

บทที่ 4

นโยบายและกลยุทธ์การนำเสนอปกของนิตยสารการเมือง

นโยบายและกลยุทธ์การนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองทั้ง 3 ชื่อฉบับได้แก่มติชนสุดสัปดาห์ เนชั่นสุดสัปดาห์ และสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์นั้น มีการนำเสนอหัวข้อปกหรือชื่อนำหน้าปก(Cover Page) ในทิศทางเดียวกัน คือเป็นเรื่องที่อยู่ในกระแส(Current Issues) แต่มีความแตกต่างในด้านแนวคิด กระบวนการทำงานและวิธีการนำเสนอ ตามนโยบายและกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรที่ตั้งไว้ ทั้งนี้จะขอนำเสนอข้อมูลที่ศึกษาตามลำดับดังนี้

1. นโยบายและกลยุทธ์การนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองแต่ละองค์กร
2. กระบวนการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปกและโครงสร้างการบริหาร
3. ทิศทางและแนวโน้มตลาดนิตยสารการเมือง
4. วิธีการนำเสนอปกของนิตยสารการเมือง
 - 4.1 ประเภทและลักษณะการนำเสนอหัวข้อ
 - 4.2 ประเภทและลักษณะการนำเสนอภาพปก

1.) นโยบายและกลยุทธ์การนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองแต่ละองค์กร

จากการศึกษาพบว่านโยบายการนำเสนอข่าวของแต่ละองค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือมุ่งไปที่ข่าวการเมืองเป็นหลัก โดยการนำเสนอหัวข้อและการใช้ภาพประกอบมีความแตกต่างกันไปตามนโยบายและขีดความสามารถขององค์กรนั้นๆ อีกทั้งมักมีการนำเสนอในเรื่องเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน เพียงแต่มีมุมมองที่แตกต่างกันออกไป โดยยึดตามแนวทางของแต่ละองค์กรที่ตั้งไว้ ส่วนยอดพิมพ์จะขึ้นอยู่กับความเข้มข้นของข่าวและความนิยมของผู้อ่านต่อนิตยสารแต่ละชื่อฉบับ ส่วนใหญ่จะมียอดพิมพ์ตั้งแต่ 20,000-60,000 เล่มต่อสัปดาห์ ในกรณีที่มีเหตุการณ์น่าสนใจ เช่น ยุบสภาฯ ปฏิวัติ การสิ้นพระชนม์ของเจ้าหญิงไดอาน่า ฯลฯ ก็อาจมีการเพิ่มยอดอีก 5-10 เปอร์เซ็นต์จากยอดพิมพ์ปกติ

ทั้งนี้ข้อมูลจากการศึกษาห้วข่าวและภาพประกอบปกด้วยการสัมภาษณ์ พบว่านำเสนอในลักษณะต่างๆกัน เช่น เสียดสี ล้อเลียน สรุปรื่องราว สะท้อนภาพตามความเป็นจริง แฝงความรู้สึกร่วม และแฝงเจื่อนำขึ้นกับประเด็นข่าว เป็นต้น

มติชนสุดสัปดาห์

จากการศึกษาพบว่า มติชนสุดสัปดาห์มีความได้เปรียบในแง่องค์กรสูงกว่าฉบับอื่นๆทั้งในด้านนโยบายและกลยุทธ์ ดังนี้

1.งาน(Task) กลุ่มเป้าหมายของมติชนสุดสัปดาห์คือ ผู้อ่านทั้งครอบครัว นั้นหมายถึงทุกเพศทุกวัย ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอจึงหลากหลาย(Variety) ไม่จำกัดเฉพาะการเมืองเท่านั้น แต่นำเสนอเนื้อหาที่ตัวบุคคลที่มีชื่อเสียง และเป็นบุคคลสาธารณะ โดยมีกลยุทธ์ที่ดึงดูดผู้อ่านนอกเหนือจากการทำหน้าที่ให้ข่าวสารในฐานะสื่อมวลชนแล้วยังแทรกอารมณ์ขันลงไปให้ขำขำซึ่งหมายถึงการใช้คำ ส่วนภาพประกอบก็สอดคล้องกับหัวข่าวด้วย

2.โครงสร้าง(Structure) เป้าหมายที่ชัดเจนของมติชนสุดสัปดาห์ คือการสรุปข่าวและเหตุการณ์ในรอบสัปดาห์แก่ผู้อ่าน โดยมีความลึกในทุกมิติมากกว่าหนังสือพิมพ์รายวัน ทั้งนี้มีโครงสร้างองค์กรกระชับและเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน

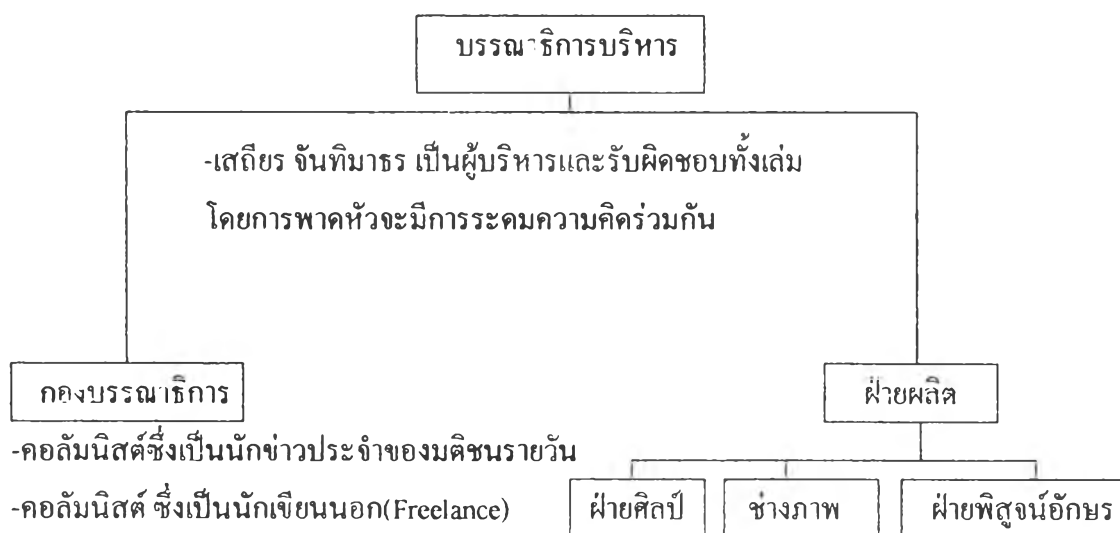
จากผังโครงสร้างบริหารข้างล่างนี้ พบว่าแม้จะมีโครงสร้างกองบรรณาธิการเป็นระบบเช่นเดียวกับนิตยสารชื่อฉบับอื่นๆ แต่ไม่มี “นักข่าวประจำ” ทำให้ลดขั้นตอนการบริหารบุคลากรในส่วนนี้ไป โดยมีคอลัมนิสต์ในเครือและนอกเครือมาทดแทน ซึ่งการใช้คอลัมนิสต์ในเครือทั้งหมดจนรายวัน ประชาชาติธุรกิจ ข่าวสด ฯลฯ ทำข่าวหรือบทวิเคราะห์เจาะลึกส่งมาให้ตามที่บรรณาธิการบริหารของมติชนสุดสัปดาห์เป็นผู้มอบหมาย ทำให้เห็นถึงการใช้ทรัพยากรบุคคลอย่างคุ้มค่าในขณะที่เดียวกันก็เป็นเครือข่ายในองค์กรที่เกื้อหนุนซึ่งกันและกัน โดยมีแนวทางการบริหารงานของสื่อสิ่งพิมพ์แต่ละตัวในเครืออย่างชัดเจน

นอกจากนี้ยังมีงานหลายส่วนที่ใช้การบริหารแบบศูนย์รวม(Center) หรือใช้ร่วมกันทั้งองค์กร เช่น ห้องสมุดประจำองค์กร ซึ่งเก็บเอกสารและภาพ ช่างภาพ ฯลฯ สามารถใช้ร่วมกัน

“ข่าว”สามารถรวบรวมได้จากมติชนรายวันซึ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ในเครือเดียวกัน สามารถนำข้อมูลจากห้องสมุดมติชนมาใช้ได้ตลอดเวลา อีกทั้งทีมงานทั้งนักข่าว ช่างภาพ ก็เป็นลักษณะมาจากศูนย์กลาง(Center) ไม่ต้องโคดเคี้ยวในกระบวนการหาข้อมูลทั้งการนัดสัมภาษณ์และข้อมูลจากเอกสาร ตลอดจนภาพ ซึ่งมีให้เลือกมากเท่าที่ต้องการ

ผังแสดงโครงสร้างบริหารกองบรรณาธิการ

มติชนสุดสัปดาห์



จากผังแสดงโครงสร้างกองบรรณาธิการของมติชน(ดังภาพ) ผู้บริหารซึ่งรับผิดชอบการจัดทำทั้งเล่มคือ เสถียร จันทิมาธร โดยมีสุวพงศ์ จันผิงเพชร เป็นผู้ช่วยฯ กองบรรณาธิการไม่มีนักข่าวประจำ ส่วนฝ่ายผลิตได้แก่ฝ่ายศิลป์ และพิสูจน์อักษรสังกัดมติชนสุดสัปดาห์(หมายถึงปกติทำงานให้กับมติชนสุดฯเท่านั้น) ส่วนช่างภาพสังกัดส่วนกลาง

3.เครื่องมือ มติชนสุดสัปดาห์มีเครื่องมือซึ่งในที่นี้ได้แก่อุปกรณ์ที่ช่วยในการปฏิบัติการและเทคโนโลยีต่างๆครบครัน มีเครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย เช่น โทรศัพท์มือถือ เพจเจอร์ แฟกซ์ คอมพิวเตอร์ เป็นต้น ส่วนเครื่องมือในการผลิต ก็มีเครื่องมืออินเทอร์เน็ตช่วยในการจัดหน้า และมีระบบการพิมพ์ที่ทันสมัย

4.บุคลากร “เสถียร จันทิมาธร”บรรณาธิการบริหารมติชนสุดสัปดาห์ นับเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถสูง เนื่องจากเป็นนักหนังสือพิมพ์ผู้มีประสบการณ์ในงานข่าวมาอย่างซ้ำของ

อีกทั้งเป็นนักเขียน ที่มีผลงานและชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ การที่เป็นลูกหม้อระดับผู้บริหารของมติชน และคุณสมบัติดังที่กล่าวมา ทำให้มีกระบวนการคิดลึกซึ้งและต่อเนื่อง

แม้จะไม่มีกองบรรณาธิการซึ่งประกอบด้วยนักข่าวประจำ แต่ภายใต้การนำของ บรรณาธิการบริหารผู้มีความสามารถสูง พร้อมผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารที่มีความสามารถอย่าง “สุวพงศ์ จันผิงเพชร” ก็ทำให้มติชนสุดสัปดาห์เป็นที่ยอมรับของผู้อ่านอย่างกว้างขวาง

เนื่องจากศักยภาพของตัวบุคคลสามารถสร้างสรรค์นิตยสารให้ก้าวไปอย่างมั่นคง อีกทั้งทีมงานคอลัมนิสต์ได้แก่ “นิวัต กองเพชร” ก็นับเป็นปราชญ์ในวงการนำหมึกไม่แพ้กัน ฯลฯ ดังนั้น หัวข่าวปกและภาพประกอบจึงโดดเด่น และสามารถสื่อสารกับผู้อ่านได้ประสิทธิผลสูงสุด

จากบทสัมภาษณ์พิเศษ “เป็นมา” “เป็นอยู่” “เป็นไป” มติชนสุดสัปดาห์ในสายตา “เรื่องชัย ทรัพย์ นิรันดร์” บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา ซึ่งลงตีพิมพ์ในมติชนสุดสัปดาห์ “ฉบับไม่ขาย”(2540)เขียนถึงเสถียร จันทิมาธรในช่วงแรกที่เข้ามารับตำแหน่งบรรณาธิการมติชนสุดสัปดาห์ เมื่อ 10 กว่าปีก่อนว่า

“ ส่วนบรรณาธิการบริหารในยุคนั้นคือพงษ์ศักดิ์ พยัคฆวิเชียร และถ่ายโอนตำแหน่งให้กับ เสถียร จันทิมาธรกระทั่งปัจจุบัน เนื่องจากเสถียร เป็นผู้เจนจัดในงานหนังสือ มีลักษณะของนักหนังสือพิมพ์และนักวรรณกรรมในคนเดียวกัน”

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารพบว่ามติชนสุดสัปดาห์มีนโยบายและแนวทางการนำเสนอ ปกที่ชัดเจน โดยมีความสอดคล้องกับแนวคิดที่วางไว้ดังบทความข้างล่างนี้

จากบทความ “หมอด้าแยะแดงการณ์”ซึ่งลงตีพิมพ์ในหนังสือมติชนสุดสัปดาห์ฉบับไม่ขาย(2540) พยัคฆวิเชียร เขียนเล่าถึงลักษณะปกและที่มาของมติชนสุดสัปดาห์ว่า

“ ครั้งแรกที่ออกวางจำหน่ายเมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2523 นั้นปกเป็นกระดาษปรู๊ฟออกจาก แทน พิมพ์เพียง 2 สีเนื่องจากแทนเก่า หนาเพียง 40 หน้าราคา 5 บาทในขณะที่ฉบับอื่นๆนั้นเป็นปก 4 สีแล้ว แต่หลังจากนั้นในฉบับ 11 กันยายน 2526 ก็กลายเป็นเงาะดอกรูป เปลี่ยนเป็นปก 4 สี กระดาษอาร์ต มีขอบพิมพ์และขอบจำหน่ายเท่ากับหนังสือพิมพ์มติชนรายวันในยุคนั้นทีเดียว)

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายของมติชนสุดสัปดาห์คือ ทุกเพศทุกวัยและทุกอาชีพหรือเป็นนิตยสารที่อ่านได้ทั้งครอบครัว จัดเป็นนิตยสารการเมืองที่น่าเสนอข่าวปกรอย่างหลากหลาย ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ บ้านเทิง วรรณกรรม ฯลฯ โดยมีอัตลักษณ์หรือบุคลิกที่เด่นชัดคือเนื้อหาหลากหลาย เข้มข้น และแทรกไปด้วยอารมณ์ขันถ่ายทอดผ่านตัวอักษรและ ภาพประกอบ ซึ่งแน่นอนว่าต้องผ่านการกลั่นกรองทางกระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์อย่างพิถีพิถัน โดยมีความสง่างามในวิชาชีพ(Dignity)แห่งคนในวิชาชีพหนังสือพิมพ์เป็นพลังขับเคลื่อนไปข้างหน้า

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่ามติชนสุดสัปดาห์ มีนโยบายในการนำเสนอข่าวปกรโดยเลือกเน้นไปที่ตัวบุคคลผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกว้างขวาง เป็นคนดัง และเป็นบุคคลสาธารณะ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดเรื่องการเลือกสรรข่าว และคุณค่าข่าว 10 ประการนั่นเอง ซึ่งก็ตรงกับนโยบายขององค์กรเองด้วย

สุวพงศ์ จันผิงเพชร (สัมภาษณ์, 2540) ให้สัมภาษณ์ถึงนโยบายในการนำเสนอปกรว่า ส่วนใหญ่ที่นำเสนอเป็นประเด็นการเมือง แต่จริงๆแล้วไม่ได้มีนโยบายเน้นเฉพาะการเมือง นำเสนอประเด็นอะไรก็ได้ที่อยู่ในความสนใจของประชาชน ส่วนภาพปกเน้นตัวบุคคล แต่อาจนำเสนอในลักษณะต่างๆกันไปเช่น ภาพถ่าย การ์ตูน ฯลฯ แต่ก็ทำให้ผู้อ่านเข้าใจได้ว่าเป็นใคร...

“การใช้ภาษาต่างประเทศในการพาดหัวข่าวปกร จริงๆแล้วไม่ได้ตั้งใจ แต่เพราะไม่มีคำที่สามารถสื่อได้ตรงๆ จึงหลีกเลี่ยงด้วยการใช้ภาษาต่างประเทศเข้ามาจุดประสงค์เพื่อสื่อความหมายที่พูดตรงๆไม่ได้ กลยุทธ์ คือการแทรกอารมณ์ขัน เข้าไป บุคคลที่นำเสนอในปกร ใครก็ได้ แต่ต้องมีชื่อเสียงพอสมควร สรุปคือทุกคนมีสิทธิ์ขึ้นปก...”

สุวพงศ์กล่าวถึงการนำเสนอภาพปกซึ่งเป็นบุคคลที่ผู้อ่านส่วนใหญ่ไม่ชอบ หรือมีภาพพจน์ในเชิงลบ(Negative)มากกว่าบวก(Positive) ว่ามีการกล่าวถึงบ้างว่าทำให้หนังสือขายไม่ดี แต่ที่ผ่านมาก็ยังไม่มีหลักฐานยืนยันว่าขายไม่ดีจริงๆ

“ประเด็นปกรเรื่องนวนิยายของพล.ต.อ.วสิษฐ เดชกุญชร เรื่องหักหลังข้างภาค 2 ซึ่งพาดหัวว่า ลอบสังหาร BRAVO เปิดเกมล่า ธนุส นิราลัย..ไม่ได้มองว่าเป็นประเด็นโฆษณา แต่เป็นนวนิยายที่ผู้อ่านสนใจ ก็เลือกหยิบประเด็นนี้ขึ้นมาเสนอ”

ในประเด็นนี้ผู้ศึกษามองว่าเป็นการนำเสนอที่แฝงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ โดยยังยืนอยู่บนมาตรฐานแห่งการคัดเลือกข่าวคือนำเสนอข่าวที่คนส่วนใหญ่สนใจ (ซึ่งในช่วงเวลานั้นไม่มีเหตุการณ์เด่นอื่นๆที่ต้องรีบเร่งนำเสนอ) ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยในแง่การประชาสัมพันธ์ ดึงดูดความสนใจของผู้อ่านให้มาสนใจ นวนิยายเรื่องยาว เรื่องใหม่ซึ่งกำลังลงตีพิมพ์ในมติชนสุดสัปดาห์ในช่วงนั้นด้วย

บทสัมภาษณ์ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหารมติชนสุดสัปดาห์ “สุวพงศ์ จันผิงเพชร” ที่กล่าวข้างต้นนี้ แสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องของนโยบายและกลยุทธ์ ซึ่งสอดคล้องกับวิธีการนำเสนอปกของมติชนสุดสัปดาห์ ที่ว่า ประเด็นข่าวปกเน้นความหลากหลาย ไม่จำกัดเฉพาะเรื่องการเมือง หรือเรื่องใดเรื่องหนึ่ง แต่หัวใจในการเลือกข่าวขึ้นปกคือประเด็นที่ผู้อ่านส่วนใหญ่ให้ความสนใจ

ในด้านการคัดเลือกบุคคลมาเป็นปกนั้น มีบทสัมภาษณ์พิเศษของเรื่องชัย ทรัพย์นรินทร์ (เรื่องเดียวกัน, 2540) อ้างถึงการนำเสนอปกที่ฉีกแนวไปจากนิตยสารประเภทเดียวกันในกรณีที่น่า นายบรรหาร ศิลปอาชาและพล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ ซึ่งดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรี คนละสมัย (นายบรรหาร ๒๕๓๙/พล.อ.ชวลิต ๒๕๔๐) มาดัดแปลงเป็นภาพกราฟฟิกปกที่ออกมาในแนวล้อเลียนแบบล้อแหลมว่า

“การเปลือยอย่างที่เคยปรากฏบนปกมติชนสุดสัปดาห์อย่างน้อย 2 ครั้ง บุคคลทั้ง 2 ย่อมเป็นบุคคลผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั้งประเทศ แม้แต่กับชาวต่างประเทศ และแน่นอนเป็น “บุคคลสาธารณะ” ที่ต้องพร้อมจะรับการวิพากษ์วิจารณ์ ไม่ว่าจะ เป็นข้อเขียน ภาพการ์ตูน หรือการดัดแปลงจากภาพถ่าย กระทั่งเปลือยกายล่อนจ้อน

หรือหากจะว่าการนำเอาบุคคลสำคัญของประเทศมากระทำการดังกล่าวเป็นการสมควรหรือไม่ เป็นการส่อเจตนาลบหลู่ดูหมิ่น หรือเป็นการกระทำที่อนาจารหรือไม่ ตอบได้ว่าไม่มีเจตนาดูหมิ่นถั่นแคลนแต่อย่างใดเลย เป็นความสัจย์ ส่วนที่จะสมควรหรือไม่ แล้วแต่ว่าใครเป็นผู้ตัดสิน

หากบุคคลที่สื่อมวลชนนำมา “หยอกล้อ” มิใช่บุคคลสาธารณะ ไม่ใช่ “คนของประชาชน” ที่ผ่านการเลือกตั้งตามวิถีทางประชาธิปไตยแล้ว โฉนเลยเขาจะหยิบยกขึ้นมาเสนอ ส่วนที่ว่าเป็นการกระทำอนาจารหรือไม่อย่างใด ขอเลยไปถึงว่าล้วงละเมิดจริยธรรมและจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ

หรือไม่ ตรงนี้หากจะตอบด้วยความคิดเห็นส่วนตัวคงไม่ยากนัก แต่อยากจะชี้ให้เห็นว่า การใจจะเป็นอนาจาร การนั้นต้องเป็นการกระทำที่ตั้งใจ และเป็นการกระทำที่น่ารังเกียจอย่างเห็นได้ชัด เป็นความต้องการจะกระทำให้ล่วงละเมิดจริยธรรม

แต่โดยความเป็น “นักการเมือง” ความเป็น “คนของประชาชน” ความเป็นผู้ที่ได้รับคะแนนเสียงเลือกตั้งมาจากประชาชน เขาย่อมต้องรับรู้รับทราบความคิดเห็นของประชาชนทุกหมู่เหล่า ไม่ว่าจะประชาชนหมู่เหล่าใด จะคิดเห็นกับเขาอย่างไร

เช่นเดียวกับจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ ในส่วนการวิพากษ์วิจารณ์ที่สุจริตเปิดเผย ตรงไปตรงมา ปราศจากอคติอำภิมิสใด ๆ ย่อมไม่เป็นการล่วงละเมิดจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพเด็ดขาด ความคิดในระบอบประชาธิปไตยและการนำเสนอของสื่อมวลชนย่อมมีขอบเขตอันจำกัดพอสมควร แต่ในระบอบประชาธิปไตยนั้นเองมีไซ้หรือ ที่ยอมให้มีการวิพากษ์วิจารณ์กันด้วยความคิดด้วยข้อเขียน ด้วยรูปภาพ โดยไม่ต้องมี “อาวุธ” หรือผู้ถืออาวุธมาคอยยืนกำกับดูแล ประการสำคัญที่สุดระบอบประชาธิปไตย เสียงของสังคม เสียงของประชาชน ผู้เป็นเจ้าของอธิปไตยเท่านั้นจะตัดสิน”

จากการศึกษาพบว่าองค์กรทั้ง 3 โดยเฉพาะอย่างยิ่งมติชนสุดสัปดาห์ ได้ทำหน้าที่ของสื่อมวลชนซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเป็นสื่อกลางที่ส่งข่าวสารจากรัฐบาลไปสู่ประชาชน และในทำนองเดียวกันก็รับความคิดเห็นจากประชาชนเสนอขึ้นไปยังรัฐบาล สรุปได้ว่าข่าวการเมืองทำให้ประชาชนได้รับทราบความเคลื่อนไหวทางการเมือง ฯลฯ ดังนั้นข่าวการเมืองจึงสะท้อนให้เห็นสภาพการเมืองการปกครองของแต่ละยุคสมัยได้อย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเสนอปก เช่น ช่วงเลือกตั้งก็จะมีข่าวเลือกตั้งในทุกแง่มุมมานำเสนอ เป็นต้น

บทความหมอลำแด่แถลงการณ์(อ้างถึงในพจนานุกรม พยัณวิเชียร,2540)กล่าวถึงนักวิเคราะห์การตลาดสื่อมวลชนผู้หนึ่ง(มิได้ระบุชื่อไว้)ซึ่งกล่าวถึงจุดขายที่โดดเด่นของมติชนสุดสัปดาห์ซึ่งสอดคล้องกับกลยุทธ์ที่วางไว้ในแง่การนำเสนอปกที่หลากหลายและแทรกด้วยอารมณ์ขันว่า

“เฉพาะตลาดนิตยสารรายสัปดาห์ “มติชนสุดสัปดาห์”เป็นนิตยสารข่าวรายสัปดาห์ที่มีคนอ่านมากที่สุด เนื่องจากมิได้เป็นผู้เชี่ยวชาญแบบมืออาชีพที่เน้นการวิเคราะห์ข่าวและรายงานเจาะลึก

เฉพาะการเมือง เศรษฐกิจ และต่างประเทศเท่านั้น แต่ยังขยายฐานคนอ่านไปอย่างกว้างขวางด้วยการขยายแนวหนังสือไปในด้านสังคม วัฒนธรรม วรรณกรรม และบันเทิงคดีด้วย

เหตุแห่งความสำเร็จอีกประการหนึ่ง คือการขยายฐานหรือขยายแนวหนังสือเพื่อครอบคลุมคนอ่าน ซึ่งมติชนเริ่มทำก่อนและทำได้ประสบความสำเร็จมากกว่า นอกจากนั้นมติชนสุดสัปดาห์ ยังมีกลิ่นอายของคนทำหนังสือค่าน้อยอยู่อย่างอบอวล หมายถึงมีความเป็นตัวของตัวเอง เชื่อมั่นในอาชีพ ยึดมั่นในความเป็น(นัก)หนังสือพิมพ์ที่ดี ขี้คุณนิตๆ แต่ก็อ่อนน้อม ซุกซนหน่อยๆ แต่ก็ยังสุภาพและมีหลักการที่สำคัญคือ “อารมณ์ขัน” ซึ่งค่อนข้างจะขาดแคลนและเริ่มขาดหายไปจากสังคมไทย ความขี้เล่นและอารมณ์ขันของมติชนสุดสัปดาห์เป็นเสน่ห์ที่เล่นกับคนอ่าน และคนอ่านก็รับลูก และเล่นด้วยกันมติชน มติชนสุดสัปดาห์จึงเป็นขวัญใจและเป็นส่วนหนึ่งของผู้อ่าน”

หัวข่าวปกที่แสดงถึงความมีอารมณ์ขันของมติชนฯ ได้แก่

“จิว” สะ...สิ่วเต็มหน้าแล้ว กลับบ้านเถอะ LOVE อานันท์(11 ส.ค.40)

หัวข่าวนี้มติชนฯ นำเสนอในรูปการ์ตูน เป็นจดหมายเขียนล้อเลียนถึงพล.อ.ชวลิต ลงชื่อ อานันท์ (ปีนยารชุน) ซึ่งแสดงถึงการนำเสนอในลักษณะผสมผสานทั้งการเสียดสีและล้อเลียน ตลอดจนสะท้อนเรื่องราวตามจริง เนื่องจากเป็นช่วงปลายยุครัฐบาลพล.อ.ชวลิตและประชาชนเริ่มเบื่อหน่ายอยากได้รัฐบาลชุดใหม่

คืนนี้...พบกับจิว จักมิกที่คาเฟ่คาบิเนต “โพร์เอส”สร้างสรรค์ “เฮียเลี้ยง”รับประกันคุณภาพ(21 ต.ค.40)

หัวข่าวนี้อ้อเลียนพล.อ.ชวลิตและคณะรัฐบาล ว่าเป็นคณะรัฐมนตรีที่ทำตัวเสมือนคลกกาแฟ

เนชั่นสุดสัปดาห์

เนชั่นสุดสัปดาห์ มีลักษณะองค์กรคล้ายคลึงกับมติชนสุดสัปดาห์ แต่มีนโยบายและกลยุทธ์ที่แตกต่าง สรุปคือ

1.งาน กลุ่มเป้าหมายของเนชั่นสุดสัปดาห์จำกัดอยู่ในกลุ่มคนรุ่นใหม่ คือนักธุรกิจและกลุ่มนักศึกษา กลยุทธ์ในการนำเสนอปก จะเน้นเป็นสตู๊ปข่าวเรื่องเด่นเรื่องเดียว การนำเสนออีกแนวไปจากฉบับอื่นทั้งประเด็นข่าวและมุมมองที่แตกต่างไป ไม่จำเป็นต้องนำเสนอข่าวที่อยู่ในกระแสการเมืองเท่านั้น อาจเป็นเศรษฐกิจ สังคมหรืออื่นๆ หัวข่าวและภาพประกอบปก มีความหลากหลาย มีความร่วมสมัยอย่างมากเช่นเดียวกับมติชนสุดสัปดาห์

พงษ์ศักดิ์ ศรี สด(สัมภาษณ์ ,2541)บรรณาธิการบริหารและบรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา เนชั่นสุดสัปดาห์ให้สัมภาษณ์ถึงการนำเสนอปกว่า เน้นเรื่องที่เป็นกระแส(Current) และคิดว่าเป็นที่สนใจของคนอ่าน แต่การนำเสนออาจเป็นมุมมองที่แตกต่างจากคนอื่น ไม่เจาะจงว่าเป็นเรื่อง"การเมือง" แต่ประเด็นการเมืองนับได้ว่าใกล้ตัวคนมากที่สุด จึงเป็นไปได้ว่าความถี่ในการนำเสนอปกจะเป็นข่าวการเมืองมากกว่าประเภทอื่น ส่วนภาพมุ่งนำเสนอแบบผสมผสาน กราฟฟิก จะหลีกเลี่ยงภาพปกที่อุจาด เช่นภาพศพ ภาพสุ่มสี่งทางเพศ เป็นต้น

นันทพร ไวศยะสุวรรณ(2541)นักข่าวเนชั่นสุดสัปดาห์ กล่าวถึงการนำเสนอปกของเนชั่นฯ ว่า การนำเสนอข่าวมุ่งไปที่การเมือง เศรษฐกิจ แต่ก็มิแทรกทั้งศิลปวัฒนธรรม บันเทิง สังคม ฯลฯ ไม่ย่ำอยู่กับกระแสเท่านั้น แผนกวิจัยของเนชั่นมีการสำรวจผู้อ่านพบว่ามีทั้งคนทำงานและนักศึกษา ซึ่งนักศึกษาจะชอบอ่านมากโดยเฉพาะคณะรัฐศาสตร์ สามารถนำไปใช้อ้างอิงได้เพราะข้อมูลเจาะลึกครอบคลุมทุกด้านและให้พื้นที่ข่าวปกมาก นอกจากนี้ผลวิจัยยังระบุว่านิตยสารการเมืองที่มียอดจำหน่ายสูงเป็นอันดับ 1 คือ มติชนสุดสัปดาห์ รองลงมา คือ เนชั่นสุดสัปดาห์ และอันดับ 3 คือ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์และฐานสุดสัปดาห์ แล้วแต่สัปดาห์ไหนปกใครงาน่าสนใจกว่ากัน

2.โครงสร้าง จากการศึกษาพบว่า เนชั่นสุดสัปดาห์มีโครงสร้างการบริหารคล้ายคลึงกับมติชนฯ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของการจัดทำนิตยสารข่าวทั่วไป เป้าหมายของเนชั่นสุดสัปดาห์คือการนำเสนอสตู๊ปข่าวปกที่เจาะลึกครอบคลุมทุกด้าน โดยมีกลยุทธ์การนำเสนอที่หลากหลายไม่ติดกับข่าวแนวใดแนวหนึ่ง เพราะฉีกตลาดเนื่องจากเป็นน้องใหม่ในตลาด และมีการปรับเปลี่ยนการนำเสนอหัวข่าวและภาพประกอบต่อเนื่อง เสมือนกำลังค้นหาจุดยืนที่แท้จริงของตัวเอง

มงคล สมบุญตัน (2541) อดีตบรรณาธิการบริหารเนชั่นสุดสัปดาห์ซึ่งร่วมงานกับเนชั่นฯ มาอย่างต่อเนื่องช่วงปี 2536-2540 กล่าวว่าข่าวปกจะเป็นเรื่องเดียวโดดๆ ซึ่งแต่เดิมจะหยิบมาขาย

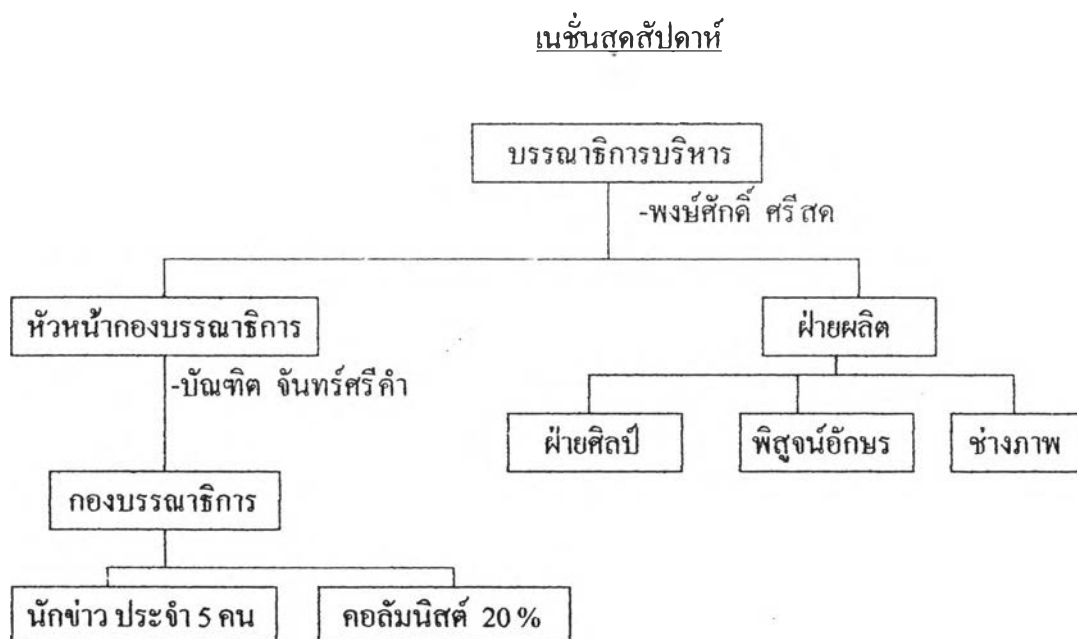
หลายๆเรื่อง เนื่องจากการแข่งขันในตลาดคั้งนั้นจึงต้องเน้นการเจาะลึกกรอบตัวมีเบื้องหน้าเบื้องหลังละเอียดขิบ

จากการศึกษาพบว่าลักษณะการนำเสนอหัวข้อปกของเนชั่นฯ ในด้านการใช้ภาษาเป็นรูปแบบการนำเสนอที่มุ่งสรุปเหตุการณ์ ด้วยคำสั้น กระชับ ได้ใจความ ต่างจากมติชนฯที่มีกระแสแทรกอารมณ์ขันเชิงเสียดสีลงไปเป็นส่วนใหญ่ คั้งตัวอย่างต่อไปนี้

ครีมทีมถล่ม! “จิว” นำทัพเศรษฐกิจ สลายข้าวอำนาจ-ชาติชายกั้วักฤคิสรุทธา(16-22 พ.ค.40)

หัวข้อนี้เป็นการถ่ายทอดเหตุการณ์ในยุครัฐบาล พล.อ.ชวลิตซึ่งมีแนวโน้มว่าจะมีรัฐบาลชุดใหม่ ซึ่งมีคู่แข่งหลายคน แต่ขณะนั้นคาดกันว่าจะเป็นพล.อ.ชาติชาย ชุณหะวัณ

ผังโครงสร้างการบริหารกองบรรณาธิการ



- การเมือง
- เศรษฐกิจ
- อื่นๆ อาทิ ศิลปวัฒนธรรม เกษตร การตลาด ทั่วไป ฯลฯ

จากผังแสดงโครงสร้างกองบรรณาธิการของเนชั่นสุดสัปดาห์ (ดังภาพ) พบว่าเป็นทีมงานที่มีความพร้อมสูงนับตั้งแต่ผู้บริหาร ซึ่งมีถึง 3 คน 3 ลำดับชั้น คือพงษ์ศักดิ์ ศรีศต บรรณาธิการบริหาร บัณฑิต จันทร์ศรีคำ ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหาร และบุญเลิศ ศุภประภาวณิชย์ หัวหน้ากองบรรณาธิการ ส่วนทีมปฏิบัติงาน มีนักข่าวประจำ 5-6 คน ส่วนฝ่ายผลิตเป็นทีมงานสังกัดส่วนกลางของเครือเนชั่น

3.เครื่องมือ อุปกรณ์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ซึ่งช่วยในการปฏิบัติการของเนชั่นฯมีความพร้อมสูงเช่นเดียวกับมติชนสุดสัปดาห์ มีโทรศัพท์มือถือ เพจเจอร์ แฟกซ์ คอมพิวเตอร์ ฯลฯ ตลอดจนเทคโนโลยีการผลิตและการพิมพ์ที่ทันสมัย

4.บุคลากร บรรณาธิการบริหารคือพงษ์ศักดิ์ ศรีศต ซึ่งมีความรู้ความสามารถและเชี่ยวชาญในด้านข่าวทหาร และการเมืองตลอดจนมีความสามารถในการบริหารงานและบริหารคนได้ดี นอกจากนี้เป็นองค์กรเดียวใน 3 องค์กรที่ศึกษา ซึ่งนับว่ามีบุคลากรมากที่สุดคือ มีนักข่าวเฉพาะของเนชั่นสุดสัปดาห์ถึง 6 คน ส่วนช่างภาพและฝ่ายศิลป์จะเป็นทีมงานส่วนกลางเช่นเดียวกับมติชนสุดสัปดาห์ แต่บุคลากรยังมีประสบการณ์ไม่มากเท่าทีมงานของมติชนสุดสัปดาห์

นันทพร(2541)กล่าวว่าบรรณาธิการให้ความสำคัญกับปกมาก เนื้อหาต้องแน่นและเป็นจริงที่สุด ส่วนหัวหน้ากองบรรณาธิการ “บัณฑิต จันทร์ศรีคำ” ก็เป็นผู้หนึ่งที่ใกล้ชิดนักข่าวมาก จะมอบหมายงานให้ดูตามความเหมาะสมขึ้นกับความถนัดและความสามารถของนักข่าวแต่ละคนซึ่งทำให้นักข่าวมีความกระตือรือร้นและยินดีทำงานที่มอบหมายอย่างเต็มที่

สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์

ทางด้านสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์นับได้ว่ามีความเสียเปรียบคู่แข่งอยู่หลายด้าน แม้จะเป็นนิตยสารเก่าแก่แต่ในแง่ของตัวองค์กรมิได้เป็นบริษัทมหาชน การบริหารแยกตัวเป็นกองบรรณาธิการสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์เช่นเดียวกับ 2 ชื่อฉบับข้างต้น แต่ขาดความพร้อมด้านเงินทุนซึ่งส่งผลกระทบต่อบุคลากรและเทคโนโลยี ด้วย

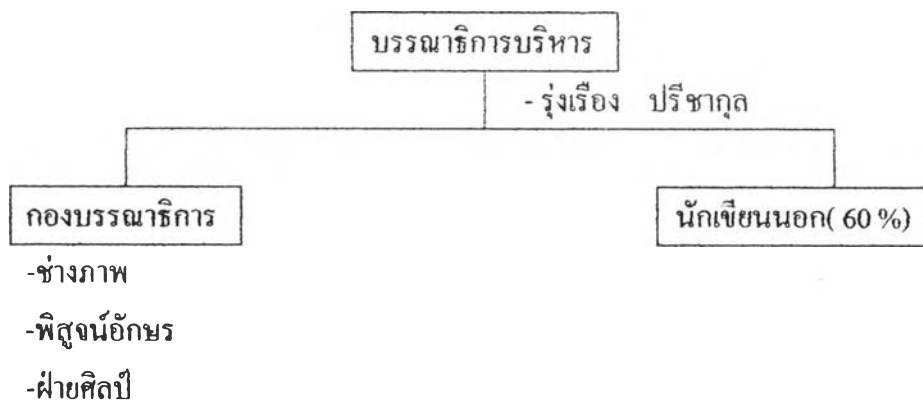
1.งาน นโยบายการนำเสนอข่าวของสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์คือ ขาววิเคราะห์ข่าวมาอย่างต่อเนื่อง มองไปข้างหน้าให้สามารถตอบคำถามได้ สรุปว่าจุดยืนคือมองและหาคำตอบ โดยปกจะ

นำเสนอการเมือง 100 เปอร์เซ็นต์ และจะนำเสนอเพียงเรื่องเดียวใน 1 ปก ซึ่งไม่ค่อยตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นทั่วไป(Human Sense)มากนัก คือปกจะออกมาในโทนเคร่งขรึมตามบุคลิกดั้งเดิมของสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์นั่นเอง หัวข่าวปกออกมาในโทนเสียดสีเป็นส่วนใหญ่ ส่วนภาพปกเน้นภาพบุคคลเป็นหลัก ความยาวไม่ต้องการให้ยาวมากแต่ให้เนื้อหาครอบคลุม

2. โครงสร้าง สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์มีกำเนิดมาจากนักการเมืองผู้ล่วงลับ น.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช ซึ่งเป็นทั้งนักการเมือง นักเขียนและนักหนังสือพิมพ์ ฯลฯ ซึ่งมีสิ่งพิมพ์ในเครืออยู่ก่อนแล้ว เช่นกันคือสยามรัฐรายวัน กลุ่มผู้อ่านในยุคแรกๆจำกัดอยู่ในวงนักการเมืองและข้าราชการประจำ เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นบทความทางการเมือง ทั้งนี้การนำเสนอปกก็เน้นไปทางสรุปเรื่องราวไม่ใช่การวิเคราะห์ เสียดสีเดียว ปัจจุบันสยามรัฐฯก็มียุทธศาสตร์คั่นทุนเช่นกันจากอดีตที่เคยมีนักข่าวประจำ 4-5 คน ปัจจุบันไม่มีเลยโดยบรรณาธิการบริหารเป็นผู้ทำข่าวเองคิดพาดหัวข่าวเองด้วย

ผังโครงสร้างการบริหารกองบรรณาธิการ

สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์



จากผังแสดงโครงสร้างกองบรรณาธิการสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ พบว่า กำลังอยู่ระหว่างปรับปรุงองค์กร โดยระดับบริหารมี รุ่งเรือง ปรึกษากุล บรรณาธิการบริหาร รับผิดชอบ นักข่าวประจำไม่มี นอกจากจะรับเรื่องจากคอลัมนิสต์แล้วยังจ้างนักข่าวที่ทำงานประจำในสื่อสิ่งพิมพ์ฉบับอื่นๆ เช่น ไทยรัฐ บางกอกโพสต์ ฯช่วยทำข่าวปกตามประเด็นที่รุ่งเรืองเป็นผู้มอบหมายให้ทางด้านฝ่ายผลิตมีพิสูจน์อักษร ช่างภาพ และฝ่ายศิลป์สังกัดสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์

รุ่งเรือง ปรีชากุล (2541) บรรณาธิการบริหารสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์กล่าวว่า ไม่มีนักข่าวประจำแต่สามารถขอข้อมูลจากนักข่าวที่สังกัดสยามรัฐรายวันช่วยจัดทำคั่นฉบับเป็นกรณีไป รวมทั้งจ้างนักเขียนนอก(Freelance) ในการทำข่าวปกและจัดหน้าปก ส่วนช่างภาพเดิมไม่มีช่างภาพประจำ ต้องใช้ภาพจากส่วนกลางหรือขอจากเพื่อนฉบับอื่นๆ เทคโนโลยีก็ยังไม่ทันสมัยเท่าที่ควร อาทิ ระบบการพิมพ์ เนื่องจากแท่นพิมพ์เก่า ทำให้พิมพ์สีปกเพี้ยน เป็นต้น ด้วยอุปสรรคดังกล่าวทำให้การปิดคั่นฉบับต้องดำเนินการล่วงหน้ากว่านิตยสารอื่นๆ

รุ่งเรืองกล่าวถึงการทำงานของทีมงานของบรรณาธิการสยามรัฐว่าเปรียบเสมือนกองโจร มีสถาฟ(Staff)จริงๆเพียง 3-4 คน และมีนโยบายซื้อเรื่องจากนักเขียนอิสระ ซึ่งจะทำงานประจำในหนังสือพิมพ์ฉบับอื่นๆเช่น ไทยรัฐ บางกอกโพสต์ ฯลฯ โดยคุณรุ่งเรืองจะแนะนำว่าอยากได้ข่าวแนวไหน และให้เขาทำมาส่งตามกำหนดเวลา รวมทั้งรุ่งเรืองเป็นคนทำข่าวและเขียนเองด้วย ดังนั้นบางครั้งต้องคิดประเด็นและปิดคั่นฉบับล่วงหน้าถึง 2 สัปดาห์

2.) กระบวนการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปก

จากการศึกษาถึงกระบวนการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปก สังเกตได้ว่านิตยสารข่าวทั้ง 3 ชื่อฉบับมีความพิถีพิถันในการให้หัวข้อและภาพประกอบปก โดยผ่านกระบวนการคิดจากการระดมความคิด(Brain Storming)ในขั้นตอนแรก ณ ที่ประชุม และขั้นตอนสุดท้ายที่การตัดสินใจของบรรณาธิการ โดยมีการประสานงานกับบรรณาธิการฝ่ายศิลป์ โดยมีแนวทางว่าต้องใช้คำสั้นได้ความหมาย เน้นความมีชีวิตชีวาและมีสีสัน

-มติชนสุดสัปดาห์ เสถียร จันทิมาธร และทีมงานได้แก่นิวัติ กองเพ็ชร์ ตลอดจนนักข่าว และคอลัมนิสต์จะมีส่วนร่วมในการให้หัวข้อ โดยกระบวนการสุดท้ายเสถียรเป็นผู้ตัดสินใจ

-นิตยสารสุดสัปดาห์ มีการประชุมข่าวก่อนเช่นกัน นักข่าวช่วยกันคิดหัวข้อ ขั้นตอนสุดท้ายการตัดสินใจอยู่ที่พงษ์ศักดิ์ และบัณฑิตซึ่งเป็นบรรณาธิการบริหารและหัวหน้ากองบรรณาธิการ

-สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องบุคลากร ส่วนใหญ่จึงมีเพียงบรรณาธิการบริหารเป็นคนให้หัวข้อ

จากการศึกษาถึงกระบวนการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปกด้วยการสัมภาษณ์บรรณาธิการ และนักข่าวของนิตยสารการเมือง พบว่ากระบวนการทำงานมีแบบแผนเป็นธรรมเนียมปฏิบัติเช่นเดียวกับการจัดทำนิตยสารทั่วไป แต่อาจมีการปรับปรุงให้เหมาะสมตามความพร้อมของแต่ละองค์กร ทั้งนี้กระบวนการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปกสามารถแบ่งเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

1. ประชุมข่าว (Brain Storming) เพื่อให้ นักข่าวเสนอและบรรณาธิการมอบหมายประเด็นและจัดหาภาพ

2. หาข้อมูล - เอกสาร

- นิตสัมภาษณ์

3. จัดทำคั่นฉบับ เรียบเรียงและเขียน

4. ส่งให้บรรณาธิการตรวจแก้ และพาดหัว

5. ส่งพิสูจน์อักษร

6. จัดหน้า

7. พิสูจน์อักษรขั้นตอนสุดท้าย

8. บรรณาธิการตรวจแก้ขั้นตอนสุดท้าย

9. ส่งโรงพิมพ์

10. วางจำหน่าย

อนึ่งจะขอนำเสนอข้อมูลละเอียดเกี่ยวกับการประชุมข่าว ซึ่งเป็นกระบวนการทำงานเบื้องต้นที่สำคัญมาก ตามด้วยกระบวนการทำงานที่สำคัญๆ ในการนำเสนอปกเป็นลำดับดังนี้

1.) การประชุมข่าว

2.) หัวข่าวปก

3.) การเตรียมภาพปก

4.) การจัดหน้าปก

จากนั้นจะนำเสนอการศึกษาในหัวข้อต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่มีส่วนในการปรับเปลี่ยนหัวข่าวหรือภาพประกอบปก

2. อุปสรรคและปัญหาในการผลิตปก

3. ทิศทางและแนวโน้มนิตยสารการเมือง

- ที่มาและพัฒนาการนิตยสารการเมือง
- แนวโน้มนิตยสารการเมืองในอนาคตอันใกล้

1.) การประชุมข่าว

จากการศึกษาค้นคว้าการสัมภาษณ์บรรณาธิการและนักข่าวนิตยสารการเมืองทั้ง 3 ชื่อฉบับ สรุปได้ว่าปกติแต่ละองค์กรจะมีการประชุมข่าว 1 ครั้งในรอบสัปดาห์และถือเป็นธรรมเนียมปฏิบัติ การกำหนดวันประชุมแล้วแต่ความสะดวกของแต่ละนิตยสาร ส่วนใหญ่เป็นวันหลังจากปิดต้นฉบับเสร็จแล้ว เพื่อให้ให้นักข่าวเสนอประเด็นข่าวที่น่าสนใจ ซึ่งมักจะเลือกข่าวที่อยู่ในความสนใจของประชาชนขณะนั้น(ช่วงที่จัดทำต้นฉบับ) โดยให้ความสำคัญกับข่าวการเมือง-เศรษฐกิจเป็นหลัก วิธีการนำเสนอมุ่งไปที่ตัวบุคคลทั้งรูปและเรื่อง ซึ่งพบว่าเป็นองค์ประกอบที่ทำให้ปกน่าสนใจและดึงดูดผู้อ่านมากกว่าลักษณะการนำเสนอแบบอื่นๆ

ทั้งนี้ “มติชนสุดสัปดาห์” จะมีการประชุมข่าวทุกวันเสาร์ ผู้เข้าร่วมประชุม ประกอบด้วย บรรณาธิการบริหาร ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหาร และทีมงานในเครือมติชน

“เนชั่นสุดสัปดาห์” ประชุมข่าวทุกวันพุธ ผู้เข้าร่วมประชุมคือบรรณาธิการบริหาร ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหาร หัวหน้ากองบรรณาธิการ และนักข่าว รวมทั้งบรรณาธิการฝ่ายศิลป์ โดยเนชั่นฯ จะมีการประชุมข่าวในระดับบริหารก่อนรอบหนึ่ง ประกอบด้วยบรรณาธิการบริหาร ผู้ช่วยบรรณาธิการบริหาร และหัวหน้ากองบรรณาธิการ เพื่อกำหนดประเด็นหัวข้อและภาพปกที่จะนำเสนอ ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จากนั้นจึงประชุมร่วมทั้งกองบรรณาธิการซึ่งประกอบด้วยนักข่าวประจำอีก 5-6 คน

ทางด้าน “สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์” จะประชุมข่าวในวันศุกร์ ทั้งนี้ไม่กำหนดเป็นธรรมเนียมปฏิบัติที่ตายตัว เนื่องจากข้อจำกัดเรื่องบุคลากร และความพร้อมอื่นๆ โดย รุ่งเรือง ปรีชากุล จะเป็นผู้รับผิดชอบทั้งหมด

จากข้อมูลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่ามติชนสุดสัปดาห์ และเนชั่นสุดสัปดาห์มีกระบวนการทำงานในส่วนของการประชุมข่าวคล้ายกัน คือค่อนข้างเป็นแนวทางที่ปฏิบัติกันมาอย่างต่อเนื่อง

และเป็นทางการ ในขณะที่สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ การประชุมข่าวขึ้นกับสถานการณ์และความพร้อมของทีมงาน ซึ่งมีบุคลากรน้อยกว่า อีก 2 องค์กร ดังนั้นบรรณาธิการจึงต้องเหน็ดเหนื่อยและรับผิดชอบมากขึ้นทั้งการคิดประเด็น การให้หัวข้อและหาภาพประกอบปก

อนึ่งสรุปได้ว่าการขาดประชุมอาจเกิดขึ้นได้ 2 กรณี คือ

- 1.นักข่าวออกไปทำข่าวนอกสถานที่ทั้งในและนอกประเทศ
- 2.กรณีเจ็บป่วยหรือลาพักอย่างเป็นทางการ

นันทพร (2541) ให้สัมภาษณ์ว่า ผู้เข้าร่วมประชุมประกอบด้วย บรรณาธิการ หัวหน้ากองบรรณาธิการ นักข่าวประจำ ช่างภาพ เลขานุการและบรรณาธิการฝ่ายศิลป์ นานๆครั้งอาจมีฝ่ายการตลาดมาร่วมฟังในที่ประชุมด้วย โดยบรรณาธิการจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการให้คำแนะนำและช่วยคัดเลือกประเด็นต่างๆให้แก่นักข่าว

ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า วัตถุประสงค์หลักของการประชุมข่าวคือการระดมมันสมอง (Brain Storming)

1.บรรณาธิการมอบหมายงานและประเด็นข่าวที่จะทำในฉบับต่อไป ซึ่งอาจจะมีการบอกประเด็นล่วงหน้า 1-2 สัปดาห์ เพื่อให้ให้นักข่าวเตรียมตัวเก็บข้อมูลที่ละนิดจนถึงวันปิดต้นฉบับ

2.นักข่าวเสนอประเด็นที่น่าสนใจในสายงานของตนเอง และเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับมุมมองข่าวหรือทิศทางข่าวที่จะดำเนินการในสัปดาห์ต่อไป

3.ทุกคนสามารถขอความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในการจัดทำต้นฉบับทั้งข้อมูลและการช่วยนัดสัมภาษณ์หรือเขียนข่าวประกอบ โดยใช้ที่ประชุมเป็นที่แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารอย่างเป็นทางการ

4.แจ้งข่าวคราวภายในองค์กรและนอกองค์กรที่สำคัญ นอกจากนั้นอาจมีการกล่าววิจารณ์หาข้อสรุปถึงฉบับที่กำลังวางจำหน่าย ว่ามีจุดดีและจุดด้อยอย่างไรเพื่อนำไปปรับปรุงในการทำงานครั้งต่อไป

ประเด็นข่าวที่คัดเลือกมานำเสนอในแต่ละสัปดาห์เน้นเหตุการณ์ใกล้ตัว คือข่าวการเมืองและเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นหลัก ยกเว้นกรณีที่มีเหตุการณ์ระดับโลกที่น่าสนใจ เช่น การสิ้น

พระชนม์ของเจ้าหญิงไดอาน่า หรือการคืนเกาะฮ่องกง เป็นต้น ลักษณะการเขียนข่าวนำ ส่วนใหญ่เป็นบทวิเคราะห์ บทความพิเศษ ในลักษณะสตู๊ปข่าว และมีความยาวตั้งแต่ 3-7 หน้าแล้วแต่เนื้อหาที่นำเสนอ และนโยบายของแต่ละองค์กร

2.) หัวข่าวปก

จากการศึกษาพบว่า การให้หัวข่าวของนิตยสารทั้ง 3 ชื่อฉบับใช้แนวคิดเรื่องภาษาเพื่อการสื่อสารมาเป็นกรอบในการทำงานด้วย เพราะการสื่อสารที่ประสบความสำเร็จจะต้องมีภาษาเป็นองค์ประกอบ ดังนั้นภาษาที่ใช้คือหัวใจของการสื่อสาร

หนึ่งจากการสัมภาษณ์บรรณาธิการและนักข่าวตลอดจนผู้เกี่ยวข้องในการจัดทำนิตยสารการเมืองรายสัปดาห์ พบว่ากระบวนการในการให้หัวข่าวปกนั้นไม่มีขั้นตอนซับซ้อนดังที่กล่าวแล้วคือเริ่มจากประชุมข่าว หากได้ประเด็นและเนื้อหาหรือทิศทางที่ชัดเจนก็อาจมีการให้หัวข่าวเตรียมไว้ก่อน แต่ในกรณีที่ข้อมูลค่อนข้างมากและมีความน่าสนใจ ก็จะให้หัวข่าวใหม่ โดยนักข่าวที่เป็นคนทำข่าวปกจะต้องปรึกษาร่วมกับบรรณาธิการข่าว ผู้รับผิดชอบและบรรณาธิการฝ่ายศิลป์ ซึ่งจะให้เกิดความเหมาะสมและลงตัวที่สุด โดยการตัดสินใจสุดท้ายจะขึ้นกับบรรณาธิการบริหาร ซึ่งยึดตามแนวโน้มนโยบายที่แต่ละองค์กรวางไว้ผสมผสานกับประสบการณ์และศักยภาพของผู้ให้หัวข่าวด้วย

รุ่งเรือง ปรีชากุล(2541)กล่าวถึงการให้หัวข่าวปกว่า การพาดหัวปกส่วนใหญ่ใช้ 2-3 ชั้น(Line-บรรทัด) เพราะชั้นเดียวไม่ค่อยสะดุดตาคน และบางทีพาดหัวบรรทัดเดียวไม่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้หมด(คลุมเรื่องไม่ได้) ปกติข่าวการเมืองจะค่อนข้างหนัก ดังนั้นการใช้ภาษาจะช่วยผ่อนคลายเป็นต้องคิดคำที่ได้อารมณ์ ทำให้เบา ซึ่งบางครั้งด้วยข้อจำกัดของเวลาอาจใช้เวลาพาดหัวข่าวเพียง 2-3 ชั่วโมงเท่านั้น

“การทำงานของสยามรัฐฯทำเหมือนกองโจรคือมีทีมงานน้อย ก็ต้องหาวิธีทำอย่างไรจะสู้คู่แข่งได้ ก็ต้องจ้างนักข่าวข้างนอกที่อยู่ในแต่ละสายข่าว โดยไต่ประเด็นให้ หรือบางทีก็ต้องซั๊งประเด็นและคิดเปลี่ยนมุม ส่วนรูปก็มีให้เลือกไม่มากนัก ต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้าทุกอาทิตย์ สยามรัฐฯเป็นหนังสือเก่าเปลี่ยนมาหลายยุคหลายสมัย จำเป็นต้องมีแหล่งข่าวที่เชื่อถือได้ เพราะเราต้องมองไปข้างหน้า จะรายงานข่าวแบบรายวันไม่ได้ แม้บุคลากรจะน้อยแต่เราก็ช่วยกันเท่าที่จะ

ช่วยได้ วันศุกร์ก็จะมานั่งคุยประเด็นกันกับคุณไกรสิทธิ์ พุทธรักษา บรรณาธิการผู้พิมพ์ผู้โฆษณา สยามรัฐรายสัปดาห์และ บรรณาธิการข่าวสังกัดสยามรัฐรายวัน บางทีพวกหัวข่าวของสยามรัฐฯ คิ๊ง คนมากกว่าภาพประกอบ”

จากการศึกษาพบว่ารูปแบบการนำเสนอข่าวต่างประเทศจะสอดคล้องกับเนื้อหาซึ่งอาจแยกเป็น ประเภทหลักๆ ได้ดังที่กล่าวไว้ในบทที่ 3 (ในส่วนของรหัสวิเคราะห์เนื้อหาข่าวต่างประเทศ) ซึ่งผู้ศึกษาจะ ขอบค้วอย่างเพื่อประกอบความเข้าใจเพิ่มเติมพอสังเขป ดังต่อไปนี้

หัวข่าว มุ่งให้ข้อมูลข่าวสาร (Information) เรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น ถังซีหวา ภูเขาสูงชันขนาด ส่องกงใต้ความแดง (มติชนสุดสัปดาห์ 6-12 กรกฎาคม 2540)

หัวข่าวนี้นี้เป็นการนำเสนอข่าวต่างประเทศ ซึ่งสะท้อนเหตุการณ์ตามความเป็นจริง ใน ขณะนั้น(ช่วงที่ตีพิมพ์) เป็นระยะเวลาที่สหราชอาณาจักร ถึงกำหนดคืนเกาะฮ่องกงให้กับ สาธารณรัฐประชาชนจีน และคนทั่วโลกต่างรอว่าอนาคตของเกาะฮ่องกงจะเป็นอย่างไรหลังจาก เปลี่ยนจากผู้บริหารที่อยู่ในระบอบประชาธิปไตยไปอยู่ในมือผู้บริหารในระบอบคอมมิวนิสต์

หัวข่าวเกี่ยวกับความขัดแย้ง หรือข้อโต้แย้งที่เป็นนโยบายการบริหารงานทั้งทางเศรษฐกิจ และการเมือง ตลอดจนการขัดแย้งส่วนบุคคล ได้แก่ : ไอ้คือ “วังน้ำเย็น” เสนาะ เทียนทอง ไม่ เคยมี “บรรหาร” อยู่ในใจ (14 ม.ก.40/มติชนสุดสัปดาห์)

หัวข่าวนี้นี้สะท้อนภาพความขัดแย้งของนายเสนาะและนายบรรหาร ซึ่งมีเบื้องลึก-เบื้องหลัง กินใจกันอยู่

หัวข่าวที่สนองความสนใจของปวงชน (Human Interest) เป็นการนำเสนอข่าวที่เป็นเรื่อง ส่วนตัวของบุคคลผู้มีชื่อเสียง ซึ่งคนส่วนใหญ่อยากรู้อยากเห็น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องครอบครัว เรื่อง ผู้หญิง(ที่ไม่ใช่ภรรยาตามกฎหมาย) ฯลฯ เช่น

Marian Plum นวล “ปราง” นางหมอง (7 ตุลาคม 2540 /มติชนสุดสัปดาห์)

หัวข่าวนี้นำเสนอถึงเรื่องที่คุณอ่านส่วนใหญ่ให้ความสนใจในขณะนั้น(ช่วงยุคพล.อ.ชวลิต เป็นนายกรัฐมนตรี) โดยมีข่าวลือว่า พ.ต.หญิง ฐิตียา รังสิตพล หรือ “มะปราง” ลูกสาวของสุวิช รังสิตพล รัฐมนตรีกระทรวงศึกษาธิการในยุคนั้น มีความสัมพันธ์ลึกซึ้งกับพล.อ.ชวลิต ซึ่งจะเป็น เรื่องจริงหรือไม่ก็ตาม แต่ก็ทำให้ “มะปราง” เสื่อมเสียชื่อเสียงถึงขนาด “นวลปรางนางหมอง” ซึ่งการ

นำเสนอหัวข้อลักษณะนี้เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของมติชนฯ ทั้งประเด็นที่นำเสนอ การให้หัวข้อที่หลีกเลี่ยงการเอ่ยชื่อผู้เป็นข่าวใช้คำว่า “Marian Plum” ซึ่งแปลว่า “มะปราง” มาสื่อความหมายแทนอย่างชัดเจน

ส่วนจุดเด่นในการนำเสนอหัวข้อปกของ “เนชั่นสุดสัปดาห์” พงษ์ศักดิ์ ศรี สด (สัมภาษณ์, 2540) ให้สัมภาษณ์ว่า เน้นสาระมากกว่าเรื่อง Human Interest จากเดิมเคยนำเสนอหลายเรื่องบนปก ปัจจุบันเลือกเพียงเรื่องเดียว และใช้คำ(หัวข้อ)สั้นลง

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับวิธีการนำเสนอปกของเนชั่นสุดสัปดาห์ถึงการให้หัวข้อสั้น กระชับ ชัดเจน คือ

ป้าภูษาดิ(10-16 ต.ค.40/เนชั่นสุดสัปดาห์)

เป็นหัวข้อที่ถ่ายทอดเหตุการณ์ปลายยุครัฐบาลพล.อ.ชวลิต และประชาชนกำลังให้ความสนใจกันว่า ใครคือนายกรัฐมนตรีคนต่อไป ซึ่งเหตุการณ์ขณะนั้น มีแนวโน้มว่าจะเป็นพล.อ.เปรม ติณสูลานนท์ อดีตนายกรัฐมนตรีและองคมนตรี ที่มีแนวโน้มว่าจะเข้ามาเป็นนายกฯ เพื่อช่วยกู้สถานการณ์วิกฤติด้านเศรษฐกิจชั่วคราว ตลอดจนยุติข้อพิพาทหรือความไม่ลงตัวของทางการเมืองระหว่างพรรคฝ่ายค้านและรัฐบาล

ทางด้าน “สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์” มักนำเสนอหัวข้อในลักษณะสะท้อนเรื่องราวตามความเป็นจริง ในลักษณะบอกเล่าเช่น

ข้อมูลใหม่! สลายข้าวการเมือง “ตั้งรัฐบาลแห่งชาติ”(17-23 ต.ค.40)

หัวข้อนี้นำเสนอเหตุการณ์ในช่วงนั้นว่า อาจจะกอบกู้สถานการณ์วิกฤติเศรษฐกิจถดถอย และความขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างพรรครัฐบาลและพรรคฝ่ายค้านได้ด้วยแนวคิด การตั้ง “รัฐบาลแห่งชาติ” โดยการสลายข้าวการเมืองคือไม่ให้มีการแบ่งขั้วในลักษณะพรรคฝ่ายค้านหรือพรรครัฐบาล แต่ร่วมศูนย์อยู่ในรัฐบาลแห่งชาติ

ทั้งนี้การพาดหัวข้อของแต่ละชื่อฉบับสรุปได้ว่าไม่จำกัดความยาวว่ากี่บรรทัด หรือกี่คำ ขึ้นกับความเหมาะสมและเป้าหมายในการให้หัวข้อ โดยยึดหลักการพาดหัวข้อทั่วไปคือสั้น กระชับ ได้ใจความ รวมทั้งดึงดูดความสนใจ

3.) การเตรียมภาพปก

จากการศึกษาพบว่า การเตรียมภาพปกของนิตยสารการเมืองแต่ละชื่อฉบับ จะทำคามขั้นตอนของกระบวนการทำงานเพื่อให้ได้ภาพที่ทำหน้าที่ในการเรียกความสนใจและสื่อความหมาย ตลอดจนอธิบายเรื่องราว ได้อย่างดีตามเกณฑ์เบื้องต้นของการจัดเตรียมภาพ

ความรับผิดชอบเบื้องต้นแรกที่สุดของบรรณาธิการเกี่ยวกับภาพคือ ให้ได้ภาพที่แสดงหน้าที่ของมันชัดเจน แต่ภายในขอบเขตนี้ ช่างภาพก็มีอิสระพอที่จะให้ได้ภาพที่สวยงามเชิงศิลปกรรมโดยการจัดองค์ประกอบในภาพได้เช่นเดียวกัน จากนั้นจึงมาถึงขั้นตอนการคัดเลือกภาพและจัดองค์ประกอบในปกซึ่งจะเป็นหน้าที่ของฝ่ายศิลป์ ซึ่งจะประสานงานอย่างใกล้ชิดกับบรรณาธิการ

ทั้งนี้แต่ละองค์กรก็มีข้อจำกัด และอุปสรรคในการจัดหาภาพแตกต่างกันไป “ มติชนสุดสัปดาห์ ” มีความพร้อมในกระบวนการดังกล่าวอย่างมาก เนื่องจากโครงสร้างองค์กรไม่ซับซ้อน อีกทั้งมีผู้บริหารซึ่งหมายถึง “ บรรณาธิการบริหาร ” มีอำนาจเต็มที่ในการดูแลรับผิดชอบการผลิต และยังมีความพร้อมทั้งในด้านเทคโนโลยี บุคลากร ในขณะที่บางองค์กรประสบปัญหาขาดแคลนทั้งเทคโนโลยี บุคลากร ประสิทธิภาพของทีมงาน ตลอดจนเงินทุน

รุ่งเรือง ปรีชากุล (2541) กล่าวถึงการหาภาพประกอบปกว่า เดิมไม่มีช่างภาพต้องค้นจากห้องสมุดของสยามรัฐ หรือขอสยามรัฐรายวัน หรือบางทีก็ขอยกจากเพื่อนๆ ฉบับอื่นๆ แต่บางครั้งก็จำเป็นต้องซื้อรูปจากช่างภาพอิสระ (Freelance) เนื่องจากไม่ได้เอื้อกันที่ความต้องการ เพราะสยามรัฐเน้นภาพปกที่เป็นบุคคล ปัจจุบันเพิ่งรับช่างภาพเข้ามาได้ 1 เดือนเท่านั้น ช่างภาพต้องมองภาพให้เหมือนกับมองข่าวคือเห็นแง่มุมและอธิบายเรื่องได้

นันทพร ไวศยสุวรรณ (2541) ให้สัมภาษณ์ว่า เดิมมีช่างภาพเฉพาะรายสัปดาห์ 3 คนต่อมาเมื่อต้นปีมีการลดต้นทุนและเปลี่ยนแปลงนโยบายการบริหารบางส่วนให้ช่างภาพขึ้นกับส่วนกลางคือเป็นทีมงานส่วนรวมในเครือเนชั่น จะนัดหมายต้องลงกำหนดการเพื่อไม่ให้ทำงานซ้ำซ้อนกัน ส่วนใหญ่ก็เน้นภาพบุคคล

4.)การจัดหน้าปก

จากการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงผู้นำรัฐบาลมีผลต่อการทำงานของสื่อมวลชนอย่างมาก โดยเฉพาะในยุคมีคหรือยุคที่ระบอบประชาธิปไตยถูกรบงำด้วยเผด็จการ ปกจะไม่มีสีสันดึงดูดมากนัก จะมีลักษณะเรียบง่าย และจัดทำยากกว่าปกที่มีสีสันและสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ

ศิวพงศ์ จันผิงเพชร (อ้างถึงในเรื่องเดียวกัน, 2540 : 116)อธิบายถึงการทำปกว่า เมื่อประชาธิปไตยเข้าสู่ยุคค้ำมีคเหมือนพื้นปกมติชนสุดสัปดาห์ในยุคหนึ่ง ปกที่เรียบๆขรึมๆนั้น สำหรับคนอ่านอาจจะรู้สึกว่าเป็น “ง่าย” แต่สำหรับคนทำงานแล้ว ในภาวะของความ “ไม่ปกติ” นั้นเป็นสิ่งที่ยากอย่างยิ่ง แม้จะอยู่ภายใต้ “กฎเหล็ก” ของคณะปฏิวัติ และภายใต้ความเร่งรีบแห่งเวลาที่จะต้องเอาหนังสือออกมาสู่ผู้อ่านให้ได้ เป็นภาวะที่บีบคั้นและคิดหนัก ที่สุดมันก็ออกมาอย่างเรียบง่ายแต่สีสันก็หนักหน่วง ...หนักหน่วงสำหรับคนอ่านและคนทำภายใต้ “กฎเหล็ก”

จากการศึกษาพบว่าในกระบวนการทำงานเพื่อให้ได้มาซึ่งปก มีปัญหาหรืออุปสรรค ซึ่งนับเป็นปัจจัยแวดล้อมทั้งภายในนอก-ภายในองค์กร ที่มีอิทธิพลต่อการนำเสนอหัวข้อปกและภาพประกอบปกหลายประการ ซึ่งจะนำเสนอใน 2 หัวข้อดังต่อไปนี้

1. ปัจจัยที่มีส่วนในการปรับเปลี่ยนหัวข้อหรือภาพประกอบปก
2. อุปสรรคและปัญหาในการผลิตปก

1. ปัจจัยที่มีส่วนในการปรับเปลี่ยนหัวข้อหรือภาพประกอบปก

การศึกษาถึงกระบวนการผลิตปกของนิตยสารการเมือง ผู้ศึกษาพบว่า ปกติแต่ละองค์กรจะผลิตปกออกมาเพียงปกเดียว โดยพิถีพิถันในขั้นตอนการวาดหัวและหาภาพประกอบ ก่อนการจัดวางหน้าและให้สี เนื่องจากต้นทุนในการผลิตส่วนนี้ค่อนข้างสูง ไม่คุ้มค่าใช้จ่ายหากทำออกมาให้เลือกหลายๆปก ตามแนวคิดการจัดทำปกนิตยสาร

ยกเว้นกรณีที่มีข่าวใหม่หรือมีความคืบหน้าของข่าวเดิมมากขึ้น ซึ่งมีคุณค่าข่าวครบถ้วนก็จะมีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งมักเป็นการทำสำรองอีก 1 ปกเท่านั้นเพื่อประหยัดงบประมาณ แต่ก็ยังมีบางองค์กรที่เปลี่ยนแปลงปกหลายครั้ง

จากบทความ ใน “ปก” มี “เรื่องราว” ของ สุวพงศ์ จันผิงเพชร (2540: 115) กล่าวถึงการจัดเปลี่ยนปกใหม่ว่า

“เพราะกระแสการเปลี่ยนแปลงอันรวดเร็วของการเมือง และการจัดตั้งรัฐบาล ทำให้ต้องเปลี่ยนข้อความบนหน้าปกไม่ต่ำกว่า 3 ครั้ง ถือเป็นเรื่อง “หิน” อย่างยิ่งสำหรับคนทำงาน ที่จะต้องปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ เพื่อที่จะเสนอสิ่งที่ดีที่สุดต่อคนอ่าน โดยสรุปเรื่องราวถ่ายทอดผ่านคำไม่กี่คำ หรือบางครั้งอาจเพิ่มสีสันด้วยการคาดเดาตรงตัวหนังสือสีขาวบนพื้นดำ เป็นต้น ซึ่งทำให้ไม่ต้องอธิบาย ทุกอย่างซีซั้อยู่บนปกแล้ว”

ตารางแสดงการปิดค้นฉบับและวางจำหน่ายของนิตยสารการเมืองทั้ง 3 ชื่อฉบับ

ฉบับ	วันประชุมข่าว	กำหนดส่งค้นฉบับ	วันทำปก	กำหนดวางจำหน่าย
มติชนสุดสัปดาห์	เสาร์	ทยอยส่งตลอดสัปดาห์ (เริ่มตั้งวันอังคาร)	เสาร์	อังคาร
เนชั่นสุดสัปดาห์	พุธ	ทยอยส่งตลอดสัปดาห์ (เริ่มส่งวันศุกร์)	จันทร์	พฤหัสบดี
สยามรัฐสัปดาห์ วิจารณ์	ศุกร์	ทยอยส่งตลอดสัปดาห์ (เริ่มส่งวันพุธ)	อังคาร	ศุกร์

รูปแบบ(Format) หรือรูปเล่มปกที่นำเสนอแต่เดิมส่วนใหญ่มุ่งไปที่การสื่อสารด้วย ภาษา คือหัวข่าวนำและใช้การสื่อสารด้วยภาพ หรือภาพประกอบช่วยในการสื่อความหมาย โดยทั่วไป นิตยสารการเมืองจะไม่ให้ปกมีโทนสีหวานเช่น ชมพู ส้ม ฯลฯ เพราะดูไม่น่าเชื่อถือและน่าสนใจ น้อยกว่าโทนสีแรง เช่น ดำ แดง น้ำเงิน เป็นต้น

ทว่าปัจจุบันกฎเกณฑ์ดังกล่าวซึ่งผู้จัดทำถือปฏิบัติกันต่อๆมาได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว แต่ละชื่อฉบับต่างให้สีสันที่ดึงดูดตามโทนเรื่อง นอกจากนั้นยังสร้างจุดนำสายตาด้วยการตีกรอบในหน้าปกจากเดิมที่ส่วนใหญ่จะ “ปล่อยชาย” ซึ่งหมายถึงไม่มีการตีกรอบแต่อย่างใด

6.) อุปสรรคและปัญหาในการจัดทำปก

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อและเป็นปัญหาหรืออุปสรรคในการดำเนินงานคือ

6.1 ปัจจัยจากแหล่งข่าวทั้งตัวบุคคลและเอกสาร

6.1.1 **ตัวบุคคล** การนัดสัมภาษณ์บุคคลที่กำลังเป็นข่าว โดยเฉพาะข่าวที่ออกมาในเชิงลบ บางครั้งไม่ได้รับความร่วมมือเท่าที่ควร หรือไม่ได้รับความร่วมมือเลย หรือกรณีที่เป็นแหล่งข่าวใหม่ อาจยังไม่พร้อมให้ข้อมูลหรือไม่ไว้วางใจนักข่าว ทำให้ข้อมูลที่ใช้เข้ามาเขียนหรืออ้างอิงไม่เพียงพอหรือคลาดเคลื่อนจากความจริง นอกจากนี้ห้องสมุดขององค์กรก็นับเป็นฐานข้อมูลเบื้องต้น

6.1.2 **แหล่งข่าวสารข้อมูลที่ไม่ให้เปิดเผย** การถูกห้ามไม่ให้เปิดเผยชื่อแหล่งข่าว บางครั้งทำให้ข้อมูลที่เขียนไม่เป็นที่น่าเชื่อถือเท่าที่ควร อีกทั้งผู้อ่านตรวจสอบไม่ได้ บางครั้งนักข่าวจึงจำเป็นต้องหาแหล่งข้อมูลบุคคลใหม่

6.1.3 **แหล่งข่าวสารข้อมูลที่หายาก** บางครั้งเอกสารข้อมูลประเภทสถิติ อาจมีการบิดเบือนหรือไม่สมบูรณ์ทำให้ไม่สามารถนำมาอ้างอิงได้

6.2 ปัจจัยจากตัวนักข่าว

ในการจัดทำปก จำเป็นต้องมีเนื้อหาจากสื่ूपก ซึ่งส่วนใหญ่ นักข่าวเป็นผู้ผลิตชิ้นงานออกมา จึงขึ้นกับประสบการณ์ ความสามารถและความชำนาญของนักข่าวที่เขียนเรื่องนั้นๆ ด้วย หากนำเสนอข้อมูลได้ไม่ดีเท่าที่ควร บรรณาธิการซึ่งมีหน้าที่ดูแลการให้หัวข้อและภาพประกอบ ก็จะได้รับ ความยุ่งยากในการสรรหาคำพาดหัวข่าว ที่กระชับ และตรงประเด็นรวมทั้งดึงดูดใจผู้อ่าน ซึ่งมีผลต่อเนื่องในเรื่อง “เวลา” ซึ่งต้องใช้เวลาในการจัดทำในส่วนดังกล่าวมากกว่าปกติ จากที่เคยคิดพาดหัวครั้งละ 2-3 ชั่วโมงก็อาจจะยืดออกไปนาน 1-2 วันแล้วแต่กรณี

6.2.1 **เวลา** สำหรับระดับบริหารคือบรรณาธิการ จะต้องคิดหัวข้อข่าวที่น่าสนใจ กระชับ ตรงประเด็นและดึงดูดความสนใจของผู้อ่านในเวลาอันจำกัด และคิดถึงเรื่องภาพประกอบด้วย ซึ่ง

บางครั้งการทำงานอย่างต่อเนื่องมานานและประเภทข่าวก็เป็นการเมือง เสียส่วนใหญ่ทำให้มีข้อจำกัดในการใช้คำ อาจมีคำซ้ำๆกันบ้าง ซึ่งขึ้นกับประสบการณ์ ของทีมงาน

ส่วนตัวนักข่าวเองการที่มีเหตุการณ์ปัจจุบันทันด่วนหรือมีกระแสข่าวใหม่ที่น่าสนใจกว่าที่เตรียมไว้ ก็จะต้องระดมกันช่วยเพื่อให้ได้ข้อมูลมากที่สุด ครอบคลุมในทุกประเด็นที่จะนำเสนอ สรุปคือต้องการข่าวที่สมบูรณ์ที่สุดนั่นเอง ทำให้งานอาจออกมาไม่ได้ผลดีเท่าที่คาดหวังไว้ เนื่องจากเวลาจำกัด ท้ายที่สุดก็คือทำให้พาดหัวยากหรือหาภาพประกอบที่เหมาะสมได้ไม่ดีเท่าที่ควร

6.3 ปัจจัยจากตัวองค์กร

6.3.1 เงินทุน ปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจมีความแปรปรวน และความผันผวนของค่าเงินบาท ทำให้แต่ละองค์กรต้องรัดเข็มขัด โดยการพยายามลดต้นทุนให้ต่ำที่สุด โดยมุ่งไปที่การลดปริมาณคน ลดเงินเดือน ฯลฯแล้วแต่นโยบายของแต่ละองค์กร

จากการศึกษาพบว่าอุปสรรค ณ ปัจจุบันของทีมงานนิตยสารข่าวซึ่งแต่เดิมมีโครงสร้างที่กระชับอยู่แล้ว คือ เรื่องบุคลากร ซึ่งบางส่วนลาออกไปเองตามนโยบายของบางองค์กรซึ่งถูกเลิกจ้างหรือบางส่วนทนความกดดันไม่ได้ต้องลาออกไปเอง ทำให้จำนวนบุคลากรลดลง ทีมงานที่เหลือต้องรับภาระงานมากขึ้น โดยเฉพาะการรับผิดชอบสายข่าวจะกว้างขึ้น

ส่วนปริมาณที่เขียนอาจจะไม่ได้เพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการลดหน้า ทว่าภารกิจที่แบกรับก็เพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว เนื่องจากบางแห่งลดปริมาณการรับเรื่องจากคอลัมนิสต์หรือนักเขียน นักข่าวอิสระ (Freelance) ดังนั้นนักข่าวประจำจึงต้องทำงานมากขึ้น ในเวลาที่จำกัดขึ้น ซึ่งหลายคนพึงพอใจให้ลดอัตราเงินเดือนลง ยินดีทำงานมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงคาดหวังว่าเพื่อนร่วมงานจะไม่ลาออกหรือถูกเลิกจ้าง เนื่องจากมีสายสัมพันธ์การทำงานร่วมกันมานาน และสามารถเข้ากันได้ดี เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นทีมงานที่ไม่ใหญ่นัก

นอกจากนั้นบางองค์กรมีนโยบายให้รวมศูนย์การบริหารในบางส่วน ซึ่งมีทั้งข้อดีและข้อเสีย ข้อดีคือประหยัดค่าใช้จ่ายขององค์กร ไม่ต้องไปงานแถลงข่าวหรือสัมภาษณ์งานเดียวกันหลายคนซึ่งเป็นการทำงานซ้ำซ้อนและสิ้นเปลืองโดยใช่เหตุ โดยให้มีการลงกำหนดการทำงาน เช่นนัดสัมภาษณ์ งานแถลงข่าว ฯลฯวันเวลาที่ต้องไปทำงาน รวมทั้งสถานที่ และให้หัวหน้างาน

แต่ละฝ่ายเป็นผู้มอบหมายงาน ว่าต้องการประเด็นใด และต้องเขียนให้สื่อสิ่งพิมพ์ในเครื่องจับใบ บ้าง ส่วนภาพประกอบก็ใช้วิธีการเดียวกัน ช่างภาพไปคนเดียวเก็บภาพมาให้ทั้งรายวัน รายสัปดาห์ เป็นต้น

ส่วนข้อเสีย คืออาจมีช่างภาพคนเดียวอาจเก็บข้อมูลมาได้ไม่ครบถ้วน เนื่องจากมีแหล่ง ช่างหลายคน และบางครั้งแถลงข่าวพร้อมๆกันในงานเดียว ซึ่งต้องเสียเวลาตามอ่านในหนังสือ พิมพ์ฉบับอื่นๆแทน ส่วนช่างภาพก็เช่นเดียวกัน อาจเก็บภาพมาได้ไม่สมบูรณ์ตามที่ได้รับมอบ หมาย หรืออาจมีงานมากและจัดในเวลาเดียวกัน ทำให้นักข่าวอาจต้องถ่ายภาพเอง ซึ่งทำให้การ สัมภาษณ์ไม่ราบรื่นเท่าที่ควร เนื่องจากต้องกังวลเรื่องการเก็บภาพถ่ายแฉ่คั่นดีๆไปด้วย

6.3.2 เทคโนโลยี แม้เครื่องมืออันทันสมัยจะมีประโยชน์การใช้งานมากมาย ช่วยให้ กระบวนการทำงานรวดเร็วและสะดวกขึ้น ทว่าอุปกรณ์เหล่านี้ก็มีราคาแพง และมีเทคโนโลยีซับซ้อน ปัญหาคอมพิวเตอร์ไม่เพียงพอในวันปิดต้นฉบับก็พบอยู่ในทุกองค์กร หรือในกรณีเกิดขัด ข้องทำให้เสียเวลาซ่อมแซม ทำให้งานล่าช้าออกไปกว่ากำหนดการปกติ ซึ่งส่งผลกระทบต่อขอด ายด้วย

6.3.3 บุคลากร บางองค์กรประสบปัญหาเรื่องขาดแคลนเงินทุน ต้องลดจำนวนคน หรือ บางแห่งไม่สามารถจ่ายเงินเดือนได้ตามปกติ อาจมีความล่าช้า หรือจ่ายไม่ครบตามจำนวน ทำให้ หัวหน้างานไม่สามารถบังคับให้ทีมงานทำงานให้ลุล่วงด้วยดี เนื่องจากทีมงานขาดขวัญและกำลังใจ อีกทั้งประสบปัญหาเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน

3.) ทิศทางและแนวโน้มนิตยสารการเมือง

ในการศึกษาเรื่องทิศทางและแนวโน้มของนิตยสารการเมือง ผู้ศึกษาแบ่งการนำเสนอเป็น 2 ส่วนคือ

- ที่มาและพัฒนาการนิตยสารการเมือง
- แนวโน้มนิตยสารการเมืองในอนาคตอันใกล้

ก่อนจะกล่าวถึงทิศทางและแนวโน้มนิตยสารการเมืองในอนาคต ผู้ศึกษาขอพูดถึงที่มา และพัฒนาการของนิตยสารการเมืองพอสังเขป

1.) ที่มาและพัฒนาการของนิตยสารข่าวการเมืองรายสัปดาห์

บทความเรื่อง “นิตยสารข่าวบนเส้นทางแห่งการพัฒนา” ซึ่งเขียนโดยเสถียร จันทิมาธร ลงตีพิมพ์ในนิตยสารสู่อานาคคปีที่ 2 ฉบับที่ 53 วันที่ 14-20 มีนาคม 2525 และตีพิมพ์ในมติชนสุดสัปดาห์ฉบับไม่ขาย เดือนกันยายนปี 2540 ได้ประมวลภาพนิตยสารข่าวและวิเคราะห์ข่าวสรุปได้ดังนี้

“แม้ นิตยสารข่าวต่างประเทศอย่าง ไทม์ และนิวสวีทจะมีมานานแล้ว แต่ในเมืองไทย นิตยสารเชิงข่าวและวิเคราะห์ข่าวเท่าๆเช่นนี้ เพิ่งมีขึ้นช่วงก่อนปี 2500 ไม่นานนัก ที่มีความเห็นเช่นนี้เพราะถือว่านิตยสารอย่าง “สยามสมัย” หรือแม้แต่ “สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์” นั้นไม่ได้มีเป้าหมายที่จะทำอย่างไทม์ หรือนิวสวีท หรือแม้แต่ นิตยสาร “เศรษฐกิจสาร” ซึ่งกำเนิดประมาณปี 2498 ก็อาจคล้าย “ฟาร์อีสเทิร์น อีโคโนมิค รีวิว” แต่นิตยสารเล่มนี้ก็เน้นหนักด้านเศรษฐกิจมากกว่าการเมือง และการเมืองที่นำเสนอก็มีได้เป็นในเชิงวิเคราะห์ที่เฉยแต่เป็นบทความมากกว่า

นิตยสารวิเคราะห์ข่าวรายสัปดาห์ยุคแรกๆน่าจะเป็น “สยามวิจารณ์” ซึ่งโชติ ทัศนียะเวช เป็นกำลังสำคัญในการจัดทำ อีกฉบับคือ “สัปดาห์สาร” ซึ่งมี นิลวรรณ ปิ่นทอง เป็นบรรณาธิการ

หลังจากสิ้นสุดยุค “สัปดาห์สาร” ในช่วงที่ พ.อ.ณรงค์ กิตติขจร กำลังจะเป็น “อัศวินม้าขาว” “ส่งสุข ภัคเกษม” ร่วมกับ “ประยูร ณ นคร” จัดทำสยามวิจารณ์อีกครั้งหนึ่งแต่อยู่ได้ไม่นานนักก็เลิกไป

นิตยสารแนวนี้มาเกิดใหม่อีกครั้งช่วงก่อนและหลังเหตุการณ์วันที่ 14 ตุลาคม 2516 เมื่อ พงษ์ศักดิ์ พัทธวิเชียร, ไขขวัญ ынเปี่ยม, ชรค์ชัย อนุปาน, สุจิตต์ วงษ์เทศ, สุทธิชัย หยุ่น ร่วมกันจัดทำ “ประชาชาติรายสัปดาห์” และที่เกี่ยวกราวในเชิง “ข่าวเจาะ” อย่างมากก็เมื่อ พันศักดิ์ วิญญูรัตน์, รัชญา ผลอนันต์ ร่วมกันจัดทำ จตุรัสรายสัปดาห์ในราวปี 2518

อาจกล่าวได้ว่านิตยสารข่าวและวิเคราะห์ข่าวในปัจจุบันมีรากงอกมาจาก ไม่ประชาชาติก็จตุรัส สองฉบับนี้ เหตุการณ์ 6 ตุลาคมหาโหด อาจทำให้นิตยสารเชิงข่าวและวิเคราะห์ข่าวที่เป็นเจ้าเก่าอย่างประชาชาติและจตุรัส มีอันเป็นไปตามสภาพการณ์ทางการเมือง แต่เมล็ดพืชของนิตยสารทำนองนี้ก็ไปงอกขึ้นเป็นปริทัศน์สาร, ไทยนิกร กระทั่ง “อาทิตย์” หรือ “สยามใหม่”

การเกิดขึ้นของ “ปริทัศน์” และ “อาทิตย์” ในช่วงนับแต่ปี 2520 เป็นต้นมา และภายหลังจาก จัควา กลิ่นสุนทร เข้าไปมีบทบาทในสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ได้ทำให้นิตยสารข่าวและวิเคราะห์ข่าว เพิ่มบทบาทอย่างสูงในวงการหนังสือพิมพ์

เรื่องยืนยันบทบาทของหนังสือพิมพ์เหล่านี้ก็คือ การถูกสั่งปิดของปริทัศน์และอาทิตย์ที่ ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหนังสือพิมพ์รายวัน

จุดเด่นอย่างหนึ่งของนิตยสารเหล่านี้ก็คือ นักหนังสือพิมพ์รุ่นใหม่ได้ฟังหลายความเชื่อเก่า ที่ว่านิตยสารรายสัปดาห์มิได้มีบทบาทนำในด้านข่าวสาร หากแต่เป็นฝ่ายตามหนังสือพิมพ์รายวัน แต่ทุกวันนี้ นิตยสารข่าวและวิเคราะห์ข่าวที่มีกองบรรณาธิการเป็นของตนเองสามารถทำข่าวและ เจาะลึกได้มากกว่าหนังสือพิมพ์รายวัน และในบางช่วงคอนก็เสนอข่าวล้ำหน้าหนังสือพิมพ์ รายวันด้วยซ้ำไป

ประมาณปี 2522 สุเทพ เหมือนประสิทธิเวช นักหนังสือพิมพ์ที่คร่ำหวอดมานานยอมรับว่านิตยสารรายสัปดาห์ข่าว และวิเคราะห์ข่าวได้พัฒนาขึ้นอย่างสูง

นิตยสารข่าวและวิเคราะห์ข่าวจะไม่สามารถเป็นตัวของตัวเองได้เลย หากพวกเขายังผูกติด และไล่ตามหนังสือพิมพ์รายวันในลักษณะถูกกระทำ แต่ทุกวันนี้องค์ประกอบของนิตยสารเหล่านี้ มีเลือดใหม่เข้ามาไม่ขาดสาย และเลือดใหม่เหล่านี้บางส่วนก็มีประสบการณ์จากหนังสือพิมพ์ รายวัน แต่ส่วนใหญ่เป็นนักหนังสือพิมพ์รุ่นใหม่ ผู้มีเป้าหมายที่จะเป็นนักหนังสือพิมพ์ “แท้” มาก ยิ่งขึ้นเป็นลำดับ

มิติใหม่อย่างหนึ่งที่เป็นผลสะท้อนของพวกเขาก็คือ การก้าวไปสู่ความเป็นนักหนังสือพิมพ์ผู้มีความชำนาญเฉพาะในแต่ละสาขาของข่าว มิได้เป็นนักข่าว “สารพัดช่าง” ในแบบการทำหนังสือพิมพ์แต่โบราณ

และเนื่องจากพวกเขายังเป็นคนรุ่นใหม่ที่ได้ผูกติดกับกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองมาก และมิได้ติดกับ “แหล่งข่าว” จนมีความโน้มเอียงที่จะเป็นทาสของแหล่งข่าวจนเกินไป ทำให้การทำหนังสือพิมพ์ของพวกเขา มีความ “กล้า” และ “มีแรงเสียดทาน” ก่อนข้างสูง การเสนอข่าวของพวกเขาจึง แหยมคนจนบางครั้งดูน่ากลัว

นิคยสารข่าวและวิเคราะห์ข่าวจะสามารถพัฒนาไปได้มากน้อยเพียงใด และนักหนังสือพิมพ์ในแนวทางนี้จะสามารถร่วมกันสร้างสถาบันแห่งนิตยสารเช่นนี้ได้อย่างมีคุณภาพมากน้อยเพียงใดมิได้ขึ้นอยู่กับความสามารถและเจตจำนงอันแน่วแน่ของพวกเขาเพียงอย่างเดียว ประการสำคัญยังขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ทางการเมืองและความใจกว้างของกลุ่มผู้มีอำนาจอีกด้วย

ปรากฏการณ์ที่เห็นและเป็นอยู่คือ นิตยสารในแนวนี้มักถูกเดือนและถูกคามเสมอจากการเสนอข่าวและบทวิเคราะห์ของพวกเขา

สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องสำเนียงโดยนัยให้พวกเขาจำเป็นต้องเรียนรู้วิธีทำงานมากยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงหลักการที่ว่า เขาสามารถทำงานหนังสือพิมพ์ได้อย่างมีเกียรติ มีศักดิ์ศรี โดยสามารถดำรงตนเองอยู่ได้ในฐานะนักหนังสือพิมพ์อาชีพที่มีได้ขายตัว หรือฝากวิญญาณและความมั่นคงไว้กับนักการเมืองคนใดคนหนึ่งอย่างไร้หลักการ

รูปเล่มของนิตยสารรายสัปดาห์ ที่เป็นทั้งนิตยสารสรุปข่าวสารการเมืองผสมวรรณกรรม เช่น สยามสมัย สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ หรือที่เป็นในรูปของนิตยสารซึ่งนำเสนอนวนิยายผนวกกับการสรุปข่าวในรอบสัปดาห์ ล้วนแล้วแต่มีขนาดเดียวกันคือ ขนาด “แท็บลอยด์” หรือขนาดครึ่งหนึ่งของหนังสือพิมพ์รายวัน

คอลัมน์ “สัมภาษณ์พิเศษ” หน้า 9 มติชนสุดสัปดาห์ฉบับไม่ขาย กล่าวถึงกำเนิด “มติชนสุดสัปดาห์” ว่าได้ผนวกเอาความคิดหลากหลายของนิตยสารรายสัปดาห์ทั้งหลายมารวมกันไว้ โดยเน้นความหลากหลายเพื่อให้ผู้อ่านได้มีหนังสือรายสัปดาห์อ่านอีกฉบับหนึ่ง

ทั้งนี้พงษ์ศักดิ์ พยัคฆวิเชียร หรืออาจารย์ป๋องของชาวมติชนเป็นผู้ค้นคิดในการทำหนังสือเล่มนี้ โดยต้องการให้มีต้นทุนต่ำและกำหนดราคาหนังสือไว้ที่เล่มละ 5 บาทโดยเอาแนวคิดมาจากการทำหนังสือพิมพ์รายวันต่างประเทศในรูปแบบแท็บลอยด์จึงน่าจะมีความเป็นไปได้มากกว่า เหมือนกับหนังสือพิมพ์รายวันประจำวันอาทิตย์ของประเทศอังกฤษ เป็นต้น

เพราะต้องการให้มติชนสุดสัปดาห์เป็นหนังสือพิมพ์ประจำวันอาทิตย์ การให้มีปกเป็นข้อความ มีรูปภาพที่พิมพ์เป็นลักษณะพื้นสีและลายเส้น ไม่ต้องเย็บเล่ม และจำหน่ายในราคา 5 บาท จึงมีความเป็นไปได้ ทั้งการวางตลาดให้อยู่ในกลุ่มของหนังสือพิมพ์รายวัน และเป็นไปได้ในรูปแบบ

แบบของนิตยสารสรุปข่าววิจารณ์ วิเคราะห์ข่าวในรอบสัปดาห์ และมีส่วนประกอบของวรรณกรรมบันเทิง กีฬา ผสมลงไปให้สมกับเป็นหนังสือพิมพ์ประจำวันหยุดสุดสัปดาห์

ฉบับแรกที่วางจำหน่ายคือ 24 สิงหาคม 2523 ปกเป็นกระดาษปรู๊ฟ จนถึงวันที่ 11 กันยายน 2526 ก็ถึงยุคเงาะถอดรูป มีปกเป็นสี่สี กระดาษอาร์ต และเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร จากพงษ์ศักดิ์ พชัยวิเชียร บรรณาธิการบริหารมาเป็นเรืองชัย ทรัพย์นิรันดร์ และต่อมาโอนตำแหน่งนี้ให้กับเสถียร จันทิมาธร ซึ่งนับเป็นผู้เงินจืดในงานหนังสือมีลักษณะของนักหนังสือพิมพ์และนักวรรณกรรมในคนเดียวกัน

นอกจากความเปลี่ยนแปลงเรื่องตัวบุคคลแล้ว บุคลิกของมติชนสุดสัปดาห์ยังเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยทั้งด้านรูปแบบและเนื้อหาสาระ ทั้งการนำความคิดของคนรุ่นเก่าผสมผสานกับคนรุ่นใหม่ด้วยกันและคนรุ่นใหม่ที่เราเรียกกันว่า “ร่วมสมัย” หรือเป็นการติดตามยุคสมัยอย่างใกล้ชิด หรือการลองดูกับของใหม่ๆ ทั้งทางเทคโนโลยีและความคิดวัยรุ่นแห่งยุคสมัย การผสมผสานเพื่อให้เกิดความหลากหลายทั้งรูปแบบและเนื้อหา เพื่อให้ผู้อ่านได้มีส่วนร่วมพร้อมไปด้วยกันกับชาวคณะมติชนสุดสัปดาห์”

แนวโน้มนิตยสารการเมืองในอนาคตอันใกล้

จากการศึกษาถึงแนวโน้มนิตยสารการเมืองพบว่า การนำเสนอข่าวและภาพประกอบจะเป็นการสื่อความหมายด้วยภาษาและภาพประกอบที่เป็นเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งต้องตีความหมายมากขึ้น การผลิตจะผ่านกระบวนการทางความคิดที่ซับซ้อนและพิถีพิถันขึ้น บุคลากรมีประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากขึ้น การดีไซน์สามารถสร้างสรรค์ได้อิสระ ไม่มีกรอบยึดเหมือนในยุคก่อนๆ และเป็นไปได้ว่าคู่แข่งจะลดลงเหลือเพียงนิตยสารการเมืองที่มีความพร้อมทั้งด้านเงินทุน บุคลากร เทคโนโลยี ตลอดจนนิตยสารที่มีจุดยืนมั่นคงเท่านั้น

เรืองชัย ทรัพย์นิรันดร์(เรื่องเดียวกัน .2540)อธิบายถึงมติชนสุดสัปดาห์ว่าเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยสมดังกับคำว่าโลกแห่งบรรณพิภพไม่เคยหยุดนิ่ง ไม่ว่าจะเป็นในด้านรูปแบบหรือเนื้อหาสาระ ดังนั้นจึงไม่เป็นการคาดเดาที่ผิดพลาดแต่ประการใดเลยที่จะกล่าววามมติชนสุดสัปดาห์ปี(คศ.) 2000 จะต้องเปลี่ยนแปลงไปยิ่งกว่านี้ ทั้งนี้ย่อมเป็นไปตามยุคสมัยที่มติชนสุดสัปดาห์เป็นผู้นำมาตลอด ไม่ว่าจะเป็นการนำความคิดของคนรุ่นเก่าผสมผสานกับคนรุ่นใหม่ด้วยกันและคนรุ่นใหม่

ที่เรียกกันว่า “ร่วมสมัย” หรือเป็นการติดตามยุคสมัยอย่างใกล้ชิด หรือการลอกคูปของใหม่ๆ ทั้งทางเทคโนโลยี และความคิดวัยรุ่นแห่งยุคสมัย ที่หลายครั้งก็คิดแปลงมาจากยุคสมัยก่อน

รุ่งเรือง ปรีชากุล(สัมภาษณ์,2541)ให้สัมภาษณ์ถึงนิตยสารการเมืองในอนาคตน่าจะเหลือเพียงไม่กี่ฉบับ เพราะการแข่งขันสูง ความน่าเชื่อถือของหัวหน้าสื่อเก่าแก่ขอมได้เปรียบ รูปแบบการนำเสนอโดยรวมคงไม่เปลี่ยนแปลงแต่คงมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น ทำอย่างไรจะเพิ่มพูนปัญญาให้ผู้อ่าน นักข่าวก็ต้องมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านมากขึ้น ช่างภาพก็ต้องคล่องและสนใจข่าวการเมืองด้วย รั้วมากก็คล่องตัวมาก ปกก็ต้องเริ่มจากภาพส่วนผลิตต้องมีประสิทธิภาพและประสบการณ์

มงคล สมบุญตัน(สัมภาษณ์,2541)นิตยสารการเมืองปัจจุบันพัฒนาไปมาก ภาพปกไม่จำเป็นต้องเป็นภาพบุคคลเสมอไป มีแนวโน้มจะเป็นภาพและภาษาที่สื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์มากขึ้น การต่อสู้กันในตลาดของหนังสือแนวนี้คือ “ปกและเนื้อหา” เรื่องปกจะตีหัวเข้าบ้านเหมือนสมัยก่อนไม่ได้ ต้องลึกลับเบื้องหน้าเบื้องหลังทุกแง่มุม การดีไซน์ต้องเด่น เทคโนโลยีสมัยใหม่จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเรื่อยๆ การใช้กราฟฟิก ภาพซ้อน ภาพทางศิลปะ และภาพเชิงสัญลักษณ์จะมากขึ้น ส่วนภาพการ์ตูนก็ยังคงมีอยู่แต่ใช้ในบางโอกาสเท่านั้น ส่วนภาษาก็ต้องทันเหตุการณ์ เรื่องปกอาจไม่ใช่ว่าการเมือง มีโทนเบาๆ แต่ไม่ไร้สาระ เช่น เรื่องสังคม เด็ก โสภณิ ฯลฯ

จักรพงษ์ ศรีสุนทร (สัมภาษณ์,2541) บรรณาธิการฝ่ายศิลป์ นิตยสารชาวไทย กล่าวถึงการนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองว่าปัจจุบันมีการพัฒนามากขึ้นและมีแนวโน้มจะให้ความสำคัญกับภาพประกอบมากกว่าหัวข่าว ซึ่งแต่เดิมนิตยสารการเมืองส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับหัวข่าวมมากกว่า พาดหัวจะยิ่งกระชับขึ้นกว่าเดิม การใช้คำภาษาต่างประเทศ หรือภาษาเชิงสัญลักษณ์มีมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แต่ภาพหลักก็ยังคงเน้นที่ตัวบุคคลโดยใช้เทคโนโลยีมาช่วยแทนภาพถ่ายธรรมดา คิดว่าปกมติชนสุดสัปดาห์ในปัจจุบันเป็นตัวชี้ทิศทางของนิตยสารแนวนี้ เพราะหลายปีที่ผ่านมามติชนมีพัฒนาการภายใต้จุดยืนที่ชัดเจนมาตลอด

พงษ์ศักดิ์ ศรีสด(สัมภาษณ์,2541)ให้สัมภาษณ์ว่าในอนาคตหากเศรษฐกิจดีขึ้นก็เป็นไปได้ว่าจะมีคู่แข่งคือนิตยสารการเมืองชื่อฉบับใหม่ๆเพิ่มขึ้นไปอีก หนังสือมีพัฒนาการของมันอยู่ เช่น ปกแต่เดิมนเสนอหลายๆเรื่อง ปัจจุบันส่วนใหญ่นำเสนอเพียงเรื่องเดียว แต่อนาคตอาจพัฒนาเป็นอย่างอื่น มันเป็นอิสระ ถือเป็นศาสตร์อย่างหนึ่งทีเดียว

4.) วิธีการนำเสนอปกของนิตยสารการเมือง

ผู้วิจัยได้ศึกษาวิธีการนำเสนอปกของนิตยสารการเมืองแต่ละชื่อบ้าง ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา จากปกนิตยสารทั้ง 3 ชื่อบ้างตั้งแต่สัปดาห์ที่ 1 เดือน มกราคม 2540 ถึงสัปดาห์ที่ 4 เดือน ธันวาคม 2540 แบ่งเป็นชื่อบ้างละ 52 เล่ม รวมทั้งสิ้น 156 ปก โดยใช้ตารางลงรหัสวิเคราะห์เนื้อหา (Coding Sheet) และจำแนกข้อมูลดังนี้

4.1 ประเภทและลักษณะการนำเสนอหัวข้อ

4.1.1 หัวข้อ : ประเภทข่าวการเมือง(Politics) แบ่งเป็น

1. บุคคล ได้แก่ นักการเมืองทั้งฝ่ายรัฐบาลและฝ่ายค้าน ฯลฯ
2. บุคคลในครอบครัวนักการเมือง ได้แก่
 - บิดา มารดา ญาติพี่น้อง
 - ภรรยาและลูก
 - เรื่องเพศ /เรื่องส่วนตัว
3. นโยบายการเมือง เศรษฐกิจ การปกครอง การทหาร
4. นักวิชาการ/นักธุรกิจ/นักกีฬา
5. อื่นๆ เช่น หัวข้อเชิงสัญลักษณ์ ผสมผสาน เป็นต้น

4.1.2 หัวข้อ : ประเภทข่าวทั่วไป (Non-Political) แบ่งเป็น

1. วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง
2. สังคม ได้แก่ เด็ก สตรี ยาเสพติด ฯลฯ
3. วิทยาศาสตร์
4. อาชญากรรม
5. อื่นๆ

4.1.3 ลักษณะการนำเสนอหัวข้อปก แบ่งเป็น

1. ตั้งคำถาม
2. สรุปเหตุการณ์ สะท้อนเรื่องราว วิเคราะห์ ชุคุ้ย

- ให้คิด ฯลฯ
- ใจกันแพร่หลาย
- 3.เร้าอารมณ์ให้คล้อยตาม เช่น สะดุ้ง ตกใจ น่ากลัว ตื่นเต้น หรือกระตุ้น
 4. ใช้ภาษาต่างประเทศ คำคล้องจอง บทกวี สุภาษิต คำพังเพย ซึ่งเป็นที่เข้าใจกันแพร่หลาย
 5. ใช้สรรพนาม ทั้งระบุชื่อ หรือสมญานามของบุคคลซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี
 6. อื่นๆ เช่น ผสมผสาน หรือเชิงสัญลักษณ์ ฯลฯ

4.1.4 รูปแบบการนำเสนอหัวข้อ (Tone)แบ่งเป็น

1. แทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี
2. สะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์ ขุดคุ้ย
3. แฝงความรู้สึกร่วม เช่น ชื่นชม ยกย่อง สดุดี อาลัย ฯลฯ
4. มีเงื่อนไข ความขัดแย้ง (Conflict)
5. แฝงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์
6. อื่นๆ เช่น ผสมผสาน เชิงสัญลักษณ์ ฯลฯ

4.2 ประเภทและลักษณะการนำเสนอภาพปก

4.2.1 ภาพปก : ประเภทข่าวการเมือง(Political) แบ่งเป็น

1. ผู้นำรัฐบาล
2. ผู้นำฝ่ายค้าน
3. นักการเมืองอื่นๆ
4. ครอบครัวนักการเมือง ได้แก่ - บิดามารดา ญาติพี่น้อง
 - ภรรยา บุตร
 - เรื่องเพศ/ เรื่องส่วนตัว(Human Interest)
5. อื่นๆ เช่น ผสมผสาน เหตุการณ์ สัญลักษณ์ ฯลฯ

4.2.2 ภาพปก : ประเภทข่าวทั่วไป(Non-Political) แบ่งเป็น

1. ศิลปะ วรรณกรรม บันเทิง
2. สังคม ได้แก่ เด็ก สตรี ยาเสพติด ฯลฯ
3. วิทยาศาสตร์



4.อาชญากรรม

5. อื่นๆ เช่น กีฬา ฯลฯ

4.2.3 ลักษณะการนำเสนอ แบ่งเป็น

1. ภาพถ่ายบุคคล
2. ภาพเหตุการณ์
- 3.ภาพกราฟฟิก /ผสมผสาน
- 4.ภาพการ์ตูน
- 5.อื่นๆ เช่น ไม่มีภาพ เป็นต้น

4.2.4 รูปแบบการนำเสนอภาพปก(Tone) แบ่งเป็น

1. แทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี
2. สะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์ จุดคู่ย
3. แฝงความรู้สึกร่วม เช่น ยกย่อง ชื่นชม อาลัย ฯลฯ
4. มีเงื่อนไข -ความขัดแย้ง
5. อื่นๆ เช่น ผสมผสานเชิงสัญลักษณ์ ฯลฯ

ทั้งนี้ผู้ศึกษาจะขอเสนอข้อมูลวิเคราะห์เนื้อหาแยกตามตาราง โดยเริ่มจากมตินิสิตศึกษา
เนชั่นสุดสัปดาห์ และสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ ตามลำดับดังนี้

1. มติชนสุดสัปดาห์

ตารางที่ 1.1 แสดงผลการนำเสนอเนื้อหาหัวข่าวกของมติชนสุดสัปดาห์

ประเภทหัวข้อ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
การเมือง(Politics)		
1. บุคคล	30	57.68
2. บุคคลในครอบครัวนักการเมือง	4	7.69
3. เหตุการณ์ หรือ นโยบายการเมือง เศรษฐกิจ การปกครอง การทหาร	2	3.85
4. นักวิชาการ/ นักธุรกิจ	2	3.85
5. อื่น ๆ	5	9.62
ข่าวทั่วไป(Non-Politics)		
1. วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง	5	9.62
2. สังคม ได้แก่ เด็ก สตรี ฯลฯ	1	1.92
3. วิทยาศาสตร์	1	1.92
4. อาชญากรรม	2	3.85
5. อื่น ๆ	-	-
รวม	52	100

จากตารางที่ 1.1 แสดงว่าประเภทหัวข้อที่มติชนสุดสัปดาห์นำเสนอเป็นหัวข่าวกการเมืองมากที่สุดคือ 43 ปก คิดเป็น 82.69 % ส่วนหัวข้อทั่วไปมีเพียง 9 ปกคิดเป็น 17.31% ทั้งนี้หัวข่าวกการเมืองนำเสนอเกี่ยวกับบุคคลมากที่สุดคือ 57.68 % หัวข่าวอื่น ๆ ได้แก่ เศรษฐกิจและผสมผสานระหว่าง บุคคลและเหตุการณ์รวม 9.62 % บุคคลในครอบครัวนักการเมือง 7.69 % และหัวข่าวประเภทเหตุการณ์หรือนโยบายเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง 3.85 % เท่ากับปริมาณ หัวข่าวที่นำเสนอเกี่ยวกับนักวิชาการ-นักธุรกิจ

ส่วนการนำเสนอหัวข้อทั่วไป(Non-Politics)มีสัดส่วนการนำเสนอหัวข่าวประเภท วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง มากที่สุด 9.62% รองลงมาคืออาชญากรรม 3.85% สังคมและวิทยาศาสตร์มีสัดส่วนเท่ากันคือ 1.92%

ตารางที่ 1.2 แสดงผลลักษณะการนำเสนอหัวข้อปากของมติชนสุดสัปดาห์

ลักษณะการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. คึ่งคำถาม	3	5.77
2. สรุปเหตุการณ์ สะท้อนเรื่องราว วิเคราะห์	2	3.85
3. เร้าอารมณ์ให้คล้อยตาม	2	3.85
4. ใช้ภาษาต่างประเทศ คำคล้องจอง ตำนวน สุภาษิต คำพังเพย	1	1.92
5. ใช้สรรพนามบุรุษ สมชานาม ระบุชื่อ	-	-
6. อื่น ๆ	44	84.61
รวม	52	100

จากตารางที่ 1.2 แสดงว่ามติชนสุดสัปดาห์ มีลักษณะการนำเสนอหัวข้อปากแบบอื่นๆซึ่งได้แก่แบบผสมผสาน ระหว่างหัวข้อที่ใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 สมชานาม ระบุชื่อ+ภาษาต่างประเทศ คำคล้องจอง ภาษิต+เชิงสัญลักษณ์ มากที่สุดคิดเป็น 84.61 % รองลงมาคือ ลักษณะหัวข้อแบบตั้งคำถาม 5.77% สรุปเหตุการณ์ สะท้อนเรื่องราวตามจริง วิเคราะห์ ขุดคุ้ย 3.85 % เร้าอารมณ์ให้คล้อยตาม เช่น ชื่นชม อาลัย ฯลฯ 3.85 % และใช้ภาษาต่างประเทศ ตำนวน คำคล้องจอง ฯลฯ 1.92 %

ตารางที่ 1.3 แสดงผลรูปแบบการนำเสนอหัวข้อปาก(Tone) ของมติชนสุดสัปดาห์

รูปแบบการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. แทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี	15	28.84
2. สะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปเรื่องราว วิเคราะห์	12	23.08
3. แฝงความรู้สึกร่วม	2	3.85
4. มีเงื่อนไขความขัดแย้ง	10	19.23
5. แฝงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	1	1.92
6. อื่น ๆ	12	23.08
รวม	52	100

จากตารางที่ 1.3 แสดงว่า รูปแบบการนำเสนอหัวข้อข่าว(Tone) ของมติชนสุดสัปดาห์เป็นรูปแบบ แทรกอารมณ์ขัน เสียดสี ล้อเลียนมากที่สุดคิดเป็น 28.84 % รองลงมาคือ สะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์ จุดคู่ย 23.08% รูปแบบหัวข้ออื่นๆ ได้แก่ แทรกอารมณ์ขัน เสียดสี ล้อเลียนผสมผสานกับ สรุปรื่องราว และเป็นเชิงสัญลักษณ์ รวม 23.08 % มีเงื่อนไข-ความขัดแย้ง 19.23 % แฝงความรู้ตีกร่วม 3.85 % และแฝงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ 1.92 %

ตารางที่ 1.4 แสดงผลการนำเสนอภาพปกข่าวการเมือง(Political) ของมติชนสุดสัปดาห์

ประเภทภาพ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
Political		
1. ผู้นำรัฐบาล	10	19.23
2. ผู้นำฝ่ายค้าน	15	28.85
3. นักการเมืองอื่นๆ	2	3.85
4. ครอบครัวนักการเมือง	15	28.85
5. อื่น ๆ	5	9.61
Non-Political		
1. วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง	2	3.85
2. สังคม ได้แก่ เด็ก สตรี ฯลฯ	1	1.92
3. วิทยาศาสตร์	1	1.92
4. อาชญากรรม	1	1.92
5. อื่น ๆ	-	-
รวม	52	100

จากตารางที่ 1.4 แสดงว่า ประเภทภาพปกที่มติชนสุดสัปดาห์นำเสนอเป็นภาพการเมืองมากที่สุดคือ 42 ปก คิดเป็น 80.77 % และเป็นภาพอื่นๆ(ข่าวทั่วไป) รวม 10 ปกหรือ 19.23 % ภาพปกการเมือง จำแนกเป็น ภาพนักการเมืองอื่นๆมากที่สุดคือ 28.85 %เท่ากับจำนวนภาพปกการเมืองอื่นๆซึ่งได้แก่ ภาพเชิงสัญลักษณ์ ภาพเหตุการณ์ 28.85% รองลงมาคือการนำเสนอภาพผู้นำรัฐบาล 19.23 % ภาพครอบครัวนักการเมือง 3.85 %

ส่วนประเภทการนำเสนอปกอื่นๆที่ไม่ใช่การเมือง ประเภท วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิงสูง สุด คือ 9.61% สังคมได้แก่เด็กและสตรี ฯลฯ 3.85% วิทยาศาสตร์ อาชญากรรมและอื่นๆ จำนวนเท่า กันคือ1.92% ทั้งนี้การนำเสนอประเภทอื่นๆได้แก่ กีฬา

ตารางที่ 1.5 แสดงผลลักษณะการนำเสนอภาพปกของมติชนสุดสัปดาห์

ลักษณะการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. ภาพถ่ายบุคคล	27	51.93
2. ภาพเหตุการณ์	-	-
3. ภาพกราฟฟิก/ผสมผสาน	21	39.38
4. ภาพการ์ตูน	4	7.69
5. อื่น ๆ	-	-
รวม	52	100

จากตารางที่ 1.5 แสดงว่ามติชนสุดสัปดาห์มี ลักษณะการนำเสนอภาพปก เน้นไปที่ภาพถ่ายบุคคล มากที่สุดคิดเป็น 51.93 % รองลงมาได้แก่ภาพกราฟฟิก/ผสมผสาน ได้แก่ ภาพบุคคล ผสมภาพเหตุการณ์และภาพเชิงสัญลักษณ์ รวม 39.38 % และ ภาพการ์ตูน 7.69 %

ตารางที่ 1.6 แสดงผลรูปแบบ(Tone) การนำเสนอภาพปกของมติชนสุดสัปดาห์

รูปแบบการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. แทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี	30	57.69
2. สะท้อนภาพความเป็นจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์	12	23.08
3. แฝงความรู้สึกร่วม	5	9.62
4. มีเงื่อนไขความขัดแย้ง	4	7.69
5. อื่น ๆ	1	1.92
รวม	52	100

จากตารางที่ 1.6 มติชนสุดสัปดาห์ มีรูปแบบการนำเสนอภาพปกที่แทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี มากที่สุดคือ 57.69 % รองลงมาคือสะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปเรื่องราวและวิเคราะห์ รวม 23.08 % แฝงความรู้สึกร่วม เช่น ถากถำ ยินดี ชื่นชม ฯลฯ 9.62 % มีเงื่อนไข หรือความขัดแย้ง 7.69 % และอื่นๆ ได้แก่ผสมผสานสะท้อนภาพตามจริงและแฝงความรู้สึกร่วม 1.92%

สรุปวิธีการนำเสนอปกของมติชนสุดสัปดาห์

จากการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาหัวข้อปกและภาพปก “มติชนสุดสัปดาห์” พบว่า มีข้อมูลสอดคล้องกับการวิเคราะห์เนื้อหาในแง่นโยบาย กลยุทธ์ และวิธีการนำเสนอปก

มติชนฯ มีนโยบายนำเสนอภาพปกที่เป็นบุคคลซึ่งมีชื่อเสียง ส่วนหัวข้อมุ่งไปที่การแทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียนลงไป ในขณะที่ทำหน้าที่สื่อความหมายถึงประเด็นที่ต้องการนำเสนอด้วย ดังนั้นปกที่นำเสนอจึงเป็นเรื่องและภาพของบุคคลมากที่สุด ดังตัวอย่างต่อไปนี้

หัวข้อ : Marian Fium นวล “ปราง” นางหมอง (7ต.ค.40)

ภาพปก: ภาพถ่าย พ.ต.หญิง จุติยา รังสิตพล

หัวข้อและภาพปกฉบับนี้ นำเสนอเรื่องและภาพของ “ผู้หญิง” ซึ่งจัดอยู่ในประเภทบุคคล โดยมีความสอดคล้องกันทั้งหัวข้อ ภาพและสาระ ตลอดจนเหตุการณ์คือ พ.ต.หญิง จุติยา รังสิตพล หรือ ชื่อเล่นว่า “มะปราง” เป็นลูกสาวของสุขวิช รังสิตพล ซึ่งช่วงนั้นเป็นข่าวดังลือกันว่ามีความสัมพันธ์ฉันท์คู่สาวกับนายกรัฐมนตรียุคนั้นคือ พล.อ.ชวลิต ยงใจยุทธ ซึ่งเป็นข่าวที่ได้รับความสนใจอย่างมาก เนื่องจากเป็นข่าวเชิง Human Intere ที่กระตุ้นความอยากรู้อยากเห็นของคนทั่วไปในเรื่องส่วนตัวของคนดัง โดยเฉพาะเป็นเรื่องที่ไม่เคยมีข่าวเปิดเผยมาก่อน

หัวข้อ : รัฐบุรุษ “เปรม” OASIS การเมือง (29 ก.ค.40)

ภาพปก : ภาพถ่าย พล.อ.เปรม ติณสูลานนท์

หัวข้อและภาพปกฉบับนี้ก็นำเสนอเรื่อง “บุคคล” เช่นกัน โดยเหตุการณ์บ้านเมืองช่วงนั้น รัฐบาลของ พล.อ.ชวลิต กำลังขาดเสถียรภาพ เนื่องจากปัจจัยหลายประการ อาทิ ความบกพร่องในการบริหารงานด้านต่างๆ ฯลฯ และเป็นที่ยกถวญกันว่า ควรจะค้นหาผู้นำรัฐบาลคนใหม่ ซึ่งก็มีบุคคลที่มีชื่อเสียงหลายท่านได้รับการกล่าวถึงว่าอาจมีความเหมาะสมกว่า ทว่ายังไม่มียุติใดๆ (ในช่วงนั้น) จึงมีการกล่าวกันไปอีกว่า อาจต้องมีใครสักคน มาช่วยพยุงสถานการณ์ไว้ก่อน

และ “พล.อ.เปรม” ก็ถูกมองว่าเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติครบถ้วนทั้งคุณวุฒิ วิทยุฒิ ฯลฯ สามารถที่จะเข้ามาทำให้เสถียรภาพของรัฐบาลกลับคืนสู่สภาวะปกติชั่วระยะเวลาหนึ่งเปรียบเสมือน “OASIS” หรือแหล่งน้ำที่ให้ความชุ่มชื้น ก่อนประชาชนจะเลือกนายกรัฐมนตรีคนใหม่ต่อไป

การนำเสนอของมติชนฉบับนี้สะท้อนเหตุการณ์ตามความเป็นจริง วิธีการนำเสนอสอดคล้องกันทั้งหัวข้อ ภาพและสาระตลอดจนเป็นไปตามนโยบายและกลยุทธ์ขององค์กรที่วางไว้ คือ มุ่งเสนอข่าวบุคคล

ส่วนอารมณ์ขันที่สอดแทรกผ่านการนำเสนอของหัวข้อภาพและภาพปกของมติชนไปพร้อมๆกันก็ได้แก่

หัวข้อ : ถิ่นนี้..พบกับ “จิ๋ว จ๊กมิก” ที่คาเฟ่คาบิเนต “โฟร์เอส” สร้างสรรค์ “เสี้ย เลี้ยง” รับประทานคุณภาพ(21 ต.ค.40)

ภาพปก: ภาพการ์ตูน-โปสเตอร์ขนาดใหญ่ที่ติดหน้าคาเฟ่ มีหน้าพล.อ.ชวลิตอยู่ตรงกลาง ล้อมรอบด้วยหน้าดาวตลกชื่อดังมากมาย

หัวข้อและภาพปกฉบับนี้สะท้อนเรื่องราวทางการเมือง ณ ช่วงนั้นว่ารัฐบาลชุดนี้ไม่มีความน่าเชื่อถือเท่าที่ควร โดยสื่อความหมายแทรกอารมณ์ขันผ่านตัวการ์ตูน แทนการใช้ภาษารุนแรง กล่าวหาว่าทำงานเหมือนตลกคาเฟ่ คือไม่ได้สาระ ขาดหลักการที่น่าเชื่อถือ

การนำเสนอในรูปแบบที่กล่าวมานี้ทำให้มติชนประสบความสำเร็จในการดึงดูดผู้อ่าน ทั้งการสร้างสรรคคำ ภาพ และการสื่อความหมาย ด้วยวิธีการนำเสนอที่สอดรับกันทุกขั้นตอนดังที่กล่าวข้างต้น

2. เนชั่นสตัสปดาร์

ตารางที่ 2.1 แสดงผลการนำเสนอเนื้อหาหัวข้อหลักของเนชั่นสตัสปดาร์

ประเภทหัวข้อ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
การเมือง(Politics)		
1. บุคคล	9	17.32
2. บุคคลในครอบครัวนักการเมือง	1	1.92
3. เหตุการณ์ หรือ นโยบายการเมือง เศรษฐกิจ การปกครอง การทหาร	24	46.15
4. นักวิชาการ/ นักธุรกิจ	1	1.92
5. อื่น ๆ	4	7.69
ข่าวทั่วไป(Non-Politics)		
1. วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง	6	11.54
2. สังคม ได้แก่ เด็ก สตรี ฯลฯ	6	11.54
3. วิทยาศาสตร์	-	-
4. อาชญากรรม	1	1.92
5. อื่น ๆ	-	-
รวม	52	100

จากตารางที่ 2.1 แสดงว่า เนชั่นสตัสปดาร์ นำเสนอหัวข้อการเมืองมากที่สุดรวม 39 ปก คิดเป็น 75 % และนำเสนอหัวข้ออื่นที่ไม่ใช่การเมือง 13 ปกหรือ 25% หัวข้อการเมืองประเภทที่นำเสนอมากที่สุดคือ ข่าวที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ นโยบายเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง รวม 46.15 % รองลงมาคือหัวข้อเกี่ยวกับบุคคล 17.32 % อื่นๆ ได้แก่ ข่าวต่างประเทศ และข่าวที่ผสมผสานระหว่างเหตุการณ์และบุคคล 7.69%

ส่วนการนำเสนอข่าวทั่วไป(Non-Politics) มีสัดส่วนการนำเสนอข่าววรรณกรรมศิลปะ และบันเทิงปริมาณเท่ากับข่าวสังคม เช่น เด็ก สตรี ยาเสพติด ฯลฯ คิดเป็นจำนวนเท่าๆกันคือ 11.54 % รองลงมาคือ อาชญากรรม 1.92 %

ตารางที่ 2.2 แสดงผลลักษณะการนำเสนอหัวข้อปกของเนชั่นสุดสัปดาห์

ลักษณะการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. ตั้งคำถาม	-	-
2. สรุปเหตุการณ์ สะท้อนเรื่องราว วิเคราะห์	29	55.77
3. เรื่องอารมณ์ให้ค้อยตาม	-	-
4. ใช้ภาษาต่างประเทศ คำคล้องจอง สำนวน สุภาษิต คำพังเพย	1	1.92
5. ใช้สรรพนาม สมญานาม ระบุชื่อ	-	-
6. อื่น ๆ	22	42.31
รวม	52	100

จากตารางที่ 2.2 แสดงว่า ลักษณะการนำเสนอหัวข้อปกของเนชั่นสุดสัปดาห์เป็นลักษณะ สะท้อนเรื่องราวตามจริง สรุปเหตุการณ์และวิเคราะห์ขุคคัยมากที่สุดคือ 55.77 % รองลงมาคือ อื่นๆ ได้แก่ลักษณะหัวข้อที่ผสมผสานระหว่างการใช้สรรพนาม สมญานามระบุชื่อ ร่วมกับ สรุป เหตุการณ์ และใช้คำภาษาต่างประเทศตลอดจนภาษิตสำนวนและคำคล้องจอง รวม 42.31 % รองลงมาคือใช้ภาษาต่างประเทศหรือสำนวน 1.92%

ตารางที่ 2.3 แสดงผลรูปแบบการนำเสนอหัวข้อปก(Tone) ของเนชั่นสุดสัปดาห์

รูปแบบการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. แทรกอารมณ์ขัน ถ้อยเลียน เลียดสี	10	19.23
2. สะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปเรื่องราว วิเคราะห์	27	51.92
3. แฝงความรู้สึกร่วม	9	17.31
4. มีเงื่อนงำความขัดแย้ง	5	9.62
5. แฝงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	-	-
6. อื่น ๆ	1	1.92
รวม	52	100

จากตารางที่ 2.3 แสดงว่ารูปแบบการนำเสนอหัวข้อข่าว(Tone) ของเนชั่นสุดสัปดาห์เป็นแบบสะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์ จุดค้อย มากที่สุดคิดเป็น 51.92 % รองลงมา คือ เทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี 19.23% แผงความรู้สึกร่วมเช่น ชื่นชม อาลัย ฯลฯ 17.31 % มีเงื่อนไข ความขัดแย้ง 9.62% และอื่นๆ ได้แก่เป็นเชิงสัญลักษณ์ 1.92 %

ตารางที่ 2.4 แสดงผลการนำเสนอภาพปกข่าวการเมือง(Political) ของเนชั่นสุดสัปดาห์

ประเภทภาพ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
Politics		
1. ผู้นำรัฐบาล	8	15.38
2. ผู้นำฝ่ายค้าน	-	-
3. นักการเมืองอื่น ๆ	7	13.45
4. ครอบครัวนักการเมือง	-	-
5. อื่น ๆ	25	48.08
Non-Politics		
1. วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง	5	9.62
2. สังคม ได้แก่ เด็ก สตรี ฯลฯ	3	5.77
3. วิทยาศาสตร์	-	-
4. อาชญากรรม	2	3.85
5. อื่น ๆ	2	3.85
รวม	52	100

จากตารางที่ 2.4 แสดงว่าเนชั่นสุดสัปดาห์ มีการนำเสนอภาพปกประเภทการเมืองมากที่สุดจำนวน 40 ปกคิดเป็น 76 % ส่วนการนำเสนอภาพข่าวอื่นๆ จำนวน 12 ปกคิดเป็น 24 % ซึ่งนำเสนอภาพการเมืองประเภทอื่นๆ ได้แก่ผสมผสานระหว่าง ผู้นำรัฐบาล ผู้นำฝ่ายค้าน นักการเมือง ภาพเหตุการณ์นโยบายเศรษฐกิจ-การเมือง มากที่สุดคิดเป็น 48.08 % รองลงมา คือภาพผู้นำรัฐบาล 15.38% และภาพนักการเมืองอื่นๆ 13.45 %

ส่วนการนำเสนอภาพปกทั่วไป(Non-Political) ประเภทวรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง มีมากที่สุดคือ 9.62 % รองลงมาคือ สังคม 5.77 % ส่วนวิทยาศาสตร์และอาชญากรรมมีสัดส่วนนำเสนอเท่ากัน คือ 3.85 %

ตารางที่ 2.5 แสดงผลลักษณะการนำเสนอภาพปกของเนชั่นสุดสัปดาห์

ลักษณะการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. ภาพถ่ายบุคคล	22	42.31
2. ภาพเหตุการณ์	4	7.69
3. ภาพกราฟฟิก/ผสมผสาน	26	50.00
4. ภาพการ์ตูน	-	-
5. อื่น ๆ	-	-
รวม	52	100

จากตารางที่ 2.5 แสดงว่า เนชั่นสุดสัปดาห์ มีลักษณะการนำเสนอภาพปก ด้วย ภาพผสมผสานระหว่างบุคคล กราฟฟิก และเหตุการณ์ มากที่สุดคิดเป็น 50 % รองลงมาคือ ภาพถ่ายบุคคล 42.31 % และภาพเหตุการณ์ 7.69 %

ตารางที่ 2.6 แสดงผลรูปแบบ(Tone) การนำเสนอภาพปกของเนชั่นสุดสัปดาห์

รูปแบบการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. แทรกอารมณ์ขัน ต้อเลียน เสียดสี	15	28.85
2. สะท้อนภาพความเป็นจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์	25	48.08
3. แฝงความรู้สึกร่วม	9	17.30
4. มีเงื่อนไขความขัดแย้ง	-	-
5. อื่น ๆ	3	5.77
รวม	52	100

จากตารางที่ 2.6 แสดงว่า เนชั่นสุดสัปดาห์ มีรูปแบบการนำเสนอภาพปกที่ สะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์ ซุกซัย มากที่สุดคิดเป็น 48.08 % รองลงมาคือ แทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี 28.85 % แฝงความรู้สึกร่วม 17.3 % และอื่นๆ คือผสมผสาน ระหว่าง แทรกอารมณ์ขัน สรุปรื่องราว และเชิงสัญลักษณ์ รวม 5.77%

สรุปวิธีการนำเสนอปก เนชั่นสุดสัปดาห์

จากการศึกษาหัวข้อและภาพปกของ “เนชั่นสุดสัปดาห์” พบว่ามีความสอดคล้องกันระหว่างนโยบาย กลยุทธ์ และวิธีการนำเสนอ คือมีนโยบายนำเสนอประเด็นข่าวที่เป็นกระแส(Current Issue) หัวข่าวและภาพไม่หวือหวา แต่เน้นการสร้างสรรคภาพด้วยกราฟฟิก ส่วนใหญ่สื่อสารออกมาในลักษณะสรุปเหตุการณ์ และสะท้อนเรื่องราวตามความจริง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

หัวข้อ : จับจอมบงการ? นำ! พญ. จุฬาฯ พิสูจน์น้ำยา (17-23 ม.ค.40)

ภาพปก : ภาพถ่ายผู้ตาย + ภาพกราฟฟิก เข็มฉีดยา-น้ำยาเคมี

หัวข้อและภาพปกเนชั่นสุดสัปดาห์ฉบับนี้เป็นการนำเสนอข่าวอาชญากรรม ในลักษณะสรุปเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น และสาวลึกซุกซัยถึงเบื้องหลัง ซึ่งนับเป็นคติมาตกรรมสะท้อนขวัญประชาชนส่วนใหญ่ในช่วงนั้น เนื่องจากตัวผู้ตายเป็น “แพทย์” ระดับอาวุโสของโรงพยาบาลชั้นนำ อีกทั้งการถูกยิงตายคาประตูบ้านก็ทำให้ผู้คนหวาดกลัวว่าบ้านเมืองทำไมจึงขาดความปลอดภัยถึงขนาดนี้ อีกทั้งยังสืบค้นไปถึงเงื่อนไขปมที่ตายว่ามีเบื้องหลังซับซ้อนเกี่ยวกับผลประโยชน์ทางธุรกิจมูลค่ามหาศาล นับเป็นคดีที่ประชาชนให้ความสนใจติดตามมากคดีหนึ่ง

วิธีการนำเสนอพบว่าเนชั่นใช้คำกระชับ เข้าใจง่าย ในขณะที่เดียวกันก็สรุปรื่องราวได้ชัดเจน และจัดเป็นข่าวทั่วไป ซึ่งตรงกับนโยบายที่เน้นกระแส ส่วนกลยุทธ์คือการสาวลึกถึงเงื่อนไขปมสังหาร ก็เป็นจุดขายที่ควบคู่กันไปในการนำเสนอปก และเป็นที่ยอมรับในแง่การให้ข้อมูล ดังนั้นปกของเนชั่นฯ จึงขายได้ด้วยเรื่องราว(ข้างใน) ในขณะที่บางฉบับขายเพียงภาพและหัวข้อเท่านั้น เนชั่นฯ จึงมีจุดเด่นของการนำเสนอปก คือ “ความน่าเชื่อถือของข่าว(ข้อมูล)ที่นำเสนอตนเอง

3. สยามรัฐสภาห้วงวิจารณ์

ตารางที่ 3.1 แสดงผลการนำเสนอเนื้อหาหัวข้อปกของสยามรัฐสภาห้วงวิจารณ์

ประเภทหัวข้อ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
การเมือง(Politics)		
1. บุคคล	19	36.54
2. บุคคลในครอบครัวนักการเมือง	4	7.69
3. เหตุการณ์ หรือ นโยบายการเมือง เศรษฐกิจ การปกครอง การทหาร	15	28.85
4. นักวิชาการ/ นักธุรกิจ	-	-
5. อื่น ๆ	7	13.17
ข่าวทั่วไป(Non-Politics)		
1. วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง	1	1.92
2. สังคม ได้แก่ เด็ก สตรี ฯลฯ	3	5.77
3. วิทยาศาสตร์	-	-
4. อาชญากรรม	1	1.92
5. อื่น ๆ	2	3.85
รวม	52	100

จากตารางที่ 3.1 แสดงว่าสยามรัฐสภาห้วงวิจารณ์ นำเสนอข่าวประเภทการเมืองมากที่สุดคือ 45 ปกคิดเป็น 86.54 % และหัวข้ออื่นๆ 7 ปกคิดเป็น 13.46 % โดย หัวข้อการเมืองที่นำเสนอมากที่สุดคือ ประเภท บุคคล 36.54 % รองลงมาคือ เหตุการณ์ หรือ นโยบายการเมือง เศรษฐกิจ การปกครอง 28.85 % หัวข้ออื่นๆ ได้แก่ผสมผสาน 13.46% และบุคคลในครอบครัวนักการเมือง 7.69 %

การนำเสนอหัวข้อประเภทอื่นๆ (Non-Politics) สัดส่วนประเภทที่นำเสนอมากที่สุดคือ วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง 9.62 % สังคม 5.77 % อาชญากรรม 3.85 % และอื่นๆ ได้แก่ กีฬา 3.85%

ตารางที่ 3.2 แสดงผลลักษณะการนำเสนอหัวข้อปากของสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์

ลักษณะการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. ตั้งคำถาม	-	-
2. สรุปเหตุการณ์ สะท้อนเรื่องราว วิเคราะห์	16	30.77
3. เปรียบเทียบให้คล้ายคลึงตาม	3	5.77
4. ใช้ภาษาต่างประเทศ คำคล้องจอง คำนวน สุภาษิต คำพังเพย	4	7.69
5. ใช้สรรพนาม สมญานาม ระบุชื่อ	-	-
6. อื่น ๆ	29	55.77
รวม	52	100

จากตารางที่ 3.2 แสดงว่าสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์มีการนำเสนอหัวข้อปากในลักษณะ อื่นๆ คือผสมผสาน ระหว่างการใช้สรรพนามบุรุษที่ 1 สมญานาม ระบุชื่อ + ใช้ภาษาต่างประเทศ คำนวน + สะท้อนเรื่องราวตามความเป็นจริง รวม 55.77 % รองลงมาคือ สรุปเหตุการณ์สะท้อนเรื่องราว ความจริง วิเคราะห์ ขุดคุ้ย 30.77% ใช้ภาษาต่างประเทศ คำคล้องจอง คำนวน ฯลฯ 7.69 และเปรียบ เปรียบเทียบให้คล้ายคลึงตาม 5.77 %

ตารางที่ 3.3 แสดงผลรูปแบบการนำเสนอหัวข้อปาก(Tone) ของสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์

รูปแบบการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. แทรกอารมณ์ขัน ถ้อยเลียน เสียดสี	5	9.62
2. สะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปเรื่องราว วิเคราะห์	25	48.08
3. แฝงความรู้สึกร่วม	2	3.85
4. มีเงื่อนไขความขัดแย้ง	1	1.92
5. แฝงการ โหม่ง ประชดัมพันธ์	-	-
6. อื่น ๆ	19	36.53
รวม	52	100

จากตารางที่ 3.3 แสดงว่า สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ มีรูปแบบการนำเสนอหัวข้อ ที่เป็นแบบสะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปเรื่องราว วิเคราะห์ จุดศูนย์กลางที่สุดคิดเป็น 48.08 % รองลงมาคืออื่นๆซึ่งมีรูปแบบผสมผสาน ระหว่าง แทรกอารมณ์ขัน ถ้อยเลียน เสียดสี+สรุปเหตุการณ์+เชิงสัญลักษณ์ รวม 36.53% แทรกอารมณ์ขัน ถ้อยเลียน เสียดสี 9.62% แผงความรู้สี่กร่วม 3.85% และมีเงื่อนไข-ความขัดแย้ง 1.92 %

ตารางที่ 3.4 แสดงผลการนำเสนอภาพปกข่าวการเมือง(Political) ของสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์

ประเภทภาพ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
Politics		
1. ผู้นำรัฐบาล	14	26.92
2. ผู้นำฝ่ายค้าน	-	-
3. นักการเมืองอื่นๆ	10	19.23
4. ครอบครัวนักการเมือง	3	5.77
5. อื่น ๆ	16	30.76
Non-Politics		
1. วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง	2	3.85
2. สังคม ได้แก่ เด็ก สตรี ฯลฯ	3	5.77
3. วิทยาศาสตร์	-	-
4. อาชญากรรม	2	3.85
5. อื่น ๆ	2	3.85
รวม	52	100

จากตารางที่ 3.4 แสดงว่า สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ นำเสนอภาพปกประเภทการเมืองมากที่สุดคือ 43 ปก คิดเป็น 82.69 % และภาพปกทั่วไป 9 ปกหรือ 17.31 % โดยนำเสนอภาพอื่นๆคือผสมผสานได้แก่ ภาพเหตุการณ์+เชิงสัญลักษณ์+นักการเมือง+ผู้นำรัฐบาล ในสัดส่วนมากที่สุดคือ 30.76% ผู้นำรัฐบาล 26.92% นักการเมืองอื่นๆ 19.23 % และ ครอบครัวนักการเมือง 5.77 %

ส่วนภาพปกทั่วไป (Non-Politics) ประเภทที่นำเสนอมากที่สุดคือ สังคม 5.77% รองลงมา คือ วรรณกรรม-ศิลปะ-บันเทิง ,อาชญากรรม และอื่นๆ ได้แก่ กีฬา 3.85 % ในสัดส่วนเท่ากันทั้ง 3 ประเภท

ตารางที่ 3.5 แสดงผลลักษณะการนำเสนอภาพปกของสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์

ลักษณะการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. ภาพถ่ายบุคคล	24	46.15
2. ภาพเหตุการณ์	3	5.77
3. ภาพกราฟฟิก/ผสมผสาน	25	48.08
4. ภาพการ์ตูน	-	-
5. อื่นๆ	-	-
รวม	52	100

จากตารางที่ 3.5 แสดงว่าสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ มีลักษณะการนำเสนอภาพปกด้วยภาพบุคคลมากที่สุดคิดเป็น 46.15 % รองลงมาคือ ภาพกราฟฟิก-ผสมผสาน 36.54% และภาพเหตุการณ์ 5.77 %

ตารางที่ 3.6 แสดงผลรูปแบบ(Tone) การนำเสนอภาพปกของสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์

รูปแบบการนำเสนอ	จำนวน(ปก)	คิดเป็นร้อยละ(%)
1. แทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี	15	28.85
2. สะท้อนภาพความเป็นจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์	28	53.85
3. แฝงความรู้สึกร่วม	6	11.53
4. มีเงื่อนไขความขัดแย้ง	2	3.85
5. อื่น ๆ	1	1.92
รวม	52	100

จากตารางที่ 3.6 แสดงว่าสยามรัฐสภาหิวาจรณ์ มีรูปแบบการนำเสนอด้วยการสะท้อนภาพตามจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์ซุคคัย มากที่สุดคิดเป็น 53.85 % แทรกอารมณ์ขัน ถ้อยเลี่ยนเสียดสี 28.85 % แผงความรู้สี่กร่วม 11.53 % มีเงื่อนงำ-ความซัดแย้ง 3.85% และอื่นๆได้แก่ เริงสัญลักษณ์ 1.92 %

สรุปวิธีการนำเสนอปกของสยามรัฐสภาหิวาจรณ์

จากการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและสัมภาษณ์แบบเจาะลึก พบว่านโยบายการนำเสนอห้วข่าว และภาพปกของ “สยามรัฐสภาหิวาจรณ์”มีความสอดคล้องกันกับกลยุทธ์ และวิธีการนำเสนอ คือ มีนโยบายนำเสนอปกการเมืองเป็นหลัก และจากการวิเคราะห์เนื้อหาพบว่าสยามรัฐสภาหิวาจรณ์นำเสนอปกการเมืองมากกว่ามติชนสุดสัปดาห์และสยามรัฐสภาหิวาจรณ์ ในสัดส่วนถึง 86.54 เปอร์เซนต์ และภาพออกมาในลักษณะสรุปรื่องราว สะท้อนภาพตามจริง ดังตัวอย่างต่อไปนี้

ห้วข่าว : “ฉิว”โกมา ฝำมรสุมโลหิต ยุบสภาฯ-ลาออก(24-30 ส.ก.40)

ภาพปก : มุคคล/กราฟฟิค พล.อ.ชวลิตในซุคจอมยุทธถือดาบ+โล่

ห้วข่าวและภาพปกฉบับนี้สะท้อนเหตุการณ์ที่ตึงเครียดของคณะรัฐบาลในช่วงนั้นว่าจะยุบสภาหรือลาออกดี โดยผู้นำรัฐบาลคือ พล.อ.ชวลิต ต้องคิดหนัก ภาพจึงสื่อความหมายเชิงเสียดสีและสะท้อนความจริงว่า หนักใจเพราะเจอศึกหลายด้านต้องถือโล่ป้องกันตัว พร้อมถือดาบคอยฟาดฟันศัตรูไปพร้อมๆกัน

ภาพปกของสยามรัฐหลายฉบับนำเสนอภาพในลักษณะใกล้เคียงกัน(อาจเป็นภาพซ้ำ)ซึ่งตรงกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ว่า “ภาพปก”มีให้เลือกไม่มากนักเนื่องจากข้อจำกัด เรื่องอยู่ระหว่างการปรับเปลี่ยนองค์กร และความไม่ลงตัวอื่นๆ เช่น ขาดบุคลากร เป็นต้น ทั้งนี้พบว่า “ภาพอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย”ถูกนำมาใช้บ่อยในลักษณะใกล้เคียงกันด้วย จึงกลายเป็นข้อค้อยในเรื่องการนำเสนอภาพของสยามรัฐฯ

ตารางเปรียบเทียบการนำเสนอหัวข้อทุกทั้ง 3 ชื่อฉบับ

ตารางที่ 4.1 เปรียบเทียบประเภทการนำเสนอหัวข้อปกครองเมืองและข่าวทั่วไป

ประเภทหัวข้อปก	มติชนสุดสัปดาห์	เนชั่นสุดสัปดาห์	สยามรัฐฯ
ข่าวการเมือง(Politics)			
1. บุคคล	57.68%	17.32%	36.54%
2. บุคคลในครอบครัว	7.69%	1.92%	7.69%
3. นโยบายการเมืองเศรษฐกิจ การปกครอง ทหาร	3.85%	46.15%	28.85%
4. นักวิชาการ นักธุรกิจ	3.85%	1.92%	0%
5. อื่น ๆ	9.62%	7.69%	13.46%
ข่าวทั่วไป(Non-Politics)			
1. วรรณกรรม ศิลปะ บันเทิง	9.62%	11.54%	1.92%
2. สังคม	1.92%	11.54%	5.77%
3. วิทยาศาสตร์	1.92%	0%	0%
4. อาชญากรรม	3.85%	1.92%	1.92%
5. อื่น ๆ	0%	0%	3.85%
รวม	100%	100%	100%

จากตาราง 4.1 จะเห็นได้ว่า นิตยสารมติชนสุดสัปดาห์และสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์นำเสนอข่าวการเมืองประเภทบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวเหตุการณ์และนโยบายทางเศรษฐกิจ-การเมือง การปกครอง ส่วนเนชั่นสุดสัปดาห์นำเสนอข่าวการเมืองประเภทเหตุการณ์และนโยบายเศรษฐกิจ-การเมือง การปกครองมากที่สุดรองลงมาคือข่าวบุคคล

ส่วนข่าวทั่วไปแต่ละชื่อฉบับให้ความสำคัญกับข่าวแต่ละประเภทต่างกันคือ มติชนสุดสัปดาห์ นำเสนอ ข่าววรรณกรรม ศิลปะ บันเทิงมากที่สุด เนชั่นสุดสัปดาห์นำเสนอข่าวสังคมและวรรณกรรม ศิลปะ บันเทิงในสัดส่วนเท่ากัน ส่วนสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์นำเสนอข่าวประเภทสังคมมากที่สุด

ตารางที่ 4.2 เปรียบเทียบลักษณะการนำเสนอหัวข้อข่าวปกของนิตยสารการเมืองทั้ง 3 ชื่อฉบับ

ลักษณะการนำเสนอหัวข้อข่าวปก	มติชนสุดสัปดาห์	เนชั่นสุดสัปดาห์	สยามรัฐฯ
1. คั้งคำถาม	5.77%	0%	0%
2. สรุปเหตุการณ์ สะท้อนเรื่องราว วิเคราะห์ จุดคู่ข	3.85%	55.77%	30.77%
3. เร้าอารมณ์ให้คล้อยตาม เช่น สะดุ้ง ตกใจ	3.85%	0%	5.77%
4. ใช้ภาษาต่างประเทศ คำคล้องจอง บทกวี ฯลฯ	1.92%	1.92%	7.69%
5. ใช้สรรพนาม ระบุชื่อ หรือสมญานามที่รู้จักกันดี	0%	0%	0%
6. อื่น ๆ	84.61%	42.31%	55.77%
รวม	100%	100%	100%

จากตาราง 4.2 พบว่ามติชนสุดสัปดาห์ และสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์มีลักษณะการนำเสนอหัวข้อข่าวปกแบบอื่นๆคือผสมผสาน มากที่สุด ส่วนเนชั่นสุดสัปดาห์นำเสนอแบบสรุปเหตุการณ์ สะท้อนเรื่องความจริง วิเคราะห์ จุดคู่ขมากที่สุด

ตารางที่ 4.3 เปรียบเทียบรูปแบบ(Tone)การนำเสนอหัวข้อข่าวปกนิตยสารการเมืองทั้ง 3 ชื่อฉบับ

รูปแบบ	มติชนสุดสัปดาห์	เนชั่นสุดสัปดาห์	สยามรัฐฯ
1. แทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี	28.84%	19%	10%
2. สะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปเรื่อง วิเคราะห์	23.08%	51.92%	48.08%
3. แฝงความรู้สึกร่วม	3.85%	17%	3.85%
4. มีเงื่อนไข-ความขัดแย้ง	19.23%	9.62%	1.92%
5. แฝงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์	2%	0%	0%
6. อื่น ๆ	23.08%	1.92%	36.53%
รวม	100%	100%	100%

จากตาราง 4.3 พบว่ารูปแบบหัวข่าวกวปกของมติชนสุดสัปดาห์นำเสนอโดยแทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน เสียดสี มากที่สุด ส่วนเนชั่นสุดสัปดาห์และสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์นำเสนอแบบสะท้อน ภาพตามความจริง สรุปเรื่อง วิเคราะห์และจุดคู่ขามากที่สุด

5. เปรียบเทียบประเภทการนำเสนอภาพปกนิตยสารการเมือง 3 ชื่อฉบับ

ตารางที่ 5.1 เปรียบเทียบประเภทการนำเสนอภาพปกของนิตยสารการเมือง 3 ชื่อฉบับ

ประเภทภาพปก	มติชนสุดสัปดาห์	เนชั่นสุดสัปดาห์	สยามรัฐฯ
ข่าวการเมือง(Politics)			
1. ผู้นำรัฐบาล	19.23%	15.38%	26.92%
2. ผู้นำฝ่ายค้าน	0.00%	0.00%	0.00%
3. นักการเมืองอื่นๆ	28.85%	13.45%	19.23%
4. ครอบครัวนักการเมือง	3.85%	0.00%	6%
5. อื่นๆ	28.85%	48.08%	30.76%
ข่าวทั่วไป(Non-Politics)			
1. ศิลปะ วรรณกรรมบันเทิง	9.61%	9.62%	3.85%
2. สังคม	3.85%	5.77%	5.77%
3. วิทยาศาสตร์	1.92%	0%	0%
4. อาชญากรรม	1.92%	3.85%	3.85%
5. อื่นๆ	2%	4%	3.85%
รวม	100%	100%	100%

จากตาราง 5.1 พบว่านิตยสารการเมืองทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอภาพปกการเมืองในสัดส่วนใกล้เคียงกันคือ สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ 82.69 %มติชนสุดสัปดาห์ 80.72 %และเนชั่นสุดสัปดาห์ 76 % ส่วนภาพปกประเภททั่วไปนำเสนอในสัดส่วน 17.31% , 19.23 % และ 24 % ตามลำดับ

ทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอข่าวการเมืองประเภทอื่นๆคือแบบผสมผสาน มากที่สุด โดยมติชนสุดสัปดาห์นำเสนอภาพปกนักการเมืองอื่นๆเท่ากับแบบผสมผสานด้วย

ตารางที่ 5.2 เปรียบเทียบลักษณะการนำเสนอภาพปกของนิตยสารการเมือง 3 ชื่อฉบับ

ลักษณะการนำเสนอภาพปก	มติชนสุดสัปดาห์	เนชั่นสุดสัปดาห์	สยามรัฐฯ
1. ภาพถ่ายบุคคล	51.93%	42%	46%
2. ภาพเหตุการณ์	0.00%	7.69%	5.77%
3. ภาพกราฟฟิก/ผสมผสาน	39.38%	50%	48.00%
4. ภาพการ์ตูน	7.69%	0.00%	0.00%
5. อื่นๆ	0%	0%	0%
รวม	100%	100%	100%

จากตาราง 5.2 แสดงว่า เนชั่นสุดสัปดาห์และสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์ นำเสนอภาพปกในลักษณะภาพกราฟฟิก และผสมผสาน มากที่สุด ส่วนมติชนสุดสัปดาห์นำเสนอในลักษณะภาพถ่ายบุคคลมากที่สุด

ตารางที่ 5.3 เปรียบเทียบรูปแบบการนำเสนอภาพปกนิตยสารการเมือง 3 ชื่อฉบับ

รูปแบบ	มติชนสุดสัปดาห์	เนชั่นสุดสัปดาห์	สยามรัฐฯ
1. แทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียน	57.69%	29%	29%
2. สะท้อนภาพตามความเป็นจริง	23.08%	48.08%	53.85%
3. แฝงความรู้สึกร่วม	9.62%	17%	11.53%
4. มีเงื่อนงำ-ความขัดแย้ง	7.69%	0.00%	3.85%
5. อื่น ๆ	1.92%	5.77%	1.92%
รวม	100%	100%	100%

จากตาราง 5.3 แสดงว่าเนชั่นสุดสัปดาห์และสยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์นำเสนอภาพปกในรูปแบบสะท้อนภาพตามความเป็นจริง สรุปรื่องราว วิเคราะห์ ชูคดีๆ มากที่สุด ส่วนมติชนสุดสัปดาห์นำเสนอในรูปแบบแทรกอารมณ์ขัน ล้อเลียนและเสียดสีมากที่สุด