

บทที่ 1

บทนำ



ที่มาและความสำคัญของปัญหา

แนวความคิดเกี่ยวกับ "สำนักข่าว" ในฐานะเป็นองค์กรด้านข่าวสารได้รับการเผยแพร่จากองค์กรศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) ตั้งแต่ในช่วง 1950 เป็นต้นมา¹ สำนักข่าวที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารผ่านทางสายเกิดขึ้นมา และมีการพัฒนาระบบการส่งข่าวตั้งแต่ยุคเริ่มต้นเพื่อให้การส่งข่าวเป็นไปอย่างรวดเร็วทันกับความต้องการรับข่าวสารของผู้รับ เนื่องจาก ข่าวสารมีความสำคัญกับมนุษย์เรามากมาตั้งแต่อดีต

เมื่อหลายร้อยปีที่แล้ว ข่าวจะถูกส่งไปถึงผู้รับโดยทางเท้า หรือ ทางม้า ผู้ส่งสาร หรือ ม้าใช้ จะส่งข่าวจากที่หนึ่งๆ ไปยังอีกที่หนึ่งทุกวัน ทุกอาทิตย์ หรือบางครั้งทุกเดือน และเมื่อข่าวถูกส่งไป ยังจุดหมายปลายทางแล้ว จะมีผู้ประกาศ หรือ Town Crier ที่จะประกาศ ข่าวสารให้ทราบกันทั่วเมือง โดยการตีฆ้องร้องป่าวข่าวสารไปตามท้องถนน เพื่อให้สาธารณชนรับทราบ ข่าวสารต่างๆที่ได้รับมา²

สำนักข่าว (News Agency) ในความหมายของ "ยูเนสโก" คือการประกอบการที่มีวัตถุประสงค์หลักที่จะหาข่าวสาร เพื่อที่จะจัดส่งให้กับผู้ประกอบการด้านข่าวสารและใน

¹อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, การศึกษาด้านนิเทศศาสตร์ (ระดับอุดมศึกษา) ในประเทศไทย (กรุงเทพ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย), หน้า 6-7

²Stephen Rabley, A World of Information (The Media Dossier Magazine) , p 4-5

บางกรณีเพื่อให้แก่เอกชน โดยมีหลักการว่าจะเสนอบริการข่าวที่ถูกต้องครบถ้วนสมบูรณ์ และเป็นกลางเท่าที่จะทำได้ โดยการขายซึ่งต้องเป็นไปตามเงื่อนไขที่ถือปฏิบัติทางธุรกิจ และ ประเพณีนิยม"

สำนักข่าวอาจเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า Wire Services งานของสำนักข่าวแห่งหนึ่งนั้น จะเป็นการรวบรวมข่าวสารจาก ณ ที่ใด ๆ ในโลกอย่างรวดเร็ว และ ถูกต้องเท่าที่จะกระทำได้ แล้วส่งข่าวให้กับสื่อมวลชนที่ใช้บริการของสำนักข่าว หลังจากนั้นสื่อมวลชนแต่ละแห่ง จึงเลือกข่าว ภาพของสำนักข่าวนั้น ๆ เสนอสู่ผู้อ่าน ผู้ชม ผู้ฟังต่อไป ข่าว ภาพที่แต่ละสำนักข่าวส่งมาให้ นั้นอาจถูกตัดต่อเรียบเรียงใหม่ ให้เหมาะสมกับสื่อแต่ละประเภท¹

สำนักข่าว มีจุดเริ่มที่ประเทศทางตะวันตก ตั้งแต่ศตวรรษที่ 1 โดยอยู่ในรูปแบบของจดหมายข่าว (Newsletter) สำหรับเนื้อหาส่วนใหญ่ มักเกี่ยวข้องกับเรื่องการค้า การเดินเรือ และรัฐบาล ส่วนการเผยแพร่กระทำในขอบเขตที่ยังไม่กว้างขวางคือภายในประเทศ และบริเวณใกล้เคียงเท่านั้น ต่อมาสำนักข่าวได้เริ่มพัฒนาขึ้นอย่างจริงจังในศตวรรษที่ 19 อาณานิคมแถบทางเหนือของอเมริกาได้มีการร่วมมือกันจัดตั้งเป็นบริษัทเพื่อรวบรวมข่าวการขนส่งทางเรือ ปี 1811 Samuel Gilbert ได้รวบรวมเป็นหนังสือข่าว (News Books) ขึ้นที่ Exchange Coffee House ใน Boston หนังสือข่าวนี้นี้มีข่าวการขนส่งทางเรือบริการแก่ลูกค้า ต่อมา Samuel Top Liff, Jr. ได้รับดำเนินงานต่อ เขาได้เปลี่ยนวิธีการรับข่าวจากการรอข่าวจากเจ้าหน้าที่ทางเรือ เป็นการกรรเชียงเรือเล็กออกไปรับข่าวที่เรือเอง มารวบรวมไว้ในหนังสือข่าว ซึ่งจะมีข่าวทั่วไป ข่าวต่างประเทศ ข่าวในประเทศ และ ข่าวเรือพาณิชย์ ต่อมา เจ้าของหนังสือพิมพ์เริ่มใช้ข่าวที่ได้รวบรวมไว้ในหนังสือข่าว มาเก็บไว้ในห้องอ่านหนังสือของ American Coffee House และมีการเก็บค่าธรรมเนียมสำหรับผู้เข้าไปใช้หนังสือเหล่านั้น

ที่ยุโรป ในประเทศฝรั่งเศส ปี 1825 Charles Havas หนุ่มชาวฝรั่งเศส

¹อัล เฮสเตอร์, สำนักข่าวระหว่างประเทศ แปลโดย ยูพา สุภากุล
(เชียงใหม่ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2522), หน้า 35

เชื้อสายอังกฤษได้จัดตั้งสำนักข่าวขึ้นในยุโรป และมีผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ประจำอยู่ตามเมืองหลวงต่าง ๆ ในยุโรป เพื่อรวบรวมข่าวบริการให้แก่สมาชิก เช่น นักธุรกิจ นักการเงิน นักการทูต ในปีถัดมา Havas ได้เสนอให้หนังสือพิมพ์รับข่าวของเขา แต่ถูกปฏิเสธโดยสิ้นเชิง จนกระทั่ง ในปี 1836 เมื่อมีการ ออกหนังสือพิมพ์ " La Presse" เป็นครั้งแรกที่ข่าวจากสำนักข่าว Havas ได้ถูกป้อนให้แก่หนังสือพิมพ์ ต่อมา Havas ได้พัฒนาการส่งข่าวจากเมืองหนึ่งไปยังอีกเมืองหนึ่ง โดยการใช้นักพิราบสื่อสารบินส่งข่าว ทำให้ข่าวของสำนักข่าว Havas ได้รับความนิยมในเรื่องความเร็ว

สำนักข่าว Havas ได้เปลี่ยนเป็น Agence France-press (AFP) ในปี 1944 และ AFP ได้กลายมาเป็น สำนักข่าวโลกที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งในจำนวนทั้งสี่ (Big Four) จนปัจจุบัน

แนวความคิดในการจัดตั้งสำนักข่าวของ Havas ได้เริ่มมีคนสนใจทำตาม คือ ที่ เยอรมันในปี 1848 Bernard Wolff อดีตลูกน้องของ Havas ได้ตั้งหน่วยงานข่าวขึ้นติดต่อกันระหว่างเยอรมัน และ หนังสือพิมพ์ทางยุโรปภาคเหนือ ต่อมาภายหลัง หน่วยงานข่าวนี้คือ Wolff News Agency นอกจากนี้ ยังมีเจ้าหน้าที่ที่เคยทำงานกับ Havas อีกคนหนึ่งคือ Julius Reuter เปิดสำนักงานข่าวขึ้นที่ London Royal Exchange ประเทศอังกฤษ เมื่อปี 1851 รอยเตอร์ ได้พยายามเสนอบริการข่าวการเงิน ข่าวหุ้น สำหรับนักลงทุน ให้แก่หนังสือพิมพ์ The TIMES แต่หนังสือพิมพ์ดังกล่าว ยังมองไม่เห็นความต้องการจากบริการของสำนักข่าว รอยเตอร์ จนกระทั่งในปี 1858 จึงยอมรับ และเป็นสมาชิกรับข่าวจากรอยเตอร์

เนื่องจาก รอยเตอร์มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับรัฐบาลอังกฤษ ในการส่งโทรเลขข่าวฟรี ให้แก่เจ้าหน้าที่ระดับสูงของรัฐบาล ต่อมารอยเตอร์จึงขอใช้สายเคเบิลทางทะเลที่เชื่อมต่อกับอาณานิคม เพื่อส่งข่าวตามจุดต่าง ๆ ในเครือจักรภพอังกฤษ

สำหรับพัฒนาการของสำนักข่าวในสหรัฐอเมริกา ได้เกิดขึ้นในเวลาใกล้เคียงกับยุโรป คือ ได้มีความพยายามที่จะร่วมมือกันรวบรวมข่าว เนื่องจากการแข่งขันของหนังสือพิมพ์ในการหาข่าว โดยเฉพาะอย่างยิ่งข่าวต่างประเทศ ที่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายสูง และต้องมี

แหล่งข่าวมาก ในปี 1840 หนังสือพิมพ์อเมริกา ได้ช่วยกันออกค่าใช้จ่ายเพื่อที่จะให้ได้ข่าวเร็วขึ้น และต่อมาในปี 1848 หนังสือพิมพ์ชั้นนำในนิวยอร์ก ได้ตกลงรับข่าวต่างประเทศทางโทรเลขจากบอสตัน อันเป็นการรับบริการข่าวทางสาย (Wire Service) ซึ่งภายหลังได้เรียกว่า Associated Press หรือที่รู้จักกันภายใต้ชื่อ "The New York Associated Press"

ในปี 1859 สำนักข่าว Reuter , Wolff , Havas ของยุโรป ได้ทำสัญญาตกลงแลกเปลี่ยนข่าว กับ New York Associated Press และในปี 1870 ก็ได้มีการลงนามข้อตกลงร่วมกัน ระหว่างสำนักข่าว 4 แห่งนี้ เพื่อคุ้มครองข่าว รวมถึงการกำหนดเขตการรวบรวมข่าว และแจกจ่ายข่าวคือ Havas ปฏิบัติงาน ในขอบเขตประเทศ ฝรั่งเศส สวิสเซอร์แลนด์ อิตาลี สเปน โปรตุเกส อียิปต์ อเมริกากลาง และ อเมริกาใต้ Reutersปฏิบัติงานในขอบเขตประเทศ อังกฤษ อียิปต์ ตุรกี และ ตะวันออกไกล Wolff ปฏิบัติงานในขอบเขตประเทศ เยอรมัน ออสเตรีย เนเธอร์แลนด์ กลุ่มสแกนดิเนเวีย รัสเซีย และ กลุ่มประเทศบอลข่าน New York Associated Press ปฏิบัติงานในขอบเขตประเทศสหรัฐอเมริกา

ครึ่งหลังศตวรรษที่ 19 New York Associated Press ได้เริ่มแลกเปลี่ยนบริการข่าวกับหนังสือพิมพ์ต่างๆ ในอเมริกา เพื่อลดค่าโทรเลขลง หนังสือพิมพ์เหล่านี้ได้รวมตัวเป็นสมาคมตามภูมิภาคต่าง ๆ เช่น Western Associated Press, Southern Associated Press, New England Associated Press อย่างไรก็ตาม สมาคมหนังสือพิมพ์ ในภูมิภาคได้เกิดความรู้สึกไม่สบายใจกับ New York AP เนื่องจากข่าวที่มาจากสมาคมไม่ค่อยได้รับความสนใจเท่ากับข่าว ของ New York AP เอง ในที่สุด Western AP ก็ได้ถอนตัวออกจากการร่วมมือดังกล่าว ในปี 1885

ในปี 1892 ได้มีการตั้งองค์กรใหม่เรียกว่า Associated Press แห่งอิลินอยส์ และมีการล้มเลิกกิจการของ New York AP ไป สำนักข่าว AP ใหม่ นี้ ได้เซ็นสัญญาร่วมใหม่กับ Reuters , Havas , Wolff ต่อมา องค์กรใหม่นี้ มีคู่แข่งมากขึ้นในนิวยอร์กเนื่องจากหนังสือพิมพ์มีจำนวนมากขึ้น และ ต่างก็มีสิทธิที่จะเลือกใช้บริการของ AP หรือไม่ได้หนังสือพิมพ์ที่ไม่ได้ใช้บริการของ AP โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Edward Wyllis Scripps ไม่พอใจ

AP และ ได้รวมกลุ่มหนังสือพิมพ์ขึ้น ในปี 1897 ตั้งสำนักบริการโทรเลข เรียกว่า Scripps-McRae เพื่อบริการหนังสือพิมพ์ของตัวเอง (Scripps-McRae Association) และต่อมามี การตั้งสำนักข่าว เรียกว่า **United Press Associations (UP)** ในปี 1907 ซึ่งภายหลังกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญของ AP สำนักข่าว UP มุ่งทำรายได้ โดยไม่ร่วมมือกับสำนักข่าวใด มีการ ตั้งสาขาตามเมืองหลวงในประเทศต่าง ๆ

ในปี 1907 ได้เกิดสำนักข่าวโลกขึ้นอีกแห่งหนึ่ง เรียกว่า International News Service (INS) จัดตั้งขึ้นเพื่อบริการแก่หนังสือพิมพ์ในเครือของ Hearst ในอเมริกา พร้อม กันนั้น ก็มีสำนักงานสาขาต่างประเทศโดยไม่มีข้อตกลงกับสำนักข่าวอื่น ๆ ได้ดำเนินงาน มาจนถึงปี 1958 จึงรวมกับ United Press ตั้งเป็น **United Press International (UPI)** ในปัจจุบันนั่นเอง

สำนักข่าวญี่ปุ่นก็เช่นกัน มีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน ตั้งแต่ก่อนสงคราม โลก เป็นองค์กรสื่อที่ทำหน้าที่แสวงหาข้อมูลข่าวสาร เพื่อป้อนให้แก่สื่ออื่นเป็นหลัก และมีความสำคัญพอกับสำนักข่าวตะวันตก

หากพิจารณาตามบทบาทหน้าที่ และขอบเขตความรับผิดชอบของสำนักข่าว อาจแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ

1. สำนักข่าวโลกหรือระหว่างประเทศ (World or Internatioanl News Agency) เป็นองค์กรที่มีขอบเขตให้บริการข่าวทั่วโลก และสามารถรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในเขตที่สำคัญ ๆ ในขณะเดียวกัน สำนักข่าวโลกมีลูกค้า สมาชิก หรือผู้รับบริการข่าว ทั่วโลก สำนักข่าวโลกที่สำคัญ มี 4 แห่ง คือ สำนักข่าว AP และ UPI (อเมริกา), AFP (ฝรั่งเศส), REUTERS (อังกฤษ) ดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้น

2. สำนักข่าวภูมิภาค (Regional or Intermediate News Agency) เป็นสำนักข่าว ที่มีขอบเขตการทำงานกำกวมระหว่างสำนักข่าวโลกและสำนักข่าวแห่งชาติ การดำเนินงาน ในระดับระหว่างประเทศ ของสำนักข่าวประเภทนี้จะเล็กกว่า และ กิจกรรมการหาข่าวจำกัด

อยู่ในพื้นที่เฉพาะภูมิภาคเท่านั้น และการหาข่าวก็เพื่อสนองตอบต่อลูกค้าภายในประเทศเป็นหลัก จะมีลูกค้าต่างประเทศบ้างก็เล็กน้อย ขึ้นกับข้อสัญญาที่มีกับสำนักข่าวโลก 4 แห่ง คือ AP, AFP, UPI และ Reuters สำนักข่าวภูมิภาคที่สำคัญ เช่น เคียวโด และ จิจิ เพรส ของญี่ปุ่น DPA ของเยอรมันตะวันตก ADN ของเยอรมันตะวันออก EFE ของสเปน เป็นต้น¹

3. สำนักข่าวแห่งชาติ (National News Agency) เป็นสำนักข่าวที่จัดตั้งโดยรัฐบาล มีหน้าที่สำคัญในการแสวงหา และรายงานเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศนั้น ๆ และในบางครั้งมีการเผยแพร่เหตุการณ์นั้นๆ ออกไปยังต่างประเทศด้วย เช่น สำนักข่าวไทย

นับตั้งแต่สงครามโลก ครั้งที่ 2 เป็นต้นมา (ค.ศ. 1945-1949) สำนักข่าวขยายตัวออกไปอย่างรวดเร็วมีสำนักข่าวอยู่จำนวนถึง 24 แห่ง สำนักข่าวจะมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน และเนื่องจากมีสาขาตั้งอยู่ตามที่ต่างๆ ทั่วทุกมุมโลก ที่ใกล้ชิดแหล่งข่าว จึงหาข่าวได้มากกว่าการที่หนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่ง จะจ้างผู้สื่อข่าวไปประจำในประเทศต่าง ๆ เพราะเป็นการสิ้นเปลือง สำนักข่าวเกิดขึ้นมากมายกระจายไปทั่วโลกเพื่อบริการสื่อมวลชน การที่สำนักข่าวขยายสาขาออกไปตามจุดต่าง ๆ ทั่วโลก ก็เนื่องมาจากปัจจัยหลัก 3 ประการคือ

1. เนื่องจากความเจริญเติบโตทางการค้าระหว่างประเทศ และ การลงทุนจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ที่เชื่อถือได้
2. การค้าระหว่างประเทศ ทำให้ต้องการข้อมูลข่าวสาร ที่เกี่ยวข้องทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง ความมั่นคงทางการทหารของประเทศที่ไปลงทุน
3. การเคลื่อนย้ายของประชากร อันเนื่องมาจากการค้า และ การลงทุน จึงต้องการข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับประเทศที่มาพำนักอยู่ รวมทั้ง ประเทศบ้านเกิดของตนเอง ที่จากมา

¹Oliver Boyd-Barrett, *The International News Agency* (California : Sage Publications, Beverly Hills, 1985), P14

ยิ่งในปัจจุบัน ที่สภาพเศรษฐกิจ และ การค้าโลก ได้เปลี่ยนมาเป็นการค้าแบบไร้พรมแดน (Borderless) ดังที่ จอห์น ไนซ์บิตต์, แพทริเซีย อเบอร์ดีได้กล่าวไว้ในหนังสือ "เมกาเทรนด์ 2000" ว่า"ยุคหลังสงครามโลกสิ้นสุดลงแล้วทั่วทั้งโลกได้เปลี่ยนจากการลงทุนลงแรงด้านเสริมความมั่นคงทางการทหารมาเป็นสร้างความแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจ เกมใหญ่ในทศวรรษ 1990 ก็คือการทำให้เป็นแบบเดียวกันทั่วโลก (Globalization) อำนาจทางเศรษฐกิจ จะครองความยิ่งใหญ่กว่าอำนาจทางการทหาร และจะเป็นตัวชี้ขาดว่าประเทศหนึ่งประเทศใดจะมีบทบาท และอิทธิพลแค่ไหน หรือไม่ เพียงไร ในเศรษฐกิจที่เป็นแบบGlobal ไม่มีประเทศใด (ไม่ว่าทุนนิยม หรือสังคมนิยม) สามารถยืนอยู่ได้อย่างโดดเดี่ยว เพราะการปิดประเทศ และอาศัยแต่เศรษฐกิจภายในของตนเอง เพราะจะทำให้ตนเองล้าหลังกว่าคนอื่น ไม่มีวันที่จะแข่งขันกับคนอื่นได้ ในช่วงการเบ่งบานของเศรษฐกิจโลกของทศวรรษ 1990 ทรัพยากรที่สำคัญที่ทำให้ประเทศ หรือบริษัทอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบก็คือข้อมูลข่าวสาร ใครมีข้อมูลข่าวสารมาก ก็ยิ่งได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมาก "

เมื่อโลกทั้งโลกมีการค้าแบบไร้พรมแดน (Borderless) ทำให้ความต้องการขยายตลาดส่งออกมีเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศที่พัฒนาแล้ว จึงเกิดการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศที่กำลังพัฒนา ที่มีที่ตั้งอยู่ใกล้กับตลาดส่งออกเป้าหมาย เนื่องจากเป็นการลดค่าใช้จ่ายด้านการขนส่ง ทั้งวัตถุดิบ และ สินค้าที่ผลิตสำเร็จแล้ว นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ เช่น ค่าแรงงานที่ถูก ระบบภาษีต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยในประเทศที่กำลังพัฒนา เพื่อต้องการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ประเทศที่พัฒนาแล้วต่าง ๆ เช่น อเมริกา แคนาดา และ ญี่ปุ่น ต่างก็พยายามขยายการลงทุน มาสู่ประเทศที่กำลังพัฒนา โดยเฉพาะ ประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น เวียดนาม ลาว ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย เป็นต้น

ไทยก็เป็นประเทศหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่นับว่ามีศักยภาพ การลงทุนค่อนข้างสูงมีความเจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และ มีความสำคัญในภูมิภาคนี้ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากปัจจัยด้านค่าแรงที่ถูก และมีแรงงานที่มีฝีมือมาก มีทรัพยากรสมบูรณ์ และยังเป็นประตูไปสู่ตลาดอินโดจีน นอกจากนี้แล้ว ไทยยังมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง และสอดคล้องไปกับอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

ของโลกที่ในปีนี้อาจจะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 2.3 ของปีที่ผ่านมา เป็นร้อยละ 3.0¹ ฝ่ายวิชาการ ธนาคารแห่งประเทศไทย ได้คาดการณ์อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย ในปีนี้ว่า จะขยายตัวในอัตราร้อยละ 8 เมื่อเทียบกับปีก่อนจะสูงขึ้นร้อยละ 0.2 เนื่องจากผลผลิตภาคเกษตร นอกภาคเกษตร (อุตสาหกรรม การค้า การก่อสร้าง เป็นต้น) การลงทุนภาคเอกชนมีแนวโน้มดีขึ้น

จากเหตุผลต่าง ๆ ดังกล่าวทำให้นักลงทุนต่างประเทศเลือกประเทศไทยเป็นฐานการผลิตที่สำคัญ จำนวนนักลงทุนจากต่างประเทศในไทย เพิ่มมากขึ้นทุกปี และจากข้อมูลล่าสุดของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BoI) สรุปการลงทุนจากต่างประเทศ ในช่วงไตรมาสแรกปีนี้ (มกราคม-มีนาคม 2537) ว่ามีโครงการของต่างประเทศที่ยื่นขอรับการส่งเสริมทั้งสิ้น 165 โครงการ เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มี 73 โครงการ เงินลงทุนก็เช่นเดียวกัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 14,650 ล้านบาท เป็น 112,295 ล้านบาท²

ญี่ปุ่น จัดเป็นชาติที่เข้ามาลงทุนในไทยอยู่ในอันดับนำมาตลอด ในจำนวนนักลงทุนจากต่างประเทศที่สำคัญทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็นฮ่องกง ไต้หวัน สิงคโปร์ สหรัฐ ยุโรป ในปี 2535 และ 2536 ญี่ปุ่นครองอันดับหนึ่งต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในไทยอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านเงินทุน และ จำนวนโครงการ สำหรับในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ก็เช่นเดียวกัน นักลงทุนญี่ปุ่นที่มาลงทุนในไทยมีถึง 31 ราย (เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปี 2536 มีเพียง 13 ราย อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ที่เข้ามาลงทุนจะเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ชิ้นส่วนเครื่องจักร เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ แม่พิมพ์ เป็นต้น³ นอกจากนี้จากสถิติการขอรับการส่งเสริมการลงทุนจากญี่ปุ่น ในช่วงเดือน มกราคม ถึง มิถุนายนปีนี้

¹World Economic Outlook, May 1994

²สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BoI) , ผลการประชุมคณะกรรมการ BoI วันที่ 18 เมษายน 2537

³ผู้จัดการรายสัปดาห์, ฉบับประจำวันที่ 30 พฤษภาคม - 5 มิถุนายน 2537

(2537) มีจำนวนโครงการขอส่งเสริมจากญี่ปุ่น ทั้งสิ้นถึง 112 โครงการ เมื่อเทียบกับ ช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีเพียง 90 โครงการ เงินลงทุนทั้งสิ้น ประมาณ 73,000 ล้านบาท¹ คิดเป็น 40% ของการลงทุนจากต่างชาติทั้งหมด

การที่ญี่ปุ่นขยายการลงทุนมายังประเทศไทย ทำให้มีการเคลื่อนย้ายประชากร ญี่ปุ่นจำนวนหนึ่งเพื่อมาทำงาน รวมไปถึงครอบครัวที่ติดตามมาพำนักในเมืองไทยด้วย ในส่วนของคนญี่ปุ่นในเมืองไทย จากการสำรวจของสภาหอการค้าญี่ปุ่นประจำประเทศไทย พบว่า ตั้งแต่เดือนมกราคม ถึง มิถุนายน ปี 1994 มีจำนวนคนญี่ปุ่นที่มาจดทะเบียนกับ สมาคมดังกล่าว ทั้งสิ้น 7,223 คน (ส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจ ที่ถูกส่งตัวมาประจำที่เมืองไทย พร้อมกับครอบครัว) และ เมื่อรวมกับจำนวนคนญี่ปุ่นที่มาทำธุรกิจส่วนตัว และ อื่น ๆ ซึ่ง ไม่ได้จดทะเบียนกับสภาหอการค้า อีกประมาณ 12,000 คน คาดว่าจะมีคนญี่ปุ่นอาศัยอยู่ใน เมืองไทยทั้งสิ้นประมาณ 13,000 คน²

คนญี่ปุ่นมักถูกมองว่าเป็นชาตินิยม และมีลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรม คือ การเกาะกลุ่มกันทางภาษา อาหารการกิน รวมไปถึง กิจกรรมทางสังคมดังคำกล่าวของ ศาสตราจารย์เคน อิทาคาเกะ รองอธิการบดีมหาวิทยาลัย โซกะ ได้กล่าวถึง วัฒนธรรมการ เกาะกลุ่มกันของชาวญี่ปุ่นไว้ในหนังสือ "Gates to Japan : Its People and Society" ว่า " ชาวญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่จะกระทำการต่างๆร่วมกันเป็นกลุ่ม หรือ เป็นคณะ คนญี่ปุ่นที่เดินทางไปเที่ยวต่างประเทศระหว่างช่วงวันหยุด มักจะไปกันเป็นกลุ่มๆ การฆ่าเวลาในยามว่าง ก็จะ ทำกันเป็นกลุ่มเช่นเดียวกันมีทั้งร้องเพลง ด้วยเครื่องคาราโอเกะ จนกระทั่งถึงการเล่นไฟ นกกระจอก มีคนญี่ปุ่นจำนวนมาก ชอบทำอะไรร่วมกัน เป็นกลุ่ม มากกว่าทำตามลำพัง "

ชุมชนคนญี่ปุ่นที่ย้ายเข้ามาอยู่ในเมืองไทย เพื่อประกอบอาชีพตามกำหนดเวลาที่บริษัทแม่กำหนด ก็จะมีลักษณะพิเศษดังกล่าวเช่นกัน กล่าวคือ นิยมเช่าพาร์ทเมนต์อยู่ใน ละแวกเดียวกัน โดยเฉพาะในแหล่งธุรกิจที่สำคัญที่มีบริษัทญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็น ธนาคาร

¹สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BoI), 15 กรกฎาคม 2537

²ข้อมูล, สภาหอการค้าญี่ปุ่นประจำประเทศไทย

บริษัทหลักทรัพย์ Trading Company ต่าง ๆ ตั้งอยู่ เช่น สุขุมวิท อโศก สีลม สาทร เป็นต้น คนญี่ปุ่นอีกกลุ่มหนึ่งจะเป็นพวกวิศวกรชาวญี่ปุ่น ซึ่งกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะพักอยู่บ้านพักใน นิคมอุตสาหกรรม เช่น นิคมอุตสาหกรรมนวนคร ลาดกระบัง เป็นต้น ด้านภาษานั้น ชาวญี่ปุ่นจะมีภาษาญี่ปุ่นเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง ทั้งภาษาพูดและ ภาษาเขียน และไม่นิยม ใช้ภาษาอื่น แม้จะมาอยู่ต่างประเทศก็ตาม และนอกจากนี้ชาวญี่ปุ่นยังไม่ค่อยสันทัดในการใช้ ภาษาอังกฤษด้วย ส่วนอาหารการกินของคนญี่ปุ่นนั้น ในย่านใดก็ตามที่มีคนญี่ปุ่นอยู่มากก็ จะมีภัตตาคาร หรือร้านอาหารญี่ปุ่นเปิดขึ้นมากมาย เพื่อรองรับลูกค้าชาวญี่ปุ่น ส่วนกิจกรรม ของชาวญี่ปุ่น ส่วนใหญ่จะเป็นการร้องคาราโอเกะ และ การเล่นกอล์ฟ ชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่ นิยมสมัครเป็นสมาชิกสนามกอล์ฟ และ เล่นกอล์ฟกับเพื่อนชาติเดียวกัน เพื่อเชื่อมความ สัมพันธ์ไปในตัว ควบคู่ไปกับการพักผ่อน ส่วนแม่บ้านชาวญี่ปุ่น ที่ติดตามสามีมานั้น มักจะ รวมกลุ่มกัน และทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น การเรียนจัดดอกไม้ การช้อปปิ้ง เลี้ยงน้ำชา ต่าง ๆ เหล่านี้เป็นต้น¹

ในส่วนของการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนญี่ปุ่นนั้น การมาลงทุนในเมืองไทย ทำให้ความต้องการรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น ทั้งข้อมูลที่มาจากประเทศ ญี่ปุ่น และ ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับประเทศไทย ซึ่งจะมีผลกระทบต่อธุรกิจที่ดำเนินอยู่ และในธุรกิจหลัก ๆ ของ ญี่ปุ่น เช่น ธนาคาร บริษัทหลักทรัพย์ บริษัทผู้ผลิตรถยนต์ เป็นต้น การได้ข่าวสารที่รวดเร็ว จึงเป็นสิ่งจำเป็นมาก สื่อที่ทำหน้าที่ป้อนข้อมูลข่าวสารให้แก่ัก ลงทุนญี่ปุ่นในไทย ส่วนใหญ่จะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์คือ

1. หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นภาษาอังกฤษ เช่น บางกอกโพสต์ หรือ เดอะเนชั่น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากชาวญี่ปุ่นไม่สันทัดภาษาอังกฤษ และ นิยมใช้ภาษาญี่ปุ่นของชาติ ตัวเอง ทำให้หนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษทั้งสองฉบับดังกล่าว จึงไม่น่าจะตอบสนองความ ต้องการรับรู้ข่าวสารของชาวญี่ปุ่นทุกคนได้อย่างเต็มที่

¹สัมภาษณ์ Mr. Yukio Higashida, บรรณาธิการข่าวชาวญี่ปุ่น บริษัทจิจิ เพรส, และ Mrs. Kyoko Takayama, หัวหน้าฝ่ายบัญชี บริษัทจิจิ เพรส , 15 สิงหาคม 2537

2. หนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นที่ส่งมาจากญี่ปุ่นโดยตรง หรือส่งมาจากศูนย์พิมพ์ ศูนย์พิมพ์ที่สิงคโปร์คือ หนังสือพิมพ์อาซาฮี ชันเคอิ นิกเคอิ หนังสือพิมพ์อาซาฮี จัดเป็น หนังสือพิมพ์คุณภาพ โดยจะเน้นที่ข่าวการเมือง เศรษฐกิจเป็นหลัก และจะเสนอข่าวที่ค่อนข้างตรงกับข้อเท็จจริง ไม่มีการเพิ่มสีสันให้แก่ข่าวมาก ส่วนหนังสือพิมพ์นิกเคอิ และ ชันเคอิ นั้น เป็นหนังสือพิมพ์เน้นข่าวเศรษฐกิจเป็นหลัก แต่ระดับคุณภาพค่อนข้างต่างกัน มากคือ หนังสือพิมพ์นิกเคอิ มีระดับสูงกว่าหนังสือพิมพ์ชันเคอิและได้รับความนิยมมากกว่า ในหมู่นักธุรกิจชาวญี่ปุ่น

หนังสือพิมพ์ทั้งสามฉบับดังกล่าว จะส่งเข้ามาในไทยโดยผ่านทางบริษัท Oversea Courier Service (OCS) ซึ่งเป็นบริษัทจัดจำหน่ายหนังสือพิมพ์ญี่ปุ่น โดยเฉพาะ บริษัท OCS มีรูปแบบการจัดส่งหนังสือพิมพ์ให้แก่ชาวญี่ปุ่น ในประเทศไทยอยู่ 2 ประเภท คือ การจัดส่งให้แก่ผู้สมัครเป็นสมาชิก และ การวางจำหน่ายตามร้านขายหนังสือภาษา ญี่ปุ่นทั่วไป ในย่านที่ชาวญี่ปุ่นอาศัยอยู่ สำหรับการจัดส่งให้แก่สมาชิก จะจัดส่งสัปดาห์ละ 2 ครั้ง คือ วันพุธ และ วันเสาร์ แต่เนื่องจากหนังสือพิมพ์ที่ส่งผ่านบริษัท ดังกล่าวจะล่าช้ากว่า หนังสือพิมพ์ในญี่ปุ่นอยู่ประมาณ 1-2 วัน ทำให้อาจจะไม่สามารถสนองตอบความต้องการ รับรู้ข่าวสารของชาวญี่ปุ่นได้ทั้งหมด

ดังนั้นเพื่อตอบสนองความต้องการข่าวสารจากประเทศญี่ปุ่น ให้แก่ชาวญี่ปุ่น ในเมืองไทย ในเวลาอันรวดเร็วใกล้เคียงกับที่ญี่ปุ่น ปัจจุบัน หนังสือพิมพ์โยมิอูริซึ่งเป็น หนังสือพิมพ์ฉบับใหญ่ฉบับหนึ่งของญี่ปุ่น จึงได้ร่วมมือกับ เดอะ เนชั่น ส่งหน้าข่าว (News Plate) ผ่านดาวเทียมมาจากญี่ปุ่น และมาพิมพ์ที่แท่นพิมพ์ของ เดอะ เนชั่น เป็นฉบับ เดียวในเมืองไทย โดยจะพิมพ์วันละประมาณ 12,000 ฉบับ ในจำนวนนี้จำหน่ายในประเทศ 7,000 ฉบับ และ ที่เหลืออีก 5,000 ฉบับ กระจายออกไป จำหน่ายในประเทศแถบอินโดจีน เช่น ลาว กัมพูชา เวียดนาม (ฮานอย และ โฮจิมินห์) รวมทั้ง อินโดนีเซีย มาเลเซีย ปีนัง สิงคโปร์ เป็นต้น ทำให้ชาวญี่ปุ่นสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้ตรง เวลาพร้อมกับที่ญี่ปุ่น อย่างไรก็ตาม เนื้อหาข่าวของหนังสือพิมพ์ดังกล่าวจะเน้นหนักไปที่ข่าวชาวบ้าน หรือ ข่าวทั่วไป มีลักษณะคล้ายหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หรือ เดลินิวส์ จัดเป็นหนังสือพิมพ์ปริมาณ ปัจจุบัน หนังสือพิมพ์ดังกล่าวได้รับความนิยมมาก

3. หนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่น ที่ผลิตภายในประเทศ เช่น Bangkok Shuho , Siam Business News สำหรับ Bangkok Shuho เป็นหนังสือพิมพ์รายสัปดาห์ ยอดพิมพ์ในแต่ละสัปดาห์ประมาณ 12,000 ฉบับ ออกทุกวันศุกร์ เนื้อหาข่าวจะเกี่ยวกับ ข่าววัฒนธรรม ข้อมูลข่าวสาร ข่าวทั่วไป บันเทิง และ สังคม รายได้หลักของหนังสือพิมพ์ดังกล่าวมาจากการขายโฆษณา เพราะ ถึงแม้จะระบุราคาจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ ดังกล่าวไว้ฉบับละ 45 บาท แต่หนังสือพิมพ์ดังกล่าวจะถูกส่งฟรีไปให้แก่ลูกค้าชาวญี่ปุ่นตามรายชื่อของสมาคมคนญี่ปุ่นในประเทศไทย เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากเจ้าของกิจการเป็นคนญี่ปุ่นที่เคยทำงานในสมาคมนี้ และแต่งงานกับชาวไต้หวัน จึงอาศัยสายสัมพันธ์ดังกล่าว ในการทำหนังสือพิมพ์นี้ขึ้นมา¹ ส่วน Siam Business News นั้น เป็นหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นที่ออกราย 3 วัน โดยจะออกทุกวันอังคาร และ วันศุกร์ มีวางจำหน่ายตามโรงแรม และ ร้านขายหนังสือ หนังสือพิมพ์ดังกล่าวมียอดพิมพ์ประมาณ 30,000 ฉบับ ขายราคาฉบับละ 125 บาท เนื้อหาข่าวจะคล้ายกับข่าวของบางกอก ซูโฮ คือ มีข่าวทั่วไป ข่าวเศรษฐกิจ บันเทิง สังคม และ บริการ เป็นต้น

4. นิตยสารภาษาญี่ปุ่นที่แพร่หลายเช่น Thailand Joho (เป็นนิตยสารในเครือของหนังสือพิมพ์ Siam Business News ออกเป็นประจำทุกเดือน) Marugoto และ Sabai เนื้อหาในนิตยสารทั้งสามฉบับดังกล่าว จะเน้นเกี่ยวกับเมืองไทย แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร โดยเน้นสังคม และ บันเทิงเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีการแนะนำคนญี่ปุ่นในเมืองไทยด้วย นิตยสารดังกล่าวได้รับความนิยมในหมู่แม่บ้านญี่ปุ่นมากกว่านักรูทิจ

นอกจากสิ่งพิมพ์ต่างๆดังกล่าวแล้ว สำนักข่าวญี่ปุ่นก็เป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารอีกแหล่งหนึ่ง ที่มีความสำคัญในการให้ข้อมูลแก่คนญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในไทยอีกด้วย เนื่องจากข่าวจากสำนักข่าวจะเร็วทันต่อเหตุการณ์ สามารถใช้เป็นข้อมูลอ้างอิง ได้ทันเวลา และข่าวจะครอบคลุมทั่วโลก เนื่องจากมีสาขากระจายอยู่ สำนักข่าวญี่ปุ่นที่ทำหน้าที่ป้อนข้อมูลให้แก่ชาวญี่ปุ่นในไทย มี 2 แห่ง คือ สำนักข่าว เคียวโด (Kyodo) และ สำนักข่าว จิจิ เปรส (JiJi Press)

¹ สัมภาษณ์ คุณนุ้ม, ฝ่ายบริการโฆษณา บริษัท บางกอก ซูโฮ, และ คุณสกุลรัตน์ ปนุตติกร, หัวหน้าข่าว สำนักข่าวจิจิ เปรส , 15 สิงหาคม 2537

เมื่อพิจารณาจากเหตุผลการขยายตัวของสำนักข่าวดังกล่าวข้างต้น ที่ขยายตัวไปในประเทศต่างๆ เพราะปัจจัยทางเศรษฐกิจการลงทุนเป็นหลัก สำนักข่าว Ji Ji Press ก็เป็นตัวอย่างที่เห็นได้ชัด เนื่องจากสำนักข่าวญี่ปุ่น Ji Ji Press เป็นสำนักข่าวระดับภูมิภาคซึ่งขยายสาขาไปประเทศต่าง ๆ หลัง สงครามโลกครั้งที่ 2 รวมทั้งไทยด้วย เพราะปัจจุบันมีชาวญี่ปุ่นมาลงทุนในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และแนวโน้มการลงทุนจากญี่ปุ่นคาดว่าจะมีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เนื่องจากสภาพค่าเงินเยนในขณะนี้ ทำให้ญี่ปุ่นประสบปัญหาด้านการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศมาก และ ในช่วงครึ่งปีหลังนี้ ทาง BoI ได้คาดการณ์ว่า นักลงทุนจากญี่ปุ่นจะเข้ามามากขึ้น เนื่องจากครึ่งปีแรก ภาวะเงินเยนที่แข็งตัวยังไม่ค่อยเห็นผลมากนัก แต่ในช่วงครึ่งปีหลังภาวะเงินเยนจะส่งผลชัดเจนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งต้นทุนการผลิตที่ประเทศญี่ปุ่นสูงขึ้นทุกขณะ จะยังเป็นปัจจัยที่จะส่งผลให้นักลงทุนญี่ปุ่นย้ายฐานการลงทุนใหม่ (นายจักรมณต์ ผาสุกวนิช ผู้ช่วยเลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน : ประชาชาติธุรกิจ ฉบับวันที่ 11-13 สิงหาคม 2537)

ไม่เพียงแต่ภาครัฐบาลของไทยเท่านั้น ที่มั่นใจเช่นนั้น แม้แต่ นายโตชิยูกิ ทาคางิ ประธานบริษัท นิชิโซอิวาย คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด บริษัทข้ามชาติแห่งประเทศญี่ปุ่น ก็ได้ยืนยันถึงความเป็นไปได้ดังกล่าวว่า " นิชิโซอิวาย ได้วางนโยบายหลักที่จะดึงบริษัทในญี่ปุ่นกว่า 10 บริษัท เข้ามาลงทุนในไทย โดยนิชิโซอิวายจะหาผู้ร่วมทุนชาวไทยให้ขณะนี้อยู่ระหว่างการเจรจาคาดว่าโครงการลงทุนทั้งหมดจะมีมูลค่ารวมประมาณหมื่นล้านบาท และ จะเห็นผลภายในปีนี้ โครงการที่จะเซ็นสัญญาลงทุนทั้ง 10 บริษัทในปีนี้จะลงทุนในไทยอย่างแน่นอน เพราะนักลงทุนญี่ปุ่นประสบปัญหาค่าเงินเยนในประเทศแข็งตัวมากเกินไป และทางนิชิโซอิวาย คัดเหลือเพียง 10 ราย จากที่มีมากกว่านี้ โดยทั้ง 10 รายนี้ สนใจลงทุนในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนรถยนต์ อุตสาหกรรมพลาสติก อุตสาหกรรมชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ และ ผลิตภัณฑ์อาหาร "1

1 ประชาชาติธุรกิจ , ฉบับวันที่ 11-13 สิงหาคม 2537

จากการย้ายฐานการผลิตเข้ามาในเมืองไทยของนักลงทุนญี่ปุ่นที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นดังกล่าว สิ่งที่ตามมาด้วยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ คือความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับธุรกิจการค้า ต่าง ๆ ดังนั้น การแข่งขันกันทางด้านข้อมูลข่าวสารที่จะป้อนให้แก่กลุ่มลูกค้าญี่ปุ่น ดังกล่าว จึงมีแนวโน้มที่จะรุนแรงเพิ่มขึ้นตามไปด้วย และข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ และ สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับสารได้มากที่สุด ข้อมูลดังกล่าวก็จะได้รับการยอมรับ

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงมองเห็นความสำคัญและความน่าสนใจในการศึกษาถึง "สำนักข่าว จิจิ เพรส และ บทบาทที่มีต่อชุมชนคนญี่ปุ่นในประเทศไทย" เพื่อวิเคราะห์ว่าสำนักข่าวดังกล่าวสามารถตอบสนองข้อมูลข่าวสารแก่ผู้รับเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ และเกิดความพึงพอใจมากน้อย เพียงใดกับข่าว ที่ได้รับ โดยมีปัญหาในการวิจัยครั้งนี้คือ

ปัญหานำวิจัย

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายตัวของสำนักข่าวจิจิ เพรสคืออะไร (พัฒนาการ) และรูปแบบรวมทั้งโครงสร้างการทำงานของสำนักข่าวเป็นอย่างไร
2. สำนักข่าวญี่ปุ่น จิจิ เพรส ได้ทำหน้าที่ในฐานะผู้กรองข่าวสารอย่างไร
3. สมาชิกชาวญี่ปุ่นสามารถใช้ประโยชน์ และ พึงพอใจต่อข่าวที่ได้รับจากสำนักข่าว JiJi Press มากน้อยเพียงใด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างการทำงานของสำนักข่าวญี่ปุ่นจิจิ เพรส และ กระบวนการผลิตข่าว
2. เพื่อให้เข้าใจถึงบทบาทหน้าที่ในฐานะเป็นผู้กรองข่าวสารของสำนักข่าว JiJi Press
3. เพื่อให้ทราบการใช้ประโยชน์ และ ความพึงพอใจของสมาชิกชาวญี่ปุ่นที่มีต่อข่าวของสำนักข่าว JiJi Press

ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาเฉพาะสำนักข่าวญี่ปุ่น JIJi PRESS

นิยามศัพท์

1. สำนักข่าวญี่ปุ่น หมายถึง องค์กรธุรกิจเอกชนของญี่ปุ่นที่ทำหน้าที่ผลิตข่าวสารป้อนให้กับหนังสือพิมพ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ หรือ ลูกค้าเอกชน ซึ่งแจ้งความจำนงในการเป็นสมาชิกประจำเพื่อรับบริการข่าวสารกับทางองค์กร สำนักข่าวดังกล่าวมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่โตเกียว และมีสาขาต่าง ๆ ทั่วโลกรวมทั้งไทยด้วย เพื่อหาข้อมูลข่าวสารที่เกิดขึ้นทั้งในประเทศไทย และ ประเทศในแถบอินโดจีน
2. บทบาท หมายถึง หน้าที่ของสำนักข่าวญี่ปุ่น JIJi Press ที่มีต่อคนญี่ปุ่นในเมืองไทย ซึ่งสามารถแยกรายละเอียดได้ดังนี้คือ
 - การให้ข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจ และ เศรษฐกิจเป็นหลัก
 - การให้ข้อมูลข่าวสารความเคลื่อนไหวทั้งในญี่ปุ่น และ ในเมืองไทย
 - การเป็นตัวกลางประสานสังคมคนญี่ปุ่นที่อยู่ในเมืองไทย
3. คนญี่ปุ่น หมายถึง สมาชิกชาวญี่ปุ่นในไทยที่รับข่าวจากสำนักข่าว JIJi Press
4. ข่าว หมายถึง ผลผลิตสารสนเทศที่เกิดขึ้นจากกระบวนการผลิตที่เป็นลำดับขั้นตอน โดยบุคลากรในสำนักข่าว JIJi Press เพื่อให้ได้ต้นฉบับข่าวที่เสร็จสมบูรณ์พร้อมที่จะนำไปตีพิมพ์เผยแพร่ในรูปของหนังสือข่าว เพื่อกระจายไปสู่สมาชิกชาวญี่ปุ่น
5. กระบวนการผลิตข่าว หมายถึง กิจกรรมทุกลำดับขั้นตอนของการทำงานที่เกิดขึ้นภายในสำนักข่าว JIJi Press ตั้งแต่ขั้นตอนการคัดเลือกข่าว การเขียนข่าว การแก้ไขข่าว การพิมพ์ จนได้ผลผลิตในขั้นสุดท้าย อันได้แก่หนังสือข่าว เพื่อกระจายไปสู่สมาชิกผู้รับข่าว

6. พัฒนาการ หมายถึง ประวัติความเป็นมาของสำนักข่าว JiJi Press ตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน และ แนวโน้มการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในอนาคต ทั้งในด้าน โครงสร้าง การบริหาร กระบวนการผลิตข่าว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อใช้ประโยชน์เป็นข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับการวิเคราะห์รูปแบบโครงสร้าง และบทบาทหน้าที่ของสำนักข่าวต่างประเทศอื่นๆในแนวคิดต่อไป
2. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบของสำนักข่าวภูมิภาคอื่น ๆ ซึ่งเป็นสำนักข่าวประเภทเดียวกับสำนักข่าวญี่ปุ่น JiJi Press



ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย