

การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจและความเป็นสถาบัน เพื่อการให้บริการสาธารณะของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคกลาง

Resilience of the Local Newspapers

อริน เจียจันทร์พงษ์

บทคัดย่อ

หนังสือพิมพ์ก้าวหน้า จังหวัดราชบุรี และหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จังหวัดเพชรบุรี เป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคกลางในประเทศไทย เกิดขึ้นตามความต้องการ และตอบสนองผลประโยชน์ของคนในท้องถิ่นในการให้บริการข่าวสาร อย่างไรก็ตาม ทั้ง 2 องค์กรเป็นธุรกิจที่จะต้องหารายได้และทำกำไรเพื่อการอยู่รอดด้วย การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์องค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน มีสมมติฐานว่า องค์กรสื่อต้องทำงานภายใต้เงื่อนไขสิ่งแวดล้อมทางสังคมรอบ ๆ ตัว เนื้อหาที่สื่อผลิตออกมาเป็นผลผลิตจากความหลากหลายของวัฒนธรรม เทคโนโลยี แรงกดดันทางการเมือง และเศรษฐกิจ จึงต้องพยายามประสานสมดุลระหว่างแรงกดดันเหล่านี้ให้ได้ วิธีการศึกษาใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับเจ้าของ บรรณาธิการ และจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยพบว่า ทั้ง 2 องค์กรต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ พร้อม ๆ ไปด้วยความพยายามรักษาความเป็นสถาบันเพื่อการให้บริการสาธารณะ ภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ การวางเป้าหมาย และการบริหารองค์กร การลงทุนเทคโนโลยีการผลิต และความเป็นมืออาชีพของนักข่าว และ 2) ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ เหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคมที่เกิดขึ้นต่อเนื่องสม่ำเสมอและเกณฑ์การคัดเลือกมาเป็นข่าว แรงกดดันทางการเมือง แรงกดดันทางเศรษฐกิจ และความต้องการของผู้รับสาร อย่างไรก็ตาม การศึกษาพบว่า ในบรรดาเงื่อนไขเหล่านี้ บางอย่างเป็นข้อจำกัดต่อการทำงาน แต่บางเงื่อนไขก็ช่วยกระตุ้นสร้างสมดุลหรือส่งเสริมระหว่างกันอันเกิดจากความพยายามแสวงหาทางรอดทางเศรษฐกิจให้ควบคู่ไปกับการสร้างสถาบันให้คงอยู่

คำสำคัญ : หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น, เศรษฐศาสตร์ของสื่อ, สถาบันสื่อ, สังคมวิทยา
วารสารศาสตร์

อริน เจียจันทร์พงษ์ (นศ.ม. (การสื่อสารมวลชน), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546) ปัจจุบันเป็นอาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องความอยู่รอดของสื่อท้องถิ่น (Resilience of Local Media) ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนจากมูลนิธิสื่อเพื่อการศึกษาของชุมชน

Abstract

Kaona and Petchapoom are two of the local newspapers in Thailand's central provinces of Ratchaburi and Petchaburi, respectively, whose objective is to satisfy the people's need for local information. But they are also a type of business. Therefore, this research analyses the settings surrounding the media organizations which may influence their operations, such as society, culture, technology, politics, and economy. Using in-depth interviews and documentary research, the study discovers that Kaona and Petchapoom have to carry their businesses and serve public interest as a media institution at the same time. Two factors influencing these newspapers can be divided into two groups: internal and external factors. The internal factors are organization planning and management, production technology investment, and media professionalism. Meanwhile, social environment, politics, economy, and demand of information are considered the external factors. The study finds that some of these factors seem to be the constraints in both newspapers' operations. However, some factors provide support for the organizations and maintain the newspapers' balance of being a local media institution and a local business.

Keywords : local newspaper, Media Economics, the press institution, Sociology of Journalism

บทนำ

สื่อวารสารศาสตร์ถือเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารหลักแก่พลเมืองในเรื่องทางการเมืองและเป็นเวทีสาธารณะสำหรับถกเถียงนโยบายและการดำเนินงานต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อประชาชน ขอบข่ายการทำงานดังกล่าวทำให้สื่อมวลชนมีสถานะเป็นสถาบัน

เพื่อให้บริการสาธารณะ (public service) สังคมประชาธิปไตยต้องการระบบการสื่อสารที่จัดให้มีการเสนอข่าวสาร ความคิดเห็น การวิเคราะห์ การถกเถียงในประเด็นสำคัญ ๆ ที่กว้างขวาง สะท้อนความหลากหลายของพลเมืองจนเกิดเป็นมติสาธารณะนำไปสู่การผลักดันให้ผู้แทนประชาชนนำไปปฏิบัติ ตลอดจนกำกับการใช้อำนาจ ในแง่นี้งานวารสารศาสตร์จึงเป็นกุญแจสำคัญในการสนับสนุนคุณค่าของกระบวนการประชาธิปไตย (McNair, 1998, pp. 16-17)

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่น (local newspaper) เป็นสื่อที่เกิดขึ้นตามความต้องการและตอบสนองผลประโยชน์ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ เน้นการเสนอข่าวสารในประเด็นที่เกี่ยวกับท้องถิ่นของตนเอง ขอบเขตการจำหน่ายเฉพาะพื้นที่ผู้อ่านคือผู้ที่อาศัยอยู่ในบริเวณที่หนังสือพิมพ์สังกัดอยู่¹ (พิศิษฐ์ ขวาลาวัช, 2542, น. 6; มาลี บุญศิริพันธ์, 2556, น. 73-74) ในต่างประเทศ เช่น ประเทศอังกฤษ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นมีความสำคัญในการเป็นเวทีที่เปิดกว้างให้ผู้คนในชุมชนได้ใช้อภิปรายเรื่องภายในพื้นที่ที่มีผลกระทบต่อการดำเนินชีวิต นำมาซึ่งความคิดเห็นอย่างหลากหลายในขณะที่หนังสือพิมพ์ระดับชาติ (national newspaper) อาจจะถูกดูในมุมมองจากส่วนกลางในแบบเดียว (Franklin and Murphy, 1991, pp. 8-9)

อย่างไรก็ดี แม้สื่อมวลชนจะเติบโตขึ้นมาเพื่อตอบสนองต่อความจำเป็นทางสังคมและวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคลและสังคม แต่สื่อก็ดำเนินงานในฐานะเป็นธุรกิจที่จะต้องหารายได้และทำกำไรเพื่ออยู่รอดการทำงานของสื่อบางส่วนหรือเกือบทั้งหมดจึงเป็นไปตามแรงผลักดันของระบบเศรษฐกิจแบบตลาด (McQuail, 2010, p. 218) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในอุดมคติควรจะให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริหารท้องถิ่นและเรื่องเกี่ยวกับชุมชน เพื่อให้ประชาชนในพื้นที่ได้ใช้ข้อมูล

¹ ในขณะที่หนังสือพิมพ์ระดับชาติ (national newspaper) ตั้งอยู่ในเขตเมืองหลวง (หรือเรียกว่าหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง) จัดจำหน่ายครอบคลุมทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ เสนอข่าวทุกประเภทโดยเน้นสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อผู้อ่านทั่วประเทศ มีฉบับแยกส่วน (section) สำหรับรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นต่าง ๆ เช่นกัน (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556, น. 73) แต่จะมีข่าวท้องถิ่นเพียง 1-2 หน้าภายในเล่ม

ตัดสินใจในเรื่องที่เกี่ยวข้องในการดำเนินชีวิตของตน เช่น เรื่องเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม แรงผลักดันทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นผลมาจากผลกระทบของอุตสาหกรรมสื่อที่หนังสือพิมพ์ต้องทำกำไรควบคู่กันไปด้วยก็ได้ถูกถาม บทบาทดังกล่าว (Williams, 1998, pp. 83-84) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นยังต้องแข่งขันกับสื่อแขนงอื่น เช่น วิทยุท้องถิ่น วิทยุชุมชน โทรทัศน์บอร์กรับสมาชิกในท้องถิ่น ตลอดจนเผชิญแรงกดดันจากผู้บริหารท้องถิ่นที่พยายามจะเข้ามากำหนดวาระข่าวสาร บางครั้งก็มีสิ่งพิมพ์แจกฟรีเพื่อประชาสัมพันธ์ผลงานของตนเอง (Franklin and Murphy, 1991, pp. 15-18) อาจเรียกได้ว่างานของสื่อ (ไม่ว่าจะเป็นระดับชาติหรือระดับท้องถิ่น) มีความสัมพันธ์อย่างแยกไม่ออกกับเศรษฐกิจและการเมือง ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี

สำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกเมื่อพ.ศ. 2470 ที่จังหวัดเชียงใหม่ ชื่อหนังสือพิมพ์ศรีเชียงใหม่ ออกเป็นราย 10 วัน ออกได้ปีเดียวก็เลิกไป ในระยะแรก (พ.ศ. 2475-2520) หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นขยายตัวไม่มากเพราะพลเมืองอาศัยรวมกันอยู่ไม่หนาแน่น ธุรกิจแต่ละจังหวัดยังเติบโตไม่เต็มที่ โรงพิมพ์ยังไม่เกิด ยกเว้นในจังหวัดใหญ่ รวมถึงระบอบการเมืองไม่เอื้อให้เกิดสภาพการแสดงความเห็นอย่างเสรี จนช่วงปลายพุทธศตวรรษ 2520 มีการขยายตัวและปรับปรุงเนื้อหาและรูปแบบ มีการสั่งซื้อแท่นพิมพ์เก่าจากโรงพิมพ์ส่วนกลาง (พิศิษฐ์ ขวาลาวัช, 2542, น. 1-5)

หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทยยังประสบปัญหาความอยู่รอดทางธุรกิจ จึงทำให้มีลักษณะเฉพาะอย่างหนึ่งคือ เกือบทั้งหมดออกเป็นราย “ลือตเตอร์” คือออกในวันที่ออกผลสลากกินแบ่งรัฐบาล เพื่อผลด้านการตลาด (มาลี บุญศิริพันธ์, 2556, น. 73) นักข่าวท้องถิ่นไม่สามารถมีรายได้พอเลี้ยงชีพ ต้องทำหน้าที่เป็นสตริงเกอร์ (stringer) ให้หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง และประกอบอาชีพอื่นควบคู่ไปด้วย นำไปสู่ภาพลักษณ์ต่อคนทั่วไปว่า นักข่าวท้องถิ่นมักมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับแหล่งข่าว (อดิศักดิ์ ลิ้มปฐปัทมกิจ,

2542, น. 173-178) และยังถูกผู้มีอิทธิพลในพื้นที่คุกคามชีวิตจนบางครั้งต้องงดออกข่าว

สำหรับหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคกลาง มีงานวิจัยในอดีตพบว่า เนื้อหาที่ปรากฏส่วนใหญ่เป็นการประกาศโฆษณา สะท้อนความยากลำบากในการเติบโต และต้องพบสภาวะการแข่งขันกับสื่อที่มาจากส่วนกลางที่มีความน่าสนใจมากกว่า (กิตติมา สุรสนธิและคณะ, 2540, น. 203-220) อ้างถึงใน พิศิษฐ์ ขวาลาวัช, 2542, น. 63-65) ส่วนในภูมิภาคใกล้เคียงกันมีงานวิจัยเรื่องสถานภาพและบทบาทการสื่อสารเพื่อความเป็นพลเมืองของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคตะวันออก พบว่า หนังสือพิมพ์ภาคตะวันออกส่วนใหญ่ยังไม่สามารถยืนหยัดอยู่ได้ โดยการประกอบวิชาชีพหนังสือพิมพ์อย่างเดียว สวัสดิการและการพัฒนานุเคราะห์ในองค์กรมีน้อย และยังมีแรงกดดันจากผู้มีอิทธิพลท้องถิ่นขัดขวางการแสดงบทบาทบริการสาธารณะ (สุกัญญา บุรณเดชาชัย, 2552, น. 1-3)

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการทำงานวารสารศาสตร์ของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคกลางของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยเศรษฐกิจ สังคมการเมือง เทคโนโลยี บุคลากร สื่อด้วยวิธีการศึกษาค้นคว้าผู้ผลิตสื่อมวลชน เพื่อตอบคำถามว่า หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคกลางต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ พร้อม ๆ ไปด้วยความพยายามรักษาความเป็นสถาบันเพื่อการให้บริการสาธารณะอย่างไร

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในทางเศรษฐศาสตร์ องค์กรธุรกิจมีโจทย์หลักในการดำเนินงานคือ จะผลิตอะไร ผลิตอย่างไร และผลิตเพื่อใคร เนื่องจากมีรายจ่ายสำหรับที่ดิน แรงงาน ทุนในการแปรสิ่งเหล่านี้ให้ออกมาเป็นสินค้าจึงคิดบนฐานประสิทธิภาพสูงสุดที่จะบรรลุเป้าหมาย (กำไร) ให้ได้มากที่สุดจากทรัพยากรที่มี (Owers, Carveth and Alexander, 2004, pp. 17-20) เศรษฐศาสตร์ของสื่อ (Media Economics) ก็มีโจทย์อย่างเดียวกัน การที่ธุรกิจสื่อจะมีผลผลิตออกมาได้นั้นต้องใช้เทคโนโลยีและข้อมูลประกอบ

เข้ากันจนออกมาเป็นตัวเล่มซึ่งมีค่าใช้จ่าย² ส่วนรายได้มาจากเงินสนับสนุน จากโฆษณา และจากการซื้อโดยผู้อ่าน ทั้ง 2 ส่วนนี้เป็นปัจจัยที่เสริมซึ่งกันและกัน กล่าวคือผู้ลงโฆษณามองสื่อในฐานะเป็นวิธีการที่จะเข้าถึงมวลชน ยิ่งหนังสือพิมพ์มียอดพิมพ์มากเท่าไรก็จะยิ่งดึงดูดผู้ลงโฆษณา เป็นขายการเข้าถึงผู้อ่านกับผู้ลงโฆษณาผ่านพื้นที่โฆษณา โฆษณาเหล่านี้มาจากธุรกิจระดับชาติที่มีสินค้าขายทั่วประเทศ สินค้าและบริการของเอกชนในท้องถิ่น และประกาศซื้อขายสินค้าของธุรกิจขนาดเล็กและของบุคคลในทางกลับกันผู้สนใจลงโฆษณาตลอดหากยอดพิมพ์ลดลง (Picard, 2004, pp. 109-114) นั่นหมายความว่าองค์กรสื่อจะต้องคิดกลยุทธ์การผลิตเนื้อหาอันมีศักยภาพที่จะสร้างรายได้เพื่อทำให้กระแสเงินสดเป็นบวก (positive cash flow) คือมีเงินสดสำหรับใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจต่อไปได้ (Albarran, 2004, p. 300)

ขณะที่ด้านผู้อ่าน สื่อพยายามสร้างสถานะความเป็นสถาบันทางสังคมขึ้นมาเพื่อให้เกิดการยอมรับ ความเป็นสถาบันนั้นประกอบด้วยกิจกรรมและวิถีปฏิบัติที่ซับซ้อน ทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งถูกกำกับด้วยกฎเกณฑ์ที่เป็นแนวทางในการปฏิบัติร่วมกันของสมาชิกและมีการพัฒนาปรับปรุงอยู่เรื่อย ๆ สืบต่อกันมาจนเป็นที่ยอมรับในสังคม สถาบันสื่อ (The press institution) ก็เช่นกันที่สร้างความคาดหวังต่อสังคมในวงกว้างว่าจะทำหน้าที่จัดหาข่าวสารที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะจนเป็นที่ยอมรับ แต่ก็ไม่มีกฎอย่างเป็นทางการว่า สถาบันสื่อจะต้องเป็นอย่างไร และอันที่จริงสื่อก็ได้เข้มแข็งเหมือนสถาบันทางสังคมอื่นๆ (เช่น สถาบันด้านการเมือง สถาบันด้านการศึกษา) เพราะไม่ได้มีรัฐธรรมนูญหรือกฎการปฏิบัติที่ระบุไว้อย่างชัดเจน อย่างไรก็ดี แม้สถาบันสื่อจะขาดระบบการกำกับที่เป็นทางการ แต่วิถีปฏิบัติของสื่อก็ส่งผลที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ต่อบรรทัดฐานของการปฏิบัติงาน ดังนั้นจึงยังต้อง

ทำให้เกิดการรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น มีการตรวจสอบกันเองและถูกสังคมตรวจสอบได้ไม่ต่างกับสถาบันสังคมอื่นๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือมากขึ้น เพื่อให้ยังคงรักษาสถานะความเป็นสถาบันในการให้ข่าวสารแก่สังคมได้ (McQuail, 2013, pp. 16-18) และเนื้อหาที่ผลิตบนวิถีดังกล่าวก็จะมีศักยภาพในการสร้างรายได้ให้หนังสือพิมพ์ การศึกษาครั้งนี้ใช้แนวคิดสังคมวิทยาวารสารศาสตร์ (Sociology of Journalism) อันมีสมมติฐานที่ว่า สิ่งที่สื่อวารสารศาสตร์ดำเนินการนั้น มีเงื่อนไขมาจากสิ่งแวดล้อมทางสังคมรอบ ๆ ตัว เนื้อหาที่สื่อผลิตออกมาเป็นผลผลิตจากความหลากหลายของวัฒนธรรม เทคโนโลยี แรงกดดันทางการเมืองและเศรษฐกิจ ดังนั้นต้องวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆ ในกระบวนการทำงานที่ถูกกำหนดจากบริบทสังคม (McNair, 1998, p. 3)

องค์กรผู้ผลิตสื่อมีโจทย์ของการผลิตผลงานอยู่บนการประสานความสมดุลให้ไต่ระหว่างการทำกำไร ในฐานะที่สื่อก็เป็นองค์กรธุรกิจแบบหนึ่งที่ต้องหารายได้เลี้ยงตัวเอง และอีกด้านหนึ่งคือ ผลิตผลงานในฐานะบริการข่าวสารต่อสาธารณะหรือเรียกว่ามีวัตถุประสงค์ต่อสังคมไปพร้อมกันด้วย ในทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่า เป็นสินค้าสาธารณะ (public goods) และเป็นสินค้า 2 ตลาด (dual product) กล่าวคือ นอกจากสื่อจะต้องผลิตสินค้าที่เป็นเนื้อหาบรรจุหีบห่อป้อนตลาดผู้บริโภคแล้ว ยังต้องตอบสนองต่อตลาดผู้โฆษณา เนื่องจากรายได้ของสื่อมาจาก 2 แหล่งนี้ วันนี้เมื่อระบบเศรษฐกิจเป็นตลาดเสรีระดับโลก มีการแปรรูปกิจการโทรคมนาคม และขยายงานของสื่อให้เป็นไปในลักษณะระดับชาติและนานาชาติ สื่อจึงอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ทางการเงินมากขึ้นและทำงานภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขัน (McQuail, 2010, p. 218)

สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการผลิตเนื้อหาของสื่อแบ่งได้เป็น 1. ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ เป้าหมาย

² ค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์ แบ่งเป็นการเตรียมผลิตภัณฑ์ (การได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร) และการพิมพ์ออกมาสมบูรณ์เป็นเล่ม โดยเฉลี่ย (ไม่รวมต้นทุนคงที่พวกค่าเช่าที่ดิน เครื่องจักร) มีค่าใช้จ่ายเป็นค่าดำเนินงานร้อยละ 30-35 อีกร้อยละ 50 เป็นค่ากระดาษที่เหลือเป็นค่าใช้จ่ายในการบริหาร กองบรรณาธิการ โฆษณาและการจัดจำหน่าย (Picard, 2004, p. 115)

และการบริหารองค์กร เทคโนโลยีและนักวิชาชีพสื่อ และ 2. ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ เหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคมที่เกิดขึ้นต่อเนื่องสม่ำเสมอ แรงกดดันทางการเมือง แรงกดดันทางเศรษฐกิจ และความต้องการของผู้รับสาร (Shoemaker and Reese, 1996, pp. 1-7; McNair, 1998, pp.13-15; McQuail, 2010, pp. 280-281)

ปัจจัยภายในเรื่องเป้าหมายและการบริหารองค์กร ส่วนใหญ่วางเป้าหมายไว้แบบผสม แต่หายากที่จะดำเนินการได้ตามที่กำหนดไว้ องค์กรสื่อก็เช่นกัน ที่ต้องการทั้งประโยชน์สูงสุดขององค์กรคือ กำไร และอีกด้านหนึ่งคือ ทำงานตามบรรทัดฐานของวิชาชีพสื่อ องค์กรสื่อมีรายได้จากการขายข้อมูลข่าวสารแก่ผู้อ่าน และอีกด้านที่เป็นรายได้หลักคือ ขายพื้นที่โฆษณา แต่ทั้ง 2 ส่วนนี้ก็มีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ ยังมีผู้อ่านเยอะ ผู้ลงโฆษณาก็อยากจะซื้อพื้นที่โฆษณาเพราะมีคนเห็นเยอะ ด้วยเช่นกัน (McQuail, 2010, pp. 282-283) แต่การที่จะทำให้มีผู้อ่านเยอะ ก็ต้องมีเรื่องที่น่าสนใจมาเสนอ ไม่ใช่แค่โฆษณาเพียงอย่างเดียว

ส่วนเรื่องเทคโนโลยี ประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ (economic efficiency) เกิดจากความจำเป็นในการลดต้นทุนให้ต่ำที่สุด และทำให้แน่ใจว่ามีการป้อนสินค้าอย่างต่อเนื่อง และเพียงพอ ในระยะยาวการลดต้นทุนส่วนหนึ่งมาจากการที่จะต้องมีเทคโนโลยีใหม่ๆ ในการผลิต ส่วนระยะสั้นคือ การผลิตให้ได้มากที่สุดด้วยการใช้บุคลากรและอุปกรณ์ที่มีอยู่ แรงกดดันเหล่านี้นำมาสู่การปฏิบัติงานที่ต้องประหยัดเวลา ใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ ลดรายจ่าย และทำงานทันตามกำหนดเวลา มีงานศึกษาข่าวของสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นพบว่า สถานีที่ลงทุนต่ำ บุคลากรจำนวนน้อยกว่า จะมีสัดส่วนข่าวแบบตามเหตุการณ์มากกว่า (หมายถึงต้องพึ่งพาข่าวจากสื่ออื่น บริษัทโฆษณา ตลอดจนจากหน่วยงานประชาสัมพันธ์) หรือหมายความว่าขาดการทำข่าวแบบสืบสวนสอบสวน ดังนั้นเทคโนโลยีมีผลอย่างเห็นได้ชัดในการทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ทั้งเรื่องความเร็ว ความยืดหยุ่น และสมรรถนะ จึงเป็นแรงผลักดันให้องค์กรสื่อแข่งขันกันนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ เพราะนำมาซึ่งมาตรฐานทางเทคนิคที่สูงบนราคา

ที่ต่ำกว่า อีกด้านหนึ่งคือมีอิทธิพลต่อความคาดหวังของผู้อ่านที่จะได้สินค้าที่เป็นมืออาชีพมากที่สุด (McQuail, 2010, pp. 329-330)

สำหรับเรื่องบทบาทของนักวิชาชีพสื่อ ภูมิหลัง (รวมถึงการผ่านการศึกษาด้านวารสารศาสตร์โดยตรงหรือไม่ และการฝึกอบรมทางวิชาชีพ) และทัศนคติของตัวผู้สื่อข่าวมีผลต่อเนื้อหาที่ผลิตออกมา (Shoemaker and Reese, 1996, p. 254) หลักปฏิบัติทางวิชาชีพ (code of conduct) เป็นสิ่งที่รับรองความน่าเชื่อถือ ประเด็นสำคัญคือนักข่าววางบทบาทตนเองแบบใดระหว่างแบบไม่ยุ่งเกี่ยว (neutrality) ทำงานในลักษณะเป็นเพียงผู้บอกข่าวสาร (informer) กับ วางตัวแบบเป็นตัวแทนของสาธารณะ ตรวจสอบแบบสุนัขเฝ้าบ้าน นักข่าวส่วนใหญ่มักเป็นไปในแบบแรกซึ่งเกี่ยวข้องกับคุณค่าหลักแบบหนึ่งในวงวิชาชีพที่เรียกว่า วัตถุวิสัย (objectivity) องค์กรสื่อจำนวนมากยังมีคู่มือการทำงานที่ระบุถึงคุณค่าแบบดังกล่าว ด้วยการจำกัดมุมมองความเชื่อของตนเองในรายงานข่าว ยังสอดคล้องกับตรรกะในเชิงพาณิชย์ของธุรกิจสื่อ ตั้งแต่ความคิดแบบเลือกข้างมีแนวโน้มดึงดูดฐานผู้อ่านได้แคบ (McQuail, 2010, pp. 283-284) อย่างไรก็ตามก็ตีพิมพ์ตระหนักว่าคุณค่าแบบนี้ถูกสังคมสร้างขึ้นและต่อมาได้รับการวิพากษ์ว่า ทุกเรื่องเล่าย่อมต้องมีโลกทัศน์ของผู้เล่า ในแบบใดแบบหนึ่งฝังเป็นแก่นเรื่องอยู่ไม่มีทางที่จะปลอดคำนิยมจากตัวผู้รายงาน (McNair, 1998, pp.71-72) นอกจากนี้ มาตรฐานการทำงานของนักวิชาชีพยังมีเงื่อนไขจากแรงจูงใจทางเศรษฐกิจด้วย

ปัจจัยภายนอกเรื่องแรงกดดันทางการเมืองอาทิระบอบการเมือง นักการเมือง รวมถึงกลุ่มผลประโยชน์ในสังคมล้วนมีอิทธิพลต่ออิสระในการรายงานของสื่อ ระบอบเสรีนิยมประชาธิปไตยจะมีการควบคุมจากรัฐน้อยกว่า ระบอบอำนาจนิยม อย่างไรก็ตามก็ตีกลไกในการควบคุมมีทั้งแบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ เช่น กดดันทางการเงิน การใช้ความรุนแรงทางกายภาพ การฟ้องร้องทางกฎหมาย การเซนเซอร์ การลอบบี้อำนาจให้งดออกข่าว ยิ่งวิพากษ์วิจารณ์ผู้ใช้อำนาจรัฐมาก ก็ยิ่งมีความพยายามที่จะเข้ามาควบคุมสื่อมาก (McNair, 1998, pp. 13, 82-87,

93-98; Shoemaker and Reese, 1996, pp. 259-260)

ส่วนเรื่องแรงกดดันทางเศรษฐกิจ อาทิ แรงกดดันจากคู่แข่งที่เป็นสื่อแข่งขันเดียวกันและต่างแขนง แรงกดดันจากผู้ลงโฆษณา แรงกดดันจากเจ้าของ องค์กรสื่อที่มีผลกำไร นำพ้อใจมีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงความเป็นมืออาชีพมากกว่า องค์กรที่มีความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ (Shoemaker and Reese, 1996, p. 257) เมื่อสื่อเป็นธุรกิจ เรื่องที่นำมารายงาน ก็ต้องขายได้ด้วย จึงเกิดการทำให้เป็นสาระบันเทิง (Infotainment) มากกว่าที่จะรายงานการเมืองแบบเข้มข้น วิเคราะห์ นักข่าวก็อยู่ภายใต้อิทธิพลของ องค์กรที่มีตรรกะแบบนี้ รูปแบบความเป็นเจ้าของสื่อ ก็มีผลต่อประเด็นดังกล่าวด้วย (McNair, 1998, p. 101, 2000, pp. 1-2) การวางสมดุลในเรื่องนี้เป็นเรื่องยาก สื่อบางแห่งมีรายได้จากโฆษณาเพียงอย่างเดียวโดยไม่มีรายได้จากการขาย เช่นพวกหนังสือพิมพ์แจกฟรี บางแห่งมีรายได้จากโฆษณามีสัดส่วนสูงกว่าการขายตัวผลิตภัณฑ์มาก อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์ในสหรัฐรายได้มากกว่าร้อยละ 80 มาจากโฆษณา และมีโฆษณาลงในเล่มเฉลี่ยร้อยละ 60 ของในฉบับ ซึ่งไม่ได้หมายความว่า เป็นอิสระน้อยกว่าแต่บอกเป็นนัยว่าจะมีความน่าเชื่อถือน้อย ในฐานะเป็นสถาบันเพื่อให้บริการข่าวสารต่อสาธารณะ โดยเฉพาะถ้าเนื้อหาในข่าวไปข้องเกี่ยวกับสิ่งที่ลงโฆษณา กรณีสุดขั้วคือแยกไม่ออกเลยว่า เป็นข่าวหรือเป็นโฆษณา-ประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ ยุคอินเทอร์เน็ต แม้เป็นอีกช่องทางใหม่ในการหารายได้ แต่อีกด้านหนึ่งก็ทำลายธุรกิจสื่อดั้งเดิมด้วยการให้อ่านฟรีโดยไม่ต้องจ่ายเงิน เขี่ยของการมีโฆษณานบนอินเทอร์เน็ต ดูเหมือนจะเป็นหนังสือพิมพ์ระดับชาติและระดับท้องถิ่นที่ต่างประสบปัญหาในเรื่องการตอบสนองต่อตลาดผู้อ่าน (McQuail, 2010, pp. 222-223)

ขณะที่เหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคมที่เกิดขึ้นต่อเนื่อง สม่่าเสมอเป็นแหล่งที่มา (sources) ของวัตถุดิบในการผลิต กรณีนั้ข่าวหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น คือ เหตุการณ์นั้น มีแง่มุมบางอย่างเกี่ยวข้องกับพื้นที่ที่หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นนั้นวางจำหน่าย เช่น ไฟไหม้หรืออาชญากรรม ในท้องถิ่น การตัดสินใจของสภาท้องถิ่น แต่ข่าวระดับชาติ

ก็มีแง่มุมความเป็นท้องถิ่นเช่นกัน เช่น หากเป็นเรื่องที่มีผลกระทบต่อคนในท้องถิ่น ขณะเดียวกันข่าวที่ถูกรายงานบ่อย ในสื่อท้องถิ่นก็สามารถกลายเป็นข่าวระดับชาติได้ ในแง่นี้จึงหมายถึง ข่าวไม่ใช่ผลผลิตของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น แต่เป็นผลผลิตของกระบวนการผลิตของนักข่าวและ องค์กรข่าว (Franklin and Murphy, 1991, pp. 60-61) เกณฑ์ การคัดเลือกเหตุการณ์มาเสนอเป็นข่าว โดยทั่วไปใช้ สิ่งที่เรียกว่า คุณค่าข่าว (news value) แต่มันมีความ สัมพันธ์ค่อนข้างมาก กล่าวคือ เหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้น และน่าสนใจก็อาจถูกบดบังได้ด้วยข่าวอื่นที่สดใหม่กว่า และน่าสนใจมากกว่า และยังเกี่ยวกับองค์กร เช่น พอดีกับ พื้นที่การนำเสนอและเวลาที่เผยแพร่หรือไม่ ตรงกับความ คาดหวังของผู้อ่านหรือไม่ (McQuail, 2010, pp. 310-311) นอกจากนี้ยังพบว่า ข่าวส่วนใหญ่เสนอกิจกรรมของ คนเด่นคนดัง ผู้มีอำนาจ แหล่งข่าวมักเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ หรือภาคธุรกิจเพราะเข้าถึงนักข่าวง่ายและบ่อยครั้ง มักเตรียมประเด็นสำเร็จรูปเอาไว้ให้นักข่าวแล้ว ขณะที่ปัจเจกบุคคลหรือตัวแทนกลุ่มทางสังคมขนาดเล็ก มีทักษะในการสื่อสารเรื่องของตนเองได้น้อยกว่า (Shoemaker and Reese, 1996, p. 253)

ส่วนความต้องการของผู้รับสาร องค์กรสื่อมักเสนอ เนื้อหาที่ตรงกับผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย หนังสือพิมพ์ บางแห่งไม่ได้เสนอเนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของ มวลชน แต่เสนอเนื้อหาตอบสนองเฉพาะกลุ่มที่ดึงดูด ผู้ลงโฆษณา (Shoemaker and Reese, 1996, p. 259) มีงานวิจัย ในสหรัฐอเมริกาหลายชิ้นพบว่า บางองค์กรสื่อยังถือว่า ตนเองรู้มากกว่าและถูกผู้ชมว่าเียงเผลอ แต่สุดท้าย ก็ตกใจที่มียอดผู้ชมน้อยกว่าที่คาดในสิ่งที่ตนเสนอ ซึ่งคิดว่าดีแล้ว อย่างไรก็ดี สื่อมีอาชีพอีกจำนวนมาก ก็ไม่คิดว่ายอดผู้รับสารจะเป็นตัววัดคุณภาพที่น่าเชื่อถือ (McQuail, 2010, pp. 294-296)

เงื่อนไขที่กล่าวมา ไม่ใช่ทั้งหมดที่เป็นข้อจำกัด ต่อการทำงานสื่อ บางอย่างช่วยทำให้เกิดอิสระในการ ทำงาน เช่น แหล่งรายได้ที่เป็นทางเลือกหรือนโยบายของ รัฐในการคุ้มครองการทำหน้าที่ของสื่อ หรือบางอย่าง ก็ช่วยกระตุ้นสร้างสมดุลระหว่างกัน เช่น ความต้องการ

ของผู้อ่านทำให้สื่อไม่สามารถเสนอแต่เพียงโฆษณา³ หรือ เกียรติภูมิความเป็นสถาบันสื่อช่วยปกป้องแรงกดดันจากสถาบันสังคมภายนอก ขณะเดียวกันถ้าปราศจากแรงกดดันจากปัจจัยภายนอกเลยก็จะเป็นตัวบ่งชี้ว่า องค์กรสื่อ่นั้นไม่มีความสำคัญต่อสังคม (McQuail, 2010, pp. 280-281)

อย่างไรก็ดี สำหรับวิธีการศึกษาขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชน มีข้อจำกัดอยู่บ้างคือ บางครั้งอาศัยการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมกับคนทำงาน หรือต้องสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้องในองค์กร ผู้ผลิตจึงต้องได้รับความยินยอมและการให้ความร่วมมือจากองค์กรที่ถูกศึกษาด้วยจึงเป็นความยากแบบหนึ่งในการได้มาซึ่งข้อมูล

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษารุ่นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) กลุ่มตัวอย่างคือ องค์กรหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคกลาง 2 แห่ง ได้แก่ หนังสือพิมพ์ก้าวหน้า จังหวัดราชบุรี และ หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จังหวัดเพชรบุรี ทั้ง 2 แห่งมีความน่าสนใจเนื่องจากเป็นหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นที่มียอดจำหน่ายสูงสุดของจังหวัด และดำเนินการต่อเนื่องยาวนานกว่า 40 ปี⁴ ลักษณะเชิงพื้นที่ยังใกล้ชิดกรุงเทพฯ ผู้อ่านมีตัวเลือกคือหนังสือพิมพ์ส่วนกลางที่มีกรอบการจำหน่ายเดียวกับกรุงเทพฯ และไม่มีคะแนนชัดเชิงภูมิภาค เช่น อัตลักษณ์ทางศาสนา วัฒนธรรม เท่ากับภาคอื่น ช่วงเวลาเก็บข้อมูลคือ สิงหาคม-ธันวาคม 2557

เครื่องมือในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกเจ้าของและ/หรือบรรณาธิการบริหาร บรรณาธิการข่าว และเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประเด็นที่ต้องรวบรวมเพื่อนำมาวิเคราะห์ได้แก่

- 1) แนวคิดที่การจัดการจัดตั้งองค์กร
- 2) นโยบายของหนังสือพิมพ์ โครงสร้างองค์กรและ

บุคลากร ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรสื่อ

3) การบริหารหนังสือพิมพ์ การบริหารงานผลิตและจัดจำหน่าย การบริหารการเงินและการวิเคราะห์คู่แข่ง (แรงกดดันทางเศรษฐกิจ)

4) การทำข่าวและการบรรณาธิกรณฯ ท่ามกลางบรรดาเหตุการณ์อันหลากหลายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ตลอดจนแรงกดดันทางเศรษฐกิจ การเมือง และความต้องการของผู้อ่าน เพื่อตอบคำถามว่า กลุ่มตัวอย่างปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ พร้อม ๆ ไปกับความพยายามรักษาความเป็นสถาบันเพื่อการให้บริการสาธารณะอย่างไร

ผลการวิจัย

1. หนังสือพิมพ์ก้าวหน้า จังหวัดราชบุรี

1.1 แนวคิด ที่มา และประวัติการจัดตั้งองค์กรหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2498

โดยนายหยา เรื่องชัย นักธุรกิจค้าของป่าชาวจีนในจังหวัด เขาเห็นว่า การรับรู้ข่าวสารของประชาชนในจังหวัดราชบุรีขณะนั้นอยู่ในวงจำกัด วิทยุเป็นเพียงสื่อเดียวที่เข้าถึงประชาชน แต่ทุกครัวเรือนก็ไม่ได้มีวิทยุเพราะราคาแพง ข่าววิทยุมีแต่ข่าวจากกรมโฆษณาการ⁵ เนื้อหาเป็นประกาศจากภาครัฐไม่น่าสนใจ ส่วนหนังสือพิมพ์ส่วนกลางก็ขนส่งมาไม่สะดวก เขาจึงรวมเงินในหมู่เพื่อนฝูงทำหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นชื่อหนังสือพิมพ์ “ก้าวหน้า” ระยะแรกเป็นกระดาษปรู๊ฟหยาบ ๆ พิมพ์คู่เดียว ทำในหมู่มือสมัครเล่น เป็นข่าวสั้น มีตารางการซื้อขายสินค้าที่จำเป็น แต่ยังไม่มีเวลาการตีพิมพ์เผยแพร่แน่นอน ในระหว่างนั้น นายบุญยัง สันธนะวิทย์ ผู้สมัครรับเลือกตั้งในจังหวัด ได้ซื้อหัวหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าจากกลุ่มนายหยาผู้ก่อตั้ง มาใช้หาเสียงทางการเมืองเหมือนรัฐบาลจอมพล ป. ทิ้งออกหนังสือพิมพ์

³ โฆษณาเพิ่มขึ้นหมายถึงมีรายได้มากขึ้นก็จริง แต่ก็ต้องเพิ่มหน้าด้วยซึ่งมีต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น และนักข่าวก็ต้องหาเรื่องมาลงตีพิมพ์มากขึ้นด้วยเช่นกัน (Shoemaker and Reese, 1996, p. 258)

⁴ งานวิจัยเรื่องสถานภาพและบทบาทหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทยของบรรยงค์ สุวรรณผ่อง และคณะ เมื่อพ.ศ. 2551 (2557) พบว่าหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า และหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จัดอยู่ในระดับกิจการที่มีความเข้มแข็ง คือมีแหล่งเงินทุนจากรายรับโดยตรงของกิจการ อาทิ การขายโฆษณา หรือรายได้จากยอดจำหน่าย เป็นต้น โดยมีส่วนต่างของสถานะรายรับโดยตรงของกิจการสูงกว่ารายจ่ายเกินกว่าร้อยละ 30 ดำเนินการอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 10 ปี มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง มียอดจำหน่ายตั้งแต่ 5,000 ฉบับขึ้นไปต่อรอบการพิมพ์

⁵ เปลี่ยนชื่อเป็นกรมประชาสัมพันธ์เมื่อพ.ศ. 2495 (กรมประชาสัมพันธ์, 2558)

เสถียรภาพของพรรคเสรีมนังคศิลา มีนายเฉลียว จงเจริญ (บิดาของนายเฉลิมศักดิ์ จงเจริญ เจ้าของและบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ก้าวหน้าในปัจจุบัน) เป็นผู้ดำเนินการ ต่อมา เมื่อเกิดการรัฐประหาร พ.ศ. 2500 นายบุญยัง ได้ออกจาก แวดวงการเมือง แต่เขาได้มอบหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าให้นาย เฉลียว รับไปดำเนินการ ระยะแรก นายเฉลียว ต้องทำงาน คนเดียวแทบทั้งเล่ม และต้องจ้องจามักู๋ยืมเงินมาลงทุน ธุรกิจโรงพิมพ์และทำหนังสือพิมพ์ไปพร้อมกันเพื่อให้ หนังสือพิมพ์อยู่รอด (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2557, น.108-110) ปัจจุบัน พ.ศ. 2558 หนังสือพิมพ์ก้าวหน้ายัง ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง สมัสมอตลอด 58 ปีที่ผ่านมา

1.2 นโยบายของหนังสือพิมพ์ โครงสร้างองค์กรและ บุคลากร ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรสื่อ

หนังสือพิมพ์ก้าวหน้าวางนโยบายการทำงานว่าเป็น สื่อกลางของประชาชน สะท้อนความต้องการไปสู่ภาครัฐ เสนอข่าวสารนำพาประชาชนให้เข้าใจถึงการบริหารจัดการ ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเรื่องต่าง ๆ อันมีผล กระทบใกล้ชิดตัวประชาชน ให้ประชาชนได้รู้จัก รู้จริง กับเหตุการณ์ ทำความจริงให้ปรากฏไม่ดั่งตนเป็นตุลาการ ตัดสินความผิดถูกของใคร (สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ, 2557, น. 110; เฉลิมศักดิ์ จงเจริญ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2557)

โครงสร้างองค์กรและบุคลากรยุคแรกที่นายเฉลียว เข้ามาดำเนินการเต็มตัวเมื่อ พ.ศ. 2500 เขาเป็นทั้งเจ้าของ และเป็นบรรณาธิการ เป็นผู้หาข่าวเอง มีนักเขียนคอลัมน์ ไม่ประจำที่เป็นมิตรสหายช่วยส่งเรื่องมาลง ปัจจุบันเป็น ธุรกิจครอบครัวรุ่นที่ 2 มีนายเฉลิมศักดิ์ บุตรนายเฉลียว เป็นเจ้าของและเป็นบรรณาธิการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2523 โดย ขณะนั้นเขาเรียนที่คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แต่ยังไม่ทันจบการศึกษา ก็กลับ มารับช่วงกิจการต่อ

โครงสร้างองค์กรปัจจุบันเป็นวิสาหกิจบุคคล บริหารแบบกิจการครอบครัว แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

1) กองบรรณาธิการ ประกอบด้วยบรรณาธิการ และ ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการ 2-3 คน มีเงินเดือนประจำ คนละประมาณ 5,000-7,000 บาท และมีรายได้เพิ่มเติมจาก

การส่งข่าวให้หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง นอกจากนี้มีผู้สื่อข่าว พิเศษ (สตริงเกอร์) ที่เป็นครู ข้าราชการ และคนทำธุรกิจ ส่วนตัวในจังหวัด มีนักเขียนคอลัมน์เก่าแก่ที่เขียนมา 10-20 ปี มีผู้สื่อข่าวประจำอำเภอประมาณ 10 คน คอยส่ง เบาะแส ส่งข่าวและภาพข่าวมายังกองบรรณาธิการ อย่างไร ก็ดีหนังสือพิมพ์ไม่ได้ให้ค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนประจำ แต่ให้ค่าน้ำมันเดือนละประมาณ 1,000-2,000 บาท ตลอดจนของขวัญเล็ก ๆ น้อย ๆ และจัดเลี้ยงให้ในช่วง ปีใหม่

2) ฝ่ายผลิตเป็นบุคลากรในโรงพิมพ์ 5 คน แบ่งเป็น ฝ่ายคอมพิวเตอร์ทำหน้าที่จัดหน้า พิมพ์บทความ และฝ่าย ช่างดูแลการพิมพ์ มีเงินเดือนประจำ ทั้งนี้ไม่มีฝ่ายจัดการ การตลาด

ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรสื่อ หนังสือพิมพ์ ก้าวหน้ามีเจ้าของเป็นผู้ตัดสินใจทั้งงานข่าวและงานด้าน ธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกประเด็นข่าว การสั่งการ เพื่อทำข่าวให้สมบูรณ์ การตามค้นจับ การตรวจสอบ ต้นฉบับ การจัดหน้าเพื่อนำไปสู่กระบวนการผลิต และ การหาโฆษณา ระยะหลังพยายามปรับองค์กรด้วยการวาง ตารางการทำงานในแต่ละขั้นตอนให้แต่ละส่วนดำเนินการ กระบวนการทั้งหมดให้ทันเส้นตายได้เอง

ส่วนบุคลากรการทำงานข่าว หนังสือพิมพ์ก้าวหน้า มีนักข่าวประจำ 2-3 คน และอาศัยผู้สื่อข่าวประจำอำเภอ ต่าง ๆ ช่วยส่งเบาะแส แต่ทั้งหมดยังขาดทักษะการเจาะ ประเด็นข่าว

“ไม่ใช่ว่า ‘เห็นเลือดเท่านั้นถึงจะเป็นข่าว’ ต้องมอง สิ่งที่เกิดขึ้นแล้วแตกประเด็นได้เข้าใจที่มาที่ไปแต่เรา ยังขาดนักข่าวที่มีฝีมือเข้าไปเจาะ ผมต้องคอยบอกกราย ละเอียดว่า ไปที่ไหน ไปคุยกับใคร และคุยแบบใด ยังต้อง ไปตามแหล่งข่าวราชการ เขามักปฏิเสธที่จะให้ข่าว นักข่าว ยังต้องมีฝีมือพลิกแพลง แต่ของเรายังไม่ถูกฝึกให้เป็นมือ อาชีพ หากมีองค์กรวิชาชีพเข้ามาฝึกอบรมน่าจะดีขึ้น”

(เฉลิมศักดิ์ จงเจริญ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2557)

เจ้าของยังมองว่า องค์กรขาดการสร้างผู้สื่อข่าว ที่มีฝีมืออย่างต่อเนื่อง เป็นผลจากมีผู้สนใจมาเป็นนักข่าว

ท้องถิ่นน้อยเพราะค่าตอบแทนต่ำไม่สามารถเลี้ยงตัวเองได้ ทั้งนี้รายได้ของหนังสือพิมพ์ร้อยละ 70 มาจากโฆษณา ถ้าหาได้มากอาจจะจ้างผู้สื่อข่าวประจำที่ถูกฝึกมาโดยตรงได้มากขึ้นและให้ค่าตอบแทนสูงขึ้นเป็นแรงจูงใจ แต่เมื่อหาไม่ได้ จึงทำได้แค่จ้างคนที่พอจะเขียนได้ ถ่ายภาพได้มาทำงาน ปัญหาความไม่เป็นมืออาชีพจึงวนเวียน

1.3 การบริหารหนังสือพิมพ์

การบริหารงานผลิตและจัดจำหน่าย ยุคแรกตีพิมพ์เป็นขนาดแทบลอยด์ ราคาฉบับละ 50 สตางค์ กระดาษปรู๊ฟ ขาวดำ การเงินในช่วงแรกตั้งต้องประสบปัญหาพอสมควรในการหาเงินมาจ่ายค่ากระดาษ ค่าหมึกพิมพ์ เพราะต้องจ่ายเป็นเงินสด จึงต้องหางวดต้องงวด บางครั้งถึงเวลาจะพิมพ์ยังไม่มีเงินค่ากระดาษ ค่าหมึก จึงต้องสำรองจ่ายไปก่อน หมายความว่า ต้องมีเงินสดสำรองเป็นจำนวนมาก ประกอบกับในช่วงเริ่มก่อตั้งยังไม่มีเครดิตมากจึงดำเนินการด้วยความยากลำบาก

ต่อมา พ.ศ. 2523 หนังสือพิมพ์ก้าวหน้าได้เปลี่ยนเป็นขนาดบรอดชีต 12 หน้า ขาวดำ ออกราย 15 วัน (รายปักษ์ตามรอบของผลสลากกินแบ่ง) พิมพ์รอบละประมาณ 4,000-5,000 ฉบับ ปรับราคาเป็น 5 บาท จากนั้นจึงมีการปรับราคาเป็น 7 บาท และ 10 บาทเมื่อ พ.ศ. 2550 จากนั้น พ.ศ. 2551 จึงปรับหน้าแรกเป็น 2 สี พิมพ์รอบละ 6,000 ฉบับ

เมื่อพ.ศ. 2557 หนังสือพิมพ์ได้ปรับหน้าแรกเป็น 4 สี เจ้าของระบุว่าเพราะลูกค้าที่จะซื้อโฆษณาอยากได้เป็นหน้าสี ซึ่งเดิมตอนที่ไม่มีทำ 4 สี มีกำไรต่อเล่ม เมื่อลูกค้าต้องการจึงปรับเปลี่ยนแต่ไม่ได้ค่าโฆษณาตามเป้า ค่าเพลตตกเดือนละ 20,000-30,000 บาท จึงมีความคิดว่า จะปรับขนาดหนังสือพิมพ์เป็นแทบลอยด์เพราะสามารถพิมพ์ในระบบดิจิทัลได้ซึ่งจะทำให้ลดค่าเพลตลงไปมากแต่เจ้าของวิเคราะห์แล้วเห็นว่า มีความเสี่ยงที่ลูกค้าจะไม่ยินยอมลงโฆษณาเพราะเคยลงโฆษณาขนาดใหญ่ และอาจต้องปรับราคาค่าโฆษณาลง รวมถึงยังต้องปรับการจัดวางหน้าและความยาวของเนื้อหา สุดท้ายเมื่อต้นเดือนธันวาคมที่ผ่านมาตัดสินใจว่า ได้ไม่คุ้มเสีย และตีพิมพ์ในรูปแบบเดิม

ปริมาณการพิมพ์ในปัจจุบัน รอบหนึ่ง (ราย 15 วัน) พิมพ์ประมาณ 6,000-8,000 ฉบับ โดยเจ้าของจะพิจารณาว่าในรอบนั้น ๆ มีข่าวดีข่าวเด่นหรือไม่ ก่อนที่จะตัดสินใจปริมาณการพิมพ์แต่ละรอบ

ส่วนงานการจัดจำหน่าย ไม่มีระบบบอกรับสมาชิก แต่ใช้วิธีการวางแผงเองในแผงหนังสือพิมพ์เขตเทศบาลเมือง และแผงตามอำเภอต่าง ๆ มีทั้งจัดส่งไปและแผงมารับเองที่โรงพิมพ์ แผงได้ 3 บาท หนังสือพิมพ์ได้ 7 บาท อย่างไรก็ตามนี้ไม่ได้กระจายไปทุกอำเภอ เพราะแผงที่รับหนังสือพิมพ์ไปวางแผงเองโดยให้เหตุผลว่า คนไม่ค่อยซื้อหนังสือโดยทั่วไปอ่าน อาจเป็นเพราะไปติดตามวิทยุโทรทัศน์ อินเทอร์เน็ตแทนจึงอ่านสื่อกระดาษน้อยลง ทำให้ทยอยปิดที่ละแผงสองแผงในช่วง 1-2 เดือนที่ผ่านมา ส่งผลยอดขายหนังสือพิมพ์ตกแผงละ 100-300 เล่ม ถ้ามีแผงวาง หนังสือพิมพ์ขายได้เกือบหมดเหลืออย่างมาก 100 ฉบับต่อรอบการพิมพ์ นอกจากนี้ ยังให้เด็กนักเรียนวิ่งขายตามถนน ซึ่งพบว่า ขายดีกว่าการวางแผงเพราะถึงมือผู้อ่าน แต่ปัจจุบันเริ่มเกิดปัญหาว่า เด็กขายหนังสือหายากขึ้น

การบริหารการเงินและการวิเคราะห์คู่แข่ง รายได้ของหนังสือพิมพ์ก้าวหน้ามาจากโรงพิมพ์ที่รับงานภายนอกและมาจากรายได้ของหนังสือพิมพ์มาถัวเฉลี่ยกัน โดยในส่วนธุรกิจหนังสือพิมพ์ รายได้ ร้อยละ 70 มาจากโฆษณา อีกร้อยละ 30 มาจากยอดขายราย (ทั้งหมดไม่เปิดเผยตัวเลข)

รายได้ที่เข้ามาในส่วนค่าโฆษณา ได้จากธุรกิจเอกชนในพื้นที่ซึ่งลงโฆษณาติดต่อกันมานานเป็นสิบ ๆ ปี เช่น ตลาดศรีเมือง และได้จากบริษัทรถยนต์ซึ่งซื้อโฆษณาหน้าสี่เต็มหน้าเป็นรายปี (โฆษณาหน้าสี่เต็มหน้าราคา 16,000 บาท หน้าขาวดำเต็มหน้า 8,000 บาท) ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 5-6 ปีแล้ว และยังได้โฆษณาจากชาวจีนมาช่วยเสริมอย่างไรก็ดี สำหรับรายใหม่ ๆ ไม่ค่อยมีเข้ามา ดันทุนเฉลี่ยของหนังสือพิมพ์ 13 บาทต่อฉบับ หากรวมค่าใช้จ่ายในกองบรรณาธิการแล้วจะอยู่ที่ 20 บาท ซึ่งรายได้จากขายหนังสือพิมพ์และโฆษณาที่เข้ามาถือว่า พอเลี้ยงตัวได้ในแต่ละรอบการพิมพ์ ส่วนรายจ่าย จ่ายเงินเดือนประจำกับนักข่าวประจำและบุคลากรในโรงพิมพ์ แต่ไม่ได้จ่ายเงินเดือนให้นักเขียน นักข่าวอิสระ ไม่เช่นนั้นรายได้อาจไม่พอจ่าย

การวิเคราะห์คู่แข่งเจ้าของหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า ระบุว่าหนังสือพิมพ์ของเขาไม่มีคู่แข่งในเรื่องการเสนอข่าว โดยให้เหตุผลว่า แม้ในจังหวัดราชบุรีจะมีหนังสือพิมพ์หลายหัว แต่เปิดหัวเพื่อไปเอาโฆษณาแล้วพิมพ์แจกเฉพาะผู้ที่ซื้อโฆษณาให้ผ่านไปได้แต่ละรอบการพิมพ์ ส่วนคู่แข่งที่เป็นหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง เจ้าของหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า ระบุว่า ไม่ใช่ปัญหาเพราะหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า วางแผนรอบบาย และฉีกประเด็นให้ต่างกับหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง โดยพยายามหาเรื่องที่มีผลกระทบกับท้องถิ่น มาเสนอซึ่งหนังสือพิมพ์ส่วนกลางไม่มี หรือเสนอแต่ผิวเผิน สำหรับคู่แข่งสื่อแขนงอื่น เช่น วิทยุ เคเบิลทีวี ในท้องถิ่นเขามองว่า ไม่ใช่คู่แข่งเพราะเสนอแต่ข่าวประกาศจากราชการ หรือข่าวกิจกรรม การเปิดงานของราชการ เป็นข่าวแห้ง แต่การไม่มีคู่แข่งก็ทำให้องค์กรเฉื่อยชา (เฉลิมศักดิ์ จงเจริญ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2557)

การขยายรอบการพิมพ์ เคยทำครั้งหนึ่งในช่วงเลือกตั้งท้องถิ่น โดยปรับเป็น 5 วันต่อรอบและปรับเป็นขนาดแท็บลอยด์ แต่ไม่ได้พิมพ์เท่าปริมาณปกติแต่โฆษณาไม่เข้าแม้จะเจาะโฆษณาจากพรรคการเมืองต่างๆ ที่ลงสมัคร จนยอดตกเหลือแค่ 1,000-2,000 ฉบับ ปัญหาเกิดจากหาข่าวแง่มุมที่แตกต่างปิดตันฉบับไม่ได้ เพราะนักข่าวขาดความเชี่ยวชาญในการแตกประเด็น จึงล้มเลิกการขยายรอบการพิมพ์ เจ้าของวิเคราะห์ว่าส่วนหนึ่งเพราะขาดคนไปหาโฆษณา และหากจะขยายรอบการพิมพ์ต้องยอมขาดทุน 1-2 ปี ให้ติดตลาดก่อน และต้องมีเงินทุนสำรองก้อนใหญ่ ส่วนการขยายช่องทางการนำเสนอเคยมีเว็บไซต์ข่าวแต่ปัจจุบันไม่ได้ทำแล้วเพราะไม่มีผู้ดูแลระบบ และยังไม่คิดจะขยายไปยังช่องทางวิทยุหรือโทรทัศน์ เพราะลงทุนสูง

1.4 การทำข่าวและการบรรณาธิการ

สภาพปัญหาโดยทั่วไปของจังหวัดราชบุรีได้แก่ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พื้นที่ป่าไม้ถูกทำลายเพื่อใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ โดยเฉพาะป่าด้านตะวันตกของจังหวัดพื้นที่ที่ถกเขาตะนาวศรี อำเภอสวนผึ้ง และ อำเภอบ้านคา

จากที่มีป่าไม้ประมาณ 3 ล้านไร่เศษ ถูกบุกรุกไปกว่าร้อยละ 80 ข้อมูลเมื่อ พ.ศ. 2547 พบว่า เหลือพื้นที่ป่าประมาณ 1,037,993.75 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 31.96 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด พื้นที่ป่าสงวนมีจำนวน 7 แห่ง เขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าจำนวน 1 แห่ง (ภาคภูมิ ถูกขะเมธ และ โอนทัย บุญยะบุรณ, 2555, น. 13-14) ปัญหามลพิษทางน้ำจากน้ำเสียชุมชน โรงงานการเกษตร และโรงงานอุตสาหกรรม เทศบาลบางแห่งยังไม่มียุทธศาสตร์สร้างระบบบำบัดน้ำเสีย ส่วนภาคเกษตรมีการใช้สารเคมีมากเกินไปจนความจำเป็นและน้ำเสียจากฟาร์มปศุสัตว์ (สุกร) ในเขตอำเภอปากท่อ อำเภอจอมบึง ทำให้น้ำในแม่น้ำแม่กลองมีคุณภาพต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน จัดอยู่ในคุณภาพน้ำแหล่งน้ำประเภทที่ 4 คือ ไม่เหมาะสมสำหรับการใช้ประโยชน์เพื่อการอุปโภคบริโภค (สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร, 2557) ยังมีปัญหามลพิษทางอากาศเกี่ยวกับการสร้างโรงงานผลิตกระแสไฟฟ้าในจังหวัดราชบุรี ซึ่ง

จังหวัดราชบุรีเป็นจังหวัดที่มีโรงไฟฟ้ามากที่สุดในประเทศไทยคือ 6 โรง จึงมีการคัดค้านการก่อสร้างเพิ่มเป็นระยะตั้งแต่ พ.ศ. 2550 (ประชาไท, 2557) ปัญหาอาชญากรรมและยาเสพติด โดยในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา (2550-2554) มีจำนวนคดีที่ตำรวจจับเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากประมาณ 7,000 คดี เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 9,000 คดี ใน พ.ศ. 2554 เฉลี่ยเพิ่มขึ้นปีละ 500 คดี และมีผู้กระทำความผิดเป็นเยาวชนมากขึ้น และมีการจับกุมคดียาเสพติดเพิ่มขึ้น กล่าวคือ พ.ศ. 2551 จำนวน 4,284 คดี พ.ศ. 2552 จำนวน 5,475 คดี พ.ศ. 2553 จำนวน 6,503 คดี และ พ.ศ. 2554 จำนวน 7,071 คดี (สำนักงานจังหวัดราชบุรี, 2557) ส่วนการเมืองภาคประชาชนในจังหวัดราชบุรี การรวมตัวของชุมชนยังไม่เข้มแข็งมากนัก แม้หลัง พ.ศ. 2543 จะมีการกระจายอำนาจการปกครองสู่ท้องถิ่นมากยิ่งขึ้นและประชาชนในจังหวัดเริ่มต้นตัวทางการเมืองแต่ยังขาดการรวมกลุ่มจากภาคประชาชนในการช่วยจับตาและเคลื่อนไหวเรียกร้องประเด็นต่าง ๆ มากนัก⁶

⁶ งานวิจัยเรื่องการเมืองท้องถิ่นจังหวัดราชบุรีของภาคภูมิ ถูกขะเมธ และ โอนทัย บุญยะบุรณ (2555, น. 199-296) พบว่า วัฒนธรรมการเมืองของชาวจังหวัดราชบุรี ประชาชนส่วนใหญ่ไม่เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมืองมากนัก จะมีบ้างในบางกลุ่มที่ติดตามการเมืองรับฟังข่าวสาร วิทยุวิจารณ์ แต่ไม่เข้าไปร่วมทางการเมืองอย่างจริงจัง เช่น การเรียกร้องสิทธิในเรื่องต่าง ๆ

ประเด็นข่าวที่หนังสือพิมพ์ก้าวหน้าจังหวัดราชบุรีนำเสนอส่วนใหญ่จะเป็นข่าวตามเหตุการณ์ ใช้เกณฑ์คุณค่าข่าวเรื่องความใกล้ชิด ผลกระทบกับประชาชนในจังหวัดและความมีเงื่อนไข อาทิ การใช้งบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นว่า ดำเนินการอะไร ใช้งบประมาณไปอย่างมีประสิทธิภาพและทุจริตหรือไม่⁷ และข่าวการเลือกตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงการแต่งตั้งโยกย้ายเจ้าหน้าที่รัฐที่จะเข้ามาในจังหวัด

ในการทำข่าวจะไม่ใช้วิธีเปิดประเด็นหรือทำข่าวสืบสวนสอบสวนด้วยตนเอง แต่จะใช้วิธีการตามประเด็นข่าว คือ มีการเปิดประเด็นข่าวจากแหล่งข่าว แล้วหนังสือพิมพ์จึงตามความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องเจ้าของหนังสือพิมพ์ในฐานะบรรณาธิการระบุถึงแนวทางการทำข่าวไว้ว่า

“สังคมในท้องถิ่นรู้แคบ ความคุ้นเคยกันมีมาก ใครไปทำมิชอบก็รู้กันหมด แต่ในการเสนอข่าวก็ลำบาก ถ้าไปเล่นหนัก ๆ ด้านเดียวก็ต้องมองหน้ากัน จึงต้องวางสมดุลในการรายงาน ไม่เจาะลึกถึงขนาดเขาไม่มีทางถอย เปิดพื้นที่ให้ทุกฝ่ายได้พูด และรายงานความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องว่าเรื่องไปถึงขั้นไหนโดยกล่าวอ้างแหล่งข่าว ข่าวอาจไม่ลึกนักแต่ใครจะสานต่ออะไรเราก็รายงาน ถ้าไม่ลงข่าวเราเองจะเสียความน่าเชื่อถือเพราะชาวบ้านพูดไปแล้วว่ามีข่าวนั้นข่าวนี้อยู่จริงอยู่อีกด้านหนึ่งพอเรารายงานคนก็ติดตาม ขยี้ได้เกลี้ยงแฉงเพราะไม่มีฉบับใดเสนอ”

(เฉลิมศักดิ์ จงเจริญ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2557)

ตัวอย่างประเด็นข่าว เช่น มีกรณีผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรายหนึ่ง ให้คนของตัวเองกว้านซื้อที่รวบรวมแปลงเพื่อมาขายให้เทศบาลทำที่ดินทิ้งขยะ หนังสือพิมพ์เริ่มเสนอข่าวโดยรายงานการร้องเรียนจากกลุ่มการเมืองที่เป็นฝ่ายค้านในพื้นที่ต่อคณะกรรมการ

ป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.) จากนั้นก็ตามประเด็นต่อมาเรื่อย ๆ ว่า ป.ป.ช.ว่าอย่างไร ส่งเรื่องไปศาลเมื่อไหร่ ผู้ถูกกล่าวหาขึ้นศาลเมื่อไหร่ จนถึงคำตัดสินของศาล หรือกรณีการคัดค้านการก่อสร้างโรงผลิตไฟฟ้า ซึ่งชาวบ้านเกรงว่า จะมีผลกระทบเรื่องมลภาวะ หนังสือพิมพ์เสนอข่าวโดยสัมภาษณ์แกนนำและติดตามความเคลื่อนไหวในการคัดค้านว่า จะทำอะไรที่ไหน อย่างไร รายงานการเดินทางวนมาจับได้ผู้ว่าราชการจังหวัด สุดท้ายสามารถคัดค้านการก่อสร้างได้สำเร็จ จนระยะหลังหากจะมีการก่อสร้างโรงไฟฟ้าก็ไม่ง่าย

หนังสือพิมพ์ก้าวหน้ามีนักเขียนคอลัมน์ที่เป็นคนเก่าแก่เขียนมา 10-20 ปี อาทิ เสธ.เกร (นามปากกา) หรือ ประวิตร จำปาทอง ที่เขียนให้หนังสือพิมพ์ส่วนกลาง (ไทยโพสต์) และยังมีพิมพ์บทความที่มีเนื้อหาเรื่องการเมืองระดับชาติด้วย โดยเฉพาะการประชุมในช่วงปลาย พ.ศ. 2556 หากหยิบขึ้นโปรยหน้า 1 เป็นเรื่องเด่นในฉบับ หนังสือพิมพ์ก็จะขายดี

ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการทำข่าว ได้แก่ ความสามารถในการตามประเด็นข่าวและเจาะข่าว บางครั้งได้เบาะแสมแต่เป็นคำบอกเล่าการทุจริตของหน่วยงานรัฐแต่ขาดคนรู้จริงมาอธิบายให้กองบรรณาธิการเข้าใจว่าจุดที่ผิดปกติคืออะไร ผิดปกติอย่างไร รวมถึงแหล่งข่าวไม่อนุญาตให้อ้างอิงชื่อ ส่งผลให้ข่าวไม่สมบูรณ์ แต่ก็ใช้วิธีบอกเบาะแสมต่อให้ส่วนกลางเปิดประเด็นแทน แล้วหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าก็จะคอยตามประเด็นความเคลื่อนไหวในพื้นที่ต่อ

ปัญหานักข่าวไม่มีแหล่งข่าวที่ให้ข้อมูลเชิงลึกเนื่องจากไม่ได้สร้างแหล่งข่าว ส่วนหนึ่งเพราะมีบุคลากรน้อยไม่สามารถไปพบปะแหล่งข่าวตามงานต่าง ๆ ได้ แต่อีกด้านหนึ่งผู้สื่อข่าวพิเศษและผู้สื่อข่าวประจำอำเภอบางคนไม่รักษาระยะกับแหล่งข่าว บางครั้งไปขอโฆษณาเมื่อมีประเด็นพาดพิงแหล่งข่าวทำให้เกรงใจและไม่กล้าทำข่าว

⁷ จังหวัดราชบุรีมีส่วนราชการในระดับจังหวัด 2 ส่วนคือ คือ หน่วยราชการบริหารส่วนภูมิภาคประจำจังหวัด 31 หน่วยงาน และหน่วยราชการบริหารส่วนกลาง 66 หน่วยงาน การบริหารราชการส่วนท้องถิ่นประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) 1 แห่ง เทศบาลเมือง 3 แห่ง เทศบาลตำบล 25 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) 83 แห่ง (สำนักงานจังหวัดราชบุรี, 2557)

แต่บรรณาธิการย้ำเสมอว่า แม้รู้จักกัน แต่ถ้ามีอะไรก็ต้องลงเป็นข่าวไปตามหน้าที่

“นักข่าวท้องถิ่นมีเงินเดือนไม่มากจึงต้องมีธุรกิจอีกอย่างหนึ่งถึงจะอยู่ได้ตัวเขาและหนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ ก็หาโฆษณาจากพรรคพวกในจังหวัด เป็นระบบอุปถัมภ์ ลงภาพเขาก็ช่วยค่าโฆษณา ยอมรับว่า ส่งผลต่อเนื้อหาที่นำเสนอ ทำให้เราเกรงใจเขา หรือการที่หน่วยงานพาไปดูงานทุกปีก็เช่นกัน หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นทุกที่ที่ติดขัดตรงนี้เพราะมันมีบุญคุณกันอยู่”

(คมกฤช พงษ์สุวรรณ, สัมภาษณ์, 4 ธันวาคม 2557)

ประเด็นนี้ บรรณาธิการ เห็นว่า มีเงื่อนไขจากรายได้ของผู้สื่อข่าวท้องถิ่นไม่เพียงพอ หากมีรายได้ที่พอเลี้ยงตัวเองได้อย่างมีศักดิ์ศรี น่าจะลดปัญหาการอุปถัมภ์จากแหล่งข่าวได้ แต่เรื่องนี้ก็สัมพันธ์กับรายได้ของหนังสือพิมพ์และนโยบายของผู้บริหารหนังสือพิมพ์ที่ต้องเข้มงวดกับบุคลากรของตน ซึ่งที่นี้พยายามทำเป็นตัวอย่างให้หนังสือพิมพ์ฉบับอื่น ๆ

อุปสรรคเรื่องแรงกดดันทางการเมือง ได้แก่การพยายามปิดข่าวของผู้ตกเป็นข่าวซึ่งพบหลายวิธี เช่น ผู้ตกเป็นข่าวให้คนมากว่านซื้อหนังสือพิมพ์ยกแผงในทุกพื้นที่เพื่อไม่ให้ชาวบ้านทราบจนกว่า หนังสือพิมพ์พิมพ์น้อยเพื่อช่วยปิดข่าว มีการขอไม่ให้บรรณาธิการข่าวหรือนักข่าวลงข่าว ซึ่งกองบรรณาธิการและนักข่าวของหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าใช้วิธีชี้แจงว่าเป็นหน้าที่ที่จะต้องทำข่าวส่ง หากไม่ลง ประชาชนจะมาต่อว่าและหนังสือพิมพ์จะเสียหาย และขอเป็นคำสัมภาษณ์ชี้แจงในเรื่องที่ตกเป็นข่าวแทน เพื่อให้ข่าวสมบูรณ์ มีการรายงาน 2 ด้าน หรือหลายด้าน ไม่ได้นำเสนอเพียงด้านเดียว

การใช้วิธีฟ้องร้องดำเนินคดีเพื่อให้หนังสือพิมพ์กลัว ทำให้ยุ่ง เปลืองตัว เปลืองเงินค่าทนาย เสียเวลาเดินทางและดเสนอข่าว ตัวอย่างคือ มีผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรายหนึ่งซึ่งเป็นผู้มีอิทธิพลได้เกิดข้อพิพาทกับทหารในงานทอดกฐิน ทหารได้แจ้งความกับเจ้าหน้าที่ตำรวจว่าถูกทำร้ายร่างกายและได้มาหาหนังสือพิมพ์โดยระบุว่า “ที่มาฟ้องเรียนกับที่นี้เพราะอยู่มา 50 กว่าปี

ถ้าไม่มีอะไรก็คงอยู่ไม่ถึงตอนนี้” กรณีนี้ บรรณาธิการตัดสินใจนำเสนอข่าวโดยให้มีเสียงจากทั้ง 2 ฝ่าย อย่างไรก็ดี โกลัปิดข่าวแล้วแต่ไม่สามารถติดต่อคู่กรณีได้ แต่เจ้าหน้าที่ตำรวจได้ให้สัมภาษณ์พฤติกรรมที่เกิดขึ้นและคู่กรณีก็ได้แจ้งความทหารรายนั้นกลับ จึงเสนอข้อเท็จจริงไปทั้งหมดเพราะมีเจ้าหน้าที่รัฐอ้างอิงแต่ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นคนดังกล่าวโทรศัพท์มาต่อว่าผู้สื่อข่าวและฟ้องหนังสือพิมพ์ แต่หนังสือพิมพ์ยังคงรายงานความถี่หน้าต่อเนื่อง

นอกจากนี้ การรายงานข่าวการเมืองในยุคความขัดแย้งเสื้อสี ทำให้ผู้เกี่ยวข้องถอนโฆษณา ล่าสุดกรณีที่หนังสือพิมพ์เสนอบทความโจมตีนางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร ขณะที่ยังเป็นนายกรัฐมนตรีแรงเกินไป ทำให้กลุ่มคนเสื้อแดงออกมาประท้วงหน้าโรงพิมพ์และแกนนำที่เป็นส.ส.ต้องถอนโฆษณาครั้งหน้าที่ลงมา 10 ปีออกชั่วคราวเนื่องจากตัวเขาเองก็ถูกมวลชนกดดันมาอีกทอดหนึ่ง

2. หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จังหวัดเพชรบุรี

2.1 แนวคิด ที่มา และประวัติการจัดตั้งองค์กรหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ

หนังสือพิมพ์เพชรภูมิก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2499 โดยครูอาจารย์หัวก้าวหน้าในจังหวัดเห็นตรงกันว่าควรมีหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในจังหวัดสักฉบับหนึ่งเพื่อเสนอข่าวสารที่ประชาชนควรรู้ และเพื่อทั่วถึงการบริหารของราชการ จึงรวมตัวกันออกหนังสือพิมพ์ “เพชรภูมิ” มีนายสมชาย เกตุจันทร์ หนายความเป็นบรรณาธิการคนแรก แต่จำหน่ายได้เพียง 3 ฉบับก็ต้องล้มเลิกเนื่องจากไม่มีแท่นพิมพ์ของตนเอง และไม่มีโรงพิมพ์รับพิมพ์ให้ ต่อมา พ.ศ. 2514 นายปรุง สุนทรวาทะ หนายความ ได้ชักชวนเพื่อน ๆ ที่เคยออกหนังสือพิมพ์ในครั้งแรกมาร่วมกันออกอีกครั้งโดยใช้ชื่อเดิม มี นพ.อภิรักษ์ศิริอักษร เป็นผู้ออกทุนดำเนินการและว่าจ้างโรงพิมพ์อนุกุลกิจเป็นผู้จัดพิมพ์ให้เป็นขนาดแท็บลอยด์ เนื้อหา 12 หน้า มีนายปรุง เป็นบรรณาธิการผู้พิมพ์ ผู้โฆษณา วางจำหน่ายราย 15 วัน ออกทุกวันที่ 1 และ 16 ของ

ทุกเดือน อย่างไรก็ดี การดำเนินงานขาดทุนมาตลอด เนื่องจากการจ้างโรงพิมพ์ทำให้ต้นทุนสูง จึงได้ปรึกษากับนักธุรกิจชาวจีนในจังหวัดและได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนสร้างโรงพิมพ์ขนาดเล็กเมื่อเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2518 พร้อมรับงานพิมพ์อื่น ๆ ด้วย หลังเหตุการณ์ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2519 หนังสือพิมพ์ทุกฉบับถูกสั่งปิด ต่อมารัฐบาลนายธานินทร์ กรัยวิเชียร มีนโยบายผ่อนปรนมากขึ้น จึงมีการออกหนังสือพิมพ์เพชรภูมิอีกครั้ง มีนางประโยชน์ สุนทรวาทะ ภรรยานายปรุง บุตรของขุนชาญใช้จักร อดีตผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี เข้ามารับเป็นบรรณาธิการแทน เพื่อให้การขออนุญาตเป็นไปโดยง่ายและออกวางจำหน่ายวันที่ 16 กรกฎาคม พ.ศ. 2523 นายปรุง ยังคงเขียนบทความอย่างสม่ำเสมอ อย่างไรก็ดี วันที่ 9 มิถุนายน พ.ศ. 2527 ถูกคนร้ายยิงเสียชีวิตหน้าประตูจวนผู้ว่าราชการจังหวัดเพชรบุรี นางประโยชน์ มีความคิดจะเลิกกิจการทั้งหมด แต่มีบุคคลสำคัญในจังหวัดจำนวนมากมาให้กำลังใจ จึงดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 35 เป็นหนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายมากที่สุดในจังหวัด (ประวัติโรงพิมพ์เพชรภูมิ, 2557)

2.2 นโยบายของหนังสือพิมพ์ โครงสร้างองค์กร และบุคลากร ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรสื่อ

หนังสือพิมพ์เพชรภูมิวางนโยบายการทำงานว่า ทำหน้าที่เพื่อประชาชน รักษาประโยชน์ส่วนรวมโดยไม่ยึดประโยชน์ส่วนตนเป็นที่ตั้ง ต่อสู้ให้กับสังคมแต่ไม่เป็นศัตรูกับใครเสนอข่าวตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ไม่เอาความเห็นตนเองไปตัดสิน เพราะหนังสือพิมพ์ไม่ใช่ผู้พิพากษา คนตัดสินใจคือคนอ่าน เมื่อประชาชนเชื่อถือศรัทธา ก็จะทำให้หนังสือพิมพ์อยู่รอด (ประวัติโรงพิมพ์เพชรภูมิ, 2557 ; ศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์โสภณ, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2557)

โครงสร้างองค์กรและบุคลากรหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ เป็นนิติบุคคล มี 2 กิจการคือ บริษัทเพชรภูมิการพิมพ์ จำกัด และบริษัทหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จำกัด เป็นกิจการของครอบครัว ปัจจุบันเป็นผู้บริหารรุ่นที่ 2 คือนายปริญญา สุนทรวาทะ บุตรชายนายปรุง เป็นกรรมการ

ผู้จัดการและที่ปรึกษา มีนางประโยชน์ เป็นผู้อำนวยการและที่ปรึกษา มีคณะที่ปรึกษา เช่น นายล้อม เพ็งแก้ว ศรศิลป์ ชาญใช้จักร ในส่วนการปฏิบัติงานจัดองค์กรเป็น 3 ส่วนคือ

1) กองบรรณาธิการ มีนายศักดิ์สิทธิ์เป็นบรรณาธิการรับตำแหน่งเมื่อ พ.ศ. 2551 มีนายอภิชาติ พวงน้อย เป็นหัวหน้ากองบรรณาธิการ ทั้ง 2 คน มีหน้าที่ดูแลทิศทางและปรับปรุงต้นฉบับข่าวให้สมบูรณ์ มีผู้สื่อข่าวประจำ 4 คน ได้รับเงินเดือนประจำประมาณ 10,000 บาท ขึ้นไป แบ่งหน้าที่เป็นด้านการศึกษา ศิลปวัฒนธรรม 1 คน ที่เหลือรับผิดชอบด้านอาชญากรรม ธุรกิจ สิ่งแวดล้อม และข่าวอื่น ทั้งหมดนี้ยังเป็นสตรีเกอร์ให้หนังสือพิมพ์ส่วนกลางด้วย

ยังมีผู้สื่อข่าวพิเศษสามารถทำข่าวให้หนังสือพิมพ์เพชรภูมิได้ โดยเป็นสตรีเกอร์หนังสือพิมพ์ส่วนกลางประจำจังหวัดเพชรบุรี รวมประมาณ 10 คน มีผู้สื่อข่าวประจำอำเภอ อำเภอละ 2 คน มีประจำทุกอำเภอ รวม 16 คน มีหน้าที่รายงานเบาะแสและประสานงานว่า มีเหตุอะไรเกิดขึ้น และจะติดตามรายละเอียดจากใครได้บ้าง แล้วนักข่าวประจำกองบรรณาธิการจะลงไปเจาะเอง โดยจะเว้นในการลงพื้นที่เจาะข่าว เนื่องจากมีความเสี่ยงจะได้รับผลกระทบมากที่สุด ทั้ง 2 กลุ่มนี้ไม่ได้รับค่าตอบแทนประจำ แต่จะเป็นการช่วยเหลือกัน เช่น ค่าน้ำมัน และมีการจัดงานกระชับความสัมพันธ์ในแต่ละปี

2) ฝ่ายการตลาดธุรกิจ มีพนักงานการตลาดประจำ 2-3 คน รับผิดชอบทั้งฝั่งหนังสือพิมพ์และโรงพิมพ์เพชรภูมิ แต่การออกไปหาลูกค้าส่วนใหญ่เป็นในส่วนธุรกิจโรงพิมพ์มากกว่า เพราะในส่วนของหนังสือพิมพ์ลูกค้าจะเข้ามาหาเอง และ

3) ฝ่ายการผลิตเป็นพนักงานในโรงพิมพ์มีอยู่จำนวนหนึ่ง งานหลักคือพิมพ์งานนอกและใช้เวลา 2-3 วัน ก่อนวันวางแผงมาพิมพ์หนังสือพิมพ์ ทั้ง 2 ฝ่ายหลังนี้กินเงินเดือนประจำ

ความเป็นมืออาชีพของบุคลากรสื่อ ในการทำงาน กองบรรณาธิการวางนโยบายเข้มงวดในการไม่รับสินบน และย้ำเรื่องการรักษาระยะกับแหล่งข่าว เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และนำมาสู่การคัดกรองบุคคล

ที่เข้ามาเป็นนักข่าวต้องมีอุดมการณ์ตรงกัน และมีมือสะอาด มีระบบสอบคัดเลือกตั้งแต่ พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา โดยต้อง สอบสัมภาษณ์ สอบข้อเขียนความรู้รอบตัวในเพชรบุรี และระดับชาติ สอบภาคสนามด้วยการมอบประเด็นให้ ลองไปสัมภาษณ์มาเขียน และสัมภาษณ์อีกครั้งขั้นสุดท้าย

“หนังสือพิมพ์วางนโยบายไว้ชัดเจนว่า ห้าม รับเงิน รับของ กระเช้าก็ไม่ได้ เรายึดถือปลูกฝังแบบนี้ มาทุกรุ่น กฎเหล็กคือ ถ้าผู้สื่อข่าวประจำเล่มการเมือง กับรับสินบน ไม่ต้องพิจารณา แต่ได้ออกสถานเดียว เพชรบุรีให้เราในสิ่งที่เราพออยู่แล้ว ให้เกียรติเรา ให้ค่า สันับสนุนอื่นหลายอย่าง เช่น คำน้ำมัน หรือซ่อมรถก็ จะพิจารณาเป็นราย ๆ ไป คือไม่เคอะคร้อน จึงไม่จำเป็นต้องรับเงินใคร เป็นบรรทัดฐานที่เป็นเกราะคุ้มครอง เราจนถึงทุกวันนี้”

(อภิชาติ พวงน้อย, สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2557)

ปัจจุบันกองบรรณาธิการเป็นคนเพชรบุรีทั้งหมด จบการศึกษาทั้งด้านวารสารศาสตร์ นิเทศศาสตร์ โดยตรง และจบสาขาอื่น ได้แก่ บริหารธุรกิจ ครุศาสตร์ นิติศาสตร์ แต่ละคนมีประสบการณ์การทำงานด้านข่าว 10 ปีขึ้นไป นักข่าวที่มีประสบการณ์น้อยที่สุดคือ อยู่ที่นี้ มา 8 ปี แต่อยู่ที่หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจมาก่อนหน้านี้ 2 ปี ในการเข้าทำงานฝ่ายข่าว และยังมีการส่งบุคลากร ด้านข่าวไปฝึกอบรมตามเครือข่ายวิชาชีพ เช่น สถาบัน อิศรา สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย สมาคมสื่อท้องถิ่นจังหวัดเพชรบุรี เครือข่ายบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงใต้ประมาณ 3-4 เดือนต่อครั้ง รวมถึงอาศัยการถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น ทั้งนี้ บรรณาธิการยังเป็นอนุกรรมการพิจารณาเรื่องราวร้องทุกข์ สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ

หนังสือพิมพ์ยังมีนโยบายว่า นักข่าวไม่มีสิทธิ เกี่ยวข้องค่าโฆษณาเพื่อให้ฝ่ายข่าวนำเสนอได้เต็มที่ ฝ่ายการตลาดและห้องข่าวจะแยกจากกันโดยเด็ดขาด กรณี ที่ฝ่ายโฆษณาขอให้ฝ่ายข่าวไปช่วยงาน ก็จะเป็นลักษณะ ช่วยถ่ายภาพ ไม่มีอำนาจไปขอให้ผู้จัดงานลงโฆษณา เพื่อแยกแยะบทบาทให้ชัดเจน

2.3 การบริหารงานหนังสือพิมพ์

หนังสือพิมพ์เพชรภูมิตอนแรกตั้งไม่มีโรง พิมพ์ของตนเองจึงออกได้เพียง 3 ฉบับก็ต้องหยุดการ ตีพิมพ์ อีก 15 ปีให้หลัง (พ.ศ. 2514) จึงตีพิมพ์อีกครั้ง ออกราย 15 วัน (ตามรอบของผลสลากกินแบ่ง) เป็นขนาด เทบลอยด์ เนื้อหา 12 หน้า ข้างพิมพ์ที่โรงพิมพ์เอกชน จนเมื่อ พ.ศ. 2518 จึงได้ลงทุนซื้อแท่นพิมพ์เอง ต่อมา พ.ศ. 2529 เปลี่ยนเป็นขนาดบรอดชีต 16 หน้า เพื่อดึงดูด สายตาบนแผงวางบนแผง และปรับราคาขึ้นเป็น 4 บาท 2 สี่ ชุดปกคงเดิม ถัดมา พ.ศ. 2536 ปรับปกเป็นกระดาษปอนด์ 4 สี่ ราคา 7 บาท เพิ่มจำนวนการพิมพ์จาก 3,000-4,000 ฉบับ เป็น 5,000-6,000 ฉบับ ในช่วงเวลานั้นเศรษฐกิจขยายตัว จึงมีการขยายหน้าจาก 16 หน้า บางครั้งถึง 38 หน้า หรือ มีหน้า 4 สี่ ถึง 10 หน้า (ประวัติโรงพิมพ์เพชรภูมิ, 2557)

ปัจจุบันพิมพ์บรอดชีตยืนพื้น 20 หน้า 4 สี่ ชุดปกกระดาษปอนด์และด้านในอีก 1-2 คู่ ขึ้นกับโฆษณา เนื้อในข่าวคำ กระดาษปรู๊ฟ ราคาฉบับละ 10 บาท มียอดพิมพ์ 12,000-15,000 ฉบับ ซึ่งถ้าเพิ่มหน้าก็จะหา เนื้อหาที่เป็นบทความสุขภาพ สิ่งแวดล้อม จากองค์กร ต่าง ๆ ที่ส่งเข้ามา มาลงให้ หากพิมพ์มากอาจขาดทุน จึงต้องดูว่า หากคุ้มกับค่าโฆษณาก็ขยายหน้าการพิมพ์ (ศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์โสภณ, สัมภาษณ์, 7 พฤศจิกายน 2557, 12 ธันวาคม 2557) นอกจากนี้ การมีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง ยังทำให้ข่าวสดกว่าฉบับอื่นเพราะรอปิดต้นฉบับได้

ส่วนงานการจัดจำหน่าย มีทั้งผู้รับไปจำหน่าย และวางแผงเอง โดยวางเองทุกร้านในเทศบาล อำเภอต่าง ๆ รวมถึง อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ หนังสือพิมพ์ มียอดเหลือไม่เกิน 100 ฉบับต่อรอบการพิมพ์ มีระบบบอกรับสมาชิกอยู่เล็กน้อย

การบริหารการเงิน หนังสือพิมพ์เพชรภูมิดำเนิน กิจกรรมแยกเป็น 2 บริษัทคือ บริษัทเพชรภูมิการพิมพ์ จำกัด และบริษัทหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จำกัด รายได้มาจากโรงพิมพ์ รับพิมพ์งานนอกหรือยล 65 และรายได้ของหนังสือพิมพ์ ร้อยละ 35 (จากโฆษณาและยอดจำหน่าย) ข้อมูลล่าสุดใน พ.ศ. 2556 พบว่า โรงพิมพ์มีรายได้ 15,278,822.35 บาท มีกำไรสุทธิ 1,512, 823.52 บาท ส่วนหนังสือพิมพ์

มีรายได้ 5,948,739.14 บาท มีกำไรสุทธิ 1,081,938.78 บาท (Corpus, 2014)⁴ ต้นทุนการพิมพ์ฉบับละเกือบ 20 บาท ขายเล่มละ 10 บาท เฉพาะรายได้ของหนังสือพิมพ์ สามารถเลี้ยงตนเองและมีกำไร จ่ายเงินเดือนนักข่าวและพนักงานในหนังสือพิมพ์ได้ทุกคน รวมถึงยังให้ค่าตอบแทนนักเขียนภายนอกหลักหมื่น

รายได้จากโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ส่วนใหญ่จะเป็นเอกชนที่ซื้อโฆษณาประจำรายปี สมำเสมอมา 10 กว่าปีขึ้น อาทิ คีลเลอร์บริษัทรถยนต์ ธุรกิจขายจักรยานยนต์ หรือเกี่ยวกับรถยนต์ในจังหวัด ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร เมื่อออกจำหน่ายเยอะจึงไม่ต้องเข้าหาโฆษณา แต่โฆษณาเข้ามาเอง ส่วนโฆษณาขายจะมีบ้างพวกลงประกาศหรือโรงเรียนที่ได้รับรางวัลก็มาซื้อโฆษณา

“เราลงให้ฟรี ๆ เป็นภาพข่าวหน้า 1 ก็มี เพราะมันเด่นเป็นข่าวได้ ซึ่งนี่ก็คือลูกค้าเราในอนาคตทั้งนั้น อย่าไปคิดว่า บริษัทนี้ไม่เคยมองเห็นเรา ก็เราไม่เคยมองเห็นผลงานเขาก่อน แต่เพชรภูมิเห็นโดยไปตามงานสมาคมเศรษฐกิจต่าง ๆ และเอาข้อมูลมาเขียน หรือเขียนคอลัมน์ สังคมชุบชีบบ้างก็จรู้นใหม่มาแม้บริษัทฯ ไม่ได้เป็นลูกค้าเราเราก็ลงเป็นหน้าบทความมีคุณค่ากว่าหน้าโฆษณาอีก ลงได้เพราะผู้อ่านอยากรู้ มันมีคุณค่าข่าวเรื่องความสดใหม่อยู่แล้ว ต่อมาเขาก็มาให้โฆษณาที่เราเขียนอยู่ได้ในทุกวันนี้เพราะเราให้เขาก่อน ไม่เห็นแก่ผลประโยชน์ก่อน ในอดีตแบกขาดทุนมาตั้งหลายปี ,กว่าจะได้รับความเชื่อถือ ขายดีขึ้นจนโฆษณามากขึ้น”

(ศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์โสภณ, สัมภาษณ์,

12 ธันวาคม 2557)

ส่วนกรณีผู้โฆษณาซื้อหน้าโฆษณาแต่ลงรายละเอียดเป็นข่าว มีภาพข่าว เหมือนลอกเลียนว่าเป็นหน้าข่าว ฝ่ายข่าวก็จะประสานฝ่ายโฆษณาให้ติดต่อลูกค้าขออนุญาตให้ใส่ว่า “พื้นที่โฆษณา” และล้อมกรอบให้ชัดเจน การวิเคราะห์คู่แข่ง ในเพชรภูมิมีหนังสือพิมพ์

รวมเพชรภูมิด้วยจำนวน 4 ห้ว ออกพร้อมกันวันที่ 1 และ 16 ยกเว้นหนังสือพิมพ์ปฏิรูปที่จะออกพร้อมวันที่ 3 กับ 18 ทั้ง 4 ฉบับ ทิศทางจะใกล้เคียงกันแต่วางรูปแบบการเสนอข่าวไม่เหมือนกัน แนวการเจาะข่าว ศักยภาพการลงพื้นที่จะต่างกัน จุดแข็งของหนังสือพิมพ์เพชรภูมิคือ บรรณาธิการมีประสบการณ์ยาวนานสุดคือ 30 ปี และเป็นนักกฎหมาย จึงมองประเด็นได้ลึกกว่า รวมถึงมีการให้ข้อกฎหมายแทรกในการนำเสนอ ขณะที่หนังสือพิมพ์ปัญญาชนเป็นน้องใหม่ บุคลากรในการทำข่าวดึงมาจากเคเบิลทีวี วิธีการทำข่าวต่างกันในเรื่องการเจาะรายละเอียดไม่ลงลึก ส่วนหนังสือพิมพ์มวลชน เดิมชื่อ สารมวลชน คู่กับเพชรภูมิตลอดอายุพอ ๆ กัน แต่ผู้บริหารเสียชีวิต เปลี่ยนผู้บริหารก็ขาดบรรณาธิการที่จะชี้ประเด็น และนักข่าวบางส่วนไม่ได้ทำข่าวเป็นอาชีพหลัก ขณะที่หนังสือพิมพ์ปฏิรูปเสนอข่าวกิจกรรมต่าง ๆ ข่าวชุบชีบ ไม่ได้ทำข่าวเหตุการณ์ไม่ได้เจาะข่าว (อภิชาติ พวงน้อย, สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2557)

ส่วนคู่แข่งที่เป็นหนังสือพิมพ์ส่วนกลาง หรือสื่ออื่น วิทย์ โทรทัศน์ส่วได้เปรียบเรื่องความเร็ว หนังสือพิมพ์เพชรภูมิเสียเปรียบเรื่องความสดเพราะต้องรออ่านอีก 15 วัน แต่อีกด้านก็ได้เปรียบเรื่องรายละเอียดที่เก็บข้อมูลได้มากกว่า เพราะหนังสือพิมพ์ส่วนกลางไม่ได้ลงเรื่องเพชรบุรีทุกข่าว แถมมีหน้าภูมิภาคเพียง 1-2 หน้า และได้เปรียบเรื่องความยั่งยืนของข่าวที่ผู้อ่านวกกลับมาอ่านได้ในกรณีวิทย์ โทรทัศน์ท้องถิ่นจึงไม่ส่งผลต่อหนังสือพิมพ์มาก ขณะที่สื่อออนไลน์กระทบกับหนังสือพิมพ์เพชรภูมิเล็กน้อย คือ อาจจะทราบเหตุการณ์เบื้องต้นจากสื่อสังคมออนไลน์ แต่ไม่มีรายละเอียดที่เจาะลึก

ส่วนการขยายรอบการพิมพ์ให้ถี่ขึ้นเป็น 3 หรือ 5 วัน ผู้บริหารเห็นว่าราย 15 วันเหมาะกับขนาดของเมืองโฆษณาและจำนวนข่าวที่มีแล้ว ส่วนการขยายปริมาณการพิมพ์ต่อรอบสัปดาห์ส่วนการพิมพ์เฉลี่ย 13,000 ฉบับ เทียบกับปริมาณประชากร 450,000 คน เดิมทีแล้วต่อ

⁴Corpus (<https://corpus.bol.co.th>) เป็นฐานข้อมูลธุรกิจ ได้แก่ นิติบุคคลในประเทศ ข้อมูลข่าวสรุปธุรกิจ และข้อมูลวิเคราะห์ขั้นสูง โดยมีบริษัท บิซิเนส ออนไลน์ จำกัด (มหาชน) เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ระบบนี้ อย่างไรก็ตามถูกต้องตามกฎหมาย การใช้ข้อมูลต้องจ่ายเงินเป็นสมาชิกรายปี

รอบ ถ้าโฆษณาเยอะไป หนังสือพิมพ์จะหนาเกินไป อ่าน หนังสือพิมพ์ได้ผลบวกจริงแต่ก็มีผลกระทบต่อผู้อ่านด้วย ส่วนการขายชองทางนำเสนอ ได้แก่ มีเว็บไซต์ข่าว เพชรภูมิซึ่งทำมา 5 ปี มีวิทยุชุมชนเอฟเอ็ม 103.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ทำได้ 2 ปี และยังมีนิตยสารรายเดือน “เพชรนิล” ขณะนี้ขึ้นปีที่ 9 เสนอเรื่องปกิณกะ เน้นสิ่งที่เกิดในเพชรบุรี เกาะวัฒนธรรมประเพณี ศิลปะ ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิต ชุมชน ดึงคนกลุ่มที่อายุต่ำกว่า 30 ปี ให้ได้รู้จักอ่านหนังสือ

2.4 การทำข่าวและการบรรณาธิการ

สภาพปัญหาโดยทั่วไปของจังหวัดเพชรบุรี ได้แก่ กลุ่มนายทุนบุกรุกพื้นที่ป่าต้นน้ำบริเวณอำเภอแก่งกระจาน อำเภอหนองหญ้าปล้อง และบางส่วนของอำเภอท่ายาง การลักลอบตัดไม้ การล่าสัตว์ป่า การพังทลายของดินในพื้นที่ลุ่มน้ำ โดยเฉพาะบริเวณภูเขาและเทือกเขา ปัญหาน้ำเสียในลุ่มแม่น้ำเพชรบุรี ปัญหาการบุกรุกป่าชายเลนของนายทุน ปัญหาการกัดเซาะชายฝั่งทะเล (สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร, 2557) ยังมีปัญหาหยาเพสติด เนื่องจากบางส่วนเป็นโรงงานอุตสาหกรรมแถบ อ.เขาย้อย และมีการประมง ที่สำคัญเป็นประตูลำเลียงผ่านสู่ภาคใต้ จึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของเส้นทางลำเลียงยาเสพติด แม้ตำรวจจะจับไม่ได้ ล็อตใหญ่เหมือนภาคเหนือแต่มีขนาดเล็กเยอะ (อภิชาติ พวงน้อย, สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2557) ส่วนการเมืองภายในจังหวัดในอดีตมีความรุนแรงแต่ปัจจุบันลดความรุนแรงบ้าง กลุ่มผลประโยชน์ที่สำคัญมี 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้มีอิทธิพลซึ่งปัจจุบันพัฒนาตนเองเป็นนักการเมืองท้องถิ่น กลุ่มสมาชิกพรรคประชาธิปัตย์ กลุ่มเครือข่ายติดตระกูล อังกัณท์และพลบุตร กลุ่มข้าราชการครู กลุ่มองค์กรพัฒนาเอกชน และกลุ่มพันธมิตรประชาชนเพื่อประชาธิปไตย จังหวัดเพชรบุรี (ฉันทานุช พิชิตนารัตน์, 2554, น. VI-VII)

ประเด็นข่าวที่หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จังหวัดเพชรบุรี นำเสนอส่วนใหญ่เน้นเสนอเรื่องที่มีผลกระทบกับสังคมชาวเพชรบุรี เรื่องที่เป็นวงกว้างมากที่สุดคือเรื่องสิ่งแวดล้อม รวมถึงเสนอเรื่องการต่อสู้ของชาวบ้าน นอกจากนั้นเป็นข่าวตามเหตุการณ์ การทุจริตใช้งบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น รวมถึงเสนอเรื่องศิลป

วัฒนธรรม เช่น นำประวัติตำนานเกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมในเพชรบุรีมาเขียนเป็นสัปดาห์และนำลงหน้าสีก่อนปกหลัง เพื่อให้มีความเด่นยิ่งขึ้น เน้นความเป็นเพชรบุรีทั้งหมด ไม่ว่าปัจจุบัน อดีต อนาคต กล่าวคือ ปัจจุบันคือข่าว อดีตคือศิลปวัฒนธรรม มีคอลัมนิสต์เป็นผู้รู้ นักปราชญ์ ซึ่งเขียนมาเป็นสิบ ๆ ปี ส่วนอนาคตก็มีคอลัมนิสต์นักทฤษฎี ทิศทางข้างหน้าที่จะเกิดกับเพชรบุรี นอกจากนี้ยังเกาะติดประเด็นข่าวที่เกี่ยวกับเพชรบุรีในกรณีที่สื่อส่วนกลางนำเสนอ แต่จะเน้นว่า ต้องลึกกว่า ติดตามมากกว่า แดกประเด็นไปมากกว่า

แม้จะดูเหมือนมีเหตุการณ์มากมาย แต่หนังสือพิมพ์ยังออกราย 15 วันพร้อมลือตเตอร์ หรือที่เรียกว่า “ออกรายห่วยออก” เพราะหากออกรายวันจะไม่มีข่าวมาปิดหน้า และไม่มีผู้โฆษณาสนับสนุน มีการประชุมข่าวก่อนหนังสือพิมพ์ออก 5 วัน มีหน้า 1 มา 6 ข่าวดังนั้นจึงมีไม่ถึงเพราะเมืองเล็ก ไม่มีอะไรเป็นข่าวบ่อย (ศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์โสภณ, สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2557)

วิธีการทำข่าว จะประชุมข่าวทุกครั้ง หัวหน้ากองบรรณาธิการ เป็นผู้นำเสนอว่า งานนี้จะมีข่าวไหนที่ควรที่จะขึ้นบ้างตามลำดับ 1-6 และบอกรายละเอียดคร่าว ๆ ผู้อำนวยกาหรือบรรณาธิการก็มีสิทธิเสนอ อาจมีการชี้ให้เปิดประเด็นเพิ่มเติม หรือให้ไปสอบถามแหล่งข่าวเพิ่ม หากผู้อำนวยกา หรือ บรรณาธิการมีนโยบายใหม่ ก็จะมอบต่อไปถึงหัวหน้ากองบรรณาธิการกระจายต่อไปยังกองบรรณาธิการ และเครือข่ายตามขั้นตอน การลงพื้นที่เน้นส่งผู้สื่อข่าวประจำติดตามความถี่หน้าของข่าว ส่วนผู้สื่อข่าวพิเศษอาจจะช่วยส่งข่าวเหตุการณ์ หรือบางครั้งอาจเสนอเปิดประเด็นข่าวมา ถ้ากองบรรณาธิการสนใจก็จะส่งผู้สื่อข่าวประจำไปติดตามต่อ แต่กองบรรณาธิการจะประสานพูดคุยกับผู้สื่อข่าวพิเศษ และผู้สื่อข่าวประจำอำเภอโดยตรง ทั้งนี้บางเรื่องรายงานติดต่อกันนานกว่า 2 เดือน หรือ 4-5 รอบการพิมพ์

การสร้างแหล่งข่าว อาศัยการเข้าไปพูดคุย แหล่งข่าวแบบมีระยะ เข้าไปเป็นสมาชิกสภาหอการค้า จังหวัด สโมสรไลออนส์ สมาคมธุรกิจท่องเที่ยว ไปร่วมทำกิจกรรมก็จะรู้จักคน และได้ข้อมูลข่าวธุรกิจ

วันเกิดบุคคลสำคัญในจังหวัด ข้าราชการระดับสูง ดำรวจมือสอบสวนย้ายมาใหม่ ก็เข้าไปพูดคุย เพราะถือว่า มีอำนาจสั่งการ ไปสัมภาษณ์ทำความรู้จักไว้ก่อน ต่อไปเมื่อมีเหตุการณ์โทรศัพท์ไปสอบถามก็จะได้ข้อมูล และผูกสัมพันธ์กับมูลนิธิสว่างสรรเพชญ์ โดยให้โล่ทุกปี โอกาสตกข่าวเหตุการณ์ก็แทบจะไม่มี อย่างไรก็ตามก็มีปัญหาแหล่งข่าวบ้างกรณีมองประเด็นไม่ตรงกันระหว่างหนังสือพิมพ์เพชรภูมิกับสื่อส่วนกลาง กล่าวคือ เมื่อส่งข่าวไป แต่สื่อส่วนกลางรายงานออกมาเป็นอีกอย่าง ส่งผลให้ผู้สื่อข่าวท้องถิ่นเสียแหล่งข่าว

ข่าวที่มีความขัดแย้ง หนังสือพิมพ์มีนโยบายทำข่าวโดยไม่ได้เข้าไปเป็นคู่ขัดแย้งด้วยตนเอง หากประชาชนร้องเรียนมาก็จะแนะนำว่า ให้ไปร้องเรียนหน่วยงานที่รับผิดชอบก่อน เนื่องจากหนังสือพิมพ์ไม่ใช่หน่วยงานที่มีอำนาจแก้ปัญหาได้ แต่เป็นผู้กระตุ้นให้เกิดการแก้ปัญหา หากไปร้อง กองบรรณาธิการจะส่งผู้สื่อข่าวไปทำข่าว วิธีนี้ช่วยลดแรงกดดันจากผู้มีอิทธิพลฝ่ายต่าง ๆ และในการรายงานจะยึดหลักการเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้พูด เพื่อความสมดุลและยุติธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

“เพชรบุรีขึ้นชื่อว่า เป็นเมืองคนดี ไม่คุยด้วยเหตุผลแต่คุยด้วยปืน ชาวบ้านไม่ค่อยกล้าพูด พอมีหนังสือพิมพ์ เขาก็มาหาเรา ถ้ามีคนพูดแทนเขาได้คนเพชรบุรีจะชอบ เมื่อเรากล้าเสนอ นี่ก็สิ่งที่ทำให้เราอยู่มาได้เพราะเสนอความจริง ไม่มีเบื้องหลัง นี่เป็นเกราะในการทำงาน”

(ศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์ โสภณ, สัมภาษณ์,

7 พฤศจิกายน 2557)

ส่วนข่าวเลือกตั้ง หนังสือพิมพ์จะเสนอแนวคิดของผู้สมัครทุกคนเพื่อความเป็นธรรม ยึดแนวทางไม่สนับสนุนคนใดคนหนึ่งโดยเฉพาะ เพราะจะทำให้เสียผู้อ่านไป ส่วนการเสนอข่าวการเมืองในช่วงปัจจุบันที่มีความขัดแย้ง แม้ผู้อ่านจะมองว่า หนังสือพิมพ์เพชรภูมิเป็นฝ่ายเสียชื่อเสียง แต่หนังสือพิมพ์เสนอความเคลื่อนไหวในพื้นที่ทุกฝ่าย รายงานตามเอกสารหรือคำสัมภาษณ์ที่ไม่ว่าฝ่ายใดจะเรียกร้องแบบใด

ภาคประชาชนเพชรบุรียังมีการรวมกลุ่มเข้มแข็ง มีส่วนร่วมทางการเมืองสูง คนกลุ่มนี้จะเป็นกลุ่มที่ทำให้เกิดประเด็นข่าว ชาวบ้านเดี่ยว ๆ ไม่กล้าร้อง ออคิด สมาชิกวุฒิสภารายหนึ่งได้สร้างเครือข่ายพิทักษ์สิ่งแวดล้อมมากกว่า 20 ปีในทุกอำเภอ เมื่อชาวบ้านเจอเรื่องทำลายสิ่งแวดล้อมก็จะไปหากลุ่มพวกนี้ เขาก็จะตรวจสอบเบื้องต้นว่าจริงหรือไม่ ถ้าจริงเขาก็จะร้องเรียนศูนย์ดำรงธรรม ผู้ว่าราชการจังหวัด หนังสือพิมพ์ก็เริ่มต้นรายงานการร้องเรียนนั้นและเจาะข่าวต่อ หากเป็นเรื่องที่มีแรงกดดันทางการเมืองสูง เช่น พาดพิงนายทุนที่สมคบกับนักการเมือง สื่อทุกแขนงก็จะช่วยกันเล่นข่าวหมู่

ปัญหาและอุปสรรคในการทำข่าวคือไม่สามารถเปิดประเด็นข่าวสืบสวนสอบสวนในเรื่องทุจริตได้เพราะขาดหลักฐานเชิงลึกแม้จะได้เบาะแสจากแหล่งข่าว หรือแหล่งข่าวไม่กล้าให้ข้อมูล หรือไม่ให้อ้างอิงชื่อแหล่งข่าว เพราะเกรงเรื่องความปลอดภัย หรือบางครั้งขาดการให้ข้อมูลต่อเนื่อง แม้ใช้พ.ร.บ.ข้อมูลข่าวสารทางราชการก็ใช้เวลานานกว่าจะได้ข้อมูล

อุปสรรคแรงกดดันทางการเมือง เช่น ประเด็นอาชญากรรมที่คดีไม่คืบที่อาจเป็นเพราะคนก่อเหตุเป็นลูกหลานผู้มีอิทธิพล หนังสือพิมพ์จะแนะนำให้ไปร้องเรียนต่อผู้รับผิดชอบ ถ้าร้องเรียนแล้วยังไม่คืบหน้า หนังสือพิมพ์ก็จะลงข่าว แต่ถ้ายังไม่ได้ร้องและจะไปร้อง ก็จะตามไปทำข่าวไม่ได้ปล่อยผ่าน ซึ่งช่วยลดแรงกดดันได้ข่าวเจาะข่าวทุจริตมีแรงกดดันจากผู้มีอิทธิพลอยู่แล้ว จึงต้องมีมวลชนช่วยร่วมกันเปิดโปง ให้แหล่งข่าวชาวบ้านเป็นทัพหน้า หนังสือพิมพ์ไม่เป็นทัพหน้าเพราะไม่ได้เป็นคนเดือดร้อนโดยตรง ในกรณีที่มีแรงกดดันมาก ๆ ก็จะส่งข่าวหรือสื่อบุคคลให้หนังสือพิมพ์ส่วนกลางเปิดแล้วหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นก็จะมาติดตามความคืบหน้าต่อ

การขอให้ขอก่อข่าวและการข่มขู่ โดยในอดีตรุนแรงถึงลอบข่มขืนสังหารนายปรุง ผู้ก่อตั้ง ถัดมา พ.ศ. 2543 นายสนั่น วรรณพุก หัวหน้าข่าวอาชญากรรมของหนังสือพิมพ์ถูกยิงเสียชีวิต ปัจจุบันหนังสือพิมพ์ยังประสบสถานการณ์ดังกล่าวบ่อยครั้งในการรายงานข่าวฆาตกรรม ยาเสพติด การบุกรุกที่สาธารณะ จึงใช้วิธีรับส่งข่าวให้สื่อส่วนกลาง

ให้นำเสนอก่อน และยืนยันกับผู้ชมว่า เมื่อสื่อส่วนกลางเสนอข่าว สื่อท้องถิ่นก็ต้องนำเสนอเพราะเป็นหน้าที่ และสื่อท้องถิ่นมีหลายฉบับ หากฉบับอื่นลงแต่เพรชภูมิไม่ลง ก็จะกระทบความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์ รวมถึงต้องหารีบบรรณาธิการฉบับอื่น ๆ ด้วยว่าให้เหตุผลไปในทำนองเดียวกัน

การให้ผลประโยชน์ด้วยการสนับสนุนโฆษณาเมื่อมีข่าวในเชิงลบเพื่อให้เกิดความเกรงใจ เคยมีกรณีจะมีการตั้งโรงกลั่นน้ำมันที่ อำเภอบ้านแหลม ชาวบ้านก็ต่อต้านเพราะจะตั้งโรงงานชายฝั่งทะเลจึงเกรงว่าจะส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ หนังสือพิมพ์เพรชภูมิไม่ได้หยุดรายงาน แม้บริษัทดังกล่าวขอซื้อพื้นที่โฆษณาเต็มหน้า

การฟ้องร้องเพื่อให้หนังสือพิมพ์ยุติการนำเสนอข่าวล่าสุดมี 3 คดี เช่น ข่าวคดีฆาตกรรมฆ่าตัดตอนยาเสพติด สมัยทักษิณ เจ้าของปั้มน้ำมันถูกยิงเสียชีวิต ตำรวจระบุว่า เขาเกี่ยวข้องกับยาเสพติด หนังสือพิมพ์ไปสืบค้นก็พบประวัติการถูกจับและเคยถูกตำรวจขอหมายศาลค้นบ้าน ตำรวจแถลงข่าวระบุว่าเกี่ยวกับยาเสพติด หนังสือพิมพ์รายงานข่าวตามที่ตำรวจแถลง และใช้คำว่า “อาจจะขัดแย้งเรื่องธุรกิจมืด” ปรากฏว่า ภรรยาผู้ตายฟ้องหนังสือพิมพ์ที่ลงข่าวทำให้เขาเสื่อมเสียชื่อเสียง กิจการปั้มน้ำมันไม่มีคนไปเติม หนังสือพิมพ์รู้สึกได้ว่าไม่ได้มีส่วนได้เสียรู้จักผู้ตายเลย และไม่ได้พูดเองแต่รายงานตามคำแถลงข่าวของผู้รับผิดชอบ สุดท้ายศาลเพิกฟ้องเมื่อไม่นานมานี้

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

คำถามหลักในงานวิจัยนี้คือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาคกลางต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอดทางเศรษฐกิจ พร้อม ๆ ไปด้วยความพยายามรักษาความเป็นสถาบันเพื่อการให้บริการสาธารณะอย่างไร ผลการศึกษา พบว่า หนังสือพิมพ์ก้าวหน้า จังหวัดราชบุรี และหนังสือพิมพ์เพรชภูมิ จังหวัดเพชรบุรี เป็นหนังสือพิมพ์มวลชน (mass paper) มีผู้อ่านเป็นชาวบ้าน นักศึกษา ข้าราชการ และธุรกิจเอกชน กระจายทุกอำเภอในจังหวัด หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 แห่ง พยายามสร้างและรักษาความเป็นสถาบันสื่อมืออาชีพที่ให้บริการสาธารณะด้านข่าวสาร กล่าวคือ หนังสือพิมพ์ก้าวหน้ายึดการทำงานตาม

นโยบายเป็นสื่อกลางของประชาชน สะท้อนความต้องการไปสู่ภาครัฐ เน้นเสนอข่าวที่มีผลกระทบกับประชาชน ในจังหวัดและติดตามความคืบหน้าต่อเนื่อง กองบรรณาธิการพยายามวางหลักเรื่องการรักษาระยะและไม่เรียกรับผลประโยชน์จากแหล่งข่าว ยืนยันในการเสนอข่าว แม้จะถูกขอร้องให้งดออกข่าว วางหลักการเสนอเสียงของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายและผู้อ่านมีส่วนร่วมในการจับตาการเสนอข่าวสำคัญ ขณะที่หนังสือพิมพ์เพรชภูมิยึดการทำงานตามนโยบายทำหน้าที่เพื่อประชาชน รักษาประโยชน์ส่วนรวม เน้นเสนอข่าวตามข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ไม่นำความเห็นตนเองไปตัดสิน เสนอเรื่องที่มีผลกระทบกับประชาชนในจังหวัดและการต่อสู้ของชาวบ้าน กองบรรณาธิการแยกจากฝ่ายการตลาดโดยเด็ดขาด เข้มงวดในการไม่รับสินบนและรักษาระยะกับแหล่งข่าว มีระบบการสอบคัดเลือกนักข่าว วางหลักการทำข่าวโดยเปิดโอกาสให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้พูดเพื่อให้เกิดความสมดุลและยุติธรรมกับทุกฝ่าย ยืนยันในการเสนอข่าวแม้จะถูกขอร้อง ข่มขู่ให้งดออกข่าว เพราะถ้าไม่เสนอจะกระทบความน่าเชื่อถือของหนังสือพิมพ์

การดำเนินงานดังกล่าว ทำให้ทั้ง 2 องค์กรมียอดพิมพ์สูงเป็นอันดับ 1 ของจังหวัด (ปัจจุบันเฉลี่ย 6,000-8,000 ฉบับ และ 13,000 ฉบับ ตามลำดับ) นำมาสู่ความสามารถดึงดูดโฆษณาจากธุรกิจระดับชาติ และธุรกิจของเอกชนในท้องถิ่น ทำให้ทั้ง 2 องค์กรสามารถดำเนินธุรกิจหนังสือพิมพ์มานานถึง 58 ปี และ 35 ปี ตามลำดับ อันเป็นการชี้ให้เห็นว่าความอยู่รอดทางเศรษฐกิจของหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์ควบคู่ไปกับความเป็นสถาบันเพื่อการให้บริการสาธารณะ กล่าวคือ ยิ่งเนื้อหาตอบสนองต่อความคาดหวังของสาธารณะมากเท่าไรก็จะทำให้ผู้อ่านตัดสินใจจ่ายเงินซื้อหนังสือพิมพ์และสามารถขยายฐานผู้อ่านเพิ่มขึ้นเท่านั้น ขณะเดียวกัน ยิ่งหนังสือพิมพ์มียอดพิมพ์มากเท่าไรก็จะยิ่งดึงดูดผู้ลงโฆษณา และสามารถขยายธุรกิจหนังสือพิมพ์มากขึ้นเท่านั้น

สำหรับการผลิตเนื้อหาให้มีศักยภาพที่จะสร้างรายได้นั้นพบว่า ทั้ง 2 องค์กรดำเนินงานภายใต้เงื่อนไขต่าง ๆ ประกอบด้วย

1) ปัจจัยภายในองค์กร ได้แก่ การวางแผนเป้าหมายและการบริหารองค์กร การลงทุนเทคโนโลยีการผลิต และความเป็นมืออาชีพของนักข่าว และ

2) ปัจจัยภายนอกองค์กร ได้แก่ เหตุการณ์ต่าง ๆ ในสังคมที่เกิดขึ้นต่อเนื่องสม่ำเสมอและเกณฑ์การคัดเลือกมาเป็นข่าวแรงกดดันทางการเมืองแรงกดดันทางเศรษฐกิจและความต้องการของผู้รับสาร เงื่อนไขเหล่านี้บางอย่างเป็นข้อจำกัดต่อการทำงาน ขณะที่บางอย่างช่วยกระตุ้นสร้างสมดุลหรือช่วยส่งเสริมระหว่างกันอันเกิดจากความพยายามแสวงหาทางรอดทางเศรษฐกิจให้ควบคู่ไปพร้อมกับการสร้างสถาบันให้คงอยู่ต่อมา

เงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัดต่อการทำงานมี 8 ประการ ได้แก่

1) การก่อตั้งและนโยบายการเสนอข่าวเฉพาะกลุ่ม พบในกรณีหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าระยะแรกที่เป็นประกาศตารางซื้อขายสินค้าและระยะถัดมาเป็นสื่อการเมือง ทำให้ฐานผู้อ่านแคบ ส่งผลให้ดึงดูดโฆษณาได้น้อย

2) ลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว พบในกรณีหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าที่โครงสร้างองค์กรรวมศูนย์การทำงานที่เจ้าของ ทำให้ไม่สามารถขยายเป็นธุรกิจใหญ่ได้ (ครุณี ธีรวัชรกุล, 2543, น. 2-3)

3) การไม่ลงทุนเรื่องเทคโนโลยี พบในหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าและหนังสือพิมพ์เพชรภูมิในระยะแรกที่ยังไม่มีโรงพิมพ์เป็นของตนเอง ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง ไม่สมดุลกับรายได้ ผลคือแบกรับการขาดทุน

4) บุคลากรสื่อที่ยังไม่เป็นมืออาชีพมากพอ พบในกรณีหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า ส่งผลถึงเนื้อหาที่ผลิตทำได้แค่ข่าวตามเหตุการณ์ ไม่เจาะลึก

5) ธุรกิจหนังสือพิมพ์ไม่มีแหล่งรายได้ทางเลือก (เช่น จากการสนับสนุนโดยตรงของประชาชน หรือจากการบริจาคจากองค์กรต่าง ๆ) จึงต้องพยายามวางสมดุลระหว่างการขายเนื้อหาแก่ผู้อ่านและการขายโฆษณาแก่ผู้ลงโฆษณา

ให้ได้พบในหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าและหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ

6) สถานะทางเศรษฐกิจของโรงพิมพ์ที่ไม่สามารถสร้างรายได้ได้มากพอ ทำให้มีเม็ดเงินที่องค์กรจะคำนึงถึงความเป็นมืออาชีพเพิ่มขึ้นน้อยกว่าองค์กรที่มีความเสี่ยงทางเศรษฐกิจต่ำ พบในหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า (หากเทียบกับหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ) ระดับรายได้ขององค์กรยังส่งผลให้จ่ายค่าตอบแทนนักข่าวได้ไม่พอเลี้ยงชีพ นักข่าวจึงขาดแรงจูงใจในการทำงานรวมถึงขาดแรงดึงดูดคนเข้าสู่วิชาชีพ นักข่าวพิเศษบางครั้งไปรับผลประโยชน์จากแหล่งข่าว ระยะยาวอาจส่งผลถึงความน่าเชื่อถือในสายตาผู้รับสาร และหากยอดขายลดลง ก็จะทำให้ยอดโฆษณาตกลงตาม เนื่องจากเป็นสินค้า 2 ตลาด (dual product) ที่ต้องขายทั้งเนื้อหาอันจะนำมาซึ่งโฆษณา

7) การกำหนดออกเป็นราย 15 วัน ตามรอบสลากกินแบ่งรัฐบาลเพื่อดึงดูดผู้อ่าน พบในหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าและหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ ทั้ง 2 องค์กรไม่สามารถขยายรอบการพิมพ์ให้ถี่ขึ้น เป็นผลจากข่าวเหตุการณ์ในท้องถิ่นมีไม่มาก ความสามารถของนักข่าวในการหาแง่มุมข่าวที่แตกต่างยังมีน้อย นักข่าวประจำในสังกัดมีจำนวนน้อย องค์กรไม่สามารถจ้างนักข่าวได้มากขึ้น เพราะรายได้ขององค์กรอาจจะไม่พอจ่าย หากเพิ่มรอบการพิมพ์ยังต้องแข่งกับคู่แข่งข้ามสื่อ เช่น วิทย์ วิฑูรย์ ชุมชน โทรทัศน์บอกรับสมาชิกท้องถิ่น ซึ่งคุณลักษณะของสื่อสิ่งพิมพ์เสนอได้ช้ากว่าอยู่แล้ว หากเสนอเนื้อหาไม่ลึกก็จะไม่มีผู้อ่านติดตาม ดังเช่น กรณีหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าที่เคยขยายรอบการพิมพ์เป็นราย 5 วัน ในช่วงเลือกตั้งท้องถิ่นมาแล้วครั้งหนึ่งแต่ไม่ประสบความสำเร็จ

8) ข้อจำกัดช่องทางจัดจำหน่ายพบในกรณีหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า ที่แผงหนังสือบางอำเภอเลิกแผง และขาดคนวิ่งขาย ส่งผลยอดขายจำหน่ายลดลง

ส่วนเงื่อนไขที่ช่วยกระตุ้นสร้างสมดุลหรือส่งเสริมระหว่างกันอันเกิดจากความพยายามแสวงหาทางรอดทาง

⁹ ผู้สื่อข่าวประจำกองบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า ได้เงินเดือน 5,000-7,000 บาท ต่อเดือน ซึ่งต่ำกว่าค่าแรงขั้นต่ำในปัจจุบัน หากเทียบในเกณฑ์วันละ 300 บาท จะตก 9,000 บาทต่อเดือน ขณะที่นักข่าวพิเศษของทั้งหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าและหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ ไม่มีเงินเดือนประจำ แต่จะได้ค่าตอบแทนเป็นสินน้ำใจเล็ก ๆ น้อยๆ

เศรษฐกิจให้ควบคู่ไปพร้อมกับการสร้างสถาบันให้คงอยู่ ต่อมา มี 10 ประการ ได้แก่

1) การวางนโยบายองค์กรเป็นสื่อกลางเสนอข่าวสาร เพื่อบริการสาธารณะ พบในกรณีหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ ตั้งแต่แรกตั้ง และหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าภายหลังปรับเปลี่ยนจากสื่อการเมืองมาเป็นสื่อเชิงพาณิชย์ เป็นการขยายฐานผู้อ่านนำมาสู่การเพิ่มรายได้จากโฆษณา

2) ลักษณะการดำเนินธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว แม้ด้านหนึ่งเป็นข้อจำกัดในการขยายธุรกิจ แต่บางส่วนก็ช่วยสร้างความสมดุล กล่าวคือ กรณีหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า การที่เจ้าของมีอำนาจเด็ดขาดในการตัดสินใจ ทั้งเรื่องธุรกิจและการเสนอข่าว ทำให้สามารถยื่นหยัดหลักจรรยาบรรณวิชาชีพในระดับหนึ่ง ความสำเร็จหรือล้มเหลวขึ้นอยู่กับความสามารถเจ้าของ กรณีนี้การที่เจ้าของถูกฝึกอบรมจากสถาบันการศึกษาด้านวารสารศาสตร์ ทำให้สามารถสั่งการผู้สื่อข่าวในกองบรรณาธิการให้ติดตามข่าว ให้ออกมามีคุณภาพได้ในระดับหนึ่ง ส่งผลให้ยังรักษาความน่าเชื่อถือในสายตาผู้อ่านได้โดยมีหลักฐานจากการมียอดขายอันดับ 1 ของจังหวัด

3) การดำเนินธุรกิจแบบนิติบุคคล บริษัท พบในกรณีหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ มีโครงสร้างองค์กรแบ่งส่วนงานชัดเจน ไม่กุ่มอำนาจการตัดสินใจทุกภาระงานที่เจ้าของ จึงมีความยืดหยุ่น และเมื่อทำกำไรมากพอ มีเงินทุนมากขึ้น ก็สามารถขยายงานได้ (ครุณี หิรัญรักษ์, 2543, น. 3-4) ซึ่งพบว่าหนังสือพิมพ์เพชรภูมิมีการโตขึ้นเรื่อยๆ หากพิจารณาที่ยอดการพิมพ์ และการขยายช่องทางการนำเสนอไปสู่วิทยุ เว็บไซต์ (การประหยัดจากรูปแบบ หรือ economy of formity คือ เนื้อหาเดียวต้นทุนเดียวแต่เผยแพร่ได้หลายบรรณภัณฑ์) และนิตยสารรายเดือน

4) การลงทุนเทคโนโลยี พบในกรณีหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าและหนังสือพิมพ์เพชรภูมิระยะถัดมาที่ลงทุนซื้อแท่นพิมพ์ทำโรงพิมพ์ ทำให้สร้างรายได้อีกทางหนึ่งมา ถัดลงมาถึงธุรกิจหนังสือพิมพ์ที่ระยะเริ่มต้นมีรายได้ไม่พอเลี้ยงตัวเองได้ (การประหยัดจากการขยาย หรือ economy of scope คือ ประหยัดจากการขยายกิจการครบวงจร) การลงทุนแท่นพิมพ์สี เป็นผลจากความต้องการของ

ผู้ลงโฆษณาและความต้องการดึงดูดผู้อ่านเมื่อวางบนแผง

5) ความเป็นมืออาชีพของบุคลากร พบในกรณีหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ ที่มีบุคลากรที่ถูกฝึกอบรมจากสถาบันการศึกษาด้านวารสารศาสตร์และเคยทำงานในสื่อส่วนกลางมานาน ส่งผลถึงการพลิกแพลงในการเข้าถึงแหล่งข่าว และตามประเด็นข่าวได้ต่อเนื่อง

6) สถานะทางเศรษฐกิจที่มั่นคงเพียงพอ องค์กรสื่อที่มีผลกำไรน่าพอใจมีแนวโน้มที่จะคำนึงถึงความเป็นมืออาชีพมากกว่าองค์กรที่มีความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ พบในหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ เฉพาะธุรกิจหนังสือพิมพ์ก็สามารถเลี้ยงตัวเองได้มีกำไรสุทธิหลักล้านบาทต่อปี สามารถจ่ายค่าตอบแทนนักข่าวประจำกองบรรณาธิการให้เลี้ยงชีพได้ ทำให้มีแรงจูงใจในการทำงาน ผลต่อเนื่องคือ องค์กรสามารถมุ่งเน้นสร้างเกียรติภูมิความเป็นสถาบัน สื่อด้วยการวางหลักปฏิบัติของนักข่าวในสังกัดชัดเจนว่า ห้ามเรียกรับผลประโยชน์และไม่มีสิทธิเกี่ยวข้องกับค่าโฆษณา นักข่าวในสังกัดสามารถรักษาความเป็นมืออาชีพได้โดยไม่ต้องเรียกรับผลประโยชน์ภายนอก และมีระบบสอบคัดเลือกเป็นนักข่าว

7) เหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและการคัดเลือกมาเป็นข่าว ทั้งหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า และหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ ใช้เกณฑ์การคัดเลือกข่าวในเรื่องความใกล้ชิดผลกระทบต่อประชาชนในจังหวัด และความมีเงื่อนไขไม่ว่าจะเป็นปัญหาสิ่งแวดล้อม การใช้งบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การโยกย้ายข้าราชการ การเลือกตั้งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การเลือกตั้งผู้แทนประชาชนระดับชาติ โดยอาศัยวิธีการติดตามข่าวอย่างต่อเนื่อง ดึงดูดความต้องการของผู้อ่านได้ หากพิจารณาจากข้อมูลที่พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 องค์กรมียอดขายเป็นอันดับ 1 ซึ่งทำให้ผู้โฆษณาสนใจลงทุนซื้อพื้นที่โฆษณาในหนังสือพิมพ์เพราะมีผู้อ่านมาก การคัดเลือกข่าวธุรกิจในพื้นที่ที่น่าเสนอสร้างความพอใจและดึงดูดให้ธุรกิจนั้นมาลงโฆษณาในกรณีหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ

ทั้ง 2 องค์กรยึดคุณค่าทางวิชาชีพเรื่องวัตถุวิสัย (objectivity) วางบทบาทแบบนักสังเกตการณ์ ไม่ได้

เข้าไปมีส่วนร่วมในเรื่อง ไม่เปิดประเด็นข่าวเอง แต่เปิดให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้ส่งเสียงแล้วตามไป ทำข่าว (ทำข่าวตามเหตุการณ์) หรือส่งข่าวให้หนังสือพิมพ์ ส่วนกลางเสนอ แล้วหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นค่อยตามข่าว ต่อ ช่วยลดแรงกดดันทางการเมือง เช่น กดดันทางการเงิน การใช้ความรุนแรงทางกายภาพ การฟ้องร้องทางกฎหมาย การเซ็นเซอร์ การลอบบี้อ้างอิงให้งดออกข่าว ได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ การอ้างอิงว่าคู่แข่งจะนำเสนอและผู้อ่านต้องการอ่าน ก็ลดแรงกดดันทางการเมืองได้บางส่วนเช่นกัน

8) แรงกดดันทางการเมืองจากภาคประชาชน หากการรวมตัวเข้มแข็ง เช่น จังหวัดเพชรบุรี ก็จะเสริมแนวทางหนังสือพิมพ์เพชรภูมิที่วางแนวทางไม่เป็นคู่แข่งเอง แต่จะทำข่าวตามเหตุการณ์ให้ (กลับกันหากไม่เสนอจะถูกตั้งคำถามว่าไม่รักษาผลประโยชน์ให้ชุมชน) แต่หากไม่เข้มแข็งพอจะเคลื่อนไหว เช่น จังหวัดราชบุรี ก็มีผลต่อหนังสือพิมพ์ก้าวหน้าที่จะไม่มีข่าว

9) แรงกดดันทางการเมืองที่เกิดขึ้นบ้าง เป็นตัวบ่งชี้ว่า องค์กรสื่อที่มีความสำคัญต่อสังคมในแง่การตรวจสอบใช้อำนาจ ตามที่ Shoemaker and Reese (1996, pp. 259-260) พบว่ายิ่งวิพากษ์วิจารณ์ใช้อำนาจรัฐมาก ก็ยังมีความพยายามที่จะเข้ามาควบคุมสื่อมาก

10) แรงกดดันทางเศรษฐกิจทำให้ต้องหารายได้จากโฆษณาให้ได้มาก ๆ เพราะเป็นรายได้หลักของธุรกิจหนังสือพิมพ์ พบในหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า (รายได้จากโฆษณาสัดส่วนร้อยละ 70) และหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ (รายได้จากโฆษณาสัดส่วนร้อยละ 65) อย่างไรก็ตามถ้าโฆษณาเข้าเยอะ ก็ต้องเพิ่มหน้า ทำให้ต้องหาข่าวมาปิดหน้าเพิ่มขึ้น ข่าวนั้นยังต้องน่าสนใจพอสำหรับผู้อ่าน เหล่านี้คือปัจจัยอื่นที่คอยค้ำคานอยู่ ทำให้ไม่สามารถลงแต่โฆษณาได้เพียงอย่างเดียว แต่อีกด้านหนึ่ง ยังผลิตมากยิ่งดึงดูดโฆษณา

ให้เข้ามาหาเอง (ในกรณีของหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ) และต้นทุนต่อหน่วยยิ่งลดลง (การประหยัดจากขนาด หรือ economy of scale) เช่นกัน

จากข้อค้นพบเหล่านี้ ผู้วิจัยยังมีความเห็นเพิ่มเติมว่า แม้จะมีเงื่อนไขที่เป็นข้อจำกัดหรือค้ำคานสร้างสมดุลหรือช่วยส่งเสริมระหว่างกันในการทำงานขององค์กรสื่อ จนทำให้นักข่าววางบทบาทเป็นเพียงนักสังเกตการณ์ ผลิตข่าวออกมาในลักษณะข่าวตามเหตุการณ์ ก็ไม่ได้หมายความว่าไม่จำเป็นต้องพัฒนาการทำงานให้อิสระมากขึ้น (นั่นหมายถึงการหาหนทางให้เกิดสื่อที่หลากหลายและอยู่รอดได้) เพื่อนำไปสู่การเปิดประเด็นข่าวเชิงตรวจสอบได้มากขึ้น ขณะเดียวกัน ผลผลิตข่าวที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 2 องค์กรนำเสนอในลักษณะข่าวตามเหตุการณ์ ก็ไม่ได้หมายความว่า ไม่มีบทบาทสำคัญต่อสาธารณะ เพราะอย่างน้อยก็เป็นแหล่งข้อมูลและเป็นพื้นที่สาธารณะให้ประชาชนในท้องถิ่นได้เข้าถึง และใช้ส่งเสียง ในการมีส่วนร่วมปกครองตนเอง

ข้อเสนอแนะการศึกษาในอนาคต

การศึกษาครั้งนี้พิจารณาจากแง่มุมองค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนที่ต้องทำงานภายใต้แรงกดดันต่าง ๆ อย่างไรบ้างเท่านั้น สิ่งที่ยังไม่ได้พิจารณาคือ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นแต่ละฉบับเสนอมุมมองอย่างไร เหมือนหรือต่างกันหรือไม่ ข่าวดังเรื่องมีมุมมองเหมือนหรือแย้งกับสิ่งที่สื่อส่วนกลางเสนอ

อีกด้านหนึ่ง ข่าวที่เสนอ ถูกนำไปใช้อย่างไรบ้าง สร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับท้องถิ่นนั้นอย่างไร รวมถึงควรศึกษาผู้รับสารในเรื่องความต้องการข่าวสารเรื่องอะไรกันแน่ และการนำข่าวสารนั้นไปใช้ อันจะทำให้ครบทุกมุมในการศึกษาการทำงานของสื่อท้องถิ่นในฐานะเป็นสถาบันที่มีบทบาทบริการข่าวสารต่อสาธารณะ

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรมประชาสัมพันธ์. (ม.ป.ป.) *ประวัติกรมประชาสัมพันธ์*. สืบค้นจาก http://www.prd.go.th/main.php?filename=about_us, [27 มีนาคม 2558]
- คมกฤช พงษ์สุวรรณ. ผู้สื่อข่าวพิเศษหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า จังหวัดราชบุรี. (4 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- เฉลิมศักดิ์ จงเจริญ. เจ้าของและบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ก้าวหน้า จังหวัดราชบุรี. (4 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- ฐานข้อมูลธุรกิจอีอาร์พี. (2557). *ฐานข้อมูลธุรกิจบริษัทเพชรภูมิการพิมพ์ จำกัด และบริษัทหนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จำกัด*. สืบค้นจาก <https://corpus.bol.co.th> [14 ธันวาคม 2557]
- ณัชชา นุชพิชิตธนรัตน์. (2554). *นักการเมืองท้องถิ่นจังหวัดเพชรบุรี*. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันพระปกเกล้า.
- ครุณี หิรัญรักษ์. (2543). *การจัดการธุรกิจหนังสือพิมพ์*. กรุงเทพฯ: บริษัทเอกพิมพ์ไทย จำกัด.
- บรรยงค์ สุวรรณผ่อง และคณะ. (2551). *สถานภาพและบทบาทของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในประเทศไทย*. สืบค้นจาก http://www.tja.or.th/index.php?option=com_rokdownloads&view=folder&Itemid=27&id=733: [30 สิงหาคม 2557]
- พิศิษฐ์ ขวาลาธวัช. (2542). *ปฏิรูปสื่อมวลชนท้องถิ่น : ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมและผลักดันองค์กรปกครองท้องถิ่นให้มีอิสระตามรัฐธรรมนูญ*. กรุงเทพฯ: บริษัทดับเบิลยูเอ็น พรินติ้ง จำกัด.
- ภาคภูมิ ถูกขะเมธ และ โอนทัย บุญยะบุญ. (2555). *นักการเมืองท้องถิ่นจังหวัดราชบุรี*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- ม็อบต่อต้านโรงไฟฟ้าราชบุรีบุกกระทรวงพลังงาน ยังไม่เอาโรงไฟฟ้าอย่างเด็ดขาด. (18 ตุลาคม 2550). *ประชาไท*. สืบค้นจาก <http://www.prachatai.com/journal/2007/10/14567> [5 ธันวาคม 2557]
- มาลี บุญศิริพันธ์. (2556). *วารสารศาสตร์เบื้องต้น : ปรัชญาและแนวคิด*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เว็บไซต์เพชรภูมิ. (2552). *ประวัติโรงพิมพ์เพชรภูมิ*. สืบค้นจาก <http://www.petchpoom.com/pp/index.php/community-topmenu-43> [10 ธันวาคม 2557]
- ศักดิ์สิทธิ์ วิบูลศิลป์โสภณ. บรรณาธิการ หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จังหวัดเพชรบุรี. (7 พฤศจิกายน 2557 และ 12 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.
- สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร. (2555). *สภาพปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่เกี่ยวข้องลุ่มน้ำเพชรบุรี*. 2555. สืบค้นจาก <http://goo.gl/j1FEQ7> [6 ธันวาคม 2557]
- สถาบันสารสนเทศทรัพยากรน้ำและการเกษตร. (2556). *สภาพปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรที่เกี่ยวข้องลุ่มน้ำแม่กลอง*. สืบค้นจาก <http://goo.gl/dx6lrY> [5 ธันวาคม 2557]
- สภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ. (2557). *คอปัช่น: บทบาทสื่อในสังคมไทย*. หนังสือประจำปี 2557. กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานจังหวัดเพชรบุรี. (ม.ป.ป.) *ข้อมูลจังหวัดเพชรบุรี*. สืบค้นจาก http://phetchaburi.go.th/phet2/CODE/files/1416470966_%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%A1%E0%B8%B9%E0%B8%A5%E0%B8%88%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%AB.pdf [6 ธันวาคม 2557]
- สำนักงานจังหวัดราชบุรี. (ม.ป.ป.) *ข้อมูลทั่วไปจังหวัดราชบุรี*. สืบค้นจาก <http://123.242.157.9/document/fpdf-14102556-92.pdf> [5 ธันวาคม 2557]
- สุกัญญา บุณเดชาชัย. (2552). *สถานภาพและบทบาทการสื่อสารเพื่อความเป็นพลเมืองของหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 17(กรกฎาคม-ธันวาคม 2552), น. 1-23.

อดิศักดิ์ ลิ้มปรุ่งพัฒนกิจ. (2542). พันธกิจทางสังคมท้องถิ่นของหนังสือพิมพ์ระดับชาติ. ใน *ปฏิรูปสื่อมวลชนท้องถิ่น : ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมและผลักดันองค์กรปกครองท้องถิ่นให้มีอิสระตามรัฐธรรมนูญ*, (น. 173-180). กรุงเทพฯ: ดับเบิ้ลนายน์ พรินติ้ง จำกัด.

อภิชาติ พวงน้อย. หัวหน้ากองบรรณาธิการ หนังสือพิมพ์เพชรภูมิ จังหวัดเพชรบุรี. (12 ธันวาคม 2557). สัมภาษณ์.

ภาษาอังกฤษ

- Albarran, A.B. (2004). Media Economics. In J. Downing (Ed.), *The Sage Handbook of Media Studies*, (pp.291-307). California: Sage Publications, Inc.
- Franklin, B., and Murphy, D. (1991). *What News?: the market, politics and the local press*. London: Routledge.
- McNair, B. (1998). *The Sociology of Journalism*. London: Arnold.
- _____. (2000). *Journalism and Democracy*. London and New York: Routledge.
- McQuail, D. (2013). *Journalism and Society*. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington DC: SAGE Publications Ltd.
- _____. (2010). *Mass Communication Theory*. 6th Edition. Los Angeles, London, New Delhi, Singapore and Washington DC: SAGE Publications Ltd.
- Owers, J., Carveth, R., and Alexander, A. (2004). An Introduction to Media Economics Theory and Practice. In A. Alexander, J. Owers, R. Carveth, C.A. Hollifield, and A.N. Greco (Eds), *Media Economics Theory and Practice*, 3rd Edition, (pp. 3-47). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Inc.
- Picard, R.G. (2004). The Economics of the Daily Newspaper Industry. In A. Alexander, J. Owers, R. Carveth, C.A. Hollifield, and A.N. Greco (Eds), *Media Economics Theory and Practice*, 3rd Edition, (pp. 109-125). New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. Inc.
- Williams, G. (1998). Profit before product?: Ownership and economics of the local press. In B. Franklin (Ed), *Local Journalism and Local Media: Making the local news*, (pp. 83-92). London and New York: Routledge.
- Shoemaker, P.J., and Reese, S.D. (1996). *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. 2nd Edition. USA: Longman.