

ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์เคอะเนชั่นกรุป" เนื่องจากเคอะเนชั่นเป็นองค์กรสื่อมวลชนซึ่งมีสถานภาพเป็นสถาบันสื่อ มีเอกชนเป็นเจ้าของและดำเนินการโดยมุ่งหวังผลกำไร และภายใต้ระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม เป็นผลให้สถาบันสื่อนี้ต้องได้รับความกดดันจากการแข่งขันในตลาดและต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางสังคมที่แปรเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา ทั้งในด้านของเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมถึงเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่เจริญก้าวหน้าขึ้น ทั้งนี้การปรับตัวให้เหมาะกับบริบททางสังคมดังกล่าว ก็เพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ในตลาดเสรีนี้ การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งวิเคราะห์ว่าภายใต้บรรยากาศสังคมที่ผันแปรไป หนังสือพิมพ์ในฐานะสถาบันสื่อซึ่งเป็นระบบย่อย (Sub-System) ในโครงสร้างใหญ่นั้น จำเป็นต้องปรับตัวหรือมีพัฒนาการอย่างไร และแนวโน้มของสื่อหนังสือพิมพ์ในอนาคตอาจต้องปรับเปลี่ยนไปในทิศทางใด ทั้งในด้านรูปแบบและการจัดการธุรกิจขององค์กรในการศึกษา ผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดทฤษฎีสื่อมวลชนเพื่อเป็นกรอบในการวิจัย ดังนี้

1. ทฤษฎีองค์กร
2. แนวคิดเกี่ยวกับสังคมข่าวสาร

การนำทฤษฎีและแนวคิดข้างต้นนี้มาเป็นกรอบในการวิจัย เนื่องจากเคอะเนชั่นกรุปถือเป็นองค์กรสื่อสารมวลชน ดำเนินการโดยเอกชน มีลักษณะการดำเนินงานแบบอุตสาหกรรมที่ต้องอาศัยทุนจำนวนมากในการประกอบกิจการ เมื่อปัจจัยในด้านต่าง ๆ เปลี่ยนแปลง อาทิ คู่แข่งขันในตลาดเพิ่มขึ้น ระดับการศึกษาของประชาชนสูงขึ้น และมีความต้องการข่าวสารเพิ่มขึ้น ตลอดจนเทคโนโลยีในการสื่อสารได้พัฒนาให้ทันสมัยขึ้น อุตสาหกรรมหนังสือพิมพ์

ซึ่งมุ่งหวังผลกำไร ต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนา เพื่อสามารถขยายตลาดและเพิ่มผลกำไรให้มากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปในตลาดได้

ทฤษฎีองค์กร (ORGANIZATIONAL THEORY)

เนื้องตัวขององค์กรจะต้องดำเนินอยู่ภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แนวความคิดการเปลี่ยนแปลงองค์กรอย่างมีแบบแผนจึงเกิดขึ้น เพื่อสนองตอบกับการแก้ปัญหาความเสื่อมถอยและล่มสลายขององค์กร โดยมีสมมติฐานที่ว่า หากปล่อยให้้องค์กรมีการเปลี่ยนแปลงโดยธรรมชาติตามสภาพสิ่งแวดล้อมโดยไม่มีการปรับตัวเพื่อการอยู่รอดแล้ว องค์กรย่อมเสื่อมถอยล่มสลายไปในที่สุด ดังนั้น ลักษณะโครงสร้างขององค์กรหรือวิธีในการจัดองค์กรจึงจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสม และเข้ากันได้กับสภาพแวดล้อมดังกล่าว ดังที่ Hodge และ Anthony (Organization Theory , 1984) ได้สรุปไว้ว่า "องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะปรากฏว่า มีการจัดโครงสร้างรูปแบบขององค์กรที่สอดคล้องกับความต้องการของสิ่งแวดล้อม" ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ John Child (1976) ที่ได้สรุปให้เห็นถึงแรงกดดันที่ทำให้ต้องปรับปรุงโครงสร้างขององค์กร

1) สภาพแวดล้อม (Environment) สภาพแวดล้อมขององค์กรในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาส่วนใหญ่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เช่น มีภาวะการแข่งขันทางการค้าเพิ่มขึ้น ภาวะเศรษฐกิจโลกเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอย่างมาก ฯลฯ ทำให้การวางแผนล่วงหน้ากระทำได้ยุ่งยากขึ้น ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องได้รับข้อมูลข่าวสารที่รวดเร็วทันต่อเหตุการณ์

2) การขยายกิจการไปทำอย่างอื่น (Diversification) การขยายกิจการไปทำธุรกิจด้านอื่น ๆ โดยการให้เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานเดิมดูแล หรือจัดตั้งหน่วยงานใหม่ขึ้นมารับผิดชอบ

3) เทคโนโลยี (Technology) ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในรอบ 20 ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านคอมพิวเตอร์ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีได้ก่อให้เกิด

การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างขององค์กร

4) การขยายตัว (Growth) การขยายตัวนั้นเป็นเหตุผลของการปรับโครงสร้างที่เกิดขึ้นบ่อย ๆ เมื่อองค์กรขยายตัวมากขึ้นก็จำเป็นต้องมีการขยายบทบาทและขอบเขตการบริหาร

5) บุคลากร (Personnel) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานมากขึ้นของบุคลากรภายในองค์กร มีผลต่อการปรับโครงสร้างองค์กร โดยที่ทุกคนมีส่วนร่วมรับผิดชอบมากขึ้น

Denis Mcquail ได้เสนอแนวคิดที่สอดคล้องกันว่า องค์กรสื่อมวลชนตกอยู่ท่ามกลางแรงผลักดันทั้งจากภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร ดังแผนผังในหน้าต่อไปนี้



แบบจำลององค์กรสื่อมวลชนภายใต้แรงกดดันจากสังคม



จากแผนผังจะเห็นได้ว่าองค์กรสื่อมวลชนอยู่ภายใต้แรงกดดันทางสังคม การเมือง และที่สำคัญคือแรงกดดันทางเศรษฐกิจ ด้วยเหตุที่องค์กรสื่อมวลชนทุกองค์กร รวมถึง เดอะเนชั่นกรุ๊ป ล้วนแต่เป็นส่วนหนึ่งของสถาบันเศรษฐกิจ การผลิตเนื้อหาของสื่อมวลชนจึงอยู่ภายใต้ความกดดันของความต้องการในการขยายตลาด และผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของผู้ประกอบการ ผลที่ตามมาก็คือ องค์กรสื่อมวลชนจำเป็นต้องให้ความสนใจต่อตลาดที่มีขนาดใหญ่ หลักเล็งของการเล็งภัยในรูปแบบต่าง ๆ (ศิริชัย ศิริภาส และกาญจนา แก้วเทพ , 2531) ในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมนั้น สื่อ ก็คือ ปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่ง ซึ่งถูกครอบครองโดยผู้ประกอบการซึ่งครองความเป็นเจ้าของ และใช้ปัจจัยการผลิตนี้เพื่อแสวงหา "มูลค่าส่วนเกิน" (Surplus Value) (Mattelart , 1979)

การที่องค์กรสื่อมวลชนจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายตลาด แสวงหามูลค่าส่วนเกินจากปัจจัยการผลิต เพื่อผลกำไรที่เพิ่มขึ้นนั้น โดยที่บริบททางสังคม อาทิ พฤติกรรมของผู้บริโภค เหตุการณ์บ้านเมืองในปัจจุบัน หรือความเคลื่อนไหวของคู่แข่งชั้นจึงเป็นสิ่งที้องค์กรสื่อมวลชนแต่ละแห่งต้องให้ความสนใจ และปรับตัวให้สอดคล้องและสามารถอยู่รอดได้ในบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปให้ได้

การเปลี่ยนแปลงโดยธรรมชาติของเศรษฐกิจ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการผลิตสูงขึ้นคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น รายได้จากการประกอบกิจการลดน้อยหรือเท่าเดิม ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าต่าง ๆ ส่งผลให้องค์กรสื่อมวลชนซึ่งเป็นองค์กรธุรกิจที่ทำหน้าที่ผลิตและแจกจ่ายสินค้านั้นต้องกลายสภาพเป็นอุตสาหกรรม ในขั้นแรกนั้นองค์กรสื่อมวลชนผลิตสินค้าในวงแคบ ต่อมาได้ขยายตัว และกลายเป็นการค้าที่มุ่งหวังผลกำไร ในขณะที่การบริโภคสื่อขยายวงกว้างขึ้นและมีความเป็นส่วนตัวน้อยลง ตลอดจนเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามามีบทบาทในสื่อ เป็นผลให้การผลิตมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้น เมื่อระบบอุตสาหกรรมเจริญก้าวหน้าจนถึงจุดอิ่มตัว และได้รับแรงกดดันจากภายนอกมากขึ้น เป็นผลให้สื่อมวลชนปรับจากการผลิตแบบหลากหลายสู่การผลิตแบบกระจุกตัว (Differentiation to Concentration) การเจริญเติบโตในอุตสาหกรรมสื่อมวลชนอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และการผลิต

ปริมาณมาก (Mass Production) ส่งผลกระทบให้อุตสาหกรรมสื่อมวลชนนี้ต้องใช้เงินในการลงทุนเป็นจำนวนมาก (Graham Murdock & Peter Golding, 1974)

อุตสาหกรรมสื่อสารมวลชน เป็นคำที่ใช้เรียก ธุรกิจสื่อสารมวลชน ซึ่งขยายตัวจากธุรกิจครอบครัวมาเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ที่ต้องมีการลงทุนหลายสิบล้านบาท มีระบบการบริหารสมัยใหม่ มีระบบการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายอย่างกว้างขวาง ตลอดจนการลงทุนเพื่อแสวงหากำไรเช่นเดียวกับการผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และคณะ, 2534)

การกระจุกตัวของสื่อมวลชน (Concentration) เป็นผลมาจากการเติบโตของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนมีลักษณะ ดังนี้ (Graham Murdock & Peter Golding, 1974)

1) การเติบโตแบบรวมตัว (Integration)

เป็นการปรับตัวของธุรกิจเพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น มีเครือข่ายในการควบคุมการตลาดได้มากขึ้น เพื่อนำไปสู่อัตราส่วนกำไรที่สูงขึ้น การขยายตัวของธุรกิจสื่อสารมวลชนแบบรวมตัวมีอยู่ 2 วิธี คือ

1.1) การรวมตัวตามแนวนอน (Horizontal Integration) หมายถึง การที่ธุรกิจสื่อสารมวลชนแบบใดแบบหนึ่งเข้าไปเป็นเจ้าของธุรกิจแบบเดียวกันเป็นจำนวนมาก โดยใช้วิธีรวมกิจการหรือธุรกิจแบบเดียวกันเพื่อให้มีขนาดใหญ่ขึ้น ลักษณะดังกล่าวหมายถึง การรวมกิจการ (Merger) หรือการควบกิจการ (Take-over) หรือโดยการเปิดกิจการใหม่

1.2) การรวมตัวในเชิงแนวตั้ง (Vertical Integration) หมายถึง การรวมกิจการหรือธุรกิจที่เอื้ออำนวยต่อกันในลักษณะของธุรกิจครบวงจร นั่นคือ การเข้าดำเนินกิจการตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการผลิตสินค้าจนถึงขั้นตอนสุดท้าย ซึ่งทำให้เจ้าของกิจการสามารถควบคุม

การผลิตทุกขั้นตอนได้ตามต้องการ การรวมตัวในแนวตั้งมีได้ 2 แบบ คือ (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์, 2537)

1.2.1) การรวมตัวแบบย้อนหลัง (Backward Integartion) เป็นการรวมตัวกับธุรกิจที่เป็นผู้ป้อนวัตถุดิบหรือชิ้นส่วน (Supplier) เช่น กิจการหนังสือพิมพ์เข้ามาทำธุรกิจหรือตั้งโรงงานกระดาษของตนเอง เป็นต้น

1.2.2) การรวมตัวแบบเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Integration) เป็นการรวมกิจการที่ต้องใช้วัตถุดิบของธุรกิจนั้น ๆ เช่น กิจการหนังสือพิมพ์ซึ่งผลิตข่าวสารออกมาจำหน่ายในรูปแบบหนังสือพิมพ์แล้ว ยังสามารถนำข่าวสารนั้นมาเสนอทางวิทยุ โทรทัศน์ หรือนำมาป็นฐานข้อมูลสำหรับบริการลูกค้า เป็นต้น

แนวทางในการรวมแบบแนวตั้งนั้น ก็คือ การพยายามทำธุรกิจแบบครบวงจรเพื่อให้มีความได้เปรียบในเชิงแข่งขันกับคู่แข่งเพราะจะทำให้ต้นทุนต่อหน่วยถูกลง ทั้งยังสร้างความคล่องตัวในการปรับราคาในการแข่งขัน

2) การเติบโตแบบกระจายตัว (Diversification)

เป็นการขยายตัวของอุตสาหกรรมสื่อสารมวลชนที่สำคัญอีกลักษณะหนึ่ง หมายถึง การขยายตัวที่กระจายไปสู่ธุรกิจประเภทอื่น ๆ ที่อาจจะใกล้เคียงกับธุรกิจสื่อสารมวลชน หรืออาจจะแตกต่างอย่างมากที่สุดก็ได้ เป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยลดอัตราความเสี่ยง โดยกระจายความเสี่ยงไปยังธุรกิจหลาย ๆ ประเภทในเครือ ซึ่งมีโอกาสทำให้ผลกำไรโดยรวมดีขึ้น

นอกจาก 2 ลักษณะนี้แล้ว ในอนาคตก็จะมีการปรับตัวของธุรกิจในอีกประการหนึ่ง ก็คือ การขยายตัวไปยังธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกันหรือที่เรียกว่า "Conglomerate" กล่าวคือ การขยายตัวของโอกาสในธุรกิจที่เปิดกว้างประกอบกับความสามารถในการระดมทุนที่จะขยายตัว และ

ทำให้นักธุรกิจหันไปทำกิจการทุกอย่าง ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากความสำเร็จในธุรกิจที่เคยทำจนเกิดความมั่นใจสูงจนกล้าเสี่ยงทำในสิ่งที่ตนเองอาจไม่มีความชำนาญมาก่อน หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่ง รูปแบบธุรกิจที่ครอบคลุมหลายประเภทที่ไม่สัมพันธ์หรือเอื้อหนุนกัน (Conglomerate) มักจะเป็นก้าวที่สืบต่อจากธุรกิจที่มีการรวมกิจการหรือที่ทำการบวงจร (Integration) นั้นเอง (สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ , 2537)

ในการนำทฤษฎีองค์การมาใช้วิเคราะห์ในการศึกษาวิจัย "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์เดอะเนชั่นกรุ๊ป" ในฐานะองค์กรสื่อมวลชนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันสังคม และอยู่ภายใต้แรงกดดันภายนอกต่าง ๆ ที่ต้องมีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับบริบทภายนอกเพื่อให้องค์กรสามารถดำรงอยู่ได้ องค์กรสื่อมวลชน ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่ง และเป็นองค์กรทางธุรกิจที่ต้องอาศัยการลงทุนหลักด้านการจัดการเพื่อให้เกิดผลกำไรตอบแทน ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงในทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของไทยที่กำลังก่อตัวและทวีความรุนแรงขึ้น ตลอดจนสภาวะการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นทุกขณะล้วนเป็นสิ่งที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมสื่อมวลชนทั้งสิ้น ดังนั้น การปรับตัวในทิศทางต่าง ๆ ขององค์กรสื่อมวลชนจึงเกิดขึ้น จึงไม่แปลกเลขที่ในปัจจุบัน เรามักจะเห็นว่าผู้ประกอบการหนังสือพิมพ์ขยายธุรกิจในด้านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ หันไปดำเนินธุรกิจด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information) หรือแปลงธุรกิจเป็น "ธุรกิจสารสนเทศ" แทนที่จะเป็นเพียงแค่ "ธุรกิจหนังสือพิมพ์" จากทฤษฎีองค์การนี้ทำให้สามารถวิเคราะห์ และเห็นภาพของการขยายขององค์กรสื่อมวลชนว่าเป็นไปในทิศทางของการเติบโตแบบใดได้ นอกจากนั้นยังทำให้ทราบว่า การตัดสินใจในการวางแผนหรือแผนงานในการขยายงานขององค์กรนั้นควรต้องพิจารณาปัจจัยด้านใดบ้าง

แนวคิดเกี่ยวกับสังคมยุคข่าวสาร (Information Society)

สังคมยุคข่าวสาร หรือยุคปฏิวัติสารสนเทศใหม่จะเริ่มตั้งแต่หลังยุคปฏิวัติอุตสาหกรรมมีการนำเอาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์มาประยุกต์ในการสื่อสารทั้งในองค์กร และเพื่อบริการแก่ประชาชนทั่วไปอย่างกว้างขวางและทั่วถึง ลดช่องว่างระหว่างสังคมเมือง สังคมเมืองปน

ชนบท และสังคมชนบท ตลอดจนสังคมชนบทล้าหลัง ขจัดอุปสรรคเกี่ยวกับเวลา ระยะทาง สภาพภูมิศาสตร์ และการคมนาคมให้หมดไป

สัญลักษณ์ที่แสดงว่าเป็น "สังคมยุคข่าวสาร" อีกประการหนึ่งคือมีการกระจายเทคโนโลยีการสื่อสารในความคิดที่เกี่ยวกับการใช้ดาวเทียมในการสื่อสาร การใช้เครือข่ายคอมพิวเตอร์สมัยใหม่ ใช้เคเบิลสมัยใหม่ และการสื่อสารระบบอิเล็กทรอนิกส์ที่ทันสมัย สิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวเพิ่มขีดความสามารถของการสื่อสาร สามารถทำให้การกระจายสารสนเทศเป็นไปได้อย่างสะดวก รวดเร็ว กว้างไกล และครอบคลุมพื้นที่ (คิคนางค์ แจ็งใจ , 2533)

เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารจะกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านนโยบายภายในองค์การ ช่วยให้ผู้บริหารองค์การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อการตัดสินใจด้านนโยบาย และยังช่วยสร้างสรรค์แนวทางใหม่ในการรวบรวม จัดลำดับ และนำข้อมูลข่าวสารมาใช้ ยิ่งไปกว่านั้น เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารนี้ ยังมีบทบาทในการจัดลำดับข้อมูลข่าวสาร 3 รูปแบบ ด้วยกันคือ (Bruns & McFarlan , 1987)

- 1) การรวบรวมข่าวสาร (Consolidation)
- 2) การนำข่าวสารเข้าสู่ศูนย์กลาง (Centralizing)
- 3) การกระจายข่าวสารออกจากศูนย์กลาง (Decentralizing)

นอกจากนี้ ในแง่การตลาด เทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารเพิ่มโอกาสในการแข่งขันรูปแบบใหม่ โดยก่อให้เกิดอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barriers to Entry) เปลี่ยนแปลงรูปแบบการแข่งขัน เปลี่ยนสมรรถอำนาจของผู้ขาย (Suppliers) และกระตุ้นให้เกิดสินค้าใหม่ (McFarlan , 1984)

เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากต่องานทุกประเภทในองค์การ แม้ปรากฏการณ์นี้จะพบเฉพาะในองค์การขนาดใหญ่หรือบริษัทที่มีเครือข่ายนานาชาติ แต่ก็เป็นแนวโน้มที่แต่ละประเทศอาจต้องประสบในไม่ช้า "ไมโครคอมพิวเตอร์" กลายเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์การที่

เจริญแล้วหรือกำลังพัฒนาผนวกกับเครือข่ายโทรคมนาคมที่ทันสมัย ทำให้บุคคลสามารถเข้าถึงข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง และรวดเร็ว ทำให้การระดมความคิดเพื่อตัดสินใจได้รับข้อมูลอย่างมากมาซึ่งเป็นผลให้องค์การสามารถนำข้อมูลเหล่านี้มาพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานขององค์การได้ดีขึ้น

สัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นว่าเป็นสังคมข่าวสารอีกประการหนึ่งคือ มีการผลิตสารสนเทศในทุกสาขาอาชีพที่เพิ่มปริมาณขึ้นอย่างมหาศาล การไหลเวียนถ่ายเท หรือการแจกจ่ายสารสนเทศระหว่างแหล่งผู้ส่งและผู้รับหลายช่องทาง สารสนเทศบางอย่างเป็นที่ต้องการสูงขึ้น จึงเกิดแหล่งสารสนเทศและจำนวนผู้รับมากขึ้นอย่างรวดเร็ว (คัคนางค์ แจ็งใจ , 2533)

"สื่อมวลชน" ในยุคสังคมข่าวสารเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากทั้งรูปแบบของรายการและลักษณะการใช้สื่อ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการจัดระบบการหาแหล่งข่าวในลักษณะ "เครือข่าย" (Network) ทั่วโลกในเวลาเดียวกัน เทคโนโลยียุคดาวเทียมนำไปสู่การกระจายข่าวสารครอบคลุมพื้นที่ทั่วโลก ที่เรียกกันว่า Globalization

สื่อมวลชนพยายามมุ่งเป้าหมายผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (Specialization) มากขึ้นเพื่อได้ "ข่าวสาร" ที่ได้รับความสนใจจากคนแต่ละกลุ่มโดยเฉพาะ เนื่องจากความหลากหลายของ "สื่อ" และ "สาร" มีมากจนไม่สามารถรับได้หมด

สังคมในยุคข่าวสารทำให้วงการต่าง ๆ เกิดการแข่งขัน ทั้งธุรกิจ การเมือง การศึกษา การจัดระบบของโลก ซึ่งกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบบใหม่ New World Order ที่มีลักษณะของการรวมตัวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมากขึ้นทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม "ความต้องการข่าวสาร" ในสังคมเกิดขึ้นทุกระดับและทุกวงการ จนมีลักษณะคล้ายคลึงกันเกือบทั่วโลก

รูปแบบของการจัดการศึกษาได้พัฒนา เพื่อรองรับความต้องการของสังคมและการพัฒนาประเทศ จากการศึกษาที่ครูผู้สอนเป็นผู้ให้ความรู้ เปลี่ยนเป็นผู้เรียนจะต้องศึกษาหาความรู้ด้วย

ตนเอง รูปแบบของเศรษฐกิจที่กำลังแข่งขันกันเพื่อให้ได้ข่าวสารมากที่สุด ทำให้ข่าวสารต้องถูกผลิตมากขึ้น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร หนังสือ วิทยุ โทรทัศน์ วิดีโอ เคเบิลทีวี ดาวเทียม จึงกลายเป็นสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อคนในสังคมยุคปัจจุบัน (อัลวิน ทอฟเลอร์ , 2536)

สังคมทุกสังคมย่อมต้องมีและใช้ข่าวสาร แต่สังคมข่าวสารเป็นสังคมใหม่ที่เกิดขึ้นเมื่อข่าวสารได้กลายเป็นธุรกิจมหา ก่อเกิดผู้ประกอบการอาชีพให้ข่าวสารเป็นจำนวนมาก ปริมาณและระดับการเคลื่อนไหวของข่าวสารอย่างสูงนี้สะท้อนความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของสังคมไปพร้อมกัน ซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากการขยายตัวของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา และวัฒนธรรม ทำให้เกิดความต้องการ "ข่าวสาร" อย่างมากมายในทุกวงการ ลักษณะเด่นของสังคมข่าวสาร ก็คือมีปริมาณและระดับการไหลเวียนของข่าวสารสูงมาก ข่าวสารได้แพร่กระจายไปในทุกระดับ ทุกทิศทางในหลากหลายรูปแบบ โดยผ่านสื่อที่ทันสมัยในยุค High-Tech ทั้งสื่อทั่วไปและสื่อมวลชน (อนุช อภาภิรม , 2534)

ในสังคมข่าวสารที่ประชาชนกระหายหาข่าวสาร โดยที่สามารถรับรู้ข่าวสารได้จากสื่อต่าง ๆ ทั่วโลก ทำให้สื่อมวลชนต้องปรับปรุงตนเองเพื่อให้ก้าวทันต่อความเปลี่ยนแปลงและความออกรู้หรือหากเห็นของคนในสังคม ธุรกิจในการสื่อสารมวลชนจึงมีทั้งธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ และธุรกิจที่จะต้องล้มสลายไปตามกาลเวลา เพราะในวงการธุรกิจสื่อมวลชนก็มีการแข่งขันกันสูงมากไม่แพ้ธุรกิจอื่น ๆ (ชัยนันท์ นันทพันธ์ , 2537)

แนวคิดสังคมข่าวสาร สามารถนำมาใช้วิเคราะห์ "พัฒนาการและแนวโน้มของอุตสาหกรรมสื่อมวลชน : การวิเคราะห์เคอะเนชั่นกรุป" ได้ในแง่ที่สื่อมวลชนในฐานะเป็นสถาบันหนึ่งของสังคมจึงต้องปรับเปลี่ยนให้มีความสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อม ฉะนั้น เมื่อประชาชนในประเทศมีความต้องการข้อมูลข่าวสารเพิ่มขึ้น มีการศึกษาเพิ่มขึ้น และเทคโนโลยีการสื่อสารที่เจริญก้าวหน้าขึ้น ทำให้ประชาชนสามารถกำหนดได้เองว่าต้องการข่าวสารอะไรจากแหล่งใด ปัจจัยภายนอกนี้ย่อมส่งผลกระทบต่อให้การดำเนินธุรกิจที่ต้องปรับ และขยายตัวเพื่อให้สนองความต้องการของประชาชนในสังคมได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชนี้ วงศ์วราณ (2535) ได้ทำการศึกษาเรื่อง "แนวโน้มหนังสือพิมพ์ไทยในทศวรรษหน้า (พ.ศ.2535-2544)" ปรากฏผลว่า แนวโน้มด้านทิศทางและนโยบายของหนังสือพิมพ์ไทย จะขึ้นอยู่กับความก้าวหน้าของระบบการสื่อสาร ทุนประกอบการของหนังสือพิมพ์ ระดับการศึกษา คุณภาพของผู้ประกอบวิชาชีพ เสรีภาพของการเสนอข่าวสาร ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการผลิต เจ้าของหนังสือพิมพ์ การแข่งขันทางธุรกิจ สภาพการเมืองและสังคม การบริหารงานของรัฐบาล ทิศทางและนโยบายของสื่อมวลชนแขนงอื่น ๆ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ระบบการบริหารงานของหนังสือพิมพ์ กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับหนังสือพิมพ์ กระแสข่าว วัฒนธรรม และค่านิยมของประชาชน และนาสทุนผู้ลงโฆษณา

ส่วนแนวโน้มด้านเนื้อหาของหนังสือพิมพ์ไทยจะออกมาในลักษณะของการเสนอเนื้อหาทุกๆ ด้านในฉบับ ขณะเดียวกันก็จะมีหนังสือพิมพ์ที่เสนอเนื้อหาเฉพาะด้านออกมา ทางด้านการดำเนินกิจการของหนังสือพิมพ์ไทย จะเป็นไปในรูปของบริษัทมหาชน มีการดำเนินการแบบธุรกิจสากล ผลิตหนังสือพิมพ์ออกมาจำหน่ายหลายฉบับหลายประเภท หรืออาจจะอยู่ในรูปของบริษัทที่ดำเนินธุรกิจแบบสากล มีการบริหารงานโดยเครือข่ายที่เชื่อมโยงจากหน่วยงานอื่น ซึ่งอาจจะเป็นหนังสือพิมพ์หรือธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง

สุชาติา เพ็ชรแก้ว (2536) ทำการศึกษาเรื่อง "การวิเคราะห์ลักษณะอุตสาหกรรมข่าวในประเทศไทย" โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เข้าใจถึงกระบวนการผลิต และลักษณะการกระจายข่าว ซึ่งนับเป็นกิจกรรมสำคัญของอุตสาหกรรมข่าวทั้งระบบ ผลการศึกษาเฉพาะอุตสาหกรรมข่าวที่สังกัดสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งผลิตข่าวเผยแพร่ในรูปหนังสือพิมพ์และนิตยสารข่าว นั้น มีสภาพภาพเป็นสถาบันสื่อ ดังนั้นโครงสร้างของอุตสาหกรรมข่าวจึงต้องตอบสนองต่อโครงสร้างภายนอกที่ใหญ่กว่า อันได้แก่ บริบทด้านกฎหมาย การเมือง เศรษฐกิจ เป็นต้น และสมาชิกอุตสาหกรรมทั้งหมดต้องแข่งขันกันในเรื่องผลประโยชน์ โดยมีแหล่งทรัพยากรเดียวกัน ได้แก่ ผู้รับสาร กลุ่มโฆษณาและเงินทุน เป็นต้น

ความกดดันจากการแข่งขันในตลาด สมาชิกอุตสาหกรรมข่าวที่สังกัดสื่อสิ่งพิมพ์จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด จะเห็นได้ว่า ได้มีการพัฒนาความเป็นมืออาชีพเพิ่มขึ้นอยู่เสมอ เพื่อตอบรับกับบริบทแวดล้อมภายนอกที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่ตลอดเวลา เช่น ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมที่สังกัดสื่อสิ่งพิมพ์ทั้งในลักษณะของการขยายปริมาณ และคุณภาพทางการจัดการในฐานะที่เป็นหน่วยธุรกิจประเภทหนึ่ง โดยตัวอย่างที่เห็นชัด คือ การเพิ่มจำนวนของหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจล้วน ๆ ขึ้นอย่างมาก จากรายสัปดาห์เป็นราย 3 วัน และรายวันในที่สุด และสภาพเศรษฐกิจที่เอื้อให้ความต้องการข้อมูลข่าวสารมีมากขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการทั้งรายเล็กรายใหญ่เพิ่มมากขึ้น การจะก้าวขึ้นมาทัดเทียมคู่แข่งจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ทางธุรกิจ และการมีฐานเงินทุนสนับสนุนที่เข้มแข็งพอ สังเกตเห็นได้จากการที่หนังสือพิมพ์หลายฉบับมีการระดมทุนด้วยการเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สภาพการแข่งขันทำให้เกิดการเลียนแบบซึ่งกันและกันเพื่อลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งพบว่าการเลียนแบบมีลักษณะสำคัญดังนี้

1) การเลียนแบบด้านบรรณาธิการ ในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา พบว่าการเลียนแบบที่เห็นได้ชัดเจตที่สุด คือ การเพิ่มปริมาณการนำเสนอข่าวเศรษฐกิจในหนังสือพิมพ์แทบทุกฉบับอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน ตามอย่างหนังสือพิมพ์แนวธุรกิจที่ประสบความสำเร็จสูงสุดในเวลาอันรวดเร็ว เพราะการขยายตัวของเศรษฐกิจอย่างมาก

2) การเลียนแบบทางการจัดการทางธุรกิจ การขยายตัวในด้านเศรษฐกิจ ความตื่นตัวในการรับรู้ข้อมูล ประกอบกับรายได้จากการดำเนินกิจการหนังสือพิมพ์สูงมากพอที่จะจูงใจให้มีการลงทุนด้านนี้เพิ่มขึ้น รวมถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้มีการขยายตัวทั้งในแง่ปริมาณและขนาดองค์กร เหตุผลดังกล่าว จึงเกิดความเคลื่อนไหวในอุตสาหกรรมข่าวที่สังกัดสื่อสิ่งพิมพ์ใน 2 ลักษณะคือ การแปรรูปองค์กรเป็นบริษัทมหาชน และการดำเนินธุรกิจสื่อสารมวลชนครบวงจร โดยรูปแบบในอดีตมักพบว่า อุตสาหกรรมข่าวที่สังกัดสื่อสิ่งพิมพ์จะดำเนินธุรกิจอยู่ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์และโฆษณาเท่านั้น แต่ปัจจุบันได้เริ่มขยายบทบาทมาสู่แขนงของอุตสาหกรรมข้อมูล หรือสารสนเทศ และบทบาทในเชิงพาณิชย์ด้วยโดยสมาชิกของอุตสาหกรรมบางแห่งได้เริ่มขยายบทบาทไปในลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

1) การขยายตัวภายในแขนงของอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ ด้วยวิธีการเพิ่มปริมาณสิ่งพิมพ์
 ทั่วๆไปภายในเครือบริษัทเดียวกัน

2) การขยายบทบาทไปสู่อุตสาหกรรมสารสนเทศ หรือธุรกิจขายข้อมูลข่าวสาร

3) การขยายบทบาทในเชิงพาณิชย์กรรม หรือบทบาทในเชิงการค้า รูปแบบที่เห็นชัด
 เช่น การจัดตั้งบริษัทในเครือขึ้นมาดำเนินธุรกิจจำหน่ายหนังสือโดยมีฐานะเป็นศูนย์กระจาย
 แยกจากการบริหารงานหนังสือพิมพ์ หรือการขยายบทบาทการเป็นตัวแทนจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของต่าง
 ประเทศ หรือทั้งจัดพิมพ์และจัดจำหน่ายสิ่งพิมพ์ของต่างชาติ เช่น บริษัทเนชั่น พับลิชชิง กรุป
 จำกัด ได้พิมพ์หนังสือพิมพ์โฮมอูรี ซิมบุน โดยการส่งเพลทผ่านดาวเทียมจากญี่ปุ่นมาพิมพ์ยังโรงพิมพ์
 เนชั่น เป็นต้น

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมข่าวที่สังกัดสื่อสิ่งพิมพ์ยังได้มีการเลียนแบบกันทั้งด้านการ
 ตลาดทั้งในส่วนของผู้อ่านเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งตลาด และในส่วนของโฆษณา มีการใช้กลยุทธ์ทาง
 การตลาดต่าง ๆ เพื่อดึงดูดผู้อ่านและเอเยนซีโฆษณา