

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

“การศึกษาคือส่วนที่สำคัญและจำเป็นที่สุดของการพัฒนามนุษย์และประเทศ” คำกล่าวในลักษณะดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นถึงปรัชญาทางการศึกษาที่ดำรงสืบเนื่องต่อมาช้านาน และสะท้อนถึงรากฐานขั้นปฐมของความสำคัญของการศึกษากับอานารยะมนุษย์ผู้เจริญ ผู้ซึ่งควรยึดถือการเรียนรู้เป็นสรวงแห่งชีวิต

การศึกษาจึงเป็นฐานคิดฐานใหญ่ที่ครอบวิถีชีวิตมนุษย์มาแต่ในอดีต โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วต่างให้ความสำคัญกับการที่ประชาชนในประเทศของตนจะได้รับการศึกษาสูงสุดเท่าที่กำหนดนโยบาย ชีคความสามารถ และศักยภาพของรัฐบาลประเทศนั้นๆ จะกระทำไ้ ยิ่งไปกว่านั้นรัฐบาลของแต่ละประเทศเองยึดถือว่าการให้การศึกษาแก่ประชาชนของตนเองเป็นบริการสาธารณะ (Public Services) อันจำเป็นบนพื้นฐานของชีวิตและสังคม

อย่างไรก็ตาม “การศึกษา” เป็นด้อยคำที่ครอบคลุมปริมณฑลที่กว้างขวางมาก เนื่องจากว่า “การศึกษา” มีอยู่หลายระดับและมีอยู่หลายรูปแบบ โดยขึ้นอยู่กับว่าต้องการจะจำแนกออกไปตามวัตถุประสงค์ ตามลักษณะผู้เรียน ตามระยะเวลา และ ฯลฯ หลายระดับที่ว่านั้น อาจจำแนกเป็นระดับอนุบาล ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา ระดับอุดมศึกษา หรืออาจจำแนกเป็นระดับภาคบังคับ และระดับที่ไม่ใช่ภาคบังคับ หลายรูปแบบที่ว่านั้นอาจจำแนกเป็นการศึกษาในระบบโรงเรียน (Formal Education) การศึกษานอกระบบโรงเรียน (Non-formal Education) และการศึกษาตามอัธยาศัย (Informal Education) กล่าวได้ว่าวิธีการจำแนกรูปแบบการศึกษาดังกล่าวนี้ ได้รับความนิยมใช้งานกันอย่างแพร่หลายมาเป็นเวลาช้านานจนกระทั่งในปัจจุบัน

ขณะเดียวกัน “การศึกษา” เองได้มีพัฒนาการอันเกิดจากการได้รับการคิดค้น และสร้างสรรค์ แดกแขนงแยกย่อยออกมาอีกมากมายตามสภาพแวดล้อมทางกาลเวลาและสถานที่ที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งส่วนใหญ่แล้วเป็นแนวโน้มของการศึกษานอกระบบโรงเรียนนั่นเอง เช่น การศึกษาทางไกล (Distance Learning) การศึกษาต่อเนื่อง (Continuing Education) การศึกษาผู้ใหญ่ (Adult Education) การศึกษาแบบเปิด (Open Education) การศึกษาตลอดชีวิต (Life-long Education) การศึกษาทางเลือก (Alternative Education) ต่างๆ รวมถึงการศึกษาเพื่อมวลชน (Mass Education) เป็นต้น

ในการให้การศึกษาระดับต่างๆ และรูปแบบต่างๆ ข้างต้นนั้น บางระดับ และ/หรือบางรูปแบบ อาทิ การศึกษาภาคบังคับนั้น รัฐเองที่เป็นผู้จัดหาและให้บริการการศึกษารายใหญ่ที่สุด จนถึงกลับได้รับ คำกล่าวเปรียบเปรยว่ารัฐบาลทำตัวเป็น “คุณพ่อรู้ดี” (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2519: 5) ไม่ว่าจะถือเป็น บทบาทของรัฐ ถือเป็นหน้าที่ของรัฐ หรือถือเป็นกลไกในการครอบงำและควบคุมประชาชนในประเทศ ก็ตาม ทั้งนี้ หากเป็นการศึกษาภาคบังคับแล้ว รัฐมักจะให้บริการฟรี หรือเรียกว่าการศึกษาให้เปล่า

“ในประวัติศาสตร์มนุษยชาติ รัฐบาลประเทศต่าง ๆ มีบทบาทในการจัดการศึกษาเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อมีการกำหนดการศึกษาภาคบังคับ (Compulsory Education) โดยรัฐถือเป็นหน้าที่ในการจัดการศึกษาภาคบังคับชนิดให้เปล่าแก่ประชาชน แม้ในการจัดการศึกษาที่สูงกว่าระดับการศึกษาภาคบังคับ รัฐบาลยังจัดการศึกษานิดให้เปล่าและถึงให้เปล่าแก่ประชาชนจนระดับอุดมศึกษา” (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2540: 14)

การให้การศึกษาในบางระดับต่างๆ และบางรูปแบบต่างๆ ข้างต้นนั้น ภาคเอกชนเองก็ได้รับ อนุญาตให้มีส่วนร่วมในการเป็นผู้จัดหาและให้บริการการศึกษาด้วยเช่นกัน เพราะฉะนั้นจึงมีการกล่าว ถึงมุมมองที่เกี่ยวกับการศึกษาอยู่หลายมุมมอง อาทิเช่น เป็น “บริการสาธารณะ” (Public Services) เป็น “การค้า” (ดร.สมคิด จาคูศรีพิทักษ์ และดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2539: 132) เป็น “สินค้า” (Goods) ซึ่งต้องมีผู้ผลิตสินค้าและมีผู้บริโภค และข่อมหมายความว่า “ผู้เรียนคือผู้บริโภค” (The Student As Consumer) ตามไปด้วย โดยด้อยคำโน้ตค้นเปรียบเปรยดังกล่าวได้ปรากฏขึ้นในสังคมแถบอเมริกาเหนือ และยุโรปตะวันตก (Jill J. McMillan and George Cheney, 1996: 1)

“บริการการศึกษามีลักษณะเป็นสินค้ามากขึ้น เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงปรัชญาพื้นฐานทาง เศรษฐกิจ การหันรื้อนาว่าไปสู่แนวทางเสรีนิยมทางเศรษฐกิจ ทำให้ภาคเอกชนมีบทบาทในการผลิต บริการการศึกษามากขึ้น ด้วยเหตุคั้งนั้นจึงต้องยอมให้เอกชนเก็บค่าเล่าเรียนในระดับที่เกื้อกูลให้การ ประกอบการอยู่รอดได้ สถานศึกษาไม่ว่าจะเป็นโรงเรียน หรือมหาวิทยาลัยมีลักษณะเป็นธุรกิจมากขึ้น” (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2540: 14)

ทั้งนี้ เมื่อรัฐเปลี่ยนแปลงปรัชญาพื้นฐานทางเศรษฐกิจไปสู่แนวทางเสรีนิยมทางเศรษฐกิจ ข่อม ทำให้ระบบการศึกษาเกิดการเปลี่ยนแปลงไปสู่แนวทางที่สอดคล้องเช่นเดียวกัน โดยมีแนวความคิดทาง ด้านธุรกิจ แนวความคิดทางด้านเศรษฐศาสตร์ และแนวความคิดทางการตลาด ซึ่งเป็นแนวความคิด พื้นฐานทางเสรีนิยมทางเศรษฐกิจที่เชื่อนในเรื่องของ “กลไกตลาด” โดยเมื่อตลาดมีอุปสงค์อยู่สูง ข่อมทำ ให้อุปทานมีมากขึ้นและเกิดการแข่งขันกันนั่นเอง

ดังนั้น ระบบการศึกษาภายใต้แนวทางดังกล่าวจึงแสดงออกในเชิงรูปธรรมผ่านการดำเนินการในลักษณะที่คำนึงถึงผลกำไร (Profit Benefit) อันแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างไปจากระบบการศึกษาที่รัฐเป็นผู้จัดหาและให้บริการการศึกษา ซึ่งดำเนินสืบต่อเนื่องมาและยังคงดำรงอยู่สืบต่อไปในลักษณะที่ไม่ได้คำนึงถึงผลกำไรเป็นสำคัญ

“ปัจจุบันกระแสของโลกเรื่องการศึกษาได้เปลี่ยนจากตัวโรงเรียนไปสู่สื่อมวลชน ซึ่งเข้ามามีบทบาทในเรื่องการจัดการศึกษามากมายมหาศาล และลักษณะที่ว่าเป็นการศึกษาสำหรับคนทุกคนที่เราเรียกกันว่าเป็น Mass Education นั้น Mass Communication มีส่วน มีบทบาทอย่างยิ่งต่อการศึกษาในอนาคตที่กำลังจะเกิดขึ้น” (รุ่ง แก้วแดง, 2540: 29)

หนังสือพิมพ์จัดอยู่ในสื่อมวลชนประเภทสิ่งพิมพ์ โดยหากพิจารณาจากการถือกำเนิดเกิดขึ้นของสื่อประเภทต่างๆ แล้ว กล่าวได้ว่าหนังสือพิมพ์เป็นสื่อลำดับแรกที่มีบทบาทในการให้การศึกษา แต่หากพิจารณาจากการได้รับการนำมาใช้เป็น “สื่อหลัก” ในกระบวนการเรียนการสอนแล้ว สื่อประเภทวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ กลับได้รับการนำมาใช้งานก่อนสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ โดยเฉพาะในแนวความคิดเรื่องการพัฒนาประเทศตามแบบอย่างชาติตะวันตกที่กระทำกับประเทศด้อยพัฒนา(ประเทศโลกที่สาม) ซึ่งใช้สื่อประเภทวิทยุ และสื่อโทรทัศน์ เป็นสำคัญ เนื่องจากสื่อมวลชนทั้งสองประเภทเป็นที่แพร่หลายและมีค่าใช้จ่ายที่นับวันจะลดต่ำลงเรื่อยๆ ในขณะที่สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ ซึ่งจัดเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ประเภทหนึ่งนั้น มีลักษณะพิเศษตรงที่ผู้ใช้สื่อประเภทนี้จะต้องมีคุณสมบัติที่สามารถอ่านออกได้ (Literate) ดังนั้น ผู้ที่ไม่รู้หนังสือจึงบริโภคหนังสือไม่ได้

บทบาทของหนังสือพิมพ์ในการให้การศึกษาเกิดขึ้นนับตั้งแต่มีการตีพิมพ์และมีผู้อ่านหนังสือพิมพ์ก็ว่าได้ หากพิจารณาจากสายตาของนักการศึกษาแล้ว พบว่าหนังสือพิมพ์มีบทบาทในการให้การศึกษาตามอรรถาธิบาย (Informal Education) มาเป็นเวลายาวนาน หมายความว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์จะได้รับการศึกษา ความรู้ ตลอดจนนวัตกรรมต่างๆ โดยไม่ได้ตั้งใจหรือโดยไม่รู้ตัวอยู่แล้ว นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังได้รับการใช้เป็น “สื่อเสริม” เพื่อประกอบการเรียนการสอน ทั้งในระบบโรงเรียนและนอกระบบโรงเรียน ซึ่งเป็นที่ทราบกันดีและมีข้อเขียน มีงานวิจัยสนับสนุนอยู่มากมาย

ก่อน สวัสดิ์พาณิชย์ เขียนบทความเรื่อง “การใช้สื่อมวลชนเพื่อการศึกษา” (วารสารสื่อมวลชนปริทัศน์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1: 57) โดยกล่าวถึงความเป็นมาของการใช้สื่อมวลชนเพื่อการศึกษาไว้ว่า

“เป็นที่ทราบกันดีว่าสื่อมวลชนกับการศึกษาทำหน้าที่ใกล้เคียงกัน ถึงแม้ว่าระบบงานทั้งสองจะประสานงานกันไม่สนิทจนบางครั้งต้องเป็นคู่แข่งกันแทนที่จะเป็นมิตรกัน แต่ทั้งสองฝ่ายก็นำเทคนิค

หรือแนวคิดของอีกฝ่ายหนึ่งมาใช้โดยไม่ขาด โดยเฉพาะฝ่ายการศึกษานั้นได้นำเอาสื่อมวลชนมาใช้เพื่อการศึกษาอยู่เป็นประจำ บางครั้งก็ใช้ได้ผลพอสมควร แต่บางครั้งก็มีปัญหาตามมาไม่น้อย”

นอกจากนี้ บทความดังกล่าวยังมีใจความที่น่าสนใจอีกว่า สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งข่าวสารและเป็นผู้เผยแพร่ความรู้ให้แก่ประชาชนได้อย่างแพร่หลาย มีการขนานนามให้สื่อมวลชนเป็น “โรงเรียนข้างเคียง” (Parallel School) (ก่อ สวัสดิ์พาณิชย์, วารสารสื่อมวลชนปริทัศน์ ปีที่ 5 ฉบับที่ 1: 54) นั้นย่อมแสดงให้เห็นว่าสื่อมวลชนกับการศึกษาต่างเอื้อเพื่อเกื้อหนุนประโยชน์ซึ่งกันและกันได้ และนับวันสถาบันที่ดำเนินการทั้งสองประเภทนี้จะมามีบทบาทที่คาบเกี่ยวทับซ้อนกันมากขึ้น

ยิ่งไปกว่านั้น สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (สกศ.) สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ในฐานะที่เป็นหน่วยงานกลางในการกำหนด วางกรอบ จัดทำนโยบาย และแผนทางด้านการศึกษาของประเทศ ก็เห็นถึงความสำคัญของสื่อมวลชนดังที่ปรากฏอยู่ในตอนต้นคำนำของหนังสือ “พลังสื่อมวลชนกับอนาคตการศึกษาไทย” ว่า

“สื่อมวลชนเป็นเครื่องมือเพื่อการเรียนรู้ที่สำคัญ สามารถกระจายข่าวสาร ความรู้ในวงกว้างได้อย่างรวดเร็วนั่นหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่าสื่อมวลชนทำหน้าที่เสมือนครูมหาชน” ขณะเดียวกันสาระสำคัญที่ได้มีการสรุปเอาไว้ประเด็นหนึ่งก็คือ “สื่อมวลชนเป็นสถาบันการศึกษาอย่างไม่เป็นทางการที่ทวีความสำคัญเพิ่มขึ้น เพราะสื่อมวลชนเป็นสิ่งที่เข้าถึงมวลชนอย่างกว้างขวาง และด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ที่ก้าวหน้า สามารถทำให้การกระจายข่าวสารและความรู้รวดเร็วอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน” (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2540: 2)

ในขณะที่หนังสือพิมพ์ดำรงบทบาททางสังคมมากมายสืบทอดต่อมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน บทบาทในด้านการให้การศึกษาก็เป็นบทบาททางสังคมประการหนึ่งของหนังสือพิมพ์ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กล่าวคือในระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย เมื่อหนังสือพิมพ์ต่อสู้กับอำนาจเผด็จการทางการเมืองด้วยการตรวจสอบ และวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลและเจ้าหน้าที่ของรัฐอยู่นั้น หนังสือพิมพ์ก็ยังสามารถสร้างรากฐานเพื่อการพัฒนาความคิดของประชาชนผ่านทางบทบาทในการให้ความรู้ทางการเมือง (Political Education) จนถึงปัจจุบันก็กล่าวได้ว่าหนังสือพิมพ์ยังคงบทบาทดังกล่าวอยู่เพียงแต่ได้มีการแตกแขนงแยกออกไปจากบทบาทที่เป็นมา ไม่ว่าจะด้วยปรัชญาทางความคิดที่แตกต่างและที่เปลี่ยนแปลงไป หรือด้วยแรงกดดันทางธุรกิจ หรือด้วยเหตุผลอื่นใดก็ตามที่ ทำให้บทบาทของหนังสือพิมพ์ในด้านการให้การศึกษา ซึ่งแต่เดิมเกิดจากบทบาททางสังคมเป็นหลักใหญ่ใจความสำคัญนั้น ปัจจุบันยังเกิดจากบทบาททางธุรกิจ ซึ่งแท้ที่จริงแล้วก็เปรียบเสมือนอีกด้านหนึ่งของเหรียญนั่นเอง

การกล่าวถึงเพียงบทบาททางสังคมของสื่อมวลชนในด้านการให้การศึกษา ประจวบเหมาะเป็นอุดมการณ์อันเลิศหรูแต่เพียงด้านเดียว อาจสร้างความเข้าใจที่ผิดเพี้ยนหรือบิดออกไปจากความเป็นจริงมากไปกว่าที่เป็นอยู่ ดังนั้น บทบาททางธุรกิจจะสามารถช่วยบรรเทาวิบากให้กับปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิชาชีพหนังสือพิมพ์ได้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ดังหัวข้อเรื่อง “การเจริญเติบโตของสื่อมวลชน” (ศิริชัย ศิริกาชยะ, กาญจนา แก้วเทพ ผู้เรียบเรียง, ไม่ปรากฏปี: 4) ได้อธิบายถึงพัฒนาการและการเปลี่ยนแปลงทางด้านการสื่อสาร โดยเริ่มต้นจากความสำเร็จในการคิดประดิษฐ์แท่นพิมพ์ในราวคริสต์ศตวรรษที่ 15 จนถึงระบบการสื่อสารทั้งทางกายภาพและเสียงที่เชื่อมโยงกับเครือข่ายคอมพิวเตอร์ หรืออีกนัยหนึ่งคือจนถึงคริสต์ศตวรรษที่ 20 นั่นเอง ทั้งนี้ ข้อสรุปประการหนึ่งก็คือ ความหมายและค่านิยมของสื่อมวลชนแต่ละประเภท “ต่างก็เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและบริบททางสังคม” (ศิริชัย ศิริกาชยะ, กาญจนา แก้วเทพ ผู้เรียบเรียง, ไม่ปรากฏปี: 4) และเนื่องจากหนังสือพิมพ์เป็นสื่อมวลชนที่ถือกำเนิดมาก่อนสื่อประเภทอื่นๆ จึงได้มีการอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดความหมายและค่านิยมที่มีต่อหนังสือพิมพ์เอาไว้ 5 ประการ และหนึ่งในจำนวนนั้นคือ

“ประการที่ห้า ลักษณะของหนังสือพิมพ์ที่สร้างขึ้นเพื่อมุ่งหวังผลทางธุรกิจศตวรรษที่ 20” (ศิริชัย ศิริกาชยะ, กาญจนา แก้วเทพ ผู้เรียบเรียง, ไม่ปรากฏปี: 7) กล่าวได้ว่าปัจจัยดังกล่าวตั้งอยู่บนสมมติฐานในทำนองที่ยอมรับว่า การที่หนังสือพิมพ์สามารถขยายตัวจนเติบโตใหญ่ขึ้นมาได้เป็นเพราะหนังสือพิมพ์ดำเนินการเป็นธุรกิจการค้า โดยให้ความสำคัญกับรายได้ที่มาจากการขายโฆษณา และส่งผลให้เนื้อหาสาระที่ปรากฏอยู่ในหนังสือพิมพ์มีลักษณะที่สร้างความพึงพอใจให้กับธุรกิจจนทำให้หนังสือพิมพ์เกิดรูปแบบใหม่ ซึ่งไม่เน้นข่าวสารประเภทหนัก (Hard News) แต่เน้นให้ความบันเทิง (Entertainment) เป็นสำคัญ

เมื่อหนังสือพิมพ์มีอาจปฏิเสธถึงการแสวงหารายได้เพื่อผลกำไรทางธุรกิจ บทบาททางธุรกิจของหนังสือพิมพ์ก็มิอาจปฏิเสธได้เช่นเดียวกัน หนังสือพิมพ์มีรายได้จากการขายสิ่งพิมพ์ รายได้จากการลงโฆษณา รายได้จากใบแทรก รายได้จากฉบับพิเศษ (Supplement) นอกจากนี้ ธรรมชาติของการดำเนินธุรกิจโดยทั่วไปแล้วย่อมพึ่งแสวงหารายได้จากหนทางอื่นๆ ที่พอจะหยั่งขาเข้าไปได้ตลอดเวลาตามแต่โอกาสและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจจะเอื้ออำนวยให้

หากพิจารณาจากความคิดของคร.รุ่ง แก้วแดง ผ่านบทความเรื่อง “พลังสื่อมวลชนกับอนาคตการศึกษาไทย” (หนังสือครบรอบ 20 ปี ขององค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย(อ.ส.ม.ท.), 2540: 28-31) จะพบประเด็นที่สรุปออกมาได้เป็นแนวโน้มของการศึกษาของประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วยอยู่ 2 ประเด็น ได้แก่ 1.) สื่อมวลชนเป็นสถาบันที่มีบทบาทและมีความสำคัญอย่างยิ่งในเรื่องการจัดการศึกษาของชาติ และ 2.) การศึกษาในระบบโรงเรียนจะลดบทบาทและความสำคัญลง

ในขณะที่การศึกษานอกระบบโรงเรียน และการศึกษาตามอัธยาศัยจะมีบทบาทและความสำคัญเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

ความน่าสนใจอยู่ตรงที่ว่า หากสื่อมวลชนใดก็ตามที่เห็นด้วยกับแนวโน้มดังกล่าว ซึ่งเป็นแนวโน้มที่เกิดขึ้นกับหลายประเทศที่พัฒนาแล้ว ย่อมหมายความว่าสื่อมวลชนนั้นพึงพิจารณาได้ว่าตนเองสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในด้านการให้การศึกษา หรืออีกนัยหนึ่งคือเข้าไปมีส่วนแบ่งในตลาดการศึกษาได้ในส่วนใดและมากน้อยเพียงใดบ้าง ขณะเดียวกัน รูปแบบการศึกษาเรียงตามบทบาทและความสำคัญจากน้อยไปหามากดังที่ ดร. รุ่ง แก้วแดง มองไว้นั้น กล่าวได้ว่าสอดคล้องกับจำนวนประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารูปแบบต่างๆ นั่นคือ การศึกษาในระบบโรงเรียนจะมีจำนวนประชาชนที่เกี่ยวข้องด้วยเฉพาะนักเรียน นักศึกษา ส่วนการศึกษานอกระบบโรงเรียนยังรวมถึงผู้ใหญ่และคนทำงานทั่วไปด้วย ขณะที่การศึกษาตามอัธยาศัยครอบคลุมประชาชนทุกหมู่เหล่า เมื่อเป็นเช่นนี้แล้ว ในทางธุรกิจย่อมเป็นไปได้ว่าจำนวนประชาชนที่เกี่ยวข้องอยู่ในแต่ละส่วนนั้นเปรียบประดุจ “ตลาดผู้บริโภค” ส่วนความเป็นไปได้ในทางธุรกิจสำหรับตลาดผู้บริโภคแต่ละตลาดนั้นถือเป็นอีกเรื่องหนึ่ง

ไกรฤทธิ บุญเกียรติ นักการตลาดผู้ซึ่งได้รับเชิญให้เป็นอาจารย์พิเศษตามมหาวิทยาลัย และเป็นกรรมการบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ด้วย ยังได้แสดงทัศนะเกี่ยวกับบทบาทของสื่อมวลชนในด้านการให้การศึกษา ปรากฏอยู่ในบทความเรื่อง “หาประโยชน์จากความสูญเสีย” ไว้ว่า

“6. สื่อมวลชนมีบทบาทหลายฐานะจนต้องทบทวนตัวเองอย่างขนานใหญ่ แต่ดั้งเดิมนี้หนังสือพิมพ์ทำหน้าที่ผู้รายงานข่าว แต่ปัจจุบันแนวกิจการรายงานข่าวแบบไปเห็นมาและมาเล่าสู่กันฟัง กลายเป็นการบรรยายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเดี๋ยวนั้น เช่น ทางด้านวิทยุหรือที่เรามักเรียกรวมๆ ว่า หนังสือพิมพ์ทางอากาศ และสื่อมวลชนในปัจจุบันกลายมาเป็นขามระวิงภัยของสังคมหรือมวลชน และในอนาคตอันใกล้เมื่อทุกคนพูดความจริง สื่อมวลชนไทยจะกลายเป็นสถาบันเพื่อให้นักศึกษานอกโรงเรียนแก่ประชาชาติ ชดเชยการเรียนรู้ ซึ่งยังพร่องอยู่ไม่น้อยจากสถาบันโรงเรียน” (ไกรฤทธิ บุญเกียรติ, 2540: 24)

ในขณะที่ นักการตลาดจัดให้สื่อประเภทต่าง ๆ นั้นเป็น “ช่องทางการส่งสาร” (Channel) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งในการเชื่อมโยงให้กระบวนการสื่อสารเกิดความสมบูรณ์ครบถ้วน กระบวนการสื่อสารประกอบไปด้วย ผู้ส่งสาร (Sender) สาร (Message) ช่องทางการส่งสาร (Channel) และผู้รับสาร (Receiver) ในความหมายเดียวกันนักธุรกิจ นักการตลาดก็มีได้มองสื่อประเภทต่างๆ แตกต่างไปจากการเป็น “ช่องทางการส่งสาร” แต่อย่างใด เพียงแต่ว่าการเรียกขานอาจไม่เหมือนกันเท่านั้น กล่าวคือสื่อประเภทต่างๆ ก็คือ “เครื่องมือ” (Tools) หนึ่งๆ อาทิ นักการตลาดจำเป็นต้องเลือกใช้สื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย และสื่อที่นักการตลาดเลือกใช้ก็ถือเป็นเครื่องมือในการเข้าถึงผู้บริโภคนั่นเอง

รุ่ง แก้วแดง เลขาธิการคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ กล่าวว่า เทคโนโลยีเป็นแรงกดดันประการหนึ่งในปัจจุบันที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารจนทำให้จำเป็นต้องปฏิรูปการศึกษาของไทย โดยที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศจะเปลี่ยนแปลงทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ทั้งนี้เป็นการอ้างอิงตามแนวคิดของบิลล์ เกตส์ (Bill Gates) ซึ่งเป็นนักธุรกิจข้ามชาติสัญชาติอเมริกัน เจ้าของบริษัท ไมโครซอฟท์ ผู้ผลิตซอฟต์แวร์สำหรับระบบปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก

“การปฏิวัติทางด้านเทคโนโลยี โดยเฉพาะเทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศที่เป็นระบบทางด่วนข้อมูล สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้ทั้งโลกเข้าด้วยกัน และมีราคาถูกลงจนทุกคนสามารถมีได้” (รุ่ง แก้วแดง, 2541: 20)

เมื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่สามารถนำมาใช้งานในด้านการให้การศึกษาได้ สื่ออินเตอร์เน็ตก็สามารถกระทำได้เช่นเดียวกัน เพราะการให้การศึกษาผ่านสื่อประเภทต่างๆ ถือเป็นช่องทางการสื่อสาร ซึ่งผู้ให้ศึกษามีอยู่ในมือและใช้ให้เกิดประโยชน์ ขณะที่ผู้รับการศึกษาสามารถเลือกรับได้ตามที่ตนเองมีอยู่หรือตามที่ตนเองต้องการไม่ว่าจะอยู่แห่งหนตำบลใด

ช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา การเรียนทางไกลหรือการศึกษาทางไกลก็ได้วิวัฒน์ “รูปแบบ” ที่ใช้ในการเรียนการสอน จวบจนกระทั่งปัจจุบันมีรูปแบบการเรียนทางไกลโดยการอาศัยผ่าน “สื่อ” ในหลากหลายประเภท เช่น ทางไปรษณีย์ ทางโทรทัศน์ ทางวิทยุ ทางคอมพิวเตอร์ ทางอินเตอร์เน็ต เป็นต้น ในบรรดาสื่อประเภทต่างๆ สื่ออินเตอร์เน็ตจัดเป็นสื่อใหม่ที่เป็นแนวโน้มทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารใหม่ล่าสุด ซึ่งกล่าวได้ว่าจะยังมีความเป็นสื่อมวลชนลดลง (De-massified Media) ในสังคมสารสนเทศ (Information Society) และยังคงสอดคล้องกับพัฒนาการและแนวโน้มของการสื่อสารและสื่อมวลชนที่กำลังก้าวเข้าสู่ยุคสารสนเทศ (Information Age) ดังที่นักอนาคตศาสตร์อย่าง อัลวิน ทอฟเฟอร์ (Alvin Toffler) ได้จัดแบ่งอารยธรรมสังคมและรูปแบบการสื่อสารของมนุษย์ผ่านสัญลักษณ์ “คลื่น 3 ลูก” ซึ่งกล่าวได้ว่าเรากำลังเข้าสู่คลื่นลูกที่สาม (จากหนังสือคลื่นลูกที่สาม อัลวิน ทอฟเฟอร์)

บริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสิ่งพิมพ์อื่นๆ ได้นำสื่อประเภทต่างๆ ของบริษัทฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อหนังสือพิมพ์ มาใช้ในโครงการรณรงค์ให้ “การศึกษาแก่มวลชน” (Mass Education) (วลีดังกล่าวปรากฏอยู่ในเอกสารสำหรับนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA”) เมื่อปลายปี 2538 เริ่มจากการแปลตำราทางด้านบริหารธุรกิจให้เป็นภาษาไทย โดยเน้นตำราทางด้านบริหารธุรกิจระดับปรมาจารย์ (Guru) ที่มีชื่อเสียง อาทิ คร.โทมัส ปีเตอร์ (Thomas Peter), ปีเตอร์ ดร็กเกอร์ (Peter Drucker), ดอน แทปส์คอต (Don Tapscott) ฯลฯ การจัดอบรมหลักสูตรพัฒนาการบริหารแก่ผู้บริหารด้วยความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยในต่างประเทศ การจัดสัมมนาในระดับโลก การจัดสัมมนา

แฟรนไชส์ไทยแลนด์ การร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์จัดทำ “Pocket MBA” ซึ่งเป็นหนังสือเล่มเล็กบางๆ แถมไปกับหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายสัปดาห์

ในปี พ.ศ. 2540 บริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ได้จัดทำโครงการ KHOO KHAENG BUSINESS SCHOOL (KKBS) ซึ่งบริษัทได้ถือว่าเป็น “สถาบันสอนธุรกิจทางไกล” โครงการดังกล่าวเกิดขึ้นจากแนวความคิด “Mass Education” คือการนำความรู้และการศึกษามหาชนโดยผ่านสื่อมวลชนสาขาต่างๆ พร้อมกับใช้ส่วนผสมทางการตลาดเพื่อสนองความต้องการบริโภคความรู้ ซึ่งเป็นความต้องการและจำเป็นต่อการพัฒนาการของมนุษย์ องค์กร และประเทศชาติ การกำหนดนโยบายและแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรนั้น ได้ใช้วิชาการตลาดออกแบบ “ผลิตภัณฑ์” ทางการศึกษาให้สอดคล้องและตรงตามความต้องการของตลาด (เอกสารสำหรับนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA”)

หลักสูตร “คู่แข่ง Mini-MBA” เป็นหลักสูตรที่อยู่ภายใต้การดูแลและรับผิดชอบของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ถือเป็นหลักสูตรหนึ่งในโครงการ KHOO KHAENG BUSINESS SCHOOL (KKBS) และมีลักษณะแปลกที่อาจจะจัดได้ว่าเป็นการให้การศึกษาทางไกลผ่านหน้าหนังสือพิมพ์เป็นครั้งแรกในโลก ทั้งนี้ ถือเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกที่ได้จัดให้มีการให้การศึกษาอย่างเป็นระบบ มีแบบแผน และจัดเป็นการศึกษาแบบนอกระบบโรงเรียน (Non-formal Education) โดยมีผู้เรียนเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) อย่างชัดเจน อีกทั้งหนังสือพิมพ์ดังกล่าวก็ยังเป็น “สื่อหลัก” ที่ใช้สำหรับการให้การศึกษาอีกด้วย มิใช่เป็นเพียง “สื่อเสริม” ที่ใช้ประกอบการเรียนการสอนเท่านั้น และหรือเป็นเพียงการให้การศึกษาตามอัธยาศัย (Informal Education) อันทำให้ได้รับความรู้ และนวัตกรรมต่างๆ โดยผู้อ่านหนังสือพิมพ์เองก็ไม่ได้ตั้งใจหรือไม่รู้ตัว

ทั้งนี้ หลักสูตรดังกล่าวจัดเป็นระบบการศึกษาทางไกล ซึ่งนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” ไม่ต้องเดินทางเข้าห้องเรียน แต่สามารถรับเนื้อหาวิชาอยู่ที่บ้านหรือที่ทำงานได้ พร้อมกับทำแบบทดสอบ (Quiz) ส่งกลับคืนมาเป็นระยะๆ ตลอดระยะเวลาเรียน 1 ปี และเมื่อจบหลักสูตร นักศึกษาจะได้รับเกียรติบัตรจากบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) หรืออาจเป็นเกียรติบัตรในนามของ KHOO KHAENG BUSINESS SCHOOL ตามความสามารถและคะแนนที่ได้รับ หลักสูตรดังกล่าวเหมาะสำหรับนักธุรกิจผู้แสวงหาความก้าวหน้าและนักบริหารที่มีประสบการณ์

“การให้การศึกษาทางไกลผ่านหน้าหนังสือพิมพ์” ซึ่งเป็นถ้อยคำที่บริษัทฯ ใช้งานอยู่นั้น หากพิจารณาจากคำจำกัดความที่ว่า “สิ่งพิมพ์เฉพาะกิจ” (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2528: 227) ซึ่งหมายถึงสิ่งพิมพ์ที่ใช้เพื่องานเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง เช่น งานประชาสัมพันธ์ งานโฆษณา งานการสื่อสารภายในองค์กร งานรณรงค์ในโครงการต่างๆ และงานให้การศึกษาแก่ประชาชน เป็นต้น” หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน ซึ่งให้การศึกษาหลักสูตร “คู่แข่ง Mini-MBA” ย่อมเข้าข่ายเป็นสิ่งพิมพ์เฉพาะ

กิจเช่นเดียวกัน เพราะเป็นการมองสิ่งพิมพ์ด้วยเกณฑ์ของวัตถุประสงค์และบทบาทในด้านการศึกษาทางไกล และหากกล่าวต่อไปว่ายังเข้าข่ายเป็น “สิ่งพิมพ์เฉพาะกลุ่ม” ก็จะยิ่งสอดคล้องและชัดเจนมากขึ้น เพราะเป็นการมองสิ่งพิมพ์ด้วยเกณฑ์ของผู้อ่าน ซึ่งก็คือผู้เรียนหรือนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” ซึ่งมีลักษณะเป็นเฉพาะกลุ่มผู้สนใจใฝ่หาความรู้ทางด้านการบริหารธุรกิจ

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงอยากทราบว่า แนวคิดดังกล่าวนี้เกิดขึ้นได้อย่างไร มาจากความต้องการให้การศึกษากับประชาชน หรือมาจากความต้องการใช้เป็นฐานเพื่อขยายธุรกิจ หรือทั้งสองความต้องการร่วมกัน และความต้องการทั้งสองประการนั้น ประสบผลสำเร็จหรือล้มเหลว ทั้งในส่วนของบริษัทฯ ซึ่งเป็นผู้ผลิตหนังสือพิมพ์ และในส่วนของนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” ซึ่งเป็นผู้บริโภคหนังสือพิมพ์

ปัญหา/คำถามวิจัย

- 1.) บทบาทในการให้การศึกษานี้ของหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันในทัศนะของผู้บริหารบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) และมโนทัศน์ในการให้การศึกษานี้ของหนังสือพิมพ์ในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญแต่ละสาขาวิชาชีพ เป็นอย่างไร
- 2.) การเพิ่มบทบาทในการให้การศึกษานี้ของหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวันมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรหนังสือพิมพ์หรือไม่ อย่างไร
- 3.) ในทัศนะของผู้บริหารบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) และผู้เชี่ยวชาญแต่ละสาขาวิชาชีพนั้น มโนทัศน์ในทำนองว่า การศึกษาเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง ถูกต้องหรือไม่ในบริบทสังคมไทย
- 4.) นักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในลักษณะของสื่อ และในการดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) แตกต่างกันหรือไม่ อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.) เพื่อศึกษาบทบาทในการให้การศึกษานี้ของหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน และมโนทัศน์ในการให้การศึกษานี้ของหนังสือพิมพ์
- 2.) เพื่อทราบความสัมพันธ์ของการเพิ่มบทบาทในการให้การศึกษานี้ของหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน กับการเพิ่มรายได้ให้กับองค์กรหนังสือพิมพ์
- 3.) เพื่อวิเคราะห์การให้การศึกษานี้ในบริบทของการเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง
- 4.) เพื่อสำรวจความพึงพอใจของ นักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” ตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ ในลักษณะของสื่อ และในการดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน)

นิยามศัพท์

บทบาท หมายถึง การทำตามหน้าที่ที่กำหนดไว้ เช่น บทบาทพ่อแม่ บทบาทของครู บทบาทของสื่อมวลชน บทบาทของหนังสือพิมพ์

การให้การศึกษา หมายถึง การให้บริการการศึกษา การเรียนการสอน การฝึก การอบรมผ่านทางหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) กล่าวได้ว่าเป็นการศึกษาทางไกลก็ได้ เป็นการศึกษาต่อเนื่องก็ได้ ฯลฯ รวมความแล้วคือการศึกษา ซึ่งไม่ได้จัดขึ้นในระบบโรงเรียน

การให้ศึกษาด้านธุรกิจ หมายถึง การให้บริการการศึกษา การเรียนการสอน การฝึก การอบรมวิชาการทางด้านธุรกิจ หลักสูตรการบริหารธุรกิจ (Mini-MBA) ผ่านทางหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน

หนังสือพิมพ์ หมายถึง หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน (ขนาด Broadsheet)

“คู่แข่ง Mini-MBA” หมายถึง หนังสือพิมพ์เฉพาะ Section “คู่แข่ง Mini-MBA” (ขนาด Tabloid) ซึ่งแทรกไปพร้อมกับหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน ทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ สัปดาห์ละ 5 วัน และนับตั้งแต่ต้นปี 2541 จะเปลี่ยนไปแทรกกับหนังสือพิมพ์คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์ ทุกสัปดาห์ ละ 1 วัน

หลักสูตร “คู่แข่ง Mini-MBA” หมายถึง หลักสูตรการศึกษาเกี่ยวกับการบริหารธุรกิจ ซึ่งเป็นการจัดการเรียนการสอนผ่านทางหน้าหนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน Section คู่แข่ง Mini-MBA โดยใช้ระยะเวลาเรียนรุ่นหนึ่งๆ เป็นเวลา 1 ปี (นับตั้งแต่ต้นปี 2541 Section คู่แข่ง Mini-MBA จะเปลี่ยนไปจัดส่งพร้อมกับหนังสือพิมพ์คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์แทน และนับตั้งแต่ต้นปี 2541 เป็นต้นไป หลักสูตรดังกล่าวจะใช้เวลาเรียนลดลงเหลือรุ่นละ 6 เดือน)

นักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” หมายถึง นักศึกษาผู้สมัครเข้าเป็นสมาชิกและลงทะเบียนเรียนตามโครงการ KHOO KHAENG BUSINESS SCHOOL(KKBS) ภายใต้หลักสูตร “คู่แข่ง Mini-MBA” กับทางบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน)

สื่อหลัก หมายถึง สื่อที่ผู้เรียนสามารถใช้ศึกษาได้ด้วยตนเองตลอดเวลาและทุกสถานที่ สื่อหลักนี้ส่วนมากจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ ตำรา เอกสารคำสอน หรือคู่มือเรียน เป็นต้น

สื่อเสริม หมายถึง สื่อที่จะช่วยเก็บตกต่อเติมความรู้ให้แก่ผู้เรียนให้มีความรู้กระจ่างสมบูรณ์ขึ้น หรือหากในกรณีที่ผู้เรียนศึกษาจากสื่อหลักแล้วยังไม่พอใจพอ หรือยังไม่เข้าใจได้ชัดเจนมีปัญหาอยู่ ก็สามารถศึกษาเพิ่มเติมจากสื่อเสริมได้ สื่อประเภทนี้จะอยู่ในรูปของ เทปสรุปบทเรียน วิทยู เอกสารเสริม การสอนเสริม หรือการพบกลุ่ม เป็นต้น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง เพศ ระดับการศึกษา อาชีพการงาน รุ่นนักศึกษา ชั้นที่อยู่ขณะสมัครเรียน

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจ ซึ่งนักศึกษา “คู่แข่ง Mini-MBA” ได้รับจากการใช้ประโยชน์และจากการเปิดอ่าน โดยจำแนกเป็นความพึงพอใจในลักษณะของสื่อ และในการดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน)

ลักษณะของสื่อ

- ขนาดและรูปเล่ม
- ความดีของหนังสือพิมพ์
 - ราชวัน 5 วัน
 - ราชสัปดาห์
- ความคงทนของหนังสือพิมพ์
- ความสะดวกนำติดตัวไปได้ง่าย
- ความถูกต้องของตัวหนังสือที่ใช้
- สื่อสารได้ทางเดียว

การดำเนินงานของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน)

- การรับสมัคร
- การจัดตั้งหนังสือพิมพ์และเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- การส่งข้อสอบกลับทางไปรษณีย์
- การประกาศผลสอบ
- การชี้แจงและประกาศทางหน้าหนังสือพิมพ์
- การชี้แจงและประกาศทางโทรศัพท์
- การติดต่อสื่อสารกับบริษัทฯ

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเฉพาะหลักสูตร “คู่แข่ง Mini-MBA” ของบริษัท คู่แข่ง จำกัด(มหาชน) ซึ่งโฆษณาตัวเองว่าเป็นหนังสือพิมพ์ฉบับแรกในโลกที่ให้บริการการศึกษาทางไกล (Distance Learning) โดยเป็นการศึกษาวิจัยในปี 2540 ซึ่งเป็นปีแรกที่ทางบริษัทฯ ได้เริ่มให้การศึกษาหลักสูตรดังกล่าว นั้นหมายถึงการนำเสนอผ่านช่องทางการส่งสารทาง “หนังสือพิมพ์คู่แข่งรายวัน” (Khoo Khaeng Daily Newspaper) ทุกวันจันทร์ถึงศุกร์ ภายใต้โครงการ KHOO KHAENG BUSINESS SCHOOL โดยจัดพิมพ์ออกมาเป็นขนาดแท็บลอยด์ (Tabloid) ด้วยหลักสูตรและหัวหนังสือพิมพ์ว่า “คู่แข่ง Mini-MBA” โดยกำหนดให้มีนักศึกษาปีละ 4 รุ่น และนับตั้งแต่ปี 2541 ได้นำเสนอผ่านช่องทางการส่งสารทาง

“หนังสือพิมพ์คู่แข่งธุรกิจรายสัปดาห์” ทุกวันศุกร์ แต่ในส่วนของ “คู่แข่ง Mini-MBA” ยังคงจัดพิมพ์ออกมาเป็นขนาดแท็บลอยด์เหมือนเช่นเดิม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.) เพื่อเป็นกรณีศึกษาถึงการใช้ประโยชน์จากสื่อประเภทหนังสือพิมพ์ในการให้การศึกษา อันถือเป็นทางเลือกให้กับวงการการศึกษาอีกประการหนึ่ง
- 2.) เพื่อเป็นแนวทางตัวอย่างในการวิเคราะห์องค์กรหนังสือพิมพ์อื่นๆ บริษัทธุรกิจเอกชน ตลอดจนหน่วยงานของรัฐ ที่ดำเนินการปรับ/เพิ่มบทบาทในด้านการให้การศึกษา