ต่อมาก็แยกตัวโดยไม่เกี่ยวข้องกับ หนังสือพิมพ์ที่ฮ่องกง อีกกลุ่มผู้อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับนี้คือ ชาวจีนภาษาแคะ

3. หนังสือพิมพ์สากลรายวัน ตั้งมาประมาณ 50 ปี ภาพลักษณ์ของ หนังสือพิมพ์ฉบับนี้เริ่มต้นด้วยการต่อต้านพรรคคอมมิวนิสต์จีน สนับสนุนพรรคก๊ก มินตั้งที่ได้หัววัน กลุ่มผู้อ่านจึงเป็นพวกหัวขวาจัด ซึ่งมีเป็นส่วนใหญ่ในเมืองไทย ส่วน พวกนิยมจีนแผ่นดินใหญ่จะไม่อ่านหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ เพราะทุกคนเข้าใจกันว่า เป็น หนังสือพิมพ์ของรัฐบาลได้หัววัน ต่อมาประมาณ 20 ปีก่อน หนังสือพิมพ์สากลก็ กลายเป็นหนังสือพิมพ์ในเครือหนังสือพิมพ์ยักษ์ใหญ่ของไต้หวัน และได้พยายาม เปลี่ยนภาพพจน์จาก “ขวาจัด” มาเป็น “กลาง” โดยมีการลงข่าวของจีนแผ่นดินใหญ่ อย่างเป็นธรรมชาติ กลุ่มผู้อ่านจึงขยายวงกว้างขึ้น ไม่ได้อยู่แต่่วงจำกัดที่ต่อต้านจีน แผ่นดินใหญ่เท่านั้น แต่ก็ต้องยอมรับว่า “ภาพลักษณ์ที่ถูกมองว่าเป็นขวา” ที่มีมา แต่ก่อน ยังไม่อาจปลดได้หมด แม้จะพยายามมาหลายปี หนังสือพิมพ์จะมีคุณภาพดี เพียงไร ผู้อ่านที่ไม่ชอบก็ยังคงไม่ยอมรับต่อไป

4. หนังสือพิมพ์ตงฮั่ว เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในเมืองไทยเพียงฉบับเดียวที่ อยู่ในตลาดหลักทรัพย์ กลุ่มผู้อ่านก็คล้ายคลึงกับหนังสือพิมพ์ชิงจางเจี้ยนที่ค่อนข้าง นิยมจีนแผ่นดินใหญ่ เปลี่ยนเป็นหนังสือพิมพ์รายวันจากรายสัปดาห์ตั้งแต่ปี 2500

5. หนังสือพิมพ์เกี้ยวฮั่ว ตงจ้วน เดิมชื่อ “ศิรินคร” สมัยก่อตั้งใหม่ๆ เมื่อปี 2500 ตอนหลังจึงเปลี่ยนชื่อเป็น “เกี้ยวฮั่วตงจ้อ” เพราะเปลี่ยนเจ้าของ กลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่ เป็นชาวจีนระดับล่าง

6. หนังสือพิมพ์เอเซียนิวส์ เป็นน้องใหม่ในวงการหนังสือพิมพ์จีน เพิ่งก่อตั้ง โดยกลุ่มพ่อค้าจีน เมื่อประมาณ 10 ปีมานี้เอง เนื่องจากเป็นหนังสือพิมพ์ใหม่ กลุ่ม ผู้อ่านจึงไม่ชัดเจนคือ แฟนประจำยังไม่มาก แต่หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ก็เหมือนกับหนุ่ม สาวไฟแรง มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา และได้รับการตอบรับจาก ผู้อ่านพอสมควร

แม้ว่าหนังสือพิมพ์ภาษาจีนในเมืองไทยจะมีกลุ่มผู้อ่านของตนเองค่อนข้างชัดเจน แต่สำหรับบริษัท ห้าง ร้านหรือสมาคมจีนต่างๆ ซึ่งนับเป็นพันธมิตร พลวัตกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์ก็ได้เปลี่ยนจากเดิมไป คือ เมื่อ 30 ปีก่อน ทุกบ้าน ทุกห้าง ร้าน หรือสมาคม จะรับหนังสือพิมพ์จีนเพียงฉบับเดียว แต่ทุกวันนี้ แต่ละองค์กร สมาคม ห้าง ร้าน หรือบ้านก็มักจะรับหนังสือพิมพ์อย่างน้อยสองฉบับขึ้นไป ส่วนใหญ่จะรับ 6 ฉบับด้วยซ้ำ

หากดูจากความคิดคึกคักของโรงเรียนสอนภาษาจีน และสมาคมเชื้อสายจีนต่างๆ ที่มากมายนับพัน และดูเหมือนว่าจะเพิ่มมากขึ้นทุกวัน และต่างก็นิยมเป็นข่าวใน หน้าหนังสือพิมพ์ ทำให้หนังสือพิมพ์จีนมีข่าวที่หาอ่านในหนังสือพิมพ์ไทยไม่ได้ คือ ข่าวสังคมในหมู่คนจีน ซึ่งแต่ละวันจะมีเนื้อที่ข่าวสองหน้าเต็ม

ฉะนั้น เมื่อยังมีสมาคมจีน โรงเรียนสอนภาษาจีนคึกคักเช่นนี้ ก็ไม่ต้องสงสัยว่า หนังสือพิมพ์จะอยู่ได้อีกกี่ปี เพียงแต่จะอยู่อย่างไรเท่านั้น หากจะให้หนังสือพิมพ์ คึกคักเหมือนโรงเรียนสอนภาษาจีนและสมาคมจีน ก็คงต้องรอกอวยมืออาชีพที่จะมา บุกเบิกเปลี่ยนโฉม ทั้งด้านเนื้อหาสาระ เทคโนโลยี และที่สำคัญที่สุดคือ การตลาด ด้านโฆษณาและตลาดผู้อ่าน

- @ -



● สนธิ ลิ้มทองกุล หนังสือพิมพ์ไม่มีอนาคต สื่ออินเทอร์เน็ตคือพระเจ้า

“สนธิ ลิ้มทองกุล” ผู้ก่อตั้งหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ เปิดห้องทำงาน ณ บ้านท่าพระอาทิตย์ ช่วงเช้าวันหนึ่ง ดันเดือนกุมภาพันธ์ ที่ผ่านมา เพื่อให้ทีมข่าวหนังสือวันนักข่าว สัมภาษณ์พิเศษ ในหลายประเด็นน่าสนใจที่เกี่ยวกับอนาคตของสื่อหนังสือพิมพ์ และทิศทางของผู้จัดการ

คุณมองอนาคตหนังสือพิมพ์อย่างไร?

ผมมองว่า อนาคตสิ่งพิมพ์มีเงื่อนไขที่สำคัญที่สุดก็คือพฤติกรรมของคนอ่าน ตอนนี้พฤติกรรมคนอ่านเปลี่ยนไปเยอะ เหตุผลที่เปลี่ยนก็เพราะว่า โดยพื้นฐานลักษณะเนื้อหาของโครงสร้างของสื่อสารมวลชนในโลกนี้มันเปลี่ยนไปหมดแล้ว ตอนนี้นักหันมาสนใจในลักษณะที่เรียกว่า real time มากขึ้นกว่าเก่า เมื่อเป็น real time แล้ว มันไม่มีวันเลยที่หนังสือพิมพ์จะไปแข่งกับโทรทัศน์ได้ หรือแม้แต่แข่งกับวิทยุก็

แข่งไม่ได้ เพราะว่าคนสนใจในสิ่งที่ภาษาอังกฤษเรียกว่า as is ก็คือว่า อะไรเกิดขึ้นรถชนตรงนี้ มีรายงานเข้ามาทันที ส่วนในรายละเอียดนั้น ช่วงหลังพวก electronic broadcasting หรือสื่ออิเล็กทรอนิกส์เริ่มลงรายละเอียดมากขึ้น เริ่มมีบทรายการวิเคราะห์ข่าวมากขึ้น เริ่มมีรายการเจาะลึกในทางโทรทัศน์มากขึ้น ก็เลยมาแย่งพื้นที่และแย่งตัวหลักการของหนังสือพิมพ์ที่เคยทำอยู่แล้ว ซึ่งไม่เคยมีใครเข้ามาแย่งด้วย ถึงแม้ว่าลักษณะของโทรทัศน์นั้นอาจไม่ลึกและไม่ละเอียดเท่าหนังสือพิมพ์ แต่มันมีมากพอที่จะขยายความในจุดเดียวให้ได้มากกว่าเก่า แล้วจริงๆ เป็นประเด็นที่คนอ่านคนดูต้องอ่านเพียงแค่นั้น ก็คือพูดง่ายๆ ว่าภาวะเศรษฐกิจ แล้วก็สิ่งแวดล้อมทางการค้าบังคับให้คนต้องฉาบฉวย แทนที่จะลงลึก ถามว่ามีคนยังสนใจประเภทลงลึกเจาะลึกไหม ยังมีอยู่ แต่ปริมาณนั้นวันก็จะยิ่งน้อยลงเรื่อยๆ

ทุกวันนี้ ยอดหนังสือพิมพ์ในต่างประเทศตกนั้นเป็นของธรรมดา ผมเชื่อว่าของเมืองไทยก็ตก ถ้าพูดกันอย่างตรงไปตรงมา เมืองไทยที่ตกเพราะเหตุผลที่อธิบายไปข้างต้น อีกข้างหนึ่งที่ตกเพราะว่า ช่วงที่ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร มีอำนาจกับช่วงที่ทักษิณออกไป มันมีผลต่อหนังสือพิมพ์มาก เพราะว่ามีคนหลายคนที่ต่อต้าน พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร จำนวนคนที่ต่อต้านไม่น้อย ถ้าเรานับ 10.5 ล้าน no vote ต้องถือว่าคนพวกนี้คือคนที่ต่อต้านคุณทักษิณ ในจำนวนคน 10.5 ล้านนี้ มีบ้าง ไม่มากก็น้อยที่อาจจะไม่ยอมซื้อหนังสือพิมพ์ที่ตัวเองเคยซื้อ เพราะเห็นว่าหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นไปสนับสนุนคุณทักษิณ ไปเช็คได้เลย ผมยืนยันว่าหนังสือพิมพ์บางฉบับบนแผงเห็นชัดว่าเหลือเยอะ บางฉบับบนแผงวางแล้วขายหมด แต่ตอนนี้เริ่มไม่หมดแล้ว บางส่วนทางภาคใต้บางยี่ห้อคนเลิกซื้อไปแล้ว หันไปซื้อยี่ห้ออื่นแทน เช็คดูได้ง่าย แม้กระทั่งช่วงหลังๆ ยอดหนังสือพิมพ์ที่ไม่สนับสนุนคุณทักษิณยอดขายเพิ่มขึ้นเร็วมาก แต่หนังสือพิมพ์ที่สนับสนุนคุณทักษิณยอดขายตกลง ไม่ใช่ตกธรรมดา แต่ตกลงมากๆ

ด้วยเหตุนี้ การตลาดของหนังสือพิมพ์บางฉบับ จึงใช้วิธีบีบไม่ให้อ่านหนังสือขายหนังสือพิมพ์หลายยี่ห้อที่เป็นคู่แข่ง มันก็เลยเป็นปัญหาข้อขัดแย้งกันได้ แต่ว่าที่น่าสนใจก็คือ ทำไมคนที่เคยอ่านหนังสือพิมพ์ยี่ห้อหนึ่งจำนวนไม่น้อย เลิกอ่านยี่ห้อนั้นไปเลย ทั้งๆ ที่หนังสือพิมพ์ยี่ห้ออื่น ก็เสนอข่าวที่ค่อนข้างจะรวดเร็ว มันก็เลยย้อนกลับมาถึงลักษณะคนอ่านหนังสือพิมพ์ในเมืองไทยว่า คนอ่านหนังสือพิมพ์ไทยช่วงหลังๆ เริ่มถือข้างกันมากขึ้น นี่ก็คือลักษณะพฤติกรรมของคนอ่านในยุคนี้ ส่วนจะแปรเปลี่ยนไปยังไงก็อาจจะต้องใช้เวลาลักพัก 2-3 ปี หรือ 3-4 ปี ตอนที่การเมืองนิ่งแล้ว

น.ส.พ. ผู้จัดการ ได้รับานิสงส์จากการเลือกข้างหรือไม่?

มันเป็นบวกจริง แต่บังเอิญว่าหนังสือพิมพ์เราไม่ใช่หนังสือพิมพ์ตลาด หนังสือเราเป็นหนังสือของคนชั้นกลางที่วางขายเฉพาะในอำเภอเมือง เพราะฉะนั้นแล้วเราได้านิสงส์จริง แต่ไม่มาก เพราะว่าการจัดจำหน่ายของเราไม่ได้ลงไปตามอำเภอต่างๆ อีกประการหนึ่ง ช่วงหลังๆ เราค่อนข้างที่จะใช้หนังสือพิมพ์เป็นส่วนหนึ่งของอินเทอร์เน็ตมากกว่า เราได้พัฒนาเว็บไซต์ผู้จัดการมาจนกระทั่งวันนี้มีคนเข้ามาประมาณ 6 แสนคนต่อวัน เราพัฒนารายได้อินเทอร์เน็ต จาก 1-2 แสน ตอนนี้เรา



ได้เดือนละประมาณ 7 ล้าน โฆษณาอินเทอร์เน็ตเราเดือนละ 7 ล้าน ผมคิดว่าถ้าเราทำดีๆ แนวน้อมจะเป็น 20-30 ล้าน

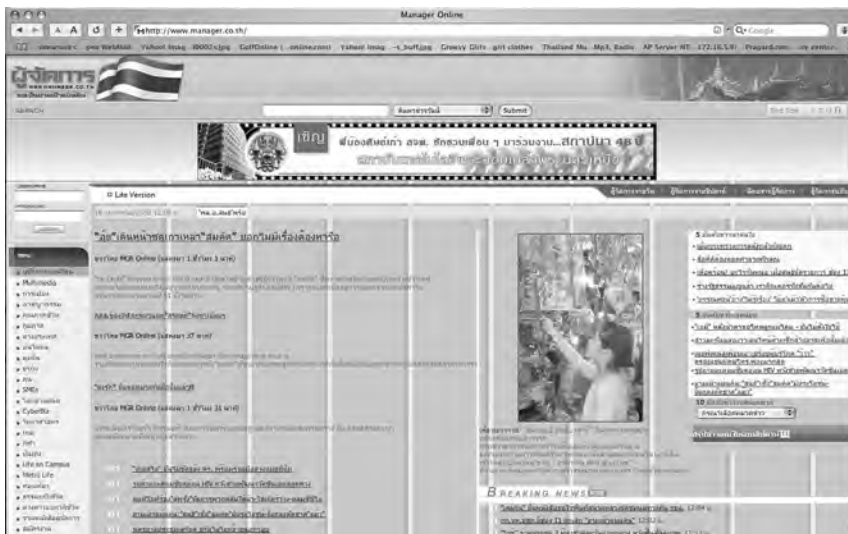
ในอนาคตถ้าโครงสร้างเครือข่ายโทรคมนาคมขยายตัวเร็วมาก คือพูดง่ายๆ ว่ามันเชื่อมกันไปหมดทุกอำเภอเมือง แล้วก็ต้นทุนการใช้อินเทอร์เน็ตมันลดลงมากๆ ทุกวันนี้ สังเกตได้ว่าเด็กรุ่นใหม่ไม่ค่อยอ่านหนังสือพิมพ์ (นะ) แต่จะเข้าไปเช็คข่าวในอินเทอร์เน็ต พวกนี้คือผู้ใหญ่ในอนาคต แล้วเด็กรุ่นใหม่ที่เกิดขึ้นก็จะยึดถือแบบนี้แล้ว เพราะฉะนั้นถ้ายอดหนังสือพิมพ์จะตกก็ตกด้วยเหตุนี้ มันจะมีลักษณะคล้ายๆ หนังสือพิมพ์จีนในประเทศไทย ที่พอคนอายุมากซึ่งอ่านหนังสือจีนออกเริ่มตายไป คนรุ่นใหม่จะไม่อ่าน หนังสือพิมพ์ไทยในอนาคตจะเป็นอย่างไร

เพราะฉะนั้นแล้วหนังสือพิมพ์ในอนาคตมันก็จะเริ่มเลอะเทอะกันแล้ว หมายถึงว่าเพื่อคงยอด เพื่อให้ยอดคนอ่านมากขึ้น มันก็ทิ้งเรื่องสาระไปเลย แล้วจะเริ่มเสนอเรื่องไร้สาระมากขึ้นๆ เพื่อจะดึงคนอ่านให้เข้ามามากขึ้นๆ

อนาคตหนังสือพิมพ์จะขายข่าวอะไร?

ผมเชื่อว่า หนังสือพิมพ์ จะไม่ขายสาระแล้วตอนนี้ (หัวเราะ) กูเอานมเอาเต้า เอาบ๊าเอาบอ ออกมาให้มากขึ้นกว่าเก่า มันก็จะเริ่มกลายเป็นลักษณะหนังสือพิมพ์ News of the World หรือ National Empire อีกหน่อย พวก น.ส.พ. หัวสีอย่างไทยรัฐจะพัฒนาไปเป็นรูปแบบนั้นแน่นอน

ยอดหนังสือของพวกหนังสือหัวสีดำมติชน ผู้จัดการ กรุงเทพธุรกิจ จะมีลูกค้าเฉพาะของมัน แต่ลูกค้าเฉพาะตรงนี้มันก็จะไม่โต ลูกค้าเฉพาะตรงนี้



เป็นลูกค้าเฉพาะซึ่งมีปัญญาที่จะใช้อินเทอร์เน็ต เพราะฉะนั้นอัตราการเจริญเติบโตของหนังสือพิมพ์แบบนี้ เปรอร์เซ็นต์โตปีหนึ่งไม่เกิน 5 เปรอร์เซ็นต์ 3 เปรอร์เซ็นต์ก็เก่งตายแล้ว แต่เปอร์เซ็นต์ของอินเทอร์เน็ตจะเป็น 7 จุดกว่าไปเรื่อยๆ

คำถามคือองค์กรจะปรับตัวอย่างไร ที่จะหารายได้จากอินเทอร์เน็ตมากขึ้น มันก็ยังมีปัญหาอีก เพราะว่าลูกค้าโฆษณาในขณะนี้ยังไม่เคยชินกับโฆษณาในอินเทอร์เน็ต หรือยังไม่เข้าใจระบบดีพอ กว่าจะได้เดือนละ 7 ล้านนี่ผมแทบตาย (นะครับ) เพราะว่าผมต้องเดินสายเพื่อให้คนไปให้การศึกษาลูกค้าว่าอินเทอร์เน็ตมันดียังไง ต้นทุนต่อพันมันถูกกว่าหนังสือพิมพ์เยอะ ผมอธิบายถึงขนาดที่ว่าคุณเสียเงินลงทุนกับผมเนี่ย ได้ผลมากกว่าลงทุนในไทยรัฐ เพราะว่า มันเล่นมัลติมีเดียได้ แล้วจำนวนหน้ามันไม่จำกัด คุณคลิกเข้าไปต่ออีกหลายหน้าได้โดยไม่ต้องเสียเนื้อที่

ผมเชื่อว่าอนาคต เมื่อไรก็ตามที่ตลาดรับได้ ลูกค้าเห็นประโยชน์จากการโฆษณาในอินเทอร์เน็ต เมื่อนั้นแล้ว หนังสือพิมพ์ถึงจุดอันตราย (ละ) ยักษ์ใหญ่อย่างไทยรัฐก็จะอันตราย เมื่อคนเริ่มมี laptop มากขึ้น มี desktop มากขึ้น โครงสร้างเครือข่ายโทรคมนาคมมีมากขึ้น ก็จะเริ่มปฏิเสธที่จะซื้อหนังสือพิมพ์ประเภทที่อยู่บนแผง ด้วยเหตุนี้ไทยรัฐหรือเดลินิวส์จึงต้องบ้าเลือดมากขึ้น เพื่อที่จะดึงคนกลับมาอ่านเหมือนเดิม

วันนี้ รายได้ของโฆษณาผู้จัดการที่เป็นสิ่งพิมพ์กับอินเทอร์เน็ต อันไหนมากกว่ากัน?

โฆษณาผู้จัดการมากกว่า แต่ที่น่าสนใจก็คือว่าสัดส่วนอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น ผมมีโฆษณาเฉลี่ยเดือนหนึ่งของหนังสือพิมพ์ เฉพาะหนังสือพิมพ์รายวัน รายสัปดาห์ รายเดือน เฉลี่ยเดือนละประมาณ 50-60 ล้าน ตอนนี้อินเทอร์เน็ตของผม 12 เปรอร์เซ็นต์แล้วนะ แล้วก็เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ผมคิดว่าในที่สุดแล้วหนังสือพิมพ์ผมก็จะเป็นแค่องค์ประกอบของอินเทอร์เน็ตเท่านั้น อาจจะต้องเปลี่ยนรูปแบบด้วยซ้ำ อาจจะต้องเป็นแทปลอยด์ไปเลย แล้วเน้นหนักที่อินเทอร์เน็ต



อินเทอร์เน็ตมันดีตรงไหนรู้ไหม มันไม่เร็วเหมือนทีวี แต่มันไม่ช้าเหมือนหนังสือพิมพ์ มันอยู่ระหว่างกลางทีวี(เนี่ย) บางครั้งคุณจะต้องรอต้นชั่วโมงหรือข่าวเที่ยง ข่าวเย็น อินเทอร์เน็ตมีข่าวเมื่อไหร่ขึ้นได้เมื่อนั้น ขึ้นได้ตลอดด้วยเหตุนี้ผมจึงพัฒนามันมานาน การที่เรามาเป็นอันดับหนึ่งของเว็บข่าวไม่ใช่เพราะโชคช่วย แต่เพราะเราทำเองมาตลอด

ทราบว่าเป็นช่วงบุกเบิก ต้องใส่เงินเข้าไปเยอะมาก เพื่อพัฒนาอินเทอร์เน็ต?

เพราะด้วยเหตุนี้ล่ะครับ คือการพัฒนาเว็บข่าวอินเทอร์เน็ต ถ้าออกจากหนังสือพิมพ์มาลง มันไม่เวิร์กอีกต่อไปแล้ว มันต้องเป็นทีมงานที่จะทำ ทำยังไงที่จะบูรณาการระหว่างทีมงานอินเทอร์เน็ตกับทีมงานหนังสือพิมพ์ให้เข้าหากันได้จริงๆ แล้วผมคิดว่ามีปัญหาหนึ่งของคนในวิชาชีพนี้ พวกนักเขียน นักเขียนข่าวเก่งๆ จะปฏิเสธอินเทอร์เน็ต เพราะมีความรู้สึกว่า ตัวเองอยากเขียนหนังสือพิมพ์ แต่ตัวเองหาไม่รู้ไม่ว่าถ้าตัวเองปรากฏในอินเทอร์เน็ตแล้วหนังสือพิมพ์ก็เอาไปลงต่อ คือถ้าทำความเข้าใจกับตรงนี้ได้ จะทิ้งอัตราที่มีว่า “เฮ้ย ซีเนียร์ไรเตอร์อย่างผมจะไปเขียนลงอินเทอร์เน็ตได้อย่างไร” แต่ว่าถ้าคุณเข้าไปในเว็บข่าวอินเทอร์เน็ตเจ้าไหน สมมุติคุณเข้าเว็บข่าวผู้จัดการ แล้วผมมี breaking news ที่ exclusive แล้วปรากฏอยู่ในเว็บผมเนี่ย คนก็จะเข้าไปดูหลายๆ ข่าวที่ขึ้นในเว็บผู้จัดการ หลายๆ หนังสือพิมพ์ก็มาเอาไปพัฒนาต่อ

ที่นั่นมันจะมีเส้นแบ่งที่เจ้าของหรือผู้บริหารหนังสือพิมพ์ต้องแก้ไขได้ คือความเห็นแก่ตัว “เฮ้ย เก็บไว้ อย่าเพิ่ง

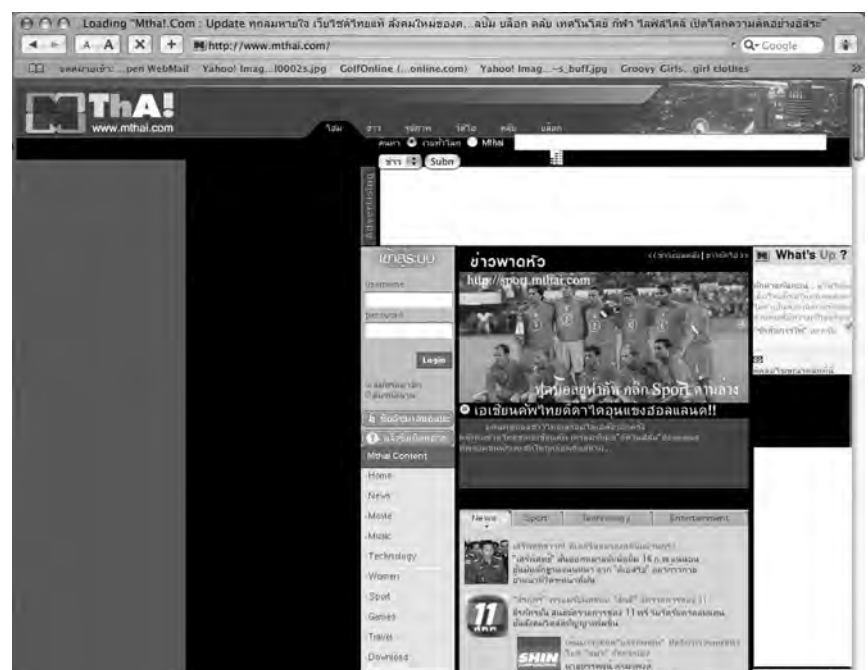
ไปขึ้น ขึ้นแล้วเดี๋ยวคนอื่นจะขโมยไป” กลัว exclusive หลุด ซึ่งไม่ถูกต้อง ถ้าคุณทำไป คนจะเข้ามา แล้วในที่สุดคนจะรู้เองโดยอัตโนมัติ ถ้าคุณเข้าเว็บผู้จัดการคุณก็จะเห็นข่าวเชิงวิเคราะห์อยู่ตรงหัวมุม ในขณะที่คนอื่นไม่มี นี่คือข้อดีของอินเทอร์เน็ต

คุณคิดดูก็แล้วกัน สมัยที่อินเทอร์เน็ตบูมในอเมริกา มันเจ๊งกันเป็นแถวเลย หนังสือพิมพ์หลายฉบับเริ่มปิด เริ่มไม่มีกอง บก. ของตัวเอง เริ่มใช้วิธีบูรณาการระหว่างกอง บก. กับเว็บไซต์ แต่พอมาดอนหลังพฤติกรรมคนอ่านหนังสือพิมพ์เริ่มเปลี่ยนไป เว็บไซต์อย่างเช่น newyorktime.com ปรากฏว่ามีกำไรมากมายตอนนี้ เพราะโฆษณาที่มาทางนี้อ่างมหาศาล เพราะฉะนั้นผมมองแล้วว่า ด้วยลักษณะของคนรุ่นใหม่ที่เข้ามา แล้วถ้าสมมุติผมสามารถทำเว็บไซต์ของผมให้มีข่าว exclusive ได้ทุกๆ หัวข้อ ใครจะลอบไปขงมัน ผมไม่แคร์

เมื่อถึงจุดจุดหนึ่งแล้วเว็บผู้จัดการหรือเว็บใครก็ตามมันจะเป็นเหมือนกับพระเจ้า พระพุทธเจ้า แล้วข้างล่างคือหนังสือพิมพ์ของตัวเอง ก็เป็นพระอรหันต์ สมัยก่อนเราใช้หนังสือพิมพ์เป็นตัวตั้ง อินเทอร์เน็ตเป็นตัวเสริม แต่ในอนาคตอินเทอร์เน็ตจะเป็นตัวตั้ง หนังสือพิมพ์กลับเป็นตัวเสริม ในอนาคตจะต้องพัฒนาไปในทางนั้นแน่นอนอีก 10 ปี เราได้เห็นกันแน่นอน

อนาคต ยอดขายหนังสือพิมพ์ อาจจะไม่สำคัญอีกต่อไป?

ไม่มีความหมายแล้ว เพราะอินเทอร์เน็ตมันคลิกเข้าไปแล้วรู้ได้เลยว่า IP เท่าไหร่ อย่างสมมุติว่าของเราวันนี้แสนกว่า IP คอมพิวเตอร์ที่บ้านคุณ 1 ตัวคือ 1 IP คุณใช้คอมพิวเตอร์ที่มติดชนเข้าผู้จัดการก็เป็น 1 IP แต่เป็น IP มติชนนะ แล้ว 1 IP มติชนก็อาจจะมีคนเข้า 100 คน วิถีวัดเขาจะวัดว่า วันจันทร์ถึงวันศุกร์ Unit IP คุณมี 1 แสน 2 หมื่น พอเสาร์อาทิตย์จะตกเหลือ 8 หมื่น แสดงว่าหายไปประมาณ 4 หมื่น แสดงว่า 4 หมื่นนั้นก็คือ corporate IP ซึ่งแล้วแต่คุณจะถูก คุณเฉลี่ยแล้ว 10-15 ถ้า 4 หมื่น IP คุณก็มี 5 แสนคน นั่นคือปริมาณที่คนเข้ามาคลิกดู





ถ้าสื่อกระดาษไม่ปรับตัว ก็อยู่ยาก?

มันปรับไม่ได้ ไหนคุณบอกผมมา (ซี) ว่า น.ส.พ. จะปรับอย่างไร เพราะพฤติกรรมคนอ่านมันเปลี่ยน สื่อกระดาษมีแต่อัตราการเจริญเติบโตที่น้อยลงๆ เรื่อยๆ แล้วก็จำเป็นที่จะต้องพลิกตัวไปเป็นตัวขับเคลื่อนอินเทอร์เน็ต

นอกจากอินเทอร์เน็ตแล้ว สื่ออย่างทีวีหรือวิทยุ วางยุทธศาสตร์อย่างไร?

ของเราก็คคล้ายๆ ของเนชั่น เรามีหนังสือพิมพ์ เรามีวิทยุ เรามีทีวี ของเรายังเอื้อเราเอาทีวีและวิทยุบูรณาการเข้าไปในอินเทอร์เน็ต คุณจะเห็นว่าของเรามีผลิตภัณฑ์ครบ เรามีรายการของเรา ถ้าเทคโนโลยีเรียบร้อย หมายความว่าเทคโนโลยีทีวีผ่านอินเทอร์เน็ตในอนาคตจะทำให้ความชัดของมันมากขึ้น แล้วคนใช้ไฮสปีดได้มากขึ้น ถ้าอย่างนั้นแล้ว คุณเริ่มมองเห็นหรือยังว่า ตัวเว็บไซต์อินเทอร์เน็ตก็คือพระพุทธรูปเจ้านี้เอง บางครั้งคุณอาจจะไม่ต้องมีสถานีทีวีด้วยซ้ำ คุณมีสตูดิโอทำแล้วคุณก็ส่งเข้าเว็บไซต์

มันรอเทคโนโลยีให้เปลี่ยนแปลง ถ้าจะไม่ให้กระตุกเราต้องใช้ประมาณ 1 เมกอย่างต่ำ หรือเมกครึ่ง แต่ในอนาคตถ้ามันสามารถทำมาถึง 256 k แล้วไม่กระตุก ภาพชัด แล้วสามารถขยายเต็มจอได้ เอาแค่ 80-90 เปอร์เซ็นต์ของทีวีเป็นเรื่องแล้ว (หัวเราะ)

แล้ววิทยุด้วยตอนนี้เรามีวิทยุชุมชน 97.75 แต่เราให้ฟังวิทยุของเราผ่านอินเทอร์เน็ตได้ปรากฏว่าคนที่อยู่ห่างไกลคลิกเข้ามาฟังวิทยุได้ เพราะฉะนั้นแล้วพวกคุณต้องกลับไปประเมินอินเทอร์เน็ตเสียใหม่ ต้องมองในลักษณะบูรณาการ

จริง อย่าไปมองแยกส่วน ถ้ามองแยกส่วน คุณจะมองไม่ทะลุ

สิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างปรากฏว่าบางครั้งคนไปมองว่า เขี่ยทำเว็บให้คนเข้าเยอะๆ อย่าง sanook.com หรือ kapook เนี่ย คนเข้ามาเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสอง ถ้าเทียบเว็บทั้งหมดในประเทศไทย ของเราเป็นอันดับสาม ของ sanook แล่นกว่าเกือบ 2 แล่น Unit IP ของ kapook มากกว่าเราประมาณ 1-2 หมื่น Unit IP แต่ว่าเวลาเขาลงโฆษณา respond ของเราสูงที่สุด เหตุผลเพราะว่าคนที่เข้าเว็บเราเป็นคนที่มีกำลังซื้อ ส่วนอีกสองเว็บนั้น เด็กทั้งนั้นเลย เพราะฉะนั้น sanook ขายโฆษณาแทบตายก็ยังไม่ถึงล้านเลย

แต่พฤติกรรมคนส่วนใหญ่ มักไม่ดูโฆษณา จากอินเทอร์เน็ต

ขึ้นอยู่กับว่าคุณดีไซนโฆษณาอย่างไร เวลาคุณซื้อหนังสือพิมพ์ เปิดบับ โฆษณาอยู่ทางขวามือ ถ้ามองคุณดูใหม่ ก็มองผ่านๆ แล้วเปิดอ่านสิ่งที่เขาต้องการกัน เพราะฉะนั้นวิธีการจัดตำแหน่งสำคัญมาก สมมุติคอลัมน์หนึ่ง คุณรู้ว่ามีคน 1 หมื่น 9 พัน คนอ่าน คุณเอาโฆษณาไปส่งไปตรงกลางก็ได้ ไม่เสียหาย เพราะฉะนั้นก็ต้องถามกลับว่า แล้วมันจะต่างอะไรกับที่คุณลงโฆษณาในหน้าสาม ไม่ต่างอะไรเลยแม้แต่ชนิดเดียว

โฆษณามี 2 อย่าง โฆษณาหนังสือพิมพ์มีอยู่อย่างเดียวคือ exposure ให้เห็น แต่ในอินเทอร์เน็ตมีอยู่ 2 อย่าง หนึ่ง ให้เห็น สอง เข้าสู่รายละเอียดได้ เจ้าของโฆษณาก็ไล่ได้เต็มที่ ตามต้องการ

นอกจากตัวเทคโนโลยี ผู้บริโภค และสังคม เปลี่ยนไปแล้ว จุดยืนของหนังสือพิมพ์สำคัญไหม?

ทุกอย่างสำคัญหมด จุดยืนเป็นเบอร์หนึ่งเลย ของเราได้พัฒนามา ได้สู้กับคุณทักษิณมาถึงจุดนี้แล้ว กลายเป็นว่าวันนี้เรามีแฟนพันธุ์แท้อยู่แล้ว คือถ้าเราไม่เปลี่ยนจุดยืนของเรา เราขึ้นอยู่กับความโปร่งใส เราขึ้นอยู่กับการต่อสู้ทุกรูปแบบเนี่ย แฟนของเราก็จะอยู่กับเราตลอด

ผู้จัดการเป็นกลไกในการต่อสู้ทางการเมืองมากกว่า หนังสือพิมพ์ นี่คือการวิจารณ์จากพวกนักวารสารศาสตร์?

พูดยาก คำว่านักวารสารศาสตร์และนักหนังสือพิมพ์เนี่ย ถ้าสมมุติว่าคุณได้ข้อมูลที่ถูกต้อง คุณจะเลือกข้างหรือเปล่า คือถ้าเรามองวารสารศาสตร์ในกระบวนการที่นักวารสารศาสตร์แล้ว เป็นการมองแบบตะวันตก ซึ่งสังคมมันโปร่งใส มันหาข้อมูลได้พร้อม สมมุติว่าคุณต้องการหาข้อมูล จอร์จ ดับเบิลยู บุช คุณหาได้เยอะมาก และข้อมูลมันจำเป็นต้องเปิดเผย เพราะกฎหมายเขากำหนดให้ต้องเปิดเผย แต่ในเมืองไทย ถ้าเราจะหาข้อมูล พล.อ. สุรยุทธ์ จุลานนท์ เราหาไม่ได้ ไม่มี ตรงนี้คือข้อจำกัดของสื่อสารมวลชนเมืองไทย เมื่อเป็นข้อจำกัดของสื่อสารมวลชนในเมืองไทยแล้ว สื่อสารมวลชนในเมืองไทยทำหน้าที่เป็นเพียงกระจกอย่างเดียวไม่พอ



ต้องเป็นตะเกียงส่องทางด้วย

ผมลงข่าวสนามบินสุวรรณภูมิมาตั้งแต่ 2542 เรื่องทราย ผมโดนฟ้องหมิ่นประมาท เขาชนะศาลชั้นต้นศาลอุทธรณ์ เรื่องกำลังอยู่ที่ศาลฎีกาปรากฏว่าวันนี้ความจริงโผล่มาแล้ว หลังจากที่เกิดเหตุมาแล้ว 8 ปี ปัญหานั้นเกิดจากการทุจริตทราย เห็นหรือยัง ถ้าเป็นต่างประเทศ เราไม่ต้องรอ 8 ปี คุณดูคนที่เขียนเรื่องวอเตอร์เกต ไม่ต้องรอ 8 ปี เขาสามารถทำได้วันต่อวัน และในที่สุดแล้ว พลังของสังคมบีบให้ประธานาธิบดีริชาร์ด นิกสัน ต้องลาออกแต่เมืองไทยไม่มีตรงนี้ พอเมืองไทยไม่มีตรงนี้ นักวารสารศาสตร์ทำอะไรไม่ได้ นอกจากว่า “เฮ้ย คุณต้องเป็นกลางนะ คุณต้องสัมภาษณ์สองฝ่าย” คุณสัมภาษณ์สองฝ่ายระหว่างผมที่มีหลักฐานประจักษ์พยานสิ่งแวดล้อม รัฐมนตรีบอกว่า ไปรุ่งใสครับ เรามีก้าวนี้ไง มีคณะกรรมการการประชุม จบไหม จบทันที เราตาย เราเป็นหมาเลย เพราะทำไม เพราะนี่คือคอนเซ็ปต์ของสื่อสารมวลชน ที่เขาสอนกันอยู่ในทุกวันนี้ไง นี่คือข่าวแบบสองด้าน

คอนเซ็ปต์ของนักสื่อสารมวลชนที่อาจารย์เขาสอนกันแล้วมาตำหนิติเตียนเรา ผมไม่ว่าอะไร ผมเฉยๆ เพราะเขากับผมพูดกันคนละยุค เขาบอกว่าถ้าคุณไม่เห็นว่ามันเกิดขึ้น คุณอย่าลง ถ้าให้ผมถามกลับ เมื่อเช้านี้คุณตื่นขึ้นมาสนามหญ้าหน้าบ้านเปียกหมดเลย น้ำนองเลย คุณบอกได้ไหมว่าเมื่อคืนฝนตก ผมยืนยันว่า บอกได้ ผมถามว่าคุณเห็นไหมว่าเมื่อคืนฝนตก คุณบอกไม่ได้

คือสังคมแต่ละสังคมมันจะมีองค์ประกอบสิ่งแวดล้อมไม่เหมือนกัน พูดไม่ได้เลย เพราะว่าอาจารย์จะสอนหนังสือหรือนักวารสารศาสตร์สื่อสารมวลชนจะมองตามหลักทฤษฎี มองความ fairness

คำว่า fairness เกิดจากอะไร ถ้าสมมุติว่าฝ่ายหนึ่งมีอำนาจรัฐ พวกคุณเองก็สู้กับไอพวกนี้มาตั้งนานแล้ว คนก็บอกว่าทำไมพวกคุณไม่แฟร์ เห็นหรือยังละ ถูกยังงั้นละ ทีนี้คนที่มองอีกมุมหนึ่งก็จะบอกว่า มันไม่แฟร์นี่ ทำไมไม่เปิดโอกาสให้เขาพูดบ้าง ก็คอนเซ็ปต์เดียวกัน

ด้วยเหตุนี้ ทำไมคนถึงตามเราเยอะ ก็เพราะว่าเรากล้าฟันธงเรื่องที่มีน้ำหนัก แล้วสิ่งที่เราฟันธงมันจริงขึ้นมาหมดทุกเรื่อง

หลังหมดยุคทักษิณ ผู้จัดการจะเปลี่ยนไปอย่างไร?

เรากียืนบนความโปร่งใสยังงั้น (ละ) เราต้องยืนตรงนี้ที่โปร่งใสและต้องตรวจสอบได้ เหมือนอย่างกรณีวันนี้ไม่มีทักษิณ เพราะฉะนั้นแล้วไม่จำเป็นต้องมีทักษิณ มันจะมีคนลักษณะคล้ายทักษิณเยอะแยะไปหมด คนที่มีอำนาจ เราก็ดูต้องเดินหน้าไปอย่างนั้น คือผมไม่รู้สักอะไรนะ คนที่มามีผม ผมเฉยๆ เพราะว่าถ้าหากเราไม่แน่จริง เราไม่มี follower มากขนาดนี้

ทุกวัน หนังสือพิมพ์ควรตามใจคนอ่านหรือเสนอสิ่งที่ควรรู้?

เขาบอกว่าหนังสือพิมพ์ที่ขายได้ต้องเป็นหนังสือพิมพ์ที่มีข่าวที่คนอยากรู้ แต่สิ่งที่พวกเราทำคือ เราอยากจะทำข่าวที่คนควรรู้ ข่าวควรรู้มันขายไม่ค่อยได้ ข่าวอยากรู้จะขายได้เพราะฉะนั้นมันขึ้นอยู่กับหนังสือพิมพ์ว่าจะสร้างความสมดุลระหว่าง “อยากรู้” กับ “ควรรู้” มากน้อยแค่ไหน เพื่อให้มันขายได้บ้าง อาชีพนี้เป็นอาชีพพิเศษจริงๆ จะเอาหลักการตลาดที่ ศคินทร์ (สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ จุฬาฯ) สอน หรือว่า MBA ธรรมศาสตร์สอนมาปรับใช้ไม่ได้ มันมีจิตวิญญาณของมันจริงๆ ผมถึงบอกว่าปัญหาใหญ่ของวงการหนังสือพิมพ์ก็คือปัญหาเจ้าของ ถ้าเจ้าของมีความเป็นมนุษย์ที่รักความเป็นธรรมสักนิดหนึ่ง ผมคิดว่าวงการหนังสือพิมพ์จะดีขึ้นเยอะ

- @ -





มุมมอง ภาคประชาสังคม



ดังคำกล่าวของ ผศ. ดร. กุลทิพย์ ที่ได้โปรยไว้ตั้งแต่ต้น เพราะต่อไปหนังสือพิมพ์จะอยู่ด้วยตัวเองไม่ได้ อันเนื่องมาจากจะไม่มีโฆษณา ปัจจุบันโฆษณาต้องลงได้หลายสื่อในโลกธุรกิจทุกวันนี้ ซึ่งกระแสเหล่านี้ดำเนินไปพร้อมๆ กับราคากระดาษที่แพงขึ้นทุกวัน

“เราต้องยอมรับว่าเทรนด์ของโลกมันเปลี่ยนไป ตอนนี้อ่านหนังสือพิมพ์ยุคนี้ คือคนที่อายุ 40-50 ปี ขึ้นไป แต่เด็กรุ่นใหม่เขาอ่านข่าวออนไลน์กันหมดแล้ว ปัญหาสำคัญก็คือวัฒนธรรมการอ่านที่ต่ำซึ่งฝังรากลึกมานาน”

เมื่อพิจารณาตลาดหนังสือพิมพ์โดยรวม ผศ. ดร. กุลทิพย์ มองว่า หนังสือพิมพ์ส่วนกลางระดับชาติยังได้รับความนิยมอยู่ เพราะเป็นสิ่งที่แสดง public standard แต่สิ่งที่น่าสนใจคือสื่อท้องถิ่น สื่อเฉพาะกิจ และสื่อทางเลือกว่าจะตายหรือไม่ ซึ่งขึ้นอยู่กับความรู้ของคนในสังคม

อย่างไรก็ตาม ผศ. ดร. กุลทิพย์มองว่าหนังสือพิมพ์ยังเป็นหัวเรี่ยวหัวแรงหลัก

● ผศ. ดร. กุลทิพย์ ศาสตราจารย์
บัณฑิตศึกษา
สาขาวิชานิติศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

“หนังสือพิมพ์ต่อไปต้องปรับตัว ต้องมีข่าวออนไลน์ แค่นี้ยังไม่พอต้องหาสมาชิกด้วย”

แม้หนังสือพิมพ์จะยังไม่ตายไปจากสังคมไทย แต่ก็ต้องมีการปรับตัวอย่างสูง เพื่อให้แข่งขันกับสื่ออินเทอร์เน็ตที่มาแรงอยู่ในขณะนี้





ในการนำเสนอข่าว เพราะอย่างน้อยหนังสือพิมพ์ยังเป็นสิ่งที่คนยังให้ความสนใจหรือความเชื่อถือได้ เช่น เรื่องการตรวจสอบทุจริต และการสื่อสารเพื่อสาธารณะ ในขณะที่ทีวีเป็นสื่อที่เน้นความบันเทิง โดยยังไม่ค่อยทำเพื่อสาธารณะเท่าไร เนื่องจากเวลาโฆษณาของโทรทัศน์นั้นก็มีความแพง เพราะฉะนั้น หนังสือพิมพ์จึงต้องทำหน้าที่เป็นสื่อสาธารณะที่ประชาชนต้องการและสามารถตั้งความหวังและความน่าเชื่อถือได้

“ที่สำคัญหนังสือพิมพ์ต้องพัฒนาตัวเอง เพราะวิทยุและโทรทัศน์ก็เอาหนังสือพิมพ์ไปเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่จะนำเสนอ เห็นได้จากรายการต่างๆ ของทีวีที่เกิดขึ้นมากมายในขณะนี้”

การปรับตัวและพัฒนาตัวเองของหนังสือพิมพ์เพื่อให้เป็นสื่อหลักในการนำเสนอข่าวตามที่ ผศ. ดร. กุลทิพย์ พูดถึงคืออะไร...

ปัจจุบันนี้มุมมองของข่าวในอดีตและปัจจุบันของหนังสือพิมพ์และสื่อโดยรวมนั้นไม่แตกต่างหรือเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น เพราะนักข่าวยังทำข่าวตามวาระที่ถูกสร้างขึ้น (agenda setting) ของผู้นำทางสังคม ไม่ว่าจะเป็นนายกรัฐมนตรี หรือประธานคณะมนตรีความมั่นคงแห่งชาติ (คมช.) อย่างที่เห็นอยู่ในตอนนี้

เพราะองค์กรสื่อทุกวันนี้ไม่ลงทุนกับคนที่ควรจะต้องได้รับการฝึกฝนและอบรมในทุกระดับ

“ตอนนี้ นักข่าวได้แต่วิ่งกันตลอดล้มล้มแล้วก็ไปบอกต่อกับคนในองค์กรกลายเป็นแค่คนส่งข่าวเท่านั้นเอง โดยไม่มีเครื่องกรองอะไรเลย บางครั้งก็ถามในสิ่งที่ บก.ข่าวสั่งให้ถาม แต่ไม่เคยคิดว่าให้สิ่งที่ บก.ให้ถามนะ ตัวฉันอยู่ในสถานการณ์นะ ฉันเห็นสีหน้าแววตา



นายกฯ หรือคนรอบข้าง ฉันคิดว่ายังไม่ควรถามตอนนี้”

การตั้งคำถามของนักข่าวบางครั้งก็เป็นการชี้นำประเด็น ในวงวิชาการด้านสื่อมวลชนเรียกว่า framing issue แล้วก็นำสิ่งนั้นมาเป็นประเด็นนำ เมื่อเกิดภาวะอย่างนี้แล้ว ไม่จบแค่นั้น สื่อด้วยกันเองก็ยังถ่วงดุลการทำงานกันไม่พอ

อีกประเด็นที่สำคัญคือ นักข่าวยังไม่เข้าใจความแตกต่างทางวัฒนธรรมในสังคม เพราะน้อยมากที่จะลงไปฝังตัวในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักข่าวที่ตามประเด็นความล้มพันธ์ระหว่างประเทศซึ่งตรงนี้แตกต่างจากนักข่าวของสำนักข่าวต่างประเทศ เช่น นักข่าวที่ต้องตามประเด็นเกี่ยวกับภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทุกคนต้องถูกเทรนมาก่อนเลยว่าวัฒนธรรมที่นี่เป็นอย่างไร บางคนต้องเรียนรู้ภาษาท้องถิ่นเลยด้วยซ้ำ

หลากหลายปัญหาที่ ผศ. ดร. กุลทิพย์ ยกตัวอย่าง ทำให้สื่ออยู่ในสถานการณ์ที่กำลังดิสเครดิตตัวเอง แล้วทำให้คนอ่านไม่ให้ความเชื่อถือ สิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตก็คือ ประชาชนสามารถคิดได้หลากหลายมากขึ้น ถ้าไม่เชื่อตรงนี้เขาก็เช็คตรงอื่นได้ เช่น ทีวีต่างประเทศของ CNN หรือ BBC แม้กระทั่งเว็บไซต์ต่างชาติ เพราะมุมมองข้างนอกอาจจะมีเหตุผลมากกว่า

และความเคลื่อนไหวอีกอย่างหนึ่งที่น่าสนใจก็คือ การที่หนังสือพิมพ์ต้องสู้กับบล็อก (blog ซึ่งย่อมาจาก weblog) เพราะต่อไปคนสามารถสร้างวาระในบล็อกของตัวเองได้ และเขาก็ไม่จำเป็นต้องเชื่อตามวาระที่หนังสือพิมพ์สร้าง ดังนั้น ถึงเวลาแล้วที่หนังสือพิมพ์ต้องปรับตัวอย่างจริงจัง ผศ. ดร. กุลทิพย์ทิ้งท้าย

- @ -





● ประยงค์ รณรงค์
เจ้าของรางวัลแมกไซไซ
สาขาผู้นำชุมชนปี 2004

สื่อมวลชนในขณะนี้ ถือว่าดี ได้ประโยชน์เยอะ มีข่าวที่ออกมา หลากหลายต่อเนื่อง ทำให้คนได้ศึกษา เรียนรู้ตลอดเวลา ทำให้คนในชนบท ได้เห็นข่าวในส่วนกลางดี เต็มนี้ หนังสือพิมพ์จะมีคนซื้อฉบับหนึ่ง ก็จะมี คนอ่านต่อๆ กันไป ทำให้เผยแพร่ กว้างขวางพอสมควร แต่ในชนบท สื่อ โทรทัศน์มีบทบาทมากกว่าสื่อหนังสือพิมพ์ ดังนั้น สื่อโทรทัศน์จึงไม่ควรนำเสนอ เรื่องที่เป็นธุรกิจมากเกินไป น่าจะมีสาร ประโยชน์อื่นๆ ใส่เข้าไปในสื่อโทรทัศน์ ให้มากกว่าที่ได้ประโยชน์แก่เด็กวัยรุ่น และ เรื่องเอกลักษณ์ของความเป็นคนไทย หรือไม่กี่ข่าวชาวบ้าน

และในหนังสือพิมพ์ บางเรื่องน่า จะมีการปรับปรุง คือ ข้อเท็จจริงต่าง ถูกต้อง ถัดวัน ข่าวต่างๆ บางเรื่องเป็น เรื่องจริง แต่ก็ทำให้เกิดความเสียหาย วงกว้าง น่าจะเสี่ยๆ บ้าง บางเรื่องผู้ บริโภคก็รู้รายละเอียดมากกว่า จึงทำให้ รู้สึกไม่ดี เช่น เรื่องการเมือง

อีกอย่างคือ เรื่องหรือสิ่งดีๆ น่าจะ

ขยายผลใส่ลงไปบ้าง ไม่ใช่มีแต่เรื่องเลวร้าย ให้เรื่องดีๆ มีสัดส่วนในการนำเสนอ ขาวมากขึ้น ในหน้าแรกอาจมีข่าวดี ไม่ใช่มีแต่ข่าวร้าย ขอให้เอาสัดส่วนของข่าวที่ ค่อนข้างที่จะทำให้รู้สึกหดหู่ลดลงบ้าง หรือถ้าหากไม่ลดลง ก็ให้เพิ่มข่าวดีๆ เพิ่มขึ้น มีอะไรที่ดีบ้าง ไม่ใช่ว่าเข้ามาพบแต่เรื่องไม่เป็นมงคล ทำให้รู้สึกหดหู่ ทุกเรื่องนะ เช่น ข่าวอาชญากรรม ข่าวคนทำความชั่ว รู้สึกว่ามีการนำเสนอมากมายเหลือเกิน ประเทศไทยยังเป็นอย่างนี้อยู่

- @ -



● วันดี สันติวุฒิเมธี
บรรณาธิการนิตยสาร
“สาละวินโพสต์”

“หนังสือพิมพ์ควรจะ ชี้นำสังคมในบางเรื่อง และหา ประเด็นที่นำไปสู่การเปลี่ยนแปลง ในทางที่ดี”

วันดี สันติวุฒิเมธี บรรณาธิการ นิตยสารราย 6 สัปดาห์ ฉบับเดียวใน ประเทศไทยอย่าง “สาละวินโพสต์” ที่มี เป้าหมาย “เพื่อความเข้าใจในประเทศ พม่า” มองว่าการรายงานข่าวของ หนังสือพิมพ์ปัจจุบันมีการพัฒนามากขึ้น

โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ที่เสนอข่าวหนัก หรือ hard news ที่มีข่าวเชิงสืบสวน สอบสวน และหลายเรื่องมีการเจาะลึก ในประเด็นที่สังคมให้ความสนใจและมี ความหลากหลายกว่าเดิม เช่น ข่าว เหตุการณ์ความรุนแรงใน 3 จังหวัด ชายแดนภาคใต้

แม้จะมีข่าวประเภทนี้มากขึ้นก็ตาม แต่สัดส่วนของข่าวที่เน้นสันก็เพิ่มขึ้น ด้วยเช่นกัน เพราะหนังสือพิมพ์ข่าวหนัก ต้องการปรับตัวเพื่อที่จะขยายตลาด ใน ขณะที่หนังสือพิมพ์หัวสียังไม่ค่อยเห็น ความเปลี่ยนแปลงเท่าไรนัก ยังเน้น ความหวือหวาไม่ต่างจากเดิม

โดยเฉพาะในบางประเด็น เช่น ข่าว เกี่ยวกับประเทศพม่า แรงงานพม่า หรือ คนพม่าในเมืองไทย ซึ่งเป็นประเด็นที่ วันดีให้ความสำคัญ และสนใจอย่าง ต่อเนื่องนั้น หนังสือพิมพ์ไทย ยกเว้น ภาษาอังกฤษอย่าง บางกอก โพสต์ และ เดอะ เนชั่นแล้ว ยังไม่ค่อยให้ ความสนใจเท่าที่ควร

“มุมมองที่นำเสนอ ก็จะเป็นอคติ ขาวไม่ดีก็จะนำเสนอเต็มหน้าหนึ่ง ทั้งยัง ไม่ติดตามอย่างละเอียดและรอบด้าน หรือให้ความเป็นธรรม คือ ไม่ได้ติดตาม นำเสนอไปสู่ความเข้าใจ”

วันดียกตัวอย่างให้เห็นภาพ เช่น กรณีแรงงานพม่าผ่านนายจ้าง ก็จะเสนอ





เป็นข่าวหน้าหนึ่ง ในขณะที่นายจ้าง กระทำทารุณกับแรงงานไทย แรงงาน ถูกโกงค่าแรง ไม่ได้ถูกนำเสนอ หรือช่วงที่เกิดเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิสองปีที่แล้ว หนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งพาดหัวว่าแรงงาน พม่าบุกยึดขโมยของในรีสอร์ต ซึ่งจริงๆ แล้วในช่วงนั้น ไม่ใช่คนพม่าเท่านั้นที่ เข้าไปขโมยของ คนไทยก็ขโมยเหมือนกัน แต่พอดพาดหัวอย่างนี้ ผลที่ตามมาคือ แรงงานพม่าบริสุทธิ์ที่ได้รับผลกระทบ จากสึนามิไม่ได้รับความช่วยเหลือด้าน มนุษยธรรมเลย แล้วต้องอยู่แบบ หลบๆ ซ่อนๆ บางคนถูกรีดไถ บางคน ถูกส่งกลับ

นี่เป็นเพียงประเด็นหนึ่งของคนที่ ทำสื่อเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่าง คนพม่าและคนไทยที่เห็นว่าการนำเสนอ ข่าวเรื่องนี้ยังขาดความรอบด้าน แต่ใน ส่วนของประเด็นอื่นๆ หนังสือพิมพ์ไทย โดยรวม วันดีมองว่าก็ยังขาดสิ่งสำคัญ คือการคิดประเด็นข่าวเองของผู้สื่อข่าว เพราะทุกวันนี้ยังเป็นการทำตาม ประเด็นที่เป็นกระแสอยู่ นักข่าวเองก็จะ ไปทำข่าวตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น หรือ ไปตามหมายข่าวและการแถลงข่าว ซึ่ง ตรงนี้เรามองว่านักข่าวอาจถูกควบคุมได้ แต่ถ้านักข่าวมองไปอีกชั้นหนึ่งว่า สังคม มีแนวโน้มจะเกิดปัญหาอะไร แล้วไปทำ ข่าวตามประเด็นนั้น นักข่าวก็จะเป็นคน ควบคุมประเด็นนั่นเอง

หนังสือพิมพ์รายวันยังมอง ประเด็นตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ใน ขณะที่สื่อที่เราทำอยู่ เราพยายามมอง แนวโน้มและนำเสนอให้เกิดความเข้าใจ เช่น ปัญหาสุขภาพ ที่คงพอจะได้ยินกัน ว่ามีโรคเก๊าท์กลับมาใหม่ หนังสือพิมพ์ยังไม่เข้าใจเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ก็อาจจะ ลงข่าวว่าแรงงานต่างด้าวเป็นบ่อเกิด แห่งเชื้อโรค ตรงนี้ไม่ใช่การแก้ปัญหา แต่ เป็นการตอกย้ำปัญหามากกว่า

“รายงานข่าวยังขาดการนำเสนอข่าวด้วยการคิดประเด็นขึ้นเอง บางเรื่อง หนังสือพิมพ์ก็ตอบสนองมากไปด้วยซ้ำ โดยเฉพาะเรื่องที่คุณอ่านอยากรู้หรือสนใจ ตรงกันข้ามหนังสือพิมพ์ควรจะชี้นำสังคมในบางเรื่อง และควรมองหาประเด็นข่าวที่ จะนำสังคมไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้นในบางประเด็น” วันดีให้ความเห็น

ปัญหาสำคัญของสื่อกระแสหลักทุกวันนี้คือต้องพึ่งพาเงินทุนที่มาจากโฆษณา ซึ่งเป็นสิ่งที่น่ากลัวที่สุด เพราะทำให้อุดมการณ์ที่ถืออยู่นั้นล้นคลอน ดังนั้น สื่อเหล่านี้ต้องผลิตสื่อเพื่อชี้นำหรือเปลี่ยนแปลงสังคมบ้าง แม้ว่าคนอ่านจะยังไม่ต้องการ แต่ต้องหาจุดสมดุลด้วยการหาพื้นที่เพื่อรองรับเรื่องราวเหล่านี้...

- @ -



● ปรีดา เตียสุวรรณ์ ประธานบริษัท แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน)

“ปรีดา เตียสุวรรณ์” ประธาน บริษัท แพรนต้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) เป็นหนึ่งในนักธุรกิจไม่กี่คนที่ทำงานให้กับสังคม เขาเป็นประธานเครือข่ายธุรกิจ เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม อันมีพันธกิจ สำคัญ คือส่งเสริมและสนับสนุนการ สร้างจิตสำนึกทางธุรกิจที่นำไปสู่การ เคารพสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงสิทธิชุมชน และสังคม รวมทั้งการดำเนินธุรกิจที่ ยุติธรรมสำหรับทุกฝ่าย หลายคน

ขนานนามให้ “ปรีดา” เป็นนักธุรกิจ ผู้หาญกล้าทางจริยธรรม จึงไม่น่าแปลกใจ เมื่อถามความเห็นถึงสื่อมวลชนใน อนาคต นักธุรกิจที่ผลิตและขายอัญมณี ส่งออกปีละ 3,000 ล้านบาท จะพูดถึง สื่อในอนาคตโดยมีจริยธรรมด้านสื่อเป็น แกนหลักในการวิเคราะห์

“ต้องยอมรับความจริงว่าในอนาคต วิธีการจัดจำหน่ายสื่อต้องเปลี่ยนแปลง ไปอย่างแน่นอน เพราะมนุษย์จะสื่อสาร กันโดยระบบไร้สาย ระบบดิจิทัลมากขึ้น เพราะระบบดิจิทัลจะเป็นคำตอบใน อนาคตและเหมาะกับวิถีชีวิตในอนาคต อย่างชัดเจน สังเกตได้จากการที่มนุษย์ อยู่กับโทรศัพท์ที่เป็นมากกว่าโทรศัพท์ อยู่ตลอดเวลา และจากโทรศัพท์มือถือก็ จะมีลักษณะที่แปลงกายออกมาเป็น โทรศัพท์ที่สามารถจะอ่านข้อมูลได้มากขึ้น คนที่ขยันหน่อยก็จะใช้แล็ปท็อปไปเลย แล้วมนุษย์ก็จะนำพาตัวเองไปสู่การ บริโภคข้อมูลทั้งหลายผ่านเครื่องมือ เหล่านี้มากขึ้น เฉลียวๆ ในอนาคต แล็ปท็อปอาจอยู่ในรูปแบบของมือถือ ก็เป็นไปได้ ซึ่งในอนาคตเป็นไปได้มาก”

ดังนั้นความสามารถของคนที่จะ เข้ามาผลิตข้อมูลตรงนี้จะมีมากขึ้น ไม่ว่าจะ เป็นสื่อกระแสหลัก หรือสื่อ ทางเลือกก็ตาม และในกรณีของสื่อ



ทางเลือกก็จะมีโอกาสมากขึ้นที่จะเข้ามาผลิตสื่อในรูปแบบดิจิทัล

อย่างไรก็ตามประเด็นที่น่าสนใจคือ ท้ายที่สุดโลกของข่าวที่มีมากมายไม่ว่าจะเป็นสื่อหลักหรือสื่อทางเลือกก็แล้วแต่ข่าวจะมีมากจนคนรับไม่ไหว ฉะนั้นความสามารถจึงอยู่ที่การทำให้ข่าวของตัวเองเป็นข่าวที่คนให้ความสนใจด้วยความถูกต้องและตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ก็คือ ผู้ที่ให้ข่าวมานั้นมีความสามารถที่จะสรุปใจความต่างๆ ซึ่งใช้หลักค่านิยมและจริยธรรมที่ถูกต้องทางด้านสื่อ ซึ่งตรงนี้มันเหมาะสำหรับสื่อที่สามารถจะรวบรวมคน แล้วก็มาทำงานให้ครอบคลุมการให้ข่าวในลักษณะที่รักษาไว้ซึ่งค่านิยมและจริยธรรมที่ถูกต้อง ฉะนั้น ไม่ว่าจะ เป็นสื่ออะไรก็แล้วแต่

แล้วจะสักแต่ถ่ายรูปหรือส่งรูปแล้วให้คำอธิบายต่างๆ ที่ไม่ได้ตั้งอยู่บนจริยธรรมและค่านิยมที่ถูกต้อง คนก็จะไม่ให้ความสนใจ หรือถ้าให้คำอธิบายที่เป็นค่านิยมที่เลวร้ายไปกว่านั้น ก็จะถูกเซ็นเซอร์จากสังคมอย่างแน่นอน

ท้ายที่สุดสื่อมวลชนในอนาคตยังงัยก็ขึ้นอยู่กับองค์กรที่สามารถจะส่งข้อมูลที่ เป็นไปตามครรลองของค่านิยมและจริยธรรมที่ถูกต้อง และอยู่ในบรรทัดฐานของความเป็นฐานันดรที่ 4 อยู่ดี แล้วก็จะมีคนที่มาทำงานข่าวด้านการเก็บภาพมากขึ้น สืบเนื่องมาจากความง่ายของการใช้เทคโนโลยี เพื่อที่จะรายงานข่าว รายงานภาพได้ทันท่วงที



● จาตุรนต์ ฉายแสง รักษาการหัวหน้าพรรค ไทยรักไทย

มอง การนำ เสนอข่าว ของ หนังสือพิมพ์ไทย โดยเห็นว่าในยุคเทคโนโลยีก้าวหน้า ทำให้นักข่าวได้ ข้อมูลข่าวสารรวดเร็ว เพราะมีช่องทางเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย นำมาเสนอ ได้รวดเร็ว แต่ในแง่ข้อเท็จจริง ข่าวใน หนังสือพิมพ์ยังใช้เป็นแหล่งอ้างอิงที่มา ของข่าว โดยเฉพาะความจริงคืออะไร ยังเป็นเรื่องที่สังคมใช้เป็นบรรทัดฐาน กับสื่อไทย หนังสือพิมพ์ไทยไม่มากนัก โดยจะเห็นว่าคนไม่ค่อยได้อ้างว่าเรื่องนี้ เป็นจริงอย่างแน่นอน เพราะเป็นข่าวที่

หนังสือพิมพ์ฉบับนั้นฉบับนี้นำเสนอ คน ไม่พูดแบบนี้ ต่อไปสื่อมวลชนจะเสนอ ข่าวอะไรต้องมีข้อมูลที่ชัดเจนมากกว่านี้ จนประชาชนนำไปอ้างอิงได้ ตรงนี้เป็น ความเห็นที่เคยพูดมานานแล้วเป็น 10 ปี แล้ว การนำเสนอข้อมูลข่าวสารของ ต่างประเทศ ความรู้ทางวิทยาศาสตร์จะ ไม่ค่อยมีปัญหา แต่ข้อมูลเชิงปัญหาสังคม การเมือง อาชญากรรม ยังไม่ค่อยพบว่าหนังสือพิมพ์ไทยได้ยกระดับในเรื่อง การมีมาตรฐานเกี่ยวกับการเสนอข่าวที่ เป็นจริงมากกว่ากัน

ไม่เหมือนหนังสือพิมพ์ต่างประเทศ ที่จะพูดว่าถ้าข่าวนี้มาจากหนังสือพิมพ์ ฉบับนี้จะไม่ผิดเพี้ยน แต่อาจจะอ้างได้ ในเรื่องว่าหนังสือพิมพ์ฉบับไหนได้ข้อมูล ล้วงลึกกว่ากันและน่าจะเป็นจริง เช่น โศ คณะรัฐมนตรีจะออก คนจะพอรู้ว่าถ้า ลงต่างๆ กัน ประชาชนรู้ว่าสมควรอ่าน ฉบับไหนถึงจะแม่นยำ และถ้าลงเนื้อหา ข่าวผิดไปแล้วจะไม่พบว่าหนังสือพิมพ์ ลงแก้ข่าวที่ลงไปตามนั้นตามนี้ไม่ใช่ ความจริง

“อยากเห็นหนังสือพิมพ์ไทยใน อนาคตควรเสนอข่าวที่สะท้อนความเป็นจริง เสนอข้อมูล ข้อเท็จจริงและ ความรู้ให้มากขึ้น เพื่อต้องการให้เป็น เวทีให้เกิดการคานกันในสังคมมากกว่าที่จะเป็นตัวผลักดันสังคมแบบเลือกข้าง





หรือกำหนดทิศทางตามความต้องการของสื่อเองในกรณีที่มีความเห็นในสังคมแตกต่างกัน”

แม้ที่ผ่านมานั่งสื่อพิมพ์จะสะท้อนภาพความเป็นจริง เป็นเวทีให้คำกัน เกิดความสมดุลทางสังคมในเรื่องเกี่ยวกับความคิดเห็น ทิศทางการแก้ปัญหาบ้านเมืองพอสมควร แต่เมื่อถึงจุดหนึ่งแล้วหนังสือพิมพ์ไทยจะเลือกข้างและกำหนดทิศทาง ในบางช่วงแต่ละฉบับเสนอข่าวไม่เหมือนกัน บางช่วงเฮโลไปในทางเดียวกันเหมือนกับเป็นการคุยกันแล้ว และกำหนดแล้วจะเอาแบบนี้เอาแบบนั้น

ถ้าเป็นข่าวกรณีข่าวอาชญากรรม ข่าวการทุจริต การนำเสนอข้อมูลมาก ๆ และสรุปไปในทางใดทางหนึ่งโดยการโปรยข่าว เขียนในลักษณะชี้หน้าผานการโปรยข่าว พาดหัวหรือการเขียนคอลัมน์ จะมีผลทำให้คนเชื่อไปในทางนั้น ถ้าเป็นผู้ต้องหาคนเชื่อไปแล้วว่าทำผิด แม้ต่อมาพิสูจน์ว่าไม่ได้เป็นผู้กระทำผิด ขาวนั้นไม่ได้รับการแก้ไข รูปแบบนี้มีผลดีและผลเสีย คือคดีถูกเร่งรัดหาตัวคนทำผิด แต่ผู้ที่ถูกกล่าวหาสุดท้ายไม่มีความผิด ก็มีผลกระทบต่อผู้ถูกกล่าวหาไปแล้ว

พอเป็นเรื่องการเมือง เรื่องของบ้านเมือง การชี้หน้าในลักษณะเลือกข้าง มีอิทธิพลต่อการชี้นำความคิดของคนได้สูง ในช่วงจากนี้ไป โดยเฉพาะเมื่อสังคมอยู่ภายใต้การปกครองที่เป็นเผด็จการ ไม่แน่ว่าจะได้ประชาธิปไตยกลับคืนมา มากน้อยแค่ไหน กลับไม่แน่อีกว่าประชาธิปไตยที่จะได้มาจะยั่งยืนแค่ไหน ถ้าหนังสือพิมพ์มีลักษณะเลือกข้างหรือกำหนดทิศทางบางอย่างโดยหนึ่ง เพื่อชี้นำสังคม ผลักดันสังคมไปในทางที่ต้องการมากกว่าการสะท้อนความเป็นจริง สะท้อนความเห็นคนหรือเปิด



โอกาสให้คนได้แสดงความคิดเห็นที่หลากหลายในลักษณะสมดุลหรือคานกันได้ จะทำให้มีความโน้มเอียงโดยหนังสือพิมพ์จะต้องไปผูกโยงกับกลุ่มทุนขนาดใหญ่ หรือกลุ่มผู้มีอำนาจ สังคมเผด็จการพอไปถึงขั้นหนึ่งเวลาจะเลือกข้างก็หนีไม่พ้นความเกรงใจ ความเกรงกลัว อาจจะไม่เป็นผลดีต่อการพัฒนาประชาธิปไตยได้ แม้วันนี้เราเห็นว่าหนังสือพิมพ์ต่างๆ ได้ปรับตัวจากการที่เป็นผู้กำหนดทิศทางก็เปิดโอกาสให้คานกันมากขึ้น แต่ที่ยั่งยืนต่อไปแค่ไหนไม่อาจคาดได้ แต่หวังว่าจะมีความยั่งยืนต่อไป

อยากเห็นนายทุนของหนังสือพิมพ์และนักข่าวต้องปรับปรุงในสิ่งที่เสนอไว้ข้างต้น แต่การจะปรับปรุงตรงนี้ต้องขึ้นอยู่กับสังคมด้วย สังคมไทยไม่ค่อยเรียกร้องจากหนังสือพิมพ์ในเรื่องความจริง คืออ่านแล้วทุกคนมีความรู้สึกว่าเป็นไปคิดกันเองว่าจริงหรือไม่จริง จะเชื่อหรือไม่เชื่อ อ่านต่อไป ติดตามเหตุการณ์ต่อไป ถ้ามีโอกาสรับรู้เรื่องนั้นโดยตรงจะทำให้สรุปได้ง่ายว่าจริงหรือไม่จริง แต่ไม่ค่อยมีว่าถ้าฉบับนี้ลงแสดงว่าต้องจริง เพราะฉบับนี้เคร่งครัดเรื่องความแม่นยำตรงกับความ เป็นจริงไม่ค่อยได้ยินเรื่องนี้กัน กลายเป็นสังคมไม่ได้เรียกร้องมาตรฐานที่สูงนักจากหนังสือพิมพ์ไทย

“ในเมื่อหนังสือพิมพ์เฮโลไปในทิศทางเดียวกัน ย่อมเกิดผลเสียต่อสังคม เนื่องจากสังคมไม่ค่อยมีบรรทัดฐานความจริงไม่จริง เมื่อหนังสือพิมพ์เฮโลไปในทางเดียวกันก็สามารถกำหนดทิศทางของสังคมได้โดยการเขียนไปในทางเดียวกัน การเขียนนั้นก็เป็นการแสดงทัศนคติมากกว่าการเสนอข้อเท็จจริง ผมไม่ได้บอกว่าคอลัมน์นิสต์ไม่สามารถเสนอความเห็นได้ แต่ถ้าสังเกตว่าเวลาเฮโลกันเหมือนจะเป็นแนวของหนังสือไปเลย แล้วคอลัมน์นิสต์ก็เขียนตามหัวหนังสือ กลายเป็นคอลัมน์นิสต์เต็มไปหมดไปในทิศทางเดียวกัน เลยมีผลต่อความคิดของคนในสังคม ยิ่งไม่เปิดหน้ากระดาษให้คนที่แสดงความคิดเห็นมาที่หลากหลายหรือแตกต่างจากคอลัมน์นิสต์หรือการไปลดเนื้อหาการให้สัมภาษณ์ก็ดี บทความที่ไม่ตรงกับแนวของหนังสือพิมพ์ไปมาๆ หนังสือพิมพ์ก็กลายเป็นผู้กำหนดทิศทางของสังคม และเมื่อสื่อวิทยุและโทรทัศน์เสนอข่าวตามหนังสือพิมพ์ไปด้วย ยิ่งทำให้มีอิทธิพลต่อสังคมมากยิ่งขึ้น”





ถามว่าสื่อมวลชนข่าวมีสิทธิทำแบบนี้หรือไม่ จะว่ามีสิทธิก็ได้ แต่โดยจรรยาบรรณของหนังสือพิมพ์เชื่อว่า สื่อต้องสะท้อนความจริง สะท้อนความคิดที่หลากหลาย และเปิดโอกาสให้คนตัดสินมากกว่าการที่จะเป็นผู้กำหนดเสียเอง เพราะสื่อเป็นเครื่องมือที่ทรงอิทธิพลต่อความคิดของคน ถ้าสื่อกำหนดทิศทางของสังคมเสียเอง สื่อก็เป็นผู้เล่น ผู้แสดง ตัวละครไปด้วย เป็นเวทีและเป็นผู้แสดงด้วย การเป็นตัวแสดงบางทีไปถึงขั้นตัวแสดงหลัก ตัวแสดงหลักนั้นก็ใช้สื่อของตัวเองเป็นกระบอกเสียง เชื่อว่าที่เกิดขึ้นในลักษณะนี้ไปมากพอสมควร ไม่น่าจะถูกจรรยาบรรณของสื่อมวลชน ในอดีตของประเทศไทยเองไม่เคยเกิดขึ้นและไม่ทำแบบนี้ แต่จะเป็นเวทีมากกว่าเปิดโอกาสให้นักเขียนคอลัมน์นิสต์ใช้เวทีเหล่านี้ และในต่างประเทศก็ไม่เคยเกิดขึ้นแบบนี้มาก่อน

ขอย้อนกลับไปถึงการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับคดีอาชญากรรมอีกชนิดที่มีปัญหาตลอด คือเรื่องที่เป็นเรื่องความเสียหายส่วนตัว มักจะนำข้อเท็จจริงมาเปิดเผยเกินความจริง ส่งผลเสียต่อบุคคล ไม่ว่าจะเป็นผู้ต้องหา ผู้เสียหาย เช่น นำภาพของผู้ต้องหามาแล้วทำให้คนเข้าใจว่าเป็นผู้กระทำผิดทั้งที่ยังไม่ได้รับการพิสูจน์ เอาผู้เสียหายมาเป็นข่าว จนกระทั่งทำให้ผู้ต้องหาหรือครอบครัวของผู้ต้องหาอับอาย อยู่ในสังคมแทบไม่ได้ เป็นการซ้ำเติม ในส่วนนี้ความจริงมีกฎหมายหมิ่นประมาทการละเมิดอยู่ แต่สังคมไทยไม่มีใครใช้กฎหมายนี้ เพราะไม่มีใครอยากมีเรื่องกับหนังสือพิมพ์ ทำให้หนังสือพิมพ์เสนอข่าวแล้วเป็นผลเสียต่อผู้ต้องหาหรือผู้เสียหายอยู่บ่อยๆ แม้การเสนอข่าวเป็นจำนวนอยู่ไม่น้อยทำให้จับกุมคนร้ายได้

หรือทำให้ผู้เสียหายได้รับความเห็นใจ แต่ยังคงคิดว่าในแง่ลบยังมากไป

ในฐานะนักการเมืองและอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงยุติธรรมได้ติดตามและเห็นปัญหานี้มาตลอด ได้เสนอประเด็นเหล่านี้ให้สังคมไทยเข้าไปร่วมควบคุมการสื่อ แต่ไม่ค่อยกล้ามีส่วนในการควบคุมกำกับสื่อ และสื่อเองมักจะเสนอประเด็นสื่อควรควบคุมกันเอง ในความเห็นผมเป็นข้อเสนอที่ผิด สื่อไม่เฉพาะแค่ควบคุมกันเองเท่านั้น สังคมต้องคุมสื่อด้วย ไม่ใช่สื่อคุมกันเอง

- @ -



● กฤติกาพร มลาसानต์
**อาจารย์มหาวิทยาลัย
 ราชภัฏสวนดุสิต
 ศูนย์ระนอง 2 (กรุงเทพฯ)
 เท่านั้น**

“สื่อไม่ควรมือกสิสิทธิ์เหนืออาชีพอื่น ต้องให้สังคมเข้าไปควบคุมด้วย”

อ.กฤติกาพร ซึ่งมีส่วนเติมเต็มอาหารสมองให้แก่นักศึกษา คณะนิเทศศาสตร์ ได้นำประสบการณ์กำหนดเนื้อหาการเรียนให้นักศึกษาที่ผ่านมาสะท้อนในหนังสือวันนักข่าวประจำปี 2550 ว่า ขณะนี้อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ได้ก้าวเข้าสู่การปฏิวัติข้อมูลข่าวสาร ยุคที่ 5 อันเป็นผลพวงจากการปฏิวัติด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและอิเล็กทรอนิกส์ดิจิทัล (Digital

Electronic Revolution) อย่างเต็มตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสำนักพิมพ์ที่มีบุคลากร และเทคโนโลยีพร้อมอยู่แล้ว รวมถึงการขยายตัวของกลุ่มสำนักพิมพ์หรือกอง บก. ออนไลน์เพิ่มขึ้น เพื่อตอบสนองความกระหายใคร่รู้ของคนในสังคม นอกเหนือจากการเสฟข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางการสื่อสารพื้นฐานของสื่อมวลชนแขนงต่างๆ นอกจากจะนำเสนอข่าวสารทั่วไปแล้วยังเพิ่มความเข้มข้นผ่านบทวิเคราะห์ วิจารณ์ คอลัมน์ต่างๆ เข้าไปในรูปข่าวเจาะ (executive) เน้นตีแผ่ เปิดโปง ควบคู่กับการตีกระแสวิเคราะห์สาระสะท้อนความคิดเห็นจากคนสังคมออนไลน์อย่างเป็นระบบมากขึ้น ในรูปแบบห้องสนทนาข่าวแต่ละประเภทผ่านเว็บไซต์ของตนเอง เพื่อสร้างและดึงฐานกลุ่มแฟนคลับจากเว็บไซต์ทั่วไปที่เปิดห้องสนทนาด้านข่าวให้เข้ามาออนไลน์ในพื้นที่ของตน และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกองบก. ผู้สื่อข่าว นักเขียนที่ชื่นชอบได้โดยตรง เพื่อสร้างความใกล้ชิดระหว่างข่าวกับคนข่าวในการถกข้อกังขาต่างๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมตลอด 24 ชั่วโมงโดยเสรีภายใต้แนวคิดเดิมๆ ที่ว่าข่าวต้องสดเหมือนปลาในตลาด แต่ตลาดในที่นี้ไม่ใช่ตลาดทางเท้า แต่เป็นตลาดออนไลน์สำหรับกลุ่มคนที่มีเทคโนโลยีอยู่ในมือ





ปรากฏการณ์ดังกล่าวกำลังสะท้อนถึงปัญหาความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล (Digital Device) ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดของ ดร. สุรัตน์ เมธิกุล (2545) “การกระจายข่าวสารโดยเสรีต้องสร้างความสมดุลการกระจายข่าวสารภายในสังคมให้ได้ โดยเฉพาะระหว่างคนในสังคมเมืองกับสังคมชนบท ประชาชนในชนบทจะต้องสามารถเข้าถึงข่าวสาร และสามารถใช้บริการในการส่งข่าวและให้ความเห็น โดยมีโอกาสที่จะมีส่วนร่วมในกระบวนการสื่อสารนั้นได้ คงไม่ใช่ เสมือนวัตถุที่เฉื่อยชาที่ถูกทับถมด้วยข่าวสารเท่านั้น” เป็นประเด็นที่คนสื่อควรหันกลับมามองและช่วยกันลดช่องว่างทางข่าวสารดังกล่าวให้แคบลง ในฐานะหมาเฝ้าบ้านที่เฝ้าทั้งมหาเศรษฐีและยากจนในเวลาเดียวกัน

แต่จากความก้าวหน้าที่ของเทคโนโลยีการสื่อสารย่อมส่งผลให้ตลาดการแข่งขันด้านข่าวรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ทุกสำนักพิมพ์ของหนังสือพิมพ์และ e-newspaper ต้องการขยายฐานลูกค้าให้มาบริโภค พักติดต่อกับนักพิมพ์ตน เหตุผลนี้อาจส่งผลให้วงการข่าวมีการแต่งข่าวเพิ่มมากขึ้น สร้างสีสัน แต่งเติมข้อมูลให้โดนใจกลุ่มผู้บริโภคมากกว่าจะคำนึงถึงความถูกต้อง ข้อเท็จจริง ซึ่งเป็นพื้นฐานของการนำเสนอข่าวภายใต้หลักจริยธรรม จรรยาบรรณสื่อมวลชน ดังนั้นองค์กรสื่อมวลชนควรมีมาตรการตรวจสอบสื่อด้วยกันเองอย่างเป็นทางการ มีบทลงโทษทางสังคม และเปิดโอกาสให้องค์กรอิสระต่างๆ เข้ามาเป็นผู้ตรวจสอบการทำงานของสื่อด้วยกันกัน ไม่เช่นนั้นสื่อมวลชนหรือหนังสือพิมพ์ฉบับนั้นในฐานะเพื่อนของประชาชนอาจจะต้องถูกปฏิรูปโค่นล้มฐานะฐานันดรที่ 4 ลง เพราะใช้ความไว้วางใจ

เชื่อใจของประชาชนมาเป็นเครื่องมือหากิน และรักษาผลประโยชน์เฉพาะกลุ่มคนหรือพวกพ้องของตนจนผู้บริโภคทนเสพข้อมูลข่าวสารขยะๆ ไม่วางใจต้องลุกฮือขึ้นมา ถ้าเป็นเช่นนั้นคงไม่เป็นผลดีต่อทุกๆ ฝ่ายแน่ๆ ทั้งตัวประชาชนเอง สังคมและประเทศชาติ

ดังนั้นนอกจากจะกำหนดเนื้อหาการสอนให้นักศึกษารู้อดีตหรือที่มาของสื่อสารมวลชนทุกแขนง จะต้องให้นักศึกษารู้ถึงสถานะปัจจุบันและอนาคตของสื่อสารมวลชนทุกแขนง ควบคู่กับการปลูกฝังคุณธรรมและจริยธรรมซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งยวดแก่นักศึกษาที่จะเป็นบุคลากรที่ทรงคุณค่าในวงการสื่อสารมวลชนของเราต่อไป

- @ -



● น.ส. อัมรา ธรรมโรช
**นักร้องสังกัดจีเอ็มเอ็ม
 แกรมมี่ นักศึกษา ปี 3
 คณะนิเทศศาสตร์
 สาขาวิทยุกระจายเสียง-
 วิทยุโทรทัศน์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
 ศูนย์ระนอง**

น.ส. อัมรา หรือ น้องเพนท์ มองหนังสือพิมพ์ที่ได้เสนอข่าวในช่วงที่ผ่านมา โดยเห็นว่าภาพรวมหนังสือพิมพ์นำเสนอข่าวอยู่ในเกณฑ์ดี มีเนื้อหาเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารทุกระดับ แต่ยังมีเนื้อหาข่าวที่เน้นนำเสนออย่างหวือหวา เพื่อดึงดูด

ความสนใจ โดยเฉพาะข่าวเกี่ยวกับคดีทางเพศที่มีเนื้อหาบางส่วนส่อช่วยความรุนแรงและอารมณ์ทางเพศ จนอาจนำไปสู่ปัญหาอาชญากรรมได้ ในเมื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่ออย่างมากที่ส่งเสริมความรู้แก่คนในสังคมและช่วยพัฒนาชาติได้อย่างแท้จริง ดังนั้นหนังสือพิมพ์ควรเปลี่ยนแปลงปรับปรุงเนื้อหาบางส่วนก่อนนำเสนอถึงผู้รับสาร ให้กระทบต่อกลุ่มผู้รับสารที่เป็นเยาวชนให้น้อยที่สุดในส่วนข่าวเกี่ยวกับอาชญากรรมนั้น ก่อนนำเสนอข่าวขอให้ไตร่ตรองการตีพิมพ์ชื่อผู้ต้องหา ก่อน เพราะผู้ต้องหา ยังไม่ใช่ผู้ที่กระทำความผิด เมื่อมีการตีพิมพ์ชื่อผู้ต้องหาลงไปก็ได้สร้างความเสียหายให้แก่พวกเขาแล้ว ซึ่งถูกรังเกียจหรือเกลียดชังจากคนรอบข้างของพวกเขาได้

ถ้าพูดถึงความเป็นอิสระในการนำเสนอข่าว บางแง่มุมยังไม่สามารถที่จะนำเสนอได้เต็มที่ อาจมีหลายปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาดังกล่าว เช่น ถูกแทรกแซงจากนักการเมือง เน้นการนำเสนอข่าวไปในทิศทางสนับสนุนบริษัทโฆษณา หรือถูกคุกคามจากกลุ่มผู้เสียหายผลประโยชน์จากการนำเสนอข่าวนั้น ทำให้ผู้รับสารรับข้อมูลไม่ครบทุกด้าน ดังนั้นในอนาคตผู้รับสารสามารถเลือกรับเลขได้หลายสื่อ ทั้งสื่ออินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ ทำให้ผู้รับสารตัดสินใจได้



ว่าข่าวใดจริงหรือเท็จ หรือข่าวใดนำเสนอเพียงบางส่วน ทำให้สื่อหนังสือพิมพ์ต้องแข่งขันกับสิ่งเหล่านี้ จะทำให้หนังสือพิมพ์มีความเข้มแข็งและมีอิสระในการเสนอข่าวมากขึ้น เพราะผู้รับสารที่เป็นผู้สนับสนุนสื่อตัวจริง มีความต้องการข่าวสารที่ตรงไปตรงมาและเป็นกลาง

- @ -



● **วีรวัฒน์ วีระประสาธน์**
ประธานมูลนิธิฟื้นฟูชีวิต
และธรรมชาติ
และสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจ
และสังคมแห่งชาติ (ส.ป.)

“สื่อ... ต้องต่อลมหายใจให้สิ่งแวดล้อม”

วีรวัฒน์ ได้สะท้อนการทำงานของสื่อมวลชนกับการขับเคลื่อนข่าวเรื่องสิ่งแวดล้อมว่า สื่อมวลชนยุคก่อนๆ ไม่ค่อยสนใจในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติเลย เพราะส่วนใหญ่จะสนใจเรื่องการเมืองมากกว่าเรื่องความเป็นธรรมทางสังคม เพิ่งเริ่มสนใจในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา ซึ่งขณะนั้นมีการรณรงค์เรื่อง

ผลกระทบต่อชาวบ้านที่เกิดขึ้นจากการสร้างเขื่อนน้ำโจน โดยเริ่มจากสื่อโทรทัศน์แล้วขยายตัวไปยังหน้าหนังสือพิมพ์

นักต่อสู้ผู้หนึ่งยังสะท้อนอีกว่า ดูเหมือนสื่อมวลชนสมัยนั้นมีความรู้สึกว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ดังจะเห็นจากการทุ่มเทกับเรื่องสิ่งแวดล้อมมาก ถึงขนาดลงพื้นที่เอง เขียนสื่อกู๊ปเอง หาข้อมูลเอง อีกทั้งยังร่วมต่อสู้กับชาวบ้านและองค์กรภาคเอกชนที่ขับเคลื่อนเรื่องความเดือดร้อนของชาวบ้าน ในฐานะที่เป็นคนทำงานเรื่องสิ่งแวดล้อม จึงรู้สึกว่ามี **“มิแน่วร่วมจากสื่อมวลชน”** หลังจากนั้นเรื่องสิ่งแวดล้อมก็กลายเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนเริ่มให้ความสนใจแต่ไม่มากนัก

แม้ในอดีตปัญหาสิ่งแวดล้อมจะได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนหลายแขนง แต่ทว่าก็ไม่ยั่งยืน เพราะปัจจุบันนี้บทบาทของสื่อมวลชนกับปัญหาเรื่องทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเริ่มเปลี่ยนไป โดย **“วีรวัฒน์”** ขยายความว่า แม้ปัจจุบันจะมีข่าวสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งมองว่าเป็นสาเหตุจากการขยายตัวของสื่อเอง แต่จุดยืนในการเสนอข่าวแตกต่างกัน เพราะสื่อมวลชนยุคนี้อาจจะมองว่าเขามิถาวรก็ต้องทำข่าวมากกว่ามองว่าตัวเองยืนอยู่ส่วนไหนของสังคม แล้วควรยืนกับคนส่วนไหน

“ในมุมมองของผม ไม่คิดว่าสื่อควรเป็นกลาง แต่สื่อมวลชนควรต้องหาจุดยืนของตัวเอง ซึ่งจุดยืนที่สำคัญที่สุดคือ จุดยืนที่ยืนอยู่ข้างคนที่ไม่ได้รับความเป็นธรรม”

หากจะมองอนาคตว่า สื่อมวลชนจะมีบทบาทอย่างไรกับเรื่องสิ่งแวดล้อม ก็ต้องเริ่มจากการหาจุดยืนของการเป็นส่วนหนึ่งของสังคมให้เจอ หรือความต้องการขับเคลื่อนทางสังคมให้เจอเพื่อเคลื่อนไปสู่จุดที่อยากเห็นความเป็นธรรมให้เกิดขึ้นในสังคมให้ได้ เราคงไม่ถามหาสาเหตุว่า เหตุใดสื่อยุคนี้ถึงเปลี่ยนไป เนื่องจากเข้าใจว่าสื่อมวลชนในแขนงต่างๆ ในยุคนี้ มันเป็นธุรกิจที่มุ่งหวังให้ข่าวเป็นอุตสาหกรรมมากเกินไป ซึ่งจะไม่ขอโทษนักข่าว เพราะปัญหาอยู่ที่ต้นสังกัดที่ผลักดันให้นักข่าวเข้าไปอยู่ในกระบวนกรนั้น เมื่อเป็นเช่นนี้ย่อมมีการแข่งขันเพื่อให้สินค้าเดินไปสู่จุดที่มีคนซื้อมากที่สุด อีกทั้งสื่อเองก็ยังทำหน้าที่หากการตลาดให้กับต้นสังกัดของตัวเองด้วย เราคงไม่โทษว่า สาเหตุทั้งหมดเกิดมาจากพฤติกรรมของสื่อ

ทั้งนี้เขายังยอมรับว่า การขับเคลื่อนรณรงค์เรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมในอดีตที่ผ่านมา สื่อมวลชนเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้งานรณรงค์ประสบความสำเร็จ เพราะสังคมเริ่มตระหนักว่า ปัญหาสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาในชีวิตประจำวัน แต่ระยะหลังดูเหมือนว่า สื่อมวลชนเริ่มหมกมุ่นและไม่ใส่ใจกับงานรณรงค์ในปัญหาสิ่งแวดล้อมมากนัก ดังจะเห็นว่า เมื่อสื่อมาทำข่าวแล้วก็จบ ไม่มีการติดตามปัญหาต่อ และที่สำคัญ สื่อเสนอแค่ว่าเราค้านเรื่องอะไรเท่านั้น ไม่ได้นำเสนอปัญหาในลักษณะข่าวเจาะ หรือไม่ได้เล่าความเป็นมาของปัญหาทั้งกระบวนการ ตรงนี้อาจทำให้ปัญหาไม่ได้รับการแก้ไข และคนในสังคมก็ไม่เข้าใจว่าปัญหาที่แท้จริงคืออะไร

สื่อมวลชนหลายคนก็พยายามวิพากษ์วิจารณ์ว่า เหตุที่องค์กรพัฒนาเอกชนไม่สามารถกุมพื้นที่สื่อได้เพราะไม่มีอะไรใหม่ ซึ่งมันเกิดคำถามว่า สื่อต้องการได้สิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลาใช่หรือไม่ แต่เหตุใดไม่มองว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมอาจจะเป็นประเด็นใหม่ นั่นหมายถึงการรุกไล่ทำลายของกลุ่มผู้เห็นแก่ตัวที่เข้าไปทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เหตุใดสื่อจึงไม่เปิดข้อมูลเพื่อป้องกันไม่ให้สิ่งแวดล้อมถูกทำลายในฐานะที่สื่อเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งสื่อต้องตอบคำถามให้ได้ว่า คำว่าไม่มีอะไรใหม่ เพราะว่าหาข่าวไม่ได้ หรือว่าไม่มีอะไรใหม่ๆ เพราะ



เกรงว่าคนจะเรียนรู้ได้น้อย

“ตอนนี้เรารู้สึกโดดเดี่ยว เวลาเรารู้ เรารู้สึกตามที่มีปัจจัยหรือเครื่องมือในการรู้ มันต้องปรับตัว และแก้ไข ปัญหาเรื่องการประชาสัมพันธ์ เพราะสื่อไม่ได้เป็นแนวร่วมของเราอีกต่อไปแล้ว เราก็ต้องพึ่งตัวเอง ความจริงเรารู้ กระแสการบริโภคนิยมไม่ได้ แต่คิดว่าสามารถแย่งพื้นที่การบริโภคของประชาชนจากสื่อกระแสหลักได้สักนิด ก็ถือว่าดีแล้ว”

เมื่อสื่อกระแสหลักไม่ได้เป็นที่พึ่งหวังให้กับองค์กรภาคประชาชนที่ขับเคลื่อนเพื่อพิทักษ์ ปกป้องสิ่งแวดล้อมอีกต่อไป องค์กรเหล่านั้นจำเป็นต้องสร้างสำนักข่าวขึ้นมาเป็นของตัวเอง โดยเขาเล่าว่า ระยะเวลาที่เราจึงเห็นสำนักข่าวประชาธรรม ประชาไท เกิดขึ้น ทั้งที่ความจริงเขาเหล่านั้นไม่ค่อยเก่งเรื่องประชาสัมพันธ์มากนัก อีกทั้งไม่ค่อยถนัดนัก เพราะยังมีงานอย่างอื่นอีกมากที่ต้องทำ ถ้าสื่อสามารถเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการได้ เราก็ไม่จำเป็นต้องมาทำ แต่สื่อไม่ได้ทำ เอ็นจีโอก็ต้องการเอง การต้องมาทุ่มเทให้กับการประชาสัมพันธ์ของเอ็นจีโอ นี่มันสะท้อนได้ว่า **“เราพึ่งสื่อไม่ได้อีกแล้ว”**

ไม่เพียงการปรับตัวในเรื่องการสร้างสำนักข่าวภาคประชาชนเท่านั้น แต่องค์กรสิ่งแวดล้อมเหล่านั้นยังต้องปรับตัวเพื่อปลุกเร้าให้สังคมเข้าถึงข้อมูลและความตื่นตัวของผู้ได้รับผลกระทบจากโครงการต่างๆ ของรัฐที่กระทำต่อสิ่งแวดล้อมด้วย โดยองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมได้พยายามส่งบุคลากรเข้าไปมีบทบาทในองค์กรด้านสังคมอื่นๆ เช่น สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นต้น เพราะรู้สึกว่ากลไกทางสังคมจะเป็นกระบอกเสียงสำคัญในการปกป้องสิ่งแวดล้อมให้รอดพ้น



จากเงื้อมมือของคนเห็นแก่ตัว

“เรากำลังหาพื้นที่เพื่อสื่อข้อมูลเรื่องสิ่งแวดล้อมถึงประชาชน และสิ่งที่อยากขับเคลื่อนและมีความเป็นไปได้มากที่สุด คือวิทย์ชุมชน”

เมื่อสื่อมวลชนเริ่มลดบทบาทการสื่อสารข่าวเกี่ยวกับผลกระทบของสิ่งแวดล้อม อีกทั้งลดการเสนอข่าวเจาะลึกในประเด็นปัญหา ทว่าสถานการณ์สิ่งแวดล้อมกลับเป็นที่สนใจของสังคม ส่วนหนึ่งอาจเกิดขึ้นจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติอันเกิดจากเงื้อมมือของมนุษย์เริ่มปรากฏชัดขึ้น ส่งสะท้อนให้เกิดปรากฏการณ์อันเลวร้ายต่อมวลมนุษยชาติเป็นอันมาก อาทิ น้ำท่วม ภัยแล้ง โลกร้อน รวมไปถึงสิ่งเหล่านี้ อาจเป็นผลดีต่อการขับเคลื่อนรณรงค์ขององค์กรภาคประชาชนที่มุ่งหวังให้คนสนใจปัญหาสิ่งแวดล้อม

จากสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป “วีรวัฒน์” จึงเล็งถึงบทบาทใหม่ที่ต้องปรับตัวเพื่อให้ทำงานร่วมกับสื่อมวลชนว่า เราจึงทำหน้าที่เพียงเป็นผู้เล็งเฟี้ยวให้กับนักข่าว ด้วยการจัดสัมมนา การยื่นหนังสือเท่านั้น แต่ถ้าสื่อสามารถถ่ายทอดความเป็นจริงหรือสะท้อนออกมาเป็นเรื่องราวที่เป็นปัญหาที่แท้จริงได้จะดีกว่านี้ เพราะดูเหมือนกับว่าสื่อกำลังรอว่าเราจะทำอะไรมากกว่าการค้นหาข้อมูลเอง

ทั้งนี้บางเรื่องเขาก็ยังไม่ได้กับพฤติกรรมอันเปลี่ยนไปของสื่อยุคใหม่ โดยเขาเล่าว่า ค่อนข้างแปลกใจที่น้องในสำนักงานเสนอว่า หากจะลงพื้นที่ที่เป็นปัญหาชาวบ้านได้รับผลกระทบ จะต้องทำหนังสือเชิญสื่อ ซึ่งมันเกิดคำถามขึ้นว่า “สื่อต้องเชิญด้วยหรือ” ถ้าเป็นเมื่อก่อนถ้ามีปัญหาใหญ่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเราอยู่ในป่า หรืออยู่ที่ไหน สื่อมวลชนจะตามไปจนเจอ อย่างไม่จำเป็นต้องเชิญ ดังนั้นจึงเห็นว่าเรื่องที่เป็นปัญหาและกระทบต่อตัวเขาเอง สื่อควรจะบอกว่าเรื่องนี้ตัวเองสนใจแล้วเสนอตัวมาร่วมมากกว่า เพราะการเชิญมันมีนัยยะพอสมควร

“ในระยะหลังถ้าองค์กรใดเชิญสื่อแล้วจัดการต้อนรับไม่ดีก็จะถูกสื่อตำ ดูเหมือนว่าเราเป็นคนเชิญ แล้วสื่อเป็นแขก ซึ่งผิดกับเมื่อก่อน แต่ก่อนเราเป็นเพื่อนกัน เราต่างเป็นผู้ร่วมอาศัยธรรมชาติที่ต้องพิทักษ์ปกป้องร่วมกัน”

เขายังสะท้อนอีกว่า มีบางครั้งสื่อเล่าให้ฟังว่าบางองค์กรที่เชิญสื่อมวลชนไปมีการแจกของหรือสินน้ำใจให้ด้วย และองค์กรนั้นก็ดูแลเทกแคร์สื่อมวลชนเป็นอย่างดี





ซึ่งตนก็ตอบกลับไปว่า ก็อยากถามไปว่า ถ้าเราไม่มีสื่อก็จะไม่มาใช่หรือไม่

แม้สถานการณ์สิ่งแวดล้อมในปัจจุบันจะกระตุ้นเตือนให้สังคมรับรู้ข้อมูลมากขึ้น แต่ทว่าบทบาทการเสริมทัพในข้อมูลข่าวสารก็ยังคงถือว่าเป็นหน้าที่หลักที่สื่อควรทำ โดยวีรวัฒน์ เสนอว่า สื่อควรเสนอข่าวสิ่งแวดล้อมที่เป็นการเจาะลึกในประเด็นสิ่งแวดล้อมที่เป็นปัญหา ไม่ควรเสนอข่าวรายวันอย่างเดียว ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นการให้ความรู้กับสังคมด้วย ดังจะเห็นว่าเมื่อข่าวสิ่งแวดล้อมมันจะเข้าไปเกี่ยวข้องกับประเด็นสังคม การเมือง เศรษฐกิจอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นควรเสนอให้เห็นมิติที่แท้จริงด้านสิ่งแวดล้อม เพราะประเด็นสิ่งแวดล้อมเมื่อเกิดปัญหา คนที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดคือคนระดับล่าง โดยเราจะเห็นว่า คนยากจนด้อยโอกาส เขามักจะพึ่งความสมบูรณ์ของธรรมชาติในการดำรงชีวิตเพื่อให้อยู่รอด เมื่อธรรมชาติสมบูรณ์ หลักประกันในชีวิตก็จะสมบูรณ์ ซึ่งต่างจากคนกรุงเทพฯ ที่เป็นมนุษย์เงินเดือน อาจไม่เข้าใจปัญหา ดังนั้นสื่อต้องทำหน้าที่เป็นสื่อกลางให้คนในสังคมรู้

“การทำงานขององค์กรเอกชน บางครั้งก็ติดปัญหาว่าไม่เข้าถึงข้อมูล เพราะไม่ใช่อำนาจ สื่อต่างหากที่ได้ข้อมูลง่ายกว่า”

เขาผู้นี้เผยความในใจว่า ถ้าสื่อมวลชนกับองค์กรเอกชนไม่สามารถบรรจบพบเจอกันอย่างฉันทมิตรได้อีกแล้ว อาจจะไม่ส่งผลกระทบต่อการเคลื่อนไหวของภาคประชาชนมากนัก แต่ถ้าได้สื่อมาเป็นเพื่อนร่วมงานเหมือนเมื่อก่อน จะทำให้การเคลื่อนไหวมีพลังมากกว่านี้หรือไม่เราก็ควรให้กำลังใจระหว่างกัน และกันอย่างที่เชื่อมั่นต่อพันธมิตร และควรทำงานอย่างเป็นเพื่อน เป็นพี่น้องกัน

เหมือนเมื่อก่อน

แม้สื่อจะไม่ได้ร่วมเคียงบ่าเคียงไหล่เหมือนเมื่อก่อน แต่เขาก็ยังรักและเป็นห่วงสื่อในสถานการณ์ภายหน้าที่กระแสโลกาภิวัตน์อาจทำให้จำต้องลดบทบาท ลดยอดขายไป โดยเขาเสนอให้สื่อต้องปรับตัวเพื่อรองรับการผันผ่านของยุคสมัย เหมือนอย่างที่องค์กรภาคประชาชนได้ปรับตัวมาแล้วในช่วงที่ไร้การเหลียวแลจากสื่อ ทั้งนี้ เขาก็ยังประเมินอีกว่า แม้ในภายหน้า 10 ปี หรือ 20 ปี ที่สื่ออาจจะลดยอดขายหนังสือพิมพ์หรือลดการนำเสนอข่าวสิ่งแวดล้อมไปบ้าง แต่นั่นไม่ส่งผลต่อการเคลื่อนไหวของภาคประชาชนอย่างแน่แท้ เพราะขณะนี้เอ็นจีโอก็ปรับตัวเพื่อให้เท่าทันสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปเช่นกัน

“ถ้าสื่อร่วมมือและเสนอข่าวสิ่งแวดล้อมอย่างเต็มที่ก็จะเกิดพลังในการขับเคลื่อนต่อสังคมอย่างมหาศาล และจะถือเป็นการต่อลมหายใจให้กับสิ่งแวดล้อมไปอีกนาน”

- @ -



**● รสนา โตสิตระกูล
กรรมการมูลนิธิเพื่อ
ผู้บริโภค และแกนนำ
เครือข่าย 30 องค์กร
ต่อต้านคอร์รัปชัน**

“สื่อกำหนด...สังคมเดิน”

ถ้ามองในแง่คุณภาพของข่าวสื่อมวลชนในยุคของ พ.ต.ท. ทักษิณ

ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี แล้วถือน้อยกว่ารัฐบาลยุคก่อนๆ เพราะข่าวที่เกิดขึ้นส่วนใหญ่มาจากฝ่ายรัฐบาล ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะว่า คณะทำงานของรัฐบาลรู้ว่าสื่อต้องการอะไร จึงอาสาหาข้อมูลให้เสียเอง ถือว่าเป็นการส่งข้อมูลถึงสื่อมวลชน หากไม่ได้ตรวจสอบอาจเสนอข้อมูลที่คณะทำงานของรัฐบาลจัดให้แต่เพียงอย่างเดียว ที่ผ่านมาก็ไม่เห็นข่าวเจาะลึกในกรณีต่างๆ ออกสู่สายตาประชาชนเท่าที่ควร

แม้จะมีกระแสการแทรกแซงสื่อทั้งโทรทัศน์ วิทยุ ทว่า “รสนา” ก็ยังบอกว่า สื่อหนังสือพิมพ์ยังถือเป็นสิ่งที่พึ่งหวังให้กับประชาชนได้บ้าง แม้จะไม่เต็มที่ แต่ก็ยังมีความก้าวหน้าในการนำเสนอข่าวต่อสังคมมากกว่าสื่ออื่น หากมองจากจุดประสงค์การสื่อสารแล้ว หนังสือพิมพ์ถือเป็นสิ่งนำไปสู่ความก้าวหน้าของสื่ออื่นๆ เพราะหนังสือพิมพ์เป็นตัวแทนสำคัญในการเคลื่อนไหวของภาคประชาชน

“ถ้าสื่อไม่ทำให้กระบวนการเคลื่อนไหวภาคสังคมมีความเข้มข้นหรือ





ไม่เปิดพื้นที่ให้มีการตรวจสอบอำนาจรัฐให้มากขึ้น การทุจริตคอร์รัปชันก็ยังคงอยู่ จุดนี้สื่อมวลชนทั่วไปอาจไม่ได้สนใจมากนัก อาจจะเพียงแค່รายงานประเด็นที่กำลังอยู่ในความสนใจเท่านั้น ไม่ได้มุ่งหวังเพื่อผลักดันให้การตรวจสอบเกิดขึ้นกับภาคประชาชนทั้งที่เป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด” เธอสะท้อน

ทั้งนี้ต้องยอมรับว่า สื่อมวลชนถือเป็นผู้เปิดประเด็นในกรณีการทุจริตคอร์รัปชันต่างๆ หากภาคประชาสังคมเข้มแข็ง หน้าที่การตรวจสอบก็จะไม่ตกเป็นหน้าที่ของสื่อแต่เพียงลำพัง แต่ติดปัญหาว่าสื่อยังไม่สามารถสร้างความร่วมมือให้เกิดขึ้นกับองค์กรเอกชนมากมายนัก

ความหวังที่จะเห็นการร่วมมือระหว่างสื่อกับองค์กรภาคเอกชนเริ่มเห็นเค้ารางมากขึ้น ซึ่งหญิงแกร่งผู้นี้เล่าว่า สิ่งที่ได้ชัดที่สุดคือ ปรากฏการณ์ที่ “สุภิญญา กลางณรงค์” เลขาธิการคณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ (คปส.) ถูกชินคอร์ปอเรชั่นฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายเป็นจำนวนเงินถึง 400 ล้านบาท ครั้งนั้นสื่อค่อนข้างให้ความสนใจและติดตามอย่างไม่ลดละ และเกิดขึ้นอีกครั้ง เมื่อสงเรื่องให้ศาลปกครองเพิกถอน พ.ร.ฎ. แปรรูป กพผ. โดยสื่อทุกสำนัก ทั้งวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ไม่ว่าหัวสีหรือไม่สีก็ไม่อาจปฏิเสธได้ จึงเป็นบทเรียนว่า ถ้าจะให้สื่อมวลชนสนใจ ภาคประชาชนต้องเคลื่อนไปถึงจุดที่แรงที่สุดเท่านั้น สื่อจึงจะทำข่าว โดยสมัยก่อนมีหลายคนพูดประชดว่า ถ้าจะให้สื่อมวลชนมาทำข่าวเราต้องแก้ผ้าเพื่อเรียกร้องให้สื่อสนใจหรือไม่

“การขับเคลื่อนให้สังคมเข้มแข็งหรือผลักดันให้ภาคประชาสังคมเข้มแข็งนี้เรายังไม่เห็นสื่อลุกขึ้นเป็นผู้นำในการ



สนับสนุนภาคประชาชนอย่างแท้จริง แม้เราจะปรับเปลี่ยนบทบาทใหม่ ด้วยการไปสร้างความร่วมมือทั้งจากไทยรัฐ แต่พอคุยแล้วก็ยังไม่ดีขึ้น นอกจากนี้ยังได้ไปพูดคุยกับโพสต์ทูเดย์ บางกอกโพสต์ เป็นต้น แต่สิ่งที่ปรากฏคือ ข้อมูลการเคลื่อนไหวของภาคประชาชนถ้าเทียบกับกิจกรรมของพรรคการเมืองยังถือว่ามีส่วนที่น้อยกว่า เรียกได้ว่ามีพื้นที่ให้ภาคประชาชนน้อย”

ในฐานะผู้บริโภค “รสนา” จึงเกิดคำถามกับการนำเสนอของสื่อมวลชนในปัจจุบันว่า อยากถามสื่อมวลชนถึงสิ่งที่คุณนำเสนอว่าเป็นการเสนอข่าวอย่างมีทิศทางอยู่หรือไม่ หรือเป็นเพียงเสนอข่าวไปวันๆ ข่าวอะไรเกิดขึ้นก็เสนอเท่านั้นหรือไม่

“สื่อควรเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเจาะลึกให้มาก ซึ่งเราเคยมีความหวังกับสื่อสิ่งพิมพ์ เพราะเห็นว่านักข่าวมีความเป็นตัวของตัวเองและมีอิสระสูง ทว่าหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ก็ทำเรื่องพวกรื้ออกมาน้อยมาก”

สำหรับสื่อโทรทัศน์นั้นต้องยอมรับว่ามีอิทธิพลต่อสาธารณะเป็นอย่างมาก แต่ท้ายที่สุดแล้วโทรทัศน์ก็ยังคงกลายเป็นเครื่องมือของฝ่ายธุรกิจในการซื้อโฆษณา และเป็นแหล่งให้นักธุรกิจผลิตละคร เกมโชว์ มากกว่าจะผลิตรายการตอบสนองความต้องการของสังคม เราจึงไม่เคยมีสื่อสาธารณะอย่างแท้จริง ทั้งนี้ต้องยอมรับว่า การอยู่ในระบบธุรกิจที่เป็นระบบทุนนิยมอาจเป็นปัจจัยหนึ่งที่สื่อต้องอาศัยการโฆษณา ดังนั้นการนำเสนอข้อมูลจึงขึ้นอยู่กับนายทุนของสื่อแต่ละองค์กร

อย่างไรก็ตาม อยากขอเสนอให้สื่อยึดบทบาทหน้าที่ในการทำให้สังคมได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารอันเป็นเจตนารมณ์สำคัญของการทำสื่อให้มัน หากในยุคที่รัฐบาลมีพฤติกรรมแทรกแซงการทำข่าว สื่ออาจจะถูกดึงไปได้ง่าย เพราะสื่อเป็นผู้บริโภคที่รัฐส่งข้อมูลเพื่อคอยให้ประชาชนมาเสพต่อ ดังนั้นสื่อจึงต้องระวังเป็นพิเศษ

อย่างไรก็ตาม จากปรากฏการณ์การเคลื่อนตัวของพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยที่ผ่านมาก็มีข้อครหาว่า สื่อไม่ได้วางตัวเป็นกลาง บางส่วนมีการเอนเอียงเข้าข้างพันธมิตร บางส่วนมีการเอนเอียงเข้าข้าง พ.ต.ท. ทักษิณ ซึ่งเธอสรุปบทบาทสื่อมวลชนในช่วงภาวะวิกฤติว่า เชื่อว่าสื่อเองก็ทำงานลำบาก เพราะเกิดคำถามขึ้นว่า ความเป็นกลางต้องเป็นอย่างไรในภาวะคับขัน โดยเห็นว่าสิ่งสำคัญ





ที่สุดในการทำหน้าที่สื่อ คือการมีความอิสระอันปราศจากอคติ แม้จะมีการเลือกข้าง ถ้าเป็นอิสระก็ทำได้

“การเลือกข้างไม่ได้แปลว่า เลือกรัฐบาลทักษิณหรือเลือกพันธมิตรฯ แต่ควรเป็นการเลือกเสนอข่าวอย่างไม่มีอคติมากกว่า คนเราก้าวพ้นยากกับการไม่มีอคติจากความรัก ความเกลียด ความกลัว ความหลง เพราะสื่อต่างก็เป็นคน แต่ถ้าสื่อจะเล่นงานเรื่องคอร์รัปชัน โดยมีข้อมูลว่าเขาทุจริต ก็ควรรายงานอย่างเต็มที่โดยไม่คิดว่าเราควรสงสารใครหรือไม่ เพราะมีความทุจริตเกิดขึ้น เชื่อว่าความอิสระที่ไม่มีอคติในแต่ละเรื่อง จะทำให้สามารถรายงานบนเนื้อหาความจริงได้”

ทั้งนี้ “รสนา” ยังเห็นอีกว่า ในช่วงสภาวะการณ์ที่สังคมอยู่ในภาวะคับขัน ข้อมูลข่าวสารจะเต็มไปด้วยความรู้สึกที่พร้อมจะใช้ความรุนแรงต่อกันหรือฆ่าฟันกัน เรียกว่า “กลียุค” ซึ่งยุคสมัยเช่นนี้มันสะท้อนถึงการมีสังคมน้อย การที่สังคมรับรู้แต่ข้อมูลที่รุนแรงจะนำไปสู่การฆ่าฟันกัน ดังนั้นในความรุนแรงของสังคมมันเกิดขึ้นจากปัญหาของสังคมนั้นโดยตรง หากสังคมนั้นน้อยสังคมก็จะเกิดความขัดแย้ง ในยุคของสังคมน้อย สื่อมวลชนมีบทบาทเป็นอย่างมาก

“เป็นเรื่องประหลาดที่เราอยู่ยุคของข้อมูลข่าวสาร แต่กลายเป็นว่าเกิดภาวะกลียุคได้ ถ้าสื่อมวลชนทั้งหลายสื่อความเท็จเป็นส่วนใหญ่กว่า 75 เปอร์เซ็นต์ การผูกขาดความเท็จแบบนี้จะทำให้สังคมเกิดความโกลาหลปั่นป่วน เกิดการฆ่าฟันกัน ดังนั้นสื่อจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะเรียกคืนสังคมนั้น โดยจะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับสื่อแต่ละคนว่าจะสามารถข้ามพรมแดนได้มากน้อยแค่ไหน ถ้าก้าวได้มาก ก็มีความเป็นอิสระมาก

แนวทางแก้ไขการไม่ให้ตกอยู่ใน

ภาวะกลียุค สื่อมวลชนต้องปรับเปลี่ยนการเสนอข่าวสาร เพราะข่าวที่กระจายออกไปสู่สังคมภายนอก ถ้าข้อมูลผิดพลาดจะสร้างความหลงผิด ความเกลียดชัง ความหลงใหล โดยไม่มีเหตุผล สิ่งเหล่านั้นจะเป็นยาพิษของสังคมได้ เมื่อนั้นสื่อก็เป็นผู้หนึ่งในการสร้าง “สังคมกลียุค” เพราะสื่อเป็นตัวนำสังคม สังคมจะไปถึงสภาพที่มีสังคมนั้นมากขึ้นหรือไม่ “สื่อนี้แหละเป็นผู้กำหนด”

แม้กระแสของโลกจะผันเปลี่ยนเวียนไปมากน้อยแค่ไหน จะอีก 10 ปี หรือ 20 ปี “รสนา” ก็ยังเชื่อว่า ผู้คนจะยังเสพข่าวจากสื่อที่เป็นกระดาดอยู่ สมัยก่อนก็คิดว่าเมื่อมีคอมพิวเตอร์ มีอินเทอร์เน็ตแล้ว เราจะไม่ต้องซื้อหนังสืออ่านแล้ว แต่ความจริงไม่ใช่อย่างนั้น หนังสือยังมีประโยชน์ เพราะเมื่ออ่านแล้วสามารถนำกลับมาอ่านซ้ำได้อีก ตรงกันข้าม ข่าวสารบนมือถือหรืออินเทอร์เน็ต บางครั้งเราไม่มีโอกาสได้ย่อยข้อมูลเหล่านั้น การเสพข้อมูลเหล่านั้นจึงมีความฉาบฉวย ไม่อาจสร้างให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่เป็นภาพรวมของสังคม ซึ่งสังคมที่เดินไปอย่างรวดเร็วก็มีความอันตรายเช่นกัน

“การเสพสิ่งต่างๆ บนพื้นฐานของความเร็วมันเป็นภัยต่อสุขภาพ เวลาจึงเป็นตัวสำคัญในการเจริญเติบโตของร่างกาย รวมทั้งการย่อยอาหารในกระเพาะ ดังนั้นการย่อยข้อมูลข่าวสารในสมองของเรา ก็ไม่ควรเสพอย่างเร็วๆ เปรียบกับร่างกาย ถ้าทานอาหารอย่างเร็วจะทำให้อ้วนเพราะอาหารจะไม่ย่อยและจะทิ้งสารพิษไว้ในร่างกายไว้เป็นจำนวนมาก ดังนั้นการเสพข้อมูลข่าวสารที่เร็วก็เป็นเช่นเดียวกัน”

เธอขยายความอีกว่า ขณะเดียวกันสังคมก็กำลังต้องการหาจุดเปลี่ยนอีก เหมือนกับกระแสการเรียกร้องสิ่งแวดล้อม การต่อสู้ทางการศึกษา การต่อสู้ทางด้านสุขภาพที่ต้องการให้เป็นทางเลือก สิ่งเหล่านี้มันกำลังพิสูจน์ตัวมันเองแล้วว่า มันไปถึงไหนแล้ว เช่นเดียวกันคนก็กำลังเรียกร้องหาเนื้อหาสาระ ท่ามกลางกระแสของสังคมที่พัฒนาไปเรื่อยๆ ไปถึงจุดหนึ่งมนุษย์จะเกิดอาการขาดสมดุล ซึ่งจะนำมาสู่โรคภัยไข้เจ็บ ที่มาของโรคทางประสาทหรือสมอง จนเกิดกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตให้ช้าลง เหมือนกับสังคมตะวันตกที่กำลังพูดถึงการมีชีวิตที่ช้าลง พอทุกอย่างไปถึงจุดสูงสุดแล้วมันก็จะมีการเสถียรกลับไปอีกด้าน สังคมไทยก็จะเป็นแบบนี้

ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับว่า สื่อจะทำหน้าที่เป็นผู้นำทางสังคมและเป็นผู้คอยส่องทางให้กับสังคมได้หรือไม่ อีกทั้งสื่อมีหน้าที่เลือกที่จะเป็นหมาเฝ้าบ้านหรือเป็นหมาละครสัตว์ สื่อต้องตั้งคำถามกับตัวเองว่าการเสนอสารคืออะไร สื่อจะทำหน้าที่เตือนภัยสังคมหรือเป็นตัวหนึ่งในกระแสที่ถูกลากเข้าไป ถ้าสื่อถูกกระแสลากพาไป ประชาชนก็ลำบาก เพราะเท่ากับลากประชาชนตามไปด้วย

หญิงแกร่งเสนอว่า โลกผันเปลี่ยนเวียนไปทุกวัน ทุกเวลา สื่อเองก็ต้องปรับตัว แต่ทั้งนี้การปรับตัวต้องขึ้นอยู่กับว่าจะปรับตัวไปทิศทางใด อาจเป็นการปรับตัวเพื่อแข่งขันให้ได้ขี้อวด ซึ่งเป็นจุดที่ลำบาก มันไม่ง่าย อาจจะไม่รอดไม่รอดแน่ จะอยู่รอดหรือไม่ สังคมสามารถโอบอุ้มได้ แต่สื่อต้องอยู่ให้ได้ในกระแสสังคมโลกาภิวัตน์

แม้ “สื่อมวลชน” จะเลือกเส้นทางแห่งความขี้อวดแบบใด ก็ขอให้ยึดไว้เพียงว่า จะนำพา “สังคมนั้น” มาสู่สังคมที่นั่นเป็นพอ เพราะสื่อมวลชนที่เป็น “หัวหอก” ถือว่าเป็นผู้ชักพาสังคมที่เป็น “ด้ามหอก” ดีขึ้นหรือเลวลงได้ ดังนั้นการจะมองว่าต้องการให้สังคมเป็นอย่างไร สื่อผู้เป็น “หัวหอก” เท่านั้นเป็นผู้เลือก





● พิภพ ธงไชย พันธมิตรประชาชน เพื่อประชาธิปไตย

“พลังสื่อหนุนสังคมเข้มแข็ง
พลังสื่อต้านกลุ่มทุนครอบ
การเมืองไทย”

ปฏิเสธไม่ได้ว่า “พิภพ ธงไชย” ถือเป็นบุคคลหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางการเคลื่อนไหวของภาคประชาชนในนาม “พันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย” เพราะคอยกำหนดทิศทางพลังแห่งภาคประชาชนในการชุมนุมขับไล่ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี ผู้นำที่ถูกกล่าวหาว่าไร้ซึ่งคุณธรรม จริยธรรมในช่วงต้นปี 2549 ที่ผ่านมา โดยช่วงเวลาดังกล่าวทำให้ชื่อขุนพลผิวเข้มคนนี้ติดอยู่ในหูของคนไทยทั่วทุกวงการ ไม่ว่าจะชอบหรือไม่ชอบชื่อนี้ก็หลุดเข้าไปอยู่ในห้วงแห่งการรับรู้เป็นที่เรียบร้อย

ทั้งนี้ ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่า การเคลื่อนไหวของพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย ก็เกือบจะบรรลุผลถึงขั้นสูงสุด ส่วนหนึ่งก็เกิดขึ้นจากการเคลื่อนไหว

ตัวของพลังพันธมิตรประชาชนฯ ร่วมกับประชาชน โดยมีสื่อมวลชนเป็นผู้ร่วมผลานพลังอันแข็งแกร่งนั้น

โดย “พิภพ” สะท้อนว่า การเคลื่อนไหวของภาคประชาชนจะเป็นไปอย่างไรพลังหากสื่อมวลชนไม่เกาะติดความเคลื่อนไหวและรายงานความจริงของการเคลื่อนไหว เพราะดูเหมือนว่าการเคลื่อนไหวในระยะแรกไม่ได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนเท่าใดนัก มีเพียงสื่อในเครือผู้จัดการเท่านั้นที่ติดตามความเคลื่อนไหว ส่วนนี้อาจเป็นเพราะความไม่ยอมรับระหว่างสื่อมวลชนด้วยกันเอง แต่เมื่อการเคลื่อนไหวของพันธมิตรฯ มาถึงระดับที่ได้รับการยอมรับจากประชาชนอย่างกว้างขวาง หนังสือพิมพ์บางฉบับที่ไม่เคยเสนอข่าวก็เริ่มให้ความสนใจและติดตามเรื่อยมา

อดีตแกนนำพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย ยังสะท้อนการทำงานของสื่อมวลชนต่อบทบาทการนำเสนอข่าวของภาคประชาชนในช่วงที่ผ่านมาว่า เราอาจไม่เห็นสื่อโทรทัศน์และวิทยุนำเสนอการเคลื่อนไหวของภาคประชาชนมากนัก เพราะมีข้อจำกัดว่าอยู่ภายใต้กำกับของรัฐ ส่วนสื่อสิ่งพิมพ์ก็มีปัญหาในจุดยืนของหนังสือพิมพ์แต่ละฉบับ ให้พูดตรงๆ ก็ยังไม่มียุทธศาสตร์เสนอการเคลื่อนไหวของภาคประชาชนอย่างเต็มที่ มีบ้างที่สื่อสิ่งพิมพ์เปิดพื้นที่ให้อย่างเต็มที่ เช่น หัวข่าวดำบางฉบับอาจจะให้เนื้อที่บทความของนักวิชาการหรือภาคประชาชนบ้าง แต่บางฉบับก็ให้พื้นที่น้อย โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์หัวสี

“การเคลื่อนไหวของภาคประชาชนจะเป็นที่สนใจของสื่อมวลชนหรือไม่ ผมไม่อยากโทษสื่อฝ่ายเดียว เพราะหลายปีที่ผ่านมาเราจะเห็นว่าสื่อถูกแทรกแซง ทั้งจากฝ่ายการเมืองและฝ่ายข้าราชการประจำ โดยทั้งสองฝ่ายมักจะใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างความเท็จหรือพูดจริงน้อยเพื่อสื่อถึงประชาชน เหตุที่ผมกล่าวหาเช่นนี้เป็น เนื่องจากฝ่ายการเมืองในสังคมไทยมักจะปิดบังข้อเท็จจริงในส่วนที่เขาได้ประโยชน์ หากเปิดเผยข้อมูลอาจจะกระทบกับความรู้สึกของประชาชน ตรงกันข้ามการเคลื่อนไหวของภาคประชาชนที่พยายามสะท้อนความเดือดร้อนของประชาชนกลับถูกอีกด้านหนึ่งปิดกั้น ไม่ให้สื่อทั้งโทรทัศน์ วิทยุ และหนังสือพิมพ์นำไปบอกกับสังคม”

ที่ว่าถ้าจะให้ดีเขาเสนอว่า สื่อมวลชนเองก็ควรลองเปลี่ยนวัฒนธรรม โดยอาจเปิดพื้นที่ให้นักวิชาการที่อยู่ฝ่ายประชาชน นักเคลื่อนไหวเพื่อประชาชนให้มากขึ้น หรืออาจเปิดพื้นที่เป็นการรายงานพิเศษแทนการเสนอข่าว ซึ่งก็จะช่วยถ่วงดุลในข่าว เพราะบางอย่าง เช่น การศึกษาทางเลือกที่ส่วนใหญ่ นักข่าวจับประเด็นไม่ได้ มองว่าไม่สำคัญนักจึงไม่ค่อยเสนอ ดังนั้นความคิดเรื่องปฏิรูปการศึกษาจึงไม่เกิดหรือเกิดช้า

เขากล่าวอีกว่า สิ่งสำคัญ สื่อมวลชนจะต้องถามตัวเองว่า เราคิดตรงกันไหมว่าอำนาจการบริหารของรัฐ ทั้งจากการบริหารของข้าราชการและนักการเมืองมีทั้งก่อคุณประโยชน์และก่อปัญหาต่อสังคม หากกลุ่มทุนเข้าไปแทรกแซงในระบบการเมืองและราชการมาก ย่อมแสวงหาประโยชน์มากเท่านั้น ดังนั้นสื่อต้องช่วยกันเพิ่มพลังภาคประชาชนให้มากขึ้น โดยเฉพาะประชาชนที่เดือดร้อน เรื่องนี้ต้องช่วยกัน เพราะคนกลุ่มนี้เป็นชาวบ้านธรรมดา อาจไม่รู้วิธีการนำเสนอข่าวหรือไม่รู้วิธีการพูดกับสื่อข่าว



“ควรเพิ่มพลังของภาคประชาชนให้มากขึ้น ถ้าปล่อยให้ฝ่ายการเมืองและข้าราชการประจำบริหารประเทศต่อไปก็จะถูกกลุ่มทุนเข้าไปมีอิทธิพลเหนือทุกอย่าง เมื่อนั้นอำนาจทุนก็จะอยู่เหนือสื่อมวลชน รวมทั้งอาจกดไม่ให้ประชาชนบอกความเดือดร้อนต่อสังคม ดังนั้นกระบวนการเพิ่มการเมืองภาคประชาชนจึงน่าจะเป็นทิศทางร่วมกันในทศวรรษนี้ ในทางการเมืองภาคพลเมืองสื่อมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้การเคลื่อนไหวของภาคประชาชนมีพลังเพื่อต่อกรกับการเมืองในระบบตัวแทนได้มากขึ้น หากสื่อและการเมืองภาคพลเมืองเข้มแข็งจะสามารถป้องกันไม่ให้กลุ่มทุนเข้าไปครอบงำนักการเมืองและข้าราชการประจำครอบงำการเมืองได้อีกต่อไป”

ดังนั้นเห็นว่าฝ่ายการเมืองกลัวการเคลื่อนไหวของภาคประชาชนมาก ถึงขนาดพยายามดิ้นแค้นตอกร์เอกชนต่างๆ ด้วยการกล่าวหาว่ารับเงินต่างชาติดังกล่าวหาว่ารับจ้างบ้าง ทั้งที่ความจริงไม่ได้เป็นเช่นนั้น โดยนักข่าวที่เกาะติดกระแสภาคประชาชนจะรู้ดีว่าเรื่องนี้ความจริงเป็นอย่างไร จึงไม่ค่อยมีปัญหา แต่เมื่อข่าวนี้ออกสู่สาธารณะประชาชนจึงเกิดความเข้าใจผิด ทำให้ประชาชนที่รับรู้ข่าวสารเกิดทัศนคติที่ไม่ดีต่อภาคประชาชน นักข่าวต้องระวังอย่าไปคิดว่าคำพูดที่ออกจากรากนักการเมืองหรือข้าราชการประจำจะต้องเป็นข่าวหมด ถ้าไม่ระวังอาจกลายเป็นผู้กระจายความเท็จต่อสังคมได้

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าสื่อจะมีบทบาทหนึ่งในการเป็นผู้กำหนดทิศทางของสังคม แต่ทว่าสื่อมวลชนเองก็ต้องดูแลปากท้องไม่ให้โหยหิว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงกระแสโลกาภิวัตน์ที่พัดโหมกระหน่ำอยู่อย่างไม่หยุดหย่อน เพราะ

ไม่แน่วันข้างหน้าสื่อสิ่งพิมพ์อาจไม่ต้องผลิตข่าวเพื่อวางแผง แต่อาจเปลี่ยนรูปแบบใหม่ไปตามยุคสมัย โดย “พิภพ” ก็พลบใจพร้อมกับเสนอทางออกว่า สื่อมวลชนเองก็ต้องปรับตัวให้ก้าวทันยุคส่วนผู้บริโภคที่เป็นคนไทยก็ต้องยอมรับว่าสื่อทีวีและวิทยุมีอิทธิพลต่อการรับรู้มากกว่าสื่ออื่น ดังนั้นหากทีวีและวิทยุนำข่าวจากหนังสือพิมพ์หรือเว็บไซต์มานำเสนอ ผู้บริโภคจากสื่อสิ่งพิมพ์ก็อาจจะน้อยลงตามไปด้วย แต่ถ้าสื่อทีวีเปิดช่องทางการรับรู้ให้กว้างขึ้น ย่อมส่งผลต่อการรับรู้ของคนแน่นอน

“เราต้องคิดหาวิธีในการขยายการรับรู้ของคนเพื่อให้ได้สถานีโทรทัศน์อย่างทีวีของอัลจาซีราที่มีการนำเสนอข้อมูลอย่างรอบด้าน ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาอาหรับ แต่เป็นทีวีของคนไทยที่มีการนำเสนอข่าวและสาระทั่วทิศเพื่อเปิดหูเปิดตาให้กับประชาชนมากขึ้น”

ทั้งนี้เขายังกล่าวอีกว่า เป็นที่ทราบโดยทั่วกันว่า ข่าวเกือบทุกชิ้นมักจะเกิดขึ้นจากผู้สื่อข่าวที่เป็นคนหนุ่ม-สาวอันมีอุดมการณ์ก้าวหน้าและสัมผัสความจริงจากสนามข่าว จึงหวังใจให้สังคมได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นความจริง ซึ่งเขาก็ยอมรับคุณสมบัติข้อนี้ ทว่าทิศทางการนำเสนอข่าวก่อนส่งผ่านไปยังสาธารณะทั้งวิทยุโทรทัศน์และหนังสือพิมพ์ อาจถูกสกัด ถูกตรวจข่าวและจัดลำดับความสำคัญของข่าวจากผู้มีอำนาจเหนือกว่า นั่นคือ กอง บก. ที่อาจนำเหตุผลของการยืนอยู่ในระบบทุนนิยมมาเป็นตัวกำหนดจนทำให้ทิศทางข่าวไม่ได้เป็นไปอย่างที่ผู้สื่อข่าวต้องการนำเสนอ ดังนั้นการจะทำให้สื่อมวลชนทุกแขนงมีอิสระมากขึ้น ควรมีการตั้งกองทุนวิจัยเพื่อให้นักข่าวมีทุนวิจัยได้ทำข่าวเจาะลึกมากขึ้น

ผู้มีความหวังว่า “สื่อ” เป็นทางเลือกทางเดียวที่จะทำให้สังคมเข้มแข็งอย่าง “พิภพ” จึงเสนอทางออกของการได้สื่อที่เป็นอิสระอย่างแท้จริงว่า การจะให้ได้สื่อหนังสือพิมพ์ สื่อทีวี สื่อวิทยุ เป็นสื่อเสรีให้มากขึ้นนั้น รัฐควรอุดหนุนการทำงานของสื่อมวลชนด้วยการตั้งกองทุนกลางเพื่อสนับสนุนการทำงานของสื่อ และมีการมาตรการป้องกันไม่ให้สื่อตกเป็นเครื่องมือของรัฐบาล รวมทั้งไม่ตกอยู่ภายใต้การบริหารงานของนักการเมืองหรือกลุ่มทุน เพราะขณะนี้เราไม่สามารถบอกให้ว่าโทรทัศน์ช่อง 9 ช่อง 3 ช่อง 7 ไปทำข่าวภาคประชาชนให้มากขึ้นหรือเพิ่มเนื้อที่ให้ภาคประชาชนได้ แต่ควรส่งเสริมให้มีกองทุนกลางเพื่อให้นักข่าวเขาได้ทำข่าวอย่างเสรีเพื่อถ่วงดุลกับข่าวของภาครัฐที่มีมากอยู่แล้ว

แนวทางการนำเสนอของพิภพที่กล่าวมาทั้งหมดถือเป็นความคิดอันเกิดจากการสังสมประสบการณ์ ที่ผ่านการเคี้ยวกรำจากสังคมไทย จนตกผลึกและกลั่นออกมาเป็นความคิดที่หวังใจอยากเห็นสังคมไทยเดินไปสู่หนทางแห่งความก้าวหน้าพัฒนาไปสู่สังคมอารยะที่ผู้คนเข้าถึงแหล่งข้อมูลอย่างเสมอหน้ากัน โดยเขาฝากทิ้งท้ายไว้ว่า สิ่งที่เขากล่าวมาทั้งหมด มีเพียงสื่อเท่านั้นจะเป็นผู้ผลักดันให้เกิดสังคมที่วันนี้ได้

- @ -





● ธนพล อิวสกุล บรรณาธิการนิตยสาร “ฟ้าเดียวกัน”

“คิดว่าด้านหนึ่ง ต่อให้คุณเชียร์
รัฐประหาร แต่คุณก็ไม่ควรทำตัวเป็น
กระบอกเสียงของคณะรัฐประหาร”

“ที่พูดกันเวอร์ๆ ว่าอินเทอร์เน็ตมา
แล้วหนังสือพิมพ์จะอยู่ตรงไหน ก็รับฟัง
แต่ที่เห็นทุกวันนี้ แม้แต่สื่อทีวียังเอา
หนังสือพิมพ์มาอ่านเลย คิดว่าวัฒนธรรม
การอ่านและสิ่งพิมพ์คงไม่หายไปจากโลก
นี้หรอก”

คำกล่าวของ ธนพล อิวสกุล
บรรณาธิการนิตยสาร “ฟ้าเดียวกัน” ที่มี
ต่อคำถามว่าอนาคตของหนังสือพิมพ์จะ
เป็นอย่างไร ท่ามกลางกระแสที่ข่าว
ออนไลน์และข้อความทางมือถือมาแรง
แซงโค้งอยู่ในขณะนี้ แต่เขาเห็นว่า
หนังสือพิมพ์อาจจะต้องมีการปรับตัว เพราะ
เชื่อว่าในแง่ของการขับเคลื่อนความคิด
หรือประเด็นที่ต้องการถกเถียง สื่อ
สิ่งพิมพ์ยังมีประโยชน์อยู่

“ต่อให้อินเทอร์เน็ตจะมีกระดาน
ความเห็นหรือตอบโต้อะไรกันได้ แต่ในแง่
ความน่าเชื่อถือ ยังเชื่อในสื่อสิ่งพิมพ์อยู่

เพราะมันอยู่คงทนกว่า”

ธนพลย้ำอีกครั้งในฐานะอ่านหนังสือพิมพ์เหมือนเป็นสิ่งเสพติดอย่างหนึ่ง ตามที่นิธิ
เอียวศรีวงศ์ นักวิชาการมหาวิทยาลัยเที่ยงคืนได้เปรียบเปรยไว้ เพราะเป็นส่วนหนึ่งใน
ชีวิตประจำวัน เป็นความคุ้นเคย ส่วนจะชอบหรือไม่ชอบมันอีกประเด็นหนึ่ง แม้ว่าจะ
อ่านด้วยความหงุดหงิดมันก็ต้องอ่านต่อไป

“เช่นเรื่องรัฐประหาร อ่านแล้วหงุดหงิดมากเลย คือคิดว่าด้านหนึ่งต่อให้คุณเชียร์
รัฐประหาร แต่คุณก็ไม่ควรทำตัวเป็นกระบอกเสียงของคณะรัฐประหาร คืออย่างน้อย
ต้องมีกระแสนี้ที่นอกเหนือจากคณะรัฐประหารออกมาบ้าง”

ธนพลยกตัวอย่างสุดๆ ร้อนๆ ของการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในช่วงที่มีการ
รัฐประหารเมื่อเดือนกันยายนที่ผ่านมา

“นี่พูดในฐานะที่ต่อต้านรัฐประหารด้วย ตลกมากเลยคือวันที่ไปพูดที่ธรรมศาสตร์
นัยยะก็คือการชุมนุมหรือปราศรัยทางการเมืองครั้งแรก วันนั้นเป็นวันเดียวกับที่
โคโยตีไปเดินหน้ารถถัง แต่หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ก็ไปลงข่าวโคโยตี ไม่ได้บอกว่าคุณต้อง
เห็นความสำคัญ แต่ด้านหนึ่งมันสะท้อนให้เห็นว่า ถ้าคุณไม่สนใจและไม่เห็นความสำคัญ
คุณก็กลัวแม้กระทั่งจะเสนอข่าว ภาพที่ออกมาเลยกลายเป็นตอกย้ำว่าคนไทยเห็นด้วย
กับรัฐประหาร”

เขาบอกว่า ที่มีการสรุปอย่างนี้ไม่น่าจะเป็นจริง และที่มีการอ้าง 80% ของผล
สำรวจว่าสนับสนุนทหาร เห็นว่ายังเป็นข้อมูลที่ไม่เคยพิสูจน์กัน เพราะก่อนหน้านี้ โพลล์
ก็สำนักก็บอกว่าประชาชนอยากให้ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรีมาตลอด

ธนพลบอกว่าไม่ใช่แต่หนังสือพิมพ์อย่างเดียวเท่านั้น แต่สื่อโดยรวมทั้งหมด
พยายามหลีกเลี่ยงการนำเสนอในอีกหลายประเด็น ที่เป็นเรื่องคอขาดบาดตาย เช่น
เบื้องหลังของการทำรัฐประหาร ใครเป็นผู้ให้การสนับสนุน ซึ่งก็ไม่ว่าสื่อตั้งใจไม่เสนอ
หรือคิดว่าไม่สำคัญ หรือคิดว่ามองไม่เห็น

“สื่อทุกที่มีการเซ็นเซอร์ตัวเองทั้งนั้นแหละ อย่างฟ้าเดียวกันก็มีเซ็นเซอร์ตัวเอง แต่
คิดว่ามันมีศิลปะในการนำเสนอตั้งเยอะแยะไม่ใช่หรือ มันเริ่มตรงที่ว่าคุณเห็นความ
สำคัญของประเด็นนั้นหรือเปล่า แล้วที่เหลือคือเทคนิคการนำเสนอ แต่นี่กลายเป็นว่า
คุณปิดกั้นตัวเอง แล้วก็หาเหตุผลมารองรับ”

อย่างที่บอกว่าแม้จะมีความหงุดหงิด แต่ธนพลบอกว่าเขาไม่ใช่คนที่จะปฏิเสธสื่อไป
ซะหมด

“แม้กระทั่งยุคที่เรียกว่าสื่อแท้สื่อเทียม ปัญหาต่อให้เป็นสื่อเทียมเราก็ต้องมีเวทีให้
คนอื่นได้ใช้ ถือเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องติดตามดูและตามอ่าน เพราะเราคงไม่ได้อยากอ่าน
เฉพาะในสิ่งที่เราเห็นด้วยมั้ง”

แม้ว่าหนังสือพิมพ์กระแสหลักจะเปิดพื้นที่กับความแตกต่างมากขึ้น โดยเฉพาะ
ประเด็นเกี่ยวกับคนชายขอบ ซึ่งตรงนี้เขาบอกว่าต้องยกย่องสื่อทางเลือกที่ทำให้
สื่อกระแสหลักหันมาสนใจและเปิดพื้นที่ให้กับเรื่องราวเหล่านี้ แต่ยังคงพอใจแค่นั้นไม่ได้
เพราะจริงๆ แล้วไม่ใช่มีพื้นที่ให้อย่างเดียว แต่ต้องอาศัยมุมมองอื่นๆ ด้วยในการนำเสนอ
บางเรื่องต้องตั้งคำถามว่ามีพื้นที่ให้ชาวบ้านพูดอย่างเดียวพอหรือเปล่า หรือบางเรื่อง
ไม่ใช่แค่การฝากความหวังไว้กับสื่ออย่างเดียว ต้องมีปฏิบัติการอย่างอื่นด้วย

“ไม่คิดว่าสื่อจะเป็นคู่มือในการแก้ปัญหา แต่เป็นแค่เวทีให้ปัญหาแต่ละอัน
มาเผชิญหน้ากัน”

- @ -



● รุจน์ โกมลบุตร
อาจารย์ประจำภาควิชา
หนังสือพิมพ์และสิ่งพิมพ์
คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

“สื่อหนังสือพิมพ์วันนี้ เราเรียกร้อง
ได้ แต่คาดหวังไม่ได้”

การสนทนาเกิดขึ้นในช่วงยามที่ประเทศไทยปกครองประเทศด้วยระบบ “ประชาธิปไตยครึ่งใบ” ทำให้รุจน์บอกว่าเขาค่อนข้าง “มีนงงเสมือนกับถูกหมัดน็อกของ คมช.” ดังนั้นเมื่อเจอคำถามแรกถึงการเปรียบเทียบการเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ในอดีตกับปัจจุบัน เขาจึงไม่ต้องการตีลโคไปให้ไกลย้อนหลังหลายปีนัก เอาแค่เปรียบเทียบยุคทักษิณ ชินวัตร กับ คมช. ก็คงเพียงพอแล้ว

“เวลานี้ก็ยังมึนๆ อยู่เพราะสมัยทักษิณ สื่อก็ถูกขกจนน่วม ถูกกระทำมาหกปี เลยมีนงงอยู่ไม่ออกกว่าจะเป็นอย่างไรต่อไป เมื่อมี คมช. เกิดขึ้น ผมดูแล้วเห็นว่าสื่อยังกลัวๆ กล้าๆ อยู่ในยุค

คมช. คงเพราะสื่อยังจำบรรยากาศสมัยทักษิณในช่วงห้าปีที่ผ่านมาไม่ได้ ทำให้สื่อไม่ออกกว่าจะทำตัวอย่างไร”

แต่อยากให้อ่านทำตัวเหมือนเมื่อก่อนห้าปีที่แล้วคือก่อนสมัยรัฐบาลทักษิณ ที่เน้นการทำข่าวแบบซดคู้ย วิพากษ์วิจารณ์ตรวจสอบได้อย่างสบายใจ เป็นการปิดคำถามแบบตั้ง “ท่าทีและความหวัง” เอาไว้เล็กน้อย

รุจน์อธิบายปรากฏการณ์ของสื่ออิเล็กทรอนิกส์กับสื่อกระดาษอย่างหนังสือพิมพ์ให้ฟังว่า จะพบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตเขามีจุดแข็งอยู่คือ เว็บไซต์จะเน้นการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนมากขึ้นเรื่อยๆ เป็นไปได้ว่ามีแนวโน้มมากขึ้นเรื่อยๆ ที่คนจะรับสารจากช่องทางนี้ เป็นคู่แข่งที่น่ากลัวเหมือนกัน เพราะเป็นสื่อสองทาง ทั้งเร็วและตอบโต้ได้ทันที ขณะที่วิทยุโทรทัศน์ที่เคยคิดกันว่าจะเป็นคู่แข่งของหนังสือพิมพ์ก็เห็นแล้วว่าทำตัวให้เป็นงานบันเทิงเสียเยอะเกินไป โดยเฉพาะในช่วงทักษิณ ยิ่งต่อไปแนวโน้มของโลกในด้านเสรีภาพจะมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในประเทศไทย วิทยุโทรทัศน์ก็ต้องปรับตัวให้มีคุณภาพมากขึ้นเรื่อยๆ ไม่ใช่เน้นแต่บันเทิงอย่างเดียวที่ผ่านมา ถ้าเขาปรับตัวให้มีเนื้อหาสาระมากขึ้นเรื่อยๆ ก็จะเป็นคู่แข่งของหนังสือพิมพ์ได้เช่นกัน จึงเป็นโจทย์น่าคิดว่า แล้วสื่อหนังสือพิมพ์จะปรับตัวอย่างไร

ทว่ารุจน์ยังเชื่อว่าโอกาสของหนังสือพิมพ์ยังไปได้เรื่อยๆ เพราะมีผู้อ่านจำนวนหนึ่งไม่อ่านจากหน้าจอเพราะไม่คุ้นเคย หรือไม่อ่านข่าวจากหน้าจอคอมพิวเตอร์เลย แต่ก็ก็มีกลุ่มหนึ่งใช้ประโยชน์ตรงนี้เพราะมันเร็วและโต้ตอบได้ เป็นชุมชนที่มีชีวิตแบบหนึ่ง เป็นชุมชนใหม่ เป็นวิถีของคนรุ่นใหม่คือตื่นมาแปดโมงเช้ากินกาแฟ เช็กเมล แล้วเข้าไปดูข่าวในเว็บหนังสือพิมพ์

ดังนั้น การปรับของหนังสือพิมพ์นอกจากเน้นเรื่องความลึกของข่าวแล้ว ก็ต้องดูว่าเรามีเรื่องความเร็วและการสื่อสารสองทางซึ่งหนังสือพิมพ์ก็มีอยู่ แต่ก็มีบางฉบับเริ่มปรับตัวแล้ว เช่น นำหนังสือพิมพ์ไปไว้ในอินเทอร์เน็ตแล้วก็เก็บเงิน





คนเข้าไปชมต้องสมัครเป็นสมาชิก หนังสือพิมพ์นานาชาติ เช่น ไทมส์ เฮอร์ลด์ทริบูน เขาก็มีระบบเก็บเงินค่าสมาชิกทางอินเทอร์เน็ตมานานแล้ว ของเราก็เริ่มมีการพยายามเก็บเงินอยู่ แต่เป็นบางค่ายใหญ่ๆ เท่านั้น แต่ไม่รู้จะได้รับการตอบรับและโปรดไหม การเก็บเงินแบบนี้เขาคงเน้นกลุ่มคนอ่านที่เป็นคนไทยในต่างประเทศเป็นหลัก ดังนั้นหากหนังสือพิมพ์ในฐานะสื่อกระดาษเราก็ต้องไปเน้นความลึกมากขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นจุดแข็งของหนังสือพิมพ์อยู่แล้ว

สิ่งที่หนังสือพิมพ์ขาดไปในช่วงหกปีของรัฐบาลทักษิณคือการรายงานข่าวเชิงสืบสวนสอบสวน หายไปจากหน้ากระดาษ โดยเฉพาะการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลหายไปเลย ทั้งที่เป็นความเด่นของหนังสือพิมพ์ไทย

“ผมมองว่า น.ส.พ.ยังไม่ทำหน้าที่ในสองเรื่องนี้เท่าที่ควรคือ 1. น.ส.พ.ไม่ได้ทำหน้าที่ในการส่งเสริมสิทธิมนุษยชน เช่น กรณีเหตุการณ์คนไร้สัญชาติที่แม่อายุ, กรณีคนถูกฆ่าตายในระหว่างนโยบายปราบยาเสพติดของทักษิณ, กรณีสนามบินสุวรรณภูมิละเมิดสิทธิ ไม่สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้คนพิการ, คนป่วย หรือคนติดเชื้อเอชไอวีที่ถูกละเมิดสิทธิจากราคายาที่แพงเพราะการทำ FTA กับสหรัฐฯ, ประชาชนคนไทยที่ถูกละเมิดสิทธิจากรัฐวิสาหกิจที่ถูกนำเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ เป็นต้น”

เหตุการณ์เหล่านี้ น.ส.พ.เผยแพร่ น้อยมากๆ และมีบางฉบับเท่านั้นที่เผยแพร่ เรื่องสิทธิมนุษยชนเป็นเรื่องสำคัญในระดับโลก แต่ น.ส.พ. ไทยส่วนใหญ่ยังไม่สนใจในเรื่องนี้ อาจเป็นเพราะมองเรื่องสิทธิมนุษยชนแบบแคบๆ คือมองว่าเป็นเรื่องสิทธิของปัจเจก เมื่อปัจเจกถูกละเมิด ก็เป็นเรื่องที่ปัจเจกต้องรับผิดชอบกันเอง แต่หากมองให้กว้างขึ้นว่า

แม้สิทธิของปัจเจกถูกละเมิด สังคมก็ต้องเดือดร้อนไปด้วย เพราะสิทธิของปัจเจกกับสิทธิของสังคมคือสิ่งเดียวกัน และสองคือ น.ส.พ. เองก็ทำตัวละเมิดสิทธิมนุษยชนเสียเองด้วย เช่น การลงภาพผู้ถูกกระทำ การลงภาพอาชญากรเด็ก ฯลฯ หรือการใช้ถ้อยคำที่ดูถูกเหยียดหยาม เช่น โจรใต้อำมหิต พม่าหื่นกาม นักเรียนนักเลง ฯลฯ

การเหมารวมโดยไม่แยกแยะ และการแบ่งเขาแบ่งเราในลักษณะเช่นนี้ เป็นการละเมิดสิทธิมนุษยชนแบบหนึ่ง ที่ไม่ช่วยส่งเสริมให้คนในสังคมได้รับข้อมูลที่ครบถ้วนสามารถคิดวิเคราะห์ได้อย่างรอบด้านอย่างที่ควรจะเป็น และยังเป็นส่วนหนึ่งของปัญหาความรุนแรงทั้งทางตรงและทางอ้อมในสังคมทุกวันนี้

การเสนอข่าวหนังสือพิมพ์เวลานี้ต่างจากอดีตไหม เช่น บางแห่งก็ยังเน้นข่าวลือลั่น ข่าวดาราเพื่อตอบสนองคนอ่านกลุ่มใหญ่?

ถ้าเกิดเราดูพวกข่าวเบาก็ยังไม่ต่างจากหลายสิบปีที่แล้วก็เพราะผู้อ่านยังมีรสนิยมแบบนี้ การรับสารแบบนี้ หนังสือพิมพ์เป็นธุรกิจก็ต้องตอบสนองกลุ่มผู้อ่านเพียงแต่จะระยะหลังๆ เริ่มมีเสียงวิพากษ์วิจารณ์มากขึ้นเรื่อยๆ ว่าหนังสือพิมพ์ต้องปรับบ้างไม่ใช่มาทำตัวแบบนี้ เริ่มมีเสียงพูดมากขึ้นเรื่อยๆ เช่น เรื่องรูปโป๊ ข่าวไร้สาระ ข่าวไม่เกิดประโยชน์ มันดีคือคนเริ่มบ่นมากขึ้น แต่ถ้าผู้รับสารยังซื้ออยู่ก็ยังคงทำอะไรมาไม่ได้ ถ้ายังมีกลุ่มผู้รับอยู่

อย่างที่คนเถียงกันคือ สื่อบอกว่าก็คนอ่านต้องการแบบนี้ก็ต้องเสนอแบบนี้ เสนอข่าวแบบนี้ ลงรูปแบบนี้ แต่อีกฝ่ายที่เขาไม่เห็นด้วยกับแนวคิดนี้ก็จะบอก ก็สื่อต้องยกระดับสังคม การเสนอข่าวถ้าสื่อไม่เสนอก็ไม่มีคนอ่าน ผมว่าเรื่องนี้ไม่ผิดทั้งคู่เพียงแต่ดูว่าพูดจากจุดยืนอะไร ถ้าบอกว่าสื่อต้องทำหน้าที่ยกระดับคนยกระดับการศึกษาคนอ่าน สื่อก็ต้องทำหน้าที่อีกแบบหนึ่ง แต่ถ้ามองว่าสื่อต้องตอบสนองความต้องการผู้บริโภคและผลประโยชน์ทางธุรกิจก็เป็นการมองอีกจุดหนึ่ง ผมมองว่าไม่มีใครผิดใครถูก เพียงแต่ต้องทบทวนว่าจุดยืนที่ตัวเองยืนอยู่ตอบโจทย์หลักของสังคมหรือไม่

“เราอาจเรียกร้องได้ แต่คาดหวังไม่ได้”

- @ -





สื่อทางเลือกกำลังมา

สรวิศ บุณศรี

ทุกวันนี้ ในสังคมไทยแทบจะพูดได้เต็มปากเต็มคำได้แล้วว่า ชาวบ้านร้านตลาด เกือบจะซาชินกับการบริโภคข่าวสารในแต่ละวัน จากสื่อสารมวลชนกันไม่ก็อย่าง ที่ใช้คำว่าชาวบ้านก็ เพราะว่าคนส่วนใหญ่ในประเทศนี้ คงไม่ได้มีความพยายามจะนั่งเสพสื่อให้ครบหรือมากที่สุดเท่าที่จะทำได้เหมือนกับผู้ใช้สื่อชาว ที่เข้ามาก็ต้องอ่านหนังสือพิมพ์เล่มโน้นเล่มนี้กันแทบทุกฉบับ ไม่นับรวมถึงการฟังบทวิเคราะห์จากบรรดาผู้รู้ทั้งในสื่อโทรทัศน์และวิทยุ หรือแม้แต่เสาะหามาสอบถามกันเอง

สื่อมวลชนที่เข้าถึงชาวบ้านได้มากที่สุดในประเทศไทยขณะนี้ ลำดับแรกเห็นจะเสียไม่ได้เลยก็คือ สื่อโทรทัศน์ เพราะมีการสำรวจกันมาหลายสำนักแล้วว่า สื่อโทรทัศน์ หรือที่ชาวบ้านเรียกกันติดปากว่า “ทีวี” นี้ เข้าถึงแทบทุกครัวเรือน เพราะไม่ต้องลงทุนอะไรกันมากมาย แค่มิโทรทัศน์สักเครื่องกับไฟฟ้าก็เปิดรับชมรับฟังกันได้ทั้งวันทั้งคืน

ไม่ว่าจะเป็นใครก็ยอมรับในผลสำรวจนี้ แม้แต่นักการเมืองหลายยุคหลายสมัยก็ทราบกันดี จึงมีความ

พยายามเข้ายึดกุมสื่อโทรทัศน์ไว้ให้ได้มากที่สุด

โทรทัศน์ที่เรียกว่าเป็น “ฟรีทีวี” คือไม่ต้องเสียเงินดูนั้น ในบ้านเราก็มีหลักๆ ที่ดูกันได้ทั้งประเทศเพียง 6 ช่อง คือช่อง 3, 5, 7, 9, 11 ของกรมประชาสัมพันธ์ และไอทีวี บางครั้งเปิดดูไปวนมาก็ไม่พบอะไรที่น่าชมนัก ทำให้ผู้มีเงินเหลืออยู่บ้างในแต่ละเดือน ตัดสินใจเสียเงินรับสัญญาณภาพและเสียงจากเคเบิลทีวี เพื่อรับชมช่องโทรทัศน์จากต่างประเทศ แกะแซ่จากทีวีประเทศไทย

รายการข่าวที่พบเห็นในฟรีทีวี ส่วนใหญ่ก็จะเป็นข่าวที่สถานีโทรทัศน์นั้นจัดทำเอง จะมีบ้างที่นำเอาหนังสือพิมพ์มาอ่านให้ฟัง นอกเหนือจากรายการข่าว ก็เป็นรายการอื่นๆ ทั่วไป ที่เป็นไปตามนโยบายของทางสถานี ซึ่งอาจจะกลายเป็นประเพณีไปแล้วว่า จะปรับผังรายการกันทุกต้นปี

รองลงมาจากสื่อโทรทัศน์ก็นับได้ว่า วิทยุกระจายเสียง ครองตำแหน่งนี้อยู่ในบ้านเมืองของเรานี้ ณ ช่วงเวลา 07.00-08.00 น. และ 18.00-19.00 น. ประชาชนชาวไทยก็จะไร้ซึ่งทางเลือก นอกจากการรับฟังข่าวสารจากกรมประชาสัมพันธ์

กรมประชาสัมพันธ์ โดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเอง ก็เคยพูดถึงเรื่องนี้ในทำนองว่า ไม่ได้บังคับใครให้ต้องรับสัญญาณเพื่อนำเสนอข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ในช่วงเวลาเหล่านี้ เพียงแต่ขอความร่วมมือ และหากใครไม่นำข่าวของกรมประชาสัมพันธ์มาออกอากาศในช่วงนี้ ก็ให้นำเสนอเรื่องที่เป็นสารประโยชน์แทนก็แล้วกัน ทำให้พื้นที่ในกรุงเทพฯ และพื้นที่ที่พอจะรับสัญญาณของวิทยุสวพ.91 และ จส.100 ได้ ก็จะได้รับฟังรายงานการจราจรที่ค่อนข้างจะจลจลใน กทม. แทนข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์

นอกจากในช่วงข่าวที่กล่าวไปข้างต้น ในช่วงของข่าวด่วนช่วงนั้น ก็จะถูกผูกขาดจากไม่กี่สถานีข่าว นั่นคือ สถานีวิทยุในเครือและสถานีวิทยุที่เช่าเวลาจากสถานีวิทยุของกองทัพบก ก็จะต้องนำเสนอข่าวจากศูนย์ข่าวกองทัพบก ที่มีแม่ข่ายอยู่ในเครือของสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบก ช่อง 5 หรือ ททบ.5





ส่วนสถานีวิทยุในเครือของบริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) หรือที่เช่าเวลา มา นั้น ก็ต้องรับสัญญาณข่าวจากสำนักข่าวไทย ซึ่งอยู่บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) นั่นเอง ทำให้สำนักข่าวต่างๆ ที่เช่าเวลาจากสถานีวิทยุเหล่านี้ ก็มักจะ ย้ายการนำเสนอข่าวของตัวมาที่เวลา พักครึ่งของแต่ละชั่วโมงแทนการเสนอ ข่าวต้นชั่วโมง

นอกเวลาของการเสนอข่าว วิทยุ ส่วนใหญ่ทั่วประเทศไทยก็จะเป็น รายการเพลงเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็น รายการเพลงที่สอดแทรกไปด้วยโฆษณา ทั้งช่วงพักและช่วงการพูดเข้าเพลงของ ผู้จัดรายการ

มาถึงสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ประกอบไปด้วยหนังสือพิมพ์ทั้งรายวันและราย สัปดาห์ และบรรดาคานิตยสารต่างๆ

รายวันก็เช่น ไทยรัฐ, เดลินิวส์, มติชน, ข่าวสด, คม ชัด ลึก, ไทยโพสต์, แนวหน้า, บ้านเมือง, กรุงเทพธุรกิจ, บางกอก โพสต์, โพสต์ทูเดย์, สยามรัฐ ฯลฯ

ในภาพรวมของสื่อหนังสือพิมพ์ เหล่านี้ก็จะนำเสนอข่าว ไม่ได้แตกต่าง ไปจากกันมากนักในแต่ละฉบับ คือมักจะ เลือกเสนอข่าวใหญ่ระดับประเทศ ทั้ง ด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จะมี บ้างในบางครั้งที่มีหนังสือพิมพ์บางฉบับ ที่จะมีส่วนของตัวเองแหลมออกมา แต่ก็ เสนอข่าวฉบับเดียวได้ไม่นานนัก หาก ข่าวนั้นได้รับความสนใจจากสังคม แต่ละ ฉบับก็จะมีข่าวนั้นออกมาในมุมคล้ายๆกัน

ว่ากันตามทฤษฎีและความเป็นจริง ที่เห็นกันอยู่ที่นี่ก็จะพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ มีความต่างจากสื่อโทรทัศน์และสื่อวิทยุ คือ สื่อสิ่งพิมพ์จะให้รายละเอียดได้มากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ที่กล่าวมาข้างต้น และจะหยิบมารับข่าวสารเมื่อใดก็ได้

แต่ก็มีลักษณะที่เหมือนกันอยู่



ประการหนึ่ง คือ เน้นไปที่ข่าวระดับประเทศ เช่น ข่าวเกี่ยวกับการดำเนินงานของ รัฐบาล ข่าวเกี่ยวกับนักการเมือง ดารา บุคคลสาธารณะ อีกประการคือ ด้วยความ ที่องค์กรเจ้าของสื่อเหล่านี้มีความเป็นองค์กรธุรกิจอยู่ด้วย ทำให้บางครั้งเนื้อหาที่ นำเสนอเป็นไปตามความต้องการที่ตอบสนองด้านธุรกิจด้วย

ที่เห็นได้ชัดคือ โทรทัศน์ ที่หลายคนมักจะบอกว่า ไม่สนใจนัก ที่เห็นโทรทัศน์ ออกอากาศละครน้ำเน่าหลังข่าว ทั้งๆ ที่บางครั้งคนที่พูดก็อาจจะแอบกลับไปดูที่ บ้านบ้างเหมือนกัน แต่ละครันน้ำเน่านี้เองกลับมีค่าโฆษณาสูงกว่ารายการดีมีสาระ เสียอีก

ส่วนวิทยุกระจายเสียงที่มีผู้ฟังมากๆ ก็ไม่พ้นรายการเพลงวัยรุ่น มาดูกันที่หนังสือพิมพ์ หลายแห่ง หลายฉบับก็เริ่มยอมรับกันแล้วว่า จุดขาย ของหนังสือพิมพ์ไม่ได้อยู่ที่ข่าวหน้าหนึ่งอีกต่อไปแล้ว แต่อยู่ที่องค์ประกอบอื่นที่ ทำให้หนังสือพิมพ์ต้องปรับตัว

สภาพการณ์เช่นนี้เอง ทำให้มีเสียงจากทั้งนักวิชาการ คนทำงานด้านสื่อ หรือ แม้แต่ชาวบ้านบางส่วน ออกมาพูดทำนองว่า ต้องการให้สื่อมีพื้นที่ในการนำเสนอ ข่าวของคนเฉพาะกลุ่มบ้าง ในทำนองต้องการสิ่งๆที่เรียกว่า “สื่อทางเลือก” เพราะ





สื่อกระแสหลักเหล่านี้ไม่ได้ตอบสนองด้วยการนำเสนอข่าวของคนเฉพาะกลุ่มหรือหากจะมีก็นำเสนอข่าวเล็กๆ ที่ไม่ได้กระทบต่อคนทั้งประเทศ แต่จะมีบ้างก็เพียงเล็กๆ น้อยๆ

สื่อทางเลือกที่มีการพูดถึงกันนั้น “อ.นิธิ เอียวศรีวงศ์” เคยกล่าวไว้ใน การปาฐกถาประชารธรรมประจำปี 2547 ในเรื่อง “ผ่าทางตันสื่อไทย สู่อีสื่อทางเลือก” เมื่อวันที่ 24 เมษายน 2547 ที่หอประชุมเล็ก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ว่า...

“หมายถึง 2 อย่าง 1.รูปแบบที่ไม่ธรรมดาตามความเคยชิน 2.เนื้อหาและการนำเสนอข้อมูลที่ไม่เคยมีใครพูดถึงในสังคมไทย ได้แก่

1. การพบปะพูดคุยตกลงกันในเวทีต่างๆ อันที่จริงสังคมไทยส่งข่าวสารผ่านปากต่อปาก สิ่งที่พบในสังคมไทยคือไม่มีการพัฒนาสถาบันเก่าๆ ไปในรูปแบบอื่นให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต เช่น ศาลาในชุมชนการประชุมในเวทีศาสนา

สิ่งเหล่านี้เดิมที่เป็นที่ชุมนุมและอบรมภายในชุมชน สังคม หรือผับในอังกฤษ เข้าโบสถ์คริสต์ อิสลาม การประชุมพิธีกรรมทางศาสนาเป็นที่ตกลงอะไรกันที่ชุมนุมสูงมาก เอาประเด็นมาคุย แลกเปลี่ยนข่าวสารพูดคุยแสดงความคิดเห็น แต่การพึ่งเทศน์ในเมืองไทยปัจจุบันพระพูดคนเดียว คนอื่นๆ ไม่มีโอกาสพูดคุย สมาคมผู้ปกครองในประเทศไทย ก็ไม่ได้มีบทบาทที่จะทำให้ผู้ปกครองเข้าไปมีส่วนร่วมในระบบการศึกษาเลย นอกจากจัดงานสังสรรค์สถาบันทางวิชาการของมหาวิทยาลัยนอกระบบ จัดงานสัมมนาที่เก็บเงินเป็นต้น

ดังนั้น เมืองไทยน่าจะมีการพัฒนาสถาบัน องค์กรต่างๆ อันเป็นสถานที่

รวมตัวกัน ให้คนแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันซึ่งเป็นสิ่งที่กำลังจะหายไป ทำอย่างไรให้สามารถกลับมาสื่อสารแก่คนในสังคม

2. การละเล่น การแสดงพื้นบ้าน ครั้งหนึ่งเคยเป็นเวทีพูดคุยแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญที่สุด เช่น หนังตะลุงที่ยาวนานที่สุด ซึ่งปัจจุบันก็ตายไปบ้างแล้ว

3. ละครเวที แต่ยังมีกลุ่มเป้าหมายน้อย เมื่อช่วงเหตุการณ์ 14 ตุลา และ 6 ตุลา มีการเล่นละครในหมู่บ้าน หลังจากนั้นก็มีละครมะขามป้อมที่ทำงานกับเด็ก ถือเป็นสื่อทางเลือกใหม่ๆ ได้เช่นกัน

4. หนังสือเล่ม สื่อทางเลือกทั้งทำในเชิงธุรกิจ และทำเพื่อประโยชน์สาธารณะ แต่มักไม่ค่อยถึงคนอ่าน การทำเชิงธุรกิจ คือทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างมากขึ้น

5. จุลสาร เช่น จุลสารชุมชนคนรักป่าซึ่งอยู่รอดได้ด้วยระบบสมาชิก กลุ่มคนอ่าน มีจุดประสงค์ทำงานกับคนชั้นกลางโดยเฉพาะ ต้องคิดวิธีการที่จะอยู่รอดได้และหาวิธีการอื่นๆ

6. นิตยสารคนรุ่นใหม่ เช่น ฟ้าเดียวกัน นิตยสารวัยรุ่น, อะเดย์, ไทยโพสต์ หรือของคุณชัชวรินทร์ ไชยวัฒน์ สมัยหนึ่ง มันไม่ได้มองด้วยเหตุผลทางธุรกิจล้วนๆ”

“วันดี สันติวุฒิมณี” บรรณาธิการ “สาละวินโพสต์” จุลสารราย 6 สัปดาห์ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับประเทศพม่า พูดถึงหนังสือที่เป็นสื่อทางเลือกเล่มนี้ว่า

“ในความเป็นสื่อกระแสหลัก เนื้อหาจึงต้องเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของท้องตลาด กลุ่มผู้โฆษณา เรานำเสนอเรื่องเดียวกันซ้ำกันไม่ได้ กอปรกับตอนนั้นเคยได้เขียนเรื่องพม่าให้หนังสือสารคดี ก็รู้สึกว่าการนี้เราอยากเขียนอีก อยากเขียนให้คนเข้าใจเยอะๆ อย่างต่อเนื่อง แต่ก็เข้าใจในข้อจำกัดของสื่อกระแสหลักที่ผลิตเรื่องพม่าไม่ได้ทุกวันทุกเดือน

“จึงคิดว่า สื่อทางเลือกจะเป็นทางเลือกที่ทำให้เราได้ผลิตสื่อขึ้นมาเฉพาะทางเพื่อให้เป็นทางเลือกในการเสริมในสิ่งที่กระแสหลักไม่มี เพราะฉะนั้น สาละวินโพสต์จึงเป็นสื่อเพื่อสร้างความเข้าใจในประเด็นเกี่ยวกับพม่าโดยเฉพาะ

“เริ่มต้นตอนทำครั้งแรกคิดว่าเป็นการทดลอง จังหวะที่เริ่มต้นเราทำงานเดิมมา 5 ปี และเรียนปริญญาโท คิดว่าจะเปลี่ยนงานตอนใกล้จบ ก็เลยลาออกแล้วทำวิทยานิพนธ์

“เราทำเรื่องไทยใหญ่ก็เลยรู้จักนักข่าวที่ไทยใหญ่ด้วยตั้งแต่วัยที่หนังสือสารคดีพอเรียนจบปุ๊บก็มีแหล่งทุนสนใจให้นักข่าวทำสื่อเกี่ยวกับพม่าให้แก่คนไทย เราอยากจะทำมัย จึงเป็นจังหวะที่ลาออกจากงานเก่าและเรียนจบปริญญาโท

“ตอนที่เขาให้ทุนมาก็ไม่ได้บอกว่าจะให้ทำสาละวินโพสต์หรืออะไร ได้ใจทย์มาคุณจะทำเรื่องพม่าให้คนไทยอ่าน จะทำอย่างไร

“เรื่องการทำงาน ความยากอย่างหนึ่งของการเริ่มต้นทำคือคอนเนกชันและแหล่งข้อมูล ที่ยังเป็นช่องว่างระหว่างประเทศ ที่ทำให้คนชาวไทยไม่สามารถเสนอเรื่องพม่าได้เยอะ เพราะนักข่าวไทยเองก็ไม่ว่าจะติดต่อกับแหล่งข้อมูลได้อย่างไรหรือคนในพื้นที่ก็ไม่ว่าจะติดต่อออกมาได้อย่างไร

“พอเราทำตรงนี้ เราก็ต้องสร้างคอนเนกชันของเราขึ้นมา อย่างคนนี้เขาทำเรื่องนี้อยู่นะ พอเรารู้ว่าเขาจะทำให้อาจจะบอกให้คนติดต่อกันนี้ให้เราหน่อยนะ



เพราะเรื่องมันเป็นเรื่องที่ยากข้าง
เซนซิทีฟ ถ้าไม่รู้จักเขาก็ไม่อยากแนะนำ
พอเราเริ่มทำงานไปก็รู้ว่าจะติดต่อใคร
อย่างไร และเราก็ลงพื้นที่ไปตรงนั้น ซึ่ง
ทุกครั้งถ้าไม่รู้จักใครเลยก็ค่อนข้างจะ
ทำงานไม่ได้ เพราะลงพื้นที่ปุ๊บ จะไม่มี
ใครให้ความช่วยเหลือ

“เราลงพื้นที่เองอยู่แล้ว ที่ผ่านมามี
ก็มีการข้ามชายแดน ถ้าพูดจริงๆ ก็คือ
การแอบข้าม หรือมีคนพาข้าม เพราะ
พื้นที่ตามแนวชายแดนมันไม่ได้มีรั้วลวด
หนามตลอด จึงมีจุดที่ข้ามได้ จึงต้องมี
คนพาข้าม ที่เคยข้ามนี้ก็ทั้งข้ามจาก
ชายแดนไทยเข้าไป และข้ามจาก
ชายแดนจีนเข้าไป ซึ่งตรงนี้ต้องมีคน
รู้จักหมดเลย หรือแม้แต่เข้าไปโดย
เครื่องบิน แม้มีวีซ่าถูกต้อง แต่จะเข้าไป
คุยกับใครก็ต้องมีคนพาไปอีก รวมถึงเรื่อง
ของล่ามด้วย ถ้าไม่สร้างคอนเนกชันหรือ
แหล่งข้อมูลต่างๆ คงทำงานยาก”

ส่วนแหล่งเงินทุนของสาละวิน
โพสต์นั้น วันดีไม่ขอเปิดเผย บอกเพียงว่า

“เงินมาจากสองที่ แต่ว่าแหล่งทุน
ไม่อยากให้เปิดเผยชื่อ คือมาจากที่
อเมริกาและแคนาดา ที่เขาสนับสนุน
เรื่องสิทธิมนุษยชนของพม่า และคนที่
ทำสนับสนุนเรื่องสื่อก็ถือเป็นสองที่หลักๆ
โดยทุกๆ ปี เราจะเขียนแผนว่าเราจะทำ
อะไร

“ช่วงปีแรกเราจะพิมพ์แค่พันเล่ม
พอเราทำแล้วมีคนตอบรับ เราก็เขียน
ว่าจะปรับปรุงเนื้อหาแบบนี้ เราต้องการ
ค่าใช้จ่ายมากขึ้นเท่านั้น เขาก็อนุมัติเงิน
มาเพื่อสนับสนุนตามแผนของเรา นี่คือการ
ทำในแต่ละปี”

“ธนพล อิวสกุล” บรรณาธิการ
นิตยสาร “ฟ้าเดียวกัน” เขาไม่คิดว่า
หนังสือเล่มนี้คือสื่อทางเลือก ธนพล
มองว่า สื่อก็คือสื่อ เขาไม่เชื่อเรื่องสื่อ

ทางเลือกและสื่อกระแสหลักสักเท่าไร

“เราไม่เชื่อเรื่องสื่อทางเลือกและสื่อกระแสหลักเท่าไร การที่บอกว่าสื่อทางเลือกหรือสื่อกระแสหลัก หรือว่าอย่างอื่นเป็นสื่อทางเลือก เราไม่ค่อยรับหลักเกณฑ์นี้สักเท่าไร เพราะสื่อก็คือสื่อ บางทีมันเหมือนเป็นข้ออ้าง เช่น เวลาที่พูดถึงสื่อทางเลือก ตอนหลังๆ ก็เหมือนเป็นข้ออ้างสำหรับการแก้ตัว ถ้าทำอะไรได้ไม่ค่อยดี ว่าไม่ใช่สื่อกระแสหลัก เราเป็นสื่อทางเลือก อะไรอย่างนี้เป็นต้น

“ถ้าให้พูดแบบ critical หน่อย เราไม่ค่อย happy เพราะเห็นว่าสื่อทางเลือกบางเล่มก็ไม่ได้ลึกไปกว่าสื่อกระแสหลักสักเท่าไร โดยเฉพาะที่เรียกว่ามาจากเอ็นจีโอ อยากรู้ของคณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ ที่มาทำจดหมายข่าวอะไรออกมา คือดูไม่ได้นะ ถ้าบอกว่ามันคือทางเลือก ต้องบอกว่าย่างให้ก็ไม่อ่านนะ เพราะไม่มีข้อมูลอะไรที่มันแตกต่างจากอันอื่นเท่าไรเลย

“สื่อทางเลือกส่วนหนึ่งคือเป็นสื่อที่ได้รับการชัพพอร์ตจากเอ็นจีโออะไรประเภทนี้ เรื่องบางเรื่องมันไม่ค่อยรับผิดชอบกับคนอ่านเท่ากับรับผิดชอบกับแหล่งทุน ทำแบบออกไม่สม่ำเสมอบ้าง หรือทำแบบขอไปที พวกเอ็นจีโอที่ทำออกมาเนี่ย บางทีเรียกได้ว่าเป็นขยะ คือแค่เอาข่าวในหนังสือพิมพ์ที่แถลงข่าวมาใส่ แล้วบอกว่าเป็นข่าวสารภาคประชาชน เราคิดว่ามันง่ายไปหน่อย

“ในเรื่องแนวโน้มของสื่อทางเลือกและสื่อกระแสหลัก ถ้าในแง่ของความหลากหลาย มันก็คงดีที่มีเพิ่มมากขึ้น เช่น การมีเว็บไซต์ของประชาไท และศูนย์ข่าวอิศรา เพราะมันให้เลือกเยอะ และทำให้สื่ออื่นปรับตัว ที่เรียกว่าสื่อกระแสหลัก เพื่อให้มันอยู่รอดได้จะอย่างไร ทุกฉบับก็จะต้องปรับกันอยู่ละมั้ง

“รูปธรรมง่ายๆ อย่างสำนักข่าวประชาธรรมเมื่อก่อนที่พยายามจะสร้างก็ไม่เวิร์ก มันก็คือเครือข่ายเอ็นจีโอที่เห็นๆ กันอยู่ ไม่ได้บอกว่าไม่สำคัญ เพราะมันมีเนื้อที่ลงในสื่อกระแสหลักจำนวนหนึ่งอยู่แล้ว คุณูปการอันหนึ่งของสื่อทางเลือกก็คือ มันทำให้สื่อที่เรียกว่ากระแสหลักมาสนใจประเด็นเกี่ยวกับคนชายขอบมากขึ้น ซึ่งทำให้สื่อกระแสหลักให้พื้นที่ตรงนี้พอสมควร เช่น กรุงเทพธุรกิจ ก็มีเช็กชั้นจุดประกาย มติชนก็มีเช็กชั้นวันอาทิตย์ บางกอกโพสต์ก็มีเอาท์ลुक ซึ่งก็ถือว่ามีพื้นที่ให้พอสมควรไม่ใช่เหรอ

“แต่ถ้าถามเราเราคงไม่พอใจแค่นั้น อยากเรียกร้องมากกว่านั้น เช่น การ critical ภายในขบวนการเอง ส่วนหนึ่งถือเป็นการปรับตัวของสื่อกระแสหลักที่ต้องเปิดพื้นที่ให้เรื่องอื่นๆ เข้าไปด้วย แต่ความเปลี่ยนแปลงมันยังไม่น่าพอใจ เพราะจริงๆ แล้วมันไม่ใช่แค่พื้นที่ หรือมีพื้นที่ให้อย่างเดียว บางทีมันต้องอาศัยมุมมองอื่นๆ ด้วยในการนำเสนอ ต้องดูเป็นเรื่องๆ และบางเรื่องก็ต้องมาตั้งคำถามว่าแค่เรียกว่ามีพื้นที่เนี่ย พอหรือเปล่า มีพื้นที่ให้ชาวบ้านพูดอย่างเดียว พอหรือเปล่า มันอาจจะต้องการมากกว่านั้นหรือเปล่า หรือว่าเรื่องบางเรื่องไม่ใช่การฝากความหวังไว้กับสื่ออย่างเดียว ต่อให้มีพื้นที่แล้วใจ ต้องมีปฏิบัติการอย่างอื่นด้วย เราไม่คิดว่าสื่อจะเป็นคู่มือในการแก้ปัญหา แต่เป็นแค่เวทีที่ให้ปัญหาแต่ละอันมาเผชิญหน้ากัน คือไม่ต้องการความหวังว่าสื่อจะเป็นอะไรมากมายที่บันดาลได้ทุกอย่าง”

ยังมีสื่อทางเลือกอื่นอีกที่ อ.นิธิ ไม่ได้กล่าวถึงอย่างจำเพาะเจาะจง นั่นก็คือสื่ออินเทอร์เน็ต



ปัจจุบัน สื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในสังคมคนไทยมากขึ้น มีการจัดทำเว็บไซต์ในหลากหลายรูปแบบ ทั้งเพื่อสื่อสารเป็นการเฉพาะ เช่น การเมือง วิจารณ์ วิทยุ วิทยุ รดยนต์ ฯลฯ

ไม่เว้นแม้แต่เอ็นจีโอ เช่น เว็บไซต์ <http://www.thaingo.org> ที่ระบุไว้ในหน้าแรกของเว็บไซต์ว่า “Thai NGO.org สื่อทางเลือกเพื่อการพัฒนา”

ภายในเว็บไซต์นี้จะมีทั้งบทความของคอลัมนิสต์ต่างๆ เช่น คอลัมน์ เหลียวซ้ายแลขวา โดย วิริยะ สว่างโชติ รวมถึงบทความจากเว็บไซต์เอ็นจีโออื่นๆ เช่น จากเว็บไซต์ เอฟทีเอ วิทยุ www.ftawatch.org กลุ่มศึกษาข้อตกลงการค้าเสรีภาคประชาชน

รวมทั้งเว็บไซต์ที่ดำเนินการในลักษณะสื่อทางเลือก เช่น เว็บไซต์ของสำนักข่าวประชาไท www.prachatai.com เว็บไซต์สื่อพิมพ์ออนไลน์ที่มีทั้งข่าวในแบบของสำนักข่าวประชาไท มีคอลัมนิสต์ต่างๆ

เว็บไซต์ของนิตยสาร Open ที่ประกาศขอลาพักร้อนในการทำหนังสือไปแล้ว www.onopen.com โอเพ่นออนไลน์ มีคอลัมนิสต์ประจำอย่าง มุกหอม วงษ์เทศ วันชัย ตัน เป็นต้น

และเว็บไซต์ที่หลากหลาย เปิดโอกาสให้ผู้เข้ามาใช้งานเลือกที่จะนำเสนอเอง และให้ผู้อ่านแสดงความเห็นได้ ซึ่งรูปแบบนี้มีการเรียกขานกันว่า “เว็บล็อก” (Weblog) หรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่า “บล็อก” (Blog)

คนแรกที่ใช้คำว่าเว็บล็อกคือ Jom Barger นักเขียนชาวอเมริกา เริ่มในช่วงปี 2540 ต่อมา Peter Merholz ก็แปลงเป็น We Blog และใช้คำว่า บล็อก แทน

ปัจจุบันมีเว็บไซต์ที่ให้บริการและมีผู้ให้ความสนใจใช้บริการจำนวนมาก

เช่น www.bloggang.com ที่

เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการด้านบล็อก โดยทีมงาน pantip.com มีสมาชิกอยู่ถึง 38,477 คน มีบล็อกถึง 286,036 บล็อก จากหัวเรื่องทั้งหมด 77 หัวเรื่อง www.exteen.com มีสมาชิกถึง 69,704 คน www.blogdd.com/home.php, <http://blog.sanook.com>

ล่าสุด เว็บไซต์ข่าวอย่างเครือผู้จัดการและเครือเนชั่น ก็เริ่มหันมาให้บริการด้านบล็อกแล้ว ที่ <http://weblog.manager.co.th>

ในการใช้งานบล็อก ทุกคนในระบบอินเทอร์เน็ตมีโอกาสได้เป็นทั้งผู้สื่อข่าวและผู้รับสารในคนคนเดียวกัน ใครใคร่เขียนอะไรก็ได้ ต้องการนำเสนอเรื่องอะไรใน ความสนใจของตัวเอง หรือเรื่องราวที่ต้องการให้ผู้รับทราบก็ได้ ชนิดที่ไม่ต้องจ้อสื่อ กระแสหลักก็ว่าได้

สื่อทางเลือกชนิดนี้เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะนอกจากไม่ต้องลงทุนตั้งสำนักข่าวเป็นของตัวเองแล้ว การโต้ตอบก็กระทำได้ทันที แต่การเลือกบล็อกหรือเว็บไซต์ต่างๆ ในประเทศไทยก็ยังมีข้อจำกัดอยู่ว่า จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยยังมีจำนวนน้อยอยู่ ส่วนใหญ่จะเป็นคนชั้นกลาง แม้จะมีโอกาสได้นำเสนอข่าวสารของกลุ่มคนได้มากขึ้นก็ตาม

โอกาสเติบโตของสื่อทางเลือกหลายๆ รูปแบบน่าจะเกิดขึ้นได้ โดยเฉพาะสื่อทางเลือกประเภทเว็บไซต์ เพราะมีความได้เปรียบกว่าสื่อทางเลือกอื่นๆ มาก ทั้งปริมาณการนำเสนอข้อมูลที่ไม่ขึ้นอยู่กับเวลาและหน้ากระดาษ เวลาการเลือกรับชมที่ไม่ตายตัว และสถานที่รับสาร ที่อยู่ ณ จุดใดของโลกก็เข้าถึงได้ ขอแค่มีคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตก็แล้วกัน

และก็น่าจะมีความเป็นไปได้ว่า สื่อทางเลือกประเภทนี้จะเป็นส่วนช่วยผลักดันให้สื่อกระแสหลักเปิดพื้นที่ในเว็บไซต์ของพวกเขาให้แก่กลุ่มคนหรือบางข่าวสาร ที่ไม่ค่อยได้รับความสำคัญในสื่อกระแสหลักสักเท่าใด

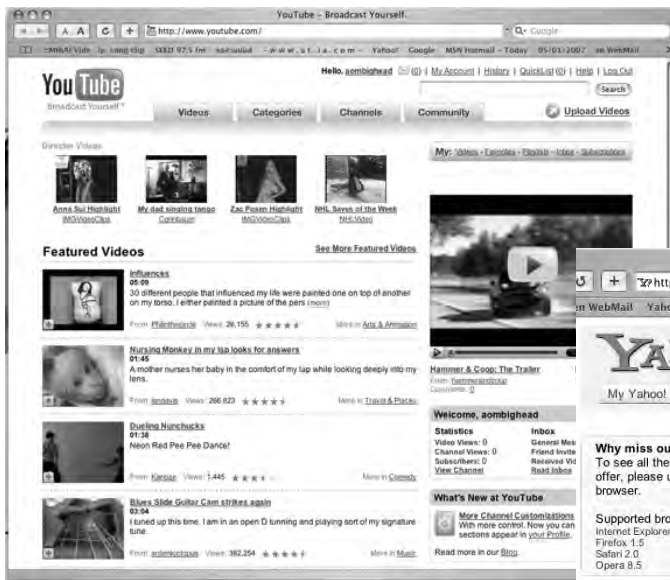
ก็เป็นไปได้ ...

- @ -





คลิกยูทิวบ์ คลิกโลก จุดพลุกระแสสื่อออนไลน์



อังศุมาลิน บุรุษ



ใครจะคาดคิดว่าธุรกิจดอท คอม จะกลับมาเฟื่องฟูสร้างความ
ทรรษาและสร้างรายได้ก้อนโตให้กับผู้หลงใหลสร้างเว็บไซต์อีกครั้ง
หลังความบอบซ้ำของกิจการดอท คอม หลังวิกฤตเศรษฐกิจไม่กี่ปี ธุรกิจ
นี้ก็ราบเรียบไร้ความฮือฮาเรื่อยมา

แต่เมื่อปีที่แล้ว 2 หนุมนักเรียนออกแบบ อดีตลูกจ้างแพย์พอล ผู้
ผลิตเว็บไซต์อียะ ในซิลิคอน วาลเลย์ ได้สร้างเว็บไซต์แซร์ริงไฟล์
ภาพและไฟล์เสียงต่างๆ นานาขึ้นมาในชื่อ 'ยูทิวบ์' ซึ่งนับตั้งแต่นั้น
ธุรกิจนี้ก็ได้รับการกล่าวถึง แล้วเรื่องราวของ 2 หนุมน ก็กลายเป็นอีก
หนึ่งตำนานการสร้างตัวจากวงการไอที

ความโด่งดังของ 2 หนุมน อยู่ในความสนใจของคนในวงการไอที
และเป็นอีกหนึ่งตัวอย่างสร้างแรงบันดาลใจแก่คนรุ่นใหม่ที่ต้องการ
สร้างอยากทำความฝันของตนด้วยการลงมือทำมันอย่างมุ่งมั่นจริงจัง
อีกครั้ง



เมื่อมีรายงานข่าวในเดือนตุลาคม 2549 ระบุว่า เจ้าดำรับยุทธจักรเซิร์ช เอนจิน ‘กูเกิล’ ประกาศซื้อกิจการเว็บ แชรร์ริงแห่งนี้ ในสนนราคา 1.65 พันล้านดอลลาร์ (ประมาณ 43 ล้านบาท) แล้วก่อนสิ้นปี นิตยสารไทมส์ยังได้ยกย่องให้เว็บไซต์ยูทิวบ์ ติดหนึ่งในบุคคลแห่งปี ซึ่งสร้างแรงบันดาลใจและจุดเปลี่ยนที่สำคัญให้กับโลก พร้อมกับผู้คนอื่นๆ บนโลกใบนี้ที่ติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันผ่านโครงข่ายโยงใยของเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต

ว่ากันว่า ด้วยระยะเวลาเพียง 1 ปี กับ 9 เดือน แทบไม่น่าเชื่อว่าเว็บไซต์แห่งนี้ จะสามารถดึงดูดผู้คนให้เข้ามาชมคลิปวิดีโอทั้งภาพยนตร์ การ์ตูน ข่าว ซีรีส์โทรทัศน์ มิวสิกวิดีโอ และอีกหลากหลายเรื่องราวที่มาจากทั่วทุกมุมโลก

แล้วแทบไม่น่าเชื่อว่า ด้วยระยะเวลาไม่นาน ในเดือนพฤษภาคม 2549 เมื่อมีการสำรวจเว็บไซต์ยอดฮิตที่เรียกความสนใจของผู้ท่องอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ยูทิวบ์ก็สามารถเข้าไปติดอันดับเป็น 1 ใน 10 เว็บไซต์ยอดฮิต ด้วยจำนวนผู้เข้าชมเดือนละ 34 ล้านราย

ขณะที่ผลสำรวจจากบริษัท เน็ตเรตติ้ง เมื่อเดือนมิถุนายน ระบุว่า ยูทิวบ์มีการเติบโตของจำนวนผู้เข้าชมเว็บไซต์สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แข่งหน้าคู่แข่งอย่างไม่เห็นฝุ่น เช่น ในเดือนพฤษภาคม เว็บไซต์ยูทิวบ์มีผู้เข้าชม 20 ล้านคน ขณะที่ MSN Video จากเจ้าใหญ่ซอฟต์แวร์ไมโครซอฟท์ มีผู้เข้าชม 11.1 ล้านคน MySpace Video และ Google Video หัวขาดเว็บไซต์คลิปวิดีโอ กลับมียอดผู้เข้าชมรวมกันเพียง 7 ล้านคน

ด้วยความนิยมและความสะดวกในการใช้งานเช่นนี้ จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ อีริก ชมิคต์ ซีอีโอกูเกิล เรียก

เว็บไซต์แชรร์ริงแห่งนี้ว่า “เป็นก้าวต่อไปของวิวัฒนาการอินเทอร์เน็ต”

เป็นเรื่องที่ถูกกล่าวถึงมามากแล้ว ถึงความสามารถของคนบ้าคอมพิวเตอร์ 2 คน สตีฟ เจิน วัย 28 ปี และ ชัด เฮอร์ลีย์ วัย 29 ปี สองบุคคลในตำนานผู้ก่อตั้งเว็บไซต์แชรร์ริงโด่งดังแห่งนี้

ทั้งๆ ที่จุดเริ่มต้นของเว็บไซต์ เกิดขึ้นมาเพื่อสร้างการสื่อสารส่งภาพและเสียงของยูทิวบ์ จากการสร้างเว็บไซต์ไว้แลกเปลี่ยนภาพและข้อมูลระหว่างเพื่อนๆ ในกลุ่ม แต่สิ่งที่ทำให้ยูทิวบ์ได้รับการโชนกันมากขึ้น กลับมาจากปรากฏการณ์ที่ยูทิวบ์สร้างไว้ด้วยการสร้างแหล่งรวมข้อมูลข่าวสารจากทั่วสารทิศ มากระจุกรวมห่อกัน อยู่ภายใต้เว็บแชรร์ริงยูทิวบ์แห่งนี้

เพราะหากคุณต้องการชมรายการข่าวจากสถานีโทรทัศน์สหรัฐฯ การ์ตูนจากญี่ปุ่น ภาพยนตร์เกาหลี การแสดงดนตรี ศิลปะนานาชาติ หรืออ่านข่าวจากหนังสือพิมพ์อาเจนตินา และแม้แต่สื่อสารกับนักข่าวภาคสนามจากสำนักพิมพ์ในฝรั่งเศส คุณก็สามารถทำได้เพียงเข้าไปคลิกดูรายการคลิปวิดีโอในยูทิวบ์

แล้วหลังจากนั้นคนที่สนใจหรืออยู่ในแวดวงเดียวกันหรืออาจจะต่างวงการจากทั่วโลกก็จะเข้ามาทักทาย แลกเปลี่ยนข้อมูลจากสิ่งที่ตนถนัดและคลุกวงใน สวสไล์มาฉายภาพเล่าสู่กันฟังผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

แม้เว็บไซต์แห่งนี้จะมีทุนน้อยและไม่ได้เป็นบริษัทใหญ่โตอะไร แต่สิ่งที่สตีฟ และชัดนำมาบรรจุในเว็บไซท์ก็ได้สร้างกระแสและเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมการสื่อสารข้ามพรมแดนทางกายภาพ เข้ามาทักทายและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความรู้สึกนึกคิดหรือแม้แต่อาชญากรรมระหว่างกัน

เพราะปฏิเสธได้ยากว่าหลายครั้งสิ่งที่น่าสนใจโพสต์แลกกันดูเวียนกันอ่านในยูทิวบ์ก็ล่อเหลี่ยม และอาจเป็นการกระทำเข้าข่ายการลักลอบละเมิดลิขสิทธิ์จากเหล่าบริษัทเจ้าของสิทธิ์อยู่เช่นกัน แม้ทางต้นสังกัดเว็บไซท์จะพยายามคัดไฟล์ภาพที่ล่อเหลี่ยมไม่สุภาพหรือเสี่ยงต่อการละเมิดลิขสิทธิ์แล้วก็ตาม แต่หลายครั้งสิ่งที่เกิดขึ้นบนอินเทอร์เน็ตก็ยากจะตรวจจับได้ และทำให้ค่ายเพลงใหญ่ เช่น ยูนิเวอร์แซล มิวสิค เกือบจะฟ้องร้องดำเนินคดีกับยูทิวบ์ เหมือนที่ทำกับมายด์ สเปซด้วยเช่นกัน

อย่างไรเสีย ความสำเร็จจากยอดผู้เข้าชม และมูลค่าของกิจการพันล้านดอลลาร์ อาจไม่ได้ยิ่งใหญ่เท่ากับความฝันที่ต้องการสร้างการแลกเปลี่ยนข้อมูล เพื่อสื่อสารกับคนอื่นๆ ของผู้สร้างเว็บไซต์ยูทิวบ์

ความสำเร็จของยูทิวบ์และเว็บแชรร์ริงอีกหลายแห่งในช่วงปี 2549 ที่ผ่านมา ได้ทำให้เกิดความตื่นตัวด้านข้อมูลข่าวสารและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความรู้ ความคิดของผู้คนจากมุมต่างๆ ของโลกขนานใหญ่ ทำให้สื่อออนไลน์และนักข่าวชาวบ้านจากโครงการของเว็บไซต์ข่าว ‘ไอ้มายนิวส์’ จากเกาหลีใต้ได้รับการกล่าวถึง และเป็นต้นตอแห่งแรงบันดาลใจให้คนหนุ่มสาวหลายคนสร้างเว็บล็อก สเปซ เพื่อสื่อสารเรื่องราวของตนให้คนอื่นๆ รับรู้

เป็นอีกหนึ่งกระแสที่เปลี่ยนโลก และการสื่อสารในอนาคต ...

- @ -



สื่อสิ่งพิมพ์โลก หมดยุคกินบุญเก่า หากไม่ปรับตัว ก็ต้องถอย !

รอยต่อระหว่างปี 2549 ถึงต้นปี 2550 เป็นช่วงเวลาสำคัญที่สามารถสังเกตเห็นอาการ “ชยับ” ของค่ายหนังสือพิมพ์ต่างประเทศได้อย่างชัดเจน ปรากฏการณ์ในโลกหนังสือพิมพ์เหล่านั้น อาจเป็นสัญญาณเตือนมาถึงอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ในประเทศไทยว่า อีกไม่ช้าคงถึงคิวของพวกเราแล้ว

อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์อเมริกัน เป็นที่แรกและเป็นมาตรวัดที่ดี หากจะจับเทรนด์ว่า ทิศทางของตลาดหนังสือพิมพ์โลกนับจากนี้ จะเดินไปอย่างไร ถึงบทอวสานของสื่อกระดาษ หรือเข้าสู่ยุคของการปรับตัวขนานใหญ่ ชนิดที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน นับจากสื่อชนิดนี้อุบัติขึ้นมาบนโลก

ประมวลจากกระแสข่าวต่างประเทศ ช่วยให้ขมวดแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงสำคัญๆ ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์อเมริกัน เป็น 3 กระแสหลัก

แนวโน้มแรก คือ การตื่นปรับกลยุทธ์เพื่ออยู่รอด และเพิ่มเม็ดเงินรายได้

แนวโน้มนี้อาจมีจุดเริ่มมาบ้างในช่วงก่อนหน้านี้เป็นระยะๆ แต่ที่ถือเป็นตัวจับสัญญาณอันเด่นชัด คือ การตัดสินใจลดขนาดหนังสือพิมพ์ของ วอลล์สตรีท เจอร์นัล ในเครือดาว โจนส์ ซึ่งมีการแถลงข่าวอย่างครึกโครม เมื่อวันที่ 4 ธันวาคมที่ผ่านมา การผ่าตัดใหญ่ของหนังสือพิมพ์ที่ถือเป็นไอคอนทางด้านสิ่งพิมพ์ธุรกิจอเมริกัน ช่วย “พันทรง” ว่า การปรับตัวของอุตสาหกรรมนี้ในระดับที่เข้มข้นกำลังมาถึงแล้ว และอาจเป็นจุดเริ่มต้นของการปรับกระบวนกันขนานใหญ่ของผู้เล่นในอุตสาหกรรมในอนาคตอันใกล้

“ลดขนาดหนังสือพิมพ์” คือ ทางเลือกแรกของหนังสือพิมพ์ธุรกิจชั้นนำของโลกเลือกเดิน นับจาก 2 มกราคม 2550 ความกว้างของหนังสือจะหายไป 3 นิ้ว หรือประมาณ 1 คอลัมน์ พร้อมกับปรับให้หน้าตาของหนังสือพิมพ์ดูมีชีวิตชีวา





ขึ้น ด้วยการให้มือจ้บประกอบของสี และ กราฟิกมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีการนำ ภาพถ่ายมาใช้ด้วย

ลองหยิบหนังสือพิมพ์ฉบับนี้ ที่มี วางขายในบ้านเรามาดู สามารถมองเห็นการเปลี่ยนแปลงได้อย่างชัดเจน

ค่ายอื่นๆ ก็ดิ้นไม่แพ้กัน ดังกรณีของ “แกนเนตต์” ที่เลือกยกเครื่องธุรกิจ ผ่าน โปรเจกต์ยักษ์ที่ใช้ชื่อว่า อินฟอร์เมชัน เซนเตอร์

ภายใต้โครงการนี้ ห้องข่าวประจำ พื้นที่ต่างๆ 89 แห่งทั่วประเทศ จะกลายเป็นห้องข่าว 24 ชั่วโมง เพื่อผลิตข่าว และสื่อบุคคลต่างๆ บ่อนให้สื่อต่างๆ ทั้งที่อยู่ใน เครือ และที่เป็นพันธมิตรธุรกิจ ซึ่ง หมายความว่า คอนเทนต์ 24 ชั่วโมงใน ห้องข่าวของแกนเนตต์ จะถูกแจกจ่าย ไปลงในหนังสือพิมพ์ในเครือ ผ่านสื่อ ออนไลน์ของบริษัทมือถือจัดทำเป็นวิดีโอ หรือสื่ออื่นๆ ซึ่งกำลังวางแผนอยู่ว่า ควร จะเป็นอะไรบ้าง

แกนเนตต์ได้เริ่มทดลองโครงการ นี้กับสิ่งพิมพ์ในเครือบ้างแล้วในบางฉบับ ได้แก่ เดลล์ มวงส์ ซิวส์ ฟอลส์ และ เบรเวอร์ด เคาน์ตี ในฟลอริดา และ เตรียมขยายวงไปห้องข่าวอื่นๆ ตั้งแต่ พฤษภาคม 2550 เป็นต้นไป อย่างไรก็ตาม โครงการอินฟอร์เมชัน เซนเตอร์ จะไม่ ครอบคลุมถึงยูเอสเอ ทูเดย์ หนังสือพิมพ์ ยอดฮิตในเครือ

ไมเคิล แมเนลล์ รองประธาน กรรมการบริหาร ฝ่ายวางกลยุทธ์ธุรกิจ เปิดเผยว่า เป้าหมายสำคัญในการจัดทำ โครงการนี้ขึ้นมา ก็เพื่อทำให้การผลิตข่าว รวดเร็วและสนองตอบความต้องการ ข้อมูลที่ต้องการรวบรวม แล้วสามารถ ผลิตเป็น หนังสือพิมพ์ได้ทันทีเมื่อ แต่ละวันสิ้นสุดลง

ลดขนาดธุรกิจ หรือขายกิจการ เพื่อเปลี่ยนให้เจ้าของใหม่มาพยุงธุรกิจ



เป็นอีกแนวโน้มหนึ่งที่ได้เห็นได้ชัดเจนในตลาดหนังสือพิมพ์อเมริกัน เพราะแม้ค่ายดาว โจนส์ ซึ่งนอกจากจะปรับโฉมวอลล์ สตรีท เจอร์นัลแล้ว ยังขายหัวหนังสือพิมพ์ 6 ฉบับ ในกลุ่มมอดตาเวย์ นิวส์เปเปอร์ไป และอีก 7 หัวในกลุ่มเจอร์นัล รีจิสเตอร์ ก็ อยู่ระหว่างประกาศขายด้วย

ในขณะที่การขายกิจการ มองรวมไปกับกระแสควบรวมกิจการในกลุ่ม หนังสือพิมพ์ เพื่อหาการลดต้นทุนและผนวกศักยภาพที่ดีที่สุดเข้าด้วยกัน

ดังกรณีของหนังสือในกลุ่มไนต์ รีดเดอร์ ของเครือแมคคัลลิสตี ที่ยอมปล่อยให้ เปลี่ยนสถานะจากสิ่งพิมพ์มหาชนไปเป็นของเอกชนแล้ว เช่นเดียวกับค่ายทริบูนที่ อยู่ระหว่างเลือกว่า จะอยู่อย่างไร แตกกิจการหรือไม่ ซึ่งหากเลือกแตกกิจการจริง หมายความว่า สัดส่วนของหนังสือพิมพ์ที่อยู่ในตลาดหุ้นจะลดลง เป็นของเอกชน มากขึ้นและมีขนาดเล็กลงตามไปด้วย ธุรกิจสิ่งพิมพ์ในเครือทริบูนกำลังเป็นที่ หมายตาของเจ้าพ่อสื่อโลก “รูเพิร์ต เมอร์ด็อก” เจ้าของอาณาจักรสื่อมัลติมีเดีย ตัวจริงเสียงจริงรายหนึ่งของโลก

สุดท้ายคือ แนวโน้มของการเปิดแนวรุกในสื่อรูปแบบใหม่เสียเอง หรือไม่ก็ จับมือเป็นพันธมิตรกับสื่อใหม่ที่เข้ามาเป็นตัวหารรายได้จากการโฆษณา ดังเช่น ปรากฏการณ์เมื่อปลายปี 2549 ที่คู่แข่งระหว่างหนังสือพิมพ์ กับสื่อใหม่ ตัดสินใจ “พักรบ” หันมาเป็นพันธมิตรธุรกิจต่อกัน

ยกตัวอย่าง ค่ายยาฮู และกลุ่มของหนังสือพิมพ์ 167 ฉบับทั่วอเมริกา ทำข้อตกลงความร่วมมือเป็นพันธมิตรกันในหลายๆ ด้าน ตั้งแต่โฆษณาในคลาสสิฟายด์ จนถึงคอนเทนต์ และการสืบค้นข้อมูล โดยในระยะแรกโครงการความร่วมมือของยาฮู และพันธมิตรสื่อ จะเริ่มต้นที่หนังสือพิมพ์จะพ่วงโฆษณาในหน้าคลาสสิฟายด์ของ พวกเขา มาลงในเซ็กชัน “ฮอตจ๊อบส์” (Hot Jobs) ของยาฮู ขณะที่เซ็กชัน “จัดหา งาน” ในสื่อออนไลน์ของหนังสือพิมพ์พันธมิตร ก็จะบริหารและอัปเดตข้อมูลโดย ยาฮู ซึ่งผลประโยชน์ต่างตอบแทนที่คู่แข่งทั้งสองกลุ่มจะได้คือ ในไซต์ที่ลงโฆษณา รับสมัครงาน จะปรากฏแบนด์ร่วมนของยาฮู และหนังสือพิมพ์พันธมิตรที่มาจาก 38 มลรัฐทั่วอเมริกา อาทิ เดอะ ซาน ฟรานซิสโก เดอะ โคเรนิเคิล ดัลลัส มอร์นิง นิวส์ และดิ แอดแลนตา เจอร์นัล-คอนสตีติวชัน

แม้แต่ค่ายกูเกิลก็มีการเคลื่อนไหวคล้ายๆ กันไปเมื่อต้นเดือนธันวาคมปีที่แล้ว



ในรูปแบบของการประกาศขายโฆษณาทางสิ่งพิมพ์กับ 50 หนังสือพิมพ์ชั้นนำของประเทศ ซึ่งในจำนวนนั้น รวมถึงสิ่งพิมพ์ในเครือแกนเนตต์ เครือทริบูน คอมพานี และในเครือนิวยอร์ก ไทมส์

ในทางกลับกัน แล้วค่ายหนังสือพิมพ์จะได้ประโยชน์อะไร

คำตอบคือ อย่างน้อยที่สุด การเป็นพันธมิตรกับยาสูบ ก็จะทำให้พวกเขามีกรอบ ในการวางกลยุทธ์ได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะเกี่ยวกับสื่อออนไลน์ ซึ่งที่ผ่านมา พวกเขาต้องสูญเสียส่วนแบ่งงานโฆษณาให้กับไซต์ทำ และเว็บไซต์ที่ให้ลงโฆษณาฟรี อาทิ เครกส์ลิสต์ (Craigslist) มาตลอดหลายปีที่ผ่านมา

แรงบีบคั้นรอบด้านที่สื่อกระดาษกำลังเผชิญ ไม่ใช่สิ่งที่จะมองข้ามไปได้ง่าย คำตอบที่ชัดเจนมาจากการประชุมระดับโลก ของคนในแวดวงสื่อที่น่าสนใจ เกิดขึ้นไล่เลี่ยกันถึง 2 นัด ในช่วงปลายปี 2549 โดยนัดแรก เป็นการระดมสมองของสื่อดั้งเดิม “สมาคมนักหนังสือพิมพ์โลก” (World Association of Newspaper : WAN) ส่วนอีกเวทีหนึ่ง เป็นการประชุมของบ็อบอสค้ายักษ์ชื่อดังในแคลิฟอร์เนีย เพื่อประเมินโอกาสและความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีดิจิทัล ที่สร้างสื่อรูปแบบใหม่ (new media) ขึ้นมาอย่างมากมาย

กระแสเสียงจากการประชุมสมาคมนักหนังสือพิมพ์โลกนั้น ค่อนข้างจะเชียร์ให้อุตสาหกรรมควรจะเร่งปรับตัวเพื่อตอบรับแนวโน้มใหม่ของนิว มีเดีย เพราะเชื่อว่าสื่อดิจิทัลจะเป็นก้าวต่อไปของอุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ และถือเป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่สุดของอุตสาหกรรมแห่งศตวรรษเลยก็ว่าได้

ทำที่ตั้งกล่าวมาจากผลการศึกษา

ของเทเลกราฟ กรู๊ป ของอังกฤษ ซึ่งจัดทำโดยแคที แวนเน็ค ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาดกลุ่มสื่อ และ แอนนาลิส แวน เดน เบลต์ ผู้อำนวยการสื่อรูปแบบใหม่ (นิว มีเดีย)

ข้อสรุปของเทเลกราฟคือ แม้ผู้บริโภคยังต้องการบริโภคสื่อรูปแบบเดิมอย่างหนังสือพิมพ์อยู่ แต่ก็ต้องการสื่อดิจิทัลเป็นทางเลือกด้วยเช่นกัน

แม้แต่ตัวเทเลกราฟ ยังต้องปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลง โดยยักษ์ใหญ่หนังสือพิมพ์อังกฤษรายนี้ ถือเป็นสื่อสิ่งพิมพ์รายแรกที่เปิดบริการคอนเทนต์ออนไลน์ และเสนอบริการพอดแคสต์ หรือการจัดส่งไฟล์มัลติมีเดีย อาทิ รายการทีวี หรือมิวสิควิดีโอผ่านทางอินเทอร์เน็ตด้วยรูปแบบเฉพาะ ซึ่งสามารถนำไฟล์มัลติมีเดียดังกล่าวมาเล่นในอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่และคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลได้

อย่างไรก็ตาม การเปิดรับสื่อรูปแบบใหม่ๆ ไม่ได้หมายความว่าหนังสือพิมพ์จะหมดความหมาย ค่ายสื่อส่วนใหญ่ยังเชื่อมั่นในอนาคตของสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ซึ่งก็รวมถึงค่ายนิวส์ อินเตอร์เนชั่นแนล เจ้าของเดอะ ซัน หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษหัวใหญ่สุดของโลก และไทมส์ แปรนด์ หนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของทั่วโลก เพียงแต่ค่ายสื่อสิ่งพิมพ์จะสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่นี้ได้ได้อย่างไร

ปริศนาดังกล่าวเหมือนจะเป็นโจทย์ที่ตอบยาก แต่จริงๆ แล้วมีค่ายสื่อยักษ์ใหญ่จำนวนไม่น้อย ที่ประสบความสำเร็จในการผสมผสานสื่อดิจิทัลเข้ามาเป็นทางเลือกในธุรกิจข่าว ดังกับข่าวที่ปรากฏในเว็บไซต์ CNNMoney.com เรื่องว่า “Big Media : Adapt or die” ที่เล่าถึงการประชุมกันระหว่างผู้บริหารของค่ายยักษ์ใหญ่ในวงการสื่อ และผู้ผลิตคอนเทนต์อื่นๆ อีกจำนวนหนึ่งในแคลิฟอร์เนีย เพื่อหารือกันถึงแนวทางต่างๆ ในการตั้งรับการเข้ามาของเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่กำลังทำให้อุตสาหกรรมสื่อปรับโฉมไปโดยสิ้นเชิง

ปีเตอร์ เซอร์นิน ประธานบริหารและประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ของค่ายนิวส์คอร์ป ยอมรับว่า พลังการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนำมาซึ่งปัญหาท้าทาย โดยเฉพาะการดึงสื่อเข้าสู่ยุคของดิจิทัล ทำให้เกือบทุกส่วนในธุรกิจต้องปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

นิวส์คอร์ปของเซอร์นิน เป็นหนึ่งในบริษัทที่มีการปรับตัวอย่างจริงจังมากที่สุด ค่ายหนึ่งในยุค “สื่อใหม่” กำลังมีอิทธิพลต่อผู้อ่านมากขึ้นเรื่อยๆ โดยปัจจุบัน นิวส์คอร์ปเป็นเจ้าของเว็บไซต์ดัง MySpace.com ซึ่งถือเป็นแหล่งพบปะทางอินเทอร์เน็ตของวัยรุ่นและหนุ่มสาวทั่วไป และถือหุ้นใหญ่ใน ไดรี้ททีวี ผู้ให้บริการทีวีผ่านดาวเทียม และบริษัทเอ็นดีเอส ค่ายบันทึกวิดีโอดิจิทัล หรือ DVR

นิวส์คอร์ปกำลังมองอนาคตของ MySpace.com ไปไกลกว่านั้น โดยอยู่ระหว่างการทาบทามยักษ์ใหญ่ในวงการเซิร์ช เอนจิน ทั้งกับเอ็มเอสเอ็น ของไมโครซอฟท์ กูเกิล และยาฮู เพื่อเป็นพันธมิตร หรือซื้อธุรกิจเซิร์ช เอนจิน มาเป็นของตนเอง พร้อมกำลังเล็งที่จะแตกไลน์เข้าสู่บริการส่งข้อความทางอินเทอร์เน็ต (instant messaging)

- @ -



หนังสือพิมพ์ : บนความคาดหวัง ของสังคมไทย



ทศเกียรติ พลกัณฑ์

ว่ากันว่า...สังคมมีความคาดหวังกับการทำหน้าที่ของสื่อมวลชน จึงมอบภาระหน้าที่ให้เป็น Watch Dog เพื่อคอยเฝ้าระวังและเท่าเทียมภัยให้กับสังคม ทว่า ช่วงยุคที่สังคมไทยต้องเผชิญภาวะวิกฤติทางการเมืองตลอด 1 ปีที่ผ่านมา สื่อมวลชนโดยเฉพาะสื่อสิ่งพิมพ์ถูกโหมกระหน่ำด้วยการวิพากษ์ที่รุนแรงว่า เสนอข่าวอย่างไม่เป็นกลางจนชี้้นำให้สังคมเลือกข้าง ฯลฯ

นั่นจึงทำให้สื่อมวลชนจำเป็นต้องทบทวนบทบาท ว่าตัวเองได้ทำหน้าที่อย่างที่ประชาชนคาดหวังแล้วหรือไม่ ประเด็นคำถามเหล่านี้จึงเป็นที่มาของผลสำรวจที่สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในฐานะองค์กรวิชาชีพด้านสื่อมวลชนที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพการทำงานข่าวให้มีคุณภาพและอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงร่วมมือกับสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญสำรวจความคิดเห็นของประชาชนภายใต้หัวข้อ “ความคาดหวังต่อการนำเสนอข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษาผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร” โดยทำการสำรวจระหว่างวันที่ 23 พฤศจิกายน-วันที่ 4 ธันวาคม 2549





ผลวิจัยได้สะท้อนภาพความคิดของประชาชนที่เสพข่าวหนังสือพิมพ์ในแง่ลบที่นึกคิดทีเดียว โดยเฉพาะประเด็นที่ว่าด้วยการทำหน้าที่ของสื่อ ที่เห็นว่าคุณภาพของนักข่าวหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่อยู่ในขั้นดีมากเพียงร้อยละ 6.3 เท่านั้น และอีกร้อยละ 57.6 เห็นว่าคุณภาพอยู่ระดับปานกลาง

นั่นจึงเป็นเสียงสะท้อนที่แทงใจดำของนักหนังสือพิมพ์หรือไม่ จำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพของตัวเองให้สูงขึ้นหรือไม่ เพราะหากไม่เคียวกรำคุณภาพของนักหนังสือพิมพ์ให้กลายเป็นบุคคลคุณภาพในการเสนอข่าวสารตามที่ประชาชนต้องการรับรู้ การเสพข่าวของประชาชนจากหน้าหนังสือพิมพ์อาจลดน้อยลงไปก็ได้ การปรับตัวเพื่อให้ยืนอยู่บนความเชื่อมั่นของประชาชนในอนาคตจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการเสนอข้อมูลข่าวสารของสื่อสิ่งพิมพ์

แม้ว่าเสียงสะท้อนจากโพลล์กว่า

ร้อยละ 48.9 จะบอกว่า ในอีก 1 ปีข้างหน้าจะยังอ่านหนังสือพิมพ์ในจำนวนเท่าเดิม และอีกกว่าร้อยละ 37.3 จะบอกว่านับถือในความกล้าหาญของหนังสือพิมพ์ในการเสนอข่าวสารอย่างไม่เกรงกลุ่มอิทธิพล หรือแม้กระทั่งได้สะท้อนอีกว่า สื่อหนังสือพิมพ์ยังเสนอข่าวเพื่อรักษาผลประโยชน์ของประชาชนกว่าร้อยละ 39.8 ก็ตาม ทว่านั่นก็ไม่ใช่หลักประกันว่า ความนิยมในการรับข่าวสารจากหน้าหนังสือพิมพ์ที่ยืนอยู่บนความไว้นื้อเชื่อใจจะคงอยู่เช่นนี้ตลอดกาล

ทั้งนี้ เป็นเพราะว่าโลกยุคโลกาภิวัตน์นั้นทำให้ประชาชนต้องการรับข่าวสารให้เร็วที่สุดและน่าเชื่อถือมากที่สุด ซึ่งขณะนี้การเสพข่าวจากสื่ออินเทอร์เน็ตก็เริ่มรุกคืบเข้ามาในชีวิตของผู้บริโภคมากขึ้นแล้ว แม้ว่าโพลล์จะระบุว่า ขณะนี้ประชาชนยังมีพฤติกรรมติดตามข่าวสารทางอินเทอร์เน็ตเพียงร้อยละ 18.1 แต่ถ้าในอนาคตหนังสือพิมพ์ หรือนักหนังสือพิมพ์ไม่พยายามปรับตัวเพื่อให้พร้อมรับมือกับความต้องการเสพข่าวของประชาชน ตรงกันข้าม หากหนังสือพิมพ์ไม่ได้ทำหน้าที่เสนอข้อมูลข่าวสารอย่างรอบด้าน เป็นไปอย่างสร้างสรรค์ ยืนอยู่บนการเคารพสิทธิของผู้อื่น และกล้าหาญในการทำหน้าที่เป็นหมาเฝ้าบ้านให้สังคมอย่างที่ประชาชนต้องการแล้ว “หนังสือพิมพ์” อาจเป็นสื่อที่ประชาชนเลือกเสพเป็นลำดับสุดท้ายก็เป็นได้

ผลวิจัยนี้จึงถือเป็นเสียงสะท้อนอันยิ่งใหญ่ของประชาชนที่เฝ้าติดตามในการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนบนความคาดหวังที่ว่าสื่อหนังสือพิมพ์จะคอยเป็นผู้กำหนดทิศให้สังคมเดินไปอย่างภาคภูมิ ดังนั้นจึงถึงเวลาแล้วที่ “สื่อมวลชน” จะต้องสำรวจตัวเองว่า ที่ผ่านมาได้ทำงานโดยยืนอยู่บนความคาดหวังของประชาชนแล้วหรือไม่

- @ -

THAPPLINE

**รวดเร็ว
ปลอดภัย
ไร้มลพิษ**

บริษัท ก่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด
ผู้ให้บริการขนส่งน้ำมันทางท่อและคลังน้ำมัน
ด้วยระบบคุณภาพมาตรฐาน ISO 9000, มอก. 18001 และ OHSAS 18001

บริษัท ก่อส่งปิโตรเลียมไทย จำกัด
 2/8 หมู่ 11 ต.ลำลูกกา อ.ลำลูกกา จ.ปทุมธานี 12150 โทร. 0-2991-9130-59 แฟกซ์ 0-2533-2186, 0-2991-9160
<http://www.thappline.co.th>



สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ร่วมกับ
สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
เสนอผลสำรวจภาคสนาม
เรื่อง

ความคาดหวังต่อการนำเสนอข่าวสารทางหนังสือพิมพ์:
กรณีศึกษาผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ที่มาของโครงการ

สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในฐานะองค์กรวิชาชีพทางด้านสื่อสารมวลชน มีเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพการทำงานข่าวในปัจจุบันให้มีคุณภาพและอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริง มีความต้องการที่จะจัดทำโครงการสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่านหนังสือพิมพ์ เพื่อนำผลสำรวจมาใช้ประกอบการปรับปรุงและพัฒนาคุณภาพการรายงานข่าวของวงการสื่อสารมวลชน

สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ จึงได้ทำการวิจัยภาคสนามหาข้อมูลเชิงสถิติศาสตร์ เพื่อประเมินตัวเลขที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังต่อการนำเสนอข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ ด้วยการจัดส่งอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และพนักงานเก็บรวบรวมข้อมูลลงพื้นที่ตัวอย่างที่ถูกสุ่มได้ตามหลักวิชาการด้านระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์

วัตถุประสงค์โครงการวิจัย

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการติดตามข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ของประชาชน
2. เพื่อสำรวจความสนใจข่าวสารและเนื้อหาสาระที่น่าเสนอทางหนังสือพิมพ์
3. เพื่อสำรวจทัศนคติต่อข่าวสารที่น่าเสนอทางหนังสือพิมพ์
4. เพื่อสำรวจความคิดเห็นต่อผู้ประกอบการวิชาชีพสื่อมวลชน
5. เพื่อสำรวจความคาดหวังต่อการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์
6. เพื่อสำรวจการรับรู้และความคิดเห็นต่อสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย
7. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาในหัวข้อเรื่องนี้อย่างลึกซึ้งต่อไป

ระเบียบวิธีการทำโพลล์

โครงการสำรวจภาคสนามของสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ เรื่อง ความคาดหวังต่อการนำเสนอข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษาผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งดำเนินโครงการสำรวจระหว่างวันที่ 23 พฤศจิกายน-4 ธันวาคม 2549

ประเภทของการสำรวจวิจัยครั้งนี้ คือ การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

กลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ ผู้อ่านหนังสือพิมพ์ (ที่อ่านหนังสือพิมพ์ไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง) ที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

เทคนิควิธีการสุ่มตัวอย่าง ได้แก่ การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิหลายขั้น (Stratified Multi-stage Sampling) และกำหนดลักษณะของตัวอย่างให้สอดคล้องกับประชากรเป้าหมายจากการทำสำมะโน

ขนาดตัวอย่างที่ทำการสำรวจ จำนวน 1,269 ตัวอย่าง

ช่วงความเชื่อมั่นอยู่ในระดับร้อยละ 95 ขณะที่ขอบเขตความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ +/- ร้อยละ 3

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม





วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์
หลังจากนั้นคณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกชุดก่อนนำเข้าวิเคราะห์ข้อมูล
และงบประมาณเป็นของมหาวิทยาลัย

รายชื่อคณะผู้วิจัย

ศ. ดร. ศรีศักดิ์ จามรมาน	ประธานสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ ที่ปรึกษาโครงการ โทร. 08-1621-4526
ดร. นพดล กรรณิกา	ผู้อำนวยการสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ หัวหน้าโครงการวิจัย โทร. 08-7095-3366
นายเทวินทร์ อินทรจางนงค์	ผู้ช่วยหัวหน้าโครงการวิจัย
นางสาวพรพรรณ จ.รักตระกูล	นักวิจัย
นางสาวจิรวดี พิศาลวัชรินทร์	นักสถิติ
นางสาวอรพินท์ พงษ์ประเสริฐ	ผู้ช่วยนักวิจัย

นอกจากนี้ยังมีพนักงานเก็บข้อมูลและประมวลผลข้อมูลรวมทั้งสิ้น 61 คน

ลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง

จากการพิจารณาลักษณะทั่วไปของตัวอย่าง พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 50.5 เป็นเพศชาย และร้อยละ 49.5 เป็นเพศหญิง
ตัวอย่างร้อยละ 35.8 อายุต่ำกว่า 30 ปี ร้อยละ 28.3 อายุระหว่าง 30-39 ปี ร้อยละ 21.3 อายุระหว่าง 40-49 ปี และร้อยละ
14.6 อายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ตัวอย่างร้อยละ 76.9 สำเร็จการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี รองลงมาคือร้อยละ 20.6 สำเร็จ
การศึกษาระดับปริญญาตรี และร้อยละ 2.5 สำเร็จการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี ซึ่งตัวอย่างร้อยละ 25.5 ระบุอาชีพ
ค้าขายทั่วไป / รายย่อย ร้อยละ 20.2 อาชีพพนักงานบริษัท / ลูกจ้าง ร้อยละ 18.9 อาชีพรับจ้างทั่วไป ร้อยละ 10.2 อาชีพผู้
ประกอบการ / เจ้าของกิจการ ร้อยละ 7.3 เป็นนักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 5.2 อาชีพรับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อย
ละ 5.2 เป็นแม่บ้าน / พ่อบ้าน / เกษียณ ร้อยละ 2.5 ช่างงาน / กิจการของครอบครัว ร้อยละ 2.1 วางงาน ร้อยละ 1.6 อาชีพ
เกษตรกร และ ร้อยละ 1.4 วิชาชีพอิสระเฉพาะทาง เช่น แพทย์ ทนาย

โปรดพิจารณาบทสรุปประเด็นสำคัญที่ค้นพบ

บทสรุปผลสำรวจ

สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้เปิดเผยผลสำรวจภาคสนาม เรื่อง “ความคาดหวังต่อการนำเสนอ
ข่าวสารทางหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษาผู้อ่านหนังสือพิมพ์ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร” ซึ่งได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล
จากผู้อ่านหนังสือพิมพ์ (ที่อ่านหนังสือพิมพ์ไม่น้อยกว่าสัปดาห์ละหนึ่งครั้ง) ที่มีอายุระหว่าง 18-60 ปี ที่อาศัยอยู่ในเขต
กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งสิ้น 1,269 ตัวอย่าง ในระหว่างวันที่ 23 พฤศจิกายน-4 ธันวาคม 2549 ประเด็นสำคัญที่ค้นพบ
จากการสำรวจมีดังนี้

ผลการสำรวจล่าสุด พบว่า ในรอบ 30 วันที่ผ่านมา ตัวอย่างส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 98.3 ระบุว่าติดตามดูข่าว / รายการ
สนทนาข่าว ในขณะที่ ตัวอย่างร้อยละ 1.7 ระบุว่าไม่ได้ติดตาม

สำหรับการติดตามฟังข่าว / รายการสนทนาข่าวผ่านทางสถานีวิทยุ นั้น พบว่า ตัวอย่างไม่ถึงครึ่ง หรือร้อยละ 45.1 ระบุ
ว่าติดตามฟังข่าว / รายการสนทนาข่าวผ่านทางสถานีวิทยุในรอบ 30 วันที่ผ่านมา ในขณะที่ตัวอย่างกว่าครึ่ง หรือร้อยละ 54.9
ระบุว่าไม่ได้ติดตาม ฟังข่าว / รายการสนทนาข่าวผ่านทางสถานีวิทยุ

เป็นที่น่าสังเกตว่า การติดตามดูข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตนั้นยังไม่เป็นที่นิยม สังเกตได้จาก ผลการศึกษาที่พบว่า
มีตัวอย่างเพียงร้อยละ 18.1 เท่านั้น ที่ระบุว่าติดตามดูข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ตในรอบ 30 วันที่ผ่านมา ในขณะที่ตัวอย่าง
มากกว่า 4 ใน 5 หรือร้อยละ 81.9 ระบุว่าไม่ได้ติดตาม





จากการศึกษาช่องทางที่ตัวอย่างเลือกรับฟังข่าวสารนั้น พบว่าโทรทัศน์ยังคงเป็นช่องทางที่สื่อให้ความนิยมติดตามมากที่สุด ร้อยละ 98.3 รองลงมา คือ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 45.1 และ 18.1 ตามลำดับ

นอกจากนี้ ตัวอย่างร้อยละ 40.8 ระบุว่าอ่านหนังสือพิมพ์ทุกวัน ในขณะที่ ตัวอย่างร้อยละ 17.1 ระบุว่า อ่าน 5-6 วันต่อสัปดาห์ ร้อยละ 21.0 อ่าน 3-4 วันต่อสัปดาห์ และร้อยละ 21.1 อ่าน 1-2 วันต่อสัปดาห์ โดยเฉลี่ยแล้ว ตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์ประมาณ 5 วันต่อสัปดาห์ โดยตัวอย่างกว่า 2 ใน 3 หรือร้อยละ 68.7 ระบุว่าอ่านหนังสือพิมพ์ 1 ฉบับต่อวัน ร้อยละ 22.5 อ่าน 2 ฉบับต่อวัน มีเพียงร้อยละ 8.8 เท่านั้นที่อ่านหนังสือพิมพ์มากกว่า 2 ฉบับต่อวัน โดยเฉลี่ยแล้ว ตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์ประมาณ 2 ฉบับต่อวัน

ตัวอย่างส่วนใหญ่ หรือร้อยละ 80.1 ระบุว่า ในแต่ละครั้ง จะอ่านหนังสือพิมพ์ไม่เกิน 1 ชั่วโมง ในขณะที่ตัวอย่างประมาณ 1 ใน 5 หรือร้อยละ 19.9 ระบุว่า อ่านหนังสือพิมพ์เกิน 1 ชั่วโมงในแต่ละครั้ง และโดยเฉลี่ยแล้ว ตัวอย่างอ่านหนังสือพิมพ์ประมาณ 55 นาทีในแต่ละครั้ง

ตัวอย่างเกือบครึ่ง หรือร้อยละ 47.8 ระบุว่า หาซื้อหนังสือพิมพ์จากแผงหรือร้านหนังสือ ร้อยละ 37.0 หาอ่านตามร้านค้า / ร้านอาหาร / ร้านกาแฟ ร้อยละ 20.2 เป็นสมาชิกรับประจำ ร้อยละ 18.8 หาอ่านในสำนักงาน / ที่ทำงาน ร้อยละ 14.3 ยืมอ่านจากคนที่รู้จัก ร้อยละ 6.9 หาอ่านตามบริษัท / ห้างร้าน / สถานที่ราชการ และ ร้อยละ 3.1 อื่นๆ เช่น ร้านเสริมสวย, ห้องสมุด, อินเทอร์เน็ต

สำหรับประเภทข่าวที่ตัวอย่างสนใจอ่านจากหนังสือพิมพ์มากที่สุด คือ ข่าวการเมือง ร้อยละ 63.4 รองลงมา ได้แก่ ข่าวอาชญากรรม ร้อยละ 56.4 ข่าวบันเทิง ร้อยละ 54.0 ข่าวกีฬา ร้อยละ 38.2 ข่าวเศรษฐกิจ / ธุรกิจ ร้อยละ 33.1 ข่าวสุขภาพ / คุณภาพชีวิต ร้อยละ 27.9 ข่าวสีล้นแบบชาวบ้าน (เรื่องแปลกๆ ลัทธิเพเทร) ร้อยละ 27.7 ข่าวต่างประเทศ ร้อยละ 22.4 ข่าวภูมิภาค / ภูธร ร้อยละ 11.3 และอื่นๆ เช่น ดวงชะตาชีวิต, เทคโนโลยี, การศึกษา, การทำมาหากิน ร้อยละ 3.2

เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงความน่าสนใจของข่าวสารที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ พบว่า ตัวอย่างประมาณ 4 ใน 5 หรือ ร้อยละ 79.9 ระบุว่า น่าสนใจ ในขณะที่ ร้อยละ 6.7 ระบุว่าไม่น่าสนใจ และร้อยละ 13.4 ไม่แน่ใจ

นอกจากนี้ ตัวอย่างกว่าครึ่ง หรือร้อยละ 53.5 ระบุว่าการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่มีเสริภาพ ในขณะที่ ร้อยละ 13.2 ระบุว่าไม่มีเสริภาพ และร้อยละ 33.3 ไม่แน่ใจ

ประเด็นสำคัญ คือ ตัวอย่างร้อยละ 33.4 ระบุว่าการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่มีความเป็นกลาง ร้อยละ 28.0 ระบุว่าไม่เป็นกลาง ในขณะที่ ตัวอย่างมากกว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 38.6 ระบุว่า ไม่แน่ใจ

สำหรับความครบถ้วนในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ นั้น ตัวอย่างร้อยละ 41.4 มีความเห็นว่าครบถ้วน ร้อยละ 31.8 ไม่ครบถ้วน และร้อยละ 26.8 ไม่แน่ใจ ในขณะที่ ตัวอย่างร้อยละ 28.8 มีความเห็นว่า หนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่ เคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น ร้อยละ 33.9 ไม่เคารพ และร้อยละ 37.3 ไม่แน่ใจ

นอกจากนี้ ตัวอย่างร้อยละ 39.8 ระบุว่าการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่รักษาผลประโยชน์ของประชาชน ร้อยละ 18.5 ไม่รักษา และร้อยละ 41.7 ไม่แน่ใจ ในขณะที่ ตัวอย่างร้อยละ 37.3 ระบุว่าหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่กล้าที่จะต่อสู้กับกลุ่มอำนาจอิทธิพล ร้อยละ 25.2 ไม่กล้า และร้อยละ 37.5 ไม่แน่ใจ

สำหรับประเด็นความเหมาะสมในการนำเสนอข่าวสาร พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 70.3 เห็นว่า ไม่ควรนำเสนอข่าวบันเทิง ร้อยละ 64.7 ภาพเซ็กซี่ / โชว์วับๆ แวมๆ ของนางแบบ และร้อยละ 62.2 ข่าวเชิงชู้สาวของดารา / นักร้อง ในขณะที่ ตัวอย่างร้อยละ 66.5 เห็นสมควรให้นำเสนอภาพข่าวคนตายจากอุบัติเหตุหรืออาชญากรรม ร้อยละ 61.9 ข่าวพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของพระ / นักบวช ร้อยละ 59.9 ข่าวการประกวดความสวยความงาม ร้อยละ 50.0 ข่าวพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น และร้อยละ 47.3 ข่าววัยรุ่นตีกัน / การใช้ความรุนแรง

หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้สอบถามถึงประเภทข่าวสารที่ไม่ควรนำเสนอ พบว่า ข่าวสารที่ตัวอย่างเห็นว่าไม่ควรนำเสนอ 5 อันดับแรก คือ ข่าวที่ไม่เป็นความจริง ไร้สาระ หลอกหลวงประชาชน ร้อยละ 21.5 ข่าวพาดพิงที่ทำให้ผู้อื่นเสียหาย ร้อยละ 19.5 ข่าวที่สร้างค่านิยมให้เยาวชนผิดๆ ที่อาจทำให้เกิดพฤติกรรมเลียนแบบ ร้อยละ 17.9 ข่าวที่กระทบต่อความมั่นคงของประเทศ, ขาวยุ่งแยง ยั่วให้ทะเลาะกัน ร้อยละ 17.4 และข่าวการทะเลาะกันของ พวกนักการเมือง ร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

ในขณะเดียวกัน ผู้วิจัยก็ได้สอบถามถึงประเภทข่าวสารที่ควรเน้นให้มีการนำเสนอ พบว่า ข่าวสารที่ตัวอย่างเห็นว่าควร



เน้นให้มีการนำเสนอ 5 อันดับแรก คือ ข่าวความสามัคคี สงบสุขภายในประเทศ ร้อยละ 23.6 ข่าวการทำความดีของบุคคลต่างๆ เช่น พลเมืองดี เด็กกตัญญู ร้อยละ 19.3 ข่าวการศึกษา งานวิจัย ร้อยละ 10.7 ข่าวการถูกลงโทษของผู้กระทำผิด ร้อยละ 8.5 และข่าวประเพณี วัฒนธรรม ร้อยละ 6.3 ตามลำดับ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ตัวอย่างร้อยละ 45.7 ระบุว่าชอบโฆษณาที่มีอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์ เพราะทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากขึ้น ร้อยละ 43.0 ทำให้ทราบความเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ ร้อยละ 19.1 ได้ดู ความแปลกใหม่ในการนำเสนอความคิด ร้อยละ 15.2 ในขณะที่ ตัวอย่างร้อยละ 17.1 ระบุว่าไม่ชอบโฆษณาที่มีอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์ เพราะมีปริมาณมากเกินไป ร้อยละ 26.1 โฆษณาเกินจริง ร้อยละ 24.4 โฆษณาไม่มีประโยชน์ ไร้สาระ ร้อยละ 16.0 และร้อยละ 37.2 ไม่มีความเห็น

เมื่อผู้วิจัยสอบถามความคิดเห็นของตัวอย่างต่อคำพูดที่ว่า “หนังสือพิมพ์คือกระจกส่องสังคม สังคมเป็นอย่างไร หนังสือพิมพ์ก็เป็นอย่างนั้น” พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 41.8 เชื่อคำพูดดังกล่าว ร้อยละ 25.8 ไม่เชื่อ และ ร้อยละ 32.4 ไม่แน่ใจ ในขณะที่ ร้อยละ 44.1 เชื่อคำพูดที่ว่า “สิทธิเสรีภาพของประชาชน คือ สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน” ร้อยละ 26.2 ไม่เชื่อ และร้อยละ 29.7 ไม่แน่ใจ

ตัวอย่างกว่า 1 ใน 3 หรือร้อยละ 34.9 ระบุว่าผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์โดยส่วนใหญ่มีความน่าครัทธา ในขณะที่ ร้อยละ 21.2 ระบุว่าไม่น่าครัทธา และร้อยละ 43.9 ไม่แน่ใจ

กว่าครึ่งหนึ่งของตัวอย่างหรือร้อยละ 57.6 ระบุว่าคุณภาพของนักข่าวหนังสือพิมพ์ของไทยโดยส่วนใหญ่ อยู่ในระดับปานกลาง ร้อยละ 34.4 อยู่ในระดับดี และร้อยละ 8.0 อยู่ในระดับแย่

นอกจากนี้ ตัวอย่างร้อยละ 37.8 ระบุว่า ข่าวสารที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์เชื่อถือได้ประมาณ 25-50% ร้อยละ 36.2 ระบุว่าเชื่อถือได้ประมาณ 51-75% ร้อยละ 19.6 ระบุว่าเชื่อถือได้มากกว่า 75% และร้อยละ 6.4 ระบุว่าเชื่อถือได้น้อยกว่า 25% โดยเฉลี่ยแล้ว ลัดส่วนข่าวสารที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ที่เชื่อถือได้มีประมาณ 59%

สำหรับความน่าเชื่อถือต่อการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ทั่วไป พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 41.5 ระบุว่าเชื่อถือ เพราะข่าวสารโดยส่วนใหญ่เป็นความจริง ร้อยละ 43.5 ข่าวสารโดยส่วนใหญ่มีแหล่งที่มา แหล่งข่าว ร้อยละ 11.6 นักข่าวมีจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว ร้อยละ 10.3 ในขณะที่ ตัวอย่างร้อยละ 17.9 ระบุว่าไม่เชื่อถือ เพราะ ข่าวสารที่นำเสนอไม่ตรงกับความเป็นจริง ร้อยละ 38.4 หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับเขียนข่าวไม่ตรงกัน ร้อยละ 13.9 หนังสือพิมพ์ต้องการขายข่าว ร้อยละ 9.9 และร้อยละ 40.6 ไม่มีความเห็น

เมื่อผู้วิจัยสอบถามถึงความน่าเชื่อถือของข่าวสารในสื่อต่างๆ พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 57.5 ระบุว่า เชื่อถือข่าวสารในโทรทัศน์มากกว่าหนังสือพิมพ์ ในขณะที่ตัวอย่างร้อยละ 52.9 และ 47.6 ระบุเชื่อวิทยุและอินเทอร์เน็ตเท่ากับข่าวสารในหนังสือพิมพ์

สำหรับความคิดเห็นต่อหนังสือพิมพ์ที่ทำขนาดเล็กลง เช่น ขนาดแท็บเล็ต ขนาดเท่ากับสยามกีฬา ตัวอย่างเกือบครึ่ง หรือ ร้อยละ 47.7 ระบุว่าไม่ชอบ ร้อยละ 30.9 ระบุว่าชอบ และร้อยละ 21.4 ไม่แน่ใจ

แนวโน้มการอ่านหนังสือพิมพ์ของตัวอย่าง ในอีก 1 ปีข้างหน้า พบว่า ตัวอย่างเกือบครึ่ง หรือร้อยละ 48.9 ระบุว่า จะอ่านหนังสือพิมพ์เท่าเดิม ในขณะที่ตัวอย่างร้อยละ 32.2 ระบุว่า จะอ่านหนังสือพิมพ์มากขึ้น เพราะข่าวสารมีความแปลกใหม่ตลอดเวลา, โลกก้าวหน้าขึ้นทุกวัน ร้อยละ 76.8 ชอบอ่านหนังสือ, ชอบติดตามข่าว ร้อยละ 15.3 มีเวลาว่างมากขึ้น ร้อยละ 3.7 และตัวอย่างร้อยละ 18.9 ระบุว่า จะอ่านหนังสือพื้มน้อยลง เพราะมีช่องทางการติดตามข่าวสารจากสื่ออื่นเพิ่มเติม เช่น อินเทอร์เน็ต ร้อยละ 43.1 ข่าวสารที่นำเสนอไม่น่าเชื่อถือ ไม่เป็นกลาง ร้อยละ 16.9 ไม่มีเวลาอ่าน ร้อยละ 16.3

เมื่อผู้วิจัยสอบถามตัวอย่างถึงประเด็นการปรับปรุงหนังสือพิมพ์ พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 89.6 ระบุว่าควรเพิ่มความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น ร้อยละ 88.9 ระบุว่าควรปรับปรุงการเสนอข่าวให้เจาะลึกมากขึ้น ร้อยละ 88.0 ระบุว่าควรปรับปรุงเนื้อหาให้ถูกต้องเชื่อถือได้มากขึ้น ร้อยละ 81.6 ระบุว่าควรเพิ่มข่าวสาร ให้หลากหลายมากขึ้น และร้อยละ 43.8 ระบุว่าควรปรับปรุงรูปแบบสีลึ้นให้น่าสนใจมากขึ้น ตามลำดับ

เป็นที่น่าสังเกตว่า มีตัวอย่างเพียงร้อยละ 29.1 เท่านั้น ที่รู้จักสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในขณะที่ ตัวอย่างร้อยละ 70.9 ระบุว่าไม่รู้จัก เมื่อผู้วิจัยสอบถามตัวอย่างที่รู้จักสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยต่อ พบว่า ตัวอย่างร้อยละ 47.3 รับทราบการทำงานของสมาคม ในรอบ 1 ปี ที่ผ่านมา ในขณะที่ ตัวอย่างกว่าครึ่ง หรือร้อยละ 52.7 ระบุว่า ไม่เคยทราบ / จำไม่ได้



ตัวอย่างร้อยละ 45.9 ระบุว่าประทับใจการทำงานของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย เพราะออกมาช่วยปกป้องนักข่าวคมชัดลึก, คอยดูแลนักข่าว, กล่าวออกมาแสดงความคิดเห็นต่อด้านรัฐบาลชุดที่ผ่านมา เช่น เรื่องคอร์รัปชัน, ตั้งใจทำงาน, ได้รับความเคลื่อนไหวของสังคม ในขณะที่ ตัวอย่างร้อยละ 13.0 ระบุว่าไม่ประทับใจ เพราะอยู่ใต้อำนาจของผู้มีอิทธิพล, ถูกครอบงำโดยคนบางกลุ่ม, ช่วยนักข่าวพวกเดียวกันเองมากเกินไป, เสนอข่าวไม่เป็นกลาง, บทบาทและผลงานไม่เด่นชัด และ ร้อยละ 41.1 ไม่มีความเห็น

โปรดพิจารณารายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุพฤติกรรมกรรมการติดตามดูข่าว / รายการสนทนาข่าวทางสถานีโทรทัศน์ ในรอบ 30 วันที่ผ่านมา

ลำดับที่	พฤติกรรมกรรมการติดตามดูข่าว / รายการสนทนาข่าวทางสถานีโทรทัศน์	ค่าร้อยละ
1	ติดตาม	98.3
2	ไม่ได้ติดตาม	1.7
รวมทั้งสิ้น		100.0

ตารางที่ 2 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุพฤติกรรมกรรมการติดตามฟังข่าว / รายการสนทนาข่าวผ่านทางสถานีวิทยุ ในรอบ 30 วันที่ผ่านมา

ลำดับที่	พฤติกรรมกรรมการติดตามฟังข่าว / รายการสนทนาข่าวผ่านทางสถานีวิทยุ	ค่าร้อยละ
1	ติดตาม	45.1
2	ไม่ได้ติดตาม	54.9
รวมทั้งสิ้น		100.0

ตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุพฤติกรรมกรรมการติดตามดูข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต ในรอบ 30 วันที่ผ่านมา

ลำดับที่	พฤติกรรมกรรมการติดตามดูข่าวสารผ่านทางอินเทอร์เน็ต	ค่าร้อยละ
1	ติดตาม	18.1
2	ไม่ได้ติดตาม	81.9
รวมทั้งสิ้น		100.0

ตารางที่ 4 แสดงค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของตัวอย่างที่ระบุความถี่ของพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์

ลำดับที่	ความถี่ของพฤติกรรมกรรมการอ่านหนังสือพิมพ์	ค่าร้อยละ
1	1-2 วันต่อสัปดาห์	21.1
2	3-4 วันต่อสัปดาห์	21.0
3	5-6 วันต่อสัปดาห์	17.1
4	7 วันต่อสัปดาห์ หรือทุกวัน	40.8
ตัวอย่างเฉลี่ยอ่านหนังสือพิมพ์ 5 วัน / สัปดาห์		
รวมทั้งสิ้น		100.0





ตารางที่ 5 แสดงค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของตัวอย่างที่ระบุปริมาณของหนังสือพิมพ์ที่อ่าน

ลำดับที่	ปริมาณของหนังสือพิมพ์ที่อ่าน	ค่าร้อยละ
1	1 ฉบับต่อวัน	68.7
2	2 ฉบับต่อวัน	22.5
3	3 ฉบับต่อวัน	5.0
4	มากกว่า 3 ฉบับต่อวัน	3.8
	ตัวอย่างเฉลี่ยอ่านหนังสือพิมพ์ 2 ฉบับ / วัน	
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 6 แสดงค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของตัวอย่างที่ระบุระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง

ลำดับที่	ระยะเวลาในการอ่านหนังสือพิมพ์โดยเฉลี่ยแต่ละครั้ง	ค่าร้อยละ
1	น้อยกว่า 30 นาที	18.2
2	30 - 45 นาที	32.6
3	46 - 60 นาที หรือ 1 ชั่วโมง	29.3
4	มากกว่า 1 ชั่วโมง	19.9
	ตัวอย่างเฉลี่ยอ่านหนังสือพิมพ์ 55 นาที / ครั้ง	
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 7 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุวิธีการหาหนังสือพิมพ์มาอ่าน ในรอบ 7 วันที่ผ่านมา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับที่	วิธีการหาหนังสือพิมพ์มาอ่าน	ค่าร้อยละ
1	ซื้อจากแผงหรือร้านหนังสือ	47.8
2	อ่านตามร้านค้า / ร้านอาหาร / ร้านกาแฟ	37.0
3	เป็นสมาชิกรับประจำ	20.2
4	อ่านในสำนักงาน / ที่ทำงานของตนเอง	18.8
5	ยืมจากคนที่รู้จัก	14.3
6	อ่านตามบริษัท / ห้างร้าน / สถานที่ราชการ	6.9
7	อื่นๆ เช่น ร้านเสริมสวย, ห้องสมุด, อินเทอร์เน็ต ฯลฯ	3.1





ตารางที่ 8 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุประเภทข่าวที่สนใจอ่านจากหนังสือพิมพ์
(ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ลำดับที่	ประเภทข่าวที่สนใจอ่านจากหนังสือพิมพ์	ค่าร้อยละ
1	ข่าวการเมือง	63.4
2	ข่าวอาชญากรรม	56.4
3	ข่าวบันเทิง	54.0
4	ข่าวกีฬา	38.2
5	ข่าวเศรษฐกิจ / ธุรกิจ	33.1
6	ข่าวสุขภาพ / คุณภาพชีวิต	27.9
7	ข่าวสีล้นแบบชาวบ้าน (เรื่องแปลกๆ สัพเพเหระ)	27.7
8	ข่าวต่างประเทศ	22.4
9	ข่าวภูมิภาค / ภูธร	11.3
10	อื่นๆ เช่น ดวงชะตาชีวิต, เทคโนโลยี, การศึกษา, การทำมาหากิน	3.2

ตารางที่ 9 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความน่าสนใจของข่าวสารที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่

ลำดับที่	ความคิดเห็นของตัวอย่าง	ค่าร้อยละ
1	น่าสนใจ	79.9
2	ไม่น่าสนใจ	6.7
3	ไม่แน่ใจ	13.4
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 10 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการมีเสริภาพในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่

ลำดับที่	ความคิดเห็นของตัวอย่าง	ค่าร้อยละ
1	มีเสริภาพ	53.5
2	ไม่มีเสริภาพ	13.2
3	ไม่แน่ใจ	33.3
	รวมทั้งสิ้น	100.0





ตารางที่ 11 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความเป็นกลางในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่

ลำดับที่	ความคิดเห็นของตัวอย่าง	ค่าร้อยละ
1	เป็นกลาง	33.4
2	ไม่เป็นกลาง	28.0
3	ไม่แน่ใจ	38.6
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 12 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความครบถ้วนในการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่

ลำดับที่	ความคิดเห็นของตัวอย่าง	ค่าร้อยละ
1	ครบถ้วน	41.4
2	ไม่ครบถ้วน	31.8
3	ไม่แน่ใจ	26.8
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 13 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการเคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่นของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่

ลำดับที่	ความคิดเห็นของตัวอย่าง	ค่าร้อยละ
1	เคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น	28.8
2	ไม่เคารพสิทธิส่วนบุคคลของผู้อื่น	33.9
3	ไม่แน่ใจ	37.3
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 14 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการรักษาผลประโยชน์ของประชาชนของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่

ลำดับที่	ความคิดเห็นของตัวอย่าง	ค่าร้อยละ
1	รักษาผลประโยชน์ของประชาชน	39.8
2	ไม่รักษาผลประโยชน์ของประชาชน	18.5
3	ไม่แน่ใจ	41.7
	รวมทั้งสิ้น	100.0





ตารางที่ 15 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความกล้าหาญที่จะต่อสู้กับกลุ่มอำนาจอิทธิพลของหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่

ลำดับที่	ความคิดเห็นของตัวอย่าง	ค่าร้อยละ
1	กล้าหาญ	37.3
2	ไม่กล้าหาญ	25.2
3	ไม่แน่ใจ	37.5
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 16 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความเหมาะสมในการนำเสนอข่าวสาร

ลำดับที่	ข่าวสาร	ควรนำเสนอ	ไม่ควรนำเสนอ	ไม่แน่ใจ	รวมทั้งสิ้น
1	ข่าวเชิงชู้สาวของดารา / นักร้อง	23.3	62.2	14.5	100.0
2	ข่าววัยรุ่นตีกัน / การใช้ความรุนแรง	47.3	40.6	12.1	100.0
3	ข่าวพฤติกรรมทางเพศของวัยรุ่น	50.0	38.3	11.7	100.0
4	ข่าวพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของพระ / นักบวช	61.9	28.0	10.1	100.0
5	ข่าวการประกวดความสวยความงาม	59.9	21.1	19.0	100.0
6	ข่าวการไต่ทวง	17.1	70.3	12.6	100.0
7	ภาพข่าวคนตายจากอุบัติเหตุหรืออาชญากรรม	66.5	21.7	11.8	100.0
8	ภาพเช็ทซี่ / โชว์วิบๆ แวมๆ ของนางแบบ	18.5	64.7	16.8	100.0

ตารางที่ 17 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุประเภทข่าวสารที่ไม่ควรนำเสนอ

ลำดับที่	ประเภทข่าวสารอื่นๆ ที่ไม่ควรนำเสนอ	ค่าร้อยละ
1	ข่าวที่ไม่เป็นความจริง ไร้สาระ หลอกหลวงประชาชน	21.5
2	ข่าวพาดพิงที่ทำให้ผู้อื่นเสียหาย	19.5
3	ข่าวที่สร้างค่านิยมให้เยาวชนผิดๆ ที่อาจทำให้เด็กเกิดพฤติกรรมเลียนแบบ	17.9
4	ข่าวที่กระทบต่อความมั่นคงของประเทศ, ข่าวยุแหยง ยั่วยุให้ทะเลาะกัน	17.4
5	ข่าวการทะเลาะกันของพวกนักการเมือง	6.3
6	ข่าวกลุ่มผู้ก่อการร้ายใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้	4.7
7	ข่าวคนดังคนรวย ออกมาทำบุญ บริจาคของ, ข่าวลัษณ์คนรวย	4.2
8	ข่าวที่เกี่ยวข้องกับอบายมุขและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์	3.7
9	ข่าวยาเสพติดชนิดใหม่ที่บอกถึงวิธีการใช้	3.2
10	ข่าวพระมหากษัตริย์, ประมุขของประเทศ	1.6
	รวมทั้งสิ้น	100.0





ตารางที่ 18 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุประเภทข่าวสารที่ควรเน้นให้มีการนำเสนอ

ลำดับที่	ประเภทข่าวสารอื่นๆ ที่ควรเน้นให้มีการนำเสนอ	ค่าร้อยละ
1	ข่าวความสามัคคี สงบสุขภายในประเทศ	23.6
2	ข่าวการทำความดีของบุคคลต่างๆ เช่น พลเมืองดี เด็กกตัญญู	19.3
3	ข่าวการศึกษา งานวิจัย	10.7
4	ข่าวการถูกลงโทษของผู้กระทำผิด	8.5
5	ข่าวประเพณี วัฒนธรรม	6.3
6	ข่าวสังคมเกี่ยวกับการบำเพ็ญประโยชน์เพื่อคนส่วนรวม, ข่าวช่วยเหลือคนยากคนจน	6.1
7	ข่าวการปราบปรามการทุจริต คอร์รัปชัน	5.2
8	ข่าวเกี่ยวกับสุขภาพ	4.6
9	ข่าวความรู้ทั่วไปที่สามารถนำมาใช้จริงในชีวิตประจำวันได้	3.9
10	ข่าวบันเทิง, ข่าวกีฬา	3.1
11	ข่าวสารความเดือดร้อนของประชาชน	2.9
12	ข่าวพระราชดำรัสของในหลวง, ความเป็นอยู่ที่พอเพียงในแบบฉบับที่พอเพียง	2.0
13	ข่าวธุรกิจ, การค้า, ตลาดหุ้น, การเงิน	1.8
14	ข่าวเกี่ยวกับความรู้ด้านอาชีพ, การทำมาหากิน, เกษตรพื้นฐาน	1.8
15	ข่าวเกี่ยวกับเบาะแสการจับผู้ร้าย	0.2
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 19 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความชอบต่อโฆษณาที่มีอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์

ลำดับที่	ความชอบต่อโฆษณาที่มีอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์	ค่าร้อยละ
1	ชอบ	45.7
2	ไม่ชอบ	17.1
3	ไม่มีความเห็น	37.2
	รวมทั้งสิ้น	100.0

สำหรับตัวอย่างที่ระบุว่าชอบโฆษณาที่มีอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์ ได้ให้เหตุผล 3 อันดับแรกไว้ดังนี้

1. ทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้ามากขึ้น ร้อยละ 43.0
2. ทำให้ทราบความเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจ ร้อยละ 19.1
3. ได้ดูความแปลกใหม่ในการนำเสนอความคิด ร้อยละ 15.2

สำหรับตัวอย่างที่ระบุว่าไม่ชอบโฆษณาที่มีอยู่ในหน้าหนังสือพิมพ์ ได้ให้เหตุผล 3 อันดับแรกไว้ดังนี้

1. โฆษณามีปริมาณมากเกินไป ร้อยละ 26.1
2. โฆษณาเกินจริง ร้อยละ 24.4
3. โฆษณาไม่มีประโยชน์ ไร้สาระ ร้อยละ 16.0





ตารางที่ 20 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความเชื่อต่อคำพูดที่ว่า “หนังสือพิมพ์คือกระจกส่องสังคม สังคมเป็นอย่างไร หนังสือพิมพ์ก็เป็นอย่างนั้น”

ลำดับที่	ความเชื่อ	ค่าร้อยละ
1	เชื่อ	41.8
2	ไม่เชื่อ	25.8
3	ไม่แน่ใจ	32.4
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 21 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความเชื่อต่อคำพูดที่ว่า “สิทธิเสรีภาพของประชาชน คือ สิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน”

ลำดับที่	ความเชื่อ	ค่าร้อยละ
1	เชื่อ	44.1
2	ไม่เชื่อ	26.2
3	ไม่แน่ใจ	29.7
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 22 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความน่าศรัทธาของผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่

ลำดับที่	ความน่าศรัทธาของผู้ประกอบการธุรกิจหนังสือพิมพ์ส่วนใหญ่	ค่าร้อยละ
1	น่าศรัทธาอย่างยิ่ง	5.1
2	น่าศรัทธา	29.8
3	ไม่น่าศรัทธา	16.2
4	ไม่น่าศรัทธาเลย	5.0
5	ไม่แน่ใจ	43.9
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 23 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุคุณภาพของนักข่าวหนังสือพิมพ์ของไทยส่วนใหญ่

ลำดับที่	คุณภาพของนักข่าวหนังสือพิมพ์ของไทยส่วนใหญ่	ค่าร้อยละ
1	ดีมาก	6.3
2	ดี	28.1
3	ปานกลาง	57.6
4	แย่	5.9
5	แย่มาก	2.1
	รวมทั้งสิ้น	100.0





ตารางที่ 24 แสดงค่าร้อยละและค่าเฉลี่ยของตัวอย่างที่ระบุสัดส่วนข่าวสารที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ที่เชื่อถือได้

ลำดับที่	สัดส่วนข่าวสารที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ที่เชื่อถือได้	ค่าร้อยละ
1	น้อยกว่า 25 %	6.4
2	25 - 50 %	37.8
3	51 - 75 %	36.2
4	มากกว่า 75 %	19.6
	สัดส่วนเฉลี่ยข่าวสารที่นำเสนอในหนังสือพิมพ์ที่เชื่อถือได้ 59 %	
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 25 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความเชื่อถือต่อการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ทั่วไป

ลำดับที่	ความเชื่อถือต่อการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ทั่วไป	ค่าร้อยละ
1	เชื่อถือ	41.5
2	ไม่เชื่อถือ	17.9
3	ไม่มีความเห็น	40.6
	รวมทั้งสิ้น	100.0

สำหรับตัวอย่างที่ระบุว่าเชื่อถือการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้ให้เหตุผล 3 อันดับแรกไว้ ดังนี้

- | | | |
|---|--------|------|
| 1. ข่าวสารโดยส่วนใหญ่เป็นความจริง | ร้อยละ | 43.5 |
| 2. ข่าวสารโดยส่วนใหญ่มีแหล่งที่มา แหล่งข่าว | ร้อยละ | 11.6 |
| 3. นักข่าวมีจรรยาบรรณในการนำเสนอข่าว | ร้อยละ | 10.3 |

สำหรับตัวอย่างที่ระบุว่าไม่เชื่อถือการนำเสนอข่าวสารของหนังสือพิมพ์ทั่วไป ได้ให้เหตุผล 3 อันดับแรกไว้ ดังนี้

- | | | |
|--|--------|------|
| 1. ข่าวสารที่นำเสนอไม่ตรงกับความเป็นจริง | ร้อยละ | 38.4 |
| 2. หนังสือพิมพ์แต่ละฉบับเขียนข่าวไม่ตรงกัน | ร้อยละ | 13.9 |
| 3. หนังสือพิมพ์ต้องการขายข่าว | ร้อยละ | 9.9 |

ตารางที่ 26 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการเปรียบเทียบความเชื่อถือในข่าวสาร ระหว่างหนังสือพิมพ์กับโทรทัศน์

ลำดับที่	การเปรียบเทียบความเชื่อถือในข่าวสาร ระหว่างหนังสือพิมพ์ กับ โทรทัศน์	ค่าร้อยละ
1	เชื่อโทรทัศน์มากกว่า	57.5
2	เชื่อหนังสือพิมพ์มากกว่า	6.1
3	เชื่อเท่ากัน	36.4
	รวมทั้งสิ้น	100.0





ตารางที่ 27 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการเปรียบเทียบความเชื่อถือในข่าวสาร ระหว่างหนังสือพิมพ์กับวิทยุ

ลำดับที่	การเปรียบเทียบความเชื่อถือในข่าวสาร ระหว่างหนังสือพิมพ์ กับ วิทยุ	ค่าร้อยละ
1	เชื่อวิทยุมากกว่า	17.5
2	เชื่อหนังสือพิมพ์มากกว่า	29.6
3	เชื่อเท่ากัน	52.9
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 28 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการเปรียบเทียบความเชื่อถือในข่าวสาร ระหว่างหนังสือพิมพ์กับอินเทอร์เน็ต

ลำดับที่	การเปรียบเทียบความเชื่อถือในข่าวสาร ระหว่างหนังสือพิมพ์ กับ อินเทอร์เน็ต	ค่าร้อยละ
1	เชื่ออินเทอร์เน็ตมากกว่า	13.7
2	เชื่อหนังสือพิมพ์มากกว่า	38.7
3	เชื่อเท่ากัน	47.6
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 29 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความชอบต่อหนังสือพิมพ์ที่ทำขนาดเล็กลง เช่น ขนาดแทปลอย ขนาดเท่าสยามกีฬา

ลำดับที่	ความชอบต่อหนังสือพิมพ์ที่ทำขนาดเล็กลง	ค่าร้อยละ
1	ชอบ	30.9
2	ไม่ชอบ	47.7
3	ไม่แน่ใจ	21.4
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 30 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์ ในอีก 1 ปี ข้างหน้า

ลำดับที่	ปริมาณการอ่านหนังสือพิมพ์ ในอีก 1 ปี ข้างหน้า	ค่าร้อยละ
1	จะอ่านน้อยลง	18.9
2	จะอ่านมากขึ้น	32.2
3	อ่านเท่าเดิม	48.9
	รวมทั้งสิ้น	100.0





สำหรับตัวอย่างที่ระบุว่าจะอ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง ในอีก 1 ปีข้างหน้า ได้ให้เหตุผล 3 อันดับแรกไว้ดังนี้

- | | | |
|--|--------|------|
| 1. มีช่องทางการติดตามข่าวสารจากสื่ออื่นเพิ่มเติม เช่น อินเทอร์เน็ต | ร้อยละ | 43.1 |
| 2. ข่าวสารที่น่าเสนอไม่น่าเชื่อถือ ไม่เป็นกลาง | ร้อยละ | 16.9 |
| 3. ไม่มีเวลาอ่าน | ร้อยละ | 16.3 |

สำหรับตัวอย่างที่ระบุว่าจะอ่านหนังสือพิมพ์น้อยลง ในอีก 1 ปีข้างหน้า ได้ให้เหตุผล 3 อันดับแรกไว้ดังนี้

- | | | |
|---|--------|------|
| 1. ข่าวสารมีความแปลกใหม่ตลอดเวลา, โลกก้าวหน้าขึ้นทุกวัน | ร้อยละ | 76.8 |
| 2. ชอบอ่านหนังสือ, ชอบติดตามข่าว | ร้อยละ | 15.3 |
| 3. มีเวลาว่างมากขึ้น | ร้อยละ | 3.7 |

ตารางที่ 31 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความเร่งด่วนในการปรับปรุงหนังสือพิมพ์

ลำดับที่	ประเด็น	เร่งด่วน	ไม่เร่งด่วน	ไม่แน่ใจ	รวมทั้งสิ้น
1	ปรับปรุงรูปแบบสีสันทึ้นให้น่าสนใจมากขึ้น	43.8	39.4	16.8	100.0
2	ปรับปรุงเนื้อหาให้ถูกต้องเชื่อถือได้มากขึ้น	88.0	5.3	6.7	100.0
3	เพิ่มข่าวสารให้หลากหลายมากขึ้น	81.6	10.3	8.1	100.0
4	เสนอข่าวที่เจาะลึกมากขึ้น	88.9	5.0	6.1	100.0
5	เพิ่มความรับผิดชอบต่อสังคมให้มากขึ้น	89.6	3.2	7.2	100.0

ตารางที่ 32 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการรับรู้ต่อสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย

ลำดับที่	การรับรู้ต่อสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย	ค่าร้อยละ
1	รู้จัก	29.1
2	ไม่รู้จัก	70.9
	รวมทั้งสิ้น	100.0

ตารางที่ 33 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุการรับทราบการทำงานของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา (เฉพาะผู้ที่รู้จักสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย)

ลำดับที่	การรับทราบการทำงานของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย	ค่าร้อยละ
1	รับทราบ	47.3
2	ไม่เคยทราบ / จำไม่ได้	52.7
	รวมทั้งสิ้น	100.0





ตารางที่ 34 แสดงค่าร้อยละของตัวอย่างที่ระบุความประทับใจต่อการทำงานของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย (เฉพาะผู้ที่รับทราบการทำงานของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย)

ลำดับที่	ความประทับใจต่อการทำงานของสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย	ค่าร้อยละ
1	ประทับใจ เพราะ ออกมาช่วยปกป้องนักข่าวคมชัดลึก, คอยดูแลนักข่าว, กล้าออกมาแสดงความคิดเห็นต่อด้านรัฐบาลชุดที่ผ่านมา เช่น เรื่องคอร์รัปชัน, ตั้งใจทำงาน, ได้รับความรู้ความเคลื่อนไหวของสังคม	45.9
2	ไม่ประทับใจ เพราะ อยู่ใต้อำนาจของผู้มีอิทธิพล, ถูกครอบงำโดยคนบางกลุ่ม, ช่วยนักข่าวพวกเดียวกันเองมากเกินไป, เสนอข่าวไม่เป็นกลาง, บทบาทและผลงานไม่เด่นชัด	13.0
3	ไม่มีความเห็น	41.1
	รวมทั้งสิ้น	100.0

สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ โทร. 0-2719-1549-50
www.abacpoll.com หรือ www.abacpoll.au.edu

Action! ACTYON **SSANGYONG DRIVEdifferent**

ปรากฏการณ์ใหม่!
SPORT UTILITY COUPE ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในยุโรป

บริษัท ชันยง (ประเทศไทย) จำกัด www.ssangyong.co.th
สำนักงานใหญ่ 590 ถนนพหลโยธิน บางกะปิ แขวงจตุจักร กรุงเทพฯ 10310 โทร. 0-2719-7888, แฟกซ์. 0-2716-9006

เรียนรู้สู่คุณภาพ LEARNBALANCE
Brings Balance to Life
www.learnbalance.com

เครือ LearnBalance มุ่งเน้นการสร้างนวัตกรรมด้านการเรียนรู้ ด้วยการพัฒนาศูนย์ทางการศึกษากายใต้ปณิธานที่ว่า “เรียนรู้สู่คุณภาพ” คือ การเรียนรู้อย่างมีความสุข ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสังคมแห่งการเรียนรู้ อันเป็นรากฐานของการพัฒนาตนเองและสังคมอย่างยั่งยืน LearnBalance มุ่งองค์กรในเครือทั้งสิ้น 6 องค์กร ดังนี้

ENCONCEPT E-ACADEMY Enconcept E-Academy
โรงเรียนภาษาอังกฤษยอดนิยมของนักเรียนมัธยม www.enconcept.com

GLOBAL ART THAILAND Global Art & Creative (Thailand)
โรงเรียนศิลปะสำหรับเด็กอายุตั้งแต่ 4-18 ปี www.globalart.co.th

WISDOMWIDE WisdomWide
Multi-Channel Learning Portal www.wisdomwide.com

PRINTMAN PrintMan
โรงพิมพ์ผู้เชี่ยวชาญในการผลิตสื่อการเรียนการสอน www.printman.co.th

VICTORY MANAGEMENT CO.,LTD. Victory Management
บริษัทให้บริการสถานที่สำหรับการฝึกอบรมและการสัมมนา

XeerSoft XeerSoft (Thailand)
Thailand Hybrid Online System Solution www.xeersoft.com





เมื่อรากหญ้า ไม่อ่านหนังสือพิมพ์

หนุ่ม สมณะ

ขณะที่วิกฤติการเมืองแบ่งฝักแบ่งฝ่าย สังคมไทยไร้ความสมานฉันท์ ไร้ทางออก บ่อยครั้งที่สื่อมวลชน โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์มักต้องตกเป็นจำเลย ถูกกล่าวหาว่านำเสนอข่าวไม่สร้างสรรค์ ไม่นำเสนอข้อเท็จจริง ไม่เป็นกระบอกเสียงของประชาชน ทำข่าวรับใช้รัฐบาล ฯลฯ

แม้ทุกวันนี้เทคโนโลยี ความเป็นโลกาภิวัตน์ของข่าวสารข้อมูลจะกว้างไกล และรวดเร็ว เพียงแค่คลิก อินเทอร์เน็ต เปิดโทรศัพท์ ฟังวิทยุ หรือเปิดอ่านข้อความเอสเอ็มเอส (sms) จากโทรศัพท์มือถือก็ได้ แต่ข้อกล่าวหาหรือแอดฟันเก่าเหล่านี้ มักจะถูกนำมาป้ายกาหัวคนทำหน้าที่สื่อพิมพ์อยู่เสมอ โดยเฉพาะกลุ่มหนังสือพิมพ์หัวยักษ์ใหญ่ของประเทศ อย่าง ไทยรัฐ เดลินิวส์ ข่าวสด และ คมชัดลึก

ฟังแล้วคนทำหน้าที่สื่อพิมพ์หลายคนอ่านยิ้มแฉ่งกับเสียงวิจารณ์เหล่านี้ เพราะอย่างน้อย ก็เป็นที่รับรู้ไว้ว่า หนังสือพิมพ์ หรือข่าวของฉันทันทีก็ยังมีคนอ่าน ธุรกิจหนังสือพิมพ์ยังไปได้ เหมือนอย่างที่คุณหนังสือพิมพ์ผู้ยิ่งใหญ่คนหนึ่งในวงการหนังสือพิมพ์ไทย เคยแสดงความเห็นไว้ว่า “ถ้าทำหน้าที่สื่อพิมพ์แล้วไม่มีคนดู หรือวิพากษ์วิจารณ์ข่าว แสดงว่า ข่าวในหนังสือพิมพ์นั้นขายไม่ได้”

ขณะเดียวกัน ไม่มีใครปฏิเสธว่า หนังสือพิมพ์เชิงอาชญากรรมเหล่านี้ คือ เป็นสื่อที่เข้าถึงชาวบ้านง่ายและรวดเร็วกว่าสื่อสิ่งพิมพ์ชนิดต่างๆ ที่อยู่บนแผงขายหนังสือเดียวกัน ดังนั้นจึงไม่แปลกที่หนังสือพิมพ์เหล่านี้จะได้รับข้อกล่าวหามากมาย เพราะความคาดหวังสูงจากทุกภาคส่วน เนื่องจากข่าวที่ตีพิมพ์นั้นมีผลกระทบต่อความคิดของชาวบ้านอย่างมาก





แล้วชาวบ้านจริงๆ ละ คิดอย่างไรกัน

หนังสือพิมพ์หัวสีเป็นผู้ร้ายอย่างที่หลายคนกล่าวหาจริงหรือ? เชื่อว่า...หลายคนที่ได้ยิน หรือคิดจะนำข้อมูลตรงนี้ไปใช้ประโยชน์ อาจต้องนั่งคิดหนักอย่างผมก็ได้

เพราะเมื่อตระเวนพูดคุยกับกลุ่มชาวบ้านระดับรากหญ้า เป็นพ่อค้าแม่ค้า คนขับรถรับจ้าง พนักงานบริษัท แม่บ้าน ฯลฯ ที่ว่ากันว่า เป็นผู้ซื้อรายใหญ่ของหนังสือพิมพ์หัวสี หรือข่าวเชิงอาชญากรรม ในหลายพื้นที่ ทั้งย่านคลองเตย จตุจักร บางนา และปิ่นเกล้า พบว่า กลุ่มคนเหล่านี้อ่านหนังสือพิมพ์น้อยลงอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มพ่อค้าแม่ค้า และผู้ขับรถรับจ้าง กว่า 80% ไม่ได้อ่านหนังสือพิมพ์เลย โดยอ้างว่า “ไม่มีเวลา”

โมทย์ พ่อค้าลูกชิ้นปิ้งย่านจตุจักร วัย 35 ปี บอกว่า “โอ๊ย...วันๆ แคเตรียมของมาขายก็หมดเวลาแล้ว กลับบ้านก็หมดแรง จะเอาเวลาที่ไหนมาซื้อมานั่งอ่านหนังสือพิมพ์ ฟังเอาจากทีวี และวิทยุก็พอ”

เช่นเดียวกับ **อภิญา แสงรัตน์** แม่บ้านรุ่นใหม่ย่านปิ่นเกล้า วัย 30 ปี ให้สัมภาษณ์ว่า “เลิกซื้อหนังสือพิมพ์อ่านมานานหลายปีแล้ว เพราะรู้สึกว่าข่าวสารเดี๋ยวนี้สามารถหาอ่านได้จากอินเทอร์เน็ต ไม่จำเป็นต้องมาซื้อหนังสือพิมพ์อ่านทุกวัน คิดดูสิ ประหยัดค่าใช้จ่ายไปได้เยอะ อย่างน้อยเงิน 8 บาทก็มีค่า”

ความคาดหวังต่างๆ ข้างต้น ดูเหมือนจะเป็นสิ่งไร้ความหมายไปเมื่อประจักษ์ว่า “รากหญ้าไม่อ่านหนังสือพิมพ์”

แม้ว่า คำตอบที่ได้มานี้ อาจทำให้คนทำหนังสือพิมพ์หลายคนรวมทั้งผม

รู้สึกหมดแรงไปไม่น้อย เมื่อได้รู้ว่า คนที่ว่ากันว่าเป็นกำลังซื้อหลักของตลาดหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศ แทบไม่อ่านหนังสือพิมพ์กันเลย

แต่คำสัมภาษณ์ของ **กิตติ ลัดตบงกช** หนุ่มมอเตอร์ไซค์รับจ้างย่านสยามสแควร์ วัย 49 ปี จาก จ.นครศรีธรรมราช ที่ออกตัวว่า เป็นแฟนหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมา 10 กว่าปี ระบุว่า ซื้อหนังสือพิมพ์ไทยรัฐอ่านทุกวัน เพื่อติดตามข่าวการเมือง ซึ่งก็ได้รับความรู้พอสมควร และไม่เคียดคิดซื้อหนังสือพิมพ์อื่นอ่านเลย เพราะอ่านไทยรัฐมาตั้งแต่เด็ก เพียงแต่อยากให้ไทยรัฐลดการนำเสนอข่าวชาวบ้านให้น้อยลงหน่อย และนำเสนอข่าวการเมืองและข่าวท้องถิ่นให้มากขึ้น ทำให้กำลังใจในการทำหนังสือพิมพ์นั้นมีพลังขึ้นมาอีก อย่างน้อยเป็นเครื่องยืนยันว่า ยังมีคนคอยอ่านข่าวของผมบ้าง แม้จะเป็นส่วนน้อยก็ตาม ขณะเดียวกันก็ช่วยตอกย้ำว่า คนรากหญ้ายังเป็นกำลังซื้อหลักของตลาดหนังสือพิมพ์ทั่วประเทศ ไม่เปลี่ยนแปลงเพียงแค่ เปลี่ยนจากรากหญ้ายิ่งในเมืองเป็นรากหญ้ายิ่งในชนบทแทน

สอดคล้องกับความเห็นของ **รุ่งภา โฉมโสพิณ** โอเปอเรเตอร์สาวบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง วัย 41 ปี จาก จ.นครปฐม ที่กล่าวทิ้งท้ายว่า ทุกวันนี้ ซื้อหนังสือพิมพ์อ่านวันละ 5 ฉบับ คือ ไทยรัฐ มติชน เดลินิวส์ ข่าวสด และไทยโพสต์ ซึ่งชอบอ่านข่าวประเภทรายงานพิเศษ ทำให้รู้ข้อมูลที่ไม่เคยรู้มาก่อนอย่างเจาะลึก ถามว่าหนังสือพิมพ์ทุกวันนี้ตอบสนองความต้องการดีพอหรือยัง ต้องว่า ใช้ได้ดี และการนำเสนออีกไม่ได้เลวร้ายมากเกินไป ถ้าให้คะแนน 100 ก็ประมาณ 70% เพียงแต่ส่วนที่ติดลบนั้น ถ้ามีการปรับปรุงลดข่าวสารประเภทข่าวชาวบ้านที่ชวนสลดหดหู่ลงไปบ้าง ก็จะได้ไม่น้อย เพราะข่าวชาวบ้านก็ยังมีความจำเป็นอยู่

ถึงตรงนี้ ก็อยู่ที่ว่า ใครจะสามารถพลิกวิกฤตินี้ให้เป็นโอกาสมากกว่ากัน

- @ -





สื่อออนไลน์มาแรง สื่อสิ่งพิมพ์ไทยถดถอย

รัตติยา อังกุลานันท์

การขยายตัวของธุรกิจสื่อกระแสหลัก (Mass Media) ใน 5 กลุ่มสำคัญ คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อกลางแจ้ง (ป้ายโฆษณา) สิ่งทีวัดผล การเติบโต ได้ชัดเจนประการหนึ่ง คือดัชนีการใช้จ่ายเม็ดเงินผ่านสื่อแต่ละประเภท

บุคลากรในวงการโฆษณา อย่าง สุภาณี เดชาบุรณานนท์ ผู้อำนวยการกลุ่ม บริหารธุรกิจ มายด์ แชนร์ มีเดีย เอเจนซีรายใหญ่ของประเทศไทย ระบุถึงสถิติการ ใช้จ่ายงบประมาณสื่อในช่วงกว่า 10 ที่ผ่านมา พบว่าเม็ดเงินในอุตสาหกรรมโฆษณา ตั้งแต่ปี 2539 มีทิศทางขยายตัวอย่างต่อเนื่อง แต่มาสะดุดในปีที่ประเทศไทยเกิด วิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งผลมาแสดงออกในปี 2542 ที่อุตสาหกรรมโฆษณาดลดลง 23% หลังจากนั้นเป็นต้นมาก็เติบโตต่อเนื่องถึงปัจจุบัน จากเม็ดเงินโฆษณา 47,271 ล้านบาทในปี 2539 เพิ่มขึ้นเป็น 86,593 ล้านบาทในปี 2548 และ 74,489 ล้านบาท ในช่วง 10 เดือน (ม.ค.-ต.ค. 2549) เติบโตราว 5.83%

แต่สิ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดช่วง 10 ปีที่ผ่านมา คือสัดส่วนการลง โฆษณาผ่านสื่อที่สะท้อนโดยตรงจากการบริโภคสื่อแต่ละประเภทของประชากรไทย ปัจจุบันทีวีเป็นสื่อที่ครองส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณาไว้ได้สูงสุด ประมาณ 57% หนังสือพิมพ์ 19% วิทยุ 10% นิตยสาร 7% และสื่อกลางแจ้ง 6%

ทั้งนี้ หากพิจารณาแนวโน้มการเติบโตรายสื่อ จะพบว่าการครอบครอง สัดส่วนโฆษณาของสื่อทีวี และสื่อกลางแจ้ง จะอยู่ในอัตราคงที่ และเปลี่ยนแปลง ไม่มาก ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และ วิทยุ มีอัตราการใช้โฆษณาลดลง อย่างต่อเนื่องในระยะ 10 ปีนี้





สอดคล้องกับการรายงานการใช้โฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ของ World Newspapers Congress ครั้งที่ 59 ในปี 2005 ที่ระบุถึงการครองส่วนแบ่งงบโฆษณาผ่านสื่อปี 2001 เทียบ 2005 ในสื่อทีวี 36.2% เพิ่มขึ้น 37.2% หนังสือพิมพ์ 32.1% ลงเหลือ 30.3%, นิตยสาร 14.6% ลดเหลือ 13.5%, วิทยุ 8.7% เป็น 8.6%, สื่อกลางแจ้ง 5.5% ซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงในปี 2005 เช่นเดียวกับสื่อในโรงภาพยนตร์ จาก 0.3% เป็น 0.4% แต่พบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีตัวเลขเพิ่มขึ้นชัดเจน จาก 2.6% เป็น 4.5%

ทิศทางสื่อสิ่งพิมพ์ไทย ถดถอย

หากพิจารณาตัวเลขการใช้โฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์ในช่วง 5 ปีระหว่างปี 2544-2548 พบว่าในช่วงหลังมีอัตราการเติบโตลดลง โดยในปี 2544 มีมูลค่า 9,558 ล้านบาท ลดลง 12% ซึ่งเป็นช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ ปี 2545 มูลค่า 11,116 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16% ปี 2546 มูลค่า 13,342 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 20% ปี 2547 มูลค่า 17,741 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 33% ปี 2548 มูลค่า 16,238 ล้านบาท ลดลง 8% ขณะที่ช่วง 10 เดือน ปีนี้ (ม.ค.-ต.ค. 49) มูลค่า 12,666 ล้านบาท ลดลง 3.87%

ส่วนแบ่งของเม็ดเงินโฆษณาตั้งแต่ปี 2536 จนถึงปัจจุบัน สื่อโทรทัศน์ได้ขึ้นแต่สื่ออื่นๆ ลดลง ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์, นิตยสาร, หรือวิทยุ ลองคำนวณตัวเลขของทั้ง 14 ปี โดยแบ่งออกเป็น 2 ช่วงๆ ช่วงละ 7 ปี โดย 7 ปีแรก ปี 2536-2542 และ 7 ปีหลังคือ 2543-2548 จะสรุปการเติบโตของสื่อแต่ละประเภท ได้ดังนี้คือ

ประเภทสื่อ	7 ปีแรก	7 ปีหลัง	อัตราการเพิ่ม/ลดลง
1. โทรทัศน์	51.28%	57%	เพิ่มขึ้น
2. วิทยุ	11.14%	10.28%	ลดลง
3. หนังสือพิมพ์	23.17%	19.71%	ลดลงมากที่สุด
4. นิตยสาร	7.28%	6.42%	ลดลง

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าการใช้งบโฆษณาผ่านหนังสือพิมพ์เป็นสื่อเดียวที่มีการใช้งบโฆษณาลดลง ขณะที่สื่ออื่นๆ ยังเติบโตได้แม้จะมีอัตราไม่สูงนัก

ขณะที่รายงานการใช้เม็ดเงินโฆษณาในช่วง 10 เดือน (ม.ค.-ต.ค.2549) ผ่านสื่อทุกประเภท โดย นิลเส้น มีเดีย รีเสิร์ช พบว่า ทีวีมีมูลค่า 44,703 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7.96%, วิทยุ มูลค่า 5,495 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5.53%, หนังสือพิมพ์ มูลค่า 12,666 ล้านบาท ติดลบ 3.87%, นิตยสาร มูลค่า 5,051 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 0.78%, สื่อในโรงภาพยนตร์มูลค่า 1,625 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 44.96%, สื่อกลางแจ้ง (ป้ายโฆษณา) มูลค่า 3,898 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.37%, สื่อเคลื่อนที่ มูลค่า 814 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 37.73%, สื่อในร้านค้า มูลค่า 237 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 146.88% รวมมูลค่าทุกสื่อมูลค่า 74,489 ล้านบาท เติบโต 5.83%

ชัยประนิน วิสุทธิผล กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทีบีดับบลิวเอ ประเทศไทย จำกัด และอดีตนายกสมาคมโฆษณาธุรกิจแห่งประเทศไทย ระบุว่าสาระสำคัญของการใช้เม็ดเงินโฆษณาในปี 2548 ต่อเนื่องปีนี้ เป็นเม็ดเงินที่ใช้จ่ายไปกับสื่อโฆษณาประเภท Above-the-line คือสื่อหลักทั้งหลาย มีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณ 50% เท่านั้น ซึ่งอีกกว่าครึ่งของเม็ดเงินโฆษณาถูกใช้ไปกับสื่อโฆษณาประเภท Below-the-line หมายถึงสื่อโฆษณาที่ติดต่อโดยตรงกับผู้บริโภค รวมถึงการทำกิจกรรมที่เรียกว่า "อีเวนต์" ซึ่งยังไม่มีการเก็บตัวเลขการใช้เงินในสื่อประเภทนี้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มาแย่งส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณาผ่านสื่อหลักไปอย่างต่อเนื่อง

The screenshot shows the website of the Thai Newspaper Society (สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย). The main headline is about a meeting with the Thai Chamber of Commerce. Other news items include a meeting with the Thai Chamber of Commerce, a meeting with the Thai Chamber of Commerce, and a meeting with the Thai Chamber of Commerce. There is also a calendar for the month of March 2007.



โฆษณาหนังสือพิมพ์ ทั่วโลกขาลง

ข้อมูลจาก World Newspapers Congress ครั้งที่ 59 ประจำปี 2005 ระบุแนวโน้มการใช้เม็ดเงินโฆษณาหนังสือพิมพ์และส่วนแบ่งโฆษณา หากมองย้อนไปตั้งแต่ปี 2536 จนถึงปัจจุบัน จะเห็นว่าเม็ดเงินที่ใช้โฆษณาในหนังสือพิมพ์ทั่วโลกเติบโตเรื่อยๆ และคาดการณ์ต่อไปอีก ถึงปี 2551 ก็ยังคงมีความเชื่อว่าจะยังคงเติบโตต่อไป หากแต่ในเรื่องของส่วนแบ่งการตลาดแล้ว โฆษณาหนังสือพิมพ์กลับมีส่วนแบ่งที่ลดลงเรื่อยๆ เนื่องจากผู้ลงโฆษณามีสื่อให้เลือกมากขึ้น และผู้บริโภคก็มีพฤติกรรมการบริโภคสื่อที่เปลี่ยนไปเช่นกัน

ส่วนแบ่งเม็ดเงินโฆษณาของสื่อต่างๆ ระหว่างปี 2544 กับปี 2548 แล้วพบว่าสื่อหนังสือพิมพ์มีส่วนแบ่งลดลงที่ 1.8% แต่สำหรับสื่อโทรทัศน์ได้ส่วนแบ่งเพิ่มขึ้น 1% สำหรับสื่อที่มีการเติบโตสูงและได้ส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นมากเกือบเท่าตัวคือ สื่อออนไลน์ ได้ส่วนแบ่งเพิ่มขึ้นถึง 1.9%

ข้อมูลจากหนังสือ World Press Trends 2005 ที่น่าสนใจตอนหนึ่ง กล่าวถึงธุรกิจหนังสือพิมพ์ทั่วโลกในปี 2547 โดยภาพรวมถือว่าดีพอสมควร คือ ยอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์รายวันทั่วโลกสูงขึ้น 2% เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2546 และในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา ยอดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ทั่วโลกเพิ่มขึ้น 5% ในขณะที่เดียวกัน รายได้จากโฆษณาหนังสือพิมพ์ก็เพิ่มขึ้น 6% ซึ่งถือว่าเป็นการเติบโตที่ดี แต่ถ้ามองภาพรวมของอัตราการใช้จ่ายค่าโฆษณาในสื่อต่างๆ เปรียบเทียบกับสื่อหนังสือพิมพ์แล้ว

กลับมีข้อสรุปว่าส่วนแบ่งตลาดของการใช้จ่ายงบโฆษณาสำหรับ



ประเภทสื่อหนังสือพิมพ์ทั่วโลกจะค่อยๆ ลดลง จากสถิติในปี 2546 สื่อหนังสือพิมพ์ได้ส่วนแบ่ง 36.1% ปี 2547 ได้ส่วนแบ่ง 30.1% และประมาณการต่อกันว่าในปี 2550 คาดว่าส่วนแบ่งตลาดน่าจะลดลงเหลือ 29.3%

ประเด็นที่น่าสนใจคือ สื่อหนังสือพิมพ์ก็ยังคงเป็นสื่อที่สำคัญมากเป็นอันดับ 2 รองจากสื่อโทรทัศน์ แต่สาเหตุหลักที่ทำให้ส่วนแบ่งตลาดของสื่อหนังสือพิมพ์ลดลงนั้น เกิดจากมีนวัตกรรมการโฆษณาแบบใหม่ๆ ในสื่อประเภทใหม่ๆ

ตลาดออนไลน์โตก้าวกระโดด

ขณะที่รายได้โฆษณาทางอินเทอร์เน็ตทั่วโลกมีตัวเลขการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสูงขึ้นเรื่อยๆ เมื่อเปรียบเทียบรายได้ในปี 2544 และ 2548 รายได้โฆษณาเติบโตขึ้นเท่าตัว จากเดิมอยู่ที่ 8,749 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มาเป็น 17,496 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยรายได้โฆษณาทางอินเทอร์เน็ตในเอเชียแปซิฟิก โดยภาพรวมแล้วมีอัตราการเติบโต 42%

ส่วนรายได้โฆษณาทางอินเทอร์เน็ตในยุโรปโดยรวมเกือบทุกประเทศมีรายได้โฆษณาสูงมากขึ้น ประเทศที่มีการเติบโตมากที่สุดคือ ไอร์แลนด์ 81.8%, รองลงมาคือ สวิตเซอร์แลนด์ 65.5%, ฝรั่งเศส 48.2%, อังกฤษ 44.4%

สำนักงานกำกับดูแลการพิมพ์หนังสือพิมพ์ในสหรัฐฯ (Audit Bureau of Circulations) ระบุในงานวิจัยว่า ในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้ ยอดพิมพ์หนังสือพิมพ์รายวันลดลง 2.8% และหนังสือพิมพ์ที่ออกเฉพาะวันอาทิตย์ตกลง 3.4% สาเหตุที่ยอดพิมพ์หนังสือพิมพ์ในสหรัฐฯ ลดลงนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเพิ่มของการบริโภคสื่อออนไลน์

โดยสมาคมหนังสือพิมพ์สหรัฐฯ รายงานว่าชาวอเมริกันจำนวน 57 ล้านคน เข้าไปคลิกอ่านข่าวบนเว็บไซต์ของหนังสือพิมพ์ มีอัตราเฉลี่ยประมาณ 1.37 นาทีต่อวัน ดังนั้น หนังสือพิมพ์ควรใช้ปรากฏการณ์ดังกล่าวเป็นโอกาสในการ ริ-โมเดล ธุรกิจ โดยการปรับลดต้นทุนที่ไม่จำเป็นลงเพื่อตอบรับกับยอดพิมพ์ที่ลดลง

นางกรรมกร กสิบแก้ว ผู้จัดการฝ่ายอินเทอร์เน็ตแอนด์ทีพี บริษัท มายด์แชร์ จำกัด กล่าวว่ามีสื่อใหม่ที่น่าจับตามองและคาดว่าจะเป็นที่ทรงอิทธิพลในระยะเวลายันใกล้





สื่อออนไลน์ ตัวเลขที่น่าสนใจจาก นิลเส้น มีเดีย รีเสิร์ช พบว่าตลาดโฆษณาออนไลน์ในปัจจุบันมีมูลค่า 101 ล้านบาท คิดเป็น 1% ของมูลค่าตลาดรวมโฆษณาทุกสื่อ แต่ผู้ประกอบการเชื่อว่าตลาดดังกล่าวน่าจะมีมูลค่าสูงกว่าการประเมินดังกล่าวเท่าตัว หรือกว่า 200 ล้านบาท ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตถึงกว่า 30-40% ในปี 2550 จากจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศมีอยู่กว่า 9.5 ล้านคนในขณะนี้ และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 10 ล้านคนในปีหน้า

ปัจจุบัน สหรัฐฯ ครอบงำส่วนแบ่งตลาดโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์มากที่สุด คิดเป็น 85% ของตลาดทั่วโลก ซึ่งคาดว่าจะเติบโตกว่า 5.2% ในปี 2551 โดยในประเทศไทยคาดว่าจะใช้เวลากว่า 6 ปี ในการปรับเพิ่มส่วนแบ่งในตลาดดังกล่าว เป็น 6% จากตลาดรวมโฆษณา เท่ากับอัตราส่วนในประเทศสหรัฐอเมริกา ขณะที่คู่แข่งสำคัญของไทยอย่างเวียดนาม สื่อดังกล่าวมีอัตราการเติบโตสูงมาก เนื่องจากสื่อหลักอื่นๆ ยังถูกควบคุมจากรัฐบาล

หนังสือพิมพ์ผนึกออนไลน์ เสริมแบรนด์แกร่ง

สรณ์ จงศรีจันทร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เดนทส์ ยัง แอนด์ รูบีแคม จำกัด (วายแอนด์อาร์) นักวางแผนกลยุทธ์การตลาดและการสร้างแบรนด์ กล่าวว่า แนวโน้มการใช้โฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ลดลงในปีนี้ เกิดจากผู้ลงโฆษณามีตัวเลือกมากขึ้น ทั้งการเกิดหัวหนังสือพิมพ์ใหม่ในช่วงที่ผ่านมา ที่สำคัญการเกิดสื่อใหม่ (New Media) ที่เข้ามาเป็นสื่อทางเลือกให้เจ้าของสินค้า ไม่ว่าจะเป็น สื่อออนไลน์ กลุ่มสื่อออนไลน์ (out of home media) แต่เชื่อว่าในระยะ 5-10 ปีข้างหน้า

สื่อหนังสือพิมพ์ จะไม่มีอัตราการเติบโตลดลงอย่างน่าใจหาย หรือเติบโตอย่างหวือหวา เช่นเดียวกับสื่อกระแสหลักทุกสื่อ ที่ไม่มีโอกาสขยายตัวสูงเหมือนในอดีต เนื่องจากจากการเกิดสื่อใหม่ๆ ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ

โดยสื่อหนังสือพิมพ์ยังคงเป็นสื่อที่มีจุดเด่น ที่สามารถสัมผัสได้ด้วยตา และสร้างการจดจำได้ดี มากกว่าสื่อกระแสหลักอื่นๆ รวมทั้งสื่อใหม่อย่างออนไลน์ด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มรากแก้วได้ดีที่สุดสื่อหนึ่ง จุดเด่นเรื่องการสร้างการจดจำต่อแบรนด์และสินค้า ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญที่นักสร้างแบรนด์ให้ความสำคัญอย่างมาก ที่ทำให้ตลาดหนังสือพิมพ์ยังมีโอกาสเติบโตได้ในอนาคต

แม้ว่าช่วง 5 ปีที่ผ่านมาจะมีกระแสความตื่นตัวของขยายตัวสื่อออนไลน์ รวมทั้งการใช้จ่ายงบโฆษณาผ่านสื่อที่เพิ่มขึ้นที่เริ่มเห็นเป็นกอบเป็นกำ แต่ในประเทศไทยสื่อออนไลน์ยังเป็นสื่อที่มีข้อจำกัด ทำให้ยังไม่สามารถเกิดได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งเป็นสื่อที่เข้ามามีส่วนแบ่งในงบโฆษณาอย่างเป็นสาระ ด้วยความที่เป็นสื่อที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงเฉพาะกลุ่ม โดยยังไม่ถึงกลุ่มกำลังซื้อสำคัญอย่างกลุ่มรากแก้ว

ตามหลักการสร้างแบรนด์แล้ว สื่อที่สามารถสื่อสารกับกลุ่มรากแก้วได้ดี ยังเป็นหนังสือพิมพ์ เพราะไม่ว่าจะเป็นสินค้าที่เจาะกลุ่มใดก็ตาม ทั้งทีวีและหนังสือพิมพ์ยังเป็นสื่อที่สามารถบอกเรื่องราวของสังคมได้ โดยเฉพาะหนังสือพิมพ์ที่ถือเป็นหน้าต่างของสังคม อธิบายความว่าสังคมกำลังเกิดอะไรขึ้น

แต่แนวทางที่น่าจับตามองคือรูปแบบการ Synergy หรือการผนึกรวมกันของสื่อระหว่างหนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางที่สามารถเสริมให้สื่อทั้ง 2 ประเภทมีความแข็งแกร่งมากขึ้น โดยหนังสือพิมพ์สามารถใช้จุดเด่นของสื่อออนไลน์มาเสริมสร้างแบรนด์หนังสือพิมพ์ หรือสร้างกระแสความน่าสนใจ เพื่อให้คนเข้ามาติดตามรายละเอียดในหนังสือพิมพ์ได้ ขณะที่สื่อหนังสือพิมพ์สามารถสร้างการจดจำได้ และสร้างแบรนด์ได้ดี ในขณะที่สื่อออนไลน์ไม่สามารถทำได้

รูปแบบการผนึกรวมกันของสื่อหนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ เป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นทั่วโลก ซึ่งจะช่วยเสริมให้เกิดความแข็งแกร่งเรื่องแบรนด์ของทั้งสองสื่อ

- @ -





ย้อนรอยการเรียนการสอน สื่อสารมวลชนของไทย

จากรายงานวิชาการเรื่อง “องค์ความรู้ด้านการศึกษาและหนังสือด้านนิเทศศาสตร์ของไทย” โดยหนึ่งหทัย ขอบผลกลาง และ อุบลวรรณ เปรมศรีรัตน์ ที่ตีพิมพ์ในวารสาร นิเทศศาสตร์ (ปีที่ 24 ฉบับที่ 1 2549) ของคณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งได้เล่าถึง การศึกษานิเทศศาสตร์ในประเทศไทย ตั้งแต่ที่เริ่มต้นในปี พ.ศ. 2482 ถึงปัจจุบัน (ปี 2548) โดยแบ่งออกเป็น 6 ยุค ดังนี้

1. ยุคที่หนึ่ง พ.ศ. 2482-2490 ยุคแห่งการก่อตัวภายใต้การผลักดันของผู้นำและอิทธิพลการจัดรูปแบบหลักสูตรจากชาติตะวันตก

2. ยุคที่สอง พ.ศ. 249-2513 ยุคก่อตัวอีกครั้งหลังหยุดดำเนินการภายใต้การขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน

3. ยุคที่สาม พ.ศ. 2514-2527 ยุคขยายสถานภาพและขยายสาขาวิชาด้านนิเทศศาสตร์

4. ยุคที่สี่ พ.ศ. 2528-2538 ยุคของสถาบันอุดมศึกษาเอกชนและสถาบันราชภัฏ

5. ยุคที่ห้า พ.ศ. 2539-2543 จากสื่อสู่เทคโนโลยีสารสนเทศ

6. ยุคที่หก พ.ศ. 2544-2548 ยุคแห่งการขยายตัวทุกทิศทางภายหลังวิกฤติเศรษฐกิจ

ในที่นี่จะขอสรุปคร่าวๆ ถึงประเด็นสำคัญๆ เท่านั้น ผู้ที่สนใจสามารถติดตามได้จากแหล่งที่มาข้างต้น “การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ในประเทศไทยเริ่มต้นขึ้นในรูปแบบของความเป็นสาขาวิชา โดยเปิดสอนสาขาวิชาการหนังสือพิมพ์ที่คณะอักษรศาสตร์และวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อ พ.ศ. 2482 ด้วย



ความพยายามของจอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น *วัตถุประสงค์* เริ่มแรกที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยได้บัญญัติไว้ในการจัดการศึกษาด้านนิเทศศาสตร์คือ เพื่อเตรียมคนเข้าสู่การประกอบอาชีพราชการ และฝึกอาชีพหรือนักหนังสือพิมพ์ และผลิตนักประชาสัมพันธ์เพื่อพัฒนาประเทศอันแสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญต่อการประกอบอาชีพมากกว่าการให้ความรู้ในเชิงวิชาการ”

แต่แล้วการเรียนการสอนด้านนี้ซึ่งในขณะนั้นจัดให้เป็นเพียงระดับอนุปริญญา ก็ต้องปิดตัวลงทั้งที่เริ่มหลักสูตรไปแค่เพียงปีเดียวเท่านั้น เนื่องจากไม่ได้รับความนิยม จนมีการเปิดเรียนภาคค่ำเพื่อรองรับผู้ที่สนใจอีกครั้งในรูปแบบหลักสูตรประกาศนียบัตร แต่ก็ต้องล้มเลิกอีกครั้งในระยะเวลาเพียง 5 ปี เนื่องจากปัญหาภาวะสงครามและความไม่พร้อมด้านการเรียนการสอน การขาดแคลนความรู้ทางวิชาการพอที่จะดำรงสถานภาพอยู่ได้ ตลอดจนอุปกรณ์และเทคโนโลยี ซึ่งทำให้การพัฒนาการเรียนการสอนเป็นไปอย่างลุ่มๆ ดอนๆ และที่สำคัญคือขาดคนสนใจอย่างจริงจัง

จนกระทั่งหลังจากเริ่มต้นหลักสูตรไปเกือบสิบปี กรมประชาสัมพันธ์ได้เสนอให้มีการเปิดการสอนวิชาหนังสือพิมพ์อีกแห่งหนึ่งที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เนื่องจากมีโรงพิมพ์เป็นของตัวเองอยู่แล้ว จอมพล ป. จึงได้โอนย้ายการศึกษาวชิราวุธหนังสือพิมพ์ไปขึ้นอยู่กับคณะรัฐศาสตร์โดยมีสถานะวิชาเป็นแผนกวิชาวารสารศาสตร์ การเปลี่ยนผ่านตรงนี้ จึงทำให้มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เริ่มต้นหลักสูตรนักหนังสือพิมพ์ในระดับปริญญาเป็นแห่งแรก และต่อมาก็ได้ยกวิทยฐานะจากแผนกในคณะรัฐศาสตร์มาเป็นแผนกอิสระและเป็นคณะดังในปัจจุบันนี้

ในช่วงเดียวกันนี้ การเรียนการสอนด้านวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ และการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา ได้มีการก่อตั้งขึ้นเป็นสาขาวิชาในแผนกอิสระดังกล่าวด้วย ซึ่งเป็นช่วงเดียวกับที่สถาบันเอกชนอย่าง วิทยาลัยกรุงเทพฯ ก็เปิดสอนวิชานิเทศศาสตร์ แต่เน้นไปที่ด้านการประชาสัมพันธ์ขึ้นในปี 2512

หลังจากปี 2514 เป็นต้นมา การขยายตัวของการเรียนการสอนในสถาบันรัฐมีมากขึ้น ในส่วนของสถาบันเอกชนมีความก้าวหน้าอย่างมากเช่นกัน และอาจจะก้าวหน้ามากกว่าเสียด้วยซ้ำในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุปกรณ์และเทคโนโลยีการสอน พร้อมกับการเปิดสาขาวิชาใหม่ๆ เช่น สาขาภาพยนตร์ สาขาวิชาวาริชวิทยาและ



สื่อสารการแสดง และในช่วงท้ายของยุคที่สาม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้เปิดหลักสูตรปริญญาโทเพื่อรองรับผู้ที่สนใจเรียนด้านนี้กันมากขึ้น

จากตรงนั้น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารในแขนงต่างๆ ได้ส่งผลให้ความต้องการคนที่เข้าไปทำงานด้านนี้มากขึ้น หลักสูตรนิเทศศาสตร์และสื่อสารมวลชนได้ขยายตัวไปยังสถาบันราชภัฏทั้งในกรุงเทพฯ รวมถึงสถาบันอุดมศึกษาต่างจังหวัด รวมไปถึงการเพิ่มหลักสูตรใหม่ๆ ให้ครอบคลุมมากขึ้น ช่วงนี้จนถึงก่อนปี 2540 การศึกษาเพื่อตอบสนองต่อภาคธุรกิจและการตลาดเริ่มมีบทบาทมากขึ้น รวมไปถึงการให้ความสำคัญกับการนำนิเทศศาสตร์ผนวกเข้ากับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้มากขึ้น ในช่วงนี้ การเปิดคณะ แผนกหรือสาขาวิชาของสถาบันต่างๆ ก็ยังมีอยู่อย่างต่อเนื่อง

การเปิดหลักสูตรปริญญาเอกขึ้นเป็นครั้งแรกของมหาวิทยาลัยกรุงเทพถือเป็นจุดเปลี่ยนที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งซึ่งตามมาด้วยสถาบันรัฐอย่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในเวลาต่อมาปรากฏการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นตามมาอีกหลายสถาบันและต่อเนื่องมาถึงยุคปัจจุบัน แต่ที่น่าสนใจคือ มีการเปิดหลักสูตรภาษาอังกฤษของบางสถาบันเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจและภาคอุตสาหกรรมในยุคโลกไร้พรมแดน และในช่วงนี้เองเช่นกันที่มีการสร้างหลักสูตรให้คนที่อยู่ในแวดวงวิชาชีพได้เข้ามามีส่วนร่วมและถ่ายทอดประสบการณ์ให้ผู้เรียนได้เห็นโลกของการทำงานจริง เช่น มหาวิทยาลัยรังสิตได้ร่วมมือทางวิชาการกับบริษัท เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เป็นต้น



คนเรียนवादภาพ ไขว้เขวจากความเป็นจริง

หลังจากศึกษาหลักสูตรด้านสื่อสารมวลชนตั้งแต่ยังเป็นสาขาวิชาอิสระด้านหนังสือพิมพ์ ซึ่งมีการพัฒนาก่อร่างสร้างตัว ยกฐานะตัวเอง เพิ่มสาขา ขยายระดับการเรียนการสอนจนมีปริญญาเอก เพื่อให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีปัจจุบันเป็นเรื่องที่สถาบันการศึกษาให้ความสนใจอย่างมาก จนดูเหมือนว่ารากของการเป็นนักหนังสือพิมพ์หรือนักข่าวแทบจะหายไปแล้วกับกาลเวลา ทุกวันนี้เด็กยุคใหม่ที่อยากเข้าเรียนคณะนี้ ส่วนใหญ่อยากทำงานด้านวิทยุโทรทัศน์ ผลิตโฆษณา ทำหนังสือหรือเป็นผู้ประกาศข่าว เสียมากกว่าที่จะเป็นนักข่าวที่วิ่งอยู่ในสนามอย่างแท้จริง

คำถามที่น่าสนใจคือ แล้วอุดมของคติของการเป็นนักข่าวหรือนักสื่อสารมวลชนที่แท้จริงนั้นยังคงอยู่หรือไม่ หรือถ้าให้มองโลกไปในแง่ร้ายกว่านั้นปรัชญาการเรียนการสอน หลักสูตรธรรมของการเป็นนักข่าวนั้นไม่ได้ถูกฝังรากลึกให้ยึดดินให้แข็งแกร่งเพียงพอ ปรากฏการณ์เหล่านี้เราต้องมาร่วมหาคำตอบกับบุคคลที่อยู่ในสถาบันศึกษาน่าจะได้คำตอบอะไรบ้าง

อาจารย์ กุลทิพย์ ศาสตร์ระจุก จาก บัณฑิตศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต หนึ่งในผู้ร่างหลักสูตรการเรียนการสอนด้านนิเทศศาสตร์ของหลายสถาบัน ยอมรับว่าทุกวันนี้ เด็กรุ่นใหม่ที่ยากเข้าคณะสื่อสารมวลชนมีมาก โดยเฉพาะผู้ที่มีความใฝ่ฝันจะเป็นผู้ประกาศข่าวหน้าจอทีวี แต่จะหาคนที่อยากเป็นนักข่าวพื้นที่หรือคนที่อยู่เบื้องหลังจริงๆ ยาก เพราะเป็นงานที่เหนื่อยและลำบากสมบัน มันจึงดูตรงตรงที่ว่าคนที่เป็นผู้ประกาศข่าวไม่ได้ลงพื้นที่เพราะฉะนั้น เวลามาเสนอจึงไม่เห็นสถานการณ์จริง

“เด็กก็ผิดหวังเหมือนกันเมื่อเรียนแล้วไม่เป็นภาพอย่างที่เคยเห็น ดังนั้นทางมหาวิทยาลัยจึงต้องสร้างโมเดลให้เด็กเห็นว่าการทำงานต่อไปจะเป็นอย่างไร ตั้งแต่ปีแรกของการศึกษา อาจารย์ที่ปรึกษาต้องทำให้เขามีเป้าหมายที่ถูกต้อง และพอเข้าไปทำงานในองค์กรจริงๆ นั้นก็สามารถเปลี่ยนแปลงพลิกแพลงได้ เพราะ



ชีวิตคนมันเปลี่ยนแปลงได้ตลอด” อาจารย์กุลทิพย์เล่าถึงวิธีการละลายความหวังของเด็กที่มองภาพการเรียนสื่อสารมวลชนแบบไขว้เขว

เรียนมาตั้ง 4 ปี ไม่เห็นได้อะไรเลย

คำบ่นตัดพ้อเช่นนี้ออกมาจากปากนักศึกษาจบใหม่รุ่นแล้วรุ่นเล่าหลังจากก้าวเข้ามาเป็นนักข่าวมืออาชีพ หลายคนงงเป็นไก่ตาแตกจับต้นชนปลายไม่ถูก ในขณะที่บางคนบ่นให้ฟังว่าเหมือนต้องมาเริ่มต้นใหม่หมด ที่เรียนมาตั้ง 4 ปีไม่เห็นเอาอะไรมาปรับใช้ได้เลย

อาจารย์กุลทิพย์แก้ต่างว่า เด็กรุ่นใหม่อาจจะมองในมุมที่ตัวเองไปเจออย่างเดียว แต่สิ่งที่เราสอนคือพื้นฐานอย่างน้อยให้นักศึกษาทำข่าวและเขียนข่าวเป็น แต่วิธีการมันต้องอยู่ในสถานการณ์นั้นๆ เช่น ต้องไปทำข่าวกีฬาในขณะที่ตัวเองเชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจ เพราะฉะนั้น ก็ต้องปรับตัวในทุกๆ ที่เราจะมองว่าข่าวกีฬาอยากข่าวบันเทิงเขียนไม่ได้ เราต้องเรียนรู้ที่จะศึกษาแหล่งของแต่ละประเภทให้ได้ว่าเป็นใครมาจากไหน

สำหรับ อาจารย์รุจน์ โกมลบุตร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เขาออกตัวว่าปัญหาดังกล่าวยังไม่เคยคุยกันจริงจัง เพราะโครงสร้างขององค์กรคือสถาบันไม่ได้ตอบโจทย์ให้โลกแห่งวิชาการกับโลกวิชาชีพ ที่ผ่านมาทั้งสองฝ่ายเจอกันเป็นระยะๆ แต่ไม่ได้ทำเป็นโครงสร้างที่ชัดเจน เป็นเพียงแค่อาจารย์บางคนอาจจะรู้จักกับคนในกอง บก. ก็ยกหูโทรศัพท์ถามไถ่หาข้อเท็จจริงเท่านั้น

แล้วเราจะสอนกันอย่างไร

ในขณะที่อาจารย์ฝั่งรัฐบาล อย่าง

อาจารย์รุจน์ ให้ความเห็นถึงหลักสูตรที่เรียนสอนกันอยู่ในปัจจุบันว่า ในส่วนปรัชญาพื้นฐานของแนวคิดทางวารสารศาสตร์ เช่น การทำข่าวต้องเร็ว ลึก ถูกต้องนั้น ต่อให้ผ่านไปอีกร้อยปีก็คงไม่มีวันเปลี่ยนแปลง ซึ่งเท่าที่ผ่านมาก็ยังใช้งานได้ดีอยู่ไม่ได้ชี้เหรอะไร เพราะคณาจารย์มีการตรวจสอบเป็นระยะเพื่อปรับปรุงข้อมูลให้ดี และทันสมัยขึ้นเรื่อยๆ โดยคณาจารย์เหล่านี้จะพูดคุยกับนักวิชาชีพ คนอ่าน และคนเรียนว่ามีอะไรที่ยังเป็น “พันหลอ” อยู่ เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลง

“ปรัชญาพื้นฐานไม่ค่อยมีปัญหา แต่ส่วนที่มีปัญหาคือเนื้อหาข่าว ซึ่งยังถกเถียงกันอยู่ว่าทำอย่างไรจึงจะเขียนข่าวเร็วหรือถูก หรือควรสอนเนื้อหาไปด้วย เช่น การพูดเรื่องข่าวเศรษฐกิจโดยโยงเรื่องตลาดหุ้น การเงินไปพร้อมๆ กับการสอนเพื่อให้เด็กรู้เรื่องข่าวเศรษฐกิจคำถามที่เกิดขึ้นตอนนี้ก็คือเราจะสอนกันอย่างไร”

หลักสูตรไม่สอดคล้อง กับความเป็นจริง?

อาจารย์กุลทิพย์แย้งว่าไม่จริงที่หลักสูตรการเรียนการสอนของคณะสื่อสารมวลชนไม่สอดคล้องกับสถานการณ์จริง เพราะต้องยอมรับว่าตลาดมันเปลี่ยนเร็ว เช่น พื้นฐานการเขียนข่าวเรายังสอนให้เขียนแบบพีรามิดหัวกลับ แต่ความจริงไม่เป็นอย่างนั้นแล้ว ทุกวันนี้เราเขียนข่าวต่อกันเหมือนจิ๊กซอว์ซึ่งขึ้นอยู่กับประเด็นไหนสำคัญคุณก็ยกมันขึ้นมาเป็นประเด็นแรกแล้วก็ดูว่าจะเอาส่วนอื่นมาต่อกันอย่างไร แล้วใช้คลิกเอาตรงที่เราสนใจจากคอมพิวเตอร์ ในขณะที่คนคิดและร่างหลักสูตรจะทำกันทุกๆ 4 ปี สำหรับบางมหาวิทยาลัย อย่างไรก็ตาม แม้ตลาดจะก้าวเร็วไปขนาดไหน แต่ผู้เรียนอย่างน้อยก็จะได้ชุดความรู้ที่นำไปปรับใช้ได้ทุกโอกาส

ชุดความรู้ดังกล่าวก็คือ คนที่เรียนเป็นนักข่าวและนักหนังสือพิมพ์จะต้องมีบุคลิกที่สู้งาน ฮึด อดทน เขียนข่าวและสัมภาษณ์เป็น เพราะข้อดีของคนเรียนด้านวารสารศาสตร์ทุกวันนี้ในสายตาของอาจารย์กุลทิพย์คือ ปัญหาเรื่องภาษาและการเขียน ตลอดจนการเรียบเรียงประเด็นและการจับใจความ ที่ต้องอาศัยการอ่านให้มาก

“โดยส่วนใหญ่ นักศึกษาก็พยายามอยู่ แต่มันต้องการเทรนนิ่ง เราจะหวังให้เด็กที่เรียน 4 ปี ทำเท่ากับนักข่าวอาชีพไม่ได้ เพราะพื้นฐานทักษะ เบื้องหลังสถานการณ์ และจุดประสงค์ของแต่ละหนังสือพิมพ์ด้วย เช่น เด็กอยากทำข่าวประเด็นสิ่งแวดล้อม แต่ปรากฏว่าไปทำหน้าที่ไม่เน้นเรื่องนี้ แต่ก็ไม่มีปัญหามาก เด็กจบมาส่วนใหญ่ก็ทำงานและปรับตัวได้”

ความจริงสีเทาที่แยกไม่ออก

อาจารย์รุจน์แนะว่า การสร้างหลักสูตรต้องเชื่อมโยงกันระหว่างข้อมูลเก่าและข้อมูลใหม่ แต่หลายกรณีนี้เนื้อหาที่สอนไปนั้นไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง เช่น เรื่องการสอนว่าห้ามนักข่าวรับของแจกจากแหล่งข่าว ปัญหาคือขอบเขตนั้นอยู่ตรงไหน แคปากกาและสมุดจดข่าว ใช่หรือไม่ ซึ่งประเด็นเหล่านี้ต้องถกกันให้มากขึ้น ไม่ใช่ที่เราจะอ่อนข้อให้กับความไม่ถูกต้องของจรรยาบรรณ แต่ต้องดูว่าความเป็นจริงและลักษณะของสถานการณ์มันเปลี่ยนแปลงไปแล้วอย่างไร

“เช่นต้องคุยกันให้ชัดว่านักข่าวมีหุ้นได้หรือไม่ ไม่ใช่แค่สอนว่าห้ามรับของแล้วจบ





นายกฯ เดินทางไปเชียงใหม่เอาเครื่องบินให้เรานั่งไปด้วยได้หรือไม่ อาจารย์บอกว่าไม่ได้ แต่ถ้าถามว่าถ้าไม่นั่งไปกับเขาแล้วจะไปอย่างไร ถ้าเข้าเขาอยู่เชียงใหม่ บ่ายไปปัตตานี ไม่นั่งไปกับเขาไม่มีทางทัน มันเป็นเรื่องที่เราต้องแลกเปลี่ยนกันให้มากขึ้น สมัยก่อนปรมาจารย์แบ่งชัดเจน คือแบบนี้มันด่ามันขาว แต่เวลานี้มีสีเทาๆ มากขึ้นเรื่อยๆ”

สร้างสมดุลระหว่างวิชาการและวิชาชีพ

อาจารย์รุจน์เห็นว่า ผู้สอนต้องอัปเดตข้อมูลด้วย อย่างน้อยควรมีเพื่อนเป็นนักข่าวหรือ บก. ข่าวเพื่อแลกเปลี่ยนความเห็นกัน ไม่เช่นนั้นจะตามโลกแห่งความจริงไม่ทัน สมัยก่อนสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย มีโครงการให้อาจารย์ไปนั่งทำงานกับบรรณาธิการในโรงพิมพ์ แต่ทำได้เพียงไม่กี่ครั้งไป ขณะที่กอง บก.ก็ได้เห็นโลกวิชาการ ทำให้ข้อมูลมันสมดุลมากขึ้น ที่ล้มเลิกโครงการไปคงเป็นเพราะทั้งสองฝ่ายต่างมีปัญหาเรื่องเวลา ในขณะที่อาจารย์กุลทิพย์ก็เห็นไปในทางเดียวกันว่า การพูดคุยกันระหว่างโลกวิชาชีพและวิชาการเป็นเรื่องที่ดี เพราะวิชาการก็เหมือนเป็นต้นน้ำวิชาชีพ เป็นปลายน้ำที่ต้องผสมผสานกัน และการที่ออกแบบหลักสูตรให้นักข่าวอาชีพมาสอนหนังสือก็เป็นเรื่องที่ดี ช่วยทำให้นักศึกษาเห็นของจริงและเกิดแรงบันดาลใจ ช่วยไขความกระจ่างในการแก้ปัญหาจากสถานการณ์จริง ในขณะที่อาจารย์ในมหาวิทยาลัยสอนทฤษฎีและให้มุมมองทางจริยธรรม

อนาคตของหลักสูตรวิชาหนังสือพิมพ์

อาจารย์กุลทิพย์ในฐานะที่เป็นคน

วางโครงสร้างและหลักสูตรเกี่ยวกับการเรียนการสอนด้านนี้มาหลายปีวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตว่า ต่อไปหลักสูตรของนิเทศศาสตร์จะเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมมากขึ้น คือพยายามสร้างหลักสูตรเพื่อสอดคล้องกับผู้ประกอบการหรือคนที่รับนักศึกษาเข้าทำงาน หลักสูตรของทุกสถาบันจึงเป็นสะพานเชื่อมต่อกันระหว่างโลกวิชาชีพและวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประสบการณ์ที่นักศึกษาจะได้รับในช่วงฝึกงาน

ต่อไปหลักสูตรจะพัฒนาไปสู่สิ่งที่เรียกว่า “convergent journalism” คือวารสารศาสตร์ที่เชื่อมโยงทุกอย่างเข้าด้วยกันหมด คล้ายกับสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนี้ที่สื่อหลายสื่อมีความเชื่อมโยงกันเช่นหนังสือพิมพ์หลายฉบับต้องมีข่าวในเว็บไซต์ หรือบริการข่าวสารทางโทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ตัวนักข่าวก็ต้องพัฒนาไปสู่ “convergent journalist” คือคนคนเดียวต้องสามารถทำได้หลายอย่าง นอกจากทักษะเบื้องต้นแล้ว ต้องเขียนข่าวลงและโหลดรูปลงเว็บเป็น

ดังนั้น นักศึกษาที่จบหนังสือพิมพ์มาก็จะสามารถทำงานด้านอื่นได้ ไม่ว่าจะเป็นงานโทรทัศน์หรือวิทยุ คือจะมีการข้ามพรมแดนความรู้ระหว่างสาขาได้มากขึ้น ซึ่งหลักสูตรด้านนิเทศศาสตร์ของประเทศไทยกำลังพัฒนาเพื่อไปให้ถึงจุดนี้อยู่ ในขณะเดียวกันการเรียนการสอนเฉพาะทางก็จะเป็นอีกแนวโน้มหนึ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น วารสารศาสตร์เชิงพลเมือง (citizen journalism) หรือ วารสารศาสตร์เชิงประชาคม (civic journalism) วารสารศาสตร์เชิงสิ่งแวดล้อม (environment) หรือ การสื่อสารเชิงการเมือง (political communication) เป็นต้น ทั้งผู้สอนและผู้เรียนจะต้องปรับตัวให้ทันกับอุตสาหกรรมและนวัตกรรมการสื่อสารที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็วให้ได้

ทิ้งท้าย : นักข่าวในยุคนี้ควรเป็นอย่างไร

เป็นเรื่องยากทีเดียวที่จะตอบแบบฟันธงว่า การเป็นนักข่าวจะต้องเรียนหรือไม่ มีหลายเรื่องถ้ามีพื้นฐานมาก่อนเราก็ได้เปรียบ ขณะที่ถ้าไม่ได้มีความรู้มาซะเลยก็เชื่อว่าเรียนรู้อะไรก็ทำได้ เพราะที่สอนทุกวันนี่คือทักษะของการเป็นนักข่าว ข้อสงสัยที่ทำทนายกว่าเกิดขึ้นว่า เรานิยามนักข่าวในยุคนี้อย่างไรมากกว่า

- “นักข่าวที่ดีไม่ควรรับของกำนัลจากแหล่งข่าว”
- “การเขียนข่าวที่ดีคือต้องรอบด้านครอบคลุมทุกประเด็น”
- “ส่งข่าวเร็วที่สุดเพื่อความเป็นหนึ่งของข่าวออนไลน์”
- “เสรีภาพนักข่าวคือเสรีภาพประชาชน”

นิยามและคำพูดเหล่านี้คืออะไร มีคำตอบในหลักสูตรหรือไม่ ทุกคนต่างรู้ดี... ไม่มีคำตอบคือคำตอบ

- @ -



สวัสดิการ กรรมกรนักข่าว ไทยและเทศ

สมบัติ โคนสูงเนิน

บริษัท อีซีเอ อินเทอร์เน็ตเนชั่นแนล ซึ่งเป็นบริษัททรัพยากรบุคคลในฮ่องกงเปิดเผยผลสำรวจเรื่องอัตราค่าจ้างพบว่า เอเชียเป็นภูมิภาคที่อัตราค่าจ้างจะเพิ่มขึ้นสูงที่สุดในปี 2550 เฉลี่ยร้อยละ 3.6 เทียบกับปี 2549 ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4 หลังจากนำอัตราเงินเฟ้อมาคำนวณแล้ว ผลสำรวจใน 45 ประเทศคาดว่าปีนี้อัตราค่าจ้างในอินเดียจะเพิ่มขึ้นสูงที่สุดในโลกร้อยละ 7 ซึ่งจะเพิ่มมากที่สุดในด้านเอาต์ซอร์สและเทคโนโลยี ตามด้วยอินโดนีเซีย จีน ร้อยละ 6 ลำดับต่อไปเป็นฟิลิปปินส์ ไทย สโลวาเกีย เกาหลีใต้ มาเลเซีย อียิปต์ และรัสเซีย ประเด็นเหล่านี้ค่าจ้างจะเพิ่มขึ้นมากที่สุดในโลก

ประเทศไทยเป็นลำดับที่ 5 ที่อัตราค่าจ้างจะเพิ่มสูงขึ้นในปี นี้ นับเป็นข่าวดีต่อแรงงานไทยเป็นอย่างมาก แต่ผลสำรวจดังกล่าวสวนทางกับผลการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยได้เปิดเผยข้อมูลในปี 2549 สถานประกอบการทั่วประเทศในภาคอุตสาหกรรมมีปัญหาเรื่องอัตราค่าจ้างที่นายจ้างเสนอพบน้อยกว่า หรือเท่ากับ 7,000 บาทต่อเดือน เท่านั้น เป็นต้นเหตุทำให้ขาดแคลนแรงงานสูงสุตร้อยละ 89.1 แม้เป็นข้อมูลการสำรวจที่ค่อนข้างเชื่อถือได้ แต่เมื่อเปรียบเทียบกันและนำมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ให้ดีจะพบว่า การสำรวจของ 2 องค์กรมีเป้าหมายอยู่ที่แรงงานคนละประเภทกิจการ





หันไปดูแรงงานหรือกรรมกรประเภทกิจการสื่อมวลชนกันบ้างที่เรียกกันว่า “นักข่าว” เป็นวิชาชีพหนึ่งซึ่งต้องยึดจรรยาบรรณเป็นที่ตั้งส่วนใหญ่รายได้หลักของสื่อมวลชนไทยคือจากเงินเดือน แม้เป็นเงินเดือนที่ไม่มาก แต่เขาเหล่านั้นก็ภูมิใจในศักดิ์ศรี

แต่มิ้นักวิชาการบางคนก็คลุกคลีในวงการสื่อมวลชนเคยพูดเหน็บแนมนักข่าวที่สนิทสนมกันว่า “นักข่าวกล้านชนทุกอย่าง เพื่อนำข่าวไปนำเสนอ ยกเว้นไม่กล้าชนกับเจ้าของหนังสือพิมพ์เพื่อร้องเรียกร้องขึ้นเงินเดือนหรือสวัสดิการให้ตัวเอง”

ขณะที่ดอกเตอร์ระดับวิศวกรคนหนึ่งซึ่งเพิ่งกลับมาจากสหรัฐฯ ก็บอกว่า “รายได้นักข่าวเมืองไทยต่ำกว่าของสหรัฐฯ มาก”

นักข่าวทุกคนที่เจอคำพูดนี้ด้วยตัวเองก็ได้แต่อึ้ง...บางรายเสียงตอบว่า “ผมก็จรรยาบรรณและศักดิ์ศรีคร้าบ...?”

ข้อเท็จจริง ก็เป็นไปตามที่นักวิชาการข้างต้นพูดไว้ โดยรายได้และสวัสดิการระหว่างนักข่าวไทยกับนักข่าวที่สังกัดสื่อต่างประเทศประจำประเทศไทยแตกต่างกันมาก

นักข่าวหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่งของไทยที่มีรายได้ดีและสวัสดิการดีมากบอกว่า “รายได้ขึ้นอยู่กับความสามารถ จบใหม่ๆ ก็ประมาณ 1.5 หมื่นบาท ไม่รวมค่ารถ ค่าโทรศัพท์ สวัสดิการวันหยุดหยุดสัปดาห์ละ 2 วัน ถ้าทำงานวันหยุดได้โอที ลาพักร้อนได้ 14 วัน ซึ่งสามารถสะสมได้ 2 ปี

ขณะที่นักข่าวฉบับเดียวกันระบุทำนองเดียวกัน แต่เพิ่มข้อมูลให้เห็นว่า “อัตราเงินเดือนขึ้นอยู่กับผลงาน ซึ่งมีโครงสร้างอัตราเงินเดือนคล้ายระบบซีของข้าราชการ”

แต่เพื่อนในวงการข่าวอีกคนเล่าให้ฟัง

“เหตุผลสำคัญที่สำนักข่าวหรือสำนักพิมพ์ของเขามีนโยบายให้ผลตอบแทนสูง เพราะต้องการให้คุณภาพชีวิตของนักข่าวดี ซึ่งมีผลต่อนักข่าวที่สังกัดทุ่มเทกำลังและทุ่มเทใจทำงานให้องค์กรอย่างเต็มความสามารถ และไม่ต้องการให้นักข่าวไปรับทำงานพิเศษ เพราะเกรงว่าจะกระทบต่อการทำหน้าที่ผู้สื่อข่าว และอาจจะเข้าช่วยผลประโยชน์ทับซ้อนได้อีกด้วย แต่หนังสือพิมพ์บางฉบับให้รายได้และสวัสดิการนักข่าวน้อย แล้วผู้ใหญ่ในโรงพิมพ์กลับห้ามนักข่าวทำงานพิเศษอีก แต่ผู้ใหญ่ในโรงพิมพ์กลับกินน้ำลายตัวเอง ไปทำงานพิเศษเสียเอง”

“เบียดเบียนเดินทางไปต่างจังหวัดตกวันละกว่า 1 พันบาท ค่ารถ โทรศัพท์ เบิกได้ตามความเป็นจริง เพราะมีเป้าหมายทำอะไรก็ได้ข่าวขึ้นนั่นมา วันลาพักร้อน 15 วันต่อปี สัปดาห์หนึ่งหยุด 2 วัน หากมีเหตุการณ์ฉุกเฉินต้องไปทำข่าวก่อนโดยไม่มีโอที แต่ให้เลือกวันหยุดชดเชยได้ ค่ารักษาพยาบาลเบิกได้ตามความเป็นจริง เอาเป็นว่าสวัสดิการและเงินเดือนดีกว่านักข่าวไทยมาก” นักข่าวประจำสำนักข่าวต่างประเทศแห่งหนึ่งที่อยู่ในประเทศไทยเผย

นักข่าวจากสำนักข่าวต่างประเทศที่ประจำประเทศไทยอีกคนหนึ่งก็พูดคล้ายกันว่า “สวัสดิการและเงินเดือนดีกว่านักข่าวไทยมาก เช่น วันหยุดพักร้อน 30 วันต่อปี หักเงินเดือนเข้ากองทุนสำรองเลี้ยงชีพ 5% ถ้าทำงานเกิน 7 ปีจะถูกหัก 7%”

ไปอ่านเหตุผลของนักข่าวสาวจากสำนักข่าวต่างประเทศประจำประเทศไทยกันบ้าง เธอกล่าวว่า “เด็กจบใหม่ ไม่มีประสบการณ์ข่าวก็จะได้ประมาณ 2 หมื่นบาท และจะมีการเพิ่มเงินเดือนทุกปีตั้งแต่ 5-10% วันหยุดทุกเสาร์และอาทิตย์ รวมถึงวันนักชัตตกษ์ ลาพักร้อนได้ปีละ 14 วัน สามารถเอาไปสมทบปีต่อไปได้ แต่ไม่เกิน 2 ปี”

ค่าโอทีทำงานก่อน 09.00 น. และเลิกงานหลัง 18.00 น. ซึ่งเป็นเวลาทำงานปกติได้ชั่วโมงละ 1.5 เท่าของรายได้ต่อเดือน ทหารด้วย 30 (จำนวนวันในแต่ละเดือน) และหารด้วย 8 (จำนวนชั่วโมงที่ทำงาน) และถ้าวันไหนทำงานช่วงพักกลางวันระหว่างเวลา 12.00-13.00 น. ต้องจ่ายค่าโอทีในอัตราชั่วโมงละ 3 เท่า ถ้าทำงานระหว่าง 09.00-18.00 น. ในวันเสาร์ อาทิตย์และวันหยุด ได้ค่าโอทีชั่วโมงละ 2 เท่า แต่ถ้าทำงานนอกเหนือจากเวลาดังกล่าวและช่วงพักกลางวันได้ชั่วโมงละ 3 เท่า ถ้าไปต่างจังหวัดไม่มีเบียดเบียน แต่คิดเป็นค่าโอที ค่ายานพาหนะก็มีให้นะ แต่ต้องเริ่มงานก่อน 07.30 น. และเสร็จหลัง 21.00 น. สามารถเบิกค่ารถแท็กซี่ได้ตามความเป็นจริง สุดท้ายก็เป็นสวัสดิการด้านสุขภาพ ซึ่งเป็นประกันสุขภาพของ BUPA ถือว่าเป็นประกันสุขภาพดีระดับชั้นแนวหน้า และยังให้นักข่าวไปตรวจร่างกายประจำปีที่โรงพยาบาลได้ในระหว่างอัตรา 2,500-3,000 บาท

ในเมื่อคำตอบแทนนักข่าวแต่ละสำนักเหลือมล้ำกันมากขนาดนี้ แล้วจะหวังให้นักข่าวแต่ละคน แต่ละสำนักตั้งหน้าตั้งตาทำงานให้ดีเลิศเหมือนกันได้อย่างไร?

- @ -



การคุกคามสื่อ ในรอบปี 2549



ตุลสภิตย กับกิม

ในช่วงปี 2549 ที่ผ่านมามีสื่อมวลชนไทยต้องเผชิญกับการคุกคามหลากหลายรูปแบบ ทั้งอำนาจมืด และอำนาจที่เปิดเผย ท่ามกลางวิกฤตการณ์การเมืองที่ปะทุรุนแรงถึงขีดสุดอีกครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ จะเห็นได้ว่าการคุกคามสื่อมวลชนมิให้เห็นอย่างต่อเนื่อง และค่อยๆ ปรากฏชัดเจนนรุนแรงอย่างที่ไม่เคยมีมาก่อน อาทิ ผู้วิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลทักษิณ ชินวัตร ถูกปลดออกจากตำแหน่งรายงาน/นำเสนอข่าว การฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากสื่อเป็นหลักร้อยล้านบาท มีอบการวานคนจนบุกปิดล้อมอาคารเดอะเนชั่น และมีอบจักรยานยนต์รวมตัวประท้วงหนังสือพิมพ์แนวหน้า ฯลฯ

- สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสื่อในความควบคุมของรัฐ ได้แสดงความพยายามรายงานเหตุการณ์ต่างๆ อย่างตรงไปตรงมาแต่กลับได้รับผลกระทบ เช่น กรณีที่นายบุญยอด สุขถิ่นไทย ผู้ดำเนินรายการ “ข่าววันใหม่” ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 ถูกยกเลิกการทำหน้าที่พิธีกรอย่างกะทันหันเพราะถูกมองว่าวิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลทักษิณมากเกินไป

- นางยุวดี ธัญญศิริและนางอัมพา สันติเมทนีดล ถูกถอดออกจากการเป็นพิธีกรในรายการ “สีสันวันหยุด” ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุความถี่ 94.0 เมกะเฮิร์ตซ์ เพราะรายการนี้ สัมภาษณ์แหล่งข่าวที่วิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลทักษิณและพรรคไทยรักไทย



● นายเฉลิมชัย ยอดมาลัย บรรณาธิการข่าวภาคเช้าของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ถูกสั่งให้พ้นจากตำแหน่ง อันเนื่องมาจากการนำเสนอข่าวที่ทำให้ผู้มีอำนาจในรัฐบาลไม่พอใจ

● ใน ส่วนของหนังสือพิมพ์ มีหลักฐานปรากฏหลักฐานอันควรเชื่อได้ว่า มีผู้อยู่เบื้องหลังให้มีการประท้วงการนำเสนอข่าว อาทิ กลุ่มผู้ขับขีจักรยานยนต์รับจ้างที่ไปประท้วงหนังสือพิมพ์แนวหน้ากรณีที่เสนอข่าวว่าพวกเขาได้รับค่าจ้างในการออกมาเคลื่อนไหวสนับสนุนนายกรัฐมนตรีทักษิณ ชินวัตร หรือกรณีที่มีพ่อค้า แม่ค้าและผู้ขับขีจักรยานยนต์รับจ้างมาวางพวงหรีดให้กับหนังสือพิมพ์เดอะ เนชั่น และเรียกร้องให้รายงานข่าวอย่างเป็นกลาง ก็มีสิ่งที่ทำให้เชื่อได้ว่า มีผู้ดำเนินการให้เกิดเหตุการณ์เช่นนั้น โดยที่ชาวบ้านที่มาชุมนุมหลายคนแทบไม่รู้เรื่องราวของการเสนอข่าวที่อ้างว่าไม่เป็นกลางเลยว่ามีข้อเสนอในสื่อไหนเรื่องอะไร และเมื่อใด

● พ.ต.ท. ทักษิณ ซึ่งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในขณะนั้น และรัฐมนตรีอื่นๆ ในรัฐบาลมักจะโจมตีสื่อมวลชนว่าไม่ให้ความเป็นธรรม และทำหน้าที่ไม่เป็นกลาง ตลอดจนถึงการกล่าวหาว่ามีการบิดเบือนการนำเสนอข่าว และฟ้องร้องหนังสือพิมพ์หลายฉบับในคดีหมิ่นประมาท

● กลุ่มคาราวานคนจน พร้อมชายฉกรรจ์จำนวนหลายร้อยคนเดินทางมาปิดล้อมสำนักงานของเครือเดอะ เนชั่น เมื่อวันที่ 30 มีนาคม อ้างว่าไม่พอใจ



ที่หนังสือพิมพ์คมชัดลึกตีพิมพ์คำปราศรัยที่จับจ้วงเบื้องสูง โดยบรรดาชายฉกรรจ์ได้แสดงพฤติกรรมป่าเถื่อน กักขัง หน่วงเหนี่ยว และข่มขู่ ห้ามไม่ให้พนักงาน โดยเฉพาะสื่อในเครือเดอะ เนชั่น เดินทางออกจากอาคาร ขณะที่กลุ่มพันธมิตรแกนนำโค่นล้มรัฐบาลทักษิณ

● สำนักข่าวไทยไทม์นิวส์ โอเพ่นเรดิโอ 94.0 เมกะเฮิรตซ์ ของกองทัพบกภายใต้สังกัดของแกรมมี่ ซึ่งประกาศตัวเป็นสถานีข่าวและออกอากาศมาเป็นเวลา 5 เดือน ปิดตัวลงในช่วงปลายเดือนพฤษภาคม โดยทางผู้บริหารแกรมมี่อ้างสาเหตุการปิดตัวของสถานีข่าวแห่งนี้ว่าประสบกับภาวะขาดทุนและจะเปลี่ยนไปเป็นสถานีเพื่อความบันเทิงแทน แต่แหล่งข่าวเปิดเผยคำสั่งดังกล่าวว่า เกิดขึ้นภายหลังจากที่นายสมัคร สุนทรเวช สมาชิกวุฒิสภา กล่าวโจมตีคลื่น 94.0 แห่งนี้ (ไทยไทม์ส) อย่างรุนแรงโดยระบุว่า เป็นคลื่นที่ปลุกระดมโจมตีรัฐบาล พร้อมทั้งตำหนิกองทัพบกในฐานะเจ้าของคลื่นอย่างรุนแรงด้วย จากนั้น ในวันที่ 17 พฤษภาคม พ.ต.ท. ทักษิณ เดินทางเข้าพบนายไพบุลย์ ดำรงชัยธรรม ประธานกรรมการบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ที่สำนักงานถนนนอโคก จนมีคำสั่งปิดคลื่นสถานีข่าวดังกล่าวในที่สุด

● ในเดือนมิถุนายน ปี 2549 ฝ่ายกฎหมายพรรคพรรคไทยรักไทยยื่นฟ้องพรรคประชาธิปัตย์ นายเทพไท เสนพงศ์ โฆษกศูนย์อำนวยการเลือกตั้ง นายสุวงค์ จันทังเพ็ชร บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์ มติชน นายสุภากร บุญปาน บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์ข่าวสด และนายประชา เทตระกูล บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เป็นจำเลยที่ 1-5 ในคดีหมิ่นประมาท และฟ้องแพ่งเรียกค่าเสียหายอีก 800 ล้านบาท สืบเนื่องจากกรณีเมื่อวันที่ 17-19 พฤษภาคมปีเดียวกัน จำเลยที่ 1-2 ร่วมกันแถลงข่าวโดยมีผู้สื่อข่าวของจำเลยที่ 3-5 ร่วมสัมภาษณ์ และนำข้อความตีพิมพ์เผยแพร่ระบุว่า พ.ต.ท. ทักษิณ มีลักษณะเหมือนผีปอบ ที่ใช้อำนาจระหว่างเป็นนายกฯ เข้าไปแทรกแซงการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรทุกครั้งที่ผ่านมา และทำการทุจริตและประพฤตินิยมชอบ



เพื่อตนเอง และพรรคพวก นายพงศ์เทพ เทพกาญจนา รองหัวหน้าพรรคไทยรักไทย อ้างว่าเมื่อมีการกล่าวหาบุคคลากรของ พรรคอย่างรุนแรง ไม่เป็นธรรมและเกิดความเสียหาย จึงจำเป็นต้องให้ศาลที่เป็นคนกลางได้พิสูจน์ความจริง

● เมื่อวันที่ 4 กันยายน สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ร่วมกันออกแถลงการณ์ในนามองค์กรวิชาชีพ และตั้งข้อสังเกตว่า นอกจากรัฐจะพยายามเข้ามาควบคุมและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่มีหน่วยงานของรัฐเป็นเจ้าของ โดยเฉพาะสื่อวิทยุและโทรทัศน์แล้ว รัฐยังมีความพยายามจะสร้างสื่ออื่นๆ อาทิ สื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อข้อความสั้น (SMS) ด้วยซึ่งถือเป็นการสร้าง “สื่อเทียม” ที่เครือข่ายนักการเมืองพยายามใช้ประโยชน์สนองตอบเป้าหมายทางการเมืองของตนมากกว่าประโยชน์สาธารณะ จนสร้างความสับสนให้หลงเชื่อว่าสื่อมวลชนมีความแตกแยก เป็นฝ่ายต่อต้านรัฐบาลกับฝ่ายสนับสนุนรัฐบาล อันเป็นพฤติกรรมที่เคยเกิดขึ้นและนำไปสู่ความรุนแรงในชาติมาแล้วหลายต่อหลายครั้งในอดีต

● หลังการปฏิวัติขึ้นเมื่อวันที่ 19 กันยายน คณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข หรือคณะมนตรีความมั่นคงแห่งชาติในปัจจุบัน ขอความร่วมมือให้สื่อนำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นต่างๆ ให้ยึดหลักความมั่นคงของชาติเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งก่อให้เกิดข้อจำกัดในการทำงานของสื่อเพราะผู้มีอำนาจบางคนตีความของคำว่า “ความมั่นคงของชาติ” กว้างขวางมาก

● พล.ท. สพรัง กัลยาณมิตร แม่ทัพภาคที่ 3 ในฐานะผู้อำนวยการรักษาความสงบเรียบร้อย ในเขตพื้นที่กองทัพภาคที่ 3 ได้ประชุมชี้แจงกับผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ของรัฐ และสื่อมวลชน 17 จังหวัด กว่า 100 คน เกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในขณะนี้ให้เป็นไปตามความเป็นจริง และสร้างสรรค์ นอกจากนี้ได้ให้ประชาสัมพันธ์ 17 จังหวัดภาคเหนือสั่งระงับการออกอากาศของวิทยุชุมชนทุกแห่งเป็นการชั่วคราว เนื่องจากที่ผ่านมามีการดำเนินรายการในลักษณะการปลุกระดมมวลชน ส่วนหนังสือพิมพ์ของความร่วมมือไม่ให้นำเสนอเปรียบเทียบข้อมูลเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งในอดีตและปัจจุบัน เนื่องจากอาจจะนำไปสู่ความขัดแย้งของคนในสังคม

● คณะมนตรีความมั่นคงแห่งชาติ (คมช.) ปิดวิทยุชุมชนแบบเลือกปฏิบัติ และการสั่งให้วิทยุชุมชนเผยแพร่ข่าวสารของกองทัพบก ปิดเว็บไซต์ควบคุมสื่ออินเทอร์เน็ตที่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น www.19sep.org และ www.midnightuniv.org

● 23 พค. 49 - เกิดเหตุระเบิดหน้าสมาคมหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์ และในตอนสายวันเดียวกัน ทางสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ซึ่งอยู่ในระแวกเดียวกันได้รับการประสานงานจาก พ.ต.อ. กมลสันติ กลั่นบุศย์ ผกก.สน.สามเสน แจ้งมาตรการรักษาความปลอดภัยทั้ง 2 สมาคมให้ทราบว่ามี การดำเนินการทั้งฝ่ายป้องกันปราบปราม ฝ่ายสืบสวนสอบสวน และฝ่ายจรรยา

● 30 มค. 2550 - เกิดเหตุระเบิดอาคารจอดรถโรงแรมรามาดาเ็นท์ ห่างกันเพียง 15 วินาที ระเบิดอีกลูกกลางถนนทางเข้า-ออก สำนักงาน น.ส.พ. เดลินิวส์ เจ้าหน้าที่พบเศษอะลูมิเนียมกระจายอยู่รอบหลุมระเบิด ระบุเป็นเศษกระสุนซ้อมจากเครื่องยิงระเบิด คาดตั้งใจแค่ข่มขู่ แต่ยังไม่แน่ใจว่ายิงมาจากทิศทางไหน และเป้าหมายต้องการข่มขู่คือใคร

- @ -





ในรอบปี สื่อมวลชนไทย ประจำปี 2549



รัฐบาลทักษิณกับสื่อ

การใช้สันติวิธีในการแก้ไขปัญหาชาติ

3 ก.พ. สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ออกแถลงการณ์ เรื่องการใช้สันติวิธีในการแก้ไขปัญหาชาติ ตามที่ได้มีการนัดหมายเพื่อชุมนุมกันบริเวณลานพระบรมรูปทรงม้า ในวันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2549 เพื่อแสดงความไม่พอใจต่อการบริหารประเทศของรัฐบาล ภายใต้การนำของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ประกอบด้วยสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทยและสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยได้ร่วมหารือกันเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ขณะนี้แล้ว รู้สึกวิตกกังวลต่อสถานการณ์ที่อาจลุกลามไปสู่ความรุนแรง จึงขอเรียกร้องให้การชุมนุมดังกล่าวเป็นไปโดยยึดหลักของสันติวิธี เพราะการใช้ความรุนแรงไม่ใช่ทางออกของการแก้ไขปัญห

ทั้งนี้ ทางองค์กรวิชาชีพทั้งสองสมาคม ต่างตระหนักดีว่า การชุมนุมเพื่อแสดงความคิดเห็นทางการเมืองย่อมสามารถทำได้ตามลัทธิที่กำหนดไว้ในรัฐธรรมนูญ และต้องการเห็นการชุมนุมที่เกิดขึ้นเป็นไปด้วยความสงบเรียบร้อย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง หากจะมีการใช้ความรุนแรง ไม่ว่าจะเกิดจากฝ่ายใดฝ่ายหนึ่งก็ตาม

นอกจากนี้ ขอเรียกร้องต่อรัฐบาลว่า ไม่ควรกระทำการใดๆ อันเป็นการข่มขู่หรือปลุกปั่น ให้เกิดการเผชิญหน้ากันระหว่างผู้ชุมนุม ซึ่งอาจนำไปสู่การใช้ความ





รุนแรงได้ ขณะเดียวกันรัฐบาลก็ไม่ควรใช้อำนาจในการปิดกั้นสิทธิเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารของสื่อมวลชนทุกประเภท โดยเฉพาะ ต้องเปิดโอกาสให้สื่อมวลชนที่อยู่ในการกำกับดูแลของรัฐบาลสามารถนำเสนอข่าวสารได้อย่างตรงไปตรงมา เพราะการใช้อำนาจปิดกั้นการนำเสนอข่าวสารนั้น ย่อมทำให้ประชาชนได้รับข้อมูลที่ไม่ครบถ้วนรอบด้าน ซึ่งอาจมีผลให้สถานการณ์เลวร้ายบานปลายยิ่งขึ้น



12 มี.ค. นายภักดิ์ คำพิทักษ์ นายกสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และนายสมชาย แสวงการ นายกสมฯ นักข่าววิทยุและโทรทัศน์ เปิดเผยว่า 2 สมาคมได้ยื่นหนังสือถึงนายกรัฐมนตรี เชิญให้มาตอบข้อซักถามจากสื่อมวลชน ผ่าน น.พ.สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี โฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี ในช่วงวันที่ 13-16 มี.ค. หรือก่อนมีการเลือกตั้ง 2 เมษายนนี้ ปรากฏว่า น.พ.สุรพงษ์ เห็นด้วย และจะเสนอนายกฯ ว่า สมควรทำความกระฉ่างในทุกประเด็นที่สังคมสงสัย นายกสมฯ นักข่าวฯ กล่าวว่า ได้กำหนดการซักถามไว้ 2 ช่วง คือช่วงแรก จะเปิดให้บรรณาธิการและผู้สื่อข่าวอาวุโส อาทิ นายสมชาย แสวงการ นายเทพชัย หย่อง และนายประสงค์ เลิศรัตนวิสุทธิ์ ตั้งคำถามประมาณ 2 ชั่วโมง หรือแล้วแต่ความเหมาะสม จากนั้นจะเปิดให้บรรณาธิการข่าว ผู้สื่อข่าวทุกแขนง ซักถามอีกประมาณ 1 ชั่วโมง (ไทยโพสต์ 13 มี.ค. 2549)

23 มี.ค. สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ออกแถลงการณ์ ดังนี้

ในช่วงที่สถานการณ์ทางการเมือง

ขณะนี้ กำลังลุกลามนำไปสู่ความขัดแย้งในเกือบทุกภาคส่วนของสังคมไทย ขณะที่สิทธิเสรีภาพในการนำเสนอและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นสาธารณะของสื่อมวลชน ซึ่งถือเป็นกลไกที่สำคัญยิ่ง ที่จะนำไปสู่การสร้างความรู้ความเข้าใจ ที่ถูกต้องต่อเหตุการณ์ที่มีผลกระทบต่อสังคม แต่ปรากฏว่าการทำงานของสื่อมวลชนต่างๆ กลับถูกกลุ่มบุคคลที่อยู่ในอำนาจ ช่มชู้ และคุกคามอย่างหนัก ทั้งโดยการอาศัยกลไกอำนาจรัฐและพลังมวลชนที่มีหลักฐานอันควรเชื่อได้ว่ามีการจัดตั้งโดยกลุ่มผู้เสียผลประโยชน์ทางการเมือง ดังจะได้กล่าวต่อไปนี้

1. สื่อประเภทวิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสื่อในความควบคุมของรัฐ ได้แสดงให้เห็นถึงความพยายามที่จะรายงานเหตุการณ์ต่างๆ อย่างตรงไปตรงมา และเป็นธรรมมากที่สุด ซึ่งถือเป็นสิ่งที่น่าชื่นชมอย่างยิ่ง หากแต่ความพยายามดังกล่าวได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อบุคลากรด้านข่าวหลายกรณี ดังจะเห็นได้จากกรณีที่นายบุญยอด สุขถิ่นไทย ผู้ดำเนินรายการ “ข่าววันใหม่ทางสถานีโทรทัศน์ช่อง 3” ที่ถูกยกเลิกการทำหน้าที่พิธีกร ด้วยเหตุผลที่แท้จริงคือ นายบุญยอดได้แสดงความเห็นที่ทำให้ผู้มีอำนาจเชื่อว่าไม่เป็นผลดีต่อตนเอง จนทำให้ผู้เกี่ยวข้องปลดนายบุญยอด ออกจากการเป็นพิธีกรอย่างกะทันหัน

นอกจากนี้ ยังปรากฏข้อเท็จจริงอีกว่ารายการ “สีลันวันหยุด” ที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุความถี่ 94.0 เมกะเฮิร์ตซ์ ดำเนินรายการโดยนางยุวดี ธีบุญศิริ และนางอัมพา สันติเมทนีดล ก็ถูกถอดจากพิธีกรรายการดังกล่าว ด้วยเหตุผลที่ทราบกันโดยทั่วไปว่า รายการนี้ ได้ล้มล้างภาพลักษณ์แห่งข่าวที่วิพากษ์วิจารณ์รัฐบาลและพรรคไทยรักไทยอย่างตรงไปตรงมา

กรณีล่าสุด นายเฉลิมชัย ยอดมาลัย บรรณาธิการข่าวภาคเช้าของสถานีโทรทัศน์ช่อง 9 อสมท ถูกคำสั่งให้พ้นจากตำแหน่ง อันเนื่องมาจากการนำเสนอข่าวที่ทำให้ผู้มีอำนาจในรัฐบาลไม่พอใจ แม้ว่าจะมีการชี้แจงเหตุผลว่าไม่เกี่ยวกับการแทรกแซงหรือคุกคามสิทธิเสรีภาพของสื่อ เป็นเหตุผลด้านการบริหารงานภายใน



ทั้งนี้เมื่อผู้สื่อข่าวจากสำนักพิมพ์ต่างๆ ได้มาร่วมลงชื่อเพื่อแสดงจุดยืนกว่า 1,000 คน โดยได้สวมเสื้อยืดสีขาวที่มีสัญลักษณ์การต่อต้านการคุกคามสื่อที่มีภาพกำปั้นของเผด็จการที่พยายามไล่ทุบนักพิราบบที่เปรียบเป็นสัญลักษณ์เสรีภาพของสื่อมวลชนที่กำลังถูกคุกคามจนขาดอิสรภาพในการทำหน้าที่ พร้อมทั้งมีข้อความว่า “หยุดคุกคามสื่อ คุกคามประชาชน”

บรรยากาศในการรวมตัวของวิชาชีพสื่อครั้งนี้เป็นไปอย่างคึกคักซึ่งทางสมาคมฯ ได้ฉายภาพเหตุการณ์ “มีอบคาราวานคนจน” ปิดล้อมสำนักงานหนังสือพิมพ์คมชัดลึก ภาพถ่ายเหตุการณ์ที่กลุ่มมอเตอร์ไซค์รับจ้างล้อมหนังสือพิมพ์แนวหน้า และผู้จัดการ และภาพแกนนำมีอบและยังมีภาพถ่ายรถยนต์ต้องสงสัยว่าเป็นนักการเมืองระดับรัฐมนตรีรับการมีอบคาราวานคนจนปิดล้อมอาคารเนชั่นทาวเวอร์ด้วย

นอกจากนี้ยังเปิดให้ผู้สื่อข่าวเขียนข้อความแสดงความคิดเห็นต่อการคุกคามสื่อที่เกิดขึ้นด้วย โดยมีกลุ่มบุคคลและองค์กรต่างๆ ได้เดินทางมามอบดอกไม้และป้ายข้อความให้กำลังใจต่อการทำหน้าที่ของสื่อมวลชนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกรณีหนังสือพิมพ์คมชัดลึก โดยนายเกียรติกุล ใจไทย นักเขียนอิสระ ได้นำผ้าขาวปิดหน้าปิดตาแขวนป้าย “หยุดคุกคามสื่อมวลชน” เครือข่ายกลุ่มสลัม 4 ภาค ได้มอบช่อดอกไม้กับ นายเทพชัย หย่อง บรรณาธิการเครือเนชั่น โดยมีเจ้าหน้าที่ตำรวจจาก สน.สามเสน หลายสิบนายมาดูแลความเรียบร้อย

บรรณาธิการ หัวหน้าข่าวและตัวแทนของสมาคมได้ร่วมหารือและ

วิเคราะห์ถึงสถานการณ์การคุกคามสื่อจากผู้มีอำนาจรัฐ และแนวทางปกป้องคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของสื่อกว่า 1 ชั่วโมง และได้เปิดโอกาสให้สื่อมวลชนที่เคยถูกคุกคามมาเล่าประสบการณ์ให้กับเพื่อนสื่อมวลชนฟัง เช่น นายประจวบ วัจใจ ที่ถูกกลุ่มผู้ชุมนุมสนับสนุน พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร รักษาการนายกรัฐมนตรี ทำร้ายที่เวทีปราศรัยใหญ่ของพรรคประชาธิปัตย์ที่จังหวัดเชียงใหม่เมื่อสัปดาห์ที่ผ่านมา

จากนั้นนายเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ กวีซีไรต์ ได้อ่านบทกวีให้กำลังใจสื่อมวลชน 2 บท คือ “นกน้อยในไร่ส้ม” และ “หยุดคุกคามสื่อ” ซึ่งบรรดาสื่อมวลชนต่างปรบมือพร้อมทั้งตะโกนว่า “คุกคามสื่อ คุกคามประชาชน”

นางบัญญัติ ทศนิยะเวช นักข่าวอาวุโส ในฐานะประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ กล่าวต่อหน้าสื่อมวลชนที่มาร่วมงานว่า ตนได้ทำหน้าที่สื่อมวลชนโดยผ่านรัฐบาลเผด็จการมาหลายสมัย ซึ่งการคุกคามสื่อในอดีตมีการปิดสำนักพิมพ์ หรือการคุกคามรูปแบบอื่น ซึ่งเรารู้ว่าศัตรูคือใคร แต่ในครั้งนี้อย่างไรก็ตามการคุกคามสื่อทุกรูปแบบ ทั้งการใช้อำนาจมืดและเปิดเผย ยากที่เราจะรับมือได้

“หนทางที่สื่อจะรับมือได้ก็คือ การผนึกกำลังเพื่อฝ่าวิกฤติการคุกคามสิทธิและเสรีภาพของสื่อ ในครั้งนี้เราได้บทเรียนแล้วอย่าย่อท้อเพื่อต่อสู้กับเผด็จการ เพราะเผด็จการเมื่อเกิดแล้วก็ต้องจากไปทุกสมัย แต่เราจะต้องทำหน้าที่ต่อไป” ประธานสภาหนังสือพิมพ์กล่าว

ต่อมา นายเกียรติชัย พงษ์พาณิชย์ ที่ปรึกษาสมาคมนักข่าวฯ เป็นตัวแทนของสื่อมวลชนประกาศเจตนารมณ์ต่อต้านการคุกคามสื่อ จำนวน 13 ข้อ มีเนื้อหาว่า สื่อมวลชนทั้งหลายขอต่อต้านการคุกคามสื่อในประเทศไทยทุกรูปแบบ เพื่อแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนไทย ทั้งหนังสือพิมพ์ วิทยุโทรทัศน์ และสื่อแขนงอื่นๆ ไม่อาจยอมรับพฤติกรรมการคุกคามสื่อที่เกิดขึ้นได้ในทุกกรณี ทั้งในอดีตและที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เราเรียกร้องให้หยุดการคุกคามสื่อในทันที การคุกคามสื่อมวลชนใดๆ ไม่ว่าหนังสือพิมพ์หรือวิทยุโทรทัศน์ แม้เพียงสื่อเดียวหรือเพียงคนเดียว ก็ถือว่าเป็นการคุกคามสื่อมวลชนทั้งมวล

ในรอบปีที่ผ่านมา สื่อมวลชนนำเสนอข่าวการตรวจสอบผู้มีอำนาจแล้วถูกฟ้องร้องทั้งคดีแพ่งและคดีอาญา บางคดีถูกเรียกค่าเสียหายนับหมื่นล้านบาท มีการคุกคามสื่อมวลชนที่เลวร้ายกว่าด้วยการกระทำการ “ป่าเถื่อน” ไซ้แต่คุกคามเสรีภาพและความเป็นอิสระของสื่อมวลชนเท่านั้นไม่ หากแต่ยังกระทำการอันเป็นอันตรายต่อชีวิตของพนักงานสื่อราวกับเราอยู่ในยุคการใช้อำนาจอย่างป่าเถื่อนของเผด็จการครองเมือง

หากนับปรากฏการณ์การคุกคามสื่อที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เราอาจกล่าวได้ว่าเสรีภาพของสื่อมวลชนในยุคปัจจุบันถูกคุกคามอย่างรุนแรงในหลายรูปแบบ ทั้งในรูปแบบที่แยบยล แม้สวัสดิภาพและสิทธิเสรีภาพจะเป็นปัญหา แต่เราสื่อมวลชนจะยืนหยัดทำหน้าที่อย่างเต็มกำลังต่อไป และจะไม่ย่อท้อจะต่อต้านการคุกคามสื่อหรือการครอบงำสื่อให้หมดไป สื่อมวลชนควรได้รับหลักประกันและการคุ้มครองตามมาตรา 39 ของรัฐธรรมนูญ



“จกต้องให้ผู้มีอำนาจได้แสดงออก ถึงการแสดงความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ในการรักษากฎหมายบ้านเมืองอย่าง ที่ควรจะเป็น เพื่อมิให้เกิดการคุกคามสื่อ ดังปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้น ในสถานการณ์ ปัจจุบันเราจะรวมพลังกันต่อสู้เพื่อสิทธิ เสรีภาพอย่างเข้มแข็งบนพื้นฐาน หลักการแห่งจริยธรรมและความถูกต้อง เราขอให้ทุกฝ่ายเคารพและร่วมกันแปร เจตนารมณ์รัฐธรรมนูญมาตรา 39, 40, 41 และ 42 ให้เป็นจริงทั้งทาง อุดมการณ์และทางปฏิบัติ” คำประกาศ เจตนารมณ์ระบุ

หลังจากนั้นเวลา 15.00 น. นาย ภัทระ คำพิทักษ์ นายกสมาคมนักข่าว นักหนังสือพิมพ์ฯ แถลงว่า ที่ประชุม ขอประณามการครอบงำสื่อมวลชนทุก รูปแบบ โดยเฉพาะสื่อที่อยู่ภายใต้การ ควบคุมของรัฐที่ต้องได้รับการคุ้มครอง ตามรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน โดย หนังสือพิมพ์ทุกฉบับจะร่วมกันนำเสนอ บทบรรณาธิการร่วม เพื่อแสดงจุดยืน ของสื่อมวลชนทุกแขนงใน หน้า หนังสือพิมพ์ฉบับประจำวันอังคารที่ 11 เม.ย. นี้ พร้อมทั้งจะมีการนำเสนอ บทบรรณาธิการดังกล่าวในสื่อวิทยุและ โทรทัศน์ในช่วงเวลาเดียวกันด้วย (ไทยโพสต์ มติชน กรุงเทพธุรกิจ 6 เม.ย. 49)

15 มิ.ย. พรรคไทยรักไทยประกาศ แนวทางสร้างสมานฉันท์ แต่ฝ่าย กฎหมายพรรคยื่นฟ้องพรรคประชาธิปัตย์ นายเทพไท เสนพงศ์ โฆษกศูนย์อำนวยการ เลือกตั้งพรรคประชาธิปัตย์ และ หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับในคดีหมิ่นประมาท และฟ้องแพ่งเรียกค่าเสียหายอีก 800 ล้านบาท ในเรื่องที่เปรียบเทียบเป็นปอบ ถือเป็นการขัดแย้งกันหรือไม่ นาย พงศ์เทพ เทพกาญจนา รองหัวหน้า

พรรคไทยรักไทย ที่นั่งร่วมแถลงข่าวพร้อมกับ พ.ต.ท. ทักษิณ ได้นำไมโครโฟนแถลง ขาวมาตอบแทนว่า เมื่อมีการกล่าวหาที่รุนแรงต่อบุคลากรของพรรค หากเป็นเรื่อง ที่ไม่เป็นธรรมและเกิดความเสียหาย ก็ไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากให้ศาลที่เป็น คนกลางได้พิสูจน์ความจริง ซึ่งเป็นเรื่องจำเป็นที่ต้องดำเนินการ เมื่อมีการกล่าวหา ที่รุนแรงก็ต้องให้คนกลางมาช่วยหาความจริง ไม่เช่นนั้นก็จะไม่มีการพิสูจน์ความจริง

เมื่อถามย้ำว่า การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นการสวนทางกับแนวทาง สมานฉันท์หรือไม่ นายพงศ์เทพกล่าวว่า หากผู้ถูกกล่าวหาก็ต้องให้คนกลางมา พิสูจน์ความจริง ไม่เช่นนั้นก็จะไม่รู้ว่าคุณจริงเป็นอย่างไร เพื่อให้ผู้เสียหายพิสูจน์ ตัวเองได้

(มติชน 16 มิ.ย. 2549)

สำนักข่าวไทยไทมส์นิวส์ โอเพนเรดิโอ ประกาศปิดตัว แกรมมีอ้างขาดทุน แต่วงในชี้เพราะไม่สนองนโยบาย เชียร์รัฐบาลฝ่ายเดียว แต่เปิดโอกาสให้ฝ่ายต่อต้าน เข้ามาพูดผ่านสถานี

สำนักข่าวไทยไทมส์ โอเพนเรดิโอ 94.0 เมกะเฮิร์ตซ์ ของกองทัพบก ภายใต้ ลังกัดของแกรมมี ซึ่งประกาศตัวเป็นสถานีข่าว และออกอากาศมาเป็นเวลา 5 เดือน จะปิดตัวเองลงในสิ้นเดือนนี้ โดยทางผู้บริหารแกรมมีอ้างสาเหตุการปิดตัวของ สถานีข่าวแห่งนี้ว่า ประสบกับภาวะขาดทุน และจะเปลี่ยนไปเป็นสถานีเพื่อความ บันเทิงแทน

แหล่งข่าวในสำนักข่าวไทยไทมส์ เปิดเผยว่า โอเพนเรดิโอ ซึ่งมีนายพิรุณ ฉัตรวณิชกุล เป็นผู้บริหาร ได้ฟอร์มทีมงานโดยการดึงตัวผู้สื่อข่าว และผู้ดำเนิน รายการที่มีความเชี่ยวชาญเข้ามาร่วมงานจำนวนมาก โดยแลกกับผลตอบแทนที่สูง โดยหวังจะให้เป็นที่สถานีข่าวชั้นนำ อย่างไรก็ตาม แม้การจัดรายการจะ พยายามเสนอข่าวที่สนับสนุนแนวทางของรัฐบาลตามนโยบายของผู้บริหารเป็น ส่วนใหญ่ แต่ก็ได้มีการเปิดโอกาสให้ฝ่ายตรงข้ามของรัฐบาลมาออกอากาศด้วยเพื่อ แสดงความเป็นมืออาชีพออกมา ซึ่งสร้างความไม่พอใจให้กับผู้บริหารที่มีความสนิท สนมกับ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร เป็นอย่างมาก โดยก่อนหน้านี้ได้มีคำสั่งให้นางยุวดี ธิญญสิริ และนางอำพา สันติเมทนีดล 2 ผู้ดำเนินรายการยุติการจัดรายการ เนื่องจาก ผู้ดำเนินรายการทั้งสองได้เชิญนายโสภณ สุภาพงษ์ มาออกอากาศและแสดง ความเห็นวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลในแง่ลบ

แหล่งข่าวเปิดเผยคำสั่งดังกล่าวว่า เกิดขึ้นภายหลังจากเมื่อวันที่ 17 พฤษภาคมที่ผ่านมา พ.ต.ท. ทักษิณ ได้เดินทางเข้าไปพบกับนายไพฑูริย์ ดำรงชัยธรรม ประธานกรรมการบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี ที่สำนักงานถนนนอโคก จนกระทั่งมีคำ ลังปิดสถานีข่าว โดยทางแกรมมีจะนำคลื่นเอฟเอ็ม 94.0 เมกะเฮิร์ตซ์ มาเป็นสถานี ด้านความบันเทิงแทน



ก่อนหน้านี้ นายพิรุณได้เป็นผู้ประกาศตัวว่าเป็นเจ้าของไทยไทม์นิวส์ แต่วงในรู้กันว่านายทุนที่แท้จริงคือนายไพบูลย์ เนื่องจากทั้งสองคนเป็นเพื่อนสนิทกันมาตั้งแต่เป็นนิสิตในจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยตอนนั้นนายพิรุณเป็นนายกลโมสรณิสิตจุฬาฯ ปี 2514 ขณะที่นายไพบูลย์เป็นผู้แทนคณะนิเทศศาสตร์ จากนั้นต่างก็เดินตามเส้นทางของตัวเอง โดยนายไพบูลย์กลายเป็นอภิมหาเศรษฐีเจ้าของค่ายเพลงแกรมมี่ และเป็นเพื่อนสนิทของ พ.ต.ท. ทักษิณ ส่วนนายพิรุณเดินทางเข้าป่า กลายเป็น “สหายขวา” นำกรรมการกลางพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศไทย หลังถูกจับติดคุก 5 ปี ออกมาเป็นนักข่าวนักหนังสือพิมพ์ และเป็นรองเลขาธิการ กกต.

ทั้งนี้ นายสมัคร สุนทรเวช ส.ว. กทม.ได้เคยออกมาโจมตีคลื่น 94.0 แห่งนี้ (ไทยไทมส์) อย่างรุนแรง โดยระบุว่าคลื่นที่ปลุกระดมปล่อยให้โจมตีรัฐบาลได้อย่างไร พร้อมทั้งตำหนิกองทัพบกในฐานะเจ้าของคลื่นอย่างรุนแรงเช่นเดียวกันด้วย

อย่างไรก็ตาม ในขณะนี้ทางรัฐบาลได้เปิดให้คลื่นวิทยุชุมชน 94.25 และ 94.75 เมกะเฮิรตซ์ เข้ามาทำหน้าที่กระบอกเสียงของรัฐบาล โดยมีการดำเนินรายการโจมตีฝ่ายต่อต้านรัฐบาล รวมทั้งโจมตีการทำงานของสถาบันตุลาการที่ออกมาเรียกร้องให้ กกต. ลาออก โดยทั้งสองสถานีมีคลื่นความถี่ที่สูงสามารถรับฟังได้ไกลกว่าข้อกำหนดของวิทยุชุมชน แม้จะมีการร้องเรียนไปยังนายสุรนนท์ เวชชาชีวะ รมต.ประจำสำนักนายกรัฐมนตรีแล้วก็ได้ไม่มีการดำเนินการใดๆ ทั้งที่ก่อนหน้านี้ นายสุรนนท์ ได้อ้างคำร้องเรียนของประชาชนในการปิดสถานีวิทยุที่วิพากษ์



วิจารณ์รัฐบาลหลายครั้ง (ผู้จัดการออนไลน์ 24 พ.ค. 2549)

โฆษกบีบีซีภาคบริการโลกชี้แจงผ่านหนังสือแอเรียล ย้ำปิดบีบีซีภาคภาษาไทยเป็นการตัดสินใจถูกต้อง พร้อมชี้วงการสื่อเมืองไทยมีการแข่งขันสูง

กรณีสหภาพแรงงานนักข่าวอังกฤษ (เอ็นยูเจ) ออกแถลงการณ์เรียกร้องให้สถานีโทรทัศน์บีบีซี ภาคบริการโลกเปิดบีบีซีภาคภาษาไทยเป็นการชั่วคราวในช่วงที่สถานการณ์การเมืองไทยวิกฤติ ส่งผลให้นายจอห์น โกรแกน สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรพรรคเลเบอร์ ผู้เป็นแกนนำคัดค้านการปิดแผนกภาษาต่างๆ ของบีบีซี ได้ยื่นจดหมายเรียกร้องให้เปิดแผนกภาษาไทยเป็นการชั่วคราว ต่อ นายไนเจล แชนแมน ผอ.ภาคบริการโลก สถานีโทรทัศน์บีบีซี

ล่าสุดโฆษกของบีบีซีภาคบริการโลกได้ออกมาชี้แจงผ่านหนังสือแอเรียล ซึ่งเป็นหนังสือภายในองค์กร ระบุข้อความถึงการปิดแผนกภาษาไทย ไม่ได้เป็นการตัดสินใจง่ายๆ และเป็น การตัดสินใจที่พิจารณาจากผลงานที่ผ่านมา เนื่องจากรายการบีบีซีในเมืองไทยมีคนฟังเพียงเล็กน้อย ในจำนวนผู้ฟังรายการวิทยุทั่วประเทศอังกฤษ นอกจากนั้นแนวโน้มที่จะมีคนฟังเพิ่มขึ้นก็จำกัด เพราะวงการสื่อเมืองไทยมีการแข่งขันสูงและขยายตัวมากขึ้น

สำหรับบีบีซีภาคบริการโลก ประกาศปิดแผนกภาษา 10 ภาษา รวมทั้งแผนกภาษาไทย เมื่อเดือนตุลาคม พ.ศ. 2548 และบีบีซีภาคภาษาไทยได้ยุติการกระจายเสียงของตัวเองเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2549 ขณะนี้มีเพียงรายการของฝากจากบีบีซีให้คนไทยรับฟัง 8 สถานี ส่วนใหญ่เป็นสถานีวิทยุของมหาวิทยาลัย อาทิ ธรรมศาสตร์, รามคำแหง, เชียงใหม่, นเรศวร, ขอนแก่น, มอ.ปัตตานี, สวท.ตรัง และ สวท.หนองคาย ทั้งนี้ หนังสือชี้แจงยังเผยแพร่ทางเว็บไซต์

www.ilovebbcthai.com (ไทยโพสต์ 24 มี.ค. 2549)



สื่อมวลชนทำเนียบได้ทำ หนังสือถึงปลัดสำนักนายกฯ ระบุเห็นด้วยกับมาตรการ รักษาความปลอดภัยผู้นำ แต่ขอสิทธิเสรีภาพในการ ปฏิบัติหน้าที่ ผ่านเข้า-ออก ได้สะดวกขึ้น

7 ก.ย. ผู้สื่อข่าวทำเนียบรัฐบาล ได้ทำหนังสือถึง พล.ต.ต. พิรพันธุ์ เปรมภูติ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อแจ้งถึงปัญหาการทำหน้าที่สื่อมวลชนประจำทำเนียบรัฐบาล โดยสื่อมวลชนประจำทำเนียบฯ เห็นด้วยกับมาตรการรักษาความปลอดภัย เพื่อป้องกันการเกิดความรุนแรง รวมถึงการแต่งกายให้สุภาพ แต่มีบางกรณีที่ยากขอความอนุเคราะห์เพื่อความสะดวกในการปฏิบัติหน้าที่ คือ 1. ขออนุญาตทำบัตรชั่วคราวให้กับรถข่าวที่เข้ามาปฏิบัติหน้าที่ และ 2. อนุญาตให้สื่อมวลชนที่ไม่มีบัตรผ่านเข้า-ออกทำเนียบ สามารถแลกเปลี่ยนเข้ามาปฏิบัติหน้าที่ได้ (กรุงเทพธุรกิจออนไลน์ : 7 ก.ย. 2549)

ทักษิณยังใช้มาตรการเข้ม รักษาความปลอดภัย

เจ้าหน้าที่ประสานงานสื่อมวลชนของทำเนียบได้แจ้งกับผู้สื่อข่าวด้วยว่าจะอนุญาตให้สื่อเข้าไปเก็บภาพและทำข่าวเพียง 10 นาที เท่านั้น สำหรับสื่อที่ไม่มีบัตรอนุญาตเข้า-ออกทำเนียบก็จะไม่อนุญาตให้เข้าทำข่าวอย่างเด็ดขาด เมื่อ พ.ต.ท. ทักษิณ เดินผ่านมาถึงจุดที่กลุ่มผู้สื่อข่าวยืนอยู่ พ.ต.ท. ทักษิณได้กล่าวทักสื่อฯ อย่างอารมณ์ดี ว่า “วันนี้เขาวางระบบรักษาความปลอดภัยให้เราห่างกัน แต่ก็อย่าให้ความรักเราเลือนหายไปแล้วกันนะ การให้อิโวกา

แก่คณะตัวแทนนักเรียนพิการ ผู้ปกครอง และองค์กรคนพิการนี้ อนุญาตให้ผู้สื่อข่าวฟังได้ตลอด ถ้าเป็นงานลักษณะนี้ก็อนุญาตให้ผู้สื่อข่าวฟังได้ แต่ถ้าเป็นการประชุมก็คงต้องอีกที แต่ทุกคนต้องช่วยติดบัตรแล้วกันนะ”

ภายหลังให้อิโวกาและพบปะกับกลุ่มผู้ปกครอง นักเรียนพิการ ซึ่งใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง พ.ต.ท. ทักษิณ ได้เดินออกมาอย่างอารมณ์ดี พร้อมกับปรารภว่า “อยู่กับเด็กเลอะหมด เด็กๆ กอดกันใหญ่แต่ก็มีความสุขดี ไม่มีพิษมีภัย มีแต่ของดี” (กรุงเทพธุรกิจ 7 ก.ย. 2549)

ขึ้นป้ายชู-วิทยุชุมชนปลุกกระดม ด้านพันธมิตรหัวเมือง กระแสด้านพันธมิตรฯ เชียงใหม่เดือด กลุ่มหนุนทักษิณ ขึ้นป้ายชูสนธิ-สุริยใสเกลื่อนเมือง ขณะที่ผู้จัดรายการ วิทยุชุมชนเหนือบางรายปลุกกระแสดระดมคนเชียงใหม่ ไล่พันธมิตรฯ ด้านเด็ก ปชป.จวกอย่าปิดกั้นเชียงใหม่เป็น เขตแดนอิทธิพล

7 ก.ย. กรณีพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย จะเดินทางมาเปิดเวทีปราศรัยที่ จ.เชียงใหม่ ล่าสุดบริเวณถนนรอบคูเมืองในเขตของเทศบาลนครเชียงใหม่ ปรากฏว่ามีผู้นำป้ายผ้ามัดข้อความข่มขู่กลุ่มพันธมิตรฯ ว่า หากมาเปิดเวทีปราศรัยจะรอดต้อนรับด้วยกำปั้น ลูกถีบ มีดและก้อน เป็นภาษาคำเมืองมัดตามต้นไม้ไม่ต่ำกว่า 20 ป้าย กระจายรอบคูเมือง 4 ด้าน

นอกจากนี้ยังพบว่า สถานีวิทยุ ซึ่งเป็นสื่อหลัก ได้มีการเปิดสายให้ชาวบ้านโทรศัพท์ เข้ามาแสดงความคิดเห็น ซึ่งชาวเชียงใหม่จำนวนมาก ได้โทรศัพท์เข้ามาแสดงความคิดเห็นว่าพันธมิตรไม่ควรที่จะขึ้นเหนือมาเปิดเวทีปราศรัยใน จ.เชียงใหม่ เนื่องจากมีแนวโน้มที่จะนำไปสู่สถานการณ์ความรุนแรงที่สูง แต่มีรายการวิทยุชุมชนบางแห่ง ซึ่งผู้ดำเนินรายการได้เปิดประเด็นเรื่องการเปิดเวทีปราศรัยของพันธมิตรในลักษณะขู่ และปลุกกระดมให้ชาวบ้านเกลียดชัง และมองว่า พันธมิตรฯ จะมาก่ออันตรายคนเชียงใหม่ในพื้นที่

นายจักรวาล วรรณาวงค์ อดีตผู้สมัคร ส.ส.พรรคประชาธิปัตย์ จ.เชียงใหม่ กล่าวว่า นักจัดรายการวิทยุชุมชนบางคนที่วางตัวไม่เป็นกลางในการแสดงความคิดเห็น และมีการปลุกกระดมชาวบ้านให้เกลียดชังกลุ่มพันธมิตรฯ ว่าจะมาสร้างความรุนแรงในพื้นที่ ซึ่งไม่ต่างอะไรกับการที่จัดตั้งมีอบลัมเวทีปราศรัยของพรรคประชาธิปัตย์ ที่เคยเกิดขึ้นที่เชียงใหม่เมื่อหลายเดือนที่ผ่านมา (คมชัดลึก 7 ก.ย. 2549)

“สนธิ” ยื่นจ.ม. “ป่าเปรม” ร้องระบอบทักษิณ

6 ก.ย. ที่บ้านสี่เสาเทเวศร์ นายสนธิ ลิ้มทองกุล ผู้ก่อตั้งหนังสือพิมพ์ผู้จัดการ ในฐานะแกนนำกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตยและคณะ ประมาณ 10 คน



ได้ยื่นจดหมายเปิดผนึกถึง พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ ประธานองคมนตรีและรัฐบุรุษ โดยมี พล.ร.ท. พะจุณณ์ ตามประทีป หัวหน้าสำนักงานประธานองคมนตรีและรัฐบุรุษ ออกมารับหนังสือแทน ทั้งนี้ นายสนธิพร้อมคณะเดินทางมาด้วยรถตู้สีดำ ท่ามกลางเจ้าหน้าที่ตำรวจรักษาความปลอดภัยจากกองบังคับการตำรวจ นครบาล 1 (บก.น.1) โดยมี พ.ต.ท. สามารถ เนียนทะศาสน์ จัดชุดควบคุมฝูงชนจำนวน 2 หมวด 24 คน มาดูแลความปลอดภัย พร้อมทั้งมีการตรวจสอบรถยนต์ทั่วบริเวณเพราะเกรงว่าจะมีการชุกซ่อนระเบิดไว้

สำหรับเนื้อหาจดหมายมีใจความสำคัญว่า สถานการณ์ของประเทศตกอยู่ในอันตรายและวิกฤตอันเนื่องมาจากกระบอบทักษิณ ทั้งปัญหาภาคใต้ ปัญหาการแทรกแซงการแต่งตั้งโยกย้ายทหารเพื่อนำกองทัพมาเป็นของตนเอง ปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน

ทท.เรียงหน้าได้ขู่ออก “สนธิ”

ด้านทีมงานด้านกฎหมายและทีมโฆษกของพรรคไทยรักไทย ได้ออกมาตอบโต้นายสนธิ โดยระบุว่าเป็นการกระทำที่ขาดจริยธรรม ต้องประณามเพราะทำให้ประธานองคมนตรีหนักใจ ต้องการจะดึงประธานองคมนตรีมาเป็นพวกเพื่อกระทบซึ่งนายกรัฐมนตรีนี่เป็นการสร้างอำนาจเทียมให้กับตัวนายสนธิเอง ข้อความในจดหมายถือว่าหมิ่นประมาทใส่ร้ายอย่างรุนแรง จงใจทำให้ พ.ต.ท. ทักษิณและพรรคไทยรักไทยเสียหาย ซึ่งนายกฯ ได้สั่งการให้ทนายไปแจ้งความและฟ้องร้องดำเนิน

คดีกับนายสนธิในนามส่วนตัวในวันที่ 8 กันยายนนี้ ส่วนการปราศรัยของกลุ่มพันธมิตรที่ประจวบคีรีขันธ์ ทางพรรคกำลังรวบรวมหลักฐานฟ้องร้องกล่าว (มติชน 7 ก.ย. 2549)

แถลงการณ์องค์กรวิชาชีพสื่อ

4 ก.ย. สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ร่วมกันออกแถลงการณ์ในนามองค์กรวิชาชีพ เรื่อง บทบาทสื่อมวลชนในสถานการณ์ปัจจุบัน ระบุว่า สถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันที่อยู่ในสภาพสับสนและเต็มไปด้วยความไม่ชัดเจนแน่นอน อันเนื่องมาจากความขัดแย้งที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องมาเป็นเวลานาน มีแนวโน้มซึ่งอาจนำไปสู่ความแตกแยกที่รุนแรงยิ่งขึ้น ผลแห่งสถานการณ์ดังกล่าวได้ก่อให้เกิดความเป็นกังวลมากขึ้นในสังคมไทยขณะนี้

นอกจากนี้ยังได้ประชุมหารือร่วมกันเมื่อวันพฤหัสบดีที่ 31 สิงหาคม 2549 ที่ประชุมได้ตั้งข้อสังเกตว่า นอกจากการเข้ามาควบคุมและใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่มีหน่วยงานของรัฐเป็นเจ้าของ โดยเฉพาะสื่อวิทยุและโทรทัศน์แล้ว ขณะเดียวกันก็มีความพยายามจะสร้างสื่ออื่นที่รัฐไม่ได้ควบคุมอย่างทั่วถึง อาทิ สื่อหนังสือพิมพ์, สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อข้อความสั้น (SMS) ซึ่งถือเป็นการสร้าง “สื่อเทียม” ที่เครือข่ายนักการเมืองพยายามใช้ประโยชน์สนองตอบเป้าหมายทางการเมืองของตนมากกว่าประโยชน์สาธารณะ จนสร้างความสับสนให้หลงเชื่อว่าสื่อมวลชนมีความแตกแยก เป็นฝ่ายต่อต้านรัฐบาลกับฝ่ายสนับสนุนรัฐบาล อันเป็นพฤติกรรมที่เคยเกิดขึ้นและนำไปสู่ความรุนแรงในชาติมาแล้วหลายต่อหลายครั้งในอดีต

(ไทยโพสต์ มติชน 5 ก.ย. 49)

“ซูวิทย์” ย้ำ ช้องใจ น.ส.พ.”

“รีพอร์ตเตอร์”

ที่พรรคชาติไทย นายซูวิทย์ กมลวิศิษฎ์ รองหัวหน้าพรรคชาติไทย นำหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์เดอะรีพอร์ตเตอร์ ซึ่งหน้าปกเป็นภาพของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี ส่วนด้านหลังปกหลังเป็นภาพโฆษณาของรายการทีวีของนายสมักร สุนทรเวช ส.ว. กทม. ในฐานะผู้ดำเนินรายการมาโชว์ให้กับสื่อมวลชน มาแถลงว่า ปกติสื่อเป็นตัวกลางที่จะนำเรื่องราวต่างๆ ไปนำเสนอให้สังคมพิจารณา ไม่ทราบว่ามีสื่อที่ไม่เข้าใจหลักการนี้ หรือใครต้องการเว้นวรรคหรือต้องการลู่ใช้อำนาจทุนมาสร้างสื่อ อย่างปกหลังที่มีภาพนายสมักร หมดค่าโฆษณาไปเป็นล้านถามว่าใครเป็นคนออกให้ และออกให้เพราะอะไร มีวัตถุประสงค์ใด อย่างนี้เป็น การปรองดองกันใช่ไหม ถ้าสื่อทำงานโดยมีเป้าหมายภารกิจบางอย่าง เมื่อหมดภารกิจนี้แล้วก็สลายตัวและเลิกอย่างนี้ไม่ใช่สื่อ

“สื่อมีหน้าที่เอาความจริงมาเสนอต่อสังคมทั้ง 2 ด้าน ถ้าสื่อมีหน้าที่ยูแยงตะแคงรั้ว หรือเอาความจริงจอมปลอมมาเปิดเผยก็ไม่มีประโยชน์ต่อสังคม



ผมอยากเรียกร้องให้ทุกคนพิจารณาอย่างถี่ถ้วน ขณะนี้มีการเหยียดให้สังคมเกิดความแตกแยกมาโดยตลอด ทั้งเอสเอ็มเอส เว็บไซต์ ทวี วิทยุ หนังสือพิมพ์ อย่างนี้ต้องการให้ปรองดองกันจริงหรือ เพราะฉะนั้น ผมดูแลตัวแทนนายกฯ ไม่มีทางเว้นวรรค แต่ทำนวางแผนสู้ตลอด และทุ่มทุนมหาโหด เปิดโฆษณาทุกฉบับหมดเงินไปเป็นล้านมีวัตถุประสงค์ใด” นายชูวิทย์กล่าว

ปชป. วอน กกต. จับตาสื่อเทียม

นายเทพไท เสนพงศ์ โฆษกสำนักเลือกตั้งพรรคประชาธิปัตย์ แถลงว่า ขอเรียกร้องให้เจ้าหน้าที่ กกต.จับตามอง และเก็บข้อมูลการใช้สื่อของรัฐในการหาเสียงให้กับพรรคไทยรักไทย เพราะรัฐบาลได้ใช้เงินช่องทางราชการมาหาเสียงให้กับพรรคไทยรักไทยโดยทางอ้อม ซึ่งผิดกฎหมายเลือกตั้ง ที่บังคับไม่ให้สื่อทีวี และเคเบิลทีวี โฆษณาหาเสียงให้กับพรรคการเมืองใดพรรคการเมืองหนึ่ง เว้นแต่ กกต.ได้จัดสรรเวลาให้กับพรรคการเมืองต่างๆ โดยเท่าเทียมกันเท่านั้น แต่ในขณะนี้ได้มีข้อมูลปรากฏชัดจากสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ได้เก็บรวบรวมข้อมูลในรอบสัปดาห์พบว่าสื่อโทรทัศน์ยังนำเสนอข่าวพรรคไทยรักไทยมากที่สุดถึง 391 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 67.5 ขณะที่พรรคประชาธิปัตย์ได้นำเสนอเพียง 113 ครั้ง จึงอยากเรียกร้องให้ กกต.ตรวจสอบ ขณะเดียวกันอยากให้เจ้าหน้าที่ กกต.พิจารณาพฤติกรรมและความเคลื่อนไหวของกลุ่มที่ผลิตสื่อเทียมออกมารับใช้พรรคการเมืองด้วยว่าเอาเงินมาจากไหน 100 กว่าล้านบาท และใครอยู่เบื้องหลังการผลิตสื่อเทียม เพราะผลประโยชน์จากการสร้างสื่อเทียม

ย่อมตกแก่พรรคการเมืองบางพรรคเท่านั้น (มติชน 7 ก.ย. 2549)

ตุลาการศาลรัฐธรรมนูญเสียงข้างมาก ชี้ พ.ร.บ. การพิมพ์ พ.ศ. 2484 มาตรา 48 วรรค 2 ไม่ขัดต่อรัฐธรรมนูญ มาตรา 39, 41

7 ก.ย. นายไพบุลย์ วราหะไพฑูรย์ เลขาธิการสำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ แถลงภายหลังการประชุมคณะตุลาการศาลรัฐธรรมนูญ วันนี้ ว่า ที่ประชุมมีมติ 8 ต่อ 2 เสียง เห็นว่า พ.ร.บ.การพิมพ์ พ.ศ. 2484 มาตรา 48 วรรค 2 ที่กำหนดให้ผู้ ประพันธ์ และบรรณาธิการ ที่บัญญัติให้รับผิดชอบร่วมกัน ในฐานะเป็นตัวการ เมื่อไปกระทำการละเมิดต่อสิทธิ และเสรีภาพของผู้อื่น และถ้าไม่ได้ตัวผู้ประพันธ์ ก็ให้เอาโทษกับผู้พิมพ์เป็นตัวการด้วยนั้น ไม่ขัด หรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ มาตรา 39 และ 41 แต่อย่างไร ทั้งนี้ คำวินิจฉัยดังกล่าว สืบเนื่องจากศาลอาญากรุงเทพใต้ส่งคำโต้แย้งของจำเลย คือ บริษัท แมเนเจอร์ มีเดีย กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดย นายตุลย์ ศิริกุลพิพัฒน์ และพวก รวม 2 คน ที่ขอให้ศาลรัฐธรรมนูญพิจารณาวินิจฉัยตามรัฐธรรมนูญ มาตรา 264 กรณี พ.ร.บ.การพิมพ์ พ.ศ. 2484 มาตรา 48 ขัดหรือแย้งต่อรัฐธรรมนูญ มาตรา 39 และ 41 หรือไม่ และศาลฎีกาส่งคำโต้แย้งของจำเลย คือ นายตุลย์ ที่ขอให้วินิจฉัยในคดีเดียวกัน ซึ่งข้อเท็จจริงตามคำร้องทั้ง 2 สรุปได้ว่า

กรณีแรก พนักงานอัยการ สำนักงานอัยการสูงสุด และ ม.ร.ว. จัดมุงคกุล โสณกุล อดีตผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทย ร่วมกันเป็นโจทก์ ยื่นฟ้องบริษัท แมเนเจอร์ฯ โดยนายตุลย์ ศิริกุลพิพัฒน์ เป็นจำเลยที่ 1 และจำเลยที่ 2 กรณีที่ 2 นายชวน หลีกภัย ในสมัยที่ยังดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี เป็นโจทก์ยื่นฟ้องนายตุลย์ ศิริกุลพิพัฒน์ เป็นจำเลยที่ 1 และนายสนธิ ลิ้มทองกุล เป็นจำเลยที่ 2 ในฐานความผิดเดียวกัน คือ ร่วมกันหมิ่นประมาท โดยการโฆษณาด้วยเอกสาร ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 326, 328, 332 และมาตรา 83 พ.ร.บ.แก้ไขเพิ่มเติมประมวลกฎหมายอาญา (ฉบับที่ 11) พ.ศ. 2535 มาตรา 3, 4 และ พ.ร.บ.การพิมพ์ พ.ศ. 2484 มาตรา 48 (กรุงเทพธุรกิจ 8 ก.ย. 2549)





16 ก.ย. พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร รักษาการนายกรัฐมนตรี ให้สัมภาษณ์บนเครื่องบินระหว่างเที่ยวบินจากลอนดอนไปประเทศคิวบา เพื่อร่วมประชุมกลุ่มประเทศไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด (นาม) ที่จัดขึ้นระหว่างวันที่ 15-16 กันยายน 2549 ด้วยสีหน้าแจ่มใสกว่าหลายวันที่ผ่านมาว่า ที่ผ่านมามีพักผ่อนนอนหลับหลายชั่วโมง และมีเวลาอ่านหนังสืออีกมาก ทำให้มีความคิดใหม่หลายเรื่องที่จะนำมาใช้เพื่อให้เป็นประโยชน์กับประเทศชาติ

“กลับมาคราวนี้จะมีเรื่องใหม่ๆ ทำอีกมาก แต่คงไม่ถึงกับฮือฮา แต่กำลังคิดว่า จะทำด้วยตัวเองหรือทำผ่านกระบวนการพรรคการเมือง”

รักษาการนายกฯ บอกว่า อาจจะไม่รวรรคทางการเมือง เพราะสังคมไทยสื่อไทยขี้อ่อน อยู่ยาวนานไปก็ขี้อ่อน พร้อมยกตัวอย่าง พล.อ. เปรม ติณสูลานนท์ ประธานองคมนตรีและรัฐบุรุษ ที่วันนี้สื่อยกย่องว่าเป็นคนดี แต่เมื่อย้อนกลับไปดูเมื่อครั้งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี จะเห็นว่าในช่วงที่เปรม พล.อ. เปรม หนังสือพิมพ์ทุกฉบับต่างโจมตี พล.อ. เปรม เช่นกัน

“ผมย้อนไปดูเรื่องเก่าๆ แล้ว ผมว่าผมโดนหนักแล้ว แต่พอไปดูสมัยป่าแล้วโดนหนักกว่า ค่อยมีกำลังใจ รู้สึกสูสีกัน”

(ไทยโพสต์ 16 ก.ย. 2549)

ปฏิวัติยุคไอที ยึดสื่อ ปิดพื้นที่ข่าว

19 ก.ย. พล.อ. สนธิ บุญยรัตกลิน หัวหน้าคณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ปฏิบัติการยึดสื่ออย่างเต็มรูปแบบและเป็นขั้นตอนกว่า

ทุกครั้งที่ผ่านมา

ตั้งแต่สถานีดาวเทียมไทยคม ที่ควบคุมระบบการสื่อสารทั้งหมดไปถึงฟรีทีวี อินเทอร์เน็ต เคเบิลทีวี และปิดท้ายด้วยการขอความร่วมมือในการนำเสนอข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ต่างๆ

การปฏิบัติการเข้ายึดช่องการสื่อสารดาวเทียมของสถานีดาวเทียมไทยคมครั้งนี้เริ่มขึ้นเมื่อเวลา 21.30 น. โดยรอยัลเอ็มซีจำนวน 4 คัน พร้อมกำลังทหารประมาณ 60 นาย เข้ายึดสถานีดาวเทียมไทยคมพร้อมเครื่องกำลัง ต่อมาก้าวคืบไปยัง ฟรีทีวี มีการตรึงกำลังไปยังช่อง 3, 7, 9, 11 และไอทีวี

ขณะที่สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีคำสั่งจากผู้บริหารสถานีให้ฝ่ายข่าวและฝ่ายถ่ายทอดสดกลับเข้าไปที่สถานีภายในเวลา 22.00 น. และคำสั่งเดียวกันนี้ยังส่งไปถึงสถานีวิทยุสังกัดกองทัพบกอีก 126 สถานี เพื่อให้รอกการถ่ายทอดสัญญาณโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5

เวลา 20.00 น. มีคำสั่งให้ทุกช่องเตรียมพร้อมให้ถ่ายทอดสด จากโทรทัศน์รวมการเฉพาะกิจ โดยห้ามมิให้มีรายการอื่นใดเข้าแทรก พร้อมทั้งสั่งกำลังพลทุกหน่วย พร้อม ณ ที่ตั้งเข้ายึดสถานีโทรทัศน์

อย่างไรก็ดีเพียงช่อง 9 ที่ให้มีการถ่ายทอดเสียงของ พ.ต.ท. ทักษิณ ชินวัตร ประกาศสถานการณ์ฉุกเฉิน แต่ก็เพียงไม่กี่นาทีก็ถูกยกเลิกสัญญาณไป ส่งผลให้สถานีวิทยุเครือข่าย อสมท ทั้งหมดถูกยกเลิกสัญญาณด้วยเช่นกัน ส่วน มิ่งขวัญ แสงสุวรรณ กรรมการผู้อำนวยการ อสมท ถูกควบคุมตัว

นอกจากนี้ทหารกลุ่มหนึ่งได้เดินทางไปสำนักงานของ หนังสือพิมพ์รีพอร์ตเตอร์ ของทองเจือชาติกิจเจริญ บริเวณอาร์ซีเอ ถนนพระราม 9 ซึ่งเป็นช่องทางการนำเสนอข่าวสนับสนุนฝ่าย พ.ต.ท. ทักษิณ โดยการสั่งปิดเว็บไซต์ รีพอร์ตเตอร์ (www.reporter.co.th) และปิดช่องการถ่ายทอดโทรทัศน์ออนไลน์ผ่านอินเทอร์เน็ต ช่อง MV1 ที่มีรายการ “สนทนาปัญหาบ้านเมือง” ของนายสมักร สุนทรเวช ทันที

โดยก่อนหน้านี้กลุ่มรีพอร์ตเตอร์ถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็น “สื่อเทียม” และได้รับการสนับสนุนเงินทุนจาก “นายหญิง”

ขณะที่เว็บไซต์ต่างๆ เริ่มถูกบล็อกจนทำให้มีอุปสรรคในการใช้งานและเข้าไม่ได้ในที่สุด ไม่ว่าจะเป็นเว็บไซต์ผู้จัดการ พันธุ์ทิพย์ ฯลฯ ซึ่งค่อนข้างมีกระทุ้งที่เปิดเผยแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเมือง

ปิดท้ายด้วยการปิดเคเบิลทีวี อย่างยูบีซี รวมทั้ง ASTV ก็โดนแดงไปด้วยในช่วงท้ายๆนี้

(Nation Weekend 22 ก.ย. 2549)

คณะปฏิรูปฯ เปิดเสรีภาพสื่อ

21 ก.ย. กรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพบก ได้ประชุมฝ่ายข่าวสื่อโทรทัศน์และวิทยุ ระดับผู้บริหารฝ่ายข่าว บรรณาธิการข่าว และผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านข่าว โดยมีประเด็นหลักคือ การขอข้อเสนอนะและแนวทางการนำเสนอข่าวสาร การปฏิรูปการปกครองของคณะปฏิรูปการปกครองฯ ที่มี พล.อ. สนธิ บุญยรัตกลิน ผบ.ทบ. ได้รับพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งให้เป็นหัวหน้าคณะ โดยมุ่งเน้นสร้างความเข้าใจกับประชาชน ไม่ให้เกิดความ



ตื่นตระหนกและป้องกันความลับสนที่ อาจเกิดขึ้นและเพื่อส่งเสริมการ ปฏิรูปการปกครองให้บรรลุตามเป้าหมาย (ผู้จัดการรายวัน 22 ก.ย. 2549)

แม่ทัพภาค 3 ระงับวิทยุ ชุมชน 17 จังหวัดภาคเหนือ

ที่ห้องประชุมค่ายสมเด็จพระนเรศวรมหาราช อ.เมือง จ.พิษณุโลก พล.ท. สพรัง กัลยาณมิตร แม่ทัพภาคที่ 3 ในฐานะผู้อำนวยการรักษาความสงบเรียบร้อย ในเขตพื้นที่กองทัพภาคที่ 3 ได้ประชุมชี้แจงกับผู้อำนวยการสถานีวิทยุ ผู้อำนวยการสถานีโทรทัศน์ของรัฐ และสื่อมวลชน 17 จังหวัด กว่า 100 คน เกี่ยวกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในขณะนี้ให้เป็นไปตามความเป็นจริง และสร้างสรรค์ นอกจากนี้ได้ให้ประชาสัมพันธ์ 17 จังหวัดภาคเหนือ สั่งระงับการออกอากาศของวิทยุชุมชน ทุกแห่งเป็นการชั่วคราว เนื่องจากที่ผ่านมาได้มีการดำเนินรายการในลักษณะการปลุกระดมมวลชน ส่วนหนังสือพิมพ์ขอความร่วมมือไม่ให้นำเสนอเปรียบเทียบกับข้อมูลเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งในอดีตและปัจจุบัน เนื่องจากอาจจะนำไปสู่ความขัดแย้งของคนในสังคม (ไทยรัฐออนไลน์ 22 ก.ย. 49)

สมาคมนักข่าวสื่อทจดหมาย เปิดผนึกแนะ คมช.

21 ก.ย. สมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทยและสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ในฐานะองค์กรวิชาชีพ จึงมีข้อเสนอแนะและข้อเรียกร้องต่อคณะปฏิรูปการปกครองฯ และเพื่อนร่วมวิชาชีพสื่อสารมวลชนดังต่อไปนี้

1. ในระยะเร่งด่วน คณะปฏิรูปฯ ควรประกาศเจตนารมณ์ที่ชัดเจนว่าจะสนับสนุนและไม่ขัดขวางการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนทุกแขนง พร้อมทั้งให้เสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นและนำเสนอข่าวสารข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างตรงไปตรงมา ถูกต้องครบถ้วนและรอบด้าน ซึ่งการแสดงจุดยืนดังกล่าวจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนโดยรวมและได้รับการยอมรับในสายตาของนานาชาติที่กำลังจับตามองความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองที่เกิดขึ้นในประเทศไทยในขณะนี้

2. การร่างธรรมนูญการปกครองชั่วคราวเพื่อบังคับใช้ระหว่างที่ยังไม่มีรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ ควรมีบทบัญญัติที่จะให้การคุ้มครองและรับรองเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นของประชาชนและสื่อมวลชน โดยให้มีเนื้อหาที่สอดคล้องกับบทบัญญัติในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 โดยเฉพาะในมาตรา 39 และ 41 พร้อมทั้งเร่งผลักดันให้เกิดรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ที่มีสาระสำคัญครอบคลุมหลักการดังกล่าวด้วยเช่นกัน ตลอดจนเร่งผลักดันให้กระบวนการปฏิรูปสื่อวิทยุกระจายเสียงและโทรทัศน์เกิดขึ้นโดยเร็ว

3. ระหว่างที่สถานการณ์ทางการเมืองยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติ ขอให้คณะปฏิรูปการปกครองฯ ได้ยึดมั่นหลักการสำคัญที่สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญฯ พ.ศ. 2540 ในมาตรา 40 ที่ระบุว่า “คลื่นความถี่ที่ใช้ในการส่งวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์และวิทยุโทรคมนาคม เป็นทรัพยากรสื่อสารของชาติเพื่อประโยชน์สาธารณะ” โดยไม่ควรปล่อยให้มีการฉวยโอกาสกระทำการใดๆ ที่เกี่ยวข้องกับสัญญาสัมปทานคลื่นความถี่วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จนกว่าจะมีกลไกสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ อย่างแท้จริง

4. ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อสารมวลชนทุกคนตระหนักดีว่า จะต้องทำหน้าที่เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและส่วนรวมเป็นสำคัญ แต่ในสถานการณ์ที่อ่อนไหวมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่สื่อทุกแขนง ต้องใช้วิจารณญาณอย่างสูงในการปฏิบัติงานเพื่อจะไม่ตกเป็นเครื่องมือของฝ่ายหนึ่งฝ่ายใด ตลอดจนทำงานด้วยความรับผิดชอบและยึดมั่นหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ โดยเคร่งครัด (ผู้จัดการรายวัน, มติชน, ข่าวสด 22 ก.ย. 2549)

26 ก.ย. จดหมายเปิดผนึก เรื่อง ความหวังโยขององค์กรวิชาชีพสื่อมวลชน ในสถานการณ์ปัจจุบัน 4 องค์กรวิชาชีพสื่อ ได้แก่ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ สมาพันธ์นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย และสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย ได้ประชุมหารือร่วมกันในวันนี้ (26 กันยายน 2549) โดยแสดงความหวังโยต่อสถานการณ์บ้านเมืองที่ยังไม่กลับเข้าสู่ภาวะปกติ อีกทั้งยังมีประเด็นที่ต้องพิจารณาเกี่ยวกับการร่างธรรมนูญการปกครองชั่วคราวที่คณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (คปค.) กำลังจะประกาศใช้บังคับในเร็ววัน รวมถึงการจัดตั้งรัฐบาลชั่วคราวและการร่างรัฐธรรมนูญใหม่ต่อไป

ที่ประชุมมีความเห็นร่วมกันในเบื้องต้น สนับสนุนการออกจดหมายเปิดผนึก และแถลงการณ์ ซึ่งสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้เผยแพร่ไปก่อนหน้านี้ เมื่อวันที่ 21 และ 24 กันยายน 2549 พร้อมกันนี้ ที่ประชุมของทั้ง 4 องค์กรวิชาชีพในวันนี้ ยังมีข้อเสนอ



แนะและขอเรียกร้องไปยังคณะปฏิรูปการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ดังนี้

1. เพื่อแสดงความจริงใจและเป็นบทพิสูจน์ว่า คปค. ต้องการส่งเสริมระบอบประชาธิปไตย ขอให้ คปค. ได้บัญญัติหลักการสำคัญเพื่อสร้างหลักประกันรับรองสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐานในการแสดงความคิดเห็นของสื่อมวลชนและประชาชนโดยรวม ลงในรัฐธรรมนูญชั่วคราวและหลักการนั้นไม่ควรน้อยกว่าที่เคยบัญญัติไว้ในรัฐธรรมนูญปี พ.ศ. 2540

2. องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนทั้ง 4 องค์กร มีมติร่วมกันที่จะจัดตั้งคณะทำงานประกอบด้วยผู้แทนจากองค์กรวิชาชีพแต่ละแห่ง เพื่อเฝ้าระวังและติดตามสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสิทธิเสรีภาพของประชาชนและสื่อมวลชน โดยในระยะยาว จะมีการศึกษาและรวบรวมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการทำหน้าที่และสิทธิเสรีภาพของประชาชนและสื่อมวลชน รวมทั้งผลักดันการปฏิรูปสื่อ เพื่อนำเสนอให้ฝ่ายที่เกี่ยวข้องดำเนินการต่อไป

3. องค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนทั้ง 4 องค์กร ขอประณามและปฏิเสธความเกี่ยวข้องกันกับสื่ออื่นใดที่เป็นเครื่องมือนักการเมือง และมีพฤติกรรมขัดต่อหลักจริยธรรมแห่งวิชาชีพ ดังนั้นในขณะที่สถานการณ์บ้านเมืองยังไม่เข้าสู่ภาวะปกติ คณะปฏิรูปการปกครองฯ จะต้องระมัดระวังมิให้มีการฉกฉวยโอกาสของกลุ่มบุคคลดังกล่าว มาทำให้สื่อมวลชนในภาพรวมเสียหายหรือเหมารวมว่าเป็นปัญหาของสื่อทั้งระบบ จนอาจกลายเป็นข้ออ้างให้คณะปฏิรูปการปกครองฯ มีการปฏิบัติที่ลิดรอนสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน

คปส. ชวนประท้วงคมช. เลิกปิดกั้นสื่อ

คณะกรรมการรณรงค์เพื่อการปฏิรูปสื่อ (คปส.) ได้ออกแถลงการณ์ เรียกร้องคณะมนตรีความมั่นคงแห่งชาติ (คมช.) หยุดปิดกั้นเสรีภาพทางความคิด จากกรณีผู้คุมอำนาจรัฐดำเนินมาตรการอันกระทบต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชน อาทิ การสั่งปิดวิทยุชุมชนแบบเลือกปฏิบัติและการสั่งให้วิทยุชุมชนเผยแพร่ข่าวสารของกองทัพบก หรือการปิดเว็บไซต์ควบคุมสื่ออินเทอร์เน็ตที่แสดงความคิดเห็นทางการเมือง เช่น www.19sep.org www.midnightuniv.org หรือการใช้มาตรการทางการกฎหมายฟ้องร้องผู้ที่ออกมาตรวจสอบวิพากษ์วิจารณ์ เช่น การฟ้องร้องเอาผิดทางอาญากับ รศ. ใจ อึ้งภากรณ์ รวมถึงมาตรการอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่อจำกัดเสรีภาพการแสดงออกของพลเมือง (โพสต์ทูเดย์ 5 ต.ค. 49)

ขอแสดงความยินดี

เนื่องในโอกาสครบรอบ
6 ปี

สมาคมนักข่าว

นักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย



สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา



เผยผู้แทนองค์กรวิชาชีพสื่อ ในสภานิติบัญญัติ ต้องทำงานเป็นทีม

12 ต.ค. เลขาธิการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ยืนยัน ผู้แทนองค์กรวิชาชีพสื่อมวลชนที่ได้รับแต่งตั้งเป็นสมาชิกสภานิติบัญญัติจะทำหน้าที่กลั่นกรองกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิเสรีภาพของประชาชนและการปฏิรูปสื่ออย่างรอบคอบ โดยมีคณะทำงานสนับสนุนจากทุกองค์กร

เลขาธิการสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ กล่าวอีกว่า การที่ นางบัญญัติ ทศนิยะเวช ประธานสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ นายสมชาย แสงวงการ นายกสมาคมนักข่าววิทยุและโทรทัศน์ไทย และ นายภัทร คำพิทักษ์ นายกสมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย ได้รับการแต่งตั้งเป็นสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ นั้น จึงเป็นการไปทำหน้าที่ในฐานะผู้แทนองค์กรวิชาชีพทางด้านสื่อมวลชน

โดยองค์กรวิชาชีพทุกองค์กรจะส่งผู้แทนมาเป็นคณะทำงานสนับสนุนการทำหน้าที่ดังกล่าว เพื่อเป็นหลักประกันว่าผู้แทนองค์กรสื่อมวลชนที่เป็นสมาชิกสภานิติบัญญัติฯ นั้น จะสามารถทำหน้าที่ในการกลั่นกรองกฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นการมีส่วนร่วม ของประชาชน และการปฏิรูปสื่อมวลชนได้อย่างรอบคอบ ทั้งนี้ คณะทำงานจะทำหน้าที่ในการประสานงานกับผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนอื่นที่ได้รับแต่งตั้งในครั้งนี้ด้วย เพื่อให้สมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติจากองค์กรวิชาชีพสื่อสามารถทำงานได้อย่างเต็มที่

ผั่ง “อสมท” ข่าว 40 - บันเทิง30 “คู่ย์ข่าว-กบฯ-ถึงลูกถึงคน” ยังอยู่

14 พ.ย. บริษัท อสมท จำกัด (มหาชน) (บมจ. อสมท) ซึ่งมีนายบุญปลุก ชายเกตุ ประธานกรรมการ แลกเปลี่ยนหลังการประชุมว่า ผั่งที่ออกมายังคงเป็นไปตามแนวสังคมอุดมปัญญาเหมือนเดิมซึ่งผั่งดังกล่าวจะใช้ถึงเดือนมิถุนายน 2550 โดยเน้นสัดส่วนข่าว 40% สาระ 30% และ บันเทิง 30% เหมือนเดิมแต่จะเพิ่มรายการที่อสมท ผลิตเองมากขึ้นจากที่ผ่านมา 43% เป็น 50% และลดเวลาของรายการเศรษฐกิจลงเพื่อเพิ่มให้กับรายการแนวสังคม พร้อมทั้งเพิ่มความหลากหลายของเนื้อหาสาระและผู้ผลิตพร้อมทั้งเพิ่มความหลากหลายของแขกรับเชิญที่จะมาจากหลายๆ ส่วนของสังคม ส่วนกรณีสอบเหตุทุจริตของ บริษัทไร้ลุ่มนั้น บอร์ด อสมท ไม่พิจารณาปล่อยให้เป็นที่ของฝ่ายบริหาร ถ้าพบว่ามีผลจริงถึงจะมีการพิจารณาโทษต่อไป

“เราจะต้องมีการดำเนินการจนได้ข้อสรุป แต่เราไม่ปกป้องคนที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งเป็นหน้าที่ของฝ่ายบริหาร ซึ่งเรื่องนี้เป็นเรื่องที่สังคมกำลังจับตามอง คาดว่าจะใช้เวลาสอบไม่เกิน 1 เดือน และจะประกาศให้สาธารณะชนทราบ แต่บอร์ดไม่มีหน้าที่พิจารณาเพียงหน้าที่อุทธรณ์เท่านั้น” นายบุญปลุกกล่าว

นายพงษ์ศักดิ์ พยัฆวิเชียร รองประธานกรรมการ ทำหน้าที่รักษาการ ผอ.อสมท กล่าวว่ นี่เป็นเรื่องใหญ่ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับกฎหมายทั้งทางแพ่งและอาญา และจำนวนเงินก็มากจะบอกว่าเป็นเรื่องที่เราไม่รู้กันไม่กี่คนไม่ได้ เพราะเงินเป็น 100 ล้าน ซึ่งอาจจะมียกงานของ อสมท เกี่ยวข้อง และเป็นเรื่องของชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งเรื่องนี้ต้องเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องชี้แจงก่อน ส่วนเรื่องของรายการนั้นระหว่างการสอบก็ยังคงเป็นตามเดิมอยู่เพราะเป็นคนละเรื่องอย่าไปโยง

สำหรับเรื่องผั่งรายการนั้น นางอรรีรัตน์ อยู่คง รองกรรมการผู้อำนวยการใหญ่ อสมท เปิดเผยว่า รายการในช่วงเวลาหลังข่าวอย่าง คู่ย์ข่าว กบนอกกะลา ถึงลูกถึงคน จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง เพราะเป็นรายการที่สร้างชื่อเสียงและรายได้ให้กับสถานี จะมีการปรับเปลี่ยนในช่วงกลางวันอย่างเดียวและเปลี่ยนเวลาข่าวเป็นช่วงเดียวคือ 19.00-20.15 น. และลดช่วงเบรกของข่าวลงให้ได้เนื้อหาข่าวเข้มข้นขึ้น และจะมีการลดเรื่องเศรษฐกิจลงเล็กน้อยและเพิ่มรายการด้านสังคมมากขึ้นอย่างรายการ ไทยรายวัน ตอน 10.30 น. ของทุกวัน นอกจากนี้ ยังมีการเปลี่ยนรายการหลุมดำเป็นจุดเปลี่ยนที่เสนอในด้านบวกบ้างโดยผู้ผลิตยังเป็นบริษัทที่วิบูรพา เช่นเดิม

ส่วนความเคลื่อนไหวของ “กลุ่มพลัง อสมท” ได้ออกแถลงการณ์ฉบับที่ 9 เรื่อง “ให้สังคมพิพากษา” ใจความว่า คาดหวังว่า พล.อ. สุรยุทธ์ จุลานนท์ นายกรัฐมนตรี จะเข้ามาดูแลปัญหา อสมท ในเวลาอันสมควร ตามที่ได้ระบุไว้ในเวที “นายกฯ พบสื่อมวลชน” ที่ทำเนียบรัฐบาล เมื่อวันจันทร์ที่ 13 พฤศจิกายนที่ผ่านมา

นอกจากนี้ แถลงการณ์ดังกล่าวยังได้นำประเด็นการตอบข้อซักถามของ นายธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์ รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี มาเปิดเผยถึงความชัดเจนในความคิดต่อการปรับผั่งรายการของ อสมท ว่าเป็นเช่นไร หลังจากออกมายอมรับสารภาพต่อสาธารณชนว่าได้มีการดำเนินการพูดคุยกับผู้จัดรายการจริงตามที่



“กลุ่มพลัง อสมท” เคยร้องเรียนต่อ นายกรัฐมนตรี โดยขอให้ประชาชนและ สังคมเป็นผู้ตัดสิน เพราะ “กลุ่มพลัง อสมท” ทำอย่างดีที่สุดแล้ว (มติชน 14 พ.ย. 2549)

พืร์พันธ์ุทำชิงชัง ลันตองปรับไอทีวี

7 ก.ย. ที่ทำเนียบรัฐบาล พล.ต.ต. พืร์พันธ์ุ เปรมภูติ ปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะประธานคณะกรรมการ ตรวจสอบข้อเท็จจริงกรณีศาลปกครอง วินิจฉัยว่า การทำสัญญาระหว่าง สำนักงานปลัดสำนักนายกรัฐมนตรี (สปน.) กับไอทีวีไม่ชอบด้วยกฎหมาย กล่าวถึงความคืบหน้าการตรวจสอบข้อเท็จจริงว่า ขณะนี้กำลังรอผลการตรวจสอบข้อสัญญาข้อ 5(4) จากสำนักงาน อัยการสูงสุด และคณะกรรมการ กฤษฎีกาอยู่ ส่วนการประชุมของคณะกรรมการบริหารสัญญาโครงการสถานี โทรทัศน์ยูเอชเอฟ คาดว่าจะนัดประชุม กันเร็วๆ นี้ เพื่อหาแนวทางการดำเนินการต่อไปว่าจะทำอย่างไร ไม่ให้ผิดระเบียบ ข้อสัญญา เพื่อประโยชน์ของรัฐ ส่วนการผ่อนปรนค่าปรับให้แก่ไอทีวีที่ ดำเนินการผิดสัญญานั้นคงไม่ได้ เพราะ ต้องยึดถือตามสัญญาเป็นหลัก มิเช่นนั้น จะทำให้รัฐขาดโอกาสในการฟ้องร้อง ตนอยากให้เรื่องนี้จบเร็วที่สุด (ข่าวสดเว็บไซต์ 7 ก.ย. 2549)



ไอทีวีพ่าย! ศาลปกครองสั่งจ่ายล้มปทานปีละพันล้าน

13 ธ.ค. ศาลปกครองสูงสุดได้อ่านคำพิพากษายืนตามคำพิพากษาของศาล ปกครองกลางให้ไอทีวีต้องจ่ายค่าล้มปทานกับสำนักปลัดสำนักนายกรัฐมนตรีปีละ 1 พันล้านบาท ตามสัญญาและให้ปรับผังรายการเป็นข่าวสารและสารประโยชน์ร้อยละ 70 และบันเทิงร้อยละ 30 (ผู้จัดการออนไลน์ 13 ธันวาคม 2549)

คดีความ

นายสมัคร สุนทรเวช และ นายดุสิต ศิริวรรณ อดีตผู้ร่วมจัดรายการ “เช้าวันนี้ที่เมืองไทย” ทางททบ. 5 รายการ “สมัคร ดุสิตคิดตามวัน” ทางช่อง 9 เป็นโจทก์ฟ้องหนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ ในคดีอาญา ข้อหาหมิ่นประมาท กรณีเมื่อวันที่ 20 ก.ย. หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์ได้ลงข่าวการยึดอำนาจเมื่อวันที่ 19 ก.ย. ได้มีทหาร ส่วนหนึ่งไปควบคุมบุคคลในเครือข่ายผู้ฝึกไฝ่ระบอบทักษิณ คือนายสมัคร สุนทรเวช ส.ว. กทม. และนายดุสิต ศิริวรรณ สองคู่หูพิธีกรรายการในสถานีเครือข่ายต่างๆ แต่ นายสมัครสามารถหนีเอาตัวรอดไปได้ ขณะที่นายดุสิต ถูกควบคุมตัวไว้ ซึ่งไม่เป็นความจริง (ไทยโพสต์ 9 ต.ค. 49)

- @ -





ครูของนักข่าว



ตุลย์ ศิริกุลพิพัฑน์

นักข่าวนักหนังสือพิมพ์อาวุโส พินิจ นันทวิจารย์ เสียชีวิตแล้วด้วยโรคมะเร็งที่ปอด เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2549 ขณะอายุ 74 ปี ทิ้งผลงานและความทรงจำเป็นแบบอย่างให้กับเพื่อนพ้องน้องพี่สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์เป็นตำนานเล่าขานของคนข่าวอิสระคนหนึ่งที่ต้องสู้เพื่อสิทธิเสรีภาพ ไม่ใช่เพื่อตัวเองแต่ต่อสู้เพื่อคนทั้งหลายที่เสียเปรียบด้อยโอกาสในสังคม

พินิจ นันทวิจารย์ เกิดที่อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นลูกของขุนประกอบธุรกิจการ อดีตนายอำเภอบางปะกง เข้าเรียนระดับอุดมศึกษาในคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อถึงชั้นปีที่ 3 ถูกกลบชื่อออกกลางคัน เพราะรับหน้าที่เป็นบรรณาธิการนิตยสาร “เสียงนิลิต” ที่คอยวิพากษ์วิจารณ์ความไม่เป็นธรรมในสังคม จนถูกล้างปิดจากผู้มีอำนาจในบ้านเมืองในยุคนั้น

เพราะถูกลบชื่อจากการเป็นนิลิตนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์นี้เอง เขาก็หันมาเป็นนักข่าวอาชีพ เริ่มต้นการเป็นนักข่าวอาชญากรรมที่หนังสือพิมพ์ “ประชากรรายวัน” เป็นนักข่าวการเมืองหนังสือพิมพ์ “สารเสรี” ต่อมาได้บุกเบิกทำหนังสือพิมพ์ “เอกภาพยุคใหม่” รับหน้าที่เป็นหัวหน้าข่าว อยู่ได้แค่ 2 เดือน หนังสือพิมพ์ก็ถูก





ลั้งปิดโดยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ หัวหน้าคณะปฏิวัติ จากนั้นชีวิตนักข่าวของเขาก็ระหกระเหินอยู่กับหนังสือพิมพ์หลายฉบับ แล้วมารับหน้าที่เป็น บก.ต่างประเทศ หนังสือพิมพ์ “พิมพ์ไทย” ยุครุ่งเรือง และเมื่อหนังสือพิมพ์ “พิมพ์ไทย” เกิดวิกฤติ ก็มาปักหลักเป็นหัวหน้าข่าวหนังสือพิมพ์ “ไทยรัฐ” เป็นนักหนังสือพิมพ์อาวุโสในวัยเกษียณแล้วก็ออกจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐมาเป็นนักเขียนอิสระเมื่อปี 2542

เพื่อนรักนักหนังสือพิมพ์รุ่นราวคราวเดียวกับ พินิจ นั้นทิว جارณ ที่ยังเหลืออยู่ คือ “เวทย์ บุรณะ” อดีตนักศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร ปัจจุบันเป็นนักหนังสือพิมพ์อาวุโสค่ายไทยรัฐ

อดีตนักข่าวชื่อดัง เวทย์ บุรณะ ได้เขียนความทรงจำที่มีต่อพินิจนั้นทิว جارณ ในหนังสือที่ระลึกแจกในงานศพของเขาเมื่อ 2 ก.ค. 2549 โดยชื่อเรื่องว่า “เขามีแต่ปากกา...เป็นอาวุธ”

“เวทย์ บุรณะ เขียนยกย่องวีรกรรมกล้าคิดกล้าเขียนกล้าต่อสู้ของเขาไว้ว่า “เมื่อพินิจ” ถูกจุฬาฯ ลบชื่อขณะ “จิตร ภูมิศักดิ์” ถูกโยกบก หลายมหาวิทยาลัยก็ลบชื่อเล่นงานนิสิตนักศึกษาใครก็ตามที่ออกมาต่อสู้เพื่อสิทธิของประชาชนได้แอกเผด็จการ เมื่อถูกบีบคั้นหนักขึ้น หลายคนต้องดิ้นรนเข้าไปทำงานหนังสือพิมพ์ บ้างก็แอบเขียนบทความที่ส่งหนังสือพิมพ์ใหญ่ น้อยที่ไม่ถูกปิด.... แต่ก่อนงานสื่อสารมวลชน มักจะถูกควบคุมโดยผู้มีอำนาจรัฐ มีแต่หนังสือพิมพ์เท่านั้นที่ยืนหยัดอยู่ได้ แต่ก็ถูกกระทำอย่างแสนสาหัส ไม่อ้อมหายก็ถูกจับกุม คุมขัง.... ผมชอบพินิจที่เขาถูกลบชื่อจากจุฬาฯ แต่เขาก็ทวนกลับไปเอาปริญญา นิเทศศาสตร์ เกียรตินิยมจากจุฬาฯ มาจนได้.... เส้นทางเดินบนถนนหนังสือ และ

หนังสือพิมพ์เขาคือนักหนังสือพิมพ์และนักเขียนสามัญชนจนวาระสุดท้าย... งานของพินิจเป็นงานแห่งศักดิ์ศรีที่วงการรู้ดี ลากยศสรรเสริญมีน้อย แต่ศักดิ์ศรีของนักสู้เพื่อส่วนรวมเขามีอย่างล้นเหลือ”

ในหนังสือที่ระลึกแจกในงานศพของเขาเล่มเดียวกันนี้ “สมิต มานัสฤดี” อดีตหัวหน้ากองบรรณาธิการไทยรัฐ ผู้เกรียงไกร เขียนเกี่ยวกับชีวิตการทำงานของเขาไว้ว่า “การมีอุดมการณ์ เป็นคุณสมบัติ ต้องมีอยู่คู่ชีวิตของคนหนังสือพิมพ์



ตูลย์ ศิริกุลพิพชบุ

ด้วยคุณพินิจ เป็นผู้มีอุดมการณ์ต่อต้านเผด็จการอย่างโดดเด่นในยุคที่สถานการณ์บ้านเมืองตกอยู่ในยุคมืดของประชาธิปไตยสมัยนั้น คุณพินิจได้พยายามที่จะต่อสู้และต่อต้านเท่าที่จะมีช่องแฉม ให้ประชาชนหายใจกลืนอายุแห่งความเสรีที่มีอยู่แทบไม่ต้องพูดถึงเรื่องราวของจรรยาบรรณอันเท่ากับเป็นศีลของคนหนังสือพิมพ์ชีวิตของคุณพินิจไร้มลทินแม้พานโดยแท้ จึงนับได้ว่าคุณพินิจเป็นนักหนังสือพิมพ์ผู้เป็นแบบฉบับได้ผู้หนึ่ง”

บทบาทชีวิตการทำงานหนังสือพิมพ์ นอกจากเป็นนักข่าว หัวหน้าข่าว เขียนบทบรรณาธิการ เป็นอาจารย์สอนการเขียนข่าวการทำข่าว การติดตาม ขุดคุ้ย ทำข่าวแล้ว เขายังเป็นนักเขียนที่ใช้นามปากกาหลายนามปากกา เช่น แรม-ดอน ดินแดง-พินิจนันท์ นันทคุณ ฯลฯ ซึ่งเป็นผลงานสารคดี เรื่องสั้น และนวนิยายที่ได้รับความนิยมจากผู้่านทุกระดับ

ช่วงที่ทำหน้าที่หัวหน้าข่าวหน้าหนึ่ง น.ส.พ.ไทยรัฐ ยามว่างก็จะนั่งเล่าเรื่องราวต่างๆ และถ่ายทอดประสบการณ์ในการทำงานให้น้องๆ นักข่าวได้ฟังเสมอบ่อยครั้งเขาจะพูดถึงเพื่อนชื่อ “จิตร ภูมิศักดิ์” ด้วยความชื่นชมในผลงานและอุดมการณ์ไม่แต่เท่านั้นด้วยจิตใจที่มีเมตตาอย่ยกอโยให้กำลังใจแนะนำน้องๆ นักข่าวให้ยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรมของนักข่าวใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายพอเพียง อยาได้ไปรบกวนใครให้เดือดร้อน

ครั้นเมื่อน้องๆ นักข่าวประสบปัญหาจากการทำงาน ถูกเจ้าของหนังสือพิมพ์ตลอดถึงลูกหลานบริวารเจ้าของหนังสือฯ ซ้ำไม่ซี้มือดูตา เพราะไปเปิดโปงความชั่ว



พินิจ นันทวิจารณ์

พวกพ่อเจ้าของๆ เขามักจะปลอบใจ
น้องๆ นักข่าวว่า “อย่าไปคิดอะไรมาก
ซึ่งเรือแป๊ะต้องตามใจแป๊ะบ้าง ไม่ตามใจ
แป๊ะ เตี้ยแป๊ะก็ไล่ลงจากเรือ ต้องตงงาน
ไม่ได้รับใช้ประชาชน”

เมื่อถามถึงบทบาทเสรีภาพของ
หนังสือพิมพ์เสรีภาพของสื่อมวลชน
เขามักจะพูดว่า “เสรีภาพคือลมหายใจ
ของนักข่าว แต่อย่าได้ใช้เสรีภาพ
ไปเอารัดเอาเปรียบใคร เสรีภาพของ
หนังสือพิมพ์คือเสรีภาพของประชาชน
นักข่าวไม่มีเสรีในการหาข่าว ประชาชน
ก็ไม่มีเสรีในการรับรู้ข่าว” และเมื่อถาม
ถึงนักข่าว ทำไมถึงต้องอิสระ เขามักจะ
อมยิ้ม แล้วตอบว่า “ผมชอบนามปากกา
“นักข่าวอิสระ” มาก ในกระบวนการ
ยุติธรรม เรามักจะได้ยื่นบ่อยครั้ง ตุลาการ
ต้องอิสระความยุติธรรมถึงจะเกิด

เช่นเดียวกับในวงการสื่อมวลชน นักข่าวต้องอิสระ ความจริงถึงจะปรากฏ”

ความทรงจำของผมต่อที่พินิจมีมาก ที่ประทับใจและเป็นแบบอย่างที่ผม
ไม่เคยลืม และนำมาใช้บ่อยๆ คือก่อนจะถามใคร ก็จะเริ่มต้นด้วยถ้อยคำล้นมาคารวะว่า
“ขออภัยครับ”.... แล้วยิงคำถามออกไป

จำได้แม่น แรกๆ ได้ยินที่พินิจใช้คำถามเริ่มต้นด้วยคำ “ขออภัยครับ” ผมฟัง
แล้วรู้สึกเป็นคำเซี่ยๆ และโบราณ แต่พอได้ฟังคำตอบจากผู้ถูกสัมภาษณ์ มี
รายละเอียดมากมายถูกเปิดเผยออกมาเกินกว่าที่คิดก็ต้องยอมรับว่า การเริ่มด้วย
ถ้อยคำว่า ขออภัย นี้ เป็นเทคนิคอย่างหนึ่งเป็นแบบอย่างเฉพาะตัวของผู้สัมภาษณ์

เมื่อถามว่าทำไมเวลาสัมภาษณ์ทุกครั้ง ก่อนที่จะถาม ต้องขึ้นต้นด้วย
คำว่า “ขออภัย” นำหน้าเสมอ เขาจะตอบด้วยอารมณ์ดีว่า “เวลาเราจะนัดไป
สัมภาษณ์ใคร นอกจากจะต้องตรงเวลา ทำความเข้าใจกับเรื่องราวที่จะไปสัมภาษณ์
แล้ว การเริ่มต้น ด้วยคำว่า “ขออภัยครับ” จริงๆ แล้ว การใช้คำนั้น เพื่อไม่ให้เกิด
ความเกร็งและไม่ประหม่า เมื่อใช้ถ้อยคำนี้ ผู้ถูกสัมภาษณ์มักจะไม่ปฏิเสธ และ
พร้อมที่จะเผยข้อเท็จจริงออกมา”

ที่พินิจ จากพวกเราไปแล้ว เราไม่ได้อ่านข้อเขียนใดๆ ของเขาในหนังสือ
วันนักข่าวอีกแล้ว คงเหลือแต่ความทรงจำว่า “เขาคือครูของนักข่าว” คนหนึ่ง

- @ -



เส้นทางหนังสือพิมพ์ กว่าจะถึงมือผู้อ่าน

ภาพโดย... ธีรพล ปิณฑุชาติ
กองบรรณาธิการประชาชาติธุรกิจ

