

สื่อมวลชนไทย

วิวัฒนาการ



วิภา อุตมฉันท



NEWSPAPER

MAGAZINE

RADIO

TELEVISION

FILM

ADVERTISING

CARTOON



สารบัญ

คำนิยม	3
เรื่องนี้อย่างกว่าเรื่องที่เป็นเพียงสื่อมวลชนญี่ปุ่น	4
คำนำ	6
สารบัญตารางและแผนภูมิ	15
บทนำ	17
ตอนที่ 1	
บทที่ 1 กำเนิดหนังสือพิมพ์รายวัน	31
สิ่งพิมพ์ก่อนยุคเมจิ	31
หนังสือพิมพ์สังกัดพรรคการเมืองในยุคเมจิ	35
“หนังสือพิมพ์ใหญ่” กับ “หนังสือพิมพ์เล็ก”	43
บทที่ 2 พัฒนาการของหนังสือพิมพ์เพื่อการค้า	47
ก่อนจะเป็นหนังสือพิมพ์เชิงธุรกิจ	47
“สามยักษ์ใหญ่” แห่งวงการหนังสือพิมพ์	55
ยุคทองของหนังสือพิมพ์เพื่อการค้า	60
การควบคุมหนังสือพิมพ์ก่อนสงครามโลก	63
หนังสือพิมพ์ภายใต้การปิดครองของอเมริกา	66
นโยบายต่อสหภาพแรงงานของ SCAP	67
บทที่ 3 ลักษณะพิเศษของหนังสือพิมพ์รายวัน	71
หลากหลายประเภทของหนังสือพิมพ์รายวัน	71
มากกว่ากรอบเช้าและกรอบเย็น	76
ความแพร่หลายของหนังสือพิมพ์กีฬา	82
ระบบจัดจำหน่าย	85
การสร้างภาพลักษณ์องค์กร	88

บทที่ 4	สำนักข่าว	91
	กำเนิดสำนักข่าวในประเทศ	91
	พัฒนาการของสำนักข่าวระหว่างประเทศ	93
	สำนักข่าวเคียวโดและสำนักข่าวจีจี	96
	เนื้อหา	98
บทที่ 5	นิตยสารและการ์ตูน	103
	การจัดจำหน่าย	104
	นิตยสารในยุคแรก	105
	นิตยสารรายสัปดาห์ยุคหลังสงคราม	108
	ยุคทองฟูจิสิตในทศวรรษที่ 1980	110
	แนวโน้มในทศวรรษที่ 1990	112
	ข้อวิจารณ์และปัญหา	116
	การ์ตูน	117

ตอนที่ 2

บทที่ 6	เมื่อแรกมีการกระจายเสียง	125
	นโยบายของรัฐบาลที่ไม่ชัดเจน	126
	อเมริกากำหนดแนวทางการกระจายเสียง	129
	วิทยาการด้านโทรทัศน์	133
	สถานการณ์อันสดใส	135
	รายการโทรทัศน์ยอดนิยม	138
บทที่ 7	เอ็นเอชเค	141
	โครงสร้างและการบริหาร	142
	ฐานะการเงิน	145
	บริการชนิดต่าง ๆ	152
	รายการโทรทัศน์	155
	"เอ็นเอชเค สเปนเชียล"	158
	การควบคุมคุณภาพ	160
	"เอ็นเอชเค เวิร์ลด์": ความพยายามที่จะครอบคลุมโลก	161

บทที่ 8	การกระจายเสียงภาคเอกชน	165
	วิทยุ	165
	โทรทัศน์ภาคพื้นดิน	169
บทที่ 9	การแข่งขันชิงเรตติ้ง	187
	การนับหัวแบบเรตติ้ง	188
	เรตติ้งในญี่ปุ่น	191
	วิดีโอรีเสิร์ช - ธุรกิจขายความพึงพอใจ	194
	การวิจัยเรตติ้งผู้ชมโทรทัศน์	196
	เรตติ้งในความหมายของ NHK	204
	เรตติ้งในยุคสื่อหลากหลาย	207
บทที่ 10	โฆษณา: ธุรกิจขายคนดู	211
	โฆษณาสําคัญเช่นนี้	211
	พัฒนาการกว่าพันปีของโฆษณา	215
	เดนลี: ยักษ์ใหญ่ระดับโลก	218
	เป้าหมายโฆษณาคือภาพลักษณ์องค์กร	221
	ลักษณะพิเศษของสปอตโฆษณา	226
	โฆษณานูรีและเหล่า	229

ตอนที่ 3

บทที่ 11	การควบคุมด้วยกฎหมายกับการควบคุมตนเอง	233
	การควบคุมด้วยกฎหมาย	234
	X การกำกับควบคุมตนเอง	244
	การกำกับโดยสังคม	250
บทที่ 12	ระบบเพรสคลับ	255
	อะไรคือ "เพรสคลับ"	256
	ความเป็นมาในอดีต	257
	ระบบที่ปิดกั้น	260
	ผลประโยชน์ร่วม	263
	โครงสร้างและการทำงาน	265

“บัน”: นุกยามดึกเยอนยามเช้า	267
บทบาทของคนข้างนอก	270
บทที่ 13 สื่อมวลชนกับสังคม	277
ความสัมพันธ์ทางธุรกิจ	277
ความสัมพันธ์ทางการเมือง	284
บทบาทในฐานะสุนัขเฝ้ายาม	290
“มอนไต”: การสร้างปัญหาโดยสื่อมวลชน	293
บทที่ 14 วิชาชีพสื่อมวลชน	297
วิชาการหนังสือพิมพ์ยุคแรก	297
สถาบันการศึกษา	299
การเข้าสู่วิชาชีพ	301
ทัศนคติและการทำงาน	305

ตอนที่ 4

บทที่ 15 มองญี่ปุ่นผ่านข่าวโทรทัศน์	313
พัฒนาการของข่าวโทรทัศน์	314
พิธีกรข่าวกับการแสดงทัศนนะส่วนตัว	317
แองเคอร์ ผู้พลิกโฉมข่าวโทรทัศน์	322
ข่าวต่างประเทศ	324
บทที่ 16 จากภาพยนตร์ถึงละครทีวี	331
ยุคทองของภาพยนตร์	332
การเซ็นเซอร์ในยุคสงคราม	334
การควบคุมของอเมริกา	336
“โตโฮ” เส้นทางของภาพยนตร์ญี่ปุ่น	339
การเติบโตและแตกแยก	343
กำเนิดโรงถ่ายอิสระ	346
การตีโต้ของละครทางโทรทัศน์	350
“ละครขายสบู่” จากอเมริกา	354
ละครโทรทัศน์หลากหลายประเภท	357

บทที่ 17 การ์ตูนกับความรุนแรง	353
การ์ตูนยอดเยี่ยม	353
ดัชนีความรุนแรง	365
โทรทัศน์กับเหตุการณ์ที่เบี่ยงเบน	370
บทบาทของพ่อแม่และครู	371
การ์ตูนกับเว็ทส์	374
บทที่ 18 โซว์บันเท็ง	377
ข้อวิจารณ์	377
“ไวด์โซว์”: คู่ช่าว สาวเบื่องหลัง สังคมจูบวิบ	378
ดาราบันเท็ง	380
เกมโซว์	384
โซว์สร้างสรรค์	388
ตอนที่ 5	
บทที่ 19 ประเด็นปัญหา	393
วิกฤตจรรยาบรรณ	394
ผู้หญิงกับสื่อ	402
การกีดกันชนกลุ่มน้อย	410
บทที่ 20 สถานการณ์สื่อในศตวรรษที่ 21	415
การเปิดตลาดโทรคมนาคม	417
เปิดตลาดการกระจายเสียง	420
ความเป็นผู้นำด้านมัลติมีเดีย	434
มุ่งสู่ความเป็นสากล	437
บรรณานุกรม	441
แหล่งข้อมูลบุคคล	453
ภาคผนวก 1 เพรศฉบับที่สำคัญในกรุงโตเกียว	462
ภาคผนวก 2 หลักสูตรการเรียนเกี่ยวกับนิเทศศาสตร์	466
ดัชนีค้นคำ	471
ประมวลอักษรย่อ (ภาษาอังกฤษ)	473